



**AMERIA**  
MANAGEMENT ADVISORY



**«ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ  
ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԶԵԿՈՒՅՑ  
ՀԱՅԱՍՏԱՆ 2019/2020»**



Ձեռնարկատիրության Համաշխարհային Զեկույց 2019/ 2020  
Հայաստանի ազգային զեկույց

Տպագրված է 2020թ. օգոստոս, Ամերիա ՓԲԸ կողմից.

Վազգեն Սարգսյան 2

Երևան 0010, ՀՀ

Հ: (+37410) 56 11 11

Ֆ: (+37410) 51 31 33

Էլ.-հասցե: mas@ameria.am

www.ameriaadvisory.am

© Ամերիա ՓԲԸ, 2020

GEM Հայաստանի ազգային թիմ.

Տիգրան Զրբաշյան – ազգային թիմի առաջնորդ,

Արտաշես Շաբոյան,

Տաթևիկ Մկրտչյան,

Արման Փորսուղյան,

Կարինե Նիկողոսյան,

Հակոբ Թարվոշյան

Ձևավորումը և տպագրումը՝ «Անտարես» հրատարակչության կողմից

### **Զգուշացում**

*Չնայած այն բանի, որ GEM տվյալները օգտագործվել են տվյալ զեկույցի շրջանակներում, սակայն դրանց մեկնաբանությունը և օգտագործումը հեղինակների բացարձակ պատասխանատվության ներքո է:*

*Այս հրատարակության բոլոր իրավունքները պաշտպանված են: Արգելվում է այն ամբողջությամբ կամ մասնակի վերատպել, վերարտադրել, ձայնագրել կամ փոխանցել առանց GEM Հայաստանի ազգային թիմի նախնական գրավոր համաձայնության: Բացառություն են կազմում ակնարկներում և նմանատիպ հրապարակումներում կարճ հատվածներով մեջբերումները՝ աղբյուրի բացահայտ նշմամբ:*

© Ամերիա ՓԲԸ, 2020



# Բացման խոսք



**Դ՞ Էկոնոմիկայի նախարար  
Պրն. Տիգրան Խաչատրյան**

Առաջին անգամն է, որ Հայաստանը ընդգրկվում է Ձեռնարկատիրության համաշխարհային զեկույցում, և ես ուզում եմ շեշտել, որ այս իրողությունը տեղի է ունեցել հայկական ձեռնարկատիրական միջավայրի համար շրջադարձային մի պահի: 2018 թվականին կայացած խաղաղ հեղափոխության արդյունքում ձևավորված նոր կառավարությունն ի սկզբանե որդեգրեց տնտեսական ազատության, մրցակցության և ժողովրդավարության հստակ գործելաճ ու ուղերձ հանրությանը: Ես հավատում եմ, որ այն հիմք դրեց լավատեսության և դրա արդյունքում մեր քաղաքացիների ձեռնարկատիրական կարողությունների ու նոր գաղափարների իրագործման ցանկության: Մեր տնտեսական քաղաքականության առաջնահերթությունն է տնտեսությունում մրցակցության բարելավումը, ձեռներեցության խթանումը և խոշոր ընկերությունների նկատմամբ նախապատվությունների կանխումը:

Ես ուրախ եմ, որ մեր գործողությունները իրենց հաստատագրումն են ստանում ձեռնարկատիրության այս վերջին զեկույցում, համաձայն որի՝ Հայաստանի յուրաքանչյուր հինգ մեծահասակներից մեկը զբաղվում է սկսնակ ձեռներեցությամբ, որը GEM 50 երկրների շարքում 7-րդ ցուցանիշն է: Հայաստանում ձեռներեցության հանդեպ արժեքային համակարգն աշխարհի միջին ընկալման համեմատ ավելի բարենպաստ է՝ ապահովելով մեր երկրի համար 4-րդ տեղը GEM-ի 50 երկրների ցանկում:

Հայաստանի կառավարության համար ձեռներեցությունը աշխատատեղերի ստեղծման և կայուն տնտեսական աճի հիմնասյունն է: Սակայն մենք կանգնած ենք մի իրականության առջև, երբ Հայաստանի ձեռներեցության արտադրողականությունը ամենացածրերից մեկն է և այն հիմնականում կենտրոնացած է առևտրի և գյուղատնտեսության ոլորտներում: Աճի ներուժը մեծապես սահմանափակված է ցածր արտադրողականությամբ, հետևաբար՝ քաղաքականության ջանքերը պետք է ուղղվեն, կենտրոնանան գիտելիքի, տեխնոլոգիական արդիականացման և նորարարության վրա հիմնված տնտեսական գործունեությանը աջակցելուն և խթանելուն:

ՀՀ կառավարությունը գիտելիքահենք տնտեսություն կառուցելը հռչակել է որպես իր երկարաժամկետ ռազմավարական նպատակ, ինչն էլ ամրագրված է մեր ռազմավարական փաստաթղթերում՝ կառավարության ծրագրում, կրթության և հետազոտության և բիզնեսի միջև կապի բարելավման, շուկաներ մուտքի հասանելիության բարձրացման, նորարարությունների ուղղակիորեն աջակցության միջոցառումներով:

Մեր տնտեսվարողի կենսացիկլը կարճ է, և մենք շեշտը դնում ենք հայկական ձեռնարկությունների ընդլայնման գործընթացների աջակցության անհրաժեշտության վրա: Տեղական շուկայի համեմատաբար փոքր ծավալը, ինչպես նաև բարդ աշխարհագրական և աշխարհաքաղաքական պայմանները (երկիրը չունի անմիջական ելք դեպի ծով և գործում են սահմանային սահմանափակումներ) մեծ մարտահրավեր են հայկական ձեռնարկությունների համար: Մեր կառավարությունը ջանքեր է գործադրում բարելավելու առևտրային կապերը հավանական գործընկեր երկրների հետ և միևնույն ժամանակ ստեղծելու բարենպաստ միջավայր՝ ծառայություններ արտահանող ոլորտների համար:

Այսօր Հայաստանը, ինչպես աշխարհի ցանկացած երկիր, բախվում է աննախադեպ դժվարությունների՝ Կովիդ-19 համավարակի տարածման և հետևանքների կառավարման գործընթացում: Այս զեկույցը կօգնի ՀՀ կառավարությանը պլանավորելու տնտեսական վերականգնումը՝ ձեռնարկատիրական էկոհամակարգի հետագա կատարելագործմամբ: Հետճգնաժամային ժամանակահատվածում հայության ձեռնարկատիրական ներուժի առավելագույն գործածումը կօգնի մեզ ամրացնել դիմադրողականությունը և հետամուտ լինել կայուն զարգացմանը:

Այս առիթն ուզում եմ օգտագործել այս զեկույցի հեղինակներին շնորհակալություն հայտնելու գերազանց և արժեքավոր աշխատանքի համար:





## **Տիգրան Զրբաշյան**

**«Ամերիա» ընկերությունների խմբի գործընկեր  
և կառավարման խորհրդատվական  
ծառայության ղեկավար,  
«GEM Յայաստան» ազգային թիմի ղեկավար**



**Ո**րախ եմ Ձեզ ներկայացնել GEM-ի համար Հայաստանի ազգային գեկույցի առաջին հրատարակությունը:  
Հայաստանը պատմականորեն համարվում է անհատ ձեռնարկատերերի երկիր. մի երևույթ, որը ժառանգվել է մեր նախնիներից: Համարվում է, որ բնածին ձեռնարկատիրական հմտությունները հայերին հնարավորություն են տալիս ստեղծելու արժեք, հիմնելով կամ ընդլայնելով տնտեսական գործունեության տեսակներն՝ ուղղված նոր ապրանքներ, գործընթացներ կամ շուկաներ բացահայտելուն ու օգտագործելուն: Այնուամենայնիվ, այդ համոզմունքները երբեք պատշաճ կերպով չեն ստուգվել՝ նշված ավանդական դատողությունների հիմքում ընկած իրական պատկերը բացահայտելու համար: 2018թ. կայացած թավշյա հեղափոխության արդյունքում իշխանության եկած ՀՀ կառավարությունը ձեռնարկատիրական գործունեությունն առանցքային է համարում կենսունակ մասնավոր հատված ունենալու համար և դիտարկում է այն որպես արագընթաց և համատարած տնտեսական զարգացման, նոր ներդրումների ներգրավման և արտադրողականության բարձրացման հիմնական խթան: Մրցունակ և նորարարական ՓՄՁ-ներին պետք է տրամադրվի հատուկ մեծածավալ աջակցություն, քանի որ դրանք կարևոր են COVID 19 համավարակի ավարտից հետո կայուն զարգացում ապահովելու և երկրում միջին խավի ձևավորման համար: Կառավարության կողմից մշակված զարգացման ծրագրի օրակարգում են նաև ձեռնարկատիրական մշակույթի հետագա զարգացումը և խթանումը, օրենսդրական և ինստիտուցիոնալ ավելի բարենպաստ համակարգերի ստեղծումը և ՓՄՁ-ների ներքին կարողությունների

ընդլայնման աջակցությունը: Հաշվի առնելով վերոնշյալը, այն փաստը, որ բարձրակարգ և փաստական «Ձեռնարկատիրության համաշխարհային զեկույցի» (այսուհետ՝ GEM) ուսումնասիրության շրջանակները 2019թ. ընդլայնվեցին՝ ընդգրկելով նաև Հայաստանը, կարևոր է ձեռնարկատիրության էկոհամակարգի ներկա վիճակը հասկանալու, առկա խնդիրները բացահայտելու, նպատակային քաղաքականություն ու ռազմավարություն մշակելու և փոփոխությունների կարճաժամկետ և երկարաժամկետ հետևանքների շարունակական մոնիթորինգ իրականացնելու համար:

Հաջորդող էջերից կձևաթանաք Հայաստանի ազգային թիմի ենթադրություններին, որոնք արվել են նախքան COVID համավարակին նախորդող 2019թ. առաջին GEM ուսումնասիրությունն իրականացնելը: Այսուհետև ներկայացվում է երկրի ձեռնարկատիրության ոլորտի վերլուծությունը, ձեռներեցության սոցիալական և մշակութային հիմքերը, ձեռնարկատիրության մակարդակը, հայ ձեռնարկատերերի գործունեության դրդապատճառները, ձգտումները և մոտեցումները: Հարկ է նշել, որ ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում ձեռներեցության մակարդակը բարձր է, քանի որ յուրաքանչյուր հինգ չափահասներից մեկը զբաղվում է վաղ փուլում գտնվող ձեռներեցությամբ (գրավելով GEM-ում ներգրավված 50 երկրներից 7-րդ տեղը), իսկ բնակչության 28%-ը վարում է վաղ փուլում գտնվող կամ կայացած բիզնես (գրավելով GEM-ում ներգրավված 50 երկրներից 6-րդ տեղը): Դա որոշ չափով 2018թ. կայացած Թավշյա հեղափոխությունից հետո Կառավարության քաղաքականության մեջ տեղ գտած փոփոխությունների արդյունք է, քանի որ այդ փոփոխությունները բնակչության տարբեր հատվածների շրջանում ավելի մեծ լավատեսություն են սերմանել՝ կապված երկրի հետագա զարգացումների հետ: Միևնույն ժամանակ, ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ հարկավոր են որոշակի շտկումներ այնպիսի ոլորտներում, ինչպիսիք են ձեռնարկատիրական կրթությունը, հետազոտությունների արդյունքների ներկայացումը, Կառավարության կողմից մշակվող ձեռնարկատիրական ծրագրերը և ձեռներեցության ֆինանսավորումը: Այս ոլորտները պետք է առավելագույնս բարելավվեն՝ երկրում ձեռնարկատիրական գործունեությունը խթանելու համար:

Մենք՝ «Ամերիա կառավարման խորհրդատվական ընկերության» թիմի անդամներս, անչափ հպարտ ենք GEM-ի ազգային թիմ հանդիսանալու համար: Մենք բարձր ենք գնահատում Հայաստանում ձեռնարկատիրության զարգացմանը նպաստելու այս հիանալի հնարավորությունը և հուսով ենք, որ կշարունակենք իրականացնել այս կարևոր տնտեսական, ազգային և գիտական հետազոտությունները: 2020թ. GEM իրականացումը շատ ավելի կարևոր ենք համարում՝ հաշվի առնելով COVID-19 համավարակի արդյունքում ստեղծված իրավիճակը և դրա ազդեցությունը տնտեսության և ձեռներեցության վրա:



# Բովանդակություն

Բացման խոսք .....	3
Աղյուսակներ .....	10
Պարկերներ .....	9
Հապավումներ .....	13
Ընդհանուր ակնարկ.....	14

## **Գլուխ I. Ներածություն** **23**

1.1 Զեկույցի մասին.....	24
1.2 Զեկույցի մեթոդաբանությունը .....	26
1.3 Զեկույցի հայեցակարգային շրջանակ .....	28
1.4 Ինչպես է ձեռնարկատիրությունը չափվում ըստ Զեկույցի .....	30
1.5 ՀՀ թիմի վարկածները նախքան Զեկույցի շրջանակներում 1-ին ուսումնասիրության անցկացումը Հայաստանում .....	31

## **Գլուխ II. Զեռնարկատիրության սոցիալական և մշակութային հիմքերը** **33**

2.1 Ներածություն .....	34
2.2 Զեռնարկատիրական արժեհամակարգը .....	34
2.3 Զեռնարկատիրության սոցիալական ընկալումը. վերաբերմունք .....	46
2.4 Ինքնաընկալման ցուցանիշներ .....	51
2.5 Զեռնարկատիրական տաղանդ.....	55
2.6 Ամփոփում.....	61

## **Գլուխ III. Զեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը Հայաստանում** **63**

3.1 Զեռնարկատիրական կատեգորիաներ .....	64
3.2 Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունը Հայաստանում.....	65
3.3 Զեռնարկատիրության զարգացում. կայացած բիզնես գործունեությունը Հա- յաստանում .....	70
3.4 Հայկական ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը .....	74
3.5 Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն և հովանավորվող ձեռնարկատիրություն .....	83
3.6 Ամփոփում .....	87

<b>Գլուխ IV.</b>	<b>Մոտիվացում և ձգտումներ՝ ինչու՞ են հայերը բիզնեսով զբաղվում</b>	<b>91</b>
4.1	Ներածություն.....	92
4.2	Բիզնես սկսելու շարժառիթները.....	92
4.3	Ազդեցություն՝ գործունեություն և ձգտումներ .....	100
4.4	Ամփոփում .....	116
<b>Գլուխ V.</b>	<b>Ոչ ֆորմալ ներդրումներ</b>	<b>119</b>
5.1	Ներածություն.....	120
5.2	Ոչ ֆորմալ ներդրումների մակարդակը .....	120
5.3	Ամփոփում.....	125
<b>Գլուխ VI.</b>	<b>Ելք բիզնեսից</b>	<b>127</b>
6.1	Ներածություն.....	128
6.2	Ելքը բիզնեսից 2019թ.....	128
6.3	Ելքի պատճառները.....	131
6.4	Ամփոփում.....	132
<b>Գլուխ VII.</b>	<b>Ձեռնարկատիրական համատեքստ</b>	<b>134</b>
7.1	Ներածություն .....	135
7.2	GEM՝ ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանները.....	135
7.3	Ձեռներեցության ազգային համատեքստի ցուցանիշը.....	137
7.4	Ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանների փորձագիտական գնահատականը .....	139
7.5	Սահմանափակումներ, նպաստող գործոններ և առաջարկություններ .....	142
7.6	Ամփոփում .....	147
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2. Սոցիալական և մշակութային հիմքեր.....	150
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3. Ձեռնարկատիրական գործունեություն .....	164
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 4. Բիզնես սկսելու և ղեկավարելու դրդապատճառներ.....	170
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 5. Ոչ ֆորմալ ներդրում.....	175
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 6. Ելք բիզնեսից.....	176
	ՀԱՎԵԼՎԱԾ 7. 2019 GEM ազգային փորձագետների հարցում. հայ փորձագետների գնահատականը Զեկույցի միջինի նկատմամբ (0-10 սանդղակով) .....	178



# Աղյուսակներ

Աղյուսակ 1. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի ..... 35

Աղյուսակ 2. Ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի ցուցանիշների կապը եկամտի/աղքատության հետ ըստ երկրների..... 36

Աղյուսակ 3. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրության հանդեպ սոցիալական ընկալումների..... 47

Աղյուսակ 4. Սոցիալական ընկալումների, արժեհամակարգի և եկամտի կապն ըստ երկրների ..... 47

Աղյուսակ 5. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրության վերաբերյալ ինքնաընկալումների ..... 52

Աղյուսակ 6. Ինքնաընկալումը, արժեհամակարգը, սոցիալական ընկալումները և եկամուտն ըստ երկրների..... 53

Աղյուսակ 7. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրական փառանդի..... 56

Աղյուսակ 8. Ձեռնարկատիրական փառանդը, արժեհամակարգը, սոցիալական ընկալումները, ինքնաընկալումներն ու եկամտի մակարդակն ըստ երկրների ..... 57

Աղյուսակ 9. ԸՍՁԳ և մի շարք ցուցանիշների կորելացիան ըստ երկրների..... 66

Աղյուսակ 10. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ փնտրեսական գործունեության տեսակների (ՏԳՏԴ խումբ դասակարգում 4) ..... 75

Աղյուսակ 11. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ փնտրեսական հատվածների, փարիքի և սեռի (յուրաքանչյուր փարիքային և սեռային խմբի %) ..... 81

Աղյուսակ 12. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ճյուղային կառուցվածքն ըստ բնակավայրի տեսակի (% յուրաքանչյուր բնակավայրում)..... 83

Աղյուսակ 13. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ԸՍՁԳ շարժառիթների ..... 93

Աղյուսակ 14. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ԿԲՍ շարժառիթների ..... 93

Աղյուսակ 15. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ընթացիկ աշխատատեղերի քանակը Հայաստանում միջին ցուցանիշ և միջնարժեք ըստ գործունեության ոլորտների և մարզերի..... 102

Աղյուսակ 16. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ աշխատատեղերի ակնկալվող աճը (5 տարվա կտրվածքով)՝ միջին ցուցանիշ և միջնարժեք ըստ գործունեության ոլորտների և մարզերի ..... 103

Աղյուսակ 17. ԸՍՁԳ կառուցվածքն ըստ ոլորտների և միջազգայնացման մակարդակի..... 106

Աղյուսակ 18. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կողմից առաջարկվող նորարար արտադրանքը Հայաստանում ըստ գործունեության ոլորտների (յուրաքանչյուր խմբում ձեռնարկությունների %)..... 108



Աղյուսակ 19. ԸՍԶԳ և ԿԲՍ կողմից առաջարկվող նորարար գործընթացները Հայաստանում ըստ գործունեության ոլորտների (յուրաքանչյուր խմբում ձեռնարկությունների %) .....	110
Աղյուսակ 20. Ձեռնարկավորական համալսարանի Զեկույցի շրջանակային պայմաններ .....	135
Ներդիր 1. Հայաստան՝ մարզային փարբերություններ .....	38
Ներդիր 2. Հայաստանի ՀՆԱ-ի կառուցվածքն ըստ Զեկույցի տնտեսական գործունեության տեսակների, 2014-2019 .....	77

## Պատկերներ

Պատկեր 1. Զեկույցի հայեցակարգային շրջանակը.....	29
Պատկեր 2. Ձեռնարկավորության փուլերը և Զեկույցում կիրառվող՝ ձեռնարկավորության ցուցանիշները.....	30
Պատկեր 3. Հայաստանի տեղը (ներառյալ մարզերը) Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ձեռնարկավորական արժեհամակարգի (դրույթի հետ համաձայնող չափահաս անձանց %).....	39
Պատկեր 4. Հայաստանի տեղը ըստ ձեռնարկավորական արժեհամակարգի (դրույթի հետ համաձայնող չափահաս անձանց %) ըստ բնակչության փարբերիմների .....	43
Պատկեր 5. Ձեռնարկավորության վերաբերյալ սոցիալական ընկալումները Հայաստանում (տվյալ դրույթի հետ համաձայնողների %) ըստ բնակչության փարբեր խմբերի .....	49
Պատկեր 6. Ձեռնարկավորության վերաբերյալ ինքնաընկալումները (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող չափահասների %) ըստ բնակչության փարբեր խմբերի .....	54
Պատկեր 7. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկավորական փառանդի (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող մարդկանց քանակը) ըստ բնակչության փարբեր խմբերի .....	59
Պատկեր 8. Ընդհանուր սկանակ ձեռնարկավորական գործունեությունը (բնակչության %) ըստ երկրների/փարածաշրջանների .....	65
Պատկեր 9. Հայաստանում նորաթուխ ձեռնարկատերերի և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակն ըստ սեռային և փարիքային խմբերի.....	68
Պատկեր 10. Նորաթուխ ձեռնարկատերերի և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակը Հայաստանում ըստ բնակչության եկամտային խմբերի (1 չնչին բաժին ընկնող եկամուտ) .....	69
Պատկեր 11. Նորաթուխ ձեռնարկությունների և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակն ըստ բնակավայրի տեսակի .....	69



Պարկեր 12. Ձեռնարկատիրության (ԿԲՍ և ԸՍՁԳ) մակարդակը (բնակչության %)  
 ըստ երկրների և տարածաշրջանների ..... 71

Պարկեր 13. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ մակարդակները (բնակչության %)  
 ըստ տարիքի և սեռի ..... 72

Պարկեր 14. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ մակարդակը (բնակչության %)  
 ըստ բնակավայրի տեսակի ..... 73

Պարկեր 15. ԸՍՁԳ մակարդակն ըստ մազերի..... 73

Պարկեր 16. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ Ձեկույցի  
 փոփոխական գործունեության տեսակների ..... 78

Պարկեր 17. ԸՍՁԳ կառուցվածքն ըստ Ձեկույցի փոփոխական գործունեության  
 տեսակների Հայաստանում և այլ երկրներում/տարածաշրջաններում..... 79

Պարկեր 18. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ըստ Ձեկույցի փոփոխական գործունեության  
 տեսակների (չափահաս բնակչության %)  
 ըստ երկրների/տարածաշրջանների ..... 80

Պարկեր 19. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ճյուղային կառուցվածքն ըստ եկամտային խմբերի  
 (% յուրաքանչյուր եկամտային խմբում) ..... 82

Պարկեր 20. Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը  
 (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների ..... 84

Պարկեր 21. Հովանավորվող և անկախ ձեռնարկատիրության մասնաբաժինն  
 ԸՍՁԳ մեջ (չափահաս բնակչության %)  
 ըստ երկրների/տարածաշրջանների..... 86

Պարկեր 22. Երկրներն ըստ ԸՍՁԳ ձեռնարկատիրության շարժառիթների ..... 94

Պարկեր 23. Երկրներն ըստ ԿԲՍ շարժառիթների..... 95

Պարկեր 24. Բիզնես սկսելու շարժառիթները Հայաստանում  
 (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող ԸՍՁԳ %)  
 ըստ բնակչության խմբերի ..... 96

Պարկեր 25. Հայաստանում բիզնես սկսելու շարժառիթները (տվյալ դրույթի հետ  
 համաձայնող ԸՍՁԳ %) ըստ գործունեության տեսակի/ճյուղի..... 99

Պարկեր 26. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ աշխատատեղերի  
 քանակի (ներկայումս և 5 տարի հետո)..... 101

Պարկեր 27. Հասույթի ավելի քան 25% արտաքին շուկայից ակնկալող  
 ԸՍՁԳ կշիռը (չափահասների %) ..... 105

Պարկեր 28. Արտադրանքն արտասահմանում իրացնել ակնկալող ԸՍՁԳ կշիռը (%) ... 107

Պարկեր 29. Նորարարության ինքնազնահատկանք (չափահասների %) փաստացի  
 նորարար արտադրանք ունենալու համեմատ (ԸՍՁԳ %) ըստ երկրների .. 112

Պարկեր 30. Հայաստանում նորարարության ինքնազնահատկանք և փաստացի  
 նորարարությունը բիզնեսում (բիզնեսում նորարարություն  
 ունեցող ԸՍՁԳ %՝ ըստ դրույթի հետ համաձայնելու մակարդակի)..... 114





Պարկեր 31. Նորարար արտադրանքը և գործընթացները Հայաստանում ըստ բիզնեսի շարժառիթների (նորարարություններով հանդես եկող ԸՍՁԳ % ըստ բիզնես սկսելու շարժառիթի).....	115
Պարկեր 32. Նորարար արտադրանքը բիզնեսում (նորարար արտադրանք ունեցող ԸՍՁԳ %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի .....	116
Պարկեր 33. Ոչ ֆորմալ ներդրողներ (բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների.....	121
Պարկեր 34. Ոչ ֆորմալ ներդրողների կշիռը Հայաստանում (չափահասների %) ըստ բնակչության խմբերի .....	122
Պարկեր 35. Ոչ ֆորմալ ներդրողների կշիռը (չափահասների %) ըստ մարզերի .....	122
Պարկեր 36. Ոչ ֆորմալ ներդրումների միջնարժեքը և ՀՆԱ-ն ըստ երկրների .....	123
Պարկեր 37. Ներդրումների միջնարժեք/1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ հարաբերակցությունն ըստ երկրների .....	124
Պարկեր 38. Ոչ ֆորմալ ներդրողների և ներդրումն ստացող անձի միջև փոխկապակցվածությունը (յուրաքանչյուր խմբում ներդրողների %) .....	125
Պարկեր 39. Բիզնեսից ելքի մակարդակը 2019թ. (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների.....	129
Պարկեր 40. Բիզնեսից ելքի մակարդակը Հայաստանում (չափահասների %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի .....	130
Պարկեր 41. Բիզնեսից ելքի պատճառները Հայաստանում 2019թ. (ընդհանուր ելքերի %) .....	131
Պարկեր 42. Բիզնեսից ելքերի պատճառներն ըստ երկրների/տարածաշրջանների .....	132
Պարկեր 43. ՁԱՀԻ 54 երկրի համար .....	138
Պարկեր 44. Հայաստանի դիրքն ըստ 2019թ. Զեկույցում ձեռնարկարհրության շրջանակային պայմանների փորձագիտական գնահատման .....	141
Պարկեր 45. Ձեռնարկարհրությունը սահմանափակող գործոնները (տվյալ գործոնը նշելու %) .....	143
Պարկեր 46. Ձեռնարկարհրությանն ամենաշատը նպաստող գործոնները (տվյալ գործոնը նշելու %) .....	145
Պարկեր 47. Ձեռնարկարհրության տեսանկյունից բարելավման կարիք ունեցող ուղրությունը (տվյալ գործոնը նշելու %) .....	146



# Հապավումներ

- ԱՄԷ Արաբական Միացյալ Էմիրություններ
- ԱՄՆ Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ
- ԵԱՏՄ Եվրասիական Տնտեսական Միություն
- ԸՍԳՁ Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեություն
- ԿԲՍ Կայացած բիզնես սեփականատեր/Կայացած բիզնես
- ԿԶՆ Կայուն զարգացման նպատակներ
- ՀՆԱ Համախառն ներքին արդյունք
- ՁԱՀԻ Ձեռներեցության ազգային համատեքստի ինդեքս
- ՄԱԿ Միացյալ Ազգերի Կազմակերպություն
- ՏԳՏԴ Տնտեսական գործունեության տեսակների ստանդարտ դասակարգիչ  
տ. կ. տոկոսային կետ
- ՏՀՏ Տեղեկատվական և հեռահաղորդակցման տեխնոլոգիաներ
- ՓԲԸ Փակ բաժնետիրական ընկերություն
- GEM Global Entrepreneurship Monitor
- R&D Հետազոտություններ և զարգացումներ/ Research and Development

## Ընդհանուր ակնարկ

Արդեն 20 տարի է, ինչ Ձեռնարկատիրության համաշխարհային զեկույցի շրջանակներում (Global Entrepreneurship Monitor՝ GEM, այսուհետ՝ Ջեկույց) ուսումնասիրվում և գնահատվում են ձեռնարկատիրության մակարդակը և առանձնահատկությունները տարբեր երկրներում: Այս ընթացքում Ջեկույցի հարցումներին մասնակցել է ավելի քան 2.9 մլն չափահաս անձ աշխարհի 112 երկրում: 2019թ. հարցմանն առաջին անգամ 50 երկրների շարքում մասնակցեց նաև Հայաստանը: GEM կոնսորցիումի հայաստանյան գործընկերն է «Ամերիա» ՓԲԸ-ն, որն իրականացրել է ուսումնասիրությունը: Հայաստանի վերաբերյալ զեկույցը պատրաստվել է չափահաս բնակչության հարցման (այսուհետ՝ անհատների հարցում) և ազգային փորձագետների հարցման (այսուհետ՝ փորձագետների հարցում) արդյունքների հիման վրա՝ ըստ Ձեռնարկատիրության համաշխարհային զեկույցի մեթոդաբանության:

2019թ. Հայաստանում արձանագրվել է ձեռնարկատիրության բարձր մակարդակ: Յուրաքանչյուր հինգերորդ չափահաս անձը ներգրավված է ձեռնարկատիրական որևէ սկսնակ գործունեությունում, որը 7-րդ ցուցանիշն է ուսումնասիրությանը մասնակցած 50 երկրի շարքում: Ավելին, Հայաստանի բնակչության 28%-ն զբաղվում է որևէ բիզնեսով (ինչպես սկսնակ, այնպես էլ կայացած), և այս ցուցանիշով Հայաստանը 6-րդն է 50-ից: Հայաստանում ձեռնարկատիրության բարձր մակարդակը կարելի է բացատրել դրա վերաբերյալ բարենպաստ սոցիալական և մշակութային պատկերացումների առկայությամբ, ինչպես նաև նրանով, որ Հայաստանում, հատկապես մայրաքաղաքից դուրս, եկամուտ վաստակելու այլ հնարավորությունները սակավաթիվ են: 2019թ. սկսնակ ձեռնարկատիրության բարձր մակարդակի մեկ այլ պատճառ կարող են լինել 2018թ. քաղաքական փոփոխությունները, որոնք նպաստեցին բնակչության շրջանում ապագայի նկատմամբ լավատեսության աճին:

Հայաստանում ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ըստ ձեռնարկատիրության արտադրողականության՝ Հայաստանը վերջին դիրքերում է: Ի տարբերություն 2019թ. հարցմանը մասնակցած երկրների մեծամասնության, Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը կենտրոնացած է 2 հիմնական ճյուղում՝ գյուղատնտեսությունում և առևտրում, ընդ որում ամենացածր արտադրողականությունն ունեցող ճյուղի՝ գյուղատնտեսության մասնաբաժնով Հայաստանն առաջին տեղում է, իսկ ամենաբարձր արտադրողականությունն ունեցող ճյուղի՝ բիզնես ծառայությունների մասնաբաժնով՝ վերջին տասնյակում: Ի հաշիվ գյուղատնտեսության՝ գյուղական բնակավայրերում



ձեռնարկատիրության մակարդակն ավելի բարձր է, քան Երևանում: Նշենք, որ գյուղական վայրերում ակտիվ ձեռնարկատիրության պատճառներից մեկն է նաև եկամտի այլ աղբյուրների բացակայությունը: Երևանից դուրս աշխատատեղերի սակավությունն ընդհանուր սոցիալ-տնտեսական պայմանների հետ մեկտեղ կարող է բացատրել, թե ինչու Հայաստանում ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու ամենամեծ շարժառիթներից մեկն է «ապրուստ վաստակելը, որովհետև աշխատանք չկա», մինչդեռ «աշխարհում մի բան փոխելու» շարժառիթն ամենավերջին տեղերում է:

Հայ ձեռներեցների ընդհանուր նկարագիրը նման է այլ երկրների ձեռներեցներին՝ գերակշռում են երիտասարդները և մի փոքր տարբերությամբ՝ տղամարդիկ: Մյուս կողմից, շատ երկրների պես Հայաստանում ևս կին ձեռներեցների թիվը գնալով ավելանում է: Կանանց ներգրավումը նշանակում է նաև շարժառիթների փոփոխություն, քանի որ կանայք ավելի շատ են հակված «աշխարհում մի բան փոխելու» նպատակով բիզնես սկսելուն, մինչդեռ տղամարդիկ ավելի հակված են «շատ եկամուտ վաստակելուն, հարստություն կուտակելուն» և «ընտանեկան ավանդույթը շարունակելուն»: Միաժամանակ հարկ է նշել, որ կանանց մեծ մասը դեռ տղամարդկանց պես ձեռնարկատիրությամբ է զբաղվում ապրուստ վաստակելու նպատակով, «որովհետև աշխատանք չկա»: Հայաստանում ձեռնարկատիրության կարևոր առանձնահատկություն է ծախսողվելու վախը, որի պատճառով շատերը նախընտրում են բիզնեսով չզբաղվել: Սա թերևս կարելի է բացատրել հայկական բիզնես մշակույթով, որտեղ բիզնեսը նույնացվում է դրա սեփականատիրոջ հետ, և բիզնեսի ծախսողումն ընկալվում է որպես անձնական ծախսողում:

Նշենք, որ չնայած սկսնակ ձեռնարկությունների մեծ թվին, կայացած բիզնեսի մակարդակով Հայաստանը միջին դիրքերում է: Սա նշանակում է, որ երկրում շեշտը պիտի դրվի սկսնակ բիզնեսին սատարելու և վերջինիս զարգացման համար ավելի նպաստավոր պայմաններ ստեղծելու վրա: Ի թիվս Հայաստանում ձեռնարկատիրության զարգացման այլ հիմնախնդիրների՝ նշենք նաև հետևյալները՝ (1) ձեռնարկատիրական կրթություն, (2) հետազոտությունների և մշակումների ներդրում, (3) պետական աջակցության ծրագրեր և (4) ձեռնարկատիրության ֆինանսավորում: Ֆինանսավորման հարցը կարևոր է, բայց այն մասամբ լուծվում է ի հաշիվ «ոչ ֆորմալ» ներդրումների (ընտանիքի անդամների և ընկերների) կողմից: Հարցմանը մասնակցած փորձագետները «թավշյա հեղափոխությունից» հետո արձանագրել են պետական քաղաքականության բարելավում (հարկային ռեժիմ, պայքար ընդդեմ բյուրոկրատիայի, որը տասնամյակներ շարունակ համարվում էր Հայաստանում ձեռնարկատիրության զարգացման հիմնական խոչընդոտը), բայց դրա հետ մեկտեղ կարիք կա նաև

պետական աջակցության թիրախային ծրագրերի և բնակչության շրջանում ձեռնարկատիրական կրթության բարելավման: Հարկավոր է նաև վերանայել բիզնեսից ելքի (բիզնեսի վաճառք և այլն) և սնանկության իրավական կարգավորումները և սահմանել վաճառքի հստակ ընթացակարգ, որը նույնպես կնպաստի ձեռնարկատիրությանը և կխրախուսի նրանց, ովքեր պատրաստ են բիզնես սկսել, բայց չեն սկսում՝ վախենալով ձախողվել:

## Հիմնական արդյունքները

Ձեռնարկատիրության հիմքում ընկած սոցիալական և մշակութային արժեքները

**Հայաստանում ձեռնարկատիրության նկատմամբ վերաբերմունքը ձևավորող արժեհամակարգն ավելի նպաստավոր է, քան միջին պատկերացումներն աշխարհում:** 2019թ. զեկույցի հարցմանը մասնակցած 50 երկրից Հայաստանը 4-րդն է ըստ «սեփական բիզնես սկսելը ցանկալի կարիերա է» դրույթի հետ համաձայնած մարդկանց թվի (87.2%), իսկ Արևելյան Եվրոպայում՝ 1-ինը: Սա լավ նախադրյալ է երկրում ձեռնարկատիրությունը զարգացնելու համար: Ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ բարձր եկամուտ ունեցող երկրներում որպես վարձու աշխատող կարիերա կառուցելու հնարավորություններն ավելի շատ են, մինչդեռ միջին և ցածր եկամուտ ունեցող երկրներում մարդիկ ավելի շատ են մնում ձեռնարկատիրության հույսին: Ըստ հարցման մասնակիցների՝ Հայաստանում բիզնեսի առաջնային նպատակներից մեկը սոցիալական խնդիրները լուծելն է (այս ցուցանիշով Հայաստանը 4-րդն է 50-ից), որը թերևս նպաստում է ձեռնարկատիրության նկատմամբ մարդկանց ընկալումների ձևավորմանը, հատկապես մի երկրում, որտեղ աղքատության մակարդակը բավականին բարձր է: Միաժամանակ, չնայած, որ հարցվողների 73.4% համաձայն է, որ հաջողակ ձեռնարկատերերը վայելում են ավելի բարձր կարգավիճակ և մեծ հարգանք, այս ցուցանիշով Հայաստանը միջինից ցածր դիրքում է (32-րդը 50-ից): «Նոր բիզնեսը վայելում է բարձր կարգավիճակ և մեծ հարգանք» դրույթը սերտորեն փոխկապակցված է «լրավտամիջոցներում/համացանցում հաճախ եմ լսում պատմություններ հաջողակ նորաստեղծ բիզնեսի մասին» դրույթի հետ, այսինքն՝ հաջողակ բիզնեսի առաջխաղացումը լրատվամիջոցներում նպաստում է կարգավիճակի և հարգանքի ամրապնդմանը և կարող է նպաստել նաև ազգային ձեռնարկատիրական մշակույթի ձևավորմանը:



**Ի տարբերություն արժեհամակարգի ցուցանիշների, ձեռնարկատիրության վերաբերյալ սոցիալական պատկերացումներով Հայաստանը միջին դիրքում է** («ճանաչում եք արդյոք որևէ մեկի, որ բիզնես է սկսել վերջին 2 տարում», «տեսնում եք արդյոք բիզնեսի հնարավորություն առաջիկա 6 ամսում», «ձեր երկրում բիզնես սկսելը հեշտ է» ցուցանիշներով՝ 20-24-րդը 50-ից): Մյուս կողմից, տարածաշրջանի երկրների համեմատ Հայաստանում ձեռնարկատիրության վերաբերյալ սոցիալական ընկալումները բարելավվում են. հարցման մասնակիցների 53.9% համաձայն է այն դրույթի հետ, որ «առաջիկա 6 ամսում կլինի բիզնես սկսելու լավ հնարավորություն»: Սա թերևս պայմանավորված է 2018թ. թավշյա հեղափոխությամբ, որը բարձրացրեց ապագայի հանդեպ լավատեսությունը: Հետաքրքիր է նաև, որ մարզերի բնակիչները երևանաբնակների համեմատ ավելի շատ հնարավորություններ են տեսնում, իսկ եթե դիտարկենք Համաշխարհային բանկի Ease of Doing Business ցուցանիշը, ապա վերջինս գրեթե փոխկապակցված չէ մարդկանց՝ իրենց երկրում բիզնեսով զբաղվելու վերաբերյալ ընկալումների հետ, այսինքն՝ մարդկանց անհատական պատկերացումները տարբերվում են Համաշխարհային բանկի համապատասխան զեկույցից:

**Ձեռնարկատիրության վերաբերյալ ինքնաընկալումները հակասական են:** Հայերը սեփական գիտելիքը, հմտությունը և փորձը բավականին բարձր են գնահատում (12-րդը 50-ից), բայց միաժամանակ առաջին տասնյակում են ըստ ձախողվելու վախի: Բիզնես սկսելիս ձախողվելու վախը շատ կարևոր գործոն է, որը զսպում է մարդկանց: Արևելյան Եվրոպայի երկրներից Հայաստանին այս ցուցանիշով շատ նման է Խորվաթիան: Եթե համեմատենք Ռուսաստանի և Բելառուսի հետ, ապա Հայաստանում ավելի շատ են մարդիկ, որոնք կնախընտրեն չհիմնել սեփական բիզնես ձախողվելու վախից (51%, Ռուսաստանում և Բելառուսում համապատասխանաբար 45% և 37%), անգամ եթե ի սկզբանե հայաստանցիները սեփական գիտելիքը, հմտությունը և փորձն ավելի բարձր են գնահատել (70%), քան ռուսաստանցիները (36%) և բելառուսները (42%): Ձախողվելու մեծ վախը Հայաստանում պայմանավորված է թերևս ազգային բիզնես մշակույթով, որտեղ բիզնեսը հաճախ նույնացվում է դրա սեփականատիրոջ հետ, ուստի եթե այն ձախողվում է, դա ընկալվում է որպես սեփականատիրոջ անձնական ձախողում: Միգուցե սա է պատճառներից մեկը, որ Հայաստանում կապիտալի շուկան զարգացած չէ, և չկան շատ բաժնետերեր ունեցող խոշոր ընկերություններ: Բաժնեմասը կամ ընկերությունը վաճառելու, ելքի, սնանկության գործընթացները կարգավորող հստակ օրենսդրական դաշտի բացակայությունը ևս նպաստում է նրան, որ մարդիկ վախենում են բիզնես սկսել: Նշենք, որ 25-34 տարիքային խումբն

ավելի համարձակ է այս առումով, միաժամանակ ամենավստահը սեփական գիտելիքի և հմտության առումով, ուստի հենց այս խմբում ձեռնարկատերերն ամենաշատը կլինեն: «Գիտելիքի» և «ձախողվելու վախի» տարբերությունն ավելի բարձր է Երևանում, քան մարզերում:

**Չնայած, որ հայերն իրենց նորարար են համարում** (8-րդը 50-ից և 2-րդն Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրի շարքում), **նրանք հազվադեպ են բիզնես հնարավորություններ տեսնում** (11-րդը 50-ից), **իսկ նրանց նախաձեռնողականությունն ու տեսլականը 50 երկրի շարքում միջին մակարդակում են**: Հայաստանի նման իրենց նորարար համարող երկրներն են (հարցվողների ավելի քան 80%) Լեհաստանը, Սաուդյան Արաբիան, Իսրայելը, Հնդկաստանը, ԱՄՆ-ն, Գվատեմալան և Կոլումբիան: Հայերի շուրջ 65% հազվադեպ է որևէ քայլ ձեռնարկում անգամ նպաստավոր բիզնես հնարավորության տեսնելու դեպքում:

### Ձեռնարկատիրության մակարդակները

**Հայաստանում չափահաս անձանց 28.0% զբաղվում է որևէ բիզնեսով, որը 6-րդ ցուցանիշն է 2019թ. Ջեկույցի 50 երկրից, ընդ որում Հայաստանում արձանագրվել է սկսնակ ձեռնարկատիրության բարձր մակարդակ՝ չափահաս անձանց 21.0%, 7-րդը 50-ից և 1-ինն Արևելյան Եվրոպայում**: Սկսնակ ձեռնարկատերերի մասնաբաժինը 14.0% է (5-րդը), նորաստեղծ բիզնեսներինը՝ 7.4% (10-րդը): Այս ցուցանիշները վկայում են, որ Հայաստանում 2019թ. սկզբում ձեռնարկատիրությունն ակտիվացել է:

Ըստ սկսնակ ձեռնարկատիրության Հայաստանն առաջին տասնյակում է թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց առումով (4-րդն ըստ տղամարդկանց, 9-րդն՝ ըստ կանանց խմբի), սակայն համեմատությունը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում կանանց ներգրավումը ձեռնարկատիրությունում համաշխարհային մակարդակով միջինից ցածր է: Հետաքրքրաշարժ է, որ գյուղական բնակչության շրջանում սկսնակ ձեռներեցներն ավելի շատ են, քան անգամ Երևանում, որը պայմանավորված է գյուղատնտեսությամբ և գյուղական համայնքներում աշխատատեղերի սակավությամբ:

**Թեև ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրության մակարդակով Հայաստանը հարցմանը մասնակցած 50 երկրից առաջատարների շարքում է, կայացած բիզնեսի մակարդակով միջին դիրքում է (23-րդը 50-ից)**: Սա կարող է պայմանավորված լինել նրանով, որ սկսնակ ձեռներեցների համար խնդիրներն ու խոչընդոտներն ավելի շատ են, և նոր ձևավորվող բիզնեսի համար կայունության հասցնելը դժվար է:

**Հայկական ձեռնարկատիրությունը կենտրոնացած է արդյունահանման՝ «էքստրակտիվ» (ի հաշիվ գյուղատնտեսության) և սպառման ոլորտներում (ի հաշիվ մանրածախ առևտրի)**. կայացած բիզնեսների





83% և սկսնակ ձեռներեցների 63% գործունեություն են ծավալում հենց այս 2 ճյուղում: Նշենք, որ սկսնակ ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը տարբերվում է կայացած ձեռնարկատիրության կառուցվածքից: Չնայած երկուսում էլ գերակշռում են գյուղատնտեսությունն ու առևտուրը, բայց սկսնակ բիզնեսի ցուցանիշում դրանց ընդհանուր կշիռը 20 տոկոսային կետով պակաս է: Փոխարենը այստեղ 2 տոկոսային կետով ավել է արտադրության կշիռը, ավելի բարձր են սպասարկման ոլորտի, հատկապես հյուրանոցային և ռեստորանային բիզնեսի (ի հաշիվ զբոսաշրջության), ՏՀՏ ոլորտի և այլ անհատական ծառայությունների կշիռները: Բիզնես ծառայությունների (ՏՀՏ և մասնագիտական ծառայությունների) կշիռն ամենացածրն է, բայց ունի աճի ամենամեծ միտումները: Նշենք, որ որքան բարձր է ձեռնարկատերերի եկամուտը, այնքան ցածր է նրանց մասնաբաժինը արդյունահանող (էքստրակտիվ) ոլորտում:

**Երիտասարդ ձեռներեցներն ավելի շատ զբաղվում են առևտրով, մինչդեռ ավելի տարեցները՝ գյուղատնտեսությամբ:** Միաժամանակ, արդյունահանող ոլորտում բիզնես հիմնող երիտասարդների թիվն արդեն կայացած ձեռնարկատերերի համեմատ նվազում է, այսինքն՝ արդյունահանող ոլորտի կշիռը հայկական ձեռնարկատիրության կառուցվածքում ևս կնվազի: Որքան ձեռնարկատերերը երիտասարդ են, այնքան մեծ է սպառողական ծառայությունների (մեծ մասամբ մանրածախ առևտրի) կշիռը: 18-34 տարիքային խմբում ձեռնարկատերերի մոտ կեսը զբաղվում է սպառողական ծառայություններով:

**Հայաստանում չափահասների միայն 0.6% է ներգրավված աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունում. այս ցուցանիշով Հայաստանը 39-րդն է 50-ից:** Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության ցածր մակարդակը Հայաստանում վկայում է, որ խոշոր ընկերությունների կողմից հետազոտությունների, մշակումների և նորարարությունների փոխանցումը և ներդնումը տնտեսության մեջ արդյունավետ չեն, որն իր հերթին ազդում է այդ ընկերությունների մրցունակության վրա, եթե ոչ հայկական շուկայում, ապա Հայաստանից դուրս: Հայաստանում աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը մոտ է ԵԱՏՄ այլ երկրներին, բայց զգալիորեն ավելի ցածր է, քան զարգացած երկրներում:

#### Մոտիվացում և ձգտումներ

**Հայ ձեռնարկատերերի շրջանում (ինչպես սկսնակ, այնպես էլ կայացած) բիզնես հիմնելու ամենատարածված շարժառիթն «ապրուստ վաստակելն է, որովհետև աշխատանք չկա», այսինքն՝ մարդիկ բիզնես են հիմնում՝ կարիքից, ոչ թե հստակ նպատակից դրդված. «աշխարհում**



**մի բան փոխելու»՝ հստակ նպատակի վրա հիմնված շարժառիթով Հայաստանն ամենացածր տեղերում է այլ երկրների համեմատ:** Ապրուստ վաստակելու դրդապատճառով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի մեջ առաջին տասնյակում է, իսկ Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրից՝ 1-ինը: «Աշխարհում մի բան փոխելու», ինչպես նաև «հարստություն կուտակելու, կարողություն ստեղծելու» շարժառիթներն ավելի տարածված են նորաստեղծ, քան կայացած ձեռնարկատերերի շրջանում, որը կարելի է բացատրել նաև բիզնես ծառայությունների մասնաբաժնի աճով: Ամենաբարձր՝ «աշխարհում մի բան փոխելու» շարժառիթն ունեցող հայ ձեռնարկատիրոջ հավաքական կերպարը հետևյալն է՝ երիտասարդ (18-24 տարեկան) երևանցի կին՝ բարձրագույն կրթությամբ (բակալավր), 1 շնչի հաշվով ամենաբարձր եկամուտն ունեցող (100+ հազ. ՀՀ դրամ) ընտանիքից:

**Ակնկալվում է, որ մոտակա 5 տարում նորաստեղծ ձեռնարկություններն ավելի շատ աշխատատեղեր կստեղծեն, քան կայացածները,** մասնավորապես, ըստ սպասումների միջնացված արժեքի՝ նշված ժամանակահատվածում յուրաքանչյուր սկսնակ ձեռնարկություն կստեղծի 2 աշխատատեղ, իսկ յուրաքանչյուր կայացած բիզնես՝ 1: Ամենամեծ աճն ակնկալվում է բիզնես ծառայությունների ոլորտում:

**Սկսնակ հայ ձեռնարկատերերն ավելի շատ են հակված իրենց արտադրանքն արտահանելուն, քան կայացած բիզնեսները,** մասնավորապես, սկսնակների 20.3% ակնկալում է, որ հասույթի մեկ քառորդից ավելին ստացվելու է արտերկրից, կայացածների՝ 17.1%: Սա թերևս վկայում է, որ նոր հիմնվող բիզնեսների սեփականատերերն ակնկալում են օգտվել ԵԱՏՄ շուկայի հնարավորություններից:

**Ըստ սկսնակ ձեռնարկություններում նորարարական արտադրանքի ներդրման Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի շարքում միջին դիրք է զբաղեցնում (27-րդը 50-ից), ըստ նորարարական գործընթացների և տեխնոլոգիաների՝ միջինից ցածր (36-րդը 50-ից):** Հայաստանում աշխատող սկսնակ բիզնեսների 28.8% կամ բնակչության 6.0% պնդում է, որ ունի նորարարական արտադրանք, 22.2% (բնակչության 4.7%)՝ նորարարական գործընթաց կամ տեխնոլոգիա: Տեխնոլոգիաների ավելի ցածր մակարդակը կարելի է բացատրել ներդրումների ավելի սուղ հնարավորություններով: Մյուս կողմից, նորարարությունը կապված է շարժառիթների հետ՝ «աշխարհում մի բան փոխելու» նպատակով բիզնես հիմնողներն ավելի շատ նորարարական արտադրանք և գործընթացներ ունեն, քան մյուսները:

Ոչ ֆորմալ ներդրումներ և բաժնեմասի վաճառք/ելք

**Հայաստանում բիզնես հիմնելու համար ոչ ֆորմալ ներդրումները**



**շատ ավելի մեծ դեր են խաղում, քան այլ երկրներում:** Բնակչության կողմից այլ անձանց բիզնեսում ներդրում կատարելու ցուցանիշով Հայաստանը 14-րդն է 2019թ. Զեկույցի 50 երկրից, իսկ Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրի շարքում՝ 1-ինը: Մասնավորապես, 18-64 տարեկան բնակչության 7.9% նշել է, որ վերջին 3 տարում իրենք անձամբ ֆինանսական ներդրում են կատարել այլ անձի բիզնեսում: Սրան կարող է նպաստել սոցիալական և մշակութային արժեհամակարգը, բայց ընդհանուր առմամբ սա վկայում է, որ Հայաստանում նորաստեղծ բիզնեսներն ավելի շատ դժվարությունների են հանդիպում ֆինանսավորում հայթայթելիս:

**Հիմնադրի կողմից բիզնեսը վաճառելուց/ելքից հետո բիզնեսի շարունակելիությունը Հայաստանում 2019թ. բավականին բարձր մակարդակում էր:** Շնորհիվ ձեռնարկատիրական գործունեության ավելի բարձր մակարդակի՝ Հայաստանը 13-րդն է՝ ըստ հիմնադրի ելքի ցուցանիշի, սակայն ըստ ելքից հետո բիզնեսի շարունակելիության՝ միջին դիրքում է (հիմնադրի ելքից հետո ձեռնարկությունների միայն 1/3 է շարունակել գործել՝ 22-րդը 2019 Զեկույցի 50 երկրից, իսկ Արևելյան Եվրոպայում՝ 2-րդը՝ զիջելով միայն Խորվաթիային): Հիմնադրի ելքից հետո բիզնեսի շարունակելիության բարձր մակարդակն ավելի բնորոշ է զարգացած երկրներին: Հարկ է նշել, որ 2019թ. Հայաստանում հիմնադրի ելքի 85% դեպքերում պատճառը բացասական էր (ծախողում, վնաս), որը 2019թ. Զեկույցի ամենավատ ցուցանիշներից մեկն է (41-րդը 50-ից): Սա թերևս նշանակում է, որ երկրում դեռ առկա են ձեռնարկատիրությունը խոչընդոտող հանգամանքներ, ինչպես նաև այլ խնդիրներ, օրինակ՝ ցածր հմտություններ, ձեռնարկատիրական անբավարար կրթություն:

#### Ձեռնարկատիրության համատեքստը

**Ձեռնարկատիրության համատեքստի ցուցանիշով Հայաստանը 2019թ. Զեկույցին մասնակցած Արևելյան Եվրոպայի 10 երկրից զիջում է միայն Լատվիային:** 2019թ. Զեկույցի փորձագետների հարցմանը մասնակցած 54 երկրի շարքում Հայաստանը 27-րդն է՝ ըստ ձեռնարկատիրության ազգային համատեքստի ցուցանիշի: Ձեռնարկատիրության ազգային համատեքստի ցուցանիշը բաղկացած է մի քանի բաղադրիչից և ներկայացնում է տվյալ երկրում ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանների միջին կշռված արժեքը: Զեկույցի այլ երկրների համեմատ Հայաստանը 12 բաղադրիչներից 6-ով ունի միջինից բարձր ցուցանիշ:

**Հայաստանի և այլ երկրների ցուցանիշների միջև ամենամեծ դրական տարբերությունն արձանագրվել է հետևյալ բաղադրիչների գծով՝ պետական քաղաքականություն (հարկային ռեժիմ, բյուրոկրատիայի մակարդակ՝ 7-րդը 54-ից) և մշակութային և սոցիալական նորմեր**

**(11-րդը 54-ից):** Եթե մշակութային և սոցիալական արժեքները Հայաստանում ավանդաբար ընկալվում են որպես ձեռնարկատիրությանը նպաստող գործոն, ապա պետական քաղաքականության, մասնավորապես՝ հարկային ռեժիմի և բյուրոկրատիայի մակարդակի դրական գնահատականը բավականին անսպասելի է, քանի որ այս գործոնը տարիներ շարունակ համարվում էր Հայաստանում ձեռնարկատիրության հիմնական խոչընդոտներից մեկը: 2019թ. արձանագրված այդ փոփոխությունը Հայաստանում քաղաքական և տնտեսական փոփոխությունների արդյունք է: Թավշյա հեղափոխությունից հետո նոր կառավարությունը հայտարարեց կոռուպցիայի դեմ պայքարելու մտադրության մասին և ձեռնամուխ եղավ պետական հաստատությունների թափանցիկության բարձրացմանը: Ըստ փորձագետների միջին գնահատականի՝ հարկային ռեժիմի և բյուրոկրատիայի ցուցանիշով Հայաստանն ունի 5.42 միավոր 10 միավորանոց սանդղակով, մինչդեռ Զեկույցի 54 երկրի միջին ցուցանիշը 4.02 է:

**Ձեռնարկատիրության հետևյալ բաղադրիչներով Հայաստանը զիջում է Զեկույցի միջին ցուցանիշին՝ (1) ձեռնարկատիրական կրթություն, (2) հետազոտությունների և մշակումների ներդրում, (3) պետական ծրագրեր և (4) ֆինանսավորում:** Երկրում ձեռնարկատիրությունը խթանելու համար նախ և առաջ պետք է զարգացնել այս չորս ոլորտները:

**Հայաստանում ձեռնարկատիրական միջավայրի հետագա զարգացման հիմքում պետք է լինի սկսնակ բիզնեսի համար աճի և կայացման բարենպաստ պայմաններ ստեղծելը:** Ձեռնարկատիրության ազգային համատեքստի ցուցանիշով ամենաբարձր դիրքերն զբաղեցնող երկրներում սկսնակ և կայացած բիզնեսների բաշխվածությունն ավելի հավասարաչափ է, մինչդեռ Հայաստանում գերակշռում են սկսնակ բիզնեսները:






# Գլուխ I. Ներածություն

*«Ձեռնարկատերը միշտ  
ձգտում է փոփոխությունների,  
արձագանքում փոփոխություն-  
ներին և դրանք օգտագործում  
որպես հնարավորություն»:*

— Փիթեր Դրաքեր

## 1.1 Զեկույցի մասին

Տնտեսագետները և բիզնեսի գուրուները ձեռնարկատիրության բավականին լայն սահմանում են տալիս: Եթե հետևենք դրա հիմնական գաղափարին, ապա ձեռնարկատիրությունն անհատի, անհատների խմբի կամ կայացած բիզնեսի ձգտումն է՝ ստեղծելու նոր բիզնես կամ զարգացնելու նոր գաղափար: Ձեռնարկատերերը հաճախ ընկալվում են որպես տվյալ ոլորտի նորարարներ և առաջամարտիկներ, իսկ ձեռնարկատիրությունը ցանկացած երկրի համար կենսական նշանակություն ունի որպես եկամտի և աշխատատեղերի աղբյուր: Անշուշտ, յուրաքանչյուր երկրում ձեռնարկատիրությունն անցնում է զարգացման տարբեր ուղիներ և տարբեր ազդեցություն ունենում տնտեսության վրա. յուրաքանչյուր տնտեսական համակարգ ունի իր առանձնահատկություններն ու քաղաքականությունը, իսկ քաղաքականությունը և զարգացման ուղղությունները սահմանելու համար հարկավոր է պատշաճ կերպով ուսումնասիրել տվյալ երկրի ձեռնարկատիրությունը: Քանի որ տնտեսությունները տարբեր են, ձեռնարկատիրության առջև ծառայող խնդիրները և մարտահրավերները նույնպես տարբեր են, բայց միաժամանակ դրանք պետք է դիտարկել միջազգային մոտեցումներին համապատասխան, որոնց նպատակն է ապահովել կայուն աճն ու զարգացումը: Մասնավորապես, յուրաքանչյուր երկրի համար կարևոր է ունենալ ձեռնարկատիրության հստակ քաղաքականություն, որը կհամապատասխանի ՄԱԿ-ի Կայուն զարգացման նպատակներին (ԿԶՆ): Ձեռնարկատիրության զարգացումը կարող է նպաստել հետևյալ ԿԶՆ-երի իրագործմանը՝

- ▶  ԿԶՆ 1՝ Ամենուրեք վերացնել աղքատությունը՝ իր բոլոր ձևերով և դրսևորումներով
- ▶  ԿԶՆ 8՝ Խթանել կայացած, ներառական ու կայուն տնտեսական աճ, լիարժեք և արտադրողական զբաղվածություն և արժանապատիվ աշխատանք բոլորի համար
- ▶  ԿԶՆ 10՝ Կրճատել անհավասարությունը երկրների ներսում և դրանց միջև

Արդեն 20 տարի է, ինչ Զեկույցի շրջանակներում հետևողականորեն ուսումնասիրվում և գնահատվում է ձեռնարկատիրության մակարդակը տարբեր երկրներում: Զեկույցը շահույթ չհետապնդող սոցիալական ձեռնարկ է, որը հիմնադրել են Լոնդոնի բիզնես դպրոցը և Բաբսոնի քոլեջը 1997թ.: Զեկույցի կոնսորցիումը բաղկացած է տարբեր երկրներ



Ներկայացնող մի շարք թիմերից, որոնցից յուրաքանչյուրը կիրառում է ուսումնասիրության միևնույն մեթոդաբանությունը, ընտրանքի ձևավորման և հարցման գործիքակազմը՝ իր երկրում ձեռնարկատիրության վերաբերյալ ներկայացուցչական տվյալներ հավաքելու նպատակով: Առաջին Ջեկոյցը հրապարակվել է 1999թ., որից ի վեր Ջեկոյցի շրջանակներում հարցմանը մասնակցել է ավելի քան 2.9 մլն մարդ աշխարհի 112 երկրում: Ջեկոյցում ներկայացվում են ձեռնարկատիրության վերաբերյալ համապարփակ ցուցանիշներ՝ յուրաքանչյուր երկրում ձեռնարկատիրական միջավայրը գնահատելու համար: Տարեկան միջազգային զեկոյցը հրապարակվում է հաջորդ տարվա առաջին եռամսյակում Ջեկոյցի պաշտոնական կայքում<sup>1</sup>: Միջազգային զեկոյցին հաջորդում են յուրաքանչյուր երկրի թիմի կողմից պատրաստված ազգային զեկոյցները:

2020թ. մարտին հրապարակվեց 21-րդ տարեկան զեկոյցը, որի շրջանակներում հարցմանը մասնակցել է 18–64 տարեկան 129,345 անձ աշխարհի 50 երկրում և 2,315 փորձագետ 54 երկրում: Այս տարի առաջին անգամ հարցմանը մասնակցել է նաև Հայաստանը. Ջեկոյցի հայաստանյան գործընկերն է «Ամերիա» ՓԲԸ-ն, որն էլ իրականացրել է ուսումնասիրությունը: «Ամերիա» ՓԲԸ-ն Հայաստանի ամենահին խորհրդատվական ընկերություններից մեկն է, հիմնադրվել է 1998թ., այժմ շուկայի առաջատարներից մեկն է: Ջեկոյցի շրջանակներում «Ամերիա» ՓԲԸ-ն իրականացրել է անհատների և փորձագետների հարցումներն ըստ Ջեկոյցի մեթոդաբանության և պատրաստել Հայաստանի վերաբերյալ զեկոյցը:

Սույն աշխատությունը 2019թ. GEM ազգային զեկոյցն է Հայաստանի վերաբերյալ: Այն ներկայացնում է համապարփակ ուսումնասիրություն Հայաստանում ձեռնարկատիրության ներկա վիճակի, մարտահրավերների և հեռանկարի վերաբերյալ՝ հիմնված այլ երկրների հետ համեմատության վրա: Հատուկ ուշադրություն է դարձվում տարածաշրջանի երկրներին, մասնավորապես Ռուսաստանին և Բելառուսին (ԵԱՏՄ)<sup>2</sup>, Արևելյան Եվրոպային և Մերձավոր Արևելքի երկրներին (Իրան, Հորդանան, Իսրայել): Նշենք, որ Վրաստանը, Թուրքիան և Ղազախստանը չեն մասնակցել 2019թ. Ջեկոյցի շրջանակներում իրականացվող հարցմանը, բայց ներառված էին նախորդ զեկոյցներում:

<sup>1</sup> <https://www.gemconsortium.org/report>

<sup>2</sup> ԵԱՏՄ երկրներն են Հայաստանը, Բելառուսը, Ղազախստանը, Ղրղզստանը և Ռուսաստանը:





## 1.2 Զեկույցի մեթոդաբանությունը

Զեկույցի մեթոդաբանության շրջանակներում յուրաքանչյուր երկրի թիմ հավաքագրել է համապատասխան տվյալներ իր երկրում ձեռնարկատիրության մակադակը գնահատելու նպատակով: Մեթոդաբանությունը ներառում է երկու փոխլրացնող գործիք՝ անհատների հարցում և փորձագետների հարցում:

### Անհատների հարցում

Եթե ուսումնասիրությունների ժամանակ որպես կանոն ավելի շատ ուշադրություն է դարձվում ձեռնարկությունների տվյալներին, ապա Զեկույցի շրջանակներում անհատների հարցման ժամանակ շեշտը դրվում է անհատների, ձեռնարկատիրության նկատմամբ նրանց վերաբերմունքի և ընկալումների վրա: Այս մոտեցումը թույլ է տալիս կազմել տվյալ հասարակությունում ձեռնարկատիրության ուրույն նկարագիրը: Ավելին, անհատների հարցումն օգնում է նաև պատկերացում կազմել «ոչ ֆորմալ» տնտեսության մասին, որն անհնար է պաշտոնական վիճակագրության կամ ձեռնարկությունների տվյալների միջոցով, մինչդեռ «ոչ ֆորմալ» տնտեսության դերը նշանակալի է, հատկապես զարգացող փոքր երկրներում: Եվ չնայած, որ հիմա Հայաստանում փորձեր են կատարվում՝ խրախուսելու «ոչ ֆորմալ» գործունեությունը ստվերից դուրս գալու, այն դեռ բավականին մեծ դեր է խաղում ազգային տնտեսության համար: Անհատների հարցումը եզակի գործիք է, որի նպատակն է երկրում ձեռնարկատիրական գործունեությունը և դրան բնորոշ առանձնահատկությունները գնահատելը: Յուրաքանչյուր երկրում կիրառվում է առնվազն 2,000 անձից բաղկացած ներկայացուցչական ընտրանք, որն ապահովում է +/- 2.2% վիճակագրական ճշգրտություն (95% վստահության գործակից) երկրի մակարդակով:

Հարցման համար մշակվել է հատուկ հարցաթերթիկ, որը պարունակում է ըստ մի շարք մոդուլների և բլոկների խմբավորված շուրջ 100 հարց: Ձեռնարկատիրական գործունեության նկատմամբ վերաբերմունքը, ընկալումը և շարժառիթները գնահատելու համար կիրառվել է 5 կետից բաղկացած՝ Լայքերթի սանդղակը<sup>3</sup>: Հարցաշարը բաղկացած է հետևյալ բլոկներից, որոնցից յուրաքանչյուրն ամփոփում է հարցվողների տարբեր հատկանիշներ՝

1. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ՝ ամբողջ ընտրանքը
2. ԲԼՈԿ 1՝ սկսնակ ձեռնարկատերեր
3. ԲԼՈԿ 2՝ սեփականատեր-ղեկավարներ

<sup>3</sup> Լայքերթի սանդղակը գնահատում է 1-5 միջակայքում, որտեղ՝ (5)- լիովին համաձայն եմ, (4) - համաձայն եմ, (3)-չեզոք, (2) -համաձայն չեմ, (1)- ամենևին համաձայն չեմ



4. ԲԼՈԿ 3՝ պոտենցիալ և փակվող
5. ԲԼՈԿ 4՝ ոչ ֆորմալ ներդրողներ
6. ԲԼՈԿ 5՝ վարձու աշխատանք և աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն
7. ԲԼՈԿ 6՝ ժողովրդագրություն

### Փորձագետների հարցում

Անհատների հարցումը թույլ է տալիս մանրամասն պատկերացում կազմել երկրում ձեռնարկատիրական գործունեության մասին, բայց չի ներառում դրան նպաստող կամ խանգարող տնտեսական, սոցիալական և քաղաքական համատեքստը: Ստեղծելով տվյալ երկրում ձեռնարկատիրական միջավայրը ուսումնասիրելու և վերլուծելու համապարփակ հարթակ՝ Զեկույցը ենթադրում է, որ ձեռնարկատիրության զարգացումը կապված է երկրում առկա ուրույն պայմանների հետ, որոնք կարող են նպաստել նոր բիզնեսի ստեղծմանը կամ էլ խոչընդոտել այն: Այդ պայմանները հայտնի են որպես ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմաններ (այսուհետ՝ շրջանակային պայմաններ): Անհատների հարցումը չի ներառում այն տվյալները, որոնց հիման վրա կարելի է գնահատել շրջանակային պայմանները: Այս բացը լրացնելու համար մշակվել է փորձագետների հարցումը, որին յուրաքանչյուր երկրից մասնակցում է հատուկ ընտրված առնվազն 36 ազգային փորձագետ: Այս հարցման յուրահատկությունն այն է, որ շեշտը դրվում է ոչ թե ընդհանուր տնտեսական գործոնների, այլ շրջանակային պայմանների վրա: Փորձագետների հարցման շրջանակներում տվյալներ են հավաքագրվում փորձագետների կողմից յուրաքանչյուր շրջանակային պայմանի հետևյալ բաղադրիչների գնահատման վերաբերյալ՝

1. Ձեռնարկատիրության ֆինանսավորման համակարգ
2. Պետական քաղաքականություն (ձեռնարկատերերին ուղղված հանրային քաղաքականություն)
3. Պետական ձեռնարկատիրական ծրագրեր
4. Ձեռնարկատիրական կրթություն
5. Հետազոտությունների և մշակումների ներդրում
6. Առևտրային և իրավական ենթակառուցվածք
7. Շուկա մուտք գործելու կարգավորում
8. Ֆիզիկական ենթակառուցվածք
9. Մշակութային և սոցիալական նորմեր

Յուրաքանչյուր փորձագետ պետք է ներգրավված լինի ձեռնարկատիրական գործընթացների վերոնշյալ փուլերից որևէ մեկում: Փորձագետներն ընտրվում են՝ ելնելով տվյալ ոլորտում նրանց փորձառությունից՝ անկախ տարիքից և սեռից:



**Անհատների և փորձագետների հարցումը Հայաստանում**

Հայաստանում 2019թ. ուսումնասիրությունն անցկացվել է Զեկույցի մեթոդաբանության հիման վրա, համաձայն որի անհատների հարցմանը մասնակցել է 18-64 տարեկան 2,000 անձ: Ընտրանքի համաչափ բաշխման համար կիրառվել է բազմափուլային ընտրանք (2,000 հարցազրույց քաղաքային և գյուղական համայնքներում՝ Երևանում և 10 մարզերում): Ընտրանքը բաղկացած է 3 շերտից՝ Երևան, քաղաքային և գյուղական համայնքներ: Յուրաքանչյուր շերտում ընտրանքի չափը բաշխվել է ըստ ՀՀ վարչական միավորների, ներկայացուցչությունն ապահովելու նպատակով տվյալները հավաքագրվել են բոլոր մարզերից: Ընտրանքի առաջնային միավորների կազմում տնային տնտեսություններն<sup>4</sup> ընտրվել են պատահական երթուղավորման ընթացակարգի կիրառմամբ, իսկ վերջին փուլում տնային տնտեսության կազմում հարցվողներն ընտրվել են «հաջորդ ծնունդի» մեթոդով: Զեկույցի մեթոդաբանությամբ թույլատրվում է պատահական ընտրանքի մինչև +/- 15% շեղում սահմանված տարիքային և սեռային քվոտաներից: Հայաստանի դեպքում ընտրանքի ձևավորման վերջին փուլում կիրառվել են փափուկ քվոտաներ, իսկ անհամաչափությունից խուսափելու նպատակով կիրառվել են կշիռներ: Դաշտային աշխատանքը կատարվել է 2019 մայիս-հունիսին. հարցումն իրականացվել է առերես հարցազրույցների միջոցով:

Փորձագետների հարցմանը Հայաստանից մասնակցել է 40 փորձագետ: Յուրաքանչյուր շրջանակային պայման ներկայացրել է առնվազն 4 փորձագետ, որոնք լրացրել են համապատասխան հարցաշարը (հայերեն կամ անգլերեն) առցանց կամ էլեկտրոնային փոստով: Հարցումն իրականացվել է 2019թ. մարտից հունիս:

**1.3 Զեկույցի հայեցակարգային շրջանակ**

Ավանդական տնտեսագիտությունը ցանկացած երկրի տնտեսական աճը և բարեկեցությունը գնահատում է բնական ռեսուրսների շահագործման, խոշոր բիզնեսի և առևտրի տեսանկյուններից: Վերջին ուսումնասիրությունների արդյունքում ավելացել են նոր գործոններ, ինչպիսիք են տեղայնացված ազլումերացիոն տնտեսությունները, նորարարությունը և մարդկային կապիտալը: Ձեռնարկատիրական գործունեությունն իրականացվում է տվյալ միջավայրի ուրույն համատեքստում՝ իր ուրույն սոցիալական, մշակութային և

<sup>4</sup> Ըստ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի պաշտոնական սահմանման՝ տնային տնտեսություն նշանակում է միասին ապրող, մեկ տնտեսություն վարող և ընդհանուր բյուջե ունեցող անհատների խումբ:

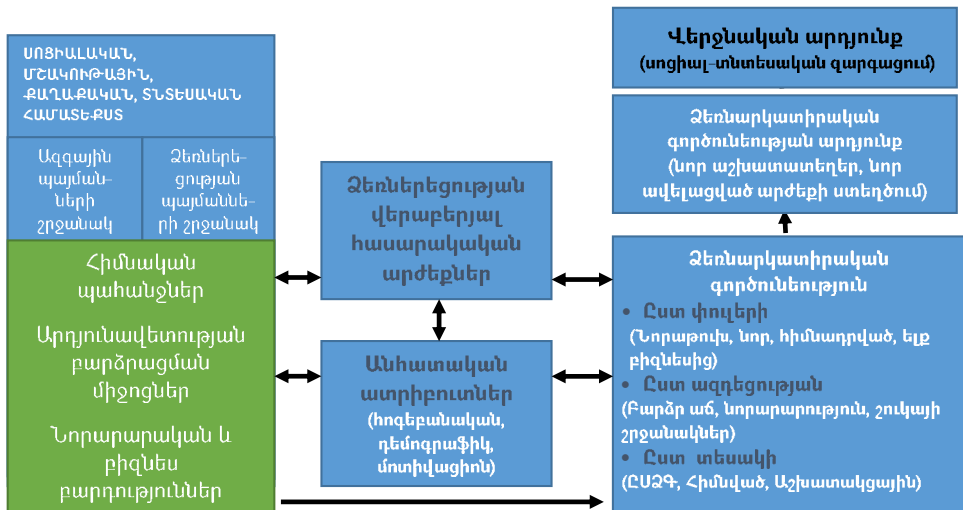


տնտեսական բնութագրիչներով: Ցանկացած միջավայրում ձեռնարկատիրական գործունեությունը (քիզնեսի ստեղծումը և աճը) անհատի առկա հնարավորությունների ընկալման և գործելու ունակության արդյունք է:

Ջեկույցի հայեցակարգային շրջանակը սահմանված է պատկեր 1-ում: Ձեռնարկատիրական գործունեությունը սահմանում են սոցիալական արժեքներն ու անհատական բնութագրիչները միասին: Ձեռնարկատիրությունն ստեղծում է ավելացված արժեք և աշխատատեղեր: Հայեցակարգում հաշվի է առնվում նաև սոցիալական, մշակութային, քաղաքական և տնտեսական համատեքստը, որը մշտապես փոխազդեցության մեջ է ձեռնարկատիրության հետ:

Ջեկույցի երկու հարցումները՝ անհատների հարցումը և փորձագետների հարցումը, հիմնավորում են հայեցակարգը՝ հստակեցնելով այն գործոնները, որոնք ազդում են ձեռնարկատիրական գործունեության վրա՝ բացահայտելով քաղաքականություն սահմանողների համար համապատասխան ուղղությունները և դրանց հետևանքները: Ջեկույցի հստակ մեթոդաբանության համաձայն՝ հարցումների տվյալները վերածվում են ձեռնարկատիրական գործունեության հստակ, չափելի ցուցանիշների, որոնք քաղաքականություն սահմանողների համար ապահովում են քաղաքականության և նախաձեռնությունների ազդեցությունը չափելու համար անհրաժեշտ համապատասխան տվյալներ:

**Պատկեր 1. Ջեկույցի հայեցակարգային շրջանակը**



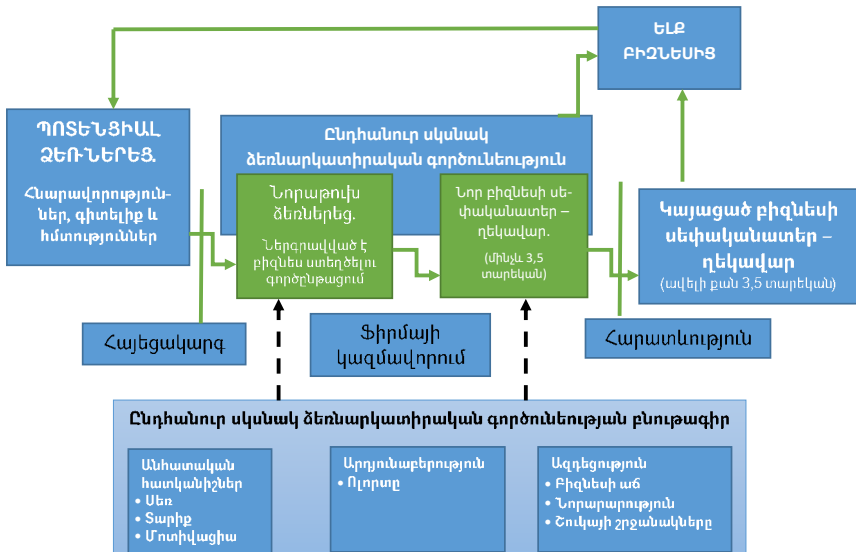
Աղբյուր՝ 2019/2020 GEM միջազգային զեկույց



## 1.4 Ինչպես է ձեռնարկատիրությունը չափվում ըստ Զեկույցի

Զեկույցում կիրառվող՝ բիզնեսի զարգացման հիմնական փուլերը՝ հիմնադրումից մինչև կայացած բիզնես գործունեություն, ներկայացված են պատկեր 2-ում: Վերջինս ներառում է նաև հիմնադրի ելքը, որից հետո տվյալ անձը կարող է հիմնել նոր բիզնես կամ շարունակել ձեռնարկատիրությամբ զբաղվել այլ եղանակով: Բիզնեսի դադարեցումը կարող է լինել ձեռնարկատիրության կարևոր փուլ, փորձառության աղբյուր ապագա ձեռնարկների համար՝ ինչպես գործող, այնպես էլ պոտենցիալ ձեռնարկատերերի համար: Զեկույցի հետազոտության հիմնական ցուցանիշներից մեկը **ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեություն (այսուհետև՝ ԸՍՁԳ) մակարդակն է** կամ այլ կերպ ասած՝ աշխատունակ չափահաս բնակչության այն մասնաբաժինը, ովքեր ակտիվորեն ներգրավված են նոր բիզնես սկսելու կամ այն ղեկավարելու գործընթացում: Սկսնակ ձեռնարկատիրության ընդհանուր մակարդակը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով՝ ակտիվորեն նոր բիզնես հիմնողներ (նորաթուխ ձեռնարկատերեր) գումարած արդեն նոր բիզնես ունեցողներ (սեփականատեր-ղեկավար) և հանած նրանց, որոնք ընդգրկված են եղել երկուստեք՝ կրկնահաշվարկից խուսափելու համար: Եթե անձն ունի գործող բիզնես, ով 42 ամիս կամ ավելի երկար աշխատավարձ է վճարել, նա համարվում է կայացած բիզնեսի սեփականատեր (այսուհետև՝ ԿԲՄ):

**Պատկեր 2. Զեռնարկատիրության փուլերը և Զեկույցում կիրառվող՝ ձեռնարկատիրության ցուցանիշները**



Աղբյուր՝ 2019/2020 GEM միջազգային զեկույց



Հիմնական սահմանումները

**Նորաթուխ ձեռնարկատեր՝** անձ, որը հիմնում է բիզնես, բայց 3 կամ ավել ամսվա ընթացքում դեռ աշխատավարձ չի վճարել և չի կատարել այլ վճարումներ, ներառյալ վճարումներ հիմնադիրներին:

**Նոր բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավար՝** անձ, որն ունի բիզնես, վճարում է աշխատավարձ և կատարում այլ վճարումներ, ներառյալ վճարումներ հիմնադիրներին 3 ամսից ավել, բայց պակաս 42 ամսից:

**Կայացած բիզնեսի սեփականատեր՝** անձ, որն ունի բիզնես և աշխատավարձ է վճարում 3.5 տարի (42 ամիս) կամ ավել

**1.5 Ի՞նչ թիմի վարկածները նախքան Զեկույցի շրջանակներում 1-ին ուսումնասիրության անցկացումը հայաստանում**

Հաշվի առնելով փորձագետների կարծիքը և հարցումների ընթացքում քննարկվող խնդիրները՝ մենք առաջադրել ենք հետևյալ վարկածները Հայաստանում ձեռնարկատիրության վերաբերյալ, որոնք հաստատվել կամ հերքվել են Զեկույցի արդյունքներով: Վարկածները քննարկվում են համապատասխան գլխի վերջում:

- Վարկածները հետևյալն են՝
- 1. **Տարիքը որոշիչ դեր է խաղում հայ ձեռներեցիների համար:**
- 2. **Հայերն ավելի հակված են ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելուն, քան այլ ազգերը:**
- 3. **Հայերն ավելի նորարար են, քան այլ ազգերը:**
- 4. **Հետխորհրդային միջավայրը բացասաբար է անդրադառնում ձեռնարկատիրության վրա:**
- 5. **Ձեռնարկատիրական կրթությունն ազդում է երկրում ձեռնարկատիրության մակարդակի վրա:**
- 6. **Ձեռներեցությամբ զբաղվելու հիմնական դրդապատճառն է «սեփական գլխի տերը լինելը» կամ այլ խոսքով ասած, անկախ լինելը և ավելի շատ եկամուտ ստեղծել:**
- 7. **Ըստ նախորդ միջազգային Զեկույցի՝ միջին եկամուտ ունեցող երկրներում ձեռնարկատերերը ավելի շատ ուղղորդված են բարելավման միտումով, ինչը նշանակում է, որ նրանք ավելի բարձր եկամուտ են փնտրում, քան կարիքներ են հոգում, ինչը ավելի տարածված է բարձր եկամուտ ունեցող երկրների ձեռներեցիներին: **Ուստի, ըստ մեր վարկածի Հայաստանում սկսնակ և կայացած ձեռնարկատերերը****



- հակված են ավելի բարձր եկամուտ վաստակելուն:**
8. Ըստ նախորդ միջազգային Զեկույցի՝ ձեռնարկատերերն աշխատատեղեր են ստեղծում և նպաստում զբաղվածությանը: **Ըստ մեր վարկածի յուրաքանչյուր սկսնակ ձեռնարկատեր 5 տարում ստեղծում է 1-5 աշխատատեղ:**
  9. **Հայ ձեռնարկատերերն ավելի հակված են իրենց արտադրանքն արտասահմանում իրացնելուն, քան Հայաստանում:** Ըստ նախորդ միջազգային Զեկույցի փոքր երկրներում ձեռնարկատերերը հաճախ շուկա են փնտրում երկրից դուրս, մինչդեռ մեծ երկրներում առկա են մեծաթիվ և բազմազան ներքին շուկաներ, որոնք կարող են գրավել և բավարարել ձեռնարկատերերի մեծամասնությանը:
  10. **Ֆինանսական հարցերը** մեծ խնդիր են սկսնակ ձեռնարկատերերի համար:
  11. **Ձեռնարկատիրության մակարդակն ավելի ցածր է գյուղական համայնքներում, քան Երևանում:**
  12. Գործունեության նախընտրելի տեսակները քաղաքային և գյուղական համայնքներում տարբեր են. **ծառայություններ՝ Երևանում և մարզային քաղաքներում, և գյուղատնտեսություն՝ գյուղական համայնքներում:**
  13. Հայաստանում **ձեռնարկատիրության մեջ մեծ դեր են խաղում ոչ ֆորմալ ֆինանսական ներդրումները:**
  14. Հայաստանում **ձեռնարկատիրությամբ զբաղվել ցանկացողների կշիռը բարձր է հատկապես երիտասարդների շրջանում անկախ սեռից:**
  15. Եթե **սեփականատերը մտադիր է դուրս գալ բիզնեսից, ուրեմն այն սնանկացման եզրին է:**





# Գլուխ II. Ձեռնարկատիրության սոցիալական և մշակութային հիմքերը

*«Նվիրվածությունը, ստեղծարարությունը և դիմացկունությունն ամենակենսական բաներն են բիզնեսում: Եթե ունես սրանք, ուրեմն կարող ես գնալ առաջ»:*  
— **Ջո Մալոն, «Ջո Մալոն»**  
**ապրանքանիշի հիմնադիր**

## 2.1 Ներածություն

Ձեռնարկատիրության հանդեպ սոցիալական և մշակութային վերաբերմունքն արտացոլում է մարդկանց մոտեցումները: Այս առումով մարդկանց վարքագիծը կարող է երկրում ստեղծել ձեռնարկատիրության զարգացման համար նպաստավոր սոցիալ-հոգեբանական միջավայր, որն էլ իր հերթին նպաստում է տվյալ հատվածի ֆինանսական աջակցությանը: Այն կարող է նպաստել նաև ենթակառուցվածքի զարգացմանը և ներգրավել բիզնես համայնքներին:

Զեկույցի շրջանակներում մշակվել է հարցաշար, որի միջոցով կարելի է գնահատել երկրում ձեռնարկատիրության նկատմամբ վերաբերմունքը: Այդ վերաբերմունքը կարելի է բացատրել՝ չափելով սոցիալական գիտելիքը, անհատական մոտեցումները և ձեռնարկատիրական արժեհամակարգը: Վերջինս կարող է ազդել սոցիալական գիտելիքի և ձեռնարկատիրության համատեքստում ինքնաընկալման վրա: Ազգային առանձնահատկությունները ինչպիսին է օրինակ՝ նախաձեռնողականությունը, կրեատիվությունը, առանձին բաղադրիչներ են, որոնք կարող են բացատրել տվյալ երկրում ձեռնարկատիրական գործունեության հաջողության գրավականը և մակարդակը:

## 2.2 Ձեռնարկատիրական արժեհամակարգը

Ձեռնարկատիրական արժեհամակարգը ձեռնարկատիրության և ինքնաընկալումների վրա ազդող, դրանց զարգացմանը նպաստող կամ այն խոչընդոտող ընդհանուր միջավայրն է: Արժեքները որպես կանոն ձևավորվում են սերունդների ընթացքում, և կարճ ժամանակահատվածում դրանք փոխելը շատ դժվար է: Անհատների հարցման շրջանակներում մասնակիցները պատասխանել են, թե որքան են իրենք համաձայն մի շարք դրույթների հետ, որոնց միջոցով կարելի է գնահատել ձեռնարկատիրական արժեհամակարգը երկրում և երկրից դուրս: Սրանք «Իմ երկրում» արտահայտությամբ սկսվող դրույթներն են, մասնավորապես, Իմ երկրում՝

- ▶ շատերը կնախընտրեին, որ բոլորն ունենային հավասար կենսապայմաններ (հավասար եկամուտ)
- ▶ շատերը նոր բիզնես հիմնելը համարում են ցանկալի զբաղմունք (կարիերա)



- ▶ այն մարդիկ, որոնք կարողանում են հաջողակ բիզնես հիմնել, հասարակության մեջ ունեն բարձր կարգավիճակ և հարգանք են վայելում (կարգավիճակ)
- ▶ լրատվամիջոցներում/համացանցում հաճախ են հրապարակվում պատմություններ հաջողակ ձեռներեցների մասին (մեդիա)
- ▶ շատ են բիզնեսները, որոնց հիմնական նպատակն է սոցիալական խնդիրների լուծումը (սոցիալական խնդիրներ)

**Ըստ հարցման արդյունքների՝ Հայաստանում ձեռնարկատիրական արժեհամակարգն ավելի նպաստավոր է, քան միջին ընկալումներն աշխարհում:** Մասնավորապես, ըստ «բիզնեսը ցանկալի կարիերա է» և «բիզնեսի նպատակը սոցիալական խնդիրները լուծելն է» դրույթների հետ համաձայնողների քանակի Հայաստանը 4-րդն է Զեկույցի 50 երկրից և 1-ինն Արևելյան Եվրոպայում, չնայած, որ ըստ «նոր բիզնես սկսողները վայելում են մեծ հարգանք» դրույթի հետ համաձայնողների քանակով Հայաստանը միջին դիրքում է (32-րդը 50-ից):

**Աղյուսակ 1. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի**

	Դրույթին համաձայնած չափահասների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
շատերը կնախընտրեն, որ բոլորն ունենային <b>հավասար կենսապայմաններ</b>	72.8%	17	4	65.9%	6.9
շատերը նոր բիզնես հիմնելը համարում են <b>ցանկալի զբաղմունք</b>	87.2%	4	1	65.7%	21.6
այն մարդիկ, որոնք կարողանում են հաջողակ բիզնես հիմնել, հասարակության մեջ ունեն <b>բարձր կարգավիճակ և հարգանք</b> են վայելում	73.4%	32	4	72.9%	0.5



լրատվամիջոցներում/համացանցում հաճախ են հրապարակվում պատմություններ հաջողակ ձեռներեցների մասին	76.2%	11	2	66.1%	10.1
շատ են բիզնեսները, որոնց հիմնական նպատակն է սոցիալական խնդիրների լուծումը	69.4%	4	1	44.8%	24.6

Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում 2019

Արժեհամակարգի և եկամտի (1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ի) միջև փոխադարձ կապ չի հայտնաբերվել: Առկա է միայն որոշակի չափավոր բացասական (-0.39) կապ 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ի և «բիզնեսը որպես ցանկալի կարիերա» ցուցանիշի միջև: Վերջինս ավելի նկատելի (0.54) կորելացիա ունի աղքատության մակարդակի հետ (օրական 5.5 դոլարից քիչ եկամուտ ունեցող (ըստ 2011թ. գների) մարդկանց քանակի): Սա նշանակում է, որ որքան բարձր է տվյալ երկրում միջին եկամուտը, այնքան քիչ են նրանք, ովքեր համաձայն են, որ բիզնեսը ցանկալի կարիերա է: Բարձր եկամուտ ունեցող երկրներում որպես վարձու աշխատող կարիերա կառուցելու հնարավորություններն ավելի շատ են, մինչդեռ ցածր եկամուտ ունեցող երկրներում մարդիկ ավելի շատ են կառչում ձեռնարկատիրությունից:

**Աղյուսակ 2. Ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի ցուցանիշների կապը եկամտի/աղքատության հետ ըստ երկրների**

	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով	Զինի	Աղքատություն	Հավասար եկ.	Կարիերա	Կարգավիճակ	Մեղիա	Սոց. խնդիրներ
ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով								
Զինի	-0.37							
Աղքատություն (ցածր քան \$5.5)	-0.53	0.37						
Հավասար եկամուտներ	-0.15	-0.14	0.41					



Կարիերա	-0.39	0.29	0.54	0.53				
Կարգավիճակ	-0.06	0.07	0.25	0.46	0.62			
Մեղիա	-0.06	0.14	0.22	0.53	0.42	0.70		
Սոցիալական խնդիրներ	-0.10	0.18	0.42	0.17	0.24	0.23	0.43	

*Աղբյուր՝ հայաստանյան GEM թիմի հաշվարկներ, անհատների հարցում 2019*

Աղքատության մակարդակը նաև որոշ չափով բացատրում է, թե քանի մարդ է համաձայն մյուս երկու դրույթների հետ՝ «բոլորը պետք է ունենան հավասար կենսապայմաններ» և «բիզնեսի հիմնական նպատակը սոցիալական խնդիրներ լուծելն է»։ որքան բարձր է աղքատության մակարդակը, այնքան շատ մարդ է մտածում, որ բոլորը պիտի ունենան հավասար կենսապայմաններ, և որ բիզնեսը նախ և առաջ պիտի լուծի սոցիալական խնդիրներ:

Արժեհամակարգի 5 ցուցանիշից 4-ով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի շարքում առաջին քսանյակում է, բայց երկրի ներսում ցուցանիշները տարբերվում են ըստ մարզերի (Երևան, քաղաքային և գյուղական համայնքներ), որը թերևս կարելի է բացատրել մայրաքաղաքի և մարզերի միջև եկամտի տարբերություններով: Մասնավորապես, գրեթե բոլոր դեպքերում դրույթների հետ համաձայնողների թիվն ավելի փոքր է Երևանում, քան մարզերում: Երևանցիների պատասխանները նաև ավելի մոտ են Զեկույցի 50 երկրի միջին ցուցանիշին:

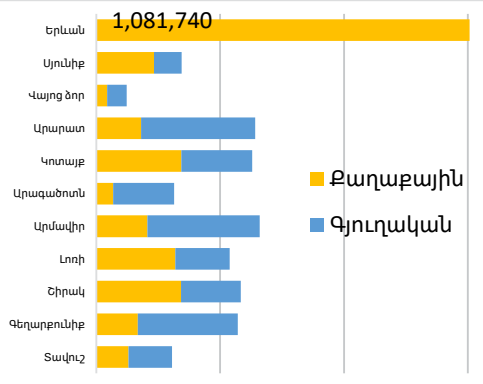
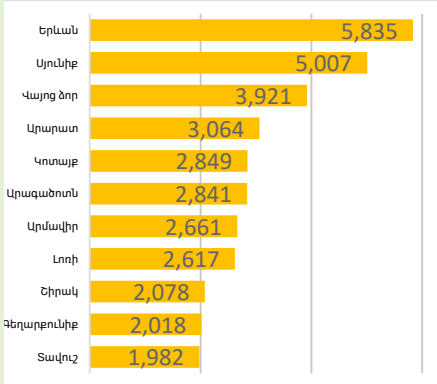
Բոլոր մարզերում միևնույն ցուցանիշն ունեցող միակ դրույթը «բիզնեսը որպես ցանկալի կարիերա» դրույթն է, այսինքն՝ այն Հայաստանում ընդունվում է անկախ եկամտի մակարդակից:



## Ներդիր 1. Հայաստան՝ մարզային տարբերություններ

1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն 2017թ.

Բնակչությունն ըստ համայնքի



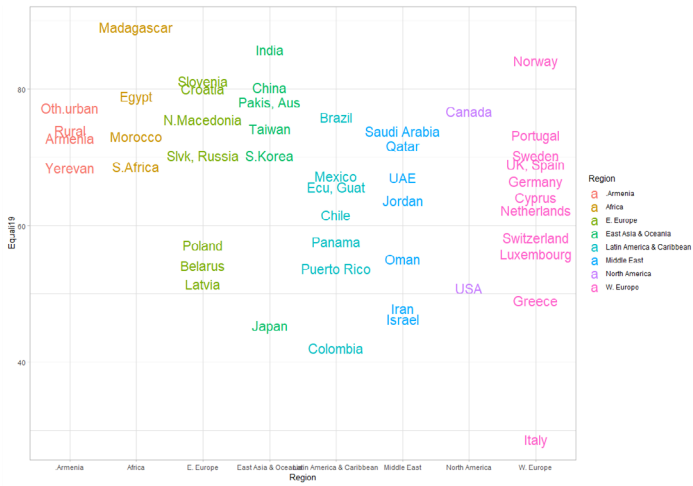
Աղբյուր՝ ՀՀ Վիճակագրական կոմիտեի (առկա վերջին տվյալներն ըստ մարզերի)

- ▶ 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն Հայաստանում 2017թ. 3,869 ԱՄՆ դոլար էր: 2019թ. այն 4,604 ԱՄՆ դոլար էր, սակայն աճն ապահովվել էր մեծ մասամբ ի հաշիվ Երևանի:
- ▶ 10 մարզից 7-ում 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն ավելի քան 2 անգամ ցածր է Երևանից:
- ▶ Սյունիքի ցուցանիշները մոտ են Երևանին ի շահիվ հանքային արդյունաբերության, մինչդեռ Շիրակն ու Լոռին, որոնց մարզկենտրոններն են հանրապետության համապատասխանաբար երկրորդ ու երրորդ քաղաքները, շատ են հետ մնում:
- ▶ Երևանում կենտրոնացած է երկրի բնակչության 1/3, բայց ՀՆԱ-ի՝ 54%, ընդ որում մայրաքաղաքի մասնաբաժինը շատ ավելի բարձր է առևտրի և ծառայությունների ոլորտներում (74.5% և 83.2%):
- ▶ Բոլոր մարզերը բնակչությամբ առնվազն 4 անգամ զիջում են Երևանին:

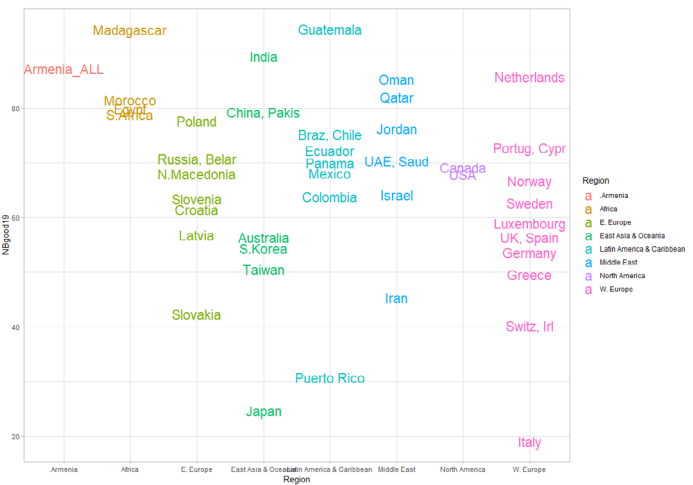


**Պատկեր 3. Հայաստանի տեղը (ներառյալ մարզերը) Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի (դրույթի հետ համաձայնող չափահաս անձանց %)**

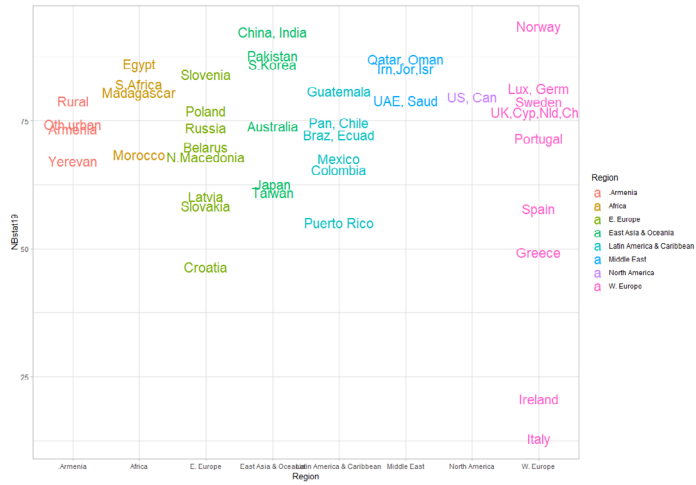
**ա) «Հավասար եկամուտներ»**



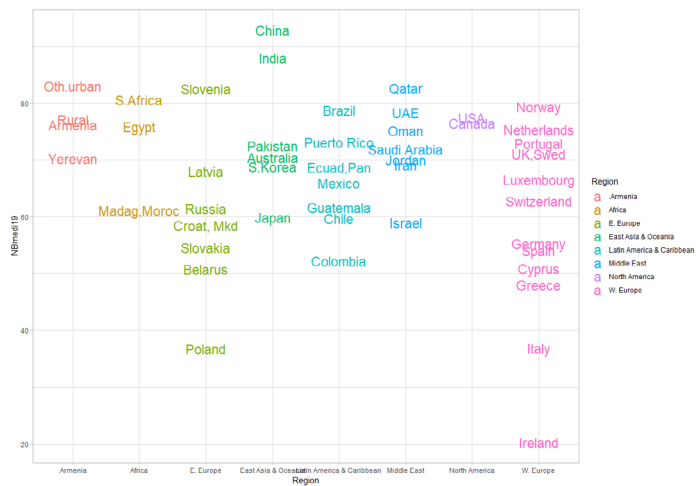
**բ) «Բիզնեսը ցանկալի կարիերա է»**



**զ) «Հաջողված ձեռներցները բարձր կարգավիճակ և հարգանք են վայելում»**

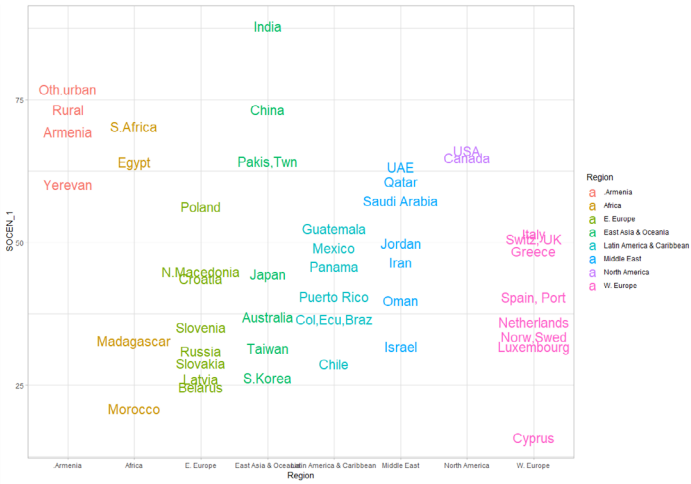


**դ) «Հաջողակ բիզնեսները լուսաբանվում են լրատվամիջոցներում»**





**ե) «Բիզնեսի նպատակը սոցիալական խնդիրներ լուծելն է»**



Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում 2019

Արժեհամակարգի ընկալումները տարբերվում են նաև ըստ **Հայաստանի բնակչության այլ խմբերի: Ընդհանուր առմամբ, Հայաստանի բնակչության 72.8% համաձայն է, որ «բոլորը պիտի ունենան հավասար կենսապայմաններ»**, ընդ որում ավելի շատ համաձայնվել են նրանք, ովքեր ավելի շատ են տուժում անհավասարությունից և ունեն ավելի քիչ հնարավորություններ: Կանայք՝ որպես անհավասարությունից ավելի շատ տուժած խումբ, ավելի շատ են կարևորում հավասարությունը, քան տղամարդիկ (79% և 66%): 1 շնչին բաժին ընկնող եկամտի և կրթության մակարդակի աճին զուգահեռ նվազում է հավասար կենսապայմանների մասին դրույթի հետ համաձայնող մարդկանց քանակը: Սա թերևս կարելի է բացատրել նրանով, որ ֆինանսապես ապահովված, կրթված մարդիկ ունեն ավելի շատ հնարավորություններ. նրանք մտածում են, որ եթե իրենք իրենց կարգավիճակին հասնելու համար ավելի շատ ջանք են գործադրել, այդ ջանքերը պիտի համապատասխանաբար գնահատվեն և վարձատրվեն: Երիտասարդները (18-34 տարեկան), որոնք հիմա ավելի շատ հնարավորություններ ունեն, ավելի քիչ են հակված համաձայնելու հավասարության մասին դրույթին, քան ավագ սերունդը, որը դեռ խորհրդային մտածելակերպից չի ազատվել: Մյուս կողմից, Հայաստանում խորհրդային մտածելակերպի ազդեցությունը ձեռնարկատիրության վրա գրեթե անտեսանելի է, թերևս շնորհիվ 1990-ականներին կիրառված՝ շուկայական տնտեսության անցման շոկային մոդելի. Հայաստանը



հետխորհրդային տարածքի առաջին երկիրն էր, որտեղ սկսվեց սեփականաշնորհումը և տնտեսության ազատականացումը:

**Հայաստանի բնակչության 87.2% կարծում է, որ «բիզնես սկսելը ցանկալի կարիերա է»:** Գենդերային և տարիքային տարբերությունները մեծ չեն: Հետաքրքիր է, որ ավելի կրթված և ֆինանսապես ավելի ապահովված խմբերը մի փոքր ավելի քիչ են հակված համաձայնելու այս դրույթի հետ, թերևս այն պատճառով, որ ունեն ավելի շատ հնարավորություններ՝ որպես վարձու աշխատող իրենց կարիերան կառուցելու խոշոր, կայացած գործատուների մոտ: Ամեն դեպքում, «բիզնեսը որպես կարիերա» դրույթը Հայաստանում ընդունված դրույթ է (4-րդը 50-ից), որը լավ է ձեռնարկատիրության զարգացման տեսանկյունից:

**Հայաստանում 10 չափահասից 7-ը (կամ 73.4%) համաձայն են, որ «հաջողակ բիզնեսմենները վայելում են մեծ հարգարք»:** Պատկերը նույնն է գրեթե բոլոր խմբերում: Համեմատաբար մեծ տարբերություն է արձանագրվել տղամարդկանց և կանանց (75.5% և 71.0%) և հատկապես Երևանի ու մարզերի միջև (67.2% և 77.8%): Գյուղական համայնքներում բիզնեսով զբաղվելն ավելի պատվաբեր գործ է համարվում, քանի որ եկամուտ վաստակելու այլ հնարավորությունները սակավ են:

**Լրատվամիջոցների կողմից հաջողակ բիզնեսի գովազդը Հայաստանում բավականին տարածված է՝ բնակչության 76.2% համաձայն է այս դրույթի հետ** (11-րդը 50-ից, 2-րդն Արևելյան Եվրոպայում): Հետխորհրդային այլ երկրներում՝ Ռուսաստանում, Բելառուսում, ցուցանիշը համապատասխանաբար 61% և 51% է: Նոր բիզնեսի վայելած հարգանքի մասին դրույթը սերտորեն փոխկապակցված է լրատվամիջոցներում հաջողակ բիզնեսի մասին պատմությունների դրույթի հետ, այսինքն՝ լրատվամիջոցները նպաստում են բիզնեսի կարգավիճակին և կարող են նպաստել նաև ազգային ձեռնարկատիրական մշակույթի ձևավորմանը: Նշենք, որ այս դրույթի հետ ավելի շատ հակված են համաձայնել կանայք (80.2%), քան տղամարդիկ (71.5%), թերևս այն պատճառով, որ կանայք որպես կանոն ավելի շատ ժամանակ են տրամադրում հեռուստատեսությանը և համացանցին<sup>5</sup>: Սա կարող է բացատրել նաև կանանց և տղամարդկանց՝ «կարգավիճակի» վերաբերյալ ցուցանիշի տարբերությունը:

**Ձեկույցի 50 երկրից Հայաստանը 4-րդն է «բիզնեսի նպատակը սոցիալական խնդիրներ լուծելն է» դրույթի հետ համաձայնողների քանակով** (չափահաս բնակչության 69.4%), մինչդեռ Արևելյան Եվրոպայում 1-ինը: Սա կարելի է բացատրել հայկական մեծ սփյուռքի ազդեցությամբ. որպես կանոն հենց սփյուռքն է սատարում սոցիալական խնդիրներ լուծող բիզնեսներին, եթե հաշվի առնենք, որ պետական աջակցությունը փոքր է:

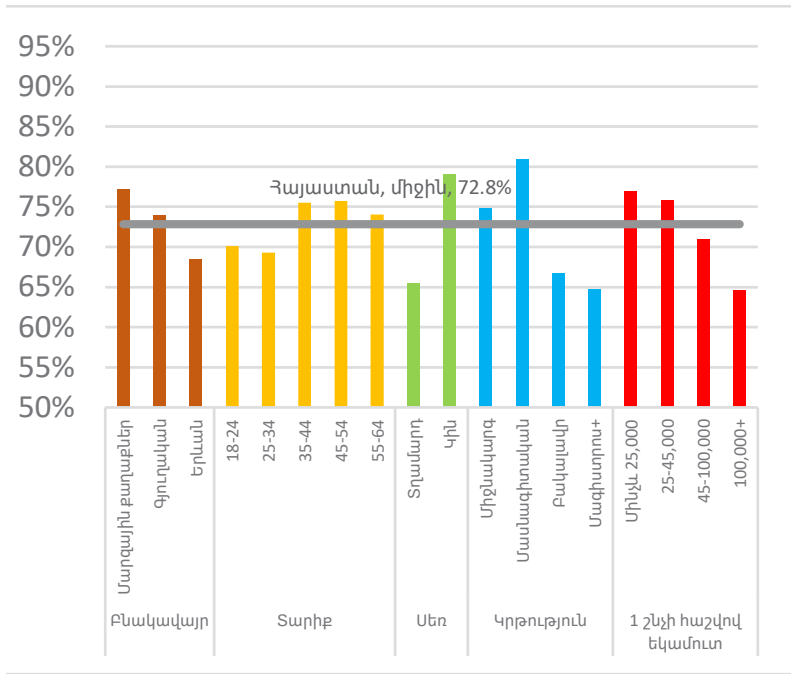
<sup>5</sup> «Մարքեթինգային հաղորդակցման ուղիներ 2019», Ամերիա 2019



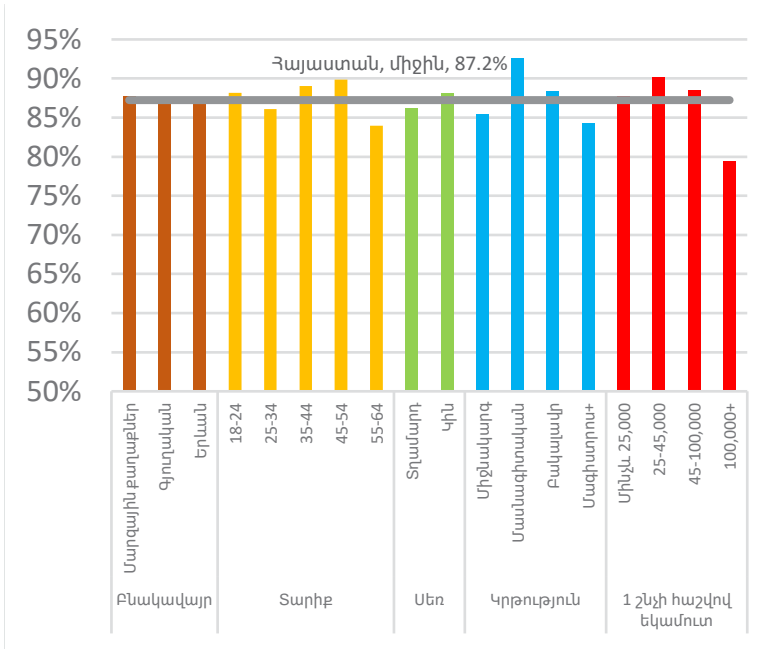
Ըստ սեռի և տարիքի հստակ տարբերություն չի արձանագրվել, մինչդեռ ըստ կրթության մակարդակի և եկամտի տարբերությունը մեծ է. որքան բարձր են եկամուտը և կրթության մակարդակը, այնքան քիչ մարդիկ են հակված համաձայնել այն դրույթի հետ, որ Հայաստանում «բիզնեսի հիմնական նպատակը սոցիալական խնդիրներ լուծելն է»:

**Պատկեր 4. Հայաստանի տեղն ըստ ձեռնարկատիրական արժեհամակարգի (դրույթի հետ համաձայնող չափահաս անձանց %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի**

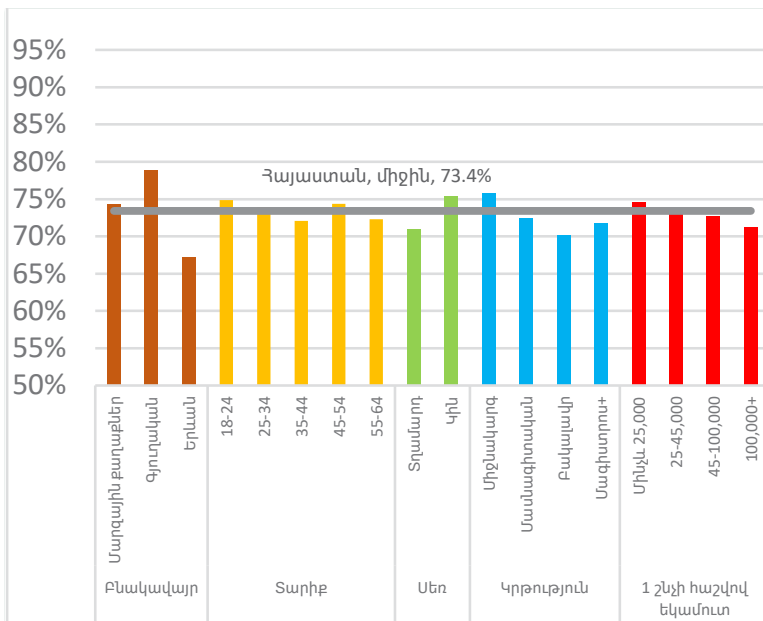
**ա) «Հավասար եկամուտներ»**



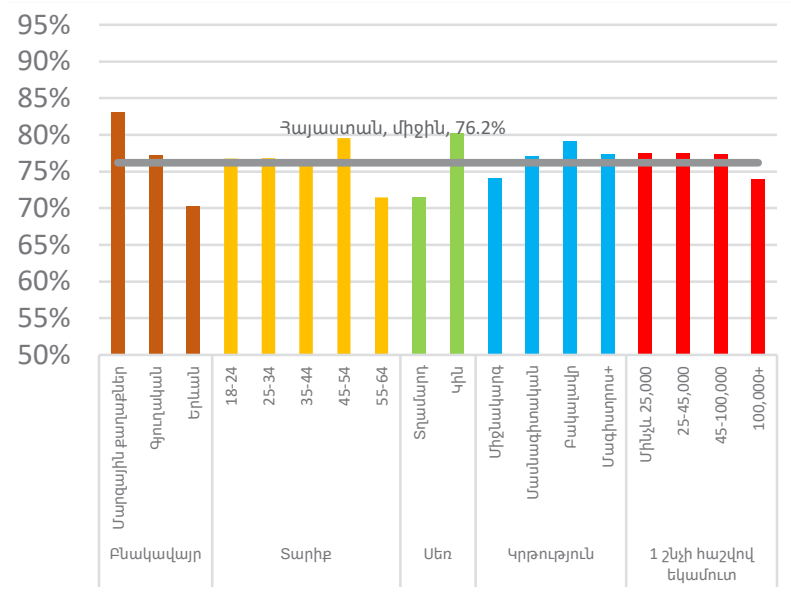
**բ) «Բիզնեսը ցանկալի կարիերա է»**



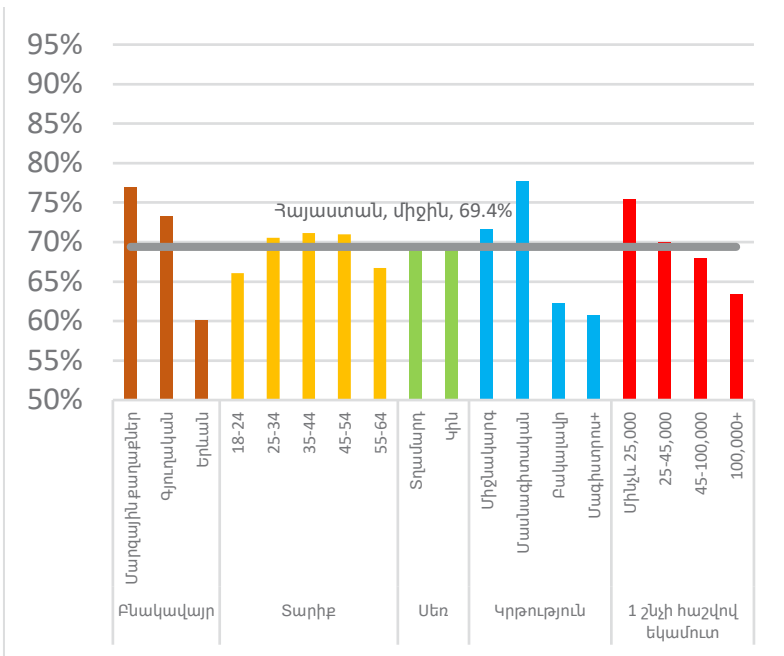
**գ) «Հաջողված ձեռներեցները բարձր կարգավիճակ և հարգանք են վայելում»**



**դ) «Հաջողակ բիզնեսները լուսաբանվում են լրատվամիջոցներում»**



**ե) «Բիզնեսի նպատակը սոցիալական խնդիրներ լուծելն է»**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



### 2.3 Զեռնարկատիրության սոցիալական ընկալումը. վերաբերմունք

Զեռնարկատիրության նկատմամբ անհատական վերաբերմունքը սոցիալ-մշակութային միջավայրի բաղադրիչ է: Բիզնես սկսելու որոշում կայացնելիս հաշվի են առնվում անհատի ընկալումը և մտածելակերպը որոշակի սոցիալական, մշակո-ւթային և քաղաքական համատեքստում, որը կամ նպաստում է այդ որոշմանը, կամ սահմանափակում այն: Զեկույցի շրջանակներում անհատների հարցումն անցկացվել է հետևյալ դրույթների հիման վրա՝

- ▶ Արդյոք տվյալ անձը ճանաչում է վերջին 2 տարում բիզնես հիմնած կամ ինքնազբաղված որևէ մարդու (ճանաչում)
- ▶ Արդյոք տվյալ անձի բնակության վայրում մոտակա 6 ամսում կարող է լինել բիզնես սկսելու լավ հնարավորություն (հնարավորություն)
- ▶ Արդյոք երկրում բիզնես սկսելը հեշտ է (դյուրինություն)

Յուրաքանչյուր դրույթը վերլուծելով՝ հնարավոր է չափել Հայաստանում ձեռնարկատիրության նկատմամբ սոցիալական վերաբերմունքը և ձեռնարկատիրության վրա ազդող մշակութային գործոնները: Բիզնես հիմնած անձի ճանաչելը թույլ է տալիս չափել ձեռնարկատիրության վերաբերյալ իրազեկվածությունը, դա նշանակում է, որ գոյություն ունեն օրինակներ, որ կարող են հետաքրքրել կամ խրախուսել մարդկանց: Միաժամանակ շատ գործարարների ճանաչելը ինքնին դեռ լավ ձեռնարկատիրական միջավայրի ցուցանիշ չէ, այն կարող է անգամ բացասական ազդեցություն ունենալ, քանի որ մարդիկ կարող են լսել ձախողված բիզնեսի մասին, կամ նրա մասին, որ բիզնես սկսելը դժվար գործ է, և այլն: Ուստի կարևոր է ուսումնասիրել նաև մյուս ցուցանիշները՝ որպես համալիր: Բնակության վայրում մոտակա 6 ամսում բիզնես սկսելու լավ հնարավորության մասին հարցի պատասխանները կարող են ցույց տալ հասարակությունում առկա նորարարական ներուժը և հնարավորությունը նկատելու մարդկանց ունակությունը: Երրորդ ցուցանիշն արտացոլում է բնակչության ընկալումները երկրում բիզնես սկսելու դյուրինության վերաբերյալ:

**Ի տարբերություն արժեհամակարգի ցուցանիշների, որոնցով Հայաստանն առաջատար է Զեկույցի այլ երկրների համեմատ, սոցիալական ընկալումների ցուցանիշները միջին դիրքերում են:** Մասնավորապես, վերջին 2 տարում բիզնես հիմնած անձի ճանաչելու, մոտակա 6 ամսում բիզնես սկսելու հնարավորությունների և բիզնես



սկսելու դյուրինության վերաբերյալ պատկերացումների ցուցանիշներով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի մեջ 20-24 դիրքերում է:

**Աղյուսակ 3. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրության հանդեպ սոցիալական ընկալումների**

	Դրույթին համաձայնած չափահասների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
Արդյոք տվյալ անձը <b>ճանաչում է</b> վերջին 2 տարում բիզնես հիմնած կամ ինքնագրաված որևէ մարդու	55.6%	20	5	53.1%	2.5
Արդյոք տվյալ անձի բնակության վայրում մոտակա 6 ամսում կարող է լինել բիզնես սկսելու <b>լավ հնարավորություն</b>	53.9%	22	3	53.6%	0.2
Արդյոք երկրում բիզնես սկսելը <b>հեշտ է</b>	49.2%	24	3	50.2%	-1.0

Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում 2019

Գոյություն ունի կորելացիա արժեհամակարգի և սոցիալական ընկալումների միջև: Մասնավորապես, մոտակա 6 ամսում բզինես հնարավորություն տեսնելու մասին դրույթն ունի չափավոր դրական կորելացիա արժեհամակարգի բոլոր դրույթների հետ: Բիզնես հիմնած անձի ճանաչելու մասին դրույթն ունի չափավոր դրական կապ «բիզնեսը ցանկալի կարիերա է» դրույթի հետ: Միայն բիզնես սկսելու դյուրինության մասին դրույթն է, որ չափավոր դրականորեն կորելացվում է տվյալ երկրում եկամտի աստիճանի հետ (1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ): Այլ կերպ ասած՝ որքան բարձր է եկամուտը, այնքան շատ մարդ է բիզնես սկսելը դյուրին համարում, մինչդեռ հնարավորություններ տեսնելը կախված է ձեռնարկատիրական արժեհամակարգից:

**Աղյուսակ 4. Սոցիալական ընկալումների, արժեհամակարգի և եկամտի կապն ըստ երկրների**

Ցուցանիշներ		Ճանաչում	Հնարավորություն	Դյուրինություն
Սոցիալական ընկալումներ	Ճանաչում			
	Հնարավորություն	0.39		
	Դյուրինություն	0.00	0.64	



Արժեհամակարգ	Հավասար եկամուտներ	0.15	0.33	0.13
	Կարիերա	0.38	0.56	0.20
	Կարգավիճակ	0.21	0.40	0.22
	Մեդիա	0.11	0.35	0.22
	Սոցիալական խնդիրներ	0.08	0.55	0.45
Երկրի եկամուտներ	Ջինի	-0.04	0.04	-0.17
	Աղքատություն (ցածր \$5.5)	0.00	0.28	0.04
	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով	-0.07	0.04	0.37

Աղբյուր՝ հայաստանյան GEM թիմի հաշվարկներ, անհատների հարցում 2019

**Ընդհանուր առմամբ, հայերի 55.6% ճանաչում է վերջերս բիզնես հիմնած մարդու. այս ցուցանիշով Հայաստանը 20-րդն է Զեկույցի երկրների շարքում**, մոտ է Իրանին և Ռուսաստանին (համապատասխանաբար 55.1% և 57.1%) և մի փոքր առաջ է Բելառուսից (50.3%): Հետաքրքիր է, որ բիզնեսմենի ճանաչելու հավանականությունն ավելի բարձր է երիտասարդների, ինչպես նաև կրթության ավելի բարձր մակարդակ ունեցողների և ֆինանսապես ավելի լավ ապահովվածների շրջանում: Առկա է նաև մեծ տարբերություն կանանց և տղամարդկանց, ինչպես նաև երևանի և գյուղական համայնքների միջև: Այս ամենը կարելի է բացատրել նրանով, որ նշված խմբերն ավելի շատ են ներգրավված ձեռնարկատիրության մեջ, քան մյուսները:

**«Մոտակա 6 ամսում կլինի բիզնես սկսելու լավ հնարավորություն» դրույթի հետ համաձայն է հարցվածների 53.9% (22-րդը 50-ից):** Անգամ Զեկույցի 50 երկրի շարքում միջին դիրք զբաղեցնելով՝ այս ցուցանիշը բավականին բարձր է, եթե համեմատենք Ռուսաստանի և Բելառուսի (29.0%), ինչպես նաև Իրանի հետ (45.5%), թերևս այն պատճառով, որ 2018թ. թավշյա հեղափոխությունը նպաստել է ապագայի հանդեպ լավատեսության ամրապնդմանը: Ըստ տարիքային խմբերի հստակ միտում չկա, բայց նկատելի է, որ տղամարդիկ ավելի շատ հնարավորություններ են տեսնում, քան կանայք, ավելի լավատես են նաև ֆինանսապես ապահովվածները: Հետաքրքիր է, որ մարզերի բնակիչներն ավելի շատ հնարավորություններ են տեսնում, քան երևանցիները:

**Ըստ այն մարդկանց քանակի, որոնց կարծիքով երկրում բիզնես սկսելը հեշտ է, Հայաստանը 24-րդն է 50-ից (չափահաս բնակչության 49.2%)՝ բավականին առաջ անցնելով տարածաշրջանային հարևաններից՝ Իրանից (30.1%), Ռուսաստանից (31.4%) և Բելառուսից (35.8%):** Հետաքրքիր է, որ Համաշխարհային բանկի Ease of Doing Business զեկույցի և մարդկանց՝ իրենց երկրում բիզնեսով զբաղվելու վերաբերյալ



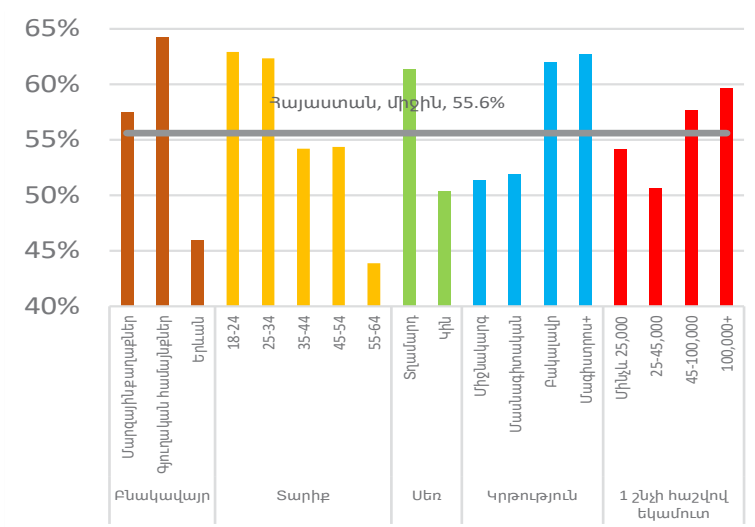


ընկալումների միջև կորելացիան թույլ է, այսինքն՝ բիզնեսով զբաղվելու վերաբերյալ մարդկանց անձնական պատկերացումները տարբերվում են Համաշխարհային բանկի ցուցանիշներից: Եթե Համաշխարհային բանկը երկրները դասակարգում է ըստ պաշտոնական ցուցանիշների, ինչպիսիք են բիզնես գրանցելու համար պահանջվող ժամանակը, շուկա մտնելու խոչընդոտները, պայմանագրերի կատարումը, գույքի գրանցումը և այլն (այս առումով Հայաստանը 47-րդն է 197-ից), ապա մարդկանց ընկալումները Հայաստանում այդքան խորքային չեն, և այս առումով Հայաստանը միջին դիրքում է:

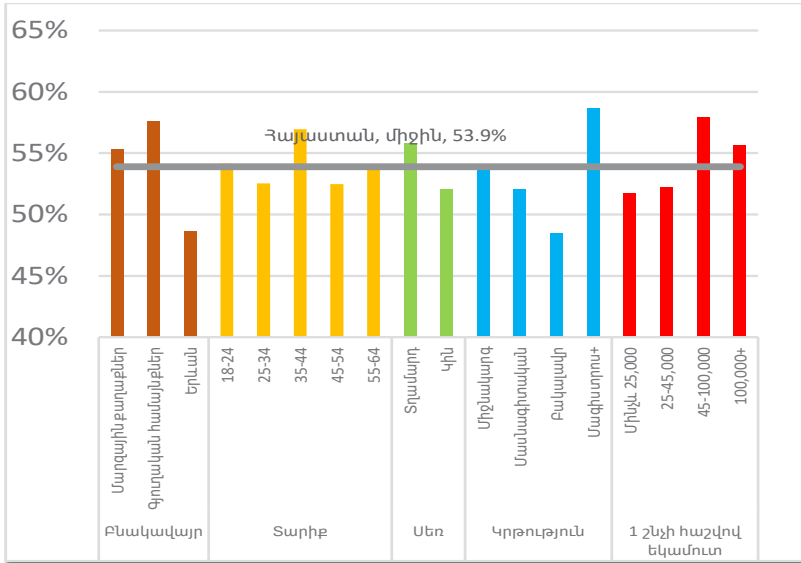
Մարդկանց՝ Հայաստանում բիզնես սկսելու դյուրինության ընկալումն ավելի բարձր է այն խմբերում, որոնք ավելի քիչ են ներգրավված ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ: Մասնավորապես, տարեց մարդիկ կարծում են, որ բիզնես սկսելը հեշտ է, ի տարբերություն երիտասարդների, որոնք բիզնես հիմնելու փաստացի ավելի շատ փորձեր են կատարում: Սա թերևս նշանակում է, որ իրականությունը կարող է չհամապատասխանել պատկերացումներին:

**Պատկեր 5. Զեռնարկատիրության վերաբերյալ սոցիալական ընկալումները Հայաստանում (տվյալ դրույթի հետ համաձայնողների %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի**

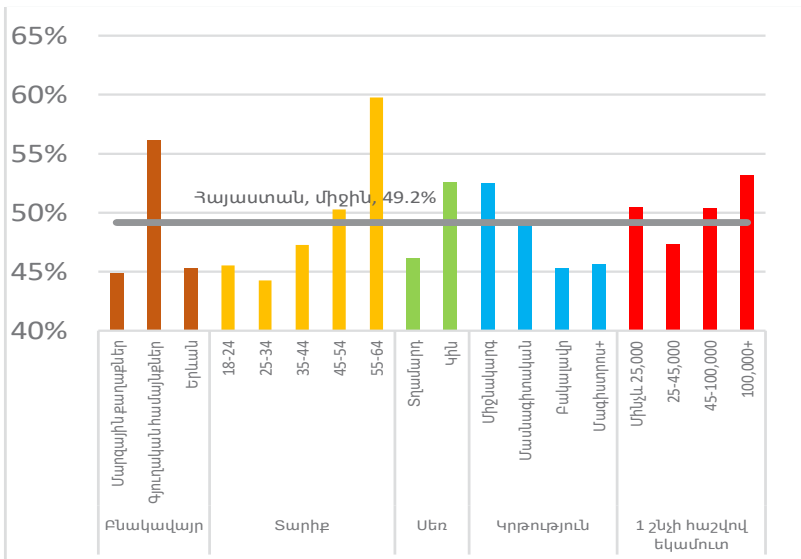
**ա) «Ճանաչում է բիզնես հիմնած մարդու»**



**բ) «Բիզնեսի համար կլինեն լավ հնարավորություններ»**



**գ) «Բիզնես սկսելը հեշտ է»**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



## 2.4 Ինքնաընկալման ցուցանիշներ

Զեռնարկատիրության նկատմամբ մշակութային վերաբերմունքը հասկանալու համար կարևոր է պատկերացում կազմել նաև մարդկանց ինքնաընկալման մասին: Բացի վստահ լինելուց, որ մոտակա մի քանի ամսում բիզնես սկսելու լավ հնարավորություն կլինի, մարդիկ պետք է իրենք իրենց տեսնեն պոտենցիալ գործարարի դերում: Մարդկանց ինքնաընկալումները և ձախողվելու վախը գնահատելու համար Զեկույցի հարցաշարը ներառում է երկու դրույթ՝

▶ «Ես անձամբ ունեմ բիզնես սկսելու համար պահանջվող գիտելիքը, փորձը և հմտությունները» (հմտություններ)

▶ «Ես բիզնես չեմ սկսի, որովհետև վախենում եմ, որ կարող եմ ձախողվել» (ձախողման վախ)

**Չնայած, որ հայերն իրենք իրենց գիտելիքը և փորձը բարձր են գնահատում (12-րդը Զեկույցի 50 երկրից), նրանք առաջին տասնյակում են ձախողման վախով:** Վերջինս շատ կարևոր գործոն է, որը մարդկանց հետ է պահում բիզնես սկսելուց: Անշուշտ, որոշ երկրներում սա կարելի է բացատրել ձախողվելու դեպքում վնաս կրելու հավանականությամբ, մինչդեռ այլ երկրներում այլընտրանքները շատ են, ուստի կարիք չկա՝ ռիսկի դիմելու և սեփական բիզնեսն սկսելու: Հայաստանում իրավիճակն այլ է աշխատատեղերի սակավության պատճառով, հատկապես մարզերում: **Հարկ է նշել, որ երկրների մեծ մասում մարդիկ ավելի շուտ կընդունեն, որ վախենում են ձախողվելուց, քան կխոստովանեն, որ չունեն համապատասխան գիտելիքն ու փորձը:** Հայաստանում շատ ավելի մեծ է նրանց թիվը, ովքեր պնդում են, որ ունեն անհրաժեշտ գիտելիքն ու փորձը, քան նրանց, ովքեր վախենում են ձախողվելուց: Միայն 5 երկրում է ձախողումից վախեցողների կշիռն ավելի մեծ, քան նրանց կշիռն, ովքեր պնդում են, որ ունեն անհրաժեշտ գիտելիքը (Ճապոնիա, Իսրայել, Լեհաստան, Ռուսաստան, Իսպանիա): Արևելյան Եվրոպայի երկրներից Հայաստանին մոտ է Խորվաթիան (համապատասխանաբար 51.0% և 71.2%): Ձախողվելու վախից բիզնես չսկսողների քանակով Հայաստանն առաջ է անցնում Ռուսաստանից և Բելառուսից (համապատասխանաբար 51%, 45% և 37%), չնայած, որ հայերի շատ ավելի մեծ մասն է պնդում, որ ունի համապատասխան գիտելիքը (համապատասխանաբար 70%, 36% և 42%):

Հայաստանում բարձր ինքնագնահատականի պատճառը կարող է լինել երկրում ձեռնարկատիրության կառուցվածքը: Քանի որ բիզնեսի



մեծ մասը գյուղատնտեսության և առևտրի ոլորտներում է, շատերը գնահատում են իրենց կարողությունները հենց այս ոլորտներում և իրենց իսկ գնահատմամբ ունեն համապատասխան գիտելիքը: Ձախողվելու մեծ վախը թերևս կարելի է բացատրել Հայաստանի բիզնես մշակույթով, երբ բիզնեսն ու դրա սեփականատերը հաճախ նույնացվում են. եթե բիզնեսը ձախողվում է, դա ընկալվում է որպես սեփականատիրոջ անձնական ձախողում: Միգուցե սա է պատճառներից մեկը, որ Հայաստանում կապիտալի շուկան զարգացած չէ, և չկան շատ բաժնետերեր ունեցող խոշոր ընկերություններ: Բաժնեմասը կամ ընկերությունը վաճառելու, ելքի, սնանկության գործընթացները կարգավորող հստակ օրենսդրական դաշտի բացակայությունը ևս նպաստում է նրան, որ մարդիկ վախենում են բիզնես սկսել:

**Աղյուսակ 5. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրության վերաբերյալ ինքնաընկալումների**

	Դրույթին համաձայնած չափահանների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
Ես անձամբ ունեմ բիզնես սկսելու համար պահանջվող <b>գիտելիքը, փորձը և հմտությունները</b>	70.0%	12	2	58.3%	11.7
Ես բիզնես չեմ սկսի, որովհետև <b>վախենում եմ, որ կարող եմ ձախողվել</b>	50.8%	10	3	43.6%	7.2

Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

Երկրներից շատերում մարդկանց կողմից իրենց գիտելիքի գերազնահատման վարկածը կարծես թե հաստատվում է, երբ համեմատում ենք տարբեր ցուցանիշներ և դրանց փոխկապակցվածությունը: Եթե ձախողվելու վախի ու այլ ցուցանիշների միջև ակնհայտ կորելացիա չի հայտնաբերվել, ապա գիտելիքն ու փորձն ունեն չափավոր կապ ցուցանիշների մեծ մասի հետ: Մասնավորապես, որքան շատ են մարդիկ իրազեկված ձեռներեցության վերաբերյալ (ծանոթ ձեռնարկատերեր, լուսաբանում լրատվամիջոցներում), այնքան բարձր են գնահատում սեփական



գիտելիքը: Հետաքրքիր է, որ գիտելիքի ու փորձի ինքնագնահատականը հակադարձ համեմատական է 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ին և ուղիղ համեմատական՝ աղքատության մակարդակին, այսինքն՝ որքան երկիրն աղքատ է, ու եկամուտը ցածր է, այնքան մարդիկ բարձր են գնահատում սեփական կարողությունները:

**Աղյուսակ 6. Ինքնաընկալումը, արժեհամակարգը, սոցիալական ընկալումները և եկամուտն ըստ երկրների**

Ցուցանիշներ		Հմտություններ	Ձախողման վախ
Ինքնաընկալում	Հմտություններ	1	
	Ձախողման վախ	0.30	1
Արժեհամակարգ	Հավասար եկամուտներ	0.29	0.17
	Կարիերա	0.54	0.30
	Կարգավիճակ	0.25	0.10
	Մեղիա	0.32	0.05
	Սոցիալական խնդիրներ	0.39	0.27
Սոցիալական ընկալումներ	Ճանաչում	0.54	0.20
	Հնարավորություն	0.47	0.15
	Դյուրինություն	0.04	-0.05
Երկրի եկամուտներ	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով	-0.45	-0.27
	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով գնողունակ.	-0.34	-0.24
	Ջինի	0.52	0.13
	Աղքատություն (ցածր \$5.5)	0.50	0.15

Աղբյուր՝ հայաստանյան GEM թիմի հաշվարկներ, անհատների հարցում 2019

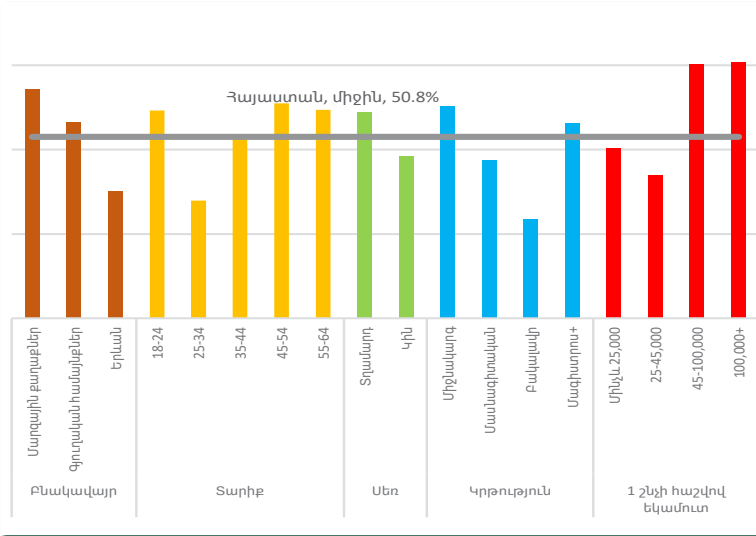
**Հայաստանում իրենց գիտելիքի ու փորձի հանդեպ ավելի մեծ վստահություն ունեն երիտասարդները (25-34 տարեկան). տարիքի հետ վստահության մակարդակն իջնում է:** Տղամարդիկ շատ ավելի ինքնավստահ են, քան կանայք: Եկամտի և կրթության մակարդակի աճին զուգահեռ վստահության մակարդակը բարձրանում է:

25-34 տարիքային խմբում մարդիկ ավելի քիչ են վախենում ձախողումից, քան մյուսները, միաժամանակ նրանք ամենավստահն են





**բ) «Ես բիզնես չեմ սկսի, որովհետև վախենում եմ ձախողվել»**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**2.5 Ծեռնարկատիրական տաղանդ**

Բիզնես սկսելու համար գիտելիք ու փորձ ունենալը և ձախողումից չվախենալը դեռ բավական չեն. ծեռնարկատիրական տաղանդն էական բաղադրիչ է, որը կարող է ազդել բիզնես սկսելու որոշման և հավակնությունների վրա: Զեկույցի հարցաշարի որոշ հարցեր նպատակ են ունեցել բացահայտել ընկալումները ծեռնարկատիրական տաղանդի վերաբերյալ: Հարցվողները պետք է համաձայնեին կամ չհամաձայնեին հետևյալ դրույթների հետ՝

- ▶ «Ես հազվադեպ եմ բիզնես հնարավորություններ տեսնում, անգամ եթե իրազեկ եմ այդ ոլորտին» (օպորտունիզմ)
- ▶ «Անգամ երբ ես հարմար հնարավորություն եմ տեսնում, ես հազվադեպ եմ քայլեր ձեռնարկում» (սախաձեռնողականություն)
- ▶ «Մարդիկ ինձ շատ նորարար են համարում» (կրեատիվություն/նորարարություն)
- ▶ «Իմ կայացրած յուրաքանչյուր որոշում ուղղված է իմ երկարաժամկետ կարիերայի իրագործմանը» (տեսլական)



**Չնայած, որ հայերն իրենք իրենց համարում են նորարար (8-րդը 50-ից և 2-րդն Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրից), նրանք հազվադեպ են բիզնես հնարավորություններ տեսնում (11-րդը 50-ից, որը աշխարհի մակարդակով միջինից ցածր է), իսկ նրանց նախաձեռնողականությունն ու տեսլականը Ձեկույցի 50 երկրի շարքում միջին մակարդակում են:**

**Աղյուսակ 7. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրական տաղանդի**

	Դրույթին համաձայնածափահասների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
Ես հազվադեպ եմ բիզնես հնարավորություններ տեսնում, անգամ եթե իրազեկ եմ այդ ոլորտին (օպորտունիզմ)	66.8%	11	2	59.0%	7.9
Անգամ երբ ես հարմար հնարավորություն եմ տեսնում, ես հազվադեպ եմ քայլեր ձեռնարկում (նախաձեռնողականություն)	64.7%	22	6	62.3%	2.4
Մարդիկ ինձ շատ նորարար են համարում (կրեատիվություն/ նորարարություն)	80.5%	8	2	66.3%	14.2
Իմ կայացրած յուրաքանչյուր որոշում ուղղված է իմ երկարաժամկետ կարիերայի իրագործմանը (տեսլական)	74.9%	25	4	71.1%	3.8

Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

Կրեատիվության և նորարարության ինքնագնահատականը Հայաստանում միշտ բարձր է եղել օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով: Մյուս կողմից, բարձր ինքնագնահատականի պարագայում տարօրինակ է ունենալ նոր հնարավորություն տեսնելու ցածր մակարդակ: Առհասարակ, ըստ երկրների կրեատիվության ցուցանիշները ուժեղ կորելացիա ունեն ինքնագնահատականի հետ: Համեմայնադաս, հետաքրքրական է այն փաստը, որ որքան բարձր է 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն, և ցածր՝ աղքատության մակարդակը, այնքան բարձր է կրեատիվության





ինքնագնահատականը տվյալ երկրի բնակչության շրջանում: Սակայն սա նորարարությունը բացատրող հիմնական գործոնը չէ: Կրեատիվության վրա ավելի շատ ազդում են տարածաշրջանային և ազգային առանձնահատկությունները (հավելված 2.13), մասնավորապես, կրեատիվության ինքնագնահատականը բարձր է Լատինական Ամերիկայում, Մերձավոր Արևելքում և ավելի ցածր՝ Եվրոպայում: Հետևյալ երկրներում չափահաս բնակչության 80%-ից ավելին (Հայաստանի պես) կարծում է, որ կրեատիվ է՝ Լեհաստան, Սաուդյան Արաբիա, Իսրայել, Հնդկաստան, ԱՄՆ, Գվատեմալա և Կոլումբիա:

**Աղյուսակ 8. Ձեռնարկատիրական տաղանդը, արժեհամակարգը, սոցիալական ընկալումները, ինքնաընկալումներն ու եկամտի մակարդակն ըստ երկրների**

Ցուցանիշներ		Օպորտունիզմ	Նախաձեռնող.	Նորարար.	Տեսլական
Ձեռնարկատիրական տաղանդ	Օպորտունիզմ	1			
	Նախաձեռնողականություն	0.49	1		
	Նորարարություն	0.34	0.32	1	
	Տեսլական	0.70	0.45	0.67	1
Երկրի եկամուտներ	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով	-0.52	-0.12	-0.33	-0.44
	ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով գնողունակ.	-0.46	-0.16	-0.25	-0.33
	Ջինի	0.26	-0.01	0.35	0.52
	Աղքատություն (ցածր \$5.5)	0.54	0.31	0.28	0.46
Արժեհամակարգ	Հավասար եկամուտներ	0.43	0.51	0.15	0.36
	Կարիերա	0.48	0.46	0.59	0.58
	Կարգավիճակ	0.38	0.63	0.52	0.48
	Մեդիա	0.25	0.49	0.36	0.50
	Սոցիալական խնդիրներ	0.18	0.19	0.33	0.27
Սոցիալական ընկալումներ	Ճանաչում	-0.02	0.04	0.54	0.22
	Հնարավորություն	0.19	0.29	0.49	0.34
	Դյուրինություն	-0.26	0.24	0.14	-0.11
Ինքնաընկալում	Հմտություններ	0.47	0.15	0.75	0.72
	Ձախողման վախ	0.33	0.31	0.42	0.36

Աղբյուր՝ հայաստանյան GEM թիմի հաշվարկներ. անհատների հարցում 2019



Նորարար լինելը ձեռնարկատեր դառնալու համար բավարար չէ, պետք է տեսնել հնարավորությունները և գործել: Որպես կանոն, մարդիկ ավելի շատ հնարավորություններ են տեսնում բարձր եկամուտ (1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ) և աղքատության ցածր մակարդակ ունեցող երկրներում, իսկ նախաձեռնողականությունը եկամտից կախված չէ. այն գրեթե նույնն է Արևելյան Եվրոպայի բոլոր երկրներում, այդ թվում՝ Հայաստանում: Զեկույցի 50 երկրից ամենանախաձեռնողն Իտալիան ու Իռլանդիան են (հավելված 2.12): Իտալացիներն 1-ինն են նաև ըստ բիզնես հնարավորություններ տեսնելու ցուցանիշի:

**Հայերի ավելի քան 80% կարծում է, որ մարդիկ իրենց նորարար են համարում:** Կրեատիվությունն ավելի բարձր է երիտասարդների, ինչպես նաև ֆինանսապես ավելի լավ ապահովված և ավելի կրթված մարդկանց շրջանում: Երևանցիները մի փոքր ավելի կրեատիվ են (83.9%), քան մարզերի բնակիչները (78.6%):

**Հայերի 67% հազվադեպ է բիզնես հնարավորություն տեսնում, անգամ եթե իրազեկ է տվյալ ոլորտին:** Հետաքրքիր է, որ ավելի շատ հնարավորություններ տեսնում են ամենաերիտասարդներն ու ամենատարեցները: Ցածր եկամուտ ունեցող խմբերում ևս մարդիկ ավելի շատ հնարավորություններ են տեսնում, թեև ավելի հազվադեպ են քայլեր ձեռնարկում՝ այդ հնարավորություններից օգտվելու համար. ըստ կրթության շատ մեծ տարբերություն չի հայտնաբերվել:

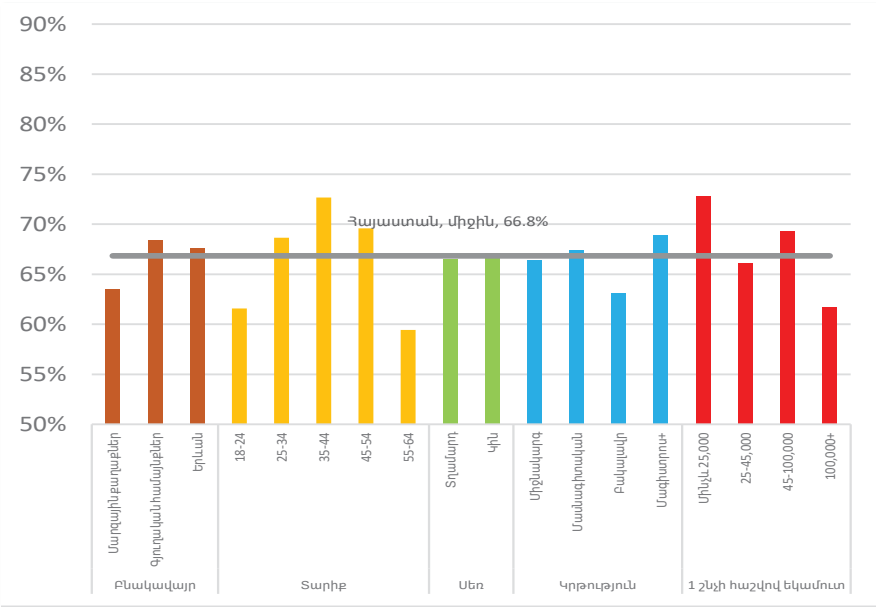
**Հայերի 65% հազվադեպ է քայլեր ձեռնարկում, անգամ եթե շահավետ հնարավորություն է տեսնում:** Առավել նախաձեռնողական են կրթության ու եկամտի ավելի բարձր մակարդակ ունեցող անձինք, իսկ սեռային տարբերություն չի հայտնաբերվել: Հետաքրքիր է, որ ամենատարեցներն իրենց համարում են ամենանախաձեռնողը, բայց փաստացի այս խմբում ձեռնարկատերերն ամենաքիչն են: Առավել պասիվ է գյուղական համայնքների բնակչությունը (68.8%) ի տարբերություն Երևանի (64.6%), իսկ ամենաակտիվը՝ մարզային քաղաքների բնակիչները (59.3% է, որ հազվադեպ է քայլեր ձեռնարկում):

**Հայերի 75% համաձայն է, որ իրենց կայացրած ցանկացած որոշում ուղղված է իրենց երկարաժամկետ կարիերային (25-րդը 50-ից),** ընդ որում ավելի շատ՝ երիտասարդները և ավելի բարձր կրթություն ստացածները: Տղամարդիկ ավելի նպատակասլաց են, քան կանայք: Ըստ եկամտի հստակ միտում չի արձանագրվել:

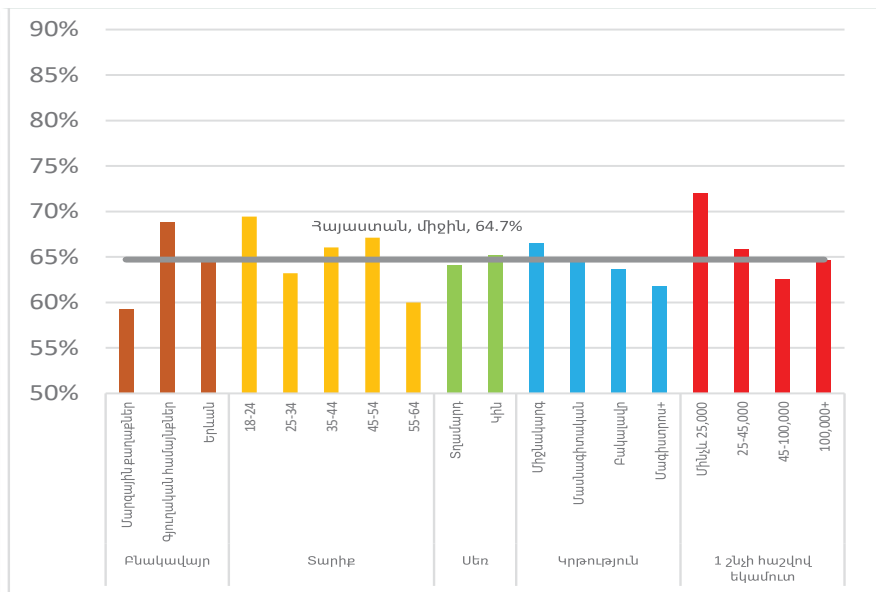


**Պատկեր 7. Հայաստանի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրական տաղանդի (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող մարդկանց քանակը) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի**

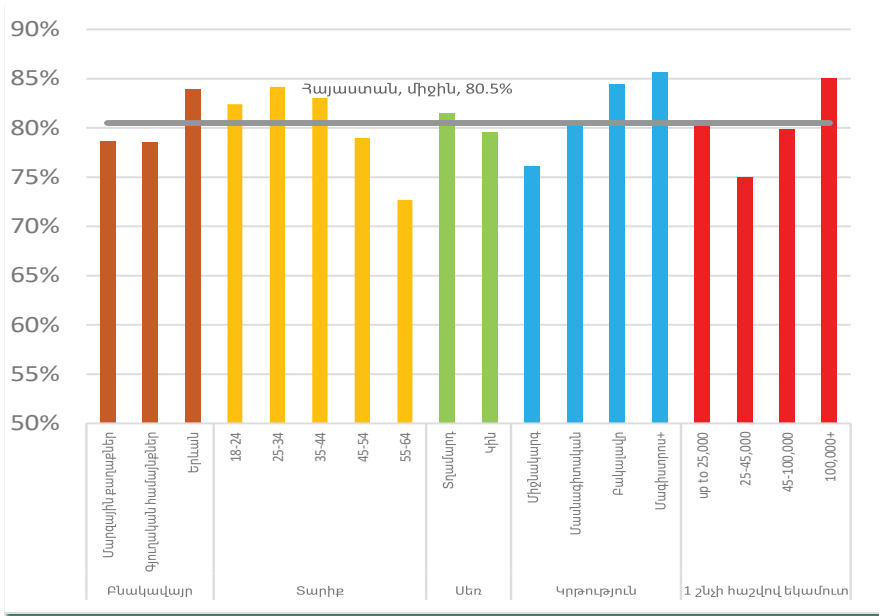
**ա) «Հազվադեպ են բիզնես հնարավորություններ տեսնում»**



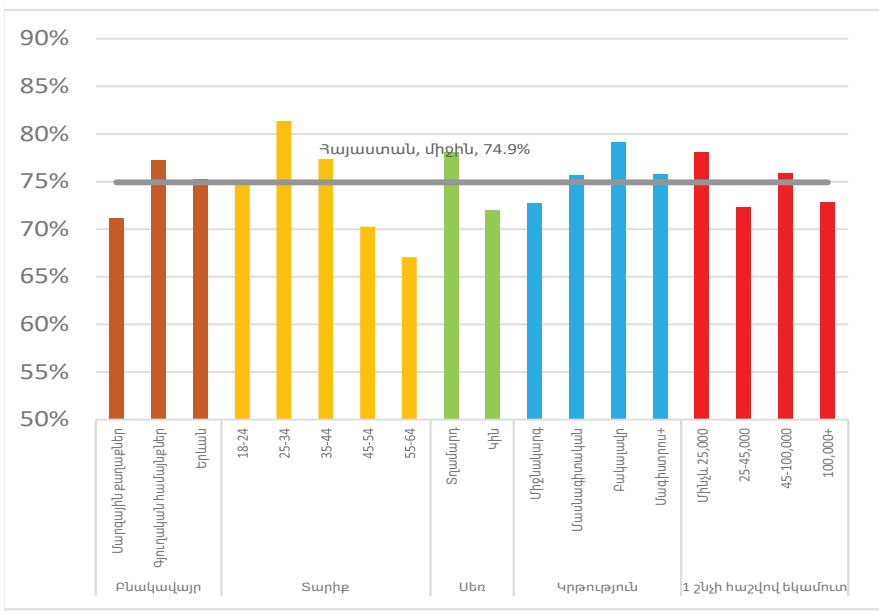
**բ) «Հնարավորություն տեսնելիս հազվադեպ են քայլեր ձեռնարկում»**



**զ) «Կարծում են, որ մարդիկ իրենց նորարար են համարում»**



**դ) «Ունեն կարիերայի հստակ նպատակներ»**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



## 2.6 Ամփոփում

▶ **Զեռնարկատիրական արժեհամակարգը** Հայաստանում ավելի նպաստավոր է, քան միջին ընկալումներն աշխարհում: Բիզնեսը որպես ցանկալի կարիերա մեծապես ողջունվում է. այս ցուցանիշով Հայաստանը 4-րդն է 50-ից, որը լավ նախադրյալներ է ստեղծում երկրում ձեռնարկատիրության զարգացման համար: Լրատվամիջոցներն արդեն զգալի ներդրում ունեն այս գործում, քանի որ հարցվողների 76% (11-րդը 50-ից) հաճախ է հաջողակ բիզնեսի մասին պատմություններ տեսնում մեդիայում: Հայերի կարծիքով, Հայաստանում բիզնեսի նպատակը սոցիալական հարցերը լուծելն է (4-րդը 50-ից), որը թերևս նպաստում է ձեռնարկատիրության վերաբերյալ ընկալումների ձևավորմանը, հատկապես եթե հաշվի առնենք աղքատության բարձր մակարդակը: Բայց չնայած, որ բնակչության 73.4% համաձայն է, որ հաջողակ բիզնեսմենները մեծ հարգանք են վայելում, այս ցուցանիշով Հայաստանը աշխարհում միջինից ցածր դիրքում է (32-րդը 50-ից):

▶ Ի տարբերություն արժեհամակարգի, ձեռնարկատիրության վերաբերյալ սոցիալական ընկալումներով Հայաստանը միջին դիրքերում է՝ 20-24-րդը 50-ից ըստ վերջին 2 տարում բիզնես սկսած անձի ճանաչելու, մոտակա 6 ամսում հնարավորություններ տեսնելու, բիզնես սկսելու դյուրինության ցուցանիշների: Մյուս կողմից, տարածաշրջանային հարևանների համեմատ Հայաստանում սոցիալական ընկալումները բարելավվում են. եթե վերջին 2 տարում բիզնես սկսած անձի ճանաչելու ցուցանիշով Հայաստանը մոտ է Ռուսաստանին և Բելառուսին, ապա մոտակա 6 ամսում հնարավորություններ տեսնելու և բիզնես սկսելու դյուրինության ցուցանիշներով առաջ է անցնում երկուսից էլ: Սա թերևս 2018թ. թավշյա հեղափոխության արդյունքն է, որն ամրապնդում է լավատեսությունը:

▶ Զեռնարկատիրության վերաբերյալ ինքնաընկալումները հակասական են. չնայած հայերը բարձր են գնահատում սեփական գիտելիքը և հմտությունները (12-րդը 50-ից), նրանք առաջին տասնյակում են ծախողվելու վախով: Հարկ է նշել, որ Զեկույցի երկրների մեծ մասում մարդիկ ավելի շուտ կընդունեն, որ վախենում են ծախողվելուց, քան կխոստովանեն, որ չունեն համապատասխան գիտելիքն ու փորձը: Ծախողվելու վախից բիզնես չսկսողների քանակով Հայաստանն առաջ է անցնում Ռուսաստանից և Բելառուսից (համապատասխան-



նաբար 51%, 45% և 37%), չնայած, որ ավելի շատ հայեր են պնդում, որ ունեն համապատասխան գիտելիքը (համապատասխանաբար 70%, 36% և 42%):

- ▶ «Գիտելիք և փորձ» ցուցանիշը Հայաստանում աճում է եկամտի և կրթության մակարդակին զուգահեռ և նվազում տարիքին զուգահեռ, մինչդեռ ծախսողման վախը նույնն է բոլոր խմբերում: Սա նշանակում է, որ պետք է միջոցներ ձեռնարկվեն՝ մարդկանց խրախուսելու համար: Նախ և առաջ, պետք է տարանջատել բիզնեսի և բիզնեսի սեփականատիրոջ ընկալումները, և մշակել բաժնեմասի/ընկերության վաճառքը, ելքը և սնանկության գործընթացները կարգավորող հստակ օրենսդրություն, մասնավորապես, պետք է վերանայվի այս գործընթացներին վերաբերող հարկային ռեժիմը, և այլն:
- ▶ Ձեռնարկատիրական տաղանդով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի մեջ միջին դիրք է գրավում: Չնայած, որ հայերն իրենք իրենց նորարար են համարում (8-րդը 50-ից և 2-րդն Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրից), նրանք հազվադեպ են բիզնես հնարավորություններ տեսնում (11-րդը 50-ից, որն աշխարհի միջին ցուցանիշից ցածր է), իսկ նրանց նախաձեռնողականությունն ու տեսլականը Զեկույցի 50 երկրի շարքում միջին դիրքում են:



Գլուխ III.  
Ձեռնարկատիրական  
գործունեության  
մակարդակը  
Հայաստանում

*«Առաջընթացի գաղտնիքը  
քայլ անելն է»:*  
— Մարկ Թվեն

### 3.1 Զեռնարկատիրական կատեգորիաներ

Սույն գլխում քննարկվում է Հայաստանում ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը: Տարբեր երկրներում ձեռնարկատիրական գործունեությունը կարող է տարբեր դրսևորումներ ունենալ. մի երկրում կարող են գերակշռել սկսնակ բիզնեսները կամ ինքնազբաղվածները, մեկ ուրիշում՝ կայացած և միջին մակարդակի բիզնեսները, մեկ այլ տեղ՝ աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունը:

Շատ կարևոր է տարբերակել ձեռնարկատիրական գործունեության տեսակները, քանի որ դրանք կարող են ցույց տալ տվյալ երկրում ձեռնարկատիրության զարգացման տեսանկյունից առկա խնդիրները: Մասնավորապես, շատ երկրներում սկսնակ ձեռնարկատերերին խրախուսելը պաշտոնական քաղաքականության ընդունված և կարևոր նպատակ է, բայց կարևոր է նաև նրանց օգնել դառնալ երկարաժամկետ և ֆինանսապես կայուն բիզնես:

Ինչպես ասվել է 1-ին գլխում («Ինչպես է ձեռնարկատիրությունը չափվում ըստ Զեկույցի» բաժին), երկրում ձեռնարկատիրության մակարդակը չափելու համար կիրառվում են հետևյալ ցուցանիշները՝

1. **Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեություն՝** նոր բիզնես սկսելու մեջ ակտիվ ներգրավված չափահասների կշիռը: Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունը ներառում է նորաթուխ ձեռնարկատերերին և նոր բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավարներին:
  - *Նորաթուխ ձեռնարկատեր՝* անձ, որը բիզնես է հիմնում, բայց 3 կամ ավել ամսվա ընթացքում դեռ աշխատավարձ չի վճարել և չի կատարել այլ վճարումներ, ներառյալ վճարումներ հիմնադիրներին
  - *Նոր բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավար՝* անձ, որն ունի բիզնես, վճարում է աշխատավարձ և կատարում այլ վճարումներ, ներառյալ վճարումներ հիմնադիրներին, 3 ամսից ավել, բայց 42 ամսից պակաս
2. **Կայացած բիզնեսի սեփականատերեր՝** կայացած բիզնեսի սեփականատեր և ղեկավար հանդիսացող անձանց կշիռը
  - *Կայացած բիզնեսի սեփականատեր՝* անձ, որն ունի բիզնես և աշխատավարձ է վճարում 3.5 տարի (42 ամիս) կամ ավել
3. **Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն՝** գործող բիզնեսում որպես իրենց աշխատանքային պարտականությունների մաս ներգրավված չափահասների կշիռը
  - *Ներքին ձեռներեց (կամ intrapreneurs)՝* կազմակերպության աշխատակից, ով ներգրավված է եղել ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ վերջին 3 տարում, ինչպես օրինակ՝ նոր





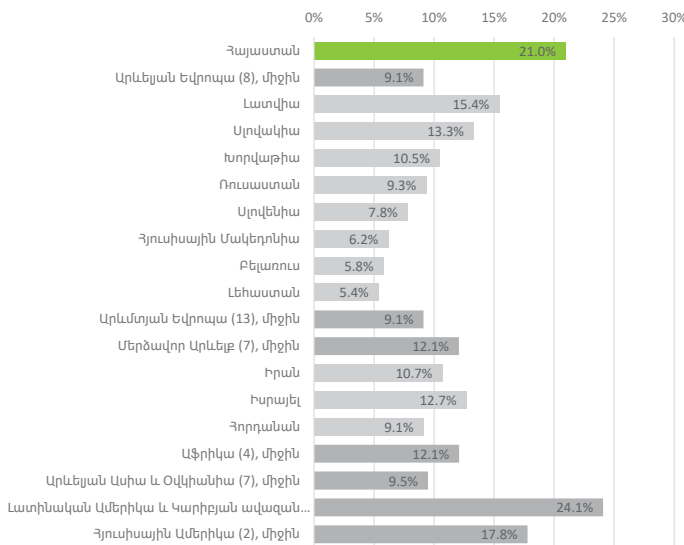
ապրանքների/ծառայությունների մշակման և ներդրման, բիզնեսի նոր ստորաբաժանման, հիմնարկի կամ դուստր ձեռնարկության հիմնադրման գործընթացներում:

Վերոնշյալ միավորներից յուրաքանչյուրը դեր է խաղում տնտեսության կայունության մեջ. սկսնակ բիզնեսները ստեղծում են դինամիզմ ու կրեատիվ միջավայր, ներքին ձեռներեցներն ապահովում են նորարարությունը խոշոր կազմակերպություններում, իսկ կայացած բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավարները կարող են համարվել տնտեսության ողնաշարը:

### 3.2 Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունը Հայաստանում

Ըստ Զեկույցի շրջանակներում 2019թ. անցկացված անհատների հարցման, ԸՍՁԳ մակարդակը Հայաստանում բարձր է՝ չափահասների 21.0% ներգրավված է սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունում, 7-րդ տեղը Զեկույցի 50 երկրի շարքում, 1-ինն Արևելյան Եվրոպայում: Հայաստանից բարձր դիրք գրավող բոլոր 6 երկրները Լատինական Ամերիկայից են (մասնավորապես, Չիլիում և Էքվադորում սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը 36% է): Այս համեմատաբար բարձր ցուցանիշը պայմանավորված է թերևս 2018թ. թավշյա հեղափոխությամբ:

**Պատկեր 8. Ընդհանուր սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունը (բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019



50 երկրի ցուցանիշների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ սկսնակ ձեռնարկատիրության բարձր մակարդակը պայմանավորված է ոչ թե եկամտով կամ բիզնես սկսելու դյուրինությամբ, այլ եկամտի անհավասար բաշխմամբ և բնակչության ընկալումների որոշ առանձնահատկություններով (օրինակ՝ իրենց նորարար համարելը): Սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեության, եկամտի (1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ) և աղքատության մակարդակի, ինչպես նաև բիզնես սկսելու դյուրինության և ծախսողման վախի միջև կորելացիա չի հայտնաբերվել: Փոխարենն առկա է չափավոր դրական կապ Ջինիի գործակցի, որը ցույց է տալիս, թե որքան հավասար կամ անհավասար է բաշխվում եկամուտը, աշխատատեղերի սակավության պատճառով ապրուստ վաստակելու նպատակով բիզնես սկսելու<sup>6</sup>, բիզնեսը որպես ցանկալի կարիերա ընկալելու և անհատական ինքնագնահատումների միջև («ունենմ անհրաժեշտ փորձը և գիտելիքը», «մարդիկ ինձ նորարար են համարում»):

**Աղյուսակ 9. ԸՍՁԳ և մի շարք ցուցանիշների կորելացիան ըստ երկրների**

	ԸՍՁԳ19
ԸՍՁԳ19	1
ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով	-0.176
ՀՆԱ 1 շնչի հաշվով գնողունակ.	-0.177
Ջինիի գործակցի	0.540
Աղքատություն (ցածր \$5.5)	0.178
Հավասար եկամուտներ	0.047
Կարիերա	0.311
Կարգավիճակ	0.101
Մեղիա	0.129
Սոցիալական խնդիրներ	-0.060
Դյուրինություն	-0.133
Նորարարություն	0.406
Տեսլական	0.466

<sup>6</sup> Մանրամասն տես 4-րդ գլխում



մոտիվ. փոփոխություն	0.137
մոտիվ. հարստություն	-0.167
մոտիվ. ընտանիք	-0.010
մոտիվ. ապրուստ	0.351
Հնարավորություն	0.052
Հմտություններ	0.561
Ձախողման վախ	0.025

Աղբյուր՝ հայաստանյան GEM թիմի հաշվարկներ, անհատների հարցում 2019

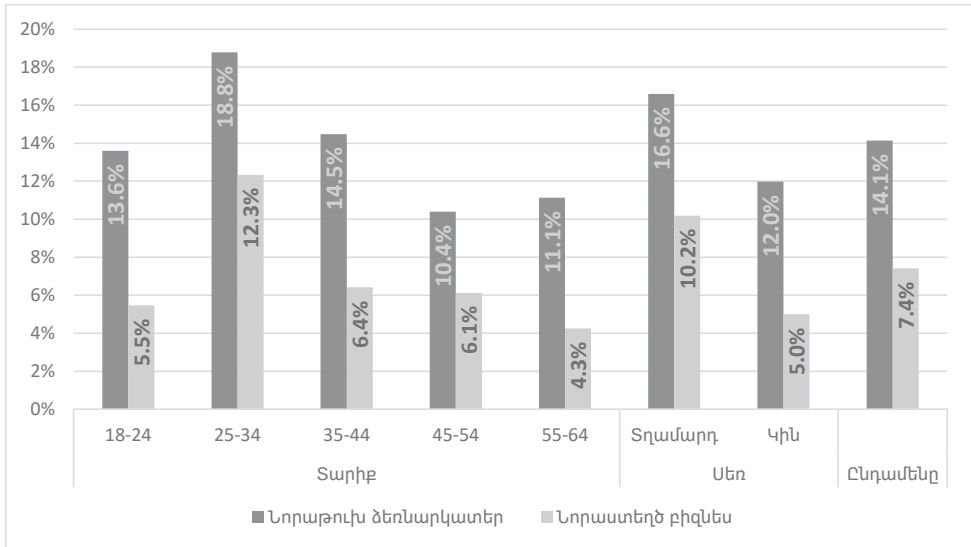
Ըստ Զեկույցի, ԸՍԶԳ բաղկացած է 2 տեսակ ձեռներեցներից՝ նորաթուխ ձեռնարկատերեր (գոծունեություն են ծավալում 3 ամսից պակաս) և նորաստեղծ բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավարներ (3 ամսից 3.5 տարի): Նորաթուխ ձեռնարկատերերի կշիռը Հայաստանում 14.0% է (5-րդ տեղը), նորաստեղծ բիզնեսինը՝ 7.4%<sup>7</sup> (10-րդ տեղը): Այս թվերից կարելի է եզրակացնել, որ ձեռնարկատիրությունը Հայաստանում ակտիվացել է 2019թ.: Նորաստեղծ բիզնեսի ցուցանիշով Հայաստանը տարածաշրջանի առաջատարներից մեկն է: 2019թ. Զեկույցի 50 երկրից 40-ում նորաստեղծ բիզնեսի մասնաբաժինն ավելի ցածր է, քան նորաթուխ ձեռնարկատերերինը: Եթե նորաստեղծ բիզնեսի համեմատ նորաթուխ ձեռնարկատերերն ավելի քիչ են, դա վկայում է վերջին 3 տարում ձեռնարկատիրական ակտիվության նվազման մասին, որն իր հերթին կարող է նշանակել գալիք տարիներին ձեռնարկատիրության մակարդակի անկում: Նման երկրներից է Ռուսաստանը:

ԸՍԶԳ մակարդակը տարբերվում է ըստ բնակչության խմբերի. Հայաստանում ամենակտիվ սկսնակ ձեռներեցներն են երիտասարդները (25-34 տարեկան), որոնց 19% նորաթուխ ձեռնարկատեր է, 12%՝ նորաստեղծ բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավար: 45-ից բարձր տարիքային խումբն աչքի չի ընկնում ձեռնարկատիրությամբ, որը կարելի է բացատրել «սովետական» մտածելակերպով, երբ ձեռներեցությամբ զբաղվելն ընդունելի բան չէր:

<sup>7</sup> Ցուցանիշները տարբերվում են, որովհետև սկսնակ ձեռնարկատերերին տարանջատելու համար Զեկույցում կիրառվում են հատուկ գործիքներ (ֆիլտրներ):



**Պատկեր 9. Հայաստանում նորաթուփ ձեռնարկատերերի և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակն ըստ սեռային և տարիքային խմբերի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

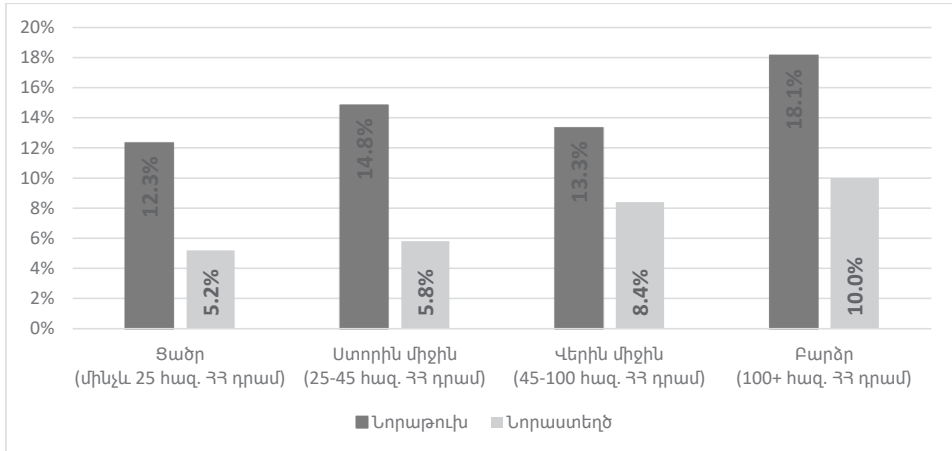
ԸՍԶԳ մակարդակը տարբերվում է ըստ սեռի՝ տղամարդիկ ավելի ակտիվ են, քան կանայք. պատկերը նույնն է 2019թ. Ջեկույցի բոլոր երկրներում, բացառությամբ Մադագասկարի և Սաուդյան Արաբիայի: Հայաստանն առաջին տասնյակում է թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց առումով (համապատասխանաբար 4-րդը և 9-րդը), բայց համեմատությունը ցույց է տալիս, որ կանանց ներգրավմամբ Հայաստանն աշխարհում միջինից ցածր դիրքում է: Նշենք, որ 50 երկրից 21-ում այս ցուցանիշն ավելի վատն է, այդ թվում՝ եվրոպական շատ երկրներում: Տղամարդկանց և կանանց միջև տարբերությունը փոքր է Լատինական և Հյուսիսային Ամերիկայում:

**Եթե եկամտի<sup>8</sup> տարբերությունը (հատկապես առաջին 3 խմբում) նորաթուփ ձեռներեցության առումով շատ ակնհայտ չէ, ապա նորաստեղծ բիզնեսների կշիռն աճում է եկամտի աճին զուգահեռ, այլ կերպ ասած՝ բիզնես հիմնել գրեթե հավասարապես ձգտում են բոլոր խմբերը, բայց եկամտի վրա ազդելու տեսանկյունից կարևոր է հաջողություն ունենալ և հասնել առնվազն նորաստեղծ բիզնեսի մակարդակին:**

<sup>8</sup> Եկամտային խմբերը դասակարգվում են ըստ 1 չափահաս անձին բաժին ընկնող ամսական եկամտի՝ մինչև 25,000 ՀՀ դրամ՝ **ցածր**, 25,001-45,000 ՀՀ դրամ՝ **ստորին միջին**, 45,001-100,000 ՀՀ դրամ՝ **վերին միջին**, 100,000 ՀՀ դրամից ավել՝ **բարձր**:



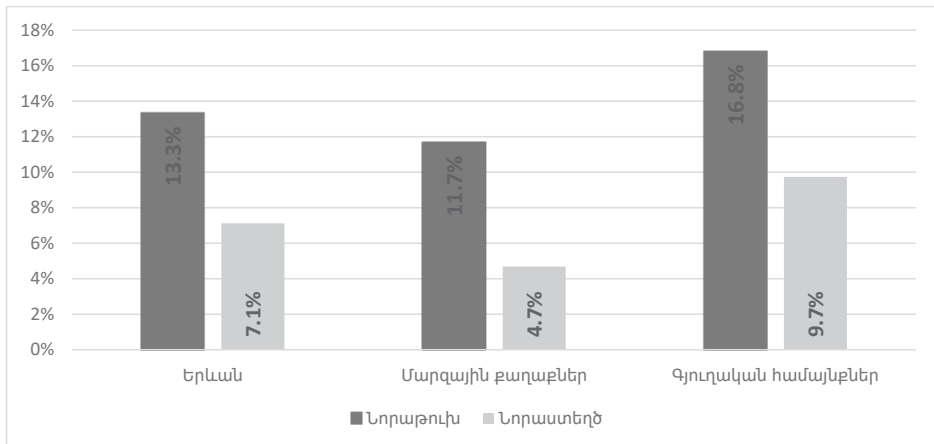
**Պատկեր 10. Նորաթուխ ձեռնարկատերերի և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակը Հայաստանում ըստ բնակչության եկամտային խմբերի (1 շնչին բաժին ընկնող եկամուտ)**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

ԸՍԶԳ մակարդակը տարբերվում է նաև ըստ բնակավայրի տեսակի և մարզի՝ ամենացածր մակարդակն արձանագրվել է քաղաքային բնակավայրերում, բացառությամբ Երևանի, մինչդեռ գյուղաբնակները Երևանից էլ ակտիվ են: Հնարավոր պատճառները կարող են լինել երկուսը՝ ավելի շատ աշխատատեղեր (եկամտի այլընտրանքային աղբյուրներ) Երևանում և այն, որ գյուղական համայնքներում ձեռնարկությունների գործունեության հիմնական ոլորտը գյուղատնտեսությունն է:

**Պատկեր 11. Նորաթուխ ձեռնարկությունների և նորաստեղծ բիզնեսների մակարդակն ըստ բնակավայրի տեսակի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



### 3.3 Ծեռնարկատիրության զարգացում. կայացած բիզնես գործունեությունը հայաստանում

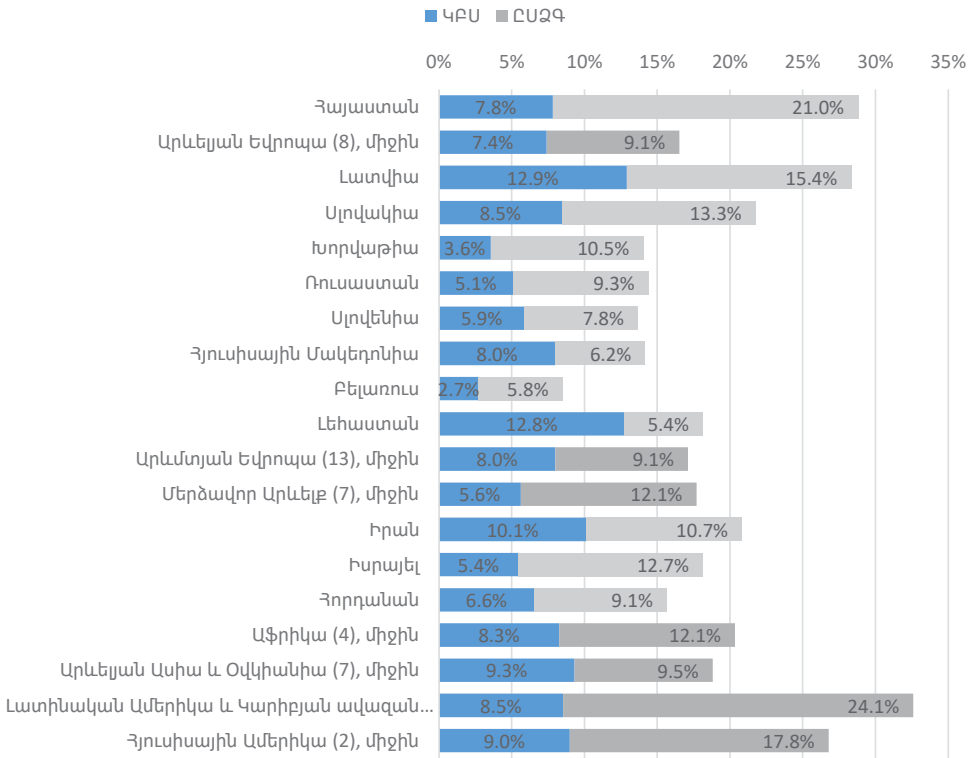
ԸՍՁԳ ձեռներեցությունը երկրում ձեռնարկատիրական գործունեության կարևոր ցուցանիշ է: Շատ երկրներում ձեռներեցության զարգացումը թիրախային նպատակ է, իսկ սկսնակ ձեռնարկատերերին աջակցությունը՝ տնտեսական քաղաքականության կարևոր բաղադրիչ: Սակայն ԸՍՁԳ կայացած բիզնեսի վերածելը դժվար է թե՛ անհատի, թե՛ պետության համար, քանի որ պահանջում է շատ ավելի մեծ ջանքեր, հմտություն և բարենպաստ միջավայր, ուստի կայացած բիզնեսի ձևավորումը շատ կարևոր է տնտեսական կայունություն, եկամուտ և աշխատատեղեր ստեղծելու տեսանկյունից:

**Կայացած բիզնեսի ցուցանիշը (3.5 տարուց ավել գործող բիզնես) Հայաստանում չափահաս բնակչության 7.8% է:** Եթե սկսնակ ձեռնարկատիրության մակարդակով Հայաստանն առաջատարների շարքում է (7-րդը 50-ից), ապա կայացած բիզնեսի ցուցանիշով՝ միջին դիրքում (23-րդը 50-ից): Սա կարող է նշանակել, որ ԸՍՁԳ ավելի շատ խնդիրների են հանդիպում իրենց բիզնեսը զարգացնելու ճանապարհին: Խնդիրները կարող են վերաբերել ինչպես ձեռներեցների անհատական հատկություններին (անբավարար կրթություն և գիտելիք), այնպես էլ երկրում տիրող ձեռնարկատիրական ընդհանուր միջավայրին: Կայացած բիզնեսի ցուցանիշով Հայաստանը շատ մոտ է Եվրոպային, մինչդեռ ԸՍՁԳ ցուցանիշով Եվրոպան զգալիորեն ավելի ցածր է:

Երկրում ձեռնարկատիրության ընդհանուր մակարդակը կարելի է բնութագրել որպես տարբեր փուլերում (սկսնակ և/կամ կայացած) ներգրավված բոլոր ձեռնարկատերերի ամբողջություն, ներառյալ ցանկացած բիզնես, լինի դա սկսնակ ձեռնարկատեր, նորաստեղծ բիզնես թե կայացած բիզնեսի սեփականատեր-ղեկավար: **Հայաստանում որևէ բիզնեսում ներգրավված բնակչության մասնաբաժինը 28.0% է՝ 6-րդը 2019թ. Զեկույցի 50 երկրից:**



**Պատկեր 12. Զեննարկատիրության (ԿԲՍ և ԸՍԶԳ) մակարդակը (բնակչության %) ըստ երկրների և տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

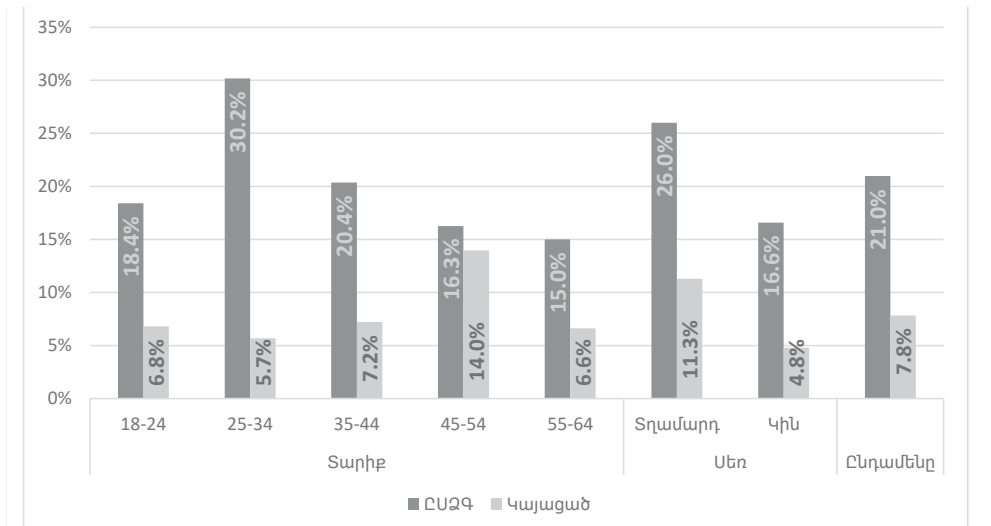
Ինչպես ԸՍԶԳ, այնպես էլ ԿԲՍ ցուցանիշները նշված 50 երկրում ևս չեն կորելացվում տվյալ երկրում եկամտի մակարդակի հետ, ավելին, կապ չի հայտնաբերվել նաև այլ ցուցանիշների հետ: Փոխարենը, նկատվում են հետաքրքիր կապեր, երբ համեմատում ենք ԿԲՍ հարաբերակցությունը ԸՍԶԳ, որը կարող է դիտարկվել որպես սկսնակ բիզնեսը բարեհաջող կերպով կայացած բիզնեսի վերածելու ցուցանիշ: Մասնավորապես, ԿԲՍ/ ԸՍԶԳ ցուցանիշը հակադարձ համեմատական է Ջինիի գործակցին ու ապրուստ վաստակելու նպատակով բիզնես սկսելու շարժառիթին, այլ կերպ ասած՝ եկամտի անհավասար բաշխում ունեցող երկրում և ապրուստ վաստակելու նպատակով հիմնված բիզնեսի կայանալու հավանականությունն ավելի ցածր է: Հետաքրքրական կորելացիա կա նաև ԿԲՍ/ ԸՍԶԳ ցուցանիշի և բնակչության՝ սեփական գիտելիքի և փորձի գնահատականի միջև: Եթե ԸՍԶԳ դեպքում այս հարաբերակցությունը դրական է (մարդիկ բիզնես են սկսում, եթե բարձր են գնահատում սեփական գիտելիքը),



ապա ԿԲՍ/ ԸՍՁԳ ցուցանիշի դեպքում հարաբերակցությունը չափավոր բացասական է, այսինքն՝ բիզնես սկսելիս սեփական կարողությունների գերազնահատումը կարող է բացասաբար անդրադառնալ բիզնեսի վրա: ԿԲՍ/ ԸՍՁԳ ցուցանիշով Հայաստանը 40-րդն է 50-ից, մինչդեռ բնակչության շրջանում սեփական գիտելիքի և փորձի ընկալմամբ՝ 12-րդը: Սա նշանակում է, որ ձեռնարկատիրությանը և բիզնեսի կայացմանն աջակցելու համար ձեռներեցներին պետք է կրթել և վերապատրաստել:

Հայաստանում կայացած ձեռնարկատերերը խիստ տարբերվում են սկսնակներից: Եթե 25-34 տարիքային խմբում ԸՍՁԳ մակարդակն ամենաբարձրն է, ապա ԿԲՍ՝ ամենացածրը: Կայացած բիզնեսմեններն ամենաշատն են 45-54 տարիքային խմբում: 25-54 տարիքային խմբում տարիքի աճին զուգահեռ սկսնակ ձեռնարկատիրության մակարդակը նվազում է, կայացածինը՝ աճում: Այլ կերպ ասած՝ կայուն բիզնեսի համար շատ ավելի կարևոր է փորձը:

**Պատկեր 13. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ մակարդակները (բնակչության %) ըստ տարիքի և սեռի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Տղամարդկանց շրջանում կայացած ձեռնարկատերերն ավելի շատ են, քան կանանց շրջանում, ինչպես սկսնակ ձեռներեցության դեպքում, ընդ որում ԿԲՍ առումով տարբերությունն ավելի մեծ է (2.3 անգամ), քան ԸՍՁԳ առումով (1.5 անգամ), որը թերևս նշանակում է, որ ներկայումս ավելի շատ կանայք են զբաղվում ձեռնարկատիրությամբ, քան մի քանի տարի առաջ:

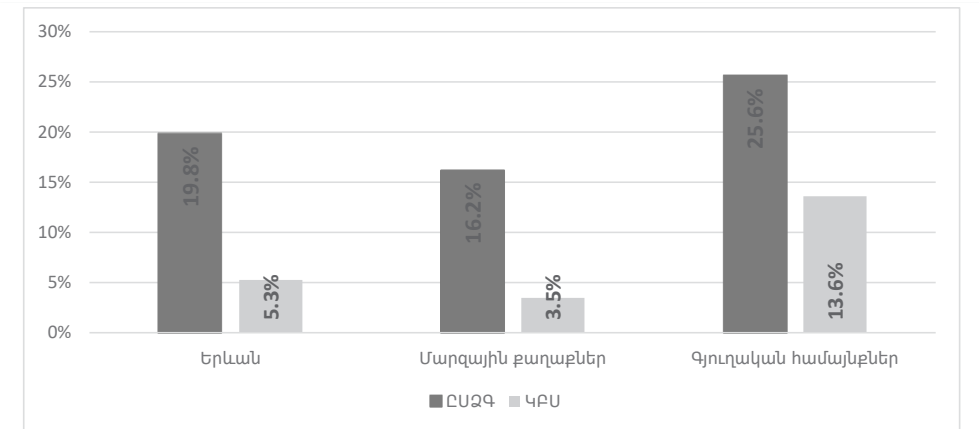
**Գյուղական համայնքներում ԿԲՍ մասնաբաժինն ավելի բարձր է, քան**





**Երևանում և մարզային քաղաքներում**, ընդ որում, ինչպես սկսնակ ձեռնարկատիրության դեպքում, սա պայմանավորված է գյուղատնտեսությամբ, որի շնորհիվ նաև գյուղական համայնքներում բիզնեսն ավելի կայուն է:

**Պատկեր 14. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ մակարդակը (բնակչության %) ըստ բնակավայրի տեսակի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Որպես մարզերում տնտեսական գործունեության հիմնական տեսակը՝ գյուղատնտեսությունը բացատրում է սկսնակ և կայացած բիզնեսի մակարդակները տարբեր մարզերում: Մասնավորապես, 10 մարզից 7-ում գյուղական համայնքներում սկսնակ ձեռնարկատերերն ավելի շատ են, քան քաղաքային համայնքներում, իսկ կայացած բիզնեսի ցուցանիշն ավելի բարձր է այն մարզերում, որտեղ գյուղերն ավելի ակտիվ են, քան քաղաքները (օրինակ՝ Արարատ, Արմավիր): Այլ կերպ ասած՝ կայուն բիզնեսի հիմնական ոլորտը գյուղատնտեսությունն է:

**Պատկեր 15. ԸՍՁԳ մակարդակն ըստ մարզերի**

Մարզ	ԸՍՁԳ	տարբերությունը ԸՍՁԳ-ում գյուղական կամ քաղաքային	
		ԸՍՁԳ	ԿԲ
Երևան	20%	0%	5%
Արագածոտն	30%	16%	5%
Արարատ	22%	-45%	22%
Արմավիր	25%	-69%	15%
Գեղարքունիք	29%	1%	5%



Կոտայք	14%	-52%	10%
Լոռի	21%	95%	4%
Շիրակ	11%	33%	5%
Սյունիք	24%	-32%	
Տավուշ	28%	-86%	5%
Վայոց ձոր	13%	-100%	6%

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

### 3.4 Հայկական ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը

Ձեռնարկատիրության կառուցվածքը տարբեր է ըստ երկրների, անգամ երկրի ներսում այն կարող է տարբերվել ըստ ԸՍՁԳ և ԿԲՍ մասնաբաժնի: Կայացած բիզնեսի համեմատ ԸՍՁԳ ճյուղային կառուցվածքի փոփոխությունները կարող են վկայել տնտեսությունում տեղի ունեցող ընդհանուր փոփոխությունների մասին: Դրանք կարող են կախված լինել տարբեր գործոններից, ինչպիսիք են բնական ռեսուրսները, մարդկային և ֆինանսական կապիտալը, նոր շուկաները, շուկա մուտք գործելը, որոշ դեպքերում՝ պետական աջակցությունը և այլն:

**Հայկական ձեռնարկատիրությունը կենտրոնացած է գյուղատնտեսության և առևտրի ոլորտներում.** Կայացած բիզնեսների 83% գործում է այս երկու ոլորտում: Սրանց հաջորդում է արտադրությունը՝ ընդամենը 7% մասնաբաժնով: ԸՍՁԳ ճյուղային բաշխումը մի փոքր տարբերվում է ԿԲՍ կառուցվածքից. թեև այստեղ նույնպես գերակշռում են գյուղատնտեսությունն ու առևտուրը, նրանց ընդհանուր կշիռը 20 տոկոսային կետով պակաս է (63%): Փոխարենը 2 տոկոսային կետով ավել է արտադրության կշիռը, ավելի բարձր են նաև սպասարկման ոլորտի, հատկապես հյուրանոցային և ռեստորանային բիզնեսի (ի հաշիվ զբոսաշրջության), ՏՀՏ ոլորտի և այլ անհատական ծառայությունների կշիռները:



**Աղյուսակ 10. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների (ՏԳՏԴ խումբ դասակարգում 4<sup>9</sup>)**

Ոլորտներ	ԸՍՁԳ	ԿԲՍ
A. Գյուղատնտեսություն, անտառային տնտ. և ձկնորսություն	29%	42%
B. Հանքագործական արդյունաբերություն և բացահանքերի շահագործում	1%	0%
C. Մշակող արդյունաբերություն	9%	7%
D. Էլեկտր., գազի, գոլորշու և լավորակ օդի մատակարարում	0%	0%
E. Զրամատակարարում, կոյուղի, թափոնների կառավարում և վերամշակում	0%	0%
F. Շինարարություն	1%	2%
G. Մեծամանրածախ առևտուր, ավտոմեքենաների և մոտոցիկլների նորոգում	34%	41%
H. Փոխադրումներ և պահեստային տնտեսություն	1%	1%
I. Կացության և հանրային սննդի կազմակերպում	6%	2%
J. Տեղեկատվություն և կապ	3%	0%
K. Ֆինանսական և ապահովագրական գործունեություն	0%	0%
L. Անշարժ գույքի հետ կապված գործունեություն	1%	0%
M. Մասնագիտական, գիտական և տեխնիկական գործունեություն	3%	1%
N. Վարչարարական և օժանդակ գործունեություն	2%	0%
P. Կրթություն	2%	1%
Q. Առողջապահություն և բնակչության սոցիալական սպասարկում	1%	0%
R. Մշակույթ, զվարճություններ և հանգիստ	1%	1%
S. Սպասարկման այլ ծառայություններ	8%	2%

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

<sup>9</sup> Տնտեսական գործունեության տեսակների միջազգային ստանդարտ դասակարգիչը (ISIC)՝ 4-րդ խմբագրությամբ, ընդհանուր միջազգային դասակարգումն է, որի հիման վրա յուրաքանչյուր երկիր դասակարգում է իր ներքին տնտեսական գործունեությունը: Հայաստանը կիրառում է ISIC 4-ի եվրոպական տարբերակը՝ NACE rev 2-ը:



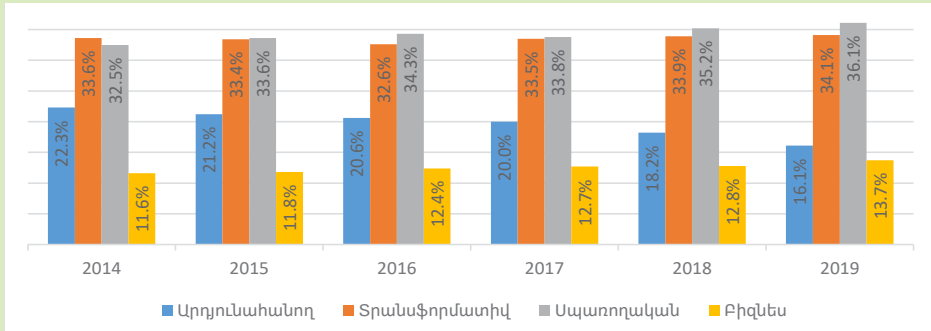
Տարբեր երկրներում ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը վերլուծելու համար Զեկույցում տնտեսական գործունեության տեսակները բաժանվում են հետևյալ 4 խմբերի՝

- ▶ Արդյունահանող՝ էքստրակտիվ (այդ թվում՝ գյուղատնտեսությունը և հանքագործությունը)
- ▶ Տրանսֆորմատիվ (շինարարություն, արտադրություն, տրանսպորտ, կոմունալ ծառայություններ, մեծածախ առևտուր)
- ▶ Սպառողական ծառայություններ (մանրածախ առևտուր, ռեստորաններ և անհատական ծառայություններ)
- ▶ Բիզնես ծառայություններ (տեղեկատվություն և հաղորդակցում (S&S), մասնագիտական ծառայություններ)

Ըստ Զեկույցի, նոր ձեռնարկատիրական գործունեությունն ուսումնասիրելիս կարևոր է տարբերակել բիզնես ծառայությունները և սպառողական ծառայությունները: Սպառողական ծառայությունները համեմատաբար էժան են, այդ ոլորտում շուկա մուտք գործելը հեշտ է (սրճարաններ, տաքսի ծառայություններ, մազահարդարում, դերձակ և այլն), բայց հենց այդ պատճառով այստեղ շատ թեժ է մրցակցությունը, շահութաբերությունը՝ ցածր, հոսունությունը (շուկա մուտք գործող և գործունեությունը դադարեցնող բիզնեսների քանակը)՝ բարձր: Բիզնես ծառայություններում, որպես կանոն, ավելի կարևոր դեր են խաղում տեխնոլոգիաները, գիտելիքը, դրանք նմանակելն ավելի դժվար է, այսինքն՝ ավելի հավանական է, որ այս ոլորտում գործող ձեռնարկություններն ավելի երկար կգոյատևեն շուկայում: Վերջին տասնամյակներում զարգացած երկրներում տնտեսական հիմնական փոփոխություններից մեկն է բիզնես ծառայությունների աճը և դրա համեմատ՝ սպառողական ծառայությունների անկումը: Զարգացող երկրներում, որպես կանոն, բիզնես ծառայություններ մատուցող ձեռնարկատերերն ավելի քիչ են, քան սպառողական ծառայություններ մատուցողները:



**Ներդիր 2.** Հայաստանի ՀՆԱ-ի կառուցվածքն ըստ Ջեկույցի տնտեսական գործունեության տեսակների, 2014–2019



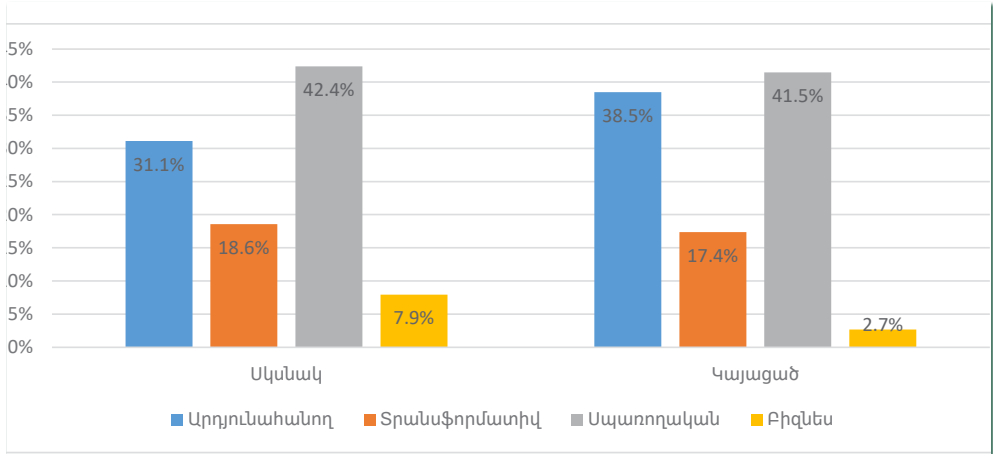
*Աղբյուր՝ հաշվարկված է ըստ ՀՀ Վիճակագրական կոմիտեի՝ ՀՆԱ-ի վերաբերյալ տվյալների*

- ▶ Սպառողական ծառայություններն ունեն ամենաբարձր կշիռը և վերջին մի քանի տարում աճել են:
- ▶ Բիզնես ծառայությունների կշիռն ամենացածրն է, բայց վերջին մի քանի տարում աճ է արձանագրել:
- ▶ Արդյունահանող հատվածը նվազել է (մեծ մասամբ ի հաշիվ գյուղատնտեսության):
- ▶ Տրանսֆորմատիվ հատվածը համեմատաբար կայուն է:

**Հայկական ձեռնարկատիրությունը կենտրոնացած է արդյունահանման (ի հաշիվ գյուղատնտեսության) և սպառողական ծառայությունների ոլորտներում (ի հաշիվ մանրածախ առևտրի),** ընդ որում ավելի կենտրոնացած են կայացած բիզնեսները, իսկ ԸՍՁԳ կառուցվածքում նկատվում է տրանսֆորմատիվ ոլորտի (ի հաշիվ արտադրության) և բիզնես ծառայությունների աճ (ի հաշիվ տեղեկատվության, հաղորդակցման և մասնագիտական ծառայությունների), ինչը կարելի է համարել երկրում ձեռնարկատիրության կառուցվածքի փոփոխության դրական նշան:



**Պատկեր 16. Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ Զեկույցի տնտեսական գործունեության տեսակների**

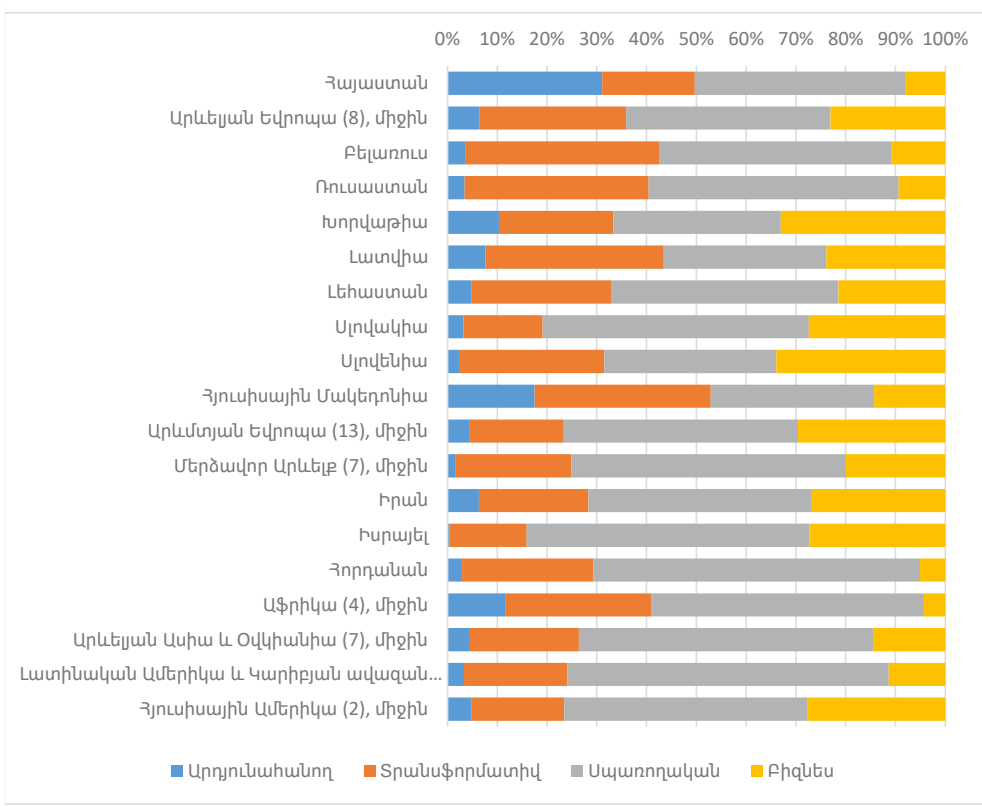


Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Հայկական ձեռնարկատիրության կառուցվածքն ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների մեծապես տարբերվում է Զեկույցի այլ երկրներից: Եթե երկրների մեծ մասում գյուղատնտեսության կշիռը փոքր է, ապա Հայաստանում այն ամբողջ ձեռնարկատիրական գործունեության 1/3 է: Սա պետք է հաշվի առնել Հայաստանն այլ երկրների հետ համեմատելիս: 2019թ. Զեկույցի երկրների շարքում Հայաստանն 1-ինն է սկսնակ և կայացած բիզնեսում արդյունահանող հատվածի մասնաբաժնով, իսկ բիզնես ծառայությունների կշռով՝ վերջիններից մեկը (42-րդն ԸՍՁԳ և 45-րդը ԿԲՍ):



**Պատկեր 17. ԸՍՁԳ կառուցվածքն ըստ Զեկույցի տնտեսական գործունեության տեսակների Հայաստանում և այլ երկրներում/տարածաշրջաններում**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

Տնտեսական գործունեության յուրաքանչյուր տեսակի կշիռն ԸՍՁԳ-ում և ԿԲՍ-ում ճշգրտորեն չի արտացոլում տվյալ գործունեության չափը 1 շնչի հաշվով, քանի որ ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կշիռները բավական տարբեր են: Երկրները համեմատելու տեսանկյունից ավելի վստահելի ցուցանիշ է յուրաքանչյուր գործունեությունում ներգրավված չափահաս անձանց քանակը: Մասնավորապես, եթե Հայաստանը 42-րդն է Զեկույցի 50 երկրից ըստ ԸՍՁԳ կառուցվածքում բիզնես ծառայությունների մասնաբաժնի, ապա ԸՍՁԳ բիզնես ծառայություններում ներգրավված անձանց կշռով՝ 30-րդը (1.7%): Այս տեսանկյունից Հայաստանը 11-րդն է ըստ տրանսֆորմատիվ հատվածի (չափահաս բնակչության 3.9%), 13-րդն ըստ սպառողական ծառայությունների (չափահաս բնակչության 8.9%), 1-ինն ըստ



արդյունահանող հատվածի (չափահաս բնակչության 6.5%):

ԿԲՍ բիզնես ծառայությունների մասնաբաժնով առաջատարներն են ԱՄՆ-ն (չափահաս բնակչության 3.9%) և Նիդերլանդները (3.5%), ԼՍՁԳ՝ Չիլին (7.3%) առաջինը, ԱՄՆ-ն երկրորդ տեղում (5.6%):

**Պատկեր 18. ԼՍՁԳ և ԿԲՍ ըստ Զեկույցի տնտեսական գործունեության տեսակների (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների**

	ԼՍՁԳ, չափահասների %				ԿԲ, չափահասների %			
	Արդյունահանող	Տրանսֆորմատիվ	Սպառողական	Բիզնես	Արդյունահանող	Տրանսֆորմատիվ	Սպառողական	Բիզնես
Հայաստան				8.9	3.0	1.4	3.2	0.2
Արդեյան եվրոպա (8), միջին	0.6	2.7	3.8	2.1	0.8	2.5	2.6	1.5
Բելառուս	0.2	2.3	2.7	0.6	0.1	1.1	1.2	0.4
Ռուսաստան	0.3	3.5	4.7	0.9	0.1	2.5	2.1	0.3
Խորվաթիա	1.1	2.4	3.5	3.5	0.7	0.8	1.0	1.1
Լատվիա	1.2	5.5	5.0	3.7	2.1	4.7	3.1	2.9
Լեհաստան	0.3	1.5	2.5	1.2	0.8	4.1	5.4	2.5
Սլովակիա	0.4	2.1	7.1	3.7	0.1	1.1	3.3	1.4
Սլովենիա	0.2	2.3	2.7	2.6	0.8	2.7	2.6	2.3
Ֆյուրիային մակեդոնիա	1.1	2.2	2.0	0.9	1.3	3.4	2.3	0.9
Արդյունայն եվրոպա (13), միջին	0.4	1.7	4.3	2.7	0.8	1.9	3.1	2.2
Մերձավոր Արևելք (7), միջին	0.2	2.8	6.7	2.4	0.3	1.7	2.5	1.2
Իրան	0.7	2.4	4.8	2.9	0.9	3.1	3.7	2.5
Իսրայել	0.1	2.0	7.2	3.5	0.2	1.3	2.2	1.8
Հորդանան	0.3	2.4	6.0	0.5	0.7	1.9	3.6	0.3
Աֆրիկա (4), միջին	1.4	3.5	6.6	0.5	1.4	2.3	4.5	0.1
Արդեյան Ասիա Կ Ծվկիանիա (7), միջին	0.4	2.1	5.6	1.4	0.7	2.6	4.9	1.1
Աստիակական Ամերիկա Կ Կարիբյան	0.8	5.0	15.5	2.7	0.4	2.5	4.9	0.7
Հյուսիսային Ամերիկա (2), միջին	0.9	3.3	8.7	4.9	0.9	2.0	3.0	3.1

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**Երիտասարդներն ավելի հակված են առևտրով զբաղվելուն, ավագ սերունդը՝ գյուղատնտեսությամբ.** 55-64 տարիքային խմբում գերակշռում է արդյունահանող հատվածը (մեծ մասամբ գյուղատնտեսությունը)՝ թե՛ ԼՍՁԳ, թե՛ ԿԲՍ կեսից ավելին այս ոլորտում է: Արդյունահանող հատվածի կշիռը նվազում է տարիքն զուգահեռ, հատկապես սկսնակների շրջանում, որը նշանակում է, որ մոտակա տարիներին Հայաստանում այս հատվածի մասնաբաժինը ձեռնարկատիրության ընդհանուր կառուցվածքում ևս կնվազի: Փոխարենը տարիքի նվազմանը զուգահեռ ավելանում է սպառողական ծառայությունների (մեծ մասամբ մանրածախ առևտրի) կշիռը (18-34 տարիքային խմբում ձեռնարկատերերի շուրջ կեսը ներգրավված է սպառողական ծառայությունների ոլորտում): Տրանսֆորմատիվ հատվածի կշիռը մի փոքր ավելի բարձր է սկսնակ, քան կայացած ձեռնարկատիրությունում, բայց հստակ տարիքային միտումներ չեն արձանագրվել: ԼՍՁԳ ավելի մեծ մասնաբաժնի պատճառը թերևս վերջին մեկ տարում միջավայրի փոփոխությունն է և ավելի նպաստավոր տնտեսական պայմանները:

**Բիզնես ծառայությունների հատվածի (տեղեկատվության, հաղորդակցման և մասնագիտական ծառայությունների) կշիռն ամենափոքրն է Հայաստանում, բայց ցուցաբերում է աճի ամենաբարձր տեմպը:**





Մասնավորապես, սկսնակ ձեռնարկատիրության կառուցվածքում դրա մասնաբաժինը գրեթե 3 անգամ ավել է, քան կայացած բիզնեսում, ընդ որում բիզնես ծառայությունների աճ նկատվում է բոլոր տարիքային խմբերում, բայց ամենաշատը՝ ամենաերիտասարդ խմբում (18-24):

**Աղյուսակ 11. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ տնտեսական հատվածների, տարիքի և սեռի (յուրաքանչյուր տարիքային և սեռային խմբի %)**

Տարիք	ԸՍՁԳ					ԿԲՍ				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Արդյունահանող	19.6%	23.8%	30.3%	38.1%	54.4%	38.6%	33.1%	31.2%	37.7%	53.6%
Սպառողական ծառայություններ	49.0%	51.8%	41.2%	31.7%	23.5%	50.6%	40.1%	46.6%	38.5%	36.8%
Տրանսֆորմատիվ	17.1%	16.8%	20.8%	24.6%	15.8%	10.8%	19.8%	22.2%	21.6%	6.1%
Բիզնես ծառայություններ	14.2%	7.7%	7.7%	5.7%	6.3%	0.0%	7.0%	0.0%	2.3%	3.5%
Սեռ	Տղամարդ	Կին	Ընդամենը	Տղամարդ	Կին	Ընդամենը				
Արդյունահանող	35.4%	25.6%	31.1%	37.0%	41.6%	38.5%				
Սպառողական ծառայություններ	34.7%	52.2%	42.4%	42.7%	38.8%	41.5%				
Տրանսֆորմատիվ	22.4%	13.6%	18.6%	18.5%	15.0%	17.4%				
Բիզնես ծառայություններ	7.5%	8.5%	7.9%	1.8%	4.6%	2.7%				

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

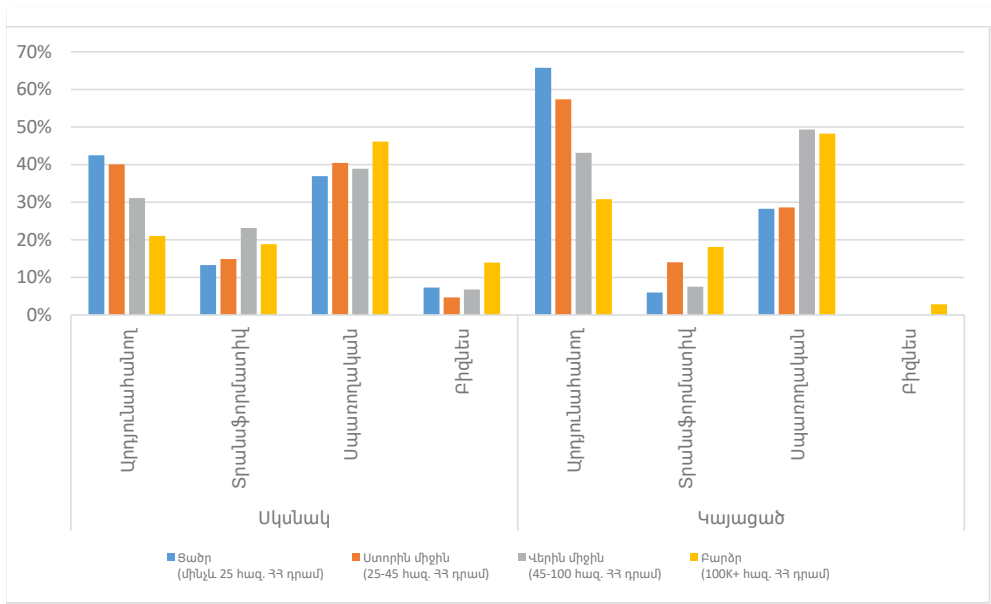
Ըստ հատվածների կան սեռային տարբերություններ: ԸՍՁԳ մակարդակում տղամարդիկ դեռ ավելի ակտիվ են արդյունահանող հատվածում, մինչդեռ կանայք ակտիվանում են սպառողական ծառայություններում: Եվ տղամարդիկ, և կանայք ԸՍՁԳ մակարդակում, ի տարբերության ԿԲՍ, ավելի շատ են ներգրավված բիզնես ծառայություններում, որը վկայում է Հայաստանում այս ոլորտի զարգացման մասին:

**Որքան ցածր է ձեռնարկատիրոջ եկամուտը, այնքան բարձր է գյուղատնտեսության մասնաբաժինը:** ԸՍՁԳ և ԿԲՍ փուլերում



ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը Հայաստանում շատ է տարբերվում ըստ 1 շնչին բաժին ընկնող եկամտի. որքան բարձր է ձեռնարկատիրոջ եկամուտը, այնքան ցածր է արդյունահանող հատվածի կշիռը՝ թե՛ սկսնակ, թե՛ կայացած փուլում: Արդյունահանող հատվածն առավել տարածվածն է ամենացածր երկու եկամտային խմբում, իսկ ամենաբարձր երկու խմբում ամենատարածված հատվածը սպառողական ծառայություններն են: Տրանսֆորմատիվ հատվածը և բիզնես ծառայությունները նույնպես ավելի բարձր կշիռ ունեն եկամտային ավելի բարձր խմբերում: **Հայաստանում արդյունահանող հատվածի մեծ կշիռը վկայում է աղքատության մասին, քանի որ անգամ երկրի ներսում գյուղատնտեսությունը որպես ոլորտ բարձր եկամտային խմբերում այնքան էլ շատ տարածված չէ: Տնտեսության զարգացմանը զուգահեռ արդյունահանող հատվածի կշիռը կնվազի, եթե եկամուտն ավելի հավասար բաշխվի:**

**Պատկեր 19. ԸՍԶԳ և ԿԲՍ ճյուղային կառուցվածքն ըստ եկամտային խմբերի (% յուրաքանչյուր եկամտային խմբում)**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**Արդյունահանող հատվածի բարձր կշիռի մեկ այլ պատճառ կարող է լինել գյուղական համայնքներում այլընտրանքների (գյուղատնտեսություն-նից բացի այլ ոլորտների) բացակայությունը:** Գյուղական համայնքներում ամբողջ ձեռնարկատիրության՝ թե՛ սկսնակ, թե՛ կայացած, մոտ կեսը (55%)



արդյունահանող ոլորտում է, մինչդեռ Երևանում և մարզային քաղաքներում ավելի տարածված են սպառողական ծառայությունները և տրանսֆորմատիվ հատվածը: Եթե համեմատենք սկսնակ և կայացած բիզնեսն ըստ բնակավայրի տեսակի, կտեսնենք, որ սպառողական և բիզնես ծառայությունների կշիռն աճում է, տրանսֆորմատիվ հատվածինը՝ նվազում:

**Աղյուսակ 12. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ճյուղային կառուցվածքն ըստ բնակավայրի տեսակի (% յուրաքանչյուր բնակավայրում)**

	ԸՍՁԳ			ԿԲՍ		
	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղական	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղական
Արդյունահանող	5.9%	17.3%	54.8%	5.4%	4.8%	55.9%
Տրանսֆորմատիվ	26.4%	22.0%	11.6%	35.8%	48.6%	5.5%
Սպառողական ծառայություններ	52.5%	51.5%	31.3%	46.9%	46.6%	38.7%
Բիզնես ծառայություններ	15.1%	9.2%	2.3%	11.9%	0.0%	0.0%

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**3.5 Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն և հովանավորվող ձեռնարկատիրություն**

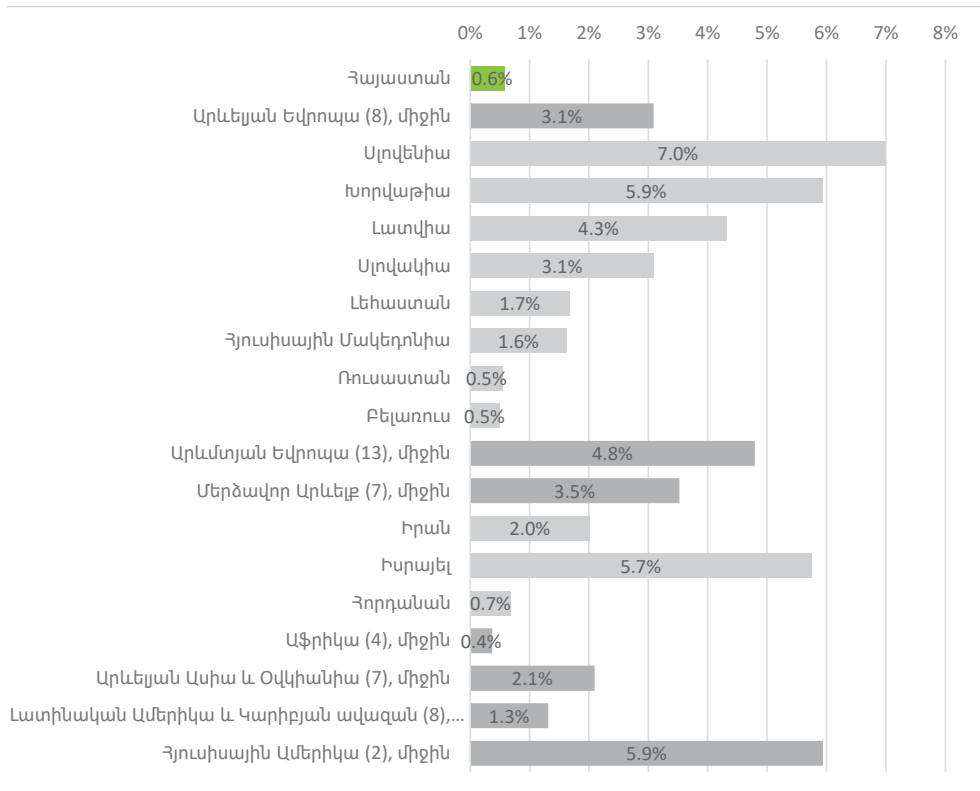
Ձեռնարկատիրությունն ընկալվում է որպես անհատական գործունեություն, բայց իրականում հաճախ մարդիկ ձեռնարկատիրությամբ զբաղվում են այլ անձի(անց) հետ և այլ անձանց համար: Մասնավորապես, աշխատակիցը կարող է բացահայտել և զարգացնել նոր բիզնես ուղղություն իր գործատուի համար՝ որպես իր աշխատանքային պարտականությունների մի մաս: Ձեռնարկատիրության այս տեսակը («ներքին ձեռներեց կամ intrapreneur») սահմանվում է որպես աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն (կազմակերպության ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվող աշխատակիցներ): Ինչպես արդեն նշվել է, աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունը շատ կարևոր է երկրի համար, քանի որ ապահովում է նորարարությունների շարունակական ներդրումը մեծ կազմակերպություններում: Զեկույցի շրջանակներում անցկացված անհատների հարցման ընթացքում մասնակիցները պատասխանել են՝ արդյոք իրենք մշակում են գործունեության նոր տեսակներ (ապրանքներ, ծառայություններ) կամ հիմնում դուստր



ձեռնարկություններ իրենց գործատուների համար: Այս հարցի պատասխանները թույլ են տալիս հասկանալ և վերլուծել աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեություն մակարդակը տարբեր երկրներում:

**Հայաստանում չափահաս բնակչության ընդամենը 0.6% է ներգրավված աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ ըստ 2019 Ջեկոյցի շրջանակներում իրականացված անհատների հարցման:** Այս ցուցանիշով Հայաստանը 39-րդն է Ջեկոյցի երկրների շարքում: Առաջատարներն են Ավստրալիան, Արաբական Միացյալ Էմիրություններ (ԱՄԷ) և Միացյալ Թագավորությունը, որտեղ չափահասների 8% ներգրավված է աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունում: Ընդհանրապես, ամենաբարձր ցուցանիշներն արձանագրվել են Եվրոպայում, իսկ Հայաստանը համեմատելի է Ռուսաստանի և Բելառուսի հետ:

**Պատկեր 20. Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019



**Ի տարբերություն ԸՍԶԳ կամ ԿԲՍ, աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը սերտորեն կորելացվում է եկամտի հետ:** Մասնավորապես, այն ուղիղ համեմատական է (0.68) 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ին և հակադարձ համեմատական՝ աղքատության մակարդակին (-0.52) և Զինիի գործակցին (-0.41):

*Հայաստանում աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը վկայում է խոշոր կազմակերպություններում առկա՝ հետազոտությունների և մշակումների և դրանց արդյունքների, նորարարությունների ներդրման հետ կապված խնդիրների մասին, որն անդրադառնում է առնվազն արտաքին շուկայում մրցունակության վրա: Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակը Հայաստանում մոտ է Եվրասիական տնտեսական միության (ԵԱՏՄ) այլ երկրների մակարդակին, բայց զգալիորեն ցածր է զարգացած երկրների համեմատ:*

Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության ցածր մակարդակի պատճառ կարող է լինել երկրում առկա քաղաքական և տնտեսական միջավայրը, որը կապված է ազգային մտածելակերպի հետ: Ըստ Դարոն Աճեմոնոլուի և Ջեյմս Ռոբինսոնի՝ «Ինչու են ազգերը ձախողվում» թեզի, որում քննարկվում են տնտեսական և քաղաքական հիմնարկների «ներառականությունը» և «էքստրակտիվությունը»՝ պետությունները բարգավաճում են, երբ ընդունում են տնտեսության և կառավարման «ներառական» մոդելը, այլ կերպ ասած՝ որոշումների կայացման մեջ ներառվում և իրենց խոսքն են ասում շատ մարդիկ: Ի տարբերություն ներառականների, «էքստրակտիվ» համակարգ ունեցող պետությունները չեն զարգանում, քանի որ անհատները և ձեռնարկատերերը ներդնելու և նորարար լինելու ավելի քիչ խթաններ ունեն: Ըստ վերոնշյալ աշխատության խորհրդային երկրներն էքստրակտիվ էին: Հայաստանը, ինչպես ԵԱՏՄ անդամ մյուս երկրները, դեռ կրում է էքստրակտիվ համակարգի տարրեր: Թավշյա հեղափոխությունից հետո ՀՀ կառավարությունը տնտեսության զարգացման համար փորձում է կիրառել ավելի ներառական մոտեցումներ, բայց անգամ եթե հաջողի, արդյունքը երևալու համար երկար ժամանակ կպահանջվի:

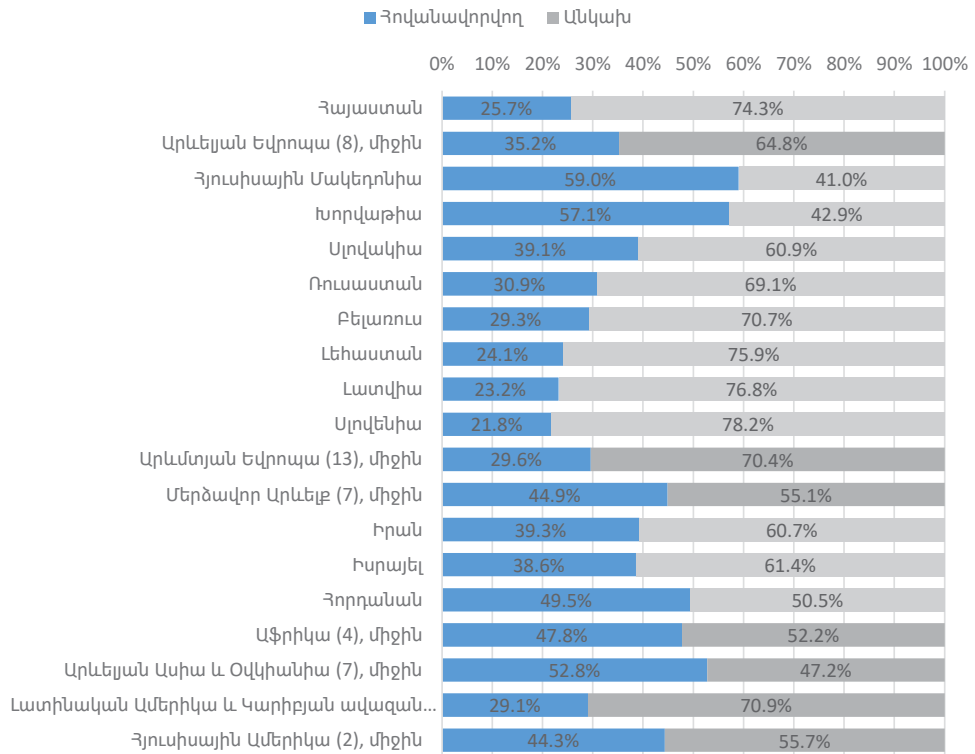
Զեկույցի շրջանակներում իրականացված անհատների հարցումը թույլ է տալիս բացահայտել այն բիզնեսմեններին (ինչպես սկսնակ, այնպես էլ կայացած), որոնց բիզնեսը կախյալ չէ ավելի խոշոր բիզնեսից (ավտոնոմ է), և նրանց, որոնց բիզնեսը հովանավորվում է գործատուի կողմից (համասեփականատիրություն): Այս տվյալներն ուսումնասիրելու



Նպատակն է անկախ ձեռներեցության և աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության միջև ճիշտ հավասարակշռություն գտնելը. հովանավորվող ներքին ձեռներեցության և անկախ ձեռնարկատիրության հարաբերակցությունը ցույց է տալիս խոշոր բիզնեսի ներգրավվածությունը երկրում ձեռնարկատիրական նոր միավորների ստեղծման գործում:

**ԸՍՁԳ և ԿԲՍ հովանավորվող ձեռնարկատիրության կշռով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի մեջ ամենացածր դիրքերից մեկում է:** Մասնավորապես, հովանավորվող ձեռնարկատիրության կշիռն ԸՍՁԳ մեջ 25.8% է (37-րդը 50-ից), ԿԲՍ մեջ 16.8% (43-րդը 50-ից): Սա նշանակում է, որ անկախ բիզնեսներն ավելի մեծ կշիռ ունեն Հայաստանի ձեռնարկատիրական ոլորտում: Հովանավորվող ձեռնարկատիրության մակարդակով առաջատարն Օմանն է (ԸՍՁԳ մեջ 98%, ԿԲՍ մեջ 100%), որտեղ ցանկացած նոր բիզնես հիմնելու համար անհրաժեշտ է ունենալ տեղացի գործընկեր:

**Պատկեր 21. Հովանավորվող և անկախ ձեռնարկատիրության մասնաբաժինն ԸՍՁԳ մեջ (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019



### 3.6 Ամփոփում

▶ Ըստ Զեկույցի՝ տարանջատվում են ձեռնարկատիրության 2 հիմնական տեսակները՝ անկախ ձեռնարկատերեր և ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվող աշխատակիցներ (ներքին ձեռներեցներ): Անկախ ձեռնարկատերերն անցնում են զարգացման 3 փուլ՝ նորաթուփ ձեռնարկատեր (գործունեություն է ծավալում 3 ամսից ոչ ավել), նորաստեղծ բիզնես (3-42 ամիս) և կայացած բիզնես (42 ամսից ավել): Առաջին երկուսը միասին կոչվում են ԸՍԶԳ, իսկ ԿԲՍ սեփականատերերն առանձին խումբ են: Զեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվող աշխատակիցներն այն անձինք են, որոնք բացահայտում և զարգացնում են նոր բիզնես ուղղություններ իրենց գործատուի համար՝ որպես իրենց աշխատանքային պարտականությունների մաս: Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունը կարևոր ցուցանիշ է երկրի համար, քանի որ այն ձեռնարկատիրական միջավայրի մաս է և ապահովում է նորարարությունների շարունակականությունը մեծ կազմակերպություններում:

▶ 2019թ. Հայաստանում արձանագրվել է ԸՍԶԳ բարձր մակարդակ՝ չափահաս աճանց 21.0%, 7-րդը Զեկույցի 50 երկրի շարքում և 1-ինն Արևելյան Եվրոպայում:

▶ Առկա է կորելացիա ԸՍԶԳ բարձր մակարդակի, տվյալ երկրում եկամտի բաշխման անհավասարության և անհատական ինքնագնահատականի հետ («ես ունեմ ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու համար անհրաժեշտ գիտելիքը», «մարդիկ ինձ նորարար են համարում»):

▶ Կայացած բիզնեսի ցուցանիշով (չափահաս բնակչության 7.8%) Հայաստանը միջին դիրքում է (23-րդը 50-ից): Սա կարող է նշանակել, որ ԸՍԶԳ ավելի շատ խնդիրների են հանդիպում իրենց բիզնեսը զարգացնելու ճանապարհին:

▶ ԿԲՍ և ԸՍԶԳ հարաբերակցությամբ Հայաստանը 40-րդն է: Տարբեր երկրներում այս ցուցանիշի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ երկրում եկամտի անհավասար բաշխմամբ և ապրուստ վաստակելու նպատակով հիմնված բիզնեսի կայանալու հավանականությունն ավելի ցածր է: Ավելին, բիզնես սկսելիս սեփական կարողությունների գերագնահատումը կարող է բացասաբար անդրադառնալ բիզնեսի վրա:



- ▶ Ձեռնարկատիրությանը և բիզնեսի կայացմանն աջակցելու տեսանկյունից ձեռներեցները կրթության և վերապատրաստման կարիք ունեն:
- ▶ Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը կենտրոնացած է արդյունահանման (էքստրակտիվ) ոլորտում՝ ի հաշիվ գյուղատնտեսության, և սպառողական ծառայությունների ոլորտում՝ ի հաշիվ մանրածախ առևտրի. ԿԲՄ 83% և ԸՍՁԳ 63% զբաղվում են գյուղատնտեսությամբ կամ առևտրով:
- ▶ ԸՍՁԳ և ԿԲ արդյունահանող հատվածի կշռով Հայաստանն 1-ինն է 2019թ. Զեկույցի երկրների շարքում, իսկ բիզնես ծառայությունների կշռով՝ վերջիններից մեկը (42-րդը ԸՍՁԳ և 45-րդը ԿԲՄ): Վերջին տասնամյակներում զարգացած երկրներում տնտեսական հիմնական փոփոխություններից մեկը բիզնես ծառայությունների աճն էր:
- ▶ Հայաստանում արդյունահանող հատվածի մեծ կշիռը վկայում է աղքատության մասին, քանի որ անգամ երկրի ներսում գյուղատնտեսությունը որպես ոլորտ բարձր եկամտային խմբերում այնքան էլ շատ տարածված չէ: Տնտեսության զարգացմանը զուգահեռ արդյունահանող հատվածի կշիռը կնվազի, եթե եկամուտն ավելի հավասար բաշխվի:
- ▶ Հայաստանում չափահաս բնակչության ընդամենը 0.6% է ներգրավված աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունում (39-րդը 50-ից): Ի տարբերություն ԸՍՁԳ և ԿԲՄ, աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեությունը սերտորեն կապված է եկամտի (1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ի) հետ:
- ▶ Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության ցածր մակարդակը վկայում է խոշոր կազմակերպություններում հետազոտությունների և մշակումների, դրանց արդյունքների ու նորարարությունների ներդրման ոլորտում առկա խնդիրների մասին: Սա կարող է ազդել արտաքին շուկայում նրանց մրցունակության վրա:
- ▶ Տղամարդիկ Հայաստանում ավելի ակտիվ ձեռնարկատերեր են, քան կանայք. այս միտումը նույնն է 2019թ. Զեկույցին մասնակցած երկրների մեծամասնությունում: Չնայած, որ ըստ սեռային խմբերի Հայաստանն ԸՍՁԳ ցուցանիշով առաջին տասնյակում է (4-րդն ըստ տղամարդկանց, 9-րդն ըստ կանանց խմբի), համեմատությունը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում կանանց ներգրավումը ձեռնարկատիրու-





թյունում համաշխարհային մակարդակով միջինից ցածր է: Նշենք, որ 50 երկրից 21-ում այս ցուցանիշն ավելի վատն է, այդ թվում՝ եվրոպական շատ երկրներում:

- ▶ Հայաստանում կին ձեռներեցները, ինչպես նաև մարզային քաղաքներում աշխատող ձեռներեցները հատուկ աջակցության կարիք ունեն:

Չափահաս բնակչության շրջանում նախքան հարցումն անցկացնելը առաջադրվել էին Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ վերաբերյալ մի շարք վարկածներ, որոնք հաստատվեցին կամ հերքվեցին հարցման արդյունքների հիման վրա:

**1. Հայերն ավելի հակված են ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելուն, քան այլ ազգերը:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Հայաստանում 2019թ. Զեկույցին մասնակցած երկրների համեմատ արձանագրվել է սկսնակ ձեռնարկատիրության ամենաբարձր մակարդակներից մեկը (21%): Նշենք, որ այս ցուցանիշը բարձր է նաև ԵԱՏՄ անդամ այլ երկրների՝ Ռուսաստանի և Բելառուսի համեմատ (համապատասխանաբար 9% և 6%):

**2. Տարիքը որոշիչ դեր է խաղում հայ ձեռներեցների համար:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Ինչպես երկրներից շատերում, ամենաակտիվ ԸՍՁԳ երիտասարդներն են (25-34 տարեկան): Տարիքին զուգահեռ սկսնակ ձեռնարկատերերի թիվը նվազում է, միջդեռ կայացած բիզնեսմենների շրջանում ամենաակտիվը 45-54 տարիքային խումբն է (ԿԲՍ թիվն ավելանում է մինչև այս տարիքային խումբը):

**3. Հայաստանում ձեռնարկատիրությամբ զբաղվել ցանկացողների կշիռը, հատկապես երիտասարդների շրջանում, համեմատաբար բարձր է թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց առումով:**

*Վարկածը հաստատվել է մասամբ՝* ԸՍՁԳ մասով, բայց ոչ կայացած բիզնեսի համար: Այն չի հաստատվել նաև 18-24 տարիքային խմբի համար, որն առաջատար չէ ըստ ԸՍՁԳ մասնաբաժնի, ի տարբերություն 25-34 տարիքային խմբի, որտեղ ավելի քան 30% սկսնակ ձեռնարկատերեր են: Այս տարիքային խումբն ամենաակտիվն է ԸՍՁԳ առումով, ընդ որում սա վերաբերում է թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց. տղամարդկանց 37% և կանանց 24% ներգրավված են սկսնակ ձեռնարկատիրական գործունեությունում: Նշենք, որ տղամարդկանց կշիռն ավելի բարձր է բոլոր տարիքային խմբերում, ընդ որում տարբերությունը շատ ավելի փոքր է սկսնակների, քան կայացած բիզնեսմենների խմբում, այսինքն՝ Հայաստանում կանայք ակտիվացել են ձեռնարկատիրության ոլորտում:



**4. Ձեռնարկատիրության մակարդակն ավելի ցածր է գյուղական համայնքներում, քան Երևանում:**

*Վարկածը հերքվել է:* Գյուղաբնակների 25.6% սկսնակ, 13.6%՝ կայացած ձեռնարկատերեր են, մինչդեռ Երևանում այս ցուցանիշը համապատասխանաբար 19.8% և 5.3% է: Հիմնական պատճառը՝ ձեռնարկատիրության ոլորտ հանդիսացող գյուղատնտեսությունն է: Գյուղական համայնքներում ավելի սահմանափակ են ապրուստ վաստակելու, իսկ Երևանում ավելի շատ վարձու աշխատանք գտնելու հնարավորությունները: Նշենք, որ գյուղատնտեսությունից բացի այլ ոլորտներում ձեռնարկատիրության մակարդակն ավելի բարձր է Երևանում, քան գյուղական համայնքներում:

**5. Նախընտրելի ոլորտները գյուղական և քաղաքային բնակավայրերում տարբեր են՝ Երևանում և մարզային քաղաքներում գերակշռում են ծառայությունները, գյուղական համայնքներում՝ գյուղատնտեսությունը:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Գյուղաբնակ ձեռնարկատերերի 55% (ինչպես ԸՍՁԳ, այնպես էլ ԿԲՍ) ներգրավված է արդյունահանող ոլորտում, Երևանում և մարզային քաղաքներում՝ սպառողական ծառայություններում (ԸՍՁԳ 52%, ԿԲՍ 47%):

**6. Ձեռներեցությանը զբաղվելու հիմնական դրդապատճառներից մեկն է «սեփական գլխի տերը լինելը» կամ այլ կերպ ասած «անկախ լինելը»:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Հովանավորվող ձեռներեցության կշիռը թե՛ ԸՍՁԳ, թե՛ ԿԲՍ առումով Հայաստանում ամենացածրերից մեկն է Զեկույցի 50 երկրի շարքում: Մասնավորապես, սկսնակ ձեռնարկատիրության մեջ հովանավորվող ձեռներեցության մասնաբաժինը 25.8% է (37-րդը 50-ից), կայացած բիզնեսում՝ 16.8% (43-րդը 50-ից): Հայաստանում, ի տարբերություն Զեկույցի երկրների մեծամասնության, գերակշռում են անկախ բիզնեսները:

**7. Հետխորհրդային միջավայրը բացասաբար է անդրադառնում ձեռնարկատիրության վրա:**

*Վարկածը հիմնականում հերքվել է:* Սկսնակ ձեռնարկատիրության մակարդակով Հայաստանը Զեկույցի 50 երկրի շարքում առաջատարներից մեկն է: Անշուշտ, երիտասարդներն ավելի ակտիվ են, քան ավագ սերունդը, բայց այս միտումն առկա է բոլոր երկրներում: Անգամ եթե ավագ սերունդը դեռ «սովետական» մտածելակերպի ազդեցության տակ է, այն Հայաստանում ձեռնարկատիրության ներկա մակարդակի վրա բացասաբար չի անդրադառնում:



# Գլուխ IV. Մոտիվացում և ձգտումներ՝ ինչու՞ են հայերը բիզնեսով զբաղվում

*« Ձեռնարկատիրության հատուկ  
գործիքը նորարարությունն է, որը  
թույլ է տալիս ռեսուրսները վերա-  
ծել հարստության»:*

**— Փիթեր Դրաքեր**

## 4.1 Ներածություն

Բիզնես սկսելու պատճառները նույնքան շատ են, որքան բիզնես սկսել ցանկացող մարդիկ: Ոմանք ցանկանում են ավելի շատ եկամուտ վաստակել, մյուսները շարունակում են ընտանեկան ավանդույթը, մեկ ուրիշը ցանկանում է նորարարություններով հանդես գալ կամ պարզապես այլընտրանքային զբաղմունք գտնել: Մարդկանց շարժառիթները կարող են շատ բան ասել միջավայրի ընդհանուր սոցիալ-տնտեսական պայմանների մասին:

Բացի դրդապատճառներից, բիզնեսը կարող է ունենալ նաև այնպիսի սպասումներ և ձգտումներ, որոնք ազդում են տնտեսության վրա: Զեկույցը ցույց է տալիս նաև ամբողջ աշխարհում ձեռներեցների ազդեցությունը՝ իրենց համայնքներում ներդնելով նորամուծություններ, ստեղծելով աշխատատեղեր, մրցակցելով և նպաստելով երկրների զարգացմանը: Զեկույցում վերլուծվում է նաև ձեռնարկատիրության ընդհանուր ազդեցությունն աշխատաշուկայի, տնտեսության միջազգայնացման և նորամուծությունների ներդրման վրա, մասնավորապես՝ քանի աշխատատեղ է ակնկալում ստեղծել բիզնեսը, ինչ շուկաներ է մտադիր մուտք գործել (ներքին, տարածաշրջանային, միջազգային և այլն), արդյոք հիմնական հասույթն ակնկալվում է արտահանումից թե նորամուծություններից և վերջապես՝ ինչ տեխնոլոգիա է բիզնեսը մտադիր կիրառել: Սույն գլխում քննարկվում են վերոնշյալ բոլոր կետերը մոտիվացման և ազդեցության տեսանկյունից:

## 4.2 Բիզնես սկսելու շարժառիթները

Զեկույցում բիզնես սկսելու շարժառիթները դասակարգված են 4 խմբում: Անհատների հարցման ժամանակ մասնակիցներին խնդրել էին համաձայնել կամ չհամաձայնել հետևյալ դրույթների հետ՝

- ▶ Աշխարհում մի բան փոխել (փոփոխություն)
- ▶ Շատ եկամուտ վաստակել, կարողություն ստեղծել (հարստություն)
- ▶ Ընտանեկան ավանդույթը շարունակել (ընտանիք)
- ▶ Ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա (ապրուստ)

Պատասխանի տարբերակները ներկայացված էին Լայքերթի 5-կետանոց սանդղակով՝ լիովին համաձայն եմ, համաձայն եմ, չեզոք դիրք, համաձայն չեմ, ամենևին համաձայն չեմ, ընդ որում հարցվողները կարող էին համաձայնել կամ չհամաձայնել միաժամանակ բոլոր կիրառելի դրույթների հետ:



Ըստ հարցման արդյունքների՝ **Հայաստանում թե՛ ԸՍԶԳ, թե՛ կայացած ձեռնարկատերերի շրջանում ամենատարածվածն է կարիքից դրդված բիզնես սկսելու շարժառիթը՝ «ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա»** (աղյուսակներ 13 և 14). ԸՍԶԳ 89% և կայացած ձեռնարկատերերի 92% համաձայն են այս դրույթի հետ: Այս ցուցանիշով Հայաստանն 1-ին տասնյակում է Զեկույցի 50 երկրի մեջ, 1-ինը՝ Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրի շարքում, **մինչդեռ նպատակասլաց դրդապատճառի՝ «աշխարհում մի բան փոխելու» ցանկությամբ բիզնես սկսելու ցուցանիշով Հայաստանը ամենացածր դիրքերում է:**

**Աղյուսակ 13. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ԸՍԶԳ շարժառիթների**

Դրդապատճառներ	դրույթին համաձայնած չափահասների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
Փոփոխություն	18.4%	47	9	46.2%	-27.8
Հարստություն	51.5%	30	4	55.2%	-3.7
Ընտանիք	35.5%	21	4	35.6%	-0.1
Ապրուստ	88.8%	8	1	63.4%	25.4

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**Աղյուսակ 14. Հայաստանի դիրքը Զեկույցի 50 երկրի շարքում ըստ ԿԲՍ շարժառիթների**

Դրդապատճառներ	դրույթին համաձայնած չափահասների %	Հայաստանի դիրքը		GEM 50 երկրի միջինը	Համաշխարհային միջինի հետ տարբերությունը, տ.կ.
		GEM 50 երկրի շարքում	Արև. Եվրոպայի 9 երկրի շարքում		
Փոփոխություն	9.6%	48	9	39.1%	-29.6
Հարստություն	33.6%	38	6	49.9%	-16.3
Ընտանիք	50.4%	13	3	41.4%	9.0
Ապրուստ	92.9%	4	1	66.8%	26.1

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

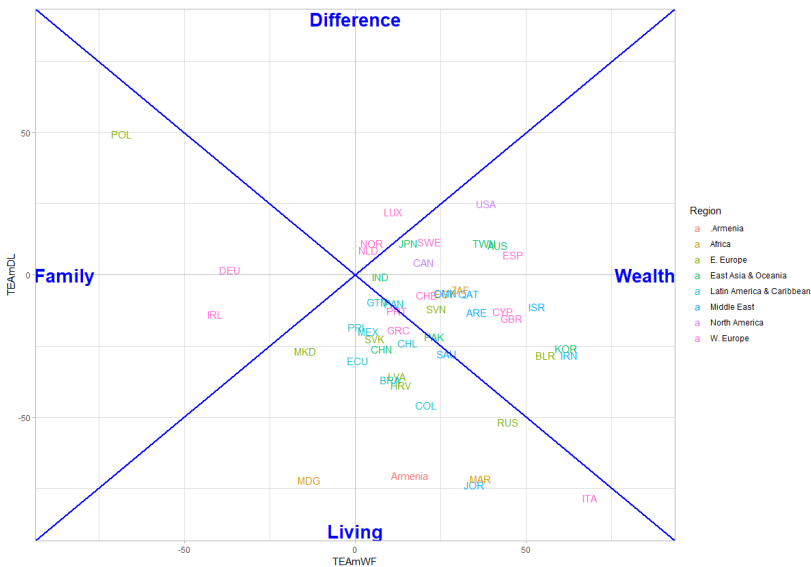
ԸՍԶԳ և ԿԲՍ շարժառիթները համեմատելիս Հայաստանում նկատվում են որոշ դրական միտումներ. ի տարբերություն կայացածների, ավելի շատ սկսնակ ձեռնարկատերեր են ցանկանում աշխարհում մի բան փոխել,



ինչպես նաև ավելի շատ եկամուտ վաստակել, բայց այդուհանդերձ ապրուստ վաստակելու կշիռը բարձր է և գրեթե նույնն է երկու դեպքում էլ: Հայաստանի և այլ երկրների միջև տարբերությունն ըստ առաջին և վերջին շարժառիթների նույնպես գրեթե անփոփոխ է (-29.6 և 26.1 տ. կ. ):

Նախքան Հայաստանում տարբեր սոցիալական խմբերում և ոլորտներում շարժառիթների առանձնահատկությունները քննարկելը մենք փորձել ենք վերլուծել դրանց տարբերություններն աշխարհում և այդ նպատակով մշակել ենք դասակարգման մեթոդ, ինչի շնորհիվ երկրները 4 խմբի ենք բաժանել ըստ շարժառիթների (ԸՍՁԳ և ԿԲՍ համար առանձին): Նախ, մենք բացահայտեցինք, որ «փոփոխություն» և «ապրուստ» շարժառիթները հակադարձ համեմատական են, ինչպես «ընտանիք» և «հարստություն» շարժառիթները, ուստի այդ շարժառիթները գծապատկերներում կորդինատների հակառակ կողմերում են: Այնուհետև յուրաքանչյուր երկրի համար որոշվեցին x և y արժեքներն ըստ շարժառիթների նշված զույգերի միջև տարբերության: Արդյունքում ստացել ենք պատկերներ 22-ը և 23-ը, որոնք ցույց են տալիս Ջեկոյցի յուրաքանչյուր երկրի դիրքն ըստ ձեռնարկատիրությանը զբաղվելու հիմնական շարժառիթի: Պատկերների միջև տարբերությունը ցույց է տալիս տվյալ երկրում շարժառիթների փոփոխությունը, քանի որ պատկեր 22-ը հիմնված է ԸՍՁԳ, իսկ պատկեր 23-ը՝ ԿԲՍ տվյալների վրա:

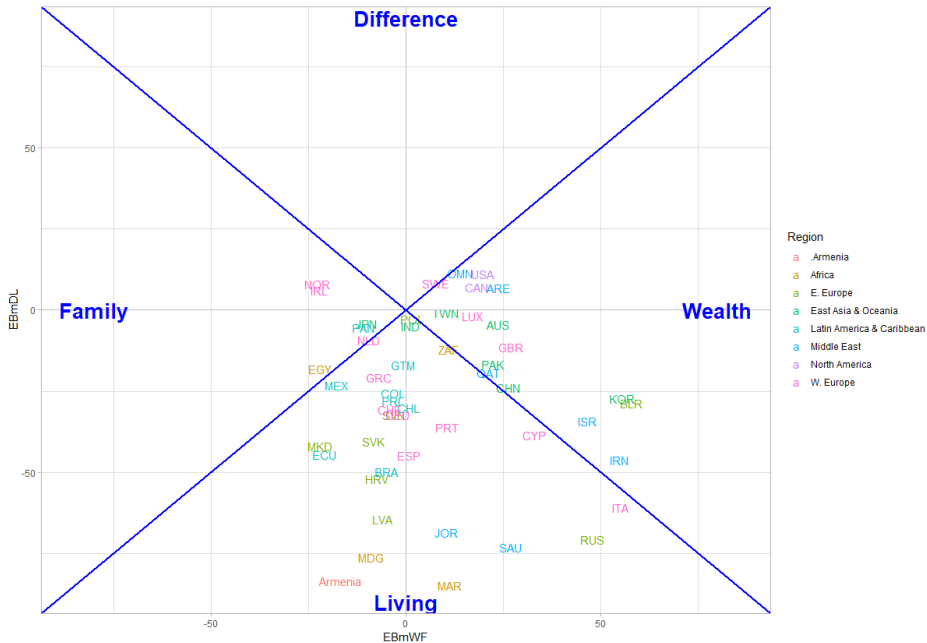
**Պատկեր 22. Երկրներն ըստ ԸՍՁԳ ձեռնարկատիրության շարժառիթների**



Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում, երկրների կոդեր՝ ISO 3166-1, alpha-3



**Պատկեր 23. Երկրներն ըստ ԿԲՄ շարժառիթների**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան, անհատների հարցում, երկրների կոդեր՝ ISO 3166-1, alpha-3

Երկրների մեծամասնությունն «ապրուստ» և «հարստություն» շարժառիթների քառորդներում է: Միայն 3 երկիր է (Իռլանդիա, Լեհաստան և Գերմանիա), որտեղ նոր ձեռնարկատերերն ավելի մոտիվացված են ընտանեկան ավանդույթը շարունակելով, իսկ կայացած ձեռնարկատերերի առումով նշված 3 երկրից այս քառորդում միայն Իռլանդիան է: Նորվեգիայում, Ճապոնիայում և Պանամայում կայացած բիզնեսները ևս «ընտանիք» քառորդում են, բայց այս երկրներում սկսնակ բիզնեսի շարժառիթները փոխվել են:

Միայն 3 երկիր է, որ «աշխարհում փոփոխություն անելու» քառորդում է՝ Նիդերլանդներ, Նորվեգիա և Լյուքսեմբուրգ, ընդ որում ոչ մի երկրում կայացած բիզնեսն այդ քառորդում չէ, ուստի «աշխարհում մի բան փոխելու» շարժառիթը թերևս կապված է բիզնես ծառայությունների զարգացման հետ:

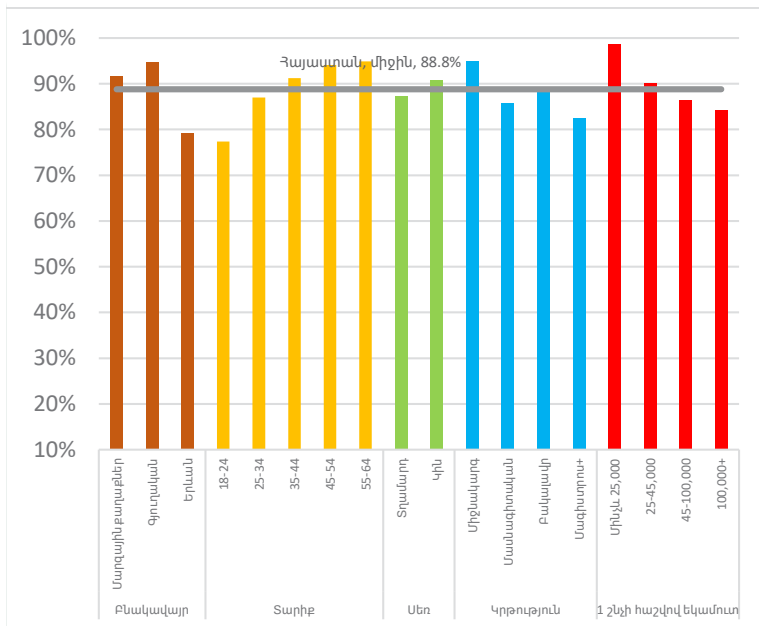
Ինչ վերաբերում է սկսնակ ձեռնարկատերերի շարժառիթներին, շատ երկրներ «շատ եկամուտ վաստակելու, հարստանալու» քառորդում են: Նկատելի է, որ ԱՄՆ-ն, Կանադան, Շվեդիան, Ճապոնիան, Թայվանը և Իսպանիան ավելի մոտ են «աշխարհում մի բան փոխելու» քառորդին, մինչդեռ Բելառուսի, Իրանի և Հարավային Կորեայի պես երկրներն ավելի մոտ են «ապրուստ վաստակելու» քառորդին:



Ըստ ԸՍՁԳ մակարդակի շատ երկրներ հայտնվել են «ապրուստ» քառորդում, ընդ որում դրանք միայն ցածր կամ միջին եկամուտ ունեցող երկրները չեն: Մասնավորապես, այս հատվածում է Իտալիան, որը թերևս շատ ավելի մոտ է «հարստություն» քառորդին: Հայաստանը թե՛ ԸՍՁԳ, թե՛ ԿԲՍ առումով «ապրուստ» քառորդում է: Եթե համեմատենք Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ վերաբերյալ տվյալները, կտեսնենք, որ շարժառիթն ընթանում է «հարստություն» ուղղությամբ, ինչը նկատելի է երկրների մեծամասնության մոտ: Ուստի, աշխարհում բիզնես սկսելու շարժառիթն ընդհանուր առմամբ փոխվում է «ապրուստից» դեպի «հարստություն», իսկ հետո միգուցե դեպի «աշխարհում մի բան փոխելը», որի առումով այս պահին առաջատար է ընդամենը 3 երկիր:

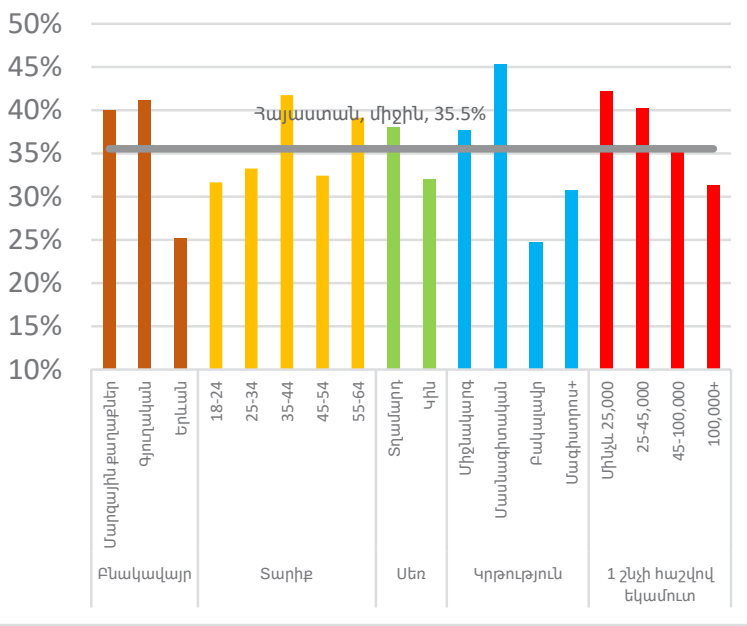
**Պատկեր 24. Բիզնես սկսելու շարժառիթները Հայաստանում (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող ԸՍՁԳ %) ըստ բնակչության խմբերի**

**ա) «Ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա»**

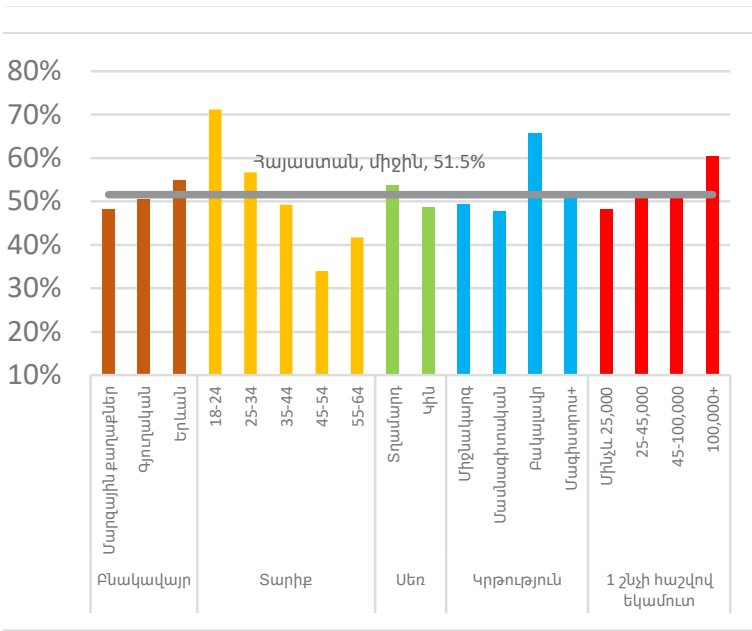




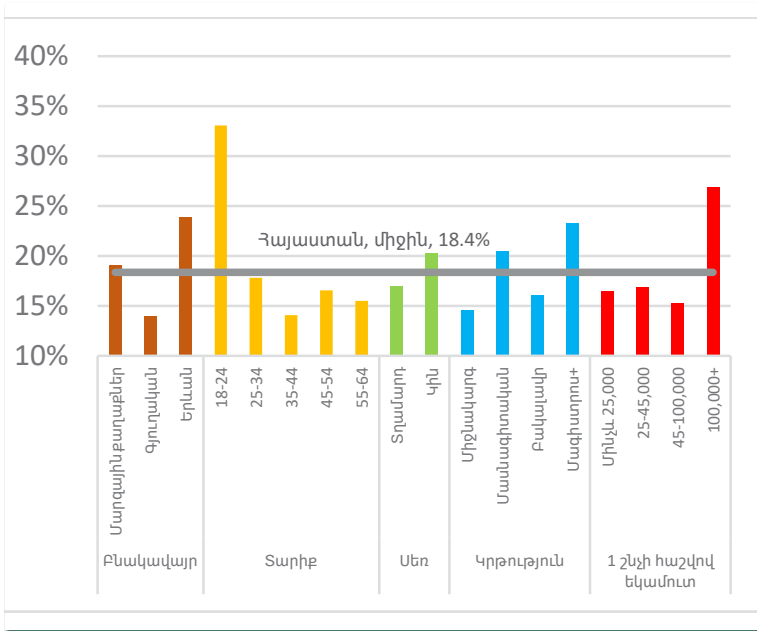
**բ) «Ընտանեկան ավանդույթը շարունակել»**



**գ) «Շատ եկամուտ ստանալ, հարստություն կուտակել»**



**դ) «Աշխարհում մի բան փոխել»**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Ինչպես նկատում ենք, բոլոր խմբերում ամենատարածված շարժառիթը «ապրուստ վաստակելն» է, ընդ որում դրա կշիռն ավելի բարձր է գյուղական համայնքներում, թերևս այն պատճառով, որ այնտեղ եկամտի այլընտրանքային աղբյուրներ չկան, բացի գյուղատնտեսությունից: Երիտասարդների, ինչպես նաև ավելի կրթվածների և 1 շնչի հաշվով ավելի բարձր եկամուտ ունեցողների շրջանում «ապրուստի» շարժառիթը ավելի քիչ տարածվածներից է:

«Ապրուստին» Հայաստանում հաջորդում է «հարստություն» շարժառիթը, որն ունի հակառակ միտումը, բայց ոչ այնքան հստակ, որքան «ապրուստը»: Մասնավորապես, անգամ եթե «հարստություն» շարժառիթի կշիռն ավելանում է տարիքին զուգահեռ, ամենաերիտասարդների խմբում տարբերությունը մյուսներից մեծ է:

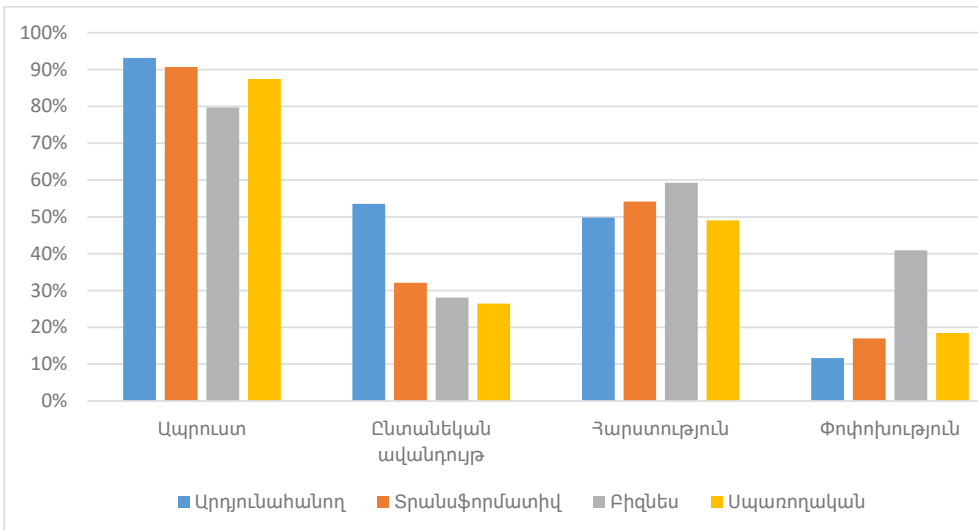
Շատ եկամուտ ստանալու, հարստանալու շարժառիթն ունեցող հայ ձեռնարկատիրոջ հավաքական կերպարը հետևյալն է՝ 18-24 տարեկան տղամարդ՝ բարձրագույն կրթությամբ (բակալավր), 1 շնչի հաշվով ամենաբարձր եկամտային խմբից (100+ հազ. ՀՀ դրամ): Գրեթե նույնն է նաև աշխարհում մի բան փոխելու շարժառիթն ունեցող ձեռնարկատիրոջ հավաքական կերպարը՝ այն տարբերությամբ, որ այստեղ ձեռնարկատերը կին է՝ Երևանից:



Ինչ վերաբերում է սեռային տարբերություններին, **հայ կանայք (ինչպես Զեկույցի շատ երկրներում) ավելի շատ են հակված՝ համաձայնելու «աշխարհում մի բան փոխել» և «ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա» դրույթների հետ**, մինչդեռ տղամարդիկ ավելի շատ են համաձայնում «ընտանեկան ավանդույթը շարունակել» և «հարստանալ» դրույթների հետ: Թե՛ Հայաստանում, թե՛ շատ այլ երկրներում կանայք որպես կանոն ավելի քիչ են պարտավորված ընտանեկան բիզնեսը շարունակել կամ հարստություն կուտակել, ուստի կանայք բիզնես են սկսում երկու ծայրահեղ դեպքում՝ երբ պետք է ապրուստ վաստակել (եթե իրենք կամ իրենց ընտանիքը կարիքի մեջ է), կամ երբ իրենք ցանկանում են աշխարհում մի բան փոխել (սովորաբար այս նպատակով բիզնես են սկսում, եթե իրենք կամ ընտանիքը ֆինանսապես ապահովված է):

Երևանցիներն ավելի շատ են հակված հարստություն կուտակելուն և աշխարհում մի բան փոխելուն, մինչդեռ ապրուստ վաստակելը և ընտանեկան ավանդույթը շարունակելն ավելի տարածված են գյուղական համայնքներում: Այս տարբերությունը կարելի է բացատրել՝ ուսումնասիրելով ձեռնարկատերերի շարժառիթներն ըստ գործունեության ոլորտի (պատկեր 25):

**Պատկեր 25. Հայաստանում բիզնես սկսելու շարժառիթները (տվյալ դրույթի հետ համաձայնող ԸՍԶԳ %) ըստ գործունեության տեսակի/ճյուղի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



Մասնավորապես, արդյունահանող հատվածում (մեծ մասամբ գյուղատնտեսություն) ավելի տարածված է ապրուստ վաստակելու շարժառիթը: Այս հատվածը Հայաստանում մեծ կշիռ ունի ի հաշիվ գյուղական համայնքների և տարբերվում է մյուսներից նաև ընտանեկան բիզնեսը շարունակելու առումով: Մարզային քաղաքներում բարձր է սպառողական ծառայությունների (առևտուր) և տրանսֆորմատիվ հատվածի կշիռը (արտադրություն, շինարարություն և այլն), բայց շարժառիթները շատ չեն տարբերվում արդյունահանող հատվածի շարժառիթներից: Բացի սպառողական ծառայություններից և տրանսֆորմատիվ հատվածից, Երևանում համեմատաբար բարձր է նաև բիզնես ծառայությունների կշիռը (SS և այլ մասնագիտական ծառայություններ): Սա այն հատվածն է, որն ամենաշատն է տարբերվում ըստ շարժառիթների. այստեղ ձեռնարկատերերի՝ «աշխարհում մի բան փոխելու» նպատակը շատ ավելի տարածված է, քան մյուս հատվածներում, իսկ ամենատարածվածն է շատ եկամուտ վաստակելու, հարստանալու շարժառիթը: Եթե հաշվի առնենք, որ բիզնես ծառայությունների ոլորտում ձեռնարկատերերի մեծամասնությունը երիտասարդ է, շարժառիթների տարբերությունը պարզ է դառնում:

### 4.3 Ազդեցություն՝ գործունեություն և ձգտումներ

Անհատները կարող են ոգեշնչվել ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ ներգրավված լինելու ցանկացած գործոնով, ովքեր երազում են հասնել որոշակի նպատակների: Անշուշտ, ցանկացած նոր բիզնեսի ապագան մշուշոտ է, բայց կան որոշ սպասումներ և գործողություններ, որոնք կարող են կանխորոշել հաջողությունը: Զեկույցի այս բաժնում քննարկվում է ձեռնարկատիրության շրջանակները՝ նրանց սպասումներն աշխատատեղեր ստեղծելու առումով, արդյոք ունեն հաճախորդներ համայնքից դուրս, որքանով են նորարար արտադրանքի և տեխնոլոգիաների առումով: Այս գործոնները կարևոր են, քանի որ կարող են էապես ազդել երկրում ձեռնարկատիրական միջավայրի երկարաժամկետ կայուն զարգացման վրա:

#### *Աճի սպասումներ՝ աշխատատեղեր*

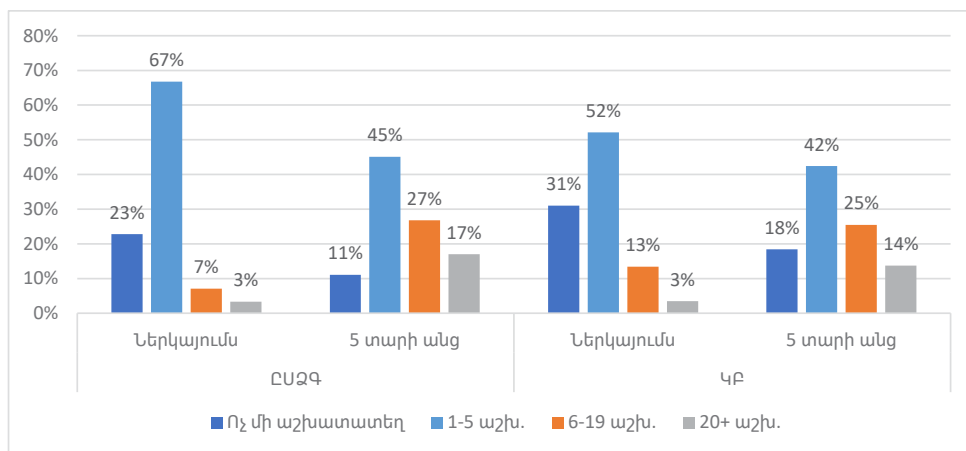
Նոր բիզնեսի ապագան կախված է արձանագրված հաջողությունից, բայց անկախ ամեն ինչից՝ բիզնեսն ազդում է տնտեսության վրա աշխատատեղերի առումով: Ավելին, աշխատատեղերի վերաբերյալ սպասումների հիման վրա կարելի է գնահատել ապագա ազդեցությունը:

Հարցման շրջանակներում ԸՍԶԳ և ԿԲՍ պատասխանել են այն



հարցին, թե քանի աշխատող ունեն տվյալ պահին (չհաշված ձեռնարկատիրոջը՝ որպես բիզնեսի սեփականատիրոջ կամ ղեկավարի), և ըստ իրենց՝ քանի աշխատող կունենան 5 տարի հետո: Ինչպես երևում է պատկեր 26-ից, սկսնակների 23% և կայացածների 31% ներկայումս աշխատատեղեր չեն ապահովում, այսինքն՝ փաստացի դրանք մեկ անձի բիզնեսներ են: Բայց թե նորաստեղծ, թե կայացած ձեռնարկությունների մեծամասնությունը (համապատասխանաբար 67% և 52%) ապահովում է 1-5 աշխատատեղ:

**Պատկեր 26. Հայաստանում ԸՍԶԳ և ԿԲՍ կառուցվածքն ըստ աշխատատեղերի քանակի (ներկայումս և 5 տարի հետո)**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Թե՛ ԸՍԶԳ, թե՛ ԿԲՍ ակնկալում են, որ ապագայում կավելացնեն աշխատատեղերը, մասնավորապես, եթե ներկայումս միայն 3% է նշում, որ ունի 20-ից ավել աշխատող, ըստ սպասումների՝ այդ բիզնեսների քանակը կավելանա մինչև 17% ԸՍԶԳ և մինչև 14%՝ կայացածների շրջանում:

Միջինում յուրաքանչյուր ԸՍԶԳ ապահովում է 1.6, յուրաքանչյուր ԿԲՍ՝ 4.1 աշխատատեղ: Միջնարժեքն ավելի չափավոր է. ըստ դրա՝ Հայաստանում ԸՍԶԳ աշխատատեղեր չեն ստեղծում և մեկ անձի բիզնես են, իսկ յուրաքանչյուր կայացած ձեռնարկատեր հիմնադրից/սեփականատիրոջից բացի ապահովում է 2 նոր աշխատատեղ: Այս դեպքում միջնարժեքներն ավելի ներկայացուցչական են, քանի որ ամենաբարձր և ամենացածր ցուցանիշները հաշվի չեն առնվում: Նկատելի է նաև, որ աշխատատեղերի մեծամասնությունը բիզնես ծառայությունների ոլորտում է (յուրաքանչյուր կայացած բիզնես ապահովում է 3.5 աշխատատեղ՝



չհաշված հիմնադրին/սեփականատիրոջը): Ամեն դեպքում, սա առայժմ ամենափոքր ձեռնարկատիրական հատվածն է Հայաստանում, բայց գնալով աճում է:

**Աղյուսակ 15. ԸՍՁԳ և ԿԲՍ ընթացիկ աշխատատեղերի քանակը Հայաստանում՝ միջին ցուցանիշ և միջնարժեք ըստ գործունեության ոլորտների և մարզերի**

ԸՍՁԳ					
Ըստ գործունեության ոլորտի			Ըստ մարզերի		
	Միջին	Միջնարժեք		Միջին	Միջնարժեք
Արդյունահանող	1.0	0	Երևան	2.4	0
Տրանսֆորմատիվ	1.1	0	Մարզային քաղաքներ	0.8	0
Բիզնես	8.3	0	Գյուղական համայնքներ	1.3	0
Սպառողական	1.1	0	<b>Հայաստան</b>	<b>1.6</b>	<b>0</b>
ԿԲՍ					
Ըստ գործունեության ոլորտի			Ըստ մարզերի		
	Միջին	Միջնարժեք		Միջին	Միջնարժեք
Արդյունահանող	2.5	2	Երևան	9.1	2
Տրանսֆորմատիվ	7.6	1	Մարզային քաղաքներ	3.1	1
Բիզնես	12.6	3.5	Գյուղական համայնքներ	2.5	2
Սպառողական	2.9	2	<b>Հայաստան</b>	<b>4.1</b>	<b>2</b>

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

5 տարում աշխատատեղերի ամենամեծ աճը ակնկալում են Բիզնես ծառայությունների ոլորտում (ՏՀՏ և մասնագիտական ծառայություններ) թե՛ ԸՍՁԳ, թե՛ ԿԲՍ, ընդ որում ԸՍՁԳ շրջանում միջնարժեքն է 11, կայացածների շրջանում՝ 25: Սա նշանակալի է, եթե համեմատենք ընդհանուր միտման հետ (1 նոր աշխատատեղ կայացածի դեպքում, 2՝ սկսնակի): Ավելի մեծ սպասումներ ունեն Երևանում աշխատող բիզնեսները (մեծ մասամբ ի հաշիվ հենց բիզնես ծառայությունների), իսկ մարզային քաղաքներում սպասումներն ավելի ցածր են, քան գյուղական համայնքներում: Այս տարբերությունն ավելի հասկանալի կդառնա, եթե հաշվի առնենք, որ գյուղական համայնքներում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ կշիռը չափափաս բնակչության շրջանում նույնպես բարձր է:



**Աղյուսակ 16. ԸՍԶԳ և ԿԲՍ աշխատատեղերի ակնկալվող աճը (5 տարվա կտրվածքով)՝ միջին ցուցանիշ և միջնարժեք ըստ գործունեության ոլորտների և մարզերի**

ԸՍԶԳ					
Ըստ գործունեության ոլորտի			Ըստ մարզերի		
	Միջին	Միջնարժեք		Միջին	Միջնարժեք
Արդյունահանող	5.0	3	Երևան	26.1	4
Տրանսֆորմատիվ	17.4	2	Մարզային քաղաքներ	7.0	2
Բիզնես	37.3	11	Գյուղական բնակավ.	4.5	2
Սպառողական	6.0	2	<b>Հայաստան</b>	12.3	2
ԿԲՍ					
Ըստ գործունեության ոլորտի			Ըստ մարզերի		
	Միջին	Միջնարժեք		Միջին	Միջնարժեք
Արդյունահանող	2.4	0	Երևան	11.7	1
Տրանսֆորմատիվ	10.5	2	Մարզային քաղաքներ	2.4	0
Բիզնես	32.3	25	Գյուղական բնակավ.	3.6	1
Սպառողական	5.2	1	<b>Հայաստան</b>	<b>5.4</b>	<b>1</b>

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Անշուշտ, ոչ բոլորը կհաջողեն և ակտիվ կլինեն 5 տարի հետո, և ոչ բոլոր սպասելիքներն իրականություն կդառնան, սակայն կարելի է ասել, որ յուրաքանչյուր ԸՍԶԳ (որոնց թիվը Հայաստանում 2019թ. համարժեք է չափահաս բնակչության 21%-ին) կարող է ստեղծել 2 նոր աշխատատեղ ըստ միջնարժեքի (12 միջին արժեքով), իսկ դա կարող է աշխատանքով ապահովել Հայաստանի բնակչության մի զգալի հատվածի: Ավելի մեծ աճ ակնկալվում է Երևանում, որտեղ կենտրոնացած է նոր զարգացող բիզնես ծառայությունների ոլորտը (ՏՀՏ և մասնագիտական ծառայություններ):

Հետաքրքիր է նաև վերլուծել աշխատատեղերի սպասումներն ըստ ձեռնարկատերերի շարժառիթների: Նրանք, ովքեր ցանկանում են «աշխարհում մի բան փոխել», ակնկալում են, որ առաջիկա 5 տարում ավելի շատ աշխատատեղեր կստեղծեն (միջինում 25), քան մյուս 3 խմբերը: Մասնավորապես, «ապրուստ» վաստակելու նպատակով բիզնեսով զբաղվողներն ակնկալում են միջինում 10, «ընտանեկան» ավանդույթը շարունակողները՝ 9, իսկ «հարստություն» վաստակելու շարժառիթից դրդվածները՝ 17 նոր աշխատատեղ: Այս արդյունքը կարելի է բացատրել



Նաև ճյուղային տարբերություններով. բիզնես ծառայություններով զբաղվողներն ավելի շատ են ձգտում «աշխարհում մի բան փոխել», ուստի աշխատատեղերի առումով նրանք կարող են ավելի մեծ ազդեցություն ունենալ տնտեսության վրա:

**Միջազգայնացում՝ շուկայի ընտրություն**

Ձեռնարկատիրության մեկ այլ ազդեցություն է շուկայի ուղղության ձևավորումը (միջազգայնացումը): Զեկույցում շուկայի ուղղությունը գնահատվում է ըստ ձեռնարկատերերի՝ արտաքին շուկայից ակնկալվող հասույթի. որքան մեծ է արտաքին շուկայից ստացվող հասույթի կշիռը, այնքան միջազգայնացված են տվյալ երկրում ձեռնարկատիրությունը և տնտեսությունը: Մասնավորապես, համարվում է, որ ձեռնարկատերերի միջազգայնացումը բարձր է, եթե նրանց հասույթի մեկ քառորդը կամ ավելին ստացվում է արտաքին շուկայից: Միջազգայնացմանն ու արտահանմանը կարող են նպաստել շատ գործոններ, այդ թվում՝ առևտրային քաղաքականությունը, էժան և արդյունավետ բեռնափոխադրումը/ենթակառուցվածքը, նպաստավոր սակագները/ցածր տուրքերը, ինչպես նաև մշակութային և լեզվական նմանությունները: Կարևոր է նաև տնտեսության չափը՝ որքան փոքր է ներքին շուկան, այնքան բարձր է միջազգայնացման հավանականությունը մնացած հավասար պայմանների դեպքում:

**Հայաստանը 3-րդն է Զեկույցի երկրների շարքում ըստ ԸՍԶԳ միջազգայնացման (Կանադայից և ԱՄԷ-ից հետո). ԸՍԶԳ ավելի քան 4% ակնկալում է, որ հասույթի 25% կամ ավելին ստանալու է արտաքին շուկայից:** Հայաստանն առաջին եռյակում է նաև շնորհիվ սկսնակ ձեռնարկատիրության համեմատաբար բարձր մակարդակի (չափահասների 21%): Եթե հաշվի չառնենք ԸՍԶԳ մակարդակը, այլ պարզապես դիտարկենք, թե դրանց քանի տոկոսն է ակնկալում հասույթի 25%-ից ավելին ստանալ արտերկրից, Հայաստանը 14-րդն է Զեկույցի 50 երկրի շարքում՝ 20.3% ցուցանիշով: Այս առումով առաջատարը Լյուքսեմբուրգն է (32.6%), որին հաջորդում են Շվեդիան, Կանադան և Շվեյցարիան: Արևելյան Եվրոպայում միջազգայնացման ցուցանիշով Հայաստանից առաջ են անցնում Խորվաթիան, Սլովենիան, Բելառուսը և Հյուսիսային Մակեդոնիան:

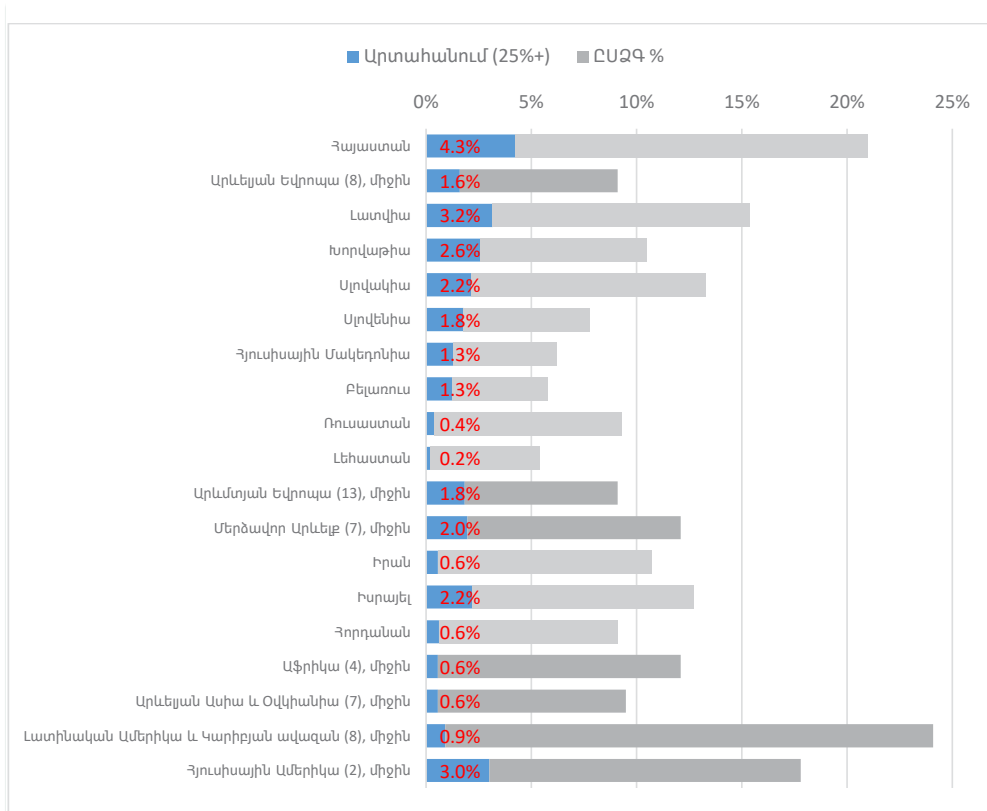
Հայ ձեռներեցների համար արտահանումը տրամաբանական է, քանի որ ներքին շուկան փոքր է, և բիզնեսմենները հնարավորություններ են փնտրում երկրի սահմաններից դուրս: 2015թ-ից ԵԱՏՄ-ին անդամակցելով՝ Հայաստանն օգտվում է սակագների և մաքսատուրքերի արտոնյալ պայմաններից: Ըստ ՀՀ Վիճակագրական կոմիտեի՝ Հայաստանից ապրանքների արտահանման խոշորագույն շուկան Ռուսաստանն է,





մասնավորապես, 2019թ. ապրանքների 1/3-ը կամ 27.8%-ը, արտահանվում էր դեպի Ռուսաստան:

**Պատկեր 27. Հայաստանի ավելի քան 25% արտաքին շուկայից ակնկալող ԸՍՁԳ կշիռը (Հափահասաների %)**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

Ըստ հարցման արդյունքների՝ Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ միջազգայնացման մակարդակը տարբեր է. սկսնակներն ավելի շատ են հակված արտահանմանը, քան կայացած բիզնեսները (համապատասխանաբար 20.3% և 17.1%): Սա թերևս նշանակում է, որ նոր բիզնեսներն ակնկալում են օգտվել ԵԱՏՄ ընձեռած հնարավորություններից: Ամեն դեպքում, կան բազում գործոններ, որ կարող են բացասաբար անդրադառնալ հայկական արտահանման վրա և բացատրել, թե ինչու կայացած բիզնեսի շրջանում միջազգայնացումն ավելի ցածր է, օրինակ՝ թերզարգացած ենթակառուցվածքը/ճանապարհացանցը և Հայաստանի աշխարհաքաղաքական դիրքը: Հայաստանը ելք չունի դեպի ծով, իսկ ցամաքային փոխադրումներն իրականացվում են Վրաստանով, որը Հայաստանի ամենախոշոր



առևտրային գործընկերների՝ Ռուսաստանի ու Եվրոպայի հետ կապող միակ ցամաքային ուղին է: Հարավային սահմանով՝ Իրանով, իրականացվում են փոխադրումներ դեպի Արևելք: Ի հավելում երկար փոխադրումների ռիսկի, մեծ տարածություններն ազդում են ապրանքների ինքնարժեքի վրա:

ԸՍԶԳ և ԿԲՍ միջև միջազգայնացման տարբերությունների պատճառներից մեկը հանդիսանում է բիզնեսի ճյուղային կառուցվածքը: Ինչպես քննարկվել է 3-րդ գլխում, ԸՍԶԳ կառուցվածքում բիզնես ծառայությունների կշիռն ավելի բարձր է, իսկ այս ոլորտը, ինչը ներառում է նաև ՏՀՏ-ն, ավելի շատ է ուղղված արտահանմանը. եթե բոլոր հայ ԸՍԶԳ 20.3% է ակնկալում հասույթի 25% և ավելին արտահանումից, ապա բիզնես ծառայությունների ոլորտում կեսից ավելին ակնկալում են 25% և ավելին հասույթ արտասահմանից: Ավելին, բիզնես ծառայությունների 36% ակնկալում է հասույթի 75-100% ստանալ արտահանումից: Տրանսֆորմատիվ հատվածում ևս նկատվում է միջազգայնացման աճի միտում:

**Աղյուսակ 17. ԸՍԶԳ կառուցվածքն ըստ ոլորտների և միջազգայնացման մակարդակի**

Արտահանման կշիռը հասույթում	Ոլորտ				Ընդամենը
	Արդյունահանող	Տրանսֆորմատիվ	Բիզնես	Սպառողական	
75-100%	3.0%	7.2%	35.8%	5.5%	7.2%
25-75%	5.4%	22.2%	15.9%	13.2%	13.1%
1-25%	4.5%	6.9%	12.7%	13.8%	9.3%
Չի արտահանում	87.1%	63.7%	35.5%	67.5%	70.3%

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Զեկույցը թույլ է տալիս վերլուծել բիզնեսներն ըստ հաճախորդների գտնվելու վայրի ոչ միայն արտահանման և ներմուծման առումով, այլև ըստ սպառման տեղային/ազգային մակարդակի: Հայաստանում սկսնակ ձեռնարկատերերի 79.6% իր արտադրանքն սպառում է տեղական համայնքում, 71.3%՝ երկրի ներսում, 31.9%՝ արտահանում: Զեկույցի այլ երկրների համեմատ Հայաստանում տեղային (համայնքային) սպառում ունեցողները քիչ են (47-րդը 50-ից), որը կարելի է բացատրել փոքր շուկայով և Երևանում բնակչության կենտրոնացմամբ: ԸՍԶԳ ամենամեծ տեղային սպառման շուկաներն ունեն Սաուդյան Արաբիան և Ռուսաստանը (98%):

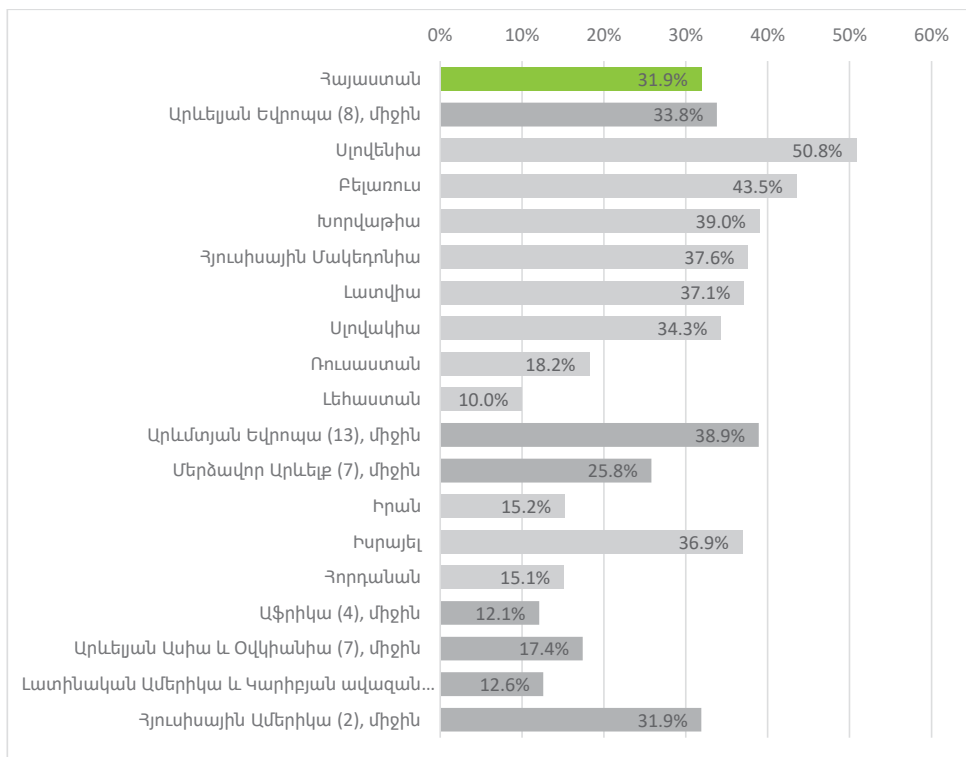
Ազգային սպառման մակարդակով Հայաստանը միջին դիրքում է (20-րդը 50-ից), իսկ առաջատարներն են Պուերտո Ռիկոն, Քաթարը և



Ճապոնիան: Հետաքրքիր է, որ ըստ տեղային սպառման ցուցանիշի այս երկրներն անգամ առաջին 30-ի մեջ չեն. այստեղ սկսնակ ձեռներեցները շեշտը դնում են ազգային սպառման վրա: Ռուսաստանը 38-րդն է, այսինքն՝ այնտեղ սպառման շեշտը դրված է տեղային, ոչ թե ազգային մակարդակում:

Իրենց արտադրանքն արտահանել ակնկալողների կշռով Հայաստանը ևս միջին դիրքում է (21-րդը 50-ից). այս առումով առաջատարը Եվրոպան է՝ Լյուքսեմբուրգ, Սլովենիա, Գերմանիա (ավելի քան 50%):

**Պատկեր 28. Արտադրանքն արտասահմանում իրացնել ակնկալող ԸՍՁԳ կշիռը (%)**



Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019

**Նորարարություն՝ արտադրանք և արտադրական գործընթաց**

Նոր ապրանքները և ծառայությունները (նորարարությունը) սկսնակ ձեռնարկատիրության կարևոր բնութագրիչ են: Նորարար արտադրանքը կարող է լինել տեղային համայնքի, երկրի կամ աշխարհի մակարդակով:



Նորարարության մեկ այլ տեսակ է գործընթացների նորարարությունը՝ ապրանքների և ծառայությունների արտադրության գործընթացում նոր տեխնոլոգիաների և ընթացակարգերի կիրառումը:

Ձեռնարկատիրությունում նորարարության մակարդակը գնահատելու համար Զեկույցում կիրառվում է 2 հարց՝

- ▶ Արդյո՞ք ձեր առաջարկած որևէ ապրանք կամ ծառայություն նորամուծություն է այն տարածքի համար, որտեղ դուք աշխատում եք, ձեր երկրի կամ աշխարհի համար:
- ▶ Արդյո՞ք տվյալ ապրանքի կամ ծառայության արտադրության մեջ կիրառվող որևէ տեխնոլոգիա կամ ընթացակարգ նորամուծություն է այն տարածքի համար, որտեղ դուք աշխատում եք, ձեր երկրի կամ աշխարհի համար:

**Հայաստանում ԸՍՁԳ 28.8% (կամ բնակչության 6.0%) ունի նորարար արտադրանք** (այդ թվում՝ տեղային, ազգային կամ համաշխարհային մակարդակով), սակայն ԿԲՄ՝ 19.3% (կամ բնակչության 1.5%):

Ինչպես 2019թ. Զեկույցի բոլոր երկրներում, նորարար արտադրանքը նոր է մեծ մասամբ տվյալ տարածքում/համայնքում, իսկ համաշխարհային մակարդակով նորարարությունների մակարդակը շատ ցածր է: Ըստ GEM համաշխարհային զեկույցի, մասնակից երկրներում համաշխարհային նորարարությամբ հանդես գալը հազվադեպ երևույթ է:

Եթե համեմատենք նորարարությունն ըստ գործունեության ոլորտների, կտեսնենք, որ ամենից շատ աչքի է ընկնում բիզնես ծառայությունների ոլորտը (Հայաստանում այս ոլորտի ԸՍՁԳ 56% ունի նորարար արտադրանք)՝ ի հաշիվ SCS, իսկ ամենացածր ցուցանիշը, ինչպես ակնկալվում է, արձանագրվել է արդյունահանող ոլորտում (մեծ մասամբ գյուղատնտեսություն):

**Աղյուսակ 18. ԸՍՁԳ և ԿԲՄ կողմից առաջարկվող նորարար արտադրանքը Հայաստանում ըստ գործունեության ոլորտների (յուրաքանչյուր խմբում ձեռնարկությունների %)**

	ԸՍՁԳ				Ընդամենը
	Գործունեության ոլորտներ				
	Արդյունահանող	Տրանսֆորմատիվ	Բիզնես	Սպառողական	
Նոր ապրանք կամ ծառայություն չի կիրառվում	82.7%	66.6%	43.9%	70.8%	<b>71.2%</b>



Նորարար է տեղային/ համայնքային մակարդակով	12.6%	15.7%	21.4%	21.5%	<b>17.3%</b>
Նորարար է ազգային մակարդակով	4.0%	12.3%	23.7%	7.0%	<b>8.8%</b>
Նորարար է համաշխարհային մակարդակով	0.6%	5.4%	11.0%	0.7%	<b>2.7%</b>
	<b>ԿԲՍ</b>				
	<i>Գործունեության ոլորտներ</i>				<b>Ընդամենը</b>
	<i>Արդյունահանող</i>	<i>Տրանսֆորմատիվ</i>	<i>Բիզնես*</i>	<i>Սպառողական</i>	
Նոր ապրանք կամ ծառայություն չի կիրառվում	94.9%	63.1%	–	80.4%	<b>80.7%</b>
Նորարար է տեղային/ համայնքային մակարդակով	5.1%	17.8%	–	13.4%	<b>10.3%</b>
Նորարար է ազգային մակարդակով	0.0%	16.0%	–	6.2%	<b>7.9%</b>
Նորարար է համաշխարհային մակարդակով	0.0%	3.1%	–	0.0%	<b>1.1%</b>

*\* Բիզնես ծառայությունների ոլորտում ԿԲՍ տոկոսային հարաբերությունը շատ փոքր է, ուստի կշիռները ներկայացուցչական չեն:*

*Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019*

Զեկույցի 50 երկրի շարքում Հայաստանը միջին դիրքերում է ըստ ԸՍԶԳ կողմից առաջարկվող նորարար արտադրանքի (27-րդը 50-ից), իսկ առաջատարներն են Լյուքսեմբուրգը, Կանադան և Ճապոնիան, որտեղ ԸՍԶԳ ավելի քան 40% ունի նորարար արտադրանք: Հայաստանի ցուցանիշը (28.8%) գրեթե 2 անգամ գերազանցում է Բելառուսի և Ռուսաստանի ցուցանիշները, իսկ ազգային կամ համաշխարհային մակարդակով նորարար արտադրանք ունեցող ԸՍԶԳ կշռով Հայաստանը գրեթե հավասար է Բելառուսին, ԱՄԷ-ին և բավականին առաջ է անցնում Ռուսաստանից, Լատվիական Ամերիկայից և Աֆրիկայից, բայց միաժամանակ առհասարակ որևէ նորարար արտադրանք ունենալու ցուցանիշով Հայաստանը շատ է հետ մնում Եվրոպայից, ԱՄՆ-ից, Իսրայելից, Քաթարից, Թայվանից,



Ավստրալիայից և Իրանից, որոնք համաշխարհային մակարդակով նորարար արտադրանքի զգալիորեն ավելի բարձր մակարդակ ունեն ՇՍՁԳ շրջանում:

**Արտադրանքի համեմատ նորարար տեխնոլոգիաները և գործընթացները հայկական շուկայում ավելի սակավ են. ՇՍՁԳ 22.2% (կամ բնակչության 4.7%) կիրառում են նորարար տեխնոլոգիա կամ գործընթաց** (այդ թվում՝ տեղային, ազգային կամ համաշխարհային մակարդակով): Ինչպես նորարար արտադրանքի, այնպես էլ տեխնոլոգիաների ներմուծման մակարդակով ԿԲՍ ավելի պասիվ են, գրանցվել է միայն դրանց 16.3% մոտ (կամ բնակչության 1.3%):

Ինչպես նորարար արտադրանքի դեպքում, նորարար գործընթացները ևս ավելի տարածված են բիզնես ծառայությունների ոլորտում, բայց երկուսի միջև տարբերությունն այստեղ ավելի մեծ է, այսինքն՝ բիզնես ծառայությունների ոլորտում շեշտը դրվում է նորարար արտադրանքի, ոչ թե գործընթացների վրա: Սա հատկապես նկատելի է, երբ համեմատում ենք համաշխարհային մակարդակով նորարար ապրանքներն ու ծառայությունները՝ համապատասխանաբար 11% և 0%:

**Աղյուսակ 19. ՇՍՁԳ և ԿԲՍ կողմից առաջարկվող նորարար գործընթացները Հայաստանում ըստ գործունեության ոլորտների (յուրաքանչյուր խմբում ձեռնարկությունների %)**

	<b>ՇՍՁԳ</b>				<b>Ընդամենը</b>
	<i>Գործունեության ոլորտներ</i>				
	<i>Արդյունահանող</i>	<i>Տրանսֆորմատիվ</i>	<i>Բիզնես</i>	<i>Սպառողական</i>	
Նոր տեխնոլոգիաներ կամ ընթացակարգեր չեն կիրառվում	87.2%	76.8%	55.4%	76.6%	<b>77.8%</b>
Նորարար է տեղային/համայնքային մակարդակով	11.8%	10.2%	25.4%	16.9%	<b>15.1%</b>
Նորարար է ազգային մակարդակով	0.9%	9.2%	19.1%	5.1%	<b>5.7%</b>
Նորարար է համաշխարհային մակարդակով	0.0%	3.8%	0.0%	1.4%	<b>1.5%</b>



	ԿԲՍ				Ընդամենը
	Գործունեության ոլորտներ				
	Արդյունահանող	Տրանսֆորմատիվ	Բիզնես*	Սպառողական	
Նոր տեխնոլոգիաներ կամ ընթացակարգեր չեն կիրառվում	96.4%	62.5%	-	87.1%	<b>83.7%</b>
Նորարար է տեղային/համայնքային մակարդակով	3.6%	23.1%	-	6.3%	<b>7.8%</b>
Նորարար է ազգային մակարդակով	0.0%	11.4%	-	6.6%	<b>7.4%</b>
Նորարար է համաշխարհային մակարդակով	0.0%	3.0%	-	0.0%	<b>1.1%</b>

\* Բիզնես ծառայությունների ոլորտում ԿԲՍ տոկոսային հարաբերությունը շատ փոքր է, ուստի կշիռները ներկայացուցչական չեն:

Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

ԸՍԶԳ նորարար գործընթացների կշռով Հայաստանը Ջեկույցի 50 երկրի շարքում միջինից ցածր դիրքում է (36-րդը 50-ից). առաջատարներն են Ճապոնիան, Հյուսիսային Մակեդոնիան և Կանադան, որտեղ սկսնակ ձեռնարկությունների 41% ունի նորարար գործընթացներ: Հայաստանի ցուցանիշը (22.2%) բարձր է Բելառուսի և Ռուսաստանի ցուցանիշներից, վերջիններինս 20%-ից ցածր է:

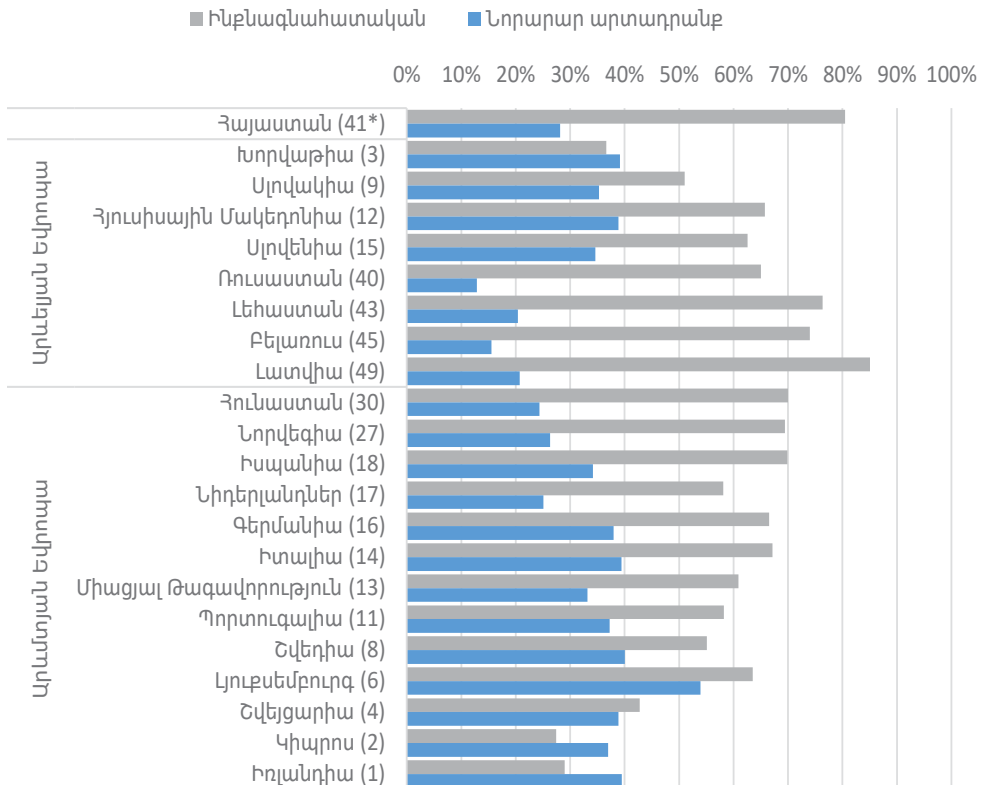
Նշենք, որ գործընթացների և տեխնոլոգիաների ոլորտում նորարարությունն ավելի շատ կախված է տեխնոլոգիաներ ներկրելուց, որն իր հերթին պայմանավորված է ֆինանսավորմամբ և ներդրումներով: Վերջին տարիներին Հայաստանում օտարերկրյա ուղղակի ներդրումները քիչ են, որն էլ բացասաբար է ազդում բիզնեսում նոր տեխնոլոգիաների ներդրման վրա:

Հետաքրքիր է համեմատել նորարար լինելու ինքնագնահատականը (տես Գլուխ 2.5) և փաստացի նորարարությունը ձեռնարկատիրությունում: Իրենց նորարար համարելու ցուցանիշով հայերն 1-ին տասնյակում են (8-րդը), մինչդեռ ԸՍԶԳ փաստացի նորարար արտադրանքի ցուցանիշով Հայաստանը 27-րդն է, նորարար գործընթացներով՝ 36-րդը: Այս տարբերությունը թույլ է տալիս տեսնել, թե որքան է գերազանահատված

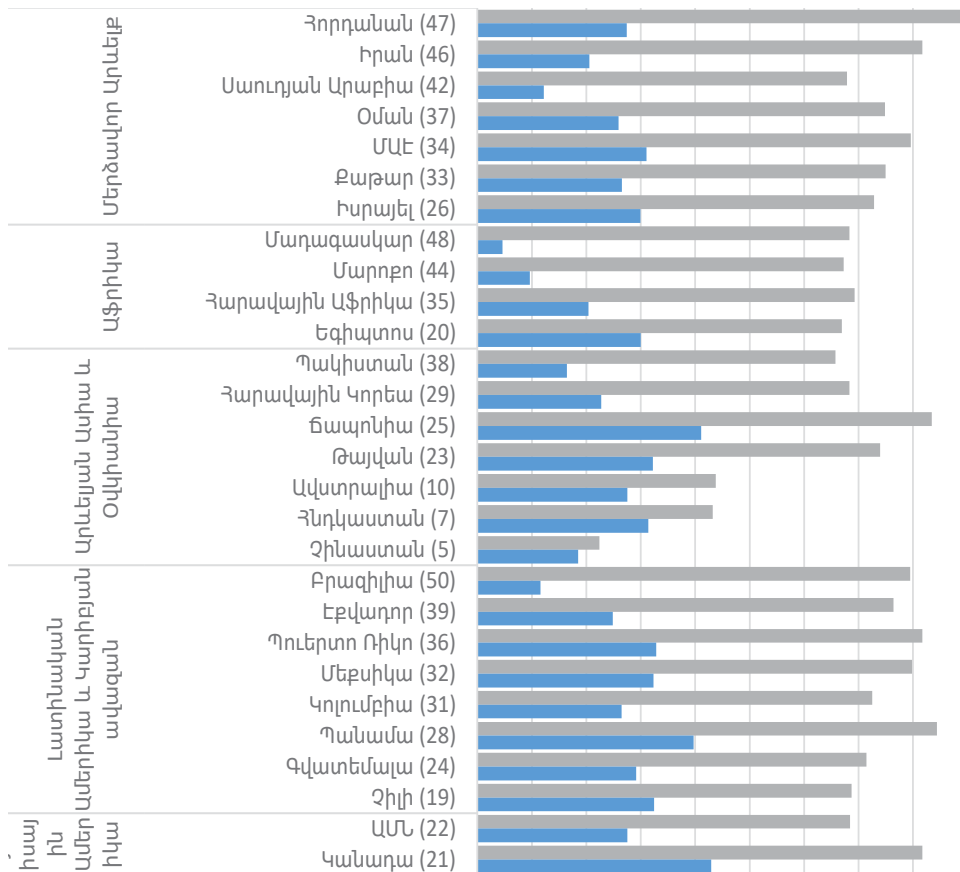


Նորարարության մակարդակը երկրում: Այս առումով Հայաստանի ցուցանիշը շատ բարձր է. Հայաստանը 41-րդն է 50-ից, այսինքն՝ 9-րդը գերազնահատման մակարդակով: Հետաքրքիր է, որ նորարարության ինքնազնահատման մեջ երկում են տարածաշրջանային և ազգային առանձնահատկությունները՝ Մերձավոր Արևելքը (բառացությամբ Իսրայելի), Լատինական Ամերիկան (բացառությամբ Չիլիի և Գվատեմալայի), Աֆրիկան (բացառությամբ Եգիպտոսի) և Արևելյան Եվրոպան՝ Ռուսաստանը, Բելառուսը, Լատվիան, Լեհաստանը, հակված են սեփական նորարարությունը գերազնահատելուն, մինչդեռ Արևմտյան Եվրոպայի մեծ մասը (բացառությամբ Հունաստանի), որոշ արևելաեվրոպական երկրներ, որոնք մոտ են Արևմուտքին (Խորվաթիա, Սլովակիա, Հյուսիսային Մակեդոնիա, Սլովենիա), Չինաստանը, Հնդկաստանը, Ավստրալիան չեն գերազնահատում, երբեմն անգամ թերազնահատում են նորարարության սեփական հնարավորությունները:

**Պատկեր 29. Նորարարության ինքնազնահատականը (չափահասների %) փաստացի նորարար արտադրանք ունենալու համեմատ (ԸՍՁԳ %) ըստ երկրների**





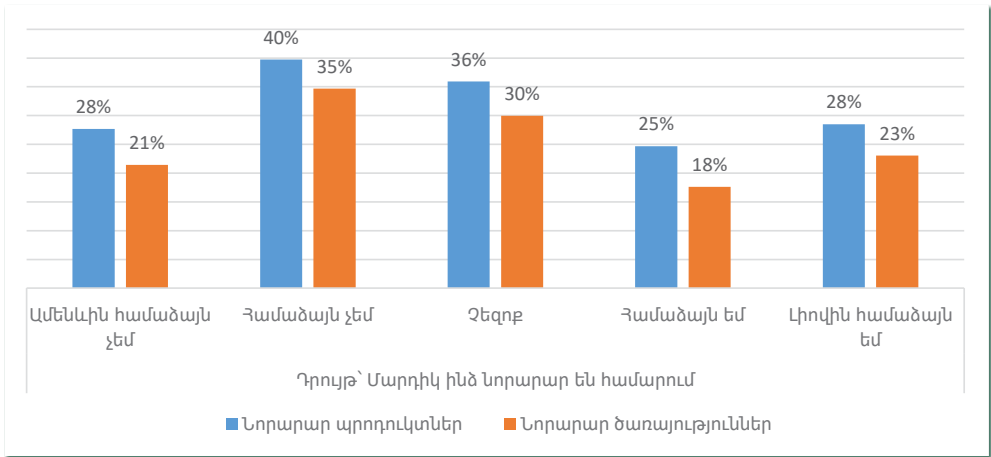


Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում, 2019, \* ըստ 2 ցուցանիշի տարբերության

Ըստ Հայաստանում հարցման արդյունքների՝ ինքնագնահատականի և փաստացի նորարարության միջև դրական կապ չկա, ավելին, սեփական նորարարությունը միջին կամ միջինից ցածր գնահատողները (2 կամ 3 միավոր Լայքերթի 5 միավորանոց սանդղակով) իրականում ավելի շատ նորամուծություններով են հանդես գալիս բիզնեսում, քան նրանք, ովքեր իրենց նորարարությունը գնահատում են 4-5: Այլ կերպ ասած՝ նորարարության ինքնագնահատականը կապված չէ բիզնեսում նորարար լինելու հետ: **Իրեն նորարար համարելը դեռ չի նշանակում, որ տվյալ անձն իրոք նորարար է՝ առնվազն բիզնեսի մակարդակով, իսկ փաստացի նորարարություններով հանդես եկող մարդիկ իրենց, որպես կանոն, նորարար չեն համարում:**



**Պատկեր 30. Հայաստանում նորարարության ինքնագնահատականը և փաստացի նորարարությունը բիզնեսում (բիզնեսում նորարարություն ունեցող ԸՍՁԳ՝ ըստ դրույթի հետ համաձայնելու մակարդակի)**

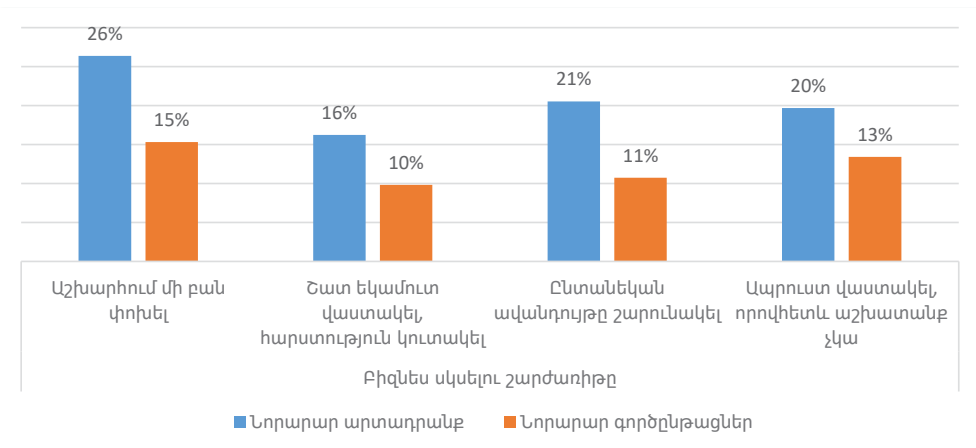


Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Աշխարհում մի բան փոխելու նպատակով բիզնես սկսողներն ավելի շատ նորարար արտադրանքով ու գործընթացներով են հանդես գալիս, քան նրանք, ովքեր ունեն այլ շարժառիթներ: Ինչպես նշվեց, սրա պատճառն այս շարժառիթն ունեցողների շրջանում բիզնես ծառայությունների մեծ կշիռն է, իսկ բիզնես ծառայություններն ինքնին նորարարության խթան են: Նշենք, որ աշխարհում մի բան փոխել ցանկացողները շատ նորարար արտադրանք ունեն, բայց նորարար գործընթացներով առանձնապես աչքի չեն ընկնում. վերջիններիս համար ներդրումներն ավելի կարևոր դեր են խաղում, քան անհատական մոտեցումները:



**Պատկեր 31. Նորարար արտադրանքը և գործընթացները Հայաստանում ըստ բիզնեսի շարժառիթների (նորարարություններով հանդես եկող ԸՍՁԳ % ըստ բիզնես սկսելու շարժառիթի)**

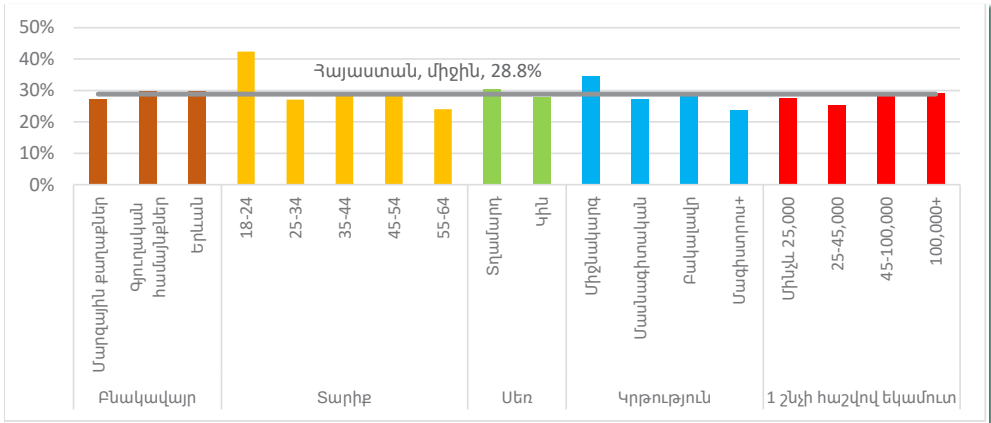


Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Եթե դիտարկենք նորարար արտադրանք ունեցող ԸՍՁԳ կշիռն ըստ բնակչության տարբեր խմբերի, կտեսնենք, որ ըստ բնակավայրի տեսակի, եկամտի և սեռի այն շատ չի տարբերվում: Հետաքրքիր է, որ կրթական մակարդակի աճին զուգահեռ նկատելի է նորարար արտադրանքի անկում, որի պատճառ կարող է լինել 2 գործոն՝ ավելի բարձր կրթական մակարդակ ունեցողներն իրենց «նորարարությունը» նորարարություն չեն համարում, կամ այստեղ դեր է խաղում տարիքը: Ինչպես երևում է պատկերից, ամենանորարարներն ամենաերիտասարդներն են, որը կարելի է բացատրել բիզնես ծառայությունների, մասնավորապես SCS ոլորտով:



**Պատկեր 32. Նորարար արտադրանքը բիզնեսում (նորարար արտադրանք ունեցող ԸՍՁԳ %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**4.4 Ամփոփում**

- ▶ Հայաստանում թե՛ ԸՍՁԳ, թե՛ ԿԲ շրջանում ամենատարածվածն է կարիքից դրոժված բիզնես սկսելու շարժառիթը («ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա»): Այս ցուցանիշով Հայաստանն 1-ին տասնյակում է Զեկույցի 50 երկրի շարքում, մինչդեռ նպատակային («աշխարհում մի բան փոխելու») դրդապատճառով ուղղորդված բիզնես սկսելու ցուցանիշով Հայաստանը ցանկում ամենավերջիններից է:
- ▶ «Ապրուստ վաստակելու» շարժառիթի կշիռը Հայաստանում նվազում է երիտասարդ տարիքային ձեռներեցների խմբերում, ինչպես նաև կրթական մակարդակի և 1 շնչի հաշվով եկամտի աճին զուգահեռ:
- ▶ Հայ կանայք (ինչպես Զեկույցի երկրների մեծ մասում) ավելի շատ են հակված համաձայնելուն «աշխարհում մի բան փոխել», «ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա» դրույթների հետ, մինչդեռ տղամարդիկ ավելի հակված են «եկամուտ վաստակելուն, հարստանալուն» և «ընտանեկան ավանդույթը շարունակելուն»:
- ▶ Այլ երկրների համեմատ ապրուստ վաստակելու մեծ կշիռը պայմանավորվում է ձեռնարկատիրության կառուցվածքում արդյունահանող (էքստրակտիվ) հատվածի՝ մեծ մասամբ գյուղատնտեսության մեծ



կշռով. այստեղ ապրուստ վաստակելու շարժառիթն ինքնին ավելի հավանական է: Բիզնես ծառայությունների ոլորտում ձեռնարկատերերը շատ ավելի շատ են հակված աշխարհում մի բան փոխելուն, քան այլ հատվածներում. այս հատվածում ամենաբարձրն է նաև «շատ եկամուտ վաստակելու, հարստություն կուտակելու» շարժառիթը:

- ▶ ԸՍԶԳ և ԿԲՍ մեծամասնությունը (համապատասխանաբար 67% և 52%) ստեղծում է 1-5 աշխատատեղ: ԸՍԶԳ ձեռնարկությունների 23% և կայացած բիզնեսների 31% վարձու աշխատողներն չունեն: Ներկայումս յուրաքանչյուր ԸՍԶԳ ապահովում է միջինում 1.6, կայացած բիզնեսմեն՝ 4.1 աշխատատեղ:
- ▶ Թե՛ ԸՍԶԳ, թե՛ ԿԲՍ ակնկալում են, որ 5 տարի հետո ավելի շատ աշխատատեղեր կունենան: Ըստ սպասումների միջնարժեքի՝ յուրաքանչյուր ԸՍԶԳ կստեղծի 2, յուրաքանչյուր ԿԲՍ՝ 1 աշխատատեղ 5 տարվա ընթացքում: Ամենամեծ աճն ակնկալվում է բիզնես ծառայությունների ոլորտում:
- ▶ Հայ ԸՍԶԳ ավելի ուղղված են արտահանմանը, քան կայացած բիզնեսները: Պատճառ կարող են լինել նոր միջավայրում ձևավորված նոր սպասումները:
- ▶ Արտերկրում իրենց արտադրանքն իրացնել ակնկալողների կշռով Հայաստանը միջին դիրքում է (21-րդը 50-ից):
- ▶ ԸՍԶԳ կողմից նորարար արտադրանքով հանդես գալու առումով Հայաստանը Զեկույցի երկրների մեջ միջին դիրքում է (27-րդը 50-ից), նորարար գործընթացների/տեխնոլոգիաների առումով՝ միջինից ցածր (36-րդը 50-ից). վերջինս կարելի է բացատրել ներդրումների սակավությամբ:
- ▶ Նորարարության ինքնազնահատականը հայերի շրջանում բարձր է (8-րդը 50-ից), սակայն այն չի վերածվում փաստացի նորարար արտադրանքի կամ ծառայության: Սեփական նորարարությունը գերազնահատելու ցուցանիշով Հայաստանն 1-ին տասնյակում է:

Նախքան հարցումը GEM հայաստանյան թիմն առաջ էր քաշել մի շարք վարկածներ Հայաստանում ԸՍԶԳ և ԿԲՍ գործունեության վերաբերյալ, որոնք հաստատվեցին կամ հերքվեցին հարցման արդյունքների հիման վրա:



**8. Հայերն ավելի նորարար են, քան այլ ազգերը:**

*Վարկածը հիմնականում հերքվել է:* Եթե դիտարկենք միայն հարց-վողների ինքնագնահատականը, Հայաստանն 1-ին տասնյակում է (8-րդը Ջեկույցի 50 երկրից), սակայն այս նորարարությունը չի արտահայտվում բիզնեսում: Նորարար արտադրանքով Հայաստանը միջին դիրքում է (27-րդ), նորարար գործընթացներով՝ միջինից ցածր (36-րդ): Միաժամանակ, ԵԱՏՄ այլ երկրների համեմատ (Ռուսաստան, Բելառուս) Հայաստանում ԸՍՁԳ նորարար արտադրանքի և գործընթացների առումով զգալիորեն ավելի շահեկան դիրքում են:

**9. Հայաստանում ԸՍՁԳ և կայացած ձեռնարկատերերը հակված են ավելի շատ եկամուտ վաստակելուն, քան կարիքից դրդված բիզնես սկսելուն:**

*Վարկածը հերքվել է:* Հայ սկսնակ և կայացած ձեռնարկատերերի համար ամենամեծ շարժառիթն «ապրուստ վաստակելն է, որովհետև աշխատանք չկա»: Այս ցուցանիշով Հայաստանն 1-ին տասնյակում է (4-րդը՝ ԿԲՍ և 8-րդն՝ ԸՍՁԳ): «Շատ եկամուտ վաստակելու, հարստություն կուտակելու» շարժառիթը երկրորդ տեղում է, սակայն «ապրուստ վաստակելու» համեմատ տարբերությունը մեծ է: Հարստություն կուտակելու շարժառիթով Հայաստանը միջինից ցածր դիրքում է (30-րդն սկսնակների, 38-րդը՝ կայացածների դեպքում):

**10. Յուրաքանչյուր սկսնակ ձեռնարկատեր 5 տարվա ընթացքում ստեղծում է 1-5 աշխատատեղ:**

*Վարկածը հաստատվել է:* ԸՍՁԳ գրեթե կեսը (45%) ակնկալում է մոտակա 5 տարում ստեղծել 1-5 աշխատատեղ: Ըստ սպասումների միջնարժեքի՝ յուրաքանչյուր սկսնակ ձեռնարկատեր կստեղծի 2 աշխատատեղ: ԸՍՁԳ միայն 11% է, որ չի ակնկալում մոտակա 5 տարում աշխատատեղեր ստեղծել:

**11. Հայ ձեռնարկատերերն ավելի հակված են իրենց արտադրանքն արտասահմանում իրացնելուն, քան Հայաստանում:**

*Վարկածը հաստատվել է:* ԸՍՁԳ 20.3% իր հասույթի 25%-ից ավելին ակնկալում է ստանալ արտահանումից. այս ցուցանիշով Հայաստանը 14-րդն է Ջեկույցի 50 երկրի շարքում: Հաշվի առնելով Հայաստանում ԸՍՁԳ բարձր մակարդակը՝ մենք 3-րդն ենք ըստ ԸՍՁԳ միջազգայնացման ցուցանիշի (Կանադայից և ԱՄԷ-ից հետո)՝ ԸՍՁԳ ավելի քան 4% ակնկալում է, որ իրենց հասույթի ավելի քան 25% ստացվելու է արտահանումից: Եթե համեմատենք Ջեկույցի այլ երկրների հետ, հայ ԸՍՁԳ ավելի քիչ հաճախորդներ ունեն իրենց տեղային համայնքում, քան Ջեկույցի մյուս երկրների ձեռնարկատերերը (47-րդը 50-ից):



# Գլուխ V. Ոչ ֆորմալ ներդրումներ

*«Երբ փողը հասկանում է,  
որ ապահով ձեռքերում է,  
այն ուզում է մնալ իր տեղում  
և բազմապատկվել»:*  
– Այդոու Կոյենիկան

## 5.1 Ներածություն

Ֆինանսական ներդրումների հասանելիությունը կարևոր նախապայման է ցանկացած բիզնես սկսելու համար: Ներդրումների ծավալը կախված է բիզնեսի տեսակից, տվյալ երկրի օրենսդրական դաշտից, ինչպես նաև տնային տնտեսությունների միջին եկամտից: Բարձր եկամուտ ունեցող երկրում բիզնեսմենն ավելի քիչ լրացուցիչ ֆինանսավորման կարիք կարող է ունենա, քան ցածր եկամուտ ունեցող երկրում՝ տվյալ անձի եկամտի համեմատ: Այս և մի շարք այլ գործոններ սահմանափակում են ֆինանսավորման հասանելիությունը զարգացող երկրներում: Խնդիրը կարելի է լուծել պետական աջակցության ծրագրերի միջոցով, բայց սա կախված է կառավարության հնարավորություններից, առկա ռեսուրսներից և որդեգրած քաղաքականությունից: Անկախ երկրից՝ ֆինանսավորման աղբյուր կարող են հանդիսանալ անձնական խնայողությունները, ինչպես նաև ընկերների և հարազատների օժանդակությունը: Այս ոչ ֆորմալ ներդրումները որպես կանոն կարևոր դեր են խաղում, հատկապես եթե տվյալ երկրում ֆինանսավորումը դժվար հասանելի է:

## 5.2 Ոչ ֆորմալ ներդրումների մակարդակը

Զեկույցի հարցաշարը պարունակում է 3 հարց ոչ ֆորմալ ներդրումների վերաբերյալ՝ արդյոք ներդրում եք կատարել այլ անձի հիմնած բիզնեսում, եթե այո, որքան, և հարցվողի ու տվյալ անձի փոխկապակցվածության տեսակը:

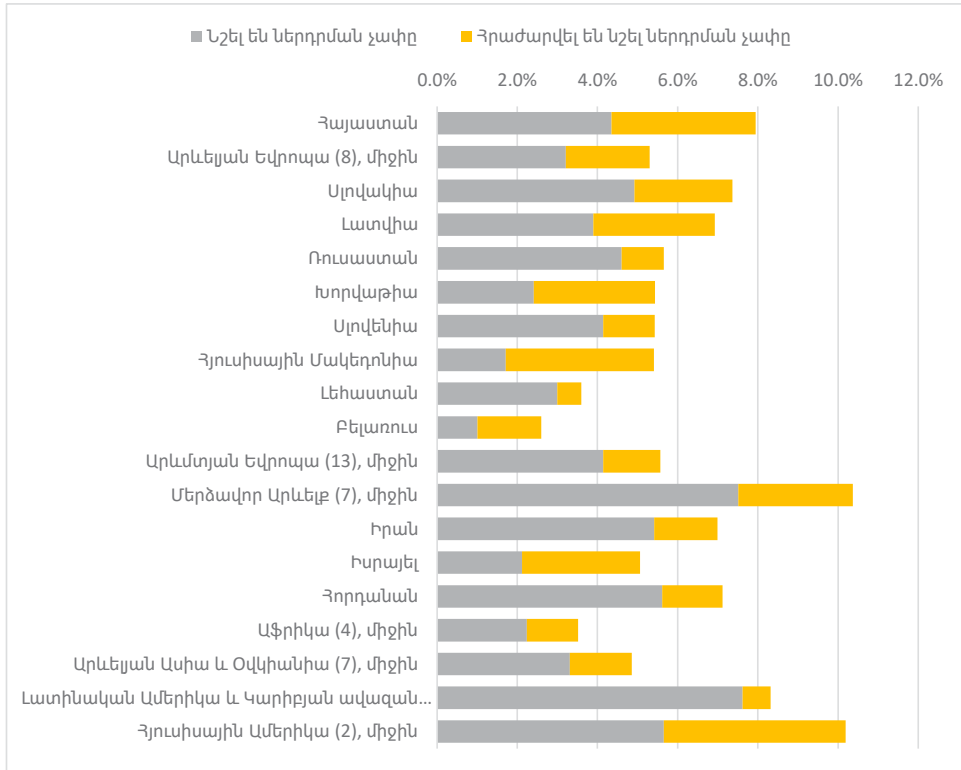
18–64 տարեկան հարցվողների 7.9% նշել է, որ վերջին 3 տարում իրենք անձամբ ներդրումներ են կատարել այլ անձի բիզնեսում: 4.3% (ներդրում կատարածների կեսից մի փոքր ավելին) հայտնել է ներդրման ծավալը: Նշենք, որ շատերը չեն ցանկանում բացահայտել, թե որքան ներդրում են կատարել մտերիմների բիզնեսում:

Ըստ մտերիմների բիզնեսում ներդրում կատարած բնակչության քանակի Հայաստանը 14-րդն է 2019թ. Ձեկույցի 50 երկրից, իսկ Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրից՝ 1-ինը: Հայաստանում բիզնես սկսելու համար ոչ ֆորմալ ներդրումների դերն ավելի մեծ է, քան այլ երկրներում: Հետաքրքիր է, որ այս ցուցանիշով Հայաստանը միջանկյալ դիրք է զբաղեցնում Եվրոպայի և Մերձավոր Արևելքի միջև:





**Պատկեր 33. Ոչ ֆորմալ ներդրողներ (բնակչության % ըստ երկրների/տարածաշրջանների**

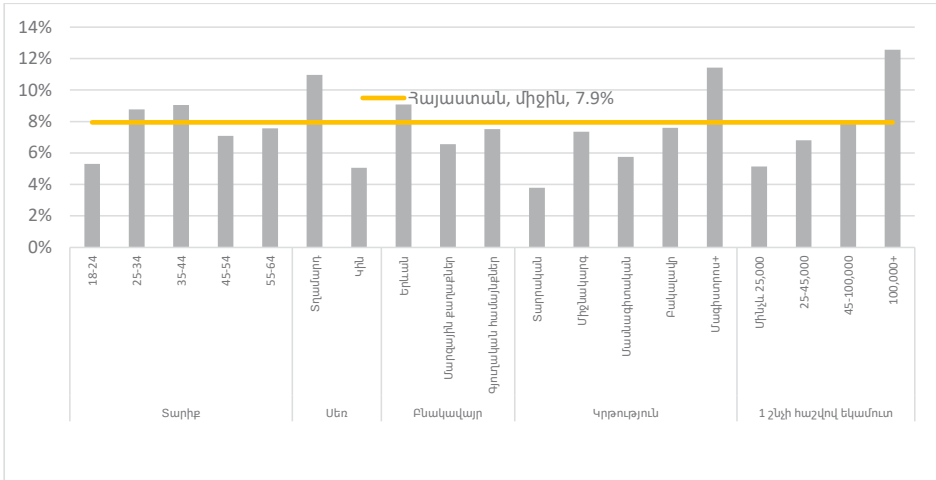


Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում 2019

Ոչ ֆորմալ ներդրողների 2/3 Հայաստանում տղամարդիկ են: Ոչ ֆորմալ ներդրողի ընդհանուր հավաքական կերպարը հետևյալն է՝ 25-44 տարեկան տղամարդ՝ բարձրագույն կրթությամբ, ամենաբարձր եկամտային խմբից (1 շնչի հաշվով 100,000+ ՀՀ դրամ ամսական):



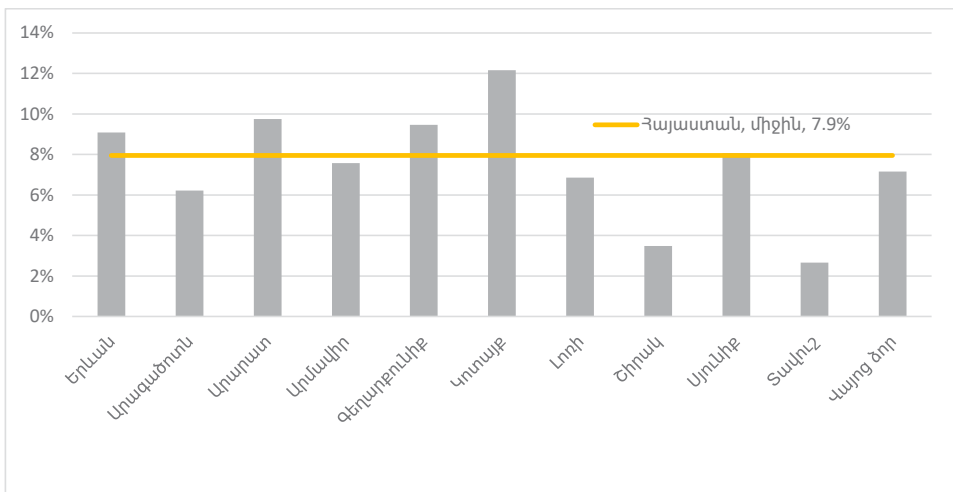
**Պատկեր 34. Ոչ ֆորմալ ներդրողների կշիռը Հայաստանում (չափահասների %) ըստ բնակչության խմբերի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Ոչ ֆորմալ ներդրողների կշիռն ավելի բարձր է գյուղաբնակների շրջանում, քան քաղաքներում (չհաշված Երևանը): Ըստ մարզերի, ներդրումների ամենաբարձր մակարդակն արձանագրվել է Կոտայքում, ամենացածրը՝ Տավուշում:

**Պատկեր 35. Ոչ ֆորմալ ներդրողների կշիռը (չափահասների %) ըստ մարզերի**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

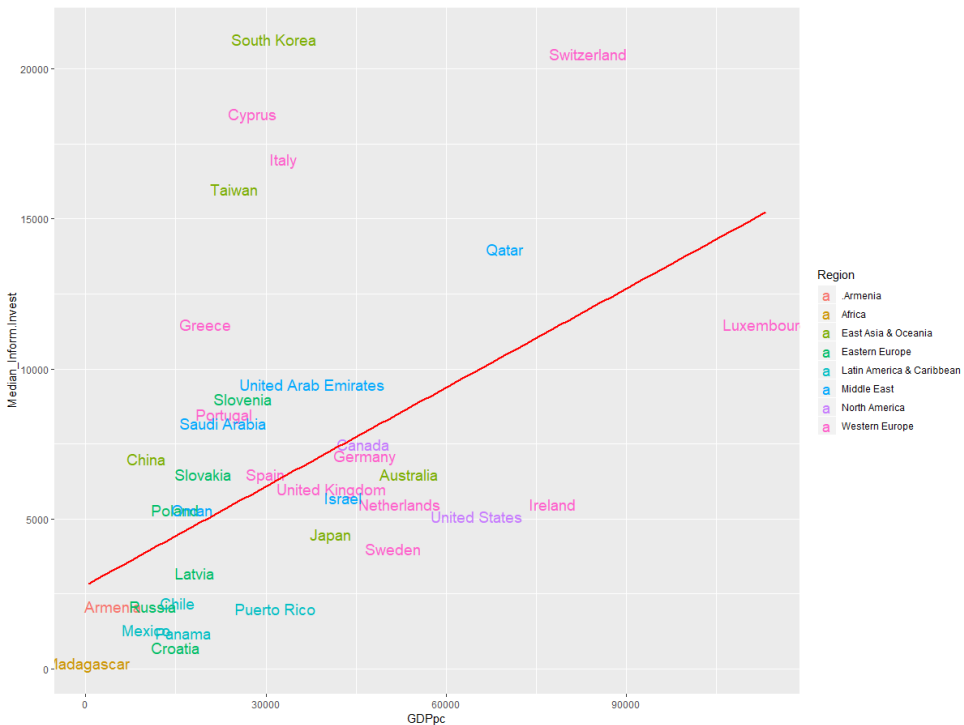


Ոչ ֆորմալ ներդրումների մակարդակը մարզերում արձանագրում է 1 շնչի հաշվով եկամտի հետ թույլ դրական հարաբերակցություն: ԸՍՁԳ մակարդակի հետ հարաբերակցություն չի արձանագրվել, փոխարենը հայտնաբերվել է չափավոր դրական կապ կայացած բիզնեսի մակարդակի հետ: **Այլ կերպ ասած՝ ոչ ֆորմալ ներդրումների մակարդակն աճում է եկամտի աճին զուգահեռ, բայց ավելի մեծ աճ է արձանագրվում կայացած բիզնեսի մակարդակի աճին զուգահեռ:**

Այլ անձի բիզնեսում միջին ոչ ֆորմալ ներդրումը Հայաստանում շուրջ 2.1 մլն ՀՀ դրամ է (~4,400 ԱՄՆ դոլար), միջնարժեքը՝ 1.0 մլն ՀՀ դրամ (~2,100 ԱՄՆ դոլար):

Ըստ 2019թ. Զեկոյցի՝ առկա է չափավոր դրական հարաբերակցություն ոչ ֆորմալ ներդրումների ծավալի և 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ի միջև:

**Պատկեր 36. Ոչ ֆորմալ ներդրումների միջնարժեքը և ՀՆԱ-ն ըստ երկրների**

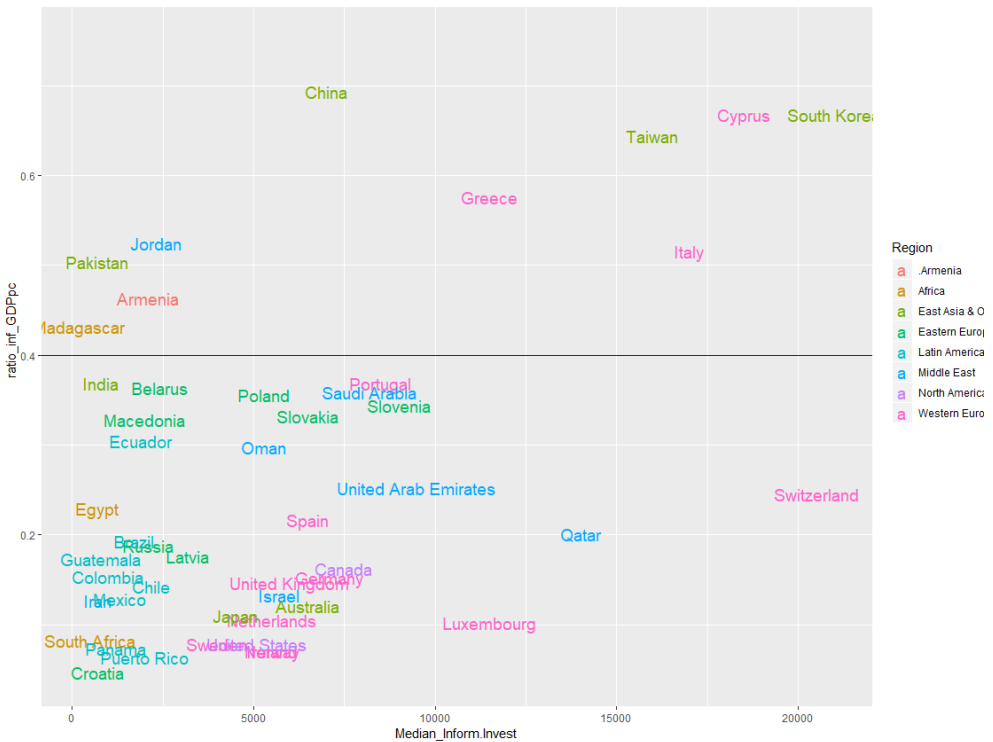


Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019թ. արդյունքների և Արժույթի միջազգային հիմնադրամի տվյալների



Չնայած, որ Հայաստանում միջնարժեքը բացարձակ արտահայտությամբ համեմատաբար փոքր է (34-րդը 50-ից), դրա և 1 անձին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ի հարաբերակցությունը բարձր է (10-րդը 50-ից), այսինքն՝ Հայաստանում ոչ ֆորմալ ներդրումներն ավելի կարևոր դեր են խաղում, քան Զեկույցի այլ երկրներում: Միայն 11 երկրում է, որ ներդրումների միջնարժեք/1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ հարաբերակցությունը 0.4-ից բարձր է:

**Պատկեր 37. Ներդրումների միջնարժեք/1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ հարաբերակցությունն ըստ երկրների**



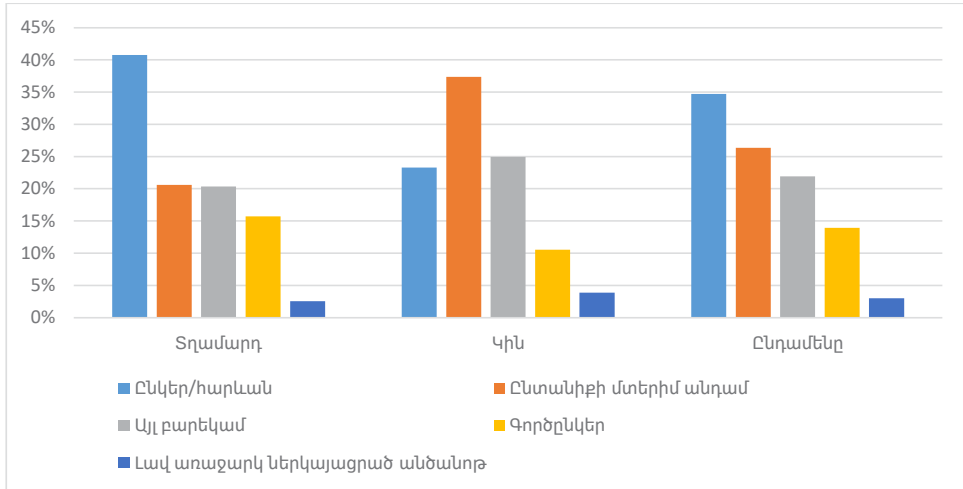
Աղբյուր՝ GEM անհատների հարցում 2019թ. արդյունքների և Արժույթի միջազգային հիմնադրամի տվյալների

Ի թիվս այլ հարցերի, մասնակիցներին հարցրել են նաև, թե ինչ փոխկապակցվածություն կա իրենց և այն անձի միջև, որի բիզնեսում կատարվում է ներդրումը: Հայաստանում ամենատարածված 2 պատասխաններն են՝ ընկեր կամ հարևան (35%), ընտանիքի մտերիմ անդամ՝ կին/ամուսին, եղբայր, որդի/դուստր, ծնող, թոռ (26%): Սրանք ամենատարածված պատասխաններն են նաև 2019թ. Զեկույցի բոլոր երկրներում (50 երկրից 46-ում հարցվողների առնվազն 60% տվել է այս պատասխանները):



Հայաստանում կանայք ավելի հակված են ընտանիքի մտերիմ անդամներին ֆինանսապես օժանդակելուն, տղամարդիկ՝ ընկերներին:

**Պատկեր 38. Ոչ ֆորմալ ներդրողների և ներդրումն ստացող անձի միջև փոխկապակցվածությունը (յուրաքանչյուր խմբում ներդրողների %)**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

**5.3 Ամփոփում**

- ▶ 18-64 տարեկան բնակչության 7.9% նշել է, որ վերջին 3 տարում իրենք անձամբ ներդրում են կատարել այլ անձի բիզնեսում:
- ▶ Հայաստանում ոչ ֆորմալ ներդրումներն ավելանում են եկամտի աճին զուգահեռ, բայց ավելի մեծ աճ է արձանագրվում կայացած բիզնեսի աճին զուգահեռ:
- ▶ Ոչ ֆորմալ ներդրումների միջնարժեքն է 1.0 մլն ՀՀ դրամը (~2,100 ԱՄՆ դոլար), որը բացարձակ թվերով ամենացածրերից մեկն է 2019թ. Զեկույցի 50 երկրներից, բայց 1-ին տասնյակում, եթե հաշվի առնենք Հայաստանում 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն:
- ▶ Հայաստանում ոչ ֆորմալ ներդրումները մեծ դեր են խաղում բիզնեսում, և սա վկայում է, որ երկրում ԸՍԶԳ բախվում է ֆինանսավոր-



ման խնդիրների: Պետք է հաշվի առնել նաև մշակութային առանձնահատկությունները և սոցիալական նորմերը, բայց այդուհանդերձ ըստ ներդրումներն ստացողների Հայաստանը շատ չի տարբերվում այլ երկրներից:

- ▶ Հայաստանում ոչ ֆորմալ ներդրումների ստացողները նույնն են, ինչ 2019թ. Զեկույցի բոլոր երկրներում՝ ընկերներ (35%, մեծ մասամբ ի հաշիվ արական սեռի ներդրողների) և ընտանիքի մտերիմ անդամներ (26%, մեծ մասամբ ի հաշիվ իգական սեռի ներդրողների):

Նախքան հարցումը GEM հայաստանյան թիմն առաջ էր քաշել մի շարք վարկածներ Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ գործունեության վերաբերյալ, որոնք հաստատվեցին կամ հերքվեցին հարցման արդյունքների հիման վրա:

## 12. Հայաստանում ձեռնարկատիրության մեջ մեծ դեր են խաղում ոչ ֆորմալ ֆինանսական ներդրումները:

*Վարկածը հաստատվել է:* Հայաստանը 14-րդն է 50 երկրից և 1-ինն Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրից այլ անձի հիմնած բիզնեսում ներդրում կատարողների մասնաբաժնով, ուստի Հայաստանում շատ երկրների համեմատ ոչ ֆորմալ ներդրումների դերը բիզնես սկսելու գործում մեծ է:



# Գլուխ VI. Ելք բիզնեսից

*«Ձախողումը կարելի է ընկալել որպես սկիզբ և ճանապարհի կեսը, բայց ոչ որպես վերջնական»:*

– **Ջեսիքա Հերին,**

**Stella & Dot ապրանքանիշի**

**հիմնադիր և գործադիր տնօրեն**

## 6.1 Ներածություն

Ելքը բիզնեսից և դրա հետ կապված հարցերը կարևոր են երկրում առողջ ձեռնարկատիրական միջավայր ձևավորելու համար: Ելքի պատճառը կարող է լինել թե՛ բացասական (ճախողում, վնաս), թե՛ դրական (բաժնեմասի վաճառք, անցում թոշակի, այլ բիզնեսի հիմնում), և սա նույնպես բնութագրում է երկրի ձեռնարկատիրական միջավայրը: Ավելին, ելքի իրավական կարգավորումները կարող են ազդել բիզնես հիմնելու որոշման վրա. եթե ելքը, վաճառքը կամ լուծարումը դժվար է, մարդիկ մի քանի անգամ կմտածեն նախքան բիզնես սկսելը, և հակառակը: Պետք է նշել, որ ելքը միշտ չէ, որ ենթադրում է գործունեության դադարեցում. շատ են օրինակները, երբ անգամ հիմնադրի կողմից բաժնեմասը վաճառելուց հետո բիզնեսը շարունակում է գործել և ավելացված արժեք ստեղծել:

Զեկույցի շրջանակներում գնահատվել է տարբեր երկրներում ելքի մակարդակը, վերլուծվել են պատճառները, ուսումնասիրվել է ելքից հետո գործունեության շարունակելիությունը:

## 6.2 Ելքը բիզնեսից 2019թ.

Հայաստանում 18-64 տարեկան բնակչության 6.4% նշել է, որ վերջին 12 ամսում դուրս է եկել իր բիզնեսից (վաճառել բաժնեմասը, փակել, դադարեցրել գործունեությունը): Այս ցուցանիշով Հայաստանը 13-րդն է 2019թ. Զեկույցի 50 երկրից, 1-ինը՝ Արևելյան Եվրոպայի 9 երկրի շարքում:

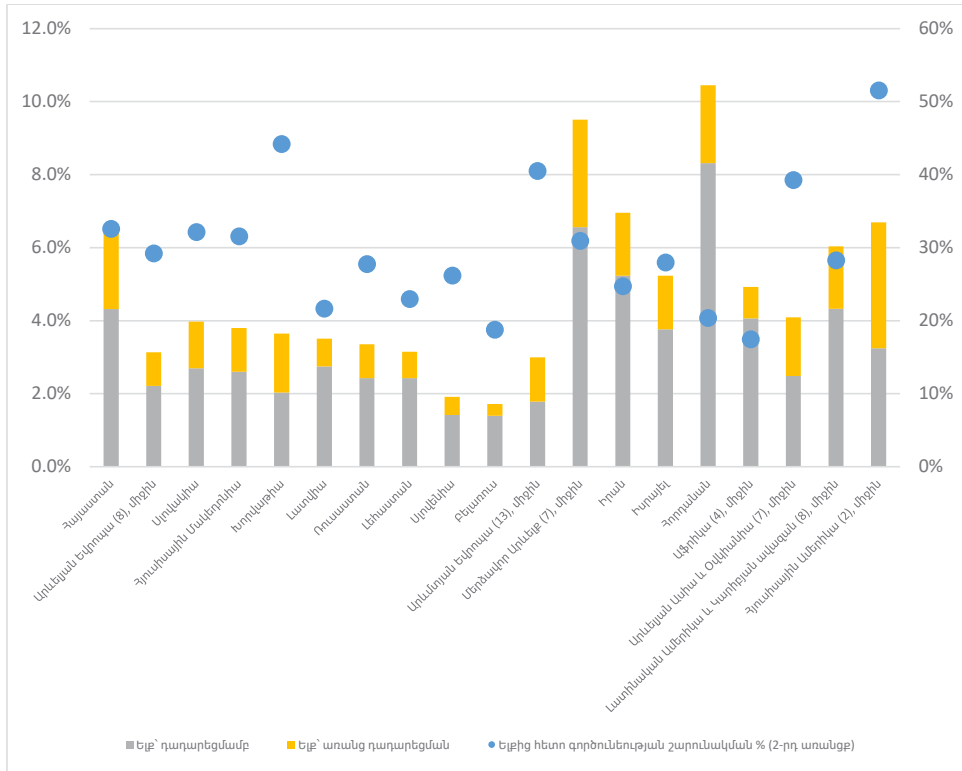
**Բիզնեսից ելքի մակարդակը կապված է տվյալ երկրում բիզնես սկսելու մակարդակի հետ.** Եթե ելքը դժվար է, մարդիկ մի քանի անգամ կմտածեն նախքան բիզնես սկսելը, և հակառակը: Այս կապը շատ ուժեղ կորելացվում է (0.87) Եվրոպայում և Ամերիկայում (32 երկիր, ներառյալ Հայաստանը), բայց առկա չէ Մերձավոր Արևելքում, Արևելյան Ասիայում և Աֆրիկայում: Հավանաբար այդ տարածաշրջաններում կան այլ՝ ոչ տնտեսական, գործոններ, որոնք ազդում են բիզնեսի և ելքի վրա:

**2019թ. Հայաստանում ելքից հետո գործունեության շարունակելիությունը բավականին բարձր է՝** ձեռնարկությունների 1/3 շարունակել է գործել սեփականատիրոջ/ղեկավարի կողմից բաժնեմասի վաճառքից հետո: Զեկույցի երկրների շարքում սա միջին ցուցանիշ է (22-րդը 50-ից), իսկ Արևելյան Եվրոպայում՝ 2-րդը (Խորվաթիայից հետո): Առաջատարը զարգացած երկրներն են (1-ին տեղում է Շվեյցարիան): Ընդհանուր առմամբ, ելքից հետո գործունեության շարունակելիությունն ուղիղ համեմատական է 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ին (0.49):





**Պատկեր 39. Բիզնեսից ելքի մակարդակը 2019թ. (չափահաս բնակչության %) ըստ երկրների/տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

Հայաստանում արձանագրվել են հետևյալ միտումներն ըստ բնակչության տարբեր խմբերի՝

- Բիզնեսից ելքի մակարդակը նվազում է տարիքի աճին զուգահեռ: Հիմնադրի ելքից հետո գործունեությունը շարունակող ձեռնարկությունների կշիռն ավելի բարձր է երիտասարդների շրջանում (47.2% 18-24 տարիքային խմբում, 20.7% 55-64 տարիքային խմբում): Սա թերևս կարող է նշանակել, որ ի տարբերություն ավագ սերնդի, երիտասարդների նախաձեռնած բիզնեսն ավելի հաջողակ է, բայց անգամ այս պարագայում ավելի շատ երիտասարդներ դուրս են գալիս իրենց բիզնեսից՝ միգուցե այլ բիզնես սկսելու նպատակով:
- Տղամարդիկ ավելի շատ են հակված ելքին, քան կանայք (համապատասխանաբար 6.8% և 4.7%): Սա տրամաբանական է, եթե հաշվի առնենք, որ տղամարդկանց շրջանում ավելի շատ են ԸՍՁԳ զբաղվողները և կայացած ձեռնարկատերերը: Հետաքրքիր է սակայն, որ ելքից հետո գործունեության շարունակելիության առումով

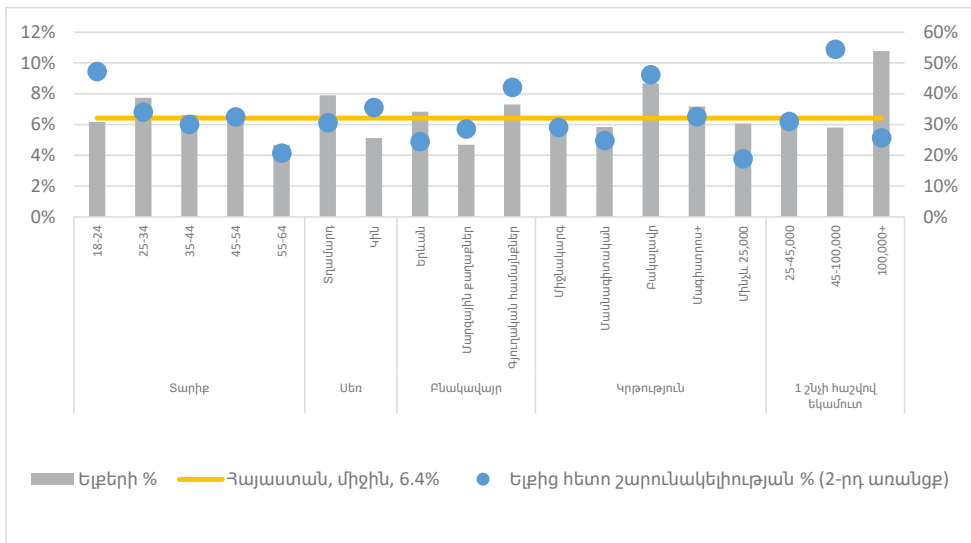


առաջատարը կանայք են (35.6% և 30.5%):

- Ելքի ցուցանիշն ավելի մեծ է բարձրագույն կրթություն ունեցողների շրջանում: Այս խմբում ավելի բարձր է նաև ելքից հետո շարունակելիության մակարդակը (46.2% բակալավրի դեպքում, 32.6% մագիստրոսի դեպքում, 29.1% միջնակարգ կրթության, 24.8%՝ մասնագիտական կրթության դեպքում), այսինքն՝ ավելի բարձր կրթական մակարդակ ունեցող բնակչության հիմնած բիզնեսն ավելի հաջողակ է:
- Ելքից հետո շարունակելիության ցուցանիշն ավելի բարձր է գյուղական համայնքներում, քան Երևանում (համապատասխանաբար 42.1% և 24.5%), որը թերևս կարելի է բացատրել նրանով, որ գյուղական վայրերում բիզնեսի հիմնական ոլորտը գյուղատնտեսությունն է:

Ելքի պատճառները և առկա միտումները քննարկվում են հաջորդ բաժնում:

**Պատկեր 40. Բիզնեսից ելքի մակարդակը Հայաստանում (չափահասների %) ըստ բնակչության տարբեր խմբերի**



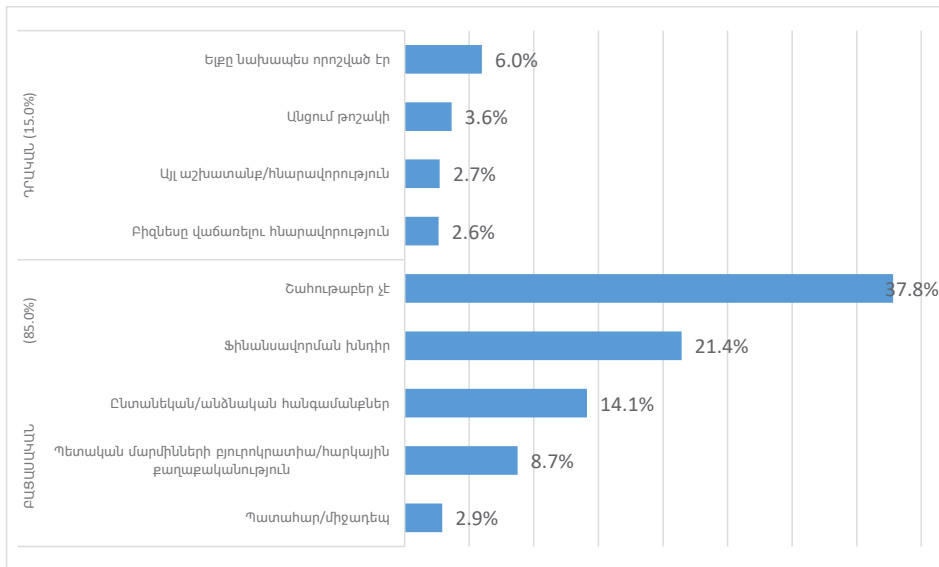
Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019



### 6.3 Ելքի պատճառները

Բիզնեսից ելքի պատճառները դասակարգվում են 2 խմբի՝ դրական և բացասական պատճառներ<sup>10</sup>: 2019թ. Հայաստանում ելքերի 85% բացասական պատճառով էր (3 հիմնական պատճառ)՝ բիզնեսը շահութաբեր չէ (38%), ֆինանսական խնդիրներ (21%), ընտանեկան/անձնական հանգամանքներ (14%):

**Պատկեր 41. Բիզնեսից ելքի պատճառները Հայաստանում 2019թ. (ընդհանուր ելքերի %)**



Աղբյուր՝ GEM Հայաստան. անհատների հարցում 2019

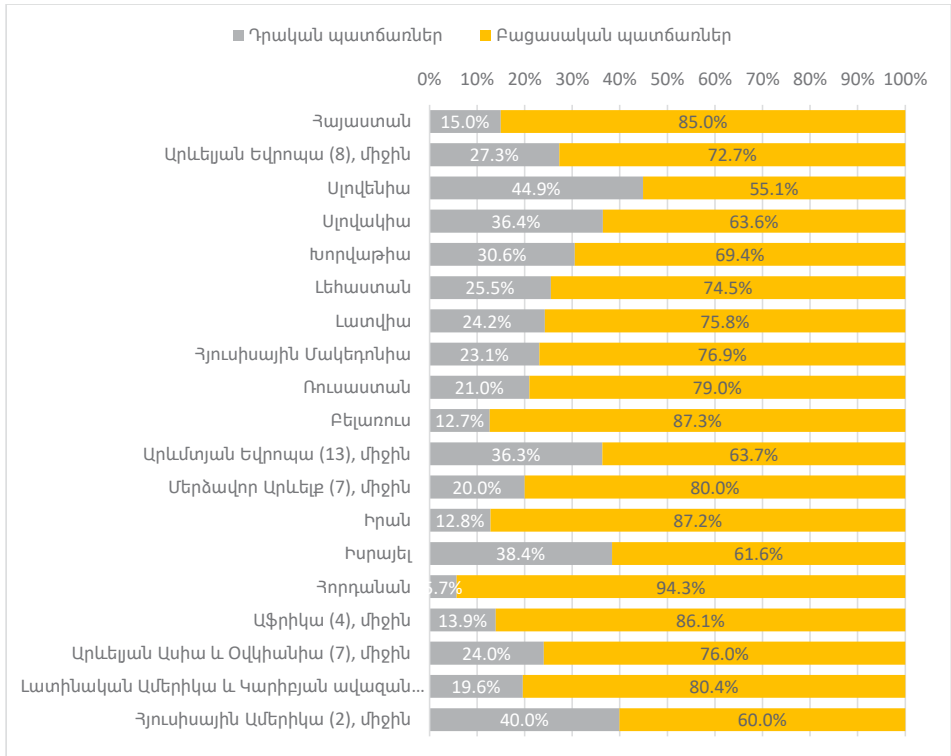
Հայաստանում ելքի դրական պատճառների ցուցանիշը (15%) ամենացածրերից մեկն է հարցմանը մասնակցած 50 երկրում (41-րդը 50-ից), իսկ Արևելյան Եվրոպայում միայն Բելառուսի ցուցանիշն է ավելի ցածր: Եթե գերակշռում են բացասական պատճառները, ուրեմն ձեռնարկատիրական միջավայրում առկա են խնդիրներ, մասնավորապես, եթե բիզնեսը շահութաբեր չէ, պատճառը կարող է լինել անմրցունակությունը, թերի ձեռնարկատիրական կրթությունը, և այլն: Հետաքրքիր է, որ դրական ելքերը դրական կորելացիա ունեն 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ին (0.67

<sup>10</sup> Դասակարգումը որոշ դեպքերում հստակ չէ, օրինակ՝ թոշակի անցնելը կարող է համարվել բացասական պատճառ, եթե հիմնադիրն ստիպված է դա անում, իսկ ընտանեկան հանգամանքները՝ դրական պատճառ, եթե հիմնադիրը ցանկանում է ավելի շատ ժամանակ տրամադրել ընտանիքին:



գործակցով), ինչպես նաև բացասական ելքերը բացասական կապ ունեն 1 շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ին:

**Պատկեր 42. Բիզնեսից ելքերի պատճառներն ըստ երկրների/ տարածաշրջանների**



Աղբյուր՝ GEM. անհատների հարցում 2019

**6.4 Ամփոփում**

- ▶ Հայաստանում 18-64 տարեկան բնակչության 6.4% նշել է, որ վերջին 12 ամսում դուրս է եկել իր բիզնեսից:
- ▶ Բիզնեսից ելքի մակարդակը կապված է տվյալ երկրում բիզնես սկսելու մակարդակի հետ, հատկապես եվրոպական և ամերիկյան երկրներում (0.87 գործակից): Սա նշանակում է, որ բիզնես սկսելու որո-



շումն այս երկրներում կախված է նրանից, թե որքան հեշտ է դուրս գալ բիզնեսից:

- ▶ 2019թ. Հայաստանում ձեռնարկությունների 1/3 շարունակել է գործել սեփականատիրոջ/ղեկավարի կողմից բաժնեմասի վաճառքից հետո (22-րդը 50-ից, 2-րդն Արևելյան Եվրոպայում՝ Խորվաթիայից հետո): Հիմնադրի ելքից հետո գործունեության շարունակումն ավելի բնորոշ է զարգացած երկրներին:
- ▶ Հայաստանում հիմնադրի ելքից հետո շարունակելիության ցուցանիշն ավելի բարձր է երիտասարդների, կանանց, բարձրագույն կրթություն ունեցողների և գյուղաբնակների շրջանում, այսինքն՝ այս խմբերը, որպես կանոն, ավելի հաջողակ բիզնեսմեններ են, քան մյուսները:
- ▶ 2019թ. Հայաստանում ելքերի 85% բացասական պատճառով էր. այս ցուցանիշով Հայաստանն ամենավերջին դիրքերում է (41-րդը 50-ից):
- ▶ Դրական ելքերի կշիռն ուղիղ համեմատական է 1 շնչի հաշվով ՀՆԱ-ին (0.67 գործակցով):
- ▶ 2019թ. Հայաստանում ելքից հետո բիզնեսի շարունակելիության համեմատաբար դրական ցուցանիշը բացասական պատճառների գերակշռելու հետ մեկտեղ վկայում է Հայաստանում առկա՝ անցումային փուլին բնորոշ տնտեսական/քաղաքական փոփոխությունների մասին, որոնք ազդում են նաև ձեռնարկատիրության վրա:

Նախքան հարցումը GEM հայաստանյան թիմն առաջ էր քաշել մի շարք վարկածներ Հայաստանում սկսնակ և կայացած ձեռնարկատիրական գործունեության վերաբերյալ, որոնք հաստատվեցին կամ հերքվեցին հարցման արդյունքների հիման վրա:

**13. Եթե սեփականատերը մտադիր է դուրս գալ բիզնեսից, ուրեմն այն անանկացման եզրին է:**

*Վարկածը մեծ մասամբ հերքվել է:* Անգամ եթե Հայաստանում ելքի պատճառները հիմնականում բացասական են, գործունեության շարունակելիության ցուցանիշը բավականին դրական է՝ 2019թ. ձեռնարկությունների 1/3 շարունակել է գործել հիմնադրի ելքից հետո (22-րդը 50-ից, 2-րդն Արևելյան Եվրոպայում՝ Խորվաթիայից հետո): Հայաստանում ելքից հետո շարունակելիության ցուցանիշն ավելի բարձր է երիտասարդների, կանանց, բարձրագույն կրթություն ունեցողների և գյուղաբնակների շրջանում, այսինքն՝ այս խմբերը, որպես կանոն, ավելի հաջողակ բիզնեսմեններ են, քան մյուսները:





# Գլուխ VII. Ձեռնարկատիրական համատեքստ

*«Բոլոր մարդիկ ձեռներեցներ են, ի հարկե դա պատճառ չի հանդիսանում, որ բոլորը բիզնես վարեն, սակայն դա նրանց ստեղծագործելու ցանկության կողավորումն է մարդկության ԴՆԹ մեջ»:*

**- Ռեյդ Հոֆման, LinkedIn համահիմնադիր**

## 7.1 Ներածություն

Նախորդ գլուխներում քննարկվել են ձեռնարկատիրական հիմնական ցուցանիշների արդյունքները պատահական ընտրանքով անցկացված անհատների հարցման հիման վրա, սակայն պետք է հաշվի առնել նաև երկրում տիրող ընդհանուր միջավայրը, որն դրականորեն կամ բացասաբար ազդում է ձեռնարկատիրության զարգացման վրա: Բիզնես սկսելու մասին ցանկացած որոշում կայացվում է հստակ միջավայրում: Ազգային միջավայրը շատ կարևոր է, քանի որ հենց նա է ապահովում այն պայմանները, որտեղ կարող են կիրառվել ձեռնարկատիրական հմտությունները: Հնարավոր է, որ երկրում լինի լավ ազգային միջավայր, բայց անհատական ձեռնարկատիրական գործունեությունը լինի ցածր մակարդակի վրա, և հակառակը, բայց որպես կանոն՝ միջավայրը և ձեռնարկատիրությունը փոխկապակցված են:

## 7.2 GEM՝ ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանները

Զեկույցում ձեռնարկատիրական միջավայրը գնահատվում է ըստ մի շարք շրջանակային պայմանների, որոնք թվարկված են աղյուսակ 20-ում: Միասին կամ առանձին վերցրած՝ այդ պայմանները որոշում են, թե որքան ոյուրին են տվյալ երկրում բիզնես սկսելն ու զարգացնելը:

### Աղյուսակ 20. Ձեռնարկատիրական համատեքստ՝ Զեկույցի շրջանակային պայմաններ

1	<b>ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄ</b> ՝ ձեռնարկատիրության ֆինանսավորման հասանելիություն	Առկա՞ է արդյոք բավարար ֆինանսավորում նորաստեղծ ձեռնարկությունների համար (ոչ ֆորմալ ներդրումներ, բանկային վարկեր, պետական դրամաշնորհներ, վենչուրային կապիտալ և այլն):
2	<b>ՊԵՏԱԿԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ</b> ա) Աջակցություն և համապատասխանելիություն (տեղին լինելը)	Արդյո՞ք պետական քաղաքականությունը նպաստում է ձեռնարկատիրությանը և աջակցում նորաստեղծներին:
	բ) Հարկեր և բյուրոկրատիայի մակարդակ	Հարկերը, տուրքերը և այլ պարտադիր վճարները մատչելի՞ են սկսնակ ձեռներեցների համար: Ընթացակարգերը պարզ են կամ չե՞ն խոչընդոտում գործունեությունը:





3	<b>ՊԵՏԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԵՐ՝</b> ձեռնարկատիրության աջակցման պետական ծրագրեր	Սկսնակ ձեռներեցների համար առկա՞ են պետական աջակցության որակյալ համայնքային, մարզային և ազգային ծրագրեր:
4	<b>ԿՐԹՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԱՊԱՏՐԱՍՏՈՒՄ՝</b> ա) Ձեռնարկատիրական կրթությունը դպրոցում	Դպրոցներում աշակերտներին ծանոթացնում են ձեռնարկատիրության գաղափարի, արժեքների հետ, խրախուսում են ձեռնարկատիրության համար անհրաժեշտ հատկանիշների ձևավորմանը (հետաքրքրասիրություն, հնարավորությունների բացահայտում, ստեղծագործականություն):
	բ) Հետդպրոցական ձեռնարկատիրական կրթություն	Քոլեջները, համալսարանները և բիզնես դպրոցներն առաջարկում են արդյոք ձեռնարկատիրության վերաբերյալ որակյալ դասընթացներ և գործնական վերապատրաստում:
5	<b>ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄՆԵՐԻ (R&amp;D) ՆԵՐԴՆՈՒՄ՝</b> հետազոտության և մշակումների արդյունքների փոխանցում և ներդնում	Որքա՞ն է հավանական, որ հետազոտությունների արդյունքները, այդ թվում՝ համալսարանների և գիտահետազոտական կենտրոնների մշակումները կարող են վերածվել առևտրային նախաձեռնությունների:
6	<b>ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ԵՆԹԱԿԱՌՈՒԹՅՎԱԾՔ՝</b> առևտրային և մասնագիտական ենթակառուցվածք	Մատչելի մասնագիտական ծառայությունների (իրավաբանների, հաշվապահների) հասանելիությունը նպաստում է արդյոք նոր ձեռնարկություններին սեփականության իրավունքների առումով:
7	<b>ՇՈՒԿԱՅԻ ՀԱՍԱՆԵԼԻՈՒԹՅՈՒՆ՝</b> ա) Մուտքի դյուրինություն՝ շուկայի դինամիկա	Առկա՞ են արդյոք ազատ, բաց և գրավիչ շուկաներ, որտեղ չկան մուտքը կամ գինը վերահսկող խոշոր ընկերություններ:
	բ) Մուտքի դյուրինություն՝ սահմանափակումներ և կարգավորում	Իրավական կարգավորումները հեշտացնում, թե սահմանափակում են մուտքը շուկա:
8	<b>ՖԻԶԻԿԱԿԱՆ ԵՆԹԱԿԱՌՈՒԹՅՎԱԾՔ</b>	Համապատասխանում է արդյոք առկա ֆիզիկական ենթակառուցվածքը, այդ թվում՝ ճանապարհները, ինտերնետի հասանելիությունն ու արագությունը, ֆիզիկական տարածքների առկայությունն ու արժեքը, և այլն, ձեռնարկատերերի պահանջներին, հասանելի՞ է արդյոք:



9	<b>ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԵՎ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՆՈՐՄԵՐ</b>	Ազգային մշակույթը սահմանափակում, թե խրախուսում է ձեռնարկատիրությունը (օրինակելի մարդիկ/մոդելներ, հասարակության աջակցություն դիսկի դիմելու դեպքում և այլն):
---	---	--

Ազգային համատեքստը և պայմանները Զեկույցում գնահատվում են յուրաքանչյուր երկրից ընտրված առնվազն 36 փորձագետի պատասխանների հիման վրա: Հայաստանից հարցմանը մասնակցել է 40 փորձագետ, չնայած շատերն ավելի քիչ փորձագետների են ներգրավել (54 երկրից 38-ում ներգրավվել է 36-39 մասնագետ): Փորձագետներն ընտրվել են՝ ելնելով նրանց գիտելիքից, և վերոնշյալ 9 ոլորտներից յուրաքանչյուրը ներկայացված է առնվազն ըստ 4 մասնագետի կարծիքի:

Յուրաքանչյուր երկրի համար փորձագետները գնահատել են յուրաքանչյուր շրջանակային պայմանի արդյունավետությունը<sup>11</sup>: Ամփոփ փոփոխականների հիման վրա դուրս են բերվել միջին արժեքներ ըստ բոլոր փորձագետների պատասխանների:

### 7.3 Ձեռներեցության ազգային համատեքստի ցուցանիշը

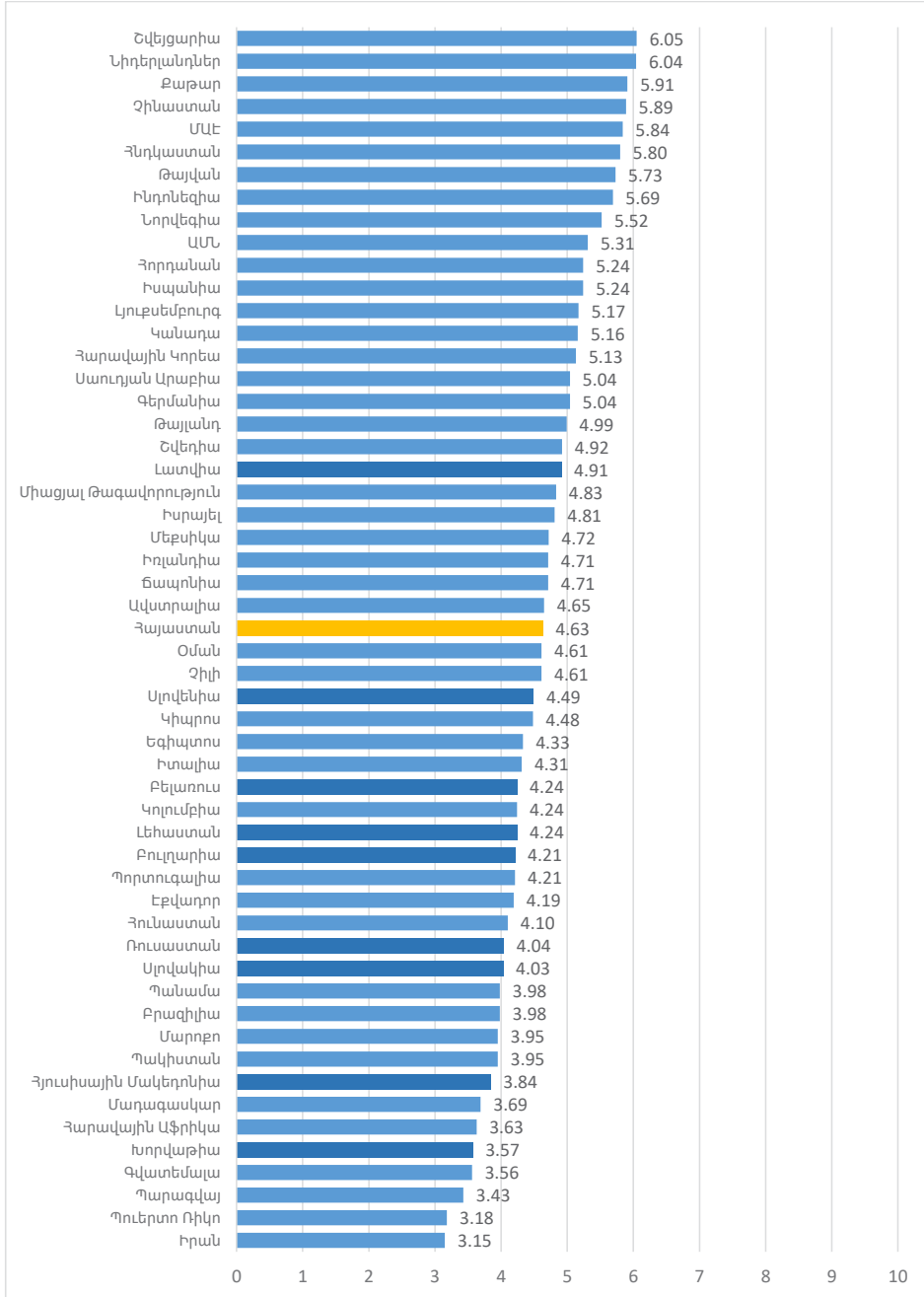
Ձեռներեցության ազգային համատեքստի ինդեքսով (ՁԱՀԻ, NECI) Հայաստանը 27-րդն է 2019թ. Զեկույցի շրջանակներում ազգային փորձագետների հարցմանը մասնակցած 54 երկրից: ՁԱՀԻ-ն ամփոփ ցուցանիշ է, որը ներկայացնում է յուրաքանչյուր երկրում ձեռնարկատիրության շրջանակային բոլոր պայմանների միջին կշռված արժեքը:

Եթե համեմատենք 2019թ. Զեկույցում առկա 10 արևելաեվրոպական երկրները, ապա ձեռնարկատիրական համատեքստի ցուցանիշով Հայաստանը զիջում է միայն Լատվիային:

<sup>11</sup> Յուրաքանչյուր փորձագետ գնահատել է յուրաքանչյուր կետ 0-10 սանդղակով, որտեղ 0՝ բոլորովին չի համապատասխանում իրականությանը, 10՝ լիովին համապատասխանում է իրականությանը: Տվյալներն ամփոփվել են, և սահմանվել են կշիռներ, որոնց հիման վրա հաշվարկվել է յուրաքանչյուր պայմանի արժեքն ըստ հարցաշարի յուրաքանչյուր բաժնի հիմնական բաղադրիչների վերլուծության:



**Պատկեր 43. ՁԱՀԻ 54 երկրի համար**



\* Մուգ գույնով նշված են արևելաեվրոպական երկրները  
Աղբյուր՝ GEM. փորձագետների հարցում 2019



Որքան բարձր է ՁԱՀԻ, այնքան մեծ ձեռնարկատիրական ակտիվություն է ակնկալվում այդ երկրում, քանի որ ազգային համատեքստի բարձր ցուցանիշը ենթադրում է ձեռնարկատիրության համար նպաստավոր պայմաններ: Դիտարկված 54 երկրից յուրաքանչյուրում պատկերը տարբեր է: Հետաքրքիր է, որ, ՁԱՀԻ և ԸՍՁԳ մակարդակի (գլուխ 3) միջև ըստ երկրների մեծ փոխկապակցվածություն չի նկատվել. ըստ ՁԱՀԻ առաջատար 7 երկրից 4 այն 12 երկրն են, որտեղ ԸՍՁԳ մակարդակն ավելի ցածր է, քան կայացած ձեռնարկատիրության մակարդակը: Սա թերևս նշանակում է, որ լավ պայմանները կարող են օգնել զարգացնել սկսնակ բիզնեսը, մինչդեռ դժվար պայմաններում ավելի հեշտ է պարզապես փակել բիզնեսը:

Հայաստանում ԸՍՁԳ մակարդակը 2019թ. Ջեկույցի երկրներում ամենաբարձրերից մեկն է, մինչդեռ ԿԲՍ մակարդակը միջին դիրքերում է: Տարբերությունը 2.7 անգամ է (11-րդը 50-ից), որը նշանակում է, որ Հայաստանում բիզնես սկսելը շատ ավելի հեշտ է, քան բիզնես կայացնելը: *Այլ կերպ ասած՝ քանակը չի վերածվում որակի: Հայաստանում ձեռնարկատիրության պայմանները զարգացնելիս պետք է շեշտը դնել սկսնակ բիզնեսը զարգացնելու, կայացած բիզնեսի վերածելու վրա:*

#### **7.4 Ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանների փորձագիտական գնահատականը**

ՁԱՀԻ հիմնվում է տվյալ երկրում ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանների փորձագիտական գնահատականի վրա: Ջեկույցում կիրառվում է 9 շրջանակային պայման, որոնցից 3 բաժանված են 2 խմբի, ուստի գնահատվող պայմանների ընդհանուր քանակը 12 է: Պայմանները գնահատվում են մի շարք հարցերի/դրույթների հիման վրա (5-8 յուրաքանչյուր պայմանի համար):

**12 պայմանից 6-ով Հայաստանի ցուցանիշը Ջեկույցի երկրների միջին ցուցանիշից բարձր է: Ամենամեծ տարբերությունը (ավելի քան 1.0 միավոր) արձանագրվել է պետական քաղաքականության առումով (հարկեր, բյուրոկրատիա)՝ այս ցուցանիշով Հայաստանը 7-րդն է 54, ինչպես նաև մշակութային և սոցիալական նորմերի առումով՝ 11-րդը 54-ից:**

Հարկերի և բյուրոկրատիայի մակարդակի առումով պետական քաղաքականության բարձր գնահատականն անսպասելի է, քանի որ դրանք տասնամյակներ շարունակ համարվում էին Հայաստանում



**Ճեռնարկատիրության զարգացման հիմնական խոչընդոտը:** Ընկալումների՝ 2019թ. նկատված փոփոխությունն ակնհայտորեն արդյունքն է թավշյա հեղափոխության, նոր կառավարության հայտարարած միջոցառումների՝ պայքար կոռուպցիայի դեմ, պետական հիմնարկների թափանցիկության բարձրացում: 2019թ. կառավարությունը հայտարարեց ճեռնարկատիրությանը վերաբերող մի շարք այլ բարեփոխումների մասին. դրանցից է հարկային բարեփոխումների փաթեթը, որն ուժի մեջ է մտել 2020թ. հունվարից: Զեռնարկատիրությանը վերաբերող հիմնական փոփոխություններից թվարկենք նաև հետևյալը՝ (1) շրջանառության հարկի շեմի բարձրացում մինչև տարեկան 115 մլն ՀՀ դրամ, (2) տարեկան 24 մլն ՀՀ դրամը չգերազանցող շրջանառություն ունեցող միկրո ձեռնարկություններն ազատվում են հարկերից, (3) պրոգրեսիվ եկամտահարկը համահարթեցվում է (23% ընդհանուր եկամտահարկ): Թերևս 2019թ. փորձագիտական գնահատումը արտահայտում է այս փոփոխությունները: Մասնավորապես, պետական քաղաքականության (հարկեր, բյուրոկրատիա) պայմանի 4 ենթաբաղադրիչներից մեկը հանդիսացող «նոր ձեռնարկությունները կարող են ստանալ պահանջվող բոլոր թույլտվությունները և լիցենզիաները 1 շաբաթում» դրույթի՝ հայ փորձագետների տված գնահատականը 2-րդ ամենաբարձրն է՝ զիջելով միայն Չինաստանին: Մնացած 3 ենթաբաղադրիչներից 2-ի գնահատականը ևս 1-ին տասնյակում է: Ընդհանուր առմամբ, պետական քաղաքականության փորձագիտական միջին գնահատականը Հայաստանի համար 5.42 է 10 միավորանոց սանդղակով, մինչդեռ Զեկույցի 54 երկրի միջինը՝ 4.02:

Մշակութային և սոցիալական նորմերը Հայաստանում գնահատվում են որպես ձեռնարկատիրությանը նպաստող. ըստ փորձագետների՝ Հայաստանն 1-ին տասնյակում է «ազգային մշակույթը խրախուսում է ձեռնարկատերերին ռիսկի գնալ» և «ազգային մշակույթը խրախուսում է ստեղծարարությունը և նորարարությունը» ցուցանիշներով:

2019թ. Զեկույցում միջինից ցածր գնահատված ոլորտներն են՝ (1) ձեռնարկատիրական կրթություն՝ ինչպես դպրոցական, այնպես էլ հետդպրոցական, (2) հետազոտությունների և մշակումների ներդրում, (3) պետական աջակցության ծրագրեր և (4) ֆինանսավորում:



**Պատկեր 44. Հայաստանի դիրքն ըստ 2019թ. Զեկույցում ձեռնարկատիրության շրջանակային պայմանների փորձագիտական գնահատման**



Աղբյուր՝ GEM. փորձագետների հարցում 2019

**Ձեռնարկատիրական կրթությունն այն հիմնական բաղադրիչներից է, ինչը պետք է ուժեղացնել Հայաստանում:** Ըստ փորձագետների դպրոցական (տարրական և միջնակարգ) և հատկապես հետդպրոցական ձեռնարկատիրական կրթության մակարդակով Հայաստանը հետ է մնում երկրների մեծամասնությունից, մասնավորապես, «տեխնիկական, մասնագիտական և շարունակական կրթական համակարգերն ապահովում են ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու համար անհրաժեշտ գիտելիքը» ցուցանիշով Հայաստանը Զեկույցի 54 երկրի շարքում նախավերջինն է: Կրթությանը վերաբերող այլ դրույթների գնահատումը ցույց է տալիս, որ առկա են բացեր աշակերտներին/ուսանողներին շուկայական տնտեսության սկզբունքները (մրցակցային առավելություն,



արտադրողականություն, տեխնոլոգիաների կիրառում), ինչպես նաև հաջողակ բիզնես հիմնելու և պահպանելու հիմնական սկզբունքները ներկայացնելու առումով:

**Խնդիր է նաև հետազոտությունների և զարգացումների (R&D) ներդրումը:** Բացի ձեռնարկատիրական կրթությունից, կրթական համակարգը մեծ դեր ունի նաև հետազոտությունների և զարգացումների ներդրման գործում: Համալսարաններից և գիտական կենտրոններից տեխնոլոգիաների և գիտական արդյունքների՝ ձեռնարկություններին փոխանցման մակարդակը Հայաստանում ամենացածրերից մեկն է (52-րդը 54-ից): Ըստ փորձագետների՝ պատճառը նոր տեխնոլոգիաներ ձեռք բերելու համար պետական սուբսիդիաների բացակայությունն է, ինչպես նաև այն, որ միջազգային մակարդակով նոր տեխնոլոգիաների ներդրումը բավականաչափ աջակցություն չի ստանում, ճարտարագետները և գիտնականներն աջակցություն չեն ստանում իրենց գաղափարներն առևտրականացնելու, նոր բիզնեսներում ներդնելու գործում:

**Հաջորդ խնդիրը պետական աջակցության ծրագրերի և ֆինանսավորման բացակայությունն է:** Թե՛ պետական աջակցության ծրագրերի, թե՛ սուբսիդավորման, թե՛ դրանց արդյունավետության ցուցանիշով Հայաստանը միջինից ցածր դիրքում է՝ չնայած, որ նոր բիզնեսի համար բանկային ծառայություններից օգտվելու դյուրինության ցուցանիշով 2-րդն է:

Յուրաքանչյուր բաղադրիչ մանրամասն նկարագրված է հավելված 7-ում:

## 7.5 Սահմանափակումներ, նպաստող գործոններ և առաջարկություններ

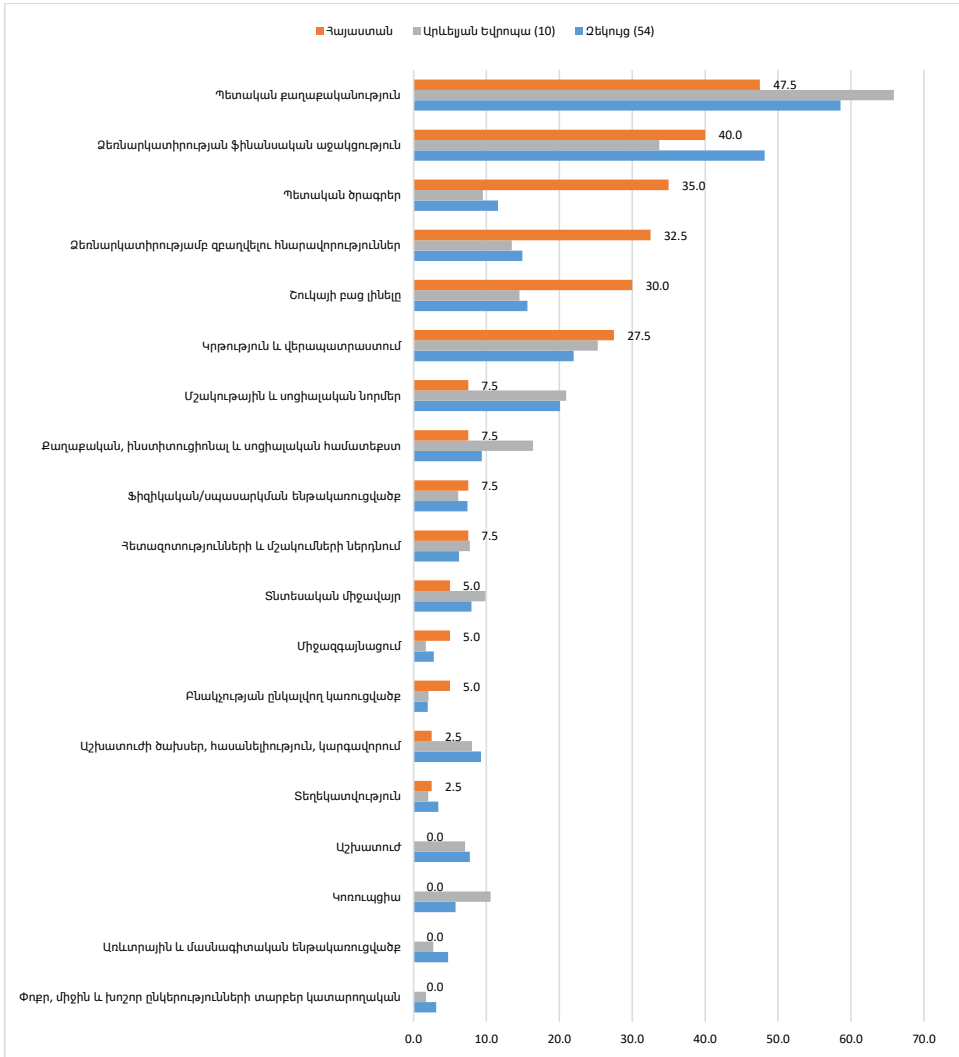
Նախորդ կետում ներկայացվեց Հայաստանում առկա ձեռնարկատիրական համատեքստի փորձագիտական գնահատականը, դրա ուժեղ և թույլ կողմերն ըստ Զեկույցի փորձագետների հարցման: Գնահատականը, սակայն, դեռ ինքնին բարելավման առաջարկ չէ: Իրավիճակը հասկանալու համար յուրաքանչյուր փորձագետի խնդրել էին նշել (ազատ պատասխանի ձևով) ձեռնարկատիրությունն ամենաշատը խոչընդոտող և ձեռնարկատիրությանն ամենաշատը նպաստող մինչև 3 գործոն և ներկայացնել բարելավման մինչև 3 առաջարկ: Պատասխաններն ամփոփվել են 20 կետից բաղկացած ցանկի հիման վրա՝ հետագայում 2019թ. Զեկույցի բոլոր երկրներում կիրառվելու նպատակով:

**Ըստ փորձագետների, Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը խոչընդոտում է 6 հիմնական գործոն՝** պետական քաղաքականություն



(նշվել է 47.5% դեպքերում), ֆինանսավորման սակավություն (40.0%), պետական ծրագրերի բացակայություն (35.0%), ձեռնարկատիրական հնարավորություններ, շուկա մուտք գործելու դյուրինություն, կրթություն, վերապատրաստում:

**Պատկեր 45. Ձեռնարկատիրությունը սահմանափակող գործոնները (տվյալ գործոնը նշելու %)**



Աղբյուր՝ GEM. փորձագետների հարցում 2019





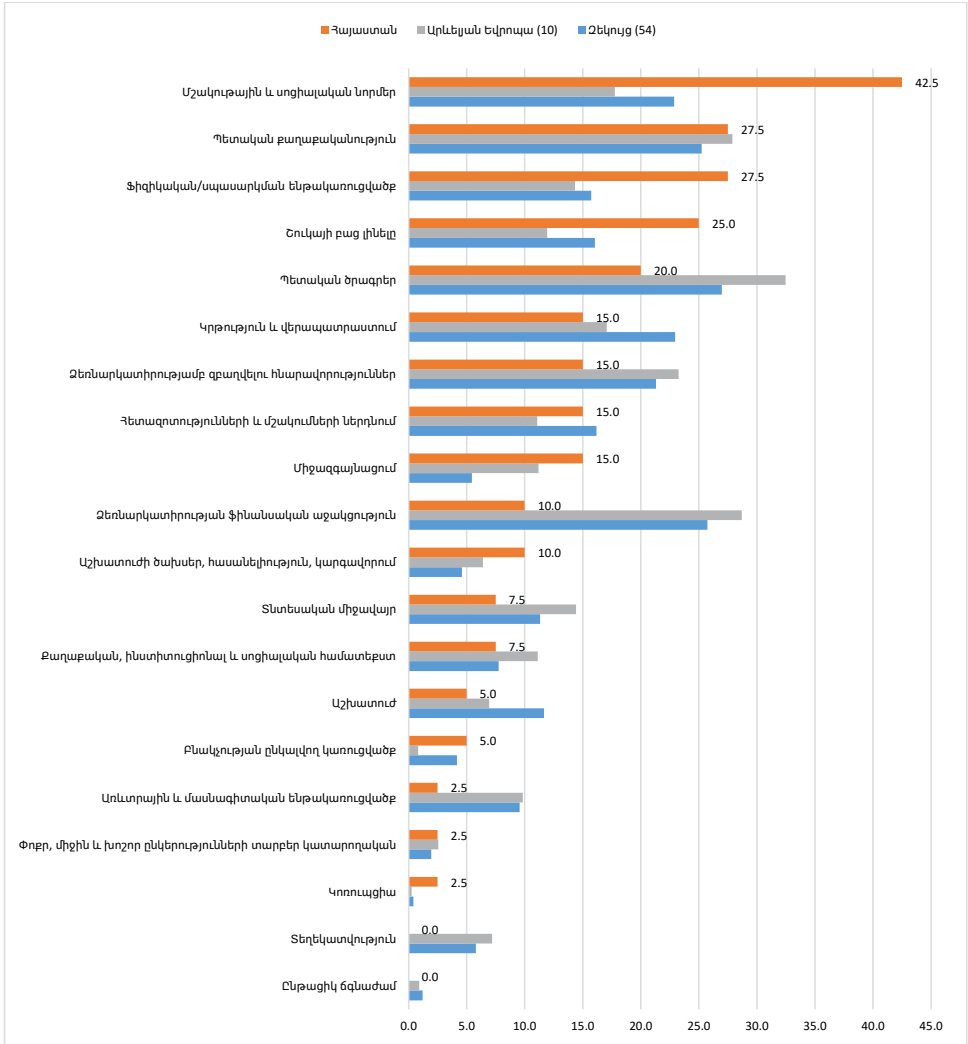
Պետական քաղաքականության շրջանակներում նշված հիմնական խնդիրները վերաբերում են իրավական դաշտին, հարկային քաղաքականությանը և բյուրոկրատիայի մակարդակին: Հետաքրքիր է, որ չնայած հայ փորձագետներն ամենաշատը նշում են հենց այս խնդիրները, ձեռնարկատիրության ոլորտում պետական քաղաքականության նրանց տված ընդհանուր գնահատականը 2019թ. Զեկույցի միջինից բարձր է: Սա նշանակում է, որ ուրիշ երկրներում այս խնդիրներն ավելի շատ են կարևորվում, մասնավորապես, Զեկույցի բոլոր 54 երկրները, ինչպես նաև Արևելյան Եվրոպայի 10 երկրները պետական քաղաքականությունը որպես ձեռնարկատիրությունը խոչընդոտող գործոն նշել են ավելի հաճախակի, քան Հայաստանը:

Մնացած 4 խնդիրների առումով Հայաստանի դիրքն ըստ փորձագետների ավելի թույլ է, քան Զեկույցի միջինը: Դրանք են ֆինանսավորումը (մատչելի երկարաժամկետ ֆինանսավորում փոքր և միջին ձեռնարկությունների համար), պետական աջակցության ծրագրերը, կրթությունը և վերապատրաստումը, ձեռնարկատիրական հնարավորությունները (գիտելիքի ցածր մակարդակ, որը կապված է ձեռնարկատիրական կրթության հետ): Այս խնդիրների ավելի մեծ կշիռը Զեկույցի այլ երկրների համեմատ թույլ է տալիս պնդել, որ շեշտը պետք է դնել հենց նշված ոլորտների վրա:

**Ըստ փորձագետների՝ Հայաստանում ձեռնարկատիրությանը նպաստող հիմնական գործոնն են մշակութային և սոցիալական նորմերը:** Ամենաշատը նշվում են ազգային մտածելակերպը և վերաբերմունքը ձեռնարկատերերի հանդեպ, կրեատիվ, նորարար գործունեությունը կառավարության՝ փոքր և միջին բիզնեսի աջակցման նախաձեռնությունների հետ մեկտեղ (վերջին քաղաքական փոփոխությունների արդյունքում), ինչպես նաև ֆիզիկական և սպասարկման ենթակառուցվածքի առկայությունը:



**Պատկեր 46. Ձեռնարկատիրության ամենաշատը նպաստող գործոնները (տվյալ գործոնը նշելու %)**



Աղբյուր՝ GEM.փորձագետների հարցում 2019

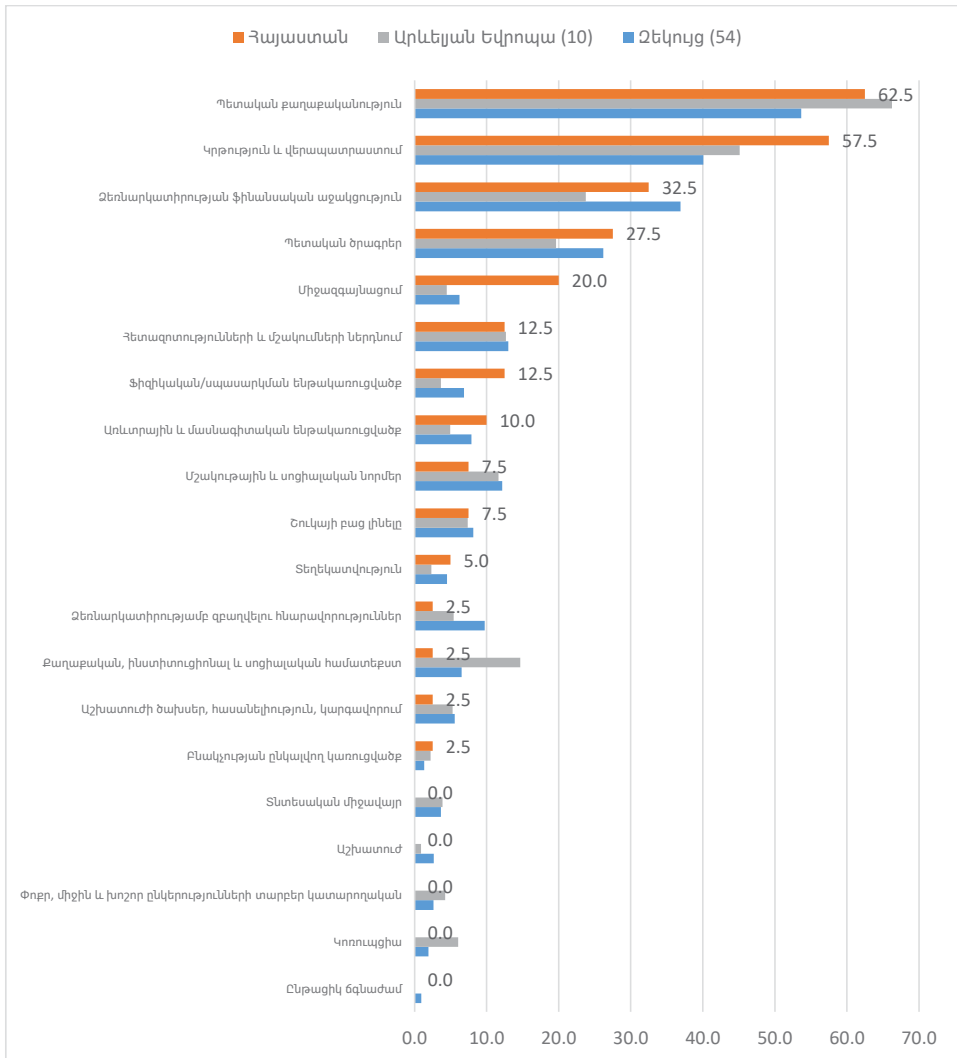
**Ֆինանսավորումը և պետական աջակցության ծրագրերը** որպես նպաստող գործոն հաճախակի են նշվում Արևելյան Եվրոպայի երկրներում, մինչդեռ հայ փորձագետները կարծում են, որ Հայաստանում սրանք հիմնական խոչընդոտող գործոններից են:

Ջարմանալի չէ, որ վերը նշած 2 ոլորտն այն 4 ոլորտի շարքում են, որոնք ըստ փորձագետների **ամենաշատը բարելավման կարիք ունեն**:



Ամենաշատ առաջարկությունները ներկայացվել են պետական քաղաքականության և ձեռնարկատիրական կրթության ուղղությամբ:

**Պատկեր 47. Ձեռնարկատիրության տեսանկյունից բարելավման կարիք ունեցող ոլորտները (տվյալ գործոնը նշելու %)**



Աղբյուր՝ GEM. փորձագետների հարցում 2019



Պետական քաղաքականության գծով առաջարկները վերաբերում են հիմնականում հարկային վարչարարության բարելավմանը և օրենսդրական բարեփոխումներին՝ ուղղված որոշակի ոլորտներում ձեռնարկատերերին խրախուսելուն, բայց միաժամանակ նաև ձեռնարկատիրության զարգացման հստակ ռազմավարության ձևավորմանը: Հետաքրքիր է, որ չնայած նրան, որ փորձագետների կողմից տրված գնահատականը հարկերի և բյուրոկրատիայի մակարդակի վերաբերյալ բարելավվել է և Զեկույցի 54 երկրի միջինից բարձր է (կետ 7.4), առաջարկների հիմնական մասը ուղղված է հենց այս նույն բաղադրիչին: Հնարավոր պատճառը կարող է լինել այն, որ Հայաստանը գտնվում է անցումային փուլում, և անգամ եթե հարկային և վարչարարական միջավայրը բարելավվում է, միևնույն է, փորձագետները կարծում են, որ հիմնական ջանքերը պետք է ուղղել հենց դրան: Սա թերևս վկայում է կարծրատիպային մտածելակերպի մասին, որն իր հերթին ապացուցում է, որ անցումային փուլը դեռ չի ավարտվել:

Կրթության և վերապատրաստման վերաբերյալ առաջարկները մեծ մասամբ ուղղված են տարրական, մասնագիտական/տեխնիկական և բարձրագույն ուսումնական հաստատություններում ձեռնարկատիրական ծրագրեր ներդնելուն: Փորձագետները նշում են, որ հարկավոր է ավելացնել սկսնակ միկրո և փոքր ձեռնարկությունների ֆինանսավորումը պետական աջակցության ծրագրերի միջոցով:

Հայաստանում ձեռնարկատիրական միջավայրը բարելավելուն ուղղված առաջարկությունները շատ ավելի նման են Արևելյան Եվրոպայի և Զեկույցի բոլոր 54 երկրի առաջարկներին, մինչդեռ փորձագետների նշած սահմանափակումները և նպաստող գործոնները փոքր ինչ տարբերվում են:

## 7.6 Ամփոփում

▶ Ըստ ՁԱՀԻ Հայաստանը 2019թ. Զեկույցի ազգային փորձագետների հարցմանը մասնակցած 54 երկրից 27-րդն է, Արևելյան Եվրոպայի 10 երկրից՝ 2-րդը:

▶ Ձեռնարկատիրության ազգային համատեքստի բարձր ցուցանիշ ունեցող երկրներում ձեռնարկատիրական գործունեությունն ավելի հավասար է բաշխված սկսնակների և կայացածների միջև, մինչդեռ Հայաստանում գերակշռում են սկսնակները: **Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը խթանելու համար պետք է շեշտը դնել սկսնակ բիզնեսը զարգացնելու, կայացած բիզնեսի վերածելու վրա:**



► 12 բաղադրիչներից 6-ով Հայաստանի ցուցանիշը Զեկույցի միջինից բարձր է: Ամենամեծ դրական տարբերությունն արձանագրվել է պետական քաղաքականության (հարկերի, բյուրոկրատիայի մակարդակի) գծով (7-րդը 54-ից), ինչպես նաև մշակութային և սոցիալական նորմերի գծով (11-րդը 54-ից): Եթե մշակութային և սոցիալական նորմերը միշտ էլ համարվել են առավելություն, ապա պետական քաղաքականության բարձր գնահատականը պայմանավորված է վերջին քաղաքական և տնտեսական զարգացումներով, արագ լուծումներով, որոնք լավատեսություն են ներշնչում:

► Զեռնարկատիրական գործունեության հետևյալ ցուցանիշներով Հայաստանը Զեկույցի միջինից ցածր դիրքում է՝ **(1) ձեռնարկատիրական կրթություն, (2) հետազոտությունների և մշակումների ներդրում և (3) պետական աջակցության ծրագրեր: Երկրում ձեռնարկատիրությունը խթանելու համար անհրաժեշտ է զարգացնել նշված 3 ոլորտները:**

► Միաժամանակ փորձագետները համարում են, որ՝

- Հայաստանում **ձեռնարկատիրությունը սահմանափակող հիմնական գործոններն են** պետական քաղաքականությունը (նշվել է 47.5% դեպքերում), ֆինանսավորման սակավությունը (40.0%), պետական ծրագրերի բացակայությունը (35.0%), ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու հնարավորությունները, կրթությունը և վերապատրաստումը: Այն, որ պետական հարկային քաղաքականության և բյուրոկրատիայի մակարդակի գնահատականը համեմատաբար բարձր է, բայց բարելավման առաջարկները վերաբերում են մեծ մասամբ հենց այս ոլորտներին, վկայում է, որ մարդկանց դեռ բնորոշ են անցումային փուլի մտածելակերպը և պատկերացումները:
- Մշակութային և սոցիալական նորմերը Հայաստանում **ձեռնարկատիրական գործունեությանը նպաստող հիմնական գործոնն են**, իսկ Արևելյան Եվրոպայում հիմնական նպաստող գործոններն են պետական ծրագրերը և աջակցությունը:
- Հայ փորձագետները բարելավման ամենաշատ առաջարկություններն են ներկայացրել պետական քաղաքականության, կրթության/վերապատրաստման, ինչպես նաև ֆինանսական օժանդակման և պետական ծրագրերի ոլորտների համար:



Նախքան հարցումը GEM հայաստանյան թիմն առաջ էր քաշել մի շարք վարկածներ Հայաստանում ԸՍՁԳ և ԿԲՍ գործունեության վերաբերյալ, որոնք հաստատվեցին կամ հերքվեցին հարցման արդյունքների հիման վրա:

**14. Ֆինանսական հարցերը մեծ խնդիր են սկսնակ ձեռնարկատերերի համար:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Ըստ հարցման արդյունքների՝ ֆինանսավորման սակավությունը Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը սահմանափակող երկրորդ գործոնն է (նշել է փորձագետների 40%)՝ պետական քաղաքականությունից հետո (47.5%): Ի տարբերություն Հայաստանի, Արևելյան Եվրոպայում ֆինանսական աջակցությունը ձեռնարկատիրությանը նպաստող հիմնական գործոններից մեկն է:

**15. Ձեռնարկատիրական կրթությունն ազդում է երկրում ձեռնարկատիրության մակարդակի վրա:**

*Վարկածը հաստատվել է:* Ըստ փորձագետների՝ ձեռնարկատիրական կրթության և վերապատրաստումների ներկա մակարդակը Հայաստանում սահմանափակում է ձեռնարկատիրությունը: Մասնավորապես, ձեռնարկատիրական կրթության մակարդակով Հայաստանը Զեկույցի միջին ցուցանիշից ցածր է (50-րդը 54-ից ըստ հետադարձացված կրթության, 36-րդը՝ ըստ դպրոցական կրթության):

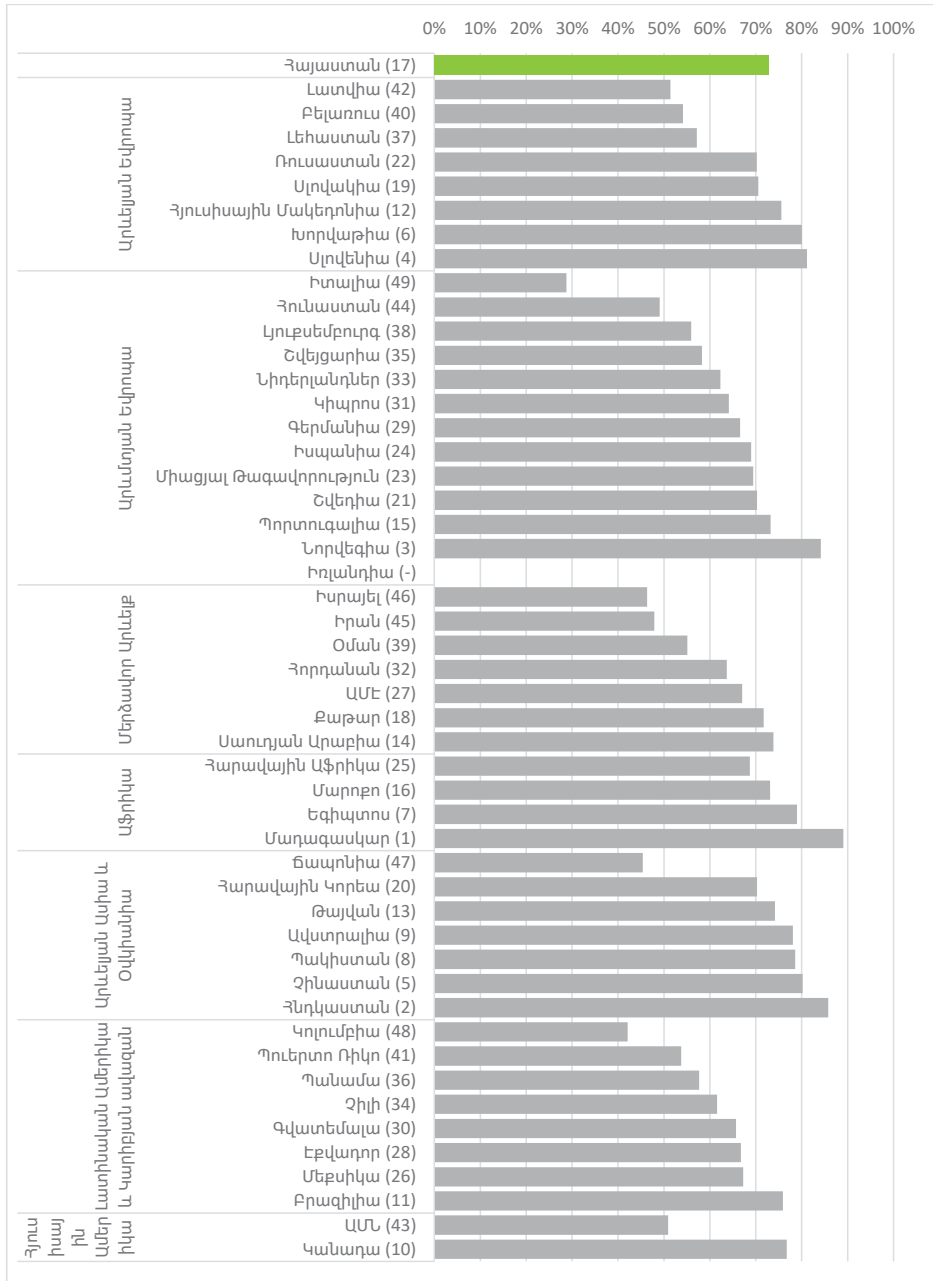
► **Առաջարկություններ**

- Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը խթանելու ռազմավարությունը մշակելիս շեշտը պետք է դնել այնպիսի միջոցառումների վրա, որոնք կօգնեն սատարել սկսնակ բիզնեսին, մինչև այն կայանա:
- Հայաստանում ձեռնարկատիրությունը զարգացնելու համար ամենամեծ ուշադրությունը պետք է դարձնել ձեռնարկատիրական կրթությանը և պետական ծրագրերին:
- Կրթական և պետական ձեռնարկատիրական ծրագրեր մշակելիս պետք է հաշվի առնել հետազոտությունների և զարգացումների ներդրումը (մասնավորապես, նոր տեխնոլոգիաների ձեռքբերման սուբսիդավորումը պետության կողմից) և նոր բիզնեսների ֆինանսական աջակցությունը:



## ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2. Սոցիալական և մշակութային հիմքեր

2.1 Իմ երկրում մարդկանց մեծամասնությունը կնախընտրեր, որ բոլորը հավասար կենսամակարդակ ունենային (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)

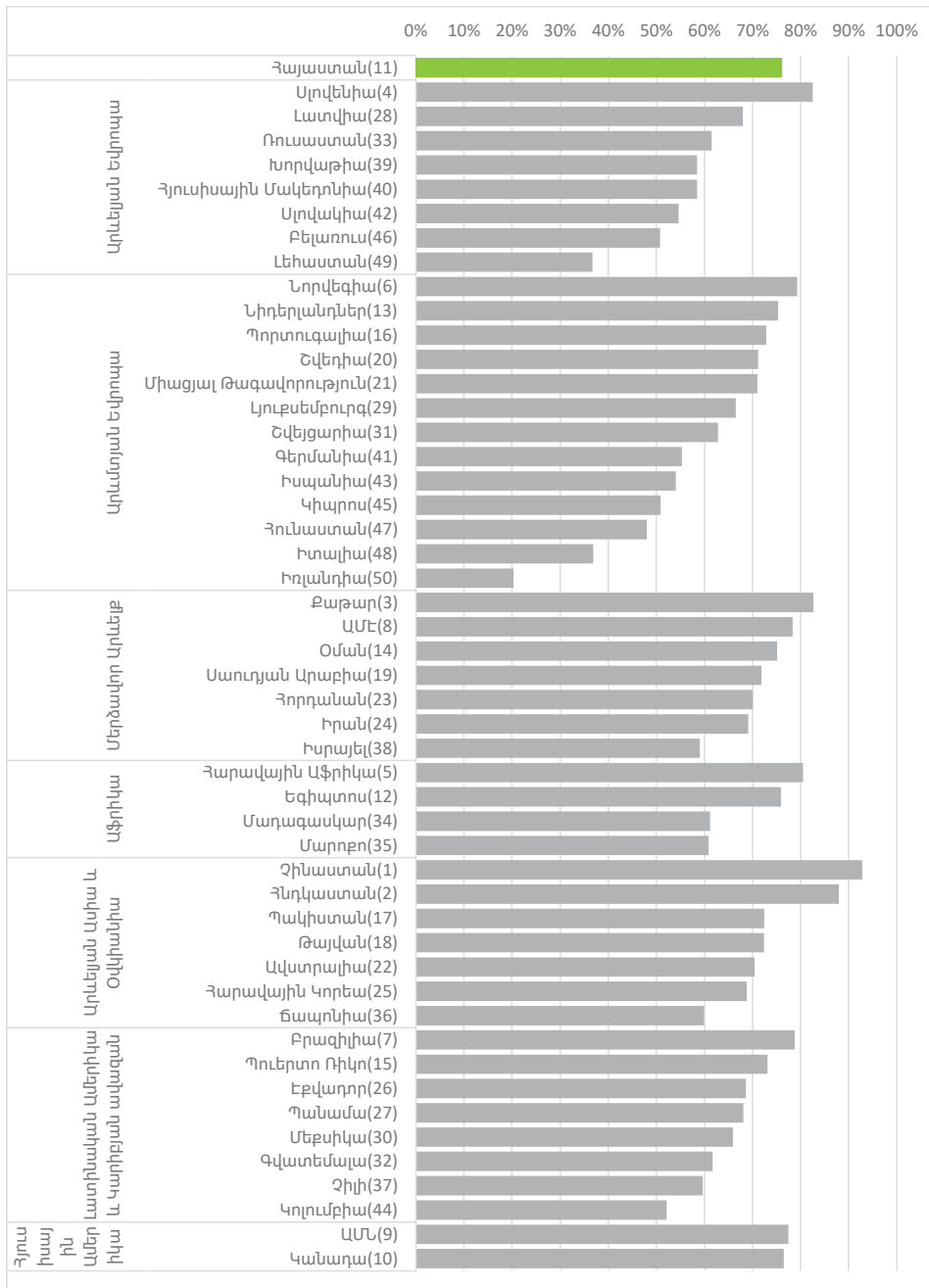




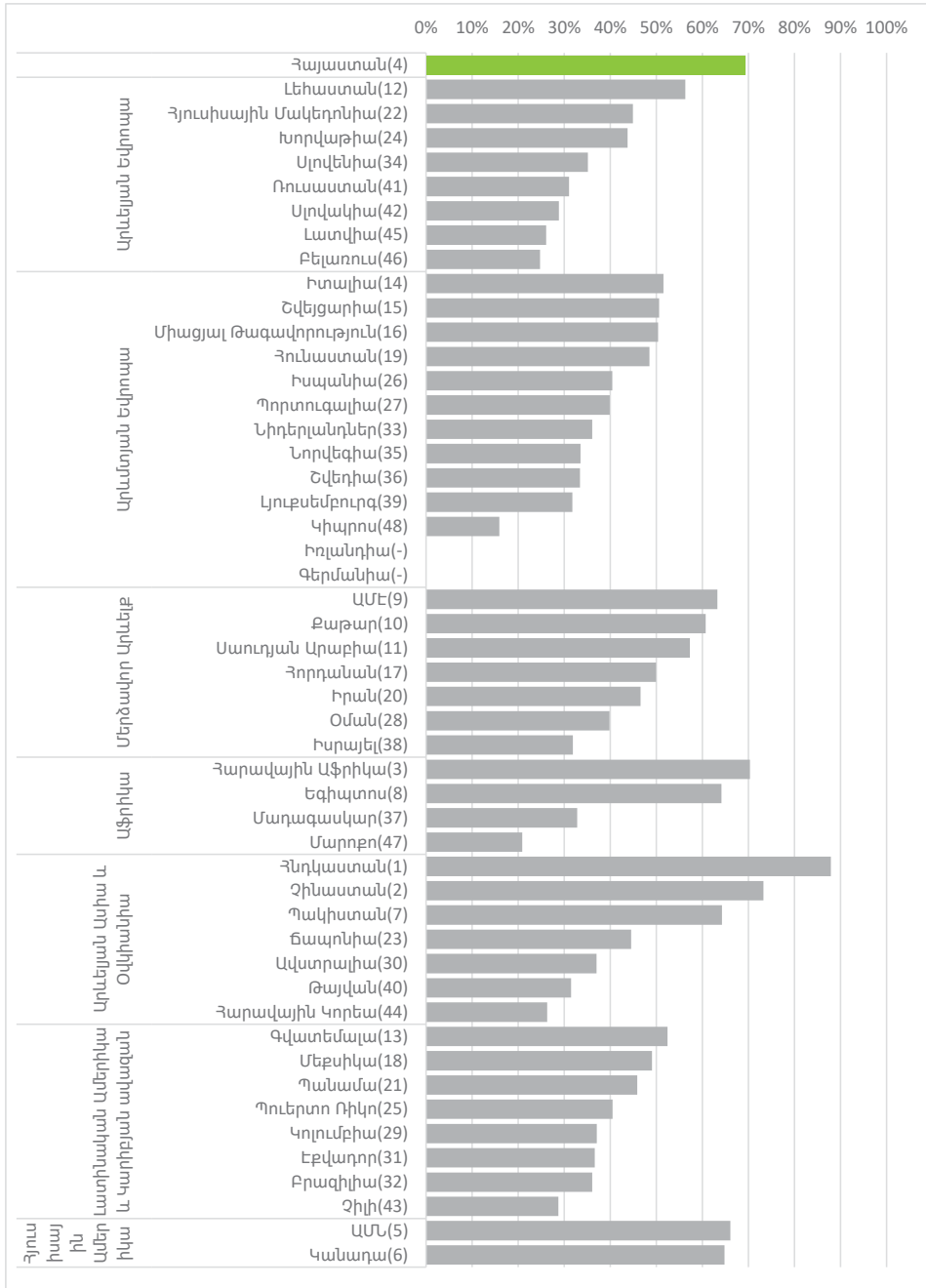




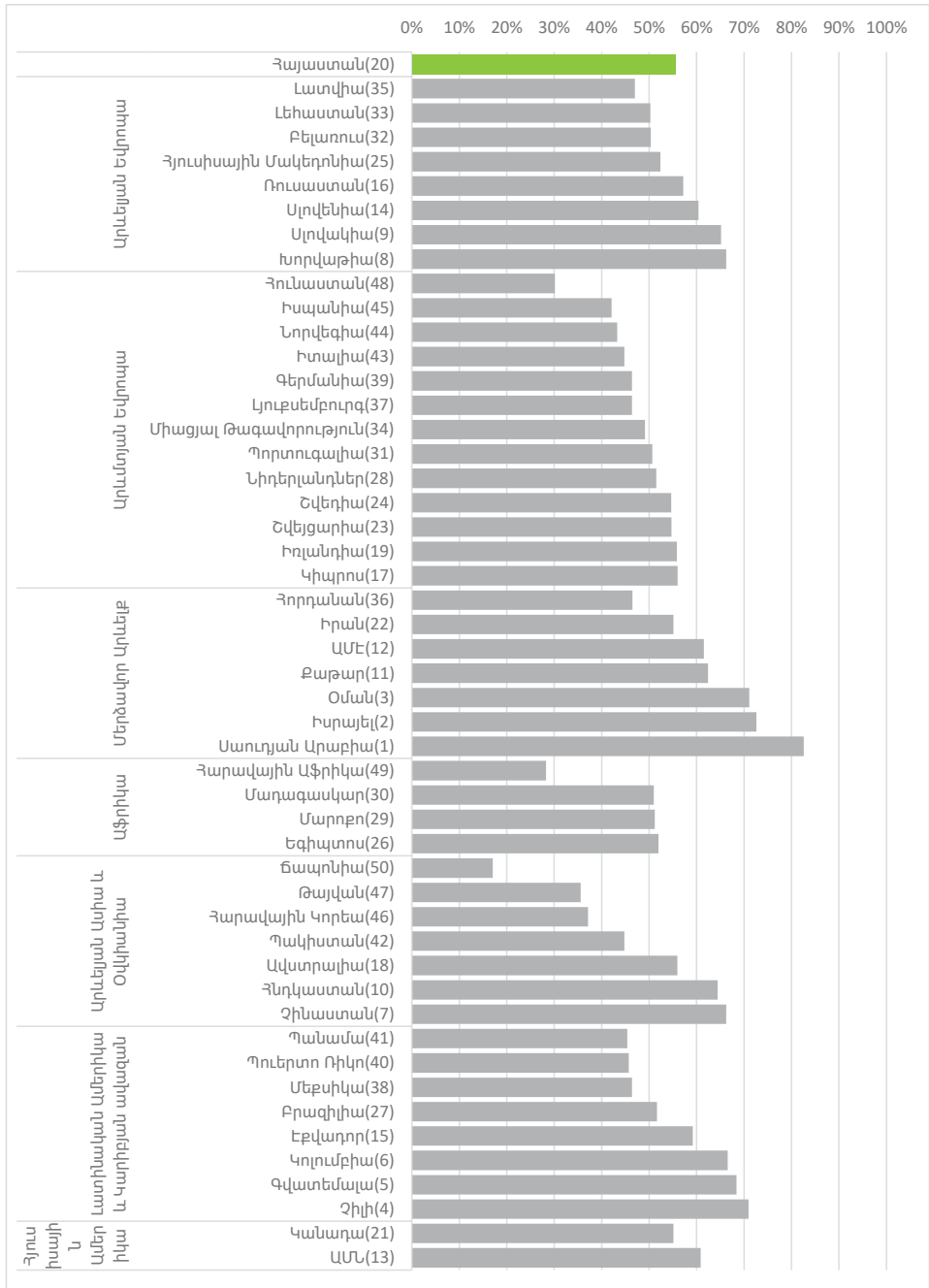
2.4 Իմ երկրում շատ հաճախ, կարելի է հանրային լրատվամիջոցներում և / կամ ինտերնետում հանդիպել պատմությունների՝ հաջողակ նոր բիզնեսների մասին (տվյալ դրոյթի հետ համաձայնած չափահասների %)



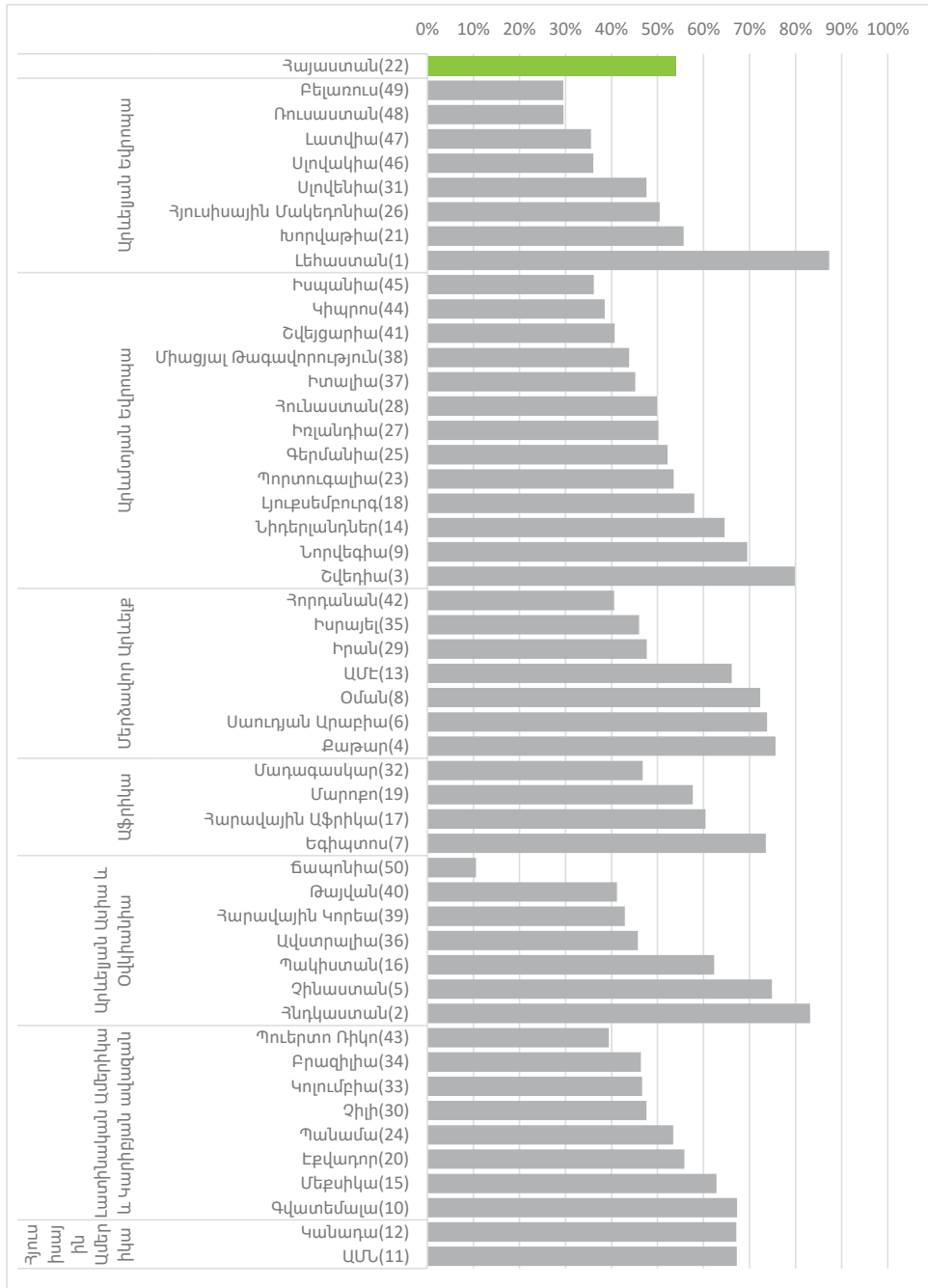
2.5 Իմ երկրում բիզնեսները հաճախ են փորձում սոցիալական խնդիրներ լուծել (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)



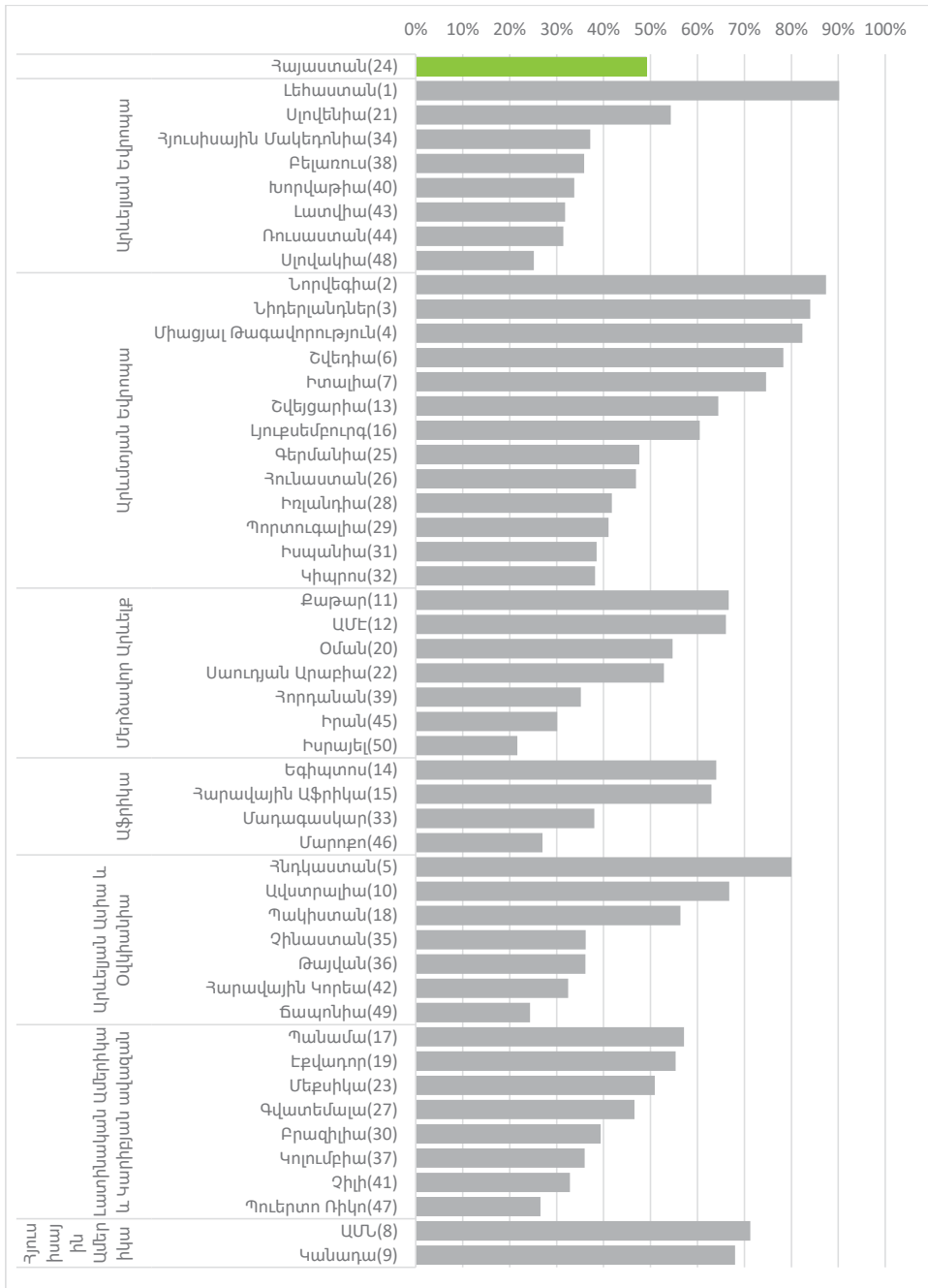
2.6 Քանի մարդ էք անձամբ ճանաչում (զրո, մեկ, մի քանի կամ շատ), ովքեր վերջին 2 տարիների ընթացքում բիզնես են սկսել կամ դարձել են ինքնազբաղված (գրնե 1 անձ ճանաչածների %)



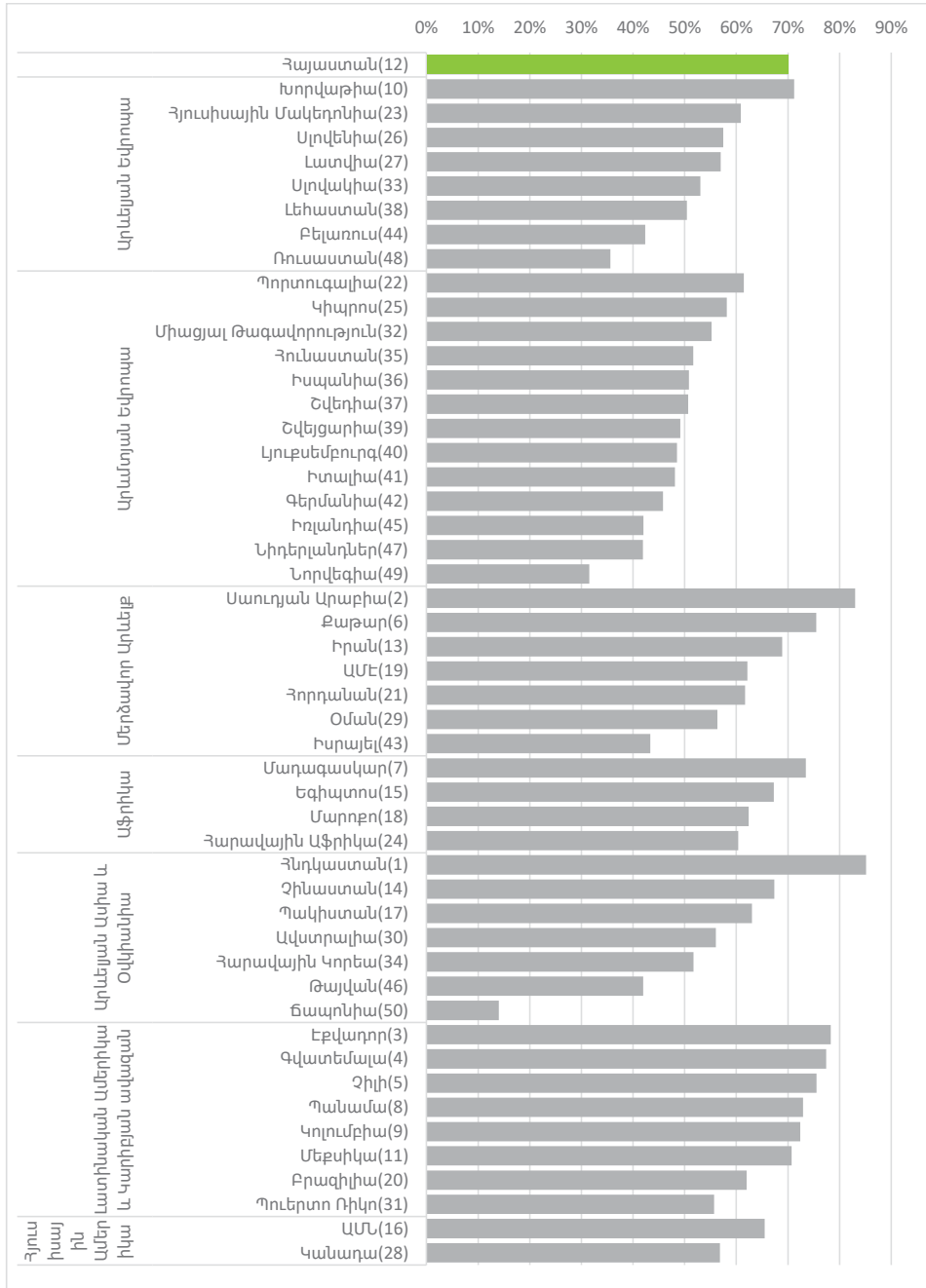
2.7 Մոտակա վեց ամիսների ընթացքում, Ձեր բնակության վայրում, կլինեն լավ հնարավորություններ բիզնես սկսելու համար (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)



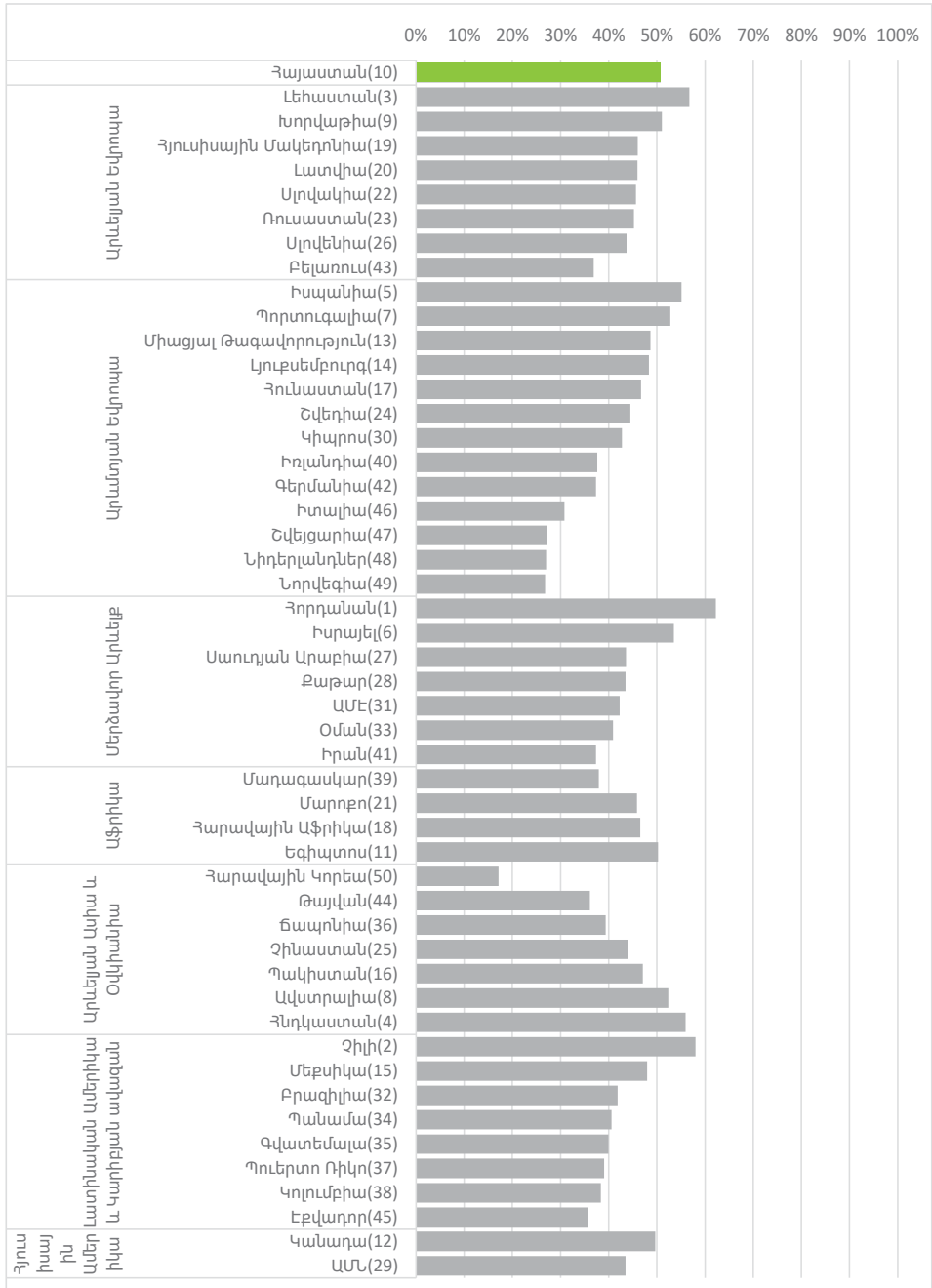
2.8 Ձեր երկրում հեշտ է նոր բիզնես սկսելը (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)



2.9 Դուք անձամբ ունեք համապատասխան գիտելիքներ, հմտություն և փորձ՝ նոր բիզնես սկսելու համար (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափա-  
 հասանքի %)

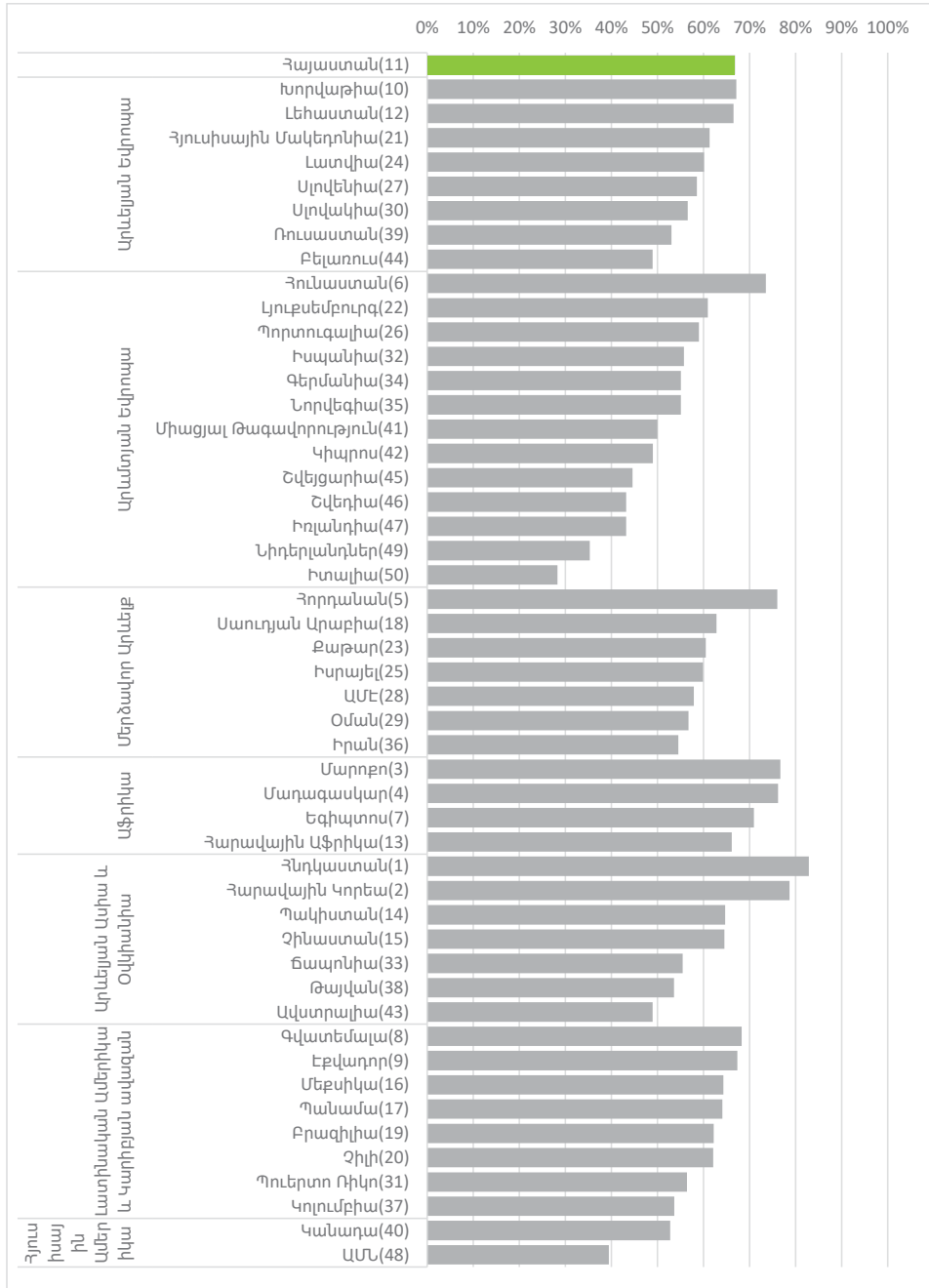


2.10 Բիզնես սկսելու լավ հնարավորություններ կան, բայց Դուք չեք սկսկի՝ վախենալով ձախողվելուց (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)

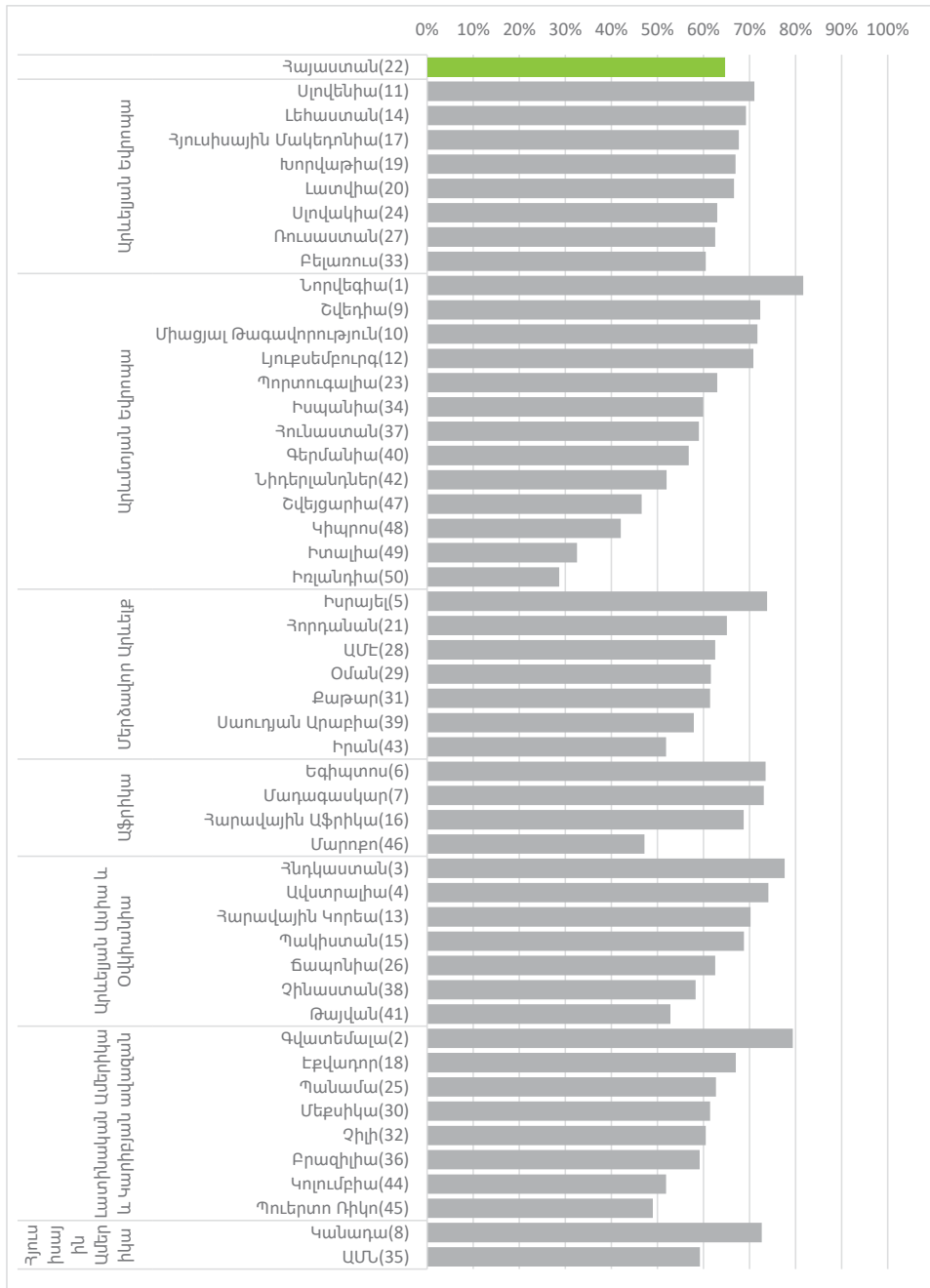




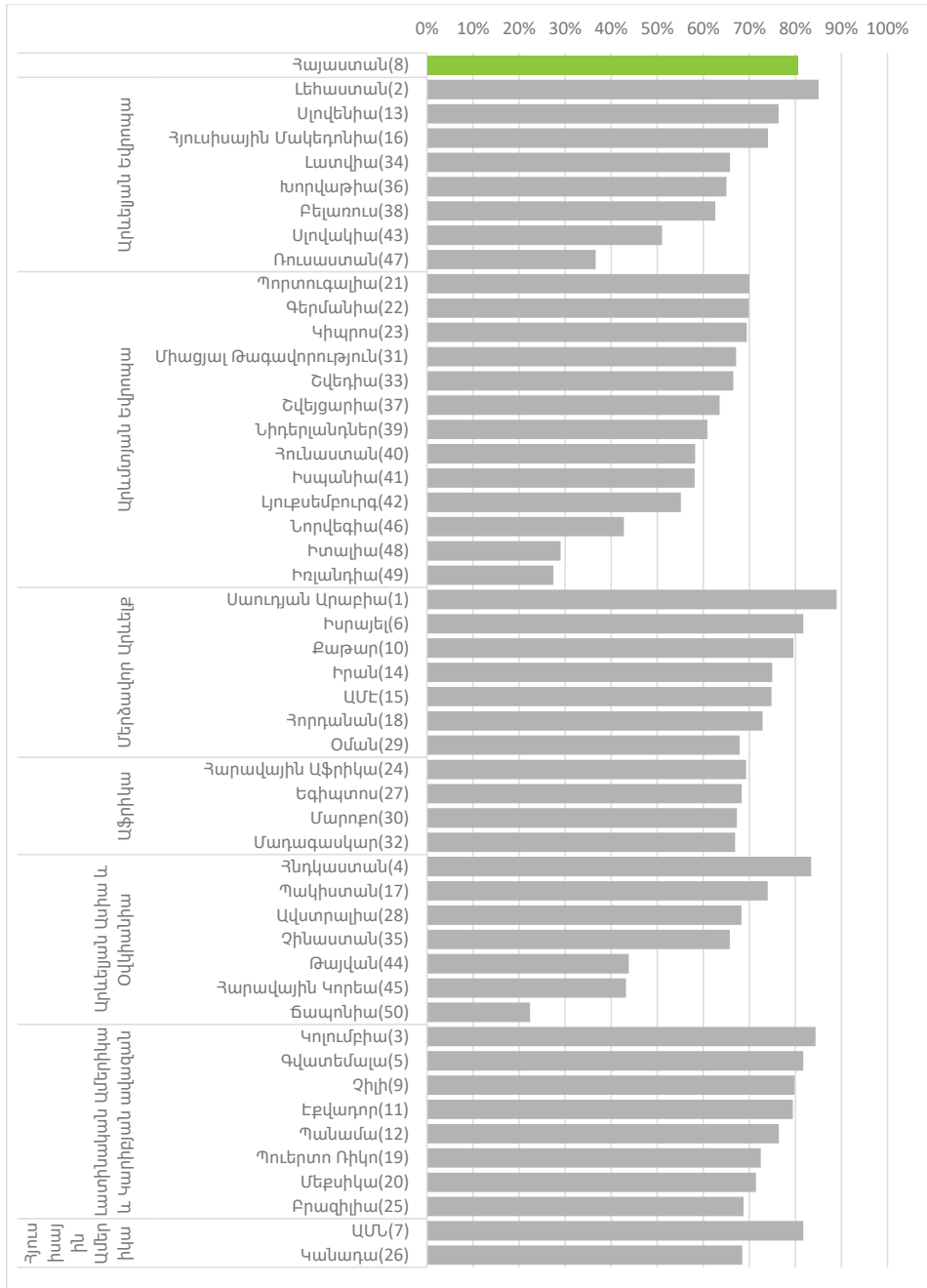
2.11 Դուք հազվադեպ եք տեսնում բիզնես հնարավորություններ, թեև բավականաչափ գիտելիքներ ունեք այս ոլորտում (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)



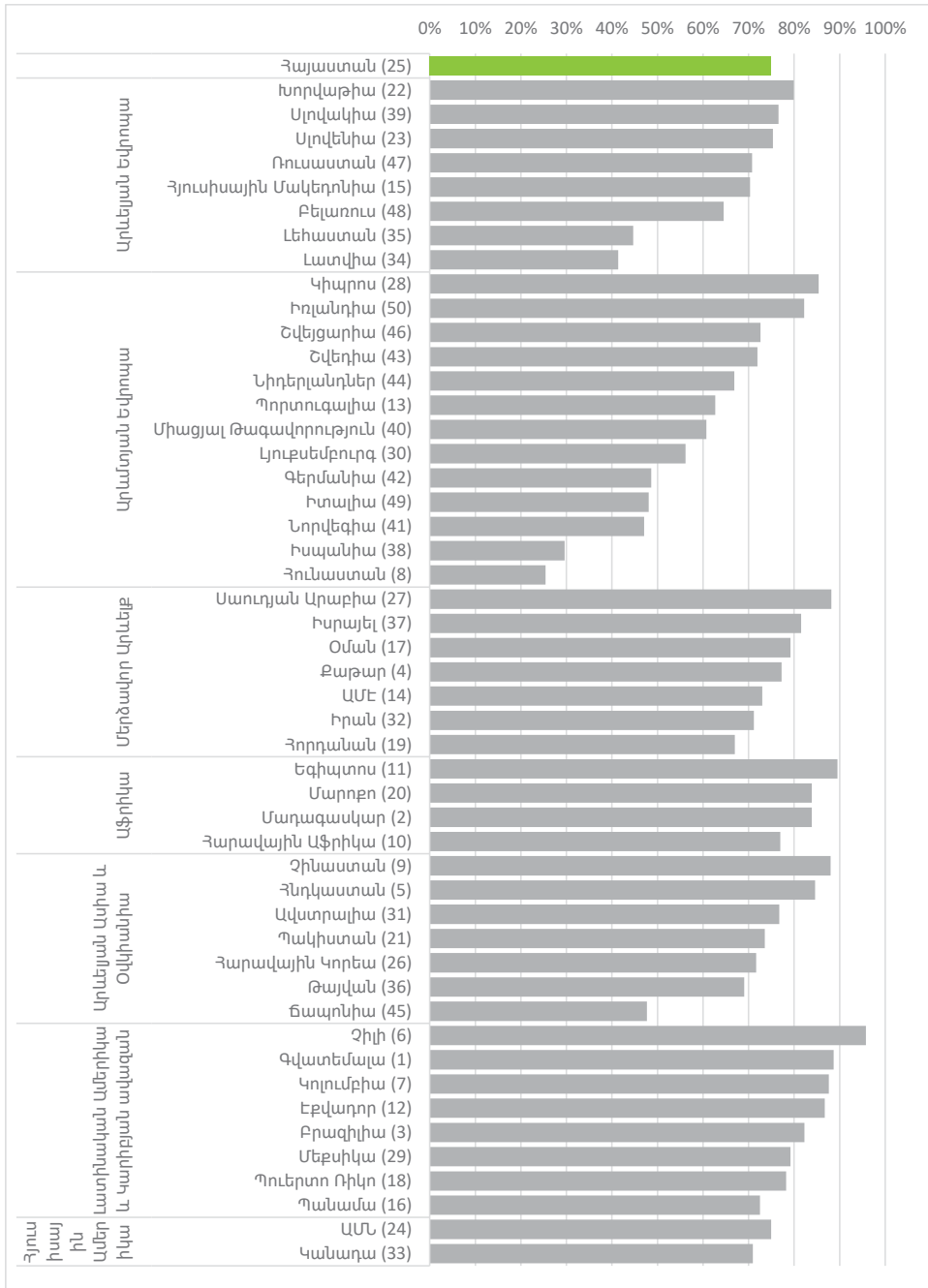
2.12 Նույնիսկ շահութաբեր հնարավորության նկատելու դեպքում, Դուք հազվադեպ եք համապատասխան քայլեր ձեռնարկում (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)



2.13 Այլ մարդիկ կարծում են, որ Դուք ունեք նորարարական մտածելակերպ (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)

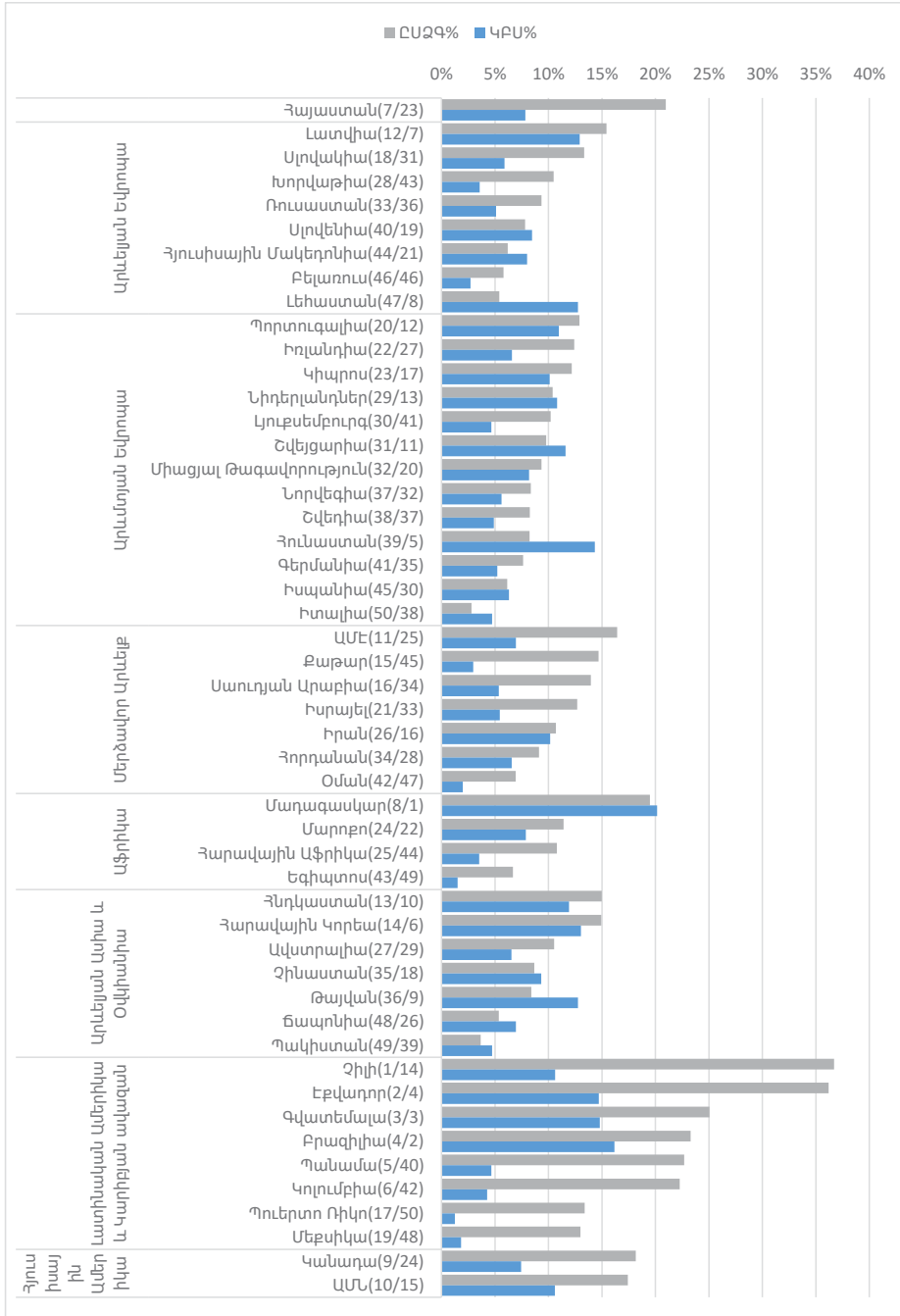


2.14 Ձեր յուրաքանչյուր որոշում հանդիսանում է կարիերայի համար երկաթաձանկետ ծրագրի մի մասը (տվյալ դրույթի հետ համաձայնած չափահասների %)

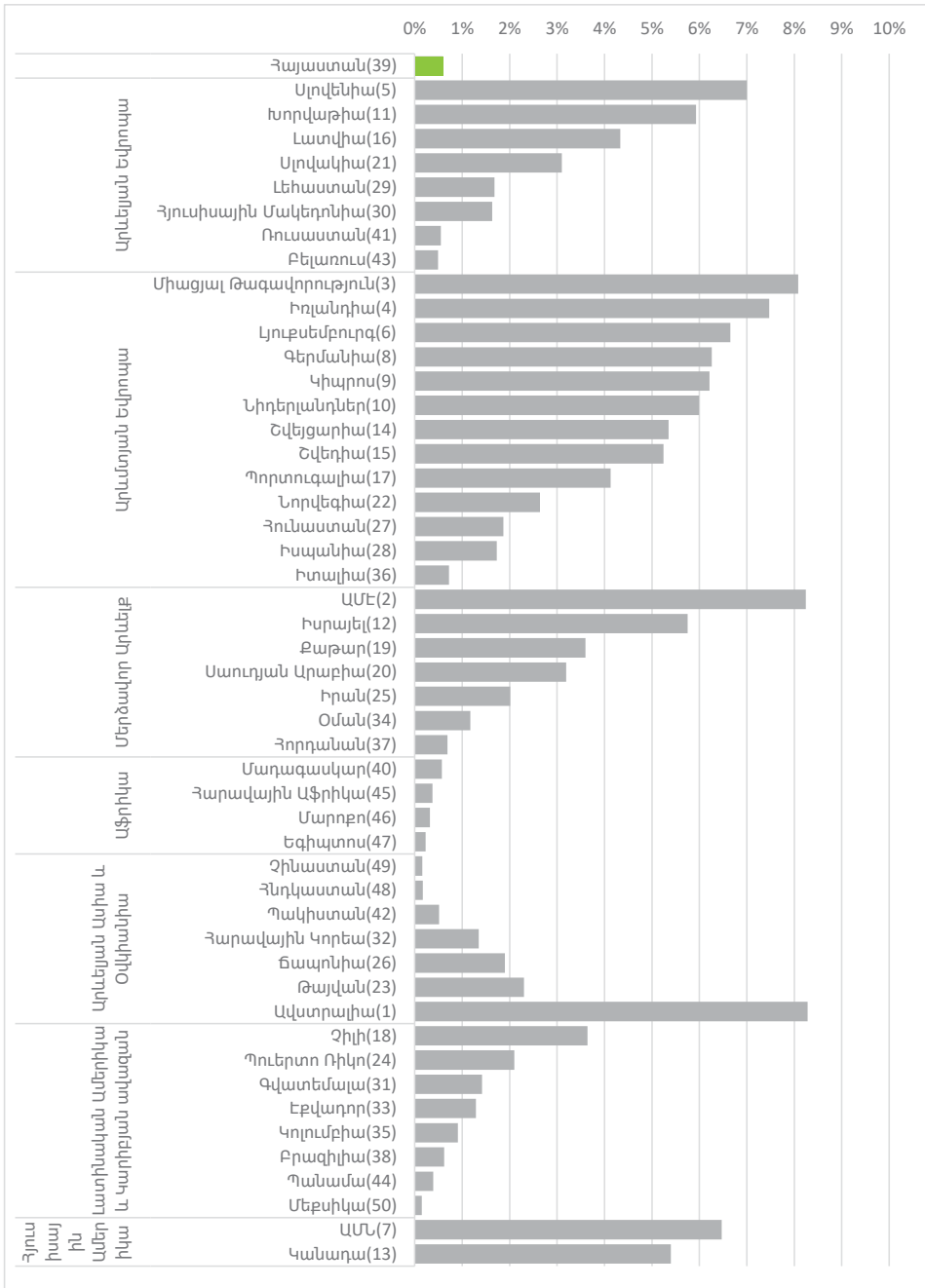


# ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3. Զեռնարկատիրական գործունեություն

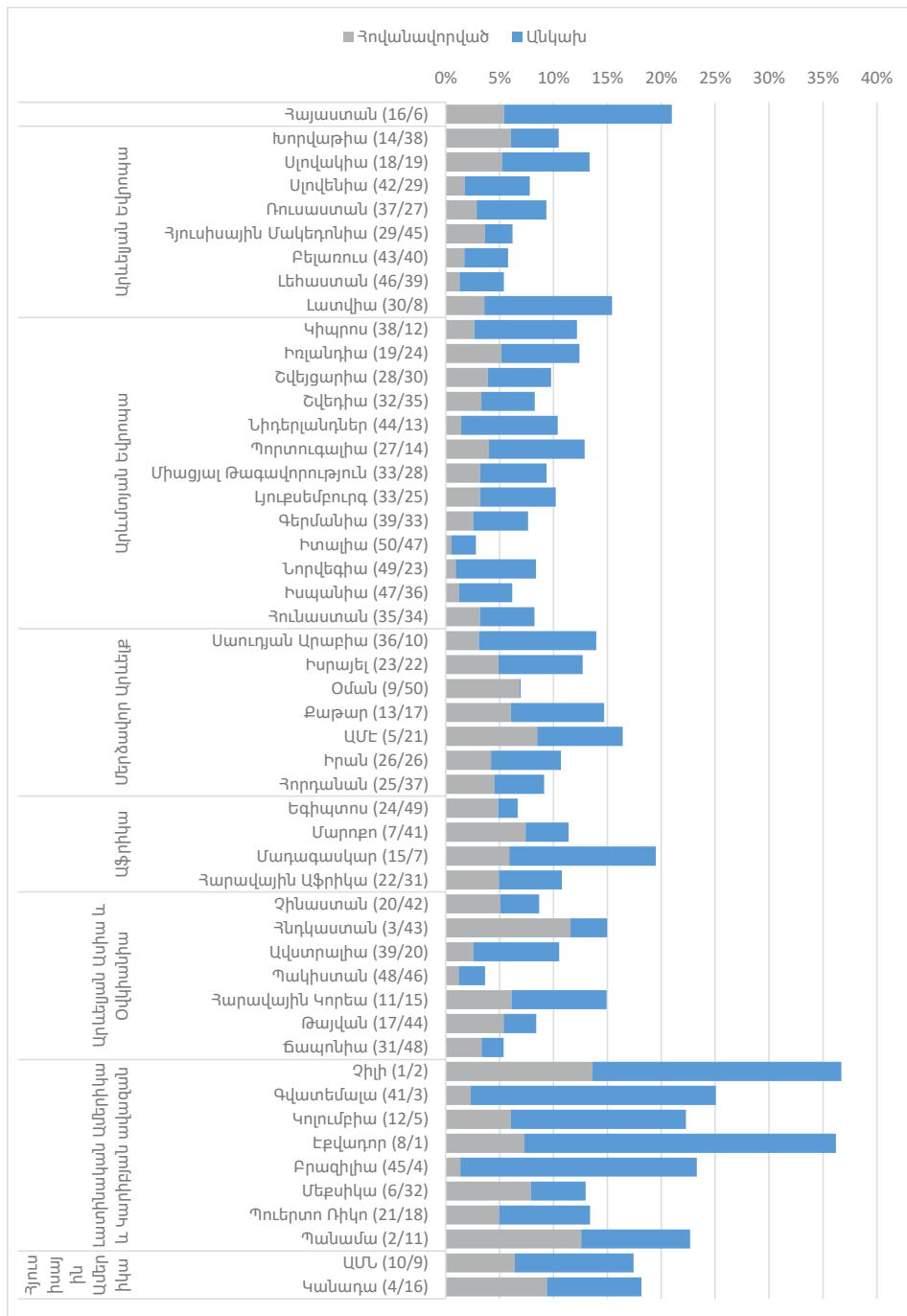
## 3.1 ԼՍՁԳ / ԿԲՍ մակարդակ (չափահաս բնակչության%)



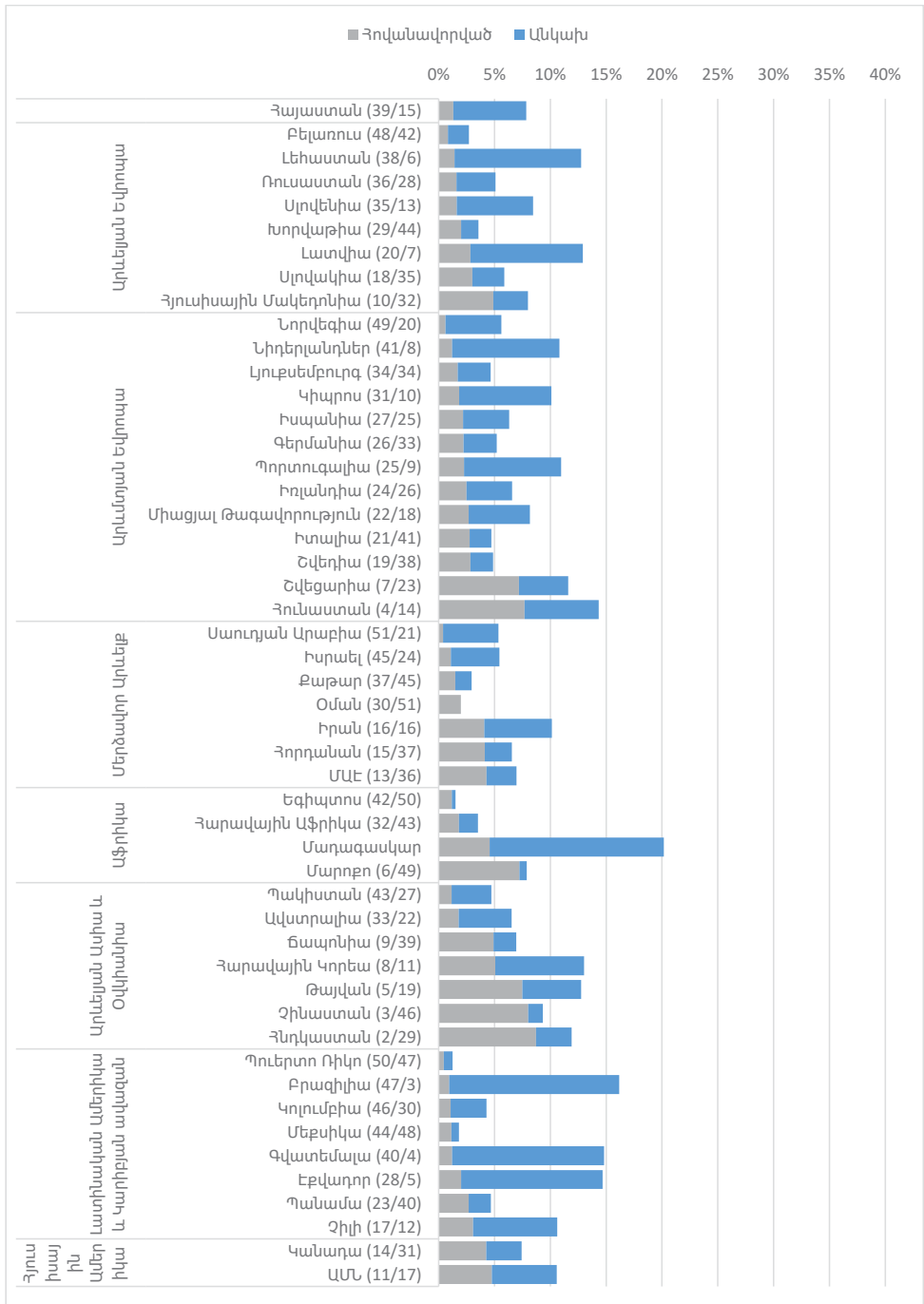
### 3.2 Աշխատակիցների ձեռնարկատիրական գործունեության մակարդակ (չափահաս բնակչության %)



### 3.3 Հովանավորվող և անկախ ձեռնարկատիրության կշիռը ՀՍԶԳ (չափա-հաս բնակչության %)

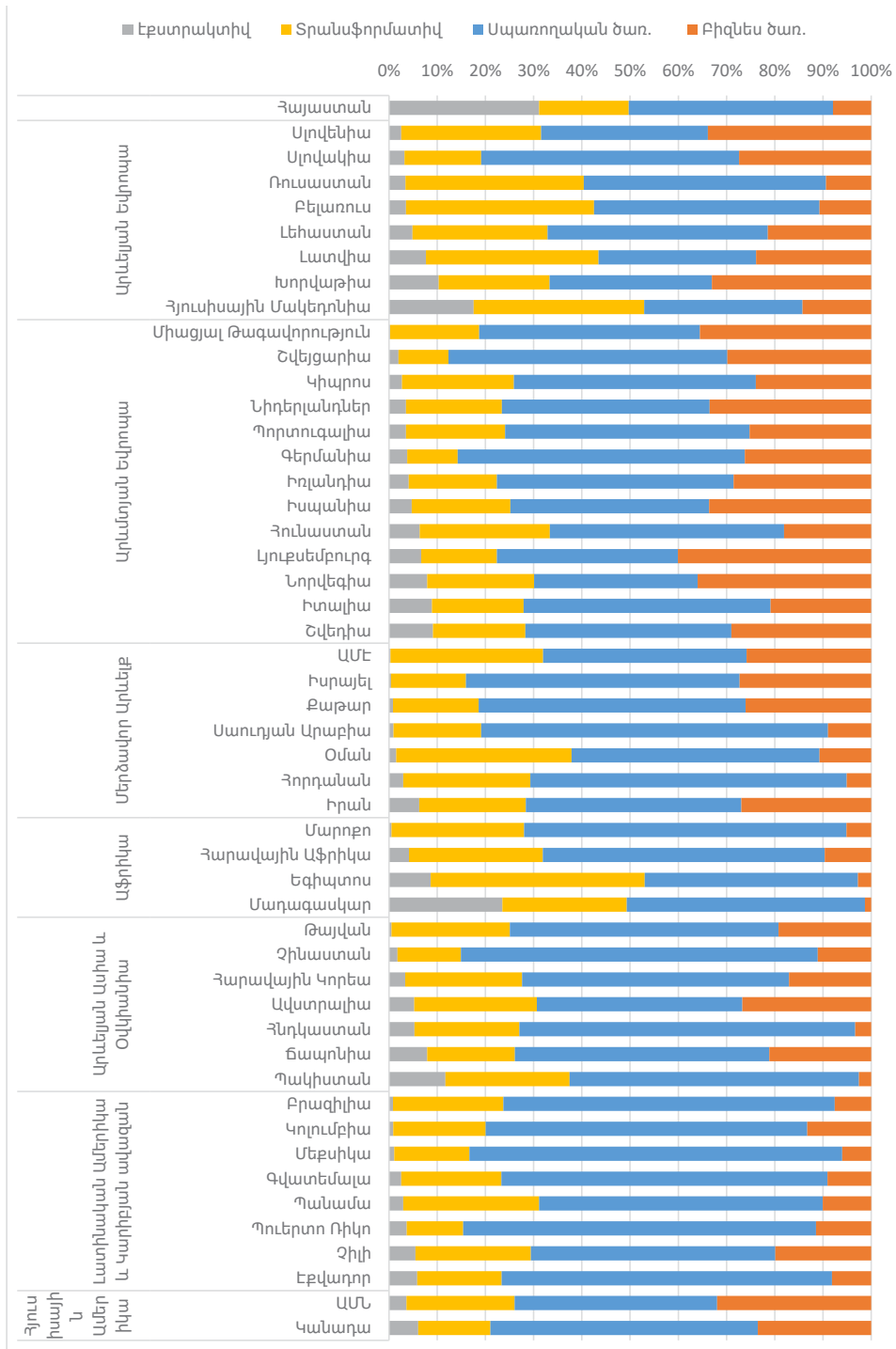


### 3.4 Հովանավորվող և անկախ ձեռնարկատիրության կշիռը ԿԲՍ (չափահաս բնակչության %)

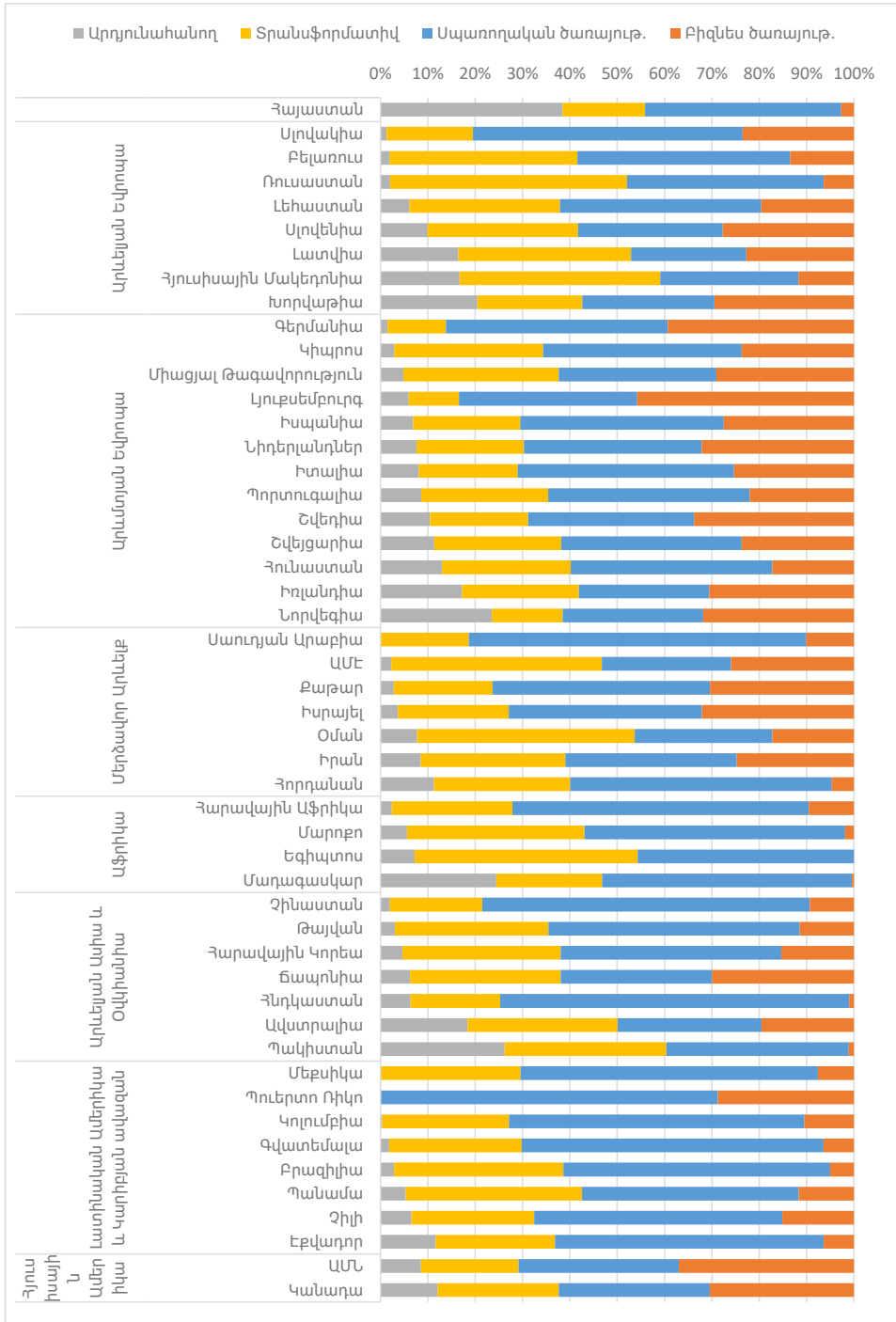




### 3.5 ԼՍԶԳ ոլորտային կառուցվածք 2019 (% ԼՍԶԳ մեջ)

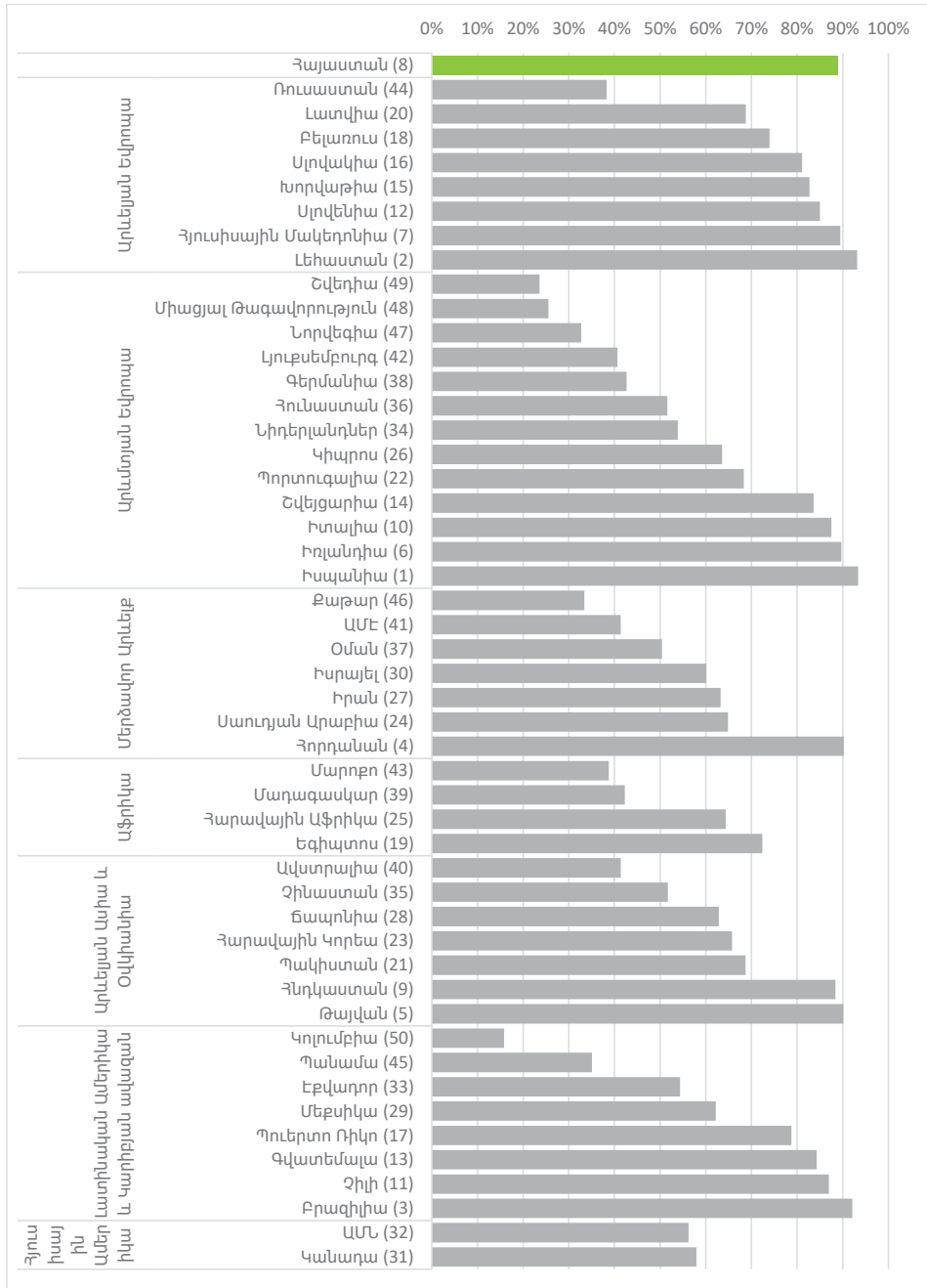


### 3.6 Կայացած բիզնեսի ոլորտային կառուցվածք 2019 (% ԿԲՍ մեջ)

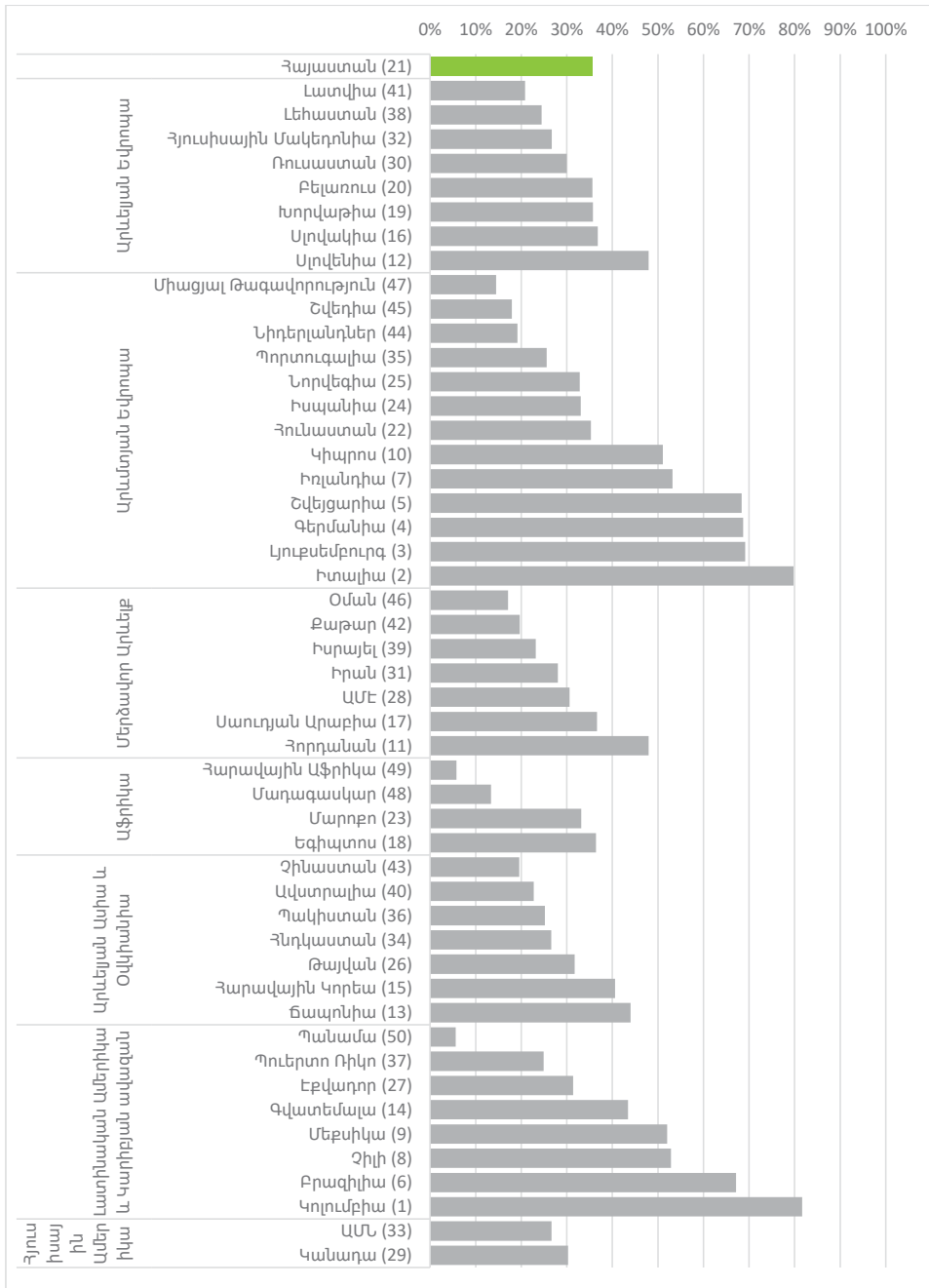


# ՀԱՎԵԼՎԱԾ 4. Բիզնես սկսելու և ղեկավարելու դրոշմատուներ

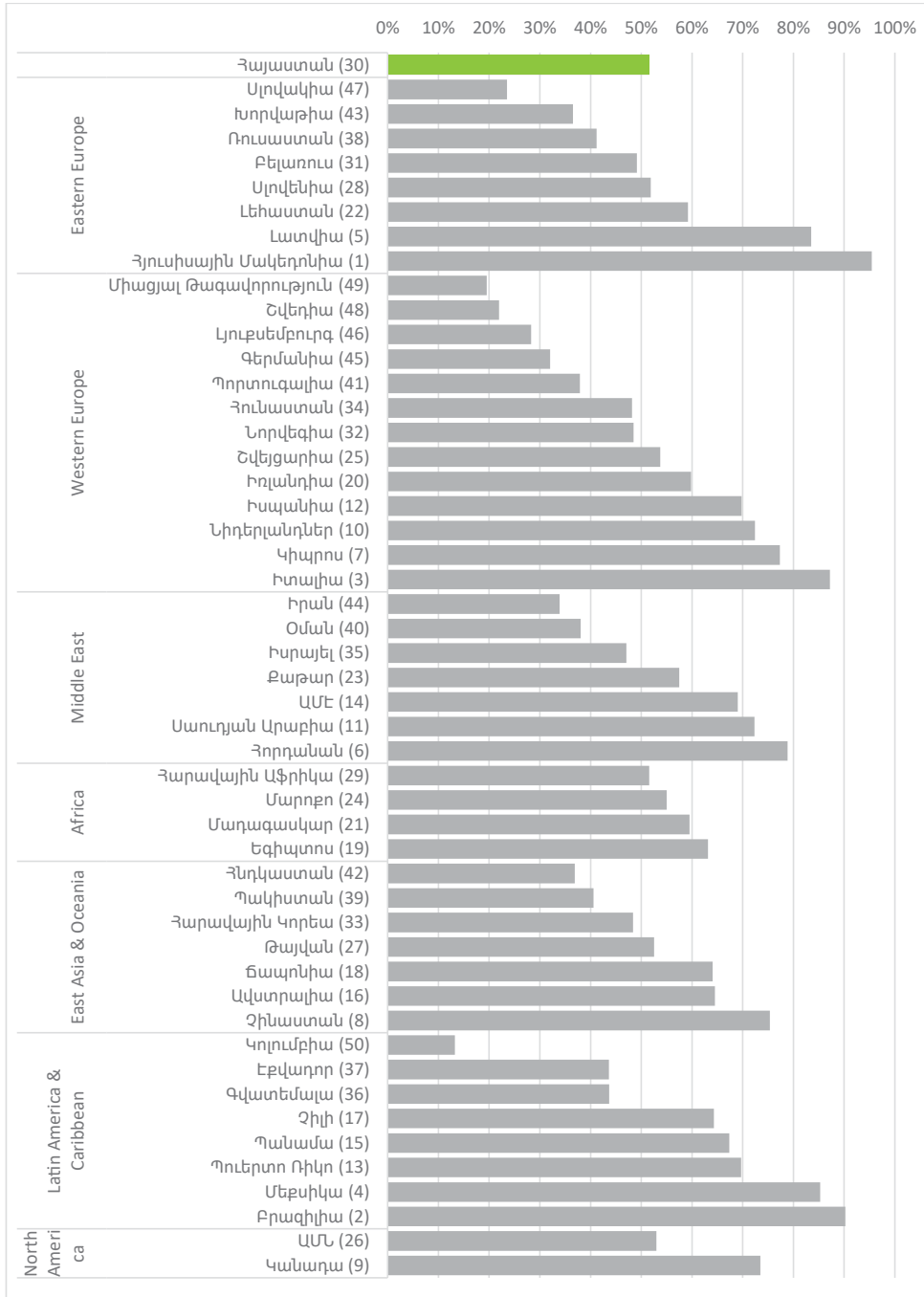
4.1 Շարժառիթ. Ապրուստ վաստակել, որովհետև աշխատանք չկա (% ԸՍՁԳ մեջ)



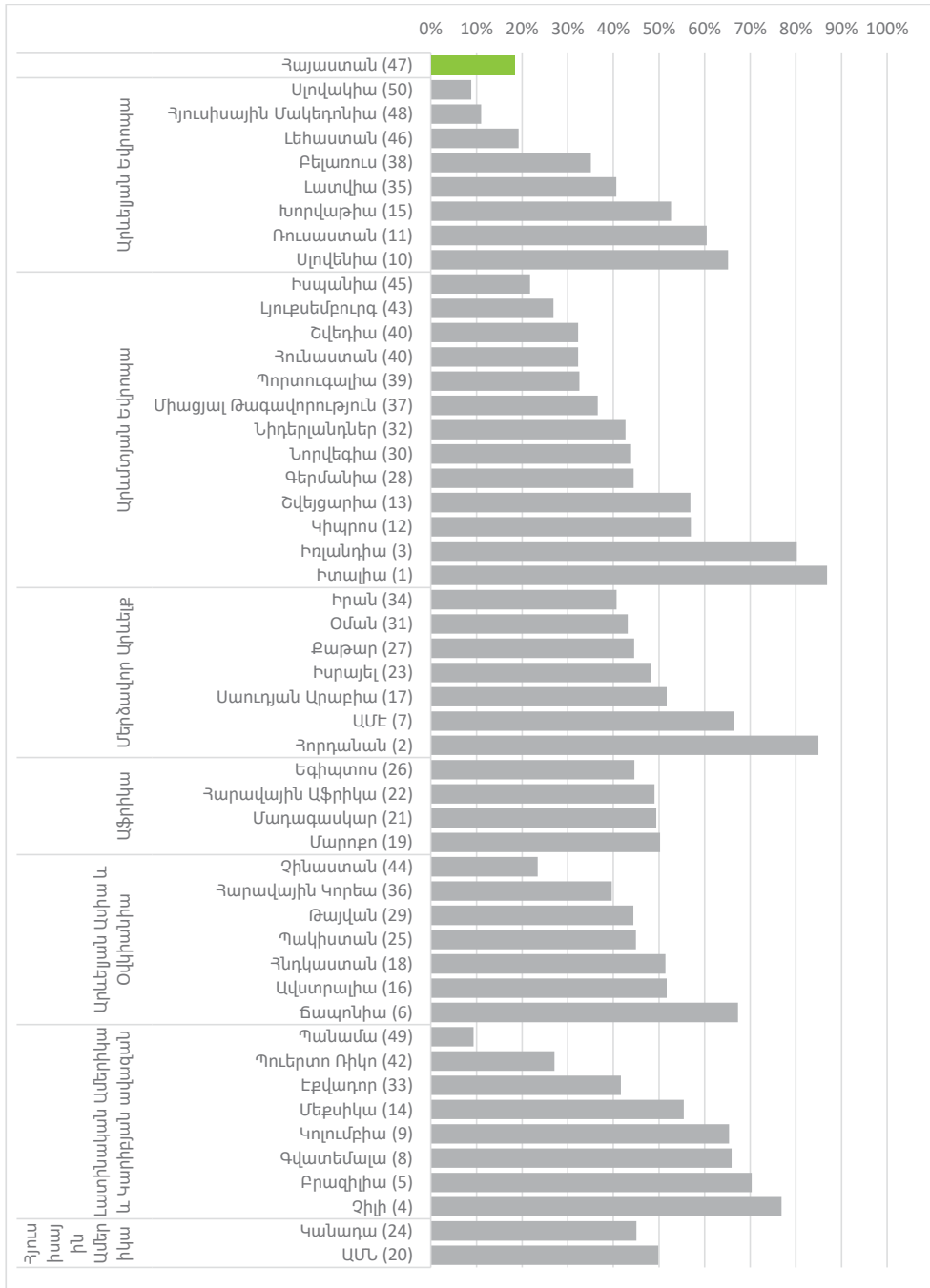
#### 4.2 Շարժառիթ. Ընտանեկան ավանդույթը շարունակել (% ԸՍԶԳ մեջ)



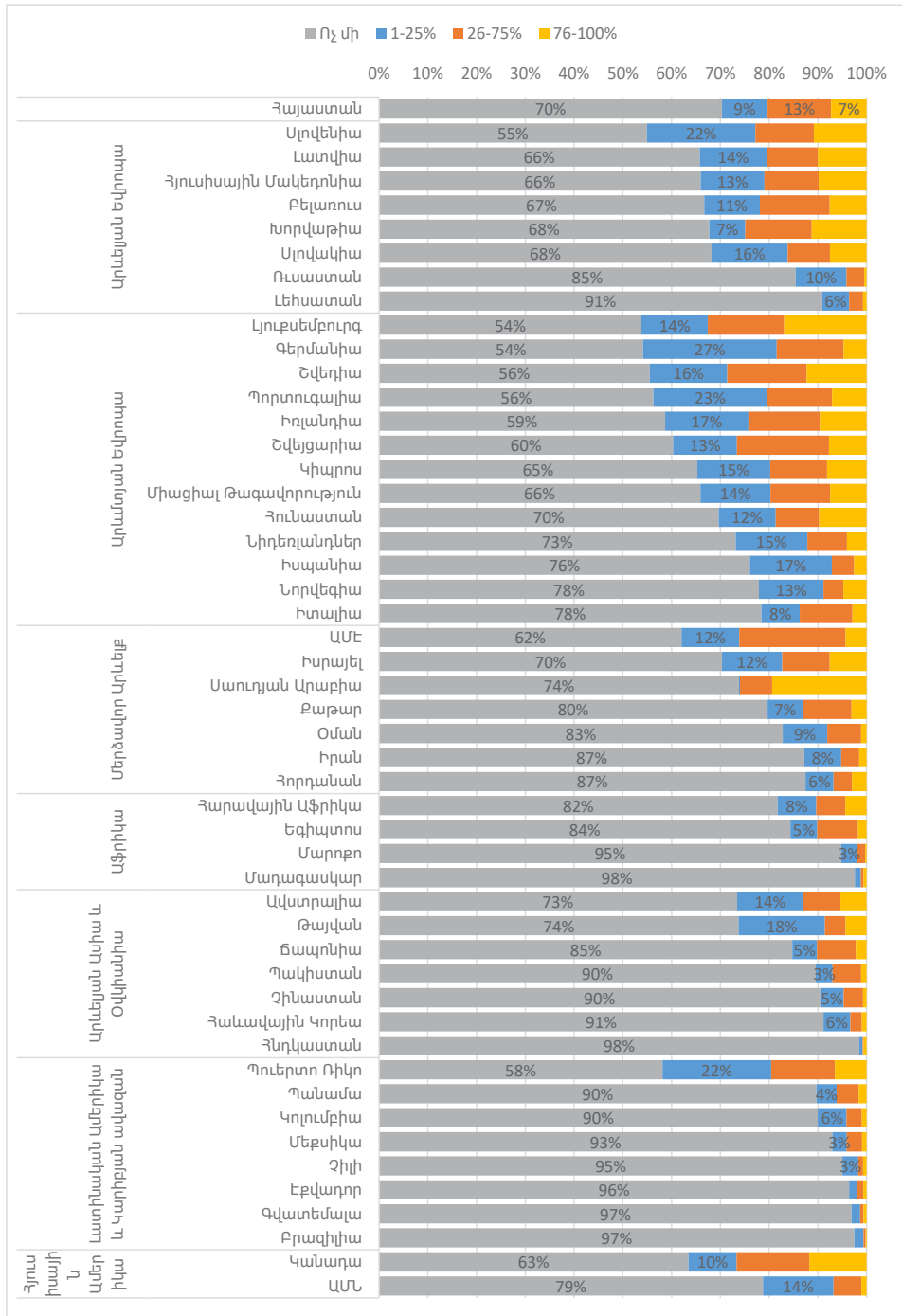
4.3 Շարժառիթ . Շատ եկամուտ վաստակել, կարողություն ստեղ (% ԸՍՁԳ մեջ)



#### 4.4 Շարժանիթ. Աշխարհում մի բան փոխել (% ԸՍԶԳ մեջ)

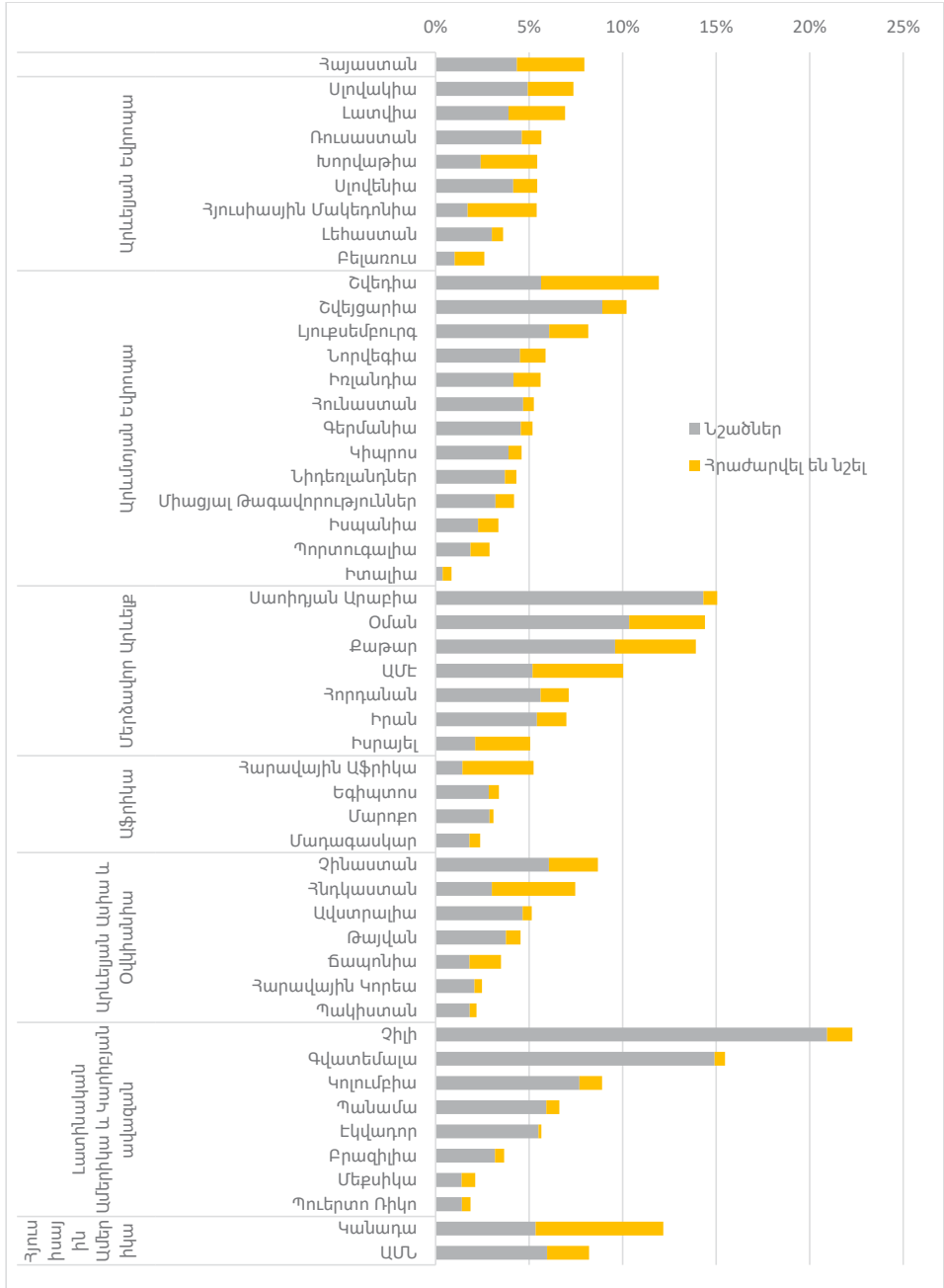


4.5 ՀԱՉԳ կառուցվածքը ըստ արտերկրից ակնկալվող տարեկան եկամտի 0%, 1-25%, 25-75% and 75-100% (ՀԱՉԳ մեջ %)



# ՅԱԿԵԼՎԱԾ 5. Ոչ ֆորմալ ներդրում

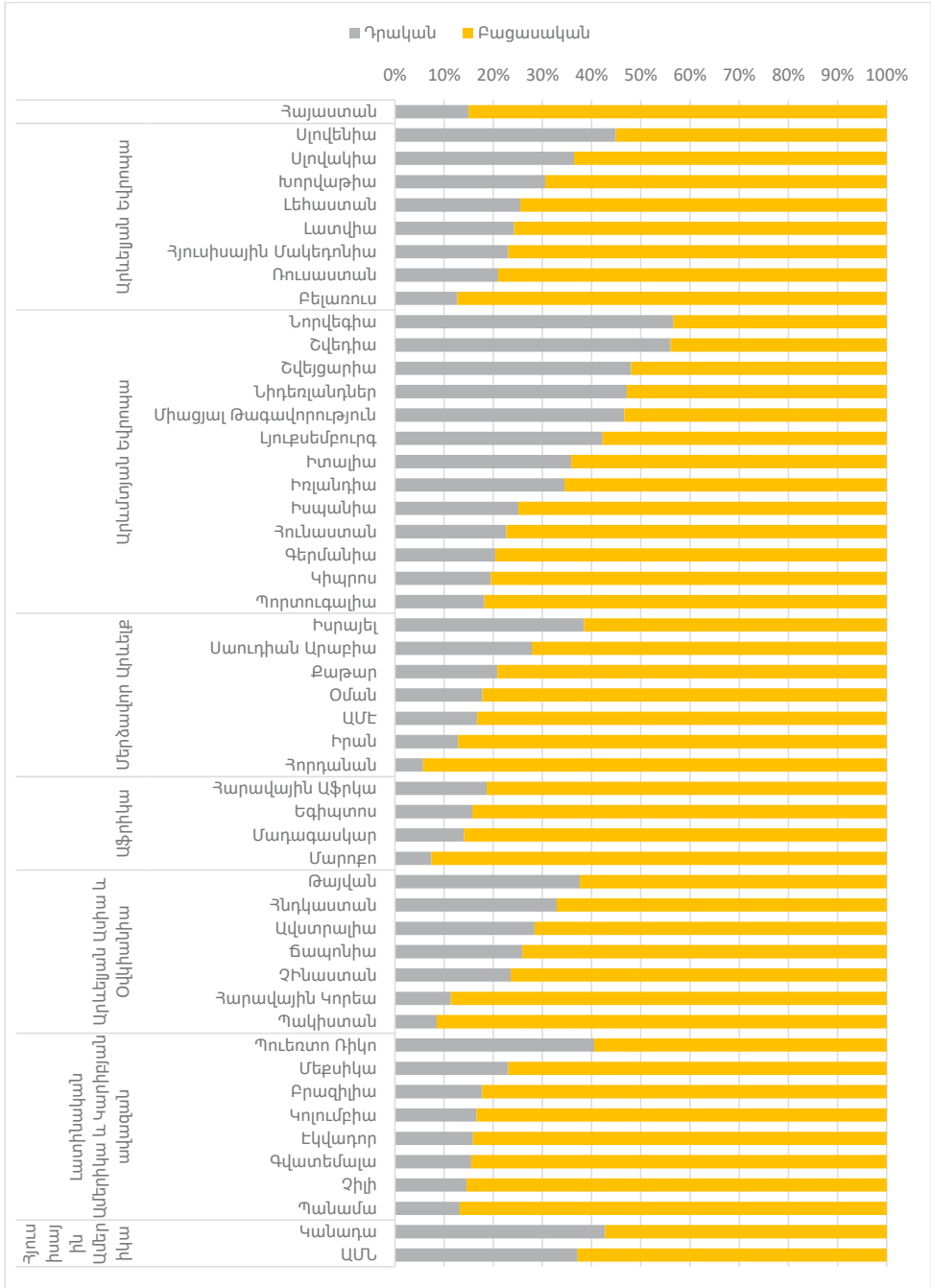
5.1 Ոչ ֆորմալ ներդրման մակարդակը (չափահաս բնակչության%)







## 6.2 Բիզնեսից հեռանալու պատճառները (բիզնես ելքերի մեջ %)



# ՀՎԿԵԼՎԱԾ 7. 2019 GEM ազգային փորձագետների հարցում. հայ փորձագետների գնահատականը Ջեկոյցի միջին և կատմամբ (0-10 սանդղակով)

Թեմա Ա: Ֆինանսներ Հայաստանում կան բավարար... նոր և աճող ֆիրմաների համար		Հայաստանի դիրքը (54 երկրի մեջ)	Հայաստանի գնահատականը	GEM միջին գնահատական (54 երկրի)	Գնահատականների տարբերությունը, տ.կ. (Հայաստան ընդ դեմ GEM)
Ա01	կապիտալի հասանելի ֆինանսավորում	33	4.550	4.702	-0.152
Ա02	կարողքի հասանելի ֆինանսավորում	26	4.950	4.773	0.177
Ա03	հասանելի պետական սուբսիդիաների	40	3.875	4.788	-0.913
Ա04	ոչ պաշտոնական ներդրողների կողմից հասանելի ֆինանսներ (ընտանիք, ընկերներ և գործընկերներ), ովքեր անհատներ են	33	4.725	5.078	-0.353
Ա05	հասանելի արեստավարժ "բիզնես հրեշտակներ" ֆինանսավորում	46	3.375	4.476	-1.101
Ա06	վեյչուրային կապիտալիստի կողմից հասանելի ֆինանսավորում	46	3.225	4.461	-1.236
Ա07	հասանելի ֆինանսավորում նախնական հանրային առաջարկությունների կողմից (IPOs)	47	1.700	3.533	-1.833
Ա08	հասանելի մասնավոր վարկատուների ֆինանսավորում (crowdfunding)	35	3.725	4.211	-0.486
<b>Թեմա Բ: Պատական քաղաքականությունը Հայաստանում ...</b>					
Բ01	պետական քաղաքականությունը մշտապես աջակցում է նոր ֆիրմաներին (օրինակ՝ պետական գումարներ):	18	4.025	3.618	0.407
Բ02	նոր և աճող ֆիրմաների աջակցությունը ազգային կառավարման մակարդակում քաղաքականության գերակա խնդիր է:	21	5.000	4.725	0.275
Բ03	նոր և աճող ֆիրմաների աջակցությունը տեղական կառավարման մակարդակում քաղաքականության գերակա խնդիր է:	37	3.950	4.508	-0.558
Բ04	նոր ֆիրմաները կարող են մտն 1 շաբաթում ձեռք բերել բոլոր անհրաժեշտ թույլտվություններ և լիցենզիաներ:	2	5.769	3.398	2.371
Բ05	հարկերը բեռ չեն հանդիսանում նոր և աճող ֆիրմաների համար:	9	5.650	4.266	1.384
Բ06	հարկերը և կառավարության այլ կանոնակարգերը կանխատեսելի և հետևողական եղանակով կիրառվում են նոր և աճող ֆիրմաների համար:	22	5.026	4.556	0.469
Բ07	կառավարության բյուրոկրատիայի, կանոնակարգերի և լիցենզավորման պահանջներին դիմագրավելը նոր և աճող ֆիրմաների համար չափազանց մեծ դժվարություն է առաջացնում:	7	5.200	3.822	1.378
<b>Թեմա Գ: Պետական ծրագրերը Հայաստանում...</b>					
Գ01	Նոր և աճող ֆիրմաների համար պետական օգնության այլ շրջանակ կարելի է ստանալ մեկ գործակալության միջոցով:	29	3.475	3.851	-0.376
Գ02	Գիտական օղակները և բիզնես ինկուբատորները արդյունավետ աջակցություն են ցուցաբերում նոր և աճող ֆիրմաներին:	41	4.550	5.228	-0.678
Գ03	կան բավարար քանակի պետական ծրագրեր նոր և աճող բիզնեսի համար:	41	4.050	4.854	-0.804
Գ04	պետական օղակների աշխատակիցները կոմպետենտ և արդյունավետ են նոր և աճող բիզնեսի աջակցելու գործում:	44	3.200	4.352	-1.152
Գ05	գրեթե բոլորը, ովքեր նոր և աճող ֆիրմաների համար կարիք ունեն պետական ծրագրերի աջակցության կարող են գտնել:	42	3.150	4.074	-0.924
Գ06	պետական ծրագրերը ուղղված նոր և աճող ֆիրմաների աջակցմանը արդյունավետ են:	33	4.050	4.339	-0.289
<b>Թեմա Դ: Կրթություն և վերապատրաստում Հայաստանում ...</b>					
Դ01	հիմնական և միջնակարգ կրթական հաստատություններում դասավանդումը խրախուսում է ստեղծարարությունը, ինքնաբավությունը և անձնական նախաձեռնողականությունը:	35	2.850	3.464	-0.614
Դ02	հիմնական և միջնակարգ կրթական հաստատություններում դասավանդումը բավարար ուսուցում է ապահովում շուկայական տնտեսական վարչական մեթոդներով:	38	2.692	3.183	-0.490
Դ03	հիմնական և միջնակարգ կրթական հաստատություններում դասավանդումը բավարար ուսուցում է դարձնում ձեռնարկատիրական և նոր ընկերությունների ստեղծմանը:	34	2.650	2.993	-0.343
Դ04	բոլորն ու համալսարանները բավարար պատրաստվածություն են ապահովում նոր բիզնեսի հիմնելու և զարգացնելու համար:	44	3.500	4.379	-0.879
Դ05	բիզնես և կառավարում ուղղություններով կրթության մակարդակը բավարար պատրաստվածություն է ապահովում նոր բիզնեսի հիմնելու և միջին մասնագիտական, մասնագիտական և շարունակական կրթական համակարգերը բավարար պատրաստվածություն է ապահովում նոր բիզնեսի հիմնելու և զարգացնելու համար:	50	3.925	5.053	-1.128
Դ06	միջին մասնագիտական, մասնագիտական և շարունակական կրթական համակարգերը բավարար պատրաստվածություն է ապահովում նոր բիզնեսի հիմնելու և զարգացնելու համար:	53	3.500	4.736	-1.236



<b>Թեմա Ե: Գիտահետազոտական մշակումների փոխանցում (R&amp;D Transfer)</b>		Հայաստանի դիրքը (54 երկրի մեջ)	Հայաստանի գնահատականը	GEM միջին գնահատական (54 երկրի)	Գնահատականների տարբերությունը, տ.կ. (Հայաստան ընդ դեմ GEM)	
<b>Հայաստանում ...</b>						
Ե01	Նոր տեխնոլոգիաները, գիտությունը և այլ գիտելիքները հասնալարներից և հանրային հետազոտական կենտրոններից արդյունավետ կերպով փոխանցվում են նոր և զարգացող ընկերություններին:	52	2.425	4.038	-1.613	
Ե02	Նոր և զարգացող ընկերությունները ճիշտ նույն հասանելիություն ունեն նոր հետազոտություններին և տեխնոլոգիաներին, ինչ խոշոր, կայացած ընկերությունները:	39	3.225	3.732	-0.507	
Ե03	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են իրենց թույլ տալ օգտվել վերջին տեխնոլոգիաներից:	22	3.800	3.593	0.207	
Ե04	Առկա է բավարար անհամար սուբսիդավորում նոր և զարգացող ընկերությունների համար նոր տեխնոլոգիաները ձեռք բերելու նպատակով:	47	2.487	3.672	-1.185	
Ե05	Գիտության և տեխնոլոգիաների բազան արդյունավետ կերպով նպաստում է համաշխարհային մակարդակի տեխնոլոգիական նոր ձեռնարկությունների ստեղծմանը՝ առնվազն մեկ ոլորտում:	42	3.750	4.814	-1.064	
Ե06	Ինժեներներին և գիտնականներին աջակցություն են ստանում նոր և զարգացող ընկերությունների միջոցով իրենց զարգացումներն առևտրայնացնելու նպատակով:	42	3.150	4.187	-1.037	
<b>Թեմա Զ: Առևտրային և ծառայությունների ենթակառուցվածքներ</b>						
<b>Հայաստանում ...</b>						
201	Նոր և զարգացող ընկերություններին աջակցելու համար կան բավարար քանակի ենթակապալառուներ, մատակարարներ և խորհրդատուներ:	27	5.615	5.493	0.122	
202	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են իրենց թույլ տալ օգտվել ենթակապալառուների, մատակարարների և խորհրդատուների ծառայություններից:	19	4.175	3.915	0.260	
203	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են հեշտույթամբ գտնել լավ ենթակապալառու, մատակարար և խորհրդատու:	18	4.750	4.569	0.181	
204	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են հեշտույթամբ գտնել լավ մասնագիտական իրավաբանական և հաշվապահական ծառայություններ:	10	6.725	5.591	1.134	
205	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են հեշտույթամբ գտնել լավ բանկային ծառայություններ (հաշիվների ստուգում, արտաժողովի փոխանակում, փաստաթղթային ակտիվիզմներ և այլն):	2	7.700	5.548	2.152	
<b>Թեմա Է: Ծուկայի բաց լինելը</b>						
<b>Հայաստանում ...</b>						
G01	Սպառողական ապրանքների և ծառայությունների շուկան տարեցտարի կտրուկ փոփոխությունների է ենթարկվում:	30	5.100	5.296	-0.196	
G02	«Բիզնեսից բիզնես» (B2B) ապրանքների և ծառայությունների շուկան տարեցտարի փոփոխությունների է ենթարկվում:	29	4.949	5.101	-0.153	
G03	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են հեշտույթամբ մուտք գործել նոր շուկաներ:	22	4.921	4.683	0.238	
G04	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են իրենց թույլ տալ ծածկել շուկա մուտք գործելու հետ կապված ծախսերը:	24	4.180	4.122	0.057	
G05	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են մուտք գործել շուկաներ՝ առանց շուկաներում գործող ընկերությունների կողմից անարդար խոչընդոտների:	11	4.974	4.285	0.690	
G06	Իսկամենաշնորհային օրենսդրությունն արդյունավետ է և լավ կիրառվում է:	34	4.158	4.409	-0.251	
<b>Թեմա Ը: Ֆիզիկական ենթակառուցվածքներ</b>						
<b>Հայաստանում ...</b>						
Ը01	Ֆիզիկական ենթակառուցվածքները (ճանապարհներ, կոմունալ ծառայություններ, հարդրակցություն, ջրահեռացում) լավ աջակցություն են ապահովում նոր և զարգացող ընկերություններին:	44	4.325	5.804	-1.479	
Ը02	Նոր և զարգացող ընկերությունների համար կապի ծառայություններին (հեռախոս, ինտերնետ և այլն) հասանելիությունը շատ թանկ է:	9	7.950	6.821	1.129	
Ը03	Նոր կամ զարգացող ընկերությունը կարող է մեկ շաբաթվա ընթացքում ունենալ կապի ծառայություններին (հեռախոս, ինտերնետ և այլն) հասանելիություն:	2	8.875	7.200	1.675	
Ը04	Նոր և զարգացող ընկերությունները կարող են ծածկել հիմնական կոմունալ ծառայությունների (գազ, ջուր, էլեկտրականություն, կոյուղի) ծախսերը:	14	7.450	6.683	0.767	
Ը05	Նոր կամ զարգացող ընկերությունը կարող է մեկ ամսվա ընթացքում ունենալ կոմունալ ծառայությունների (գազ, ջուր, էլեկտրականություն, կոյուղի) հասանելիություն:	33	6.641	6.843	-0.202	
<b>Թեմա Թ: Մշակութային և սոցիալական ներուժ</b>						
<b>Հայաստանում ...</b>						
Թ01	Ազգային մշակույթը մեծապես աջակցում է սեփական ջանքերի շնորհիվ գրանցած անհատական հաջողությունը:	18	6.250	5.514	0.736	
Թ02	Ազգային մշակույթը կարևորում է ինքնաբավությունը, ինքնուրույնությունը և անհատի նախաձեռնողականությունը:	13	6.275	5.208	1.067	
Թ03	Ազգային մշակույթը խրախուսում է ձեռնարկատիրական ռիսկը:	7	6.050	4.494	1.556	
Թ04	Ազգային մշակույթը խրախուսում է ստեղծարարությունն ու նորարարությունը:	149	5	6.700	5.109	1.591
Թ05	Ազգային մշակույթը գնահատում է այն պատասխանատվությունը, որ անհատն է (այլ ոչ թե կրեդիտը) կառավարում իր սեփական կյանքը:	13	5.897	5.087	0.810	



# Ձեռնարկ ԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԶԵԿՈՒՅՑ

ՀԱՅԱՍՏԱՆ 2019/2020

