



AGBU  
ARMENIA



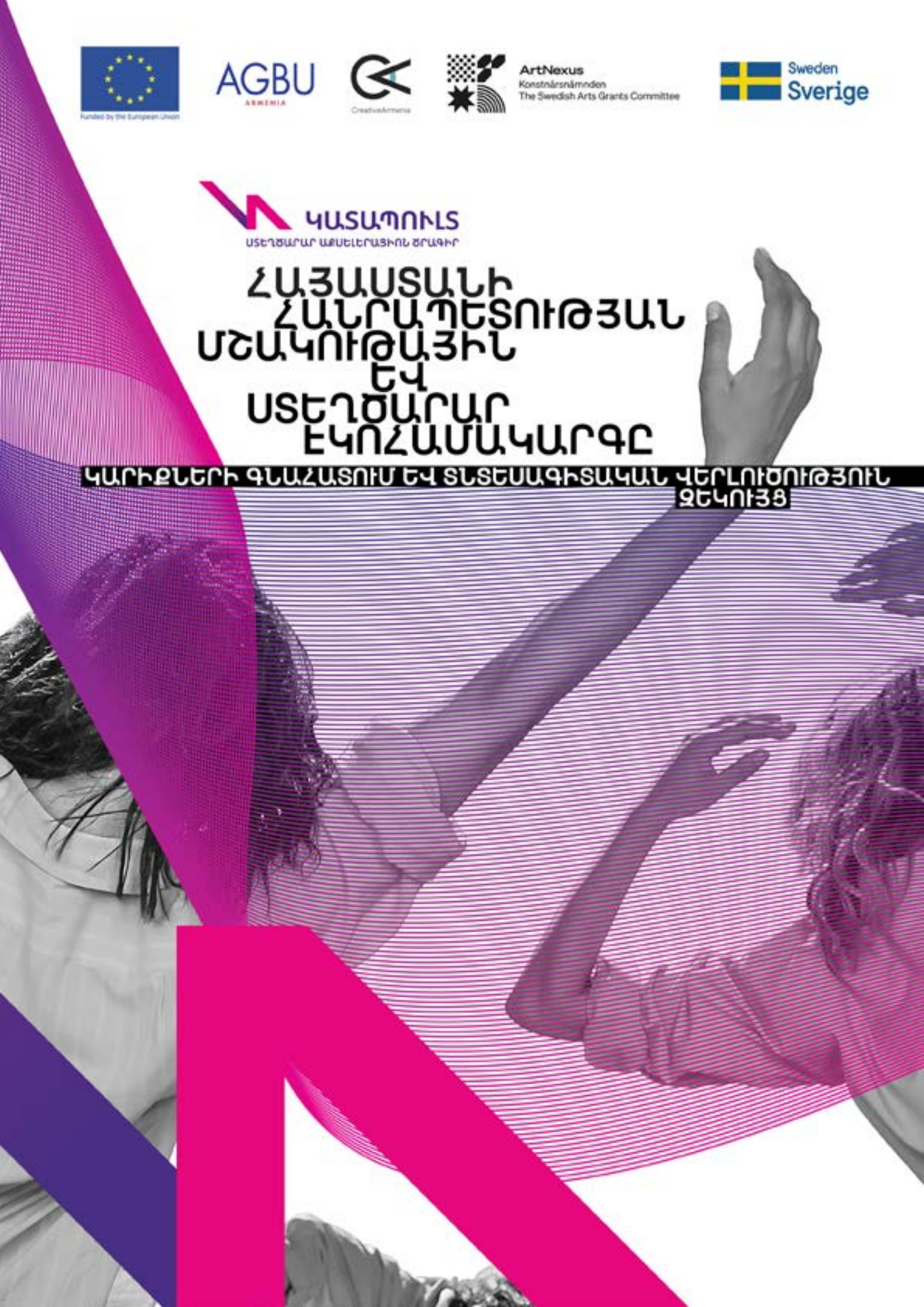
ArtNexus  
Konstnärskommittén  
The Swedish Arts Grants Committee

Sweden  
Sverige

 ԿԱՏԱՊՈՒՆՏ  
ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ԱՅՍԵԼԵԿՐԱՑԻՈՆ ՑՐԱԳԻՐ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ  
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ  
ԵՎ  
ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ  
ԷԿՈՀԱՄԱԿԱՐԳԸ

ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՈՄ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿԵՐԼՈՒԹՈՒԹՅՈՒՆ ԶԵԿՈՒՅՑ





# ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ԷԿՈՀԱՄԱԿԱՐԳԸ

## ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ ԶԵԿՈՒՅՑ

ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԸՆԹԱՑԸ՝

**ՍԵՊՏԵՄԲԵՐ 2022 - ՄԱՐՏ 2023**

ՀՐԱՏԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԱՄՍԱԹԻՎԸ՝

**ԱՊՐԻԼ 2024**

Այս հրապարակումը պատրաստվել է Եվրոպական միության և Շվեդիայի արվեստի դրամաշնորհների կոմիտեի ֆինանսական աջակցությամբ:  
Բովանդակության պատասխանատուն հեղինակն է, և պարտադիր չէ, որ այն արտահայտի Եվրոպական միության և Շվեդիայի արվեստի դրամաշնորհների կոմիտեի տեսակետները:



Յրատարակվել է 2024 թվականին՝ Հայկական բարեգործական ընդհանուր միության (ՀԲԸՄ) կողմից. Հայաստանի Հանրապետություն, Երևան 0010, Մելիք-Ադամյան փողոց 2/2

© AGBU, 2024

Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար էկոհամակարգը. կարիքների գնահատման և տնտեսական վերլուծության հաշվետվություն. © 2024 հեղինակային իրավունքը՝ ՀԲԸՄ. «Կատապուլտ» ստեղծարար արքայադրոն ծրագրի հավաստագիր՝ ըստ հավաստագրման հետևյալ համակարգի. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)



Սույն հրատարակությունում տեղ գտած գաղափարները և կարծիքները հեղինակներին են. դրանք կարող են չարտահայտել ՀԲԸՄ գաղափարները և կարծիքները և որևէ պարտավորություն չեն առաջացնում Կազմակերպության համար:

Գիրքը նախատեսված է բոլոր հետաքրքրված կողմերի, ներառյալ ՄՍՈ քաղաքականությամբ զբաղվողների, հետազոտողների, դոկտոր կազմակերպությունների և բոլոր այլ շահագրգիռ կողմերի համար: Հետագա հրատարակությունները կարող են ենթարկվել վերանայման կամ խմբագրումների:

Ծրագրի տնօրեն, գլխավոր խմբագիր, համահեղինակ՝ Աննա Կ. Գարգարյան, ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ստեղծարար արքայադրոն ծրագրի ղեկավար և ստեղծարար-ռազմավարագետ AGBU Katapult Creative Accelerator Program խմբագիր և համահեղինակ՝ Տատյանա Վահան

Առաջատար մասնագետներ՝ Հեղինե Մանասյան, Մանե Մկրտչյան, Արսեն Ասլանյան, Դիանա Ղազարյան, Լիլիթ Ղաբանյան, Լուսինե Քալանթարյան

ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագրի թիմ՝ Շողակաթ Մլքե-Գալստյան, Նարեկ Թովմասյան, Մարինա Օգանեզովա, Լին Պառավյան

Անգլերենից հայերեն թարգմանությունը Սեդա Գրիգորյանի

Սրբագրիչ՝ Հերիքնազ Հարությունյան

Դիմերեսի և շապկի ձևավորումը Սեդրակ Մկրտչյանի

Լուսանկարները Էդ. Թադևոսյանի և Արամ Կիրակոսյանի

Դիմերեսի լուսանկարը՝ ©Aram Kirakosyan / A dance performance at lake Sevan (Պարային ներկայացում Սևանա լճում), 2020

Եվրոպական Միության և Art Nexus Sweden ծրագրի առատաձեռն աջակցությամբ

Տպագրվել է ՀԲԸՄ հայաստանյան գրասենյակի կողմից

Տպագրված է Հայաստանի Հանրապետությունում

# ԵՐԱԽՏԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԽՈՍՔ

Սույն զեկույցը կյանքի է կոչվել Եվրոպական միության (ԵՄ), ԱրթՆեքստա (ArtNexus) շվեդական միջազգային զարգացման համագործակցության ծրագրի և Հայկական բարեգործական ընդհանուր միության (ՀԲԸՄ) աջակցության շնորհիվ: Երախտապարտ ենք այս կազմակերպություններին մեր հանդեպ վստահության և Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ոլորտների (ՄՄՈ) հետազոտության ու զարգացման մեջ իրենց ներդրումն ունենալու համար:

Հետազոտությունն իրականացվել է ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ստեղծարար աջակցության ծրագրի հիմնական թիմի կողմից, որի անդամներն են միջոցառումների և հաղորդակցման ղեկավար Շողակաթ Մլքե-Գալստյանը, շահերի պաշտպանության ղեկավար Նարեկ Թովմասյանը, վարչական հարցերով օգնական Մարինա Օգանեստյան, մոնիթորինգի և գնահատման մասնագետ Արսեն Ասլանյանը և մշակութային ռազմավար և ծրագրի ղեկավար Աննա Կ. Գարգարյանը:

Այսպիսի մանրակրկիտ ու որակյալ զեկույցն անհնարին կլիներ առանց հիմնական հետազոտական թիմի փորձագիտական գիտելիքների, մեթոդաբանական խստապահանջության և նվիրվածության: Նրանք են՝ Ֆոկուս խմբային քննարկումների վարող և հետազոտող Արսեն Ասլանյանը, զեկույցի տնտեսագիտական մասի փորձագետ և տվյալների վերլուծաբան Հեղինե Մանասյանը, ինչպես նաև Ար-Ինսայթս թիմի անդամները՝ Դիանա Ղազարյանն ու Լիլիթ Ղաբանյանը, որոնք իրականացրել և վերլուծել են ներկայացուցչական հետազոտության արդյունքները: Ջերմ շնորհակալություն ենք հայտնում Հայաստանի Հանրապետության Վիճակագրական կոմիտեին և մասնավորապես Լուսինե Քալանթարյանին՝ պատրաստակամության և համագործակցության, ինչպես նաև մշակույթին առնչվող հայկական վիճակագրության բարելավման գործին իրենց նվիրվածության համար: Հատուկ շնորհակալություն մանե Մկրտչյանին՝ գրականության/փաստաթղթերի վերլուծությանն ու շարադրանքին ցուցաբերած աջակցության համար: Առանձնահատուկ շնորհակալություն ենք հայտնում Տատյանա Վահանին, որը ոչ միայն խմբագրել է սույն զեկույցի անգլերեն տարբերակը, այլև շատ դեպքերում հեղինակել այն՝ պատրաստակամորեն փորձելով տեխնիկական բովանդակությունն ավելի հասանելի և հասկանալի դարձնել լայն հանրությանը:

Խորին շնորհակալություն ենք հայտնում Հայաստանի Հանրապետության կառավարությանը, ինչպես նաև ՀՀ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությանն ու Էկոնոմիկայի նախարարությանը՝ իրազեկման հարցում ՀԲԸՄ «Կատապուլտի» թիմին ցուցաբերած աջակցության համար:

Եվ վերջապես, ջերմ շնորհակալություն ենք հայտնում այն բոլոր մշակութային և ստեղծարար ոլորտների ներկայացուցիչներին, որոնք եղել են մեր հարցազրույցների առանցքային տեղեկատուները և իրենց ժամանակն ու ուշադրությունը տրամադրել Ֆոկուս խմբային քննարկումներին և հարցումներին: Շնորհակալ ենք նրանց՝ իրենց նվիրվածության և նշանակալի աշխատանքի համար մի բնագավառում, որը Հայաստանի զարգացման համար յուրօրինակ մի փարոս է:



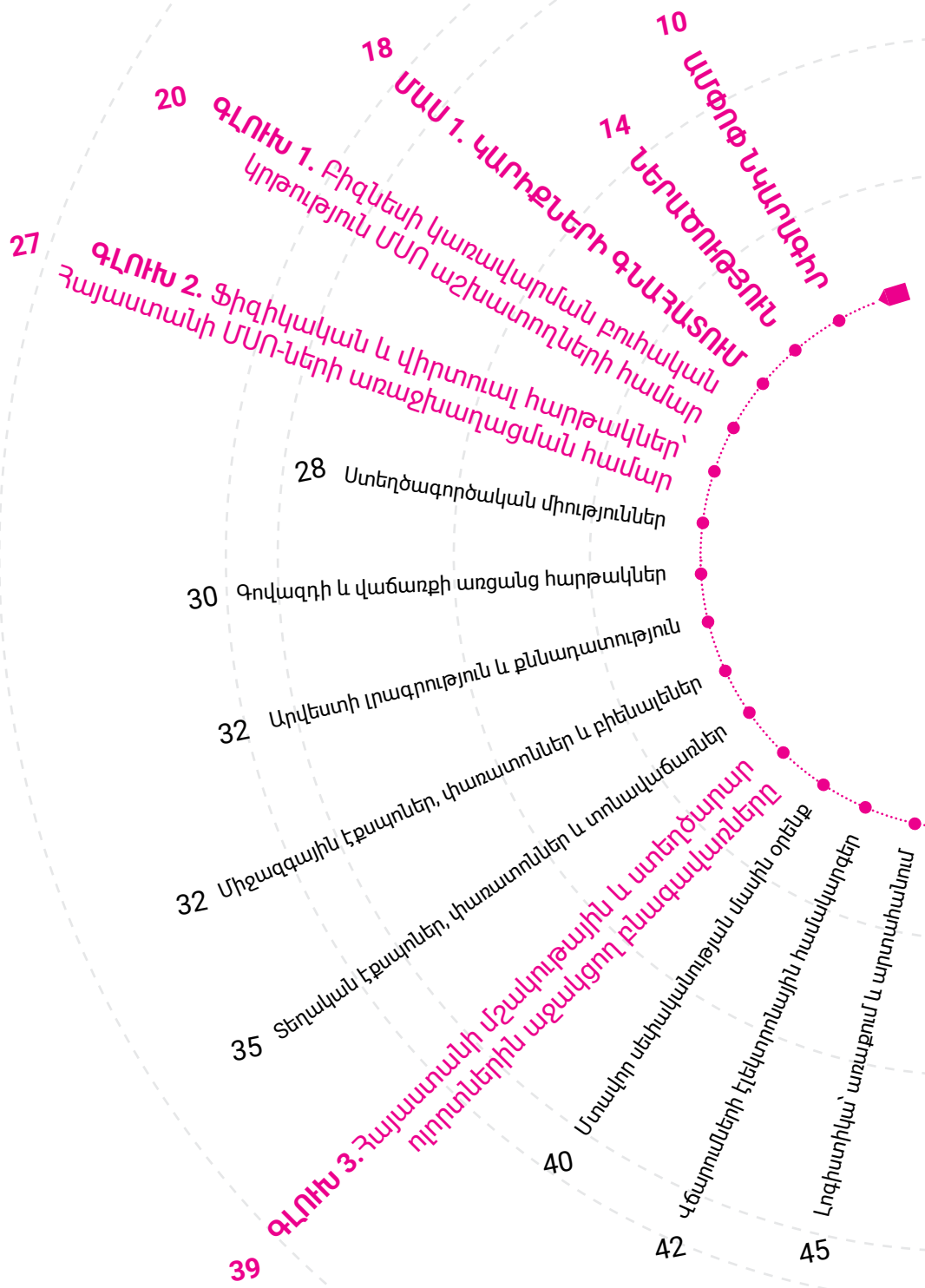
# ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

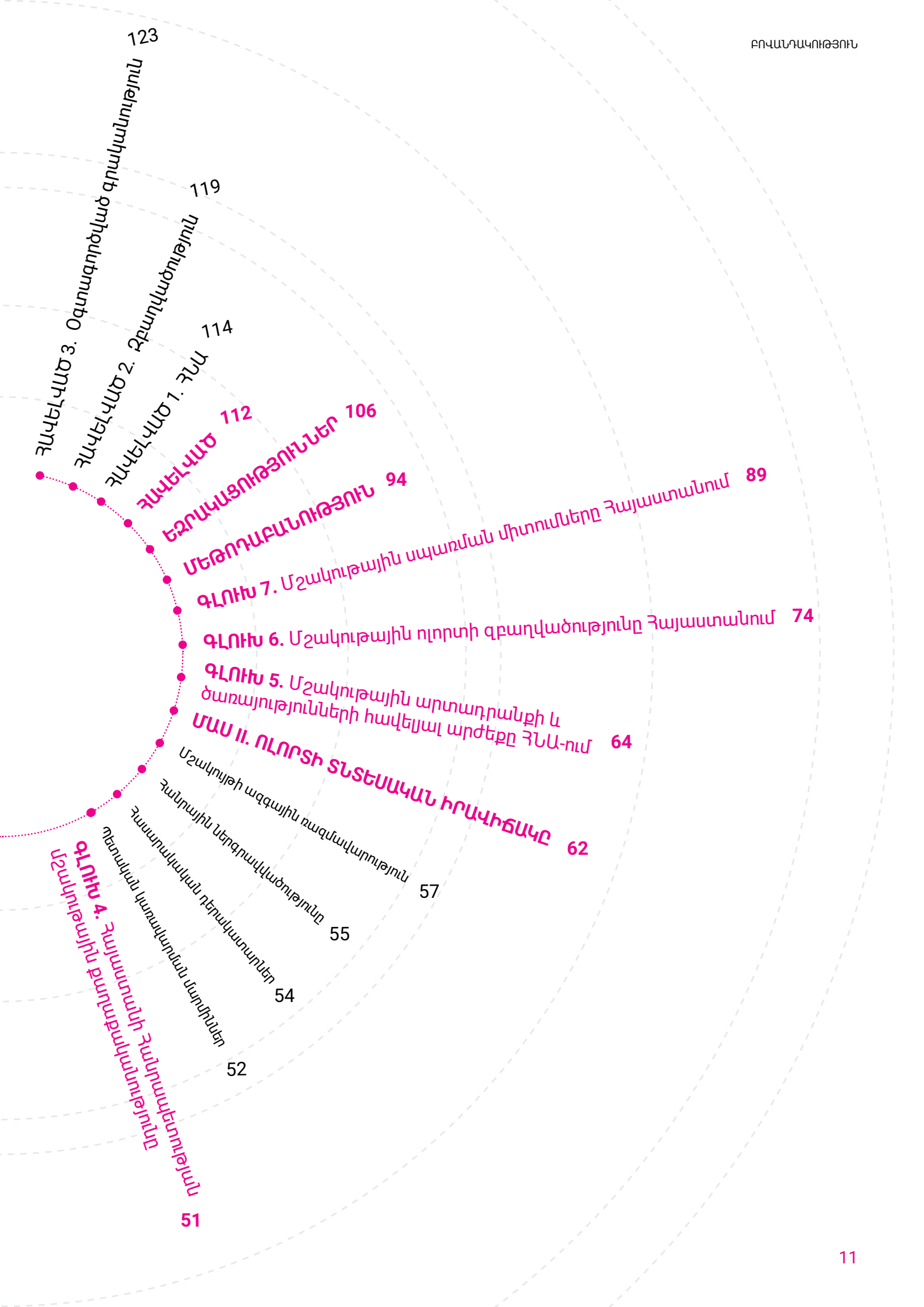
ԱՏՀ	Առանցքային տեղեկատուի հարցազրույց
ԱՐՄՍՏՍՏ	ՀՀ վիճակագրական կոմիտե
ԵՄ	Եվրոպական միություն
ԿԳՄՍՆ	ՀՀ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն
ՀԿ	Հասարակական կազմակերպություն
ՀԿՑ (KPI)	Հիմնական կատարողական ցուցիչ
ՀՀ	Հայաստանի Հանրապետություն
ՀՆԱ	Համախառն ներքին արդյունք
ՀՕԻԻՀ (CAWI)	Համակարգչի օգնությամբ ինքնուրույն իրականացվող հարցում
ՀՕՀՀ (CATI)	Համակարգչի օգնությամբ հեռախոսային հարցազրույց
ՄՍ	Մտավոր սեփականություն
ՄՍՈ	Մշակութային և ստեղծարար ոլորտ
ՅՈՒՆԵՍԿՕ	Միավորված ազգերի կրթական, գիտական և մշակութային կազմակերպություն
ՍՄՄ	Սոցիալական մեդիայի մարքեթինգ
ՏԳՏԴ (NACE)	Տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգիչ/դասիչ
ՏՏ	Տնային տնտեսություն
ՏՀՏ	Տեղեկատվական հաղորդակցության տեխնոլոգիաներ
ՖԽԲ	Ֆոկուս խմբային քննարկում











# ԱՄՓՈՓ ՆԿԱՐԱԳԻՐ

Սույն զեկույցը Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ոլորտների (ՄՍՈ) վերաբերյալ «Կատապուլտ» ծրագրի առաջին տարվա համապարփակ հետազոտության արդյունքն է: Հաշվի առնելով այն փաստը, որ ներկայումս աշխարհն առերեսվում է զարգացման ավելի քան բարդ ու փոխկապակցված մարտահրավերների, «Կատապուլտ» իրականացնում է ապացույցների վրա հիմնված ծրագրեր և քաղաքականություն մշակողներին մատուցում է տվյալների վրա հիմնված և դրանցից բխող ռազմավարություն և առաջարկություններ: Սույն հետազոտությունը հիմք է ծառայում վերանայելու և/կամ վերահաստատելու մեր ծրագրի ուղղությունները:

Հետազոտությունը հետապնդում է երկու նպատակ՝ 1) իրականացնել կարիքների գնահատում, որպեսզի հաստատվեն և/կամ ժխտվեն ծրագրի ենթադրությունները ՄՍՈ էկոհամակարգի վերաբերյալ, 2) կատարել տնտեսագիտական վերլուծություններ, որպեսզի քարտեզագրվի Հայաստանի ստեղծարար տնտեսությունն ու գնահատվի դրա զարգացման ներուժը:

Կարիքների գնահատման հետազոտությունն ուսումնասիրել է այն մարտահրավերներն ու ենթադրությունները, որոնք ի հայտ են եկել ՄՍՈ տարբեր ներկայացուցիչների և գործընկերների հետ խորհրդակցությունների, ինչպես նաև առկա հետազոտությունների ուսումնասիրության արդյունքում: Այդ ենթադրությունները հետևյալն են՝



*Ստեղծագործող մասնագետների շրջանում բիզնեսի և ձեռներեցության՝ շուկայական պահանջներիև բավարարող պատշաճ կրթության բացակայությունը խանգարում է նրանց աճին ու եկամուտների մեծացմանը:*

*Կան ստեղծարար/մշակութային բիզնեսի զարգացման ենթակառուցվածքային խոչընդոտներ, որոնք հիմնականում կապված են լոգիստիկայի, էլեկտրոնային առևտրի և մտավոր սեփականության իրավունքի ոլորտների օրենսդրության հետ:*

*Հայաստանում ստեղծարար/մշակութային ապրանքների գովազդի, ցուցադրման և վաճառքի հարթակները սակավաթիվ են, իսկ միջազգային հարթակների գները՝ ոչ մատչելի:*

*Ոլորտի քաղաքականության թերի լինելը պայմանավորված է նաև միավորող լոբբիստական կառույցների և/կամ մեխանիզմների սղությամբ:*



Վանուի Մալխասյանի  
 Ելույթը 2019 թվականին:  
**Լուսանկարը` Էդ Թադևոսյանի**

Հայաստանյան ՄՍՈ ներկայացուցիչների վերաբերմունքի և ընկալումների վերաբերյալ տեղեկատվության հավաքագրումը «Կատապուլտի» հետազոտական թիմն իրականացրել է ֆոկուս խմբային քննարկումների (\$ԽԶ), անհատական հարցազրույցների (առանցքային տեղեկատուի հարցազրույց՝ ԱՏՀ), համակարգչի օգնությամբ իրականացվող հեռախոսային (CATI) և առցանց հարցումների (CAWI) միջոցով: Այդ ընկալումների վերաբերյալ տվյալները հավաքագրվել են ՄՍՈ տարբեր ենթաուղորտներից, մեծ ու փոքր տարբեր տեսակի կազմակերպություններից, որոնց մասնակցել են և գործատուներ, և ՄՍՈ աշխատողներ: Այս հարցումներն ուղղված են եղել բացահայտելու ոլորտում առկա տնտեսական աճի խոչընդոտները: Իրականացվել է արդյունքների տրիանգուլյացիա երկրորդային հետազոտության հետ, որն օգնել է մեր ծրագրի նախագծմանը և հետագա բարելավմանը:

Մեր տնտեսագիտական վերլուծությունը դիտարկել է հետևյալ ցուցանիշները՝

*ՄՍՈ մասնաբաժինը  
 Հայաստանի ՀՆԱ-ում,*

*Հայաստանյան  
 ՄՍՈ-ներում աշխատող  
 անձանց թիվը,*

*Հայաստանում  
 մշակութային  
 սպառումը:*

Մեր հետազոտությունն ի հայտ է բերել ՄՍՈ-ների տնտեսական աճին խոչընդոտող մի շարք խնդիրներ՝ բարենպաստ օրենսդրության, արդյունավետ մշակութային քաղաքականության և կառավարման համակարգի բացակայությունը, ստեղծարար և մշակութային ոլորտներում բարձրագույն կրթության հնարավորությունների և շուկայական պահանջարկի միջև առկա խզում, էլեկտրոնային առևտրի, միջազգային առաքման, արտահանման և ՄՍՈ արտադրանքի ու ծառայությունների գովազդի հետ կապված խնդիրները: Երկրի ազգային ռազմավարությունը մշակույթն ընկալում է որպես բացառապես պետական պատասխանատվություն՝ դրանում որևէ դերակատարությունից զրկելով մասնավոր ոլորտին, հասարակական ու քաղաքացիական կազմակերպություններին: Չկան հարկային արտոնություններ և աջակցման ծրագրեր՝ ուղղված ՄՍՈ-ներում ներդրումների խթանմանն ու բիզնեսի զարգացմանը: Չնայած թվում է, թե մշակութային ոլորտին հատկացվող պետական ֆինանսավորումն աճել է, այնուամենայնիվ, որոշ բնագավառներում դեռևս զգալի բացթողումներ կան: Ենթակառուցվածքներն արդիականացնելու, ՄՍՈ-ներում աշխատող անձանց արդար վարձատրությամբ ապահովելու, և երկրի ներսում, և արտերկրում մշակութային և գովազդային միջոցառումների կազմակերպման համար համապատասխան ֆինանսավորման կարիք կա: Տնային տնտեսություններին բաժին ընկնող մշակութային սպառումը թերի է հաշվառվում/գրանցվում և ենթադրվում է, որ այն եվրոպական երկրներից զգալիորեն ցածր մակարդակ ունի:



Մեր հետազոտությունից բխող առաջարկներն ուղղված են խթանելու ՄՍՈ-ների տնտեսական աճը  
 Հայաստանում: Դրանք են՝

- Մշակել ՄՍՈ-ների հաստատուն և երկարաժամկետ զարգացման ռազմավարություն՝ ՄՍՈ-ները դիտարկելով որպես տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտի ռազմավարական աճին համազոր առաջնահերթություն:
- Մշակութային ոլորտին հատկացնել ավելի բարձր և ավելի թիրախավորված ֆինանսավորում՝ սահմանելով հիմնական կատարողական ցուցիչներ (ՀԿՑ), ներդնել ավելի թափանցիկ և մրցունակ պետական տեղեկատվային մեխանիզմներ: Այս մեխանիզմները պետք է դյուրացնեն ոչ միայն մեծ ու փորձառու կազմակերպությունների, այլ նաև փոքր և սկսնակ ընկերությունների մասնակցությունը:
- ՄՍՈ բիզնեսների և շահույթ չհետապնդող կազմակերպությունների համար սահմանել հարկային արտոնություններ:
- Երկրի բարձրագույն և միջին մասնագիտական ուսումնական հաստատություններում վերանայել ՄՍՈ-ներին առնչվող ուսումնական պլանները՝ համաձայն միջազգային չափորոշիչների և շուկայական պահանջների:
- Ապահովել մտավոր սեփականության (ՄՍ) իրավունքների պաշտպանության մասին օրենքի և ռազմավարության առավել արդյունավետ կիրարկումը:
- Թվայնացման և նոր տեխնոլոգիաների կիրառման միջոցով ստեղծել մեխանիզմներ՝ ուղղված ՄՍ իրավունքի կիրառմամբ գոյացած հոնորարների ավելացման ու բաշխման ավելի թափանցիկ ու հաշվետու համակարգի ստեղծմանը:
- ՄՍՈ ներկայացուցիչներին տրամադրել հասանելի/մատչելի իրավաբանական ծառայություններ և աջակցել արտահանման և գովազդի հարցերում:
- Նպաստել երկրում արվեստագիտության զարգացմանը:
- Բարելավել ՄՍՈ տվյալների հավաքագրման/հաղորդման ազգային համակարգերը:

Սույն ուսումնասիրությունից ստացված տվյալները կօգտագործվեն՝ բարձրացնելու այն մարտահրավերների վերաբերյալ իրազեկությունը, որոնց բախվում են ՄՍՈ շահառուները՝ ներառյալ անհատ արվեստագետները, նկարիչները, դիզայներները և այլ ստեղծագործող մարդիկ, ինչպես նաև համերգասրահները, թատրոնները, կինոթատրոնները, թանգարանները, պատկերասրահները, ձայնագրման ստուդիաները և այլն: Հավաքագրված տվյալները հասանելի կլինեն հանրությանը, որպեսզի հնարավոր լինի մշակել և իրականացնել քաղաքականություն, որը կաջակցի ՄՍՈ-ներին, կնպաստի ստեղծագործողների հիմնարար և շարունակական կրթությանը և ապատեղեկատվության հակազդմանը:

Ի լրումն մեր հետազոտության արդյունքների, մենք ներառել ենք Էդ. Թադևոսյանի և Արամ Կիրակոսյանի լուսանկարների փաստագրական շարքը երկրի ՄՍՈ-ների մասին: Ուղեկցելով զեկույցի քանակական և որակական տեղեկատվությանը՝ հուսով ենք, որ այս լուսանկարները կխորացնեն ընթերցողի կապը Հայաստանի յուրահատուկ մշակութային և ստեղծագործական լանդշաֆտի հետ:

# ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

## ՀԱՅԱՍՏԱՆԸ ԱՌԱՋԻՆ ՀԱՅԱՑՔԻՑ

Հայաստանն անկախ, ժողովրդավարական երկիր է: Այն գտնվում է Եվրասիա մայրցամաքի Հարավային Կովկասի տարածաշրջանում, չունի ելք դեպի ծով, հյուսիսում սահմանակից է Վրաստանին, հարավում՝ Իրանին, արևմուտքում՝ Թուրքիային, իսկ արևելքում՝ Ադրբեջանին: Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրությունն ընդունվել է 1995թ. հուլիսի 5-ին: Կառավարման համակարգը ներկայումս խորհրդարանական է:

Հայաստանն աշխարհագրորեն բաժանված է 11 մարզերի: Մայրաքաղաքը Երևանն է, որին նույնպես տրվել է մարզի կարգավիճակ: Մարզերն իրենց հերթին բաժանված են քաղաքային և գյուղական համայնքների, իսկ Երևանը՝ վարչական շրջանների:

Հայաստանի բնակչությունը մոտ 3 միլիոն է (ըստ 2023թ. հունվարի 1-ի տվյալների՝ 2 976 800), որի 63,8% բնակվում է քաղաքներում, ներառյալ Երևանը՝ 1 098 700 բնակչությամբ<sup>1</sup>: ԽՍՀՄ փլուզումից հետո շարունակվող աշխարհաքաղաքական և սոցիալ-տնտեսական մարտահրավերներով պայմանավորված՝ զգալի ծավալների համնող արտագաղթը հանգեցրել է բնակչության թվաքանակի նվազման: Բնակչությունը զգալիորեն տուժել է նաև ՔՈՎԻԴ-19 համավարակից՝ մինչև 2023թ. մարտ ամիսն արձանագրելով 8 733 մահ: Բացի այդ, 2020թ. սեպտեմբերի 27-ին Ադրբեջանի սանձազերծած Արցախյան 44-օրյա պատերազմի ժամանակ մոտ 4 000 զոհ է եղել: Այդուհանդերձ, վերջին տարիներին նկատվում է մարդկանց զգալի հոսք հատկապես Ռուսաստանից (մոտ 110 000<sup>2</sup>), 2021թ. փետրվարին Ուկրաինայում Ռուսաստանի սկսած «հատուկ ռազմական գործողությունից» հետո:

Հայաստանի բնակչության մեծամասնությունը կազմում են ազգությամբ հայերը (98,1%): Երկրում առկա հիմնական ազգային փոքրամասնություններն են՝ եզդիներ, ռուսներ, քրդեր, ասորիներ, հույներ, ուկրաինացիներ, հրեաներ և այլք<sup>3</sup>:

Ներկայումս մոտ 7 միլիոն հայեր ապրում են աշխարհի ավելի քան 100 երկրներում<sup>4</sup>, որն ավելի քան կրկնակի գերազանցում է երկրում ապրող բնակչության թվաքանակը: Հայաստանը հպարտանում է իր սփյուռքով, որը համամասնորեն ամենամեծն է բոլոր հետխորհրդային երկրների շարքում՝ զգալի ներկայություն ապահովելով Ռուսաստանում, Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում և Ֆրանսիայում<sup>5</sup>:

Խորհրդային Միության մաս կազմելու ողջ ընթացքում Հայաստանի տնտեսությունը գործել է կենտրոնական պլանավորման սկզբունքով՝ կառավարության կողմից սահմանված թիրախները վեր դասելով ձեռներեցությանն ուղղված նախաձեռնություններից: Հետևաբար, այդ



Տեսարան Օպերայի և բալետի թատրոնի պառտեզամբից, 2018թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի

1 ԱՐՄՍՍՍՏ, ՀՀ սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը, «Գլուխ 5. Սոցիալ-ժողովրդագրական հատված» (հունվար-դեկտեմբեր 2022թ.): [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_12\\_22a\\_510.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_12_22a_510.pdf)  
2 Այս ժամանակահատվածում Հայաստան ներգաղթած ռուսաստանցիների թիվը տարբեր է կախված աղբյուրից: Ըստ Վահան Զեյրոջյանի՝ ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարի, այն կազմում է մոտ 110 000: Տե՛ս Ալեքսանդր Ռյումին, «Ավելի քան 100 000 ռուսաստանցիներ են տեղափոխվել Հայաստան 2022թ.-ին», ՏԱՍՍ, մարտի 16, 2022թ.: <https://tass.ru/ekonomika/17280447>  
3 Հայաստանի Հանրապետության կառավարություն, «Ժողովրդագրությունը», Հայաստանի կառավարության կայք (ըստ 2023թ. հունվարի 1-ի տվյալների), <https://www.gov.am/am/demographics/>  
4 ՀՀ սփյուռքի գործերի գլխավոր հանձնակատարի գրասենյակի կայք (ըստ 2023թ. նոյեմբերի 20-ի տվյալների): <http://diaspora.gov.am/hy/diasporas>  
5 ՄԱՓԳՀ, Արտաքին և համագործակցության գրասենյակ (ըստ 2023թ. նոյեմբերի 20-ի տվյալների): <https://www.refworld.org/pdfid/55375ae94.pdf>





ընթացքում երկրի մշակութային և ստեղծարար ոլորտների կոմերցիոն աճի հնարավորությունը սահմանափակ է եղել:

Բիզնես սկսելու հնարավորության բացակայությունը բացասական ազդեցություն է ունեցել ՄՍՌ-ների վրա, արդյունքում՝ ոլորտն անպատրաստ է եղել հետխորհրդային շուկայական տնտեսական մոդելին անցմանը: Մրցակցային բիզնես միջավայրին ընտելանալը մարտահրավեր էր մի ոլորտի համար, որը դժվարանում էր հարմարվել բիզնես պրակտիկային:

Խորհրդային շրջանի ՄՍՌ-ներում բիզնեսին ուղղված նախադրյալների բացակայությունն արտացոլում է այդ ժամանակաշրջանի ավելի լայն տնտեսական և գաղափարական ենթատեքստը: Այդ մոտեցման ժառանգությունը շարունակում է իր ազդեցությունն ունենալ մշակութային և ստեղծարար ոլորտի աճի հետագծի վրա՝ ուրվագծելով այն մարտահրավերներն ու հնարավորությունները, որոնց հետ ոլորտն առնչվում է ավելի շուկայական ուղղվածություն ունեցող տնտեսությանն անցնելիս:

Այսօր մի շարք հանգամանքներ կաշկանդում են Հայաստանի ընդհանուր տնտեսական զարգացումը՝ աշխարհաքաղաքական համատեքստը, տարածաշրջանային անվտանգության բացակայությունը, ինչպես նաև այնպիսի կարևոր կառուցվածքային սահմանափակումներ, ինչպիսիք են սահմանափակ արտաքին հաղորդակցության ուղիները, փակ սահմանները և տնտեսական հարաբերությունների բացակայությունը իր չորս հարևան երկրներից երկուսի հետ: Այլ մարտահրավերներից են գործազրկության բարձր մակարդակը, անհրաժեշտ հմտությունների պակասը և կայուն մրցունակության հետ կապված խնդիրները:

Ըստ ԱՐՄՍՍՏՍ-ի տվյալների՝ 2021թ. ՀՆԱ-ի կազմը Հայաստանում հետևյալն է՝ գյուղատնտեսություն, անտառային տնտեսություն և ձկնաբուծություն՝ 11,3%, արդյունաբերություն (ներառյալ էներգետիկա)՝ 20,1%, շինարարություն՝ 6,5%, առևտուր և ծառայություններ՝ 51,1%: Մնացյալ 11%-ը բաժին է ընկնում ապրանքների հարկերին՝ առանց սուբսիդիաների: 2021թ.-ին «Մշակույթ, զվարճություններ և հանգիստ» ոլորտի մասնաբաժինը կազմել է ՀՆԱ-ի 3,1%՝ 2012թ. 1,3%-ի և 2018-2019թթ. 5,6%-ի համեմատ:

Հայաստանն ունի հազարամյակների հարուստ և հինավուրց մշակույթ, որի վրա մեծապես ազդել է քրիստոնեական ժառանգությունը: Այդ ազդեցությունը տեսանելի է հինավուրց վանքերում և եկեղեցիներում, մանրանկարչության ավանդույթներում, խաչքարերի փորագրություններում և կրոնական արհեստագործության այլ ձևերում, ինչպիսիք են արծաթագործությունն ու մանածագործությունը:

Չնայած Հայաստանի ժամանակակից գեղարվեստական ավանդույթները միջազգային լայն ճանաչում չունեն, սակայն այն կարող է հպարտանալ իր եռուն մշակութային կյանքով՝ երաժշտություն, պարարվեստ, թատրոն, հանդիսադիր ներկայացումներ, վիզուալ արվեստ և արհեստներ: Հայաստանը նաև մինչև 5-րդ դար հասնող գրավոր մշակույթ ունի, հայտնի է նաև իր խոհանոցով, որի վրա մեծապես ազդել են աշխարհագրական դիրքն ու պատմությունը:

Ընդհանուր առմամբ, Հայաստանի մշակույթը նման է հարուստ և բազմաբովանդակ գեղանկարի, որտեղ արտացոլված են նրա բազմադարյա պատմությունն ու բազմաթիվ քաղաքակրթությունների խաչմերուկում տեղակայված դիրքը: Իր պատմության ողջ ընթացքում հայկական մշակույթը ծառայել է որպես ազգային ինքնության պահպանման կենսական միջոց և աշխարհասփյուռ հայության միասնականության խթան: Հայերը գիտակցում են իրենց մշակույթի նշանակությունը փոքրաթիվ ազգի գոյատևման գործում. հայկական մշակութային ժառանգությունն ակներև ու անջնջելի հետք է թողել հայ ժողովրդի պատմական հայրենքի ողջ տարածքում:

# ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ՈԼՈՐՏՆԵՐՆ ՈՒ ԴՐԱՆՑ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

1990-ականներից սկսած՝ Մեծ Բրիտանիան ջանքեր է ներդրել՝ քարտեզագրելու մշակութային և ստեղծարար ոլորտների գործունեությունն ու տնտեսական ներուժը: Նախաձեռնության հեղինակներն են Թոնի Բլերն ու Մշակույթի, մեդիայի և սպորտի բաժնի (DCMS) ներքո գործող Ստեղծարար ոլորտների աշխատանքային խումբը (CITF): Ըստ նրանց կատարած հետազոտության՝ ՄՍՈ-ները, որպես տնտեսական ոլորտ, զբաղեցրել են երկրորդ տեղը՝ զիջելով միայն ֆինանսական ոլորտին: Ողջ եվրոպայում այս բացահայտումը քաղաքականության լուրջ փոփոխությունների և հետազոտական նախաձեռնությունների առիթ դարձավ: Այդ պահից ի վեր եվրոպական միությունը հետևողականորեն տրամադրում է հետազոտության և ծրագրերի զգալի ֆինանսավորում՝ ուղղված էՄ ստեղծարար ոլորտների զարգացմանը: Վերոնշյալ հետազոտությունից ստացված առանցքային եզրահանգումները հետևյալն են՝

- *Ստեղծագործ միտքը, մշակույթն ու նորարարությունը փոխկապակցված են և ունեն նշանակալի տնտեսական դեր:*
- *Ըստ հաշվարկների՝ ՄՍՈ-ները զբաղվածության ապահովմամբ առաջատարն են ԵՄ-ում, և դրանց է բաժին ընկնում ԵՄ համախառն ներքին արդյունքի 3%-ը:*
- *21-րդ դարի տնտեսությունը բնութագրվում է որպես «մտքի տնտեսություն», որի հիմքում մտավոր սեփականության վճարներն են. սա ևս մեկ անգամ ընդգծում է ՄՍՈ-ների դերը հասկանալու՝ օրեցօր աճող կարևորությունը:*

ԵՄ հետաքրքրվածությունը պայմանավորված է համաշխարհային ստեղծարար տնտեսության համատեքստում Հայաստանի ՄՍՈ-ների ունեցած նշանակալի դերի արժևորմամբ: Առաջին քայլերն արվել են 2015թ.-ին, երբ հետազոտությամբ քարտեզագրվել են հայաստանյան ՄՍՈ-ները՝ հիմք ընդունելով ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի սահմանումը: Հետազոտությունը ցույց է տվել, որ 2014թ.-ին մշակութային և ստեղծարար ոլորտներն ունեցել են 3,3%-ի ներդրում երկրի ՀՆԱ-ում՝ չնայած հաշվարկները ներկայացված են որոշ վերապահումներով՝ հաշվի առնելով տվյալների որոնման և արձանագրման բարդությունները: Հետազոտությունը կանխատեսում է նաև, որ ապագայում այդ թիվն աճման միտում ունի: Հայաստանյան ՄՍՈ-ների զարգացումն ուսումնասիրող այլ հետազոտություններ են նախաձեռնվել մի շարք կազմակերպությունների կողմից, ինչպիսիք են՝ Գերմանական միջազգային համագործակցության ընկերությունը (GIZ), Սմիթսոնյան ինստիտուտը, «ԱյԴիԱ» (IDEA) հիմնադրամը և ՀԲԸՄ-ն՝ փորձելով ավելի լավ հասկանալ դրանց սոցիալ-տնտեսական ներուժն ու զարգացման հնարավորությունները:

Սույն հետազոտությունը հիմք է ծառայել ստեղծելու այսօրվա «Կատապուլտ» ստեղծարար աքսելերացիոն ծրագիրը՝ ՀԲԸՄ նախագծերից մեկը, որն իրականացվում է «Ստեղծարար Հայաստանի» (Creative Armenia) հետ համատեղ, ԵՄ աջակցությամբ՝ միտված խթանելու Հայաստանի ստեղծարար տնտեսությունը: «Կատապուլտը» եռամյա ծրագիր է, որը պաշտոնապես մեկնարկել է 2022թ. հուլիսին և շարունակվելու է մինչև 2025թ. ապրիլ:

6 «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցանիշներ. Հայաստանի վերլուծական զեկույց, 2017թ., էջ 8: <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/171027-CDIS-Armenia-Analytical-Report-16%2011%2017-Armenian.pdf>

# ՄԱՍ I ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

ՄՍՈ կարիքների գնահատումն իրականացնելու համար ուսումնասիրել ենք չորս հիմնական շրջանակ՝ փորձելով գտնել այն էկոհամակարգային հարցադրումների և մարտահրավերների պատասխանները, որոնք հիմք են հանդիսացել «Կատապուլտ» ծրագրի ստեղծման համար:

Դրանք են՝

Հայաստանում ստեղծարար ոլորտի բուհական կրթության շրջանակներում ձեռնարկատիրական, բիզնես և կառավարման մասնագիտությունների առկայությունը,

Մշակութային և ստեղծագործական միջոցառումների, ստեղծագործողների, ՄՍՈ ծառայությունների և ապրանքների գովազդի համար ֆիզիկական և վիրտուալ հարթակների առկայությունը,

Լոգիստիկայի, էլեկտրոնային առևտրի և ՄՍ իրավունքի պաշտպանության ոլորտների ծառայությունների առկայությունը և մատչելիությունը/գները,

Ազգային ռազմավարական այլաներով, համապատասխան գործողությունների ծրագրով և ՄՍՈ ոլորտի կազմակերպմամբ և ջատագովությամբ զբաղվող կառույցների վարած մշակութային քաղաքականությունը:

Կետ առ կետ անդրադարձը՝ ստորև:





Առկա իրավիճակի համառոտ նկարագրության համար ներառել ենք հետևություններ առաջնային հետազոտությունից՝ առանցքային տեղեկատուի հարցազրույցներ, ֆոկուս խմբային քննարկումներ և ներկայացուցչական հարցում<sup>7</sup> (Հարցման ամբողջական արդյունքները՝ տե՛ս ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» աքսելերացիոն ծրագիր, «ՄՍՈ էկոհամակարգի և զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ մոտեցումներ»), որոնցում ներգրավված են եղել ՄՍՈ-ների բազմաթիվ ներկայացուցիչներ: Առաջնային հետազոտության հետևությունները վալիդացվել և համալրվել են լրացուցիչ երկրորդային հետազոտության արդյունքներով, որը կատարվել է փաստաթղթերի վերլուծության մեթոդով: Հետազոտությունը նպատակ ունի լույս սփռել թե՛ ոլորտի ներկայիս իրավիճակի, թե՛ ՄՍՈ ներկայացուցիչների ընկալումների ու փորձի վրա:

7 Aslanyan Arsen, Barriers to the Economic Development of Armenia's Cultural and Creative Industries: A Needs Assessment Report, August 2023 <https://drive.google.com/file/d/1iyfT5aPRNxptil5Fyizlbg0XxjqPBPDa/view>

# ԳԼՈՒԽ 1. ԲԻԶՆԵՍԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԲՈՒՀԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅՈՒՆ ՄՍՈ ԱՇԽԱՏՈՂՆԵՐԻ ՀԱՄԱՐ

Մեր ՖԽԲ-ներում մշակութային և ստեղծարար ոլորտների վերաբերյալ հնչեցված առաջնային մտահոգություններից էր ոլորտի զարգացման համար անհրաժեշտ մշակութային մենեջերների պակասը: Ավելի ուշ այս կարծիքը հաստատվեց նաև մեր ներկայացուցչական հարցմամբ, որն անցկացվել է ՄՍՈ պետական և մասնավոր հատվածի կազմակերպությունների շրջանակներում: **Մենեջերները (ներառյալ վաճառքի մենեջերները) և մարքեթինգի, սոցիալական մեդիայի մարքեթինգի (ՍՄՄ) մասնագետները** նշվել են որպես կազմակերպությունների եկամտաբերության աճի համար անհրաժեշտ ամենակարևոր աշխատուժ, ինչպես ներկայացված է Գծապատկեր 1.1.-ում:

## ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 1.1. ՄԱՍՆԱԳԵՏՆԵՐ, ՈՐՈՆՔ ԿԱՐՈՂ ԵՆ ՕԺԱՆԴԱԿԵԼ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵԿԱՄՏԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱՑՄԱՆԸ



«Մեզ անհրաժեշտ են լավ կրթություն ստացած արվեստի մենեջերներ, որոնք կունենան պատշաճ եկամուտ: [...] Ավելին, հանրային հաստատությունների արվեստի մենեջերները պետք է կարողանան իրականացնել երկարաժամկետ պլանավորում և բյուջետավորում: Պետք է ունենան ֆոնդահայթայթման հմտություններ [...] և զարգացման բաժիններ, որոնց միջոցով հնարավոր կլինի միջոցներ հայթայթել միջազգային աղբյուրներից, դրամաշնորհներից, մասնավոր ներդրումներից, հովանավորներից և այլն»:

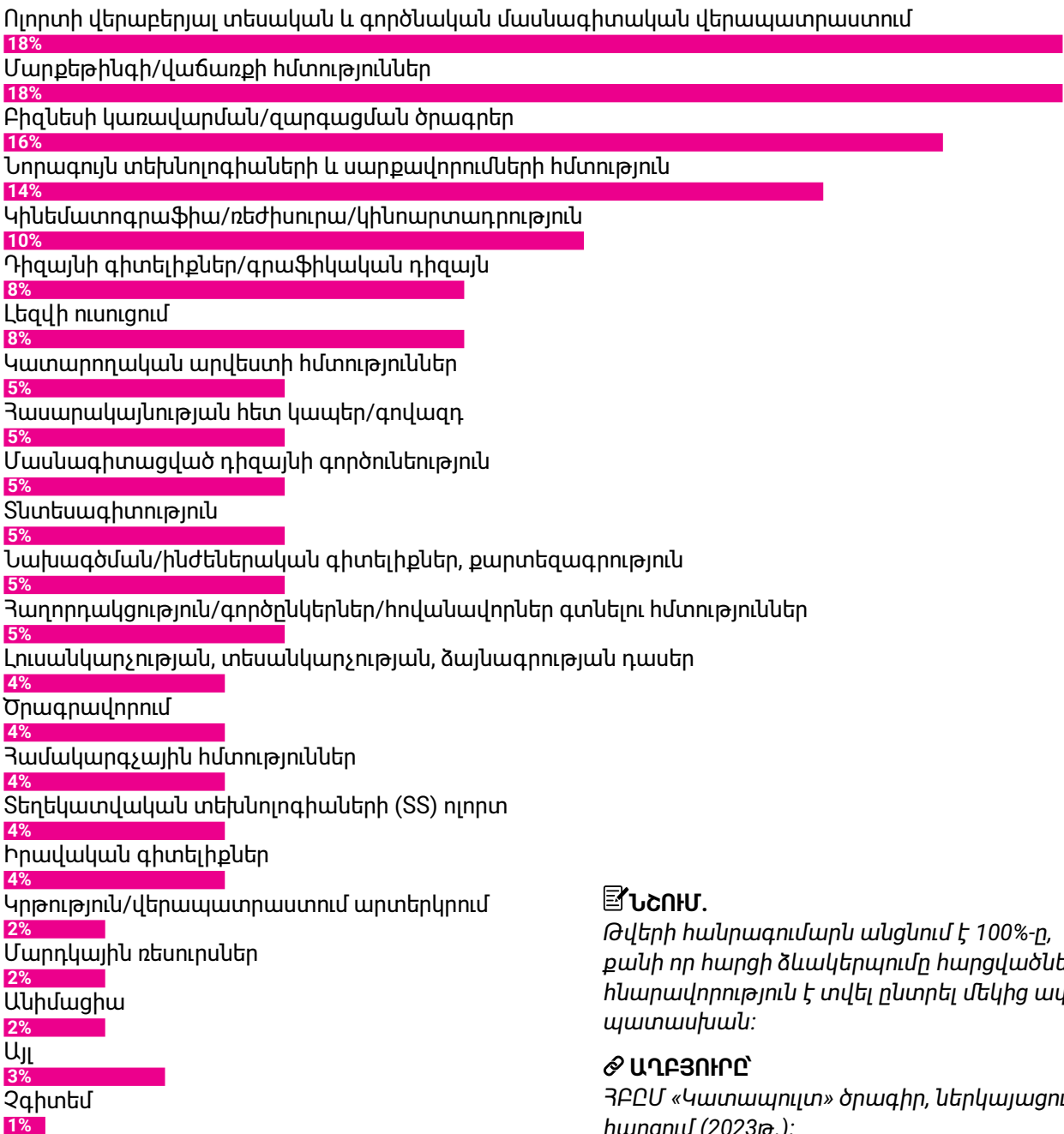
– Կատարողական արվեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

**ՆՆՇՈՒՄ.**  
Թվերի հանրագումարն անցնում է 100%-ը, քանի որ հարցի ձևակերպումը հարցվածներին հնարավորություն է տվել ընտրել մեկից ավելի պատասխան:

**ՍՐՔՈՒՐԸ**  
ՀԲԸՄ «Կատապոլտ» ծրագիր, ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

Ավելին, հարցված կազմակերպությունների 70%-ը համաձայնել են, որ իրենց բիզնեսի զարգացման և/կամ ավելի լավ արդյունքների հասնելու համար անհրաժեշտ է վերապատրաստել իրենց անձնակազմին: Այն հարցին, թե ինչպիսի վերապատրաստումը կբարելավեր անձնակազմի կատարողականությունը, հարցվածների կողմից ամենաշատ հավանություն ստացած երեք տարբերակներն են՝ **տեսական և գործնական մասնագիտական գիտելիքներ (18%), մարքեթինգի/վաճառքի հմտություններ (18%) և բիզնեսի կառավարման/ զարգացման ծրագրեր (16%):** Ավելի մանրամասն՝ տե՛ս Գծապատկեր 1.2.:

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 1.2. ԿԱՏԱՐՈՂԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐԵԼԱՎՄԱՆ ՀԱՄԱՐ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏ ՎԵՐԱՊԱՏՐԱՍՏՈՒՄ**



**ՆՇՈՒՄ.**  
Թվերի հանրագումարն անցնում է 100%-ը, քանի որ հարցի ձևակերպումը հարցվածներին հնարավորություն է տվել ընտրել մեկից ավելի պատասխան:

**ԱՐՔՅՈՒՐԸ**  
ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագիր, ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

Ոլորտին առնչվող կրթական համակարգի վերաբերյալ ընկալումները ցույց են տալիս, որ Հայաստանում միջին մասնագիտական կրթության որակից կա ընդհանուր դժգոհություն: Հարցված ՄՍՈ բիզնեսի սեփականատերերի 67%-ի գնահատմամբ՝ երկրում բարձրագույն և միջին մասնագիտական կրթական հաստատությունների շրջանավարտների գործնական գիտելիքների մակարդակը ցածր է:

Փորձելով ճշտել վերոնշյալ կարծիքները՝ մեր հետազոտական թիմն իրականացրել է Հայաստանի բարձրագույն կրթական հաստատությունների ՄՍՈ ուսումնական պլանների վերլուծություն՝ կառավարման և ձեռներեցության դասավանդման ծրագրերի առկայության վերաբերյալ: Ստուգվել են միայն պետական հաստատությունների կրթական ծրագրերը, իսկ մասնավոր ոլորտի կամ ՀԿ-ների դասընթացներն ու արտադասարանական ծրագրերը չեն ներառվել այս ուսումնասիրության մեջ:

Վերլուծությունն իրականացվել է՝ պարզելու, թե արդյոք հաստատությունն առաջարկում է մշակութային կառավարման և/կամ բիզնեսի մասնագիտացված կրթական աստիճան: Եթե ոչ, ապա դիտարկել ենք, թե արդյոք հաստատությունն առաջարկում է արվեստի կառավարմանն առնչվող թեմաների դասընթացներ, և արդյոք դրանք պարտադիր են, թե կամավոր:

Ամփոփումը ցույց է տալիս, որ Հայաստանում ներկայումս կան արվեստի և մշակույթի երեք պետական համալսարաններ՝

- *Երևանի թատրոնի և կինոյի պետական ինստիտուտ,*
- *Երևանի Կոմիտասի անվան պետական կոնսերվատորիա,*
- *Հայաստանի գեղարվեստի պետական ակադեմիա:*

Կան նաև չորս պետական համալսարաններ, որոնք առաջարկում են արվեստի կառավարման ֆակուլտետներ (բաժիններ) և/կամ կրթական ծրագրեր՝

- **Խաչատուր Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանն ունի կուլտուրայի ֆակուլտետ և գեղարվեստական կրթության ֆակուլտետ,**
- **Երևանի պետական համալսարանի պատմության ֆակուլտետն ունի արվեստաբանություն և մշակութաբանություն կրթական ծրագրեր,**
- **Հայաստանի ազգային պոլիտեխնիկական համալսարանն ունի մեխանիկամեքենաշինական, տրանսպորտային համակարգերի և դիզայնի ինստիտուտ, որտեղ առաջարկում են դիզայնի (ինտերիերի դիզայն և արդյունաբերական դիզայն) բակալավրի և մագիստրոսական դասընթացներ,**
- **Ճարտարպետության և շինարարության Հայաստանի ազգային համալսարանն ունի դիզայնին առնչվող մի շարք մասնագիտությունների բակալավրի (շինությունների դիզայն, գրաֆիկական դիզայն և այլն) և մագիստրոսական (ճարտարապետություն և դիզայն, համակարգչային դիզայն, կերպարվեստ) կրթական ծրագրեր:**

Սույն զեկույցի շրջանակներում դիտարկել ենք Երևանում գտնվող կրթական հաստատությունների ուսումնական պլանները. այս համալսարանների մասնաճյուղերը գործում են երկրի մյուս մարզերում ևս: Համալսարանների ուսումնական պլանների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ արվեստի և մշակույթի կառավարման ամենահամապարփակ կրթական ծրագրերն առաջարկում են **Երևանի թատրոնի և կինոյի պետական ինստիտուտն ու Խաչատուր Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանը:** Դրանց ուսումնական պլանների ամփոփ նկարագիրը ներկայացված է ստորև:





## ԵՐԵՎԱՆԻ ԹԱՏՐՈՆԻ ԵՎ ԿԻՆՈՅԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

Այս ինստիտուտն առաջարկում է արվեստի կառավարում մասնագիտության բակալավրի աստիճան, որը ներառում է կառավարման ու մարքեթինգի հետ կապված մի շարք դասընթացներ՝

Կամավոր մասնագիտական դասընթացներից են՝

Մագիստրոսական ծրագրի պարտադիր դասընթացները ներառում են՝

Կամավոր դասընթացներն են՝

Արվեստի կառավարում	Գովազդ	Բրենդինգ
Բիզնեսի նախագծում	Մշակութային քաղաքականություն	Միջոցառումների կազմակերպում
Ֆինանսների կառավարում	ՄՍ օրենք	Մարքեթինգ
Հիմնադրամների հետ հաղորդակցություն	Հանրային կապեր և մեդիա հաղորդակցություն	Կառավարման հոգեբանություն
Կինոյի կառավարում	Ծրագրերի կառավարում	Թատրոնի կառավարում
Բիզնես հաղորդակցություն	Ժամանակի կառավարում	Հեռուստատեսության կառավարում
Կառավարման և հաղորդակցության հմտություններ	Մեդիագրագիտություն	Մշակութային կառավարման արդի մեթոդներ
Մշակութային գլոբալացում	Մշակութային քաղաքականություն	Մշակութային ծրագրերի դիզայն

Կառավարման դասընթացներ առկա են նաև համալսարանի այլ կրթական աստիճանների ծրագրերում՝ ներառյալ արվեստի կառավարման հիմունքներ առարկան (որը պարտադիր է թատերագիտություն, կինոգիտություն և սցենարադրամատուրգիական արվեստ առարկաների կրթական ծրագրերում)՝ ի լրումն կամընտրական դասընթացների՝ կառավարման հոգեբանություն, գովազդ, հանրային կապեր և մեդիա հաղորդակցություն, ինչպես նաև բիզնես հաղորդակցություն:



## ԽԱՉԱՏՈՒՐ ԱԲՈՎՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՆԿԱՎԱՐԺԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

Այս պետական համալսարանն ունի կուլտուրայի ֆակուլտետ, որն առաջարկում է բակալավրի կրթական ծրագիր՝ «Կառավարում՝ ըստ ոլորտի» անվամբ: Ծրագիրն առաջարկում է հետևյալ դասընթացները՝

Մշակութային ծրագրերի նախագծում և կառավարում	Մշակութային գործունեության ֆինանսավորում	Մշակութային գործունեության կազմակերպում
Մշակութային ոլորտի կառավարում	Մշակութային անձնակազմի կառավարում	Մշակութային ոլորտի մարքեթինգ
Ձեռնարկատիրական գործունեություն	Կառավարման հիմունքներ	Մշակութային քաղաքականություն
Հանրային միջոցառումների կազմակերպում	Հաղորդակցության միջոցները մշակութային բնագավառում	Հանրային կապերի կառավարում
Մշակութային կազմակերպությունների կառավարում	Բիզնեսի նախագծում և կազմակերպում	Հարկային քաղաքականություն
Գովազդը մշակութային ոլորտում	Առաջնորդությունը մշակութային ոլորտում	

Նույն ֆակուլտետն ունի նաև մշակութային կառավարման երկու մագիստրոսական ծրագիր. մեկը՝ թանգարանային գործ և պատմամշակութային կառույցների պահպանություն, մյուսը՝ պրոդյուսերական գործ մասնագիտացմամբ:

Այս երկու հաստատություններից բացի, վերոնշյալ համալսարանները ևս առաջարկում են մշակութային կառավարման հետևյալ դասընթացները՝



### Երևանի Կոմիտասի անվան պետական կոնսերվատորիան

առաջարկում է կամավոր դասընթաց՝ *Երաժշտության կառավարում*։

Կարևոր է նշել, որ մշակութային ոլորտում կառավարման կրթության անբավարարությունը առաջացրել է հմտությունների բացեր, որոնք վերապատրաստման ծրագրերի և սեմինարների միջոցով փորձում են լրացնել շատ միջազգային կազմակերպություններ և տեղական ՀԿ-ներ ու հիմնադրամներ: Հաշվի առնելով այդ առաջարկների մեծ թիվը, հաճախականությունն ու փոփոխական բնույթը՝ հետազոտության սահմանափակումների պատճառով դրանք չեն ներառվել սույն ուսումնասիրության մեջ:

Կառավարությունը նույնպես աշխատում է զարգացնել այդ ունակությունները կարճաժամկետ կրթական ծրագրերի միջոցով: Օրինակ՝ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունը պետական մշակութային կազմակերպությունների աշխատողների համար առաջարկում է ֆոնդահայթայթման, մարքեթինգի և հանրային կապերի վերաբերյալ հատուկ մշակված դասընթացներ<sup>8</sup>: Կառավարությունն իրականացրել է նաև Խաչատուր Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանի և Երևանի թատրոնի և կինոյի պետական ինստիտուտի ուսանողներին մշակութային կազմակերպություններում ընդգրկելու փորձնական ծրագիր<sup>9</sup>:

Կրթական ծրագրով պայմանավորված՝ **Գեղարվեստի ակադեմիայի** կառավարման դասընթացները կարող են լինել և կամավոր, և պարտադիր:

Կառավարման դասընթացի ամենասահմանափակ ընտրությունը **Հայաստանի ազգային պոլիտեխնիկական համալսարանում** է. գրաֆիկական դիզայնի բաժնի ուսանողներին առաջարկվող՝ մարքեթինգի 4 միավորանոց դասընթացը, և **Ճարտարապետության և շինարարության Հայաստանի ազգային համալսարանում**, որը դիզայնի բաժնի մագիստրատուրայի ուսանողների համար առաջարկում է կառավարման 5 միավորանոց դասընթաց:

8 Հայաստանի կառավարությունը պարտավորվել է իրականացնել «Կառավարման կարողությունների զարգացում» դասընթացներ՝ տարեկան 18 ՊՈԱԿ-ների 30 ներկայացուցիչների մասնակցությամբ: Այն ընդունվել է 2021թ.-ին, սակայն տեղեկություն չկա՝ այն ընթացքի մեջ է, թե՞ ոչ: Տե՛ս «ՀՀ կառավարության 2021-2026թթ. գործունեության միջոցառումների ծրագիր», Հայաստանի կառավարության կայք, Գլուխ՝ Մշակույթ, Բաժին 40.3 (2022), էջ 377: [https://www.e-gov.am/u\\_files/file/decrees/kar/GVF6-95DC-F62A-E9D9/2117.1.pdf](https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/kar/GVF6-95DC-F62A-E9D9/2117.1.pdf)

9 «Արվեստի կառավարում» ծրագրի մասնակիցներին կտրամադրվեն հարթակներ՝ տեսական գիտելիքները գործնականում կիրառելու համար», ԿԳՄՍՆ կայք, մարտի 4, 2022թ.: <https://escs.am/am/news/11760>

## ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Ուսումնական պլանների մեր վերլուծությունը ցույց տվեց, որ **Երևանի թատրոնի և կինոյի պետական ինստիտուտն** ու **Հայկական պետական մանկավարժական համալսարանն** ունեն ՄՍՈ կառավարման դասընթացների ավելի համապարփակ ցանկեր, մինչդեռ այլ պետական կրթական հաստատություններն առաջարկում են ավելի սահմանափակ ընտրություն, որտեղ դասընթացները հաճախ կամավոր են: Նշված անհամապատասխանությունը հաստատում է այն ենթադրությունը, որ բուհական մակարդակում կառավարման և բիզնես կրթության հնարավորությունները ՄՍՈ ուսանողների համար թերի են:

ՄՍՈ ներկայացուցիչների շրջանում անցկացված մեր առաջնային հետազոտությունը, որտեղ առկա էր երիտասարդ շրջանավարտների տեսական ու գործնական գիտելիքների նկատմամբ ընդհանուր դժգոհություն, ևս հաստատում է դա: Ավելին, նշվել է նաև, որ արտադրության, կառավարման, բիզնեսի զարգացման, վաճառքի և մարքեթինգի բնագավառներում փորձառությունն էական նշանակություն ունի բոլոր ՄՍՈ կազմակերպություններում և բիզնեսներում եկամուտների աճի համար:

Չնայած մշակույթի կառավարման որոշ դասընթացների առկայությանը՝ դրանք նկատելի ազդեցություն չեն ունեցել տեղական շուկայի վրա: Հնարավոր պատճառներից կարող են լինել դասընթացների ոչ բավարար որակը, դասախոսների ցածր աշխատավարձերը, գործնական/կիրառական դասընթացների պակասը: Անշուշտ, դա կարող է լինել նաև կրթության և բիզնեսի ոլորտների միջև առկա խզման արդյունք:

Հաշվի առնելով ստացված տվյալները՝ առաջարկում ենք հետևյալը:

### Իրականացնել լրացուցիչ հետազոտություն:

*Մշակույթի կառավարում դասընթացի առկա կրթական ծրագրերի որակը գնահատելու համար անհրաժեշտ է կատարել լրացուցիչ հետազոտություն: ՄՍՈ կրթական ոլորտի ներկայացուցիչների հետ ֆոկուս խմբային քննարկումները ևս կարող են օգնել հետևություններ անելու, թե ինչու են առկա ծրագրերն այդքան սահմանափակ ազդեցություն ունեցել ոլորտի վրա: Այդ պատճառներից կարող են լինել ցածր աշխատավարձերը, վերապատրաստում անցած մասնագետների ոչ բավարար քանակը և/կամ ոլորտում աշխատելու ցանկության բացակայությունը:*

### Մշակել նոր կրթական ծրագրեր:

*Առկա կրթական ծրագրերի բովանդակությունն ու շուկայական պահանջարկը գնահատելուց հետո ձեռնամուխ լինել ստեղծելու նոր կրթական ծրագրեր կամ հատուկ ֆակուլտետներ, որոնք անհրաժեշտ են ՄՍՈ-ներին աջակցելու համար:*

### Խթանել պետական վերահսկողությունն ու հոգածությունը:

*Կառույցների ղեկավարներն ու քաղաքականություն մշակողները պետք է ներդրումներ անեն և բուհական մակարդակում զարգացնեն մշակութային կառավարում և բիզնեսի զարգացում մասնագիտացումները՝ ոլորտում ավելի կայուն և համակարգային ազդեցություն ապահովելու համար:*

«Բամբինո»-ի երաժիշտները Օրգովի Հերոնու ռադիոսպտիկական աստղադիտակում, 2020թ.: **Լուսանկարը՝ Արամ Կիրակոսյանի**



## ԳԼՈՒԽ 2. ՖԻԶԻԿԱԿԱՆ ԵՎ ՎԻՐՏՈՒԱԼ ՀԱՐԹԱԿՆԵՐ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՍՈՆԵՐԻ ԱՌԱՋԽԱՂԱՑՄԱՆ ՀԱՄԱՐ

Սույն հետազոտությունը նախաձեռնելիս մեր երկրորդ առանցքային ենթադրությունն այն էր, որ հայաստանյան ՄՍՈ-ները խթանող իրական և վիրտուալ հարթակները սահմանափակ են: Մեզ համար հատուկ հետաքրքրություն էին ներկայացնում այն հարթակները, որոնք գովազդում, ցուցադրում և վաճառում են հայաստանյան ծագումով ստեղծարար ապրանքներ, ինչպես նաև ենթադրում էինք, որ միջազգային հարթակներից օգտվելը չափազանց թանկ է: Այս ենթադրությունները քննության առնելու համար ուսումնասիրել ենք հայաստանյան արվեստն ու մշակույթը տեղի և համաշխարհային լսարանին կապող մի շարք իրական և վիրտուալ հարթակներ: Դրանք են՝

- *Ստեղծագործական միություններ*
- *Արվեստի և մշակույթի վաճառքի և գովազդի առցանց հարթակներ*
- *Արվեստի լրագրություն և քննադատություն*
- *Միջազգային փառատոներ, տոնավաճառներ և ցուցահանդեսներ, որոնց մասնակցում է Հայաստանը*
- *Հայաստանում կազմակերպվող փառատոներ, տոնավաճառներ և ցուցահանդեսներ:*



## ՍՏԵՂԾԱԳՈՐԾԱԿԱՆ ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հայաստանյան ստեղծագործական միությունները հիմնականում հետևում են խորհրդային շրջանում ընդունված մոդելին, այն է՝ գովազդել և հանրայնացնել իրենց անդամների ստեղծարար ջանքերը փառատոնների, ցուցահանդեսների, ստեղծագործական հավաքների, մրցանակաբաշխությունների և մշակութային այլ միջոցառումների միջոցով: Նման օրինակներից են Երիտասարդ ռեժիսորների փառատոնը, Աբովյանի թատերական փառատոնը, «Արտավազը» մրցանակաբաշխությունը, Հայաստանի նկարիչների միության կողմից կազմակերպվող ցուցահանդես վաճառքները և այլն:

*Կարևոր է նշել, որ այս միությունները սովորաբար չեն ծառայում որպես արհմիություններ:* Ժամանակակից մասնագիտական արհմիությունները, որպես կանոն, պաշտպանում են աշխատավորների իրավունքները, բարելավում նրանց աշխատանքային պայմանները, բանակցում աշխատավարձի վերանայման շուրջ, ինչպես նաև կոլեկտիվ հաղորդակցություն ապահովում ղեկավարության հետ: Այս առումով բացառություն է Հայաստանի ճարտարապետների պալատը (հիմնված 1937թ.-ին), քանի որ, բացի իրավունքների պաշտպանությունից, այն իր անդամների համար մշակում, կազմակերպում և հասանելի է դարձնում մասնագիտական չափորոշիչները, վարկանիշներն ու կրթական ծրագրերը: Նմանապես, վերջերս հիմնված Նորաձևության և դիզայնի պալատը (2017թ.-ից) ձգտում է համախմբել ոլորտը և մատակարարների և պետական պաշտոնյաների շրջանում իրականացնել ստեղծագործողների շահերի պաշտպանություն:

Մինչ Հայաստանը կարող է հպարտանալ իր ստեղծագործական միությունների և ստեղծարար մասնագիտական կազմակերպությունների բազմազանությամբ, ՄՍՈ բիզնեսների և կազմակերպությունների շրջանակներում անցկացված մեր ներկայացուցչական հարցումը ցույց է տալիս, որ դրանց անդամակցությունն այնքան էլ լայն տարածում չունի: Մեր հարցմանը մասնակցած անհատների ընդամենը 6%-ը և կազմակերպությունների 12%-ն են նշել, որ անդամակցում են որևէ մասնագիտական միության:

Հայաստանում հիմնված ստեղծագործական միությունները՝

Հայ դերասանների միություն	Հայաստանի նկարիչների միություն	Հայաստանի գրողների միություն	Հայաստանի կինոգործիչների միություն
Հայաստանի ճարտարապետների պալատ	Հայաստանի կոմպոզիտորների միություն	Հայաստանի թատերական գործիչների միություն	Հայաստանի ժուռնալիստների միություն

Մեր ֆոկուս խմբային քննարկումների ընթացքում ՄՍՈ ներկայացուցիչներն ընդգծել են ստեղծագործական միությունների աջակցման համար պետական ֆինանսավորման ավելացման կարևորությունը: Ըստ մասնակիցների՝ այդ աջակցությունը միություններին հնարավորություն կընձեռի ավելի լավ կատարել Հայաստանի արվեստն ու մշակույթը ներկայացնելու իրենց դերը թե՛ երկրի ներսում, թե՛ արտերկրում, ինչպես նաև ընդլայնել անդամներին առաջարկվող ծառայությունների շարքը<sup>10</sup>:

10 Ֆոկուս խմբերի մասնակիցներից մի քանիսը նշել են, որ կցանկանային ունենալ ստեղծագործական միությունների մատուցած ծառայությունների ընդլայնված շարք, որը կներառեր նաև անդամների մտավոր սեփականության պաշտպանություն, ֆինանսական միջոցների հայթայթման հնարավորություն, աշխատանքային տարածքների և մասնագիտական աջակցության տրամադրում: Առաջարկ է հնչել, որ գործող արհմիությունները վերափոխվեն, կամ ստեղծվեն նորերը՝ այս նպատակներն իրականացնելու համար:

Սույն հետազոտության շրջանակներում կատարվել է հայաստանյան ստեղծագործական միությունների վեբկայքերի ուսումնասիրություն՝ գովազդի տեսանկյունից, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ կայքերը տեղեկատվության փոխանակման, տարածման և գովազդի շատ կարևոր հարթակ են թե՛ մասնագիտական, թե՛ ընդհանուր լսարանի համար:

Մեր ստացած տվյալներն ի ցույց են դնում ուշադրության արժանի մի քանի դիտարկումներ: Առաջին՝ այս միությունները սովորաբար ունեն 100 կամ ավելի անդամ<sup>1</sup>: Առանձնանում է ճարտարապետների պալատը՝ մոտ 370 անդամով, որտեղ ներկայացված են և՛ ճարտարապետներ, և՛ շինարարներ: Անդամակցության վերաբերյալ տեղեկատվությունը կայքերում շատ տարբեր է. որոշները տրամադրում են այն, մյուսները՝ ոչ: Անդամակցության վերաբերյալ տեղեկատվություն տրամադրող կայքերից միայն մի քանիսն են ներկայացնում իրենց անդամների ստեղծագործական կենսագրությունը, շատ կայքերում չկան իրենց անդամների կոնտակտային տվյալները: Հատկանշական է, որ այս կայքերի մեծ մասը հասանելի է միայն հայերեն լեզվով: Այն դեպքերում, երբ առկա է նաև անգլերեն տարբերակը, դրանցում որոշ բաժիններ կամ թերի են, կամ էլ ընդհանրապես դատարկ են: Այս միությունների համար սա բաց թողնված հնարավորություն է՝ ինչպես իրենց գովազդի լսարանը ընդլայնելու, այնպես էլ իրենց անդամների վերաբերյալ

«Կոմպոզիտորների միությունը ֆինանսավորման/ դրամաշնորհների կարիք ունի, որպեսզի կարողանա աշխարհին ներկայացնել հայկական երաժշտությունն ու արտիստներին: Երբ կոմպոզիտորը հաջողության է հասնում, դա տեղի է ունենում սոսկ իր սեփական նախաձեռնությամբ, քանի որ չկա պետական աջակցություն, ոչ էլ Կոմպոզիտորների միությունն է ի վիճակի գովազդել այդ երաժշտությունը: Ունենք լայն միջազգային ցանց. մասնակցում ենք փառատոնների ԱՄՆ-ում, Բելգիայում, Գերմանիայում, բայց դա տեղի է ունենում միայն արտաքին աջակցությամբ: Միությանն անհրաժեշտ է ֆինանսավորում կոմպոզիտորների ստեղծագործությունների նոտաները տպագրելու և ձայնագրելու համար»:

– Երաժշտության ոլորտի ներկայացուցիչ



Կասկադի տեսարանը «Ջազի միջազգային օրվա» ընթացքում, 2017թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի

տեղեկատվություն տարածելու, իրենց անդամների և հաճախորդների/լսարանի միջև հաղորդակցության ապահովման առումով՝ ինչպես երկրի ներսում, այնպես էլ արտերկրում:

Լավ մշակված կայքի օրինակ է **Նորաձևության և դիզայնի պալատի** կայքը, որն ամբողջությամբ հաշվի է առել այդ հնարավորությունները: Ըստ 2023թ. սեպտեմբերի տվյալների՝ կայքը ներկայացնում է իրենց 42 անդամների մասին ինֆորմացիա, որոնցից յուրաքանչյուրը ներառում է դիզայների լուսանկարը, էլ. փոստի հասցեն, նրանց սոցիալական կայքերի էջերը, մասնագիտական կենսագրությունը և աշխատանքների ցուցադրությունը:

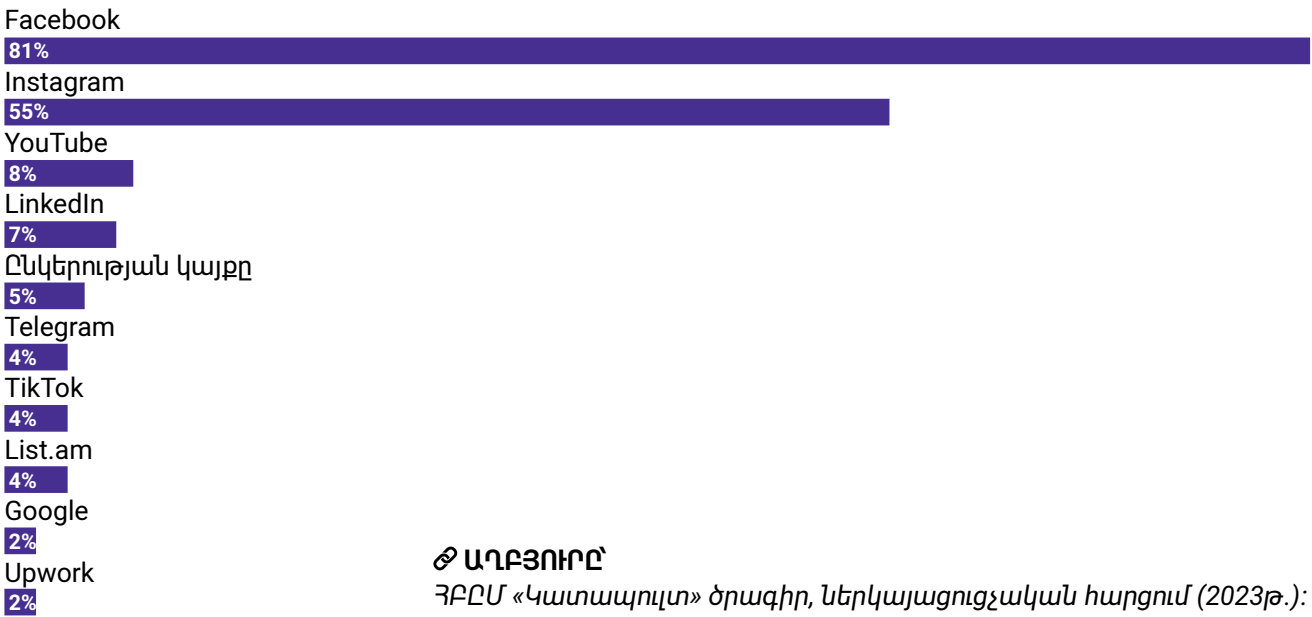
11 Ըստ այն ստեղծագործական արհմիությունների, որոնք իրենց կայքում ներառել են անդամների մասին տեղեկություններ:

## ԳՈՎԱԶԴԻ ԵՎ ՎԱՃԱՌՔԻ ԱՌՑԱՆՑ ՀԱՐԹԱԿՆԵՐ

ՄՍՈ բիզնեսների և այլ կազմակերպությունների շրջանում մեր անցկացրած ներկայացուցչական հարցումը ցույց տվեց, որ հարցվածների մեծամասնությունը (81%) օգտվել է առցանց հարթակներից՝ գովազդելու կամ վաճառելու ՄՍՈ ապրանքներ կամ ծառայություններ: **Հանդիսադիր ներկայացումների և միջոցառումների** բնագավառի օգտատերերն ամենաակտիվն էին. ըստ տվյալների՝ նրանց 97%-ը օգտվել է նշված առցանց հարթակներից:

Հարցվածների կողմից նշված առցանց հարթակների մեջ առանձնանում են Facebook-ն ու Instagram-ը՝ որպես ամենաշատ գործածվածը՝ համապատասխանաբար 81% և 55% (տե՛ս Գծապատկեր 2.1):

### ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 2.1. ՄՍՈ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՎԱՃԱՌՔԻ ԵՎ ԳՈՎԱԶԴԻ ՀԱՄԱՐ ՕԳՏԱԳՈՐԾՎՈՂ ԱՌՑԱՆՑ ՀԱՐԹԱԿՆԵՐԸ



ՃԱՐՔՈՒՐԸ  
 ՀԲԸՄ «Կատապոլտ» ծրագիր, ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

Թեև Facebook-ն ամենալայն տարածում ունեցող սոցիալական մեդիա գործիքն է Հայաստանում, սակայն երկրից դուրս վերջինիս կիրառման արդյունավետությունը (ավելի լայն հասարակության համար դրա հասանելիությունը) վիճելի է: Չնայած այն կայուն հարթակ է, որը միավորում է օգտատերերին և ընդլայնում նրանց աշխատանքը, սակայն Facebook-ը միջազգայնորեն կորցրել է իր ժողովրդականությունը հատկապես նոր սերնդի շրջանում և ընդհանուր առմամբ, որպես մասնագիտական գործիք<sup>12</sup>: Ավելին, ՄՍՈ ներկայացուցիչների շրջանում մեր հարցումը ցույց տվեց, որ Հայաստանի շատ քաղաքացիներ բավարար գիտելիքներ և հմտություններ չունեն՝ օգտագործելու սոցիալական մեդիա հարթակներն իրենց համապատասխան ստեղծագործական բնագավառում ներթվորքինգի, մարքեթինգի և վաճառքի համար:

Ինչ վերաբերում է արվեստի գործերի գովազդի և վաճառքի համար հատուկ ստեղծված հարթակներին, Ֆոկուս խմբերի մասնակիցները նշել են, որ այդպիսի հարթակների հետ աշխատանքի համար անհրաժեշտ է ձեռք բերել գիտելիքներ և փորձառություն: Ֆոկուս խմբային քննարկումների ընթացքում ՄՍՈ ներկայացուցիչների կողմից նշված հարթակների թվում էին YouTube-ը, iTunes-ը, Artsy-ն, Saatchi Art-ը և Amazon/Kindle-ը: Որոշ մտահոգություններ են հնչել՝ կապված այս հարթակներում դրամայնացման (monetisation) տեխնիկական և իրավական խոչընդոտների հետ, որոնց անդրադառնում ենք սույն զեկույցի էլեկտրոնային վճարումներ/էլեկտրոնային առևտուր բաժնում:

12 Տե՛ս Դեյվիդ Լինհարթ, «Ֆեյսբուքի չորս խնդիրները», Նյու Յորք Թայմզ, օգոստոսի 22, 2022թ.: <https://www.nytimes.com/2022/08/22/briefing/facebook-metaverse-meta-problems.html>



«Առցանց հարթակներն օգտակար են մեր ապրանքների ցուցադրության և վաճառքի համար: Օրինակ՝ Artsy-ն և Saatchi Art-ը, որոնց բաժանորդագրվելու/ անդամակցության վճարները, սակայն, բարձր են, հետևաբար, նման առցանց վաճառքներ կազմակերպելու համար միջևորդ է պետք»:

– Արիեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

Վիզուալ արվեստի ոլորտի ՖԻՔ մասնակիցները նշել են, որ արվեստի ցուցադրության և վաճառքի համաշխարհային ճանաչում ունեցող առցանց առևտրի հարթակները հաճախ պահանջում են բաժանորդագրման այնպիսի վճարներ, որոնք անմատչելի են Հայաստանի շատ քաղաքացիների համար: Օրինակ, Artsy-ն՝ վիզուալ արվեստի համար լայնորեն կիրառվող միջազգային առցանց առևտրի հարթակներից մեկը, ըստ որոշ աղբյուրների, բացի 10%-15% միջևորդավճարից, որը պահվում է յուրաքանչյուր վաճառքից<sup>13</sup>, նաև 375-675 դոլար ամսավճար է գանձում: Ավելին՝ այդ հարթակում արվեստի գործերը կարող են վաճառվել միայն հաստատված գործող պատկերասրահների միջևորդությամբ, ինչի հետևանքով անտեսվում են անկախ արվեստագետները:

Այդուհանդերձ, առանձնացրել ենք մի քանի կայքեր, որոնք ակնհայտորեն ստեղծված են հայաստանյան վիզուալ արվեստագետների գործերի գովազդի և վաճառքի համար՝ առաջարկելով ավելի մատչելի մուտքավճար տեղի արվեստագետների համար: Այդ առցանց առևտրային հարթակներն են՝ ArmenianArt.am, Armenian Artists Project (AAP), The Artfor's և Buy Armenian: Սրանցից յուրաքանչյուրը ծառայում է որպես վստահելի հարթակ արվեստագետների և վարպետների համար՝ ցուցադրելու և վաճառելու իրենց աշխատանքները՝ միևնույն ժամանակ հնարավորություն ընձեռելով գնորդներին կայքի հարմարավետության հաշվին հեշտությամբ ուսումնասիրել, տեղեկանալ և հայկական արվեստի ու արիեստի նմուշներ ընդգրկել իրենց հավաքածուների մեջ: Այնուամենայնիվ, պարզ չէ, թե այս հարթակներն ինչ չափով կկարողանան իրենց նպատակին ծառայեցնել միջազգային խոշոր շուկաները:

13 Չնայած Artsy-ն չի հրապարակում իր սակագները, բազմաթիվ աղբյուրներ նշում են, որ ամսական վճարումները տատանվում են 375-675 դոլարի միջակայքում, իսկ միջևորդավճարները՝ 10-15%-ի: Տե՛ս Փեդի Ջոնսն, «Փոքր պատկերասրահները գայրացած են [...]», Արթ թերթ, մարտի 24, 2020թ.: <https://www.theartnewspaper.com/2020/03/23/smaller-galleries-frustrated-by-digital-sales-platforms-as-dealers-move-business-online-due-to-coronavirus-lockdowns>

## ԱՐՎԵՍՏԻ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԶՆՆԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

Առցանց հարթակների հետ կապված մեկ այլ մտահոգության առիթ է հայկական մշակութային նորություններն ու ոլորտին առնչվող թեմաները լուսաբանող առցանց պարբերականների բացակայությունը: Արվեստի լրագրության առցանց հարթակների հիմնումը կարող է ծառայել որպես արժեքավոր միջոց այս թեմաների շուրջ արվեստագիտական ազդեցիկ և հեղինակավոր ձևաչափով ինֆորմացիա տարածելու համար:

Ավելին, ՄՍՈ մի քանի ոլորտներ ներկայացնող ֆոկուս խմբերի մասնակիցներ ուշադրություն հրավիրեցին այն փաստի վրա, որ երկրում քիչ են այնպիսի մշակութաբանները և արվեստի լրագրողները, որոնք կկարողանան իրենց ներդրումն ունենալ թվային հրապարակումներում և որակի ստանդարտներ մշակել տեղական արտադրության համար: Ֆիք մասնակիցները նշել են, որ անհրաժեշտ է վերապատրաստել արվեստաբանների, որոնք ապահովված կլինեն բավարար աշխատավարձով և կխրախուսվեն ոլորտում աշխատելու համար՝ հավատարիմ մնալով մասնագիտական բարձր էթիկային և ստանդարտներին: Մեր իրականացրած հարցումն արտացոլում է այս տրամադրությունները, որոնցում ՄՍՈ ներկայացուցիչները լրագրողներին ներառել են ոլորտի եկամտաբերությունը բարձրացնելու համար անհրաժեշտ ամենապահանջված մասնագետների առաջին տասնյակում:

Հասանելի առցանց լրատվական հարթակների ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ անգլալեզու մշակութային բաժին ունեն **Ջեոքն** ու **EVN Report**-ը, մինչդեռ հայալեզու հարթակների թվում են **Արվեստագիրն** ու **Քննադատական հանդեսը**: Կարևոր է նշել, որ կանոնավոր հաճախականությամբ հրապարակվող միակ հարթակը EVN Report-ն է, իսկ մյուս հարթակները (ինչպիսիք են Քննադատական հանդեսը և Արվեստագիրը), թվում է, պասիվ կամ անհասանելի են 2023թ. սեպտեմբերի դրությամբ:

«Չնայած բազմաթիվ առցանց մեդիայի/ բլոգների, ինստագրամյան էջերի առկայությանը՝ չկան պրոֆեսիոնալ լրագրողներ և ֆոտոլրագրողներ, որոնք ինչպես հարկն է կուսաբանեն [տեղական նորաձևության] նորությունները: Նորաձևության քննադատների պակաս ևս կա: Պետք է ավելի լավ օգտագործենք նեթվորքինգը օտարերկրյա մասնագետների հետ՝ [...] փորձի փոխանակման և նրանցից սովորելու համար»:

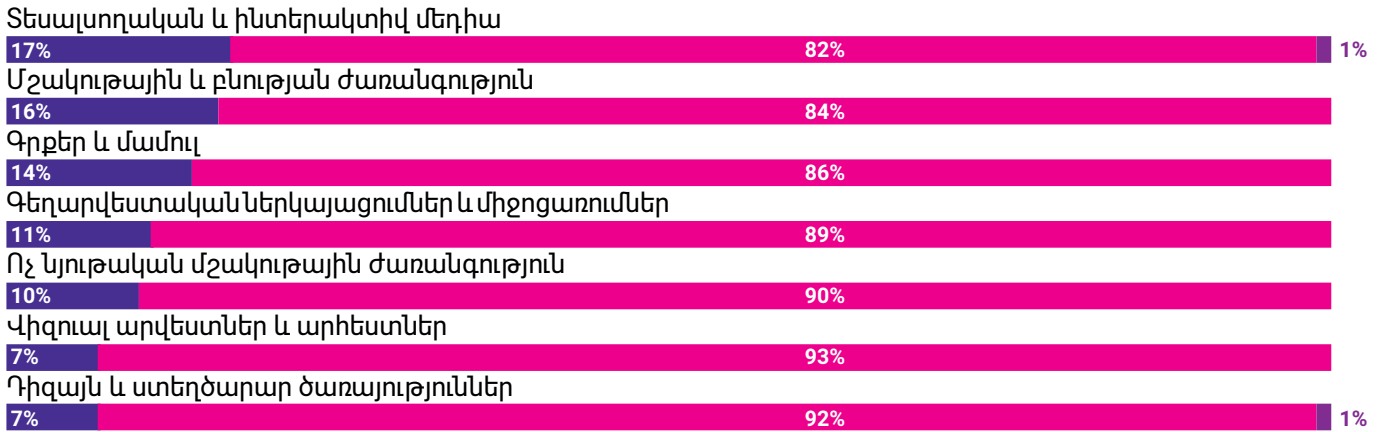
– *Նորաձևության ոլորտի ներկայացուցիչ*

## ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԷՔՍՊՈՆԵՐ, ՓԱՌԱՏՈՆՆԵՐ ԵՎ ԲԻԵՆԱԼԵՆԵՐ

Երկրի մասնակցությունն արտերկրում կազմակերպվող միջազգային էքսպոներին, փառատոններին և բիենալներին կարևոր է ստեղծագործական ոլորտի դերակատարների մասնագիտական զարգացման և գովազդի համար: Ազգային ներկայացուցչությունը նման միջոցառումներին նաև պատվաբեր է երկրի համար:

ՄՍՈ ներկայացուցիչների շրջանում մեր իրականացրած ներկայացուցչական հարցմանը մասնակցածների մեծամասնությունը (88%) նշել է, որ վերջին երեք տարիների ընթացքում չի մասնակցել որևէ միջազգային էքսպոյի: Հարցումը ցույց է տվել նաև, որ նման էքսպոների մասնակցությունը համեմատաբար ավելի լայն տարածում ունի տեսալսողական և ինտերակտիվ մեդիայի (17%), ինչպես նաև մշակութային և բնության ժառանգության պահպանության (16%) ոլորտի կազմակերպությունների շրջանում: Մանրամասների համար՝ տե՛ս Գծապատկեր 2.2.:

## ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 2.2. ՎԵՐՋԻՆ 3 ՏԱՐԻՆԵՐԻ ԸՆԹԱՑՔՈՒՄ ԱՐՏԵՐԿՐՅԱ ԷՔՍՊՈՆԵՐԻ ՄԱՍՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆՆ ԸՍՏ ՄՍՈՆԵՐԻ



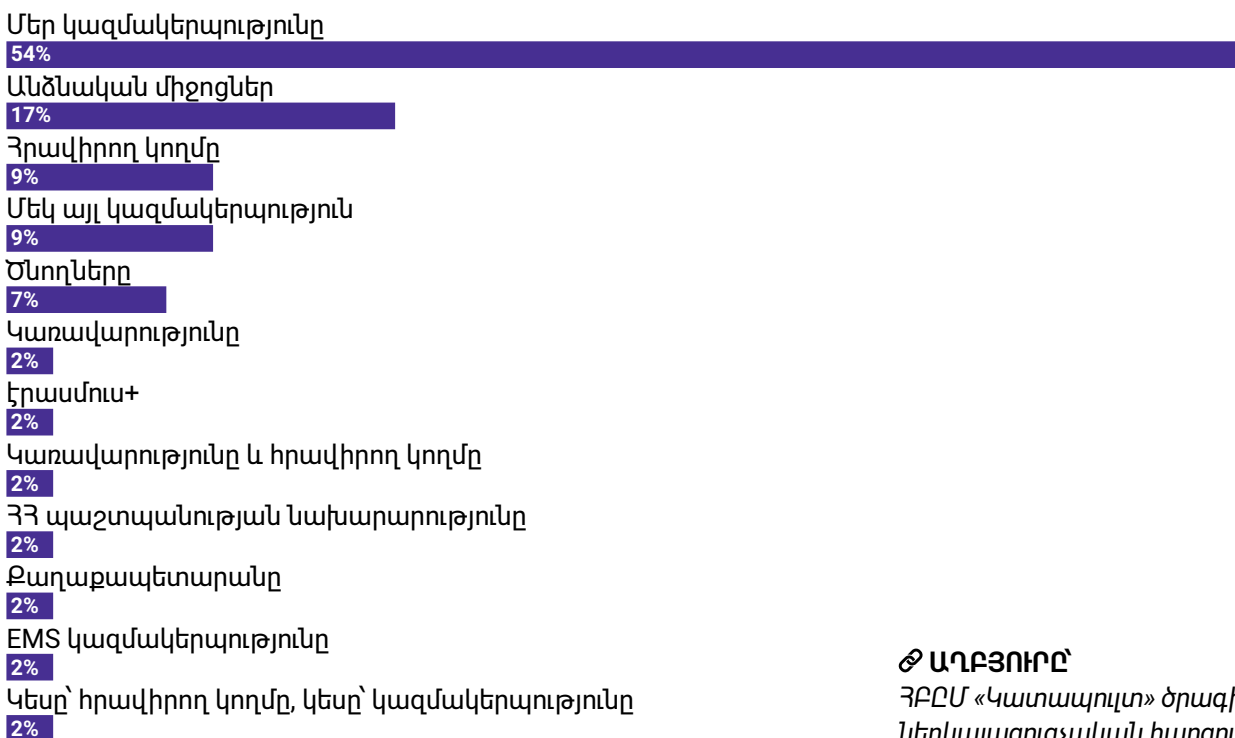
■ Մասնակցել եմ  
■ Չեմ մասնակցել  
■ Չգիտեմ/Չրաժարվել է պատասխանել

**ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
 ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագիր,  
 ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

Վերջին երեք տարիների ընթացքում միջազգային էքսպոնների մասնակցած ՄՍՈ կազմակերպությունների 54%-ը էքսպոյի հետ կապված ծախսերը վճարել է կազմակերպության բյուջեից: Էքսպոնների ծախսերի վճարման երկրորդ ամենատարածված աղբյուրը անձնական միջոցներն են: Սա խոչընդոտ է հանդիսանում ՄՍՈ բիզնեսների, կազմակերպությունների և անհատների մասնակցության համար, որոնք միզուցեցանկանային մասնակցել միջազգային միջոցառումների, սակայն բախվում են ֆինանսական դժվարությունների: Լրացուցիչ տեղեկության համար տե՛ս Գծապատկեր 2.3.:

Ֆոկուս խմբերի որոշ մասնակիցների համար ևս ծախսերի խնդիրը մտահոգության տեղիք էր տալիս: Նրանք բացատրել են, որ չնայած պետությունը դրամաշնորհներ է տրամադրում տոնավաճառների և էքսպոնների տաղավարների համար, սակայն ճամփորդության և կեցության ծախսերը չեն փոխհատուցվում, ինչը Հայաստանի շատ քաղաքացիների հնարավորության սահմաններից վեր է: Նրանց համար, ովքեր չեն ստանում պետական ֆինանսավորում կամ դրամաշնորհներ, բացի ճամփորդական ծախսերից, գումարվում են նաև ապրանքների առաքման ծախսերը և նման փառատոնների համար սովորաբար պարտադիր մասնակցության վճարները:

## ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 2.3. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԷՔՍՊՈՆԵՐԻՆ ՄԱՍՆԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՐ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՄԱՆ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐԸ



**ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
 ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագիր,  
 ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

Ֆոկուս խմբերի մասնակիցների կողմից հաճախ հնչեցված մտահոգություններից մյուսը վերաբերում է այս միջոցառումներին ապրանքների առաքման/արտահանման գործընթացին: Մասնակիցներն առանձնացնում են կրկնակի դժվարություն՝ ՄՍՈ ապրանքների արտահանման և ներկրման վերաբերյալ ստեղծագործողների ոչ բավարար գիտելիքները՝ միախառնված բարդ բյուրոկրատական գործընթացների հետ: Այն ներառում է լայնածավալ թղթաբանություն, ինչպես նաև պետական գերատեսչություններից ձեռք բերվող բազմաթիվ լիցենզիաների և թույլտվությունների անհրաժեշտություն: Այս թեմային խորությամբ անդրադառնում ենք զեկույցի 3-րդ գլխի «Լոգիստիկա՝ առաքում և արտահանում» բաժնում:

«Ապրանքները, որոնք որոշ հայ վարպետներ տեղափոխում են [օդային ճանապարհով] էքսպոնների համար, հաճախ բռնազանձվում են մաքսատան կողմից, քանի որ չեն ունենում համապատասխան փաստաթղթեր, ասենք, ժամանակավոր արտահանման/ներկրման ռեժիմի թղթեր: Մաքսատան աշխատակիցները էքսպոնների գնացող վարպետներից պահանջում են վճարել իրենց ապրանքների արտահանման հարկեր, մինչդեռ վերջիններս վստահ չեն՝ կկարողանան արդյոք այդ իրերն այնտեղ վաճառել: Եվ սա լուրջ խոչընդոտ է նրանց համար»:

– *Վիզուալ արվեստի/արհեստի ոլորտի ներկայացուցիչ*

Ֆոկուս խմբերի մասնակիցներն ընդգծել են միջազգային միջոցառումներին իրենց մասնակցությանն առնչվող մի քանի այլ խոչընդոտներ ևս: Դրանք են՝ ճամփորդական վիզայի ստացման դժվարությունները, միջազգային վճարային փոխանցումների սահմանափակումները (ներառյալ այնպիսի էլեկտրոնային վճարային համակարգերը, ինչպիսին PayPal-ն է), համաշխարհային շուկայում հայկական մշակութային արտադրանքի սահմանափակ պահանջարկը, արտասահմանում ազգային ներկայացուցչություն ապահովելու համար պատասխանատու պետական պաշտոնյաների անբավարար նախապատրաստությունը և երկարաժամկետ պլանավորման բացակայությունը:

Հայաստանի կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարության կայքի համառոտ նկարագրությունը ներկայացնում է կառավարության մակարդակով ազգային մասնակցությունը հետևյալ միջոցառումներին և առանձնացնում նշանակալի նվաճումները՝

1995թ.-ից ի վեր Հայաստանն ամեն տարի մասնակցում է Վենետիկի բիենալեին: Հատկանշական է, որ 2015թ.-ին Հայաստանն արժանացել է հեղինակավոր «Ոսկե առյուծ» մրցանակին լավագույն ազգային տաղավարի համար:

2021թ.-ին արցախցի կինոռեժիսոր Մարիամ Ավետիսյանը հաղթող է ճանաչվել Կաննի կինոփառատոնի «Բնիկ մարդկանց մասին լավագույն ֆիլմ» և «Լավագույն լիամետրաժ վավերագրական ֆիլմի ռեժիսոր» անվանակարգերում: 2022թ.-ին Հայաստանի ազգային կինոկենտրոնը մասնակցել է նաև Կաննի կինոփառատոնին կից անցկացվող «Մարշե դե Ֆիլմ» կինոշուկային:

ԿԳՄՍՆ կայքում վերջերս տեղ գտած այլ միջազգային տոնավաճառներն ու էքսպոներն են՝

Ավանդական արհեստների միջազգային ցուցահանդես (Բուլղարիա)	Ֆրանկֆուրտի գրքի միջազգային ցուցահանդես (Գերմանիա)	Նորարարական կրթությունը Իրաքում	Մոսկվայի գրքի միջազգային ցուցահանդես (Ռուսաստան):
---	--	---------------------------------	---

## ՏԵՂԱԿԱՆ ԷՔՍՊՈՆԵՐ, ՓԱՌԱՏՈՆՆԵՐ ԵՎ ՏՈՆԱՎԱՃԱՌՆԵՐ

Ազգային փառատոնները կենսական դեր ունեն Հայաստանում արվեստի և մշակույթի խթանման գործում: Վերջին տարիներին երկրում կազմակերպվող փառատոնների թիվը զգալիորեն աճել է, ներառյալ այնպիսիք, որոնք նվիրված են ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունը, օրինակ, *Գաթայի*, *Տոլմայի*, ինչպես նաև *Գինու* փառատոնները: Տարատեսակ փառատոններ են անցկացվում ինչպես Երևանում, այնպես էլ Հայաստանի մարզերում: Միջազգային ճանաչում վայելող առանձնակի նշանակության արվեստի փառատոնները մեծամասամբ կենտրոնացած են Երևանում:

«Երևանի քաղաքապետը վերջերս կրճատել է երաժշտական փառատոններին հատկացվող բյուջեն: Շվեյցարական Մոնտրյոյ քաղաքում անցկացվող Ջազի փառատոնի բյուջեն 30 միլիոն եվրո է, Վիեննայինը՝ 20 միլիոն եվրո, Թբիլիսիինը՝ 2 միլիոն եվրո, իսկ Երևանինը՝ 0 դրամ»:

– Երաժշտության ոլորտի ներկայացուցիչ

Մեր ֆոկուս խմբային քննարկումներին մասնակցող մշակութային ստեղծարար տարբեր ոլորտների ներկայացուցիչներ կարևորել են այս փառատոններին տրամադրվող պետական աջակցության աճը: Հիմնական մտահոգությունները վերաբերում են ավելի արդյունավետ գովազդին և՛ երկրի, և՛ միջազգային մակարդակներում, ինչպես նաև ֆինանսական աջակցությանը, որը կապահովեր նման փառատոններին երկարատև և շարունակական մասնակցություն: Նման միջոցառումների միջազգային գովազդը հնարավորություն կտա մեծացնելու երկրում զբոսաշրջիկների և այցելուների թիվը՝ նպաստելով ՄՍՈ-ների և պետական հարկային եկամուտների աճին, ինչը հնարավորություն կտա նաև օտարերկրյա դրամական միջոցներ ուղղել դեպի երկրի տնտեսություն:

«Ոլորտում չկա մարքեթինգի համար նախատեսված բյուջե, օրինակ՝ Երևանի «Ոսկե Ծիրան» միջազգային կինոփառատոնի կազմակերպման համար: Եթե հնարավոր լիներ համապատասխան հիմնադրամներ կամ նվիրատվությունների հարթակներ ստեղծել, կինոարտադրության ճյուղը կզարգանար»:

– Կինոոլորտի ներկայացուցիչ

Ստորև ներկայացված են Հայաստանում և Հայաստանի վերաբերյալ անցկացվող մի շարք փառատոններ:

«Երևանյան հեռանկարներ» միջազգային երաժշտական փառատոն	Երևանյան միջազգային երաժշտական փառատոն	Հայ կոմպոզիտորական արվեստի փառատոն
Խաչատրյանի անվան միջազգային փառատոն	«Արմենիա» միջազգային երաժշտական փառատոն	Ժամանակակից կոմպոզիտորական արվեստի փառատոն
«Սիմֆոնիկ Երևան» միջազգային երաժշտական փառատոն	Խաչատրյանի անվան միջազգային մրցույթ	«Սևան» միջազգային երաժշտական փառատոն
Երևանի Շեքսպիրյան միջազգային թատերական փառատոն	Լեոնիդ Ենգիբարյանի անվան մնջախաղի միջազգային փառատոն	«Ոսկե Ծիրան» միջազգային կինոփառատոն
«ՌեԱնիմանիա» անիմացիոն ֆիլմերի և պատկերապատման արվեստի միջազգային փառատոն	«Արլե» կատարողական արվեստի փառատոն	Արմենիա Արթ Ֆեյր
«Իմ ձեռագործ Հայաստան» փառատոն	«ԴիլիՏոն» արվեստի և արհեստի տոնավաճառ	Սուրբծննդյան տոնավաճառ
«Ֆրեսկո» արդի արվեստի և հոգևոր ֆիլմերի միջազգային փառատոն	Գեղարվեստական տպագրության միջազգային բիենալե	Գրքի երևանյան փառատոն

# ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Մեր հետազոտությունը ցույց տվեց, որ իրական և վիրտուալ հարթակներում/ միջավայրում Հայաստանի ՄՍՈ-ների զարգացման հարցում առկա են մի շարք մարտահրավերներ և հնարավորություններ: **Ստեղծագործական միությունները լավագույնս հնարավորություն ունեն** իրենց անդամների ունակությունների բարելավման, զանազան միջոցառումների կազմակերպման, տեղեկատվության տրամադրման և գովազդի համար: Մեր հետազոտությունը, սակայն, արձանագրել է անդամակցության ցածր ցուցանիշ, ինչպես նաև միություններին հատկացվող ֆինանսական աջակցության մեծացման անհրաժեշտություն: Ավելին, ստեղծագործական միությունների գործունակությունը տարբեր է՝ կախված նրանց նպատակահարմարությունից և արդյունավետությունից: Օրինակ՝ կայքի միջոցով միության անդամ արվեստագետների ստեղծագործությունների գովազդին և վաճառքին աջակցելը բաց թողնված հնարավորությունների շարքից է:

Ինչ վերաբերում է առցանց հարթակներին, ապա մշակութային միությունները և ոլորտի ներկայացուցիչները լիովին գիտակցում են հայկական արվեստի և մշակույթի վաճառքի ու միջազգային ներկայությունն ապահովելու հարցում **սոցիալական ցանցերում, առցանց առևտրի հարթակներում և առցանց ամսագրերում** վիրտուալ ներկայության կարևորությունն ու արժեքը: Այնուամենայնիվ, այս գործընթացները բարելավելու համար նոր հմտությունների անհրաժեշտություն կա, հատկապես միջազգային լսարանին հասանելիության և ներգրավվածության հարցում: Առկա են նաև տեխնիկական և իրավական խոչընդոտներ՝ կապված դրամայնացման հետ, այնպիսի կարևոր միջազգային հարթակներում, ինչպիսիք են YouTube-ը, iTunes-ը, SoundCloud-ը, Artsy-ն, Saatchi Art-ը և Amazon/Kindle-ը:

**Տոնավաճառների, էքսպոների, բիենալների** հետ կապված՝ ոլորտը հաստատում է նման միջոցառումներին մասնակցության կարևորությունը և միջազգային, և՛ հանրապետական մակարդակով, բայց ուշադրություն է հրավիրում մի քանի էական խոչընդոտների վրա: Առաջին՝ բոլոր տեսակի միջոցառումների համար էլ անհրաժեշտ է երկարաժամկետ պլանավորում և ֆինանսավորման ավելացում: Երկրորդ՝ միջազգային միջոցառումներին մասնակցելու համար հաճախ ճամփորդական վիզայի հետ կապված խնդիրներ են առաջանում: Չնայած Հայաստանի կառավարությունը հետևողականորեն ջանքեր է ներդնում՝ ապահովելու Հայաստանի ներկայությունը տարբեր միջազգային տոնավաճառներում, սակայն անհասկանալի է, թե կառավարությունն ինչպես է որոշում, թե որ միջոցառումներին է պետք առաջնահերթություն տալ, ինչպես է կատարում դրանց մասնակիցների ընտրությունը, մասնակցության տևողությունն ու հաճախականությունը:

Հետազոտության վերը նշված արդյունքների հիման վրա առաջարկում ենք հետևյալ լուծումները:

## Սահմանել որակավորման չափանիշներ ստեղծագործական միությունների համար:

*Առաջարկում ենք, որ կառավարությունը մշակութային միությունների ստեղծման և գործունեության վերաբերյալ սահմանի որակավորման հստակ չափանիշներ, որտեղ ներառված կլինեն նաև կայուն եկամտի ստեղծման և/կամ ավելի արդյունավետ ֆինանսավորման մեխանիզմների մասին պահանջներ, ինչը կապահովի նրանց կենսունակությունն ու ՄՍՈ համայնքին ծառայելու արդյունավետությունը:*

## Ավելացնել ստեղծագործական միություններին տրամադրվող աջակցությունը:

*Կառավարությունը, մասնավոր հատվածը և քաղաքացիական հասարակությունը պետք է համագործակցեն (իրականացնեն զանազան ծրագրեր և եկամուտներ ստեղծեն բազմաբնույթ կոմերցիոն գործունեության միջոցով)՝ բարելավելու համար ստեղծագործական միությունների կողմից տրամադրվող ծառայությունների որակը, դրանով իսկ նպաստելով, որ վերջիններս ավելացնեն իրենց միությունների անդամների սոցիալական, իրավական, լոգիստիկ և ֆինանսական կարողությունները: Հզորացած միությունները կկարողանան նաև ուղղորդել կառավարությանը ոլորտի զարգացման համար ամենանպաստավոր էքսպոների ընտրության հարցում, ինչպես նաև օգնություն տրամադրել անդամներին՝ հաղթահարելու արտերկրյա միջոցառումներին մասնակցության հետ կապված ճանապարհածախսի, ապրանքների արտահանման/ներկրման հետ կապված դժվարությունները, ինչպես նաև վիզայի ստացման և մաքսային գործընթացները:*

### **Ներդրումներ կատարել մշակութաբանության զարգացման գործում:**

*Մշակութային իրազեկությունն ու կրթությունը խթանելու, ինչպես նաև հայկական արվեստի ու մշակույթի պահանջարկը խրախուսելու համար առաջարկում ենք սուբսիդիաներ տրամադրել արվեստն ու մշակույթը լուսաբանող հայկական առցանց պարբերականներին: Այս սուբսիդիաները կխթանեն մշակութաբանության զարգացումը և մշակույթը լուսաբանող լրագրողների վերապատրաստումը:*

### **Ստեղծել բազմամյա մշակութային հիմնադրամ:**

*Մշակութային աջակցությունն ընդլայնելու համար առաջարկում ենք ստեղծել մշակույթին նվիրված հատուկ պետական հիմնադրամ: Այդ կառույցը կբարելավի միջազգային էքսպոներին և տեղական միջոցառումներին մասնակցության պլանավորումը: Խիստ կարևորում ենք ամենամյա բյուջեի փոխարեն բազմամյա բյուջեների կազմումը, ինչը հնարավորություն կտա ապահովել կարևոր միջազգային միջոցառումների երկարաժամկետ և ռազմավարական զարգացումը և Հայաստանում, և՛ արտերկրում:*

### **Հաշվի առնել համաշխարհային կապերը մշակութային արտահանումն ընդլայնելու գործում:**

*Օգտվել արտերկրում գտնվող Հայաստանի պետական սեփականություն հանդիսացող գույքից՝ ներառյալ դեսպանատների, բնակելի տարածքների, ինչպես նաև սփյուռքի կազմակերպությունների գույքից ու միջոցներից՝ որպես մշակույթի արտահանման/հյուրընկալման հնարավոր ռեսուրսներ:*

Ընդհանուր առմամբ, զարգացման այս բնագավառները միասին աշխատելու ներուժ ունեն. ստեղծագործական միությունները՝ որպես համայնքի կազմակերպման և աջակցման մեխանիզմ, մշակութային լրագրությունը՝ որպես տեղեկատվության և շուկայի զարգացման գործիք, իսկ իրական և վիրտուալ շուկաները՝ որպես գովազդի, ցուցադրության, վաճառքի և ցանցային կապի հարթակներ:



Նկարիչ Մարսել Մայերի փայտային փորագրության տպագրության գործընթացը՝ ՆՓԱԿ-ում 2017 թվականին իր անհատական ցուցահանդեսին նախապատրաստվելիս: **Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի**



# ԳԼՈՒԽ 3. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՒ ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻՆ ԱՋԱԿՑՈՂ ԲՆԱԳԱՎԱՌՆԵՐԸ

Զեկույցի այս գլխում ամփոփում ենք մշակութային և ստեղծարար ոլորտների աջակցման երեք հիմնական ոլորտները՝

*Մտավոր սեփականության (ՄՍ) մասին օրենք,*

*Էլեկտրոնային առևտուր/վճարումների էլեկտրոնային համակարգեր,*

*Առաքում և լոգիստիկա*

Այս ոլորտներից յուրաքանչյուրը հսկայական դեր է խաղում ՄՍՈ էկոհամակարգի ենթակառուցվածքային արժեզրթայում, և բարելավման դեպքում դրանք կարող են էական ազդեցություն ունենալ թե՛ ՄՍՈ-ների, թե՛ արդյունաբերական այլ ճյուղերի զարգացման վրա:



## ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ ՕՐԵՆՔ

Հայաստանի Հանրապետությունում մտավոր սեփականության պաշտպանության պատասխանատու պետական մարմինը ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության ներքո գործող **Մտավոր սեփականության գրասենյակն** է: Չնայած այս կառույցը համակարգում է ՄՍ օրենսդրությանը վերաբերող հարցերը, բայց այն պատասխանատու չէ դրանց օրինական կիրառման համար:

Հայաստանում մտավոր սեփականությանն առնչվող օրենքների շուրջ մեր հետազոտության շրջանակներում պարզել ենք, որ հիմնական օրենքը 2006թ.-ին ընդունված՝ «**Հեղինակային իրավունքների և հարակից իրավունքների մասին**» օրենքն է: Այն անդրադառնում է այնպիսի ստեղծարար աշխատանքների, ինչպիսիք են երաժշտությունը, ներկայացումները, ֆիլմերը, վիզուալ արվեստի գործերը և այլն: Այն իր սահմաններն ընդլայնում է արվեստից դուրս՝ ներառելով այնպիսի բնագավառներ, ինչպիսին է գիտությունը<sup>14</sup>, ինչպես նաև տարբեր ստեղծագործական աշխատանքների հեղինակների համար սահմանում է վարձատրության նվազագույն դրույքաչափեր<sup>15</sup>:

Հեղինակային իրավունքների պաշտպանությունը ներկայացված է նաև մի քանի հոդվածներով՝

**«Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրենքի** Հոդված 9-ը հեռարձակողներին և օպերատորներին արգելում է տարածել տեսալսողական հաղորդումները՝ առանց հեղինակային իրավունքի կամ տարածման համար պատշաճ կերպով ձեռք բերված համաձայնության<sup>16</sup>:

Հայաստանի Հանրապետության վարչական իրավախախտումների օրենսգրքի Հոդված 41.7-ը հատուկ անդրադառնում է հեղինակային իրավունքների խախտման դեպքերին, որոնք հանգեցրել են գույքային վնասի: Այս հոդվածը սահմանում է տուգանք, որն իրավախախտը պետք է վճարի հեղինակին<sup>17</sup>:

Հայաստանի Հանրապետության քրեական օրենսգրքի Հոդված 158-ը և 159-ը ևս սահմանում են հեղինակային իրավունքների խախտման դեպքերի հետևանքներ, ներառյալ՝ տուգանքներ, ուղղիչ աշխատանքներ կամ ազատազրկում: Սույն միջոցները նախատեսված են հեղինակային իրավունքի խախտման այն դեպքերի համար, երբ պատճառվել է խոշոր չափի վնաս, արձանագրվել է ապօրինի օգտագործում, կամ նախքան հեղինակի իրավունքի պաշտոնական ճանաչումը տեղի է ունեցել՝

- տեղեկությունների տարածում,
- համահեղինակության հարկադրում,
- հեղինակության յուրացում<sup>18</sup>:

Հայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգրքի Հոդված 150.6-ը ռոյալթիների եկամտահարկի դրույքաչափը սահմանում է 10%՝ ի տարբերություն 20% սահմանված հարկման բազայի: Հայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգրքի Հոդված 4.34-ը տալիս է նաև «ռոյալթի» հասկացության իրավական սահմանումը<sup>19</sup>:

14 «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն: <https://old.aipa.am/hy/Copyrightlaw/>

15 «ՀՀ կառավարության որոշումը ստեղծագործությունների հրապարակային կատարման [...]», Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=32112>

16 «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենք, Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ: <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=145079>

17 «Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ ՀՀ օրենսգիրք», Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ: <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=170806>

18 «Հայաստանի Հանրապետության քրեական օրենսգիրք», ՀՀ Ազգային ժողով: <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1349&lang=arm&enc=utf8>

19 «Հայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգիրք», Հայաստանի իրավական տեղեկատվության համակարգ: <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=109017>

Չնայած այսպիսի օրենքների առկայությանը՝ մեր ներկայացուցչական հարցմանը մասնակցածների 45%-ը կարծում է, որ հեղինակային իրավունքների խախտումը խոչընդոտ է հանդիսանում Հայաստանի ՄՍՈ բիզնես միջավայրի համար: Ամենաշատը վնասներ կրել է **վիզուալ արվեստի և արհեստի** բնագավառը, որտեղ հարցվածների 57%-ը նշել է ՄՍ իրավունքի խախտումների մասին: Ավելին, հարցվածների 19%-ը մտահոգություն է հայտնել՝ որպես արտահանման էական խոչընդոտ նշելով հեղինակային իրավունքների խախտումը: Այն հատկապես ցայտուն կերպով արտահայտված էր **ներկայացումների և միջոցառումների**, ինչպես նաև **գրքերի և մամուլի** բնագավառներում, որտեղ հարցվածների 29%-ը նշել է ՄՍ խնդիրները՝ որպես միջազգային վաճառքի և արտահանման խոչընդոտ:

Մեր Ֆիթ-ներին մասնակցած ՄՍՈ ներկայացուցիչները և առանցքային տեղեկատուի հարցազրույցները հաստատել են այն մտահոգությունները, որոնք հնչեցվել են մեր քանակական հարցման մասնակիցների կողմից: Ֆիթ մասնակիցները կարծիք են հայտնել, որ **այս օրենքները բավարար մշակված չեն**: Իրավական դաշտի առանցքային տեղեկատուներից մեկն ընդգծել է, որ ժամանակի ընթացքում արված բազմաթիվ փոփոխությունները օրենքը դարձրել են դժվարըմբռնելի, ուստի առաջարկել է վերաշարադրել այդ օրենքը:

Բազմաթիվ Ֆիթ-ներում և հարցազրույցներում որպես ՄՍ օրենքի խախտման հետ կապված հիմնական խնդիր է նշվել **արդյունավետ կառույցի բացակայությունը, որը կզբաղվեր ՄՍ օրենքի կիրարկմամբ և խախտումներով**:

Խնդրի պատճառները մասնակիորեն կապվում են **հեղինակային իրավունքի ազգային գրասենյակի բացակայության** հետ, որը պետք է պատասխանատու և լիազորված լինի համապատասխան տույժեր/տուգանքներ նշանակելու համար: Այս տեսակետը պաշտպանել է նաև առանցքային տեղեկատուներից մեկը, որն ընդգծել է, որ չնայած Հայաստանը հավատարիմ է **Գրական և գեղարվեստական ստեղծագործությունների պաշտպանության մասին Բեռնի կոնվենցիային**<sup>20</sup>, որը հեղինակային իրավունքների պաշտպանություն է ապահովում Կոնվենցիայի մյուս անդամ երկրներում ևս, այն բավարար չէ, հատկապես՝ երկրի ներսում հեղինակային իրավունքների պաշտպանությունը երաշխավորելու համար: Հեղինակային իրավունքի ազգային գրասենյակի ստեղծումը կծառայեր հենց այս նպատակին: Հարցվածները նկատել են նաև, որ Հայաստանի դատական աստիճաններում դատավորներն ու փաստաբանները չունեն մտավոր սեփականությանն առնչվող բավարար գիտելիքներ և փորձ:

«Հայաստանում կա առցանց մեդիայի ավելի քան 200 այլք, 22 ռադիոկայան և կաբելային հեռուստատեսության ավելի քան 1900 տեղական ընկերություն, որոնց մեծամասնությունն ինչպես հարկն է չի վերահսկվում պետության կողմից: Հաճախ նրանք խախտում են հեղինակային իրավունքները՝ միմյանցից արտադրանք գողանալով: Հեռուստա և ռադիոընկերությունների բովանդակությունը ևս չի վերահսկվում պետության կողմից, որպեսզի համոզված լինեն, որ հեռարձակված ծրագրերը համապատասխանում են իրենց լիցենզիաներին»:

– *Հեռահաղորդակցական ընկերության ներկայացուցիչ*

Ֆիթ մասնակիցները նշել են նաև, որ երկրում գործում է **հեղինակային իրավունքի և ռոյալթիների կառավարման մենաշնորհ**. «ՀայՀեղինակ» հասարակական կազմակերպությունը միակ պատասխանատու կառույցն է, որը «հեղինակների, կատարողների և հնչյունագիր արտադրողների»<sup>21</sup> անունից տասնամյակներ շարունակ իրականացնում է հեղինակային իրավունքների ու մտավոր սեփականության պաշտպանություն: Մեզ հարցազրույց տված ՄՍՈ ներկայացուցիչներից շատերը հավատացած էին, որ այս կազմակերպությունն անարդյունավետ է ինչպես արվեստագետների իրավունքների պաշտպանության, այնպես էլ արդար փոխհատուցում ապահովելու հարցում: Այսպիսի թերությունները խոչընդոտ են հանդիսանում պետության, արվեստագետների և ՄՍՈ բիզնեսների կողմից հարկերի հավաքման և եկամուտների ստեղծման համար, ինչը հնարավոր կլիներ ՄՍ պատշաճ պաշտպանություն իրականացնելու դեպքում:

20 Տե՛ս «Գրական և գեղարվեստական ստեղծագործությունների պաշտպանության մասին Բեռնի կոնվենցիա. Հայաստանի Հանրապետության միացումը», Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպություն (WIPO), հուլիսի 19, 2020թ.: [https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/berne/treaty\\_berne\\_219.html](https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/berne/treaty_berne_219.html)

21 «ՀայՀեղինակ» հեղինակային և հարակից իրավունքների կոլեկտիվ հիմունքներով կառավարող հասարակական կազմակերպության կանոնադրություն. <https://www.armauthor.am/documentation/charter.html>

## ՎՃԱՐՈՒՄՆԵՐԻ ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԵՐ

«Ստեղծարար ոլորտի զարգացման ամենակարևոր պայմանը վաճառքին նպաստելն է. առանց վաճառքի չես կարող եկամուտ ստանալ կամ գոյատևել: Բոլոր վարպետները վաճառքի հետ կապված խնդիրներ ունեն: Ինչքան արտադրում ես, այդքան էլ պետք է վաճառես: Իսկ վաճառքին նպաստելու միակ տարբերակը արտահանման համար շուկայական համապատասխան խորշ գտնելն է, և ցանկալի է՝ առցանց՝ էլեկտրոնային առևտրի միջոցով»:

– Վիզուալ արվեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

Մեր ֆոկուս խմբային քննարկումներից և դրանց արդյունքների վերլուծությունից պարզ դարձավ, որ երկրի ներսում իրականացվող փոխանցումների համար Հայաստանում գործող վճարումների էլեկտրոնային համակարգն օգտագործման համար հարմար է և հասանելի, սակայն միջազգային փոխանցումների ժամանակ դժվարություններ են ծագում:

Երկրի ներսում իրականացվող փոխանցումների համար **TelCell**-ը առավել հաճախ օգտագործվող ակնթարթային վճարման համակարգն է, որն ապահովում է փոխանցումներ ինքնասպասարկման տերմինալների և բջջային հավելվածի միջոցով: Բացի այդ, **Իդրամը (Idram)** հայաստանյան էլեկտրոնային վճարումների ոլորտում առաջատարն է որպես ինտերնետային վճարային համակարգ՝ հնարավորություն տալով երկրի ներսում իրականացնել փոխանցումներ բանկային հաշիվներին և քարտերին: Իդրամի միջոցով

հնարավոր է կատարել արագ փոխանցումներ այնպիսի ծառայությունների օգնությամբ, ինչպիսիք են Unistream-ը, MoneyGram-ը, Ria Money Transfer-ը, Moneytun-ը, Intel Express-ը և TelCell-ը:

Ինչ վերաբերում է միջազգային փոխանցումներին, ապա **PayPal**-ը՝ առցանց վճարային համակարգերի համաշխարհային գլխավոր դերակատարներից մեկը, միայն մասնակի է գործում Հայաստանում: Ճիշտ է, PayPal-ը հնարավորություն է տալիս կատարել դրամական փոխանցումներ և գումարի վերադարձ Հայաստանից, սակայն կանխիկացումը հասանելի չէ: Ֆոկուս խմբերի մասնակիցներից մի քանիսը նշել են, որ Հայաստանի որոշ քաղաքացիներ բանկային հաշիվներ են բացում Վրաստանում, որպեսզի PayPal-ի հաշիվներից կարողանան գումար կանխիկացնել: Սա ահռելի դժվարություններ և անհարմարություններ է ստեղծում և՛ քաղաքացիների համար, որոնք աշխատում են օտարերկրյա ընկերությունների հետ, և՛ տեղի արվեստագետների համար, որոնք փորձում են իրենց աշխատանքները վաճառել առցանց հարթակներում: Սա խնդիր է նաև այլ երկրներում միջազգային տոնավաճառների և էքսպոների մասնակցող բիզնեսների և կազմակերպությունների համար: Անդրադառնալով այս հարցին՝ ՀՀ Կենտրոնական բանկի ներկայացուցիչը նշել է, որ կան մի քանի գործոններ, որոնք արգելում են PayPal-ի մուտքը հայկական շուկա: Դրանցից են շուկայի չափը, խարդախության հավանականությունը և բիզնես շահերը: Չնայած բանկի՝ PayPal-ին լոբբինգ անելու փորձերն անհաջողության են մատնվել, ըստ նրանց, այնպիսի բիզնեսներ, ինչպիսիք են Visa-ն և Mastercard-ը, աջակցում են այդ լոբբիստական ջանքերին:

«Եթե առցանց հարթակն ընդունում է միայն PayPal-ով վճարումներ, ուրեմն մեր խանութներն այս հարթակում չեն կարող գործել: Ստիպված ենք սա շրջանցելու միջոցներ գտնել, իսկ դա ավելացնում է մեր ծախսերը»:

– Վիզուալ արվեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

Ի տարբերություն ստեղծարար ոլորտում հնչած կարծիքների՝ էլեկտրոնային առևտրի ոլորտի մասնակիցներին ավելի քիչ էր մտահոգում PayPal-ը: Վերջիններս նշել են, որ եթե նույնիսկ հարթակի բոլոր հնարավորությունները հասանելի լինեին Չայաստանում, PayPal-ի վաճառողներից գանձած վճարները (մինչև 5%) գրեթե կրկնակի բարձր են Visa-ի և Mastercard-ի վճարներից (մոտ 1.5%-ից մինչև 2.5%): Ըստ նրանց՝ էլեկտրոնային առևտրի հետ կապված ավելի կարևոր և մտահոգիչ խնդիր է միջազգային առաքումն ու երկրից ապրանքների արտահանումը, որին անդրադառնալու ենք հաջորդ բաժնում:

Փաստը մնում է փաստ, որ էլեկտրոնային առևտրի միջազգային հայտնի հարթակներից շատերը չեն գործում հայաստանյան բանկային հաշիվների համար: Այդ հարթակներից են YouTube-ը, Amazon/Kindle-ը, iTunes-ը, SoundCloud-ը և ևս մի քանիսը: Այս իրավիճակը տեղի արվեստագետներին և բիզնեսներին ոչ միայն թույլ չի տալիս է օգտվել դրամայնացման հնարավորություններից, այլև բացասաբար է ազդում տարբեր ստեղծարար ոլորտներում աշխատող քաղաքացիների վրա: Յետևաբար, այս հարցի լուծումը քաղաքականություն մշակողների, բանկերի և բիզնեսների համատեղ լոբբիստական ջանքեր է պահանջում: Էլեկտրոնային առևտրի ֆոկուս խմբի մասնակիցների քննարկած ռազմավարություններին և թեմայի մանրամասներին ծանոթանալու համար տե՛ս մեր ՖեՔ զեկույցը<sup>22</sup>:

«Չայաստանում ՄՍՈ արտադրանքի վաճառքը էլեկտրոնային առևտրի միջոցով խթանելու հարցը այնքան էլ կապված չէ PayPal-ի կամ էլեկտրոնային վճարումների հետ: Լոգիստիկան է խնդիրը: Մենք (Չայաստանը) այնքան բարդ/հեռավոր աշխարհագրական տարածքում ենք, որտեղից ցանկացած ապրանքի արտահանումը/վաճառքը արտերկիր (չատ դեպքերում)՝ ապրանքի գնից բարձր է արժեքում»:

– *Բանկային ոլորտի ներկայացուցիչ*



Արմին Վան Բյուրենի համերգը Երևանում, 2019թ.:  
**Լուսանկարը՝ Արամ Կիրակոսյանի**

22 «Չայաստանում ստեղծարար և մշակութային ճյուղերի տնտեսական զարգացման խոչընդոտներ. կարիքների գնահատման զեկույց», ՉԲԸՄ «Կատապոլիտ» ստեղծարար ասոցիացիոն ծրագիր, 2023թ. (անգլերեն լեզվով):

Հայաստանում հասանելի վճարումների էլեկտրոնային ծառայությունների և հնարավորությունների վերաբերյալ լրացուցիչ տեղեկությունների համար տե՛ս Աղյուսակ 3.1:

**ԱՂՅՈՒՍԱԿ 3.1. ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ**

Ծառայություն	Հնարավորություններ	Հասանելիությունը ՀՀ-ում	Նշումներ
 Pay	Վճարում վաճառատնի համար	Այո	
	Վճարում սմարթ ժամացույցի օգնությամբ	Այո	
	Google արտադրանքի գնում	Այո	
	Վճարում առցանց կամ հավելվածներում	Ոչ	
	Գումար ուղարկել ընկերներին և ընտանիքին	Ոչ	Google Pay-ի այս ծառայությունը հասանելի է ԱՄՆ-ում, Հնդկաստանում և Սինգապուրում:
	Ստանալ առաջարկներ և պարգևներ	Ոչ	Google Pay հավելվածում կարելի է ստանալ առաջարկներ և պարգևներ ԱՄՆ-ում, Հնդկաստանում և Սինգապուրում:
 Pay	Apply Pay-ը հասանելի է ամենուր, որտեղ կա ընկերության խորհրդանշանը՝ վաճառատնի համար, հավելվածներում, Safari-ում: Կարող եք կցել համագործակցող բանկերի կողմից թողարկված կրեդիտային, դեբետային կամ կանխավճարային քարտեր	Այո	Արարատբանկ/ ԱԿԲԱ բանկ/ Ամերիաբանկ/ Արդշինբանկ/ Հայէկոնոմբանկ ԲԲԸ/ Կոնվերս բանկ/ Էվոկաբանկ/ Ինեկոբանկ/ Յունիբանկ
 PayPal	Կատարել գումարային փոխանցում և վերադարձ	Այո	
	Ստանալ գումար	Ոչ	
 xoom <small>A PayPal Service</small>	Առցանց փոխանցումներ՝ ուղարկել, ստանալ	Այո	Գումար ուղարկել կանխիկ ստացման ամենատարածված վայրերը որչա՞հ հայաստանում, ինչպիսիք են Հայֆոստը, Արդշինբանկը և Արարատբանկը
 Wise	Ուղարկել գումար բանկային փոխանցմամբ կամ դեբետային կամ կրեդիտային քարտով	Այո	Ընդունողը գումարը ստանում է իր երկրի արտարժույթով Wise-ի տեղական բանկային հաշվեհամարից
 idram	Ստանալ արագ փոխանցումներ	Այո	Unistream/ MoneyGram/ Ria/ Moneytun/ Intel Express/ TelCell
	Փոխանցել բանկային հաշվին	Այո	Հայաստան
	Փոխանցել բանկային քարտին	Այո	Հայաստան
	Փոխանցել IDPay հաշվին (Ռուսաստան)	Այո	Ռուսաստան
	Փոխանցել Ֆորա-բանկին	Այո	Ռուսաստան
 TELCELL	Ուղարկել և ստանալ գումար Հայաստանում	Այո	
	Ստանալ գումար օտարերկրյա ֆինանսական կառույցի կողմից թողարկված քարտից	Այո	Express և Guru օգտատերերի համար
 ria <small>Money Transfer</small>	Միջազգային դրամական փոխանցումներ	Այո	Ռուսաստան
 UNISTREAM		Այո	Ռուսաստան
 MoneyGram		Այո	

# ԼՈՒՍՏԻԿԱ ԱՌԱՔՈՒՄ ԵՎ ԱՐՏԱՀԱՆՈՒՄ

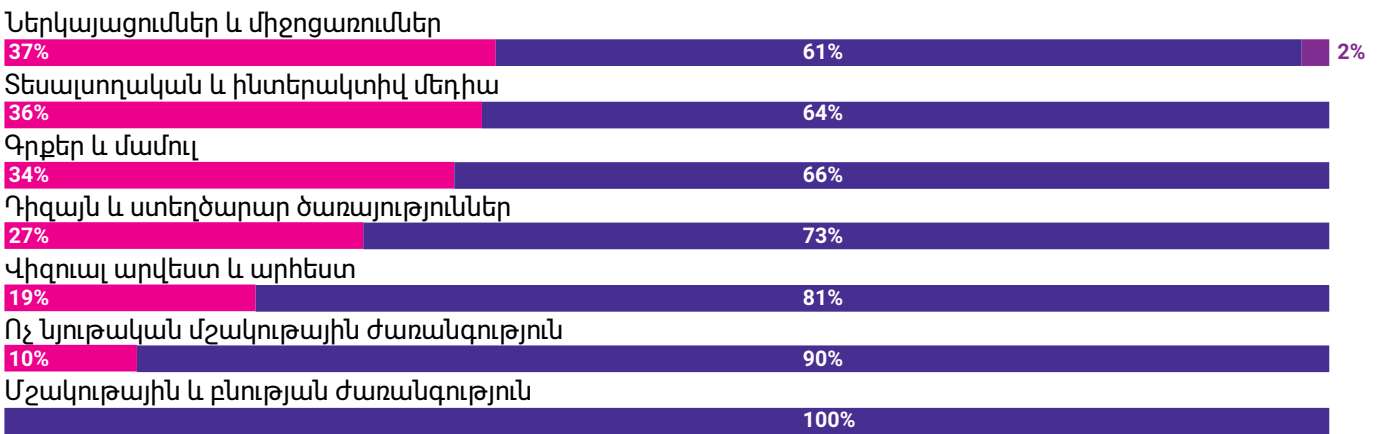
Առաքման և արտահանման արդյունավետ ընթացակարգերը չափազանց կարևոր են տեղական և համաշխարհային շուկաների զարգացման, մրցունակության ապահովման և միջազգային կանոնակարգին հետևելու համար: Դրանք առանցքային դեր ունեն շուկայի հասանելիության ընդլայնման գործում, ինչը հնարավորություն է տալիս բավարարել և տեղական, և համաշխարհային սպառողների պահանջարկը:

ՄՍՈ ներկայացուցիչների շրջանում անցկացրած մեր հարցումը ցույց է տվել, որ առաքման և բեռնափոխադրումների բարձր սակագները համարվում են հինգերորդ ամենահաճախ հանդիպող խոչընդոտը երկրի ՄՍՈ տնտեսության ու արտադրական առաջընթացի համար: Այս մարտահրավերը հաջորդում է այնպիսի խնդիրների, ինչպիսիք են ֆինանսների հասանելիությունը, արտադրության համար անհրաժեշտ հումքի բարձր սակագները, անձնակազմի և մենեջերների ցածր որակավորումը և մասնագիտական շրջանակների սղությունը:

Եթե նայենք ՄՍՈ արտահանմանը՝ ըստ բնագավառի, մեր հարցումը ցույց է տալիս, որ ամենաշատ մշակութային արտահանում ապահովում են **հանդիսադիր ներկայացումների և միջոցառումների** (37%), ինչպես նաև **տեսալսողական և ինտերակտիվ մեդիայի** (36%) բնագավառները (տե՛ս Գծապատկեր 3.2.): Սա ուշագրավ է, քանի որ այս ոլորտները մեծամասամբ արտահանում են ոչ նյութական արժեքներ՝ հանդիսադիր ներկայացումներ, թվային արտադրանք և ծառայություններ և, հետևաբար, ստիպված չեն լինում պայքարել միջազգային առաքումների հետ կապված լոգիստիկ բարդությունների դեմ:

Արտահանման երրորդ ամենամեծ ոլորտը **գրքերի և մամուլի** ոլորտն է: Ջարմանալի չէ, որ ֆոկուս խմբային քննարկումների ընթացքում այս ոլորտի ներկայացուցիչներն ամենահիասթափվածն էին, քանի որ ֆիզիկական ապրանքների առաքման բարդությունները հսկայական խոչընդոտ են հանդիսանում իրենց զարգացման համար<sup>23</sup>:

## ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 3.2. ՄՍՈ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՐՏԱՀԱՆՈՒՄ ԱՅԼ ԵՐԿՐՆԵՐ



■ Արտահանում է  
■ Չի արտահանում  
■ Դժվարանում է պատասխանել

**Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
 ԶԲԸՄ «Կատապոլտ» ծրագիր, ներկայացուցչական հարցում (2023թ.):

23 Կարևոր է նշել նաև, որ այս բողոքին ի պատասխան՝ լոգիստիկայի ոլորտի ներկայացուցիչները ևս ֆոկուս ընթացքում տպագրության ոլորտին ուղղված իրենց հիասթափությունն արտահայտեցին: Նրանք նշեցին, որ համաձայն Համաշխարհային փոստային միության կանոնակարգի՝ նրանք այս ոլորտին տալիս են աննախադեպ զեղչեր, ինչն իրենց իսկ խանգարում է որևէ եկամուտ ստանալ: Ըստ մեր դիտարկման՝ անհրաժեշտ է ներգրավված երկու կողմերին էլ տրամադրել լրացուցիչ պետական սուբսիդիաներ, քանի որ այս պայմաններում նրանցից ոչ մեկը եկամուտ չի ստանում: Լրացուցիչ մանրամասների համար ծանոթացե՛ք Ֆեսթ զեկույցին (անգլերեն լեզվով):

Մյուս ՄՍՈ-ները ևս հաստատել են առաքման հետ կապված դժվարությունների մասին և շեշտել, որ սա հատկապես վերաբերում է փոքր քանակությամբ միջազգային առաքումներին: Նման դեպքերում առաքման արժեքը կարող է երբեմն հավասարվել և նույնիսկ գերազանցել վաճառվող ապրանքի արժեքը, ինչը կարող է վանել պոտենցիալ գնորդներին:

Ինչպես արդեն նշվել է էլեկտրոնային առևտուր/էլեկտրոնային վճարումներ բաժնում, ըստ աջակցության ոլորտի ներկայացուցիչների՝ առաքման լոգիստիկան ավելի լուրջ մտահոգություն է միջազգային վաճառքի համար, քան ողջ աշխարհում օգտագործվող վճարումների էլեկտրոնային համակարգերի հասանելիությունը: Մեր Ֆեյբ-ների էլեկտրոնային առևտրի ներկայացուցիչները շեշտել են, որ արևմտյան երկրների շատ գնորդներ ակնկալում են առաքում 2-3 աշխատանքային օրվա ընթացքում, մինչդեռ Հայաստանից առաքումը դեպի ԵՄ երկրներ կարող է տևել մի քանի շաբաթից մինչև մի քանի ամիս: Բեռնափոխադրող ընկերության ներկայացուցիչը առաքման երկար ժամանակն ու բարձր սակագները վերագրում է բյուրոկրատական խոչընդոտներին, ինչպիսիք են անբարենպաստ հարկային և մաքսային կանոնակարգերը, լիցենզավորման և միջնորդության բարդ ընթացակարգերը, ինչպես նաև դեպի արտերկիր Հայաստանից օդային ճանապարհով իրականացվող բեռնափոխադրումների սահմանափակությունը:

«Մեր հարկային կանոնակարգը բարենպաստ է փոքր արտադրողների համար, սակայն պետք է բարելավվենք նաև մաքսային կանոնակարգերը, որպեսզի փոքր ծավալի ապրանքների արտահանումն ավելի հեշտ լինի նրանց համար: Այդպիսի փոքր արտադրողները պետք է համախմբվեն մեկ ապրանքանիշի/ընկերության ներքո, որպեսզի արտահանումն ավելի հեշտ լինի նրանց համար»:

– Բեռնափոխադրող ընկերության ներկայացուցիչ



Ներհանրապետական և միջազգային առաքման ծառայությունները հետազոտելիս պարզել ենք, որ վերջին տարիներին արձանագրվել է Հայաստանի տարածքում իրականացվող առաքումների նշանակալի աճ: Հայաստանի պաշտոնական ազգային փոստային օպերատորը՝ **Հայֆոստը**, տրամադրում է բազմաբնույթ փոստային ծառայություններ երկրի ներսում և արտերկրում, որոնք ներառում են նամակների, փաթեթների և ծանրոցների առաքում: Ներհանրապետական առաջարկների թվում է **Yerevan Express Service-ը (YES)**, որը երևան քաղաքում տրամադրում է տևից ընդունման և տուն առաքման ծառայություններ: Ավելին, նրանց **Սպրինտ** ծառայությունը միտված է աջակցելու էլեկտրոնային առևտրին երկրի ներսում՝ առաքելով փոքր չափերի ծանրոցներ՝ մինչև 2կգ, որի առավելագույն արժեքը 1040 դրամ է (մոտ 2,5 եվրո):

Վերջին տարիներին **Globbing-ի**, **ONEX-ի** և **Wildberries-ի** հիմնադրումը երկրում ընդլայնել է էլեկտրոնային առևտուրը «վերաառաքման» ծառայությունների միջոցով: Այս ընկերություններն ունեն միջնորդի դեր. գնորդի անունից ստանում են արտերկրում գնված փաթեթները միջազգային պահեստներում և դրանք ուղարկում վերջնական ստացման կետ: ONEX-ը տրամադրում է նաև առաքման ծառայություններ. առաքումներ է իրականացնում Հայաստանից ԱՄՆ և Ռուսաստան, ինչպես նաև առաջարկում է փաստաթղթերի առաքման ծառայություն դեպի ԵՄ երկրներ:

«Արկանել» ընկերությունը Հայաստանում գործող միակ առաքման ընկերությունն է, որը մասնագիտացած է արվեստի գործերի և արժեքավոր իրերի առաքման մեջ (առաքումներ է իրականացնում թանգարանների և անհատական հավաքածուների համար): Առաջարկում է փաթեթավորում, բեռնում, տեղափոխում, առաքում, ինչպես նաև արվեստի ապահովագրական ծառայություններ թե՛ տեղի, թե՛ միջազգային հաճախորդների համար: Չնայած արվեստի գործերի միջազգային առաքման համար կարելի է օգտվել նաև **DHL-ից** ու **FedEx-ից**, սակայն այդ ընկերություններն ունեն որոշ սահմանափակումներ՝ կապված արվեստի գործի տեսակի, կրիչի և չափսերի հետ: Արվեստի նմուշների առաքման համար չեն գործում հատուկ սակագներ կամ որևէ առավելություն. սա վերաբերում է ցանկացած միջազգային կամ երկրի ներսում գործող առաքման կամ բեռնափոխադրման ընկերության: Ավելին, Հայաստանում բեռնափոխադրումներ իրականացնող հիմնական ընկերությունները, ինչպիսիք են **Transimpex-ը**, **Express Courier-ը**, «Ապավեն»-ը, չեն տրամադրում հատուկ ծառայություններ արվեստի ոլորտի համար:



## ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ ՆԿԱՏԱՌՈՒՄ

Հաշվի առնելով մեր ներկայացուցչական հարցման տվյալները՝ կարելի է մի քանի եզրահանգում անել միջազգային բեռնափոխադրումների ենթակառուցվածքների զարգացման կարևորության վերաբերյալ:

Ինչպես տեսանք Գծապատկեր 3.1.-ում, միջազգային արտահանման մեջ ներգրավվածությամբ ամենաբարձր ցուցանիշ ապահովող ոլորտներն են՝ **հանդիսադիր ներկայացումներ և միջոցառումներ, տեսալսողական և ինտերակտիվ մեդիա, գրքեր և մամուլ, դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ**: Հատկանշական է, որ բոլոր այս ոլորտները, բացի **գրքեր և մամուլից**, վաճառում են թվային արտադրանք և ծառայություններ՝ այդպիսով խուսափելով բեռնափոխադրումների/լոգիստիկայի հետ կապված դժվարություններից: Ավելին, արձանագրվել է, որ **տեսալսողական և ինտերակտիվ մեդիայի** ոլորտը իր եկամուտների 60%-ը ստանում է միջազգային պատվիրատուներից: Սա ևս մեկ անգամ ընդգծում է միջազգային արտահանման ենթակառուցվածքների բարելավման կարևորությունը, քանի որ դա դրականորեն կազդի եկամուտների ստացման վրա:



Կարևոր է նշել նաև, որ ըստ մեր հարցման արդյունքների՝ հարցվածներն ավելի հաճախ արտահանում են հետևյալ երեք երկրներ՝ ԱՄՆ (61%), Ռուսաստան (50%) և Ֆրանսիա (22%): Նշված երկրներում են նաև սփյուռքի ամենամեծ համայնքները, ինչը ենթադրում է, որ անձնական կապերն առաջնային նշանակություն ունեն միջազգային վաճառքի համար, հատկապես բեռնափոխադրման ենթակառուցվածքների բացակայության պարագայում<sup>24</sup>:

Այս եզրահանգումները ցույց են տալիս, որ կարիք կա ավելի խորը հետազոտել և ընդլայնել մշակութային արտահանման բաժինը, ինչը, սակայն, այս ուսումնասիրության շրջանակներից դուրս է, մեր տնտեսագիտական ուսումնասիրության մեջ ևս հիմնական ցուցանիշ չէ:

Մեր թիմն առաջարկում է թեմայի հավելյալ ուսումնասիրություն՝ այդ թվում ԱՐՄՍՍՍՏ-ի տվյալների և մշակութային արտահանման վիճակագրության հետազոտություն: Մեր ՖեյՔ-ներից արված հետևությունները նույնպես վկայում են, որ առաքման և լոգիստիկայի ոլորտում գործում է հսկայական ստվերային տնտեսություն՝ հատկապես կապված փոքր քանակով իրերի արտահանման հետ, որոնք փոխադրվում են Եվրոպա որպես «նվերներ»: Միջազգային արտահանումը հասկանալի ու դրան հետևելը առանձնակի կարևորություն է ներկայացնում Հայաստանի ստեղծարար տնտեսությունը հասկանալու համար և պահանջում է հավելյալ խորքային ուսումնասիրություն:

24 Հայ բնակչության թիվը՝ ըստ երկրի, ամբողջական ցուցակ (Ռուսաստանի և ԱՄՆ-ի հայ բնակչության թվաքանակը հիմնված է համապատասխան երկրի ազգային մարդահամարի տվյալների վրա), տե՛ս «Հայեր ըստ երկրի», Վիքիպեդիա, վերջին թարմացում՝ նոյեմբերի 1, 2023թ.:

[https://hy.wikipedia.org/wiki/%D5%80%D5%A1%D5%B5%D5%A5%D6%80\\_%D5%A8%D5%BD%D5%BF\\_%D5%A5%D6%80%D5%AF%D6%80%D5%AB](https://hy.wikipedia.org/wiki/%D5%80%D5%A1%D5%B5%D5%A5%D6%80_%D5%A8%D5%BD%D5%BF_%D5%A5%D6%80%D5%AF%D6%80%D5%AB)

## ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«Մեր ընկերությունն այժմ միջազգային մեծ ընկերության հետ բանակցություններ է վարում թվային բովանդակության բաշխման շուրջ: Մեզ համար խնդիր է համապատասխան փաստաթղթերի, ՄՍ մասնագետների, YouTube-ի մենեջերների, թվային մարքեթինգի մասնագետների պակասը, որոնք կօգնեին մեզ այս հարցերում: Պետք է կարողանանք որոշ պայմանների շուրջ համաձայնության գալ այդպիսի ընկերությունների հետ, քանի որ մեր արտադրանքը պահանջարկ ունի: Նման մասնագետների վերապատրաստումն արտերկրում շատ թանկ է»:

– Երաժշտության ոլորտի ներկայացուցիչ

Այնպիսի օժանդակ ոլորտներ, ինչպիսիք են մտավոր սեփականության մասին օրենքը, էլեկտրոնային վճարումները, առաքումն ու լոգիստիկան, կենսական նշանակություն ունեն ՄՍՈ էկոհամակարգի գործարկման համար: Չնայած դրանք, որպես այդպիսին, ստեղծարար ծառայություններ չեն, սակայն դրանք են ապահովում այն ենթակառուցվածքներն ու ուղիները, որոնց միջոցով ստեղծարար անհատները, բիզնեսները, կազմակերպություններն ու կառույցները կարող են հասանելի դառնալ միջազգային լսարանի ու շուկաների համար և դրամայնացնել իրենց ստեղծագործությունները: Սա է պատճառը, որ վերլուծել ենք մատակարարման շղթայի ենթակառուցվածքային կարգավիճակն այս երեք տեսանկյունից, որպեսզի հասկանանք, թե որը կարող է բարենպաստ միջավայր լինել հայաստանյան ՄՍՈ-ների համար:

Մեր հետազոտությունը վեր է հանում Հայաստանի **ենթակառուցվածքների** թերությունները՝ հատկապես **ՄՍ օրենսդրության** կիրարկման հարցում, ինչը զսպում է ՄՍՈ-ների տնտեսական զարգացումը: Չնայած էկոնոմիկայի նախարարության ներքո գործող ՄՍ գրասենյակը վերահսկում է ՄՍ կանոնադրությունը, սակայն այն պատասխանատու չէ ՄՍ օրենքով սահմանված իրավունքների իրականացման համար, իսկ օրենքի կիրարկման համար պատասխանատու այլ մարմին գոյություն չունի: Ավելին, հեղինակային իրավունքի մասին թերի գրված օրենքը, ինչպես նաև դատական համակարգում ՄՍ վերաբերյալ անբավարար գիտելիքները խոչընդոտում են մտավոր սեփականության իրավունքի պաշտպանության առանց այդ էլ թույլ ենթակառուցվածքների աշխատանքը: Երկրի համար, որը հրապարակայնորեն հայտարարել է գիտելիքահենք տնտեսություն ստեղծելու իր նպատակների մասին, հույժ կարևոր է, որ ներդրումներ կատարվեն ենթակառուցվածքներում, որոնք կբարելավեն մտավոր սեփականության իրավունքների պաշտպանությունը:

Հետազոտությամբ պարզվել է, որ Հայաստանն ունի **էլեկտրոնային վճարման արդյունավետ լուծումներ**, որոնք ապահովում են դրամական էլեկտրոնային փոխանցումներ երկրի ներսում, սակայն միջազգային փոխանցումներն ու էլեկտրոնային վճարումները բարդություններ են ստեղծում: Օրինակ, Paypal-ը՝ լայնորեն կիրառվող միջազգային էլեկտրոնային վճարման հարթակներից մեկը, չի ճանաչում հայաստանյան բանկային հաշիվները՝ անհնարին դարձնելով կանխիկացումը երկրի տարածքում: Չնայած Visa-ն և ՀՀ բանկերը հասանելի են դարձրել Apple Pay և Google Pay ծառայությունները երկրում, սակայն ստեղծարար ոլորտը լայն տարածում ունեցող առցանց հարթակներում դեռևս դրամայնացման

հետ կապված դժվարություններ ունի: Օրինակ՝ երաժշտության, կինոյի և լրագրության ոլորտները չեն կարող դրամայնացում իրականացնել SoundCloud-ում և YouTube-ում, քանի որ իրավական խոչընդոտներն արգելում են հայաստանյան բանկային հաշիվների օգտագործումն այդ հարթակներում, իսկ վիզուալ արվեստի ոլորտը չափազանց բարձր սակագների պատճառով դուրս է մնացել առևտրի Artsy և Saatchi համաշխարհային հարթակներից:

Չնայած վերջին տարիներին **երկրի ներսում իրականացվող առաքումների** ծավալը զգալիորեն աճել է՝ ապահովելով նաև տարբերակների բազմազանություն, միջազգային առաքումները դեռևս ծախսատար են և ժամանակատար, ինչը խանգարում է միջազգային փոխանակումների ու վաճառքի ընդլայնմանը: ՄՄՈ ձեռներեցիների կողմից հնչեցված ընդհանուր մտահոգությունն այն էր, որ արտերկիր առաքման սակագինը հաճախ գերազանցում է վաճառվող ապրանքի սակագինը: Բացի այդ, ինչ վերաբերում է արտահանմանը, դանդաղ և հնացած մաքսային ընթացակարգերը նույնպես էական արգելք են հանդիսանում:

Միջազգային առաքման և լոգիստիկայի ոլորտում վերջերս տեղի ունեցած որոշ նորամուծություններից են վերաառաքման ծառայությունները, օրինակ՝ Globbing-ը և ONEX-ը, որոնք կարողացել են շրջանցել խոչընդոտներն այնպիսի հարթակներում, ինչպիսին Amazon-ն է, որը չի առաքում Հայաստան, այլ գնված ապրանքներն ուղարկում է միջազգային պահեստներ:

Հետազոտության վերը նշված արդյունքների հիման վրա առաջարկում ենք.

### **Ստեղծել Մտավոր սեփականության պաշտպանության մասին օրենքի կիրարկումն ապահովող մարմին:**

*Կառավարությունը պետք է ընդլայնի գործող ՄՍ գրասենյակի իրավասությունները՝ ներառելով օրենքի կիրարկումը, կամ ստեղծի առանձին կառույց, օրինակ՝ հեղինակային իրավունքների գրասենյակ, որը կոչված կլինի մշտադիտարկելու և կանխելու ՄՍ օրենքի խախտումները:*

### **Զարգացնել ՄՍ վերաբերյալ իրավաբանական գիտելիքները:**

*ՀՀ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունը պետք է ՄՍ ոլորտի փաստաբանների և դատավորների համար մշակի վերապատրաստման ծրագրեր, որը նրանց կօգնի յուրացնել ստեղծարար ոլորտի հետ կապված բոլոր նրբությունները:*

### **Ներդրումներ կատարել ռոյալթիների վճարման տեխնոլոգիական նորարարություններում:**

*Հայաստանի կառավարությունը մասնավոր հատվածի հետ համատեղ (մրցակցային հիմունքներով) պետք է ներդրումներ կատարի նոր տեխնոլոգիաների և թվային լուծումների մեջ, որպեսզի ապահովի արվեստագետների աշխատավարձերի/հոնորարների և ռոյալթիների վճարման ավելի արդյունավետ և թափանցիկ ընթացակարգեր, որոնք կբացառեն մարդկային գործոնը և հնարավոր կոռուպցիան:*

### **Ստեղծել էլեկտրոնային վճարումների միջանկյալ լուծում:**

*Հիմնվելով վերաառաքման ծառայությունների մոդելի վրա՝ ինչպիսիք են Globbing-ը և ONEX-ը, ՄՄՈ ներկայացուցիչներն առաջարկել են, որ ՀՀ կառավարությունը մասնավոր հատվածի հետ համատեղ (մրցակցային հիմունքներով) ստեղծի միջանկյալ լուծում էլեկտրոնային վճարումների հետ կապված դժվարությունների հաղթահարման համար: Թվային նորարարության միջոցով ստեղծված փոխանորդ հաշիվները կարող են օգտակար լինել այն անձանց համար, որոնք փորձում են միջազգայնորեն ճանաչված հաշիվներ ունենալ, որպեսզի կարողանան ստեղծագործության դրամայնացում իրականացնել այնպիսի հարթակներում, ինչպիսին YouTube-ն է:*

### **Ուսումնասիրել այն բիզնես հնարավորությունները, որոնք կօգնեն համակարգել ՄՍՈ ապրանքների միասնական առաքումը:**

Առաքման ժամկետներն ու սակագները կարող են կրճատվել, եթե ստեղծվեն միջնորդ ընկերություններ կամ կազմակերպություններ, որոնք կպարզեցնեն տարբեր ՄՍՈ ապրանքների համակարգված միասնական առաքումը դեպի միջազգային պահեստներ: Մասնավոր հատվածի հայաստանյան ընկերությունները կարող են մշակել նման մեխանիզմ՝ համագործակցելով պետության հետ:

### **Կատարել խորքային հետազոտություն մշակութային արտահանման վերաբերյալ:**

Չնայած մշակութային արտահանումը կարիքների գնահատման այս ուսումնասիրության առաջնային խնդիրներից չէր, ոչ էլ մեր տնտեսագիտական զեկույցի կարևոր ցուցանիշ, սակայն այն կենսական նշանակություն ունի միջազգային փոխանակումներում երկրի մասնակցության ընդլայնման գործում: Սա կարող է նպաստել այլ ոլորտների զգալի աճին և նշանակալի ազդեցություն ունենալ ընդհանուր ՀՆԱ-ի վրա: Մեր թիմն առաջարկում է շարունակել այս թեմայի ուսումնասիրությունը՝ օգտվելով ԱՐՄՍՏԱՏ-ի տվյալներից ու վիճակագրությունից:

### **Ստեղծարար բիզնեսների համար կազմակերպել ներկրման և արտահանման ընթացակարգերի և հնարավորությունների վերաբերյալ ուսուցում:**

Առաջարկվում է ստեղծարար բիզնեսների շրջանում բարձրացնել մշակութային արժեքավոր իրերի ներկրման/արտահանման համար գործածվող բրոքերային բարդ ծածկագրերի մասին իրազեկվածությունը: Հայաստանի կառավարությունը վերջինիս կարող է նպաստել՝ կրթական կառույցների, դոնորների կամ մասնավոր հատվածի հետ համագործակցությամբ մշակված ծրագրերի ներդրմամբ:

### **Օգտագործել ստեղծագործական միությունների ներուժը:**

Ֆինք մասնակիցների կողմից առաջարկված լուծումներից է համակարգման այն չօգտագործված ներուժի կիրառումը, որն ունեն ստեղծագործական միությունները: Օրինակ՝ միությունները կարող են կազմակերպել մի շարք ՄՍՈ ապրանքների միասնական միջազգային առաքումը, ինչպես նաև մաքսային ընթացակարգերի վերաբերյալ դասընթաց կազմակերպել իրենց անդամների համար: Խորհուրդ է տրվում ներդրումներ կատարել գործող ստեղծագործական միությունների կարողությունների զարգացման նպատակով: Այնուհետև, առաջարկվում է ստեղծել «Միությունների դաշինք»՝ ցանց, որը կօգնի համագործակցություն հաստատել ողջ ստեղծարար ոլորտում, սահմանել լավագույն փորձի չափորոշիչ բոլոր միությունների համար, ինչպես նաև անդրադառնալ ոլորտի աճի ընդհանուր խոչընդոտներին և դրանք ներկայացնել կառավարությանը:

# ԳԼՈՒԽ 4. ՀՀ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԶԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ըստ մեր առաջնային հետազոտության արդյունքների՝ հայաստանյան ՄՍՈ բիզնես միջավայրի և ընդհանուր մշակութային զարգացման հիմնական խոչընդոտներից է անկատար օրենսդրական դաշտը: Մենք նաև ուսումնասիրել ենք երկրի առկա մշակութային քաղաքականության շրջանակները՝ փորձելով գնահատել ՀՀ մշակութային ռազմավարության մշակման և իրականացման մեջ պետական և ոչ պետական կառույցների, ինչպես նաև հասարակության ներգրավվածությունը: Բացի այդ, մշակութային զարգացման ներկայիս տեսլականի ավելի ամբողջական պատկեր ստանալու համար վերանայել ենք մշակութային ռազմավարությանն առնչվող որոշ փաստաթղթեր:



Ցուցահանդեսային նախապատրաստություններ Երևանի նկարիչների կողմից ղեկավարվող «Արտ Կվարտալ» թաղամասում, 2022թ.:  
Լուսանկարը՝ Արամ Կիրակոսյանի.

## ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐ

Վերջին տարիներին Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ոլորտում տեղի ունեցած ամենանշանակալի փոխակերպումը պետական կառավարման համակարգի վերակազմավորումն էր, մասնավորապես, 2019թ.-ին տեղի ունեցած՝ մշակույթի նախարարության միաձուլումը կրթության և գիտության նախարարության հետ: Արդյունքում՝ ոլորտն այժմ գտնվում է Հայաստանի Հանրապետության կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարության ղեկավարության ներքո: ԿԳՄՍՆ 11 վարչություններից երեքը զբաղվում են մշակութային հարցերով՝ 1) մշակութային ժառանգության վարչություն, 2) ժամանակակից արվեստի վարչություն և 3) պատմության և մշակույթի հուշարձանների պահպանության վարչություն: Այս վարչությունները լիազորված են ոչ միայն իրականացնել մշակութային կառավարում, այլ նաև զբաղվել հայաստանյան մշակույթի պահպանությամբ, տարածմանն ու զարգացմանն ուղղված մշակութային օրենսդրության և ծրագրերի մշակմամբ: Դրանք մասնակցում են նաև մշակութային արտաքին քաղաքականության ձևավորմանը, ինչպես նաև վերահսկում են հայաստանյան մշակութային արժեքների ներկրումն ու արտահանումը<sup>25</sup>:

Չնայած մշակութային քաղաքականության այս հիմնային վերակազմավորումը նպատակ ուներ օպտիմալացնել կառավարման կառույցներն ու մշակույթի նկատմամբ ապահովել ավելի ինտեգրացիոն և ներառական մոտեցում, սակայն փոփոխությունը քննադատությունների տեղիք տվեց<sup>26</sup>: Հարցի շուրջ հասարակական տրամադրությունը շարունակում է մնալ բացասական. մեր ֆոկլոր խմբային քննարկումներում ՄՍՈ ներկայացուցիչների ընդհանուր ընկալումն այն էր, որ կառավարության համար մշակույթն առաջահերթություն չէր, ինչն էլ հանգեցրել է նման վերակազմավորման: Ավելին, ըստ Նրանց, վերակազմավորումը շարունակ կրճատում է այն օժանդակ կառույցները, որոնք նախկինում նախատեսված էին մշակույթի համար: ՄՍՈ ներկայացուցիչները բազմիցս նշել են առանձին մշակույթի նախարարություն վերահիմնելու անհրաժեշտության մասին:

«[Առանձին] մշակույթի նախարարություն չկա, իսկ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունն ունակ չէ մշակել մշակութային ռազմավարություն/ քաղաքականություն»:  
– Երաժշտական ոլորտի ներկայացուցիչ

Կարևոր է նշել, որ չնայած ԿԳՄՍՆ կոչված է հանդես գալ մշակույթի ողջ ոլորտի անունից, սակայն ստեղծարար արտադրությանը, արդյունաբերական ճյուղի զարգացմանը և մտավոր սեփականության իրավունքներին/ապրանքանիշներին վերաբերող բոլոր հարցերը գտնվում են **էկոնոմիկայի նախարարության** իրավասության ներքո: Ըստ 2022թ. տվյալների՝ նախարարությունում ստեղծվել են երկու նոր վարչություններ՝ **գիտելիքահենք տնտեսության վարչություն և թեթև արդյունաբերության վարչություն**: Առաջինը բաղկացած է արդյունաբերության քաղաքականության և տնտեսական հետազոտությունների բաժիններից, որոնք զբաղվում են նաև մշակութային և ստեղծարար ճյուղերով, քանի որ անմիջականորեն առնչվում են մտավոր սեփականության իրավունքին վերաբերող հարցերին:

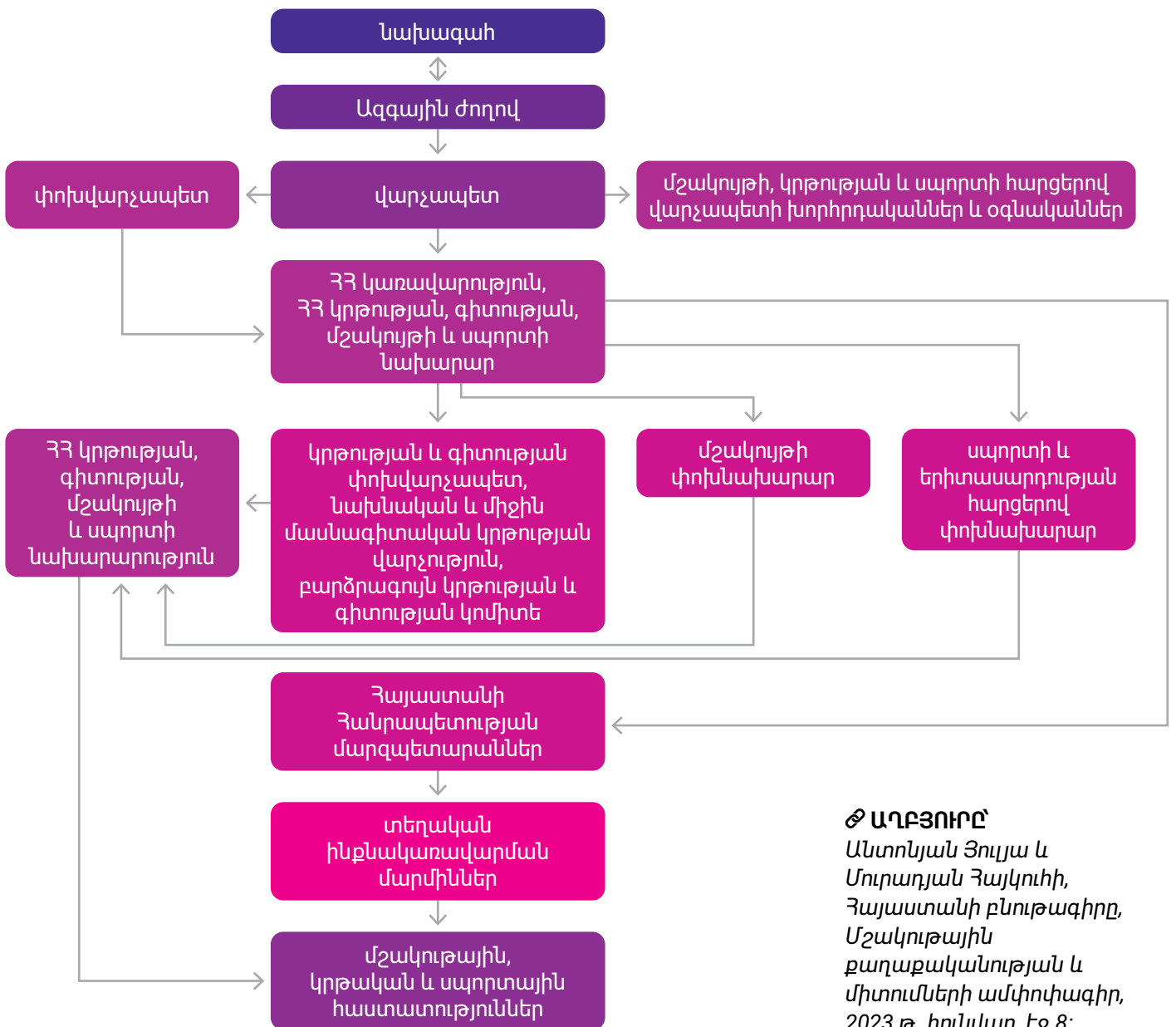
Թեթև արդյունաբերության վարչությունն ունի ենթավարչություն, որը կենտրոնացած է **ստեղծարար ոլորտների** վրա<sup>27</sup>, ինչը խորհրդանշում է լուրջ շրջադարձ որոշ ստեղծարար ոլորտների աճի և դրանց արդյունաբերական ներուժի մեծացման կարևորության գիտակցման հարցում: Այս վարչությունը մասնավորապես կարևորել է տեքստիլը և հարակից արդյունաբերական ճյուղերը (ինչպիսիք են հագուստը, կաշվե իրերն ու զարդերը), որոնց համար նախարարությունը մշակում է արդյունաբերական զարգացման հնգամյա ռազմավարություն<sup>28</sup>:

25 Յուլիա Անտոնյան և Հայկոյի Մուրադյան, Երկրի նկարագիր. Հայաստան, (Association of the Compendium of Cultural Policies and Trends, հունվար 2023թ.), էջ 9: [https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf\\_full/armenia/Full-Country-Profile\\_Armenia.pdf](https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/armenia/Full-Country-Profile_Armenia.pdf)  
26 Նոր վերակազմավորումը 92% դեմ ձայն էր ստացել e-draft.am կայքում՝ հարթակ, որտեղ երկրի քաղաքացիներն իրենց մասնակցությամբ կարող են իրենց ավանդյալ ունենալ նախագծերի քաղաքականության մշակման մեջ: Տե՛ս «Կառավարության կառուցվածքի և գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» օրենքի և հարակից օրենքների նախագծեր», իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման միասնական կայք, 2019թ.: <https://www.e-draft.am/projects/1503/digest>  
27 Չնայած հրապարակային տեղեկատվություն չկա էկոնոմիկայի նախարարության ներքո ստեղծված ստեղծարար ճյուղերի ենթավարչության մասին, մեր հետազոտական թիմը նախարարությունից ներքին աղբյուրների միջոցով ճշտել է այս տեղեկության հավաստիությունը:  
28 Թեթև արդյունաբերության ճյուղերն են տեքստիլի և հագուստի, կոշիկի, կաշվի և այլ արտադրությունները: Սկսած 2022թ.-ից՝ էկոնոմիկայի նախարարությունը մշակում է արդյունաբերության զարգացման հնգամյա ռազմավարություն: Տե՛ս «Մեկնարկել է Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության աջակցման ծրագիրը», էկոնոմիկայի նախարարություն, 2022թ.: <https://mineconomy.am/news/2454>

Էկոնոմիկայի նախարարության և ԿԳՄՍՆ միջև պատասխանատվության շրջանակների նման բաժանումը շատ կարևոր է, քանի որ ըստ այդմ մշակութային ոլորտի տնտեսական զարգացման, բիզնես կարողությունների զարգացման և վաճառքի վերահսկման հիմնական դերակատարը էկոնոմիկայի նախարարությունն է: Այս իրավիճակը, սակայն, հասկանալիորեն խառնաշփոթ է առաջացրել այն հարցում, թե ի վերջո որ կառույցն է պատասխանատու մշակութային ոլորտների ընդհանուր զարգացման համար:

Պետական կառավարման լայն համատեքստում ԿԳՄՍ նախարարությունը հաշվետու է մեկ պալատից կազմված խորհրդարանին՝ **Ազգային ժողովին**: Ազգային ժողովի ներքո գործում են **մշտական հանձնաժողովներ**, որոնք ապահովում են խորհրդարանական վերահսկողությունը և ուսումնասիրում իրենց համապատասխան ոլորտին և գործունեությանը վերաբերող օրենսդրական նախագծերը: Մշակութային քաղաքականությունը վերահսկվում է **Գիտության, կրթության, մշակույթի, սփյուռքի, երիտասարդության և սպորտի հարցերով մշտական հանձնաժողովի** կողմից, որը ղեկավարում է Սիսակ Գաբրիելյանը: Հանձնաժողովը պատասխանատու է նաև մշակութային իրավունքի հաստատման, ինչպես նաև մշակույթի պահպանության, տարածման և զարգացման համար անհրաժեշտ ֆինանսական ռեսուրսների ապահովման համար: ՀՀ պետական կառավարման համակարգին ծանոթանալու համար տե՛ս Գծապատկեր 4.1.:

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 4.1. ՀՀ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ**



**ՃԱՐՔՈՐԸ**  
 Անտոնյան Յուլյա և Մուրադյան Հայկուհի, Հայաստանի բնութագիրը, Մշակութային քաղաքականության և միտումների ամփոփագիր, 2023 թ. հունվար, էջ 8:

## ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԴԵՐԱԿԱՏԱՐՆԵՐ

Կրթության և գիտության բնագավառում կան քաղաքականության մշակմամբ զբաղվող որոշ հասարակական խմբեր, որոնց ազդեցությունը ՄՍՈ-ների վրա տարբեր է: Այդ դերակատարները և նրանց ազդեցությունը մշակութային քաղաքականության վրա ներկայացված են Աղյուսակ 4.1.-ում:

### ԱՂՅՈՒՄԱԿ 4.1. ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԴԵՐԱԿԱՏԱՐՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ

Դերակատար	Ազդեցությունը մշակութային քաղաքականության վրա
<b>Հասարակական կազմակերպություններ</b> (տեղական ՀԿ-ներ, մշակութային և երիտասարդական կենտրոններ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Մշակութային քաղաքականության խորհրդատուներ</li> <li>Մշակութային և կրթական ծրագրեր իրականացնողներ</li> <li>Դրամաշնորհներ ստացողներ</li> </ul>
<b>Մշակութային և կրթական հաստատություններ</b> (դպրոցներ, համալսարաններ, թատրոններ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Մասնագիտական խորհրդատվություն</li> <li>Պետական օրենսդրության վերաբերյալ քննադատական դիսկուրս</li> <li>Սահմանել ստեղծարար գործունեության, միտումների և թեմաների շրջանակը</li> <li>Մասնակիորեն պետական ֆինանսավորում կամ հանրային/մասնավոր միջոցներով համաֆինանսավորում կամ ամբողջությամբ ինքնաֆինանսավորվող</li> </ul>
<b>Միջազգային հասարակական կազմակերպություններ</b> (ՅՈՒՆԵՍԿՕ, Բաց հասարակության հիմնադրամ, արտաքին քաղաքական սուբյեկտներ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Կանոնակարգել ազգային քաղաքականությունը՝ ըստ միջազգային օրենքների/կոնվենցիաների</li> <li>Ֆինանսավորում տրամադրել մշակութային և կրթական նախաձեռնություններին</li> </ul>
<b>Միջազգային և համահայկական մասնավոր և հասարակական հիմնադրամներ</b> (Գյուլբենկյան, Ալեք Մանուկյան, Զինիչյան, ՀԲԸՄ և այլն)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Մշակութային - կրթական ոլորտի զարգացման հայեցակարգերի/ծրագրերի մշակում</li> <li>Դրանց իրականացմանն անհրաժեշտ ֆինանսավորման տրամադրում, Համագործակցություն կառավարության հետ (ուղղակի կամ/և անուղղակի՝ հաստատությունների միջոցով)</li> </ul>
<b>Ձանգվածային լրատվության միջոցներ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ազդեցություն՝ իրադարձությունների, նախաձեռնությունների, գաղափարների հանրային քննադատության և այլնի լուսաբանման միջոցով</li> </ul>
<b>Մասնավոր ձեռնարկություններ</b> (խմբագրություններ, տպարաններ, արվեստի և մշակույթի վաճառատաներ, սրճարաններ և այլն)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Տրամադրել անկախ աջակցություն մշակութային և քննադատական դիսկուրսի համար</li> </ul>
<b>Սոցիալական և վիրտուալ հարթակներ</b> («Բուն» հեռուստաընկերություն, «Վերադարձ Հայաստան» հիմնադրամ և այլն)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ստեղծագործական, վերլուծական/բանավիճային կամ քննադատական նյութերի տրամադրում</li> <li>Մշակութային/կրթական նախաձեռնությունների/միջոցառումների համար երբեմն դրամահավաքների կազմակերպում</li> </ul>

#### Ձ ԱՂԲՅՈՒՐԸ

Անտոնյան Յուլյա և Մուրադյան Հայկուհի, Հայաստանի բնութագիրը, Մշակութային քաղաքականության և միտումների ամփոփագիր, 2023 թ. հունվար, էջ 8:



## ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՆԵՐԳՐԱՎՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

2008թ.-ից սկսած՝ Եվրոպական միությունը Հայաստանում էլեկտրոնային կառավարման զարգացմանն աջակցելու համար 25 միլիոն եվրոյի ներդրում է կատարել: Այս ներդրումը նպատակաուղղված է բարելավելու պետական տեղեկատվության և ծառայությունների մատչելիությունը և թափանցիկությունը հանրության, ինչպես նաև պետական կառույցների և այլ գերատեսչությունների համար: Արդյունքում՝ հիմնվել են մի քանի տասնյակ հարթակներ: Այդ հարթակների թվում են էլեկտրոնային փաստաթղթերի կառավարման **Mulberry** համակարգը, իրավաբանական անձանց համար **էլեկտրոնային ռեգիստրը** ([www.e-register.am](http://www.e-register.am)) և Իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման միասնական կայքը ([www.e-draft.am](http://www.e-draft.am)): Ըստ 2019թ.-ի հունիսին տարածված ԵՄ մամուլի հաղորդագրության՝ «Ներկայումս մշակվում են ևս երկուսը՝ «Պետական փոխգործելիության հարթակը» և «Մեկ պատուհան» համակարգը»<sup>29</sup>:

Այս էլեկտրոնային միջոցներից բացի, մշակութային քաղաքականության փորձագետները նշում են, որ նոր բարեփոխումները և ներկայիս վարչակազմի կողմից կառավարման ավելի ներառական մոտեցումը բարելավել է երկխոսությունը պետության և հասարակական դերակատարների միջև: Այս բարելավումը հիմնականում նկատվել է ոլորտի հետ ներգրավվելու համար ստեղծված հանրային քննարկումների և մրցույթների կազմակերպման պարագայում<sup>30</sup>: Օրինակ՝ 2018թ.-ի հունիսին կառավարությունը հրապարակել է հանրային քննարկումների վարման ընթացակարգ, որպեսզի ապահովի քաղաքացիների ներգրավվածությունը քաղաքականության ձևավորման հարցերում<sup>31</sup>: Այդուհանդերձ, ըստ ոլորտի ներկայացուցիչների՝ դա բավարար չէ, և համագործակցության համար անհրաժեշտ են ավելի պաշտոնական և օժանդակ մեխանիզմներ:

Օրինակ՝ չնայած ԿԳՄՍ նախարարությունը խրախուսում է մշակութային զարգացմանն ուղղված ծրագրերի իրականացման համար դրամաշնորհների տրամադրման հանրային մրցույթները, Ֆևբ մասնակիցներն իրենց քննադատությունն են արտահայտել այդ կապակցությամբ: Նրանց կարծիքով՝ պետական մրցութային գործընթացներն անարդար են, վատ կազմակերպված, և նախապատվությունը տրվում է ոչ թե որակյալ ծրագրերին, այլ մեծ ծախսեր չպահանջող առաջարկներին: Համակարծիք էին նաև գովազդի և գրաֆիկական դիզայնի, հեռուստատեսության և ռադիոյի, վիզուալ արվեստի, երաժշտության և ամենից շատ՝ ճարտարապետության ոլորտի ներկայացուցիչները: Հատկանշական է, որ ճարտարապետները մտահոգություն են հայտնել, որ պետական տենդերների և գնումների գործընթացներում կողմնակալություն է ցուցաբերվում որոշ մատակարարների հանդեպ, ինչը հաճախ հանգեցնում է կոռուպցիայի:

29 Տե՛ս «Հայաստանում գործում է Եվրոպական միության աջակցությամբ ներդրված էլ. կառավարման մեկ տասնյակից ավելի հարթակ. ԵՄ-ն տրամադրել է շուրջ 25 մլն եվրո», European Union External Action, հունիս 10, 2019թ.: [https://www.eeas.europa.eu/node/63855\\_en?page\\_lang=hy](https://www.eeas.europa.eu/node/63855_en?page_lang=hy)

30 Անտոնյան և Մուրադյան, Երկրի նկարագիր. Հայաստան, էջ 9:

31 Տե՛ս «Հանրային քննարկումների կազմակերպման և անցկացման կարգը սահմանելու մասին կառավարության որոշում», Իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման միասնական կայք, 2018թ.: <https://www.e-draft.am/projects/978/about>

Այս լույսի ներքո մեր Ֆինթ-ներում և ԱՏՀ-ներում ՄՍՈ որոշ ներկայացուցիչներ հանդես են եկել առաջարկներով, թե ինչպես կարելի է ավելի օգտակար լինել ստեղծարար համայնքին: Դրանց թվում է արվեստի խորհրդի և նման այլ գործակալությունների ստեղծումը, որոնք կապող օղակ կհանդիսանան կառավարության և ստեղծագործ դերակատարների միջև, կաջակցեն հետազոտությունների իրականացմանը, կմշակեն ռազմավարություն և կզարգացնեն կարողությունները ոլորտի ներսում: Մասնակիցներից մեկը հիշատակել է միջազգային լավագույն փորձը այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Նիդեռլանդները, Ֆինլանդիան և Իռլանդիան, որտեղ արվեստի խորհուրդները ծառայում են որպես միջնորդ կառույցներ: Այդ խորհուրդները արվեստագետներին և ստեղծագործողներին ապահովում են այն անհրաժեշտ գործիքակազմով, որն օգնելու է ընդլայնել նրանց գործունեությունը, լիազորում են տեղական իշխանություններին՝ աջակցելու տեղի արվեստագետներին, ինչպես նաև դյուրացնում են ռեսուրսների քարտեզագրումը՝ ի թիվս այլ օժանդակության:

«Մրցույթի մասնակիցները չպետք է առաջարկեն շուկայականից մի քանի անգամ ցածր սակագներ: Երբ այդպես են անում, ուրեմն գործ ունենք կեղծիքի հետ: Իսկ գնումների մասին մեր օրենքը պարտադրում է ընտրել ամենացածր սակագին առաջարկող մատակարարին»:

– *Ճարտարապետության ոլորտի ներկայացուցիչ*

«Քանի որ աշխատել եմ նախարարությունում, տեսնում եմ այն բացերը, երբ նախարարությունը չի կարողանում հասանելի լինել շատ անկախ արվեստագետների համար, որոնք վերջին 30 տարիների ընթացքում չեն եղել պետական քաղաքականության կենտրոնում: Այսպիսով, տեսնում եմ, որ լիքը անելիք կա, և հավատացած եմ, որ արվեստի խորհուրդը պետք է կոչված լինի լրացնելու այդ բացերը»:

– *Կինոլորտի ներկայացուցիչ և համայնքի ակտիվիստ*

Ֆոկուս խմբային քննարկումների ընթացքում մի քանի մասնակից առաջարկել են հիմնել առանձին կառույց, որի գործառնությունների մեջ կմտնի **ազգային մշակութային հիմնադրամի** կառավարումը: Այդ կառույցը կերաշխավորի մրցակցային հիմունքներով դրամաշնորհների և ֆինանսների տրամադրումը՝ որպես մոդել ընդունելով ԱՄՆ-ի Արվեստի ազգային հիմնադրամը (National Endowment for the Arts) կամ Արվեստի հիմնադրամը (Art Fund) Մեծ Բրիտանիայում: Այդպիսի հիմնադրամը կարող է ընդունել նաև անհատական նվիրատվություններ վերաբաշխման համար, և այն պետք է գործի կառավարությանը կից, որպեսզի հնարավոր լինի ապահովել թափանցիկություն ու կանխարգելել կոռուպցիան:



Բալետի փորձ Օպերայի և բալետի թատրոնում, 2018թ.:  
**Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի**

## ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

«Պետք է ունենանք ազգային մշակութային քաղաքականություն, համապատասխան օրենսդրություն և ռազմավարություն՝ փաստաթուղթ, որը կսահմանի առաջիկա տարիների առաջնահերթությունները»:

– Վիզուալ արվեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

Այս բաժնում կանդիդատներն արդեն ներկայիս կառավարության՝ երկրի մշակութային զարգացման տեսլականին և կվերլուծենք առաջարկված ծրագրերի իրագործելիության հնարավորությունը: Սա անելու համար կուսումնասիրենք կառավարության մշակութային ռազմավարության ամկա ծրագիրը, դրան համապատասխան գործողությունների պլանը և կատարման ընթացքի հաշվետվությունը, որը կգնահատի գործադրված ջանքերի արդյունքները: Այնուհետև կդիտարկենք կառավարության մշակութային ռազմավարության առաջիկա ծրագիրը, հասկանալու համար՝ արդյոք այն փոփոխվել է և ինչպես, արդյոք կան բարեփոխումներ կամ թերություններ: Ստորև ներկայացված բոլոր փաստաթղթերը մշակվել են ներկայիս վարչակազմի կողմից:

«Հայաստանի Հանրապետության կառավարության ծրագիր (2021-2026թթ.)», հրապարակվել է 2021թ. օգոստոսին<sup>32</sup>

«Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021-2026 թվականների գործունեության միջոցառումների ծրագիր», հրապարակվել է 2022թ. դեկտեմբերին<sup>33</sup>

«Հայաստանի Հանրապետության մշակույթի պահպանության և զարգացման 2023-2027թթ. ռազմավարությունը և ռազմավարության գործողությունների պլանը հաստատելու մասին Նախագիծ», ըստ 2023թ. սեպտեմբերյան տվյալների՝ հասանելի է միայն Նախագիծը<sup>35</sup>:

«Հայաստանի Հանրապետության կառավարության ծրագրի (2021-2026թթ.) 2022թ. կատարման ընթացքի և արդյունքների մասին զեկույց», հրապարակվել է 2023թ. փետրվարին<sup>34</sup>

«Հայաստանի Հանրապետության կառավարության ծրագիրը (2021-2026թթ.)» 102 էջանոց փաստաթուղթ է, որն ուրվագծում է ազգային ռազմավարությունը հիմնականում ոչ մշակութային տարբեր ոլորտների վերաբերյալ. մասնավորապես՝ մշակույթին հատկացված է միայն երեք էջ: Այս էջերն իրենցից ներկայացնում են կետերի ցանկ, որն ուրվագծում է մշակութային ժառանգության, ժամանակակից արվեստի և արվեստի կրթության «պետական քաղաքականության հիմնական ուղղությունները»: Ուղղություններն իսկապես համահունչ են Ֆեք մասնակիցների կողմից հնչեցված շատ մտահոգությունների հետ, որոնք ներառված են սույն զեկույցում: Դրանցից են՝

- Աջակցել մշակութային հաստատություններին ֆոնդահայթայթման հարցում,
- Խթանել մշակութային զբոսաշրջությունը,
- Քարոզել և հանրայնացնել հայկական մշակույթն արտերկրում,
- Ձևավորել արվեստի քննադատների ինստիտուտ,
- Ապահովել մասնագետների կրթության շարունակականությունը,
- Վերլուծել ստեղծագործական միությունների մասնագիտական ներուժը,
- Իրականացնել բազմաբնույթ ծրագրեր՝ կրթելու արվեստի նվիրյալ լսարան,
- Մշակել մեխանիզմներ, որոնք կզբաղվեն ոլորտում ոչ ֆորմալ աշխատանքի հարցով:

32 «ՀՀ կառավարության ծրագիր (2021-2026թթ.)», Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, 2021թ. օգոստոս, [https://www.arlis.am/Annexes/6/2021\\_N1363hav.pdf](https://www.arlis.am/Annexes/6/2021_N1363hav.pdf), էջ 74-76:

33 «ՀՀ կառավարության 2021-2026 թվականների գործունեության միջոցառումների ծրագիր», Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, 2022թ., [https://www.arlis.am/Annexes/6/2022\\_N2117hav.1.pdf](https://www.arlis.am/Annexes/6/2022_N2117hav.1.pdf), ԿԳՄՄՆ գործունեության միջոցառումների ծրագիրը սկսվում է էջ 315-ից, իսկ մշակութային գործունեության միջոցառումների ծրագիրը՝ էջ 365-387:

34 «ՀՀ կառավարության ծրագրի (2021-2026թթ.) կատարման ընթացքի և արդյունքների մասին զեկույց», Հայաստանի կառավարության կայք, 2023թ-ի օգոստոս, <https://www.gov.am/files/docs/5274.pdf>, էջ 64-65:

35 «Հայաստանի Հանրապետության մշակույթի պահպանության և զարգացման 2023-2027թթ. ռազմավարությունը», հրավական ակտերի Նախագծերի հրապարակման միասնական կայք, 2022թ. դեկտեմբեր: <https://www.e-draft.am/projects/5118/about>

Ծրագիրն ուղեկցվում է գործունեության միջոցառումների համապատասխան ծրագրով, որը մշակույթի ոլորտի համար առանձնացնում է 15 նպատակ, որոնք էլ իրենց հերթին բաժանված են միջոցառումների: Բացի ԿԳՄՄՆ-ից, որոշ նպատակների իրագործման համար ներգրավված են լրացուցիչ համակատարող մարմիններ՝ էկոնոմիկայի, բարձր տեխնոլոգիաների, արտաքին գործերի նախարարություններն ու սփյուռքի գործերի գլխավոր հանձնակատարի գրասենյակը, ինչպես նաև որոշ քաղաքապետարաններ:

Ծրագրի իրագործելիության վերլուծությունն ի հայտ է բերում որոշ կետեր: Առաջին՝ միջոցառումների մեծամասնության համար սահմանված ժամկետները/ վերջնաժամկետները չափազանց լայն են, ներառում են հնգամյա ծրագրի գրեթե ողջ ընթացքը: Ավելին, ամենամյա թիրախների բացակայությունը իրագործելիության հետ կապված ռիսկ է ներկայացնում, հատկապես, երբ հաշվի ենք առնում որոշակի ժամկետների և հատկացված բյուջեների բացակայությունը:

«Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021-2026թթ. ծրագրի 2022թ. կատարման ընթացքի և արդյունքների մասին զեկույցը» հաշվետվություն է, որը գնահատում է կառավարության ծրագրի նպատակների առաջընթացն ու հաջողությունները: 2021 և 2022թթ. զեկույցների մեր գնահատականը հաստատում է գործունեության միջոցառումների ծրագրի մեր վերլուծությունը: Բացահայտեցինք էական թերացումներ հիմնական կատարողական ցուցիչի բավարարման հարցում, երբ դրանք համեմատում էինք համապատասխան գործողությունների հետ: Օրինակ՝ 2022թ. կատարման ընթացքի զեկույցի թվերը վկայում են, որ՝

<i>պետությունը կազմակերպել է միայն 3 միջոցառում, մինչդեռ նպատակ էր դրված Հայաստանում կազմակերպել նվազագույնը 50 միջազգային և հանրապետական փառատոներ, ցուցահանդեսներ և ստեղծագործական ծրագրեր,</i>	<i>թվային գրադարանի ծրագիրը չի իրականացվել 2022թ.-ին, ինչպես նախատեսվում էր,</i>	<i>թանգարանների թվայնացումը ևս չի իրականացվել 2022թ.-ին, ինչպես նախատեսվում էր:</i>
---	--	---

Ավելին, մի շարք միջոցառումներին վերաբերող կետերին անդրադարձ չի կատարվել, ինչը հուշում է, որ այդ միջոցառումները նույնպես չեն իրականացվել: Այդ կետերն են՝

- աջակցել ստեղծագործական ծրագրերին բաց-մրցութային հիմունքներով դրամաշնորհներ տրամադրելով, ինչպես նաև խարախուսել ստեղծագործական նոր նախաձեռնություններն ու արվեստի նորարարական ձևերը,
- զարգացնել մշակութային զբոսաշրջությունը Հայաստանում և մշակութային ժառանգության բնագավառում ընդլայնել ինստիտուցիոնալ ենթակառուցվածքները,
- մշակույթի ոլորտի աշխատակիցների համար ներդնել ժամանակակից մշակութային կառավարման համակարգեր,
- ստեղծել մշակութային մեկենասության ինստիտուտ և ընդլայնել պետություն-մասնավոր համագործակցության մեխանիզմները,
- խթանել ինքնազբաղ/անկախ ստեղծագործողների հանրային ինստիտուցիոնալացումը,
- արդիականացնել թատրոնների և համերգասրահների տեխնիկական ենթակառուցվածքները,
- քարտեզագրել ստեղծագործական միությունների գույքային ռեսուրսները, որպեսզի հնարավոր լինի ապահովել պետական կոլեկտիվների լիարժեք գործունեությունը,
- իրականացնել կրթամշակութային ծրագրեր տարբեր թիրախային խմբերի համար (աշակերտներ, հաշմանդամություն ունեցող անձինք, մարզերի բնակչություն և այլն),
- հաստատել և խթանել մշակութային երկկողմ համագործակցություն Ռուսաստանի Դաշնության հետ:

2022թ. կատարման ընթացքի զեկույցը ներառում է որոշ դրական փոփոխություններ:

- Նախորդ տարվա համեմատ՝ թանգարանների այցելուների թիվն ավելացել է 15%-ով:
- Մասնավորապես՝ 30%-ով աճել է մշակութային հաստատություններ այցելող երեխաների թիվը (վճարվում է պետության կողմից):
- Թատրոնների և համերգասրահների ենթակառուցվածքների համար տրամադրվող պետական ֆինանսավորումը 2021թ.-ի 0,3 միլիարդից 2022թ.-ին դարձել է 1,3 միլիարդ դրամ:
- Մշակութային հաստատությունների 90%-ն արձանագրել է եկամտի աճ:

Արժե նշել, որ ոչ կառավարության ծրագրում և ոչ էլ գործունեության միջոցառումների ծրագրի որևէ բաժնում ներառված չէ «մշակութային և ստեղծարար ոլորտներ» տերմինը: Այս տերմինը ներկայացնում է ոլորտի մի այնպիսի հեռանկար, երբ ոչ առևտրային մշակութային գործունեությունը (ինչպիսիք են թանգարանները, գրադարանները, արխիվներն ու մշակութային հաստատությունները) և առևտրային գործունեությունը (ինչպիսիք են գրաֆիկական դիզայնը, ճարտարապետությունը, կինոն, երաժշտությունը և այլն) սատարում են միմյանց: Այս սիներգիան ձևավորվում է գիտելիքի և ոգեշնչման փոխանակման, ինչպես նաև շուկայական պահանջարկի փոխադարձ զարգացման և խարախուման արդյունքում:

Ընդհանուր առմամբ, ՄՍՈ-ների վերաբերյալ տերմինաբանությունը չի սահմանվել ո՛չ ԿԳՄՍՆ, ո՛չ էլ կոնոմիկայի նախարարության կողմից, և անհասկանալի է, թե պարտավորություններն ինչպես են բաշխված նախարարությունների միջև: Գործունեության միջոցառումների ծրագրում «մշակութային և ստեղծարար ոլորտների» փոխարեն գործածվում են «մշակութային» և «ստեղծագործական» տերմինները. առաջինը կապվում է ԿԳՄՍՆ-ի, իսկ երկրորդը՝ էկոնոմիկայի նախարարության հետ: Այս բաժանումից կարող ենք եզրակացնել, որ Հայաստանի կառավարությունը «մշակութայինը» ընկալում է որպես ոչ առևտրային գործունեություն, իսկ «ստեղծագործականը»՝ առևտրային: Առայսօր երկու նախարարությունների միջև եղած միակ հստակ բաժանումը ձևակերպված է հետևյալ կերպ՝

*Էկոնոմիկայի նախարարությունը կոչված է զարգացնել երկրի ստեղծագործական արդյունաբերական ռազմավարությունը:*

*Էկոնոմիկայի նախարարությունը կենտրոնացած է միայն թեթև արդյունաբերության վրա, որը ներառում է տեքստիլը, հագուստը, կոշիկները, կաշվե իրերն ու զարդերը:*

Սա ենթադրում է, որ բացի թեթև արդյունաբերությունից, բոլոր մյուս մշակութային և ստեղծագործական ոլորտների տնտեսական զարգացման կարիքները ամբողջությամբ դուրս են մնում ստեղծագործական արդյունաբերության ռազմավարությունից: Սա նշանակում է նաև, որ **ԿԳՄՍ նախարարությունը մշակութային ոլորտն ընդհանրապես չի դիտարկում տնտեսական, արդյունաբերական կամ բիզնեսի տեսանկյունից:** Սա խնդրահարույց է, քանի որ բացառվում է այնպիսի կարևոր շահառուների ներգրավվածությունը մշակութային ոլորտում, ինչպիսիք են անկախ ձեռներեցները, ստեղծագործական բիզնեսները, կոմերցիոն ցուցասրահները, ինչպես նաև այլ միջազգային և հասարակական կառույցներ, որոնք մշակույթի բարենպաստ ներդրումային համակարգի ձևավորման մաս են կազմում:

Այդուհանդերձ, կարևոր է նշել, որ մեր դիտարկած վերջին փաստաթուղթը՝ «**Հայաստանի Հանրապետության մշակույթի պահպանության և զարգացման 2023-2027թթ. ռազմավարությունը և ռազմավարության գործողությունների պլանը հաստատելու մասին նախագիծը**», առաջին անգամ գործածում է «մշակութային և ստեղծարար հատված» տերմինը: Չնայած սա հայեցակարգային նկատառում է, սակայն դրա կարևորությունը կայանում է նրանում, որ այն ընդգծում է ոլորտի ավելի ամբողջական ընկալումը և նախանշում է մոտեցման դրական փոփոխություն: Հավանական է, որ ԿԳՄՍ նախարարությունը ոչ միայն մշակութային հաստատություններին, այլև ստեղծարար բիզնեսներին և ստեղծարար ծառայություններ մատուցողներին ընդունում է որպես իր թիրախային ոլորտի մի մաս: Այնուամենայնիվ, «արդյունաբերական ճյուղ» տերմինը դեռևս նրանց տեսլականի մաս չի կազմում (ՄՍՀ՝ ՄՍՈ-ի փոխարեն), ինչը ցույց է տալիս, որ հետագա լրբեհնգի և քարոզչության անհրաժեշտություն կա, որպեսզի ընկալելի դառնա, թե ոլորտի ընդհանուր զարգացման համար ինչքան կարևոր է մշակույթը դիտարկել նաև արդյունաբերական տեսանկյունից:

Բովանդակային առումով՝ այս նախագծային փաստաթուղթը ներառում է շատ ռազմավարական ուղղություններ, որոնք կրկնում են 2021-2026թթ. ծրագրում նշվածները. կից ներկայացված է նաև միջոցառումների պլան: Նախորդի նման՝ սա ևս ունի թույլ կողմեր: Դրանց շարքում՝ թերի է մշակված մշտադիտարկման և գնահատման պլանը, որը չունի որոշակի ժամանակացույց և մշտադիտարկման մեթոդաբանություն: Ընդհանուր առմամբ, քանի որ 2023թ. հոկտեմբերի դրությամբ այս փաստաթուղթը դեռևս հաստատված չէ Ազգային ժողովի կողմից, հստակ չէ, թե արդյոք այն կիրառվի և երբ: Քանի որ այս ռազմավարության վերաբերյալ մեկնաբանությունների վերջնաժամկետն անցել է (այն 2022թ. դեկտեմբերի 21-ն էր), ցավոք, հնարավորություն չենք ունենա այս մեկնաբանությունները հրապարակելու [www.e-draft.am](http://www.e-draft.am) հարթակում: Պետք է սպասենք և տեսնենք, թե ինչպես կվարվի կառավարությունն այս ռազմավարության իրականացման հարցում:

## ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հասանելի ազգային ռազմավարությունների և միջոցառումների պլանների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ մշակութային և ստեղծարար ոլորտների հարցում **կառավարական մարմինների** միջև չկա առաջադրանքների և պարտավորությունների հստակ բաժանում՝ հատկապես էկոնոմիկայի և ԿԳՄՍ նախարարությունների միջև: Ըստ առաջադրանքների ներկայիս բաժանման՝ թվում է, արդյունաբերությանն ու արտադրությանը վերաբերող բոլոր հարցերը գտնվում են էկոնոմիկայի նախարարության լիազորության ներքո, իսկ հանրայնացման, կրթության և իրազեկման հարցերը՝ ԿԳՄՍ լիազորության ներքո: Այնուամենայնիվ, այս երկու նախարարությունների միջև հաղորդակցության ապահովման գործող ակներև մեխանիզմներ չկան, ինչի հետևանքով լուրջ բացթողումներ կան ոլորտում և դրա ապագա զարգացման պլաններում:

Միայն թեթև արդյունաբերության վրա կենտրոնանալով՝ էկոնոմիկայի նախարարությունն անտեսում է այլ ստեղծարար բնագավառների արդյունաբերական զարգացումը: ԿԳՄՍ նախարարությունն, ընդհակառակը, մշակույթը չի դիտարկում արդյունաբերական պրիզմայով, որի արդյունքում չկան ոլորտի տնտեսական և արդյունաբերական զարգացմանն ուղղված կրթական և խրախուսական ծրագրեր: Արդյունքում, բացի թեթև արդյունաբերությունից, այլ ստեղծարար բնագավառների համար չկան արդյունաբերական և տնտեսական զարգացումը խթանող ծրագրված նախաձեռնություններ, և այնպիսի կարևոր ստեղծարար արդյունաբերական ճյուղեր, ինչպիսիք են կինոն, լրագրությունը, հեռուստատեսությունը/ռադիոն, ճարտարապետությունը և այլն, անուշադրության են մատնված: Նույն կերպ՝ մշակույթի ոլորտում ոչ առևտրային և առևտրային գործունեության միջև առկա կապի անտեսումը, օրինակ, թե ինչպիսի ոգեշնչող դեր է խաղում մշակութային ժառանգությունը կինոյում, վիդեո խաղերում, տեսալսողական և ստեղծարար ծառայություններում՝ Նոր ստեղծագործական արտադրանք ստեղծելիս, վնասում է մշակութային ոլորտի կենսունակությանն ու ֆինանսական կայունությանը:

Ոչ բավարար հաղորդակցության և համակարգման պայմաններում դժվար է ապահովել **քաղաքացիների և ոլորտի ներկայացուցիչների ներգրավվածությունը ռազմավարության մշակման գործում**: Թեև վերջին տասնամյակում էլեկտրոնային կառավարման մեջ արված ներդրումներն ու նորարարությունները բարելավել են որոշակի օրենսդրական գործընթացների թափանցիկությունը, սակայն ոլորտի կարիքները զարգացման ռազմավարություններում ինտեգրելու համար այլ գործիքներ և մեխանիզմներ են անհրաժեշտ:

Վերջապես, պետական տարբեր ռազմավարությունների հետ կապված **միջոցառումների պլաններն** ու դրանց կատարման ընթացքի մասին զեկույցների վերլուծությունն ի հայտ է բերում դրանց արդյունավետ իրագործմանը, մշտադիտարկմանն ու գնահատմանը խոչընդոտող էական թերություններ: Հստակեցված ՀԿՑ-ների, թիրախային արդյունքների, վերջնաժամկետների/ ժամանակացույցների և բյուջեների բացակայությունը դառնում է մշտադիտարկման և գնահատման համակարգերի թերի աշխատանքի պատճառ: Միջոցառումների այս չգործող պլանները անհասկանալի քաղաքական մեխանիզմների հետ համատեղ՝ խոչընդոտ են հանդիսանում մշակութային քաղաքականության և ռազմավարության արդյունավետ համակարգման և գնահատման համար:

Հետազոտության արդյունքների հիման վրա առաջարկում ենք հետևյալը՝

**Մշակել պետության և հասարակության միջև համագործակցության մեխանիզմներ:**

*Անհրաժեշտ է բարելավել պետության՝ ի դեմս նախարարությունների, և քաղաքացիների միջև համագործակցության մեխանիզմները: Այնուհետև, պետք է հավելյալ ջանքեր գործադրել՝ քարոզելու մշակութային և ստեղծարար ոլորտի տնտեսական զարգացման անհրաժեշտությունը կառավարական մարմիններում:*

**Ստեղծել ՄՍՈ-ների աջակցության անկախ մարմին:**

*Որևէ անկախ մարմին, ինչպիսին է, օրինակ, արվեստի խորհուրդը կամ մշակութային և ստեղծարար ոլորտների խորհուրդը, կարող է կամուրջ հանդիսանալ պետական կառավարման մարմինների և ՄՍՈ-ների միջև: Այդ կառույցը կարող է կառավարությանն օգտակար լինել հետազոտության և ռազմավարության մշակման հարցում՝ միևնույն ժամանակ ստեղծարար համայնքին տրամադրելով մասնագիտական և ֆինանսական աջակցություն: Կարևոր է նշել, որ նման կառույցն ընդհանրություններ ունի ազգային ռազմավարական ծրագրի նպատակներից մեկի հետ՝ «ներդնել մշակույթի մեկենասության ինստիտուտ և խթանել պետություն-մասնավոր հատված համագործակցությանն ուղղված մեխանիզմներ»:*

**Ստեղծել ֆինանսավորման կառավարման արտաքին վերահսկողություն:**

*Ստեղծել որևէ արտաքին մարմին՝ արվեստի կամ ՄՍՈ խորհուրդ, որը կապահովի թափանցիկ, ռազմավարական և արդյունավետ ֆոնդահայթայթում և ՄՍՈ-ների միջև մշակութային հիմնադրամի միջոցների կամ նվիրատվությունների բաշխում, ինչպես նաև կմշտադիտարկի և կվերահսկի ֆինանսավորման մեխանիզմները: Այս մոտեցումը կնվազեցնի կոռուպցիայի և ներդրումների սխալ կառավարման ռիսկերը մշակութային անկախ հիմնադրամում:*

# ՄԱՍ II ՈԼՈՐՏԻ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԻՐԱՎԻՃԱԿԸ



Հաջորդող տնտեսական զեկույցը հիմնված է Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտեի (ԱՐՄՍՏԱՏ), մեր ներկայացուցչական/քանակական հետազոտության տվյալների, ինչպես նաև ՄՍՈ ներկայացուցիչների հետ մեր ֆոկուս-խմբային քննարկումների արդյունքում հավաքված որակական տեղեկատվության վրա

Մեր տնտեսական վերլուծության նպատակն է չափել ՄՍՈ-ների ընդհանուր ազդեցությունը երկրի համախառն ներքին արդյունքի (ՀՆԱ), զբաղվածության և սպառման վրա»:





Բալետի փորձ Օպերայի և բալետի թատրոնում, 2018թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի



# ԳԼՈՒԽ 5. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ ՀՆԱ-ՈՒՄ

Սույն վերլուծության մեջ քննության է առնվում ստեղծարար և մշակութային ոլորտների ներդրումը Հայաստանի ՀՆԱ-ում, ընդգծվում է դրանց նշանակալի աճը, և ուսումնասիրվում են այդ փոփոխությունների հիմքում ընկած հավանական գործոնները: Մենք նաև համադրել ենք մշակութային և ստեղծարար ոլորտների տարբեր հատվածները՝ պարզելու համար այն ոլորտները, որոնցում ենթակառուցվածքները և աջակցությունն առանձնապես կարևոր են: Այս տվյալները կարող են օգտակար լինել ՄՍՈ աճը խթանելուն ուղղված ջանքերին, կարող են զբաղվածության հնարավորություններ ստեղծել և արվեստների ու մշակութային ոլորտների միջոցով բարելավել ընդհանուր բարեկեցությունը Հայաստանում:

**2021 թվականին մշակութային և ստեղծարար ոլորտները ձևավորել են երկրի ՀՆԱ-ի շուրջ 4.4%-ը՝ 2014-ի 3.3%-ի համեմատությամբ<sup>36</sup>:** Ասվածը պատկերավոր դարձնելու համար նշենք, որ դա հավասար է 2014-ին Եվրոպական միության ՀՆԱ-ում ՄՍՈ-ների արձանագրված մասնաբաժնին<sup>37</sup>: Ավելին, անվանական արտահայտությամբ, այս ժամանակահատվածում Հայաստանի ՄՍՈ ծավալները գրեթե կրկնապատկվել են՝ 2014 թվականի 160,889.3 միլիոն ՀՀ դրամից (մոտավորապես 291.4 միլիոն եվրո) 2021 թվականին հասնելով 305,452.2 միլիոն ՀՀ դրամի (մոտավորապես 512.1 միլիոն եվրո):

## ՀՆԱ-ՈՒՄ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԻ ԵՎ ՕԺԱՆԴԱԿ ՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ԲԱԺԻՆԸ

Մշակութային և ստեղծարար ոլորտները Հայաստանի ՀՆԱ-ում արտացոլված են ուղղակի և անուղղակի եկամուտների տեսքով: ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի տվյալներով՝ ուղղակի եկամուտները գոյանում են **հիմնական նշանակություն ունեցող տիրույթներից**, որոնց թվում են մշակութային և ստեղծարար գործունեություն և ծառայություններ ստեղծելու, թողարկելու և/կամ տարածելու համար կիրառվող արտադրանքը և ծառայությունները: Մինչդեռ անուղղակի եկամուտները գոյանում են **սարքավորումների և օժանդակ նյութերի տիրույթից**, որոնք օգնում են մշակութային և ստեղծարար աշխատանքների և ծառայությունների հետ կապված մտահղացումների ձևակերպմանը, թողարկմանը և տարածմանը:

Այս երկու խմբավորումների, ինչպես նաև 2014 և 2021 թվականներին դրանց ավելացված արժեքների մասին առավել համակողմանի պատկերացում կազմելու համար տե՛ս Աղյուսակ 5.1-ը:

36 Ազգային հաշիվների տվյալներ. Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն, 2021 թ. համար: ՀՆԱ-ում ՄՍՈ գործունեության ընդհանուր ավելացրած արժեքի մասին՝ տե՛ս Աղյուսակ 6.2, Հավելված 1:

37 Սա ամենաթարմ թվային տվյալն է, որը ներկայումս հասանելի է՝ համեմատության համար, և որն առկա էր հետևյալ աղբյուրում. Եվրոպական ստեղծարար գործարարության ցանց, Մշակութային և ստեղծարար ճյուղերը Եվրոպայում. ձեռնարկատիրական ակտիվները և կարողությունները առավել մեծ աջակցության կարիք ունեն (European Creative Business Network, The Cultural and Creative Industries in Europe: Entrepreneurial Assets and Capacities Need More Support), (2015), էջ 4: [https://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/07/ECBN\\_manifesto-20151.pdf](https://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/07/ECBN_manifesto-20151.pdf).

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 5.1. ՄՍՈ ԳՈՐԾՈՒՆԵՌՈՒԹՅԱՆ ԱՎԵԼԱՑՐԱԾ ԱՐԺԵՔԸ՝ ԽՄԲԱՎՈՐՎԱԾ ԸՍՏ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒՆԵՑՈՂ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵՎ ՕԺԱՆԴԱԿ ՆՅՈՒԹԵՐԻ՝ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-Ի «ՄՇԱԿՈՒՅԹԸ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԶԱՄԱՐ» (CDIS) ՄԵԹՈՂԱԲԱՆՈՒԹՅԱՆԸ ՀԱՄԱՊԱՏԱՍԽԱՆՑՑ<sup>38</sup>**

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒՆԵՑՈՂ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	Ավելացված արժեքը, միլիոն ՀՀ դրամ	
	2014թ.	2021թ.
	37548.4	122600
Ոսկերչական և այլ իրերի արտադրություն*		29,058.1
Երաժշտական գործիքների արտադրություն		
Կենցաղային ապրանքների մեծածախ առևտուր**		2873.1
Չմասնագիտացված մեծածախ առևտուր**		5,440.4
Գրքերի, թերթերի և գրասենյակային պիտույքների մանրածախ վաճառք մասնագիտացված խանութներում***		7,053.0
Երաժշտական ձայնագրությունների և տեսագրությունների մանրածախ վաճառք մասնագիտացված խանութներում***		
Հրատարակչական գործ***		
Թերթերի, լրագրերի և պարբերականների հրատարակություն***	3,287.1	2,956.0
Հրատարակչական այլ գործունեություն***		
Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի արտադրություն, երաժշտական և այլ ձայնագրությունների հրատարակություն***		
Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի հետարտադրական գործունեություն***	2,458.8	3,303.7
Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի տարածում***		
Կինոֆիլմերի ցուցադրում***		
Ձայնագրության և երաժշտական հրատարակչական գործունեություն***	119.5	293.5
Ռադիոհեռարձակում	1,962.0	2,505.7
Հեռուստահաղորդումների թողարկման և հեռարձակման գործունեություն	5,087.5	11,577.6
Նորությունների գործակալություններ***		7,114.7
Ճարտարապետական և ճարտարագիտական գործունեություն և հարակից տեխնիկական խորհրդատվություն***		12,769.2
Գիտական հետազոտություններ և փորձարարական մշակումներ հասարակական և հումանիտար գիտությունների բնագավառում***		114.3
Գովազդային գործունեություն***	7,456.3	20,882.1
Դիզայներական մասնագիտացված գործունեություն***	1,437.3	2,219.6
Լուսանկարչության բնագավառում գործունեություն***	321.0	1,204.2
Տեսաերիզների և տեսասկավառակների վարձույթ***		298.0
Մշակութային (այլ) կրթություն***		7,882.7
Ստեղծարար, արվեստագիտական և զվարճության գործունեություն***	11,065.2	2,618.2
Գրադարանային և արխիվային գործունեություն***		
Թանգարանների, պատմական վայրերի և կառույցների շահագործում***	4,353.7	2,436.2
Բուսաբանական և կենդանաբանական այգիներ և բուսության հատուկ պահպանվող տարածքների գործունեություն		
<b>ՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄ ԵՎ ՕԺԱՆԴԱԿ ՆՅՈՒԹԵՐ</b>	<b>123,340.9</b>	<b>182,852.2</b>
Տպագրություն (թերթեր)	7,221.5	3,039.3
Տպագրության հետ կապված ծառայություններ (թերթերից բացի)		16,484.7
Տեսաձայնագրված նյութերի բազմացում	16.3	
Կենցաղային էլեկտրոնային սարքավորանքի արտադրություն		
Ձայնա- և տեսասարքերի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում***		30,458.3
Համակարգչային խաղերի հրատարակություն		
Լարային հեռահաղորդակցության գործունեություն	37,518.0	39,162.2
Անլար հեռահաղորդակցության գործունեություն	78,585.1	78,854.2
Արբանյակային հեռահաղորդակցության գործունեություն		41.5
Վեբ պորտալներ (այդ թվում՝ տվյալների մշակման, տարածման և հարակից գործունեություն)****		14,812
<b>Մշակութային տիրույթների ընդհանուր ավելացված արժեքը</b>	<b>160,889.3</b>	<b>305,452.2</b>
<b>ՀՆԱ, ընթացիկ գներով</b>	<b>4,828,626.3</b>	<b>6,982,962.5</b>
<b>ՀՆԱ-ում ՄՍՈ ավելացված արժեքի մասնաբաժինը, %</b>	<b>3.3%</b>	<b>4.37%</b>

\* Միայն ադամանդի մշակում:  
 \*\* Եռանիշ թիվ 464 և թիվ 496 դասիչները համալիր են (մասնակի մշակութային) և ԱՎԾ-ի կողմից հաշվարկված ծավալի ընդամենը 3%-ն է վերագրվում ՄՍՈ-ին: Մինչդեռ, առավել մեծ նիշերով թվագրված մակարդակներում պահանջված տվյալները վերաբերում էին գրաված ձայնասկավառակների, տեսաերիզների, խտասկավառակների մեծածախ առևտրին (դասիչ G46.43.3) և ժամացույցների և ոսկերչական արտադրատեսակների մեծածախ առևտրին (դասիչ G46.48):  
 \*\*\* Ցուցիչների հաշվարկը կատարվել է Տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգչի երկրորդ հրատարակության եռանիշ դասիչներին համապատասխան (S9SՂ, 2-րդ հրատ.):

**ԱՂՅՈՒՐԸ**

Աղբյուրը՝ Ազգային հաշիվներ. Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն (2014, 2021):

38 «Տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգչի» նոր հրատարակությունը ուժի մեջ է մտել 2020թ. հունվարի 1-ից: Մոխրագույն վանդակները ցույց են տալիս, որ գործունեության այդ տեսակի վերաբերյալ տվյալներ առկա չեն: Տե՛ս «ՀՀ տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգիչ», (2019): <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=137751>

# ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ԲՆԱԳԱՎԱՌՈՒՄ ԱՌԿԱ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ. ՄՍՈ ՎԵՑ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐ

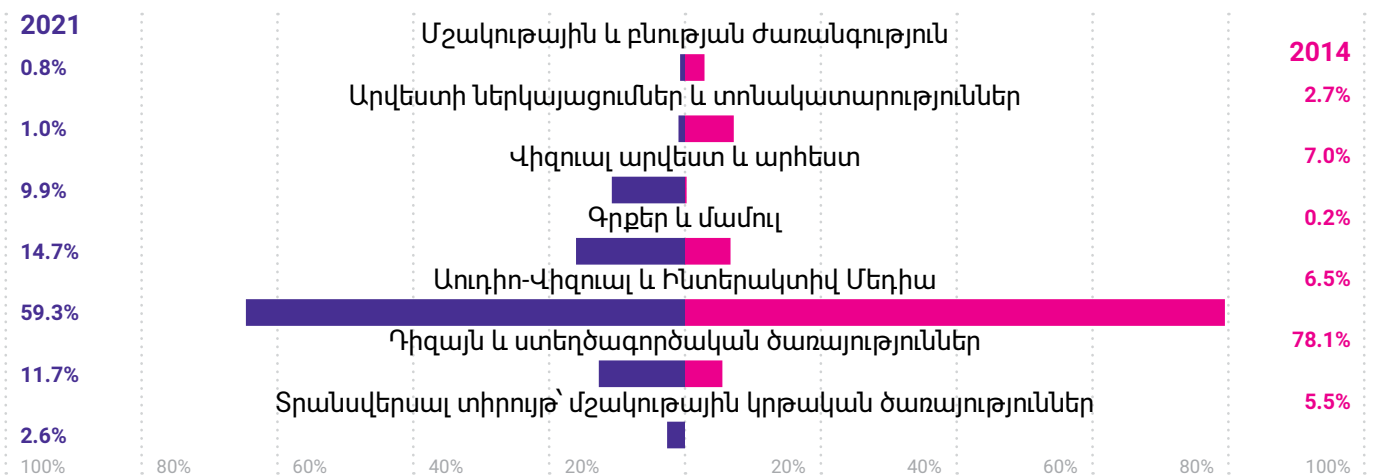
Թեև վերը լուսաբանել ենք ուղղակի և անուղղակի գործունեությունների բաժանումը, մենք կարող ենք նաև դիտարկել վերախմբավորման հնարավորությունը, որը թույլ կտա ընդգծել բնագավառներից յուրաքանչյուրի կատարողականը: ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն սահմանում է ՄՍՈ **վեց մշակութային տիրույթ**.

- *Մշակութային և բնության ժառանգություն*
- *Արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումներ*
- *Վիզուալ արվեստներ և արհեստներ*
- *Գրքեր և մամուլ*
- *Աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա*
- *Դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ:*

Այս տիրույթներից ուշագրավ է **աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիան**, որն ակնհայտորեն գերիշխող դերակատարություն է ունեցել ինչպես 2014 թվականի, այնպես էլ 2021 թվականի ՀՆԱ-ում: Այդուհանդերձ, 2014 թվականից ի վեր, **վիզուալ արվեստներ և արհեստներ, գրքեր և մամուլ և դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ** տիրույթները երկրաչափական պրոգրեսիայով աճ են գրանցել:

Տնտեսական առումով առավել անբարենպաստ վիճակում են **մշակութային և բնության ժառանգություն և արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումներ** տիրույթները, որոնք ավելացված արժեքի առումով անկում են գրանցել, ինչպես նաև նվազել է դրանց մասնաբաժինը ՄՍՈ-ների արտադրանքում: Մանրամասների համար տե՛ս Գծապատկերներ 5.2 և 5.3:

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.2. ՀԱՄԱԽԱՌՆ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ ԸՍՏ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԱՌԱՆՁԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ. 2021 ԹՎԱԿԱՆԸ՝ 2014 ԹՎԱԿԱՆԻ ՀԱՄԵՄԱՏ**



**ՁԱՐՔՈՒՐԸ**

Ազգային հաշիվներ, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն (2014 և 2021 թվականներ):

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.3. ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ ԸՍՏ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹԻ. 2014 ԹՎԱԿԱՆԸ՝ 2021 ԹՎԱԿԱՆԻ ՀԱՄԵՄԱՏ (ՄԼՆ ՀՀԴ)**

Մշակութային և բնության ժառանգություն

4,353.7 ₺  
2,436.2 ₺

Արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումներ

11,201.0 ₺  
2,911.7 ₺

Վիզուալ արվեստներ և արհեստներ

321.0 ₺  
30,376.6 ₺

Գրքեր և մամուլ

10,508.6 ₺  
44,960.9 ₺

Աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա

125,611.4 ₺  
181,013.2 ₺

Դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ

8,893.6 ₺  
35,870.9 ₺

Խաչվող տիրույթ. մշակութային կրթության ծառայություններ

-  
7,882.7 ₺

**Ձ ԱՂԲՅՈՒՐԸ**

Ազգային հաշիվներ, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն (2014 և 2021 թվականներ):

Հայաստանի մշակութային արտադրանքն էապես ավելի բազմազան է դարձել 2014 թվականից ի վեր:

Նկարիչ Արման Գրիգորյանի իր արվեստանոցում, 2019թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի



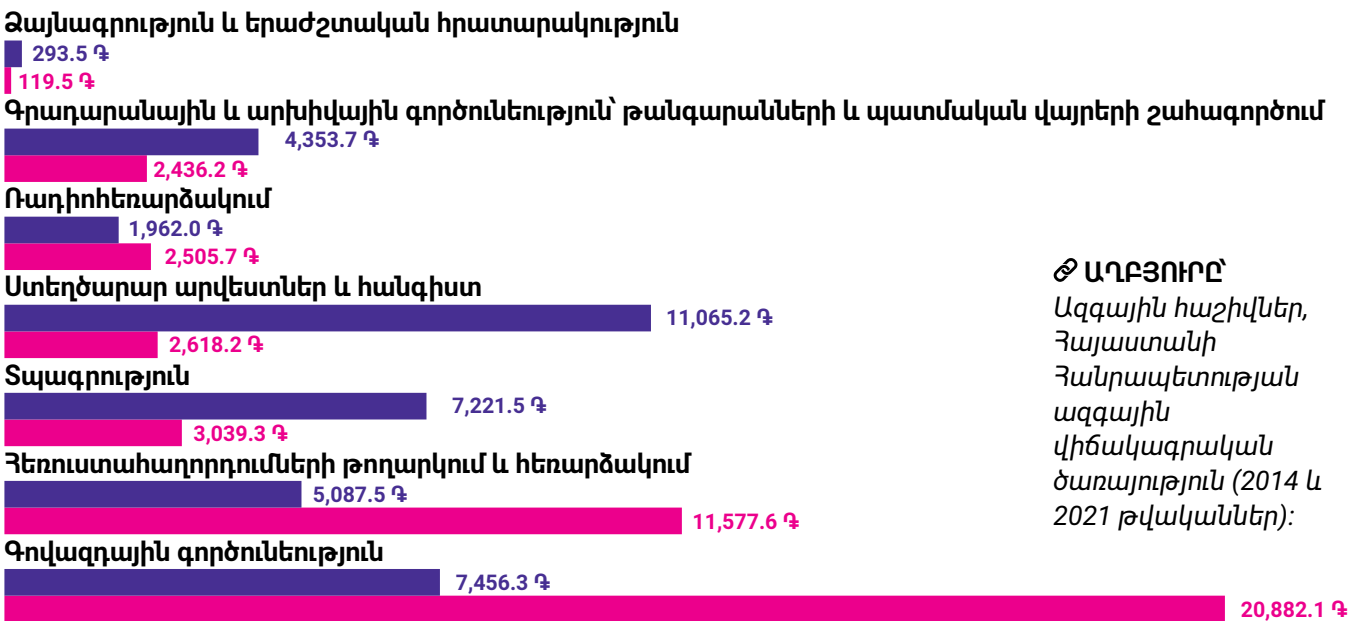
# ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ԸՍՏ ՄՍՈ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԻ

ՄՍՈ վեց տիրույթներից յուրաքանչյուրը բաղկացած է գործունեության բազմաթիվ տեսակներից, ինչը մեզ թույլ է տալիս ավելի լավ ըմբռնել տիրույթներից յուրաքանչյուրում տեղի ունեցած փոփոխությունները և շարժը: Գոյություն ունի ՄՍՈ գործունեության 43 դաս՝ խմբավորված ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների քառանիշ դասակարգիչների (ՏԳՏԴ՝ NACE): Ամբողջական ցանկի և 2014 ու 2021 թվականներին ըստ տիրույթների դրանց հավելյալ արժեքի մասին առավել մանրամասն՝ տե՛ս Հավելված 1, Աղյուսակ 5.2:

Գործունեության այդ տեսակներից **ստեղծարար արվեստներ և հանգիստ** տեսակը ամենամեծ անկումն է գրանցել, ընդ որում, դրա անվանական արժեքը 2021 թվականին 4.2 անգամ պակաս է 2014 թվականի համեմատ: 2014 և 2021 թվականներին **տպագրությունը** ևս անկում է ապրել՝ 2.4-ապատիկ, մինչդեռ **գրադարաններ և արխիվներ** տեսակը, ինչպես նաև **թանգարանների և պատմական վայրերի հետ կապված գործունեությունը** նվազել է 1.8 անգամ: Թեև տպագրությունը նվազել է, դա չի անդրադարձել *գրքեր և մամուլ* տիրույթի ընդհանուր աճի վրա: Արխիվային և թանգարանային գործունեության նվազումը պայմանավորված է *մշակութային և բնության ժառանգության* տիրույթի՝ 2014 թվականից ի վեր արձանագրված ընդհանուր նվազմամբ:

Մյուս կողմից, գործունեության որոշ տեսակներ աճի միտում են արձանագրել ավելացված արժեքի մասով: Դա ամենից առաջ վերաբերում է *աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա* տիրույթում իրականացվող գործունեությանը: Օրինակ, **ռադիոհեռարձակումն** ավելացել է մոտ 30 տոկոսով, **հեռուստատեսային ծրագրերի արտադրությունը և հեռարձակումը**՝ 2.3 անգամ, իսկ **ձայնագրությունը և երաժշտական հրատարակությունը**՝ 2.5 անգամ: Նշանակալի է, որ **գովազդն** ավելացել է 2.8 անգամ, և դա հանդիսացել է 2021 թվականին *դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ* տիրույթի հաջողության ամենամեծ գրավականը: Մանրամասների համար՝ տե՛ս Գծապատկեր 5.4:

## ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.4. ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ ԸՍՏ ԱՌԱՆՁԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ (ՄԼՆ ՀՀԴ)



**ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
Ազգային հաշիվներ,  
Հայաստանի  
Հանրապետության  
ազգային  
վիճակագրական  
ծառայություն (2014 և  
2021 թվականներ):

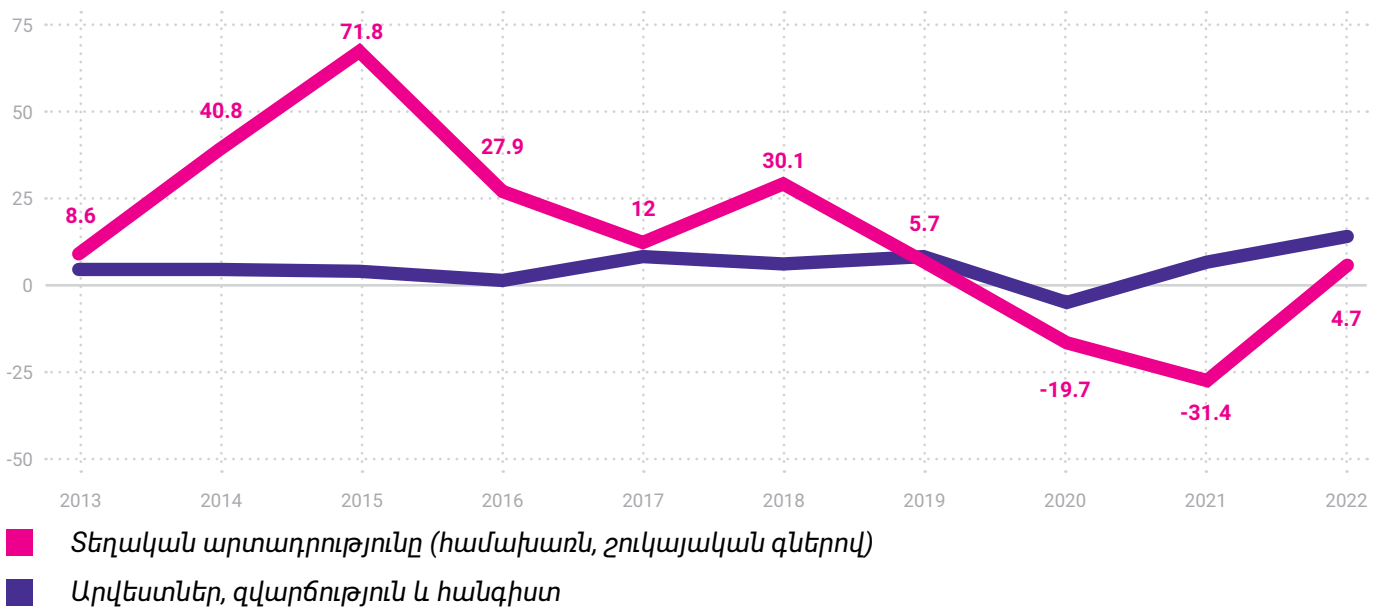
Տեխնոլոգիական փոփոխությունների և թվայնացման հետ կապված ոլորտները անվանական արժեքով ամենամեծ աճն են արձանագրել 2014-ից 2021 թվականների ժամանակահատվածում:

# ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԲՆԱԳԱՎԱՌԻ ԱՄՓՈՓ ՆԿԱՐԱԳԻՐԸ ՏԱՐԵԿԱՆ ԿՏՐՎԱԾՔՈՎ

Հասկանալու համար վերջին տասնամյակում Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ճյուղերում տարեկան կտրվածքով տեղի ունեցած փոփոխությունները, մենք վերլուծել ենք Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտեից (ԱՐՄՍՏԱՏ) ստացված տվյալները: Ըստ ԱՐՄՍՏԱՏ-ի կողմից «արվեստների, զվարճության և հանգստի» դասակարգման՝ այն ներառում է գործունեության բազմապիսի տեսակներ, ինչպիսիք են՝ կենդանի կատարումները, թանգարանային տարածքների շահագործումը, դրամական շահումով խաղերը, սպորտը և ժամանցային միջոցառումները: Կարևոր է նաև նշել, որ այս սահմանման մեջ տեղ գտած գործունեության որոշ տեսակներ, ինչպիսիք են դրամական շահումով խաղերը և խաղատները, չեն համապատասխանում ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի կողմից ՄՍՈ սահմանմանը: Այդուհանդերձ, մենք ներառել ենք այս տվյալները, քանի որ դա օգտակար է ժամանակի ընթացքում այս բնագավառում տեղի ունեցած փոփոխությունները հասկանալու համար:

Գծապատկեր 5.5-ում ներկայացված տվյալները ցույց են տալիս, որ Հայաստանի «արվեստների, զվարճության և հանգստի» բնագավառը 2013-ից 2018 թվականներին նշանակալիորեն աճել է, ընդ որում, աճի միջին տարեկան ցուցանիշը կազմել է 25.5%՝ երկրի ՀՆԱ-ի համեմատ, որի տարեկան միջին աճը կազմել է շուրջ 3.3%: Այդուհանդերձ, այս միտումը հետընթաց է ապրել 2018-ից 2022 թվականներին, երբ բնագավառն սկսել է նվազում գրանցել, ընդ որում, նվազման միջին տարեկան ցուցանիշը կազմել է շուրջ 9.4%, մինչդեռ երկրի ՀՆԱ-ն աճել է շուրջ 3.8%-ով:

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.5. ԱՐՎԵՍՏՆԵՐԻ, ԶՎԱՐՃՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՆԳՍՏԻ ԲՆԱԳԱՎԱՌՈՒՄ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԻ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆԸ ՏԱՐԵԿԱՆ ԿՏՐՎԱԾՔՈՎ՝ ՀՆԱ-Ի ՀԱՄԵՄԱՏ, 2013-2022 (%)**



Փ ԱՐԲՅՈՒՐԸ  
 ԱՐՄՍՏԱՏ-ի տվյալների շտեմարանը՝ Ազգային հաշիվների և ՀՀ սոցիալ-տնտեսական իրավիճակի վերաբերյալ (2022 թ. հունվար-դեկտեմբեր) (իրական հատվածի վերաբերյալ Գլուխը, էջ 9/57):

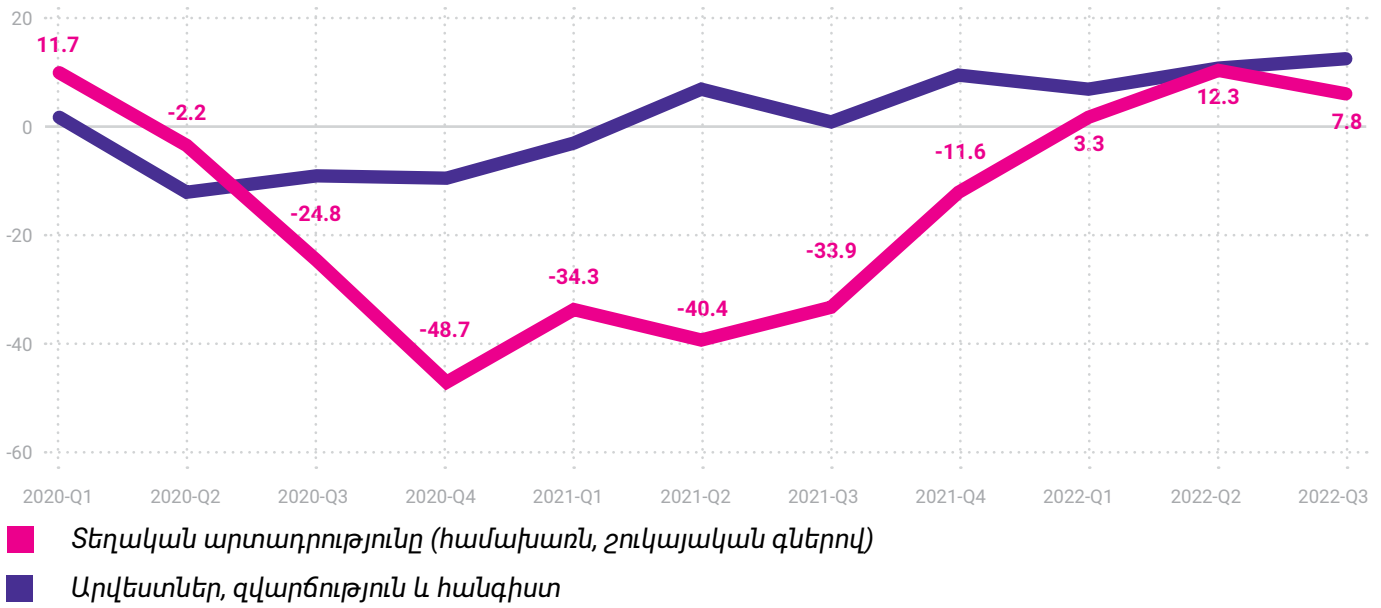
Կարևոր է նկատի առնել, որ 2018 թվականին բնագավառի նվազման սկիզբը համընկնում է երկրում տեղի ունեցած «թավջյա հեղափոխության» և դրան հաջորդած կառավարման փոփոխության ժամանակահատվածի հետ: Է՛լ ավելի կտրուկ նվազում տեղի ունեցավ 2020 և 2021 թվականներին, որը կարող է վերագրվել ՔՈՎԻԴ-19-ի հետ կապված սահմանափակումներին և Արցախյան 44-օրյա պատերազմին:

«ՔՈՎԻԴ-19-ի համավարակի ընթացքում և դրանից հետո [տեքստիլ արդյունաբերությունը] պետությունից որևէ նման աջակցություն չի ստացել: Հարկավոր են հատուկ կարգավորումներ/օրենքներ՝ Նորաձևության այս ոլորտները խթանելու և դրանց առավել նպաստավոր հարկային պայմաններ առաջարկելու համար (օրինակ՝ ներմուծվող հումքը հարկերից ազատելու միջոցով)»:

– Նորաձևության բնագավառի ներկայացուցիչ

Այս նվազման առավել մանրամասն վերլուծությունը ցույց տվեց, որ ամենաբացահայտ անկումները տեղի են ունեցել 2020 թվականի երրորդ եռամսյակում և 2021 թվականի երրորդ եռամսյակում, ինչպես երևում է Գծապատկեր 5.6-ում: Այս եզրահանգումը գալիս է հավաստելու այն պնդումը, որ համավարակի հետ կապված սահմանափակումները և Արցախյան 44-օրյա պատերազմը էապես ազդել են այս բնագավառի վրա: Ավելին, երբ ստեղծարար գործունեություն ծավալողներին խնդրեցինք գնահատել համավարակի ներգործությունն իրենց գործունեության վրա, հարցման մասնակիցների 68%-ը նշեց, որ այն բացասաբար է անդրադարձել իրենց եկամտի վրա (տե՛ս Գծապատկեր 5.7):

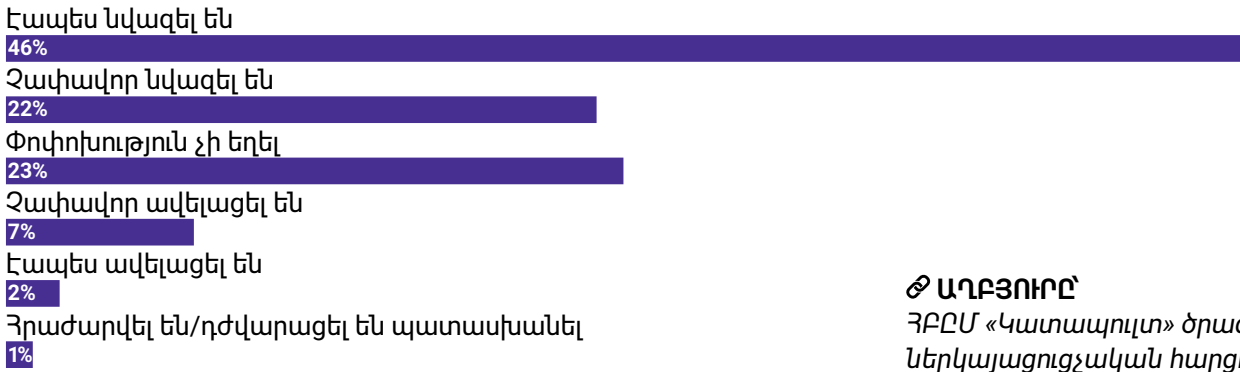
**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.6. ՀՆԱ-Ի ԵՎ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԻ ԱՃԸ ՏԱՐԵԿԱՆ ԿՏՐՎԱԾՔՈՎ՝ ԱՐՎԵՍՏՆԵՐԻ, ԶՎԱՐՃՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՆԳՍՏԻ ԲՆԱԳԱՎԱՌՈՒՄ՝ ԸՍՏ ԵՌԱՄՍՅԱԿՆԵՐԻ (%-ԱՅԻՆ ԱՐՏԱՀԱՅՏՈՒԹՅԱՄԲ, ՆԱԽՈՐԴ ՏԱՐՎԱ ՆՈՒՅՆ ԵՌԱՄՍՅԱԿԻ ՀԱՄԵՄԱՏ)**



**Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
ԱՐՄՍՍՏՏ-ի տվյալների շտեմարան, Ազգային հաշիվների վերաբերյալ/եռամսյակային տվյալներ:



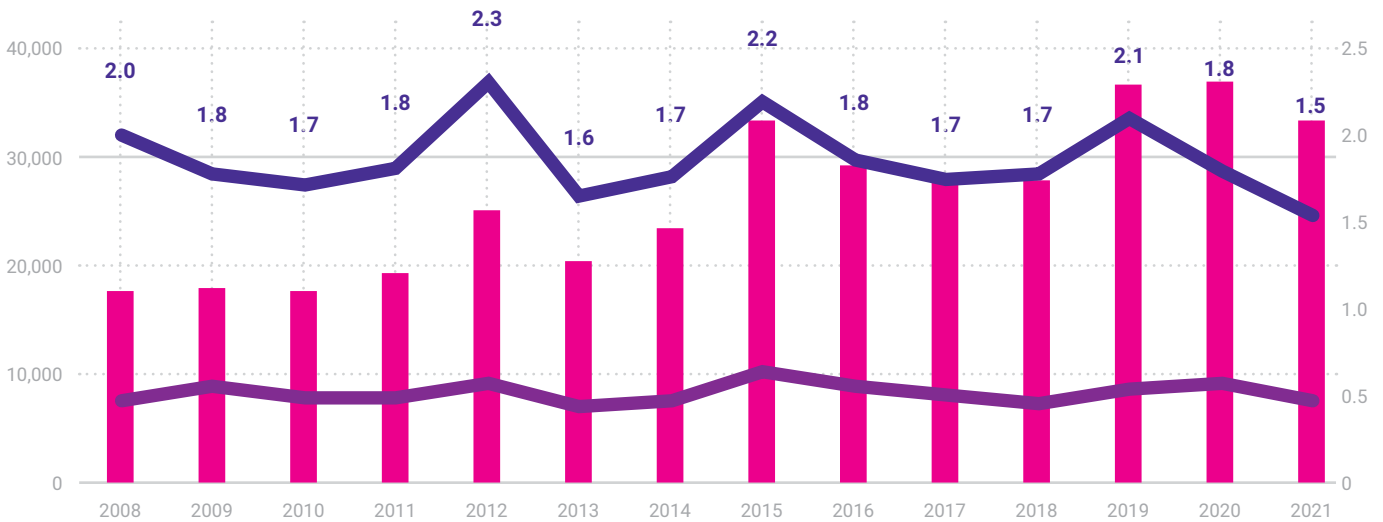
**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.7. «ՈՐՔԱՆՈ՞Վ ԵՆ 2020 ԹՎԱԿԱՆԻ ՔՈՎԻԴ-19-Ի ՀԱՄԱՎԱՐԱԿԸ ԵՎ ԴՐԱՆԻՑ ԲԽՈՂ ԿԱՆԽԱՐԳԵԼԻՉ ԵՎ ՎԵՐԱՀՍԿԻՉ ՄԻՋՈՑԱՌՈՒՄՆԵՐԸ ԱԶԴԵԼ ՁԵՐ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ ԵԿԱՄՈՒՏՆԵՐԻ ՎՐԱ» (ԸՆԴՀԱՆՈՒՐԻ %-Ը, N= 285)**



**Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
 ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագիր,  
 ներկայացուցչական հարցում (2023):

Կարևոր է նաև նշել, որ 2020 և 2021 թվականներին արձանագրված նվազումը ուղեկցվել է **այդ բնագավառին հատկացվող պետական ֆինանսավորման նվազմամբ**: Մասնավորապես, **մշակույթ, սպորտ և կրոն** հատվածին պետական բյուջեից հատկացվող միջոցները կազմել են 2020 և 2021 թվականների ընդհանուր բյուջետային ծախսերի՝ համապատասխանաբար 1.8% և 1.5%-ը՝ 2019 թվականին արձանագրված 2.1%-ի համեմատ: ՀՆԱ-ի հանդեպ այս ծախսերի հարաբերակցությունը 2019 թվականի 0.5%-ից նվազել է մինչև 0.4%՝ 2021 թվականին (Գծապատկեր 5.8):

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 5.8. ՊԵՏԱԿԱՆ ԲՅՈՒՋԵԻՑ ԿԱՏԱՐՎԱԾ ԾԱԽՍԵՐԸ՝ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ, ՍՊՈՐՏԻ ԵՎ ԿՐՈՆԻ ԲՆԱԳԱՎԱՌՆԵՐՈՒՄ, 2008-2021 ԹԹ.**



- Պետական բյուջեից կատարված ծախսերը մշակույթի, սպորտի և կրոնի բնագավառներում, մլն ՀՀԴ
- Պետական բյուջեից կատարված ծախսերը մշակույթի, սպորտի և կրոնի բնագավառներում, մասնաբաժինը՝ ընդհանուր թվում, % (աջ առանցք)
- Պետական բյուջեից կատարված ծախսերը մշակույթի, սպորտի և կրոնի բնագավառներում, %-ը՝ ՀՆԱ-ի համեմատ (աջ առանցք)

**Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ**  
 ԱՐՄՍՍԱՏ-ի տվյալների շտեմարանը՝ Տնտեսության և ֆինանսների վերաբերյալ/ Պետական ֆինանսներ:

«Հայաստանի պետական բյուջեն խիստ սահմանափակ միջոցներ է հատկացնում մշակույթի/ստեղծարարության ոլորտի զարգացմանը: Չէ՞ որ միակ բանը, որ Հայաստանը կարող է առաջարկել աշխարհին՝ մշակույթն է»:

– Ֆոկուս խմբային քննարկման մասնակից

Սա ցույց է տալիս, որ այս բնագավառի զարգացմանն աջակցելու և համավարակից վերականգնվելու համար պետական ֆինանսավորումը դեռևս պատշաճ մակարդակի վրա չէ: Այս խնդիրը հատկապես նշանակալի է մշակութային և բնության ժառանգության տիրույթի առումով, քանի որ այն մնացած տիրույթներից ավելի շատ ունի պետական աջակցության կարիք<sup>39</sup>:

Հակառակ դրա՝ տեղեկատվական և հաղորդակցության տեխնոլոգիաների բնագավառում իրականացվող պետական ծրագրերը առաջնահերթություն են համարվել, և դրանց

պետական ֆինանսավորումը ամենամեծ աճն է արձանագրել, իսկ ՏՀՏ ոլորտի մի շարք ծրագրերի ֆինանսավորումն ավելացել է ավելի քան հինգ անգամ<sup>40</sup>: Ֆինանսավորման այս շեշտակի աճին զուգահեռ, նշանակալիորեն աճել է ոլորտը՝ ընդհանուր առմամբ: Հետևաբար, զարմանալի չէ, որ մշակութային տիրույթներից **առողիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիան** տնտեսապես ամենաարդյունավետն է, քանի որ այն առնչվում է ՏՀՏ ոլորտին:

Կարևոր է նաև նշել, որ վերջին ժամանակներս ֆինանսական քաղաքականության պլանավորումն ուղղված է եղել մշակութային ոլորտի ֆինանսավորման ոչ պետական ռեսուրսներն ավելացնելուն: Այժմ ավելի մեծ թվով պետական ծրագրեր են հենվում մասնավոր հատվածի հետ գործընկերության վրա՝ հովանավորելու համար տարբեր մշակութային միջոցառումներ, ինչպիսիք են՝ համերգները, ցուցահանդեսները և փառատոնները: Բացի այդ, մշակութային հաստատությունները և ծրագրերը գնալով ավելի շատ դրամաշնորհներ են ստանում միջազգային և տեղական բարեգործական կազմակերպություններից: Այդ կազմակերպություններից են՝ Գալուստ Գյուլբենկյան հիմնադրամը, Հայկական բարեգործական ընդհանուր միությունը, Միջազգային համագործակցության գերմանական գործակալությունը (GIZ), Երևանի Գյոթե կենտրոնը, Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամը, Զարգացման և համագործակցության շվեյցարական գործակալությունը (SDC), Ալիանս Ֆրանսեզ (Alliance Francaise) կազմակերպությունը, Ջինիշյան հիմնադրամը և Սմիթսոնյան ինստիտուտը: Հայաստանյան ՄՄՈ-ներին աջակցում են նաև բազմաթիվ դեսպանատներ, այդ թվում, սակայն ոչ միայն՝ Ֆրանսիայի դեսպանությունը, ԱՄՆ դեսպանությունը և Իտալիայի դեսպանությունը:

Թեև ֆինանսավորման այս արտաքին աղբյուրները կարևորագույն նշանակություն ունեն բնագավառի համար, սակայն դրանք չեն փոխհատուցում պետության կողմից Հայաստանում արվեստին ու մշակույթին աջակցելու, դրանք ամրապնդելու, պահպանելու և խթանելու համար հատկացվող ֆինանսավորման հարաբերական նվազումը:

39 Մեր ներկայացուցչական հարցման՝ մշակութային և բնության ժառանգության տիրույթում ներգրավված մասնակիցները նշել են, որ իրենց բյուջեի՝ միջին հաշվով 70%-ը ստացվում է պետական բյուջեից: Աղբյուրը՝ ԶԲԸՄ «Կատապոլտ» ստեղծարար աքսելերացիոն ծրագիր, Վերաբերմունքը ՄՄՈ էկոհամակարգի և զարգացման հեռանկարների նկատմամբ (Երևան, ԶԲԸՆ, 2023 թ.), էջ 56: <https://drive.google.com/file/d/17YJvywBn8HQrx6k4zQwwFdFKuZvbqE4K/view>:

40 Տվյալները հրապարակային են և հասանելի են ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից ընդունված՝ 2019-2022 թթ. պետական բյուջեները հաստատելու մասին օրենքների հավելվածներում, մանրամասների համար՝ տե՛ս Հավելված 1, Աղյուսակ 5.4:

**ՄՄՈ աճը կապված է պետական բյուջետային հատկացումների հետ, և 2021 թվականին մշակույթին հատկացված պետական ֆինանսավորումը բավարար չէր՝ ապահովելու ոլորտի աճը, հատկապես համավարակից հետո, քանի որ անհրաժեշտ էր վերականգնման համար լրացուցիչ խթան:**

# ԵԶՐԱՀԱՆԳՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

2014 և 2021 թվականներին Հայաստանի ՀՆԱ-ում ՄՍՈ-ների մասնաբաժինը ուսումնասիրելիս նկատեցինք, որ մշակութային արտադրանքը դիվերսիֆիկացվել է, ինչպես նաև դրական միտումներ են արձանագրվել: Մենք պարզեցինք, որ տեխնոլոգիական առաջընթացի և թվայնացման հետ կապված ՄՍՈ-ները ամենանշանակալի աճն են արձանագրել այս ժամանակահատվածում, որը պայմանավորված է ՏՀՏ ծրագրերին հատկացվող պետական ֆինանսավորման էական աճով: Ընդհանուր առմամբ, դիտարկելով ոլորտի աճը՝ պետական ֆինանսավորման հետ մեկտեղ, մենք նկատեցինք, որ ոլորտի ընդլայնումը սերտորեն կապված է պետական ֆինանսավորման հետ: Այս կապն ակներև դարձավ այն ժամանակ, երբ պետական ֆինանսավորումը նվազեց 2020 և 2021 թվականների միջակայքում:

Ի լրումն այս ֆինանսավորումների, մեր հետազոտության ընթացքում նկատել ենք, որ երկրում ՄՍՈ-ների և դրանցում տեղ գտած գործունեության տեսակների դասակարգումները հետագա զարգացման կարիք ունեն՝ ՄՍՈ-ների արտադրանքի վերաբերյալ ըստ ոլորտի և տիրույթի առավել ճշգրիտ վիճակագրություն ունենալու համար: Այդպիսով, բնագավառի թողարկած ապրանքների և ծառայությունների ծավալը ժամանակի ընթացքում համեմատելի կդառնա նաև այլ երկրների հետ: Նման համեմատությունները մեզ թույլ են տալիս մշտադիտարկել ոլորտի առաջընթացը և հետընթացը, առավել խորությամբ ընկալել, թե ինչպես և ինչու են տեղի ունեցել այդ փոփոխությունները, ինչպես նաև վեր հանել կարիքները՝ ՄՍՈ-ներին ցուցաբերվող աջակցությունը համապետական մակարդակով բարելավելու համար:

Հետազոտության արդյունքների հիման վրա առաջարկում ենք հետևյալը՝

## Թվայնացում:

Կառավարությունը պետք է աջակցի ՄՍՈ-ների հետագա դիվերսիֆիկացիային՝ աջակցելով այն տիրույթների թվայնացմանը և տեխնոլոգիական առաջընթացին, որոնցում այս հմտությունները բավարար չեն:

## Վերականգնմանն ուղղված ֆինանսական միջոցներ:

Մշակույթին ավելի շատ պետական ֆինանսավորում ուղղելը կաջակցի վերականգնմանը և կխթանի աճը՝ 2018 թվականի նվազումից հետո: Առանձնակի ուշադրություն պետք է դարձնել մշակութային և բնության ժառանգություն տիրույթին:

## Հատուկ ֆինանսավորում մշակույթի համար:

Սպորտի և կրոնի ոլորտի հետ համատեղ բյուջե ունենալու փոխարեն, ցանկալի է ունենալ հատուկ ֆինանսավորում/բյուջե մշակույթի համար: Վերջինս հնարավորություն կտա ռազմավարական աջակցություն ցուցաբերել մշակույթին՝ հիմնվելով առկա տվյալների վրա՝ իր հերթին նաև ապահովելով թափանցիկություն:

## Ազգային դասակարգման դասիչները ներդաշնակեցնել ՄՍՈ գործունեության տեսակներին:

Ազգային դասակարգման դասիչները միջազգային քառանիշ ստանդարտներին համապատասխանեցնելով՝ Հայաստանի ՄՍՈ-ների արտադրանքի և ծառայությունների ծավալը ժամանակի ընթացքում համեմատելի կլինի այլ երկրների հետ: Նման համեմատությունները մեզ թույլ են տալիս մշտադիտարկել ոլորտի առաջընթացը և հետընթացը, առավել խորությամբ ընկալել, թե ինչպես և ինչու են տեղի ունեցել այդ փոփոխությունները, ինչպես նաև վեր հանել կարիքները՝ ՄՍՈ-ներին ցուցաբերվող աջակցությունը համապետական մակարդակով բարելավելու համար:



# ԳԼՈՒԽ 6. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏԻ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

ՄՍՈ-ների տնտեսական համայնապատկերը հասկանալու համար անհրաժեշտ է նաև ուսումնասիրել երկրում մշակույթի ոլորտում զբաղվածության վիճակը: Մեզ հետաքրքիր էր հասկանալ, թե քանի անձ է աշխատում մշակույթի ոլորտում, թե որ ՄՍՈ-ներում են ամենաշատ թվով մարդիկ ներգրավված, թե զբաղվածության որ տեսակներն են առավել բարձր պահանջարկ վայելում, և թե ինչ տեսակի մասնագիտություններ են անհրաժեշտ Հայաստանի ստեղծարարության բնագավառի աճը խթանելու համար: Պահանջված զբաղմունքների հետ կապված միտումները հասկանալով՝ հնարավոր կլինի պարզել ոլորտի զարգացման ուղղությունները, իսկ մասնագիտական հմտությունների հետ կապված բացերը հասկանալը կարող է հիմք հանդիսանալ համապատասխան քաղաքականության և կրթական ծրագրերի մշակման համար: Մեր հետազոտությամբ նաև փորձ ենք արել հասկանալու, թե ոլորտում առկա աշխատատեղերը որքանով են ֆորմալ կամ ոչ ֆորմալ (չգրանցված), ինչպես նաև այն, թե դա որքանով է անդրադառնում ՄՍՈ-ներում ներգրավված աշխատող անձանց բարեկեցության վրա:

Ընդամենը, որպեսզի աչքի առաջ ունենանք ողջ համայնապատկերը, այս հատվածում զետեղել ենք ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի (ԱՐՄՍՏԱՏ-ի) երկրորդային տվյալների, աշխատուժի վերաբերյալ հետազոտությունների, ինչպես նաև բնագավառի վերաբերյալ ընկալումների մասին մեր իսկ առաջնային տվյալների (ֆոկուս խմբային քննարկումներ և ներկայացուցչական հարցում՝ ստեղծարարության ոլորտի քիզնեսների և կազմակերպությունների շրջանում) վերլուծություն:

## ԻՆՉ Է ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ

Ըստ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի՝ մշակույթի բնագավառում զբաղվածությունը «այն անձանց ընդհանուր թիվն է, որոնք մշակույթի բնագավառում ունեն մշակութային կամ ոչ մշակութային զբաղվածություն, ինչպես նաև ոչ մշակութային բնագավառում մշակութային զբաղմունք ունեցող բոլոր անձինք»<sup>41</sup>:

ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն սահմանում է մշակույթի ոլորտում զբաղվածության երեք հնարավոր համադրություն (տե՛ս Աղյուսակ 6.1):

**ԱՂՅՈՒՍԱԿ 6.1. ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԸ**

	Մշակութային ոլորտներ	Ոչ մշակութային ոլորտներ
Մշակութային զբաղվածություն	A	B
Ոչ մշակութային զբաղվածություն	C	

- Ա.** Մշակույթի ոլորտում մշակութային բնույթի զբաղվածություն ունեցող անձինք,
- Բ.** Ոչ մշակութային ոլորտում մշակութային բնույթի զբաղվածություն ունեցող անձինք,
- Գ.** Մշակույթի ոլորտում ոչ մշակութային բնույթի զբաղվածություն ունեցող անձինք:

Սույն խմբավորումը ցույց է տալիս, թե որքան փոփոխական է մշակույթի ոլորտում զբաղվածությունը, և թե մշակութային գիտելիքները որքան խորն են նստած տարբեր ոլորտներում և բնագավառներում:

41 Տե՛ս ՀՐԱՀԱՆԳԱՎՈՐՄԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿ. Մշակույթի բնագավառում զբաղվածության վերաբերյալ վիճակագրության հետազոտություն (Մոնրեալ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, 2015, էջ 8): (INSTRUCTION MANUAL: Survey of Cultural Employment Statistics, (Montreal: UNESCO Institute of Statistics, 2015), p.8, [https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis\\_cft\\_ce\\_manual\\_2015\\_0.pdf](https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis_cft_ce_manual_2015_0.pdf).

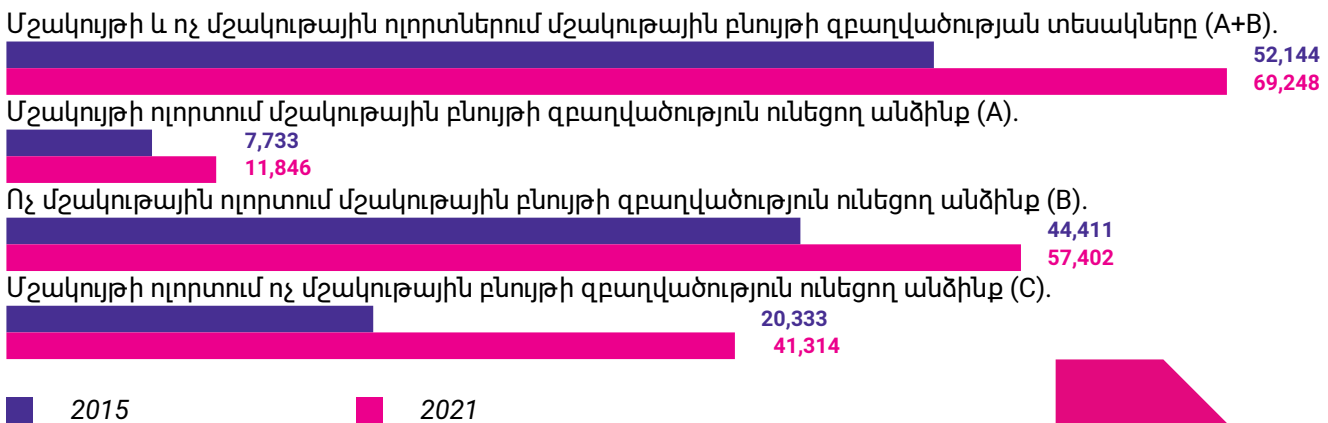
## ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԱՃԸ

2021 թվականին իրականացված **Աշխատուժի հետազոտությունը** վկայում է, որ *Հայաստանի աշխատող բնակչության մշակութային զբաղվածությունն ունեցող մարդկանց մասնաբաժինը 2015 թվականի 4,9% ցուցանիշից ավելացել է մինչև 6,3%՝ 2021 թվականին*<sup>42</sup>: Սա էական թիվ է: Համեմատության համար՝ 2014 թվականին ԵՄ-ում ՄՍՈ-ն կազմում էր ընդհանուր աշխատուժի 3.8%-ը<sup>43</sup>:

Գծապատկեր 6.1-ը ցույց է տալիս, որ 2015 և 2021 թվականների միջակայքում մշակութային զբաղվածություն ունեցող անձանց թիվը ավելացել է մշակութային զբաղվածության բոլոր երեք տեսակների գծով (խմբավորված որպես A, B, C, տե՛ս վերը): Մասնավորապես՝

<p>Մշակութային զբաղվածություն ունեցող անձանց ընդհանուր թիվը (A+B) 2021 թվականին կազմում էր 69,248 մարդ, որը 32.8%-ով ավելին է, քան 2015 թվականին (52,144 մարդ):</p>	<p>Մշակույթի ոլորտներում մշակութային զբաղվածություն ունեցող աշխատողների թիվը (A) այս ժամանակահատվածում ավելացել է 53.2%-ով:</p>	<p>Ոչ մշակութային ոլորտներում մշակութային զբաղվածություն ունեցող աշխատողների թիվը (B) այս ժամանակահատվածում ավելացել է 29.3%-ով:</p>	<p>Մշակույթի ոլորտում ոչ մշակութային բնույթի զբաղվածություն ունեցող անձանց թիվը (C) այս ժամանակահատվածում գրեթե կրկնապատկվել է:</p>
---	---	--	---

### ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 6.1. ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒՆԵՑՈՂ ԱՆՁԱՆՑ ԹԻՎԸ, 2015 ԹՎԱԿԱՆԸ՝ 2021 ԹՎԱԿԱՆԻ ՀԱՄԵՄԱՏ



#### Ձ ԱՂԲՅՈՒՐԸ

ԱՐՄՄՍՍԱՏ, 2015 և 2021 թվականների Աշխատուժի հետազոտություններ, մեթոդաբանությունը՝ UNESCO CDIS:

Մշակույթի ոլորտում այս բարձր ցուցանիշները **դրական նշան են ոլորտի և դրա արդյունավետության առումով և համահունչ են մեր այն եզրահանգմանը, որ երկրի ՀՆԱ-ում ՄՍՈ մասնաբաժինը ևս աճել է վերջին տարիներին:** Առավել մանրամասն տեղեկությունների համար՝ տե՛ս Աղյուսակ 6.2:

42 2021 և 2015 թվականների հետազոտությունների տվյալների շտեմարանները Հայաստանի 15 տարեկան և ավելի բարձր տարիքի աշխատող բնակչության վերաբերյալ, կարող եք գտնել հետևյալ աղբյուրից. «Աշխատուժի հետազոտության անվանագրքոված միկրոտվյալների բազա և հարցաթերթ (ըստ տնային տնտեսության անդամների)», ԱՐՄՄՍՍԱՏ: <https://armstat.am/am/?nid=212>.

43 Ըստ 2014 TERA / Forum d'Avignon-ի իրականացրած հետազոտության՝ ԵՄ տնտեսության վրա ՄՍՈ-ների ներգործության վերաբերյալ, տե՛ս Եվրոպական ստեղծարար բիզնեսի ցանց, Մշակութային և ստեղծարար բնագավառները Եվրոպայում (TERA / Forum d'Avignon, Study on the CCIs contribution to the EU economy. See: European Creative Business Network, The Cultural and Creative Industries in Europe), էջ 6:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 6.2. ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ՝ 2015 և 2021 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻՆ**

	Մշակութային ոլորտներ		Ոչ մշակութային ոլորտներ		Ընդամենը*	
	2015	2021	2015	2021	2015	2021
Մշակութային զբաղվածություն	7,733	11,846	44,411	57,402	52,144	69,248
Ոչ մշակութային զբաղվածություն	20,333	41,314	1,000,165	986,265	1,020,498	1,027,579
Ընդհանուր զբաղվածությունը	28,066	53,160	1,044,576	1,043,667	1,072,642	1,096,827
Մշակութային բնույթի զբաղվածության մասնաբաժինը ընդհանուր զբաղվածության մեջ, %	2.62	4.85	4.14	5.23	4.86	6.31

\* Ներառյալ՝ ոչ ռեզիդենտ տնտեսական միավորներում աշխատողները:

**Ք ԱՐՔՅՈՒՐԸ**

ԱՐՄՍՏԱՏ, 2015 և 2021 թվականների Աշխատուժի հետազոտություններ, մեթոդաբանությունը՝ UNESCO CDIS:

2015-ից 2021 թվականներին մշակույթի բնագավառում զբաղվածությունը էական աճ է արձանագրել:

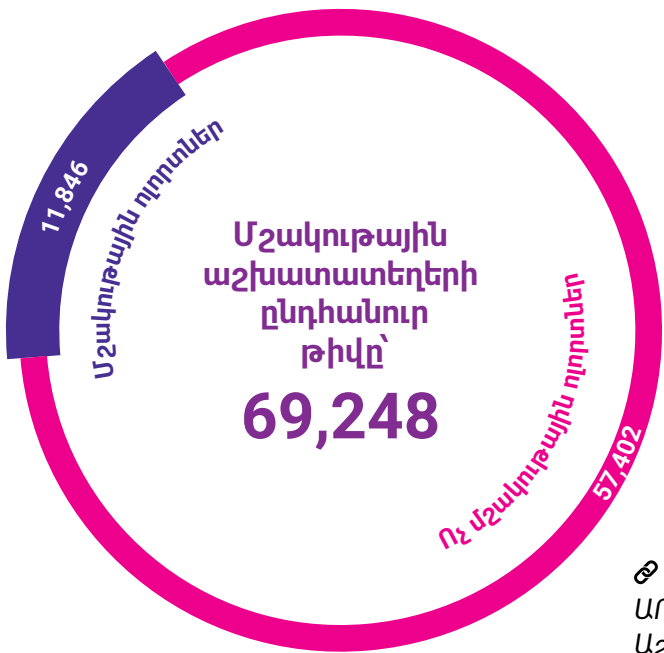


Անվերնագիր լուսանկար Վանաձորում, Հայաստան: 2020թ.: Լուսանկարը՝ Արամ Կիրակոսյանի

## ՏԱՐԲԵՐ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ ՍՏԵՂԾԱՐԱՐ ԳԻՏԵԼԻՔՆԵՐԻ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

2021 թվականի տվյալներից պարզ է դառնում, որ բոլոր ոլորտներում ոչ մշակութային ճյուղերը դարձել են մշակութային աշխատողների ամենախոշոր գործատուն՝ մշակույթի 69,248 աշխատողների ընդհանուր թվից աշխատանքով ապահովելով 57,402 անձի (Գծապատկեր 6.2): Դա կազմում է Հայաստանի՝ պաշտոնապես գրանցված մշակութային աշխատողների շուրջ 83%-ը: Այս պատկառելի մասնաբաժինը հավանաբար պայմանավորված է այն փաստով, որ ոչ մշակութային բնագավառներում էապես ավելի մեծ թվով աշխատունակ բնակչություն է ներգրավված: Այդուհանդերձ, ոչ մշակութային բնագավառներում ընդհանուր զբաղվածության թվի մեջ մշակութային աշխատողների մասնաբաժինը 2015 թվականի 4.1%-ից աճել է մինչև 5.2%՝ 2021 թվականի դրությամբ: **Այս թվերը վկայում են տարբեր ոլորտներում ստեղծարարության ոլորտի գիտելիքների աճող պահանջարկի մասին:**

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 6.2. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԱՇԽԱՏԱՏԵՂԵՐԸ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՈՉ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ, 2021 Թ.**

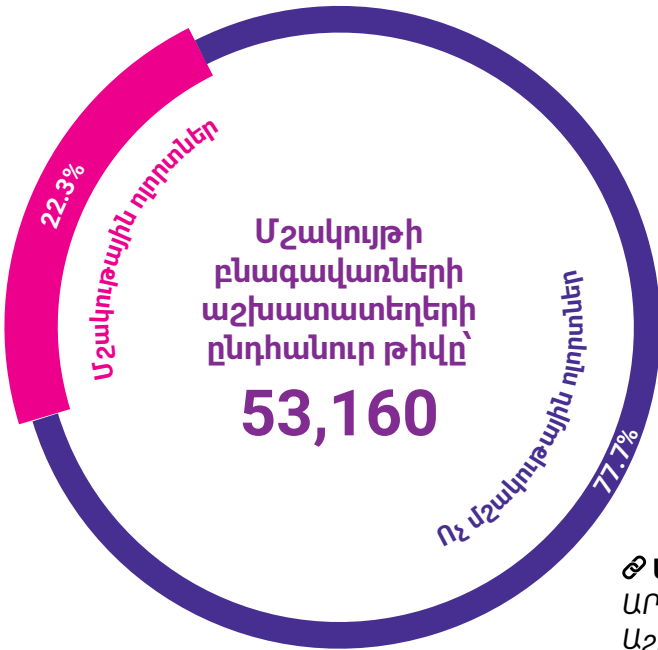


Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ՝  
ԱՐՄՍՍԱՏ, 2021 թվականի  
Աշխատուժի հետազոտություն:

## ԶԲԱԴՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ

2021 թվականին մշակութային ոլորտներում աշխատողների թվի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ նրանց ընդամենը 22.3%-ն է ունեցել մշակութային աշխատանք (Գծապատկեր 6.3), մինչդեռ 2015 թվականին այդ ցուցանիշը 27.6% էր: Դա նշանակում է, որ մշակութային բնագավառների լրիվ դրույքով աշխատող անձանց մեծամասնությունը (77.7%-ը) ներգրավված է եղել ոչ մշակութային գործունեության մեջ, և այս թիվը ժամանակի ընթացքում ավելացել է:

### ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 6.3. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ ԱՇԽԱՏԱՏԵՂԵՐԸ, 2021 Թ.



Ճ ԱՐՔՅՈՒՐԸ՝ ԱՐՄՍՍԱՏ, 2021 թվականի Աշխատուժի հետազոտություն:

ՄՍՈ-ներում ոչ մշակութային զբաղվածության այս անը կարող է վերագրվել մի քանի գործոնների: Նախ՝ ՄՍՈ-ները գնալով ավելի շատ նախապատվություն են տալիս կարճաժամկետ պայմանագրով աշխատանքներին, այլ ոչ թե լրիվ դրույքով կամ կանոնավոր աշխատանքին: Համաձայն 2021 թվականի աշխատուժի հետազոտության՝ Հայաստանի մշակութային աշխատատեղերի շուրջ 16%-ը չձևակերպված աշխատատեղերն են: Այս պնդումը հաստատվում է նաև ՄՍՈ կազմակերպությունների և բիզնեսների վերաբերյալ մեր իրականացրած ներկայացուցչական հարցման արդյունքներով, ըստ որում, հարցվածների 50%-ը նշել է, որ իրենց մոտ չկան բացառապես ստեղծագործ աշխատանքներում ներգրավված անձինք: Բացի այդ, զգալի մասը՝ 53%-ը նշել է, որ ունեն ինչպես ստեղծագործական, այնպես էլ տեխնիկական գործունեության մեջ ներգրավված աշխատողներ:



Հայաստանի ՄՍՈ-ներում ոչ մշակութային աշխատանքների մասնաբաժնի ավելացմանը նպաստող գործոններից մեկը թվային այնպիսի հմտությունների տիրապետող աշխատողների ավելացող պահանջարկն է, ինչպիսիք են՝ վեբ-դիզայնը, սոցիալական ցանցերի կառավարումը և թվային մարքեթինգը: Թեև աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիայի՝ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի սահմանումը ներառում է այս աշխատանքները, մշակութային աշխատանքների հայաստանյան ցանկը դրանք չի դասակարգում որպես այդպիսիք, ինչը հանգեցնում է նրան, որ այդ աշխատանքները դուրս են մնում մշակութային աշխատանքների հաշվարկից: Քանի որ ՄՍՈ-ներում թվային գիտելիքների պահանջարկը աճում է, իսկ այս աշխատանքները Հայաստանում շարունակում են համարվել ոչ մշակութային, ոլորտում ոչ մշակութային աշխատանքների մասնաբաժինը շարունակում է աճել:

«Մեզ պետք են պրոֆեսիոնալներ, որոնք գիտեն՝ ինչպես աշխատել այնպիսի առցանց հարթակների հետ, ինչպիսիք են՝ iTunes-ը, Sound cloud-ը և YouTube-ը... Մեր ընկերությունը ներկայումս բանակցում է թվային նյութերի տարածման խոշոր միջազգային ընկերության հետ: [Սակայն] կան խնդիրներ՝ կապված համապատասխան իրավաբանների, IP մասնագետների, YouTube մենեջերների, թվային մարքեթինգի մասնագետների պակասի հետ, մասնագետներ, որոնք կարող են օգնել մեզ այդ խնդիրների լուծման գործում»:

– Երաժշտության բնագավառի ներկայացուցիչ

ՄՍՈ-ներում ոչ մշակութային աշխատանքների աճին նպաստող գործոններից մեկն էլ կանխիկ վճարումների հետ կապված ավելի խիստ կանոնակարգերն են ու քաղաքականությունները<sup>44</sup>: Արդյունքում՝ ձևավորվել է առավել ֆորմալ բիզնես-գործունեություն, որը հանգեցնում է ՄՍՈ գրանցված բիզնեսների և կազմակերպությունների ավելի մեծ թվի: Դա կարող էր նպաստել նրան, որ հիմնական անձնակազմը ձևավորելիս մշակույթի ոլորտի մասնագետների փոխարեն անհրաժեշտ լինի առաջնահերթությունը տալ վարչական մասնագետներին: Մեր ներկայացուցչական հարցման ընթացքում ստեղծարար բնագավառի կազմակերպություններին հարց է ուղղվել այն մասին, թե որ մասնագիտությունները կօգնեին ավելացնել իրենց եկամուտներն ու արդյունավետությունը: Հիմնական պաշտոնները, որ նշվել են՝ արվեստի մենեջերներն են, մարքեթինգի մասնագետները (ներառյալ՝ սոցիալական ցանցերի մենեջերները), վաճառքի գծով գործակալները/դիստրիբյուտորները, ինչպես նաև իրավական և տեխնիկական աջակցության մասնագետները:

Եվ վերջապես, ՄՍՈ-ների՝ գնալով ահագնացող գլոբալիզացիան նոր հնարավորություններ է ստեղծել լեզուների, միջմշակութային հաղորդակցության և միջազգային բիզնես հմտությունների տիրապետող աշխատողների համար: Տեղական շուկաներից դուրս իրենց հասանելիությունն ընդլայնող ՄՍՈ-ներին անհրաժեշտ են աշխատողներ՝ բազմապիսի հմտություններով և փորձառությամբ, որն անհրաժեշտ է նոր մշակութային միջավայրին և շուկաներին արդյունավետորեն հարմարվելու համար:

44 Հարկերից խուսափելու դեմ պայքարի իրենց ջանքերի շրջանակներում հայաստանյան իշխանությունները մի քանի տարի առաջ ակտիվ միջոցներ են ձեռնարկել՝ ընդունելով, իսկ բոլորովին վերջերս՝ ուժի մեջ մտցնելով կանխիկ գործառնությունների հետ կապված խստագույն սահմանափակումներ: Խորհրդարանի կողմից ընդունված օրենքը սահմանում է, որ մասնավոր ձեռնարկությունները և անհատ ձեռներեցները 300,000 ՀՀ դրամից (շուրջ 700 ԱՄՆ դոլար) ավելի գործառնությունները պարտավոր են կատարել բացառապես բանկային համակարգի միջոցով: Տե՛ս ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի (2020 թվականի դեկտեմբերի 16) «Կանխիկ դրամով վճարումների նկատմամբ սահմանափակումների վերաբերյալ իրազեկման թերթիկ»:

<https://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=108808>

# Մշակութային աշխատողները մեծամասամբ և գնալով ավելի ու ավելի շատ սկսում են աշխատել ոչ մշակութային ոլորտներում:

Մշակութային ոլորտում լրիվ դրույքով աշխատող մշակութային պրոֆեսիոնալների թվի նվազումը կարող է բացատրվել մի շարք գործոններով.

- մշակութային մասնագետներից շատերն աշխատում են կարճաժամկետ պայմանագրերի հիման վրա,
- լրիվ դրույքով վարչական աշխատողների ավելի մեծ պահանջարկը (մշակութային աշխատողների համեմատ)՝ ֆինանսական ավելի խիստ կարգավորումների պատճառով,
- թվային և բիզնեսի զարգացման մասնագետների ավելի մեծ պահանջարկը (մշակութային աշխատողների համեմատ)՝ տնտեսական կայունության նկատառումներով:



«Յանա» ֆիլմի նկարահանում, ռեժիսոր՝ Մարտին Մաթևոսյան, 2023թ.:  
**Լուսանկարը՝ Էդ. Թադևոսյանի**



## ԵՐԵՔ ԳԵՐԱԿԱ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԸ

Ավելի լավ հասկանալու համար, թե ստեղծագործական բնույթի որ հմտություններն ու մասնագիտություններն են պահանջված, մենք ուսումնասիրել ենք մշակութային և ոչ մշակութային ոլորտների՝ մշակութային բնույթի աշխատանքները: Այս տվյալները, ոլորտի մասին ընկալումների վերաբերյալ մեր առաջնային տվյալների հետ միասին, կարող են պատկերացում տալ այն մասին, թե որ մասնագիտություններն են առավել պահանջված՝ տնտեսական աճը խթանելու համար: Սա կարող է նաև հիմք ծառայել հետագա քաղաքականության, ինչպես նաև կրթական ծրագրերի և ներդրումային ռազմավարությունների մշակման համար:

**Մշակութային ոլորտներում մշակութային ուղղվածության (A) 11,846 աշխատատեղերի թվում 2021 թվականին ամենից շատ հանդիպած աշխատանքներն էին՝**

*լուսանկարիչները  
և տեսագրության  
և ծայնագրության  
օպերատորները (17.2%),*

*գրողները, լրագրողները  
և այլ հեղինակները  
(13.5%),*

*դեկորատորները  
և առևտրային  
դիզայներները (12.5%):*

Ոչ մշակութային բնագավառների մշակութային ուղղվածության (B) 57,402 աշխատատեղերի թվում 2021 թվականին ամենից շատ հանդիպած աշխատանքներն էին՝

*շեֆ-խոհարարները  
(28.1%),*

*քոլեջների,  
համալսարանների  
և բարձրագույն  
կրթության ոլորտի այլ  
հաստատությունների  
դասավանդող  
անձնակազմը (18.4%),*

*դերձակները և  
գլխարկագործները  
(11.4%):*



Հաշվի առնելով **ոչ մշակութային բնագավառներում մշակութային աշխատանքների** զգալի մասնաբաժինը, աշխատանքի այս երեք տեսակները նաև առաջին եռյակն էին զբաղեցնում մշակութային բոլոր աշխատանքների թվում (A+B): Այդուհանդերձ, ինչպես նշվել է նախորդ գլխում, մշակութային բնագավառներում մշակութային բնույթի զբաղվածության հայաստանյան չափանիշները ոչ ամբողջությամբ են համապատասխանում ՄՍՈ-ների՝ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի առավել ընդգրկուն մոդելին: Մասնավորապես, Հայաստանի ISCO տվյալների բազայից ընտրված մշակութային աշխատանքի դասիչների ցանկը ներառում է միայն երկու աշխատանք՝ աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա տիրույթից (**ռադիոյի, հեռուստատեսության և այլ հաղորդավարներ**, ինչպես նաև **ֆիլմերի, բեմի և այլ ոլորտների դերասաններ և ռեժիսորներ**)<sup>45</sup>: Սա կարևոր նկատառում է, հաշվի առնելով, որ, ինչպես պարզվեց, այս տիրույթում առկա է ՄՍՈ տիրույթներում առկա աշխատատեղերի ամենամեծ թիվը: Ուստի, կարող ենք եզրակացնել, որ աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա տիրույթի աշխատողների մեծամասնությունը ներգրավված է ոչ մշակութային աշխատանքներում (C խումբ):

Մշակութային աշխատանքների դասիչների այս սահմանափակության վրա կարող է լրացուցիչ լույս սփռել Ֆինլանդիայի մշակութային ստեղծարար ոլորտներում (ՄՍՈ) առկա մշակութային աշխատատեղերի ISCO դասիչների 47 կետից բաղկացած ցանկի համեմատությունը Հայաստանի 17 կետանոց ցանկի հետ: Թեև Ֆինլանդիայի ցանկը երկար է, որոշակի աշխատանքների գծով, օրինակ՝ կոմպոզիտորներ, երաժիշտներ և երգիչներ, ցուցանիշը 2019 թվականին կազմել է ՄՍՈ-ներում զբաղվածության ընդհանուր թվի 5.3%-ը<sup>46</sup>, մինչդեռ Հայաստանում մինևույն աշխատատեղերը կազմել են ընդհանուրի 3.6%-ը:

«Մեզ հարկավոր են համաշխարհային կարգի ֆիլմերի պրոդյուսերներ, անիմատորներ, 3D/2D մասնագետներ, 2D նկարիչներ, սցենարի հեղինակներ, կոնցեպտուալ պատկերազարդողներ, խաղեր մշակողներ, անիմացիաների պրոդյուսերներ: Մեր տրամադրության տակ կան միայն տեխնիկական մասնագետներ»:  
– *Խաղային/ստեղծարար տեխնիկական ոլորտի ներկայացուցիչ*

Մշակութային բնույթի աշխատանքի տեղական սահմանումների հետ կապված այս անհամապատասխանությունը էական է նրանով, որ Հայաստանում մշակութային բնագավառում թվային հմտությունների ուսուցումը և թվային տրանսֆորմացիան, ընդհանուր առմամբ, բավարար մակարդակի վրա չեն: Օրինակ, բազմաթիվ ժամանակակից մշակութային աշխատանքներ տեղ չեն գտել դասակարգման ազգային տվյալների բազաներում, արտացոլված չէ նաև տարանջատումը ՏՀՏ տիրույթում ստեղծագործական և տեխնիկական մասնագիտությունների միջև: Ու թեև ընդհանուր առմամբ ընդունված փաստ է, որ ՏՀՏ ոլորտը երկրի զարգացման աճը ապահովող հիմնական ոլորտն է, դեռևս առկա են լուրջ բացեր՝ կապված ստեղծարար ՏՀՏ աշխատանքի համար անհրաժեշտ հմտությունների և ծառայությունների գծով, որը չօգտագործված ներուժ է տնտեսական զարգացման առումով:<sup>47</sup>

- *Շուկայի ներկայիս վիճակը ցույց է տալիս, որ մշակութային և ոչ մշակութային բնագավառներում մշակութային աշխատանքների թվում ամենաբարձր պահանջարկը (չհաշված խոհարարական բնագավառը<sup>47</sup>) վայելում են մշակույթի ոլորտի դասավանդողները, լուսանկարիչները, ծայնագրության և տեսագրության մասնագետները, դիզայնին առնչվող մասնագետները (առևտրային դեկորացիաներ, հագուստի արտադրություն/դերձակ և այլն):*
- *Հակառակ եվրոպական ստանդարտների՝ թվային և ՏՀՏ ոլորտի բազմաթիվ աշխատանքներ հայաստանյան դասակարգիչներով դեռևս չեն համարվում մշակութային աշխատանքներ, հետևաբար, այս մասնագիտություններն արտացոլված չեն այս վիճակագրությունում:*

45 Մշակութային և ոչ մշակութային բնագավառներում մշակութային աշխատանքների առավել մանրամասն ցանկին և դրանց համապատասխան բաշխվածությանը ծանոթանալու համար՝ տե՛ս Հավելված 2, Աղյուսակ 6.4:  
46 Վիճակագրության համար՝ տե՛ս Ֆինլանդիայի անվճար վիճակագրական տվյալների բազաները: <https://pxdata.stat.fi>  
47 Թեև գաստրոնոմիան ներառված չէ ստեղծարար և մշակութային բնագավառների վերաբերյալ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի սահմանման մեջ տեղ գտած 11 ոլորտների թվում, խոհարարական արվեստը համարվում է ոչ նյութական մշակութային ժառանգության մաս, իսկ «խոհարարության օժանդակ մասնագետները» ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի մշակութային վիճակագրության շրջանակի (FCS) մշակութային աշխատանքների դասիչներում: Սույն հետազոտական հաշվետվության մեջ մենք գաստրոնոմիան՝ որպես բնագավառ, դուրս ենք թողել ՄՍՈ-ներից և խստիվ պահպանել ենք ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 11 երթաղորտների դասակարգումը:

## ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈԼՈՐՏԻ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԸՍՏ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ ԵՎ ՏԻՐՈՒՅԹԻՆ ՎԵՐԱԲԵՐՈՂ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ

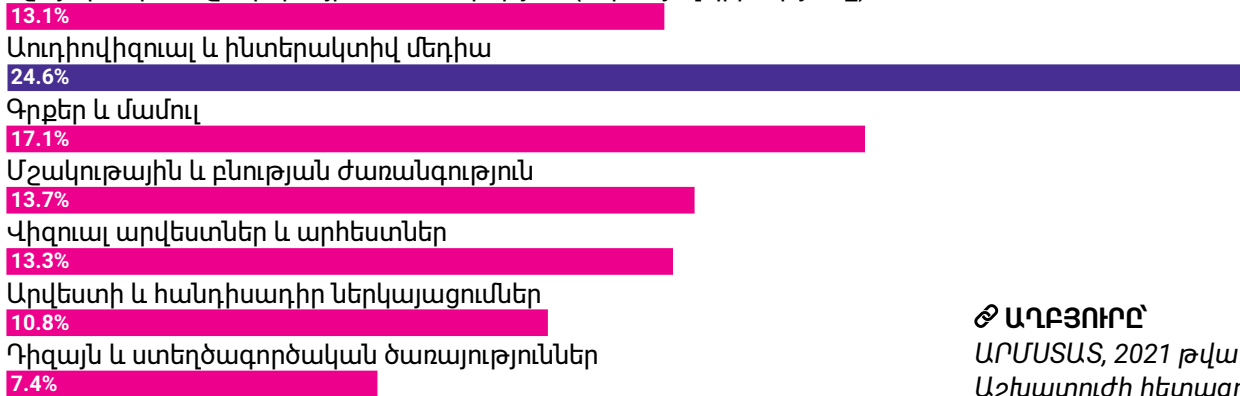
Ուսումնասիրելով մշակութային բնագավառներում (A և C) աշխատող անձանց ընդհանուր թիվը, կարող ենք որոշակի միտումներ նկատել: Նախ՝ կարող ենք պարզել, թե ՄՍՈ որ տիրույթներում են ամենամեծ թվով աշխատողները՝ ներգրավված ինչպես մշակութային, այնպես էլ ոչ մշակութային աշխատանքներում: Երկրորդ՝ կարող ենք վերլուծել գործունեության տեսակները կամ տիրույթին բնորոշ մասնագիտացումները, որոնցում ամենամեծ թվով աշխատուժն է ներգրավված:

## ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻ ԱՄԵՆԱՄԵԾ ԳՈՐԾԱՏՈՒՆ ԸՍՏ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻ

Մեր եզրահանգումները ցույց են տալիս, որ **աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա** ոլորտում ներգրավված է անձանց ամենամեծ տոկոսը՝ կազմելով ՄՍՈ աշխատուժի 24.6%-ը (Գծապատկեր 6.4):

### ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 6.4. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ ԱՇԽԱՏԱՏԵՂԵՐԻ ԲԱՇԽՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ, 2021Թ.

Ոչ նյութական մշակութային ժառանգություն (ներառյալ կրթությունը)



Ճ ԱՐԲՅՈՒՐԸ  
ԱՐՄՍՍԱՏ, 2021 թվականի  
Աշխատուժի հետազոտություն:

Հատկանշական է, որ այս ոլորտն ապահովում է ՄՍՈ արտադրանքի ավելի քան կեսը (59.3%-ը): Համեմատության համար՝ այս ոլորտը ՄՍՈ միջին ցուցանիշից 2.4 անգամ ավելի արտադրանք է տալիս: Այդուհանդերձ, ինչպես նշել ենք նախորդ գլխում, այս ոլորտում գերակշռող տեղ են զբաղեցնում ոչ մշակութային համարվող աշխատանքներ կատարող մասնագետները (C խումբ), ուստի, այն չի համարվում ամենամեծ թվով մշակութային աշխատողներ ունեցող ասպարեզը (A + B խմբեր):

## ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻ ԱՄԵՆԱԽՈՇՈՐ ԳՈՐԾԱՏՈՒՆ ԸՍՏ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿԻ

ՄՍՈ-ներից յուրաքանչյուրում աշխատատեղերի բաշխումը ավելի լավ պատկերացնելու համար ուսումնասիրել ենք, թե գործունեության որ տեսակում են ներգրավված ամենամեծ թվով աշխատողները: Ակնհայտորեն, առաջատարը **անլար հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններն են** (14.6%՝ տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգիչ՝ (NACE) 6110 և 6120 դասակարգիչների համադրությամբ), որին անմիջապես հաջորդում են **մշակույթի բնագավառի դասավանդողները** (13.1%): Հետո գալիս են **ճարտարապետական գործունեությունը** (8.2%, 7111 և 7112 դասիչներ), **գրադարաններ և արխիվները** (7.8%) և **հեռարձակումը** (7.1%, 6010 և 6020 դասիչներ): Առավել մանրամասների համար՝ տե՛ս Աղյուսակ 6.3:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 6.3. ԱՌԱՋՆԱՅԻՆ ՕՂԱԿԻ ԱՇԽԱՏԱՏԵՂԵՐԸ\* ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ՝ ԸՍՏ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿԻ ԵՎ ԸՍՏ ԱՇԽԱՏՈՂՆԵՐԻ ՍԵՌԻ, 2021 Թ., ԱՆՁ**

NACE 2 վերանայված դասիչներ	Գործունեության տեսակը	Ընդհանուր թիվը	Մասնաբաժինը՝ ընդհանուր թվում, %	Արական սեռի #	Իգական սեռի #
8552	Կրթական գործունեություն մշակույթի բնագավառում	6,972	13.1	2,091	4,881
6110	Լարային հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	6,082	11.4	4,357	1,725
9101	Գրադարանների և արխիվների գործունեություն	4,167	7.8	484	3,683
6020	Չեռուստածրագրերի կազմում և հեռարձակում	3,581	6.7	3,101	480
9001	Կատարողական արվեստի բնագավառում գործունեություն	3,003	5.6	1,511	1,492
9102	Թանգարանների գործունեություն և պատմական վայրերի ու կառույցների շահագործում	2,788	5.2	577	2,211
9004	Մշակութային օբյեկտների գործունեություն	2,636	5	840	1,796
7112	ճարտարագիտական գործունեություն և դրա հետ կապված տեխնիկական խորհրդատվություն	2,211	4.2	2,010	201
7111	ճարտարապետության բնագավառում գործունեություն	2,121	4	893	1,228
4761	Գրքերի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	1,779	3.3	757	1,022
6120	Անլար հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	1,689	3.2	1,164	525
1812	Այլ տպագրություն	1,643	3.1	1,192	451
6399	Տեղեկատվության մատակարարման այլ գործունեություն՝ չներառված ուրիշ խմբավորումներում	1,560	2.9	-	1,560
4649	Այլ կենցաղային ապրանքների մեծածախ առևտուր	1,490	2.8	283	1,207
3212	Ոսկերչական և այլ արտադրատեսակների արտադրություն	1,337	2.5	1,337	-
9003	Ստեղծագործական գործունեություն	1,308	2.5	663	645
7311	Գովազդային գործունեություն	1,206	2.3	281	925
7420	Լուսանկարչական գործունեություն	1,143	2.2	820	323
7220	Գիտական հետազոտություններ և փորձարարական մշակումներ հասարակական և հումանիտար գիտությունների բնագավառում	1,141	2.1	800	341
4742	Չեռահաղորդակցական սարքավորանքի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	1,126	2.1	544	582
5813	Թերթերի, ամսագրերի և պարբերականների հրատարակություն	921	1.7	138	783
1811	Տպագրություն	838	1.6	592	246
7410	Դիզայներական մասնագիտացված գործունեություն	532	1	-	532
6391	Նորությունների գործակալություններ	446	0.8	159	287
5811	Գրքերի հրատարակություն	433	0.8	433	-
2640	Կենցաղային էլեկտրոնային սարքավորանքի արտադրություն	384	0.7	-	384
9103	Պատմական վայրերի ու կառույցների և այցելուների համար նախատեսված նույնանման ժամանցային վայրերի շահագործում	319	0.6	237	82
6010	Ռադիոհեռարձակում	215	0.4	215	-
9002	Կատարողական արվեստի բնագավառում օժանդակ գործունեություն	63	0.1	63	-
3220	Երաժշտական գործիքների արտադրություն	23	0	-	23
<b>Ընդհանուր զբաղվածությունը մշակութային բնագավառներում</b>		<b>53,157</b>	<b>100</b>	<b>25,542</b>	<b>27,615</b>

\* Առաջնային օղակի աշխատանքը այն աշխատանքն է, որը անձը համարում է եկամտի և զբաղվածության հիմնական աղբյուրը (որը զբաղեցնում է ամենաշատ ժամանակը):

**Ս ԱՐՔՈՒՐԸ**  
 Աշխատուժի հետազոտություն, Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտե (2021):

Ամենամեծ թվով անձանց (ներառյալ ոչ մշակութային աշխատողները) ներգրավող գործունեության տեսակներն են՝ ՏՀՏ և անլար հեռահաղորդակցության ոլորտի գործունեությունը, կրթական գործունեությունը և ճարտարապետական գործունեությունը:

## ՈՉ ՖՈՐՄԱԼ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԸԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՍՈՆԵՐՈՒՄ

Ինչպես նշվել է ավելի վաղ, ՄՍՈ-ների խնդիրներից մեկն առջնվում է ոչ ֆորմալ տնտեսությանը. դա, մասնավորապես, ոչ ֆորմալ զբաղվածությունն է: Դրանց թվում են ազատ աշխատողները, ինքնուրույն զբաղվածությունը և մասնակի դրույքով աշխատանքը: Համաձայն ՄԱԿ-ի Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության՝

*Զբաղվածության այս ոչ ստանդարտ ձևը բնութագրվում է տնտեսապես կախյալ հարաբերություններով, որոնք քողարկվում են [գործատուի կամ բիզնեսի կողմից] հարկային նկատառումներով՝ սոցիալական պաշտպանության հետ կապված ծախսերից խուսափելու կամ աշխատանքային օրենսդրությունը շրջանցելու նպատակով:*

*[Զբաղվածության հետ կապված] այս իրավիճակը բնութագրվում է ցածր եկամտով, աշխատանքային պաշտպանվածության բացակայությամբ, սոցիալական պաշտպանության երաշխիքների անբավարարությամբ կամ բացակայությամբ և աշխատողների համար սովորաբար նախատեսված արտոնությունների փոքր ծավալով կամ բացակայությամբ: Թեև բարձր ճկունությունը կարող է օգտավետ լինել այս աշխատողներից ոմանց համար, սակայն նրանցից շատերը կնախընտրեին առավել շարունակական և կայուն զբաղվածությունը<sup>48</sup>:*

Ոչ ֆորմալ զբաղվածության իրավիճակին հետևելը մարտահրավեր է ցանկացած երկրի կամ ոլորտի համար, և այդ թեմայով ճշգրիտ վիճակագրություն հավաքագրելը բարդ խնդիր է: Այդուհանդերձ, ԱՐՄՍՍՏՍ-ի Աշխատուժի հետազոտությունը թույլ է տալիս անդրադառնալ Հայաստանի ՄՍՈ-ների ոչ ֆորմալ զբաղվածության *որոշակի* հատվածին: Աշխատուժի հետազոտության ընթացքում հարցվողներին խնդրել են նկարագրել իրենց զբաղվածության կարգավիճակը՝ առաջարկելով նաև պատասխանի այնպիսի տարբերակներ, ինչպիսիք են՝ «աշխատող՝ բանավոր պայմանավորվածության հիման վրա», «ինքնուրույն սեփական զբաղվածությունն ապահովող» և «չվարձատրվող ընտանեկան աշխատանք»<sup>49</sup>:

Համաձայն 2021 թվականի Աշխատուժի հետազոտության՝ **մշակութային աշխատատեղերում ոչ ֆորմալ զբաղվածության մասնաբաժինը ընդհանուր զբաղվածության մեջ կազմել է 15.7%**: Համեմատության համար, 2021 թվականին Հայաստանի՝ ծառայություններ հատվածի ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը էապես

48 Ադբյուրը՝ Marc Gruber, Մարտահրավերներ և հնարավորություններ՝ մշակույթի և մեդիայի ոլորտներում արժանապատիվ աշխատանքի համար (Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors), (Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն, Աշխատանքային փաստաթուղթ հ. 324, 2019), էջ 10: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_661953.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf).

49 Տե՛ս ԱՐՄՍՍՏՍ, «Աշխատուժի հետազոտության հարցաթերթ» (Labour Force Survey Questionnaire), (2019), հարց E7: <https://www.armstat.am/file/doc/99535553.pdf>.

«Թեև գրանցված բիզնեսների համար ավելի մեծ եկամուտների ձևավորման առավել լավ հնարավորություններ կան, բազմաթիվ նկարիչներ խուսափում են սեփական բիզնես սկսելուց (նրանք աշխատում են ոչ ֆորմալ եղանակով): Նրանք չգիտեն՝ ինչպես գրանցել և վարել բիզնեսը»:

– Արհեստի/կերպարվեստի ոլորտի ներկայացուցիչ

• Ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը ՄՍՈ-ներին բնորոշ է ինչպես Հայաստանում, այնպես էլ ԵՄ-ում, ինչը հանգեցնում է զբաղվածության անկայուն միջավայրի. մի խնդիր, որին պետք է անդրադառնալ:

• Անհատ ձեռներեցների զբաղվածության կարգավիճակի բարելավման դեպքում պաշտոնապես գրանցված աշխատողների թիվը կարող է ավելանալ:

ավելի ցածր էր՝ 10.8%<sup>50</sup>: Միանգամայն հավանական է նաև, որ այս հատվածում ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը թերազնահատված է: Ֆոկուս խմբային քննարկումների և փորձագիտական հարցազրույցների արդյունքում մեր հետազոտական թիմը եզրակացրել է, որ ՄՍՈ-ներում տեղ գտած բնագավառը, որում ոչ ֆորմալությունը գերակշռում է, վիզուալ արվեստների ոլորտն է, մեծամասամբ՝ նկարիչների և արհեստավորների մասով: Այս թվում ներառված չեն դիզայներները, նկարազարդողները և այլ՝ առավել առևտրային ուղղվածություն ունեցող մասնագիտությունները, որոնք հակված են ֆորմալացման՝ անհատ ձեռներեցի կարգավիճակի միջոցով:

Հայաստանում անհատ ձեռներեցների կարգավիճակը և գործունեության պայմանները հետագա հետազոտության և զարգացման արժանի թեմա են: 2023 թվականի փետրվարի դրությամբ՝ ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի տրամադրած տեղեկություններից պարզ է դառնում, որ շուրջ 5,100 բիզնես իրենց գործունեության մեջ նշել է ՄՍՈ-ներին առնչվող առնվազն մեկ դասակարգիչ: Այս բիզնեսների զգալի մասն ուներ ընդամենը մեկ կամ երկու աշխատող (29%-ը) և/կամ գրանցված էր որպես անհատ ձեռներեց (54%)՝ ընդգծելով, որ մշակութային ստեղծարար ոլորտը հիմնականում կազմված է տեղական սեփականություն հանդիսացող միկրո, փոքր կամ միջին ձեռնարկություններից: Համեմատության համար՝ իրենց ինքնուրույն աշխատանքով ապահովող կատարողական արվեստի մասնագետների, գրողների, լրագրողների և լեզվաբանների մասնաբաժինը ԵՄ 27 երկրներում 2021 թվականին մոտավորապես կազմել է 46%<sup>51</sup>: Այս տվյալը համահունչ է ազատ աշխատողների և, այսպես կոչված, «գիզային տնտեսության» գլոբալ միտումների հետ, որոնք տարածված են ստեղծարար բնագավառում:

Այդուհանդերձ, Հայաստանում անհատ ձեռներեցներին առաջարկվող արտոնությունները և գործունեության պայմանները հաճախ են փոփոխվում, որը, ըստ մեզ, խոչընդոտներ է հարուցում ոլորտի ֆորմալացման ճանապարհին: Զբաղվածության այս կարգավիճակի զարգացումը օգտակար կլինի ինչպես աշխատողների համար, այնպես էլ երկրի՝ պրոֆեսիոնալ ֆորմալացման հետ կապված նկրտումների առումով: ՄՍՈ կազմակերպությունների և բիզնեսների շրջանում մեր իրականացրած ներկայացուցչական հարցմամբ վեր հանվեցին ֆորմալ զբաղվածությանը և աշխատողներին վարձելու գործընթացներին խոչընդոտող հետևյալ գործոնները՝ գործատուների դիտանկյունից. հավակնորդների շրջանում գիտելիքի պակասը (հարցվողների 35%-ն ընտրել է այս տարբերակը), մասնագետների պակասը՝ ընդհանուր առմամբ (33%), աշխատող վարձելու համար ֆինանսական միջոցների անբավարարությունը (31%):

50 Տե՛ս ԱՐՄՍՏԱՏ, «Գլուխ 4.3. Ֆորմալ և ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը». Աշխատանքի շուկան Հայաստանում, 2022 (Chapter 4.3: Formal and Informal Employment,” Labour Market in Armenia (2022)), էջ 240: [https://www.armstat.am/file/article/lab\\_market\\_2022\\_4.3.pdf](https://www.armstat.am/file/article/lab_market_2022_4.3.pdf).

51 Ըստ Eurostat-ի տվյալների պորտալի՝ «Ստեղծարար և կատարողական արվեստի ոլորտի աշխատողները, հեղինակները, լրագրողները և բանասերները՝ ըստ անհատական և զբաղվածության բնութագրիչների», վերջին անգամ թարմացվել է 2023 թվականի հուլիսի 7-ին: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT\\_EMP\\_ARTPC/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT_EMP_ARTPC/default/table).

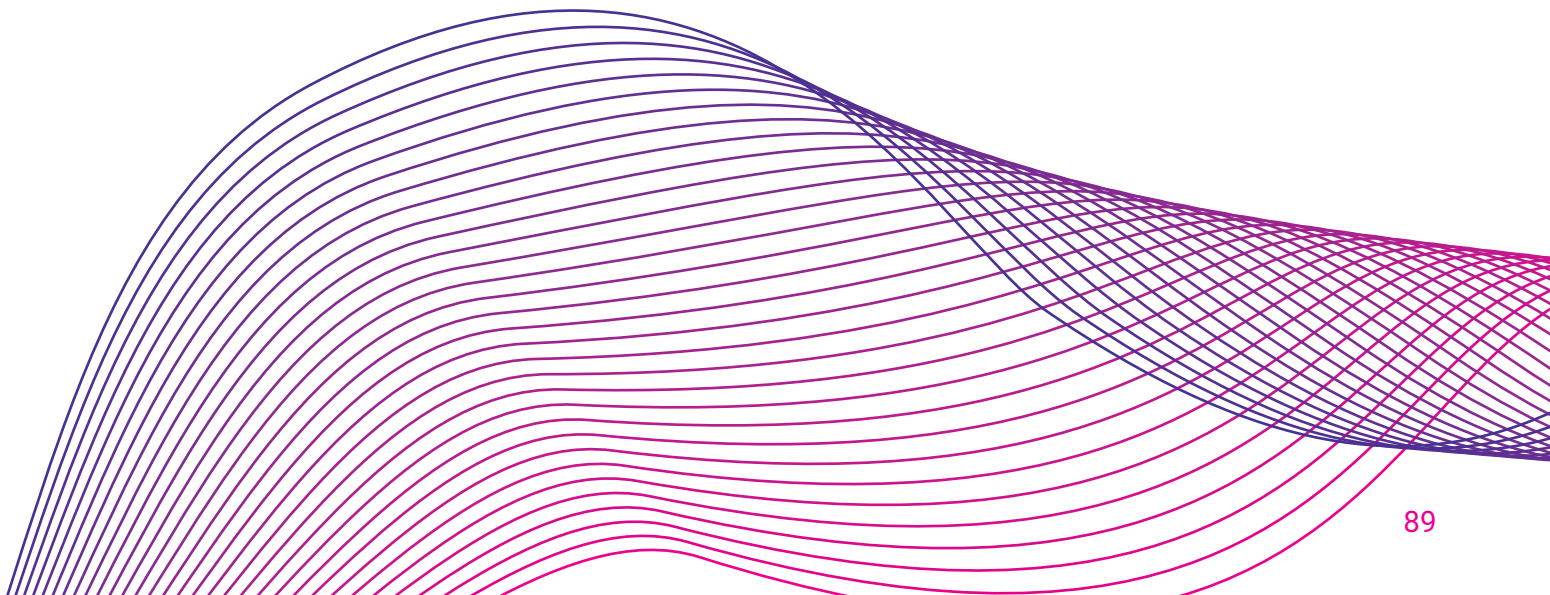


## ԵԶՐԱՀԱՆԳՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

ՄՍՈ-ներում զբաղվածությունը տարիներ շարունակ անընդհատ նվազել է ինչպես ողջ աշխարհում, այնպես էլ Հայաստանում: Այդուհանդերձ, մշակութային և ստեղծարար ոլորտը նաև հայտնի է իր չերաշխավորված և ցածր վարձատրվող աշխատանքներով, և բազմաթիվ աշխատողներ ապավինում են ազատ գրաֆիկով կամ մասնակի դրույքով աշխատանքներին:

Երկրում մշակութային զբաղվածության իրադրությունը տարբեր դիտանկյուններից վերլուծելիս (ամենապահանջված աշխատատեղերը՝ ըստ ոլորտի, ինչպես նաև ըստ ՄՍՈ գործունեության տեսակի) ոչ միանշանակ պատկեր է ստացվում այն առումով, թե անհատները ինչպես են պրոֆեսիոնալ մասնակցություն ունենում բնագավառում: Կարևոր է այս տվյալներին տարբեր տեսանկյուններից մոտենալ, քանի որ տվյալների համադրումը կարող է հանգեցնել տարբեր արդյունքների և եզրահանգումների: Օրինակ, միայն ըստ ոլորտի դիտարկելիս, ստացվում է, որ աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիայի տիրույթը ամենախոշոր գործատուն է: Այդուհանդերձ, գործունեության տեսակները առավել մանրակրկիտ ուսումնասիրելիս պարզ է դառնում, որ այստեղ առաջատարը ակյար տեխնոլոգիաների ոլորտում գործունեությունն է, որում աշխատում են մի քանի մշակութային մասնագետներ: Գործունեության որոշակի տեսակներ ուսումնասիրելիս երևում է, որ արհեստների բնագավառը գերակայող է, մասնավորապես տեքստիլի ոլորտում, ձևարարների ու դերձակների՝ Նորաձևությանն առնչվող մասնագիտությունների շրջանում: Գործունեության որոշ տեսակներ հայտնվում են այս բազամազան տարանջատումների հատման կետում, օրինակ՝ մշակույթի բնագավառի դասավանդողների կարևորությունը, որը գերիշխող կատեգորիա է տարբեր աշխատանքների և գործունեության տեսակների թվում: Այս նկատառումները մեզ կարող են բերել տարբեր եզրահանգումների՝ ինչպես բնագավառի հավանական ուժեղ և թույլ կողմերի, այնպես էլ այն մասին, թե ռազմավարությունը և կրթությունն ինչպես կարող են ամրապնդել հմտությունները:

Քանակական ազդեցության տեսանկյունից՝ մանկավարժների կատարելագործումը ազդեցություն կունենա ոչ միայն մեծաթիվ աշխատուժի վրա, այլև ահռելի խորը ներգործություն կունենա բնագավառի ամրապնդման համար: Նորաձևության և տեքստիլի բնագավառներում ռազմավարական քաղաքականության իրականացումը և ներդրումները կարող են բարելավել մասնագիտական հմտությունները և արտադրանքի որակը, որը Հայաստանը կբարձրացնի միջազգայնորեն մրցունակ արդյունաբերության մակարդակի: Իսկ թվային տրանսֆորմացիայի ոլորտում ռազմավարական ներդրումները և ստեղծարար տեխնոլոգիաների հետ



կապված մասնագիտությունների յուրացումը, ինչպիսիք են, օրինակ, թվային մարքեթինգը, անիմացիան և այլ ստեղծարար մասնագիտությունները, օժտված է տնտեսական աճը և նորարարությունները խթանելու ահռելի ներուժով: Մշակութային ստեղծարար տարբեր ոլորտների ներկայացուցիչները բարձրաձայնել են բիզնեսի զարգացման, մենեջմենթի և դիստրիբուցիայի մասնագետների անհրաժեշտության մասին՝ արտադրողականությունը և շահութաբերությունը մեծացնելու համար:

Որպես ամփոփում նշենք, որ մշակութային զբաղվածությունը մարտահրավերներով լի և բարդ ցուցիչ է, որը հատուկ ուշադրություն է պահանջում՝ աշխատողների և եկամտուների ստեղծման հետ կապված միտումները, ինչպես նաև բնագավառի ընդհանրական կարիքներն ու ապահովվածությունը ավելի լավ ըմբռնելու համար: Մշակութային զբաղվածության վերլուծությունը հեշտ չէր, քանի որ մեր հետազոտական թիմը առերեսվում էր բարդությունների՝ կապված առկա տվյալների դասակարգումների, համադրումների և տարանջատման հետ: Ընդհանուր առմամբ, մշակութային զբաղվածության վերաբերյալ վիճակագրության բարելավումը հետևողական ջանքեր է պահանջում տարբեր շահագրգիռ կողմերից, այդ թվում՝ հետազոտողներից, քաղաքականություն մշակողներից և պրակտիկ աշխատողներից: Ստանդարտացված սահմանումներ և դասակարգումներ մշակելը, տվյալների հավաքման մեթոդների բարելավումը, տվյալների տրամադրումը և համագործակցության խթանումը, պարբերական վերանայումները և գնահատումները, հետազոտությունների և զարգացման մեջ ներդրումներ կատարելը կարող են բարելավել մշակութային զբաղվածության վերաբերյալ մեր ընկալումները և այն դերը, որ դրանք ունեն մեր տնտեսության և հասարակության մեջ:

Հետազոտության արդյունքների հիման վրա առաջարկում ենք հետևյալը՝

### 1. Կրթություն և հմտությունների զարգացում:

Հարկավոր է ներդրումներ կատարել բիզնեսի զարգացման, մենեջմենթի և մարքեթինգի/դիստրիբուցիայի հմտությունների զարգացման մեջ՝ մշակութային բոլոր բնագավառներում:

### 2. Մշակութային քաղաքականություն և կանոնակարգեր:

Մեզ հարկավոր է մշակութային այնպիսի քաղաքականություն, որն ավելի մեծ աջակցություն կցուցաբերի ազատ զբաղվածությանը և ոչ ֆորմալ զբաղվածությանը՝ ընդհանուր սոցիալական պաշտպանությունը բարելավելու համար:

### 3. Թվային տրանսֆորմացիա:

Անհրաժեշտ է ներդրում կատարել թվային մասնագիտություններում, ինչպես նաև ավելի սերտացնել կապերը ստեղծարար և տեխնիկական մասնագետների միջև՝ նորարարությունը խթանելու համար:

### 4. Բարելավել մշակութային զբաղվածության վերաբերյալ պետական վիճակագրությունը:

Ժամանակի ընթացքում տարբեր երկրների հետ տվյալների կայուն համադրելիության հասնելու համար անհրաժեշտ են տվյալների հավաքագրման և հաշվարկման առավել ճշգրիտ մեթոդներ: Մասնավորապես՝ սահմանումների ստանդարտացում և աշխատանքների դասակարգումների վերանայում՝ նոր թվային և տեխնոլոգիական բնույթի մասնագիտությունները վերջին տասնամյակների կտրվածքով արտացոլելու համար:

# ԳԼՈՒԽ 7. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՍՊԱՌՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

**Մշակույթի բնագավառում սպառումը** ներառում է գործունեության լայն բազմազանություն, ներառյալ՝ մշակութային միջոցառումների հաճախելը, մշակութային հաստատություններ այցելելը, գրքերի ընթերցանությունը, երաժշտություն ունկնդրելը, ֆիլմերի դիտումը և մշակութային դրսևորման այլ ձևերին մասնակցելը: Մշակույթի ոլորտում սպառման բովանդակությունն ու միտումները հասկանալը թույլ է տալիս պատկերացնել մշակույթի բնագավառում ներպետական շուկայի ծավալներն ու ներուժը: Բացի այդ, մշակույթի հետ կապված ծախսերը կարող են ի ցույց դնել աճի և ընդլայնման հնարավորությունները բնագավառի ներսում: Այդ ծախսերը վերլուծելով, մշակութային հաստատությունները և քաղաքականություն մշակողները կարող են հիմնավոր որոշումներ կայացնել ռեսուրսների հատկացման և մշակութային քաղաքականության վերաբերյալ:

Մշակույթի բնագավառում սպառումը չափելու համար կարող են կիրառվել տարբեր ցուցիչներ, ինչպիսիք են՝ մշակութային միջոցառումների մասնակիցների թիվը, մշակութային ապրանքների գնումների թիվը, մշակութային գործունեության համար ծախսված ժամանակը և առցանց գործունեությունը: ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն խորհուրդ է տալիս ուսումնասիրել մշակույթի բնագավառում սպառումը տնային տնտեսության մակարդակով՝ հաշվարկելով **մշակույթի բնագավառում տնային տնտեսության ծախսերի մասնաբաժինը ընդհանուր ծախսերում**<sup>52</sup>:



52 Այս ցուցիչը չի վերաբերում մշակույթի բնագավառում տնային տնտեսության ողջ սպառմանը կամ ազգային ՀՆԱ-ում ՄՍՈ այս բնագավառի մասնաբաժնին՝ ծախսերի տեսանկյունից, քանի որ. 1) այն ներառում է ներմուծումները, այսինքն, հաշվվում է մշակութային բնագավառների ապրանքների և ծառայությունների սպառումը երկրի սահմաններից դուրս. 2) այն չի ներառում արտահանումների արժեքները. 3) դրանից դուրս է մնում ոչ շուկայական արտադրանքի մեծամասնությունը, այլ կերպ ասած՝ անվճար մշակութային միջոցառումները, գործունեությունը, ապրանքները և ծառայությունները. 4) դուրս են մնում մշակութային այնպիսի արտադրանքի հետ կապված որոշ ծախսեր, որոնք ուղիղ չեն ֆինանսավորվում տնային տնտեսությունների կողմից, ինչպիսիք են դիզայնի ծառայությունները և գովազդները:

**Քանդակագործ Սուրեն Խարազյանը քանդակում է Վիկտոր Զամբարձումյանի կիսանդրին. 2017թ.: Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի**

# ԱՐՄՍՏԱՏ-Ի ՏՆԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՏՎՅԱԼՆԵՐԻ ՀԵՏ ԱՇԽԱՏԱՆՔԸ . ՈՉ ԼԻԱՐԺԵՔ ԵՎ ՀԱԿԱՍԱԿԱՆ ՊԱՏԿԵՐ

Վերը նշված ցուցիչը լայնորեն կիրառում է ամենամյա **Կենսապայմանների ամբողջացված հետազոտության (ILCS)** տվյալները, որը Հայաստանում տնային տնտեսությունների ներկայացված ծախսերի մասին տեղեկությունների աղբյուրն է: Տնային տնտեսությունների շրջանում ամենավերջին ILCS-ը ԱՐՄՍՏԱՏ-ի կողմից իրականացվել է 2021 թվականին:

Երբ փորձեցինք հաշվարկել ցուցիչը և 2021 թվականի տվյալները համեմատել 2015 թվականի տվյալների հետ, որոշակի թերությունների և դժվարությունների հանդիպեցինք: **Տվյալների վերլուծությանը խանգարող ամենամեծ խոչընդոտը կապված է առկա տվյալների անբավարար որակի հետ:** Սա կարող է բացատրվել տվյալների հավաքագրման մոտեցումների փոփոխությամբ և, որ ավելի կարևոր է, այս ժամանակահատվածում տվյալների աղբյուրների փոփոխությամբ:

Ինչ վերաբերում է տվյալների հավաքման մոտեցմանը, 2015 թվականին տնային տնտեսությունների ծախսերը հաշվարկվում էին օրագրային համակարգով՝ արձանագրելով ամենօրյա ծախսերը, մինչդեռ 2021 թվականին իրականացվել էր ներկայացուցչական հարցում: Ինչպես օրագրային, այնպես էլ հարցման ձևաչափի դեպքում տնային տնտեսությունները, մշակութային բնույթի ծախսերը հաշվարկելիս նկատի են առել **«անհատական սպառում՝ ըստ նպատակների» ազգային դասակարգչում** տեղ գտած մի շարք կետեր<sup>53</sup>: Այդուհանդերձ, մշակութային կետերի ցանկը բավականաչափ ընդգրկումն չէր՝ մշակութային ծախսերի վերաբերյալ որակյալ տվյալներ ապահովելու համար: Սրա մասին է վկայում նաև հաշվառված արժեքավոր պարագաների բացակայությունը, հատկապես՝ 2021 թվականի ILCS-ում: Օրինակ, 2021 թվականի մշակութային սպառման տասը ապրանքներից չորսի հետ կապված ծախսերը ընդհանրապես չեն ներկայացվել խաթարելով ընդհանուր սպառման հետ կապված թվերը և հարցականի տակ դնելով հավաքված տվյալները: Պատկերավոր լինելու համար՝ **տեղեկատվության մշակման սարքավորման** հետ կապված ծախսերը 2021 թվականին ընդհանրապես չեն ներկայացվել՝ ի հակառակ 2015 թվականի տվյալների, որոնք 100,874,049 ՀՀ դրամի ծախս են ցույց տալիս (տե՛ս Աղյուսակ 7.1):

53 Հայաստանի վերաբերյալ ցուցիչը հաշվարկելու համար, համարժեք տվյալները վերցվել են հետևյալ աղբյուրից. «Անհատական սպառում՝ ըստ նպատակների ազգային դասակարգիչ», Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ (հոկտեմբերի 24, 2013 թվական), <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=91153>, հաստատված է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարի 2013 թվականի սեպտեմբերի 19-ի թիվ 876-Ն հրամանով:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 7.1. ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՏՆԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՄՊԱՌՈՒՄԸ, 2015 ԵՎ 2021 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐ**

Մշակութային սպառման ապրանքները (քառանիշ խմբեր)	Արժեքը՝ ներկայիս գներով, ՀՀԴ		Մասնաբաժինը՝ տնային տնտեսության ընդհանուր սպառման մեջ, %		Մասնաբաժինը՝ տնային տնտեսության մշակութային սպառման մեջ, %	
	2021	2015	2021	2015	2021	2015
<b>«Հիմնական նշանակություն ունեցող մշակութային» ապրանքների և ծառայությունների հետ կապված ծախսերը</b>	<b>127,491,004</b>	<b>155,920,835</b>	<b>0.001</b>	<b>0.0013</b>	<b>96.4</b>	<b>37.58</b>
09.1.4 Մեդիա նյութերի տեսաձայնագրություն	1,274,603	117,632	0	0	0.964	0.028
09.4.2 Մշակութային ծառայություններ	23,284,208	102,140,574	0	0.001	17.606	24.618
09.5.1 Գրքեր	34,609,754	11,847,108	0	0	26.17	2.855
09.5.2 Մամուլ	548,279	4,816,885	0	0	0.415	1.161
12.3.1 Ոսկերչական արտադրանք, ձեռքի և այլ ժամացույցներ	67,774,161	36,998,636	0.001	0	51.247	8.918
<b>«Մշակութային սարքավորման և օժանդակ նյութերի» գծով ապրանքների և ծառայությունների հետ կապված ծախսերը</b>	<b>4,759,203</b>	<b>258,972,877</b>	<b>0.00004</b>	<b>0.00215</b>	<b>3.6</b>	<b>62.42</b>
09.1.1 Հնչյունի և պատկերի համար նախատեսված սարքավորում	4,759,203	153,354,407	0.000037	0.0013	3.5986	36.9623
09.1.2 Լուսանկարչական և կինեմատոգրաֆիական սարքավորում	-	1,233,069	0	0	0	0.2972
09.1.3 Տեղեկատվության մշակման սարքավորում	-	100,874,049	0	0.0008	0	24.3132
09.1.5 Աուդիովիզուալ, լուսանկարչական և տեղեկատվության մշակման սարքավորում	-	3,006,769	0	0	0	0.7247
09.2.2 Երաժշտական գործիքներ և երկարաժամկետ գործածության ապրանքներ՝ շինությունների ներսում կազմակերպվող ժամանցի համար	-	504,583	0	0	0	0.1216
<b>Ընդհանուր մշակութային սպառումը</b>	<b>132,250,207</b>	<b>414,893,712</b>	<b>0.001</b>	<b>0.0035</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ճ ԱՐՔՅՈՒՐԸ**

ԱՐՄՄՍՍՍ, 2015 և 2021 թվականների ILCS:

**ՄԵԹՈՂԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

UNESCO CDIS.

Ավելին, առկա տվյալներից ելնելով, 2021 թվականին Հայաստանում մշակութային սպառման մեր կողմից հաշվարկված ցուցիչը կկազմի 0.001%՝ 2015 թվականի 0.0035%-ի համեմատ<sup>54</sup>: Մշակութային սպառման այս ակններև անկումը կարող է պայմանավորված լինել տվյալների հավաքման հետ կապված խնդիրներով՝ ի տարբերություն սպառման գծով նվազող միտումի: Այդուհանդերձ, երկու տարիների վերաբերյալ տվյալներն էլ անհանգստացնող են՝ Հայաստանում մշակութային սպառման հետ կապված իրավիճակի առումով: Համեմատության համար՝ 2017 թվականին Եվրամիության տնային տնտեսությունները իրենց ընդհանուր սպառման 8.5%-ը ծախսել են «ժամանցի և մշակույթի» վրա<sup>55</sup>:

Այդ ամենը հաշվի առնելով, կարևոր է նշել, որ Հայաստանում առաջարկվում են բազմաթիվ անվճար մշակութային միջոցառումներ, մասամբ՝ երկրում նկատվող ցածր տնտեսական աշխուժության, մասամբ էլ՝ հետխորհրդային մշակութային ժառանգության բերումով, երբ մշակույթը ներկայացվում էր որպես մարդու ազատ իրավունք, որն անվճար է: Եթե Միացյալ Թագավորությունում թանգարանի տոմսը միջինը արժե 23 եվրո, ապա Հայաստանում միջին գինը շուրջ 2 եվրո է<sup>56</sup>: Ենթադրվում է, որ մշակույթի գծով տնային տնտեսությունների ծախսերը պետք է Հայաստանում ավելի ցածր լինեն՝ Եվրոպայի համեմատ:

54 ՅՈՒՆԵՍԿՕ, Տեխնիկական հաշվետվություն Հայաստանի վերաբերյալ (2017):

55 Տե՛ս Eurostat, Տնային տնտեսությունների ծախսերը ժամանցի և մշակույթի համար, (11 հունվարի 2019 թ.): <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190111-2>

56 Հիշատակված աղբյուրը տե՛ս այստեղ. Մշակութային քաղաքականությունների և միտումների ժողովածու. «Որոշ պահանջված մշակութային ապրանքների և ծառայությունների գները» (Compendium of Cultural Policies and Trends, "Prices for Selected Popular Cultural Goods and Services"), <https://www.culturalpolicies.net/statistics-comparisons/statistics/markets/#1640078812363-0f5ad3c6-71be>.

Աղյուսակ 7.2-ը գալիս է հաստատելու մեր այն եզրահանգումը, որ տվյալների աղբյուրները ներկայացուցչական չեն: Աղյուսակը ցույց է տալիս, որ **Ժամանցի և մշակույթի**<sup>57</sup> գծով մեկ շնչի հաշվարկով տնային տնտեսությունների ամենամյա միջին ծախսերը 2004-ից 2021 թվականներին տատանվել են 3 ՀՀ դրամից (2004-ին և 2008-ին) մինչև 121 ՀՀ դրամ (կամ 0.25 եվրո՝ 2018 թվականին), որը անհավատալի ցածր ցուցանիշ է: Ավելին, այս ցուցանիշները խիստ անկայուն են և տարբեր տարիներին ծայրահեղ տատանումներ են արձանագրում:

**ԱՂՅՈՒՍԱԿ 7.2. ՏՆԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՆՎԱՆԱԿԱՆ ՄԻՋԻՆ ԱՄՍԱԿԱՆ ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԾԱԽՍԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ՝ ՄԵԿ ՇՆՉԻ ՀԱՇՎԱՐԿՈՎ, 2004Թ, 2008Թ, 2013-2021ԹԹ, ԴՐԱՄ**

Միավորը	2004	2008	2013	2014	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Ընդհանուր սպառումը	19,251	28,878	36,787	40,770	42,867	44,413	45,788	47,324	46,803	49,999
Սպառումը ժամանցի և մշակույթի գծով	3	3	20	8	101	98	121	15	5	11
Մշակութային սպառման մասնաբաժինը՝ տնային տնտեսության ընդհանուր ծախսերի մեջ, %	0.016	0.010	0.054	0.020	0.236	0.221	0.264	0.032	0.011	0.022

**Ք ԱՂՔՅՈՒՐԸ**

ԱՐՄՍՍԱՏ-ի հաշվետվությունները՝ «Հայաստանի սոցիալական պատկերը և աղքատությունը» 2004-2015 թվականների համար (էջ 13/124) և 2017-2021 թվականների համար (էջ 9/16):

57 Ժամանցային ծախսերը ներառում են արձակուրդային փաթեթները, խաղերը, խաղալիքները և հոբբիները, այգիները, բույսերն ու ծաղիկները և այլ պարագաներ:

## ԵԶՐԱՀԱՆԳՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Մշակութային սպառման ցուցիչը կարևորագույն ցուցանիշ է ինչպես մշակույթի տեղական շուկայի, այնպես էլ մշակույթի նկատմամբ հանրային հետաքրքրությունը գնահատելու համար, և այն մեզ թույլ է տալիս այս վիճակագրությունը համեմատել այլ երկրների վիճակագրության հետ: Ներկայումս մեզ անհրաժեշտ են ավելի որակյալ տվյալներ՝ մշակույթի գծով տնային տնտեսությունների ծախսերի վերաբերյալ, որպեսզի կարողանանք ավելի վստահելի ցուցիչ հաշվարկել հայաստանյան կոնտեքստի համար:

Հետևյալ առաջարկությունները նախատեսված են **ԱՐՄՍԱՏՍ-ի Տնային տնտեսությունների հետազոտության վարչության** համար՝ տվյալների վերլուծության ներուժը բարելավելու համար:

### 1) Տվյալների աղբյուրները:

*Վերանայել Անհատական սպառում՝ ըստ նպատակների ազգային դասակարգում տեղ գտած միավորների ներկայիս ցանկը, որոնք համարվում են մշակութային ապրանքներ և ծառայություններ՝ ՄԱԿ-ի COICOP-2018 դասակարգման համակարգին համապատասխան:*

### 2) Տվյալների հավաքագրում:

*Ձեռնարկել մշակութային սպառման վերաբերյալ առանձին հետազոտություն կամ տնային տնտեսությունների ծախսերի հետազոտության մեջ մշակութային ծախսերի վերաբերյալ ավելացնել առանձին գլուխ՝ առավել ճշգրիտ տվյալների հավաքագրման համար:*

### 3) Պաշտոնապես հրապարակված տվյալներ:

*ԱՐՄՍԱՏՍը պետք է հրապարակի մշակութային սպառման վերաբերյալ տվյալներ, որոնք պետք է անջատ լինեն հանգստի հետ կապված ծախսերից: Մասնավորապես, մշակույթը պետք է առանձնացվի այնպիսի միավորներից, ինչպիսիք են՝ սպորտը, արձակուրդային փաթեթները և այլն, որպեսզի տվյալները համադրելի լինեն միջազգային մակարդակում:*

Եվ վերջապես, մենք առաջարկում ենք, որ **ՅՈՒՆԵՍԿՕ**-ն ընդլայնի մշակութային սպառման վերաբերյալ իր սահմանումը ներառելու համար անվճար մշակութային միջոցառումների սպառումը: Եթե այդ ցուցանիշը պետք է արտացոլի մշակույթի նկատմամբ հանրային հետաքրքրությունը (այլ ոչ միայն մշակույթի ներքին շուկան), ապա անվճար մշակութային միջոցառումներին հանրային մասնակցությունը և/կամ սպառումը հասկանալը կարևոր ցուցիչ է՝ այդ հաշվարկներում հասարակության՝ ֆինանսապես ոչ բարվոք կամ խիստ վատթար վիճակում գտնվող շերտերին ներգրավելու համար:

# ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Մշակույթի և ստեղծարար ոլորտներն իրենցից ներկայացնում են մի բազմաշերտ բնագավառ՝ բաղկացած բազմաթիվ ենթաոլորտներից: Դրա զարգացումը և միտումները չափելը սպասվածից ավելի դժվար եղավ: Սույն գլխում նկարագրվում է մեր հետազոտության մեթոդաբանությունը, որը ներառում է ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի մոդելի կիրառում, ինչպես նաև հետազոտական բազմաթիվ մոտեցումների իրականացում՝ ինչպես առաջնային, այնպես էլ երկրորդային հետազոտության ընթացքում: Եվ վերջապես, մենք նաև անդրադարձել ենք այն մարտահրավերներին և սահմանափակումներին, որոնց առերեսվել ենք այս հետազոտության ընթացքում:





Գունավոր ներկապակ նկարիչ Արման Գրիգորյանի արվեստանոցից, 2019թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի

# ՅՈՒՆԵՍԿՕ-Ի ՄՈՂԵԼԸ

Կան բազմաթիվ սահմանումներ և մոդելներ՝ ՄՍՈ-ները բնութագրելու և որոշելու համար, թե որ բնագավառներն են ներառված սահմանման մեջ: Վերջիններս ներառում են Միացյալ Թագավորության Մշակույթի, մեդիայի և սպորտի վարչության (DCMS) սահմանումից մինչև Միացյալ Թագավորության Գիտության, տեխնոլոգիայի և արվեստների ազգային հիմնադրամի (NESTA) մոդելներ ու սահմանումներ, Առևտրի և զարգացման հարցերով ՄԱԿ-ի կոնֆերանսը, (UNCTAD), Կրթության և մշակույթի հարցերով Եվրոպական հանձնաժողով (KEA European Affairs), ինչպես նաև Միավորված ազգերի Կրթության, գիտության և մշակույթի կազմակերպություն (ՅՈՒՆԵՍԿՕ):

«Կատապոլտ» ստեղծարար աքսելերացիոն ծրագիրը գաղափարապես հարում է ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի սահմանումներին՝ հետևյալ հիմնավորումներով.

*ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի մոդելն ամենալայնորեն ընդունված մոդելն է, հետևաբար, մեզ թույլ է տալիս արդյունքները համեմատել գլոբալ հետազոտությունների հետ:*

*ՄՍՈ-ների վերաբերյալ Հայաստանում առաջին անգամ 2015-2017 թվականներին իրականացված հետազոտության ժամանակ կիրառվել էր ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի մոդելը, որը մենք մտադիր էինք ընդլայնել:*

ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի մոդելը մշակույթի և ստեղծարարության ոլորտում առանձնացնում է 11 ենթաօլորտ՝

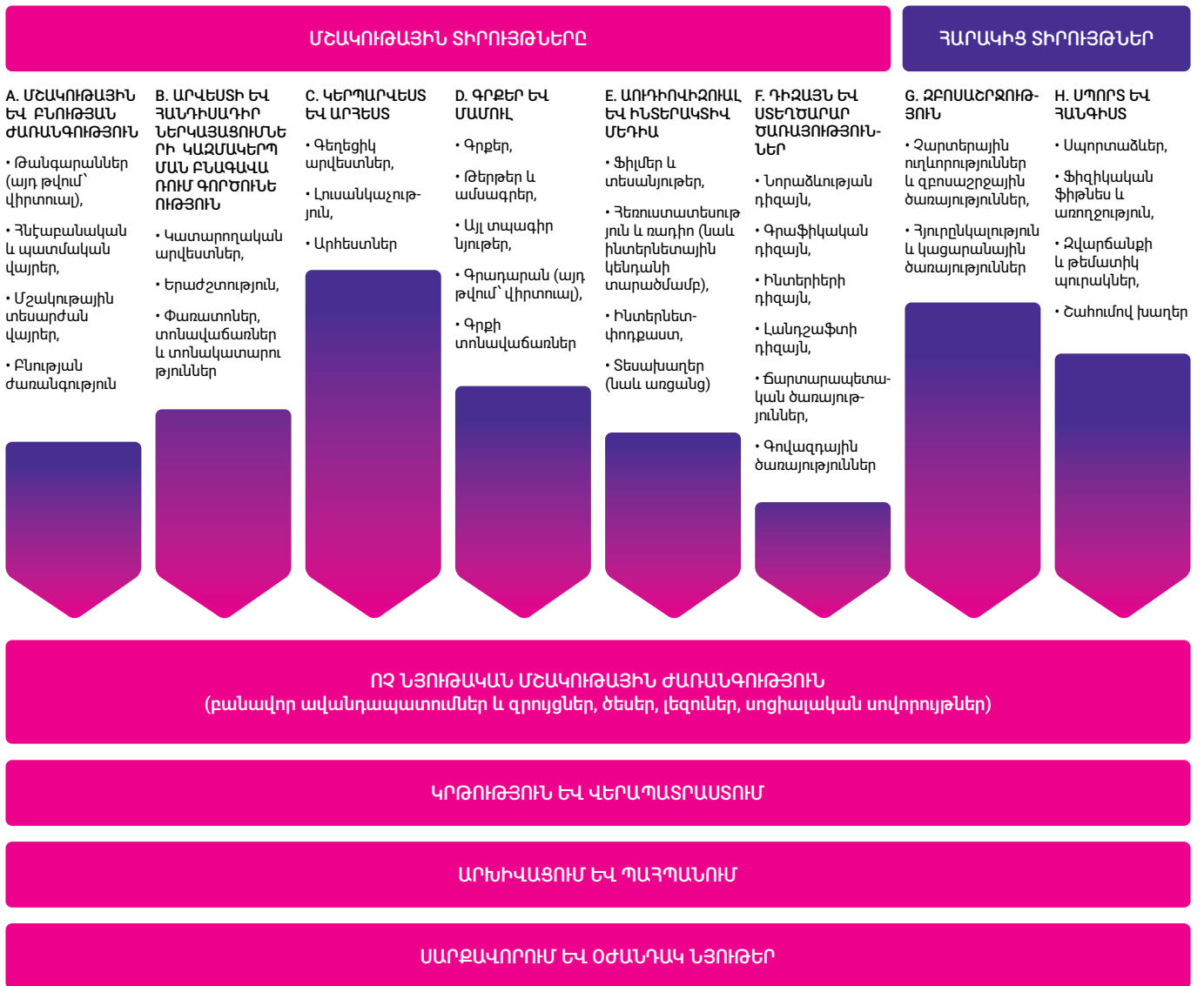
- Հեռուստատեսություն
- Ընդհանուր պատկերասրահ
- Ֆիլմեր
- Վիզուալ արվեստներ
- Գրքեր
- Երաժշտություն
- Թերթեր և ամսագրեր
- Կատարողական արվեստներ
- Ռադիո
- Գովազդ
- Խաղեր:

Այս ենթաօլորտները և դրանց շրջանակներում իրականացվող համապատասխան սոցիալական և տնտեսական գործունեությունը խմբավորված են նաև ըստ հիմնական նշանակություն ունեցող վեց մշակութային «տիրույթների»: ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն մշակութային տիրույթը սահմանում է այսպես. «մշակութային գործունեություն, ապրանքներ և ծառայություններ, որոնք գոյացել են արդյունաբերական և ոչ արդյունաբերական գործընթացների արդյունքում»<sup>58</sup>:

Գծապատկեր 1-ը ներկայացնում է վեց տիրույթները և դրանց առնչությունը «հարակից տիրույթներին» կամ բնագավառներին, որոնց վրա մշակութային տիրույթներն ունենում են կողմնակի ներգործություն (զբոսաշրջություն, սպորտ և հանգիստ):

58 ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, «ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 2009 թվականի մշակութային վիճակագրության շրջանակ» (UNESCO Institute for Statistics, "2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics"), էջ 10: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>.

# ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 1. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-Ի ՇՐՋԱՆԱԿԸ



Աղյուսակ 1-ը առավել մանրամասն ներկայացնում է Հայաստանի այս մշակութային տիրույթներից յուրաքանչյուրին բնորոշ «գործունեության տեսակները»: Այս տվյալները վերցվել են Հայաստանի Հանրապետության Վիճակագրական կոմիտեից (ԱՐՄՍՏԱՏ) և դասակարգված են ըստ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի՝ վերը ներկայացված տիրույթների՝ կիրառելով ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի՝ Մշակութային վիճակագրության շրջանակի (FCS) մեթոդը:

Այս գործընթացը լի էր մարտահրավերներով՝ մի քանի պատճառներով, առաջին հերթին՝ Հայաստանում ընդունված և միջազգային մեթոդների և դասակարգումների միջև առկա անհամապատասխանությունների բերումով, ինչպես նաև 2014 թվականից առայսօր հայկական համակարգում տեղի ունեցող՝ դասիչների դասակարգման փոփոխությունների պատճառով:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 1. ՄՍՈ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԻ ԲԱԾԽՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ՝ ԸՍՏ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-Ի ՎԵՑ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ**

Տիրույթը	Դասիչը 2014 թ. համար	Դասիչը 2022 թ. համար	Գործունեության տեսակի դասը
<b>A. Մշակութային և բնության ժառանգություն</b>			
A	9101	9101	Գրադարանների և արխիվների գործունեություն
A	9102	9102	Թանգարանների գործունեություն և պատմական վայրերի ու կառույցների շահագործում
A	-	9103	Պատմական վայրերի ու կառույցների և այցելուների համար նախատեսված նույնանման ժամանցային վայրերի շահագործում
A	9104	9104	Բուսաբանական և կենդանաբանական այգիների գործունեություն
<b>B. Արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումների կազմակերպման բնագավառում գործունեություն</b>			
B	3220	3220	Երաժշտական գործիքների արտադրություն
B	5920	5920	Ձայնագրության և ձայնագրությունների հրատարակության գործունեություն
B	9000	-	Ստեղծագործական, արվեստի և ժամանցային միջոցառումների կազմակերպման գործունեություն
B	-	9001	Կատարողական արվեստի բնագավառում գործունեություն
B	-	9002	Կատարողական արվեստի բնագավառում օժանդակ գործունեություն
B	-	9004	Մշակութային օբյեկտների գործունեություն
B	1820	1820	Գրառված կրիչների բազմացում
<b>C. Կերպարվեստ և արհեստ</b>			
C	-	3212	Ոսկերչական և այլ իրերի արտադրություն
C	-	7220	Գիտական հետազոտություններ և փորձարարական մշակումներ հասարակական և հումանիտար գիտությունների բնագավառում
C	7420	7420	Լուսանկարչական գործունեություն
C	-	9003	Ստեղծագործական գործունեություն
<b>D. Գրքեր և մամուլ</b>			
D	5811	5811	Գրքերի հրատարակություն
D	5813	5813	Թերթերի, ամսագրերի և պարբերականների հրատարակություն
D	5819	5819	Հրատարակչական այլ գործունեություն
D	1811	1811	Տպագրություն
D	-	1812	Այլ տպագրություն
D	-	4761	Գրքերի, թերթերի և գրասենյակային պիտույքների մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում
D	-	6391	Նորությունների գործակալություններ
D	-	6399	Տեղեկատվության մատակարարման այլ գործունեություն՝ չներառված ուրիշ խմբավորումներում
D	-	4649	Այլ կենցաղային ապրանքների մեծածախ առևտուր
<b>E. Աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա</b>			
E	-	4742	Հեռահաղորդակցական սարքավորանքի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում
E	-	4763	Ձայնագրությունների և տեսագրությունների մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում
E	-	5821	Համակարգչային խաղեր

E	5911	5911	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի արտադրություն
E	5912	5912	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի հետարտադրական գործունեություն
E	5913	5913	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի տարածում
E	5914	5914	Կինոֆիլմերի ցուցադրում
E	6010	6010	Ռադիոհեռարձակում
E	6020	6020	Ջեռուստածրագրերի կազմում և հեռարձակում
E	2640	2640	Կենցաղային էլեկտրոնային սարքավորանքի արտադրություն
E	6110	6110	Լարային հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ
E	6120	6120	Անլար հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ
E	6130	6130	Արբանյակային հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ
E	-	6312	Վեբ-պորտալների հետ կապված գործողություններ
E	-	7722	Տեսաերիզների և տեսասկավառակների վարձույթ

**F. Դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ**

F	-	7112	Ճարտարագիտական գործունեություն և դրա հետ կապված տեխնիկական խորհրդատվություն
F	7310	7311	Գովազդային գործունեություն
F	7410	7410	Դիզայներական մասնագիտացված գործունեություն

**Ոչ նյութական մշակութային ժառանգություն. խաչվող տիրույթներ**

	-	8552	Մշակութային կրթության ծառայություններ
--	---	------	---------------------------------------

**Ք ԱՐՔՅՈՒՐԸ**

Ազգային հաշիվներ - Հայաստանի Հանրապետության Ազգային վիճակագրական ծառայություն (2014 և 2022 թվականներ):

ՄՍՈ դասիչները և ըստ տիրույթների դրանց բաշխվածությունը պարզելու համար օգտագործված աղբյուրները.

1. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 2009 թ. մշակութային վիճակագրության շրջանակ (“The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics,”), 51-58-րդ էջեր: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>
2. Eurostat-ի մշակութային վիճակագրության ուղեցույցի 2018 թ. հրատարակություն (“Guide to Eurostat culture statistics 2018 edition”), Աղյուսակ 2, 15-16-րդ էջեր: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5>
3. Մշակույթի վերաբերյալ վիճակագրության եվրոպական համակարգային ցանց, (ESSnet-CULTURE), (ESSnet-CULTURE-ի վերջնական հաշվետվություն, Աղյուսակ 2. Մշակութային տիրույթները՝ ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների, NACE-ի կոդից 2-րդ վերանայված տարբերակ) (European Statistical System Network on Culture (ESSnet-CULTURE), “ESSnet-CULTURE Final Report, Table 2: Cultural domains by economic activities, NACE Rev.2”): [https://elearning.unite.it/pluginfile.php/202965/mod\\_resource/content/1/NACE%20codes%20%28EssNet%29.pdf](https://elearning.unite.it/pluginfile.php/202965/mod_resource/content/1/NACE%20codes%20%28EssNet%29.pdf).

# ԵՐԿՐՈՐԴԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ. առկա տվյալների վերլուծություն

Իրականացվել է **գրականության ուսումնասիրություն**՝ գնահատելու և համեմատելու համար ՄՍՈ-ների հետ կապված ներկայիս գլոբալ և տեղական միտումները: Դրանց թվում՝ մշակույթի հետ կապված ազգային ռազմավարությունների համեմատական վերլուծությունը, տնտեսական միտումները, թվայնացմանն ուղղված ջանքերը, ԶՆԿ-19-ի ազդեցությունը և այլ առանձնահատկություններ, որոնք բնորոշ են մշակույթի և ստեղծարարության բնագավառին:

Բացի այդ, մեր ծրագրին անհրաժեշտ կարիքների գնահատմանը նպաստել են Հայաստանի կրթական համակարգի վերաբերյալ հանրամատչելի տեղեկատվության ուսումնասիրությունը, ՄՍՈ-ներին առնչվող լոգիստիկ ծառայությունները և վճարումների հետ կապված լուծումները, Հայաստանի օրենսդրության մեջ վերջերս տեղի ունեցած փոփոխությունները, ինչպես նաև մշակույթի առաջնության հարթակները: Այս ուսումնասիրված փաստաթղթերը վերցվել են ամենատարբեր աղբյուրներից՝ պետական հիմնարկներից, միջազգային կազմակերպություններից, ՀԿ-ներից, համալսարանների պաշտոնական առցանց վեբկայքերից և ավելին: Տե՛ս Հավելված 3-ը՝ Օգտագործված գրականությունը՝ աղբյուրների համապարփակ ցանկի համար:

## ՏՎՅԱԼՆԵՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ. ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Գրականության ուսումնասիրությունից բացի, մենք իրականացրել ենք նաև ԱՐՄՍՍԱՏ-ի **երկրորդային տվյալների վերլուծություն**՝ գնահատելու համար ՄՍՈ-ների ներգործությունը Հայաստանի ՀՆԱ-ի և զբաղվածության վրա: Օգտվելով մշակութային վիճակագրության վերաբերյալ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի շրջանակից և դրա համապատասխան մեթոդաբանությունից (CDIS մեթոդաբանություն)՝ 2022 թվականի տվյալները վերցվել են ԱՐՄՍՍԱՏ-ի կողմից ըստ դասիչների տրամադրված պաշտոնական վիճակագրությունից:

Կարևոր է նշել, որ տարբեր տնտեսական ցուցիչներ դասակարգելու համար Հայաստանը կիրառում է դասիչների տարբեր համակարգեր: Մեր հետազոտության ընթացքում կենտրոնացել ենք երեք հիմնական տնտեսական ցուցիչների գնահատման վրա. ՄՍՈ-ների բաժինը ՀՆԱ-ում, զբաղվածությունը, մշակութային ապրանքների ու ծառայությունների սպառումը: Դրանց համապատասխան դասիչների համակարգերը հետևյալն են.

### 1. ՏԳՏԴ (NACE) (ՀՆԱ-ն գնահատելու համար)

Եվրոպական համայնքում տնտեսական գործունեության տեսակների վիճակագրական դասակարգումը (NACE հապավումը գոյացել է ֆրանսերեն "nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne") արտահայտությունից:

### 2. ISCO 88 (զբաղվածության վերաբերյալ)

Աշխատատեղերի դասակարգումը, որ Հայաստանը ներկայումս կիրառում է, մինչդեռ գլոբալ ստանդարտը անցում է կատարել ISCO 08-ին. ստանդարտի և դասիչների նոր համակարգ, որը Հայաստանը դեռևս չի ընդունել:

### 3. COICOP 2013 (սպառման վերաբերյալ)

«Անհատական սպառում՝ ըստ նպատակի» ազգային դասակարգիչը (2013), որը բավականին լավ համապատասխանում է միջազգային COICOP-2018-ին:

# ԵՐԿՐՈՐԴԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿ Ի ՀԱՅՏ ԵԿԱԾ ԴԺՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ՍԱՀՄԱՆԱՓՈՒԿՈՒՄՆԵՐԸ

Հայաստանի ՄՍՈ-ների վերաբերյալ տնտեսական բնույթի տվյալներ ձեռք բերելու հետ կապված սկզբունքային դժվարությունը բխում է դասիչների և դասակարգումների միջև առկա անհամապատասխանություններից: Հայաստանը ոչ միայն հետևում է միջազգայնորեն ընդունվածներից տարբերվող ստանդարտների, այլև ունի իր իսկ խմբավորված դասակարգումները՝ «արվեստների, զվարճության և հանգստի» վերաբերյալ վիճակագրության համար, ինչը դժվարացնում է դրանց տարանջատումը և վերաձևակերպումը՝ խմբավորման այլ ստանդարտներին համապատասխան: Ավելին, թեև մենք ենթադրում էինք, որ 2017 թվականի հետազոտությունը մեզ հենք կտրամադրեր 2022 թվականի թվերը «թարմացնելու» համար, դասիչների եռանիշ համակարգից քառանիշ համակարգին վերջերս կատարված անցումը ստիպեց վերասահմանել ճիշտ դասիչները և դասակարգիչները: Փոխարենը՝ մենք որպես հիմք ընդունեցինք 2017 թվականի դասիչների ցանկը՝ մշակույթի վերաբերյալ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրական շրջանակի հետ մեկտեղ, երբ սկսեցինք երկմտել այս կամ այն գործունեությունը բնագավառում ներառելու կամ չներառելու հարցում:

Ինչ վերաբերում է զբաղվածության վերաբերյալ վիճակագրությանը, մեր հետազոտություններով և բնագավառի դերակատարների հետ մեր զրույցներում պարզեցինք, որ բազմաթիվ անձինք մի քանի աշխատանք ունեն: Վիճակագրությունը պարունակում է տվյալներ հիմնականում առաջնային զբաղվածության վերաբերյալ, ուստի, ընդունում ենք, որ կարող են անհամապատասխանություններ լինել այդ տվյալների և փաստացի իրավիճակի միջև: Բացի այդ, մշակութային զբաղվածության նշանակալի մասը հաճախ ներառում է ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը, ինչպիսիք են ազատ աշխատողները և ինքնուրույն զբաղվածությունը, որոնց ճշգրիտ չափումը կարող է դժվար լինել: Եվ վերջապես, մշակույթի բնագավառը մշտապես զարգանում է՝ նոր տեխնոլոգիաների, միտումների և ժամանակ առ ժամանակ ի հայտ եկող արվեստագիտական դրսևորումների բերումով: Այս շարժումությունը կարող է դժվարացնել մշակութային զբաղվածության չափման ճշգրիտ միավորներ մշակելու և կիրառելու գործընթացը:

Մշակութային սպառման մասով՝ հարկավոր է հաշվի առնել, որ այն մեծապես սուբյեկտիվ է և կախված է անձնական նախընտրություններից և փորձառությունից՝ դրանով իսկ դժվարացնելով մշակութային ապրանքներից և ծառայություններից օգտվելու սուբյեկտիվ նախկին փորձը թվերի տեսքով ներկայացնելու գործը: Մշակութային սպառման վերաբերյալ տվյալները կարող են ոչ լիարժեք կամ թերի ներկայացված լինել պաշտոնական վիճակագրությունում՝ կախված նրանից, թե տվյալների հավաքման որ մեթոդն է կիրառվել: Մասնավորապես, 2021 թվականի ILCS-ում տնային տնտեսությունների սպառման մասին տվյալները հավաքվել են հարցաթերթի միջոցով, մինչդեռ 2015 թվականին կիրառվել է նաև օրագրային մոտեցումը: Եվ վերջապես, մշակութային սպառման վրա ներգործություն ունեն տնտեսական այնպիսի գործոններ, ինչպիսիք են եկամուտները, բարեկեցությունը և զբաղվածությունը: Տնտեսությունում տեղի ունեցող փոփոխությունները կարող են ներգործություն ունենալ մշակութային սպառման միտումների վրա՝ ժամանակ առ ժամանակ դժվարացնելով մշակութային սպառման ճշգրիտ չափումը: Բացի այդ, COICOP-2013 ազգային դասակարգչում մշակութային սպառումը չափելու ավանդական մեթոդները կարող են և ի վիճակի չլինել ներառելու նոր միտումները և մշակութային սպառման նորահայտ եղանակները, ինչպես, օրինակ, թվային արտադրանքի սպառումը:



«Բամբու»-ի «Երևան 2800» համերգը, 2018թ.:  
Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի

# ԱՌԱՋՆԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ. Նոր տեղեկատվության հավաքագրումը

Մեր կողմից իրականացվող կարիքների գնահատման համար գործատուներից և ՄՍՈ համապատասխան տիրույթներում աշխատողներից հավաքել ենք ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական տվյալներ՝ ընկալումները, ակնկալիքները, վերաբերմունքը և վարքագիծը գնահատելու համար:

## ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ. ՀԱՄԱԿԱՐԳՉԻ ՕԳՆՈՒԹՅԱՄԲ ԻՆՔՆՈՒՐՈՒՅՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՎՈՂ (CAWI) ՀԱՐՑՈՒՄ և ՀԱՄԱԿԱՐԳՉԻ ՕԳՆՈՒԹՅԱՄԲ ՀԵՌԱԽՈՍԱՅԻՆ (CATI) ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐ

2023 թվականի փետրվարից մարտ ընկած ժամանակահատվածում **համակարգչի օգնությամբ հեռախոսային հարցազրույցների (CATI)** միջոցով տվյալներ ենք հավաքել ՄՍՈ բիզնեսների և կազմակերպությունների վերաբերյալ վերջիններիս սեփականատերերի և ղեկավարների օգնությամբ: CATI հարցման ընտրանքն իրականացվել է ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի տվյալների շտեմարանի հիման վրա: Պատասխանողների ցուցանիշը կազմել է 9%, հարցազրույցների թիվը՝ 401:

ՄՍՈ կազմակերպությունների և բիզնեսների աշխատողների շրջանում CATI հարցազրույցներն անցկացվել են R-Insights հետազոտական ընկերության կողմից՝ համատեղ մշակված հարցաթերթի միջոցով, որը ներառել է տվյալներ հետևյալի մասին.

- *հարցվողների ժողովրդագրական տվյալները,*
- *աշխատանքը,*
- *Ֆինանսները, ներդրումները, շրջանառությունը, ԶՈՎԻԴ-19-ի ներգործությունը և գրանցված աշխատող լինել/չլինելը,*
- *թվայնացումը, առևտրայնացումը, արտահանումները,*
- *բիզնես միջավայրի հետ կապված մարտահրավերները և հնարավոր լուծումները,*
- *հետհարցազրույցային ժողովրդագրություն և այլ հարցեր:*

Մինչույն ժամանակ, իրականացրել ենք **համակարգչի օգնությամբ ինքնուրույն իրականացվող (CAWI) հարցում** ՄՍՈ-ներում ինքնուրույն զբաղվածություն ունեցող (չգրանցված) անձանց վերաբերյալ տվյալների, ներառյալ այդ անձանց հանդիպող բազմաթիվ մարտահրավերների մասին տեղեկությունների հավաքագրման համար: Վերջիններս առավել հաճախ գործում են վիզուալ արվեստի ոլորտում:

Առցանց հարցումն իրականացվել է Google ձևաթղթերի միջոցով և ուղարկվել է մեր ներքին ծրագրային տվյալների շտեմարանից պատահականորեն ընտրված 356 անձանց: Այս հարցման ժամանակ տվյալներ են հավաքագրվել հետևյալ հարցերի շուրջ.



- հարցվողների ժողովրդագրական տվյալները,
- անդամակցությունը մասնագիտական միավորումներին,
- ստեղծարարության և առևտրայնացման ֆիզիկական և առցանց հարթակների հասանելիությունը,
- գոհունակությունը եկամտի չափից և աշխատանքով ապահովվածությունից,
- եկամուտների գոյացման և ավելացման հետ կապված դժվարություններ,
- ֆորմալ աշխատանքի անցնելու հետ կապված խոչընդոտներ (օրինակ՝ բիզնեսի գրանցում) և համապատասխան այլ լուծումներ:

Թեև մտադիր էինք տվյալներ հավաքել ինքնազբաղ անձանցից, հարցման ընթացքում պատասխաններ են ստացվել 156 անձանցից, որոնք զբաղվածության տարբեր կարգավիճակ ունեին, և նրանցից միայն 35-ն էին իրականում ինքնազբաղ անձինք: Հետևաբար, հաշվի առնելով ստացված պատասխանների ցածր թիվը, վերջինիս վերլուծությունը չի ընդգրկվել մեր հաշվետվության մեջ:

Մշակութային և ստեղծարար ոլորտի զանազան (կոմերցիոն և ոչ կոմերցիոն) կազմակերպություններից և ինքնազբաղ անձանցից առաջնային տվյալներ հավաքելով՝ մենք կարողացանք տրիանգուլյացիայի (տվյալների համադրում) ենթարկել պետական և ձեռնարկությունների մակարդակի վիճակագրությունը և գրանցման համակարգերը, ինչի օգնությամբ վեր հանեցինք առկա բացերը:

Այս մոտեցումը բացահայտեց երկխոսությունը և համագործակցությունը բարելավելու, մշակույթի համար պատասխանատու տարբեր պետական և մշակութային հաստատությունների շրջանում մշակութային քաղաքականությունը և ֆինանսական մեխանիզմները ներդաշնակեցնելու հնարավորություններ:

Աղյուսակ 2-ում համառոտ ներկայացված են մեր քանակական հետազոտության բաղադրիչները:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 2. ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆԸ՝ ՀԱՄԱՌՈՏ**

	Համակարգչի օգնությամբ հեռախոսային հարցազրույց (CATI)	Համակարգչի օգնությամբ ինքնուրույն իրականացվող հարցում (CAWI)
<b>Թիրախ խումբը</b>	ՄՍՈ կազմակերպությունների ղեկավարներ և սեփականատերեր	Ինքնազբաղ անձինք
<b>Ժամանակահատվածը</b>	Փետրվար - մարտ 2023թ.	Փետրվար - մարտ 2023թ.
<b>Ընտրանքի մեթոդը</b>	Քվոտային ընտրանք	Հարմար ընտրանք
<b>Հարցվողների ընդհանուր թիվը</b>	401	156
<b>Հարցվողների կազմը</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Անհատ ձեռներեցներ (ԱՁ-ներ)՝ 201</li> <li>• ՄՊԸ-ներ՝ 141</li> <li>• Այլ՝ 59</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ինքնազբաղ անհատներ՝ 35</li> <li>• Անհատ ձեռներեցներ՝ 28</li> <li>• ՄՍՈ վճարովի աշխատողներ՝ 15</li> <li>• Բիզնեսներ՝ 44</li> <li>• Չներկայացած հարցվողներ՝ 34</li> </ul>
<b>Հարցվողի գտնվելու վայրը</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 63%-ը Երևանից</li> <li>• 36%-ը մարզերից</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 83%-ը Երևանից</li> <li>• 17%-ը մարզերից</li> </ul>
<b>Հարցվողի սեռը</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 37% իգական</li> <li>• 63% արական</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 66% իգական</li> <li>• 34% արական</li> </ul>

# ՈՐԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ. ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐ ԱՌԱՆՑՔԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՈՒՆԵՐԻ ՀԵՏ ԵՎ ՖՈԿՈՒՍ ԽՄԲԱՅԻՆ ԶՆՆԱՐԿՈՒՄՆԵՐ

2022 թվականի սեպտեմբերից մինչև 2023 թվականի փետրվարն ընկած ժամանակահատվածում իրականացրել ենք **19 ֆոկուս խմբային քննարկումներ** և **13 առերես հարցազրույցներ** այնպիսի շահագրգիռ կողմերի հետ, ինչպիսիք են ՄՍՈ ներկայացուցիչները և պետական պաշտոնյաները: Այս քննարկումները և հարցազրույցները տեղի են ունեցել առերես, առցանց և հեռախոսով:

19 ֆոկուս խմբային քննարկումներից 16-ը անցկացվել է ընդհանուր թվով ՄՍՈ 150 ներկայացուցիչների հետ (այդ թվում երկուսը՝ մարզային ՄՍՈ ներկայացուցիչների հետ), իսկ 3-ը անցկացվել է էլեկտրոնային առևտրի, մտավոր սեփականության իրավունքի և լոգիստիկայի ոլորտի 48 ներկայացուցիչների հետ: Ֆոկուս խմբային քննարկումների մասնակիցների ընտրության մոտեցումը այն էր, որ խմբերից յուրաքանչյուրում լինեն տարբեր սեռի, զբաղմունքի, կազմակերպության տեսակի, ՄՍՈ ենթաոլորտի ներկայացուցիչներ: Ֆոկուս խմբային քննարկումների նպատակն էր՝ գնահատել ՄՍՈ-ների տնտեսական զարգացման հետ կապված հիմնական կարիքները և առկա խոչընդոտները:

## ԱՂՅՈՒՄԱԿ 3. ՈՐԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՄԱՌՈՑ

	Ֆոկուս խմբային քննարկումներ (ՖխԶ-ներ)	Առանցքային տեղեկատուների հետ հարցազրույցներ (ՀՏՀ)
<b>Թիրախային խումբ</b>	ՄՍՈ և հարակից ոլորտների ներկայացուցիչներ (մտավոր սեփականության իրավունք, էլեկտրոնային առևտուր, լոգիստիկա)	ՄՍՈ ներկայացուցիչներ
<b>Ժամանակահատվածը</b>	2022 թվականի սեպտեմբերից մինչև 2023 թվականի փետրվար	2022 թվականի նոյեմբերից մինչև 2023 թվականի հունվար
<b>Ընտրանքի մեթոդը</b>	Մասնակիցներն ընտրվել են («Կատապոլտի» տվյալների շտեմարանից) այնպես, որ ներկայացված լինեն բոլոր ՄՍՈ-ները և հարակից ոլորտները:	Մասնակիցներն ընտրվել են այնպես, որ լրացվեն բացերն այն դեպքում, երբ ՖխԶ-ներում պակասում էին որոշակի ՄՍՈ ներկայացուցիչներ:
<b>Մասնակիցների թիվը</b>	198	14
<b>Հարցվողների կազմը</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ֆիլմեր՝ 16</li> <li>Հեռուստատեսություն և ռադիո՝ 6</li> <li>Գրքեր՝ 10</li> <li>Թերթեր և ամսագրեր՝ 8</li> <li>Գովազդ և գրաֆիկական դիզայն՝ 5</li> <li>Վիզուալ արվեստ՝ 47</li> <li>Երաժշտություն՝ 16</li> <li>Կատարողական արվեստ՝ 12</li> <li>Ճարտարապետություն՝ 10</li> <li>Խաղեր՝ 6</li> <li>Մտավոր սեփականության իրավունք՝ 23</li> <li>Էլեկտրոնային առևտուր՝ 15</li> <li>Լոգիստիկա՝ 10</li> <li>Սյունիքից՝ 10</li> <li>Շիրակից՝ 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Արա Թադևոսյան, «Մեդիամաքս»</li> <li>Արմեն Մարտիրոսյան, «Անտարես»</li> <li>Արմեն Եսայանց, Գաֆէսճեան արվեստի կենտրոն</li> <li>Պավել Գուրոջյան, վերնիսաժ</li> <li>Մուշեղ Ասատրյան, Ֆիլմերի դիստրիբյուտոր</li> <li>Ջիվան Ավետիսյան, ֆիլմերի ռեժիսոր և պրոդյուսեր</li> <li>Դիանա Մնացականյան, «Յուքոմ»</li> <li>Հրաչ Բեշիշյան, ֆիլմարտադրության բնագավառի ներկայացուցիչ</li> <li>«Արամ Սարգսյան, Արամե» պատկերասրահ</li> <li>Արմինե Շահբազյան, գրաֆիկական դիզայներ</li> <li>Կարո Բայան, թատերական ռեժիսոր</li> <li>Նարինե Թովսիկյան, թանգարանի տնօրեն</li> <li>Սարհատ Պետրոսյան, ճարտարապետության բնագավառի ներկայացուցիչ</li> <li>Վիկտորյա Մալոյան, «Արալեզ» ՀԿ տնօրեն</li> </ul>
<b>Հարցվողի սեռը</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Իգական՝ 91</li> <li>Արական՝ 107</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Իգական՝ 5</li> <li>Արական՝ 9</li> </ul>

# ԱՌԱՋՆԱՅԻՆ ՀԵՏԱԳՈՏՈՒԹՅԱՆ ԸՆԹԱՑՔՈՒՄ ՀԱՆԴԻՊԱԾ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ ԵՎ ՍԱՀՄԱՆԱՓԱԿՈՒՄՆԵՐԸ

CATI հետազոտության ընտրանքը կազմելիս օգտվել ենք ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի հարկ վճարողների տվյալների շտեմարանից: Այդուհանդերձ, այս շտեմարանում պակասում էին այնպիսի գրառումներ, ինչպիսիք են՝ հասցեները, կոնտակտները և ՄՍՈ կոնկրետ ոլորտները, ինչը մեզ թույլ չէր տալիս ձևավորել պատահականության սկզբունքով կազմված ներկայացուցչական ընտրանք: Ավելին, դրանում տեղ չէին գտել ՄՍՈ ոչ ֆորմալ (չգրանցված) աշխատողները, և առկա էին հիմնականում հաշվապահների կամ ձեռնարկությունների սեփականատերերի կոնտակտային տվյալները:

Ինքնուրույն իրականացված առցանց հարցումը նպատակ ուներ տվյալներ հավաքելու ՄՍՈ-ներում ոչ ֆորմալ աշխատող անձանց մասին, սակայն չկարողացանք ներկայացուցչական ընտրանք ապահովել՝ հիմնականում երկու պատճառով: Ընտրանքը ձևավորելու համար մեր տրամադրության տակ չկար համապարփակ տվյալների շտեմարան ոչ ֆորմալ աշխատողների վերաբերյալ, և մենք հենվել ենք «Կատապոլիտ» ծրագրի տվյալների շտեմարանի վրա՝ 156 հարցվողներից առանձնացնելով միայն 35 ոչ ֆորմալ աշխատողների, ինչը ներկայացուցչական ընտրանքի համար բավարար թիվ չէր: Դրա հետևանքով, մեր եզրակացությունները չեն կարող ընդհանրացվել ոչ ֆորմալ աշխատողների ընդհանուր հանրային վրա, ուստի, այդ տվյալները մեր հաշվետվության մեջ չենք արտացոլել:

Ֆուկուս խմբային քննարկումների (ՖԽԲ) և առանցքային տեղեկատուների հարցազրույցների (ԱՏՀ) միջոցով իրականացված որակական հետազոտությունը արժեքավոր էր մեր կողմից իրականացված կարիքների գնահատման առումով, քանի որ դրանում տեղ էր գտել ՄՍՈ 11 ենթաօլորտ՝ ըստ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի սահմանման: Շուրջ երկու ժամ միջին տևողությամբ ՖԽԲ-ները վարողներին թույլ տվեցին մանրակրկիտ արձագանքներ ստանալ հետազոտական հարցերի շուրջ: Այդուհանդերձ, եղան որոշ սահմանափակումներ, օրինակ՝ ՄՍՈ այնպիսի ոլորտների ներկայացուցիչների բացակայությունը, ինչպիսիք են ռադիոն, հանրային հեռուստատեսությունը և խաղերի ոլորտը: Մարզային բազմազանությունը և սահմանափակ էր, քանի որ առանձին ՖԽԲ-ներ տեղի են ունեցել միայն Շիրակի և Սյունիքի մարզերի ներկայացուցիչների հետ, և ՄՍՈ ոլորտների շուրջ ՖԽԲ-ները աշխարհագրական առումով սահմանափակ էին:

Հարկ է նշել, որ սույն հետազոտությունն ունի փորձնական բնույթ: Թեև մեր տնտեսական հետազոտությունն օգտվել է 2017 թվականին իրականացված հետազոտության արդյունքներից<sup>59</sup>, մեր կողմից իրականացված կարիքների գնահատման ժամանակ գործածված առաջնային հետազոտությունը առաջին անգամ կիրառվող նախաձեռնություն էր, որը նորարարական լուծումներ էր պահանջում: Դրանցից էր՝ բնակչության թվին համարժեք քվադի ընտրանքը, ինչպես նաև CATI-ին և ինքնուրույն իրականացվող առցանց հարցումներին հարմար առցանց գործիքների մշակումը: Որոշ սահմանափակումներ պայմանավորված էին թիրախային ոլորտների բազմազանությամբ և խնդրո առարկայի բարդությամբ, որոնք պահանջում էին գլոբալ, հայաստանյան և ՄՍՈ-ների զարգացումների ուսումնասիրություն:

Չնայած սահմանափակումներին և մարտահրավերներին, հետազոտությունը համապատասխանում է «Կատապոլիտ» ծրագրային միջամտություններին՝ ՄՍՈ-ների և երկրի մակարդակներով: Մեր հետազոտական թիմը հավատացած է, որ սույն հետազոտության եզրահանգումները անհրաժեշտ պատկերացումներ են տալիս՝ հասկանալու Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ոլորտի առջև ծառայած կարիքները, թիրախային ոլորտի ներկայացուցիչների դիրքորոշումներն ու ընկալումները ՄՍՈ մարտահրավերների և հնարավորությունների վերաբերյալ:

59 ԵՄ Արևելյան գործընկերության ծրագիր, «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցանիշներ. Տեխնիկական հաշվետվություն Հայաստանի վերաբերյալ» (EU Eastern Partnership Programme, “The UNESCO Culture for Development Indicators: Armenia’s Technical Report,”), 2017 թվական: <http://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/171128%20CDIS%20Armenia%20Technical%20Report%20English.pdf>.

# ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ





2022 թվականի սեպտեմբերից մինչև 2023 թվականի ապրիլը ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ստեղծարար արքելերացիոն ծրագիրը համապարփակ հետազոտություն է իրականացրել Հայաստանի մշակութային և ստեղծար ոլորտի վերաբերյալ: Կիրառվել են տարբեր մեթոդաբանություններ՝ մշակույթի և ստեղծարարության բնագավառների ներկայացուցիչների կարիքների վերաբերյալ որակական և քանակական տվյալներ հավաքագրելու, ինչպես նաև այդ բնագավառներում տնտեսական գործունեության վերլուծության նպատակով: Սույն հետազոտությունը նպատակ է ունեցել քանակական տվյալներ ստանալ Հայաստանի ներկայիս ստեղծարար տնտեսության վերաբերյալ, համեմատություններ կատարել նախկինում իրականացված հետազոտությունների արդյունքների հետ՝ դրանով իսկ ակնառու դարձնելով տնտեսական աճի խթանմանը սպառնացող մարտահրավերներն ու հնարավորությունները:

Մասնավորապես, փորձ է արվել պարզելու ստեղծարար բնագավառների մատակարարման շղթային ուղեկցող և կայունությանը արգելակող ամենաէական խոչընդոտները: Հաշվի են առնվել տարբեր գործոնների՝ կրթության, ենթակառուցվածքների և ոլորտի քաղաքականության ազդեցությունը տվյալ բնագավառի վրա, որը ձևավորում է էկոհամակարգ՝ խթանելով կամ արգելակելով ոլորտի տնտեսական աճը: Հենց այս համակողմանի դիտանկյունից են ուսումնասիրվել բնագավառում առկա կարիքները:

Վեր են հանվել թերություններ, ինչպես նաև հնարավորություններ՝ կապված վերը նշված գործոններից յուրաքանչյուրի հետ: Կրթության տեսանկյունից՝ բարձրագույն և մասնագիտական կրթության մեջ տևական ազդեցության հասնելու համար անհրաժեշտ են ռազմավարական և համակարգային ներդրումներ: Բացակայում են զբաղվածության կարևորագույն տեսակները՝ ի դեմս մշակութային մենեջմենթի, բիզնեսի զարգացման, մարքեթինգի, մշակութային արտահանման և ստեղծարար ՏՀՏ-ի: Այդուհանդերձ, կարիք կա միջհամալսարանական ծրագրեր հիմնելու միջոցով ընդլայնել գիտական աստիճան շնորհող կրթական ծրագրերը՝ խթանելով տարբեր մասնագիտությամբ ուսանողների փոխանակումը և հիմնվելով համալսարաններից յուրաքանչյուրի ուժեղ կողմերի վրա:

Գոյություն ունեն նաև կարևոր ենթակառուցվածքային խոչընդոտներ այնպիսի օժանդակ բնագավառներում, ինչպիսիք են մտավոր սեփականության (ՄՍ) հետ կապված իրավունքները, լոգիստիկան և էլեկտրոնային առևտուրը: Հետազոտությամբ պարզվել է, որ Հայաստանում ՄՍ-ի հետ կապված ամենամեծ մարտահրավերը ՄՍ օրենսդրության կիրարկումն ապահովող մեխանիզմի բացակայությունն է, ինչպես նաև ՄՍ օրենսդրության մասին աղքատիկ գիտելիքները ինչպես ստեղծագործողների, այնպես էլ դատարաններում աշխատող իրավաբանների և դատավորների շրջանում:



Նկարիչ Տիգրան Զիթոնցյանի պատկերասրահի բացումը Ջրվեժում, Հայաստան 2021թ.:  
**Լուսանկարը՝ Էդ Թադևոսյանի**



Առցանց վաճառքների համար անհրաժեշտ են լոգիստիկ լուծումներ՝ ավելի էժան և արագ առաքումներ իրականացնելու համար, որպեսզի ապահովվի էլեկտրոնային առևտրի մրցունակությունը գլոբալ առումով: Ավելին, անհրաժեշտ են միջևորդավորված վճարումների հետ կապված լուծումներ՝ միջազգային էլեկտրոնային վճարումները հնարավոր դարձնելու համար: Այս ենթակառուցվածքային մարտահրավերները ստեղծագործողների համար արգելք են գլոբալ ֆիզիկական և վիրտուալ հարթակներին մասնակցելու համար, ինչն էլ իր հերթին խոչընդոտ է հանդիսանում իրենց ստեղծագործական արտադրանքի գովազդի և վաճառքի համար:

Հետազոտությունը նաև վեր է հանել այդ մարտահրավերները հաղթահարելու որոշ հնարավորություններ: Մասնավորապես, մշակութային միությունները ֆիզիկական և վիրտուալ հնարավորություններով օժտված գործող ցանց են, որոնք կարող են ավելի արդյունավետորեն օգտագործվել ստեղծարար ենթաուլորտների հզորացման համար: Մշակութային միությունների անդամները կարող են ստանալ մասնագիտական ուսուցում, մասնավորապես՝ մտավոր սեփականության, թվային գրագիտության, ֆինանսական գրագիտության և բնագավառին առնչվող այլ թեմաներով, որոնք ներկայումս չեն ապահովվում կրթական համակարգի կողմից: Ներդրումների և ռազմավարական մոտեցման միջոցով միության ֆիզիկական և վիրտուալ հնարավորությունները (օրինակ՝ շենքային պայմանները և ինտերնետային կայքը) կարող են ավելի արդյունավետ կիրառվել իրենց անդամների առաջխաղացման համար: Միությունների և կառավարության միջև ավելի սերտ համագործակցությունը օրենսդիր և գործադիր մարմիններին թույլ կտա հստակ տեղեկատվություն ստանալ ստեղծագործ համայնքի կարիքների վերաբերյալ, ինչպես նաև կխթանի հանրային կառավարմանը քաղաքացիների մասնակցության այդ ձևաչափը:

Թեև ՀՀ մշակույթի ազգային ռազմավարությունը նախանշում է մի շարք կարևոր ուղղություններ, սակայն դրանցից բխող գործողությունների ծրագիրը մասամբ հեռու է իրատեսական լինելուց, քանի որ այն չունի կատարողականի ցուցիչներ (KPI-ներ), ինչպես նաև արդյունավետ մոնիթորինգի և գնահատման մեխանիզմներ: Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարության (ԿԳՄՍՆ) և էկոնոմիկայի նախարարության՝ ՄՍՈ-ի վերաբերյալ հաշվետվողականության և պատասխանատվության շրջանակները լիովին հստակեցված չեն, բացակայում է վերջիններիս միջև ՄՍՈ շուրջ արդյունավետ հաղորդակցումը: Այս նկատառումները անհրաժեշտություն են դարձնում նոր արտաքին մարմնի, օրինակ՝ Արվեստի հարցերով խորհրդի ստեղծումը, որը ՄՍՈ-ների անունից քարոզչական և լրբփստական գործունեություն կծավալի, հանդես կգա որպես կամուրջ համապատասխան պետական մարմինների և մշակութային միությունների

միջև, ինչպես նաև շարունակական հետազոտություններ կիրականացնի ՄՍՈ-ներում՝ կառավարությանը փաստերի վրա հիմնված առաջարկություններ ներկայացնելու համար:

Տնտեսական տեսանկյունից՝ ազգային վիճակագրությունն առաջին հայացքից դրական պատկեր է արտացոլում՝ ցույց տալով աճ ինչպես ՀՆԱ-ում ՄՍՈ մասնաբաժնի, այնպես էլ այդ ոլորտում ներգրավված աշխատողների թվի առումով: **Սա գալիս է հաստատելու այն եզրահանգումը, որ ստեղծարար տնտեսությունը երկրի տնտեսական զարգացման և զբաղվածության կարևոր շարժիչ ուժ է:** Այդուհանդերձ, ավելի մանրազնին հայացքը թույլ է տալիս պարզել, որ ՀՆԱ-ին նպաստող հիմնական ՄՍՈ-ն աուդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիան է, որին հաջորդում են տեխնոլոգիական փոփոխությունների և թվայնացման հետ կապված տիրույթները, ինչպիսիք են դիզայնը և ստեղծարար ծառայությունները: Այս բացահայտումները հաստատում են, որ **բնագավառի թվայնացման համար ավելի մեծ ջանքեր են հարկավոր, ինչը ուղիղ ներգործություն կունենա ՀՆԱ աճի վրա այն ՄՍՈ-ներում, որտեղ ներկայումս լճացում է նկատվում:**

Մշակույթի ոլորտում զբաղվածության վիճակագրության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ոչ մշակութային ոլորտներում աշխատում են ավելի մեծ թվով լրիվ դրույքով աշխատող մշակութային աշխատողներ, քան ՄՍՈ-ներում: Սա հիմնականում բացատրվում է նրանով, որ ստեղծարար ոլորտում ավելի պահանջված են լրիվ դրույքով աշխատող վարչական աշխատողները, հետո միայն՝ կարճաժամկետ պայմանագրով աշխատող մշակութային մասնագետները:

Ոլորտում առկա ոչ ֆորմալ զբաղվածության հետ մեկտեղ, այս հանգամանքները մշակութային աշխատողների համար ձևավորում են խիստ անապահով աշխատանքային միջավայր, որը հատուկ ուշադրության կարիք ունի: **Ուստի, անհրաժեշտ է բարելավել անհատ ձեռներեցների վերաբերյալ օրենսդրությունը և քաղաքականությունը, ինչպես նաև մեխանիզմներ ստեղծել կարճաժամկետ աշխատանքային պայմանագրով աշխատողների սոցիալական ապահովության համակարգի ներդրման համար: Մշակութային միությունները ևս կարող են նպաստել նշված նպատակի իրագործմանը:**

Եվ վերջապես, հետազոտության որակական և քանակական տվյալների համադրմամբ պարզվեց, որ անհրաժեշտ է ունենալ բացառապես մշակույթին նվիրված մշտական պետական հիմնադրամ: Բոլոր ՄՍՈ-ներին բնորոշ էական խնդիրներից է երկարաժամկետ պլանավորման բացակայությունը, որն ուղղակիորեն կապված է անկայուն ֆինանսավորման հետ: Ի տարբերություն «մեկանգամյա» միջոցառումների պրակտիկայի, բազմամյա ներդրումները կօժանդակեն խոշոր տոնավաճառների, ցուցահանդեսների և միջոցառումների կազմակերպմանը: Այդ մասին է վկայում անցկացված տնտեսական վերլուծությունը, որում ընդգծվում է մշակույթին պետական բյուջետային հատկացումների հրատապ անհրաժեշտությունը, հատկապես այն բնագավառներում, որոնք կախված են պետական ֆինանսավորումից (օրինակ՝ մշակութային ժառանգության տիրույթը), ինչպես նաև այն բնագավառները, որոնք 2020 թվականի Արցախյան պատերազմի և գյուբալ համավարակի հետևանքով ահռելի կորուստներ են կրել, առաջին հերթին՝ մշակութային ներկայացումների և տոնակատարությունների տիրույթը: Ընդհանուր առմամբ, մշակույթին պետական ֆոնդերի հատկացումները սկսել են նվազել 2018 թվականից ի վեր (անգամ մինչև 2020 թվականի իրադարձությունները), և դրանք բավարար չեն եղել ոչ առևտրային բնույթի արվեստների բնագավառի զարգացման համար: **Անհրաժեշտ է լրացուցիչ ֆինանսավորում հատկացնել մշակույթին՝ խթանելու համար բնագավառի վերականգնումը: Ավելին, դրանք պետք է հատկացվեն հենց մշակույթին, այլ ոչ պետբյուջեի «մշակույթի, սպորտի և կրոնի» ծախսային մասին, ինչպես այժմ է արվում: Այս մոտեցումը կնպաստի ֆոնդերի բաշխման թափանցիկության, հաշվետվողականության և արդյունավետության մեծացմանը:**





## ՏԵՍԱԿԱՆԸ

Քսանմեկերորդ դարում տնտեսությունները գնալով ավելի ու ավելի են հենվում մարդկանց ստեղծարարության և հնարագիտության վրա: Մենք ականատես ենք եղել արդյունաբերականից դեպի գիտելիքահենք տնտեսության անցմանը, որտեղ մտավոր սեփականության իրավունքները կարևորագույն նշանակություն ունեն արտադրանքի մոնետիզացիայի գործում: Հայաստանի պես փոքր, դեպի ծով ելք չունեցող, սահմանափակ բնական ռեսուրսներով երկրի համար ավելի, քան երբևէ, կարևոր է ներդրում կատարել երկրի ստեղծարար ապագայում: ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ծրագիրը ենթադրում է, որ ստեղծարար տաղանդների համար ներդրում կատարելը սոցիալ-տնտեսական զարգացման և միջազգային հարթակներում Հայաստանի տեղն ու դերը բարձրացնելու լավագույն տարբերակն է:

Գոյություն ունեն ՄՍՈ-ների տնտեսական զարգացման բազմաթիվ գործոններ, և սույն հետազոտությունում փորձ է արվել անդրադառնալ դրանցից յուրաքանչյուրի՝ կրթական, գովազդային, ենթակառուցվածքային և քաղաքական հիմնախնդիրների քննությանը: Զեկույցի յուրաքանչյուր գլխում ներկայացված են տվյալ գլխի վերաբերյալ եզրահանգումներ՝ որոշ առաջարկություններով, որոնք կօգնեն Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար ոլորտի բարելավմանը և կնպաստեն դրա զարգացմանը: ՀԲԸՄ «Կատապուլտի» հետազոտական թիմը հուսով է, որ հետազոտության արդյունքում կատարված նկատառումներն ու առաջարկները կընդունվեն որպես ի գիտություն՝ նպաստելով ոչ միայն Հայաստանի ստեղծարար տնտեսության զարգացմանը, այլև մշակութային ժառանգության պահպանմանն ու համաշխարհային ճանաչելիությանը:

### Հուշում սույն թեմայի շուրջ հետագա հետազոտություններ իրականացնողներին

Խորհուրդ է տրվում հետագա հետազոտություններն իրականացնել երկու հիմնական թեմաների շուրջ. 1) Հայաստանում արվեստի մենեջմենթի գծով համալսարանական կրթական համակարգի որակական գնահատում և 2) Հայաստանում մշակութային արտահանման քանակական գնահատում:

Հետազոտության տնտեսական բաղադրիչի և ՄՍՈ ներկայացուցիչների տեսակետների վերլուծությունը հուշում է, որ միջազգային շուկաների հասանելիության ապահովումը, ըստ որում, ոչ միայն զբոսաշրջության, այլև գլոբալ մշակութային օրակարգում ռազմավարական ազգային ներդրումների միջոցով, կարող է նշանակալի օգուտ բերել երկրին: Ավելին, դա զուգակցելով մշակույթի մենեջմենթի և մշակութային արտահանման և տարածման ասպարեզի փորձառու մասնագետների ծառայությունների հետ, հիմքեր կստեղծվեն միջազգային շուկայի զարգացման համար:



# ՀԱՎԵԼՎԱԾ



«KONDence» փառատուն Երևանի  
Կոնդ թաղամասում, 2021թ.:  
Լուսանկարը Էդ Թադևոսյանի

# ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1.

## Գլուխ 5

### ԱՂՅՈՒՄԱԿ 5.2. ՄՍՈ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԻ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ՝ ԸՍՏ ՇԸԸՍ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՏԻՐՈՒՅԹՆԵՐԻ

Տիրույթը	Դասիչներ 2015 հաշվետվություն	Դասիչներ 2021 հաշվետվություն	Գործունեության տեսակի դասիչը	2021 թվականին գործող դասիչները	Հավելյալ արժեքը, ներկայիս գներով, մլն ՀՀԴ	
					2014	2021
<b>A. Մշակութային և բնության ժառանգություն</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>4,353.7</b>	<b>2,436.2</b>
A	9101	9101	Գրադարանների և արխիվների գործունեություն	910	4,353.7	2,436.2
A	9102	9102	Թանգարանների գործունեություն և պատմական վայրերի ու կառույցների շահագործում			
A	-	9103	Պատմական վայրերի ու կառույցների և այցելուների համար նախատեսված նույնանման ժամանցային վայրերի շահագործում			
A	9104	9104	Բուսաբանական և կենդանաբանական այգիների ու բնության հատուկ պահպանվող տարածքների գործունեություն			
<b>B. Արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումներ</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>11,201.0</b>	<b>2,911.7</b>
B	3220	3220	Երաժշտական գործիքների արտադրություն	322	-	3220
B	5920	5920	Ձայնագրություններ և ձայնագրությունների հրատարակություն	592	119.5	5920
B	9000	-	Ստեղծագործական, արվեստի և հանդիսադիր ներկայացումների կազմակերպման բնագավառում գործունեություն	900	11,065.2	-
B	-	9001	Կատարողական արվեստի բնագավառում գործունեություն		-	9001
B	-	9002	Կատարողական արվեստի բնագավառում օժանդակ գործունեություն		-	9002
B	-	9004	Մշակութային օբյեկտների գործունեություն		-	9004
B	1820	1820	Գրառված կրիչների բազմացում	182	16.3	-
<b>C. Վիզուալ արվեստներ և արհեստներ</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>321.0</b>	<b>30,376.6</b>
C	-	3212	Ոսկերչական և այլ արտադրատեսակների արտադրություն	3212	-	29,058.1
C	-	7220	Գիտական հետազոտություններ և փորձարարական մշակումներ հասարակական և հումանիտար գիտությունների բնագավառում	722	-	114.3
C	7420	7420	Լուսանկարչական գործունեություն	742	321.0	1,204.2
C	-	9003	Ստեղծագործական գործունեություն	900	-	-
<b>D. Գրքեր և մամուլ</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>10,508.6</b>	<b>44,960.9</b>
D	5811	5811	Գրքերի հրատարակություն	581	3,287.1	2,956.0
D	5813	5813	Թերթերի, ամսագրերի և պարբերականների հրատարակություն			
D	5819	5819	Հրատարակչական այլ գործունեություն			
D	1811	1811	Տպագրություն	1811	7,221.5	3,039.3
D	-	1812	Այլ տպագրություն	1812	-	16,484.7
D	-	4761	Գրքերի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	476	-	7,053.0
D	-	6391	Նորությունների գործակալություններ	639	-	7,114.4
D	-	6399	Տեղեկատվության մատակարարման այլ գործունեություն՝ չներառված ուրիշ խմբավորումներում			
D	-	4649	Այլ կենցաղային ապրանքների մեծածախ առևտուր	464	-	8,313.5

Տիրույթը	Դասիչներ 2015 հաշվետվություն	Դասիչներ 2021 հաշվետվություն	Գործունեության տեսակի դասիչը	2021 թվականին գործող դասիչները	Հավելյալ արժեքը, ներկայիս գներով, մլն ՀՀԴ	
					2014	2021
<b>E. Առդիովիզուալ և ինտերակտիվ մեդիա</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>125,611.4</b>	<b>181,013.2</b>
E	-	4742	Չեռաֆինանսավորման սարքավորանքի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	474	-	30,458.3
E	-	4763	Ձայնագրությունների և տեսագրությունների մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	476	-	-
E	-	5821	Համակարգչային խաղերի հրատարակություն	582	-	-
E	5911	5911	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի արտադրություն	591	2,458.8	3,303.7
E	5912	5912	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի հետարտադրական գործունեություն			
E	5913	5913	Կինո- և տեսաֆիլմերի, հեռուստատեսային ծրագրերի տարածում			
E	5914	5914	Կինոֆիլմերի ցուցադրում			
E	6010	6010	Ռադիոհեռարձակում	6010	1,962.0	2,505.7
E	6020	6020	Չեռուստածրագրերի կազմում և հեռարձակում	6020	5,087.5	11,577.6
E	2640	2640	Կենցաղային էլեկտրոնային սարքավորանքի արտադրություն		-	-
E	6110	6110	Լարային հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	6110	37,518.0	39,162.2
E	6120	6120	Անլար հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	6120	78,585.1	78,854.2
E	6130	6130	Արբանյակային կապի ծառայություններ	6130	-	41.5
E	-	6312	Վեբ-պորտալների հետ կապված գործողություններ	631	-	14,812.0
E	-	7722	Տեսաերիզների և տեսասկավառակների վարձույթ	772	-	298.0
<b>F. Դիզայն և ստեղծարար ծառայություններ</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>8,893.6</b>	<b>35,870.9</b>
F	-	7112	Ճարտարագիտական գործունեություն և դրա հետ կապված տեխնիկական խորհրդատվություն	711	-	12,769.2
F	7310	7311	Գովազդային գործակալություններ	731	7,456.3	20,882.1
F	7410	7410	Դիզայնի մասնագիտացված գործունեություն	741	1,437.3	2,219.6
<b>Ոչ նյութական մշակութային ժառանգություն. խաչվող տիրույթներ</b>				<b>Ընդամենը</b>	<b>-</b>	<b>7,882.7</b>
	-	8552	Կրթական գործունեություն մշակույթի բնագավառում	885	-	7,882.7
<b>ՀԱՆՐԱԳՈՒՄԱՐ</b>					<b>160,889.3</b>	<b>305,452.2</b>

**Ձ ԱՐԲՅՈՒՐԸ**

Ազգային հաշիվներ, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայություն (2014 և 2022 թվականներ):

Աղբյուրները, որոնցից օգտվել ենք՝ ՄՍՈ դասիչները պարզելու և ըստ տիրույթի դրանք բաշխելու համար.

1. Մշակութային վիճակագրության վերաբերյալ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 2009 թվականի շրջանակային փաստաթուղթ. (UNESCO Framework for Cultural Statistics), էջ 51-58: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>
2. Eurostat-ի մշակութային վիճակագրության ուղեցույց (Guide to Eurostat culture statistics 2018 edition), Աղյուսակ 2, էջ 15-16: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5>
3. ESSnet-CULTURE, Մշակույթի վերաբերյալ վիճակագրության եվրոպական համակարգային ցանց, Ամփոփիչ հաշվետվություն, Աղյուսակ 2. Մշակութային տիրույթները՝ ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների, NACE 2-րդ վերանայված հրատարակություն (European Statistical System Network on Culture, Final Report, Table 2: Cultural domains by economic activities, NACE Rev.2): [https://elearning.unite.it/pluginfile.php/202965/mod\\_resource/content/1/NACE%20codes%20%28EssNet%29.pdf](https://elearning.unite.it/pluginfile.php/202965/mod_resource/content/1/NACE%20codes%20%28EssNet%29.pdf)

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 5.3. ՀՆԱ-Ի ԲԱԾԽՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ՝ ԸՍՏ NACE.2 ԴԱՍԱԿԱՐԳՄԱՆ (ՆԵՐԿԱՅԻՍ ԳՆԵՐՈՎ, ՄԻԼԻՈՆ ՀՀԴ, 2012-2021)**

	2012	2013	2014
<b>Տեղական արտադրանք (համախառն, շուկայական գներով)</b>	4,266,461	4,555,638	4,828,626
<b>Արտադրանքի նկատմամբ կիրառվող հարկեր (հանած սուբսիդիաները)</b>	458,234	506,428	546,335
<b>Համախառն հավելյալ արժեքը (նախնական գներ)</b>	3,808,226	4,049,210	4,282,291
<b>Ֆինանսական միջնորդության անուղղակիորեն չափվող ծառայություններ (FISIM)</b>	(92,970)	(91,572)	(99,958)
<b>A Գյուղատնտեսություն, անտառային տնտեսություն և ձկնորսություն</b>	764,238	839,821	872,631
<b>B Հանքագործական արդյունաբերություն և բացահանքերի շահագործում</b>	115,678	102,687	102,553
<b>C Մշակող արդյունաբերություն</b>	402,104	441,103	466,755
<b>D Էլեկտրաէներգիայի, գազի, գուլորշու և լավորակ օդի մատակարարում</b>	154,646	183,232	188,032
<b>E Ջրամատակարարում, կոյուղի, թափոնների կառավարում և վերամշակում</b>	13,721	13,182	14,107
<b>F Ծինարարություն</b>	501,083	476,564	448,773
<b>G Մեծածախ և մանրածախ առևտուր, ավտոմեքենաների և մոտոցիկլների նորոգում</b>	514,924	548,613	570,369
<b>H Փոխադրումներ և պահեստային տնտեսություն</b>	130,857	120,136	144,518
<b>I Կացության և հանրային սննդի կազմակերպում</b>	36,094	44,336	55,106
<b>J Տեղեկատվություն և կապ</b>	145,967	150,997	162,218
<b>K Ֆինանսական և ապահովագրական գործունեություն</b>	170,434	182,900	206,610
<b>L Անշարժ գույքի հետ կապված գործունեություն</b>	349,914	370,967	403,715
<b>M Մասնագիտական, գիտական և տեխնիկական գործունեություն</b>	41,311	45,910	53,551
<b>N Վարչարարական և օժանդակ գործունեություն</b>	41,508	38,423	41,225
<b>O Պետական կառավարում</b>	158,169	183,799	207,903
<b>P Կրթություն</b>	125,835	129,880	136,841
<b>Q Մարդու առողջության և սոցիալական աշխատանքի հետ կապված գործունեություն</b>	149,036	174,766	185,900
<b>R Արվեստներ, զվարճություններ և հանգիստ *</b>	55,470	61,190	89,032
<b>S Սպասարկման այլ ծառայություններ **</b>	28,575	29,288	29,584
<b>T Տնային տնտեսությունների գործունեություն՝ որպես գործատու, տնային տնտեսություններում չտարբերակված ապրանքների և ծառայությունների արտադրություն՝ սեփական սպառման համար</b>	1,635	2,988	2,827

\* 2022 թվականի վերաբերյալ տվյալները նախնական են:

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
5,043,633	5,067,294	5,564,493	6,017,035	6,543,322	6,181,903	6,982,963
535,801	508,804	572,075	639,225	745,309	673,952	767,286
4,507,832	4,558,490	4,992,418	5,377,810	5,798,013	5,507,951	6,215,676
(89,162)	(97,244)	(102,935)	(116,656)	(121,757)	(142,821)	(123,082)
868,671	830,553	834,355	838,914	754,158	701,634	791,692
107,718	130,835	185,510	169,795	212,868	239,210	386,756
464,326	521,153	591,568	678,235	766,321	763,150	796,350
231,279	227,108	226,849	212,446	205,511	202,365	194,687
19,224	23,796	27,839	31,779	33,828	26,027	27,744
474,107	393,176	404,403	397,355	415,445	427,067	454,823
551,485	499,044	614,987	692,654	762,888	669,965	785,205
125,912	143,496	169,358	192,123	208,051	147,721	193,828
60,263	62,416	78,160	97,264	123,527	69,333	120,879
170,901	179,239	185,608	193,575	218,430	235,247	266,544
196,290	221,917	272,756	330,363	395,158	430,476	416,003
437,501	434,592	436,486	459,861	511,656	429,054	517,633
58,260	60,943	60,540	69,234	77,818	66,216	76,280
41,775	44,739	50,413	54,502	61,238	37,760	45,725
244,554	250,607	262,763	265,194	294,714	346,828	345,422
148,448	153,593	151,118	155,342	164,240	173,965	188,331
198,219	206,540	231,319	260,804	301,324	333,840	470,476
163,269	232,761	256,257	335,684	363,340	304,970	213,674
31,872	36,358	52,180	56,394	46,274	43,201	43,963
2,923	2,870	2,886	2,948	2,984	2,745	2,744

**Ք ԱՂԲՅՈՒՐԸ**

**Socio-Economic Situation of RA, January-December 2022:**

2012-2021 թվականների տվյալների աղբյուրը՝ ԱՐՄՍՍՍ, Databank – National Accounts - GD:

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 5.4. ՀՀ ՊԵՏԱԿԱՆ ԲՅՈՒՋԵՆՎ ՆԱԽԱՏԵՍՎԱԾ ԾԱԽՍԵՐԸ՝ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ 2019-2022 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՎԵԼԻՔ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԾՐԱԳՐԵՐԻ ՀԱՄԱՐ**

Ծրագրի դասիչը	Ծրագրի անվանումը/անունը	Գումարը (հազար ՀՀԴ)				2022-ը 2019-ի համեմատ, փոփոխությունը, %
		2019	2020	2021	2022	
<b>Ընդհանուր պետական ծախսերը</b>		<b>1,648,063,122</b>	<b>1,855,697,119</b>	<b>1,850,877,541</b>	<b>2,184,040,185</b>	<b>32.5</b>
1007	Հեռուստատեսության և ռադիոյի բնագավառի կանոնակարգում	315,929	313,966	330,381	337,387	6.8
1042	Ռադիո և հեռուստահաղորդումների հեռարձակում	7,425,764	7,520,043	7,051,204	7,634,743	2.8
1056	Կինեմատոգրաֆիայի ծրագիր	815,222	842,017	714,060	483,341	-40.7
1075	Մշակութային ժառանգության ծրագիր	3,087,738	2,944,179	2,982,531	3,068,477	-0.6
1124	Գրահրատարակչության և գրադարանների ծրագիր	1,740,277	1,774,435	1,691,086	1,711,438	-1.7
1147	Ազգային արխիվի ծրագիր	591,622	596,130	590,177	590,177	-0.2
1168	Արվեստների ծրագիր	8,116,482	9,073,746	8,738,055	10,302,813	26.9
1186	Բնագիտական նմուշների պահպանություն և ցուցադրություն	350,738	353,377	344,867	344,867	-1.7
1191	Խորհրդատվական, մասնագիտական աջակցություն և հետազոտություններ	815,631	321,262	271,262	291,262	-64.3
1196	Մարզերի մշակութային զարգացման ծրագիր	270,771	95,763	79,941	79,941	-70.5
1198	Մշակութային և գեղագիտական դաստիարակության ծրագիր	666,372	666,372	608,067	310,754	-53.4
1164	Հեռահաղորդակցության ապահովում	412,232	429,704	434,042	2,461,927	497.2
	<b>Ընդամենը՝ ընտրված ծրագրերի համար</b>	<b>24,608,779</b>	<b>24,930,993</b>	<b>23,835,672</b>	<b>27,617,125</b>	<b>12.2</b>
<b>ՄՍՈ-ների անչվող օժանդակ ծրագրեր</b>						
1130	Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի բնագավառի պետական քաղաքականության մշակում, ծրագրերի համակարգում և մշտադիտարկում	887,719	1,857,385	1,741,508	1,792,921	102.0
1215	Կրթության, մշակույթի և սպորտի բնագավառներում միջազգային և սփյուռքի հետ համագործակցության զարգացում	-	466,197	1,085,047	961,940	NA
1227	Կրթության բնագավառում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և հաղորդակցության տեխնոլոգիաների ներդրում	-	-	424,115	784,115	NA
1162	Գիտական և տեխնիկական հետազոտությունների ծրագիր	14,350,864	14,255,303	13,755,274	25,150,175	75.3
1111	Բարձրագույն և հետբուհական մասնագիտական կրթության ծրագիր	10,351,017	12,627,116	11,861,892	14,593,059	41.0
1043	Բարձր տեխնոլոգիաների բնագավառի էլեկտրոնային, թվայնացման և շուկայի զարգացման ծրագիր	1,507,948	3,009,736	2,989,736	8,340,021	453.1
<b>Այլ ծրագրեր՝ համեմատության համար</b>						
1022	Գյուղատնտեսության խթանման ծրագիր	6,104,735	4,049,939	6,625,803	12,916,089	111.6
1187	Գյուղատնտեսության արդիականացման ծրագիր	2,306,945	4,506,884	2,603,248	6,093,544	164.1

Տվյալների աղբյուրները՝ ՀՀ Ազգային ժողովի կայքէջ, 2019-2022 թվականների պետական բյուջեների մասին օրենքների հավելվածներ, Հավելված 1, Աղյուսակ 1:

(2019- [http://parliament.am/law\\_docs6/261118HO421\\_havelvacner.rar](http://parliament.am/law_docs6/261118HO421_havelvacner.rar); 2020- [http://parliament.am/law\\_docs\\_7/191219HO277\\_havelvatsner.rar](http://parliament.am/law_docs_7/191219HO277_havelvatsner.rar), 2021-[http://parliament.am/law\\_docs\\_7/231220HO489\\_havelvatsner](http://parliament.am/law_docs_7/231220HO489_havelvatsner), 2022- [http://parliament.am/law\\_docs\\_8/221221HO391\\_havelvats](http://parliament.am/law_docs_8/221221HO391_havelvats))

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 5.5. ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒՆԵՑՈՂ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՆՈՒԹՅԱՆ, ՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ԵՎ ՕԺԱՆԴԱԿ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԱՐԺԵՔԸ ՀՆԱ-ՈՒՄ**

	Հավելյալ արժեքը, (մլն ՀՀԴ)		Ընդհանուր ՀՆԱ-ում մասնաբաժինը, %	
	2014	2021	2014	2021
Հիմնական նշանակություն ունեցող մշակութային գործունեություն (ուղղակի եկամուտ)	37,548.4	122,600.0	0.78	1.76
Սարքավորումներ և օժանդակ նյութեր (անուղղակի եկամուտ)	123,340.9	182,852.2	2.55	2.62
<b>ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԵԿԱՄՈՒՏԸ</b>	<b>160,889.3</b>	<b>305,452.2</b>	<b>3.33</b>	<b>4.37</b>



## ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2. ԳԼՈՒԽ 6

### ԱՂՅՈՒՄԱԿ 6.4. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՈՉ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԶԲԱՂՄՈՒՆՔԻ ՏԵՍԱԿՆԵՐԸ, 2021 Թ.

ISCO-88 դասիչը	Նկարագրությունը	Մշակութային բնագավառներ (A)	Ոչ մշակութային բնագավառներ (B)	Ընդամենը (A+B)
5122	Խոհարարներ	-	16,110	16,110
2310	Քոլեջների, համալսարանների և բարձրագույն կրթական հաստատությունների դասավանդողներ	806	10,573	11,379
7433	Դերձակներ, հագուստ և գլխարկ կարողներ	301	6,525	6,826
7437	Կահույքի պաստառագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	-	4,260	4,260
7442	Կոշկագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	-	3,243	3,243
3471	Դեկորատորներ և առևտրային դիզայներներ	1,481	1,457	2,938
7436	Կարողներ, ասեղնագործողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	78	2,855	2,933
3131	Լուսանկարիչներ, տեսագրման և ձայնագրման սարքերի օպերատորներ	2,037	236	2,273
2451	Գրողներ, լրագրողներ և այլ մասնագետներ	1,595	470	2,065
2432	Գրադարարանավարներ և հարակից տեղեկատվական մասնագետներ	961	1,093	2,054
2141	Ճարտարապետներ, քաղաքաշինության և երթևեկության պլանավորողներ	882	1,032	1,914
2454	Պարերի բեմադրողներ և պարողներ	859	764	1,623
3473	Փողոցի, գիշերային ակումբների և այլ վայրերի երաժիշտներ, երգիչներ և պարողներ	1,142	398	1,540
2444	Բանասերներ և թարգմանիչներ	-	1,488	1,488
2431	Արխիվագետներ և կուրատորներ	227	1,122	1,349
1130	Համայնքապետներ և գյուղերի վարչական ղեկավարներ	-	1,290	1,290
7313	Ոսկերչական և թանկարժեք քարերից իրեր պատրաստողներ	596	443	1,039
2453	Կոմպոզիտորներ, երաժիշտներ և երգիչներ	431	474	905
3472	Ռադիո և հեռուստահաղորդավարներ	-	671	671
7321	Կաղապարողներ, բրուտներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	-	623	623
2452	Քանդակագործներ, նկարիչներ և հարակից արվեստների ներկայացուցիչներ	287	283	570
7322	Ապակեգործներ, ապակի կտրողներ և փչողներ	-	424	424
7331	Փայտի և ածանցյալ նյութերի հետ աշխատողներ	-	397	397
7424	Ջամբյուղագործներ, խոզանակագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	42	270	312
7435	Տեքստիլի, կաշվի և այլ նյութերի հետ աշխատող ձևարարներ	-	296	296
7422	Կարմրափայտի հետ աշխատողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	-	190	190
7431	Մանրաթել պատրաստողներ	-	125	125
2455	Կինոյի և թատրոնի և այլ բնագավառների ռեժիսորներ և դերասաններ	121	-	121
2442	Սոցիոլոգներ, մարդաբաններ և այլ ածանցյալ մասնագետներ	-	110	110
7324	Ապակու, խեցեղենի և ածանցյալ նյութերի հետ աշխատող նկարագարողներ	-	71	71
3118	Գծագրողներ	-	53	53
2148	Քարտեզագիրներ և տեղեկանքագիրներ	-	37	37
7432	Ջուլիակներ, հյուսողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	-	18	18
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>	<b>11,846</b>	<b>57,401</b>	<b>69,247</b>

**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 6.5. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏԻ ԱՌԱՋՆԱՅԻՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐ\* ԸՍՏ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐԻ ԽՄԲԵՐԻ ԵՎ ՍԵՌԻ, 2021 ԹՎԱԿԱՆ, ԱՆՁ**

NACE 2-րդ վերանայված դասիչներ	Անվանումը	Ընդամենը		Ըստ սեռի	
		Թիվը	Մասնաբաժինը (%)	Արական	Իգական
1811	Տպագրություն	838	1.6	592	246
1812	Այլ տպագրություն	1,643	3.1	1,192	451
2640	Կենցաղային էլեկտրոնային սարքավորանքի արտադրություն	384	0.7	-	384
3212	Ոսկերչական արտադրատեսակների արտադրություն	1,337	2.5	1,337	-
3220	Երաժշտական գործիքների արտադրություն	23	0.0	-	23
4649	Այլ կենցաղային ապրանքների մեծածախ առևտուր	1,490	2.8	283	1,207
4742	Րեռահաղորդակցական սարքավորանքի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	1,126	2.1	544	582
4761	Գրքերի մանրածախ առևտուր մասնագիտացված խանութներում	1,779	3.3	757	1,022
5811	Գրքերի հրատարակություն	433	0.8	433	-
5813	Թերթերի, ամսագրերի և պարբերականների հրատարակություն	921	1.7	138	783
6010	Ռադիոհեռարձակում	215	0.4	215	-
6020	Րեռուստածրագրերի կազմում և հեռարձակում	3,581	6.7	3,101	480
6110	Լարային հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	6,082	11.4	4,357	1,725
6120	Անլար հեռահաղորդակցական համակարգերի ծառայություններ	1,689	3.2	1,164	525
6391	Նորությունների գործակալություններ	446	0.8	159	287
6399	Տեղեկատվության մատակարարման այլ գործունեություն՝ չներառված ուրիշ խմբավորումներում	1,560	2.9	-	1,560
7111	Ճարտարապետության բնագավառում գործունեություն	2,121	4.0	893	1,228
7112	Ճարտարագիտական գործունեություն և դրա հետ կապված տեխնիկական խորհրդատվություն	2,211	4.2	2,010	201
7220	Գիտական հետազոտություններ և փորձարարական մշակումներ հասարակական և հումանիտար գիտությունների բնագավառում	1,141	2.1	800	341
7311	Գովազդ	1,206	2.3	281	925
7410	Դիզայներական մասնագիտացված գործունեություն	532	1.0	-	532
7420	Լուսանկարչության բնագավառում գործունեություն	1,143	2.2	820	323
8552	Կրթական գործունեություն մշակույթի բնագավառում	6,972	13.1	2,091	4,881
9001	Կատարողական արվեստի բնագավառում գործունեություն	3,003	5.6	1,511	1,492
9002	Կատարողական արվեստի բնագավառում օժանդակ գործունեություն	63	0.1	63	-
9003	Ստեղծագործական գործունեություն	1,308	2.5	663	645
9004	Մշակութային օբյեկտների գործունեություն	2,636	5.0	840	1,796
9101	Գրադարանների և արխիվների գործունեություն	4,167	7.8	484	3,683
9102	Թանգարանների գործունեություն և պատմական վայրերի ու կառույցների շահագործում	2,788	5.2	577	2,211
9103	Պատմական վայրերի ու կառույցների և այցելուների համար նախատեսված նույնանման ժամանցային վայրերի շահագործում	319	0.6	237	82
<b>Ընդհանուր զբաղվածությունը՝ մշակութային հաստատություններում</b>		<b>53,157</b>	<b>100.0</b>	<b>25,542</b>	<b>27,615</b>

**Ք ԱՂՅՈՒՐԸ**

Աշխատուժի հետազոտություն, Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտե (2021):

\* Առաջնային աշխատանքը այն աշխատանքն է, որն անձը համարում է իր եկամտի և զբաղվածության հիմնական աղբյուրը (և որը ամենաշատ ժամանակն է զբաղեցնում):

**ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 6.5. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՈՉ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԵՎ ՈՉ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԶԲԱՂՄՈՒՆՔՆԵՐՆ ԸՍՏ ՍԵՌԻ, 2015 ԵՎ 2021 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐ (ԱՆՁ)**

Իգական



Արական



**ԱՂՅՈՒՄԱԿ 6.6. ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ՝ ԸՍՏ ՈԼՈՐՏԻ ԵՎ ԸՍՏ ՍԵՌԻ, 2021 Թ.**

	Մշակութային ոլորտներում գբաղվածների ընդհանուր թիվը, անձ		որից՝			
			Հիմնական նշանակություն ունեցող մշակութային ոլորտներում		Սարքավորումների և օժանդակ ոլորտներում	
	2021	2015	2021	2015	2021	2015
Արական	25,542	15,354	17,693	10,031	7,849	5,323
Իգական	27,617	12,711	23,704	10,458	3,913	2,253
<b>Ընդամենը</b>	<b>53,159</b>	<b>28,065</b>	<b>41,397</b>	<b>20,489</b>	<b>11,762</b>	<b>7,576</b>
<b>Բաշխվածությունը՝ ըստ սեռի, ընդհանուրի %-ը</b>						
Արական	48.0	54.7	42.7	49.0	66.7	70.3
Իգական	52.0	45.3	57.3	51.0	33.3	29.7
<b>Փոփոխությունը, 2021 թվականը՝ 2015 թվականի համեմատ, %</b>						
Արական	66.4	-	76.4	-	47.5	-
Իգական	117.3	-	126.7	-	73.7	-
<b>Ընդամենը</b>	<b>89.4</b>		<b>102.0</b>		<b>55.3</b>	

**Ճ ԱՂՔՅՈՒՐԸ**

Աշխատուժի հետազոտություն, Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտե (2021):

**(A+B) ԱՂՅՈՒՍԱԿ 6.7. ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԶԲԱՂՄՈՒՆՔՆԵՐՆ ԸՍՏ ԶԲԱՂՄՈՒՆՔԻ ԴԱՍԻ ԵՎ ՍԵՌԻ, 2021 Թ.**

ISCO-88 դասիչները	Մշակութային զբաղմունքը	Ընդամենը *	որից՝	
			Արական	Իգական
1130	Գյուղապետներ և գյուղերի ղեկավարներ	1,290	1,160	130
2141	Ճարտարապետներ, քաղաքաշինության և երթևեկության պլանավորողներ	1,914	1,767	147
2148	Քարտեզագիրներ և տեղեկանքագիրներ	37	37	-
2310	Քոլեջների, համալսարանների և բարձրագույն կրթական հաստատությունների դասավանդողներ	11,379	2,843	8,536
2431	Արխիվագետներ և կուրատորներ	1,349	154	1,195
2432	Գրադարարանավարներ և հարակից տեղեկատվական մասնագետներ	2,054	307	1,747
2442	Սոցիոլոգներ, մարդաբաններ և հարակից այլ մասնագետներ	110	110	-
2444	Բանասերներ և թարգմանիչներ	1,488	46	1,442
2451	Գրողներ, լրագրողներ և հարակից այլ մասնագետներ	2,065	372	1,693
2452	Քանդակագործներ, նկարիչներ և հարակից արվեստների ներկայացուցիչներ	570	287	283
2453	Կոմպոզիտորներ, երաժիշտներ և երգիչներ	904	392	512
2454	Պարերի բեմադրողներ և պարողներ	1,623	-	1,623
2455	Կինոյի և թատրոնի և այլ բնագավառների ռեժիսորներ և դերասաններ	121	-	121
3118	Գծագրողներ	53	53	-
3131	Լուսանկարիչներ, տեսագրման և ձայնագրման սարքերի օպերատորներ	2,273	2,115	158
3471	Դեկորատորներ և առևտրային դիզայներներ	2,938	475	2,463
3472	Ռադիո և հեռուստահաղորդավարներ	671	382	289
3473	Փողոցի, գիշերային ակումբների և այլ վայրերի երաժիշտներ, երգիչներ և պարողներ	1,540	1,115	425
5122	Խոհարարներ	16,110	7,457	8,653
7313	Ոսկերչական և թանկարժեք քարերից իրեր պատրաստողներ	1,039	1,039	-
7321	Կաղապարողներ, բրուտներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	623	623	-
7322	Ապակեգործներ, ապակի կտրողներ և փչողներ	424	424	-
7324	Ապակու, խեցեղենի և ածանցյալ նյութերի հետ աշխատող նկարագրողներ	113	113	-
7331	Փայտի և ածանցյալ նյութերի հետ աշխատողներ	397	397	-
7422	Կարմրափայտի հետ աշխատողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	190	190	-
7424	Ջամբյուղագործներ, խոզանակագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	270	270	-
7431	Մանրաթել պատրաստողներ	125	125	-
7432	Ջուլիակներ, հյուսողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	18	18	-
7433	Դերձակներ, հագուստ և գլխարկ կտրողներ	6,826	609	6,217
7435	Տեքստիլի, կաշվի և այլ նյութերի հետ աշխատող ձևարարներ	296	296	-
7436	Կարողներ, ասեղնագործողներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	2,932	659	2,273
7437	Կահույքի պաստառագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	4,259	4,189	70
7442	Կոշկագործներ և հարակից զբաղմունքների բանվորներ	3,243	2,924	319
<b>Մշակութային զբաղմունքներում աշխատողների ընդհանուր թիվը</b>		<b>69,244</b>	<b>30,948</b>	<b>38,296</b>
<b>Բաշխումը ըստ սեռի, %</b>		<b>100.0</b>	<b>44.7</b>	<b>55.3</b>

**Ձ ԱՂՔՅՈՒՐԸ՝**

Աշխատուժի հետազոտություն, Հայաստանի Հանրապետության վիճակագրական կոմիտե (2021):

\* Ներառյալ՝ ոչ ռեզիդենտ տնտեսական միավորներում աշխատողները:

## ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3.

### ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. «Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021-2026 թվականների գործունեության միջոցառումների ծրագիր», Հայաստանի կառավարության կայքէջ (2022 թ.), էջ 366-388:  
<https://www.gov.am/files/docs/5145.pdf>
2. ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ստեղծարար աքսելերացիոն ծրագիր, Վերաբերմունքը ՄՍՈ էկոհամակարգի և զարգացման հեռանկարների նկատմամբ, Երևան, ՀԲԸՄ, 2023 թ.:  
AGBU's Katapult Creative Accelerator Program, Attitudes towards CCI ecosystem and development prospects. Yerevan: AGBU, 2023. [URL on AGBU/Katapult website:  
<https://drive.google.com/file/d/17YJvywBn8HQrx6k4zQwwFdFKuZvbqE4K/view> ].
3. Անտոնյան Յուլյա և Մուրադյան Հայկուհի, Հայաստանի բնութագիրը, Մշակութային քաղաքականության և միտումների ամփոփագիր, 2023 թ. հունվար:  
Antonyan, Yulia and Muradyan, Haykuhi. Country Profile Armenia. Association of the Compendium of Cultural Policies and Trend, January 2023.  
[https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf\\_full/armenia/Full-Country-Profile\\_Armenia.pdf](https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/armenia/Full-Country-Profile_Armenia.pdf).
4. «Հայկական սփյուռք», Վիկիպեդիա (վերջին խմբագրումը՝ 29 հոկտեմբեր 2023 թ.): “Armenian diaspora,” Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Armenian\\_diaspora](https://en.wikipedia.org/wiki/Armenian_diaspora). (Last modified October 29, 2023).
5. «Հայ բնակչությունը՝ ըստ երկրների», Վիկիպեդիա (վերջին խմբագրումը՝ 1 նոյեմբեր 2023 թ.): “Armenian Population by country,” Wikipedia.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Armenian\\_population\\_by\\_country](https://en.wikipedia.org/wiki/Armenian_population_by_country). (Last modified November 1, 2023).
6. ԱՐՄՍՏԱՏ, «Գլուխ 4.3. Ֆորմալ և ոչ ֆորմալ զբաղվածությունը», Աշխատաշուկայի Հայաստանում, (2022 թ.):  
ArmStat. “Chapter 4.3: Formal and Informal Employment,” Labour Market in Armenia. (2022).  
[https://www.armstat.am/file/article/lab\\_market\\_2022\\_4.3.pdf](https://www.armstat.am/file/article/lab_market_2022_4.3.pdf).
7. ԱՐՄՍՏԱՏ, «Գլուխ 5. Սոցիալ-ժողովրդագրական հավելված», ՀՀ սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը (հունվար-դեկտեմբեր 2022 թ.):  
ArmStat. “Chapter 5: Social Demographic Annex,” Socio-Economic Situation of RA. (January-December 2022).  
[https://www.armstat.am/file/article/sv\\_12\\_22a\\_510.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_12_22a_510.pdf)
8. ԱՐՄՍՏԱՏ, «Աշխատուժի հետազոտության հարցաթերթ», (2019), հարց E7:  
ArmStat. “Labour Force Survey Questionnaire.” (2019), Question E7.  
<https://www.armstat.am/file/doc/99535553.pdf>.
9. ԱՐՄՍՏԱՏ, «Աշխատուժի հետազոտության անվանազերծված միկրոտվյալների բազա և հարցաթերթ (ըստ տնային տնտեսության անդամների)»:  
ArmStat. “LFS anonymised microdata database and questionnaire (by household’s members).”  
<https://armstat.am/am/?nid=212>
10. «Արվեստի կառավարում» ծրագրի մասնակիցներին կտրամադրվեն հարթակներ՝ տեսական գիտելիքները գործնականում կիրառելու համար», ԿԳՄՍՆ կայքէջ (մարտի 4, 2022 թ.):  
“Art Management program participants will be provided with platforms to put theoretical knowledge into practice.” MESCS website, (March 4, 2022). <https://escs.am/am/news/11760>.
11. «Հայաստանի ստեղծարար և մշակութային բնագավառների տնտեսական զարգացման խոչընդոտները», Կարիքների գնահատման հաշվետվություն, ՀԲԸՄ «Կատապուլտ» ստեղծարար աքսելերացիոն ծրագիր, 2023.:  
Aslanyan, Arsen. Barriers to Economic Development of Creative and Cultural Industries in Armenia: A Needs Assessment Report. AGBU's Katapult Creative Accelerator Program, 2023.  
[URL: [https://drive.google.com/file/d/1iyfT5aPRNxptil5Fyizlbg0XxjqPBPDa/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1iyfT5aPRNxptil5Fyizlbg0XxjqPBPDa/view?usp=drive_link) ].
12. «Իրազեկման թերթիկ կանխիկ դրամով վճարումների նկատմամբ սահմանափակումների վերաբերյալ», ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտե, (դեկտեմբեր 16, 2020 թ.):  
“Awareness Sheet Regarding Restricting Cash Payments.” RA State Revenue Committee, (December 16, 2020).  
<https://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=108808>.

13. «Հայաստանը միացել է Գրական և գեղարվեստական ստեղծագործությունների պահպանման Բեռնի կոնվենցիային»։ Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպություն (WIPO), հուլիսի 19, 2020 թ.։  
 “Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works Accession by the Republic of Armenia.”  
 World Intellectual Property Organization (WIPO), July 19, 2020.  
[https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/berne/treaty\\_berne\\_219.html](https://www.wipo.int/treaties/en/notifications/berne/treaty_berne_219.html).
14. Մշակութային քաղաքականությունների և միտումների ժողովածու, «Որոշակի պահանջված մշակութային ապրանքների և ծառայությունների գները»։  
 Compendium of Cultural Policies and Trends. “Prices for Selected Popular Cultural Goods and Services.”  
<https://www.culturalpolicies.net/statistics-comparisons/statistics/markets/#1640078812363-0f5ad3c6-71be>.
15. Հայաստանի Հանրապետության քրեական օրենսգիրք, ՀՀ Ազգային ժողովի կայքէջ։  
<http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1349&lang=arm&enc=utf8>
16. «Հայաստանի Հանրապետության մշակույթի պահպանության և զարգացման 2023-2027 թթ. ռազմավարություն», Հայաստանի կառավարության կայքէջ (դեկտեմբեր, 2022 թ.)։  
<https://www.e-draft.am/projects/5118/about>
17. «Հանրային քննարկումների կազմակերպման և անցկացման կարգը սահմանելու մասին կառավարության որոշում», Իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման միասնական կայք, 2018թ.։  
 “Decision of the Government on Determining the Procedure for Organizing and Conducting Public Discussions.” Unified Website for Publication of Legal Acts Drafts. 2018.  
<https://www.e-draft.am/projects/978/about>.
18. ««Կառավարության կառուցվածքի և գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» օրենքի և հարակից օրենքների նախագծեր», Իրավական ակտերի նախագծերի հրապարակման միասնական կայք, 2019 թ.։  
<https://www.e-draft.am/projects/1503/digest>.
19. «ՀՀ տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգիչ», Հայկական իրավական տեղեկատվական համակարգ (2019 թ.)։ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=137751>.
20. Եվրոպական ստեղծարար գործարարության ցանց, Մշակութային և ստեղծարար բնագավառները Եվրոպայում. ձեռնարկատիրական ակտիվները և կարողությունները առավել մեծ աջակցության կարիք ունեն, 2015 թ.։  
 European Creative Business Network. The Cultural and Creative Industries in Europe: Entrepreneurial Assets and Capacities Need More Support. 2015.  
[https://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/07/ECBN\\_manifesto-20151.pdf](https://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/07/ECBN_manifesto-20151.pdf).
21. Eurostat, Տնային տնտեսությունների ծախսերը ժամանցի և մշակույթի համար, (11 հունվարի, 2019թ.)։  
 Eurostat. “Household spending on recreation and culture.” (January 11, 2019),  
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190111-2>.
22. Eurostat-ի տվյալների պորտալ. «Ստեղծարար և կատարողական արվեստի ոլորտի աշխատողները, հեղինակները, լրագրողները և բանասերները՝ ըստ անհատական և զբաղվածության բնութագրիչների», վերջին անգամ թարմացվել է 2023 թվականի հուլիսի 7-ին։  
 Eurostat data portal, “Persons working as creative and performing artists, authors, journalists, and linguists by individual and employment characteristics,” last updated July 7, 2023,  
[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT\\_EMP\\_ARTPC/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT_EMP_ARTPC/default/table).
23. Հայաստանի Հանրապետության կառավարություն, «Ժողովրդագրությունը», կառավարության կայքէջ (2023 թ. հունվարի 1-ի դրությամբ)։ <https://www.gov.am/am/demographics/>
24. Marc Gruber, Մարտահրավերներ և հնարավորություններ՝ մշակույթի և մեդիայի ոլորտներում արժանապատիվ աշխատանքի համար, (Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն, Աշխատանքային փաստաթուղթ 324, 2019), էջ 10։  
 Gruber, Marc. Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. International Labour Organization, Working Paper No. 324 (2019): p.10,  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_661953.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf).
25. ՀՐԱՀԱՆԳԱՎՈՐՄԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿ. Մշակույթի բնագավառում զբաղվածության վերաբերյալ վիճակագրության հետազոտություն, Մոնրեալ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, 2015 թ.։  
 INSTRUCTION MANUAL: Survey of Cultural Employment Statistics. Montreal: UNESCO Institute of Statistics, 2015.  
[https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis\\_clt\\_ce\\_manual\\_2015\\_0.pdf](https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis_clt_ce_manual_2015_0.pdf).

26. Johnson, Paddy. "Smaller Galleries Frustrated [...]." The Art Newspaper. (March 24, 2020). <https://www.theartnewspaper.com/2020/03/23/smaller-galleries-frustrated-by-digital-sales-platforms-as-dealers-move-business-online-due-to-coronavirus-lockdowns>.
27. «Տեսալսողական մեդիայի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենք», Տեղեկատվության ազատության կենտրոն: <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=145079>
28. «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն: <https://old.aipa.am/hy/Copyrightlaw/>
29. Leonhardt, David. «Facebook-ի չորս խնդիրները», New York Times. (օգոստոս 22, 2022 թ.).  
Leonhardt, David. "Facebook's Four Problems." New York Times. (August 22, 2022).  
<https://www.nytimes.com/2022/08/22/briefing/facebook-metaverse-meta-problems.html>
30. «Հայաստանում գործում է Եվրոպական միության աջակցությամբ ներդրված էլեկտրոնային կառավարման մեկ տասնյակից ավելի հարթակ. ԵՄ-ն տրամադրել է շուրջ 25 մլն եվրո», Եվրոպական միության արտաքին գործունեություն, 10 հունիս 2019 թ.  
"More than Ten E-governance Platforms Introduced in Armenia with the Support of the European Union: EU Provided Close to 25m Euros." European Union External Action. June 10, 2019.  
[https://www.eeas.europa.eu/node/63855\\_en](https://www.eeas.europa.eu/node/63855_en).
31. «Անհատական սպառումը ըստ նպատակների դասակարգիչ», Հայկական իրավական տեղեկատվական համակարգ (հոկտեմբեր 24, 2013 թ.):  
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=91153>
32. «Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021-2026 թվականների գործունեության միջոցառումների ծրագիր», Հայաստանի կառավարության կայքէջ, օգոստոս 2021 թ.:  
<https://www.gov.am/files/docs/4737.pdf>
33. «Մեկնարկել է Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության աջակցման ծրագիրը», էկոնոմիկայի նախարարություն, 2022 թ.: <https://mineconomy.am/news/2454>
34. Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ Հայաստանի Հանրապետության օրենսգիրք, Հայկական իրավական տեղեկատվական համակարգ:  
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=170806>
35. «Ստեղծագործությունների հրապարակային կատարման [...] մասին ՀՀ կառավարության որոշում, Հայկական իրավական տեղեկատվական համակարգ:  
<https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=32112>
36. Զեկույց ՀՀ կառավարության 2021-2026 թթ. ծրագրի կատարման ընթացքի և արդյունքների մասին, Հայաստանի կառավարության կայքէջ, փետրվար 2023 թ.: <https://www.gov.am/files/docs/5274.pdf>
37. Ryumin, Alexander, «Ավելի քան 100 հազար ռուսներ 2022 թվականին փոխադրվել են Հայաստան», SUSA, (մարտ 16 2022 թ.):  
Ryumin, Alexander. "More than 100 thousand Russians moved to Armenia in 2022." TASS, (March 16, 2022).  
<https://tass.ru/ekonomika/17280447>.
38. «ՀԱՅՐԵՂԻՆԱԿ» ՀԿ կանոնադրություն: <https://www.armauthor.am/documentation/charter.html>.
39. Հայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգիրք, Հայկական իրավական տեղեկատվական համակարգ: <https://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=150068>
40. «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցանիշներ. Հայաստանի տեխնիկական գեկույց, 2017 թ.:  
UNESCO Culture for Development Indicators: Armenia's Technical Report. 2017.  
<http://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/171128%20CDIS%20Armenia%20Technical%20Report%20English.pdf>.
41. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 2009 թ. մշակութային վիճակագրության շրջանակը:  
UNESCO Institute for Statistics. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>.
42. Ասլանյան Արսեն, Հայաստանի մշակութային և ստեղծարար արդյունաբերության տնտեսական զարգացման խոչընդոտները. կարիքների գնահատում, Օգոստոս 2023թ.  
Aslanyan Arsen, Barriers to the Economic Development of Armenia's Cultural and Creative Industries: A Needs Assessment Report, August 2023. <https://drive.google.com/file/d/1iyfT5aPRNxptil5Fyizlbg0XxjqPBPDa/view>

## Այլ աղբյուրներ

Սույն հաշվետվության տողատակերում ներկայացված ծանոթագրություններից բացի, օգտագործված գրականության ցանկում տեղ են գտել զեկույցներ, քաղաքական բնույթի փաստաթղթեր, մեթոդաբանական ձեռնարկներ, ծրագրեր և կայքէջեր, որոնք ուսումնասիրել ենք, և որոնք նշանակալի դեր են կատարել մեր հետազոտական գործընթացը հստակեցնելու համար:

1. Արամ Նավասարդյան և Դավիթ Դաբաղյան, Հրատարակչության և գրքի շուկան Հայաստանի Հանրապետությունում (Հրատարակիչների ազգային ասոցիացիա՝ Գրքի հարթակի հետ միասին, 2013 թ.): Aram Navasardyan and Davit Dabaghyan, Publishing and Book Market in the Republic of Armenia, (National Association of Publishers with Book Platform, 2013), [http://bookplatform.org/images/activities/45/report\\_eng200104\\_yg5.doc](http://bookplatform.org/images/activities/45/report_eng200104_yg5.doc).
2. Հայաստանի մշակույթի և ստեղծարարության բնագավառի խնդիրների և հնարավոր միջամտությունների գնահատում (DEEM Communications, Երևան 2017): Assessment of Issues & Potential Interventions in Culture & Creative Industry in Armenia, (DEEM Communications: Yerevan, 2017), <https://eu4business.am/en/useful-materials/report-for-culture-creativity-industry-of-armenia/>.
3. Չեխիայի վիճակագրության գրասենյակ և Մշակույթի հարցերով ազգային տեղեկատվական և խորհրդատվական կենտրոն, ՉՂ մշակութային հաշիվների արդյունքները, 2015 թվական (Պրագա 2017 թ.): The Czech Statistical Office and The National Information and Consulting Centre for Culture, The CR Culture Account Results for 2015, (Prague, 2017), <https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2020/09/The-Results-of-the-Account-of-the-Culture-of-the-CR-for-2015.pdf>.
4. Ապահովելով աճը. ԵՄ մշակույթի և ստեղծարարության շուկաների չափումը (Ernst & Young Global Limited, 2014 թ.): Creating Growth: Measuring Cultural and Creative Markets in the EU, (Ernst & Young Global Limited, 2014), <http://www.createurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-en.pdf>.
5. Cristina Farinha, Մշակութային և ստեղծարար ոլորտների զարգացումը Հայաստանում (Մշակույթ և ստեղծարարություն ծրագիր, 2018 թ.): Cristina Farinha, Developing Cultural and Creative Industries in Armenia, (Culture and Creativity Programme, 2018), [https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/171221-creative-industries-report-for-armenia\\_arm.pdf](https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/171221-creative-industries-report-for-armenia_arm.pdf)
6. ԵՄ Արևելյան գործընկերության Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցանիշներ. Հայաստանի վերլուծական զեկույց, 2017թ. (Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, 2017 թ.): EU-Eastern Partnership Culture and Creativity Programme, UNESCO Culture for Development Indicators: Armenia's Analytical Report, (Culture and Creativity Programme, 2017), <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/171027-CDIS-Armenia-Analytical-Report-16%2011%2017-Armenian.pdf>
7. ԵՄ Արևելյան գործընկերության Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցանիշներ. Հայաստանի տեխնիկական զեկույց, 2017 թ. (Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, 2017թ.): <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/171128%20CDIS%20Armenia%20Technical%20Report%20English.pdf>.
8. ԵՄ Արևելյան գործընկերության Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի՝ «Մշակույթը զարգացման համար». Վրաստանի վերլուծական և տեխնիկական զեկույց (Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, 2017թ.): EU-Eastern Partnership Culture and Creativity Programme, UNESCO Culture for Development Indicators: Georgia's Analytical and Technical Report, (Culture and Creativity Programme, 2017), <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/CDIS%20Georgia%20Analytical%20and%20Technical%20Report.pdf>.



9. ԵՄ Արևելյան գործընկերության Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, «7 կարևոր պահ՝ Վրաստանի մշակույթի ռազմավարության մշակման գործընթացում» (Մշակույթի և ստեղծարարության ծրագիր, 2016թ.):  
EU-Eastern Partnership Culture and Creativity Programme, “7 Key Moments from Georgian Cultural Strategy Development Process,” (Culture and Creativity Programme, 2016),  
**<https://www.culturepartnership.eu/en/article/7-important-details-culture>**.
10. Եվրոպական հանձնաժողով, Տնային տնտեսությունների բյուջեների հետազոտության (HBS) համար 2015 թվականի վերաբերյալ տվյալների փոխանցման նկարագրությունը, Տարբերակ 3 (Լյուքսեմբուրգ, Eurostat, 2016 թ.):  
European Commission, Description of the data transmission for the Household Budget Survey (HBS) for the Reference Year 2015 Version: 3, (Luxembourg: Eurostat, 2016),  
**[https://ec.europa.eu/eurostat/documents/54431/1966394/HBS2015\\_Transmission\\_DOC\\_V3.2018\\_05\\_22.pdf](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/54431/1966394/HBS2015_Transmission_DOC_V3.2018_05_22.pdf)**.
11. Մշակույթի վերաբերյալ վիճակագրության եվրոպական համակարգային ցանց, ESSnet-CULTURE-ի վերջնական գեկույց (Լյուքսեմբուրգ, ESSnet-Culture, 2012թ.):  
European Statistical System Network on Culture, ESSnet-Culture Final Report, (Luxembourg: ESSnet-Culture, 2012),  
**<https://cros-legacy.ec.europa.eu/system/files/ESSnet%20Culture%20Final%20report.pdf>**.
12. Գերմանիայի տնտեսական հարցերի և էներգիայի դաշնային նախարարություն (BMW), Մշակույթի և ստեղծարար բնագավառները Գերմանիայում (Բեռլին BMW, 2020 թ.):  
German Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMW), Cultural and Creative Industries in Germany, (Berlin: BMW, 2020),  
**[https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-in-germany.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-in-germany.pdf?__blob=publicationFile&v=5)**.
13. Eurostat-ի մշակութային վիճակագրության ուղեցույց, 2018 թվականի հրատարակություն (Եվրոպական միություն, 2018):  
Guide to Eurostat Culture Statistics, 2018 Edition, (European Union, 2018),  
**<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5>**.
14. Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության գրասենյակ, Զբաղմունքների միջազգային ստանդարտ դասակարգումը (ԺՆՆ, Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն, 2012 թ.):  
International Labour Office, International Standard Classification of Occupations, (Geneva: International Labour Organization, 2012),  
**<https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/docs/publication08.pdf?fbclid=IwAR1y0JeTL-qqkPIV-mO5y4ZGimtzJRZxmKQq1utxWZ71d2nQBDW-EWf3gM4>**.
15. Magdalena Pasikowska Schnass, Զբաղվածությունը մշակույթի և ստեղծարարության բնագավառներում (Եվրախորհրդարանի հետազոտական ծառայություն, 2019 թ.):  
Magdalena Pasikowska Schnass, Employment in the Cultural and Creative Sectors, (European Parliament Research Service, 2019),  
**[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS\\_BRI\(2019\)642264\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf)**.
16. Marc Gruber, Մարտահրավերներ և հնարավորություններ՝ մշակույթի և մեդիայի ոլորտներում արժանապատիվ աշխատանքի համար (ԺՆՆ, Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն, 2019):  
Marc Gruber, Challenges and Opportunities for Decent Work in the Culture and Media Sectors, (Geneva: International Labour Organization, 2019),  
**[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_661953.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf)**.
17. Marc Lhermitte և այլք, Cultural Times. Մշակութային և ստեղծարարության բնագավառների առաջին գլոբալ քարտեզը (Ernst & Young Global Limited, 2015 թ.):  
Marc Lhermitte and others, Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries, (Ernst & Young Global Limited, 2015),  
**[https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times.\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf)**.
18. Մշակութային և ստեղծարար բնագավառների շուկայի վերլուծություն. բնագավառ, որում արժե ներդրում կատարել (Եվրոպական ներդրումային հիմնադրամ, 2023 թ.):  
Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe: A Sector to Invest in, (European Investment Fund, 2023).  
**[https://www.eif.org/what\\_we\\_do/guarantees/cultural\\_creative\\_sectors\\_guarantee\\_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf](https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf)**.

19. Nikoloz Nadirashvili և դոկտոր Lidia Varbanova, Վրաստանի ստեղծարարության կլաստերային էկոհամակարգի մշակումը (Փարիզ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2021 թ.):  
Nikoloz Nadirashvili and Dr. Lidia Varbanova, Designing a Creative Cluster Ecosystem in Georgia, (Paris: UNESCO, 2021),  
[https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/designing\\_a\\_creative\\_cluster\\_ecosystem\\_in\\_georgia.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/designing_a_creative_cluster_ecosystem_in_georgia.pdf).
20. Radu Daniel Pintilii և այլք, «Ստեղծարար տնտեսությունները Ռումինիայում. ծավալուն կանխատեսումները և միտումները», Աշխարհագրական տեղեկագիր, Սոցիալ-տնտեսական շարք, թիվ 37 (2017). 95-108:  
Radu Daniel Pintilii and others, "Creative Economies in Romania: Spatial Projections and Trends," Bulletin of Geography Socio-economic Series, no. 37 (2017): 95-108.  
[https://www.researchgate.net/publication/318857180\\_Creative\\_economies\\_in\\_Romania\\_-\\_spatial\\_projections\\_and\\_trends](https://www.researchgate.net/publication/318857180_Creative_economies_in_Romania_-_spatial_projections_and_trends).
21. ՅՈՒՆԵՍԿՕ, Մշակութային և ստեղծարար բնագավառները՝ ՔՈՎԻԴ-19-ին դեմառդեմ (Փարիզ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2021 թ.):  
UNESCO, Cultural and Creative Industries in the Face of COVID-19, (Paris: UNESCO, 2021),  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863>.
22. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի Շարունակական ուսուցման ինստիտուտ, 5-րդ գլոբալ հաշվետվություն՝ չափահասների ուսուցման և կրթության վերաբերյալ. քաղաքացիության կրթություն. չափահասներին պատրաստելով փոփոխություններին (Փարիզ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2022):  
UNESCO Institute of Lifelong Learning, 5th Global Report on Adult Learning and Education: Citizenship Education: Empowering Adults for Change, (Paris: UNESCO, 2022),  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381666>.
23. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, Հրահանգավորման ձեռնարկ. Մշակույթի բնագավառում զբաղվածության վերաբերյալ վիճակագրության հետազոտություն (Մոնրեալ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2015 թ.):  
UNESCO Institute of Statistics, Instruction Manual: Survey of Cultural Employment Statistics, (Montreal: UNESCO, 2015), [https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis\\_clt\\_ce\\_manual\\_2015\\_0.pdf](https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/uis_clt_ce_manual_2015_0.pdf).
24. «Մշակույթը զարգացման համար» ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ցուցիչներ. մեթոդաբանական ուղեցույց (Փարիզ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2014 թ.):  
UNESCO, Culture for Development Indicators: Methodology Manual, (Paris: UNESCO, 2014),  
[https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis\\_methodology\\_manual\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis_methodology_manual_0_0.pdf)
25. ՅՈՒՆԵՍԿՕ, Վերաշտկելով ստեղծարարության ոլորտի քաղաքականությունը. Մշակույթը՝ որպես գլոբալ հանրային շահ (ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2022 թ.):  
UNESCO, Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good, (UNESCO, 2022),  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>.
26. ՅՈՒՆԵՍԿՕ, Մշակույթ. 2030-ի ցուցիչներ (Փարիզ՝ ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2019 թ.).  
UNESCO, Culture: 2030 Indicators, (Paris: UNESCO, 2019),  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>.
27. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի վիճակագրության ինստիտուտ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի՝ 2009 թ. Մշակութային վիճակագրության շրջանակ, (FCS) (Փարիզ, ՅՈՒՆԵՍԿՕ, 2009 թ.):  
UNESCO Institute for Statistics, The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), (Paris: UNESCO, 2009),  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>.
28. Union Postale Universelle, Փոստային վիճակագրություն 2021 (Շվեյցարիա, Union Postale Universelle, 2022 թ.):  
Union Postale Universelle, Postal Statistics 2021, (Switzerland: Union Postale Universelle, 2022),  
<https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/postalStatistics2021.pdf>.
29. ՄԱԿ-ի Առևտրի և զարգացման համաժողով, Հայացք՝ առ ստեղծարար տնտեսությունը, 2022 (Նյու Յորք, Միավորված ազգերի հրատարակություններ, 2022 թ.):  
United Nations Conference on Trade Development, Creative Economy Outlook 2022, (New York: United Nations Publications, 2022), [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf).
30. Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպություն (WIPO), Գլոբալ Նորարարության ինդեքս 2022. Հայաստան (WIPO, 2022 թ.):  
World Intellectual Property Organization (WIPO), Global Innovation Index 2022: Armenia, (WIPO, 2022),  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_2000\\_2022/am.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/am.pdf).