

# Կանաչ ֆինանսավորման գործիքակազմի հարցում շահառուների շրջանում

Արդյունքների հակիրճ ներկայացում

*Պատրաստել է՝ «Ի-Վի Քոնսալթինգ»*

**Կանաչ ֆինանսավորման գործիքների ընդլայնումը Հայաստանի  
Հանրապետությունում**

**Կանաչ կլիմայի հիմնադրամի «Պատրաստվածության ծրագրի» սեմինար**



## Հետազոտության նպատակը

- Բացահայտել կանաչ ֆինանսավորման առկա գործիքակազմի ուժեղ և թույլ կողմերը
- Ուսումնասիրել Հայաստանում կանաչ ֆինանսավորման շահառուների գոհունակության աստիճանը և պահանջները / կարիքները
- Պարզել աճի պոտենցիալը և հետագա զարգացման ուղիները



## Թիրախ

Ուսումնասիրվել է շահառուների երկու խումբ՝ կազմակերպություններ և տնային տնտեսություններ

- տնտեսության տարբեր ճյուղեր ներկայացնող **119** կազմակերպություն
- **163** տնային տնտեսություններ

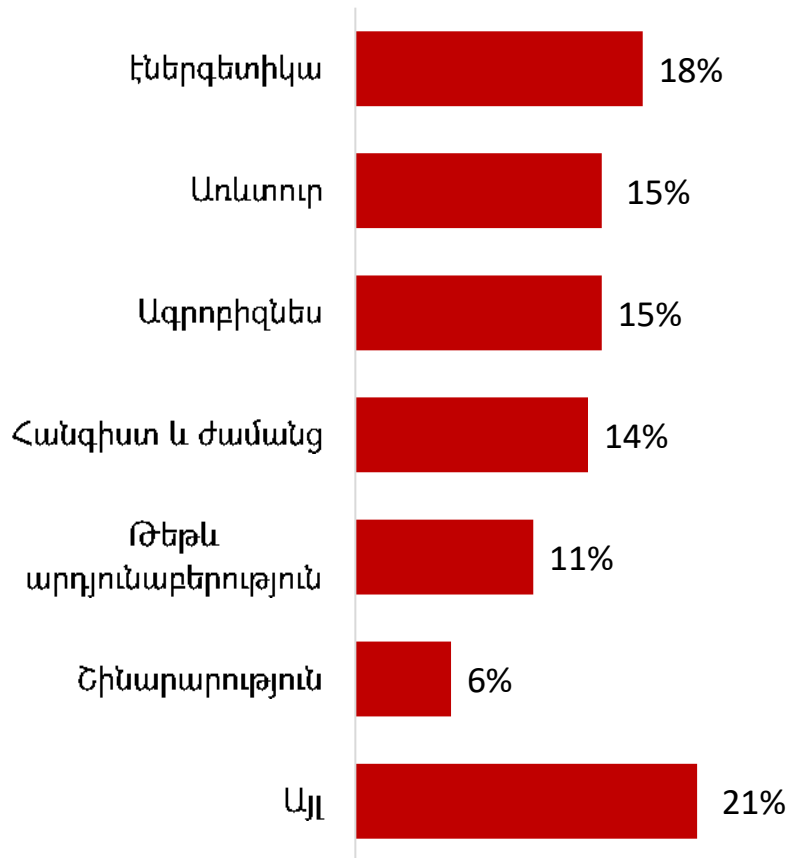


## Հարցումներ

Երկու թիրախային հարցաշարեր՝

- Շահառուների ընդհանուր տվյալներ
- Տեղեկացվածություն և մոտիվացիա
- Կանաչ ֆինանսավորման մեջ ներգրավվածություն
- Պրոդյուկտ և ֆինանսավորում
- Մատակարարների ծառայություններ
- Օգուտներ
- Կարիքներ, պլաններ և առաջարկություններ

## Կազմակերպությունների ոլորտային բաշխվածություն



## Բնութագիր

Հարցմանը մասնակցել են կազմակերպություններ բոլոր մարզերից և Երևանից

Երևանից են կազմակերպությունների 25%-ը:

Յուրաքանչյուր 3 հարցվածից 2-ը տեղակայված է քաղաքային տարածքում:

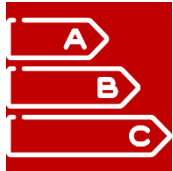
Հարցվողների կեսը միկրո կազմակերպություններ են (10-ից քիչ աշխատակից), 30%-ը՝ փոքր կազմակերպություններ (10-50 աշխատակից)

10 կազմակերպությունից 9-ը գործում է սեփական տարածքում:

## Կանաչ պրոդուկտների տեղեկացվածության մակարդակը



Տեղեկացվածության ամենաբարձր մակարդակը արևային պանելների և արևային ջրատաքացուցիչների վերաբերյալ է

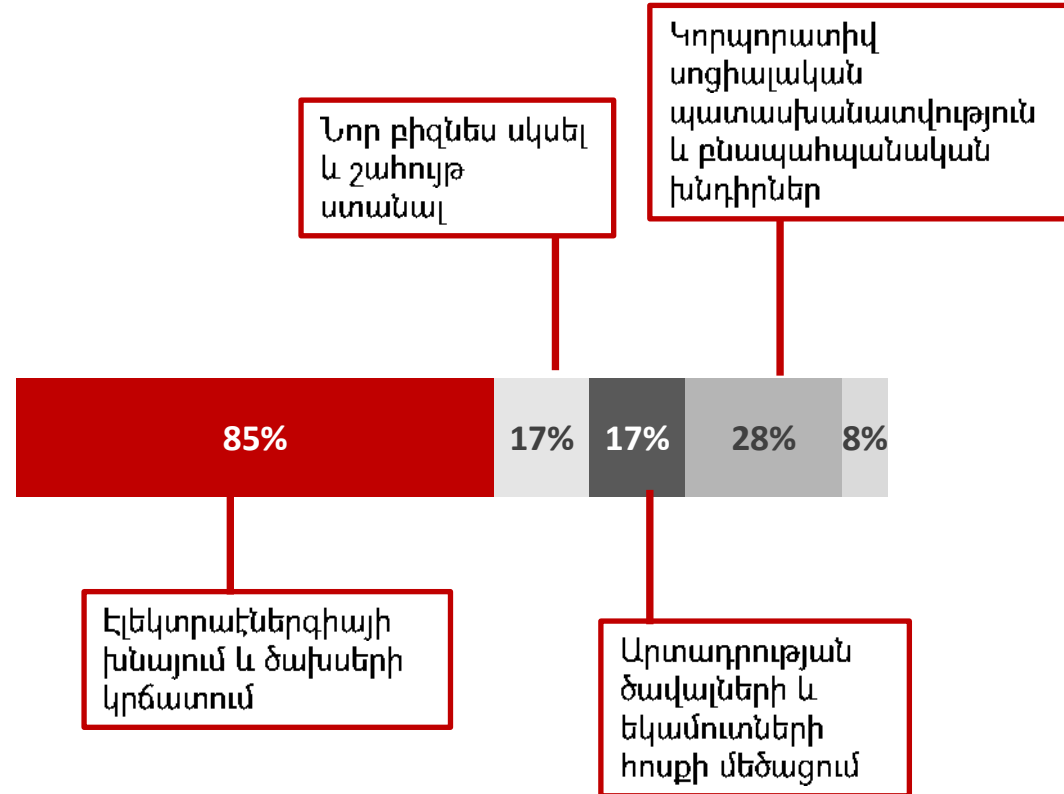


Էներգիա / ռեսուրս խնայող սարքավորումների և լուսավորման համակարգերի տեղեկացվածությունը երեք անգամ բարձր է Երևանում՝ համեմատ մարզերի:



Մեծ ընկերություններն ավելի տեղյակ են տարբեր կանաչ պրոդուկտներից, քան փոքրերը

## Կանաչ պրոդուկտ ձեռք բերելու հիմնական շարժառիթը



**Կանաչ ֆինանսավորման հնարավորությունների վերաբերյալ տեղեկացվածության մակարդակը շահառուները բարձր են գնահատում**

**76%** Տեղյակ  
**24%** Անտեղյակ

**73%** Մարզեր  
**89%** Երևան

Կազմակերպությունների երեք քառորդը տեղյակ են ֆինանսական հաստատությունների կողմից առաջարկվող կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտներից:

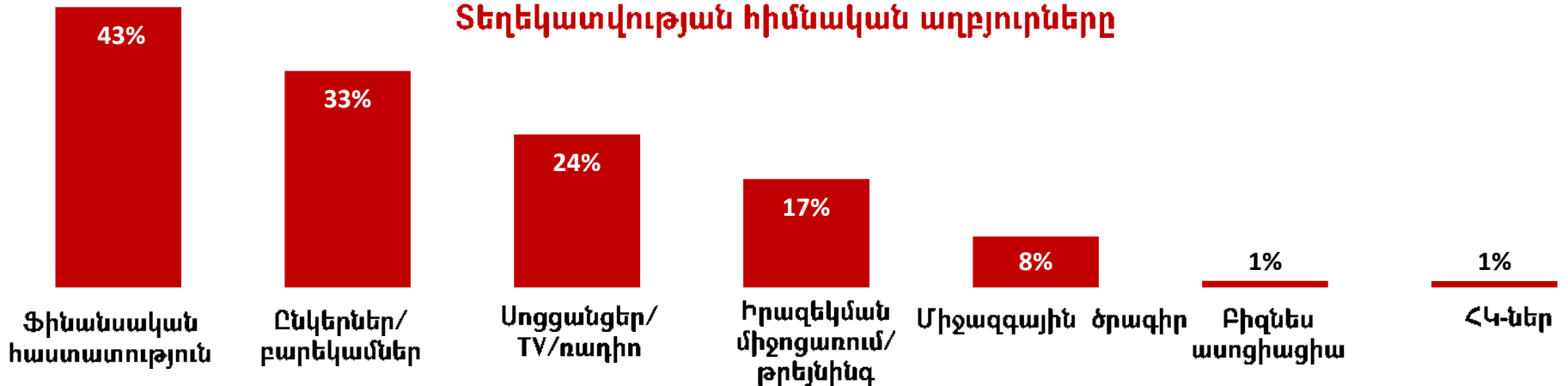
Տեղեկացվածության մակարդակն ավելի բարձր է Երևանում. յուրաքանչյուր 10 կազմակերպությունից 9-ը տեղյակ է:

Տեղեկացվածության մակարդակը համեմատաբար ավելի բարձր է շինարարության ոլորտի կազմակերպությունների շրջանում:

Յուրաքանչյուր 5 միկրո կազմակերպությունից 1-ը ծանոթ չէ կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտներին՝ համեմատած փոքր և միջին ընկերությունների՝ 6-ից 1 ցուցանիշին:

Հարցվողների կեսի պատկերացմամբ կանաչ ֆինանսավորման հնարավորությունների վերաբերյալ տեղեկատվության որակը լավ կամ գերազանց է:

**Տեղեկատվության հիմնական աղբյուրները**





Հարցվողների գերակշիռ մասի կողմից (85%) ձեռքբերված հիմնական կանաչ պրոդուկտները արևային վահանակներն են



Արևային ջրատաքացուցիչները հիմնականում ձեռք են բերվել փոքր/միկրո կազմակերպությունների կողմից: Սա մասնավորապես տարածված է հանգստի և ժամանցի ոլորտում:



Արևային պանելներ ձեռք բերած կազմակերպությունների մոտ կեսը գնել է նաև արևային ջրատաքացուցիչներ՝ որպես լրացուցիչ կանաչ պրոդուկտ:

Զրախնայող պոմպ/տուրբին/սարքավորում ձեռք բերած ընկերությունների մեծ մասը էներգետիկայի ոլորտն են ներկայացնում:

**50%** ամբողջովին արտաքին ֆինանսավորում

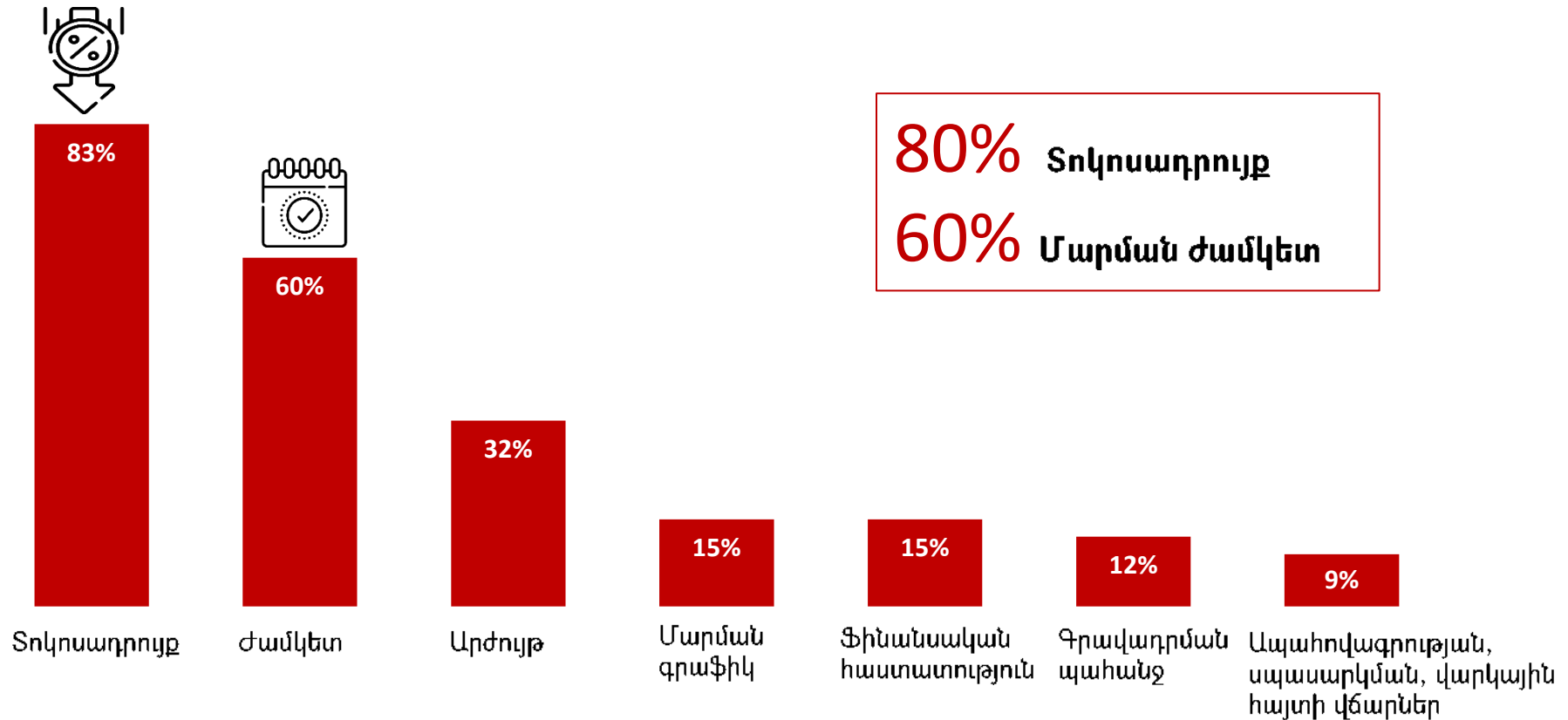
**35%** 75% և ավել արտաքին ֆինանսավորում

Ամբողջովին արտաքին ֆինանսավորումը ավելի տարածված է տրանսպորտի, թեթև արդյունաբերության, հանգստի և ժամանցի ոլորտներում:

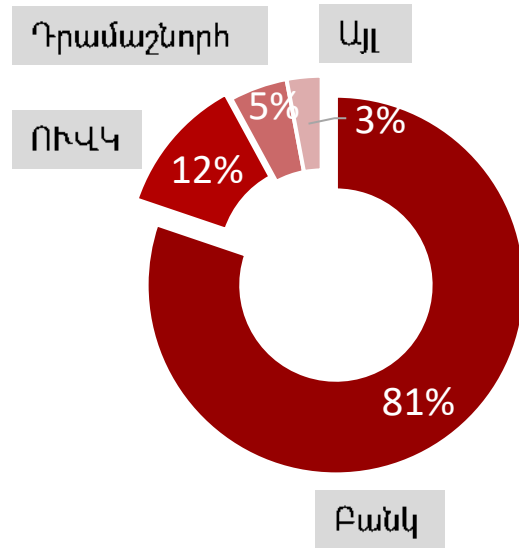
**80%** ընկերությունների եկամուտների 25%-ից քիչ մասն է ուղղվել կանաչ պրոդուկտների ֆինանսավորման սպասարկմանը:

Միջին և մեծ կազմակերպությունների դեպքում՝ եկամուտների մինչև 5%-ը:

Եկամուտների 25%-ից ավելին կանաչ պրոդուկտների ֆինանսավորման սպասարկմանը ուղղած ընկերությունները հիմնականում մարզային միկրո/փոքր ընկերություններ են էներգետիկայի (հէկ-եր, արևային կայաններ) և շինարարության ոլորտներից:



- Յուրաքանչյուր 5 ընկերություններից 3-ի համար կանաչ ֆինանսավորման առկայությունը նշանակալից ազդեցություն է ունեցել կանաչ պրոդուկտի մեջ ներդրում կատարելու որոշման վրա:
- Կանաչ ֆինանսավորման առկայությունը մասնավորապես կարևոր է ագրոբիզնեսի, թեթև արդյունաբերության և էներգետիկայի ոլորտի կազմակերպությունների համար: Համեմատական քիչ կարևորություն ունի մեծ ձեռնարկությունների շրջանում:



Յուրաքանչյուր 5 ընկերությունից 4-ը կանաչ պրոդուկտ ձեռք բերելու համար ֆինանսավորվել են բանկերի կողմից:

Երևանում բանկային ֆինանսավորման մակարդակն ավելի բարձր է: Սա վերաբերում է հատկապես շինարարության և թեթև արդյունաբերության ոլորտների ընկերություններին:

Ագրոբիզնեսի ոլորտի յուրաքանչյուր 3 ընկերությունից 1-ը օգտվել է ՌԻՎԿ-ների ֆինանսավորումից (այլ ոլորտներում՝ 10-ից 1):

Ընդհանուր առմամբ, մարզերում և Երևանում նմանատիպ պատկեր է:

GAF-KfW Վերականգնվող էներգետիկայի ծրագիր

Էներգետիկայի ոլորտի ընկերությունները, օրինակ, հէկ-երը և արևային կայանները, հիմնականում օգտվել են GAF-KfW ՎԷ ծրագրի ֆինանսավորումից:

ՎԶԵԲ Էներգոկրեդիտ

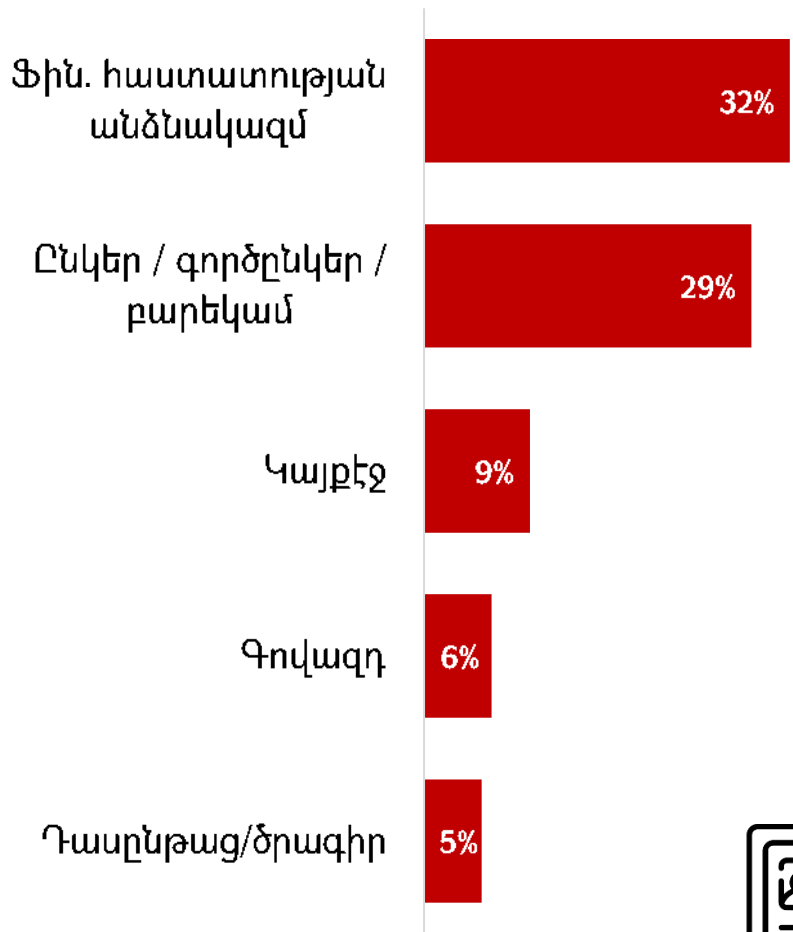
Յուրաքանչյուր 4 ընկերությունից 1-ը ՎԶԵԲ «Էներգոկրեդիտ» ծրագրի շահառու է (մասնավորապես՝ արևային պանելներ և ջրախնայող տուրբիններ ձեռք բերելու համար):

Կանաչ աճի հիմնադրամ (GGF Green leasing)

Ընկերությունների մեկ հինգերորդը ֆինանսավորվել է GGF կանաչ լիզինգի ծրագրի շրջանակներում:



**Տեղեկատվության աղբյուրներ**



- Յուրաքանչյուր երրորդ հարցվողը տեղեկացել է կանաչ ֆինանսավորման հնարավորություններին ֆինանսական հաստատության անձնակազմի միջոցով:
- Սա արդյունք է ընկերությունների և ֆինանսական հաստատությունների միջև երկարաժամկետ համագործակցության:
- Ընկեր/գործընկեր/բարեկամ՝ տեղեկատվության հիմնական աղբյուրներից է: Մարզերում այս ցուցանիշը կրկնակի է:
- Հարթակներ, ինչպիսին ընկերության կայքէջ կամ գովազդն է, չունեն իրազեկման բարձր մակարդակ:

**Դիմումների ընդունման գործընթաց**

Յուրաքանչյուր 5 կազմակերպությունից 4-ի համար կանաչ ֆինանսավորման դիմումների ընդունման գործընթացը դյուրին է:

Այս ցուցանիշը մի փոքր ավելի բարձր է բանկերի համար՝ ի համեմատ ՈՒՎԿ-ների: Ցուցանիշը մի փոքր ավելի բարձր է Երևանում, քան մարզերում:





**ՈՐԱԿ**

- 10 կազմակերպությունից 9-ը գոհ են ֆինանսական հաստատությունների կողմից մատուցված ծառայությունների որակից՝ կապված պատրաստակամության մակարդակի, աշխատակազմի սպասարկման որակի, կանաչ ֆինանսավորման վերաբերյալ տեխնիկական գիտելիքների հետ:
- Երևանում գոհունակության մակարդակը մի փոքր ավելի բարձր է՝ համեմատած մարզերի հետ:
- Գոհունակության մակարդակը ավելի ցածր է միկրո կազմակերպությունների շրջանում:
- Պատկերը նմանատիպ է բանկերի և ՈՒՎԿ-ների շրջանում:



**ԳՈՅՈՒՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ**

Հարցվողների գերակշիռ մասը բավարարված է պրոդուկտների հետևյալ հատկանիշներից.

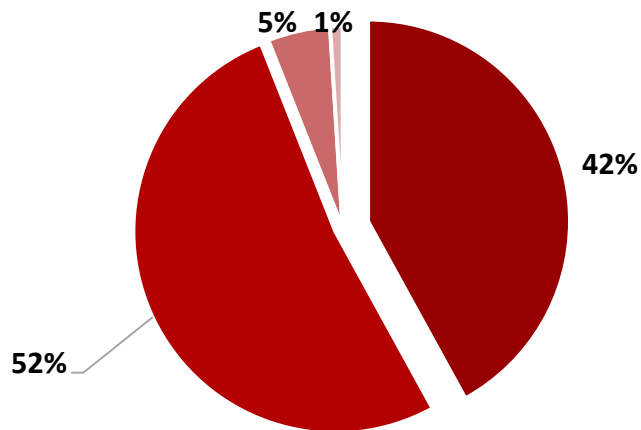
- Վարկի մարման ժամկետ՝ 85%
- Դիմումի/սպասարկման վճար՝ 80%
- Արտոնյալ ժամանակահատված՝ 77%
- Գրավի պայմաններ՝ 77%
- Տոկոսադրույք՝ 66%

Բավարարվածության մակարդակը համեմատաբար ցածր է միկրո/փոքր կազմակերպությունների շրջանում:

Ընկերությունների երկու երրորդը բավարարված է մատակարարների կողմից մատուցվող ծառայություններից. **պրոդուկտի տեխնիկական որակ, ծառայությունների որակ, ներկայացուցիչների մասնագիտական հմտություններ, պահանջներին արձագանք, և այլն**

Վերոնշյալ դրույթներից գոի չէ հարցվողների ընդամենը 7%-ը. հիմնականում մարզային/միկրո ընկերություններ

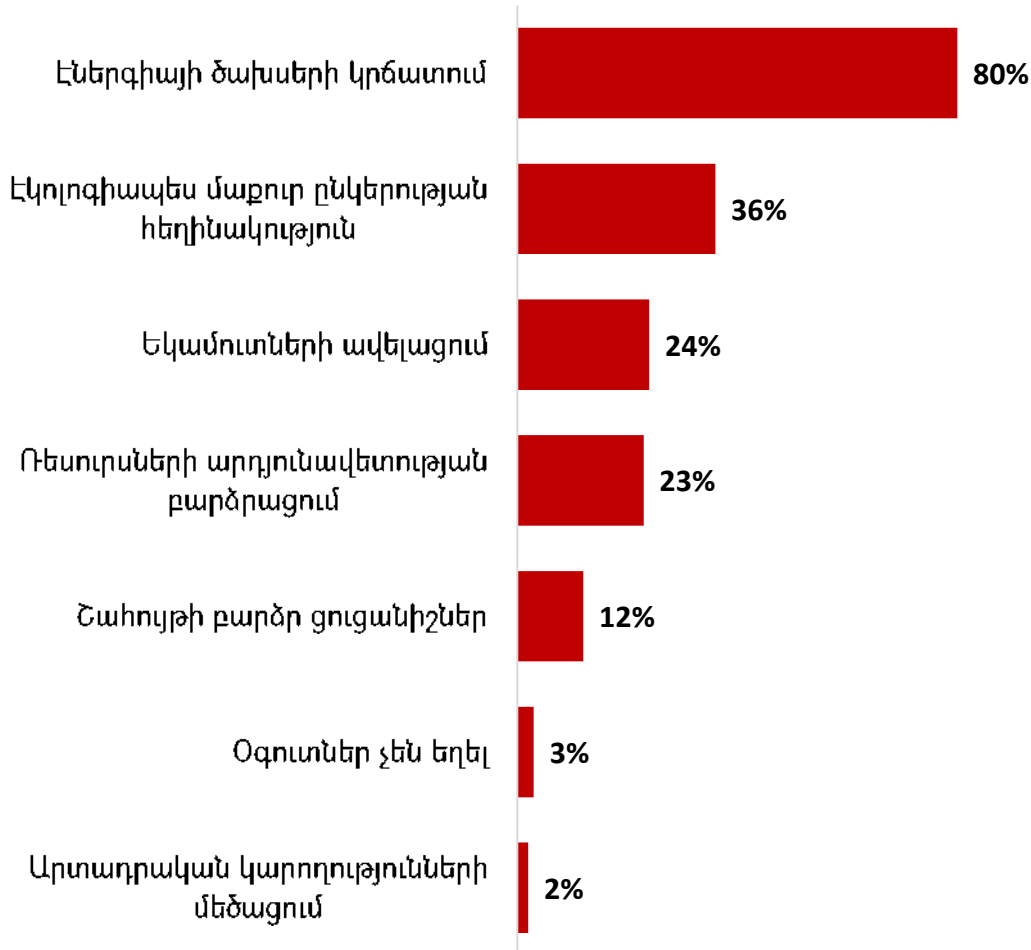
### Կանաչ պրոդուկտների առկայությունը Հայաստանում



- Լիովին հասանելի
- Հիմնականում հասանելի
- Հիմնականում ոչ հասանելի
- Բացարձակապես ոչ հասանելի

- Յուրաքանչյուր 5 կազմակերպությունից 2-ը կարծում են, որ անհրաժեշտ կանաչ պրոդուկտները լիովին հասանելի են Հայաստանում:
- Մոտ կեսը գտնում են, որ հիմնականում հասանելի են:
- Միայն 6%-ն է կարծում, որ անհրաժեշտ կանաչ պրոդուկտները հասանելի չեն Հայաստանում: Այս ընկալումն առկա է հատկապես ագրոբիզնեսի ոլորտի ընկերությունների շրջանում:

Ստացված հիմնական օգուտները



- 5 կազմակերպությունից 4-ը բավարարված է կանաչ ֆինանսավորման իրենց փորձառությունից:
- Միայն 4%-ը գոհ չէ հիմնականում միկրո ձեռնարկություններ:

Կանաչ պրոդուկտների ձեռքբերման շնորհիվ...

- Հարցվողների կեսը կրճատել է օգտագործվող էներգիայի ծախսերը 50%-ով:
- Յուրաքանչյուր 3 ընկերությունից 1-ը բարձրացրել է ռեսուրսների օգտագործման արդյունավետությունը 30-50%-ով:
- Յուրաքանչյուր 3 ընկերությունից 2-ը գրանցել է 20% եկամուտների աճ:
- Հարցվողների կեսը 20%-ով ավելացրել է արտադրական կարողությունները:
- Յուրաքանչյուր 5 ընկերությունից 1-ը գրանցել է 20%-ով բարձր շահույթի ցուցանիշներ:

**56%** պլանավորում է ապագայում ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ

**18%** չի պլանավորում ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ



Հարցվողների կեսը պլանավորում է ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ վարկավորման/լիզինգի միջոցով



Ֆինանսավորման տոկոսադրույքը ֆինանսական պրոդուկտ ընտրելու ամենակարևոր գործոնն է լինելու

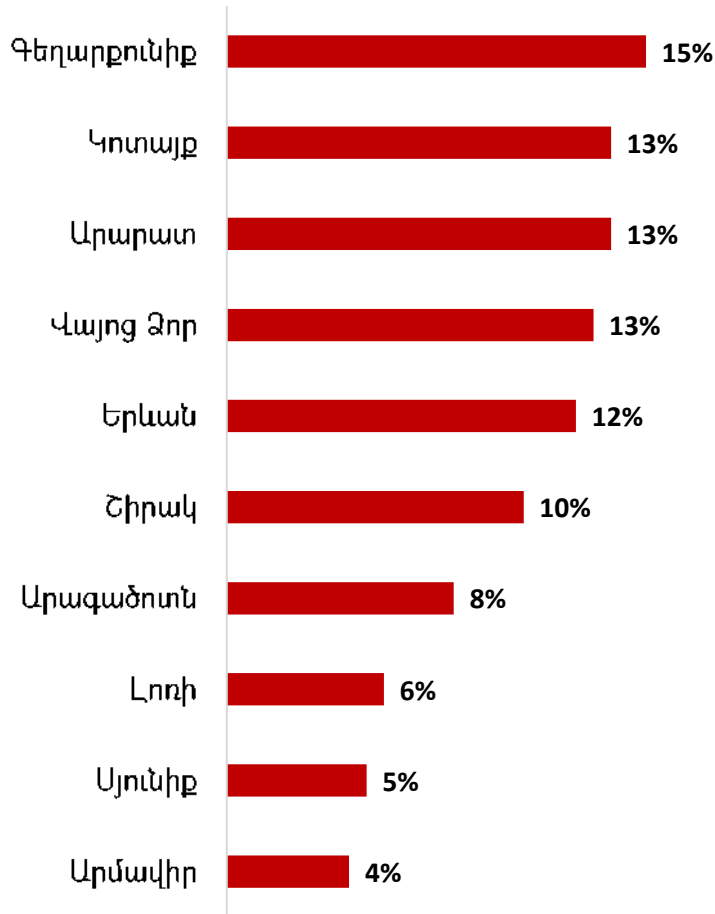


Մարման ժամկետը կարևոր է յուրաքանչյուր 4-րդ կազմակերպության համար

- Յուրաքանչյուր 3 կազմակերպություններից 2-ը պլանավորում է ձեռք բերել արևային վահանակներ:
- Նախկինում արևային վահանակներ ձեռք բերած 10 կազմակերպությունից 7-ը և արևային ջրատաքացուցիչներ ձեռք բերած ընկերությունների կեսն ունեն այսպիսի պլաններ:
- Արևային վահանակների ձեռքբերումը շեշտադրվում է մարզերում գործող ընկերությունների համար, իսկ արևային ջրատաքացուցիչները՝ Երևանում:
- Արևային վահանակների ձեռքբերման պլանները առավել տարածված են շինարարության և թեթև արդյունաբերության ոլորտներում: Արևային ջրատաքացուցիչները՝ հանգստի, ժամանցի և թեթև արդյունաբերության ոլորտներում:

Ընկերությունների մեծ մասը խորհուրդ կտային կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտներ իրենց ընկերներին, բարեկամներին և գործընկերներին:

Տնային տնտեսությունների  
տարածքային բաշխվածություն



Բնութագիր



75%



25%

Տարիքային խումբ

**36-45** տարեկան. 30%

**46-55** տարեկան. 25%



**50%** բարձրագույն կրթություն

**30%** միջնակարգ կրթություն



Մոտ կեսը՝ **3-5**, մյուս կեսը՝ **5-ից**  
ավելի տնտեսության անդամներ



Տնային տնտեսության միջին  
ամսական եկամուտ՝

**100-200 հազար** դրամ. 37%

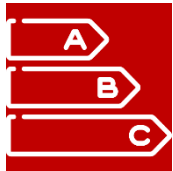
**201-300 հազար** դրամ. 20%

**301-500 հազար** դրամ. 16%

## Կանաչ պրոդուկտների ինֆորմացվածության մակարդակը



Տեղեկացվածության  
ամենաբարձր մակարդակը  
արևային պանելների (60%) և  
ջրատաքացուցիչների (85%)  
վերաբերյալ է

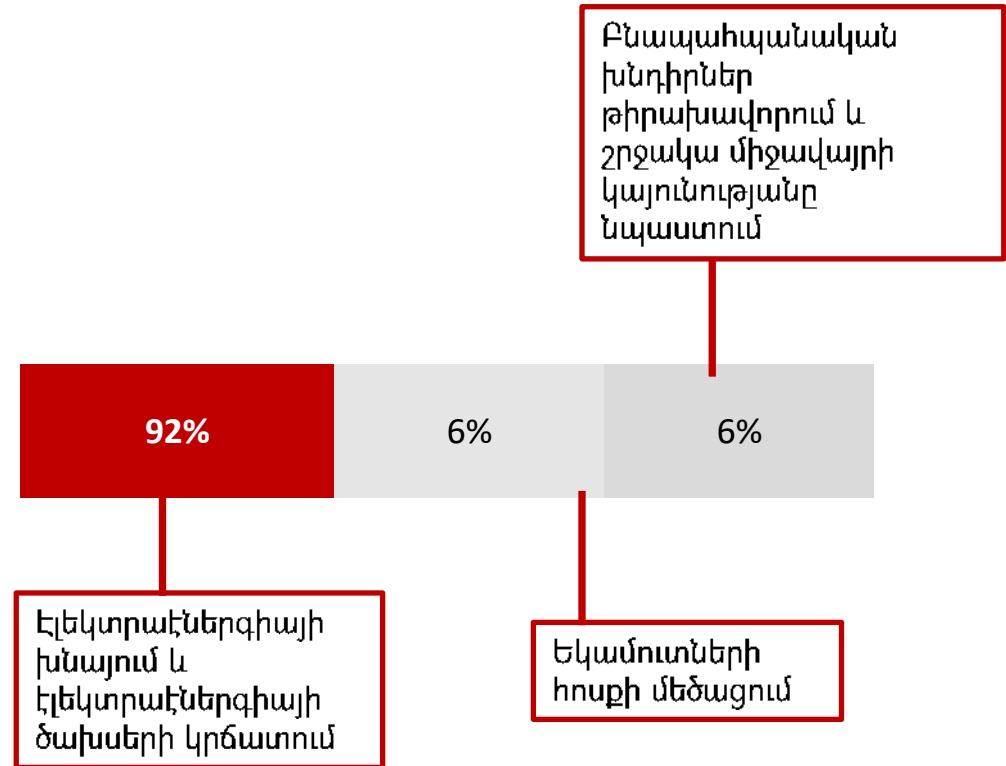


Էներգիա/ռեսուրս խնայող  
սարքավորումների և լուսավորման  
համակարգերի շուրջ  
տեղեկացվածությունը ավելի  
բարձր է Երևանում՝ համեմատ  
մարզերի:



Տեղեկացվածության  
մակարդակն ավելի բարձր է  
քաղաքներում, քան գյուղերում

## Կանաչ պրոդուկտ ձեռք բերելու հիմնական շարժառիթը



Կանաչ ֆինանսավորման հնարավորությունների վերաբերյալ տեղեկացվածության մակարդակն ավելի բարձր է Երևանում, քան մարզերում

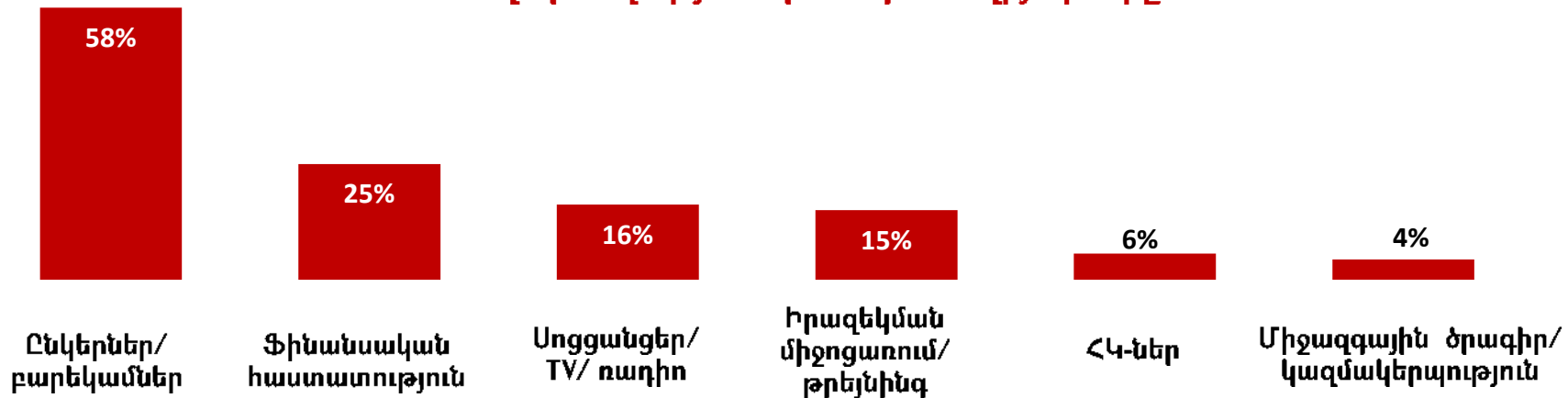
**43%** Տեղյակ  
**57%** Անտեղյակ

**Տեղեկացվածություն**

**40%** Մարզեր  
**70%** Երևան

- Կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտների (էներգիա/ռեսուրս խնայող սարքերի և այլ ՎԷ սարքավորումների համատեքստում) վերաբերյալ անտեղյակության մակարդակը 30%-ով բարձր է մարզերում, քան Երևանում:
- Անտեղյակության մակարդակը երկու-երրորդով ավելի բարձր է գյուղերում, քան քաղաքներում:
- Ընդհանուր առմամբ, մարդկանց շրջանում առկա է տեղեկացվածության մակարդակի գերազանահատում, մարդիկ իրականում ծանոթ չեն շատ մանրամասների:

**Տեղեկատվության հիմնական աղբյուրները**







Հարցվողների գերակշիռ մասը (~50%) ձեռք է բերել արևային ջրատաքացուցիչ: Ավելի հաճախ ձեռք են բերվել մարզերում:



Արևային վահանականեր ձեռք են բերել հարցվողների 44%:  
Դրանք ավելի հաճախ ձեռք են բերվել Երևանում:



Արևային ջրատաքացուցիչներ ձեռք են հիմնականում չգազաֆիկացված համայքներում, որտեղ առկա են պետական կազմակերպության ծրագրեր:

Արևային վահանականերն ավելի տար են քաղաքային բնակավայրերում:

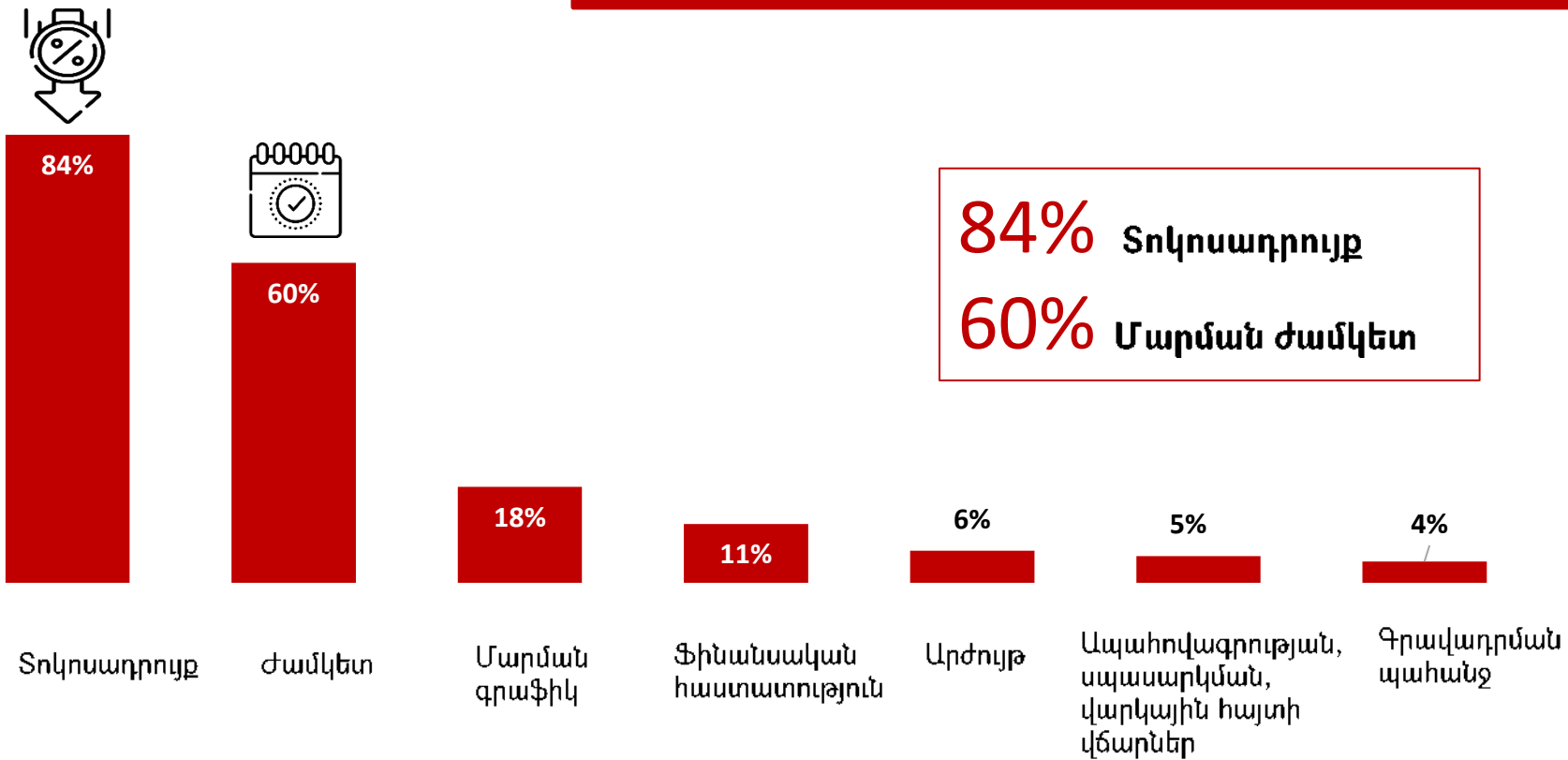
Հիմնականում՝ 100-300 հազար դրամ ամսական եկամուտ ունեցող տնային տնտեսություններ:

**46%**՝ ամբողջովին արտաքին ֆինանսավորում

**43%**՝ 75% և ավել արտաքին ֆինանսավորում

**90%** տնային տնտեսությունների եկամուտների 25%-ից քիչն է ուղղվել կանաչ պրոդուկտների ֆինանսավորման սպասարկմանը:

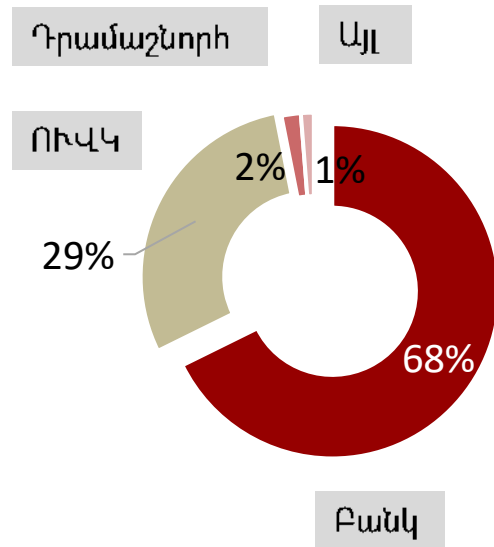
Նմանատիպ պատկեր է մարզերում և Երևանում:



**84%** Տոկոսադրույք  
**60%** Մարման ժամկետ

Հարցվողների երկու երրորդը օգտվել է վերականգնվող էներգիայի սարքավորումների գնման վարկ/լիզինգ ֆինանսավորման տեսակից

- Տնային տնտեսությունների միայն 17%-ը ձեռք կբերեր կանաչ պրոդուկտներ արտաքին ֆինանսավորման բացակայության դեպքում: Այս ցուցանիշը հակված է նվազելու տնային տնտեսության չափի մեծացմանը համընթաց:
- Կանաչ ֆինանսավորման բացակայության դեպքում տնային տնտեսությունների մեկ քառորդը կցանկանար ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ, սակայն դժվարություններ կունենար:



- Բանկային ֆինանսավորումն ավելի բարձր մակարդակի է մարզերում. 70%, իսկ ՌԻՎԿ-ների կողմից՝ 27%:
- Երևանում վերոնշյալ ցուցանիշները համապատասխանաբար 50% և 45% են:
- Բանկային ֆինանսավորման մակարդակը ՎԷ սարքավորումներ գնելու համար երկու անգամ ավել է, քան էներգաարդյունավետ շինարարության/վերանորոգման համար:
- Ֆինանսավորման այսպիսի պատկերի տարբերությունները մասամբ բացատրվում է ֆինանսական հաստատությունների տեսակների և մատակարարների հետ ունեցած կապերի յուրահատկություններով:

## Ջերմ օջախ

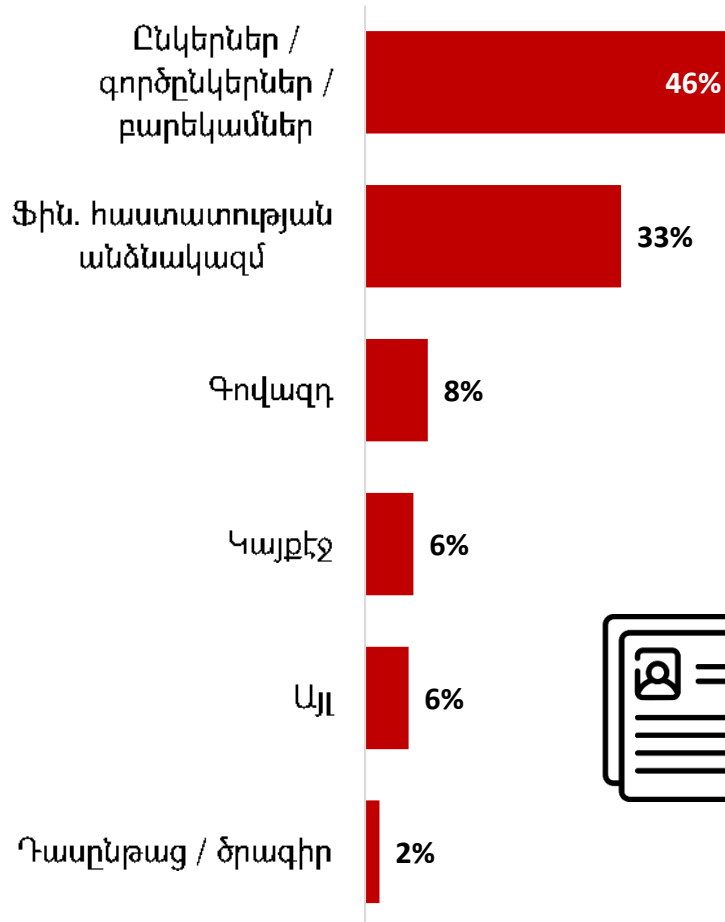
## GAF-KfW Էներգաարդյունավետ

## Չգազաֆիկացված համայնքների Նախագիծ

Պատասխանողների մեկ երրորդը հանդիսանում է Ազգային հիփոթեքային ընկերության Ջերմ օջախ ծրագրի շահառու:

Ամեն 4-րդ պատասխանողը GAF-KfW Էներգաարդյունավետության ծրագրի շահառու է:

**Կանաչ ֆինանսավորման տեղեկատվության աղբյուրներ**



- Հարցվածներն ամենից հաճախ տեղեկանում են կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտների մասին իրենց ընկերներից, բարեկամներից և գործընկերներից:
- Հարթակներ, ինչպիսին օրինակ՝ կայքէջեր կամ գովազդ, չունեն իրազեկման բարձր մակարդակ:
- Գովազդի դերը համեմատաբար ավելի մեծ է մարզերում, իսկ ֆինանսական հաստատությունների անձնակազմի դերը՝ ավելի փոքր:
- Գովազդն ավելի կարևոր դեր է ունեցել արևային ջրատաքացուցիչների վերաբերյալ իրազեկման համար:

**Դիմումների ընդունման գործընթաց**



Յուրաքանչյուր 10 տնային տնտեսությունից 9-ի համար կանաչ ֆինանսավորման դիմումների գործընթացը դյուրին է

Ցուցանիշն ավելի բարձր է Երևանում/քաղաքային բնակավայրերում

Կանաչ պրոդուկտների մատակարարների ներկայացուցիչներն էապես աջակցություն են ֆինանսավորման հայտի փուլում



ՈՐԱԿ

- Հարցվողների մեծ մասը գոհ են ֆինանսական հաստատությունների կողմից մատուցվող ծառայություններից:

**86%**՝ պատրաստակամության մակարդակը

**88%**՝ աշխատակազմի սպասարկման որակը

**84%**՝ մասնագիտական տեխնիկական գիտելիքներ

- Գոհունակության մակարդակը միջինում 20%-ով բարձր է մարզերում, քան Երևանում:



ԳՈՅՈՒՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

- Հարցվողների մեծ մասը բավարարված է պրոդուկտների հետևյալ հատկանիշներից.

Դիմումի/սպասարկման վճար՝ **80%**

Վարկի մարման ժամկետ՝ **80%**

Արտոնյալ ժամանակահատված՝ **75%**

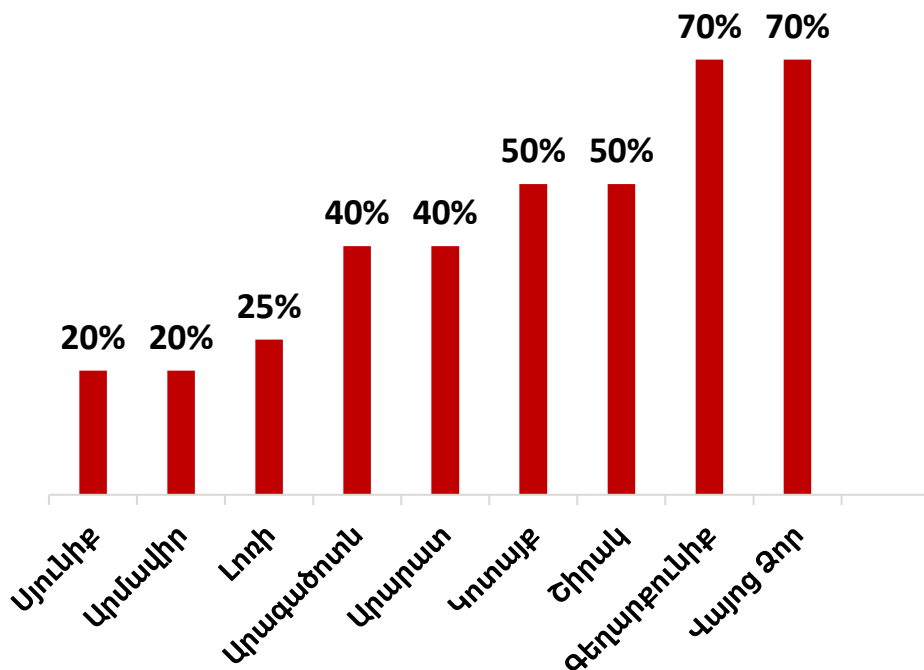
Գրավի պայմաններ՝ **69%**

Տոկոսադրույք՝ **67%**

- Անբավարարվածությունն ավելի բարձր է Երևանում / քաղաքային բնակավայրերում:

- Հարցվողների մեծ մասը գոհ են մատակարարների կողմից մատուցվող ծառայություններից: Ներկայացուցիչների հմտություններից՝ (72%), պրոդուկտի տեխնիկական որակից՝ (71%), պահանջներին արձագանքից՝ (61%), ծառայությունների որակից՝ (71%):
- Վերոնշյալներից գոհ չէ հարցվողների ընդամենը 5%-ը, մնացածն ունեն միջին բավարարվածության մակարդակ:

### Մատակարարների հասանելիությունը մարզերում

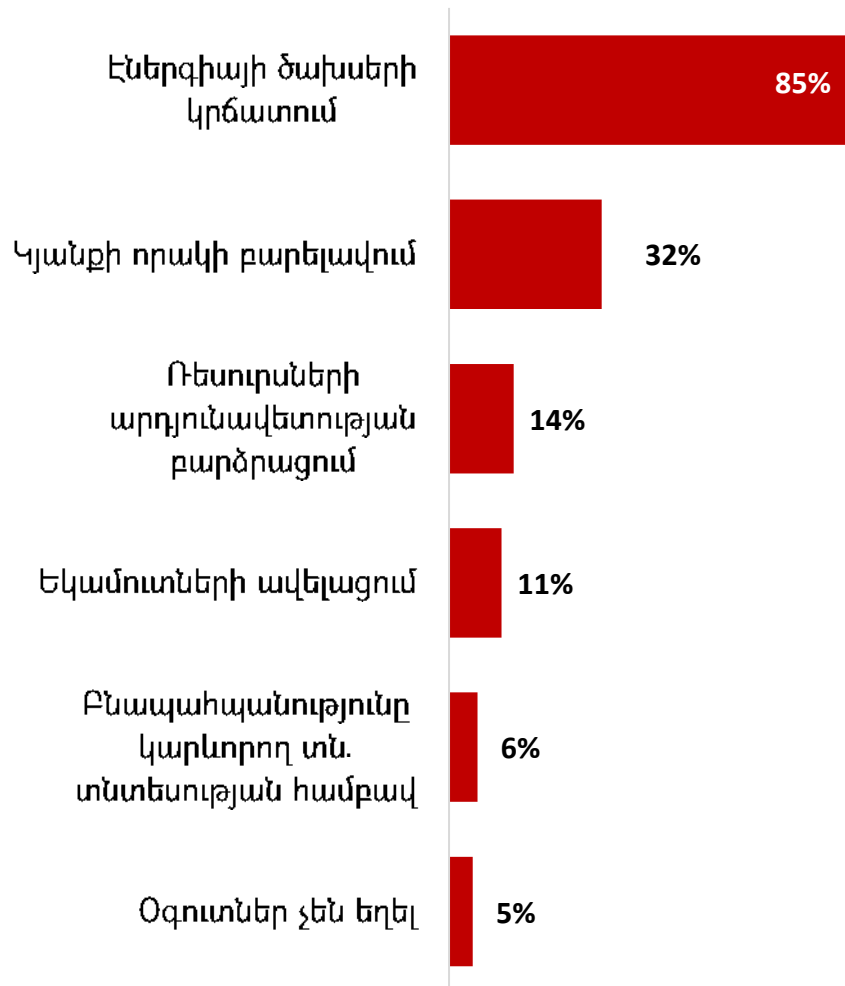


Կանաչ պրոդուկտների մատակարարների հասանելիությունն ամենաբարձրն է Գեղարքունիքի և Վայոց Ձորի մարզերում:

Հարցվողների 57%-ը նշում է, որ իրենց համայնքում կամ շրջակայքում կան մատակարարներ:

Մատակարարները մեծ դեր են խաղում կանաչ պրոդուկտների ֆինանսավորման հնարավորությունների ձևավորման հարցում և սերտորեն համագործակցում են ֆինանսական հաստատությունների հետ:

Ստացված հիմնական օգուտները



- 5 հարցվողներից 4-ը բավարարված է կանաչ ֆինանսավորման իրենց փորձառությունից
- Միայն 2%-ը գոհ չեն

**Կանաչ պրոդուկտների ձեռքբերման շնորհիվ...**

- Հարցվածների 85%-ի շրջանում Էներգիայի ծախսերը կրճատվել են: Այս ցուցանիշն ավելի բարձր է մեծ տնային տնտեսությունների շրջանում:
- Երևանի և մարզերի միջև հիմնականում նմանատիպ պատկեր է:



Հարցվողների երկու երրորդը կդիտարկի ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ վարկավորման / լիզինգի միջոցով

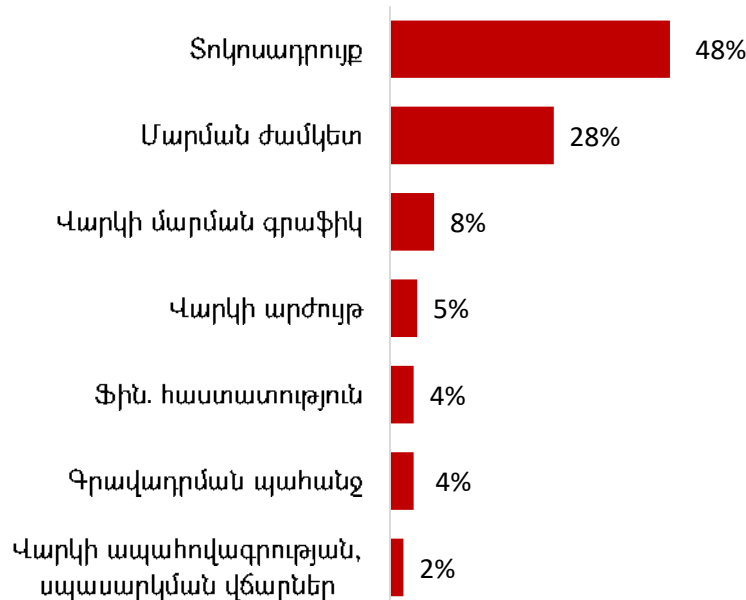


Ֆինանսական գործիքի տոկոսադրույքը կանաչ ֆինանսական պրոդուկտ ընտրելու ամենակարևոր գործոնն է լինելու



Մարման ժամկետը կարևոր է 28%-ի համար

**Ֆինանսավորման ընտրության չափանիշներ**



**42%** պլանավորում է ապագայում ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ

**22%** չի պլանավորում ձեռք բերել կանաչ պրոդուկտներ

- Կանաչ պրոդուկտների ձեռքբերում դիտարկող տն. տնտեսությունների ցուցանիշն ավելի բարձր է բազմանդամ, 300 հազար դրամը գերազանցող ամսական եկամուտ ունեցող և քաղաքային տնային տնտեսությունների շրջանում:
- Հարցվողների մեծամասնությունը կանաչ պրոդուկտների/ֆինանսական պրոդուկտներին վերաբերող ինֆորմացիայի կարիք ունի:

**Տնտեսությունների մեծ մասը խորհուրդ կտային կանաչ ֆինանսավորման պրոդուկտներ իրենց ընկերներին, գործընկերներին և բարեկամներին**



## Իրազեկում

- Անհրաժեշտ է տեղեկացվածության բարձրացում ինչպես կանաչ պրոդուկտների, այնպես էլ կանաչ ֆինանսավորման վերաբերյալ

## Մոտիվացիա

- Էներգիայի հաշվի նվազեցումը և հետևաբար ծախսերի կրճատումը կանաչ պրոդուկտ ձեռք բերելու հիմնական դրդապատճառն է

## Գին

- Կանաչ ֆինանսավորման ծախսը կարևորագույն գործոն է: Վարկավորման տոկոսադրույքը առանցքային դեր ունի:

## Բավարարվածությոն

- Կանաչ ֆինանսավորման օգտատերերը հիմնականում գոհ են իրենց փորձառությունից և ստացված օգուտներից:
- Նաև՝ կանաչ ֆինանսավորման դերը նշանակալի է օգտատերերի՝ կանաչ պրոդուկտներ ձեռք բերելու որոշման համար:

Ընդհանուր առմամբ, կանաչ ֆինանսավորման գործիքակազմը Հայաստանում կանաչ տնտեսության փոխակերպման առանցքային գործոն է և Հայաստանում տնտեսական երկարաժամկետ կայուն զարգացման գործում զգալի ներուժ ունի:

Իրազեկման բարձրացման բարելավված գործողությունները և ֆինանսավորման ավելի գրավիչ գործիքակազմը կնպաստի կանաչ պրոդուկտների պահանջարկի աճին: