

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԳՐԱՐԱՅԻՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՄՈՎՍԻՍՅԱՆ ՍՈՒՐԵՆ ԱՇՈՏԻ

ԱԼԿՈՀՈԼԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ՇՈՒԿԱՅԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԵՎ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԻ
ԼՈՒԾՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

Ը.00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում»
մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի
հայցման ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ - 2017

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի գիտական խորհրդի նիստում:

Գիտական ղեկավար՝

տնտեսագիտության դոկտոր,
պրոֆեսոր ԿՈՐՅՈՒՆ ԱՇՈՏԻ
ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

տնտեսագիտության դոկտոր,
պրոֆեսոր ՍԱՄՎԵԼ ՍԵՐԳԵՅԻ
ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ

տնտեսագիտության թեկնածու,
դոցենտ ՄԱՔՍԻՄ ԱՎԱՆԵՍԻ
ԴԱՆԻԵԼՅԱՆ

Առաջատար կազմակերպություն՝

ՀԱԱՀ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄԻ
«ԽԱՂՈՂԱՊՏՂԱԳԻՆԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ԳԻՏԱԿԱՆ ԿԵՆՏՐՈՆ» ՄԱՍՆԱՃՅՈՒՂ

Ատենախոսության հրապարակային պաշտպանությունը կայանալու է 2017 թվականի հուլիսի 18-ին, ժամը 10⁰⁰-ին՝ Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանում գործող ՀՀ ԲՈՀ-ի տնտեսագիտության 002 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ 0009, Երևան, Տերյան փող., 74:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի գիտական գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2017 թվականի հունիսի 15-ին:

002 Մասնագիտական խորհրդի
գիտ. քարտուղար, դոցենտ



Վ.Ս. ԱԼԵՔՍԱՆՅԱՆ

ԱՏԵՆԱՆՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ատենախոսության թեմայի արդիականությունը: Ազրոարդյունաբերական համալիրը ՀՀ տնտեսության կարևորագույն բնագավառներից է: Ալկոհոլային խմիչքների արտադրությունը ազրոպարենային համակարգի, մասնավորապես սննդարդյունաբերության առաջատար ճյուղերից է: Շուկայական տնտեսությանն անցման սկզբնական շրջանը էական վնաս հասցրեց նաև ալկոհոլային խմիչքների արտադրության ճյուղին: Դժվարություններ առաջացան սեփական շրջանառու միջոցների համալրման, հումքի ձեռքբերման և արտադրանքի իրացման ոլորտում, որոնք էլ հանգեցրին ճյուղի արտադրության ծավալների խիստ անկմանը: Ալկոհոլային խմիչքների արտադրության արդյունավետության բարձրացումը դիտվում է որպես կարևորագույն խնդիր, առանց որի հնարավոր չէ ինչպես ալկոհոլային խմիչքների, այնպես էլ ամբողջ ազրոպարենային համակարգի կազմակերպությունների հետագա զարգացումը: Ալկոհոլային խմիչքների արտադրությունը ՀՀ արտաքին ապրանքաշրջանառության կազմում կարևոր տեղ է զբաղեցրել, մասնավորապես 2016թ. արտահանման հաշվեկշռում վերջինիս մասնաբաժինը կազմել է 9.2%¹:

Խաղողի տնկարկների այգետարածքները 2016թ. կազմել են 17.1 հազ. հա, որից՝ բերքատու հասակում 16.2 հազ. հա²: 2016թ. մշակող արդյունաբերության մեջ ալկոհոլային խմիչքների տեսակարար կշիռը կազմել է 9%³: ՀՀ կոնյակագործության արդյունաբերությունը հիմնվել է 1887թ.: Հայկական բարձրորակ կոնյակները մշտապես մեծ հեղինակություն են վայելել ներքին և արտաքին շուկաներում: 2016թ. խաղողի վերամշակման ոլորտում գործել են 50 ձեռնարկություններ, որոնցից 12-ը համեմատաբար խոշոր: Խաղող վերամշակող ընկերությունների ընդհանուր արտադրական հզորությունները հասնում են տարեկան շուրջ 265 հազ. տոննա: 2016թ. արդյունաբերաարտադրական անձնակազմի միջին ցուցակային թիվը կազմել է 2820 մարդ⁴: Հայկական գինին, ի տարբերություն կոնյակի, արտասահմանյան շուկաներում դեռևս չի կայացել, որն իր հերթին բացասաբար է անդրադառնում արտահանման ծավալների վրա: 2000 թվականից Հայաստանի գինեգործությունը բնորոշվել է արտահանման կայուն աճով, այնուամենայնիվ արտահանվող գինու որակը հիմնականում չի համապատասխանել միջազգային ստանդարտներին:

Հայաստանում գարեջրագործությունը հնագույն պատմություն ունի: Վերջին տարիներին սննդի արդյունաբերության մաս կազմող գարեջրի արտադրությունն աճի միտում է դրսևորել: 2016թ. այս ոլորտում գործել են 6 ձեռնարկություններ, որոնցից 3-ը համեմատաբար խոշոր («Երևանի Գարեջուր» ՓԲԸ, «Գյումրի գարեջուր», «Կոտայք» գարեջրի գործարան» ՍՊԸ-ներ): Գարեջրի արտադրական

¹ ՀՀ արտաքին առևտուրն ԱՏԳ ԱԱ-ի ապրանքախմբերով (2015-2016թթ.), արտահանում: // ՀՀ մաքսային ծառայություն, Երևան, 2017, <http://customs.am/Content.aspx?itn=csCIEExportStatistics>, հեղինակի հաշվարկներ

² Գյուղատնտեսական մշակաբույսերի ցանքային տարածությունները, բազմամյա տնկարկների տարածությունները, համախառն բերքը և միջին բերքատվությունը 2016թ.: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2017. - էջ 14

³ Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության հնգանիշ դասակարգման 2016թ. հունվար-դեկտեմբերին: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2017. - էջ 14-15, հեղինակի հաշվարկներ

⁴ <http://minagro.am/գյուղատնտեսությունը-հայաստանում/ագրովերամշակում/>

հզորությունները տարեկան հասնում են շուրջ 150 մլն լ: 2016թ. արդյունաբերաարտադրական անձնակազմի միջին ցուցակային թիվը կազմել է շուրջ 885⁵, այդ թվում՝ 640 աշխատակից «Երևանի Գարեջուր» ՓԲԸ-ից: Հանդիսանալով ակոհոլային խմիչքներ արտադրող և արտահանող երկրներից մեկը, ՀՀ-ն ձգտում է ապահովելով բարձր որակ և մատչելի գին, գրավել արտաքին շուկայի որոշակի հատվածը: Ալկոհոլային խմիչքների արտադրության արդյունավետության վրա ազդում են բազմաթիվ գործոններ, մասնավորապես հումքի արտադրության և ձեռքբերման պայմանները, ակոհոլային խմիչքների արտադրությունում կիրառվող տեխնոլոգիաները, հումքի համասեռությունը, սննդի անվտանգության չափանիշների կիրառումը, արտադրանքի իրացման պայմանները և այլն: Այս բնագավառում ծառայած խնդիրների և դրանք պայմանավորող գործոնների բացահայտումը, ոլորտի տնտեսական արդյունավետության բարձրացումը պահանջում են համապարփակ գիտական հետազոտությունների իրականացում: Հատկապես կարևորվում է ագրարային ոլորտի արտադրական ներուժի մեծացմանն ու որակական բարելավմանը, գերազանցապես ներքին ռեզերվների օգտագործման հաշվին արտադրության արդյունավետության բարձրացմանն ուղղված գիտականորեն հիմնավորված առաջարկությունների մշակումը: Վերջինն էլ պայմանավորում է ուսումնասիրվող թեմայի արդիակա- նությունը և բխում է հանրապետության գյուղատնտեսության զարգացման շահերից:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Հետազոտության հիմնական նպատակն է առաջարկել միջոցառումներ ուղղված ակոհոլային խմիչքների շուկայի զարգացմանը, արտահանման խթանմանը և արտադրության տնտեսական արդյու- նավետության բարձրացմանը ՀՀ-ում: Նպատակին հասնելու համար աշխատանքում կարևորվել և լուծվել են հետևյալ խնդիրները.

- ուսումնասիրել խաղողի վազի, բերքի որակի կանխատեսման և վերահսկման արտասահմանյան փորձը և դրանք ՀՀ-ում ներդնելու տնտեսական նպատակահարմարությունն ու հնարավորությունները,
- վիճակագրական վերլուծությունների արդյունքում բացահայտել ՀՀ-ում մեկ շնչի հաշվով սպառված ակոհոլի, գների և բնակչության գնողունակության միջև եղած կոռելացիոն կապը,
- ակոհոլային խմիչքներ արտադրող մի քանի խոշոր ընկերությունների ֆինանսական վերլուծությունների արդյունքում գնահատել ՀՀ ակոհոլային խմիչքների շուկայի ֆինանսատնտեսական արդյունավետությունը,
- ուսումնասիրել Vuforia, Unity և Blender 3D ծրագրերը, Javascript, ARAF, C# ծրագրավորման լեզուները և ստեղծել ակոհոլային խմիչքների շուկայում ար- տադրանքի ներկայացման Android լրացված իրականության (Augmented Reality) տեսաձայնային և շարժական անիմացիայի հավելվածներ,
- բացահայտել հումքի արտադրության, տեխնոլոգիական նորամու- ծությունների և միջազգային ստանդարտների ակոհոլային խմիչքների արտադրու- թյան մեջ ներդնելու հնարավորություններն ու նպատակահարմարության հիմնա- վորվածությունը,

⁵ <http://minagro.am/gյուղատնտեսությունը-հայաստանում/ագրովերամշակում/>

- ակոհոլային խմիչքներ արտադրող մի քանի խոշոր հայկական ընկերությունների ֆինանսական վերլուծությունների արդյունքում բացահայտել արտադրության և սպառման ամբողջական շղթայի օղակների դերը, աշխատողների հմտություններն ու մասնագիտական գիտելիքները, կոնյակի, գինու, օղու և գարեջրի արտադրության ոլորտներում առկա իրավիճակը և ակնկալիքները 2017-2030թթ. համար, նորամուծական գործընթացները և տեխնոլոգիաները, սննդի անվտանգության և որակի կառավարման հավաստագրերի առկայությունը, Global GAP-ի պահանջների համապատասխանեցումը,

- «Կոպենհագենի բիզնես դպրոց» համալսարան իրականացված գիտահետազոտական այցի շրջանակներում ուսումնասիրել դանիական «Den Bornholmske Spritfabrik» ակոհոլային խմիչքներ արտադրող ընկերության մատակարարման արժեքշղթայի ուժեղ և թույլ կողմերը, դանիացի սպառողների նախասիրություններն ու առանձնահատկությունները, «Svaneke Bryghus» գարեջրագործական ընկերության կողմից պատրաստված «Armenian Wild Flower Honey Ale» գարեջուրը՝ նպատակ ունենալով ընդլայնել հայկական ակոհոլային խմիչքների արտահանման և նոր շուկաների ներթափանցման հնարավորությունները:

Հետազոտության օբյեկտը և առարկան: Հետազոտության օբյեկտը ՀՀ ակոհոլային խմիչքների արտադրության ոլորտն է, իսկ ուսումնասիրության առարկան՝ ՀՀ ակոհոլային խմիչքների շուկայի զարգացման և արտադրության տնտեսական արդյունավետության բարձրացման հիմնախնդիրներն ու կայուն զարգացումը:

Հետազոտության տեսական, մեթոդաբանական և տեղեկատվական հիմքերը: Առենախոսությունն ընդգրկում է մարքեթինգային, վիճակագրական, համեմատական, տեխնիկատեխնոլոգիական, տնտեսագիտական տվյալների, էլեկտրոնային կոմերցիայի, լոգիստիկայի, գլոբալ մատակարարման շղթաների վերաբերյալ ուսումնասիրություններ: Հետազոտության համար անհրաժեշտ տեսական տեղեկատվությունը քաղված է մասնագիտական գրականության աղբյուրներից, իսկ վիճակագրական-փաստական տեղեկատվությունը՝ ՀՀ ԱՎԾ վիճակագրական պաշտոնական տեղեկագրերից, ինչպես նաև ՄԱԿ-ի համաշխարհային առևտրի (U.N. Comtrade), պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպության (FAO), ՀՀ մաքսային ծառայության, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի համապատասխան նյութերից:

Հետազոտության հիմնական գիտական արդյունքները և նորույթը: Իրականացված հետազոտության ընթացքում ձեռք են բերվել մի շարք արդյունքներ, որոնցից գիտական նորույթ են հանդիսանում հետևյալները.

- հիմնավորվել է աֆրոֆոտոլուսանկարահանման նվաճումների, ներկառուցված սենսորների և անլար սենսորային ցանցի ներդրման, հումքի և ակոհոլային խմիչքների որակի ապահովման և արդյունավետության միջև կապը՝ համահունչ Global G.A.P. «Ճիշտ գյուղատնտեսական պրակտիկա» միջազգային հավաստագրման պահանջներին,

- բազմաչափ գծային և կրկնակի լոգարիթմական ռեգրեսիոն մոդելներով վերլուծությունների արդյունքում բացահայտվել են ակոհոլային խմիչքների

պահանջարկի ու դրա ձևավորող գործոնների միջև կապի կոռելացիայի սերտության աստիճանը և ազդող գործոնների կշռելիությունը,

- հիմնավորվել են սպառողների կողմից ակտիվային խմիչքների օգտագործման ժամանակ խորտիկների այլընտրանքի գնահատման թվային մարքեթինգի նորագույն մեթոդների օգտագործման առավելությունները,

- «Երևանի կոնյակի գործարան» ՓԲԸ-ի օրինակով մշակվել է սոցիալական ցանցերի մարքեթինգային ռազմավարությունը՝ հիմք ընդունելով ընկերության սոցիալական ցանցերն այցելող շահառուների նախասիրությունների ուսումնասիրությունների արդյունքները,

- հիմնավորվել է խաղողի վերամշակման ագրոարդյունաբերական ինտեգրման բոլոր օղակների շահառուների շահերի ներդաշնակեցման մեթոդաբանություն՝ հիմնված շահույթի միջին նորմայի ձևավորման սկզբունքի վրա:

Հետազոտության արդյունքների գիտագործնական նշանակությունը:

Ատենախոսության արդյունքներն ունեն տեսական և կիրառական նշանակություն և կարող են օգտագործվել հանրապետական և տարածքային կառավարման մարմինների, ընկերությունների կողմից՝ ակտիվային խմիչքների արտադրության զարգացման ռազմավարական ծրագրերի մշակման, ագրոարդյունաբերական փոխշահավետ ինտեգրման, խաղողագործական տնտեսության վարման գիտական համակարգի ներդրման, բանկային, վարկային կազմակերպությունների շահերի ներդաշնակեցման համար և այլն:

Հետազոտության արդյունքների փորձարկումը և հրապարակումները:

Ատենախոսության հիմնական դրույթները քննարկվել են Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի Ագրոպարենային համակարգի Էկոնոմիկայի, Ագրոքիզնեսի կազմակերպման և կառավարման, Ապրանքագիտության և մարքեթինգի ամբիոնների համատեղ նիստում: Ատենախոսության գիտական առանձին դրույթներ զեկուցվել և քննարկվել են ՀԱԱՀ-ում, Հայաստանի ամերիկյան, Կուբանի պետական ագրարային համալսարաններում, Սամարայի պետական գյուղատնտեսական ակադեմիայում կայացած միջազգային 7 գիտաժողովներում: Հետազոտության արդյունքները հրապարակված են հեղինակի 6 (վեց) գիտական հոդվածներում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և ծավալը: Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածից: Այն շարադրված է համակարգչային 150 էջի վրա, պարունակում է 14 գծապատկեր, 12 աղյուսակ, 7 նկար:

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածությունում հիմնավորվել է ատենախոսության թեմայի արդիակա-նությունը, ներկայացվել են հետազոտության նպատակը, խնդիրները, տեսական, մեթոդաբանական, տեղեկատվական հիմքերը, գիտական նորույթը, հետազո-տության առարկան և օբյեկտը, գիտական արդյունքների տեսական և գործնական նշանակությունը:

Ատենախոսության առաջին՝ «Ակտիվային խմիչքների արտադրության զարգացման և տնտեսական արդյունավետության բարձրացման տեսական

հիմունքները և մեթոդաբանությունը» գլխում ուսումնասիրվել են ՀՀ-ում շրջանացված խաղողի և գարու տեսակները, գինու, կոնյակի և պտուղների վերամշակման տեխնոլոգիաների, նոր արտադրատեսակների ստեղծման, հողագիտության, ագրոքիմիայի և մելիորացիայի ուղղությամբ մեծ աշխատանքներ կատարած գիտահետազոտական կենտրոնները, մասնագետները, խաղողի այգետարածությունները, համախառն բերքը և բերքատվությունը 1913-2016թթ., ակոհոլային խմիչքների արտադրության զարգացման նորամուծություններն ու դրանց արդյունավետության գնահատման մեթոդաբանությունը և ցուցանիշների համակարգը (Երևանի «Շամպայն գինիների գործարան» ԲԲԸ-ի, «Պոռշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի, «Երևանի Գարեջուր», «Վեդի-Ալկո» ՓԲԸ-ների օրինակով):

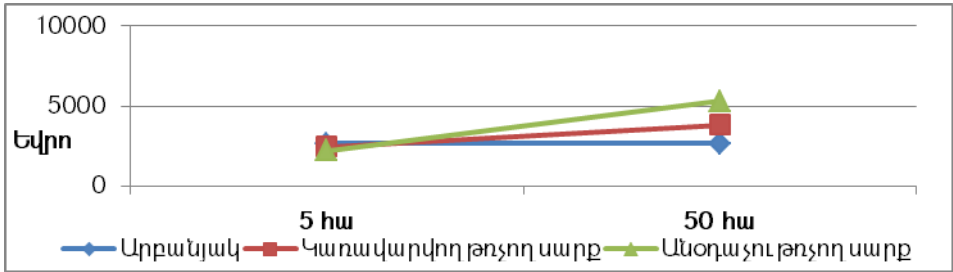
Ագրոպարենային համալիրը գիտատեխնիկական առաջընթացի դարաշրջանում թևակոխում է զարգացման նոր փուլ, որով էլ պայմանավորված ակոհոլային խմիչքների արտադրության հնարավորություններն ու արդյունավետությունը բնութագրվում են ոչ միայն ագրոարդյունաբերական համալիրի I, II, III ոլորտներով (նյութատեխնիկական մատակարարման արդյունաբերություն, գյուղատնտեսություն, վերամշակող արդյունաբերություն և ենթակառուցվածքներ), այլև վերամշակման արդյունաբերության հիմնական հումք հանդիսացող խաղողի արտադրությամբ, իսկ այն ունի շատ տարաբնույթ որակաչափեր (հումքի որակ, անվտանգություն, տեխնիկական և սեղանի սորտերի համասեռություն, և այլն), ուստի հետազոտություններն էլ ուղղված են եղել ինչպես այս ոլորտներում կատարված նորամուծությունների վկայակոչմանը, այնպես էլ ամբողջական խաղողագործության վարման գիտական համակարգի արմատավորմանը: Խաղողագործության ճյուղի կառավարումը փոխադրվում է հեռատեսակառավարման նոր հիմքի վրա, որը Global G.A.P. համակարգի կարևոր բաղադրիչ է: Դրանցից են՝ խաղողի այգետարածությունների մեծ պլանտացիաների կառավարման համակարգերը:

«Ճշգրիտ խաղողագործությունում» (Precision viticulture) օգտագործվում են բերքատվության մոնիտորինգի, գլոբալ տեղորոշման (GPS) և երկրատեղեկատվական համակարգեր (GIS)՝ որոշելու համար խաղողի այգիները և որթատունկը բնութագրող կարևոր ցուցանիշները՝ հողի ջերմահաղորդությունը, խորությունը և թափանցելիությունը, օդի ջերմաստիճանը, խոնավությունը, որթատունկի չափը, ռոտզման մակարդակը, տերևի առանձնահատկությունները, սննդային տարրերով բավարարվածության աստիճանը և բերքատվությունը:

Ինֆրակարմիր լուսանկարահանման օգտագործումը թույլ է տալիս հետևելու ֆիլոքսերա վնասատուի զարգացման ընթացքին: Խաղողի այգու նորմավորված տարբերության վեգետացիայի ինդեքսը (NDVI) բնութագրում է որթատունկի առույգության աստիճանը, մասնավորապես կարմիր գույնը ցույց է տալիս ցածր առույգության մակարդակ և ֆիլոքսերայով վարակվածության ամենաբարձր հավանականությունը, իսկ կանաչ գույնը՝ բարձր առույգության մակարդակ և ֆիլոքսերայով վարակվածության ամենացածր հավանականությունը⁶: Ճշգրիտ խաղողագործությունը էական աճ է գրանցել շնորհիվ տվյալների հավաքագրման և

⁶ Tomasi D., Federica G., Gregory V. The Power of the Terroir: the Case Study of Prosecco Wine. // Springer, Basel, 2013. - p. 220

վերլուծությունների այնպիսի բարելավված և արդյունավետ ծախսային գործիքների և մեթոդաբանությունների, ինչպիսիք են՝ անօդաչու թռչող սարքերը (ՄԹՍ), որոնք համեմատության մեջ են դրվել տվյալների հավաքագրման ավանդական սարքավորումների՝ արբանյակների և կառավարվող թռչող սարքերի հետ: Անօդաչու թռչող սարքերը բնորոշվում են ցածր գործառնական ծախսերով, բարձր ճկունությամբ և նկարների բարձր տարածական ռեզոլյուցիայով: Որպեսզի հնարավոր լինի օգտագործել այս տեխնոլոգիաները ճշգրիտ խաղողագործության մեջ, անհրաժեշտ է գնահատել դրանց տեխնիկական և տնտեսական արտադրողականությունը: Ալեսանդրո Մաթեսի, Պիեռ Տոսկանոյի և այլոց հետազոտական աշխատանքներում համեմատական ուսումնասիրության են ենթարկվել անօդաչու թռչող սարքերի, կառավարվող թռչող սարքերի և արբանյակների կողմից իրականացվող հետազոտությունների արդյունքները և գնահատվել միջավայրին վեգետացիայի տարածական վարիացիան: Ծախսային վերլուծությունը ցույց տվեց, որ անօդաչու թռչող սարքերի ներդրումը խաղողագործության ոլորտում, արդյունավետ է փոքր տարածքների համար և հատուցելիության սահմանը պետք է լինի 5 հա: Այս սահմանը գերազանցելու պարագայում կառավարվող թռչող սարքից և արբանյակից ստացված նկարների ծախսերը նվազում են (գծապատկեր 1):



Գծապատկեր 1. 5 և 50 հա խաղողի այգիների հատուցելիության վերլուծություն⁷

Անօդաչու թռչող սարքերը այն տեխնոլոգիաների շարքին են դասվում, որոնք վերջերս կիրառվել են «ճշգրիտ գյուղատնտեսության» (Precision agriculture) ոլորտում և աչքի են ընկել օգտագործման բարձր առաձգականությամբ, ցածր գործառնական ծախսերով և համեմատաբար ավելի բարձր տարածական ռեզոլյուցիայով (մինչև 1 սմ): ՀՀ-ում կառավարվող թռչող սարքերը առավել արդյունավետ է ներդնել խաղողի մեծ այգետարածություններում, օրինակ՝ «Տիեռաս դե Արմենիա» ՓԲԸ-ի պարագայում (խաղողի այգետարածքը՝ 450 հա), իսկ համեմատաբար փոքր (5-50 հա) խաղողի այգետարածքների համար առաջարկվում է օգտագործել անօդաչու թռչող սարքերը: Հաշվի առնելով Հայաստանի մասնատված խաղողի այգիները՝ գյուղացիական տնտեսությունները դժվարությամբ կարող են ներդնել նմանօրինակ սարքեր, այդ իսկ պատճառով անհրաժեշտ են պետական օժանդակության համապատասխան ծրագրեր:

⁷ Matese A. et al Intercomparison of UAV, Aircraft and Satellite Remote Sensing Platforms for Precision Viticulture. // Multidisciplinary Digital Publishing Institute, Basel, 2015, 7(3). - pp. 2984-2985

Շուկայական ազատ մրցակցության պայմաններում տնտեսավարող սուբյեկտների ֆինանսատնտեսական գործունեությունը սերտորեն կապված է գլխավոր ֆինանսական արդյունքի՝ շահույթի բացարձակ և հարաբերական ցուցանիշների հաշվարկման հետ: Շահույթի բացարձակ ցուցանիշների թվին են պատկանում համախառն, իրացումից, գործառնական և ոչ գործառնական գործունեությունից, սովորական գործունեությունից, արտասովոր դեպքերից շահույթը, ինչպես նաև զուտ շահույթը մինչև շահութահարկի գծով ծախսերի նվազեցումը և հարկումից հետո: Հարաբերական ցուցանիշներից հատկապես կարևորվում են՝ իրացվող արտադրանքի, սեփական կապիտալի, հիմնական գործունեության, ընդհանուր կապիտալի, ընթացիկ ակտիվների, ներդրումների, վաճառքի ծավալների շահութաբերության և շահույթի նորմայի գործակիցները: Շահութաբերության գործակիցները համադրում են ակտիվների և փոխառությունների կառավարման ցուցանիշները՝ գնահատելով վերջիններիս ազդեցությունը սեփական կապիտալի շահութաբերության վրա⁸: Երևանի «Շամպայն գինիների գործարան» ԲԲԸ-ի շահութաբերության մակարդակը բոլոր ցուցանիշների գծով, բացառությամբ հիմնական գործունեության և իրացվող արտադրանքի շահութաբերության, հաշվետու տարում (2015թ.) գերազանցել է բազիսային տարվան (2011թ.) և ամենաբարձրն է եղել վաճառքի ծավալի շահութաբերության համար: Այն կազմել է 5.87% և գերազանցել է բազիսային տարվա մակարդակին՝ 10.14%-ով: Ամենացածրն ընդհանուր կապիտալի շահութաբերությունն էր, որը բազիսային տարում կազմել է -1.65%, իսկ հաշվետու տարում աճել է 3.43%-ով:

«Պռոշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի շահութաբերության մակարդակը բոլոր ցուցանիշների գծով հաշվետու տարում (2015թ.), բացառությամբ իրացվող արտադրանքի և հիմնական գործունեության շահութաբերության, նախորդ տարվա համեմատ անկում է ապրել, ընդ որում ամենաբարձր ցուցանիշը գրանցել է հիմնական գործունեության շահութաբերությունը՝ 30.35%, իսկ ամենացածրը՝ ընդհանուր կապիտալի շահութաբերությունը՝ 2.21%: Վերջիններս՝ նախորդ տարվա ցուցանիշների համեմատ, գրանցել են համապատասխանաբար 4.48% աճ և 2.24% անկում:

«Վեդի-Ալկո» ՓԲԸ-ի շահութաբերության մակարդակը բոլոր ցուցանիշների գծով հաշվետու տարում (2015թ.) գերազանցել է նախորդ տարվան և ամենաբարձրն է եղել հիմնական գործունեության շահութաբերության համար: Այն կազմել է 41.49% և գերազանցել է նախորդ տարվա մակարդակին՝ 15.09%-ով: Ամենացածրը ընդհանուր կապիտալի շահութաբերությունն էր, որը նախորդ տարում կազմել է -1.34%, իսկ հաշվետու տարում աճել է 3.03%-ով:

2014թ. «Վեդի-Ալկո» ՓԲԸ-ի արագ իրացվելիության գործակիցը բավականաչափ բարձր էր և կազմել է 0.92 միավոր՝ հաշվետու տարվա (2015թ.) 0.85-ի փոխարեն (վերջինս նվազել է 6.80%-ով): «Պռոշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի պարագայում այն կազմել է 1.15՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 18.37%-ով: Երևանի «Շամպայն գինիների գործարան» ԲԲԸ-ի դեպքում այս ցուցանիշը հաշվետու տարում (2015թ.) բազիսային տարվա (2013թ.) նկատմամբ 44.90%

⁸ Բայադյան Ա. Ձեռնարկությունների ֆինանսական դրության գնահատումը: / Ասողիկ հր., Երևան, 2002. - էջ 116, 123

անկում է ապրել՝ կազմելով 0.92 միավոր: Այսպիսով, տնտեսավարող սուբյեկտներն ունեին դեբիտորական պարտքերի գծով սպասվելիք մուտքագրումներ, որոնց հիման վրա էլ կարող էին մարել կարճաժամկետ պարտավորությունների մի մասը: Աշխատանքի արտադրողականության ամենաբարձր՝ 26.5 մլն դրամ ցուցանիշը գրանցվել է «Պոռշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի պարագայում, չնայած նախորդ տարվա համեմատ գրանցված 16.96% անկմանը:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «Ալկոհոլային խմիչքների արտադրության զարգացման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» գլխում ուսումնասիրվել է ալկոհոլային խմիչքների տնտեսական նշանակությունը ՀՀ-ում, արտադրությունը և սպառումը, արտահանումը և ներմուծումը, ալկոհոլային խմիչքների վրա մեկ շնչի հաշվով կատարված տարեկան ծախսերը, խաղողի զբաղեցրած այգետարածքները և բերքատվությունը, խաղողի այգետարածքների տեղաբաշխումը ըստ ՀՀ մարզերի, ռիսկերի կառավարման գործընթացները «Կարլսբերգ» զարեջրագործական ընկերությունում, զարգացած երկրներում ալկոհոլային խմիչքներ արտադրող ընկերությունների մարքեթինգային գործունեությունը կարգավորող կանոնակարգերը, «Պեռնո Ռիկար» ընկերության «Smart Barometer» նորարար առցանց գործիքակազմը, խաղողի 1 կգ-ի միջին մանրածախ և գյուղացիական տնտեսությունների կողմից իրացվող գինը, ՀՀ կառավարության՝ «Արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության» ռազմավարությունը, ՀՀ ալկոհոլային խմիչքների շուկայի ներկա վիճակը և զարգացման հիմնախնդիրները, կոնյակագործությունը բնութագրող հիմնական տնտեսական ցուցանիշները, կոնյակի արտահանումը և ներմուծումը, կոնյակի, գինու, օղու, գարեջրի պահանջարկի վրա ազդող գործոնների միջև եղած կոռելացիոն կապերի ուժգնությունը, ալկոհոլային խմիչքների արտադրությունը ՀՀ արտաքին տնտեսական կապերի համատեքստում:

ՀՀ-ում արտադրվում և լայն սպառում ունեն ալկոհոլային գրեթե բոլոր խմիչքները՝ կոնյակը, գարեջուրը, օղին, գինին, սակայն այս շարքում կոնյակն առանձնահատուկ տեղ ունի, որովհետև ինչպես խաղողը, այնպես էլ կոնյակը համարվում են Հայաստանի խորհրդանիշերից մեկը: Բոլոր ժամանակներում Հայաստանը հայտնի է եղել իր կոնյակով և հայկական կոնյակը շատ երկրներում շարունակում է մնալ մեր երկրի այցեքարտը: Անցած ժամանակահատվածում հայկական կոնյակագործությունը զարգացավ և լայն ճանաչում ստացավ: ՀՀ-ում կոնյակի արտադրությունը 2004-2016թթ. աճել է և բաղադրյալ միջին տարեկան աճի տեմպը կազմել է 10%: Մյուս կարևոր ցուցանիշն այն է, որ 2009-2013թթ. կոնյակի արտադրության միջին մակարդակը 2004-2008թթ. նույն ցուցանիշի համեմատությամբ ավելացել է 4.3 մլն լիտրով կամ 39%-ով: Կոնյակի արտադրության աճը պայմանավորված է մի շարք գործոններով, այդ թվում՝ խաղողի այգետարածքների ընդլայնումը, բերքատվության աճը, համախառն բերքի աճը, ապրանքայնության և ապրանքային արտադրանքի աճը (աղյուսակ 1): ՀՀ-ում կոնյակի ներմուծումը և արտահանումը 2004-2016թթ. բնորոշվել է աճող միտումով: 2004-2016թթ. կոնյակի ներմուծման բաղադրյալ միջին տարեկան աճի տեմպը կազմել է 26%, մինչդեռ նույն

Ժամանակահատվածում կոնյակի արտահանման նույն ցուցանիշը կազմել է 10%⁹: ՀՀ-ում կոնյակի սպառումը 2012-2015թթ. նվազել է 3.5%-ով: Հայկական կոնյակագործների հիմնական խնդիրներն են՝ գնային քաղաքականությունը, գյուղացիական տնտեսությունների և մթերողների միջև երկարատև պայմանագրային հարաբերությունների հաստատումը: Ալկոհոլային խմիչքների հումքի ձեռքբերման հետ կապված առկա են մի շարք խնդիրներ՝ մաքրաստրո խաղողի այգիների և հումքի գրեթե բացակայություն, մեծ ֆերմերային տնտեսությունների խիստ պակաս, ագրոարդյունաբերական ինտեգրացման և երկարաժամկետ պայմանագրային հարաբերությունների գրեթե բացակայություն:

Արտադրության ոլորտի խնդիրների շարքին են դասվում՝ ոլորտում նոր մարդկային ռեսուրսների սահմանափակ ներհուսքը և ցածր որակավորումը, կադրերի վերապատրաստման գործի բացակայությունը, մաքրաստրո այգիների և տնկարանների շատ փոքր տարածքները, էլեկտրոնային տեղեկատվական տվյալների բացակայությունը:

Աղյուսակ 1.

Ալկոհոլային խմիչքների արտադրությունը և սպառումը ՀՀ-ում^{10, 11, 12, 13, 14}

Արտադրանք	Չափման միավոր	Արտադրություն				Սպառում		
		2011	2013	2015	2016	2011	2013	2015
Օղի	1000 լ.	9106	9906	9349	8136	229	185	188
Կոնյակ	-.-	15342	20285	16948	21529	18	18	18
Գինի	-.-	6178	6422	5932	6810	1181	393	876
Շամպայն գինի	-.-	623	536	658	713	24	21	21
Գարեջուր	-.-	14744	19848	20687	18538	999	1269	1603

Որակի կառավարման և ստանդարտների ոլորտի հիմնական խնդիրներն են՝ իսկության ստուգումների անբավարար մակարդակ, «Հայկական կոնյակ»

⁹ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը հունվար-դեկտեմբերին: // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2017. - էջ 239, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2016. - էջ 251, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2015. - էջ 249, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2014. - էջ 248, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2013. - էջ 252, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2012. - էջ 238, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2011. - էջ 206, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2010. - էջ 52, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2009. - էջ 51, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2008. - էջ 54, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2007. - էջ 62, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2006. - էջ 63, // ՀՀ ԱՎԾ, Եր., 2005. - էջ 70

¹⁰ Արդյունաբերական կազմակերպություններում հիմնական արտադրատեսակների թողարկումը բնեղեն արտահայտությամբ: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2011. - էջ 7, 2014. - էջ 7, 2016. - էջ 7

¹¹ Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2011. - էջ 239, 2013. - էջ 248, 2015. - էջ 251, 2016. - էջ 239

¹² Տնային տնտեսությունների կենսամակարդակի ամբողջացված հետազոտության անվանագրված միկրոտվյալների բազա, տանը սպառված սննդամթերք: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2011, 2013, 2015, <http://armstat.am/am/?nid=452>

¹³ Recorded alcohol per capita consumption, from 2000. // World Health Organization, Geneva, 2016, <http://apps.who.int/gho/data/node.main.A1026?lang=en>

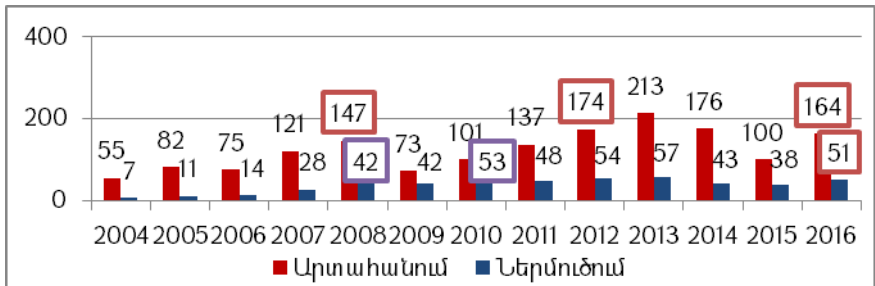
¹⁴ APPENDIX I: Alcohol consumption. // World Health Organization, Geneva, 2014. - p. 301

վաճառվող արտադրանքում ներմուծված կոնյակի սպիրտերի կամ այլ հումքից սպիրտերի լայնորեն օգտագործում, հայկական կոնյակի արտադրության բաղադրիչների բացակայության պարագայում հայկական կոնյակի արտադրություն և արտահանում, միջազգային չափանիշներին չհամապատասխանող որակի ստանդարտներ, «Հայկական կոնյակ» դասակարգման օգտագործման հետ կապված օրենսդրական խնդիրներ, հայկական և միջազգային ստանդարտների նույնականացման պակաս: Օժանդակ նյութերի ձեռքբերման և շալցման ոլորտում առկա խնդիրներն են՝ ժամանակակից տարափաթեթավորման ինդուստրիայի գրեթե բացակայություն և ներմուծումներին ապավինում (հիմնականում Ֆրանսիայից և Իտալիայից): «Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ» ընկերությունն ապահովված է բարձրակարգ մասնագետներով և սարքավորումներով, այդ թվում՝ շալցման իտալական ժամանակակից հոսքագծերով, որի արդյունքում ստացվում է բարձրորակ արտադրանք: «Պռոշյակի կոնյակի գործարանը» համագորակցում է շիշ արտադրող ընկերությունների հետ (շեքեր և տարաները հիմնականում ձեռք են բերվում ռուսական շուրջ 20 ընկերություններից), փոխադրող ընկերությունների հետ, խցան արտադրողների հետ (Պորտուգալիայից, Իտալիայից), պիտակները ներմուծվում են Ուկրաինայից, իսկ տպագրական աշխատանքները իրականացվում են ՀՀ-ում:

Հայկական ակոհոլային խմիչքների մարքեթինգի և բաշխման կազմակերպման ոլորտում առկա են մի շարք խնդիրներ՝ ագրոմարքեթինգի ներդրման անբավարարությունը արտադրության և վերամշակման ոլորտներում, գնագոյացման դրվածքի անբավարարությունը՝ մանրածախ գների և գյուղացիական տնտեսությունների գների ոչ համարժեք հարաբերակցությունը, նոր շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս և անբավարար մարքեթինգային կարողություններ, տրանսպորտային փոխադրումների խնդիր՝ Ռուսաստան դուրս գալու միայն մեկ ճանապարհ, որը բացասաբար է ազդում մատակարարման անընդհատության և գնագոյացման վրա (Վերին Լարսի անցակետի ծանրաբեռնված աշխատանքային ռեժիմը)¹⁵: ՀՀ ակոհոլային խմիչքների ոլորտի զարգացման նպատակով կառավարությունը պետք է ներդրումներ իրականացնի որակի ապահովման, նոր շուկաներ մուտք գործելու, արտադրության ծավալների ընդլայնման, տրանսպորտային ենթակառուցվածքների և մատակարարման շղթայի զարգացման ուղղություններով: Որակի վերահսկման միջազգային համակարգի ներդրումը ՀՀ-ում կնպաստի կոնյակի բույրի մաքուր լինելուն, համապատասխանությանը օգտագործված խաղողի սորտին, կողմնակի բույրային երանգների բացառմանը: Այդ պարագայում կոնյակի համը կլինի մաքուր, թեթև, ցածր էքստրակտիվությամբ և թարմացնող ու կբացառվի բորբոսային, քացախային, իզաբելային, մուսկատային և այլ կողմնակի երանգների օգտագործումը, որոնք հատուկ չեն կոնյակի գինենյութերի արտադրությունում օգտագործվող սորտերին: Անհրաժեշտ է պատշաճ կերպով մշակել և ներդնել ակոհոլային խմիչքների արտահանման քարտեզագրումը, որը հստակ կերպով կներկայացնի յուրաքանչյուր երկիր արտահանման ամենառեսուրսախնայող և

¹⁵ Կոնյակագործություն: Ոլորտային ռազմավարություն 2011-2020: // ՀՀ կառավարություն, Երևան, 2012. - էջ 20-24

ամենաարդյունավետ ճանապարհները: ՀՀ կառավարությունը ծրագրում է զգալիորեն ավելացնել կոնյակի արտահանման ծավալները՝ 2020թ. այն հասցնելով 250-300 մլն ԱՄՆ դոլար: Առկա է որոշակի թերահավատություն այս ծրագրերի նկատմամբ, քանի որ պլանավորված աճն ապահովված չէ պատշաճ քանակությամբ հումքի բազայով: Այնուամենայնիվ, կառավարությունը որոշակի քայլեր է ձեռնարկում կոնյակի արտահանման դիվերսիֆիկացման ուղղությամբ (գծապատկեր 2): Ծրագրով նաև ենթադրվում է կոնյակի արտահանման կառուցվածքում ՌԴ մասնաբաժնի նվազում (ներկայիս 90%-ից նվազեցնելով մինչև 65%՝ 2020թ.-ին)¹⁶: Տրանսպորտային ենթակառուցվածքների և մատակարարման շղթայի զարգացման տեսանկյունից կարևորվում է ՀՀ կառավարության և շահագրգիռ, միջազգային դոնոր կազմակերպությունների կողմից համատեղ ծրագրերի արդյունավետ իրականացումը, ինչպիսիք են՝ հյուսիս-հարավ ճանապարհային մայրուղու շինարարությունը, Հայաստան-Իրան երկաթգծի կառուցումը (այդ ծրագրում Չինաստանի ներգրավվածության հարցը) և այլն:



Գծապատկեր 2. Ալկոհոլային խմիչքների արտահանումը և ներմուծումը ՀՀ-ում (մլն ԱՄՆ դոլար)¹⁷

1997-2015թթ. եռամսյակային և տարեկան տվյալների հիման վրա, STATA ծրագրի օգնությամբ հաշվարկելով բազմաչափ գծային և կրկնակի լոգարիթմական ռեգրեսիոն մոդելներ՝ բացահայտվել են ՀՀ բնակչության մեկ շնչի հաշվով կոնյակի, գինու, օղու և գարեջրի պահանջարկի վրա ազդող գործոնների միջև եղած կոռելացիոն կապերի ուժգնությունը (կոնյակի, գինու, օղու, սպառման բազմաչափ ռեգրեսիայի կրկնակի լոգարիթմական մոդելներում ուղղվել են ավտոկորելացվածության, մուլտիկոլինարության և հետերոսկեդաստիկության խնդիրները): Մասնավորապես կոնյակի սեփական գնային առաձգականությունը (UԳԱ) = -0.269, հետևաբար կոնյակի իրական եռամսյակային գնի յուրաքանչյուր 1% աճ հանգեցնում է մեկ շնչի հաշվով կոնյակի եռամսյակային սպառման 0.269% անկման, մնացած ամեն ինչ թողնելով հաստատուն: Պահանջարկի սեփական գնային առաձգականության գործակիցը բացարձակ արժեքով փոքր էր 1-ից, այսինքն կոնյակը բնորոշվել է ոչ առաձգական պահանջարկով: Կոնյակի բազմաչափ ռեգրեսիայի կրկնակի լոգա-

¹⁶ Գյուղատնտեսության և գյուղական շրջանների զարգացման ոլորտների գնահատումն Արևելյան գործընկերության երկրներում: // ԴԳԿԻ Եվրոպայի և Կենտրոնական Ասիայի տարածաշրջանային գրասենյակ, Հունգարիա, 2012. - էջ 19

¹⁷ UN Comtrade *SITC Code 112: Alcoholic beverages, <https://comtrade.un.org>

րիթմական մոդելում ընդգրկված գործոնների միջև առկա է բարձր ուժգնությամբ կապ ($R = 0.732$), իսկ կոնյակի պահանջարկի տատանումների 53.5% է պայմանավորված մոդելում ընդգրկված գործոնների համատեղ տատանումներով, իսկ մնացած 46.5% պայմանավորված է այլ և պատահական գործոններով: Գինու խաչածն առածգականությունը ($ԽԱ_զ$) = 0.794, հետևաբար գինու իրական եռամսյակային գնի յուրաքանչյուր 1% աճի պարագայում մեկ շնչի հաշվով կոնյակի եռամսյակային սպառումն ավելանում է 0.794%, մնացած ամեն ինչ թողնելով հաստատուն: Օղու խաչածն առածգականությունը ($ԽԱ_օ$) = 0.530, հետևաբար օղու իրական եռամսյակային գնի յուրաքանչյուր 1% աճի պարագայում մեկ շնչի հաշվով կոնյակի եռամսյակային սպառումն ավելանում է 0.530%, մնացած ամեն ինչ թողնելով հաստատուն: Գինու բազմաչափ ռեգրեսիայի կրկնակի լոգարիթմական մոդելում ընդգրկված գործոնների միջև առկա է բարձր ուժգնությամբ կապ ($R = 0.838$), ընդ որում գինու պահանջարկի տատանումների 70.3%-ն է պայմանավորված մոդելում ընդգրկված գործոնների համատեղ տատանումներով, իսկ մնացած 29.7%-ը պայմանավորված է այլ և պատահական գործոններով:

Աղյուսակ 2.

Կոնյակի, գինու, օղու սպառման բազմաչափ ռեգրեսիայի կրկնակի լոգարիթմական մոդելների արդյունքները^{18, 19}

Անկախ փոփոխականներ	Գործակիցներ			t			P> t		
	Մոդելներ			Մոդելներ			Մոդելներ		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Իրական գներ									
Գարեջուր	X	9.6	-2.5	X	3.0	-2.6	X	0.03	0.01
Գինի	0.8	-4.8	-0.2	2.5	2.5	-0.8	0.02	0.06	0.40
Կոնյակ	-0.3	3.2	0.1	-0.6	0.6	0.3	0.55	0.09	0.80
Շամպայն	0.03	0.7	1.5	0.1	-0.3	2.9	0.96	0.77	0.01
Օղի	0.5	-2.0	-0.3	1.8	-0.9	-0.6	0.07	0.43	0.52
Մեկ շնչին բաժին ընկնող եկամուտ	-0.4	-2.4	X	-0.7	-2.4	X	0.49	0.07	X
Հաստատուն գործակից	0.5	0.6	5.7	-0.8	0.1	1.1	0.43	0.95	0.26
R ²	0.5	0.7	0.3	X	X	X	X	X	X
F-թեստ	10.24	1.97	3.18	X	X	X	X	X	X
P-արժեքը>F	0.0	0.2	0.0	X	X	X	X	X	X

Unity 3D, Blender, Vuforia ծրագրերի և JavaScript, C# ծրագրավորման լեզուների կիրառմամբ ստեղծվել են նոր հեղինակային ProshyanAR և ProshyanBrandyAR Android հավելվածները, որոնք հնարավորություն են ընձեռում ցանկացած պատկեր

¹⁸ Movsisyan S. Empirical estimation of per capita brandy demand in Armenia. // Annals of Agrarian Science, Tbilisi, 2017(1). - pp. 103-108

¹⁹ Мовсисян С., Аветисян А. Несколько вопросов по повышению конкурентоспособности армянских вин на рынках стран ЕАЭС. // КубГАУ, Краснодар, 2016. - с. 7-13

սքանավորելիս լսել և տեսնել ուղեկցող տեսաձայնային հաղորդագրություններ, կենդանացնել երկչափ և եռաչափ շարժական անիմացիայի պատկերներ (նկար 1):



Նկար 1. ա) Հեղինակի կողմից ստեղծված ProshyanAR Android հավելվածը և բ) կիրառական օրինակը

Եռաչափ և երկչափ տեսաձայնային, շարժական պատկերների վրա հիմնված թվային գրքերը կարող են օգտագործվել ամրապնդելու նպատակով խաղողագործների և ուսանողների պրակտիկ գիտելիքները խաղողագործության, գյուղատնտեսական մեքենաների, սարքավորումների մասերի և կիրառական առանձնահատկությունների վերաբերյալ: Մյուս կողմից, այս գրքերը կարող են նաև շատ արդյունավետ մարքեթինգային գործիք ծառայել հաճախորդների ներգրավման և վաճառքի խթանման նպատակով:

Ատենախոսության երրորդ՝ «Ալկոհոլային խմիչքների շուկայի զարգացման և տնտեսական արդյունավետության բարձրացման հիմնախնդիրների լուծման ուղիները ՀՀ-ում» գլխում ներկայացվել են ալկոհոլային խմիչքների արդյունավետության բարձրացման տնտեսական, տեխնիկատեխնոլոգիական, բնական ռեսուրսների, ապրանքարտադրողի կուլտուր-տեխնիկական հիմնախնդիրների լուծման հիմնական ուղղությունները, մրցունակության բարձրացման հիմնական ուղիները:

Ալկոհոլային խմիչքների շուկան բնութագրվում է բազմաբարդ տնտեսական կապերի, փոխհարաբերությունների, իրավիճակային գնահատումների, օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ գործոնների, դրանց առաջնահերթությունների և սպառնալիքների ու ներդրումների նպատակահարմարության հնարավորությունների, տնտեսական և ազգային անվտանգության, ներքին և արտաքին սպառնալիքներին դիմագրավման, ինչպես նաև ազգային ռազմավարության և մարտավարության կառավարության ծրագրային նոր լուծումների միջոցով և այլն:

Վերոնշյալ գործոնները բազմաթիվ են, տարատեսակ և պահանջում են ուսումնասիրության ուրույն մեթոդաբանություն, համաձայն որի՝ դրանք բաժանվում են 4 խմբի՝ տնտեսական և տեխնիկատեխնոլոգիական պայմաններ և գործոններ, բնական ռեսուրսներ, ապրանքարտադրողի կուլտուր-տեխնիկական մակարդակ: Վերջիններս տիպական են ոչ միայն ամբողջ գյուղատնտեսության և պարենային հիմնախնդիրների, այլև խմիչքների էկոնոմիկայի, շուկայի, մերչանդայզինգի, գլոբալ մատակարարման շղթաների և էլեկտրոնային կոմերցիայի առումով:

Համամիտ լինելով ներկայացված դասակարգմանը, նշենք որ խմիչքների շուկայում դրանք ունեն իրենց ընդհանրությունները և առանձնահատկությունները: Ընդհանրություններից հատկանշական են՝ տնտեսական ներքին կյանքում և արտաքին արենայում ձևավորվող միջպետական հարաբերությունների բարդա-

ցումը, լոգիստիկ հնարավորությունների մեծացմանը զուգընթաց ազգային սահմանների վտանգվածությունը, բարձր ծախսատարությունը, միջպետական մաքսային անցակետերի ծանրաբեռնված աշխատանքային ռեժիմը, երկաթուղային տրանսպորտի օգտագործման սահմանափակ հնարավորությունները, հայ-ադրբեջանական տրանսպորտային զարկերակի շրջափակումը, համաշխարհային խոշոր տնտեսական միավորումների կողմից Իրանի նկատմամբ կիրառվող առևտրային էմբարգոն, միջազգային սերտիֆիկացման չափանիշների տարբերությունները, կազմակերպությունների առանձնահատկությունները և այլ գործոններ:

Տնտեսական գործոններն այսօր կարևորվում են միջազգային ինտեգրման դժվարությունների, երկրների զարգացման տարբեր մակարդակների, կրոնական դավանանքի տարբերությունների, մակրոտնտեսական կայունության, կապիտալի ներհոսքի, ագրոարդյունաբերական ինտեգրման ցածր մակարդակի և կողմերի միջև շահերի ներդաշնակության գրեթե բացակայության, ֆինանսական ռեսուրսների արտահոսքի փոքրացման ցածր հնարավորությունների, գնագոյացման խնդիրների տեսանկյունից: Վերջիններս ակտիվլային խմիչքների արտադրության ոլորտում կարելի է դասակարգել հետևյալ խմբերում.

1. Տնտեսական և ագրարային քաղաքականության հիմնական գերակայությունների համատեքստում խմիչքների կարևորության առանձնացումը:

2. Ապրանքարտադրողների տնտեսական ազատությունը, մարդկային հնարավորությունները, ագրոարդյունաբերական ինտեգրման պակասությունից եկող մարտահրավերներ:

«Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ»-ը ունի բարձր նյութատեխնիկական հագեցվածությամբ գիտահետազոտական կենտրոն, դեգուստացիոն սարքավորումներ և ասպիրանտների, մագիստրոսների համար անվճար հիմունքներով կազմակերպում է սոմատոգրաֆիայի հետ կապված բոլոր տեսակի անալիզները: «Երևանի Գարեջուր» ընկերությունը կարևորեց հայկական ուսումնական հաստատությունների նյութատեխնիկական հնարավորությունների բարելավումը: Աշխատակիցների մասնագիտական կարողությունների բարելավմանը մեծապես կնպաստի նաև ոլորտի կազմակերպությունների մասնակցությունը որակավորումների, չափորոշիչների, ուսումնական ծրագրերի և ուսուցողական նյութերի մշակմանը: Այս տեսանկյունից կարևորվում է նաև ուսումնական հաստատությունների ծրագրերի վերանայումը, որը պետք է հիմնված լինի շուկայում պահանջված գիտելիքների ու հմտությունների վրա: 2016թ. «Պոռշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի աշխատակիցների թիվը նախորդ տարվա համեմատ աճել է 5%-ով և կազմել է 294, այդ թվում՝ 32 սեզոնային և 262 հիմնական աշխատողներ: «Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ», «Պոռշյանի կոնյակի գործարան», «Երևանի Գարեջուր» ընկերությունները կարևորեցին խմիչքների արտադրության էկոնոմիկայի և շուկայում տնտեսական անվտանգության հիմնախնդիրների լուծման մակրո, միկրո, մեցցո և նանո տնտեսական լծակների օգտագործումը:

2016թ. գարեջրի ընդհանուր արտադրական ծավալները ՀՀ-ում կազմել են տարեկան 1.9 մլն դկլ²⁰: Ոլորտում աշխատող անձնակազմի թիվը կազմել է 885

²⁰ ՀՀ սոցիալ տնտեսական վիճակը 2016թ. հունվար-դեկտեմբերին: // ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2017. – էջ 239

մարդ, ընդ որում՝ «Երևանի Գարեջուր» ՓԲԸ-ի աշխատակիցների թիվը կազմել է 640: 2015թ. առաջատար զարեջրագործական ընկերություններն էին՝ «Երևանի Գարեջուր» ՓԲԸ (47%), «Գյումրի գարեջուր» ՍՊԸ (17.2%), «Կոտայք» գարեջրի գործարան» ՍՊԸ (6.2%)²¹: 2015թ. «Երևանի Գարեջուր» ՓԲԸ, «Գյումրի գարեջուր», «Կոտայք» գարեջրի գործարան» ՍՊԸ-ները համարվել են գարեջրի շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող, քանի որ ընկերությունների կողմից իրացված արտադրանքի ծավալները կազմել են շուկայի ավելի քան երկու երրորդը (70.4%)^{22, 23, 24}:

Հանրապետության գյուղացիական տնտեսություններին պատկանող հողակտորների փոքր չափերը և կտրտվածությունը դժվարացնում են գյուղատնտեսական արտադրության արդյունավետությունը, և այստեղ արտադրական միջոցների կոոպերացումը կարող է դառնալ խնդրի լուծման հիմնական ուղիներից մեկը: Ընդ որում, փոքր չափեր ունեցող գյուղացիական տնտեսություններին բաժին է ընկնում ընդհանուր հողակտորների 97.2%-ը, այլ սուբյեկտներին՝ 2.8%, իսկ հողատարածքի միջին չափը՝ 1.4 հա²⁵:

Միջազգային փորձից ելնելով՝ ագրոպարենային համալիրի ճյուղերի զարգացմամբ և գյուղատնտեսության ոլորտում ինտենսիվ սարքավորումների ներդրմամբ հնարավոր է նվազեցնել գյուղացիական տնտեսությունների քանակը, նպաստել հողակտորների խոշորացմանը, արդյունավետ տնտեսավարմանը: Այս տեսանկյունից առանձնակի կարևորություն է ստանում գյուղատնտեսական կոոպերատիվների հիմնումը, գործընկերային հարաբերությունների խթանումը խաղողագործական տնտեսությունների, մթերող կազմակերպությունների, պետության, արտասահմանյան երկրների և միջազգային կազմակերպությունների միջև: Գյուղատնտեսական կոոպերատիվների հաջողությունը նաև մեծապես կախված է «սոցիալական կապիտալ» (միջանձնային հարաբերություններ) հասկացության հետ: Առաջին անգամ ՀՀ-ում «Երվանդաշատ» կոոպերատիվի օրինակով ուսումնասիրվել է ֆերմերների կողմից գյուղատնտեսական կոոպերատիվ հիմնելու որոշման վրա անդամների և ղեկավարության միջև եղած միջանձնային վստահության ազդեցությունը: Կոոպերատիվների անդամների միջև միջանձնային կայուն հարաբերությունները նաև կարևորվում են հումք արտադրողների և վերամշակողների միջև երկուստեք շահավետ հարաբերություններ կառուցելու տեսանկյունից²⁶:

²¹ 2013թ. տարեկան գործունեության ծրագիր: // ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողով, 2013.- էջ 7

²² «Գյումրի-Գարեջուր» ՍՊԸ-ի 2012թ. ֆինանսական հաշվետվություններ: // ՀՀ հրապարակային ծանուցումների պաշտոնական ինտերնետային կայք, Երևան, 2013, <https://www.azdardar.am/announcements/org/129/00019055/>

²³ «Կոտայք Գարեջրի Գործարան» ՍՊԸ-ի 2015թ. ֆինանսական հաշվետվություններ: // ՀՀ հրապարակային ծանուցումների պաշտոնական ինտերնետային կայք, Երևան, 2015, <https://www.azdardar.am/announcements/org/129/00181866/>

²⁴ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք: // ՀՀ Ազգային ժողով պաշտոնական կայք, Երևան, 2013, <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4903&lang=arm>

²⁵ Գյուղատնտեսության և գյուղական շրջանների զարգացման ոլորտների գնահատումն Արևելյան գործընկերության երկրներում: // ՊԳԿ-ի Եվրոպայի և Կենտրոնական Ասիայի տարածաշրջանային գրասենյակ, Հունգարիա, 2012.- էջ 7

²⁶ Movsisyan S. Peculiarities and Problems of Introducing Agricultural Cooperatives in the Republic of Armenia. // Armenian Economic Association, Yerevan, 2015. - pp. 79-80

Կարևորվում է արտադրության և աշխատանքի կազմակերպման առաջադիմական ձևերի ներդրումը ագրոարդյունաբերական համալիրի, լոգիստիկայի և առևտրի ոլորտում: «Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ» ընկերության գիտահետազոտական կենտրոնում մշտապես հետազոտություններ են իրականացվում, այնտեղ գործում է խոշոր գրադարան, որտեղից կարող են օգտվել ինչպես աշխատակիցները, այնպես էլ ուսանողները, հետազոտողները:

«Կոդեքս Ալիմենտարիոսի» ստանդարտները վերաբերում են սննդամթերքի տարբեր տեսակներին, սննդի հիգիենային, սննդային հավելումներին, պեստիցիդների և անասնաբուժական դեղորայքի մնացորդային քանակներին, աղտոտիչներին, մակնշմանը, վերլուծության և նմուշառման մեթոդներին, սննդամթերքի ներմուծման և արտահանման վերահսկողության և հավաստագրման համակարգերին: Կոդեքսի ստանդարտները նպատակ ունեն պաշտպանելու սպառողների առողջությունը և երաշխավորելու սննդամթերքի բարեխիղճ առևտուրը:

Վերջին տասնամյակը ՀՀ-ի համար անցումային ժամանակաշրջան էր: Տնտեսական համակարգի ընդհանուր ազատականացման սկզբնական փուլն անխուսափելիորեն ուղեկցվում էր բնակչության կենսամակարդակի անկմամբ, դրամի արժեզրկմամբ, գործազրկության աճով, միգրացիայի ակտիվացմամբ և այլ անցանկալի երևույթներով, որոնք պետք է հաղթահարվեն նոր և առավել արդյունավետ մեթոդներով և եղանակներով, որպեսզի անցումային ժամանակաշրջանին բնորոշ ցնցումներն առավելագույնս մեղմ ու հանդարտ անցնեն: Վերոնշյալ խնդիրների լուծման տեսանկյունից հատկապես կարևորվում են հետևյալ տեխնիկատեխնոլոգիական գործոնները և պայմանները՝

1. Արտադրության, վերամշակման, պահպանման, փաթեթավորման, սպառողներին հասցնելու գործընթացների տեխնիկայի և տեխնոլոգիայի միջազգային ստանդարտներին համապատասխանությունը:

2. Հումքի արտադրության, իրացման, վերամշակման, խմիչքների փաթեթավորման միջոցների ստանդարտների կիրառման նորամուծությունները:

3. Ֆերմերային տնտեսությունների համար տեխնիկական know-how-ի, ինտերնետ կապի մատչելիության ապահովումը, ինտրանետ ծառայությունների ստեղծումը:

4. Խաղողի մշակության ծախսերի նվազեցման և բիզնեսի գրավչության մեծացման կամ հաճելի դարձնելու նպատակով ագրոարդյունաբերական ինտեգրացիայի համակարգում միավորել արտադրողի, վերամշակողի և պետության ջանքերը:

5. Հողի տնտեսական գնահատում, խաղողի հումքի և խմիչքների արտադրության որակի համատեքստում՝ հողի բուֆերականություն, ռենտա, հողային լուծույթի ռեակցիա (PH), հողի ստրուկտուրա, հողի քիմիայի բարելավում:

Ալկոհոլային խմիչքների իրացման հիմնախնդիրների կարգավորումը սերտորեն կապված է Վրաստանը և Ռուսաստանը իրար կապող երկաթգծի աբխազական հատվածի վերաբացման, Իրանի նկատմամբ միջազգային պատժամիջոցների վերացման, ԵՏՄ-ին նոր երկրների անդամակցության հետ: Պատժամիջոցները խոչընդոտում են Իրան-Հայաստան անդրսահմանային առևտրին: Վերջին տարիներին Իրանի հետ առևտուրը 50-60% անկում է ապրել: Հայաստանը դադարեցրել է փոխարդյունները Պարսից ծոցի Բանդար Աբբաս նավահանգստից, քանի որ

փոխադրող ընկերությունները հրաժարվում էին ապրանքներ տեղափոխել իրանական նավահանգիստ և Հայաստանը ստիպված է ծովային փոխադրումներն իրականացնել Բաթումի և Փոթիի նավահանգիստներից²⁷: 2016թ. Հայաստանն արտահանել է 164 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ոգելից խմիչք: Արտահանվող ոգելից խմիչքի մեջ ամենամեծ բաժինն ուներ կոնյակը՝ 88%: Այլ ոգելից խմիչքներից համեմատաբար մեծ բաժին ունեին և հեռանկարային էին խաղողի գինին՝ 4% և այլ մրգերից պատրաստված գինիները՝ 3%: Ոգելից խմիչքի ամենամեծ շուկան Ռուսաստանն էր, որտեղ սպառվել է այս կատեգորիայի արտահանումների 81%-ը: Երկրորդ ամենաշատ ներմուծողը Բելառուսն էր, սակայն Բելառուսի դեպքում իրավիճակը մի փոքր այլ էր: Այդ երկիրը ներմուծում էր հումք և արտադրում էր կոնյակ տեղում՝ Հայաստանի կոնյակ արտադրող ամենամեծ գործարաններից մեկի՝ «Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ» ԲԲԸ-ի համագործակցությամբ: Այսպիսով, բացի Ռուսաստանից, ԵՏՄ այլ երկրներ արտահանումները գործնականում հավասար են գրոյի: Հիմնվելով գոյություն ունեցող արտադրական հզորությունների և առկա շուկաների վերլուծության վրա՝ ԵՏՄ-ում շուկաների ընդլայնման ամենամեծ հնարավորություններ ունեն կոնյակը, գինին և մրգային գինիները: Ամենակայացածը հայաստանյան կոնյակի արտահանման շուկաներն են: 2016թ. Հայաստանից արտահանվել է 144 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ կոնյակ: 2016թ. Ռուսաստանում կոնյակի ներմուծման շուկան 276 մլն ԱՄՆ դոլար էր: Ֆիզիկական ծավալների և մաքսային արժեքի տեսանկյունից, Հայաստանը ամենամեծ կոնյակ ներմուծողն էր Ռուսաստանում: Ռուսաստանի շուկա է մատակարարվել 17 մլն լ (120 մլն. ԱՄՆ դոլար արժողությամբ) հայաստանյան կոնյակ, երկրորդ տեղում էր ֆրանսիական կոնյակը՝ 7 մլն լ: ՌԴ շուկայի լրացուցիչ ընդլայնումը հնարավոր է 2 հիմնական ճակատներում՝ օգտագործել և ընդլայնվել բարձրարժեք կոնյակի սեգմենտում և մրցակցել ֆրանսիական կոնյակի՝ 106 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ շուկայի ծավալի հետ, արձագանքել վաճառքի բազմազանեցման հնարավորություններին և ընդլայնվել ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող մատակարարների ավելի ցածրարժեք սեգմենտում: Ոգելից խմիչքի ընդհանուր շուկայում նիշային սեգմենտ ունեն մրգային գինիները: Այս կատեգորիայում Հայաստանի արտահանումները 2016թ. կազմել են 1.1 մլն լ, վաճառքի գինը՝ 2.6 մլն ԱՄՆ դոլար: Տարբեր մրգային գինիների (խաղողից բացի) ԵՏՄ արտահանումները 2016թ. կազմել են 48.6 մլն ԱՄՆ դոլար: Այս սեգմենտի ամենախոշոր արտահանողները Լիտվան, Մոլդովան և Իտալիան են: ՌԴ-ն նույնպես մրգային գինիների խոշոր արտադրող և արտահանող է²⁸:

Բարձրաշխարհիկ հասարակության համար արժանապատիվ հայկական ալկոհոլային խմիչքներ ներկայացնելու և նոր բրենդ ստեղծելու փայլուն օրինակ է «Svaneke Armenian Wild Flower Honey Ale» գարեջուրը: Գարեջուրն արտադրվել է Դանիայի Բորնհոլմ կղզում տեղակայված «Svaneke Bryghus» դանիական գարեջրագործական ընկերության կողմից՝ Դանիայի և Նորվեգիայի Թագավորություններում ՀՀ դեսպանության նախաձեռնությամբ: Գարեջուրը պատրաստվում է անգույն, մուգ

²⁷ Եվրասիական տնտեսական միության (ԵՏՄ) տարածքում նոր տնտեսական հնարավորությունների բացահայտում: // ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, Երևան, 2016.- էջ 95

²⁸ ՄԱԿ-ի արտաքին առևտրի տվյալների բազա (Comtrade), <https://comtrade.un.org/data/>

գույնի և կարամելացված ածիկից, ամերիկյան գայլուկից և հայկական վայրի ծաղկի մեղրից, թնդությունը՝ 4.8%: Տարեկան արտադրվում և սպառվում է 700 լ գարեջուր: Վերջինս հիմնականում ձեռք է բերվում Svaneke Bryghus ռեստորանից: Գարեջրի հիմնական սպառողները Դանիայի հայկական համայնքը, սիլոուքահայերը, արտասահմանյան դիվանագիտական ներկայացուցիչները և Բորնհոլմ կղզին այցելող զբոսաշրջիկներն են: 2016թ. «Svaneke Armenian Wild Flower Honey Ale» 0.5 լ գարեջրի գինը կազմել է 2540 դրամ, համեմատության համար նույն ժամանակահատվածում Կոպենհագենի սուպերմարկետներում և բարերում 1 լ գարեջրի միջին մանրածախ գինը կազմել է 2430 և 11190 դրամ: Դանիական «Den Bornholmske Spritfabrik» ընկերությունը համագործակցում է գուրմե ռեստորանների, դանիական 7 մեծածախ և 113 մանրածախ վաճառողների հետ, մշտապես նորարարություններ է իրականացնում՝ արտադրելով նոր ակոհոլային խմիչքներ և շշեր: Ընկերության արտադրանքն արտահանվում է Կանադա, Նորվեգիա, Շվեդիա և Գերմանիա: 2016թ. Հայաստանից Դանիա է արտահանվել 175 հազ. ԱՄՆ դոլար արժողությամբ 7391 լ կոնյակ²⁹: Դանիայում կոնյակի ներմուծման շուկան 14 մլն ԱՄՆ դոլար է: Ֆիզիկական ծավալների առումով, 25 երկրների ցանկում Հայաստանը 8-րդ կոնյակ ներմուծողն է Դանիայում: Կոնյակ ներմուծող խոշորագույն երկիրը Ֆրանսիան է՝ 187 հազ. լ, երրորդ տեղում Գերմանիան՝ 155 հազ. լ, երրորդ տեղում Մեծ Բրիտանիան՝ 11 հազ. լ: Սակայն կոնյակ ներմուծող երեք առաջատար արտասահմանյան մատակարարները հանդես են գալիս շուկայի բացարձակապես տարբեր սեգմենտներում: Հայաստանը դիրքավորված է միջին սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը 1 լ համար 23.7 ԱՄՆ դոլար է), մինչդեռ Ֆրանսիան ու Մեծ Բրիտանիան իրենց արտադրանքը վաճառում են շուկայի բարձրարժեք սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը 1 լ համար 42 և 41 ԱՄՆ դոլար է): Դանիայի շուկայի լրացուցիչ ընդլայնումը հնարավոր է 2 հիմնական ճակատներում՝ օգտագործել և ընդլայնվել կոնյակի միջին սեգմենտում և մրցակցել գերմանական կոնյակի՝ 4.16 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ շուկայի ծավալի հետ, մրցակցել Ֆրանսիայի ու Մեծ Բրիտանիայի հետ և ընդլայնվել մատակարարների՝ 7.81 մլն, 0.46 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ավելի բարձրարժեք սեգմենտում³⁰: 36 դանիացի և 52 հայ սպառողների շրջանում 2016թ. անցկացված հարցումներից պարզ դարձավ, որ դանիացիների կողմից ամենահաճախակի սպառվող խմիչքը հանդիսացել է գարեջուրը (27%), որին հաջորդել են գինին (19%), շամպայնը (3.33%), վիսկին (3.33%), օղին (3.03%), կոնյակն ու շնապար: ՀՀ-ում պատկերն այլ էր, մասնավորապես հարցվածների մեծամասնությունը նախապատվությունը տվել է գինուն (25%), որին հաջորդել են օղին (23%), գարեջուրը (12%) և կոնյակը (8%), շնապար (6%), շամպայնը (3.8%), վիսկին (3.8%):

²⁹ ՀՀ արտաքին առևտուրն երկիր-ապրանք կտրվածքով (2015-2016թթ.), արտահանում: // ՀՀ մաքսային ծառայություն, Երևան, 2017, <http://customs.am/Content.aspx?itn=csCIEExportStatistics>,

³⁰ ՄԱԿ-ի արտաքին առևտրի տվյալների բազա (Comtrade), <https://comtrade.un.org/data/>

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Հետազոտվող ժամանակաշրջանում ակոհոլային խմիչքների շուկայում կատարված դրական տեղաշարժերի հետևանքով ավելացավ ակոհոլային խմիչքների արտադրությունը, արտահանումը, ներքին սպրանքաշրջանառությունը, ընդլայնվեց բրենդի միջազգային ճանաչումը: ՀՀ ակոհոլային խմիչքների շուկան բնորոշվում է բարձրորակ հումքի ազգային ռեսուրսներով ապահովվածությամբ, միջազգային ասպարեզում ճանաչում գտած հայկական բրենդի բարձր արժանիքներով, արտաքին տնտեսական կապերում ունեցած կշռելիությամբ, այս ոլորտում կուտակված դարավոր բարձր մշակույթով, կենսատեխնոլոգիական նորամուծությունների ներդրման կարող մտավոր ներուժի առկայությամբ: Դրանով հանդերձ, ակոհոլային խմիչքների շուկայում ձևավորված ներքին և արտաքին մարտահրավերների ու սպառնալիքների բացահայտման և դրանց լուծման ուղիների առաջադրման ուղղությամբ իրականացված հետազոտությամբ հանգել ենք հետևյալ եզրակացությունների.

1. Կատարելագործել ակոհոլային խմիչքների իրացման մեխանիզմները, զարգացնել համապատասխան ենթակառուցվածքները:

2. Ակոհոլային խմիչքների շուկայի ներդրումների գերակա ուղղություններում գնահատել և հիմնավորել նպատակային երկարատև վարկերի, արտոնյալ մաքսային ռեժիմի և հարկային արտոնությունների տրամադրման պետական միջամտությունների տնտեսական շահեկանությունը:

3. ՀՀ-ում ստեղծել ռազմավարական ներդրումների պատասխանատու մարմին, որը խաղողագործությամբ զբաղվող համայնքներից տեղեկություններ կստանա իր համայնքում ճյուղը ընդլայնելու, հումքի որակը բարելավելու, խաղողի տեխնիկական սորտերի արդյունաբերական տնկարանների հիմնման, ոլորտի զարգացմանը նպաստող նոր առաջարկությունների վերաբերյալ և այլն:

4. ՀՀ խաղողագործության ոլորտում անհրաժեշտ է ներդնել անօդաչու և կառավարվող թռչող սարքեր: Վերջիններիս ներդրման արդյունքում 1 հա-ի հաշվով տնտեսական օգուտները միջինում կկազմեն 590 հազ. դրամ: Քանի որ ՀՀ-ում 1 գյուղացիական տնտեսությանը միջինում բաժին է ընկնում 1.4 հա հողատարածք, 1 անօդաչու թռչող սարքի հետզնման ժամկետը կկազմի 6 տարի, իսկ 1 կառավարվող թռչող սարքի հետզնման ժամկետը՝ 40 տարի: Հետևաբար, հաշվի առնելով խաղողի այգետարածքների տեղաբաշխումը ըստ ՀՀ մարզերի մեր կարծիքով կառավարվող թռչող սարքերը արդյունավետ կլինի ներդնել Արմավիրի և Արարատի, իսկ անօդաչու թռչող սարքերը՝ Արագածոտնի, Տավուշի, Վայոց ձորի մարզերում: Այդ ծրագրի իրագործման նպատակով առաջարկվում է հիմնել մարզային այգեգործական ռեսուրս-կենտրոններ, մշակել պետական աջակցության, մասնավորապես՝ սուբսիդավորվող տոկոսադրույքով գյուղատնտեսական լիզինգի ծրագրեր:

5. Համաձայն «Canadean» ընկերության՝ 2016թ. ակոհոլային խմիչքների համաշխարհային սպառողների 35%-ը ուտելիքի և խմիչքների համադրումը դիտարկել է, որպես ակոհոլային խմիչքներ գնելու որոշիչ գործոն, ուստի ՀՀ ակոհոլային խմիչքներ արտադրող և մատակարարող ընկերություններին

առաջարկում ենք ակտիվորեն խմբիչների թանգարաններում, մասնագիտացված խանութներում, առևտրի կենտրոններում, սուպերմարկետներում, ռեստորաններում և ժամանցի վայրերում ներդնել լրացված և վիրտուալ իրականության հեռախոսային հավելվածներ, որոնք սպառողներին հնարավորություն կտան իրենց «խելացի հեռախոսների» (Smartphone) կամ վիրտուալ ակնոցների օգնությամբ խմբիչները սքանավորելիս ստանալ արժեքավոր տեղեկատվություն և ծանոթանալ ակտիվորեն խմբիչների և ուտելիքների համադրման առաջարկություններին, ինչպես նաև այլ սպառողների կարծիքներին, ու առավել արդյունավետ կերպով համեմատել և գնահատել ակտիվորեն խմբիչների որակական ցուցանիշները:

6. Խրախուսել ԵՏՄ երկրների հետ առավել սերտ փոխհարաբերությունները և խթանել ակտիվորեն խմբիչների սպառումը միության սահմաններում՝ այդ նպատակով անցկացնելով ամենամյա կոնյակի, գինու, գարեջրի, օղու փառատոններ ԵՏՄ անդամ երկրներում,

7. Ներդնել նոր, ժամանակակից արտադրության տեխնոլոգիաներ և կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության հայեցակարգեր, օրինակ՝ «Երևանի կոնյակի գործարան» ՓԲԸ-ի կողմից 2016թ. դեկտեմբերին ներդրված «Smart Barometer» նորարար առցանց գործիքակազմը:

8. Խրախուսել հայկական ակտիվորեն խմբիչներ արտադրողների մասնակցությունը քոլեջների ուսանողների, բակալավրների, մագիստրոսների և ասպիրանտների ուսումնական նյութերի, ծրագրերի և որակավորման չափանիշների զարգացմանը,

9. Հնարավորինս ակտիվացնել հայկական առևտրաարդյունաբերական պալատների, սփյուռքի և դեսպանությունների հետ համագործակցությունը և ընդլայնել հայկական ակտիվորեն խմբիչների արտահանման աշխարհագրությունը ու ՀՀ միջազգային առևտրատնտեսական հարաբերությունները: 2016թ. ավելացել են Դանիա արտահանվող կոնյակի ծավալները: Դանիական գինիների, կոնյակի, օղու, գարեջրի ներմուծման շուկան գնահատվում է համապատասխանաբար 634, 14, 18, 63 մլն ԱՄՆ դոլար: Ուստի, դանիական շուկան գրավիչ է հայկական ակտիվորեն խմբիչներ արտահանողների համար: Հաշվի առնելով Դանիայի ծերացող բնակչությունը, շուկայի բարձր սեզմենտը՝ տարեց գնորդները, նախընտրում են գնել բարձրակարգ ակտիվորեն խմբիչներ և դրանք համադրել սննդի հետ, ուստի հայկական ակտիվորեն խմբիչներ արտադրողները պետք է արտահանեն բարձրակարգ խմբիչներ ու գովազդեն իրենց արտադրանքը որպես յուրս դասի ապրանքանիշ, տարաների վրա մսի, պանրի, ձկան կամ աղանդերի պարզ նկարներ պատկերելով, տրամադրել խմբիչների և խորտիկների համադրման առաջարկություններ: Դանիայում մեծ պահանջարկ են վայելում օրգանական խմբիչները, ուստի հայկական ընկերությունների կողմից օրգանական սերտիֆիկացիայի առկայությունը առավելություն կհանդիսանա: Լրացուցիչ հնարավորություն է հանդիսանում հայկական ակտիվորեն խմբիչների հումքի ներմուծումը Դանիա և տեղում խմբիչների արտադրությունը՝ օտարերկրյա ընկերությունների հետ համագործակցությամբ:

10. Ներդնել հատուկ հավաստագրում, որը հնարավորություն կընձեռի հայկական գարեջուրն արտահանել իրանական շուկա:

11. Նպատակահարմար ենք գտնում հայկական կոնյակի որակի վերահսկման պետական լաբորատորիայի հիմնումը և արտահանվող կոնյակի ստուգումների անցկացումը: Կոնյակ արտադրողներից պահանջել հնեցման տարիներին համահունչ տեղեկանք՝ խաղող գնելու, վերամշակելու, սպիրտը թորելու և համապատասխան տարաներում հնեցման վերաբերյալ:

Ատենախոսության հիմնական դրույթները և ստացված արդյունքներն արտացոլված են հեղինակի հետևյալ հրապարակումներում.

1. Movsisyan S.A. The Problems of Armenian Brandy Makers. // Annals of Agrarian Science, Tbilisi, 2015:4(3). - pp. 94-98. (Մովսիսյան Ս. Հայկական կոնյակագործների հիմնախնդիրները: Annals of Agrarian Science, Թբիլիսի, 2016:14(3). - էջ 94-98)
2. Мовсисян С.А., Аветисян А.С. Несколько вопросов по повышению конкурентоспособности армянских вин на рынках стран ЕАЭС. // КубГАУ, Краснодар, 2016. - с. 7-13, (Մովսիսյան Ս., Ավետիսյան Ա. ԵԱՏԵ շուկաներում հայկական գինիների մրցունակության բարձրացման վերաբերյալ մի քանի հարցեր: // ՌԴ, Կուբանի պետական ագրարային համալսարան, Կրասնոդար, 2016. - էջ 7-13)
3. Мовсисян С.А., Органолептическая методика определения качества вин. // Самарская ГСХА, Кинель, 2016. - с. 400-403, (Մովսիսյան Ս. Գինիների որակի որոշման օրգանոլեպտիկ մեթոդաբանությունը: // ՌԴ, Սամարայի պետական գյուղատնտեսական ակադեմիա, Կինել, 2016. - էջ 400-403)
4. Movsisyan S.A. Social media marketing strategy of Yerevan brandy company. // Annals of Agrarian Science, Tbilisi, 2016:14(3). - pp. 95-100, (Մովսիսյան Ս. Երևանի կոնյակի գործարանի սոցիալական ցանցերի մարքեթինգային ռազմավարությունը: // Annals of Agrarian Science, Թբիլիսի, 2016:14(3). - էջ 95-100)
5. Movsisyan S.A. Empirical estimation of per capita brandy demand in Armenia. // Annals of Agrarian Science, Tbilisi, 2017:15(1). - pp. 103-108, (Մովսիսյան Ս. Բնակչության մեկ շնչին բաժին ընկնող կոնյակի պահանջարկի էմպիրիկ գնահատումը Հայաստանում: // Annals of Agrarian Science, Թբիլիսի, 2017:15(1). - էջ 103-108)
6. Movsisyan S.A. Linear Estimation of per capita brandy demand in Armenia. // Bulletin of National Agrarian University of Armenia, Yerevan, 2017 (1). - pp. 87-92, (Մովսիսյան Ս. Բնակչության մեկ շնչին բաժին ընկնող կոնյակի պահանջարկի գծային ռեգրեսիոն գնահատումը Հայաստանում: // ՀԱԱՀ տեղեկագիր, Երևան, 2017(1). - էջ 87-92)

МОВСИСЯН СУРЕН АШОТОВИЧ

РАЗВИТИЕ РЫНКА АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ
ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА В
РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.02 – “Экономика и управление
хозяйством, его сферами”

Публичная защита диссертации состоится 18-го июля 2017 года в 10⁰⁰
часов на заседании Специализированного Совета 002 по экономике ВАК РА,
действующего в Национальном аграрном университете Армении, по адресу:
0009, Ереван, ул. Теряна 74.

РЕЗЮМЕ

Агропромышленный комплекс является наиболее важной областью
экономики. Производство алкогольных напитков одна из ведущих отраслей
агропродовольственной системы Армении, особенно пищевой про-
мышленности.

Основная цель данного исследования заключается в разработке мер
направленных на развитие рынка алкогольных напитков, стимулирование
экспорта и повышение экономической эффективности производства в
Армении. Для реализации этой цели в работе рассматриваются следующие
проблемы: изучение опыта зарубежных стран в области мониторинга и
прогнозирования качества виноградных лоз, урожая и оценивание
экономической целесообразности и возможности внедрения в Армении, в
результате статистического анализа, определение взаимозависимости между
ценами, спросом алкогольных напитков и покупательной способности
населения Армении, в результате финансового анализа, оценивание
финансово-экономической эффективности рынка алкогольных напитков,
определение влияния реализации требований «Global GAP» и стандартов
«Codex Alimentarius» в сельском хозяйстве для повышения эффективности
производства алкогольных напитков. Основные результаты исследования и
научная новизна диссертации заключаются в следующем:

- определены и обоснованы преимущества и возможности применения
аэрофото мониторинга и прогнозирования качества виноградной лозы и
урожая в Армении;
- определены факторы, влияющие на средний подушевой спрос на
коньяк, вино, водку и пиво;
- определены восприятия потребителей алкогольных напитков к
инновационным многомерным подходам и созданы авторские Android
мультимедийные и анимационные приложения дополненной реальности;

– обоснована методика гармонизации всех заинтересованных сторон в деле агропромышленной интеграции переработки винограда на основе средней нормы прибыли.

Для развития рынка и повышения экономической эффективности производства алкогольных напитков предлагается:

1. Улучшить механизмы продаж алкогольных напитков и развивать соответствующие инфраструктуры;

2. Оценить инвестиционные приоритеты рынка алкогольных напитков и обосновать целесообразность и экономические выгоды государственного вмешательства от предоставления долгосрочных кредитов, льготного таможенного режима и налоговых льгот;

3. Создать стратегический инвестиционный орган в сфере виноградарства Армении для содействия с садоводами в регионах по улучшению качества сырья, создания промышленных насаждений винограда технических сортов;

4. Внедрить беспилотные и управляемые летательных аппараты в отрасли виноградарства. Экономические выгоды в среднем составят 590 тыс. драмов за 1 га. Срок окупаемости беспилотных и управляемых летательных аппаратов соответственно составит 6 и 40 лет. Учитывая особенности расположения виноградников по всей территории Армении, считаем целесообразным использование управляемых летательных аппаратов в Армавирском и Арагатском марзах, а беспилотников в Арагацотне, Тавуше и Вайоц дзоре.

5. Внедрить мультимедийные, анимационные, тематические игровые, туристические гид-сопровождающие приложения дополненной и виртуальной реальности в музеях, рекламных журналах и щитов, специализированных магазинах, торговых центрах, супермаркетах, ресторанах и развлекательных центрах для эффективного сравнения и оценивания качественных показателей алкогольных напитков;

6. Организовывать ежегодные фестивали коньяка, вина, пива, водки в государства-члены ЕАЭС для активизации отношений с евразийскими странами и увеличения объема продаж алкогольной продукции;

7. Поощрение участия армянских производителей алкогольных напитков в разработке учебно-методических материалов, учебных программ и квалификационных стандартов для студентов колледжей, бакалавров, магистров и аспирантов;

8. Ввести специальную сертификацию, которая позволит экспортировать армянское пиво на Иранский рынок;

9. Создать государственную лабораторию по контролю качества армянского коньяка чтобы экспортеры прошли проверки. Требовать от производителей коньяка соответствующие справки о закупке винограда, перегонке спирта и выдержке коньяка.

MOVSISYAN SUREN

THE DEVELOPMENT OF ALCOHOLIC BEVERAGES' MARKET AND THE WAYS OF IMPROVING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF PRODUCTION IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

The abstract of the thesis for receiving the degree of Doctor of Economics in the speciality 08.00.02 – “Economics and Management of Economy and Its Spheres”

The defense of the thesis will take place on 18 July 2017 at 10.00 o'clock at the session of Specialized Council 002 on Economics of Higher Attestation Commission of the Republic of Armenia in the National Agrarian University of Armenia, at the address of 74 Teryan str., Yerevan, 0009

ABSTRACT

The initial transition period to market economy has significantly affected the alcoholic beverage industry in Armenia. Most specifically, difficulties in the replenishment of working capital, purchase of raw materials and product realization resulted in a substantial decline of the industry's production volume. The increase of efficiency of alcoholic beverage production is seen as a critical success factor for developing the alcoholic beverages industry and agro-food sector organizations. The aim of the research is to identify the obstacles found in the field of alcoholic beverage production, assess their stringency, as well as propose solution mechanisms. For achieving this goal the following problems are considered in this work, such as analysis of the experience of the world's developed countries in the fields of monitoring and prediction of grape harvest and assess the economic efficiency and possibilities of introducing them in Armenia, estimation of the correlation between prices, demand of alcohol beverages, per capita monetary income through statistical analysis, assessment of financial-economic efficiency of alcohol beverage industry in Armenia, assessment of the impact of introducing Global GAP regulations and Codex Alimentarius standards in agricultural field of the Republic of Armenia.

The main findings and scientific novice of dissertation are as follows:

1. Identified and assessed the advantages of introducing unmanned aerial vehicles and aircrafts for monitoring and prediction of grape quality and harvest in Armenia;
2. Estimated the impact factors of per capita brandy, wine, vodka and beer demand in Armenia through STATA statistical programming software;
3. Identified the importance of introducing innovative 3D applications as a marketing tool and created Android based multimedia and animated augmented reality applications;

4. Created social media marketing strategy on the basis of analyzing the performance of Yerevan Brandy Factory's social media networks;
5. Substantiated methodology of harmonizing the interests of all stakeholders of agro-industrial integration, based on the principle of formulating the average rate of profit.

In order to develop the alcoholic beverage market and enhance the economic efficiency of production, the following suggestions are proposed:

1. Improve the mechanisms for selling alcoholic beverages and develop appropriate infrastructure;
2. Assess the investment priorities of the alcoholic beverages market and justify the feasibility and economic benefits of governmental intervention for providing long-term loans, preferential customs treatment and tax incentives;
3. Create strategic investment agency in the field of viticulture in Armenia to cooperate with local grape growers in the regions of Armenia for improving the quality of raw materials and creating industrial plantations of grapes of technical varieties;
4. Introduce unmanned aerial vehicles and aircrafts in the Armenian viticulture sector. The investment in 1 UAV will result in economic benefits of 590000 AMD/ha. Taking into consideration the average 1.4 ha land plot of households in Armenia, the payback period of investing in 1 UAV and aircrafts was estimated to be 6 and 40 years accordingly. It is proposed to invest aircrafts in Armavir and Ararat and unmanned aerial vehicles in Aragatsotn, Tavush, Vayots Dzor regions of Armenia. Therefore, the purchase of such equipment shall be done by establishment of regional gardening resource centers, state support in the form of subsidized agricultural leasing programs;
5. Create augmented and virtual reality, thematic game applications and promote them in museums, advertisement journals, banners, billboards, specialized stores, trade centres, supermarkets, restaurants and other leisure places for efficient comparison and assessment of alcoholic beverages' qualitative indicators;
6. Organize annual brandy, wine, vodka and beer festivals in member states of Eurasian Economic Union, in order to foster closer relationships with Eurasian countries and promote the sales of alcoholic beverages;
7. Encourage the participation of alcoholic beverage producers in the development of educational materials, programs and qualification standards for college students, Bachelors, Masters and PhD students;
8. Introduce a special certification enabling the export of Armenian beer into Iran;
9. Create a state laboratory of Armenian brandy quality control for exporters to undergo inspections and require relevant documentation concerning grape purchase, alcohol distillation and brandy aging.

