

Նախագիծ

ԿՈՆՅԱԿԱԳՈՐԾՈՒԹՅՈՒՆ



ՈՒՈՐՏԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱԿԱՐՈՒԹՅՈՒՆ
2011-2020

Ոլորտի կատարողական		Արտահանում	
Վաճառքը, 2010թ.	~107.3 մլն դոլար ~5.1 մլն լ (100%սպ.)	Արտահանում (ներառյալ կոնյակի սպիրտ), 2010	~95.2 մլն դոլ.
Ընկերությունների քանակ	25	Արտահանում (ներառյալ կոնյակի սպիրտ), 2010	7.5 մլն լիտր (100%սպ.)
Արտադրությունում զբաղվածների քանակ	~1,800	Համաշխարհային արտահանման ծավալը	4 մլրդ դոլ.
Կոնյակագործության արտադրողականությունը (արտադրությունը 1 աշխատողի հաշվով)	60,000 դոլ.	Հայաստանի մասնաբաժինը	2.8% (6-րդ տեղը)
Խաղողագործություն		Մասնաբաժինը հայաստանյան արտահանման մեջ	9.4%
Խաղողի ցանքատարածություններ	~15,000 հա	Հիմնական արտահանման շուկան	Ռուսաստան - 80%
Կոնյակագործության համար խաղողագործության մեջ զբաղվածների թիվը	8,000-10,000	Ռուսաստանյան ներմուծման մեջ Հայաստանի մասնաբաժինը	23.5%
Խաղողի արտադրություն	~110,000 տոննա	Կոնյակի սպիրտի արտահանում	3.1 մլն լիտր (100%սպ) 10.5 մլն դոլ.
Խաղողի մթերում կոնյակագործների կողմից	60,000-70,000 տոննա 20-25 մլն դոլար	Կոնյակի սպիրտի ներմուծում	1.9 մլն լիտր (100%) 2 մլն դոլ.
1լ 100% խաղողի սպիրտ ստանալու հումքի ծախսը	~1,700 դրամ		
1 հա արտադրողականություն	7-7.5 տոննա		

2015

2020

Արտահանումը, մլն դոլ.	~180
Ռուսաստանի մասնաբաժինը արտահանման մեջ	~70%
Հայաստանի մասնաբաժինը ռուսական ներմուծման մեջ	27%
Հայաստանի մասնաբաժինը չինական ներմուծման մեջ*	5-7%
Հայաստանի արտահանումն այլ շուկաներ, մլն դոլ.	~15
Արտադրությունը, մլն. դոլ.	~195
Ջբաղվածություն (արտադրական) կոնյակագործության մեջ	3,100
Խաղողի արտադրություն, հազ. տոննա	~185
Խաղողի ցանք., հա	~ 23,000
Կոնյակագործության համար խաղողագործության մեջ զբաղվածների թիվը	~13,400

- Հստակ գործող օրենսդրական դաշտ և իսկության հավաստագրման ինստիտուտ
- Կոնյակագործության ոլորտում կեղծիքների զրոյական մակարդակ
- Առևտրային ներկայացուցչություն չինական շուկայում
- Հայկական կոնյակ բրենդի կայացում
- Ներկա շուկաներում հայկական ներմուծման մասնաբաժնի մեծացում
- Մուտք նոր շուկաներ`
 - Չինական շուկայի 6% մասնաբաժինը
 - Մուտք երկրորդ հորիզոնի շուկաներ

Արտահանումը, մլն դոլ.	~300
Ռուսաստանի մասնաբաժինը արտահանման մեջ	~65%
Հայաստանի մասնաբաժինը ռուսական ներմուծման մեջ	33%
Հայաստանի մասնաբաժինը չինական ներմուծման մեջ*	10%
Հայաստանի արտահանումն այլ շուկաներ, մլն դոլ.	~20
Արտադրությունը, մլն. դոլ.	~320
Ջբաղվածություն (արտադրական) կոնյակագործության մեջ	4,700
Խաղողի արտադրություն, հազ. տոննա	~285
Խաղողի ցանք., հա	~ 32,000
Կոնյակագործության համար խաղողագործության մեջ զբաղվածների թիվը	~18,000

Խաղողագործության մեջ արտադրողականության մրցունակ մակարդակ համեմատած եվրոպական խաղողագործության ոլորտի հետ

Հայկական կոնյակի արտահանման լայն աշխարհագրական պորտֆել, որը կընդգրկի հիմնականում արևելասիական և արևելաեվրոպական որոշ երկրներ:

Ոլորտի մեծագույն խնդիրները և «նեղ տեղերը» որակի վերահսկման և վաճառքի օղակներում են:



- Խաղողագործության արտադրողականության ցածր մակարդակը
- Մեծ ֆերմերային տնտեսությունների բացակայություն
- Հումքի ձեռքբերման հստակ մեխանիզմների բացակայության
- Երկարաժամկետ հատվածում խաղողի հումքի բազայի ընդլայնման անհրաժեշտություն

- Մեծաթիվ փոքր ընկերություններում բազային արտադրական տեխնոլոգիաների բացակայություն
- Մասնագիտական բազայի սահմանափակություն

- Իսկության հաստատման ինստիտուտի անկատար գործունեություն
- Համատարած կեղծիքներ և օրինազանցություններ ոլորտում
- Ցածրորակ ապրանքների տարածման հետևանքով ընդհանուր առմամբ հայկական կոնյակի իմիջի անկում

- Միջազգային բեռափոխադրումների բարձր գին և անընդհատության բացակայություն
- Միայն մեկ ելքի առկայություն. Վերին Լարսի անցակետը չի սպասարկում ակցիզային ապրանքները

- Արտահանման չափազանց հագեցած շուկաներ և միջազգային մարքեթինգի ոչ մրցունակ կարողություններ փոքր ընկերություններում
- Նոր շուկաների վերաբերյալ սահմանափակ տեղեկատվություն
- Նոր շուկաներում գործընկերներ գտնելու և գործարքներ կնքելու համար սահմանափակ մարքեթինգային և ֆինանսական ռեսուրսներ
- Դիստրիբուցիոն օղակում ազդեցության ցածր մակարդակ

Արտահանման ռազմավարություն

Առկա շուկաներ

Նոր շուկաներ

Շուկաներ

Ռուսաստան, ԱՊՀ

I փուլ՝ Չինաստան, II փուլ՝ Արևելյան Ասիայի այլ երկրներ և էթնիկ շուկաներ (ԱՄՆ, Գերմանիա), Արևելյան Եվրոպա

Նկարագրությունը

Պահպանման ռազմավարություն

Մուտքի և ընդլայնման ռազմավարություն

Արդիականությունը

- Առկա շուկաներում «հայկական կոնյակ» անվանման ներքո ցածրորակ ապրանքատեսակների տարածում, որ վնասում է ամբողջ ոլորտի համբավը
- Մասնաբաժնի նվազման միտում – Ռուսաստանում՝ ներմուծման 27%-ից 23%
- Սպասվող փոփոխություններ ռուսական շուկայում «հայկական կոնյակ» անվան օգտագործման հետ կապված

- Առկա շուկաների հագեցվածության բարձր մակարդակ և տեղական հզոր արտադրություն
- Ընդլայնվելու սահմանափակ հնարավորություններ
- Բրենդիի համաշխարհային շուկայի աշխարհագրական զարգացման միտումները, ավանդական շուկաներից սպառման տեղափոխումը լիովին նոր շուկաներ

1

Որակի ապահովում

- 1.1. Օրենքի հստակեցում և կիրարկման մեխանիզմների մշակում
- 1.2. Ժամանակակից լաբորատորիայի հիմնում
- 1.3. Ընկերությունների գործունեության հրապարակայնություն
- 1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում

2

Մուտք նոր շուկաներ

- 2.1. Շուկայական գիտելիքներ
- 2.2. Բրենդինգ
- 2.3. Գործարար կապերի ստեղծում
- 2.4. Օժանդակություն վաճառքին

3

Տեխնոլոգիաների տրանսֆեր

- 3.1. Տեխնոլոգիական այցելությունների և պրակտիկաների կազմակերպում
- 3.2. Արտասահմանյան մասնագետի ներգրավում
- 3.3. Թրեյնինգային կենտրոնի հիմնում
- 3.4. Մասնագիտական կրթության բարելավում

4

Հումքի ապահովում

- 4.1. Բնական աղետների դեմ պայքար
- 4.2. Ֆինանսավորման և սուբսիդիաների մեխանիզմների մշակում
- 4.3. Տեխնոլոգիաների տրանսֆեր

5

Տրանսպորտային ենթակառուցվածք

- 5.1. Վերին Լարսի անցակետի բացում ակցիզային ապրանքների համար

1 ՈՐԱԿԻ ԱՊԱՀՈՎՈՒՄ

1.1. Օրենքի հստակեցում և կիրարկման մեխանիզմների մշակում

- Ռազմավարության համակարգող մարմնի վերահսկողության ներքո օրենքի փուլային կիրարկման ապահովում
- Տեխնիկական կանոնակարգերի վերանայում և համապատասխանեցում ժամանակակից պահանջներին
- Իսկության հավաստագրման ինստիտուտի գործունեության արդյունավետ կիրարկում

1.2. Ժամանակակից լաբորատորիայի հիմնում

Որակի վերահսկողության և իսկության հավաստագրման համար լաբորատորիայի հիմնում 3 հնարավոր տարբերակներով`

- Միջազգային հեղինակավոր օպերատորի ներգրավում (արդյունավետության ապահովման տեսանկյունից սա նախընտրելի տարբերակն է, որի գործունեության մոդելներից մեկը կարող է լինել օպերատորին արտոնությունների տրամադրումը նախնական ներդրումային փուլում)
- Մասնավոր-պետական համագործակցությամբ (Միության հետ համատեղ)
- Պետական համապատասխան մարմնի կողմից

1.3. Հրապարակայնության ապահովում

Ընկերության գործունեության թափանցիկության ապահովում`

- Մթերման և արտադրության տվյալների հրապարակում
- Որակի հայտարարված ստուգումներ և արդյունքների հրապարակում անկախ էքսպերտների կողմից պարբերական հիմունքներով

1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում

Կոնյակագործների միության կողմից որակի տարբերակման մեխանիզմների մշակում`

- Որակի տարբերանշանի շնորհում որակի պարբերական ստուգման արդյունքում
- Որակի տարբերանշանի բրենդինգ և հեղինակության բարձրացում` նաև միջազգային շուկաներում

2 ՄՈՒՏՔ ՆՈՐ ՇՈՒԿԱՆԵՐ

2.1. Շուկայական գիտելիքներ

- Նպատակային շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության տրամադրում՝
- Շուկայի չափ և զարգացման միտումներ
 - Սպառման առանձնահատկությունները (համային նախասիրություններ, փաթեթավորում, սեզմենտ)
 - Գնային միտումները և ազատ գնային նիշաները շուկայում
 - Դիստրիբյուտորական ընկերությունների վերաբերյալ տեղեկատվություն

2.2. Բրենդինգ

- «Հայկական կոնյակ» ապրանքային անվանման հնարավորությունների քննարկում միջազգային իրավունքի շրջանակներում
- «Հովանոցային բրենդի» ստեղծում – «Հայկական բրենդի» և «Հայկական կոնյակ» բրենդի գովազդում նպատակային նոր շուկաներում
- «Արբուն» ապրանքային անվան փոփոխություն միջազգային բրենդինգի գրավչության տեսանկյունից և աշխատանքներ նոր ապրանքային կատեգորիաների ստեղծման ուղղությամբ (որոնք կներառեն ոչ 100% հայկական խաղողի սպիրտից խմիչքները)

2.3. Գործարար կապերի ստեղծում

- Համաֆինանսավորում միջազգային ցուցահանդեսներին մասնակցության համար (Զինաստան)
- Փոխադարձ այցելությունների կազմակերպում – նպատակային շուկաներում գործող դիստրիբյուտորների և այլ օժանդակ կառույցների այցելություններ Հայաստան տեղական ընկերություններին ծանոթանալու համար (Զինաստան)

2.4. Օժանդակություն վաճառքին

- Առևտրային ներկայացուցչության ստեղծում նպատակային նոր շուկաներում (Զինաստան)
- Միջպետական կապերի ստեղծում և համաձայնությունների հաստատում

3 ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ՏՐԱՆՍՖԵՐ

3.1. Տեխնոլոգիական պրակտիկաների կազմակերպում

- Ուսումնական պրակտիկա. տեղի ընկերությունների մասնագետներին համաֆինանսավորում՝ արտասահմանյան առաջադեմ ընկերություններում պրակտիկա անցնելու կամ տեխնոլոգիական շրջայցերի մասնակցելու հարցում

3.2. Արտասահմանյան մասնագետի ներգրավում

- Օժանդակություն մասնագիտական խորհրդատվություն ստանալու մեջ
- Մասնագետի ներգրավում, որը կարող է ընկերությունների տեխնոլոգներին ուղղություն տալ կոնյակի ստացման տեխնոլոգիաների՝ հնեցման տեխնիկաների, հավելումների ճիշտ օգտագործման և կուլպաժի վերաբերյալ

3.3 Թրեյնինգային կենտրոնի հիմնում

- Միության կողմից թրեյնինգային կենտրոնի գործարկում, որը կմշակի և կիրականացնի
- Ստանդարտ թրեյնինգային ծրագրեր ընկերությունների մասնագիտական կադրերի համար
 - Հատուկ դասընթացների/վարպետության դասերի մշակում ըստ ընկերությունների պահանջի որևէ նեղ խնդրի վերաբերյալ
 - Օժանդակություն՝ մասնակցելու ոչ մասնագիտական կարողությունների զարգացմանն ուղղված դասընթացների

3.4 Մասնագիտական կրթության բարելավում

- Համագործակցություն Պետական ագրարային համալսարանի հետ կոնյակագործության տեխնոլոգների մասնագիտացման ստեղծման ուղղությամբ
- Ոլորտային միջին մասնագիտական կրթական հաստատության ստեղծման խնդրի քննարկում և որոշման կայացում, ներառյալ իրագործման քայլերի մշակումը

Նախաձեռնություն	Իրականացնող/ֆինանսավորող մարմին	Ժամկետ	Ծախսերի գնահատում	Պետական մասնակցության մասնաբաժինը
Ռազմավարության և գործողությունների ծրագրի համաձայնեցում արտադրողների հետ և ռազմավարական խորհրդի ստեղծում	ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2011 թ. դեկտեմբեր	-	-
ԶՀԳ-ում համապատասխան ստորաբաժանման ստեղծում	ՀՀ կառավարություն	2012-2015	~15 մլն ՀՀ դր. (40 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	100%
1. Որակի ապահովում				
1.1. Տեխնիկական կանոնակարգերի վերանայում	ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2012 թ. հունիս	-	-
1.2. Լաբորատորիայի հիմնում. Նախնական ներդրումները՝ Միության կամ միջազգային օպերատորի կողմից	ՀՀ կառավարություն/ Կոնյակագործների միություն/ Միջազգային օպերատոր	2012 թ. դեկտեմբեր	~374 մլն ՀՀ դր. (1 մլն ԱՄՆ դոլ.)	0%

Նախաձեռնություն	Իրականացնող/ ֆինանսավորող մարմին	Ժամկետ	Ծախսերի գնահատում	Պետական մասնակցության մասնաբաժինը
1. Որակի ապահովում				
<p>1.3. Հրապարակայնության ապահովման ինստիտուտի ստեղծում.</p> <p>Ներառում է պարբերաբար նմուշների ձեռքբերում, լաբորատոր փորձաքննություններ, տվյալների վերլուծություններ, հրապարակում և սպառողների իրազեկվածության ապահովում</p>	Կոնյակագործների միություն	2013-2015 դեկտեմբեր	18.7 մլն ՀՀ դր. (50 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	20%
1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում և հեղինակության ապահովում	Կոնյակագործների միություն	2013-2015	3.7 մլն ՀՀ դր. (10 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	0%

Նախաձեռնություն	Իրականացնող/ ֆինանսավորող մարմին	Ժամկետ	Ծախսերի գնահատում	Պետական մասնակցության մասնաբաժինը
2. Մուտք նոր շուկաներ				
2.1. Շուկայական տեղեկատվության ապահովում	ԶՀԳ	2012-2015	3.7 մլն ՀՀ դր. (10 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	100%
2.2. Հովանոցային բրենդի ստեղծում և առաջնություն	ԶՀԳ/Արտադրողներ	2012-2015	~1.1 մլրդ ՀՀ դր. (3 մլն ԱՄՆ դոլ.)	50%
2.3.1. Միջազգային ցուցահանդեսներ	ԶՀԳ/Արտադրողներ	2012-2015	74.7 մլն ՀՀ դր. (200 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	25% (տարածքի վարձակալության ծախսերն ամբողջությամբ)
2.3.2. Արտասահմանյան դիստրիբյուտորների և այլ օժանդակ կառույցների ներկայացուցիչների այցելություններ Հայաստան	ԶՀԳ/Արտադրողներ	2012-2015	11.2 մլն ՀՀ դր. (30 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան	100%
2.4. Չինաստանում առևտրային ներկայացուցչի գործունեություն	ԶՀԳ/Արտադրողներ	2012	11.2 մլն ՀՀ դր. (30 հազ. ԱՄՆ դոլ.)	100%

Նախաձեռնություն	Իրականացնող/ ֆինանսավորող մարմին	Ժամկետ	Ծախսերի գնահատում	Պետական մասնակցության մասնաբաժինը
3. Տեխնոլոգիաների տրանսֆեր և 5. Տրանսպորտային ենթակառուցվածք				
<p>3. Տեխնոլոգիաների տրանսֆեր</p> <p>Թրեյնինգային կենտրոնի գործունեության ֆինանսավորումը՝ Միություն</p> <p>Մասնագիտական պրակտիկաներ՝ կազմակերպումը ԶՀԳ կողմից, մասնակցության վճարները՝ տեղական ընկերությունների հաշվին</p>	<p>ԶՀԳ/Արտադրողներ</p>	<p>2012-2015</p>	<p>15 մլն ՀՀ դր. (40 հազ. ԱՄՆ դոլ.) տարեկան (արտասահմանյան մասնագետի ներգրավում)</p>	<p>50%</p>
<p>Մասնագիտական կրթության բարելավում</p>	<p>Պետական գյուղատնտեսական համալսարան, Ասոցիացիա, արտադրողներ</p>	<p>2012-2015</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>5. Վերին Լարսի անցակետի բացում</p>	<p>ՀՀ կառավարություն</p>	<p>2012 թ. հունիս</p>	<p>-</p>	<p>-</p>

Ֆինանսավորման կարիքների գնահատում

	2011	2012	2013	2014	2015	Ընդհանուր 2011-2015*
Ընդհանուր ֆինանսավորման կարիք, ԱՄՆ դոլ.	-	2,350,000	1,380,000	880,000	880,000	5,500,000
Պետական ֆինանսավորման կարիք, ԱՄՆ դոլ.	-	680,000	660,000	410,000	410,000	2,170,000
Պետական մասնակցությունը, %	-	29%	48%	47%	47%	39%

Ներդրումների, վաճառքների և հարկային մուտքերի գնահատում

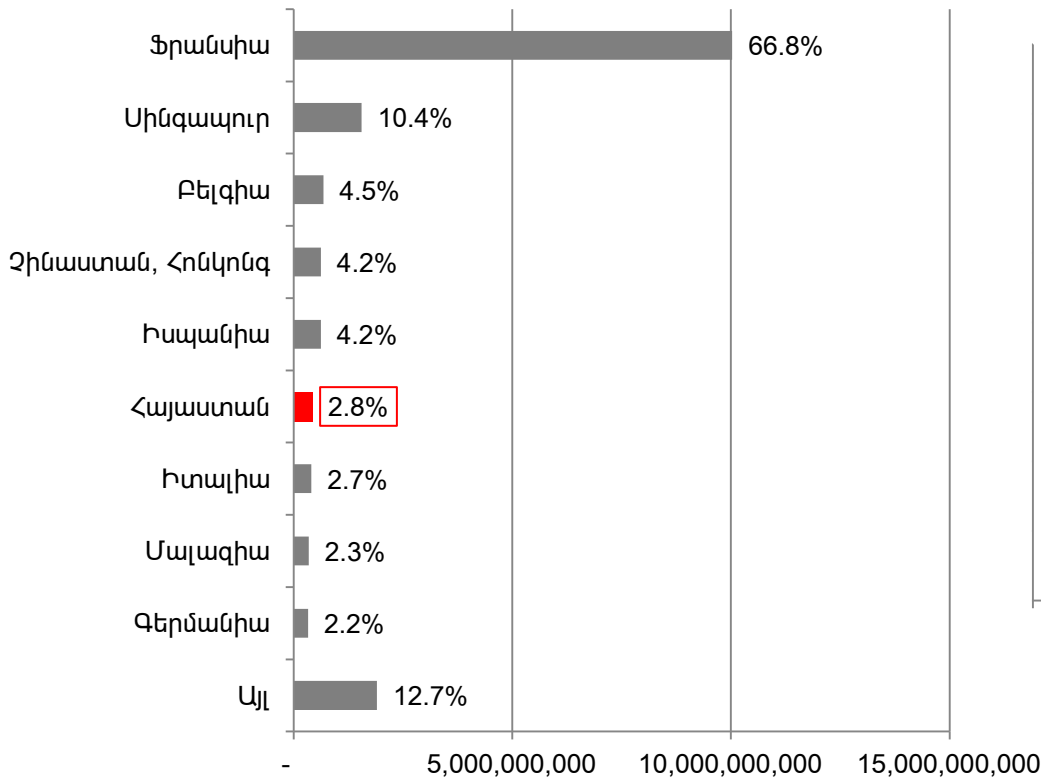
	2011	2012	2013	2014	2015	Ընդհանուր 2011-2015*
Պետական ֆինանսավորման կարիք, մլն ԱՄՆ դոլ.	-	0.7	0.7	0.4	0.4	2
Արտահանման վաճառքները, մլն ԱՄՆ դոլ.	104	118	137	157	181	697
Հարկային մուտքերն արտահանումից, մլն ԱՄՆ դոլ.	5.3	6.0	7.0	8.0	9.2	35.3

*Ներկայացված թվերը կլորացված են, ուստի «Ընդհանուր 2011-2015» տվյալը կարող է չհամընկնել տարիների պարզ հանրագումարի հետ:

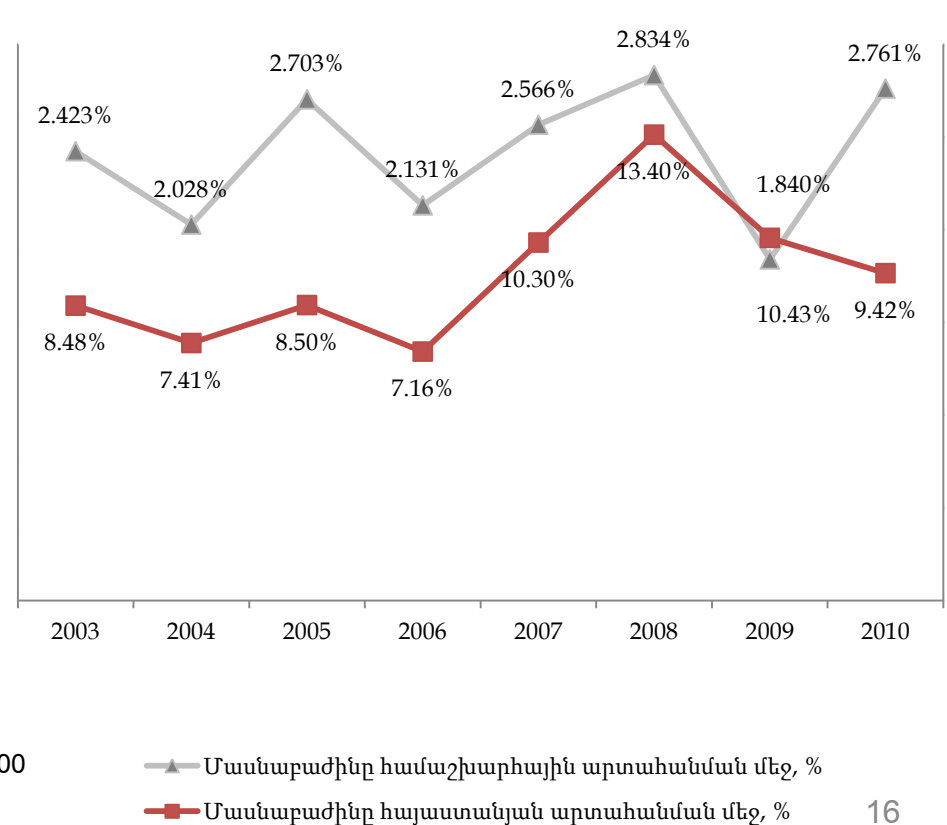
**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ԿՈՆՅԱԿԱԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՈԼՈՐՏԻ ԿԱՏԱՐՈՂԱԿԱՆԸ**

2007-2010 թթ-երի՝ բրենդիի արտահանման կումուլյատիվ ծավալներով Հայաստանն ունի 2.7% շուկայական մասնաբաժին և աշխարհում բրենդիի 6-րդ խոշորագույն արտահանողն է: Սա միակ ոլորտն է, որտեղ Հայաստանը նման նշանակալի դիրքեր ունի աշխարհում:

Կոնյակի, բրենդիի արտահանման գումարային ծավալ, 2007-2010, ԱՄՆ դոլ.

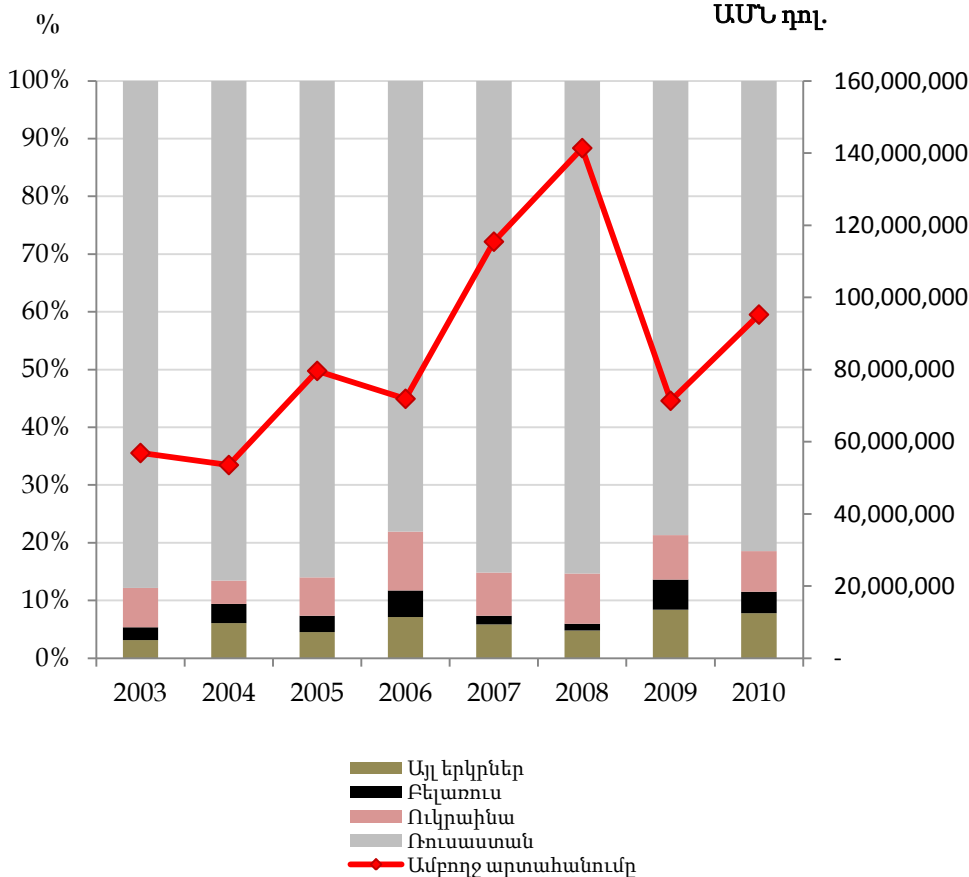


Ոլորտի արտահանման կշիռը համաշխարհային և հայաստանյան արտահանման մեջ, %

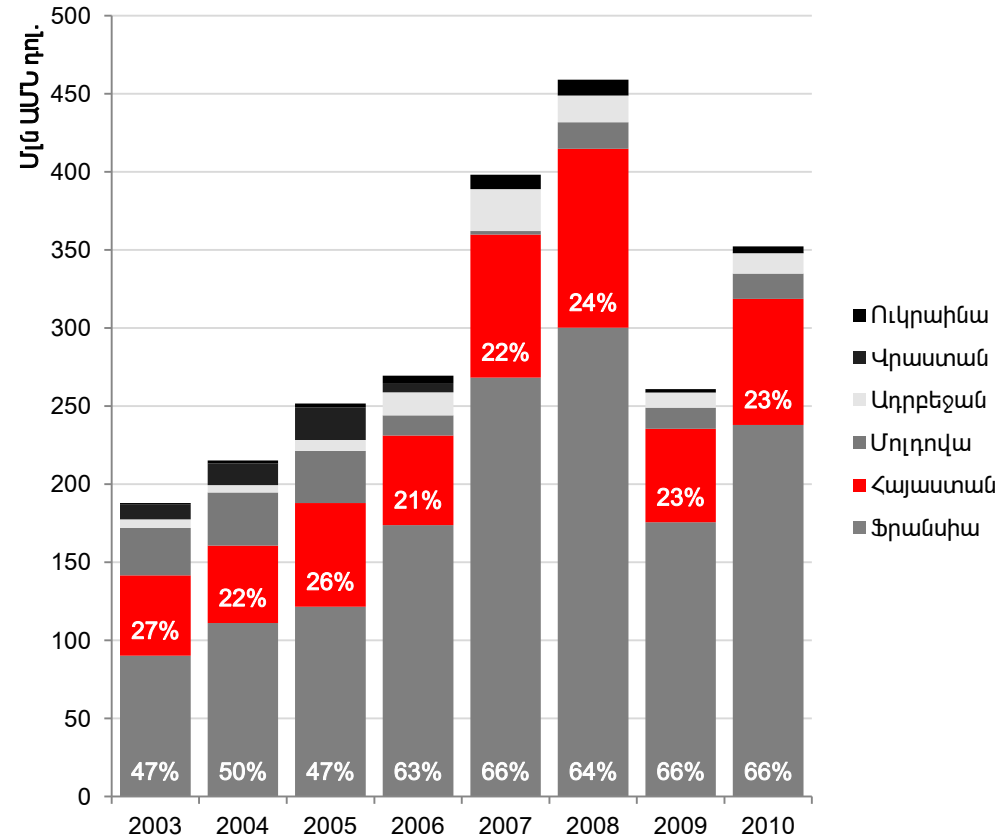


- Կոնյակագործության ոլորտը մեծապես միտված է արտահանման. արտահանումը կազմում է ողջ արտադրության 90%-ը (դրամային արտահայտությամբ):
- Արտահանման նպատակային շուկաները, այնուամենայնիվ, սահմանափակ են և ոչ դիվերսիֆիկացված: Հիմնական արտահանման շուկայում՝ Ռուսաստանում, Հայաստանը ապահովում է կոնյակի ներմուծման ավելի քան մեկ հինգերորդը:

Ոլորտի արտահանման ծավալը և հիմնական արտահանման երկրների կշիռները



Ռուսաստանում կոնյակի և բրենդիի ներմուծման ծավալը և կառուցվածքը



- Համաձայն պաշտոնական տվյալների՝ Հայաստանում խաղողի տարեկան արտադրությունը անցնում է 200 հազ. տոննայի մակարդակը:
- Այնուամենայնիվ, ուլորտի էքսպերտների գնահատականներով այդ ցուցանիշը մեծապես չափազանցված է և արտադրության իրական ծավալները չեն գերազանցում **110-130 հազ. տոննան**:
- Հայաստանում ներկայումս խաղողի ցանքատարածությունները կազմում են ~15,000 հա: Այս ցուցանիշը կրկնակի անգամ պակաս է Խորհրդային Հայաստանի ունեցած խաղողի այգիների տարածքից (1985 թ. դրությամբ):

	2010 թ.	Պիկային տարի (1976-80 թթ. ժամանակահատված)
Խաղողի տնկարկիների տարածքը (պտղատու հասակում), հա	15,000	29,600
Խաղողի արտադրություն, տոննա	110,000	220,000
Խաղողի բերքատվություն, տոննա/հա	7-7.5	7.5

Աղբյուր՝ Ի-Վի Քոնսալթինգ, «Հայկական ԽՍՀ ժողովրդական տնտեսություն» վիճակագրական տարեգիրք

ԿՈՆՅԱԿԱԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ ԱՐԺԵՇՂԹԱՅԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Հումքի ձեռքբերում

Հիմնական առավելություններ

- Որակյալ խաղողի հումքի առկայություն, կոնյակի արտադրության համար յուրահատուկ հատկանիշներով (օր.՝ շաքարի պարունակություն)՝ պայմանավորված բնակլիմայական գործոններով՝ արևային օրերի քանակ, հողի և ջրի որակ
- Բնակլիմայական բարենպաստ և քիչ թե շատ կայուն պայմաններ խաղողագործության համար
- Առաջատար ընկերությունների կողմից օժանդակություն գյուղացիական տնտեսություններին

Հիմնական խնդիրներ

- Մեծ ֆերմերային տնտեսությունների բացակայություն
- Հումքի ձեռքբերման հստակ մեխանիզմների բացակայություն, պայմանագրային համաձայնությունների թերի դաշտ
- Խաղողի բերքը վտանգված է միջատների հիվանդություններով, որոնք տարածման դեպքում կարող են բնական ֆորս-մաժոր առաջացնել
- Բացակայում է գնային գրադացիան տարբեր տեսակի և որակի խաղողի համար
- Խաղողի արտադրության ծավալների վերահսկման անհնարինություն վիճակագրական ոչ պատշաճ տվյալների արդյունքում

Արտադրություն

Հիմնական առավելություններ

- Կոնյակագործության ոլորտում արտադրական կուլտուրայի առկայություն
- Կուտակված մեծ փորձ և գիտելիքներ ոլորտում
- Առաջատար փոքրաթիվ ընկերություններն ունեն միջազգայնորեն մրցունակ սարքավորումներ՝ թե արտադրության, թե լաբորատոր ստուգումների համար:

Հիմնական խնդիրներ

- Ոլորտում մարդկային գործոնի չափազանց կարևորության պարագայում մարդկային ռեսուրսների անբավարար մակարդակ, նոր կադրերի սահմանափակ ներհույք
- Համապատասխան մասնագիտություններ ապահովող համալսարանները և ֆակուլտետները չափազանց անորակ են և ընկերությունները ստիպված են լինում մեծ ներդրումներ կատարել մասնագետի պատրաստման ուղղությամբ
- Մեծաթիվ փոքր ընկերություններում բազային արտադրական տեխնոլոգիաների բացակայություն

Որակի կառավարում, ստանդարտներ

Հիմնական առավելություններ

- Ընկերությունների համատեղ նախաձեռնությունների միտում, որոնք վերաբերում են մասնագիտական միության հիմնմանը
- Նորաստեղծ միության նպատակն է ոչ պատժիչ մեթոդներով որակի մինիմալ ստանդարտի բարձրացում: Վերջինիս ապահովման համար միությունը պլանավորում է հիմնել գերհագեցած լաբորատորիա և աշխատել պետական որակի ստանդարտների բարելավման ուղղությամբ

Հիմնական խնդիրներ

- Մեծաթիվ կեղծիքների առկայություն ոլորտում – իսկության ստուգումների չգործող համակարգ
- Կոնյակի արտադրության համար ներմուծված կոնյակի սպիրտերի կամ այլ հումքից սպիրտերի լայնորեն օգտագործում, որպես «հայկական կոնյակ» վաճառվող արտադրանքում
- Որակի վերաբերյալ իմիջի նվազում՝ առավել ցածրորակ ապրանքների ծավալների աճի պատճառով
- Վերջինս որոշակի ազդեցություն է ունեցել ռուսաստանյան ներմուծումների մեջ հայկական կոնյակի մասնաբաժնի նվազման վրա (27%-ից 23%), որը մասամբ պայմանավորված էր նաև ռուսական արտադրողների հզորացմամբ
- Հնացած որակի ստանդարտներ, որոնք չեն համապատասխանում միջազգային չափանիշներին
- «Հայկական կոնյակ» դասակարգման օգտագործման հետ կապված օրենսդրական խնդիրներ

Օժանդակ նյութերի ձեռքբերում, շալցում

Հիմնական առավելություններ

- Բավականին զարգացած դիզայնի և տպագրության ծառայություններ: Ոլորտում գործող որոշ ընկերություններ զգալի ներդրումներ են կատարում իրենց տպագրական տեխնոլոգիաների արդիականացման ուղղությամբ:

Հիմնական խնդիրներ

- Առկա է ապակե շշերի արտադրություն, սակայն արտադրանքի որակը բավարար չէ պրեմիում սեգմենտի համար, որին սպասարկում են համաշխարհային ապակե տարաներ արտադրողները՝ հիմնականում Ֆրանսիայից և Իտալիայից:

Մարքեթինգ, դիստրիբուցիա

Հիմնական առավելություններ

- Նախկինում հզոր բրենդի դեռևս պահպանված ներուժ նախկին ԽՍՀՄ երկրներում
- Սիյուռքի կապերի օգտագործում դժվարամատչելի շուկաներում

Հիմնական խնդիրներ

- Հայկական կոնյակի բրենդի/համբավի պահպանման մեծ խնդիր
- Տրանսպորտային փոխադրումների խնդիր. Ռուսաստան դուրս գալու միայն մեկ ճանապարհ, որը բացասաբար է ազդում մատակարարման անընդհատության և գնագոյացման վրա (Վերին Լարսի անցակետը չի սպասարկում հայկական ակցիզային ապրանքները)
- Նոր շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս և սակավ մարքեթինգային կարողություններ
- Միջազգային շուկաներում «հայկական կոնյակ» ապրանքային անվանման օգտագործման հետ կապված խնդիրներ

ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԿՈՆՅԱԿԻ
ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ՆՈՐ ՇՈՒԿԱՆԵՐԻ
ԹԻՐԱԽԱԿՈՐՈՒՄ

ՀՅՈՒՄԻՍԱՅԻՆ ԱՄԵՐԻԿԱ ԵՎ ԿԱՐԻԲՆԵՐ

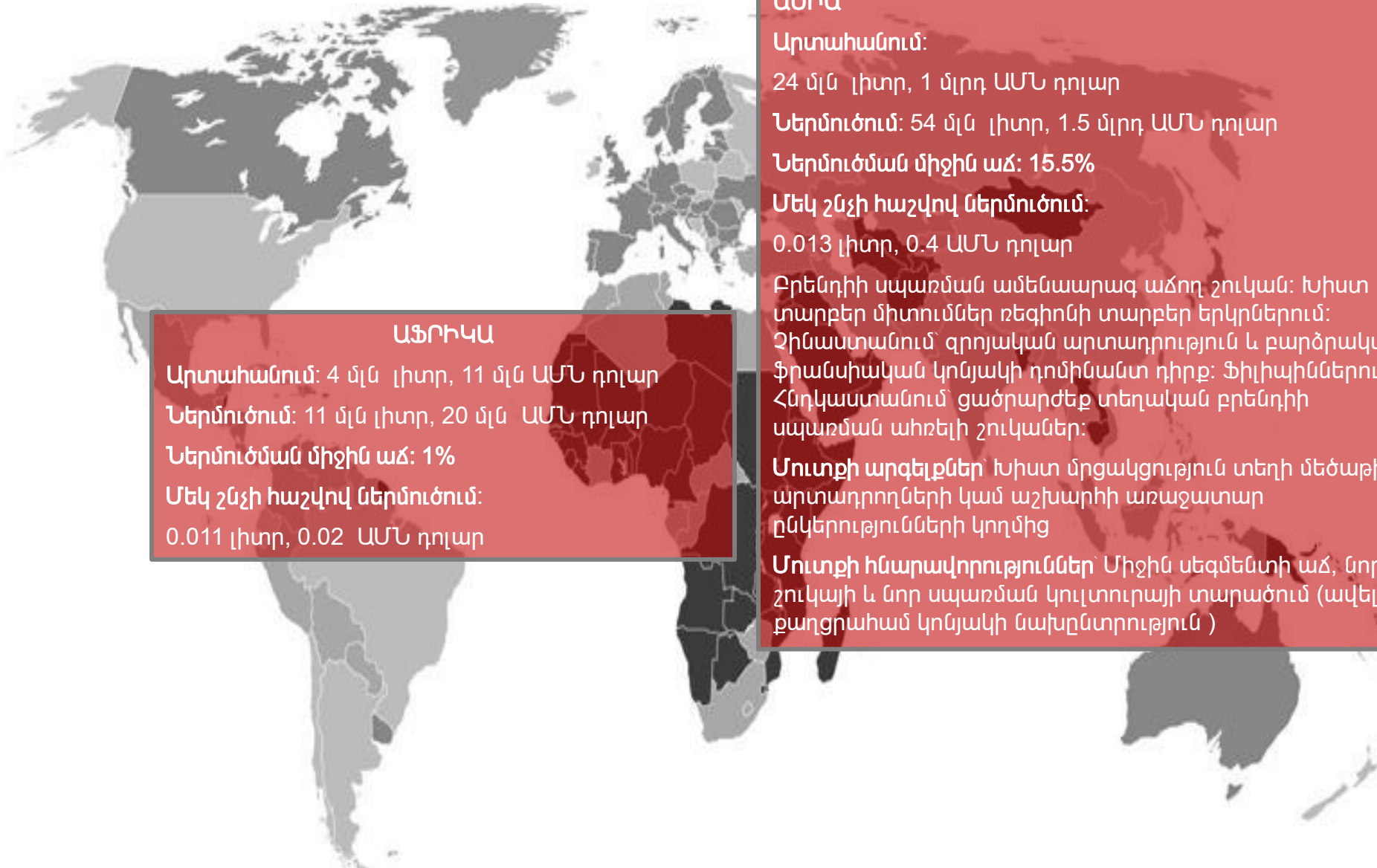
Արտահանում: 9 մլն լիտր, 83 մլն ԱՄՆ դոլար
Ներմուծում: 35 մլն լիտր, 768 մլն ԱՄՆ դոլար
Ներմուծման միջին անձ: 1.9%
Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:
0.089 լիտր, 1.99 ԱՄՆ դոլար
Հիմնական շուկան: ԱՄՆ – մեծապես հագեցած
շուկա, մեկ բրենդի՝ Hennessy գերակայությամբ
Մուտքի արգելքներ: Չափազանց մեծ
մարքեթինգային ծախսեր
Մուտքի հնարավորություններ: էթնիկ խմբերի
սեգմենտներ (հայեր և ռուսներ)

ԼԱՏԻՆԱԿԱՆ ԱՄԵՐԻԿԱ

Արտահանում: 3 մլն լիտր, 19 մլն ԱՄՆ դոլար
Ներմուծում: 15 մլն լիտր, 99 մլն ԱՄՆ դոլար
Ներմուծման միջին անձ: 11.5%
Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:
0.028 լիտր, 0.18 ԱՄՆ դոլար
Մեծագույն արտահանողը: Բրազիլիա, որտեղ
գերակայում է տեղական ոչ խաղողի հումքից
պատրաստված բրենդին
Մուտքի արգելքներ: Մեծ ներքին
արտադրություն

ԵՎՐՈՊԱ

Արտահանում: 126 մլն լիտր, 3 մլրդ ԱՄՆ դոլար
Ներմուծում: 152 մլն լիտր, 1 մլրդ ԱՄՆ դոլար
Ներմուծման միջին անձ: 3.9%
Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:
0.2 լիտր, 1.7 ԱՄՆ դոլար
Մեծագույն արտահանողը՝ Ֆրանսիա՝ աշխարհի խոշորագույն
արտահանողը: Առավել ցածրարժեք բրենդիի մեծամասշտաբ
արտադրություն Կենտրոնական Եվրոպայում,
Ռուսաստանում և Ուկրաինայում
Մուտքի արգելքներ՝ Ներքին հզոր արտադրություն,
շուկաների հագեցվածություն
Մուտքի հնարավորություններ՝ էթնիկ խմբերի սեգմենտներ
(օր.՝ ռուսներ Գերմանիայում)



ԱՖՐԻԿԱ

Արտահանում: 4 մլն լիտր, 11 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծում: 11 մլն լիտր, 20 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծման միջին աճ: 1%

Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:

0.011 լիտր, 0.02 ԱՄՆ դոլար

ԱՍԻԱ

Արտահանում:

24 մլն լիտր, 1 մլրդ ԱՄՆ դոլար

Ներմուծում: 54 մլն լիտր, 1.5 մլրդ ԱՄՆ դոլար

Ներմուծման միջին աճ: 15.5%

Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:

0.013 լիտր, 0.4 ԱՄՆ դոլար

Բրենդիի սպառման ամենաարագ աճող շուկան: Խիստ տարբեր միտումներ ռեգիոնի տարբեր երկրներում: Չինաստանում՝ զրոյական արտադրություն և բարձրակարգ ֆրանսիական կոնյակի դոմինանտ դիրք: Ֆիլիպիններում և Հնդկաստանում՝ ցածրարժեք տեղական բրենդիի սպառման ահռելի շուկաներ:

Մուտքի արգելքներ՝ Խիստ մրցակցություն տեղի մեծաթիվ արտադրողների կամ աշխարհի առաջատար ընկերությունների կողմից

Մուտքի հնարավորություններ՝ Միջին սեգմենտի աճ, նոր շուկայի և նոր սպառման կուլտուրայի տարածում (ավելի քաղցրահամ կոնյակի նախընտրություն)

ՄԻՋԻՆ ԱՐԵՎԵԼՔ

Արտահանում: 10 մլն լիտր, 106 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծում: 3 մլն լիտր, 9 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծման միջին աճ: 16.6%

Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:

0.006 լիտր, 0.02 ԱՄՆ դոլար

ՕՎԿԻԱՆԻԱ

Արտահանում: 6 մլն լիտր, 18 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծում: 0.9 մլն լիտր, 28 մլն ԱՄՆ դոլար

Ներմուծման միջին աճ: 15.1%

Մեկ շնչի հաշվով ներմուծում:

0.025 լիտր, 0.78 ԱՄՆ դոլար

Մեծագույն շուկան: Ավստրալիա, որը զգալի նվազման միտում ունի (-8% միջին տարեկան աճ 2005-09 թթ.): Գերակշռում է ներքին արտադրությունը:

Մուտքի արգելքներ: Ֆրանսիական բարձրակարգ կոնյակների աճող ներկայություն շուկայում

Նպատակային շուկաների որոշում

- Կոնյակի սպառման կուլտուրան զգալիորեն նվազում է ավանդական շուկաներում:
- ԱՄՆ, Չինաստանը և Սինգապուրը բրենդիի խոշորագույն ներմուծողներն են:
- Սպառման աննախադեպ աճ են գրանցում կոնյակի համար նոր շուկաները՝ հատկապես Հարավարևելյան Ասիայի երկրներում (համաշխարհային սպառման մոտ 1/3 ֆիզիկական ծավալով):
- Ռեգիոնալ շուկայում մեծ մասնաբաժին են կազմում Հնդկաստանը և Ֆիլիպինները, որոնք մեծամասամբ սպառում են տեղական արտադրության ցածրակարգ բրենդի՝ պատրաստված շաքարի օշարակից:
- Հայաստանի համար արտահանման նոր շուկաների նպատակադրումը կատարվել է ըստ որոշակի չափանիշների վերլուծության (ներկայացված ստորև): Արտահանման ռազմավարության առաջին հորիզոնում *հայկական կոնյակի համար հատկապես գրավիչ է ասիական շուկան և չինական շուկան մասնավորապես:*

Տարածաշրջան	Ներմուծման բացարձակ ծավալ, 2010, մլն ԱՄՆ դոլար	Ներմուծման տարեկան միջին դրամային աճ, 2005-2010, %	Հագեցվածության աստիճան/ աճի հնարավորություններ (1 շնչի հաշվով սպառում, լիտր)
Եվրոպա	1,200	3.9	1.65
Ասիա	1,500	15.5%	0.36
Լատինական Ամերիկա	98.7	11.5%	0.18
Հյուսիսային Ամերիկա և Կարիբներ	768	1.9%	1.99
Աֆրիկա	20.2	1.0%	0.02
Միջին Արևելք	9.6	16.6%	0.02
Օվկիանիա	28.7	15.1%	0.78

- Չնայած Չինաստանում կոնյակի սպառման կուլտուրան դեռևս չափազանց թույլ է զարգացած (ալկոհոլային շուկայի ընդամենը 0.2%), այնուամենայնիվ շուկայի ծավալը բավականին մեծ է և գրավիչ աշխարհի կոնյակագործների համար: Ավելին, շուկան բնութագրվում է աճի տպավորիչ տեմպերով: Այն ամբողջովին հիմնված է ներմուծված արտադրանքի վրա և շուկայից գրեթե բացակայում են ցածր և միջին գնային սեգմենտները:
- Ելնելով չինական խոհանոցի առանձնահատկություններից, հայկական կոնյակը, որն ավելի փափուկ և քաղցրահամ է ֆրանսիականի համեմատ, կունենա որակական առավելություն շուկայում: Ավելին, հայ արտադրողներն արդեն իսկ փոքրածավալ հաջող փորձեր ունեն չինական շուկա մուտք գործելու մեջ :

	Բրենդիի սպառումը, 2009, մլն լ	Միջին տարեկան աճ, 2001-2009, %	Կանխատեսվող միջին տարեկան աճ, 2009-2015, %	Ներմուծման մասնաբաժինը շուկայում, %	Ֆրանսիական կոնյակի մասնաբաժինը շուկայում	1 շնչին ընկնող սպառումը, լ
Չինաստան	15,352	16%	5%	100%	93%	0.015
Հոնկոնգ	765	-5%	-2%	100%	79%	0.132
Ճապոնիա	6,842	-13%	-2%	21%	16%	0.066
Մալայզիա	1,456	4%	1%	100%	100%	0.090
Ֆիլիպիններ	173,356	26%	3%	4%	0%	3.234
Սինգապուր	563	0%	2%	100%	98%	0.148
Կորեա	322	-13%	2%	100%	87%	0.009
Թայվան	1,989	4%	-1%	100%	99%	0.113
Թաիլանդ	192	-7%	-1%	100%	73%	0.004
Վյետնամ	1,922	13%	3%	100%	69%	0.033
Հնդկաստան	304,871	19%		8%	0%	0.440

Աղբյուր՝ Գինու և ալկոհոլային խմիչքների միջազգային զեկույց, WB WDI