

ՄՐԾՈՒՆԱԿ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔՆ ՈՐՊԵՍ ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ՌԻՍԿԵՐԻ ՆՎԱԶԵՑՄԱՆ ԵՐԱՇԽԻՔ

Ձեռնարկատիրական գործունեության ռիսկի մակարդակի վրա ազդող գործոններից առանձնակի կարևորվում է մրցունակ արտադրանքի արտադրությունը:

Կազմակերպության և ապրանքի մրցունակությունը արդյունավետությունը բնութագրող այն հիմնական ամբողջական ցուցանիշն է, որով պայմանավորված է ինչպես ձեռնարկատիրոջ գլխավոր նպատակը՝ առավելագույն շահույթը, այնպես էլ նվազագույն ռիսկայնությունը ապահովելու հնարավորությունը: Ռիսկը և մրցունակությունը սերտորեն փոխկապակցված են և կազմակերպության ու նրա արտադրանքի բարձր մրցունակության պայմաններում ռիսկերի ազդեցությունն էականորեն նվազում է: Մրցունակության բարձրացումը ենթադրում է կազմակերպատնտեսական և այլ համալիր միջոցառումների իրականացում՝ արտադրանքի որակի բարելավում, տեսականու ընդլայնում, ինքնարժեքի իջեցում, մարքեթինգային, ձեռնարկատիրական գաղտնիքի պահպանության, ռիսկ մենեջմենտի ծառայությունների ստեղծում, ժամանակակից տեխնիկայի և տեխնոլոգիաների, աշխատանքի ու արտադրության կազմակերպման և անձնակազմի կառավարման առաջադիմական մեթոդների ներդրում, ինչպես նաև պետական համակողմանի աջակցությունն ուղղված ձյուլի զարգացմանը:

Հանգուցային բառեր և արտահայտություններ. ռիսկ, մրցունակություն, աբորիգեն, գինեգործություն, բրեն:

Հայաստանի ագրովերամշակող արդյունաբերությունը դեռևս խորհրդային տարիներից իր ուրույն տեղն է ունեցել

և ներկայումս էլ համարվում է երկրի տնտեսության ռազմավարական նշանակություն ունեցող ձյուլերից մեկը, որը կարևոր նշանակություն ունի ինչպես երկրի պարենային անվտանգության, բնակչության զբաղվածության և սոցիալական, այնպես էլ ժողովրդավարական հիմնախնդիրների լուծման գործում: Ագրարային հետաքննության տարիներին ագրովերամշակող կազմակերպությունները շրջափակման հետևանքով մատնվեցին անգործության և հիմնականում դադարեցրեցին իրենց գործունեությունը:

1990-ական թվականների կեսերից սկսված ոլորտում նկատվեցին կայունացման միտումներ: Ներկայումս հանրապետության գյուղատնտեսական մթերքներ վերամշակող արդյունաբերության ոլորտում գործող կազմակերպություններն աստիճանաբար հարմարվում են շուկայական տնտեսության պայմաններին և նույնիսկ լուրջ բարեփոխումներ են իրականացնում և ձեռնարկում են միջոցներ բարձրացնելու արտադրության արդյունավետությունը և բարելավելու արտադրանքի որակը՝ ներդնելով ժամանակակից տեխնոլոգիաներ, սարքավորումներ և կառավարման արդյունավետ համակարգեր: Բարեփոխումներն առանձնակի նկատելի են հատկապես գինեգործության ոլորտում: Դեռ ոչ վաղ անցյալում հայրենական շուկայում իր տեղն ու դեմքը չգտած գինիներն, այսօր դուրս գալով համաշխարհային շուկա, փորձում են մրցակցել ճանաչում ունեցող գինիների հետ: Հայաստանն ունի անհրաժեշտ նախադրյալներ որակյալ, պահանջված, մրցունակ գինի արտադրելու, սակայն միայն նախադրյալներ

րով գործը գլուխ չի գա: Անհրաժեշտ են գործնական լուրջ քայլեր և միջոցառումներ նպատակին հասնելու համար:

Գինեգործության պատմությունը Հայաստանում գրեթե նույնքան հին է, որքան խաղողագործությանը: Հայկական հողը խաղողի և գինու հնագույն օրրաններից է, ինչի վառ վկայությունն է Արենի քարանձավի հնագիտական պեղումների ժամանակ հայտնաբերված գինու արտադրամասը, որն ունի ավելի քան 6100 տարվա վաղեմություն: Ըստ Աստվածաշնչի՝ Նոյ նահապետը ջրհեղեղից հետո Արարատ լեռան ստորոտին տնկեց խաղողի առաջին որթը, որից էլ հետո ստացան գինին: ¹

ՀՀ գինու շուկայում ձեռնարկատիրության զարգացումը երկրի պարենային մթերքների արտաքին ապրանքաշրջանառության հաշվեկշռի, հանրապետության մակրոտնտեսական ցուցանիշների բարելավման, գյուղական բնակավայրերի աղքատության հաղթահարման կարևորագույն գործոններից է: Վերջինս պահանջում է հանրապետության խաղողագործության և գինեգործության ձյուղի ավանդույթների, ստեղծված վիճակի համակողմանի ուսումնասիրությունների հիման վրա գինու շուկայի զարգացման և մրցունակության բարձրացման խոչընդոտների բացահայտում և դրանց լուծման քաղաքականության ուղղությունների առաջադրում: ²

ՀՀ տնտեսության գինեգործության ձյուղի արդյունավետ գործունեության կազմակերպումը և օրինաչափ զարգացումն ունի համապետական կարևոր նշանակություն, և տարբեր մակարդակներում դրա արդյունավետ լուծումն հանդիսանում է բավական բարդ խնդիր, քանի որ վերջինիս գործունեությունը սերտ կապված է ողջ ագրոարդյունա-

բերական արտադրության ընդհանուր զարգացման հետ: Գինեգործական արտադրության արդյունավետության բարձրացմանը, գինեգործական կազմակերպությունների շուկայական միջավայրին ադապտացմանը, ձեռնարկատիրական ռիսկերի արդյունավետ կառավարմանը և ոլորտում առկա բազմաթիվ այլ խնդիրների արդյունավետ հաղթահարմանը մեծապես կնպաստի գինեգործական արտադրանքի մրցունակության բարձրացումը: Հայաստանի գինեգործության զարգացման և արտադրության ծավալների ավելացման նախապայման է հանդիսանում միջազգային շուկայում մրցունակ, բարձրորակ գինիների արտադրությունը:

Շուկայական հարաբերությունները որքան ազատություն են տալիս ձեռնարկատիրոջը (ձեռնարկատիրական գործունեության ընթացքում), այնքան էլ դարձնում են վերջինիս գործունեությունն առավել ռիսկային, ինչով էլ պայմանավորված, միշտ չէ, որ երաշխավորված է շահույթի ստացումը, ուստի ձեռնարկատիրական ռիսկերի արդյունավետ կառավարման նպատակով առանձնահատուկ կարևորվում են այն գործոնները, որոնց ազդեցությամբ ձևավորվում է ռիսկային իրավիճակը և ռիսկի մակարդակը: Ձեռնարկատիրական գործունեության ռիսկային իրավիճակների վրա ազդող գործոններից առանձնակի կարևորվում է մրցակցությունը և մրցունակ արտադրանքի արտադրությունը: Ինչպես գիտենք, մրցակցությունը շուկայական տնտեսության շարժիչ ուժերից է, մրցակցային պայքարը շուկայի պայմաններում մշտական երևույթ է, և այն մեծանում է ոչ միայն գործընկերների ավելացման, այլ նաև այն դեպքում, երբ ապրանքների և ծառայությունների առաջարկի մեծացման պայմաններում պահանջարկը դրանց նկատմամբ համամասնորեն չի մեծանում, ուստի շուկայում իր տեղն ու դիրքը կպահպանի նա, ով ուժեղ է իր մրցակիցներից, այսինքն՝ արտադրում է

1 Պետրոսյան Ա., «Հայաստանի գինեգործությունը և հայկական գինիների ուղեցույց», Անտարես, 2015:

2 Խաչատրյան Ք., Գինու ոլորտի վերլուծությունը ՀՀ-ում, Տնտեսագիտության ժամանակակից հիմնահարցեր, ԵՊՀ, 2016:

մրցունակ արտադրանք՝ ձիշտ գնահատելով յուրաքանչյուր էտապում շուկայում տիրող առաջարկի և պահանջարկի համամասնությունը:

Մրցունակությունը ապրանքի հատկությունն է, որն իրական կամ պոտենցիալ մակարդակում բավարարում է կոնկրետ պահանջմունք՝ համեմատած շուկայում ներկայացված նմանատիպ այլ ապրանքների հետ: Մրցունակությամբ է որոշվում մրցակցությանը դիմակայելու կարողությունը, դրանով իսկ նաև՝ ձեռնարկատիրական ռիսկերին դիմակայելու կարողությունը: Հատկանշական է, որ ապրանքի մրցունակությամբ մասնակիորեն պայմանավորված է նաև կազմակերպության մրցունակությունը: Ապրանքների և կազմակերպության մրցունակությունը հարաբերվում են մեկը մյուսին, ինչպես մասը և ամբողջը: Որոշակի շուկայում կազմակերպության մրցակցելու հնարավորությունը անմիջականորեն կախված է ապրանքի մրցունակությունից և կազմակերպության գործունեության տնտեսական մեթոդներից, որոնք ազդում են մրցակցային պայքարի արդյունքների վրա, իսկ այդ բոլորն ամբողջությամբ պայմանավորում են ձեռնարկատիրական ռիսկերի արդյունավետ կառավարման հնարավորությունները:

Ապրանքի մրցունակությունը նրա տեխնիկատնտեսական շահագործման պարամետրերն են, որոնք հնարավորություն են տալիս դիմակայելու շուկայում նմանատիպ այլ ապրանքների հետ մրցակցությանը: Բացի դրանից՝ մրցունակությունը ապրանքի համեմատական բնութագրիչ է, որ պարունակում է արտադրական, առևտրային, կազմակերպատնտեսական ցուցանիշների ամբողջություն:

Համանման ապրանքների մեջ ավելի մրցունակ է համարվում այն ապրանքը(K), որն իր յուրահատկությունների շնորհիվ ապահովում է առավել օգտակարություն(P)՝ համեմատած սպառման

գնի հետ(C):

Այսպիսով՝ ապրանքի գերադասումը մյուսներից ունի հետևյալ տեսքը՝

$$K = P/C \text{ max}$$

ՀՀ տնտեսության համար կարևորելով գինեգործության ճյուղը՝ մեր կողմից մշակվել և առանձնացնել են գինեգործական արտադրության զարգացման խնդիրների հետազոտման մի քանի փուլեր, որոնք էլ կհիմնավորեն գինեգործական արտադրանքի մրցունակության բարձրացման խնդրի արդիականությունը և այդ նպատակով կազմակերպատնտեսական միջոցառումների մշակման անհրաժեշտությունը: Առաջին հերթին պետք է ուսումնասիրել գինեգործական արտադրության կազմակերպման արդի խնդիրները շուկայական տնտեսության պայմաններում: Երկրորդ փուլում պետք է ուսումնասիրել գինու շուկայում ձևավորված խնդիրները և միտումները շուկայի անկայունության և անորոշության պայմաններում: Հաջորդիվ, գինեգործական արտադրանքի մրցունակության բարձրացման համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել բարձրորակ, մրցունակ գինի արտադրելու միջազգային չափանիշները: Այս փուլում կարևորում ենք նաև գինու արտադրության լիմիտավորված ծավալների որոշումը, ինչը կապահովի սպառողների պահանջմունքները բարձրորակ, էկոլոգիապես մաքուր արտադրանքի նկատմամբ: Եվ վերջում, գինեգործական արտադրանքի մրցունակության բարձրացմանն ուղղված կազմակերպատնտեսական միջոցառումների մշակում, մասնավորապես, ճյուղում արդյունավետ ինտեգրացիոն մեխանիզմների ձևավորում, գինու առաջխաղացման իրատեսական շուկաների սխեմաների մշակում, գնագոյացման արդյունավետ ձևերի կիրառում, գինու որակի խթանում և այլն:

Մրցունակ գինին որակի և գնի օպտիմալ հարաբերակցությամբ օժտված արտադրանքն է: Գիտականորեն հիմնավորված է, որ գինու որակական

հատկանիշները կախված են հումքի՝ խաղողի աճեցման պայմաններից՝ հողից, ջրից, արևից, կլիմայից, ինչպես ասում են գինու գիտակ ֆրանսիացիները՝ տեռուարից (terroir): Հայաստանն առանձնահատուկ է իր կլիմայով, հողով, արևով և հատկապես ջրով, ինչի արդյունքում էլ հայկական խաղողի աբորիգեն սորտերն էապես տարբերվում է աշխարհի այլ վայրերում աճող խաղողից, իսկ գինու որակական հատկանիշները մեծապես պայմանավորված են հենց խաղողի որակական առանձնահատկություններով: Այստեղից էլ գալիս են հայկական գինու համային և որակական առանձնահատկությունները, ինչը հավաստի երաշխիք է և՛ ներքին, և՛ արտաքին շուկաներում հայկական գինու մրցունակ լինելու համար:

Գինու համաշխարհային շուկայում ներկայումս առաջ է քաշվել նոր գաղափարախոսություն՝ խաղողի և գինու «աբորիգենիզմ»: Տեղին է նշել, որ աշխարհում գոյություն ունեցող 6-7 հազ. խաղողի սորտերից ավելի քան 1200-ը աճում են հայկական լեռնաշխարհում, ընդ որում, դրանցից 500-ը տեղածին, այսինքն՝ աբորիգեն սորտեր են, սակայն, ի հակադրություն սրա, վերջին տարիներին նկատվում է հակառակ երևույթը. գինու արտադրությունում առավել հաճախ խաղողի տեղածին սորտերի փոխարեն սկսել են օգտագործել «եվրոպացի» սորտեր, ինչը բիզնես տեսակետից լավ է, սակայն հայկական հողում դրանց մշակումը չպետք է կատարվի՝ ի հաշիվ աբորիգեն սորտերի: Այս երևույթը վտանգում է հայկական գինու համը: Սա, իհարկե, արգելված չէ, եթե պահպանվում են աշխարհագրական նշանով գինի արտադրելու պահանջները: Խնդիրն առաջանում է հետևյալում. Հայաստանն, ի թիվս Վրաստանի, Հունաստանի, Մակեդոնիայի, Խորվաթիայի և մի շարք այլ պետությունների, դասվում է խաղողի և գինու «աբորիգենիզմ»-ի գաղափարախոսությանը հավակնող

երկրների շարքին, իսկ վերջինս էլ համարվում է գինու համաշխարհային շուկայի զարգացման հիմնական միտումներից մեկը:¹

Դեռ խորհրդային տարիներին հանրապետության խաղողի սորտային կազմը զգալի փոփոխությունների է ենթարկվել: Աբորիգեն սորտերը կամաց-կամաց փոխարինվել են սելեկցիոն սորտերով: Իհարկե, սելեկցիոն սորտերի ստացումը փաստում է երկրում գիտական և տեխնոլոգիական մտքի բարձր զարգացվածությունը, սակայն պետք է նկատի ունենալ, որ սելեկցիոն սորտերի ստեղծումն ինքնանպատակ չէ, դրանք պետք է լրացնեն աբորիգեն սորտերի տեխնոլոգիական թերությունները: Շուկայական հարաբերությունների անցման առաջին տարիներին խաղողի տարածությունների կտրուկ կրճատման արդյունքում անվերադարձ անհետացան բազմաթիվ աբորիգեն սորտեր: Այս խնդրի լուծման առաջնահերթ նախապայման է հանդիսանում խաղողի այգիների սորտային կազմի կատարելագործումը: ՀՀ կառավարության, ի դեմս Էկոնոմիկայի նախարարության և Գերմանիայի միջազգային համագործակցության ընկերության աջակցությամբ մշակվել է ՀՀ խաղողագործության զարգացման ռազմավարություն, որն առավել նպատակային կլինե, եթե ընդգրկեր կարևորագույն այնպիսի հարցեր, ինչպիսին են խաղողի այգիների գույքագրումը, խաղողի կոլեկցիոն այգու ստեղծումը, սորտերի տեսակային կազմի պահանջարկի ճշգրտումը և այլն:

Գինեգործական արտադրանքի մրցունակության գնահատման նպատակով մեր կողմից առանձնացվել են երեք խումբ պարամետրեր՝ սպառողական, տնտեսական և ենթակառուցվածքային:

Գինու մրցունակության գնահատման

¹ Մ.Մելքումյան, «Տնտեսական մրցակցության և մենաշնորհների պետական կարգավորման հիմնահարցերը ՀՀ», Երևան, 2005:

սպառողական պարամետրերը որոշում են նրա սպառողական արժեքը կամ օգտակարությունը, և հանդես են գալիս հետևյալ բնութագրիչներով՝ որակ և տեսականի:

Գինեգործության ոլորտում համաշխարհային միտումներն այնպիսին են, որ գինու որակը, որն, իհարկե, պարտադիր մի բան է, դարձել է ընդամենը ֆոն: Եվ այդ ֆոնի վրա պետք է կառուցվի լեգենդը, որի շնորհիվ էլ պետք է բացվեն մեր պատմությունն ու ինքնությունը ցույց տվող շերտերը: Եվ այդ լեգենդով ու գինեգործության հազարամյակների մեր պատմությամբ մենք կարող ենք հաստատվել գինու համաշխարհային շուկայում, որտեղ մենք ուղղակի դատապարտված ենք հանդես գալ նվազագույնը միջին որակի ու արժեքի գինիներով, քանի որ մեր ռեսուրսները խիստ սահմանափակ են: ¹ Հարկ է նշել, որ գինու մրցունակության գնահատման սպառողական պարամետրի հիմնական բնութագրիչը՝ որակը, հանդիսանում է գինու արտահանման ուղղակի նախապայման: Այսինքն՝ այս առումով՝ որակը կարելի է դիտարկել նաև գինու մրցունակության գնահատման տնտեսական պարամետր: Գինու որակը պայմանավորված է բազմաթիվ գործոններով, մասնավորապես՝ հումքային բազայով, արտադրության տեխնոլոգիայով, արտադրության տեխնիկական հագեցվածությամբ, որակյալ կադրերով և այլն:

Գինու որակի գնահատման նպատակով կատարվում են մի շարք քիմիական և միկրոբիոլոգիական անալիզներ, սակայն գինին «բարդ» արտադրանք է, որն իր մեջ կրում է բազմաթիվ տարրեր, որոնց բնույթն անհայտ է, քանակությունը՝ չնչին, լաբորատոր անալիզների միջոցով՝ չբացահայտվող, սակայն էականորեն ազդում են գինու համային և հոտային հատկանիշների վրա՝ ձևա-

վորելով գինու սպառողական որակը: Գինու որակական այս հատկանիշները բացահայտվում և գնահատվում են համտեսի(դեգուստացիա) միջոցով: Համտեսը հատուկ արարողություն է, հատուկ օրենքներով, որի ժամանակ հատուկ մշակված սանդղակներով գնահատվում է գինու համը, բույրը, գույնը, և որպես կանոն, համտեսին հաջորդում է գինու «պարզևատրումը» և որոշվում գինու ռեյտինգը: Ակնհայտ է, որ գինու համաշխարհային շուկայում բարձր պահանջարկ է ձևավորվում հեղինակավոր մրցույթներում, հեղինակավոր քննադատների կողմից բարձր ռեյտինգային գնահատականի արժանացած գինիների նկատմամբ:

Ճիշտ է, վերջին տարիներին հայկական գինու արտադրությունում նկատելի են մեծ ներդրումներ ուղղված տեխնիկական և տեխնոլոգիական վերազինմանը, բայց միայն այդքանը բավարար չէ համաշխարհային շուկայում պահանջված արտադրանք արտադրելու համար:

Կարծում ենք՝ գինու համաշխարհային շուկայում կայուն տեղ և բարձր դիրք գրավելու համար կարևոր է Հայաստանում անցկացվող գինու համտեսները ժամանցային կարգավիճակից տեղափոխել առավել լուրջ և գործնական հարթություն, մասնակցել միջազգային համտես-մրցույթների միասնական հայկական բրենդով և փորձել հայտնվել ռեյտինգային արժանավայել դիրքերում՝ համաշխարհային հայտնի անունների հետ միասին: Կասկածից վեր է, որ այս հանգամանքը մեծապես կբարձրացնի հայկական գինու մրցունակությունը և որոշակիորեն «կապահովագրի» արտադրողին բազմաթիվ ռիսկերից: Այս գործընթացի կազմակերպման համար բացակայում են անհրաժեշտ պայմանները, մասնավորապես՝ համապատասխան որակյալ կադրերը և ենթակառուցվածքները: Հարցի լուծման նպատակով առաջարկում ենք համապատասխան լրացում կատարել և՛ ռազմավարության,

1 А.Ф. Арутюнян Виноградарство и виноделие в Армении, Ереван 2007.

և՛ օրենքի մեջ, և՛ շուտափույթ զբաղվել համապատասխան որակյալ կադրերի պատրաստմամբ:

Բացի այդ՝ կարծում ենք՝ պետք է պետական աջակցություն՝ հայկական գինու համաշխարհային համոտեսներին մասնակցությունն ապահովելու համար:

Համաշխարհային շուկայում սպառողների հիմնական մասը փնտրում են ոչ թե կոնկրետ անվանումով գինի, այլ կոնկրետ երկրի գինի, օրինակ՝ ֆրանսիական, իտալական, հիմա նաև՝ արգենտինական, Չիլիի արտադրության, հետխորհրդային երկրներում՝ վրացական, մոլդովական: Ինչպես նկատեցինք, ոչ մի պարագայում չի նշվում կոնկրետ արտադրողի կամ կոնկրետ անվան գինի: Համաշխարհային շուկայում գինիները մրցակցում են երկրի մակարդակով: Հայաստանը դեռևս չունի գինեգործական երկրի համբավ, և առանձին արտադրողներ իրենց արտադրանքի առաջնորդման խնդիրներ ունեն, և դրանով պայմանավորված էլ բախվում են արտադրանքի իրացվելիության ռիսկի հետ: Անհրաժեշտ է գինու համաշխարհային շուկայում ձևավորել և տարածել Հայաստանի՝ որպես գինեգործական երկրի համբավը, ինչն անշուշտ պահանջում է համակարգված աշխատանք ոլորտի գիտականների և առաջատարների կազմակերպությունների կողմից՝ պետության անմիջական աջակցությամբ: Գինու համաշխարհային շուկայում հայկական գինու առաջնորդման ռազմավարության հիմնական նպատակը պետք է լինի համալիր գործողությունների միջոցով ձևավորել և բարձրացնել հայկական գինու համբավը՝ առանձնակի ուշադրություն դարձնելով որակին, քանի որ այս դեպքում հարվածի տակ է դրվում ոչ թե առանձին արտադրողների վարկանիշը, համբավը, այլ Հայաստանի տնտեսական իմիջը: Արտադրել որակյալ գինի, որը սակայն սպառողների լայն շրջանակներում հայտնի չէ, տնտեսական տեսանկյունից արդարացված

քայլ չէ: Հայկական գինին համաշխարհային շուկայում ճանաչելի դարձնելու համար անհրաժեշտ է գինին բրենդավորել: Որակյալ գինին պարտադիր պետք է ուղեկցվի համապատասխան մարքեթինգային ռազմավարությամբ: Հաջող մարքեթինգային ռազմավարության առանցքը մեր պարագայում պետք է լինի Հայաստանի՝ որպես գինեգործական երկրի լեգենդի ստեղծումը: Այս ուղղությամբ արդեն գործնական քայլեր նշմարվում են: Կառավարության՝ հունիսի 23-ի նիստին կայացրած որոշմամբ՝ խաղողագործության և գինեգործության ոլորտներում վարվող պետական քաղաքականության և զարգացման ծրագրերի իրականացման նպատակով կստեղծվի Հայաստանի խաղողագործության և գինեգործության հիմնադրամ, որի հիմնական գործառույթներից են՝ երկրի գինեգործության վարկանիշի և մրցունակության բարձրացումը և «Հայկական գինիների ապրանքանիշի ձևավորումն ու առաջնորդումը:

Ինչպես գիտենք, մրցունակությունը բնութագրող հիմնական ցուցանիշներից է՝ գինը: Մասնագետների գնահատմամբ՝ այսօր աշխարհում սպառվող գինիների 75–80%-ը ցածրարժեք են՝ 1.5–3 եվրո արժողությամբ: Հայկական գինին համաշխարհային շուկայի այդ սեգմենտում չի կարող տեղ ունենալ՝ պայմանավորված խաղողի ծախսատար մշակությամբ, արտահանման հաղորդակցական բարձր գներով, ինչի արդյունքում էլ բարձր է լինում նաև գինու ինքնարժեքը: Ստացվում է, որ հայկական գինին ուղղակի «չի տեղավորվում» ցածր գնային միջակայքում: Համաշխարհային շուկայում բարձրորակ, ամենօրյա օգտագործման թանկարժեք գինիների արժեքը տատանվում է 7–8-ից մինչև 30–35 եվրոյի շրջանակներում: Կարծում ենք՝ հենց այս սեգմենտի շուկան է հայկական գինու իրական տեղը: Հայկական գինու արտահանման 70%-ը բաժին է ընկնում ԱՊՀ երկրներին, իսկ մնացած մասը՝

ԱՄՆ և ԵՄ երկրներին: ¹ ՀՀ սահմանից մինչև ՌԴ-ում վերջնական սպառողին հասնելը հայկական արտադրության ապրանքները, այդ թվում նաև գինին, միջինում թանկանում են մոտ 60%-ով. ԱՄՆ և ԵՄ արտահանման դեպքում այս ցուցանիշն, իհարկե, նույնը չի լինի: Սրա հիմնական պատճառները, ցավոք, քիչ չեն: Ռուսաստանյան շուկայից միջին հեռավորությունը գնահատվում է 3000կմ. գործում է երկու ուղղություն, երկուսն էլ՝ Վրաստանի տարածքով (Փոթի նավահանգստով համեմատաբար արագ է և թանկ, Լարսի անցակետով՝ երկար է և բարձր ռիսկային), Իրանի տարածքով ալկոհոլային խմիչքների արտահանումն արգելված է, օդային փոխադրումները համեմատաբար ապահով են, բայց և թանկ: Բացի այդ՝ հայկական գինու մրցունակության վրա, հատկապես՝ ռուսաստանյան շուկայում, բավական մեծ բացասական ազդեցություն են թողնում արժույթի փոխարժեքի տատանումները, ինչն էլ մեծացնում է արժույթային ռիսկերի հավանականությունը: Դրա վառ ապացույցը՝ 2014 թվականի կեսից ռուսական անսպասարկ արժեգրկումն էր դուրսի նկատմամբ, երբ արտահանման պայմանագրի արժույթից կախված՝ մեծ թվով արտահանողներ կրեցին բավական մեծ վնասներ:

Անվիճելի է, որ գինու արտահանման խնդրի լուծումը միանշանակ պահանջում է պետական միջամտություն, ինչը, մեր կարծիքով, կարող է ուղղված լինել լոգիստիկ համակարգի ներդրմանը: Հավելենք, որ այս քայլով կարող է լուծվել նաև այնպիսի կարևոր խնդիր, ինչպիսին է փոխադրումների ապահովագրումը, որով պետությունն արտադրողին «կազատի» կարևորագույն այնպիսի խնդրից, ինչպիսին է տրանսպորտային ռիսկը:

Այսպիսով՝ ուսումնասիրելով հայկական գինու մրցունակության բարձրաց-

ման առանցքային հարցերը, բացահայտեցիք մի շարք նախադրյալներ, որոնք կարող են հիմք հանդիսանալ համաշխարհային շուկայում մրցունակ արտադրանք արտադրելու համար, ինչն էլ, ինչպես համոզվեցինք, ռեալ երաշխիք է ձեռնարկատիրական ռիսկերի նվազեցման և դրանց արդյունավետ կառավարման համար: Այդ ամենն իրատեսական դարձնելու համար անհրաժեշտ է՝

- խաղողի այգիների սորտային կազմի նպատակային կատարելագործմամբ և խաղողի որակի բարելավմամբ ստեղծել հումքային բավարար բազա.

- կազմակերպությունների մրցունակության բարձրացման գործում շատ կարևոր է հայկական գինու իրացման աշխարհագրության ընդլայնումը և առաջին հերթին եվրոպական երկրներ արտահանումը.

- անհրաժեշտ է ձևավորել գինու սպառման բարձր մշակույթ.

- Հայաստանում արտադրվող գինիների արտահանման խնդիրները արդյունավետ լուծելու նպատակով ձևավորել միջազգային լոգիստիկ կենտրոն,

- մշակել արտահանման պայմանագրերի առավել կատարյալ մոդել.

- հնարավորինս կարճ ժամկետներում ստեղծել հայկական գինու խոսուն բրենդ.

- արտաքին տնտեսական կապերի զարգացմամբ հայկական գինին ճանաչելի դարձնել համաշխարհային շուկայում.

- ձևավորել արտադրություն-վերամշակում-իրացում ինտեգրացիոն շղթա.

- գիտություն-կրթություն-արտադրություն արդյունավետ և փոխկապակցված շղթայի միջոցով բարձրացնել խաղողի մշակության կուլտուրան.

- կրթական ոլորտում կատարելագործել ժամանակակից չափանիշներին համապատասխան կադրերի պատրաստման գործընթացը.

- սպառողների հարաձուլ պա-

1 Նույն տեղում:

հանջմունքների բավարարման համար շատ կարևոր պայման է նաև տեսակա- նու անընդհատ թարմացումը և դրանց կատարելագործումը, որն իր որակական հատկանիշներով չի գիջի գինու ար- տադրության առաջատար երկրներին.

- հայկական գինին աշխարհին ներկայացնելու գործում անհրաժեշտ է լայնորեն օգտագործել ագրոտուրիզմի հնարավորությունները:

Պետք է նկատի ունենալ, որ գինե- գործության արտադրանքի մրցունակու- թյան բարձրացումը և հետևաբար ոլոր- տի կազմակերպությունների ռիսկերի նվազեցումը հնարավոր չէ առանց պե- տության համակողմանի աջակցության: Պետական աջակցության ուղղություն- ները, մեր կարծիքով, կարող են լինել՝

- խաղողի նոր այգիներ հիմնելու նպատակով գյուղացիական տնտեսու- թյուններին առևտրային բանկերի կող-

մից տրամադրվող վարկերի տոկոսադ- րույքի մի մասի սուբսիդավորումը.

- ձկուն և շուկային արագ հարմար- վող փոքր արտադրությունների ստեղծ- ման աջակցություն, նրանց ներդրու- մային և հարկային արտոնությունների, ինչպես նաև խաղողի արտադրության նպատակով պետական պահուստային ֆոնդի հողերը վարձակալությամբ ար- տոնյալ պայմաններով տրամադրման միջոցով.

- արտաքին շուկաներ մուտք գոր- ծելու համար բիզնես տեղեկատվության և խորհրդատվության տրամադրում, արտահանման արտոնյալ մաքսատուր- քերի սահմանում և այլն.

- արտաքին շուկաներ մուտք գոր- ծելու համար բիզնես տեղեկատվության և խորհրդատվության տրամադրում, արտահանման արտոնյալ մաքսատուր- քերի սահմանում և այլն:

КОНКУРЕНТОСПОСОБНАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК ГАРАНТИЯ СНИЖЕНИЯ БИЗНЕС – РИСКА

АСМИК ГЕВОРГЯН

АНАУ, кафедра организации агробизнеса, соискатель

Из факторов, влияющих на уровень риска предпринимательской деятельности, особо вы- деляется производство конкурентоспособной продукции. Конкурентоспособность компании и продукции является основным полноценным показателем, характеризующим эффектив- ность производства, что одновременно обеспечивает максимальную прибыль предпринима- теля и позволяет минимализировать риск. Риск и конкурентоспособность тесно взаимосвя- заны, и в условиях высокой конкурентоспособности организации и ее продукции влияние риска значительно снижается. Повышение конкурентоспособности предполагает реализацию организационно-экономических и других комплексных мер – инвестиции в улучшение ка- чества продукта, расширение ассортимента, снижение издержек, маркетинг, защиту коммер- ческих тайн, создание услуг риск-менеджмента, современное оборудование и технологии, внедрение передовых методов организации труда и производства, управления персоналом, а также, всестороннюю помощь государства.

COMPETITIVE PRODUCTION AS A GUARANTEE OF REDUCTION IN BUSINESS RISK

HASMICK GEVORGYAN

ANAU, Chair of Agribusiness Organization, Applicant

Among the factors influencing on the level of business activity risk, the most risky is the production of competitive products.

Competitiveness of companies and production is the basic complete indicator characterizing the effectiveness of production that simultaneously maximizes entrepreneur's profit, but also minimizes the risks. Risk and competitiveness are closely related, and in conditions of high competitiveness of the organization and its products the risk impact is greatly reduced.

The competitiveness increase requires implementation of organizational and economic and other complex measures: product quality improvement, assortment extension, cost reduction, creation of marketing, trade secret protection, risk management services, investment of modern techniques and technology, labor and production organization and progressive methods of personnel management, as well as overall state assistance aimed to the development of the sector.