

- ԿԲ-ի կողմից հեջավորման նպատակով ածանցյալների կիրառման խթանների ստեղծումը կնպաստի ածանցյալ արժեթղթերի շուկայի զարգացմանը, ինչը ևս կնպաստի կայուն պորտֆելի ձևավորմանը:
- Հաշվի առնելով երկրի ներուժը և ոլորտների արագ զարգացումը՝ նպատակահարմար են ներդրումները նաև ՏՏ և թեթև արդյունաբերության ոլորտներում՝ դրանց ոչ բարձր տեխնոլոգիականության ու անհրաժեշտ ներդրումների ոչ այնքան մեծ ծավալի պայմաններում՝ համեմատած ծանր արդյունաբերության հետ, ինչը կարելի է իրականացնել արդյունավետ պայմաններով վարկերի առաջարկմամբ:

АНАИТ ИСРАЕЛЯН

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ И ИНВЕСТИЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

Ключевые слова: коммерческий банк, активы, инвестиции, ценные бумаги.

Предметом данной статьи является направления инвестиций коммерческих банков, инвестиции на рынке ценных бумаг. Анализируются инвестиционные структуры портфелей: проводились параллели с кредитными портфелями. Здесь показано, что коммерческие банки в основном инвестируют государственные ценные бумаги, а удельный вес акций портфеля маленький. Существует проблема диверсификация и в данной статье предложены пути их решения.

ANAHIT ISRAYELIAN

ARMENIAN COMMERCIAL BANKS' INVESTMENT PORTFOLIOS' PECULIARITIES AND INVESTMENTS IN SECURITIES MARKET

Key words: commercial bank, assets, investments, securities.

The purpose of the article is to show commercial banks' investment directions, investments in stock exchange. Portfolios' structures are discussed and they were compared with loan portfolios. Commercial banks mainly invest in government bonds and share's specific weight in portfolio is little. In commercial banks there is a problem of diversification and some ways of the solution are offered.

ԱՆԻ ԻՍՐԱԵԼՅԱՆ

Մարքեթինգ, բաղալավորիադ, 4-րդ կուրս

ՀԱՄԵՐԳԱՅԻՆ ԻՐԱԴԱՐՁՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀՀ ՇՈՒԿԱՆ ԵՎ ԴՐԱՆՈՒՄ ԱՌԿԱ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Հիմնաբառեր. մարքեթինգ, համերգային իրադարձություններ, համերգային շուկա, հայ հանդիսատես, շուկայի խնդիրներ

Մեր երկրում համերգների պահանջարկը մեծ է եղել թե՛ նախկինում, թե՛ հիմա: Այսօր, սակայն, առկա են խնդիրներ, որոնք խոչընդոտում են դրանց պարզաճ կազմակերպումը և թույլ չեն տալիս մեզ՝ վայելելու մեծահոգակ արտիստների ելույթները: Զազ, ոռք, դասական երաժշտություն՝ սրանք այն ժանրերն են, որոնց նկատմամբ

պահանջարկը օրեցօր մեծանում է, իսկ հայ հանդիսատեսը դառնում էլ ավելի պահանջկոտ և քմահաճ: Հոդվածում ներկայացված են շուկայի իրավիճակը և զարգացման հեռանկարները:

Համերգները սահմանվում են որպես հրապարակային կատարումներ՝ նախապես կազմված ծրագրով:¹ Համերգային իրադարձությունները մշտապես մեծ պահանջարկ են վայելել և շարունակում են իրենց շուրջը համախմբել հանդիսատեսին թե՛ Հայաստանում, թե՛ ամբողջ աշխարհում: Քննարկվելիք թեմայի արդիականությունը փոխկապակցված է մեր երկրում համերգային գործունեության ասպարեզում տիրող իրավիճակի հետ: Վերջինս բնութագրվում է անկայունությամբ, սպառողների (մեր դեպքում հանդիսատեսի) անվստահությամբ, պետական մարմինների անտարբերությամբ և համապատասխան կազմակերպությունների փոքր քանակով:

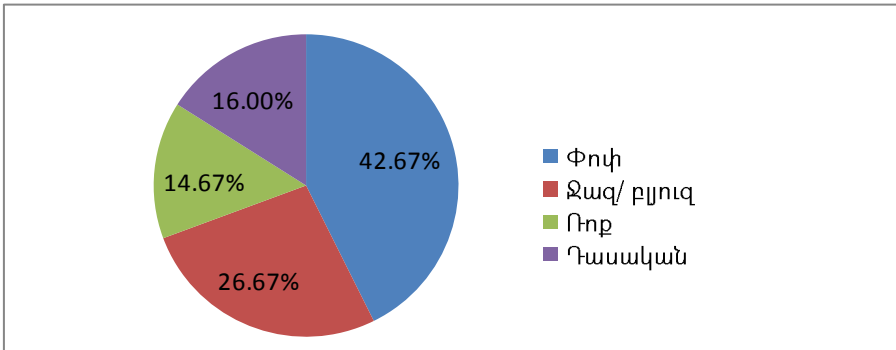
Համերգային միջոցառումների կազմակերպման ոլորտը մեր երկրում գտնվում է բավականին ծանր իրավիճակում և հետ է մնում մեր հարևան բոլոր երկրներից, բացառությամբ՝ Իրանի, որտեղ նման իրադարձություններն ընդհանրապես արգելված են:

Մեծամասշտաբ համերգների կազմակերպման առաջին քայլերը ՀՀ-ում սկսվել են դեռևս 10 տարի առաջ, և դրանց քանակը տարեցտարի շարունակում է ավելանալ: Ընդհանրապես, հայ հանդիսատեսը միշտ սիրել է հաճախել համերգների, և այդ ավանդույթը էլ ավելի մեծ տարածում է գտնում: Մեր երաժշտական հարուստ պատմությունը և ավանդույթները թույլ են տալիս համարել մեզ բավականին քմահաճ և պահանջկոտ հանդիսատես: Մեր հանրապետությունում ելույթ են ունեցել համաշխարհային էստրադայի այնպիսի աստղեր, ինչպիսիք են Շառլ Ազնավուրը, Գարուն, Անդրեա Բոչելլին, Ջո Կոկերը, Պլասիդո Դոմինգոն, Սերժ Թանկյանը, Յաննին, Խուլիո Իգլեսիասը, Էմիր Կուստուրիցան, Deep Purple խմբի անդամ Գլեն Հյուզը, Ալան Փարսոնսը և այլք, սակայն ամենամարդաշատ և ամենասպասված համերգը երևանցիների համար եղել է լեգենդար System of a down ոռք խմբի Wake up the souls խորագիրը կրող շրջագայության ընթացքում տեղի ունեցած անվճար մենահամերգը՝ նվիրված Հայոց ցեղասպանության հարյուրամյա տարելիցին: Համերգը կազմակերպվել էր Հայաստանի Հանրապետության Կառավարության կողմից In vitro production ընկերության միջնորդությամբ և հավաքել էր մոտ 50,000 հանդիսատես երևանից և արտասահմանից: Հայ հանդիսատեսի երաժշտական նախասիրությունները վերլուծելիս հանգում ենք այն եզրակացությանը, որ, ցավոք, որակյալ երաժշտության նկատմամբ պահանջարկը դեռ աճելու տեղ ունի: Համաձայն հետազոտության՝ մեր երկրում երկրպագուների ամենամեծ քանակն ունեն հայ աստղերը, օրինակ՝ Լիլիթ Հովհաննիսյան՝ 139.000, Aram Mp3՝ 129.000, Սիրուշո՝ 85.100, Իվետա Մուկուչյան՝ 78.400 և այլն: ² Սակայն հայտնի է, որ վերջիններիս մենահամերգները չեն կարող նպաստել ո՛չ մեր մշակութային կյանքի զարգացմանը, ոչ Հայաստանի ճանաչելիության բարձրացմանը և ո՛չ էլ հետաքրքրություն առաջացնել զբոսաշրջիկների շրջանում: Բացի դրանից, նշված արտիստները գրեթե չեն համագործակցում կազմակերպիչ ընկերությունների հետ, և

¹ St'u Назимко А.Е., Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей:

² Տվյալները՝ socialbakers.com-ից:

իրենք են կազմակերպում իրենց մենահամերգները: Ուսումնասիրելով արտասահմանցի երգիչների նկատմամբ պահանջարկը՝ ունենում ենք հետևյալ պատկերը՝ Անի Լորակ՝ 59.250, Սերժ Թանկյան՝ 58.000, Թիմատի՝ 56.550, Ռեյ Չարլզ՝ 36.550, Անդրեա Բոչելլի՝ 34.100, Լարա Ֆաբիան՝ 31.900, Սթինգ՝ 30.172, Սթիվի Ուանդեր՝ 29.800 և այլն: Խմբավորելով ամենապահանջված 150 արտիստներին ըստ վերջիններիս ժանրային պատկանելության՝ ձևավորվում է հետևյալ պատկերը.



Գծապատկեր 1. Հայ հանդիսատեսի նախասիրություններն ըստ ժանրային պատկանելության

Իհարկե, փոփ երաժշտության գերակայությունը կարելի էր կանխատեսել, սակայն ջազի հանդեպ սերը շատերին կարող է զարմանալի թվալ: Իրականում վերջին տարիներին այս ժանրի նկատմամբ պահանջարկը մեծացել է և շարունակում է աճել՝ կապված Զազի Հայաստանի ասոցիացիայի ակտիվ գործունեության հետ: Այնուհանդերձ, այս ժանրերում գործունեություն ծավալող արտիստների մենահամերգների կազմակերպման համար մեր երկրում առկա են մի շարք խոչընդոտներ: Ուսումնասիրության ընթացքում առանձնացվել են մի քանի վճռորոշ խնդիրներ, որոնք խոչընդոտում են կազմակերպիչների աշխատանքը և համերգային ոլորտի զարգացումը: Այդ խնդիրների շարքն են դասվում հետևյալները.

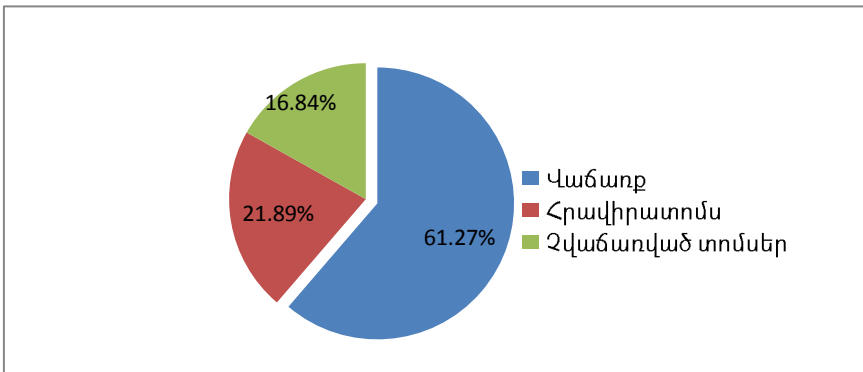
1. Ժողովրդագրական գործոնը

Ապացուցման ենթակա չէ այն փաստը, որ որքան քիչ է տվյալ պետության բնակչությունը և ծանր տնտեսական իրադրությունը, այնքան ավելի բարդ է կազմակերպել մեծ միջոցառումներ: Եթե մի ժամանակ կազմակերպիչները մեծ իրադարձությունների բացակայությունը բացատրում էին համապատասխան կառույցներ չլինելով, ապա այսօր նորովի վերանորոգված Կարեն Դեմիրճյանի անվան մարզահամերգային համալիրի մեծ դահլիճը, ունենալով ավելի քան տասը հազար մարդ ընդունելու հնարավորություն, միայն տոմսերի վաճառքից ապահովում է դահլիճի ընդամենը կեսը: Սրա պատճառներից մեկը, իհարկե, փոքրաթիվ բնակչությունն է ու վերջինիս ֆինանսական ոչ կայուն դրությունը:

2. Մշակութային գործոնը

Որքան էլ պնդենք, որ մեր հանդիսատեսն արդեն սովոր է լավ և որակյալ երաժշտության, միևնույն է, այդ շերտը այնքան մեծաքանակ չէ, որ հանդգնած լինենք համերգների հաջողություններում, և ավելի հաճախ փոփ-

երաժիշտներին է հաջողվում հավաքել մեծաքանակ հանդիսատես: Բացի դրանից, հայ հանդիսատեսի գնողունակ շերտը չունի համերգների տոմսերի ձեռք բերման մշակույթ: Այսպես, համադրելով Մեցցո Պրոդաքշնի, Երևանյան հեռանկարների, Մորգան Պրոդաքշնի և Ջազի Հայաստանի ասոցիացիայի տնօրենների տրամադրած տվյալները, կփաստենք, որ անցյալ տարվա նախագծերի տոմսերի բաշխումն իրականացվել է հետևյալ կերպ.



Գծապատկեր 2. Վաճառված և որպես հրավեր տրված տոմսերի %-յին հարաբերակցությունը

3. Մտավախությունը համերգի չեղարկման վերաբերյալ

Սա, երևի թե, ամենագլխավոր պատճառներից է, որը կասկածի տակ է դնում այն հարցը, թե արժե արդյոք ձեռք բերել համերգի տոմս: Հայ հանդիսատեսն այս առումով ունի շատ դառը փորձ, քանի որ մինչ 2017 թ. չեղյալ էր համարվում տարեկան կտրվածքով կազմակերպվող մեծ համերգների մոտավորապես 1/3-ը, իսկ տոմսերի գումարի վերադարձ այդպես էլ տեղի չէր ունենում: Նմանօրինակ դեպքեր են Սառա Քոնորի, «Ջիփսի Քինգի», Էրոս Ռամազոտիի, Իրինա Ալեգրովայի, «Ռուկի Վերխի» չկայացած համերգները: Չեղարկումների հիմնական պատճառը կապված է տոմսերի չվաճառվելու, համապատասխան տեխնիկական միջոցներ ձեռք բերել չկարողանալու հետ, ինչն էլ իր հերթին՝ շուկան սխալ ուսումնասիրելու և կատարողների նկատմամբ պահանջարկը թերի գնահատելու հետ:

4. Պեղական վերահսկողության բացակայությունը

Ինչպես գիտենք, համերգային գործունեության հետևում կանգնած է համերգը կազմակերպող ընկերությունը, որը պատասխանատու է թե՛ դրա իրականացման, թե՛ չեղարկման համար: Սակայն արդյո՞ք միշտ փոխհատուցվում է սպառողների կրած վնասը: Ի տարբերություն տարածաշրջանի մյուս երկրների՝ ՀՀ-ում բացակայում է համերգային իրադարձությունների և առհասարակ իրադարձությունների կազմակերպումը կարգավորող օրենսդրությունը: Այս պայմաններում յուրաքանչյուր անձ, չունենալով համապատասխան միջոցներ, նույնիսկ գրասենյակ (Jet Set), ստանձնում է կազմակերպչի դեր, ինչի հետևանքով տուժում են ոչ միայն չեղարկված համերգների տոմսերը ձեռք բերած անձինք, այլ նաև պատշաճ կերպով կազմակերպող ընկերությունները և շուկան ընդհանրապես: Նման ընկերությունների ոչ պրոֆեսիոնալ մոտեցումը կարող է հանգեցնել նաև հանդիսատեսի դժգոհությանը, նույնիսկ եթե համերգը վերջիվերջո կայանա:

5. *Հրավիրվող արտիստների ընտրության ռազմավարությունը*

Ընկերությունները բացարձակապես չեն հետաքրքրվում հանդիսատեսի շրջանում տվյալ արտիստի պահանջվածությամբ: Հրավիրվում են ոչ շատ թանկ, արդեն իրենց նախկին հանրաճանաչությունը չվայելող արտիստներ, որոնք գրեթե դադարել են ապրել բուռն ստեղծագործական կյանքով: Այս փաստը, ինչ խոսք, չի գոհացնում հանրությանը և հատկապես երիտասարդությանը, որը սովոր չէ լսել «նախնիների կուռքերին», ինչի հետևանքով էլ տոմսերը չեն վաճառվում, համերգները չեղարկվում են: Նման օրինակ է վերջերս չեղարկված «Ռուկի Վերխի» համերգը, որն ընդհանրապես չունեցավ պահանջարկ ո՛չ երիտասարդների, ո՛չ էլ մեծահասակների շրջանում:

6. *Տեխնիկական միջոցների բացակայությունը կամ անհամապատասխանությունը սրանդարտներին*

Սա վերաբերում է ոչ միայն երաժիշտներին անհրաժեշտ տեխնիկային, այլ նաև համերգային դահլիճներին: Մեր հանրապետությունում համերգային դահլիճները չեն համապատասխանում չափանիշներին և չեն ապահովում լսելիությունը (ակուստիկան), ինչը շատ կարևոր է որակյալ հնչեղության համար: Բացի դրանից, մեծ խնդիր է տեխնիկական նոր միջոցների ապահովումը, ինչը սահմանափակում է կազմակերպիչների հնարավորությունները, իսկ ողջ համերգների մասին խոսք անգամ չի կարող լինել: Այս ժանրը պահանջում է հատուկ տեխնիկական միջոցներ, որոնց նույնիսկ հին տարբերակները չկան մեր երկրում: Հայտնի ողջ խումբ «System of a down»-ի համերգի տեխնիկան բերվել էր Ռուսաստանից՝ վարձակալությամբ, որի համար պետական բյուջեից զգալի միջոցներ էին տրամադրվել: Առևտրային կազմակերպությունները, սակայն, նման ֆինանսական շռայլություն չեն կարող իրենց թույլ տալ: Այնուամենայնիվ, համերգային իրադարձությունների կազմակերպիչների հույսն արթնացրել է նախկին կրկեսի շենքի վերակառուցումը, որը մեծ ներուժ ունի՝ դառնալու Հայաստանում համերգների անցկացման գլխավոր հարթակ:

7. *Պետական մարմինների և կազմակերպիչների միջև կապի բացակայությունը*

Համերգային իրադարձությունների ֆինանսավորման պետության շահագրգռվածությունը բխում է երկրի մշակութային կյանքը զարգացնելու, բնակչությանը լավ երաժշտության կողմնակից դարձնելու և, իհարկե, զբոսաշրջությանը զարկ տալու մղումից: Աշխարհում ընդունված է մեծամասշտաբ իրադարձությունները կազմակերպել պետական մարմինների և առավելապես՝ մշակույթի նախարարության աջակցությամբ: Ձեռք է բերվում պայմանավորվածություն, որի համաձայն՝ պետական բյուջեից հատկացվում են բոլոր անհրաժեշտ ֆինանսական ռեսուրսները՝ իրադարձության պատշաճ կազմակերպման համար, որին ի պատասխան՝ կազմակերպիչները պետք է ապահովեն որոշակի թվով զբոսաշրջիկների ներկայություն: Նշենք նաև, որ նման դեր կարող են ստանձնել Մարգահամերգային համալիրը և չափերով ավելի փոքր այլ համերգասրահները, որոնք, սակայն, բացարձակ աչքի չեն ընկնում ակտիվությամբ: Համերգասրահները նույնիսկ չունեն իրենց կայքը, որը կարող է դառնալ զբոսաշրջիկներ ներգրավելու արդյունավետ գործիք և նպաստել Հայաստանի՝ որպես հեղինակավոր մշակութային երկրի համբավի ամրապնդմանը: Ինչպես արդեն նշվեց, համերգները զբոսաշրջության զար-

գացման կարևոր գործիք են և երկրի նկատմամբ հետաքրքրվածության բարձրացման միջոց: Զբոսաշրջությունն այսօր ազգային տնտեսության զարգացման հնարավորություններ ստեղծելու հեռանկարային ոլորտներից է, ինչին կարելի է նպաստել նաև համերգային ծրագրերի կազմակերպմամբ և իվենթ-մարքեթինգի միջոցով դրանք ճիշտ խթանելով:

Ինչպես տեսնում ենք, մեր երկիրը, համարվելով մշակութային երկիր և այդպես ներկայանալով ողջ աշխարհին, ունի բազմակի մտահոգիչ խնդիրներ, որոնց լուծման ուղղությամբ մեր պետական մարմինները գրեթե ոչ մի քայլ չեն ձեռնարկում: Խոսելով զբոսաշրջության ներուժի մասին և այն համարելով Հայաստանի զարգացման գերագույն ուղղությունը՝ մենք մոռանում ենք, որ մարդկանցից (թե՛ հայ, թե՛ արտասահմանցի) անբաժան է զվարճանքների հանդեպ սերը, իսկ այդ պահանջմունքը բավարարելու համար անհրաժեշտ են հստակ գործողություններ և ոլորտը զարգացնելու ցանկություն: Մեր կարծիքով՝ համերգների և առհասարակ փառատոնների կազմակերպումը կարևոր միջոց է երկրի հեղինակության և ճանաչելիության բարձրացման համար, իսկ ոլորտում իրականացվող ներդրումները կհանգեցնեն էլ ավելի լուրջ արդյունքների: Համոզվելու համար կարող ենք դիտարկել Վրաստանի օրինակը, որտեղ հենց պետությունը միլիոնավոր դոլարներ է հատկացնում համերգների կազմակերպմանը:

Մեր երկրում շուկան զարգացնելու համար թերևս կարևոր է, որ *պետական մարմին-միջնորդ կազմակերպություն-կազմակերպիչ կապը* պահպանվի, և յուրաքանչյուրը պատշաճ կերպով, իր ուժերի և պարտավորությունների սահմաններում իրականացնի բոլոր անհրաժեշտ գործողությունները: Պետական մարմիններին առաջարկվում է.

1. Ընդունել օրինագիծ, համաձայն որի՝ համերգների և փառատոնների կազմակերպումը կվստահվի միայն պետության կողմից արտոնագրված կազմակերպություններին, որոնք կապահովեն վերջինիս ներկայացրած պահանջները, որոնցում առաջնայինը կլինի պահուստային ֆոնդի առկայությունը և ֆորսմաժորային դեպքերում այդ ֆոնդից վճարումների իրականացումը:
2. Համերգասրահների առջև պահանջ դնել՝ լուծելու դահլիճներում առկա բոլոր խնդիրները՝ կապված ստանդարտների համապատասխանության հետ:
3. Ֆինանսավորել միայն այն նախագծերը, որոնք բավարար ներուժ ունեն զարգացնելու մեր մշակութային կյանքը և գրավելու զբոսաշրջիկների ուշադրությունը:

Միջնորդ ընկերություններին, որոնք զբաղվում են տոմսերի վերավաճառքով, համերգային դահլիճներով, առաջարկվում է.

1. Անհրաժեշտ կոնտենտը ապահովել ոչ միայն հայերենով, այլ նաև անգլերենով, որպեսզի Հայաստան ժամանող մարդիկ ևս հասանելիություն ունենան տրամադրվող տեղեկատվությանը:
2. Դահլիճների աշխատակազմից պահանջել օտար լեզուների առնվազն նվազագույն իմացություն կամ տեղադրել կողմնորոշող վահանակներ, որպեսզի արտասահմանից ժամանող հյուրերը դրական տպավորություն և իրենց հետաքրքրող հարցերին սպառիչ պատասխաններ ստանան:

3. Դահլիճները պետք է ունենան կայք՝ ճիշտ և համակողմանի տեղեկատվությամբ: Նշենք, որ կայքի առկայությունը ճոխություն չէ և աշխարհում համանման գործունեության պարտադիր պայման է:
Կազմակերպիչ ընկերություններին առաջարկվում է.
1. Նախքան արտիստներին հրավիրելը, ճիշտ գնահատել սպառողական պահանջարկը և չառաջնորդվել միայն նվազ ծախսատարության սկզբունքով:
2. Սոցիալական ցանցերում գովազդային արշավ իրականացնել ոչ միայն Հայաստանում, այլ նաև հարևան երկրներում:
3. Ճիշտ ընտրել արտաքին գովազդի տեղադրման վայրերը՝ ներկայացնելով հետաքրքիր և տարբերվող լուծումներ: Շատ հաճախ դրանք տեղադրված են նպատակային լսարանին չհամապատասխանող վայրերում:

АНИ ХАЧАТРЯН
АРМЯНСКИЙ РЫНОК КОНЦЕРТНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И
СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ

Ключевые слова: маркетинг, концертные мероприятия, концертный рынок, армянский зритель, задачи рынка.

Спрос на концертные мероприятия в нашей стране был и будет довольно высоким. В нашей республике есть масса проблем, которые препятствуют их должной организации и не позволяют нам наслаждаться выступлениями артистов, которые пользуются большой популярностью. Джаз, рок, классическая музыка - это жанры, спрос на которых растет день за днем, а армянский зритель становится все более требовательным и капризным. В статье представлена ситуация рынке и перспективы его развития.

ANI KHACHATRYAN
ARMENIAN MARKET OF CONCERT EVENTS AND EXISTING PROBLEMS

Key words: marketing, concert events, concert market, Armenian spectator, market tasks.

The demand for concert events in our country has been and will be quite high. In our Republic there are a lot of problems that impede their proper organization and don't allow us to enjoy the performances of artists who are very popular. Jazz, rock, classical music are genres, the demand for which grows day by day, and the Armenian audience becomes more demanding and capricious. The article presents the market situation and prospects of its development.