

### **Վարդան Ալեքսանյան**

*Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի Ագրարային Էկոնոմիկայի ամբիոնի վարիչ, Կրթության և գիտության նախարարության թեկնածու, դոցենտ*

### **Իլոնա Ալեքսանյան**

*ԵՄՀ Կառավարման ամբիոնի և Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի Ագրոբիզնեսի կառավարման ամբիոնի դասախոս, Կրթության և գիտության նախարարության թեկնածու*

## **ՀՀ ԱԼԿՈՇՈՒԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ԱՐՏԱՔԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Սույն հոդվածում վերլուծված են Հայաստանի Հանրապետության ալկոհոլային խմիչքների շուկայի իրավիճակը և զարգացման հնարավորությունները: Հոդվածում ներկայացված է ալկոհոլային խմիչքների արտադրության բարելավման հիմնախնդիրները և հեռանկարները ՀՀ-ում, ինչպես նաև ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտադրության կառուցվածքային փոփոխությունները և արտահանման ծավալների մեծացման հնարավորությունները:

**Հիմնաբառեր.** ալկոհոլային խմիչքներ, շուկա, արտադրություն, արտահանում և ներմուծում:

### **Ներածություն**

Գինեգործության և խաղողագործության տարեգրությունը հայոց աշխարհում նույնքան հին է, որքան հին է, թերևս հայոց պատմությունը: Սա անժխտելի ճշմարտություն է, որը իրենց թողած աշխատություններում հավաստում են բազում պատմիչներ: Այն ամրագրվում է բազում հետազոտությունների գիտական արդյունքներով ու հնէաբանական պեղումների նյութական վկայություններով:

ՀՀ-ում գինեգործության ճյուղը հանդիսանում է գյուղատնտեսական մթերքների վերամշակող արդյունաբերության կարևոր ճյուղերից մեկը և իր ուրույն տեղն ունի գյուղատնտեսության համար առաջնահերթ համարվող խաղողագործության ճյուղի զարգացման համար: Գինեգործության ճյուղի հուսման բազան հանդիսանում է հանրապետությունում արտադրված խաղողը, որի հիմնական մասը մթերվում և վերամշակվում է գինեգործական կազմակերպությունների կողմից:

Հայաստանի Հանրապետության ագրովերամշակող արդյունաբերությունը դեռևս խորհրդային ժամանակաշրջանից սկսած և այժմ էլ համարվում է երկրի տնտեսության կարևորագույն և բարձր արդյունավետությամբ աշխատող ճյուղերից մեկը, որը կարևորվում է նաև գյուղական բնակչության զբաղվածության ու եկամուտների ապահովման առումով և նպաստում է պարենային, տնտեսական անվտանգության և ագրոպարենային շուկայի ձևավորմանը, ինչպես նաև ապահովում է ազգաբնակչությանն անվտանգ, որակյալ մթերքների երաշխավորված ու կայուն մատակարարումը:

Տնտեսական բարեփոխումների սկզբին հաջորդող՝ ագրարային բարեփոխումների առաջին փուլում, Հայաստանը հայտնվել էր տնտեսական շրջափակման մեջ, և ագրովերամշակող արդյունաբերության կազմակերպությունները հիմնականում դադարեցրել էին իրենց գործունեությունը: Սակայն, սկսած 1998 թվականից, մասնավոր հատվածի լրացուցիչ ներդրումների և միջազգային կազմակերպությունների աջակցությամբ, զգալիորեն բարելավվել է գյուղատնտեսական մթերքներ վերամշակող արդյունաբերության վիճակը:

### **Հետազոտության մեթոդները:**

Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական կոմիտեյի վիճակագրական ժողովածուներում առկա տվյալների և սեփական ուսումնասիրությունների արդյունքում ձեռք բերված տվյալների հիման վրա կատարվել է Վայոց ձորի մարզի խաղողագործության վիճակի և զարգացման միտումների վերաբերյալ համակողմանի վերլուծություն: Կիրառվել է գիտական հետազոտության մենագրական, հաշվարկա-գրաֆիկական, համեմատական, վիճակագրական և գիտական ընդհանրացման մեթոդները:

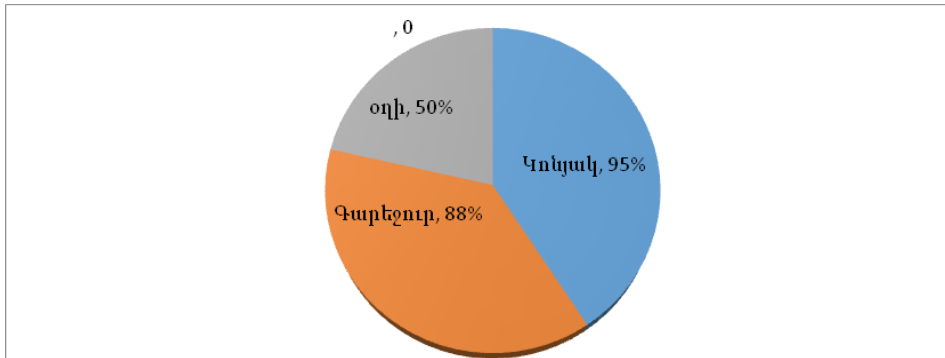
### **Վերլուծությունը և արդյունքները:**

Ալկոհոլային խմիչքների արտադրությունը ՀՀ-ում պայմանականորեն կարելի է բաժանել թունդ ոգելից խմիչքների, գինիների և գարեջրի երեք ենթաշուկաների:

ՀՀ ալկոհոլային խմիչքների շուկայում գործում է ալկոհոլային խմիչքներ արտադրող մոտ 70 կազմակերպություն կա, որոնցից համեմատաբար խոշոր են՝ «Պռոշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ն, «Վեդի Ալկո» ՓԲԸ-ն, «Երևանի կոնյակի գործարան» ՓԲԸ-ն, «ՄԱՊ Արմավիրի գինու-կոնյակի գործարան» ՓԲԸ-ն, «Գրեյթ Վելլի» ՀՁ ՍՊԸ-ն, «Երևանի Արարատ գինու-օղու-կոնյակի կոմբինատ» ԲԲԸ-ն, Երևանի «Շամպայն գինիների գործա-

րան» ԲԲԸ-ն, «Արմենի վայն» գինու գործարան ՍՊԸ-ն, «Արենի գինու գործարան» ՓԲԸ-ն, «Երևանի գարեջուր» ՓԲԸ-ն, «Կոտայք գարեջրի գործարան» ՍՊԸ-ն և այլ կազմակերպություններ<sup>1</sup>:

Ուսումնասիրությունները վկայում են այն մասին, որ հայաստանյան ալկոհոլային խմիչքների շուկայում սպառողները նախընտրում են հիմնականում ալկոհոլային խմիչքների ավանդական տեսակները, ընդ որում, շուկայում մեծ մասնաբաժին են զբաղեցնում հայաստանյան արտադրության սպրանքանիշերը, ինչը պայմանավորված է հայաստանյան արտադրության խմիչքների գին-որակ մրցունակ համադրությամբ: Օրինակ՝ կոնյակի շուկայում 95% մասնաբաժինը պատկանում է հայկական արտադրության կոնյակին, գարեջրի շուկայում՝ 88%-ը, օղու շուկայում՝ 50%-ը: Ալկոհոլային խմիչքների շուկայում *ալկոհոլային* խմիչքների առանձին տեսակների տեղական արտադրության ծավալների մասնաբաժինների վերաբերյալ տվյալները ներկայացված են գծապատկեր 1-ում:



**Գծապատկեր 1. Ալկոհոլային խմիչքների շուկայում *ալկոհոլային* խմիչքների առանձին տեսակների տեղական արտադրության ծավալների մասնաբաժինները:**

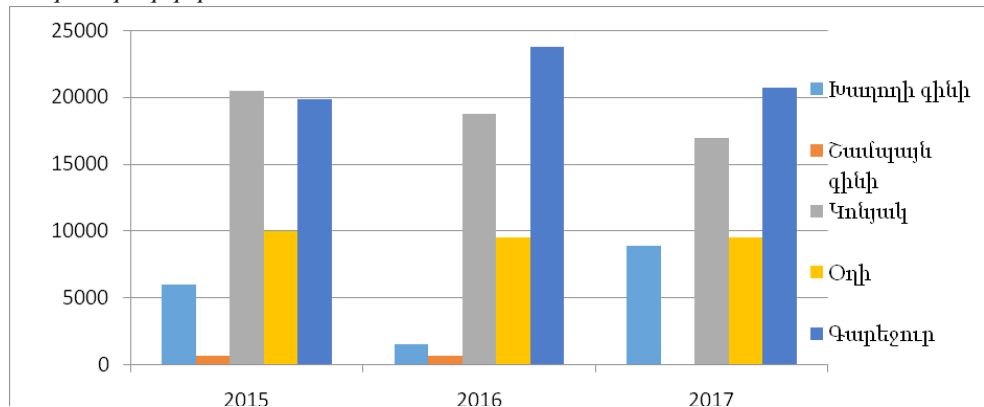
Ալկոհոլային խմիչքների շուկայում *ալկոհոլային* խմիչքների առանձին տեսակների արտադրության ծավալների փոփոխության վերաբերյալ տվյալները ներկայացված են աղյուսակ 1-ում:

<sup>1</sup> ՀՀ Գյուղատնտեսության նախարարություն. Ազրովերամշակում, <https://goo.gl/BSNhM1>

ՀՀ-ում ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտադրության ծավալների դինամիկան 2015-2017թթ.<sup>1</sup>

Տարի	Չ/մ	Արտադրանքի անվանումը				
		Խաղողի գինի	Շամպայն գինի	Կոնյակ	Օղի	Գարեջուր
2015թ.	հազ. լիտր	5932	658	16948	9515	20687
2016թ.	հազ. լիտր	2 490.8	634	18705	9504	23717
2017թ.	հազ. լիտր	8 852.5	863.8	16948	7 318.7	20 453.6

ՀՀ-ում ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտադրության ծավալների դինամիկան 2015-2017թթ. առավել պատկերավոր ներկայացված են գծապատկեր 2-ում:



Գծապատկեր 2. Ալկոհոլային խմիչքների շուկայում ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների տեղական արտադրության ծավալները 2015-2017թթ.

Ազգային վիճակագրական ծառայության կողմից հրապարակված տվյալների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2017 թվականին Հայաստանում ալկոհոլային խմիչքների արտադրության ոլորտում գրանցվել է ն անկում, ն աճ:

2015թվականին Հայաստանում արտադրվել է մոտ 16.95 մլն լիտր կոնյակ, որը 9.4%-ով պակաս է 2014թվականի ցուցանիշից, իսկ 2013թվականին 2014թվականի համեմատ այն նվազել է 8.5%-ով: Ուսումնասիրվող տարիների ընթացքում կոնյակի արտադրությունը նվազել է 17.1%-ով:

<sup>1</sup> <https://www.armstat.am/am/>

Նվազել է նաև գինու արտադրությունը: 2015թվականին այս խմիչքի արտադրության ծավալը կազմել է 5.93 մլն լիտր, որի նվազումը 2014թվականի համեմատ կազմել է 4%, իսկ 2014թվականին 2013թվականի համեմատ՝ 7.6%: Ընդհանուր առմամբ գինու արտադրությունը ուսումնասիրվող տարիներին նվազել է 11.2%-ով: Հատկանշական է, որ խաղողի առատ բերքի պայմաններում գինու և կոնյակի արտադրությունը նվազել է, ինչը վկայում է երկրում գործարկվող տնտեսական, կազմակերպական և կառավարման ոչ արդյունավետ մեխանիզմների մասին:

2015թվականին գարեջրի արտադրության ծավալը կազմել է մոտ 20.7 մլն լիտր: 2015թվականին 2014թվականի համեմատ արտադրության ծավալները նվազել են 12.8%-ով, իսկ 2014թվականին 2013թվականի համեմատ արտադրության ծավալները ավելացել են 19.5%-ով: Շնորհիվ տեղական արտադրանքի որակական բարձր հատկանիշների սպառողները նախընտրում են հայաստանյան արտադրության գարեջուր, ինչի արդյունքում 3 տարիների ընթացքում գարեջրի արտադրությունն ավելացել է 4.2%-ով:

2015թվականին արտադրվել է 9.5 մլն լիտր օղի, որը 2014թվականի համեմատ ավելացել է 0.1%-ով, սակայն 2013թվականի համեմատ նվազել է 4.3%-ով, ինչի գլխավոր պատճառը հանդիսանաում է ներմուծման ծավալների զգալի աճը:

Աճ է գրանցվել նաև շամպայն գինիների արտադրությունում: 2015թվականին արտադրվել է 658 հազ. լիտր շամպայն, որն ավելացել է 2014թվականի համեմատ 3.7%-ով, իսկ 2013թվականի համեմատ՝ 22.7%-ով:

Հատկապես գինու և կոնյակի արտադրության անկումը Հայաստանի տնտեսության համար մտահոգիչ է այն պատճառով, որ աշխարհի տարբեր երկրների կողմից այդ արտադրանքների նկատմամբ ձևավորված պահանջարկ կա և այդ խմիչքներից զգալի քանակությամբ արտահանվում է:

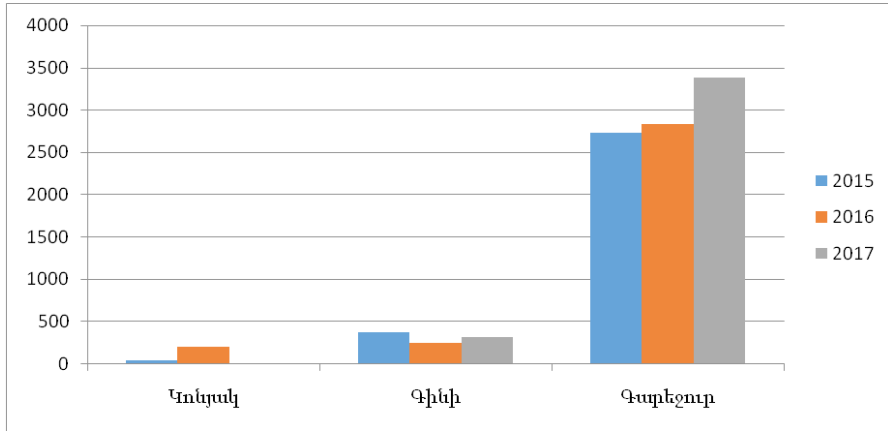
Հայաստանի Հանրապետությունում 1 շնչին բաժին է ընկնում 16 լիտր ալկոհոլ: Ըստ պաշտոնական վիճակագրության՝ 1 շնչի հաշվով տարեկան օգտագործվում է 1.25 լիտր գինի, 220 գրամ կոնյակ և 5.8 լիտր օղի: Նշենք, որ գինու մեծ արտադրություն ունեցող երկրներում ճիշտ հակառակ իրավիճակն է. ավելի շատ գինի է սպառվում (1 շնչի հաշվով 50 լիտրից ավելի), քան օղի:

Ալկոհոլային խմիչքներ արտադրող կազմակերպությունները իրենց արտադրանքը իրացնում են ինչպես ներքին շուկայում, այնպես էլ արտերկրում:

*Ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտահանման ծավալները ներկայացված են աղյուսակ 2-ում և զծապարկեր 3-ում:*

*Ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտահանման ծավալները<sup>1</sup>*

Արտադրատեսակ	Չափման միավոր	2015թ.	2016թ.	2017թ.
Կոնյակ	հազ. լիտր	15807.8	18556.0	15807.8
Գինի	հազ. լիտր	1451.6	2120.7	1451.6
Գարեջուր	հազ. լիտր	1602.8	1987.8	1602.8



**Գծապատկեր 3. Ալկոհոլային խմիչքների առանձին տեսակների արտահանման ծավալները**

Ուսումնասիրվող տարիների ընթացքում ալկոհոլային խմիչքներից կոնյակի ներմուծման ծավալներն ունեցել են մեծ չափերով տատանումներ: 2015թվականին 2014թվականի համեմատ կոնյակի ներմուծման ծավալներն ավելացել են 420.5%-ով, իսկ 2016թվականին 2015թվականի համեմատ նվազել են 83.9%-ով:

Գինու ներմուծման ծավալները 2015թվականին 2014թվականի համեմատ կրճատվել են 44.5%-ով, իսկ 2016թվականին 2015թվականի համեմատ ավելացել են 22.9%-ով: 2016թվականին 2015թվականի համեմատ գինու ներմուծման ծավալները նվազել են 17.8%-ով:

Ալկոհոլային խմիչքների արտահանման ծավալները աճ են գրանցել: Կոնյակի արտահանման ծավալները 2017թվականին 2016թվականի համեմատ աճել են 2%-ով, իսկ 2016թվականին 2015թվականի համեմատ նվազել է 14.8%-ով: Ուսումնասիրվող տարիներ ընթացքում կոնյակի արտահանման ծավալները նվազել են 13.1%-ով:

Գինու արտահանման ծավալները 2016 թվականին 2015 թվականի նկատմամբ ավելացել են 51.6%-ով, իսկ 2017թվականին 2016թվականի հա-

<sup>1</sup> ՀՀ արտաքին առևտուրն ԱՏԳ ԱԱ-ի ապրանքախմբերով (2016-2017թթ.)  
<http://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=csCIExportStatistics>

մեմատ կրճատվել են 31.6%-ով: Սակայն այս 3 տարիների ընթացքում գինու արտահանման ծավալները ավելացել են 3.8%-ով, ինչը պայմանավորված է արտասահմանյան երկրներում պահանջարկի մեծացմամբ: Գինեգործական արտադրանքի իրացման համար հիմնական շուկան ԱՊՀ երկրներն են, առաջին հերթին Ռուսաստանի Դաշնությունը, այնուհետև Բելառուսի և Ուկրաինայի Հանրապետությունները, իսկ այլ երկրներից գինին համեմատաբար մեծ սպառում ունի Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում:

2017թվականին 2016թվականի համեմատ գարեջրի արտահանման ծավալները նվազել են 15.3%-ով, իսկ 2016թվականին 2015թվականի համեմատ ավելացել է՝ 19.4%-ով: Ուսումնասիրվող տարիների ընթացքում գարեջրի արտահանումը նվազել է 31.7%-ով:

Այսպիսով, բացի Ռուսաստանից, ԵՏՄ այլ երկրներ արտահանումների ծավալը գործնականում շատ չնչին է:

Հայաստանում 1 շնչին բաժին է հասնում 16 լիտր ալկոհոլ: Ըստ պաշտոնական վիճակագրության՝ 1 շնչի հաշվով տարեկան օգտագործվում է 1.25 լիտր գինի, 220 գրամ կոնյակ և 5.8 լիտր օղի: Նշենք, որ գինու մեծ արտադրություն ունեցող երկրներում ճիշտ հակառակ իրավիճակն է. ավելի շատ գինի է սպառվում (1 շնչի հաշվով 50լիտրից ավելի), քան օղի:

Այսպիսով, հենց միայն այն բանի հաշվին, որ մենք՝ հայերս, օղու փոխարեն գինի նախընտրենք, կարող ենք ունենալ գինու արտադրության և սպառման նկատելի աճ:

Ալկոհոլային խմիչքներ արտադրող կազմակերպությունները իրենց արտադրանքը իրացնում են ինչպես ներքին շուկայում, այնպես էլ արտերկրում:

Ամենակայացածը հայաստանյան կոնյակի արտահանման շուկաներն են: Ընդհանուր առմամբ Հայաստանից արտահանվում է մոտավորապես 160 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ կոնյակ: Ռուսաստանում կոնյակի ներմուծման շուկան 409 միլիոն ԱՄՆ դոլար է: Ֆիզիկական ծավալների առումով, Հայաստանը ամենամեծ կոնյակ ներմուծողն է Ռուսաստանում: Ռուսական շուկա է մատակարարվում 34 հազար տոննա հայկական կոնյակ, երկրորդ տեղում է ֆրանսիական կոնյակը՝ մինչև 21 հազար տոննա: Սակայն կոնյակ ներմուծող երկու արտասահմանյան մատակարարները հանդես են գալիս շուկայի բացարձակապես տարբեր սեգմենտներում: Ֆրանսիան դիրքավորված է թանկարժեք սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը մեկ կիլոգրամի համար 10 ԱՄՆ դոլար է), մինչդեռ Հայաստանը իր արտադրանքի մեծ մասը վաճառում է շուկայի միջին արժեք ունեցող սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը մեկ կիլոգրամի համար 4 ԱՄՆ դոլար է): Ռուսաստանի կոնյակի շուկայում հայկական կոնյակի մասնաբաժնի ավելացման հնարավորությունները մեր գնահատմամբ հետևյալն են.

Շուկայի թանկարժեք կոնյակի սեգմենտում մշակել մարքեթինգային հիմնավոր ռազմավարություն ֆրանսիական կոնյակի հետ մրցակցելու առումով:

Արտահանման դիվերսիֆիկացման առումով անհրաժեշտ է արտահան-

ման քաղաքականություն իրականացնել ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրների ավելի ցածրարժեք սեգմենտում: 2014 թվականի դրությամբ, Ուկրաինան, Վրաստանը, Ադրբեջանը և Ուզբեկստանը Ռուսաստանին մատակարարել են 17 հազար տոննա կոնյակ, որի արժեքը կազմել է շուրջ 54 միլիոն ԱՄՆ դոլար, ինչը հանդիսանում է Ռուսաստան ներմուծվող կոնյակի 13%-ը: Հայաստանից ներմուծվող կոնյակի գնի հետ համեմատած, հիշյալ երկրներից ներմուծվող կոնյակի միջին գինը ցածր է 20%-ով: Ներկայումս, ԵՏՄ անդամակցությունը կարող է նպաստել ռուսական շուկայում հայաստանյան ցածր գնով կոնյակի մրցակցության բարձրացմանը: Նման դեպքում, Հայաստանը կարող է մրցակցել նաև շուկայի ավելի ցածրարժեք սեգմենտում և դիտարկել շուկայում ավելի մեծ մասնաբաժին ունենալու տարբերակը:

Ղազախստանի և Ղրղզստանի Հանրապետությունները միասին ներմուծում են ընդամենը 4 հազար տոննա կոնյակ՝ 18 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժեքությամբ: Հայկական կոնյակը այս շուկաներում մրցունակ չէ պայմանավորված տրանսպորտային բարձր ծախսումներով, ինչն էլ նպաստում է գների մակարդակի բարձրացմանը, որն էլ հայկական կոնյակը Ղազախստանի և Ղրղզստանի Հանրապետություններում դարձնում է պակաս մրցունակ: Ուստի պետք է միջոցառումներ կազմակերպել և ուղիներ փնտրել տրանսպորտային ծախսերի կրճատման համար: Օրինակ, կարելի է արտադրանքն արտահանել սեփական տրանսպորտային միջոցներով, ոչ թե վարձակալված: Եթե տրանսպորտային ծախսերը կառավարելը դժվար է, ապա կարելի է նվազեցնել արտադրանքի ինքնարժեքը, որն էլ կնպաստի հայկական կոնյակի՝ արտաքին շուկաներում մրցունակության բարձրացմանը:

ԵՏՄ երկրներում գինու ներկրումը հսկայական է և կազմում է մոտավորապես 1.3 միլիարդ ԱՄՆ դոլար և 726 հազար տոննա (Ռուսաստանի մասնաբաժինը դրանում 90% է): 2014 թվականի դրությամբ, Հայաստանը արտահանել է 3.7 հազար տոննա գինի, որի արժեքը կազմել է շուրջ 6.3 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Տեղական շուկայի սահմանափակ լինելու պատճառով հայկական գինեգործների համար էական նշանակություն ունի արտահանումը դեպի այլ շուկաներ: Չնայած ընկերությունների կողմից քայլեր են ձեռնարկվում նոր գործընկերներ գտնելու և արտահանման ուղղությունները դիվերսիֆիկացնելու նպատակով, հայկական գինու արտահանման հիմնական շուկան շարունակում է մնալ Ռուսաստանի Դաշնությունը: Հայաստանն իր գինիների մոտ 72%-ն արտահանում է Ռուսաստան: 2017թ-ին ՌԴ արտահանված գինու գումարային արժեքը կազմել է 4,493 հազ ԱՄՆ դոլար: Հայկական գինու արտահանման այլ ուղղություններն են ԱՄՆ-ն, ԵՄ երկրները և Վրաստանը, սակայն նշված երկրներ արտահանվող գինու ծավալներն էապես գիջում են դեպի Ռուսաստանի Դաշնություն արտահանվող գինու ծավալներին: Վերջին տարիներին արտահանման աշխարհագրությունը բավականին կայուն է եղել և էական կառուցվածքային փոփոխությունների չի ենթարկվել:



ՀՀ ԱՎԾ-ի կողմից հրապարակած տվյալների համաձայն 2015–2017 թվականներին Հայաստանից արտահանվել է համապատասխանաբար 2120.7, 1451.6 և 1829.9 հազ. լ. գինի Հայաստանից Ռուսաստանի Դաշնություն արտահանվող մեկ շիշ գինու մաքսային արժեքը 2015թ. կազմել է 3.9 դոլար, մինչդեռ դեպի ԱՄՆ արտահանման դեպքում այդ ցուցանիշը կազմել է 6.9 դոլար: Վրաստան և Լիտվա արտահանվում է համեմատաբար ավելի էժան գինի: Այդ երկրներ արտահանվող գինու մաքսային արժեքը համապատասխանաբար կազմում է 2.6 և 2.4 ԱՄՆ դոլար: Հայկական ամենաթանկ գինիներն արտահանվում են Իտալիա. մաքսային արժեքը՝ 15.1 ԱՄՆ դոլար: Քանի որ արտահանված գինու զգալի մասն ուղևորվում է ՌԴ, ՀՀ գինու արտահանման ծավալների փոփոխության վրա էսպես ազդում է Ռուսաստանի տնտեսական իրավիճակը, ինչպես նաև այլ երկրների հետ վարվող միջազգային քաղաքականությունը: Այսպես օրինակ 2006թ-ին ՌԴ-ն արգելեց Վրաստանից և որոշ չափով Մոլդովայից գինու ներմուծումը, ինչի արդյունքում 2007թ-ին մոտ երեք անգամ աճեց Հայաստանի արտահանումը դեպի Ռուսաստան 2012թ-ին գրանցվել է Հայաստանից ավելի քան 100,000 ԱՄՆ դոլարի գինու արտահանման աճ: Այդ ցուցանիշը աճել է նաև հետագա տարիներին մինչև 2014թ, քանի որ Հայաստանում ավելանում էր արտահանման լիցենզիա ունեցող ընկերությունների թիվը<sup>24</sup>: Հարկ է նշել, որ գինու արտահանումը դեպի Ռուսաստան կարող էր ավելի արագ տեմպերով աճեր, եթե վերջինս չթույլատրեր Վրաստանից գինու մուտքը դեպի ՌԴ: Եվ ինչպես արդեն նշվեց, 2015թի արտահանման ծավալների կտրուկ նվազումը պայմանավորված է եղել Ռուսաստանում տնտեսակ իրավիճակի վատթարացման հետ:

**Եզրակացություն:**

Այսպիսով, ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ տնտեսության զարգացման հեռանկարային ուղություններից մեկը, անշուշտ հանդիսանում է գինու և կոնյակի արտադրությունը: Հայաստանի Հանրապետությունում առկա է ակոհոլային խմիչքների արտադրության մեծ ներուժ, որը չի օգտագործվում: Ռուսական գրավիչ շուկայում ներկրվում և սպառվում է առավելապես մոլդովական, ֆրանսիական և վրացական գինիները: Ռուսաստանի Դաշնություն ներկրվող գինու ընդամենը 0,4%-ն է բաժին ընկնում հայկական գինուն, ինչը խիստ անբավարար է, հաշվի առնելով ոլորտի զարգացման հսկայական ներուժն ու չօգտագործված ռեզերվները: Այդ ուղությամբ ՀՀ-ում գործող կազմակերպությունների արտադրական կարողությունների ամբողջական օգտագործման ուղղությամբ կարևոր ենք համարում պետական աջակցության ծրագրերի մշակումն ու իրագործումը արտաքին շուկա դուրս գալու համար, հատկապես գինու գծով: Նշվածը հնարավորություն կտա բարձրացնել ակոհոլային խմիչքներ արտադրող կազմակերպությունների արտադրական հզորության մակարդակը, որն էլ իր հերթին հնարավորություն կտա կրճատել արտադրանքի ինքնարժեքը, քանի որ հավելյալ արտադրության դեպքում հաստատուն ծախսերի տես-

ակարար կշիռը արտադրանքի ինքնարժեքի մեջ կնվազի: Վերջինս հնարավորություն կտա գինու շուկայում հանդես գալ մրցունակ արտադրանքով: Արդի պայմաններում որակյալ արտադրանքի արտադրությունը դեռևս բավարար պայման չէ: Մեր գնահատմամբ, կարևորագույն խնդիր է համարվում բրենդինգի հետ կապված խնդիրների հաջող լուծումը, մասնավորապես որակյալ գինու արտադրությունը պարտադիր պետք է ուղեկցվի համապատասխան մարքեթինգային ռազմավարությամբ: Հաջող մարքեթինգային ռազմավարության առանցքը կարող է համարվել, օրինակ երկրի լեգենդի և պատմության հետ կապելը գինեգործական ավանդույթները: Հայաստանի Հանրապետությունը ունի իրական հնարավորություններ զարգացնել իր հեղինակությունը՝ ներկայանալով որպես գինեգործության բնօրանն և ունենալով խաղողի յուրահատուկ էնդեմիկ սորտեր: Ստեղծելով իր ուրույն՝ հայկական հնագույն գինու արտադրության պատմությամբ երկրի բրենդը, Հայաստանի Հանրապետությունը ունի բոլոր հնարավորությունն որոշակի տեղ զբաղեցնելու գինու համաշխարհային շուկայի տարբեր հատվածներում:

### ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. Հայաստանի Հանրապետության կիժակագրական կոմիտե՝ <https://www.armstat.am/am/>
2. Հայաստանի Հանրապետության մաքսային ծառայություն՝ <http://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=csCIExportStatistics>
3. ՀՀ Գյուղատնտեսության նախարարություն. Ազրովերամշակում՝ <https://googl/BSNhM1>

**Вардан Алексанян**

*Заведующий кафедрой аграрной экономики Армянского национального аграрного университета, кандидат экономических наук, доцент*

**Илона Алексанян**

*Преподаватель кафедры управления Международного Университета Евразия и кафедры управления агробизнесом Национального аграрного университета Армении, кандидат экономических наук*

### АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ РА

В данной статье анализируется состояние рынка алкогольных напитков в Армении и перспективы его развития. В статье представлены проблемы и перспективы улучшения производства алкогольных напитков в Армении, а также структурные изменения в производстве отдельных видов алкогольных напитков и возможности увеличения объемов экспорта.

**Ключевые слова:** алкогольные напитки, рынок, производство, экспорт и импорт.

**Vardan Aleksanyan**

*Head of the Department of Agrarian Economics at Armenian National Agrarian University,  
PhD in Economics, Associate Professor*

**Ilona Aleksanyan**

*Lecturer of Management Department at Eurasia International and Agribusiness Management Department at Armenian National Agrarian University,  
PhD in Economics*

## **THE ANALYSIS OF ALCOHOLIC BEVERAGES EXPORTING MECHANISMS IN THE REPUBLIC OF ARMENIA**

The following article discusses the situation and opportunities of improving the exporting market of alcoholic beverages in the Republic of Armenia. The article introduces the improvement tendencies of alcoholic beverages and perspectives in the Republic of Armenia as well as structural changes of separate types of beverages and the exporting measures.

**Key words:** alcoholic drinks, market, production, exporting, importing.

Հոդվածը ներկայացվել է գրախոսման՝ 2019թ փետրվարի 4-ին  
Հոդվածն ընդունվել է տպագրության՝ 2019թ փետրվարի 28-ին