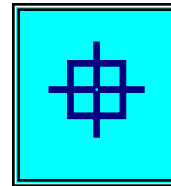




<<Հայաստանում գյուղական տարածքների  
տնտեսական զարգացման հիմնադրամ>>  
(ՀԳՏՏՁՀ)

Fund for Rural Economic Development in Armenia  
(FREDa)



<<ՊԱՍՎ>> Հետազոտական վերլուծական կենտրոն>>  
հասարակական կազմակերպություն  
(<<ՊԱՍՎ>> ՀՎԿ ՀԿ)  
“Research-analitical center “PASV” non-governmental  
organization (PASV RAC NGO)

Ծառայությունների մատուցման

Պայմանագիր FREDa/CS-2017/011-2

Հ Ա Շ Վ Ե Տ Վ ՈՒ Թ Յ ՈՒ Ն

<<Հայաստանում մրգի արտադրության և վերամշակման վերաբերյալ  
շուկայի հետազոտության թարմացում>>



Մեպտեմբեր 2017 թ.

## Բովանդակություն

Հապավումներ.....	4
Ներածություն.....	5
1. Մրգի արտադրություն.....	8
1.1. Մակրոտնտեսական ցուցանիշներ.....	8
1.2. Գյուղատնտեսական գոտիներ.....	10
1.3. Հողեր.....	11
1.4. Պտղի և հատապտղի տարածքները.....	14
1.5. Միրգ արտադրողները.....	17
1.6. Միրգ արտադրող մեծ տնտեսությունները.....	24
1.7. Պտղի առաջարկի և պահանջարկի ձևավորում.....	27
1.8. Ընտրանքային հարցումներ:.....	29
2. Վերամշակողներ.....	44
2.1. Վերամշակման տեխնոլոգիաներ և որակի կառավարում.....	44
2.2. Պահածոների ինքնարժեքը և այլ վերամշակվող ապրանքներ, գնի վրա ազդեցությունը.....	47
2.3. Հիմնական վերամշակող ընկերություններ.....	49
2.4. Վայրերը.....	54
2.5. Պայմանագրերի կնքման պրակտիկա, առավելությունները և թերությունները.....	54
2.6. Արժեշղթա.....	56
2.7. Մրգի պահպանման և առաքման ժամանակացույցը, ակտիվ սեզոնները...62	
2.8. Վիճակագրական տվյալների վերլուծություն.....	64
3. Վաճառք տեղական շուկայում.....	66
3.1. Հիմնական մասնակիցները տեղական շուկայում և նրանց մասնաբաժինը.....	66
3.2. Ներմուծումը տեղական շուկա և հիմնական ներմուծող երկրները.....	69
3.3. Հիմնական ներկրող ընկերությունները.....	73
3.4. Փոխարինող ապրանքների առկայությունը.....	74
3.5. Տեղական շուկայում ապրանքի իրացման ուղիներ.....	75
3.6. Վաճառքի գները.....	77
3.7. Շուկա մուտք գործելու խոչընդոտներ.....	80

4. Արտաքին առևտուր.....	81
4.1. Արտաքին առևտրի հիմնական գործընկերները.....	83
4.2. Թարմ մրգերի արտաքին առևտուրը.....	85
4.3. Մրգերի վերամշակումից ստացված ապրանքների արտաքին առևտուրը ..	87
4.4. Արտահանման և ներմուծման գներ .....	89
4.5. Վաճառքի ուղիներ, տրանսպորտ, արժեքի կանխատեսում .....	93
4.6. Հայկական արտադրանքի հիմնական գնորդների խմբերը, իրենց մասնաբաժինը և ակնկալիքները.....	93
4.7. Ներքին ընթացակարգային և սերտիֆիկացման պահանջներ.....	94
4.8. Շուկայի մուտքի խոչընդոտներ.....	94
5. Պահածոների ռուսական շուկայի հակիրճ վերլուծություն.....	97
6. Պահածոների եվրոպական շուկայի հակիրճ նկարագրությունը: .....	101
7. Մրգի վերամշակման ոլորտի SWOT վերլուծություն .....	102
Հավելվածներ .....	105

## *Հասցեակրումներ*

ՀԳՏՏԶՀ	Հայաստանում գյուղական տարածքների տնտեսական զարգացման հիմնադրամ
ԳՀՀ	Գյուղատնտեսական համատարած հաշվառում
ՀՆԱ	Համախառն ներքին արդյունք
ՀՀ ԱՎԾ	Հայաստանի Հանրապետության Ազգային վիճակագրական ծառայություն
ԳՏ	Գյուղացիական տնտեսություն
ՌԴ	Ռուսաստանի Դաշնություն
ԱՄՆ	Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ
ԵՄ	Եվրոպական Միություն

## ***Ներածություն***

Հայաստանում մրգի արտադրության և վերամշակման վերաբերյալ շուկայի ուսումնասիրությունը իրականացվել է «Հայաստանում գյուղական տարածքների տնտեսական զարգացման հիմնադրամի» (ՀԳՏՏՁՀ) պատվերով, նախկինում իրականացված նմանատիպ ուսումնասիրության թարմացման նպատակով:

ՀԳՏՏՁՀ-ն ստեղծվել է 2009թ.-ի հունվարի 8-ին Հայաստանում «Շուկայավարման հնարավորությունն ֆերմերներին» ծրագրի «Գյուղական ֆինանսավորման» բաղադրիչի շրջանակներում: «Գյուղական ֆինանսավորման» բաղադրիչի հիմնական նպատակն է նպաստել գյուղական փոքր ֆերմերների, փոքր և միջին չափի ձեռնարկությունների զարգացմանը և կայուն տնտեսական աճին:

Հիմնադրամը փոքր և միջին չափի գյուղմթերք վերամշակող ձեռնարկություններին, արտահանողներին, մարքեթինգային գործակալներին և գյուղական արժեքային շղթայում այլ խթանող կազմակերպություններին, որոնք փոխկապակցված են աղքատ գյուղական տնտեսությունների հետ, առաջարկում է ֆինանսավորում կապիտալ ներդրման և ստորադաս փոխառությունների միջոցով, զուգորդելով այն կառավարման աջակցման տարբեր տեսակներով:

Ուսումնասիրության իրականացման համար օգտագործվել են տարբեր հետազոտական գործիքներ և մեթոդներ, ներառյալ վիճակագրական և առաջնային տվյալների հավաքագրում (քանակական և որակական հարցումներ, հարցազրույցներ և այլն) ֆերմերային տնտեսություններից, վերամշակող կազմակերպություններից, պետական շահագրգիռ հաստատություններից և ոլորտի մասնագետներից:

## **Հայաստանի Հանրապետություն**

### **Համառոտ տեղեկանք**

Հայաստանի Հանրապետության պետական անկախության հռչակագիրն ընդունվել է 1991թ. Սեպտեմբերի 21-ին:

Երկիրը գտնվում է Ասիայի հարավ արևմուտքում: Հյուսիսից սահմանակից է Վրաստանին, հարավից՝ Իրանին, արևելքից՝ Ադրբեջանին և արևմուտքից՝ Թուրքիային:

### **Վարչատարածքային բաժանումը**

Հայաստանի Հանրապետության տարածքը կազմում է 29743 քառ.կմ: Հանրապետության տարածքը բաժանված է 10 մարզերի: Ներկայումս հանրապետությունում ընթանում է համայնքների խոշորացման ծրագիրը, ըստ որի նախատեսվում է ունենալ թվով 300 համայնքներ (նախկին 918 համայնքի փոխարեն), որոնք միավորում են 47 քաղաքային և 952 գյուղական բնակավայրեր:

### **Ժողովրդագրական բնութագիրը**

2017թ. Հունվարի 1-ի դրությամբ հանրապետության մշտական բնակչությունը կազմում է 2986,1 հազար մարդ, այդ թվում՝

- քաղաքային՝ 1901.4 հազար մարդ - 63.7 %,
- գյուղական՝ 1084.7 հազար մարդ – 36.3 %:

Բնակչության 47.7 %-ը տղամարդ են, 52.3 %-ը՝ կին: Բնակչությունը խիստ միատարր է՝ հայերը կազմում են 98 %: Մնացած 2 %-ը կազմում են եզիդները, ռուսները, ասորիները, ուկրաինացիները, քրդերը, հույները և այլ ազգային փոքրամասնություններ:

### **Հողային ռեսուրսները**

Հայաստանի Հանրապետությունը լեռնային երկիր է, տարածքի մոտ 90 %-ը տեղաբաշխված է ծովի մակարդակից 1000 մետրից ավելի բարձրության վրա: Հողային ռեսուրսները կազմում են 2974.3 հազար հա, որից գյուղատնտեսական հողատեսքերը՝ 2045.5 հազ.հա կամ 68.8 %:

Գյուղատնտեսական հողատեսքերի կառուցվածքը հետևյալն է.

- վարելահողեր՝ 446.4 հազ. հա (21.8 %),
- պտղի և խաղողի այգիներ՝ 34.7 հազ. հա (1.7 %),
- խոտհարքներ՝ 121.1 հազ. հա (5.9 %),
- արոտավայրեր՝ 1051.3 հազ. հա (51.4 %),
- այլ հողեր՝ 392.0 հազ. հա (19.2 %):

## Պատմական ակնարկ<sup>1</sup>

Պահածոների արդյունաբերությունը սննդի արդյունաբերության հիմնական ճյուղերից մեկն է համարվում: Հայաստանում պտուղներից ու բանջարեղենից պահածոներ են պատրաստել վաղ ժամանակներից: Պահածոների գործարանային արտադրությունը սկսվել է 19-րդ դարի վերջին, երբ 1884թ. Երևանում հիմնվեց մրգերի չորացման, իսկ 1895թ. Մեղրիում՝ դեղձի պահածոների փոքր ձեռնարկությունները: 1913թ-ին Հայաստանում արդեն հիմնվել էր 17 փոքր գործարան, որոնցից հայտնի էին Պ.Էսսայանի, "Եղիագարյան և ընկերություն" առևտրական տան և Գ. Ահարոնյանի ձեռնարկությունները: Արտադրվում էր հիմնականում մրգերի կոմպոտ և ծիրանի տրորված զանցված (խյուս): Տեխնոլոգիական պրոցեսները, ինչպես նաև թիթեղյա տուփերի պատրաստումը իրականացվում էին ձեռքով: Ծիրանի խյուսը առաքվում էր Ռուսաստան՝ հրուշակեղենի արտադրության մեջ օգտագործելու համար:

Հայաստանում պահածոների արտադրությունը մեծ զարգացում ապրեց խորհրդային կարգերի հաստատումից հետո: 1925թ-ին պահածոներ արտադրող ձեռնարկությունները թողարկեցին 1.5 մլն. պայմանական տուփ պահածո: 1930թ.-ին շահագործման հանձնվեց Երևանի պահածոների նոր գործարանը՝ տարեկան 5 մլն. Պայմանական տուփ հզորությամբ: 1931թ-ին Հայաստանի սպառողական միությունների ընկերությունը (ՀԱՅԿՈՈՊ) կազմակերպեց պտուղբանջարեղենային պահածոների և չոր մրգերի արտադրական ձեռնարկություններ Երևանում, իսկ հետագայում նաև հանրապետության տարբեր շրջաններում:

1933թ-ին կազմակերպվեց Հայաստանի պահածոների արտադրության տրեստը, որին ապակե տարաներով ապահովելու համար, 1963թ.-ին Երևանում կառուցվեց ապակե տարաների գործարանը: 1943թ-ին շահագործման հանձնվեց Հոկտեմբերյանի պահածոների գործարանը: Հետպատերազմյան շրջանում գործարկվեցին Ղափանի, Մարտունու, Շամշադինի, Այրումի, Արտաշատի, Արարատի, Եղեգնաձորի, Էջմիածնի և Մասիսի պահածոների գործարանները:

1980թ-ից Արարատի պահածոների գործարանը սկսեց պահածոների արտահանումը: Այդ գործարանի արտադրած ծիրանի ջեմը 1985թ-ին Բոնո քաղաքում կազմակերպված միջազգային ցուցահանդեսում շահեց առաջին ոսկե մեդալը:

<sup>1</sup> Մերուժան Հակոբյան, Համլետ Չիթյան - "Բուսական հումքի պահածոների արտադրության տեխնոլոգիական հրահանգներ"

# 1. Մրգի արտադրություն

## 1.1. Մակրոտնտեսական ցուցանիշներ

Համաձայն Հայաստանի Հանրապետության Ազգային վիճակագրական ծառայության (ՀՀ ԱՎԾ) տվյալների, 2016թ. ՀՀ իրական համախառն ներքին արդյունքը (ՀՆԱ) կազմել է 5053.2 մլրդ դրամ, որը նախորդ տարվա մակարդակը գերազանցում է միայն 0.2 %-ով: Նախորդ 3 տարիներին (2013-2015թթ.) ՀՆԱ-ի միջին տարեկան աճը գերազանցում էր 3 %-ը:

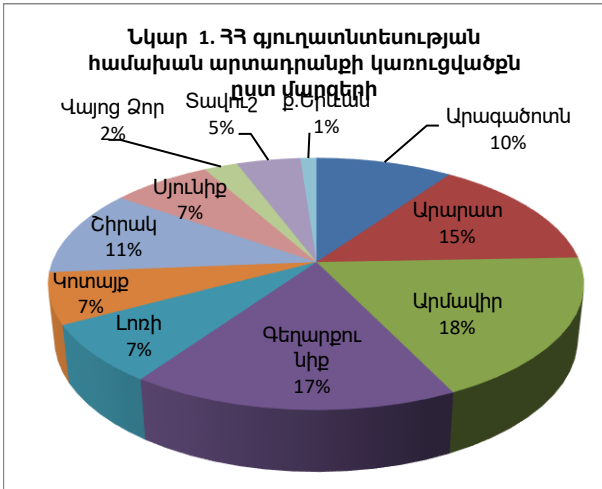
Հանրապետության գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքը 2016թ. ընթացիկ գներով կազմել է 907,5 մլրդ.դրամ, որը նախորդ տարվա մակարդակին զիջում է 5,2 %-ով (համադրելի գներով): ՀՀ գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի դինամիկան ընթացիկ գներով, վերջին 5 տարիներին մարզերի կտրվածքով բնութագրվում է հետևյալ կերպ.

Աղյուսակ 1. ՀՀ գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքն, ընթացիկ գներով

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	մլրդ. դրամ					
Արագածոտն	76,8	86,0	89,2	98,8	100,0	88.5
Արարատ	116,8	125,3	136,2	141,4	141,6	132.9
Արմավիր	135,0	148,4	163,7	173,7	174,9	167.0
Գեղարքունիք	152,8	152,7	165,3	188,7	190,4	153.0
Լոռի	57,1	57,4	67,5	73,8	75,2	68.1
Կոտայք	50,8	53,0	56,3	59,8	61,3	59.4
Շիրակ	93,0	94,0	106,3	109,0	109,5	100.7
Սյունիք	50,4	57,7	62,4	70,2	70,2	64.4
Վայոց Ձոր	16,9	18,4	19,9	21,4	21,4	21.8
Տավուշ	38,9	40,4	43,8	45,4	46,0	41.3
ք.Երևան	6,5	8,2	8,5	11,3	10,7	10.4
<b>Ընդամենը ՀՀ</b>	<b>795,0</b>	<b>841,5</b>	<b>919,1</b>	<b>993,5</b>	<b>1001,2</b>	<b>907.5</b>

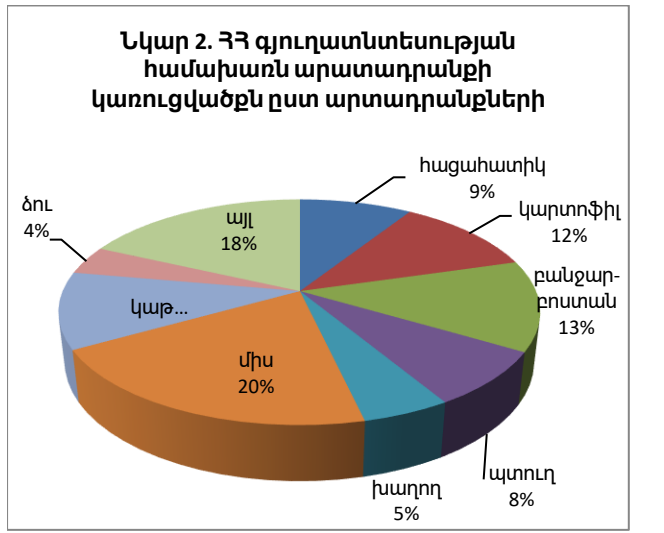
Գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի կառուցվածքում մարզերի տեսակարար կշիռները վերջին տարիներին էական փոփոխություններ չեն կրել:





Առաջատարն Արմավիրի մարզն է, որտեղ 2016թ. արտադրվել է ՀՀ գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի 18.4 %-ը (Նկար 1): Արմավիրին հաջորդում են Գեղարքունիքի (16,9 %) և Արարատի (14,6 %) մարզերը: Հանրապետության գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի կեսը արտադրվում է նշված 3 մարզերում:

Գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի ամենակարևոր արտադրանքը (Նկար 2) միսն է (20 %), որին հաջորդում են բանջարեղենն ու բոստանը (13 %), կարտոֆիլը (12 %) և կաթը (11 %): Չնայած այն հանգամանքին, որ վերջին տարներին պտղի և խաղողի տարածքների ավելացման միտումներ կան (որին կանդրադառնանք հետագայում), դրանց բաժինը գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի կազմում ընդամենը 13 % է: Սույն հաշվետվության ուսումնասիրության արտադրանքի` պտղի և հատապտղի բաժինը կազմում է գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի 8 %-ը:



Ընդհանուր առմամբ, հանրապետության գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի 60 %-ը ստացվում է բուսաբուծության, իսկ 40 %-ը` անասնապահության ճյուղում: Այս համամասնության, տարբեր տարիներին որոշակի շեղումները հիմնականում պայմանավորված են բնակլիմայական պայմանների հետևանքով բուսաբուծության արտադրանքի տատանումներով: Հանրապետության հիմնական գյուղատնտեսական մարզերը բուսաբուծական մասնագիտացում ունեն: Այսպես, Արարատի մարզի գյուղատնտեսության համախառն արտադրանքի կազմում բուսաբուծության բաժինը 80 % է, Արմավիրում` 75 և Գեղարքունիքում` մոտ 70 %: Լոռու, Կոտայքի և Վայոց Ձորի մարզերում

գերակշռում է անասնապահության ճյուղը, որի բաժինը համախառն արատադրանքի մեջ տատանվում է 60-70 %- ի սահմաններում: Հանրապետության մնացած 4 մարզերում այս ցուցանիշները մոտ են միջին հանրապետական մակարդակին:

## 1.2. Գյուղատնտեսական գոտիներ

Հայաստանի տարածքը բաժանված է ինն գյուղատնտեսական գոտիների:

1. Արարատյան դաշտավայր: Ընդգրկում է Արարատի և Արմավիրի մարզերը: Գոտու ընդհանուր տարածքը 32 000 հեկտար է (երկրի ընդհանուր տարածքի 10.8 տոկոսը): Գյուղատնտեսական հողերը զբաղեցնում են տարածքի 56%-ը, որի գերակշիռ մասը գտնվում է 800-ից 1000 մ բարձրության վրա: Հողագործությունը բացառապես ոռոգովի է:
2. Արարատյան դաշտավայրի բարձրադիր գոտի: Ընդգրկում է Աշտարակի, Նախիբի, Թալինի և Կոտայքի նախկին վարչական շրջանները, զբաղեցնում է տարածքի 307 000 հեկտարը (10.3%): Գյուղատնտեսական հողերը կազմում են տարածքի 53 տոկոսը: Ներառում է տարածքներ, որոնք գտնվում են ծովի մակերևույթից 900-ից 1000 մետր և ավելի բարձրության վրա: Հողագործությունը ոռոգովի է, թեև վարվում է նաև անձրևաջրերով:
3. Կենտրոնական գոտի: Ընդգրկում է Արագածոտնի մարզի Ապարանի և Արագածի շրջանները, Կոտայքի մարզի Հրազդանի շրջանը և զբաղեցնում է 194 000 հեկտար (6.5 տոկոս) տարածք: Գյուղատնտեսական հողերը զբաղեցնում են տարածքի 50 տոկոսը: Ծովի մակերևույթից բարձրությունը կազմում է 1400-1800 մ: Հողերը ոռոգովի չեն:
4. Սևանի ավազան: Ընդգրկում է Գեղարքունիքի մարզը: Գյուղատնտեսական հողատարածքները կազմում են ընդհանուր տարածքի 61 տոկոսը: Առաջին ենթագոտին գտնվում է ծովի մակերևույթից մինչև 2000 մ բարձրության վրա, իսկ երկրորդը՝ 2000 մետրից բարձր: Առաջին ենթագոտում առկա է ոռոգման կարիք:
5. Հյուսիս-արևելյան գոտի: Ներառում է Իջևանի, Նոյեմբերյանի, Թումանյանի և Տավուշի նախկին վարչական շրջանները: Գյուղատնտեսական հողերը զբաղեցնում են տարածքի 22 տոկոսը: Ցածրադիր ենթագոտին գտնվում է մինչև 900 մետր բարձրության, իսկ երկրորդ ենթագոտին՝ ավելի քան 900 մ. բարձրության վրա: Գյուղատնտեսությունը վարում են անձրևաջրերի հաշվին, թեև մասամբ նաև ոռոգվում է:
6. Լոռի-Փամբակ գոտի: Ներառում է Գուգարքի, Տաշիրի և Ստեփանավանի նախկին վարչական շրջանները: Գյուղատնտեսական տարածքները զբաղեցնում են գոտու 59

տոկոսը: Այն բաժանված է երկու ենթագոտիների՝ լեռնային անտառածածկ (մինչև 1500 մետր) և լեռնային տափաստանային (1500 մետրից բարձր): Երկու ենթագոտիներում էլ գյուղատնտեսությունը վարում են անձրևաջրերի հաշվին:

7. Շիրակի գոտի: Ներառում է Ամասիայի, Անիի, Ախուրյանի և Աշոցքի նախկին վարչական շրջանները: Գյուղատնտեսական հողերը զբաղեցնում են ընդհանուր տարածքի 60 տոկոսը: Առաջին ենթագոտին տեղակայված է մինչև 1700 մետր բարձրության վրա, իսկ երկրորդը՝ 1700 մետրից բարձր: Առաջին գոտում կա ոռոգման անհրաժեշտություն:
8. Վայքի գոտի: Ընդգրկում է Վայոց Ձորի մարզը: Գյուղատնտեսական տարածքները զբաղեցնում են ընդհանուր տարածքի 33 տոկոսը: Գոտին բաժանված է երեք ենթագոտիների (մինչև 1400 մետր, 1400-1900 մետր, 1900 մետրից բարձր): Առաջին երկու ենթագոտիներում պահանջվում է ոռոգում:
9. Զանգեզուրի գոտի: Ընդգրկում է Սյունիքի մարզը: Գյուղատնտեսական տարածքները զբաղեցնում են ընդհանուր տարածքի 27.8 տոկոսը: Առաջին ենթագոտին գտնվում է մինչև 900 մետր բարձրության վրա, հողագործությունը ոռոգովի է: Երկրորդ և երրորդ ենթագոտիների գյուղատնտեսական հողերն անջրդի են:

### 1.3. Հողեր

Համաձայն ՀՀ հողային հաշվեկշռի տվյալների, ՀՀ հողային ֆոնդը 2016թ. հուլիսի 1-ի դրությամբ կազմում է 2974,3 հազ. հա, որից գյուղափտանի հողեր են համարվում 2045,5 հազ. հա-ը կամ 68,8 %-ը:

Աղյուսակ 2. ՀՀ գյուղատնտեսական հողատեսքերը փոփոխությունները վերջին 10 տարիներին

Հողատեսքեր	2006թ.		2016թ.		2016թ. ավել(+), պակաս(-) 2006թ. նկատմամբ հազ.հա
	հազ.հա	%	հազ.հա	%	
Վարելահող	452,9	21,3	446,4	21,8	-6,5
Բազմամյա տնկարկներ	27,3	1,3	34,7	1,7	+7,4
Խոտհարք	127,5	6,0	121,1	5,9	-6,4
Արոտավայր	1125	52,8	1051,3	51,4	-73,7
Այլ հողեր	396,9	18,6	392,0	19,2	-4,9
Ընդամենը գյուղափտանի հողեր	2129,6	100,0	2045,5	100,0	-84,1

Հանրապետության գյուղալիտանի հողերի կեսը կազմում են արոտավայրերը, իսկ մշակելի հողատարածքները (վարելահող+բազմամյա տնկարկներ) կազմում են գյուղալիտանի հողերի 23.5 %-ը: Բերված տվյալները վկայում են, որ վերջին 10 տարիների ընթացքում գյուղատնտեսական բոլոր հողատեսքերի տարածքների նվազում է արձանագրվել: Միակ բացառությունը կազմում են բազմամյա տնկարկները, որոնց տարածքները, նշված ժամանակահատվածում ավելացել են 7.4 հազ. հա-ով: Ամենամեծ չափով՝ 73.7 հազ. հա նվազել են արոտավայրերի տարածքները: 2006թ. և 2016թ. հողային բալանսների համեմատական վերլուծությունից պարզվում է, որ գյուղալիտանի հողերի տարածքների 84.1 հազ. հա-ով նվազումը պայմանավորված է գյուղալիտանի հողերի՝ անտառային, բնակավայրերի և արդյունաբերության ու ընդերքօգտագործման հողերի վերափոխման հանգամանքով:

Հանրապետության գյուղատնտեսության զարգացման տեսանկյունից, խիստ դրական երևույթ կարելի է համարել դիտարկվող ժամանակահատվածում բազմամյա տնկարկների տարածքների 27 %-ի չափով աճը: Ավելին, ըստ պաշտոնական վիճակագրության, բազմամյա տնկարկների տարածքների դինամիկան անընդհատ աճման միտումներ է արձանագրում: Այս ամենի հետ, իհարկե չպետք է անտեսել այն հանգամանքը, որ անկախության առաջին տարիներին, պայմանավորված սոցիալ-տնտեսական խորը ճգնաժամով, տասնամյակներով ձևավորված առևտրատնտեսական կապերի վերացմամբ, վերամշակող արդյունաբերության փլուզմամբ, ամենամեծ անկումն արձանագրվեց հենց այգեգործության ոլորտում: Պտղատու և խաղողի այգիների տարածքներն այդ ընթացքում կրճատվեցին մոտ 3 անգամ, որը խորհրդային տարիների մակարդակին (80 հազ. հա) դեռևս շատ է զիջում:

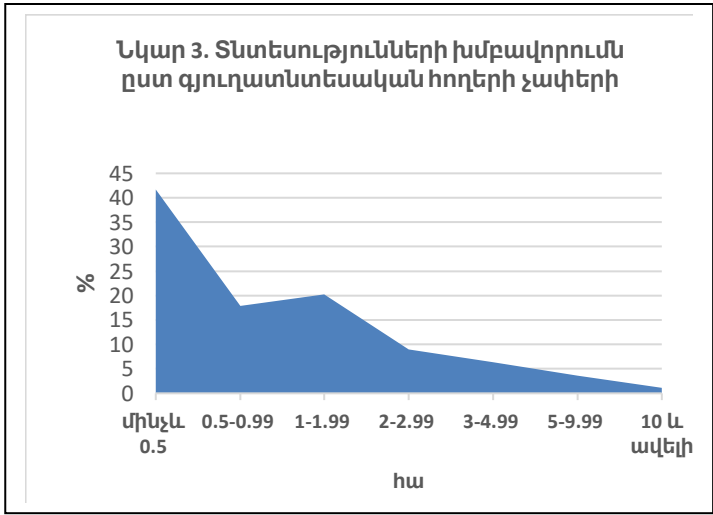
Ըստ 2014թ. Գյուղատնտեսական համատարած հաշվառման (այսուհետ՝ ԳՀՀ) տվյալների հանրապետությունում հաշվառվել են գյուղատնտեսական նշանակության հողատեսքեր (սեփական, վարձակալած, տնամերձ, ամառանոցային) տնօրինող 345,9 հազար ֆիզիկական<sup>2</sup> (այսուհետ կանվանենք տնտեսություններ) և 342 իրավաբանական անձինք, որոնց հողատարածքները համապատասխանաբար կազմել են 513.0 հազ. հա (1 տնտեսության հաշվով՝ 1.5 հա) և 21.4 հազ. հա (1 իրավաբանական անձի հաշվով՝ 62.6 հա): Տնտեսությունների այս քանակից, հաշվառման պահին, հողագործությամբ զբաղվել են 305,4 հազար ֆիզիկական և 275 իրավաբանական անձինք:

---

<sup>2</sup> - ներառում է գյուղական և քաղաքային անհատական տնտեսություններ, ինչպես նաև այգեգործական (դաչա) ընկերակցությունների անդամների անհատական տնտեսություններ:

Գյուղատնտեսական հողատեսքեր տնօրինող 345.9 հազար ֆիզիկական անձանցից սեփական գյուղատնտեսական հողեր ունեն 212.9 հազարը կամ 61.5 %-ը, իսկ 342 իրավաբանական անձանցից, սեփական գյուղատնտեսական հողեր ունեն 237-ը կամ 69.3 %-ը:

Տնտեսությունների սեփական հողերը խիստ մասնատված են: Այսպես, սեփական գյուղատնտեսական հողեր ունեցող տնտեսությունների միայն 35.3 %-ի հողերն են 1 հողակտորի վրա: Մնացած տնտեսությունները 25.1 %-ի գյուղատնտեսական հողերը տեղաբաշխված են 2 հողակտորի, 15.1 %-ինը՝ 3 հողակտորի, 10.1 %-ինը՝ 4 հողակտորի, 5.9 %-ինը՝ 5 հողակտորի և 8.5 %-ինը՝ 6 և ավելի հողակտորների վրա: Հողերի մասնատվածության պատկերը գրեթե նույնն է նաև իրավաբանական անձանց մոտ: Բացի հողերի մասնատվածությունից, բարձր է նաև հողերի բաշխվածության անհամաչափության մակարդակը: Չնայած այն հանգամանքին, որ հողերի սեփականաշնորհումը հանրապետությունում իրականացվել է պահպանելով հավասարության սկզբունքը, սակայն ելնելով սեփականաշնորհման ելակետային տվյալների (համայնքի բնակչության թիվ և համայնքի տնօրինած հողերի չափ) տարբերություններից, հողերի բաշխումն անհավասար է ստացվել: Սրան էլ ավելացել է սեփականաշնորհումից հետո հողերի առք ու վաճառքի ազդե-



ցությունը, որի արդյունքում հողերը կենտրոնացել են բնակչության որոշակի խմբերի մոտ՝ էլ ավելի խորացնելով հողերի բաշխվածության անհավասարությունը: Այսպես, ամենափոքր՝ մինչև 1 հա հող ունեցող տնտեսությունների 60 %-ը տիրապետում է գյուղատնտեսական հողերի 18.9 %-ին (Նկար 3), այն

դեպքում, երբ ամենամեծ՝ 3 հա և ավելի հող ունեցողների 10 %-ը տիրապետում է գյուղատնտեսական հողերի մոտ 45 %-ին:

Գյուղատնտեսական նշանակության հողեր տնօրինող իրավաբանական անձանց, ըստ հողերի չափերի, բաշխումն համեմատաբար հավասարաչափ է և ըստ խմբերի տատանվում է 1.5 %-ից (մինչև 0.5 հա) մինչև 12.9 % (10-20 հա) սահմաններում: Իրավաբանական անձանց մոտ 60 %-ի գյուղատնտեսական նշանակության հողերի չափերը գերազանցում են 5 հա-ը:

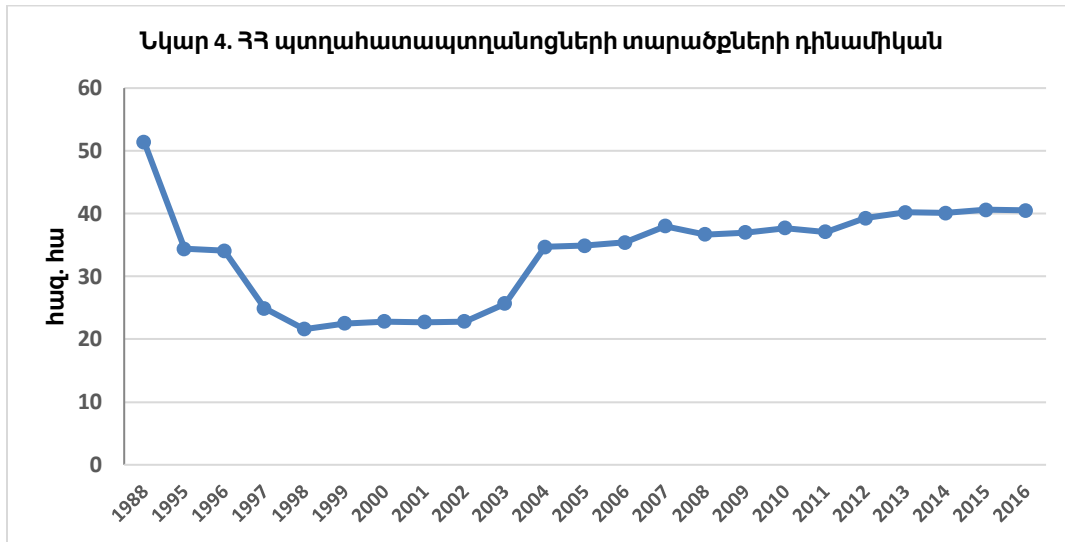
**Աղյուսակ 3. Տնտեսությունների խմբավորումն ըստ մարզերի և գյուղատնտեսական նշանակության հողերի չափերի**

	Խմբերը, հա							
	մինչև 0.5	0.5-0.99	1-1.99	2-2.99	3-4.99	5-9.99	10-19.99	20 և ավելի
	%							
Արագածոտն	28.3	19.7	23.0	11.9	9.5	6.1	1.1	0.5
Արարատ	57.7	28.3	9.6	2.1	1.5	0.6	0.2	0.1
Արմավիր	41.9	25.4	22.0	5.8	3.3	1.3	0.3	0.1
Գեղարքունիք	28.1	15.8	29.8	13.3	8.5	3.3	0.9	0.4
Լոռի	41.0	12.8	20.5	11.2	7.8	5.2	1.1	0.3
Կոտայք	52.3	16.7	16.4	7.8	4.3	1.8	0.5	0.1
Շիրակ	24.8	11.7	23.3	15.2	12.7	9.0	2.6	0.9
Սյունիք	47.0	5.5	13.3	9.9	12.7	9.4	1.9	0.3
Վայոց ձոր	36.5	21.2	16.4	10.1	9.8	5.3	0.5	0.3
Տավուշ	43.8	18.6	26.0	7.8	3.1	0.6	0.1	0.0
ք. Երևան	98.0	1.9	0.03	0.04				
Ընդամենը ՀՀ	41.7	17.9	20.2	9.0	6.4	3.6	1.1	0.0

Գյուղատնտեսական հողեր չափերով ամենափոքր տնտեսությունների տեսակարար կշռով <<առաջատարը>> Արարատի մարզն է, որտեղ տնտեսությունների 86 %-ի յուղատնտեսական հողերի չափը չի հասնում 1 հա-ի, ավելին, մոտ 58 %-ի հողը մինչև 0.5 հա է կազմում: Փոքր տնտեսությունների տեսակարար կշռով աչքի են ընկնում նաև Կոտայքի (մինչև 1 հա գյուղատնտեսական հող ունեցող տնտեսությունների տեսակարար կշիռը՝ 69 %) և Արմավիրի (67.3 %) տնտեսությունները: Ասվածը, ինչպես նշվեց ավելի վաղ, հիմնականում պայմանավորված է Արարատի, Արմավիրի և Կոտայքի մարզերի բնակչության բարձր խտությամբ և սակավահողությամբ: Միաժամանակ, անհրաժեշտ է նշել, որ այս մարզերում համեմատաբար արագ է ընթանում նաև առքուվաճառքի միջոցով հողերի խոշորացման գործընթացը, որը հիմնականում պայմանավորված է հողի համեմատաբար բարձր պահանջարկով, որն էլ իր հերթին պայմանավորված է հողերի արդյունավետության բարձր մակարդակով և Երևանին մոտ գտնվելու հանգամանքով:

**1.4. Պտղի և հատապտղի տարածքները**

Ինչպես արդեն նշվեց, անկախությունից հետո առաջին տարիներին պտղահատապտղանոցների տարածքները կտրուկ նվազել են և 1988թ. 51.4 հազ.հա-ի դիմաց, 1998թ. հասել իրենց ամենանվազագույն մակարդակին՝ 21.6 հազ. հա-ի:



Հուսադրող է այն հանգամանքը, որ 1999 թ. պտղահատապտղանոցների տարածքների նվազումը կանգ է առել, իսկ հետագա տարիներին կայուն աճ է ապահովել, 2016թ. հասնելով 1988թ. մակարդակի մոտ 80 %-ին: Բացի տարածքների կայուն աճից, պտղաբուծությունը վերջին տասնամյակում որակական լուրջ առաջընթաց է ապրել: Բարձրացել է ճյուղի ինտենսիվացման մակարդակը, տեղի է ունեցել արդյունավետ սորտաթարմացում, ներդրվել են նորագույն տեխնոլոգիաներ և այլն: Այս ամենի արդյունքում 1988-2000թթ. պտուղների 4-4,5 տոննա/հա միջին բերքատվության դիմաց 2010-2016թթ. միջին բերքատվության մակարդակը կազմել է 8-8,5 տոննա/հա, ինչի շնորհիվ պտղի արտադրության ծավալները 2016թ. գերազանցել է 1988թ. մակարդակը:

Պտուղների 2 հիմնական խմբերի՝ կորիզավորներ և հնդավորների տարածքները կազմում են ընդամենը պտուղների տարածքի մոտ 88 %-ը: 5-ական տոկոս տեսակարար կշիռ ունեն հատապտուղներն ու ընկուզապտուղներն, իսկ մերձարևադարձայինների բաժինը մոտ 2 % է:

Աղյուսակ 4. Պտուղի տարածքների կառուցվածքն ըստ խմբերի՝ ընտանիքների

ընտանիքը	Ընտանիքի կազմի մեջ մտնող հիմնական տեսակները	հազ.հա	%
Հնդավորներ	խնձոր, տանձ, սերկևիլ, այլ	14.5	35,7
Կորիզավորներ	ծիրան, դեղձ, սալոր, կեռաս,բալ, հոն, այլ	21.0	51,9
Ընկուզապտուղներ	ընկույզ, տխիլ (պնդուկ), այլ	2.0	5,0
Մերձարևադարձայիններ	թուզ, արքայանարինջ, նուշ, նուռ, այլ	0.7	1,8
Հատապտուղներ	ագնվամորի, մոշ, ելակ, մորի, հապալաս, ալոճ, հաղարջ, մոռ, կոկոռշ, թութ, այլ	2.2	5,4
Ձիթապտուղ	ձիթապտուղ	0.1	0,1
Ընդամենը		40.5	100,0

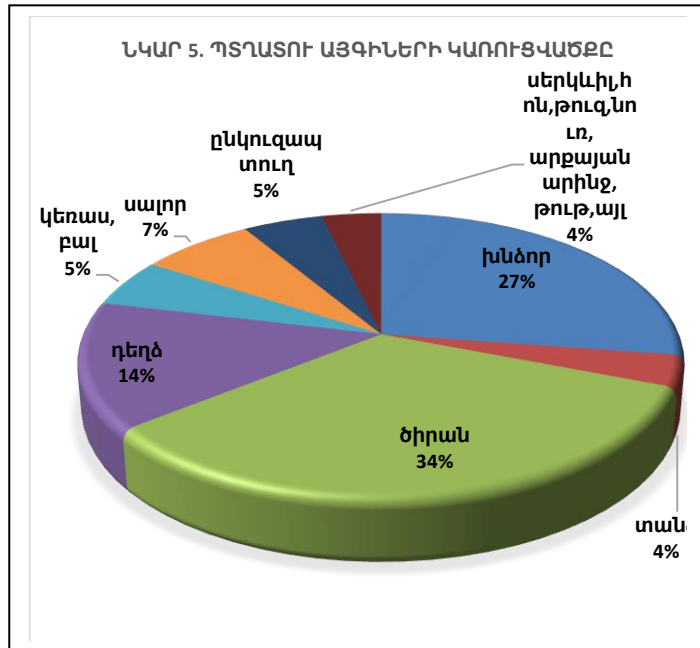
Հանրապետության պտղաբուծական հիմնական շրջանները տեղաբաշխված են Արարատյան դաշտավայրի և նրա մերձակա շրջաններում: Արարատի, Արմավիրի, Արագածոտնի և Կոտայքի մարզերում է տեղաբաշխված հանրապետության պտղատու այգիների ավելի քան 2/3-ը:

Աղյուսակ 5. Պտղատու այգիների տարածքը և բերքը 2016թ. մարզերի կտրվածքով

	Պտղի տարածքը		Բերքը	
	հա	%	տոննա	%
Արագածոտն	6582	16,2	47553	19,6
Արարատ	8073	19,9	74662	30,8
Արմավիր	8652	21,4	56046	23,1
Գեղարքունիք	1403	3,5	11251	4,6
Լոռի	2293	5,7	1580	0,7
Կոտայք	4325	10,7	11692	4,8
Շիրակ	534	1,3	8095	3,3
Սյունիք	2601	6,4	12107	5,0
Վայոց ձոր	2139	5,3	4976	2,1
Տավուշ	2580	6,4	10641	4,4
ք. Երևան	1328	3,3	4000	1,6
Ընդամենը	40510	100,0	242603	100,0



Պտղի արտադրության ծավալներում, նշված մարզերի բաժինն էլ ավելի բարձր է և մոտենում է 80 %-ի: Պտղի տարածքների և արտադրության ծավալների տեսակարար կշիռների համադրման արդյունքում զարգացած պտղաբուծություն ունեցող մարզերի շարքից դուրս է մնում Կոտայքի մարզը, որը տիրապետելով հանրապետության պտղի այգիների մոտ 11 %-ը, 2016թ. կարողացել է ապահովել հանրապետության պտղի արտադրության ծավալների 5 %-

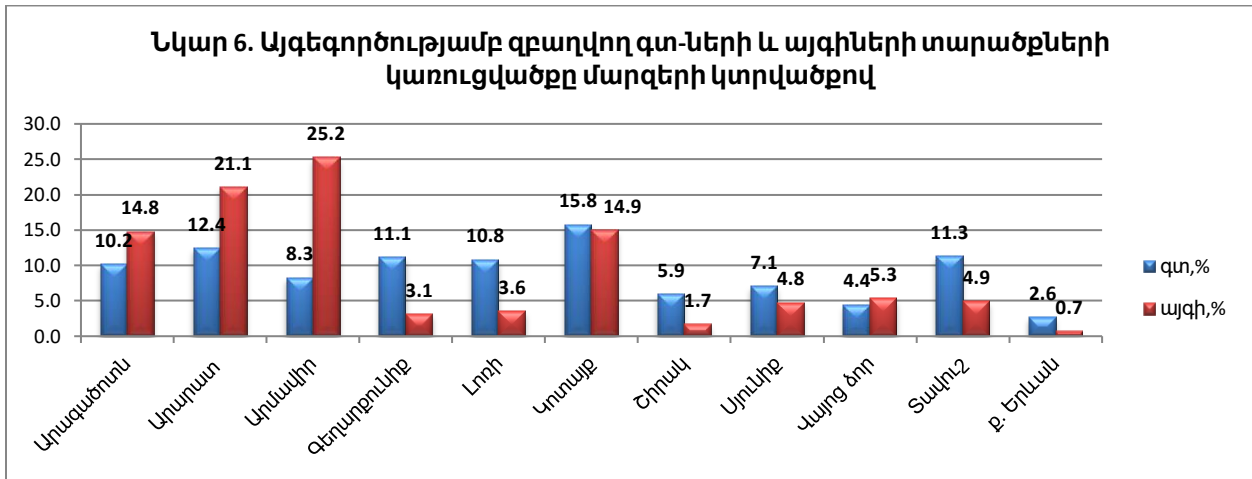


ից պակաս մասը: Հանրապետության պտղաբուծության ճյուղի զարգացման տեսանկյունից առանձնահատուկ ուշադրություն պետք է դարձնել նաև Սյունիքի և Տավուշի մարզերին, որտեղ է հիմնա-կանում արտադրվում հանրա-պետության մերձարևադարձային պտուղների գրեթե ամբողջ ծավալները: Հանրապետության հիմնական պտղատեսակներն են համարվում ծիրանը, որի տարածքները կազմում են հանրապետության պտղատու այգիների տարածքի 34 %-ը, խնձորը՝ 27 % և դեղձը՝ 14 %: Ինչպես երևում է Նկար 5-ից, մնացած պտղատեսակների տարածքների տեսակարար կշիռը չի

զերազանցում 5 %-ի սահմանը:

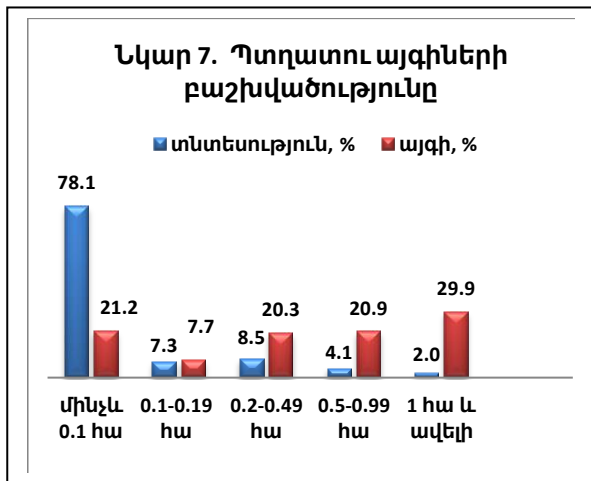
### 1.5. Միրգ արտադրողները

Համաձայն ԳՀՀ տվյալների, Հայաստանի Հանրապետությունում պտղատու այգիներ ունեն 184.9 հազար ֆիզիկական և 60 իրավաբանական անձինք: Ի տարբերություն պտղատու այգիների տարածքների, պտղաբուծությամբ զբաղվող սուբյեկտների թվային տարբերությունները մարզերի կտրվածքով շատ մեծ չեն և տատանվում են 8.2 հազարից (Վայոց Ձոր) մինչև 22.9 հազար (Արարատ):



Բերված դիագրամայի (Նկար 6) տվյալները պարզորոշ ընգծում են Արագածոտնի, Արարատի և Արմավիրի մարզերի գերակա դիրքը հանրապետության պտղաբուծության ճյուղում: Այս մարզերի պտղաբուծությամբ զբաղվող տնտեսությունները կազմելով հանրապետության պտղաբուծությամբ զբաղվող տնտեսությունների 31 %-ը, տնօրինում են հանրապետության պտղատու այգիների 60 %-ը:

Այգի ունեցող սուբյեկտների թիվը հնարավորություն չի տալիս իրավիճակի մասին



ամբողջական պատկերացում ստանալ: Այս դեպքում շատ կարևոր են մշակվող այգիների չափերը: Պտղատու այգի ունեցող տնտեսությունների 78.1 %-ի այգիների չափը մինչև 1000 մ<sup>2</sup> է կազմում, իսկ 1 հա և ավելի պտղատու այգիներ ունեն տնտեսությունների 2 %-ը միայն: Այգիների բաշխվածությունը խիստ անհավասար է: Ինչպես երևում է Նկար 7-ից, տնտեսությունների ճնշող մեծամասնությունը՝

85.4%-ը տիրապետում է այգիների 28.9 %-ին, այն դեպքում, երբ մնացած 14,6%-ը տիրապետում է այգիներին 71.1 %-ին Եթե հաշվի առնենք, այն, որ ըստ փորձագիտական գնահատումների, <<լուրջ>> ապրանքային տնտեսություն վարելու համար նվազագույնն անհրաժեշտ է 1 հա այգի, ապա կարող ենք հայտարարել, որ հանրապետության պտղաբուծության զարգացման տեսանկյունից հետաքրքրություն են ներկայացնում միայն 1 հա-ից ավելի պտղատու այգի ունեցող տնտեսությունները, որոնց թիվն, ըստ ԳՀՀ կազմում է 3,7 հազար ֆիզիկական անձ և 35 իրավաբանական անձինք: Այս տնտեսությունները (անվանենք մեծ տնտեսություններ),

որոնց կանդիդատներն առանձին, ընդհանուր առմամբ տիրապետում են հանրապետության պտղատու այգիները 1/3-ը:

Հանրապետության պտղաբուծությունում, ըստ զբաղվածների թվի, անվիճելի առաջատարը խնձորենու մշակությունն է, որով զբաղվում են պտղաբուծությամբ զբաղվող սուբյեկտների կեսից ավելին: Համեմատաբար բարձր մասսայականություն են վայելում նաև ծիրանենու, սալորենու, ընկուզենու, տանձենու և դեղձենու մշակությունը, որոնցով զբաղվում են պտղաբուծությամբ զբաղվող յուրաքանչյուր 4-րդը կամ 5-րդը: Իրավաբանական անձինք ծիրանի արտադրությունը նախընտրում են խնձորի արտադրությունից:

Աղյուսակ 6. Պտղատու այգիներ ունեցող սուբյեկտների թիվը հանրապետությունում

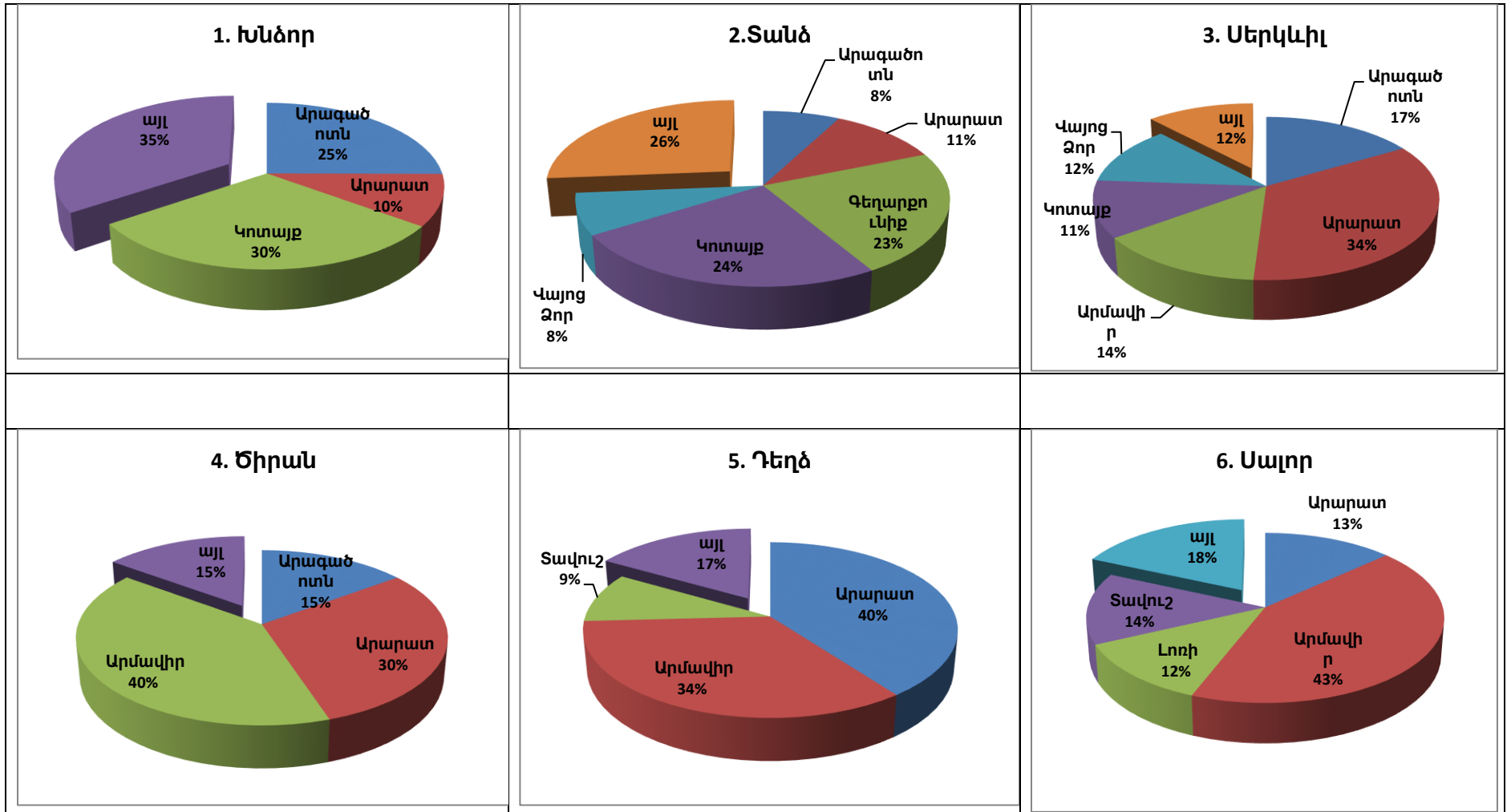
Այգու անվանումը	Այգի ունեցող ֆիզիկական անձինք		Այգի ունեցող իրավաբանական անձինք	
	թիվը	% այգի ունեցողների նկատմամբ	թիվը	% այգի ունեցողների նկատմամբ
խնձորի	115 540	62,5	23	46,9
տանձի	35 000	18,9	7	14,3
սերկևիլի	6 845	3,7	6	12,2
ծիրանի	49 345	26,7	28	57,1
դեղձի	33 230	18,0	15	30,6
կեռասի	22 312	12,1	3	6,1
սալորի	47 017	25,4	18	36,7
բալի	24 976	13,5	3	6,1
հոնի	5 900	3,2	2	4,1
ընկուզի	44 457	24,0	4	8,2
տխիլի (պնդուկ)	4 486	2,4	1	2,0
թզի	3 536	1,9	2	4,1
նռան	2 328	1,3	2	4,1
արքայանարինջի	4 222	2,3	3	6,1
թթի	2 391	1,3	1	2,0
հատապտղանոց	10 430	5,6	2	4,1

Հանրապետության պտղատեսակների մեծ մասի հիմնական արտադրողները տեղաբաշխված են Արարատյան դաշտավայրում՝ Արարատի և Արմավիրի մարզերում, որտեղ են գտնվում հանրապետության դեղձի այգիների 74 %-ը, ծիրանի՝ 70 %-ը, կեռասի՝ 62 %-ը, սալորի՝ 56 %-ը, սերկևիլի՝ 48 %-ը և հատապտուղների՝ 41 %-ը: Խնձորի արտադրությունը կենտրոնացած է Կոտայքի և Արագածոտնի, տանձինը և բալինը՝ Կոտայքի և Գեղարքունիքի,

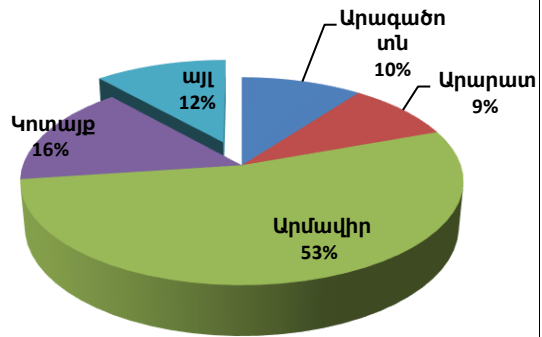
ընկուզապտուղներինը՝ Կոտայքի, Վայոց Ձորի, Տավուշի և Արագածոտնի, մերձարևադարձային պտուղներինը (արքայանարինջ, թուզ, նուռ, ինչպես նաև հոն և թուփ)՝ Տավուշի և Սյունիքի մարզերում:

Ըստ առանձին պտղատեսակների բաշխումն հիմնական արտադրող մարզերի կտրվածքով բերված է Նկար 8-ում:

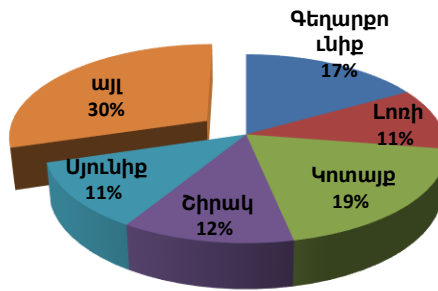
Նկար 8. Հիմնական արտադրության մարզերը



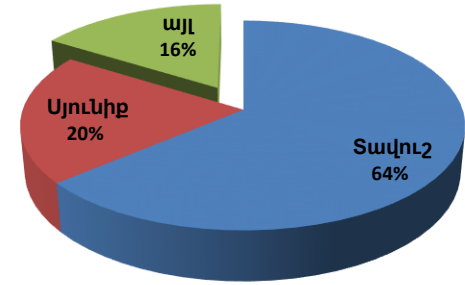
### 7. Կեռաս



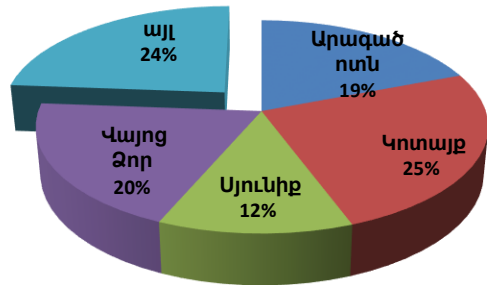
### 8. Բալ



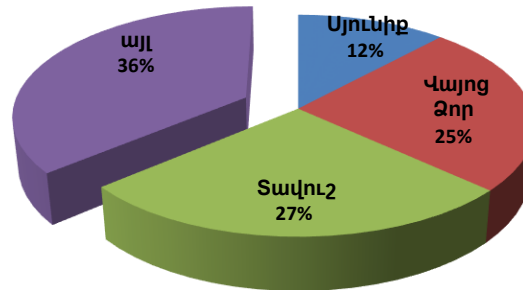
### 9. Հոն



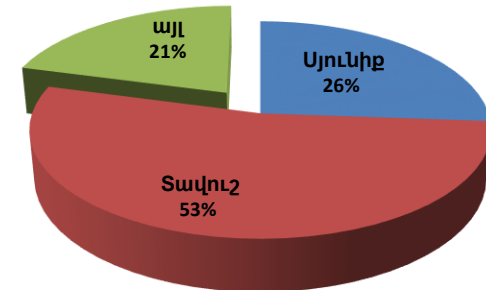
### 10. Ընկույզ



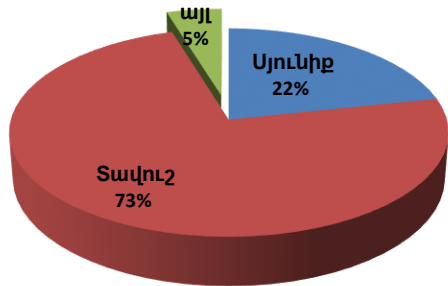
### 11. Տխիլ (պնդուկ)



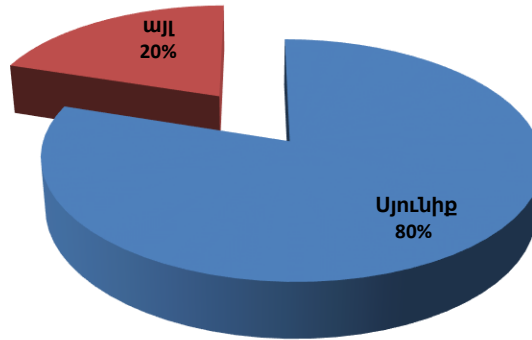
### 12. Թուզ



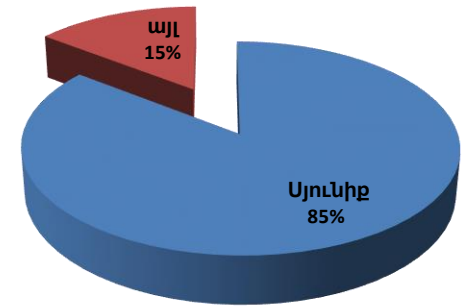
13. Արքայանարինջ



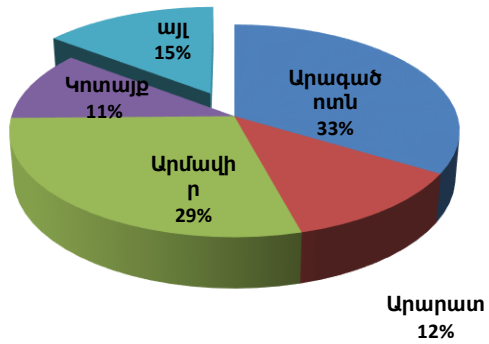
14. Նուռ



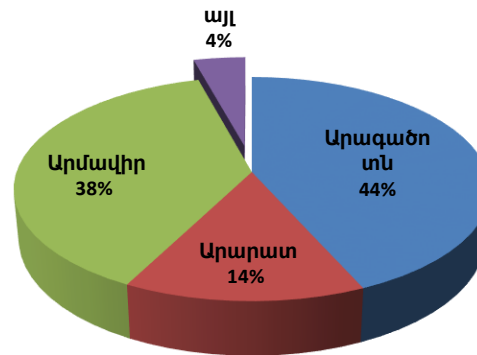
15. Թուլթ



16. Հատապտուղ



17. Ելակ



## 1.6. Միրգ արտադրող մեծ տնտեսությունները

Ինչպես արդեն նշվեց վերևում, համաձայն ԳՀՀ տվյալների 1 և ավելի հա պտղատու այգի ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների (ֆիզիկական և իրավաբանական անձինք) թիվը կազմում է 3 727 սուբյեկտ: Այդ սուբյեկտների ճնշող մեծամասնությունը (ավելի քան 80 %-ը) տեղաբաշխված են Արմավիրի, Արարատի և Արագածոտնի մարզերում: 10 հա և ավելի պտղատու այգիներ ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների թիվը կազմում է 46 սուբյեկտ, որոնցից 17-ը իրավաբանական անձինք են: Վերջիններիս մեծամասնությունը հանդիսանում են վերամշակող կազմակերպություններ, որոնք ջեմերի, կոմպոտների, մուրաբաների, հյութերի արտադրության համար օգտագործում են նաև սեփական արտադրության պտուղն ու հատապտուղը:

Աղյուսակ 7. Մեծ (1 հա և ավելի) պտղաբուծական տնտեսությունների տեղաբաշխումը մարզերի կտրվածքով

	1 հա և ավելի պտղատու այգի ունեցողներ		որից՝ 10 և ավել հա ունեցողներ	
	քանակը	տես. կշիռը %	քանակը	տես. կշիռը %
Արագածոտն	693	18,6	6	13.0
Արարատ	771	20,7	3	6.5
Արմավիր	1 550	41,6	19	41.3
Գեղարքունիք	1	0,0		0.0
Լոռի	23	0,6	1	2.2
Կոտայք	285	7,7	7	15.2
Շիրակ	20	0,5	1	2.2
Սյունիք	107	2,9	1	2.2
Վայոց ձոր	73	1,9	3	6.5
Տավուշ	201	5,4	3	6.5
ք. Երևան	3	0,1	2	4.3
Ընդամենը	3 727	100,0	46	100

Հատապտուղները հիմնականում մշակվում են փոքր տարածքներում: Հատապտղանոց ունեցող 10,484 տնտեսավարող սուբյեկտներից 9,158-ի (87.4 %) հատապտղանոցի տարածքները կազմում են մինչև 1000 մ<sup>2</sup>: 1 հա-ից ավելի հատապտղանոցի տարածք ունեն միայն 7 սուբյեկտներ:



10 և ավելի հա պտղատու այգիներ ունեցող սուբյեկտները հիմնականում տեղաբաշխված են Արմավիրի՝ 43 %, Կոտայքի՝ 15.3 % և Արագածոտնի՝ 12.7 % մարզերում: Այդ սուբյեկտների խմբավորումն, ըստ այգիների չափի և տեղաբաշխումը մարզերի ու համայնքների կտրվածքով բերված է ստորև ներկայացվող աղյուսակում:

Աղյուսակ 8. ՀՀ խոշոր պտղաբուծական տնտեսությունների աշխարհագրությունը

	Մարզ	Համայնք	Պտղատու այգիների տարածքը			
			10-19.9 հա	20-49.9 հա	50 -99 հա	100 հա և ավելի
			տնտեսությունների թիվը			
1	Արարատ	Նարեկ	-	1	-	-
2		Գոռավան	-	1	-	-
3		Երասխ	1	-	-	-
4	Արմավիր	Ամասիա	1	-	-	-
5		Այգեվան	-	1	-	-
6		Արաքս	1	-	-	-
7		Հացիկ	1	-	-	-
8		Արգինա	-	-	1	-
9		Արտամետ	1	1	-	-
10		Արևադաշտ	2	-	-	-
11		Երվանդաշատ	1	-	-	-
12		Հուշակերտ	2	-	-	-
13		Շենիկ	1	-	-	-
14		Վանանդ	-	-	-	1
15		Քարակերտ	3	2	-	-
16	Կոտայք	Գողթ	-	1	-	-
17		Չորաղբյուր	1	-	-	-
18		ք. Եղվարդ	1	-	-	-
19		Նոր Գեղի	1	2	-	-
20		Նոր Երզնկա	-	1	-	-
21	Լոռի	ք. Ախթալա	-	-	1	-
22	Շիրակ	Քեթի	1	-	-	-

23	Սյունիք	ք. Մեղրի	1	-	-	-
24	Տավուշ	ք. Այրում	1	-	1	-
25		Կողբ	-	-	1	-
26	Վայոց Ձոր	Աղավնաձոր	-	1	-	-
27		Գետափ	1	-	-	-
28		ք. Ջերմուկ	1	-	-	-
29	Արագածոտն	Կարբի	1	1	-	-
30		Արագածավան	1	-	-	-
31		Արագածոտն	-	1	-	-
32		Նոր Եղեսիա	-	1	-	-
33		Լուսակն	-	1	-	-
34	ք. Երևան	ք. Երևան	1	-	1	-
Ընդամենը			25	15	5	1

## 1.7. Պտղի առաջարկի և պահանջարկի ձևավորում

Հանրապետությունում պտուղների առաջարկի ձևավորման հիմնական աղբյուրը տեղական արտադրությունն է, իսկ ներմուծման մասնաբաժինը չի հասնում և 10 %-ի: Պահանջարկի ձևավորման հարցում ամենամեծ բաժինն ունի սննդի համար օգտագործվող մասը, որը ներառում է պտուղների ինչպես թարմ, այնպես էլ վերամշակված (ջիր, մուրաբա, ջեմ, կոմպոտ, հյութ) սպառումը (տես Աղյուսակ 9-ը): Հայաստանից հիմնական արտահանվող պտուղներն են ծիրանը, բալն ու կեռասը, ինչպես նաև տանձն ու սալորը: Ընդհանուր առմամբ, բոլոր պտղատեսակների գծով արտահանումը գերազանցում է ներմուծմանը: Կարևոր է նաև այն, որ արտահանման մեջ մեծ բաժին ունի վերամշակված վերջնական արտադրանքը, ինչին հանգամանորեն կանդրադառնանք հաջորդ բաժիններում:

Պտղի ինքնաբավության մակարդակը հանրապետությունում 2015թ. կազմել է 102.0 %: Ինքնաբավության մակարդակը բարձր է բոլոր պտղատեսակների համար, բացի հատապտուղից, որի ինքնաբավության մակարդակը մոտ 91 % է և որի առաջարկի ձևավորման հարցում ներմուծման տեսակարար կշիռը՝ 13 %, ամենաբարձրն է:

Աղյուսակ 9. ՀՀ հիմնական պտղատեսակների 2015թ. պարենային հաշվեկշիռ<sup>3</sup>

	Առաջարկ		Օգտագործում			Ինքնաբավության աստիճան
	Արտադրություն	Ներմուծում	Մուտք (ներառյալ պահածոյացվածը և հյութերը)	Կորուստներ	Արտահանում	
	%	%	%	%	%	
Ընդամենը պտուղ	91.6	8.4	81.1	8.2	10.7	102.0
Խնձոր	99.1	0.9	88.7	9.9	1.5	100.6
Տանձ	99.5	0.5	80.3	9.9	9.9	111.8
Մերկևիլ	100.0		91.7	8.3		98.8
Ծիրան	99.7	0.3	71.1	8.0	20.9	119.3
Դեղձ	100.0		88.0	8.0	3.9	104.6
Կեռաս	100.0		75.8	8.3	15.9	117.1
Սալոր	99.4	0.6	80.6	7.9	11.5	112.9
Բալ	100.0		72.5	7.5	20.0	123.0
Ընկույզ	98.2	1.8	97.8	2.2		99.0
Տխիլ	100.0		100.0			96.4
Թուզ	100.0		92.3	7.7		98.8
Հատապտուղ	87.0	13.0	89.8	5.7	4.5	90.8

<sup>3</sup> Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ

Հանրապետության բնակչության պտուղների սննդաբաժնի ավելի քան 70 %-ը (տես Աղյուսակ 10-ը) կազմում են խնձորը, ծիրանը և դեղձը: Եթե ընդունենք այսան հանգամանքը, որ չրերի, տնային պայմաններում պատրաստված մուրաբաների, ջեմերի, կոմպոտների և հյութերի մեծ մասը պատրաստվում են ծիրանից և դեղձից, ապա այս մթերքների բաժինը, կարելի է ասել, էլ ավելի մեծ է: Համեմատաբար մեծ բաժին՝ 3-5 %, ունեն նաև տանձը, սալորը, հատապտուղները և կեռասը:

Աղյուսակ 10. Պտղի տարեկան սպառումը 2015թ.

	1 շնչի հաշվով տարեկան սպառում	Կառուցվածքը
	կգ	%
Ընդամենը պտուղ	114.4	100.0
Խնձոր	41.2	36.0
Տանձ	6.1	5.3
Սերկևիլ	0.8	0.7
Ծիրան	23.2	20.3
Դեղձ	17.6	15.4
Կեռաս	3.6	3.1
Սալոր	5.5	4.8
Բալ	1	0.9
Ընկույզ	1.6	1.4
Տխիլ	0.1	0.1
Թուզ	0.4	0.3
Հատապտուղներ	5	4.4
Այլ պտուղներ	8.3	7.3

## 1.8. Ընտրանքային հարցումներ:

### Մեթոդը:

Հայաստանում մրգի արտադրության և վերամշակման վերաբերյալ շուկայի ուսումնասիրությունն իրականացվել է 2016թ. հունիս-օգոստոս ամիսներին: Ուսումնասիրության շրջանակներում պտղաբուծության և վերամշակող արդյունաբերության իրավիճակի գնահատման համար անցկացվել են 2 հարցումներ՝ գյուղացիական տնտեսությունների և մրգերի վերամշակմամբ զբաղվող ձեռնարկությունների հետ: Գյուղացիական տնտեսության և վերամշակող ձեռնարկության հարցաթերթերը բերված են, համապատասխանաբար՝ Հավելված 4-ում և Հավելված 5-ում: Հարցումներից զատ, տարբեր հարցազրույցներ են անցկացվել հանրապետության պտղաբուծության և վերամշակման ճյուղին առնչվող մի շարք մասնագետների և փորձագետների հետ, ինչպես նաև ապրանքատեսակների վաճառքի և դրանց գների վերաբերյալ դիտարկումներ են իրականացվել տարբեր սուպերմարկետներում և խանութներում:

Ուսումնասիրության վերաբերյալ երկրորդական տեղեկատվությունը հավաքագրվել է ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարությունից, ՀՀ ԱՎԾ-ից, ճյուղին առնչվող տարբեր կազմակերպություններից, հրատարակված տարբեր նյութերից, ինտերնետից և այլն:

ԳՏ-ների հարցումը կատարվել է համաձայն ՀԳՏՏՁՀ կողմից հաստատված տեխնիկական առաջադրանքի, ըստ որի հարցումներն իրականացվել են հանրապետության 7՝ Արագածոտնի, Արարատի, Արմավիրի, Կոտայքի, Սյունիքի, Վայոց Ձորի և Տավուշի մարզերի 15 համայնքների պտղաբուծությամբ զբաղվող 157 ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց մոտ, ինչպես նաև մրգերի վերամշակմամբ զբաղվող 17 ձեռնարկություններում: Գյուղացիական տնտեսությունների ընտրանքը կատարելիս նախապատվությունը տրվել է համայնքի խոշոր պտղաբուծական տնտեսություններին, իսկ վերամշակող ձեռնարկությունները ընտրվել են հաշվի առնելով նրա գործող լինելու հանագամանքը և արտադրական հզորության մեծությունը: Հարցումներով ընդգրկված համայնքների և վերամշակող ձեռնարկությունների ցանկը բերված է Հավելված 1-ում:

Համեմատական վերլուծություններ անցկացնելու համար, հարցված տնտեսությունները բաժանվել են 2 խմբի.

- մինչև 1 հա պտղատու այգի ունեցողների խումբ՝ ներառել է 48 տնտեսություն,

- 1 հա և ավելի հա պտղատու այգի ունեցողների խումբ՝ ներառել է 109 տնտեսություն:

Հեշտ լինելու համար, հետագայում առաջին խումբը կանվանենք փոքր տնտեսություններ, իսկ երկրորդ խումբը՝ մեծ տնտեսություններ:

#### Ռեսպոնդենտները:

Հարցումներով ընդգրկված միջին տնտեսությունը բաղկացած է 5.4 անդամից, որից մեծ տնտեսություններում՝ 5.7, փոքրերում՝ 4.8: Ընտրանքի ամենափոքր տնտեսությունը բաղկացած է 2 անդամից (6 տնտեսություններ), իսկ ամենամեծ տնտեսությունը՝ 12 անդամից (1 տնտեսություն՝ Արագածոտնի մարզ, գ. Կարբի): Հարցված 157 գտ-ներից 8-ի (5.1 %) ղեկավարը կին է, ղեկավարների 37 %-ը ունեն բարձրագույն, իսկ 63 %-ը՝ միջնակարգ կամ միջնակարգ մասնագիտական կրթություն: Տնտեսության ամենաերիտասարդ ղեկավարը 25 տարեկան է, ամենատարեցը՝ 88, իսկ հարցվողների միջին տարիքը 56 է: Տնտեսությունների 86.6 %-ում հարցերին պատասխանել է տնտեսության ղեկավարը, 2.6 %-ում՝ ղեկավարի կինը (ամուսինը), 10 %-ում՝ ղեկավարի տղան կամ աղջիկը, մնացածում՝ ղեկավարի ծնողները:

#### Հողերը և այգիները:

Հարցված միջին տնտեսությունը տնօրինում է 5.0 հա հողատարածք (փոքրերի խմբում՝ 1.3 հա, մեծերի խմբում՝ 6.7 հա), որից՝ 2.9 հա-ը՝ վարելահողեր են (փոքրերի խմբում՝ 1.0 հա, մեծերի խմբում՝ 4.9 հա), 3.7 հա-ը՝ պտղատու այգիներ (փոքրերի խմբում՝ 0.6 հա, մեծերի խմբում՝ 5.1 հա), իսկ մնացածը տնամերձ հողեր և խաղողի այգիներ են: Հարցված ամենամեծ տնտեսությունը տնօրինում է 90 հա գյուղատնտեսական հողեր, որից 42 հա-ը՝ պտղատու այգիներ են: Միջին տնտեսությունը մշակում է նաև 0,5 հա վարձակալած հող:

Պտղատու այգիների 38.6 %-ը ծիրանի այգիներ են, 31.2 %-ը՝ խնձորի, 11.4 %-ը՝ դեղձի, 5.7 %-ը՝ սալորի, 2.2 %-ը՝ արքայանարնջի, իսկ մնացածը՝ փոքր չափերով բաժին է ընկնում մյուս պտուղների:

Այգիների տարիքը բավականին մեծ է և տատանվում է 10-ից 24 տարի: Սորտային տեսականին շատ մեծ չէ և հարցվողների մեծ մասը չգիտի իր կողմից մշակվող պտղի սորտի անվանումը:

Աղյուսակ 11. Տեղեկատվություն այգիների վերաբերյալ

Այգու անվանումը	Ընդամենը տնտեսություններ	այդ թվում		Մոտերը (ըստ ֆերմերների)
		փոքր	մեծ	
այգու միջին տարիքը				
Խնձորի	21	24	20	Գոլդեն դելիշա, Սթարկրիմսոն, Բդառեդ, Միլա ռոսա, Կինգ, Սիմիթենկո
Տանձի	(պատասխան չկա)			Կարմեն
Սերկևիլի	12	11	13	
Ծիրանի	14	16	13	Սաթեն, Երևանյան, Սպիտակ, Շալախ,
Դեղձի	11	15	10	Նարինջ վաղահաս, Նարինջ ուշահաս, Ուսպեխ, Լիմոն
Սալորի	13	14	13	Սև, Դեղին, Վիկտորիա, Սանտաչերե,
Կեռասի	14	14	15	Ցլի սիրտ, Կարմրաթուշ, Սև, Դեղին,
Բալի	10		10	
Ընկուզապտուղի	24	26 <sup>4</sup>	5	
Թզի	14	14	17	Ղրիմի սպիտակ, Ղրիմի սև, Մեղրածոր սև թագուհի
Արքայանարնջի	11	15	6	Խիակումե

Հարցվածների 10 %-ը (16 տնտեսություն) մտադիր են հետագայում ավելացնել պտղատու այգիների տարածքները՝ 53 հա-ով կամ 1 միջին տնտեսության հաշվով՝ 3.5 հա: Այս տնտեսություններն առանց բացառության մեծ տնտեսություններն են: Արագածոտնի մարզի տնտեսությունները մտադիր են ավելացնել խնձորի այգիների տարածքը, Արարատի մարզի տնտեսությունները՝ դեղձի և ծիրանի, Կոտայքի մարզի տնտեսությունները՝ սալորի և կեռասի, Տավուշի մարզի տնտեսությունները՝ արքայանարնջի այգիները: Այս տնտեսություններից 12-ը, վերը նշված այգիների տարածքների ավելացման համար պատրաստվում են նվազեցնել Արագածոտնի մարզում՝ ծիրանի, Արարատի մարզում՝ ծիրանի և սալորի, Կոտայքի մարզում՝ խնձորի և Տավուշի մարզում՝ խնձորի և դեղձի այգիների տարածքները:

Արտադրական գործընթաց:

Այգու հիմնման ժամանակ իրականացվում են հետևյալ գործողությունները.

- Այգու տեղի ընտրություն - հաշվի են առնվում շուկայի առկայությունը, բնակավայրից ունեցած հեռավորությունը, ճանապարհների վիճակը, հողի դիրքը և թեքությունը, հողի որակը, ռոտզման ջրի առկայությունը:

<sup>4</sup> - այգու տարիքը նշել են հարցված 1-ական տնտեսություն, որը չի կարող ներկայացուցչական լինել

- Հողամասի նախապատրաստումը – հողի անալիզ, բազմամյա մոլախոտերի հեռացում, հողի խորը վար, հարթեցում:
- Պատվաստակալների և տնկիների ընտրություն – ինտենսիվ այգիների համար անհրաժեշտ է ընտրել թզուկային կամ կիսաթզուկային պատվաստակալների վրա աճեցրած լավ զարգացած տնկիներ:

Պարարտանյութեր, թունանյութեր:

Պտղաբերող այգում ծառերի աճն ու զարգացումն ապահովելու համար կիրառվող կոմպլեքս ազրոտեխնիկական միջոցառումների մեջ պարարտացումը կարևոր ու վճռական նշանակություն ունի, քանի որ առանց պարարտացման հնարավոր չէ լուծել բարձր և որակյալ բերքի ստացման խնդիրը:

Հանրապետության պտղաբուծությամբ զբաղվող ֆերմերներն օգտագործում են ինչպես հանքային, այնպես էլ օրգանական պարարտանյութեր: Ընդ որում օրգանական պարարտանյութերի (հիմնականում գոմաղբ) օգտագործումը տարեց տարի ավելանում է, այն և ավելի օգտակար է բույսերի համար և ավելի մատչելի ֆերմերների համար:

Հանքային պարարտանյութերից ֆերմերները նախընտրությունը տալիս են ազոտական պարարտանյութերից ամոնիակային սելիտրային, ֆոսֆորական պարարտանյութերից՝ սուպերֆոսֆատին և կալիումական պարարտանյութերից՝ կալիումական աղին:

Այգիների պարարտացման եղանակներից (համատարած, մերձբնային, ակոսներով, օջախներով) Հայաստանում հիմնականում կիրառվում է մերձբնային եղանակը: Պտղատու այգիների պարարտացման ժամկետները տարբեր են և կախված են՝ ա) պարարտանյութերի տեսակներից, նրանց լուծելիության ու հողի մեջ դյուրաշարժության աստիճաններից, բ) մշակվող տեսակների և նույնիսկ սորտերի արմատային համակարգի աճի ու զարգացման առանձնահատկություններից, գ) պարարտացման եղանակներից և նպատակներից: Օրգանական պարարտանյութերը, հատկապես գոմաղբը, տրվում է աշնանը, ազոտական և կալիումական պարարտանյութերը՝ վեգետացիայի ընթացքում, իսկ ֆոսֆորական պարարտանյութերը՝ աշնանը:

Ըստ հարցումների, պարարտանյութերի և թունանյութերի գնման գրեթե միակ աղբյուրը շուկան է, որտեղից ձեռք է բերվում դրանց մոտ 90 %-ը: Բերված պատկերը բնորոշ է ինչպես մեծ այնպես էլ փոքր տնտեսությունների համար:



Օգտագործված պարարտանյութերի և թունանյութերի որակից դժգոհ են հարցված տնտեսությունների 80 %-ը, որից 64 %-ը այն գնահատել են “Վատ”, իսկ 16 %-ը՝ “Շատ վատ”:

Մոլախոտերի և հիվանդությունների դեմ պայքար:

Մոլախոտերի դեմ պայքարի ամենաարդյունավետ և տնտեսապես արդարացված համակարգն իրենից ներկայացնում է պայքարի տարբեր մոտեցումների և միջոցների համատեղումը: Մոլախոտերի կառավարման երեք հիմնական ռազմավարությունները կանխարգելումը, ոչնչացումը և պայքարը, այս կամ այն չափով կիրառվում են հայ այգեգործների կողմից:

Մոլախոտերի դեմ պայքարն օգնում է տնկած տնկիների լավ կաշեկուն, ինչպես նաև բարելավում հասուն վազերի, ծառերի աճն ու բերքատվությունը: Այգեգործների զգալի մասը վնասակար մոլախոտերի (մասնավորապես բազմամյաների) դեմ պայքարն իրականացնում են մինչև այգու տնկիների տնկումը: Տնկումից հետո երրորդ տարվանից սկսած՝ մոլախոտերի ազդեցությունը նվազում է և մշակաբույսի ստվերում դժվարանում է մոլախոտերի աճն ու զարգացումը: Սովորաբար, հայ ֆերմերները մոլախոտերի դեմ պայքարն իրականացնում են տնկիների միջարային տարածություններում՝ մեխանիկական, քիմիական, ագրոտեխնիկական եղանակներով: Որպես այլընտանք կիրառում են նաև մուլչապատումը:

Հարցված տնտեսությունների կողմից թվարկվել են վերջին տարիներին պտուղների մոտ նկատված մի շարք հիվանդություններ. բակտերիալ, սնկային, վիրուսային, այրվածք, քոս, մոխրագույն փտում, գորշ բծավորություն, լվիճ, վերտիցիլոզային թառամում, քլորոզ, տերևավիկ, ծաղկակեր և պտղակեր որդեր, վահանակիր, ալրացող և այլն: Տնտեսություններ 80 %-ը հայտարարել է, որ հանրապետությունում բացակայում են իրենց կողմից նշված հիվանդությունների բուժման արդյունավետ միջոցներ:

Մեքենայացում:

Հանրապետությունում պտուղների մշակության աշխատանքները հիմնականում մեքենայացված են: Այսպես, այգիների միջարային տարածքի վարն ու փխրեցումը մեքենայացված եղանակով են իրականացնում հարցված տնտեսությունների 90 %-ից ավելին, միջարային տարածքի հունձը՝ 83 %-ը, այգիների բուժումը՝ 89 %-ը: Նշված աշխատանքները, ինչպես և սպասվում էր, ձեռքով են իրականացնում հիմնականում փոքր տնտեսությունները, ինչի համար նրանք ունեն բավարար աշխատանքային ռեսուրսներ: Այգեգործական

աշխատանքներից էտն ու բերքահավաքը կատարվում են ձեռքով, որը պայմանավորված է համապատասխան տեխնիկական միջոցների բացակայությամբ, ինչպես նաև այդ աշխատանքները մեքենայացված եղանակով կատարելու մեր այգիների անհամապատասխանությամբ:

#### Ոռոգում:

Տարբեր ուսումնասիրություններն ու դիտարկումները<sup>5</sup> ցույց են տվել, որ պտղատու մշակաբույսերն անջրդի պայմաններում կարող են աճել եթե մթնոլորտային տեղումների միջին տարեկան քանակը գերազանցում է 700-800 մմ, պայմանով, որ դրանց 500-600 մմ-ը տեղա վեգետացիայի (ապրիլ-օգոստոս) շրջանում:

Հանրապետության Արարատյան հարթավայրի, կենտրոնական և Վայոց ձորի գոտիներում տեղումների քանակը 250-300, Սևանի ավազանի և Շիրակի գոտում՝ 350-400, Լոռի-Փամբակի, Ապարան-Հրազդանի գոտիներում՝ 500-600, Հայաստանի հյուսիս-արևելյան և հարավ-արևելյան գոտիներում (բացառությամբ՝ Մեղրու շրջանի, որը մոտավորապես նման է ցածրադիր գոտու)՝ 400-500մմ է: Այս տեղումների մեծ մասը լինում է ուշ աշնանը, ձմռանը և վաղ գարնանը: Բերված տվյալները հիմնավորում են այն, որ պտղատու բույսերը Հայաստանում կարելի է մշակել միայն արհեստական ոռոգման պայմաններում:

Պտղատու այգիների ոռոգման ձևերից Հայաստանում ամենատարածված և ընդունված ձևը մակերեսային ջրումն է, որի դեպքում ջուր տալիս են հողի մակերեսին, որտեղից այն ծծվելով թափանցում և անցնում է խոր շերտերը: Մակերեսային ջրման եղանակներից մեր ֆերմերները նախընտրությունը տալիս են ակոսներով և բաժակներով ջրման եղանակներին: Ջրման այս եղանակները հայտնի են շատ հին ժամանակներից: Հանրապետությունում դանդաղորեն ներդրվում է նաև ոռոգման ժամանակակից մեթոդներից կաթիլային ոռոգումը, ինչի արդյունավետությանը ֆերմերները հիմնականում վստահում են և միջոցների առկայության դեպքում պատրաստ են ներդնել այն:

#### Տնկում, տնկիներ և տեսակներ:

Հայաստանում նոր այգիների հիմնման համար հիմնականում օգտագործվում են տեղական արտադրության տնկիները, որոնց միջին գինը շուկայում տատանվում են 500-1500 դրամի

<sup>5</sup> - Այգեպան- Խորեն Մկրտչյան, 2015թ.

սահմաններում: Ներկայումս գործում են բազմաթիվ տնկարաններ, որոնք տնկիների աճեցումը իրականացնում են սերմերով և վեգետատիվ ճանապարհով: Սերմերով բազմացումը, սովորաբար, կատարվում է սելեկցիոն նոր սորտեր ստեղծելու և արտադրության մեջ սերմնաբույս պատվաստակալներ աճեցնելու համար: Հայաստան են ներկրվում հիմնականում վեգետատիվ ճանապարհով աճեցված տնկիներ, այսպես ապահովելով մրգերի նոր և արդյունավետ տեսակների ներդրումը Հայաստանում: Պտղատու տեսակների սորտերի կենսաբանական-տնտեսական առանձնահատկությունները պահպանելու, դրանց միատարրությունը, ստանդարտացումն ապահովելու և մեծ քանակությամբ տնկանյութ աճեցնելու համար կիրառվում է վեգետատիվ բազմացում մացառներով, անդալիսներով և պատվաստի բազմաթիվ ձևերով:

Մացառներով բազմացվում են խնձորենին, տանձենին, սալորենին, բալենին, տիլենին, կեռասենին, կտրոններով և անդալիսներով՝ հաղարջենին, կոկոռոշենին, սերկկիլենին, նոենին, թզենին, խաղողի վազը:

Ըստ հարցումների տվյալների նոր այգիներ հիմնելու կամ այգիներ հիմնելու համար, ֆերմերները տնկիները հիմնականում գնում են այլ ֆերմերներից: Այսպես են վարվում հարցված ֆերմերների մոտ 70 %-ը: Մնացած ֆերմերների կեսը, պտղատու տնկիները գնում է շուկայից, իսկ մյուս կեսը՝ օգտագործում է սեփական արտադրության տնկիներ: Գրեթե նույն պատկերն է նաև հատապտուղների սածիլների ձեռքբերման հարցում: Հատապտուղների սածիլների 66 %-ը ֆերմերները գնում են այլ ֆերմերներից, 21 %-ը՝ շուկայից և 13 %՝ սեփական արտադրությունից:

Վերջին տարիներին Հայաստանում մեծ տարածում են ստանում թզուկային և կիսաթզուկային տեսակները:

Ըստ պտուղների տեսակների, ֆերմերները առավելություն են տալիս հետևյալ սորտերին.

- Խնձոր՝ Սթարկրիմսոն, Իդառեդ, Միլա ռոսսա,
- տանձ՝ Անտառի գեղեցկուհի, Մալաչա,
- ծիրան՝ Շալախ, Սաթեն,
- դեղձ՝ Նարինջ, Ուսպեխ, Լիմոն,
- սալոր՝ Սև սալոր, Վիկտորիա,
- կեռաս՝ Կարմրաթուշ, Սև, Դեղին:

Ըստ հարցումների, տնկիների և սածիլների ձեռքբերման հիմնական աղբյուրները հանդիսանում են այլ ֆերմերները, համապատասխանաբար 70 % և 64 %, ինչպես նաև շուկան՝ 15 % և 20 % և սեփական արտադրությունը՝ 15 % և 13%:

Օգտագործված տնկիների և սածիլների որակից գոհ են հարցվածների 96 %-ը: Բոլոր դժգոհ ֆերմերները, որոնց մեջ կան և մեծ և փոքր տնտեսություններ, տնկիներն ու սածիլները ձեռք են բերել այլ ֆերմերներից: Որպես դժգոհության պատճառ են նշել տնկիների և սածիլների ծլունակության և բերքատվության ցածր մակարդակը, ինչպես նաև դրանց տարբեր հիվանդություններով վարակված լինելու հանգամանքը:

### Բերքահավաք:

Բերքահավաքը այգեգործության մեջ ամենապատասխանատու աշխատանքներից մեկն է: Բերքի զգալի կորուստներից խուսափելու համար անհրաժեշտ է իմանալ, թե որն է բերքահավաքի ճիշտ ժամկետը և կիրառել առանձին պտուղների քաղելու նպատակահարմար տեխնիկա:

Պտուղների բերքահավաքը Հայաստանում իրականացվում է ձեռքով: Փոքր տարածքներ ունեցող տնտեսությունները, այն կատարում են սեփական ուժերով, իսկ խոշոր տնտեսությունները վարձու աշխատուժ են օգտագործում: Պտուղների բերքահավաքի, տեսակավորման և տարայվորման աշխատանքները կատարվում են անմիջապես այգում, որից հետո, բերքը կամ տեղավորվում է տնտեսություն և դրվում պահպանության և/կամ վաճառվում է մեծածախ գնորդներին, որոնց հիմնական մասը գնված պտուղն արտահանում են:

Գոտիականությամբ և պտուղների տեսակների առանձնահատկություններով պայմանավորված, պտուղների բերքահավաքի ժամկետների միջակայքերը բավականին մեծ են: Պտուղների հիմնական ծավալների բերքահավաքի ժամկետների նշումները աղյուսակում տրված են ավելի մուգ գույներով:

Աղյուսակ 12. Պտուղների բերքահավաքի ժամկետներն, ըստ հարցման տվյալների

	Հունիս			Հուլիս			Օգոստոս			Սեպտեմբեր			Հոկտեմբեր		
	տասնօրյակներ														
	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
Խնձոր					■	■									■
Տանձ															
Սերկևիլ															
Ծիրան			■	■	■	■									
Դեղձ					■	■			■	■	■	■			
Սալոր		■	■	■	■	■				■	■				
Կեռաս, բալ				■	■	■									
Նուռ															■
Ընկուզապտուղ														■	
Թուզ							■	■	■						
Արքայանարինջ															■

Հարցման տվյալներով կորիզավոր պտուղների բերքատվության մակարդակը մոտ 1.5 անգամ ավելի է հնդավորների բերքատվության մակարդակից: Հիմնական պտղատեսակներից՝ խնձորի և ծիրանի բերքատվությունը մեծ տնտեսություններում 30-40 %-ով գերազանցում է փոքր տնտեսությունների ցուցանիշներին:

Աղյուսակ 13. Հիմնական պտղատեսակների միջին բերքատվությունը 2016թ., ըստ հարցման տվյալների

	Ընդամենը տնտեսություններ	այդ թվում		մեծ տնտեսությունները ավել (+), պակաս(-) փոքրերի նկատմամբ
		մեծ	փոքր	
Խնձոր	7.9	8.0	5.6	+2.4
Ծիրան	11.8	12.0	9.1	+2.9
Դեղձ	12.1	12.1	11.5	+0.6
Սալոր	11.1	11.1	11.7	-0.6
Կեռաս, բալ	8.5	8.8	7.9	+0.9
Ընկուզապտուղ	1.8	1.2	4.0	-2.8
Թուզ, արքայանարինջ	8.7	5.8	16.1	-10.3

Մեծ տնտեսությունները փոքրերի նկատմամբ որոշակի առավելություն ունեն նաև դեղձի՝ 5 % և կեռասի ու բալի՝ 11 %, բերքատվության ցուցանիշների գծով: Ինչ վերաբերում է ընկուզապտուղներին թզին ու արքայանարնջին, որոնց բերքատվությունը փոքր տնտեսություններում 2.8-3.3 անգամով գերազանցում է մեծ տնտեսությունների համապատասխան ցուցանիշին, ապա վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ այն հիմնականում պայմանավորված է մեծ տնտեսությունների այգիների կազմում երիտասարդ այգիների բարձր տեսակարար կշռով:

Ինքնարժեքը:

Պտուղների ինքնարժեքի հաշվարկները կատարվել են ելնելով տնտեսությունների կողմից ներկայացված ծախսերից և բերված են Հավելված 2-ում: Բոլոր պտղատեսակների, բացառությամբ ընկուզապտուղների, ծախսերի ամենամեծ հոդվածը վարձու աշխատողների վարձատրության համար կատարվող ծախսերն են: Ընկուզապտուղների համար ամենամեծ տեսակարար կշիռն ունի ոռոգման ծախսերի հոդվածը: Ընկուզապտուղները մյուս պտղատեսակներից տարբերվում են նաև հողի հարկի և տրանսպորտային ծախսերի համեմատաբար բարձր տեսակարար կշռով: Հարցումներով ընդգրկված ընկուզապտուղ մշակող տնտեսությունների թիվը մեծ չէ (11 տնտեսություն), որոնց այգիների տարածքի կեսից ավելի պատկանում է 1 տնտեսության, իսկ այդ այգին երիտասարդ այգի է՝ 5 տարեկան: Ծախսերի վերը նշված տարբերությունները, հավանաբար պայմանավորված են այս հանգամանքով: Ծախսերի կառուցվածքում մեծ տեսակարար կշիռ ունեն նաև պարարտանյութերն ու թունանյութերը, ըստ տարբեր պտղատեսակների՝ 20-30 %, ինչպես նաև մեքենայացված ծառայությունների դիմաց վճարները՝ 13-20 %:

Մեծ տնտեսություններում, ինձորի, ծիրանի և դեղձի ինքնարժեքները ավելի քան 2 անգամ ցածր է փոքր տնտեսությունների ինքնարժեքից (Աղյուսակ 14): Ասվածը կարևորվում է այն հանգամանքով, որ նշված պտղատեսակների տարածքները կազմում են հանրապետության պտղատու այգիների 75 %-ը:

Աղյուսակ 14. Հիմնական պտղատեսակների մշակության ինքնարժեքը 2016թ.

	Ընդամենը տնտեսություններ	այդ թվում		մեծ տնտեսությունները % փոքրերի նկատմամբ
		մեծ	փոքր	
դրամ/կգ				
Խնձոր	25	23	46	50.0
Ծիրան	52	47	93	50.5
Դեղձ	54	50	119	42.0

Սալոր	59	54	54	100.0
Կեռաս, բալ	91	86	91	94.5
Ընկուզապտուղ	150	167	108	154.6
Թուզ, արքայանարինջ	31	32	28	114.3

Սալորի, կեռասի և բալի ինքնարժեքները, ինչպես երևում է աղյուսակից, գրեթե կախում չունեն այգու տարածքի չափից, իսկ ահա ընկուզապտուղների, թզի և արքայանարնջի ինքնարժեքներն ավելի ցածր են փոքր տնտեսություններում: Հավելված 2-ում ծախսերի կառուցվածքային վերլուծությունից երևում է, որ ի տարբերություն մյուս պտղատեսակների, ընկուզապտուղների, թզի և արքայանարնջի ծախսերի կազմում ավելի բարձր տեսակարար կշիռ ունեն ոռոգման և տրանսպորտային ծախսերը: Ըստ մեզ, հիմնականում այս հանքամանքով է պայմանավորված փոքր տնտեսությունների առավելությունը, որոնք պայմանավորված փոքր տարածքներով և ապրանքանյութական միջոցների շրջանառության փոքր չափերով, մի դեպքում ոռոգման համար օգտագործում են հիմնականում անվճար խմելու ջուրը, մյուս դեպքում կատարում են համեմատաբար փոքր տրանսպորտային ծախսեր:

Իրացում:

Հարցման տվյալներով պտուղների իրացման հիմնական ուղղությունը վաճառքն է, որի բաժինը պտղատեսակների մեծ մասի մոտ գերազանցում է 90 %-ը (Աղյուսակ 15): Ընդհանուր խմբից դուրս են մնում բալն ու թուզը, որոնցից առաջինի դեպքում ավելի քան 40 %-ը, իսկ երկրորդի դեպքում 60 %-ը օգտագործվում են տնտեսությունում որպես սնունդ (տնտեսությունում վերամշակվածը նույնպես հիմնականում սննդի համար է օգտագործվում): Ասվածը, որոշ չափով վերաբերում է նաև կեռասին և արքայանարնջին:

Աղյուսակ 15. Պտուղների օգտագործման ուղղությունները

	Օգտագործում			
	սնունդ	ապրանքա- փոխանակում	վաճառք	վերամշակում տնտեսությունում
խնձոր	1,0	1,9	96,7	0,3
տանձ	10,0	0,0	90,0	0,0
սերկևիլ	9,4	0,0	85,5	5,1
ծիրան	4,8	1,1	93,2	0,9
դեղձ	1,6	1,1	96,7	0,7
սալոր	1,0	3,1	94,9	1,0
կեռաս	13,8	0,0	78,4	7,8

բալ	7,4	0,0	58,5	34,0
ընկուզապտուղ	14,1	0,0	82,2	3,8
թուզ	1,5	0,0	39,8	58,7
արքայանարինջ	2,6	0,6	75,3	21,4

Պտուղների հիմնական գնորդները մասնավորներն են՝ վերավաճառողները, որոնց մեջ մեծ տեսակարար կշիռ ունեն արտահանողները:

Աղյուսակ 16. Պտուղների վաճառքի ուղղությունները և գները

	վերամշակողներին		շուկա, խանութ		մասնավորներին	
	տես.կշիռ	գին	տես.կշիռ	գին	տես.կշիռ	գին
	%	դրամ/կգ	%	դրամ/կգ	%	դրամ/կգ
խնձոր	0,6	84	25,4	356	74,0	236
ծիրան	0,2	300	2,2	575	97,6	239
դեղձ	0,5	300	4,8	256	94,6	328
սալոր	0	0	8,5	208	91,5	255
կեռաս	0	0	29,8	689	70,2	402
բալ	0	0	0	0	100,0	155
ընկուզապտուղ	0	0	40,4	1200	59,6	3051
թուզ	2,1	297	7,1	200	90,8	514
արքայանարինջ	0	0	17,8	216	82,2	323

Աղյուսակ 16-ի տվյալները վկայում են, որ ֆերմերների համար խնձորի, ծիրանի և կեռասի վաճառքի ամենաձեռնտու տարբերակն անձամբ շուկայում կամ խանութներին վաճառելն է, իսկ մնացած պտղատեսակների համար՝ վաճառքի նախընտրելի ուղղությունը մասնավորներն են: Ըստ ֆերմերների և փորձագետների գնահատումների, մասնավորներին վաճառելու տարբերակը լուրջ առավելություններ ունի մյուս ուղղությունների նկատմամբ: Այն խնայում է ֆերմերների ժամանակը, որն ուղղվում է գյուղատնտեսական աշխատանքների կատարմանը, մասնավորները գնում են մրգերի մեծ ծավալներ, ֆերմերի ամբողջ բերքը, առանձին դեպքում գնում են բերքը ծառի վրա (մասնավորն իր միջոցներով է կազմակերպում բերքահավաքը), որն ուղղակի <<փրկություն>> է աշխատուժի պակաս ունեցող ֆերմերների համար: Բացի այդ մասնավորները հիմնականում վճարում են անմիջապես տեղում, որը ֆերմերներին ազատում է քաշքշուկների մեջ ընկնելու ավելորդ գլխացավանքից: Ինչպես երևում է Աղյուսակ 16-ից, մրգերի վաճառքի ամենացածր վարկանիշն ունեն վերամշակողները, որոնց համար, ըստ փորձագետների գնահատումների, տեղական որակյալ մրգերը բավականին թանկ են և



բացասաբար են անդրադառնում վերամշակողների կողմից միջազգային շուկաներում դիրքավորվելու տեսանկյունից: Իրավիճակից դուրս գալու համար վերամշակողների մեծ մասը ստեղծել են սեփական այգիներ (տես սույն հաշվետվության վերամշակման բաժինը), որը հնարավորություն է տալիս օգտագործել սեփական հումքը՝ ինքնարժեքով, կամ գնում են ֆերմերների ոչ որակյալ ապրանքը, որը չի գնվել վերավաճառողների կողմից:

Հարցված տնտեսությունների 7 %-ի վաճառվող բերքը վերամշակող կազմակերպությունն է տեղափոխում դաշտից, 18 %-ինը՝ մասնավոր առևտրականը, 5 %-ինը՝ ֆերմերն է տեղափոխում, իսկ մնացած 70 %-ի մի մասը տեղափոխվում է գնորդի, մի մասը՝ ֆերմերի միջոցներով: Եթե ընդունենք, որ այս 70 %-ի կեսը տեղափոխում է գնորդը, ապա կստանաք, որ տնտեսությունների ապրանքային բերքի 2/3-ը անմիջապես դաշտից տեղափոխվում է գնորդների կողմից, ինչը բավականին լավ ցուցանիշ է:

Վերամշակող կազմակերպությունների հետ աշխատող տնտեսությունների կեսն, ընդհանուր առմամբ դժգոհ են վերամշակող կազմակերպություններից, որի պատճառով, հավանաբար, հարցման ժամանակ խուսափել են նշել վերամշակող կազմակերպության անունը: Միննույն ժամանակ, հարցվածների 97 %-ը գոհ են մասնավոր առևտրականներից, իսկ 92 %-ը՝ խանութներից և շուկայից: Ավելին, մասնավոր առևտրականներից գոհ ֆերմերների մոտ 10 %-ը պատասխանել է՝ «Շատ գոհ եմ»: Ֆերմերների 90 %-ից ավելին, որոնք պտուղը վաճառում են մասնավորներին, իրենց կողմից վաճառված պտղի դիմաց վճարումը ստանում են անմիջապես դաշտում, իսկ ահա պտուղը վերամշակող կազմակերպություններին վաճառող ֆերմերները վճարման համար ստիպված են միջին հաշվով սպասել մինչև 1 ամիս:

#### Պայմանագրային գյուղատնտեսություն:

Պայմանագրային գյուղատնտեսության վարման մակարդակը հանրապետության պտղաբուծությունում, ի տարբերություն խաղողագործության, ցածր մակարդակի վրա է: Հարցված 157 տնտեսություններից միայն 2-ն են նշել, որ իրենք կնքում են պտղի վաճառքի պայմանագրեր: Իրավիճակը հիմնականում պայմանավորված է պտուղների արտադրության ծավալների և ըստ այդմ էլ՝ շուկայի անկայունությամբ: Օրինակ, ծիրանի համար նպաստավոր տարիներին, բարձրորակ ծիրանի 1 կգ-ի գինը կարող է իջնել 200-250 դրամի, իսկ ոչ նպաստավոր տարիներին՝ հասնել մինչև 1000-1500 դրամի: Պայմանագրերի բացակայության պայմաններում, բնականաբար, խոսել գնորդների կողմից ֆերմերներին տրվող դրամական,

պարարտանյութերի և թունաքիմիկատների տեսքով և այլ տեսակի կանխավճարների մասին՝ անհիմաստ է:

Մառնարանային տնտեսություն:

Պտղի սառնարան ունեն հարցված 25 տնտեսություններ, կամ ընդամենը հարցվածների 16 %-ը և որ տրամաբանական է՝ հիմնականում (մոտ 90 %) մեծ տնտեսությունների շարքից: Մառնարան ունեցող տնտեսությունների պտղատու այգիների միջին չափը կազմում է 8 հա և նրանց 84 %-ը զբաղվում են խնձորի արտադրությամբ և հիմնականում տեղաբաշխված են ՀՀ Արագածոտնի (10 տնտեսություն) և Կոտայքի (8 տնտեսություն) մարզերում:

Պտղի արտադրության խոչընդոտներ:

Որպես պտղի արտադրության խոչընդոտներ, հարցման մասնակից ֆերմերները նշել են հետևյալը՝

- Բնակլիմայական անբարենպաստ պայմաններ,
- Ոռոգում ջրի հասանելիության ցածր մակարդակ,
- Գյուղտեխնիկայի պակաս և բարոյական ու ֆիզիկական մաշվածք,
- Ագործառայությունների ցածր որակ,
- Բույսերի տարբեր հիվանդություններ,
- Ֆերմերների գիտելիքի պակաս,
- Աշխատուժի պակաս:

Պտղի արտադրության խոչընդոտներ:

Որպես պտղի վաճառքի խոչընդոտներ, հարցման մասնակից ֆերմերները նշել են հետևյալը՝

- ցածր գներ,
- մարքեթինգային ծառայությունների բացակայություն,
- տեղափոխման դժվարություններ,
- շուկայի բացակայություն,
- մայրաքաղաքից հեռավորություն,

- շուկայից հեռու գտնվել, բարձր գին,
- արտահանման խնդիրներ,
- պտղի պապանման սառնարանի բացակայություն:

## 2. Վերամշակողներ

### 2.1. Վերամշակման տեխնոլոգիաներ և որակի կառավարում

Ներկայումս միրգ վերամշակող ընկերություններից շատերի մոտ խնդիր է հանդիսանում տեխնոլոգիական վերազինումը: Այս խնդիրը հատկապես ակնառու է ավանդական արտադրությամբ զբաղվող ընկերություններում, որոնք ժառանգել են իրենց հոսքագծերը և սարքավորումները դեռ ԽՍՀՄ տարիներից: Այդ սարքավորումներից շատերը համարվում են արդեն մաշված, չեն կարող ապահովել ժամանակակից ստանդարտներին համապատասխան արտադրություն և բացասական կերպով են ազդում արտադրողականության վրա: Նմանատիպ ընկերությունների ղեկավարները հիմնականում թերահավատորեն են մոտենում փոփոխություններին և վստահ են, որ այդ սարքավորումները դեռ պատշաճ կերպով կարող են օգտագործվել արտադրության մեջ: Սակայն իրականությունն այն է, որ այդ գործարաններն իրենց գերիգորություններով և տեխնոլոգիական մակարդակով չեն բավարարում ներքին և արտաքին շուկայի ներկայիս պահանջներին: Ի տարբերություն ավանդական ապրանքատեսակների արտադրությանը, այն արտադրական ճյուղերը, որոնք վերջերս են զարգացել, ունեն համեմատաբար ավելի արդի և լավ որակի սարքավորումներ: Օրինակ, հյութերի, մրգային պյուրեների կամ օշարակների արտադրության հոսքագծերը:

Վերլուծության ընթացքում հարցված ընկերությունների 55%-ը վերջին 10 տարիների ընթացքում երբևիցե չի փոխել մրգերի վերամշակման տեխնոլոգիան: Հատկանշական է, որ տեխնոլոգիաների արդիականացում իրականացրած ընկերությունների 66.7%-ը արձանագրել է արտադրանքի ինքնարժեքի նվազեցում, ինչի արդյունքում նվազել է նաև գինը և արտադրանքն էլ ավելի մրցունակ է դարձել շուկայում: Արդիականացումը դրական կերպով է ազդել նաև արտադրանքի որակի և ընդհանուր արտադրողականության վրա, ինչը հաստատել են սարքավորումները փոխած բոլոր ընկերությունները: Ստորև ներկայացված է սարքավորումների փոփոխության ազդեցությունը հարցված ընկերություններում:

Գործոն	Մասնաբաժին
Նվազել է ինքնարժեքը	57%
Նվազել է գինը	57%

Բարձրացել է որակը	100%
Բարձրացել է արտադրողականությունը	100%

Որոշ ընկերությունների մոտ սարքավորումների փոփոխության արդյունքում ինքնարժեքի և գնի ավելացումը կարող է պայմանավորված լինել հետևյալ մի քանի գործոններով: Երբ գնվում է սարքավորում, առաջին հինգ տարիների ընթացքում հաշվարկվում է այդ սարքավորման մաշվածությունը, որն ավելացնում է արտադրանքի ինքնարժեքը: Բացի այդ նոր սարքավորումների դեպքում կարող են առաջանալ ծախսեր այդ սարքավորումների տեխնիկական սպասարկման հետ կապված: Մեկ այլ պատճառ է հանդիսանում այն փաստը, որ շատ դեպքերում վերամշակողներն իրենց սարքավորումները չեն օգտագործում ամբողջ հզորությամբ, ինչը նույնպես բարձրացնում է արտադրանքի ինքնարժեքը

Տեխնոլոգիական գործընթացը տարբերվում է կախված վերջնական ապրանքատեսակից: Հարցված ընկերությունների ընդհանուր արտադրանքի մեջ մեծ է հատկապես մուրաբայի մասնաբաժինը, որը կազմում է 26%: Սա պայմանավորված է նրանով, որ մուրաբաների արտադրությունը չի ենթադրում բարդ տեխնոլոգիական գործընթացներ և սարքերի առկայություն: Ուստի, ընկերությունների մեծ մասը ներգրավված է մուրաբաների արտադրության մեջ, որի գերակշիռ մասը արտահանվում է: Մյուս ապրանքատեսակների մասնաբաժինները հետևյալն են.

- 12% - ջեմ
- 10% - կոմպոտ
- 24% - հյութ
- 28% - այլ ապրանքներ /մրգային, հատապտղային պյուրե, օշարակ և այլն/

Մրգի և հատապտուղների տեխնոլոգիական մշակման բոլոր փուլերում կարևորվում է արտադրանքի որակի կառավարումը, որը հատկապես մեծ տեղ է զբաղեցնում միջազգային շուկաներ արտահանող կամ այնտեղ մուտք գործել ցանկացող ընկերություններում: Վերջին տարիների ընթացքում սննդի անվտանգության և որակի կառավարման բնագավառում նկատվում են զարգացման դրական միտումներ: Շատ ընկերություններում մեծ ուշադրություն են դարձնում սննդամթերքի ընդունման, հետազոտման, փոխադրման, առանձնացման, պատրաստման, արտադրման, փաթեթավորման և պահեստավորման բոլոր գործընթացների համապատասխանությանը սանիտարական նորմերին: Իրականացվում են որակի

ապահովմանն ուղղված համապատասխան գործողություններ, որոնք երաշխավորում են սննդամթերքի և օգտագործվող նյութերի համապատասխանությունը անվտանգության պահանջներին:

Մեծ է նաև սննդի ոլորտի զարգացման հարցերով զբաղվող պետական և միջազգային կազմակերպությունների ուշադրությունը դեպի սննդի անվտանգությունը: Կառավարության կողմից լուրջ քայլեր են ձեռնարկվում սննդամթերքի որակի բարձրացման ուղղությամբ: ՀՀ օրենսդրության համաձայն բոլոր արտադրված ապրանքները պետք է համապատասխանեն ազգային ստանդարտին /ՀՍ/: Սննդի անվտանգության հետ մեկտեղ, ընկերությունների մեծ մասը նաև ունի ներդրված ԵՍՏՄ և ԻՍՈ որակի կառավարման միջազգային համակարգեր: Հարցման արդյունքները ցույց տվեցին, որ վերամշակող ընկերությունները ունեն տարբեր որակի սերտիֆիկատներ, որոնքամփոփված են ստորև ներկայացված աղյուսակում:

Աղյուսակ 17. Սննդի անվտանգության սերտիֆիկացումը վերամշակող ընկերություններում

Սերտիֆիկատ	Ընկերություններ, %
ԵՍՏՄ	89%
FDA	67%
ISO	56%
HACCP	44%
Այլ	22%

Հարկ է նշել, որ համաձայն վերամշակող ընկերություններում որակի կառավարման ոլորտում կատարած հետազոտությունների, սննդի անվտանգության առումով որոշ վերամշակող ընկերություններում առկա են իրազեկման և տեղեկացվածության վերաբերյալ խնդիրներ: Ընկերությունները բավականին թույլ կերպով են պատկերացնում որակի կառավարման և սննդի անվտանգության ներդրման հետ կապված գործողությունները, միջոցառումները և ֆինանսական միջոցների վերաբերյալ տեղեկությունները<sup>6</sup>:

ՀՀ գյուղի և գյուղատնտեսության 2010-2020 թվականների կայուն զարգացման ռազմավարության կարևորագույն մասն է կազմում սննդամթերքի անվտանգության

<sup>6</sup> «Մրգի, բանջարեղենի և մեղրի արտադրության ոլորտներում սննդի բիզնեսով զբաղվողների ուսումնասիրություն», 2014, հեղինակ՝ Սերգեյ Մաթևոսյան

ապահովումը, քանի որ վերջինիս վերահսկման պատշաճ համակարգի բացակայությունը լուրջ վտանգ է ստեղծում սպառողների առողջության համար: Արտահանումը վերահսկելու տեսանկյունից ներկրող երկրները հաճախ պահանջում են երաշխիքներ, որ սննդամթերքն արտահանվել է այնպիսի վայրերից, որտեղ չկան որոշ տեսակի վնասատուներ և հիվանդություններ, գործում են սննդամթերքի արտադրության, փաթեթավորման և առաքման հիգիենայի տարրական կանոններ, կամ որ պեստիցիդների կամ անասնաբուժական դեղերի մնացորդները և շրջակա միջավայրի աղտոտիչները սննդամթերքում չեն գերազանցում իրենց թույլատրելի չափերը: Ըստ կառավարության ռազմավարության արտադրական ամբողջ ճյուղը պետք է համապատասխանի այս պահանջներին և, շատ դեպքերում, նաև ապացուցի, որ համապատասխանությունն ապահովված է<sup>7</sup>:

## 2.2. Պահածոների ինքնարժեքը և այլ վերամշակվող ապրանքներ, գնի վրա ազդեցությունը

Ստորև ներկայացված աղյուսակները ցույց են տալիս վերամշակողների հետ հարցումների արդյունքում պարզ դարձած մուրաբաների և կոմպոտների ինքնարժեքի բաղկացուցիչ մասերի տեսակարար կշիռները:

Աղյուսակ 18. Կոմպոնենտների բաշխվածությունը մուրաբաների և ջեմերի ինքնարժեքում

Անվանումը	Կշիռ, %
Հումք	21.85
Շաքար	19.76
Կիտրոնաթթու	0.49
Ապակե տարա	17.25
Կափարիչ	4.43
Պիտակ	2.46
Էլեկտրաէներգիայի ծախսեր	12.32
Աշխատուժ	12.32

<sup>7</sup> Հայաստանի Հանրապետության գյուղի և գյուղատնտեսության 2010-2020 թվականների կայուն զարգացման ռազմավարություն

Տուփ	2.96
Այլ ծախսեր	6.16

Աղյուսակ 19. Կոմպոնենտների բաշխվածությունը կոմպոսիտների ինքնարժեքում

Անվանումը	Կշիռ, %
Հումք	16.16
Շաքար	9.63
Կիտրոնաթթու	0.25
Ապակե տարա	29.13
Կափարիչ	4.56
Պիտակ	5.07
Էլեկտրաէներգիայի ծախսեր	15.20
Աշխատուժ	7.60
Տուփ	5.07
Այլ ծախսեր	6.33

Կախված օգտագործվող մրգից կամ հատապտղից փոխվում են նաև ինքնարժեքի բաղադրիչների տեսակարար կշիռները: Աղյուսակում ներկայացված են միջինացված ցուցանիշները: Հարկ է նշել, որ եղանակային պայմանները յուրաքանչյուր տարի նպաստում են հումքի՝ մրգի և հատապտղի, գների տատանումներին, ինչի արդյունքում նույն արտադրանքի ինքնարժեքը տարեցտարի կարող է նույնպես փոխվել:

Այսպիսով, համաձայն հարցումների արդյունքների 430 գրամ մուրաբայի/ ջեմի և 1 լիտր կոմպոսի միջին ինքնարժեքը հավասար է համապատասխանաբար 388 և 377 դրամ: Այս ինքնարժեքին գումարվում է մարժան արտադրողի և վաճառողի կողմից, ինչպես նաև ավելացված արժեքի հարկը, ինչի արդյունքում ստացվում է արտադրանքի վերջնական վաճառքի գինը: Հիմնականում մրգի վերամշակումից ստացվող բոլոր արտադրատեսակների դեպքում արտադրողի կողմից ավելացրած մարժան կազմում է 20-30% կախված նրանից, թե ընկերությունը մեծածախ վաճառք է իրականացնում, թե մանրածախ:



Արտադրանքի արտահանման պարագայում ներկայացված բաղադրիչներին ավելանում են նաև տրանսպորտային տեղափոխման ծախսերը, որոնք զգալիորեն բարձրացնում են արտադրանքի ինքնարժեքը և գինը՝ հետևաբար բացասական կերպով ազդելով շուկայում արտադրանքի մրցունակության վրա:

### **2.3. Հիմնական վերամշակող ընկերություններ**

Հայաստանի Գյուղատնտեսության նախարարության տվյալներով Հայաստանում գործում է մրգերի և բանջարեղենների վերամշակմամբ զբաղվող շուրջ 35-40 գործարան, ինչպես նաև մրգային չրեր արտադրող մոտ 5500<sup>8</sup> իրավաբանական անձ:

Հայաստանում գործող վերամշակող ընկերությունները կարելի է ստորաբաժանել հետևյալ երեք խմբերի՝

1. Խոշոր ընկերություններ, որոնք մասնագիտացած են հենց մրգերի, հատապտուղների և բանջարեղենների վերամշակման մեջ
2. Խոշոր ընկերություններ, որոնք մասնագիտացած են այլ ոլորտներում (գինի, գարեջուր, կոնյակ և այլն), սակայն դիվերսիֆիկացման քաղաքականության արդյունքում ընդլայնել են իրենց արտադրատեսակները և մուտք գործել մրգի վերամշակման շուկա
3. Փոքր ընկերություններ, որոնք չունեն մեծ արտադրական ներուժ և հնարավորություններ, որոնք սակայն կարող են համագործակցել այլ խոշոր ընկերությունների հետ

Ստորև ներկայացված է առաջին և երկրորդ խմբերին պատկանող հիմնական վերամշակող ընկերությունների ցանկը՝ բաշխված ըստ գործունեության մարզերի: Աղյուսակում ներկայացված է նաև ընկերությունների մթերման հզորությունը:

Աղյուսակ 20. ՀՀ-ում գործող մրգի հիմնական վերամշակող ընկերությունները

---

8 BSC Business Support Center (2012). ASSESSMENT OF THE ARMENIAN DRIED FRUIT AND VEGETABLE SUPPLY CHAIN (Rep.).

Հ/հ	Անվանումը	Գործունեության ոլորտը	Արտադրության տեղակայման հասցեն	Մթերման հզորությունը /հազ. տոննա/
<b>ք. Երևան</b>				
1	«Երևանի գարեջուր» ՓԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	Աղմիրալ Իսակովի 8	3.2
2	«Միս նատուրալ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	Հաղթանակի 1, 1/7	1.5
3	«Ռազմակ» պահածոների գործարան» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	Արին-Բերդի 15	0.7
4	«Արարատ սննդի կոմբինատ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	Շարուրի 37	20
5	«Մարտին սթար» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	Աջափնյակ, Աշտարակի խճ. 9/1	1.5
6	«Ավելիաց» ՍՊԸ/Նաիրի Ֆուդ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	Քանաքեռի շրջանցիկ թունել, 2/5 շենք	0.2
7	«Պռոշյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ	Բանջարեղենային պահածոներ	Աշտարակի խճ. 2ա,	5
8	«Թամարա ֆրուր» ՓԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	գ. Կարբի	3
9	«Կարբի ֆրուր» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Կարբի	-
10	«Վարգա ֆուդ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Բազմաղբյուր	0.5
11	«Հայասի գրուպ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	գ. Ոսկեվազ	5

Հ/հ	Անվանումը	Գործունեության ոլորտը	Արտադրության տեղակայման հասցեն	Մթերման հզորությունը /հազ. տոննա/
12	«Արտաշատի պահածոների գործարան» ԲԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	ք. Արտաշատ, օգոստոսի 23-ի փ.	50
13	«Բորոդինո» Հայաստանի պահածոների գործարան» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Արալեզ	50
14	«Արմգար Պրոդ»	Պտուղբանջարեղենային հյութեր	Արարատ գյուղ Մահմանապահների փող., 5 շենք	-
15	«Արեգո» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Արտաշատ, Բակունցի 39	0.5
16	«Ավշար պրոդ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Ավշար, Գարեգին Նժդեհի 20	0.5
17	«Եվրոթերմ» ՓԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ և հյութեր	գ. Ջրվեժ	32
18	«Նիկոլո ինտերնեյշնլ Արմենիա» ՍՊԸ	Բանջարեղենային պահածոներ	գ. Արամուս	1.5
19	«Արտաշես» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Ջորաղբյուր	0.5
20	«ՎՎՎ Գրուպ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Բալահովիտ, 4-րդ փողոց, 20	0.5
21	«Վիլֆոդ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Հրազդան, Վանաստուր 1	1
22	«Գոլդեն Հարվիսթ»	Պտուղբանջարեղենային	գ. Բջնի, 1 փողոց,	0.5

Հ/հ	Անվանումը	Գործունեության ոլորտը	Արտադրության տեղակայման հասցեն	Մթերման հզորությունը /հազ. տոննա/
	ՍՊԸ/ «Ապրի»	պահածոներ	22 տուն	
23	«Արեգա պահածոների գործարան» ՍՊԸ	Բանջարեղենային պահածոներ	գ. Ջրվեժ	5
24	«Սամ-Հար» ՍՊԸ/ «Սիփան» պահածոների և ոչ ոգելից ըմպելիքների գործարան	Պտահատապտղային պահածոներ	ք. Աբովյան, Կոտայքի փող.	0.5
25	«Սավա» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Աբովյան Հանրակացարան ային փող.	1
<b>Վայոց Ձորի մարզ</b>				
26	«Եղեգնաձորի պահածոների գործարան» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Եղեգնաձոր, Զորավար Վարդան 34	-
<b>Սյունիքի մարզ</b>				
27	«Մեղրու պահածոների գործարան» ԲԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Մեղրի, Գործարանային 26	0.5
28	Շամբի պահածոների գործարան	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Շամբ	0.7
<b>Տավուշի մարզ</b>				
29	«Այրումի պահածոների	Պտահատապտղային պահածոներ	ք. Այրում, Շահումյան 2	-

Հ/հ	Անվանումը	Գործունեության ոլորտը	Արտադրության տեղակայման հասցեն	Մթերման հզորությունը /հազ. տոննա/
	գործարան» ԲԲԸ			
30	«Մագա» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Վարազավան	1
31	«Միրգ» ՍՊԸ	Պտահատապտղային պահածոներ	ք. Այրում, Շահումյան 1բ	0.5
32	«Արթուր և Էդիտա» ՍՊԸ	Պտահատապտղային պահածոներ	գ. Ջուջևան	0.5
33	«Իջևան ֆուդ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Իջևան, Ս. Օհանյան 66	-
34	«Իջևանի գինու, կոնյակի գործարան» ՓԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	Իջևան Երևանյան փող., 9 շենք	0.5
35	«Էկո Գարդեն» ՍՊԸ/ Վիտալ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	Այգեձոր գյուղ (Բերդի տարածաշրջան)	0.15
<b>Գեղարքունիքի մարզ</b>				
36	«Ատաստ ֆուդ» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Վերին Գետաշեն	0.5
<b>Արմավիրի մարզ</b>				
37	Արմավիրի պահածոների գործարան ՍՊԸ/ «Լևոն» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	ք. Արմավիր, Շահումյան 9	6
38	«Ագրար Արմավիր» ՍՊԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Հայկավան փ 20/1, տուն 7	0.5
39	«ՄԱՊ» ՓԲԸ	Պտուղբանջարեղենային պահածոներ	գ. Լենուղի	10.5

## 2.4. Վայրերը

Կոտայքի մարզում կենտրոնացած են թվով ամենաշատ վերամշակող ընկերությունները, սակայն վերջիններիս մեծ մասն ունի մինչև հազար տոննա մթերման հզորություն: Երկու խոշորագույն վերամշակողները՝ Արտաշատի պահածոների գործարանը և «Բորոդին» Հայաստանի պահածոների գործարանը, որոնցից յուրաքանչյուրն ունի մինչև 50 հազար տոննա մթերման հզորություն, իրենց գործունեությունը ծավալում են Արարատի մարզում՝ մարզը դարձնելով հանրապետության գյուղմթերքներ վերամշակող արդյունաբերության առաջատարը:

Վերամշակող արդյունաբերության արտադրանքի ծավալով Երևանը երրորդ տեղում է՝ զիջելով միայն Արարատի և Կոտայքի մարզերին:

## 2.5. Պայմանագրերի կնքման պրակտիկա, առավելությունները և թերությունները

Պայմանագրային գյուղատնտեսությունը նպաստում է ֆերմերների և վերամշակող ընկերությունների միջև հարաբերությունների ավելի արդյունավետ կառավարմանը և վերջիններիս միջև փոխշահավետ հարաբերությունների հաստատմանը: Համաձայն գյուղի և գյուղատնտեսության կայուն զարգացման ռազմավարական ծրագրի այս համակարգի զարգացման առաջնային ասպեկտներն են՝

- արտադրական հզորությունների և տեսականու ընդլայնումը, ինչպես նաև արտադրանքի մրցունակության մարձրացումը
- արտադրանքի շուկայահանման գործառույթների ակտիվացումը և արտահանման ծավալների մեծացումը
- որակի կառավարման, ստանդարտացման և հավաստագրման միջազգային չափանիշներին բավարարող համակարգի ներդրումը
- վերամշակող արտադրության ռացիոնալ տեղաբաշխում, հատկապես Տավուշի, Սյունիքի, Վայոց Ձորի և Լոռու մարզերում վերամշակման ոլորտի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման խթանումը

- վայրաճ պտուղների և հատապտուղների վերամշակման նոր տեխնոլոգիաներով հագեցված փոքր և միջին ձեռնարկությունների ձևավորման խթանումը<sup>9</sup>:

Չնայած պայմանագրային հիմունքներով համագործակցության դրական կողմերին, հարցման արդյունքում պարզ դարձավ, որ ընկերությունների միայն 25%-ն է, որ պայմանագրեր է կնքում գյուղացիների հետ: Այստեղ անհրաժեշտ ենք համարում նշել, ֆերմերների հարցումների արդյունքներն, ըստ որոնց 157 հարցված ֆերմերից միայն 2-ն են 2016թ. Ունեցել մրգի վաճառքի պայմանագրեր վերամշակողների հետ: Վերամշակողների և փորձագետների հետ զրուցելու ընթացքում պարզեցինք նաև, որ այդ ընկերությունները պայմանագրերը կնքում են իրենց մատակարարների միայն 25%-ի հետ: Ընդ որում պայմանագրերի ծավալները շատ տարբեր են՝ 2 տոննայից մինչև 385 տոննա, իսկ միջին ցուցանիշը կազմում է 140 տոննա:

Հետազոտության արդյունքում հարցված վերամշակող ընկերությունների միայն 17%-ն է, որ ըստ պայմանագրի ֆերմերներին տրամադրում է կանխավճար (ըստ ֆերմերների ոչ մի վերամշակող կանխավճար կամ այլ աջակցություն չիտալիս): Ընդ որում վերջիններիս միայն 33%-ն է տրամադրում ոչ միայն ֆինանսական կանխավճար, այլ նաև բուժանյութերի/ պարարտանյութերի կամ ագրոձառայությունների տեսքով, մինչդեռ կազմակերպությունների մեծ մասը կանխավճարը տալիս է միայն գումարի տեսքով: Պայմանագիր կնքելու ցուցանիշի ցածր լինելը պայմանավորված է նրանով, որ թե՛ ֆերմերները և թե՛ վերամշակողները թերահավատորեն են մոտենում պայմանագիր կնքելու գործընթացին: Շատ ֆերմերներ վստահ են, որ պայմանագիրը պաշտպանում է միայն վերամշակողի շահերը, ինչի արդյունքում վերամշակողն ունի գերիշխող դիրք: Ֆերմերներն իրավունք ունեն նման կերպ մտածելու քանի որ պայմանագրային գյուղատնտեսության վարման գործընթացում վերամշակողների կողմից հանդես են գալիս պրոֆեսիոնալ իրավաբաններիսկ ֆերմերների կողմից ֆերմերներից յուրաքանչյուրը՝ իր իրավաբանականաննշանգիտելիքներով:

Վերամշակողն էլ հաշվի առնելով ոլորտի կախվածությունը եղանակային և բնակլիմայական պայմաններից չի ցանկանում երկարատև ժամանակահատվածում նման պատասխանատվություն ստանձնել: Բացի այդ էլ նույնիսկ վերամշակողի կողմից հստակ սահմանված պահանջների դեպքում շատ ֆերմերներ ուղղակի չեն հետևում այդ ցուցումներին և չեն ապահովում բերքի անհրաժեշտ որակը, չեն օգտագործում անհրաժեշտ պարարտանյութերը և բուժանյութերը: Այս ամենի արդյունքում տուժում են երկու կողմ նեղ.

<sup>9</sup> Հայաստանի Հանրապետության գյուղի և գյուղատնտեսության 2010-2020 թվականների կայուն զարգացման ռազմավարություն

Ֆերմերները չունեն երաշխիք, որ իրենց բերքը կմթերվի, իսկ վերամշակողներն էլ վստահ չեն, որ կունենան իրենց պահանջներին համապատասխանող հումք:

Ֆերմերի և վերամշակողի միջև պայմանագրային փոխհարաբերությունների հաստատումն ունի ն'առավելություններ, և թերություններ յուրաքանչյուր կողմի համար: Որոշ դեպքերում միևնույն գործոնը մի կողմի վրա կարող է դրական, իսկ մյուս կողմի վրա՝ բացասական ազդեցություն ունենալ:

Հարկ է նշել, որ պայմանագրերն առաջին հերթին պաշտպանում են վերամշակող ընկերությունների շահերը: Պայմանագրերն առաջին հերթին վերամշակողներին հնարավորություն են տալիս վերահսկել ֆերմերի կողմից վաճառվող բերքը: Պայմանագրով սահմանվում են որակի, բերքի սորտի, քանակի վերաբերյալ պահանջներ, որոնք սովորաբար հաշվի չեն առնում այդ տարվա եղանակային պայմանները, ինչի արդյունքում կարող են տուժել ֆերմերները: Պահանջներին չհամապատասխանելու դեպքում վերամշակողներն ազատ են չզննել բերքը:

Ֆերմերի համար պայմանագիր կնքելու հիմնական առավելությունն իր բերքի իրացման ապահովությունն է վերամշակողի կողմից որակի վերաբերյալ պահանջների բավարարման դեպքում: Սակայն եթե չկան հստակ սահմանված չափանիշներ և պայմանագիրը կնքվում է միայն իրացման ծավալի և գնի վերաբերյալ, ապա մեծ է այն ռիսկի գործոնը, որ վերամշակողը կարող է չսպառել ֆերմերի կողմից վաճառվող բերքը:

Ֆերմերի համար դրական է այն, որ որոշ պայմանագրերով նախատեսվում է, որ վերամշակողի կողմից տրամադրվելու է տեխնիկական խորհրդատվություն կամ անցկացվելու են սեմինարներ: Սա հնարավորություն է տալիս ֆերմերին բարձրացնել իր արտադրանքի որակը և այն ավելի մրցունակ դարձնել շուկայում: Պայմանագրերով նաև կարող են նախատեսվել վաճառվող արտադրանքի գնագոյացման մեխանիզմները, ինչի արդյունքում վերամշակողը և ֆերմերը ունեն հստակ պատկերացում, թե որ պարագայում բերքն ինչ կարժենա:

## 2.6. Արժեշոթա

Արգերի արժեշոթան ունի բարդ կապեր: Այդ արժեշոթայի հիմնական մասնակիցներն են.

- Այգեգործությամբ զբաղվող ֆերմերները և առևտրային կազմակերպությունները,

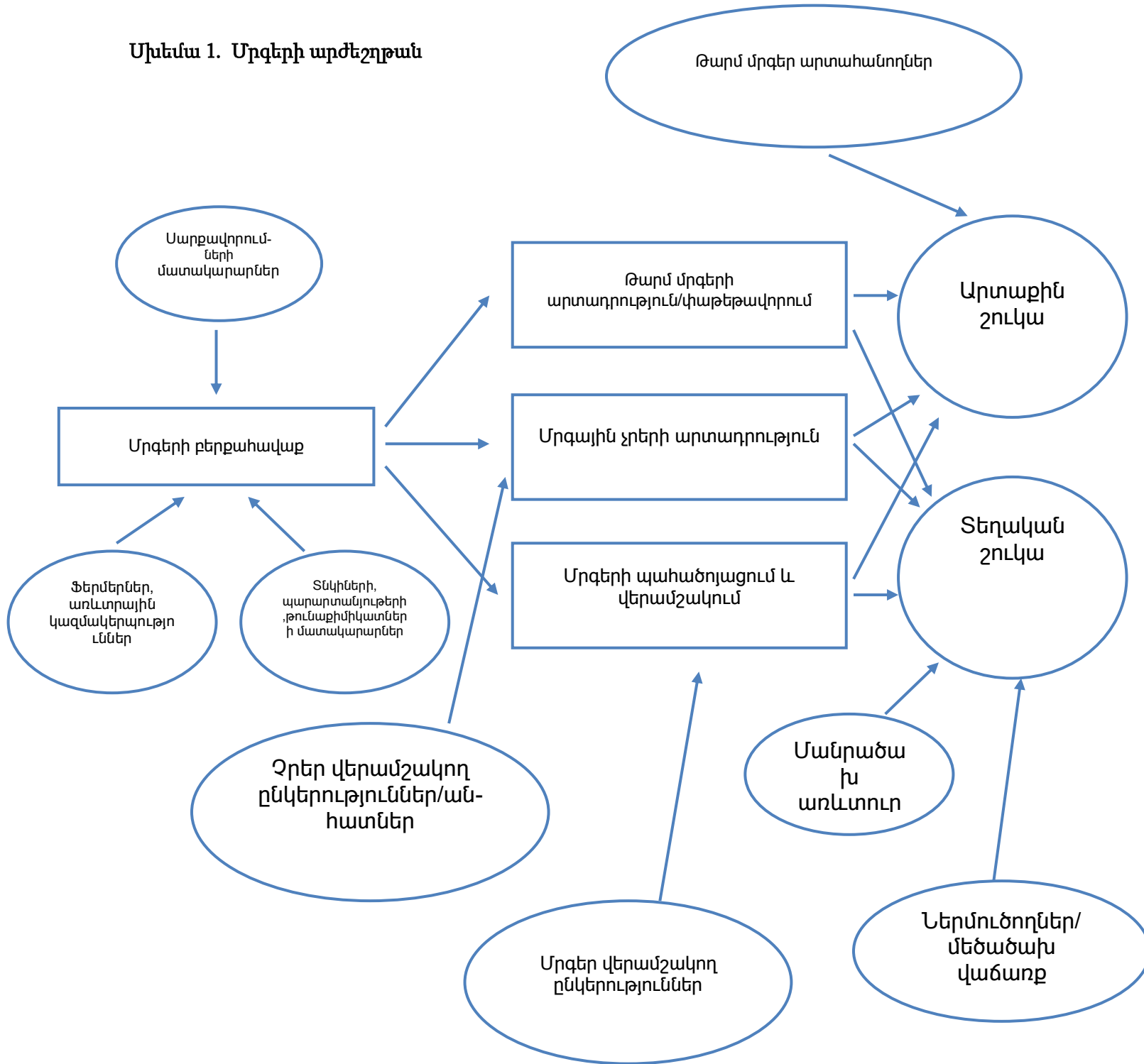


- Շուկայի բրոքերները (հիմնականում մեծածախ առևտրով զբաղվողներ, ովքեր մրգեր են հավաքագրում արտահանման նպատակով),
- Մատակարարները (սարքավորումների, թունաքիմիկատների, պարարտանյութերի, տնկիների և այլն),
- Մրգեր վերամշակող ընկերությունները,
- Մրգերի չրերի վերամշակմամբ զբաղվող ընկերությունները և անհատները,
- Մանրածախ վաճառք իրականացնողները,
- Արտահանողները/մեծածախ վաճառք իրականացնողները,
- Թարմ մրգեր և հատապտուղներ արտահանողները:

Արժեշրթայում անուղղակիորեն կարող են ներառված լինել նաև այլ մասնակիցներ, ինչպես օրինակ բիզնեսի աջակցման կազմակերպությունները, ենթակառուցվածքային կազմակերպությունները, պետական հաստատությունները և այլն:

Ընդհանրացված կերպով մրգերի արժեշրթան կարող է նկարագրվել հետևյալ սխեմայի միջոցով:

**Միտմա 1. Մրգերի արժեքի շղթան**



Մրգերի վերամշակման արժեքային շրջանակներում կարևոր է առանձնացնել հետևյալ հիմնական գործընթացները:

1. Թարմ մրգերի աճեցում
2. Թարմ մրգերի վերամշակում
3. Թարմ մրգերի վաճառք և արտահանում

Թարմ մրգերի և բանջարեղենների աճեցումը հիմնականում իրականացվում է գյուղական համայնքների բնակչության կողմից, ովքեր ունեն իրենց սեփական այգիները կամ էլ այն անձանց կողմից, ովքեր ապրում են քաղաքային համայնքներում, բայց գյուղերում ունեն այգիներ: Շատ հաճախ թարմ սննդի մատակարարները հավաքում և վաճառում են մրգերի սխալ տեսակներ, որոնք հարմար չեն հետագա վերամշակման համար: Հենց այդ պատճառով որոշ մեծածախ գնորդներ և վերամշակողներ նախընտրում են մրգերի հավաքման գործընթացին մասնակցել իրենց սեփական ռեսուրսներով (աշխատակիցներ, տրանսպորտային միջոցներ և այլն): Այնուամենայնիվ, թարմ մրգեր աճեցնողների մեծ մասը հիմնականում ինքն է ապահովում արտադրանքի տեղափոխումը վերամշակողներին և մեծածախ գնորդներին:

Ներկայումս Հայաստանում մրգերի և բանջարեղենների վերամշակմամբ զբաղվում է 35-40 գործարան: Գործարանների մոտ կեսը սկսել են գործել վերջին 10-15 տարիների ընթացքում և նրանք, միջին հաշվով օգտագործում են իրենց գործարանային հզորության 20-30%-ը միայն: Նման ցածր ցուցանիշի պատճառը հիմնականում արտաքին շուկա դուրս գալու հնարավորությունների սահմանափակությունն է: Գործարանները չեն կարող իրացնել իրենց ամբողջ արտադրանքը, եթե աշխատեն ամբողջ հզորությամբ, քանի որ տեղական շուկան շատ փոքր է: Հետևաբար, ներկայիս լարված շուկայական պայմաններում վերամշակողները նախընտրում են օգտագործել սարքավորումների հզորության միայն մի մասը, ինչն իր հերթին արտադրողների համար չի ստեղծում իրենց առաջարկը բարձրացնելու որևէ խթան: Այսպիսով, արտահանման ներկա հնարավորությունների ընդլայնումը դրականորեն կանդրադառնա առաջարկի աճի և վերամշակվող արտադրության մակարդակի բարձրացման վրա՝ ողջ արժեքային շղթայով:

Արտահանման տեսանկյունից հիմնական առաջ մղող ուժը մրգերի և բանջարեղենի արտադրության մեջ մասնագիտացած վերամշակող խոշոր ընկերություններն են, թեև այլ ոլորտներում կենտրոնացած սակայն նույնպես մրգի մշակումով զբաղվող

ձեռնարկություններն ևս ունեն մեծ պոտենցիալ՝ շնորհիվ արտահանման շուկաներում իրենց հաստատած հարաբերությունների և վաճառքի ուղիների հասանելիության:

Մանրածախ վաճառքի շրջանակներում պատրաստի արտադրանքը հասցվում է վերջնական սպառողին: Ընդհանրապես, այս գործառույթը իրականացվում է արժեշրթայի գրեթե բոլոր մասնակիցների կողմից: Ապրանքների որոշակի քանակություն անմիջապես սպառողին է վաճառվում գյուղատնտեսական շուկաներում: Մեծածախ գնորդները նույնպես զբաղվում են առևտրի նման տեսակով: Վերամշակողներն իրենց արտադրանքը վաճառում են ֆիրմային խանութների միջոցով կամ հաճախ ապրանքը հասցնում են խանութներ կամ վերջնական սպառողին և այլն: Մինևույն ժամանակ, մանրածախ առևտրի գլխավոր մասնակիցները մանրածախ առևտրով են զբաղվում գյուղատնտեսական շուկաներում, խանութներում և սուպերմարկետներում, ինչպես նաև հյուրանոցներում և ռեստորաններում և այլն:

Հայկական արտադրության հյուսիսը, պահածոյացված մրգերն ու բանջարեղենները որակապես կարող են մրցակցել արտահանման շուկաներում՝ հաշվի առնելով համեմատաբար բարձրորակ հումքը և փոխադրման ծախսերը: Մրգերի և բանջարեղենների հյուսիսի շուկան հիմնականում կենտրոնացած է Ռուսաստանում: Քանի որ բնական հյուսիսի ոլորտում մրցակցությունը բարձր է, հայաստանյան հյուսիս արտադրող ընկերությունները փորձում են դիրքավորել իրենց ապրանքը նիշային կամ պրեմիում շուկաներում:

Ի տարբերություն հյուսիսի շուկայի, պահածոյացված մրգերի և բանջարեղենների շուկան սեզոնադաշտային է շուկայի բազմաթիվ մասնակիցների կողմից: Պահածոյացված մրգերի պահանջարկը այդքան էլ էլաստիկ չէ գնի նկատմամբ: Նաև այս հանգամանքի շնորհիվ պահածոյացված մրգերի արտահանումը ամենաարագ աճող ուղղություններից մեկն է և ներկայումս ամենամեծ մասնաբաժինն է զբաղեցնում վերամշակված մրգերի և բանջարեղենների շուկայում:

Կախված արտադրության քանակից և ուղղությունից (թարմ մրգերի շուկա կամ վերամշակման գործարաններ) բերքի փոխադրումներն իրականացվում են փոքր անհատական մեքենաներով կամ մինիբեռնատարներով: Մառը պահեստների և սառեցման համակարգերով հագեցած տրանսպորտային միջոցների սակավության հետևանքով արտադրանքի որակը անխուսափելիորեն վատթարանում է: Թեև միջոցներ են ձեռնարկվում ջերմային գործոնների ազդեցությունը նվազեցնելու համար (տրանսպորտային միջոցները թողնում են գիշերը և այլն), որակական կորուստները նշանակալի են: Քանի որ գլխավոր շուկան գտնվում է Երևանում

(մեծածախ վաճառքի Մալաթիա շուկան, ամենամեծը Հայաստանում) և բավականին հեռու է գտնվում գյուղատնտեսական հիմնական կենտրոններից, այնտեղ հասնելը բավականին ժամանակատար է:

Ընդհանուր առմամբ կարելի է առանձնացնել մրգերի վերամշակման արժեզրթային բնորոշ հետևյալ խնդիրները.

- Ֆերմերների և վերամշակող ընկերությունների միջև համագործակցությունը չի կրում երկարաժամկետ բնույթ և հեռանկարային չէ:
- Եկամտաբերությունը տարեցտարի տատանվում է, ինչը կարող է բացասաբար ազդել գների և կարողությունների օգտագործման վրա:
- Մրգերի և բանջարեղենների որակը կայուն չէ և կարող է ամեն տարի տարբեր լինել:
- Մրգի վերամշակմամբ զբաղվող ընկերությունների համագործակցությունը մեծ քանակությամբ փոքր ֆերմերային տնտեսությունների հետ, լրացուցիչ բեռ է աճող վարչական ծախսերի համար: Սա իր հերթին ընկերության համար ավելի է դժվարեցնում որակի վերահսկողությունը:
- Փոքր ծավալները բարձրացնում են արտադրանքի միավորի գինը:
- Սահմանափակ ֆինանսական ռեսուրսները հաճախ թույլ չեն տալիս մեծացնել հնարավորությունները և ներդրումներ կատարել աշխատանքային կապիտալում:
- Փաթեթավորման և օժանդակ նյութերի տեղական մատակարարները ոչ միշտ են վստահելի: Միևնույն ժամանակ մատակարար փոխելու ծախսերը բավականին բարձր են:
- Տեղական շուկան սահմանափակ է և հազեցած, ինչը չի տալիս աճի հնարավորություն:
- Մարքեթինգի և վաճառքի փոքր բյուջեն դժվարացնում է մուտքը նոր շուկաներ և սեզամենտներ:
- Տեղափոխման բարձր ծախսերը հայկական արտադրանքը դարձնում են գնային առումով ոչմրցակցային արտահանման շուկայում:
- Արտահանման փոքր ծավալները նվազեցնում են բանակցային ուժը և նոր շուկաներ մուտք գործելու հնարավորությունը:

## **2.7. Մրգի պահպանման և առաքման ժամանակացույցը, ակտիվ սեզոնները**

Մրգի վերամշակողների տեսանկյունից էական նշանակություն ունեն պտուղբանջարեղենի հետքերքահավաքային մշակումը, տեսակավորումը, փաթեթավորումը, իրացման ժամկետների երկարացումը և ճիշտ ժամանակին առաքումը, քանի որ այս բոլոր գործոններն են ազդում վերջնական արտադրանքի որակական հատկանիշների վրա, ինչն էլ վերջնահաշվում ապահովում է արտադրանքի մրցունակությունը շուկայում:

Կախված մրգի տեսակից տարբեր են լինում նրա պահպանման պայմանները և ժամանակացույցը: Օրինակ, ծիրանը և դեղձը շատ զգայուն են եղանակային տատանումների նկատմամբ, իսկ ծիրանի բերքահավաքի ժամանակաշրջանը կազմում է ընդամենը 25-30 օր:

Հատապտուղները ունեն շատ փոքր պահպանման ժամկետ և շատ զգայուն են բարձր ջերմաստիճանի ու տրանսպորտային տեղափոխման նկատմամբ: Վերջիններիս անվնաս տեղափոխումը հնարավոր է միայն սառեցված վիճակում: Հայաստանում շատ քիչ վերամշակող ընկերություններ ունեն հատապտուղների սառեցման համար նախատեսված սառնարաններ: Հարկ է նշել, որ միջազգային շուկայում աճում է պահանջարկը թարմ և վերամշակված հատապտուղների նկատմամբ, սակայն պայմանավորված վերը ներկայացված պահպանման և տեղափոխման հետ կապված դժվարություններով չկա այդ պահանջարկին համապատասխան առաջարկ:

Ստորև ներկայացված աղյուսակում ամփոփված են մրգի և հատապտուղների տեսակները և իրենց պահպանման ժամկետներն ըստ պահպանման ջերմաստիճանի և օդի խոնավության:

Աղյուսակ 21. Մրգի և հատապտուղների տեսակները և իրենց պահպանման ժամկետները

Անվանում	Ջերմաստիճամ °C	Օդի խոնավություն %	Պահպանման ժամկետ
Խնձոր	-1+4	90-95	1-8 ամիս
Տանձ	-1+3	90-95	1-6 ամիս
Սալոր	-1+2	90-95	1-8 շաբաթ
Դեղձ	-1+2	90	2-6 շաբաթ
Խաղող	-1-0	90-95	4-6 ամիս
Բալ	-1+2	90-95	3-7 օր
Կեռաս	-1+2	90-95	2-3 շաբաթ
Ելակ	0	90-95	5-7 օր
Մորի	-0,5-0	90-95	2-3 օր
Հաղարջ	-0,5-0	90-95	7-28 օր
Սեխ	+4+15	85-90	1-3 շաբաթ

Յուրաքանչյուր միրգ/ մշակվող հումք ունի իր սեզոնայնությունը և բերքահավաքի ու իրացման ակտիվ ժամանակաշրջանը, որով իսկ պայմանավորված է առավելագույն ծավալների մատակարարումը: Հիմնականում իրացման ամենակտիվ ժամանակաշրջանը համնկնում է բերքահավաքի հետ, քանի որ այդ ժամանակահատվածում մթերվող հումքի գինն ամենացածրն է:

Հարկ է նշել, որ որոշ բերքատեսակներ համապատասխան ջեռմաստիճանի պայմաններում կարող են պահպանվել բավականին երկար ժամանակահատված և իրացվել գրեթե ամբողջ տարվա ընթացքում: Ինչպես երևում է աղյուսակից, խնձորի իրացման ակտիվ շրջաններն են սեպտեմբեր և հոկտեմբեր ամիսները, սակայն այն հեշտ է պահպանել և վաճառել նաև ձմռան ամիսներին՝ -1+4 °C ջերմաստիճանի դեպքում խնձորը կարելի է պահպանել մինչև 8 ամիս: Երկար պահպանման ժամկետ ունեցող մրգատեսակներից է նաև տանձը, որը կարելի է պահպանել մինչև 6 ամիս և իրացնել այդ ամբողջ ժամանակահատվածում: Կորիզավոր մրգերն ավելի կարճ սեզոնայնություն ունեն, մոտ 2-3 ամիս: Այպես օրինակ հաշվի առնելով

բերքահավաքի ժամանակաշրջանը և պահպանման ժամկետը՝ դեղձի իրացման ակտիվ շրջանն է հուլիսից նոյեմբեր ընկած ժամանակահատվածը, իսկ ծիրանինը՝ հուլիսից սեպտեմբեր: Մրգերի բերքահավաքի ժամկետներն ըստ պտղատեսակների բերված են Աղյուսակ 12-ում:

## **2.8. Վիճակագրական տվյալների վերլուծություն**

Վիճակագրական տվյալները ցույց են տալիս, որ վերջին տարիներին գյուղատնտեսական մթերքների վերամշակումից ստացվող ապրանքների արտադրությունը՝ մասնավորապես պահածոյացված մրգերի և բնական հյութերի, ունի աճի միտում: 2011թ-ի համեմատ 2015թ-ին մոտ 1.5 անգամ աճել են մրգի պահածոների արտադրական ծավալները, ինչի արդյունքում երկրում ինքնաբավության մակարդակը 2015թ-ին հավասար է եղել 244.1%՝ արձանագրելով ավելի քան երկու անգամ աճ 2014թ-ի ցուցանիշի համեմատ: Սակայն հարկ է նշել, որ իրացման կառուցվածքում տեղական արտադրանքի մասնաբաժինը 2014թ-ին կազմել է ընդամենը 12.7%<sup>10</sup>:

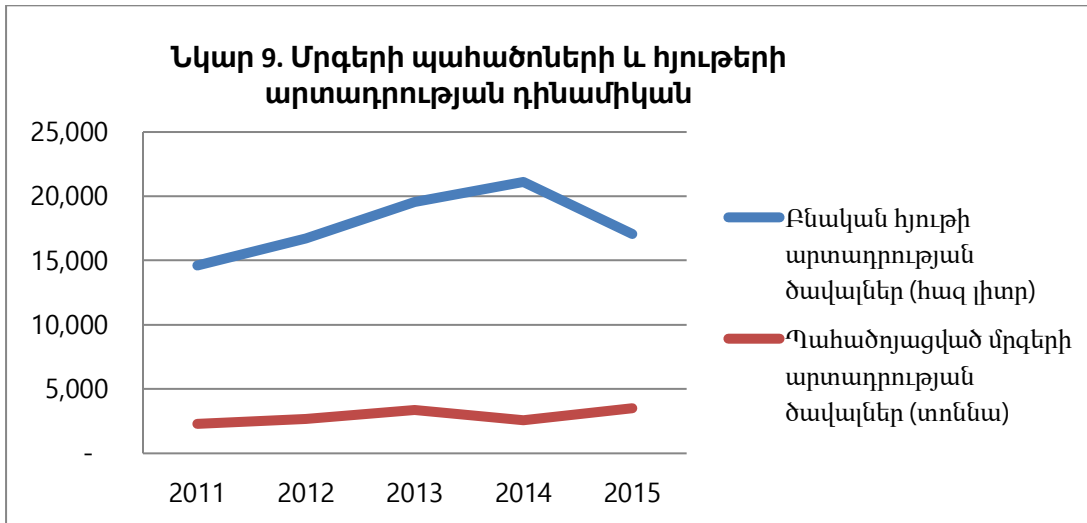
Բնական հյութերի արտադրությունը նույնպես աճ է գրանցել՝ 2011թ-ին 14,615 հազ լիտրից աճելով և հավասարվելով 17,080 հազ լիտրի 2014թ-ին: Բնական հյութերի ինքնաբավության մակարդակը վերջին տարիներին տատանվել է 90-100%-ի սահմաններում, սակայն այս դեպքում տեղական արտադրանքի մասնաբաժինը իրացման կառուցվածքում շատ բարձր է և կազմում է շուրջ 80%:

Ստորև ներկայացված գծապատկերը ցույց է տալիս 2011-2015 ժամանակահատվածում պահածոյացված մրգերի և բնական հյութերի արտադրական ծավալները:

---

<sup>10</sup>Հայաստանի Հանրապետությունում գյուղատնտեսական հումքի վերամշակումից ստացված հիմնական արտադրատեսակների արտադրության, արտահանման, ներմուծման, ինքնաբավության մակարդակը և իրացման կառուցվածքում տեղական արտադրության մասնաբաժինը 2013-2015 թվականներին՝ հաշվարկված ըստ ՀՀ ԱՎԾ-ի տվյալների





Հատկանշական է, որ արտադրության ծավալների աճին զուգընթաց ավելացել է նաև մրգի վերամշակումից ստացվող արտադրանքի արտահանումը, և նվազել է վերջինիս ներմուծումը:

Արտադրական ծավալների աճով պայմանավորված աճում են նաև վերամշակող արդյունաբերության ընկերությունների հումքի գնումների ծավալները: 2011թ-ից սկսած նկատվում է այդ գնումների կայունաճի միտում, բացառությամբ 2014թ-ի, երբ այս ցուցանիշը կտրուկ անկում ապրեց՝ պայմանավորված ծիրանի բերքի սակավությամբ: 2017թ-ի հուլիսի 26-ի դրությամբ հանրապետությունում վերամշակող ընկերությունների կողմից մթերվել է 9,170 տոննա պտուղ, որից 7,300 տոննան եղել է ծիրան: Նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածում վերամշակող ընկերությունների կողմից մթերվել է 7,100 տոննա պտուղ-բանջարեղեն: Այսինքն՝ այս տարի մոտ 67 տոկոսով ավելի պտուղ-բանջարեղեն են մթերել ընկերությունները:

Աղյուսակ 22. Վերամշակող ընկերությունների կողմից պտուղների մթերման ծավալները, 2011-2015<sup>11</sup>

Հումքի անվանումը	Մթերման ծավալները /տոննա/				
	2011թ.	2012թ.	2013թ.	2014թ.	2015թ.
<b>Պտուղ ընդամենը</b>	<b>14,286</b>	<b>25,620</b>	<b>28,792</b>	<b>13,876</b>	<b>20,576</b>
Այդ թվում՝ խմոր	2,736	4,767	5,188	3,084	4,858

<sup>11</sup> - ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության տվյալներով

դեղձ	1,746	6,163	1,921	2,917	1,630
ծիրան	2,831	8,854	13,039	710	6,628
Կեռաս, սալոր, բալ	1,204	1,455	2,080	2,777	2,891
Հատապտուղ	339	213	233	165	447
Այլ պտուղ	1,093	752	1,714	1,145	1,763
<b>Խաղող ընդամենը</b>	<b>128,927</b>	<b>156,590</b>	<b>167,185</b>	<b>184,149</b>	<b>216,823</b>

Քանի որ խաղողը գնվում է ոչ միայն հյութ արտադրելու կամ պահածոյացնելու նպատակով, այլ նրա մեծ մասնաբաժինն օգտագործվում է գինի պատրաստելու համար, այդ իսկ պատճառով այն աղյուսակում ներկայացված է որպես առանձին կատեգորիա:

Ինչպես երևում է աղյուսակից գնվող պտուղների ընհանուր ծավալներում մեծ մաս է կազմում ծիրանը, որի ծավալները սակայն շատ են տատանվում՝ ելնելով եղանակային պայմաններից: Այսպիսով օրինակ 2014թ-ի ձյունառատ զարնանը տեղի ունեցած ջերմաստիճանի կտրուկ անկումը՝ զուգորդված կարկուտի, ձյան առատ տեղումների և ուժեղ քամու հետ, մեծ վնաս պատճառեցին բերքին, ինչի հետևանքով էլ այդ տարում վերամշակող ընկերությունների կողմից գնվել է ընդամենը 710 տոննա ծիրան:

Կարևոր է այն փաստը, որ մշակողների մեծ մասը հումքը գնում է տարերայնորեն գյուղացիներից կամ այլ առաջարկողներից: Հարցված ընկերությունների միայն 25%-ն է պտուղը և հատապտուղը գնում միջնորդների միջոցով, ընդ որում այս դեպքում միջնորդից գնված հումքը կազմում է միջինում 39%: Հարցված ընկերությունների միայն 11%-ն է իր ամբողջ հումքը գնում հումքի մթերման սեփական համակարգի միջոցով:

### ***3. Վաճառք տեղական շուկայում***

#### **3.1. Հիմնական մասնակիցները տեղական շուկայում և նրանց մասնաբաժինը**

Ինչպես արդեն նշել ենք, Հայաստանում մրգերի վերամշակման ոլորտը բավականին զարգացած է և չնայած այն հանգամանքի, որ կան բազմաթիվ տեղական արտադրողներ, իրականացվում է նաև մրգի վերամշակումից ստացվող ապրանքների ներմուծում: Հարկ է նշել,

որ ներմուծվում են հիմնականում այն մրգերից ստացվող հյութերը, մուրաբաները և այլ նմանատիպ ապրանքները, որոնք չեն հանդիպում Հայաստանում: Ներմուծվող ապրանքները սովորաբար գտնվում են ավելի թանկ գնային կատեգորիայում և սպառվում են ավելի բարձր կենսամակարդակ ունեցող գնորդների կողմից:

Տեղական շուկայում ավելի ակտիվ վաճառվում է հենց տեղական ընկերությունների արտադրանքը: Ըստ վաճառքի ծավալների շուկայում գործող հիմնական ընկերություններն են «Երևանի գարեջուր»-ը, «Միս նատուրալ»-ը, «Թամարա ֆրուշ»-ը, «Արտաշատի պահածոների գործարան»-ը և «Սիփան» պահածոների և ոչ ոգելից ըմպելիքների գործարանը:

Հարցված ընկերությունների ցանկը և վաճառքից ստացված ընդամենը հասույթը ամփոփված են ստորև ներկայացված աղյուսակում:

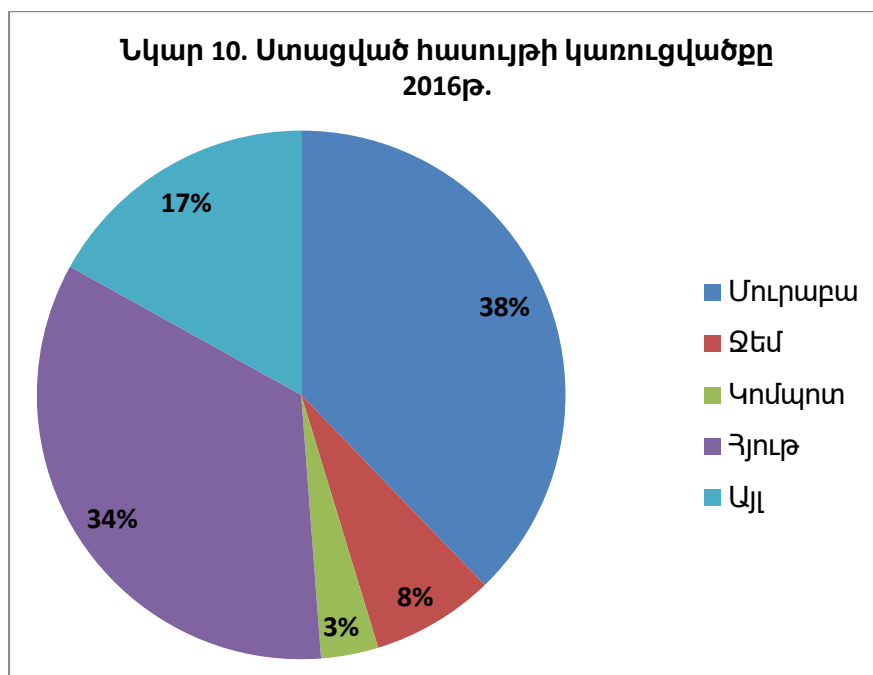
Աղյուսակ 23. Հարցված ընկերությունների 2016 թ-ին վաճառքի հասույթը, ՀՀ դրամ<sup>12</sup>

Ընկերություն	ՀՀ դրամ
«Երևանի գարեջուր» ՓԲԸ	582,203,000
«Արարատ սննդի կոմբինատ» ՍՊԸ	620,200,000
«Ավելիաց» ՍՊԸ/ Նաիրի Ֆուդ	146,600,000
«Պոռչյանի կոնյակի գործարան» ՍՊԸ	127,300,000
«Թամարա ֆրուշ» ՓԲԸ	1,041,700,000
«Վարգա ֆուդ» ՍՊԸ	50,000,000
«Արեգո» ՍՊԸ	50,700,000
«Արտաշես» ՍՊԸ	19,000,000
«ՎՎՎ Գրուպ» ՍՊԸ	51,500,000
«Գոլդեն Հարվիսթ» ՍՊԸ/ «Ապրի»	112,000,000
«Սամ-Հար» ՍՊԸ/ «Սիփան» պահածոների և ոչ ոգելից ըմպելիքների գործարան	854,200,000

<sup>12</sup> «Միս Նատուրալ» և «Եվրոթերմ» ընկերությունները ներառված չեն աղյուսակում, քանի որ հարցման ընթացքում վերջիններս հրաժարվել են տրամադրել 2016թ. իրենց հասույթի վերաբերյալ տեղեկություններ:

«Իջևանի գինու, կոնյակի գործարան» ՓԲԸ	265,100,000
«Էկո Գարդեն» ՍՊԸ/ Վիտալ	117,200,000
«Ռագմակ» պահածոների գործարան	14,000,000
«Անի Տուդ»	43,800,000

Կարևոր է նաև դասակարգել առանձին արտադրատեսակների վաճառքից ձեռք բերված հասույթները: Այդ նպատակով ստորև ներկայացված են հարցված ընկերությունների կողմից իրականացված ընդհանուր վաճառքներում տարբեր արտադրատեսակների մասնաբաժինները:



Պատկերից պարզ է դառնում, որ համեմատած մյուս ապրանքային խմբերի, սպառողներն ավելի շատ գնում են մուրաբա և հյութ: Սա կարող է պայմանավորված լինել այն հանգամանքով, որ տնային տնտեսություններում ինքնուրույն պատրաստում են կոմպոտներ և ջեմեր և այլևս կարիք չի լինում դրանք գնել:

Մրցակցային դաշտը հասկանալու տեսանկյունից օգտակար է նաև պարզել, թե կոնկրետ ընկերության որ ապրանքատեսակն է ամենամեծ մասնաբաժինը զբաղեցնում շուկայում: Հարցման ընթացքում ընկերություններն են փորձել գնահատել այդ մասնաբաժինը, և արդյունքների համաձայն հետևյալ տեսակներն ամենամեծ մասնաբաժին ունեցողներն են.

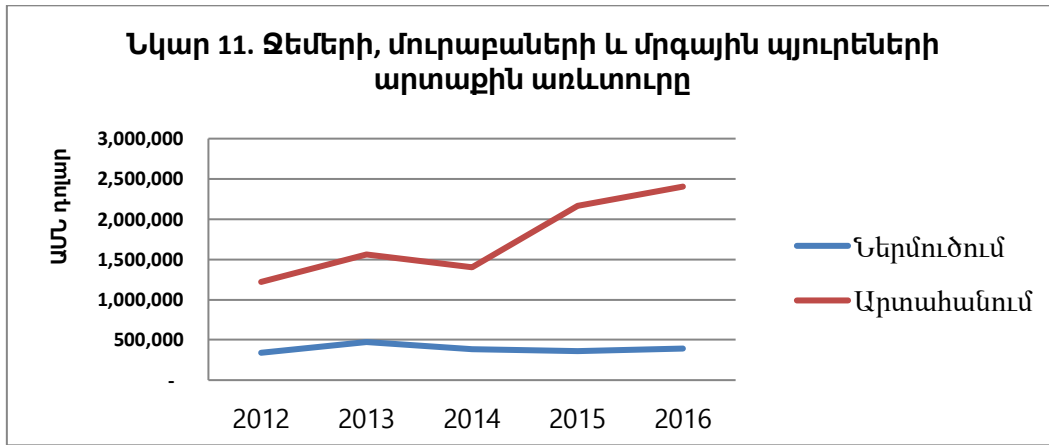
Աղյուսակ 24. Հարցված ընկերությունների որոշ արտադրատեսակների մասնաբաժինները շուկայում

Ընկերություն	Ապրանքատեսակ	Մասնաբաժին, %
«Պռոշյանի կոնյակի գործարան»	Մուրաբա Ռոյալ	30%
«Թամարա ֆրուֆ»	Մուրաբա	16%
«Պռոշյանի կոնյակի գործարան»	Ջեմ Ռոյալ	20%
«Ավելիաց» ՍՊԸ/ Նաիրի Ֆուդ	Կոմպոտ	15%
«Միս նատուրալ»	Հյութ	14%
«Պռոշյանի կոնյակի գործարան»	Կոմպոտ	10%
«Թամարա ֆրուֆ»	Հյութեր	24%

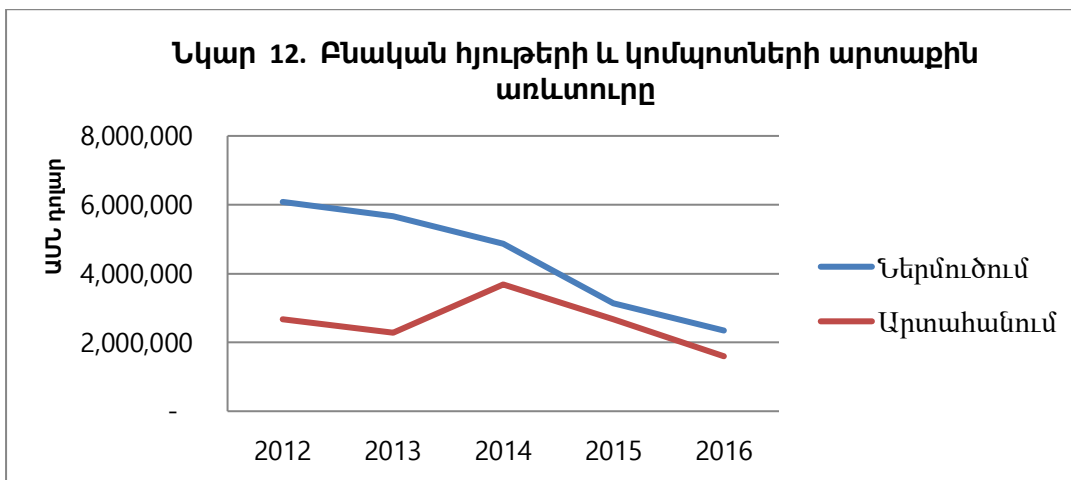
### 3.2. Ներմուծումը տեղական շուկա և հիմնական ներմուծող երկրները

Արտերկրներից պարենամթերքի ներքին շուկա մուտք գործելու մասշտաբային ապահովման տեսանկյունից Հայաստանի Հանրապետությունը դասվում է ամենաազատական (բաց) շուկաներ ունեցող երկրների շարքին:

Թեև Հայաստանն ինքն էլ զբաղվում է մրգի արտադրությամբ և վերամշակմամբ և իրականացնում է նաև բավականի մեծ ծավալների արտահանում, սակայն երկրի կողմից իրականացվում է նաև մրգի վերամշակումից ստացվող արտադրանքի ներմուծում այլ երկրներից:



Աղբյուր՝ Trade Map - Trade statistics for international business development, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)



Աղբյուր՝ Trade Map - Trade statistics for international business development, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

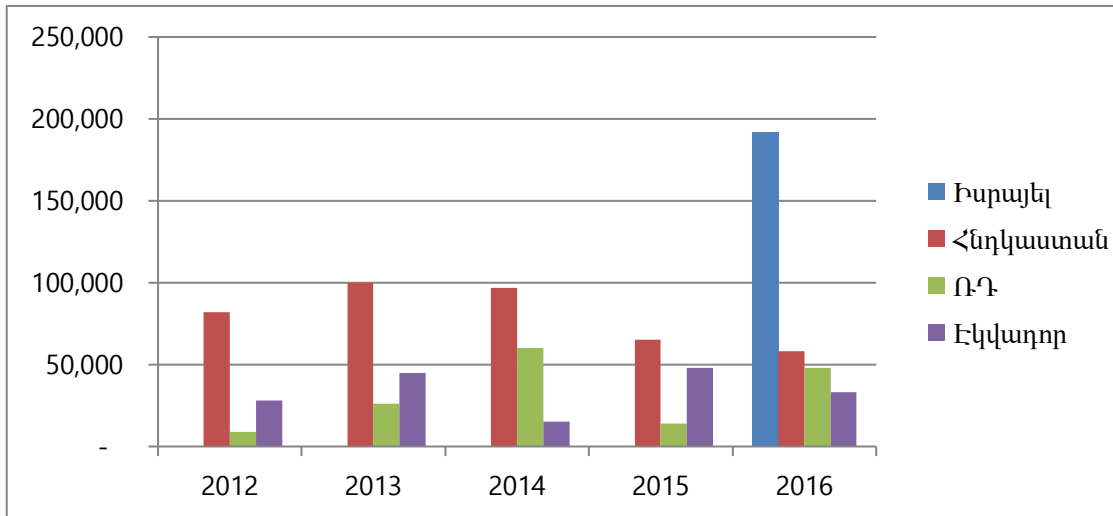
Վերը ներկայացրած գծապատկերները ցույց են տալիս 2012-2016 թվականներին մուրաբաների/ ջեմերի և բնական հյութերի/ կոմպոտների ներմուծումը և արտահանումը: Ինչպես երևում է գծապատկերից մուրաբաների արտահանումը բոլոր տարիներին մոտ 3-4 անգամ գերազանցել է ներմուծումը: Բացի այդ արտահանումը տարեցտարի աճ է գրանցել, մինչդեռ ներմուծումը գտնվել է կայուն մակարդակի վրա:

Ի տարբերություն մուրաբաների, բնական հյութերի և կոմպոտների ավելի մեծ ծավալ ներմուծվել է քան արտահանվել: Սակայն հարկ է նշել, որ նվազել են ոչ միայն ներմուծման և արտահանման ծավալները, այլ կրճատվել է նաև այդ ցուցանիշների միջև տարբերությունը:

Վիճակագրական տվյալների համաձայն 2016թ-ին Հայաստանը սկսել է մուրաբաներ ներմուծել Իսրայելից, որը ներկայումս համարվում է դեպի Հայաստան այդ արտադրատեսակի ամենամեծ ներկրողը: 2016թ-ին Իսրայելից ներկրվել է 192,000 ԱՄՆ դոլարի ջեմ և մուրաբա: Երկրորդ

խոշորագույն ներկրողը հանդիսանում է Հնդկաստանը, սակայն այս երկրից ներմուծման ծավալները բավականին զիջում են 2016թ-ին Իսրայելից կատարած ներմուծման ծավալներին: Հիմնական ներմուծողն այլ երկրներն են հանդիսանում Էկվադորը, Ռուսաստանի Դաշնությունը և Իտալիան: Ստորև ներկայացված գծապատկերն ամփոփում է դեպի Հայաստան ներմուծված ջեմերի և մուրաբաների ծավալները ըստ ներմուծող երկրի:

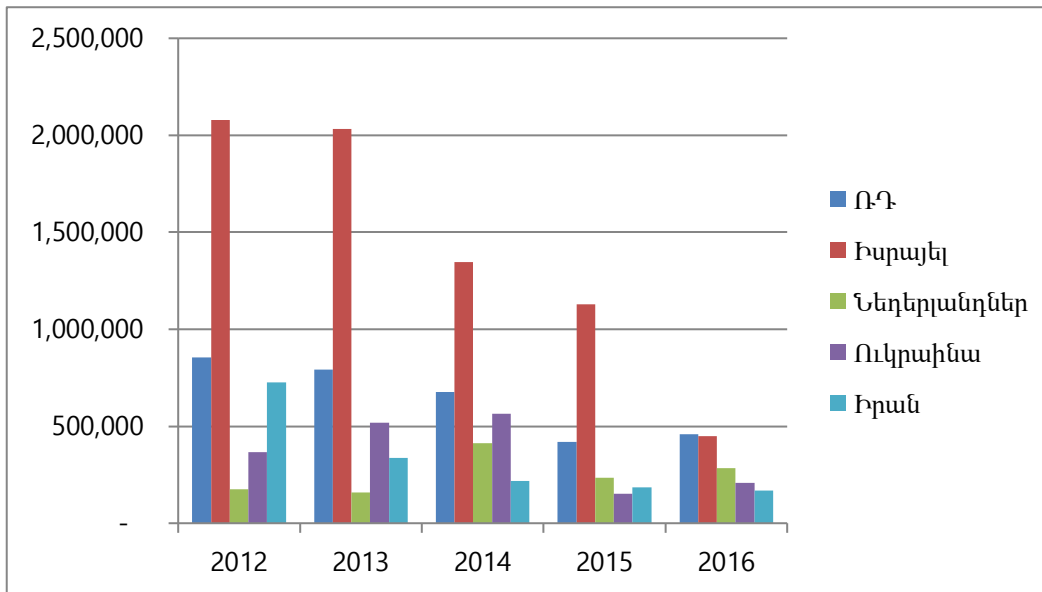
**Նկար 13. Հայաստան ներմուծվող ջեմերի և մուրաբաների ծավալներն ըստ ներմուծող երկրի, 2012-2016, ԱՄՆ դոլար**



Աղբյուր՝ Trade Map - Trade statistics for international business development, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Բնական հյութերի և կոմպոտների երկու խոշորագույն ներմուծողները նույնպես հանդիսանում են Իսրայելը և Ռուսաստանը: Բացի այդ երկրներից, Հայաստանը հյութեր և կոմպոտներ է գնում նաև Նեդերլանդներից, Ուկրաինայից և Իրանից, որոնց ներմուծման ծավալները, սակայն զիջում են երկու հիմնական ներմուծող երկրների ծավալներին: Ստորև ներկայացված են բնական հյութերի և կոմպոտների դեպի Հայաստան ներմուծման ծավալները 2012-2016 թվականներին: Գծապատկերից երևում է, որ տարեցտարի կրճատվել են դեպի երկիր իրականացվող ընդհանուր ներմուծման ծավալները:

**Նկար 14. Հայաստան ներմուծվող ջեմերի և մուրաբաների ծավալներն ըստ ներմուծող երկրի, 2012-2016, ԱՄՆ դոլար**



Աղբյուր՝ Trade Map - Trade statistics for international business development, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Չրերի ներմուծման վերաբերյալ հարկ է նշել, որ Թուրքիայից և Իրանից ներմուծված չիրը համարվում է ավելի մրցունակ շուկայում քան տեղական արտադրանքը, քանի որ այդ երկրներից ներմուծված չրերը վաճառվում են ավելի մատչելի գնով, և հետևաբար ավելի նախընտրելի են սպառողի կողմից:

Կախված ներկրող երկրից տարբեր է նաև օգտագործվող արժույթը: Հիմնականում ներմուծումն իրականացվում է հետևյալ արժույթներով.

- Ռուսական ռուբլի
- ԱՄՆ դոլար
- Եվրո
- Շեկել
- և այլն

Տարեցտարի այս արժույթների մասնաբաժինն ընդհանուր առևտրի մեջ կարող է փոխվել՝ կախված ներմուծող երկրից:



Ընդհանուր առմամբ, տեղական և ներմուծված արտադրության մասնաբաժինները իրացման կառուցվածքում ներկայացված են ստորև պատկերված աղյուսակում, որից պարզ է դառնում, որ Հայաստանյան շուկայում գերակշռում է տեղական արտադրանքը:

Աղյուսակ 25. Իրացման կառուցվածքում տեղական և ներմուծված արտադրության մասնաբաժինները, %

	2013		2014		2015	
	Տեղական արտադրություն	Ներմուծում	Տեղական արտադրություն	Ներմուծում	Տեղական արտադրություն	Ներմուծում
Պտուղբանջաբեղենային պահածոներ	55%	45%	56%	44%	57.4%	42.6%
Հյութեր	81.5%	18.5%	87.6%	12.4%	89%	11%

Աղբյուր՝ ՀՀ Գյուղատնտեսության նախարարություն, [www.minagro.am](http://www.minagro.am)

### 3.3. Հիմնական ներկրող ընկերությունները

Չնայած նրան, որ հայկական բազմաթիվ ընկերություններ զբաղվում են մրգերի արտադրությամբ և վերամշակմամբ, քիչ չեն նաև ներմուծումները այլ երկրներից: Ներմուծվում են ինչպես թարմ մրգեր և հատապտուղներ, այնպես էլ խտանյութեր և մրգերի վերամշակման արդյունքում ստացված այլ ապրանքներ, այդ թվում՝ բնական հյութեր, ջեմեր, մուրաբաներ, չրեր և այլն: Հայաստանում գործում են նմանատիպ մթերքների ներմուծմամբ զբաղվող մի քանի ընկերություններ, որոնք հանդիսանում են տարբեր ապրանքանիշերի պաշտոնական ներկայացուցիչներ և դիստրիբյուտորներ:

Հայաստանում բնական հյութերի ներմուծմամբ են զբաղվում են հետևյալ ընկերությունները.

Աղյուսակ 25. Բնական հյութեր ներմուծող ընկերություններ

Ներմուծող ընկերություն	Ներմուծվող ապրանք	Ապրանքանիշ
«Մարսերալ»	Բնական հյութեր	«Ռիչ»

«Կոկա-Կոլա Հելլենիկ Բոթլինգ Քամփնի Արմենիա»	Բնական հյութեր	«Դոբբի», «Ռիչ»
«Ջերմուկ Ինթերնեյշնլ Պեպսի-Կոլա Բոթլեր»	Բնական հյութեր	«Սանտալ»
«Անդակո»	Բնական հյութեր	«Սանտալ»
«Ռոսպրոդ Գրուպ»	Բնական հյութեր	«Սանտալ», «Ռատուխ»
«Մայքլա»	Բնական հյութեր	«Սանտալ», «Ռատուխ»
«Պարմա» սուպերմարկետ	Բնական հյութեր	«Սանտալ», «Ռատուխ»

Գյուղատնտեսական մթերքի ներմուծմամբ զբաղվում են “Գաստրոնոմկոպ”, “Արմեն-Ավետ”, “Ռոսպրոդ Գրուպ”, “Արագած Ֆուդ”, “Վահե և Անի”, “Գլավտորգ Կորպ.” ընկերությունները:

“Եվրոթերմ” ընկերությունը Հայաստան է ներմուծում տարատեսակ չրեր, մրգահյութեր և մրգերի նեկտարներ: Մրգահյութերի և Մրգերի նեկտարների ներմուծմամբ զբաղվում է նաև “Էսթինգ” ընկերությունը:

Թարմ մրգերի ներմուծմամբ հիմնականաում զբաղվում է “Քեթրին Գրուպ”-ը:

Հարկ է նշել, որ որոշ վերամշակող ընկերություններ ներմուծում են խտանյութեր, որոնք հետագայում օգտագործում են հյութեր արտադրելիս: Սովորաբար ներմուծվում են ցիտրուսային մրգերի խտանյութեր, ինչպես նաև այլ մրգերի, որոնք չեն աճում Հայաստանի տարածքում:

### **3.4. Փոխարինող ապրանքների առկայությունը**

Թեև արտադրողները պնդում են, որ կան որոշակի ապրանքներ, որոնք կարող են ինչ-որ չափով փոխարինել թարմ միրգը, փաստացիորեն մրգերին ամբողջովին փոխարինող ապրանքները բացակայում են: Բացի այդ, գիտնականների կարծիքով անհրաժեշտ է ավելի շատ մրգեր ու բանջարեղեններ ներառել առօրյա սննդակարգի մեջ:

Մրգերն իրենց մեջ պարունակում են բազմաթիվ վիտամիններ և օգտակար նյութեր, ինչպես օրինակ վիտամին C և B, բետա-կարոտին և այլն: Թարմ մրգին կարող են փոխարինել հյութերը, սակայն դրանցում հիմնականում պարունակվում է մրգահյութի միայն փոքր քանակ, ինչպես նաև մեծ քանակությամբ շաքար, կոնսերվանտներ, և արդյունքում մրգային ըմպելիքները չեն

ունենում վիտամինների անհրաժեշտ քանակ և չեն կարողանում ամբողջությամբ փոխարինել թարմ մրգերին: Նույն կերպ որպես փոխարինող ապրանք կարող են հանդես գալ մրգի կոմպոտները, ջեմերը, մուրաբաները և այլն: Ստացվում է, որ թարմ մրգին կարող են փոխարինել մրգերի վերամշակման արդյունքում ստացվող մթերքները: Սակայն վերջիններիս համար նույնպես առկա են փոխարինող ապրանքներ:

Բնական հյութերին ամբողջությամբ կարող են փոխարինել օրինակ գազավորված ըմպելիքները, սառը թեյերը և այլ զովացուցիչ ըմպելիքները, ընդ որում՝ վերջիններս մոտ 2 անգամ ավելի մատչելի են և այդ իսկ պատճառով սպառվում են բավականին մեծ քանակներով: Չնայած բնական հյութերի օգտակարությանը՝ մարդիկ հաճախ նախապատվությունը տալիս են գազավորված ըմպելիքներին՝ ելնելով դրանց համային հատկանիշներից և գնից: Խանութում վաճառվող բնական հյութերին շատ հաճախ փոխարինում են նաև տնային պայմաններում պատրաստվող կոմպոտները, որոնք Հայաստանում լայն տարածում ունեն:

Մրգային ջեմերը մենք հիմնականում օգտագործում ենք խմորեղեն պատրաստելիս կամ նախաճաշին: Այս տեսակյունից ջեմին կարող են փոխարինել շոկոլադե կրեմները: Թեև ջեմերն ավելի մատչելի են, բայց հատկապես երեխաներն ավելի շատ շոկոլադե են սիրում, և նրանց համար շոկոլադե կրեմը մի քանի անգամ ավելի նախընտրելի է: Մուրաբաները հիմնականում օգտագործվում են թեյի հետ և որպես փոխարինող ապրանք կարելի է նշել շաքարավազը և մեղրը: Հարկ է նաև նշել, որ ջեմերը և մուրաբաները նույնպես պատրաստվում են տնային պայմաններում, և շատ տնային տնտեսուհիներ նախընտրում են դրանք պատրաստել տանը և ոչ թե գնել խանութից:

Չրերը նույնպես Հայաստանում լայն տարածում ունեն: Չրերին ավելի շատ կարող են փոխարինել շոկոլադե կոնֆետները, մարմելադները և քաղցրավենիքի այլ տեսակները: Սակայն չիրը նույնպես պատկանում է այն ապրանքների շարքին, որոնք հնարավոր է արտադրել տնային պայմաններում և սպառողների որոշակի զանգված նախընտրում է տանը պատրաստել չիրը:

### **3.5. Տեղական շուկայում ապրանքի իրացման ուղիներ**

Պայմանագրային հիմունքներով ապրանքի մատակարարումը տեղական շուկայում գործում է հիմնականում պետական հաստատությունների, պաշտպանության նախարարության, կրթական օջախների և հասարակական սննդի կետերի հետ: Մեծածախ և մանրածախ ցանցերի հետ կնքվում են կարճատև պայմանագրեր: Նմանատիպ ցանցերի հետ ապրանքի

մատակարարումը կազմակերպվում է վերամշակող ընկերությունների սեփական առաքման ցանցի միջոցով՝ նախնական պայմանավորվածության համաձայն կամ ըստ պատվերի: Հայաստանում բացակայում է անկախ առաքման ցանց, որի միջոցով հնարավոր կլիներ մատակարարել պատրաստի արտադրանքը, ուստի բոլոր ըկերություններն ունեն իրենց առաքման ցանցը, որը շատ դեպքերում լուրջ ֆինանսական միջոցներ է պահանջում և որոշ դեպքերում նույնիսկ թանկացնում ապրանքի վաճառվող գինը:

Հարցված ընկերությունների 50%-ն իր ամբողջ արտադրանքը իրացնում է առաքման սեփական համակարգի միջոցով, մինչդեռ միջնորդների միջոցով կամ անմիջապես վաճառողի կամ վերջնական սպառողի կողմից իրականացվող իրացման ցուցանիշը շատ ավելի ցածր է: Ստորև ներկայացված աղյուսակում ամփոփված է ընկերությունների կողմից իրականացվող իրացումն ըստ ուղիների:

Աղյուսակ 26. Տեղական շուկայում ապրանքի իրացման ուղիները

Իրացման ուղի	Ընկերություններ, %	Ընդհանուր արտադրանքի մասնաբաժին, %
Առաքման սեփական համակարգ	50%	85%
Միջնորդների միջոցով	17%	57%
Անմիջապես վաճառողներն են տանում	17%	12%
Անմիջապես սպառողներին	11%	5%

Վերամշակող ընկերությունները պայմանագրերը կնքում են հիմնականում մանրածախ վաճառակետերի հետ, որոնք ներկայիս թվով ամենամեծ վաճառքն են ապահովում երկրում: Ինչպես նաև արտահանվող երկրներում առաքման կամ առևտրային ցանցերի հետ: Տեղական վերամշակողների համար ավելի շատ կարևորվում են արտասահմանյան շուկաներում կնքված պայմանագրերը: Այն ընկերությունները, որոնք ունեն ֆինանսական միջոցներ, ակտիվորեն մասնակցում են տարբեր միջազգային ցուցահանդեսներին, որտեղ էլ ձեռք են բերում մասնատիպ պայմանագրերը: Փոքր ընկերություններն օգտագործում են բարեկամական կամ ընկերական կապերը դրսի շուկաներում գործընկեր գտնելու նպատակով: Շատ դեպքերում դա արվում է ոչ պատշաճ կերպով և ոչ մասնագետների կողմից, ինչը բերում է

բազմակի խնդիրների: Հարկ է փաստել, որ վերամշակող ընկերությունները բավականին սահմանափակ ֆինանսական և մարդկային միջոցներ են ծախսում մարքեթինգի և շուկաների ուսումնասիրության վրա:

Աղյուսակ 27. Պատրաստի արտադրանքի մատակարարման պայմանագրերը կազմակերպությունների հետ

Վազմակերպության տեսակ	Ընկերություններ, %
Մանրածախ վաճառակետերի հետ (ներառյալ սուպերմարկետներ)	54%
Արտահանող մեծածախ վաճառողների հետ	25%
Արտահանվող երկրում առաքման / առևտրային կազմակերպության հետ	54%
Տեղական շուկայում մեծածախ վաճառողների հետ	29%
Մեփական դիստրիբյուտորական կազմակերպության հետ	17%
Այլ	8%

### 3.6. Վաճառքի գները

Տարբեր շուկաներում, խանութներում և սուպերմարկետներում մրգային կոմպոտների 1 լիտրի գինը 650-750 դրամ է: Սակայն հարկ է նշել, որ հատապտղային կոմպոտներն ավելի թանկ արժեն: Այս դեպքում 1 լիտր կոմպոտի գինը տատանվում է 700-900 դրամ միջակայքում:

Մուրաբաների և ջեմերի գներն էականորեն չեն տարբերվում միմյանցից: Դրանցից յուրաքանչյուրի դեպքում 400 գրամի արժեքը 740-1050 դրամ միջակայքում է:

Հարկ է նկատել, որ այս 3 խումբ ապրանքների դեպքում տեղական արտադրության և ներմուծված ապրանքների գների միջև էական տարբերություններ չկան: Թեև որոշ սուպերմարկետներ Հայաստան են ներմուծում էքսկլյուզիվ կոմպոտներ, մուրաբաներ և ջեմեր, որոնք հիմնականում պատրաստված են էկզոտիկ մրգերից և ունեն բավականին բարձր գին:

Հայաստանում սպառվող չրերի հիմնական տեսակներն են ծիրանաչիրը և սալորաչիրը: Մեկ կիլոգրամ տեղական արտադրության ծիրանաչրի միջին գինը մոտ 5,000 դրամ է: Կախված չրի ներմուծված երկրից չրի նույն քանակությամբ արժեքը կարող է գերազանցել կամ պակաս լինել տեղական արտադրանքից: Թուրքիայից և Իրանից ներմուծված չիրը ավելի էժան է հայկական չրից, իսկ այլ երկրներից բերված չրերի գինը կարող է հասնել մոտ 5,300 դրամ:

Մրգի վերամշակումից ստացվող ապրանքների գները համեմատելու նպատակով դիտարկվել են գները Երևան քաղաքի երկու սուպերմարկետներում՝ ՍԱՍ և Երևան Սիթի: Այս երկու սուպերմարկետներն ընտրելու պատճառներն այն էին, որ երկուսն էլ շատ տարածված են հայ սպառողների մոտ և որ դրանցից յուրաքանչյուրը վարում է տարբեր գնային քաղաքականություն: ՍԱՍ սուպերմարկետի հիմնական թիրախային խումբն է միջինից բարձր եկամուտ ունեցող սոցիալական խմբերը, մինչդեռ Երևան Սիթիի հիմնական սպառողներն են միջին և ցածր եկամուտներ ունեցողները:

Աղյուսակ 28. Ապրանքատեսակների գները ՍԱՍ և Երևան Սիթի սուպերմարկետներում

Սուպերմարկետ	ՍԱՍ	Երևան Սիթի
Ապրանքատեսակ		
<b><u>Սուրաքաներ</u></b>	<b>Գինը 450 գրամի համար</b>	
Նոյան	1,250 դրամ	1,230 դրամ
Թամարա (400 գրամ)	940 դրամ	850 դրամ
Արցախ Բիո	920 դրամ	820 դրամ
<b><u>Ջեմեր</u></b>	<b>Գինը 450 գրամի համար</b>	
Նոյան	810 դրամ	770 դրամ
Թամարա (400 գրամ)	790 դրամ	740 դրամ
Արցախ Բիո (660 գրամ)	980 դրամ	880 դրամ
<b><u>Կոմպոտներ</u></b>	<b>Գինը 1 լիտրի համար</b>	
Արարատ	790 դրամ	750 դրամ
Արտֆուդ	780 դրամ	690 դրամ

Միփան	830 դրամ	700 դրամ
<b>Բնական Հյութեր</b>	<b>Գինը 1 լիտրի համար</b>	
Նոյան	670 դրամ	650 դրամ
Արարատ	520 դրամ	480 դրամ
Յան	890 դրամ	790 դրամ

Ինչպես երևում է աղյուսակից նույն ապրանքատեսակների գները բավականին տարբերվում են երկու սուպերմարկետներում: Որոշ դեպքերում այդ տարբերությունը կարող է հասնել նույնիսկ 100 դրամի: Սա նշանակում է, որ կախված սուպերմարկետի/խանութի դիրքավորումից և գնային քաղաքականությունից տարբերվում են արտադրողի վաճառքի գնի վրա ավելացվող մարժաները:

Մինչդեռ սուպերմարկետների և խանութների զգալի մեծամասնության դեպքում մարժան տատանվում է 15-20% միջակայքում, որոշ թանկարժեք սուպերմարկետների դեպքում այդ ցուցանիշը կարող է հասնել 30-40%-ի:

Առաջարկի տեսանկյունից հայաստանյան շուկայում գերիշխում է տեղական արտադրանքը: Հատկապես մեծ է հայկական ջեմերի, մուրաբաների և կոմպոտների առաջարկը: Մրգի վերամշակումից ստացվող արտադրատեսակներից Հայաստանում շատ են արտասահմանյան բնական հյութերը: Գնային տեսանկյունից Հայաստան են ներկրվում հիմնականում միջին և բարձր գնային կատեգորիայի բնական հյութեր: Այսպես օրինակ 1լ «Rich», «Sandora», «Садочок», «Добрыш» բնական հյութերի գինը տատանվում է 600-ից 800 ՀՀ դրամ, իսկ «Santal Plus», «Pago», «Ocean Spray» հյութերի 1լ-ի արժեքը գերազանցում է 1,000 ՀՀ դրամը:

Համեմատած բնական հյութերի՝ մուրաբաների և ջեմերի արտասահմանյան ապրանքանիշների ընտրությունն այդքան մեծ չէ: Ներկրվում են հիմնականում թանկարժեք հյութեր, օրինակ՝ «Den Gamle Fabrik» գերմանական ապրանքանիշը, որը գտնվում է ավելի բարձր գնային կատեգորիայում, և որի մասուրի և խնձորի ջեմի 400 գ արժեքն է 2,150 ՀՀ դրամ:

### 3.7. Շուկա մուտք գործելու խոչընդոտներ

Բազմաթիվ ընկերություններ արտադրական փուլը հաջողությամբ հաղթահարելու դեպքում ունենում են բազմաթիվ խնդիրներ իրենց արտադրանքը վաճառելիս: Այդ խնդիրները պայմանավորված են որոշակի խոչընդոտներով, որոնք առաջանում են շուկա մուտք գործելու փուլում:

Վերամշակող ընկերությունների դեպքում խոչընդոտը գալիս է երեք հիմնական ուղղություններից՝ մրցակիցներից, փոխարինող ապրանքներից և սպառողներից:

Արտադրանքի վաճառքի հիմնական խոչընդոտներից մեկը կապված է շուկայում առկա բարձր մրցակցության հետ: Միրգ վերամշակող միայն տեղական ընկերությունների թիվը հասնում է 40-ի մինչդեռ շատ են նաև ներմուծվող ապրանքանիշերը, որոնք նույնպես լուրջ մրցակից են համարվում:

Բավականին շատ խոչընդոտներ են ստեղծում նաև փոխարինող ապրանքներ արտադրող ընկերությունները, որոնք անուղղակի մրցակից են համարվում վերամշակող ընկերությունների համար: Հրուշակեղեն, գազավորված ըմպելիքներ, մեղր արտադրողներ ընկերությունների կողմից վաճառվող փոխարինող ապրանքները բավականին մեծ մրցակցային ուժ ունեն և շատ են սպառվում շուկայում:

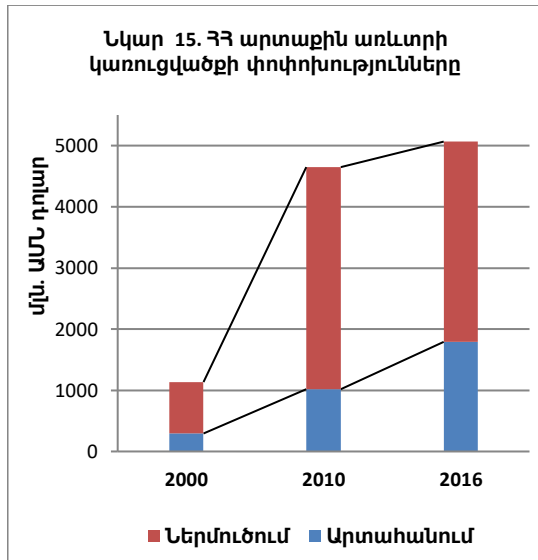
Սպառողների հետ կապված խոչընդոտները կապված են հետևյալ հիմնական գործոնների հետ: Պատրաստի արտադրանքի խոշոր սպառողները, ինչպիսիք են օրինակ պետական և ուսումնական հաստատությունները, սովորաբար աշխատում են շատ սահմանափակ թվով վերամշակող ընկերությունների հետ և փակ են նոր համագործակցությունների համար: Այս ամենին գումարվում է այն փաստը, որ տեղական շուկայում բազմաթիվ տնային տնտեսություններ սեփական սպառման համար ինքնուրույն են պատրաստում մրգի վերամշակումից ստացվող ապրանքները՝ կոմպոտը, ջեմը, մուրաբան և չիրը: Նմանատիպ տնային տնտեսությունների թիվը բավականին բարձր է և լուրջ խոչընդոտ է հանդիսանում վերամշակողների համար:

Այս ամենին գումարվում է նաև վերամշակող ընկերությունների կողմից իրականացվող անարդյունավետ վաճառքների ռազմավարությունը և մարքեթինգը: Մեծ մարքեթինգային ծախսերը զգալիորեն բարձրացնում են արտադրանքի գինը և իջեցնում վերջինիս մրցունակությունը շուկայում:



#### 4. Արտաքին առևտուր

ՀՀ արտաքին առևտուրը վերջին 16 տարիների ընթացքում նշանակալի աճ է ապահովել և



2016թ. 2000թ. համեմատությամբ ավելացել գրեթե 4,5 անգամ: Դրական է, որ արտաքին առևտրի քանակական աճն ուղեկցվել է որակական փոփոխություններով, այն է արտահանման տեսակարար կշռի ավելացմամբ: Արտահանման տեսակարար կշիռն արտաքին առևտրի կազմում, 2000թ. 26 %-ից 2016թ. հասել է մոտ 36 %-ի: Եթե դիտարկվող ժամանակահատվածում արտաքին առևտուրն, ինչպես արդեն ասվեց, աճել է 4.5 անգամ, ապա արտահանումն աճել է ավելի քան 6 անգամ: Արտահանման աճն ավելի

նշանակալի է դառնում, երբ այն դիտարկվում է ներմուծման ծավալների աճի հետ, որը կազմում է 3,9 անգամ:

Արտաքին առևտրի արտահանման կառուցվածքում ագրոպարենային ապրանքների բաժինը 2000թ. 9.4 %-ից, 2016թ. հասել է 28.9 %-ի, իսկ ներմուծման կազմում նվազել է և 25.1 %-ից հասել 19.3 %-ի:

2000թ. ագրոպարենային ապրանքների արտահանման գրեթե միակ ապրանքախումբը պատրաստի սննդի արտադրանք էր: Այդ ապրանքախումբը մեծ տեսակարար կշիռ ունի նաև այժմ, սակայն մասնաբաժնի մոտ 17 % նվազմամբ, որը “վերցրել են” կենդանական և բուսական ծագման արտադրանքները՝ հիմնականում Իրան արտահանվող ոչխարների և ՌԴ արտահանվող թարմ մրգերի ու բանջարեղենի տեսքով:

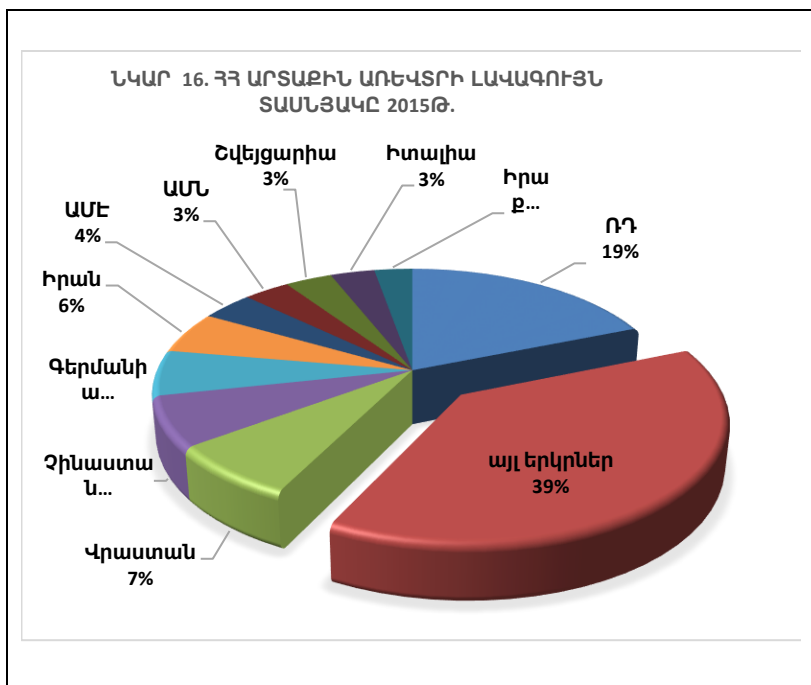
Աղյուսակ 29. Ագրոպարենային ապրանքների արտաքին առևտրի կառուցվածքն ըստ  
 հիմնական ապրանքախմբերի

Ապրանքախմբեր	2000թ.		2016թ.	
	արտահանում	ներմուծում	արտահանում	ներմուծում
	%	%	%	%
Կենդանիներ և կենդանական արտադրանք	1,1	17,3	6,8	17,5
Բուսական արտադրանք	1,9	50,5	12,8	30,0
Պատրաստի սննդի արտադրանք	97,0	32,2	80,4	52,5

Դիտարկվող ժամանակահատվածում, ագրոպարենային ապրանքների ներմուծման կառուցվածքում, ներմուծվող պատրաստի սննդի արտադրանքի բաժինն ավելացել է ի հաշիվ բուսական ծագմամբ ապրանքների:

#### 4.1. Արտաքին առևտրի հիմնական գործընկերները

Հայաստանի Հանրապետության արտաքին առևտրային գործընկեր երկրների թիվը մոտենում է 100-ի, որոնց մեծ մասի հետ, սակայն, կատարված առտուրը սիմվոլիկ բնույթ է կրում: Այս երկրների մեծ մասի հետ կատարվող առևտրի ծավալները գրեթե աննշան են: Հիմնական առևտրային գործընկերներ են հանդիսանում մոտ 2 տասնյակ երկրներ: Արտաքին առևտրի ծավալներով մեր խոշորագույն գործընկեր երկիրը ՌԴ-ն է, որի հետ կատարվող ապրանքաշրջանառության բաժինն ընդամենը ՀՀ արտաքին ապրանքաշրջանառության մեջ, 2015թ. կազմել է ավելի քան 30 %: Ընդհանուր առմամբ, ՀՀ արտաքին առևտրի գործընկեր երկրների առաջին տասնյակը (Նկար 16) ապահովում է ՀՀ արտաքին առևտրի 61.4 %-ը: Այս

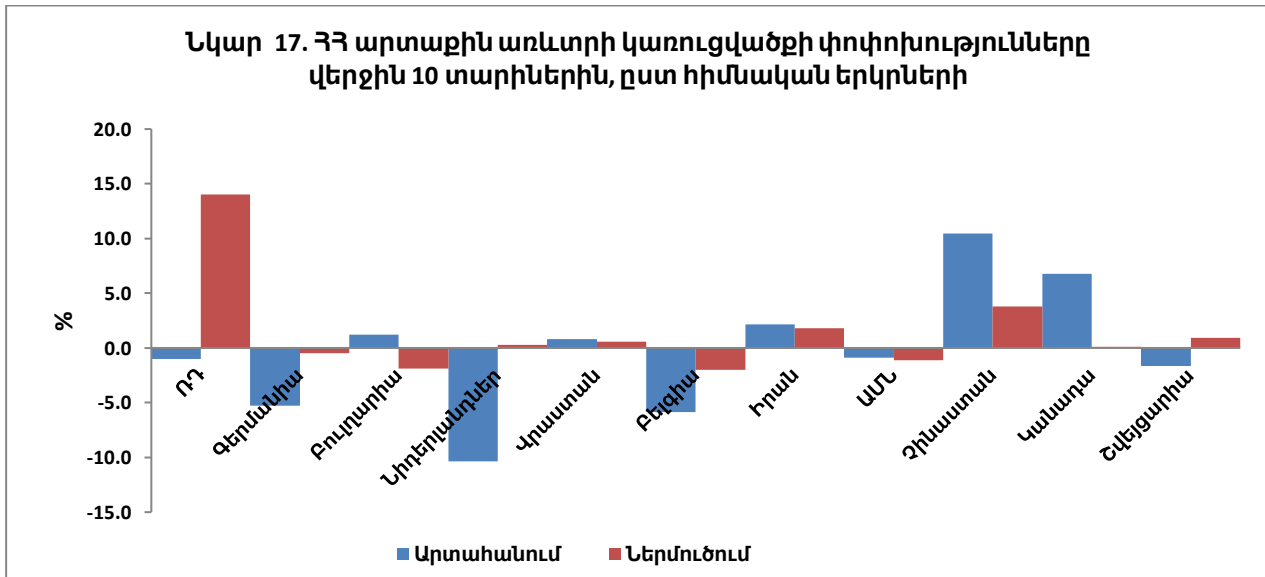


ցուցանիշն ավելի նշանակալի է արտահանման դեպքում, երբ առաջին 10 երկրներն ապահովում են ՀՀ արտահանման մոտ 80 %-ը (Աղյուսակ 30): Ներմուծող երկրների առաջին տասնյակն ապահովում է ՀՀ ներմուծման մոտ 62 %-ը:

Աղյուսակ 30. 2015թ. ՀՀ արտահանման և ներմուծման լավագույն տասնյակ երկրները

	Արտահանում		Ներմուծում	
	Երկրներ	%	Երկրներ	%
1	ՌԴ	16.5	ՌԴ	20.0
2	Չինաստան	11.1	Վրաստան	6.9
3	Գերմանիա	9.4	Իրան	5.6
4	Իրաք	8.8	ԱՄԷ	5.3
5	Վրաստան	8.4	Չինաստան	4.8
6	Կանադա	7.3	Գերմանիա	4.6
7	Իրան	5.5	Շվեյցարիա	3.8
8	Բուլղարիա	5.3	Իտալիա	3.7
9	ԱՄՆ	3.6	Ուկրաինա	3.7
10	Նիդերլանդներ	3.2	ԱՄՆ	3.3

Ժամանակի ընթացքում, պայմանավորված միջազգային շուկայի կոնյունկտուրային փոփոխություններով, քաղաքական, տնտեսական և այլ գործոնների ազդեցությամբ, արտաքին առևտրային գործընկերի ապրանքաշրջանառության կառուցվածքը տարաբնույթ փոփոխություններ է արձանագրել:



Ինչպես երևում է Նկար 17-ից, ՀՀ հետ առևտուր անող հիմնական երկրներն, ըստ առևտրային “վարքագծի” բաժանվում են 4 խմբի: Առաջին խումբը կազմում են Վրաստանը, Իրանը, Չինաստանը և Կանադան, որոնց հետ կատարվող առևտուրը թե արտահանման և ներմուծման մասով ավելացել է: Երկրորդ խումբ երկրները՝ ՌԴ և Շվեյցարիա, դիտարկվող ժամանակահատվածում ավելացրել են ներմուծումը՝ կրճատելով ՀՀ-ից կատարվող

արտահանման ծավալները, երրորդ խումբը՝ Բուլղարիա, կրճատել է ներմուծումը՝ ավելացնելով ՀՀ-ից կատարվող արտահանումը և չորրորդ խումբ՝ Գերմանիա, Նիդերլանդներ, Բելգիա, ԱՄՆ, նվազեցրել են ՀՀ հետ կատարվող արտաքին առևտուրը թե ներմուծման և թե արտահանման մասով: ՀՀ արտաքին առևտրի կառուցվածքի փոփոխություններն ըստ հիմնական գործընկեր երկրների բերված է Հավելված 3-ում:

2000թ. ՀՀ արտաքին առևտրային գործընկեր երկրների լավագույն տասնյակից, 2015թ. իրենց դիրքերը պահպանել են 7-ը՝ ՌԴ-ն, Շվեյցարիան, ԱՄԷ-ն, ԱՄՆ-ն, Իրանը, Գերմանիան և Վրաստանը: Դիտարկվող ժամանակահատվածում լավագույն տասնյակից դուրս են եկել Բելգիան, Մեծ Բրիտանիան և Թուրքիան, իրենց տեղը զիջելով Չինաստանին, Իրաքին և Իտալիային:

Բերված տվյալները ցույց են տալիս, որ ընդհանուր առմամբ ՀՀ գյուղմթերքների վերամշակող արդյունաբերության արտաքին առևտրի աշխարհագրության դիվերսիֆիկացման մակարդակը կարելի է բավարար համարել, ինչը, սակայն չի կարելի ասել խնդիրն ըստ առանձին վերամշակող ձեռնարկությունների դիտարկելիս: Վերամշակող ձեռնարկությունների հարցումներով ընդգրկված 17 ձեռնարկություններից 13-ի արտադրանքի արտահանման հիմնական երկիրը Ռուսաստանն է, որի արտահանման բաժինը այս ձեռնարկությունների համար 70-100 % է կազմում: Ավելին, այս ձեռնարկություններից 4-ի համար, ռուսական արտահանման բաժինը 100 % է: Բերված թվերից կարելի է եզրակացնել, որ վերջին 2-3 տարիներին, պայմանավորված ռուսական ռուբլու կտրուկ արժեզրկման հետ, այս ձեռնարկությունները գտնվել (և շարունակում են գտնվել) ծանր վիճակում: Հարցված ձեռնարկություններից ևս 2-ի արտահանման 80 %-ը բաժին է ընկնում ԱՄՆ-ին: Այսպիսով, կարելի է արձանագրել, որ ըստ առանձին ձեռնարկությունների արտահանման աշխարհագրության դիվերսիֆիկացիայի մակարդակը խիստ ցածր է, ինչը բարձրացնում է մեր վերամշակման ճյուղի ռիսկայնության մակարդակը:

#### **4.2. Թարմ մրգերի արտաքին առևտուրը**

2016թ. ընդամենը բուսական ծագման արտադրանքի արտահանման և ներմուծման կազմում մրգերի տեսակարար կշիռն, արժեքային արտահայտությամբ, գրեթե հավասար է, արտահանման կազմում՝ 16 % և ներմուծման կազմում՝ 17 %, այն դեպքում, երբ ծավալային արտահայտությամբ մրգերի արտահանման տեսակարար կշիռն ընդամենը արտահանված բուսական ծագման արտադրանքի կազմում 20 % է, իսկ ներմուծման բաժինը՝ միայն 9 %:

Ասվածից կարելի է եզրահանգել, որ ներմուծված մրգերի գները զգալիորեն գերազանցում են արտահանված մրգերի գներին:

Վերջին 16 տարիների ընթացքում արձանագրվել են թարմ մրգերի արտահանման և ներմուծման կառուցվածքային զգալի փոփոխություններ

Աղյուսակ . Արտահանման և ներմուծման կառուցվածքն ըստ մրգերի հիմնական ապրանքախմբերի (արժեքային արտահայտությամբ)

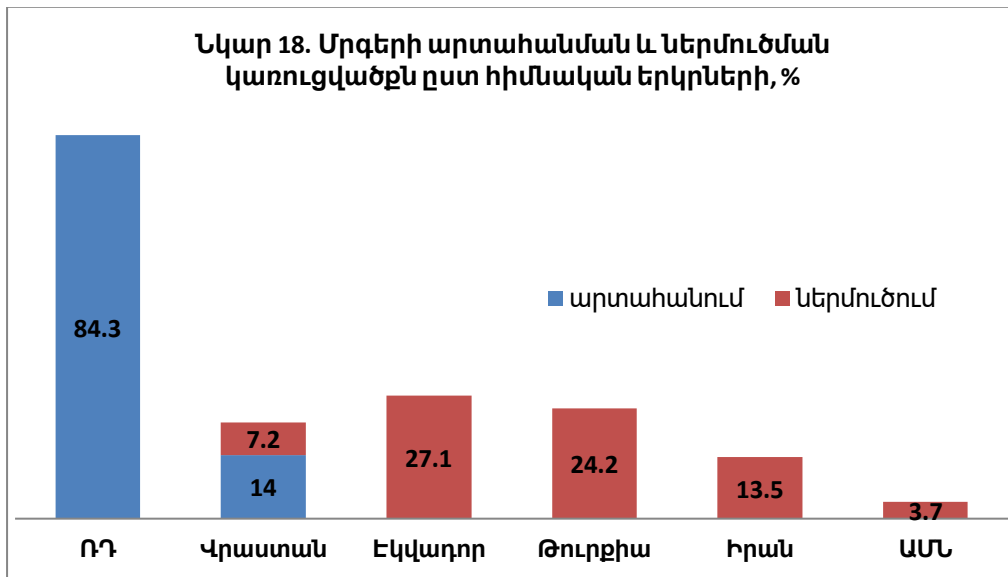
	2000թ.		2 016թ.	
	Արտահանում	Ներմուծում	Արտահանում	Ներմուծում
	%	%	%	%
Ընկուզապտուղներ	-	25,0	0,1	7,1
Արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղներ	-	64,2	7,1	76,5
Հնդավորներ (խնձոր, տանձ, սերկևիլ)	7,2	0,2	16,1	3,5
Կորիզավորներ (ծիրան, բալ, դեղձ, կեռաս, հոն)	84,7	0,0	45,5	0,2
Հատապտուղներ (ելակ, մոշ, մորի, թուֆ, հաղարջ, կիվի, այլ)	5,0	9,2	29,7	12,2
Չորացրած պտուղ	3,1	1,4	1,6	0,5
Ընդամենը թարմ պտուղ և հատապտուղ	100,0	100,0	100,0	100,0

Ինչպես երևում է բերված աղյուսակից, 2000թ. մրգերի ապրանքախմբի արտահանման կառուցվածքում հիմնական բաժինը՝ 84,7 %-ը կազմում էին կորիզավոր պտուղները, իսկ ներմուծման կազմում՝ արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղները՝ 64,2 %: Տարիների ընթացքում, ինչպես երևում է, արտահանումն զգալիորեն դիվերսիֆիկացվել է, իսկ հատապտուղների և հնդավոր պտուղների ընդհանուր բաժինը (45.8 %) նույնիսկ գերազանցել է կորիզավորների բաժինն (45.5 %): Ընդ որում, դիտարկվող ժամանակահատվածում հատապտուղների տեսակարար կշիռն ավելացել է մոտ 6 անգամ, իսկ հնդավորներինը՝ ավելի քան կրկնապատկվել է: Նշանակալի է նաև արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղների (թուզ, արքայանարինջ) արտահանման 7.1 %-ը, 2000թ. զրոյական մակարդակի հետ համեմատած:

Իսկ, ահա ներմուծման կառուցվածքում, վերջին 15 տարիների ընթացքում տեղի են ունեցել հակառակ գործընթացներ: Մեկ ապրանքախմբի՝ արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղների բաժինը ներմուծման կառուցվածքում ավելի որոշիչ է դարձել՝ 64 %-ից հասնելով

մոտ 77 %-ի: Հատկանշական է, որ հնդավորներն ու հատապտուղները 3 %-անոց աճ են ապահովել նաև ներմուծման կազմում:

Չորացված պտուղների (առանց չամիչի) բաժինը պտուղների արտահանման կառուցվածքում նվազել է հիմնականում պայմանավորված բարձր ինքնարժեքով, որը չի թույլատրում արտաքին շուկաներում (հիմնականում ՌԴ) իրականացնել ձկուն գնային քաղաքականություն: Պտուղների բարձր ինքնարժեքը պայմանավորված է հումքի բարձր գներով, որն էլ իր հերթին պայմանավորված է արտաքին շուկաներում մեր պտուղների պահանջարկի բարձր մակարդակով: Չորացված պտուղների ներմուծման նվազումն արտահանման նվազման հետևանք է:



Հայաստանից թարմ մրգերի արտահանման դիվերսիֆիկացիայի մակարդակը խիստ ռիսկային է: Ռուսական շուկայի ցանկացած ցնցում հայկական պտղաբուծության համար կարող է անկանխատեսելի հետևանքներ ունենալ: Թերևս կարելի է հիշել 90-ական թվականները, երբ պտղատու այգիները համատարած կտրվում էին վերածվելով ցորենի ցանքատարածությունների և ինչպես նշվեց առաջին բաժնում, 10 տարվա ընթացքում նվազեցին՝ 50 հազ. հա-ից հասնելով 20 հազ. հա-ի:

### 4.3. Մրգերի վերամշակումից ստացված ապրանքների արտաքին առևտուրը

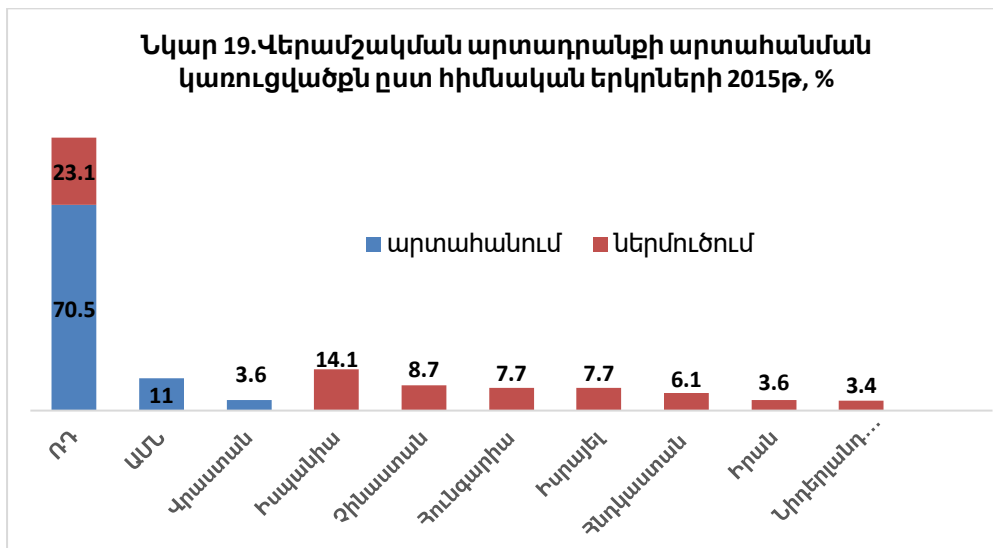
Մրգերի վերամշակման ապրանքների արտաքին առևտրի կառուցվածքում հիմնական մասը բաժին է ընկնում պահածոյացված մրգերի խմբին (կոմպոտներ), որոնց բաժինը 2016 թ-ին,

արտահանման կառուցվածքում կազմել է 2/3-ը, իսկ ներմուծման կառուցվածքում՝ կեսից ավելին:

Աղյուսակ 31. Արտահանման և ներմուծման կառուցվածքն ըստ մրգերի վերամշակումից ստացված հիմնական ապրանքախմբերի (արժեքային արտահայտությամբ)

	2 000թ.		2 016թ.	
	Արտահանում	Ներմուծում	Արտահանում	Ներմուծում
	%	%	%	%
Մուրաբա (պտուղներից եւ ընկույզներից)	0,1	0,1	0,3	1,5
Ջեմ, մրգախյուս, մարմելադ (պտղից և հատապտղից)	55,4	9,4	20,6	7,1
Այլ կերպ պահածոյացված պտուղ, ընկույզ, հատապտուղ	17,0	8,0	67,5	51,7
Մրգահյութեր	27,6	82,5	11,6	39,6
Ընդամենը պահածոյացված պտուղ և հատապտուղ	100,0	100,0	100,0	100,0

2016թ. 2000թ.-ի համեմատությամբ մրգերից ստացվող պատրաստի սննդի արտաքին առևտրի կառուցվածքում մուրաբաների և կոմպոտների թե արտահանման և թե ներմուծման բաժիններն ավելացել են ի հաշիվ ջեմերի և մրգահյութերի բաժինների նվազման:



Ինչպես թարմ մրգերի այնպես էլ վերամշակված ապրանքների արտահանման կառուցվածքում Ռուսաստանը նորից գերակշռող դեր ունի: Ընդհանուր առմամբ մրգերի և վերամշակված արտադրանքի արտահանման ծավալների 3/4-ը բաժին է ընկնում Ռուսաստանին:



#### 4.4. Արտահանման և ներմուծման գներ

Վերջին 20 տարիների ընթացքում թարմ և վերամշակված մրգերի արտահանման և ներմուծման գներն ընդհանուր առմամբ զգալի աճ են ապահովել: Նշված ժամանակահատվածում գների ամենաբարձր աճը՝ ավելի քան 6,5 անգամ, արձանագրվել է չորացրած պտուղների արտաքին առևտրում, 1995թ. ներմուծման՝ 0.67 և արտահանման՝ 0.72 ԱՄՆ դոլարից, 2016թ. հասնելով, համապատասխանաբար՝ 4.49 և 4.75 ԱՄՆ դոլարի:

Աղյուսակ 32. Մրգերի արտաքին առևտրի գների դինամիկան ըստ հիմնական ապրանքախմբերի

	Չափի միավոր	Արտահանում						Ներմուծում					
		1995	2000	2005	2010	2015	2016	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Ընկուզապտուղներ	\$/կգ	1,65		1,00	14,11	4,00	4,81	2,93	1,79	1,50	5,24	6,77	5,46
Արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղներ	\$/կգ	1,27		0,33		3,62	0,30	0,44	0,52	0,46	1,25	0,78	0,64
Հնդավորներ (խնձոր, տանձ, սերկևիլ)	\$/կգ		0,25		0,45	0,97	0,63	0,33	0,47	0,45	1,44	1,26	0,96
Կորիզավորներ (ծիրան, բալ, դեղձ, կեռաս, հոն)	\$/կգ	0,80	0,23	0,28	0,70	0,37	0,49			0,83	1,96	2,03	2,71
Հատապտուղներ (ելակ, մոշ, մորի, թուր, հաղարջ, կիվի, այլ)	\$/կգ		0,88	1,45	1,07	0,69	0,53	0,45	0,46	0,53	1,91	1,21	1,02
Չորացրած պտուղ	\$/կգ	0,72	1,02	0,27	1,49	2,64	4,75	0,67	1,51	1,74	3,17	4,70	4,49

Աղյուսակ 33. Մրգերի վերամշակումից ստացվող արտադրանքի արտաքին առևտրի գների դինամիկան ըստ հիմնական ապրանքախմբերի

	Չափի միավոր	Արտահանում						Ներմուծում					
		1995	2000	2005	2010	2015	2016	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Մուրաբա	\$/կգ		1,58	1,48	3,48	1,48	3,46		2,35	0,00	2,57	2,75	2,01
Ջելմ	\$/կգ	0,73	0,74	0,87	1,51	1,40	1,29	1,59	1,43	1,60	3,31	1,56	1,67
Պահածոյացված պտուղ	\$/կգ	0,52	1,82	1,50	2,52	1,37	1,34	0,85	1,46	1,10	2,88	2,51	2,22
Մրգահյութեր	\$/լիտր		0,72	0,89	1,14	1,32	1,13	0,59	0,78	0,74	1,19	1,51	1,12

Վերջին 20 տարում հնդավորների և պահածոյացված պտուղների թե արտահանման և թե ներմուծման գների ինդեքսների ավելի քան կրկնակի աճ է արձանագրվել: Ջգալի աճ է արձանագրվել նաև կորիզավորների ներմուծման՝ 3.3 անգամ, ընկուզապտուղների արտահանման՝ 2.9 անգամ և հատապտուղների ներմուծման՝ 2.3 անգամ, գների ինդեքսներում: Գների անկում է արձանագրվել մուրաբաների արտահանման և ներմուծման, արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղների, կորիզավորների և հատապտուղների արտահանման ուղղություններում:

Ջեմերի և ընկուզապտուղների ապրանքախմբերի արտահանման գների աճը գերազանցում է ներմուծման աճին, իսկ ահա, մրգահյութերի և չորացրած պտուղների մոտ հակառակ պատկերն է:

Ուշադրության է արժանի այն հանգամանքը, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում արևադարձային, մերձարևադարձային և կորիզավոր պտուղների ու հատապտուղների արտահանման գները զգալի անկում՝ իսկ նույն ապրանքախմբերի ներմուծման գները զգալի աճ են արձանագրել: Ասվածը հավանաբար պայմանավորված է արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղների նոր տեսակների ներկրմամբ, ինչպես նաև կորիզավոր պտուղների և հատապտուղների Հայաստանում արտադրության սեզոնից դուրս ներկրելու հանգամանքով:

Ըստ արտաքին առևտրի հիմնական գործընկեր երկրների արտահանման և ներմուծման միջին գները 2015թ<sup>13</sup>. հետևյալն են.

Թարմ մրգերի արտահանում՝ ՌԴ-0.43 \$/կգ, Վրաստան-0.38 \$/կգ, ներմուծում՝ Էկվադոր-0.70 \$/կգ, Թուրքիա-0.92 \$/կգ, Իրան-1.36 \$/կգ, Վրաստան-0.79 \$/կգ:

Վերամշակված արտադրանքի արտահանում՝ ՌԴ-1.27 \$/կգ, Վրաստան-1.59 \$/կգ, ներմուծում՝ ՌԴ-2.19 \$/կգ, Իսպանիա-1.50 \$/կգ, Չինաստան-1.39 \$/կգ, Հունգարիա-1.47 \$/կգ, Իսրայել-2.37 \$/կգ, Հնդկաստան-1.18 \$/կգ, Իրան-1.43 \$/կգ, Նիդերլանդներ-1.04 \$/կգ:

Մրգերի արտաքին առևտրի միջին գներն 2016թ., ըստ մրգատեսակների բնութագրվում է հետևյալ տվյալներով:

---

<sup>13</sup> 2016թ. արտաքին առևտրի տվյալներն ըստ երկրների, դեռևս հրապարակված չէ

Աղյուսակ 34. 2016թ. մրգերի արտահանման և ներմուծման գներն, ըստ մրգատեսակների

	Գինը, \$/կգ	
	Արտահանում	Ներմուծում
Ընդամենը արևադարձային և մերձարևադարձային պտուղներ	0.95	0.72
Բանան		0.68
Արմավ		1.13
Արքայախնձոր		0.84
Ավոկադո		2.75
Գուայավա, մանգո		7.71
Ընդամենը ցիտրուսային մրգեր	0.29	0.58
որից՝ Նարինջ	0.31	0.56
Մանդարին	0.29	0.56
Թուրինջ		0.67
Կիտրոն		0.72
Ընդամենը հնդավոր պտուղներ	0.63	0.96
որից՝ Խնձոր	0.63	0.96
Տանձ		0.41
Սերկևիլ	1.29	1.23
Ընդամենը կորիզավոր պտուղներ	0.49	2.71
որից՝ Ծիրան	0.61	3.54
Բալ, կեռաս	3.84	
Դեղձ	0.38	2.70
Սալոր	0.72	2.60
Ընդամենը հատապտուղ	0.54	1.01
որից՝ Ելակ, մորի	0.78	4.00
Ազնվամորի, մոշ	5.7	29.58
Հաղարջ	2.41	
Հապալաս		5.00

#### **4.5. Վաճառքի ուղիներ, տրանսպորտ, արժեքի կանխատեսում**

Ըստ վերամշակող ձեռնարկությունների հարցումների տվյալների, արտադրանքի արտահանումը հիմնականում իրականացվում է տրանսպորտային բեռնափոխադրման ծառայություններ մատուցող ընկերությունների միջոցով: Հարցված ձեռնարկությունների մոտ կեսը ամբողջովին ապավինում է այս ճանապարհին և իր արտադրանքն 100 %-ով արտահանում է այս կերպ: Հարցված ձեռնարկությունների մոտ 30 %-ը արտահանման իրականացման համար օգտագործում է սեփական տրանսպորտային միջոցները, սակայն դրանցով կատարվող փոխադրումների բաժինը բավականին ցածր է և միջին հաշվով կազմում է 10-15 %: Հարցված 17 ձեռնարկություններից 10-ի արտահանվող արտադրանքի մոտ 1/3-ի փոխադրումն իրականացնում են արտերկրի գործընկեր կազմակերպությունները, ինչպես նաև միջնորդ արտահանողները:

Հայաստանից, հիմնական արտահանման երկիր՝ Ռուսաստան բեռնափոխադրումների գները 20 տոննա տարողությամբ 1 բեռնատարի համար տատանվում են 1700 ԱՄՆ դոլարից (Կրասնոդարի երկրամաս) մինչև 5000 ԱՄՆ դոլարի (Կրասնոյարսկի երկրամաս) սահմաններում, կախված արտահանման շուկայի հեռավորությունից (մինչև Մոսկվա բեռնափոխադրման սակագինը 2000-2500 ԱՄՆ դոլար է): Եթե ընդունենք, որ վերամշակման արտադրանքի 1 կգ-ի միջին ինքնարժեքն ըստ տարբեր ապրանքախմբերի տատանվում է 1.2-1.5 ԱՄՆ դոլարի սահմաններում, ապա կարելի է հաշվարկել, որ բեռնափոխադրման ծախսերը, օրինակ, մինչև Մոսկվա, արտադրանքի ինքնարժեքը միջին հաշվով ավելացնում են մոտ 10 %-ով:

#### **4.6. Հայկական արտադրանքի հիմնական գնորդների խմբերը, իրենց մասնաբաժինը և ակնկալիքները**

Ըստ վերամշակող ձեռնարկությունների գնահատման, նրանց մեծ մասի արտերկրի գնորդների սեզմենտը միջին և բարձր գնողունակություն ունեցողների սեզմենտն է: Այդպես են պատասխանել հարցված ձեռնարկությունների մոտ 50 %-ը: Իրենց արտադրանքն հիմնականում Ռուսաստան արտահանող ձեռնարկությունների կարծիքներն, այս հարցում կիսվել են, իսկ ամենաշատ հնչած պատասխանը վերաբերում է շուկայի բոլոր սեզմենտներին, իսկ ահա ԱՄՆ արտահանում ունեցող ձեռնարկությունների պատասխաններում գերակշռում է «գնորդների բարձր սեզմենտը» պատասխանները:

Ձեռնարկությունները իրենց արտադրանքի արտաքին շուկաներում ունեցած մասնաբաժինների մասին հարցին դժվարացել են պատասխանել, սակայն վստահ են, որ օրինակ ռուսական շուկայում, իրենք ծավալվելու շատ մեծ հնարավորություններ ունեն, քանի որ հայկական վերամշակման արտադրանքն բավականին բարձր վարկանիշ ունի: Միակ խանգարող հանգամանքն, առայժմ ռուսական թույլ ռուբլին է, ինչը այդ երկիր կատարվող ներմուծումն ոչ ձեռնտու է դարձնում: Հայկական վերամշակողներն առանձնակի հույսեր են կապում նաև մոտակա ժամանակներս սպասվող Հայաստան-Եվրամիություն համագործակցության պայմանագրի հետ, համարելով, որ այս դեպքում զգալիորեն կհեշտանա եվրոպական շուկա մուտք գործելու գործընթացը:

#### **4.7. Ներքին ընթացակարգային և սերտիֆիկացման պահանջներ**

Հայաստանի արտադրանքի արտահանման համար անհրաժեշտ են մաքսային ձևակերպումների հետևյալ ստանդարտ փաստաթղթերը.

- հաշիվ ապրանքագիր կամ առք ու վաճառքի պայմանագիր,
- բեռնափոխադրման փաստաթղթեր,
- ապրանքի ծագման երկրի հավաստագիր,
- մաքսային հայտարարագիր:

Գյուղատնտեսական ապրանքների դեպքում փաթեթին ավելանում են հսկողության հետևյալ փաստաթղթերը.

- Սանիտարական սերտիֆիկատ,
- Անասնաբուժական և կարանտինային հավաստագրեր:

#### **4.8. Շուկայի մուտքի խոչընդոտներ**

Ըստ հարցումների տվյալների, 2016թ. արտահանում չունեցող կամ փոքր ծավալներով արտահանում իրականացրած վերամշակող ձեռնարկությունները հիմնավորել են հետևյալ կերպ.

- արտահանման շուկաներում մրցակցության բարձր մակարդակ,
- արտահանման գործընկերների բացակայություն,
- արտադրանքի անբավարար քանակ,
- մարքեթինգի/գովազդի բարձր գին,

- բեռնափոխադրումների մեծ ծախսեր:

Ներքին ընթացակարգային և անհրաժեշտ սերտիֆիկատների բացակայությունն ընդհանրապես չեն խոչընդոտել հարցված ձեռնարկություններին արտաքին շուկա մտնելու և դիրքավորվելու առումով:

Մրգի վերամշակումից ստացված արտադրանքների արտահանման հիմնական խոչընդոտը առնչվում է Վերին Լարսին, որը նշել են հարցված գրեթե բոլոր վերամշակող ձեռնարկությունները: Ըստ ձեռնարկությունների, Վերին Լարսի անցակետում մշտապես առկա են թե օբյեկտիվ և թե սուբյեկտիվ պատճառներ, որոնց արդյունքում ձեռնարկություններն ունենում են թե ժամանակի և թե ֆինանսական կորուստներ: Որպես արտահանման խոչընդոտներ հարցվածները նշել են նաև.

- բեռնափոխադրում իրականացնող տրանսպորտային միջոցների վարձակալության բարձր արժեքը,
- արտադրանքի փոքր ծավալները, որը լուրջ խոչընդոտ է հսկայական ռուսական շուկայում մշտապես դիրքավորվելու համար,
- ԱՄՆ արտահանման համար ապրանքների խմբաքանակների գրանցումը բավականին ժամանակատար է,
- ՀՀ-ում հումքի գների համեմատաբար բարձր մակարդակը, արտաքին շուկաներում իջեցնում է մեր ձեռնարկությունների մրցունակության մակարդակը,
- Վարկային միջոցների հասանելիության ցածար մակարդակը,
- Բեռնափոխադրում իրականացնող տրանսպորտային միջոցների սակավությունը և նոր փոխադրամիջոցներ ներգրավելու դժվարությունները,
- Արտերկրում գովազդի խիստ բարձր գները,
- ԵՄ արտահանման համար կարևորագույն նախապայմաններից մեկը միջազգային սերտիֆիկացման խնդիրն է, որը բավականին թանկ և աշխատատար գործընթաց է:
- Արտահանվող արտադրանքի ԱԱՀ-ի հետվերադարձի հաստատման հետ կապված փաստթղթերի ձեռքբերումը գործընկերներից:

Վերամշակող ձեռնարկություններն իրենց արտադրանքի արտահանման և/կամ արտահանման ծավալների ընդլայնման համար առաջարկում են հետևյալ լուծումները.

- տրամադրվող վարկային միջոցների ցածր տոկոսադրույք և մատչելի պայմաններ,

- ՀՀ դրամի արժեվորում,
- պետական աջակցություն նոր շուկաներում (օրինակ եվրոպական) ինտեգրվելու հարցում,
- արտաքին ներդրումների պաշտպանվածության մակարդակի բարձրացում,
- ՀՀ-ում դատական համակարգի կայացում,
- աջակցություն ֆերմերներին հումքի որակական և քանակական ծավալների ավելացման հարցում,
- աջակցություն արտերկրում նոր գործընկերների հայտնաբերման և նրանց հետ պայմանագրային հարաբերությունների ձևավորման հարցում,
- էներգակիրների գների սուբսիդավորում,  
աջակցություն արտերկրում կազմակերպվող ցուցահանդեսների մասնակցության հարցում,
- տրանսպորտային նոր ուղիների կազմակերպում, այն հաշվով, որ նվազեն բեռնափոխադրումների ծախսերը,
- աջակցություն արտահանմամբ զբաղվող ազգային ընկերությունների կարողությունների հզորացման հարցում,
- ՌԴ-ում մեր ձեռնարկությունների իրավական պաշտպանվածության մակարդակի ավելացում,
- ՌԴ-ում հայակական արտադրանքի գովազդային արշավների կազմակերպում:
- Արտահանման գործընթացները կոորդինացնող կառույցների ստեղծում:



## 5. Պահածոների ռուսական շուկայի հակիրճ վերլուծություն

Ռուսաստանի սննդի արդյունաբերությունը ընդգրկում է 30 տարբեր ճյուղեր և ենթաճյուղեր, որոնցից հիմնականը համարվում են սննդահամային, մսա-կաթնային, հացաբուլկեղենի և ձկնային արդյունաբերությունը: Ճյուղը միավորում է ավելի քան 22 հազար ձեռնարկություններ, որոնցում զբաղվածների թիվը գերազանցում է 2 միլիոնը:

Ռուսաստանի մրգաբանջարեղենային պահածոների շուկան առանձնահատուկ է նրանով, որ ինչպես նախկին մյուս հանրապետություններում, այստեղ նույնպես շուկայի զգալի մասը փակում է տնային պահածոյացումը՝ հիմնականում սեփական սպառման համար: Համաձայն ռուսական փորձագետների գնահատման, պահածոների տնային արտադրության ծավալները կազմում են ընդհանուր սպառման 50-55 %-ը: Ընդհանուր իրավիճակից դուրս են մնում խոշոր քաղաքները, որտեղ տնային պայմաններում պահածոների արտադրությունը գնալով նվազում է, ինչը շատ կարևոր է շուկայի հետագա զարգացման տեսանկյունից: Ըստ փորձագետների գնահատումների Ռուսաստանում, տնային պայմաններում տարեկան պատրաստվում 1,5 մլն. տոննա<sup>14</sup> պտղաբանջարեղենային պահածոներ: Պտուղբանջարեղենային պահածոների արդյունաբերական արտադրության իրացվող ծավալները կազմում են մոտ 8 մլն. տոննա:

Վերջին տարիներին, Ռուսաստանի սննդի արդյունաբերության արտաքին առևտրի ապրանքաշրջանառությունը գերազանցում է 50 մլրդ. ԱՄՆ դոլարը<sup>15</sup>, որի մոտ 80 %-ը կազմում է ներմուծումը: Թարմ մրգերի արտաքին առևտրի ծավալները կազմում են մոտ 6 մլրդ. ԱՄՆ դոլար, որի 95 %-ից ավելին բաժին է ընկնում ներմուծմանը: Պահածոների արտաքին ապրանքաշրջանառության ծավալները կազմում են 1.87 մլրդ. ԱՄՆ դոլար, որի 85 %-ից ավելին բաժին է ընկնում ներմուծմանը:

Մինչև Ռուսաստանի դեմ պատժամիջոցների կիրառումը ռուսական պահածոների շուկայում հիմնական խաղացողներ էին հանդիսանում ֆրանսիական, հունգարական և գերմանական ֆիրմաները, որոնք "գրավել" էին ռուսական պահածոների շուկայի մոտ 80 %-ը: Այս ձեռնարկություններից շատերը տեղում ստեղծել են սեփական արտադրական հզորություններ և դրա շնորհիվ, արևմտյան երկրների պատժամիջոցների կիրառումից հետո, ոչ ամբողջովին, բայց կարողացել են պահել իրենց դիրքերը: Ներկայումս, այս շուկայում

<sup>14</sup> Աղբյուրը՝ Բիզնես անալիտիկա

<sup>15</sup> Աղբյուրը՝ ՌԴ գյուղատնտեսության նախարարություն

զգալի բաժի ունեն Վիետնամի, Չինաստանի և Թայլանդի մրգային պահածոներ արտադրող ձեռնարկությունները: Հիմնական արտահանող երկիրը Չինաստանն է, որը գրավել է պահածոների ռուսական շուկայի 1/3-ը:

Պայմանավորված նույն տնտեսական պատժամիջոցներով, Ռուսաստանի կառավարությունը, տեղական արտադրությունը խթանելու միջոցով իրականացնում է ներմուծման փոխարինման քաղաքականություն: Վերջին տարիներին մրգային և բանջարեղենային պահածոների տեղական արտադրությունը զգալի աճ է գրանցում:

Եթե նախորդ դարի 90-ական թվականներին մրգային պահածոների շուկայում ներկայացված տեղական արտադրողները փոքր ձեռնարկություններ էին և շուկայում մրցունակ չէին, ապա այժմ իրավիճակը զգալիորեն փոխվել է: ՌԴ առանձին ռեգիոններում ստեղծվել են պահածոների արտադրության խոշոր ձեռնարկություններ, որոնք կարողանում են լուրջ մրցակցել ներմուծման շուկայում գերիշխող արտասահմանյան առաջատար կազմակերպությունների հետ:

Ռուսական մրգային պահածոների գնային սեզմենտացիան այնքան էլ նման չէ դասական բաժանմանը՝ բարձր դաս կամ պրեմիում, միջին դաս և էկոնոմ դաս: Գնային սեզմենտացիայի սահմանները խիստ ընդլայնված են, որն ավելի ցայտուն է արտահայտվում առանձնապես միջին դասի դեպքում, որտեղ առկա են առանձին ենթադասեր, քանի որ գների մեծ տարբերություններ կան: Ըստ փորձագետների, պահածոների ռուսական շուկայում նկատվում են սպառողական ակտիվության նվազում ցածր գնային սեզմենտում, որը դանդաղորեն տեղափոխվում միջին գնային խումբ:

Վերջին տարիներին մրգային պահածոների (հատկապես անանասի, դեղձի և ծիրանի) սպառման դինամիկ աճ է արձանագրվում:

Ռուսական ձեռնարկությունների բաժինը մրգային պահածոների ներքին շուկայում կազմում է 15 %, բայց շուկայում սկսում են հայտնվել նոր տեղական ձեռնարկություններ, որոնք բավականին մրցունակ են: Ըստ ռուսական փորձագետների, ներկայումս Ռուսաստանում պահածոների արտադրության ճյուղը վերածնունդ է ապրում: Տեղական արտադրանքը որակական առումներով չի զիջում արտասահմանյան ֆիրմաների արտադրանքին և ավել ցածր գին ունի, սակայն առայժմ տեղական արտադրողների խանգարում է մարքեթինգային թույլ քաղաքականությունը և գովազդի համար անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցների սակավությունը:

Ընդհանուր առմամբ մրգային պահածոների ռուսական շուկան կառուցվածքային առումով շատ չի տարբերվում եվրոպական շուկայից: Ռուսական շուկայի առանձնահատկությունը, ինչով այն տարբերվում է եվրոպական շուկայից, կայանում է ռուսաստանցիների համահոտային նախասիրություններով և սպառման ծավալներով, ինչը Ռուսաստանում մի քանի անգամ զիջում է եվրոպական երկրների սպառման ծավալներին: Եթե միջին ռուսաստանցին տարեկան սպառում է 4 կգ<sup>16</sup> պտղաբանջարեղենային պահածոներ, ապա Եվրոպայում այն կազմում է 10-16 կգ, Կանադայում՝ 13 կգ, ԱՄՆ-ում՝ 50 կգ:

Ռուսական պահածոների շուկան դանդաղորեն գրավում են նաև նոր տեսակի մրգերի և հատապտուղների պահածոները, որոնք, սակայն, ըստ ռուսական փորձագետների դժվարությամբ են դիրքավորվում ռուսական շուկայում, ինչը պայմանավորված է նոր ապրանքատեսակների նկատմամբ ռուսաստանցիների անվստահությամբ: Ըստ նույն փորձագետների, նոր ապրանքատեսակների պահածոների սպառման ծավալների դանդաղ ավելացման պատճառ կարող են լինել նաև Ռուսաստանում սպառողների եկամուտների տատանումները և նոր ապրանքատեսակների հիմնական սպառող հանդիսացող միջին դասի բացակայությունը:

Մրգային պահածոների ռուսական շուկայում տեղական արտադրության զարգացման հիմնական խոչընդոտը հումքի պակասն է: Ներկայումս ռուսական ձեռնարկությունները լուրջ ներդրումներ են կատարում տեղական պտուղների և հատապտուղների արտադրության ծավալների ավելացման ուղղությամբ: Սակայն, մրգային պահածոների շուկայի ամբողջ տեսականին ապահովել անհնար է և այս դեպքում ռուսական ձեռնարկությունները դիմում են հումքի ներմուծման տարբերակին, որը ներմուծվում է ինչպես թարմ, այնպես էլ սառեցված կամ ջրազրկված՝ չորացված տեսքով:

Մրգային պահածոների ռուսական շուկայում հիմնական դերակատարների մեծ մասը գործում են գնային միջին սեգմենտում, իսկ դրանցից շատերի մոտ նկատվում են դեպի պրեմիում սեգմենտը դանդաղ շարժվելու ցանկություն: Փորձագետները պնդում են, որ ռուսական սպառողի մոտ դանդաղորեն նոր մշակույթ է սկսվում ձևավորվել՝ անընդհատ ավելանում է բնական բաղադրիչների օգտագործմամբ, ավելի որակյալ ապրանքատեսակների նկատմամբ պահանջարկը, որն, իհարկե էժան լինել չի կարող:

Ռուսական շուկայում վարկանիշի կարևոր բաղադրիչ է փաթեթավորումը: Այս ուղղությամբ բավականին լուրջ մրցակցություն է սկսվել, քանի որ շուկայի բոլոր սուբյեկտները հասկացել

<sup>16</sup> Աղբյուրը՝ Բիզնես անալիտիկա

են, որ պրեմիում սեգմենտը գրավելու ամենաուղիղ ճանապարհը գեղեցիկ, որակյալ և անվտանգ փաթեթավորման ապահովումն է: Առայժմ ռուսական շուկայում ամենաշատ հանդիպողը 280-720 մլ տարողությամբ ապակե և 425-850 մլ տարողությամբ մետաղյա բանկաներն են: Ապակե և մետաղյա բանկաների միջև գնային առումով մեծ տարբերություններ առանձնապես չկան, սակայն ինչպես պնդում են փորձագետները, սպառողը ցանկանում է տեսնել այն ինչը պատրաստվում է գնել: Այսինքն ապակե գեղեցիկ փաթեթավորված բանկաներով մրգային պահածոների մուտքը դեպի ռուսական շուկա զգալիորեն հեշտանում է:

Ռուսական արտադրողների համար, պայմանավորված մեծ հեռավորություններով, լուրջ խոչընդոտ է ներքին բաշխման համակարգի բացակայությունը, որը խոչընդոտում է ապրանքը ժամանակին ու որակով սպառողին հասնելուն:

2016թ. Ռուսաստանում վաճառվել է 390 հազ. տոննա մրգային պահածոներ: Փորձագետների գնահատմամբ 2021թ. մրգային պահածոների վաճառքի ծավալները կկազմեն 450,6 հազ. տոննա: Վաճառքի ծավալների ավելացման հիմնական գործոններ կարող են հանդիսանալ կանանց զբաղվածության մակարդակի ավելացումը, առողջ կենսակերպի մասսայականացումը և պահածոների տեսականու անընդհատ ավելացումը:

Մրգային պահածոների ռուսական հիմնական արտադրողներ են հանդիսանում հետևյալ կազմակերպությունները<sup>17</sup>. Прогресс, Сады Придонья, Агрона Фрут Московский регион, Вологодская ягода, МКС, Консервсушпрод, Кубань-Ти, Цуегт Россия, Гамми, Славянский консервный комбинат, Дороничи, Ратибор, Томская производственная компания «Сава», Агрофирма имени 15 лет октября, Племзавод «Воля», Комплекс-Агро, Астраханская консервная компания, Русская традиционная кухня, Лужский консервный завод, Пищепром և այլն:

---

<sup>17</sup> Աղբյուրը՝ Բիզնես անալիտիկա

## 6. Պահածոների եվրոպական շուկայի հակիրճ նկարագրությունը<sup>18</sup>:

Եվրոպան հանդիսանում է պահածոյացված պտուղբանջարեղենի աշխարհի ամենախոշոր շուկան, որի ներմուծման բաժինը կազմում է համաշխարհային ներմուծման 42 %-ը: Ավանդական պտուղբանջարեղենի պահածոների սպառումը Եվրոպայում գրեթե կայուն է, իսկ ահա էկզոտիկ մրգերի մասով այն անընդհատ աճում է: Եվրոպական երկրներից պահածոների ամենամեծ սպառողներն են հանդիսանում Գերմանիան, Ֆրանսիան, Մեծ Բրիտանիան և Նիդերլանդները: 2015թ. պտղաբանջարեղենային պահածոների ընդամենը ներմուծումը Եվրոպական երկրներ կազմել է 5,7 մլն. տոննա՝ 6,8 մլրդ. եվրո ընդհանուր արժեքով:

Պահածոների եվրոպական արտահանումը (ներառյալ եվրոպական երկրներ) 2015թ. կազմել է 6.1 մլն. տոննա՝ 1.37 մլրդ. Եվրո ընդհանուր արժեքով: Եվրոպական արտահանման մոտ 75 %-ը արտահանվում է նույն եվրոպական երկրներ: Պահածոների եվրոպական արտահանման մոտ 50 %-ը բաժին է ընկնում Իտալիային և Իսպանիային: Նիդերլանդները համարվում են Եվրոպայի կարևորագույն ենթա-արտահանողը, որը կարող է լավ միջնորդ հանդիսանալ զարգացող երկրների ապրանքների եվրոպական շուկայում իրացնելու համար: Եվրոպական արտահանման հիմնական երկրներն են ԱՄՆ, Ռուսաստանը և Ճապոնիան:

ԵՄ արտադրվող մրգային պահածոներից ամենամեծ բաժինն ունի ծիրանի պահածոն, որի ամենամեծ արտադրողը Հունաստանն ու Իսպանիան են և միասին արտադրում են ԵՄ ծիրանի պահածոների ավելի քան 90 %-ը: Մնացած մասն արտադրվում է Ֆրանսիայում և Իտալիայում: ԵՄ-ն արտադրում է աշխարհի ծիրանի պահածոների մոտ 30 %-ը: Մրգային պահածոների եվրոպական ամենախոշոր արտադրողը Հունաստանն է, որտեղ տարեկան արտադրվում է 320 մլն. բանկա (850 մլ) մրգային պահածո: 2014թ. Եվրոպական երկրներում պահածոների արտադրությունը կազմել է մոտ 18 մլրդ. Եվրո: Եվրոպայում մրգային պահածոների սեզմենտի հիմնական դերակատարներն են Del Monte Fresh Produce, LBO France, Andros, Conserv Italia և Dole կազմակերպությունները: Del Monte-ն համարվում է պահածոյացված անանասի եվրոպական և համաշխարհային առաջատարը: Եվրոպական երկրներում պահածոների սպառման ծավալները 2014թ. կազմել են 17,4 մլրդ. Եվրո: Պահածոներ սպառող ամենամեծ եվրոպական երկիրը Իտալիան է:

<sup>18</sup> Տվյալների աղբյուրը՝ Եվրոստատ

## 7. Մրգի վերամշակման ոլորտի SWOT վերլուծություն

Այս վերլուծության ընթացքում կատարած հարցումների և երկրորդային աղբյուրների ուսումնասիրության արդյունքում կատարվել է մրգի վերամշակման ոլորտի SWOT վերլուծություն և առանձնացվել են ոլորտի ներքին միջավայրի ուժեղ և թույլ կողմերը, ինչպես նաև արտաքին միջավայրում առկա հնարավորությունները և սպառնալիքները, որոնք համառոտ ներկայացված են աղյուսակում.

### Մրգի վերամշակման ոլորտի SWOT վերլուծություն

Ուժեղ կողմեր	Թույլ կողմեր
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Արտադրության մեջ օգտագործվող հումքի լավ համային հատկանիշներ</li> <li>– Բարձր որակի մրգային մուրաբաներ և ջեմեր հայկական մրգի բացառիկ որակական հատկանիշների շնորհիվ</li> <li>– Տեղական սպառողների հավատարմությունը հայկական մուրաբաների և ջեմերի հանդեպ</li> <li>– Հաջողված խթանման օրինակներ բազմաթիվ երկրների շուկաներում</li> <li>– Մատչելի աշխատուժի առկայություն</li> <li>– Տեղական ապրանքանիշների ճանաչելիությունը տեղական շուկայում</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Բարձր տրանսպորտային ծախսեր, որոնք կազմում են արտահանած արտադրանքի ինքնարժեքի 15-20%-ը</li> <li>– Արտադրության ցածր ծավալների արդյունքում չի գործում մասշտաբի էֆֆեկտը, ինչի հետևանքով միավորի արտադրության ծախսերը, հետևաբար նաև ինքնարժեքը ավելի բարձր են</li> <li>– Արտադրանքի որակի անհամապատասխանությունը միջազգային ստանդարտներին</li> <li>– Մասնագետների մոտ համապատասխան գիտելիքների և հմտությունների բացակայություն</li> <li>– Ինքնարժեքի անկայունություն</li> <li>– Հին սարքավորումներ</li> <li>– Արտահանման սահմանափակ հնարավորություններ արտահանման վերաբերյալ արտադրողների սակավ գիտելիքների պատճառով</li> <li>– Ծավալներով և արժեքով սահմանափակ տեղական շուկա</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Մեծ կախվածություն գյուղատնտեսական սեզոնից հումքի մթերման առումով (ծավալ, գին և այլն)</li> <li>– Մեծ ծավալներով մրգային հումքի մատակարարների բացակայություն (հավաքակայաններ), որոնք կարող էին ապահովել կանխատեսելի քանակներ</li> <li>– Մահմանափակ մարքեթինգային բյուջե արտահանման խթանման համար Արտադրության փոքր ծավալները հնարավորություն չեն տալիս հայկական ընկերություններին լինել մրցունակ արտասահմանյան շուկաներում</li> </ul>
Հնարավորություններ	Սպառնալիքներ
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Միջազգային շուկաներում հայկական մրգի և մրգից ստացվող արտադրանքի բարձր համբավ</li> <li>– Հայաստանի անդամակցությունը մաքսային միությանը, Արտադրական մեծ ներուժի առկայություն</li> <li>– Բոլոր ընկերությունների կողմից միահամուռ ուժերով հայկական ապրանքանիշերի խթանումը դրսում</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Կլիմայի և բնական աղետների հետ կապված ռիսկեր և սահմանափակ արգելքների հնարավորություններ այդ երևույթների դեմ</li> <li>– Որոշ մրգի և հատապտղի տեսակների հավաքման և պահպանման կարճ ժամանակաշրջան, ինչը համապատասխան տեխնոլոգիաների բացակայության պայմաններում վտանգի է ենթարկում վերջնական արտադրանքը</li> <li>– Վերամշակող ընկերությունների և ֆերմերների միջև պայմանագրերի բացակայություն</li> <li>– Բարձր մրցակցություն թե՛ տեղական և թե՛ արտասահմանյան շուկաներում</li> <li>– Ընդհանուր գյուղատնտեսության ոլորտի</li> </ul>

	<p>վատ վիճակը</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Գների անկայունություն</li><li>– Աշխարհագրական դիրքը</li><li>– Բարձր կախում հարևան երկրներից, որոնց միջով անցնում են տրանսպորտային երթուղիները</li></ul>
--	---



## Հավելվածներ

Հավելված 1. Ընդգրկված համայնքների և վերամշակման ձեռնարկությունների ցանկ

Գյուղացիական տնտեսություններ				Վերամշակող ձեռնարկություններ	
	Մարզ	Համայնք	ԳՏ-ներ	1	Գոլդեն հարվիստ
1	Արագածոտն	Կարբի	10	2	Ռագմակ պահածոների գործարան
2		Օհանավան	11	3	Թամարա ֆրուտ
3		Արագած	10	4	Վարգա ֆուդ
4	Արարատ	Նարեկ	10	5	Եվրոթերմ
5		Արմաշ	10	6	Պոռոշյանի կոնյակի գործարան
6		Սուրենավան	11	7	Արարատ սննդի կոմբինատ
7	Արմավիր	Լենուղի	10	8	Ավելիաց
8		Հացիկ	10	9	Միս Նատուրալ
9		Արգինա	11	10	Երևանի զարեջուր
10	Կոտայք	Արագյուղ	10	11	Իջևանի գինու, կոնյակի գործարան
11		Նոր Գեղի	11	12	Էկո Գարդեն արտադրական կորպորացիա
12		Գողթ	10	13	ՎՎՎ գրուպ
13	Սյունիք	Մեղրի	11	14	Անի ֆուդ
14	Վայոց Ձոր	Աղավնաձոր	11	15	Արտաշես
15	Տավուշ	Այրում	11	16	Սամ-Հար
16	Ընդամենը		157	17	Արեգո ՍՊԸ

Հավելված 2. Հիմնական պտղատեսակներ ինքնարժեքի հաշվարկ 2016թ. Համար

	խնձոր	%	ծիրան	%	դեղձ	%	սալոր	%	կեռաս, բալ	%	ընկուզա- պտուղ	%	թուզ, արքայանարինջ	%
<b>Ծախսեր</b>	<b>հազ.դրամ</b>													
Տնկիներ/սածիլներ	1733	1.4	2073	1.4	541	1.1	207	0.9	59	1.7	0	0.0	120	2.9
Պարարտանյութ	15130	11.9	20505	13.7	6108	12.8	2980	12.5	355	10.2	29	3.3	513	12.3
Թունանյութեր	19343	15.2	31476	21.0	9705	20.4	3608	15.2	483	13.9	114	13.1	370	8.9
Վարձու աշխատողների վարձատրություն <sup>19</sup>	42973	33.7	40755	27.2	12780	26.9	7520	31.6	880	25.3	100	11.5	1280	30.7
Գյուղտեխնիկայի ծառայություններ	18069	14.2	17535	11.7	6424	13.5	3540	14.9	720	20.7	147	16.9	40	1.0
Ոռոգման ջրի վճար	10659	8.4	10979	7.3	3169	6.7	1628	6.8	279	8.0	166	19.1	589	14.1
Տրանսպորտային ծախսեր	8543	6.7	11107	7.4	3438	7.2	1950	8.2	355	10.2	112	12.9	945	22.6
Հողի հարկ	4099	3.2	3166	2.1	1154	2.4	536	2.3	84	2.4	113	12.9	242	5.8
Այլ ծախսեր	6885	5.4	12115	8.1	4245	8.9	1845	7.7	265	7.6	90	10.3	75	1.8
Ընդամենը ծախսեր	127433	100.0	149711	100.0	47564	100.0	23814	100.0	3480	100.0	871	100.0	4174	100.0
<b>տոննա</b>														
Արտադրություն	5021		2904.8		877.6		403.2		38.4		5.79		136.2	
<b>դրամ/կգ</b>														
Ինքնարժեքը, դրամ/կգ	25		52		54		59		91		150		31	

<sup>19</sup> - տնտեսությունների անդամների աշխատուժի ծախսերը ներառված չեն

Հավելված 3. ՀՀ արտաքին առևտրի կառուցվածքն ըստ հիմնական գործընկեր երկրների

Երկիր	Արտահանում								Ներմուծում							
	2000		2005		2010		2015		2000		2005		2010		2015	
	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%	հազ, \$	%
Շնդամենը	300487	100.0	973921	100.0	1041057	100.0	1485332	100.0	884733	100.0	1801736	100.0	3748954	100.0	3239239	100.0
ՌԴ	44560	14.8	119004	12.2	160508	15.4	244893	16.5	137158	15.5	268484	14.9	603184	16.1	647473	20.0
Ուկրաինա	3271	1.1	13703	1.4	12056	1.2	6203	0.4	12342	1.4	69122	3.8	204469	5.5	119725	3.7
Բելգիա	75051.4	25.0	124598.3	12.8	72495.7	7.0	42448.9	2.9	84372.2	9.5	162551.4	9.0	72925.7	1.9	58975.4	1.8
Բուլղարիա	655.9	0.2	841.8	0.1	156560.3	15.0	78928.2	5.3	7216.4	0.8	11709.3	0.6	19189.5	0.5	16267.3	0.5
Ֆրանսիա	466.3	0.2	2015.3	0.2	7485.6	0.7	5367.6	0.4	17558.7	2.0	39667.8	2.2	76672.7	2.0	81363.2	2.5
Գերմանիա	12917.3	4.3	152108	15.6	132616.3	12.7	140253.1	9.4	36486.9	4.1	114557.6	6.4	146080.3	3.9	148224.9	4.6
Իտալիա	2683.2	0.9	25594	2.6	4814.2	0.5	32540.9	2.2	25710.6	2.9	45517	2.5	102445.5	2.7	120440.1	3.7
Նիդերլանդներ	2632	0.9	133110.4	13.7	98613.9	9.5	47313.5	3.2	12426.9	1.4	12905.3	0.7	54218.7	1.4	55133.4	1.7
Լեհաստան	34.7	0.0	717	0.1	2144.1	0.2	14555.3	1.0	2068.1	0.2	4515.4	0.3	17124.5	0.5	25662.9	0.8
Ռուսիա	399.9	0.1	295.7	0.0	288.3	0.0	38357.8	2.6	266.7	0.0	3801.9	0.2	7214	0.2	2235.8	0.1
Մեծ Բրիտանիա	9443.9	3.1	419.3	0.0	382.6	0.0	1616.1	0.1	59480.7	6.7	91176.1	5.1	119752.3	3.2	88723	2.7
ԱՄՆ	37861.1	12.6	62219.1	6.4	82710.6	7.9	52927.5	3.6	102675.1	11.6	116326.7	6.5	135552.2	3.6	107326.8	3.3
Իրան	30089	10.0	28513.3	2.9	84831.2	8.1	81727.5	5.5	82328.4	9.3	108060.2	6.0	203431.2	5.4	182460.6	5.6
Շվեյցարիա	8829.9	2.9	34666	3.6	16888.8	1.6	38953.2	2.6	22920.3	2.6	86105.8	4.8	116853.8	3.1	123801.4	3.8
ԱՄԷ	5479.1	1.8	10383.2	1.1	8222	0.8	9098.9	0.6	41728.2	4.7	107325.7	6.0	340913.6	9.1	172333.9	5.3
Թուրքիա	1527.9	0.5	2473.4	0.3	1291.3	0.1	1497.8	0.1	40462.4	4.6	61217.7	3.4	187629.8	5.0	91124.3	2.8
Չինաստան	573.1	0.2	9245.4	0.9	30867.2	3.0	165318.4	11.1	5413.3	0.6	27172.5	1.5	223395.2	6.0	155434.9	4.8
Կանադա	983.6	0.3	11482.2	1.2	29559.8	2.8	108335.5	7.3	5396	0.6	4293.4	0.2	13182.3	0.4	12316.9	0.4
Վրաստան	15989.3	5.3	46832.9	4.8	49035.2	4.7	125319.5	8.4	19801.1	2.2	50813.1	2.8	226550.3	6.0	222684.3	6.9
Իրաք			26.1	0.0	479	0.0	130636.7	8.8					5.9	0.0	225.9	0.0