



gtz «Հարավային Կովկասի տնտեսության խթանում» ծրագիր

Հիմնական նպատակները.
տնտեսության զարգացման և առևտրի
խթանումը Հարավային Կովկասում ինչպես նաև
առևտրի խթանումը ԵՄ նրկրների շուկաներում



Ծրագրի օրակարգը



Մակրոտնտեսական և ֆինասական քաղաքականություն

- Ծրագրային բյուջենտավորում
- ԿԶԾ՝ Հայաստանի կայուն զարգացման ծրագիր
- Մրցակցային քաղաքականություն



Առևտրային քաղաքականություն

- Արտահանման խթանում
- Սննդի անվտանգություն
- Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացում



Ընդդրումների խրախուսում (ալանավորման փուլում է)

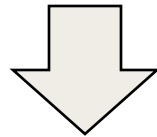


միջին մասնագիտական կրթություն (ալանավորման փուլում)



Առևտրային քաղաքականություն

- Արտահանման խթանում



- Արտահանման խթանման ռազմավարություն
- **Միջազգային առևտրային ցուցահանդես-տոնավաճառներ**
- **Շուկայական տնդնկատվական համակարգ**
- մասնավոր և պետական հատվածի համագործակցություն
- առևտրի խոչընդոտների վերլուծություն
- սննդի անվտանգություն



- **Միջազգային– ցոցուահնդես-տոնավաճառներ Գերմանիայի տնտ. զարգացման դաշն. նախարարության ուղեցույց**

- Գերմանիայի տնտ. զարգ. և համագործակցության դաշնային նախարարության ` Նարվային Կովկասի ընկերությունների միջազգային առևտրային ցուցահանդեսների մասնակցության հատուկ հիմնադրամ (տարեկան 100.000 եվրո (50 մլն ՀՀ դրամ) յուրաքանչյուր երկրի համար
- առաջին երեք տարիների ֆինանսավորումը (2009-2011) թթ երաշխավորված է
- Նարավային Կովկասի բոլոր երեք երկրների ` Նայաստանի, Ադրբեյջանի և Վրաստանի մասնակցությունը շատ ցանկալի է
- Նարավային Կովկասի երկրների համատեղ տաղավար` բաժանված 3 հավասար մասերի
- առանձին, անհատական ձևավորում յուրաքանչյուր երկրի համար և խրախուսում
- Գերմանիայի տնտ. զարգ. և համագործակցության դաշնային նախարարության աջակցության հետզհետե նվազեցնում է և յուրաքանչյուր տարի, ընկերությունների կողմից ծախսերի մասով մասնակցությունը ընդլայնում է



• Միջազգային առևտրային տոնավաճառ – Տոնավաճառների ընտրություն



Միջազգային կանաչ
շաբաթ, Բեռլին
2009 - 2011



Biofach Նյուրնբերգ
2010, 2011



Անուգա – Բյուլին
2009, 2011

Ընտրության չափանիշները

- Հարավային Կոկասի բոլոր երկրներն ունեն մրցունակ գյուղատնտեսական արտադրանք՝ սննդամթերք, ըմպելիք
- սննդամթերքի և ըմպելիքի արտահանումը զգալի տեղ է զբաղեցնում արտահանման մեջ, ՀՆԱ մեջ զբաղվածության ապահովման տեսանկյունից
- արտադրական և արտահանման կարողությունները ոչ լիարժեք են օգտագործվում
- այս տոնավաճառները կարևորագույն տոնավաճառներն են՝ ապրանքների լայն ընդգրկմամբ և կարևոր են ԵՄ շուկա մուտք գործելու համար



International
Green Week Berlin
21 – 30 January 2011



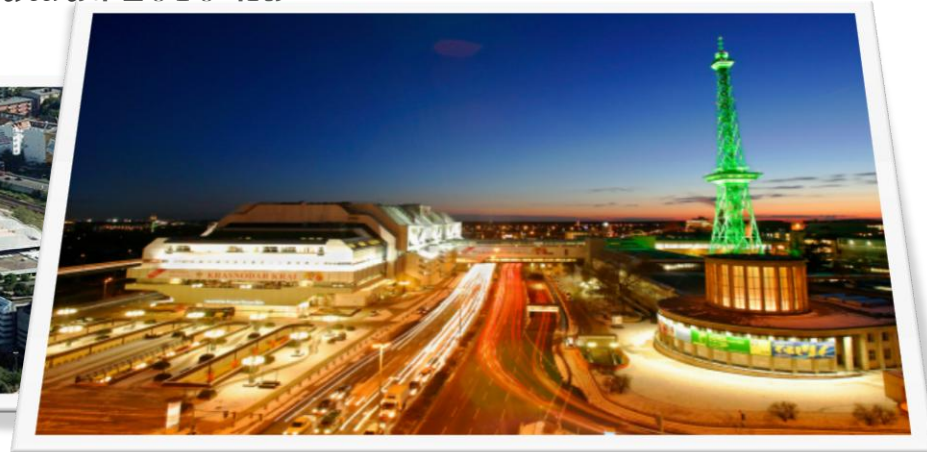
Experience the Variety.



Միջազգային Կանաչ Շաբաթ 21 – 30 հունվար 2011

Մենդամթերքի, գյուղատառտանքի եվ այգեգործական արտադրանքի աշխարհի խոշորագույն ցուցահանդես

Միջազգային կանաչ շաբաթը 2010-ին մեծ հաջողություն ունեցավ: 56 երկրներից ժամանած 1.600 մասնակիցներ իրենց ներդրումն ունեցան համընդհանուր մթնոլորտի ստեղծման գործում: Նախորդ տարի արձանագրված այցելությունների մեծ թիվը կրկնվեց նաև 2010-ին





Միջազգային Կանաչ Շաբաթ, Բեռլին 21 – 30 հունվար 2011

100,000 այցելուներ առկա տրային կազմակերպություններից օգտագործում են Միջազգային Կանաչ շաբաթը մասնակիցների հետ բանակցելու եվ գործարքներ կնքելու նպատակով: Շուրջ 50 գյուղնախարար ամբողջ աշխարհից այցելեց Կանաչ շաբաթը՝ նոր արտադրատեսակներին ծանոթանալու ամար



- Մենդի եվ գյուղատնտեսական համընդհանուր ֆորում
- Գյուղ նախարարների միջազգային խորհրդի քննարկումներ
- Գյուղնախարարների բեռլինյան գագաթաժողով
- Միջազգային տնտեսական խորհրդի քննարկումներ
- Տեխնիկական խորհրդի քննարկումներ



ANUGA
COLOGNE, 08 – 12. 10. 2011



Տոնավաճառի ուղղվածությունը

սննդարդյունաբերության առևտրային Միջազգային ցուցահանդես ,
արդյունաբերական, առևտրային և հանրային սննդի առաջատար տոնավաճառ,
ըմպելիքի և սննդամթերքի առևտրի ոլորտ

**Նախորդ միջոցառումը պատկերող թվեր (2009)
մասկիցներ 6,522**

այցելուներ 6.522 այցելու ` 98 նրկրից , 149.349
առևտրային ընկերությունները ներկայացնող
այցելուներ 180 նրկրներից (63 %` արտասահմանից
ժամանած)

10 specialized trade shows under one roof



ANUGA
FINE FOOD



Drinks



Fresh convenience products, fresh delicatessen products, fish, fruit and vegetables



Meat, sausage, game, poultry



Frozen food and ice cream products



Dairy products



Bread, baked goods, spreads and hot beverages



Organic products



Technology, concepts and services for the food service/catering market



ANUGA
RETAILTEC



ANUGA
COLOGNE, 08 – 12. 10. 2011



Թիրախային խմբեր (մասնակիցներ)

արտադրողներ, արտահանողներ և մեծածախ առևտրով զբաղվողներ

- սննդամթերք և ըմպելիք, հասարակական սննդի տեխնոլոգիաներ

- մանրածախ առևտրի տեխնոլոգիաներ՝ խանութների կահավորանք

- հասարակական սննդի ծառայություններ և մատուցողներ, մանրածախ առևտրով զբաղվողներ մասնագիտացված և հարմարավետությունն ապահովող արտադրանքի մատակարարներ



Թիրախ խմբեր (այցելուներ)

Անուգան բաց է միայն առքսորային կազմակերպությունների ներկայացուցիչների համար .



BioFach 2011

Where organic people meet - World Organic Trade Fair

Patron of BioFach



Supporting organization



Organizer

NÜRNBERG MESSE

Օրգանական սննդամթերք
բնական ապրանքներ
Տնային տնտեսությունները
մատակարարողներ
այլ բնական ապրանքներ
օրգանակ գյուղատնտեսություն և
շուկայավարում

Discover BioFach worldwide



Փաստեր և թվեր

BioFach 2010

2,557 մանսակից (2/3 –ը՝
արտերկրից) 43,669 առևտրային
կազմակերպությունները
ներկայացնող այցելուներ՝ 121
երկրներից



Գերմանիայում անցկացվող առևտրային ցուցահանդեսների քարտեզը

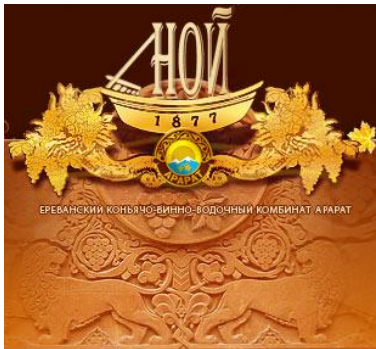




Հայաստանի մասնավերջությունը միջազգային ցուցահանդեսներին (Անուգա 2009)



„Beer of Yerevan“
Company



Yerevan Ararat Brandy
Wine-Vodka Factory



MAP



ԳՏՀԸ-ի կողմից տրամադրվող ծառայությունները և աջակցությունը Գերմանիայում

- Գերմանիայի տնտ, զարգ. եվ համագործակցության դաշնային նախարարություն հատուկ հիմնադրամի կառավարում (ԳՏՀԸ գլխամասային գրասենյակ)
- Պայմանագրարների կնքում տտեղական մասնագետների հետ՝ մարկետինգի, ձեռնարկման եվ կազմակերպչական աշխատանքների իրականացման համար
- պայմանավորվածությունների ձեռք բերում առևտրային ցուցահանդեսների կազմակերպիչների հետ. ստենդների վարձույթ, մասնակիցների գրանցում, գրանցում՝ հատուկ միջոցառումների մասնակցության համար
- պայմանագրի կնքում շինարարական ընկերության հետ՝ ստենդի, տաղավարի պատրաստման համար
- հավելյալ միջոցառումների կասզմակերպում (BioFach 2010)
- հրավիրել պոտենցիալ հաճախորդներին “Հարավային Կովկասի” տաղավար՝ ներառյալ սվիտոքի ներկայացուցիչներին
- հայտ ներկայացնել հատուկ թույլտվություն ստանալու նպատակով, այն ապրանքների համար (հաճախ կենդանական ծագման), որոնք արգելված ԵՄ շուկայում
- լոգիստիկ աջակցություն. հյուրանոց, տրանսպորտային միջոց, մաքսային հայտարագրեր



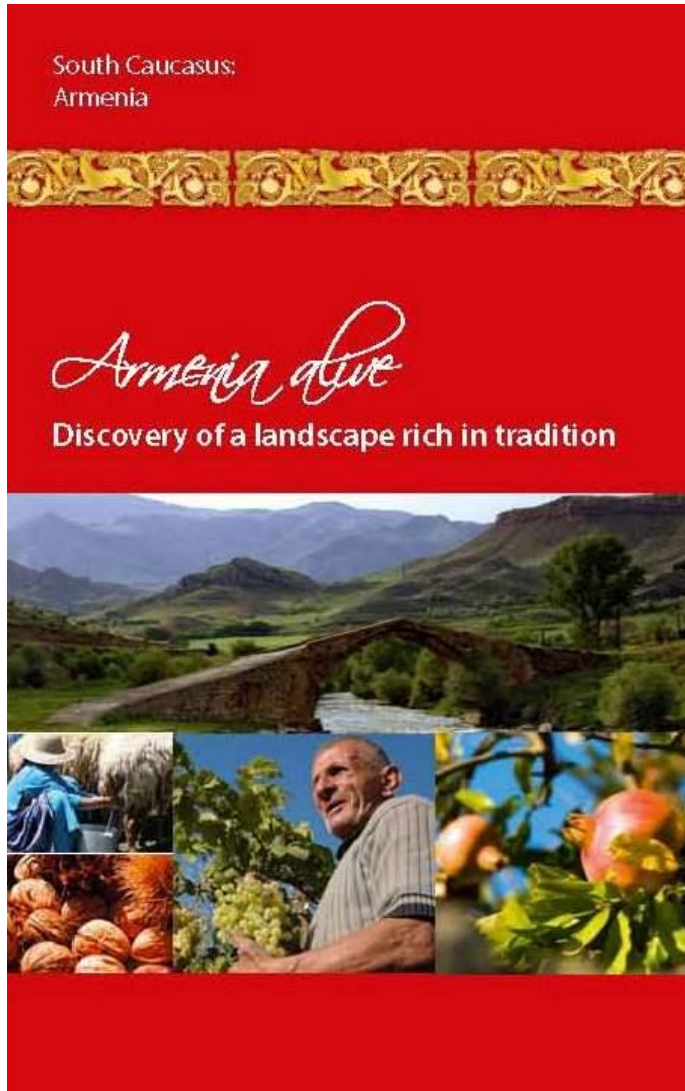
Ինչ ենք կազմակերպում Հայաստանում մեր գործընկերների հետ համատեղ

- ՀՀ Գյուղնախարարությունը եվ Հայակական Զարգացման Գործակալությունը պատրաստում են մասնակցիների նախնական ցուցակը
- տաղավարի ձեւավորման ներկայացում եվ ընդհանուր տեղեկություններ՝ ապրանքների տեղադրման ինչպես նաև առեւտրային տոնավաճառի մասին
- մասնակից ընկերությունների վերջնական ընտրություն՝ ԳՏՀԸ. ՀՀ Գյուղնախարարության եվ մարկետինգի գերմանացի մասնագետի կողմից
- խմբային հանդիպման կազմակերպում՝ մասնակից բոլոր ընկերությունների հետ, նախապատրաստական ընթացակարգերի վերաբերյալ համաձայնության ձեռք բերում
- Ձեռք բերել համաձայնություն՝ առանձին ընկերություններին անհատական ծառայությունների տրամադրման ուղղությամբ
- նախապատրաստել առեւտրային տոնավաճառների մասնակցության հայտերը, մուտքի արտոնագրերի հայտերը



ՈՐՈՇ ՊԱՏԿԵՐՆԵՐ





- Հայկական մարկետնիգի նշանաբանը
- Հայնցակարգ: մեծ պաստառներ, հայաստանի բնությունը եվ գյուղատնտեսություն ներկայացնող պատկերներ





Հայաստանի բնության գեղեցկությունը պտկերող ելսման պատահառ





Անուրա 2009 10-14 հոկտեմբեր, Բյուլն

Երկրներ 2:

- ✓ Նյաստան
- ✓ Վրաստան

Ընկերությունների թիվը:

- ✓ Նյաստան 9
- ✓ Վրաստան 8





Նորամուծությունների մրցույթ „Համ 09“, Անուգա

- 6200 ապրանքներից ընտրվեց 53-ը.
- Հայկական ընկույզի մուրաբան արժանավ մրցանակի





➤ Վրացական
փրփրուն գինին
գրադեցրեց 2-րդ
տեղը





Երկրներ

- ✓ Հայաստան
- ✓ Վրաստան
- ✓ Ադրբեջան

մասնակցող

ընկերություններ

- ✓ Հաստան 9
- ✓ Վրաստան 7
- ✓ Ադրբեջան 12



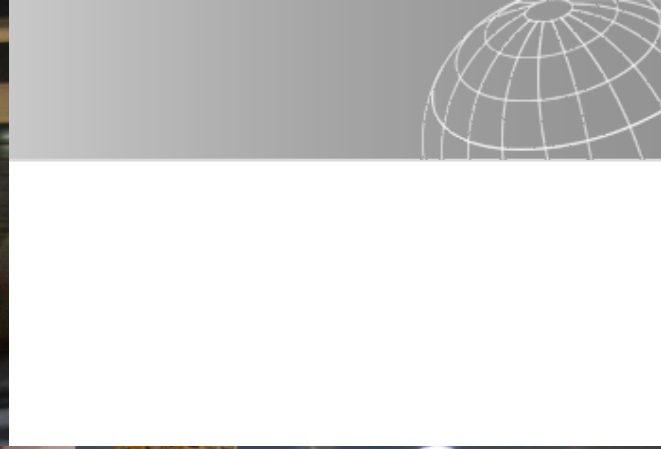


*Տնտ. գարգ . եւ
համագործակցության դաշնային
նախարարության եւ ԳՏՀ
գլխամասային գրասենյակի
ենդկաացուցիչների այցը*





Գերմանիայի պետքարտուղարի այց





Participating companies

- ✓ Armenia 4
- ✓ Georgia 2
- ✓ Aserbaijan 1

Countries

- ✓ Armenia
- ✓ Georgia
- ✓ Aserbaijan





BioFach 2010, 17-20 փետրվար, Նյուրնբերգ

մեկ այլ պատկեր





BioFach 2010, 17-20 February, Nuremberg

Կլոր սնդան

- ❖ բոլոր երեք երկրների նախարարությունների ներկայացուցիչներ
- ❖ արտահանման խթանման գործակալություններից
- ❖ ԳՏՀԸ
- ❖ մասնավոր հատված
- ❖ „Rapunzel“ ընկերության հիմնադիր և գործադիր տնօրեն ,
պրն. Չոզնիֆ Վիլիսմ (organic food worldwide)





Անուրա 2009 “Հարավային Կովկասի” տաղավարի հայական հատվածը





Արձագանքներ եվ մոնիտորինգ

- Մենք խնդրում ենք մասնակից ընկերություններին տրամադրել տեղեկություններ տոնավաճառների ընթացքում կնքված գործարքների, պայմանագրերի մասին
- Կանաչ շաբաթ (Անուգա) միջոցառման ընթացքում հայկական ընկերությունները կնքել են 10.000-30.000 եվրոյի նոր գործարքներ
- ոչ պաշտոնական կապը ընկերությունների հետ մեկ տարվա ընթացքում պահպանվում է և լրացուցիչ տեղեկություններ է ստացվում տոնավաճառի արդյունքում կնքված լրացուցիչ գործարքների վերաբերյալ
- տոնավաճառների ընթացքում, եվրոպական ընկերությունների հետ կապերը կօգտագործվեն պետական եվ մասնավոր հատվածների միջև գործընկերության հստատման միջոցառումների մեկնարկին
- Biofach 2010-ի արդյունքում առաջ եկավ պետական և մասնավոր համագործակցության մի ծրագիր գերմանական օրգանիկ թեյ արտադրող ընկերության եվ Գեդարքունիքի, Սյունիքի ու Տավուշի մարզի ֆերմերների միջև



Առաջարկներ՝ արտահնման խրախուսմանն ուղղված հետազոտ քայլերի վերաբերյալ

- ամրապնդել պետական մարմինների՝ ՀՀ էկոնոմիկայի, նախարարության, ՀՀ Գյուղնախարարության Հայկական Զարգացման գործակալության եւ ՓՄՁ ԶԱԿ, միջեւ համագործակցությունը
- սահմանել առաջնային տոնավաճառները, որոնք համահունչ են Հայաստանի բիզնեսին, ստանալ կառավարության աջակցությունը
- մշակել ֆինանսավորման ծրագիր՝ միջնաժամկետ հեռանկարում միջազգային տոնավաճառներին մասնկացության ֆինանսավորումը նրաշխավորելու համար
- պետական մարմիններին ներկայացնել առանձին առևտրային ցուցահանդեսների և ընդունող երկրների առանձնահատուկ պահանջների ուղղությամբ
- կապակցել զբոսաշրջության խրախուսման եւ ապրանքների առևտրին ուղղված տոնավաճառները
- համագործակցություն երկրի ավելի լավ բրենդինգի ձեւավորման նպատակով



GTZ Private Sector Development Program for South Caucasus

Շնորհակալություն ուշադրության
համար

Thank You For Your Attention

Vielen Dank