Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարություն

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԿՈՇԻԿԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հաստատված՝

2013թ. դեկտեմբերի **6**-ին կայացած ՀՀ վարչապետին կից Արդյունաբերական խորհրդի նիստին

- Սույն ռազմավարության թիրախն է Հայաստանում «կաշվի, կաշվե արտադրատեսակների արտադրությունը» («15» ենթաբաժինը ըստ Տնտեսական գործունեության տեսակների Հայաստանի Հանրապետության դասակարգիչ (ՏԳՏԴ Խմբ.2)), որը ներառում է հետևյալ ենթաոլորտները.
    - Կաշվի դաբաղում և վերջնամշակում, ճամպրուկների, պայուսակների և թամբա-լծասարքային արտադրատեսակների արտադրություն, մորթու վերջնամշակում և ներկում (15.1)
    - Կոշիկի արտադրությունը (15.2)
- Հաշվի առնելով ոլորտի ավանդույթները և ներկայիս կատարողականը՝ ոլորտի զարգացման ռազմավարության առանցքային ուղղվածություն է ընտրվել կոշիկի արտադրությունը: Ընտրության ժամանակ հաշվի են առնվել նաև ոլորտում ընկերությունների քանակը, աշխատուժի ներգրավման մասշտաբը և նրանց արտահանման կողմնորոշվածությունը:
- Ներկայումս Հայաստանում գործում են փոքրաթիվ ընկերություններ, որոնք իրականացնում են պայուսակների և այլ կաշվե իրերի արտադրություն, որոնց հիմնական թիրախը ներքին շուկան է: Մեկ ընկերություն իրականացնում է կաշվե իրերի արտադրության պատվերներ համաշխարհային ճանաչում ունեցող ընկերությունների համար: Այս ենթաոլորտն առանձնացված չի դիտարկվել, սակայն գնահատման ժամանակ ուսումնասիրվել են նաև այդ ընկերությունների զարգացման խնդիրները: Դրանք հիմնականում համընկնում են սույն ռազմավարությամբ հասցեագրվող խնդիրներին, և նախատեսվում է այդ ընկերությունների ներգրավումը ոլորտի զարգացմանն ուղղված միջոցառումներում:

Բովանդակություն

Հայաստանի կոշիկի արտադրության ոլորտի գնահատում 3

Հայաստանի ներքին շուկայի գնահատում 13

Կոշիկի շուկայի գլոբալ միտումներ և հնարավոր արտահանման շուկաներ 17

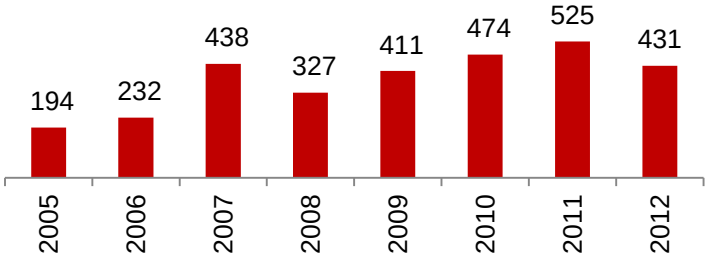
Կոշիկի արտադրության զարգացման ռազմավարություն 28

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԿՈՇԻԿԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

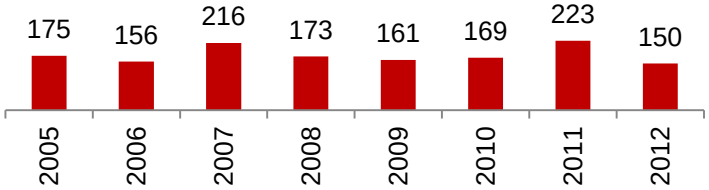
Կոշիկի արտադրության դինամիկան

Կոշիկի արտադրության ճյուղի պաշտոնական վիճակագրությունը

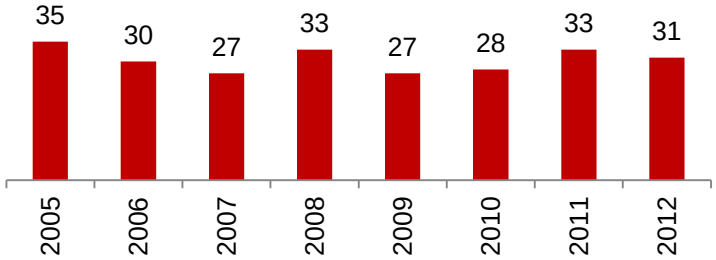
Կոշիկի թողարկումը
Մլն. դրամ



Արդյունաբերաարտադրական աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը



Ձեռնարկությունների թվաքանակը



Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ
*ՀՀ ԱՎԾ մոնիտորիգում ներգրավված ընկերությունների թվաքանակը, որը ներառում է հիմնական արդյունաբերական ընկերությունների գերակշիռ մասը:

Հայաստանում արտադրվող կոշիկի գերակշիռ մասն իրականացվում է անհատների կամ փոքր արտադրողների կողմից, որի գերակշիռ մասը վիճակագրության կողմից չի հաշվառվում:
Հայաստանը լինելով ԽՍՀՄ կոշիկի արտադրության կենտրոններից մեկը՝ ներկայումս գործարկում է արտադրական կարողությունների աննշան մասը:

- Հայաստանը ԽՍՀՄ ժամանակաշրջանում եղել է կոշիկի արտադրության հիմնական կենտրոններից մեկը: 1990թ.-ին Հայաստանում արտադրվել է 18 մլն. զույգ կոշիկ՝ 70%-ը բնական կաշվի երեսով:
- Կոշիկի արտադրությունը հիմնականում կենտրոնացած է եղել Երևանում (80%): Կոշիկի արտադրություն իրականացվել է նաև Գյումրի, Աբովյան, Եղվարդ և Վանաձոր քաղաքներում:
- Կոշիկի արդյունաբերական արտադրությունը գրեթե դադարել է 1997թ.-ին հասնելով 86 հզ. զույգի:
- Ըստ վիճակագրության ներկայացված թողարկման արժեքի Հայաստանում 2012թ.-ին արտադրվել է շուրջ 40 հզ. զույգ կոշիկ (1 զույգ կոշիկի 10,000-12,000 դրամ արտադրողի գնի հաշվարկով):
- **Հիմնվելով Հայաստան ներկրվող կոշիկի հումքի ծավալների վրա՝ ներկայումս Հայաստանում արտադրվող կոշիկի քանակը գնահատվում է շուրջ 600,000-700,000 զույգ:**

Կոշիկի արտադրությունը Հայաստանում

Արտադրանք

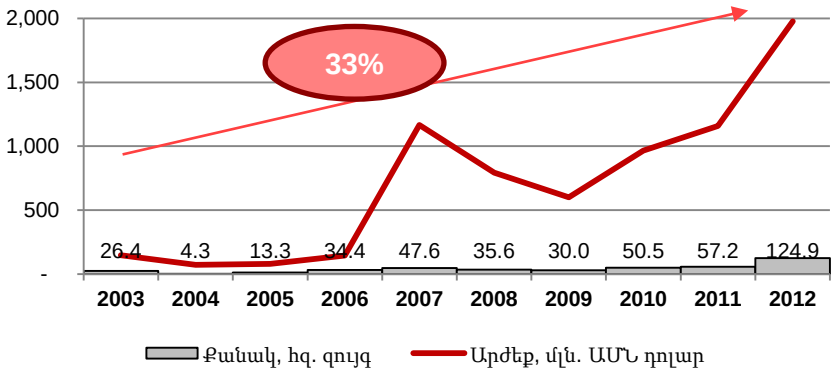
- Հայաստանում գերակշռում է կաշվե երեսով կոշիկների արտադրությունը, որը կոշիկների առավել բարձր գնային սեգմենտն է ներկայացնում:
- Արտադրվում են կաշվե կոշիկների հիմնական բոլոր տեսակները:
- Շուկայում առկա են բրենդավորված տեղական արտադրանք, որոնք հիմնականում վաճառվում են խանութների միջոցով (Luxe, Armos, Helen, Sali, Reberto Piraloff, Bebetta, Janet, Tavros և այլն) և մրցակցում են շուկայի առավել բարձր գնային սեգմենտում՝ ներմուծված բրենդային ապրանքների հետ:
- Տեղական շուկայում հատկապես տոնավաճառներում և ոչ բրենդային խանութներում վաճառվող կաշվե կոշիկների գերակշիռ մասը (հիմնականում տղամարդկանց կոշիկներ) անհատ վարպետների կամ «անանուն» արտադրողների արտադրանք են:
- Տեղական արտադրության կաշվե կոշիկները հիմնականում գնային առավելություն ունեն ներմուծված համապատասխան որակի թուրքական և չինական արտադրանքի նկատմամբ:
- Տեղական արտադրանքի հիմնական մասը (մոտ 80%) սպառվում է տեղական շուկայում:

Արտադրողներ

- Մոտ 5-7 միջին չափի արտադրողներ՝ 30-50 աշխատողներով
- Հիմնականում փոքր արտադրամասեր և անհատ վարպետներ
- Արտադրությունն իրականացվում է հիմնականում խորհրդային ժամանակաշրջանից ժառանգված արտադրական տեխնիկայով, որոնք հիմնականում արևմտաեվրոպական (իտալական, գերմանական, անգլիական) արտադրության են և ձեռք են բերվել 80-ական թվականների վերջին:
- Դիզայնը հիմնականում կրկնօրինակվում է իտալական կատալոգներից
- Կատարվել է խոշոր ներդրում կոշիկի արտադրության ոլորտում՝ հիմնելով ժամանակակից արտադրություն
- Ներկայումս Հայաստանում առկա է առնվազն 1,5-2 մլն զույգ կոշիկի արտադրության արտադրական հզորություններ:

Կոշիկի արտահանումը Հայաստանում

Հայաստանից կոշիկի արտահանում
Հզ. ԱՄՆ դոլար, հզ. զույգ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Չնայած արտահանման աճին կոշիկի արտահանումը չափազանց փոքրածավալ է:

- Հայաստանից արտահանվում է հիմնականում կաշվե կոշիկներ (քանակի՝ 80%, արժեքի՝ 97%):
- Արտահանման հիմնական շուկան Ռուսաստանն է՝ շուրջ 90% (2012թ.)
- Միջին արտահանման գինը մոտ 23 ԱՄՆ դոլար է, որը գերազանցում է թուրքական և չինական արտահանման միջին գինը:
- Բացի պատրաստի կոշիկից արտահանում է նաև կոշիկի կիսաֆաբրիկատներ:
- Չկան խոշոր արտահանող ընկերություններ:
- Միակ ընկերությունը, որն ունի բրենդային խանութների ցանց արտասահմանյան շուկաներում՝ Արմո Գրուպն է:
- Արտահանումներն իրականացնում են հիմնականում միջնորդները և մեծամասամբ արտադրողները ուղղակի կապ չունեն արտահանման շուկաների հետ:

Կոշիկի արտադրությունը Հայաստանում

Հումք

- Հիմնականում ներմուծվում է
- Տեսականու սահմանափակություն
- Բարձր գներ՝ համեմատած տեղական հումք օգտագործող երկրների արտադրողների հետ
- Փոքր արտադրողները հումքը հիմնականում ձեռք են բերում շուկայից, որը չի փաստաթղթավորվում

Արտադրություն

- Արտադրողները փոքր են և աշխատում են հիմնականում շրջանառության հարկի դաշտում
- Բավականին լավ պահպանված արտադրական հզորություններ՝ վերազինումը տեղի է ունեցել ԽՍՀՄ վերջին տարիներին հիմնականում արևմտաեվրոպական արտադրության սարքավորումներով
- Որակյալ աշխատուժի մեծ մասն արտագաղթել է հիմնականում Ռուսաստան, առկա է մասնագետների պակաս
- Բացակայում է մասնագիտական կրթությունը, ավանդաբար այն իրականացվել է ընկերություններում
- Դիզայնը հիմնականում կրկնօրինակվում է: Ինչպես այլ երկրների, այնպես էլ հայ արտադրողները առաջնորդվում են իտալական նորաձևության միտումներով:

Իրացում

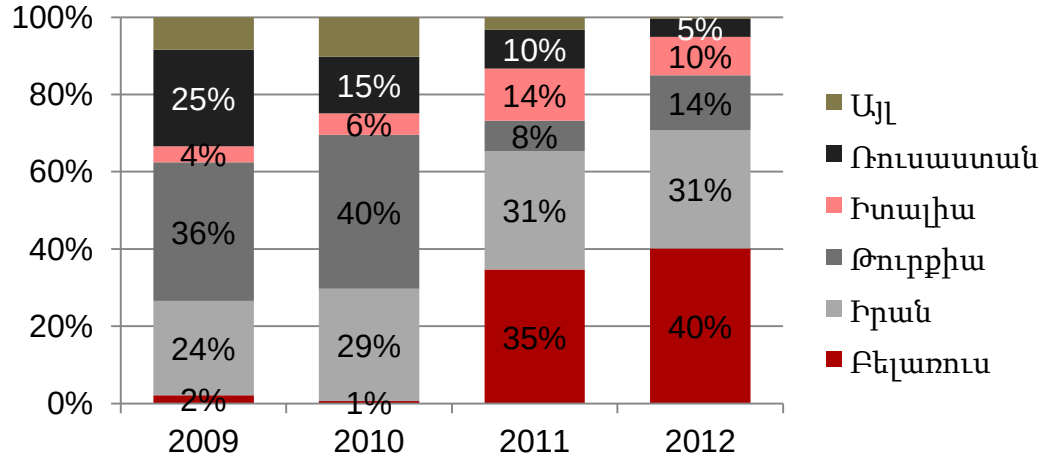
- Սահմանափակ բրենդինգ տեղական արտադրողների կողմից
- Բացակայում է համակարգված և պարբերաբար արտահանումը
- Հաճախ արտահանումը կատարվում է անհատների կողմից՝ շրջանցելով օրինական մաքսային ձևակերպումն արտահանման շուկաներում
- Տեղական շուկայում վաճառքի մեծ մասն իրականացվում է տոնավաճառներում, որպես «հայկական արտադրանք»՝ հիմնականում բացակայում է արտադրողի անունը
- Հիմնական շուկան Ռուսաստանն է, որտեղ դեռևս կա «հայկական կոշիկի» ձևավորված իմիջ, որը հաճախ վարկաբեկվում է ցածրորակ արտադրանքի պատճառով

Հումք

Կաշի

- Կոշիկի հիմնական հումքը՝ կաշին ներմուծվում է Բելառուսից, Իրանից, Թուրքիայից, Ռուսաստանից և Իտալիայից:
- Որակյալ կաշին ներմուծվում է Իտալիայից և Թուրքիայից, իսկ՝ Իրանից ներմուծվում է հիմնականում էժան և համեմատաբար ցածրորակ կաշի:
- Առաջնային հումքի արտահանման արդյունքում կաշվի տեղական վերամշակումը չնչին ծավալների է հասել:

Խոշոր եղջերավոր անասունի կաշվի ներմուծման կառուցվածքը
Կշիռը քանակում (կգ)



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Այլ բաղադրիչներ (տակացու, կրունկ, մեխ, սոսինձ)

- Որակյալ պարագաները հիմնականում ներմուծվում են
- Տեղում առկա է տակացուների արտադրություն, սակայն օգտագործվում է ցածրորակ հումք

Տեղական հումք

Առկա հնարավորություն

Արտահանվում է

մոտ 137,000 հատ անմշակ կաշի (2012թ.)

Վերամշակումից ստացվող կաշի արտահանվող հումքի վերամշակման դեպքում՝ ~**30-35 մլն. դմ2**

Պոտենցիալ

200-230,000 հատ չմշակված կաշի

(Հայաստանում 660,000 խոշոր եղջերավոր անասուն, 35% գլխաքանակի տարեկան սպանդ)

Վերամշակումից ստացվող կաշվի առկա հումքի ամբողջական վերամշակման դեպքում՝ **50-55 մլն. դմ2**

Հայաստանում առկա վերամշակման հզորություններ

«Կաշի» ԲԲԸ
«Բիզոն» ՍՊԸ
2-3 փոքր արտադրողներ

Արտադրական հզորություններ՝ առնվազն **100 մլն դմ2 տարեկան**

Պահանջարկ

Մաքսային վիճակագրության կողմից հաշվառված **17 մլն դմ2** կաշվի ներմուծում, որը աճի միտում ունի տեղական արտադրության զարգացմանը զուգահեռ

Հայաստանից արտահանվող չվերամշակված հումքի տեղում վերամշակման դեպքում այն շուրջ 2 անգամ կգերազանցեր վերամշակված կաշվի ներկայիս ներքին պահանջարկը:
Կաշվի հավելյալ մասը կարտահանվի մշակման տարբեր մակարդակով, որի պահանջարկը նույնպես մեծ է կաշվե իրեր արտադրող երկրներում:

Տեղական հումք

Տեղական հումքը

Կաշվի հումքի Թուրքիա արտահանման արդյունքում 1կգ չմշակված կաշվի գինը հասել է 450-500 դրամի վերջին 2 տարիների ընթացքում: Գնի բարձրացումը հիմնականում իրականացվել է միջնորդների մարժաների բարձրացման հաշվին: Գյուղացիները կաշվի դիմաց գումար չեն ստանում, այն տնօրինում է մսագործը:

Ներկա գնի պայմաններում հայկական վերամշակված կաշվի արտադրանքը կարող է ապահովել Թուրքիայից ներկայումս ներմուծվող կաշվի որակը (միջին), սակայն կունենա գնային առավելություն.

- ԱԱՀ-ով գինը (85-100 դրամ) մոտ 30-35%-ով ավելի էժան կլինի նմանատիպ որակի թուրքական արտադրանքից (վերջինս վաճառվում է շուկայում առանց հաշվի-ապրանքագրի՝ 100-150 դրամ),
- Ծախսերի փաստաթղթավորման և ԱԱՀ հաշվանցման հնարավորություն արտադրողների համար:

Արդյունքում հնարավոր կլինի մոտ 40%-ով նվազեցնել կոշիկի հիմնական հումքի արժեքը:

Առաջնային հումքի արտահանման սահմանափակում

Որպես լուծում առաջարկվում է սահմանափակել առաջնային հումքի արտահանումը՝ կիրառելով պետական տուրք հումքի արտահանման վրա, որը գրեթե ամբողջությամբ արտահանվում է Թուրքիա:

Նախադեպ՝
ՀՀ պետական տուրքի մասին օրենքում 2012թ. դեկտեմբերի 19-ի փոփոխություն, որով սահմանվել է արտահանման տուրք բազային տուրքի 80-ապատիկի չափով սև մետաղների ջարդոն, թափոնների արտահանման դեպքում և 100-ապատիկի չափով՝ գունավոր մետաղների:

Տեղական հումքի տեղում վերամշակման օգուտները

- Մոտ 100-150 նոր աշխատատեղ
- Տեղում հումքի առկայություն
- Առնվազն 700 հզ – 1 մլն. դոլարի հավելյալ ավելացված արժեք միայն աշխատավարձի և շահույթի մասով
- Վերամշակման ժամանակ տեղական մատակարարներից գնումներ
- Էժան տեղական հումքի հաշվին կոշիկի արտադրության աճ

Տեղական հումքի որակի խնդիրներ

- Ոչ սպանդանոցային, անփույթ մորթ
- Անասունների մաշկային հիվանդություններ
- Խոշոր ֆերմաների բացակայություն

Անհրաժեշտ քայլեր

- Անասունի սպանդանոցում մորթի պարտադիր պահանջի կիրառում
- Քարոզարշավ գյուղացիների շրջանում և անասունի լավորակ մաշկի հանձնման պարագայում ֆինանսական խթանների կիրառում
- Պայքար մաշկային հիվանդությունների դեմ

Աշխատուժի ծախսի համեմատություններ

Աշխատավարձն արդյունաբերության ոլորտում
ԱՄՆ դոլար մեկ ժամի համար

	2007	2012	Տարեկան միջին աճ, 2007-12թթ.
Իտալիա	22.0	22.9	0.8%
Իսպանիա	18.6	20.4	1.9%
Պորտուգալիա	7.0	7.9	2.4%
Չեխիա	5.4	7.1	5.6%
Էստոնիա	5.7	6.7	3.3%
Սլովակիա	5.1	6.1	3.6%
Լեհաստան	5.6	6.0	1.4%
Հունգարիա	5.4	6.0	2.1%
Ռուսաստան	3.3	5.5	10.8%
Լիտվա	4.3	4.9	2.6%
Մալազիա	3.0	4.6	8.9%
Թուրքիա	3.7	4.4	3.5%
Չինաստան	1.5	3.2	16.4%
Ռումինիա	2.7	3.2	3.5%
Բելառուս	2.4	3.1	5.3%
Բուլղարիա	1.5	2.3	8.9%
Թայլանդ	1.2	1.9	9.6%
Հայաստան	**1.1**	**1.4**	**4.9%**
Հնդկաստան	0.5	0.8	9.9%

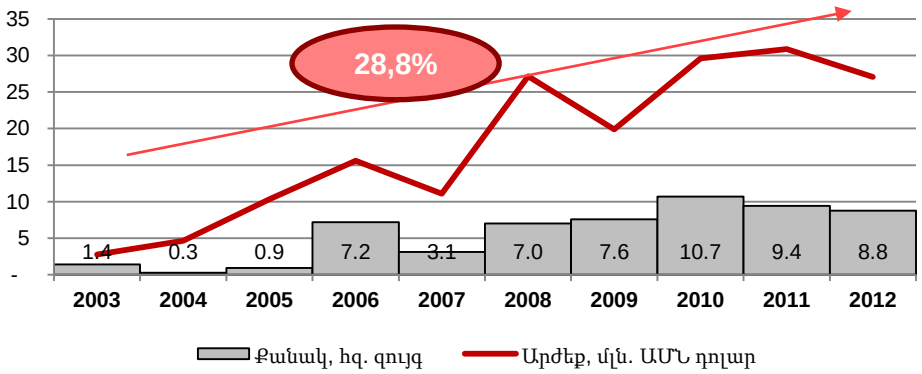
Աղբյուր: Euromionitor

Աշխատուժի ծախսի առումով Հայաստանը կարող է ունենալ լուրջ մրցակցային առավելություն միջին եվրոպական արտադրողականություն ապահովելու դեպքում:

- Արևելյան Եվրոպայի և Թուրքիայի հետ համեմատությամբ Հայաստանն ունի լուրջ ծախսային առավելություն աշխատավարձերի մասով:
- Կոշիկի խոշորագույն արտադրող Չինաստանում աշխատավարձն աճել է շուրջ 2 անգամ՝ հավասարվելով որոշ արևելաեվրոպական երկրների մակարդակին:
- Հայկական կոշիկ արտադրող ընկերություններում, մեկ աշխատողին ընկնող աշխատանքի արտադրողականությունը միջինում մոտ 8 զույգ է օրեկան (հոսքագծային արտադրության դեպքում, «Լյուքս» ֆաբրիկայի օրինակով): Այս ցուցանիշով Հայաստանը մոտ է Արևելյան Եվրոպայի երկրներին, որտեղ միջին արտադրողականությունը մոտ 10 զույգ է: Զարգացած կոշիկ արտադրող երկրներում, ինչպիսիք են Իսպանիան և Պորտուգալիան մեկ աշխատողի հաշվով արտադրողականությունը օրեկան 22-24 զույգ է:
- Աշխատանքի արտադրողականությունն էականորեն կարող է տարբերվել արտադրվող կոշիկի տեսակից: Կաշվե կոշիկների դեպքում այն համեմատաբար ցածր է:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՆԵՐՔԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

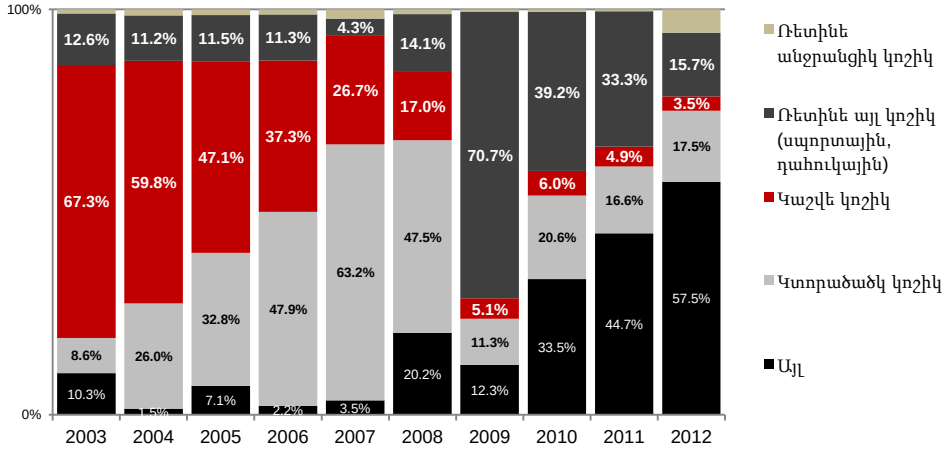
Կոշիկի ներմուծումը Հայաստան քանակապես նվազման միտում ունի վերջին տարիներին
Մլն ԱՄՆ դոլար, մլն. զույգ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

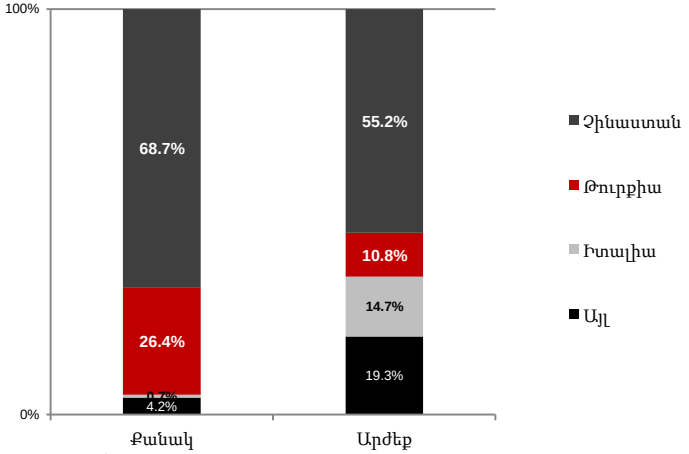
- Վերջին 3 տարիներին կոշիկների ներմուծման ծավալները նվազում են, իսկ 2012-ին նաև արժեքային արտահայտությամբ:
- Ըստ պաշտոնական վիճակագրության էապես կրճատվել է Հայաստան ներմուծվող կաշվե կոշիկների ծավալը և կշիռը(3.5%)՝ կազմելով մոտ 300 հզ. զույգ (Չինաստան -57%, Իտալիա -10%, Թուրքիա - 7%):
- Ներմուծման կառուցվածքում կաշվե կոշիկների կշիռը էականորեն ցածր է համեմատած այլ երկրների հետ (ԱՊՀ և Ասիա՝ 23-24%, և Լատինական Ամերիկա՝ 15%, Եվրոպա և Հյուսիսային Ամերիկա՝ 27-28%), որը թույլ է տալիս ենթադրել, որ այն ոչ ամբողջությամբ է գրանցվում որպես կաշվե կոշիկ:

Հայաստան ներմուծված կոշիկի կառուցվածքն էական փոփոխություններ է կրել վերջին տասնամյակում
Կշիռը ներմուծված քանակի մեջ, զույգ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

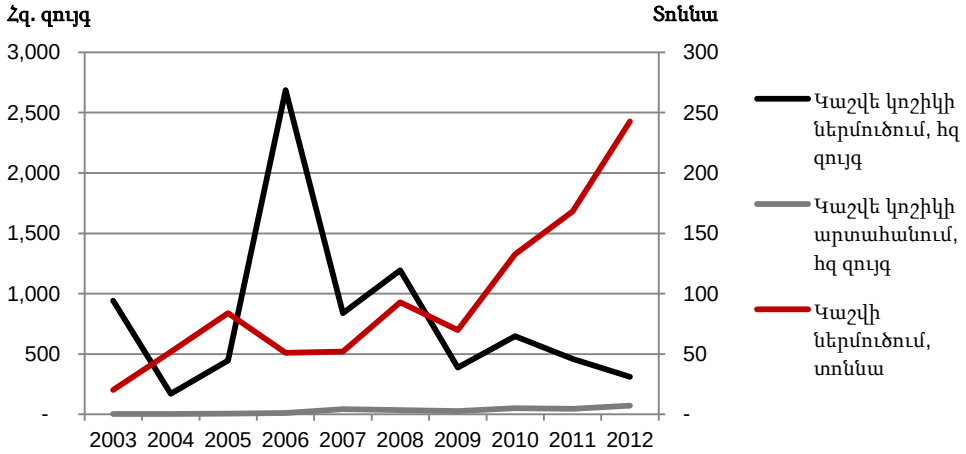
Հայաստան ներմուծված կոշիկի 95% չինական և թուրքական արտադրանք է
Կշիռը ներմուծված քանակի և արժեքի մեջ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Հայաստան կաշվե կոշիկի ներմուծման և արտահանման, կոշիկի հումքի ներմուծման դինամիկան

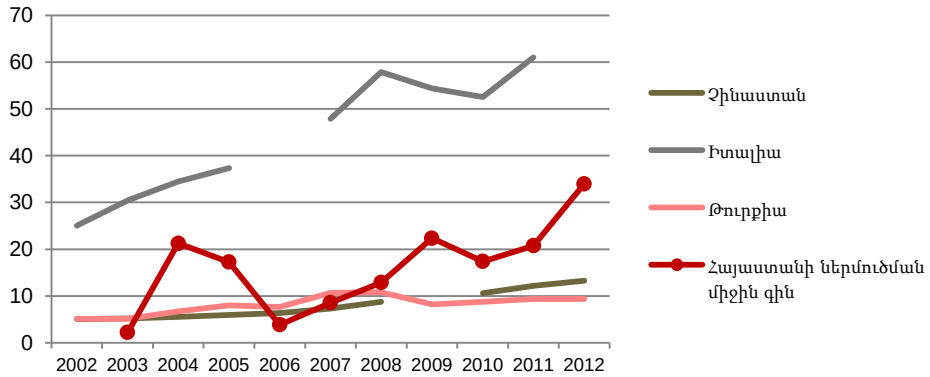
Կոշիկ՝ հզ. զույգ, խոշոր եղջերավոր անասունի կաշի՝ տոննա



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Կաշվե կոշիկի Հայաստան ներմուծման գինը զգալի աճել է հիմնական ներմուծման երկրների արտահանման գնի աճին զուգահեռ

Արտահանման գին (FOB) ԱՄՆ դոլար մեկ զույգի հաշվով. Չինաստան, Թուրքիա, Իտալիա, Հայաստան ներմուծման միջին գին (CIF) ԱՄՆ դոլար1 զուգի հաշվով



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Հայաստանում առկա է կաշվե կոշիկների սեգմենտում ներմուծման փոխարինման միտում:

- Կաշվե կոշիկների արտադրության հիմնական հումքի ներմուծումն աճել է շուրջ 4 անգամ 2009-2012 թթ. ընթացքում, որը թույլ է տալիս ենթադրել տեղական արտադրության աշխուժացման մասին:
- Շուկաներում դիտարկումները նույնպես փաստում են վերջին շրջանում տեղական արտադրանքի գերակայությունը ներմուծված կաշվե ապրանքների նկատմամբ:
- Այս զարգացումներին նպաստել է նաև կաշվե կոշիկների Հայաստան ներմուծման գների բարձրացումը:
- Տեղական կաշվե կոշիկի արտադրության ծավալները գնահատվում է շուրջ 600-700 հզ զույգ՝ ելնելով ներմուծված հումքի ծավալից:

Տեղական արտադրողներն ապահովում են կաշվե կոշիկների տեղական սպառման մոտ 30-40%-ը:

Կոշիկի սպառման ծավալի գնահատում

Գլոբալ միջին սպառումը մոտ 4 կոշիկ տարեկան մեկ շնչի հաշվով

Հայաստանում կոշիկի սպառման գնահատական՝

~11 մլն. զույգ կոշիկ տարեկան

(4 * 2,8 մլն (մշտական բնակչություն))

Ներմուծում

10-10.5 մլն. զույգ կոշիկ, որից
1-1.5 մլն զույգ կաշվե կոշիկ

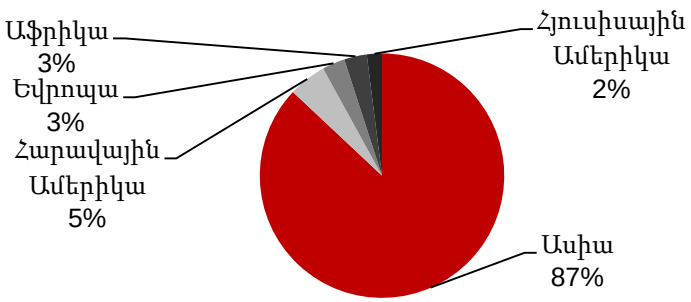
(հաշվի առնելով միջազգային պրակտիկան՝ ենթադրվում է, որ Հայաստան ներմուծված կոշիկի առնվազն 10%-15%-ը կաշվից է ի տարբերություն ներկայիս 3.5%-ի)

Տեղական արտադրություն

600-700 հզ. զույգ կոշիկ, հիմնականում կաշվե կոշիկ, որից առնվազն 500-550 հզ. զույգը վաճառվում է ներքին շուկայում:

ԿՈՇԻԿԻ ՇՈՒԿԱՅԻ ԳԼՈԲԱԼ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ՀՆԱՐԱՎՈՐ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐ

Կոշիկի համաշխարհային արտադրության բաշխվածությունն ըստ տարածաշրջանների
2011թ., բնեղեն արտահայտությամբ



Աղբյուր՝ World Footwear 2012 Yearbook, Portuguese Footwear, Components and Leather Goods Manufacturers' Association

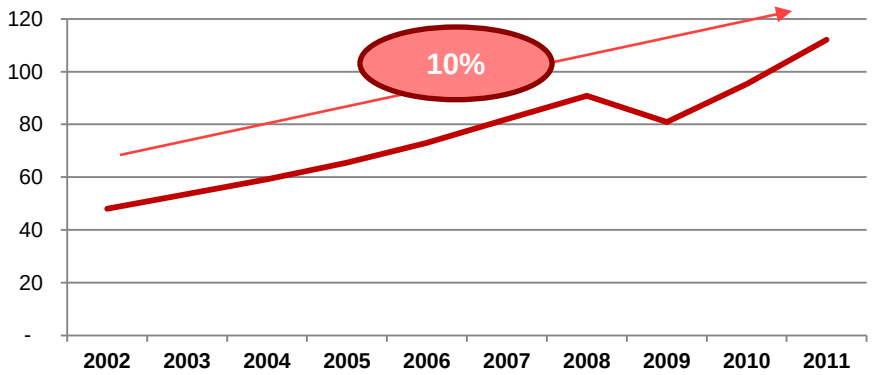
Կոշիկի 10 խոշոր արտադրող երկրներ
2011թ., բնեղեն արտահայտությամբ

		Մլն. զույգ	Կշիռը համաշխարհային արտադրության մեջ
1	Չինաստան	12,887	60.5%
2	Հնդկաստան	2209	10.4%
3	Բրազիլիա	819	3.8%
4	Վիետնամ	804	3.8%
5	Ինդոնեզիա	700	3.3%
6	Պակիստան	298	1.4%
7	Բանգլադեշ	276	1.3%
8	Մեքսիկա	253	1.2%
9	Թայլանդ	244	1.2%
10	Իտալիա	207	1.0%

Աղբյուր՝ World Footwear 2012 Yearbook, Portuguese Footwear, Components and Leather Goods Manufacturers' Association

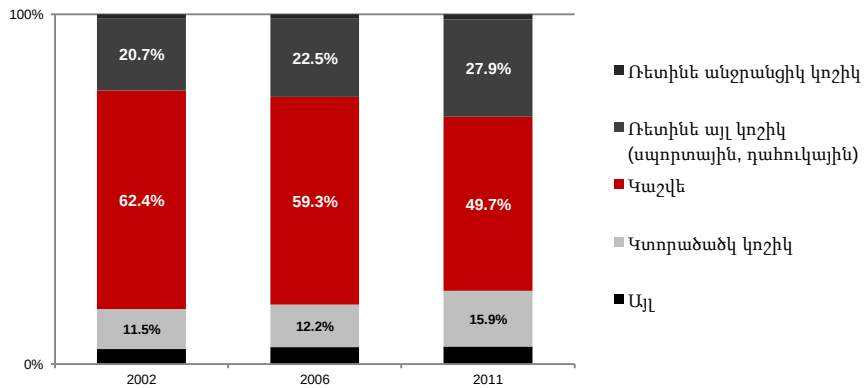
- Կոշիկի գլոբալ արտադրությունը 2011 թվականին գնահատվում է շուրջ 21 մլրդ. զույգ:
- Ասիան 90% մասնաբաժնով շարունակում է պահպանել իր դոմինանտ դիրքը կոշիկի գլոբալ արտադրությունում:
- Հնդկաստանը և Չինաստանը միասին ապահովում են կոշիկի արտադրության 70%:
- Եվրոպական երկրներից միայն Իտալիան է առաջատար տասնյակի կազմում տարեկան մոտ 210 մլն. զույգ կոշիկի արտադրությամբ:

Կոշիկի համաշխարհային արտահանումը կայուն աճում է
Մլրդ ԱՄՆ դոլար



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Չնայած կշռի նվազմանը համաշխարհային արտահանման 50% կազմում են բնական կաշվից կոշիկները
Կշիռը համաշխարհային արտահանման արժեքի մեջ

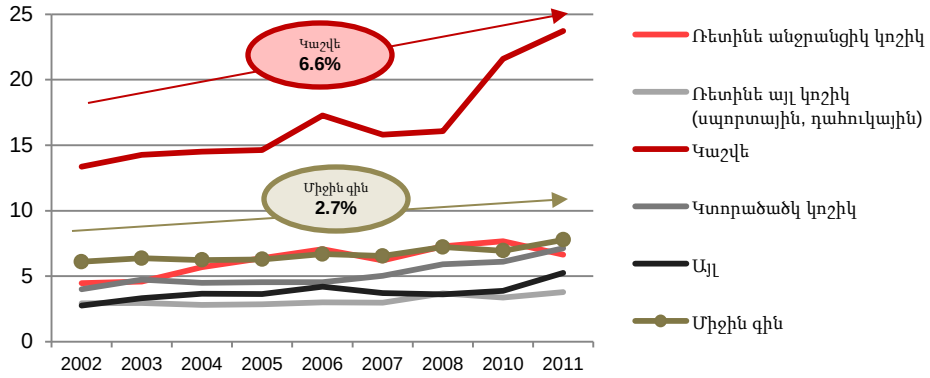


Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

- Կոշիկի արտադրությունը խիստ միջազգայնացված է: Յուրաքանչյուր արտադրված 4 զույգ կոշիկից 3-ն արտահանվել է:
- Արժեքային արտահայտությամբ կոշիկի արտահանումը աճել է տարեկան մոտ 10%, բացառությամբ 2009 թվականի:
- Չնայած բնական կաշվից կոշիկների կշիռը նվազել է արտահանման կառուցվածքում, այդ խմբի արտահանումը աճել է տարեկան 7%-ով:
- 2011 թվականին արտահանվել է շուրջ 2.2 մլրդ զույգ կաշվե կոշիկ:

Կաշվե կոշիկների արտահանման գինն ամենաարագն է աճել

ԱՄՆ դոլար մեկ զույգի հաշվով



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Կաշվե կոշիկների արտահանում

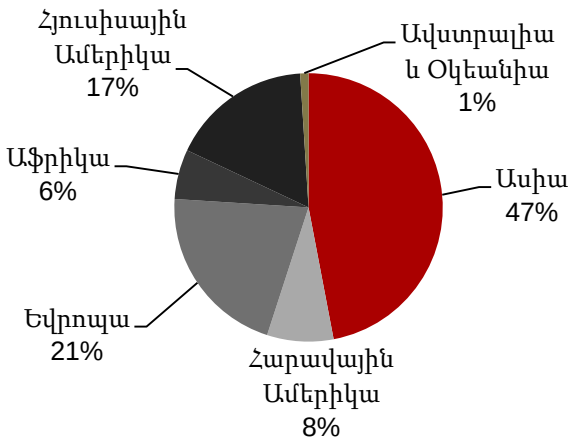
ԱՄՆ դոլար մեկ զույգի համար, 2011թ.

	Մեկ զույգի միջին գինը (FOB), ԱՄՆ դոլար	Կշիռը արտահանման մեջ
Չինաստան	12.2	40.9%
Հոնկոնգ	21.7	7.9%
Իտալիա	61.0	6.3%
Իսպանիա	16.7	4.9%
Հնդկաստան	17.3	4.4%
Վիետնամ	31.1	4.3%
Գերմանիա	34.1	3.7%
Ինդոնեզիա	30.1	3.4%
Ռումինիա	25.4	1.7%
Թայլանդ	17.9	1.4%
Բրազիլիա	30.1	1.1%
Ֆրանսիա	62.3	1.0%
Սլովակիա	30.1	1.0%
Թուրքիա	9.4	1.0%
Հունգարիա	32.1	0.4%
Լեհաստան	28.8	0.4%
Բուլղարիա	21.2	0.3%
Մալազիա	11.8	0.2%
Ուկրաինա	15.6	0.2%
Էստոնիա	44.8	0.1%
Մոլդովա	14.5	0.1%
Բելառուս	20.7	0.049%
Հայաստան	22.3	0.002%

Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

- Կոշիկի արտահանման մեկ զույգի միջին գինը վերջին տաս տարիների ընթացքում աճել է մոտ 2,7 տոկոսով:
- Կաշվե կոշիկների միջին գինը աճել է ավելի արագ, քան այլ նյութերից կարված կոշիկներինը՝ կազմելով 23,7 ԱՄՆ դոլար:
- Միջին բարձր գինը բարձր է հիմնականում զարգացած երկրների դեպքում, սակայն որոշ զարգացող երկներ աստիճանաբար անցել են բարձր գնային սեգմենտներ, մասնավորապես Վիետնամի արտահանման միջին գինը 2003թ.-ին 11 դոլարից հասել է 31 դոլարի 2011-ին: Նույն միտումն է նկատվել նաև Արևելյան Եվրոպայի երկրներում:
- Հայաստանի արտահանման միջին գինը կազմել է 22.8 դոլար 2012թ-ին և գտնվում է միջինից բարձր գնային սեգմենտում:
- Խոշոր արտահանողներից Չինաստանը, Հնդկաստանը, Թայլանդը և Թուրքիան են առաջարկում առավել ցածր գին:

Համաշխարհային կոշիկի սպառման բաշխվածությունն ըստ տարածաշրջանների
2011թ., բնեղեն արտահայտությամբ



Աղբյուր՝ World Footwear 2012 Yearbook, Portuguese Footwear, Components and Leather Goods Manufacturers' Association

- Կոշիկի համաշխարհային վաճառքի 40%-ը բաժին է ընկնում Հյուսիսային Ամերիկային և Եվրոպային:
- ԱՄՆ և Եվրոպական զարգացած երկրները կոշիկի խոշորագույն ներմուծողներ են:
- Կոշիկի ներմուծման քանակով 10 խոշորագույն երկրների թվում են նաև Ճապոնիան, Հոնկոնգը և Ռուսաստանը:

Կոշիկի վաճառք. 10 խոշոր երկրներ
2011թ., բնեղեն արտահայտությամբ

		Մլն. զույգ	Կշիռը համաշխարհային սպառման մեջ
1	Չինաստան	2,761	15.9%
2	ԱՄՆ	2,248	12.9%
3	Հնդկաստան	2,202	12.7%
4	Բրազիլիա	740	4.3%
5	Ճապոնիա	697	4.0%
6	Ինդոնեզիա	526	3.0%
7	Գերմանիա	429	2.5%
8	Ֆրանսիա	424	2.4%
9	Միացյալ Թագավորություն	372	2.1%
10	Իտալիա	336	1.9%

Աղբյուր՝ World Footwear 2012 Yearbook, Portuguese Footwear, Components and Leather Goods Manufacturers' Association

Կոշիկի ներմուծում. 10 խոշոր երկրներ
2011թ., բնեղեն արտահայտությամբ

		Մլն. զույգ	Կշիռը համաշխարհային ներմուծման մեջ
1	ԱՄՆ	2,302	22.4%
2	Ճապոնիա	619	6.0%
3	Գերմանիա	593	5.8%
4	Ֆրանսիա	480	4.7%
5	Միացյալ Թագավորություն	455	4.4%
6	Հոնկոնգ	425	4.1%
7	Իտալիա	358	3.5%
8	Իսպանիա	354	3.4%
9	Ռուսաստանի Դաշնություն	256	2.5%
10	Նիդեռլանդներ	245	2.4%

Աղբյուր՝ World Footwear 2012 Yearbook, Portuguese Footwear, Components and Leather Goods Manufacturers' Association

Կաշվե կոշիկների ներմուծման աճի միջին տեմպերն ըստ տարածաշրջանների
2002-2011թթ., բնեղեն արտահայտությամբ

Տարածաշրջան	Ներմուծման տարեկան աճի տեմպ
Աֆրիկա	9.6%
Արաբական երկրներ	-0.7%
Ասիա և Օկեանիա	0.3%
ԱՊՀ	20.8%
Եվրոպա	7.0%
Հս. Ամերիկա	-3.4%
Հվ. Ամերիկա	10.1%

Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Կաշվե կոշիկների ներմուծումը ԱՊՀ երկրներ, 5 խոշոր երկրներ
2011թ., մլն. զույգ

Երկիր	Ներմուծում
Ռուսաստան	92.3
Ուկրաինա	10.2
Ղազախստան	8.6
Ադրբեջան	2.6
Ղրղզստան	1.7

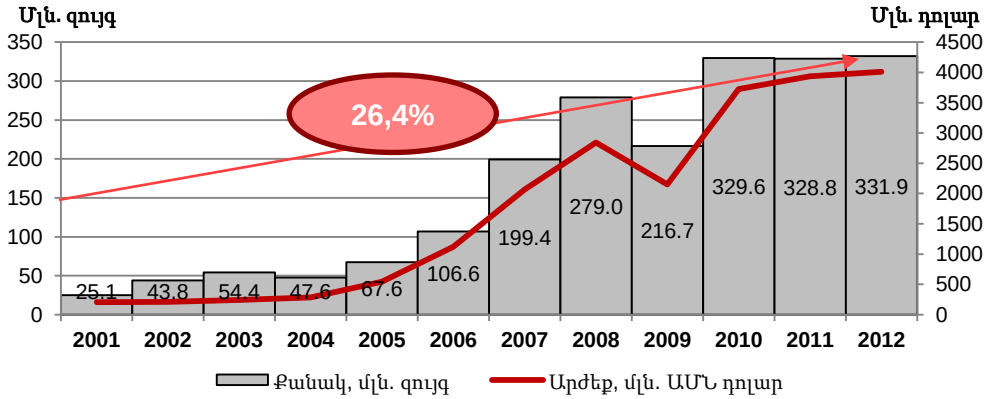
Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Հաշվի առնելով աճի ներուժը, աշխարհագրական դիրքը և առկա գործարար կապերը հայկական կաշվե կոշիկի հիմնական թիրախային շուկան Ռուսաստանն է:

- Կոշիկի ներմուծման աճի տեմպերով աշխարհի բացարձակ առաջատարը ԱՊՀ-ն է՝ 20.8% տարեկան միջին աճի տեմպով:
- ԱՊՀ-ի ներմուծման 75%-ից ավելին բաժին է ընկնում Ռուսաստանին: Հաջորդ խոշոր ներմուծողները Ղազախստանն ու Ուկրաինան են, սակայն նրանց ներմուծման ծավալները մոտ 10 անգամ զիջում են Ռուսաստանի ցուցանիշին:
- Ռուսաստան արտահանման դեպքում հայ արտադրողներն ազատված են 10% վճարումից:
- Ռուսական որոշ սպառողների շրջանում հայկական կոշիկները վայելում են՝ դեռևս խորհրդային ժամանակներին ձևավորված դրական համբավ:
- Ռուսաստանի կոշիկի մեծածախ և մանրածախ առևտրի ոլորտում ներգրավված են հայազգի գործարարներ:

Կոշիկի ներմուծումը Ռուսաստան քանակապես աճել է վերջին տասնամյակի ընթացքում

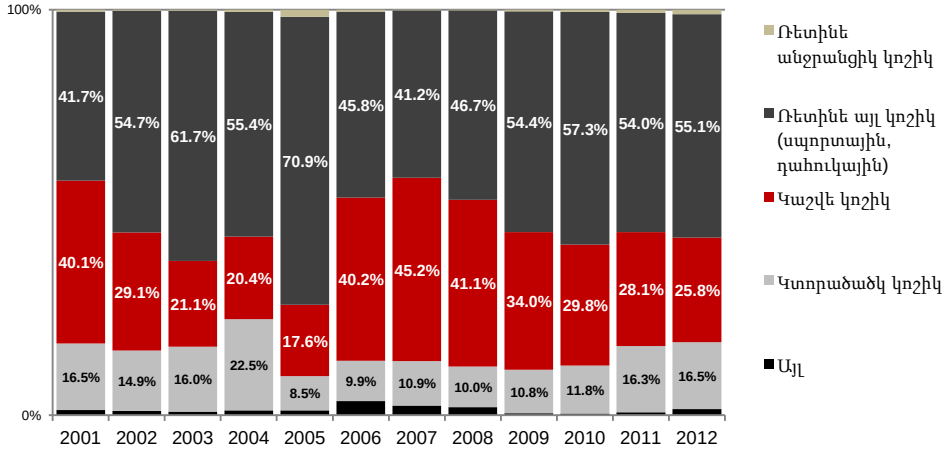
Մլն ԱՄՆ դոլար, մլն. զույգ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Ռուսաստան ներմուծված կոշիկի կառուցվածքի մեջ գերակշռում են ռետինե և կաշվե կոշիկները

Կշիռը ներմուծված քանակի մեջ, զույգ



Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

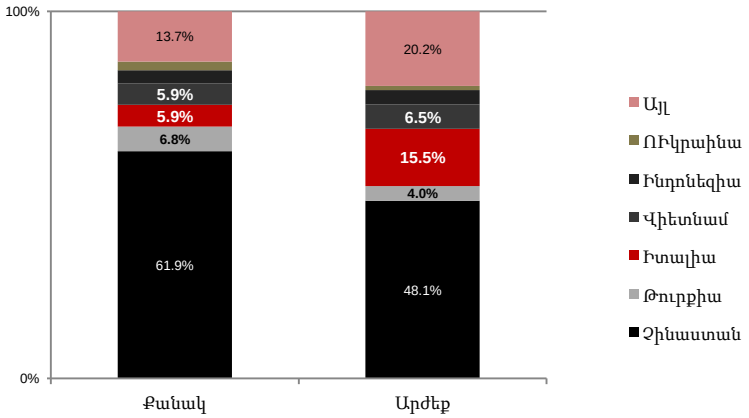
- 2012 թ. դրությամբ Ռուսաստանում կոշիկի տարեկան սպառումը կազմել է ավելի քան 300 մլն. զույգ: Վերջին տարիներին բնակչության եկամուտների աճին զուգընթաց, կոշիկի սպառումը Ռուսաստանում կայուն տեմպերով աճել է տարեկան՝ 8-10%:
- Ռուսաստանում սպառվող կոշիկների միայն մոտ ~17% է հանդիսանում տեղական արտադրանք:
- Մասսայական սպառման կոշիկի արտադրությունը Ռուսաստանում համեմատաբար թույլ է զարգացած: Գործող արտադրողներից ոչ մեկի մասնաբաժինը ներքին շուկայում չի գերազանցում 1%-ը: Ռուսական ընկերությունների արտադրանքի մեծ մասը բաժին է ընկնում պետական ուժային կառույցների կողմից պատվերներին և մասնագիտական կոշիկներին:
- Վերջին տասնամյակի ընթացքում, Ռուսաստան ներմուծվող կոշիկի ծավալները կայուն տեմպերով աճել են՝ անկում գրանցելով միայն ճգնաժամային՝ 2009 թվականին:
- Ներմուծված կոշիկի կառուցվածքի մեջ ամենամեծ բաժինը պատկանում է ռետինե այլ կոշիկներին (ավելի քան 55% 2012 թ. դրությամբ): Երկրորդ տեղում կաշվե կոշիկներն են, սակայն վերջինիս մասնաբաժինը վերջին հինգ տարիներին նվազման միտում ունի (~26% 2012 թ. համեմատած ~45% 2007 թ.-ին):

Աղբյուր՝ : Жуков Ю. В. Итоги работы легкой промышленности в 2011 г, Кочетков А. Российский рынок обуви, 2011

Ռուսաստանի շուկա – կաշվե կոշիկներ

Ռուսաստան խոշորագույն կաշվե կոշիկ արտահանողը Չինաստանն է

Կշիռը ներմուծված քանակի և արժեքի մեջ

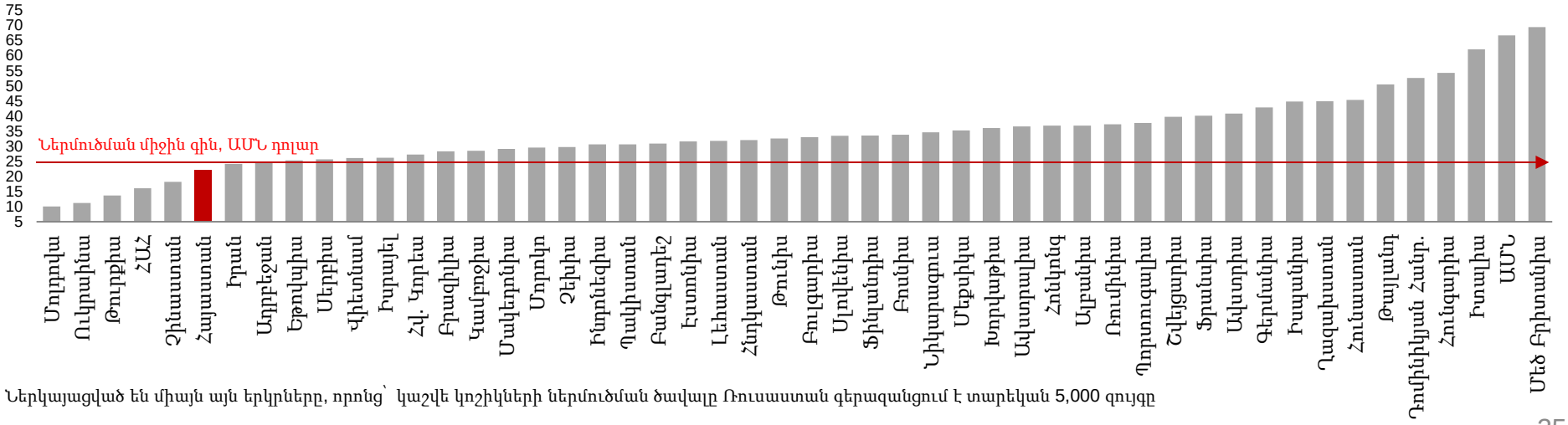


Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

- 2012 թ. դրությամբ Ռուսաստան է ներմուծվել **~82 մլն. զույգ** կաշվե կոշիկ:
- Ռուսաստան կաշվե կոշիկների խոշորագույն արտահանողը Չինաստանն է, որին հետևում են Իտալիան և Թուրքիան:
- Հայաստանի մասնաբաժինը Ռուսաստանի կաշվե կոշիկների ներմուծման կառուցվածքում կազմել է ~0.1% 2012 թ. դրությամբ:
- Հայաստանից ներմուծված մեկ զույգ կաշվե կոշիկների միջին գինը կազմում է ~22.1 ԱՄՆ դոլար: Թեև այս գինը ցածր է միջին ներմուծման գնից (23.5 ԱՄՆ դոլար), այն գերազանցում է ռուսական շուկայի հիմնական խաղացողների՝ Չինաստանի և Թուրքիայի ներմուծման գներին:

Հայկական կաշվե կոշիկները Ռուսաստանի շուկայում մրցակցում են միջին գնային սեգմենտում

Ներմուծման միջին գին մեկ զույգի հաշվով*, 2012թ. ԱՄՆ դոլար

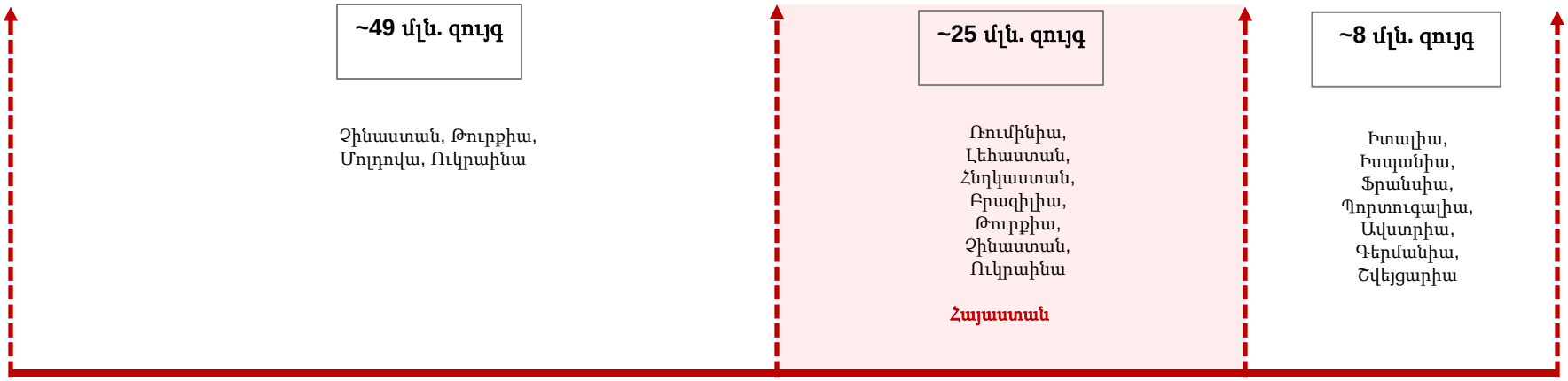


- Ներկայացված են միայն այն երկրները, որոնց՝ կաշվե կոշիկների ներմուծման ծավալը Ռուսաստան գերազանցում է տարեկան 5,000 զույգը

Աղբյուր՝ ՄԱԿ ԱԶԽ, EV վերլուծություն

Ռուսաստանի շուկա – կաշվե կոշիկներ

Ռուսաստանի կաշվե կոշիկների շուկայում Հայկական արտադրանքի թիրախը միջին սեգմենտն է:



Մասսայական սեգմենտ

Մեկ զույգի միջին մանրածախ գին՝ մինչև ~50 ԱՄՆ դոլար

Միջին սեգմենտ

Մեկ զույգի միջին մանրածախ գին՝ 50-150 ԱՄՆ դոլար

Պրեմիում սեգմենտ

Մեկ զույգի միջին մանրածախ գին՝ 150 և ավելի ԱՄՆ դոլար

Էժան, մասսայական սպառման կաշվե կոշիկներ, որոնց գերակշիռ մասը ներմուծվում է Չինաստանից և Թուրքիայից, ինչպես նաև՝ փոքր ծավալներով Մոլդովայից և Ուկրաինայից: Այս սեգմենտի սպառողների համար ընտրության հիմնական գործոն է հանդիսանում կոշիկի գնի մատչելիությունը:

Միջինից մինչև բարձր գնային միջակայքի կաշվե կոշիկներ, ներմուծված աշխարհի տարբեր երկրներից: Այս սեգմենտի հիմնական սպառողը միջին խավի գնորդներն են, որոնք ցանկանում են ստանալ որակ-գին օպտիմալ հարաբերակցություն:

Բարձրարժեք և բարձր որակի կոշիկներ ներմուծված հիմնականում Արևմտյան Եվրոպայի երկրներից, որոնք սպառողների մոտ ասոցացվում են էլիտար նորաձևության հետ: Սպառողների ընտրության հիմնական գործոններն են ծագման երկիրն ու բրենդը:

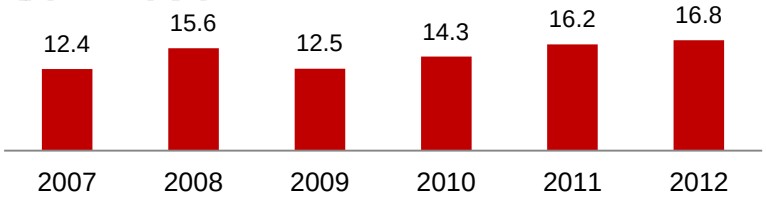
- Չինաստանից, Թուրքիայի ց և Ուկրաինայից ներմուծված կաշվե կոշիկների ~90%-ը բաժին են ընկնում մասսայական սեգմենտին, մնացած 10%-ը՝ միջին սեգմենտին:

Կոշիկի շուկայի գլոբալ միտումներ

Ռուսաստանի շուկա –մեծածախ և մանրածախ

Ռուսաստանի՝ կաշվե կոշիկների մանրածախ վաճառքի ծավալները աճում են

Մլրդ. ԱՄՆ դոլար



Աղբյուր՝ РБК

Տղամարդու, կանացի և երեխաների կոշիկների վաճառքների աճի տարեկան միջին աճի տեմպ, 2006-11

Բնեղեն արտահայտությամբ, %

	Տարեկան միջին աճի տեմպ, 2006-2011	Տարեկան միջին աճի տեմպ, 2011-2016, կանխատեսում
Տղամարդու	3.3%	6.2%
Կանացի	3.0%	6.3%
Երեխաների	4.4%	6.2%

Աղբյուր՝ Euromonitor

Մոսկվայում պարբերաբար անցկացվում են չորս խոշոր կոշիկի ցուցահանդեսներ

Ցուցահանդես	Անցկացման ամիս
Mosshoes	Հունվար, մարտ, հունիս, սեպտեմբեր
LeShow	Մայիս
Обувь –Мир Кожи	Մարտ, Հոկտեմբեր
Techtextil	Մարտ

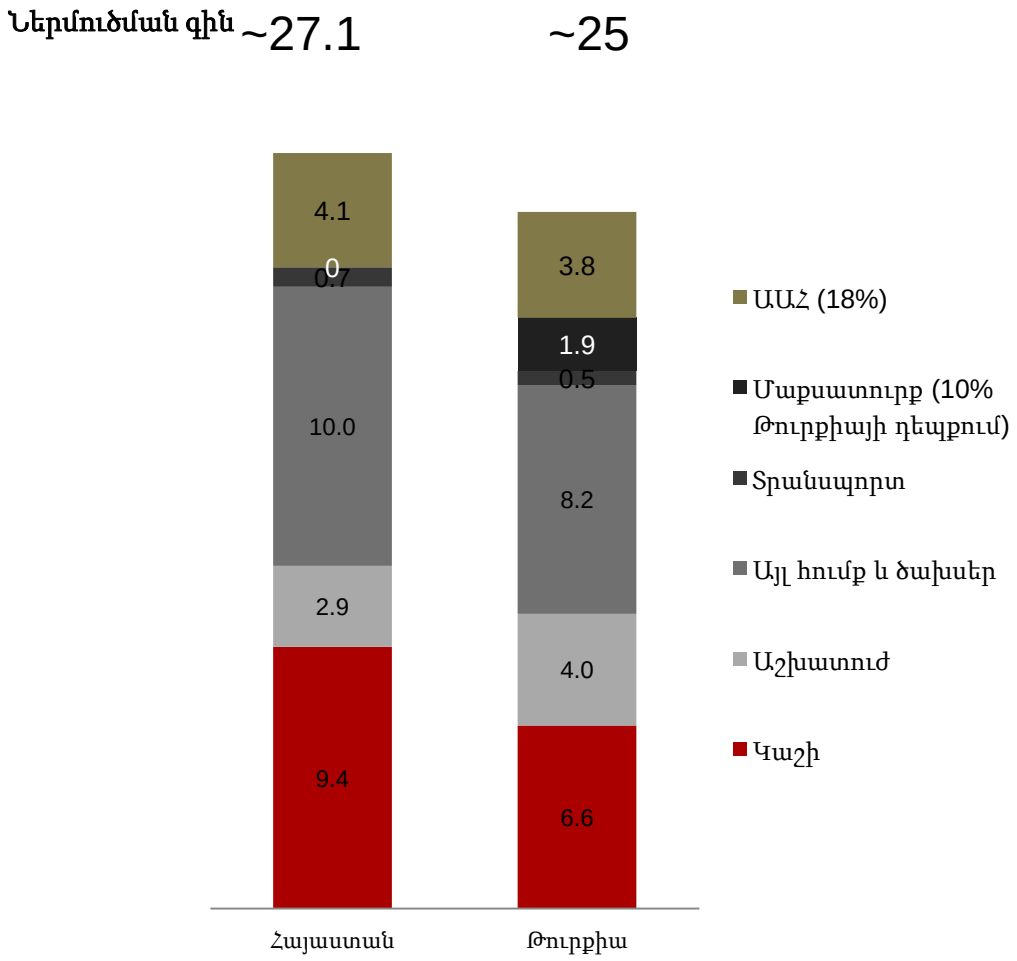
- Բնակչության եկամուտների աճին զուգընթաց սպառողներն ավելի հակվում են կոշիկներ գնել խանութներից, քան թե շուկաներից/տոնավաճառներից:
- Խոշոր քաղաքներում (1 մլն. և ավել բնակչություն) մանրածախ իրացման կեսից ավելին բաժին է ընկնում մասնագիտացված ցանցերին, որոնց դիրքը գնալով ուժեղանում է շուկայում: Ներկայումս Ռուսաստանում գործում են 30-ից ավելի կոշիկի մասնագիտացված ցանցեր, որոնցից ամենախոշորը «ЦентрОбувь» ցանցն է իր շուրջ 100 խանութներով: Ըստ տարբեր գնահատականների, ЦентрОбувь –ին բաժին է ընկնում կոշիկի մանրածախ շրջանառության ~5%-ը: Երկրորդ և երրորդ տեղում են «Nike» և «Adidas» ցանցերը, որոնց բաժին է ընկնում շուկայի 3-4 %-ը:
- Մանրածախ կետերը կոշիկը ձեռք են բերում ներմուծող/մեծածախ ընկերություններից: Վերջիններից շատերը ունեն սեփական մանրածախ առևտրի կետեր՝ այսպիսով հանդիսանալով միաժամանակ ներմուծող, մեծածախ և մանրածախ ընկերություն:

- Ռուսաստանում անցկացվող հիմնական կոշիկի միջազգային ցուցահանդեսները տեղի են ունենում Մոսկվայում, որոնց ընթացքում արտադրողները հնարավորություն են ստանում հանդիպել ներմուծողների և մեծածախ ընկերությունների հետ և ամրագրել պատվերներ:
- Ցուցահանդեսին մասնակցության հիմնական ծախսը կապված է ցուցահանդեսային տարածքի ձեռք բերման հետ, որը միջինում կազմում է 4,000-10,000 ԱՄՆ դոլար մեկ 15 քմ տաղավարի համար:

Կաշվե կոշիկի արտադրության ծախսերի համեմատություն

Կոշիկի գնային մրցունակության համեմատություն ռուսական շուկա արտահանման դեպքում,
մեկ զույգ տղամարդու կաշվե կոշիկի օրինակով հոսքագծային արտադրության դեպքում
ԱՄՆ դոլար

Հումքի գնի նվազման և արտադրողականության աճի արդյունքում Հայաստանը կարող է գնային մրցունակություն ձեռք բերել Թուրքիայի համեմատ:



- Հայաստանում կոշիկի արտադրությունների մեծ մասը փոքրամասշտաբ ընկերություններ են ոչ կայուն արտադրության ցիկլով՝ հիմնված վարպետների անհատական աշխատանքի վրա: Նմանատիպ արտադրությունը զգալի մեծացնում է աշխատուժի վրա կատարվող ծախսը՝ մեկ զույգի հաշվով:
- Հոսքագծային, մեծաքանակ և կայուն ցիկլով արտադրության պայմաններում, աշխատուժի վրա կատարող ծախսերը՝ մեկ զույգի հաշվով նվազում են:
- Կոշիկի արտադրության ոլորտում միջին աշխատավարձերը Հայաստանում ավելի ցածր են Թուրքիայի հետ համեմատ և Հայաստանն աշխատուժի ծախսի մեջ ունի գնային առավելություն՝ հոսքագծային արտադրության պարագայում:

Ենթադրություններ

- Ծախսային համեմատության համար ենթադրվել է արտադրողականությունների տարբերությունները:
- Կաշվե կոշիկի արտադրության հիմնական հումքի՝ կաշվի գինը Հայաստանում բարձր է Թուրքիայում կաշվի գնից (հաշվի առնելով, որ հումքը հիմնականում գնվում է շուկայից առանց փաստաթղթերի և արտահանման ժամանակ ԱԱՀ վերադարձ չի կատարվում):

ԿՈՇԻԿԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հայաստանի կոշիկի արտադրության մրցակցային առավելությունների աղբյուրները

- Առկա արտադրական հզորություններ, որը հնարավորություն կտա 3-4 անգամ ավելացնել արտադրության ծավալները առանց մեծ կապիտալ ներդրումների
- Արտադրական մշակույթ
- Կաշվի տեղում վերամշակման դեպքում մատչելի հումք (առկա են արտադրական հզորությունները)
- Հայկական կոշիկի պահպանված համբավ ռուսական շուկայում
- Մասնագիտացում կաշվե կոշիկների արտադրության սեգմենտում, որն առավել աշխատատար է (ծախսային առավելություն՝ էժան աշխատուժի շնորհիվ) և բարձր գնային սեգմենտում է:
- Ազատ առևտրի գոտու առկայություն Հայաստանի և հիմնական նպատակային շուկա Ռուսաստանի միջև (Թուրքիայի և Չինաստանի դեպքում՝ 10% մաքսատուրք)

Զարգացման հիմնախնդիրները

- Հումքի և այլ բաղադրիչների ներմուծում, հիմնականում Թուրքիայից, որի հետ առևտրային ուղղակի կապերը բացակայում են
- Ներքին շուկայում ոչ հավասար մրցակցային դաշտը (կաշվե կոշիկների առավել էժան կոշիկի տեսակով մաքսային ձևակերպումը)
- Փոքրածավալ արտադրություն, որը հնարավորություն չի տալիս ընկերություններին արտաքին շուկաներ դուրս գալ
- Որակյալ մասնագետների պակաս
- Ոչ հոսքագծային արտադրության գերակշռությունը, որը մեծացնում է արտադրության ծախսերը

Ռազմավարական նպատակը

Մոտակա տաս տարիների ընթացքում հասնել 2-2.2 մլն զույգ կաշվե կոշիկի արտահանման (հիմնականում ռուսական շուկա) միջին գնային սեգմենտում՝ դիրքավորվելով որպես բարձրորակ կաշվե կոշիկների ավանդական արտադրող և տեղական շուկայում վաճառքների կրկնակի աճ:

Վերականգնման փուլ

Վերագործարկել կոշիկի առկա արտադրական հզորությունները

Զարգացման փուլ

Հայկական արտադրանքի բրենդի ստեղծում և մասշտաբային արտահանում

Նպատակներ

- Տեղական շուկայում վաճառքների ընդլայնում
- Կաշվի վերամշակման վերականգնում
- Ռուսական շուկայում վաճառքների ընդլայնում

- Բարձրորակ կոշիկի արտադրողի համբավ Ռուսական շուկայում և կայացած տեղական բրենդեր
- Հոսքագծային արտադրության գերակայություն
- Նշանակալի ներկայացվածություն Ռուսաստանում կոշիկների վաճառքի հիմնական ցանցերում՝ միջին գնային սեգմենտում
- Կաշվի և այլ բաղադրիչների տեղական արտադրություն, հիմնական մատակարարների առկայություն Հայաստանում

Գործողություններ կիզակետ

- Ներմուծման ստվերայնության կրճատում
- Արտահանման ինտենսիվ աջակցություն արտադրանքի ռուսական շուկա արտահանելու համար:
- «Հայկական կոշիկի» բրենդի պատմության ստեղծում և տարածում
- Արտահանման կազմակերպման առևտրային միջնորդ կառույցի ձևավորում հայկական կոշիկների ռուսական շուկա արտահանելու համար
- Աջակցել կաշվի տեղական վերամշակման վերականգնմանը

- Արտադրության վերազինում և ժամանակակից տեխնոլոգիաների կիրառում, որի արդյունքում արտադրողականության և որակի բարձրացում
- Դիզայներական կարողությունների ուժեղացում
- Աջակցություն հայկական արտադրանքի առաջմղման գործում (ցուցահանդեսների մասնակցություն)

Ռազմավարական թիրախները

	2012	2012-2018 տարեկան միջին աճ	2018	2018-2023 տարեկան միջին աճ	2023
Տեղական արտադրություն					
մլն զույգ	**0.7**	16%	**1.6**	13%	**3.4**
մլն դոլար	**15.0**	16%	**36.9**	13%	**77.6**
Վաճառք ներքին շուկայում					
մլն զույգ	**0.6**	8%	**0.9**	6%	**1.3**
մլն դոլար	**13.3**	8%	**20.7**	6%	**29.9**
Տեղական արտադրանքի մասնաբաժինը կաշվե կոշիկների մեջ	31%		35.4%		40.0%
Արտահանում					
մլն զույգ	**0.1**	46%	**0.7**	20%	**2.1**
մլն դոլար	**1.6**	47%	**16.2**	20%	**47.7**
Այդ թվում՝					
Ռուսաստան արտահանում, մլն. զույգ	0.1	47%	0.6	20%	1.7
Հայաստանի կշիռը թիրախ սեգմենտում*	0.2%		2%		5%

*Որպես ռուսաստանում թիրախ սեգմենտ է դիտարկվում կաշվե կոշիկների միջին գնային սեգմենտը, որը գնահատվում է մոտ 25 մլն զույգ 2012թ.-ին և կազմում է կաշվե կոշիկների ընդհանուր ներմուծման 30%-ը:

Ռազմավարական նախաձեռնություններ

Հումք

- Հումքի և արտադրական սարքավորումների ներմուծման պայմանների վերանայում
- Խոշոր և մանր եղջերավոր կենդանիների չվերամշակված կաշվի արտահանման սահմանափակման անհրաժեշտության և հնարավորությունների ուսումնասիրություն
- Կաշվի հումքի որակի բարելավում՝ սպանդանոցային մորթի կիրառման և կենդանիների մաշկային հիվանդությունների դեմ պայքարի միջոցով

Աշխատուժի զարգացում

- Ոլորտի կրթության կարիքների և աշխատուժի պահանջարկի գնահատում
- Արտադրական աշխատուժի և արտադրության կազմակերպիչների և որակի վերահսկման մասնագետների պատրաստում/վերապատրաստում
- Մասնավոր հատվածի և նախնական և միջին մասնագիտական հաստատությունների միջև համագործակցության խթանում
- Նախնական և միջին մասնագիտական ուսումնական հաստատություններում կոշիկի արտադրության կրթական ծրագրի ներդնում
- Կոշիկի մոդելավորման համակարգչային դիզայնի մասնագիտական ուսումնական կենտրոնի ստեղծում

Ֆինանսական աջակցություն

- Կապիտալ ներդրումային ծրագրերի և շրջանառու միջոցների վարկավորման տոկոսադրույքի սուբսիդավորում

Տեղական սպառում

Ներմուծման ստվերայնության կրճատում

- Տեղական շուկայում պատրաստի արտադրանք ներմուծողների կողմից հնարավոր անբարեխիղճ մրցակցության հասցեագրման մեխանիզմի ստեղծում

Տեղական արտադրանքի առաջմղում

- Ներքին շուկայում սպառողների շրջանում տեղական արտադրանքի վերաբերյալ իրազեկության բարձրացում հանրային հեռուստատեսությամբ հեռարձակվող հաղորդումների և վարկանիշի ձևավորման գովազդային արշավի միջոցով
- Տեղական արտադրանքի առաջմղման ինտերնետային պորտալի ստեղծում

Նշում. գործողությունները կարող են համատեղվել տեքստիլ և տրիկոտաժի ոլորտի ռազմավարության գործողությունների հետ:

Ռազմավարական նախաձեռնություններ

Հայկական բրենդերի զարգացում

- Կոշիկի առաջատար դիզայներական դպրոցներում հայ դիզայներների կարճաժամկետ ուսուցում և վերապատրաստում
- Հայաստանում կոշիկի դիզայնի կրթության բարելավման ծրագրի մշակում
- Հայաստանում նորաձևության ցուցադրությունների կազմակերպում և մասնակցություն արտերկրում կազմակերպվող նորաձևության ցուցահանդեսներին

Արտահանում

- Ռուսաստանում հայկական արտադրանքի արտահանման աջակցման կառույցի ձևավորում
- Թիրախային շուկաներում (մասնավորապես, Ռուսաստանում) ցուցահանդեսներին մասնակցություն
- Թիրախային շուկաներում հայկական արտադրանքի սերտիֆիկացման ծախսերի համաֆինանսավորում
- Թիրախային շուկաների վերաբերյալ մարքեթինգային տեղեկատվության տրամադրում հայկական ընկերություններին

Որակի ապահովում և վերահսկում

- Ոլորտում գործածվող հումքի և վերջնական արտադրանքի որակի սերտիֆիկացման լաբորատորիայի հիմնման անհրաժեշտության գնահատում

Նշում. գործողությունները կարող են համատեղվել տեքստիլ և տրիկոտաժի ոլորտի ռազմավարության գործողությունների հետ: