



Հայաստանի Հանրապետության Էկոնոմիկայի նախարարություն

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ



Հաստատված՝

2013թ. հուլիսի 26-ին կայացած ՀՀ վարչապետին
կից Արդյունաբերական խորհրդի նիստին

Բովանդակություն

➤	Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի գնահատում	3
➤	Ոսկեգործության համաշխարհային շուկա	24
➤	Զարգացման ռազմավարություն	36
➤	Հավելվածներ	61

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

Ավանդույթներ

- Հայաստանում ոսկեգործությունը զարգացած է եղել սկսած վաղեմի ժամանակներից: Հայ ոսկերիչների վարպետությունը դարեր շարունակ ձևավորել է հարուստ ավանդույթներ, որոնք Հայաստանից բացի արմատ են գցել նաև Մփյուռքի հայկական համայնքներում:
- Հայկական ոսկեգործական իրերը՝ արտադրված Հայաստանի և Մփյուռքի հայ ոսկերիչների կողմից, սպառվում են աշխարհի բազմաթիվ երկրներում:

Զարգացման դինամիկա

- Հայկական ոսկեգործության զարգացումը շարունակվեց Խորհրդային Միության ժամանակաշրջանում: 1950թ.-ին հիմնադրվեց Երևանի ոսկերչական գործարանը՝ Խորհրդային Միության ոսկերչական խոշորագույն և հեղինակավոր արտադրողներից և արտահանողներից մեկը: Շարունակեց զարգանալ անհատ ոսկերիչների գործունեությունը:
- Հետանկախացման ժամանակաշրջանում ոլորտը զգալիորեն վերափոխվեց: Խոշոր արտադրողի և անհատ ոսկերիչների կողքին ի հայտ եկան ոսկեգործական մանր և միջին ձեռնարկություններ: Վերջիններիս արտադրանքը ներքին շուկայում սպառումից բացի նաև արտահանվում է:

Հիմնախնդիրներ և
հնարավորություններ

- Ոլորտում առկա հիմնախնդիրներից են մասնագիտական կրթության ապահովումը, արտադրության արժեշոթյայի կազմակերպման օպտիմալացումը, ոլորտի օրենսդրական դաշտի բարելավումը, ոլորտի արդյունավետ առաջնորումը:
- Հաշվի առնելով Հայաստանի ոսկեգործության ավանդույթները և Հայաստանում առկա պայմանները, Մփյուռքի ոսկեգործության ներուժի գործոնը, ոլորտի արտադրանքի առանձնահատկությունները և համաշխարհային շուկայի կառուցվածքն ու միտումները՝ Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտն ունի աճի և միջազգային շուկաներում մասնակցության ընդլայնման զգալի պոտենցիալ:

ՀՈՒՄՔ

Ոսկի

- 100% ներմուծվում է (1,5տ 2011թ.-ին):
- Արտադրության մեջ օգտագործվում է 999 հարգի բանկային ոսկի, որը հիմնականում ներմուծվում և վաճառվում է բանկերի կողմից:
- Տեղական ոսկին գրեթե ամբողջապես արտահանվում է որպես կիսաֆաբրիկատ («դորե» համաձուլվածք՝ 2.3 տ 2011թ.-ին):

Ադամանդ

- Ադամանդը նույնպես ներկրվում է, քանի որ արտադրության մեջ հիմնականում օգտագործվում են փոքր քարեր, որոնք Հայաստանում չեն մշակվում:

ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Արտադրողներ

- Շուրջ 20 միջին չափի ընկերություններ՝ միջինում 10-30 աշխատակիցներով, մի քանի հարյուր փոքր արտադրողներ (մինչև 10 աշխատակից) և մի քանի հազար անհատ ոսկերիչ:
- Գերակշիռ մասը անհատ վարպետներ են կենտրոնացած ոսկեգործական իրերի առևտրի կենտրոններում («Ոսկու աշխարհ», «Տաշիր» և այլն):
- Հայաստանում ոսկերիչների ընդհանուր թիվը՝ մոտ 10,000:
- Առկա են Սփյուռքի ներկայացուցիչների կողմից հիմնված ընկերություններ:

Արտադրանք

- Գերակշիռ մասը ձեռքի աշխատանք:
- Դիզայնը հիմնականում կրկնօրինակվում է արտասահմանյան արտադրողներից:
- Միջազգային ճանաչում ունեցող հայ ոսկերիչների առկայություն:
- Որակի խնդիրներ և վերահսկողության անբավարար մակարդակ:

ԻՐԱՑՈՒՄ

Իրացում ներքին շուկայում

- Ըստ գնահատումների՝ արտադրանքի շուրջ 90%-ը իրացվում է ներքին շուկայում (այն ներառում է նաև զբոսաշրջիկների կողմից գնումները):
- Տեղական շուկայում իրացումը հիմնականում ստվերային է և չի հաշվառվում:

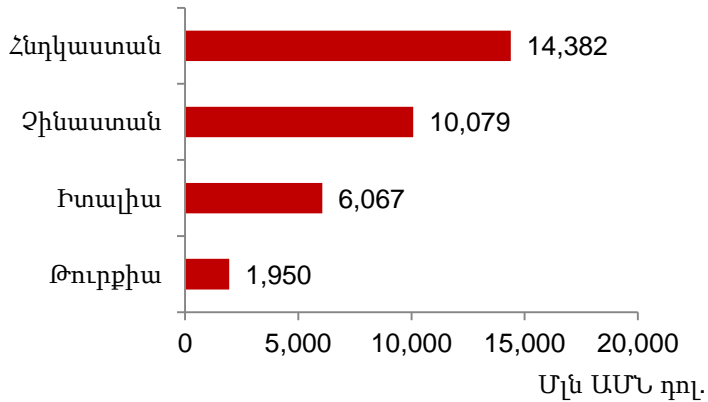
Արտահանում

- Պաշտոնապես գրանցված արտահանումը ըստ գնահատումների ողջ արտադրության շուրջ 10%-ը (259 կգ, 12 մլն. ԱՄՆ դոլար):
- Արտահանման ներկայիս հիմնական շուկաները
 - Ռուսաստան
 - Թուրքմենստան
 - Թաիլանդ
 - ԱՄՆ
 - ԱՄԷ

Արտահանում

մլն. ԱՄՆ դոլար, 2011թ.

Ոլորտի համաշխարհային առաջատարներ



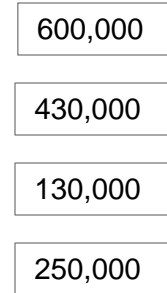
Արտահանման աճ

Տարեկան միջին աճ, 2000-2008թթ.

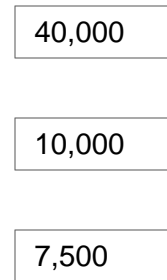
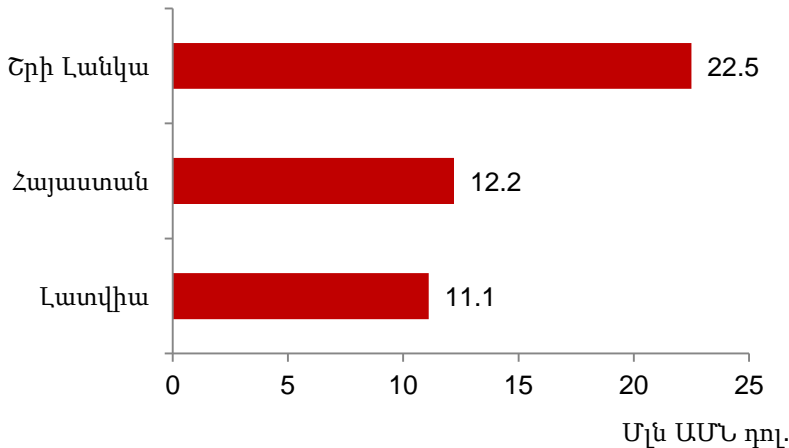


Աշխատուժ

մարդ



Համադրելի երկրներ

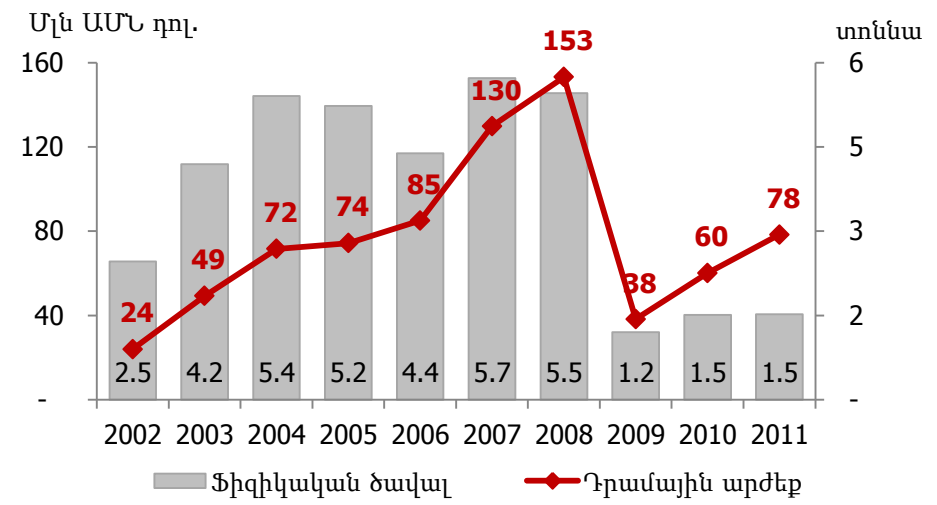


Ոսկու հումքի ձեռք բերում

- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտում օգտագործվող ոսկին գրեթե ամբողջապես ներմուծվում է:
- 2003թ.-ից ի վեր ՀՀ Կենտրոնական բանկի վարած քաղաքականության համաձայն ՀՀ ԿԲ-ն ոսկու պահուստներ չունի:
- Ոսկի ներկրողները ոսկին վաճառում են գանձելով միջինում 0.20-0.25 ԱՄՆ դոլ. վերադիր ոսկու միջազգային փոխարժեքի, փոխադրածախսի և ապահովագրավճարի վրա (վերջին երկուսը միջինում կազմում են 0.20-0.25 ԱՄՆ դոլ./գրամ): Բոլոր հավելավճարները միասին կազմում են ոսկու գնի մոտ 1-2%:
- Վաճառքը հիմնականում իրականացվում է ոսկու բորսաներում վերավաճառողներին, որոնցից էլ ոլորտի արտադրողների զգալի մասը ձեռք է բերում ոսկին:
- Ոսկու համաշխարհային գնի ամենօրյա փոփոխություններով պայմանավորված՝ ոլորտի արտադրողները ոսկին մեծ քանակությամբ և երկարատև պաշարելու նպատակով չեն գնում:
- Հայաստանում նախկինում բանկերը օրենսդրորեն պարտադրված էին վաճառել 11կգ-ից ոչ պակաս քաշով ոսկու ամբողջական ձուլակտորներ: Այդ սահմանափակության վերացումը դրական ազդեցություն ունեցավ տեղական արտադրողների համար:
- Հայաստանում ոսկու ներմուծումն ու վաճառքն ազատված է ավելացված արժեքի հարկից:

- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտն օգտագործում է բանկային ոսկի, որն ամբողջությամբ ներմուծվում է:
- Ներմուծման պարագայում կիրառվող հավելավճարներն էական ազդեցություն չունեն գնի վրա:
- Հայաստանում բանկային ոսկու պաշարներ չեն պահվում և ներմուծված ոսկին ուղղվում է ոսկեգործության ոլորտ:

Ճգնաժամից հետո Հայաստան ոսկու ներմուծման ծավալներն 4 անգամ նվազեցին ոսկու ներմուծում



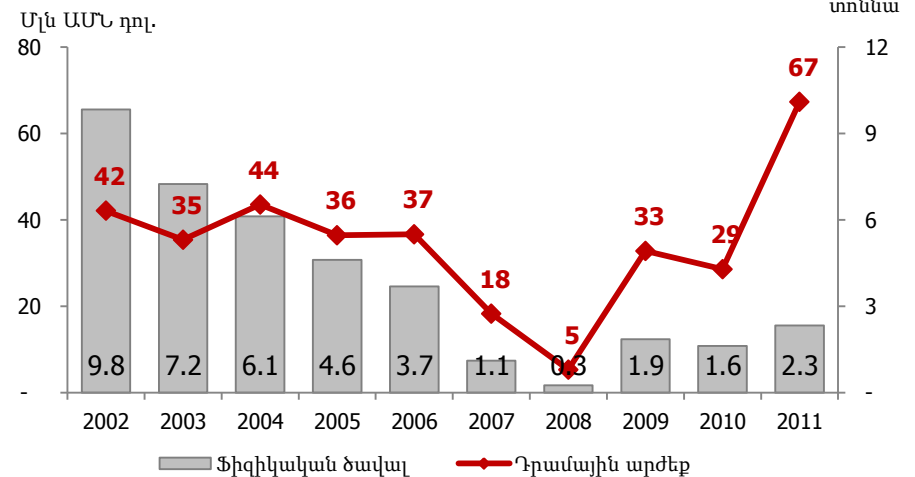
Ոսկու տեղական հումքային բազա

- Հայաստանի ընդերքում առկա ոսկու պաշարները հանքարդյունահանվում են և ամբողջությամբ արտահանվում:
- Հայաստանում հանքարդյունահանված ոսկու խտանյութից ստացվում է ոսկու համաձուլվածք («դորե»՝ ներառում է ոսկի, արծաթ և այլ մետաղներ), որն արտահանվում է:
- Մինչ 2009թ. Հայաստանից ոսկու արտահանման ֆիզիկական ծավալները շարունակաբար նվազել են:
- 2011թ.-ին արտահանման դրամային ծավալները արձանագրել են ամենաբարձր մակարդակը՝ պայմանավորված ոսկու միջազգային գնի աճով:
- Ոսկու գտարկում իրականացնում է միայն Մասիսի ոսկու վերամշակման գործարանն աննշան ծավալով (ոչ պարբերական բնույթով ամսեկան միջինում մինչև 2-3 կգ): Առկա կարողություններով գործարանը չի կարողանում ապահովել 999 հարգի ոսկու ճշգրիտ ստացում, թեև ստանում է բավականին բարձր մաքրության ոսկի (999 հարգի շրջակայքում):
- Ոսկու գտարկման հզորություններ առկա են նաև Երևանի ոսկերչական գործարանում. գտարկում ներկայումս չի իրականացվում:
- Հայաստանում արդյունահանվող ոսկու գտարկումն ամբողջապես Հայաստանում իրականացնելը ենթադրում է զգալի ֆինանսական ներդրումներ և կարիք ունի իրագործելիության ուսումնասիրության (տե՛ս հավելված 1.3)

Հայաստանում արդյունահանվող ոսկին ամբողջությամբ արտահանվում է, քանի որ այն վերջնական մշակում չի անցնում Հայաստանում:

Ոսկու գտարկումը Հայաստանում իրականացնելու տնտեսական շահավետության գնահատման համար անհրաժեշտ է իրագործելիության ուսումնասիրության իրականացում:

Հայաստանից ոսկու արտահանում

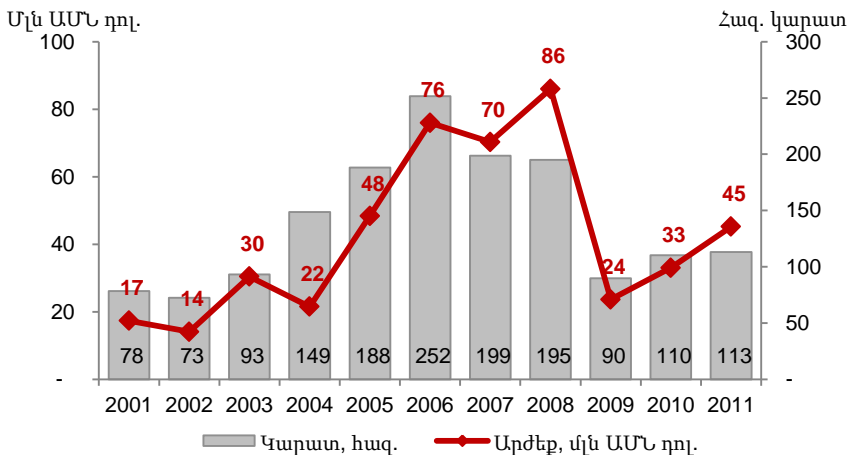


Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

Ոսկեգործության ոլորտը հիմնականում օգտագործում է ներմուծված ադամանդ, քանի որ տեղական ադամանդագործության ոլորտը հիմնականում մասնագիտացած է գնային և որակական ավելի բարձր սեգմենտում:

- Հայաստանի ոսկեգործության մեջ զգալի կշիռ է կազմում ադամանդով զարդերի արտադրությունը:
- Չնայած Հայաստանում ադամանդի վերամշակմանը՝ Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտը ոսկեգործական իրերի մեջ գործածվող ադամանդները գրեթե ամբողջությամբ ներկրում են: Մա պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ Հայաստանի ադամանդագործության ոլորտը իրականացնում է զուտ վերամշակման ծառայություն արտերկրի ընկերությունների համար և մասնագիտացած է միջին և խոշոր քարերի մշակման մեջ:
- Հայաստանի ադամանդագործության արժեքային առաջարկը հիմնականում կայանում է միջին չափի ադամանդների մշակման ենթահատվածում (0.5-2 կարատ): Իսկ Հայաստանում արտադրված ադամանդով ոսկեգործական իրերը հիմնականում կրում են մանր չափերի ադամանդներ (0.01-0.05 կարատ):

Հայաստան մշակված ադամանդի ներմուծման դինամիկան



- Մշակված ադամանդի ներմուծման դինամիկան պայմանավորված է ոսկեգործության ոլորտի զարգացման միտումներով և ադամանդի գների համաշխարհային աճով:
- Վերջին տարիներին մշակված ադամանդն հիմնականում ներմուծվում է Հնդկաստանից, ԱՄԷ-ից և Բելգիայից (ընդհանուր ներմուծման շուրջ 80%): Առաջին երկու շուկաներից հիմնականում ներկրվում է համեմատաբար ցածրորակ մշակված ադամանդ՝ մեծ ծավալներով, մինչդեռ Բելգիայից ներկրված ադամանդները համեմատաբար բարձր արժեքի հատվածում են:

Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

Ոլորտի արտադրանքը զգալիորեն ֆրագմենտացված է՝ պայմանավորված սպառման շուկաների տարբեր հատվածների նախընտրություններով:

Արտադրողներ

- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտում հիմնականում ներգրավված են մանր և միջին մեծության ձեռնարկություններ և անհատ ձեռներեցներ: Արտադրողներից «Երևանի ոսկերչական գործարան -1 Գնումոն»-ը հիմնադրվել է դեռևս 1950թ.-ին և հանդիսացել է Խորհրդային Միության ոսկերչական խոշորագույն և հեղինակավոր արտադրողներից, որի ավանդույթները շարունակվում են մինչ այսօր:
- Ձեռնարկությունների գերակշիռ մասը տեղական կապիտալով են: Կան արտադրողներ, ովքեր իրենց արտադրանքը ամբողջապես կամ հիմնականում արտահանում են: Կան նաև ձեռնարկություններ, որոնք աշխատում են «Ժամանակավոր ներմուծում» ռեժիմով և ոսկերչական արտադրության ծառայություն են մատուցում արտերկրյա պատվիրատու ընկերություններին:
- Արտադրողների մեծ մասը դեռևս որոշ չափով օգտագործում է խորհրդային և ետխորհրդային ժամանակներից մնացած սարքավորումներ, սակայն, զգալի տարածում ունեն նաև ժամանակակից արտադրական սարքավորումները և տեխնոլոգիաները:

Արտադրության տեղակայում

- Արտադրող ընկերությունների և անհատ ոսկերիչների մի մասը տեղակայված են Երևանի ոսկերչական իրերի շուկա-տոնավաճառներում («Ոսկու աշխարհ», «ՏԱՇԻԲ» առևտրի կենտրոն, «Մետաքս Գոլդ», «Ռոսիա» առևտրի կենտրոն, Մալաթիայի ոսկու շուկա և այլն):
- Վերոնշյալ շուկաներում արտադրողների կենտրոնացումը պայմանավորված է ոլորտի արժեզրթայի գրեթե բոլոր օղակների առկայությամբ՝ սկսած հումքի ձեռքի բերումից մինչև վաճառք վերջնական սպառողին:

Արտադրանք

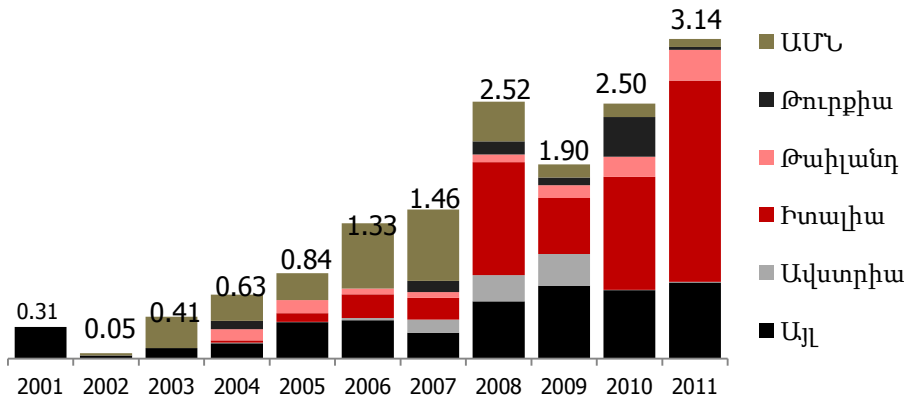
- Արտադրությունն իրականացվում է և տեղական (բնակչության)/արտերկրյա պատվերներով, և սեփական նախաձեռնությամբ: Տեղական շուկայի սպառման համար հիմնականում արտադրվում է 585/583 հարգի ոսկուց արտադրանք:
- Արտադրանքի տեսականին, ոճը, որակը և գնագոյացումը բազմազան են՝ կախված տեղական շուկայում գնորդների թիրախավորված հատվածներից, իսկ արտահանման դեպքում՝ կոնկրետ պատվերներից:

Դիզայն

- Հայաստանի ոսկեգործության արտադրությունում հիմնախնդիր է դիզայնը: Արտադրության գերակշիռ մասը մասսայական է և այս կամ այն չափով ընդօրինակում է արտասահմանյան դիզայնը: Առկա է որակյալ ինքնատիպ դիզայնների բաց, որոնք ոճային նորարար լուծումներ կներմուծեն Հայաստանի ոսկեգործական արտադրության մեջ:
- Այնուամենայնիվ, ոլորտում գործում են մի քանի ոսկեգործական ձեռնարկություններ և դիզայներներ, որոնց աշխատանքը ինքնատիպ է և ճանաչում է ձեռք բերել (օրինակ՝ դիզայներ Նուրը):

Հայաստանի ոսկեգործական իրերի ներմուծում

Մլն. ԱՄՆ դոլար, 2001-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

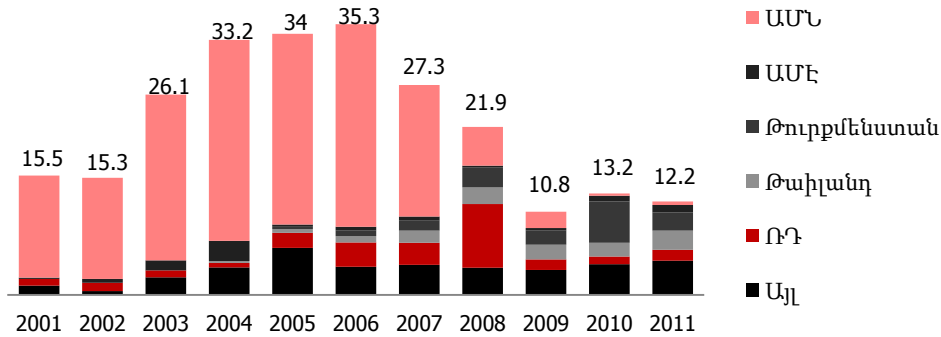
Հայաստանի ոսկեգործական իրերի ներմուծումը փոքր ծավալներ ունի՝ համեմատած տեղական արտադրության, ներքին շուկայում վաճառքի և արտահանման հետ:

- Ներմուծված ոսկեգործական իրերի միջինում 90% և ավելին կազմում են ոսկուց պատրաստված իրերը:
- 2000-ականներին Հայաստան ներմուծումը հիմնականում շարունակաբար աճել է, որոշակի նվազելով համաշխարհային ճգնաժամի տարիներին:
- Մինչև 2007թ. ներմուծման մեջ ամենամեծ մասնաբաժինը պատկանել է ԱՄՆ-ին, իսկ 2008թ.-ից սկսած՝ Իտալիային, իր ավանդաբար բարձրորակ և բարձրարժեք արտադրանքով:
- Ըստ ոլորտի ներկայացուցիչների փաստացի ներմուծումն ավելի մեծ է անհատների կողմից չգրանցված ներկրման պատճառով, հատկապես Թուրքիայից:

2000-ականների վերջին արտահանման ծավալները զգալիորեն նվազել են՝ պայմանավորված 2000-ականների առաջին կեսին ԱՄՆ արտահանող մի քանի ընկերությունների գործունեության դադարեցմամբ:

Հայաստանի ոսկեգործական իրերի արտահանում

մլն ԱՄՆ. դոլար, 2001-2011թթ.

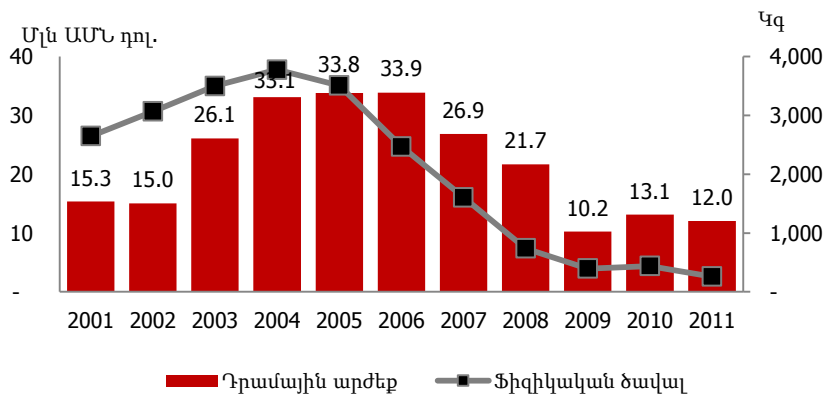


Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

- Մինչև 2009թ. արտահանման հիմնական շուկան հանդիսացել է ԱՄՆ-ն, որը 2001-2006թթ. ապահովել է հայկական ոսկեգործական արտադրանքի ողջ արտահանման 70-85%-ը:
- ԱՄՆ արտահանման ծավալների վրա էական ազդեցություն է ունեցել Սփյուռքի ներդրումներով ընկերությունների գործունեության դադարեցումը:
- 2010 և 2011թթ. Թուրքմենստանը և Թաիլանդը համապատասխանաբար հանդիսացել են Հայաստանից արտահանման ամենամեծ շուկաները:

Ոսկուց պատրաստված ոսկեգործական իրերի արտահանում

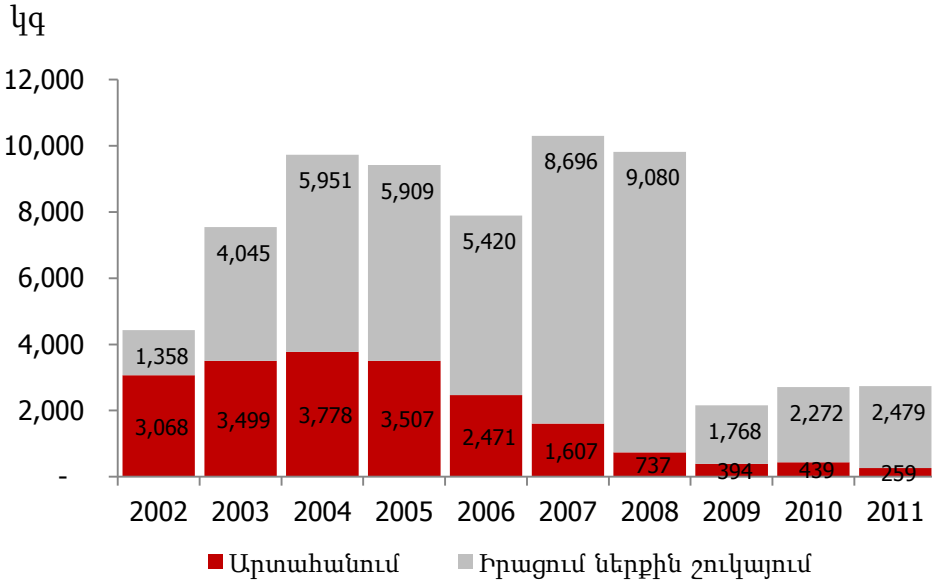
մլն ԱՄՆ. դոլար և կգ, 2001-2011թթ.



Նշում. Տվյալները վերաբերում են պաշտոնապես գրանցված արտահանմանը:
 Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի գրեթե ողջ արտահանումը կազմում են ոսկուց պատրաստված զարդերը:
- Պաշտոնական վիճակագրության արձանագրած արտահանման տվյալներից զատ, Հայաստանից ոսկեգործական իրեր արտահանվում են նաև առանց պաշտոնապես արտահանման դասակարգման՝ Հայաստան այցերի միջոցով ոսկեգործական իրերի փոքրածավալ գնման և Հայաստանից դուրսբերման միջոցով:

Ոլորտի արտադրանքի իրացման բաշխվածություն



Աղբյուր՝ UN ComTrade արցանց տեղեկատվական բազա, ԱՎԾ, Ի-Վի Քոնսալթինգի և ոլորտի ներկայացուցիչների մոտարկումներ

Նշումներ՝

Քանի որ ոլորտը որոշակի չափով ստվերային է, և ԱՎԾ տվյալները լիովին չեն արտահայտում ոլորտի իրական պատկերը, արտադրանքի իրացման ծավալները մոտարկվել են՝ հենվելով մի խումբ ենթադրությունների վրա:

- Արտահանման տվյալները վերցված են ԱՎԾ-ից: Արտահանման տվյալները չեն ներառում պաշտոնապես չգրանցված արտահանումը (մասնավորապես, անհատների կողմից Հայաստանից գնված և դուրս բերված ոսկերչական իրերը):
- Ներքին շուկայում տեղական արտադրանքի իրացումը մոտարկված է՝ հենվելով Հայաստան ներմուծված ոսկու ծավալների վրա: Ներմուծված 999 հարգի ոսկին վերածվել է 585 հարգի ոսկու և մոտարկվել է մեկ ոսկերչական իրի միջին քաշը: Հարկ է նշել, որ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ պաշտոնապես չգրանցված արտահանման տվյալները հաշվի չեն առնվել, ներքին շուկայում իրացման ներկայացված տվյալները որոշ չափով ուռճացված կարող են լինել:

Հետճգնաժամային շրջանում Հայաստանում ոսկեգործական տեղական արտադրության իրերի սպառման ֆիզիկական ծավալները զգալի անկում են արձանագրել:

- 2011թ.-ին Հայաստանի ոսկեգործական ոլորտի ընդամենը իրացման արժեքը մոտարկվում է 102-122 մլն ԱՄՆ դոլ.-ի շուրջ (որից 90-110 մլն ԱՄՆ դոլ.-ը՝ տեղական շուկայում):
- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտադրանքի գերակշիռ մասը իրացվում է տեղական շուկայում:
- Հայաստանում ոսկեգործական իրերի արտադրության բնեղեն ծավալների 2003-2008թթ. աճից հետո հետճգնաժամային շրջանում ներքին շուկայում իրացման և արտահանման բնեղեն ծավալները կտրուկ նվազել են, այնուամենայնիվ, դրսևորելով որոշակի աճի միտում:

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի առաջնորումը դեռևս բավարար հիմքերի վրա չի գտնվում:

Արտադրողների
միություններ

- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտում գործում են արտադրողների երկու միություններ՝ Հայաստանի ոսկեգործների և ակնագործների միությունը (ՀՈԱՄ) և Հայ ոսկերիչների միջազգային ասոցիացիան (Armenian Jewelers Association, AJA):
- AJA-ը հիմնադրվել է 1997թ.-ին և ներկայումս ներառում է շուրջ 5,000 հայ ոսկերիչ աշխարհի մոտ 30 երկրներից: AJA-ն գրասենյակներ ունի մի շարք երկրներում՝ ԱՄՆ, Ռուսաստան, Ֆրանսիա, Լիբանան, Թաիլանդ, Ճապոնիա, Հոնգ Կոնգ և այլն:

Ոլորտի
առաջնորում

- Դեռևս 1990-ականների վերջին և 2000-ականների սկզբին Հայաստանում Հայաստանի ոսկերիչների և ակնագործների միության կողմից կազմակերպվեցին ոսկերչական մի քանի ցուցահանդես-վաճառքներ՝ տեղական և արտասահմանյան մի քանի տասնյակ ընկերությունների մասնակցությամբ:
- 2011թ.-ին Երևանում բացվեց AJA-ի կողմից կազմակերպված ոսկերչական առաջին միջազգային ցուցահանդեսը, որին մասնակցեցին ավելի քան 70 ընկերություն և անհատ ոսկերիչներ Հայաստանից, ԱՄՆ-ից, Լիբանանից, Շվեյցարիայից, Կանադայից, Իտալիայից և այլ երկրներից:
- Օտարերկրյա բարձրաստիճան պատվիրակությունների Հայաստան պաշտոնական այցերի համատեքստում հայկական կողմը երբեմն փորձ է անում առաջ մղել հայկական ոսկեգործության ոլորտը՝ կազմակերպելով հանդիպումներ ոլորտի արտադրողների հետ (օրինակ, վերջերս Քուվեյթի պատվիրակության Հայաստանի այցի պարագայում):
- Հայկական ընկերությունները, թեև անխտիր կարևորում են միջազգային ցուցահանդեսներին մասնակցությունը, սակայն հազվադեպ են մասնակցում՝ հիմնականում պայմանավորված ֆինանսական ծախսերով: Սակայն, կան ընկերություններ որոնք ոչ պարբերաբար մասնակցում են միջազգային տարբեր ցուցահանդեսների՝ կախված իրենց թիրախ շուկաների աշխարհագրությունից: Ոլորտի ընկերությունների ղեկավարները շատ ավելի հաճախ այցելում են ցուցահանդեսներն առանց ուղղակի մասնակցության:

Ոլորտում առկա է որակյալ երիտասարդ կադրեր պատրաստելու խնդիր, որոնք կգարգացնեն Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտը՝ ոսկեգործության համաշխարհային միտումներին համահունչ:

Աշխատուժ

- Հայաստանում ոսկեգործության ոլորտում ներգրավվածների թիվը մոտարկվում է 10,000-ի շուրջ, որոնցից մոտ 6,500-ը՝ Երևանում:
- Աշխատուժը կազմված է ինչպես խորհրդային տարիներից եկած ոսկերիչներից, այնպես էլ՝ հետանկախացման ժամանակաշրջանում ոլորտում ներգրավվածներից:
- Վերջին 2 տասնամյակում, ինչպես տնտեսության այլ ոլորտներում, ոսկեգործության ոլորտում նույնպես տեղի է ունեցել մասնագետների որոշակի արտագաղթ Հայաստանից:

Կրթություն

- Ոսկերչական արհեստը ուսուցանվում է մի քանի տարբեր ձևաչափերով և մակարդակի վրա՝ պաշտոնական և ոչ պաշտոնական: Վերջինս իրենից ներկայացնում է ոսկերիչների մոտ անհատական դասընթացներ և ոսկերչական արհեստի ուսուցանման կարևոր և մասսայական ձևաչափ է հանդիսանում:

Բարձրագույն կրթություն

- Ոսկեգործություն տարբեր ձևաչափերով դասավանդվում է ՀՀ պետական և մասնավոր մի քանի բուհերում՝ Երևանի գեղարվեստական պետական ակադեմիա (դեկորատիվ-կիրառական արվեստի բաժին), Գեղեցիկ արվեստների ազգային ակադեմիա և այլն:
- Ուսուցումը հիմնականում սահմանափակվում է տեսական մակարդակի վրա. առկա է ուսուցումը գործնական դաշտ տեղափոխելու բաց:
- Ոլորտում կրթական համակարգի և արտադրողների միջև համագործակցության անբավարար մակարդակով պայմանավորված՝ շրջանավարտները հիմնականում ունենում են բարդություններ՝ ավարտելուց հետո մասնագիտական դաշտ մտնելու համար:

Կրթություն

Նախնական և միջին մասնագիտական կրթություն

Ոսկեգործության ոլորտում նախնական և միջին մասնագիտական կրթության մակարդակում հաճախ ապահովված չեն բավարար պայմաններ՝ որակյալ կադրեր պատրաստելու համար:

- Ոսկերչություն ուսուցանվում է ՀՀ 9 ՆՄՄՊՈԻՀ-երում (նախնական և միջին մասնագիտական պետական ուսումնական հաստատություններ)՝ հիմնականում արհեստագործական ուսումնարաններ և տեխնիկական քոլեջներ, որոնցից 4-ը գտնվում են մարզերում:
- ՆՄՄՊՈԻՀ-ներից յուրաքանչյուրը տարեկան տալիս է միջինում 15-30 շրջանավարտ: Նախնական և միջին մասնագիտական կրթության մակարդակի վրա առկա են 3 հիմնախնդիրներ
 1. Նյութա-տեխնիկական հին բազա,
 2. Ոլորտի որակյալ դասավանդող մասնագետների պակաս,
 3. Ուսանողների պրակտիկական կազմակերպելու բարդություններ – արտադրողները հիմնականում հակված չեն ուսանողների պրակտիկական իրենց մոտ անցկացնելու կազմակերպմանը՝ էլնելով անվտանգության (ոսկու հնարավոր կորստի և խոտանի նկատառումներից):
- Որոշ ՆՄՄՊՈԻՀ-ներում վերջին տարիներին արձանագրվել են որոշակի դրական տեղաշարժեր ոսկերչության ուսուցման մեջ: Մասնավորապես, 2008թ.-ին Երևանի Տարածաշրջանային N1 Պետական Քոլեջում իրականացվել է կապիտալ վերանորոգում և նյութա-տեխնիկական բազայի արդիականացում՝ Եվրոմիության «Ոլորտային քաղաքականության աջակցության ծրագիր» ուղղված աղքատության կրճատմանը՝ ՄԿՈ ոլորտներում բարեփոխումների իրականացման միջոցով» ծրագրի շրջանակներում:

Կրթություն

Վերջին տարիներին ոլորտում ներդրվել են տարբեր ձևաչափերով կրթական մի քանի նախաձեռնություններ, որոնք կոնկրետ ծրագրեր են իրականացնում:

Արտադրողների կողմից տրամադրվող կրթություն

- Ոլորտի մի քանի արտադրողներ ավանդաբար իրենց արտադրություններում ապահովում են նաև մասնագիտական ուսուցանում:
- Օրինակ, Երևանի ոսկերչական գործարանը ապահովում է ոսկերչության ճամայա դասընթացներ՝ տարեկան տալով մոտ 50 շրջանավարտ:

AJA-ի ոսկերչական դպրոց

- 2012թ.-ին AJA-ը Երևանում հիմնեց ոսկերչական դպրոց՝ «Նյու Էստեթ» ընկերության նյութատեխնիկական բազայի վրա, համագործակցելով Երևանի տարածաշրջանային N 1 քոլեջի հետ:
- Դպրոցում ուսուցումն անվճար է, և այս պահին ներգրավված են մոտ 15 ուսանող:
- AJA-ն նմանատիպ դպրոցներ է բացել նաև Մոսկվայում, Ստեփանակերտում և Լոս Անջելեսում:

Կրթական այլ ծրագրեր

- Գյումրիում 2009թ.-ից Երևանի պետական ճարտարագիտական համալսարանի Գյումրու մասնաճյուղի (ԵՊՀՀԳՄ) բազայի վրա գործում է ոսկեգործության եռաչափ մոդելավորման ուսուցման լաբորատորիա:
- Ծրագիրն իրականացվում է կառավարության՝ Գյումրիում Տեխնոպարկի ստեղծման հայեցակարգի համատեքստում: Դասավանդվում է ոսկերչական դիզայնի տեսություն և եռաչափ մոդելավորման գործնական ծրագիր (Rhinoceros):
- Լաբորատորիան միտված է ինչպես արտադրողների համար ոսկեգործության եռաչափ մոդելավորում ապահովելուն, այնպես էլ Գյումրիում ոսկերչական նորաստեղծ ընկերություններ ինկուբացնելուն:
- 2013թ.-ից պետական բյուջեից ֆինանսավորումը դադարեցնելու որոշմամբ պայմանավորված՝ լաբորատորիայի բնականոն գործունեությունը կարող է վտանգվել:

- Ոսկեգործական իրեր արտադրողներն ազատված են 1% շահութահարկի կանխավճարի վճարումից:
- Հայաստանում ոսկու և թանկարժեք քարերի ներմուծումը և վաճառքն ազատված են ԱԱՀ-ից: ԱԱՀ-ից ազատված է նաև ոսկերչական իրերի կիսաֆաբրիկատների վաճառքը: ԱԱՀ գանձվում է ոսկեգործական վերջնական արտադրանքի վաճառքից միայն:
- Մաքսատուրք չի կիրառվում ոսկու և թանկարժեք քարերի ներմուծման և արտահանման վրա:



Հարկման մասով ոսկեգործության ոլորտը ստացել է ազատ տնտեսական դաշտի կարգավիճակ՝ հումքի ներկրումից մինչև արտահանում:

Խնդիրներ

Ոլորտի մասնակիցների զգալի մասը չի գործում հարկային դաշտում՝ հիմնականում գերփոքր արտադրողները:

ԱԱՀ վճարից ազատման շեմը ամբողջապես չի արտացոլում ոլորտի առանձնահատկությունները և փոքր և միջին արտադրողների կողմից ցածր է համարվում: Սա պայմանավորված է այն փաստով, որ ոսկեգործական արտադրանքի ինքնարժեքի մեջ հումքի (ոսկի և թանկարժեք քարեր) արժեքը բավականին մեծ կշիռ ունի (80-90%) և համեմատաբար բարձր է՝ այլ ոլորտների համեմատությամբ: Սա հանգեցնում է նրան, որ ոլորտի արտադրողների շրջանառության մեջ հումքի ծախսի մասը նշանակալից տեղ է զբաղեցնում, իսկ փոքր արտադրողներից շատերը փորձում են չգերազանցել ԱԱՀ վճարից ազատման շեմը (հաճախ նաև հայտնվելով ստվերում):

Արտադրական կորուստների չափերի վերաբերյալ առկա է տարաձայնություն պետական կառույցների և մասնավոր հատվածի միջև, որը հաճախ հնարավորություն չի տալիս ծախսագրել իրական կորուստները և խնդիրներ է առաջացնում մասնավորապես արտահանող ընկերությունների համար (վերջիններս գործում են հարկային դաշտում՝ ի տարբերություն զգալի քանակությամբ այն արտադրողների, որոնք ներգրավված են տեղական շուկայում):

Հայաստանի ոսկեգործական իրերի շուկան ավանդաբար աչքի է ընկել սպառվող արտադրանքի որակի հետ կապված խնդիրներով և վերահսկողության բարելավման անհրաժեշտությամբ:

Խախտումներ

Ոսկեգործական իրերի շուկայի ստուգումների արդյունքում պարբերաբար հայտնաբերվում են մեծաքանակ խախտումներ՝ հիմնականում հարգորոշման և հարգադրոշման հետ առնչվող:

**Վերահսկման
անարդյունավետ
կարգ**

ՓՄՁ-ներում ստուգումներ չիրականացնելու մասին կարգը ոսկեգործական արտադրանքի շուկայում արտադրանքի որակի վերահսկման լուրջ խնդիր է առաջացնում:

**Վերահսկման շղթայի
բաց**

Տեղական շուկայում ոսկեգործական իրերի իրացման համար իրերի վրա անվանանիշի առկայությունը պարտադիր չէ, որը խոչընդոտում է իրերի հետազոծելիության ապահովումը:

**Ռեսուրսների
պակաս**

Ներկայումս ոսկեգործական իրերի շուկայի վերահսկումն իրականացնում է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության շուկայի վերահսկողության պետական տեսչությունը, որի արդյունավետ գործունեության համար առկա է պահանջվող ռեսուրսների պակաս (մասնագիտական կադրեր և սարքավորումներ):

Ծրագրեր

ՀՀ կառավարությունը 2000-ականներին նախաձեռնեց մի քանի ծրագրեր Հայաստանի ոսկեգործության (և ակնագործության) ոլորտը զարգացնելու համար:

- 2003թ. - ՀՀ ակնագործության և ոսկեգործության ոլորտի զարգացման 2005-2007թթ. միջինժամկետ ծրագիր
- 2009թ. - ՀՀ ակնագործության և ոսկեգործության զարգացման միջոցառումներ

Պետական աջակցության նախաձեռնությունները թիրախավորել են հիմնականում 4 ուղղություններ՝ օրենսդրական, կազմակերպական, ենթակառուցվածքային, շուկայավարման և առաջնորդման:

Արդյունքներ

- Ոսկեգործությանը վերաբերող միջոցառումներից հատկապես կարևոր քայլ հանդիսացավ 2006թ.-ին «Թանկարժեք մետաղների մասին» ՀՀ օրենքի ընդունումը:
- Ընդհանուր առմամբ, նկատելի ձեռքբերումներ են արձանագրվել հիմնականում օրենսդրական դաշտում. մասնավորապես, օրենսդրական բարեփոխումները ոլորտում թեթևացրեցին հարկային բեռը: Մյուս ուղղություններում նշանակալից արդյունքներ դեռևս չեն արձանագրվել:

**Ընթացիկ
գործողություններ**

2012թ.-ին ՀՀ կառավարությունն ընդունեց «ՀՀ-ում թանկարժեք մետաղների բնագավառի կարգավորման և զարգացման մասին» հայեցակարգից բխող միջոցառումների ծրագիրը: Միջոցառումները բաժանված են հետևյալ ուղղությունների՝

1. Օրենսդրության կատարելագործում
2. Նոր սերնդի ոսկերիչների ձևավորման համար բարենպաստ պայմանների ստեղծում
3. Միջազգային շուկաների հասանելիության ապահովում
4. Ոսկեգործության ոլորտում պետություն–մասնավոր հատված համագործակցության սկզբունքների ներդրում
5. Սպառողների իրազեկության ապահովում

Արտահանման շուկաներում Հայաստանի արտադրողների հիմնական մրցակցային առավելությունները ոլորտի աշխատուժի համեմատաբար ցածր վարձատրությունն է և հայկական արտադրանքի վրա մաքսատուրքերի բացակայությունը հայկական ոսկեգործական արտադրանքի իրացման հիմնական շուկաներում:

Հայաստանի ոլորտի մրցակցային առավելությունների միջազգային համեմատություն

Ծախք	Մրցակից երկրներ			
	Ռուսաստան	Թուրքիա	Հնդկաստան	Չինաստան
Հումքի ձեռքբերում				
ոսկի	-/+*	=	=	=
թանկարժեք քարեր (ադամանդ)	-/+	-	-	-
Աշխատավարձեր**	+	+	-	+
Արտահանման շուկա ներմուծման հարկեր (մաքսատուրք, ԱԱՀ)***	=	+	+	+

Նշումներ

- Մրցակից երկրների կողմից մրցակցային առավելություն Հայաստանի արտադրողների նկատմամբ
- + Հայաստանի արտադրողների մրցակցային առավելություն
- = Մրցակցային առավելության բացակայություն որևէ կողմի մոտ

*Ռուսաստանի պարագայում կախված է նրանից, թե արդյոք ոսկին տեղական արտադրության է, թե ներմուծվում է:

**Հաշվի չի առնում արտադրողականությունը:

***Դիտարկվել է Ռուսաստանի շուկա ներմուծման կոնկրետ օրինակը: Ինչպես կներկայացվի հաջորդիվ Հայաստանի ոսկեգործության զարգացման ռազմավարություն մասում, Ռուսաստանի շուկան համարվում է Հայաստանի ոսկեգործական արտադրանքի արտահանման առաջնային շուկաներից:

Մրցակցային առավելություններն առավել մանրամասն քննարկված են հաջորդիվ:

Հումք

Ոսկի

Արտադրանքի մեջ գործածվող ոսկու առումով համաշխարհային ոլորտում մրցակցային առավելություններ ոչ մի երկիր գրեթե չունի՝ պայմանավորված ոսկու միջազգայնորեն ֆիքսված գնով: Սակայն, Հայաստանի արտադրողները Ռուսաստանի շուկայում մրցակցային առավելություն ունեն Ռուսաստանի տեղական այն արտադրողների նկատմամբ, որոնք ոսկին ներմուծում են (Ռուսաստանում ոսկու ներմուծման վրա գործում է մաքսատուրք և ԱԱՀ, մինչդեռ Հայաստանում այն բացակայում է):

Աղամանդ

Որպես հումք գործածվող թանկարժեք քարերի (մասնավորապես՝ աղամանդ) մրցակցային առավելության առումով Հայաստանի արտադրողները որոշակիորեն կարող են զիջել միջազգային շուկաների հիմնական մասնակիցներին (օրինակ՝ Թուրքիային): Սա պայմանավորված է աղամանդի հումքի գնման հնարավորությունների վերաբերյալ վերջիններիս տիրապետած ավելի մեծաքանակ տեղեկատվությամբ, գնումների ծավալով և հաճախականությամբ պայմանավորված սակարկելու ավելի մեծ ունակությամբ և մասշտաբի էֆեկտով: Մյուս կողմից, ինչպես ոսկու պարագայում, Հայաստանի արտադրողները մրցակցային առավելություն ունեն Ռուսաստանի տեղական այն արտադրողների նկատմամբ, որոնք աղամանդը ներմուծում են:

Աշխատավարձ

Ոլորտում աշխատուժի միջին վարձատրությունը համեմատաբար ավելի ցածր է Հայաստանում՝ Թուրքիայի և Ռուսաստանի հետ համեմատությամբ: Կազմելով ամսեկան միջինում մոտ 500 ԱՄՆ դոլ., այն գտնվում է Չինաստանի ոլորտի աշխատավարձերի հետ նույն միջակայքում: Սա մոտ 2-3 անգամ ավելի ցածր է, քան Ռուսաստանի ոլորտի վարձատրության ցուցանիշը: Մյուս կողմից, Հայաստանում ոսկերիչների վարձատրությունն ավելի բարձր է, քան Հնդկաստանում:

Մաքսատուրք

Հայ արտահանողներն ունեն առավելություններ մրցակից երկրների նկատմամբ ԱՊՀ շուկաներում ազատ առևտրի պայմանագրի շնորհիվ: Հայաստանից արտահանվող ոսկեգործական իրերի վրա չի կիրառվում մաքսատուրք նաև արտահանման հիմնական երկրներում՝ ԱՄՆ, ԵՄ երկրներ, ԱՄԷ և այլն:

Ոսկեգործական իրերի ներմուծման մաքսատուրքը Ռուսաստանում, Ղազախստանում և Ուկրաինայում հիմնական արտահանող երկրների և Հայաստանի համար, %

	Ռուսաստան	Ղազախստան	Ուկրաինա
Հայաստան	0%	0%	0%
Չինաստան	20%	5%	20%
Թուրքիա	20%	5%	20%

Ուժեղ կողմեր

- Հայաստանի ոսկեգործության դարավոր ավանդույթներ
- Հայ ոսկեգործության դրական համբավ որոշ արտահանման շուկաներում
- Հարկային և մաքսային արտոնյալ դաշտ Հայաստանում
- Ոլորտային ասոցիացիաների առկայություն
- Դիզայնի և արհեստագործական ուսումնական հաստատությունների առկայություն
- Սփյուռքի ներդրումներով գործող ընկերություններով պայմանավորված արտադրական նոր տեխնոլոգիաների և արտահանման շուկաների տիրապետում

Թույլ կողմեր

- Ոլորտի արտադրության և տեղական շուկայում սպառման բարձր ստվերայնություն
- Արտադրանքի որակի ապահովման և վերահսկման անբավարար մակարդակ
- Հայկական ինքնատիպ դիզայնի բացակայություն
- Մասնագիտական կրթության անբավարար մակարդակ
- Ոլորտի ընկերությունների շուկայավարման և ոլորտի ներքին և արտաքին առաջնղման անբավարար մակարդակ
- Ընկերությունների արտադրանքի թույլ բրենդինգ

Հնարավորություններ

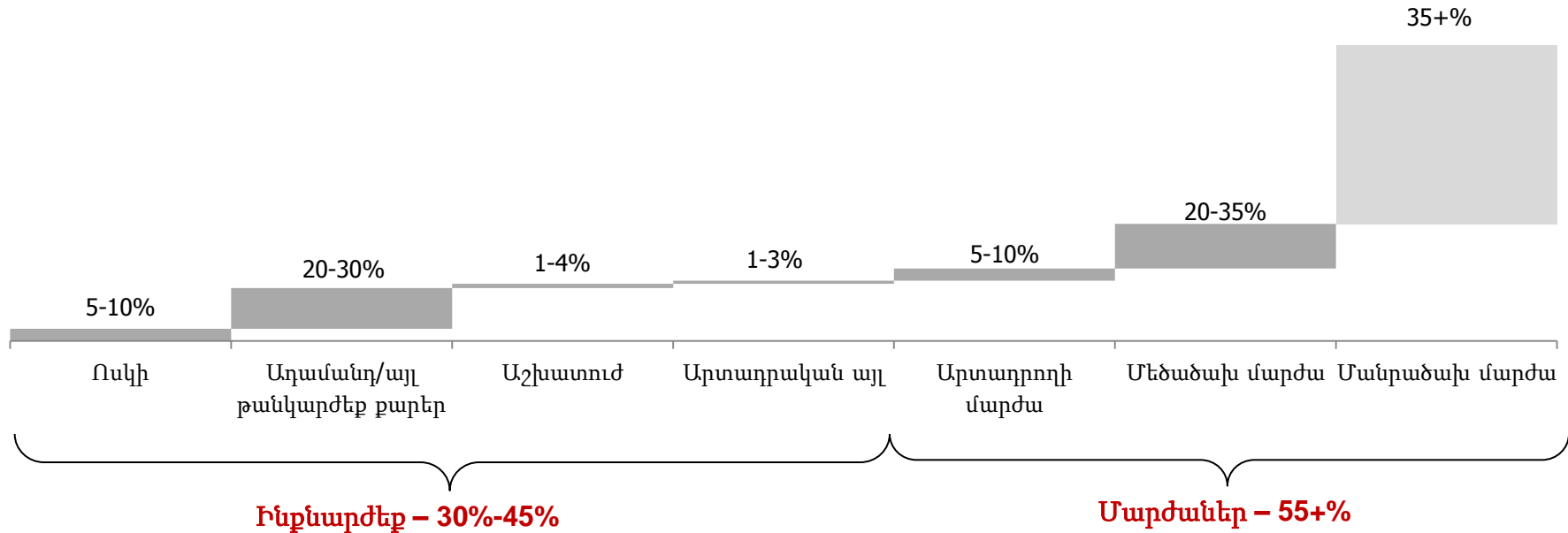
- Պետական աջակցության ընթացիկ ծրագրի առկայություն
- Հայկական ոսկեգործական արտադրանքի ավանդական շուկաների (ԱՊՀ) առկայություն և արտահանման արտոնյալ պայմաններ Հայաստանում արտադրված ոսկերչական իրերի համար
- Սփյուռքի ներուժ
- ԱՏԳ հիմնման նախաձեռնություն
- Ասիական/արաբական սպառման շուկաների շարունակական աճի կանխատեսվող դինամիկա
- Միջազգային շուկաներում վաճառքի և դիստրիբուցիայի նոր ուղիների ստեղծում
- Զբոսաշրջության աճ Հայաստանում

Վտանգներ

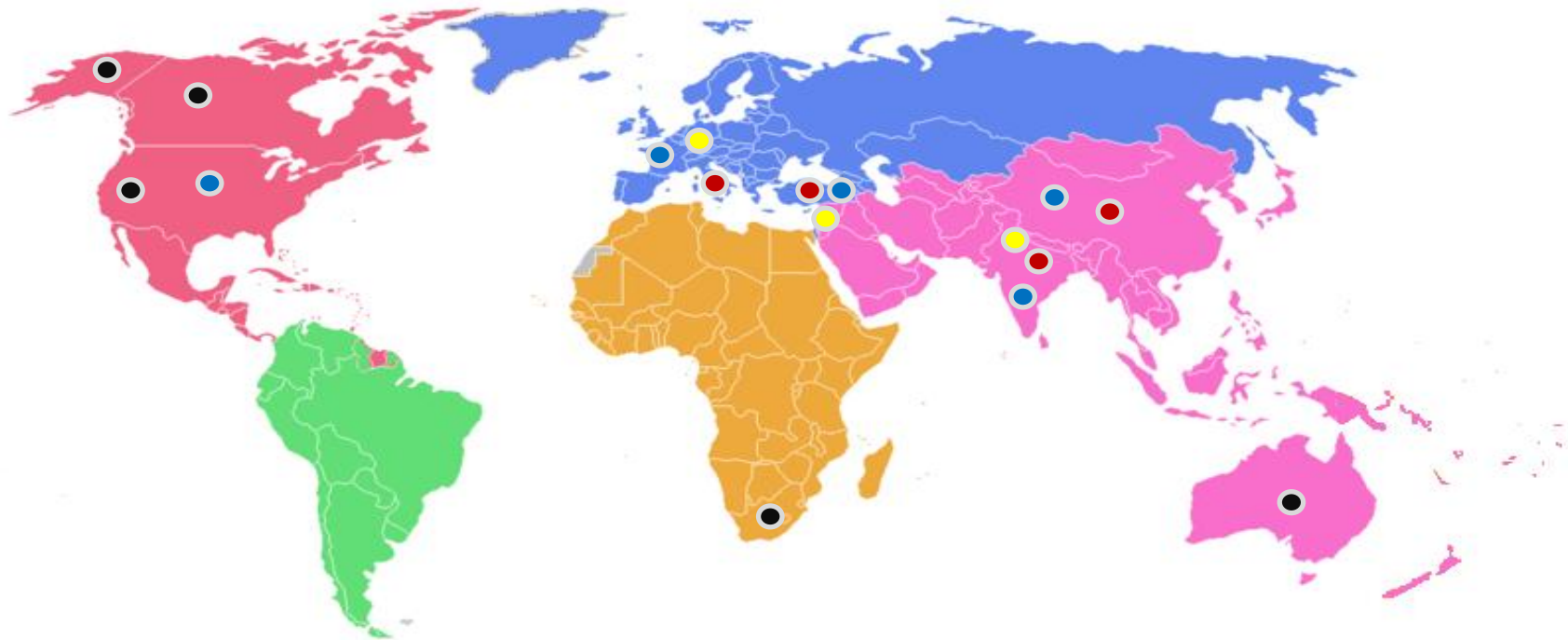
- Հումքի (ոսկի, ադամանդ) ամբողջապես ներկրում և կախվածություն համաշխարհային միտումներից
- Համաշխարհային ոլորտում մրցակցության ուժեղացման և շահութաբերության մարժաների ավելի ու ավելի ցածր դառնալու միտում
- Համաշխարհային նոր ճգնաժամ

ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱ

Համաշխարհային ոսկեգործության ոլորտի արժեզրթա



- Համաշխարհային ոսկեգործության ոլորտի արժեզրթան կարող է զգալիորեն տարբեր լինել՝ կախված ոսկեգործական իրից, մասնավորապես, վերջինիս արտադրող ընկերությունից և արտադրության երկրից:
- Արտադրանքի ինքնարժեքի մեջ հիմնական ծախսը կազմում է հումքը՝ ոսկին և թանկարժեք քարերը (մասնավորապես՝ ադամանդը): Ընդհանուր առմամբ, հումքը կազմում է ինքնարժեքի 85%-ից ավելին:
- Համաշխարհային ոսկեգործության ոլորտը աչքի է ընկնում բարձր մարժաների առկայությամբ՝ այլ ոլորտների համեմատությամբ՝ ավելի քան 55% (ապրանքի ամբողջ գնի մեջ): Մասնավորապես, մանրածախ մարժան կարող է ավելի քան կրկնակի գերազանցել ոսկեգործական իրի ինքնարժեքը:



Ոլորտի արժեշրթայի տարբեր փուլերի մասնակից հիմնական երկրները ներկայացված են ստորև:

● Ոսկու արդյունահանում

- ԱՄՆ
- Ավստրալիա
- ՀԱՀ
- Կանադա

● Ադամանդի մշակում

- Հնդկաստան
- Իսրայել
- Բելգիա

● Ոսկերչություն

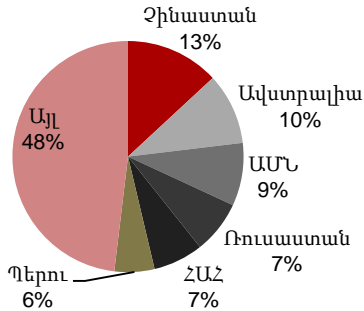
- Հնդկաստան
- Չինաստան
- Իտալիա
- Թուրքիա

● Վաճառք

- Հնդկաստան
- Չինաստան
- ԱՄՆ
- Եվրոմիություն
- Թուրքիա

Հանքարդյունահանում

Ոսկու համաշխարհային հանքարդյունահանում կշիռն ընդհանուրի մեջ, 2011թ.

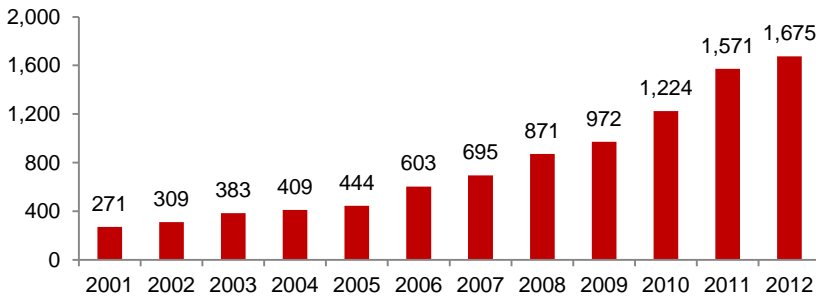


Աղբյուր՝ Ոսկու Համաշխարհային Խորհուրդ

- Ոսկու համաշխարհային պաշարների ծավալը մոտարկվում է 51,000 տոննայի շուրջ (ԱՄՆ երկրաբանական հետազոտություն, 2011):
- Պաշարների շուրջ 14%-ը գտնվում են Ավստրալիայում: Պաշարների մեծությամբ հաջորդ երկրներն են ՀԱՀ-ը և Ռուսաստանը՝ համապատասխանաբար 12% և 10%:
- 20րդ դարի ոսկու ավանդական հանքարդյունահանողներից (ԱՄՆ, Ավստրալիա, Ռուսաստան, ՀԱՀ) բացի ներկայումս մեծ ծավալով ոսկի է հանքարդյունահանում Չինաստանը, գրավելով առաջին դիրքը հանքարդյունահանող երկրների շարքում (համաշխարհային հանքարդյունահանման 13%-ը 2011թ.-ին):

Գին

Ոսկու համաշխարհային գին ԱՄՆ դոլ./1 ունցիա, 2001-2012թթ.



Նշումներ,

1 ունցիա=28.3 գրամ
2012թ.-ի ոսկու համաշխարհային գինը հունվար-հուլիս ամիսների միջինն է:

Աղբյուր՝ Ոսկու Համաշխարհային Խորհուրդ

- Ոսկու համաշխարհային գինը հիմնականում որոշվում է Լոնդոնի ոսկու բորսայում: 2000-ականների երկրորդ կեսից սկսած ոսկու գինը շարունակաբար աճել է:
- Հիմնական պատճառներից են ոսկեգործական արտադրանքի համաշխարհային վաճառքի աճը, ԱՄՆ դոլ.-ի թուլացումը և ոսկու գնումը որպես հուսալի խնայողություն՝ համաշխարհային վերջին տնտեսա-ֆինանսական ճգնաժամի հետևանքների համատեքստում:
- 2012թ.-ին վերջին տարիների ընթացքում առաջին անգամ ոսկու համաշխարհային գինը դրսևորում է կայունացման նշաններ:

Ըստ կանխատեսումների առաջիկա տասնամյակում ոսկու պահանջարկը կաճի, հանգեցնելով ոսկու գնի աճի միտման պահպանմանը: Ոսկու պաշարների և արդյունահանման ծավալների փոփոխություն չի սկսվել:

Ոսկեգործական արտադրանքի վաճառքի աճ

Ոսկեգործական արտադրանքի համաշխարհային սպառումը հաջորդող տասնամյակում շարունակաբար կաճի, հիմնականում ասիական երկրների սպառման շուկաների կայուն ընդլայնման շնորհիվ: Ըստ McKinsey փորձագետների Չինաստանում միջին խավի կշիռը (տարեկան 16-34հգ. ԱՄՆ դոլար եկամուտով) ներկայիս 6%-ից կհասնի 51%-ի 2020թ.-ին:

Պետական հատվածի պահանջարկ

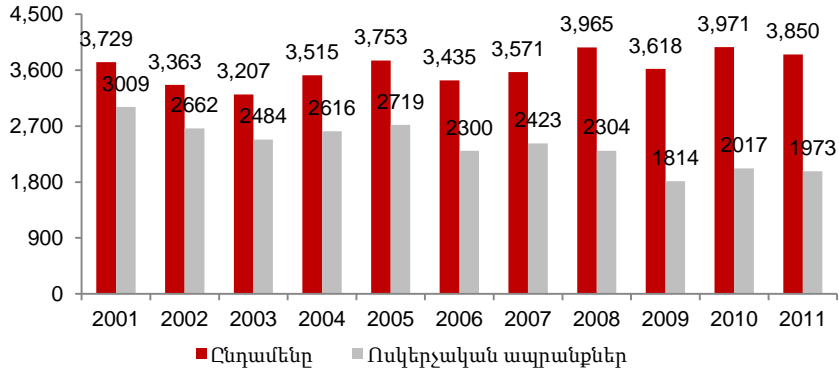
- Համաշխարհային վերջին ֆինանսա-տնտեսական ճգնաժամով պայմանավորված՝ պետական հատվածի կողմից ոսկու գնումն աշխարհում աճել է: 2010թ.-ին աշխարհում պետական հատվածի ընդամենը պահանջարկը կազմել է 1,150 տոննա (ոսկու ողջ պահանջարկի մոտ 29%-ը), մինչդեռ նախաճգնաժամային 2007թ.-ին այն եղել է ընդամենը 439 տոննա (ոսկու ընդամենը պահանջարկի 13%-ը):
- 1971թ.-ին Բրետոն Վուդսի համակարգի փլուզումից հետո համաշխարհային պետական հատվածի կողմից ոսկու պահանջարկի ներկայիս ծավալները ռեկորդային են: Սա պայմանավորված է ինչպես համաշխարհային նոր ֆինանսա-ճգնաժամային վտանգով, այնպես էլ՝ ԱՄՆ դոլ.-ի թուլացմամբ և միջազգային մյուս արժույթների կայունության նկատմամբ վստահության որոշակի բացակայությամբ:
- Ակտիվորեն ոսկու պաշարներ կուտակող երկրների թվում են Ռուսաստանը, Թայլանդը, Մեքսիկան և այլն:

Արդյունաբերական տեխնոլոգիաների պահանջարկ

Համեմատաբար փոքր աճ է կանխատեսվում արդյունաբերության մեջ գործածվող ոսկու պահանջարկի մեջ: 2001-2010թթ. այն աճել է տարեկան միջինում 3%-ով (բացառությամբ ճգնաժամային շրջանի): Կանխատեսվում է, որ համաշխարհային արդյունաբերության մեջ տեխնոլոգիաների կայուն կիրառմամբ պայմանավորված՝ աճի վերոնշյալ միտումը կշարունակվի:

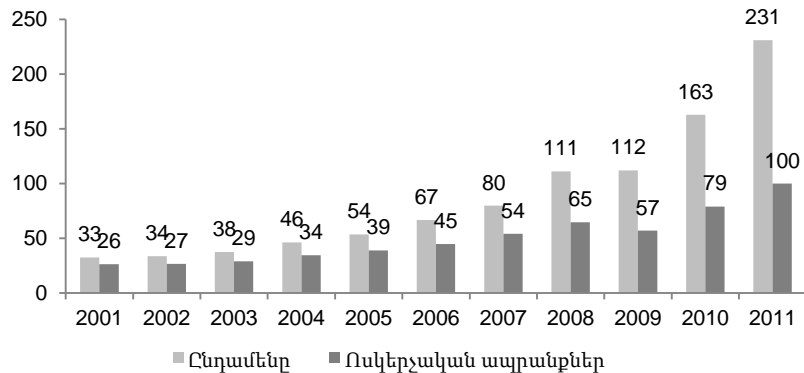
Սպառում

Ոսկու համաշխարհային սպառում տոննա, 2001-2011թթ.



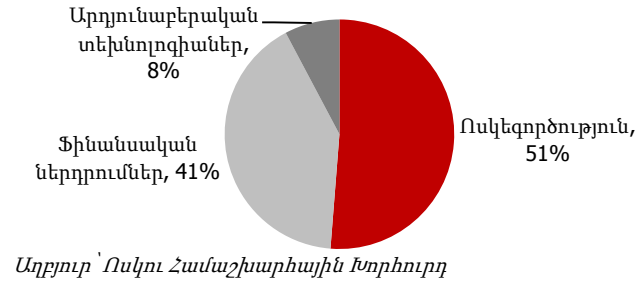
Աղբյուր՝ Ոսկու Համաշխարհային Խորհուրդ

Ոսկու համաշխարհային սպառում մլրդ ԱՄՆ դոլ., 2001-2011թթ.



Աղբյուր՝ Ոսկու Համաշխարհային Խորհուրդ

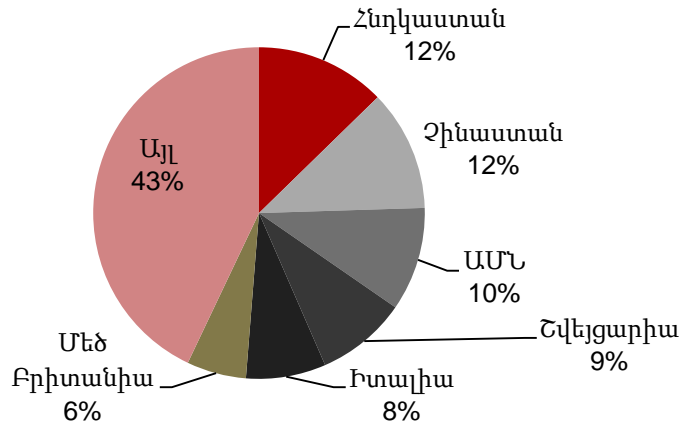
Ոսկու համաշխարհային պահանջարկի կառուցվածքը % ընդհանուր սպառման մեջ, 2011թ.



Աղբյուր՝ Ոսկու Համաշխարհային Խորհուրդ

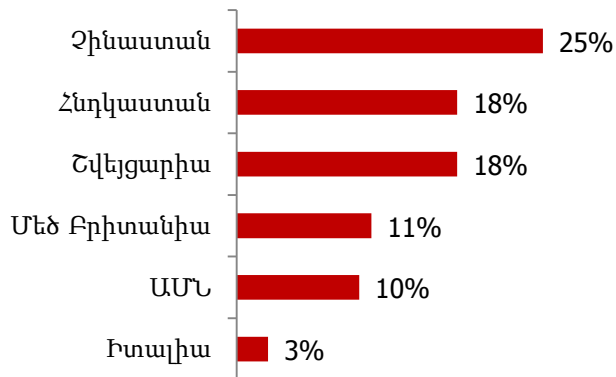
- 2011թ.-ին աշխարհում ոսկու պահանջարկի ավելի քան 50%-ը ապահովել է ոսկեգործությունը, 41%-ը՝ ոսկու մետաղի տեսքով ֆինանսական ներդրումները և մոտ 8%-ը կազմել է արդյունաբերական տեխնոլոգիաների պահանջարկը:
- Ոսկեգործության նպատակով ոսկու սպառման ֆիզիկական ծավալները 2001-2011թթ. էապես նվազել են՝ ոսկու ընդամենը սպառման մոտ 80%-ից իջնելով մինչև շուրջ 50%: Սա հիմնականում պայմանավորված է ոսկու համաշխարհային գնի աճով, որը բացասականորեն է ազդել ոսկեգործական ապրանքների համաշխարհային սպառման ֆիզիկական ծավալների վրա:
- Մյուս կողմից, 2000ականներին կայուն աճ է արձանագրել դրամային արտահայտությամբ ոսկու համաշխարհային սպառումը (բացառությամբ ճգնաժամային 2009թ.-ի՝ ոսկերչության մեջ օգտագործված ոսկու կտրվածքով)՝ 2011թ.-ին կազմելով ավելի քան 230 մլրդ ԱՄՆ դոլ.:
- 2011թ.-ին ոսկու համաշխարհային սպառման մոտ 45%-ը ապահովվել է Հնդկաստանի և Չինաստանի կողմից՝ հիմնականում ոսկեգործության նպատակով:

Ոսկեգործական արտադրանքի առաջատար արտահանողները արտահանման կշիռը համաշխարհային արտահանման մեջ, %, 2010թ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

Խոշոր արտահանող երկրների արտահանման աճը տարեկան միջին աճ, 2005-2010թթ.

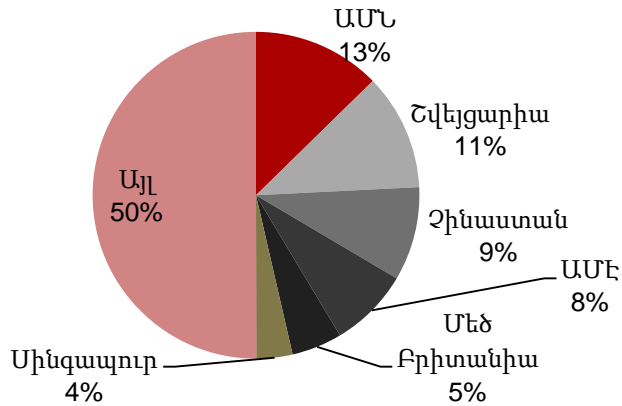


Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

- 2005-2010թթ. ոսկեգործական արտադրանքի ամենախոշոր արտահանողները եղել են ԱՄՆ-ն, Չինաստանը, Հնդկաստանը, Իտալիան և Շվեյցարիան (յուրաքանչյուրը՝ կուտակային 40-50 մլրդ ԱՄՆ դոլ. 2005-2010թթ.): Վերոնշյալ երկրների կուտակային արտահանումը 2005-2010թթ. կազմել է համաշխարհային ոսկեգործական ոլորտի արտահանման շուրջ 57%-ը:
- ԱՄՆ-ի, Շվեյցարիայի և Մեծ Բրիտանիայի ոսկեգործության ոլորտներում առկա են համաշխարհային ճանաչման բրենդեր, որոնք զգալի կշռով արտապատվիրում են իրենց արտադրանքը այլ երկրներում:
- Ակներն է Չինաստանի և Հնդկաստանի արտահանման շարունակական ընդլայնումը. վերոնշյալ ժամանակահատվածում այս 2 երկրների արտահանման տարեկան միջին աճը կազմել է համապատասխանաբար 25% և 18%:
- Համեմատության համար, նույն ժամանակահատվածում վերոնշյալ աճը Իտալիայի ոսկեգործական ոլորտի համար կազմել է ընդամենը 3%:

Առաջատար ներմուծող երկրները

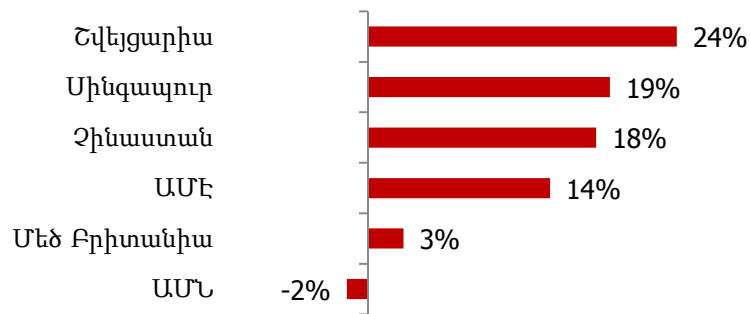
ներմուծման կշիռը համաշխարհային ներմուծման մեջ, % , 2010թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

Խոշոր ներմուծողների ներմուծման աճը

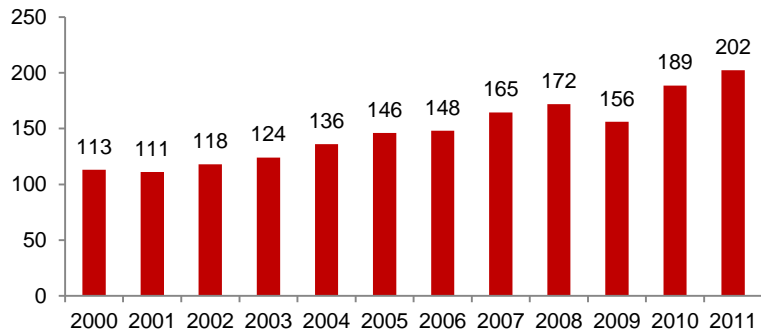
տարեկան միջին աճ, 2005-2010թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

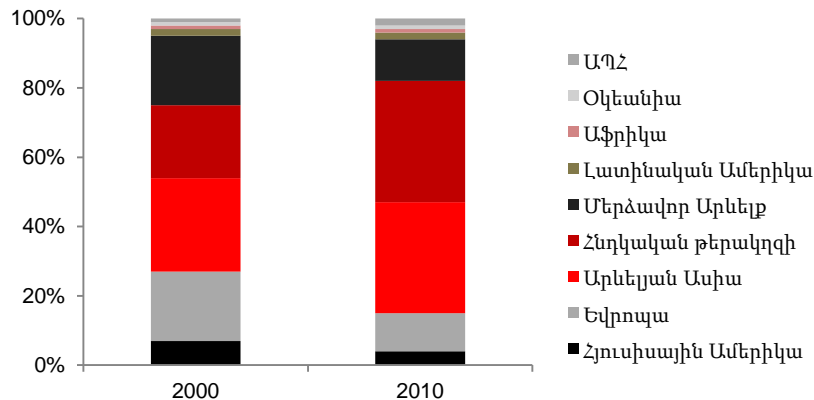
- ԱՄՆ շուկան ավանդաբար եղել է ոսկեգործական արտադրանքի ամենախոշոր ներմուծողը՝ վերջին տարիներին տարեկան 10-12 մլրդ ԱՄՆ դոլար արժողությամբ:
- 2005-2010թթ. կուտակային սպառման կտրվածքով երկրորդ դիրքում է Շվեյցարիան՝ 32 մլրդ ԱՄՆ դոլ.: Խոշոր ներմուծողների հնգյակը եզրափակում են Չինաստանը, ԱՄԷ-ն և Մեծ Բրիտանիան:
- Ներմուծման աճի տեմպերով Չինաստանը կրկին աչքի է ընկնում՝ 2005-2010թթ. արձանագրելով տարեկան միջինում 18% աճ, մինչդեռ ԱՄՆ-ի շուկան նույն ժամանակահատվածում նվազել է 2%-ով:
- Վերոնշյալ 5 խոշոր ներմուծողների կուտակային ներմուծումը 2005-2010թթ. կազմել է համաշխարհային ոսկեգործության ոլորտի ներմուծման շուրջ կեսը:

Համաշխարհային ոսկեգործական շուկայի արժեք մլրդ ԱՄՆ դոլ., 2000-2011թթ.



Աղբյուր՝ GFMS, The London Bullion Market Association

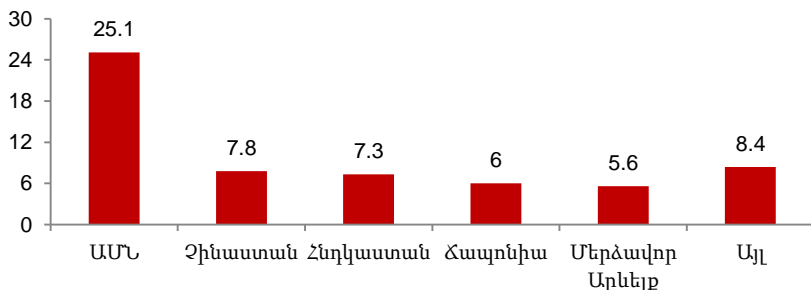
Ոսկեգործական արտադրանքի համաշխարհային սպառում աշխարհագրական բաշխում, 2000 և 2010թթ.



Աղբյուր՝ Thomson Reuters GFMS

Ոսկեգործական ադամանդյա զարդերի համաշխարհային սպառում

մլրդ ԱՄՆ դոլ., 2010թ.



Տարեկան միջին աճ, 2000-2007թթ.



Աղբյուր՝ IDEX, Tacy Ltd., Chaim Even-Zohar, Bain & Co

- Ոսկեգործական արտադրանքի համաշխարհային շուկան 2000-ականներին շարունակաբար աճել է, բացառությամբ ճգնաժամային 2009թ.-ի՝ 2011թ.-ին հասելով 200 մլրդ ԱՄՆ դոլ.-ի սահմանագիծը:
- Համաշխարհային շուկայում սպառման աճի շարժիչ ուժերից է հանդիսացել ասիական երկրներում սպառման ծավալների շարունակական ընդարձակումը, մասնավորապես, Հնդկաստանում և Չինաստանում:
- Մյուս կողմից, համաշխարհային սպառման մեջ Եվրոպայի և Հյուսիսային Ամերիկայի սպառման շուկաների տեսակարար կշիռը վերջին տասնամյակում նվազել է:

Միտում

1

Առաջիկա տասնամյակում ոսկու պահանջարկը, կանխատեսվում է, որ կաճի, հանգեցնելով ոսկու գնի աճի միտման պահպանմանը:



Նշանակությունը Հայաստանի համար

Ոսկու գինը միջազգայնորեն գրեթե ֆիքսված է, և ոսկեգործական իրեր արտադրողները հիմնականում միանման գին են վճարում ոսկու ձեռքբերման համար: Հետևաբար, ոսկու գնի աճը Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի միջազգային մրցունակության վրա, թերևս, նշանակալից ազդեցություն չի ունենա:

2

Միջազգային շուկաներում կշարունակվեն ստեղծվել վաճառքի և դիստրիբուցիայի նոր ուղիներ:



Հանդիսանալով նոր հնարավորություն Հայաստանի ոլորտի արտահանման համար՝ վաճառքի և դիստրիբուցիայի համաշխարհային ուղիների վերափոխումը կստիպի Հայաստանի արտադրողներին միջազգային ավելի մեծ մրցակցության մեջ մտնել:

Վաճառքի անկախ կետերը կշարունակեն նվազել՝ ցանցային կետերի աճի հաշվին:

Հայաստանի արտադրողների առջև կձառանան նոր մարտահրավերներ՝ միջազգային շուկաներում իրենց արտադրանքի իրացման համատեքստում:

Միտում

3

Ոսկեգործության համաշխարհային ոլորտում մարժաները դառնում են ավելի ու ավելի մրցակցային՝ պայմանավորված մասնակիցների քանակի աճով:



Նշանակությունը Հայաստանի համար

Հայաստանի ոլորտի արտադրողների համար ավելի մեծ սրություն կստանա օպտիմալ արտադրական գործունեության օրակարգը:

4

Ոսկեգործական իրերի սպառման համաշխարհային շուկաներում նորաձևության ցիկլերը դառնում են ավելի ու ավելի կարճատև:

Սպառողները կայացնում են ավելի տեղեկացված որոշումներ և ավելի պահանջկոտ են դառնում որակի նկատմամբ:



Հայաստանի ոլորտի արտադրողները շատ ավելի ներգրավված պետք է դառնան ոլորտի համաշխարհային զարգացումներում՝ ոլորտի համաշխարհային միտումները ճիշտ հասցեագրելու համար:

Միտում

5

Կանխատեսվում է, որ ոսկեգործական իրերի համաշխարհային սպառումը հաջորդ տասնամյակում շարունակաբար կաճի:

Սպառման համեմատաբար մեծ աճ է ակնկալվում ասիական, Մերձավոր Արևելքի և ԱՊՀ երկրներում, մինչդեռ արևմտյան շուկաներում այն ավելի փոքր կլինի:



Նշանակությունը Հայաստանի համար

Հայաստանի ոսկեգործական արտադրողների համար արտահանման նոր հնարավորություններ և ուղղություններ կբացվեն: Մակայն, անհրաժեշտ կլինի վերջիններս համապարփակ վերլուծել և արդյունավետ օգտագործել: Ենթադրվում է, որ ոսկեգործական հայկական արտադրանքը կթիրախավորի հիմնականում ԱՊՀ և Մերձավոր Արևելքի շուկաները:

Ասիական հիմնական երկու շուկաները՝ Հնդկաստանը և Չինաստանը չեն դիտարկվում որպես հայկական արտադրանքի իրացման նպատակային շուկաներ՝ պայմանավորված տեղական պահանջարկի և մրցակցության առանձնահատկություններով*:

** Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտահանման թիրախային շուկաները քննարկված են «Զարգացման ռազմավարություն» մասում:*



6

Համաշխարհային ֆինանսա-տնտեսական նոր ճգնաժամը կարող է էապես արգելափակել համաշխարհային սպառման աճը:

Համաշխարհային նոր ճգնաժամը Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի վրա նշանակալից բացասական հետևանքներ կարող է ունենալ, ինչպես արտահանման շուկաների մասով, այնպես էլ՝ ոսկու հումքի, որն ամբողջապես ներմուծվում է:

Նշում. ոսկեգործության համաշխարհային շուկայի ամբողջական վերլուծությունը տրված է հավելվածներում:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՈԼՈՐՏԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Տեսլական

Հայաստանը դարձնել **ԳԼՈՒԲԱԼ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆԳՈՒՅՑ**՝ զարգացնելով Հայաստանում առկա ոսկեգործության կարողությունները, օգտագործելով Սփյուռքի ներուժը և ոսկեգործության արտադրանքի արտադրության և արտահանման բարենպաստ պայմանները:

Ռազմավարության իրականացման արդյունքում ակնկալվում է մինչև **2020թ.** շուրջ **6** անգամ ավելացնել Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտահանման ծավալները՝ մասնագիտանալով ինքնատիպ դիզայնով բարձրորակ ձեռագործ իրերի արտադրության մեջ՝ միջինից բարձր գնային հատվածում:

Ռազմավարության հենասյուները

Հայերի ոսկեգործության ավանդույթ

Ոսկերչությունն այն եզակի մասնագիտություններից է, որն ասոցիացվում է հայերի հետ

Սփյուռքի ներգրավվածություն ոսկերչության գլոբալ բիզնեսում

Սփյուռքահայերի կողմից ստեղծված և ղեկավարվող հանրաճանաչ բրենդեր

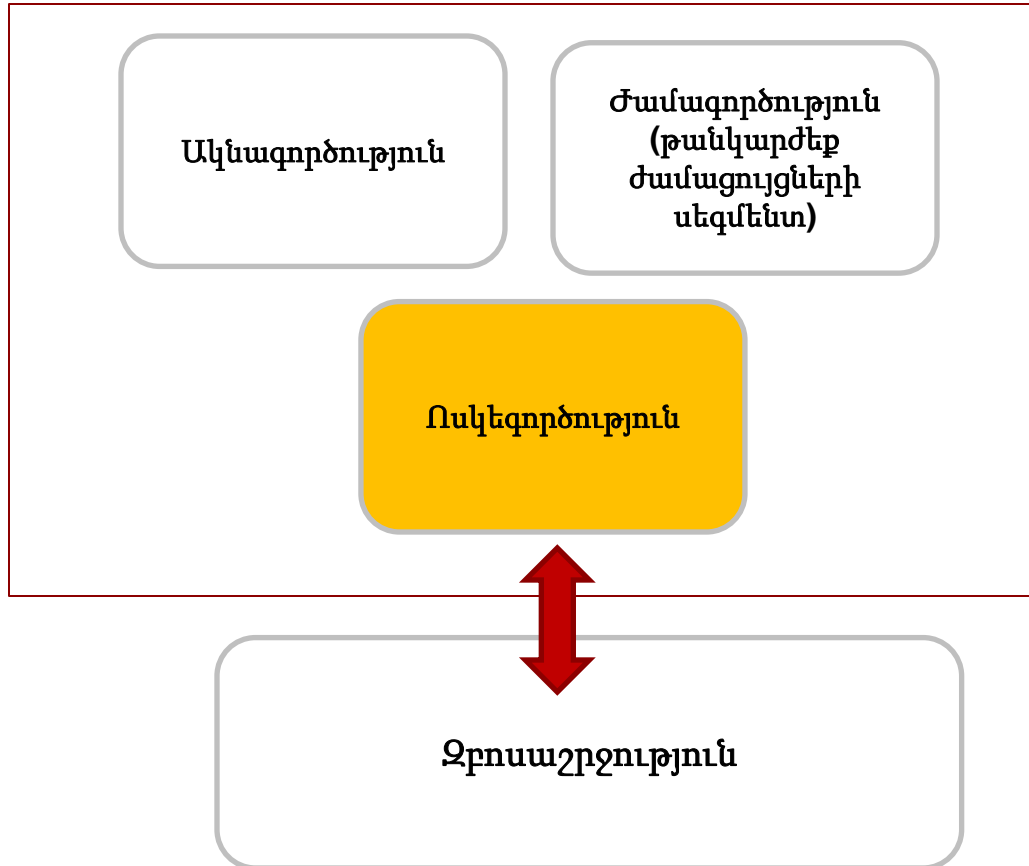
Արտադրության և արտահանման արտոնյալ պայմաններ

Հարկային արտոնությունների առումով Հայաստանն ամենագրավիչ երկրներից է, միաժամանակ, լինելով ԱՊՀ անդամ, արտահանողներին ապահովում է անմաքս առևտրի հնարավորություն

Դիզայն

Հարուստ մշակութային ժառանգությունը (հատկապես՝ զարդանախշերի բնագավառում) հայկական դիզայնի զարգացման մեծ ներուժ է պարունակում:

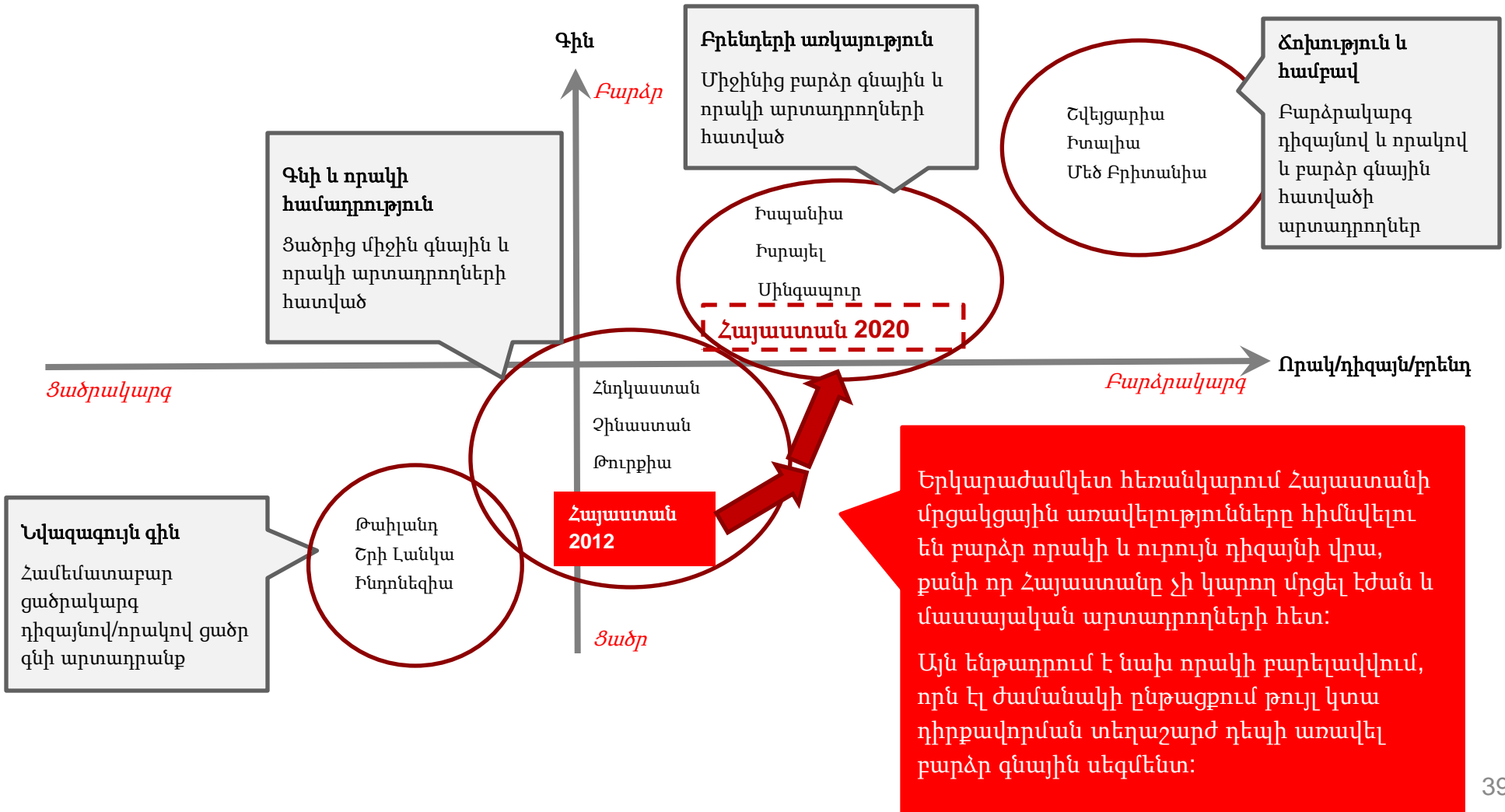
Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտը փոխկապակցված է տնտեսության գերակա այլ հատվածների հետ՝ ապահովելով զգալի փոխազդեցություններ միմյանց վրա:



- ▶ Ոլորտների առաջնորդման և երկրի բրենդինգի ընդհանրություններ (միասնական ցուցահանդեսներ)
- ▶ Ընդգրկվածություն միասնական արժեշղթայում և ընդհանրություններ արժեշղթայի որոշ հատվածներում (օր.՝ հումք - թանկարժեք քարեր և մետաղներ)
- ▶ Սփյուռքի ներգրավվածություն բոլոր երեք ոլորտներում
- ▶ Ոսկերչության ոլորտի ընդլայնման դեպքում տեղական մշակում անցած ադամանդի օգտագործում
- ▶ Զբոսաշրջությունը Հայաստանում ոսկերչական իրերի պահանջարկի կարևոր աղբյուր է:
- ▶ Ոսկերչության զարգացման (որակի ապահովում, անմաքս առևտրի գոտի, դիզայն) արդյունքում ոլորտը կարող է ապահովել զբոսաշրջիկներից ստացված եկամտի աճ և Հայաստանում զբոսաշրջության արժեքային առաջարկի դիվերսիֆիկացիա:

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի զարգացման համար անհրաժեշտ է համաշխարհային շուկայում ոլորտի ներկայիս դիրքի փոփոխություն՝ դեպի բարձրակարգ որակով/դիզայնով հատված:

Ոսկեգործության համաշխարհային ոլորտի որոշ մասնակիցների ոլորտում դիրքավորման որակական քարտեզ



Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի զարգացումը ենթադրում է աճի երկու հիմնական աղբյուր՝ տեղական ընկերությունների վաճառքների ընդլայնում և օտարերկրյա պատվերների և ընկերությունների արտադրական ստորաբաժանումների ներգրավում:

1

Տեղական ընկերությունների արտահանման աճ

- Արտահանման խթանում ավանդական (ԱՊՀ երկրներ՝ հատկապես Ռուսաստան և Ղազախստան) և այլ գրավիչ ու հասանելի (մասնավորապես՝ Մերձավոր Արևելք) շուկաներում
- Դարձնել Հայաստանը ոսկեգործական իրերի գնումների կենտրոն զբոսաշրջիկների համար

2

Օտարերկրյա ընկերությունների պատվերների կամ արտադրությունների ներգրավում

- Սփյուռքի ոսկեգործական ընկերությունների պատվերների և/կամ արտադրությունների ներգրավում
- Ոսկեգործության ոլորտում գլոբալ ընկերությունների ներգրավում
- Հիմնական թիրախ երկրներ՝ ԱՄՆ, Շվեյցարիա, Ռուսաստան

Տեղական ընկերությունների արտադրանք

Առկա կարողություններ/հնարավորություններ

- Հայկական ոսկեգործական արտադրանքի ավանդական շուկաների (ԱՊՀ) առկայություն և արտահանման արտոնյալ պայմաններ
- Առկա բիզնես կապեր և լեզվամշակութային ընդհանրություններ ԱՊՀ շուկայում
- Մփյուռքի ներուժ
- Արաբական սպառման շուկաների շարունակական աճի կանխատեսվող դինամիկա
- Միջազգային շուկաներում վաճառքի և դիստրիբուցիայի նոր ուղիների ստեղծում՝ վաճառքի ցանցային կետերի ընդլայնում, ցանցային առևտրի կենտրոններում ոսկեգործական արտադրանքի վաճառքի պրակտիկայի զարգացում, ինտերնետային վաճառքի աճ և այլն:
- Զբոսաշրջության զարգացում

Ռազմավարական նախաձեռնություններ

Ոլորտի առաջնորդում թիրախային շուկաներում

- մասնակցություն միջազգային ցուցահանդեսների և Հայաստանում ոլորտային ցուցահանդեսի պարբերական կազմակերպում
- ոլորտի ընդհանուր ինտերնետային պորտալի ստեղծում
- այլ

Կրիտիկական բացեր

- Արտադրանքի որակի անբավարար մակարդակ՝ պայմանավորված վերահսկողական համակարգի անկատարությամբ
- Հայկական ինքնատիպ դիզայնի բացակայություն և արտասահմանյան արտադրանքի կրկնօրինակում
- Ոլորտի ընկերությունների շուկայավարման և ոլորտի ներքին և արտաքին առաջնորդման անբավարար մակարդակ
- Ընկերությունների կապիտալ ներդրումային ծրագրերի ֆինանսավորման խնդիրներ

- Որակի վերահսկման համակարգի ամբողջականացում և կիրարկում
- Մասնագիտական կրթության և ոսկեգործական դիզայնի բարելավում
- Ընկերություններին ֆինանսական աջակցություն
- Ոլորտի պրոֆեսիոնալ առաջնորդում թիրախային շուկաներում

Արտապատվիրում

Առկա կարողություններ/հնարավորություններ

- Սփյուռքում ոսկեգործության բիզնեսում կայացած ընկերություններ, որոնք կարող են արտապատվիրել/տեղափոխել արտադրությունը Հայաստան
- Հայաստանի ոսկեգործության դարավոր ավանդույթներ/հայ ոսկեգործության դրական համբավ
- Հայաստանից ոսկեգործական արտադրանքի ԱՊՀ և այլ երկրներ ներմուծման արտոնյալ պայմաններ (մասնավորապես ներմուծման մաքսատուրքի բացակայություն)
- Հարկային և մաքսային արտոնություններ (հումքի ներմուծման, արտադրության և արտահանման բնագավառում)

Կրիտիկական բացեր

- Հարկային և մաքսային վարչարարության հետ կապված խնդիրներ (ԱԱՀ վերադարձ, կորուստների գնահատում)
- Մասնագիտական կրթության անբավարար մակարդակ
- Գլոբալ ընկերությունների ներգրավման ուղղությամբ ռազմավարության և համակարգված գործողությունների բացակայություն
- Արտերկրյա ընկերությունների կողմից տեղական ընկերությունների հետ համագործակցության հանդեպ վստահության բաց (անվստահություն տեղացի գործարարների հետ ֆինանսա-ապրանքային գործնական հարաբերություններ ունենալու նկատմամբ)

Ռազմավարական նախաձեռնություններ

- Պետական մակարդակի վրա ոլորտի առավելությունների պրոֆեսիոնալ ներկայացում պոտենցիալ ներդրողներին
- Ոլորտի առաջնորդ՝ Հայաստանում միջազգային ցուցահանդեսների և ֆորումների կազմակերպում
- Ոսկեգործության և ադամանդագործության կենտրոնի ստեղծում ԱՏԳ-ի շրջանակում
- Օրենսդրական դաշտի կատարելագործում և որակի ապահովման և խիստ վերահսկողության համակարգի ձևավորում
- Մասնագիտական կրթության և ոսկեգործական դիզայնի բարելավում
- Ոլորտի առաջնորդ՝ Հայաստանում միջազգային ցուցահանդեսների և ֆորումների կազմակերպում
- Պետական մակարդակի վրա անհատական աշխատանք ոլորտի Սփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների՝ Հայաստան ներգրավման ուղղությամբ



Ռազմավարությունն առանձնացնում է զարգացման երկու փուլ՝ ռազմավարական նախաձեռնությունների տարբեր կիզակետով:

1

ՓՈՒԼ 1.

Վերականգման և կրիտիկական բացերի վերացում 2013-2015թթ.

2

ՓՈՒԼ 2.

Կարողությունների ընդլայնում և արտահանման ինտենսիվ աճ 2016-2020թթ.

Գործողությունների կիզակետ

- Որակի ապահովում և ստվերի էական կրճատում
- Առաջնային շուկաներում (հիմնականում՝ ԱՊՀ ավանդական) կապերի վերականգնում և վաճառքների ընդլայնում՝ ոլորտի համակարգված առաջնդման միջոցով
- Օտարերկրյա արտադրողների ներգրավման համար բարենպաստ պայմանների ընդլայնում (ԱՏԳ հիմնում)
- Հայկական ոսկեգործության վարկանիշի բարելավում և ոլորտի բրենդինգ երկրի մակարդակով
- Հայաստանը դարձնել զբոսաշրջիկների համար ոսկեգործական իրեր գնելու գրավիչ վայր

- Հայաստանում գիտակրթական ինովացիոն համալիրի և դիգայնի դպրոցի ստեղծում և միջազգային ճանաչելիության ձեռքբերում
- Ոսկեգործական նոր հայկական բրենդերի ձևավորում
- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի ինտենսիվ առաջնդում նպատակային շուկաներում
- Առաջնդման գործողությունների կենտրոնացում նոր շուկաներ մուտք գործելու վրա (մասնավորապես՝ Մերձավոր Արևելք և Արևմտյան շուկաներ)
- Օգտագործելով արդեն իսկ Հայաստանում գործող օտարերկրյա ընկերությունների փորձը՝ ներգրավել նոր գլոբալ ընկերությունների

ՓՈԻԼ 1՝ ակնկալվող արդյունքներ

<p>Միջավայր և ենթակառուցվածքներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ոլորտի արտադրության և տեղական շուկայում բարձր ստվերայնության վերացում • Վստահություն Հայաստանում վաճառվող ոսկեգործական իրերի որակի նկատմամբ • Ոսկեգործական իրերի արտադրության, իրացման և արտահանման համար վարչարարության խոչընդոտների բացակայություն • Ոսկեգործության և ադամանդագործության գործուն ԱՏԳ և անմաքս առևտրի գոտի • Մասնագիտական կրթության բարելավմանն ուղղված քայլերի սկիզբ
<p>Արտադրողներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ընկերությունների խոշորացում և արտահանող ընկերությունների քանակի աճ • Նպատակային շուկաների առավել լավ իմացություն և զարգացած արտահանման կարողություններ (կապեր նպատակային շուկաների գնորդների հետ, փորձառություն աշխատելու արտահանման շուկաներում)
<p>Արտադրանք</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Բարելավված որակով արտադրանք (հարգի ճշգրտություն, բարելավված դիզայն և կատարման վարպետություն) • Հայկական ոսկեգործության համբավի վերականգնում
<p>Շուկաներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Հայաստանում արտադրված ոսկեգործական իրերի գնումների աճ զբոսաշրջիկների կողմից • Արտահանման հայկական ավանդական շուկաներում արտահանման ծավալների առաջանցիկ աճ • Արտերկրյա ընկերությունների դինամիկ աճող գործունեություն ԱՏԳ-ում • Արտերկրյա ընկերությունների կողմից հայկական ընկերություններին արտապատվիրման ծավալների աճ

ՓՈԻԼ 2՝ ակնկալվող արդյունքներ

<p>Միջավայր և ենթակառուցվածքներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Հայաստանում ոսկեգործության ոլորտում գիտակրթական ինովացիոն համալիրի և դիզայնի մասնագիտական բարձրակարգ դպրոցի առկայություն • Միջազգային մակարդակով վստահություն Հայաստանում որակի վերահսկման համակարգի և արտադրանքի որակի նկատմամբ • Ընկերությունների միջև ձևավորված համագործակցային պլատֆորմ (օր.՝ ասոցիացիա), որը կատանձնի ոլորտի զարգացման խնդիրների համակարգումը և արտադրանքի առաջնորդումը միջազգային շուկաներում
<p>Արտադրողներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Հայկական բրենդային արտադրանք արտահանող ընկերություններ • Գլոբալ առաջատար ընկերությունների ներկայություն Հայաստանում տեղական ընկերությունների հետ համագործակցության և/կամ սեփական արտադրական միավորների ձևաչափով
<p>Արտադրանք</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Բարձրորակ արտադրանք • Հայաստանի ոսկեգործության պատմա-մշակութային հարուստ ժառանգության տրանսֆորմացիա, հայկական ոսկեգործության ինքնատիպ դիզայնի զարգացում
<p>Շուկաներ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Տեղական ընկերությունների արտահանման աճող ներկայություն ավանդական շուկաներից դուրս՝ Մերձավոր Արևելք, Եվրոպայի և Հյուսիսային Ամերիկայի շուկաներ • Հայաստանի՝ որպես ոսկեգործական ավանդական և որակյալ կենտրոնի միջազգային ճանաչելիություն

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտահանման նպատակային շուկաների ընտրության համար գործածվել են առաջնային և երկրորդային գործոնների համախումբ. թիրախավորման հիմնական գործոն է հանդիսացել շուկաներ արտահանելու ձևավորված ավանդույթները:

Թիրախային շուկաների ընտրություն

Առաջնային գործոններ

Ավանդական շուկաներ և արտահանման անցյալի կատարողական

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտահանման առաջնային թիրախային շուկաների ընտրության հիմնական գործոն են հանդիսացել՝

- Ոլորտի արտահանման ավանդույթները և շուկաներում հայկական ոսկեգործական արտադրանքի իրացման պատմական կատարողականը
- Ոլորտի արտադրողների կարծիքները և նախապատվությունները

Երկրորդային գործոններ

Շուկաների աճի միտումներ (ներմուծման ծավալներ և աճի տեմպեր)

- Առաջնային գործոններից զատ՝ ոչ ավանդական շուկաներ ներթափանցման համար դիտարկվել են մի շարք երկրների ոսկեգործական իրերի սպառման շուկաների ներմուծման ներկայիս ծավալները և աճի տեմպերի պատմական կատարողականը:
- Ընտրության երկրորդային գործոնները նաև գործածվել են առաջնային գործոնների համադրությամբ՝ առաջնային թիրախային շուկաների ընտրության համատեքստում:

Արտահանման առաջխաղացման առաջնային թիրախն ավանդական ԱՊՀ շուկաներն են:

Առաջնային նպատակային շուկաներ

ԱՊՀ երկրներ – Ռուսաստան, Ղազախստան, Ուկրաինա, Թուրքմենստան

- Հայաստանի ոսկեգործական արտադրանքի ԱՊՀ արտահանման ավանդույթներ
- ԱՊՀ ընտրված երկրների ոսկեգործական իրերի սպառման շուկաների չափ և աճի միտումներ
- Հայաստանից ԱՊՀ արտահանման արտոնյալ պայմաններ
- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի մասնակիցների կարծիք և նախապատվություններ

Երկրորդային նպատակային շուկաներ

Մերձավոր Արևելքի երկրներ - ԱՄԷ, Սաուդյան Արաբիա, Քուվեյթ, Քաթար, Բահրեյն

- **Երկրորդային նպատակային** շուկաները հատկանշվում են ոսկեգործական իրերի սպառման հարուստ ավանդույթներով:
- Արաբական աշխարհի երկրների ոսկեգործության սպառման շուկաները դրսևորում են շարունակական աճի դինամիկա:
- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի մասնակիցների կարծիք և նախապատվություններ

Այլ շուկաներ

Եվրոպա, Հյուսիսային Ամերիկա

- **Այլ** տարածաշրջանների (Հյուսիսային Ամերիկա, Եվրոպա) ոսկեգործական իրերի սպառման շուկաները թեև վերջին շրջանում համեմատաբար դանդաղ աճ են արձանագրել, որը կանխատեսվում է պահպանվել, սակայն այս երկրների շուկաները բավական մեծ չափերի և բազմաշերտ են:
- Այս երկրները կարևոր նշանակություն ունեն Սփյուռքի և օտարերկրյա ընկերությունների պատվերների ներգրավման տեսանկյունից:
- Եվրոպական և Հյուսիսային Ամերիկայի շուկաներ հայ արտադրողների սեփական արտադրանքով մուտքն առավել դյուրին կլինի հայկական ոսկեգործության ոլորտի որոշակի զարգացվածության փուլում:

Նշում. 2000-ականներին, մինչ համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամը, ԱՄՆ-ն հանդիսացել է Հայաստանի ոսկեգործության արտահանման հիմնական շուկան: Սակայն, սա պայմանավորված է եղել մի քանի առանձին տեղական ընկերությունների և անհատների՝ ԱՄՆ-ում ունեցած անձնական կապերով: Ներկայումս վերոնշյալ ընկերությունները չեն գործում:

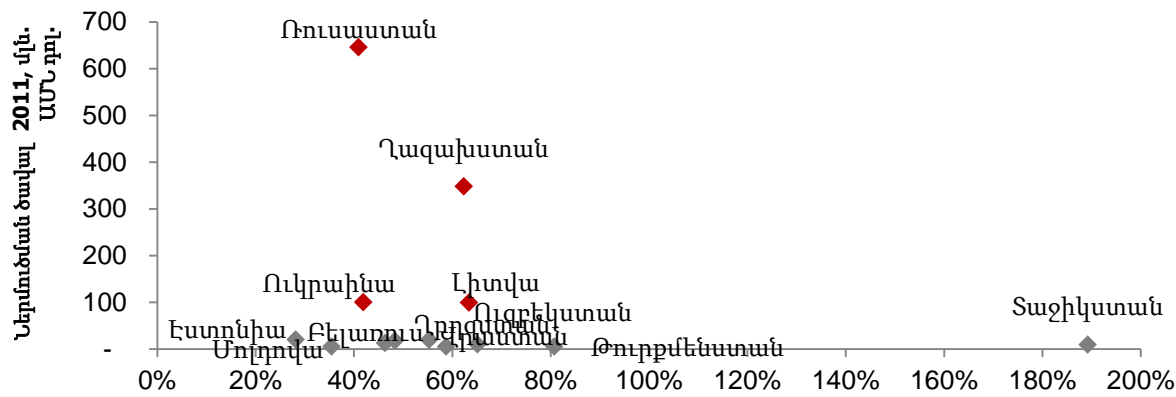
Չդիտարկվող շուկաներ

Չինաստան, Հնդկաստան

Թեև Չինաստանի և Հնդկաստանի ոսկեգործության շուկաները ծավալով և աճի տեմպով աշխարհում ամենախոշորներից են, սակայն, սույն ռազմավարության շրջանակում այս շուկաները չեն դիտարկվում որպես Հայաստանից ոսկեգործական իրերի արտահանման թիրախային շուկաներ: Սա հիմնականում պայմանավորված է վերոնշյալ 2 շուկաներում պահանջարկի տեղական առանձնահատկության նշանակալից գործոնով (տեղական պատմա-մշակութային ավանդույթներով պատրաստված ազգային ոսկեգործական իրեր) և տեղական արտադրանքի գնային մրցունակությամբ:

Նշում. Արտահանման առաջնային և երկրորդային նպատակային շուկաների ներմուծման ցուցանիշները տրված են հաջորդիվ, իսկ մանրամասն վերլուծությունը՝ հավելվածներում:

Նախկին ԽՍՀՄ երկրներում ոսկեգործության ապրանքների ներմուծում ներմուծման ծավալներ (2011թ.) և աճի տեմպ (2001-2008թթ.)

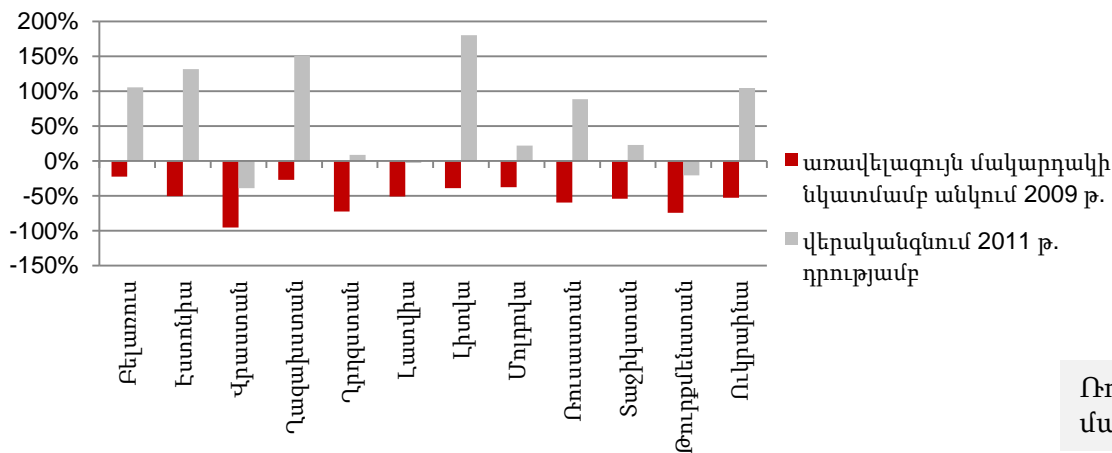


Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

Ներմուծման միջին տարեկան աճի տեմպ, 2001-2008թթ.

Ճգնաժամի ազդեցությունը նախկին ԽՍՀՄ երկրների ոսկեգործության ներմուծման ծավալների վրա

անկումը 2009թ.-ի և վերականգնումը 2011թ.-ի դրությամբ, %

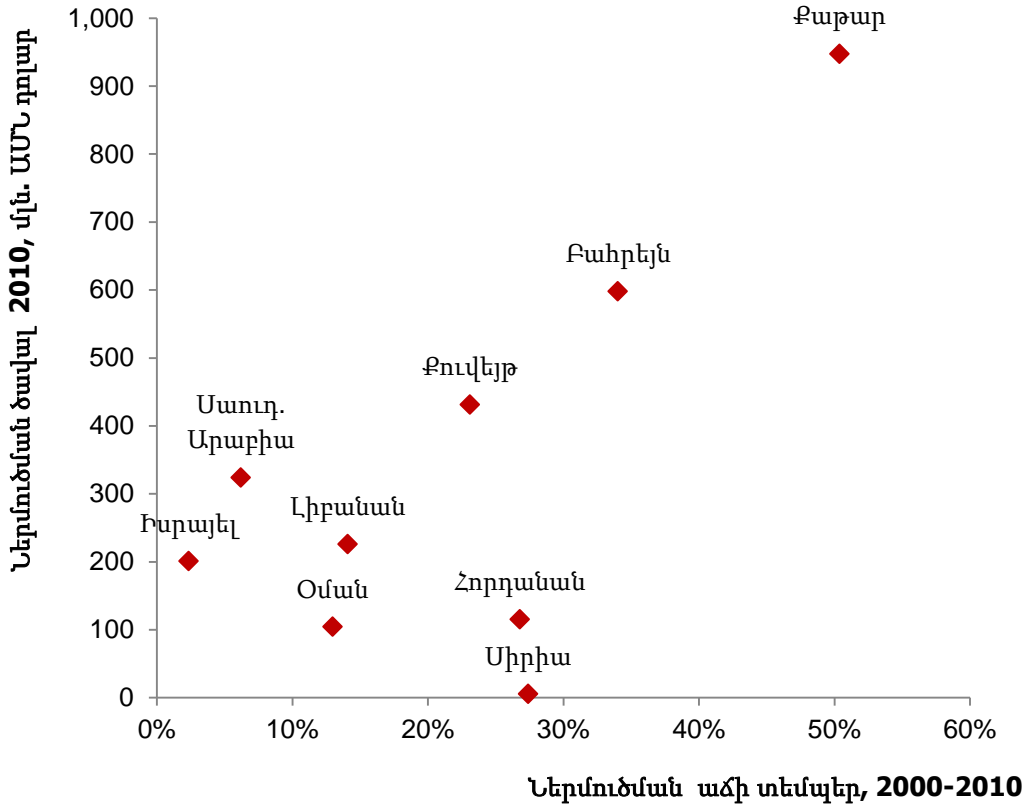


Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

- Նախկին ԽՍՀՄ երկրներից առավել մեծ շուկա և ներմուծման առավել արագ տեմպեր ունեցող երկրներն են Ռուսաստանը և Ղազախստանը, որոնց հաջորդում են Ուկրաինան և Լիտվան:
- Ղազախստանի շուկան մեծությամբ երկրորդն է՝ շուրջ 350 միլիոն ԱՄՆ դոլ. 2011թ.-ին:
- Համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամը բավական ուժեղ հարված հասցրեց շուկային և, մասնավորապես, ներմուծման ծավալներին: Անկման մասշտաբները հատկապես մեծ էին Թուրքմենստանում և Վրաստանում, որտեղ ներմուծումը կրճատվեց համապատասխանաբար 75% և 95%:
- 2011թ. դրությամբ ԱՊՀ շուկաների մի մասը կարողացել էր վերականգնել նախաճգնաժամային ներմուծման ծավալները, իսկ որոշ երկրներ՝ նաև գերազանցել նախաճգնաժամային առավելագույն մակարդակը:

Ռուսաստանի, Ղազախստանի և Ուկրաինայի շուկաների մանրամասները ներկայացված են հավելվածներում:

Միջին Արևելքի երկրների ոսկեգործության ոլորտի ներմուծում ծավալներ (մլն ԱՄՆ դոլ., 2010թ.) և աճի տեմպ (% , 2000-2010թթ.)

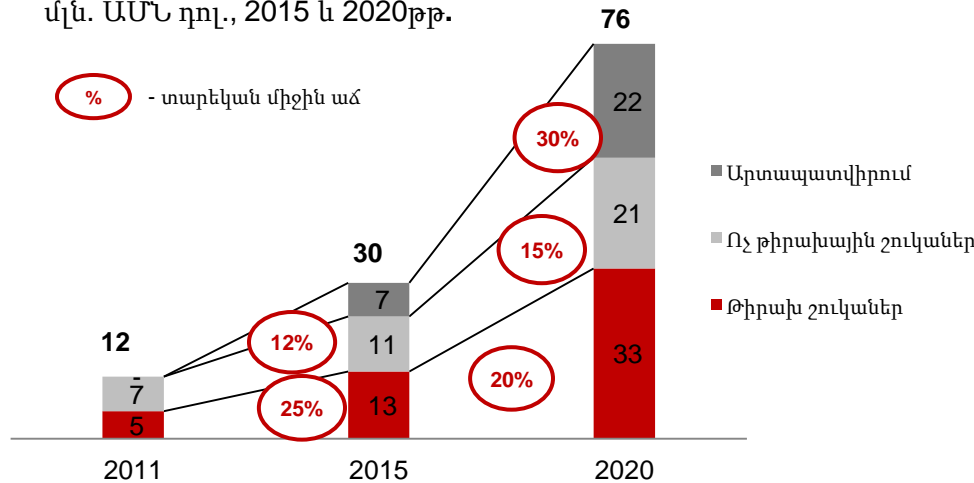


Նշում. ԱՄԷ-ի 2010թ.-ի ներմուծումը կազմել է 9,903 մլն ԱՄՆ դոլ., իսկ ներմուծման 2000-2010թթ. միջին տարեկան աճը՝ 24%:

Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

- Միջին Արևելքի երկրներին բաժին է ընկնում ոսկեգործության համաշխարհային շուկայի շուրջ 8-9%-ը: Կանխատեսվում է, որ այս մասնաբաժինը կպահպանվի մոտակա հինգ տարիների ընթացքում*:
- Միջին Արևելքի երկրների ոսկեգործության շուկան աշխարհի ամենադինամիկներից է՝ պայմանավորված արաբական երկրներում ոսկեգործական իրերին տրվող ավանդականորեն մեծ նշանակությամբ և նավթով հարուստ երկրների բնակչության բարձր կենսամակարդակով:
- Դրամային արժեքով ներմուծման ամենախոշոր ծավալները պատկանում են ԱՄԷ-ին, սակայն վերջինս նաև հանդիսանում է ոսկեգործական իրերի միջազգային առևտրի խոշոր կենտրոն, հետևաբար ներմուծված իրերի մեծ մասը վերավաճառվում և արտահանվում է այլ երկրներ:
- Դրամային ծավալով ներմուծման հաջորդ խոշորագույն շուկաներն են Քաթարը և Բահրեյնը՝ մոտ 950 և 600 մլն ԱՄՆ դոլ. ներմուծմամբ (2010 թ.):
- Վերոնշյալ 2 երկրները նաև դրսևորել են ներմուծման միջին տարեկան աճի ամենաբարձր տեմպերը տարածաշրջանում՝ 50% (Քաթար) և 34% (Բահրեյն):

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտահանման ծավալների թիրախներ*
մլն. ԱՄՆ դոլ., 2015 և 2020թթ.



*Թիրախ և ոչ թիրախ շուկաներ արտահանումը վերաբերում է տեղական ընկերությունների սեփական արտադրանքի արտահանմանը (չի ներառում արտապատվիրումը):
2011թ.-ի արտապատվիրման ծավալները ներառված են թիրախ և ոչ թիրախային շուկաներ արտահանման մեջ:

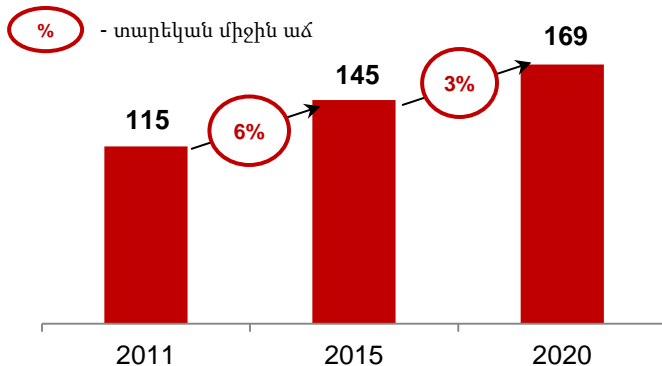
Հայաստանից ներմուծման մասնաբաժին թիրախ երկրների* ընդամենը ներմուծման մեջ
կանխատեսում, 2015 և 2020թթ.

Թիրախ երկիր	2011	2015	2020
Ռուսաստան	0.24%	0.60%	1.1%
Ղազախստան	0.33%	0.55%	1.1%
Ուկրաինա	0%	0.40%	1%

2011թ. մասնաբաժնի աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

* Թուրքմենստանի ոսկեգործության ոլորտի ցուցանիշները ներկայացված չեն, քանի որ ներմուծման պաշտոնական տվյալները չեն արտացոլում ներմուծումների իրական ծավալը՝ առկա է մեծամասշտաբ չգրանցված ներմուծման պրակտիկա:

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի ներքին շուկայում իրացման ծավալների թիրախներ
մլն. ԱՄՆ դոլ., 2015 և 2020թթ.



Ներքին շուկայում սպառումը բաղկացած կլինի 2 բաղադրիչներից՝

1. Տեղական ազգաբնակչության կողմից գնումներ
 2. Սփյուռքահայ և օտարերկրացի զբոսաշրջիկների կողմից գնումներ
- Կանխատեսվող ժամանակաշրջանում Հայաստանում կենսամակարդակի և զբոսաշրջության ներհոսքի կանխատեսվող աճերը ոսկեգործության ոլորտի տեղական իրացման աճի հիմնական գործոնները կհանդիսանան:

Նշում:

Թիրախների գնահատումը կատարված է 2011թ. գներով և ԱՄՆ դոլ.-ի միջին փոխարժեքով:

1

Օրենսդրական բարեփոխումներ

Ոսկեգործական վերջնական արտադրանքի ԱԱՀ հարկման նոր մոտեցման կիրառում և անհատների կողմից ոսկյա զարդերի, ոսկու ձուլակտորների հանձնման դեպքում եկամտահարկով հարկման մեխանիզմի փոփոխություն

2

Մատչելի հումքի ապահովում

- Հայաստանում ոսկու վերջնական գտարկման հնարավորության ուսումնասիրություն

3

Որակի ապահովում և վերահսկում

- Որակի վերահսկողության օրենսդրական դաշտի ամբողջականացում
- Վերահսկում իրականացնող կառույցների կարողությունների զարգացում
- Որակի վերահսկողության ստուգումների վերսկսում
- Հարգորոշման առավել կատարելագործված տեխնոլոգիաների կիրառում
- Հարգադրոշման միջազգային փոխճանաչելիության ապահովում
- Տեղեկատվական համակարգերի ստեղծում և սպառողների իրազեկության ապահովում

4

Մասնագիտական կրթության բարելավում և աշխատուժի վերապատրաստում

- Հայաստանում մասնագիտական սեմինարների կազմակերպում և մասնակցություն այլ երկրներում կազմակերպվող ոլորտի մասնագիտական սեմինարների
- Հայաստանում դիզայնի դպրոցի և գիտակրթական ինովացիոն համալիրի հիմնման մեկնարկ
- Պետական աջակցություն աշխատուժի վերապատրաստման նախաձեռնություններին

5

Ներդրումների
ֆինանսական
աջակցություն

- Ընկերությունների ներդրումային ծրագրերի երկարաժամկետ ֆինանսավորման սուբսիդավորում

6

Ոլորտի առաջնություն

- Առաջնային նպատակային շուկաներում ցուցահանդեսների մասնակցության աջակցություն
- Հայաստանում ամենամյա միջազգային ոսկեգործական ցուցահանդեսի կազմակերպում և միջազգային ճանաչելիության ապահովման աջակցություն
- Առաջնության ընդհանուր ինտերնետային պորտալի գործարկում
- Միջազգային մասնագիտական մեդիայի միջոցով ոլորտի առաջնություն

7

ԱՏԳ ստեղծում և
օտարերկրյա
ընկերությունների
ներգրավում

- Ոսկեգործության, ադամանդագործության և ժամագործության ԱՏԳ-ի հիմնում
- Ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտներում Մփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների մասնաճյուղերի հիմնման/պատվերների ներգրավում

1

Օրենսդրական քարտեզի խումբներ

Ոսկեգործական վերջնական արտադրանքի ԱԱՀ հարկման նոր մոտեցման կիրառում և անհատների կողմից ոսկյա զարդերի, ոսկու ձուլակտորների հանձնման դեպքում եկամտահարկով հարկման մեխանիզմի փոփոխություն

Ներքին շուկայում ոսկեգործական արտադրանքի վաճառքից ԱԱՀ-ի հարկման բազայի հաշվարկման ժամանակ կհանվի ոսկու և թանկարժեք քարերի արժեքը: Սա պայմանավորված է մի քանի գործոններով.

- Հայաստանում ոսկու և թանկարժեք քարերի ներմուծումը և վաճառքը ազատված են ԱԱՀ-ից:
- Ոսկին և թանկարժեք քարերը կարող են կազմել ոսկեգործական արտադրանքի ինքնարժեքի մինչև 90%, հետևաբար հումքի ծախսն արտադրանքի իրացման շրջանառության նշանակալից մասն է կազմում: Սա դրդում է մեծաքանակ փոքր և միջին արտադրողների և իրացնողների խուսափել հարկային դաշտից՝ ԱԱՀ չվճարելու համար:
- Միջազգային համադրելի փորձը ցույց է տալիս, որ ոսկեգործական արտադրություններ ունեցող երկրներում ոսկեգործության ոլորտի նկատմամբ կիրառվում է յուրահատուկ մոտեցում
 - Իտալիա, Թուրքիա – ԱԱՀ-ի հարկման բազայի հաշվարկման ժամանակ հասույթից հանվում է ոսկու և թանկարժեք քարերի արժեքը:
 - Ուկրաինա – 2012թ.-ից ոսկեգործական ընկերություններին թույլատրվեց աշխատել պարզեցված հարկով՝ 5% վաճառքից:
- Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտում ԱԱՀ-ի հարկման վերոնշյալ նոր մոտեցման կիրառման արդյունքում ԱԱՀ-ի հավաքման պոտենցիալ արժեքը գնահատվում է տարեկան մոտ 2.7-3.3 մլն ԱՄՆ դոլար:

ԱԱՀ հարկման նոր մոտեցման կիրառման դեպքում ԱԱՀ գումարի գնահատական, 2011թ.

Հայաստանի ոսկեգործական ոլորտի ընդամենը տեղական շուկայում իրացման արժեքի գնահատական *	90-110 մլն ԱՄՆ դոլ.
Վերջնական արտադրանքում տեղական արտադրողի ավելացված արժեքի և այլ արտադրական ծախսերի կշիռը (վաճառքից ստացված հասույթից հանած ոսկու և թանկարժեք քարերի արժեքը)	~20%
Առաջարկվող մոտեցմամբ ԱԱՀ հարկման բազան	18-22 մլն ԱՄՆ դոլար
Ոսկեգործական արտադրանքի իրացումից ԱԱՀ-ի հավաքագրման պոտենցիալի գնահատական (ներառում է նաև այլ ծախսերից գոյացող հաշվանցվող ԱԱՀ գումարները), ԱԱՀ դրույք՝ 20%	3.6-4.4 մլն ԱՄՆ դոլ.
Զուտ ոսկեգործական ոլորտի ավելացված արժեքից գանձվող ԱԱՀ-ի պոտենցիալ արժեքի գնահատական***	2.7-3.3 մլն ԱՄՆ դոլ.

* Հայաստանի ոսկեգործական ոլորտի ընդամենը տեղական իրացման արժեքի մոտարկումը ներկայացված է «Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի գնահատում» գլխում՝ «Վաճառք տեղական շուկայում» մասում:

** Ներառում է ներքին շուկայում իրացնող տեղական բոլոր արտադրողներին, այսինքն բոլոր արտադրողներն անկախ իրացման արժեքից դառնում են ԱԱՀ վճարող:

*** Հաշվանցվող ԱԱՀ գումարը գնահատվել է հաշվարկվող ԱԱՀ-ի 25%-ի չափով:

Անհատների կողմից ոսկյա զարդերի, ոսկու ձուլակտորների հանձնման դեպքում եկամտահարկով հարկման մեխանիզմի փոփոխության առաջարկը հիմնված է այն փաստի վրա, որ Հայաստանում ոսկու և թանկարժեք քարերի ներմուծումը և վաճառքը ազատված են ԱԱՀ-ից: Եկամտահարկով հարկման մեխանիզմի փոփոխությունը, կանխատեսվում է, որ կհանգեցնի ոլորտում ստվերի նվազեցմանը:

2

Մատչելի հումքի
ապահովում

Հայաստանում ոսկու վերջնական գտարկման հնարավորության ուսումնասիրություն

Հայաստանում ոսկու վերջնական գտարկման հնարավորության ուսումնասիրություն, որի դրական արդյունքների դեպքում Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտը կարող է ապահովվել տեղական հումքով.

- Աշխատանքային խմբի ստեղծում
- Հայաստանում ոսկու վերջնական գտարկման հնարավորության շուրջ քննարկումների անցկացում շահագրգիռ կողմերի հետ
- Անհրաժեշտ քայլերի նույնականացում, որն իրագործելի կդարձնի գտարկման իրականացումը Հայաստանում
- Ուսումնասիրության արդյունքների և առաջարկությունների ներկայացում ոլորտային խորհրդին

3

Որակի ապահովում
և վերահսկում

Ոսկեգործական իրերի որակի վերահսկողության օրենսդրական դաշտի ամբողջականացում

Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի վրա անվանանիշի առկայության պարտադիր պահանջի կիրառում՝ իրերի հետազոտությունն ապահովելու համար: Հարգադրոշմների, անվանանիշերի և տարբերանիշերի դրոշմման ուղեցույցերի մշակում: Ոլորտային խորհրդում քննարկում տարբերանիշերի և անվանանիշերի տեղական պատրաստման հնարավորության շուրջ:

Վերահսկում իրականացնող կառույցների կարողությունների զարգացում

Անհրաժեշտ մարդկային ռեսուրսների և տեխնիկական սարքավորումների բազայի ընդլայնում:

Ոսկեգործական իրերի որակի վերահսկողության ստուգումների վերսկսում

2009թ. սկսած, առաջնորդվելով ՓՄՁ-ներում ստուգումներ չիրականացնելու մասին ՀՀ վարչապետի որոշմամբ, մանրաձախ առևտրի կետերում և լիցենզավորված անձանց մոտ ստուգում չի իրականացվել: Սա լուրջ խնդիր է առաջացնում ոսկեգործական շուկայում արտադրանքի որակի վերահսկման համար:

Հարգորոշման և հարգադրոշմման առավել կատարելագործված տեխնոլոգիաների ներդրում

Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգորոշման և հարգադրոշմման լիցենզավորված ընկերություններին աջակցություն (երկարաժամկետ ֆինանսավորման տոկոսավճարի սուբսիդավորման ապահովում) առաջատար սարքավորումներ ձեռք բերելու գործում:

Հայաստանում թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշմների և տարբերանիշերի միջազգային փոխձանաչելիության ապահովում

- Հայաստանի Հանրապետությունում հարգորոշման և հարգադրոշմման գործունեության հետ առնչվող եվրոպական չափանիշներին համապատասխան ստանդարտների և տեխնիկական կանոնակարգերի ներդրում
- «Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշմման և վերահսկողության մասին» կոնվենցիային միացում
- ՀՀ և ԱՊՀ ու այլ երկրների միջև «Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշմների և տարբերանիշերի փոխադարձ ձանաչման մասին» համաձայնագրերի ստորագրում

Տեղեկատվական համակարգերի ստեղծում և սպառողների իրազեկության ապահովում

- Հարգորոշող և հարգադրոշմող կազմակերպությունների մասին վիճակագրության վարման համակարգի ներդրում
- Ոլորտի տեղեկատվության արագ փոխանակման համակարգերի ստեղծում ՀՀ պատկան մարմինների միջև
- Ոլորտում բարեփոխումների վերաբերյալ տեղեկատվության տրամադրում տնտեսվարող սուբյեկտներին

4

Մասնագիտական կրթության բարելավում եվ աշխատուժի վերապատրաստում

Հայաստանում մասնագիտական սեմինարների կազմակերպում և մասնակցություն այլ երկրներում կազմակերպվող ոլորտի մասնագիտական սեմինարների:

- Հայաստանում ոսկեգործության ոլորտի մասնագիտական սեմինարների և վարպետության դասերի կազմակերպում՝ ներգրավելով հայ և միջազգային մասնագետների: Այս միջոցառումներին կմասնակցեն ինչպես ոլորտի արտադրողները, այնպես էլ կրթական համակարգի ներկայացուցիչները:
- Մասնակցություն այլ երկրներում (Իտալիա, Ռուսաստան և այլն) կազմակերպվող ոլորտի մասնագիտական դասընթացների:

Հայաստանում դիզայնի դպրոցի և գիտակրթական ինովացիոն համալիրի ստեղծման ուսումնասիրություն և հիմնման մեկնարկ

Ոլորտի աստիճանական զարգացումը, Հայաստանում պարբերաբար կազմակերպվող մասնագիտական սեմինարները, փորձի փոխանակումը և ոլորտի համաշխարհային զարգացումներում ներգրավումը հենք կստեղծի Հայաստանում գիտակրթական ինովացիոն համալիրի և հատկապես ոսկեգործական դիզայնի մասնագիտական բարձրակարգ դպրոցի զարգացման համար:

Կրթությունը պետք է ներառի ինչպես հայկական ազգային, այնպես էլ ոլորտի համաշխարհային դիզայնի կրթական լավագույն տարրերը:

Գործողության շրջանակում նախատեսվում է.

- նախաձեռնող խմբի ստեղծում
- դիզայնի դպրոցի և գիտակրթական ինովացիոն համալիրի հիմնման շուրջ քննարկումների անցկացում շահագրգիռ կողմերի հետ
- համապատասխան ծրագրի մշակում (անհրաժեշտ բյուջեի գնահատմամբ)
- բանակցություններ հնարավոր ֆինանսավորող դոնորների հետ

Պետության կողմից ժամագործության ոլորտի աշխատուժի՝ արտերկրում վերապատրաստման համաֆինանսավորում

Ոլորտի ընկերությունների (մասնավորապես՝ օտարերկրյա) կողմից աշխատուժի արտերկրում (հատկապես՝ Շվեյցարիայում) վերապատրաստման համաֆինանսավորում պետության կողմից

5

**Ներդրումների
ֆինանսական
աջակցություն**

Ընկերությունների ներդրումային ծրագրերի երկարաժամկետ ֆինանսավորման սուբսիդավորում

Ոլորտի ընկերությունների արտադրական հզորությունների ընդլայնման ներդրումային ծրագրերի երկարաժամկետ ֆինանսավորման սուբսիդավորման մեխանիզմի մշակում և գործարկում:

6

**Ոլորտի
առաջնություն**

Հայաստանում և արտերկրում (մասնավորապես՝ թիրախային շուկաներում) Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի առաջնության միջոցառումների իրագործում

- Ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտում առաջնային նպատակային շուկաներում ցուցահանդեսների մասնակցության աջակցություն.
 - Նախատեսվում է աջակցել 14 և 17 ընկերությունների 2014 և 2015 թվականներին համապատասխանաբար: Տարեկան 3 ցուցահանդեսի մասնակցության աջակցություն առաջնային նպատակային շուկաներում:
- Հայաստանում ամենամյա միջազգային ոսկեգործական ցուցահանդեսի կազմակերպում և միջազգային ճանաչելիության ապահովման աջակցություն.
 - Հայաստանում ամենամյա միջազգային ոսկեգործական ցուցահանդեսի՝ «Yerevan Show» կազմակերպում
 - Պետության կողմից ցուցահանդեսի միջազգային ճանաչելիության ապահովման գործողություններին աջակցություն (օրինակ՝ պետական մակարդակի վրա հրավերներ ոսկեգործության համաշխարհային ոլորտի ներկայացուցիչներին
- Ոլորտի առաջնության ընդհանուր ինտերնետային պորտալի գործարկում.
 - Ինտերնետային պորտալը կներառի բոլոր 3 ոլորտները՝ ոսկեգործություն, ժամագործություն և ադամանդագործություն
 - Կայքը պետք է լինի առնվազն քառալեզու (հայերեն, ռուսերեն, անգլերեն և այլ օտար լեզու), պարունակի տեղեկատվություն Հայաստանի և ոլորտի արտադրողների և նրանց կոնտակտային տվյալների, ինչպես նաև ոլորտային խորհրդի վերաբերյալ:
- Միջազգային մասնագիտական մեդիայի միջոցով Հայաստանի ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտի առաջնություն.
 - Միջազգային հեղինակավոր զբոսաշրջային ուղեցույցներում, Հայաստանի զբոսաշրջային պորտալում Հայաստանի ոլորտի մասին նյութերի տեղադրում
 - Միջազգային մասնագիտական ամսագրերի լրագրողների այցերի կազմակերպում Հայաստան և վերջիններիս հետ անհատական աշխատանք Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի վերաբերյալ մասնագիտական ամսագրերում նրանց կողմից հոդվածների հրատարակման համար (տարեկան 3 լրագրողի մեկշաբաթյա այց Հայաստանում ամենամյա միջազգային ոսկեգործական ցուցահանդեսի շրջանակում)

7

ԱՏԳ ստեղծում և
օտարերկրյա
ընկերությունների
ներգրավում

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտում օտարերկրյա ընկերությունների ուղղակի և անուղղակի (արտապատվիրում) ներգրավում

ԱՏԳ-ի հիմնում.

- Ոսկեգործության, ադամանդագործության և ժամագործության ԱՏԳ-ի հիմնում՝ համապատասխան ենթակառուցվածքներով

Ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտի Սփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների մասնաճյուղերի հիմնման/պատվերների ներգրավում

- Ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտի Սփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների նույնականացում և այդ ընկերությունների հետ հաղորդակցման և բանակցությունների վարման գործողությունների ծրագրի մշակում
- Նպատակաուղղված առաքելությունների, ներդրումային ֆորումների և անհատական բանակցությունների միջոցով ընտրված ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտի Սփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների ներգրավում
- Ոսկեգործության և ժամագործության ոլորտի Սփյուռքի և գլոբալ ընկերությունների ուղեկցում ներդրումների իրականացման փուլում

Ռիսկ	Նկարագրություն	Ռիսկի ազդեցության մեղմում/չեզոքացում
Ոլորտի համաշխարհային միտումներ		
Մրցակցության ինտենսիվացում	Համաշխարհային ոլորտում մրցակցության ուժեղացումը Հայաստանի արտադրողների համար կստեղծի նոր մարտահրավերներ՝ արտահանման համատեքստում:	<ul style="list-style-type: none"> • Հայկական արտադրանքի բարձր որակի և բարձրակարգ դիզայնի ապահովում • Ոլորտի արդյունավետ առաջնություն միջազգային շուկաներում • Համաշխարհային ոլորտում վաճառքի և դիստրիբուցիայի նոր ուղիների արդյունավետ օգտագործում
Համաշխարհային ֆինանսատնտեսական նոր ճգնաժամ	Համաշխարհային ֆինանսատնտեսական նոր ճգնաժամը կարող է էապես արգելափակել համաշխարհային սպառման աճը:	<ul style="list-style-type: none"> • Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արտադրանքի տեսականու, գնային և որակային սեզամենտների դիվերսիֆիկացում • Հայաստանի թիրախային շուկաների և շուկաներում իրացման ուղիների դիվերսիֆիկացում • Հայաստանի հիմնական թիրախ շուկաներ են էներգառեսուրսներ արտահանող երկրները, որոնց վրա ճգնաժամը կունենա առավել թույլ ազդեցություն:
Ոլորտի ստվերայնության բարձր մակարդակի պահպանում	Տեղական շուկայում ոսկեգործական արտադրանքի վաճառքի ԱԱՀ-ի հարկման նոր մոտեցումը ստվերում գործող ոլորտի մասնակիցներին չի բերի հարկային դաշտ: Սա կխոչընդոտի նաև որակի արդյունավետ վերահսկմանը:	<ul style="list-style-type: none"> • ԱԱՀ հարկման նոր մոտեցման դեպքում կնվազի ստվերում գործելու տնտեսական շահավետությունը • Ոլորտի մասնակիցների (արտադրողներ և իրացնողներ) հետ ԱԱՀ հարկման նոր մոտեցման առավելությունների վերաբերյալ քննարկումների կազմակերպում

Ռիսկ	Նկարագրություն	Ռիսկի ազդեցության մեղմում/չեզոքացում
<p>Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի զարգացման ռազմավարություն</p>		
<p>ԱՏԳ ստեղծում և օտարերկրյա ընկերությունների ներգրավում</p>	<p>ԱՏԳ ստեղծումը և արտերկրից ընկերությունների ներգրավմանն ուղղված այլ միջոցառումները չեն հանգեցնի բավարար թվով և ծավալով օտարերկրյա ընկերությունների ներգրավմանը:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ԱՏԳ ստեղծման և օտարերկրյա ընկերությունների ներգրավման աշխատանքների հատուկ թիմի ստեղծում • Հայաստանում գործունեություն իրականացնելու առավելությունների և երկրի արժեքային առաջարկի հստակ ձևակերպում և ներկայացում պոտենցիալ ներդրողներին • Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի ընդհանուր առաջնդում միջազգային ասպարեզում • Միյուտքի ակտիվ ներգրավում ներդրումների ներգրավման գործընթացում • Առաջատար գլոբալ բրենդերի ներգրավման պարագայում յուրահատուկ պայմանների բանակցում՝ շահագրգռելով նրանց մուտքը Հայաստան
<p>Ոլորտի առաջնդման գործունեության անարդյունավետություն</p>	<p>Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի առաջնդման գործողությունները չեն հանգեցնի ոլորտի զարգացման ակնկալված արդյունքներին:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Առաջնդման գործողությունների համակարգում, ճիշտ պլանավորում և պրոֆեսիոնալ իրականացում • Գործողությունների արդյունավետության մոնիտորինգ և վաղ ազդանշանների պատշաճ հասցեագրում. ռազմավարության իրականացման ոլորտային խորհրդի կողմից անհրաժեշտ փոփոխությունների իրականացման ձևերի մեխանիզմի առկայություն
<p>Զարգացման ռազմավարության իրագործման ընդհանուր ռիսկ</p>	<p>Զարգացման ռազմավարության ընդհանուր իրագործումը ռիսկային է, իսկ որոշ նախաձեռնությունների փոքր մասշտաբը կարող է ցածր արդյունավետություն ունենալ:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Պետական մակարդակի վրա հետևողական քաղաքականության վարում • Նախաձեռնությունների մասշտաբի հնարավորինս ընդլայնում • Գործողությունների իրականացման անարդյունավետությունների բացահայտում՝ պարբերական մոնիտորինգի և գնահատումների միջոցով

ՀԱՎԵԼՎԱԾՆԵՐ

ՀԱՎԵԼՎԱԾՆԵՐ 1.1-1.3
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՈԼՈՐՏԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

Հայաստանի ոսկեգործական իրերի շուկան ավանդաբար աչքի է ընկել սպառվող արտադրանքի որակի հետ կապված խնդիրներով և վերահսկողության բարելավման անհրաժեշտությամբ:

- Ոլորտի օրենսդրական կարգավորման հիմնական հենքն է հանդիսանում 2006թ.-ին ընդունված «Թանկարժեք մետաղների մասին» ՀՀ օրենքը (N ՆՕ-83-Ն, հետագայում ենթարկվել է լրացումների և փոփոխությունների):
- 2008 և 2009թթ. ՀՀ ֆինանսների նախարարության կողմից իրականացված շուրջ 9,800 ոսկեգործական իրերի ստուգման արդյունքում խախտումներ են հայտնաբերվել համապատասխանաբար 38% և 25% դեպքերում. իրերը սխալ հարգով են հարգադրոշմված եղել կամ ընդհանրապես հարգադրոշմված չեն եղել: Առկա են խնդիրներ նաև կապված իրերի համաձուլվածքի տեսակի և պարունակության հետ:
- 2009թ. կեսից սկսած, առաջնորդվելով ՓՄՁ-ներում ստուգումներ չիրականացնելու մասին ՀՀ վարչապետի որոշմամբ, մանրածախ առևտրի կետերում և լիցենզավորված անձանց մոտ ստուգում չի իրականացվել: Սա լուրջ խնդիր է առաջացնում շուկայում արտադրանքի որակի վերահսկման համար:
- Ըստ ՀՀ մի շարք համայնքների կողմից ՀՀ ֆինանսների նախարարություն ներկայացված բողոքների՝ իրենց համայնքներում գործող բազմաթիվ ոսկու տոնավաճառներ հրաժարվում են ստանալ մանրածախ առք ու վաճառքի թույլտվություն տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից: Հետևաբար, ոլորտում բազմաթիվ տնտեսվարող սուբյեկտներ գործունեություն են իրականացնում առանց օրենսդրության պահանջների պահպանման:
- «Թանկարժեք մետաղների մասին» ՀՀ օրենքի համաձայն ՀՀ-ում թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի մանրածախ առևտուրը իրականացվում է միայն նրանց վրա օրենքով սահմանված կարգով հարգադրոշմի և տարբերանիշի առկայության դեպքում, մինչդեռ անվանանիշի առկայությունը պարտադիր չէ: Սա խոչընդոտում է իրերի հետագծելիության ապահովումը:
- Ներկայումս ոսկեգործական իրերի շուկայի վերահսկումն իրականացնում է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության շուկայի վերահսկողության պետական տեսչությունը (ԷՆՇՎՊՏ): Շուկան արդյունավետ վերահսկելու համատեքստում խնդիրներ են առկա նաև ԷՆՇՎՊՏ-ի ռեսուրսների առումով
 1. ԷՆՇՎՊՏ-ում առկա է որակյալ մասնագիտական կադրերի կարիք:
 2. ԷՆՇՎՊՏ-ն կարիք ունի ժամանակակից սարքավորումների, որոնք կարող են ճշգրտորեն և առանց փորձաքննվող իրը վնասելու որոշել դրա համաձուլվածքի տեսակը և պարունակությունը:

2009թ.-ին ՀՀ կառավարության կողմից ընդունված ակնագործության և ոսկեգործության զարգացման միջոցառումների շրջանակում ոսկեգործության ոլորտի արտադրողների համար ստեղծվեցին արտոնյալ պայմաններ հարկային դաշտում:

2009թ.-ին ընդունված ոլորտի զարգացման վերոնշյալ միջոցառումների շրջանակում արդյունքներ արձանագրվեցին մի շարք ուղղություններում՝

- Մասնավորապես, օրենսդրական դաշտի բարեփոխման մասով ոլորտում թեթևացվեց հարկային բեռը *(1-ին կետ)*:
- Աշխատանքներ են տարվում ՀՀ հավատագրման գործակալությունում միջազգային ստանդարտների ներդրման և «Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշմների և տարբերանշանների» կոնվենցիային անդամակցության շուրջ *(2-րդ կետ)*:
- Պետական պատվերներով տեղական արտադրողներից գնումների ծավալը ընդարձակվել է՝ հատկապես պետական խորհրդանիշ ունեցող իրերի մասով *(3-րդ կետի 3-րդ ենթակետ)*:
- Ներմուծման և արտահանման ընթացակարգերի պարզեցումը շարունակական գործընթաց է *(3-րդ կետի 4-րդ ենթակետ)*:
- Պետություն-մասնավոր հատված համագործակցության շրջանակում Գյումրիում ընդլայնվեց եռաչափ մոդելավորման դիզայներական կենտրոնը *(4-րդ կետի 1-ին ենթակետ)*:
- Սփյուռքի հետ համագործակցության ընդլայնումը շարունակական գործընթաց է, որը հիմնականում իրականացվում է AJA-ի միջոցով *(4-րդ կետի 4-րդ ենթակետ)*:

Նախատեսված մյուս միջոցառումների համատեքստում էական ձեռքբերումներ դեռևս չեն արձանագրվել:

2012թ.-ին ՀՀ կառավարությունը ընդունել է միջոցառումների ծրագիր, որի իրագործումը կնպաստի ոսկեգործության ոլորտի զարգացմանը:

2012թ.-ին ՀՀ կառավարությունն ընդունեց «ՀՀ-ում թանկարժեք մետաղների բնագավառի կարգավորման և զարգացման մասին» հայեցակարգից բխող միջոցառումների ծրագիրը: Միջոցառումները բաժանված են հետևյալ ուղղությունների՝

1. Օրենսդրության կատարելագործում.

ա. թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի վրա անվանանիշի առկայության պարտադիր պահանջի կիրառում,

բ. վերահսկողություն իրականացնող մարմնի աշխատանքային գործունեության արդյունավետության բարձրացում,

գ. Հայաստանի Հանրապետությունում հարգադրոշման և հարգադրոշման գործունեության հետ առնչվող եվրոպական չափանիշներին համապատասխան ստանդարտների և տեխնիկական կանոնակարգերի ներդրում,

դ. տեղեկատվական համակարգերի ստեղծում:

2. Նոր սերնդի ոսկերիչների ձևավորման համար բարենպաստ պայմանների ստեղծում.

ոսկերիչների, կադրերի վերապատրաստման համար համապատասխան ուսումնական կենտրոնների ստեղծում:

3. Միջազգային շուկաների հասանելիության ապահովում.

ա. «Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշման և վերահսկողության մասին» կոնվենցիային միացում,

բ. ՀՀ և ԱՊՀ ու այլ երկրների միջև «Թանկարժեք մետաղներից պատրաստված իրերի հարգադրոշման և տարբերանիշերի փոխադարձ ճանաչման մասին» համաձայնագրերի ստորագրում:

4. Ոսկեգործության ոլորտում պետություն–մասնավոր հատված համագործակցության սկզբունքների ներդրում.

ապահովել ոլորտում վարվող պետական քաղաքականության թափանցիկությունը և դրա մշակման ու իրականացման գործընթացում համագործակցությունը մասնավոր հատվածի հետ:

5. Սպառողների իրազեկության ապահովում.

տեղեկատվությունը սպառողների համար առավել մատչելի դարձնելու և վերահսկողության արդյունավետությունը բարձրացնելու նպատակով ստեղծել շուկայում վերահսկողության համար պատասխանատու մարմինների (ներառյալ ՀՀ կառավարությանն առընթեր պետական եկամուտների կոմիտեի) հետ տեղեկատվության արագ փոխանակման համակարգերի ստեղծում:

- 2011թ.-ի տվյալներով՝ Հայաստանից արտահանված ոսկու «դորե» համաձուլվածքի 65%-ի Հայաստանում գտարկումը կրավարարեր տեղական արտադրողների ոսկու ողջ պահանջարկը:
- Տեղական ոսկու գտարկման դեպքում այն կարող է նշանակալի գնային առավելություն ունենալ առանց միջազգային հավաստագրման վաճառքի դեպքում, որը կախված կլինի ներմուծման պարագայում որոշակի ծախսերի խնայողության և գտարկման արտադրական ծախսերի հարաբերակցությունից:

Ծախսերի խնայողություն

- Տեղական արտադրության դեպքում ոսկու գնի վրա չեն ավելանա ներմուծման պարագայում առկա փոխադրածախսի, ապահովագրավճարի և վերավաճառման վերադիրը (գումարային մոտ 0.5 –1 ԱՄՆ դոլ./գրամ)
- Միջազգային հավաստագրման ծախսեր

Հավելյալ ծախսեր

- Զտարկման և ոսկու արտադրության հիմնման ծախսեր
- Արտադրական ծախսեր
- Շրջանառու միջոցների ներգրավման ծախսեր՝ «դորե» համաձուլվածքի գնման համար:

Հայաստանում մաքուր ոսկի ստանալու տնտեսապես շահավետ հնարավորությունը հասկանալու համար անհրաժեշտ է իրականացնել իրագործելիության ուսումնասիրություն:

Հնարավոր իրացման ռիսկ

Տեղական արտադրության ոսկին կարող է բավարար չափով պահանջարկ չունենալ տեղական արտադրողների շրջանում՝ ելնելով որակի նկատառումներից (մասնավորապես, որակի միջազգային հավաստագրման բացակայության պարագայում):

ԱԱՀ հաշվանցման խնդիր

«Դորե» համաձուլվածքի ներքին շուկայում վաճառքի պարագայում արտադրության ընթացքում ներքին գնումներից կուտակված ԱԱՀ-ն արտադրողին չի վերադարձվում:

**ՀԱՎԵԼՎԱԾՆԵՐ 2.1-2.4
ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱ**

Ոսկեգործական արտադրանք

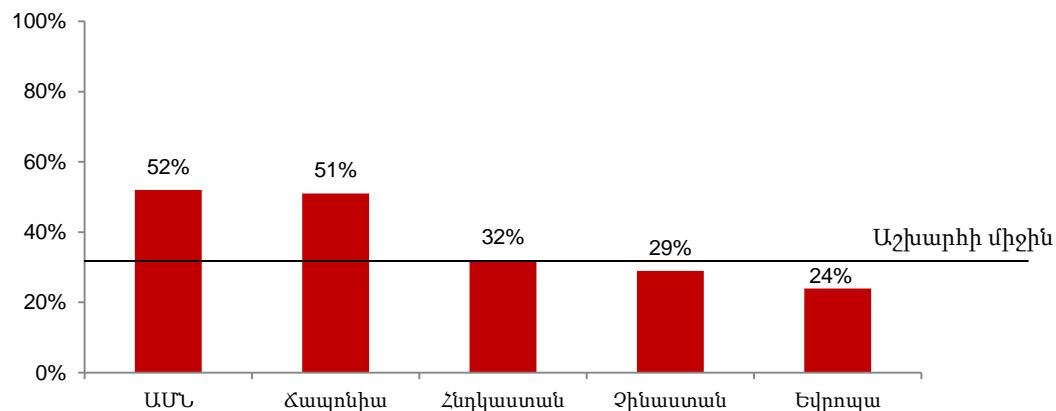
Ոսկեգործական զարդերը պատրաստվում են հիմնականում ոսկուց և հաճախ կրում են (կիսա)թանկարժեք քարեր: Արծաթից և այլ մետաղներից պատրաստված զարդերը ևս դասակարգվում են համաշխարհային ոսկեգործական ոլորտի կազմում: Ոսկեգործական զարդերի տեսականու հիմնական մասը կազմում են հետևյալ 4 իրերը՝

- Մատանիներ
- Վզնոցներ
- Ապարանջաններ
- Ականջօղեր

Ոսկեգործական զարդերի շուկայում դրամային ամենամեծ ծավալը ապահովում է ոսկուց պատրաստված և ադամանդ չպարունակող զարդերի հատվածը (շուկայի ծավալի մոտ կեսը): Դրան հաջորդում է ադամանդյա զարդերի հատվածը՝ շուկայի ծավալի մոտ մեկ երրորդը: Արծաթից պատրաստված զարդերը զբաղեցնում են շուկայի մոտ 10% մասնաբաժին, և մնացած 7-8%-ը ապահովում են այլ մետաղներից պատրաստված ոչ թանկարժեք զարդերը:

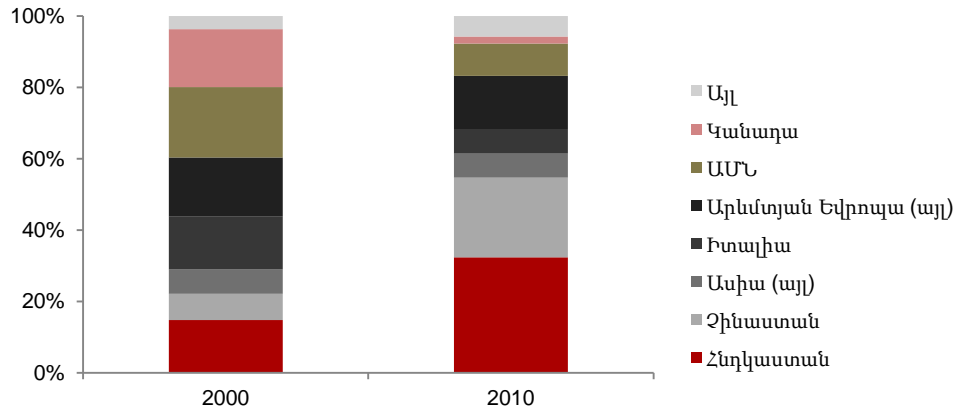
Ոսկեգործական զարդերի վերոնշյալ բոլոր հատվածների շուկաները տարբեր երկրներում տարբեր կշիռ ունեն՝ պայմանավորված երկրի մշակույթով և ժողովրդի գնողունակությամբ:

Ադամանդյա ոսկեգործական զարդեր*
դրամային արժեքով կշիռը ոսկեգործական զարդերի համաշխարհային շուկայում, 2010թ.



Աղբյուր՝ IDEX, Tacy Ltd., Chaim Even-Zohar, Bain & Co

Ոսկեգործական համաշխարհային արտադրություն աշխարհագրական բաշխում, 2000 և 2010թթ.



Աղբյուր՝ Euromonitor

- Համաշխարհային ոսկեգործական ոլորտի մասնակից տարբեր երկրների արտադրանքը հաճախ թիրախավորում է ոլորտի առանձին ենթահատվածներ:
- Այսպես, Իտալիայի արտադրանքը ասոցացվում է որակյալ և բարձրարժեք բրենդավորված ոսկեգործության հետ, մինչդեռ թուրքական ոսկեգործությունը՝ շատ ավելի ցածրարժեք և հաճախ կրկնօրինակված:
- Հնդկական և չինական ոսկեգործությունը առանձնանում են իրենց ազգային ավանդական դիզայնով:

Ոսկեգործական զարդերի պատրաստման համաշխարհային ոլորտը վերջին տասնամյակում նկատելի փոխակերպումների է ենթարկվել: Հնդկաստանը և Չինաստանը, 2000-2010թթ. ավելացնելով իրենց արտադրությունը համապատասխանաբար մոտ 4 և 5.5 անգամ, 2010թ.-ին գլխավորում են արտադրող երկրների ցանկը: Վերոնշյալ 2 երկրների ոսկեգործական արտադրանքի արժեքը 2010թ.-ին կազմել է 28 և 19.5 մլրդ ԱՄՆ դոլ.: Հնդկաստանի և Չինաստանի հիմնական մրցակցային առավելությունն է հանդիսանում աշխատուժի համեմատաբար ցածր վարձատրությունը: Ի լրումն, ներքին շուկայում պահանջարկի կայուն աճը ևս խթանել է այս 2 երկրների արտադրության ծավալների շարունակական աճին:

Համեմատության ժամանակահատվածում նկատելի անկում է ապրել Արևմտյան ավանդական արտադրողների ծավալները և մասնաբաժինը համաշխարհային արտադրության մեջ: Այսպես, ԱՄՆ-ի և Իտալիայի մասնաբաժինները ավելի քան կրկնակի նվազել են՝ համապատասխանաբար 10%-ից 9% և 15%-ից 7%: Համեմատաբար ավելի մեծ անկում է ապրել Կանադայի արտադրությունը՝ 7 մլրդ ԱՄՆ դոլ.-ից նվազելով մինչև 1.6 մլրդ ԱՄՆ դոլ.:

Արտադրողներ

Ոսկեգործության համաշխարհային ոլորտը զգալիորեն ֆրագմենտացված է և կազմված է ավելի քան 15,000 արտադրողներից, որոնց շուրջ 75%-ը գտնվում են Հնդկաստանում և Չինաստանում: Վերոնշյալ արտադրողներն ունեն համաշխարհային շուկայի շուրջ 80-85% մասնաբաժին և պատրաստում են հիմնականում չբրենդավորված ոսկեգործական զարդեր:

Ոսկեգործական ճոխ զարդեր արտադրողները հիմնականում արևմտյան բրենդային ընկերություններ են, որոնց արտադրանքն իրացվում է ողջ աշխարհում:

Ադամանդյա ոսկեգործական զարդեր համաշխարհային շուկայի նկարագիր, 2011թ.

Ոսկեգործական «ճոխ» զարդեր արտադրող մասնագիտացած բրենդեր՝ իրենց սեփական մանրածախ ցանցով

*Շուկայի 5% մասնաբաժին
~10-20 մասնակից*

«Ճոխության ապրանքներ» արտադրող բրենդեր, որոնք արտադրում են նաև ոսկեգործական ապրանքներ

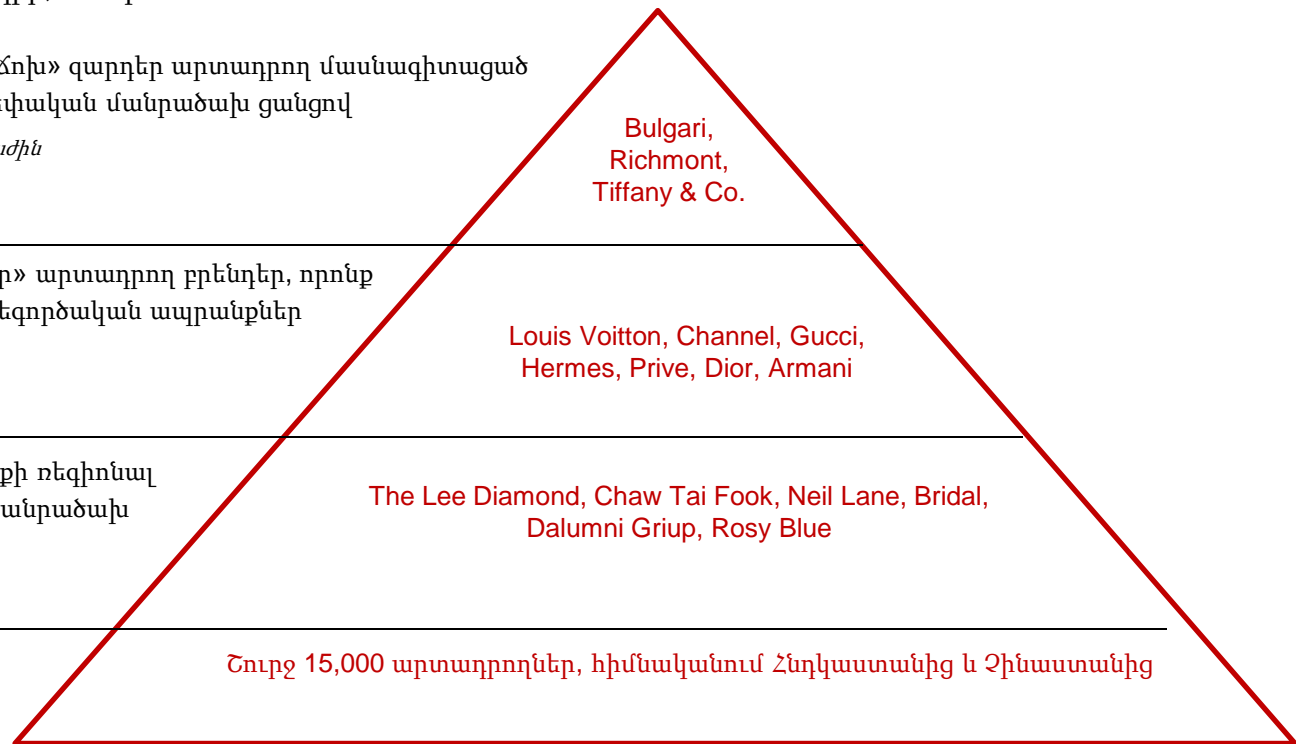
*Շուկայի 5% մասնաբաժին
~10-20 մասնակից*

Ոսկեգործական արտադրանքի ռեզիոնալ բրենդեր առանց սեփական մանրածախ ցանցի

*Շուկայի 10% մասնաբաժին
~1,000 խաղացող*

Ոչ բրենդային արտադրողներ

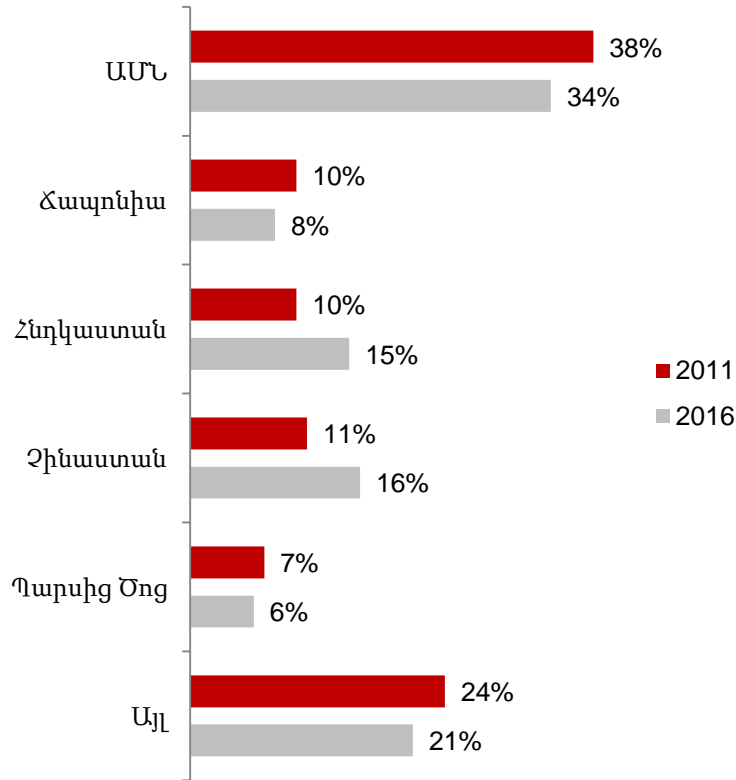
*Շուկայի 80-85% մասնաբաժին
~10,000 խաղացող*



Մշակված ադամանդի պահանջարկի կանխատեսում՝ հաշվարկված մեծածախ գներով



Ադամանդի նկատմամբ պահանջարկը տեղափոխվում է Ասիա



Աղբյուր՝ De Beers

- Չնայած ԱՄՆ-ն մնում է ադամանդի սպառման ամենախոշոր շուկան, հաջորդող հնգամյակում, կանխատեսվում է, որ համաշխարհային սպառման մեջ կաճի Հնդկաստանի և Չինաստանի տեսակարար կշիռը:
- Ի տարբերություն ԱՄՆ-ի, հնդկական և չինական շուկաներն ավելի քիչ են հագեցած, ինչը և ստեղծում է աճի լավ նախադրյալներ: 2000-2007թթ. ադամանդով ոսկեգործական իրերի պահանջարկը ԱՄՆ-ում աճել է մոտ 5%-ով, մինչդեռ Հնդկաստանում՝ 13%-ով, իսկ Չինաստանում՝ 15%-ով:

Ոսկեգործական արտադրանքի տեսականի

Ոսկեգործական արտադրանքի տեսականու համաշխարհային շուկայում նկատվում են որոշ փոփոխությունների միտումներ՝ պայմանավորված գնային գործոնով, նախընտրություններով և նորաձևությամբ:

Գնային գործոն

- Սպառվող ոսկեգործական արտադրանքի մեջ ոսկու քաշը դրսևորում է նվազման որոշակի միտում, մասնավորապես Եվրոպայում: Նաև, կրկին Եվրոպայում նկատվում է համեմատաբար ոչ թանկարժեք բիծուտերիայի պահանջարկի աճ, հատկապես պատանիների և երիտասարդության շրջանում:
- Այս 2 միտումները, թեև կանխատեսվում է, որ կպահպանվեն, այնուամենայնիվ նշանակալից կշիռ չեն ունենա ոսկեգործական արտադրանքի համաշխարհային սպառման մեջ:

Նորաձևություն և նախընտրություններ

- Համեմատաբար ոչ թանկարժեք բիծուտերիայի պահանջարկի որոշակի աճը գնային գործոնից բացի նաև զգալիորեն պայմանավորված է նորաձևությամբ:
- Արևելյան շուկաներում ոսկերչական բրենդային արտադրանքի վաճառքի աճի միտում է նկատվում. վերոնշյալ շուկաները անցնում են այն ճանապարհը, որը ոսկեգործական արտադրանքի արևմտյան շուկաները անցել են 20րդ դարի վերջին քառորդում: Ոսկեգործական իրերի դիզայնը, յուրահատկությունը և նորարարությունը ավելի ու ավելի մեծ դեր են սկսում զբաղեցնել նախընտրությունների մեջ: Բրենդային վաճառքի շարժիչ ուժերն են՝
 - Սպառողների եկամուտների աճը,
 - Աշխատուժի մեջ կանանց թվի ընդարձակումը,
 - Ասիական երկրներում սպառողների շրջանում արևմտյան ոճի նախընտրության աճը
 - Մանրածախ առևտրի կետերի չափի ընդարձակումը,
 - Ոսկեգործական արտադրանքի շուկայի աճող հասունությունը,
 - Ընկերությունների կողմից մարքեթինգի ծավալի աճը:

Արտադրություն

Անցում բրենդերի և ենթակառուցվածքների զարգացում

- Աշխարհում բրենդային արտադրողների գործունեության ընդարձակման միտում է նկատվում: Մասնավորապես, Հնդկաստանում և Չինաստանում նախկինում առանց բրենդի հանդես եկող ոսկեգործական արտադրողների մի ստվար զանգված ստեղծում և առաջ են մղում իրենց սեփական բրենդերը: Հարկ է նշել, որ նախկինում ոսկեգործության ոլորտը ավանդաբար հանդիսանում էր հիմնականում չբրենդավորված:
- Մերձավոր Արևելքի և Արևելյան Ասիայի որոշ խոշոր արտադրողներ սկսել են հանդես գալ տարբեր բրենդերով՝ գնորդների տարբերակված հատվածների համար: Օրինակ, հնդկական Gitanjali Group-ն ունի Nakshatra, D'damas, Collection g, Asmi, Sangini և Gilli բրենդները: Ասիական երկրներում խոշոր արտադրողները նաև ունեն իրենց արտադրանքի դիստրիբուցիայի և վաճառքի սեփական ուղիները՝ վաճառքի կետեր խոշոր առևտրի կենտրոններում, քաղաքների կենտրոններում առանձին բուտիկներ և այլն:
- Հնդկական մի շարք արտադրողներ սկսել են կենտրոնանալ արևմտյան ոճի ոսկեգործական արտադրության վրա՝ ուղղված արտահանմանը:
- Արևելյան երկրների արտադրության մեջ աճում է մարդկային ռեսուրսների պրոֆեսիոնալիզմը և որոշակի ավտոմատացումը, սակայն, ոլորտում ավանդաբար շարունակում է գերիշխել ձեռքի անհատական աշխատանքը:

Մարտահրավերներ

Արտադրողների համար ի հայտ են գալիս նոր մարտահրավերներ, որոնցից գլխավորներն են՝

- Ֆինանսական և գործառնական խնդիրներ՝ սկսնակ բրենդ ձևավորող ընկերությունների շրջանում:
- Նորաձևության կարճատև ցիկլեր:
- Համաշխարհային ոլորտի արժեչողթայի մասնակից երկրների քանակի և ներգրավման աճով պայմանավորված՝ շահութաբերության մարժաները դառնում են ավելի և ավելի մրցակցային և ցածր:

Վաճառքի կազմակերպում և սպառում

Վաճառքի կազմակերպում

- Ավանդական ուժեղ մրցակցություն արևմտյան շուկաներում և ուժգնացող մրցակցություն սահական շուկաներում, մասնավորապես, Հնդկաստանում և Չինաստանում:
- Մրցակցությամբ պայմանավորված՝ մանրածախ վաճառքի նվազող մարժաներ:
- Շուկայում ստեղծվում են ոսկեգործական արտադրանքի վաճառքի և դիստրիբուցիայի նոր ուղիներ: Մասնավորապես, Հնդկաստանը ներկայումս հանդիսանում է ոլորտի մանրածախ կազմակերպված վաճառքի զարգացման ամենարագ աճող շուկան:
- Վաճառքի անկախ կետերի նվազման միտում՝ ցանցային կետերի աճի հաշվին:
- Շուկայում ընդլայնվում են առևտրի ցանցային կենտրոնները (Reliance, Big Bazaar, Giant, Subishka, Metro), որտեղ իրականացվում է ոսկեգործական ապրանքների մանրածախ վաճառք: Մի շարք այլ ցանցային առևտրի կենտրոններ, որոնք նախկինում չունեին ոսկեգործական ապրանքների վաճառք, այժմ սկսել են բացել նման կետեր (Modicare, Pantaloon):
- Արագորեն աճում է ոսկեգործական արտադրանքի ինտերնետային վաճառքը (Fabmall, Gold Palace, Blue Nile). 2005-2011թթ. աճի տարեկան միջին տեմպը կազմել է շուրջ 15%:

Սպառում

- Ոսկեգործության համեմատաբար բարձրարժեք արտադրանքի ենթաուլորտում սպառողները կայացնում են ավելի տեղեկացված որոշումներ՝ պայմանավորված նորաձևության միտումների արագ տարածմամբ: Գնորդները դառնում են ավելի պահանջկոտ ապրանքի որակի նկատմամբ:
- Գնորդների տեղեկացվածության աճը համահունչ է ոլորտում մարքեթինգի ընդլայնված և նորարար մեխանիզմների կիրառմանը:

Վաճառք

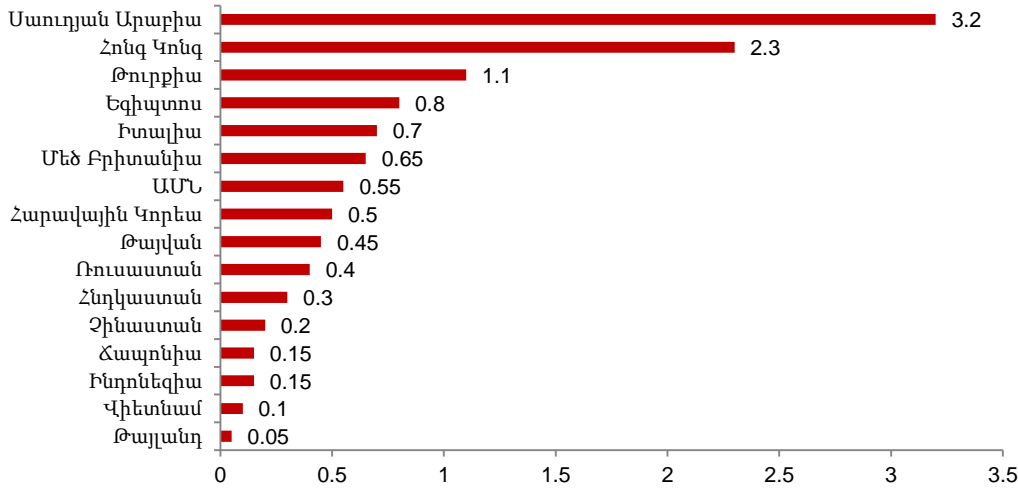
- Մինչ 2013-2020թթ. ասիական զարգացող երկրներում ակնկալվում է սպառման շարունակական աճ՝ տարեկան մինչև շուրջ 30% (Հնդկաստան, Չինաստան, Մերձավոր Արևելք): Արևմուտքում ոսկեգործական ապրանքների սպառման աճը, կանխատեսվում է, որ կլինի համեմատաբար ավելի փոքր, տարեկան միջինում մոտ 5%:
- Կանխատեսվում է, որ արտադրող և արտահանող երկրների շարքում աստիճանաբար ավելի կաճի Հնդկաստանի, Չինաստանի և Ասիայի ու Մերձավոր Արևելքի երկրների կշիռը: Մասնավորապես, Հնդկաստանի և Չինաստանի արտադրության տարեկան միջին աճը, կանխատեսվում է՝ կկազմի նվազագույնը 25%: Արևմտյան արտադրողների (Իտալիա, ԱՄՆ, Շվեյցարիա, Մեծ Բրիտանիա) արտադրությունն ու արտահանումը, ըստ կանխատեսումների, կաճեն միանիշ թվով, իսկ հոռետեսական զարգացումների և ասիական երկրների կատարողականի հավելյալ աճի պարագայում՝ կարող են նույնիսկ նվազել:

Աճի գործոններ

- Համաշխարհային տնտեսական զարգացում և կենսամակարդակի աճ:
- Տնտեսությունում բարձր գնաճի և արժույթային տատանումների վտանգով պայմանավորված՝ տնային տնտեսությունների կողմից ոսկեգործական արտադրանքի գնման աճի միտում (որպես խնայողությունների պահման և ներդրումների միջոց):
- Ոսկեգործության համաշխարհային ոլորտում արժեքային առաջարկի ընդարձակում՝ թիրախավորելով գնորդների տարբերակված հաստիքներ:

Վաճառք

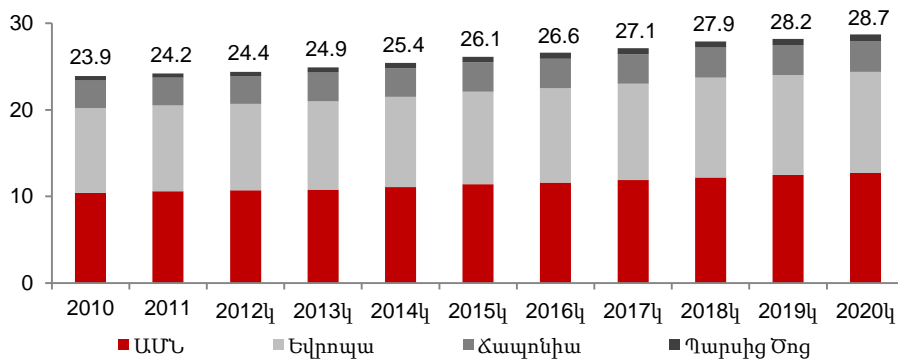
Ոսկեգործական ապրանքների սպառում
1 բնակչի հաշվով, գրամ, 2010թ.



Աղբյուր՝ GFMS, ՄԱՀ, ՈՀԽ

- Չարգացող և ինդուստրիալիզացիայի մակարդակի աճ արձանագրող երկրներում 1 բնակչի հաշվով ոսկեգործական արտադրանքի սպառումը դեռևս զգալիորեն ցածր է զարգացած երկրների համապատասխան սպառումից և աճի զգալի պոտենցիալ ունի:
- Կանխատեսվում է, որ Հնդկաստանում, Չինաստանում, Բնդոնեզիայում, Թայլանդում, Վիետնամում և այլուր տնտեսական զարգացումը, աճող ուրբանիզացիան, միջին խավի ընդլայնումը և կենամակարդակի ընդհանուր աճը կխթանի ոսկեգործական իրերի սպառումը:
- Օրինակ, Չինաստանում, ուր ամեն տարի տասնյակ միլիոն մարդիկ են միանում միջին խավին, վերջինս քանակապես արդեն գերազանցում է ԱՄՆ ողջ բնակչությանը:
- Տնային տնտեսությունների եկամտի համաշխարհային աճով պայմանավորված՝ կանխատեսվում է, որ կաճի նաև «ճոխության» ապրանքների սպառման համաշխարհային շուկան, որը ներկայումս կազմում է ավելի քան 1 տրլն ԱՄՆ դոլ.: Ոսկեգործական արտադրանքը վերոնշյալ շուկայի կարևոր հատվածներից է:

Տնային տնտեսությունների սպառողական և անձնական ծախսեր
համաշխարհային կանխատեսում, տրլն ԱՄՆ դոլ., 2013-2020թթ.



Աղբյուր՝ HIS Global Insights

Վաճառք – աճը սահմանափակող հնարավոր գործոններ

Նոր ֆինանսա-տնտեսական ճգնաժամ

Ինչպես ցույց տվեց համաշխարհային վերջին ֆինանսա-տնտեսական ճգնաժամը, ոսկեգործական իրերի սպառումն էապես կախված է համաշխարհային տնտեսության կատարողականից և սպառողների եկամտի մակարդակից: Տնտեսական նոր ճգնաժամը կարող է նկատելիորեն արգելափակել ոլորտի զարգացումը:

«Ճոխության» ապրանքների կողմից աճող մրցակցություն

«Ճոխության» այլ ապրանքների կողմից մրցակցությունը կարող է ավելի սուր լինել, քան կանխատեսվում է: Շարունակաբար աճող նորարար տեխնոլոգիաները և համապատասխան «ճոխության» ապրանքները, որոնք անցյալում գոյություն չունեին (օրինակ՝ Ipad), ապագայում կարող են ավելի ուժեղ հարվածել ոսկեգործական իրերի մրցակցային դիրքին:

Ոլորտի արժեշղթայի ճիշտ կազմակերպում

Ոլորտի արժեշղթայի հատկապես դիստրիբուցիայի և վաճառքի հատվածներում հնարավոր են թերացումներ, որոնք կարող են խոչնդոտել ոլորտի վաճառքի աճին՝

- Դիստրիբուցիայի և վաճառքի նորարար ուղիների բացակայություն:
- Գնորդների տարբեր հատվածների նախընտրությունների և դրանց փոփոխությունների միտումների վերլուծման և գնահատման մեջ բարդություններ և բացթողումներ:

Հնդկաստան



Թուրքիա

1990-ականներ

Ոլորտի ենթակառուցվածքների հիմնում

- Ազատականացվում է թանկարժեք մետաղների ներմուծումը (1993թ.):
- Ստամբուլում ստեղծվում է Ոսկու առևտրի բորսա (1995թ.): Պետության մասնակցությամբ ներդրվում է կոմերցիոն բանկերի կողմից ոլորտի մասնակիցների հումքի ձեռքբերումը և արտադրանքի վաճառքը ֆինանսավորող համակարգ:
- Պետությունը ֆինանսական մեծ աջակցություն է սկսում հատկացնել Ստամբուլի ոսկեգործության միջազգային ցուցահանդեսի կազմակերպման:
- Պետական աջակցությամբ ստեղծվում են ոլորտային կառույցներ, ինչպես նաև բացվում է Ոսկու համաշխարհային խորհրդի Թուրքիայի գրասենյակը (1994թ.):
- Ստամբուլում պետությունը սկսում է կառուցել ոլորտի արժեշրջան միավորող մեծ համալիր 180 մլն ԱՄՆ դոլ. Արժողությամբ (1998թ.): Մասնավորապես, յոթհարկանի 128,000 քմ տարածքով նորաստեղծ ընդհանուր վաճառատեղին պետք է միավորեր արտադրության և վաճառքի օղակները: Տարածքում նաև կառուցվում են հինգաստղանի հյուրանոց և ժամանցի այլ ենթակառուցվածքներ:

2000-ականներ

Ոլորտի առաջնորդում և ենթակառուցվածքների զարգացում

- Ստամբուլում ստեղծվում է ոսկու գտարկման գործարան (2002թ.):
- Պետությունը խթանում է երկրի ընդերքի ոսկու պաշարների հետազոտությունները և կանաչ լույս է վառում ոսկու հանքարդյունահանման համար:
- Ստամբուլում կառուցվող ոլորտի արժեշրջան միավորող համալիրի շինարարությունը ավարտվում է և այն գործարկվում է (2006թ.):
- Պետական հովանու ներքո ստեղծվում է Թուրքիայի թանկարժեք մետաղների և ոսկեգործության արտահանողների ասոցիացիան (2003թ.): Վերջինիս կողմից արտահանողներին տրված բազմատեսակ աջակցությունը ներառում է գիտահետազոտական աշխատանքների, միջազգային ցուցահանդեսների մասնակցության, առաջնորդման նյութերի հրապարակման և այլ միջոցառումների համաֆինանսավորում:
- Պետության մասնակցությամբ ներմուծողներին և արտահանողներին արտոնյալ ֆինանսավորում տրամադրող բանկերը (Exim Banks) զգալի ֆինանսավորում են հատկացնում ոլորտի մասնակիցներին:
- Ստամբուլի ոսկեգործության միջազգային ցուցահանդեսին աջակցելուց գատ, պետությունը համաֆինանսավորում է ոլորտային 2 նոր միջազգային ցուցահանդեսների կազմակերպումը՝ Անթալիայի ոսկեգործության, արծաթագործության և ժամագործության և Չուկուրոլայի ոսկեգործության և արծաթագործության միջազգային ցուցահանդեսներ:
- Պետական համալսարաններում և միջին մասնագիտական հաստատություններում բացվում և զարգանում են ոսկեգործության դիզայնի բաժիններ:

Թուրքիա – ոլորտի վերափոխում

1990-ականներ

2000-ականներ

Ավանդություններից դեպի արտահանում

Համաշխարհային ոլորտին առաջատար մասնակցություն

Արտահանում

- 1990 – 3.5 մլն ԱՄՆ դոլ.
- 1999 – 289 մլն ԱՄՆ դոլ.
- Հիմնական շուկաներ – Գերմանիա, ԱՄՆ, Ճապոնիա, Մերձավոր Արևելք

- 2001 – 437 մլն ԱՄՆ դոլ.
- 2011 – 1.950 մլն ԱՄՆ դոլ.
- Հիմնական շուկաներ – Իրաք, Ռուսաստան, Ղազախստան, Լիտվա, Գերմանիա, Իտալիա, Իսրայել

Ոլորտի քլասթերներ

Ստամբուլի «Մեծ Շուկա» (Grand Bazaar)

- Ստամբուլի «Մեծ Շուկա» (Grand Bazaar)
- Քույումսուքենթ («Ոսկու քաղաք», Ստամբուլ)
- Իզմիր

Արտադրողներ

- 1994թ.-ին՝
- 10,000 արտադրող
 - 2 արտադրող՝ 100-200 աշխատողով
 - 70 արտահանող ընկերություն

- 2011թ.-ին՝
- 20,000 արտադրող
 - 35 արտադրող՝ 200-1,000 աշխատողով
 - 15 արտադրող՝ 1,000-ից ավել աշխատողով
 - 500 արտահանող ընկերություն

Աշխատուժ

80,000 (1994թ.)

250,000 (2011թ.)

Հումք

Գրեթե ամբողջապես ներմուծված

2000-ականների սկզբից սկսվում է ոսկու հանքարդյունահանումը – 24 տոննա 2011թ.-ին (43% տարեկան միջին աճ 2001-2011թթ.): Սակայն, տեղական հանքարդյունահանված ոսկին հիմնականում արտահանվում է: Տեղական ոսկեգործական արտադրանքի միայն շուրջ 5%-ն է օգտագործում Թուրքիայում հանքարդյունահանված ոսկի:

Թուրքիա – հիմնական նկատառումներ

- Թուրքիայի ոսկեգործության ոլորտը վերջին 2 տասնամյակում նշանակալից աճ է արձանագրել: Ոլորտը հաջողությամբ կարողացավ օգտագործել իր ներքին պոտենցիալը արտահանման համաշխարհային շուկաներ մտնելու և ճիշտ դիրքավորվելու համար:
- Սկզբնական փուլում արտահանման շուկաներ մտնելուն նպաստող գործոններից էին էթնիկ բիզնես կապերը (Գերմանիա), առևտրային սերտ համագործակցությունը (ԱՄՆ), աշխարհագրական մոտիկությունը և կրոնա-մշակութային գործոնը (Մերձավոր Արևելք): Վերոնշյալ գործոններին զուգընթաց Թուրքիայի վարած պետական քաղաքականությունը հանդիսացավ ոլորտի զարգացումը և արտահանման շարունակական աճը խթանող հիմնական գործոնը՝
 - ոլորտի ազատականացում
 - ոսկու առևտրի բորսայի հիմնում
 - ոլորտային աջակից կառույցների հիմնում
 - նոր քլաստերի ստեղծում
 - ոսկու զտարկման գործարանի հիմնում
 - ոլորտի լայնածավալ առաջնորդում ներքին և արտաքին շուկաներում

Միջազգային մակարդակի վրա ներկայություն ապահովմանը հաջորդեց Թուրքիայի ոսկեգործական արտադրանքի մուտքը միջազգային գրեթե բոլոր շուկաներ: Ընդ որում՝ ավանդական կապերին և համագործակցությանը եկան փոխարինելու նոր և արագ աճող շուկաներում թուրքական արտադրանքի մրցունակ արժեքային առաջարկը, մեծածախ գնորդների հետ բիզնես կապերի հաստատումը և թուրքական արտադրանքի շարունակական առաջնորդումը:

- Ներկայումս ոլորտում գերիշխում է մասսայական արտադրությունը, և ոլորտը որոշ չափով կոնսոլիդացվում է, չնայած մանր և միջին արտադրողները դեռևս կարևոր մասնակցություն են ապահովում: Թուրքիայի ոսկեգործական արտահանված արտադրանքի արժեքային առաջարկի հիմնական բաղադրիչներն են՝
 - գնային մրցունակություն
 - արտադրանքի դիզայնի և որակի բազմազանություն
 - պատվիրատուների և գնորդների կարիքներին և նախապատվություններին արագ արձագանքելու ունակություն

ՀԱՎԵԼՎԱԾՆԵՐ 3.1-3.2
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՈՍԿԵԳՈՐԾՈՒԹՅԱՆ
ՈԼՈՐՏԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հայաստանի ոսկեգործության ոլորտի արդյունավետ առաջնորդման անկյունաքարերից կհանդիսանա ոլորտի արտադրողների մասնակցությունը արտահանման նպատակային շուկաներում անցկացվող ոսկեգործական ցուցահանդեսներին:

Ռուսաստան

Ռուսաստանում ամեն տարի անց են կացվում ոսկեգործական իրերի մի քանի միջազգային ցուցահանդեսներ՝

YUVELIR

Ռուսաստանում անցկացվող ոսկեգործության ամենամեծ ցուցահանդեսն է, որին տարեկան մասնակցում են ոլորտի ավելի քան հազար արտադրողներ ողջ աշխարհից:

YUVELIR 2

Հանդիսանում է Ռուսաստանում անցկացվող ոսկեգործական հիմնական ցուցահանդեսի՝ YUVELIR-ի նախապատրաստական ցուցահանդեսը, որի ընթացքում մասնակիցները գործնական կապեր են հաստատում և հնարավորություն ունենում մինչ YUVELIR-ի անցկացումը հասցեագրել առկա միտումները և պահանջարկը:

JUNWEX St Petersburg և JUNWEX Moscow

Մասնակցում են Ռուսաստանի մեծածախ և մանրածախ գնորդները և արտադրողներ տարբեր երկրներից: 2011թ.-ին JUNWEX St Petersburg-ի մասնակիցների քանակը կազմել է մոտ 600, իսկ այցելուներինը՝ շուրջ 60,000:

Ղազախստան

Aru

- Aru-ն հանդիսանում ինչպես Ղազախստանի, այնպես էլ ողջ Կենտրոնական Ասիայի միակ միջազգային ոսկեգործական ցուցահանդեսը, որին ակտիվ մասնակցություն են բերում նաև Ուզբեկստանի, Թուրքմենստանի և Ղրղզստանի ոլորտի ներկայացուցիչները:
- Ցուցահանդեսն անցկացվում է Աստանայում և Ալմա Աթայում:
- 2011թ.-ին մասնակիցների քանակը կազմել է շուրջ 100 ընկերություն:

Ուկրաինա

Yuvelir Expo Ukraine

- 2011թ.-ին մասնակիցների (տեղական և միջազգային) քանակը կազմել է մոտ 300, իսկ այցելուներինը՝ ավելի քան 23,000:
- Ցուցահանդեսը Ուկրաինայի ոսկեգործության ոլորտի ամենակարևոր և խոշորագույն միջոցառումն է:

ԱՊՀ և Խորհրդային Միության նախկին այլ երկրների ոսկեգործական իրերի ներմուծում ծավալ (մլն ԱՄՆ դոլ., 2011) և միջին տարեկան աճ * (%)

Դիտարկված շուկաներ	Ներմուծում, մլն ԱՄՆ դոլ., 2011	Միջին տարեկան աճ, %
ԱՊՀ և Խորհրդային Միության նախկին այլ երկրներ**		
Ռուսաստան	646	41%
Ղազախստան	348	62%
Ուկրաինա	101	42%
Ուզբեկստան	18	48%
Տաջիկստան	10	189%
Բելառուս	13	46%
Ղրղստան	10	65%
Մոլդովա	5	35%
Լիտվա	100	63%
Լատվիա	19	55%
Էստոնիա	20	28%
Վրաստան	5	59%
Մերձավոր Արևելք***		
Քաթար	947	50%
Բահրեյն	598	34%
Քուվեյթ	431	23%
Սաուդյան Արաբիա	335	51%
Իսրայել	201	2%
Օման	104	13%
Լիբանան	226	14%
Հորդանան	115	27%
Սիրիա	328	70%

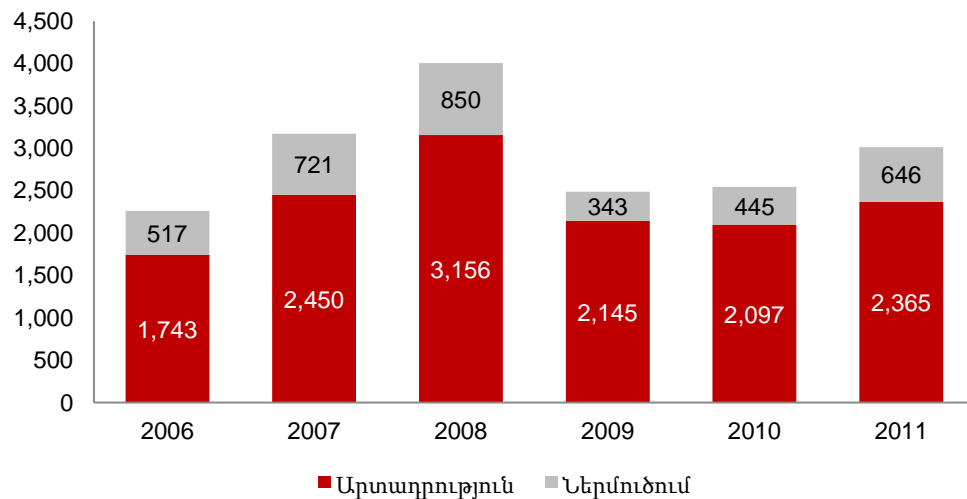
Նշումներ.

* ԱՊՀ և Խորհրդային Միության նախկին այլ երկրների համար միջին տարեկան աճը հաշվարկվել է 2001-2008թթ. համար, իսկ Մերձավոր Արևելքի երկրների համար՝ 2000-2010թթ.:

**Թուրքմենստանի ոսկեգործության ոլորտի ներմուծման ծավալները ներկայացված չեն, քանի որ պաշտոնական տվյալները չեն արտացոլում ներմուծումների իրական ծավալը՝ առկա է մեծամասշտաբ չգրանցված ներմուծման պրակտիկա:

***ԱՄԷ-ի ներմուծման պաշտոնական տվյալները ներկայացված չեն, քանի որ վերջինս հանդիսանում է ոսկեգործական իրերի միջազգային առևտրի խոշոր կենտրոն. ներմուծված իրերի մեծ մասը վերավաճառվում և արտահանվում է այլ երկրներ:

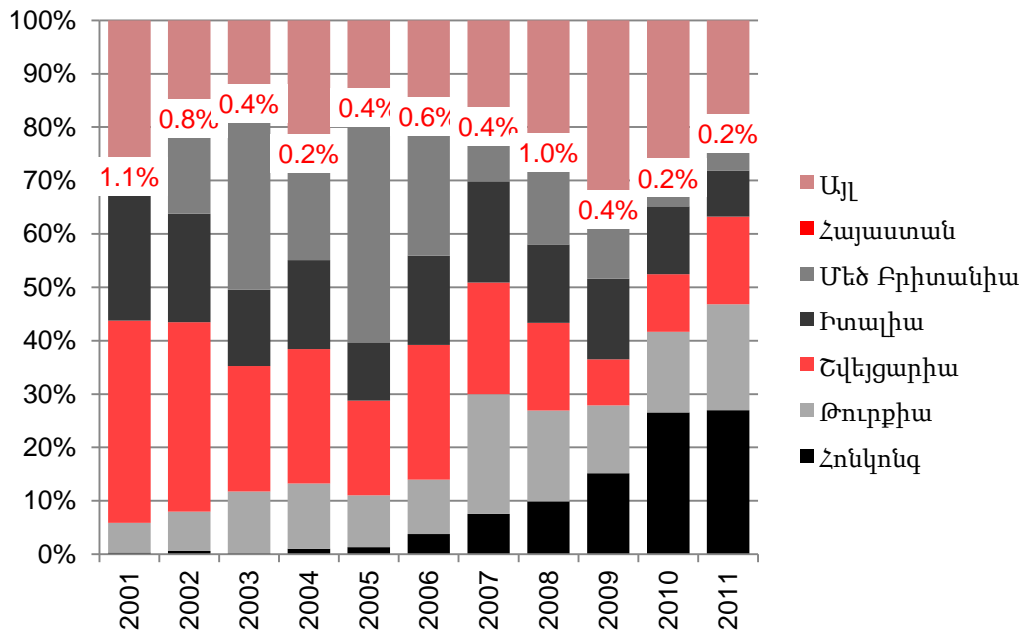
Ռուսաստանի ոսկեգործական արտադրություն և ներմուծում արժեքային արտահայտությամբ, մլն ԱՄՆ դոլ., 2006-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա, Euromonitor

- 2011թ.-ին Ռուսաստանում արտադրվել է ավելի քան 2.3 միլիարդ ԱՄՆ դոլ. արժեքի ոսկեգործական արտադրանք և ներմուծվել է մոտ 645 միլիոն ԱՄՆ դոլ. արտադրանք:
- Մինչև 2008-2009թթ. տնտեսական ճգնաժամը Ռուսաստանում ոսկեգործական արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկը կայուն տեմպերով աճում էր՝ հիմնականում պայմանավորված բնակչության բարեկեցության աճով:
- 2008-2009թթ. Ռուսաստանում իրացվող ոսկեգործական արտադրանքը զգալիորեն կրճատվեց, ինչպես նաև տեղի ունեցավ պահանջարկի միտում դեպի համեմատաբար ավելի էժան ոսկեգործական արտադրանք: Մասնավորապես, իրացվող մեկ զարդի միջին քաշը կրճատվեց 3.7 գրամից մինչև 1.4 գրամ:
- 2011թ. դրությամբ Ռուսաստանը դեռևս լիովին չէր վերականգնել նախաճգնաժամային արտադրության և ներմուծման ծավալները, սակայն ներմայումս առկա է դրական միտում:

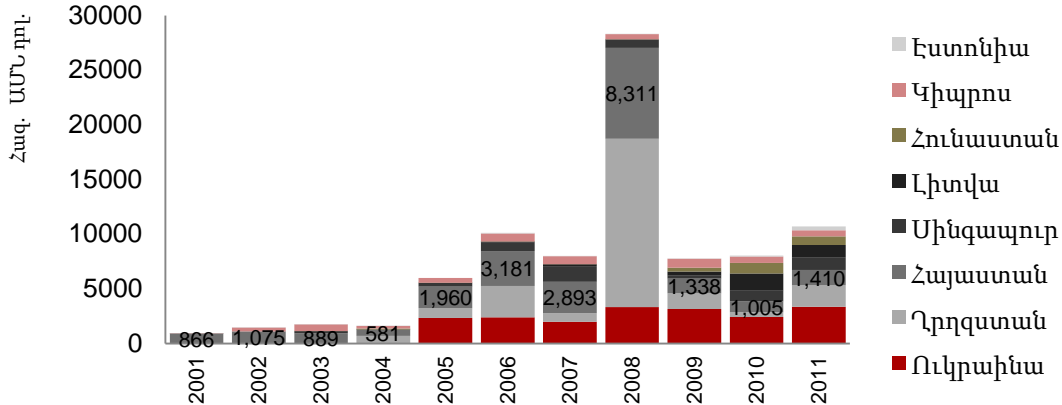
Ռուսաստանի ոսկեգործական արտադրանքի ներմուծման կառուցվածքն ըստ երկրների մասնաբաժին, %, 2001-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա

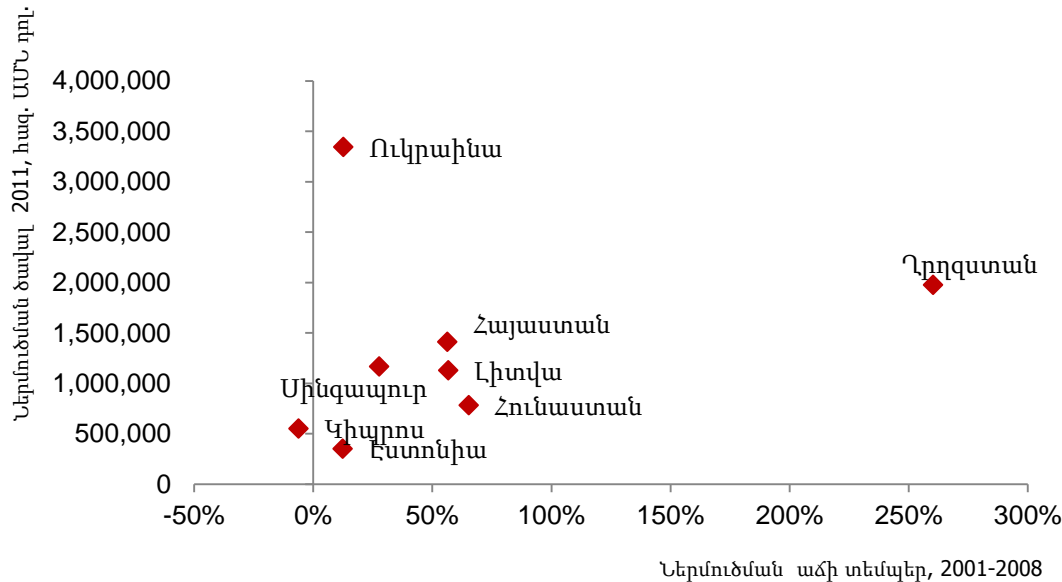
- Ներկայումս Ռուսաստանում գործում են մոտ 4,500 տարբեր չափերի ոսկեգործական ձեռնարկություններ, որոնց արտադրանքը կազմում է Ռուսաստանում իրացվող ոսկեգործական արտադրանքի մոտ 80%-ը:
- Ներմուծված ոսկեգործական արտադրանքը կազմում է սպառման մոտ 20%-ը:
- Ներմուծման մեջ ամենամեծ բաժին ունի Հոնկոնգը, որը համեմատաբար վերջերս է սկսել խոշոր քանակներ ներմուծել Ռուսաստան և արագ տեմպերով մեծացնում է ներմուծման ծավալները: Խոշոր ներմուծողներից են նաև Թուրքիան, Շվեյցարիան և Բուլղարիան:
- Հոնկոնգից և Թուրքիայից ներմուծված արտադրանքը համեմատաբար ավելի էժան է և ավելի ցածրորակ է, քան եվրոպական երկրներից ներմուծված արտադրանքը: Հոնկոնգից և Թուրքիայից ներմուծված արտադրանքը նաև ավելի էժան է, քան ռուսական արտադրանքը և լուրջ մրցակից է տեղի արտադրողների համար:
- Հայաստանի մասնաբաժինը Ռուսական ներմուծման մեջ վերջին տաս տարիների ընթացքում տատանվել է 0.2-1% միջակայքում՝ 2011թ. դրությամբ կազմելով 0.2%:

Ռուսաստանի ոսկեգործական արտադրանք արտահանող փոքր երկրներ (մինչև 1% մասնաբաժին)



Աղբյուր՝ UN ComTrade աղցանց տեղեկատվական բազա

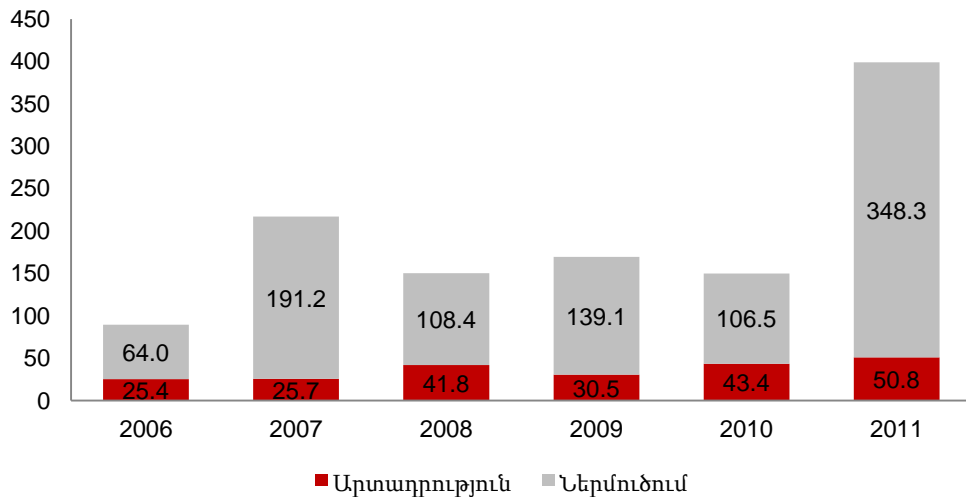
- Բացի խոշոր ներմուծողներից Ռուսաստան ներմուծում են նաև բազմաթիվ փոքր երկրներ: Նրանցից յուրաքանչյուրի մասնաբաժինը չի գերազանցում Ռուսաստանի ընդհանուր ներմուծման 1%-ը:
- Փոքր ներմուծող երկրների մեջ Հայաստանը զբաղեցնում է միջին դիրք՝ ներմուծման ծավալների և աճի տեմպերի առումով:
- ԱՊՀ երկրների հետ համեմատելիս՝ Հայաստանի երկու հիմնական մրցակիցները Ղրղզստանն ու Ուկրաինան են:



Ներմուծման աճի տեմպեր, 2001-2008

Աղբյուր՝ UN ComTrade աղցանց տեղեկատվական բազա

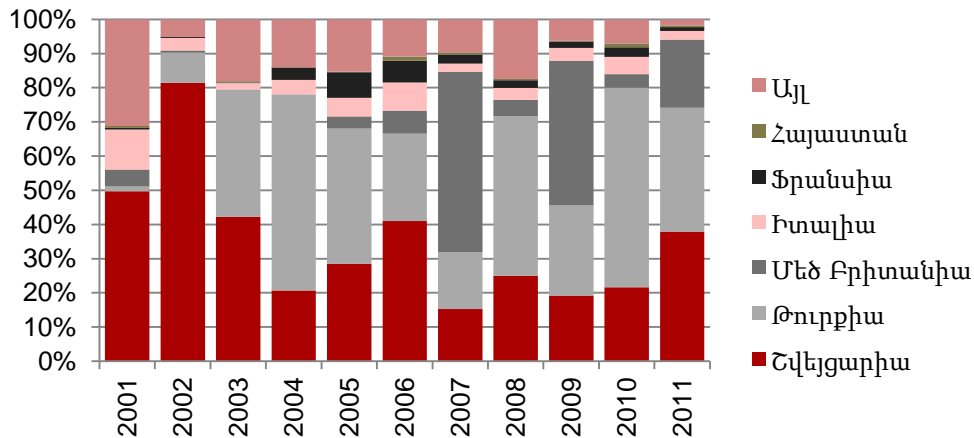
Ղազախստանի ոսկեգործական արտադրանք և ներմուծում արժեքային արտահայտությամբ, մլն ԱՄՆ դոլ., 2006-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա, Euromonitor

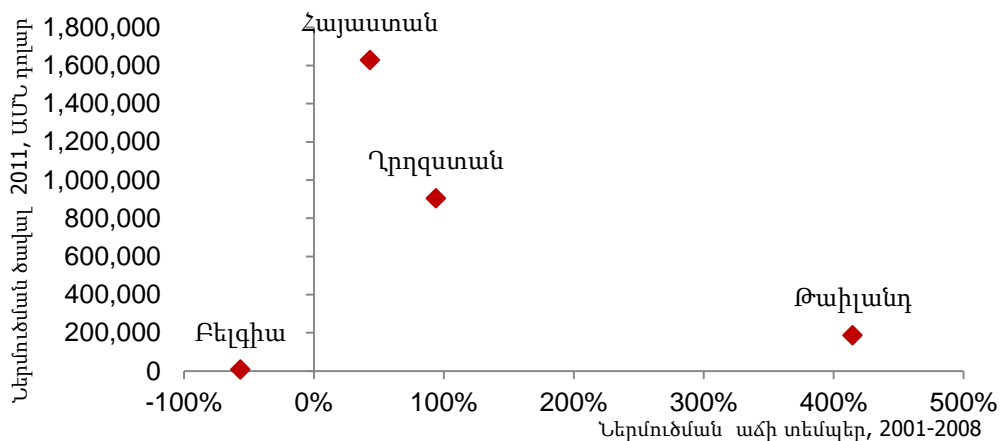
- 2011թ.-ին Ղազախստանում արտադրվել է մոտ 60 միլիոն ԱՄՆ դոլ. արժեքի ոսկեգործական արտադրանք և ներմուծվել է մոտ 350 միլիոն ԱՄՆ դոլ. արժեքի արտադրանք:
- Ոսկեգործությունը Ղազախստանում թույլ է զարգացած, մեծամասշտաբ և տեխնիկապես զարգացած ոսկու արտադրություններ գրեթե չկան:
- Չնայած ոսկու հարուստ պաշարներին, Ղազախստանն իր ոսկու մեծ մասը արտահանում է որպես հումք:
- Ոսկեգործական արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկը հիմնականում բավարարվում է ներմուծման հաշվին:
- Ղազախստանը բավական արագ վերականգնեց իր նախաճգնաժամային ոսկեգործական սպառման ծավալները, իսկ 2011թ.-ին գրանցեց ներմուծման ծավալների գրեթե եռակի աճ:

Ղազախստանի ոսկեգործական ներմուծման կառուցվածքն ըստ երկրների մասնաբաժին, տոկոս, 2001-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա, Euromonitor

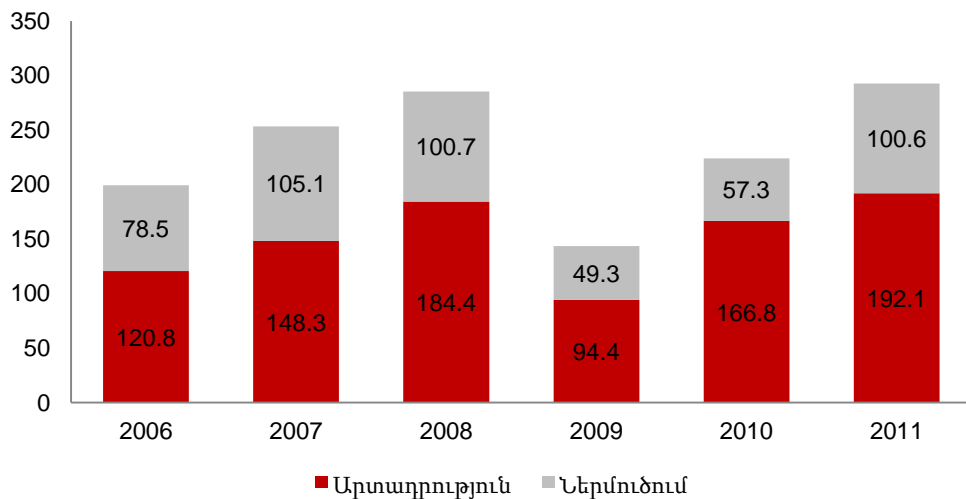
Ղազախստանի ոսկեգործական արտադրանք արտահանող փոքր երկրներ (ներմուծման մինչև 1% մասնաբաժին) ներմուծման ծավալ (ԱՄՆ դոլ., 2011թ.) և աճի տեմպ (2001-2008թթ.)



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա,

- Ղազախստանի ոսկեգործական արտադրանքի ներմուծման կառուցվածքում գերակա դիրք են զբաղեցնում Շվեյցարիան և Թուրքիան, որոնց միասին բաժին է ընկնում ամբողջ ներմուծման 75%-ից ավելին:
- Շվեյցարիայից ներմուծված արտադրանքը հիմնականում բարձրարժեք և բարձրորակ ոսկեգործական իրեր են, մինչդեռ Թուրքիան առաջատար է էժան և համեմատաբար ցածր որակի սեզմենտում:
- Հայաստանի մասնաբաժինը Ղազախստանի ներմուծման կառուցվածքում վերջին տասը տարիների ընթացքում տատանվել է 0.2% -1% միջակայքում:

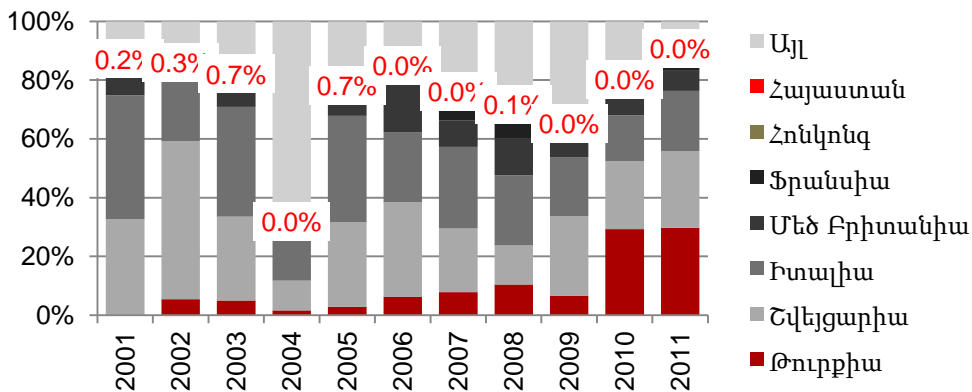
Ուկրաինայի ոսկեգործական արտադրանք և ներմուծում արժեքային արտահայտությամբ, մլն ԱՄՆ դոլ., 2006-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա, Euromonitor

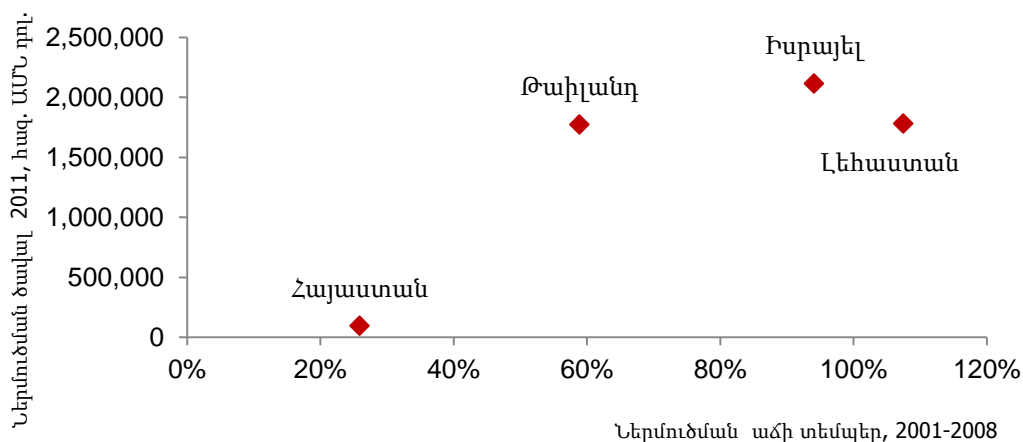
- 2011թ.-ին Ուկրաինայում արտադրվել է մոտ 192 միլիոն ԱՄՆ դոլ. արժեքի ոսկեգործական արտադրանք և ներմուծվել է մոտ 100 միլիոն ԱՄՆ դոլ. արժեքի արտադրանք:
- Ուկրաինայում գործում են մոտ 400 ոսկեգործական արտադրություններ, այդ թվում՝ ինչպես խորհրդային տարիներից մնացած և վերակազմակերպված գործարաններ, այնպես էլ 1990-ական և 2000-ական թթ. ստեղծված փոքր և միջին ձեռնարկություններ:
- Տեղական արտադրանքի 90%-ն ուղղված է համեմատաբար էժան և միջին գնային սեգմենտների սպառողներին: Այս սեգմենտում տեղական արտադրանքը մրցակցում է հիմնականում ներմուծված թուրքական արտադրանքի հետ:

Ուկրաինայի ոսկեգործական ներմուծման կառուցվածքն ըստ երկրների Մասնաբաժին, տոկոս, 2001-2011թթ.



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա, Euromonitor

Ուկրաինա ոսկեգործական արտադրանք արտահանող փոքր երկրներ (մինչև 1% մասնաբաժին) ներմուծման ծավալ (հազ. ԱՄՆ դոլ., 2011թ.) և աճի տեմպ (2001-2008թթ.)



Աղբյուր՝ UN ComTrade առցանց տեղեկատվական բազա,

- Ուկրաինայի ներմուծման կառուցվածքում առաջատար երկրներն են Թուրքիան, Շվեյցարիան և Իտալիան:
- 2009թ.-ի ճգնաժամի հետևանքով Ուկրաինայում կտրուկ անկում ապրեց տեղական արտադրությունը, որի նկատմամբ պահանջարկը անմիջապես լրացրեց Թուրքիան՝ 2010թ.-ին գրեթե երեք անգամ մեծացնելով արտահանման ծավալները Ուկրաինա:
- Շվեյցարիայի և Իտալիայի ներմուծման ծավալները համեմատաբար կայուն են՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ վերջիններիս արտադրանքը հիմնականում ուղղված է համեմատաբար բարձրորակ և բարձրարժեք սեզմենտի սպառողներին:
- Համեմատաբար փոքր ծավալի ներմուծողների մեջ Հայաստանը մրցակցում է հիմնականում Թաիլանդի, Իսրայելի և Լեհաստանի հետ, թեև զիջում է նրանց ինչպես ներմուծման ծավալներով, այնպես էլ ներմուծման աճի տեմպերով:
- Վերջին տասը տարիների ընթացքում Հայաստանի մասնաբաժինը Ուկրաինայի ներմուծման մեջ չի գերազանցել 0.7%-ը: