

ԿՈՆՅԱԿԱԳՈՐԾՈՒԹՅՈՒՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳԻՐ 2012-2015թթ.



Հաստատված՝

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

Սույն Գործողությունների պլանը բխում է ՀՀ կառավարության N 49 արձանագրային որոշմամբ հաստատված Հայաստանի արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարությունից:

Սույն գործողությունների ծրագիրը հաստատվում է ոլորտային խորհրդի կողմից և հանդիսանում է ՀՀ կառավարության և ոլորտի ներկայացուցիչների միջև կնքված փոխըմբռնման հուշագրի մաս:

Ներկայացված գործողությունների պլանը սահմանում է կոնյակագործության ոլորտում արդյունաբերական ռազմավարության իրականացման 4-ամյա ծրագիր 2012-2015 թթ. ժամանակահատվածի համար:

Գործողությունների պլանը տրված է 3 մակարդակով՝ ռազմավարական ուղղությունների, ռազմավարական նախաձեռնությունների և գործողությունների:

Տարբեր մակարդակի գործողությունները խմբավորված են ռազմավարական նախաձեռնությունների, վերջիններս իրենց հերթին պատկանում են սահմանված երեք ռազմավարական ուղղություններից մեկին:

Յուրաքանչյուր ռազմավարության համար սահմանված են պատասխանատու և իրականացնող կառույցները, ընդ որում հիմնական պատասխանատուներն առանձնացված են գործողության այլ մասնակիցներից:

Սույն գործողությունների պլանի շրջանակներում Ռազմավարական ուղղություններն են՝ Որակի ապահովումը, Շուկաների զարգացումը, Կարողությունների զարգացումը, Տրանսպորտային ենթակառուցվածքը և Հումքի բազայի զարգացումը:

Կոնյակագործություն.
Գործողությունների ծրագիր

ՌՌԻ 1. Որակի ապահովում

ՌՌԻ 2. Շուկաների
զարգացում

ՌՌԻ 3. Կարողությունների
զարգացում

ՌՌԻ 4. Տրանսպորտային
ենթակառուցվածք

ՌՌԻ 5. Հումքի բազայի
զարգացում

Համառոտագիր

- ՌՆ 1.1. Օրենսդրական դաշտի բարելավում
- ՌՆ 1.2. Լաբորատոր ենթակառուցվածքի հիմնում և գործարկում
- ՌՆ 1.3. Հրապարակայնության ապահովման ինստիտուտի ստեղծում
- ՌՆ 1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում

- ՌՆ 2.1. Արտաքին շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության ապահովում
- ՌՆ 2.2. Հայաստանի և հայկական կոնյակագործության առաջնորդում նպատակային շուկաներում
- ՌՆ 2.3. Կոնյակի ամենամյա փառատոնի կազմակերպում
- ՌՆ 2.4. Հայկական կոնյակի ինտերնետային պորտալ

- ՌՆ 3.1. Կոնյակագործության միության կազմակերպական զարգացում
- ՌՆ 3.2. Բազային համալսարանական կրթության բարելավում

- ՌՆ 4.1. Արտահանման հետ կապված տրանսպորտային խնդիրների բարելավում
- ՌՆ 4.2. Սև ծովում կանոնավոր լաստանավային հաղորդակցության ապահովում

Հումքի բազայի զարգացմանն ուղղված գործողությունները ներառվելու են գինեգործության ռազմավարությունում:

ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ ՆԱԴՁԵՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ (ՌՆ)

ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ ՈՒՂՈՒԹՅՈՒՆԿԱՆ ԴՊԿՈՅՈՒԿՈՍՏՈՒՄ

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 1.1. Օրենսդրական դաշտի բարելավում

Կայացած օրենսդրական դաշտ, որում նվազագույնի են հասցված իրավական փաստաթղթերի միջև հակասությունները, արտացոլվում են ժամանակակից արտադրական գործընթացները և դրանց ներկայացվող պահանջները, նույնականացված են ԵՄ օրենսդրության հետ, ներառված են որակի վերահսկման արդյունավետ մեխանիզմներ:

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
1.1.1 Գինեգործության ոլորտը կարգավորող իրավական ակտերի ամբողջական փաթեթի փորձաքննություն***	ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն*; ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն; փորձագետների տեղական խումբ**; փորձագետների միջազգային խումբ, Կոնյակագործների միություն, Գինեգործների միություն	ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության գյուղատնտեսության աջակցության միջազգային ծրագրերի շրջանակներում	Սկիզբ 2013 թ. հունվար	Փորձաքննության եզրակացություն, ներառյալ օրենքի բացերը և առաջարկությունները փոփոխությունների վերաբերյալ
1.1.2 Փոփոխությունների վերաբերյալ առաջարկությունների փաթեթի մշակում և քննարկում մասնավոր հատվածի հետ	ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն; Կոնյակագործների միություն; Գինեգործների միություն	-	Վերջնաժամկետ՝ 2013 թ. նոյեմբեր Նախապայման՝ 1.1.2.	Օրենսդրական փոփոխությունների նախագծերի փաթեթը՝ համաձայնեցված բոլոր շահագրգիռ կողմերի հետ

* Ընդգծված է հիմնական պատասխանատուն

** Ներառում է պետական շահագրգիռ կառույցների, ոլորտային միությունների, մասնավոր ընկերությունների ներկայացուցիչներ և ոլորտի փորձագետներ

*** Ներառյալ Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին օրենքը, Հայկական կոնյակի տեխնիկական կանոնակարգը և Գինեգործական արտադրանքին ներկայացվող պահանջների և թույլատրելի գինեգործական մեթոդների ու մշակումների տեխնիկական կանոնակարգը, որը դեռևս հաստատման փուլում է: Կոնյակագործության լիցենզավորման և մտավոր սեփականության օրենսդրության փոփոխությունների փաթեթի մշակում, որի նպատակն է բարձրացնել որակի հսկման համակարգի արդյունավետությունը:

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

ՌՆ 1.1. Օրենսդրական դաշտի բարելավում

Շարունակություն

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
1.1.3 Գործող իրավական ակտերում համապատասխան փոփոխությունների սահմանված կարգով ՀՀ կառավարությանը ներկայացում	<i>ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</i>	-	Վերջնաժամկետ՝ 2014թ. հունվար <i>Նախապայման՝ 1.1.3.</i>	Ամբողջականացված իրավաօրենսդրական դաշտ

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 1.2. Լաբորատոր ենթակառուցվածքի հիմնում և գործարկում

Հայկական կոնյակի որակի վերահսկման ամբողջական համակարգ

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
1.2.1. Իգոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկի վարման համար լաբորատորիայի հիմնում՝ ներառյալ իգոտոպային ռեզոնատոր սարքավորման գնում, անձնակազմի հավաքագրում, վերապատրաստում և գործարկում*	<i>ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն; ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն; լաբորատորիայի որոշված օպերատոր Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</i>	260 մլն ՀՀ դրամ**, 100%- ՀՀ կառավարություն <i>Օպերացիոն ծախսերը կփակվեն գործունեության եկամուտների հաշվին:</i>	Մինչև 2017 թ.	Լաբորատորիայի օպերատորի տնօրինության տակ գտնվող գործարկման պատրաստ իգոտոպային ռեզոնատոր սարքավորում

*Մանրամասն նկարագրությունը Հավելվածում:

** Նշված գինը ներկայացվել է սարքավորման մատակարար ընկերության կողմից ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարությանը նախնական բանակցությունների ընթացքում, որը կճշգրտվի վերջնական մատակարարի հետ բանակցությունների արդյունքում:

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

ՌՆ 1.2. Լաբորատոր ենթակառուցվածքի հիմնում և գործարկում

Շարունակություն

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
1.2.2. Իգոտոպային ազգային բանկի ստեղծման համար հետազոտությունների և փորձարկումների մեթոդների մշակում	<i>ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն;</i> Ստանդարտների ազգային ինստիտուտ, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն, լաբորատորիայի որոշված օպերատոր; փորձագետների խումբ; Խաղողապտղագինեգործության գիտական կենտրոն	-	2016 թ. հունվար-հունիս	Պաշտոնապես հաստատված փորձարկումների մեթոդներ
1.2.3. Իգոտոպային ազգային բանկի ստեղծման համար փորձարարական աշխատանքների իրականացում - ՀՀ խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին օրենքի պարտադիր դրույթներով - Սեփական նախաձեռնությամբ գիտահետազոտական աշխատանքներ	<i>ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն;</i> Լաբորատորիայի որոշված օպերատոր Խաղողապտղագինեգործության գիտական կենտրոնի հետ համագործակցությամբ	ՀՀ կառավարություն	Շարունակական գործողություն, սկիզբը 2017 թ. հունվար <i>Նախապայման՝ 1.2.2., 1.2.1.</i>	Իգոտոպային ազգային բանկ
1.2.4. Իսկության հավաստման նպատակով իգոտոպային փորձաքննությունների գործարկում և իգոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկի վարում	<i>Լաբորատորիայի որոշված օպերատոր;</i> ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն;	Վճարովի ծառայությունների հիմունքով	Շարունակական գործողություն, սկիզբը 2017 թ. հունվար 1* <i>Նախապայման՝ 1.2.3., 1.1.4.</i>	Իսկության հավաստագրերի հիմքում իգոտոպային վերլուծությունների կիրարկումը

* ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության կողմից առաջարկվել է օրենսդրական փոփոխություն, որով նախատեսվում է իգոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկի վարման ժամկետը երկարաձգել, որն ըստ գործող օրենքի սահմանված է 2013 թվականի հունվարի 1-ին:

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌԸ 1.3. Հրապարակայնության ապահովման ինստիտուտի ստեղծում

Որակի վերահսկման այլընտրանքային համակարգ, թափանցիկության ապահովում

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>1.3.1. Կոնյակագործության և գինեգործական ոլորտների արդյունքների գեկույցների պատրաստում և հրապարակում</p> <ul style="list-style-type: none"> - Կոնյակագործների միության ինտերնետային կայքում - Լրատվամիջոցներով <p>Զեկույցների պատրաստման համար Կոնյակագործության միությունը պետք է որոշակի պարբերականությամբ հավաքագրի միության անդամ առանձին ընկերությունների կոնյակի արտադրության ցուցանիշները և տարեկան պարբերականությամբ՝ խաղողի մթերման ծավալները :</p> <p>Հրապարակումները պետք է ներառեն նաև պետական լիազոր մարմիններից ձեռք բերված խաղողագործության և գինեգործության ոլորտների ամփոփ այլ հիմնական ցուցանիշները.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Արտահանման և ներմուծման վիճակագրությունը - Աշխատողների թվաքանակը - Շուկայի հիմնական տենդենցները և այլն: <p><i>Որպես օրինակ կարող են ծառայել Ավստրալիայի կամ Հարավային Աֆրիկայի գինու ասոցիացիաների կողմից պատրաստվող գեկույցները:</i></p>	<p><i>Կոնյակագործների միություն, համագործակցելով Գինեգործների միության հետ, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</i></p>	<p>1.5 մլն ՀՀ դրամ յուր. տարի, Կոնյակագործների միություն</p>	<p>Պարբերական գործողություն Սկիզբը՝ 2013 թ. դեկտեմբեր՝ 9 ամսվա արդյունքների ամփոփմամբ: Հաջորդ տարիների համար՝ յուրաքանչյուր տարվա ապրիլ ամիս՝ նախորդ տարվա արդյունքների ամփոփմամբ:</p> <p><i>Նախապայման՝ 2.4., 1.1.4.</i></p>	<p>Կոնյակագործության և գինեգործական ոլորտների արդյունքների հրապարակայնացում</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 1.3. Հրապարակայնության ապահովման ինստիտուտի ստեղծում

Շարունակություն

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>1.3.2. Որակի չհայտարարված ստուգումների կարգի սահմանում, իրականացում և հրապարակում: Որակի ստուգումները պետք է վերաբերեն ապրանքի հետևյալ ցուցանիշներին.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Անվտանգություն - Համապատասխանություն <p>Յուրաքանչյուր տարի պետք է ընտրվի ապրանքային 1 կատեգորիա (օրինակ՝ 3 տարեկան կոնյակներ) և այդ տարվա ընթացքում չհայտարարված 1 ամսվա ընթացքում ստուգման են ենթարկվում բոլոր արտադրողների՝ խանութներից ձեռք բերված տվյալ կատեգորիայի ապրանքների նմուշները:</p> <p>Որակի ստուգումների հրապարակումը պետք է իրականացվի.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Կոնյակագործների միության ինտերնետային կայքում - Լրատվամիջոցներով 	<p><i>Կոնյակագործների միություն, ՀՀ</i> Էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</p>	<p>1-2 մլն ՀՀ դրամ՝ կախված փորձաքննության ենթակա կոնյակի տեսակից յուրաքանչյուր տարի, Կոնյակագործների միություն</p>	<p>Պարբերական գործողություն, սկիզբը՝ 2015 թ. հունվարից, պարբերականությունը՝ յուր. տարվա որևէ մի ամիս (չհայտարարված)՝ Նշում՝ ստուգումները սկսած 2015 թ., սակայն ստուգումների արդյունքների հրապարակումը՝ սկսած 2016 թ.</p> <p><i>Նախապայման՝ 3.1.2., 2.4., 1.1.4.</i></p>	<p>Որակի ստուգման արդյունքների ամենամյա հրապարակում</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում

Որակի վերահսկման այլընտրանքային համակարգ

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>1.4.1. Որակի տարբերանշանի տրամադրման կանոնակարգի մշակում.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Շնորհման պահանջների ձևակերպում - Տարբերանշանի սահմանում - Որակի ստուգումների և մոնիտորինգի պարբերականության և անցկացման կարգի սահմանում 	<p><i>Կոնյակագործների միություն; ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</i></p>	<p>-</p>	<p>2014 թ. հոկտեմբեր - դեկտեմբեր</p> <p><i>Նախապայման՝ 3.1.2.</i></p>	<p>Կանոնակարգ հաստատված Կոնյակագործների միության կողմից</p>
<p>1.4.2. Որակի ստուգումների իրականացում և տարբերանշանի շնորհում</p>	<p><i>Կոնյակագործների միություն, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</i></p>	<p>Վճարովի ծառայությունների հիմունքով</p>	<p>Շարունակական գործողություն, սկիզբը՝ 2015 թ. մարտ</p> <p><i>Նախապայման՝ 1.4.1., 3.1.2.</i></p>	<p>Որակի տարբերանշաններ ստացած ապրանքներ և ընկերություններ, որակյալ ապրանքների սպառման աճ</p>
<p>1.4.3. Որակի տարբերանշանի վերաբերյալ իրազեկվածության բարձրացում և գովազդում.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Տեղեկատվության տարածում լրատվամիջոցներով - Կոնյակագործության կայքի միջոցով 	<p><i>Կոնյակագործների միություն, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարություն</i></p>	<p>-</p>	<p>Շարունակական գործողություն, սկիզբը՝ 2015 թ. հունվար</p> <p><i>Նախապայման՝ 3.1.2., 2.4.</i></p>	<p>Կոնյակագործների միության և տրվող տարբերանշանների հաստատված հեղինակություն և իրազեկվածության սպառողների շրջանում և պրոֆեսիոնալ լսարանում</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.1. Արտաքին շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության ապահովում

Արտահանողների կողմից տեղեկացված որոշումների կայացում

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.1.1. Չինաստանի և այլ նպատակային շուկաների վերլուծությունների ձեռքբերում և տրամադրում ընկերություններին, որոնք նախօրոք կքննարկվեն և կընտրվեն՝ ելնելով ընկերությունների կարիքից: <i>Նշում՝ Euromonitor International (Passport GMID) հանդիսանում է միջազգային մակարդակով պարբերական թարմացվող տեղեկատվական վերլուծական շտեմարան , ինչպես նաև IWSR International Wine and Spirits Research-ը հանդիսանում է ոլորտի վերաբերյալ մասնագիտացած մարքեթինգային հետազոտություններ հրատարակող ամենահեղինակավոր ընկերություններից մեկն աշխարհում:</i></p>	<p><i>Չարգացման հայկական գործակալություն</i> Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</p>	<p>8.0 մլն ՀՀ դրամ յուրաքանչյուր տարի, ՀՀ կառավարություն, Դոնոր կազմակերպություններ</p>	<p>Պարբերական գործողություն, սկիզբը՝ 2013 թ. չորրորդ եռամսյակ Պարբերականություն յուրաքանչյուր տարի չորրորդ եռամսյակ կամ ըստ նյութերի տարեկան արդյունքների հրապարակման</p>	<p>Վերլուծական նյութեր, ըստ անհրաժեշտության հայերեն կամ ռուսերեն թարգմանությամբ</p>
<p>2.1.2. Տեղեկատվական բազայի ստեղծում և ընկերությունների համար հասանելիության ապահովում, ներառյալ տեղեկատվություն և կոնտակտային տվյալներ նպատակային շուկայում գործող.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ներմուծման/վաճառքի գործակալներից - Դիստրիբյուտորներից - Սուպերմարկետների ցանցերից - Բարերից - Ցուցահանդեսներից - Չարգացման գործակալություններից/ միջազգային համագործակցության կառույցներից 	<p><i>Չարգացման հայկական գործակալություն,</i> ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ արտաքին գործերի նախարարություն</p>	<p>Դոնոր կազմակերպություններ</p>	<p>Շարունակական գործողություն, սկիզբը՝ 2013 թ.</p>	<p>Տվյալների բազա, որն հասանելի է ոլորտի բոլոր ընկերություններին</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.2. Հայաստանի և հայկական կոնյակագործության առաջնություն նպատակային շուկաներում

Գործընկերների/դիստրիբյուտորների քանակի ավելացում և վաճառքների աճ

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.2.1. Երկրի և ոլորտի առաջնության/բրենդինգի հայեցակարգի և ռազմավարության մշակում</p> <ul style="list-style-type: none"> - Բրենդինգային թեմայի և առաջադրանքի որոշում, որում հատուկ շեշտադրում է արվելու «կոնյակ» բառի վերանվանման խնդրի լուծման վրա - Մասնագիտացված և փորձառու մարքեթինգային խորհրդատուի ընտրություն - Աշխատանքի ընդունում և իրականացման միջոցառումների ծրագրի մշակում 	<p><i>Զարգացման հայկական գործակալություն;</i> Կոնյակագործների միություն, մարքեթինգային խորհրդատու Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</p>	<p>15 մլն ՀՀ դրամ, ՀՀ կառավարություն Դոնոր կազմակերպություններ</p>	<p>2013թ. սեպտեմբեր – 2014թ. դեկտեմբեր</p>	<p>Մշակված հայեցակարգ և հաստատված հիմնական պատասխանատուներ ի կողմից</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.2. Հայաստանի և հայկական կոնյակագործության առաջնություն նպատակային շուկաներում

Գործընկերների/դիստրիբյուտորների քանակի ավելացում և վաճառքների աճ

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.2.2. Տարեկան պարբերականությամբ տվյալ տարվա մասնակցության համար ցուցահանդեսի ընտրություն և մասնակցություն Նախապայման՝ առնվազն 5 ընկերությունների մասնակցություն (հնարավոր է նաև գինիների ներկայացում), Բացառիկ դեպքերում շեմից ցածր մասնակցությունը կարող է քննարկվել և հաստատվել ոլորտի խորհրդի կողմից</p> <p><i>Նշում՝ ցուցահանդեսի մասնակցության հայեցակարգը Հավելվածում</i></p>	<p><i>Զարգացման հայկական գործակալություն;</i> Կոնյակագործների միություն Ոլորտի ընկերություններ Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</p>	<p>56 մլն ՀՀ դրամ որպես ընդհանուր սկզբունք յուրաքանչյուր տարի, 50%- ՀՀ կառավարություն, 50%- մասնակից ընկերություններ,</p> <p>Դոնոր կազմակերպություններ</p> <p>Մասնաբաժնի որոշակի փոփոխություն հնարավոր է՝ հաշվի առնելով կոնկրետ ցուցահանդեսի մասնակցության առանձնահատկությունները, որոնք կարող են քննարկվել և հաստատվել ոլորտի խորհրդի կողմից</p>	<p>Պարբերական գործողություն, սկիզբը՝ 2013 թ. Ցուցահանդեսին նախապատրաստություն՝ յուրաքանչյուր տարի, ցուցահանդեսից առաջ 6 ամսվա ընթացքում</p> <p><i>Նախապայման՝ 2.2.1.</i></p>	<p>Գործընկերների և դիստրիբյուտորների հետ հաստատված կապեր, պատվերներ</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.2. Հայաստանի և հայկական կոնյակագործության առաջնորդում նպատակային շուկաներում

Շարունակություն

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.2.3. ՀՀ կառավարության կամ պետական մարմինների կողմից հայկական կոնյակի լոբբինգ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Պետական միջոցառումներում հայկական կոնյակի օգտագործում - Պետական պատվիրակությունների ընդունելության օրակարգի մեջ կոնյակագործության ոլորտի հետ հանդիպումների ներատում - Նպատակային տարածաշրջաններում տարբեր մակարդակների պետական պաշտոնյաների հետ կապերի հաստատում, քննարկումների և հյուրասիրությունների կազմակերպում - Տնտեսական ֆորումների մասնակցություն և պետական պատվիրակության մեջ կոնյակագործների ներառում 	<p>ՀՀ կառավարություն; ՀՀ դեսպանություններ նպատակային երկրներում; ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն; Զարգացման հայկական գործակալություն, Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</p>	<p>-</p>	<p>Շարունակական գործողություն, սկիզբը՝ 2012 թ. սեպտեմբեր</p>	<p>Պետական մակարդակով իրականացված բանակցություններ ի արդյունքում ստեղծված գործարար կապեր և ձեռք բերված նոր պայմանագրեր</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.3. Կոնյակի ամենամյա փառատոնի կազմակերպում

Կոնյակի սպառման խթանում և ճանաչելիության ապահովում զբոսաշրջիկների շրջանում

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.3.1. Ամենամյա միջոցառման հայեցակարգի մշակում և կազմակերպում, որը կներառի.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Թեմատիկ ուղղվածությամբ կոնյակի և հարակից ապրանքների փառատոն և մրցանակաբաշխություն - Միջազգային մակարդակի համտեսների կազմակերպում և հեղինակավոր փորձագետների կարծիքի շնորհում <p><i>Նշում՝ որպես օրինակ կարող են ծառայել San Diego Spirits Festival, Spirits of Mexico, NB Spirits Festival, Pittsburgh Whiskey and fine Spirits Festival</i></p>	<p><i>Կոնյակագործների միություն</i></p> <p>Զարգացման հայկական գործակալություն</p> <p>Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</p>	<p>Բյուջեն՝ կախված յուրաքանչյուր տարվա հայեցակարգից և միջոցառման մասշտաբայնությունից</p> <p>Ծախսերի ֆինանսավորումը՝</p> <ul style="list-style-type: none"> - Գովազդից - Մասնակցության վճարներից 	<p>Պարբերական գործողություն, սկիզբը՝ 2014 թ. ամառ, պարբերականություն՝ յուրաքանչյուր տարի</p> <p><i>Նախապայման՝ 3.1.2., 2.2.1.</i></p>	<p>Հայկական կոնյակի հեղինակության ամրապնդում և սպառման աճ</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 2.4. Հայկական կոնյակի ինտերնետային պորտալ

Հայկական կոնյակի ճանաչելիության աճ

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>2.4.1. Հայկական կոնյակի ինտերնետային բազմալեզու պորտալի ստեղծում, որի նպատակն է հայկական կոնյակի, կոնյակագործության ավանդույթների և արտադրողների մասին տեղեկատվության ապահովումը և առաջնորդումը համացանցում:</p> <p>Այն պետք է լինի եռալեզու՝ հայերեն, ռուսերեն, անգլերեն (հաջորդ փուլում նաև չինարեն կամ այլ), պարունակի տեղեկատվություն Հայաստանի և հայկական կոնյակագործության, արտադրողների և նրանց կոնտակտային տվյալների, ինչպես նաև կոնյակագործության միության ծառայությունների վերաբերյալ:</p> <p>Նշում՝ որպես օրինակ կարող են ծառայել փարբեր երկրների Գինու և խմիչքների ասոցիացիաների կայքերը. Ավստրալիա՝ http://www.wineaustralia.com/australia/, http://www.winesa.asn.au/ Արգենտինա՝ http://www.winesofargentina.org/, Չիլի՝ http://www.winesofchile.org/ Հրվ. Աֆրիկա՝ http://www.sawis.co.za</p>	<p>Կոնյակագործների միություն Զարգացման հայկական գործակալություն</p>	<p>2.5 մլն ՀՀ դրամ, Կոնյակագործների միություն, ոլորտի ընկերություններ</p>	<p>2013թ. սեպտեմբեր</p> <p>Նշում՝ կայքի գործարկումը և թարմացումը պետք է կրի շարունակական բնույթ</p> <p>Նախապայման՝ 2.2.1.</p>	<p>Հայկական կոնյակի և արտադրողների առաջ մղում ինտերնետում</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 3.1. Կոնյակագործության միության կազմակերպական զարգացում

Հգոր և արդյունավետ կոնյակագործության միություն, համագործակցության պլատֆորմի ստեղծում: **2012 թ.**

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ Ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>3.1.1. Ռազմավարական ծրագրի մշակում, որը կներառի օպերացիոն մոդել, կառավարման համակարգ, գործառնությունների շրջանակ, ծառայությունների, պարտականությունների, աջակցման ուղղություններ, անդամագրման մեխանիզմներ</p>	<p><i>Կոնյակագործների միություն</i></p>	<p>Կոնյակագործների միություն</p>	<p>2013 թ. նոյեմբեր</p>	<p>Միության ռազմավարական ծրագիր հաստատված միության բարձրագույն կառավարման մարմնի կողմից</p>
<p>3.1.2. Կոնյակագործության միության զարգացման ծրագրի իրագործում.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ծառայությունների ձևավորում և մատուցում • Ծառայությունների մատուցման ենթակառուցվածքի ձևավորում 	<p><i>Կոնյակագործների միություն</i></p>	<p>Ըստ Գ 3.1.1.-ի ուսումնասիրության արդյունքների, Կոնյակագործների միություն</p>	<p>Շարունակական գործողություն՝ Սկիզբը՝ 2014թ. հունվար</p> <p><i>Նախապայման՝ 3.1.1.</i></p>	<p>Ակտիվ գործող միություն տարեկան գործունեության ծրագրերով</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 3.2. Բազային համալսարանական կրթության բարելավում

Ընկերությունների պահանջներին համապատասխան աշխատուժի ապահովում

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
3.2.1. Հայաստանի ագրարային համալսարանի հետ գործողությունների մշակում ուղղված գինեգործության և կոնյակագործության մասնագիտությունների գծով կրթության որակի բարձրացմանը	<i>Հայաստանի ագրարային համալսարան,</i> Կոնյակագործների միություն, <i>ընկերություններ</i> Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ	-	Նախապատրաստում՝ 2013 - 2014թթ.	Համալսարանական կրթության բարելավմանն ուղղված գործողությունների ծրագիր
3.2.2. Ընկերություններում աշխատող կոնյակագործների ներգրավում ուսումնական գործընթացում. տեխնոլոգների կողմից ուսանողների համար մաստեր-կլասերի անցկացում	<i>Հայաստանի ագրարային համալսարան</i> Կոնյակագործների միություն Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ	-	Պարբերական գործողություն, սկիզբը՝ 2012-2013 թ. ուսումնական տարի, պարբերականությունը՝ տարեկան 5 մաստեր կլասեր	Ուսանողների մասնագիտական պատրաստվածության բարձրացում

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՈՆ 4.1 Արտահանման հետ կապված տրանսպորտային խնդիրների բարելավում

Հայաստանից կոնյակի արտահանման համար բարենպաստ տրանսպորտային ենթակառուցվածք

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>4.1. Արդյունաբերական խորհրդի շրջանակներում արտահանման տրանսպորտային ենթակառուցվածքի խնդիրների մշտադիտարկում, առաջարկությունների ձևավորում և ներկայացում ՀՀ կառավարություն</p>	<p><i>ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն, ՀՀ արտաքին գործերի նախարարություն ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, Զարգացման հայկական գործակալություն, Արդյունաբերության զարգացման հիմնադրամ</i></p>	<p>-</p>	<p>Պարբերական մշտադիտարկում, ծրագրերի ընթացքի վերլուծություն</p>	<p>Արտահանման հետ կապված տրանսպորտային խնդիրների բարելավում</p>

Ռազմավարական նախաձեռնության անվանում

Ակնկալվող արդյունք

ՌՆ 4.2 Սև ծովում կանոնավոր լաստանավային հաղորդակցության ապահովում

Հայաստանից կոնյակի արտահանման համար բարենպաստ տրանսպորտային ենթակառուցվածք

Գործողություն	Պատասխանատու/ Իրականացնող	Բյուջե/ ֆինանսավորման աղբյուր	Ժամկետ/ պարբերականություն	Վերջնական/ ընթացիկ արդյունք
<p>4.2.1 Փոթիից լաստանավային ենթակառուցվածքի բարելավման հնարավոր ուղիների իրագործելիության հնարավորության մշտադիտարկում, լուծման հնարավոր տարբերակի դեպքում իրագործման ծրագրի կազմում և իրականացում</p>	<p>ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն</p>	<p>-</p>	<p>Պարբերական մոնիտորինգ</p>	<p>Լաստանավային հաղորդակցության բարելավման վերաբերյալ որոշում</p>

*Խաղողագործության զարգացումը պետք է դիտարկվի գինեգործական արտադրանքի համընդհանուր զարգացման համատեքստում և բխի գինու և կոնյակի արտադրությունների զարգացման ռազմավարություններից:

Այն ենթադրում է ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության կողմից խաղողագործության զարգացման հատուկ ծրագրի մշակում և իրագործում:

Խաղողագործության զարգացմանն ուղղված հիմնական գործողությունները ներառվելու են գինեգործության զարգացման ռազմավարությունում, քանի որ այն առանցքային նշանակություն ունի գինեգործության համար:

Եռամսյակ		2012		2013				2014				2015			
		III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
		ՌՌԻ 1. ՈՐԱԿԻ ԱՊԱՀՈՎՈՒՄ													
ՌՆ 1.1.	Օրենսդրական դաշտ														
Գ 1.1.1.	Իրավական ակտերի փորձաքննություն														
Գ 1.1.2.	Փոփոխությունների ժամանակացույց														
Գ 1.1.3.	Առաջարկությունների մշակում														
Գ 1.1.4.	Փոփոխությունների իրականացում														
ՌՆ 1.2.*	Լաբորատոր ենթակառուցվածք														
Գ 1.2.1.	Լաբորատորիայի գործարկում														
Գ 1.2.2.	Փորձարկումների մեթոդների մշակում														
Գ 1.2.3.	Փորձարարական աշխատանքներ														
Գ 1.2.4.	Իզոտոպային փորձաքննությունների հիման վրա իսկության հավաստում														
ՌՆ 1.3.	Հրապարակայնության ինստիտուտ														
Գ 1.3.1.	Ոլորտի հաշվետվություն														
Գ 1.3.2.	Որակի ստուգումներ**														
ՌՆ 1.4.	Որակի տարբերանշաններ														
Գ 1.4.1.	Կանոնակարգի մշակում														
Գ 1.4.2.	Տարբերանշանի շնորհում														
Գ 1.4.3.	Տարբերանշանի գովազդ														

* Գործողության սկսվում են 2016թ.:

** Տարվա մեջ 1 անգամ՝ որևէ ամսին:

		2012		2013				2014				2015			
Եռամսյակ		III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
		ՌՈՒ 2. ՇՈՒԿԱՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ													
ՌՆ 2.1.	Շուկայական տեղեկատվություն														
Գ 2.1.1.	Շուկայական վերլուծություններ														
Գ 2.1.2.	Տեղեկատվական բազա														
ՌՆ 2.2.	Առաջնորդում նպատակային շուկաներում														
Գ 2.2.1.	Հայեցակարգի մշակում														
Գ 2.2.2.*	Միջազգային ցուցահանդես														
Գ 2.2.3.	Պետական լոբբինգ														
ՌՆ 2.3.	Կոնյակի փառատոն														
ՌՆ 2.4.	Ինտերնետային պորտալ														
		ՌՈՒ 3. ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ													
ՌՆ 3.1.	Կոնյակագործության միություն														
Գ 3.1.1.	Ռազմավարական ծրագիր														
Գ 3.1.2.	Ծրագրի իրագործում														
ՌՆ 3.2.	Համալսարանական կրթություն														
Գ 3.2.1.	Ծրագրի մշակում														
Գ 3.2.2.	Մաստեր-կլասեր														

* Տարվա մեջ 1 անգամ՝ որևէ ամսին:

		2012		2013				2014				2015			
<i>Եռամսյակ</i>		III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
		ՌՈՒ 4. ՏՐԱՆՄՈՐՏԱՅԻՆ ԵՆԹԱԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔ													
ՌՆ 4.1.	Հանձնաժողովի ստեղծում														
ՌՆ 4.2.	Վերին Լարս														
ՌՆ 4.3.	Լաստանավային հաղորդ.														

Բյուջեի ընդհանրական ցուցանիշները

		2012	2013	2014	2015	2012-2015
Ընդամենը Գործողությունների պլանի բյուջե	հազ. ՀՀ դրամ	2,500	74,900	59,900	61,400	198,700
Պետության ֆինանսավորմամբ	հազ. ՀՀ դրամ	0	30,200	15,200	15,200	60,600
	%	0%	40%	25%	25%	30%
Այլ աղբյուրների ֆինանսավորմամբ	հազ. ՀՀ դրամ	2,500	44,700	44,700	46,200	138,100
	%	100%	60%	75%	75%	70%

Ծախսերի բաշխումն ըստ գործողությունների ուղղությունների

Հազ. ՀՀ դրամ	2012	2013	2014	2015	2012-2015
ՌՌԻ 1. Որակի ապահովում	0	1,500	1,500	3,000	6,000
ՌՆ 1.1. Օրենսդրական դաշտի բարելավում	0	0	0	0	0
ՌՆ 1.2. Լաբորատոր ենթակառուցվածքի հիմնում և գործարկում	0	0	0	0	0
ՌՆ 1.3. Հրապարակայնության ապահովման ինստիտուտի ստեղծում	0	1,500	1,500	3,000	6,000
ՌՆ 1.4. Որակի տարբերանշանների շնորհում	0	0	0	0	0
ՌՌԻ 2. Շուկաների զարգացում	2,500	73,400	58,400	58,400	192,700
ՌՆ 2.1. Արտաքին շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության ապահովում	0	2,400	2,400	2,400	7,200
ՌՆ 2.2. Առաջնորդում նպատակային շուկաներում	0	71,000	56,000	56,000	183,000
ՌՆ 2.3. Կոնյակի ամենամյա փառատոնի կազմակերպում	0	0	0	0	0
ՌՆ 2.4. Հայկական կոնյակի ինտերնետային պորտալ	2,500	0	0	0	2,500
ՌՌԻ 3. Կարողությունների զարգացում	0	0	0	0	0
ՌՆ 3.1. Կոնյակագործության միության կազմակերպական զարգացում	0	0	0	0	0
ՌՆ 3.2. Բազային համալսարանական կրթության բարելավում	0	0	0	0	0

**ԻԶՈՏՈՊԱՅԻՆ ԲԱՆԿԻ
ՍՏԵՂԾՈՒՄԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ**

Հաստատուն իզոտոպների հարաբերակցության վերլուծությունները լայն կիրառում ունեն մի շարք բնագավառներում, ներառյալ

- Մննդի արտադրություն
- Դեղագործություն
- Էներգետիկա
- Շրջակա միջավայրի ուսումնասիրություն
- Աշխարհագրական և հնէաբանական հետազոտություններ

Հաստատուն իզոտոպների հարաբերակցության վերլուծությունների մեթոդները, սարքավորումները և տվյալների բազաները տարբերվում են կախված նրանից, թե ինչ տիպի իզոտոպներ են ենթարկվում ուսումնասիրության:

- Ջրածնային իզոտոպեր
- Թթվածնային իզոտոպեր
- Ազոտային իզոտոպեր
- Ծծմբային իզոտոպեր
- Ածխածնային իզոտոպեր

Մննդի, մասնավորապես ակոհոլային խմիչքների հայտնաբերման համար օգտագործվող տարածված մեթոդներից է ածխածնային և ջրածնային իզոտոպերի հարաբերակցության վերլուծությունը: Գինու կամ կոնյակի կեղծումը կարող է տեղի ունենալ մի քանի հնարավոր ուղղություններով՝ խաղողից բացի այլ հումքից ստացված սպիրտի ավելացում, աշխարհագրական ծագման կամ սորտերի կեղծիքները, ինչպես նաև խմիչքի տարիքի սխալ նշումը: Իզոտոպային տարածված վերլուծությունների մեթոդներից են՝

- ^{13}C IRMS (Isotope ratio mass spectrometry) – Իզոտոպային հարաբերակցության սպեկտրոմետրիա, IRMS սպեկտրոմետրի օգնությամբ
- ^2H NMR (Nuclear magnetic resonance) – Ատոմամագնիսական ռեզոնանս, SNIF-NMR ռեզոնանսորի միջոցով

Իզոտոպային ռեզոնատոր սարքավորման հիման վրա լաբորատորիայի ստեղծման անհրաժեշտությունը բխում է ՀՀ խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին օրենքի պահանջներից (ՀՕ-135-Ն, ընդունված 2008թ.): Մասնավորապես, սույն օրենքի 54-րդ հոդվածը վերաբերում է խաղողագործական և գինեգործական արտադրանքների իզոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկի ստեղծմանը: Օրենքի համաձայն լիազոր մարմինը՝ ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարությունը («Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի կիրարկումն ապահովելու նպատակով պետական կառավարման լիազոր մարմին ճանաչելու մասին ՀՀ օրենք), պարտավոր է ստեղծի և վարի իզոտոպային տվյալների ազգային բանկը:

Վերջինիս իրականացման համար անհրաժեշտ է ունենալ համապատասխան ենթակառուցվածք, որը կներառի իզոտոպային հետազոտությունների սարքավորումներ:

Իզոտոպային ազգային բանկի ստեղծման համար փորձարարական աշխատանքները պետք է կրեն շարունակական բնույթ, սակայն իզոտոպային վերլուծությունների գործարկումը կարող է սկսվել մի քանի տարի փորձարարական աշխատանքներից հետո միայն, որը ենթադրում է խաղողի և արտադրվող գինեգործական արտադրանքի իզոտոպային բաղադրության հավաքագրում և արխիվացում:

Համաձայն օրենքի անցումային դրույթների սույն հոդվածն ուժի մեջ է մտնում 2013 թ. հունվարի 1-ից:

Ներկայումս ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարությունը՝ որպես լիազոր մարմին, նախնական բանակցություններ է վարում իզոտոպային ռեզոնատոր սարքավորման մատակարարների հետ:

Հոդված 54. Խաղողագործական և գինեգործական արտադրանքների իզոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկը

- Կառավարությունը սահմանում է խաղողագործական և գինեգործական արտադրանքի իզոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկի (այսուհետ՝ իզոտոպային տվյալների ազգային բանկ) վարման կարգը: Իզոտոպային տվյալների ազգային բանկը վարում է լիազոր մարմինը:*
- Իզոտոպային տվյալների ազգային բանկը պարտավոր է յուրաքանչյուր տարի կատարել Հայաստանի Հանրապետությունում արտադրված գինեգործական արտադրանքի և դրա արտադրության մեջ օգտագործվող խաղողագործական արտադրանքի որոշակի խմբաքանակների H2 և C13 իզոտոպային բաղադրության միջուկային մագնիսական ռեզոնանսի փորձաքննություն և գրանցել դրա արդյունքները:*
- Գինեգործական արտադրանք արտադրողները յուրաքանչյուր տարի պարտավոր են իրենց միջոցների հաշվին իզոտոպային բաղադրության տվյալների ազգային բանկ ուղարկել իրենց արտադրած գինեգործական և դրա արտադրության մեջ օգտագործվող խաղողագործական արտադրանքի նմուշներ իզոտոպային բաղադրության փորձաքննության համար:*
- Եթե տվյալ տարի իզոտոպային տվյալների ազգային բանկ իզոտոպային բաղադրության փորձաքննության համար չեն ուղարկվել գինեգործական արտադրանքի և դրա արտադրության մեջ օգտագործվող խաղողագործական արտադրանքի նմուշներ, ապա արգելվում է տվյալ գինեգործական արտադրանքի շուկայահանումը:*
- H2 և C13 իզոտոպային բաղադրության միջուկային մագնիսական ռեզոնանսի փորձաքննության մեթոդը, նմուշառման կարգը և նմուշների քանակը սահմանում է կառավարությունը:*

**2013թ. ՑՈՒՑԱՀԱՆԴԵՍԻ
ՄԱՍՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ
ՉԻՆԱՍՏԱՆՈՒՄ**

Միջազգային ցուցահանդեսներ

Փոքրաթիվ միջազգային ցուցահանդեսներ յուրաքանչյուր տարի անդրադառնում են գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտի նորագույն զարգացումներին և մեկ տեղում են հավաքում ոլորտի ներկայացուցիչներին՝ արտադրողներին, բիզնես սպառողներին և վերջնական սպառողներին ամբողջ աշխարհից:

Ներկայումս գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտում ամենախոշորամասշտաբ և հեղինակավոր ցուցահանդեսները կազմակերպվում են մի քանի երկրներում՝ ԱՄՆ, Միացյալ Թագավորություն, Հոնկոնգ, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Իտալիա: Այս ցուցահանդեսներն անցել են ավանդական ձևաչափերից և մասնակիցներին առաջարկում են առավել ընդգրկուն և արդյունավետ հնարավորություններ հաղորդակցվելու սպառողների հետ:

Գինու և սպիրտային խմիչքների հեղինակավոր ցուցահանդեսներում տարածված միջոցառումներից են.

- Համտեսները
- Մրցանակաբաշխությունները
- Ռեզիդնալ շրջագայությունները
- Վեհաժողովները, սեմինարները և մասնագիտացած հանդիպումները
- Խոհարարական մրցույթներ

Գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտի ամենահեղինակավոր միջազգային ցուցահանդեսները

Անունը	Երկիրը
Մայամիի գինու միջազգային ցուցահանդես (Miami International Wine Fair)	ԱՄՆ
Լոնդոնի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես London (International Wine & Spirits Fair)	Միացյալ Թագավորություն
Հոնկոնգի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես (Hong Kong International Wine and Spirits Fair)	Չինաստան
Վինեքսպո (VinExpo)	Ֆրանսիա
Վինիտալի (Vinitaly)	Իտալիա
Պրովայն (ProWein)	Գերմանիա
Սիալ սննդամթերքի ցուցահանդես (SIAL)	Ֆրանսիա, Կանադա, Բրազիլիա, Չինաստան, Միջին Արևելք

Զինաստանը՝ որպես գինու և սպիրտային խմիչքների ամենաարագ աճող շուկաներից մեկը, գտնվում է ոլորտի արտադրողների ուշադրության կենտրոնում: Տարբեր կարգի և մասշտաբների ցուցահանդեսները հանդիսանում են չափազանց մրցակցային և բավականին բարդ համարվող չինական շուկան մուտք գործելու համար առաջնային մարքեթինգային գործիքներից մեկը:

Գինու և սպիրտային խմիչքների չինական կարևորագույն ցուցահանդեսները հիմնականում կազմակերպվում են 3 խոշոր քաղաքներում՝ Շանհայ, Պեկին և Գուանչժո: Ի հավելումն, Հոնկոնգը հյուրընկալում է մի քանի հեղինակավոր համաշխարհային մասշտաբի ցուցահանդեսներ:

Ցուցահանդեսները հիմնականում կազմակերպվում են մասնագիտական լսարանի համար, որը ներառում է ներմուծողներ, դիստրիբյուտորներ, վաճառքի ցանցեր, սննդի սպասարկման ոլորտը, հյուրանոցներ և այլն:

Մի քանի ցուցահանդեսներ, ինչպիսիք են SIAL և VinExpo, կազմակերպվում են միջազգային կազմակերպությունների կողմից և հանդիսանում են համաշխարհային ցուցահանդեսների «ներկայացուցչությունները» Զինաստանում:

Ոլորտի խոշորագույն ցուցահանդեսները հանդիսանում են գինու և սպիրտային խմիչքների մեջ մասնագիտացած միջոցառումներ: Միաժամանակ կան նաև փոքրաթիվ ընդհանուր սննդամթերքի ցուցահանդեսներ, որոնք շատ լավ են ներկայացնում նաև գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտը և կարող են արդյունավետությամբ մրցակցել մասնագիտացած ցուցադրությունների հետ:

Հաջորդ էջում ներկայացված են գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտին անդրադարձող կարևորագույն ցուցահանդեսները՝ հիմնական պարամետրերով: Դրանք հիմնականում միմյանցից տարբերվում են մասշտաբներով՝ ներկայացված ընկերությունների և այցելուների քանակով, միջազգային ներկայության մակարդակով, ինչպես նաև լրացուցիչ ծառայությունների և միջոցառումների առկայությամբ:

Գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտին անդրադարձող կարևորագույն ցուցահանդեսները

	Անցկացման վայրը	Անցկացման ժամկետները Պարբերականությունը	Ստեղծման տարին	Ցուցասրահների տարածքը (ք.մ.)	Ներկայացված ընկերությունների քանակը	Ներկայացված միջազգային ընկերությունների քանակը	Այցելուների քանակը
SIAL Չինաստան	Շանհայ	09.05.2012 - 11.05.2012 ամենամյա	2000	60,000	1520 (400 - գինի և սպիրտային խմիչքներ)	-	33265
VINEXPO Ասիա-Ֆաղադովկիանոսյան տար.	Հոնկոնգ	29.05.2012 - 31.05.2012 2 տարին մեկ	1998	8,500	882	-	12617
Հոնկոնգի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես	Հոնկոնգ	08.11.2012 - 10.11.2012 Ամենամյա	2008	21,049	934	779 (Հոնկոնգից դուրս)	3909
FHC Չինաստան	Շանհայ	14.11.2012 - 16.11.2012 Ամենամյա	1994	35,000	1048 (142 - գինի և սպիրտային խմիչքներ)	120 - գինի և սպիրտային խմիչքներ	29008
Շանհայի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես	Շանհայ	03.05.2012-05.05.2012 28.11.2012 - 30.11.2012 տարեկան 2 անգամ	2006	10,000	180	70	-
HEBE Չինաստանի բարձրակարգ խմիչքների միջազգային ցուցահանդես	Շանհայ	09.04.2012 - 11.04.2012	-	8,000	286	54	47682
Interwine Չինաստան	Գուանչժո	25.05.2012 - 27.05.2012 08.11.2012-10.11.2012	2005	20,000	700	300	60000
WINEXPO Չինաստան	Գուանչժո	10.05.2012 - 12.05 2012 Ամենամյա	2010	13,000	200	120	32000
TopWine Չինաստան	Պեկին	04.06.2012 - 06.06 2012 Ամենամյա	2010	-	255	125	5396
Wine China	Պեկին	23.04.2012 - 25.04 2012 Ամենամյա	2007	20,000	200	-	6500
Գուանդոյի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես	Գուանչժո	28.06.2012 - 30.06 2012 ամենամյա	2007	-	-	-	-

Ցուցահանդեսին պատրաստվելը և պատշաճ կերպով ներկայանալը պահանջում է երկարատև ժամանակահատված և ռեսուրսներ, այդ իսկ պատճառով կոնյակագործության ոլորտային ռազմավարության գործողությունների պլանի շրջանակներում առաջարկվում է դիտարկել 2013-ի նոյեմբերյան ցուցահանդեսները:

Նոյեմբերին պլանավորված 4 ցուցահանդեսների մանրամասն նկարագրությունը տրված է վերլուծության հաջորդ մասում: Վերջիններիս միջև ընտրության հիմնական չափանիշը պետք է լինի դրանցից ակնկալվող արդյունավետությունը բիզնես կապեր հաստատելու գործում:

Գինու և սպիրտային խմիչքների չինական կարևորագույն ցուցահանդեսների ժամանակացույցը

Սպրիլ	Մայիս	Հունիս	Նոյեմբեր
<p>HEBE Չինաստանի բարձրակարգ խմիչքների միջազգային ցուցահանդես</p> <p>Wine China</p>	<p>SIAL Չինաստան</p> <p>VINEXPO Ասիա-Խաղաղօվկիանոսյան տար.</p> <p>Շանհայի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես</p> <p>Interwine Չինաստան</p> <p>WINEXPO Չինաստան</p>	<p>TopWine Չինաստան</p> <p>Գուանդոյի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես</p>	<p>Հոնկոնգի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես</p> <p>FHC Չինաստան</p> <p>Շանհայի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես</p> <p>Interwine Չինաստան</p>

FHC ՉԻՆԱՍՏԱՆ ՄՆԿԴԱՄԹԵՐՔԻ և ԳԻՆՈՒ ՑՈՒՑԱՀԱՆԴԵՍ

Ցուցահանդեսի վիճակագրություն. հիմնական պարամետրեր

Ստեղծման տարեթիվը	1994
Կազմակերպիչը	CIE China International Exhibitions
Ցուցասրահների տարածքը (ք.մ.)	35,000
Ներկայացված ընկերությունների քանակը	1048՝ ընդհանուր; 142՝ գինի և սպիրտային խմիչքներ (446) 27 ազգային տաղավարներ
Ներկայացված միջազգային ընկերությունների քանակը	120՝ գինի և սպիրտային խմիչքներ
Ներկայացված երկրներ	Գինի և սպիրտային խմիչքներ՝ Արգենտինա, Ավստրալիա, Ավստրիա, Կանադա, Չիլի, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Հոնկոնգ, Իտալիա, Կորեա, Լիտվա, Մեքսիկա, Նոր Զելանդիա, Պերու, Սինգապուր, Հրվ. Աֆրիկա, Իսպանիա, Թայվան, Ուկրաինա, ՄԹ, ԱՄՆ
Նպատակային լսարան	Ներմուծողներ, արտահանողներ, վաճառքի ցանցեր, հոռեկա, սննդամթերքի արտադրողներ և փաթեթավորողներ, պետական մարմիններ և առևտրային ասոցիացիաներ
Այցելուների քանակը	29,008՝ ընդհանուր
Միջազգային այցելուների քանակը	2,157՝ ընդհանուր
Այցելուների ոլորտը և այցելության նպատակը	30% - վերավաճառողներ, սուպերմարկետներ 25% - հոռեկա 27% - ներմուծողներ, դիստրիբյուտորներ 11% - արտադրողներ 7% - խորհրդատուներ
Հայտնի մասնակիցներ	
Լրացուցիչ ծառայություններ և միջոցառումներ	Միջոցառումներ Համաժողով՝ «Գինիների հեղափոխությունը Չինաստանում» Չինաստանի սումելյեների միջոցառում՝ China Sommeliers Wine Challenge Գինու կրթական սեմինարներ տարբեր երկրների կողմից VIP համտեսման սրահ Սումելյեների լաունջ (Sommeliers lounge) Չինաստանի գինու մրցանակաբաշխություն (China Final of the Wine Service Awards)
Մասնակցության վճար	\$395/ք.մ., մին. 9 ք.մ.;

ՀՈՆԿՈՆԳԻ ԳԻՆՈՒ և ՍՊԻՐՏԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՑՈՒՑԱՀԱՆԴԵՍ

Ցուցահանդեսի վիճակագրություն. հիմնական պարամետրեր	
Ստեղծման տարեթիվը	2008
Կազմակերպիչը	Hong Kong Trade Development Council
Ցուցասրահների տարածքը (ք.մ.)	21,049
Ներկայացված ընկերությունների քանակը	934
Ներկայացված միջազգային ընկերությունների քանակը	779 (Հոնկոնգից դուրս), որից 13 Չինաստանից
Ներկայացված երկրներ	Իտալիա, Ֆրանսիա, Բալանիա, Ավստրալիա, Պորտուգալիա, Հրվ. Աֆրիկա, Արգենտինա, ԱՄՆ, Չիլի, Գերմանիա, Նոր Զելանդիա, Բուլղարիա, Հունգարիա, Մեքսիկա Ուրուգվայ, Վրաստան, Կանադա, Հնդկաստան, ՄԹ, Սլովակիա, Ավստրիա, Բրազիլիա, Շվեյցարիա, Չեխիա, Իսրայել, Ճապոնիա, Կորեա, Լատվիա, Մալթա, Լեհաստան, Ռումինիա, Սլովենիա, Շվեդիա, Թայվան, Թունիս:
Նպատակային լսարան	
Այցելուների քանակը	19,403 առևտրային այցելուներ, 19,690 ոչ մասնագիտացած այցելուներ
Միջազգային այցելուների քանակը	7,733 առևտրային այցելուներ, որից 1,500 – ոչ ասիական երկրներից
Այցելուների ոլորտը և այցելության նպատակը	Ներմուծողներ, արտահանողներ, դիստրիբյուտորներ, վաճառքի ցանցեր, հոռեկա, առևտրի գործակալներ, արտադրողներ, Էլեկտրոնային կոմերցիայի ներկայացուցիչներ, ֆերմերներ Ցուցահանդեսի վերջին օրը մուտքն ազատ է նաև ոչ մասնագիտական այցելուների համար
Հայտնի մասնակիցներ	
Լրացուցիչ ծառայություններ և միջոցառումներ	Գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային մրցույթ - Cathay Pacific Hong Kong International Wine & Spirit Competition Գինու ոլորտի համաժողով - Wine Industry Conference Համաժողով - VINO Sangiovese Forum Սոմելյեների համաժողով - Asia Top Sommelier Summit Գինիների աճուրդ և Ներդրումային համաժողով - Wine Auction and Investment Forum Գինու պահեստավորման կառավարչական համակարգերի սերտիֆիկացման ներկայացման արարողություն - HKQAA Wine Storage Management Systems Certificate Presentation Ceremony Գինու համոտեսներ Մաստեր-կլասեր Տեխնիկական աջակցության մի շարք ծառայություններ
Մասնակցության վճար	\$540/ք.մ., մին. 18 ք.մ.; \$5697/ստանդարտ տաղավար 9 ք.մ.

ՇԱՆՇԱՅԻ ԳԻՆՈՒ և ՍՊԻՐՏԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՑՈՒՑԱՀԱՆԴԵՍ

Ցուցահանդեսի վիճակագրություն. հիմնական պարամետրեր	
Ստեղծման տարեթիվը	2006
Կազմակերպիչը	Շանհայի Shanghai Golden Commercial Exhibition Co., Ltd
Ցուցասրահների տարածքը (ք.մ.)	10,000
Ներկայացված ընկերությունների քանակը	180
Ներկայացված միջազգային ընկերությունների քանակը	70
Ներկայացված երկրներ	ԱՄՆ, Ավստրալիա, Կանադա, Չիլի, ՄԹ, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Հունգարիա, Հնդկաստան, Իտալիա, Մակեդոնիա, Մեքսիկա, Մոլդովա, Նոր Զելանդիա, Պորտուգալիա, Արգենտինա, Ռումինիա, Ռուսաստան, Սլովենիա, Հրվ. Աֆրիկա, Իսպանիա, Շվեյցարիա, Թայվան, Ուրուգվայ
Նպատակային լսարան	Ներկրողներ, դիստրիբյուտորներ, վաչառքի ցանցեր, հոռեկա, դյուրի-ֆրի օպերատորներ, էլեկրոնային առևտրի ներկայացուցիչներ
Այցելուների քանակը	
Միջազգային այցելուների քանակը	
Հայտնի մասնակիցներ	DIAGEO, PERNOD RICARD, UNITED SPIRITS, C & D, DONGZHEN TRADING, MIROS, MINGHONG WINES, FRENCH CHATEAUX IN, WINE TASTING ZONE, FRENCH TOUCH INT' LTD, E.C.A. TRADE, FENGSHENG WINE, TWL FRANCE GROUP, RUBY RED FINE WINE, KELIT ITALIAN, HONGJIE TRADING, KENTEX, PARAZOLS, YIJIA TRADING, CENTURY LOUIS, L-GUARD INT'L, GREAT SUCCESS TRADING, WEST VALLEY, EUROBACO TRADING.SL, TIKVES WINERY, UNION DUTY-FREE LTD
Լրացուցիչ ծառայություններ և միջոցառումներ	Միջոցառումներ Գինու համաժաման տարածք Հանդիպումների շարք գնորդների հետ «Չինական լիկյորներ» տնտեսական համաժողով Ծառայություններ Ներմուծման օժանդակություն (տեղեկանքներ, մաքսազերծում) Լոգիստիկա, պահեստավորում Օժանդակություն տեղական շուկայում վաճառքներին՝ վաճառքների գործակալ և մարքեթինգ Մարքեթինգային վերլուծություններ
Մասնակցության վճար	\$480/ք.մ., մին. 36 ք.մ.; \$4800/ստանդարտ տաղավար 3x3

INTERWINE ՉԻՆԱՍՏԱՆ

Ցուցահանդեսի վիճակագրություն. հիմնական պարամետրեր	
Ստեղծման տարեթիվը	2005
Կազմակերպիչը	Canton Universal Fair Group Ltd.
Ցուցասրահների տարածքը (ք.մ.)	20,000
Ներկայացված ընկերությունների քանակը	700
Ներկայացված միջազգային ընկերությունների քանակը	300
Ներկայացված երկրներ	
Նպատակային լսարան	Ներմուծողներ, դիստրիբյուտորներ, վաճառքի ցանցեր, հոռեկա, դեսպանություններ և պետական մարմիններ, առևտրի գործակալներ, հարակից ապրանքային շուկայի ներկայացուցիչներ Ցուցահանդեսի վերջին օրը մուտքն ազատ է նաև ոչ մասնագիտական այցելուների համար
Այցելուների քանակը	60,000
Միջազգային այցելուների քանակը	10,000
Այցելուների ոլորտը և այցելության նպատակը	
Հայտնի մասնակիցներ	
Լրացուցիչ ծառայություններ և միջոցառումներ	Գինու մրցույթներ Սրբանակաբաշխության ընթրիքներ Համաժողով Պրեզենտացիաներ՝ ընկերության և տեսականու ներկայացում և համոզանքներ Ռեգիոնալ շրջագայություններ՝ Interwine Roadshow. Չինաստանի մի շարք քաղաքներով տուր՝ տեղական միջնորդների և դիստրիբյուտորների հետ հանդիպման նպատակով
Մասնակցության վճար	\$380/ք.մ. \$3,880/ստանդարտ տաղավար 9 ք.մ. Ռեգիոնալ շրջագայություններ՝ \$1000 1 քաղաքի համար

INTERWINE ՉԻՆԱՍՏԱՆ



ՀՈՆԿՈՆԳԻ ԳԻՆՈՒ և ՍՊԻՐՏԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՑՈՒՑԱՀԱՆՆԵՍ



FHC ՉԻՆԱՍՏԱՆ



ՇԱՆՀԱՅԻ ԳԻՆՈՒ և ՍՊԻՐՏԱՅԻՆ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՑՈՒՑԱՀԱՆՆԵՍ



Ցուցահանդեսների ընտրության չափանիշներ

Մասնագիտացումը

Նույնբերյան ընտրված 4 ցուցահանդեսներից 3-ը հանդիսանում են մասնագիտացած գինու և սպիրտային խմիչքների ցուցահանդեսներ: Ներկայացվածներից միայն FHC Չինաստանն է, որ հանդիսանում է ընդհանրական սննդամթերքի ցուցահանդես: Վերջինս, ճիշտ է, ունի գինու և սպիրտային խմիչքների առանձնացված ցուցասրահ և լրացուցիչ միջոցառումներ, այնուամենայնիվ հայկական արտադրողների համար Չինաստանի մասնագիտական հանրույթին ներկայանալու համար առավել արդյունավետ և նպատակահարմար են համարվում մասնագիտացած ցուցահանդեսները:

**Միջազգայնացման
մակարդակը**

Ներկայացված ցուցահանդեսները միմյանցից տարբերվում են այցելուների նկարագրով, որի բաղադրիչներից մեկն է այցելության աշխարհագրությունը: Այսպես, քանի որ Հոնկոնգի ցուցահանդեսը հանդիսանում է գինու և սպիրտային խմիչքների ոլորտի միջազգային ամենահեղինակավոր ցուցահանդեսներից մեկը, ապա վերջինիս այցելուների ցանկում մեծ մասնաբաժին ունեն միջազգային այցելուները: Մինչդեռ չինական շուկա մուտք գործելու համար միջազգային այցելուներին ներկայանալը հայկական արտադրողների համար որոշ չափով ավելորդ շքեղություն է, որից կարելի է նախնական փուլում խուսափել:

Իմիջային կոմպոնենտը

Իմիջային կոմպոնենտը մեծապես շեշտված է Հոնկոնգի ցուցահանդեսում, որին մասնակցությունը ընկերություններին մարքեթինգային առավելություն կարող է բերել: Միևնույն ժամանակ, ռեսուրսների սահմանափակության պարագայում առավել գերադասելի են այն միջոցառումները, որոնք լայն հնարավորություն են ընձեռում կոնկրետ նպատակային շուկայում ոլորտի հիմնական ներկայացուցիչների հետ շփումների:

**Լրացուցիչ
միջոցառումների
առկայությունը**

Գովազդային լրացուցիչ հնարավորությունները և նպատակային միջոցառումները կարող են ավելի մեծ արդյունքների հանգեցնել, քան պարզապես ցուցադրության մասնակցելը: Անհրաժեշտ է հաշվի առնել, որ չինական շուկայում հայկական արտադրողների մարքեթինգային քաղաքականությունը պետք է ծայրաստիճան նպատակային լինի, այդ իսկ պատճառով ցուցահանդեսների կողմից առաջարկվող լրացուցիչ միջոցառումները կարող են դառնալ հիմնական մարքեթինգային գործիքներ:



Ընտրված
ցուցահանդեսներ

Նշված չափանիշների հիման վրա կարելի է եզրակացնել, որ հայկական արտադրողների համար ընթացիկ տարվա կտրվածքով ընտրությունը 2 ցուցահանդեսների միջև է՝ **Շանհայի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդես** և **Interwine Չինաստան**:

Չինական շուկայում հայկական կոնյակը և գինին դեռևս ճանաչում չունեն, և հաշվի առնելով այս ապրանքների իմիջի ձևավորման մեջ ծագման երկրի կարևորությունը, առաջնային նշանակություն է ձեռք բերում երկրի և գինեգործական ոլորտի ընդհանուր ճանաչելիության ապահովումը: Այն պետք է հիմնված լինի Հայաստանի յուրահատուկ արժեքային առաջարկի հստակ ձևակերպման և դրա ճիշտ հաղորդակցման վրա:

Այդ իսկ առումով կարևոր է երկրի ներկայացման թեմայի ընտրությունը, կոնյակի և գինու ներկայացման մոտեցումները և համընդհանուր ջանքերով դրա առաջնությունը: Դա իրականացնելու համար հարկավոր է.

1. Թեմայի որոշում
2. Բովանդակության ստեղծում (կարգախոս, աուդիո և վիզուալ ներկայացում, խորհրդանիշեր)
3. Հաղորդակցման կրիչների ստեղծում և իրականացում (բուկլետներ և հուշանվերներ, գովազդային այլ նյութեր)

ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆ	ՊԱՏԱՄԽԱՆԱՏՈՒ	ԺԱՄԱՆԱԿԱՑՈՒՅՑ
Ցուցահանդեսի մասնակցության որոշում և պայմանագրերի կնքում ԶՀԳ և մասնակից ընկերությունների միջև	ԶՀԳ	Մարտ 2013
Ցուցահանդեսի տաղավարի ամրագրում	ԶՀԳ	Հունիս 2013
Երկրի ներկայացման (բրենդինգի) հետազոտության իրականացում	ԶՀԳ ներգրավելով մասնագիտական խորհրդատուի	Հունիս-օգոստոս 2013
Տաղավարի և մարկետինգային նյութերի դիզայնի և տպագրության պատվիրում, հիմնվելով չինական շուկայում հայկական կոնյակի և գինու հետազոտության արդյունքների հիման վրա	ԶՀԳ մասնակից ընկերությունների հետ համատեղ	Սեպտեմբեր-հոկտեմբեր 2013
Թիրախ այցելուների նույնականացում (դիստրիբյուտորներ, մանրածախ և մեծածախ առևտրի կազմակերպություններ, ռեստորաններ և հյուրանոցներ) և հայկական տաղավար հրավերքների ուղարկում	ԶՀԳ օգտվելով շուկայի հետազոտության արդյունքների հիման վրա	Սեպտեմբեր 2013
Հայկական օրվա միջոցառման համար չինացի պետական պաշտոնյաների նույնականացում և հրավերքների ուղարկում	ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն համագործակցելով ԶՀԳ և դեսպանատան հետ	Սեպտեմբեր 2013
Ցուցահանդեսի մասնակից ընկերությունների ներկայացուցիչների թրեյնինգ	ԶՀԳ	Հոկտեմբեր 2013

ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆ	ՊԱՏԱՄԽԱՆԱՏՈՒ	ԺԱՄԱՆԱԿԱՑՈՒՅՑ
Ցուցահանդեսի մասնակցություն	ԶՀԳ մասնակից ընկերությունների հետ համատեղ	Նոյեմբերի 2013
Հայկական օրվա կազմակերպում, որին կիրավիրվեն նպատակային տարածքներից պետական պաշտոնյաներ, Ցանկալի է ՀՀ կառավարությունից բարձրաստիճան պաշտոնյայի մասնակցություն	ԶՀԳ մասնակից ընկերությունների հետ համատեղ	Նոյեմբերի 2013
Մասնակցություն ցուցահանդեսի շրջանակում կազմակերպվող միջոցառումներին, որը կհստակեցվի ցուցահանդեսի ընտրությունից հետո:		

Շանհայի գինու և սպիրտային խմիչքների միջազգային ցուցահանդեսի օրինակով

	Ընդամենը		Պետության ֆինանսավորում		Մասնավոր ընկերությունների ֆինանսավորում	
	Հազ. դրամ	%	Հազ. դրամ	%	Հազ. դրամ	%
Տարածք և նախապատրաստություն	31,952	30%	9,585	70%	22,366	70%
Պետական պատվիրակության գործուղում (4 անձ)	3,974	100%	3,974	0%	0	0%
Ընկերությունների պատվիրակությունների գործուղում (10 ընկերություն)	19,868	0%	0	100%	19,868	100%
ԸՆԴԱՄԵՆԸ	55,793	24%	13,559	76%	42,234	76%

Տաղավար և նախապատրաստություն				
	Չափի միավոր	Քանակ	Միավորի գինը/ հազ. դրամ	Ընդամենը գումար/ հազ. դրամ
Տարածքի վարձակալություն	քմ	100	192.0	19,200
Կահավորում	քմ	100	55.0	5,500
Դիզայն	քմ	100	15.0	1,500
Ապրանքների առաքում ցուցահանդեսային երկրներ	կգ	900	2.0	1,800
Ապրանքների մաքսազերծում	կգ	900	2.0	1,800
Ներքին բեռնափոխադրումներ	կգ	900	0.5	450
Ապրանքների պահեստավորում	կգ	900	0.2	180
Այլ/չնախատեսված ծախսեր				1,522
ԸՆԴԱՄԵՆԸ տարածքի և նախապատրաստության ծախսեր				31,952

Մասնակիցների և պետական կառույցների ներկայացուցիչների գործուղումներ	
	Գինը/ հազ. դրամ
1 անձի գործուղման ծախսեր (10 օր գիշեր Չինաստան)	
Երկկողմանի ավիատոմսեր	400.0
Օրապահիկ /10 օր/	220.0
Գիշերավարձ /9 գիշեր/	293.4
Այլ ծախսեր (վիզա, ինտերնետ, հեռախոս, տրանսպորտ, և այլն)	80.0
Ընդամենը 1 անձի գործուղման ծախսեր	993
Մասնակիցների թիվը	
Պետական կառույցներ	4
Մասնավոր ընկերություններ	20
<i>Մասնակից ընկերությունների քանակը</i>	<i>10</i>
<i>1 ընկերությունից ներկայացուցիչների քանակը</i>	<i>2</i>
ԸՆԴԱՄԵՆԸ գործուղման ծախսեր	23,842