

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԳՐԱՐԱՅԻՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՊԵՊԼՈՋՅԱՆ ԷԼԲԻՍ ԲԱՐՍԵՂԻ

ԿԱԹ ԵՎ ԿԱԹՆԱՄԹԵՐՔ ԱՐՏԱԴՐՈՂ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ՄՐՑՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱՑՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

Ը.00.02 – «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության

Ս Ե Ղ Մ Ա Գ Ի Ր

ԵՐԵՎԱՆ – 2018

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի ազգային ազ-
րարային համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝

տնտեսագիտության թեկնածու,
պրոֆեսոր ԳԵՐԱՍԻՄ ՎՈԼՈՂԻԱՅԻ
ԴԱՎԹՅԱՆ

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

տնտեսագիտության դոկտոր,
պրոֆեսոր ՍԱՄՎԵԼ ՍԵՐԳԵՅԻ
ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ

տնտեսագիտության թեկնածու,
դոցենտ ԼԻԱՆԱ ԱԼԲԵՐՏԻ
ԽԱԶԱՏՐՅԱՆ

Առաջատար կազմակերպություն՝

ՀՀ ԳԱԱ Մ. ՔՈԹԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ
ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

Ատենախոսության հրապարակային պաշտպանությունը կայանալու
է 2018 թվականի մայիսի 22-ին, ժամը 14.00-ին՝ Հայաստանի ազգային
ազրարային համալսարանում գործող ՀՀ ԲՈԿ-ի Տնտեսագիտության 002
մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ 0009, Երևան, Տերյան փողոց, 74:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Հայաստանի ազգային
ազրարային համալսարանի գիտական գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2018 թվականի ապրիլի 20-ին:

002 ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԽՈՐՀՐԴԻ
ԳԻՏ.ՔԱՐՏՈՒՂԱՐ, ԴՈՑԵՆՏ



Վ. Ս. ԱՎԵՔՍԱՆՅԱՆ

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ատենախոսության թեմայի արդիականությունը: Գյուղատնտեսությունը և սննդարդյունաբերությունը Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության հիմնական և համեմատաբար զարգացած ոլորտներից են, որտեղ առանցքային տեղ է զբաղեցնում կաթի և կաթնամթերքի արտադրությունը: Այն նպաստում է ոչ միայն անասնապահության, այլ նաև ընդհանուր ագրոպարենային համակարգի զարգացմանը, ապահովում է բնակչությանը որակյալ սննդամթերքի երաշխավորված ու կայուն մատակարարմամբ՝ խթանելով գյուղական բնակչության եկամուտների մեծացմանը և կյանքի որակի բարձրացմանը:

Կաթ վերամշակող կազմակերպություններն իրենց տնտեսական գործունեությունն իրականացնում են ֆինանսատնտեսական բարդ պայմաններում: Դրանց հիմնական խնդիրներից է արտադրական հզորությունների օգտագործման ցածր մակարդակը և արտադրության ցածր արդյունավետությունը: Կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների համար կարևորագույն հիմնախնդիր է արտադրության արդյունավետության բարձրացումը, առանց որի լուծման հնարավոր չէ ապահովել ոլորտի զարգացումը և կաթնամթերքի ներքին համախառն պահանջարկի ծավալներին համապատասխան արտադրության ապահովումը:

Ոլորտում առկա մի շարք հիմնախնդիրների համատեքստում պակաս կարևոր չէ նաև արտադրանքի մրցունակության ապահովման անհրաժեշտությունը: Շուկայում մրցակցությանը դիմակայելու հիմնական նախապայմանը՝ մրցունակ ապրանք թողարկելն է: Մրցունակ ապրանքը երաշխավորում է ճյուղի մրցունակությունը, իսկ ճյուղինը՝ երկրի մրցունակությունը, ինչը «դռներ է բացում» դեպի արտաքին շուկաներ: Արտադրանքի մրցունակության բարձրացումը կարող է նպաստել ապրանքների ներմուծման կրճատմանը և ներքին պահանջարկին համապատասխան կաթի և կաթնամթերքի արտադրության ծավալների ապահովմանը, ինչպես նաև կաթնամթերքի որոշ տեսակների արտահանման ծավալների ավելացմանը:

Համաշխարհային շուկայի գլոբալացման պայմաններում, յուրաքանչյուր երկիր ձգտում է տեղ գրավել արտաքին շուկաներում, որի հիմնական երաշխիքը մրցունակ արտադրանքն է: ՀՀ-ում կաթի և կաթնամթերքի շուկայի զարգացման հեռանկարային ուղի կարող է հանդիսանալ մրցունակ ապրանքի միջոցով ներքին շուկան հագեցնելը, ինչպես նաև արտաքին շուկաներ մուտք գործելը:

Կաթի արտադրության ծավալների ավելացման, կաթնամթերքի վերամշակման գործընթացի զարգացման և մրցունակության մակարդակի բարձրացման գործում գոյություն ունեն մի շարք հիմնախնդիրներ, որոնք առաջին հերթին կապված են ՀՀ անասնաբուծության ոլորտի առանձնահատկությունների ու առկա դժվարությունների, մասնավորապես կերարտադրության ցածր մակարդակի հետ, այնուհետև, կաթի հավաքման, պաղեցման, տեղափոխման, տեխնոլոգիաների կատարելագործման, մարքեթինային թույլ ռազմավարության, ինովացիոն տեխնոլոգիաների բացակայության և մի շարք հարցերի լուծման հետ: Վերջիններս հանդիսանում են կաթի և կաթնամթերքի մրցունակության ապահովման հիմնական գործոնները:

Կաթը և կաթնամթերքը հանդիսանում են բնակչության համար ամենակարևոր սննդամթերքներից մեկը, իսկ այդ ոլորտում ձևավորված վիճակը ցույց է տալիս, որ առկա են արտադրանքի մրցունակությունն ապահովող գործոնների համակողմանի հետազոտության և այդ ուղղությամբ առաջարկությունների մշակման ան-

հրաժեշտություն, ինչն էլ պայմանավորում է ուսումնասիրվող թեմայի արդիականությունը և բխում է հանրապետության պարենային հիմնահարցերի հրատապ լուծման անհրաժեշտությունից:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրվող ոլորտի հետ առնչվող հայրենական ու օտարերկրյա հրապարակումների, հետազոտությունների, ՀՀ ազգային տնտեսության և մասնավորապես ագրարային ոլորտին վերաբերվող՝ զարգացման ու ծրագրային նյութերի ուսումնասիրության, վերլուծության, հեղինակի կողմից կատարված դիտարկումների արդյունքում կատարել եզրակացություններ և դրանցից բխող առաջարկություններ՝ ուղղված կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության մակարդակի բարձրացմանը, ոլորտի արտադրության արդյունավետության բարելավմանը, իրացման շուկաների ընդլայնմանը և այլն:

Նշված նպատակին հասնելու համար աշխատանքում առաջադրվել են հետևյալ խնդիրները.

- ուսումնասիրել մրցունակության մեկնաբանման մոտեցումները,
- հիմնավորել կապը մրցակցության ու արտադրանքի մրցունակության միջև,
- ուսումնասիրել ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի շուկայի մրցակցության վիճակը,
- ուսումնասիրել մրցունակության վրա ազդող գործոնները,
- ուսումնասիրել հանրապետության կաթնային անասնապահության վիճակը և առանձնահատկությունները,
- ուսումնասիրել ՀՀ կաթնամթերքի շուկայի կոնյունկտուրան, բացահայտել այն գործոնները, որոնք նպաստում կամ խոչընդոտում են շուկայի զարգացմանը,
- ուսումնասիրել կաթի համաշխարհային շուկան և դրանով պայմանավորված ՀՀ-ում կաթի մրցունակության ապահովման հարցերը,
- ուսումնասիրել ոլորտի կազմակերպությունների ու արտադրանքի մրցունակության ապահովման ռազմավարությունը,
- ուսումնասիրել հանրապետությունում կաթի և կաթնամթերքի արտադրության ոլորտին պետական աջակցության գործող համակարգը և մշակել բարելավման որոշակի կառուցակարգեր,
- բացահայտել ՀՀ-ում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հիմնախնդիրները և առաջադրել դրանց լուծման հիմնական ուղղությունները:

Հետազոտության առարկան և օբյեկտը: Հետազոտության օբյեկտն է հանդիսանում ՀՀ-ում կաթի արտադրության և վերամշակման ոլորտը, դրանում գործող կազմակերպությունները, իսկ որպես առարկա՝ կաթի և կաթնամթերքի արտադրության կազմակերպությունների մրցունակության բարձրացման հիմնահարցերը:

Հետազոտության տեսական, մեթոդաբանական և տեղեկատվական հիմքերը: Ուսումնասիրության տեսական հիմքն են հանդիսացել տվյալ ոլորտի և հիմնահարցերի հետ առնչվող դասական և ժամանակակից տնտեսագետների գիտական հետազոտությունների արդյունքները, այդ հարցի շուրջ տարբեր հրապարակումները, մասնագիտական գրականությունը, կաթի և կաթնամթերքի արտադրական հարաբերությունները կարգավորող օրենսդրական նյութերը, նորմատիվ ակտերը, ՀՀ կառավարության որոշումները, կանոնակարգերը և գերատեսչական ակտերը, որոնք առնչվում են հիմնախնդրի լուծման հետ:

Ատենախոսության համար տեղեկատվական հիմք են ծառայել ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության, ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության հրապարակումները, կաթի և կաթնամթերքի արտադրությանը վերաբերող տեղեկագրերը, ոլորտում գործող կազմակերպությունների ֆինանսական հաշվետվությունները, վերլուծական-տեղեկատվական նյութերը:

Հետազոտության իրականացման ընթացքում օգտագործվել են վիճակագրական, տնտեսամաթեմատիկական, քանակական և որակական վերլուծության մեթոդները:

Ատենախոսության գիտական նորույթը և հիմնական արդյունքները: Ատենախոսության գիտական արդյունքը կայանում է նրանում, որ հետազոտության ընթացքում բացահայտվել են կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության մակարդակի բարձրացման հիմնախնդիրները և դրանց լուծման ուղղությունները: Հետազոտության հիմնական գիտական արդյունքներով պայմանավորված գիտական նորույթները հետևյալն են.

- բացահայտվել են Հայաստանի Հանրապետությունում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության վրա ազդող գործոնները և մրցունակության մակարդակի բարձրացման հնարավորությունները,

- գնահատվել է ՀՀ բնակչության մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալների վրա կովի միջին կաթնատվության և կաթի ամբողջական առաջարկի ազդեցության չափը,

- հիմնավորվել է ՀՀ այժաբուծության զարգացման ծրագրերի իրականացման միջոցով այժի կաթի, դրանից ստացվող պանրի արտադրության ծավալների ընդլայնման անհրաժեշտությունը,

- էկոնոմետրիկ վերլուծությունների արդյունքում գնահատվել է ՀՀ քաղաքային մանկահասակ բնակչության կաթնամթերքի լրացուցիչ պահանջարկը, ինչի հիման վրա հիմնավորվել է մանկական կաթնամթերքի արտադրության խթանման միջոցով կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հնարավորությունը:

Հետազոտությունների արդյունքների գործնական նշանակությունը: Ատենախոսության արդյունքներն ունեն գիտագործնական և կիրառական նշանակություն, մասնավորապես այնպիսի խնդիրների լուծման հարցում, որոնք վերաբերվում են մրցակցության և մրցունակության կապին, դրանց դերին տնտեսության զարգացման գործում, որոնք առնչվում են կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության մակարդակի բարձրացմանը: Աշխատանքում կատարվել են նաև գիտագործնական բնույթի առաջարկություններ, որոնց ներդրումն ու կիրառությունը կնպաստի ոլորտի տնտեսական արդյունավետության բարձրացմանը:

Ատենախոսությունում կատարված վերլուծությունները և ստացված արդյունքները՝ ունենալով կիրառական և գործնական նշանակություն, կարող են օգտակար լինել մրցակցության և մրցունակության գնահատման ու պետական կարգավորման հիմնախնդիրների վերլուծությամբ զբաղվող տնտեսագետների, մարքեթոլոգների և այլ մասնագետների համար: Ատենախոսության գործնական նշանակություններից է նաև այն, որ հետազոտության ընթացքում բացահայտված գիտագործնական արդյունքները կարող են կիրառվել հանրապետության համապատասխան կառույցների կողմից կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության

բարձրացմանն ուղղված քաղաքականության մշակման և միջոցառումների իրականացման գործում:

Հետազոտության արդյունքների փորձարկումը և հրապարակումները: Ատենախոսության հիմնական դրույթները քննարկվել են Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի Ագրոպարենային համակարգի էկոնոմիկայի, Ագրոբիզնեսի կազմակերպման և կառավարման ամբիոնների համատեղ նիստում: Ատենախոսության հիմնական արդյունքները հրապարակվել են հեղինակի 10 գիտական հոդվածներում:

Հետազոտության ծավալը և կառուցվածքը: Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից և օգտագործած գրականության ցանկից: Այն շարադրված է 142 էջի սահմաններում, պարունակում է 24 աղյուսակ և 10 գծապատկեր:

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածությունում հիմնավորվել է թեմայի արդիականությունը, ներկայացվել է հետազոտության նպատակն ու խնդիրները, օբյեկտն ու առարկան, տեսական, տեսամեթոդաբանական և տեղեկատվական հիմքերը, գիտական նորույթն ու հիմնական արդյունքները, հետազոտության արդյունքների գործնական նշանակությունը, փորձարկումն ու հրապարակումները, հետազոտության ծավալն ու կառուցվածքը:

Ատենախոսության առաջին՝ «Մրցակցության և մրցունակության տեսական հիմքերը» գլխում ներկայացվել է մրցակցության և մրցունակության վերաբերյալ արտասահմանյան, ինչպես նաև հայ տնտեսագետների մոտեցումներն ու բնորոշումները:

Տվյալ գլխի առաջին բաժնում ներկայացվել է մրցակցության վերաբերյալ ժամանակակից և դասական ընդհանրացումներն ու մրցակցության դերն ու նշանակությունը շուկայական տնտեսության զարգացման գործում:

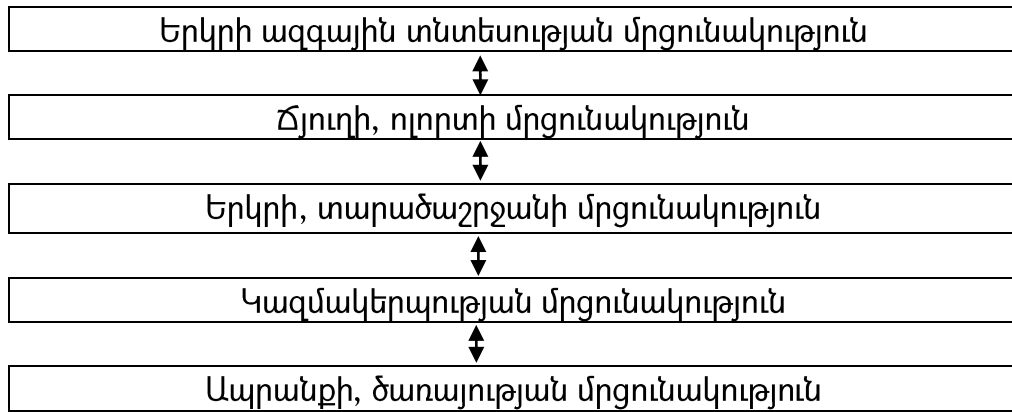
Այսպիսով, շուկայական տնտեսությունում մրցակցության զարգացման վերլուծությունը հնարավորություն է տալիս կատարելու հետևյալ եզրակացությունը՝

- շուկայական հարաբերությունների պայմաններում մրցակցությունն անհրաժեշտ կատեգորիա է արտադրողական ուժերի, տնտեսական համակարգերի զարգացման համար,
- մրցակցությունը հակակշիռ է մենաշնորհին: Սակայն մրցակցության և մենաշնորհի փոխադարձ կապը չի բերում պարզ հակամարտության: Դրանց փոխգործողությունն անհամեմատ ավելի լայն ու բարդ է. որոշակի պայմաններում մրցակցությունը կարող է հանգեցնել մենաշնորհի և ընդհակառակը,
- մենաշնորհի կամ մրցակցություն երկընտրանքում կարևոր դեր է ստանում պետությունը: Նրա դերն ու արդյունավետ գործունեությունը միանշանակ չեն, շարժունակ են, սահմանվում են տարաբնույթ գործոններով և պայմաններով,
- շուկայական տնտեսության պայմաններում պետության արդյունավետ դերը դրսևորվում է ոչ թե տնտեսվարող սուբյեկտների և հասարակության տարբեր ոլորտների համակողմանի ու կենտրոնացված կառավարմամբ, այլ առողջ մրցակցության

արդյունավետ կառուցակարգերի մշակմամբ, այն է շուկայական գործընթացի նպատակաուղղված կարգավորմամբ:

Առաջին գլխի երկրորդ բաժնում ներկայացվել են մրցունակության մեկնաբանման տարբեր մոտեցումները և դրանց համակողմանի վերլուծությունը:

Մրցունակությունը բնորոշ է ազգային տնտեսության կառավարման տարբեր մակարդակներին, որը պատկերավոր ներկայացված է գծապատկեր 1-ում:



Գծապատկեր 1. Ազգային տնտեսության մրցունակության աստիճանակարգային մակարդակները¹

Մրցունակության բերված աստիճանակարգության մեջ որպես համընդհանուր նպատակ և գնահատման ցուցանիշ հանդես է գալիս երկրի մրցունակության աստիճանը:

Ազգային տնտեսության մրցունակության գնահատման ցուցանիշներն են երկրում աշխատանքի արտադրողականությունը և կյանքի որակը, նորագույն տեխնոլոգիաների օգտագործումը, ձևավորված մրցակցային դաշտը և իրականացվող մրցակցային ռազմավարությունը, ինչպես նաև երկրի մասնակցությունը տնտեսական և քաղաքական միավորումներին:

Կազմակերպության մրցունակության հիմնախնդիրներն անհրաժեշտ է քննարկել նաև արտադրական ճյուղի կառուցվածքում, քանզի յուրաքանչյուր կազմակերպություն համարվում է ճյուղի բաղադրիչը:

Կազմակերպության մրցունակությունը հանդիսանում է առավել տարողունակ հասկացություն, քանի որ արտադրանքի թողարկման հետ միասին, այն իր մեջ ներառում է գործունեության բազմաթիվ ոլորտներ՝ մենեջմենթ, մարքեթինգ, ֆինանսական քաղաքականություն, գործառնական արդյունավետություն և այլն: Նշանակում է ճիշտ չէ կազմակերպության մրցունակությունը նույնացնել արտադրանքի մրցունակության հետ²:

Չնայած առկա են բազմաթիվ գիտական հետազոտություններ, նվիրված կազմակերպության մրցունակության հիմնախնդիրներին, սակայն այսօր դեռևս բացա-

¹ Царев В. В., Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций), Теория и методология: учеб. пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008, стр. 236

² Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пособие / А.К. Александров и др. /, под ред. В.М. Круглика. – Минск: Новое знание, М.: ИНФРА – М, 2013, стр. 25

կայում է միասնական մոտեցումը «կազմակերպության մրցունակության» մեկնաբանության վերաբերյալ:

Կազմակերպության մրցունակության գնահատման ամփոփիչ չափանիշ կարելի է համարել շուկայում կազմակերպության զբաղեցրած մասնաբաժինը և դրա հետ կապված մյուս ցուցանիշները:

Ելնելով այդ մոտեցումներից կարելի է ձևակերպել՝ «Կազմակերպության մրցունակությունը հնարավոր բարձր արդյունավետությամբ արտադրանքի թողարկումն ու շուկայում իրացնելու կազմակերպության ունակությունն է, ապրանքների առավել գրավիչ գնային և ոչ գնային բնութագրիչներով, քան մրցակիցների համանման ապրանքներն են»:

Տվյալ գլխի երրորդ բաժնում ներկայացվել են կազմակերպության մրցունակության վրա ազդող գործոններն ու դրանց համակողմանի վերլուծությունը:

Կազմակերպություններն իրացման հնարավորությունների և արտադրանքի մրցունակության գնահատման համար կատարում են մարքեթինգային համալիր ուսումնասիրություններ, որոնք ընդգրկում են երկու ոլորտ՝

1. շուկայի ուսումնասիրություն,
2. կազմակերպության գործունեության ուսումնասիրություն:

Առաջին դեպքում ուսումնասիրվում է շուկայի կառուցվածքը և տարրերը (պահանջարկ, առաջարկ, մրցակցություն), ապրանքի հատկանիշները (որակ, գին, սպառողական արժեք), ապրանքի իրացման պայմանները և կազմակերպության արտադրանքի իրացման հետագա հնարավորությունները:

Գտնում ենք, որ անհրաժեշտ է մրցունակության ինտեգրալ ցուցանիշը ամբողջացնել հետևյալ մասնակի ցուցանիշներով.

- կազմակերպության տնտեսական ներուժը և գործունեության արդյունավետությունը (հիմնական կապիտալ, սեփական և փոխառու կապիտալի կառուցվածքը, վաճառքի ծավալը, դեբիտորական պարտքերը, շահույթի ծավալը և այլն),
- կազմակերպության կառավարման մակարդակը,
- արտադրական և իրացման ներուժը,
- գիտահետազոտական ներուժը (գիտական հետազոտությունների իրականացումը, գիտական նվաճումների՝ նոր տեխնիկայի և առաջավոր տեխնոլոգիաների ներդրումն արտադրության մեջ),
- ֆինանսական ներուժը (վճարունակությունը, վարկունակությունը և այլն),
- կազմակերպության վարկանիշը, շուկայական ռազմավարությունը, ինովացիոն գործունեությունը,
- կադրային ներուժը և այլն:

Ներկայումս ապրանքների և կազմակերպությունների մրցունակության քանակական գնահատման պրակտիկայում դեռևս բացակայում են ցուցանիշների կիրառման համընդհանուր մեթոդները: Սակայն, այն այսօր արդիական է, քանի որ դրա բացակայությունը հնարավորություն չի տալիս ցուցաբերել միասնական մոտեցում:

Մրցունակության գնահատման հիմքում դրված են բացարձակ և համեմատական առավելությունների սկզբունքները: Համեմատական առավելության չափումը բավականին բարդ է, դրա համար էլ արտասահմանյան տնտեսագետներն առաջարկում են անուղղակի մեթոդներ, որոնց հիմքում դրված է հետևյալ սկզբունքները՝

- ինչքան ցածր է արտադրության ծախսերը, այնքան մրցունակ է արտադրանքը և կազմակերպությունը,

- կազմակերպության մասնաբաժինը շուկայում,
- շահույթի և շահութաբերության ցուցանիշները և այլն:

Գտնում ենք, որ կազմակերպության մրցունակության գնահատման և մրցունակության կառավարման համար պետք է յուրաքանչյուր դեպքում, ինչպես արտաքին, այնպես էլ ներքին միջավայրի գործոնների կիրառման համար ներկայացնել ոչ թե մի քանի մասնակի ցուցանիշ կամ էլ ցուցանիշների համակարգ, այլ յուրաքանչյուր դեպքում չափվի (գնահատվի) ամփոփ ցուցանիշով:

Այսպես, արտաքին միջավայրը բնութագրող ամփոփ ցուցանիշները պետք է արտացոլեն կազմակերպության գործունեության արդյունավետությունը շուկայում շուկայի մասնակիցների բավարարվածությունն արտադրանքով կամ ծառայությունով: Այդպիսի ցուցանիշ կարող է հանդիսանալ շուկայում կազմակերպության ունեցած առավելությունը մրցակիցների նկատմամբ՝ կազմակերպության «բաժինը շուկայում»:

Ներքին միջավայրի ամփոփիչ ցուցանիշը պետք է արտացոլի արտադրանքի արտադրության արդյունավետության աստիճանը, այսինքն՝ օգտագործվող ռեսուրսների (աշխատանքային, նյութական, ոչ նյութական, ֆինանսական) արդյունավետությունը:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «Կաթի եվ կաթնամթերքի արտադրության հիմնահարցերը Հայաստանի Հանրապետությունում» գլխում ներկայացվել են կաթի համաշխարհային շուկայի միտումները և դրա հնարավոր հետևանքները Հայաստանի Հանրապետության կաթնամթերքի շուկայի վրա, ինչպես նաև ներկայացվել է ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի արտադրության վիճակը և զարգացման հեռանկարները:

Երկրորդ գլխի առաջին բաժնում ներկայացվել է կաթի համաշխարհային շուկայում առկա միտումները և դրանց համակողմանի վերլուծությունը:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կաթի արտադրությունը, ի տարբերություն մյուս պարենային և ոչ պարենային ապրանքների արտադրության, քիչ է ենթարկվում տնտեսական ճգնաժամերի վայրիվերումներին, հետևաբար ժամանակի ընթացքում այն ունենում է գրեթե համաչափ զարգացում, ինչի մասին վկայում են աղյուսակ 1-ի տվյալները:

Աղյուսակ 1-ի տվյալների վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ վերջին 20 տարիների կտրվածքով կաթի համաշխարհային շուկայում գրանցվել է արտադրության ծավալների կայուն աճ:

2016 թվականի արդյունքներով կովի կաթի համաշխարհային արտադրության 28%-ը պատկանում է Ասիական երկրներին, 24%-ը՝ Եվրամիության, 9%-ը՝ Եվրոպական մյուս երկրներին, 18%-ը՝ Հյուսիսային և Կենտրոնական Ամերիկայի, 11%-ը՝ Հարավային Ամերիկայի, 5%-ը՝ Աֆրիկայի և 5%-ը՝ Օկեանիայի երկրներին:

Կաթի համաշխարհային շուկայում գների նվազումը բերել է նաև կաթնամթերքի գների անկմանը: Այսպես, Չեդդեր պանրի 1 կգ գինը 2015թ. օգոստոսին Նոր Զելանդիայում և Ավստրալիայում կազմել է 4,2 ԱՄՆ դոլար, իսկ 2016թ. օգոստոսին 2,9 (-31 %), ԱՄՆ-ում համապատասխանաբար 4,8 և 3,8 (-20,8 %), Գերմանիայում՝ 4,2 և 2,4 (-42,8 %), Լեհաստանում՝ 3,5 և 2,8 (-20,0 %), Միացյալ Թագավորությունում՝ 3,5 և 2,9 (-17,1 %):

Աղյուսակ 1.

Կաթի համաշխարհային արտադրությունը 1998-2016 թթ.³

Տարիներ	Կաթի արտադրությունը (մլն տոննա)	Հավելածը նախորդ տարվա նկատմամբ (%)
1998	560	-
1999	571	1,96
2000	580	1,58
2001	590	1,72
2002	602	2,03
2003	615	2,16
2004	626	1,79
2005	645	3,04
2006	664	2,95
2007	676	1,81
2008	700	1,81
2009	708	1,14
2010	724	2,26
2011	739	2,07
2012	754	2,03
2013	765	1,46
2014	789	3,13
2015	802	1,64
2016	816	1,74

Ատենախոսության երկրորդ գլխի երկրորդ ենթագլխում ներկայացվել են ՀՀ կաթնային անասնապահության վիճակը և կաթի արտադրության միտումները:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ագրարային ոլորտի սեփականաշնորհումից հետո անասնապահության բնագավառում կայունացման երևույթները նկատվեցին միայն 1998-2002թթ., երբ արձանագրվեց անասնազիսաքանակի կրճատման միտում: Իսկ 2003-2007թթ. բեկումնային փուլ հանդիսացան, ինչպես հանրապետության ազգային տնտեսության, այնպես էլ անասնաբուծության զարգացման համար: 2007թ. խոշոր եղջերավոր անասունների գլխաքանակը կազմեց 592,1 հազ. գլուխ, այդ թվում կովերինը՝ 297,1 հազ. գլուխ, 2016թ. խոշոր եղջերավոր անասունների գլխաքանակը՝ 701,5, այդ թվում կովերինը՝ 318,6 հազ. գլուխ:

Մեր գնահատմամբ Հայաստանի Հանրապետությունում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման կարևոր ուղղություններից մեկը հանրապետության անասնաբուծության ճյուղային կառուցվածքի բարելավումն է: Մասնավորապես, կարևոր ենք համարում երկրում այժաբուծության զարգացմանն ուղղված պետական քաղաքականության մշակումն ու իրագործումը, քանզի Հայաստանի Հանրապետության բնատնտեսական պայմաններն ու լեռնային գոտու արոտավայրերը կարող են լուրջ նախադրյալ հանդիսանալ ոլորտի զարգացման համար: Բացի այդ, Հայաստանի Հանրապետությունում կա հնարավորություն այժի կաթի ու դրանից ստացված պանրի ծավալների և տեսականու ընդլայնման, ինչի շնորհիվ կբարձրանա հայկական արտադրանքի մրցունակության մակարդակը:

³ Bulletin of the International Dairy Federation 470/2013; 485/2016

Համաձայն ուսումնասիրությունների և փորձագիտական տվյալների՝ հանրապետությունում այժերի միջին կաթնատվությունը կազմում է շուրջ 180 լ: Երկրում առկա է միջինում 20000 մայր այծի հաշվով արտադրվում է 20000 գլուխ * 180 լիտր = 3600000 լիտր կաթ: Մեր գնահատմամբ արտադրված այծի կաթի շուրջ 80%-ը կարելի է վերամշակել, մասնավորապես օգտագործել պանրի արտադրությունում: Այդ դեպքում հանրապետությունում տարեկան կարող է արտադրվել շուրջ 412տ պանիր:

Համաձայն USDA-ի և CARD հիմնադրամի կողմից կատարված ուսումնասիրությունների՝ Հայաստանի Հանրապետությունում պանիր սպառողների 98,3%-ը օգտագործում է կովի կաթից պատրաստած պանիր, շուրջ 28%-ը՝ ոչխարի և 3,4%-ը՝ այծի կաթից:

Այծի կաթից պատրաստված կաթնամթերքները չափազանց օգտակար են, բայց տեխնոլոգիապես՝ ավելի բարդ: Սակայն, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ժամանակակից պայմաններում սպառողները ավելի շատ են հետաքրքրված առողջ սննդակարգով, իսկ այծի պանիրը իրենից ներկայացնում է արժեքավոր սննդամթերք, ուստի ակնհայտ է, որ այծի կաթի պանրի արտադրությունը, ինչպես տեղական, այնպես էլ հատկապես արտաքին շուկաներում, մասնավորապես Ռուսաստանի Դաշնությունում, ունենալով մեծ պահանջարկ, կարող է էապես բարելավել կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակությունը և ապահովել տնտեսական բարձր արդյունավետություն:

Նշվածն իրատեսական դարձնելու առումով, կարևոր է զարգացնել պանրի վաճառքի խթանումը, վարելով ճկուն և պրոֆեսիոնալ մարքեթինգային քաղաքականություն, ինչպես նաև արտահանման առումով լուծելով լոգիստիկ համակարգի ներդրման ու կատարելագործման հետ կապված խնդիրները: Կարևոր ենք համարում նաև պետության և դոնոր երկրների ու կազմակերպությունների օժանդակությամբ այժաբուժական կոոպերատիվների ստեղծումը, որոնք ժամանակի ընթացքում կարող են վերակազմավորվել խոշոր կլաստերների, որոնք կզբաղվեն այծի կաթի արտադրությամբ, վերամշակմամբ և իրացմամբ, այդ թվում նաև արտահանմամբ, այդպիսով վերահսկելով այծի կաթից կաթնամթերքի արժեչղթան ամբողջությամբ, ինչը կնպաստի մասնագիտացման խորացմանը և արտադրանքի ինքնարժեքի կրճատմանը:

Տվյալ գլխի երրորդ ենթագլխում ներկայացվել են ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի շուկայի միտումները, դրանց վերլուծությունը, որի հիման վրա նախանշվել են ոլորտի զարգացման հեռանկարները:

Հայաստանի Հանրապետությունում գործում են շուրջ 1600 սննդամթերք արտադրող կազմակերպություններ, այդ թվում, կաթի վերամշակում՝ շուրջ 60 կազմակերպություն, որոնցից 12-ը համեմատաբար խոշոր: Ընդհանուր արտադրական կարողությունները կազմում են տարեկան ավելի քան 490 հազար տոննա կաթի վերամշակում: Նշված կազմակերպություններում աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է շուրջ 1883 մարդ⁴:

ՀՀ մարզերում կաթի ապրանքայնության մակարդակի ցուցանիշները 2005-2016թթ. ներկայացված է աղյուսակ 2-ում:

Աղյուսակ 2.

⁴ <http://minagro.am/գյուղատնտեսությունը-Հայաստանում/ագրովերամշակում/>

Կաթի ապրանքայնության մակարդակը 2005-2016թթ. ըստ ՀՀ մարզերի (%) ^{5,6}

ՀՀ մարզերը	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
ՀՀ	51,1	49,4	51,1	54,6	60,8	59,6	57,3
Արագածոտն	51,0	75,1	63,9	45,6	44,0	55,5	52,7
Արարատ	50,8	55,5	58,6	63,1	67,7	80,4	71,9
Արմավիր	55,6	60,4	69,4	68,8	72,4	68,5	78,2
Գեղարքունիք	65,7	29,2	43,5	51,9	81,6	62,5	63,2
Լոռի	40,5	47,8	54,2	55,6	52,6	51,6	52,5
Կոտայք	72,8	61,2	67,9	80,1	64,3	47,7	50,4
Շիրակ	44,3	47,2	46,3	52,9	60,0	70,7	56,9
Սյունիք	50,4	47,8	52,5	59,6	67,2	61,9	59,4
Վայոց ձոր	31,8	25,0	28,9	34,5	36,1	29,8	25,5
Տավուշ	41,9	32,4	36,4	36,0	37,0	35,4	40,3

Աղյուսակ 2-ի տվյալների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ նշված ժամանակահատվածում կաթի ապրանքայնության մակարդակը միջին հաշվով ավելացել է 6,2 տոկոսային կետով, իսկ առանձին մարզերում ավելի շատ՝ Սյունիքում՝ 9, Արարատում՝ 21,1, Լոռիում՝ 12 տոկոսային կետերով: Ապրանքայնության մակարդակի բարձրացմանը նպաստել է հիմնականում կաթի մթերման գների բարձրացումը, ինչպես նաև սառնարանային կարողությունների և կաթի պաղեցման պայմանների որոշակիորեն բարելավումը:

Կաթի սպառման ծավալների և մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակի ու կաթի ամբողջական առաջարկի միջև փոխկապվածությունը բացահայտելու համար կատարվել է ռեգրեսիոն վերլուծություն: Որպես արդյունքային հատկանիշ ենք դիտարկել ՀՀ կաթի սպառման ծավալները (y_i), իսկ որպես գործոնային հատկանիշներ՝ մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակը (x_{1i}) և կաթի ամբողջական առաջարկը (x_{2i}):

Նշված երևույթների միջև կապը ներկայացրել ենք եռաչափ գծային ռեգրեսիոն մոդելի միջոցով, որն ունի հետևյալ տեսքը՝

$$\hat{y}_i = b_0 + b_1 x_{1i} + b_2 x_{2i} \text{ կամ } y_i = b_0 + b_1 x_{1i} + b_2 x_{2i} + e_i \quad (1),$$

- որտեղ՝ \hat{y}_i – արդյունքային հատկանիշի հաշվարկային մակարդակն է,
 $x_{1i}; x_{2i}$ – գործոնային հատկանիշների փաստացի մակարդակներն են,
 $b_0; b_1; b_2$ – պարամետրերն են
 b_1 և b_2 – ռեգրեսիայի գործակիցներն են, որոնք ցույց են տալիս, թե համապատասխան գործոնային հատկանիշի մեկ միավորի ավելացումը արդյունքային հատկանիշը միջին հաշվով ինչքանով է փոխում

⁵ http://www.armstat.am/file/article/gjuxatntes_2016_4.pdf

⁶ http://www.armstat.am/file/article/iracum_2016.pdf

e_i - պատահական և այլ գործոնների ազդեցության չափն է:

Պարամետրերը որոշվում են նվազագույն քառակուսիների մեթոդով⁷

$$\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2 = \sum_{i=1}^n e_i^2 \rightarrow \min \quad (2)$$

2005-2016թթ. մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալների և նշված գործոնների միջև ռեգրեսիոն վերլուծության արդյունքները ներկայացված են աղյուսակ 3-ում:

Աղյուսակ 3.

2005-2016թթ. մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալների և մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակի ու կաթի ամբողջական առաջարկի միջև ռեգրեսիոն վերլուծության արդյունքները

Ցուցանիշներ	Արդյունքներ
Ուսումնասիրվող տարիների թիվը	12
Մոդելի տեսքը	$\hat{y}_i = -58.86 + 0.023x_{1i} + 0.284x_{2i}$
Բազմակի կոռելյացիայի գործակիցը	$R_{yx1x2} = 0.952$
Բազմակի դետերմինացիայի գործակիցը	$R_{yx1x2}^2 = 0.906$
Մոդելի նշանակալիությունը	$F = 43.3$
$F_{crit}(\alpha=0.05; k1=2; k2=8) = 4.26$	

Կատարված վերլուծության արդյունքները ցույց են տալիս, որ ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակի 1 կգ-ով ավելացման հետ զուգահեռ մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալները ավելացել են 0,023 կգ-ով ($b_1 = 0.023$):

Նույն ժամանակահատվածում կաթի ամբողջական առաջարկի յուրաքանչյուր 1000 տ. ավելացման հետ զուգահեռ մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալները ավելացել են 0,284 կգ-ով: Հարկ է նշել, որ ուսումնասիրվող տարիներին կաթի ամբողջական առաջարկի կազմում ներմուծման ծավալները տատանվել են 16-ից մինչև 20%-ի սահմաններում:

Հաշվարկված բազմակի կոռելյացիայի գործակիցը ցույց է տալիս, որ մոդելում ընդգրկված գործոնների միջև կապը բավականին ուժեղ է ($R_{yx1x2} = 0.952$): Վերլուծության արդյունքներից ակնհայտ է, որ ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալների տատանումների շուրջ 90,6%-ը պայմանավորված է մոդելում ընդգրկված գործոնների համատեղ տատանումներով, իսկ մնացած 9,4%-ն այլ և պատահական գործոնների ազդեցությամբ:

Համաձայն ստացված Ֆիշեր-Սնեդեկորի չափանիշի մոդելը կարող ենք համարել նշանակալի ($F = 43.3 > F_{crit}(\alpha=0.05; k1=2; k2=9) = 4.26$):

Աղյուսակ 4-ում բերված են մեկ կգ կաթի գնման և մանրածախ գների վերաբերյալ տվյալները 2010-2016թթ. կտրվածքով:

⁷ Эконометрика: учебник для магистров /И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. ст. 191-193

Մեկ կիլոգրամ կաթի գնման և մանրածախ գները ՀՀ-ում 2010-2016թթ. (դրամ)⁸

Գներ	Տարիներ							2016թ.՝ 2010թ. նկամ. (%)
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Գնման	114	163	143	145	162	146	137	120,0
Մանրածախ	328	342	343	394	411	411	406	123,7
Մանր. և գնման գների հարաբե- րակցությունը,%	287,7	209,8	239,8	271,7	253,7	281,0	296,3	8,6 (տոկ. կետ)

Աղյուսակ 4-ի տվյալների վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ 2010թ. սկսած՝ գրանցվել է կաթի գնման գների աճ՝ 2010թ. 1 լիտր կաթի 114 դրամ գնի նկատմամբ՝ 2016թ. աճը կազմել է 23 դրամ կամ 20,0%՝ հասնելով 137 դրամի: Բարձրացել է նաև կաթի մանրածախ գների մակարդակը՝ 2010թ. 328 դրամից 2016թ. հասնելով 406 դրամի կամ 123.7%: Նշված ժամանակահատվածում կաթի մանրածախ և գնման գների հարաբերակցությունը տատանվել է շուրջ 2-3 անգամ, ինչը վկայում է այն մասին, որ ՀՀ-ում կաթի արժեչղթայի ձևավորման առումով առկա է խիստ անհամամասնություն, մասնավորապես մանրածախ գների գնագոյացման կառուցակարգերը խիստ հախուռն ու տարերային բնույթ են կրում: Վերջինս նպաստում է կաթ արտադրող և իրացնող տնտեսավարողների եկամուտների խիստ անհավասարաչափ բաշխմանը:

ՀՀ կաթնամթերքի շուկայի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ առկա է սեփական ռեսուրսների հաշվին կաթնամթերքի արտադրության ծավալների ավելացման և ապրանքային անվանացանկի ընդլայնման միտում: Ոլորտը հիմնականում ապահովված է վերամշակման արտադրական հզորություններով, որոնք օգտագործվում են ոչ լրիվ ծանրաբեռնվածությամբ: ՀՀ-ում արտադրվող կաթի շուրջ 60%-ն է վերամշակվում, բացի այդ կաթնամթերքի արտադրության մեջ օգտագործվում է նաև կաթի փոշի: Կաթի փոշու արտադրությամբ զբաղվում են մի քանի ընկերություններ («Աշտարակ-Կաթ» ՓԲԸ, «Թամարա» ՍՊԸ և այլն), որոնց ընդհանուր հզորությունը ժամում 1400կգ է: Տարեկան կարող է արտադրվել 3000 տոննա կաթի փոշի, որն էլ, գրեթե, ամբողջությամբ կբավարարի ներքին պանջարկը: Կաթի փոշու պահանջարկը հիմնականում բավարարվում է ներմուծման հաշվին՝ Բելոռուսից և Ուկրաինայից: Կաթի փոշու տեղական արտադրության ծավալները նվազում են, որի հիմնական պատճառը ներմուծվող կաթի փոշու ցածր գներն են (օգտագործվող կաթի փոշու շուրջ 90% ապահովվում է ներմուծման հաշվին):

Վերջին տարիներին ՀՀ կաթնամթերքի շուկայում հաջողությամբ զարգանում և կատարելագործվում են մածուկի, թթվասերի, կեֆիրի և պաղպաղակի արտադրությունները: ՀՀ-ում կաթնամթերքի արտադրության ծավալների վերաբերյալ տվյալները 2011-2016թթ. ներկայացված են աղյուսակ 5-ում:

⁸ http://www.armstat.am/file/article/f_sec_1_2017_2.pdf

ՀՀ-ում կաթնամթերքի արտադրության ծավալները 2011-2016թթ.⁹

Արտադրանքի տեսակները	Չափի միավոր	2011թ.	2012թ.	2013թ.	2014թ.	2015թ.	2016թ.	2016թ. 2011թ. նկ. (%)
Կաթ	մլն լ	316	320	363	430	439	451	142,7
Պանիր	հազ տոննա	17,6	17,6	17,4	18,3	18,6	22,3	126,7
Կաթնաշոռ	տոննա	903	839	1011	922	989	955	105,8
Մածուն	տոննա	3450	3339	3552	4721	6172	6098	176,8
Թթվասեր	տոննա	2865	3448	3453	3900	6065	5922	206,7
Յոգուրտ	տոննա	554	374	372	439	617	525	94,8
Պանրիկ	տոննա	124	107	93	104	79	36	29,0
Կեֆիր	տոննա	275	257	222	305	467	492	178,9
Թան	տոննա	397	375	31	706	2072	1902	479,1
Պաղպաղակ	հազ. լ	3481	3628	4265	6345	9637	9009	258,8

ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի շուկան ընդգրում է շուրջ 170 հազ. կաթ արտադրող գյուղացիական տնտեսություններ և 60 կաթ վերամշակող կազմակերպություններ: Նրանցից շուրջ 90%-ը փոքր հզորությամբ կազմակերպություններ են, որոնք շուկայական կոնյուկտուրայի վրա էական ազդեցություն չեն ունենում:

Ատենախոսության երրորդ՝ «Հայաստանի Հանրապետությունում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հնարավորությունները» գլխում ներկայացվել են կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների զարգացման ռազմավարությունը, ինչպես նաև կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հիմնական ուղղությունները:

Տվյալ գլխի առաջին բաժնում կատարվել է ՀՀ-ում կաթի և կաթնամթերքի արտադրության ոլորտի PEST վերլուծություն, որի արդյունքում պարզ է դարձել, որ կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների գործունեության վրա մեծ ազդեցություն ունեն հետևյալ գործոնները՝ քաղաքական իրադրություն, օրենսդրության փոփոխություն մաքսային քաղաքականությունում, չոր կաթի ներմուծում, տարադրամի փոխարժեքի փոփոխություն, ինֆլյացիա, բանկային քաղաքականություն, կաթի և կաթնամթերքի արտադրության և պահանջարկի սեզոնային փոփոխություններ, տեխնիկական կանոնակարգերի փոփոխություն կաթի և կաթնամթերքի արտադրու-

⁹ <http://www.armstat.am/file/doc/99504393.pdf>

թյան համար, երկրի անդամակցում համաշխարհային տնտեսական կառույցներին և ինտեգրման գործընթացներին, էլեկտրաէներգիայի և գազի սակագինը, մատակարարների փոփոխությունը, բնակչության եկամուտների աճը, նոր տեխնոլոգիաների ներդրումը և այլն: Գործոններից, փաստորեն, միայն մեկն է, որ ունի ցածր հավանականություն, խոսքը վերաբերում է բնապահպանության ոլորտի օրենսդրության փոփոխություններով պայմանավորված ազդեցությունների հավանականությանը:

Վերոնշյալ գործոնների համակողմանի ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս կատարելու նշված գործոնների ազդեցության պայմաններում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների հեռանկարային զարգացման հնարավորությունների համակողմանի գնահատում և բացահայտում, ինչից ելնելով էլ կատարել ենք SWOT վերլուծություն:

Կատարված SWOT վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ ՀՀ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների առջև ծառայած են բազմաթիվ հիմնախնդիրներ: Սակայն հարկ է նշել, որ առկա են ոլորտի զարգացմանը խոչընդոտող գործոններին հակազդման հնարավորություններ, որոնք արդյունավետ կիրառելու պարագայում կազմակերպությունները կկարողանան ձեռք բերել մրցակցային առավելություններ:

Բոլոր կազմակերպությունների, այդ թվում նաև կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման և հեռանկարային զարգացման հնարավորության տեսանկյունից ամենակարևոր նախապայմանը՝ դա կազմակերպության ներքին միջավայրն է, այսինքն՝ վերոնշյալ նպատակներին հասնելու հիմնական ներուժը, որն էլ ապահովում է կազմակերպության հնարավորությունը արտադրելու և մատակարարելու այն արտադրանքը, որն ունի պահանջարկ և ապահովելու համապատասխան արդյունավետություն առկա ռեսուրսային ներուժի արդյունավետ օգտագործմամբ:

Վերոնշյալ հանգամանքները հաշվի առնելով, կարելի է պնդել, որ կազմակերպության ներուժի գնահատումն ու համակողմանի վերլուծությունը, պարզապես օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է՝ հաշվի առնելով շուկայական մրցակցության առանձնահատկությունները: Ներուժի որակական գնահատականները ցուցանիշներ են, որոնք թույլ են տալիս որոշել դրա արդյունավետությունը: Օրինակ, գլխավոր ցուցանիշներով կազմակերպությունների համեմատությունը թույլ կտա որոշել դրանց արդյունավետությունը և մրցունակությունը:

Սովորաբար, կազմակերպությունների գործունեությունը ուսումնասիրելիս գնահատվում են դրանց թվով 10 հիմնական ներուժները (P_1-P_{10})՝ P_1 –մենեջմենթի ներուժ, P_2 –ռեսուրսային ներուժ, P_3 –մարքեթինգային ներուժ, P_4 –իրացման ներուժ, P_5 –մատակարարման ներուժ, P_6 –ինվեստիցիոն ներուժ, P_7 –ֆինանսական ներուժ, P_8 –կազմակերպության կենսափուլը, P_9 –ինովացիոն ներուժ, P_{10} –արտադրական ներուժ: Նշված բոլոր ներուժները բնութագրում են կազմակերպության մրցունակության ապահովման ներուժը:

ՀՀ կաթնամթերքի շուկայում սպառողների սպառողական վարքագծի վրա ազդող առավել առանցքային գործոնները բացահայտելու նպատակով, գնորդների շրջանում մեր կողմից կազմված հարցաթերթիկի միջոցով կատարվել է հարցում, որի արդյունքում պարզ է դարձել, որ սպառողական վարքագծի վրա ազդող առավել առանցքային գործոնները պայմանավորված են կազմակերպության ներքին միջա-

վայրի հետևյալ 5 ուղղություններով՝ մարքեթինգ, PR և հետադարձ կապ, իրացման ձևեր, կազմակերպության իմիջ, ինովացիաներ:

Կատարված հարցումների արդյունքում բացահայտված վերոնշյալ գործոնները, որոնք, փաստորեն որոշիչ դեր են կատարում կաթնամթերքի գնորդների մոտ սպառողական նախընտրության ձևավորման հարցում, ըստ էության պայմանավորված են կազմակերպության 10 ներուժներից երեքով, մասնավորապես մարքեթինգի, իրացման և ինովացիոն ներուժներով:

Կաթնամթերք արտադրող կազմակերպություններում մարքեթինգային գործունեությունն անբավարար մակարդակի վրա է, մինչդեռ շուկայական հարաբերությունների և մրցակցության արդի փուլում առանց պատշաճ մարքեթինգային գործունեության իրականացման, պարզապես անհնար է երկարատև և հաջող գործունեության իրականացումը: Հետևաբար, գտնում ենք, որ կազմակերպությունները մարքեթինգային գործունեության իրականացման և դրա կատարելագործման նպատակով կազմակերպության կառուցվածքում պետք է ունենան մարքեթինգի բաժին, որը կմշակի և կիրագործի մարքեթինգային ռազմավարությունը՝ զարգացման բնականոն ընթացքն ապահովելուն միտված:

Մարքեթինգի բաժնի ստեղծումը միջինում 3 մարքեթոլոգի հաստիքներով և ամսական 150 հազ. դրամ աշխատավարձով կպահանջի տարեկան 5.4 մլն դրամի ծախս, ինչը, մեր գնահատմամբ, կապահովի վաճառքի ծավալների միջինում 25-30% հավելված և դրանով պայմանավորված բարձր տնտեսական արդյունավետություն: Բացի այդ կարևորվում է նաև որակյալ գովազդային միջոցառումների իրականացումը գովազդի տարածման բոլոր արդյունավետ միջոցներով, մասնավորապես ուժեղացնելով հատկապես սոցիալական ցանցերում իրականացվող տեղեկատվության տարածումն ու թիրախային շուկաներում համապատասխան արդյունքների ստացումը: Մյուս կողմից, ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ բնակչության մի մասը հեռուստատեսություն հիմնականում չի դիտում, մի մասն էլ այս կամ այն պատճառով հայկական հեռուստաալիքներ չի դիտում, այս դեպքում ակնհայտ է, որ արդյունավետ կարող են համարվել նաև փողոցային ցուցափեղկերի միջոցով գովազդը: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունները գովազդից բացի, բավարար մակարդակով չեն կիրառում նաև մարքեթինգային կոմունիկացիոն համակարգի այնպիսի կարևոր գործիքներ, ինչպիսիք են իրացման խթանումը, ուղղակի մարքեթինգը և PR համակարգի գործընթացները:

Կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների իրացման ներուժը գնորդների կողմից ընկալվում է որպես թարմ կաթնամթերքը ժամանակին վաճառքի վայր հասցնելու կազմակերպության հնարավորություն, ինչն իրենից ներկայացնում է շատ կարևոր ներուժ, քանզի հաճախորդն իր նախընտրած թարմ կաթնամթերքը չգտնելով խանութում կարող է կողմնորոշվել դեպի այլ ֆիրմայի արտադրանքը:

Կազմակերպության իմիջը չափազանց մեծ նշանակություն ունի սպառողական վարքագծի ձևավորման առումով և սպառողների կողմից գնահատվում է որպես՝ ապրանքանշի (բրենդի) ճանաչվածություն, ղեկավարների հեղինակություն (հասարակության համար դա կարող է արտահայտվել ակտիվ բարեգործական ծրագրերով և այլն), համոզված լինելը ապրանքի որակի հարցում: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ-ում գործող կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների իմիջի առումով սպառողների շրջանում չկա բացահայտ կողմնորոշում, քանի որ նշված կազմակերպություններն այդ ուղղությամբ չնչին ջանքեր են գործադ-

րում: Տվյալ դեպքում սպառողները ճանաչում են տարբեր ապրանքանիշներ, սակայն բարձր չեն համարում դրանց իմիջը:

Մեր գնահատմամբ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների ոչ բարձր իմիջը արդյունք է հատկապես դրանցում PR համակարգի բացակայության կամ դրա անբավարար մակարդակի: Իսկ ժամանակակից պայմաններում ցանկացած ոլորտում չափազանց կարևորվում է PR գործունեությունը, որն էլ երբեմն հանդիսանում է, ինչպես սպառողական նախընտրության, այնպես էլ մրցակցային առավելության ձեռք բերման ելակետ ու հիմնական գործոն: Հետևաբար, կազմակերպությունները պետք է կարևորեն հասարակության հետ կապերը, ստեղծեն PR գործող համակարգեր և դրանց արդյունավետ գործելուն ուղղված ռազմավարական ծրագրեր, քանզի առանց հասարակայնության հետ կապերի գործող համակարգի կազմակերպությունները չեն կարող հասնել հաջողության բարձր իմիջի ձևավորման հարցում:

Ինովացիոն ներուժը սպառողների կողմից ընկալվում է որպես ժամանակակից տեխնիկայի և տեխնոլոգիայի կիրառում և կազմակերպության ունակություն՝ նոր ապրանքների թողարկման և սպառողներին առաջարկման: Այս ներուժը նույնպես թույլ է կաթնամթերք արտադրող կազմակերպություններում, քանզի սպառողները տարիներ շարունակ չեն տեսնում շուկայում ներկայացված ապրանք-նորույթ:

Ատենախոսության երրորդ գլխի երկրորդ բաժնում ներկայացվել են կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հիմնական ուղղությունները:

ՀՀ կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության մակարդակի բարձրացման հիմնահարցերի ուսումնասիրությունների և համապարփակ վերլուծության արդյունքում կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման հեռանկարները դիտարկել ենք հետևյալ 5 ուղղություններով.

1. Նոր արտադրատեսակի թողարկում
2. Կաթի և կաթնամթերքի որակի բարձրացում
3. Անասնաբուծության զարգացում (կերային բազայի ապահովում)
4. Ֆինանսական ռեսուրսների մատչելիության ապահովում
5. Պետական աջակցություն:

Նոր արտադրատեսակի թողարկում.

Ատենախոսության շրջանակներում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման կարևոր ուղղություն է դիտարկվել նոր արտադրատեսակների թողարկումը, մասնավորապես մանկական կաթնամթերքի արտադրությունը:

Մանկական կաթնամթերքի պահանջարկի գնահատման և կանխատեսման համար հիմք են հանդիսանում առանձին տարիքային խմբերի համար սահմանված մանկական սննդի ֆիզիոլոգիական նորմաները և համապատասխան տարիքային խմբերում (1-14 տարեկան) երեխաների միջին տարեկան թվաքանակը ու դրա դինամիկան:

Մանկական սննդի պահանջարկի հաշվարկման և կանխատեսման համար անհրաժեշտ է դիտարկել մանկահասակ երեխաների թվաքանակի դինամիկան ըստ առանձին տարիքային խմբերի, քանի որ նրանց սննդի ֆիզիոլոգիական նորմաները

տարբեր են: Վստահելի կանխատեսման մակարդակների կառուցման նպատակով վերլուծվել են 1998-2016թթ. միջինացված տվյալները:

Մանկական կաթնամթերքի պահանջարկի գնահատումն ու կանխատեսումները կատարվել են միայն քաղաքային մանկական բնակչության կտրվածքով, քանի որ մեր կողմից հաշվի է առնվել այն հանգամանքը, որ գյուղական բնակավայրերում առկա սոցիալ-տնտեսական իրավիճակով և տնային պայմաններում կաթի և կաթնամթերքի արտադրության գործոնով այնպես ավորված կաթնամթերքի պահանջարկը բավարարվում է հիմնականում սեփական տնայնագործական արտադրության հաշվին:

ՀՀ քաղաքային մանկահասակ բնակչության կաթնամթերքի լրացուցիչ պահանջարկի վերաբերյալ կանխատեսումները 2018-2022թթ. կտրվածքով ներկայացված է աղյուսակ 6-ում:

Աղյուսակ 6.

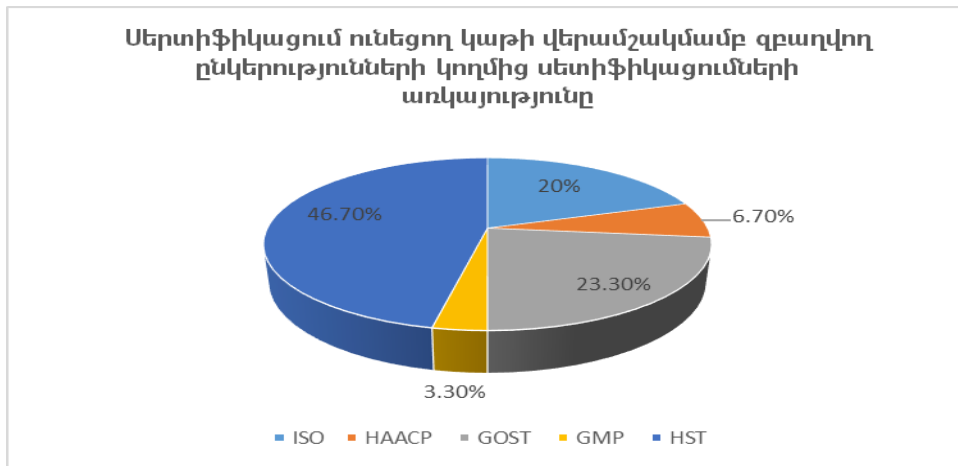
ՀՀ քաղաքային մանկահասակ բնակչության կաթնամթերքի լրացուցիչ պահանջարկը 2017-2022թթ. (հազ. տոննա)

Հ/հ	Մանկական կաթնամթերքի տեսակները	2018թ.	2019թ.	2020թ.	2021թ.	2022թ.
1	Պաստերիզացված կաթ	51,7	53,5	55,4	57,5	59,6
2	Պանրիկներ	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2
3	Կաթնաշոռ	6,2	6,5	6,7	7,0	7,3
4	Թթվասեր	1,7	1,8	1,8	1,9	2,0
5	Կեֆիր	18,3	18,8	19,4	20,0	20,7
6	Վերամշակվող կաթի պահանջ	129,4	134,8	139,0	145,0	150,2

Կաթի և կաթնամթերքի որակի բարձրացում.

Կաթնամթերքի մրցունակության վրա ազդող կարևորագույն գործոններից է կաթի որակը: Կատարված ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ կաթ գնող տնտեսավարող սուբյեկտները պատշաճ ուշադրություն չեն դարձնում կաթի որակի, դրա պաղեցման, տեղափոխման, պահպանման և այլ պահանջների վրա, մինչդեռ հայտնի է, որ կաթի գնման ժամանակ որոշակի ստանդարտներին համապատասխանության ապահովումը համարվում է անչափ կարևոր գործընթաց կաթի որակի ապահովման գործում:

Բարձրակարգ արտադրանքի թողարկման և դրանով մրցունակություն ապահովման համար անհրաժեշտ է ոչ միայն անվտանգ և բարձր որակի հումքով ապահովված լինելը, այլ նաև կարևոր է որակի կառավարման համակարգերի ներդրումը (HACCP, ISO 22000), որոնց շնորհիվ կբարձրացվի արտադրանքի որակը և անվտանգությունը: Կազմակերպությունների 13%-ը չունի սերտիֆիկացում:



Գծապատկեր 2. Սերտիֆիկացում ունեցող կաթի վերամշակմամբ զբաղվող ընկերությունների կողմից սերտիֆիկացումների առկայությունը¹⁰

Անասնաբուծության զարգացում (կերային բազայի ապահովում).

Կաթի ինքնարժեքի կառուցվածքի ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կաթի և կաթնամթերքի գնագոյացման գործոնով պայմանավորված մրցունակության ապահովման առումով էական ազդեցություն ունի կաթի ինքնարժեքի կառուցվածքում ամենամեծ տեսակարար կշիռ ունեցող կերերի գծով ծախսերի օպտիմալացումը, ինչը հնարավոր է համարվում կայուն կերային բազայի ստեղծմամբ:

Մասնագետների գնահատմամբ Հայաստանի Հանրապետությունում արոտային շրջանում գյուղացիական տնտեսությունները ստանում են տարեկան արտադրվող կաթի շուրջ 70%-ը, բացի այդ՝ արոտային շրջանում ստացված կաթի որակն ու սննդային ցուցանիշները զգալիորեն գերազանցում են մսուրային շրջանում ստացված կաթի որակին: Դա նշանակում է, որ անհրաժեշտ է առանձնահատուկ ուշադրություն դարձնել արոտավայրերի պահպանմանը, բարելավմանը և ճիշտ օգտագործմանը: Արոտների ճիշտ օգտագործումը պահանջում է արածեցման ժամկետների ու հաջորդափոխության պահպանում: Գրեթե ամենուր արմատավորված է արոտների վաղ գարնանային (ձնհալից հետո) և ուշ աշնանային (մինչև ձյան գալը) արածեցման սխալ ձևը, հատկապես համայնքամերձ արոտավայրերում, երբ դեռ նոր է սկսվում բուսականության աճը, իսկ արոտատեղը բավականին թաց է:

Քանի որ արոտավայրերը գրեթե ամբողջովին համայնքային սեփականություն են, հետևաբար դրանց արդյունավետ կառավարման առումով անհրաժեշտ է համապատասխան իրավաօրենսդրական հիմքերի ստեղծմամբ բարձրացնել տեղական ինքնակառավարման մարմինների պատասխանատվությունը, միաժամանակ պետական և համայնքային բյուջեների միջոցով իրականացնել ջրարբիացման միջոցառումներ:

Հայաստանի Հանրապետությունում չի մշակվում վարելահողերի 30%-ը, ինչը մեր գնահատմամբ կարող է հանդիսանալ հանրապետության կերարտադրության զարգացման լավագույն ռեզերվը: Գտնում ենք, որ չօգտագործվող վարելահողերը կերարտադրության զարգացման նպատակով օգտագործելու գործընթացը խթանե-

¹⁰ Համայնքների գյուղատնտեսական ռեսուրսների կառավարման և մրցունակության ծրագիր 2 «Կաթի, տավարի և ոչխարի մսի վրա հիմնված սննդի բիզնեսով զբաղվողների ուսումնասիրություն» վերջնական հաշվետվության տվյալներ, էջ 37

լու համար անհրաժեշտ է կիրառել որոշակի արտոնություններ, որոնք կհանդիսանան լուրջ խթան չօգտագործվող վարելահողերը կերային մշակաբույսերի մշակության տակ դնելու համար: Մասնավորապես, գտնում ենք, որ նպատակահարմար է այդ հողատարածքներն ազատել հողի հարկից, ինչպես նաև սուբսիդավորել ոռոգման ջրի վարձավճարը կերային մշակաբույսերի մշակության դեպքում, ինչը մեր գնահատմամբ լիովին տնտեսապես արդարացված կլինի, քանի որ կերարտադրության զարգացումը խիստ հրատապ է կաթնային անասնապահության զարգացման, հետևաբար նաև կաթի և կաթնամթերքի արտադրության զարգացման համար:

Ֆինանսական ռեսուրսների մատչելիության ապահովում.

Հանրապետության գյուղացիական տնտեսությունների զգալի մասը ընթացիկ ակտիվների կազմավորման համար ֆինանսավորման լուրջ կարիք ունեն, մյուս կողմից այդ կարիքները սեփական ռեսուրսների բացակայության պայմաններում հնարավոր է բավարարել հիմնականում փոխառու միջոցների հաշվին, սակայն առևտրային բանկերի կողմից վարկավորման պայմանները՝ վարկի տոկոսադրույքը, վարկի մարման ժամկետը, գրավադրման պայմանները և այլն, այդքան էլ մատչելի չեն, ինչը գլխավորապես կապված է ոլորտի բարձր ռիսկայնության և ապահովագրական համակարգի բացակայության հետ: Այդ պատճառով էլ առևտրային բանկերի զգալի մասը խուսափում է վարկավորել գյուղացիական տնտեսություններին: ՀՀ-ում առևտրային բանկերից Ագրա-Կրեդիտ Ագրիկոլ, և «ՍԵՖ Ինտերնեյշնլ Ունիվերսալ Վարկային Կազմակերպություն» ՍՊԸ ու «ՖԻՆԿԱ» վարկային կազմակերպություններն են որպես գրավադրման առարկա ընդունում հողն ու մթերատու անասունները: Վարկավորման համակարգում առկա խնդիրները բացասաբար են անդրադառնում ինչպես ամբողջ գյուղատնտեսության, այնպես էլ կաթի և կաթնամթերքի մրցունակության վրա:

Քանի որ կաթի արտադրությունը չի կարող զարգանալ առանց կթի մեքենայացման ագրեգատների, կաթի պահպանման, պաղեցման և վերամշակման կարողությունների ստեղծման, ուստի բացի շահավետ պայմաններով վարկավորումից, որը կնպաստի կաթի արտադրության ծավալների մեծացմանը, կարևոր է կաթ արտադրող և վերամշակող տնտեսավարողներին մատչելի լիզինգային կառուցակարգերով սարքավորումների ու տեխնիկական միջոցների տրամադրումը, ինչը հնարավորություն կընձեռնի մեծացնելու հիմնական կապիտալի ակտիվ մասը:

Պետական աջակցություն.

Կաթի արտադրության ոլորտում պետական աջակցությունը, ըստ մեր գնահատման, պետք է ընդգրկի տոհմային գործի զարգացումը, մասնավորապես արտերկրից բարձր մթերատու ցեղատեսակների ներկրումը, ինչպես նաև կերարտադրության զարգացումը: Կարևոր ենք համարում նաև սուբսիդավորման ճանապարհով խթանել չմշակվող վարելահողերի ներգրավման հաշվին դաշտային կերարտադրության զարգացումը, ինչն էլ ուղղակիորեն կնպաստի անասնապահության զարգացմանը:

Նպատակահարմար ենք համարում հարկային արտոնությունների կիրառումը այն կազմակերպությունների համար, որոնք կներդնեն որակի կառավարման ժամանակակից համակարգեր, ինչպես նաև որակյալ, անվտանգ և միջազգային չափանիշներին համապատասխան մանկական կաթնամթերքի արտադրություն, հատկապես այն արտադրանքների գծով, որոնք հիմնականում ներկրվում են: Մասնավորապես, նպատակահարմար ենք համարում նմանատիպ գործունեությամբ զբաղվող կազմա-

կերպություններին ազատել ավելացված արժեքի և շահութահարկի գծով պարտավորություններից գործունեության առաջին հինգ տարիների ընթացքում: Քանի որ այդ կերպ կազմակերպությունները հնարավորություն կունենան ընդլայնելու արտադրվող մանկական կաթնամթերքի ծավալները, կստեղծվեն նոր աշխատատեղեր, կվերազինեն և կարդիականացնեն հոսքագծերը և մանկական կաթնամթերքի միջազգային շուկայում առկա միտումներին, համահունչ կներդնեն նորարարական տեխնոլոգիաներ և դրանով կապահովեն տեղական արտադրանքի մրցունակությունը:

Ագրարային ոլորտում կարևորվում է նաև գների հակամենաշնորհային կարգավորումը, որը նույնպես պետության անմիջական գործառույթներից է: Մասնավորապես, գյուղատնտեսական հումք վերամշակող կազմակերպությունները հնարավորություն են ունենում սահմանելու մթերման ցածր գներ, որին ստիպված ենթարկվում են հումք մատակարարող տնտեսավարողները: Ստացվում է մի իրավիճակ, երբ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունները հանդիսանում են կաթի մթերման գին և այլ պայմաններ թելադրող: Ակնհայտ է, որ նման դեպքերում կաթ արտադրողները՝ չունենալով արտադրված կաթը պահեստավորելու, պահպանելու, վերամշակելու հնարավորություն, ստիպված են լինում ենթարկվել առաջարկվող պայմաններին: Այսպիսով, կաթ արտադրող գյուղացիական տնտեսությունները՝ լինելով կաթնամթերքի արժեշղթայի կարևորագույն տարր, գտնվում են ամենախոցելի վիճակում: Կաթնամթերքի արժեշղթայի մասնակիցների միջև հավասարակշռություն պահպանելով միայն կարելի է ամրապնդել կաթ արտադրողների մրցակցային դիրքերը:

Մեր գնահատմամբ նման պայմաններում օպտիմալ կարող է համարվել կաթի մթերման գնի նվազագույն շեմի և երաշխիքային գների սահմանումը, որի համար ելակետ կհամարվի արտադրության ծախսերի հաշվարկումը: Երաշխավորված գները պետք է վճարվեն պայմանագրով նշված ծավալով և ժամկետներում, ինչը հնարավորություն կընձեռի կաթ արտադրողների համար վերացնել արտադրության սեզոնայնությամբ պայմանավորված գների տատանումները, ինչն էլ կնպաստի արտադրության շղթայում ստեղծված ավելացրած արժեքի արդարացի բաշխմանը կաթնամթերքի արժեշղթայի մասնակիցների միջև:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Կատարված ուսումնասիրությունները հնարավորություն են տվել վերլուծել ՀՀ կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման ոլորտում առա հիմնախնդիրները, որոնց լուծմանն ուղղված ուսումնասիրությունները հնարավորություն են տվել ատենախոսության թեմայի շրջանակներում կատարելու որոշակի եզրակացություններ:

1. ԵԱՏՄ անդամ երկրների կաթնամթերքի արտաքին առևտրի կառուցվածքում ներմուծման բաժինը կազմում է 64,8, իսկ արտահանմանը՝ 35,2%: Առաջիկա տարիներին ՀՀ կաթնամթերքի արտաքին առևտրում տեղի կունենա նշանակալի փոփոխություններ՝ կապված միասնական մաքսատուրքերի կիրառման հետ: Դրանք զգալիորեն ցածր են ներկայիս գործող մաքսատուրքերից, ինչն էլ կնպաստի ՀՀ կաթնամթերքի արտաքին առևտրի զարգացմանը, հատկապես կաթնամթերքների որոշ տեսակների արտահանման ծավալների էապես ավելացմանը: Հետևաբար,

առաջանում է անհրաժեշտություն Հայաստանի Հանրապետությունում տվյալ ոլորտի ռազմավարության վերանայման: Այդ առումով, կարևոր ենք համարում կաթնային անասնապահության կառուցվածքային զարգացումը, մասնավորապես, այծաբուծության ոլորտի զարգացմամբ՝ այծի կաթի ծավալների ավելացումը, ինչը կնպաստի այծի պանրի դեպի Ռուսաստանի Դաշնության շուկա արտահանման ծավալների կտրուկ ավելացմանը: Կարևոր ենք համարում նաև տավարաբուծության ճյուղում՝ տոհմային բարձր կաթնատու անասունների տեսակարար կշռի ավելացմամբ և կերարտադրության զարգացմամբ, կովի կաթի արտադրության ծավալների զգալի աճի ապահովումը, ինչը ուղղակիորեն կանդրադառնա հանրապետությունում կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության բարձրացման վրա:

2. Կաթի սպառման ծավալների և մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակի ու կաթի ամբողջական առաջարկի միջև փոխկապվածությունը բացահայտելու համար կատարվել է ռեգրեսիոն վերլուծություն: Որպես արդյունքային հատկանիշ՝ ընտրել ենք ՀՀ-ում կաթի սպառման ծավալները, իսկ որպես գործոնային հատկանիշներ՝ մեկ կովի կաթնատվության միջին մակարդակը և կաթի ամբողջական առաջարկը: Նշված երևույթների միջև կապը ներկայացրել ենք եռաչափ գծային ռեգրեսիոն մոդելի միջոցով: Հաշվարկված բազմակի կոռելյացիայի գործակիցը ցույց է տալիս, որ մոդելում ընդգրկված գործոնների միջև կապը բավականին ուժեղ է, իսկ ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում մեկ շնչի հաշվով կաթի սպառման ծավալների տատանումների շուրջ 90,6%-ը պայմանավորված է մոդելում ընդգրկված գործոնների համատեղ տատանումներով, իսկ մնացած 9,4%-ն այլ և պատահական գործոնների ազդեցությամբ: Համաձայն Ֆիշեր-Սնեդեկորի չափանիշի՝ մոդելը ստացվել է նշանակալի:

3. Մեկ կգ կաթի գնման և մանրածախ գների վերաբերյալ տվյալների վերլուծությունը 2010-2016թթ. կտրվածքով ցույց է տալիս, որ 2010թ. սկսած գրանցվել է կաթի մթերման գների աճ՝ 2010թ. 1 լիտր կաթի 114 դրամ գնի նկատմամբ 2016թ. աճը կազմել է 23 դրամ կամ 20,0%՝ հասնելով 137 դրամի: Բարձրացել է նաև կաթի մանրածախ գների մակարդակը՝ 2010թ. 328 դրամից 2016թ. հասնելով 406 դրամի կամ 123.7%: Նշված ժամանակահատվածում կաթի մանրածախ և մթերման գների հարաբերակցությունը տատանվել է շուրջ 2-3 անգամ, ինչը վկայում է այն մասին, որ ՀՀ-ում կաթի արժեչղթայի ձևավորման առումով առկա է խիստ անհամամասնություն, մասնավորապես մանրածախ գների գնագոյացման կառուցակարգերը խիստ հախտուն ու տարերային բնույթ են կրում: Վերջինս նպաստում է կաթ արտադրող և իրացնող տնտեսավարողների եկամուտների խիստ անհավասարաչափ բաշխմանը:

4. Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կաթնամթերքի արժեչղթայում մանրածախ գնի կառուցվածքում ազդեցիկ մասնաբաժինը՝ շուրջ 43-44%-ը, փաստորեն բաժին է ընկնում կաթ վերամշակողներին, իսկ 20-21%-ը՝ մանրածախ միջնորդներին, ինչը վկայում է, այն մասին, որ կաթի գնագոյացման կառուցակարգերը պայմանավորված են հիմնականում շուկայական ենթակառուցվածքների անկատարությամբ, ուստի անհրաժեշտ է այս ոլորտում հստակ կառուցակարգերի մշակումն ու իրագործումը, թե՛ արտադրական ու շուկայական ենթակառուցվածքների զարգացման, թե՛ օրենսդրական համապատասխան հիմքերով գնագոյացման կարգավորման համատեքստում: Ստեղծված իրավիճակի կարգավորման առումով գտնում ենք, որ պետությունը՝ հանձինս ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պե-

տական հանձնաժողովի, պետք է խստորեն հետևի և վերահսկի կաթի գների ձևավորման գործընթացին, ինչը կնպաստի կաթի գնագոյացման կատարելագործմանը՝ կաթի արժեզրթայի մասնակիցների միջև եկամուտների արդարացի ու հիմնավորված բաշխման համատեքստում: ՀՀ կաթի շուկայի կարգավորման նպատակով, անհրաժեշտ է, որ պետությունը սահմանի կաթի մթերման գնի «առաստաղ և հատակ», որպեսզի գնի տատանումներից ֆերմերները և վերամշակողները չտուժեն և կաթի գնագոյացման գործընթացը պայմանավորվի սահմանված երաշխիքային գներով:

5. Վերլուծելով կաթնամթերքի շուկայի ֆիրմային կառուցվածքը, կարելի է եզրակացնել, որ, գրեթե բոլոր ապրանքային շուկաներն ունեն կենտրոնացվածության բարձր աստիճան, ոլորտում գործում են երկու կամ երեք խոշոր կազմակերպություններ, որոնք գերիշխող դիրք են զբաղեցնում առանձին ապրանքային շուկաներում: ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի շուկան ընդգրկում է ավելի քան 170 հազ. կաթ արտադրող գյուղացիական տնտեսություններ և 60 կաթ վերամշակող կազմակերպություններ: Դրանց շուրջ 90%-ը փոքր հզորությամբ կազմակերպություններ են, որոնք շուկայական կոնյուկտուրայի վրա էական ազդեցություն չեն կարող ունենալ: Հենց այդ պատճառով էլ «Աշտարակ-Կաթ» ՓԲԸ, «Դուստր Մարիաննա», «Չանախ» ՍՊԸ-ները կաթնամթերքի շուկաներում գրավելով գերիշխող դիրք՝ փաստորեն տվյալ շուկաները դարձնում են օլիգոպոլիստական: Վերջինս, միանշանակորեն չի կարելի վերլուծել բացասական առումով, քանի որ ճյուղի օլիգոպոլացումը կարող է ունենալ դրական էֆֆեկտ, այն առումով, որ հզորության օգտագործման մակարդակի բարձրացման հաշվին ինքնարժեքի կառուցվածքում կրճատվում է հաստատուն ծախսերի տեսակարար կշիռը, ինչն էլ հանգեցնում է արտադրանքի ինքնարժեքի նվազեցման, հետևաբար նաև մրցունակության մակարդակի բարձրացման:

6. Մեր կողմից կատարվել է ՀՀ կաթի և կաթնամթերքի արտադրության ոլորտի է PEST վերլուծություն, որի արդյունքում պարզ է դարձել, որ կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների գործունեության վրա մեծ ազդեցություն ունեն հետևյալ գործոնները՝ քաղաքական իրադրություն, օրենսդրության փոփոխություն մաքսային քաղաքականությունում, չոր կաթի ներմուծում, տարադրամի փոխարժեքի փոփոխություն, ինֆլյացիա, բանկային քաղաքականություն, կաթի և կաթնամթերքի արտադրության և պահանջարկի սեզոնային տատանումներ, տեխնիկական կանոնակարգերի փոփոխություն կաթի և կաթնամթերքի արտադրության համար, երկրի անդամակցումը համաշխարհային տնտեսական կառույցներին և ինտեգրման գործընթացներին, էլեկտրաէներգիայի և գազի սակագինը, մատակարարարների փոփոխությունը, բնակչության եկամուտների աճը, նոր տեխնոլոգիաների ներդրումը և այլն: Փաստորեն, միայն մեկ գործոն է, որ ունի ազդեցության ցածր հավանականություն, խոսքը վերաբերում է բնապահպանության ոլորտի օրենսդրության փոփոխություններով պայմանավորված ազդեցությունների հավանականությանը: Քանի որ նշված գործոններն ունեն ուղղակի ազդեցություն կազմակերպության գործունեության վրա, ապա գործող կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունները պետք է մշտապես իրենց ուշադրության կենտրոնում պահեն նշված գործոնների փոփոխություններն ու կարողանան հնարավոր ազդեցությունների ներքո բարենպաստ դիրք գրավել և արդյունավետ գործունեություն ապահովել:

7. ՀՀ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների ներքին և արտաքին գործոնների համակողմանի ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տվել կատարելու նշված գործոնների ազդեցության պայմաններում կաթ և կաթնամթերք արտա-

դրող կազմակերպությունների հեռանկարային զարգացման հնարավորությունների համակողմանի գնահատում և բացահայտում, ինչից ելնելով էլ կատարվել է SWOT վերլուծություն: Իրականացված SWOT վերլուծության արդյունքներից կարելի է եզրակացնել, որ ՀՀ կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների առջև ծառայած են բազմաթիվ հիմնախնդիրներ, որոնք պայմանավորված են առկա սպառնալիքների և թույլ կողմերի վերացման հետ, սակայն հարկ է նշել, որ առկա են ոլորտի զարգացմանը խոչընդոտող գործոններին հակազդման հնարավորություններ, որոնք արդյունավետ օգտագործելու պարագայում ոլորտում գործող կազմակերպությունները կկարողանան ձեռք բերել մրցակցային առավելություններ:

8. Բոլոր կազմակերպությունների, այդ թվում նաև կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության ապահովման և հեռանկարային զարգացման կարևորագույն նախապայմանը կազմակերպության ներքին միջավայրն է, այսինքն՝ նպատակներին հասնելու հիմնական ներուժը, որն էլ ապահովում է կազմակերպության հնարավորությունը արտադրելու և մատակարարելու այն արտադրանքը, որն ունի պահանջարկ և ապահովում է համապատասխան արդյունավետություն առկա ներուժի արդյունավետ օգտագործմամբ: Վերոնշյալ հանգամանքները հաշվի առնելով, կարելի է պնդել, որ կազմակերպության ներուժի գնահատումն ու համակողմանի վերլուծությունը, պարզապես օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է՝ հաշվի առնելով շուկայական մրցակցության առանձնահատկությունները: Սովորաբար, կազմակերպությունների գործունեությունը ուսումնասիրելիս գնահատվում են դրանց թվով 10 հիմնական ներուժները (P_1 - P_{10})՝ P_1 -մենեջմենթի ներուժ, P_2 -ռեսուրսային ներուժ, P_3 -մարքեթինգային ներուժ, P_4 -իրացման ներուժ, P_5 -մատակարարման ներուժ, P_6 -ինվեստիցիոն ներուժ, P_7 -ֆինանսական ներուժ, P_8 -կազմակերպության կենսափուլը, P_9 -ինովացիոն ներուժ, P_{10} -արտադրական ներուժ: Նշված բոլոր ներուժները բնութագրում են կազմակերպության մրցունակության ապահովման ներուժը:

9. ՀՀ կաթնամթերքի շուկայում սպառողական վարքագծի վրա ազդող առավել առանցքային գործոնները բացահայտելու նպատակով, գնորդների շրջանում մեր կողմից կազմված հարցաթերթիկների միջոցով առաջատար երեք կազմակերպությունների վերաբերյալ Երևան քաղաքի տարբեր սուպերմարկետներում կատարել ենք հարցումներ, որոնց հիման վրա 1-5 բալանոց սանդղակով գնորդների կողմից տրվել են կազմակերպություններում տվյալ գործոններից յուրաքանչյուրի բալային գնահատականները: Հարցումների արդյունքում պարզ է դարձել, որ սպառողական վարքագծի վրա ազդող առավել առանցքային գործոնները պայմանավորված են կազմակերպության ներքին միջավայրի հետևյալ 5 ուղղություններով՝ մարքեթինգ, PR և հետադարձ կապ, իրացման ձևեր, կազմակերպության իմիջ, ինովացիաներ: Նշված 5 գործոնները, որոնք փաստորեն որոշիչ դեր են կատարում կաթնամթերքի գնորդների մոտ սպառողական նախընտրության ձևավորման հարցում, ըստ էության, պայմանավորված են կազմակերպության 10 ներուժներից հնարավորություններից երեքով, մասնավորապես՝ մարքեթինգի, իրացման և ինովացիոն ներուժներով: Հետևաբար, շուկայում մրցակցային առավելություն ունենալու և կայուն դիրքեր գրավելու համար կազմակերպությունները պետք է նշված 3 ներուժների կատարելագործմանը նպատակաուղղված գործունեություն իրականացնեն, որոնք էլ կկանխորոշեն կազմակերպության մրցունակությունը: Բացի այդ, նպատակահարմար է, որպեսզի արտադրանքի մրցունակության ապահովումը հիմնվի մրցակցային առավելությունների ձեռք բերմանն ուղղված այնպիսի մարքեթինգային ռազմավարությունների մշակման

և մեթոդների կիրառման վրա, ինչպիսիք են՝ շուկայական հատվածի վրա կենտրոնացվածության ապահովման, մշտական գնորդների ձեռք բերման, փորձնական խմբաքանակների թողարկման, ապրանքի դիրքավորման մեթոդները և նոր շուկաներ մուտք գործելու ռազմավարությունը:

10. ՀՀ կաթ և կաթնամթերք արտադրող կազմակերպությունների մրցունակության բարձրացման հիմնահարցերը ուսումնասիրելիս հանգել ենք այն եզրահանգման, որ մրցունակության ապահովման հեռանկարները կարևոր է դիտարկել հետևյալ ուղղություններով՝ նոր արտադրատեսակի թողարկում, կաթի և կաթնամթերքի որակի բարձրացում, անասնաբուծության զարգացում, ֆինանսական ռեսուրսների մատչելիության ապահովում, պետական աջակցություն: Նշված ուղղություններից յուրաքանչյուրի կատարելագործման վերաբերյալ ատենախոսությունում տրվել են համապատասխան կառուցակարգեր և մոտեցումներ:

11. ՀՀ-ում կաթնամթերքի արտադրության ոլորտում պատշաճ ուշադրություն չի դարձվում մանկական կաթնամթերքի արտադրությանը, ինչի արդյունքում էլ մանկական կաթնամթերքի գերակշիռ մասը ներկրվում է: Հաշվի առնելով նշված հանգամանքը՝ մեր կողմից կաթնամթերքի մրցունակության ապահովման համատեքստում դիտարկվել է մանկական կաթնամթերքի տեղական արտադրության զարգացումը: Այդ առումով անհրաժեշտություն է առաջանում գնահատելու մանկական կաթնամթերքի առաջիկա տարիների պահանջարկը՝ հաշվի առնելով 1-14 տարեկան մանկահասակ բնակչության թվաքանակի դինամիկան: Կատարվել են 1-4, 5-9 և 10-14 տարեկան տարիքային խմբերի երեխաների համար 5 տեսակի կաթնամթերքի գծով 2017–2022թթ. արտադրության տարեկան միջին պահանջարկների կանխատեսումներ:

Ատենախոսության հիմնական դրույթները և ստացված արդյունքները արտացոլված են հեղինակի հետևյալ հրապարակումներում.

1. Пеплозян Э. Б., Оценка устойчивости экономического роста. // Статистическая информация и календарий N 7, Ереван 2011. - էջ 44-49
2. Пеплозян Э. Б., Оценка наличия ресурсов производственного назначения. // Статистическая информация и календарий, N 2, Ереван 2012. - էջ 12-16
3. Пеплозян Э. Б., Оценка эффективности производства продукции коммерческой организации.// Фінանսներ և էկոնոմիկա N 10, Ереван 2013. - էջ 50-52
4. Պեպլոզյան Է. Բ., Կաթնամթերքի արտադրության վիճակը ՀՀ-ում: // Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում N 2, Երևան 2014. - էջ 207-215
5. Пеплозян Э. Б., Факторы, влияющие на конкурентоспособность коммерческой организации. // Экономико–правовые и социокультурные механизмы развития науки в современных условиях (Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции) N 12, Москва-Усть-Каменогорск, 2014. - с.191-196

6. Դավթյան Գ. Վ. Պեպլոզյան Է. Բ., Մրցունակության պետական կարգավորման հիմնահարցեր: // Տնտեսության զարգացման և կառավարման հիմնախնդիրներ Գիրք 8, 2015. - էջ 160-171
7. Պեպլոզյան Է. Բ. ՀՀ-ում կաթի արտադրության ներկա վիճակը և դրա բարելավման մի քանի ուղիների մասին: // Գիտակրթական համակարգի զարգացման առաջնահերթությունները Հայաստանի Հանրապետության մարզերում, գիտաժողովի նյութեր, Եղեգնաձոր 2015. - էջ 151-166
8. Peplozyan E. B. Global dairy market and upcoming challenges for Armenia. // Известия аграрной науки, Грузия, Книга 13, No 4, 2015. - с.89-93
9. Пеплозян Э. Б. Подходы к трактовке «конкурентоспособность организации». // «Այլընտրանք» գիտական հանդես, Հունվար-մարտ, Երևան 2017#1. - էջ 91-98
10. Давтян Г. В., Пеплозян Э. Б. Состояние производства молока в Армении и пути его улучшения. // Международная научная конференция, посвященная проблемам обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов, Ереван НАУА, 2017. - с. 170-173

ПЕПЛОЗЯН ЭЛЬБИС БАРСЕГОВНА

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО
ПРОИЗВОДСТВУ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ
В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ**

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.02 – «Экономика и управление хозяйством, его сферами»

Публичная защита диссертации состоится 22 мая 2018 года в 14.00 часов на заседании Специализированного Совета 002 по Экономике ВАК РА, действующего в Национальном аграрном университете Армении, по адресу: 0009, Ереван, ул. Теряна 74.

РЕЗЮМЕ

Молокоперерабатывающие организации осуществляют свою деятельность в сложных финансово-экономических условиях. Одной из основных проблем при осуществлении деятельности является низкий уровень использования производственных мощностей и низкая эффективность производства. Основной задачей молокоперерабатывающих организаций – повышение эффективности производства, без решения которой невозможно обеспечение развития отрасли и обеспечения необходимого уровня объема внутреннего спроса на молочные продукты.

В связи с рядом отраслевых проблем особое место занимает необходимость обеспечения конкурентоспособности продукции. Основной предпосылкой для конкуренции на рынке является производство конкурентоспособной продукции.

Для увеличения объемов производства и развития переработки молока, увеличения конкурентоспособности продукции существуют ряд проблем, которые, в первую очередь, связаны с особенностями отрасли животноводства и существующих трудностей, в частности, низкий уровень кормовой базы, несовершенство технологий по сбору, охлаждению, перевозке молока, слабая маркетинговая стратегия, отсутствие возможностей по внедрению инновационных технологий и ряд других проблем. Основной целью исследования является внесение предложений, направленных на обеспечение конкурентоспособности организаций, производящих молоко и молочную продукцию, и повышение эффективности производства в отрасли на основе изучения и анализа отечественных и зарубежных публикаций, существующих иссле-

дований, изучения программ по развитию аграрного сектора, а также в результате собственных исследований и наблюдений.

В результате диссертационного исследования выявлены и предложены пути решения и повышения конкурентоспособности организаций по производству молока и молочной продукции. Основанная на основных научных результатах, научная новизна исследования состоит в следующем:

- выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность организаций в РА, производящих молоко и молочную продукцию и возможности повышения их конкурентоспособности;

- дана оценка влияния средней молочной продуктивности коров и общего предложения молока на объем потребления молока на душу населения в РА;

- обоснована необходимость увеличения объемов производства козьего сыра путем увеличения объема козьего молока, посредством осуществления программ по развитию козоводства в РА;

- посредством эконометрического анализа оценен дополнительный спрос на детскую молочную продукцию городского населения РА, в результате чего обоснована способность обеспечения конкурентоспособности производителей молочной продукции путем производства детской молочной продукции.

В первой главе «Теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности» представлены теоретические подходы понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» отечественных и зарубежных авторов, а также всесторонний анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность организаций.

Во второй главе «Проблемы производства молока и молочной продукции в РА» изучены тенденции мирового рынка молока и возможные последствия их влияния на молочный рынок РА, также представлено состояние производства молока и молочной продукции в РА и перспективы развития.

В третьей главе «Возможности обеспечения конкурентоспособности организаций по производству молока и молочной продукции в РА» представлена стратегия развития и обеспечения конкурентоспособности организаций, по производству молока и молочной продукции.

Результаты диссертационного исследования имеют научное и практическое значение, в частности решения вопросов, касающихся связи конкуренции и конкурентоспособности, их роли в развитии экономики, которые относятся к повышению конкурентоспособности организаций, по производству молока и молочной продукции. В работе также представлены и предложены научные и практические предложения, внедрение и осуществление которых способствует повышению экономической эффективности отрасли.

Анализ и полученные результаты, имеют научное и практическое значение, и могут быть применимы для экономистов, маркетологов и других специалистов, занимающихся вопросами государственного регулирования и оценки конкурентоспособности и конкуренции.

PEPLOZYAN ELBIS

**THE WAYS OF RAISING COMPETITIVENESS OF MILK AND DAIRY PRODUCTS
PRODUCING ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF ARMENIA**

**The abstract of the thesis for receiving the degree of Doctor of Economics in
the speciality 08.00.02 – «Economics and Management of Economy and its
Spheres»**

**The defense of the thesis will take place on 20 May 2018, 14/00 o'clock at
the Meeting of 002 specialized Council in Economics of SCC RA, operating at
National Agrarian University of Armenia by address, 74 Teryan street, Yerevan,
0009**

SUMMARY

Milk processing companies carry out their economic activities in difficult financial and economic conditions. One of the main problems is low utilization of production capacities and low production efficiency. The most important issue for dairy products producing organizations is increasing the production efficiency, without which will not be possible provision of appropriate production volumes according to the internal gross demand and the development of the sphere.

In the context of a number of problems available in the sector it is important to ensure the competitiveness of the product. The main precondition for resisting market competition is to produce competitive products.

There are a number of issues related to the increase of the volume of milk production, the development of dairy products processing and increasing the level of competitiveness, which are primarily related to the specific characteristics and existing difficulties of breeding sector in Armenia, especially connected with the low levels of fodder production, milk collection, milk refrigeration, transportation, technical development, also the lack of marketing strategies, lack of innovation and related to a number of other issues.

The main goal of the research is to promote the Armenian and foreign publications related to the issues of ensuring the competitiveness of the milk and dairy products and in the result of different studies or researches by the existing researchers, and in the result of research programs and analysis of RA National Economy and the result of studies particularly related to the agrarian sector, do suggestions aimed at ensuring the level of competitiveness of milk and dairy products producers and increasing the effectiveness of the sector production.

The scientific outcome of the thesis is that in the result of this research discovered and have been revealed the problems regarding to increasing the level of competitiveness of milk and dairy products producing companies and have been suggested directions of their solution. Due to the basic scientific results, scientific outcomes are as follows:

- It has been revealed the factors affecting competitiveness of milk and dairy products producing organizations of Armenia and the possibilities of increasing the competitiveness.
- It was estimated the Per capita milk consumption rates on cow's average milking and their influences on the volume of entire milk supply.
- It was substantiated the necessity of the development and the implementation of the RA Goat Breeding programs through which enhance the scope of realizing goat milk and the goat-cheese in the market.
- As a result of econometric analysis it was evaluated the additional dairy product demand in the scope of the children's population of RA, on the basis of which assessed the possibilities of ensuring the competitiveness of dairy products producing companies.

In the first chapter of the dissertation, called "Theoretical foundation of competition and competitiveness" it is presented approaches of Armenian and foreign economists about competition and competitiveness, as well as the factors affecting the competitiveness of organizations and their comprehensive analysis.

In the second chapter called "Problems of production of milk and milk products in RA" is studied milk world market trends and its possible consequences on the dairy market of the Republic of Armenia, as well as it is presented the state of milk and dairy production in RA and prospects for its development.

In the third chapter of the thesis called "The opportunities for provision of competitiveness of milk and dairy products producing companies in RA" were presented milk and dairy products manufacturer organizations' development strategy, as well as the main directions of providing competitiveness of milk and dairy producers.

The results of the thesis have scientific-practical and practical significance in particular solving such problems which are relate to the connection of competition and competitiveness and to their role in the development of the economy relate to increasing the competitiveness level of milk and dairy products producer companies. In this study scientific-practical suggestions were also made, the contribution and application of which will increase the economic efficiency of the production and bring to economic development.

Having analyzed the results of this thesis and the results obtained during the research , the results have applicable and practical significance, can be helpful and useful for economists, marketing specialists and other professionals involved in the assessment of competition issues as well as for the specialists involved in competitiveness analysis of state regulation.

