



# ԱՈՒԿ-ի ուսանողները մասնակցեցին միջազգային խորհրդաժողովի

Արմինե Գաբրիելյան, ԱՈՒԿ 5



Աննա Մնացականյանը (ԱՈՒԿ 5), Էդուարդ Առաքելյանը (ԱՈՒԿ 4) և ես, կոոպերատիվների և տնտեսական զարգացման դասախոս Արթուր Գրիգորյանի ուղեկցությամբ ապրիլի 9-11-ին Ուկրաինայի մայրաքաղաք Կիևում մասնակցեցինք ուսանողների միջազգային խորհրդաժողովի, որի վերտառությունն էր «Ապացույցների վրա հիմնված որոշումների ընդունում. տնտեսագիտության կիրառումն իրական կյանքում»: Խորհրդաժողովի կազմակերպիչները Կիևի տնտեսագիտության դպրոցն ու Ուկրաինայի ազգային ագրարային համալսարանն էին:

Խորհրդաժողովին նախորդել էր Կիևի տնտեսագիտության դպրոցի հայտարարությունը, որի մասին տեղեկանալուց հետո իմ ընկերները և ես դիմեցինք Արթուր Գրիգորյանին: Վերջինս ոգևորությամբ ընդունեց խորհրդաժողովին մեր մասնակցության գաղափարը և օգնեց Ուկրաինա մեր ուղևորության համար անհրաժեշտ կազմակերպչական ու փաստաթղթային աշխատանքներում: ԶՊԱԶ ղեկավարությունն իր հերթին մեծապես աջակցեց այս հարցում: Մեզ մնում էր գրել մեր գիտական հոդվածները և մեկնել Կիև:

Խորհրդաժողովի ընթացքում մենք ներկայացրինք հետևյալ թեմաներով զեկուցումներ. «Կոոպերատիվներ և տնտեսական զարգացում առարկայի ներածություն» ԶՊԱԶ Ագրոբիզնեսի ուսուցման կենտրոնի օրինակով», «Գյուղացիական ընկերակցությունների աճող դերը տեղական և արտասահման շուկաներում՝ կաթ, միրգ և բանջարեղեն արտադրող ընկերակցությունների օրինակով», «Հայկական ապրանքների իրացման հեռանկարները Ուկրաինայում» և «Հարավային Կովկասի գյուղատնտեսության զարգացումը՝ Հայաստանի օրինակով»: Բոլոր չորս զեկուցումներն էլ բովանդակում էին Հայաստանի փորձի, այդ թվում՝ ԱՈՒԿ-ի և ԱԶԿՄԿ հիմնադրամի ագրոբիզնեսի հետազոտական խմբի փորձի նկարագրությունը, ինչպես նաև՝ ԱՈՒԿ-ի ուսանողների տեսանկյունից՝ առաջարկություններ ապագա զարգացումների վերաբերյալ: Ի դեպ, խորհրդաժողովին մասնակցում էին նաև Ուկրաինայի, Մոլդովայի, Բելառուսի, Լատվիայի, Եստոնիայի, Լեհաստանի և Ավստրիայի ներկայացուցիչները: Ընդհանուր առմամբ, մենք հավանեցինք արտերկրի մեր գործընկերների զեկուցումների հետազոտական և վիճակագրական կողմերը:



Պետք է խոստովանեմ, որ մրցակցությունն իսկապես լարված էր: Թեև առաջին մրցանակը մեզանից որևէ մեկին բաժին չհասավ (դրան տիրացավ Ալեքսանդր Կուբասկոն՝ Կիևի տնտեսագիտության դպրոցից), սակայն մենք միանշանակորեն լավ տպավորություն թողեցինք: Առավել կարևորում են համաժողովի դերը՝ միջազգային փորձ ձեռք բերելու առումով: Բացի այդ, սա ոչ միայն ԱՈՒԿ-ը, այլև առհասարակ Ագրարային համալսարանը ներկայացնելու, ինչպես նաև մեր տարեկից եվրոպացի ուսանողների հետ գործարար կապեր հաստատելու լավագույն հնարավորություն էր:

Հուսով եմ, ԶՊԱԶ-ն և ԱՈՒԿ-ը եկող տարի նույնպես հնարավորություն կստեղծեն երիտասարդ հետազոտողների այս հեղինակություն ձեռք բերող համաժողովին ուսանողների մասնակցությունն ապահովելու համար: Իսկ այս տարվա հնարավորության համար, իմ ընկերների և իմ անունից ես առաջին հերթին շնորհակալություն են հայտնում ԶՊԱԶ ղեկավար Արշալույս Թարվերդյանին և ԱՈՒԿ-ի տնօրեն Վարդան Ուռուտյանին: Ուզում եմ տեղյակ պահել, որ մենք մեր համալսարանը պատշաճ նակարգակով ներկայացրինք: Նաև վայելեցինք մշակույթի, կամայի ու հուշարձանների թագավորության, սքանչելի լեգենդների այդ զարմանահիշաբան թաղաքը՝ Կիևը: ○

# ATC Students Participated in an International Conference in Ukraine

By Armine Gabrielyan, ATC 5

Anna Mnatsakanyan, ATC 5, Eduard Arakelyan, ATC 4 and myself, accompanied by Arthur Grigoryan, ATC Instructor of Cooperatives and Economic Development, participated in Annual International Student Conference on "Evidence Based Decision Making-Appling Economics to Real Life" in Kyiv, Ukraine on April 9-11. The Conference was organized by the Kyiv School of Economics and the National Agrarian University of Ukraine.

This was preceded by an announcement from the Kyiv School of Economics. We addressed to Arthur Grigoryan who was enthusiastic about the idea and helped us with handling all necessary documents and organizational efforts to make our trip to Ukraine possible. The Management of the Armenian State Agrarian University was very supportive of the idea. So we wrote our respective papers and left for Kyiv.

The topics that we presented during the Conference were: "Introduction to Cooperatives and Economic Development Based on the Example of the Agribusiness Teaching Center", "Growing Roles of Farmer Associations in Local and Export Markets", "Marketing Perspectives for Armenian Products in Ukraine", "Development of Agriculture in South Caucasus: Case of Armenia". One of our presentations was presented at the essay session of the Conference and the other three – at the research paper session. The four papers covered the experience of Armenia, including that that of the ATC and the ICARE Agribusiness Research Group, as well as recommendations on perspectives of further developments from the standpoint of the ATC students.

Others participating were from Ukraine, Moldova, Belarus, Latvia, Estonia, Poland, and Austria. What I liked in their presentations were the strong research and statistics components.

I should confess there was a really tough competition of papers presented. The first prize did not go to any of the ATC students (it went to Alexander Kubasko, a student of the Kyiv School of Economics), however we definitely made a good impression. More importantly, this forum was an excellent opportunity for acquiring an international professional experience and presenting the ATC and the Armenian State Agrarian University. In addition, we obtained business contacts with students and researchers of our age for potential cooperation in future.



I hope, ASAU and the ATC will have another chance to send students to this important forum of young researchers next year. For this year's chance, on behalf of my friends and on my behalf, I thank the Rector of ASAU, Dr. Arshaluys Tarverdyan and Director of ICARE/ATC, Dr. Vardan Urutyan and I want them to know that we made every effort to present our university on a high level and we succeeded.

Last but not least, I would not resist my temptation of telling a few words about Kyiv. It's amazing there is only two hours flight that divides us from this fantastic city of culture, of beautiful green, monuments, and marvelous stories and legends. ○

# Ուսումնասիրտադրական գործուղում երեք ընկերություն

Վախտանգ Գոգոխիա, ԱՈւԿ 3



ԱՈւԿ-ի կրտսերները ապրիլի 19-ին գործուղման մեկնեցին երեք ընկերություններ՝ երեք տարբեր ուսումնասիրտադրական նկատառումներով: **Դուստր Մարիաննա-յուն** մենք ծանոթացանք վաճառքի և մարկետինգի հարցերին: Մարիաննան ստեղծվել է 1997թ., Երևանում և զգալի առաջընթաց է ապրել կաթնամթերքի հայաստանյան շուկայում: Ձեռնարկությունն արտադրում է թթվասեր, յոգուրտներ, կոկտեյլներ, կեֆիր, մածուց, թան, կաթնաշոռ, պանիր, կարագ և մայոնեզ: Ընկերության մարկետինգային ռազմավարությունը հիմնականում հանգում է միջազգային չափորոշիչներին համապատասխան բարձրորակ արտադրանքով հաճախորդներին հրապուրելուն ու նրանց պահպանելուն: Ձևավորման ու փաթեթավորման զանազան տարբերակները ընկերության թողարկած մթերքը դարձնում են դյուրօգտագործելի, ինչպես նաև երկարաժամկետ մթերքի պահպանման ժամկետը: Թեև այս ամենը ընկերության արտադրանքը փոքր-ինչ ավելի թանկ են դարձնում շուկայում եղած համանման այլ մթերքների համեմատությամբ, սա չի ազդում շուկայահանման ծավալների վրա: Այսուհանդերձ, իմ կարծիքով, Մարիաննա կարող է որդեգրել մարկետինգային ավելի լավ ռազմավարություն: Գովազդի, մարկետինգային տարաբնույթ ծրագրերի ու միջոցառումների վրա ավելի շատ դրամ ծախսելով կարելի է կանխել շուկայում ընկերության բաժնի նվազումը: Մասնավորապես կառաջարկեի մայրերին հասցեագրված մարկետինգային աշխատանքներ իրականացնել:

**Բիոկաթ պանրագործարանում** մեր այցելության հիմնական սևեռակետը ձեռնարկության հետագա զարգացման հնարավորությունների ուսումնասիրությունն էր: Այս ընկերությունը հիմնվել է 2003թ, Արագածոտնի մարզի Թալին քաղաքում: Այն արտադրում է թթվասեր, մածուց, կեֆիր, պանիրներ, կարագ, և այլ մթերքներ: Բիոկաթը մոտ ապագայում նոր մեքենասարքավորումներ է գնելու՝ կաթի վերամշակման գործընթացը բարելավելու և արտադրանքի որակը բարձրացնելու նպատակով: Ընկերությունը 2005-ին սկսեց Ռոքվոր և Լորի պանրատեսակների արտադրությունը: Ռոքվորը եզակի տեսք է համուհոտ ունի, այդ իսկ պատճառով այս մթերքի իրացման համար առանձնահատուկ մարկետինգային ռազմավարություն է անհրաժեշտ: Իր հնարավոր հաճախորդների թիվն ավելացնելու համար ընկերությունը կարող է իր այս մթերքը ներկայացնել հյուրանոցներում, ռեստորաններում և համանման այլ վայրերում: Որոշ քանակությամբ պանիր է արտահանվում Ֆրանսիա, սակայն մենք քաջ գիտակցում ենք, թե առհասարակ Եվրոպայում որքան հզոր է կապույտ պանիրների շուկան: Այնպես որ, ես Բիոկաթին կառաջարկեի անպայման ռոքֆոր պանրատեսակն արտահանել հարևան երկրներ և հատկապես իմ երկիրը՝ Վրաստան, որտեղ պահանջարկը շատ մեծ է: Ի դեպ, Վրաստանում գոյություն ունի նաև այլ կաթնամթերքների մեծ պահանջարկ:

Գործուղման հաջորդ նպատակակետը Շիրակի մարզի **Մարալիկ բամբակամանվածքային ֆաբրիկան** էր, որտեղ ծանոթացանք ձեռնարկության պատմությանն ու ներկա գործունեությանը: Ֆաբրիկան հիմնադրվել է 1983թ: Ութսունականներին այս ձեռնարկությունն իր տեսակի մեջ երրորդն ամենամեծն է եղել ամբողջ նախկին Խորհրդային Միությունում և ունեցել է շուրջ 2000 աշխատող: ԽՍՀՄ-ի փլուզումից հետո, բազմաթիվ այլ ձեռնարկությունների նման, այս մեկն էլ դադարեց գործելուց՝ հումքի մատակարարման ձախողումների, պահանջարկի անկման և արտադրության ընդհանուր անարդյունավետության պատճառով: Ձեռնարկության գործունեությունը վերսկսվեց 1996-ին՝ Սփյուռքի ներդրումների օգնությամբ: Այսօր ֆաբրիկան աշխատում է իր երբեմնի հզորության մոտ 10-15 տոկոսի չափով: Ֆաբրիկան բամբակը ներմուծում է Թուրքմենստանից և իրականացնում

# ATC Juniors Went on a Field Trip to Three Companies

By Vakhtang Gogokhia, ATC 3

The ATC juniors went on a field trip on April 19 to three companies with three different goals. In **Duster Marianna dairy** we looked at sales and marketing aspects. Mariana, established in 1997 in Yerevan, has succeeded a lot in the Armenian dairy product market. It produces sour creams, yoghurts, cocktails, kefir, matsoon, tun, curds, cheese, butter and mayonnaise. The Company's marketing strategy is primarily based on maintaining and attracting the customers with high quality of their products meeting international standards. Various design modifications makes the products easy to use and prolongs their shelf life. Even though this means a slightly higher price as compared with similar products of their competitors, however it works well in the market. I think Marianna-Kat needs to adopt a better marketing strategy. Spending more money on advertisement on different marketing projects and events would prevent the decrease in the market share of the company. In particular, I would recommend to implement marketing activities targeted on mothers.



In **Biokat Cheese Factory**, our main focus was future development opportunities. The company was founded in 2003. It produces sour creams, kefir, matsoon, cheeses, butter, curds, etc. In the near future, Biokat plans to buy new equipment in order to improve the processing of milk and to start producing high quality milk. In 2005, the company started the production of Rockford cheese and Lori cheese in Talin, Aragatsotn marz. Rockford has a unique appearance and taste and needs a special marketing strategy. For reaching its potential customers, the company can present its product in hotels, restaurants, etc. There is some export to France, however we know how powerful the blue cheese market is in Europe. So I would strongly recommend the Biokat company to export Rockford to the neighboring countries, especially to Georgia, where the demand is very high. By the way, in Georgia there is a demand for other dairy products as well.



Our next destination was the **Spinning Factory in Maralik, Shirak marz**, where we got familiar with the history and the present operations. The factory was founded in 1983. In 80-s this factory was the 3rd largest cotton-spinning factory in the Soviet Union with about 2000 employees. After the collapse of the USSR, like many others, this factory stopped its activity because of improper raw product supply chain, low demand, and



Our next destination was the **Spinning Factory in Maralik, Shirak marz**, where we got familiar with the history and the present operations. The factory was founded in 1983. In 80-s this factory was the 3rd largest cotton-spinning factory in the Soviet Union with about 2000 employees. After the collapse of the USSR, like many others, this factory stopped its activity because of improper raw product supply chain, low demand, and

երկու հիմնական աշխատանքներ՝ բամբակի մանուկ և տարբեր տեսակի տեքստիլ արտադրատեսակների թողարկում՝ սրբիչներ, սավաններ, գուլպաներ, շապիկներ, զինվորական համազգեստներ, բժշկական թանգիֆներ և այլն: Մարալիկցիները զինվորական համազգեստ են արտահանում Նյու Յորք, ԱՄՆ:

overall inefficiency of production. It restarted its operation in 1996, with the help of investment from Diaspora, and works at about 10%-15% of its former capacity. The company imports cotton from Turkmenistan, and is now involved in two activities: cotton spinning and manufacturing different textile products, such as towels, sheets, socks, shirts, military uniforms, medical gauzes, etc. Maralik exports military uniforms to New York, USA.

### ISET-ի գարնանային դպրոցը

### ISET Spring School in Yerevan

Գոհար Սանոյան, ԱՌԿ 4

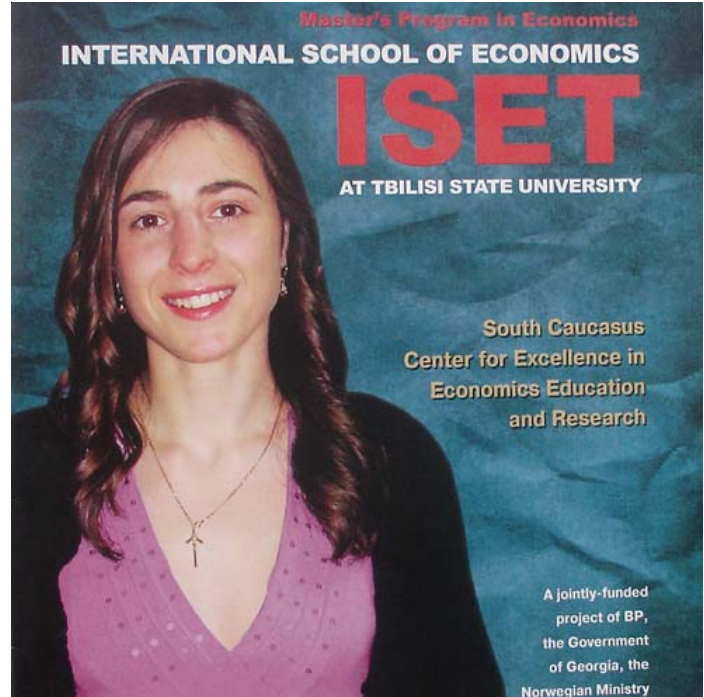
By Gohar Sanoyan, ATC 4



Թբիլիսիի տնտեսագիտության միջազգային դպրոցի (ISET) կազմակերպած գարնանային դպրոցի մասին մենք իմացանք ԱՌԿ-ում վերջերս կազմակերպված սեմինարներից մեկի ժամանակ: Համակուրսեցիս՝ Նազելի Գրիգորյանը և ես որոշեցինք մասնակցել գարնանային դպրոցին հաճախելու իրավունք տվող ակնարկի մրցույթին: Ցանկություն ունեինք պարզել, թե որքանով մրցունակ ենք այլ համալսարանների ուսանողների շարքում: Մեր գրած ակնարկը, որը նվիրված էր Հայաստանի հիմնական մակրոտնտեսական հիմնախնդիրներին, մեզ հնարավորություն տվեց ընտրվելու որպես դպրոցի դասընթացի մասնակից: Երկշաբաթյա գարնանային դպրոցը վարում էին ISET- դասախոսներ Կարինե Թորոսյանը և Ռոբերտ Չաիձեն: Դասընթացն ընդգրկում էր երկու մոդուլ՝ վիճակագրական և մակրոտնտեսական քաղաքականության վերլուծության:

We became aware of the ISET (International School of Economics based in Tbilisi, Georgia) Spring School at a recent seminar at the ATC. Then Nazeli Grigoryan and I decided to participate in the essay to be selected for the School. We wanted to know how competitive we are among students of other universities. Our essay about the main macro economical problems in Armenia allowed us to be selected. ISET professors Karine Torosyan and Robert Tchaidze led the Spring School that lasted for two weeks. The School included two modules: The Statistics Module and The Macroeconomic Policy Analysis Module. During the Statistics Module, Dr. Torosyan introduced students to elements of descriptive and inferential statistics. In particular, participants studied theoretically and practically various graphical and numerical tools used to describe data series, and learned how to perform simple regression analysis in cross-section and

Վիճակագրական մոդուլի ընթացքում դրկտ. Թորոսյանը ունկնդիրներին ծանոթացրեց նկարագրողական և inferential վիճակագրության հետ: Մասնավորապես մասնակիցներն ուսումնասիրեցին (տեսականորեն և գործնականորեն) զանազան գրաֆիկական և թվային գործիքներ, որոնք օգտագործվում են տվյալների շարքերը նկարագրելու համար, ինչպես նաև սովորեցին, թե ինչպես պետք է կատարել ռեգրեսիայի խաչաձև պարզագույն վերլուծություն և ժամանակային շարքեր:



Յուրաքանչյուր դաս բաղկացած էր տեսական մասից և մեկժամյա լաբորատոր սեմինարից, որի ընթացքում մենք սովորում էինք օգտագործել վիճակագրական ծրագրակազմեր (STATA, Excel):

time series data settings. Each session was composed of a theoretical part and an hour-long lab seminar, during which we learned to use statistical software (STATA, Excel).

Մակրոտնտեսական քաղաքականության մոդուլի դասընթացը վարում էր դրկտ. Չաիձեն: Նա ունկնդիրներին ծանոթացրեց մակրոտնտեսագիտության հիմունքների հետ: Լսարանը տնտեսությունը բաժանեց չորս հատվածների, դրանք առանձին քննության առավ, իսկ այնուհետև փոխադարձ կապեր ստեղծեց դրանց միջև: Դասընթացի ընթացքում սովորեցինք մակրոտնտեսական վերլուծության ոլորտում օգտագործվող մակրոտնտեսական տարբեր ցուցանիշներ, իմացանք, թե ինչ հարցերի վրա են քաղաքականություն մշակողները խիստ ուշադրություն դարձնում մակրոտնտեսական ռազմավարություն մշակելիս, ինչպես նաև քննության առանք այնպիսի հաստատությունների դերը, ինչպիսիք են Կենտրոնական բանկը, զանձապետարանը և այլն:

The Macroeconomic Policy Module was taught by Dr. Tchaidze, who introduced students the basics of macroeconomics. The class splitted the economy into four sectors, examined each of them separately, and then established the links between them. During the course, we studied various macroeconomic indicators that are used for macroeconomic analysis; learned about issues that policymakers pay close attention to when developing macroeconomic strategies; and examined roles of institutions, such as Central Bank and Treasury.

Դասընթացի ավարտին մենք համառոտ հաշվետվություն գրեցինք Հայաստանի տնտեսության մասին, որտեղ նկարագրեցինք զարգացման միտումները, բացահայտեցինք դրա ուժեղ և խոցելի կողմերը: Այժմ մենք սպասում ենք մեր նախագծերի արդյունքներին: Լավագույն նախագիծը կարժանանա հատուկ մրցանակի:

By the end of the course, we were asked to write a brief report on the Armenian economy, where we described trends, discussed and identified its strengths and vulnerabilities. Now we are waiting for the results of our projects. The best project will be recognized by a special award.

Ես շնորհակալություն եմ հայտնում ISET-ին և անձամբ դրկտ. Չաիձեին և դրկտ. Թորոսյանին՝ մեր գիտելիքներն ու վերլուծական հմտությունները փորձարկելու այս հրաշալի հնարավորության համար: ○

I want to thank ISET and personally Dr. Chaidze and Dr. Torosyan for this wonderful opportunity for testing our knowledge and analytic skills. ○

# Ցորենի գների կտրուկ աճի իրական պատճառները

Միքայել Գևորգյան, ԱՈՒԿ 5

«Ցորենի մեկ բուշելի (մոտ 36կգ) գինը \$3,10-ից աճելով հասել է \$14 - \$15 ընդամենը 8 ամսվա ընթացքում՝ 2007թ. օգոստոսից մինչև 2008թ. մարտ ամիսը»,- ապրիլի 11-ի սեմինարի ժամանակ ասաց Ջրից դեպի շուկա ծրագրի Բարձրարժեք գյուղատնտեսության բաղադրիչի ղեկավար Քեն Սվոնբերգը: Վերջին բերքահավաքից հետո միջազգային շուկայում ցորենի գինն աճել է գրեթե 400 տոկոսով: Դոկտ. Սվոնբերգը խոսեց այդ աճի՝ մասնուլում շրջանառվող պատճառների մասին, այն է՝



ցանքատարածությունների կրճատումը ցորեն արտադրող որոշ խոշոր երկրներում, միջազգային արժեթղթերի անկումը, հորդառատ անձրևները և երաշտը եվրոպայում, երաշտը հյուսիսային Աֆրիկայում, նավթի գների բարձրացում, հիփոթեքային շուկայի փլուզումը ԱՄՆ-ում, դոլարի փոխարժեքի անկումը և այլն: Դոկտ. Սվոնբերգն ասաց, որ ստեղծված իրադրության շուրջ եղած մեկնաբանությունները հակասական են: «Բայց ամեն դեպքում ողբերգական ոչինչ չկա ցորենի գների ներկա աճի մեջ»,- ասաց նա:

Դոկտ. Սվոնբերգը նշեց, որ ցորենի արտադրությունը համաշխարհային մասշտաբով ոչ միայն չի նվազել, այլև աճել է, ուրեմն արտադրության անկումը չէր կարող պատճառ հանդիսանալ գների կտրուկ աճի: Ինչ վերաբերում է սպառմանը, թեև վերջին տասը տարիներին այն ամեն տարի աճ է արձանագրում, բայց, դարձյալ, սպառման աճն այնքան մեծ չէ, որ հանգեցներ գների կտրուկ աճի: «Ուստի, եթե գների քառակի աճը կապված չէ առաջարկի և պահանջարկի հիմնարար սկզբունքի հետ, ապա ինչո՞վ է բացատրվում այս երևույթը», - հարցրեց դոկտ. Սվոնբերգը ու ինքն էլ պատասխանեց հարցին՝ բացատրելով, որ հիմնական պատճառներն են՝

**ԱՄՆ-ում անշարժ գույքի երկրորդային շուկայի ճգնաժամը, նավթի գները, դոլարի փոխարժեքի անկումը և Իրաքի պատերազմը:** Այս պատճառներով է, որ դժվար է կանխատեսել, թե արդյոք ցորենի գները կնվազեն մինչև հաջորդ տարվա ցանքը, նույնիսկ եթե նախատեսված է 20-30 տոկոսով ավելացնել ցանքատարածությունները: Եթե շուկան գործի ռացիոնալ կերպով՝ հիմնվելով առաջարկի և պահանջարկի հիմնարար սկզբունքների վրա, ապա գները կնվազեն նույն արագությամբ, ինչով բարձրացել են: Սակայն շուկան այսօր ռացիոնալ չէ, իսկ հիշյալ հիմնահարցերից ոչ մեկը ինքնաբերաբար չի լուծվի մոտ ապագայում: «Ուստի անհավանական է, որ ցորենի գինը նույնքան կտրուկ կնվազի», եզրակացրեց դոկտ. Սվոնբերգը:

Իսկ ինչպե՞ս է ստեղծված կացությունն անդրադառնում Հայաստանի վրա: Ըստ դոկտ. Սվոնբերգի, Հագարայնյակի մարտահրավերների ՁԴՇ ծրագիրը որպես ելակետ ընդունում է այն համոզումները, որ ֆերմերների եկամուտը կավելանա, եթե նրանք ընդարձակեն իրենց ցանքատարածությունները կամ էլ անցնեն բարձրարժեք մրգերի ու բանջարեղենի արտադրության: Իրենք՝ ֆերմերները, ուսուցողական դասընթացների ժամանակ հանգում են այն եզրակացության, որ ցորեն աճեցնելով իրենք փաստորեն եկամտի կորուստ են ունենում:

Սակայն, եթե ցորենի մեկ կգ-ի նոր գինն ընդունենք 200 դրամ՝ ինչպես հայտարարվել է, ապա անջրդի պայմաններում հեկտարի հաշվարկով 2 տոննա ցորեն արտադրած գյուղացին կունենա \$887, զուտարած իր աշխատանքը: Այսուհանդերձ,

# Real Reasons for Dramatic Increase in Wheat Prices

By Mikayel Gevorgyan, ATC 5

“Price per bushel has increased from \$3.10 to \$14 - \$15 in just 8 months, from August, 2007 to March, 2008,” said Ken Swanberg, High Value Agriculture Advisor, Water to Market activity at the beginning of the seminar on April 11. Since the last harvest, the wheat price has risen in international markets by almost 400%. Dr. Swanberg spoke about the reasons for this price increase as expressed in the press: low planting in some major wheat-producing countries, lowest worlds stocks, heavy rains and drought in Europe, drought in North Africa, increase in oil price; subprime mortgage debacle in the U.S., dollar falls, etc. Dr. Swanberg said the comments on this situation are contradictory. “But all in all, there is nothing so dramatic like a Tsunami that is causing the current increase in the wheat price,” he said.

Dr. Swanberg said that production increases and shortfalls do not seem to be dramatic enough to cause a sudden price increase in wheat. As to consumption, even though it has been increasing over the last decade, but, again, there has been nothing dramatic to cause the sudden increase in wheat prices. “So if the reason for the dramatic four-fold increase in wheat prices is not due to the fundamentals of supply and demand for grains, what then has caused this phenomenon?” Dr. Swanberg asked



and provided the answer. He explained that the main reasons for this are U.S. subprime mortgage crisis, oil prices, the fall in the dollar, and the war in Iraq. Because of these reasons, it is difficult to predict weather or not the price of wheat will subside as soon as next year's crop is planted, and it is shown that acreage has expanded 20% to 30%. In case if the market were to be operating in a rational way, based on the fundamentals of supply and demand, the price would fall as fast as it rose. But the market is not rational, and none of the above problems will correct themselves in the near future. “Therefore, it is unlikely that the price of wheat will fall as dramatically as it rose,” Dr. Swanberg said.

How, then, do we respond to this situation of higher wheat prices here in Armenia? Dr. Swanberg said that the WtM activity of the Armenian Millennium Challenge Account is based on the premise that farmers would be better off if they increase acreage or switch to high value fruit and vegetable production. Farmers themselves conclude during the training courses that they basically lose money with wheat.

However, if the new price of wheat is 200 AMD/kg, as announced, then the farmers producing 2.0 tons per hectare un-

Ֆերմերները նշում են, որ իրենք ակնկալում են, որ 1 կգ-ի գինը կկազմի ոչ ավելի քան 130 դրամ՝ բերքատվության նույն ցուցանիշի դեպքում և իրենց եկամուտը կաճի ընդամենը \$226-ով: Ոռոգման պայմաններում եկամուտը կկազմի \$977: Մինչդեռ, ՋոՇ-ի վերլուծությունները հստակորեն ցույց են տալիս, որ պտուղ-բանջարեղեն աճեցնող ֆերմերների եկամուտների չափը 2007թ. կազմել է \$1500-ից \$5000: Իսկ գնաճի և դոլարի փոխարժեքի անկման հետ կապված նոր գների դեպքում եկամուտները գրեթե կրկնակի աճել են: Ըստ ՋոՇ-ի վերլուծությունների, ցորենի սերմացուի արտադրությունը նույնպես կարող է եկամտաբեր բիզնես լինել՝ նոր գների և ոռոգման պայմաններում:

(Ուսումնասիրության ամբողջական արդյունքները կարող եք գտնել [www.icare.am](http://www.icare.am) կայքում, "Publications" բաժնում:)

irrigated wheat stand to earn \$887 plus \$100 for their labor. Nonetheless, the farmers indicate that they only expect 130 AMD/kg with no increase in yield, and hence, their income would rise to only \$226 per hectare. With irrigation, per hectare earning will be \$977. While, the WtM's crop budget analyses of all vegetable crops and fruits show incomes of \$1,500 to \$5,000 per hectare for 2007, and with the new prices due to inflation and the fall of the value of the dollar, these incomes have increased almost double. According to WtM analyses, wheat seed production also would be a very profitable business with new wheat prices and availability of irrigation.

(Please find the full paper at [www.icare.am](http://www.icare.am), under "Publications".)

## Բազմախոստուն դասեր, նպաստավոր միջավայր

*Ջոի Իոսիֆիդու, Տեսալոնիկի Ալեքսանդրիո տեխնոլոգիական ինստիտուտի 3-րդ կուրսի ուսանողուհի, Յունաստան*

Իմ անունը Ջոի Իոսիֆիդու է: Ես հունաստանցի եմ և կիսահայ, քանզի իմ մայրը հայ է, հայաստանցի: Երկու այլ ուսանողների հետ միասին ես օգտվեցի Երասմուս Մունդուս ծրագրի ընձեռած հնարավորությունից և որոշեցի գալ Յայաստան և հինգ ամիս սովորել ՀՊԱՀ Ագրոբիզնեսի ուսուցման կենտրոնում: Հայրենի Տեսալոնիկում ես զբոսաշրջության կառավարում եմ ուսումնասիրում Ալեքսանդրիոյի տեխնոլոգիական կրթական ինստիտուտում:

Ինձ համար Յայաստան գալը նշանակում է, ինչպես հայկական առածն է ասում՝ «մի ձեռքում երկու ձմերուկ բռնել», այն է՝ ես սովորում եմ ԱՄՆ կրթահամակարգով աշխատող եզակի տարածաշրջանային բիզնես դպրոցում, իսկ մյուս կողմից հիանալի ժամանակ եմ անցկացնում ազգականներիս հետ, ծանոթանում իմ երկրորդ երկրին:

ԱՌԼԿ-ում ես ուսումնասիրում եմ գրավոր աշխատանքի հմտություններ, ֆինանսական կառավարում, ռազմավարական կառավարում և մի շարք այլ կարևոր առարկաներ: Պարզվեց, որ ԱՌԼԿ-ում սովորելը շատ ավելի դժվար է, քան Յունաստանի իմ համալսարանում: Սակայն հիրավի հետաքրքիր ու ոգևորիչ է հաղթահարել բոլոր դժվարությունները և հաջողությամբ սովորել այն բոլոր առարկաները, որոնք իմ կարծիքով կարևոր են իմ ապագա աշխատանքային գործունեության համար: Փառք Աստծո, ԱՌԼԿ-ում մթնոլորտը անեմանպաստավորն է, որ երբևէ կարող էի պատկերացնել. բոլոր դասախոսներն ու ուսանողներն այստեղ շատ ջերմ վերաբերմունք ունեն իմ նկատմամբ և միշտ պատրաստ են աջակցելու: Չեմ էլ ուզում պատկերացնել, որ ԱՌԼԿ-ում ուսումնառության ժամկետի ավարտից հետո ստիպված եմ լինելու հեռանալ իմ հայ և վրացի ընկերներից:

Առհասարակ, ես փորձում եմ Յայաստանում իմ ժամանակն օգտագործել հնարավորինս արդյունավետ կերպով: ԱՌԼԿ-ում իմ դասերին զուգահեռ, նաև հայերենի դասեր եմ առնում. անշուշտ ես բավականաչափ իմացություն ունեմ հայերենով շփվելու համար, բայց ուզում եմ կատարելագործել հայերենի իմ իմացությունը, որպեսզի հնարավորինս շատ տեղեկատվություն ունենամ Յայաստանի մասին:

Կուզեմայի իմ մեծ երախտագիտությունը հայտնել Երասմուս Մունդուս ծրագրին, ինչպես և Ալեքսանդրիոյի տեխնոլոգիական ինստիտուտի իմ դասախոսներին՝ նման կարևոր կրթական հնարավորություն ընձեռելու համար: ○

## Challenging Classes, Favorable Atmosphere

*By Zoi Iosifidou, 3<sup>rd</sup>-year student of Alexandrio Technological Educational Institute, Thessaloniki, Greece*

My name is Zoi Iosifidou and I come from Greece. I am partially Armenian because my mother is from Armenia. Like two other students, I took the advantage of the Erasmus Mundus program and decided to come to study at the



Agribusiness Teaching Center of the Armenian State Agrarian University. Back home, I study Tourism Management at the Alexandrio Technological Educational Institute of Thessaloniki.

Coming to Armenia to me is, like the Armenian Saying goes, "holding two watermelons in one hand": I study in a unique US-structured regional business school and I have great times with my relatives here.

I am taking Technical Writing, Financial Management, Strategic Management and other classes here at the ATC. It turned out it is much harder to study at the ATC than in my university in Greece. However, it is really challenging and exciting to surmount all hardships and successfully take all classes that I think will be important for my future career. Thanks God, the atmosphere at the ATC is the most favorable one I could imagine; all teachers and students here are very friendly and supportive. I don't want to even think that I will have to leave my Armenian and Georgian friends after my 5-month study at the ATC.

I am trying to spend my time in Armenia as effectively as possible. Simultaneously with my ATC classes I also take classes of Armenian; I have enough knowledge to communicate in Armenian but I want to have as much information about Armenia as possible.

Thanks very much to Erasmus Mundus program and my teachers at the Alexandrio Technological Institute for providing this important educational opportunity. ○

## Արմեն Հարությունյանի դասախոսությունը հետաքրքիր էր չորս պատճառներով

Ապրիլ ամսվա առաջին ուրբաթօրյա սեմինարը խոստումնալից էր առնվազն երեք պատճառով. նախ՝ սեմինարի վերնագիրն էր «Պանրի շուկայի մարկետինգային հետազոտության արդյունքները», երկրորդ՝ զեկուցողը Ագրոբիզնեսի և գյուղի զարգացման կենտրոնի (ԱԳԶԿ) մասնագետ է և երրորդ՝ նա Ագրոբիզնեսի ուսուցման կենտրոնի շրջանավարտ է (2002թ.): ԱԳԶԿ մարկետինգի և հետազոտությունների մասնագետ Արմեն Հարությունյանը վերլուծության ենթարկեց հայաստանյան պանրաշուկայի՝ ներկայացնելով իրականացված հետազոտության արդյունքները: Հետազոտության շրջանակում հարցազրույցի են ենթարկվել 600 մարդ, չորս նպատակային խմբեր՝ 10-12-ական մասնակիցներով, դիտարկումներ են կատարվել խանութներում և սուպերմարկետներում (այդ թվում՝ սուպերմարկետների 5 մեծ ցանցերում), հարցումներն իրականացվել են տարբեր համայնքներում: Հետազոտության նպատակն էր բացահայտել սպառողների նախընտրություններն ու մշակել նրանց կարիքների վրա հիմնված ռազմավարություն: Պրն Հարությունյանը մանրամասնեց պանրի տեսակների, գների, համի և փաթեթավորման հետ կապված նախընտրությունները, սանիտարահիգիենիկ պայմանները, հայրենական և ներմուծված պանրատեսակների սպառման հարաբերակցությունը: Նա մասնավորապես բացատրեց ոչխարի պանրի պահանջարկի ցածր լինելու պատճառները, որոնցից հիմնականը վատ համուհոտն է:

Պրն Հարությունյանն այնուհետև զուգահեռներ անցկացրեց Հանիբալի պատերազմելու ռազմավարության և պանրի բիզնեսի հիմնական կանոնների միջև՝ Հանիբալի կանոնները «թարգմանելով» ժամանակակից մարկետինգի լեզվի: Այսպես, «ճանաչիր հնարավոր սպառնալիքը» նշանակում է մրցունակության, ինովացիաների, քաղաքական իրադրության և տնտեսական շրջափուլերի հաշվառում. «Մի կորցրու քո գաղտնի պլանները» - առանցքային կարողություններ և մրցակցային առավելություններ. «Արա անսպասելին» - մարտավարական պլանավորում. «Ստեղծիր ճկուն բանակ» - հավաքիր կարողունակ աշխատախումբ և այլն:

Սեմինարը ցույց տվեց, որ վերոնշյալ երեք պատճառներից բացի, Արմենի դասախոսությունը ԱՌԿ-ի փորձառու ուսանողների համար հետաքրքրական դարձնող չորրորդ պատճառն էլ կար, այն է՝ հետազոտությունը իրականացվել է և ներկայացվեց պրոֆեսիոնալ մակարդակով:

## Four Reasons why Armen Harutyunyan's Presentation Was Interesting

The first Friday seminar of April was promising for the ATC students for at least three reasons: the topic was “cheese Marketing Research Results”; the reporter was from the Center for Agribusiness and Rural Development (CARD); and the reporter was an ATC graduate (2002). Armen Harutyunyan, Marketing and Research Specialist, analyzed the situation in the Armenian cheese market presenting the results of the research that included 600-person-administered interviews, observations at stores and supermarkets, four focus groups with 10-12 persons, involvement of 5 largest supermarket chains, and community data collection. The



goal of the research was to identify consumers preferences and develop a marketing strategy based on consumer needs. Mr. Harutyunyan provided details on and reasons for the type, price, taste, and packaging preferences, sanitary conditions, domestic and imported cheese consumption. He, in particular, explained the reasons for the low demand for sheep cheeses, bad flavor being the core one.

Mr. Harutyunyan then applied Hannibal's war strategy in cheese business, ‘translating’ Hannibal's rules into the modern marketing ones. Thus, “Recognize potential threat” means competitive intelligence, innovations, political situation, economic cycles, etc; “Do not loose your secret blueprints” – core competencies and competitive advantages; “Do the unexpected – tactical planning; “Build a flexible army” – recruit a capable team, etc.

The seminar indicated that there was the forth reason in addition to the three reasons that made Armen's seminar interesting to the experienced ATC students: the research had been professionally done and presented.

### Սկսվում են ընդունելության քննությունները ԱՌԿ-ում

Մայիսի 8-ին, ժ. 15-ին Ագրոբիզնեսի ուսուցման կենտրոնում տեղի կունենա 2008-2009 ուսումնական տարվա ընդունելության քննությունների գրավոր թեստի փուլը: Քննությունը տեղի կունենա միաժամանակ երեք վանդակում՝ ԱՌԿ-ում և Թբիլիսիում՝ Վրաստանի պետական գյուղատնտեսական համալսարանում և Բաթումի մասնաճյուղում: Բանավոր հարցազրույցները տեղի կունենան մայիսի 19-21-ին:

### Entrance Exams Starting at the ATC

On May 8-ին, at 3 p.m. the first phase (written test) of the Agribusiness Teaching Center entrance exams for the 2008-2009 academic year will take place. The exam will simultaneously be conducted at the ATC, Yerevan and in the Georgian State Agricultural University in Tbilisi and in the Batumi branch

Day and time of the oral interview is to be announced.

Agribusiness Teaching Center, International Center for Agribusiness Research and Education Foundation  
74 Teryan St., Yerevan, Armenia  
In association with USDA FAS, Texas A&M University, and the Armenian State Agrarian University  
Tel: (37410) 52-28-39, 56-96-70;  
Fax: (37410) 56-62-21 E-mail: info@icare.am  
www.icare.am/atc  
Հ. ՌԱՄՇԵՅՅԵՇ ՃԾԵՃԾԾՅՅ Կ ԻՅԿԻ ՌՃԿ . ՕՈ՞Յ Կ, ԻՅՈՅ Կ 74