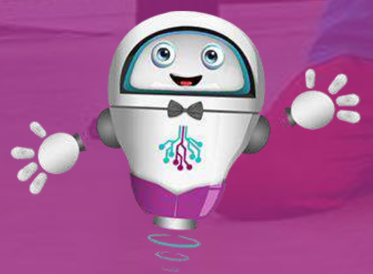
SuperNova

ԱՐՄԱԹԻԶԱՑԻԱ

Միջազգային ընդլայնման ռազմավարություն

Հայկական տեխնոլոգիական կրթություն.

գերազանցություն,
նորարարություն,
միջազգայնացում



ՆԱԽԱԲԱՆ. «Արմաթ»-ը արդեն սկսել է մուտք գործել որոշ արտասահմանյան երկրներ, սակայն ռազմավարական ընդլայնման, արդյունավետ վաճառքի մեխանիզմների ու բրենդավորման շնորհիվ կարող է ունենալ ավելի մեծ տարածում:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ

Լինելով ոչ ֆորմալ տեխնոլոգիական կրթական հայկական ազգային նախագիծ՝ **«Արմաթ»ը արտասահմանյան շուկայում ունի 16 մասնաճյուղեր , որոնց քանակը** նախատեսում է **ավելացնել:**

ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ

Ո՞ր **շուկաները** հաշվի առնել ընդլայնման համար

Ո՞ր **բիզնես մոդելի** օգտագործումն է նպատակահարմար ֆրանչայզինգի ժամանակ

Ինչպիսի՞ն պետք է լինի **բրենդավորումը**

ԼՈՒԾՈՒՄ

- ԸՆԴԼԱՅՆՈՒՄ
- ՄՈՆԵՏԻԶԱՑՈՒՄ
- ԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄ

Համապատասխանեցնելով «Արմաթ»-ին տեղական **մշակույթների** հետ՝ ընդլայնվել հետևյալ երկրներում

Հնդկաստան, Ինդոնեզիա, Բանգլադեշ, Իրան, Ուզբեկստան

ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆ

Մաքուր շահույթի **120%** աճ **2026թ**.-ին 2023թ-ի համեմատ

619 նորաբաց լաբորատորիա **2026թ**.-ին

Զուտ շահույթ = **$1.4 մլն**

Հայկական կրթական-տեխնոլոգիական ձեռքբերումների դիրքավորում **համաշխարհային** շուկայում:

ՏԵՂԱԿԱՆ ՀԱՄԱՏԵՔՍՏ. «Արմաթ» ինժեներական լաբորատորիաները նպատակ են հետապնդում նպաստելու Հայաստանի տեխնոլոգիական զարգացմանը:

armath

Արմաթում ուսումնասիրվող ոլորտներն են **գիտությունը, մաթեմատիկան, ինժեներությունը, տեխնոլոգիան**

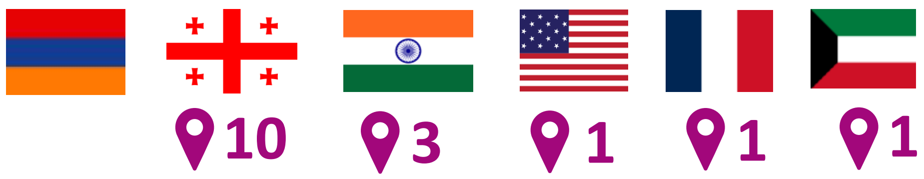
Դասերն իրականացվում են **10-18տ.** երեխաների շրջանում

Արմաթի «Կրիպ», «Աղուես» կրթական ծրագրերը ծրագրավորման միջավայրերի **հայաֆիկացված** տարբերակներն են

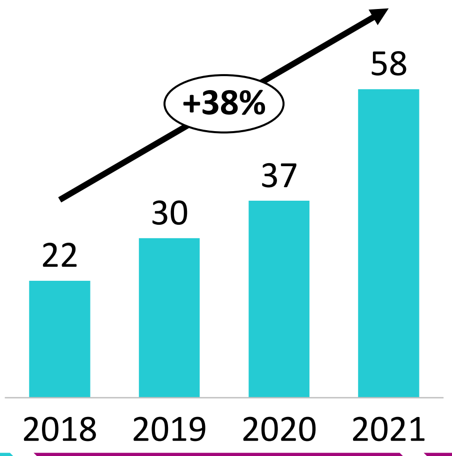
Մասնակիցները հնարավորություն ունեն մասնակցելու **մրցույթների, ցուցահանդեսների, ճամբարների**

12

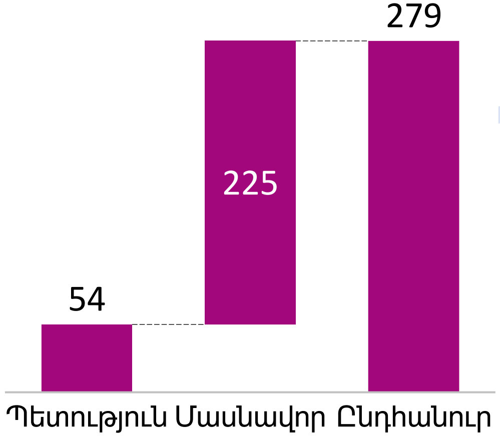
Անգամ վերջին տաս տարիներին ավելացել է "**Արմաթ**" **աշխատանոցների թիվը**



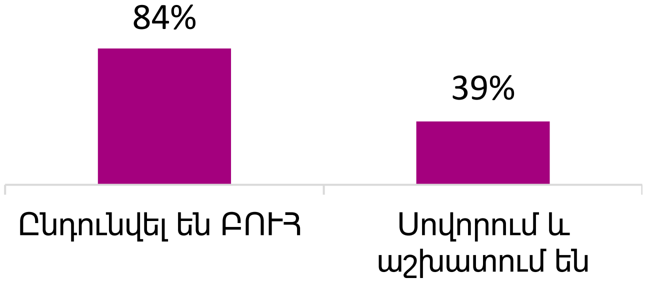
Գործընկերներ (2017-2021 թթ.)



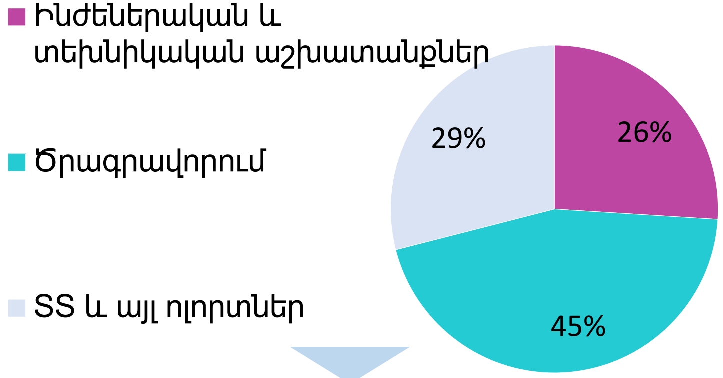
Ներդրումներ, 2021 թ. (մլն դրամ)



Արմաթի Սաները (%)



Ներգրավվածությունը (%)



Աշխատանք ունեցողների **12 %** -ը հիմնել են ստարտափներ

Ամփոփագիր | Հետազոտություն | Ռազմավարություն | Իրականացում | Ֆինանսներ և ռիսկեր | Հավելվածներ

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՀԱՄԱՏԵՔՍՏ. Աշխարհում ԳՏԻՄ ոլորտի զարգացումը կառավարությունների համար ռազմավարական նպատակ է հետապնդում:

ՇՈՒԿԱՅԻ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ | Ազդեցություն

ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Կառավարության կողմից ակտիվ **խրախուսում** ոչ-ֆորմալ կրթական հաստատություններին

- Ոչ ֆորմալ կրթական ոլորտի **մասնավորեցում**
- Տարբեր **ուսուցողական հաստատությունների** ստեղծում

ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱ

Նոր ավելի բարդ տեխնոլոգիաների **առաջացում և տարածում**

- Նոր **կրթական չափանիշներով** աշխատաշուկա
- Տեխնոլոգիական ոլորտում **աշխատատեղերի** կտրուկ աճ

ԿՐԹՈՒԹՅՈՒՆ

ԳՏԻՄ (գիտական, տեխնոլոգիական, ինժեներական ու մաթեմատիկական) կրթական ուղղվածությունների պահանջարկի աճ

- Արտադասարանական **կրթական ծրագրերի** պահանջարկի աճ
- Առցանց **ուսուցողական դասընթացների** ակտիվ տարածում

Աղբյուր: technavio.com, coe.int

ՄՐՑԱԿԻՑՆԵՐ ԹԻՐԱԽ ՇՈՒԿԱՆԵՐՈՒՄ. Աշխարհում նկատվում է ԳՏԻՄ կրթական ծրագրերի քանակի ընդլայնում՝ ընդգրկելով ֆորմալ և ոչ ֆորմալ դասընթացներ:

Հնդկաստան

Հնդկաստանում գործում է **ԳՏ ԻՄ կենտրոն**, որի հետ համագործակցում են՝

- **Գիտության թանգարանների ազգային խորհուրդ**
- **Գիտության և տեխնոլոգիայի վարչություն**
- Ռոբոտների համաշխարհային օլիմպիադայի ասոցիացիա
- For Inspiration and Recognition of Science and Technology (FIRST)

Բանգլադեշ

Բանգլադեշում գործում է **ԳՏԻՄ կենտրոն**, որը իրականացնում է հետևյալ աշխատանքները

- **Համաշխարհային ԳՏԻՄ կրթական ծրագիր**
- **ԳՏԻՄ դպրոցական ծրագիր**
- ԳՏԻՄ դպրոցն ավարտելուց հետո ծրագիր
- ԳՏԻՄ սեզոնային ճամբարներ
- Աղջիկները ԳՏԻՄ-ը ծրագրում այլն

Ինդոնեզիա

Ինդոնեզիայում իրականցվում է ԳՏԻՄ-ը աղջիկների համար ծրագիրը, որը կատարում են

- YCAB հիմնադրամը (Loving The Nation's Children Foundation)
- **Կապի եւ ինֆորմատիկայի նախարարություն**
- **Կրթության եւ մշակույթի նախարարություն**

Աղբյուր: https://indiastemfoundation.org/ https://www.ycabfoundation.org/news-highlights/news-updates/stem-for-girls-in-indonesia-developing-the-next-generation-of-girls-in-tech-with-ycab-foundation-mastercard-ministry-of-communication-and-informatics-and-ministry-of-education-and-culture/ https://stembd.com/stem-program/

ՄՐՑԱԿԻՑՆԵՐ. Աշխարհում ինժեներական ուսուցման պահանջը օր-օրի աճում է՝ ելնելով շուկայում առկա պահանջարկից ու աշխատատեղերի աճից:

Engineering For Kids

Կենտրոնների քանակ - *150*
Գին - 139$(պատանիական ակումբներ), 239(ուսլյա բաժանորդ), 339(պլատինե բաժանորդ)
Ուղղվածություն - *Ինժեներիա, Ռոբոտաշինություն, Խաղերի ստեղծում, Ծրագրավորում*
Նկարագիր - Engineering For Kids -*ը երեխաների ինժեներական ուսուցման ամենահայտնի ոչ ֆորմալ կրթական հաստատություններից է, որն գործում է ԱՄՆ-ում, Կանադայում, Միացյալ Թագավորությունում և Չինաստանում: Կենտրոններում երեխաները սովորում են ինժեներական հիմունքներ:*

RoboThink

Կենտրոնների քանակ - *100+*
Գին - Անվճար
Ուղղվածություն - *Ինժեներիա, Ռոբոտաշինություն, Կոդավորում, Ծրագրավորում*
Նկարագիր - RoboThink-ը, կոդավորման և ռոբոտաշինության ծրագիր է, որը կրթում է հազարավոր ուսանողների 11 երկրներում : Թեմատիկ ծրագրերը զարգացնում են ԳՏԻՄ-ի հմտությունները, որոնք ուսանողները կիրառում են դպրոցական առարկաների և իրենց ապագա կարիերայի համար:

Raymondson

Կենտրոնների քանակ - 2
Գին - £20-ը 45-րոպե
Ուղղվածություն - *Ռոբոտաշինություն, Ծրագրավորում, Մաթեմատիկա*
Նկարագիր - Raymondson-ում երեխաները և դեռահասները սովորում են ռոբոտաշինություն, կոդավորում և մաթեմատիկա: Դասընթացները դպրոցի ստանդարտներից դուրս կկրթեն երեխաներին, զարգացնելով իրենց խնդիրներ լուծելու հմտությունները:

Աղբյուրներ: Ուսումնական խմբակների կայքէջեր, Աշխատանքի վիճակագրության բյուրո, Ազգային գիտական խորհուրդ

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ. Աշխարհում նկատվում է ԳՏԻՄ կրթական ծրագրերի քանակի ընդլայնում՝ ընդգրկելով ֆորմալ և ոչ ֆորմալ դասընթացներ:

ԾՐԱԳՐԱՎՈՐՄԱՆ ՈՒՍՈՒՑՈՒՄ

Code Ninjas

Sylvan Learning

ICode

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԻՐԱՎԻՃԱԿ

ԳՏԻՄ ՇՈՒԿԱՅԻ ԾԱՎԱԼԸ

2021	$2,08 մլրդ	CAGR +14,7%
2031	$8,20 մլրդ	

ԳՏԻՄ ուղղվածությամբ **կրթական ծրագրերի** քանակի ընդլայնում:

COVID-19 ի հետևանքով առաջացած առցանց հարթակների և հավելվածների պահանջարկը բերել է **տեխնոլոգիական ուսուցողական նոր հարթակների** ստեղծմանը:

IT հատվածում աշխատատեղերի ընդլայնումը մեծացրել է **ոչ-ֆորմալ կրթական դասընթացների** պահանջարկը:

Աղբյուրներ: Ուսումնական խմբակների կայքէջեր

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐ. Ճարտարագիտությունն աշխարհի ամենից խոստումնալից, արագ զարգացող եւ երիտասարդների համար հեռանկարային ոլորտներից է:

ԻՆԺԵՆԵՐԱԿԱՆ ՈՒՍՈՒՑՈՒՄ

Engineering For Kids

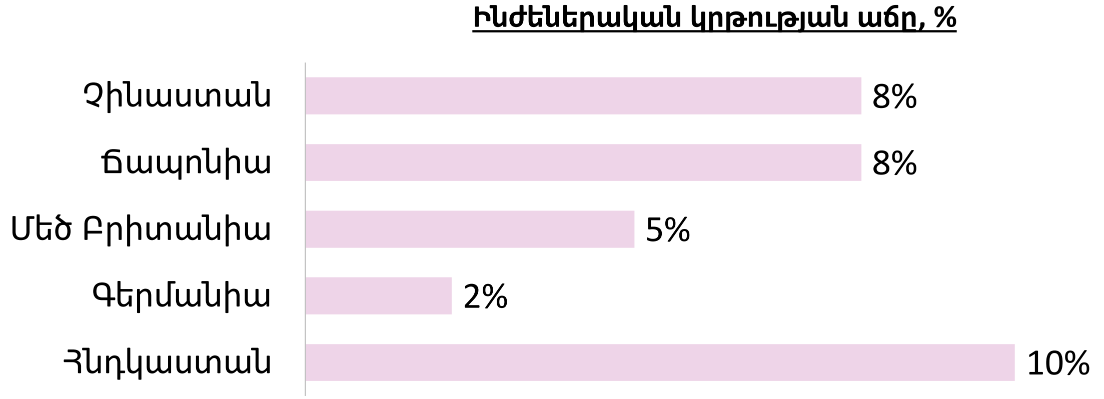
RoboThink

Raymondson

ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԻՐԱՎԻՃԱԿ

Ճարտարագիտությունը աշխարհի **արագ զարգացող ոլորտներից** մեկն է

Նախատեսվում է, որ **2014-2024** թվականներին ինժեներների զբաղվածությունը կաճի **4** տոկոսով՝ ավելացնելով **65000** նոր աշխատատեղ



Աղբյուրներ: Ուսումնական խմբակների կայքէջեր, Աշխատանքի վիճակագրության բյուրո, Ազգային գիտական խորհուրդ

ԳՈՐԾԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ. Համագործակցելով կրթական հաստատությունների, ՀԿ-ների, տեխնոլոգիական կենտրոնների հետ՝ Արմաթը կարող է մուտք գործել մի շարք թիրախային երկրներ:

Կրթական հաստատություններ

- Նախակրթարաններ
- Դպրոցներ
- Քոլեջներ
- Գրադարաններ

Տեխնոլոգիական կենտրոններ

- Ինժեներական
- Մեխանիկական

Խմբակներ

- Մշակույթի տներ
- Պարի, երգի խմբակներ
- Co-working վայրեր

Հասարակական կազմակերպություններ

- Կարմիր խաչ
- UNICEF
- World Wildlife Fund

Համագործակցող ընկերությունների օրինակներ

SMA Negeri 5 Bandung դպրոց Ինդոնեզիա

Հնդկաստանի կապիտալի տեխնոլոգիական կենտրոն

Իրանի մշակութային և կրթական կենտրոն

Հնդկաստանի կարմիր խաչ ընկերություն

Աղբյուր - https://www.sman5bdg.sch.id/ https://www.ictech.edu/ http://iraneducationalcenter.org/ https://www.indianredcross.org/

ՇՈՒԿԱ ՄՈՒՏՔԻ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ. ուսումնասիրված համաշխարհային փորձը օգնում է հասկանալ նոր շուկա մուտք գործելիս բիզնես մոդելի մոտեցումները

KFC-ը Չինաստանում

Թիրախավորել է տեղական փոքր ու միջին քաղաքներին:

- **Քիչ ծախսեր** համեմատած ավելի մեծ քաղաքներում
- Շուկայում **առաջինը** լինելու հնարավորություն

Դարձրել է բրենդը չինական համայնքի ու **մշակույթի** մի մաս:

- **Ադապտացված մենյու**՝ մեծ տեսականի
- 2 անգամ ավելի **մեծ տարածք** քան ԱՄՆ-ում
- Հարմարեցված մեծ **ընտանիքների ու խմբերի** համար

Արագ սննդի շուկայի **40%**-ի տնօրինում

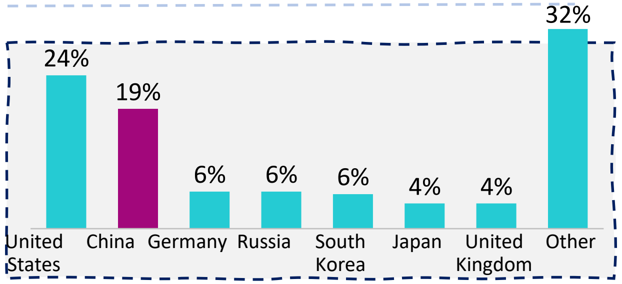
Ավելի քան **250.000** աշխատող

8500 մասնաճյուղ **1700** քաղաքում

PUBG-ը Չինաստանում

PUBGը աշխարհի ամենահայտնի խաղերից մեկն է՝ ավելի քան **400մլն** խաղացողներ:

- Խաղը **թարգմանվել է 11 լեզուներով**
- Չինական շուկայում խաղի **հերոսները փոխվել են**՝ պակաս ագրեսիվ դառնալով
- Խաղի չինական տարբերակում **ավելացվել է սոցիալիստական հայացքներ**



Dr. Oetker -ը Իտալիայում

Գերմանական բրենդ, որը իտալական շուկա մտնելուց ընտրում է **իտալական անուն:**

- **Վստահություն** ձեռք բերելու համար ընտրվում է **իտալական** անուն՝ «Cameo»
- **Արտասանությունը** ավելի հոգեհարազատ է իտալացիներին

Այսօր Իտալիայում **ամենավաճառված** սառեցված պիցցան է

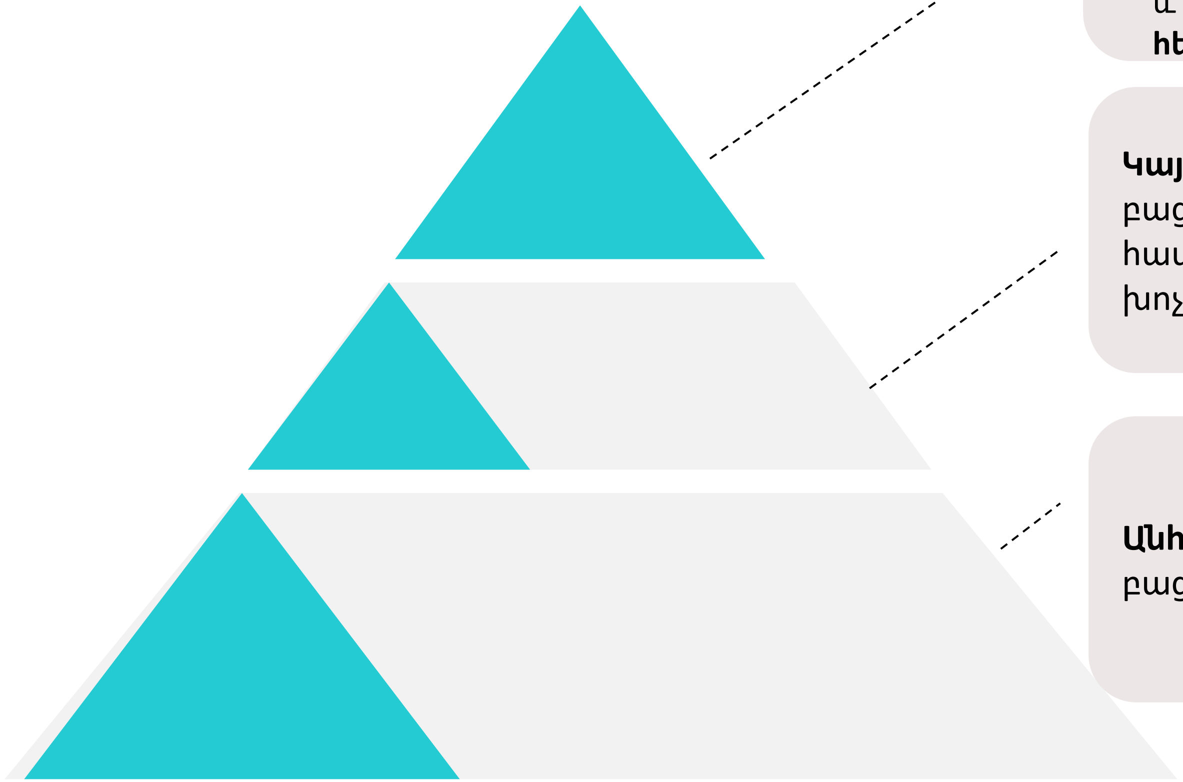
Համաշխարհային բրենդները ամբողջությամբ **չեն** փոփոխում իրենց ապրանքանիշը

Շեշտը դրվում է **մշակութային** մանրուքների փոփոխության վրա

Փորձը ցույց է տալիս, որ **լոկալիզացիայի** ռազմավարությունը բերում է մեծ **հաջողությունների**

Աղբյուր՝ HBR, clearwordstranslations.com

ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐ. Նոր շուկաներ մուտք գործելը կարիք է ստեղծում կայուն բիզնես մոդելի մշակման, փորձարկման եւ կիրարկման



ԻՐԱՎԻՃԱԿ

- Միջազգային շուկա մուտքի գործոնների՝ շուկայի չափի, աճի տեմպերի **ուսումնասիրում կարիք**
- Սպառողների սովորությունների և մրցակցային դինամիկայի **հետազոտության պակաս**

Կայուն բիզնես մոդելի բացակայություն, որպես հաստատուն աճի ապահովման խոչընդոտ

Անհատական բրենդի բացակայություն

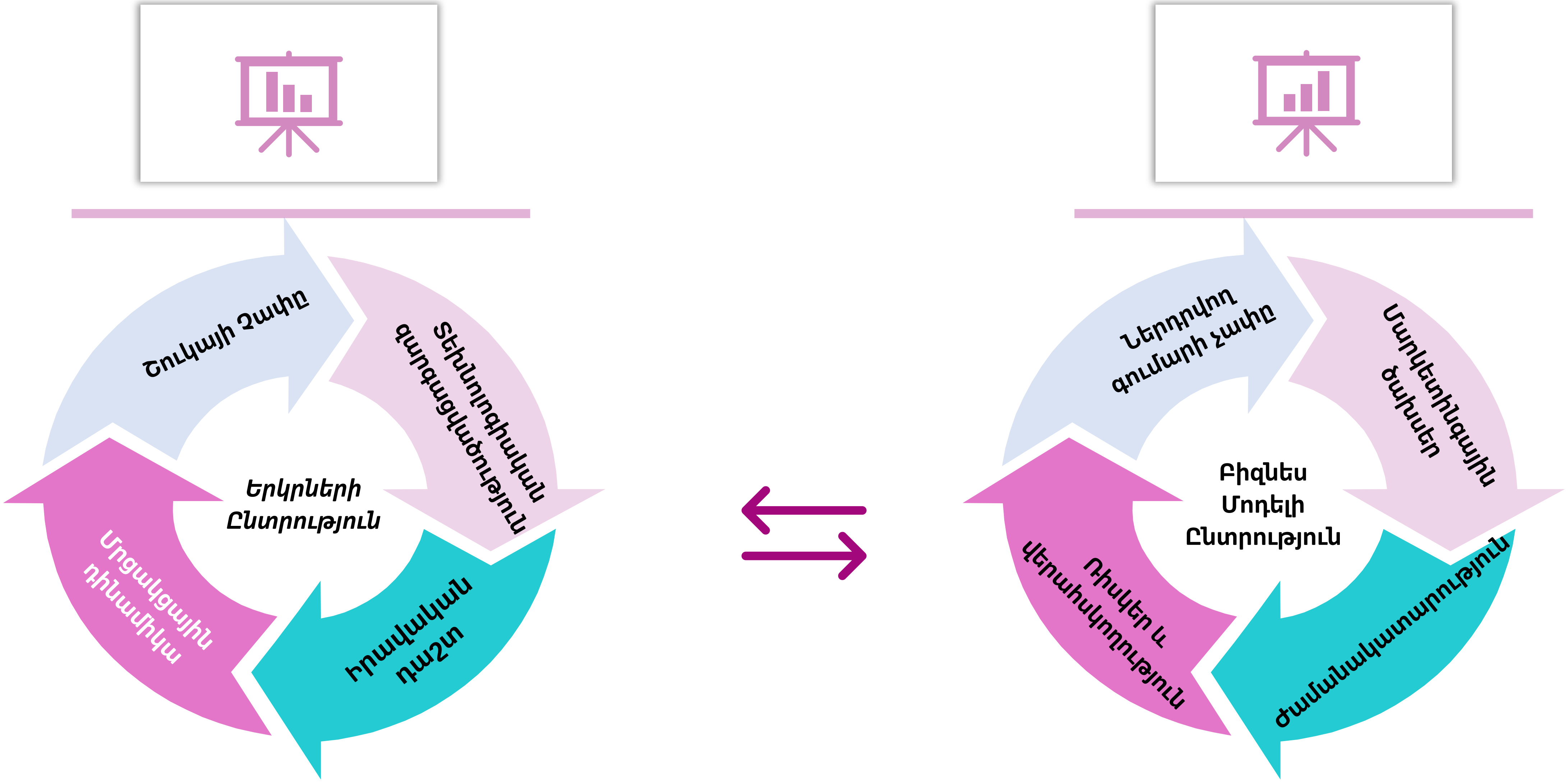
ԱՌԱՋԱԴՐՎԱԾ ԽՆԴԻՐՆԵՐ

Առաջնահերթություն տալ ուսումնասիրվող շուկաներին՝ կարևորելով մի շարք համապարփակ հատկանիշներ

Առաջնահերթություն տալ մի շարք բիզնես մոդելներից մեկին՝ ուսումնասիրելով շուկայական և ներքին առանձնահատկությունները

Ստեղծել անհատական ապրանքանիշ՝ մշակելով միջազգային շուկային առանձնահատուկ հատկանիշներ և գովազդի և առաջխաղացման բազմակողմանի ծրագիր

ՄՈԴԵԼԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆ. Բիզնես մոդելի և երկրների ընտրության հարցում Արմաթը պետք է ուշադրություն դարձնի մի խումբ գործոնների:



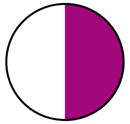
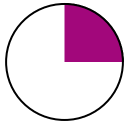
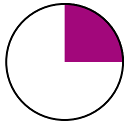
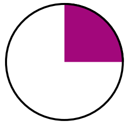
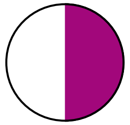
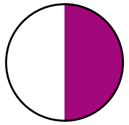
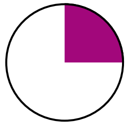
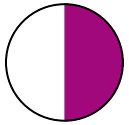
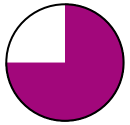
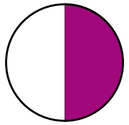
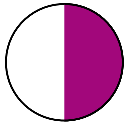
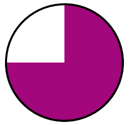
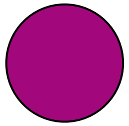
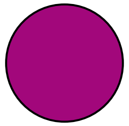
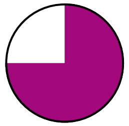
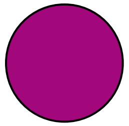
Հաշվի առնելով նշված չափանիշները՝ առանձնացվել են ռազմավարական նշանակության հինգ երկրներ՝ շուկա մուտք գործելու:

Մայրցամաք	Շուկայի Չափը	Մրցակցային դինամիկա	Տեխնոլոգիական զարգացվածություն	Իրավական դաշտ
Եվրոպա	◑	◕	◕	◔
Ասիա	●	◑	◑	◕
Լատինական Ամերիկա	◑	◕	◕	◑
Ավստրալիա	◔	◑	◕	◑
Աֆրիկա	◕	◑	◔	◑
ԱՄՆ	●	●	●	◑
Ռուսաստան	●	◕	◕	◔

ԱՄՆ - ի և Ռուսաստանի դեպքում մեր թիմը խորհուրդ է տալիս կենտրոնանալ **Հայկական դպրոցների և վարժանների վրա**: Նույն ռազմավարությունը պահպանել Ֆրանսիայի, Վրաստանի, Լիբանանի և Արգենտինայի դեպքում:

Երկիր	Շուկայի Չափը	Մրցակցային դինամիկա	Տեխնոլոգիական զարգացվածություն	Իրավական դաշտ
Չինաստան	●	◕	◕	◕
Հնդկաստան	●	◑	◕	◑
Ինդոնեզիա	◕	◑	◔	◑
Պակիստան	◕	◑	◔	◑
Բանգլադեշ	◕	◑	◑	◑
Ճապոնիա	◕	●	◕	◕
Ֆիլիպիններ	◕	◕	◕	◕
Վիետնամ	◑	◑	◑	◑
Իրան	◑	◔	◑	◑
Թայլանդ	◑	◕	◕	◕
Ուզբեկստան	◑	◔	◔	◕

Հաշվի առնելով նշված չափանիշները՝ ընտրվել է ֆրանչայզինգը, որպես ամենից համապատասխան բիզնես մոդել:

Բիզնես մոդելի տեսակ	Ժամանակատարություն	Ռիսկեր և Վերահսկողություն	Ծախսեր	Հնարավոր եկամուտ
Լիցենզավորում				
Ֆրանչայզինգ				
Համատեղ Ձեռնարկություններ				
Օտարերկրյա Ուղղակի Ներդրում				

ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ. ընդլայնում դեպի նոր շուկաներ և բրենդավորում ըստ շուկայում առկա պայմանների:

ԸՆԴԼԱՅՆՈՒՄ

Բանգլադեշ, Ուզբեկստան, Իրան, Հնդկաստան, Ինդոնեզիա

ՄՈՆԵՏԻԶԱՑՈՒՄ

Ֆրանչայզինգի երեք մոդելների նախատեսում

ԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄ

Լոկալիզացիա տեղի շուկայի մշակույթին, սովորույթներին համապատասխան

Համապարփակ բիզնես մոդել՝ տեղայնացված ընդլայնվող շուկայում

ՖՐԱՆՉԱՅԶԻՆԳ. առանձնացվել են երեք հիմնական մոդելներ՝ հաշվի առնելով վճարման չափերն ու տվյալ ֆրանչայզի կենտրոնացումը:

ՖՐԱՆՉԱՅԶԻՆԳ

ԹԻՐԱԽԱՅԻՆ ԵՐԿՐՆԵՐ

ԿԵՆՏՐՈՆԱՑՈՒՄ

Կոմերցիոն

ՖԻՆԱՆՍՆԵՐ

Ռոյալթի: 8.5 %

Նախնական ներդրում: $22,000,000

ԹԻՐԱԽԱՅԻՆ ԵՐԿՐՆԵՐ

ԿԵՆՏՐՈՆԱՑՈՒՄ

Ոչ - կոմերցիոն

ՖԻՆԱՆՍՆԵՐ

Ռոյալթի: 0 %

Նախնական ներդրում: $22,000,000

ՍՓՅՈՒՌՔ

ԿԵՆՏՐՈՆԱՑՈՒՄ

Ազգային ինքնության տարածում

ՖԻՆԱՆՍՆԵՐ

Ռոյալթի: 0 %

Նախնական ներդրում: $15,000,000

ՖՐԱՆՉԱՅԶԻՆԳ. մոդելը բաժանված է ենթամոդելների՝ թիրախային շուկաների եւ հաճախորդների հետ ճկուն եւ արդյունավետ աշխատելու համար

	Թիրախային երկրներ. ԿՈՄԵՐՑԻՈՆ մոդել	Թիրախային երկրներ. ՈՉ ԿՈՄԵՐՑԻՈՆ մոդել	ՍՓՅՈՒՌՔ
Եկամտի աղբյուրներ	Ինքնաբավ կառույցներ. **եկամտաբեր** են և ծածկում են ներդրումը և **ռոյալթին**	**Շահույթ չհետապնդող** կառույցներ . ներդրումը և ռոյալթին կատարում են բարեգործները	Հայկական **ինքնության** բաղադրիչով գործընկերներ՝ համայնքային **հովանավորվող** կառույցներ
Ֆինանսավորող կողմ	Կառույցները՝ **ուղղակիորեն**, **օգտատերերից** ստացված վճարներից (օրինակ՝ ռոյալթիի պարագայում)	**Հովանավորներ**՝ անհատ բարեգործներ, պետական/տեղական ինքնակառավարման մարմիններ, մասնավոր ընկերություններ	**Հայկական** կազմակերպություններ (օրինակ՝ ՀԲԸՄ տեղական մասնաճյուղեր), հայ **բարերարներ**, համայնքային կառույցներ
Գրավչություն	Գործունեության մոդելի տեսանկյունից սա **ամենագրավիչ** մոդելն է. ունի ֆինանսական **կայունության** առողջ բաղադրիչ	**Երկրորդային** գրավչությամբ ենթամոդել, քանի որ **պակասում** է երկարաժամկետ ֆինանսական կայուն ռոյալթիի բաղադրիչը	Ֆինանսական գրավչությամբ **մոտ է ոչ կոմերցիոն** մոդելին, սակայն կարևորվում է **հայկական** բաղադրիչը
Զարգացման տեսլական	Նույնականացնել և ներգրավել հնարավորինս **շատ** կոմերցիոն մոդելի հաճախորդներ՝ ուղղորդելով **մարքեթինգային բյուջեի** զգալի մասը	**Պահպանել** ոչ կոմերցիոն մոդելը. ունի նաև **սոցիալական** բաղադրիչ: Նախկինում **ոչ կոմերցիոն** մոդելի տակ գործող որոշ հաճախորդների բերել **կոմերցիոն** մոդելի դաշտ:	**Պահպանել** մոդելը. կարևոր է համայնքներում հայկական ինքնության համար: Մոդելը մեծ տեսակարար կշիռ չունի՝ ֆինանսական ցածր գրավչությունն **ընդունելի** է:

ՖՐԱՆՉԱՅԶԻՆԳ. մոդելի արդյունավետ աշխատանքի համար հաշվի են առնվել, նույնականացվել եւ մշակվել են հետեւյալ վերապահումները եւ սկզբունքները

Մոդելի ընդհանուր գրավչություն

- **Միջազգային** նմանատիպ փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ ֆրանչայզինգը այս համատեքստում ամենից **հարմար** մոդելն է՝
  - **Ճկուն** է
  - **Դյուրին** ընկալելի է գործընկերների համար
  - **Համաչափ** է կատարված ներդրումներին և ստացված եկամտին

Ռոյալթի

- **Համաշխարհային** պրակտիկայի համաձայն՝ նմանատիպ **կրթական-տեխնոլոգիական** ծրագրերի դեպքում գործընկերներից ստացվող եկամուտը տատանվում է **7-15%** շրջանակում
- Հետևաբար, Արմատի կոմերցիոն մոդելի պարագայում առաջարկվող 7.5% ռոյալթին **պահպանողական** է

Երկարաժամկետ կայունություն

- Ֆրանչայզինգի մոդելը եկամտի ստացման հավասարակշռված աղբյուր է՝ ռոյալթիի պարբերական վճարման մեխանիզմի շնորհիվ
- Սա օգնում է, որպեսզի գործընկերոջ վրա միանգամից չառաջանա ֆինանսական մեծ բեռ
- Մյուս կողմից՝ այն նպաստում է, որպեսզի Արմաթը շարունակաբար և երկարաժամկետ ստանա ֆինանսական ներհոսք

Տեղայնացում

- Մեր ռազմավարությունում ներկայացված ֆրանչայզինգի և ռոյալթիի մեխանիզմը **հիմնական** առաջարկվող **տարբերակն** է:
- Սակայն, հաշվի առնելով տարբեր շուկաների **առանձնահատկությունները** և հաճախորդների ծավալն ու կարիքները, մոդելի որոշ բաղադրիչներ կարող են **տեղայնացվել** (օրինակ՝ մեծ թվով լաբերի ձեռք բերման դեպքում ռոյալթին կարող է զեղչվել)

ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆ: Մշակված բազմաշերտ թվային մարկեթինգի քայլերը կօգնի հասնել պոտենցիալ ներդրողներին և ֆրանչայզիներին:

Բրենդ

Ապրանքանիշի ուղեցույց

- Գույներ
- Լոգոյի օգտագործում
- Տառատեսակ
- Հաղորդագրություններ
- Նկարներ

Նպատակ

Կատարել ապրանքանիշի լոկալիզացիա՝ համապատասխանեցնելով տվյալ երկրին

Հաղորդակցություն

Գործիքներ

- Շուկայավարման **կառավարման գործիք**
- **Կորպորատ միջոցառումների** կազմակերպում

Նպատակ

- Վերահսկում
- Ֆրանչայզեր-ֆրանչայզի կապի ապահովում

	Բացատրություն	Նպատակ	Գործիքներ	Թիրախային լսարան
PPC	Գործիք, որտեղ գովազդողը վճարում է իր ամեն գովազդի սեղմման համար	• Նոր **ֆրանչայզիներ** գտնելու • **Իրազեկվածության** բարձրացում	• Google and Bing Ads • Facebook Ads • LinkedIn Ads	• Ֆրանչայզիներ • Ներդրողներ
Local SEO	Օգնում է ձեր բիզնեսին ավելի տեսանելի լինել Google-ի որոնման արդյունքներում	• Բարձրացնել **իրազեկվածությունը** տվյալ **տեղանքի** ֆրանչայզի վերաբերյալ • Ներգրավել տվյալ տեղանքի **ներդրողներին**	• Google My Business • Semrush • Google Analytics and Trends	• Ներդրողներ
E-mail marketing	Տեղեկացնում է էլ-փոստի ցուցակին ծառայությունների մասին, պահում է կապը	• Սփյուռքի և թիրախային երկրների ներդրողների և պոտեցիալ ֆրանչայզիների հետ **կապի հաստատում / ներգրավում**	• HubSpot Email Marketing • Sendinblue • Email	• Ներդրողներ • Ֆրանչայզիներ
SMM	Հաճախորդների հետ կապի ամրապնդման գործիք՝ սոցիալական մեդիայի միջոցով	• Ստեղծել տվյալ **տեղանքին համապատասխան ապրանքանիշ** • Ֆրանչայզերների **ներգրավում**	• Facebook, Instagram, TikTok Linkedin • Buffer, Google Analytics	• Ներդրողներ • Ֆրանչայզիներ

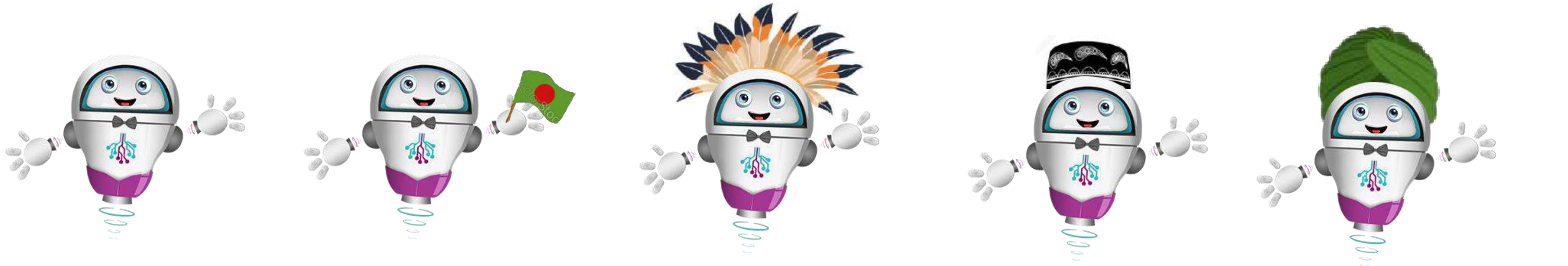
ԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄ: Պահպանելով <<Արմաթ>>՝ ապագայի ալգորիթմ կարգախոսը՝ կերպարն, անվանումն ու լոգոտիպը համապատասխանեցնել երկրների մշակույթին:

ԵՐԿԻՐ

Հայաստան	Բանգլադեշ	Հնդկաստան	Ուզբեկիստան	Իրան

ԿԵՐՊԱՐ

Արման	Ահմեդ	Ռուդրա	Բիլոլ	Ախթար



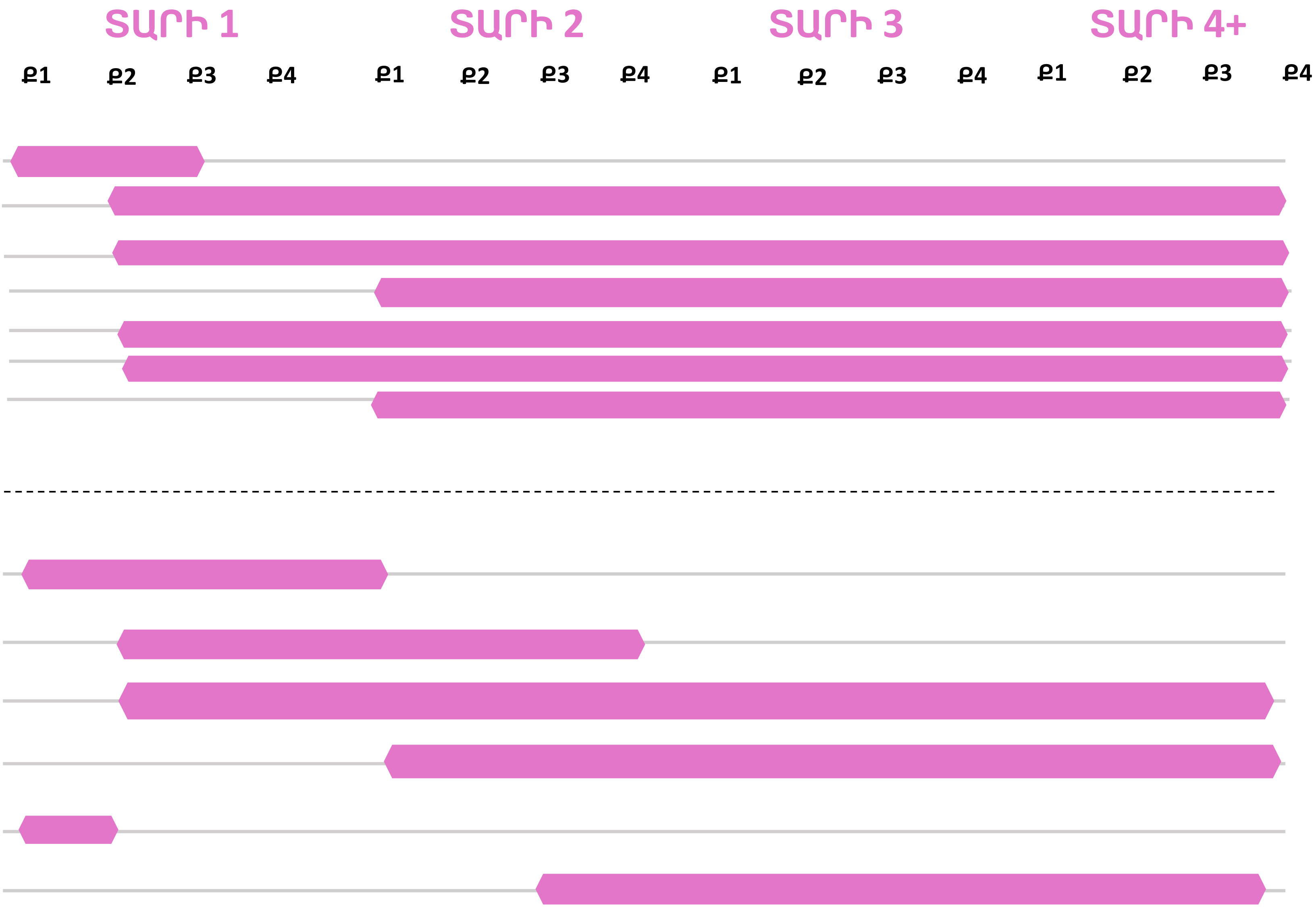
ԼՈԳՈՏԻՊ

armath armath armath armath armath

Ամփոփագիր → Հետազոտություն → Ռազմավարություն → Իրականացում → Ֆինալներ և ռիսկեր → Հավելվածներ

ԺԱՄԱՆԱԿԱՅԻՆ ՔԱՐՏԵԶ: Ռազմավարության իրականացման համար մշակվել է գործողությունների համապարփակ պլան՝ ըստ հիմնական փուլերի:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ



ԸՆԴԼԱՅՆՈՒՄ

- Շուկայի **նախնական ուսումնասիրություն**
- Կազմակերպության ուսումնասիրում և հիմնական **ֆրանչայզինգ մոդելի ընտրություն**
- Ընդլայնում դեպի **Հնդկաստան, Բանգլադեշ**
- Մուտք **Ինդոնեզիա, Իրան, Ուզբեկստան**
- Լաբորատոր սարքավորումների տեղադրում
- Մարզիչների վերապատրաստում
- Համակարգում, մոնիտորինգ, խորհրդատվություն, գնահատում

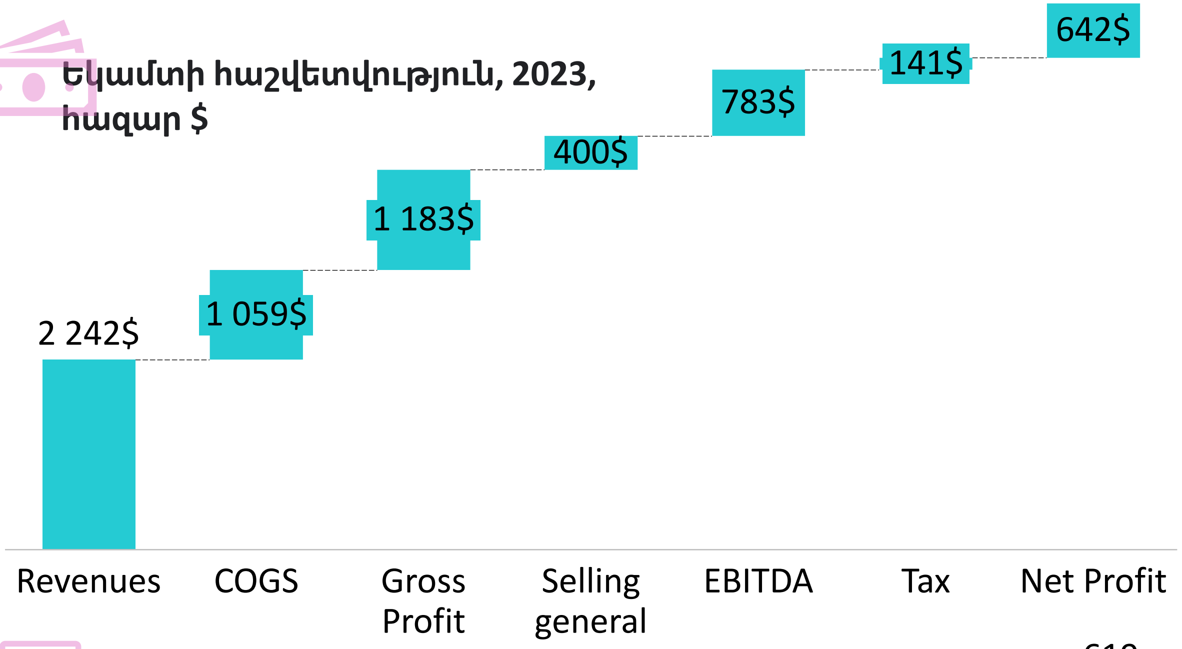
ԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄ

- Բրենդի **համապարփակ ուղեցույցի ստեղծում**՝ տեղայնացված կոնկրետ երկրում
- Ապրանքանիշի **իրազեկման բարձրացման** արշավներ՝ ըստ տեղայնացված շուկայի
- Թվային մարքետինգի արշավներ (տեղային SEO, PPC, Իմեյլ մարքետինգ
- Դայրեքթ մեյլ՝ **նոր ֆրանչայզերներ ներգրավելու** համար (կենտրոնացած Սփյուռքում)
- Ֆրանչայզերի և ֆրանչայզիի **շուկայավարման կառավարման գործիքի ձեռք բերում**
- Ֆրանչայզերի և ֆրանչայզիի հաղորդակցություն, ոլորտի հատուկ **կորպորատիվ միջոցառումների կազմակերպում**

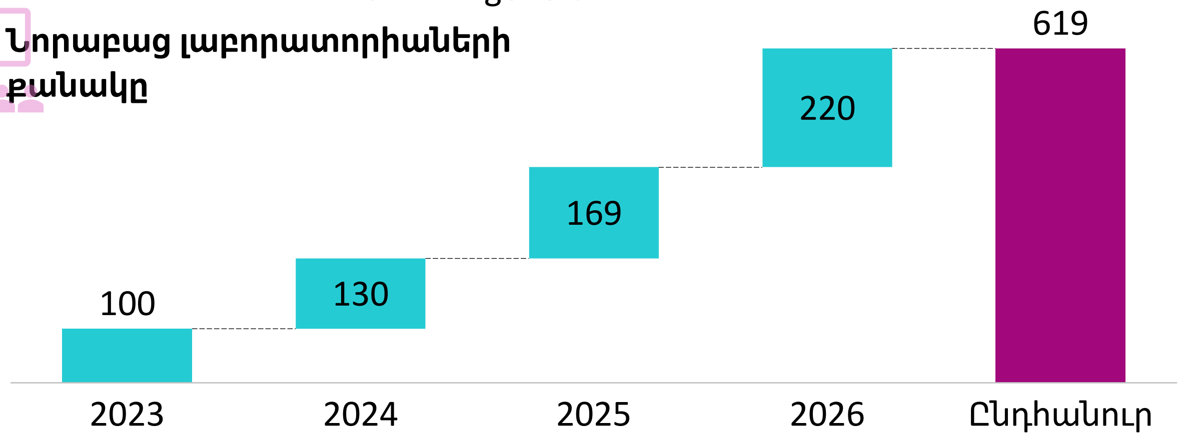
Ամփոփագիր → Հետազոտություն → Ռազմավարություն → Իրականացում → Ֆինանսներ և ռիսկեր → Հավելվածներ

Առաջարկվող լուծումները կօգնեն հասնել ավելի քան 619 նորաբաց լաբորատորիայի 4-5 տարում:

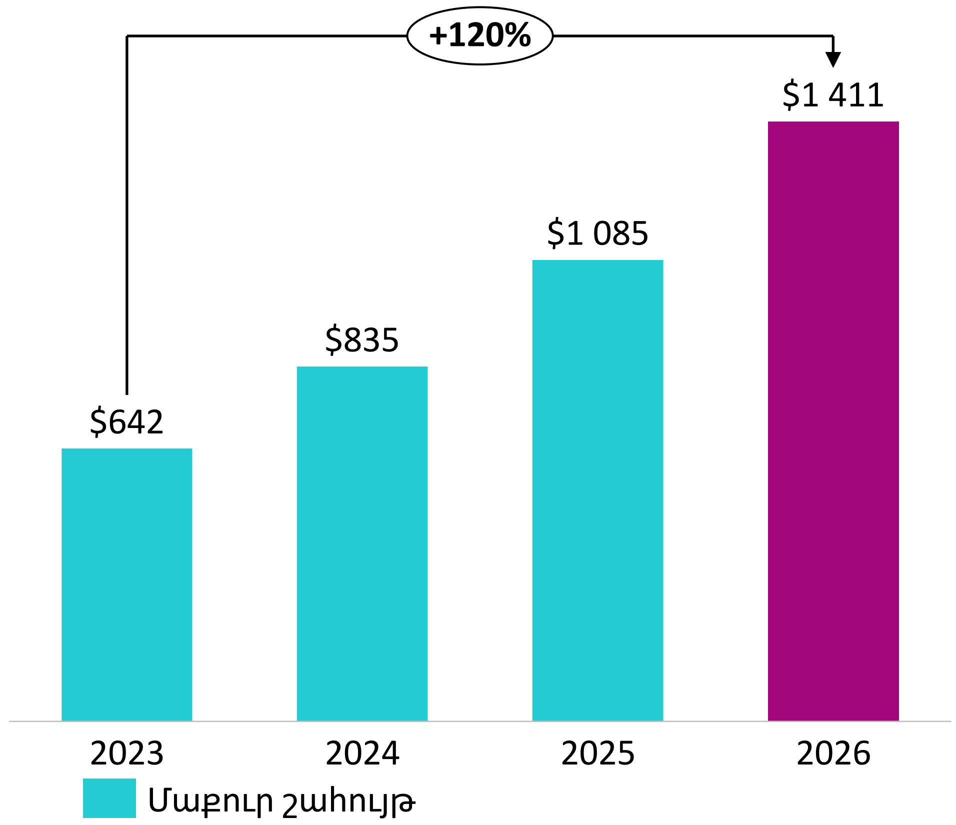
Եկամտի հաշվետվություն, 2023, հազար $



Նորաբաց լաբորատորիաների քանակը



Մաքուր շահույթ մինչև 2026, հազար $



Առաջարկվող ռազմավարությունը կանխատեսվում է, որ կբերի մոտ $2Մ NPV-ի և 129% ROI:

Նախնական ներդնում

600 000$

NPV

≈ 2Մ$

WACC

11%

Մարկետինգի և վաճառքի համար նախատեսված գումար

IRR

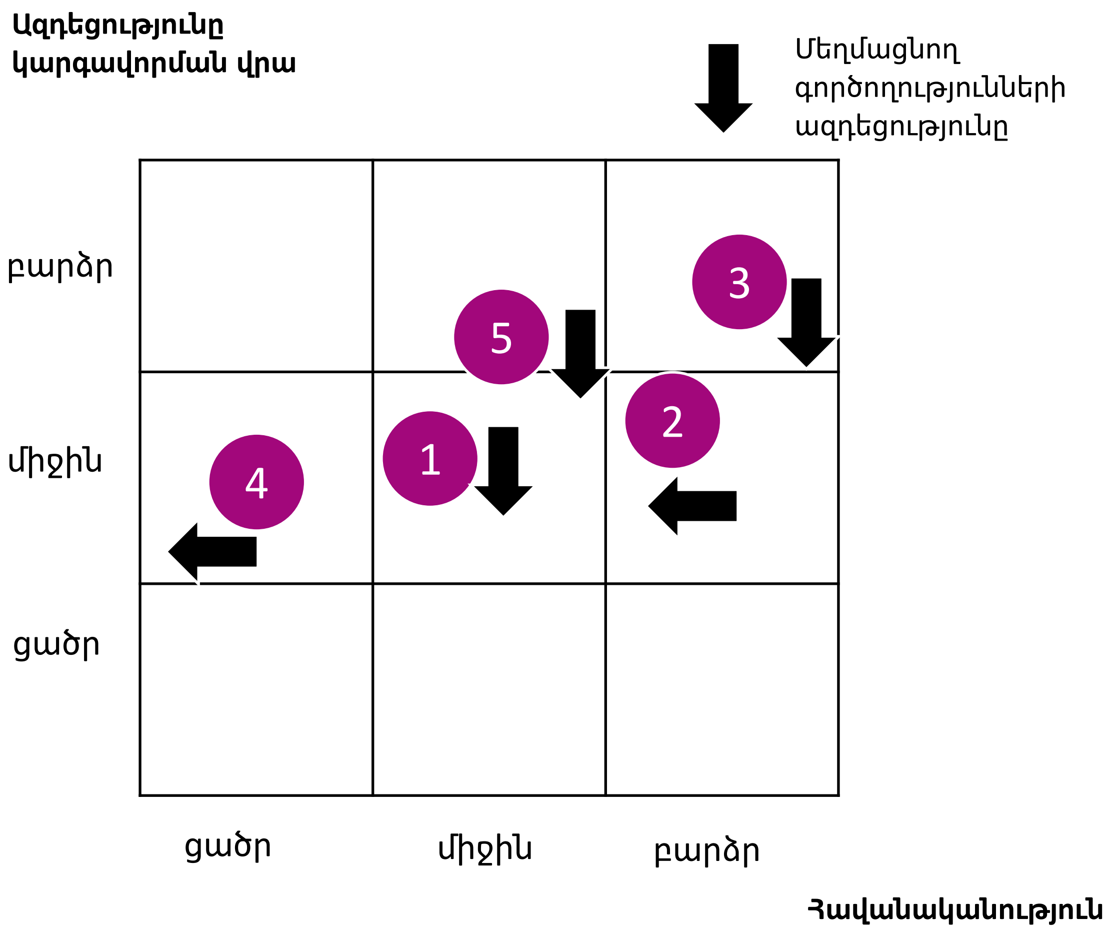
120%

ROI

129%

Մշակված մեղմացնող գործողությունները կօգնեն չեզոքացնել մարտավարության ռիսկերը ու ապահովել դրա կայունությունը:

ՌԻՍԿԵՐԻ ՔԱՐՏԵԶԱԳՐՈՒՄ



ՌԻՍԿԵՐ | ՌԻՍԿԵՐԻ ՄԵՂՄԱՑՈՒՄ

ԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄ

1. Տեղացի բնակիչների **անհետաքրքրություն**: — «Արմաթ» -ի բրենդի **համապատասխանեցում** երկրի լոկալ մշակույթի հետ

2. Վստահելի և որակյալ անվան ստեղծման **ձախողում**: — Համագործակցություն տեղական առաջատար կրթական և հասարակական կազմակերպությունների հետ

ԸՆԴԼԱՅՆՈՒՄ

3. Շուկայում **մրցակիցների** ավելացում: — **Ճանաչողության** բարձացում տարբեր գործիքների միջոցով:

4. Նոր **անբարենպաստ** օրենքի ընդունում երկրների կառավարության կողմից: — Երկրների կրթական համակարգի հետ ակտիվ **համագործակցություն** և տվյալների փոխանակում

ՖՐԱՆՉԱՅԶԻՆԳ

5. Հեղինակության **վատթարացում** արտոնատերերի կողմից: — Շուկայի **կառավարման** գործիք: **Կորպորատ** միջոցառումների կազմակերպում:

Ռազմավարության իրականացումը կնպաստի Արմաթին դիրքավորվել միջազգային շուկայում, ընդլայնել եկամուտներն ու աղբյուրները, և նպաստել Հայաստանի զարգացմանը

Նպատակ

«Արմաթ»-ը նախատեսում է դուրս գալ արտասահմանյան շուկա մինչև 2022թ.

- Բանգլադեշ
- Ուզբեկստան
- Իրան
- Հնդկաստան
- Ինդոնեզիա

- 3 տարբեր ֆրանչայզինգային բիզնես մոդելներ
- Թիրախային երկրներ և Սփյուռքի շուկայի ներթափանցում

- Անհատական ապրանքանիշի ստեղծում, տեղայնացված թիրախային շուկաներում
- Թվային մարկետինգի համապարփակ ռազմավարության իրականացում

129% ROI **2026թ**.-ին

619 նորաբաց լաբորատորիա **2026թ**.-ին

- Ռազմավարության արդյունավետ իրականացումը կօգնի Արմաթ-ին դուրս գալ **միջազգային ասպարեզ** և դիրքավորել հայկական կրթական-տեխնոլոգիական ձեռքբերումները **համաշխարհային** շուկայում:
- Միջազգայնացման շնորհիվ Արմաթ-ը հնարավորություն կունենա ստացված եկամուտների մի մասը **վերաներդնել** Հայաստանում՝ **նպաստելով** հայրենիքի կրթական-տեխնոլոգիական դաշտի զարգացմանը և **երիտասարդների** գիտակ սերնդի կայացմանը

ՀԱՎԵԼՎԱԾ

Code Ninjas

Կենտրոնների քանակ - *464*
Գին - 139$(պատանիական ակումբներ), 239(ոսկյա բաժանորդ), 339(պլատինե բաժանորդ)
Ուղղվածություն - *Ծրագրավորում*
Նկարագիր - *Code Ninjas®-ը երեխաների կոդավորման ուսուցման ամենաարագ զարգացող ոչ ֆորմալ կրթական հաստատություններից է, որն գործում է ԱՄՆ-ում, Կանադայում և Միացյալ Թագավորությունում: Կենտրոններում երեխաները սովորում են կոդավորում՝ իրենց սեփական տեսախաղերը կառուցելով:*

Sylvan Learning

Կենտրոնների քանակ - *750*
Գին - *49$ ամսական*
Ուղղվածություն - *Ծրագրավորում, ԳՏԻՄ կրթություն,*
Նկարագիր - *Sylvan-ի կենտրոններում երեխաները սովորում են ծրագրավորում, ինժեներիա և ռոբոտաշինություն, ինչպես նաև ստանում են գիտելիքներ ԳՏԻՄ ուղղվածության կրթական ճյուղերի վերաբերյալ: Նրանց դասավանդում են սերտիֆիկացված ուսուցավարները:*

ICode

Կենտրոնների քանակ - *750*
Գին - *99$ ամսական*
Ուղղվածություն - *Ծրագրավորում*
Նկարագիր - ICode-ի *կենտրոններում երեխաները ստանում են ծրագրավորման գիտելիքներ, որոնք կօգնեն նրանց իրենց հետագա կարիեռայի ընթացքում: Ըստ K-12 ստանդարտների երեխաները չեն կարող սերտիֆիկացվել, սակայն* ICode-ը տրամադրում է հարթակ 2 միլիոնից ավել երեխաների համար սերտիֆիկացվելու:

Աղբյուրներ: Ուսումնական խմբակների կայքէջեր