

Transboundary Joint Secretariat for the Southern Caucasus

Promoting cooperation in nature conservation



ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Իրականացնող կազմակերպություն	Բնության համաշխարհային հիմնադրամի (ԲՀՀ) հայաստանյան մասնաճյուղ
Խորհրդատու կազմակերպություններ	AHT GROUP AG, REC Caucasus
Հաստիքի/Պայմանագրի անվանումը	Հայաստանի պահպանվող տարածքների համար բրենդային հայեցակարգի և բրենդային ուղեցույցների մշակում
Պայմանագրի տեսակ	Ծառայությունների մատուցման պայմանագիր
Ժամկետ	21 դեկտեմբերի 2018թ. - 31 մարտի 2019թ.
Առաջադրանքի վայր	Հարավային Կովկաս, Հայաստան

I. ԱՄՔ 3-րդ փուլի նկարագիր՝

Էկոտարածաշրջանային բնապահպանական ծրագիրը Հարավային Կովկասում (ENPP), որը ֆինանսավորվում է Գերմանիայի տնտեսական համագործակցության և զարգացման դաշնային նախարարության կողմից (BMZ)՝ KfW Ջարգացման բանկի միջոցով բաղկացած է չորս բաղադրիչից.

- 1) Պահպանվող տարածքների աջակցության ծրագիր (SPPA)
- 2) Կովկասի բնության հիմնադրամ (CNF)
- 3) Անդրսահմանային միացյալ քարտուղարության ծրագիր (TJS), և
- 4) Հարավային Կովկասում էկոլոգիական միջանցքների ծրագիր (ECPSC)

ԲՀՀ-Կովկասյան գրասենյակը (WWF CauPO) ԱՄՔ 3-րդ փուլը իրականացնող մարմինն է (ԱՄՔ 3-րդ փուլ՝ հուլիս 2015 - հունիս 2020) : Առաջին չորս տարվա ընթացքում AHT GROUP AG-ի և REC Caucasus-ի կոնսորցիումը խորհրդատվական ծառայություններ են մատուցում ԲՀՀ-Կովկասյան գրասենյակին:

ԱՄՔ 3-րդ փուլի նպատակն է ապահովել Էկոտարածաշրջանային բնապահպանական ծրագրի (ECP) հետագա զարգացումը և դրա իրականացման կարգավիճակի բարելավումը Հայաստանում, Ադրբեյջանում և Վրաստանում: Ծրագրի անուղղակի նպատակն է խթանել տարածաշրջանային բնապահպանական համագործակցությունը Հարավային Կովկասում և նպաստել ընդհարումների մեղմացմանը:

ԱՄՔ շրջանակներում ակնկալվող հինգ արդյունքներն են. ոլորտի վերլուծությունը (Արդյունք 1), սոցիալ-տնտեսական զարգացումը (Արդյունք 2), էկոտորիզմի զարգացումը և խթանումը (Արդյունք 3), էկոտարածաշրջանային բնապահպանական ծրագրի (ECP) վերանայումը (Արդյունք 4) և Հատուկ գործառնական ֆոնդի (SOF) կառավարումը (Արդյունք 5):

Արդյունք 3-ը սահմավում է հետևյալ կերպ.

«Պահպանվող տարածքները խրախուսվում են որպես էկոտորիզմի ուղղություն, և ներառվել են տնտեսապես շահավետ և բնապահպանական տնտեսկյունից կայուն զբոսաշրջային առաջարկներում»:

II. Առաջադրանքի նկարագիրը

Հայաստանի պահպանվող տարածքների (այսուհետ՝ ՊՏ-ների) համար բրենդային հայեցակարգի և բրենդային ուղեցույցների մշակում:

Հարավային Կովկասում էկոտորիզմի էական ներուժը ի հայտ է եկել վերջին տարիների ընթացքում: Բնապահպանության նախարարությունը էկոտորիզմի զարգացման հարցում հետաքրքրություն է ցուցաբերել եկամուտ ստանալու նպատակով, այնուամենայնիվ, եկամտի ծավալները դեռ ցածր են և առայժմ բավարար չեն գործառնական ծախսերը ծածկելու համար:

Ունենալով էական բնապահպանական արժեք և բացառիկ բուսական և կենդանական աշխարհ՝ Հայաստանի ՊՏ-ները կարող են դառնալ էկոտորիզմի պոտենցիալ ուղղություն: Հաշվի առնելով Բնապահպանության նախարարության (այսուհետ՝ ԲՆ) լիազորությունները, այն կարևոր դեր ունի Հայաստանի ՊՏ-ների ներուժի առաջխաղացման և տեղեկատվության տարածման գործում: Մինչդեռ, ՊՏ-ների որպես ուղղություն նույնականացման հայեցակարգ մինչ այժմ մշակված չէ, անհատական ՊՏ-ների տեղեկատվական տնտեսկյունը կրում է հատվածային բնույթ, իսկ այդ գործընթացը կարգավորող չափանիշներ, կանոններ և սկզբունքներ գոյություն չունեն:

Վերոգրյալի աջակցման համար անհրաժեշտ է ներդնել Հայաստանի ՊՏ-ների համակարգի համար միասնական բրենդավորման մոտեցում, ինչպես նաև մշակել ոճային ինքնության օգտագործման ձեռնարկ:

Այդ իսկ պատճառով, ԱՄՔ-ն հրավիրում է մասնագիտացված կազմակերպություններին ներկայացնելու համապարփակ առաջարկներ՝ Հայաստանի ՊՏ-ների համար յուրահատուկ, ժամանակակից և գրավիչ բրենդային ընդհանրական հայեցակարգի և ընտրված 6 ՊՏ-ների¹ համար մանրամասն բրենդային ուղեցույցների մշակման համար:

Սույն հանձնարարությունը պետք է իրականացվի գույահեռ և ավելադիր Հայաստանի ՊՏ-ների վեր-կայքի մշակման գործընթացին, որը նույնպես իրականացվում է ԱՄՔ ծրագրի շրջանակներում:

Բրենդային հայեցակարգը պետք է համապատասխանի էկոտորիզմի ռազմավարական զարգացման ուղեցույցներում² ներառված առաջարկներին:

¹ «Արփի լիճ» ԱՊ, «Դիլիջան» ԱՊ, «Մոսթովի անտառ» ՊԱ, «Սևան» ԱՊ, «Զանգեզուր» կենսոլորտային համալիր և «Տաթև» նախատեսված ԱՊ:

² Կայուն էկոտորիզմի զարգացման տարածաշրջանային ուղեցույցներ, էկոտորիզմի զարգացման ռազմավարություններ «Արփի լիճ» ԱՊ, «Դիլիջան» ԱՊ և «Մոսթովի անտառ» ՊԱ-ի համար, ԱՄՔ 3-րդ փուլի նյութեր («Բնության առաքելները» բրոշուրներ և ֆիլմեր. <http://legendsofnature.org/> և այլն)

III. Առաջադրանքի նպատակները և շրջանակը

- Ուսումնասիրել ՊՏ-ների վերաբերվող առկա բրենդային նյութերը (տարբերանշաններ, ձևաթղթեր, ձեւեր, հրապարակումներ, բլանկներ, այցեքարտեր, վահանակներ և այլն):
- Մշակել Հայաստանի ՊՏ-ների համակարգի ընդհանրական բրենդային հայեցակարգ՝ ներառյալ բրենդի գաղափարը և փիլիսոփայությունը, այս հայեցակարգի հիմնական համակարգված գաղափարախոսական բաղադրիչները և դրանց դիրքադրումը, հիմնական կարգախոսը, ամբողջական գունային ներկապնակը և այլն:
- Ընդհանրական բրենդային հայեցակարգի հիման վրա մշակել մանրամասն բրենդային ուղեցույցներ ընտրված 6 ՊՏ-ների համար, ներառյալ՝ նոր տեսանկյունիության ինքնույնությունը (տարբերանշաններ, կարգախոսներ, յուրաքանչյուր ՊՏ-ի հետ հաղորդակցությունը (օրինակ, յուրահատուկ բնութագրերի խորհրդանիշները, զգացողությունները և դրանց պատկերավորումը), ձևաչափեր և նրանց գործադրումներ (չափանշումներ, գունային ներկապնակներ, տառատեսակներ), բրենդային պարագաների խմբագրելի ձևաչափեր (հրատարակություններ, տեսանկյունիության նյութեր, կոորպորատիվ տարրեր և այլն):
- Մշակել տեսանկյունիության նույնականացման կառավարման և բրենդային պարագաների օգտագործման վերաբերյալ մանրամասն առաջարկությունների ձեռնարկ:
- Նոր բրենդային հայեցակարգի պատշաճ գործառնությունը դյուրացնելու նպատակով անցկացնել դասընթացներ մշակված ձեռնարկի վերաբերյալ ԲՆ-ի համապատասխան անձնակազմի համար:

Բրենդային բաղադրիչները

Բրենդային բաղադրիչները պետքը առնվազն ներառեն՝

Տրատարակություններ

Գրքույկներ, հաշվետվություններ, ծրագրային առաջարկներ, տեղեկագրեր, փաստագրային թերթեր, թռուցիկներ:

Տեսանկյունիության նյութեր

Բաժակներ, USB կրիչներ, թևոցներ, տնտեսական պայուսակներ, բաճկոններ, վերնաշապիկներ, մարտկոցներ, գրիչներ, մատիտներ, ռետիններ, օրացույցներ, կաշուն պիտակներ, օրագիրներ:

Կորպորատիվ տարրեր

Ներկայացումների ձևաչափեր, բլանկներ, այցեքարտեր:

Տեղեկատվական տեսանկյունիության տարրեր

Պաստառներ, վրաններ, տեղեկատվական վահանակներ, ոլորվող պաստառներ, նախագուշացնող նշաններ, կենդանիների խորհրդանիշներ, գործունեության նշաններ (ճամբար, քայլարշավ և այլն), ենթակառուցվածքների նշաններ (հյուրատներ, այցելուների կենտրոններ, B&B-ներ, ուղղությունների և հեռավորությունների նշաններ և այլն):

Լեզվի պահանջներ:

Հայեցակարգը և ձեռնարկը պետք է մշակվեն երկու լեզուներով՝ հայերեն և անգլերեն:

Ընտրված 6 ՊՏ-ների մանրամասն բրենդային ուղեցույցները պետք է մշակվեն երեք լեզուներով՝ հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն:

Թվային համատեղելիության պահանջներ

Մշակված նյութերը պետք է համատեղելի լինեն ՊՏ-ների թվային հարթակների հետ (կայքեր, էլեկտրոնային տեղեկագրեր, սոցիալական ցանցերի էջեր և այլն):

Փոխգործակցության պահանջները

Ընդհանրական բրենդային հայեցակարգի և բրենդային ուղեցույցների մշակման գործընթացը անհրաժեշտ է իրականացնել ՀՀ բնապահպանության նախարարության վերաբրենդավորման գուգահեռ ընթացող գործընթացի հետ սերտ փոխգործակցությամբ՝ հնարավորինս ապահովելով երկու գործընթացների գաղափարական միասնությունը:

IV. Առաջադրանքի իրականացում

Վայր՝ Երևան, Հայաստան; հնարավոր այցելություններ ընտրված ՊՏ-ներ:

Ժամանակացույց՝

1. Ընդհանրական բրենդային հայեցակարգի մշակում (առաջին նախագիծ)՝ մինչև 2018թ. դեկտեմբերի 10-ը:
2. Ընդհանրական բրենդային հայեցակարգի մշակում (վերջնական նախագիծ)՝ մինչև 2018թ. դեկտեմբերի 31-ը:
3. Ընտրված 6 ՊՏ-ների մանրամասն բրենդային ուղեցույցների մշակում (առաջին նախագիծ)՝ մինչև 2019թ. մարտի 1-ը:
4. Ընտրված 6 ՊՏ-ների մանրամասն բրենդային ուղեցույցների մշակում (վերջնական նախագիծ) և տեսանելիության նույնականացման կառավարման և բրենդային պարագաների օգտագործման ձեռնարկի մշակում՝ մինչև 2019թ. մարտի 20-ը:
5. ԲՆ-ի համապատասխան անձնակազմի համար դասընթացների անցկացում՝ մինչև 2019թ. մարտի 31-ը:

Մշակված նյութերի թվային ֆայլերը պետք է տրամադրվեն նախադիտման և արտադրման բարձր որակի ձևաչափերով: Դասընթացները պետք է անցկացվեն անձամբ:

V. Որակավորման պահանջներ

- Թվային հաղորդակցության, դիզայնի կամ այլ նմանատիպ ոլորտում նշանակալի մասնագիտական փորձառություն:
- Բրենդային հայեցակարգերի և բրենդային ուղեցույցների մշակման ոլորտում նվազագույնը 2 տարվա փորձ:
- Համանման ծավալների նախկինում իրականացված առնվազն մեկ նախագիծ: Զարգացման ծրագրերի հետ իրականացված նախկին նախագիծերը կդիտվեն որպես առավելություն:
- WWF-Հայաստանի և խորհրդատուի պահանջներին արձագանքելու ճկունություն:

VI. Առաջադրանքի հիմնական արդյունքները/բովանդակությունը

- Հայաստանի ՊՏ-ների համակարգի ընդհանրական բրենդային հայեցակարգ:
- Ընտրված 6 ՊՏ-ների մանրամասն բրենդային ուղեցույցներ:
- Տեսանելիության նույնականացման կառավարման և բրենդային պարագաների օգտագործման մանրամասն ձեռնարկ:
- ԲՆ-ի անձնակազմի համար դասընթացներ:

VII. Հավելվածներ

- Կայուն էկոտորիզմի զարգացման Տարածաշրջանային ուղեցույցներ
- Էկոտորիզմի զարգացման ռազմավարություններ «Արփի լիճ» ԱՊ, « Դիլիջան» ԱՊ և «Խոսրովի անտառ» ՊԱ-ի համար
- ԱՄՔ 2-րդ փուլի նյութեր