



MANTASHYANTS

BUSINESS CLUB

**WE ARE
STRONGER
THAN
ME**

Մենք-ն
ուժեղ է
ես-ից



ԱՎՏՈՂԵՍՎԻ ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ ՆԵՐԿԱՅԱՑՈՒՑԻՉԸ ԵՎ ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ԿԵՆՏՐՈՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

- BIM ԽՈՐՀՐԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ
- AUTODESK ԾՐԱԳՐԵՐ
- ԴԱՍԸՆԹԱՑՆԵՐ





+374 95 722 720 +374 11 722 720 info@ardesk.am www.ardesk.am



ECO MOTORS

DONGFENG S7



ՓՈԽԻՐ ՄԵՔԵՆԱԴ ՓՈԽԻՐ ԱՃԽԱՐՅԸ

Eco Motors ընկերությունը հիմնադրվել է 2021 թվականին: Այսօր այն ունի՝

- 6 մասնաճյուղ և սպասարկման կենտրոն
- 45-ից ավել փորձառու մասնագետներ
- «Որակի Նշան» մրցանակ՝ 2024թ.-ին Բարձրակարգ սպասարկման անվանակարգում
- 2025թ.-ից ԱՊՊԱ ոլորտում վերանորոգման պաշտոնական որակավորում

Eco Motors-ը հանդիսանում է 4 առաջատար բրենդների պաշտոնական ներկայացուցիչը Հայաստանում՝

SHINERAY

DAIJIN

DONGFENG

SKYWELL

Պաշտոնական մեքենաների համար տրամադրվում է 5 տարի կամ 200,000 կմ երաշխիքային սպասարկում իսկ ոչ պաշտոնական մեքենաների համար՝ 3 տարի կամ 150,000 կմ:

Մեր ծառայությունները

- Էլեկտրական և հիբրիդային մեքենաների ներկրում
- Շուկայի ամենալայն տեսականին՝ առկա և պատվերով
- Պրոֆեսիոնալ ավտոտեխնիկական սպասարկում՝ նորագույն սարքավորումներով
- Տրամադրում ենք նաև տեխնիկական ծառայություններ՝ ավտոփականակագործություն, ընթացագործություն, ավտոէլեկտրիկ աշխատանքներ
- Մշտապես թարմացվող ավտոպահեստամասերի առկա և պատվերով մատակարարում

Մեքենաները կարելի է ձեռք բերել՝

- Կանխիկ
- Ապառիկ
- Լիզինգային տարբերակներով

Համագործակցում ենք գրեթե բոլոր բանկերի և լիզինգային կազմակերպությունների հետ:



Մեր նպատակը պարզ է՝ դարձնել Էլեկտրական տրանսպորտը հասանելի, վստահելի և գրավիչ յուրաքանչյուր ընտանիքի և բիզնեսի համար:

Արմեն Աբրահամյան

ECO MOTORS Հիմնադիր Տնօրեն



ք. Երևան, Մելքումովի 88
Երևան - Սևան մայրուղի, թիվ 14
Գ. Փարաքար, Գևորգ Չաուշի 2
ք. Երևան, Դավիթ Բեկի 97/26
ք. Երևան, Սեբաստիայի փողոց 108/4

+ (374) 96 94 94 66

+ (374) 96 94 94 66



FORTHING

FORTHING FRIDAY

85.9 կՎտժ

490 կմ

5 տեղանի



SKYWELL BE11

520 կմ

12.8" էկրան

150 կՎտ շարժիչ



SHINERAY

SHINERAY E3L

Ծավալ՝ 6.5 մ³

12.8" էկրան

Խաղաղ և
էկո երթևեկություն



RUICHI EC31

(Սառնարանային)

Բեռ՝ 1430 կգ

250 կմ

Սառնարանային
բեռնատար





2025 թվականի առաջին կեսը շարք հազեցած էր «Մանթաշյանց»-ի համար: Բազում միջոցառումներ ենք անցկացրել, նոր նախաձեռնություններ սկսել, մասնաճյուղեր հիմնել և այլն: Բոլոր այս գործերի մասին, իհարկե, դժվար է խոսել ամսագրի մեկ համարում, առավել ևս՝ մեկ հոդվածում: Բայց ես կփորձեմ համառոտ ներկայացնել հիմնական այն իրադարձությունները, որոնք տեղի են ունեցել այս տարվա ընթացքում՝ վստահեցնելով, որ առաջիկայում նորությունները շարք ավելի շարք են լինելու:



Բիզնես տուրեր 5 երկիր

Մանթաշյանականների հետ 5 երկիր բիզնես տուր արեցինք՝ Վրաստան, ԱՄՆ, Չեխիա, Գերմանիա, Լեհաստան ու Ավստրիա: Բնականաբար, բոլոր այս երկրներում հանդիպումներ եղան տեղի հայ գործարարների և մանթաշյանականների հետ, բիզնես տուրեր արեցինք տարբեր ընկերություններ, ներթվոք հանդիպումներ և այլն:

Բացվեց 2 նոր մասնաճյուղ

2025-ի առաջին կեսին մեզ մոտ բացվեցին «Մանթաշյանց Պրահա» ու «Մանթաշյանց Վարշավա» մասնաճյուղերը: Ամեն մասնաճյուղում մոտ մեկ տասնյակ հայ գործարար միացան ամենամեծ հայկական բիզնես համայնքին ու հիմա տարբեր երկրներից հայ գործարարներ կարող են գործընկերներ գտնել նաև այս երկրներում: Ճիշտ է՝ տարվա առաջին կեսի համար պլանավորում էինք բացել 5 մասնաճյուղ, բայց տարբերությունը փորձելու ենք լրացնել տարվա վերջ:

Սկսեցինք «Մանթաշյանց անտառ»-ի տնկման բարեգործական նախագիծը

«Մանթաշյանց անտառ»-ի տնկման առաջին փուլի համար ակումբականներով հավաքեցինք մոտ 40 000 դոլար, որով My Forest Armenia կազմակերպությունը 20 000 ծառ է տնկելու ու խնամելու երեք տարի: Անտառատնկման մեր առաջին փուլն արեցինք 2025-ի սկզբին, երկրորդ փուլն արդեն անելու ենք 2025-ի աշնանը: «Մանթաշյանց անտառ»-ի քաղաքականությունը պլանավորում ենք շարունակական դարձնել:

Թողարկեցինք կայքի թարմացված տարբերակը

Կայքում ակումբականները կարող են գրանցվել իրենց հատուկ գաղտնաբառով ու տեսնել, թե որ քաղաքում ովքեր են ակումբին անդամակցում, կարող են թարմացնել իրենց հաշվի ինֆորմացիան, դարձնել ավելի ներկայաճիւղի և այլն: Հետագայում կայքի վրա աշխատանքները շարունակվելու են՝ այն ավելի հարմար

ու պրակտիկ դարձնելու նպատակով: Շուտով կայքում market place հատված կունենանք, որտեղ ակումբականները կարող են իրենց առաջարկները տեղադրել՝ հատուկ ակումբի ներսի անդամների համար նախատեսված զեղչերով: Կայքը նաև արտաքինից ավելի ֆունկցիոնալ ու օգտակար է դարձել:

Հիմնադրեցինք «Մանթաշյանց ներդրումային սինդիկատ»-ը

«Մանթաշյանց ներդրումային սինդիկատ»-ի շրջանակներում խորհուրդ է ընտրվել ակումբական գործարարներից, որոնք վերլուծելու են տարբեր ներդրումային պրոյեկտներ, գնահատելու դրանք ու կարծիքներ հայտնելու: Դրական կարծիքներ ստացած պրոյեկտները ներկայացնելու ենք տարբեր երկրների մասնաճյուղերում գործող մեր ակումբականներին, օգնենք որպեսզի ներդրում ստանան:



Հիմնադրեցինք «Mantashyants executive» փաթեթը

Մենք ունենք Մանթաշյանցի հիմնական փաթեթը, որտեղ մուտք գործելու համար ամենաքիչը 400 միլիոն դրամ շրջանառություն է պետք, ունենք «Մանթաշյանց 100»-ը, որտեղ մուտք գործելու մինիմալ շրջանառությունը 4 միլիարդ դրամ է և հիմա հիմնում ենք





«Mantashyants executive»-ը, որը նախատեսված է տնօրենների ու 100-ից 400 միլիոն դրամ տարեկան շրջանառություն ունեցող բիզնեսների համար: Մենք ակումբով ամեն ինչ անելու ենք, որպեսզի այս խմբի գործարարներն աճեն, զարգանան ու միանան մյուս փաթեթներին:

Հիմնադրեցինք «Մանթաշյանց Բիզնես լաունջ»-ը

«Մանթաշյանց Բիզնես Լաունջ»-ը վայր է, որտեղ մուտք կարող են ունենալ միայն մանթաշյանականներն ու իրենց կողմից երաշխավորված մարդիկ: Բիզնես լաունջը վերածվելու է մանթաշյանականների սիրված վայրի, որտեղ կարելի է և՛ ժամանց անցկացնել, և՛ գործնական հանդիպումներ՝ իմանալով, որ այդ միջակայքում պատահական մարդիկ չկան, բոլորը գործարարներ են, ում հետ շփումը կարող է օգտակար ու հաճելի լինել:

Նոր ֆորմատների սկիզբ դրեցինք

Օրինակ, «Մանթաշյանց խորը ներթուրքինգ», որը նախատեսված է ավելի երկար ու խորը հարաբերությունների ձևավորման համար: «Խորը ներթուրքինգ»-ի շրջանակներում ակումբի մենեջերներից զանգում են, առաջարկում են անհատական հանդիպել որևէ ակումբականի հետ, ով կարող հետաքրքիր լինել, հնարավոր համագործակցության համար: Արդեն ամիսը մոտ 15-20 նմանատիպ անհատական հանդիպումներ ենք կազմակերպում: Գնալով այդ ֆորմատի հանդիպումների քանակը մեծացնելու ենք: Տասնորդների հանդիպումներ միմյանց հետ՝ ավելի մտերիմ խմբային հարաբերությունների զարգացման համար: Այս դեպքում մեր երկու խմբի տասնորդներ մի քանի անգամ հանդիպում են անցկացնում՝ միմյանց հետ համագործակցության պոտենցիալը հասկանալու, համատեղ աշխատելու համար:



Մանթաշյանց Գլոբալ Բիզնես Ֆորում 2025

Այս անգամ մեր Գլոբալ Բիզնես Ֆորումը մի քանի հարցերում ռեկորդ սահմանեց, օրինակ՝ ամենաշատ երկրներից մասնակիցներ: Այս տարի գլոբալ ֆորումին 20 երկրներից ու 30 քաղաքներից գործարարներ մասնակցեցին: Ընդհանուր մասնակիցների թիվը 7 օրե-

րի ընթացքում հասավ մոտ 1200-ի: Այսպիսով՝ Մանթաշյանց Գլոբալ Բիզնես Ֆորումը վստահ գնում է դեպի իր նպատակ՝ Հայաստանի ամենամեծ տնտեսական իրադարձությունը դառնալուն:

Ցուցակը կարելի է շարունակել, քանի որ շատ հազեցած 6 ամիսներ ենք ունեցել: Դեռ չեմ ասում մեր հանդիպումների, սեմինարների, քննարկումների, գործարքների ու համատեղ պրոյեկտների մասին, որոնք հարյուրներով են եղել:

Կարևորը՝ հաստատուն քայլերով գնում ենք մեր հիմնական նպատակի ուղղությամբ՝ միավորել աշխարհի հայկական տնտեսական ռեսուրսը, օգտակար լինել միմյանց, համատեղ աճել:

Վահրամ Միրաքյան

«Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի համահիմնադիր, նախագահ



Հավակնությունների և հնարավորությունների
սահմանագծին: «Մանթաշյանց» գործարարների
ակումբը 6 տարեկան է:



MANTASHYANTS
BUSINESS CLUB



Հունվարի 25-ին Ծաղկածորում տեղի ունեցավ «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի հիմնադրման 6-րդ տարեդարձին նվիրված հանդիպումը: Ավելի քան 300 գործարարներ՝ աշխարհի տարբեր քաղաքներից, հավաքվել էին՝ նշելու Հայաստանի ամենամեծ բիզնես համայնքի տոնը:

Տարեդարձի հանդիսավոր մթնոլորտում ընդգծվեցին ակումբի անցած ուղու ձեռքբերումները, նոր նախաձեռնությունները և շարունակական աճի հստակ միտումները: Ակումբի համահիմնադիր և նախագահ Վահրամ Միրաքյանն իր ելույթում հիշեցրեց՝ ակումբը ծնվել է գաղափարից, որն ապացուցեց՝ անհր-նարին ոչինչ չկա:

«Ամենակարևոր բանը, որ մենք հասկացանք այս 6 տարիների ընթացքում, այն է, որ անհր-նարինը հնարավոր է: Սկզբում ասում էին՝ այս

ֆորմատը չի աշխատի՝ Երևանում, հետո՝ Լոս Անջելեսում, Մոսկվայում... Բայց աշխատեց: Ոչ միայն աշխատեց, այլև մենք բիզնեսի նոր մշակույթի ձևավորման սկիզբ դրեցինք այն-տեղ, որտեղ բացվեցինք: Հայաստանում բիզ-նես ակումբի ֆորմատով մենք առաջինն էինք, և այսօր արդեն բիզնես համայնքում ակումբի անդամակցությունն ընկալվում է որպես անհ-րաժեշտություն», – ասաց Միրաքյանը:

Այսօր «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբն ունի 20 մասնաճյուղ՝ աշխարհի 20 քաղաքներում՝ սկսած Երևանից մինչև Լոս Անջելես: Ակում-բը միավորում է ավելի քան 750 ակտիվ ան-դամներ, որոնք ամեն տարի մասնակցում են շուրջ 1000 միջոցառման՝ ներառյալ բիզնես ֆորումներ, արտագնա տուրեր, ներդրումային նախագծեր, համագործակցային նախաձեռ-նություններ, կրթական ծրագրեր և կառավա-րական հանդիպումներ:







«Միջավայրը միշտ ավելի ուժեղ է, քան կամքը: Երբ մենք գտնվում ենք աճող ու զարգացող միջավայրում, մենք մշտապես մղվում ենք առաջ՝ մոտիվացիա ստանալով իրարից: «Մանթաշյանց»-ը հենց այդ ուժեղ միջավայրն է», – շեշտեց Վահրամ Միրաքյանը:

Տարեդարձի միջոցառմանը մասնակցում էին նաև պետական գերատեսչությունների ներկայացուցիչներ՝ հաստատելով ակումբի և պետության միջև հաստատված կարևոր գործընկերային կապը: Ակումբը վերջին տարիներին մշտապես ներկայացրել է առաջարկներ պետական համակարգին՝ նպատակ ունենալով նպաստել Հայաստանում բարենպաստ բիզնես միջավայրի ձևավորմանը:

Ակումբի գործունեության հիմքում ընկած է գաղափարախոսությունը, որ բիզնեսը միայն շահույթ ստանալու միջոց չէ, այլ նաև արժեք ստեղծող, հասարակության զարգացմանը նպաստող գործիք: Այդ սկզբունքից ելնելով էլ ձևակերպվել է ակումբի առանցքային նշանաբաններից մեկը՝ «Մենք»-ն ուժեղ է «Ես»-ից»:

Այս գաղափարով են ապրում նաև ակումբի անդամները:

«Այս ակումբում ամեն ինչ սկսվում է վստահությունից: Գործարքները՝ հետազայում», – նշում է

անդամ Արթուր Կարապետյանը:

««Մանթաշյանց»-ը միակ բիզնես հարթակն է, որտեղ կանանց դերակատարությունը ոչ միայն ընդունվում է, այլև խրախուսվում», – ընդգծում է «Ֆամի Գրուպ» ընկերության հիմնադիր Հասմիկ Ռաշոյանը:

Տոնական միջոցառման ընթացքում ներկայացվեցին նաև ակումբի հատուկ նախաձեռնությունները: Մասնավորապես՝ Արտաշես Թովմասյանը խոսեց «Մանթաշյանց Բանակ» թիմի կողմից իրականացվող ծրագրերի մասին:

«Մանթաշյանց» բիզնես ակումբը դարձել է ոչ միայն Հայաստանում, այլև աշխարհում գործող հայ գործարարների կապող կամուրջ: Անընդհատ բացվում են նոր մասնաճյուղեր, իրականացվում են բիզնես այցեր, տասնորդ և ոլորտային խմբերի հանդիպումներ, դասընթացներ, մամուլի ասուլիսներ, համագործակցային հուշագրերի կնքում առաջատար ընկերությունների հետ:

Այս մեծ ակտիվությունը մի պարզ բացատրություն ունի՝ ակումբն իրական աջակցող համակարգ է գործարարների համար՝ ուղեկցելով նրանց աճի, զարգացման, ինչպես նաև ազգային տնտեսության հզորացման ճանապարհին:

Օրվա պաշտոնական հատվածը եզրափակվեց MerakiMeet մոդելի ներկայացուցմամբ, որն անցկացվեց «ՄերակիՓալ» ընկերության տնօրեն Արմինե Մկրտչյանի և նրա թիմի նախաձեռնությամբ: Վերջիններս ակումբի 6-ամյակի միջոցառմանը հաղորդեցին նորարար և խորը կապեր ստեղծելու հարթակային շունչ:

Տոնական օրվա գագաթնակետը դարձավ շքեղ գալա ընթրիքը, որին հաջորդեցին երաժշտական կատարումներ, պարեր և մրցանակաբաշխություն: Ակումբը հատուկ էր հրավիրել հայտնի կատարողների, երաժշտական խմբերի՝ մասնավորապես Kami Friends բենդին և հանրահայտ երգչուհի Իվետա Մուկույանին, ովքեր հանդիսատեսին նվիրեցին երաժշտական անմոռանալի երեկո:

Cube Invest ընկերությունը միջոցառման բոլոր մասնակիցներին անակնկալ էր պատրաստել՝ ընդգծելով ակումբի մեծ ընտանիքի հանդեպ ունեցած աջակցությունը:

Հանդիսավոր մթնոլորտում Վահրամ Միրաքյանը հանձնեց հատուկ մրցանակներ այն գործարարներին, ովքեր վերջին վեց տարիներին իրենց նշանակալի ներդրումն են ունեցել ակումբի զարգացման և բովանդակային հզորացման գործում:





“

Այս ակումբում ամեն ինչ սկսվում
է վստահությունից: Գործարքները՝
հեղափոխում:

Արթուր Կարապետյան

Երեկոն ավարտվեց խորհրդանշական պահով. ըստ ավանդույթի, մանթաշանականները միավորվեցին «Կարնո Քոչարի» ազգային պարի շուրջ՝ վերահաստատելով իրենց ամուր կապը հայկական արժեքների, համայնքի և միասնականության գաղափարի հետ:



Երեկոյի հյուրն էր Կիպրոսից ժամանց բիզնես խոսնակ Վալենտին Վասիլևսկին

«Մանթաշանց» բիզնես ակումբի 6-ամյակի միջոցառումն առանձնացավ ոչ միայն անդամների բազմազանությամբ կամ ջերմ մթնոլորտով, այլև բովանդակային հագեցվածությամբ: Երեկոյի առանցքային պահերից էր միջազգային բիզնես խոսնակ Վալենտին Վասիլևսկու դասախոսությունը՝ «Ինչպե՞ս կառուցել արդյունավետ մարքեթինգի և վաճառքների համակարգ» թեմայով:

Վասիլևսկին Հայաստան էր ժամանել հատուկ հրավերով՝ Կիպրոսից: Նա Business Booster ընկերության համահիմնադիրն է, որն այսօր ներկայացված է 57 երկրներում և ունի մասնաճյուղեր ԱՄՆ-ում և Թայվանում: Բացի դրանից, Վասիլևսկին հանդիսանում է 500 Rollups հարթակի հիմնադիրն է, որը միջազգային միավորումների (M&A) ոլորտում գործող հաջողակ նախաձեռնություն է՝ ներկայացված ԱՄՆ-ում և ԵՄ-ում:

Վալենտին Վասիլևսկու ելույթը աչքի ընկավ իր գործնականությամբ: Նա խոսեց ոչ թե տեսական մոդելներից, այլ կոնկրետ մեթոդների և փորձարկված լուծումների մասին: Ըստ նրա՝ մարքեթինգն ու վաճառքը պետք է կառուցվեն որպես միասնական համակարգ, որի յուրաքանչյուր բաղադրիչ ծառայում է ամբողջ կառուցվածքի արդյունավետությանը:



«Ամեն ինչ սկսվում է տվյալներից, ոչ թե ինֆուիցիայից: Եթե դուք չեք չափում ձեր արդյունքները, նշանակում է՝ դուք չեք ղեկավարում գործընթացը: Իսկ երբ մարքեթինգը տարանջատված է վաճառքից, երկուսն էլ տուժում են», — նշեց Վասիլևսկին՝ ընդգծելով ինտեգրված համակարգերի անհրաժեշտությունը:

Նա անդրադարձավ նաև հաճախ հանդիպող սխալներին, որոնք խոչընդոտում են բիզնեսի աճը՝ ներառյալ բաշխված պատասխանատվությունը թիմերում, թերի թիրախավորումը, և մարքեթինգային ուղերձների ոչ հստակությունը: Նրա առաջարկած լուծումները հիմնված էին գործող օրինակների վրա՝ սկսած փոքր ձեռնարկություններից մինչև բազմամիլիոնանոց բիզնեսներ:

Վասիլևսկու ելույթը «Մանթաշյանց» ակումբի 6-ամյակի միջոցառման առանցքային բովանդակային տարրերից մեկն էր՝ ընդգծելով ակումբի այն նպատակը, որի շուրջ ձևավոր-

վել է վերջին վեց տարիների ամբողջ աշխատանքը: «Մանթաշյանց»-ը ոչ միայն հայ գործարարների համախմբում է, այլև միջազգային փորձի ներգրավման հարթակ, որը զարգացնում է հայ ձեռնարկատիրական մշակույթը:

Ելույթի ավարտին Վասիլևսկին խոստացավ շարունակել համագործակցությունն ակումբի հետ: Նրա խոսքով՝ հայկական բիզնես միջավայրն ունի բոլոր նախադրյալները հաջողության համար, պարզապես պետք է վստահել չափելիությանը և աշխատել ըստ համակարգի, այլ ոչ թե զգացմունքով:

Actual HR Partner

Երբ բիզնեսը առողջանում է, արդյունքը չի ուշանում:
Ընկերությունը հիմնադրվել է 2020 թվականին Լաուրա Վիրաբյանի կողմից: Լաուրա Վիրաբյանի ղեկավարությամբ Actual HR Partner-ը հասցրել է զգալի ազդեցություն ունենալ մի շարք հայկական և միջազգային կազմակերպությունների վրա՝ լուծելով բարդ բիզնես խնդիրներ՝ հիմնվելով իր պրոֆեսիոնալ փորձի, ռազմավարական մոտեցման և տեղայնացված լուծումների վրա:

Հիմնական ծառայություններ՝

- ✓ Մարդկային ռեսուրսների կառավարման համակարգի ձևավորում և կառավարում
- ✓ ՄՌԿ մեխանիզմների մշակում և ներդրում
- ✓ Աշխատակիցների ադապտացիոն գործընթացների իրականացում
- ✓ Անձնակազմի հավաքագրում և որակական գնահատում
- ✓ Կորպորատիվ մշակույթի ձևավորում և ամրապնդում
- ✓ Վեբ ծրագրավորման ծառայություններ (Web Development)

Այլ ծառայություններ՝

Ձեր կորպորատիվ միջոցառումների պրոֆեսիոնալ գործընկերը:

«Կան մարդիկ, որոնք իմ թիմում են արդեն 20 տարի».

Հասմիկ Ռաշոյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Ֆամի Գրուպ» ընկերության (LC Waikiki, Penti, Mavi, Sela ապրանքանիշները ներկայացնող) հիմնադիր Հասմիկ Ռաշոյանը:

- Ձեր ինստագրամյան էջն ուսումնասիրելիս հասկացանք, որ ակտիվորեն ճամփորդում եք, ինքնակրթվում, բայց միևնույն ժամանակ ընտանիքն ուշադրության կենտրոնում է: Օրը քանի՞ ժամ ունի Ձեզ համար:

- Շատ հաճախ թվում է՝ իմ օրը 24 ժամից ավել ունի: Իրականում ամեն բան գալիս է ճիշտ պլանավորումից, հստակ առաջնահերթություններից և ամենակարևորը՝ սրտով արվածից: Երբ զբաղվում ես այն բաներով, որոնք իսկապես սիրում ես, ժամանակը, կարծես, ինքնին ընդարձակվում է: Ես օրը սկսում եմ բավական վաղ՝ առավոտյան 6:30-ից, երբ ամբողջ փունը դեռ քնած է: Այդ ժամանակն իմ «լուռ ժամերն» են՝ սուրճ, ընթերցանություն, սպորտ: Այնուհետև սկսվում է աշխատանքի փուլը՝ հանդիպումներ, զանգեր, սրեղծագործ աշխատանք, ճամփորդություններ: Օրվա ընթացքում միշտ ժամանակ եմ գտնում հաղորդակցվելու ընտանիքիս հետ, թեկուզ մի զանգ թողնիկներին, մի համալրելով ճաշ ամուսնուս հետ կամ երեկոյան զբոսանք: Իհարկե, ոչ մի օր նման չէ մյուսին: Կան օրեր՝ լեցուն մասնագիտական քննարկումներով, կան օրեր՝



ընտանիքի կամ ընկերների շուրջ: Բայց ամեն օր փորձում եմ պահպանել հավասարակշռությունը: Ինձ համար կարևոր է ամեն ոլորտում լիարժեք ներկայություն ունենալ՝ թե՛ որպես կին, մայր, տատիկ, թե՛ որպես գործարար ու հասարակական կյանքում ակտիվ մարդ: Մի գաղտնիք կա՝ էներգիան գալիս է ոչ թե հանգստից, այլ՝ սիրած գործով լցվածությունից: Երբ ապրում ես լիարժեք, հոգնածությունը դառնում է հաճելի:

- Ո՞րն է սկսնակ և կայացած գործարարի կյանքի դիմի, աշխատելաճի տարբերությունները:



- Սկսնակ գործարարը շատ հաճախ աշխատում է «ամեն ինչ ինքս» սկզբունքով, մինչդեռ կայացած գործարարը հասկացել է, որ արդյունավետ գործը մեկ մարդու վրա չպետք է հիմնվի: Նա արդեն ձևավորել է թիմ, սովորել է վստահել, առաջադրանքները բաժանել ըստ կարողությունների: Սկսնակն ավելի շատ գործնական սխալների է հակված, կայացածը՝ ավելի շատ մտածում է ռազմավարական զարգացման մասին: Տարբերությունը հաճախ հենց այդ՝ մանրուքներից դուրս նայելու կարողությունն է:

- Ինչն է ավելի շատ կնոջը մոտիվացնում սկսել սեփական բիզնեսը՝ անկախ լինելու, շատ գումար վաստակելու, թե՛ ինքնադրսևորվելու ցանկությունը:

- Յուրաքանչյուր կնոջ մոտիվացիան կարող է տարբեր լինել, բայց իմ փորձից ու շրջապատում տեսած օրինակներից դուրս է գալիս՝ երեք հիմնական շարժիչ ուժ կա՝ անկախություն, ինքնադրսևորման կարիք, կայուն եկամտի՝ սեփական հնարավորությունների սահմաններում ստեղծման ցանկություն:

Իմ դեպքում այս հարցը պարզ տեսական չի եղել: 26 տարեկան էի, ապրում էինք օտար երկրում, և ամեն բան եկավ ընտանիքի նկատմամբ ունեցած սիրուց ու պատասխանատվությունից: Ես ուզում էի օգնել ամուսնուս, որպեսզի կարողանանք արժանապատիվ ապրել, ապահովել մեր կարիքները, երեխաներ դաստիարակել՝ առանց մշտական անհանգստությունների ու վախերի:

Էմիգրացիայում կին լինելն իրոք նշանակում է ուժեղ լինել: Իրավունքդ հաճախ հավասար չի մյուսների իրավունքներին, քեզնից սպասում են ավելին,

բայց հենց դրանով ես կոփվում: Դու զգում ես՝ պիտի ավելի ուժեղ լինես, քանի որ ընտրություն չունես: Իսկ այդ ուժը գալիս է ոչ թե միայն հանգամանքներից, այլ ներքին ներուժից ու սիրուց:

Եվ երբ այդ ուժը բիզնես է դառնում, դա արդեն միայն եկամտի մասին չէ: Դա նաև ինքնահաստատման, կայացման, ապրելու քո կերպն է: Այդպես է սկսվում անկախությունը: Եվ հետո արդեն գալիս է ինքնադրսևորման փուլը, երբ գործը դառնում է ոչ միայն քո, այլ նաև ուրիշների համար կարևոր հարթակ:

Այսօր, երբ հետ եմ նայում, հասկանում եմ՝ այն դժվարությունը, որին պարտավոր էի դիմակայել՝ եղել է իմ լավագույն ուսուցիչը: Այն դարձավ իմ շարժիչ ուժը:

- Կին գործարարն ունի ձեռագիր:

- Անշուշտ: Կնոջ ձեռագիրը երևում է մանրամասների նկատմամբ ուշադրության, հուզական ինտելեկտի բարձր մակարդակի, թիմի ներսում հոգատարության և հաճախ՝ ստեղծագործ մոտեցման մեջ: Իմ փորձով՝ կանայք ավելի սրտանց են մոտենում թե՛ հաճախորդներին, թե՛ աշխատակիցներին: Բայց միևնույն ժամանակ, կին գործարարը չպետք է վախենա լինել խիստ, պահանջկոտ, որոշում կայացնող: Կնոջ ձեռագիրը՝ հավասարակշռություն է հստակության և նրբության միջև:

- Հայաստանում կա՞նք կին գործարարի նկատմամբ խտրականություն:

- Կարծրատիպեր, իհարկե, դեռ կան: Օրինակ՝ որոշ ոլորտներում դեռ դժվար են ընդունում, որ կինը կարող է ղեկավարել մեծ թիմ կամ կայացնել ռիսկա-



յին ֆինանսական որոշումներ: Սակայն վերջին տարիներին շատ բան է փոխվում: Կանայք ավելի համարձակ են, ունեն հարթակներ՝ ինքնաարտահայտման համար: Խտրականությունը կտրվում է ոչ թե օրենքներով, այլ օրինակով: Որքան շատ հաջողակ կին գործարարներ՝ այնքան ավելի քիչ կանխակալ մտրեցում:

- Տարիների փորձը ինչ է սովորեցրել՝ ինչպե՞ս արդյունավետ աշխատել աշխատակազմի հետ՝ քաղցրաբլիթով, թե՛ մտրակով:

- Հավասարակշռված մոտեցմամբ: Եթե միայն քաղցրաբլիթ, ապա մարդիկ կդադարեն աճել, եթե միայն մտրակ՝ կկորցնեն մոտիվացիան: Իմ թիմում կան մարդիկ, որոնք ինձ հետ են արդեն 5-20 տարի, և այդ ամուր կապը հնարավոր է դարձել անկեղծության,

հոգատարության, հստակության և վստահության շնորհիվ: Մենք ունենք ավանդույթներ՝ թիմային ճաշեր, փոքր նվերներ կարևոր օրերին, նույնիսկ «թաքնված շնորհակալության օր», երբ յուրաքանչյուրն անանուն շնորհակալություն է գրում մեկ ուրիշին: Սրանք կարծես մանրուք են, բայց մթնոլորտ են ձևավորում:

- Ինչպե՞ս հայտնվեցիք «Մանթաշյանց» ակումբում և ինչո՞ւ եք կարևորում այդ համագործակցությունը:

- «Մանթաշյանց»-ը շատ ավելին է, քան պարզապես գործարարների ակումբ: Դա համայնք է, որտեղ մարդիկ կիսվում են ոչ միայն բիզնես հաջողություններով, այլև մարդկային փորձով, արժեքներով, երբեմն՝ նաև դժվարություններով: Այս տարածքում գործարարները ոչ թե մրցակիցներ են, այլ՝ գործընկերներ ու համախոհներ: Ակումբին միացել եմ Վահրամ Միրաքյանի դասընթացներից հետո: Այդ ժամանակ արդեն զգում էի, որ նրա մտածելակերպը, մոտեցումները և արժեքային համակարգը լիովին համահունչ են իմ համոզմունքներին: Վահրամին վստահել եմ, հավատացել եմ ու, ինչպես կյանքը ցույց տվեց, չեմ սխալվել: Նրա ներդրումը ոչ միայն «Մանթաշյանց»-ի կառուցման, այլև ամբողջ մի գործարար մրաժողության մշակման մեջ անգնահատելի է: Ակումբն ինձ համար վերածվել է զարգացման հարթակի, որտեղ շարունակաբար սովորում եմ, սրանում եմ աջակցության հզոր էներգիա և փոխանակվում գաղափարներով մարդկանց հետ, որոնք ունեն նույն ոգին ու ձգտումները: Սա մի տարածք է, որտեղ դու միայնակ չես նույնիսկ բարդ որոշումների պահին:



INVITRO-ն հանդիսանում է եվրասիական տարածաշրջանի ամենախոշոր բժշկական ցանց ունեցող ընկերությունը, որի ֆրանչայզ գործընկերը Հայաստանում <<Դյուցազն>> ՍՊԸ-ն է: Ավելի քան 4000 լաբորատոր հետազոտություն, որոնք իրականացվում են Մոսկվայում գտնվող INVITRO լաբորատորիայում:

- ✓ Շարժական նմուշառում (տուն այց)
- ✓ Բժիշկ-մասնագետների խորհրդատվություն
- ✓ Ուլտրաձայնային հետազոտություն (ՈՒԶ)
- ✓ Անոթների դուպլեքս հետազոտություն
- ✓ Էլեկտրասրտագրություն (ԷՍԳ)

Մեր սիրած գործն է՝
մարդկանց առողջության
մասին հոգ տանելը:

 **0 8000 00 10**

Շուրջօրյա անվճար տեղեկատվություն՝
անմիջապես Մոսկվայից
Հայաստանի բոլոր օպերատորներից
զանգերն անվճար են

 +374 60 65 10 10
+374 44 65 10 10

 www.dutsazn.am
www.invitromed.am



4000+
Լաբորատոր
հետազոտություն

**Շարժական
նմուշառում
(տուն այց)**

-  ք. Երևան, Խորենացի 3
ք. Երևան, Կոմիտասի 34
ք. Երևան, Ազատության 9
ք. Երևան, Բազրատունյաց 16
ք. Գյումրի, Գարեգին Նժդեհի 13
ք. Վանաձոր, Տիգրան Մեծի 13
ք. Արմավիր, Հանրապետության 21/2

ԲԵՌՆԱՓՈԽԱԴՐՈՒՄՆԵՐ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՑ ԴԵՊՈ

ՈՂՋ ԱՇԽԱՐՀ



www.cdek-am.com

s.avetisyan@cdek.ru

+374 12 440 660

+374 96 440 664

Խորենացի 27

Կիևյան 10



«Միայնակ գործարարը չի կարող կտրուկ փոփոխություններ կատարել ոլորտում, և «Մանթաշյանց»-ի կարգախոսը դրա վկայությունն է». Աշոտ Միրաքյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Միրա Տրանս» միջազային բեռնափոխադրումների ընկերության հիմնադիր, րոնորեն Աշոտ Միրաքյանը:

- Հետահայաց անդրադառնալով ընկերության հիմնադրմանը՝ ինչպե՞ս կգնահատեք Ձեր ընտրությունը, ինչո՞ւ բեռնափոխադրումների ոլորտը գրավեց Ձեզ:

- Բարձրագույն կրթությունս իրականում կապ չունի ոլորտի հետ, մասնագիտությամբ ֆինանսների կառավարիչ եմ, բայց մինչև սեփական բիզնեսս հիմնելը այդ բնագավառում արդեն ունեի փորձառություն, երկու տարի աշխատել էի բեռնափոխադրումներով զբաղվող ընկերությունում: Հասկանալով ոլորտի խնդիրները, տեսնելով նոր հնարավորություններ և անձնապես ինձ համար կարևորելով գործը՝ 2011 թվականին կայացրի սեփական ընկերություն հիմնելու որոշում և շարժվեցի այդ ուղությամբ: Ոլորտն ինձ համար գրավիչ է նրանով, որ նախ տնտեսության կապող օղակներից, շարժիչ ուժերից մեկն է, և հետո՝ մասնագիտական տարբեր հմտություններ են պահանջվում: Ամենագրավիչը թերևս աշխատանքի տեմպն է, սա 24/7 ռեժիմով ուշադրություն պահանջող ոլորտ է:



- Բայց մյուս կողմից դա հոգնեցնող է, ստացվում է՝ մարդը երբեք չի հանգստանում:

- Ավելի շատ կախված է նրանից, թե ինչպես ես կազմակերպում աշխատանքը: Երբ նոր ես սկսում գործունեությունդ, իհարկե, ամեն ինչ ինքդ ես անում, բայց հետագայում, երբ ընկերությունն ընդ-

լայնվում է, անհրաժեշտ է լինում աշխատանքի ճիշտ բաժանում կատարել, որպեսզի կարողանաս բիզնեսն ավելի մասշտաբային դարձնել: Եթե շարունակես ինքդ ամեն ինչ անել ու նույն տեմպով, բիզնեսի հաջողություն և ընդլայնում չես կարող ակնկալել: Այդ պարագայում մեր աշխատակիցներից յուրաքանչյուրը լիարժեք պատասխանատու է աշխատանքի կազմակերպման մի ցիկլի համար:

- Ինչ ծավալի ամենօրյա աշխատանք է կատարում ընկերությունը:

- Կոնկրետ թվեր չհնչեցնեմ, սակայն կարող եմ ասել, որ Հայաստանի ներմուծվող և երկրից արտահանվող բեռների զգալի հատվածը մեր ընկերության միջոցով է կատարվում:

Բեռնափոխադրումների բոլոր տեսակներն ապահովում ենք, որովհետև մեր ընկերության հիմնադրման հիմքում եղել է հենց այն գաղափարը, որ մեզ դիմած հաճախորդը պետք է ստանա լիարժեք ծառայություն՝ լինի ցամաքային, ծովային կամ օդային բեռնափոխադրում, պահեստային լոգիստիկա, թե մաքսային աջակցություն, այլ խոսքով՝ ինքը պետք է ծառայություն ստանա «մեկ պատուհանի» սկզբունքով: Սա հաշվի առնելով՝ բեռնափոխադրումների բոլոր ուղղություններն ենք զարգացրել: Երկրների առումով սահմանափակում չունենք, բացառությամբ մեկ հարևանի: Արդեն 10 տարի է՝ մաս ենք կազմում նաև միջազգային ամենամեծ լոգիստիկ ասոցիացիաների՝ DC Trans-ի և WCA-ի, որոնք ներառում են ավելի քան 10 հազար ընկերություններ ամբողջ աշխարհից: Երկուսն էլ հեղինակավոր կառույցներ են, և սա

մեզ հնարավորություն է տալիս, որպեսզի վստահելի գործընկերներ ունենանք: Դա նաև մեզ պարտավորեցնում է որակյալ ծառայություն մատուցել:

- Վերջին տասնամյակում ամեն ինչ շատ ավելի սրընթաց է փոփոխվում նաև բիզնեսի աշխարհում, հաճախորդի վարքի փոփոխություն նկատելի է:

- Մենք այսպիսի առանձնահատուկ փոփոխություններ չենք նկատել: Սովորաբար, երբ մարդը վճարում է գումար, ակնկալիքը միշտ նույնն է լինում՝ առավելագույն բարձր ծառայություն և ամենահարմար գին: Տարիների ընթացքում փոփոխվել են մրցակիցները, փոխվել են մրցակցության կանոնները: Մենք միշտ աշխատում ենք ազնիվ և մեր մրցակիցներին խրախուսում ենք գործել առողջ միջավայրում, ինչը բխում է բոլորիս շահերից:

- Հայաստանում, գուցե՝ ամբողջ աշխարհում այսպիսի միտում է նկատվում, երբ բիզնեսի մի տեսակ դառնում է ոճային: Օրինակ՝ մի շրջան կար, երբ բոլորը տաքսի ծառայություն էին բացում: Բեռնափոխադրումների ոլորտը ևս մոդայիկ է:

- Իրականում այդ միտումը նկատելի է նաև այս ոլորտում և խնդիրն այն է, որ օրենսդրական հստակ կարգավորումները բացակայում են, չկա լիցենզավորում: Շատ հաճախ են լինում դեպքեր, երբ մի քանի ամիս աշխատած մարդը, որն ընդամենը տարրական գիտելիքներ ունի ոլորտի մասին, որոշում է սեփական բիզնես սկսել: Արդյունքում՝ սնկի նման ամեն օր բացվում են ֆիրմաներ, չնայած նույն հաճախականությանը էլ փակվում են, քանի որ սա շատ



պարասխանարու և բարդ ոլորտ է, որը կազմակերպչական աշխատանք է պահանջում: Չի կարող անձը միայնակ, մակերեսային գիտելիքներով կայանալ ոլորտում: Հաճախորդներին հաճախ ենք հորդորում՝ եթե անգամ մեր ծառայությունից չեք օգտվում, անպայման ուշադրություն դարձրեք ոչ միայն գնալին սեզմենտին, այլ նաև հասկացեք, թե խնդրի դեպքում ինչ արձագանք կստանաք ծառայություն առաջարկողից: Ինչպես նշեցի, ոլորտում չկա լիցենզավորում, չկա սերտիֆիկացում: Վերջերս որոշակի պահանջներ սահմանվեցին փոխադրամիջոցի սեփականատիրոջ համար, սակայն չկան չափորոշիչներ միջնորդ կազմակերպությունների համար, ինչն իրականում շատ լուրջ խնդիր է:

- Լինում են դեպքեր, երբ մրցակիցների մոտ տեսնում եք առավելություններ, որոնք ձեզ մոտ բացակայում են:

- Իհարկե, մոնիտորինգը շատ կարևոր գործիք է, որը պարբերական բնույթ է կրում, և մենք միշտ հետևում ենք շուկայի զարգացումներին, որպեսզի հետ չմնանք տեղեկություններից, վերլուծենք մեր թույլ կողմերը, սակայն գոհունակությամբ պետք է նշեմ, որ հիմնականում մեր ընկերությունն է եղել ոլորտի փոփոխությունների ինդիկատորը: Դա, իհարկե, չի նշանակում սահմանափակվել եղածով: Մենք միշտ պարասու ենք լավ օրինակները վերցնել, որովհետև ոչ մեկն էլ չի կարող ամեն ինչ ստեղծել, այլ կերպ ասած, եթե հեծանիվը ստեղծվել է, ինչո՞ւ նորը հորինենք: Մյուս կողմից

էլ, եթե ինչ-որ բան վերցնում ենք, չենք կրկնօրինակում, այլ կապարելագործում ենք և հարմարեցնում մեր առանձնահատկություններին:

- Որքանով են արտաքին գործոնները որոշիչ դեր ունենում ոլորտի աշխատանքի վրա, այսինքն՝ կա՞ն խոչընդոտներ, որոնց առկայության դեպքում նույնիսկ գերազանց աշխատանքը չի փրկի:

- Որքան էլ լավ աշխատենք, մենք գտնվում ենք մի տարածաշրջանում, որտեղ չորս սահմանից երկուսն են բաց, որը լոգիստիկ առումով, իհարկե, խնդրահարույց է. աշխատանքի կազմակերպման տարբերակները նվազում են: Եթե մեր պետությունն այդ պահին ունի քաղաքական խնդիրներ Ռուսաստանի հետ, դարձյալ, որքան էլ բարձ-

րացնենք ծառայության որակը, մաքսակետերում խնդիրներ են առաջանում, իսկ Ռուսաստանը մեր թիվ մեկ առևտրային գործընկերն է: Իհարկե, մենք ոչինչ անել չենք կարող, որովհետև մասնավոր օդակն այլ պետության հետ չի կարող մտնել խնդիրների լուծման դաշտ: Այդպիսի դեպքերում այլընտրանքային տարբերակներ ենք փորձում գտնել հաճախորդների համար, որովհետև բիզնեսը չդադարող պրոցես պետք է լինի, երբ ցիկլը մի տեղ ընդհատվում է, ազդում է ամբողջ համակարգի վրա, ապրանքի բացակայության դեպքում բիզնեսները կարող են իրենց դիրքը կորցնել շուկայում:

- Բիզնես ակումբները կարո՞ղ են մասնավորի և պետության համար հարթակ դառնալ՝ խնդիրների լուծման նպատակով:





- Միանշանակ՝ այո՛, և հենց «Մանթաշյանց»-ի կարգախոսը՝ «Մենքն ուժեղ է եսից» դա է ցույց տալիս, որովհետև մեկ ընկերության ձայնը չի կարող հասնել համապատասխան օղակներին, միայնակ գործարարը չի կարող կտրուկ փոփոխություններ կատարել ոլորտում, իսկ բիզնես ակումբներում ներգրավվածությունը և ակտիվ աշխատանքը թույլ են տալիս խնդրի լուծման համար համախմբել կարող ուժերին, հետևաբար այսպիսի ակումբների ճիշտ կազմակերպված աշխատանքը և գործունեությունը միայն ու միայն կարող են օգնել բիզնեսին:

- Ո՞րն էր «Մանթաշյանց»-ին միանալու Ձեր շարժառիթը:

- «Մանթաշյանց» ակումբին միացել եմ 2022 թվականից: Շարժառիթը երևի թե

այն էր, որ կյանքում գալիս է մի փուլ, երբ ցանկանում ես շփվել քեզ գաղափարակից մարդկանց հետ, այն մարդկանց հետ, որոնց նպատակն ամեն օր նորը ստեղծելն ու եղածը կատարելագործելն է: Երկրորդ պատճառն այն է, որ ակումբի մասնակիցների 70 փոկոսը մեզ համար պոտենցիալ գործընկեր է, հետևաբար եթե հնարավոր է ներկայանալ մի տեղում, ռեսուրսը ծախսել մի ուղղությամբ, ինչո՞ւ չօգտագործել այդ հնարավորությունը:

- Կա՞մ մտահոգություն կամ եղել է այդպիսի դեպք, որ ակումբի ներսում ձևավորված հարաբերությունները, որոնք նաև արդեն ընկերական բնույթի են, խանգարել են աշխատանքին:

- Ես կասեի՝ հակառակը, մենք փոքր երկիր ենք, և բիզնեսում անձնական կա-





պերը շափ կարևոր են: Իմ պարագայում դրանք շափ ավելի են պարտավորեցնում աշխատակազմին, որովհետև գիտեն, եթե այդ ընկերության ղեկավարի հետ մտերիմ եմ, շափ ավելի զգոն են, ուշադիր են: Այդ հարաբերությունները թույլ են տալիս նաև, որ առաջացած հարցերը կիզակեցնեն չհասնեն, ավելի արագ լուծվեն:

- Ակումբում հանդես եկել եք առաջարկներով:

- Անհատական այդպիսի առաջարկներ չեմ հիշում, բայց նշեմ, որ հենց «Մանթաշյանց»-ում անցած տարի հիմնադրեցինք Հայկական լոգիստիկ ասոցացիան, որը թույլ է տալիս համախմբել ոլորտի ներկայացուցիչներին և միասին լուծել խնդիրները:

- Բիզնես ակումբներում ներգրավվածությունը, բացի գործնական նշանակությունից, ունի նաև հոգեբանական ազդեցություն, այսինքն՝ համայնքից մեկուսացված չլինելու բարդության բացակայություն:

- Կարծում եմ՝ դա անհատական որոշման տիրույթում է, որովհետև ես ճանաչում եմ շափ հաջողակ գործարարների, որոնք որևէ բիզնես ակումբում ներգրավված չեն: Սա ավելի շափ բնավորության, բիզնես մոտեցման հարց է: Ինձ համար՝ «Մենքն ուժեղ է եսից» կարգախոսը գերակա է, որովհետև օգնելուց բացի հաստատ չի խանգարել:

- Ինչ կմաղթեք «Մանթաշյանց»-ին:

- Կցանկանամ, որ այն գաղափարները, որոնք ակումբի հիմնադրման հիմքում են, իրականանան, «Մանթաշյանց»-ը դառնա աշխարհի ամենամեծ բիզնես ակումբներից մեկը և շարունակի խնդիրներ լուծել թե՛ հայ բիզնես միջավայրի, թե՛ պետության համար: Վստահ եմ՝ այն ժամանակը, որը ծախսվում է ակումբում, իզուր չի անցնում, և մենք համարել ջանքերով ավելի արագ ենք հասնելու նպատակների իրագործմանը:



Ինչն է գործարարին բերում «Մանթաշյանց» ակումբ

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Մեդիա գրուպ» գովազդային ընկերության հիմնադիր Կարեն Համբարձումյանը:

- Պարոն Համբարձումյան, արդեն 27 տարի է՝ գովազդի շուկայում եք, որը լուրջ փոփոխությունների է ենթարկվել այս ժամանակաշրջանում: Ինչպե՞ս է հաջողվում դիմագրավել մարտահրավերներին և մնալ մրցունակ:

- Ես գովազդի շուկայում եմ դեռ 1988 թվականից, այնպես որ, կարելի է ասել, Հայաստանում գովազդի զարգացման ակունքներում եմ կանգնած: Եվ երբ 1998 թվականին սկսեցի սեփական բիզնեսը, ոլորտի մասին ունեի ամբողջական պարկերացումներ և արժեքավոր փորձ:

Ոլորտում հաջողության հասնելու նախադրյալներ կային, բայց եթե չլինեին ամենօրյա համառ աշխատանքը, ինքակրթվելու և հաճախորդների հետ բաց աշխատելու սկզբունքը, այս արդյունքները չէինք գրանցի:

Մեր երկարամյա գործունեության հիմքում միշտ եղել են պրոֆեսիոնալիզմը և պատվիրապուի շահերի առաջնահերթությունը, ինչն էլ հնարավորություն է տվել շարունակաբար բարձրացնել աշխատանքի արդյունավետությունը: Հաճախորդների վստահությունը շահելու արդյունքում էր նաև, որ մասնագիտական կարևոր քայլ կատարեցինք՝ 2007 թվականից դառնալով ճապոնական «Դենցու» գովազդային ընկերության ցանցի մաս: Սա ոչ միայն լուրջ առաջընթաց էր մեր աշխատանքում, այլ նաև պարտավորեցնող

փաստ, քանի որ մենք պետք է առաջնորդվենք միջազգային չափանիշներով. պատվիրատուն լինի Ճապոնիայում, Իտալիայում, թե Հայաստանում, պետք է ստանա նույն որակի և մակարդակի ծառայություն: Նշեմ նաև, որ համաշխարհային բրենդները ևս, նոր շուկա մուտք գործելիս, անձանոթ գովազդային ընկերությունների հետ չեն աշխատում, համագործակցում են համաշխարհային գովազդային կազմակերպությունների հետ: Այդ իմաստով «Մեդիա Գրուպը» ի սկզբանե վստահելի գործընկեր է միջազգային բրենդների համար, բայց այդ վստահությունը պետք է ապացուցել նաև գործով:

Ակումբում գտնվելն ինձ համար արժեքավոր է նրանով, որ հայ գործարար համայնքի մաս եմ. Կարեն Համբարձումյան



- Փոխվել է աշխատանքի կազմակերպման բնույթը տարիների ընթացքում:

- Իհարկե, գլոբալ այս փոփոխությունները, հատկապես տեղեկատվական տեխնոլոգիաների այս դարաշրջանում ազդել են նաև մեր աշխատանքի կազմակերպման վրա: 1988 թվականին մենք օգտվում էինք մեծ հեռախոսներից կամ այնպիսի համակարգիչներից, որոնք մի ամբողջ սենյակի տարածք էին զբաղեցնում, բայց կատարում էին ընդամենը երեք գործողություն, իսկ այսօր փոքր ծավալի մի հեռախոսով կարելի է աշխատանքի մի ամբողջ շղթա կազմակերպել և իրականացնել: Այս բոլոր փոփոխությունները մեզ ստիպում են ժամանակի հետ քայլել, հետ չմնալ շուկայից: Հետևաբար դու չես կարող աշխատել այն նույն գործիքներով, նույն տեմպով, նույն մոտեցումներով կամ նույն միջավայրում: 1988 թվական, օրինակ, չէինք կարող պատկերացնել, որ թվային գովազդ է ստեղծվելու, հետևաբար նախօրոք չէինք կարող ունենալ դրա լուծումները, բայց եթե ցանկանում ես շուկայում

մնալ, պետք է անընդհատ սովորես և կատարելագործվես, հարմարվես նոր իրողություններին:

- Իսկ ի՞նչ է անփոփոխ մնացել ընկերությունում, կամ ձևավորված ավանդույթներ:

- Որպես այդպիսին՝ ավանդույթներ չեմ կարող հիշել, բայց կնշեմ, որ 2000 թվականից անփոփոխ է ընկերության գործունեության հասցեն:

- «Մանթաշյանց» ակումբին միացել եք 44-օրյա պատերազմի ընթացքում: Ինչպե՞ս կայացավ հանդիպումը:

- Հիշում եք, որ այդ օրերին բոլոր սրտացավ, հայրենասեր մարդիկ տարբեր օգնություններ էին կազմա-



կերպում, փորձում էին իրենց չափով օգտակար լինել: Գործարարները ևս ակտիվ ներգրավված էին այս աշխատանքներում, բայց նկատում էի, որ հաճախ դրանք համակարգված չէին, և սրացվում էր, որ տուժում էր աջակցության արդյունավետությունը: Ես և ընկերս՝ Եղիա Մկրտչյանը, որը ևս գործարար է, այդ օրերին միացանք «Մանթաշյանց»-ի նախագծին: Չմանրամասնեմ ակումբի կատարած աշխատանքները, բայց նշեմ, որ այն ոչ միայն մեծ ոգևորությամբ էր կատարվում, այլ նաև հաշվարկված էր և համակարգված: Բոլորիս, անշուշտ, միավորում էր այն գաղափարը, որ թեկուզ մեր արածը կաթիլ է ընդհանուր աշխատանքի մեջ, բայց յուրաքանչյուրս մասնակցություն ունի, իր լուծան է ներդնում:



- Ստացվում է «Մանթաշյանց»-ի հետ առաջին համագործակցությունը բոլորովին էլ բիզնես նպատակը չէր, ինչն շարունակեցիք մնալ ակումբում:

- Եթե անկեղծ ասեմ, մինչև հիմա էլ բիզնեսի համար չեմ մնացել ակումբում, ես չեմ գալիս այստեղ ապրանք վաճառելու: Ճիշտ է, ոչ այնքան մեծ ծավալի համագործակցություն կա արտաքին գովազդի, տպագրության ուղղություններով, բայց, խոշոր հաշվով, «Մանթաշյանց»-ում ես բիզնես ակնկալիքներ չունեմ, ինչը պայմանավորված է մեր ոլորտի առանձնահատուկ խնդիրներով:

- Այդ դեպքում ի՞նչն է Ձեզ պահում ակումբում:

- «Մանթաշյանց»-ում ես, իհարկե, շատ ընկերներ ունեմ, բայց ընկերների հետ հանդիպելու համար պարտադիր չէ հանդիպման կոնկրետ վայր ունենալ: Ակումբում գտնվելը ինձ համար արժեքավոր է նրանով, որ հայ գործարար համայնքի մաս եմ: Ի դեպ, ինչն եմ շատ կարևորում, այստեղ տարանջատումներ չկան՝ դու երևանցի ես, թե սիրիահայ: Բոլորը հավաքված են մի գաղափարի շուրջ, և բոլորին պահում է այն աուրան, որը կա ակումբի ներսում:

- Այլ բիզնես ակումբների անդամակցության առաջարկներ ստացել եք:

- Առաջարկներ անընդհատ լինում են, որովհետև այդպիսի ակումբները շա-



տացել են, բայց ձևականություններ չեն սիրում այն առումով, որ անդամակցությունը նաև պարտավորություն է, իսկ ես այդքան ժամանակ չունեմ, որ միաժամանակ մի քանի այդպիսի միության մեջ ընդգրկվեմ: «Մանթաշյանց»-ը կայացած անուն է, այստեղ ունեմ լավ ընկերներ, ծանոթություններ, այնպես որ, նոր հարթակներ փնտրելու կարիք չկա:

- Ըստ Ձեզ, ի՞նչ եք Դուք «տվել» ակումբին:

- Գիտեք, հաճելի է, երբ արդյունք ես տեսնում, երբ հասկանում ես, որ քո խորհուրդը, կարծիքը, փորձը, ինչո՞ւ ոչ՝ անձնական ջանքերդ օգտակար են եղել գործընկերոջդ համար: Իմ ներդրումն ակումբում սա եմ համարում:

- Կարծես թե ակումբականները հիմնականում Ձեզանից երիտասարդ են: Հեշտ է այդպիսի միջավայրում աշխատել:

- Այո՛, ճիշտ էք նկատել, «Մանթաշ-յանց»-ում երիտասարդներն ավելի շատ են, քան իմ տարեկիցները, բայց դա բոլորովին չի խանգարում, հակառակը՝ այդպիսի դեպքերում դու էլ ես երիտասարդանում: Ինձ շատ ոգևորում է նաև այն հանգամանքը, որ իմ գործընկերներից շատերը հաջողության են հասել արդեն 30-35 տարեկանում, այնպես որ, իմ տարիքում շատ ավելի հաջողակ են լինելու:

- Բիզնես գործունեությունը դադարեցնելու, այլ աշխատանքով զբաղվելու մասին մտածել եք:

- Վերջերս դարձյալ այդ հարցը տվեցին, հենց երիտասարդներ էին: Պատասխանս նույնն էր՝ ոչ, որովհետև չնայած բազմաթիվ դժվարություններին, հիասթափություններին սա ինձ համար կենսակերպ է: Ես սիրում եմ ուժերս փորձել բիզնեսի տարբեր բնագավառներում, չեմ սահմանափակվել միայն գովազդային շուկայով, պարզապես իմ առաջին բիզնեսի հմտությունները և գիտելիքները օգտակար են եղել հաջողության հասնելու նաև մյուս բնագավառներում:





«Մանթաշյանց անտառ»-ն այլևս գաղափար չէ, այլ՝ իրականություն

«Մանթաշյանց» գործարարների ակումբը ձևավորվել է ոչ միայն տնտեսական համագործակցության, այլև հանրային պատասխանատվության գաղափարի շուրջ: Այստեղ վստահ են՝ ժամանակակից գործարարը պետք է ներգրավված լինի նաև հասարակական կյանքում, լինի ակտիվ մասնակից համայնքային, կրթական, բնապահպանական և մարդասիրական նախաձեռնություններին: Ակումբում սոցիալական պատասխանատվությունը դիտարկվում է ոչ թե որպես հավելյալ գործունեություն, այլ որպես մտածողության մի մաս:

Ակումբի շատ անդամների համար սոցիալական ծրագրերը, բնության պահպանումը կամ կրթական ծրագրերի աջակցությունը նույնքան կարևոր են, որքան ներդրումները բիզնեսում: Եվ հենց այս մոտեցումն է, որ «Մանթաշյանց»-ը տարբերում է որպես արժեքային հարթակ: Երբ բիզնեսի ուժը միտված է նաև հանրային բարօրությանը, ստեղծվում է այն միջավայրը, որտեղ հաջողությունը կշիռ ունի՝ իր հետևանքով թողած դրական արդյունքով:



Այսպես, «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբը, համագործակցելով «Իմ անտառ Հայաստան» ՀԿ-ի հետ, մեկնարկել է կարևոր նախաձեռնություն՝ նոր անտառտնկման ծրագիր Գեղարքունյաց լեռներում, Ծաղկունք գյուղի տարածքում:

Այս քայլով դրվել է համայնքային ու բնապահպանական նշանակություն ունեցող նախագծի հիմքը՝ բիզնեսի մասնակցությամբ՝ դեպի կայուն և կանաչ Հայաստան:

«Այս տարի մենք 20.000 ծառի դրամ հատկացրեցինք ակումբականներով: Գաղափար ունենք ամեն սեզոնին այդպիսի հատկացումներ անել ու մոտավորապես պլանավորում ենք թիվն ապագայում հասցնել տարին մոտ 100.000 ծառի», - ասում է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի համահիմնադիր, նախագահ Վահրամ Միրաքյանը:





Ակումբի գործարարները այս ներդրման միջոցով միացել են մի կարևոր առաքելության՝ փաստական արտանետումները փոխարինել թթվածնով ու մաքուր օդով: Ակումբական Սոնա Եղիազարյանը վստահ է՝ այս նախաձեռնությունը միանվագ քայլ չէ. նրա խոսքով՝ նպատակը շարունակականությունն է, և առաջիկա տարիներին նախատեսվում է տնկել մինչև մեկ միլիոն ծառ:

«Իմ անտառ Հայաստան» ՀԿ ներկայացուցիչ Հեղինե Արմենյանը, ծառատունկից առաջ, Մանթաշյանց ակումբի գործարարներին ներկայացրեց անտառատնկման մի շարք կարևոր սկզբունքներ: Նա նշեց, որ տարածքի ընտրությունն իրականացվում է գիտական մեթոդաբանությամբ՝ հաշվի առնելով հողի կառուցվածքը, տեղանքի ռելիեֆը, տեղումների քանակը, ինչպես նաև տարածաշրջանի ֆլորան, ֆաունան և այլ էկոլոգիական գործոններ:



Կոնկրետ հենց հիմա մենք տնկում ենք վայրի խնձոր, վայրի տանձ և սոճիներ: Այսօր մոտավորապես 250 ծառ ենք տնկելու, խտությունը մոտավորապես 3.000 ծառ մեկ հեկտարին: «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի ջանքերով ձեռքբերված 20.000 ծառը կազմելու է մոտավորապես 7 հեկտար», - ասում է Հեղինե Արմենյանը:



Ծառատունկի ընթացքում մանթաշանականները կիսվեցին իրենց տպավորություններով՝ պատմելով այն յուրահատուկ զգացողությունների մասին, որ ապրեցին ծառ տնկելիս: Ակումբականների համար սա պարզապես էկոլոգիական ակցիա չէր, այլ գիտակցված մասնակցություն մի գործին, որն ուղղված է ապագա սերունդների համար ավելի առողջ միջավայր ստեղծելուն:

Ակումբականները վստահեցնում են՝ «Մանթաշանց անտառը» միանգամյա նախաձեռնություն չէ: Նրանք շարունակելու են հետևողականորեն աջակցել դրա աճին ու կայացմանը՝ դարձնելով այն երկարաժամկետ հանձնառության խորհրդանիշ համայնքի ու բնության հանդեպ:



Բիզնեսի անգամ վատ «մշակույթ»-ն է հնարավոր փոխել

«Մանթաշյանց»-ը ծանր, բայց կարևոր առաքելություն է ստանձնել.

Սանասար Բեգլարյան

Բիզնեսը միայն շահ ստանալու միջոց չէ: Այն մտածողություն է, աշխարհընկալում, որոշ դեպքերում՝ նույնիսկ մշակույթ: Այն, ինչ անում է գործարարը՝ կառավարելու իր հմտություններով, մոտեցումներով ու սկզբունքներով, ժամանակի ընթացքում ձևավորում է միջավայր, որի որակն ու ոգին կախված են ոչ միայն կանոններից, այլև դրա հիմքում դրված արժեքներից:

Տնտեսության մեջ չկա ոլորտ, որը կարող է կանգնել: Ոչինչ չի կարող ինքնահոս աշխատել՝ առանց բարելավման, առանց ինստիտուցիոնալ մշակման: Բիզնեսն այն համակարգերից է, որը կենսունակ է միայն երբ զարգանում է: Եթե այն չի կատարելագործվում, ոչ թե մնում է նույնը, այլ՝ սկսում լճանալ, քայքայվել ու վերանալ: Այդ իսկ պատճառով հաջողությունը բիզնեսում մշտապես փոխկապակցված գաղափարի ուժի, ինչպես նաև դրա շարունակական զարգացման հետ:



«Ֆլեշ» ընկերության գլխավոր տնօրեն, «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի անդամ Սանասար Բեգլարյանը բիզնեսը դիտարկում է որպես համակարգ, որը պետք է առաջնորդվի մտածված, խորքային մոտեցմամբ: Մեզ հետ զրույցում նա խոսել է բրենդի էության, վերափոխման անհրաժեշտության, կրթության դերակատարության, վստահության մշակույթի ծնավորման և «Մանթաշյանց»-ում այդ ամենի ներդաշնակության մասին:





- Զրույցը սկսե՞նք ԱՊՀ երկրներում «Kotler Impact»-ի ներկայացուցիչ «AWE Consulting»-ի և «Ֆլեշ» ընկերության միջև տարեսկզբին ստորագրված հուշագրից: Ինչպե՞ս ծնվեց այս համագործակցությունը և ո՞րն էր նպատակը:

- Ինչպես գիտեք, պրոֆեսոր Ֆիլիպ Կոտլերի «Ժամանակակից մարքեթինգի հիմունքները» գրքում, որը տպագրվում է աշխարհի մոտ հինգ տասնյակ երկրում, տեղ են գտնում առաջատար ընկերությունների մարքեթինգային ռազմավարության օրինակները և հաջողության պատմությունները: Մեզ համար շատ հաճելի և, իհարկե, պարտավորեցնող է, որ մեր ընկերությունը ևս հայտնվել է այս ցանկում: Գիրքը

տպագրվելու է հայերեն և անգլերեն լեզուներով, հասանելի կլինի թե՛ Հայաստանում, թե՛ արտասահմանում: Մասնակցելով այս նախաձեռնությանը՝ «Ֆլեշ» ընկերությունը նպատակ ունի սեփական փորձը փոխանցել սերունդներին, ոգևորել բիզնեսի ոլորտում առաջին քայլերն անող մարդկանց և իր ներդրումն ունենալ բիզնես կրթության մեջ:

- Մասնագիտական կրթության հատկապես ո՞ր խնդիրը կառանձնացնեք:

- Կրթության ոլորտի խնդիրները հիմա շատ ավելի խորությամբ են պարկերացնում, որովհետև անցած տարվանից դասախոսում են Հայ-Ռուսական Սլավոնական համալսարանում: Ու-

սանողները հաճախ իրականությանը հաղորդակից լինելու հնարավորություն չունեն, որովհետև դասախոսում են մարդիկ, որոնք տեսությունից դուրս պրակտիկա չեն տեսել, ինչպես ասում են՝ Tom, kmo ymeem - delaem, tom, kmo ne ymeem - ychut dpyux: Բիզնեսում տարածված է KPI-վորումը, որը թեև շատ բարդ պրոցես է, բայց անհրաժեշտ, որովհետև միայն այդպես է հնարավոր չափել կատարված աշխատանքի արդյունավետությունը: Այդ մոդելները բուհերում ներդրված չեն, այդ դեպքում դժվար է պարզել՝ դասախոսը պարզապես եկել, ինչ-որ բան է պատմել, թե՛ իրոք գիտելիք է փոխանցել: Կախված դասախոսի փոխանցած տեղեկության որակից՝ փոխվում է նաև ուսանողի վարքագիծը, սովորելու մոտիվացիան, իր համար շատ կարևոր է՝ այդ տեղեկությունը հիմնված է գործնական աշխատանքի, տվյալ ոլորտում հետազոտ ունեցող մարդու սեփական օրինակի վրա, թե՛ պարզապես ինչ-որ տեղից վերցված է: Մյուս կողմից դասավանդման ընթացքում ես հետաքրքրվում եմ՝ արդյո՞ք ուսանողը հասկանում է, որ ճիշտ ընտրություն է արել, պատրաստվում է ստացած գիտելիքները կիրառել: Միշտ խորհուրդ եմ տալիս՝ եթե ձեզ չեք տեսնում այս ոլորտում, մի շարունակեք ուսումը տվյալ ուղղությամբ: Ճապոնացիներն ասում են՝ եթե սխալ գնացք ես նստել, ինչքան շուտ իջնես, այնքան վերադարձդ հեշտ կլինի:

- Որքանով է Ձեր կրթությունն օգնել բիզնեսի ղեկավարմանը:

- Ես առաջին մասնագիտությամբ դիվանագետ եմ, մագիստրատուրայի մասնագիտացումը՝ կառավարում: Ոչ երկարատև աշխատանքային փորձ



ունեմ պետական համակարգում, ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարությունում եմ աշխատել որպես փորձագետ, ինչպես նաև 2017-2018 թթ. եղել եմ Երևանի ավագանու անդամ:



- Ընտանեկան բիզնես կառավարելն ավելի հեշտ է:

- Ինձ թվում է՝ այդքան էլ էական չէ այդ հանգամանքը, կարևորն այն է, որ բիզնեսի հիմնադրման, կառավարման, շարունակման պրոցեսում ընդգրկված բոլոր մարդիկ ունենան նույն մոտեցումները: Մեր շրջապատում քիչ չեն օրինակները, թե ինչպես են ծախողվել ընտանեկան բիզնեսները: Անգամ ընտանեկան գործը շարունակելու դեպքում պետք է սիրեն աշխատանքը և տեսնեն արդյունքը, հակառակ դեպքում դա նմանվում է այն պրոցեսին, երբ մարդն ամեն օր վազում է, բայց չի նիհարում:

- Շատ գործարարներ ասում են, որ բիզնեսը պահանջում է 24/7 ռեժիմով աշխատանք: Դուք նույնպես այդպես եք մտածում:

- Հիշեցի, որ վերջերս քննարկումներից մեկի ժամանակ, երբ ասացի՝ մեր ընկերությունն աշխատում է 24/7 սկզբունքով՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ վառելիքի շուկան չի կարող ոչ մի րոպե կանգ առնել, մեր աշխատակիցներից մեկը կեսկատակ-կեսլուրջ նկատեց՝ ճիշտ է, 7 հոգին 24 ժամ աշխատում է: Երևի թե բոլոր ընկերություններում մոտ 20 տոկոսն է իսկապես աշխատում, մնացածն իմիտացիայով են զբաղված: Այդ պարճառով է, որ ես կարևորում եմ KPI-վորումը, որպեսզի աշխատակցի ՕԳԳ-ն չափվի ոչ թե զգայական մակարդակով կամ տրամադրությամբ, այլ գործիքներով: Մյուս կողմից, ես այն տեսակետին չեմ, թե շուրջօրյա աշխատանքը պետք է կենսակերպ դառնա, ավելին՝ ես գտնում եմ, որ սեփականատերը միշտ չէ, որ պետք է ղեկավարի ընկերությունը: Աշխատանքները ճիշտ ռելսերի վրա դնելուց և վերահսկողական մեխանիզմներ ներդնելուց հետո ղեկավարումը պետք է հանձնել պրոֆեսիոնալ կառավարչին, որն անգամ բացակայության դեպքում կզգա սեփականատիրոջ շունչը:

- Վերջերս հայտարարեցիք շուկայում նոր դիրքավորման մասին: Կբացե՞ք փակագծերը:

- Նշեմ, որ այս տարի տոնում ենք ընկերության հիմնադրման 30-ամյակը: PR արշավը կսկսենք սեպտեմբերի 1-ից, գալա միջոցառումը կկայանա դեկտեմբերի 20-ին: Հրավիրված են բարձրաստիճան հյուրեր, գործընկերներ, մրցակիցներ, ներկայացնելու ենք ընկերության անցած ճանապարհը և հայտնելու ենք փոփոխությունների մասին՝ չնայած անզեն աչքով էլ դրանք արդեն տեսանելի են:

Երբ 2019 թվականին ես ստանձնեցի ընկերության ղեկավարումը, հասկացա, որ կա ռեբրենդինգի անհրաժեշտություն: 2020 թվականից սկսվեց գործընթացը, որը դեռ չի ավարտվել: Շատերը ռեբրենդինգը շփոթում են ռեդիզայնի հետ: Այն, ինչ մենք ենք անում, իսկապես ռեբրենդինգ է, որովհետև դա միայն գույնի կամ կարգախոսի փոփոխություն չէ, մենք փոխում ենք բրենդի նկատմամբ սպառողի մոտեցումը, զգացողությունները: Մեր ընկերությունը հիմնադրումից ի վեր զբաղվել է վառելիքի ներկրմամբ, մեծածախ և մանրածախ առևտրով: Վերջերս քննարկումներից մեկի ժամանակ հարցրի թիմին, թե ի՞նչ է մեր ապրանքը: Շատերը պատասխանում էին՝ վառելիքը, այնինչ դա մեր ապրանքը չէ, վառելիքը կարող է մի օր լինել ռուսական, մի օր՝ եվրոպական: Այս քննարկումների արդյունքում եկանք այն ռազմավարական եզրահանգման, որ մենք պետք



է ամբողջական ծառայություն մատուցենք հաճախորդին, վառելիք վաճառողից վերափոխվենք ճանապարհային ենթակառուցվածքների ծառայություն մատուցողի: Մենք դառնում ենք մի էկոհամակարգ, որը վաճառում է էներգիա թե՛ վարորդին, թե՛ ուղևորին: Այսպիսի օրինակ բերեմ. «Ֆլեշ»-ի լցակայան է գալիս ընտանիք, ամուսնու մեքենան բենզինով է աշխատում, կինը էլեկտրամոբիլն է լիցքավորում, երեխան այդ ընթացքում խանութից մեր ֆիրմային հոթդոգը՝ հոթսթերն է գնում: Սպացվում է, որ մենք ընտանիքին ամբողջական ծառայություն ենք մատուցում և արդյունքում վաճառում ենք էներգիա՝ կլինի բենզինի, էլեկտրականության, թե սննդի փեսքով:

- Այս ձևաչափով աշխատող քանի՞ կետ արդեն կա:

- Նախ նշեմ, որ մենք կայացրել ենք ևս մեկ ռազմավարական որոշում, և մինչև փարեվերջ

Ֆրանշիզա հասկացություն այլևս չի լինելու: Պետք է խոստովանել, որ Հայաստանում դեռևս այս մշակույթը ձևավորված չէ, այսպես ասած, հեղինակները կանչելու մեր լոգոն կրելու իրավունքը, քանի որ անպատասխանատու և անբարեխիղճ վարքը, ցավոք, խորթ չեն մեր գործարար միջավայրին: Ինչ վերաբերում է նոր ձևաչափով «Ֆլեշ»-ներին, դրանք առայժմ երկուսն են, տարեվերջում 10 կետ կունենանք: Խանութներ գործում են 8 կետում, հուսով եմ՝ մինչև տարեվերջ կկրկնապատկվեն: Ընդհանուր առմամբ, ՀՀ տարածքում ունենք 45 կայան, նախատեսվում ենք տարին ավարտել 50-ով: Առաջիկա հինգ տարիների ռազմավարության համաձայն՝ այդ թիվը նախատեսվում է հասցնել 100-ի, պարզապես վայրեր կան, որտեղ հնարավոր չէ այս «երեքը մեկ տեղում» (վառելիք, էլեկտրական լիցքավորում և խանութ) կոնցեպտն իրականացնել:

- Այս փոփոխությունները դրական են ընկալվում սպառողների շրջանում:

- Վստահաբար կարող եմ ասել՝ այո, և դա զգայական գնահատական չէ. թվերը չեն սփռվում: Մեր վիճակագրությունը փաստում է, որ ճիշտ ճանապարհի վրա ենք: Քանի որ մեր օրերում կարդացող հասարակությունը վերածվել է սքրոլ անող հանրության, վերափոխել և կարճացրել ենք նաև ընկերության կարգախոսը, նախկին «Բարի համբավն ամենաթանկ կապիտալն է»-ին փոխարինելու է գալիս նորը՝ «Վստահիր»: Վստահության պակասը լուրջ խնդիր է հավանաբար բոլոր երկրներում, պարզապես մենք փոքր երկիր ենք, և վստահության պակասի խնդիրներն ավելի տեսանելի են մեզ մոտ:

- «Մանթաշյանց»-ում հաճախ են ասում, որ կոտրում են այն կարծրատիպը, թե հայերը միմյանց չեն վստահում, իրար հետ չեն սիրում բիզնես անել: Ըստ Ձեզ՝ հաջողվել է:





- Կարծրափայ է այն, որ բիզնեսը կապում են ազգության հետ: Բիզնեսի հիմքում շահն է: Այնպես որ, խնդիր հայր հային չվստահելը չէ: Բայց մյուս կողմից չեմ կարող հերքել, որ հայկական բիզնես միջավայրում անպատասխանատվության մակարդակը բարձր է, հեղուկաբար «առանց կրակի ծուխ չի լինում»: Բայց «մշակույթը» հնարավոր է փոխել հեղուկական աշխատանքի շնորհիվ, ջրի կաթիլը քար է ծակում, երբ անընդհատ է հարվածում նույն տեղին: Չէի ասի, թե այդ արժեհամակարգը փոխելն ի զորու է մեկ բիզնես ակումբ կամ միություն, բայց ամեն ինչ պետք է փոքրիկ՝ միևնույն ժամանակ, ինչպես ասացի, հեղուկական քայլերով անել: Այնպես որ, «Մանթաշյանց»-ը ծանր, բայց կարևոր առաքելություն է ստանձնել: Այն դրական մթնոլորտը, որը կա ակումբում, կարող է դառնալ հաջողության շղթայի օղակներից մեկը: Առնվազն ակումբի ներսում փոխվստահության գործակիցը բարձրացել է՝ ստեղծելով յուրահապուկ համակարգ:

- Կայացած գործարարին ինչո՞վ է հետաքրքիր «Մանթաշյանց»-ը:

- Ես ակումբի ակունքներում եմ կանգնած, շատ վաղ եմ միացել: Այդ ժամանակ դեռ «Ֆլեշ մոթորսում» էի աշխատում: Ինձ գրավեց համագործակցության այդ մոդելը, որովհետև այն նեթվորքինգի իդեալական գործիք է: Չնայած զբաղվածության պարճառով վերջերս քիչ եմ կարողանում մասնակցել ակումբի միջոցառումներին, բայց միշտ դրական լիցքեր եմ ստանում, միշտ հաճելի է գտնվել հոգեհարազատ միջավայրում, և ինչու՞ ոչ՝ անգամ գերզբաղվածության պայմաններում հնարավոր է ցանկացած հանդիպումից կամ քննարկումից քաղել այն, ինչ անհրաժեշտ է յուրաքանչյուր մասնակցի:

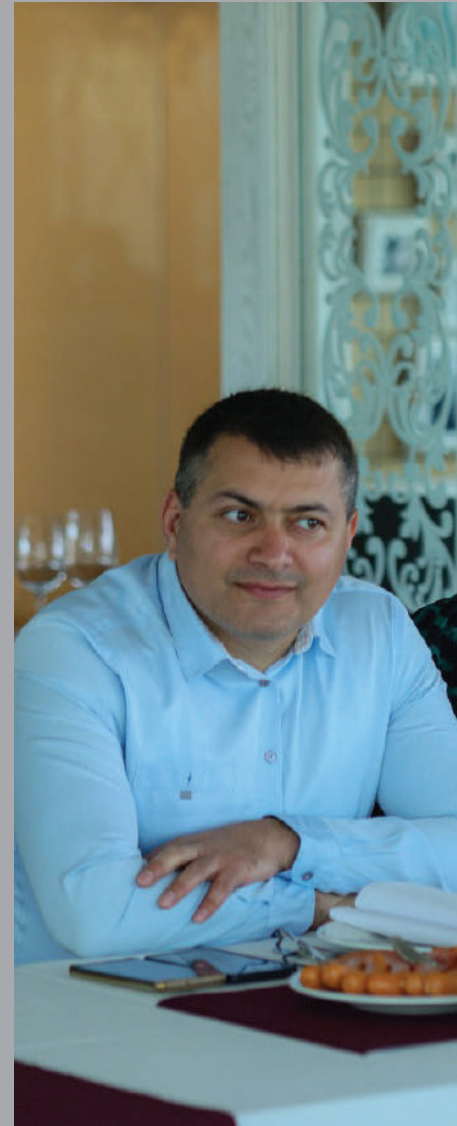
Ակումբում սկիզբ առած համալսելի նախագծերը և համագործակցությունները կարող են նաև արժեհամակարգ փոխել.

Լևոն Կոստանյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Cost Consult» անշարժ գույքի և գնահատման ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Լևոն Կոստանյանը:

- Որքանով է կարևոր մասնագիտական գիտելիքներ ունենալը բիզնես սկսելու համար:

- Այսօր շատ տարածված երևույթ է մասնագիտական գիտելիքներ չունեցող մարդկանց մուտքը տարբեր ոլորտներ, և դա երկրի խնդիրներից մեկն է, վարորդից սկսած մինչև պետական պատասխանատու անձ պարտադիր մասնագիտական կրթություն պետք է ունենա: Մեր ոլորտը ևս խորը մասնագիտական գիտելիքներ է պահանջում, և ես անընդունելի եմ համարում առանց համապատասխան որակավորման անձանց մուտքը շուկա: Այս երևույթն արդեն բացասական հետևանքներ ունի և հանգեցնում է տարբեր ուղղություններով ոլորտի լճացմանը՝ սկսած օրենսդրական ակտերի խնդիրներից, վերջացրած սպասարկման որակի ցածրացող մակարդակով: Այդ պատճառով մեր ընկերությունում կարևորում ենք թե՛





մասնագետների ներքին պատրաստվածությունը, թե՛ ընթացիկ ոլորտային դասընթացներին ներգրավվածությունը: Ինքս ոչ միայն ավարտել եմ Ճարտարապետության և շինարարության Հայաստանի ազգային համալսարանը, այլ նաև երկու տարի դասավանդել եմ Երևանի պետական համալսարանի տնտեսագիտության ֆակուլտետում,

Անշարժ գույքի գնահատողների միության հիմնադիրն եմ:

- Ի՞նչ ծառայություններ է մատուցում ընկերությունը:

- 2004 թվականին հիմնադրել եմ «Cost Consult» ընկերությունը, որի գործունեության ուղղություններն են՝ անշարժ

գույքի գնահատում, նորակառուցների՝ առաջնային շուկայի վաճառք, գրավի գնահատում, անշարժ գույքի բոլոր գործառույթների իրականացում՝ առք, վաճառք, վարձակալություն: Ընկերության մասնաճյուղերը գործում են Հայաստանի բոլոր մարզերում, ունենք 50-ից ավելի աշխատակիցներ: Նշեմ, որ տարածաշրջանի միակ կազմակերպությունն ենք, որն ունի Անշարժ գույքի գնահատման եվրոպական միության լիցենզիա: Դա ստանալը բավական բարդ պրոցես է, բայց դա նաև այն երաշխիքն է, որ մեր կատարած աշխատանքն ընդունելի է նաև միջազգային կազմակերպությունների համար: Հինգ տարի է՝ մենք աշխատում ենք այս չափանիշներով:

- Քսան տարուց ավելի է՝ շուկայում եք, որտեղ անընդհատ նոր ընկերություններ են ավելանում: Ո՞րն է մրցակությա՜նը դիմանալու բանաձևը:

- Մենք կարևորում ենք այն մրցակցությունը, որը հիմնված է ինտելեկտի վրա, իսկ այսօր ոլորտում չեմ կարծում՝ շատ են այն ընկերությունները, որոնք ունեն գիտական, մասնագիտական, կրթական որակյալ բազա: Այդուհանդերձ, ընկերություններն ավելացել են, իսկ, ինչպես ասում են, քանակը որակ է ապահովում, և դրական արդյունքները տեսանելի են: Անշարժ գույքի ոլորտում խնդիրները շատ են, որոնք պայմանավորված են ոչ միայն ծառայությունների մատուցման որակով, այլ նաև շուկայի կառուցվածքով և տնտեսական ցուցանիշներով: Այսօր շուկայում լուրջ արժեզրկում է դիտարկվում, բայց գնային և իրացվելիության վերաբերյալ հիմնավոր վերլուծություններ, կանխատեսումներ չկան: Պատճառներից մեկն էլ ինտելեկտուալ ռեսուրսի բացակայությո՜ւնն է,



յունն է, համապատասխան կրթությամբ անձանց թերի ներգրավվածությունը: Խնդիրը գալիս է բուհերից: Որքան տեղյակ եմ, անշարժ գույքի գնահատման մասնագետներ այլևս չեն պատրաստում:

- Երիտասարդների համար ոլորտը գրավի՞չ է:

- Իհարկե գրավիչ է, որովհետև սա այն բնագավառն է, որտեղ հնարավոր է արագ և մեծ գումարներ վաստակել: Պարզապես անհրաժեշտ են մասնագիտական, իրավական, տնտեսական



գիտելիքներ, այնինչ քիչ չեն դեպքերը, երբ մարդն անշարժ գույք է ներկայացնում՝ առանց իմանալու դրա իրավական կարգավիճակը, տեխնիկական բնութագրերը: Մարդիկ կան, որոնք հողամասերի նպատակային նշանակությունը չգիտեն, գյուղատնտեսական ու արդյունաբերական հողերի տարբերությունները չեն հասկանում:

- Եվ այսպիսի երևույթը ստվեր է գցում ընդհանուր շուկայի վրա:

- Ցանկացած ոլորտում է այդպես: Եթե դաշտում հայտնվում են մարդիկ, որոնք լիարժեք մասնագիտական գիտելիքներ չունեն, բնականաբար շուկայի բնականոն զարգացումը դանդաղում է: Բայց համեմատելով 2005 թվականը 2025-ի հետ՝ կարող եմ ասել, որ դրական տեղաշարժ, այնուամենայնիվ, կա: Հիմնական խնդիրը շուկային համահունչ տեմպի, կանոնակարգվածության բացակայությունն է: Եթե ոչ պրոֆեսիոնալը խորհրդատվություն է մատուցում անշարժ գույքի, գնի, իրացվելիության, պոտենցիալ եկամտաբերության վերաբերյալ, հաճախորդները հայտնվում են խնդրի առջև, որովհետև ռեսուրս, ֆինանս են ծախսում, հետո հասկանում են, որ ոչ արդյունավետ ներդրում են կատարել: Արդյունքում այդ խնդիրներն արտացոլվում են ամբողջ ոլորտում, և այսօր տեսնում եք թե՛ առաջնային, թե՛ երկրորդային շուկայում կտրուկ արժեզրկման, պահանջարկի նվազման երևույթներ:

- Բայց միթե՞ չեն ազդում արտաքին այլ գործոններ:

- Բնական է, որ արտաքին ցանկացած գործոն ազդում է շուկայի վրա,



բայց մասնագետները նաև զսպող դեր կարող են ունենալ ճիշտ կանխատեսումներով, իրավական գրագետ առաջարկներով: Անշարժ գույքի շուկան այն ինդիկատորն է, որը փոխկապակցված է ամբողջ տնտեսության հետ, որովհետև չկա գործունեության մի տեսակ, որ չառնչվի անշարժ գույքին:

- «Մանթաշյանց» ակումբը կարողանում է այդ խնդիրների լուծման հարթակ դառնալ:

- Առաջին հերթին, «Մանթաշյանց»-ը մեզ հնարավորություն ընձեռեց նախկին գործընկերներին ճանաչել ավելի մտերմիկ մթնոլորտում: Ձեռք բերեցինք նոր գործընկերներ, և ամենակարևորն այն է, որ այստեղ համագործակցությունը հիմնված է փոխադարձ վստահության վրա, ի սկզբանե արդեն գիտենք, թե ում հետ գործ ունենք: Եթե անգամ

շատ չեն լուծված խնդիրները, էական է այն հանգամանքը, որ հարակից ոլորտների մասնագետների հետ շփումը, կարծիքների փոխանակումը հնարավորություն է տալիս ստանալ ընդհանուր պատկեր: Ինչ վերաբերում է ոլորտային հարցերին, նշեմ, որ վերջերս քաղաքաշինության կոմիտեի նախագահ Վահրամ Վարդանյանի հետ հանդիպում ունեցանք, մի քանի ընկերությունով բարձրաձայնեցինք ոլորտի անընդունելի իրավական ակտերը, որոշ հարցեր տեղում քննարկեցինք, օրինակ՝ տնամերձ հողատարածքում բնակելի կառուցապատման տոկոսը իջեցրել էին 20 տոկոսի, քննարկման արդյունքում համաձայնության եկանք, որ այդ թիվը գոնե մինչև 40 տոկոս բարձրանա, մարդիկ կարողանան տուն կառուցել:

Բացի դրանից, «Մանթաշյանց»-ը նաև դրական միջավայր է և կրթության մեծ



աղբյուր, ինչի կարևորության մասին արդեն խոսեցինք: Ակումբում շատ են երիտասարդ գործարարները, որոնցից ևս սովորում ենք, որովհետև նրանց միտքը կարծրացած չէ, նրանք ավելի ճկուն են, ավելի ստեղծագործական մոտեցում ունեն խնդիրների վերաբերյալ: Եթե այն գաղափարները, սկզբունքները, որոնք ակումբի հիմնադրման ակունքներում են, միշտ պահպանվեն, արդյունքներից օգտվելու ենք բոլորս, մանավանդ որ ակումբի ցանցն ամբողջ աշխարհում ընդլայնվում է: Ինձ համար ակումբի կարևոր առաքելություններից մեկն այն է, որ կոտորում է այն կարծրատիպը, որ հայերը չեն կարողանում միմյանց հետ համագործակցել, միասին բիզնեսով զբաղվել: Գուցե նաև այդ տեսակետը որոշակի հիմքեր ունի, բայց ակումբում սկիզբ առած համատեղ նախագծերը և համագործակցությունները կարող են նաև արժեհամակարգ փոխել:



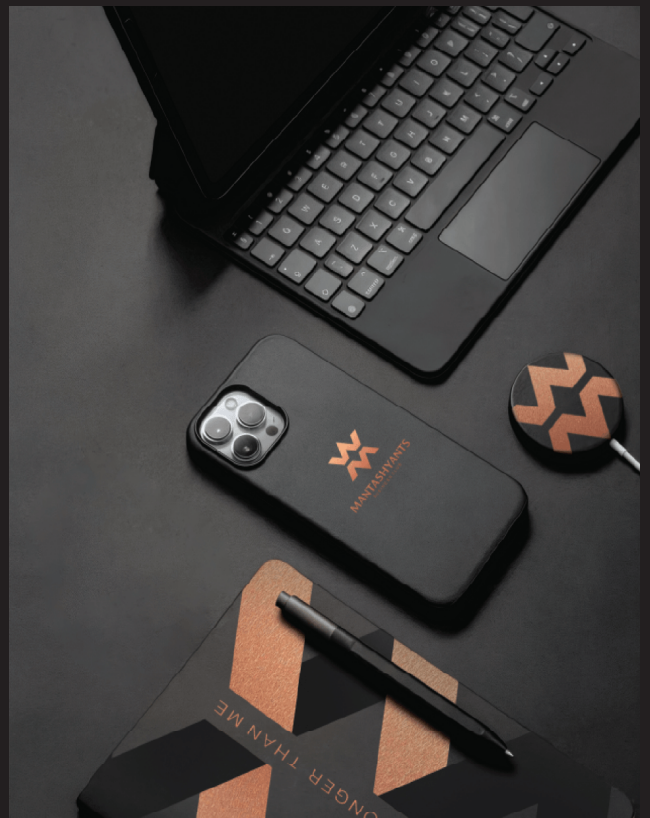
WE ARE STRONGER THAN ME

*«Մանթաշյանց»-ի պարագայում
փոփոխություն են կրել բրենդի թե՛
ստրատեգիկ, թե՛ վիզուալ
ասպեկտները*

«Մանթաշյանց» գործարարների ակումբը շուտով հանդես կգա նոր ոճով և նոր «դեմքով»: Հայկական ամենամեծ բիզնես ցանցը ռեբրենդինգի է ենթարկվում: Ինչ արժեքներ և ինչ փոփոխություն է ընկած Ակումբի նոր լոգոյի հիմքում և ինչպե՞ս է նորացված «Մանթաշյանց»-ը ներկայանալու աշխարհին: Այս հարցերի շուրջ ենք գրուցել «Backbone Branding»-ի հիմնադիր, տնօրեն Ստեփան Ազարյանի հետ:

- Ինչպե՞ս է սկսվել «Backbone Branding»-ի և «Մանթաշյանց»-ի համագործակցությունը:

Բեքբոնի համար սկզբունքորեն մեծ կարևորություն ունեն այն նախագծերը, որոնք վերաբերում են Հայաստանի տնտեսության, մշակույթի, կրթության զարգացմանը: «Մանթաշյանց»-ը հենց այդպիսի նախագիծ է, որի կազմում ներգրավված ազդեցիկ գործարար համայնքը երկրի տնտեսության մեջ իր որոշիչ դերակատարումն ունի ու պետք է այդ կարգավիճակին հարիր բրենդավորում ունենար: Այդ թեմայի շուրջ ընկերական հանդիպումներն ու զրույցները բերեցին ավելի խորքային քննարկումների անհրաժեշտության, ինչն էլ իր հերթին վերաճեց համագործակցության:





MANTASHYANTS
BUSINESS CLUB

WE ARE STRONGER THAN ME

- Ռեբրենդինգը հաճախ Հայաստանում ընկալվում է միայն լոգոյի փոփոխություն: «Մանթաշյանց»-ի դեպքում ինչն է փոխվելու:

- Ամենակին պարտադիր չէ, որ ռեբրենդինգը բերի լոգոյի փոփոխության: Որոշ դեպքերում այն «աննկատ» է անցնում, ասել է թե՛ վիզուալ փոփոխության չի բերում բրենդի արտահայտչամիջոցներում: Փոխարենը փոփոխության են ենթարկվում բրենդի անտեսանելի բաղադրիչները՝ դիրքավորումը, լսարանի հետ շփման լեզուն, ընկերության ներքին մշակույթը և այլն: Ամեն ինչ կախված է խնդրի տեսակից:

«Մանթաշյանց»-ի պարագայում փոփոխություն են կրել բրենդի թե՛ ստրատեգիկ, թե՛ վիզուալ ասպեկտները, այդ թվում նաև՝ լոգոտիպը:

- Սովորաբար ռեբրենդինգն ընկալվում է որպես ընկերության «հին» դարաշրջանի ավարտ: «Մանթաշյանց»-ի հնգամյա գործունեությունն իսկապես արդեն ունեւր «նոր» դեմքի կարիք:

- «Մանթաշյանց»-ն ուներ հինը վերանայելու, ժամանակի ու լսարանի պահանջներին ընդառաջ գնալու կարիք, և սա շատ բնական պրակտիկա է, որին ցանկացած բրենդ պարբերաբար գալիս է իր գործունեության ընթացքում: Աշխարհը չի կանգնում իր տեղում, ավելին՝ նրա փոփոխության տեմպերը օրեցօր արագանում են, և այդ փոփոխություններին ժամանակին պետք է արձագանքել՝ չկորցնելու համար ակտուալությունը:

- Ձեր աշխատանքներում նկատելի է նորարա-



րության և ոչ ստանդարտ մտածողության շունչը. հենշտ էր աշխատել «Մանթաշյանց»-ի հետ, որտեղ մի կողմից մեծ մասը երիտասարդ և ամբիցիոզ գործարարներ են, մյուս կողմից՝ կարևորվում են ավանդական արժեքները, անգամ անվանումն է «անցյալից»:

- Մենք հասել ենք մի լուծման, որ երկու «աշխարհների» համակցություն է ենթադրում և շատ ճկուն է՝ տարբեր ձևաչափերում ադապտացվելու տեսանկյունից: Մասնավորապես՝ «Մանթաշյանց» կերպարի կիրառությունը մաքսիմալ պարզեցվել և նվազեցվել է՝ կրիչների մեծ մասում իր տեղը զիջելով գրաֆիկական ավելի թարմ լուծման, բայց լրիվ դուրս չի բերվել՝ լսարանի հետ կապը չկորցնելու համար: Նոր լոգոտիպը, իր հերթին, իր պարզության մեջ մեծ ու

բազմաշերտ ուղերձներ ունի: Այն ԴՆԹ-ի պարույրից է ոգեշնչված՝ հիմքում ունենալով «Մանթաշյանց» ակումբի գաղափարը՝ գործարարների համայնք, որին միավորում է ազգությամբ հայ լինելը: Իսկ այդ պարույրը ստացվել է բրենդի լատիներեն անվանատառից՝ M, որը նաև բիզնեսի դինամիկ էության արտահայտությունն է՝ վայրէջքներով ու վերելքներով:

Պատահական չէ նաև W-ի, որպես անգլերեն We (Մենք)-ի սկզբնատառի ավելի բարձր դիրքը՝ M-ի՝ Me (Ես)-ի համեմատ, քանի որ «Մենք-ն ուժեղ է Ես-ից»: Այսպիսով, հավատարիմ լինելով մեր սկզբունքին, բրենդի մասին առանցքային մի քանի իմաստներ արտահայտել ենք դիզայնի մեջ մեկ պարզ լուծման միջոցով:



- Այո, լինելու են, քանի որ դրանք բրենդի գաղափարախոսության կարևոր ուղերձներն են:

- Ռեբրենդինգը միշտ ունի նաև վտանգ չընկալվելու, չսիրվելու: Կարծում եմ՝ կարողացել եք չեզոքացնել այդ «վտանգները»:

- Մենք շատ մեծ պատասխանատվությամբ ենք մոտենում ռեբրենդինգի յուրաքանչյուր քայլի և ցանկացած տեսակի փոփոխություն գնահատում ենք բրենդի հասցեատերերի տեսանկյունից: Շատ կարևոր է նաև այն աշխատանքը, որ բրենդը պիտի տանի՝ լսարանին աստիճանաբար նորը ընդունելուն պատրաստելու համար: Նման մտածված մոտեցման դեպքում չընկալվելու վտանգը գրեթե մոտ է զրոյի:

- Գրեթե 15-ամյա փորձ ունեք Հայաստանում և Հայաստանից դուրս: Այդուհանդերձ, ամեն պատվեր ունիկալ է: Ո՞րն էր «Մանթաշյանց»-ի հետ համագործակցության գլխավոր մարտահրավերը կամ փորձառությունը:

- Որպես կանոն տարբեր նախագծերում մենք գործ ենք ունենում մեկ պատվիրատուի հետ: Այս նախագիծը առանձնահատուկ էր նրանով, որ պատվիրատուն ոչ թե մեկն էր կամ մի քանիսը, այլ 700-ը՝ ակումբի անդամների թվով: 700-ից յուրաքանչյուրը «Մանթաշյանց»-ի ներկայացուցիչն է, և կարևոր էր ստանալ այնպիսի բրենդավորում, որ նրանցից յուրաքանչյուրը սիրով դառնա դրա հասցեատերը՝ երիտասարդներից մինչև ավագ սերունդ, փոքրից մինչև խոշոր բիզնեսի ներկայացուցիչներ:

- «Մենք-ն ուժեղ է ես-ից»՝ մանթաշյանական այս և այլ կարգախոսները, գաղափարները վերափոխված «Մանթաշյանց»-ում ևս տեսանելի լինելու են:



Աշխատանքը, որը նախկինում անում էր 5 «մասնագետ», անում է ԱԲ-ն

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտը, որը երկար տարիներ ընկալվում էր որպես երկրի առաջատար և կայուն զարգացող ճյուղ, այսօր բախվում է նոր իրողությունների: Փոփոխվում են շուկայի պահանջները, ուժեղանում է մրցակցությունը, և առանձնապես կարևոր է դառնում ոչ թե պարզապես ծրագրավորողի հմտությունը, այլ խորքային մասնագիտական պատրաստվածությունը: Այս պայմաններում ակնհայտ է դառնում մեկ բան. ոլորտում հաջողության գրավականը ոչ թե տեխնիկական գործիքների տիրապետումն է, այլ՝ մտածողության որակը:

Շուկան այլևս չի հանդուրժում կիսատ պատրաստված մասնագետների: ՏՏ ոլորտը վերակազմավորվում է, և միայն նրանք, ովքեր պատրաստ են շարունակաբար սովորել ու զարգանալ, կարող են պահպանել իրենց տեղը ոլորտում:

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյան» գործարարների ակումբի անդամ, «Data Art» ծրագրային ապահովման առաջատար ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Արսեն Բաղդասարյանը:





- Վերջերս մի քանի HR-ներից լսեցի այսպիսի տեսակետ, որ մասնավոր հատվածի աշխատավարձերի անկման պատճառն այն է, որ մի քանի տարի առաջ մյուսները, հետևելով SS ոլորտին, բարձրացրին դրույքաչափը, արհեստականորեն ուճացրին, արդյունքում փուչիկը պայթեց: Համաձայն եք, որ «մեղավորը» SS-ն է:



“

Այդքան էլ համաձայն չեմ այդ ձևակերպման հետ, թե SS-ն է մեղավոր եղել, որ աշխատավարձերը բարձր են եղել, և SS-ն է մեղավոր, որ աշխատավարձերն իջել են: Նախ հասկանանք, թե ինչու են այս բնագավառում աշխատավարձերը բարձր: Այս ոլորտի մասնագետները բավական լուրջ ներդրումներ են անում իրենց ինքնազարգացման վրա՝ սկսած կրթությունից մինչև անգլերենի բարձր մակարդակ: Գաղտնիք չէ, որ այս ճյուղը մեծ պահանջարկ ուներ և եկավ մի պահ, երբ SS մասնագետները, ավելի ճիշտ՝ կիսամասնագետները, որոնք չունեին բարձրագույն կրթություն և ընդամենը 3-6 ամսյա կուրս էին անցել, կարողանում էին ընդունվել աշխատանքի: Բայց ես միշտ ասել եմ՝ SS մասնագետը նա չէ, ով գիտի ծրագրավորման լեզու և կոդ գրել, այլ նա, ով, բացի ծրագրավորման մեկ կամ երկու լեզվի տիրապետելուց, ունի նաև լուրջ մաթեմատիկական, ալգորիթմիկ հմտություններ:

Բնական է, որ այդ շրջանում աշխատանքի ընդունում էինք ոչ այնքան բարձր որակավորում ունեցող մարդկանց: Բայց անցավ մի ժամանակահատված և մեր ոլորտը ապրեց լուրջ վերափոխումներ, որոնք կապված էին արհեստական բանականության, մեքենայացված ուսուցման հետ: Այդ տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգահեռ եկավ մի շրջան, երբ լուրջ մասնագիտական գիտելիք չունեցողներին՝ կոդ գրողներին, այլ ոչ թե ծրագրավորողներին կամ ինժեներներին, փոխարինեց այդ համակարգը: Այսինքն՝ այն աշխատանքը, որը նախկինում անում էր 5 «մասնագետ», անում է ԱԲ-ն, ընդ որում շատ ավելի արագ և որակյալ: Հետևաբար հիմա մենք այն ժամանակներում ենք, երբ ձերբազատվել են թերի մասնագետներից և բարձրացրել աշխատանքի արդյունավետությունը:

”



Լապտերավառների դարաշրջանն ավարտվեց ավտոմատ լուսավորման համակարգի պատճառով:

Իրականությունը դա է՝ աշխարհը փոխակերպվում է: Բայց միևնույն ժամանակ չեմ կիսում այն մտահոգությունը, թե այդ համակարգն ի վերջո կփոխարինի մարդուն, որովհետև արհեստական բանականությունը սովորում է հենց այդ մասնագետներից, չի կարող նոր գաղափարներ ստեղծել: Մեզ համար կարևոր է, որ բարձր որակավորում ունեցող մասնագետները միշտ լինեն, և ես կարող եմ վստահեցնել, որ իրենց աշխատավարձերը չեն նվազում, պարզապես շուկան ձևափոխվում է, և ծրագրավորման ընդամենը մեկ-երկու լեզվի տիրապետող, բայց բարձրա-

գույն կրթություն, փորձ չունեցողները շուկայից դուրս են մղվում:

Հետևաբար կարճաժամկետ դասընթացներն այլևս ակտուալ չեն:

Դասընթացները միշտ ակտուալ են, եթե մարդը բազա ունի: Այսօր գործատուն շատ ավելի մանրակրկիտ է աշխատանքի ընդունում դիմողի, բայց նաև սերնդափոխության խնդիր կա: Այնպես որ, եթե երիտասարդ մասնագետները, որոնք ունեն գիտելիքներ, փորձ, ավելի կգարգանան, առաջ կգնան, եթե կրթությունը դարձնեն շարունակական՝ մասնակցելով նաև այդպիսի մասնագիտական դասընթացների:





Երբ պարզ դարձավ, որ «այթիշնիկ» դառնալն այդքան էլ հեշտ չէ:

Մոտ մեկ տարի է արդեն՝ հեշտ փող այլևս չես կարող աշխատել: Ես կատակով միշտ ասում եմ՝ բոլոր այն «կաֆեյիկները», «տաքսիստները», «մալարները», որոնք ժամանակին եկան, դարձան «այթիշնիկ», անգործ կմնան, եթե իրենց վրա չեն աշխատել և չեն խորացրել գիտելիքները:

Ինչ է ակնկալում հասարակությունն այս ոլորտից: Իմ տպավորությամբ՝ հատկապես 44-օրյա պատերազմից հետո, ակնկա-

լիքներն ավելի շատ ռազմարդյունաբերության, ինչպես նաև բժշկության ոլորտին են վերաբերում:

Ցավոք սրտի, մեր հասարակության զգալի հատվածը ոլորտի մասին հստակ պատկերացում չունի: Մարդիկ հիմնականում պատկերացնում են, որ այթիշնիկը պետք է ծրագիր գրի, տեխնոլոգիական բում անի և, արդյունքում, բժշկությունը 5 անգամ լավանա, կամ մեր երկրի բոլոր խնդիրները լուծվեն: Դա այդպես չէ: Թվայնացումն առկա է ցանկացած բնագավառում, «այթիշնիկը» միայնակ չի կարող առաջընթաց ապահովել, եթե նույն



բիզնեսները չցանկանան նորարարական լուծումներ կիրառել: Պարտադիր չէ, որ գաղափարը SS մասնագետից ծնվի, կարևորը՝ այն կյանքի կոչվի տարբեր ոլորտների ներկայացուցիչների համատեղ աշխատանքի արդյունքում:

Ինչպե՞ս են համագործակցում պետությունն ու ոլորտը:

Պետությունը պետք է ճիշտ ռազմավարություն և տեսլական ունենա, թե որ ուղղություններով պետք է զարգացնել տնտեսությունը, որտեղ է պատկերացնում մեր երկիրը: Մենք

փոքր երկիր ենք և այդքան մեծ մարդկային կապիտալ չունենք: Մեր ուղղությունները չեն կարող տասնյակներով լինել, մեկերկու ոլորտ պետք է ընտրվի՝ հաշվի առնվելով փորձը և հնարավորինս աջակցելով դրա զարգացմանը: Այդ ռազմավարությունը պետք է հիմնված լինի շատ լուրջ վերլուծության վրա: Եթե, օրինակ, այսօր մենք որոշենք ինքնագնաց տանկեր արտադրել, դրանք հնարավոր կլինի օգտագործել միայն Հայաստանում, քանի որ լոգիստիկ խնդիրներ ունենք: Հուսով եմ՝ առաջիկայում կունենանք այդ ռազմավարությունը:

Իսկ մինչև հիմա ինչպես էինք աշխատում:

SS-ն ինքնազարգացող ոլորտ է եղել, գերակա ճյուղ հայտարարելը չպետք է նմանվի միայն կենաց ասելու: Ընդհանուր առմամբ, մեզ մոտ SS ոլորտը զարգացման լավ պատմություն ունի, քանի որ Խորհրդային Միության տարիներին Հայաստանը՝ որպես ոչ այնքան ռեսուրսակիր երկիր, զարգացավ ավելի շատ գիտահետազոտական աշխատանքների ուղղությամբ: Այդ գենետիկ պատմությունն օգնեց նաև հետխորհրդային ժամանակաշրջանի առաջընթացին:

SS ոլորտին քաջաձանոթ եք, քանի որ 2000 թվականից հիմնադրել և ղեկավարում եք «Data Art» ընկերությունը: Որքանով եք կարողանում «Մանթաշանց» ակումբն «օգտագործել»՝ խնդիրները բարձրաձայնելու և լուծելու համար:

Նախ ասեմ, որ ես ոլորտային մի քանի ասոցիացիաների խորհրդի անդամ եմ, և ոլորտային հարցերը հիմնականում այդ հարթակներում եմ լուծել: Բայց SS համայնք կա նաև «Մանթաշանց»-ում, հետևաբար սա ևս քննարկումների վայր է: Բացի դրանից, կան հարցեր, որոնք ոչ միայն SS են վերաբերում, և կարևոր է այդ հարցերի շուրջ միասնական կարծիք ձևավորել: Ինչքան շատ բիզնես ակումբներ, ասոցիացիաներ խնդրի վերաբերյալ ունեն մեկ տեսլական, այնքան այն արագ և հեշտ կլուծվի պետական մակարդակով:

Երբ եք միացել ակումբին և ի՞նչ խորհրդով:

Ակումբի անդամ եմ երեք տարուց ավելի, այն ժամանակ մասնակիցները քիչ էին: Քանի որ ընկերական շրջապատս բավական մեծ է, շատ էի տեսնում «Մանթաշանց»-ի վերաբերյալ հրապարակումները, որոնք վերաբերում էին տարբեր միջոցառումների և քննարկումների: Այդպես հետաքրքրություն առաջացավ, դիմեցի ընկերներիցս մեկին, ծանոթացա Վահրամի հետ և դարձա ակումբի անդամ: Զբաղվածությանս պատճառով վերջին շրջանում ֆիզիկապես այնքան էլ հաճախ չեմ լինում ակումբում, բայց վստահաբար կարող եմ ասել, որ ընդհանուր իմ ակտիվությունը, զբաղվածությունը օգտակար է նաև «Մանթաշանց»-ի համար, որովհետև անհատական յուրաքանչյուր գործունեություն ազդում է համընդհանուր աշխատանքի վրա:



LIEBHERR

Liebherr Գերմանական ճշգրտություն՝ արդեն Հայաստանում

Շինարարության, հանքարդյունաբերության և ծանր արդյունաբերության աշխարհում քչերն են ունենում այնպիսի հեղինակություն և հարգանք, որքան Liebherr-ը: Ամբողջ աշխարհում ճանաչված իր նորարարական մոտեցումներով, տեխնիկական հուսալիությամբ և անզուգական ինժեներական որակով՝ Liebherr-ը համարվում է անվտանգության, ուժի և երկարաժամկետ վստահելիության չափանիշ:

Ժամանակակից քաղաքների հիմքերից մինչև բաց հանքերի խորությունները՝ Liebherr-ի տեխնիկան վստահորեն օգտագործվում է այն մասնագետների կողմից, ովքեր իրենց աշխատանքում պահանջում են բացառիկ արդյունք: Այս մեքենաները ոչ միայն ստեղծված են արդյունավետ աշխատելու համար, այլև նախագծված են դիմանալու ամենածանր պայմաններին: Բեռնափոխադրումից և հողային աշխատանքներից մինչև բարձրացումներ ու շինարարություն՝ Liebherr-ի տեխնիկան համապատասխանում է արդյունաբերության ամենախիստ պահանջներին՝ ապահովելով իրական արդյունք հենց այնտեղ, որտեղ դա ամենից շատն է անհրաժեշտ՝ շինհրապարակում:

Համաշխարհային Ժառանգություն՝ այժմ Հայաստանում

Այս համաշխարհային մակարդակի տեխնոլոգիան և ինժեներական գերազանցությունը լիարժեք հասանելի են հայաստանյան շինարարական և արդյունաբերական ոլորտի մասնագետներին՝ Construction Machinery Armenia ընկերության շնորհիվ, որն հանդիսանում է Liebherr-ի պաշտոնական և բացառիկ ներկայացուցիչը Հայաստանում:



Գ ք. Երևան, Շենգավիթ Արտաշատի խճուղի 67/1

☎ +374 98 81 55 55



Premium Machinery Armenia — Ձեր վստահելի գործընկերը տեխնիկայի ոլորտում

Անցած տարիների փորձով ու վստահելի աշխատանքով այս ընկերությունը հասցրել է կարճ ժամանակում դառնալ շինարարական տեխնիկայի ոլորտի առաջատարներից մեկը Հայաստանում: Premium Machinery Armenia-ն Հայաստանի շուկայում ներկայացնում է մի շարք միջազգային հայտնի բրենդեր, որոնց անվանումներն արդեն իսկ վստահություն են ներշնչում գնորդներին:

Ծանր տեխնիկայի շուկայում Premium Machinery Armenia-ն համարվում է վստահելի և առաջատար մատակարար Հայաստանում: Տարիների փորձը և պրոֆեսիոնալ մոտեցումը հնարավորություն են տվել ընկերությանը դառնալ պաշտոնական ներկայացուցիչ Հայաստանում մի շարք միջազգային ճանաչում ունեցող բրենդերի՝ JCB, Bridgestone, Shell, Mobil, Jinyu:

Ընկերությունն իր հաճախորդներին տրամադրում է ամբողջական լուծումներ, որոնք ներառում են վաճառք, տեխնիկական խորհրդատվություն, տեխնիկայի սպասարկում, ավտորոշում և այլ ծառայություններ՝ ապահովելով սարքավորումների առավել արդյունավետ և հուսալի օգտագործում յուրաքանչյուր նախագծում:

Premium Machinery Armenia համագործակցում է Հայաստանի խոշորագույն կազմակերպությունների և կառույցների հետ՝ ամրապնդելով իր դիրքը որպես վստահելի և պրոֆեսիոնալ գործընկեր:

Որպես Tegeta Motors Group-ի դուստր ընկերություն, Premium Machinery Armenia ներկայացնում է աշխարհահռչակ բրենդեր՝ ապահովելով լավագույն որակ, հուսալիություն և շուկայում հեղինակություն, որը գնահատվում է ոչ միայն մասնագետների, այլև ընկերությունների կողմից, յուրաքանչյուր հաճախորդին տրամադրելով ամբողջական սպասարկման և խորհրդատվական ծառայությունների փաթեթ, որն երաշխավորում է երկարաժամկետ և հաջողակ գործընկերություն:



Պ. Երևան, Շենգավիթ Արտաշատի խճուղի 101/1

☎ +374 60 69 77 77



**«Մանթաշյանց»-ը
պաշտպանվածության
զգացում է տալիս,
կարծես ամուր թիկունքդ
ավելի ամուր է».**

Լիանա Սահակյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Go Travel» տուրիստական ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Լիանա Սահակյանը:

- Ո՞րն է ընկերության այս տարվա գլխավոր նորությունը:

- «Go Travel»-ն իր գործունեության 15 տարիների ընթացքում մշտապես առաջնորդվել է ծառայություններն ընդլայնելու, նոր ձևաչափեր գործարկելու սկզբունքով և 2025 թվականին ևս հաճախորդներին ներկայանում է նոր առաջարկներով: Այս տարի մեզ մոտ բացվել է Prime ձևաչափով սրահը, որը բացառիկ է և դեռևս առաջինն է Հայաստանում: Ինչհիմամբ է այն առանձնանում. նախ այն ունի 24/7 սկզբունքով սպասարկում, երկրորդ՝ անկախ նրանից ավիաընկերությունը ինչ պատասխանատվություն կստանձնի՝ մենք հաշված օրերի ընթացքում հաճախորդին վերադարձնում ենք գումարը, եթե, օրինակ, թռիչք է չեղարկվել կամ ուղեբեռ է կորել: Դա ևս մեկ

քայլ է հաճախորդին ավելի բարձրակարգ ծառայություն առաջարկելու ճանապարհին: Այո, այդ ծառայությունը մատչելի չէ, բայց այս դեպքում հաճախորդն ունենում է ապահովության զգացում: Դրանից բացի, սրահ մուտք գործելիս անմիջապես քեզ զգում ես ռեզորթում, ամբողջ կահավորանքը, դիզայնն այնպես է արված, որ այն պահից սկսած, երբ այցելուն մտնում է տոմս գնելու, թվում է՝ հանգստավայրում է: Տարիների աշխատանքի արդյունքում հասկացանք, որ հասել ենք մի կետի, երբ միայն ճամփորդական ուղղություններ ավելացնելը բավարար չէ, և այդ առումով սրահն իսկապես բացառիկ է: Այս տարի նաև գրասենյակի տարածքը փոխեցինք, նախկինում Տերյան 62-ում էինք, տեղափոխվեցինք Փարպեցի 12, որը մեր էքսկլուզիվ տարածքն է:

- Առաջարկը ծնվեց նման ծառայության նկատմամբ պահանջարկից:

- Բոլորովին ոչ: Նման ձևաչափով սրահ ստեղծելու գաղափարն ինձ մոտ առաջացավ, քանի որ ես շատ-շատ եմ ճամփորդում, և այն գեղեցիկը, օգտակարը, որը տեսնում եմ Հայաստանից դուրս, ցանկանում եմ ներդնել նաև մեզ մոտ, մեր հաճախորդների համար: Այս ձևաչափը նաև ռիսկային էր, բայց արդեն մեկ ամիս է՝ գործարկում ենք: Այստեղ շարժիչը ուժը աշխատանքի նկատմամբ իմ ստեղծագործ մոտեցումն է: Բարեբախտաբար, այս նորությունը դուր եկավ նաև հաճախորդներին, ոգևորեց թիմին: Նշեմ, որ մեր մասնագետներն ամսական մի քանի անգամ վերապատրաստում են անցնում: Օրի-

նակ, եթե աշխատակիցը մասնագիտացված է Իտալիայի ուղղությամբ, այցելում է տարբեր քաղաքներ, փորձում ենք այնպես անել, որ հաճախորդին ինֆորմացիան առաջին ձեռքից տանք: Ես շատ կարևորում եմ նաև երիտասարդների ներգրավվածությունը, որովհետև երբ ես էի ուսանող, այդ հնարավորությունները չկային, հիմա թիմում ունենք երկու աշխատակից, որոնք համատեղում են աշխատանքը և ուսումը:

- Խոսեցիք կրթության մասին, հիշեցի, որ մասնագիտությամբ իրավաբան եք:

- Այո, երբ որոշեցի տուրիստական ընկերություն բացել, բոլորը շոկի մեջ էին և չէին հավատում, որ կհաջողեմ: Իսկ իմ հաջողության բանաձևը, կարծում եմ, ոչ միայն



երազանքն էր, մեծ ցանկությունը, այլ նաև անկեղծությունը: Հաճախորդներին սպասարկելիս ես պատկերացնում էի, որ իրենց ոչ թե պարզապես ուղեգիր եմ վաճառում, այլ էմոցիաներ պետք է փոխանցեմ, գունավորեմ իրենց կյանքը: Սկզբնական շրջանում մասնագիտական տերմիններին, տեսություններին չէի տիրապետում, բայց ներքուստ զգում էի, թե ինչն է գրավում մարդկանց, ինչպես է հնարավոր հետաքրքրել ճամփորդողներին: Ժամանակին համընթաց քայլելու ունակությունը ևս շատ կարևոր է բիզնեսի կայացման գործում: Ես միշտ փորձել եմ մեկ քայլ առաջ լինել: «Go Travel»-ն առաջինն էր, որ ակտիվորեն օգտագործեց սոցանցային հարթակները՝ Facebook, Instagram... Հիմա առաջինն եմք որպես Travel Podcast:

- Հաջորդ հարցս հենց այս մասին էր: Երբ և ինչո՞ւ որոշեցիք բլոգ և փողքասթ վարել:

- Այս երկու ձևաչափերն էլ շատ սիրով եմ անում, պարզապես ժամանակի և ծանրաբեռնվածության լուրջ խնդիր է առաջանում: Երբեմն զգում եմ, որ burn out լինելու վտանգի առաջ եմ: Այս ձևաչափերը գործարկելու գաղափարը եկավ, որովհետև, ինչպես նշեցի, ինքս շատ եմ ճամփորդում: Ցանկացած երկիր մեկնելուց առաջ ցանկալի է տեղեկատվություն ունենալ տեսարժան վայրերի, մշակույթի, սովորությունների մասին, իսկ հայալեզու կոնտենտը շատ քիչ է: Այդպես ծնվեց հաղորդման միտքը, 10-15 րոպեում ներկայացնել ճանապարհորդող մարդուն հետաքրքրող



ամենակարևոր հարցերի պատասխանները՝ վիզայից մինչև սննդի վայրեր: Այսինքն՝ այն ինֆորմացիան, ինչ անհրաժեշտ է ինձ՝ որպես զբոսաշրջիկ, վստահաբար օգտակար է լինելու նաև մյուսների համար: Հաճախ եմ ինձ հարցնում՝ քանի՞ երկրում եմ եղել, ես պատասխանում եմ՝ հատուկ չեմ հաշվում, հետո կհաշվեմ, թե քանիսում չեմ եղել: Գիտեք, բիզնեսում գալիս է մի պահ, երբ աշխատանքի արդյունավետությունը ոչ միայն վաստակած գումարն է դառնում, այլ նաև այն արժեքները, որը կարող ես փոխանցել մյուսներին: Մեր



մյուս նախագիծը փողքասթն է, որի շրջանակում տարբեր հայտնի, ինչպես նաև ճամփորդել սիրող մարդկանց եմ հրավիրում: Բլոգը անցած տարի սեպտեմբերից եմ սկսել, փողքասթները՝ նոյեմբերից, երկուսի մասով էլ շատ դրական արձագանքներ կան:

- Հիմա, երբ ինքնուրույն ճամփորդելն ավելի հեշտ է, այս ոլորտում շարունակելը դժվար չէ:

- Շուկայում մրցունակ մնալու միակ ճանապարհը տրանսֆորմացվելն է, փոփոխություններն արագ ընկալելը և դրանց համարժեք արձագանքելը: Ես երբեք գծային չեմ մտածում: Բացի դրանից, ինքս ճամփորդության սիրահար եմ, ընկերներ ունեմ տարբեր ոլորտներից, տարբեր երկրներից: Այդ ամենը ներշնչվելու, աշխատանքում անընդհատ թարմություն հաղորդելու հնարավորություն են տալիս:

- Ոլորտի հիմնական խնդիրը հորն եք համարում:

- Ամենալուրջ խոչընդոտը դեպքային աշխատանքն է: Բայց այս հարցում էլ ենք փորձում ճկուն լինել, եթե խնդիր է առաջանում, այլընտրանքային տարբերակներ ենք առաջարկում հաճախորդներին:

- Իսկ ի՞նչ է առաջարկում Ձեզ «Մանթաշյանց»-ը:

- Հետաքրքիր ստացվեց իմ առաջին այցելությունն ակումբ: Ընկերների օրն էր, և իմ ընկերներից մեկն ինձ առաջարկեց այցելել ակումբ: Ջերմ աուրան առաջին իսկ պահից գրավեց, և ես մտածեցի, որ ակումբի մաս կազմելը ևս հետաքրքրություն կհաղորդի իմ աշխատանքին: 2023 թվականին միացա ակումբին: Այստեղ ձևավորվեց ոչ միայն գործընկերային, այլ նաև հենց ընկերական շրջապատ: Ինձ համար շատ հաճելի է, որ մանթաշյանական ընկերներիցս զանգում, խորհուրդ են հարցում, երբ ճանապարհորդելիս ինչ-որ խնդրի են առնչվում կամ հարց են ունենում: Վստահ եմ, որ ես էլ, եթե որևէ խնդիր ունենամ, անկաշկանդ կարող եմ զանգել նրանց, այդ հարցը կլուծվի: «Մանթաշյանց»-ը պաշտպանվածության զգացում է տալիս, կարծես ամուր թիկունք ես զգում:

Ակումբի նախաձեռնած միջոցառումներին հաճախ չէ, որ կարողանում եմ մասնակցել, բայց եղել են հետաքրքիր սեմինարներ: Եղել են նաև դեպքեր, երբ հրավիրվել եմ քննարկման, որը իմ ներկայացրած ոլորտին այդքան



էլ չի առնչվել: Այդ ժամանակ ես ակումբին ֆիդբեք եմ տվել, որ նման ձևաչափով հանդիպումներում անալոգիկ մասնակցների հետաքրքրությունների շրջանակը, որպեսզի հանդիպումները չկորցնեն իրենց արդյունավետությունը: Կարծում եմ, սա համատեղ աշխատանքի լավագույն տարբերակն է, որով հետև ցանկացած նոր գործ կարող է ունենալ նաև բացթողումներ, և այն կարող է հղկվել, կատարելագործվել մեր արձագանքների, կարծիքների շնորհիվ: Կարծում եմ, որ «Մանթաշյանց»-ի հետ համագործակցությունը շարունակական է լինելու, և ժամանակ ունենալու դեպքում ներգրավվածությունս կավելանա ակումբի գործունեության շրջանակում, որովհետև ցանկացած միության անդամակցություն ավելի արդյունավետ է, երբ ակտիվ մասնակցության հնարավորություն ունես:



www.megalight.am

info@megalight.am

+374 91 822000, +374 93 991093

Գրասենյակ՝ Արեւյան 6/1, +374 10 351100

Խանութք սրահ՝ Արեւյան 6/13, +374 96 568585

Light & More

Մենք Լուսավորում ենք, Դուք՝ Խնայում

«Global Business Forum»-ից մեծ էներգիա եմ ստանում.

Լիլիթ Ավետիսյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «H₂O Beauty Lounge»-ի հիմնադիր, տնօրեն Լիլիթ Ավետիսյանը:

- Այսպիսի մի մեկնաբանություն կար ընկերության ֆեյսբուքյան էջում. «Շատ դժվար է ձեզ մոտ հերթագրվելը, կարծես պետական կառույց լինեք»: Իսկապես ամրագրումները պետք է շատ վաղ անել:

- Նախ ասեմ, որ մեր հաջողության գրավականը ոչ թե մարքեթինգն է, այլ այսպես կոչված «սարաֆանային ռադիոն», երբ արդյունավետորեն աշխատում է բերանացի գովազդը. եկել են մեզ մոտ, գոհ են մնացել մատուցած ծառայությունից, խորհուրդ են տվել մյուսներին: Այդպես էլ հավաքվել են այցելուները, որոնցից շատերը մշտական, հավատարիմ հաճախորդներ են: Այս փաստը մեզ ավելի է պարտավորեցնում, և մենք փորձում ենք ամեն օր աշխատել ավելի լավ, քան նախորդ օրը: Հերթագրումներն H₂O-ում իսկապես վաղ են արվում, սովորաբար մեկ շաբաթ կամ առնվազն մի քանի օր առաջ: Ընդհանուր առմամբ, հիմա վիճակն ավելի կարգավորված է, քանի որ աշխատակիցների համալրում ենք կատարել վերջերս: Բայց երբեմն լինում են դեպքեր, երբ այցը հենց այդ օրն է խիստ անհրաժեշտ հաճախորդին: Այդ դեպքում սրիպված ազատ օր ունեցող մասնագետին ենք կանչում, որպեսզի հաճախորդը դժգոհ չմնա:

- Մինչ սեփական բիզնես հիմնելը ունեի՞ք փորձ այս ոլորտում:



- Ո՛չ, ես մասնագետ չեմ, չեմ տիրապետում ո՛չ մարնահարդարմանը, ո՛չ վարսահարդարմանը: Առաջին կրթությունս Երևանի պետական բժշկական համալսարանում էր, սակայն բավական էր՝ մեկ անգամ ներարկում անեի, որպեսզի հասկանայի՝ դա իմը չէ: Մյուս կողմից, բժշկական կրթությունս օգնել է գեղեցկության ոլորտում առաջնորդվել սկզբունքով, որ ծառայություններն առաջին հերթին պետք է լինեն անվտանգ: Կարծում եմ՝ հաճախորդները առաջին հերթին մեզ ընտրում են, որովհետև վստահում են: Իհարկե, կարևոր է նաև կատարված աշխատանքի որակը, սպասարկումը և այլն: Մեր հաճախորդները վստահ են, որ գեղեցկությունն առաջին հերթին առողջություն է, քանի որ սովորական «անմեղ» մարնահարդարման արդյունքում անգամ հնարավոր է հիվանդությամբ վարակվել: Մեզ մոտ առողջությունն ու անվտանգությունն ամենաբարձր մակարդակի վրա են. սանրերն ախտահանվում են, նույնիսկ վարսահարդարման սրբիչներն են մեկանգամյա: Բայց ինչպես ասում են, սա դեռ ամենը չէ, H₂O-ն այս տարի նոր, մասշտաբային նախագիծ է սկսում: Նպատակն այն է, որ կինը մեկ վայրում գտնի իրեն անհրաժեշտ բոլոր ծառայությունները: Դրանցից մեկը, օրինակ, այն է, որ մանկահասակ երեխա ունեցող կինն այսուհետև շատ ավելի հարմարավետ պայմաններում կարող է օգտվել ծառայություններից, որովհետև կարող է փոքրիկին ևս բերել և թողնել պրոֆեսիոնալ մանկական տարածքում: Այս դեպքում կինը ոչ թե կգա պարզապես պրոցեդուրաներ ստանալու, այլ լիարժեք կվայելի իր օրը: Կինը խնամված և գեղեցիկ կարող է լինել միայն այն դեպքում, երբ արտաքին միջամտությունը զուգորդվում է հոգևոր հանգստությամբ: Ես նաև կարծում եմ, որ ազգի ապագան մեծապես կախված է գեղեցիկ և երջանիկ կանանցից: Այնպես, որ H₂O-ն ինձ համար նաև առաքելություն է, ես տեսնում եմ այն նպատակը, որի ուղղությամբ գնում ենք:





- Վերադառնալով նախորդ հարցին՝ ինչո՞ւ որոշեցիք գործունեությունը շարունակել այս ոլորտում:

- Գործարար ջիղը ծնողներիցս եմ ժառանգել, նրանք միշտ բիզնեսով են զբաղվել: Մայրս ոճաբան է, Գյումրիում ուներ վարսավիրանոց: Ուսանելու փառիներից հասկացա, որ ինձ հենց բիզնեսն է հարկավոր: Ընտրությանս հա-

մար չեմ ավտոսում, քանի որ, ինչպես ասացի, ինձ համար H_2O -ն միայն բիզնես չէ: Այն համախմբել է շատ աղջիկների և փոխել նրանց կյանքը: Ես միշտ մտածում եմ ոչ միայն բիզնեսն ընդլայնելու, այլ նաև աշխատակիցների կյանքը բարելավելու մասին: Հեղափոխություն փաստ եմ նկատել. մեր աշխատակիցներից շատերը, երբ նոր էին միանում մեզ, բոլորովին այլ հոգեվիճակում էին,

որովհետև ունեին անձնական խնդիրներ՝ ամուսնալուծություն, երեխայի առողջական խնդիր և այլն: Տարիներ անց իրենց կյանքն էապես փոխվել է, քանի որ H_2O -ն ոչ միայն աշխատավայր է, ֆինանսական կայունություն, այլ նաև ոգեշնչման և ներդաշնակության աղբյուր: Ես չեմ ասում, թե բիզնեսում ֆինանսական հաջողությունը կարևոր չէ, բայց նաև յուրաքանչյուր նախաձեռնություն պետք է հոգեկան բավարարվածություն պարգևի: Ես երջանիկ եմ այն մարդից, որ ստեղծել է մի վայր, որտեղ կինը՝ կլինի աշխատակից, թե հաճախորդ, փոխում է իր կյանքի որակը:

- Աշխատակիցների գերակշիռ մասը կանայք են:

- Հիսունից ավելի աշխատակից ունենք, և բոլորը կանայք են: Այնպես չէ, որ սեռային սահմանափակում կա, պարզապես այսպես է սրացվել: Կադրերի նկատմամբ ես շատ խստապահանջ եմ, և դա առաջին հերթին վերաբերում է մարդկային որակներին: Մասնագետների 90 փոկոսին մենք ենք սովորեցրել և վերապատրաստել: Մեզ համար շատ ավելի կարևոր է աշխատակցի արժեքային համակարգը, կորպորատիվ մշակույթ կրելու պատրաստակամությունը: Դժվարությամբ ենք ընտրում կադրերին, դժվարությամբ՝ բաժանվում: Եվ հպարտությամբ պետք է նշեմ, որ մեզ մոտ կան մասնագետներ, ովքեր արդեն 7-8 տարի է՝ աշխատում են, ունենք մատնահարդար, ով առաջին իսկ օրվանից այստեղ է:

- Գեղեցկության ոլորտում հեշտ է դիմանալ մրցակցությանը:

- Երբ ինձ հարցնում են՝ ինչու H_2O , ասում եմ՝ թող մեծամիտ չհնչի, բայց առանց մեզ չեն կարող, ինչպես առանց ջրի: Մենք ոչ



թե փորձում են հաճախորդին կախվածության մեջ պահել, այլ այնպիսի մթնոլորտ ենք ստեղծում, որ նա վերադառնա մեզ մոտ, եթե անգամ այլ վայր է սկսել հաճախել: Մենք պատասխանատվություն ենք կրում մեր ցանկացած քայլի համար: Մի դեպք պատմեմ: Մեզ մոտ վնասվել էր հաճախորդի վերնաշապիկը, որը, ըստ նրա, արժեք 60 հազար դրամ: Ես միանգամից ասացի, որ կվճարենք գումարը, քանի որ դեպքը մեզ մոտ է եղել: Պակերացրեք՝ հաճախորդն այնքան էր շոյվել մեր վերաբերմունքից, որ պատրաստ էր հրաժարվել փոխհատուցումից:

Մենք ունենք նաև պրոցեդուրաների երաշխիքային շրջան, քանի որ այստեղ ռոբոտներ չեն աշխատում, մարդկային գործոնը կարող է դեր խաղալ: Մենք շատ ջերմ ենք վերաբերվում հաճախորդներին, բայց միևնույն ժամանակ վարսավիրանոց չենք, մեզ մոտ բամբասանքը, անմակարդակ երևույթները բացառված են, անգամ երաժշտությունն ընտրվում է այնպես, որ հաճախորդը լիցքաթափվի:

- «Մանթաշանց» ակումբին միանալն ինչո՞ւ կարևորեցիք:

- Շատ ուրախ եմ, որ իմ կյանքում հայտնվեց նաև «Մանթաշյանց»-ը, քանի որ մշտապես ինքնակրթվելու, տարբեր մասնագիտական դասընթացների կողմնակից եմ, այս բացն ավելի շատ լրացնում էի Հայաստանից դուրս, իսկ այստեղ չէի գտնում այդ միջավայրը, այդ ծնաչափը: Այստեղ համախոհ կանանց հետ շփվելու, միմյանցով ոգեշնչվելու, մտքեր փոխանակելու, համագործակցելու հնարավորություն ունենք: Ի դեպ, իմ թեկնածությունն ակումբում առաջադրել է հաջողակ կին գործարար՝ «Ֆամի գրուպ» ընկերության հիմ-

նադիր Հասմիկ Ռաշոյանը: Գիտեք, որ ակումբին անդամակցությունը որոշակի գործընթաց է ենթադրում, այդ փուլերից մեկն էլ քվեարկությունն էր: Ինձ համար շատ պարտավորեցնող է, որ «Մանթաշյանց»-ում թեկնածությունս անցել է միաձայն: Ակումբի՝ տարբեր ծնաչափերով հանդիպումներին հնարավորության դեպքում մասնակցում եմ, դե իսկ «Global Business Forum»-ներին պարտադիր ներկա եմ գտնվում, որովհետև այս միջոցառումներից ստանում եմ մեծ էներգիա և ոգեշնչում, որը ևս ներդնում եմ աշխատանքիս մեջ:





ՎԱՅՐ, ՈՐՏԵՂ ՄԻԱՇՅՈՒՄՎՈՒՄ ԵՆ ԽԱՂՆ ՈՒ ՀԱՄԵՐԸ:

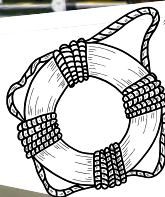
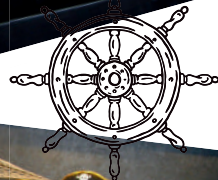
Սերգեյն ու Մարինեն 15 տարի աշխատելով IT ոլորտում, ամեն օր ականատես էին լինում, թե ինչպես են մարդիկ աստիճանաբար դառնում վիրտուալ աշխարհի «գերին»՝ թե՛ աշխատանքի, թե՛ անձնական շփումների մեջ: Եվ հենց այդ հակասությունից էլ ծնվեց PORT88-ի գաղափարը. ստեղծել մի վայր, որտեղ մարդիկ կարող են ապրել նոր տեսակի էմոցիաներ, ազատվել առցանց սահմանափակումներից և իսկապես ավելի մոտ լինել միմյանց:

PORT88-ը հիմնադրվել է 2023 թվականին, բայց արդեն մոտ 5000 ընտանիքների փոխանցել է վառ էմոցիաներ ու տպավորիչ հիշողություններ: Այստեղ ժամանցը չորս գլխավոր բաղադրիչ ունի՝ թիմային խաղեր, եվրոպական և ասիական համեղագույն խոհանոց, պարային ժամանց՝ DJ-ով և կարաոկե:

PORT88-ը միայն ժամանցի վայր չէ: Սա վայր է, որտեղ ծիծաղը, խաղերը և համեղ ուտեստների բույրը միաձուլվում են իրար՝ ստեղծելով անկաշկանդ, ուրախ և անկրկնելի մթնոլորտ:

Մենք փորձառությունների ճարտարապետներ ենք և մեզ համար միջոցառումը միայն ծրագիր չէ՝ այն կենդանի թատրոն է, ուր մարդիկ հաղթում են, զվարճանում, վայելում օրն ամբողջությամբ:

 Երևան՝ Զրազդանի Կիրճ 87
 091 88-92-88
 port88yerevan





«Մանթաշյանց»-ը հնարավորություն է տալիս պատկերացում կազմել արտերկրի բիզնեսների առանձնահատկությունների մասին

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, Alpha Food Service ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Ալեքսանդր Պետրոսյանը:

- Այս տարի լրանում է ընկերության գործունեության 20-ամյակը: Հոբելյանական ինչպիսի միջոցառումներ են նախատեսված:

- Արդեն երկու տասնամյակ է՝ Alpha Food Service-ը Հայաստանում ներկայացնում է աշխարհի առաջատար ապրանքանիշերի բարձրորակ հացաբուլկեղենի և հրուշակեղենի բաղադրիչներ, պրեմիում դասի ալկոհոլային խմիչքներ, դելիկատեսներ և սննդամթերք: Հաշվի առնելով այն փաստը, որ ընկերության գործունեությունը բազմակողմանի է՝ տոնական ծրագիրն էլ բազմազան կլինի: Կունենանք թեմատիկ մի շարք միջոցառումներ: Մեկ օր հրուշակագործների համար կկազմակերպվի միջոցառում, մեկ այլ օր՝ ռեստորանային ոլորտի ներկայացուցիչները կներգրավվեն տոնական իվենթու: Դրանք կլինեն մասշ-



տաբային միջոցառումներ, որոնք ավելի նման կլինեն էքսպո-ցուցահանդեսների: Հոբելյանական ծրագրի բացումն արեցինք այս տարի հունիսին՝ Alfa Wine Fest-ով: Այն բացառիկ միջոցառում էր, քանի որ միջազգային գինիներն առաջին անգամ էին այս ֆորմատով ներկայացվում Հայաստանում: Ներկա էր մոտ 10 բրենդի ամբաստանող՝ աշխարհի տարբեր երկրներից: Հոբելյանական



ծրագրի, այսպես ասած, եզրափակիչ ակորդը՝ մեր կենտրոնի բացումը, կլինի հաջորդ տարվա գարնանը: Շինարարական աշխատանքներն ընթացքի մեջ են, և հույս ունենք, որ նախատեսված ժամկետում մեծ շուքով՝ Հայաստանի և դրսի բազմաթիվ հյուրերի մասնակցությամբ, կազդարարենք շենքի բացումը: Այն ունենալու է գրասենյակային և պահեստային հատվածներ: Գործող

տարածքն աշխատակազմի համար այլևս հարմար չէ: Ինչ վերաբերում է պահեստային հատվածին, այն աննախադեպ է լինելու Հայաստանի համար՝ թե՛ իր սարքավորումներով, թե՛ լոգիստիկ հնարավորություններով: Կարծում եմ՝ նոր կենտրոնի շահագործումը թույլ կտա մեր աշխատանքի արդյունավետությունն առնվազն 4-5 անգամ բարձրացնել:



- Վերադառնալով ակունքներին. ինչպե՞ս սկսվեց ընկերության պատմությունը:

- Ամեն ինչ սկսվեց նրանից, որ ընկերներով 2005 թվականին Աբովյան փողոցում հիմնեցինք «Կաֆե Ցենտրալը»: Շատ կարճ ժամանակում հասկացա, որ Հայաստանում հյուրանոցների, ռեստորանների, սրճարանների՝ HoReCa ոլորտի համար բազմաթիվ ապրանքներ պարզապես չկան: Այդպես սկսեցինք աշխատել սննդի և խմիչքի ոլորտների միջազգային ընկերությունների հետ՝ նրանց արտադրանքը ներմուծելով և ներկայացնե-

լով Հայաստանում: Ավելի ուշ սկսեցինք նաև մանրածախ առևտուրը, իսկ 2019 թվականին բացվեց բարձրակարգ խմիչքների և դելիկատեսների առաջին խանութը՝ The House-ը, որը հետագայում վերածեց ցանցի: The House-ի բացումը թույլ տվեց բավականին պրեմիումիզացնել այս ոլորտը, որովհետև նախկինում ստանդարտ մի քանի բրենդներ էին, որոնք մասսայաբար ամեն տեղ վաճառվում էին: The House-ի կոնցեպտը հակասուպերմարկետն էր, մեր նպատակն էր հաճախորդին տալ այլ էմոցիա: Նույն սկզբունքով սկսեց աշխատել նաև The Bake House-ը:

- Աշխատանքային նախորդ փորձը որքանով է օգնել բիզնես սկսելուն:

- Ես կրթությամբ արևելագետ եմ, ատենախոսությունս գրել եմ Սանկտ-Պետերբուրգում: Այնպես ստացվեց, որ առաջին բիզնեսս դարձյալ գիտական աշխարհում էր: Մոսկվայում հիմնեցի հրատարակչություն, տպագրում էինք գիտական, գեղարվեստական, պատմական, մանկական գրականություն: Բիզնեսն առանձնապես շահույթ չէր ապահովում, բայց ինձ հոգեհարազատ աշխատանք էր: Գրեթե յոթ տարի հրատարակչությունը գործեց, փակման պատճառը 1999 թվականին Ռուսաստանում գրանցված ռուբլու կտրուկ արժեզրկումն էր: 2000 թվականին Մոսկվայից վերադարձա Հայաստան: Մոտ 3 տարի աշխատեցի «Հայփոստ»-ում՝ որպես զարգացումների և ներդրումների տնօրեն:

Այս փորձառությունը հետագայում օգնեց այնքանով, որ պատկերացում կազմեմ, թե պետական համակարգը Հայաստանում ինչպես է աշխատում:

HoReCa ոլորտը գրավեց, որովհետև այստեղ ևս կրթելու, զարգացնելու մեծ պոտենցիալ տեսա: Առաջին երկիրը, որտեղից ապրանքներ ներմուծեցինք, Ֆրանսիան էր: Հետո շատ արագ սկսեցինք համագործակցել իտալական և գերմանական առաջնակարգ ընկերությունների հետ: Ընտրությունը պահանջարկով չէր պայմանավորված, ավելին՝ պահանջարկ չկար: Դա մեր տեսլականն էր՝ ձևավորել համի նոր մշակույթ՝ ներմուծելով լավագույն հացաբուլկեղենի և հրուշակեղենի բաղադրիչներ, բարձրակարգ գինիներ և այլ խմիչքներ, ինչպես նաև նրբահամ դելիկատեսներ:





- Ասում են՝ բիզնեսում գիտության մարդը չի հաջողում, Ձեր հաջողության գաղտնիքը ո՞րն է:

- Ես կարծում եմ՝ գիտությունն ինձ շատ է օգնել, որովհետև մտածելու մշակույթը և կարգապահությունը անրաժեշտ են նաև բիզնեսում: Մյուս կողմից, Alpha Food Service-ը պարզապես խանութի դարակի վրա բրնձի տուփ շարելը չի եղել: Այն ուղղված է եղել ակոգաստորոնումիկ մշակույթի զարգացմանը, և կարող եմ ասել՝ մենք ոլորտի դրայվերներից մեկն ենք եղել: Մենք մշտապես

տրամադրում ենք մասնագիտական խորհրդատվություն, կիսվում ենք համաշխարհային փորձով՝ նպաստելով ոլորտի զարգացմանը ու որակի բարձրացմանը: Իսկ արված աշխատանքի լավագույն պարգևատրումը, կարծում եմ, մեր հաճախորդների երկարամյա հավատարմությունն է:

- Բիզնեսում ի՞նչն եք գնահատում:

- Մի գործընկեր ունեմ, ասում է՝ այդպես բիզնես չեն անում, դու ռոմանտիկ ես: Գումարը, իհարկե, լավ է, որ գալիս



է, բայց ինձ հետաքրքիր է այդ պրոդուկտների հետ աշխատանքը՝ սուրճի մշակումից մինչև պիցցայի տարբեր տեսակներ: Մենք, խոշոր հաշվով, պրոդուկտներ չենք վաճառում, այլ մատակարարում ենք լուծումներ: Մենք վստահաբար առաջին ընկերություններից ենք եղել, որն անձնակազմում հատուկ տեղ է հատկացրել տեխնոլոգի հաստիքին, որովհետև առաջինը՝ ավֆան լինելու գաղափարը վերաբերում է նաև ապրանքի և ծառայության որակին:

- «Մանթաշյանց»-ի հետ ծանոթությունն ինչպե՞ս ստացվեց:

- Ակումբի համահիմնադիր, նախագահ Վահրամ Միրաքյանին շատ վաղուց էի ճանաչում: Հետո, երբ տեսա, որ այսպիսի միություն է ստեղծել, շատ ուրախացա: Միշտ սատարում էի, բայց, անկեղծ ասած, ինքս չէի շտապում անդամագրվել, որովհետև այդքան էլ միությունների սիրահար չեմ: Ի վերջո, 2022-2023 թվականներին միացա ակումբին, ինչի համար շատ ուրախ եմ:

Ես նաև «Մանթաշյանց 100»-ի անդամ եմ: Այդ ձևաչափի միջոցառումներին ավելի շատ եմ մասնակցում: Շատ օգտակար են հատկապես բիզնես նախաճաշերը, որոնց շրջանակում հետաքրքիր հանդիպումներ են կայանում բիզնեսմենների, մասնագետների, պետական պաշտոնյաների հետ: «Մանթաշյանց»-ում ինձ շատ դուր է գալիս նաև այն հանգամանքը, որ ներգրավված են գործարարներ նաև Սփյուռքից: Սա հնարավորություն է տալիս պատկերացում կազմել Հայաստանից դուրս գործող բիզնեսների առանձնահատկությունների մասին:



«Պետական մարմինների, պաշտոնյաների հետ շփումը «Մանթաշյանց»-ի հետ ավելի հեշտ է և արդյունավետ».

Հայկ Մաղաքյան

Մեր գրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Գարդման տուր» և «Գարդման ագրո» ընկերությունների տնօրեն Հայկ Մաղաքյանը:

- Ո՞րն էր Ձեր առաջին փորձառությունը՝ որպես գործարար:

- Ձեռնարկատիրական գործունեություն սկսել եմ ծավալել 2012 թվականից, երբ հիմնադրվեց մեր ընտանեկան բիզնեսը՝ «Գարդման տուր» ընկերությունը: Այն մասնագիտացված էր մասնավորապես արկածային տուրիզմի ուղղությամբ, կազմակերպում էինք ջիպային, հեծանվային, քայլարշավային տուրեր ոչ միայն Հայաստանում, այլ նաև Արցախում և հարևան Վրաստանում: 2020 թվականին՝ կորոնավիրուսի համավարակի ժամանակ, սրիպված եղանք դադարեցնել աշխատանքները:

Այս ժամանակ էր նաև, որ մտածեցինք գյուղատնտեսությամբ զբաղվելու մասին: Եղբորս և հորեղբորս հետ հիմնեցինք «Գարդման ագրո» ընկերությունը և որոշեցինք մասնագիտանալ չերի լոլիկի արտադրության մեջ: Իհարկե, արդեն 2021-2022 թվականներից, երբ համավարակի սահմանափակումները վերացան, կյանքը վերադարձավ նախկին հուն, վերականգնեցինք նաև տուրիզմի ուղղությունը, զարգացրինք և այսօր արդեն ունենք սեփական ավտոպարկ: Հիմա զուգահեռաբար գործում են «Գարդման տուր»-ը և «Գարդման ագրո»-ն:

- Ինչո՞ւ ընտրությունը կանգնեց լոլիկի վրա:

- Հաշվի ենք առել մի քանի հանգամանք. լոլիկն այն մշակաբույսն է, որը բերքատու



վոյթյուն է ապահովում ամբողջ տարին, երկրորդ՝ զանգվածային սպառման ապրանք է և իրացման խնդիր չունի: Բացի դրանից, գյուղատնտեսը, ում հետ սկզբնական շրջանում աշխատում էինք, ևս չերի լուրջիկ աճեցման ուղղությամբ էր մասնագիտացված: Նկատելի, որ չերին ավելի համեղ է և երկար է պահպանվում: Հիմա մենք արտադրում ենք հոլանդական բարձրարժեք 8 տեսակի չերի: Տեսականին մշտապես թարմացնում ենք, ամեն տարի նոր սերմեր ենք բերում, փորձարկում, անհաջող տեսակները հանում ենք՝ առաջարկելով նորերը: Դատելով վաճառքների աճից՝ կարող եմ ասել, որ չերին իր տեղն արդեն ունի մեր խոհանոցում:



Փորձարկել ենք նաև վարունգ, բայց արդյունքներն առանձնապես ոգևորող չէին, և մենք որոշեցինք գործը շարունակել միայն չերիի ուղղությամբ: Հինգ տարվա ընթացքում արտադրության ծավալներն էականորեն աճել են, այժմ հավաքում ենք օրական մոտ մեկ տոննա բերք: Բացի փոքր տնտեսություններից, չերիի արտադրությամբ Հայաստանում զբաղվում է 5-6 խոշոր ընկերություն, որոնցից մեկն էլ մենք ենք:

- Ձեզ համար՝ որպես արտադրող, ի՞նչն է ոլորտի հիմնական վտանգը:

- Ամենամեծ խնդիրներից մեկը ներմուծումն է. մենք ոչ միայն ներքին շուկայում ենք մրցակցում, այլ նաև պայքարում ենք ներմուծված ապրանքի դեմ: Օրինակ, Թուրքիայում պետությունն այս ոլորտն ակտիվորեն սուբսիդավորում է: Դրան գումարած՝ իրենց բնակլիմայական պայմաններն այնպիսին են, որ ավելի քիչ ծախս են անում հատկապես ձմռանը: Արդյունքում ստացվում է, որ այդ սեզոնին ներմուծված չերին արժե 1200-1400 դրամ, տե-



դականը՝ 2000 դրամ: Գարնանը գնալին տարբերությունը կրճատվում է, և միայն ամռանը Թուրքիայից ներմուծում չի իրականացվում, քանի որ այնտեղ շատ շոգ է, չերի արտադրելու համար լրացուցիչ ծախսեր են պահանջվում: Տեղական արտադրությունը խթանելու համար պետությունը պետք է ներմուծման և մաքսազերծման ճիշտ մեթոդներ կիրառի, ինչու՞ ոչ, այս սեզոններին ներմուծման քվոտաներ սահմանի:

- Արտաքին շուկայում դիրքավորվելու մասին մտածում եք:

- Առայժմ ոչ, որովհետև նախ մեր արտադրական ծավալները բավարար չեն, առնվազն 4-5 հեկտար ջերմոց է անհրաժեշտ: Բացի դրանից, շուկաների լուրջ ուսումնասիրություն դեռ չենք իրականացրել: Այնքանով, որքանով հասցրել ենք դիտարկել, հնարավորությունները խոստումնալից չեն. գները մոտավորապես նույնն են, ինչ Հայաստանում, հետևաբար իմաստ չկա հավելյալ ծախս կատարել: Այս պահին մենք ավելի շատ կենտրոնացած ենք մատակարարումների ցանցն ընդլայնելու ուղղությամբ՝ սուպերմարկետներից մինչև անհատ սպառողներ:



- «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբն ինչքանով է օգտակար՝ համակարգային խնդիրների լուծման ճանապարհին:

- Ստացվել է այնպես, որ ակումբում բիզնեսի երկու ուղղություն են ներկայացնում՝ փութիզմ և գյուղատնտեսություն, հետևաբար տեսանելի խնդիրները շատ են: «Մանթաշյանց»-ի մասին տեղեկացել են հենց ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանից: Նրան ճանաչում էի վաղուց, պարբերաբար հանդիպում էինք, շփվում էինք: Ինքն էլ ներկայացրեց ակումբի հնարավորությունները, անդամակցման պայմանները և առաջարկեց միանալ իրենց: Դա 2021 թվականն էր: Միության ընձեռած հնարավորություններից մեկն այն է, որ խնդիրները տեղ հասցնելու առիթներն ավելի շատ են, ավելի հեշտ է ստացվում պետական մարմինների, պաշտոնյաների հետ շփումը: Անձամբ բազմիցս մասնակցել են այնպիսի հանդիպումների, քննարկումների, որոնց ներկա են եղել նաև ոլորտային նախարարներ, գերատեսչությունների ղեկավարներ, և մենք հնարավորություն ենք ունեցել մեզ հուզող խնդիրները բարձրաձայնել, իրազեկել պետական մարմիններին: «Մանթաշյանց»-ն այդ առումով ավելի պրակտիկ է, հնարավորությունները շատ են:

րը և առաջարկեց միանալ իրենց: Դա 2021 թվականն էր: Միության ընձեռած հնարավորություններից մեկն այն է, որ խնդիրները տեղ հասցնելու առիթներն ավելի շատ են, ավելի հեշտ է ստացվում պետական մարմինների, պաշտոնյաների հետ շփումը: Անձամբ բազմիցս մասնակցել են այնպիսի հանդիպումների, քննարկումների, որոնց ներկա են եղել նաև ոլորտային նախարարներ, գերատեսչությունների ղեկավարներ, և մենք հնարավորություն ենք ունեցել մեզ հուզող խնդիրները բարձրաձայնել, իրազեկել պետական մարմիններին: «Մանթաշյանց»-ն այդ առումով ավելի պրակտիկ է, հնարավորությունները շատ են:



“

«Մանթաշյանց»-ում շփման ֆորմատն այլ է, ավելի դրական է, անմիջական

”

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «Ռոյալ Արմենիա» ընկերության տնօրեն Ռուբեն Ակոսյան Ալուշասը:

- Ինչպե՞ս որոշեցիք Ձեր գործունեությունը կապել բիզնեսի հետ:

- Բիզնեսում հայտնվելու ճանապարհը երկար չէր, կարելի է ասել՝ հեռանկարը սպասելի էր, որովհետև «Ռոյալ Արմենիա» ընկերությունը հիմնադրել է հայրս: Մինչ այդ նա փորձ ուներ ոլորտում, սակայն սեփական բիզնես որոշեց հիմնել 1997 թվականին: Նշեմ, որ «Ռոյալ Արմենիա»-ն առաջին սուրճ վերամշակող և փաթեթավորող կազմակերպությունն էր ոչ միայն Հայաստանում, այլ ամբողջ Կովկասում: Ընկերության ղեկավարումը ես ստանձնել եմ 2011 թվականից՝ Իսպանիայում բարձրագույն կրթություն ստանալուց հետո:

- Որքան՞ով օգտակար եղավ արտերկրի ուսումը ընտանեկան գործը շարունակելու հարցում:

- Նախ ասեմ, որ ցանկացած գործում հաջողելու անհրաժեշտ պայմանը, իմ կարծիքով, աշխատանքը, տվյալ բնագավառը սիրելն է: Եթե անգամ խոսքն ընտանեկան բիզնեսի մասին է, պարտադրաբար ոչինչ չի ստացվի: Ես շատ սահուն եմ միացել թիմին, քանի որ եռանդ կար մեջս, աշխատելու մեծ ցանկությամբ եմ վերադարձել Հայաստան: Միևնույն ժամանակ, ընտանեկան բիզնես ղեկավարելը շատ ավելի պատասխանատու է: Կարող եմ ասել, որ արտերկրում սովորելու առավելություններն են՝ աշխարհայացքի փոփոխությունը, ավելի գլոբալ մտածելու հնարավորությունը, արտաքին շուկան ավելի լավ ճանաչելու առիթները: Իմ դեպքում կարևոր էին նաև մասնագիտական գիտելիքները, քանի որ կրթությունս մարքեթինգի և բիզնեսի ոլորտում էր:





- Ի՞նչ հատկանիշներ են անհրաժեշտ հաջողակ գործարար դառնալու համար:

- Թվում է՝ պարզ բան եմ ասում՝ ցանկություն: Ինչպես ցանկացած գործ, սա ևս մեկի համար կարող է հետաքրքիր լինել, մյուսի համար՝ ոչ: Ամեն դեպքում, եթե այս ուղին ես ընտրել, պետք է պատրաստ լինես երկարաժամկետ աշխատանքի: Միշտ չէ, որ արդյունքներն արագ են երևում: Բիզնես ունենալը ենթադրում է գրեթե շուրջօրյա ռեժիմով աշխատանք, սրան ևս մարդը պետք է պատրաստ լինի: Չնախատեսված խնդիրներ, ռիսկեր, հիասթափություններ. այս բոլորն անխուսափելի են ցանկացած բիզնեսի դեպքում: Եթե արագ հիասթափվող, կես ճանապարհից հետ կանգնող մարդ ես, դարձյալ սա քո տեղը չէ: Ինձ հետ էլ եղել են անգամ հուսահատության պահեր, բայց հեշտ հանձնվող չեմ, միշտ պայքարել եմ նպատակիս հասնելու համար:





Համարձակություն, բայց խելամիտ վճռակա-
նություն, սա ևս անհրաժեշտ է, որովհետև եթե
չես ցանկանում դուրս գալ քո կոմֆորտ զոնա-
յից, դա դառնում է քո աշխարհը, լճանում ես,
բայց եթե պատրաստ ես դժվարությունների,
փորձում ես առաջ գնալ, նոր բաներ սովորել,
բարձունքների կիսանես: Երբեմն սկսնակ կամ
փոքր բիզնես ունեցողներին թվում է՝ խոշոր,
կայացած ընկերություններում խնդիրներ հա-
մարյա չկան, ամեն ինչ իր հունով գնում է: Դա
տարածված մտածելակերպ է, բայց բոլորովին
էլ այդպես չէ, բիզնեսի ամեն տեսակ, ամեն
ճյուղ իր դժվարությունն ունի:

**- Նշեցիք, որ գործը սիրեցիք հենց սկզբից,
իսկ սուրճ սիրում եք:**

- Այո՛, սուրճի սիրահար եմ: Անգամ չարաշա-
հում եմ, օրական խմում եմ առնվազն 5 բաժակ,
տարբեր տեսակների՝ ավանդական արևելյա-
նից մինչև էսպրեսո:

**- «Ռոյալ Արմենիա»-ի սրճասերներն
ընտրության ինչպիսի հնարավորու-
թյուն ունեն:**

- Մենք բարձրորակ սուրճը ներմու-
ծում ենք Բրազիլիայից, Կոլումբիա-
յից, Վիետնամից, Ինդոնեզիայից և այլ
երկրներից, որոնք հայտնի են իրենց
լավագույն տեսակներով: Ինչպես գի-
տեք, Հայաստանի բնակլիմայական
պայմանները թույլ չեն տալիս որակյալ
և մեծաքանակ հումք ստանալ տեղում:
Մենք, սակայն, կարողացել ենք որակի
և սննդամթերքի անվտանգության կա-
ռավարման համակարգերի միջազգա-
յին ստանդարտներին համապատաս-
խան այնպիսի վերամշակում ապահո-
վել, որ արտադրանքի մոտ 50 տոկոսն
արտահանում ենք Ռուսաստան, ԱՄՆ,
Միջին Ասիա, Եվրոպական մի շարք
երկրներ՝ Ֆրանսիա, Բելգիա և այլն:
Այս պահի դրությամբ շուկայում ըն-
կերության՝ 30-ից ավելի անվանումով
ապրանքատեսակ կա, որոնց թվում
են արաբիկա և ռոբուստա հատիկա-
վոր, ադացած, լուծվող սուրճեր, երեքը
մեկում սրճային ըմպելիքներ, լուծվող
տաք շոկոլադե ըմպելիք, լուծվող թեյեր՝
4 տարբեր համերով:

- «Մանթաշյանց»-ի անդամները նշում են, որ զբաղվածության պատճառով չեն կարողանում հաճախ մասնակցել ակումբի միջոցառումներին: Ձեր դեպքում ինչպե՞ս է:

- Ես ակումբի համեմատաբար նոր անդամներից եմ, «Մանթաշյանց»-ին միացել եմ անցած տարի, հիմա նաև «Մանթաշյանց 100»-ի անդամ եմ: Ակումբում շատ ընկերներ ունեի, որոնք միշտ պատմում էին և խորհուրդ էին տալիս միանալ: Մի օր «Մանթաշյանց»-ից զանգահարեցին և առաջարկեցին հանդիպել, ներկայացնել ակումբի նպատակները և ձևաչափը: Թեև առաջին իսկ հանդիպումից դրական տպավորություն էի ստացել և համաձայնել էի անդամակցել, սակայն սկզբնական շրջանում լավ չէի պատկերացնում՝ ինչ հնարավորություններ ունի ակումբը, ինչ կարող է առաջարկել: Հանդիպումների, քննարկումների ընթացքում ձեռք բերեցի նոր կոնտակտներ, բայց ավելի շատ ամրապնդեցի կապերն այն գործընկերներիս հետ, որոնք նույնպես ակումբի անդամ են: Շրջադարձային նշանակություն ունեցավ այս տարի Ծաղկաձորում կայացած «Գլոբալ ֆորումը», որտեղ երևաց ակումբի ամբողջ պոտենցիալը: Ես հասկացա, որ ինչքան էլ ներկայացնես պատմություն, ավանդույթներ ունեցող կազմակերպություն, «Մանթաշյանց»-ում շփման ֆորմատն այլ է, ավելի դրական է, անմիջական: Բացի դրանից, գործարարը հաճախ ժամանակ չունի ինքնակրթվելու, ոլորտի նորություններին ծանոթանալու համար, իսկ այստեղ կրթական միջավայր է, շատ բան ենք սովորում, այսպես ասած, թրենդի մեջ ենք մնում: Առայժմ նոր գործարքներ չեն եղել ակումբի շրջանակում, բայց ես կշեշտեմ մեկ այլ հանգամանք՝ ինքս կարողացել եմ օգնել այլ գործարարների: Դա ևս դրական քայլ է, որովհետև օգտակար լինելը նույնպես շատ կարևոր է:





Cerama Casa խանութ-սրահն իր հաճախորդներին է ներկայացնում աշխարհահռչակ բրենդների սալիկների և սանկերամիկայի, ծորակների և ցնցուղային համակարգերի, լոգասենյակի կահույքի և վաննաների ոճային ու տարբերվող տեսականի

Ամեն ինչ լոգասենյակի ժամանակակից ու անթերի վերանորոգման համար:

Խանութ-սրահի հասցեն է՝ Դավիթ Անհաղթ 23

VD VALAN DECOR

Valan Decor խանութ-սրահն իր հաճախորդներին է առաջարկում դիզայներական պաստառների լայն տեսականի աշխարհահռչակ մի շարք բրենդներից, իտալական Valpaint և անգլիական Crown ապրանքանիշի պրեմիում ներկեր, որակյալ լամինատե հատակներ, վինիլային հատակներ և մանրահատակ, ինչպես նաև 3D պանելների և դեկորատիվ էլեմենտների մեծ ընտրանի

Խանութ-սրահի հասցեն է Դավիթ Անհաղթ 23/10



Արդեն 21 տարի է, ինչ էքստերիեր Գրուպը զբաղվում է շինանյութի և ներքին հարդարման պարագաների ներմուծմամբ և մանրամեծածախ վաճառքով: Էքստերիեր խանութների ցանցում ձեզ կօգնեն գտնել այն լուծումները, որոնք լավագույնս կհամապատասխանեն Ձեր վերանորոգման պահանջներին:

Հմուտ մասնագետների թիմը պատրաստ է լսել, խորհրդակցել և առաջարկել ձեզ համար լավագույն տարբերակները՝ ներկերի, պաստառների, լամինատե հատակների, կերամիկական սալիկների, ջեռուցման համակարգերի, դռների և այլ շինանյութի, ներքին հարդարման պարագաների և մասնագիտական գործիքների ընտրության հարցում:

- **Վստահեցիություն** - միայն բարձրակարգ և հասանելի ապրանքատեսականի
- **Մասնագիտական մոտեցում** - խորհրդատուները մանրակրկիտ կծանոթանան Ձեր վերանորոգման պահանջներին և կառաջարկեն ամենահարմար լուծումները:
- **Հասանելիություն** - Էքստերիեր խանութների ցանցը միշտ ձեր կողքին՝ 11 մասնաճյուղերով Երևանում և մեկ մասնաճյուղով ք. Գյումրիում: Էքստերիեր խանութ-սրահների հետ վերանորոգումը հեշտ է:

Առանց թիմի նվիրվածության «Մանթաշյանց»-ը չէր զարգանա. Հայկ Ավետիսյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ, «GSC» ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Հայկ Ավետիսյանը:

- Երբ 2014 թվականին անվտանգության համակարգերի վաճառքով և տեղադրմամբ ընկերություն էիք ստեղծում, ինչպիսին էր վիճակը ոլորտում, դժվար էր կայանալը:

- Շուկայում պատկերն այսպիսին էր. ընկերությունները շատ չէին, բայց խոշոր կազմակերպություններ կային, որոնք վաղուց էին զբաղվում այդ բիզնեսով: Իրականում մեր մեկնարկը ոչ թե 2014 թվականից էր, այլ 2010, որովհետև դարձյալ մենք այս ուղղությամբ էինք գործունեություն ծավալում, պարզապես այլ անվանումով ընկերություն էր: Սկզբում դժվար էր այն առումով, որ մարդիկ բրենդին նշանակություն չէին տալիս, իսկ մենք ներկայացնում էինք HIKVISION-ը: Բնականաբար, մեր առաջարկը լավն էր, բայց նաև գինը շուկայականից մի փոքր բարձր էր, հաճախորդները մտածում էին, որ չարժե ավելին վճարել: Հետո, երբ գնում էին ավելի էժան տարբերակները, խնդիրներ էին առաջանում, սկսում էին փնտրել որակյալ ապրանք: Այդպես էլ աճեց մեր ընկերության առաջարկած ապրանքների պահանջարկը: Ի դեպ, ընկերություններից շատերը, որոնք մեզնից հին էին, սկսեցին մեզ հետ համագործակցել: Շատերի համար դարձանք մատակարար: «GSC»-ն փուլային է զարգացել, չեմ կարող որևէ շրջան առանձնացնել, բայց նաև երբեք տեղում չենք մնացել, ամեն տարի վստահ առաջ ենք գնացել:



GSC
GENERAL SECURITY COMPANY
LLC



- Կարող եք ասել, որ 11 տարի անց դարձել եք ոլորտի խաղացողներից մեկը:

- Եթե հիմնադրման ժամանակ ընդամենը մի քանի ընկերություն էր, ապա հիմա հաստատ շատ են խաղացողները: Բայց, ամեն դեպքում, մենք, այո, շուկայում մեծ ընկերություն ենք, խոշոր նախագծեր ենք իրականացնում և կարող եմ ասել, որ առաջատարներից մեկն ենք: Այս պահին մենք մի քանի բրենդ ենք ներկայացնում հայաստանյան շուկայում, որից ամենատարածվածը HIKVISION-ն է:

- Ձեր կրթությունը, նախորդ աշխատանքային փորձը կապված էին այս ոլորտի հետ:

- Չեմ կարող վստահ ասել, որ դրանք էական դեր խաղացել են բիզնես սկսելու հարցում, բայց ամեն դեպքում նպաստել են: Երկու բարձրագույն կրթություն ունեմ: Առաջինով ինժեներ-մեխանիկ եմ, երկրորդն ավարտել եմ դարձյալ Պոլիտեխնիկի (ՀԱՊՀ) էլեկտրոնիկայի բաժինը: Ինձ համար սա ընդամենը բիզնես չէ: Ես հետաքրքրված եմ այս ոլորտով,



տիրապետում եմ այդ համակարգերին, այլ կերպ ասած՝ գիտեմ, թե ինչ եմ վաճառում: Գուցե նաև այդ պատճառով է, որ իմ առաջին բիզնես փորձը հաջողվեց:

- Քանի որ ձեր ոլորտը կապված է բարձր տեխնոլոգիական ճյուղի հետ, հետաքրքիր է՝ արհեստական բանականության զարգացումն ինչպես է ազդել այստեղ:

- Իհարկե, ԱԲ-ն աստիճանաբար ներդրվում է նաև անվտանգության համակարգերում, բայց այն չի նվազեցնելու մարդկային գործոնը: Ոչ մեկի գործը չի վերցնում, հակառակը՝ օգնում է: Սա անընդհատ զարգացող ոլորտ է: Անվտանգությունը միշտ է կարևոր լինելու, ավելին՝ որքան կյանքը բարդանում է, դառնում վտանգավոր, անվտանգությո-

յան դերն ավելի է կարևորվում: Նկատեմ, որ ամբողջ աշխարհում անվտանգությունն ավելի առաջնային է, քան Հայաստանում, բայց դա էլ է ժամանակի հարց, մշակույթ, որը ձևավորելու համար ժամանակ է անհրաժեշտ: Ամեն դեպքում շուկան զարգանում է:

- Պահանջարկն աճում է միայն այն պատճառով, որ մարդկանց գիտակցությունն է բարձրացել, թե՛ նաև գնալին սանդղակն է հասանելի դարձել:

- Երկու գործոնն էլ դեր խաղացել է: Սկզբնական շրջանում մարդիկ հաճախ առաջնորդվում էին այս սկզբունքով՝ անվտանգության համակարգն առանձնապես ինձ պետք չէ, բայց թող լինի, հիմա արդեն առանց այդ համակարգի իրենց գործունեությունը չեն պատկե-

րացնում: Այդպես աստիճանաբար ձևավորվեց գիտակցությունը, որ անվտանգության ապահովումը շքեղություն չէ, այլ՝ անհրաժեշտություն: Բացի դրանից, տեխնիկան հիմա շատ ավելի որակյալ է, իսկ ապրանքները՝ ավելի մատչելի:

- Քանի՞ աշխատակից ուներ ընկերությունը, երբ նոր էիք սկսում:

- Հավանաբար 2-3, հիմա արդեն 30-ից ավելի:

- Մասնագետներով համալրումը հեշտ է ստացվում:

- Բարձրակարգ մասնագետ շատ դժվար է գտնելը, քանի որ կրթության վիճակն այդքան էլ հուսալի չէ: Մենք այլ ճանապարհով ենք գնում. աշխատանքի ընդունելուց հետո ջանքեր ենք թափում, սովորեցնում ենք, որովհետև դժվար է միանգամից պատրաստի մասնագետ գտնել: Շատերը արագ և հեշտ գումար վաստակելու հետևից են ընկնում, չեն ցանկանում աշխատել իրենց վրա և կայանալ որպես լավ մասնագետ, որին հետո, ի միջի այլոց, ձեռքից ձեռք են տանում:

- Թիմային ոգին նկատելի է անգամ ընկերության սոցցանցային էջերից՝ հավաքույթներ, համատեղ ուղևորություններ...

- Այո, աշխատանքից դուրս իրար շփվելու ավանդույթը մեզ մոտ վաղուց է ձևավորվել, հաճախ ենք տարբեր հավաքույթներ կազմակերպում, երկու տարի ամբողջ թիմով Դուբայում ենք հանգստացել: Ցանկացած գործարարի համար թիմն է կարևոր, եթե դու ունես սուպեր գաղափարներ, բայց չունես թիմ, նշանակում է՝ չունես իդեաներդ իրականացնող:

Թիմդ պետք է պատրաստակամ լինի քեզ հետ նույն ուղղությամբ շարժվելու, թիմդ պետք է լինի ուժեղ, միասնական: Մեր պարագայում այնպես է ստացվել, որ փոքր թիմով ենք սկսել, ընտանեկան մթնոլորտ է եղել ի սկզբանե: Երբեք չենք հետևել, թե երբ եկավ աշխատողը, թե՝ րացումների համար պատիժներ չենք սահմանել, բայց միևնույն ժամանակ բոլորը նվիրված աշխատել են: Այսինքն՝ հարգանքը փոխադարձաբար է եղել: Իրենք գիտեն, որ ընկերությունը պատրաստակամ է աջակցել ինչով կարող է: Միևնույն ժամանակ, մեր աշխատակիցները գիտեն, որ ընկերության աճն ուղղակիորեն անդրադառնալու է նաև իրենց վրա: Ճիշտ է, տարեցտարի ընդլայնվում ենք, և երբեմն մտածում եմ, որ փոխադարձ նվիրվածության այս մոդելը հնարավոր է՝ չկարողանանք պահել: Հիմա կարծես զարգացման երկրորդ փուլն ենք անցնում և փորձում ենք կորպորատիվ մշակույթը կիրառել այնպես, ինչպես ընդունված է ամբողջ աշխարհում՝ չհիմնվել միայն աշխատակցի բարեխղճության վրա:

- Զուգահեռներ կտանե՞ք, կա՞ ընդհանուր մթնոլորտ Ձեր ընկերության և «Մանթաշյանց»-ի միջև:

- Ասեմ, որ ակումբի անդամ դարձել եմ 2020 թվականին՝ 44-օրյա պատերազմի ժամանակ: Իմացա, որ «Մանթաշյանցը» բանակին օգնելու նախաձեռնություն ունի, կապվեցինք իրենց հետ, փորձեցինք օգտակար լինել: Այդպես էլ սկսվեց համագործակցությունը: Նմանություն կա այն առումով, որ այնտեղ ևս տեսնում եմ, թե աշխատակազմն ինչպիսի նվիրվածությամբ է աշխատում, և դրա ապացույցը տարեցտարի զարգացող ակումբն է: Երբ ես էի միանում, «Մանթաշյանց»-ը

շատ ավելի քիչ անդամներ ունենալ: Համոզված եմ, որ առանց կոլեկտիվի այդ աճը չէր լինի, որքան էլ Վահրամը (Միրաքյան) լավ իդեաներ ունենար:

- Մանթաշյանական ընկերները դիմում են Ձեզ՝ օգնության կամ ոլորտի վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալու համար:

- Իհարկե, մենք միշտ կապի մեջ ենք: Եթե օգնելու հարց կա, շատ ավելի սրտացավորեն ենք մոտենում: Այդ կապերը, իհարկե, շատ կարևոր են, բիզնես կուլտուրայի կարևոր մաս են կազմում: Իրար հետ շփվելով՝ նաև նոր գիտելիքներ, փորձ ենք ստանում. եթե նախկինում չէիր պատկերացնում, թե ինչպես

կարող ես այդ գործիքները կիրառել, գրույցների, հանդիպումների ընթացքում ամեն ինչ ավելի պարզ է դառնում: Այդ շփումները նաև գործարարի մտածելակերպն են փոխում:

- Իսկ նոր գործարքներ եղել են:

- Գրեթե բոլոր ակումբակիցներն այսպես թե այնպես օգտվում են մեր պրոդուկտից, եթե նույնիսկ ոչ անմիջապես, ապա մեր գործընկերներից: Նաև ուզում եմ շեշտել, որ ակումբին անդամագրվելու իմ նպատակը երբեք վաճառքի աճը չի եղել: Գլխավոր խնդիրը նոր միջավայր ստեղծելն էր և նոր գաղափարներ ունենալը:





MANTASHYANTS

BUSINESS CLUB

Սիրելի գործարար,

Ուզում ես լինել մշտապես աճող բիզնես համայնքի մաս:

Ուզում ես դառնալ բիզնես միջավայր ձևավորող թիմի անդամ:

Ուզում ես ձեռքի մեկ սեղմումով խնդիրներ լուծել աշխարհի բոլոր կողմերում:

Միացիր «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբին:

Բիզնես այցեր, քննարկումներ, սեմինարներ, ակումբի ներսում իրականացվող հազարավոր գործարքներ, պետություն-մասնավոր գործընկերություն, ոլորտային խմբերի մասնակցություն... Ահա, թե ինչ է սպասվում քեզ «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբում:

Միացիր և հիշիր՝ **«Մենք»-ն ուժեղ է «Ես»-ից:**





Այստեղ մարդիկ իրենց գիտելիքը, փորձը գաղտնի չեն պահում, բոլորս միասին ենք զարգանում.

Տիգրան Դանիելյան

Մեր զրուցակիցն է «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի անդամ, «Դանիելյան ՍՊԸ» տնօրեն Տիգրան Դանիելյանը:

- Երբ կարդում էի Ձեր ղեկավարած ընկերության մասին, առաջինն ուշադրությունս գրավեց փաստը, որ «Դանիելյան ՍՊԸ» հիմնադրվել է 1988 թ.-ին Սպիտակում: Ինչպե՞ս հաջողվեց նորաստեղծ բիզնեսը կայացնել մեծ աղետին հաջորդած տարիներին:

- 1988 թ.-ին հայրս հիմնել է քարի վերամշակման արտադրամաս, որը «վերակառուցման տարիների» առաջին կոուպերատիվներից էր: 1991-1992 թվականներից ես ու եղբայրս ենք սկսել բիզնես գործունեություն ծավալել՝ օգտագործելով ընկերության անվանումը: Հիմնականում մանրածախ առևտրով էինք զբաղվում: Իհարկե, բիզնեսի համար բոլոր ժամանակներն էլ դժվարություններ ունեն, այդուհանդերձ, երբ մենք էինք սկսում գործը, երկիրը ծանր վիճակում էր: Ինձ մոտ մինչև հիմա այդ տեսարանն է տպավորված. գնում ենք

Բագրատաշենից ապրանք բերելու, անձրև է, ցեխ է, մենք ռեզինե կոշիկներով անցնում ենք այդ փոքր կամուրջը: Քաղաքակիրթ առևտրի ոչ մի հարմարություն չկար, պատերազմի տարիներն էին, հանցավոր խմբերն էլ առիթից օգտվում էին: Պատահում էր, որ կամուրջը պայթեցնում էին, որոշում էինք այլևս չգնալ ապրանքի, բայց մեկ շաբաթ անց նորից նույն ճանապարհին էինք բռնում: Երկիրը նոր էր անցում կատարում շուկայական հարաբերություններին, և մենք զրոյից փորձում էինք շուկա ստեղծել: Չկային կրթօջախներ, որտեղ կարելի կլիներ ստանալ բիզնես գիտելիքներ: Մյուս կողմից, կար նաև հոգեբանական խնդիր. առևտրով զբաղվող մարդու կերպարը հաճախ դրական չէր ընկալվում, անվանում էին «սպեկուլյանտ»: Անգամ «առևտրական» բառը բացասական երանգ ուներ: Մանրածախ առևտուրն ամեն դեպքում այդ տարիներին շատե-

րի ապրուստի միջոցն էր: Անգամ դասախոս ունեինք, որը շուկայում կանաչի էր վաճառում: Իմ առաջին գործունեությունը եղել է «դոմիկում»: Եղել է շրջան, երբ բիզնեսն ու առևտուրը համատեղել են: Հիշում եմ, սկզբում մեծ պայուսակով Արգավանդ էի գնում՝ ապրանքի, հետո՝ ավելի ուշ, հայտնվեցին մեծածախ կետեր «Էրեբունի» հյուրանոցում, Ֆիրդուսիում, Սուրմալում, Փեթակում...

- Բիզնեսը հետո ընդլայնեցիք, թե՛ տեղափոխեցիք:

- Շատ երկար ժամանակ մենք Սպիտակում ենք գործունեություն ծավալել: Վերջին տարիներին է բիզնեսն ընդարձակվել, հիմնել ենք վաճառակետեր և արտադրամասեր նաև Սպիտակից դուրս: 1990-ականների վերջերին սկսեցինք իրականացնել մեծածախ առևտուր ևս՝ ալյուր, շաքարավազ, յուղ, պարենային և ոչ պարենային մի շարք ապրանքներ: Հիմնական գործունեության առանցքը եղել է Սպիտակի շրջանը, դրանից հյուսիս՝ Ստեփանավան, Վանաձոր, Տավուշի մարզ, Ապարանի շրջան: Այդ ժամանակ սկսեցինք նաև հացի, օղու արտադրություն: Վերջինս դադարեցրինք պետական քաղաքականության, վարչարարության պատճառով, թեև խմիչքի վաճառքը ակտիվ էր, իսկ ապրանքանիշը՝ բավական հայտնի: Հասակակիցներիցս շատերը մինչև հիմա հիշում են «Սև կակաչը»: Ունեցել ենք նաև մակարոնի, երշիկի արտադրություն, որոնք հիմա ևս դադարեցված են՝ մի քանի տարվա գործունեությունից հետո: Երշիկի արտադրության դադարեցումն այլ պատմություն էր՝ հետահայաց գնահատելիս՝ մտածում եմ՝ կարելի էր զարգացնել բիզնեսի այդ ճյուղը: Պատճառը հավանաբար կրթության պակասն



էր, լավ տեխնոլոգ չունեինք: Մեր արտադրանքը մրցունակ չէր, որովհետև աշխատում էինք մաքուր մսով, իսկ շուկայում կային հնդկական գոմեշի սառեցված մսեր, որոնցով աշխատելը որոշակի գիտելիքներ, միջամտություն էր պահանջում: Բիզնեսում սկզբունք կա, եթե գործն առաջ չի գնում, լավ է հրաժեշտ տալ, քանի դեռ «կենդանի» է: Երշիկի արտադրությունն այդ դեպքն էր, աշխատող բիզնեսը փակեցինք՝ հաշվի առնելով ռիսկերը:

- Փակվող բիզնեսի հարվածից հեշտ է վերականգնվելը:

- Շատ ցավալի չէր, որովհետև բիզնեսի միակ ուղղությունը չէր: Բայց ցանկացած բիզնեսի հետևում մարդիկ են, փորձել ենք այնպես անել, որ աշխատակիցներն անգործ չմնան, մեծամաս-

նությանը կարողացել ենք աշխատանքով ապահովել: Ամեն դեպքում, ցանկացած ընդհատված բիզնես իր բացասական ազդեցությունը թողնում է, օրինակ, երշիկի կամ օղու արտադրության թանկարժեք սարքավորումները հետո ստիպված էինք որպես մետաղաջարդոն վաճառել:

- Այս պահին բիզնեսի ինչ ճյուղեր են գործում «Դանիելյան ՍՊԸ»-ում:

- Մեզ մոտ հիմնականում առևտրի ուղղությունն է զարգացած: Ունենք 4 սուպերմարկետ, Սպիտակում ունենք քաղցրավենիքի, հացաբուլկեղենի, հրուշակեղենի արտադրություն: Քաղցրավենիքի վաճառքի կետեր Սպիտակում, Երևանում, Վանաձորում: Ունենք շինանյութի վաճառքի չորս կետ Սպիտակում: Վաճառքի տարածում արդեն կա, և ընդլայնվելու ծրագրեր կան Արարատյան դաշտում և Հայաստանի մյուս մարզերում: Ծավալում ենք գործունեություն նաև դեղատների ոլորտում, ունենք արտաբժույթի փոխանակման կետեր, հագուստի վաճառք և այլն:



- Ինչպես է ստացվել, որ մի ուղղությամբ չեք բիզնեսը զարգացրել:

- Գուցե պատճառն այն է, որ գործունեություն ծավալելով իմ սիրելի Սպիտակում, ցանկացել եմ, որ իմ քաղաքում տարբեր ապրանքներ և ծառայություններ լինեն: Մինչև մեր ակտիվ աշխատանքը սպիտակցիների մեծ մասն առևտուրն անում էր Վանաձորից: Ժամանակի ընթացքում պատկերը փոխվեց: Ավելին՝ մի շրջան կար, երբ Վանաձորից մեծածախ առևտրի համար դիմում էին մեզ: Մենք կարողացանք հասնել այնպիսի վիճակի, որ Սպիտակում գներն այնքան մատչելի դառնան, որ մոտ քաղաքներից մարդիկ գան այստեղ: «Դանիելյան սուպերմարկետը» եղել է Լոռվա տարածաշրջանում առաջին ինքնասպասարկվող սուպերմարկետը:

- Կամ շրջան, որը հաղթահարելուց հետո գործարարն ավելի փորձառու է դառնում:

- Այսպիսի բան չկա, որ փորձառու դառնաս և սխալներ չանես: Բայց մյուս կողմից ժամանակի հետ կրթվում ես, զարգանում ես: Ինքս շատ եմ աշխատում ինձ վրա, արդեն 35 տարի է՝ բիզնես գործունեություն եմ ծավալում, և երբ համեմատում եմ իմ պատկերացումները գործի մասին նախկինում և հիմա, ակնհայտ է, որ շատ մեծ է տարբերությունը: Նախկինում մենք ապրում էինք փակ սահմաններով երկրում, այսինքն՝ գործունեություն հիմնականում կարող էինք ծավալել նախկին ԽՍՀՄ երկրների տարածքում: Մի օրինակ բերեմ. հացաբուլկեղենի արտադրության մեջ օգտագործվող ռոտացիոն վառարան ես առաջին անգամ տեսել եմ Սպիտակում, արտասահմանից օգնություն էին ուղարկել: Ես չէի կարողանում դրանից գնել, որովհետև չգիտեի՝ որտեղից գնեմ, ինչպես ներմուծեմ: Հիմա կարող եմ ինտերնետում գրել, հազար տեսակի ապրանք ցույց կտա, գնումից մինչև մաքսազերծում կարող ես ինքնուրույն կատարել: Այնպես որ, մենք իսկապես շատ դժվար պայմաններում ենք սկսել բիզնեսը, ընտրության հնարավորություն չենք ունեցել, մեր սխալների վրա ենք սովորել:

- Քանի որ շեշտեցիք ժամանակից բիզնես գիտելիքների կարևորությունը, «Մանթաշյանց»-ը որքանո՞վ է օգտակար այս հարցում:

- Նախ պատմեմ՝ ինչպես եմ հայտնվել այնտեղ: Համերկրացի ընկերներ ունեի, որոնք անդամակցում էին ակումբին: Հետևելով «Մանթաշյանց»-ում իրենց գործունեությանը՝ հետաքրքրություն առաջացավ, հետագայում առաջարկ եղավ նաև ակումբի կողմից: «Մանթաշյանց»-ն այսօր հայկա-

կան ամենամեծ բիզնես հարթակներից է Հայաստանում և դրանից դուրս՝ հայերի շրջանում: Սկզբում ես անդամակցությունն ավելի շատ դիտարկում էի որպես հնարավորություն՝ մյուսներին աջակցելու համար: Հետո պարզ դարձավ, որ սա առանձին բիզնես գործունեություն է, ոչ թե պարզապես բարի գործ: Այստեղ հաճելին և պիտանին համատեղված են, այսինքն՝ բիզնեսի մարդիկ են՝ նման հայացքներով, գաղափարներով, թեկուզ տարբեր ոլորտներում գործունեություն ծավալող: Սա հարթակ է, որտեղ շատ հեշտ կարողանում ես շփվել համախոհներիդ հետ: «Մանթաշյանց»-ի՝ ցանկացած ձևաչափով հանդիպում օգտակար է, քանի որ կան նոր բան ես սովորում, կան նորովի ես հայացք նետում խնդրին, անգամ եթե երկար տարիներ բիզնեսի մեջ ես և կառավարման հարուստ փորձ ունես:

Ամենակարևոր առավելություններից մեկն այն է, որ չեմ նկատել՝ մարդիկ իրենց գիտելիքը, փորձը գաղտնի պահեն, մրցակցություն չկա, բոլորս միասին ենք զարգանում: Ինձ համար սա շատ ուրախալի էր, որովհետև շատ հարցեր կան, որոնք ավելի հեշտ է լուծել համախմբմամբ՝ խնդիրը կլինի պետական մարմինների հետ, թե անձնական մակարդակում: Ես կարծում եմ, որ մեր երկրում հատկապես միջին բիզնեսը պաշտպանվածության կարիք ունի, իշխանությունների կողմից ճիշտ չի գնահատվում բիզնեսի դերը: Երբ «Մանթաշյանց»-ի բիզնես այցերով լինում ենք տարբեր երկրներում, պետական քաղաքականության տարբերությունը շատ ավելի ակնառու է: Վերջերս այդպիսի հանդիպում ունեցանք Չեխիայում՝ «Մառլենկա» ընկերության սեփականատիրոջ հետ, որը ներկայացրեց, թե պետությունը որքան է աջակցում բիզնեսին:



Mantashyants Business Lounge՝ Երևանյան նոր բիզնես մշակույթ

Հունիսի 16-ին, «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի գրասենյակում կրկին տոնական տրամադրություն էր: Կարմիր գորգի, ժապավեն կտրելու արարողությամբ բացվեց Mantashyants Business Lounge-ը: Մանթաշյանականներն եկել էին միմյանց շնորհավորելու, կիսելու նույն գաղափարի շուրջ ձևավորված հետաքրքրությունն ու տալու մեկնարկը մի նախաձեռնության, որը ձևավորելու է մանթաշյանականներին հատուկ Երևանյան բիզնես մշակույթը:

Մինչ պաշտոնական բացման արարողությունը՝ «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի համահիմնադիր, նախագահ Վահրամ Միրաքյանն ակումբականներին պատմեց

բիզնես լաունջի տեսլականի մասին, ներկայացրեց լաունջի տնօրեն Գրիգոր Շխյանին:

«Մանթաշյանց»-ի խնդիրն է գործարարին տալ այն, ինչ նրան հետաքրքիր է», - ասաց Վահրամ Միրաքյանն՝ ընդգծելով նոր ձևավորվող մշակույթի կարևորությունը:

Cigar Club Yerevan-ի հիմնադիր Արեն Մելիքյանն իր հերթին շեշտեց, որ հասարակ և ռեստորանային լաունջ չի բացվում, այլ ձևավորվում է մտքերի, հետաքրքիր գրույցների և որակյալ ժամանցի նոր հարթակ: «Սա պարզապես լաունջ չէ, այլ բիզնես, սիգարի լաունջ է, որն այլ մոտեցում է պահանջում: Սիգարը հասարակ ծխե-

լու բան չէ, այն պետք է իսկապես վայելել. արարողակարգ է»,- նշեց Cigar Club Yerevan-ի հիմնադիրը:

««Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի և Mantashyants Business Lounge-ի համահիմնադիր Ալեքսանդր Բասենցյանը կիսվեց նման միջավայր ստեղծելու դրդապատճառ հանդիսացող գաղափարով, այն է՝ գործարարներն աշխատանքային խիտ գրաֆիկից հետո հանդիպելու տեղեր քիչ ունեն, հիմնականում կրթական են՝ նախատեսված սեմինարների համար: «Մենք փորձեցինք ստեղծել մի համայնք, որը մագնիսի նման կհավաքի գործարարներին: Իսկ եթե 10, 20, 30... մինչև 100 գործարար հավաքվի մեկ դահլիճում և ծավալի քննարկումներ, հաստատ երկրի համար մի լավ բան կծնվի»:



«Մանթաշյանց»-ի խնդիրն է գործարարին տալ այն, ինչ նրան հետաքրքիր է

Վահրամ Միրաքյան



«Սրանով սկիզբ է դրվում նոր բիզնես մշակույթի, որտեղ բիզնես հանդիպումները, քննարկումները ոչ թե փողկապով, խիստ պաշտոնական ֆորմատով կլինեն, այլ հաճելի ժամանցով՝ ապահովելով աշխատանքային մթնոլորտը», - իր հերթին ասաց «Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ Գայանե Գրիգորյանը՝ կիսվելով իր տպավորություններով:

Mantashyants Business Lounge-ի բացման երեկոն շարունակվեց հրավիրված ջազ բենդի երաժշտական կատարումներով:

Mantashyants Business Lounge-ի մուտքն ակումբականների համար ազատ է լինելու: Մյուսների դեպքում՝ միայն ակումբականի երաշխավորությամբ և տարեկան անդամավճարով:







«Հայկական Դավոսի» երազանքի ճանապարհին. երբ **Mantashyants Global Business Forum 2025**-ի «կանչով» Հայաստանում են հավաքվում աշխարհասփյուռ հայ գործարարները

Հունիսի 30-ից հուլիսի 6-ը Հայաստանում անցկացվեց «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի նախաձեռնությամբ ամեն տարի կազմակերպվող Mantashyants Global Business Forum-ը: Մասնակիցներն այս տարի ևս հնարավորություն ունեին մեկ շաբաթ շարունակ գտնվել բիզնես միջավայրում, գտնել խնդիրների լուծումներ, սկսել նոր համագործակցություններ, կրթվել, փոխանցել սեփական փորձառությունը՝ գործնական հավաքը համատեղելով ակտիվ ու հետաքրքիր ժամանցի հետ:

4-րդ անգամ կայացած ֆորումի մասնակիցների քանակն աննախադեպ էր. աշխարհի 20 երկրից գրանցվել էր 1000-ից ավելի գործարար, ընդ որում ակումբական էր մասնակիցների գրեթե կեսը: Արտասահմանից ամենաշատ մասնակիցներն ժամանել էին Լոս Անջելեսից և Մոսկվայից: Այս տարի առաջին անգամ Mantashyants Global

Business Forum-ին մասնակցեցին հայ գործարարներ Ֆինլանդիայից և Մերձբալթյան երկրներից: 2025-ի միջոցառումն առանձնահատուկ էր նաև նրանով, որ այն ընթացավ 5 քաղաքում՝ Երևան, Գյումրի, Վանաձոր, Կապան, Ծաղկաձոր:

Հատուկ հյուր (Business Booster աքսելատորի համահիմնադիր Ալեքսանդր Վիտոցկի), պանելային քննարկումներ, մենթորային սեսիաներ, ցանցային՝ ներվորքինգային միջոցառումներ, գործնական աշխատարաններ, արշավներ Սյունիքում, մարզական միջոցառումներ, հայկական ավանդական պարեր, համերգային ծրագիր՝ Հայաստանի պետական սիմֆոնիկ նվագախմբի մասնակցությամբ. այսպիսին էր հունիսի 30-ից հուլիսի 6-ը կայացած Mantashyants Global Business Forum 2025-ի հակիրճ ծրագիրը:

Օր 1. Մեկնարկը՝ Մատենադարանից

Մատենադարանի նոր մասնաշենքում հունիսի 30-ի երեկոյան անսովոր եռուզեռ էր: Չնայած աշխատանքային ժամն ավարտվել էր՝ մարդկանց ակտիվ հոսքը չէր դադարում: «Անգեն» աչքով տեսանելի էր, որ խոշոր իրադարձություն է սպասվում: Միջոցառման առիթն այս անգամ հայագիտական չէր, բայց հայկականության գործոնը կար. հայ գործարարներն էին հավաքվել մեկ վայրում, մեկնարկում էր Mantashyants Global Business Forum 2025-ը:

Միջոցառմանը ներկա էին գործունեության ամենատարբեր ոլորտներ ներկայացնող հայ գործարարներ Հայաստանից և Սփյուռքից, պետական պաշտոնյաներ, հասարակական, մշակութային գործիչներ, լրագրողներ:



«Mantashyants Global Business Forum-ի նպատակն աշխարհով մեկ սփռված «Մանթաշյանց» բիզնես ակումբի անդամներին մեկ շաբաթով Հայաստանում միավորելն է, որպեսզի իրար հետ շփվեն և համագործակցեն: Հայ գործարարները պետք է հասկանան, որ իրենք գլոբալ ցանցի մասնիկ են և ընկերներ ունեն բազմաթիվ երկրներում: Մեզ համար սկզբունքային է նաև, որ այս շաբաթմանը մասնակից դառնան Հայաստանի մարզերը, որպեսզի Գյումրիի կամ Կապանի գործարարը տեսնի՝ ինքն ունի նույն հնարավորությունները, ինչպես լոսանջելեսաբնակ իր գործընկերը»,- բացման խոսքում ասաց ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանը:

Նա բարձրաձայնեց նաև առաջիկա երկարաժամկետ նպատակ-երազանքի մասին. Mantashyants Global Business Forum-ը պետք է «հայկական Դավիթը դառնա, և տարեցտարի ընդգրկի ավելի շատ մասնակիցների, ընդ որում ոչ միայն հայերի: Վահրամ Միրաքյանն ուրախությամբ փաստեց, որ անցած տարվա ֆորումի արդյունքում մոտ 20 մլն դոլարի ներդրում է

կատարվել Հայաստանում:

«Մանթաշյանց»-ի մասնաճյուղերում տարեկան տեղի են ունենում 1000-ից ավելի միջոցառումներ, ակումբականներն ամբողջ տարին կապի մեջ են իրար հետ՝ օնլայն և օֆլայն ռեժիմներով: Նրանք միմյանց հետ հաղորդակցվելու մի քանի տարբերակ ունեն՝ կայք, առցանց զրուցարաններ (չատեր) և քրմյունիթի մենեջերներ: Ակումբի անդամ գործարարը կարող է կայքում գտնել իրեն հետաքրքրող կոնտակտը կամ խորհրդի համար դիմել մենեջերին:

Համագործակցության պոտենցիալը բացահայտելու կարևոր գործիքներից են նաև բիզնես այցերը: Միայն այս տարվա առաջին կեսին այցելություններ են կատարել ԱՄՆ՝ Լոս Անջելես, Չեխիա, Վրաստան, Լեհաստան, Ավստրիա, Գերմանիա և տեղում ծանոթացել հայ գործարարի նախագծերին: Բոլոր միջոցառումների և շփումների ամփոփման արդյունքն էլ տարեկան համահայկական այս հավաքն է:





Ֆորումի բացման արարողությանը ներկա ՀՀ ԱԺ տնտեսական հանձնաժողովի նախագահի տեղակալ Բաբկեն Թունյանը խոսեց Հայաստանի տնտեսության մեջ ակումբի դերի մասին: ««Մանթաշյանց»-ը շատ կարևոր գործ է անում այն իմաստով, որ ոչ միայն օգնում եք հայ գործարարներին ներթվորքինգի շնորհիվ հարցերը լուծել տեղում, այլ նաև ստեղծել եք այսպիսի միավորող հարթակ, որտեղ մասնագիտական քննարկումներ են տեղի ունենում, և արդյունքում խնդիրները՝ համակարգված և հիմնավորված, ներկայացվում են պետական մարմիններին», - նշեց նա:

ՀՀ Սփյուռքի հանձնակատար Զարեհ Սինանյանը ևս շեշտեց, որ հայ գործարարից յուրաքանչյուրի հաջողությունը միայն անձնական չէ, այն նաև պետության ձեռքբերումն է, որովհետև ստեղծած հավելյալ արժեքն աշխատեցնում է պետության մեքենան. «Ձեզ աջակցելու մեծ պատասխանատվություն ունեն նաև ԱԺ-ն և Կառավարությունը, պետք է բոլորս աշխատենք, որպեսզի ձեր դերը պետության մեջ լինի նշանակալի: Վստահ եմ, որ հաջողվելու եք, քանի որ շարունակաբար աճող ակումբը և ֆորումի այս ձևաչափը դա են ապացուցում»:

Գյումրիի մասնաճյուղի ղեկավար, Link ընկերության համահիմնադիր, Արտակ Գևորգյանն իր ելույթում ներկայացրեց ոչ միայն ակումբի աշխատանքները, այլ նաև «Մանթաշյանց»-ին միանալու անձնական պատմությունը: «Ես 50-րդ ակումբականն եմ, միացել եմ 2020-ի վերջին, 2021 թվականի սկզբին՝ այդ դժվար ժամանակահատվածում՝ պատերազմ, կորոնավիրոս... Երբ Վահրամն առաջարկեց Գյումրիում մասնաճյուղ բացել, ես չէի հավատում, որ մեզ մոտ կաշխատի, բայց Վահրամն անդրդվելի էր, չիրաժարվեց գաղափարից: Մեր հաջողության բանալին համարում եմ շարունակական ինքնակրթությունը: Մինչ օրս մասնաճյուղն իրականացրել է 130 միջոցառում, ինչը ռեկորդային է Գյումրիի համար, արել ենք նաև սոցիալական



նախագծեր Արցախից բռնի տեղահանված մեր հայրենակիցների համար», - ասաց նա:

Արցախցիների, մասնավորապես գործարարների մասին խոսեց Արթուր Ներսիսյանը: Նա շնորհակալություն հայտնեց ակումբին՝ տեղահանությունից հետո իրենց նեցուկ լինելու և կիսատ թողած գործը ՀՀ տարածքում շարունակելուն ուղղված մանթաշյանականների ջանքերի համար: Արդյունքում արցախցի բիզնեսմենների 90 տոկոսը Հայաստանում շարունակում է իր գործունեությունը: ««Մանթաշյանց»-ի աջակցության ամենամեծ վկայությունն էլ Լոռու մարզի Մարգահովիտ գյուղում «Անտառ» հյուրանոցային համալիրի կառուցումն է: Սա արցախցի և ամերիկահայ գործարարների համատեղ աշխատանքի արդյունքն է: ««Մանթաշյանց»-ը վայր է, որտեղ համախմբված են ինտելեկտը, հնարա-



վորությունները և միմյանց օգնող մարդկանց ներուժը»,- այսպիսի գնահատական հնչեցրեց Արցախի մասնաճյուղի ղեկավարը:

«Մանթաշյանց»-ի Լոռու մասնաճյուղի հիմնադիր Հովհաննես Դանիելյանը նախ հպարտությամբ նշեց, որ մարզի ժամանցի և հանգստի լավագույն վայրերն ակումբականների բիզնեսներն են՝ հավելելով, որ լոռեցի գործարարները գործունեություն են ծավալում նաև Հայաստանից դուրս՝ Վրաստանում և ԱՄՆ-ում. «Մենք

պետք է անընդհատ առաջ գնանք, իսկ դրա համար անհրաժեշտ են կապեր, գումար և գիտելիք, այդ ամենը տալիս է ակումբը: Շատ կարևոր է նաև, որ գործարարը կիրթ լինի. մենք փոքր պետություն ենք, և ցանկացած փոփոխություն գլոբալ ազդեցություն ունի մեզ վրա: Երբ մենք ունենք համապատասխան գիտելիք, ավելի հաստատուն քայլերով ենք առաջ գնում և պատրաստ ենք դիմակայել այդ մարտահրավերներին»:

Ռոստոմի մասնաճյուղի ղեկավար Ադասի Մինասյանը պատմեց, որ իրենց մասնաճյուղը գործում է մեկ տարի. դժվար ճանապարհ են անցել, մարդիկ եկել են, գնացել են, բայց արդյունքում մնացել են նրանք, ում շուրջ ձևավորվել է թիմը. «Մեր ներկայացուցիչները շատ չեն, բայց կարևորն իրենց հարմարավետ և պաշտպանված են զգում այս միջավայրում: Մեր առջև թվաքանակի խնդիր չենք դրել, մեր նպատակը որակյալ աշխատանք կատարելն է»:

Ջավախքի մասնաճյուղի ղեկավար Սամվել Մկոյանի փորձն ավելի հարուստ էր. գործում են երկու տարի, ունեն 14 անդամ, իրականացրել են 50-ից ավելի միջոցառում: «Շատ ենք կարևորում գլոբալ ֆորումին մասնակցելը, որովհետև հենց այստեղ կարող ենք հանդիպել ակումբի մյուս անդամներին և ստեղծել համագործակցություններ: Մեր մասնաճյուղի բացառիկությունն այն է, որ հայաբնակ Ջավախքում միակ բիզնես միջավայր ստեղծող կառույցն է», - ասաց նա:

Բացառիկ էթնիկ բիզնես ակումբի գաղափարի մասին էլ խոսեց ակումբի նախագահը: Վահրամ Միրաքյանը որպես օրինակ նշեց հրեաներին, հնդիկներին, ռուսներին: «Մանթաշյանց»-ը ևս այդպիսի հարթակ դառնալու հավակնություն ունի: «Մեզ կարող են անդամակցել կամ հայերը, կամ Հայաստանում բիզնես անող այլազգիները, այլ խոսքով՝ նրանք, ովքեր հայակենտրոն գործունեություն են ծավալում», - նկատեց ակումբի նախագահը:



Ֆորումի առաջին օրվա ծրագիրն ավարտվեց «Ինչպես կառուցել գլոբալ բիզնես» թեմայով պանելային քննարկմամբ, որը վարում էր «Մանթաշյանց 100»-ի ղեկավար, ՀՀ նախկին էկոնոմիկայի նախարար և գործարար Վահան Քերոբյանը: Օրվա ավարտը երաժշտական էր. հյուրերն վայելեցին ջութակահար Թամար Արաքսի կատարումները:



Օր 2. Բիզնես գիտելիքը՝ հաջողության սկիզբ

«Մանթաշյանց»-ի նախաձեռնություններում կրթական բաղադրիչը միշտ էլ առաջնային տեղ է զբաղեցրել, հետևաբար պատահական չէր, որ բուն ֆորումի մեկնարկը տրվեց կարևոր դասախոսությամբ: Առաջին անգամ հայ գործարար համայնքի հետ հանդիպեց բիզնեսի կառավարման ոլորտի միջազգային փորձագետ Ալեքսանդր Վիսոցկին: Նա նշեց, որ «Մանթաշյանց»-ն առանցքային գործընկերներից է, որի հետ համագործակցելու լայն հնարավորություններ է տեսնում:

«Ես պատասխանատվությամբ եմ մոտենում ելույթիս, որովհետև շատ տաղանդավոր մարդիկ են եկել ինձ լսելու, և ես այս սահմանափակ ժամանակի ընթացքում պետք է հասցնեմ հաղորդել արժեքավոր տեղեկություններ», - նշեց բանախոսը: «Զրոյից մինչև մասշտաբային բիզնես. գործարար աճի 5 փուլ» խորագրի ելույթով փորձագետն ակումբականներին ներկայացրեց գործիքներ, որոնք թույլ են տալիս գործարարին նվազեցնել ուղիղ ներկայությունը բիզնեսում՝ միաժամանակ բիզնեսի կառավարումը դարձնելով ավելի արդյունավետ:

«Մանթաշյանց» ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանն ընդգծեց, որ գիտելիքը և մոտիվացիան բիզնեսի աճի և զարգացման կարևոր նախապայմաններից են, իսկ հյուրն այս ոլորտում հարուստ փորձ ունի: «Գիտելիքին վերաբերող տարեկան բազմաթիվ միջոցառումներ ենք կազմակերպում, բայց սա ամենամասշտաբայինն է, մասնակցում է 1200 մարդ: Բնականաբար, այս 2-3 ժամերի ընթացքում ֆունդամենտալ գիտելիքներ չեն ստանալու, բայց լավ մոտիվացիա, գաղափարներ հաստատ վերցնելու են: Այս ձևաչափը շարունակական է լինելու



և փորձելու ենք հրավիրել աշխարհի լավագույն մասնագետներին, որպեսզի իրենց գիտելիքն ու փորձը կիսեն հայկական բիզնեսի հետ», - ասաց Վահրամ Միրաքյանը:

«Մանթաշյանց Մարսել» մասնաճյուղի ղեկավար Էրիկ Գևորգյանը հատկանշական համարեց այն հանգամանքը, որ Վիսոցկու հետ հանդիպումը հնարավորություն տվեց զրուցել տարբեր բիզնես ռազմավարություններից: «Հիմնականում ես ծանոթ էի իր գործունեությանը, բայց շատ կարևոր էր տեղում լսելը, դա դրդում է մեզ՝ որպես ընկերություն, կիրառել իր պրոդուկտները, և «Մանթաշյանց»-ը մեզ տալիս է այդ հիմնալի հնարավորությունը», - նկատեց նա:

Մասնակիցներից շատերն արդեն ծանոթ էին Վիսոցկուն, հետևել էին սոցցանցերով, բայց կրկնակի հետաքրքիր էր կենդանի շփման միջոցով գիտելիքի փոխանցումը:



Առանձնացրել ենք կարծիքներից մի քանիսը՝

- Այսօր սովորեցի, թե ինչպես կարող է բիզնեսի ղեկավարը պատվիրակել իր որոշ գործառույթներ տարբեր աշխատակիցների:
- Վիսցոկիին վաղուց եմ հետևում Instagram-ում, ծանոթ եմ իր թեմաներին, այսօր էլ նոր լիցքերով գնում եմ՝ բիզնեսը ծաղկեցնելու:
- Շատ արդյունավետ էր այսօրվա միջոցառումը, քանի որ այն օգնեց հասկանալ, թե ինչ փուլերով է անցնում յուրաքանչյուր կազմակերպություն, հետևաբար մենք՝ որպես աշխատակիցներ, փորձում ենք ստանալ այն հարցի պատասխանը, թե ինչպես է կարելի կառավարման ոլորտում հասնել ամենաբարձր մակարդակի:
- «Մանթաշյանց»-ը հիանալի միջոցառում էր կազմակերպել, մարդու տարիների փորձը, անցած ճանապարհը՝ գրոյից մինչև բարձունքներ, շատ հակիրճ ներկայացվեց: Ինքներս հաճախ անցնում ենք այդ ճանապարհը, բայց ոչ հաճախ ենք որոշում կայացնում այս կամ այն մեթոդը կիրառել: Նմանատիպ միջոցառումները կարծես ազդակ են տալիս, որ ժամանակն է:

Հանդիպման ավարտն ինտերակտիվ էր. հարցեր բանախոսին և ազատ շփում ներթափանցի դնեցին:

Օր 3. Գործնական ուղեցույց. բիզնես այցեր

Ալեքսանդր Վիսոցկու հետ շփվելու առիթ ակումբականներն ունեցան նաև հաջորդ օրը, բայց արդեն ավելի նեղ կազմով: Բիզնես կառավարման ոլորտի միջազգային փորձագետն այս անգամ փակ հանդիպում ունեցավ «Մանթաշյանց 100»-ի անդամների հետ՝ ներկայացնելով գործարար աճի իր մեթոդաբանությունը, հաջողության օրինակներ և անձնական փորձը: Մասնակիցներն էլ խոսնակի հետ քննարկեցին իրենց մարտահրավերները՝ ստանալով ուղղորդում՝ բիզնեսի հաջորդ մակարդակին անցնելու համար:

Օրվա սկիզբը նշանավորվեց նաև ինտենսիվ ներթափանցով, որտեղ ներգրավված էին ակումբի 20 մասնաճյուղերի ներկայացուցիչներ: Սա բացառիկ հնարավորություն էր՝ խորացնելու գործնական կապերը, փոխանակելու փորձ և ձևավորելու նոր համագործակցություններ համահայկական բիզնես ցանցում:

Էկոնոմիկայի փոխնախարար Էդգար Զաքարյանը նշեց, որ բիզնեսի ոլորտում ներթափանցն առանցքային նշանակություն ունի, իսկ նմանատիպ ֆորումները նպաստում են կապերի հաստատմանը. ««Մանթաշյանց»-ի դեպքում միջոցառման կարևորությունն ընդգծվում է, քանի որ գլոբալ է և ընդգրկում է լայն շրջանակներ: Այն նպաստում է հայկական բիզնեսի զարգացմանը, կրթմանը և արտահանման ուղղությունների ընդլայնմանը»:





«Մանթաշյանց Մարսել» մասնաճյուղի ղեկավար Էրիկ Գևորգյանը նկատեց, որ ֆորումը հիանալի հնարավորություն է կապեր ստեղծելու և ամրապնդելու առումով. «Միայն այսօր հասցրել եմ ծանոթանալ 15 հոգու հետ՝ տարբեր ոլորտներից: Ինձ ամենաշատը հետաքրքրեց մարքեթինգային ոլորտը, քանի որ իրենք արդեն աշխատում են՝ օգտագործելով արհեստական բանակությունը»:

Տեսականից դեպի գործնական գիտելիքի կիրառման հնարավորություն մասնակիցները ստացան ֆորումի 3-րդ օրվա մյուս կեսին՝ այցելություն Royal Armenia գործարան և Beer Academy:

«Անեոն» ընկերության հիմնադիր Անի Մախսուդյանը նմանատիպ այցերը դիտարկեց բիզնեսի զարգացման և աճի տեսանկյունից. «Երբեմն քեզ թվում է՝ տվյալ պրոդուկտի մասին ունես լիարժեք ինֆորմացիա, այնինչ մինչև ներքին խոհանոցը չես ուսումնասիրում, չես հասկանում ամբողջ ծավալները, չես պատկե-

րացնում, թե ինչպիսի փուլերով է այն անցնում: Բիզնես այցերը տալիս են այդ հնարավորությունը: Շատ ուրախ եմ, ու այսպիսի ավանդույթ կանակ Հայաստանում»:

Բիզնես տուրի առաջին կանգառը հյուրերին հնարավորություն տվեց տեղում ծանոթանալ Royal Armenia-ի սուրճի արտադրական փուլերին, բրենդի զարգացմանը և արտահանման ռազմավարությանը:

CDEK Armenia-ի համահիմնադիր, փոխտնօրեն Էդգար Գասպարյանը տպավորվել էր Royal Armenia-ի կատարած աշխատանքով. «Հետաքրքիր տպավորություններից բացի, նաև տեղեկացա արտադրության պրոցեսի և սուրճի պատրաստման վերաբերյալ: Օրինակ՝ չգիտեի, որ համեղ սուրճ ստանալու համար հինգ տեսակ են խառնում: Այսուհետև ամեն անգամ սուրճ խմելիս կհիշեմ, որ մեկ գավաթ ըմպելիքի համար ինչպիսի աշխատանք է կատարվել, մարդկային որքան ռեսուրս է ներգրավվել պրոցեսում»:

Շինարարական ընկերության ոլորտում բիզնես գործունեություն ծավալող Սարիբեկ Գյուլբենկյանը ևս հաճելիորեն զարմացրել էր բիզնես տուրի արդյունքներով. «Նկատելի էր, թե ինչպիսի բժախնդրությամբ էին վերաբերվում արտադրանքի որակին, վերահսկվում են արտադրության բոլոր փուլերը: Փոքր պետության մեջ այդպիսի ծավալի և որակի աշխատանք կատարելն իսկապես լուրջ արդյունք է», - նշեց նա:



Բիզնեսի այցի երկրորդ հատվածը Beer Academy-ում էր: Ընկերության հիմնադիր տնօրեն Արմեն Ղազարյանը նշեց, որ շուրջ 12 տարի գարեջրի գործարանը փակ է եղել այցելուների համար, բիզնես տուրեր կազմակերպում են վերջին երկու տարում: «Շատ խորհրդանշական էր այցելուների համար արտադրական պրոցեսի բացումը, քանի որ այն առաջինը «Մանթաշյանց»-ի մեր ընկերների հետ կատարեցինք: Ուրախ եմ, որ այսօր ևս ակումբականներն այցելեցին մեզ, ծանոթացան արտադրության ողջ պրոցեսին՝ տեսնելով, թե գարուց մինչև օրգանիկ գարեջուր ինչ ճանապարհ է անցնում», - ասաց Beer Academy-ի ղեկավարը:



Հագեցած օրվա լիցքաթափումը, իհարկե, հենց գարեջրի համտեսով էլ ավարտվեց:



Օր 4. Բացահայտելով հայաստանյան մասնաճյուղերի պոտենցիալը

Խիտ գրաֆիկով և հագեցած օրակարգով առանձնացավ նաև ֆորումի 4-րդ օրը: Ակումբականների մի խումբ ուղևորվեց Լոռու մարզ: Տանտիրոջ իրավունքով՝ «Մանթաշյանց Լոռի»-ի ղեկավար Հովհաննես Դանիելյանը հյուրերին ներկայացրեց հայրենի մարզի բիզնես պոտենցիալը և կատարված ներդրումները:

«Սա արդեն երրորդ Mantashyants Global Business Forum-ն է, որ տեղի է ունենում Լոռիում: Միջոցառումն առանձնանում է նրանով, որ հավաքվում են մեր ցանցի բոլոր անդամները: Շատ կարևոր է, որ բիզնեսը զարգանա, աճի, դառնա մասշտաբային, մարզից դուրս գա, այս միջոցառումները մեծապես նպաստում են դրան: Ունենք դեպքեր, երբ բիզնեսները նաև Հայաստանի սահմաններից են դուրս եկել», - նշեց Հովհաննես Դանիելյանը:



Dream Park-ի հաճելի մթնոլորտում աշխատանքային ճաշը վայելելուց հետո ակումբականները հյուրընկալվեցին մարզի ամենամեծ գործատուին: «Գլորիա» կարի արտադրամասում ֆորումի մասնակիցները ծանոթացան արտադրական հնարավորություններին և աշխատանքի կազմակերպման փուլերին: Արտադրամասն ունի 2500 աշխատակից և համագործակցում է համաշխարհային բրենդների հետ:

Շրջայցից հետո ֆորումի մասնակիցները խոսեցին տպավորությունների մասին: «Տեսիլ» ընկերության համահիմնադիր Սիլվա Այվազյանը նշեց, որ Mantashyants Global Business Forum 2025-ը հնարավորություն է տալիս մեկ շաբաթ շարունակ ծանոթանալ, շփվել բոլոր մասնաճյուղերի բիզնես ակումբի անդամների հետ, ստանալ նոր գիտելիքներ, կատարել փորձի փոխանակում: «Բիզնեսի համար, իհարկե, շատ կարևոր է, որ ժամանակ խնայենք, համագործակցության ավելի կարճ ճանապարհներ գտնենք: Այս ֆորումի շրջանակում մենք հնարավորություն ունենք համատեղելու օգտակարն ու հաճելին, այս միջավայրը թույլ է տալիս աշխատել, բայց նաև հանգստանալ», - նշեց նա:

Օգտակարը հաճելիի հետ համատեղելու նոր առիթ դարձավ նաև այցելությունը «Շաքարյան Ռանչո»: Մասնակիցները տեսան, թե ինչպես է հնարավոր հաջողությամբ համադրել գյուղատնտեսությունը և զբոսաշրջությունը: «Շաքարյան Ռանչո»-ն այս պահին ամենամեծն է Հայաստանում:

«Geli Glass» ընկերության հիմնադիր Գևորգ Ղազարյանի կարծիքով, ֆորումը կարողացել է այնպիսի միջավայրում կազմակերպել ակումբականների շփումը, որպեսզի այն լինի առավելագույնս տրամադրող: Նա կեսկատակ նկատեց, որ Լոռիի մաքուր օդը շնչելուց և բնության գրկում հայտնվելուց հետո առհասարակ դժվար է նորից աղմկոտ միջավայր վերադառնալ: «Այսպիսի բիզնես այցերի ժամանակ շփվում ես տարբեր տեսակի բիզնեսների սեփականատերերի, տնօրենների, օպերատիվ աշխատանք կատարող մարդկանց հետ, ովքեր մեծ փորձ ունեն և այս ջերմ մթնոլորտում պատրաստ են կիսվել իրենց գիտելիքներով»:





«Սալի» ընկերության հիմնադիր, տնօրեն Սասուն Իգնատյանը ևս բիզնես տուրերը համարում է կրթվելու և փորձի փոխանակման միջոցներ. «Շատ կարևոր են բիզնես այցերը, որովհետև տեղի է ունենում փորձի փոխանակում, տարբեր հարցեր են քննարկվում, և ի վերջո հաղորդակցություն է տեղի ունենում ընկերների և գործընկերների հետ»:

Ֆորումի 4-րդ օրը նշանավորվեց ևս մեկ իրադարձությամբ. Երևանում ակումբականներին ներկայացվեց Mantashyants Business Lounge-ը: Սա ակումբի վերջին նախաձեռնություններից է և նախատեսված է նոր մակարդակի բիզնես շփումների համար: Հենց առաջին օրը մասնակիցները առիթ ունեցան շփվելու ոլորտի առաջատարների հետ և բացահայտելու սիգարի մշակույթի ողջ հմայքը: Ի դեպ, այստեղ հնարավոր է նաև վայելել «Մանթաշյանց» անվամբ սիգար:

«Այսօր մանթաշյանականների համար շփման, ներվորիկինգի նոր հավաքատեղի է բացվում: Այս հետաքրքիր լաունջբարը բաց է հատուկ ակումբականների և հյուրերի համար: Բոլորիս մաղթում եմ բարի ընթացք և նոր արդյունավետ համագործակցություններ», - նշեց «Ալտեք» ՍՊԸ համահիմնադիր, Mantashyants Business Lounge-ի համահիմնադիր Ալեքսանդր Բասենցյանը:



«Շատ ուրախ եմ այսօր այստեղ լինելու համար: Ինձ հրավիրել են՝ խոսելու ընկերության մասին, ներկայացնելու սիգարի տարբեր ձևերը, տեսակները, ինչ փուլերով է հումքն անցնում մինչև վերջնական արտադրանք դառնալը: Ես, իհարկե, խորհուրդ եմ տալիս նախընտրել սիգար, քան սիգարետ, քանի որ ծուխը ներս չենք քաշում», - ասաց JM Tobacco ընկերության տնօրեն Անդրանիկ Մարուքյանը:

«Cigar Club Yerevan»-ի հիմնադիր Արեն Մելիքյանի համար Mantashyants Business Lounge-ն առանձնահատուկ նշանակություն ունի, որովհետև գիտի՝ սիգարը նաև մարդկանց միավորելու հատկություն ունի. «Այսպիսի ասացվածք կա անգլերենում՝ ամեն սիգար ծխող ընկեր է, քանի որ գիտի, թե ինչ ես զգում: Այս ասացվածքը ծառայեցնելով՝ կարող ենք ասել, որ այս լաունջբարը կարող է ծառայեցվել, որ «Մանթաշյանց»-ի բիզնես համայնքը ևս մեկ հարցի շուրջ համախմբվի»:

«Ջոել» կազմակերպության հիմնադիր, տնօրեն Սոնա Եղիազարյանը նկատեց, որ Երևանում լաունջբարի հիմնումն իրեն շատ է հետաքրքրել, թեև ինքը ծխող չէ:

«Այսօր այստեղ ինձ բերեց հետաքրքրությունը, թե ինչպես կարող են աշխարհի տարբեր ծայրերում գտնվող մեր հայ գործարարներն ունենալ նաև սիգարի արտադրության բիզնես: «Մանթաշյանց»-ում տարբեր բիզնեսներ կան, բայց սիգար չէի սպասում: Եկա, ծանոթացա, շատ հպարտ եմ, սա այն ակումբն է, որը միավորում է աշխարհի բոլոր հայ բիզնեսմեններին», - ասաց Սոնա Եղիազարյանը:

Սիգարի սիրահար չէ նաև «Խորոզյան ինթերնեշնլ» ընկերության, «Քարահունջ» ռեստորանների հիմնադիր, տնօրեն Կարպիս Խորոզյանը: Այդուհանդերձ, նորաբաց սրահը կարևորում է շփման տեսանկյունից. «Հաճախ ենք այստեղ հանդիպելու և նեթվորկ անելու: Ես տարին մեկ անգամ եմ սիգար ծխում, բայց այն, ինչպես գինին, ունի մշակույթ և պահանջում է հատուկ արարողակարգ. ինչպես կորես, ինչպես օգտագործես»:





Չորրորդ օրվա մարզային մյուս ուղղությունը Սյունիքն էր: Ֆորումն այս տարի առաջին անգամ էր մարզում հյուրընկալվում: Մասնակիցները եղան մարզի տեսարժան վայրերում, այցելեցին Տաթևի վանական համալիր, համտեսեցին տեղի բարիքները: Մարզկենտրոն Կապանում էլ դրվեց նոր համագործակցությունների և արժեքավոր կապերի հիմքը:



Օր 5. Ժամանցը՝ ներվորքինգի մաս

Ֆորումի 5-րդ օրը հարաբերական «անդորր» էր. բիզնես քննարկումների, հարցուպատասխանի փոխարեն այս անգամ շփման ավելի ակտիվ տարբերակ էր առաջարկվել ակումբականներին՝ վերելք դեպի Խուստուփ լեռ և մարզական միջոցառում:

Ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանը համոզված է, որ Ֆորումի ծրագրում ներառված ժամանցային միջոցառումները ևս նպաստում են հայրենաճանաչությանը. «Մեր խնդիրն է նաև, որ Սփյուռքի մեր գործարարների համար Հայաստան այցը դառնա ճանաչողական: Ոչ միայն գան Երևանի կենտրոնում շրջեն: Կան մարդիկ, որոնք 30 տարի չեն եղել հայրենիքում: Շատերը, վստահաբար, Խուստուփ չեն բարձրանում»:

Ով ավելի արագ կվազի, ով շատ գուլ խփի. հայ գործարարների մյուս խնդիրն այսօր դա էր: Ֆուտբոլի ընկերական հանդիպումներին մասնակցեցին տարբեր մասնաճյուղերի ներկայացուցիչներ:



Օր 6 և 7. Աշխատանքների ամփոփում՝ Mantashyants Global Business Weekend-ով

Պարզվեց՝ Ծաղկաձորը հրաշալի վայր է ոչ միայն ակտիվ հանգստի սիրահարների, այլ նաև բիզնեսի մասին գիտելիքների և աճի հեռանկարով հետաքրքրվողների համար: Հենց այս նկատառումով՝ հուլիսի 5-6-ը Կոտայքի մարզի ամենահայտնի զբոսաշրջային քաղաքում կայացավ Mantshyants Global Business Weekend 2025-ը:

Մինչ մյուսների համար շաբաթ-կիրակին հանգստյան օրեր էին, մանթաշյանականներն ինտենսիվորեն աշխատեցին. ներդրումային նախագծերի իրականացում, փակ քննարկումներ, աշխատարաններ: Միջոցառմանը մասնակցեցին 400-ից ավելի ակումբականներ աշխարհի տարբեր երկրներից, որոնց միավորում էր Հայաստանի զարգացման գաղափարը:



Mantshyants Global Business Weekend 2025-ի բացման խոսքում ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանը խոսեց անցած տարվա ֆորումի արդյունքներից և ազդարարեց ապագա ծրագրերի մեկնարկը:

«Անցած տարվա Ֆորումի արդյունքում մոտ 20 մլն դրամի ներդրում կատարվեց Հայաստանում, հուսամ՝ այս անգամ ավելի մեծ կլինի այդ թիվը: Այս հավաքի հիմնական գաղափարն այն է, որ ամբողջ աշխարհի հայ գործարարները Հայաստանում իրար հետ մի քանի օր շփվելու հնարավորություն ունենան: Մենք, օրինակ, ունենք գործարար Ֆինլանդիայից, նա վանաձորցի գործարարի հետ հաստատ այլ տեղ չի շփվելու, իսկ այստեղ կա այդ հնարավորությունը», - հայտնեց ակումբի նախագահը:

Business Weekend-ի արդյունքներից տպավորված էին մասնակիցները. ո՛չ շփումների, ո՛չ էլ համագործակցության հեռանկարների պակաս չեն ունեցել:

«Այս օրերի ընթացքում շփման այնքան շատ տարբեր ձևաչափեր են կիրառվել՝ թե՛ դեմ առ դեմ, թե՛ խմբերով, թե՛ ոչ ֆորմալ միջավայրում, կարողացել ենք իրար մասին բավականաչափ ինֆորմացիա ստանալ և համատեղ ծրագրեր քննարկել: Ֆորումն առաջին հերթին տվեց կապեր, որոնք կարևոր են թե՛ անձնական, թե՛ գործնական տեսանկյունից, տվեց վստահություն, կուտակված փորձի փոխանակում», - նշեց BSC բիզնեսի աջակցման կենտրոնի հիմնադիր Սամվել Գևորգյանը:

«Նախ Ֆորումի շնորհիվ մեծանում է նոր գործընկեր գտնելու հնարավորությունը: Բացի դրանից, այդ մարդիկ ֆիլտրված են, քո աշխարհայացքն ունեն, իրենք էլ են ամբիցիոզ ծրագրեր իրականացնում, իրենք էլ կրթվելու ցանկություն ունեն: Ֆորումը նաև լավ առիթ է հանդիպելու այն մարդկանց, ում առօրյա ծանրաբեռնվածության պատճառով չես հասցնում տեսնել», - ասաց շինարարության ոլորտում գործունեություն ծավալող Ռաֆայել Վարդանյանը:



Ջարմանալի չէ, որ Հայաստանից դուրս ապրող գործարարների համար «Մանթաշյանց»-ը նաև հայապահպան նշանակություն ունի: Նրանցից շատերն էին շեշտում, որ խնդիրը ոչ միան նոր գործարք կնքելն է, կարևոր է նաև, որ այդ համագործակցությունը լինի հայամետ:

Չեխիայում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտում ձեռնարկատիրական գործունեություն ծավալող Հակոբ Խաչատրյանն առաջին անգամ էր մասնակցում Mantshyants Global Forum-ին և համարում է, որ արդյունքները գերազանցեցին ակնկալիքները. «Ես վստահ եմ, որ հայը հայրին պետք է օգնի, թե ու թիկունք լինի, որ բոլորս կարողանանք աճել, զարգացնել մեր Հայաստանը: Այս պահին սա միակ ակումբն է, միակ տեղն է, որ այդ հնարավորությունը տալիս է»:



Նույն դիրքորոշումն ուներ նաև Դուբայում բնակվող Սերո Պետրոսյանը, որի ընկերությունը զբաղվում է ավտոմեքենաների վարձույթով. «Ակումբի մեկ տարվա անդամակցության արդյունքում ծանոթացել եմ հայերի հետ, որոնք ապրում եմ տարբեր երկրներում: Առաջին անգամ էի մասնակցում «Մանթաշյանց»-ի ֆորումին և կարող եմ ասել, որ շատ լավ է կազմակերպված, հավաքվել են ինձ համար արժեքավոր մարդիկ»:

Mantshyants Global Business Weekend 2025-ին հայտնի դարձավ, որ «Մանթաշյանց» ակումբը սերտիֆիկացվել է՝ ստանալով ISO 9001 և ISO 20121: Փաստաթղթերը հանձնեց «ՄԻԳՆՈՒՄ» ընկերությունների խմբի հիմնադիր, «Մանթաշյանց» ակումբի անդամ Նիկա Մանուկովան:

Mantshyants Global Business Weekend 2025-ին դատարկածեռն չէր եկել նաև «Գաբրիելյան ընդ Փարթենես» դետեկտիվ բյուրոյի հիմնադիր Հայկ Գաբրիելյանը: Նա «Մանթաշյանց»-ի հիմնադիր Վահրամ Միրաքյանին պարգևատրեց հատուկ մեդալով՝ ազգային ու գործարար նվիրումի համար:

Mantshyants Global Business Weekend 2025-ի եզրափակիչ ակորդը «Պետություն և բիզնես. ճանապարհի դեպի կայուն աճ 2030» թեմայով պանելային քննարկումն էր, որին մասնակցում էին նաև Կառավարության ներկայացուցիչները: Այս միջոցառման նպատակն էր դառնալ հարթակ պետության ու գործարար համայնքի միջև: Այստեղ է, որ երկխոսության միջոցով համադրվում են քաղաքական առաջնահերթություններն ու գործարար դաշտի սպասումները:



Արդյունքներն ամփոփելու ժամանակը

Mantashyants Global Business Forum 2025-ի վերջին օրը
և աշխատանքային էր, և ժամանցային. անհրաժեշտ
էր ամփոփել արդյունքները և լիցքաթափվել:

Ակումբի նախագահ Վահրամ Միրաքյանը տարբեր
անվանակարգերում շնորհակալագրեր հանձնեց այն
մանթաշյանականներին, որոնք նշանակալի ներդրում
են ունեցել ակումբի զարգացման գործում:

Դե իսկ երեկոյի սկիզբն ու ավարտը երաժշտական էր.
ներկաները նախ վայելեցին Հայաստանի պետական
սիմֆոնիկ նվագախմբի կատարումները, ապա հնչե-
ցին էստրադային կատարումներ:

Գալա ընթրիքով եզրափակվեց Mantashyants Global
Business Forum 2025՝ նախանշելով հաջորդ ավելի
մասշտաբային միջոցառման մեկնարկի նախապատ-
րաստական աշխատանքները:





MANTASHYANTS

BUSINESS CLUB

+374 95 269 289

MANTASHYANTS.ORG

INFO@MANTASHYANTS.AM

7/7 St. Grigor Lusavorich str., Yerevan, Armenia



website



facebook



instagram





«Մանթաշյանց» գործարարների ակումբի անդամ Հարություն Հովհաննիսյանը հիմնադրել է «Մետալ Ուորլդ» ՍՊԸ-ն 2004 թվականին, որը մինչ օրս հանդիսանում է թիթեղյա տարաների և կափարիչների առաջատար արտադրողը Հայաստանում: Կազմակերպությունը արտադրում է տպագրված և ոչ տպագրված թիթեղյա տարաներ՝ Ø65, Ø73, Ø83, Ø99 և Ø153 տրամագծերով, ինչպես նաև թիթեղյա կափարիչներ ՍԿՕ 1-82, թիթեղյա պտուտակավոր կափարիչներ՝ Ø43, Ø53, Ø66, Ø82 տրամագծերով:

«ՄԵՏԱԼ ՈՒՈՐԼԴ» ՍՊԸ-ն աշխատում է Եվրոպայից և Չինաստանից ներմուծված հումքերով և, բացի ներքին շուկայի կարիքները բավարարելուց, նաև արտահանում է իր արտադրանքը արտերկիր՝ հաստատելով իր դիրքը որպես տարածաշրջանային հուսալի մատակարար:

«Մետալ Ուորլդ» ՍՊԸ-ն ուժեղ է իր գործընկերներով:

