BOARDROOM

by Armenian British Business Chamber



Grigor Haroyan

Co-founder & CFO
CARMARK

October 2026 | Volume No. 20

ARMENIAN BRITISH
BUSINESS CHAMBER

www.abbc.am



Դուք նաև ROX-ի պաշտոնական ներկայացուցիչն եք Հայաստանում: Ի՞նչ է Ձեզ համար նշանակում միջազգային բրենդ ներկայացնել հայկական շուկայում, և ի՞նչ եք կարծում՝ ի՞նչն է կարևոր միջազգային բրենդի արժեքներն ու չափանիշները տեղական շուկայի առանձնահատկությունների հետ հաջողությամբ համադրելու համար:

Միջազգային բրենդ ներկայացնելը մեծ պատասխանատվություն է, որովհետև հենց մեր աշխատանքից է կախված, թե ինչպիսին կլինի հայ հաճախորդի առաջին տպավորությունը այդ բրենդից: ROX-ը բարձրակարգ, ամենագնաց էլեկտրական, հիբրիդային մեքենաներ արտադրող բրենդ է, և կարևոր է, որ նրա բարձր որակն ու տեխնոլոգիաները դառնան հասկանալի ու իրապես օգտակար հենց մեր հաճախորդների, մեր ճանապարհների և պայմանների համար:

Առանձնահատուկ կարևորում եմ նաև բրենդի ճիշտ ներկայացումն ու նրա ստատուսի պահպանումը տեղական շուկայում: Երբ ընկերությունդ պաշտոնական ներկայացուցիչ է, դու պատասխանատու ես ոչ միայն մեքենան վաճառելու, այլև բրենդի իրական արժեքն ու դիրքը ճշգրիտ փոխանցելու համար: Միակ կամ մակերեսային ներկայացումը կարող է վնասել ինչպես բրենդի հեղինակությանը, այնպես էլ հաճախորդի սպասումներին: Դրա համար մենք մեծ ուշադրություն ենք դարձնում, որ ROX-ը Հայաստանում ճանաչվի ու ընկալվի որպես պրեմիում դասի, բարձր տեխնոլոգիական բրենդ:

Բրենդի ճանաչելիությունը կառուցվում է աստիճանաբար՝ հետևողական հաղորդակցությամբ, հաճախորդների իրական դրական փորձով և որակի պահպանմամբ, և հենց սա է, իմ կարծիքով, երկարաժամկետում ձևավորում բրենդի իրական հեղինակությունը տեղական շուկայում:

Միջազգային բրենդի արժեքները տեղական շուկային հաջողությամբ հարմարեցնելու համար կարևոր է՝ առաջինը, երբեք չզիջել բրենդի որակի ու սպասարկման չափանիշներից, քանի որ հենց դա է ձևավորում հաճախորդի վստահությունը: Երկրորդ՝ լսել տեղական հաճախորդին ու հասկանալ նրա իրական կարիքները, լինի դա ֆինանսավորման հարմար պայմաններ, թե սպասարկման հասանելիություն: Երրորդ՝ կառուցել կայուն ենթակառուցվածք՝ պահեստամասերի մատակարարում, պատրաստված մասնագետներ, երաշխիքային աջակցություն, որպեսզի բրենդի ներկայացուցչությունը լինի ոչ թե ժամանակավոր, այլ երկարաժամկետ ու վստահելի գործընկերություն:



« Ամեն մարտահրավեր՝ լինի դա շուկայական, կազմակերպչական, աշխարհաքաղաքական, թե հաճախորդի հետ կապված, մեզ համար հնարավորություն է ավելի լավ համակարգ կառուցելու: Հենց այս համատեղ մոտեցումն է թույլ տվել Carmark-ին ու մեր ներկայացրած բրենդներին անընդհատ զարգանալ նույնիսկ բարդ իրավիճակներում:»:

Որո՞նք են այն հիմնական սկզբունքներն ու արժեքները, որոնք ձեւավորել են Ձեր առաջնորդության ուղին եւ մասնագիտական հաջողությունները:

Իմ առաջնորդության ուղին մեծապես ձևավորվել է մի քանի սկզբունքների շուրջ, որոնցից երբեք չեմ շեղվել: Առաջինը՝ իմ և ամբողջ թիմի շարունակական ինքնազարգացումն է. միշտ ձգտել եմ ընդլայնել իմ գիտելիքները՝ լինի դա մենեջմենթի, ֆինանսների, թե ավտոմոբիլային տեխնոլոգիաների ոլորտում, բայց միևնույն ժամանակ կարևորել եմ, նաև ողջ թիմի զարգացումը մեկտեղ:

Ես համոզված եմ՝ ղեկավարը, ով դադարում է սովորել, դադարում է առաջ գնալ. ընկերությունը իրապես առաջ է գնում միայն այն ժամանակ, երբ թիմն աճում, սովորում ու կիսում է նույն նպատակադրումը: Հենց դրա համար էլ միշտ ջանացել եմ ստեղծել այնպիսի միջավայր, որտեղ յուրաքանչյուր աշխատակից ունի սովորելու, զարգանալու և նոր գիտելիքներ ձեռք բերելու հնարավորություն: Սերտորեն կապված է սրա հետ նաև ոլորտի նորություններին անընդհատ հետևելը՝ և՛ անձամբ, և՛ թիմային մակարդակով. մենք ամեն օր փորձում ենք տեղեկացված լինել համաշխարհային ավտոշուկայի զարգացումներից, նոր բրենդներից ու տեխնոլոգիաներից:

Երկրորդ սկզբունքը, որով միշտ առաջնորդվել եմ, «կա խնդիր՝ կա լուծում» գաղափարախոսությունն է: Ես երբեք խնդիրը չեմ ընկալում որպես կանգառ, այլ որպես մեկնարկային կետ՝ նոր լուծում գտնելու համար, և այս մոտեցումը փորձում եմ փոխանցել նաև թիմիս: Ամեն մարտահրավեր՝ լինի դա շուկայական, կազմակերպչական, աշխարհաքաղաքական, թե հաճախորդի հետ կապված, մեզ համար հնարավորություն է ավելի լավ համակարգ կառուցելու: Հենց այս համատեղ մոտեցումն է թույլ տվել Carmark-ին ու մեր ներկայացրած բրենդներին անընդհատ զարգանալ նույնիսկ բարդ իրավիճակներում:

Եվ երրորդը, որը թերևս ամփոփում է իմ ամբողջ մոտեցումը, մաշտաբային մտածելու սկզբունքն է: Ես երբեք չեմ սահմանափակվել փոքր նպատակներով, նույնը փոխանցել եմ թիմիս, լինի դա նոր բրենդի ներմուծումը Հայաստան, թե ընկերության երկարաժամկետ տեսլականը: Մեծ մտածելակերպը թույլ է տալիս տեսնել հնարավորություններ այնտեղ, որտեղ ուրիշները տեսնում են միայն սահմանափակումներ, և կարծում եմ՝ հենց դա է եղել իմ ու իմ թիմի հաջողությունների հիմնական շարժիչ ուժը:



«ROX-ը բարձրակարգ, ամենագնաց էլեկտրական, հիբրիդային մեքենաներ արտադրող բրենդ է, և կարևոր է, որ նրա բարձր որակն ու տեխնոլոգիաները դառնան հասկանալի ու իրապես օգտակար հենց մեր հաճախորդների, մեր ճանապարհների և պայմանների համար:»:

Carmark-ի զարգացումը և ավտոմոբիլային շուկայի փոփոխությունները ի՞նչ նոր հնարավորություններ են ստեղծում Հայաստանի բիզնեսների համար: Ինչպե՞ս եք գնահատում ոլորտի զարգացման հեռանկարները Հայաստանում:

Հայաստանի ավտոշուկան վերջին տարիներին լուրջ փոփոխություններ է ապրում. ավելանում է ներկրվող մեքենաների բազմազանությունը, մեծանում է հետաքրքրությունը էլեկտրական ու հիբրիդային մեքենաների նկատմամբ, հաճախորդներն ավելի տեղեկացված են դառնում: Այս ամենն ազդում է ոչ միայն մեզ վրա, այլ ամբողջ շղթայի վրա:

Նոր հնարավորություններից՝ առաջին հերթին մեր գործընկեր-բիզնեսների համար մեքենաների պարկի արդիականացումն է: Բազմաթիվ ընկերություններ դեռ աշխատում են հին, վառելիքածախս մեքենաներով, և երբ նրանք անցնում են ժամանակակից, տնտեսող կամ էլեկտրական/հիբրիդային մոդելների, դա ուղղակիորեն արտացոլվում է իրենց ծախսերի կառուցվածքի վրա: Մեր հաճախորդ-ընկերությունների մեծ մասը, ովքեր թարմացրել են իրենց ավտոպարկը, արձանագրել են վառելիքի ծախսի էական կրճատում, ինչպես նաև սպասարկման ու վերանորոգման ծախսերի նվազում, քանի որ նոր մեքենաներն ավելի քիչ խնդիրներ են ստեղծում և ավելի քիչ պահանջում սպասարկում կարճաժամկետ հատվածում:

Հատկապես հետաքրքիր օրինակ են այն գործընկերները, ովքեր զուգակցում են էլեկտրական մեքենաների ձեռքբերումը արևային էներգիայի կայանների հետ: Այս դեպքում բիզնեսը գործնականում զրոյացնում է իր տրանսպորտային վառելիքի ծախսը՝ մեքենաները լիցքավորելով սեփական արևային էներգիայով, ինչը երկարաժամկետ հատվածում հսկայական խնայողություն է ապահովում և ընկերությանը դարձնում ավելի անկախ վառելիքի գների տատանումներից:

Ընդհանուր առմամբ, Հայաստանի ավտոոլորտի հեռանկարները դրական եմ գնահատում. շուկան փոքր է, բայց աճող ու բավական ճկուն՝ նոր տեխնոլոգիաներ և բրենդներ ընդունելու համար, ինչը լավ նախադրյալ է ինչպես ավտոբիզնեսի, այնպես էլ հարակից ոլորտների զարգացման համար:

ARMENIAN BRITISH BUSINESS CHAMBER

ՀԱՅ-ԲՐԻՏԱՆԱԿԱՆ ԱՌԵՒՏՐԻ ՊԱԼԱՏ

Հայ-բրիտանական առևտրի պալատը (ABBC) անկախ բիզնես հարթակ է, որը միավորում է Հայաստանում և Միացյալ Թագավորությունում գործունեություն ծավալող ընկերություններին, գործարար առաջնորդներին և մասնագետներին՝ խթանելու երկկողմ առևտուրը, ներդրումները և գործարար համագործակցությունը:

Պալատի առաքելությունն է նպաստել Հայաստանի և Միացյալ Թագավորության միջև տնտեսական կապերի ամրապնդմանը, ստեղծել արդյունավետ համագործակցության հնարավորություններ և աջակցել անդամներին՝ զարգացնելու իրենց բիզնեսը տեղական և միջազգային շուկաներում:

Պալատը ձգտում է ձևավորել բաց, մրցունակ և միջազգային չափանիշներին համապատասխան բիզնես միջավայր՝ նպաստելով Հայաստանի տնտեսական զարգացմանը և գործարար համայնքի կայուն աճին:

110-ից ավելի
անդամ կազմակերպություն

14
ոլորտների ներկայացվածություն

15 տարի
Հայաստանում բիզնես միջավայրի զարգացման և հանրային–մասնավոր համագործակցության խթանման գործում:

Անդամակցության համար՝

hello@abbc.am | events@abbc.am
www.abbc.am
+374 99 599088

ARMENIAN BRITISH
BUSINESS CHAMBER

BOARDROOM

Հոկտեմբեր 2026 | #20
Գրիգոր Հարոյան

Բովանդակություն և դիզայն՝ **Հայ-Բրիտանական Առևտրի Պալատ**
Հրատարակված և տպագրված է՝ **YOUAREHATUK PRINTING**

© Հայ-բրիտանական առևտրի պալատ (ABBC), 2026

Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են:
Արգելվում է նյութերի ամբողջական կամ մասնակի վերարտադրությունը՝ առանց նախնական գրավոր համաձայնության: