



ՄԱՍՈՒՆ

ՄԿՄՄԾ
1997
թվականից

ՄԱՐՏԻ 15-Ը ՄԱՍՈՒՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ
ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՕՐՆ Է



#1 ՄԱՐՏ 2019



ՄՊԱՌՈՂ

տեղեկատվական, վերլուծական,
խորհրդատվական պարբերական

Հիմնադիր և հրատարակիչ՝

ԱՆՆԱ Սպառողների ազգային ասոցիացիա

ՄԵԼԻՏԱ ՀԱԿՈՐՅԱՆ

Գլխավոր խմբագիր

ՍԱՄՎԵԼ ՆԱՀԱԴԵՏՅԱՆ

Գործադիր տնօրեն

ՆԱՐԻՆԵ ՀՈՎԱԿԻՄՅԱՆ

Խմբագիր

ԼԻԱ ՕՍԻՊՅԱՆ

Մենեջերների անվտանգության վերլուծության
պատասխանատու, ՀՀ ԳԱԱ ակադեմիկոս,
Կենսաբանական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր

ՌՈՒԲԵԼ ՀԱՅԹՅԱՆ

Ասոցիացիայի փոխնախագահ, մարքեթինգի
և մոնիթորինգային հետազոտությունների
պատասխանատու, սննդի ապահովման
ծառայությունների սերտիֆիկացման փորձագետ, սննդի
որակի աուդիտոր

ԼԵՎՈՆ ԱՃԵՄՅԱՆ

Գյուղմթերքների որակի վերլուծության
պատասխանատու, Կենսաբանական գիտությունների
թեկնածու, Էկոլոգիայի միջազգային ակադեմիայի
անդամ

ԱՆՆԱ ՆԱՀԱԴԵՏՅԱՆ

Ասոցիացիայի արտաքին և ներքին
հարաբերությունների գծով փոխնախագահ, փորձագետ

ՀԱՍՄԻԿ ՆԱՀԱԴԵՏՅԱՆ

Հայաստանի սպառողների ազգային ակադեմիա
ԻԱՄ արտաքին և ներքին հարաբերությունների գծով
փոխնախագահ, PR մասնագետ

ՌՈԶԱԼԻԱ ԱՎԱՆԵՍՅԱՆ

Լաբորատորիաների գծով փորձագետ

ՎԱՐԴՈՒՀԻ ՄԵԼԻՔՅԱՆ

Ասոցիացիայի գլխավոր փորձագետ, Երևանի
Պետական տնտեսագիտական համալսարանի
Տեխնոլոգիաների և բնական գիտությունների ամբիոնի
դոցենտ, Տնտեսագիտության թեկնածու

ԱՐԱՄ ՆԱԶԱՐՅԱՆ

Տեղեկատվության վերլուծության պատասխանատու,
Երևանի Ազգային համալսարանի դոցենտ

ԺԵՆՅԱ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

Ալկոհոլային և ոչ ալկոհոլային խմիչքների որակի
վերլուծության պատասխանատու,
Կենսաբանական գիտությունների թեկնածու

ԱՐԴԱ ԻՍԿՈՅԱՆ

Իրավախորհրդատու, ԵՊՀ Իրավաբանական
ֆակուլտետի Քաղաքացիական իրավունքի ամբիոնի
վարիչ, պրոֆեսոր

ԱՐԱՎԵԼ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ

Լրագրող

ՌՈՒԲԵԼ ԲՈՒԲՈՒՇՅԱՆ

Դիզայներ

ԱՐԵՎԻԿ ԴԱԴԻԿՅԱՆ

Լուսանկարիչ

ՄՊԱՌՈՂ

տեղեկատվական, վերլուծական,
խորհրդատվական պարբերականի
խմբագրական խորհուրդ

ՀԱՅՐԱԴԵՏ ԳԱԼՍՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ, Բժշկական գիտությունների
դոկտոր, պրոֆեսոր

ՎԻԼԵՆ ՀԱԿՈՐՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ ակադեմիկոս,
Բժշկական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր

ԱՐԱՄ ՇԱՀԻՆՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ ակադեմիկոս, Քիմիական և ֆիզիկական
գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր, Ամերիկյան
քիմիական ընկերության և Ամերիկյան
Ֆոտոկենսաբանության ընկերության անդամ

ՌՈՒԲԵԼ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ բնական գիտությունների բաժանմունքի
ակադեմիկոս-քարտուղար

ԱՐՄԵԼ ՂԱԶԱՐՅԱՆ

Բժիշկ-ճառագայթաբան,
Բժշկական գիտությունների դոկտոր

ԵՐԵՄ ԶԱԽՈՅԱՆ

Հայաստանի սպառողների ազգային ակադեմիա ԻԱՄ
Նախագահության անդամ

ՂԱՎԻԹ ՕՀԱՆՅԱՆ

Հայաստանի սպառողների ազգային ակադեմիա ԻԱՄ
պատվավոր անդամ,
Տնտեսագիտության թեկնածու

ԱՐՄԵԼ ՂԱԶԱՐՅԱՆ

Հայաստանի Արդյունաբերողների և գործարարների
(գործատուների) միության Նախագահ

ԹԱԹՈՒԼ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ

Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր

ՑՈԼՎԱՐԴ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ

Հայաստանի վաճառականների միության Նախագահ

ԿԱՌԵԼ ԱՐԱՄՅԱՆ

ՌԴ Զափագիտության ակադեմիայի ակադեմիկոս,
ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ

ԱՐՄԵԼ ՍԱՐԱԹԵԼՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ Էկոլոգոսոսֆերայի հետազոտությունների
կենտրոնի տնօրեն

ԳԱԳԻԿ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

Հայաստանի սպառողների ազգային ակադեմիա ԻԱՄ
պատվավոր անդամ

ՎԱՐԻՆԵ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

Կենսաբանական գիտությունների թեկնածու

ՊՐԻԿԱ ՎԻՆՈԳՐԱՊՈՎԱ

Մոնրեալի ՄաքԳիլ համալսարանի դասախոս, դոկտոր,
պրոֆեսոր

ԻՐԻՆԱ ՎԻՆՈԳՐԱՊՈՎԱ

Սպառողների ազգային ասոցիացիայի
պատվավոր անդամ

ՄԱՐՏԻ 15-Ը ՄՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՕՐՆ Է

200+ անդամ կազմակերպություն

100+ երկրներ

58 տարվա գործունեություն

21 տարվա համագործակցություն

**Consumers International-ի և Սպառողների
ազգային ասոցիացիայի միջև**

Դրանք են.

- անվտանգության իրավունքը,
- տեղեկատվություն ստանալու իրավունքը,
- ընտրության իրավունքը,
- լաված լինելու իրավունքը,
- հիմնական կարիքները բավարարելու իրավունքը,
- վնասների փոխհատուցման իրավունքը,
- սպառողական կրթության իրավունքը,
- առողջ միջավայրի իրավունքը:

Սպառողների իրավունքների պաշտպանության միջազգային օրը հիանալի հնարավորություն է վերհիշելու, պաշտպանելու և բարձրաձայնելու սեփական իրավունքների մասին: Համացանցի, բջջային կապի ու թվային այլ տեխնոլոգիաների զարգացումն իր հերթին ամբողջ աշխարհում միլիոնավոր սպառողների համար ստեղծել է նոր հնարավորություններ իրազեկված ու պաշտպանված լինելու:

Այսօր աշխարհն ընդունում է սպառողների 8 իրավունք, որոնցից չորսը սահմանվել են ԱՄՆ 35-րդ նախագահ Ջոն Բենեդիկտ, մյուս չորսը՝ Սպառողների միջազգային ասոցիացիայի (Consumers International - CI) կողմից:

Այս սկզբունքների ընդունմամբ սպառողների իրավունքները ձեռք են բերել միջազգային ճանաչում և օրինականություն:

Ողջ տարվա ընթացքում և հատկապես մարտի 15-ին կազմակերպվող միջոցառումների նպատակը հանրության ուշադրությունն այս ոլորտում առկա խնդիրների վրա հրավիրելն է, սպառողական գրագիտությունն ավելացնելը և քաղաքացիներին սպառողների իրավունքների պետական և հանրային պաշտպանության կարևորագույն մեխանիզմների մասին տեղեկացնելը:

2019-ը՝ նոր կարգախոսով

Ինչպես ամեն տարի, 2019-ին էլ Սպառողների միջազգային ասոցիացիան գործունեությունն իրականացնելու է կոնկրետ կարգախոսով, այն է.

**ՎՍՏԱՀԵԼԻ, ԽԵԼԱՑԻ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐ,
ՀՈՒՍԱԼԻ, ԽԵԼԱՑԻ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔ**





Ամեն տարի տեխնոլոգիական առաջընթացի հանճարներն ավելի ու ավելի են կատարելագործում սմարթ տեխնոլոգիաները, որոնք շարունակում են զարմացնել աշխարհին նորագույն մոդելների ֆունկցիոնալությամբ և գերազանց հնարավորություններով: Այսօր աշխարհում կա 23,1 միլիարդ մոլորակի բնակչության թվից երեք անգամ ավել, ինչից արտադրանք, ինչի արդյունքում սմարթ արտադրանքը կոնկրետ տեղեկատվական գործառույթ իրականացնողից կամ տեսանյութերի հեռարձակման միջավայրից վերածվում է լիարժեք ժամանցային կենտրոնի: Սա նշանակում է լայն հնարավորություն համացանցի միջոցով ինտեգրվելու ամբողջ աշխարհին, ստանալու, հավաքելու և փոխանցելու տվյալներ, շփվելու սոցցանցերով, դիտելու մեդիա բովանդակություն, խաղալու, հե-

տնելու նորություններին, եղանակի տեսությանը, կարճ ասած, իրականացնելու մի իսկական համացանցային ճամփորդություն:

Սպառողները թվային նորարարությունների կենտրոնում 30 ապրիլի - 1 մայիսի, 2019 թ. Էստոնիա, Պորտուգալիա

Միջազգային գազաթափողովն այս տարի կհամախմբի թվային աշխարհի և սպառողական պահանջմունքների նկատմամբ տարբեր հայացքներ ու վերաբերմունք ունեցող մարդկանց: Սա չորս տարին մեկ իրականացվող եզակի միջոցառում է, որի ընթացքում համախմբվում են միջազգային սպառողական շարժման ներկայացուցիչները: Պատմության մեջ առաջին անգամ այս իրադարձությունը կանցկացվի ժամանակակից աշխարհում հնարավորություն ստեղծելով գաղափարների բաց փոխանակման, նաև ցանցային փոխգործակցության համար: Ակնկալվում է տեսնել նոր ու նորարար զարգացումներ և փոխհարաբերություններ, որոնք կհանգեցնեն նոր գաղափարների ու իրատեսական փոփոխությունների:

Այս իրադարձությանն առաջին անգամ կմասնակցեն թվային արտադրանքներ ու ծառայություններ օգտագործող և դրանք կարգավորող սպառողներ ամբողջ աշխարհից: Նման նորարարությունները ողջ հասարակությանը կօգնեն դինամիկ միջավայրում կատարել փոփոխություններ՝ զարգացնելով թվային բիզնեսի առաջընթացը: Նաև լուծում կտրվեն թվային տնտեսության և հասարակության մեջ ապրող սպառողներին հուզող մի շարք կարևոր հարցերի:

2019 թ.-ի գազաթափողովը կհամախմբի որոշում կայացնողներին, նորարար-





CONSUMERS INTERNATIONAL COMING TOGETHER FOR CHANGE

ներին և սպառողների պաշտպաններին, պայմաններ կստեղծի անսպասելի ու նոր զարգացումների համար:

Տոնական միջոցառումների շքերթին սոցցանցերում կարող է միանալ յուրաքանչյուր սպառող [#BetterDigitalWorld](#) հեշթեգի օգնությամբ: Այս տարվա սպառողական նորություններին կարելի է ծանոթանալ Twitter-ում, Facebook-ում, նաև էլեկտրոնային նամակագրության միջոցով՝ wcrd@consint.org:

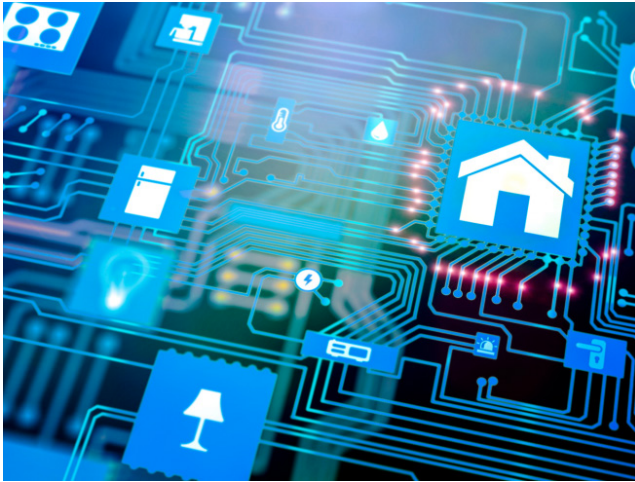
Սպառողների միջազգային ասոցիացիայի անդամ կազմակերպությունների ներկայացուցիչները հավատարիմ են, փորձառու, անկախ: Նրանք ներկայացնում են շահույթ չհետապնդող սպառողական խմբեր, որոնք պատասխանատվություն են կրում սպառողների կյանքում կատարվող զգալի բարելավումների համար:

Սպառողների միջազգային կազմակերպության մեծագույն ուժն այն է, որ գործունեություն է ծավալում ամբողջ աշխարհում:

CI-ի անդամ-կազմակերպությունները, այդ թվում 1991 թ.-ից մեր երկրում սպառողների շահերի պաշտպանություն իրականացնող և 1998-ից Սպառողների միջազգային ասոցիացիային անդամագրված Սպառողների ազգային ասոցիացիան, սեփական երկրներում անկախ են, ազատ առևտրային կամ քաղաքական ազդեցություններից: Նրանց հիմնական նպատակը սպառողների իրավունքների պաշտպանությունը խթանելն է, խնդիրները լայն հանրությանը հասանելի դարձնելը, վեճերում շահերը ներկայացնելը, բողոքները քննարկելը, սպառողական կրթությունը զարգացնելը, իրազեկվածության մակարդակը բարձրացնելը, հզոր և արդյունավետ կապեր հաստատելը համապատասխան պետական, ազգային ստանդարտացման մարմինների հետ:



ԽԵԼԱՑԻ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐ. ՄԵԾ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՄԵԾ ՌԻՍԿԵՐ



Օր օրի ավելի ու ավելի շատ սպառողներ են օգտվում խելացի ապրանքներից, որոնք միացած են համացանցին: Սրա արդյունքը մշտական կապն է աշխարհի հետ և հետևանքը՝ մշտապես ուղեկցող ռիսկը:

Արդյոք մարդկանց իսկապե՞ս հետաքրքրում է առցանց գաղտնիությունը

Իրականում, այո:

Այսօր աշխարհում համացանցից օգտվողների ավելի քան կեսը (52 %) առավել մտահոգված է իր առցանց գաղտնիությամբ, քան մեկ տարի առաջ, ինչի արդյունքում նրանց 12 %-ն ավելի քիչ է առցանց գնումներ կատարում, 10 %-ը փակել է սոցցանցերի քառուկները (accounts), 7 %-ը՝

սահմանափակել համացանցից օգտվելը:

Սպառողներին ավելի շատ մտահոգում են այն ծառայություններն ու արտադրանքները, որոնցից օգտվելիս չի պաշտպանվում իրենց գաղտնիությունը: Առավել ճիշտ է գաղտնիությունն ապահովող պրակտիկաներ ստեղծելը դիզայնավորման սկզբնական փուլում, ինչը կարևոր է հատկապես սպառողների և ընկերությունների միջև վստահելի հարաբերություններ ձևավորելու համար: Եվ սա շատ ավելի արդյունավետ է, քան վերջում անհասկանալի կամ ոչ պարզ գաղտնիության քաղաքականություն վարելն ու հուսալը, որ այն կբողարկի թերությունները:

Առկա է հաջող պրակտիկա, օրինակ՝ LEGO-ի կայքէջը, որը խաղերի միջոցով կապում է երեխաներին, չունի երրորդ կողմի քուքիներ (cookies) և խորհուրդ է տալիս օգտագործողներին կիրառել կեղծանուններ:

Սպառողները պետք է վերահսկեն իրենց անձնական տվյալները

Consumers International-ի անդամ կազմակերպություն Նորվեգիայի սպառողների խորհուրդը 2018 թ. հունիսին հրապարակել է ուսումնասիրություն, թե ինչպես են ընկերություններն օգտագործում ստանդարտ կարգավորումները, դիտավորյալ կիրառում շփոթեցնող դասավորություն, թյուր ներկայացնում օգտատերերի հնարավոր օգուտները՝ ստիպելով սպառողներին նշել իրենց անձնական տվյալները:





կարող են առաջանալ իրենց տվյալներն այլ մարդկանց կողմից օգտագործվելու դեպքում: Ուստի նրանք պետք է իմանան որոշ պարզ և արդյունավետ ձևեր՝ վերահսկելու կամ մեղմելու համար հնարավոր ռիսկերը:

Տվյալները վերահսկող պրակտիկայի լավագույն օրինակը TOMTOM ֆիթնես-թրեքերն է, որը 24 ժամվա ընթացքում իրականացնում է անձի տվյալների ամբողջական ինքնաջնջում, պարզ գաղտնիության քաղաքականություն և համակարգ, որ նախագծված է այնպես, որ ընկերությունը տեղյակ չի լինում, թե ով է այն օգտագործում:

Իրական վարքագծի վրա հիմնված գաղտնիության գործընթացները

Ծառայությունները, որոնք հետապնդում են լավագույն նպատակները, հնարավոր է, որ չկարողանան կատարել վերահսկողություն, եթե մշակված չեն իրականում կիրառման հաշվարկով: Բազմաթիվ պայմանները, որոնք իրականում երբեք հնարավոր չէ կարդալ, չեն աշխատում, իսկ դրանք ներկայացնող պայմանագրերը շարադրված են բարդ ու երբեմն օտար լեզվով: Օրինակ՝ CHOICE կազմակերպությունը հաշվարկել է, որ Kindle-ի գաղտնիության քաղաքականությունը ծանոթանալու համար հարկավոր է ճիշտ այնքան ժամանակ, որքան ժամանակահատվածում մեկ անձը մեկ ամբողջական գիրք է կարդում:

Սպառողները, տեղեկացված լինելով, թե իրենց մասին ինչ տվյալներ են հավաքվում, ինչ է կատարվում այդ տվյալների հետ, և ով է օգտվում դրանցից, առավել զգույշ կլինեն առցանց ապրանքներ գնելիս և ծառայություններից օգտվելիս, որոնց մի մասից, որոնք չեն երաշխավորում իրենց տվյալների գաղտնիությունը, անհրաժեշտության դեպքում նաև կհրաժարվեն: Consumers International-ը (Սպառողների միջազգային ասոցիացիա) ջանք չի խնայում տարբեր ընկերությունների և հասարակական կազմակերպությունների այդ կե-

Բացի վերը նշված մեթոդներից՝ Նորվեգիայի սպառողների խորհուրդը հայտնաբերել է նաև ապացույցներ, որ կազմակերպությունները թաքցնում են այն փաստը, որ սպառողներն իրականում չունեն այլընտրանք և, որ համապարփակ տվյալների փոխանակումն ընդունվում է հենց ծառայությունից օգտվելով:

Հետազոտությունը ցույց է տվել, որ շատ դեպքերում սպառողներին առաջարկվում են «ընդունել» կամ «հեռանալ» տարբերակները:

Մարդիկ պետք է կարողանան հասկանալ, թե ինչպես են իրենց մասին և իրենց կողմից ստեղծված տվյալներն օգտագործվում: Նրանք պետք է տեղյակ լինեն նաև այն հետևանքներից, որոնք



տին հասցնելու համար: Նա նաև օգնում է ամբողջ աշխարհի սպառողներին տարբեր գործնական խորհուրդներով, որոնք կնպաստեն առավել պաշտպանված լինելուն:

Խորհուրդներ

1. Առցանց գնումներ կատարելիս՝ փնտրեք տվյալ ապրանքի վերաբերյալ տեսանյութեր կամ հոդվածներ, որոնցում ներկայացված կլինեն անվտանգության կամ գաղտնիության հարցերը: Ստուգեք, թե արդյոք դուք կարող եք ձեր սարքն ավելի ապահովարժեք փոխելով գաղտնաբառը և գաղտնիության կարգավորումները: Համոզվեք, թե արդյոք սարքը կանոնավոր ծրագրային թարմացումներ ստանում է, ինչից տվյալների գաղտնիությունը նվազ խոցելի է դառնում:
2. Կիրառեք հնարավորինս եզակի գաղտնաբառեր յուրաքանչյուր սարքի համար: Կարճ կամ թերի գաղտնաբառերը կարելի է հեշտությամբ բացահայտել և մուտք գործել այլ օգտատերերի կողմից օգտագործվող սարքեր: Պաշտպանությունն ուժեղացնելու յուրաքանչյուր սարքի և ծառայության համար ստեղծեք ուժեղ, յուրահատուկ ու երկար գաղտնաբառեր՝ կազմված տառերից, թվերից ու հատուկ նիշերից:
3. Առավել անվտանգ և պաշտպանված լինելու համար փոփոխեք կարգավորումները: Պարբերաբար վերագործարկեք ձեր սարքը, քանի որ եթե հարձակվողները մուտք են գործել ձեր սարք, ապա վնասակար կոդը կարող է պահպանվել հիշողության մեջ, միևնույն վերագործարկումը կմաքրի այն: Եթե դուք տեղյակ եք միջադեպի մասին, որը կարող է ազդել ձեր սարքի վրա, այցելեք արտադրողի կայք կամ դիմեք մանրածախ վաճառողին, ստանալու համար տեղեկություններ ձեր հետագա քայլերի մասին:
4. Եթե սարքը կամ հավելվածն ունեն ինքնաթարմացման հնարավորություն,



միացրեք այն կամ ծրագրակազմը պարբերաբար թարմացրեք ինքնուրույն առնվազն ամիսը մեկ: Ընկերությունների մեծամասնությունը թողարկում է թարմացումներ, երբ անվտանգության խոցելիություն է հայտնաբերում: Ընդունեք այն թարմացումները ձեր բջջային հեռախոսի հավելվածների համար, որոնք վերահսկում են ձեր սարքը:

5. Անջատեք ֆունկցիաները, որոնք անհրաժեշտ չեն, և սարքը, երբ այն չեք օգտագործում, քանի որ ձեր սարքի բազմաթիվ ֆունկցիաներ կարող են շարունակել վերահսկել ձեզ նույնիսկ այն ժամանակ, երբ դուք դրան չեք սպասում կամ դրանց կարիքը չունեք: Անջատեք նաև տեսախցիկները, միկրոֆոնները կամ տեղի որոշման ֆունկցիան այն պահին, երբ չեք օգտագործում:



ՄՊԱՌՈՐԻ ՎԱՐՔԱԳԻԾ. Ի՞նչ է սա

Ժամանակակից շուկայական հարաբերություններում գլխավոր գործող անձը սպառողն է: Հետևաբար գործող կազմակերպությունները ջանք չեն խնայում գտնելու և կիրառելու համար այնպիսի միջոցներ, որոնք բավարարում են նրա պահանջները և շահերը: Այս հարցում օգնության է հասնում սպառողի վարքագծի ուսումնասիրությունը, որի հիման վրա էլ կառուցվում է մարքեթինգային քաղաքականությունը, սահմանվում են գները, ընտրվում ապրանքների տեսականին և առաջխաղացման մեթոդները:

Սպառողների վարքի տեսությունն այն հիմքն է, որի վրա կառուցվում է ցանկացած բիզնես:

Սպառողի վարքագծի տեսակները

1. Բարդ վարքագիծ - նման վարքագիծ դրսևորվում է միևնույն ապրանքի մեծ ընտրության, նաև բարձր գնի դեպքում: Օրինակ՝ համակարգիչ գնելիս սպառողը մանրամասն գնում է ապրանքի յուրաքանչյուր դետալ, ինչն այնքան էլ դյուրին ու կարճատև գործ չէ: Վաճառողի խնդիրն այս դեպքում հաճախորդին առավել ամբողջական տեղեկություն տրամադրելն է՝ հարգելով սպառողի ընտրության իրավունքը:

2. Անվստահ կամ անորոշ վարքագիծ - նման վարքագիծ դրսևորվում է այն ժամանակ, երբ որևէ ապրանքի պահանջարկը մեծ է, առաջարկը՝ սահմանափակ: Որպես կանոն, սպառողն ընտրում է՝ ապավինելով սեփական ճաշակին, երբեմն նաև կասկածելով ձեռք բերված ապրանքների օգտակարությունը: Վաճառողի խնդիրը սպառողին վստահեցնելն է, որ կատարվել է ճիշտ ընտրություն:

3. Սովորական վարքագիծ - այս դեպքում սպառողը ձեռք է բերում արտադրանք, որը տարբեր արտադրողների նույն արտադրանքից ոչ մի բանով չի տարբերվում: Օրինակ՝ աղ գնելիս նա, սովորաբար, մակնշումը չի կարդում: Սպառողն աղը գնում է սովորույթի ուժով, այսինքն՝ նա սովոր է այդ ապրանքն օգտագործելու: Եթե տվյալ ապրանքը թանկ չէ, ապա հաճախորդի կողմից որոշում կայացնելը շատ ժամանակ չի պահանջում: Վաճառողի խնդիրն այս դեպքում գովազդի գրավիչ լոգոների ու պաստառների միջոցով ներկայացվող գեղչերի վրա ուշադրություն հրավիրելն է:

4. Որոնողական վարքագիծ - այս դեպքում սպառողը հաճախ ընտրություն է կատարում տարբեր բրենդների, ապրանքանիշերի կամ արտադրողների միջև, ինչի պատճառը ոչ թե դժգոհությունն է ու հիասթափությունը, այլ տեսականու բազմազանությունը: Վաճառողի խնդիրն այս դեպքում գովազդի, ակցիաների ու նոր առաջարկները ներկայացնելու միջոցով սպառողին ճիշտ ուղղորդելն ու խրախուսելն է:

Սպառողի վարքագծի ձևավորման փուլերը

1. Իրազեկում կամ ճանաչում - այս դեպքում սպառողը որոշում կայացնում է՝ պայմանավորված կոնկրետ գործոններով: Օրինակ՝ քաղցը կարող է դրդել գնելու մի ապրանք, որը նախկինում ևս գնվել է բավարարելու համար նույն զգացումը: Ընդ որում, այս ընտրության վրա մեծ ազդեցություն են ունենում հոտը, գույնը և այլ գրգռիչներ: Վաճառողը պիտի





հասկանա, թե ինչպես են որոշակի խթաններ ազդում սպառողի ընտրության վրա և կարողանա դրանք ճիշտ օգտագործել:

2. Որոնում - կոնկրետ խթանների ազդեցությամբ սպառողը սկսում է հավաքել ապրանքի մասին տեղեկություն, որի աղբյուր կարող են լինել և ընտանիքի անդամներն ու մտերիմները, և առևտրային տեղեկատուները, վաճառողները, գովազդներն ու ցուցահանդեսները: Տվյալների հավաքումից հետո նա համեմատում է մի քանի արտադրանք, ապա ընտրություն է կատարում:

3. Գնահատում - սպառողն օգտագործում է հավաքած տեղեկությունները և հանգում վերջնական որոշման: Հետևաբար, վաճառողի կամ արտադրողի համար կարևոր է հասկանալ, թե ինչպես է սպառողը հավաքում տեղեկությունը և գնահատում ապրանքը կամ արտադրանքը, որոնք ոչ միայն առարկա են, այլև առանձնահատկությունների համադրություն: Օրինակ՝ ավտոմեքենայի անվադողների համար էական են հարթությունը և անվտանգությունը, շրթների համար՝ գույնը, բաղադրությունը, բրենդը և այլն:

4. Որոշում կայացնելը - բոլոր տարբերակները քննելուց և գնահատելուց հետո, սպառողը մտովի քննում է առավելագույն ցանկալի ապրանքից մինչև նվազագույնը, ապա կատարում ընտրություն, որի վրա կարող են ազդել և մտերիմների կարծիքները, և չնախատեսված հանգամանքները:

5. Վերաբերմունք ձեռք բերածի նկատմամբ - փաստ է, որ սպառողի վարքագիծը չի ավարտվում գնման փուլում: Կատարած

գնումներից նա կարող է գոհ կամ դժգոհ լինել: Կարևոր է իմանալ, որ գոհունակությունը ձևավորվում է արտադրանքի նկատմամբ սեփական պատկերացումների և իրական հատկությունների հիման վրա:

Որոշում կայացնելիս սպառողի վրա ազդող գործոնները

Դրանք են.

- անձնական նախապատվությունները, կարիքները, ճաշակը,
- ընտանեկան կարգավիճակը, տարիքը, եկամուտների մակարդակը, ապրելակերպը, անձի բնույթն ու անձնական հատկությունները,
- կրոնական և ազգային հատկանիշները,
- սովորույթները, ավանդույթները, կյանքի պայմանները,
- տվյալ ապրանքը ձեռքբերելու շահագրգռվածությունը,
- տվյալ ապրանքի անհրաժեշտությունն ու օգտակարությունը, գինը:

Այս գործոնները հնարավորություն են տալիս պատկերացում կազմելու սպառողական վարքի վերաբերյալ: Ակնհայտ է, որ սպառողն ընտրում է ամենակարևորն ու օգտակարը՝ անպայման դա հարմարեցնելով նյութական հնարավորությանը, որին էլ հենց գոհաբերվում են հաճելին ու ցանկալին:

2019 Թ. ԱՌԱՋԻՆ ԵՌԱՄՍՅԱԿԻ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ԵՎ ՄՈՆԻԹՈՐԻՆԳԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ



Սպառողների ազգային ասոցիացիան շարունակում է մոնիթորինգի գործընթացը՝ ուսումնասիրություններ կատարելով սպառողական շուկայում իրացվող հացաբուլկեղենի, հրուշակեղենի, կաթնամթերքի, հյութերի և ըմպելիքների, պաղպաղակի, մսամթերքի, թռչնամսի և ձվի, ոգելից և ոչ ոգելից խմիչքների, խոհարարական կիսապատրաստվածքների, հանրային սննդի, նաև բուսական և կենդանական յուղերի արտադրման և իրացման ոլորտներում:

«50 լավագույն արտադրողներ» ծրագրի շրջանակում ուսումնասիրվել են մոտ 300 մեծ ու փոքր առևտրային կազմակերպություն և երկու տասնյակից ավելի սննդի արտադրական ձեռնարկություն:

ՀԱՅԱԲՈՒԼԿԵՂԵՆԻ, ԱԼՐԱՅԻՆ ԵՎ ԾԱԶԱՐԱՅԻՆ ՀՐՈՒՇԱԿԵՂԵՆԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հացամթերքի արտադրման ու իրացման ոլորտը մեր կողմից առանձնակի ուշադրության է արժանանում, և այս ուղղությամբ տարվող մեր համառ աշխատանքը դրական արդյունք է տալիս, մասնավորապես՝ ավելի ու ավելի շատ են իրացվում փաթեթավորված, մակնշված և մասնագիտացած փոխադրա-

միջոցներով տեղափոխվող հաց ու հացամթերք (ընդհանուր իրացվող հացի մոտ 1/3-ը), որոնք հիմնականում իրացվում են սուպերմարքեթներում:

Մեզ անհանգստացնում է հանգամանքը, որ հացի ու հացաբուլկեղենի 2/3-ը շարունակում է մնալ անհայտ ծագման, քանի որ սրանց մակնշումը պարունակում է միայն հացի գինը, բայց ոչ տեսակը (այլուրի), քաշը, պատրաստման ժամանակը, օգտագործված հավելանյութերը (փխրեցուցիչ, բարելավիչ և այլն): Հավելենք, որ որոշ արտադրամասերում շարունակվում է հաց արտադրվել ոչ բարվոք հակասանիտարական պայմաններում, ոչ բոլոր աշխատակիցներն են ժամանակին



բուժգնում անցնում և ոչ միշտ են արտադրման պրոցեսն իրականացնում մասնագիտական որակավորում ունեցող հրուշակագործները:

Մեր ուսումնասիրությունները փաստում են, որ վերոնշյալ թերացումներով են գործում «Գեղամ Մուրադյան» («Գեղամա» ապրանքանիշ), «Հեկտոր Մանվելյան», «Միրաժ», «Ալվարդ Մարգարյան», «Գայա Բադդասարյան», «Լիզա Վարդանյան», «Վարդան և Մոնիկա», «Էդուարդ Մինասյան», «Սուսաննա Շահինյան», «Արմեն Հովհաննիսյան», «Վարազդատ Մանուկյան», «Վարդուհի Մուրադյան», «Էդիսոն Հովսեփյան», «Տորթեր Մարինայից», «Էմ ընդ Կա», «Արմինաշող» և այլ ընկերություններ:

ԳՐԱՆՂ ԹԵՆՂԻ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

Շաքարային և ալյուրային հրուշակեղենի արտադրության ոլորտը գլխավորում է «Գրանդ Թենդի» ընկերությունը, որը հիմնականում իր ֆիրմային խանութների ցանցով սպառողներին ապահովում է որակյալ շաքարային և ալյուրային թարմ հրուշակեղենով: Այսօր իրացվող հրուշակեղենի մոտ 1/3-ը «Գրանդ Թենդի» ապրանքանիշով է: Ցանկալի է, որ ընկերությունն ավելացնի հացամթերքի տեսակարար կշիռը՝ շուկայից դուրս մղելով թերմակնշված, անհայտ ծագման արտադրանքը:



«Գրանդ Թենդի» ընկերության տեսականին ներառում է սերուլցքային, շոկոլադե, մրգային և այլ բնական հավելումներով պաղպաղակներ՝ արտադրված իտալական հոսքագծերով, սառը սուրճ և 3 տեսակի սառը թեյ, մրգային, մեղրային, ընկուզային և շոկոլադե հավելումներով ավանդական տորթեր, քաշային և հատային խմորեղեն:

«Գրանդ Թենդին» արտադրում է կոնֆետների մեծ տեսականի:

ԿԱԹ-ԿԱԹՆԱՄԹԵՐԷԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Այս ոլորտում Սպառողների ազգային ասոցիացիայի կատարած մշտադիտարկման արդյունքներով լավագույն տասնյակում կայուն տեղ են զբաղեցնում հետևյալ ընկերությունները:

- Թամարա,
- Զանախ,
- Աշտարակ-Կաթ:



Ասոցիացիայի մասնագետները մտահոգություն են հայտնում կաթնամթերքի շուկայում տեղ գտած մի ցավալի երևույթի մասին: Խոսքը կաթնայուղի փոխարեն բուսական յուղով արտադրվող մի նոր արտադրանքի մասին է, որն անվանում են թթվասերային մթերք: Բանն այն է, որ սրա վրա չի մակնշվում փոխարինող բուսական յուղի տեսակը, ընտրվում է թթվասերի տարայի նմանությամբ տարա, իսկ «Թթվասերային մթերք» անվանման մեջ մթերք բառը գրվում է անհամեմատ մանր և առաջին հայացքից չնկատվող տառերով: Եվ հետևաբար առանց խոշորացույցի ու ակնոցի հիմնականում հնարավոր չէ այս արտադրանքը տարբերել թթվասերից: Պակաս մտահոգող չէ այն, որ մակնշումը չի պարունակում տեղեկություն չոր կաթի (վերականգնված կաթ) օգտագործման մասին:

ՄԱՍՄԹԵՐԷԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

«50 լավագույն արտադրողներ» ծրագրի շրջանակում այս ոլորտում կատարվող ուսումնասիրությունները վկայում են, որ որոշ անբարեխիղճ արտադրողների կողմից շարունակվում է իրացվել ոչ բավարարողակի մսամթերք, մասնավորապես՝ «Շիրվանյան և ընկերներ», «Գայանե-Ջամե»,

«Կարինե-Նարինե», «Էրեբունի աստղ» և այլ ընկերություններ իրենց հիմնականում ոչ բարձր որակի արտադրանքն իրացնում են հեռավոր մարզերում՝ օգտվելով սպառողների սակավ իրազեկվածությունից:

Այս եռամսյակ լավագույն տասնյակում (ըստ իրացման ծավալների) շարունակում են կայուն տեղ զբաղեցնել հետևյալ ընկերությունները.

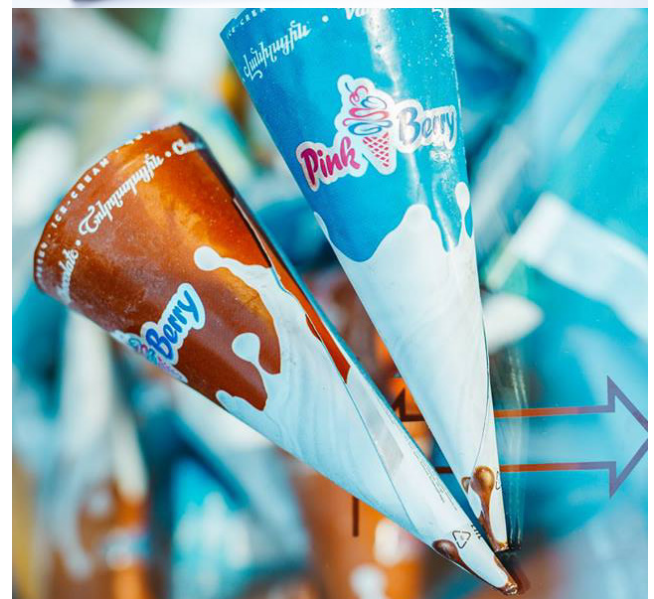


- **ԲԱՐԻ ՍԱՄԱՐԱՑԻ,**
- **ԱԹԵՆԶ,**
- **ԲԵԿՈՆ ՊՐՈՂՈՒԿՏ,**
- **ԱՌԴԵԼԻԿԱՏԵՍ,**
- **ՑԱՐԻՑԻՆՈ (Царский продукт ապրանքանիշ),**
- **ԲԱԲԻԿ 90 («Դի Ջի Միթ Ֆուդ» ապրանքանիշ),**
- **ԼՈՒՄԱ:**

ՊԱՂՊԱՂԱԿԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հայկական սպառողական շուկայում պաղպաղակի ոլորտում լավագույն արտադրողների շարքում են.

- **Թամարա,**
- **Գրանդ Զենդի,**
- **Աշտարակ-Կաթ,**
- **Pink Berry ընկերությունները:**



ԹՈՂՆԱՄՍԻ ԵՎ ԶԿԻ ՈԼՈՐՏ

Բնագավառում իրացման ծավալների պակաս չի զգացվում, սակայն մեզ առավել հետաքրքիր են որակական ցուցանիշները: Հայտնի է, որ տեղական արտադրանքը պետք է ավելի որակյալ լինի, քան ներկրվածը (հիմնականում հորմոններով հարստացված): Ցավոք, մեզ դեռ հայտնի չեն տեղական թռչնամսի և ձվի որակական տվյալները և ներկրված թռչնամսի բաղադրությունը (հավելանյութեր, հակաբիոտիկներ և այլն):



ՀՅՈՒԹԵՐԻ ԵՎ ԸՄՊԵԼԻՔՆԵՐԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Ցավոք, այս բնագավառը ռիսկային է, որովհետև գազավորված և զովացուցիչ ըմպելիքների, ինչպես նաև մի շարք հյութերի արտադրության մեջ շարունակում են օգտագործվել բազմաթիվ հավելանյութեր, սննդային ներկանյութեր, կայունացուցիչներ, փոխարինիչներ (ասպարտամ և այլն), որոնց մասին գրեթե չի մակնշվում: Առայժմ մենք ձեռնպահ ենք մնում ոլորտի լավագույն տասնյակում ընդգրկել տեղական որևէ արտադրողի, քանի դեռ հստակեցված չեն մակնշումն ու օգտագործվող հավելանյութերի թույլատրելիության չափը:

ՈԳԵԼԻՑ ԽՄԻՉՔՆԵՐԻ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ

Տարիներ շարունակ լավագույն տասնյակում շարունակում են կայուն տեղ զբաղեցնել հետևյալ արտադրողները՝ «Շամպայն գինիների գործարանը» և «Պռոշյանի կոնյակի գործարանը»:

ՇԱՄՊԱՅՆ ԳԻՆԻՆԵՐԻ ԳՈՐԾԱՐԱՆ

Հայաստանում միայն Շամպայն գինիների գործարանն է արտադրում շամպայն գինիների ողջ տեսականին ավանդական մեթոդով ֆրանսիական տեխնոլոգիայով դասականից մինչև հավաքածու: Այն ունի միջազգային չափանիշներին համապատասխան արտադրության տեխնոլոգիա, որակի հսկման լաբորատորիա և բարձրակարգ մասնագետներ: Արտադրանքն ամբողջովին սերտիֆիկացված է:

Տեսականին ներառում է՝ շամպայն (Հայկական շամպայն չոր,

Հայկական շամպայն կիսաչոր, Հայկական շամպայն կիսա-քաղցր, Կարմիր խաղուն գինի «Տիգրան Մեծ», Հայկական շամպայն կոլեկցիոն Բրյուտ, Հայկական շամպայն Կոլեկցիոն կիսաչոր), խաղողի գինիներ (Ֆրանս, Վալք Արենի, Նվարդ, Հարսանեկան, Հողի արյուն, Հայկ Նահապետ (Կարմիր կիսաքաղցր և Սպիտակ կիսաչոր), Վերածնունդ, Սպիտակ քիշմիշ կիսաքաղցր, Սև քիշմիշ կիսաքաղցր), մրգա-պտղային սեղանի կիսաքաղցր գինիներ (Նռան գինի, Մոշի գինի, Բալի գինի, Ազնվամորու գինի, Ելակի գինի, Սև հաղարջ, Միկադո (Սալորի կիսաքաղցր գինի), կոնյակներ օրդինար և տեսակավոր (Ֆրանս 3, 5, 7, 10, 15 տարիների հնության, Մենուա 3 տարեկան, Տրդատ 5 տարեկան, Гордость Армении 3, 5, 7, 10 տարիների հնացմամբ, Նարե 6, 10, 15 տարիների հնացմամբ):

ՊՐՈՇՅԱՆԻ ԿՈՆՅԱԿԻ ԳՈՐԾԱՐԱՆ



Պռոշյանի կոնյակի գործարանի արտադրանքն ունի բարձր որակ, ներկայանալի տեսք և հրաշալի համային հատկանիշներ՝ պայմանավորված պարբերաբար ներդրվող նորագույն տեխնիկական միջոցներով, հմուտ և փորձառու մասնագետների նվիրված աշխատանքով:

Գործարանում արտադրվում են 3-30 տարվա հնության հայկական կոնյակներ (Մանե, Պապ թագավոր, Շիրազ, Չարենց, Արծրունի, Արփինե, Վարդան Մամիկոնյան, Արմենուհի, Խենթ և այլն)՝ պատրաստված Արարատյան դաշտի խաղողի լավագույն տեսակներից, լիկյորներ ու նորագույն տեխ-



նույնգիաներով արտադրված լավագույն մրգային՝ նռան, սալորի, սև հաղարջի, բալի, ծիրանի, սերկևիլի, մոշի գինիներ:

Գործարանի բարձրորակ արտադրանքն իրացվում է Հայաստանում, Ռուսաստանում, Ուկրաինայում, Բելառուսում, Վրաստանում, Գերմանիայում, ԱՄՆ-ում, Հունաստանում, Լեհաստանում և այլուր:

ՍԱՆՖՈՒԴ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ



2009 թ. գործունեությունն սկսած ՍԱՆՖՈՒԴ ընկերությունն առաջատար տեղ է զբաղեցնում սփրեդ և յուղ արտադրող հայաստանյան ընկերությունների շարքում:

Ամբողջ տեսականին արտադրվում է միայն առողջության համար օգտակար բարձրորակ ճարպերով, չի պարունակում տրանսճարպեր, կոնսերվանտներ, խոլեսթերին, պատրաստված է բարձրորակ ու բնական բաղադրիչներից, հարուստ է A, E և D վիտամիններով, որոնք կանխում են լիպիդների օքսիդացումը, աթերոսկլերոզը, ԴԹ-ն պահպանում են բջիջներում: Բացակայում են կաթնային բաղադրիչները: Հալած բուսական խառնուրդն ամբողջությամբ զուրկ է և՛ լակտոզայից, և՛ կազեինից: Հալած յուղում կարճ շղթայական ճարպաթթուներն ավելի շատ են, քան կարագում: Առաջին հերթին դա վերաբերում է յուղաթթվին (բուտրատին), որի օգտակարությունն օրգանիզմի համար ահռելի է: Տվյալ միացությունն օժտված է հակաբորբոքային ակտիվությամբ, կարգավորում է մարսողությունը և պահպանում արյան մեջ շաքարի ճիշտ մակարդակը, նպաստում նիհարեցմանն ու սիրտ-անոթային համակարգի առողջացմանը:

Նա շուկայում հայտնի է ԻՄՊԵՐԻԱ ՎԿՈՒՍԱ, ՑԱՐՍԿԻՅ, ՄԱՍԵԼԿՈ, ՍՈՆՅԱԶՆԱ ԴՈԼԻՆԱ ապրանքանիշերով:

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԱՆՈՒՆԴ

Հայտնի է, որ զարգացած երկրներում բնակչության, մասնավորապես՝ երիտասարդության, 60-70 տոկոսն օգտվում է հանրային սննդի կետերից: Ցավոք, այս միտումն արդեն նկատելի է նաև մեր երկրում:

Հանրային սննդի ծառայություններից օգտվում են հանդիսությունների սրահները (90 տոկոս), սգո սրահները (70 տոկոս), ուսանողությունը (80 տոկոս):

Նշված դաշտը կարգավորվում է «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» և «Համապատասխանության հավաստման մասին» ՀՀ օրենքներով, ինչպես նաև նորմատիվ միջարժ փաստաթղթերով (ՀՍ 189-2000): Ցավոք, շատ կազմակերպություններ անտեսում են այս պահանջները: «Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենքի Հոդված 12-ի Կետ 6-ը պահանջում է հանրային սննդի աշխատակիցներից (հրուշակագործ, մատուցող, խոհարար, բարմեն, բուֆետապան, սրահի վարիչ) պարտադիր ունենալ մասնագիտական կրթություն և լինել վերաորակավորված:

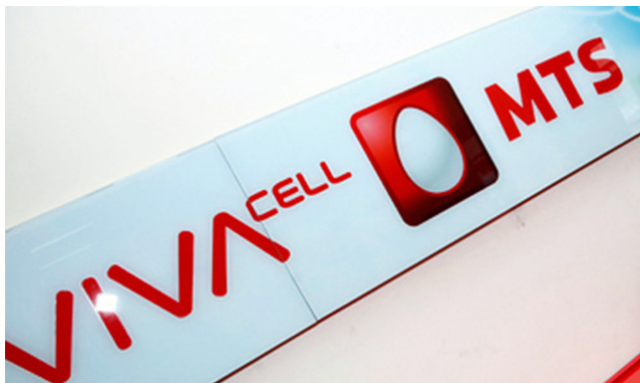
Մեր ուսումնասիրությունների ընթացքում պարզվել է, որ ոչ բոլոր աշխատակիցներն են ժամանակին անցնում բուժզննում, ոչ բոլորն ունեն մասնագիտական որակավորում, ձեռք բերված ոչ բոլոր մթերքներն ունեն համապատասխանությունը հավաստող փաստաթղթեր, ոչ բոլոր օբյեկտներն են ապահովված անհրաժեշտ առևտրատեխնոլոգիական սարքավորումներով:

Հիշյալ թերություններով են աշխատում «Մարաշի հրաշք», «Տի Էմ Էս բուրգեր», «Երևանյան լճի շաուրմա», «Արիանա», «ԱԶ Արթուր Սաֆարյան» ընկերությունները, «20-վունի» և «Եվրոպա» ռեստորանները, Մալաթիա տոնավաճառի դիմաց գործող FAMILY FAST FOOD խորտկարանը (սա, ի դեպ, աշխատում է առանց ՀԴՄ ապարատի), ԱԶ Կամո Ադամյան «խորտկարանը», ԱԶ Գոհար Թորոյան «խորտկարանը», «Հակոբ-S» ընկերության սրճարանը, «Աննա ՄՊԸ» խորտկարանը, «Կրիստալ» բար-կարաոկեն, Բաշ Ապարան ընկերության «Ապարան» բուֆետը, «Բալենի Ա.Կ.» խոհարարական խանութը, «Նոր թոնրատուն» և «Հացատուն» խորտկարանները:

Մոնիթորինգային աշխատանքները շարունակվում են: Դրանց կարող են մասնակցել նաև սպառողները՝ կապ հաստատելով 010 24 92 04 հեռախոսահամարով:

ՄՊԱՍԱՐԿՈՒՄՆԵՐԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՈԼՈՐՏ

ՎԻՎԱՍԵԼ-ՄՏՍ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ



«ՎիվաՍել-ՄՏՍ» ընկերությունը երկարամյա գործունեության ընթացքում սոցիալական ներդրումներ է կատարել մի շարք այդ թվում կրթության, մշակույթի, շրջակա միջավայրի պահպանության, առողջապահության, համայնքային զարգացման, սպորտի և այլ ոլորտներում: Ընկերության նպատակը հասարակության բարօրության ապահովումն է և բաժանորդների բարձրակարգ սպասարկումը հանրապետության ողջ տարածքում:

ԷՅ-Ի-ՋԻ-ՍԵՐՎԻՍ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ



Գազասպառման կենցաղային համակարգերի տեխնիկական սպասարկումը, ինչը պարտադիր կատարման նորմ է՝ սահմանված ՀՀ Կառավարության կողմից հաստատված տեխնիկական կանոնակարգերով, ՀՀ ողջ տարածքում իրականացնում է «Էյ-Ի-Ջի Սերվիս» ՍՊԸ-ն: Ընկերությունը սպասարկում է 670.000 բնակիչ-բաժանորդի ու ավելի քան 1700 բաժանորդ-կազմակերպության: Գործունեության հիմնական նպատակը գազասպառման կենցաղային համակարգերի որակյալ և ժամանակին սպասարկումն է՝ ի նպաստ դրանց շահագործման անվտանգության բարձրացման (մանրամասն՝ էջ 20):

ՍԵԼԵՆԱ ՍԵՐՎԻՍ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

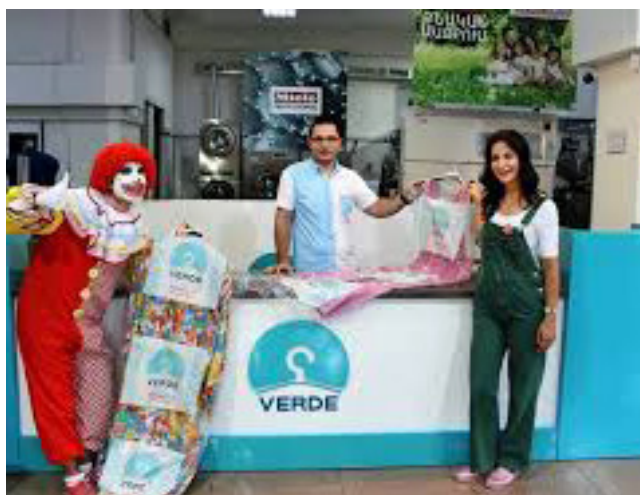
«Սելենա Սերվիս» ընկերությունը մատուցում է մաքրման և խնամքի բարձրակարգ ծառայություններ՝ շնորհիվ գեր-ժամանակակից լավագույն տեխնոլոգիաների: Այստեղ առաջարկվում են ընդհանուր, ստանդարտ և պրեմիում կարգի ծառայություններ, որոնցից արդեն երկար տարիներ օգտվում են Հայաստանի ամենահեղինակավոր և բարձրակարգ հյուրանոցներն ու ռեստորանները (Մարիոթթ, Թուֆեսկյան, Վիլլա դե Լենդա, Եվրոպա, Սալոն, Շարլ, Լա Պիացցա, Աի Լեոնի և այլն):



ՎԵՐԴԵ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

«Վերդե» ընկերությունը, օգտագործելով շրջակա միջավայրը չաղտոտող, անվնաս նյութեր և համագործակցելով իտալական ու գերմանական FIRBIMATIC, Miele, PONY, Seitz, Kreussler, BUFA և այլ ընկերությունների հետ, իրականացնում է քիմիական և բնական մաքրում:

www.verde.am կայքում ներկայացված են բոլոր ծառայությունների գնացուցակը և մանրամասն նկարագրումը:



ՎԻ-ԷԼ-ՎԻ ՍԵՆՐԻ ԷԼԵԿՏՐԱՏԵԽՆԻԿԱՅԻ ԽԱՆՈՒԹՆԵՐԻ ՑԱՆՑ

Այս ցանցի բոլոր խանութները պարբերաբար համալրվում են նոր ապրանքանիշերի ու բրենդների (SAMSUNG, TOSHIBA, HITACHI, SONY, LG, BRAUN, PHILIPS, DELONGHI, PANASONIC) ապրանքներով՝ էլեկտրատեխնիկա և բարձրակարգ սպասքի լայն տեսականի: «Վի-Էլ-Վի Սենթրը» համարվում է չինական ամենահայտնի VIKASS և աշխարհում ինովացիոն համակարգեր ստեղծող առաջատար HISENSE ընկերությունների պաշտոնական ներկայացուցիչը Հայաստանում:



Ընկերությունն առաջարկում է ապառիկ գնումներ կատարելու լավագույն պայմանները: Նա համագործակցում է Հայաստանի գրեթե բոլոր առաջատար բանկերի հետ, ինչի շնորհիվ ապառիկ գնումները ձևակերպվում են տեղում հաշված րոպեների ընթացքում:

ԷԼԲԱՏ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

2011 թ. Quality Austria ավստրիական կազմակերպության կողմից Որակի կառավարման համակարգի ISO 9001:2008 միջազգային սերտիֆիկատի արժանացած հայգերմանական «Էլբատ» ընկերությունն արտադրում է կապարաթթվային կուտակչային մարտկոցներ տարբեր ավտոմեքենաների համար: Ընկերության մարտկոցներն ունեն երաշխիքային և հետերաշխիքային սպասարկում:



Թեժ գիծ

Սա հեռախոսային ուղիղ կապ է որևէ իրադարձության կամ պատահարի վայրից՝ նախատեսված ամենաթարմ լուրերն ու կարևոր տեղեկություններն անմիջապես, այսպես ասած, առաջին ձեռքից փոխանցելու համար:

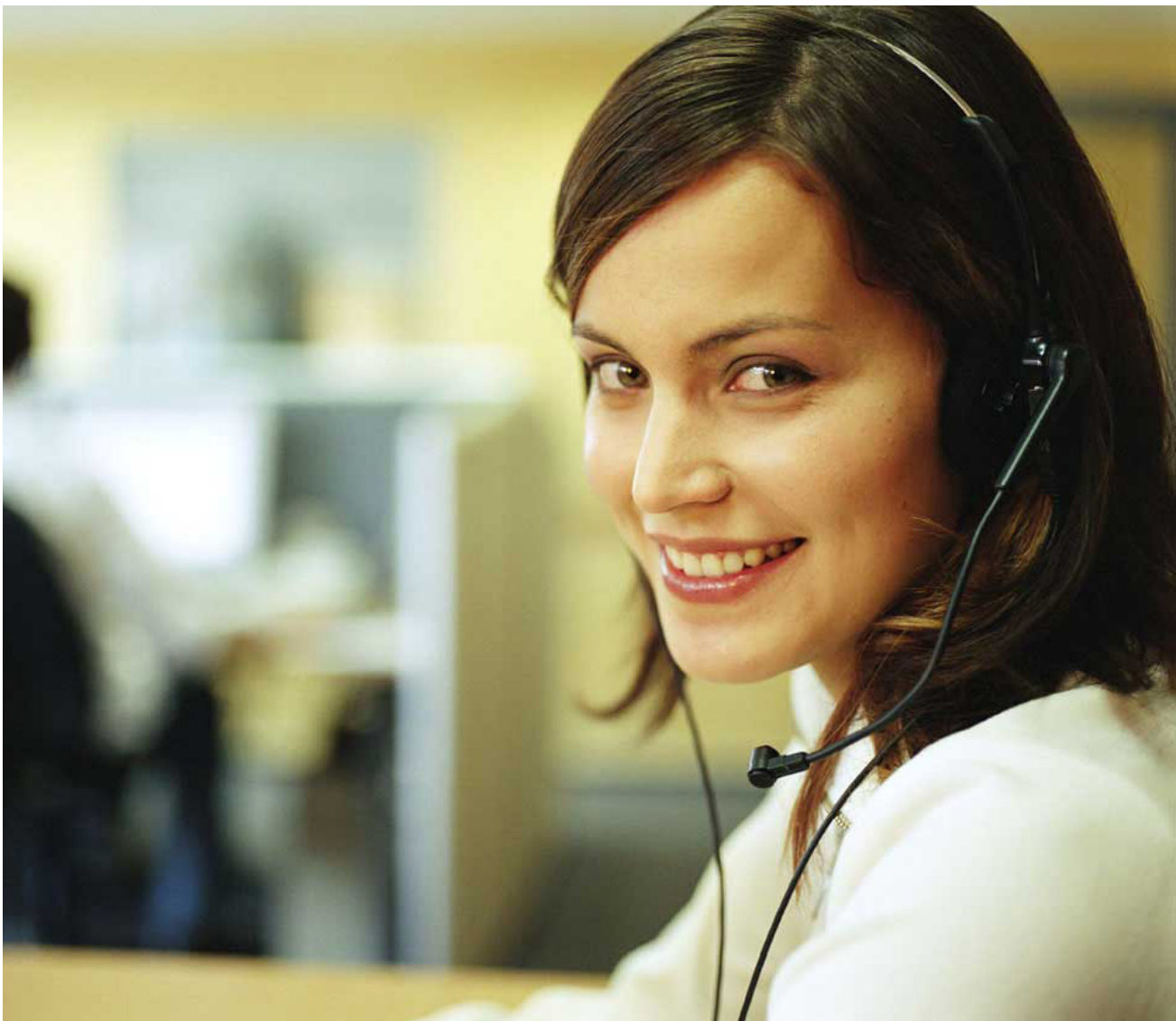
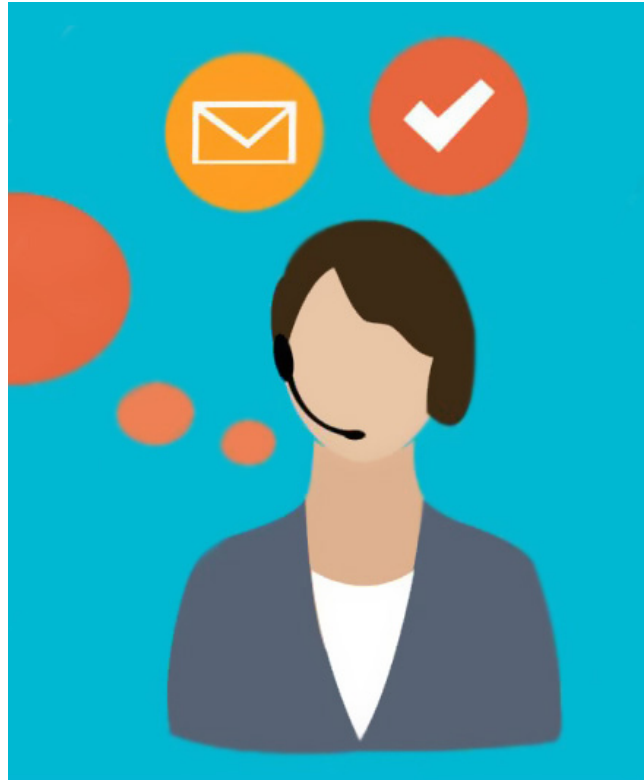
Նման հեռախոսահամարները գործում են բնակչության հետ կապն առավել արդյունավետ դարձնելու, նրա ծայնն ավելի լսելի դարձնելու նպատակով:

Ի դեպ, որոշ կազմակերպություններ, պայմանավորված փոխանցվող տեղեկատվության կարևորությամբ, երաշխավորում են հաղորդակցության գաղտնիություն:

Սպառողներին առնչվող խնդիրներին, նրանց իրավունքների ոտնահարման դեպքերին, հարցադրումներին, դիմում-բողոքներին և առաջարկություններին, նաև հուզող հարցերին արագ արձագանքելու նպատակով գործում են նաև Սպառողների ազգային ասոցիացիայի թեժ հեռախոսահամարը՝

010 24 92 04, և էլիասցեն՝

info@armconsumer.am:



ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԽՈՐԱՄԱՆԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ



Հաճախ են գովազդվում, ապա նաև վաճառվում ոչ այնքան անթերի ապրանքներ: Որոնք են առևտրային հարաբերություններում առանցքային դերակատարում ունեցող՝ սպառողին գրավելու ամենահայտնի տարբերակները:

№ 1

Ամենատարածվածն ու աշխատողը թերևս ակցիաներն ու զեղչերն են: Այս դեպքում գաղթակիչը գիտն է, որի հետևում թաքնվում են տվյալ ապրանքի իրական հատկանիշներն ու այդ պահին դրա ոչ այնքան անհրաժեշտությունը: Գաղտնիք չէ, որ պատահում են դեպքեր, երբ գնի իջեցումն անմիջապես հաջորդում է նույն ապրանքի գնի բարձրացմանը:

№ 2

Արագսնդիմիշարքվաճառասրահներ, որտեղ հիմնականում վաճառվում է որակով, սննդային արժեքով, երբեմն էլ թարմությամբ աչքի չընկնող տեսականի, հաճախ սպառողին, մասնավորապես՝ երեխաներին, գրավում են իրացվող ապրանքի հետ, որպես նվեր, տրվող ոչ մի բանով աչքի չընկնող, ավելի հաճախ առողջության համար վնասակար, հիմնականում չինական արտադրության խաղալիքներով, որոնք փոքրիկ սպառողին բացի վնասից ոչ մի օգուտ տալ չեն կարող: Բայց արի ու տես, որ մանկահասակ սպառողին գրավում են հենց այդ գունավոր տուփերը, որոնց մեջ ինչ-որ խաղալիքների հավաքածուների դետալներ են: Եվ ամբողջական խաղալիք ունենալու համար սպառվում է վնասակար սննդամթերքի մեծ չափաքանակ՝ գումարած երեխայի ինտելեկտին ոչինչ չավելացնող տասնյակ խաղալիքներ: Եվ ի դեպ, երբեմն ծնողները ոչ միայն գումար չեն խնայում սրանք գնելիս, այլև իրենք են առաջարկում երեխաներին ունենալ հերթական անհերթելի խաղալիքը:

№ 3

Երբեմն մեկ փաթեթավորմամբ վաճառվում է մի քանի կտոր ապրանք: Սրանք սովորաբար ունենում են նույն գործառույթը, օրինակ՝ փաթեթը ներառում է մի քանի տեսակ արագ սնունդ կամ բազմագույն գրենական պիտույքներ, որոնք միասին ավելի մատչելի գին ունեն:

Երբեմն որոշ հավաքածուների ամենատեսանելի հատվածում տեղադրվում են ապրանքներ, որոնք օգտագործում են գրեթե բոլորը (վաճող միջոցներ կամ հիգիենայի



1. Գովազդին աշխարհում ընդունվում է որպես ամենահայտնի ու ամենաազդեցիկ արվեստներից մեկը:
2. Աշխարհում յուրաքանչյուր տարի գովազդի վրա ծախսվում է 500 մլրդ ԱՄՆ դոլար:
3. Ցանկացած գովազդ դիտելուց հետո դեռահասների մեծ մասին թվում է, թե հենց

4. Գոյութթուն ունեն գովազդային հնարքներ, որոնք կիրառվում են գրեթե ամբողջ աշխարհում: Օրինակ՝ օգտագործվում են սառցե խորանարդիկներ, որոնք իրականում արհեստական կյութերից են և նախատեսված են հենց երկարատև նկարահանումների համար: Հաճախ ըմպելիքների պղպաղակները հետևանք են լվացող միջոցների օգտագործման և այլն:
5. Ապացուցված է, որ մինչև ութ տարեկանները գովազդն ընկալում են իբրև բացարձակ ճշմարտություն:
6. Գովազդվող ուտեստները պատրաստվում են հատուկ խոհարարների կողմից, որոնք, օրինակ, կարող են ոսկե-շագանակագույն ներկով պատել տապակած թռչնամիսը՝ առավել ակործալի տեսք հաղորդելու համար:



ԷՅ-Ի-ՋԻ-ՍԵՐՎԻՍ ՄՊԸ

Շմոլ գազ՝ վտանգավոր հարևան

Շմոլ գազի նենգ հատկությունները վաղուց են հայտնի: Նախկինում էլ գիտեին, որ շատ վտանգավոր է ջերմությունը պահպանելու համար ամբողջությամբ կամ մասնակի փակել վառարանի ծխատար խողովակը: Տանը տաք է, հարմարավետ, մարդը պառկում է հանգստանալու և, թունավորվելով շմոլ գազով, այլևս չի արթնանում: Դժբախտության մեղավորը տարբեր անուններ ունի՝ ածխածնի օքսիդ, ածխածնի մոնօքսիդ, շմոլ գազ:



Որտե՞ղ է առաջանում շմոլ գազը

Ծխատար կամ օդատար ուղիներն ամբողջությամբ կամ մասնակի փակելու հետևանքով գազի այրման արգա-

սիքները, հիմնականում շմոլ գազը, բնականոն չեն արտանետվում մթնոլորտ, այլ ներթափանցում են կամ կուտակվում սենյերում: Մարդիկ չեն նկատում դրա ներթափանցումը, քանի որ շմոլ գազը ոչ հոտ ունի, ոչ էլ գույն: Առաջին հերթին այն ազդում է մարդու կենտրոնական նյարդային համակարգի վրա, և թունավորվողն ի վիճակի չի լինում հասկանալու, թե ինչ է իր հետ կատարվում:

Շմոլ գազը գործնականում առաջանում է այրման բոլոր տեսակների դեպքում, էլեկտրակայաններում և ջերմակայաններում վառելիքի, խարույկի այրման, գազի սալիկի, ջրատաքացուցիչի աշխատանքի, ավտոմեքենայի շահագործման ժամանակ, ծխելուց և այլն:

Ազդեցությունն օրգանիզմի վրա

Ինչպե՞ս է շմոլ գազն ազդում օրգանիզմի վրա: Մտնելով թոքեր և այնտեղից էլ՝ արյան պլազմայի մեջ, CO-ն թափանցում է էրիթրոցիտների մեջ և այնտեղ փոխազդեցության մեջ մտնում հեմոգլոբինի սպիտակուցի հետ, որը թոքերից հյուսվածքներին թթվածին մատակարարողն է: Հեմոգլոբինի յուրաքանչյուր մոլեկուլ պարունակում է չորս հեմոպորֆիրային օղակ, որի կենտրոնում գտնվում է երկաթի ատոմը, որն ի

Թունավորում
շմոլ գազից

CO₂





վիճակի է թթվածնի մոլեկուլը հետադարձ միացնելու՝ առաջացնելով, այսպես կոչված, օքսիհեմոգլոբին: Շմուլ գազը հատկապես երկաթի ատոմին է «նշան բռնում»՝ առաջացնելով կոմպլեքս միացություններ (կարբոքսիհեմոգլոբին), որոնք ընդունակ չեն տեղափոխելու թթվածինը:

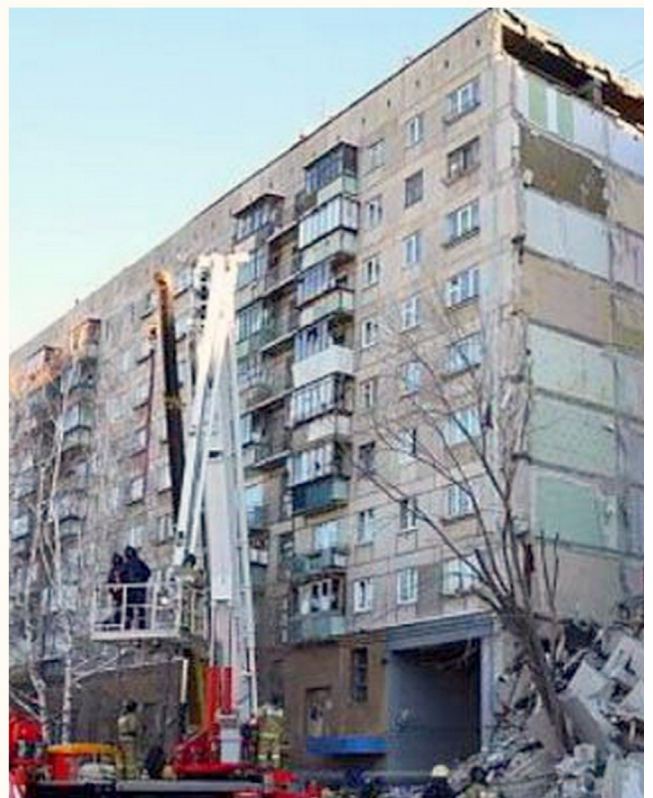
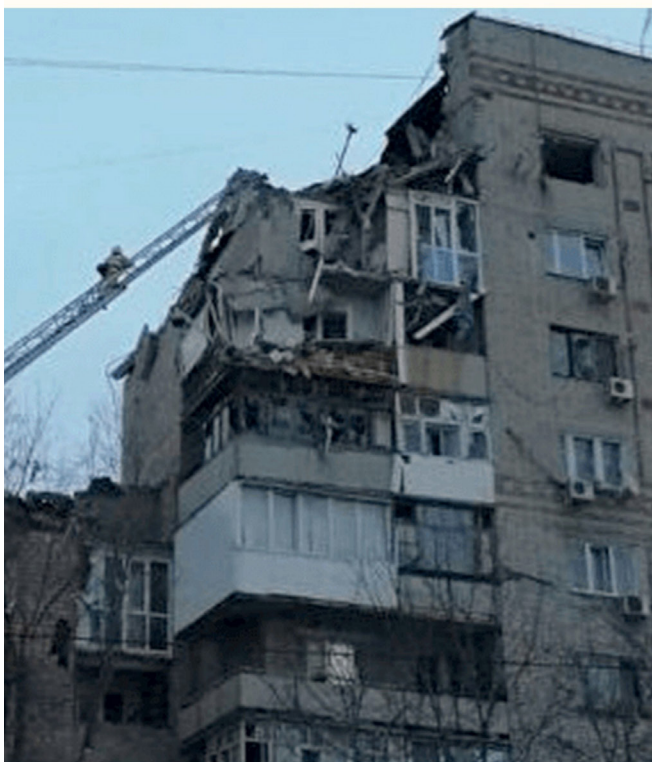
Շմուլ գազն ունի արտահայտված առավելություն թթվածնի հանդեպ: Այն շատ արագ ռեակցիայի մեջ է մտնում հեմոգլոբինի հետ և առաջացնում է ավելի ամուր միացություն, քան օքսիհեմոգլոբինը: Բացի դրանից՝ կարբոքսիհեմոգլոբինի տարբաժանումն արյան մեջ շատ դանդաղ է ընթանում, և այն աստիճանաբար կուտակվում է: Այդ պատճառով կարբոքսիհեմոգլոբինի կոնցենտրացիան արյան մեջ կարող է աճել մինչև վտանգավոր աստիճան՝ ածխածնի օքսիդի ոչ մեծ բաղադրություն, ընդամենը 0.07 ունեցող օդը երկար ժամանակ շնչելով: Արյունը կորցնում է թթվածինը հյուսվածքներ տեղափոխելու ունակությունը, ի հայտ են գալիս սուր թթվածնային անբավարարության ախտանիշներ:

Թունավորման ակնառու հատկանիշները հայտնվում են, երբ արյան մեջ կարբոքսիհեմոգլոբինի բաղադրությունը, համեմատած հեմոգլոբինի ընդհանուր բաղադրության հետ, գերազանցում է 20 %-ը: 30 %-ի ժամանակ ի հայտ են գալիս

գլխապտույտ, ուղքերում թուլություն, տեսողության թուլացում, 40-50 %-ի ժամանակ՝ գիտակցության մթազնում, 60-70 %-ը բերում է մահացության: Ինչքան շատ է շմուլ գազի կոնցենտրացիան օդում, այնքան արագ է կարբոքսիհեմոգլոբինի վտանգավոր համակցությունը հասնում արյանը: Օրինակ՝ 0.1 % շմուլ գազ պարունակող օդը, կարբոքսիհեմոգլոբինի 40 %-անոց մակարդակին հասցնում է մոտ երեք ժամվա ընթացքում, եթե մարդը գտնվում է հանգիստ վիճակում: Իսկ եթե նա զբաղված է ծանր աշխատանքով, թոքերն ակտիվ օդափոխվում են, և կարբոքսիհեմոգլոբինի առաջացումն ընթանում է ավելի արագ:

Կարբոքսիհեմոգլոբինի 2-10 % կոնցենտրացիայի ժամանակ ակնհայտ նշաններ չեն դիտվում, բայց այդ դեպքում մարդիկ հաճախ բողբում են գլխացավերից, շուտ հոգնելուց, ախորժակի նվազումից, գրգռվածությունից, վատ քնից, սրտի շրջանում ցավերից, հիշողության և ուշադրության թուլացումից:

Ինչքան երկար է օրգանիզմը գտնվում հյուսվածքների թթվածնային քաղցի պայմաններում, այնքան ծանր են դրա հետևանքները հատկապես սրտամկանի և գլխուղեղի համար: Այդ պատճառով ծանր թունավորման անմիջական ախտանիշների բուժումը



դեռ չի նշանակում լրիվ առողջացում: Հաճախ պատահում է գլխուղեղի կեղևի նեյրոնների քայքայում, 10 թունավորման դեպքերից 7-ում 3 ամսվա ընթացքում կարող են հայտնվել հոգեկան խանգարումներ, հիշողության կորուստ, անձնային փոփոխություններ:

Այսպիսով, ինչ պետք է անել խուսափելու համար շմոլ գազի թունավորումից: Առաջին հերթին գազասարքերը շահագործելու ընթացքում պետք է պահպանել անվտանգության տեխնիկայի տարրական կանոնները, հաճախ օդափոխել գազասարքերի տեղադրման սենքերը: Սակայն հարց է առաջանում, թե ինչպես պետք է ապահովել շմոլ գազի քանակի մշտական հսկողությունը:

Շմոլ գազից ու մեթանից բնակիչների փրկությունը գազասպառման անվտանգության համակարգն է:

Գազասպառման անվտանգության համակարգը կազմված է երկու հիմնական տարրից՝ ձայնաազանշանային սարքից և էլեկտրամագնիսական անջատիչ կափույրից: Գազասպառման անվտանգության համակարգը նախատեսված է սենքում շմոլ գազի (ածխածնի օքսիդ՝ CO) 0.015 %, բնական գազի (մեթան՝ CH₄) 1.0 % պարունակության, ինչպես նաև միջավայրի ջերմաստիճանի 70 °C-ի հասնելու դեպքում լուսային և ձայնային ազդանշանների միջոցով իրազեկելու և գազի մատակարարումը դադարեցնելու համար:



Այդ պատճառով անհրաժեշտ է ձայնաագդանշանային սարքը միշտ միացրած պահել հոսանքին, հատկապես որ սարքի էլեկտրաէներգիայի ծախսը չնչին է (տարեկան կազմում է ընդամենը 8,64 կՎտ կամ շուրջ 400 դրամ): Եթե այս սարքերից տեղադրված լինեին Մագնիտագորսկում կամ Շախտիում, գուցե և գազի պայթյուն չլիներ:

Համաձայն մամուլի տեղեկությունների՝ 2017-2018 թթ. Ռուսաստանի Դաշնությունում կենցաղային գազի շահագործման հետևանքով բնակելի տներում տեղի է ունեցել առնվազն 45 պայթյուն, եղել են բազմաթիվ զոհեր և տուժածներ: Միայն 2018 թ. դեկտեմբերի 31-ի գիշերը Չելյաբինսկի մարզի Մագնիտոգորսկ քաղաքի բնակելի շենքում գազի արտահոսքի հետևանքով տեղի ունեցած պայթյունից զոհվել է 39 մարդ: 2018 թ. հունվարի 14-ին պայթյուն է տեղի ունեցել Ռուսաստանի Ռոստովի մարզի Շախտի քաղաքի բնակելի շենքերից մեկում, որի հետևանքով տուժել է 5 մարդ: 2019 թ. հունվարի 17-ին պայթյուն է տեղի ունեցել, զոհվել է 4 մարդ:

Տարածաշրջանում Հայաստանի Հանրապետությունը միակ երկիրն է, որտեղ բոլոր գազասպառող բաժանորդների բնակարաններն ապահովված են գազասպառման անվտանգության համակարգերով: Բազմաթիվ դեպքեր են եղել, երբ ձայնաագդանշանային սարքի գործարկման արդյունքում կանխվել են շմու գազից թունավորման կամ բնական գազից օգտվելու հետ կապված այլ դժբախտ պատահարներ:

2018 թ.-ի ընթացքում Էյ-Ի-Ջի Սերվիս ՍՊԸ ստացվել է ավելի քան 2000 կանչ առ այն, որ ձայնաագդանշանային սարքերը գործարկվել են և անջատել բնակարանի գազամատակարարումը: Մեր մասնագետների այցերից հետո պարզվել է, որ դրանք հիմնականում գործարկվել են գազի արտահոսքի կամ թերայրման հետևանքով՝ կանխելով հետագա անդառնալի հետևանքները:

Կենցաղում բնական գազից օգտվելու հետևանքով թունավորման առանձին դեպքեր այս տարի էլ արդեն գրանցվել են: Պատճառը, որպես կանոն, գազի ջեռուցման վառարանների մեխանիզմներին միջամտելն է, համակարգերի ձևափոխումը կամ հարմարեցված փայտի վառարանների օգտագործումը: 2018 թ. արձանագրվել է ինքնաշեն գազասարքի տեղադրման 950-ից ավել դեպք:

Տարեցտարի ավելանում է բնակիչների վստահությունը գազասպառման անվտանգության համակարգերի նկատմամբ: Այդ մասին է վկայում այն հանգամանքը, որ եթե 2013-2014 թթ. բնակիչ-բաժանորդների գերակշռող մասը չէր միացնում անվտանգության ձայնաագդանշանային սարքը, ապա ներկայումս գազասպառողների ավելի քան 80 %-ը դրանք մշտապես միացած են պահում:

**«Էյ-Ի-Ջի-Սերվիս» ՍՊԸ
Հասարակայնության հետ կապերի
բաժին**

Ժամանց ամենափոքրերի համար ԷԿՈ խաղալիքներ

Երեխան բնականն ու բնությունը հարգել պետք է սովորի մանկուց:

Անվտանգ լինելը խաղալիքին ներկայացվող առաջին պահանջն է: Սա նշանակում է, որ խաղալիքը պիտի արտադրված լինի բարձրակ բնական նյութերից, որպեսզի խաղը պատճառ չդառնա մի շարք հիվանդությունների:

Այսօր բավականին մեծ տեղ է տրվում Էկո խաղալիքներին, ինչը նշանակում է, որ երեխան շրջապատվում է փայտե, թավշե և այլ բնական նյութերից արտադրված խաղալիքներով, ինչի արդյունքում շուկայից դուրս են մղվում արհեստական վնասակար նյութերից արտադրված գունազեղ, բայց վտանգավոր խաղալիքները:

Առավելություններ

1. Էկո խաղալիքը գեղեցիկ է, ամուր, թուճավոր նյութեր չի պարունակում ի տարբերություն նույնիսկ շատ թանկարժեք պլաստմասսայե խաղալիքի:

2. Դրա կյանքը երկար է, չի փչանում, կոտրվելիս մանր կտորների չի բաժանվում, հնարավոր չէ ծամել, առավել ես կուլ տալ:

3. Սրանցով խաղալիս ավելորդ աղմուկ չի լինում, որը կարող է շեղել երեխային կամ խանգարել շրջապատին:

Ուշադրություն

1. Նախապատվելի են բնական կտորից կարված այն խաղալիքները, որոնք ունեն իրական կերպարների տեսք (հորինված կերպարները, օրինակ՝ թռչող մանուշակագույն կովիկը, կարող են լուրջ վնասներ հասցնել երեխայի ձևավորվող հոգեբանությանը, նաև վախեցնել նրան):

2. Գնելուց առաջ հարկավոր է համոզվել, որ խաղալիքի դետալները՝ կոճակներ, աչքեր, քթիկ, բեղիկներ և այլն, ամուր են ամրացված:

3. Ուշադրության արժանի է խաղալիքի քաշը, քանի որ այն կարող է ծանր լինել և դժվարություն ստեղծել:



Ինչպես անվնաս պահել դեղերը

Դեղերի պահպանման ժամանակ ամենակարևորը ճիշտ ընտրված ջերմային ռեժիմն է: Դեղերի որոշ տեսակներ հարկավոր է պահել սառնարանում, որոշները՝ սենյակային պայմաններում, մի մասի համար էլ միայն լույսի բացակայությունը բավարար է: Առանձնահատուկ ուշադրություն է պահանջվում ամոռան տապին, երբ թույլատրելից բարձր ջերմաստիճանը կարող է բացասաբար ազդել կոնկրետ դեղերի վրա:

Առավել զգայուն դեղեր

Նման դեղերի շարքից են հորմոնային, շիճուկներ կամ պատվաստանյութեր պարունակող դեղամիջոցները և հակաբիոտիկները: Ոչ ճիշտ պահման դեպքում սրանք կարճ ժամանակում կորցնում են բոլոր օգտակար հատկանիշները և լավագույն դեպքում կարող են չվնասել: Ինչ խոսք, կարևոր է գիտակցել, թե ինչ գին կարող է ունենալ հիվանդի համար անհրաժեշտ դեղամիջոցի անարդյունավետ ընդունումը:

Հարկավոր է հիշել, որ.

- Ներքին ընդունման հեղուկները պիտանի են ոչ ավել, քան երեք ամիս, արտաքին օգտագործման հեղուկները՝ առավելագույնը կես տարի,
- ականջի կաթիլները կարելի է օգտագործել 1-6 ամիս (այս մասին նշվում է հրահանգներում), աչքի կաթիլները կամ քսուկը՝ մինչև մեկ ամիս,
- մոմիկները պահվում են միայն սառնարանում:

Ուշադրություն

1. Հարկավոր է մանրամասն ծանոթանալ դեղերի անձնագրում առկա հրահանգներին՝ կապված պահպանման ժամկետի ու պահման պայմանների հետ: Հայտնի է, որ դեղամիջոցներն ունեն պիտանիության տարբեր ժամկետներ բաց և փակ փաթեթավորումների համար:
2. Դեղեր կան, որ պիտանի են նաև բարձր ջերմաստիճանում պահելուց հետո, սակայն օգտակար հատկությունները կորցնում են արևի ուղիղ ճառագայթների ազդեցությունից, հատկապես եթե առանց փաթեթավորման են:
3. Դեղի փաթեթավորումը ոչ մի դեպքում չպետք է վնասված լինի: Եթե օգտագործվում է դեղահաբի կեսը, ապա մյուս կեսը կարճ ժամանակ անց արդեն պիտանի չէ օգտագործման:
4. Յոդը, կալիումի պերմանգանատը, սպիրտային լուծույթները պահվում են մյուս դեղահաբերից հեռու: Մասնավորապես՝ յոդն անգամ ամուր փակելուց հետո որոշ ժամանակ անց դեղին հետքեր է թողնում հարևանությամբ պահվող հաբերի վրա:
5. Դեղերը հարկավոր է պահել երեխաներից, հոգեկան անհավասարակշիռ մարդկանցից, տարեցներից, նաև թույլտեսողություն ունեցողներից հեռու: **HAЙТИ**

Հիշե՛ք

Ժամկետանց դեղերից պետք է հրաժարվել, որքան էլ թանկ լինեն դրանք: Դրանք վտանգավոր են, անգամ եթե փաթեթավորումը բացված չէ:



Ցանափոշի



Ամբողջ աշխարհում մեծ թիվ են կազմում մանկական խնամքի միջոցներ արտադրող ընկերությունները: Մեծ հարց է, թե ինչպես կատարել ճիշտ ընտրություն: Չէ՞ որ երեխայի մաշկը նուրբ է, զգայուն և մշտապես կարիք ունի խնամքի ու պաշտպանության:

Ցանափոշին նախատեսված է երեխաների նուրբ մաշկը վերքերից ու թաց հագուստի հետ շփվելու հետևանք գրգռվածությունից ու քորից պաշտպանելու համար: Այն սպիտակ, փափուկ փոշի է, որ պարունակում է տալկ, բրնձի կամ եգիպտացորենի օսլա, ցինկ, վիտամիններ և այլ բաղադրիչներ: Ցանափոշին պահում են չոր տեղում, մինչև 25 օC ջերմաստիճանում:

Որն ընտրել

Փոքրիկին չվնասելու համար հարկավոր է.

- նախապատվությունը տալ հայտնի ընկերությունների արտադրանքին, որը պատրաստվում է որակյալ հումքից,

- ծանոթանալ մակնշմանը, հետևել պահպանման ժամկետին,
- խուսափել այն արտադրանքից, որը պարունակում է E214, E216, E218 կամ պրոպիլ-, մեթիլ-, էթիլ կամ այլ անվանումներ, նաև BBP, CDC, DBP, CMP, DEHP, DHP և DIDP տառային համադրումները,
- համոզվել, որ փաթեթավորումն անվնաս է:

Հիշեք, որ բարձր որակի և անվտանգ փոշիները պետք է պարունակեն միայն բնական բաղադրիչներ: Որքան քիչ են բաղադրիչները, այնքան ավելի անվտանգ է ցանափոշին (այս մասին մակնշման մեջ նշվում է): Ցանափոշիները չպետք է լինեն հիպերալերգիկ և չպետք է պարունակեն ներկանյութեր, կոնսերվանտներ և պարաբեններ: Արտադրանքի փաթեթը պետք է լինի ամբողջական, տեղեկատվությունը՝ պարզ և լիարժեք:

Ուշադրություն

1. Ցանափոշով սովորաբար պատում են փոքրիկի առավել քրտնոլ հատվածները (պարանոց, ազդրեր, արմուկներ և այլն) միայն մաշկը լվանալուց և չորացնելուց հետո:
2. Չի կարելի ցանափոշին մոտ պահել փոքրիկի դեմքին: Դա կարող է վնասել աչքերը:
3. Ցանկալի չէ մաշկը ցանափոշով պատել ամեն լվանալուց հետո:
4. Մաշկի անգամ թեթև կարմրելու դեպքում պետք է հրաժարվել ցանափոշուց կամ





նախապատվությունը տալ այլ ընկերության արտադրանքին:

Մի քանի խորամանկություն

1. Բավական է գլխամաշկը պատել ցանափոշով, և լողափում մազերի մեջ մնացած ավազը հեշտորեն կթափվի մազերի արանքից:
2. Սավանը 1-2 թեյի գդալ ցանափոշով պատելը կազատի գիշերը քրտնելու խնդրից, ու քունը կլինի առավելագույն հանգիստ: Սավանն առավոտյան պետք է փոխել:
3. Բնության գրկում սեղանը կամ անկողնու եզրերը ցանափոշով պատելն ուտելիս կամ քնելիս կազատի մրջյունների ընկե-

րակցությունից: Բանն այն է, որ ցանափոշու մեջ թաթախված ոտքերով նրանք չեն կարողանում տեղաշարժել: Նաև ցանափոշու հոտն է նրանց վանում:

4. Որպեսզի արդուկը «չքաշի» հագուստը, կարելի է չմիացրած արդուկի հատակը պատել ցանափոշով, միացնել ու սպասել, որ ցանափոշին անհետանա: Արդուկել կարելի է միայն անպետք գործվածքի վրա փորձելուց հետո:
5. Եթե չեք հասցրել լողացնել ձեր շանը, պատեք նրա մարմինը ցանափոշով, ապա սանրեք: Ցանափոշին կներծծի կեղտն ու ճարպը, և շնիկը ոչ միայն թարմ տեսք կունենա, այլև հաճելի կբուրի:
6. Մարմնի փոքր քերծվածքներն ու կտրվածքները վարակից գերծ պահել կարելի է նաև ցանափոշու օգնությամբ:
7. Առանց գուգագուկայի քայլելիս՝ ոտքերի՝ իրար քսվող հատվածների ցավը կարելի է կանխել ցանափոշու բարակ շերտով:
8. Լողափին ոտնաթաթերն ավագով չեն պատվի, եթե նախապես ցանափոշով պատված լինեն:
9. Մարզասրահի գնալուց առաջ կարելի է մարզակոշիկներն ու գուլպաները ներսից պատել ցանափոշով՝ քրտնելը նվազեցնելու համար:
10. Ցանափոշին կարելի է գործածել որպես չոր շամպուն, քանի որ գլխամաշկը դրանով պատելուց հետո մազերը թարմ ու գեղեցիկ տեսք են ունենում:
11. Որպեսզի դեմքը չփայլի, դիմահարդարումից հետո կարելի է այն պատել ցանափոշու բարակ, անտեսանելի շերտով:
12. Շուրթերին շրթներկը երկար թարմ տեսք կունենա, եթե պատվի ցանափոշով:
13. Ցանափոշով հնարավոր է հագուստի վրայից անցկացնել յուղի թարմ հետքը:



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄԱՍԻՆ

1. Լեզվակն չտիրապետելու դեպքում պետք է օգտվել թարգմանչի ծառայություններից, սակայն երբեք չի կարելի վերջինիս նկատողությունն անել ոչ ճիշտ արտասանության ու շեշտադրության համար: Պետք է խուսափել հումորներից ու անեկդոտներից, որոնք օտար միջավայրում կարող են ճիշտ չընկալվել:
2. Շատ կարևոր տարր է հագուստը, որը պետք է լինի գեղեցիկ և ճիշտ ընտրված: Հարկավոր է խուսափել ազգային կուստյումներից: Սովորաբար անհրաժեշտ է համադրել սպիտակ վերնաշապիկներն ու մուգ կոստյումները: Կանայք գործնական այցերի ժամանակ պետք է խուսափեն տաբատներից ու չափազանց կարճ զգեստներից: Հիշեք, որ բուլղայական տաճարներում, մուսուլմանական մզկիթներում, ճապոնական տներում ու ռեստորաններում թույլ չի տրվում կոշիկ հագնել: Դրանք պետք է թողնել մուտքի մոտ:
3. Ողջույնի ձևերին պետք է ծանոթանալ նախապես, թեև հիմնական տարբերակը ձեռքսեղմումն է:
4. Բոլոր երկրներում մեծ նշանակություն է տրվում հարգանքին տարիքով ավագների նկատմամբ:
5. Կարևոր պայման է հյուրասիրությանից օգտվելը, սակայն ոչ մի դեպքում չի կարելի ճշտել, թե ինչ բաղադրիչներից է պատրաստված տվյալ ուտեստը:
6. Ցանկալի չէ զրոյցի բռնվել կրոնի թեմայով, պարզապես պետք է իմանալ տվյալ երկրում գործող՝ կրոնական տոներով պայմանավորված աշխատանքային և հանգստյան օրերի կարգը:
7. Մշտապես պիտի ունենալ այցեքարտեր՝ անհրաժեշտության դեպքում փոխանակելու համար:
8. Ժեստերից պետք է խուսափել, քանի որ դրանք կարող են սխալ ընկալվել:



ԳԱՅԼՈՒԿ ՍՈՎՈՐԱԿԱՆ

Хмель обыкновенный

Humulus lupulus L.



Հայկական տարանունները - դրոժի թուփ, հմուլ, հյուսիսայգի, ջղաբատ

Նկարագրությունը: Թթազգիների ընտանիքին պատկանող միամյա կամ բազմամյա լիան է: Տերևներն ամբողջական կամ բլթակավոր են:

Զմռանը բույսի վերգետնյա մասը մահանում է, իսկ գարնանը կենսունակ կոճղարմատից աճում են մազլցող նոր շիվեր, որոնք, ծախից աջ հյուսվելով մերձակա ծառերին, ստեղծում են անանցանելի բուսուտներ: Մշակվում և օգտագործվում է հիմնականում իգական բուսատեսակը: Կոներն ունեն մեծ թվով թեփուկներ, որոնք ներսի կողմից ունեն լուսպուկին արտադրող դեղին գեղձեր: Գայլուկը ծաղկում է ամռանը, պտղակալում սեպտեմբեր-հոկտեմբեր ամիսներին: Բավականաչափ զգայուն է ցրտի նկատմամբ, պտղակալում է կանոնավոր: Բույսի արմատը խորանում է հողի մեջ մինչև 3 մետր: Կոճղարմատը, որ սպիտակ է, ապրում է 15-20 տարի: Այն շատ պահանջկոտ է ազոտական աղերի նկատմամբ և բավական մեզոֆիլ է: Բազմանում է տնկաշիվերով, որոնք առաջին տարում աճեցվում են տնկարանում, իսկ հաջորդ տարի տեղափոխվում հիմնական բուսուտ: Բույսը կանոնավոր աճի համար պահանջում է հենարան և առատ բերք է տալիս միայն տնկման երկրորդ տարվանից:

Քիմիական բաղադրությունը: Լուսպուկինը հարուստ է դառը նյութերով, եթերայուղով, խեժով, դաբաղիչ և ներկող նյութերով, հումուլինային թթուներով, ալկալոիդներով: Կոների մեջ հայտնաբերվել են դեղնակարմրավուն եթերա-



յուղ, խոլին, տրիմեթիլամին, ասպարազին, խեժ (մինչև 16 %), տանին (մինչև 4 %), կիտրոնաթթվական աղեր, վալերիանաթթվական եթեր, ֆիտոստերին, C վիտամին, պալմիտինաթթվային միրիցիլ, ալկալոիդ խումուլին, իսկ ծաղիկների, տերևների և ցողունների մեջ կան հիմքերի հետքեր և C վիտամին:

Բուժական նշանակությունը: Կոները հավաքում են կոթուններով, պարզ եղանակին մինչև լրիվ հասունանալը և չորացնում ստվերում, բարակ շերտով, մինչև կոթունները ծալելիս բեկվեն: Դրանից հետո հումքը ծխահարում են ծծմբով և մամլած շերտերով պահում տուփերի մեջ: Չորացած հումքն ունի հաճելի հոտ, խեժի դուրեկան դառնահամություն: Հասուն և չոր կոների թափահարումից անջատվում է լուսպուկինը, որը կազմում է չոր հումքի 7-16 %-ը:

Դեղաբույսն օգտագործվում է ընդհանուր թուլության, նևրասթենիայի, կլիմակտերիկ նևրոզի, ստամոքսաաղիքային տրակտի հիվանդությունների բուժման նպատակով, սեռական գերզգոլածության, հատկապես ցավոտ էրեկցիայի, սերմնահոսության, անքնության, ախորժակի բացակայության, գեղձախտի, դեղնուկի, միզուկների բորբոքման և քարերի, դաշտանային ցավերի ու գլխացավերի ժամանակ: Գայլուկը քսուքի ձևով օգտագործվում է թարախային վերքերը, հին խոցերը, նաև չիբանը բուժելու համար: Կոների փոշուց պատրաստված քսուքն օգտագործվում է սալքարդերի, պոդագրիկ և ռևմատիկ հոդացավերի, թարախապալարների բուժման ժամանակ, որպես ցավազրկող և ներծծող միջոց: Կոների եփուկը խնկեղեգի հետ լվացման ձևով արդյունավետ է ներգործում գլխի մաշկի թեփոտության և մազաթափության ժամանակ:

Կիրառման եղանակները: Ջրաթուրմ պատրաստելու համար վերցնել 1 ճաշի գդալ մանրացրած կոն, խառնել 1 բաժակ եռման ջրին, հովանալուց հետո քամել և ըմպել 1/4 բաժակ օրը 3-4 անգամ ուտելուց 15-20 րոպե առաջ: Անքնության դեպքում 2 թեյի գդալ մանրացրած կոները 1 բաժակ եռման ջրում 4 ժամ թրմելուց հետո ըմպել 1-2 ճաշի գդալ քնելուց առաջ:

Եփուկ պատրաստելու համար 10 գ կոնը եռացնել 200 մլ ջրում 30 րոպե, ըմպել 1-ական ճաշի գդալ օրը 3 անգամ:

Այլ հատկանիշներ: Գայլուկը թունավոր բույս է: Բացի բուժական նպատակներից, օգտագործվում է հացաթխման և զարեջրի պատրաստման ընթացքում:

**Արշավիր Թորոսյան
Հայաստանի դեղաբույսերը
Երևան, 1983**

Գարուն 2019



Ինչ սպասել 2019-ի գարունից: Դիզայներները խոստանում են ամենաթարմ ու ամենագունագեղը, ամենանուրբն ու աչք շոյողը:

Տարվա ամենանորաձև աքսեսուարը գլխաշորն է, որ կարող է կապված լինել ոչ միայն գլխին, այլև թևին ու պայուսակին: Հագուստին երեկոյան տեսք կարելի է հաղորդել նաև՝ զարդարելով այն մեծ ժապավեններով:

Գարնանային հանդերձն առավել ամբողջական է դառնում սուրբ ու կանաչի լայնեզր գլխարկով:

Ինչպես նախորդ գարուն, այս անգամ էլ դիզայներներն առաջարկում են գույների անհամաչափ բաշխմամբ մոդելներ:

Թրենդային են բեժի բոլոր երանգները: Աչքաթող չեն արվում նաև սևն ու սպիտակը, որ կարծես ներառում են բնության բոլոր գույները:

Կոշիկներ

Ոճային հանդերձանքի ամենակարևոր դետալը թերևս կոշիկն է:

Սպորտային և դասական մոդելները համալրված են քուղերով, մետաղական դետալներով, ժապավեններով:



Սեզոնի թրենդներն են բարձր կրունկները՝ և հաստ, և բարակ, թափանցիկ դետալները, պլատֆորմները:



Պայուսակներ

Ոչինչ այնքան սորաձև չի դարձնում կնոջը, որքան ճիշտ ընտրված պայուսակը: Հարմարեցված կնոջ ամբողջական լուքին՝ այս սեզոն պայուսակները խիստ մինիմալիստական են կամ էլ խիստ հագեցած մեծ քարերով, շղթաներով, ծուպերով ու մետաղական աքսեսուարներով:





Ժամանակակից նորաձևությունը խիստ շռայլ է նաև տղամարդկանց հարցում: Վերջիններս ազատ են իրենց անհատականությունը հագուստի միջոցով րնդգծելու և անհատական ոճը ձևավորելու հարցում: Այս տարվա գարունը թույլ է տալիս փորձարկումներ կատարել բոլոր գույների համադրություններով:

Բավական է ճիշտ ընտրված պիջակը կամ սվիտերը համադրել համապատասխան ջինսե տաբատի հետ՝ գումարած փոքր շարժ, թեթև գլխարկ կամ ձեռնոց, և ոճային կերպարը պատրաստ է:

Պայուսակներ

Արտաքինին հետևելու տեսանկյունից տղամարդիկ ոչ մի բանով չեն զիջում կանանց: Մասնավորապես՝ պայուսակների հարցում ամեն բան, կարելի է ասել, ճշգրիտ հաշվարկ է հիշեցնում: Հագուստին առավելագույնս համապատասխանեցված են և փոքր կլատչերն ու մեծ ուսապարկերը, և սպորտային պայուսակներն ու պաշտոնական հանդիպումների համար նախատեսված պորտֆելները:



Կոշիկներ

Ոճային տղամարդը հստակ գիտի՝ որ հագուստի հետ որ կոշիկն է առավել հարմար, հետևաբար նրա զգեստապահարանում հաստատուն տեղ ունեն և սև դասական կոշիկները, և սանդալներն ու կեդերը: Հատկապես մարզական կոշիկների դեպքում խրախուսվում են բոլոր վառ գույների համադրումները:



ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՄԱՐՏԻ 15-Ը ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՕՐՆ Է.....	2
ԽԵԼԱՑԻ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐ. ՄԵԾ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՄԵԾ ՌԻՍԿԵՐ	5
ՍՊԱՌՈՂԻ ՎԱՐՔԱԳԻԾ. Ի՞ՆՉ Է ՍԱ.....	8
2019 Թ. ԱՌԱՋԻՆ ԵՌԱՄՍՅԱԿԻ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ԵՎ ՄՈՆԻԹՈՐԻՆԳԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ.....	10
ԹԵԺ ԳԻԾ.....	17
ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԽՈՐԱՄԱՆԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....	18
ԷՅ-Ի-ՋԻ-ՍԵՐՎԻՍՍՊԸ. ՇՄՈԼԳԱԶ՝ ՎՏԱՆԳԱՎՈՐ ՀԱՐԵՎԱՆ.....	20
ԺԱՄԱՆՑԱՄԵՆԱՓՈԹԵՐԵՐԻ ՀԱՄԱՐ. ԷԿՈԽԱՂԱԼԻՔՆԵՐ.....	24
ԻՆՉՊԵՍ ԱՆՎՆԱՍ ՊԱՀԵԼ ԴԵՂԵՐԸ.....	25
ՑԱՆԱՓՈՇԻ.....	26
ԲԻԶՆԵՍ ԷԹԻԿԵՏ.....	28
ԴԵՂԱԲՈՒՅՍԵՐ. ԳԱՅԼՈՒԿ ՍՈՎՈՐԱԿԱՆ	29
ՆՈՐԱԶԵՎՈՒԹՅՈՒՆ. ԳԱՐՈՒՆ 2019.....	30

Հասցեն՝ Դավիթ Անհաղթ 23, 3-րդ հարկ
Թեժ գիծ՝ (010) 24-92-04
E-mail: info@armconsumer.am;
nationalconsumerassociation@yahoo.com
URL: <http://www.armconsumer.am>

Տպաքանակը՝ 2000: Ծավալը՝ 2 մամուլ
Տպագրվել է ՏՊԱՐԱՆ ԷՅ ԷՄ տպագրատանը
Բաժանվում է անվճար
Գրանցման վկայականը՝ 2215
Հղումը ՍՊԱՌՈՂ-ին պարտադիր է



+ 374 10 23-93-27

+ 374 10 29-75-31

aeg@aegservice.am

Ներտնային գազասպառման համակարգերի
տեխնիկական սպասարկման
ծառայությունների մատուցում

Մեր աշխատանքը Ձեր անվտանգության երաշխիքն է



www.aegservice.am





www.armconsumer.am