

Հրատարակվում է **ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ** Հետազոտական Կենտրոնի
գիտական խորհրդի որոշմամբ:
ՀՀ ԿԳՆ ՀՀ ԲՈԿ-ի կողմից ընդունելի է ատենախոսությունների հիմնական
արդյունքների և դրույթների հրատարակման համար:

ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ

Եռամսյա գիտական հանդես
տնտեսագիտություն, գործարարություն, կառավարում

Հունիս – Սեպտեմբեր, 2019թ.

Խմբագրական խորհուրդ
ԹԱԹՈՒԼ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ
դոկտոր, պրոֆեսոր
Խորհրդի նախագահ և
գլխավոր խմբագիր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ
ԳՐԻՇԱ ՂԱՐԻՔՅԱՆ
դոկտոր, պրոֆեսոր
ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ, ՀԱՅԱՍՏԱՆ
ՎԱՐԴԱՆ ԲՈՍՏԱՆՋՅԱՆ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ
ՖՐԱՆՍԻՍ ԲԱՐՈՆ ՎԱՆ ԼՈՒՆ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԲԵԼԳԻԱ
ՄԵՐԻԼԻՆ ԹԵՅԼՈՐ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԱՄՆ
ՊԱՈԼՈՒ ԼԵՈՉԻ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԻՏԱԼԻԱ
ՍԵՐԳԵՅ ԿԱԼԵՆՋՅԱՆ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ՌԴ
ԼԻԼԻԱՆ ՎԱՆ ՀՈՖ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԲԵԼԳԻԱ
ՇԱՈՍ ՅԱՆԳ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԱՄՆ
ԱՐՄԵՆ ՍԱՖԱՐՅԱՆ
տնտեսագիտության դոկտոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ
ՋՈՆ ՌԻՈԼՇ
դոկտոր, պրոֆեսոր, ԹԱԻԼԱՆԴ
ԱՐՄԱՆ ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ
տնտեսագիտության դոկտոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

Research Center **ALTERNATIVE**

ALTERNATIVE Quarterly Journal

April – June, 2019

Editorial Board:

Tatoul Manasserian – Doctor of Sciences, Professor (Editor in chief), , ARMENIA

Grisha Gharibyan – Doctor of Sciences, Professor, ARMENIA

Vardan Bostanjyan – Doctor of Sciences, Professor, ARMENIA

Francis Baron Van Loon – Doctor of Sciences, Professor, BELGIUM

Marilyn Taylor – Doctor of Sciences, Professor, USA

Paolo Leoci – Doctor of Sciences, Professor, ITALY

Sergey Kalenchyan – Doctor of Sciences, Professor, RUSSIA

Liliane Van Hoof – Doctor of Sciences, Professor, BELGIUM

Xiaohua Yang – Doctor of Sciences, Professor, USA

Armen Safaryan – Doctor of Sciences, ARMENIA

John Walsh – Doctor of Sciences, Professor, THAILAND

Arman Martirosyan – Doctor of Science in Economics, ARMENIA

Исследовательский Центр **АЛЬТЕРНАТИВА**

АЛЬТЕРНАТИВА Квартальный Журнал

Апрель – Июнь, 2019

Редакционный Совет:

Татул Манасерян – доктор наук, профессор (Главный редактор, председателем совета), АРМЕНИЯ

Гриша Гарибян – доктор наук, профессор, АРМЕНИЯ

Вардан Бостанджян – доктор наук, профессор, АРМЕНИЯ

Франсис Барон Ван Лун – доктор наук, профессор, БЕЛЬГИЯ

Мерилин Тейлор – доктор наук, профессор, США

Паоло Леочи – доктор наук, профессор, ИТАЛИЯ

Сергей Каленчан – доктор наук, профессор, РОССИЯ

Лилиан Ван Хоф – доктор наук, профессор, БЕЛЬГИЯ

Шаоа Янг – доктор наук, профессор, США

Армен Сафарян – доктор наук, АРМЕНИЯ

Джон Уолш – доктор наук, профессор, ТАИЛАНД

Арман Мартиросян – доктор наук, АРМЕНИЯ

Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ (24.07.2019 – 14.08.2019) ¹ Տնտեսության մրցունակության անկման պատճառները և դրանց հաղթահարման հեռանկարները Հայաստանի Հանրապետությունում	6
Հայկ ՄՆԱՅԱԿԱՆՅԱՆ, Վիկտորյա ԲԴՈՅԱՆ (2.07.2019 – 4.08.2019) Արժեթղթավորման զարգացման միջազգային միտումներն ու հեռանկարները ՀՀ-ում	16
Աշխեն ՀՈՎՍԵՓՅԱՆ (18.07.2019 – 9.08.2019) Հնդկաստան-Վրաստան տնտեսական համագործակցությունը	25
Արա ՔԱՌՅԱՆ, Տիգրան ԲԵԳԼԱՐՅԱՆ (11.07.2019 – 2.08.2019) Բնակարանաշինության և բնակարանային ֆոնդի վերակառուցման ներդրումային հիմնախնդիրները ՀՀ-ում	31
Վիկտորյա ԲԴՈՅԱՆ (18.07.2019 – 6.08.2019) Ակտիվների արժեթղթավորման ընդհանուր նկարագիրն ու հիմնական ռիսկերը	45
Ռամելա ՍԻՄՈՆՅԱՆ, Վիկտորիա ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ (9.09.2019 – 19.09.2019) Հայաստանում ժամանումների ժամանակակից միտումների խնդիրները	54
Բինգյոլ ԱՄԻՐՅԱՆ (29.08.2019 – 25.09.2019) Մեծածավալ տվյալները որպես բանկային բիզնեսի արժեքի աճի գործոն	58
Հարություն ԹԱՄՈՅԱՆ (17.07.2019 – 2.08.2019) ՀՀ Վայոց ձորի մարզի և ԳԴՀ Բաղեն Վյուրտենբերգի Հողի խաղողագործության հիմնական ցուցանիշների տնտեսաչափական վերլուծությունը	67
Վարդան ԱԼԵՔՍԱՆՅԱՆ, Հարություն ԹԱՄՈՅԱՆ (26.08.2019 – 15.09.2019) Խաղողագործության զարգացման հիմնական ուղղությունները ՀՀ Վայոց ձորի մարզում	77
Գագիկ ԲԱԴԱԴՅԱՆ (23.08.2019 – 15.09.2019) Անվճարունակության վարույթի առանձնահատկությունները ՀՀ-ում	88
Մարիամ ՀՈՎՀԱՆՆԻՍՅԱՆ (26.08.2019 – 12.09.2019) Պետական պարտատոմսերի եկամտաբերության կորերի դինամիկայի և դյուրացիայի ազդեցությունը առևտրային բանկերի ներդրումային փաթեթի վրա	98
Գայանե ՍԱՐԳՍՅԱՆ (11.08.2019 – 25.08.2019) Կոոպերատիվ շարժման միջազգային փորձի տեղայնացումը Արցախում	111
Վահե ՀԱԿՈԲՅԱՆ (12.07.2019 – 26.08.2019) ՀՀ պետական բյուջեի հարկատեսակների դինամիկ վերլուծությունը (1998-2017թթ.)	123
Վահե ՀԱԿՈԲՅԱՆ (19.07.2019 – 26.08.2019) ՀՀ պետական բյուջեի հարկային եկամուտների կառուցվածքը (1998-2017թթ.)	132
Իզոլդա ԱՐՇԱԿՅԱՆ (24.08.2019 – 16.09.2019) Մարդկային կապիտալի բովանդակության զարգացումները	141
Վարդան ԲՈՍՏԱՆՋՅԱՆ, Արմինե ԶԱԽԱՐՅԱՆ (22.08.2019 – 12.09.2019) ՀՀ տնտեսվարող սուբյեկտների ինովացիոն զարգացումը տարածաշրջանային համագործակցության պայմաններում	149

¹ Փակագծերում նշված են խմբագրության կողմից հոդվածների ստացման և հետագայում տպագրության ընդունման ժամկետները

Տաթև ՀԱԿՈՒՅԱՆ (14.09.2019 – 25.09.2019) Միջմունիցիպալ համագործակցության դերն ու նշանակությունը տեղական ինքնակառավարման համակարգում	158
Ամայա ՍԱՐԻԲԵԿՅԱՆ, Հասմիկ ՄԻՍԱԿՅԱՆ (13.09.2019 – 21.09.2019) Կոռուպցիայի և ստվերային տնտեսության կապը. դրսևորումները և խնդիրները	164
Գայանե ԳԱԲՐԻԵԼՅԱՆ, Սուսաննա ԵՐԱՆՈՍՅԱՆ (28.06.2019 – 12.07.2019) “Ծխախոտային արտադրատեսակների օգտագործման բացասական ազդեցության նվազեցման և կանխարգելման մասին” օրինագծի կիրառման հնարավոր հետևանքները ՀՀ տնտեսության վրա	185
Գայանե ՍՈԼԱԽՅԱՆ (18.09.2019 – 24.09.2019) Նեո Եվրասիականությունը՝ որպես հետխորհրդային տարածքում արտաքին քաղաքական դիսկուրսի արժեքային համակարգ	190
Սիրանուշ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ (10.07.2019 – 22.07.2019) Նարդարանյան դեպքերի սոցիալ-տնտեսական շարժառիթները Ադրբեջանական Հանրապետությունում	194
Գրիգոր Չոբանյան (12.09.2019 – 24.09.2019) Պետությունների ֆիսկալ ինքնիշխանությունը	202
Ռոզա ԱՎԱԳՅԱՆ (03.09.2019 – 23.09.2019) Արցախի Հանրապետությունում աղքատության հաղթահարման պետության սոցիալական քաղաքականությունը և կատարելագործման ուղիները	210
Ռոզա ԱՎԱԳՅԱՆ (03.09.2019 – 17.09.2019) Սոցիալական տրանսֆերտները որպես ԼՂՀ բնակչության աղքատության հաղթահարման գործոն	219
Վարդան ԱԼԵՔՍԱՆՅԱՆ, Ալիկ ՍԱՀԱԿՅԱՆ (12.09.2019 – 22.09.2019) Ազրոմարքեթինգի առանձնահատկությունները և կիրառման հնարավորությունները ՀՀ Տավուշի մարզում	228
Անժելա ԲԱՐՍԵՂՅԱՆ, Մարիամ ԱՌՈՒՇԱՆՅԱՆ, Լիլիթ ԽԱՉԱՏՐՅԱՆ (8.09.2019 – 25.09.2019) ԱՀ պետական տնտեսական քաղաքականության ներգործությունը գյուղատնտեսական արտադրության ինտենսիվացման արդյունավետության բարձրացման վրա	244
Անուշ ՍԱՐԳՍՅԱՆ (9.09.2019 – 19.09.2019) Բանկային ակտիվների օպտիմալ կառուցվածքի ապահովմանն ուղղված նոր կարգավորումների ներդրման անհրաժեշտությունը	256
Մարինա ՓՈԹԻԿՅԱՆ (21.07.2019 – 11.08.2019) Արտադրանքի պահանջարկի անհավասարաչափ բաշխվածության և անորոշության պայմաններում առաջարկի տնտեսամաթեմատիկական գնահատումը	262
Հակոբ ԹԱՐՓՈՇՅԱՆ (8.09.2019 – 22.09.2019) Հիփոթեքային վարկերի աճի հիմնախնդիրը Հայաստանում. առաջացող հնարավորությունները և ռիսկերը	270
Վահե ԲԱՅԱԴՅԱՆ (2.09.2019 – 23.09.2019) Օլիգոպոլիսներում գնային մրցակցությունը քանակային սահմանափակումներով. ալտերնատիվ մոտեցում	275

ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ Գիտական հանդես

Նարինե ՄԻՐԶՈՅԱՆ (20.09.2019 – 28.09.2019) Ֆինանսական կազմակերպությունների վարկանշման գործընթացի հիմնական փուլերի վերլուծություն	282
Կարլեն ՄԱՐԳԱՐՅԱՆ (26.07.2019 – 12.08.2019) ՓՄՁ-երի արտահանման ֆինանսավորման առկա հնարավորությունները ՀՀ-ում	287
Լուսինե ՀԱՄԲԱՐՁՈՒՄՅԱՆ (18.09.2019 – 24.09.2019) Ֆինանսական գրագիտության ազդեցությունը կենսաթոշակային ֆոնդերում մասնակիցների ներգրավվածության վրա ՀՀ-ում	298
Հարություն ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ, Արմեն ՓԱԼԱՎՈՒՆԻ (18.09.2019 – 24.09.2019) Տարածաշրջանային սոցիալ-տնտեսական ռեսուրսների մեթոդոլոգիան գնահատման հարցերը և մոտեցումները	305
Գայանե ՍԱՐԳՍՅԱՆ (11.08.2019 – 25.08.2019) ՓՄՁ զարգացման միջազգային փորձը ԵՎ դրա ներդրման ուղիները Արցախի հանրապետությունում	317
Ռազմիկ ԻՍԱՀԱԿՅԱՆ (28.08.2019 – 12.09.2019) Զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները Հայաստանի Հանրապետությունում	323
Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ (2.09.2019 – 17.09.2019) Երկրի արտահանման ներուժի բացահայտման և իրացման խնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում	332
Վահե ԹՈՒՄԱՆՅԱՆ (11.09.2019 – 21.09.2019) Բովանդակային մարքեթինգի դերը ժամանակակից աշխարհում	342

ՄԵԾԱԾԱՎԱԼ ՏՎՅԱԼՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ԲԱՆԿԱՅԻՆ ԲԻԶՆԵՍԻ ԱՐԺԵՔԻ ԱՃԻ ԳՈՐԾՈՆ

Բինգյոլ ԱՄԻՐՅԱՆ

ՀՊՏՀ կոմերցիայի և բիզնեսի կազմակերպման ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր՝ մեծածավալ տվյալներ, բիզնեսի վերլուծական լուծումներ, բիզնեսի արժեք, բանկային համակարգ

Տնտեսավարման ժամանակակից պայմաններում, երբ բիզնես միջավայրը դարձել է առավել դինամիկ և փոխազդու, բիզնեսի աճի ավանդական մեթոդները դարձել են սակավ ազդեցիկ, քանի որ շուկայի գրեթե բոլոր մասնակիցները տիրապետում են դրանց, հետևաբար մրցակցային գործիքները դառնում են ոչ թե ավանդական մարքեթինգային գործիքները, ծառայությունների որակը կամ սպասարկման բարձր մակարդակը, այլ տեխնոլոգիաները և բիզնեսի կողմից հավաքագրվող և կուտակվող տվյալները, որոնք հնարավորություն կտան լրացուցիչ եկամուտներ ապահովելու հաճախորդների կարիքների ու պահանջմունքների բավարարման՝ դեռևս նոր, չբացահայտված ու չգրավված մակարդակում:

ՏՏ և հեռահաղորդակցման ենթակառուցվածքների զարգացման ներկա պայմաններում հաճախորդները կամովին «պատմում են իրենց մասին»՝ այս կամ այն կերպ ինչ-որ տիրույթում թողնելով իրենց տվյալները, դրանք կարող են լինել՝

- անձնական տվյալներ,
- գործնական տվյալներ,
- նախասիրություններ,
- սովորություններ,
- այլ տվյալներ:

Ներկայումս Մեծածավալ տվյալների (big data) հետ աշխատանքի կարևորագույն պարամետրեր են համարվում՝

Ծավալը, որը ՄՏ-ի հիմնական խնդիրներից է, այն ենթադրում է տրվյալների պահպանում, ֆորմատավորում, վերլուծություն: Սովորաբար նշված ծավալները առնչություն ունեն ոչ թե գիգաբայթերի այլ փեթաբայտերի և

զետաբայթերի հետ: Համաձայն կանխատեսումների 2020թ. տվյալների ծավալները կմեծանան մոտ 50 անգամ:⁵²

Բազմազանությունը ենթադրում է, որ տվյալները կառուցվածքավորված կամ կիսակառուցվածքավորված են: Օրինակ դրանք կարող են լինել փաստաթղթերի, գրաֆիկների, նկարների, էլեկտրոնային հաղորդագրությունների ու նամակների, աուդիո, վիդեո և այլ ֆորմատների:

Արագությունը առնչվում է միավոր ժամանակում տվյալների հոսքի ծավալին, որտեղ տվյալները հավաքագրվում են վեբ կայքերից կամ այլ աղբյուրներից: Խնդիրներից մեկն այստեղ տվյալների հոսքի համաձայնեցումն է դրանց լրիվության և գործողության և սպասման ժամանակների հետ:⁵³

Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս (Աղյուսակ 1.), որ շուկայական ամենամեծ կապիտալիզացիան ունեցող ընկերությունների մեծ մասը տեխնոլոգիական ոլորտի ընկերություններ են, որոնք տիրապետում են մեծածավալ տվյալների և ստեղծում են տվյալներ: Այստեղ բիզնեսի աճի հիմնական գործոնը տվյալներն են, որոնք հանդիսանում են տարատեսակ նորարարությունների հիմք: Սա նշանակում է, որ տվյալների ստեղծումը, դրանց տիրապետումը և օգտագործումը այսօր բազմաթիվ ընկերությունների հիմնական ակտիվն է, իսկ ապագայում՝ դրանց սեփականության իրավունքի զարգացման համատեքտում տնօրինման՝ փոխանակության կամ օտարման, հնարավորությունը պարունակում է հսկայական ներուժ, որը կապիտալացնելը անմիջականորեն ազդելու է կազմակերպության եկամուտների, դրանց ձևավորման եղանակների ու կառուցվածքի վրա, ինչը բնականաբար բերելու է բիզնեսի արժեքի փոփոխության:

Ֆինանսական հաշվառման և բիզնեսի գնահատման տեսանկյունից ՄՏ-ն ու ԲՎԼ-ն կարող են դիտարկվել, որպես ակտիվներ, իսկ դրանց ծավալը, արագությունը և բազմազանությունը ակտիվը բնութագրող քանակական ու որակական ցուցանիշներ: Եթե այլ հավասար պայմաններում դիտարկենք տվյալների ու շահույթի միջև կապը կարող ենք զարգացնել մոդել,

⁵² Rabie A. Ramadan Computer Engineering Department, Cairo University, Giza, Egypt - Big Data Tools-An Overview, International Journal of Computer & Software Engineering https://www.researchgate.net/publication/325103690_Big_Data_Tools-An_Overview

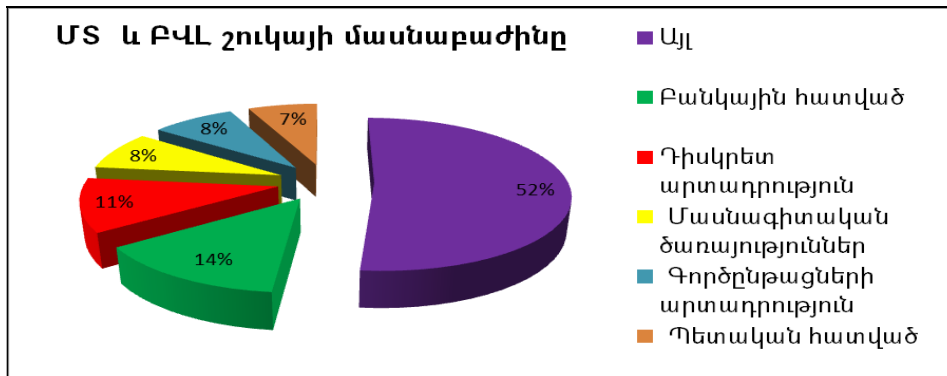
⁵³ նույն աղբյուրից

որի օգնությամբ հնարավոր կլինի գնահատել բիզնեսի այլընտրանքային արժեքը կամ տվյալահեն արժեքը:

Աղյուսակ 1. Թոփ 10 ընկերությունները ըստ շուկայական կապիտալիզացիայի⁵⁴

Դիրքը	Ընկերությունը	Երկիրը	Ոլորտը	(մլրդ. ԱՄՆ դոլար)
1	Microsoft	ԱՄՆ	ՏՏ	1,058
2	Apple	ԱՄՆ	ՏՏ	959
3	Amazon	ԱՄՆ	Սպառողական	959
4	Alphabet	ԱՄՆ	ՏՏ	839
5	Facebook	ԱՄՆ	ՏՏ	550
6	Berkshire Hathaway	ԱՄՆ	Ֆինանսական	496
7	Tencent	ՉԺՀ	ՏՏ	436
8	Alibaba	ՉԺՀ	Սպառողական	431
9	Visa	ԱՄՆ	Ֆինանսական	389
10	JPMorgan Chase	ԱՄՆ	Ֆինանսական	366

Տվյալների միջազգային կազմակերպության (IDC) ցուցանիշներով ներկայումս մեծ ներդրումներ են կատարվում ՄՏ-ի և բիզնեսի վերլուծական լուծումների մեջ: Հատկապես առանձնանում են բանկային, դիսկրետ արտադրության, մասնագիտական խորհրդատվական ծառայությունների, բիզնես-գործընթացների կառավարման և պետական հատվածները.⁵⁵



Գծապատկեր 1. Մեծածավալ տվյալների և բիզնեսի վերլուծական լուծումների շուկայի մասնաբաժինն ըստ հատվածների⁵⁶

⁵⁴ <https://www.gfmag.com/global-data/economic-data/largest-companies>, տվյալները առ 1.08.2019
⁵⁵ Հետազոտությունն ընդգրկում է ԱՄՆ, Կանադա, Ճապոնիա, Արևմտյան Եվրոպա, Կենտ.և Արևել. Եվրոպա, Միջին Արևելք և Աֆրիկա, Լատինական Ամերիկա, ՉԺՀ և Ասիա, Օվկիանիա
⁵⁶ <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS44998419>

Բանկային համակարգում մեծածավալ տվյալների հավաքագրումը կարող է էապես նպաստել բիզնեսի արժեքի աճին, հետևյալ եղանակներով՝

Հաճախորդների սեզմենտավորում, ըստ նրանց նախասիրությունների ու վարքագծի, այստեղ կարևոր է դառնում հաճախորդների կողմից կատարվող գործարքների ուսումնասիրությունը՝ կանխիկ կամ անկանխիկ: Անկանխիկ գործարքները մեծ տեղեկավորություն կարող են տալ հաճախորդների թիրախավորման համար: Այստեղ մեքենայական ուսուցման (Machine Learning) և արհեստական բանականության (Artificial Intelligence) կիրառման շնորհիվ հնարավոր է դառնում մարքեթինգային ծախսերի կրճատումը (պատահական չէ, որ բազմաթիվ բանկեր հաճախորդներին առաջարկում են գրավիչ պայմանով շոփինգ-քարտեր), նպաստելով կանխիկ հոսքերի աճին:

Խաչաձև վաճառք, սա ըստ էության սեզմենտավորման հաջորդ փուլն է, որը թույլ է տալիս հաճախորդին առաջարկել ոչ միայն այն ինչը ինքը ուզում է, այլ լրացուցիչ վաճառք իրականացնել, որը հնարավորություն կտա լրացուցիչ եկամուտներ ստանալ և ավելացնել հասույթը:

Նոր արդյունքների մշակում, սա ևս սեզմենտավորմանը հաջորդող փուլ կարող է լինել, երբ հաճախորդների մասին տեղեկատվությունը դառնում է նոր արդյունքների պահանջարկի մասին հաղորդող ազդակ:

Ֆրոդ մոնիթորինգ (ՖՄ) ու փողերի լվացման և ահաբեկչության ֆինանսավորման (ՓԼ/ԱՖ) դեմ պայքարի գործիքակազմ, ՄՏ-ն և ԲՎԼ-ն կարող են գեներացնել նաև հաճախորդների դիտարկման և ֆինանսական հանցագործությունների կանխարգելման հզոր ու գործունակ համակարգ նվազագույնի հասցնելով ՖՄ և ՓԼ/ԱՖ պատահարների թիվը:

Հեռահար ծառայությունների զարգացում և բիզնես գործընթացների ավտոմատացում, այստեղ գերակա ուղղություն է թվային բանկինգի առաջնությունը, առցանց կամ հավելվածի միջոցով հաճախորդների սպասարկումը, որտեղ հիմնական գործառույթը կիրականացվի արհեստական բանականության միջոցով, յուրաքանչյուր հաճախորդի կցուցաբերվի անհատական մոտեցում և տվյալների վերլուծության շնորհիվ ընդամենը մեկ կողի մուտքագրումից հետո համակարգերը կգեներացնեն հաճախորդների պատմությունը և ավելի օպերատիվ և ստանդարտ որակով կիրականացնեն սպասարկման գործընթացը և հաճախորդ-բանկ հարաբերությունները հնա-

րավոր կլինի կազմակերպել ցանկացած հեռավորության վրա, առանց ժամային սահմանափակման և նույնիսկ առանց մարդկային գործոնի անմիջական ազդեցության:

Մեծածավալ տվյալների հավաքագրման և մշակման համատեքստում անհրաժեշտ է ուսումնասիրել նաև շուկայի միտումները, մասնավորապես՝ հաճախորդների քանակի կամ գործարքների դինամիկան, դրանց հնարավոր զարգացումները, մասնավորապես՝ անկանխիկ գործարքները, որոնք բանկային համակարգում տվյալների հիմնական աղբյուրն են հանդիսանում: Տվյալների հավաքագրման դինամիկան և մեծածավալ տվյալների ներուժը ՀՀ բանկային համակարգում պատկերացնելու նպատակով դիտարկենք ՀՀ բանկային համակարգի վճարային քարտերի, կանխիկ և անկանխիկ գործարքների ցուցանիշները: Բանկերի միության հրապարակած տվյալների համաձայն 2018 թվականին վճարային քարտերի քանակը 2017 թվականի համեմատ ավելացել է 18,04%-ով: 2018-ին վճարային քարտերով կատարվել է 48 124 760 գործարք, որը նախորդ տարվա համեմատ՝ (36 233 175) ավելացել է 11 891 585-ով կամ 32,8%-ով: 2018 թվականին վճարային քարտերով գործարքների ծավալը կազմել է 1 932 804 մլն ՀՀ դրամ, որը 2017 թվականի համեմատ (1 576 818) ավելացել է 355 986 մլն դրամով կամ 22,6%-ով, կանխիկ գործարքների քանակը կազմել է 30 110 602, որը 2017-ի (25 234 703) համեմատ աճել է 4 875 899-ով կամ 19,3%-ով: Անկանխիկ գործարքների քանակը կազմել է 18 014 158, որը 2017-ի (10 998 472) համեմատ աճել է 7 015 686-ով կամ 63,8%-ով:

Նախորդ տարի կանխիկ գործարքների ծավալը կազմել է 1 536 867 մլն դրամ, որը 2017-ի (1 307 788 մլն դրամ) համեմատ աճել է 229 079 մլն դրամով կամ 17,5%-ով: Անկանխիկ գործարքների ծավալը կազմել է 395 937 մլն դրամ, որը 2017-ի (269 030 մլն դրամ) համեմատ աճել է 126 907 մլն դրամով կամ 47,2%-ով: Ընդհանուր առմամբ բոլոր քարտերով կատարված գործարքների ծավալի 20%-ը կատարվել է անկանխիկ, իսկ 80%-ը կանխիկ համամասնությամբ:⁵⁷ Նշված ցուցանիշները փաստում են, որ տվյալների ստեղծումը շարունակաբար ընդլայնվում է, իսկ դրանց մշակման պայմաններում բանկային համակարգը կարող է զգալի և արմատական փոփոխու-

⁵⁷ https://uba.am/uba/news/banking_system.html

թյուններ գրանցել: ՀՀ բանկային համակարգում տվյալների հավաքագրման, մշակման և վերլուծության ծավալները ուսումնասիրելիս պարզ է դառնում, որ ՄՏ և ԲՎԼ ուղղությունը ունի հզոր ներուժ, սակայն գտնվում է զարգացման անբավարար մակարդակի վրա: Սա պայմավորող գործոններից առաջնայինն ու հիմնականը օրենսդրականն է: Մասնավորապես՝ բանկերը և ֆինանսական շուկայի այլ մասնակիցները սահմանափակված են բանկային գաղտնիքի մասին օրենքով և ունեն սուբյեկտների կոնկրետ շրջանակ տվյալների փոխանցման համար:

Համաձայն բանկային գաղտնիքի մասին ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդվածը սահմանում է հետևյալը՝ երրորդ անձ են համարվում բացի տվյալ բանկից և իր հաճախորդից, բոլոր այլ անձինք, ընդ որում, Կենտրոնական բանկը, բանկերը և «Վարկային կազմակերպությունների մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված վարկային կազմակերպությունները, Վարկային տեղեկատվության շրջանառության և վարկային բյուրոների գործունեության մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված վարկային բյուրոները, Ավանդների հատուցման երաշխավորման հիմնադրամը «Ֆիզիկական անձանց բանկային ավանդների հատուցումը երաշխավորելու մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված դեպքերում, երրորդ անձ չեն հանդիսանում: Ակտիվների արժեթղթավորման և ակտիվներով ապահովված արժեթղթերի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված արժեթղթավորման հիմնադրամը, արժեթղթավորման հիմնադրամի կառավարիչը, վաճառողը, սպասարկողը, ինչպես նաև արժեթղթավորման հիմնադրամին արժեթղթավորման կապակցությամբ ծառայություններ մատուցող այլ անձինք չեն համարվում երրորդ անձինք:⁵⁸ Սակայն եթե ի հայտ գան մեծածավալ տվյալների մշակման ընկերություններ, այնպիսիք ինչպիսին այսօր վարկային բյուրոներն են ու բանկային գաղտնիքի մասին օրենքը լինի ավելի ճկուն, դա կնպաստի հավաքագրված տվյալներից տեղեկատվության «կորզման» գործընթացին և վերջին հաշվով լրացուցիչ արժեքների ստեղծմանը: Այսպես, եթե հաճախորդը կառավարի իր մասին բանկային գաղտնիք կազմող տեղեկատվությունը, այսինքն հաճախորդի և նրա կոնտրագենտի համաձայնությամբ բանկն իրականացնի տվյալների «վաճառք» և հաճախորդին և կոնտրագենտին վճարի ստացված գումարը՝

⁵⁸ Բանկային գաղտնիքի մասին ՀՀ օրենք, <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=51416>

բնականաբար գեներացնելով միջնորդավճար, ապա սա արմատական ձևով կփոխի համակարգը: Բանկերը կկարողանան մարքեթինգային և սոցիոլոգիական գործակալություններին (որոնք կվերահսկվեն որևէ լիազոր մարմինների կողմից հիմք ընդունելով տեղեկատվական անվտանգության և անձնական տվյալների պաշտպանության պահանջները) տրամադրել արժանահավատ և առաջնային տեղեկատվություն, հաճախորդները կստանան լրացուցիչ եկամուտներ և այդ դեպքում նույնիսկ «չաշխատող ու պասիվ բանկային հաշիվները» կդառնան հարաբերականորեն «աշխատող» ու եկամտաբեր, իսկ հաճախորդների քանակը կվերափոխվի տվյալների բազմազանության և ծավալի ցուցանիշների: Բնականաբար այստեղ առկա են որոշակի ռիսկեր, սակայն դրանց կառավարելիության և տեղեկատվական անվտանգության գործիքակազմի կիրառելիության պայմաններում տվյալները կդառնան բիզնեսի արժեքի մաքսիմալցման նոր ուղղությունը:

Հաջորդը ՀՀ-ում տվյալների արժեքի ընկալման փոփոխությունն է, որը պետք է զարգացնի այն թեզը, որ տվյալն ինքնին ակտիվ է ու կարող է դառնալ ակտիվ գեներացնող: ՀՀ ֆինանսական հատվածի մասնակիցները օրենքով սահմանված կարգով իրենց կողմից հավաքագրված տվյալները փոխանցում են այլ սուբյեկտների առանց որևէ եկամուտ ստանալու, եթե դիտարկելու լինենք վարկային տեղեկատվության օրինակով, ապա բանկերը վարկային բյուրոներին տվյալները փոխանցում են պարտադիր և անվճար հիմունքներով համաձայն ՀՀ ԿԲ և օրենսդրական պահանջների, մասնավորապես՝ բանկերի և բանկային գործունեության մասին ՀՀ օրենք, վարկային բյուրոների մասին ՀՀ օրենք, ՀՀ ԿԲ մասին օրենք և այլն: Սակայն բանկերը նշված վարկային բյուրոներից և տեղեկատվական շտեմարաններից հարցումներ անելիս կատարում են որոշակի վճարում:

Գործոնների հաջորդ խումբը պայմանավորված է ծրագրային ապահովմամբ: Ներկայումս բանկերում օգտագործվող ծրագրային ապահովման համակարգերի հզորությունը գտնվում է անբավարար մակարդակի վրա, ինչը սահմանափակում է տվյալների վերլուծության ու մշակման գործիքակազմի կիրառությունը, կարծում ենք, որ ՀՀ բանկերը պետք է իրականացնեն ծրագրային ապահովման միջոցների սահուն անցում դեպի նոր ինտերակտիվ համակարգերի: Ստորև աղյուսակ 2-ում ներկայացնենք հաճախորդներին ԱԲՌԱ համակարգից զեկույցների սակագները:

Աղյուսակ 2. Վարկատու հաճախորդ կազմակերպություններին և արտաքին հաճախորդներին տրամադրվող զեկույցների սակագներ⁵⁹

Ձեկույցի անվանում	Ձեկույցի նկարագրություն	Գին ՀՀ դրամ	
		Վարկատու	Արտաքին
ՍՊ0	Սպառողական վարկային զեկույց՝ հակիրճ	384	576
ՍՊ1	Սպառողական վարկային զեկույց՝ նկարագրող	672	1,008
ՍՊ2	Սպառողական վարկային զեկույց՝ ընդլայնված	1,056	1,584
ՍՊ3	Սպառողական վարկային զեկույց՝ ամբողջական	1,440	2,160
ԱՌ0	Առևտրային վարկային զեկույց՝ հակիրճ	768	1,152
ԱՌ1	Առևտրային վարկային զեկույց՝ նկարագրող	1,344	2,016
ԱՌ2	Առևտրային վարկային զեկույց՝ ընդլայնված	2,112	3,168
ԱՌ3	Առևտրային վարկային զեկույց՝ ամբողջական	2,880	4,320
ՖԱՅԿՈ սքոր	Վարկատուի վարկային ռիսկի թվային գնահատական	250	375

Տվյալների պիտանիության խնդիրները, սա կապված է այնպիսի տըվյալների հավաքագրման հետ, որը չի լինի պարզապես տվյալ, այլ կլինի տվյալ, որը մշակման արդյունքում կդառնա տեղեկատվական արդյունք (product): Այսպիսով՝ մեծածավալ տվյալների ու բիզնեսի վերլուծական լուծումների կիրառությունը կարող է դառնալ բիզնեսի զարգացման հիմնական գործոնների մեկը: Ուսումնասիրությունները ցույց տվեցին, որ աշխարհի առաջատար ընկերություններից շատերը ոչ միայն արդյունավետ բիզնես մոդելներ են, այլ ընկերություններ, որոնք պարզապես ստեղծում, մշակում ու տիրապետում են մեծածավալ տվյալներին, իսկ նշված ոլորտի գրավչության մասին են փաստում ներդրումների ծավալները: Տվյալների կիրառությունը կարող է արմատապես փոխել նաև ՀՀ բանկային համակարգը, իսկ արհեստական բանականության զարգացումը մեր պատերազումները բանկային համակարգի մասին ընդհանրապես, դրանք կարող են ձևավորել բիզնեսի արժեքի աճի նոր ուղղություններ, որոնք մրցակցությունը, ծառայություններն ու դրանց որակը, վերահսկողությունը կբարձրացնեն նոր հարթության վրա:

⁵⁹ https://acra.am/?page_id=584&lang=hy

Բինգյոլ ԱՄԻՐՅԱՆ

Մեծածավալ տվյալները որպես բանկային բիզնեսի արժեքի աճի գործոն

Բանալի բառեր՝ մեծածավալ տվյալներ, բիզնեսի վերլուծական լուծումներ, բիզնեսի արժեք, բանկային համակարգ

Ամբողջ աշխարհում ներդրումներ են կատարվում մեծածավալ տվյալների և բիզնեսի վերլուծական լուծումների ոլորտում: Հոդվածում փորձ է արվել ներկայացնել մեծածավալ տվյալների ու բիզնեսի արժեքի միջև կապի առկայությունը, մեծածավալ տվյալների հավաքագրման նպատակով իրականացվող ներդրումների միտումներն աշխարհում, քննարկվել են նաև ՀՀ բանկային համակարգում բիզնեսի արժեքի աճի վրա մեծածավալ տվյալների ազդեցության ուղղությունները: Ներկայացվել են բանկային գործունեության արդյունքում հավաքագրված տվյալների կիրառության նպատակահարմար եղանակներ:

Бингёл АМИРЯН

Большие данные как фактор развития банковского бизнеса

Ключевые слова: большие данные, решения для бизнес-аналитики, ценность бизнеса, банковская система

Во всем мире осуществляются инвестиции в области решений для больших данных и бизнес - аналитики. В этой статье делается попытка представить взаимосвязь между данными и ценностью для бизнеса, тенденции инвестирования в большие данные по всему миру. В статье также обсуждалось влияние данных на возможный рост стоимости бизнеса в банковской системе РА, а также обсуждались некоторые проблемы. Приведены возможные примеры использования данных в банковском секторе.

Bingyol AMIRYAN

Big data as the banking business value growth factor

Key words: big data, business analytics solutions, business value, banking system

The development of digital solutions and information technologies drastically changes the rules of the game in business: information and data are constantly being created and updated that affect business perceptions, outcomes, value and customer needs. Worldwide investments are made in the field of big data and business analytics solutions. This article attempts to present the relationship between data and business value, trends in investing in big data worldwide. The article also discusses the impact of data on the possible growth of business value in the Armenian banking system and possible examples of data usage in the banking sector were presented.