

Երևանի պետական համալսարանում գործող
Բարձրագույն որակավորման կոմիտեի
Տնտեսագիտության 015 մասնագիտական խորհրդին
Հասցե՝ 0009, ք. Երևան, Աբովյան 52

ԿԱՐԾԻՔ
ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ ԸՆԴԴԻՄԱԽՈՍԻ՝
ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԴՈԿՏՈՐ, ՊՐՈՖԵՍՈՐ
ՍԱՄՍՈՆ ԴԱՎՈՅԱՆԻ

Ը.00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման համար ներկայացված Կարեն Մարտինի Եղիազարյանի «ՀՀ բանկային համակարգում վերաբրենդավորման և բրենդի կառավարման գործընթացները (Էվոկաբանկի օրինակով)» թեմայով ատենախոսության և սեղմագրի վերաբերյալ

Անկախացումից հետո ՀՀ բանկային համակարգի ձևավորմանը բնորոշ էր անցումային տնտեսությամբ երկրներ բանկային ոլորտի զարգացման առանձնահատկությունները: ՀՀ տնտեսության ազատականացմանը համընթաց, բանկերի նկատմամբ թույլ վերահսկողական դաշտի և մակրոտնտեսական անկայունության պայմաններում ստեղծվեցին բազմաթիվ փոքր բանկեր, սկզբնական շրջանում դրանց թիվը 39-ն էր, սակայն հետագայում դրանց քանակն ավելի մեծացավ: Այնուհանդերձ գործընթացը բնականորեն հանգեցրեց բարձր ռիսկային գործառնություններ իրականացնող բանկերի անվճարունակության և լուծարման: Դա խաթարում էր բանկային համակարգի նկատմամբ վստահությունը՝ բացասաբար անդրադառնալով ինչպես ամբողջ տնտեսության, այնպես էլ բանկային համակարգի զարգացման միտումների վրա: Ոլորտի կարգավորման նպատակով ՀՀ անկախացումից ի վեր ընդունվեցին տարբեր օրենքներ և իրավական ակտեր, որոնց շարունակական կատարելագործման հիման վրա ՀՀ բանկային համակարգը դարձավ ՀՀ տնտեսության ամենակայուն և հուսալի ոլորտներից մեկը:

Բանկային շուկայում աճող մրցակցության պայմաններում անհրաժեշտ է դառնում նոր մրցակցային առավելությունների հայտնաբերումը, որոնք հնարավորություն են տալիս բանկին շահեկան դիրքեր զբաղեցնել ինչպես շուկայում, այնպես էլ հաճախորդների գիտակցության մեջ դիրքավորվելիս: Ընտրելով վերաբրենդավորման ճիշտ քաղաքականություն և ճիշտ թիրախային խումբ՝ բանկերը կարող են հասնել իրենց առջև դրված նպատակներին՝ հաճախորդների մեծամասնության համար դառնալ առավել նախընտրելի, նորարարական լուծումներով հագեցած ու հարմարավետ բանկ:

Վերաբրենդավորման գործընթացի արդյունքում ամենաեական փոփոխություններ կատարած բանկերից մեկը ՀՀ բանկային համակարգում «Էվոկաբանկ»-ն էր, որը նախկին պասիվ և ավանդական «Պրոմեթեյ» բանկից վերափոխվեց և ներկայում հանդես է գալիս որպես ակտիվ և նորարարական լուծումներով բանկ:

Կարեն Եղիազարյանի ատենախոսությունը նվիրված է բրենդի կառավարման և վերաբրենդավորման հիմնախնդիրներին ՀՀ բանկային համակարգում՝ հիմքում ընդունելով Էվոկաբանկի օրինակը: Հեղինակը ատենախոսության մեջ ներդրել է նոր մշակույթ՝ ներկայացնելով Էվոկաբանկի վերաբրենդավորման քաղաքականությունը, որը մշակվել է իր իսկ կողմից և արդեն իսկ ներդրվել է բանկում: Այս մոտեցումը հնարավորություն է տվել հեղինակին գնահատելու մշակված քաղաքականության մեջ առկա բացթողումները և առաջարկել դրանց շտկման ուղիներ, որոնք արդեն պետք է ներդրվեն հետագայում:

Հեղինակը ատենախոսության նպատակը սահմանել է հետևյալ կերպ՝ վերլուծել վերաբրենդավորման և բրենդի կառավարման գործընթացների առանձնահատկությունները ՀՀ առևտրային բանկերում և մշակել Էվոկաբանկի բրենդի կառավարման և վերաբրենդավորման քաղաքականության լավարկման հիմնուղիներ: Այս նպատակին հասնելու համար հեղինակն իր առջև դրել և հաջողությամբ լուծել է մի շարք խնդիրներ:

Աշխատանքը կազմված է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածից:

Հեղինակը կատարել է թեմային նվիրված համընդգրկուն աշխատանք՝ դրա համար օգտագործելով գիտական մեթոդներ:

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն ամփոփված են հեղինակի կողմից ներկայացված 3 գիտական նորույթներում և հրատարակված 6 գիտական հոդվածներում:

Ատենախոսության և սեղմագրի ծավալն ու բովանդակությունը համապատասխանում են ԲՈԿ-ի կողմից սահմանված ձևաչափին:

Այդուհանդերձ, ատենախոսությունը գերծ չէ նաև թերություններից, որոնք ներկայացված են ստորև.

1. Գծապատկեր 1.1.1-ում հեղինակը նշում է, որ տվյալ գծապատկերը կազմվել է իր կողմից՝ համաձայն մասնագիտական գրականությունում առկա մոտեցումների, սակայն չի հստակեցնում, թե հատկապես որ աշխատությունների ուսումնասիրման արդյունքում է այն կազմվել:
2. Ատենախոսության 2.1 ենթագլխում հեղինակը ներկայացնում է բանկային համակարգում բերնդի կառավարման և վերաբրենդավորման միջազգային փորձը: Կարծում ենք, որ մեկ ենթավերնագրում այն չէր կարող ուսումնասիրվել բավարար խորությամբ: Ցանկալի կլիներ, որ հեղինակը միջազգային փորձի ուսումնասիրմանը նվիրեր ամբողջական գլուխ:
3. Ատենախոսությունում անհրաժեշտ էր իրականացնել Հայաստանում գործող 17 առևտրային բանկերի բրենդների գնահատում և վերոնշյալ բրենդները ձևավորող գործոնների կազմի ու կառուցվածքի համեմատական վերլուծություն կամ այն իրականացնել միայն <<Պրոմեթեյ>> առևտրային բանկի համար: Հարկ է նշել, որ ատենախոսության 55-րդ էջում օրինակ է բերված աշխարհի առավել բարձր բրենդի գին ունեցող բանկերի ցանկը:

Ներկայացված դիտարկումները, սակայն չեն արժեզրկում կատարած աշխատանքը: Կարեն Եղիազարյանի ատենախոսությունը հանդիսանում է ինքնուրույն, ամբողջական

և արժեքավոր հետազոտություն, շարադրված է բավարար մասնագիտական մակարդակով:

Ատենախոսությունը համապատասխանում է ՀՀ Կառավարության 1997թ. օգոստոսի 8-ի թիվ 327 որոշմամբ հաստատված «ՀՀ-ում գիտական աստիճանաշնորհման կանոնակարգի» 6-րդ և 7-րդ կետերին, իսկ հեղինակը արժանի է «Տնտեսագիտական գիտությունների թեկնածուի» գիտական աստիճանի շնորհման:

Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
17.12.2021թ.



Սամսոն Դավոյան

«Ս.Դավոյանի ստորագրության
իսկությունը հաստատում եմ»
ԵՊՀ գիտական քարտուղար



Լ. Հովսեփյան

17.12.21թ.