

Կարծիք

Պաշտոնական ընդդիմախոսի

Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում գործող 014 մասնագիտական խորհրդում Գոռ Սարիբեկի Հարությունյանի «Հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման կատարելագործման հիմնական ուղղությունները ՀՀ առևտրային բանկերում» թեմայով Ը.00.02 «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցմանը ներկայացված ատենախոսության վերաբերյալ

Ատենախոսության թեմայի արդիականությունը և հրատապությունը

Հաշվի առնելով ֆինանսական համակարգի դերը Հայաստանի տնտեսության զարգացման, ինչպես նաև մրցունակության ապահովման գործում՝ առևտրային բանկերի կայունությունն ու պոտենցիալի հնարավոր օգտագործումը պետք է լինեն մասնագետների ուշադրության կենտրոնում: Ընդ որում վերջիններիս արդյունավետությունը բխում է ոչ միայն նրանից, թե որքանով է հաջողվել կառավարել ռիսկերն ու ռեսուրսներն ուղղել դեպի ամենաեկամտաբեր ուղղություններ՝ այլև նրանից, թե առկա տեղեկատվության հիման վրա որքանով է առևտրային բանկին հաջողվել բացահայտել ու բավարարել հաճախորդի ֆինանսական պահանջմունքը:

CRM համակարգն ուղղված է վերլուծելու ու բարելավելու հաճախորդների հետ փոխգործակցությունը, այլ խոսքերով, հաճախորդների վարքագծի կանխատեսման միջոցով յուրաքանչյուր հաճախորդի պահանջմունքը բացահայտելով, համապատասխան ապահովելու վաճառքը:

Ատենախոսության նպատակը և խնդիրները

Ատենախոսության նպատակը Հայաստանի Հանրապետության առևտրային բանկերում հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման արդյունավետության բարձրացման ուղիների բացահայտումն է:

Նշված նպատակին հասնելու համար ատենախոսությունում առաջադրվել և լուծվել են հետևյալ խնդիրները.

- ուսումնասիրել հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման տնտեսամեթոդաբանական և հայեցակարգային հիմքերը բանկային համակարգում,
- ուսումնասիրել և վերլուծել հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման արդյունավետության գնահատման ցուցանիշների էությունն ու առանձնահատկությունները,
- ուսումնասիրել և վերլուծել հաճախորդների սեգմենտավորման ձևերը և համախմբելով առկա մոտեցումները՝ ներկայացնել սեգմենտավորման կառուցվածքային եղանակ,
- ուսումնասիրել և համեմատության եղանակով վերլուծել գործնականում առկա CRM համակարգերը և դրանց նորարարությունները,
- վերլուծել ՀՀ բանկային համակարգում CRM գործընթացների կապի սերտությունն ու ուժգնությունը հաճախորդների հավատարմության և գոհունակության վրա,
- վերլուծել ՀՀ բանկերում ներդրված CRM ռազմավարությունների և համակարգերի արդյունավետությունը և ուղղությունները,
- բացահայտել CRM ռազմավարությունների ուղղությունների և գործընթացների արդյունքների ընկալումների բացերը հաճախորդների և բանկերի աշխատակիցների տեսանկյունից,
- մշակել ՀՀ բանկերում CRM գործընթացների ներդրման համապարփակ ռազմավարություն և բացահայտել կատարելագործման ուղիները,
- մշակել ՀՀ բանկային համակարգի CRM արդյունավետության գնահատման հաշվարկման բանաձև:

Ատենախոսության օբյեկտը և առարկան

Հետազոտության ուսումնասիրության օբյեկտն է ՀՀ առևտրային բանկերի հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման համակարգը: Ուսումնասիրության առարկան է ՀՀ առևտրային բանկերում հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման ուղղությունները և ռազմավարությունները:

Ատենախոսության հիմնական գիտական արդյունքներն ու նորույթը

Ստացված արդյունքներից գիտական նորույթ հանդիսացող հիմնական դրույթներն են՝

1. Կիրառելով կոռելյացիոն և բազմապատիկ ռեգրեսիոն վերլուծության մոդելներ՝ էմպիրիկ կերպով հաստատվել է հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման գործընթացների և հաճախորդների հավատարմության ու գոհունակության միջև առկա կապի ինտենսիվությունը և փոխազդեցության ուժգնությունը:

2. SERVQUAL մեթոդաբանության և բացերի (Gap Analysis) վերլուծության կիրառմամբ բացահայտվել են էական համակարգային շեղումներ հաճախորդների և բանկային աշխատակիցների կողմից CRM ռազմավարության արդյունավետության ընկալման միջև, վկայելով CRM բաղադրիչների նկատմամբ սպասումների ու փաստացի փորձի միջև առկա համակշռվածության խախտումը, որը պահանջում է նպատակային ռազմավարական վերանայում հաճախորդակենտրոնության բարձրացման համար:

3. Մշակվել է հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման գործընթացների ներդրման համապարփակ ռազմավարություն, որը ներառում է հստակ կառուցվածքավորված հինգ հաջորդական փուլ՝ համապատասխանեցված ՀՀ առևտրային բանկերի ինստիտուցիոնալ և տեխնոլոգիական առանձնահատկություններին:

4. Առաջարկվել է CRM ռազմավարության արդյունավետության գնահատման բազմաչափ բանաձև, որի բաղադրիչների կշիռները որոշվել են աստիճանակարգային վերլուծության մեթոդի (AHP) կիրառմամբ՝ օգտագործելով Այդի Բանկի տվյալները: Մոդելը հնարավորություն է տալիս բազմակողմանիորեն չափել ռազմավարության արդյունավետությունը ինչպես հաճախորդների գոհունակության, այնպես էլ բանկային ներքին գործառնական ցուցանիշների առումով:

Ատենախոսության գործնական նշանակությունը

Ատենախոսության գործնական նշանակությունը կայանում է նրանում, որ CRM ռազմավարության կիրառելիությունն առևտրային բանկերում շատանալու է՝ պայմանավորված հաճախորդների գոհունակության բարձրացմանն ուղղված քայլեր

ձեռնարկելու անհրաժեշտության հետ: Ատենախոսության հիմնական արդյունքները արտացոլվել են հեղինակի 7 հրապարակումներում:

Ատենախոսության ծավալը և կառուցվածքը

Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացությունից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածներից: Ատենախոսությունը շարադրված է 152 էջի վրա՝ առանց հավելվածների:

Ներածություն բաժնում ներկայացված է նպատակն ու ուսումնասիրության օբյեկտը, գիտական նորույթը ինչպես նաև ատենախոսության գործնական ու կիրառական նշանակությունը լուսաբանող հիմնավորումներ:

Առաջին՝ «Հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման մեթոդաբանական և հայեցակարգային հիմքերը» գլխում ներկայացված են առևտրային բանկերում CRM-ի օգտագործման հիմնական ուղղությունները և կատարված է համեմատական վերլուծություն

Երկրորդ՝ «Հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման արդի վիճակը ՀՀ բանկային համակարգում» գլուխը նվիրված է ՀՀ բանկային համակարգի նկարագիրը ներկայացնելուն: Մասնավորապես իրավական նորմավորումները, որոնք առնչվում են հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառուցմանը:

Երրորդ՝ «Հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման ռազմավարության կատարելագործման հիմնական ուղղությունները ՀՀ առևտրային բանկերում» գլուխը նվիրված է CRM համակարգերի կիրառման գործընթացում առկա խնդիրները և դրա արդյունավետության գնահատման բանաձևի մշակմանը:

Դիտողություններ ատենախոսության վերաբերյալ

- Հեղինակի կողմից էջ 26-ում ներկայացված պնդումը, ըստ որի CLV և CRV գործակիցներն հակադարձ համեմատական են՝ լրացուցիչ հիմնավորման և աղբյուրների ներկայացման կարիք ունի, քանի որ բանկի հետ երկարատև համագործակցող հաճախորդը ըստ տրամաբանության ուղղորդումների առավել մեծ ցուցանիշ պետք է ունենա:

• Էջ 43-ում ներկայացված CRM համակարգերի մատակարարների գծապատկերը թերի է՝ դրանում անհրաժեշտ ցուցանիշների բացակայության պատճառով: Մասնավորապես նշված չէ օրդինատների առանցքի ցուցանիշը, ինչպես նաև կազմակերպությունների անվանումները:

• Հավելված 1,2-ում առկա է վրիպակ կապված բանկերի ֆինանսական հաշվետվությունների ներկայացման տարեթվի կամ ներկայացված ցուցանիշների տարեթվի հետ:

• Ատենախոսությունը կշահեր, եթե դրանում առավել մեծ ուշադրություն դարձվեր CRM համակարգերի կողմից տրվող առավելություններին, ինչպիսիք են հաճախորդների պահանջմունքների բացահայտումն ու ինդիվիդուալ առաջարկ ձևավորելը և խաչաձև վաճառքների իրականացումը:

• Հեղինակի կողմից հարցված անձանց թիվը կազմում 23 է, ինչը նշանակում է 95 տոկոս վստահելիության պայմաններում հնարավոր շեղումը կազմելու է 20 տոկոս, ինչը զգալի է ստացված արդյունքները հավաստի համարելու համար: Նշեմ, որ ԱՅԴԻ բանկի աշխատակիցների թիվը 700-ից ավել է, ինչի համար պահանջվում էր ռեսպոնդենտների թիվը հասցնել 248-ի (5 տոկոս շեղման պայմաններում):

Եզրակացություն

Նշված դիտողությունների շտկումը կարող է օգտակար լինել ատենախոսության գիտական արդյունքները սահմանելիս: Ատենախոս Գոռ Սարիբեկի Հարությունյանը կատարել է ուշագրավ, ծավալուն, տեսամեթոդական և կիրառական բնույթի մոտեցումներ պարունակող հետազոտություն:

Սեղմագիրը կազմված է ՀՀ ԲԿԳԿ-ի պահանջներից ելնելով և համապատասխանում է ատենախոսության բովանդակությանն ու արտացոլում է դրա հիմնական դրույթներն ու արդյունքները:

Ատենախոսության սեղմագրում և հեղինակի հրատարակած գիտական 7 հոդվածներում որպես գիտական նորույթ ներկայացված դրույթները ստացել են լուսաբանումը:

Վերը շարադրվածը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ Գոռ Սարիբեկի Հարությունյանի **«Հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման կատարելագործման հիմնական ուղղությունները ՀՀ առևտրային բանկերում» թեմայով** պաշտպանության ներկայացված ատենախոսությունը

համապատասխանում է «ՀՀ գիտական աստիճանաշնորհման կանոնակարգի» 6-րդ և 7-րդ կետերի, ինչպես նաև թեկնածուական ատենախոսություններին ներկայացվող այլ պահանջներին, իսկ հեղինակն արժանի է Ը.00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի հայցվող գիտական աստիճանի շնորհմանը:

**Պաշտոնական ընդդիմախոս,
Տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ**



Ն. Բաբայան

**Տարածաշրջանի ղեկավար, տնտեսագիտության թեկնածու,
դոցենտ Ն. Բաբայանի ստորագրությունը հաստատում եմ**

Անձնակազմի կառավարման վարչության պետ



Է. Խանեյան