

## Հ Ա Շ Վ Ե Տ Վ ՈՒ Թ Յ ՈՒ Ն

«ՀՀ պետական կառավարման ինստիտուցիոնալացման հեռանկարները  
տնտեսության թվայնացման համատեքստում» թեմայի շրջանակներում  
01 հուլիսի 2022թ-ից մինչև 31 դեկտեմբերի 2022թ. ընկած  
ժամանակահատվածում իրականացված աշխատանքների վերաբերյալ

*Մկրտչի '01 հուլիս, 2021թ.*

1. Հետազոտության վերջին փուլի շրջանակներում ԵՊՀ Սահմանադրական տնտեսագիտության գիտավերլուծական կենտրոնի կողմից կազմակերպվել է «Թվայնացումն ու թվային տնտեսության զարգացման հեռանկարները» խորագրով աշխատաժողով, որի ընթացքում մասնակիցներին ներկայացվել են թվայնացման և թվային փոխակերպման ոլորտի ներկա վիճակն ու զարգացումները, թվային տնտեսության ձևավորման և զարգացման հեռանկարները և այլն: Աշխատաժողովին մասնակցում էին ԵՊՀ ռեկտոր Հովհաննես Հովհաննիսյանը, «Թվային Հայաստան» կազմակերպության նախագահ Սուրեն Քրմոյանը, ֆակուլտետի պրոֆեսորադասախոսական կազմի ներկայացուցիչներ, ասպիրանտներ (էլեկտրոնային հղումը՝ [ԹՎԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՉԱՐԳԱՑՈՒՄԸ \(ysu.am\)](http://ysu.am)):
2. Հոդվածների հրապարակումներ տեղական և միջազգային հանդեսներում *(Հավելված 2)*
3. Հաշվետու ժամանակահատվածում հետազոտություններն իրականացվել են հետևյալ ուղղություններով՝
  - ✓ անարդյունավետ նորմերի, ինստիտուտների փոխարինման կառուցակարգերի ուսումնասիրություն՝ ըստ ՀՀ տնտեսության տարբեր ոլորտների, մասնավորաբար՝ առևտրի, կրթության, առողջապահության և ֆինանսական,
  - ✓ թվայնացման նորամուծությունների կիրառման հնարավորությունների ուսումնասիրություն:

## ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԱԽԱԲԱՆ .....	4
1. ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՆՈՐԱՄՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ԵՎ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ.....	6
2.ԱՆԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏ ՆՈՐՄԵՐԻ ԵՎ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏՆԵՐԻ ՓՈԽԱՐԻՆՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԵՐՆ՝ ԸՍՏ ՀՀ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻ .....	9
2.1 ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ԱՐԴԻ ՎԻՃԱԿՆ ՈՒ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ .....	9
2.2 ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱՌՈՂՋԱՊԱՀՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ.....	22
2.3 ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՆՈՐԱՄՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՆԵՐԴՐՄԱՆ ԵՎ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ.....	38
2.4 ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾՈՒՄ ՆՈՐԱԳՈՒՅՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ.....	51
ՀԱՎԵԼՎԱԾ.....	95

## ՆԱխաբան

Ներկայումս պետական կառավարման ոլորտում թվային փոխակերպումներն ուղղված են «Էլեկտրոնային կառավարությունից» դեպի «թվային կառավարություն» անցումն ապահովելուն: «Էլեկտրոնային կառավարության» պարագայում տեխնոլոգիաները կիրառվում են պետական կառավարման մարմինների կատարած գործողություններն ավտոմատացնելու, դրանց աջակցելու նպատակով, մինչդեռ «թվային կառավարությունում» այդ տեխնոլոգիաները կիրառվում են պետական կառավարման համակարգի արդյունքայնությունն ապահովելու նպատակով: Այս դեպքում հնարավոր է դառնում լիարժեք ֆունկցիոնալ համակարգի ձևավորումը, որը բաղկացած է պետական կառավարման մարմիններից, գործարար համայնքից, ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից, և որտեղ թվային կառավարությունը հանդես է գալիս որպես կապող օղակ՝ ապահովելով վերը թվարկված խաղացողների փոխգործակցությունը<sup>1</sup>: Ստացվում է, որ պետությանը վերապահվում է միասնական թվային էկոհամակարգի միջոցով քաղաքացիների և կազմակերպությունների փոխգործակցությունն ապահովողի և կազմակերպչի դերակատարումը:

Պետական կառավարման թվայնացման նախագծերի իրականացման հիմնական նպատակներն աշխատանքային և արտադրական գործընթացների ռացիոնալացումն ու ինտեգրումն են, տվյալների և տեղեկատվության արդյունավետ կառավարումը, պետական առցանց ծառայությունների արդյունավետ մատուցումը, ինչպես նաև մարդկանց իրավունքների և հնարավորությունների ընդլայնման համար նոր ուղիների ներդրումը<sup>2</sup>: Սակայն պետք է ընդունենք նաև, որ աշխարհում դեռևս գոյություն չունի թվայնացման չափանիշների, չափորոշիչների միասնական ընդունված մոտեցում: Պետական կառավարման թվային փոխակերպումը թույլ է տալիս բարձրացնել պետական կառավարման արդյունավետությունը՝ օպտիմալացնելով վարչարարական գործընթացները, կրճատել բյուջետային ծախսերը, արագացնել ներինստիտուցիոնալ գործընթացների իրականացումը: Միասնական սկզբունքներով տվյալների արդյունավետ կառավարումը հնարավորություն է տալիս բարելավելու պետական ծառայությունների որակը և երկարաժամկետ հատվածում ձևավորելու առավել արդյունավետ և վերահսկելի հանրային քաղաքականություն<sup>3</sup>: Պետական կառավարման համակարգի թվայնացման օգուտները պարզորոշ կերպով նկատելի են Համաշխարհային բանկի կողմից՝ հանրային հատվածում թվային փոխակերպման մակարդակը<sup>4</sup> բնութագրող ստորև բերված գծապատկերից, որը ցույց է տալիս

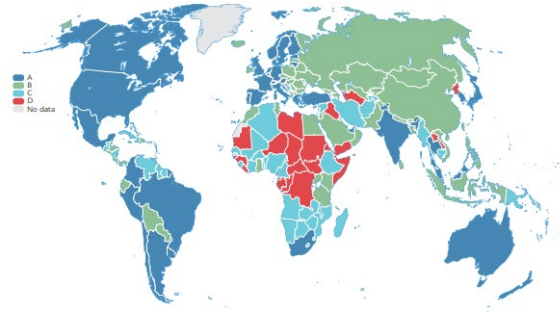
<sup>1</sup> OECD. *Recommendation of the Council on Digital Government Strategies*. OECD Publishing. Paris. 2014, p. 6.

<sup>2</sup> United Nations. *United Nations e-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want*. New York: UN Publishing Section. 2014, p. 196.

<sup>3</sup> Հայաստանի թվայնացման ռազմավարություն, 2021-2025թթ.:

<sup>4</sup> *GovTech Maturity Index, The State of Public Sector Digital Transformation*. World Bank, 2021, p.24.

կառավարության թվային փոխակերպման և երկրի զարգացածության ու բարեկեցության միջև ակնհայտ դրական կապի առկայությունը:



**Գծապատկեր 1. Հանրային հատվածում թվային փոխակերպման մակարդակն աշխարհում:**

Պետության և առհասարակ հասարակության տեսանկյունից տեղի ունեցող և սպասվող փոփոխություններն այնքան մասշտաբային են, որ որոշ հետազոտողներ թվայնացումը դիտարկում են որպես պետական կառավարման նոր մոտեցումների, նոր հայեցակարգերի շարժիչ ուժը<sup>5</sup>: Հիմնական գործընթացների և գործողությունների թվայնացման վրա հիմնված պետական կառավարման վերափոխումների արդյունքում առանձնահատուկ ուշադրություն է դարձվում քաղաքացիների՝ որոշումների վրա ազդելու առավել լայն գործիքակազմի ներդրմանը, ինչպես նաև պետական կառավարման մարմինների կողմից մատուցվող ծառայություններից բավարարվածության մակարդակի էական բարձրացմանը<sup>6</sup>: Որոշ վերլուծաբաններ թվայնացման օգուտների թվարկման ժամանակ առավել մեծ ուշադրություն են դարձնում կազմակերպական կառուցվածքի պարզեցման և ռեսուրսների առավել ինսյոդաբար օգտագործման հարցերին<sup>7</sup>:

Պետական կառավարման թվայնացման արդյունքը հիմնականում ասոցացվում է դրա որակի բարձրացման և ծախսերի նվազման հետ: Պետական կառավարման արդյունավետության վերլուծությունը պահանջում է գնահատել մի կողմից պետական ծառայողների և նրանց աշխատանքի արտադրողականության կապը, մյուս կողմից՝ պետական կառավարման համար հատկացվող ֆինանսական միջոցների և նոր տեխնոլոգիաների ներդրման հետևանքով ծախսերի տնտեսման կապը: Այս հարցերի անորոշությունը հանգեցնում է ռեսուրսների ոչ արդյունավետ օգտագործման, երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացման պոտենցիալի ոչ լիարժեք օգտագործման, ինչպես նաև հասարակության կողմից պետական ինստիտուտների նկատմամբ ունեցած վստահության նվազման:

<sup>5</sup> Margetts, Hellen, and Dunleavy, Patrick. “The second wave of digital-era governance: a quasi-paradigm for government on the Web”. *Philosophical Transactions of the Royal Society*. 2013. Vol. 371. No. 1987, pp. 6-7.  
<sup>6</sup> Bannister, Frank, and Connolly, Regina. “ICT, public values and transformative government: A framework and programme for research”. *Government Information Quarterly*. 2014. Vol. 31. No. 1. P. 120.  
<sup>7</sup> O’Reilly, Tim. “Government as a Platform”. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. 2011. Vol. 6. No. 1. P. 16.

# 1. ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՆՈՐԱՍՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ԵՎ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Պետական կառավարման թվայնացումը չի կարող ինքնաբերաբար երաշխավորել առաջընթացը, առանց դրա կենսունակ միջավայրի ստեղծման ու ներագդման լծակների արդյունավետ փոխգործակցման պայմանների ստեղծմամբ: Գաղտնիք չէ, որ գերատեսչական թվայնացումը հանգեցնում է մեծաքանակ, ֆունկցիոնալ առումով միմյանց կրկնող տեղեկատվական համակարգերի ստեղծման: Հատկապես զարգացող երկրներում թվային տեխնոլոգիաների կիրառման արդյունավետությունը ցածր է այն պատճառով, որ մեծ մասամբ ոչ թե ամբողջական գործընթացներն են թվայնացվում, այլ դրանց առանձին բաղադրիչներ, և արդյունքում ստացվում է, որ էլեկտրոնային եղանակով իրականացվում են լոկ որոշ գործառույթներ, որը չի կարող մասշտաբային էֆեկտ ապահովել:

Թվայնացման նորամուծությունների կիրառումը մեծապես ազդում է տնտեսության բոլոր ոլորտների վրա: 2008 թվականին կրիպտոգրաֆիան կլանեց այն, ինչ մենք օգտագործում ենք ամեն օր՝ փողը: Ստեղծվեց առաջին կրիպտոարժույթը՝ «Բիթքոին»՝ էլեկտրոնային գումար, որը հիմնված է կոդավորման հիմունքների վրա: Բիթքոինի համար բանկ է հանդիսանում նրա սեփականատերերի էլեկտրոնային դրամապանակների համաշխարհային ցանցը, որից նրանք օգտվում են ամեն օր: Բիթքոինը հնարավոր չէ տպել, այն առաջանում է իր սեփական օրենքներով և միայն նրանց մոտ ովքեր դրա համար նվիրաբերում են իրենց համակարգիչների հզորությունները: Յուրաքանչյուր նոր վճարման գործընթաց պահանջում է գուշակել նոր կոդ: Աշխարհի բոլոր համակարգիչները զբաղված են միայն դրանով՝ ճիշտ կոդ հավաքելու անվերջ փորձերով: Շատերը նույնիսկ կատակում են, թե բիթքոինը ստեղծել է արհեստական ինտելեկտը, որը վաղուց էր ստեղծված և գաղտնի պահվում էր մոլորակի վրա: Բիթքոինի ստեղծմանը շարունակեցին նաև այլ կրիպտոարժույթների ստեղծումը՝ ալտքոինները, և նրանց թիվը օրեցօր աճում է: Այդ ամենի ստանդարտ է համարվում բիթքոինը: Կարող ենք եզրակացնել որ աշխարհում կա մի արժույթ, որը հնարավոր չէ կառավարել, հնարավոր չէ արգելել և այն հանդիսանում է աշխարհի ամենաթանկ արժույթը: Նրա արժեքը գերազանցում է դոլարի և եվրոյի արժեքը մեկուկես անգամ:

**Կրիպտոարժույթների ներդնումը տնտեսությունում:** Կրիպտոարժույթների ներդրումը տնտեսությունում նկատելի դարձավ նրանց ստեղծվելու պահից համեմատաբար ավելի ուշ: Մասնավորապես մեծ ուշադրության արժանացավ առաջին հաջողված կրիպտոարժույթը՝ Բիթքոինը: 2013-2014թթ-ին առաջին անգամ հատելով 1000\$-ի շեմը Բիթքոինը իր վրա սևեռեց նեոդոդոների և մի շարք տնտեսագետների ուշադրությունը: Այդ ժամանակների ֆենոմենը սկսվեց ուսումնասիրվել մի շարք գիտնականների կողմից, որպեսզի տրվեին առաջացած հարցերի պատասխանները: Ստեղծվում էին տարատեսակ մոդելներ, որպեսզի հնարավորություն լիներ կանխատեսելու բիթքոին

հետագա զարգացումը: Սակայն նրա անվերահսկելիության և գործարքների գաղտնիության պատճառով ստեղծված մոդելները չէին կարողանում տալ հստակ պատասխաններ:

4 դեպքում էլ բիթքոինի արժեքի տատանումները ունեցել են միևնույն միտումները տարբեր ժամանակահատվածների համար: Դիտարկվում է տատանումների ընթացքի 4 փուլ՝

- Ինֆորմացիայի դրական էֆֆեկտի հետևանքով բիթքոինի արժեքը ստանում է դրական մղում: Արդյունքում ավելանում են նոր ներդրողներ, որոնք սկսում են գնել բիթքոին: Պրոցեսը վերածվում է ինքնարտադրության: Նոր մուտք գործողները սկսում են ավելի մեծ գին գեներացնել և մղումը ավելի է ուժեղանում:
- Պայթյուն, որը սովորաբար տեղի է ունենում ինչ-որ վատ նորությամբ պայմանառված: Նոր շուկա մուտք գործած սպառողների մեծ մասը անփորձությունից կամ վախից դրդված շատ արագ վաճառում են իրենց բիթքոինները և դուրս գալիս շուկայից: Վաճառքի աճի տեմպը սկսում է գերազանցել գնի աճի տեմպը:
- Վաճառելուն հակված սպառողները ամբողջությամբ վաճառելով իրենց պաշարները և դուրս գալով շուկայից պատճառ են հանդիսանում գների անկման: Այս ամենին հաջորդող մի քանի շաբաթը կոչվում է aftershock, քանի որ ամեն մի չնչին տատանում ստեղծում է համեմատաբար ավելի քիչ արդյունք և եկամուտ: Բայց այս դեպքում տատանումները ավելի քիչ են քան դրանց պատճառ հաղիսացող հանգամանքները:
- Վերջին փուլում գինը ստաբիլանում է: Բիթքոինի մեծ մասը գտնվում է այն մարդկանց ձեռքերում, ովքեր համեմատաբար ավելի ռիսկային քայլերի են դիմել կամ ովքեր ավելի փորձառու են գտնվել կամ էլ ովքեր պարզապես ցանկացել են իրենց խնայողությունները նման տեսքով երկար ժամանակ պահել: Գինը մնում է ստաբիլ այնքան ժամանակ քանի դեռ մյուս բունը տեղի չի ունեցել:

Այս ամենը տեղի է ունենում կարճաժամկետ հատվածներում: Եթե դիտարկենք երկարաժամկետ հատվածը ապա կտեսնենք, որ յուրաքանչյուր նմանատիպ 4 փուլերի ընթացքում ձևավորված գները աճի միտում ունեն և այդ պատճառով սպառողների վարքը ինչ-որ չափով ստաբիլ է մնում բիթքոինի և մյուս կրիպտոարժույթների նկատմամբ:

**Կրիպտոարժույթների շուկան:** Կրիպտոարժույթների մեջ գումար ներդնելու առաջին հանգամանքը նրանց գինն ու հետագա հնարավոր զարգացումներն են: Ներդրողները արդեն իմանալով ներկա պահի դրությամբ կրիպտոարժույթի գինը, անելով կանխատեսումներ որոշում են թե որ կրիպտոարժույթից գնեն, որը վաճառեն: Շատ հաճախ նրանք ձևավորում են պորտֆել նվազեցնելով իրենց գումարի հնարավոր կորուստի ռիսկերը: Սակայն այստեղ առաջանում է հարց, որքանով են կրիպտոարժույթների գները միմյանցից անկախ: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ

կրիպտոարժույթների շուկայում ներկա պահի դրությամբ գոյություն ունեն մի քանիսը, որոնք մյուսների համեմատ գրեթե գերիշխող դիրք են զբաղեցնում, կարելի է ենթադրել որ այս հարցի պատասխանը կունենա բացասական պատասխան: Շուկայում կան այնպիսի կրիպտոարժույթներ , ինչպիսին են Բիթքոինը, Էֆերիումը, Ռիփլը և այլն, որոնք լինելով առաջին հաջողված կրիպտոարժույթները ներկայումս զբաղեցնում են շուկայի մոտ 65%-ը(BTC-45%, Eth-20%, XRP-10%): Կարող ենք եզրակացնել, որ կրիպտոարժույթների շուկայում գների տատանումը մեծ մասամբ դեռևս կախված է այս 3 արժույթների կայունության աստիճանից: Հաշվի առնելով այս հանգամանքը՝ ներդրողները կրիպտոպորտֆելների հետ աշխատելու ժամանակ պետք է ուշադրություն դարձնեն մի քանի ցուցանիշների որպեսզի պորտֆելը լինի հավասարակշռված:

## Եզրակացություն

Ամփոփելով միտքը՝ կարելի է անել հետևյալ եզրակացությունները.

1. Ֆինանսական համակարգում կրիպտոարժույթների վերաբերյալ գոյություն ունեն երկու մոտեցումներ: Կրիպտոարժույթները մի կողմից համարվում է ֆինանսական ներդրում, որը կարող է նպաստել վճարային համակարգի զարգացմանը, իսկ մեկ այլ տեսանկյունից հանցագործների ձեռքում կարող է հանդես գալ որպես գործիք փողերի լվացման և ահաբեկչությունների ֆինանսավորման համար: Այդպիսի իրավիճակները պահանջում են համապատասխան մեխանիզմների ներդրում, որոնք կբացառեն այդ ռիսկերը:
2. Կրիպտոարժույթների ստեղծումը պատմական զարգացման տրամաբանական հետևանքների արդունքն է: Կրիպտոարժույթները ունեն մեծ մասսայականություն, սակայն դեռևս դուրս են իրավական կարգավորումների դաշտից: Ուսումնասիրելով տարբեր երկրների կողմից դաշտի իրավական կարգավորումներին ուղղված քայլերը՝ առաջարկում ենք ՀՀ-ում դաշտը կարգավորել հետևյալ կերպ:
  - Թույլատրել կրիպտոարժույթների գովազդումը բոլոր գովազդային հարթակներում:
  - Թույլատրել կրիպտոարժույթներով բոլոր այն գործառնությունների կատարումը և ծառայությունների մատուցումը, որոնց իրականացումը չի առաջացնի քրեորեն պատժելի հետևանքներ:



## 2. ԱՆԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏ ՆՈՐՄԵՐԻ ԵՎ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏՆԵՐԻ ՓՈԽԱՐԻՆՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԵՐՆ՝ ԸՍՏ ՀՀ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԻ

2.1 Կրթության ոլորտի թվայնացման արդի վիճակն ու զարգացման միտումները ՀՀ-ում: Կրթության թվայնացումը ուսումնական ու կառավարական բնույթի թվային տեսքով տեղեկատվության մատուցումն է, մշակումն ու պահպանումը, որը կրթական գործունեության արդյունավետության (որակի) էական բարձրացման երաշխիքի է վերաճում: 2021 թվականի փետրվարի 11-ի N 183-Լ որոշմամբ ՀՀ կառավարությունը հաստատել է «Հայաստանի թվայնացման ռազմավարություն 2021-2025» փաստաթուղթը, որով նախանշվում է մինչև 2025 թվականը երկրում թվայնացման գործընթացների համատեքստում իրականացվելիք հիմնական ուղղություններն ու ծրագրերը: Ռազմավարության մի առանձին բաժին նվիրված է կրթությանը՝ թվային հմտությունների ձևավորմանը<sup>8</sup>: Պետությունը փաստում է, որ թվայնացումն անհնար է հաջողել առանց հասարակության բոլոր տարիքային խմբերի շրջանում թվային հմտությունների զարգացման, ինչը կապակցված է ինչպես պետական հատվածի, այնպես էլ տնտեսության արդիականացման հետ: Թվային տեխնոլոգիաների առօրյա օգտագործումը կբարձրացնի թվային հմտություններին տիրապետող քաղաքացիների կյանքի որակը: Թվային հմտությունները քաղաքացիներին թույլ կտան ավելի արդյունավետ կազմակերպել իրենց շփումը պետական գերատեսչությունների, տնտեսվարողների հետ, ինչպես նաև օգտվել թվային ծառայություններից և արտադրանքներից: Թվային հմտություններին տիրապետող աշխատուժը կմասնակցի նոր տեխնոլոգիական լուծումների ներդրմանը տնտեսությունում՝ նպաստելով ՀՆԱ-ի աճին և որակական զարգացմանը: Թվային հասարակության զարգացումը հնարավորություն կտա բարձրացնել կիրառական գիտության մակարդակը երկրում՝ իրազեկվածության և թվային գրագիտության բարձրացման արդյունքում:

Ըստ այդմ, 2021-2025թթ. Հայաստանի թվայնացման ռազմավարությունում թվային հմտությունների ձևավորման և զարգացման տեսանկյունից կարևորվում են հետևյալ միջոցառումները.

1) Բոլոր գերատեսչությունների և գործարար ոլորտի հետ համագործակցության արդյունքում իրականացնել համալիր կրթական ծրագրեր հասարակության բոլոր տարիքային և սոցիալական խմբերի համար, Հայաստանի թվային փոխակերպման օրակարգը իրականություն դարձնելու, ապագայի տնտեսության մարտահրավերներին և կիրառական գիտության զարգացող պահանջներին համապատասխանելու համար:

2) Քաղաքներում, համայնքներում և հեռավոր գյուղերում թվային հմտությունների դասընթացների կազմակերպում և թվայնացված պետական ծառայությունների իրազեկում:

<sup>8</sup> Տես ՀՀ Կառավարության 2021 թվականի փետրվարի 11-ի N 183-Լ որոշման հավելված 1, բաժին 10:

3) Առանձնակի ուշադրություն դարձնել կանանց և աղջիկների թվային և տեխնիկական հմտություններն ու գիտելիքները զարգացնելու կրթական ծրագրերին:

4) Թվային հմտությունների կրթական ծրագրերի իրականացման ընթացքում գիտելիքներով և առաջադիմությամբ առավել աչքի ընկնող մասնակիցների շտեմարանի ձևավորում, հետագայում նրանց որպես թվային պետական ծառայությունների աշխատակից ներգրավելու նպատակով:

5) Ազգային Փոստի (Հայփոստ) ենթակառուցվածքում (մասնաճյուղեր) ապահովել հանրային համակարգչի հասանելիություն և հատուկ պատրաստված աշխատակցի կողմից թվային հմտությունների խորհրդատվություն և աջակցություն պետական թվային ծառայություններից օգտվելու նպատակով:

Կրթության ոլորտի թվայնացման գործընթացում կարևոր նշանակություն ունի կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգի (այսուհետ՝ ԿԿՏՀ) ձևավորումը: ԿԿՏՀ-ն տվյալների հավաքագրման, պահպանման, մշակման, ինչպես նաև հաշվետվությունների ստացման և հրապարակման էլեկտրոնային միասնական համակարգ է, որի միջոցով իրականացվում է Հայաստանի Հանրապետության կրթության ոլորտի վարչական ռեգիստրների վարումը: ԿԿՏՀ-ում պահվող տվյալները (տեղեկությունները) համալրվում են վարչական բնույթի դիտարկումների հիման վրա<sup>9</sup>:

ԿԿՏՀ-ում գրանցվում են Հայաստանի Հանրապետությունում նախադպրոցական, հանրակրթական, նախնական (արհեստագործական) և միջին մասնագիտական, բարձրագույն մասնագիտական և հետբուհական հիմնական կրթական ծրագրեր իրականացնող բոլոր ուսումնական հաստատությունները՝ անկախ կազմակերպական իրավական ձևից և ենթակայությունից՝ վարչական ռեգիստրների ամբողջականությունը ապահովելու նպատակով: ԿԿՏՀ վարումն իրականացնում է ՀՀ Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարության «Կրթական տեխնոլոգիաների ազգային կենտրոն» ՊՈԱԿ-ը (այսուհետ՝ ԿՏԱԿ), որը հանդիսանում է համակարգի գլխավոր ադմինիստրատորը: Իսկ համակարգի ողջ տեղեկատվությունը պահվում է ԿՏԱԿ-ի կենտրոնական հանգույցի սերվերների վրա, որից օգտվելու հնարավորություն ունեն ԿԿՏՀ բոլոր մասնակիցները:

Կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգի մասնակիցներն են.

- ✓ ՀՀ կրթության պետական կառավարման լիազորված մարմինը:
- ✓ ՀՀ պետական կառավարման մարմինները:
- ✓ Պետական կառավարման, տարածքային կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինները:
- ✓ ՀՀ համայնքային, պետական և ոչ պետական ուսումնական հաստատությունները:

<sup>9</sup> Տես ՀՀ ԿԳՄՍ նախարարի 17.08.2021թ., N 65-Ն հրամանը - <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=155309>

Կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգի հիմնական ենթահամակարգերն են.

- Նախադպրոցական կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգը,
- Դպրոցների կառավարման տեղեկատվական համակարգը,
- Մասնագիտական կրթության՝ նախնական (արհեստագործական), միջին մասնագիտական ուսումնական հաստատությունների և ԲՈՒՀ-երի կառավարման տեղեկատվական համակարգը,
- Պարտադիր կրթությունից դուրս մնացած երեխաների բացահայտման էլեկտրոնային համակարգը,
- Սահմանամերձ կամ բարձրլեռնային բնակավայրերի պետական հանրակրթական ուսումնական հաստատություններ ուսուցիչների գործուղման համակարգը,
- Կրթության առանձնահատուկ պայմանների կարիք ունեցող երեխաների տեղեկատվական համակարգը:

ԿԿՏՀ համակարգի տվյալները հավաքագրվում են ուսումնական հաստատությունների միջոցով: Տվյալների մուտքագրումը և խմբագրումն իրականացնում են ուսումնական հաստատությունները՝ յուրաքանչյուր տարի մինչև սեպտեմբերի 30-ը: Ըստ անհրաժեշտության՝ մուտքագրված տվյալների մեջ փոփոխությունը կատարվում է 5-օրյա ժամկետում:

Փաստացի ստացվում է, որ կրթության ոլորտի վարչական ռեգիստրների վարումը կատարվում է տվյալների հավաքագրման, պահպանման, մշակման, ինչպես նաև հաշվետվությունների ստացման և դրանք էլեկտրոնային միասնական համակարգում հրապարակելու միջոցով: Վերջին տարիներին ՀՀ կրթության ոլորտում թվայնացման ուղղությամբ նկատելի աշխատանք է կատարվել: Արդեն իսկ թվայնացված են սովորողների ընդունելության, հաստատությունից հաստատություն տեղափոխման, գնահատման, ուսուցիչների ատեստավորման և մի շարք այլ գործընթացներ՝ մասնակի և ամբողջական բաղադրիչներով, ինչպես նաև ավարտական վկայականների՝ ատեստատների տրամադրման գործընթացը:

**Կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգի ենթահամակարգերի նկարագրությունը:** 2013 թվականից Հայաստանի Հանրապետության հանրակրթական ուսումնական հաստատություններում ներդրվել և գործում էր «Դպրոցների կառավարման տեղեկատվական համակարգ» էլեկտրոնային ծրագիրը՝ <https://emis.am/schools>: Ավելի ուշ ստեղծվեց և ներդրվեց «Մասնագիտական կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգը» (ՄԿԿՏՀ)՝ ներառելով նախնական (արհեստագործական) և միջին, նաև բարձրագույն և հետբուհական մասնագիտական կրթության համակարգերը: Հետագայում այս երկու համակարգերը միավորվեցին և ստեղծվեց մեկ միասնական տեղեկատվական համակարգ, որը բացառում է նույն սովորողի բազմակի հաշվառումը կրթության տարբեր

մակարդակներում միաժամանակ, հնարավորություն է տալիս վերահսկել սովորողի տեղափոխման գործընթացը մի կրթական հաստատությունից այլ կրթական հաստատություն և այլն: «Կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգի» (<https://emis.am>) ամբողջականացման համար նշված երկու համակարգերին 2017թ. միացվեց նաև Նախադպրոցական կրթության կառավարման համակարգը:

Նախադպրոցական և մասնագիտական կրթության կառավարման տեղեկատվական համակարգեր

Համակարգերի միջոցով ամբողջական տեղեկատվություն է հավաքվում ՀՀ-ում գործող նախադպրոցական, մասնագիտական ու հանրակրթական ուսումնական հաստատությունների շենքային պայմանների, ենթակառուցվածքների, հաճախող երեխաների ու սովորողների, ինչպես նաև աշխատակիցների մասին: Համակարգը հնարավորություն է տալիս ավելի արդյունավետ դարձնել տեղեկատվության ստացման և վերլուծության գործընթացը՝ միաժամանակ ապահովելով ոլորտի ծրագրերը, ռազմավարությունները և քաղաքականությունը մշակել հստակ և վստահելի թվային տվյալների հիման վրա:

Տասներկուամյա կրթության ապահովման տեղեկատվական համակարգ

Համակարգը հնարավորություն է ընձեռում բացահայտել ՀՀ-ում գտնվող կրթությունից դուրս մնացած երեխաներին, հետևել կրթությունից դուրս մնալու ռիսկի տակ գտնվող սովորողներին: Համակարգն ունի նաև ահազանգման գործառույթ, ինչ հնարավորություն է տալիս երեխայի կրթություն ստանալու իրավունքների պաշտպանության համար պատասխանատու պետական կառավարման մարմիններին սովորողի մասին տեղեկատվությունը փոխանակել արագ և կանխել երեխայի կրթությունից դուրս մնալը, ինչպես նաև օժանդակել դուրս մնացած երեխաների կրթական իրավունքի վերականգման գործընթացին:

Կրթության առանձնահատուկ պայմանների կարիքի գնահատման և արձանագրման համակարգ

Համակարգի միջոցով թվայնացվել են երեխայի կրթության առանձնահատուկ պայմանների գնահատման, վերազնահատման, արձանագրությունների կազմման գործընթացները: Համակարգը հնարավորություն է տալիս կրթության առանձնահատուկ պայմանների կարիքի բացահայտման պարագայում ֆիքսել երեխային մատուցվող ծառայությունների ծավալները, տեսակները: Այս համակարգը միտված է կրթության առանձնահատուկ պայմանների կարիք, ինչպես նաև հաշմանդամություն ունեցող երեխաների կրթության կազմակերպման, մատուցվող ծառայությունների տեսակի, ծավալի, արդյունքների մասին տեղեկատվության հավաքագրման և վիճակագրության վարման գործընթացները առավել արդյունավետ դարձնելուն:

Տվյալների բազա ըստ բուհերի, դպրոցների, նախադպրոցական հաստատությունների և քոլեջների

ԿԿՏՀ այս բաժնինը ստեղծվել է տվյալների հիման վրա հետազոտություններ, ուսումնասիրություններ և վերլուծություններ իրականացնող, ինչպես նաև կրթական քաղաքականությամբ հետաքրքրվող հետազոտողներին և շահագրգիռ անձանց ու կազմակերպություններին լայն և բազմաշերտ տեղեկատվություն տրամաադրելու նպատակով: Այստեղ կարելի է գտնել ինչպես ամփոփ տվյալներ, այնպես էլ ինքնուրույն ձևավորել նախընտրելի տվյալների բազաներ կրթության բոլոր ոլորտների վերաբերյալ: Ստեղծված են նաև վերլուծական գործիքներ, որոնք հնարավորություն են տալիս ունենալ դինամիկ շտեմարաններ տարբեր համադրությունների միջոցով:

## Աղյուսակ 1. ՀՀ կրթության ոլորտում առավել տարածված կայքերն ու դրանց նկարագիրը

Հ/Հ	Կայք	Տեսիլնող	Կայքի նկարագրություն	Կայքի հնարավորությունները
1.	Գիմորդի կայք <a href="https://dimord.am">https://dimord.am</a>	Գնահատման և թեստավորման կենտրոն	Գնահատման և թեստավորման կենտրոնի կողմից վարվող կայքը նախատեսված է դիմորդներին պաշտոնական տեղեկատվության տրամադրման համար: Կայքում ներկայացված են պետական ավարտական և միասնական քննությունների, ընդունելության կարգի, ընթացիկ գնահատումների, ազգային ստուգատեսների, միջազգային հետազոտությունների և դիմորդներին անհրաժեշտ այլ տեղեկություններ:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ընդունելության հայտ</li> <li>✓ Հրապարակումներ</li> <li>✓ Հայտարարություն</li> </ul>
2.	Առաջին դասարան ընդունելության հայտագրման էլեկտրոնային համակարգ <a href="https://hayt.emis.am/welcome">https://hayt.emis.am/welcome</a>	Կրթական տեխնոլոգիաների ազգային կենտրոն	ՀՀ պետական հանրակրթական դպրոցներում, որոնք տվյալ բնակավայրում միակը չեն, առաջին դասարանցիների ընդունելությունը կատարվում է առցանց համակարգի միջոցով: Բոլորի համար հավասար մեկնարկային պայմաններ ապահովելու նպատակով յուրաքանչյուր ծնող, աշխարհի ցանկացած ծայրից, իր երեխային կարող է առաջին դասարան հաճախելու համար առցանց համակարգով գրանցել պետական հանրակրթական որևէ դպրոցում: Հայտագրման համակարգի միջոցով երեխայի դպրոցի առաջին դասարանի գրանցումն իրականացվում է Հանրային ծառայության համարանիշի (ՀՕՀ) միջոցով:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Հայտագրում</li> <li>✓ Ընդունելության հայտ</li> </ul>
3.	Հեռավար էլեկտրոնային դպրոց <a href="https://e-school.am">https://e-school.am</a>	Կրթական տեխնոլոգիաների ազգային կենտրոն	Հեռավար էլեկտրոնային դպրոցն ապահովում է աշակերտների կրթության անընդհատությունը ըստ դպրոցական կրթական ծրագրի բովանդակության: Ուսուցման կազմակերպումը իրականացվում է Microsoft Teams ծրագրի միջոցով էլեկտրոնային նյութերի, նախապես նկարահանված տեսադասերի տեղադրման և վեբինարների կազմակերպման միջոցով: Կայքը հնարավորություն է ընձեռում՝ միանալ հեռավար տարրական, հիմնական և ավագ դասարանների դասերին, կայքում տրված հղումների միջոցով ծանոթանալ մենթոր դպրոցների ցանկին:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Առցանց կրթություն</li> <li>✓ Նորություններ</li> <li>✓ Ծրագրեր</li> </ul>
4.	Հայկական կրթական միջավայր պաշարների շտեմարան <a href="https://lib.armedu.am">https://lib.armedu.am</a>	Կրթական տեխնոլոգիաների ազգային կենտրոն	Պաշարների շտեմարանը էլեկտրոնային կրթական միասնական հարթակ է, որում ըստ կատեգորիաների համակարգված են շուրջ 12500 պաշարներ (դասագրքերի, ուսումնական ձեռնարկների, պարբերականների էլ. տարբերակներ, կրթական փաստաթղթեր, ուսումնամեթոդական օժանդակ և լրացուցիչ նյութեր): Շտեմարանը հնարավորություն է ընձեռում որոնել և ուսումնասիրել կայքում տեղադրված նյութերը, տեղեկանալ օլիմպիադաների անցկացման ժամկետների և մասնակիցների վերաբերյալ, ծանոթանալ հանրակրթության չափորոշիչներին:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Առցանց շտեմարան</li> <li>✓ Նորություններ</li> <li>✓ Հրապարակումներ</li> </ul>
5.	Հայկական կրթական միջավայր ֆորում <a href="https://forum.armedu.am">https://forum.armedu.am</a>	Կրթական տեխնոլոգիաների ազգային կենտրոն	Հայկական կրթական միջավայր ֆորումն ազատ հաղորդակցման կրթական հարթակ է, որում կրթության ոլորտի բոլոր շահառուները կարող են կազմակերպել և/կամ մասնակցել տարբեր քննարկումների,	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Առցանց ֆորում</li> <li>✓ Նորություններ</li> <li>✓ Հրապարակումներ</li> </ul>

			մասնագիտական խորհրդատվության, առցանց միջոցառումների, փորձի փոխանակման նպատակով ստեղծված թեմաների աշխատանքին (շուրջ 2400 թեմա): Կայքը հնարավորություն է ընձեռում՝ գրանցվել համակարգում; մասնակցել տարբեր քննարկումների; որոնել քննարկումներ ըստ թեմաների:	✓ Բլոգ
6.	Հեռավար ուսուցման էլեկտրոնային համակարգ <a href="https://elearning.armedu.am">https://elearning.armedu.am</a>	ՀՀ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն	Հեռավար ուսուցման էլեկտրոնային համակարգը ՀՀ կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարության կողմից վարվող կայք է, որը հնարավորություն է ընձեռում մասնակցել հեռավար դասընթացներին, տեղադրել նյութեր և ուսումնասիրել ուսուցիչների կողմից տեղադրված նյութերը:	✓ Տեղեկատվություն ✓ Հեռավար ուսուցում

**Տնտեսագիտական կրթության թվայնացման մոտեցումների շուրջ:** Ժամանակակից պայմաններում ողջ աշխարհում կրթության թվայնացման գործընթացները հանգեցնում են առանձին մասնագիտությունների կրթական չափորոշիչների վերանայման, աշխատաշուկայի պահանջներին դրանց առավել համապատասխանեցման, ինչպես նաև կրթական վերջնարդյունքների բարելավման: Կրթության թվայնացումը ձևավորում է գաղափարների գեներացման յուրօրինակ միջավայր, որի հիման վրա նորարարական նախագծեր են խթանվում: Այն իրենից ներկայացնում է հաղորդակցման միջոցների ամբողջություն, որի արդյունքում համապատասխան սովորողները, շրջանավարտները և այլ շահակիցները համատեղ ստեղծագործական աշխատանքի հնարավորություն են ստանում:

Հետխորհրդային տարածքում վերջին տարիներին ակտիվացել են քննարկումները տնտեսագիտական կրթության՝ տնտեսության պահանջներին էլ ավելի համապատասխանեցման խնդիրը: Այդ նպատակով Ռուսաստանի Դաշնությունում ձևավորվել է Դաշնային ուսումնամեթոդական միավորումը, որին անդամակցում է տնտեսագիտության և կառավարման մասնագիտացումներ ունեցող ավելի քան 100 բուհ: Դաշնային ուսումնամեթոդական միավորման աշխատանքներին մասնակցում են նաև Հայաստանի, Ղազախստանի և հետխորհրդային այլ երկրների որոշ բուհեր ևս:

Կրթության ոլորտում վերջին տարիներին տեղի ունեցող գործընթացները որոշ միտումներ են մատնանշում.

- Թվայնացում և թվային գրագիտություն:
- Միկրոուսուցում, թրեյնինգներ:
- Գեյմիֆիկացում. VR և AR տեխնոլոգիաների կիրառում:
- Հարմարվողական ուսուցում՝ հիմնված ընդհանրական, այսպես կոչված փափուկ հմտությունների (soft skills) վրա:
- Դասախոսի դերի փոփոխություն:

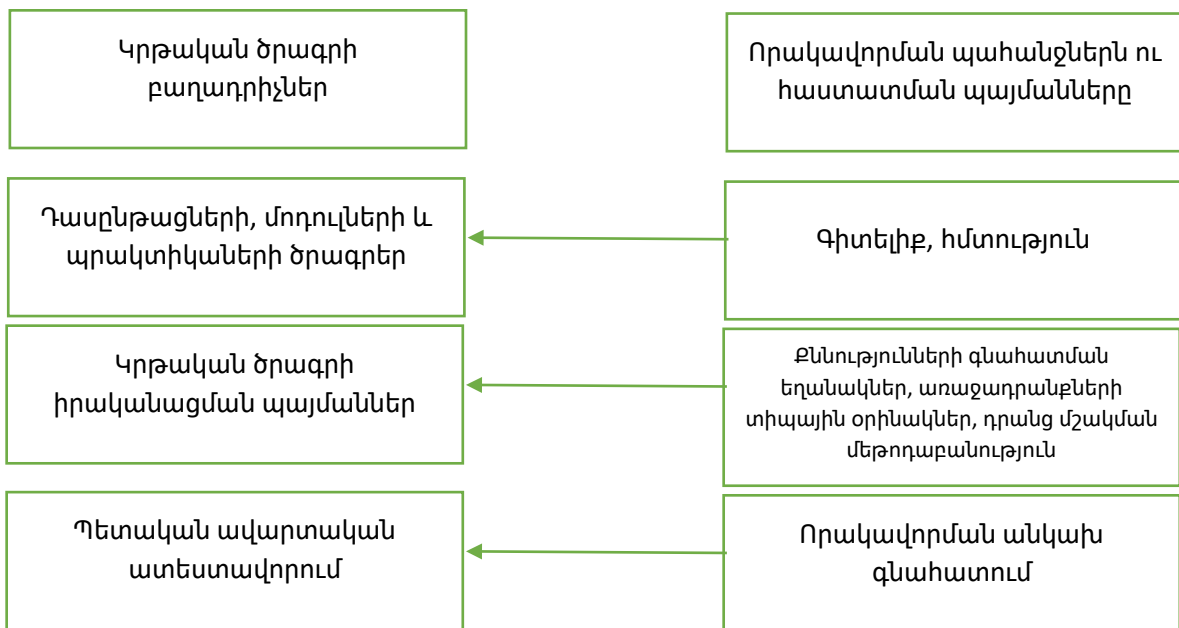
Ժամանակակից տնտեսագիտական կրթության հիմնական առաքելությունն է թվային տնտեսության կադրային ռեսուրսի ձևավորումը՝ օժտված հետազոտական և նախագծային հմտություններով, որոնք կարող են արագ փոփոխությունների պայմաններում օպտիմալ որոշումներ կայացնել: Այս առումով կարևոր է տնտեսության և կազմակերպությունների կառավարման ոլորտում բարձր որակավորում ունեցող մասնագետների պատրաստումը, որոնք ունեն տնտեսագիտական մտածողություն և գործնական խնդիրներ լուծելու, տարբեր ոլորտների ընկերությունների աճի հնարավոր ռազմավարություններ նախագծելու ունակություն:



Նշված նպատակներին հասնելու համար կարևոր է ոչ միայն առաջադիմական ու ուսումնական պլանների մշակումը, այլև իրատեսական կրթական վերջնարդյունքներ սահմանելն ու թե դասավանդման, թե գիտելիքի գնահատման մեթոդաբանության վերանայումը:

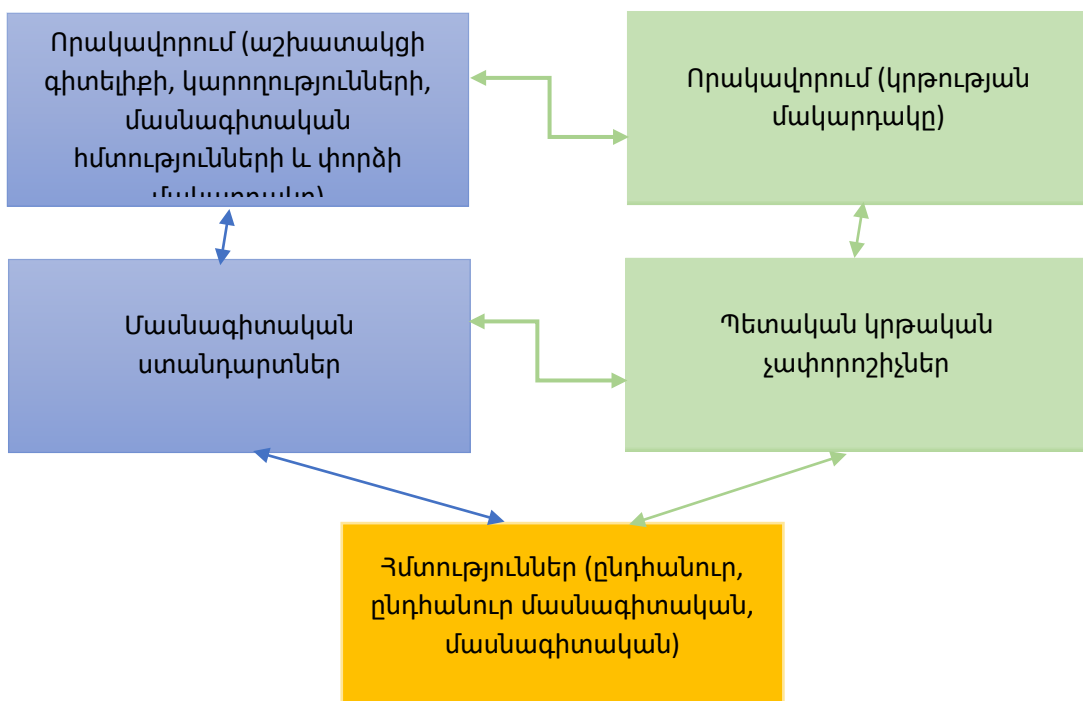
Ստորև գծապատկերում ներկայացված է կրթական ծրագրերի բաղադրիչների և որակավորման պահանջների կապը:

**Գծապատկեր 2. Կրթական ծրագրերի բաղադրիչների և որակավորման պահանջների միջև կապը**



Աշխատանքի շուկայի և կրթական համակարգի համապատասխանեցումը սխեմատիկորեն կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ.

**Գծապատկեր 3. Աշխատանքի շուկայի և կրթական համակարգի համապատասխանեցումը**



**Կրթության ոլորտի թվայնացման միջազգային փորձը:** Համարվում է, որ կրթության ոլորտի թվայնացման ամենից հաջողված փորձը ունեն Ֆինլանդիան, Սինգապուրը, Ճապոնիան: Ուստի և այս երկրների փորձի ուսումնասիրությունը կարող է օգտակար լինել ՀՀ-ում իրականացվող ծրագրերի տեսանկյունից:

### **Ֆինլանդիայի փորձը**

Դեռևս 2000-ականներին PISA վարկանիշով Ֆինլանդիան բավական բարձր դիրք էր գրավում, մինչդեռ 2015 թվականին էապես զիջել էր դիրքերը՝ հայտնվելով վարկանիշային ցուցակի քսանյակում: Այս իմաստով էլեկտրոնային դասագրքերի ներդրումը դիտարկվում էր որպես կրթության որակի բարձրացման կարևորագույն միջոց: Կրթության թվայնացումը Ֆինլանդիայում սկսվել է դեռևս 2010-ականների սկզբից, երբ սկսեցին ի հայտ գալ և արագորեն տարածում ստանալ էլեկտրոնային դասագրքերը, ինչը թե դպրոցների, թե ուսուցիչների, թե առհասարակ հասարակության շրջանում մի շարք հարցեր առաջացրեց: Նախ, սկսեցին ակտիվորեն քննարկել հարցը, թե արդյո՞ք կրթությունը կարող է արդյունավետ իրականացվել առանց թղթային կրիչների, ո՞րն է տեսալսողական և տեքստային նյութի ճիշտ հարաբերակցությունը, ինչպե՞ս է իրականացվելու հետադարձ կապը և այլն: Սկանդինավյան երկրները համարվում են բարձր տեխնոլոգիական երկրներ, որտեղ ինտերնետի հասանելիությունը ավելի քան 96% է<sup>10</sup>, իսկ խելացի հեռախոսներ (ամառթֆոններ) ունեն բնակչության շուրջ 98%-ը<sup>11</sup>: Հետաքրքրական է, որ թեև ֆիննական դպրոցները բավականին լավ հագեցած են տեխնիկայով և ունեն ինտերնետ հասանելիության բարձր մակարդակ, այդուհանդերձ սովորողները այդքան հաճախ չեն օգտագործում համակարգիչներն ու ինտերնետը սովորելիս, որքան սկանդինավյան մյուս երկրների սովորողները: Օրինակ, Ֆինլանդիայում միջին դասարաններում կրթական նպատակներով ինտերնետը շաբաթական գոնե մեկ անգամ օգտագործողների տեսակարար կշիռը 72% է, մինչդեռ Դանիայում այդ ցուցանիշը կազմում է 99%: Իսկ ավագ դպրոցում՝ 84%, մինչդեռ Դանիայում այն 97% է կազմում<sup>12</sup>: Գրեթե նույն պատկերն է համակարգիչները կրթական նպատակներով օգտագործելու ցուցանիշի մասով: Արդյունքում՝ 2015 թվականին Ֆինլանդիայի Կրթության և մշակույթի նախարարությունը նոր ռազմավարություն մշակեց, որը կրթության ոլորտում տեխնոլոգիական թռիչք պետք է ապահովեր: Այս իմաստով ներդրվեցին մի շարք գործիքներ, որոնք պետք է նպաստեին սովորողների շրջանում անհրաժեշտ հմտությունների ձևավորմանը, կրթության որակի բարձրացումը:

<sup>10</sup> Eurostat, *Share of households with internet access in Finland from 2007 to 2020 [Graph]*. Statista, 2021, May 5, <https://www.statista.com/statistics/377766/household-internet-access-in-finland/>

<sup>11</sup> Clausnitzer, J., *Mobile phone usage in Finland – Statistics and facts*. 2021. <https://www.statista.com/topics/7760/mobile-phone-usage-in-finland/#dossierKeyfigures>

<sup>12</sup> European Commission. (2019). *2nd survey of schools: ICT in education. Objective 1: Benchmark progress in ICT in schools. Final report*. Publications Office in the European Union.

Մասնավորապես մշակվեցին հարթակներ, որոնք սովորողների շրջանում պարբերաբար որոշակի աշխատանքներ ներբեռնելու, կատարված աշխատանքների որակական հատկանիշները բարձրացնելու, ինչպես նաև որոշակի կարգապահական բաղադրիչներ է պարունակում: Ուսուցանողների համար էլ այն կրթության գործընթացի նկատմամբ ընթացիկ վերահսկողություն իրականացնելու, գիտելիքը գնահատելու գործիք են:

### ***Էստոնիայի փորձը***

Էստոնիայում կրթության թվայնացումը սկսվել է դեռևս 1990-ականներից: Այդ գործընթացում ակտիվ դերակատարում են ունեցել ոչ միայն պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինները, այլև մասնավոր հատվածը՝ բիզնես համայնքը, ներդրողները և իհարկե կրթական հաստատությունները: Պետական մարմինները ուշադրություն են դարձնում կրթական հաստատությունների տեխնիկական հագեցվածությանը, ուսումնական հաստատությունները պարբերաբար վերապատրաստում են ուսուցիչներին և դասախոսներին, որպեսզի վերջիններս կարողանան նորագույն տեխնոլոգիաները, նորարարական մեթոդները կիրառել կրթական գործընթացում, իսկ տարբեր մասնավոր ընկերություններ էլ համատեղ դրամաշնորհային ծրագրեր են իրականացնում, ինչը թույլ է տալիս ուսումնական հաստատություններին մի կողմից թարմացնել ուսումնական ծրագրերը, մյուս կողմից էլ սարքավորումները:

Հատկանշական է, որ էստոնական կրթական համակարգում ուսուցչին ու դասախոսին մեծ ազատություն է տրված վերանայելու ուսումնական ծրագրերը, վերափոխելու դրանք՝ հիմք ընդունելով իրենց նախկին փորձը: Իսկ կրթական համակարգի շահառուները ակտիվորեն օգտագործում են էլեկտրոնային ուսումնական նյութեր, տեխնոլոգիական և նորարարական դասընթացներ են ուսումնասիրում, ուսուցանողների հետ հնարավորություն ունեն շփվելու հատուկ թվային հարթակներում և այլն:

### ***Միզապուրի փորձը***

Մինգապուրի Կրթության նախարարությունը 1990-ականներին կրթական համակարգի արդիականացման ուղղությամբ քայլեր մշակեց, որի նպատակն էլ կյանքում կիրառական գիտելիքի փոխանցումը սովորողներին: Բոլոր կրթական ծրագրերում ներդրվեցին համակարգչագիտությանը առնչվող դասընթացներ, որոնց միջոցով սովորողներին փոխանցվում էր համակարգչի և տեխնոլոգիաների տնտեսության տարբեր բնագավառներում կիրառման հմտություններ:

Մինգապուրի կրթական համակարգի առանձնահատկություններից գլխավորը թերևս կարելի է համարել կրթության անընդհատության գաղափարի

ներդրումն ու այն, որ սովորողը պետք է հնարավորություն ունենա սովորել ցանկացած ժամանակ և ցանկացած վայրից: Առանցքային հանգամանք է նաև այն, որ շեշտը դրվում է ստեղծարար մտածողության ձևավորման և կրեատիվ կրթության վրա:

Թվային կրթության զարգացման առումով առցանց դասընթացների մասսայականացումն է: Կառավարության նախաձեռնությամբ մշակվել և ներդրվել է «Ապագայի հմտություններ» (Skills Future) ծրագիրը, որի նպատակը լրացուցիչ կրթության ապահովումն ու մասնագետների շարունակական զարգացումն է: 25 տարեկանից բարձր ցանկացած անձ կարող է 500 սիգապուրյան դոլար վարկ ստանալ մասնագիտական կրթության ծրագրերին մասնակցելու համար, իսկ 40 տարեկանից բարձր քաղաքացիների կրթության ծախսը 90%-ով ֆինանսավորում է պետությունը<sup>13</sup>: Ընդ որում հիմնական շեշտը դրվում է հատուկ հարթակների միջոցով կազմակերպվող առցանց դասընթացների վրա: Մեկ այլ կարևոր նախաձեռնություն է մեծահասակների կրթության «Նորարարական ուսուցում 2020» (Innovation Learning 2020) ծրագիրը, որի նպատակն է առցանց և դեռ առ դեռ ուսուցման զուգորդմամբ վերապատրաստման ծրագրեր իրականացնելը: Սակայն ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ մասնավոր ընկերությունների միայն մեկ քառորդն է շարունակական կրթությանը ուշադրություն դարձնում, իսկ դրանցից ավելի քան 30%-ն էլ դեռևս առցանց ուսուցման բաղադրիչը չի կիրառում<sup>14</sup>:

### ***Ճապոնիայի փորձը***

Կրթության ոլորտում թվային տեխնոլոգիաների ներդրման առաջին հաջողված փորձերից էր Ճապոնիայի բաց համալսարանի (the Open University of Japan) հիմնումը, որը աշխատող անձնաց որակավորման բարձրացման, առցանց և դեռ առ դեմ մեթոդների համադրմամբ անհրաժեշտ գիտելիք ստանալու և հմտություններ զարգացնելու հնարավորություն է ընձեռում: Ընդ որում, դասընթացները երեկոյան ժամերին կամ ոչ աշխատանքային օրերին են իրականացվում<sup>15</sup>:

2014 թվականին ներդրվեց մասսայական, բաց դասընթացների հարթակը (JMOOC), որտեղ տեղադրված էին Ճապոնիայի 13 բուհերի դասընթացները: 2016 թվականին հիմնվել է Կրթության կառավարման ճապոնական համակարգը (Japan

<sup>13</sup> Lim V. et al. Massive Open and Online Courses and Open Education Resources in Singapore // Southeast Asian Ministers of Education (SEAMEO) Journal. – 2017. – T. 1. pp. 1–10

<sup>14</sup> Chen Z. Promoting innovative learning in training and adult education—a Singapore Story / Z. Chen, A. Chia, X. Bi. – DOI: 10.1080/0158037X.2020.1772224 // Studies in Continuing Education. – 2020. – pp. 1–12

<sup>15</sup> Yang J. Building a Learning Society in Japan, the Republic of Korea and Singapore. / J. Yang, R. Yorozu. // UIL Publication Series on Lifelong Learning Policies and Strategies. UNESCO Institute for Lifelong Learning. – 2015. – №2. pp. 1–47

Instructional Management System), որի հիմնական առաքելությունը համապատասխան ստանդարտների մշակումն է, դրանց ներդրմանը հետևելը, ինչպես նաև թվային կրթության էկոհամակարգի ձևավորմանը նպաստելը: Բավական ակտիվ աշխատանքներ են տարվում հեռավար դասընթացների և առհասարակ հեռավար կրթության համակարգի մշակման ուղղությամբ:

***Կրթության ոլորտի թվայնացման միջազգային փորձի կիրառման հնարավորությունները ՀՀ-ում:***

Կրթության թվայնացման հաջողված փորձ իրականացրած երկրների օրինակը վկայում է, որ այս ոլորտում հաջողելու մեկ յուրահատուկ մոդել գոյություն չունի: յուրաքանչյուր երկիր հաջողել է, քանի որ մի կողմից հաշվի է առել կրթության ոլորտում իր ունեցած ավանդույթներն ու առանձնահատկությունները, մյուս կողմից հասկացել է թվային տեխնոլոգիաների անխուսափելի զարգացումն ու դրանց ազդեցությունը հասարակական և տնտեսական հարաբերությունների տարաբնույթ ոլորտների վրա:

Հայաստանի Հանրապետությունում կրթության թվայնացման, ոլորտում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և նորարարական մեթոդների ներդրման և զարգացման առումով կարևոր ենք համարում իրականացնել հետևյալ քայլերը.

- ✓ Կրթության թվայնացման հայեցակարգի և դրա իրագործման միջնաժամկետ ծրագրերի մշակում,
- ✓ Կրթական թվային հարթակների որակի գնահատման համակարգի ներդրում և մշտադիտարկում,
- ✓ Սովորողների և ուսուցանողների շրջանում թվային տեխնոլոգիաների կիրառման հմտությունների զարգացում,
- ✓ Էլեկտրոնային գործիքների, թվային հարթակների ներդրմամբ կարգապահության, ժամանակի ճիշտ կառավարման, թիմային աշխատանքի հմտությունների զարգացում,
- ✓ Առցանց ուսուցման հնարավորության ընդլայնում, աշխատանքն ու ուսումը զուգակցելու հնարավորության ընձեռում,
- ✓ Առցանց և դեմ առ դեմ ուսուցման օպտիմալ համադրման ապահովում,
- ✓ Էլեկտրոնային կրթության բաղադրատարրերի ներդրում շարունակական կրթության, մասնագիտական վերապատրաստման ոլորտում,
- ✓ Առցանց կրթության մեթոդական ուղեցույցերի մշակում և դասավանդողների պատրաստվածության մակարդակի բարձրացում:

## 2.2 ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱՌՈՂՋԱՊԱՀՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Համաշխարհային տնտեսությունը երրորդ հազարամյակ մուտք գործեց չորրորդ արդյունաբերական հեղափոխության հոլովություն, որի հիմնական տարբերիչ առանձնահատկությունը զարգացման նախորդ շրջափուլերի համեմատությամբ թվայնացման գործընթացների ակտիվ ներթափանցումն է կենսագործունեության գրեթե բոլոր, այդ թվում՝ առողջապահության ոլորտ: COVID-19 համավարակն առանձնակի կատալիզատորի դեր կատարեց առողջապահության բնագավառում թվայնացման գործընթացների արագացման համար:

Առողջապահության ոլորտում թվայնացման գործընթացներն էական նշանակություն ունեն յուրաքանչյուրի համար բուժօգնության մատչելիությունը, հասանելիությունը և որակը խթանելու հարցում, առողջապահական համակարգն առավել «մարդակենտրոն» դարձնելու, տվյալահեն որոշումների կայացման, առողջապահական ծառայություններից քաղաքացիների բավարարվածության աստիճանի բարձրացման և այլ հարցերում:

Էլեկտրոնային առողջապահության համակարգը Հայաստանում ներդրվել է 2017 թվականից, սակայն մինչ այժմ կիրառվել է հիմնականում պետության կողմից երաշխավորված անվճար և արտոնյալ պայմաններով տրամադրվող բուժօգնության դեպքերի մուտքագրման և ֆինանսավորման համար:

2020 թվականի մայիսի 6-ին ընդունվեցին «Բնակչության բժշկական օգնության և սպասարկման» մասին օրենքի փոփոխությունները, որոնք ներառում են նաև էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի վերաբերյալ կարգավորումների հնարավորությունները:

Էլեկտրոնային առողջապահությունը նորագույն տեխնոլոգիաներն օգտագործում է՝ ցանկացած վայրում մարդու առողջությանը վերաբերող անհրաժեշտ տվյալները փոխանցելու համար՝ նպաստելով տեղեկացված բժշկական որոշումների կայացմանն ու կլինիկական սխալների ռիսկերի նվազեցմանը:<sup>16</sup>

Էլեկտրոնային առողջապահությունը Հայաստանում ներդնելու հիմնական նպատակներն են .

<sup>16</sup> <https://corporate.armed.am/about-system/էլեկտրոնային-առողջապահությունը-հայաստանում>

- առողջապահական ծառայությունների որակի և արդյունավետության բարձրացումը,
- առողջապահության համակարգի թափանցիկության ապահովումը, ծախսերի օպտիմալ բաշխումը և արդյունավետ կառավարումը,
- ճշգրիտ վիճակագրության ապահովումը, բոլոր շահառուներին մոնիթորինգի և որոշում կայացնելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվության տրամադրումը:

Հայաստանում էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի ներդրման արդյունքում ակնկալվում է հասնել հետևյալ արդյունքներին.

- բժշկական օգնություն և սպասարկում ստացող քաղաքացիների վերաբերյալ ամբողջական տեղեկատվության ապահովում, քաղաքացիների ժամանակի և ծախսերի կրճատում, կրկնակի բուժումների, հետազոտությունների, նշանակումների, ինչպես նաև բժշկական սխալների քանակի նվազում,
- ամբողջական, լիարժեք և արդիական տեղեկատվության հասանելիության շնորհիվ պետության առողջապահական ծախսերի կրճատում: Ինչպես նաև՝ բուժօժանությունների որակի բարձրացում, առողջապահության ոլորտի թափանցիկության ապահովում, ճշգրիտ վիճակագրության ձևավորում, գործընթացների օպտիմալացում՝ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը ճիշտ ժամանակին մասնագետների համար հասանելի դարձնելով,
- բժշկական հաստատությունների գործընթացների օպտիմալացում, ծախսերի նվազեցում, սխալների և ռիսկերի կրճատում,
- ձեռագիր դեղատոմսերի՝ էլեկտրոնայինով փոխարինում, ինչը թույլ կտա վերահսկել նշանակումների ճշգրտությունը, նպատակահարմարությունը, նվազեցնել սխալ դեղատոմսերի նշանակման հետ կապված ռիսկերը, կրճատել ժամանակի ծախսը,
- ապահովագրական ընկերությունների կողմից համակարգում առկա տեղեկատվության՝ օրենսդրությամբ սահմանված կարգով օգտագործման հնարավորություն՝ ապահովագրական սակագնի առավել ճշգրիտ հաշվարկման և ընդհանուր վերահսկման համար:

Ներկայումս էլեկտրոնային առողջապահության համակարգն առցանց հասանելի է և կիրառվում է Հանրապետության 500 բժշկական օգնություն և սպասարկում իրականացնողների մոտ և 6 ապահովագրական կազմակերպություններում:

**ՀՀ առողջապահության բնագավառում թվայնացման ռազմավարական նպատակադրումները:** Ստանդարտացում: Տվյալների արդյունավետ փոխանակումը ենթադրում է ստանդարտների մշակում, որոնք կապահովեն տվյալների տեսակների համապատասխանությունը տարբեր համակարգերում:

Առողջապահական էլեկտրոնային գրառումները, որոնք հավաքվում են էլեկտրոնային առողջապահության ծառայությունների կողմից, պետք է համապատասխանեն տվյալների միջազգային ստանդարտներին և առողջապահական տվյալների շտեմարաններին, որոնք մշակվել են տվյալների ստանդարտացման ազգային համատեքստում:

Ստանդարտների մշակումը պետք է ուղեկցվի հետևյալ սկզբունքներով.

I. Առողջապահական տեղեկատվական համակարգերի և ծառայությունների միջև տվյալների փոխանցման և առողջապահական բառարանների սահմանման ստանդարտներ.

II. Ոչ առողջապահական համակարգերի և ծառայությունների հետ տվյալների փոխանակման ստանդարտներ:

Առողջապահական էլեկտրոնային առկա, ինչպես նաև հետագայում ստեղծվելիք ենթակառուցվածքները պետք է մշակվեն այնպես, որ հնարավորություն ընձեռեն առողջապահական տվյալները փոխանակել այլ մասնավոր և պետական բժշկական կազմակերպությունների ներքին կառավարման համակարգերի հետ:

Տարբեր առողջապահական տեղեկատվական համակարգերի և ծառայությունների միջև բժշկական և առողջապահական տվյալների անխափան փոխանակում ապահովելու համար պետք է մշակել առողջապահական տվյալների բառարաններ (այսուհետ՝ USF), որը ներառում է էլեկտրոնային առողջության ազգային ստանդարտները, ծառայությունները և տաքսոնոմիաները:

Առողջապահական տվյալների բառարանները հնարավորինս հիմնված պետք է լինեն միջազգային ստանդարտների և տաքսոնոմիաների վրա: Այնուամենայնիվ, միջազգային ստանդարտների կիրառումը չպետք է լինի մեխանիկական ընտրության արդյունք, այլ պետք է հիմնված լինի հետևյալ սկզբունքների վրա.

I. Ստանդարտի գործնական կիրառումը. Ստանդարտների կիրառումը պետք է լինի նպատակային: Եթե ստանդարտը սահմանում է գործընթաց կամ համակարգ, որը տվյալ պահին հնարավոր չէ կիրառել որդեգրված քաղաքականության շրջանակներում, ապա պետք է ընդունել, որ տվյալ փուլում ստանդարտը ներդնելու անհրաժեշտություն չկա:

II. Բժշկական կազմակերպությունների պատրաստվածության մակարդակը. Ստանդարտների ներդրումը պետք է իրականացվի աստիճանաբար: Նախքան ստանդարտների մշակումը պետք է իրականացնել նախապատրաստական աշխատանքներ:



Միջազգային ստանդարտների կիրառման վառ օրինակ է HL7 ստանդարտը: Այս ստանդարտն ի սկզբանե հասանելի է եղել էլեկտրոնային առողջապահության համակարգում, և ցանկացած այլ համակարգերում, որոնց անհրաժեշտ է իրականացնել առողջապահական տվյալների փոխանակում էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի հետ, դա պետք է կատարվի HL7 ստանդարտի պահանջներին համապատասխան:

**Բնակչության համար պարտադիր էլեկտրոնային բժշկական քարտերի, էլեկտրոնային դեղատոմսերի, ուղեգրերի և անաշխատունակության թերթիկների ներդրում:** Բժշկական հաստատություններում վարվող մատյանները թվայնացված չեն, և դրանք ձևավորվում են հատուկ գրքերում՝ տվյալների կրկնակի գրառման միջոցով, որն անարդյունավետ է, դժվար վերահսկելի և ոչ թափանցիկ: Բացի այդ, բնակչությանը տրամադրվող տեղեկանքները թղթային են, որը նույնպես ժամանակատար է և ոչ արդյունավետ: Անհրաժեշտ է մշակել և ներդնել ենթահամակարգ, որը հնարավորություն կտա ավտոմատ եղանակով գեներացնել տեղեկանքները (էպիկրիզ, ամբուլատոր քարտի քաղվածք և այլն):

Համակարգում առկա բժշկական հաստատություններում վարվող հաշվառման ձևերը ենթակա են վերանայման և բարելավման, քանի որ դրանք մինչ այժմ չեն կիրառվել հաստատված տարբերակում առկա ամբողջ ծավալով մուտքագրում ապահովելու նպատակով:

Ներկայումս բացակայում են հիվանդությունների ռեգիստրները: Հիվանդությունների ռեգիստրը պացիենտների ռեգիստրի հատուկ տեսակ է, որը լայնորեն օգտագործվում է հանրային առողջապահական պրակտիկայում: Ըստ սահմանման, հիվանդությունների ռեգիստրը համակարգ է, որը հավաքում, վերլուծում և տարածում է որոշակի խմբի հիվանդների առողջության հետ կապված տվյալներ: Այն ծառայում է գիտական, կլինիկական կամ հանրային առողջության (քաղաքականության) նպատակներին:

Էլեկտրոնային դեղատոմսը էլեկտրոնային եղանակով բժշկական դեղատոմսերի լրացումն է, դրա փոխանցումը և դեղորայքի իրացումը: Էլեկտրոնային դեղատոմսի համակարգի ներդրման նպատակն է բարելավել դեղերի նշանակման ճշգրտությունը, բարձրացնել հիվանդի անվտանգությունը և նվազեցնել ծախսերը, ինչպես նաև ապահովել անվտանգ, իրական ժամանակում, երկկողմանի էլեկտրոնային կապը բժշկական կազմակերպությունների և դեղատների միջև:

Էլեկտրոնային դեղատոմսի ներդրումը հնարավորություն կընձեռնի լուծել հետևյալ խնդիրները.

- I. **Նպաստել պացիենտի անվտանգության բարձրացմանը:** Համակարգը պետք է մշակվի և ներդրվի այնպես, որ ապահովի դեղատոմսերի անսխալ լրացման, հաշվառման և իրացման գործառույթները:
- II. **Աջակցել կլինիկական պրոցեսի կազմակերպմանը:** Համակարգը պետք է ունենա նախազգուշացման մեխանիզմներ, որոնք բժիշկներին թույլ են տալիս վերահսկել դեղամիջոցների անբարենպաստ ազդեցությունները, ինչպիսիք են՝ ալերգիաները, փոխազդեցությունն այլ դեղերի հետ կամ բուժման տարբեր սխեմաների կիրառումը:
- III. **Ապահովել դեղատոմսի իրացման վերահսկումը:** Էլեկտրոնային դեղատոմսի ծառայությունները կօգնեն բժիշկներին հետևել, թե արդյո՞ք պացիենտները պատշաճ իրացնում են դեղատոմսը: Այս եղանակով էլեկտրոնային դեղատոմսի ծառայությունները կարող են նաև տեղեկացնել բժիշկներին, թե որ պացիենտներն են շարունակում ստանալ դեղորայք և որոնք, հնարավոր է, արդեն դադարել են ստանալ նշանակումները բուժումից հետո:
- V. **Բարձրացնել դեղատոմսի գործադրման արդյունավետությունը:** Էլեկտրոնային դեղատոմսի ծառայությունները պետք է մշակվեն և իրականացվեն այնպես, որ բժիշկները հնարավորություն ունենան առավել հեշտ կերպով լրացնել դեղատոմսի անհրաժեշտ դաշտերը:
- VI. **Կրճատել կրկնակի հոսպիտալացման դեպքերը:** Էլեկտրոնային դեղատոմսի ծառայությունները պետք է նվազեցնեն սխալները, և դա հասանելի կլինի որոշումներ կայացնողների համար՝ ժամանակի ընթացքում գնահատելու և վերահսկելու կրկնակի հոսպիտալացման դեպքերը:
- VII. **Ծախսարդյունավետության ապահովում:** Ընդհանուր առմամբ, թվայնացմանն ուղղված միջոցառումները միջնաժամկետ և երկարաժամկետ կտրվածքով կհանգեցնեն ծախսերի խնայողության, չնայած որ սկզբնական փուլում համակարգի ներդրման և դեղատոմսերի կողմից դրա կիրառման համար պահանջվող շահագործման ծախսերը կարող են աճել:

2019 թվականի հոկտեմբեր ամսից մշակվել և փորձնականորեն ներդրվել է էլեկտրոնային ուղեգրի ենթահամակարգը, որը հնարավորություն է տալիս պոլիկլինիկական օդակի բժշկին բուժման կամ ախտորոշման նպատակով պացիենտին տրամադրել էլեկտրոնային ուղեգիր, որը հասանելի է լինում ընդունող բժշկական հաստատությանը: 2020 թվականի առաջին եռամսյակում ենթահամակարգը հասանելի է դարձել պոլիկլինիկական օդակի բոլոր բժշկական հաստատությունների և այդ ուղեգրերը սպասարկող հաստատությունների համար: Ներդրվել է նաև լաբորատոր որոշ հետազոտությունների համար

կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) տրամադրվող էլեկտրոնային ուղեգրերը: Այնուամենայնիվ, ծառայությունը ամբողջությամբ չի ներառում բոլոր լաբորատորիաներ ուղեգրումները, որոնք անհրաժեշտ է իրականացնել որպես ուղեգրման թվայնացման մաս: Էլեկտրոնային ուղեգրի ամբողջական ներդրումը պետք է ներառի բոլոր տեսակի լաբորատոր ուղեգրումների հաշվառումը պոլիկլինիկական օդակի կողմից և լաբորատորիաների կողմից տվյալների էլեկտրոնային եղանակով դրանց մուտքագրումը:

Ներկայումս անաշխատունակության թերթիկը տրամադրվում է թղթային տարբերակով, հետևաբար թերթիկների տրամադրման գործընթացի վերահսկումը արդյունավետ չէ: Ավելին, ժամանակավոր անաշխատունակության համար նպաստ տրամադրող մարմինները ի սկզբանե իրազեկված չեն լինում անձի անաշխատունակության և վերջինիս ժամկետների մասին:

**Հեռաբժշկության զարգացում:** Հեռաբժշկությունը հնարավորություն է տալիս անցկացնել վիդեո կամ աուդիո հանդիպումներ պացիենտի և մասնագետի միջև՝ որպես հեռավար խորհրդատվության արդյունավետ գործիք: Որոշ դեպքերում բժիշկները կարող են օգտագործել հեռաբժշկությունը՝ կանխելու COVID-19, գրիպի և այլ վարակիչ հիվանդությունների տարածումը: Այն նաև նվազեցնում է պացիենտների՝ բժշկական հաստատություններ այցելելու անհրաժեշտությունը: Սա հատկապես կիրառելի է հղի կանանց, տարեցների, քրոնիկ կամ իմունային անբավարարություն ունեցող հիվանդների համար: Գործիքը կարող է օգտագործվել նաև դեղատոմսերի ստացման համար պոլիկլինիկական օդակի բժշկին պացիենտի պլանային այցելությունների փոխարեն:

Համապետական հեռաբժշկության ծառայությունների իրականացումը սերտորեն կապված է երկրի SՏՏ ենթակառուցվածքի կարգավիճակի հետ: Հեռաբժշկության ծառայությունները ներառված չեն «Բնակչության բժշկական օգնության և սպասարկման մասին» օրենքում՝ որպես էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի բաղադրիչ, ինչը առաջ է բերում իրավական բարելավումների անհրաժեշտություն:

**Առողջապահական տվյալների վերլուծական կարողությունների զարգացում:** Արդյունավետ էլեկտրոնային առողջապահական ծառայություններ իրականացնելու համար էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի ներդրումը միայն առաջին քայլն է:

Տվյալների արդյունավետ և հավաստի հավաքագրման համար էլեկտրոնային առողջապահության համակարգում տվյալների հավաքագրումը պետք է համապատասխանի հետևյալ պահանջներին.

- I. **Պացիենտակենտրոն:** Համակարգը պետք է նախագծված լինի այնպես, որ թույլ տա ստեղծել հիվանդի առողջության պատմության ամբողջական պրոֆիլը՝ հիմնված դեպքերի գրանցման ընթացքում հավաքված տվյալների վրա:
- II. **Թիրախավորված:** Տվյալների հավաքագրումը պետք է թիրախավորված լինի այն չպետք է լինի ընդհանուր և միատեսակ համակարգի տարբեր խմբերի շահառուների համար, և պետք է հարմարեցված լինի յուրաքանչյուր խմբի պահանջներին:
- III. **Վավերացված:** Տվյալների մուտքագրման ժամանակ համակարգը պետք է իրականացնի տվյալների վավերացում: Տեքստային ազատ մուտքագրման դաշտերը պետք է նվազագույնի հասցվեն: Դասակարգման ենթակա ցանկացած տեղեկատվություն պետք է ստանդարտացվի: Համակարգը պետք է նաև իրականացնի տվյալների վավերացում տվյալների մշակման ընթացքում (կրկնակի գրանցումների բացահայտում և այլն):
- IV. **Ստանդարտացված:** Համակարգում հավաքված տվյալները պետք է հետևեն ազգային և միջազգային ստանդարտացման պահանջներին:
- V. **Ճկուն և հարմարեցվող:** Համակարգը պետք է նախագծված լինի այնպես, որ այն հնարավորություն ընձեռի հավաքել տվյալների փոփոխվող բազան՝ առանց ծրագրում մեծ փոփոխություններ իրականացնելու:

Մինևույն ժամանակ էլեկտրոնային առողջապահության համակարգից օգտատերերի ներկայիս գործառույթների գնահատումը (ԱՆ, ԱԱԻ, բժշկական կազմակերպություններ, բժիշկներ և այլն) վկայում է որոշումների կայացման գործընթացում համակարգում առկա տվյալների կիրառման ցածր մակարդակի մասին: Վերլուծական և հաշվետվական հնարավորությունները բարելավելու համար պետք է.

- I. Հզորացնել ստանդարտ հաշվետվական հնարավորությունները:
- II. Մշակել վերլուծությունների իրականացման հնարավորություններ և ներդնել նոր գործառույթներ (ցպահանջ հաշվետվություններ, տվյալների պահեստ և այլն):
- III. Վերապատրաստել օգտատերերին՝ առկա տվյալներն արդյունավետորեն վերլուծելու և հասկանալու համար:
- IV. Ներդնել տվյալների վերլուծության աշխարհագրական տեղեկատվական համակարգ ինտեգրված էլեկտրոնային առողջապահության համակարգում:

Հիմնականում, ամփոփ տվյալների վերլուծությունը չի պահանջում հիվանդների անձնավորված տեղեկատվություն: Այսպիսով, նպատակին հասնելու

համար պետք է մշակվեն և ներդրվեն ապանձնավորված տվյալների վերլուծական հնարավորություններ, որը կապահովի նաև տվյալների անվտանգությունը:

**Հիվանդությունների ռեգիստրների ձևավորում:** Հիվանդությունների ռեգիստրների ներդրման նպատակն է ապահովել մի շարք քրոնիկ հիվանդությունների դեպքերի էլեկտրոնային հաշվառումը և դրանց պատշաճ վարումը, որոնք ուղղված են այդ հիվանդությունների դեպքերը պատշաճ կերպով կառավարելու և բժշկական ծառայությունների որակի բարձրացմանը:

Հիվանդությունների ռեգիստրները հիվանդների հաշվառման հատուկ տեսակ են, որոնք լայնորեն կիրառվում են հանրային առողջապահական պրակտիկայում: Ըստ սահմանման՝ հիվանդությունների ռեգիստրը մի համակարգ է, որը հավաքում, վերլուծում և տրամադրում է տեղեկատվություն որոշակի խմբի հիվանդների առողջության վերաբերյալ, որը ծառայում է գիտական, կլինիկական, կամ հանրային առողջության (քաղաքականության մշակման) նպատակներին: Հիվանդությունների ռեգիստրները բժիշկներին հնարավորություն են ընձեռնում.

- I. Ապահովել ռեգիստրում հաշվառված պացիենտների պարբերական վերահսկողությունը
- II. Ամենօրյա կլինիկական պրակտիկայում ծառայում է որպես տվյալների աղբյուր՝ ապացույցների վրա հիմնված ուղեցույցների մշակման համար
- III. Համադրել մասնագետների փորձը և առողջության առաջնային պահպանման գործառույթները
- IV. Ժամանակ առ ժամանակ տրամադրել հիշեցումներ բուժող բժիշկներին և պացիենտներին
- V. Բացահայտել բուժօգնության կարիք ունեցող պացիենտներին
- VI. Ավելի դյուրին դարձնել պացիենտների բուժօգնության անհատական պլանավորումը
- VII. Ապահովել անհրաժեշտ տվյալներ պացիենտների և բժշկական կազմակերպություններին համար՝ բուժօգնության համակարգման նպատակով
- VIII. Վերահսկել բժիշկների աշխատանքը:

Հիվանդությունների ռեգիստրների հիմնական գործառույթն է կոնկրետ մեկ հիվանդության համար հավաքագրվող տեղեկատվության տարբեր տեսանկյուններից ներկայացումը և ժամանակին տրամադրումը, մասնավորապես.

- I. **Այցերի ժամանակ.** պացիենտին տրամադրել տեղեկություններ (օրինակ՝ լաբորատոր հետազոտության արդյունքներ, դեղորայքի ցուցակներ), որոշում կայացնելուն աջակցելու խորհուրդներ (սովորաբար հաշվետվություն կամ

այլ վիզուալ տեղեկատվություն, որը կարող է ներառնել բուժման հատուկ առաջարկներ)

II. **Այցերի միջև.** Բժշկական օգնության կարիք ունեցող պացիենտներին հայտնաբերելու համար

III. **Պարբերաբար.** տրամադրել պացիենտի կարգավիճակի վերաբերյալ հաշվետվություններ, որոնք տրամադրում են տվյալներ պացիենտի բուժման առաջընթացի վերաբերյալ:

**Բժշկական անձնակազմի տեղեկատվական համակարգի ձևավորում.** Հայաստանում բժշկական անձնակազմի ճկուն և արդյունավետ տեղեկատվական համակարգի կարևորությունը ևս մեկ անգամ ընդգծվեց 2020թ. COVID-19 համաճարակի ընթացքում:

Ազգային համատեքստում բուժաշխատողների ռեգիստրը պետք է դիտարկվի որպես բժշկական մասնագետների վերաբերյալ տեղեկատվության հեղինակավոր աղբյուր, որը կարող է ապահովել ամբողջ առողջապահական անձնակազմի ճշգրիտ հաշվարկ, ովքեր ժամանակին աշխատել են կամ ներկայումս աշխատում են առողջապահության ոլորտում: Այս համակարգի հիմնական գործառույթները պետք է լինեն բժշկական անձնակազմի վերաբերյալ տեղեկատվության գրանցումը, բժիշկների շարունակական կրթությանը և որակավորմանն օժանդակությունը և համակարգի հաշվետվական և վերլուծական հնարավորությունները:

**Բժշկական կազմակերպությունների տեխնիկական հնարավորությունների հզորացում և համակարգից օգտատերերի շարունակական ուսուցումների իրականացում:** Անհրաժեշտ է մշակել և իրականացնել բժիշկների և բուժքույրերի վերապատրաստման ծրագրեր, որոնք թույլ կտան բժշկական անձնակազմին արդյունավետորեն կատարել տվյալների մուտքագրումը և ինտեգրել այս աշխատանքը որպես կլինիկական աշխատանքի բաղկացուցիչ մաս: Բուժաշխատողները պետք է անցնեն կիբերանվտանգության վերապատրաստման դասընթացներ տվյալների անվտանգությունն ապահովելու և վերջիններիս կորուստից խուսափելու համար: Բժշկական կազմակերպությունների օպերատորները բացի տվյալների մուտքագրումից պետք է հնարավորություն ունենան իրականացնել նաև վերլուծություններ և վերահսկեն բժիշկների և բուժքույրերի կողմից կատարված մուտքագրումները:

**Պացիենտին մատուցվող էլեկտրոնային ծառայությունների զարգացում:** Ներկայումս պացիենտների պորտալն ապահովում է սահմանափակ թվով գործառույթներ, ներառյալ՝ այցերին հերթագրվելը, բժշկական պատմությունը և

դեպքերի դիտման հնարավորությունները՝ հիմնականում պետության կողմից փոխհատուցվող դեպքերի շրջանակում մատուցված ծառայությունների մատուցման համակարգում բացակայում են բժշկական փաստաթղթերը (էպիկրիզ, դեղատոմսի պատճենը և այլն) ներբեռնելու գործառնությունները, առցանց խորհրդատվություն ստանալու հնարավորությունը, ուսումնական և խորհրդատվական տեղեկատվությունը: Այս տեսանկյունից կարևոր է զարգացնել համակարգը, որը պացիենտին հնարավորություն կընձեռի լիարժեք տեսնել իր առողջության պատմությունը, կառավարել այդ տվյալները, ինչպես նաև առցանց եղանակով ստանալ բժշկական փաստաթղթերը:

Վերոհիշյալ նպատակին հասնելու համար պետք է զարգացնել էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի պացիենտների պորտալի հնարավորությունները՝ ներառելով ստորև թվարկվող ֆունկցիաները.

- I. Պացիենտը պետք է կարողանա թարմացնել իր մասին տեղեկատվությունը
- II. Պացիենտը պետք է կարողանա դիտել իր նշանակումները
- III. Պացիենտին պետք է հասանելի լինի համակարգում գրանցված դեպքերի ամբողջական պատմությունը
- IV. Պացիենտին պետք է հասանելի լինեն նշանակված դեղերի ցուցակները, լաբորատոր թեստերի և այլ ախտորոշիչ հետազոտությունների արդյունքները
- V. Պացիենտը պետք է հնարավորություն ունենա պորտալի միջոցով գրանցվել և նախաձեռնել հեռաբժշկության այցեր
- VI. Պացիենտի պորտալը պետք է հնարավորություն ընձեռի արտահանել և տպել պացիենտի բուժօգնության դեպքերի հետ կապված ցանկացած բժշկական փաստաթուղթ
- VII. Այն պետք է պարունակի կրթական նյութեր և առողջության հետ կապված տեղեկատվություն՝ կենտրոնանալով կոնկրետ պացիենտի առանձնահատկությունների վրա:

**ՀՀ առողջապահության բնագավառում թվայնացման գործընթացների բարելավման հիմնախնդիրները:** ՀՀ առողջապահության բնագավառում թվայնացման գործընթացների բարելավման ուղղությամբ առաջարկվում է ձեռնարկել հետևյալ քայլերը.

1. Ստանդարտացում. հիվանդությունների, բժշկական ծառայությունների, բժշկական պարագաների և միջոցների կատալոգիզացիա:
2. Իրավական ակտերի միջոցով ստանդարտների և կատալոգների օգտագործման պարտադրում բոլոր բժշկական հաստատություններում և

- դրանց ճյուղության ապահովում՝ փոփոխվող միտումներին համապատասխան՝ դրանց օպերատորի նշանակման ճանապարհով:
3. Ներդրման գործընթացը պետք է ուղեկցվի նաև պատասխանատվության միջոցների կիրառությամբ ներդրման պահանջները չպահպանելու համար:
  4. Այդ կատալոգների և տեղեկատուների օգտագործման վերաբերյալ ապահովագրական ընկերությունների համար պահանջի սահմանում:
  5. Բնակչության համար պարտադիր էլեկտրոնային բժշկական քարտերի ներմուծում:
  6. Հանրապետության ողջ տարածքում վարակիչ հիվանդությունների տարածվածության ռեեստրների մշակում և ներդրում, այդ թվում՝ անասնաբուժական հսկողությանն առնչվող:
  7. Բժշկական կազմակերպությունների կողմից մատուցվող ծառայությունների և դրանց արժեքի վերաբերյալ տեղեկատվության հավաքագրում, այդ տեղեկատվության հիման վրա առաջարկվող գների էլեկտրոնային տեղեկատուների ստեղծում, բյուջետային միջոցների ծախսերի վերլուծություն:
  8. Առողջապահության նախարարությունում վերլուծական կենտրոնի ձևավորում՝ բժշկական հաստատություններից հավաքագրվող տվյալների վերլուծության համար:
  9. Բժշկական տվյալների պահպանման միասնական սերվերային կենտրոնի ստեղծում, անհատական տվյալների պահպանության հարցում գաղտնիության երաշխավորում:
  10. Բժշկական տվյալների պահպանությունը միայն ՀՀ տարածքում իրականացնելու օրենսդրական պահանջի ամրագրում, կիբերանվտանգության երաշխավորում՝ համապատասխան լիցենզիոն ծրագրային ապահովման միջոցով՝ անվտանգության տեխնիկական առաջադրանքով՝ ցանկալի է մշակված հայկական ծրագրավորող կազմակերպությունների կողմից:
  11. Բժշկական տվյալների պահուստային կրկնօրինակման ապահովում:
  12. Բժշկական կազմակերպությունների լիցենզավորման պահանջներում միասնական էլեկտրոնային համակարգերի առկայության վերաբերյալ պահանջների սահմանում, որոնք կապահովեն միասնական փաստաթղթաշրջանառությունը բժշկական կազմակերպությունների միջև, հաճախորդների համար նվազագույն ծառայությունների հավաքածուն, այդ թվում՝ բժշկի մոտ հերթագրումը, թերապևտների հեռաբժշկության ծառայությունների մատուցումը, ախտորոշման ծառայությունների ուղեգրումը և այլն: Վերջիններիս նվազագույն պահանջները պետք է



հանդիսանան լիեցենգովորման պահանջ, այդ թվում՝ կատալոգների և տեղեկատուների մասով:

13. Առողջապահության նախարարության, համայնքապետարանների, բժշկական կազմակերպությունների և առողջապահական ոլորտի այլ կազմակերպությունների միջև էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառության կազմակերպում՝ Հանրապետությունում առողջապահական ամբողջական պատկերի ստացման նպատակով:
14. Առանձնահատուկ պահանջների սահմանում ռազմական հոսպիտալների համար, այդ թվում՝ ռեզերվների էլեկտրոնային հաշվառման համակարգի վերաբերյալ:
15. Հաջորդող փուլերում՝ հիվանդությունների բուժման մոտեցումների ստանդարտացում՝ բժիշկների ներառականության ապահովմամբ այդ գործընթացում՝ բուժման ստանդարտացված քարտերի լրացման ճանապարհով, որոնց հիման վրա ժամանակի ընթացքում հնարավոր կլինի մշակել հիվանդությունների բուժման սեփական պրոտոկոլներ, ինչպես նաև ապահովել առողջապահական ծառայությունների սպառողների իրավունքների պաշտպանությունը:

### **Ի՞նչ նվաճումներ կան տվյալ ոլորտում**

Էլեկտրոնային առողջապահության համակարգը Հայաստանում ներդրվել է 2017 թվականից, սակայն մինչ այժմ կիրառվել է հիմնականում պետության կողմից երաշխավորված անվճար և արտոնյալ պայմաններով տրամադրվող բուժօգնության դեպքերի մուտքագրման և ֆինանսավորման համար:

Ներկայումս Համակարգը առցանց հասանելի է և կիրառվում է հանրապետության թվով 486 բժշկական օգնություն և սպասարկում իրականացնողների մոտ և թվով 6 ապահովագրական կազմակերպությունում:

2020 թվականի մայիսի 6-ին ընդունվեցին «Բնակչության բժշկական օգնության և սպասարկման» մասին օրենքի փոփոխությունները, որոնք ներառում են նաև էլեկտրոնային առողջապահության համակարգի վերաբերյալ կարգավորումների հնարավորությունները:

Հիմնադրվել է «Էլեկտրոնային առողջապահության ազգային օպերատոր» ՓԲԸ-ն, որի հետ Կառավարությունը 15 տարի ժամկետով կնքել է կոնցեսիոն պայմանագիր, որի հիմնական գործառույթները ներառում են Համակարգի տեխնիկական կառավարումը և բարելավումը, Համակարգի բաժանորդների և օգտագործողների սպասարկումը և ուսուցումը:

Պոլիկնիինիկական օղակի բժշկական հաստատությունների համար պարտադիր կիրառություն ունի նաև բնակչության հավաքագրման և վարման ենթահամակարգը: Այն հնարավորություն է տալիս իրականացնել բնակչության՝ բժշկի ազատ ընտրության գործընթացը:

2019 թվականի հոկտեմբեր ամսից մշակվել և փորձնականորեն ներդրվել է էլեկտրոնային ուղեգրի ենթահամակարգը, որը հնարավորություն է տալիս պոլիկնիինիկական օղակի բժշկին բուժման կամ ախտորոշման նպատակով պացիենտին տրամադրել էլեկտրոնային ուղեգիր, որը հասանելի է լինում ընդունող բժշկական հաստատությանը: 2020 թվականի առաջին եռամսյակում ենթահամակարգը հասանելի է դարձել պոլիկնիինիկական օղակի բոլոր բժշկական հաստատությունների և այդ ուղեգրերը սպասարկող հաստատությունների համար: Ներդրվել է նաև լաբորատոր որոշ հետազոտությունների համար կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) տրամադրվող էլեկտրոնային ուղեգրերը: Կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) համավարակի ընթացքում կիրառվեցին Համակարգում առկա ֆունկցիոնալ հնարավորությունները, որոնք թույլ տվեցին գրանցել կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) թեստավորման արդյունքները, և այդ տեղեկատվությունը հասանելի դարձնել բժիշկների և այլ լիազոր մարմինների համար, ինչպես նաև գործարկվեցին նոր հնարավորություններ, որոնց շնորհիվ մեկուսացման գործընթացը ամբողջովին թվայնացվեց: Առկա են նաև մի շարք հաշվետվություններ և ամփոփ տեղեկատվություն՝ կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) տարածման ներկա վիճակի և դինամիկայի մասին: Թեստավորման դրական արդյունք ունեցող ինքնամեկուսացված բնակչության վերաբերյալ տեղեկատվությունն արտացոլվում է նաև երկրի քարտեզի վրա:

2019 թվականի առաջին կիսամյակում Համակարգը ինտեգրվել է «Շտապ օգնության դիսպետչերական» համակարգին:

Համակարգը հասանելի է նաև բնակչության համար՝ պացիենտի հարթակի միջոցով: Համակարգում գրանցվելուց հետո անձը հնարավորություն է ստանում տեսնել ԱԱՊ և հիվանդանոցային պայմաններում բժշկական օգնություն և սպասարկում իրականացնող հաստատություններ իրենց հաճախումների վերաբերյալ տեղեկատվությունը և իրականացնել էլեկտրոնային հերթագրում:

### **Միջազգային լավագույն փորձը:**

**Եվրամիություն:** 2005 թվականի ապրիլից Եվրամիության անդամ երկրները ձեռնամուխ են եղել էլեկտրոնային առողջապահության հայեցակարգի մշակմանը:

Այն մշակվել է Ֆինլանդիայի, Իտալիայի, Լեհաստանի, Իսպանիայի, Միացյալ Թագավորության հետազոտական կազմակերպությունների կողմից: Հայեցակարգի իրականացման արդյունքում Եվրամիության բոլոր երկրների տարածքում գործելու է միասնական առողջապահական տվյալների շտեմարան, որից հավասար օգտագործման իրավունք են ունենալու բոլոր մասնակիցներն անկախ նրանց գտնվելու վայրից:

Հայեցակարգն ունի նաև այլ նպատակներ.

1) Եվրամիության երկրների փորձի փոխանակում էլեկտրոնային առողջապահության ռազմավարության և ծրագրերի զարգացման և կառավարման համար,

2) վերլուծական և հետազոտական աշխատանքների իրականացման համար արդյունավետ բազայի ստեղծում,

3) կայուն մեխանիզմների ստեղծում արդյունավետ միջազգային համագործակցության իրականացման համար անդամ երկրների միջև:

Ազգային էլեկտրոնային առողջապահության առաջնահերթությունների վերլուծության արդյունքում երկու հիմնական կլաստեր է բացահայտվել հաճախորդների ընդհանուր տվյալների բովանդակություն և հաճախորդի իրավասություններ, որոնց ճիշտ նկարագրման համար ավելի խորը գիտելիքներ և կարողություններ են պետք: Հայեցակարգը նաև ներառում է հետազոտական և տեխնոլոգիական զարգացման ծրագրեր, մասնակիցներ, գործողությունների ընթացք:

**Գերմանիա:** Գերմանիայի առողջապահության նախարարությանը կից ստեղծվել է Ջեմատիկ Ջեմեթիկ (Gematik GmbH) կազմակերպությունը, որի հիմնական գործառույթը առողջապահության ոլորտի համար տեղեկատվության հավաքագրումը, էլեկտրոնայնացումը և ապահով պահպանումն է: Նրա հիմնական խնդիրներն են՝

1) բժշկական քարտերի թողարկում,

2) տվյալների էլեկտրոնայնացում,

3) այլ լրացումներ,

4) տեղեկատվության, կապի և անվտանգության ենթակառուցվածքի ապահովում,

5) առողջապահական համակարգի գործունակության, ինչպես նաև այլ համակարգերի հետ նրա գործունակության ապահովումը,

6) նրա առանձին տարրերի և ծառայությունների տեխնիկական հատկանիշների սահմանումը,

7) համակարգի տեստավորումը:

**Խելացի հիվանդանոցներ** (smart hospitals). Թվայնացման և տեխնոլոգիական զարգացման բարձրագույն մակարդակն արտացոլող միջազգային լավագույն մոդելը ինելացի հիվանդանոցների մոդելն է: Վերջիններս թվային եղանակով կապված են ողջ էկոհամակարգի հետ, ունեն ավտոմատացման բարձր մակարդակ, պացիենտակենտրոն են, հիմնական շարժիչ ուժը մեծ տվյալներն ու տվյալների վերլուծությունն է, կիրառում են արհեստական բանականությունը, ռոբոտատեխնիկան, ճշգրիտ բժշկությունը, 3-Դ տպագրությունը, հեռաբժշկությունը

**Ի՞նչ միջոցառումներ են անհրաժեշտ ՀՀ-ին՝ միջազգային լավագույն փորձին հասնելու համար:**

ՀՀ առողջապահության բնագավառում թվայնացման գործընթացների բարելավման ուղղությամբ առաջարկվում է ձեռնարկել հետևյալ քայլերը.

16. Ստանդարտացում. հիվանդությունների, բժշկական ծառայությունների, բժշկական պարագաների և միջոցների կատալոգիզացիա:
17. Իրավական ակտերի միջոցով ստանդարտների և կատալոգների օգտագործման պարտադրում բոլոր բժշկական հաստատություններում և դրանց ճյուղության ապահովում՝ փոփոխվող միտումներին համապատասխան՝ դրանց օպերատորի նշանակման ճանապարհով:
18. Ներդրման գործընթացը պետք է ուղեկցվի նաև պատասխանատվության միջոցների կիրառությամբ ներդրման պահանջները չպահպանելու համար:
19. Այդ կատալոգների և տեղեկատուների օգտագործման վերաբերյալ ապահովագրական ընկերությունների համար պահանջի սահմանում:
20. Բնակչության համար պարտադիր էլեկտրոնային բժշկական քարտերի ներմուծում:
21. Հանրապետության ողջ տարածքում վարակիչ հիվանդությունների տարածվածության ռեեստրների մշակում և ներդրում, այդ թվում՝ անասնաբուժական հսկողությանն առնչվող:
22. Բժշկական կազմակերպությունների կողմից մատուցվող ծառայությունների և դրանց արժեքի վերաբերյալ տեղեկատվության հավաքագրում, այդ տեղեկատվության հիման վրա առաջարկվող գների էլեկտրոնային տեղեկատուների ստեղծում, բյուջետային միջոցների ծախսերի վերլուծություն:

23. Առողջապահության նախարարությունում վերլուծական կենտրոնի ձևավորում՝ բժշկական հաստատություններից հավաքագրվող տվյալների վերլուծության համար:
24. Բժշկական տվյալների պահպանման միասնական սերվերային կենտրոնի ստեղծում, անհատական տվյալների պահպանության հարցում գաղտնիության երաշխավորում:
25. Բժշկական տվյալների պահպանությունը միայն ՀՀ տարածքում իրականացնելու օրենսդրական պահանջի ամրագրում, կիրառանվտանգության երաշխավորում՝ համապատասխան լիցենզիոն ծրագրային ապահովման միջոցով՝ անվտանգության տեխնիկական առաջադրանքով՝ ցանկալի է մշակված հայկական ծրագրավորող կազմակերպությունների կողմից:
26. Բժշկական տվյալների պահուստային կրկնօրինակման ապահովում:
27. Բժշկական կազմակերպությունների լիցենզավորման պահանջներում միասնական էլեկտրոնային համակարգերի առկայության վերաբերյալ պահանջների սահմանում, որոնք կապահովեն միասնական փաստաթղթաշրջանառությունը բժշկական կազմակերպությունների միջև, հաճախորդների համար նվազագույն ծառայությունների հավաքածուն, այդ թվում՝ բժշկի մոտ հերթագրումը, թերապևտների հեռաբժշկության ծառայությունների մատուցումը, ախտորոշման ծառայությունների ուղեգրումը և այլն: Վերջիններիս նվազագույն պահանջները պետք է հանդիսանան լիցենզավորման պահանջ, այդ թվում՝ կատալոգների և տեղեկատուների մասով:
28. Առողջապահության նախարարության, համայնքապետարանների, բժշկական կազմակերպությունների և առողջապահական ոլորտի այլ կազմակերպությունների միջև էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառության կազմակերպում՝ Հանրապետությունում առողջապահական ամբողջական պատկերի ստացման նպատակով:
29. Առանձնահատուկ պահանջների սահմանում ռազմական հոսպիտալների համար, այդ թվում՝ ռեզերվների էլեկտրոնային հաշվառման համակարգի վերաբերյալ:
30. Հաջորդող փուլերում՝ հիվանդությունների բուժման մոտեցումների ստանդարտացում՝ բժիշկների ներառականության ապահովմամբ այդ գործընթացում՝ բուժման ստանդարտացված քարտերի լրացման ճանապարհով, որոնց հիման վրա ժամանակի ընթացքում հնարավոր կլինի մշակել հիվանդությունների բուժման սեփական պրոտոկոլներ, ինչպես նաև ապահովել առողջապահական ծառայությունների սպառողների իրավունքների պաշտպանությունը:

## 2.3 ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԹՎԱՅՆԱՑՄԱՆ ՆՈՐԱՄՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՆԵՐԴՐՄԱՆ ԵՎ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման հիմնախնդիրները: Ինտերնետային ռեսուրսները համարվում են «ինտելեկտուալ արտադրանք», որոնք կարող են դիտվել որպես նյութական և ոչ նյութական ակտիվներ: Այդ ակտիվները հիմնվում են երկու ցուցանիշների՝ ինտերնետ ռեսուրսների վարկանիշի վրա: Վարկանիշները գնահատվում են ըստ նախապես մշակված մեթոդների՝ օգտագործելով Google (անգլալեզու տարածք) և Yandex (ռուսալեզու տարածք) որոնման համակարգերը:

**Աղյուսակ 2. Էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման մակարդակը  
ԵԱՏՄ երկրներում<sup>17</sup>**

ԵԱՏՄ երկիր	Էլեկտրոնային գործարքները կարգավորող օրենք	Տվյալների գաղտնիությունը կարգավորող օրենք	Սպառողների պաշտպանությանը վերաբերող օրենքներ	Գիբեռնանցավորության դեմ պայքարին վերաբերող օրենքներ
Հայաստան	+	+	-	+
Բելառուս	+	+	+	-
Ղազախստան	+	+	-	+
Ղրղզստան	+	+	Առկա է նախագիծ	+
Ռուսաստան	+	Առկա է նախագիծ	Առկա է նախագիծ	-

ՄԱԿ-ի Առևտրի և տնտեսական զարգացման համաժողովը (UNCTAD) բնորոշում է էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման մակարդակն առանձին երկրներում և տարածաշրջաններում՝ ըստ հետևյալ չորս ուղղությունների՝ էլեկտրոնային գործարքները կարգավորող օրենսդրություն, տվյալների պաշտպանությունն ու գաղտնիությունը երաշխավորող օրենսդրություն, էլեկտրոնային տիրույթում սպառողների իրավունքների պաշտպանության հարցերը կարգավորող օրենսդրություն և կիբեռանվտան գույքի ապահովմանն ուղղված օրենսդրություն: Հատկանշական է, որ էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման չորս բաղադրիչներից երկրների մեծամասնության կողմից հարաբերականորեն անտեսված են էլեկտրոնային միջավայրում սպառողների իրավունքների պաշտպանության վերաբերյալ օրենքները: Այս առումով, բացառություն չեն նաև ԵԱՏՄ անդամ երկրները, որտեղ էլեկտրոնային միջավայրում սպառողների պաշտպանության խնդիրներն օրենսդրական կարգավորում են ստացել առայժմ միայն Բելառուսում,

<sup>17</sup> UNCTAD, Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide, [Summary of Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide | UNCTAD](#), մուտք՝ 20.09.2022, 13:50

թեն Ղրղզստանում և Ռուսաստանում առկա են համապատասխան օրենքի նախագծեր: Միաժամանակ, կարող ենք նշել, որ էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման տեսանկյունից, ԵՄՏՄ երկրներից համեմատաբար շահեկան վիճակում են Հայաստանը, Բելառուսը և Ղազախստանը, որտեղ վերոնշյալ չորս բաղադրիչներից առկա չէ միայն մեկը՝ էլեկտրոնային սպառողների պաշտպանության օրենքը Հայաստանում ու Ղազախստանում, և կիրառելի անհավորության դեմ պայքարի իրավական կարգավորումը՝ Բելառուսում: Ռուսաստանը զիջում է ԵՄՏՄ բոլոր երկրներին էլեկտրոնային առևտրի իրավական կարգավորման մակարդակով:

Համաշխարհային բանկի՝ այլ միջազգային կառույցների հետ համագործակցության արդյունքում ձևավորած WITS վերլուծական տվյալների բազան պարունակում է էլեկտրոնային առևտրի զարգացման համար աշխարհի երկրների հնարավորությունները բնութագրող համապարփակ ցուցիչներ, որոնք ամփոփվում են 6 հիմնական ուղղություններում.<sup>18</sup>

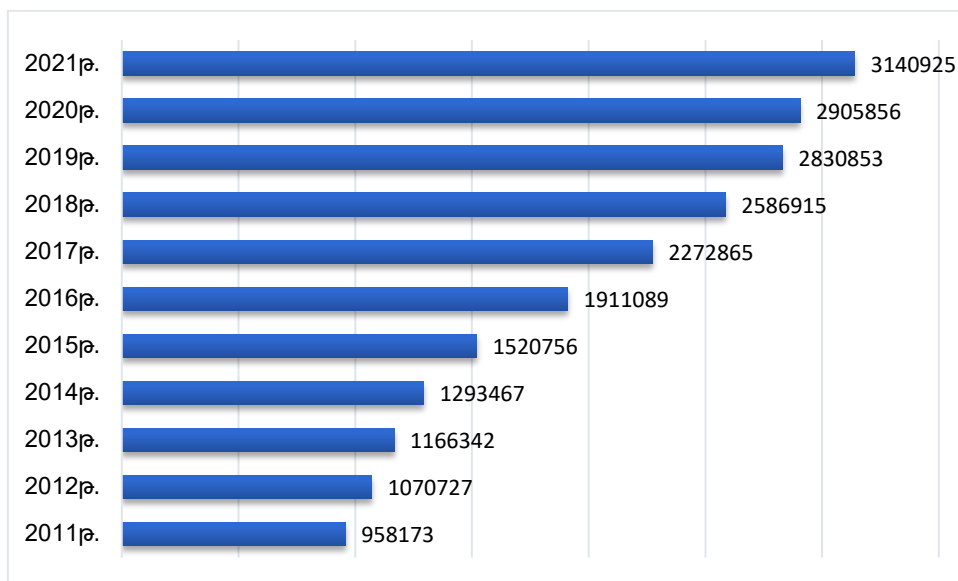
1. ՏՀՏ ենթակառուցվածքներ և ծառայություններ,
2. Վճարային լուծումներ,
3. Ֆինանսավորման հասանելիություն,
4. իրավական և կարգավորող շրջանակներ,
5. լոգիստիկա և առևտրի ընթացակարգերի պարզեցում,
6. էլեկտրոնային առևտրին պատրաստվածության գնահատում և ռազմավարության ձևավորում:

Հարկ է նշել, որ թվայնացման միջոցով մատուցվող ծառայությունների արժեքը վերջին 5 տարիների ընթացքում միջինում 1.5 անգամ գերազանցում է արտահանվող ՏՀՏ ծառայությունների արժեքը: Ընդ որում, եթե ՏՀՏ ծառայությունների արտահանման աճը վերջին 5 տարիների ընթացքում կազմել է միջինում 10%, ապա թվայնորեն մատուցվող ծառայություններինը՝ մոտ 15-20%: Այս թվերը, անշուշտ, վկայում են ծառայությունների առևտրում թվային տեխնոլոգիաների աճող կարևորության մասին:

Սկսած 2012 թ.-ից՝ ՀՀ-ում դիտվում է թվային տնտեսության բազային ենթակառուցվածքի զարգացման դրական շարժընթաց: Մասնավորապես՝ ինտերնետ հասանելիության ծառայությունների բաժանորդների թիվը (այդ թվում՝ շարժական 3G/4G/4G+ և 2G) 2019 թ. կազմել է 3 087 291, որը նախորդ տարվա համեմատությամբ աճել է շուրջ 6.7%-ով: Ավելացել են լայնաշերտ ինտերնետ հասանելիության ծառայությունների մատուցման ծավալները, որոնց բաժանորդների թիվը (ներառյալ՝ շարժական 3G/4G/4G+) 2019 թ. կազմել է 2 830 853, ինչը նշանակում է, որ նախորդ տարվա համեմատ գրանցվել է բաժանորդների թվի 9.4 տոկոս աճ: Թեև ՀՀ բնակչության մեծ մասն ունի ինտերնետ հասանելիություն,

<sup>18</sup> WITS - World Integrated Trade Solutions, <https://wits.worldbank.org/>

այդուհանդերձ, Հայաստանի բնակչությունը հիմնականում համացանցն օգտագործում է զվարճության կամ պարզագույն հաղորդակցության նպատակներով՝ ներառյալ զանգեր (90%), սոցիալական ցանցեր (68%), հաղորդագրություններ (60%), երաժշտություն (54%) և առցանց նորություններ (53%): Առավել կարևոր և արժեքաստեղծ գործառնությունների համար համացանցի օգտագործման ցուցանիշները համեմատաբար ավելի ցածր են. սեփական բովանդակության տեղադրում համացանցում (16%), աշխատանքի փնտրում համացանցում (11%), մասնակցություն առցանց քննարկումներին (8%), ապրանքների ու ծառայությունների վաճառք (7%) կամ գնում (13%) և այլն: Համաշխարհային բանկի ուսումնասիրության համաձայն՝ չնայած էլեկտրոնային առևտրի հարթակների օգտագործման ծավալների ավելացմանը՝ ՀՀ բնակչության շատ փոքր հատվածն է (13 տոկոս) ապրանքներ ու ծառայություններ գնում էլեկտրոնային եղանակով: Ավելին, էլեկտրոնային գնումների վիճակագրությունը քաղաքներում և գյուղերում տարբեր է: Երևանաբնակների 21 տոկոսն առցանց գնումներ է կատարել վերջին 3 ամիսներին, մինչդեռ քաղաքային և գյուղական մյուս համայնքներում այս ցուցանիշը, համապատասխանաբար, կազմում է բնակչության 14 և 9 տոկոսը<sup>19</sup>:



**Գծապատկեր 4.ՀՀ-ում ինտերնետից օգտվող բաժանորդների թվաքանակը 2011-2021թթ. ընթացքում<sup>20</sup>**

Էլեկտրոնային վճարային համակարգերի առանձնահատկությունները էլեկտրոնային առևտրի ապահովման գործում: Էլեկտրոնային առևտուրը, որպես միջազգային առևտրի դրսևորման ձև, թեև հեշտացնում է ապրանքների ձեռքբերման գործընթացը, այնուամենայնիվ, էլեկտրոնային առևտրի օբյեկտ

<sup>19</sup> [PSRC 2021 report.pdf](#), մուտք՝ 22.09.22, 16:14:

<sup>20</sup> [PSRC 2021 report.pdf](#), էջ 35:



հանդիսացող ապրանքները ևս հատում են երկրների ֆիզիկական սահմանները և ենթակա են մաքսային ու սահմանային կառավարման ընթացակարգերի: Ավելին, քանի որ էլեկտրոնային առևտուրը հաճախ ներառում է փոքր քանակությամբ ապրանքներ, սովորաբար՝ ընդամենը մեկ որոշակի ապրանք՝ անհատական առաքումով, լոգիստիկ գործընթացների հետ կապված ի հայտ են գալիս լրացուցիչ խնդիրներ: Էլեկտրոնային առևտրով պայմանավորված սահմանային ծախսերի իջեցումը պահանջում է առևտրի ավելի արդյունավետ պայմաններ, մասնավորապես՝ առևտրի ընթացակարգերի պարզեցում, ներդաշնակեցում, ստանդարտացում և արդիականացում: Ավտոմատացման հնարավորությունը և միջսահմանային առևտրի մեջ շփման կրճատումը կարևոր են առևտրային ծախսերն իջեցնելու և արտադրողներին շուկաներին ու արժեքային շղթաներին միացնելու համար:

Թվային տեխնոլոգիաները մեծապես ազդել են համաշխարհային տնտեսության վրա, ընդլայնել տեղեկատվական բազան, կրճատել տեղեկատվության հավաքագրման ծախսերը, նպաստել էլեկտրոնային առևտրի ձևավորմանն ու առաջընթացին, անդրադարձել հասարակության կյանքի, գործունեության, մտածելակերպի, սովորույթների, հաղորդակցման վրա, խթանել տնտեսության նորարարական զարգացումը: Զգալի փոփոխություններ են տեղի ունեցել նաև ֆինանսական ոլորտում: Թվային տեխնոլոգիաները թույլ են տալիս վճարումներն իրականացնել տարբեր մեթոդներով՝ բանկային քարտերից կամ էլեկտրոնային դրամապանակներից ուղղակի գանձմամբ, վարկի կամ ապառիկ ծրագրի հիման վրա, կանխիկ, օնլայնբանկինգում հաշիվ-ապրանքագրերի և նույնիսկ կրիպտոակտիվներով գործարքների միջոցով: Հայտնի են մոտ 200 վճարային տարբերակներ, որոնց մեծ մասը կիրառելի է նաև Հայաստանում.

1. բանկային քարտեր՝ Visa, Mastercard, Maestro, Diners, Amex...,
2. կանխիկ՝ Cash on delivery, Western Union, Money Gram, Xoom...,
3. բանկային փոխանցումներ՝ Classic (SWIFT, SEPA, IBAN), ակնթարթային փոխանցումներ (ACH, Sofort),
4. էլեկտրոնային դրամապանակներ (e-Wallets)՝ PayPal, Payoneer, Skill...,
5. վճարային լուծումներ՝ Amazon Pay, Google Pay, Etsy Checout...,
6. կրիպտոարժույթներ՝ Bitcoin, Ethereum, Altcoins, Stable Coins...:

Վճարային համակարգերն ըստ երկրների տարբերվում են ազգային ֆինանսական կառավարման, վարկային ռիսկերի, մատակարարման ռազմավարությունների և սպառողների նախասիրությունների առումներով: Դրանք կարող են էլեկտրոնային առևտրի ոլորտում երկրների և ընկերությունների մասնակցային դերակատարումների որոշման կամ փոփոխության պատճառ հանդիսանալ: Առհասարակ, վճարահաշվարկային համակարգերի բազմազանությունն ու նրանց գործարքային տարբերությունները բարդություն են

առաջացնում էլեկտրոնային առևտրի վճարման մեկ տարբերակի ընտրության հարցում: Անկանխիկ շրջանառությունը զարգացնելու և էլեկտրոնային առևտրի նախադրյալներ ձևավորելու նպատակով ՀՀ ԿԲ-ն իրականացնում է շարունակական միջոցառումներ ֆինանսական գործարքների հուսալիությունը և թափանցիկությունը, դրանց նկատմամբ վստահությունը, կիրառման տնտեսական նպատակահարմարությունը բարձրացնելու ուղղությամբ:

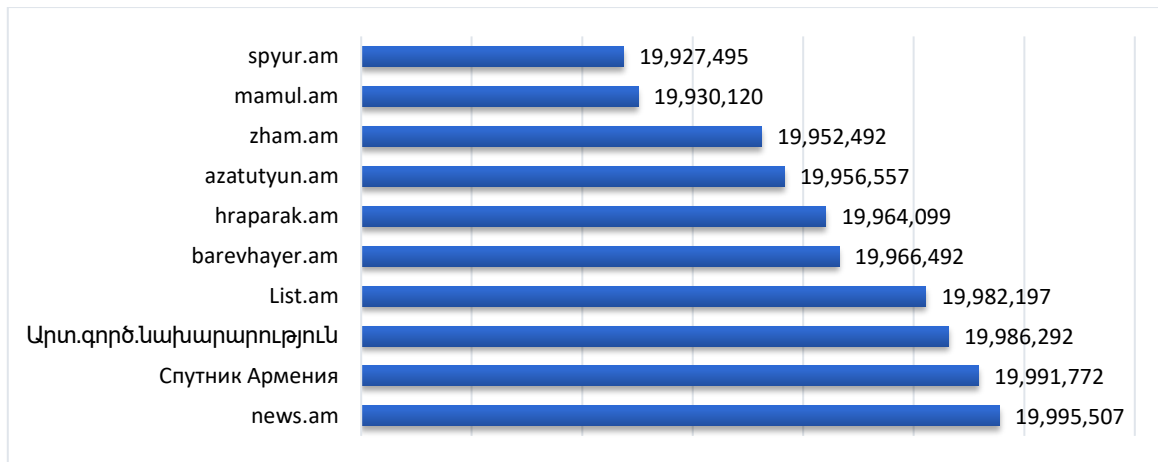
2018 թվականին կենտրոնական բանկը շարունակել է վճարահաշվարկային համակարգերի գծով համագործակցությունը Եվրասիական տնտեսական միության անդամ երկրների կենտրոնական բանկերի հետ՝ համագործակցելով Վճարային քարտերի ազգային համակարգերի, ISO 20022 ստանդարտի ներդրման, ֆինանսական հաղորդագրությունների փոխանցման և հաշվարկների իրականացման, արագ վճարումների, ֆինանսական տեխնոլոգիաների զարգացման, կիբեռանվտանգության ոլորտներում<sup>21</sup>:

2019 թ. Կենտրոնական բանկերի եվրասիական խորհրդի հովանու ներքո ստորագրվել է փոխըմբռնման հուշագիր դրամական փոխանցումների շուկայում թափանցիկության և սպառողների շահերի պաշտպանության մասին խորհրդատվական ցուցումների վերաբերյալ, որը հնարավորություն կտա խորացնելու երկրների միջև համագործակցությունն առանց բանկային հաշվի բացման դրամական փոխանցումների իրականացման ոլորտում և կբարձրացնի այդ շուկայի թափանցիկությունը<sup>22</sup>:

**Մանրածախ առևտրով զբաղվող հայկական կայքերի վիճակագրական տվյալների ուսումնասիրություն:** Մինչ անդրադառնալը առևտրով զբաղվող կայքերին, հարկ է ներկայացնել հայկական բոլոր կայքերի վարկանիշային աղյուսակը: Գծապատկեր 2-ից պարզ է դառնում, որ բնակչության մեծ զանգված հետևում է ինչպես տեղեկատվական, այնպես էլ լրատվական կայքերին, այդ թվում՝ [spysur.am](http://spysur.am), [mamul.am](http://mamul.am), [zham.am](http://zham.am) և այլն: Վերոնշյալ կայքերին հաջորդում է [list.am](http://list.am)-ը, որն իրենից ներկայացնում է ապրանքների և ծառայությունների առք ու վաճառքի ամենամեծ «շուկան» ՀՀ-ում:

<sup>21</sup> Հայաստանի Հանրապետության կենտրոնական բանկ: Տարեկան հաշվետվություն 2019 թ., Երևան:

<sup>22</sup> Հայաստանի Հանրապետության կենտրոնական բանկ: Տարեկան հաշվետվություն 2020 թ., Երևան:



**Գծապատկեր 5. Հայկական կայքերի վարկանիշը<sup>23</sup>**

1. Անդրադառնալով մանրաձախ առևտրով զբաղվող հայկական կայքերի վիճակագրությանը, պետք է ընդգծել, որ ուսումնասիրության օբյեկտներ են հանդիսացել List.am-ը, Avto.am-ը, Menu.am-ը և Sas.am-ը՝ հաշվի առնելով թե՛ բնակչության հատվածում վերջիններիս հաճախ օգտագործվելիությունը, թե՛ զբաղեցրած դիրքը ՀՀ շուկայում (տե՛ս աղյուսակ 2):

**Աղյուսակ 3. Մանրաձախ առևտրով զբաղվող հայկական կայքերի վիճակագրական տվյալների ամփոփ վերլուծությունը 2022թ. օգոստոսի 31-ի դրությամբ<sup>24</sup>**

	List.am	Avto.am	Menu.am	Sas.am
Զբաղեցրած դիրքը աշխարհի մակարդակով <sup>25</sup>	5870	1302373	495470	170988
Զբաղեցրած դիրքը ՀՀ-ի մակարդակով	4	NA	588	154
Ընդհանուր մուտքեր	5 900 000	42 600	96 500	266 400
1 այցի ընթացքում արված քայլերի քանակը	17.36	1	2.4	5.13
1 այցի միջին տևողությունը	11 րոպե 53 վրկ	NA	1 րոպե 55 վրկ	4 րոպե 6 վրկ

Առևտրով զբաղվող օնլայն հարթակների շարքում առաջատար դիրք է զբաղեցնում List.am-ը: Նշենք, որ Similarweb-ի տվյալների շտեմարանի համաձայն List.am-ի մրցակից կայքեր են համարվում avto.am-ը, hyurservice.com-ը, biglemon.am-ը և rates.am-ը: List.am-ից օգտվում են 18-ից բարձր բոլոր անձիք, իսկ ամենաակտիվ հետևորդներ համարվում են 25-34 տարեկանները (36.06%): Հաջորդ գծապատկերում ներկայացված է, թե մեծամասամբ ի՞նչ ռեսուրսներից են օգտվում List.am-ի օգտատերերը՝ մուտք գործելով կայք: Դրանց թվին են դասվում

<sup>23</sup> Лучшие сайты Армении, рейтинг - каталог армянских сайтов (ranks.am), մուտք՝ 20.09.2022, 12:45:

<sup>24</sup> list.am Traffic Analytics & Market Share | Similarweb, մուտք՝ 23.09.2022, 11:20:

<sup>25</sup> Որքան ցածր է աշխարհի մակարդակով զբաղեցրած ցուցանիշը, այնքան լավ դիրքում է գտնվում տվյալ օբյեկտը:

նորությունները, ծրագրավորման և հեռուստատեսության հետ կապված նյութերը, էլեկտրոնիկա և ֆինանսական հատվածի որոշ բլոկներ:

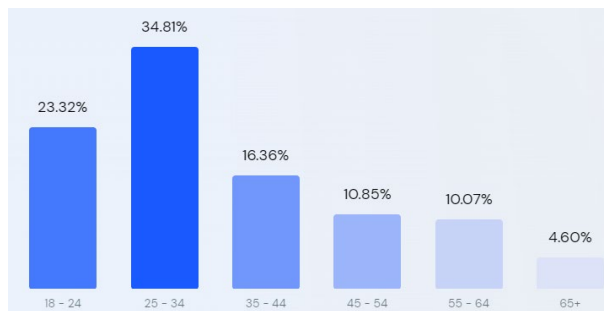


**Գծապատկեր 6. List.am մուտք գործող անձանց հետաքրքրությունների շրջանակը 1-5 բալային սանդղակով**

2. Avto.am-ը, ինչպես արդեն նշվեց, համարվում է List.am-ի մրցակից կայք, չնայած որ կայքի մուտքերի թիվը ընդամենը 42600 է: Տվյալների համաձայն սույն թվականի օգոստոս-սեպտեմբեր ամիսներին կայքի այցելուների թվի նվազման միտում է գրանցվել՝ 1566962-ից հասնելով 1302373-ի<sup>26</sup>: Avto.am-ի մրցակից կայքեր են համարվում drive.ge-ն, autopapa.ge-ն և sbtjapan.com-ը: Ի տարբերություն List.am-ի կայքի մարքեթոլոգների, այստեղ կայքի զարգացման համար շեշտը դրվում է առաջին հերթին ֆեյսբուքյան տիրույթի և mobile advertising-ի վրա:

Համեմատության մեջ դնելով ուսումնասիրված 2 կայքերը՝ պետք է փաստենք, որ Avto.am մուտք գործող անձանց տարիքային շերտ մեծամասամբ տատանվում 25-44-ի շրջանակներում:

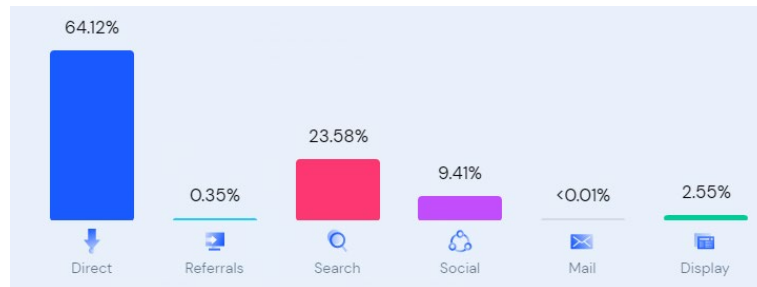
3. Առևտրով զբաղվող հայկական կայքերից հետազոտության հաջորդ օբյեկտը menu.am-ն է: Հուլիս-սեպտեմբեր ամիսների կտրվածքով կայքի այցելուների թիվը տատանվել է համապատասխանաբար՝ 404145, 495470 և 638993 և մեծ մաս են կազմում կանայք՝ 51.38%:



**Գծապատկեր 7. Menu.am մուտք գործող անձանց տարիքային առանձնահատկությունների նկարագիրը**

<sup>26</sup> [avto.am Traffic Analytics & Market Share | Similarweb](#), մուտք՝ 10.10.2022, 11:50

Ինչպես առևտրով զբաղվող նախորդ կայքերում, այստեղ ևս կայք մուտ գործող տարիքայի շեմը մեծամասամբ տատանվում է 25-34-ի շրջանակներում: Տվյալների համաձայն կայքի մրցակիցներ են համարվում sas.am-ը, buy.am-ը և dandessert.am-ը:

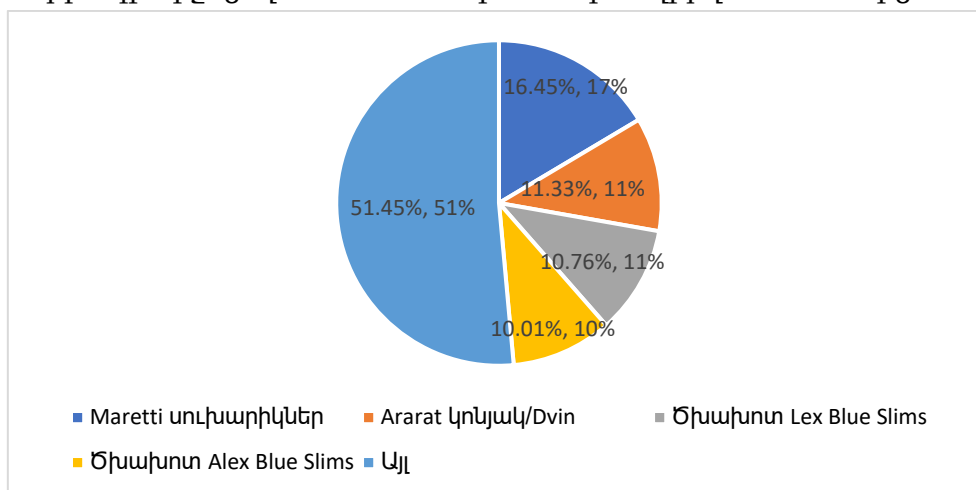


### Գծապատկեր 8. Menu.am մուտք գործելու մարքեթինգային քայլերը

Ինչպես ցույց էին տալիս հետազոտության նախորդ փուլում կատարված հարցումների արդյունքները, չնայած, հասարակությունը համաձայնակից հետո ապրանքների գնումը և վաճառումը օֆլայն հարթակից տեղափոխեց օնլայնի, այնուամենայնիվ in-person գործիքը դեռ մնում է արդիական: Այսինքն, մարքեթոլոգները շարունակում են գործարկել մարդկանց օֆլայն դիմելու, օֆլայն առաջարկներ անելու աշխատելառճը: Հետազոտության արդյունքները՝ ուղղված առևտրով զբաղվող կայքերի մարքեթինգային քայլերին վկայում են այն մասին, որ product trade -ը մարքեթինգային քայլերի շարքում առաջինն է և միտված է մարդկանց հետ շփման օֆլայն տարբերակի:

4. Հետազոտության վերջին օբյեկտը sas.am-ն է: Ի տարբերություն իր մրցակից Menu.am-ին, sas.am-ը վերջին եռամսյակում իր հավատարիմ հաճախորդների պակաս չի ունեցել: Հուլիս, օգոստոս և սեպտեմբեր ամիսներին այցելուների թիվը կազմել է համապատասխանաբար՝ 281100, 266400 և 281600: Այցելուների 53.89% եղել են կանայք, 46.11%-ը՝ տղամարդիկ:

Կարևոր է ընդգծել, որ կայքի մրցակիցներն են buy.am, dandessert.am և parma.am: Ստորև գծապատկերում ներկայացված են այն ապրանքները, որոնք օնլայն հարթակի միջոցով ամենահաճախն են պատվիրվում sas.am-ից:



**Գծապատկեր 9. Sas.am-ից հաճախ պատվիրված ապրանքների ցանկը<sup>27</sup>**

Մարքեթինգային քայլերից, ինչպես նախորդ կայքերի դեպքում էր, sas.am-ը նա կիրառում է in-person գործիքը:

Մանրածախ առևտրով զբաղվող արտասահմանյան կայքերի վիճակագրական տվյալների ուսումնասիրություն: ՀՀ բնակչությունը բացի տեղական օնլայն հարթակներից օգտվում է նաև արտասահմանյան կայքերից՝ ապրանք կամ ծառայություն գնելու և/կամ վաճառելու նպատակով: Հետազոտության համար ընտրվել են Amazon.com-ը, eBay.com-ը, Wildberries.ru-ն և AliExpress.com-ը՝ հաշվի առնելով հետազոտության նախորդ փուլում կատարված հարցման արդյունքները, որոնք փաստում են, որ վերջիններս առևտրի նպատակով հաճախ օգտագործվող կայքերն են (տե՛ս [ՕՆաշվետվություն 2.pdf \(ysu.am\)](#)):

**Աղյուսակ 4. Մանրածախ առևտրով զբաղվող արտասահմանյան կայքերի վիճակագրական տվյալների ամփոփ վերլուծությունը 2022թ. օգոստոսի 31-ի դրությամբ<sup>28</sup>**

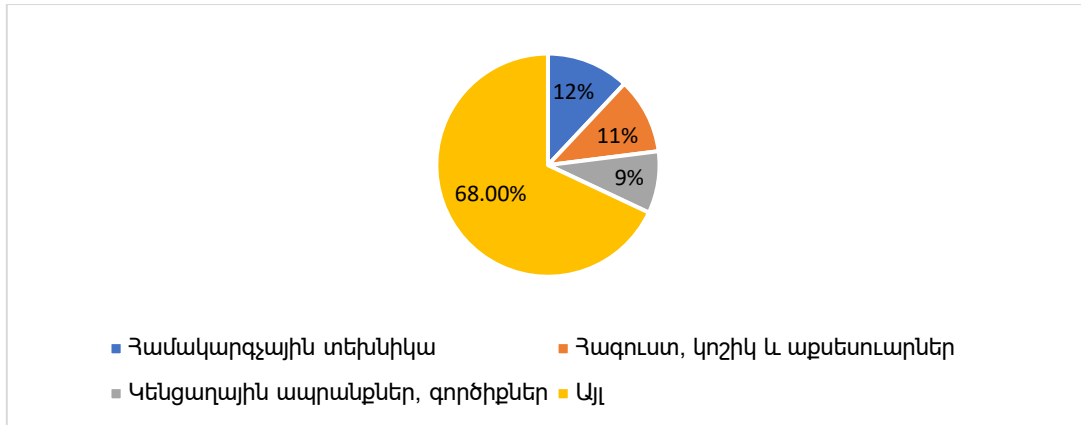
	Amazon.com	eBay.com	AliExpress.com	Wildberries.ru
Զբաղեցրած դիրքը աշխարհի մակարդակով	12	36	70	68
Զբաղեցրած դիրքը Իր տարածաշրջանի մակարդակով	4	15	Brazil// 31	Russia// 9
Ընդհանուր մուտքեր	2.4 բիլիոն	756.2 միլիոն	415.7 միլիոն	340 միլիոն
1 այցի ընթացքում արված քայլերի քանակը	8.95	6.99	5.02	12.46
1 այցի միջին տևողությունը	7 րոպե 18 վրկ	7 րոպե 2 վրկ	6 րոպե 6 վրկ	11 րոպե 3 վրկ

1. Amazon.com կայք այցելուների թիվը հուլիս, օգոստոս և սեպտեմբեր ամիսներին նվազել է՝ 2.7 բիլիոնից հասնելով 2.4 բիլիոն: Ի տարբերություն հայկական կայքերի այցելուների, այստեղ մեծ մաս են կազմում տղամարդիկ՝ 59.93%:

Amazon.com կայքից օգտվում են հասարակության 18-ից բարձր տարիքի անձինք, որոնց մեջ գերակշիռ մաս են կազմում 25-34 տարեկանները: Որպես առևտրի օնլայն հարթակ՝ կայքի մրցակիցներն են ebay.com-ը, walmart.com-ը և target.com-ը:

<sup>27</sup> [sas.am Traffic Analytics & Market Share | Similarweb](#), մուտք՝ 10.10.2022, 12:50:

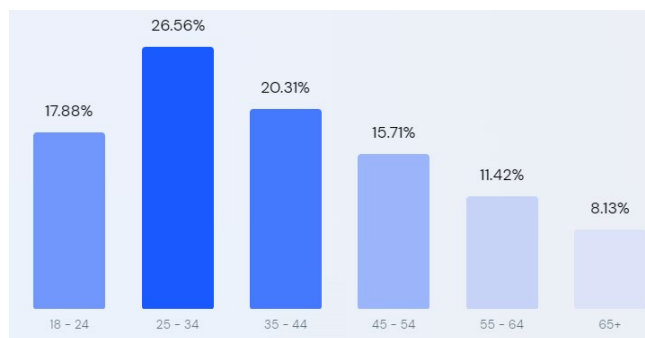
<sup>28</sup> [list.am Traffic Analytics & Market Share | Similarweb](#), մուտք՝ 23.09.2022, 11:20:



**Գծապատկեր 10. Amazon.com -ից հաճախ պատվիրված ապրանքների ցանկը**

Ինչպես ցույց էին տվել հետազոտության 2-րդ փուլի արդյունքները և փաստեցին similarweb.com-ի տվյալները, Amazon.com կայքից մեծամասամբ օգտվում են համակարգչային տեխնիկա, հագուստ, կոշիկ և կենցաղային պարագաներ գնելու նպատակով:

2. eBay.com-ը ևս օնլայն առևտրի ամենատարածված հարթակներից է: Այցելուների թիվը սույն թվականի հուլիս-սեպտեմբեր ամիսներին Amazon.com-ի նման նվազման միտում է ունեցել՝ 756 միլիոնից հասնելով 700 միլիոնի: Կին այցելուները կազմում են 34.31%, տղամարդիկ՝ 65.69%:



**Գծապատկեր 11. eBay.com մուտք գործող անձանց տարիքային առանձնահատկությունների նկարագիրը**

Օնլայն հարթակներում մեծամասամբ ակտիվություն են ցուցաբերում 25-34 տարեկան անձինք: Տվյալների համաձայն Ամազոնի և իբեյ կայք մուտք գործած այցի միջին տևողությունը և 1 այցի ընթացքում արված քայլերի քանակը գրեթե հավասար են:

3. Առևտրի օնլայն հաջորդ հարթակը AliExpress.com կայքն է, որի այցելուների թիվը հուլիս ամսին կազմել է 419.1 միլիոն, իսկ սեպտեմբերին՝ 415.7 միլիոն: Այցելուների 33.89% կանայք են, իսկ 66.11%՝ տղամարդիկ: Կայքի մրցակիցներն են alibaba.com-ը, ebay.com-ը, amazon.com-ը և dhgate.com-ը: Մարքեթինգային

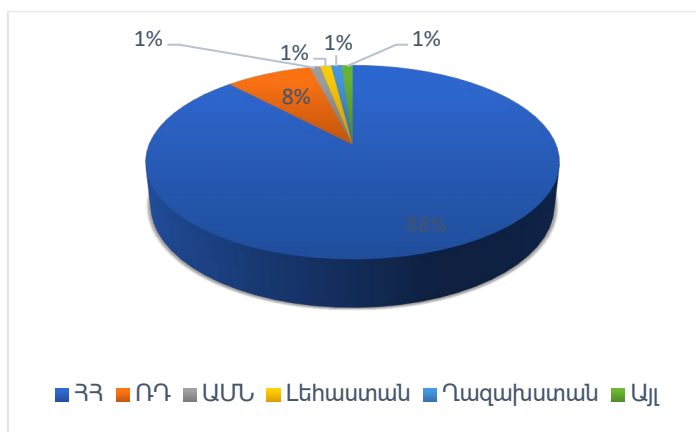
գծապատկերից երևում է, որ AliExpress.com-ը համարվում է խոշոր օնլայն հարթակներից in-person գործիք կիրառողը:

4. Wildberries.ru-ն օնլայն հարթակների շարքում 4-րդ տեղն է զբաղեցնում: Ունենալով 340 միլիոն այցելու՝ այն զբաղեցնում է աշխարհի մակարդակով 68-րդ տեղը, իսկ ՌԴ-ի մակարդակով՝ 9-րդ: Հուլիս, օգոստոս, սեպտեմբեր ամիսների այցելուների թիվը համապատասխանաբար հետևյալն է՝ 308 միլիոն, 340 միլիոն և 298 միլիոն: Այցելուների 51.99%-ը կանայք են, 48.01%՝ տղամարդիկ:

**Եզրակացություն**

Էլեկտրոնային առևտուրը, որպես միջազգային առևտրի դրսևորման ձև, թեև հեշտացնում է ապրանքների ձեռքբերման գործընթացը, այնուամենայնիվ, էլեկտրոնային առևտրի օբյեկտ հանդիսացող ապրանքները ևս հատում են երկրների ֆիզիկական սահմանները և ենթակա են մաքսային ու սահմանային կառավարման ընթացակարգերի:

**ՀՀ-ի և միջազգային փորձի ուսումնասիրություն:** Ուսումնասիրելով մանրածախ առևտրի դինամիկան տարբեր երկրներում կարելի է հատկապես ընդգծել List.am-ի և Amazon.com-ի գործունեությունը, քանի որ List.am-ը աշխարհի մակարդակով ՀՀ-ից մուտք գործող առաջատար կայքն է, իսկ Amazon.com-ը մանրածախ առևտրով զբաղվող ամենահայտնի արտասահմանյան կայքը: Ունենալով մոտավորապես վեց միլիոն այցելու՝ List.am-ը կարողանում է ապահովել ծառայությունների որակյալ մատուցում, սակայն ինչպես ցույց է տալիս ստորև գծապատկերը, կայքից մեծամասամբ օգտվում են ՀՀ բնակիչները, ՌԴ-ից 8 տոկոսն է այցելում կայք, իսկ Լեհաստանն ու Ղազախստանը՝ համապատասխանաբար՝ 1-ական տոկոս:

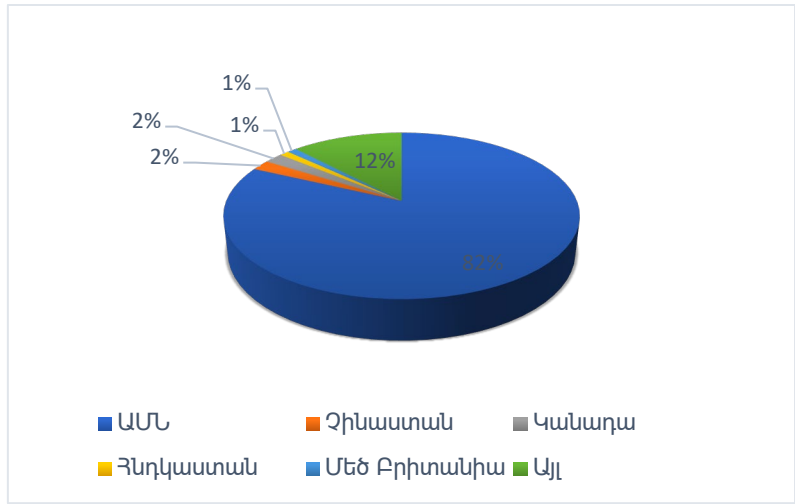


**Գծապատկեր 12. List.am մուտք գործող երկրների ցանկը**

Սա նշանակում է, որ կայքի գործունեությունը դեռ բարելավման կարիք ունի՝ ինչպես օրինակ՝ լոգիստիկ խնդիրներ, օնլայն վճարման համակարգի ներդրում և այլն: Էլեկտրոնային առևտուրը հաճախ ներառում է փոքր քանակությամբ



ապրանքներ, սովորաբար՝ ընդամենը մեկ որոշակի ապրանք՝ անհատական առաքումով, լոգիստիկ գործընթացների հետ կապված ի հայտ են գալիս լրացուցիչ խնդիրներ: Լոգիստիկ համակարգը ներառում է բազմաթիվ տարրեր՝ փոխադրումներ, պահեստներ, մաքսային ձևակերպումներ, տեղական փոստային համակարգ և այլն, որոնց ցածր արդյունավետությունը հանգեցնում է ծախսերի ավելացմանը: Էլեկտրոնային առևտուրը երկրի լոգիստիկ ենթակառուցվածքի զարգացման նախապայման է, իսկ ապրանքների մատակարարման լոգիստիկ ուղիների զարգացումը՝ էլեկտրոնային առևտրի աճի գրավական, քանզի էլեկտրոնային առևտրի փոքրածավալ, ցածր արժեք ունեցող ապրանքների գները բարձրանում են տրանսպորտային թույլ ենթակառուցվածքների, մենաշնորհ ծառայություններ մատուցելու և այլ գործոնների անարդյունավետությունից բխող մեծ ծախսերի պատճառով: Մրցակցելու համար համաշխարհային շուկայում օտար հարթակների հետ դեռևս բարդ է, քանի որ բացի առևտրի ծավալների նվազումից, ՀՀ-ում դեռևս կա ինստիտուցիոնալ խնդիր օնլայն առևտրի ոլորտում: Ինչ վերաբերում է Amazon.com-ին, ունենալով 2.4 բիլիոն այցելու, ապա այս կայք մուտք գործելու անձանց գերակշիռ մասը ԱՄՆ-ից է: Սա ևս խոսում է այն մասին, որ, չնայած, թվային առևտրի ծավալները ամեն օր գրեթե աճում են, այնուամենայնիվ, ամբողջ աշխարհում այն հրահրում է թվայնացումից բխող հարկային մարտահրավերների լուծման շուրջ քննարկումներ: Թվայնացման արագ տարածումը, զուգորդված առևտրային քաղաքականության ազատականացմամբ, հանգեցնում է տնտեսությունում շարունակական կառուցվածքային վերափոխումների:



**Գծապատկեր 13. Amazon.com մուտք գործող երկրների ցանկը**

**Անհրաժեշտ միջոցառումներ:** Լիարժեք իրավական դաշտի ստեղծումն էլեկտրոնային առևտրի զարգացման նախապայմանն է, ինչը ենթադրում է էլեկտրոնային գործարքների իրականացման ընթացակարգերի պարզեցում և

շուկա մուտք գործելու խոչընդոտների վերացում: Բարենպաստ նորմատիվ-իրավական դաշտ ապահովելու համար պետք է իրականացվեն օրենսդրական բարեփոխումներ ինչպես ապրանքների և ծառայությունների էլեկտրոնային առևտրի կանոնակարգման ուղղությամբ, այնպես էլ դրա հետ կապված մի շարք ոլորտներում, ինչպիսիք են էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառությունը, անձնական տվյալների պաշտպանությունը, էլեկտրոնային վճարային համակարգերը, լոգիստիկ և մատակարարման շղթաների գործունեության խրախուսումը և այլն: ՀՀ-ում էլեկտրոնային առևտրի խթանման համար անհրաժեշտ գործողություններից կարելի է առանձնացնել.

- էլեկտրոնային առևտրի ոլորտը կանոնակարգող օրենսդրության բարելավում
- էլեկտրոնային առևտուրը կանոնակարգող հարկային օրենսդրության բարելավում
- վճարային համակարգերի զարգացում
- էլեկտրոնային առևտրային հարթակների զարգացում
- էլեկտրոնային առևտրի լոգիստիկ ենթակառուցվածքի զարգացում
- առևտրի ընթացակարգերի պարզեցում
- սպառողների իրավունքների պաշտպանություն
- ձեռնարկատիրության աջակցություն:

## 2.4 ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾՈՒՄ ՆՈՐԱԳՈՒՅՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Ժամանակակից իրողությունների անբաժան մասնիկը կազմող թվայնացումն իր ուրույն տեղն ունի լայն կիրառությամբ և տասնամյակների պատմությամբ աչքի ընկնող երևույթների վերափոխման գործընթացներում: Փոփոխությունները ոչ միայն լրացնում են կյանքի տարբեր ասպեկտներում առկա մոտեցումները և կիրառվող գործիքակազմերը, այլ նաև դառնում են նորամուծություններ, որոնք ամբողջությամբ ձևափոխում են տնտեսվարման և հասարակության կենսագործունեության համար առանցքային հանդիսացող գործողությունների վերաբերյալ պատկերացումները: Այս պարագայում արդեն կարևորվում է ուշադրության արժանացնել ինստիտուցիոնալ համակարգի բաղադրիչների և տարաբնույթ փոխկապակցված տարրերի հետ կապված գործընթացները, հին ինստիտուտների ձևափոխումը կամ փոխարինումը նոր ինստիտուտներով:

Ֆինանսական համակարգի դեպքում նշված հանգամանքներն առավելապես արտահայտվում են նոր պրոդուկտների մշակմամբ և ներդրմամբ, վաղուց առկա ծառայություններից օգտվելու համար դրանք մատուցող կազմակերպությունների տարածքներում ֆիզիկական ներկայության՝ նախկինում այլընտրանք չունեցող անհրաժեշտությունը գործարքների առցանց կատարմամբ փոխարինելու ձգտումով: Դրանց իրականացման համար անհրաժեշտ մի շարք «շոշափելի» գործիքներ դուրս են մղվում զանգվածային կերպով անկանխիկ ու անհպում վճարային լուծումների լայնամասշտաբ կիրառման արդյունքում: Փոփոխությունների սկզբնական շրջանում ֆինանսական գործառնությունների իրականացման և հաճախորդների ներգրավման ավանդական ինստիտուտները պարզապես ստանում էին հետաքրքիր լրացումներ, հնարավորություն էր ստեղծվում զուգահեռաբար կիրառելու տարբեր գործիքներ, ներդրվում էին ներկայումս շատ տարածված մեթոդների նախատիպերը, սակայն այժմ հիմնական շեշտը դրվում է նոր մեթոդներով հին իրողությունները լիովին փոխարինելու, այն է՝ ֆինանսական ոլորտում առկա պարադիգմերը շրջելու վրա:

Այս տեսանկյունից առաջանում են հարցեր, թե ինչպիսին են ներկայումս առկա պատկերը և վերը բերված միտումները հայաստանյան ֆինանսական համակարգում, ինչքանով են վերափոխվել համապատասխան ինստիտուցիոնալ միավորները նշված զարգացումների ազդեցությամբ, արդյոք պահանջված և կիրառական են նորահայտ լուծումները: Այս հարցերին պատասխանելու փորձ է ներկայացվող աշխատանքը:

Սույն աշխատանքում նախ դիտարկված են Հայաստանի Հանրապետության (այսուհետ՝ ՀՀ) ֆինանսական ոլորտին վերաբերող տեղեկատվություն տրամադրող

կայքերը (այսուհետ՝ ֆինանսական տեղեկատու կայքեր), մանրամասն ներկայացված է այդ կայքերում տարաբնույթ ֆինանսական ծառայությունների և պրոդուկտների վերաբերյալ առկա տեղեկությունների ողջ սպեկտրը: Սա արված է հասկանալու համար, թե կամայական գործառնություն իրականացնել ցանկացող հաճախորդն ինչ կարող է իմանալ (ավանդային և վարկային տոկոսադրույք, տարադրամային փոխարժեք, տեղեկություններ արժեթղթերի մասով և այլն)՝ միայն Ինտերնետի ռեսուրսները կիրառելով:

Հաջորդիվ, այն փաստով պայմանավորված, որ հայաստանյան ֆինանսական շուկայում գրեթե բոլոր պրոդուկտներն ու ծառայություններն առաջարկող և ոլորտի խոշոր խաղացող հանդիսացող կազմակերպություններն առավելապես առևտրային բանկերն են, ուսումնասիրված և ըստ ուղղությունների համակարգված է ՀՀ-ում գործող առևտրային բանկերի՝ օնլայն (ինտերնետ) բանկինգի համակարգերի և մոբայլ բանկինգի հավելվածների հնարավորությունների մասով բանկերի կայքերում, նաև մոբայլ բանկինգի հավելվածների ներբեռնման կայքէջերում եղած ինֆորմացիան: Առևտրային բանկերի դեպքում, օնլայն և մոբայլ բանկինգի մասով եղածին ի լրումն, բերված է առկա օժանդակ կայքերի կիրառման և դրանցով օնլայն մատուցվող ծառայությունների նկարագիրը:

Բոլոր դեպքերում ցույց են տրված նշված կայքերի մասով Similarweb կայքում եղած տվյալները, որոնք վերաբերում են այցելությունների թվին, տևողությանը, տարբեր սարքավորումներին բաժին ընկնող մասնաբաժիններին, կայքեր մուտք գործելու ճանապարհներին և մի շարք այլ փոխկապակցված ցուցիչների՝ դրսևորող պոտենցիալ և առկա հաճախորդների շրջանում այդ կայքերի կիրառման մակարդակը և տարածված լինելու աստիճանը:

## **Ֆինանսական տեղեկատու կայքեր**

### **RATE.am**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ rate.am)

Հարթակը տրամադրում է տեղեկություններ ՀՀ-ում գործունեություն ծավալող հետևյալ կազմակերպությունների մասին և հետևյալ ուղղություններով.

- առևտրային բանկեր՝ փոխարժեք (փոխանակման տեսակ՝ կանխիկ և անկանխիկ, փոխարժեքի տեսակ՝ ուղղակի և խաչաձև),
- փոխանակման կետեր՝ փոխարժեք (փոխանակման տեսակ՝ մանրածախ և մեծածախ, փոխարժեքի տեսակ՝ ուղղակի և խաչաձև),
- վարկային կազմակերպություններ՝ փոխարժեք (փոխանակման տեսակ՝ կանխիկ և անկանխիկ, փոխարժեքի տեսակ՝ ուղղակի և խաչաձև),

- ներդրումային կազմակերպություններ՝ փոխարժեք (փոխանակման տեսակ՝ անկանխիկ, փոխարժեքի տեսակ՝ ուղղակի և խաչաձև),
- ՀՀ կենտրոնական բանկ (այսուհետ՝ ՀՀ ԿԲ)՝ փոխարժեք,
- միջազգային փոխարժեքներ (ներառյալ միջազգային արտարժույթի հաշվիչը և կրիպտոարժույթների փոխարժեքը. նշված է, սակայն, որ այս բաժնի վերջին թարմացումը եղել է հոկտեմբերի 3-ին, 10:45-ին, բայց թվականը բերված չէ<sup>29</sup>):

Կայքում առկա են ՀՀ տարածքում գործող բոլոր 17 առևտրային բանկերը: Առկա է հնարավորություն նաև քարտեզի վրա նշելու որևէ տեղանք և փնտրելու դրան ամենից մոտ գտնվող բանկային մասնաճյուղը կամ փոխանակման կետը:

Կայքն ունի արտարժույթի հաշվիչ, նաև այլ կայքերի համար վիդջեթ ստեղծելու հնարավորություն: RATE.am-ն ունի նաև հավելված, որը հասանելի է Apple Store-ում և Google Play-ում, նաև Windows Phone-ի համար:

### **MoneyMarket.am**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ [moneymarket.am](http://moneymarket.am))

Այս հարթակը ֆինանսական ոլորտի հետ կապված գրեթե բոլոր տվյալները մեկ կայքում ամփոփող նախագիծ է: Ամբողջ տեղեկատվությունը ներկայացված է ստորև բերված բաժիններում և ենթաբաժիններում.

➤ ֆինանսական շուկան Հայաստանում.

- արտարժույթի շուկա.

բանկերի փոխարժեքներ (առևտրային բանկերից այս հարթակում բացակայում են ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ-ը և Արցախբանկը), ՀՀ ԿԲ հաշվարկային փոխարժեք, բանկերի արտարժույթային գործարքներ, արտարժույթով վարկեր բանկերի միջև, ՀՀ ԿԲ արտարժույթային ինտերվենցիաներ ամսական կտրվածքով (2017-2020 թվականների տվյալներ), միջազգային փոխարժեքներ (էջը դեռ պատրաստ չէ): Բերված տվյալների ճնշող մեծամասնությունը թարմ է:

- արժեթղթերի շուկա.

այստեղ առկա տեղեկատվությունը բացառապես պարտատոմսերին է վերաբերում (հիմնականում պետական, որոշ դեպքերում՝ նաև կորպորատիվ). շրջանառությունում առկա պարտատոմսեր, առաջնային տեղաբաշխում (թողարկում), պետական պարտատոմսերի հետգնումներ ՀՀ ֆինանսների

<sup>29</sup> Սույն հանգամանքն անփոփոխ կերպով դիտվել է 2022 թվականի սեպտեմբերի 26-ից նոյեմբերի 14-ը ներառող ժամանակահատվածի ընթացքում:

նախարարության կողմից, երկրորդային շուկա, եկամտաբերության կորեր, առաջնային գործակալներ և գործակալների վարքագծի գնահատականներ (գործակալների վարքագծի մասով բերված են տվյալներ 2017-2018 թվականների համար): Բերված տվյալների ճնշող մեծամասնությունը թարմ է:

- դրամական շուկա.

պետական պարտատոմսերով ռեպո գործարքներ, ՀՀ դրամով վարկեր բանկերի միջև, բանկերի պարտադիր պահուստավորում, ՀՀ ԿԲ հաշվեկշիռ, փողի բազա և տոկոսադրույքներ: Ենթաբաժնից ակնկալվող տվյալները գրեթե լիովին առկա են և թարմ:

- ՀՀ ԿԲ գործարքներ.

- ՀՀ դրամով ՀՀ ԿԲ գործարքներ.

ՀՀ ԿԲ տոկոսադրույքներ, ռեպո և հակադարձ ռեպո աճուրդներ ՀՀ ԿԲ-ի կողմից, ավանդ և լուրբարդային ռեպո ՀՀ ԿԲ-ում, ավանդային աճուրդներ, պարտատոմսերի առքուվաճառք ՀՀ ԿԲ-ի կողմից, արտարժույթային սվոփ ՀՀ ԿԲ-ի կողմից, բանկային տոկոսի հաշվարկային դրույք: Այստեղ բերված տեղեկատվության մի մասը թարմ է, մյուս մասը վերաբերում է տարբեր տարիների:

- արտարժույթով ԿԲ գործարքներ.

ՀՀ ԿԲ արտարժույթային ինտերվենցիաներ ամսական կտրվածքով (բերված տվյալները 2015-2020 թվականների են), ՀՀ ԿԲ հաշվարկային փոխարժեք:

- առկա է նաև օրենսդրական ենթաբաժին, թեև հարցականի տակ է այդտեղ արտացոլված տեղեկատվության թարմ լինելը:

- ավանդներ ՀՀ բանկերում՝ ֆիզիկական անձանց և իրավաբանական անձանց համար.

- բերված են տվյալներ բանկերում ավանդների տոկոսադրույքների, ժամկետների, գումարի համալրման և մասնակի նվազեցման հնարավորությունների առկայության վերաբերյալ,
- տեղեկատվությունն առանձնացված է ՀՀ դրամով, ԱՄՆ դոլարով, եվրոյով և ՌԴ ռուբլիով ավանդների համար,
- նշված է, որ տեղեկատվության վերջին թարմացումը վերաբերում է 2021 թվականի հուլիսի 9-ին:

- ոսկու գին.

- ոսկու ձուլակտորների գները Հայաստանում (տեղեկատվությունը թարմ է),
- անկանխիկ ոսկու գները Հայաստանում (տեղեկատվությունը թարմ է),
- ՀՀ ԿԲ թանկարժեք մետաղների փոխարժեքներ (տեղեկատվությունը 2022 թվականի փետրվարի 28-ի դրությամբ է),
- թանկարժեք մետաղների միջազգային գները (նշված է, որ էջը դեռ պատրաստ չէ),
- ՀՀ ֆինանսների նախարարության թանկարժեք մետաղների գները ՀՀ դրամով (տեղեկատվությունը 2021 թվականի հունվարի դրությամբ է):

Թեև հարթակում առկա է արժեթղթերի շուկային վերաբերող ենթաբաժին, բաժնետոմսերով իրականացվող գործարքների վերաբերյալ տեղեկություններ կայքը չի տրամադրում:

#### **CB.AM` Armenian Dram Exchange Rates by Central Bank of Armenia**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն` [cb.am](http://cb.am))

Տվյալ օրվա դրությամբ արտարժույթի փոխարժեքը ՀՀ դրամով և աճի (անկման) չափը` վերցված ՀՀ ԿԲ կայքից: Ի սկզբանե ցուցադրված է տեղեկատվություն ԱՄՆ դոլարի, ՄԹ ֆունտ ստեռլինգի, եվրոյի, վրացական լարիի և ՌԴ ռուբլու համար, իսկ «Advanced table» կոճակը սեղմելու արդյունքում ցուցադրվում են համապատասխան տվյալները նաև մյուս արժույթների համար, որոնց մասով կան տվյալներ ՀՀ ԿԲ կայքում: Կայքում, սակայն, չկա հնարավորություն դիտելու համապատասխան փոխարժեքի պատմական պատկերը (եղած տվյալները միայն տվյալ օրվա համար են):

#### **ԱՎԱՆԴ.am**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն` [avand.am](http://avand.am))

Հարթակը միտված է Հայաստանում և Արցախում գործող բանկերի կողմից առաջարկվող ավանդային պրոդուկտների վերաբերյալ համալիր տեղեկատվություն ներկայացնելուն: Կայքը նախատեսված է ՀՀ դրամի, ԱՄՆ դոլարի, եվրոյի, ՌԴ ռուբլու և շվեյցարական ֆրանկի համար. տվյալները ցուցադրվում են երկու հիմնական բաժիններում.

- «Ավանդների վարկանիշ» բաժին.

Ֆիզիկական անձանց համար ՀՀ դրամով ավանդների վերաբերյալ տվյալներ առկա են 2022 թվականի հունիս և հուլիս ամիսների համար, մյուս արժույթների վերաբերյալ տվյալներ չկան

Անհատ ձեռներեցների և իրավաբանական անձանց մասով տվյալներ չկան:

Այս բաժնի ռուսերեն և անգլերեն տարբերակների դեպքում վերոնշյալ տեղեկատվությունը լիովին բացակայում է:

- «Բանկերի վարկանիշ» բաժին (բանկերի վարկանշային աղյուսակ՝ ըստ առաջարկվող ավանդների եկամտաբերության)։

տեղեկատվությունն արտարժույթային ավանդների համար բացակայում է, ՀՀ դրամի դեպքում աղյուսակում ներկայացված են 16 առևտրային բանկեր<sup>30</sup>: Նշված բաժնում պատկերը լիովին նույնն է նաև ռուսերեն և անգլերեն տարբերակների դեպքում:

Կայքում ներկայացված ավանդների համար կան նաև առանձին էջեր, որոնցում, «Ավանդների վարկանիշ» բաժնում բերված տեղեկատվությունից բացի, նշված են նաև համապատասխան բանկերը և, առկայության դեպքում, նմանատիպ առաջարկները:

Առկա է նաև ավանդի օնլայն հաշվիչ, ինչպես նաև հնարավորություն դիմելու ավանդների շուկայում առկա փոփոխությունների վերաբերյալ շաբաթական կամ ամսական տեղեկատվություն ստանալու համար:

## **VARKER.AM**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ varker.am)

Կայքը միտված է նպաստելու ներկայացված տեղեկատվության միջոցով ֆինանսական հաստատությունների վարկային առաջարկները համեմատելուն և բաժանված է հետևյալ խմբերի ու ենթախմբերի.

- օնլայն վարկ,
- բանկային վարկ.
  - սպառողական վարկ,
  - հիփոթեքային վարկ,
  - ավտովարկ,
  - ավտո գրավատուն,
  - ուսանողական վարկ,
- գրավատներ՝ տեխնիկայի գրավով վարկեր,

---

<sup>30</sup> «Մեյլաթ բանկ» ՓԲԸ-ի մասին տվյալներ բերված չեն:



- միկրոֆինանսավորում.
  - սպառողական վարկեր,
  - հիփոթեքային վարկեր,
  - բիզնես վարկեր,
  - վարկեր՝ մինչև 500000 ՀՀ դրամ,
  - երկարաժամկետ վարկեր,
- փոխարժեք.

այս բաժինը միտված է տվյալ օրվա դրությամբ (անցյալում եղած պատկերը դիտելու հնարավորությամբ) արտարժույթի փոխարժեքին և հնարավոր փոխարկման արդյունքում ծագող պատկերին, նաև բիթքոինի և էթերեումի՝ ԱՄՆ դոլարով փոխարժեքներին և (որոշակի ժամանակահատվածի համար) գրաֆիկական պատկերին ծանոթանալուն, սակայն արտարժույթային փոխարժեքի և փոխարկիչի հատվածը չի աշխատում:

Նշված է, որ տեղեկատվությունն ուղղակիորեն հավաքվում է «Հայաստանի ֆինանսական հաստատություններից՝ առավել ճշգրիտ համեմատություն ապահովելու համար»: Այնուամենայնիվ, հարթակում բերված տեղեկատվությունը երբեմն տարբերվում է սկզբնաղբյուր (նշված ծառայությունները մատուցող ֆինանսական կազմակերպությունների) կայքերում բերված տվյալներից:

**«Amchange» էլեկտրոնային գումարի փոխանակման համակարգ**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ amchange.am և amchange.ru)

Համակարգն էլեկտրոնային գումարի փոխանակմամբ զբաղվելու համար է: Այստեղ նախատեսված է ArCa, iDram և MobiDram ՀՀ դրամի փոխանակում QIWI, Payeer էլեկտրոնային դրամապանակներով ԱՄՆ դոլարի և ՌԴ ռուբլու հետ, նաև որոշ այլ փոխանակումներ:

Հասկանալի չէ, սակայն, թե համակարգը մինչ օրս գործում է, թե ոչ, և եթե այո, ապա ինչ մակարդակով:

**fininfo**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ fininfo.am)

Կայքը ներկայացնում է «Ձեր ֆինանսական տեղեկատուն» համակարգը՝ իբրև ֆինանսական ծառայությունների համեմատման գործիք: Այն հանդես է գալիս իբրև միասնական հարթակ, որտեղ կարելի է որոնել անհրաժեշտ ֆինանսական ծառայությունը և մեկից ավելի առաջարկների առկայության դեպքում համեմատել համապատասխան պայմանները: Կայքն ստեղծվել, կարգավորվում և վերահսկվում է ՀՀ ԿԲ-ի կողմից:

Ներկայացված է տեղեկատվություն այնպիսի ֆինանսական ծառայությունների, պրոդուկտների և գործիքների մասով, ինչպիսիք են ավտովարկը, ոսկու վարկը, ապառիկը, ուսանողական, գյուղատնտեսական և այլ սպառողական վարկերը, ավանդը, հիփոթեքը, վճարային քարտերը, դրամական փոխանցումները, վարկի վերաֆինանսավորումը, ճանապարհորդության ապահովագրությունը և ONLINE վարկը:

Այնուամենայնիվ, երբեմն հարթակում ներկայացված տվյալներն սկզբնաղբյուր կայքերում բերված տվյալների հետ չեն համընկնում: Ինչպես նշված է կայքում, «տեղեկատվությունը մուտքագրվում է ֆինանսական կազմակերպությունների կողմից», և «ներդրվում են ջանքեր, որպեսզի կայքում հրապարակման պահին տեղեկատվությունը լինի ճշգրիտ և արդիական, սակայն կայքը չի կրում որևէ պատասխանատվություն, եթե որոշակի պահի դրությամբ այն այլևս այդպիսին չի համարվում»:

#### **«Բիզնես 24»**

(հարթակի էլեկտրոնային հասցեն՝ b24.am)

Հարթակը ֆինանսական ոլորտի լուրեր ներկայացնելուց բացի մեկտեղում է ոլորտին առնչվող տեղեկատվությունը՝ հետևյալ ուղղություններով.

- տարադրամ՝ ԱՄՆ դոլարի, եվրոյի և ՌԴ ռուբլու առք և վաճառք (առկա է հնարավորություն դիտելու փոխարժեքը և՛ 1 ՀՀ դրամի, և՛ արտարժույթի 1 միավորի համար),
- տեղեկատվություն ՀՀ ԿԲ-ից՝ փոխարժեքներ և մետաղներ,
- ոսկու հարգեր,
- կրիպտոարժույթների փոխարժեքներ (կապված է [bybit.com](http://bybit.com) կայքի հետ),
- ֆորեքս (տեղեկատվությունը 4 արժույթների համար է),
- նավթ (Brent և Light Sweet տեսակների համար),
- թանկարժեք մետաղներ,
- մի քանի կազմակերպությունների բաժնետոմսերի գների պատկերը (կապված է [tradingview.com/markets/stocks-usa/](http://tradingview.com/markets/stocks-usa/) կայքի հետ, որտեղ առկա է ամբողջական տեղեկատվություն ԱՄՆ արժեթղթերի շուկայի մասով),
- գունավոր մետաղներ,
- ինդեքսներ՝ ներառյալ ասիական ինդեքսներ:

Վերոնշյալ բաժիններից մի քանիսի համար առկա է հնարավորություն բացելու առանձին էջ և ուսումնասիրելու պատկերը համապատասխան ցուցանիշի համար տվյալ օրվան նախորդող մի քանի օրվա կտրվածքով՝ գրաֆիկական տեսքով:

Կայքում կարելի է ծանոթանալ նաև ՀՀ ԿԲ տոկոսադրույքներին և որոշ մակրոտնտեսական ցուցանիշներին:

**Որոշակի տվյալներ ֆինանսական տեղեկատու կայքերի մասով:** Համաձայն Similarweb կայքի՝ RATE.am-ի կայքը համարվում է «ֆինանսական պլանավորում և կառավարում» (Financial Planning and Management) կատեգորիայի ներքո դասակարգվող կայքերից առաջատարը Հայաստանում (2022 թվականի հուլիս, օգոստոս, սեպտեմբեր ամիսներին): Երկրորդ և երրորդ դիրքերում են inecobank.am-ը և arca.am-ը (հաջորդող կայքերն են՝ ameriabank.am, aswa.am, acbadigital.am, idram.am, ardshinbank.am, aeb.am): Աղյուսակներ 1-2-ում և 4-5-ում բերված են (առկա տվյալները հաշվի առնելով) կայքերի դիտումներին վերաբերող առանցքային ցուցանիշները: Աղյուսակ 3-ում ցույց է տրված կայքերի դիրքը հիմնական ցուցանիշների համար:

**Աղյուսակ 5.** Ֆինանսական տեղեկատու կայքերի դիտմանը վերաբերող հիմնական ցուցանիշները (2022 թվականի սեպտեմբեր՝ «այցելությունների քանակ»-ից բացի)

Ֆինանսական տեղեկատու կայք	Այցելությունների քանակ* (2022 թվականի նշված ամիսին)			1 այցի միջին տևողություն (ժամ, րոպե, վայրկյան)	Թռուցիկ դիտման %-ային մաս**	1 այցին դիտված էջերի միջին քանակ
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			
RATE.am	2.5 մլն	1.63 մլն	1.61 մլն	00:04:41	57.50	2.35
MoneyMarket.am	<5000	<5000	<5000	00:00:29	63.31	1.84
CB.AM	<5000	<5000	<5000	-	100	1.00
ԱՎԱՆԴ.am	39345	15575	5020	00:02:54	49.06	5.38
VARKER.AM	33149	7439	<5000	-	97.41	1.00
fininfo	4500	23064	15334	00:03:01	22.77	7.15
«Բիզնես 24»	119928	135051	160683	00:01:32	62.89	2.67

\* Համակարգչով (desktop) և բջջային սարքերով (mobile) համախառն այցելությունների թվաքանակը:

\*\* Միջին %-ային մասնաբաժինը (bounce rate) այն այցելուների, որոնք մինչև կայքը լքելը դիտում են միայն մեկ էջ:

CB.AM-ի դեպքում թռուցիկ դիտման %-ային մասի՝ 100%-ի հավասար լինելը և 1 այցի ընթացքում դիտված էջերի միջին քանակի՝ 1-ի հավասար լինելը բնական են, քանի որ նշված կայքը բաղկացած է միայն 1 էջից. «Advanced table» կոճակը սեղմելը կայքում պարզապես լրացուցիչ ինֆորմացիա է ավելացնում: Հաջորդիվ բերված Աղյուսակ 2-ից երևում է նաև, որ 2022 թվականի սեպտեմբերին CB.AM-ի կայքը եղել է միակը, որ ունեցել է դիտումներ միմիայն համակարգչով և դարձել այցելությունների՝ ըստ սարքավորումների բաշխման ցուցանիշի՝ համակարգչով դեպքի բացարձակ առաջատարը:

**Աղյուսակ 6.** Ֆինանսական տեղեկատու կայքեր այցելությունների մասով լրացուցիչ տվյալներ (2022 թվականի սեպտեմբեր ամսվա համար)

Ֆինանսական տեղեկատու կայք	Այցելությունների բաշխումն ըստ սարքավորումների		Եզակի (չկրկնվող) այցելուների միջին թիվ*
	համակարգչով (desktop)	բջջային սարքերով (mobile web)	
RATE.am	26.93%	73.07%	306940
MoneyMarket.am	31.65%	68.35%	<5000
CB.AM	100%	-	<5000
ԱՎԱՆԴ.am	33.89%	66.11%	<5000
VARKEP.AM	81.24%	18.76%	<5000
fininfo	32.43%	67.57%	6456
«Բիզնես 24»	12.87%	87.13%	77950

\* Առանց նույն անձի կողմից տարբեր սարքերով այցելությունների տարանջատման:

Այցելությունների %-ային բաշխման՝ համակարգչի խմբի երկրորդ և երրորդ ամենամեծ արժեքները բաժին են ընկնել համապատասխանաբար VARKEP.AM-ի (81.24%) և ԱՎԱՆԴ.am-ի (33.89%) կայքերին: Բջջային սարքերի խմբի մասով եռյակը 2022 թվականի սեպտեմբերի համար ձևավորել են «Բիզնես 24»-ը (87.13%), RATE.am-ը (73.07%) և MoneyMarket.am-ը (68.35%), եզակի (չկրկնվող) այցելուների միջին թվի դեպքում՝ RATE.am-ը (306940), «Բիզնես 24»-ը (77950) և fininfo-ն (6456):

**Աղյուսակ 7.** Հիմնական ցուցանիշների գծով ֆինանսական տեղեկատու կայքերի զբաղեցրած դիրքերը (այն կայքերի մասով, որոնց համար այդ տվյալներն առկա են)

Ֆինանսական տեղեկատու կայք	Կայքի դիրքը համապատասխան ցուցանիշի մասով					
	Այցելությունների քանակ (2022 թվականի նշված ամսին)			1 այցի միջին տևողություն (ժամ, րոպե, վայրկյան)	Թռուցիկ դիտման %-ային մաս*	1 այցին դիտված էջերի միջին քանակ
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			
RATE.am	1	1	1	1	5	4
MoneyMarket.am	5-7	6-7	5-7	5	3	5
CB.AM	5-7	6-7	5-7	-	1	6-7
ԱՎԱՆԴ.am	3	4	4	3	6	2
VARKEP.AM	4	5	5-7	-	2	6-7
fininfo	5-7	3	3	2	7	1
«Բիզնես 24»	2	2	2	4	4	3

\*Թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնի դեպքում բարձր դիրքն ունի բացասական իմաստ:

**Աղյուսակ 8.** Ֆինանսական տեղեկատու կայքեր համակարգչով (desktop) մուտք գործելու եղանակների %-ային մասնաբաժինները 2022 թվականի սեպտեմբերին (այն կայքերի մասով, որոնց համար այդ տվյալներն առկա են)

	<b>Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը</b>
--	--

Ֆինանսական տեղեկատու կայք	կայքի հասցե մուտք գործելով	այլ կայքերից (հղումներ)	որոնում	սոցցանցեր	էլփոստ
RATE.am	78.49	0.09	20.41	0.47	0.54
MoneyMarket.am	39.86	-	47.71	12.43	-
CB.AM	100	-	-	-	-
ԱՎԱՆԴ.am	61.30	-	38.70	-	-
VARKE.AM	100	-	-	-	-
fininfo	39.59	17.94	42.47	-	-
«Բիզնես 24»	26.42	-	64.07	9.51	-

Համակարգչով կայքեր մուտք գործելու %-ային մասնաբաժիններին վերաբերող տվյալները ցույց են տալիս, որ CB.AM-ի և VARKE.AM-ի դեպքում դիտումներն իրականացվել են բացառապես կայքի հասցե ուղղակի մուտքի միջոցով: Որոնման դեպքում առաջատարը «Բիզնես 24» հարթակն է (64.07%), իսկ սոցիալական ցանցերի ազդեցությամբ կատարված մուտքերի համար՝ MoneyMarket.am հարթակը (12.43%): Այլ կայքերից՝ հղումների միջոցով դիտումներ կատարվել են միայն fininfo-ի (17.94%) և RATE.am-ի (0.09%) համար: RATE.am-ը միակն է, որի դեպքում կիրառվել են մուտքի ներկայացված բոլոր 5 եղանակները՝ ներառյալ էլեկտրոնային փոստը (0.54%):

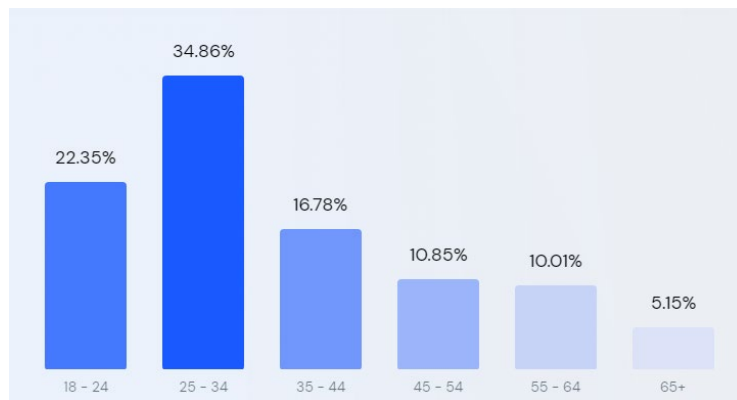
**Աղյուսակ 9.** Ֆինանսական տեղեկատու կայքեր բջջային սարքերով (mobile web) մուտք գործելու եղանակների %-ային մասնաբաժինները 2022 թվականի սեպտեմբերին (այն կայքերի մասով, որոնց համար այդ տվյալներն առկա են)

Ֆինանսական տեղեկատու կայք	Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը					
	կայքի հասցե մուտք գործելով	այլ կայքերից (հղումներ)	որոնում	սոցցանցեր	էլփոստ	գովազդ
RATE.am	62.48	0.74	36.46	0.32	-	-
MoneyMarket.am	27.73	2.14	53.14	16.98	-	0.01
ԱՎԱՆԴ.am	53.99	0.30	45.70	-	0.01	-
VARKE.AM	73.60	1.14	25.26	-	-	-
fininfo	48.80	6.60	42.18	2.42	0.01	-
«Բիզնես 24»	27.32	2.26	52.38	18.03	-	0.01

Բջջային սարքերով կայքերի դիտումներ իրականացնելու մեթոդներից կայքի հասցե ուղղակի մուտքին բաժին ընկնող %-ային մասնաբաժնով առաջատարն է VARKE.AM-ը (73.60%), իսկ այլ կայքերից (հղումներով) այցելելու գծով՝ fininfo-ն (6.60%): Որոնման և սոցիալական ցանցերով կատարված մուտքերի դեպքում ամենից մեծ մասնաբաժինները ձևավորվել են MoneyMarket.am-ի (53.14%) և «Բիզնես 24»-ի (18.03%) դեպքում, համապատասխանաբար: ԱՎԱՆԴ.am-ը և fininfo-ն միակ կայքերն են, որոնց դեպքում մուտք է կատարվել անուղղակի եղանակներից էլեկտրոնային փոստի միջոցով: «Բիզնես 24»-ի և MoneyMarket.am-ի դեպքում պատկերը նույնն է գովազդի ազդեցությամբ կատարված դիտումների մասով:

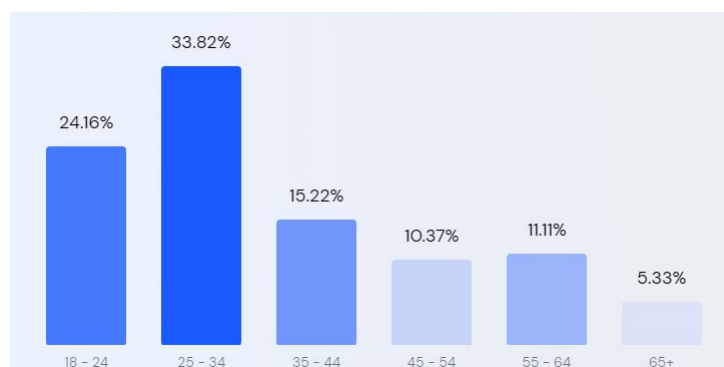
Առկա են նաև որոշակի տվյալներ կայքերը դիտողների սեռատարիքային կազմի վերաբերյալ: RATE.am-ի այցելուների 52.64%-ը եղել է իգական, 47.36%-ը՝ արական սեռի: fininfo-ի, ԱՎԱՆԴ.am-ի, «Բիզնես 24»-ի համար իգական սեռ - արական սեռ բաշխման պատկերը հետևյալն է. համապատասխանաբար 54.06% և 45.94%, 53.42% և 46.58%, 54.34% և 45.66%: Այդպիսով, դիտումների կեսից ավելին այդ 4 կայքերի դեպքում բաժին է ընկել իգական սեռին: Նշված կայքերի այցելուների տարիքային կազմի պատկերները (համակարգչով այցելությունների համար) բերված են ստորև:

**Նկար 1.** RATE.am-ի այցելուների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



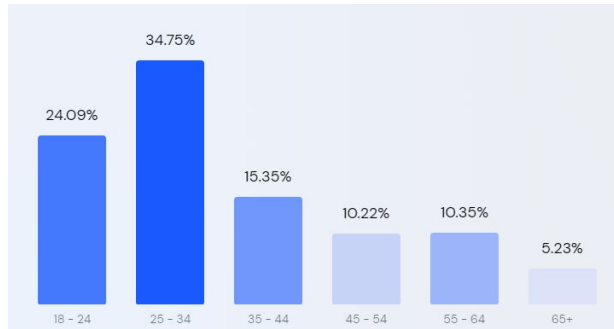
RATE.am-ի կայքից ամենաշատն օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք (34.86%): Երկրորդ տեղում «18-24» տարիքային խումբն է (22.35%):

**Նկար 2.** ԱՎԱՆԴ.am-ի այցելուների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



ԱՎԱՆԴ.am-ի կայքից օգտվողների առաջատարները դարձյալ 25-34 տարեկան անձինք են եղել (33.82%), երկրորդ տեղում՝ «18-24» տարիքային խումբը (24.16%):

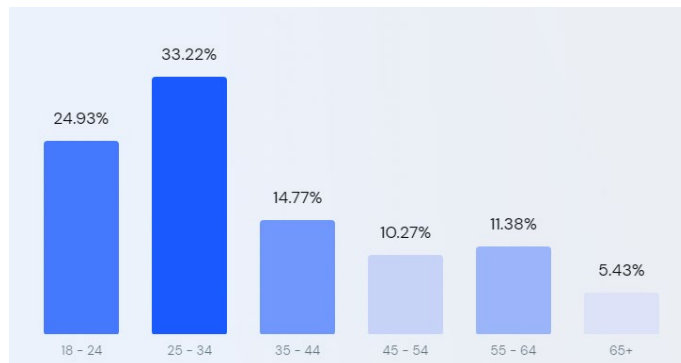
**Նկար 3.** fininfo-ի այցելուների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



Ամենաշատը fininfo-ի կայքից օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք (34.75%): Երկրորդ տեղում դարձյալ 18-24 տարեկաններն են (24.09%):

Վերը բերված երեք դեպքերում ամենից քիչ օգտվել են 65 տարեկան և բարձր տարիքի անձինք՝ 5.15%, 5.33% և 5.23% համապատասխանաբար: Ստորև բերված դեպքում («Բիզնես 24») ամենաշատը դարձյալ օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք՝ 33.22%, հաջորդիվ 18-24 տարեկաններն են՝ 24.93%-ով: Այս դեպքում ևս 65 տարեկան և բարձր տարիքի անձինք կազմել են օգտվողների ամենափոքր մասը՝ 5.43%:

**Նկար 4.** «Բիզնես 24»-ի այցելուների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



Հաջորդիվ ներկայացված են RATE.am-ի կայքի այցելուների կողմից վերջինիս կայքից անմիջապես հետո այցելված կայքերը և դրանց այցելությունների տոկոսային մասնաբաժինները բոլոր (Աղյուսակ 6), միայն համակարգչով (Աղյուսակ 7) և միայն բջջային սարքերով (Աղյուսակ 8) այցելությունների մասով: Բոլոր դեպքերում ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի կայքն է եղել առաջատարը 33.69%, 41.38% և 21.74% մասնաբաժիններով: Բոլոր և միայն համակարգչով այցելությունների մասով դեպքերի ավելի քան 50%-ը բաժին է ընկել ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ին և ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ին, միայն բջջային սարքերով այցելությունների դեպքում՝ ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ին, ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ-ին և ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ին: Բոլոր 3 դեպքերում ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ն զբաղեցրել է երրորդ տեղը:

**Աղյուսակ 10.** RATE.am-ի կայքի այցելուների կողմից անմիջապես այցելված կայքերը 2022 թվականի սեպտեմբերին (համակարգչով (desktop) և բջջային սարքերով (mobile web) այցելությունները միասին վերցված)

Դիրք	Սկզբնական կայքից անմիջապես այցելված կայք	Դիտարկվող կայքին բաժին ընկնող այցելությունների %-ային մասնաբաժինը	Առկայությունը նախորդ ամսվա ցուցակում
1	acba.am	33.69	առկա է
2	ameriabank.am	17.79	ներ է
3	evoca.am	10.80	առկա է
4	araratbank.am	9.07	ներ է
5	hsbc.am	7.71	ներ է
6	inecobank.am	5.66	ներ է
7	conversebank.am	4.63	ներ է
8	idbank.am	3.64	առկա է
9	rambler.ru	3.18	ներ է
10	play.google.com	2.49	ներ է
11	armswissbank.am	1.35	առկա է

**Աղյուսակ 11.** RATE.am-ի կայքի այցելուների կողմից անմիջապես այցելված կայքերը 2022 թվականի սեպտեմբերին. այցելություններ համակարգչով (desktop)

Դիրք	Սկզբնական կայքից անմիջապես այցելված կայք	Դիտարկվող կայքին բաժին ընկնող այցելությունների %-ային մասնաբաժինը	Առկայությունը նախորդ ամսվա ցուցակում
1	acba.am	41.38	առկա է
2	ameriabank.am	22.90	ներ է
3	evoca.am	7.93	առկա է
4	hsbc.am	7.22	ներ է
5	araratbank.am	4.92	ներ է
6	idbank.am	3.45	առկա է
7	conversebank.am	3.36	ներ է
8	inecobank.am	3.16	ներ է
9	armswissbank.am	2.22	առկա է
10	rambler.ru	1.75	ներ է
11	play.google.com	1.71	ներ է

**Աղյուսակ 12.** RATE.am-ի կայքի այցելուների կողմից անմիջապես այցելված կայքերը 2022 թվականի սեպտեմբերին. այցելություններ բջջային սարքերով (mobile web)

Դիրք	Սկզբնական կայքից անմիջապես այցելված կայք	Դիտարկվող կայքին բաժին ընկնող այցելությունների %-ային մասնաբաժինը	Առկայությունը նախորդ ամսվա ցուցակում
1	acba.am	21.74	առկա է
2	araratbank.am	15.52	ներ է
3	evoca.am	15.24	առկա է
4	ameriabank.am	9.85	ներ է
5	inecobank.am	9.55	ներ է
6	hsbc.am	8.47	ներ է
7	conversebank.am	6.60	ներ է
8	rambler.ru	5.39	ներ է



9	idbank.am	3.95	առկա է
10	play.google.com	3.70	նոր է

**Օնլայն բանկինգի և մոբայլ բանկինգի հնարավորությունները:** ՀՀ-ում գործող 17 առևտրային բանկերից 16-ը<sup>31</sup> հաճախորդներին տրամադրում են կարողություն առանց բանկեր այցելելու (բացառությամբ որոշ դեպքերի, երբ առկա է անձի նույնականացման պահանջ ֆիզիկական ներկայության պայմանով), օնլայն բանկինգի համակարգերի և մոբայլ բանկինգի հավելվածների միջոցով օգտվելու մի շարք պրոդուկտներից և իրականացնելու տարաբնույթ գործառնություններ: Այժմ առկա հնարավորությունները, որոնք ընդհանուր են, տարածված և ներկայացված գրեթե բոլորի մոտ, հետևյալ ծառայություններն են.

- փոխանցումներ, վճարումներ և հարակից գործառնություններ.
  - կատարել փոխանցումներ հաճախորդի՝ բանկում առկա հաշիվների միջև և նույն բանկի այլ հաճախորդների հաշիվներին, միջբանկային փոխանցումներ ՀՀ-ում, նաև միջազգային փոխանցումներ՝ ՀՀ-ից դուրս գործող բանկերի հաշվետերերին,
  - իրականացնել արտարժույթի անկանխիկ փոխարկումներ (մի շարք դեպքերում՝ արտոնյալ սակագներով),
  - կատարել քարտից քարտ փոխանցումներ,
  - իրականացնել բանկային քարտերի բլոկավորում և ապաբլոկավորում, կից, լրացուցիչ քարտերի ձեռքբերում, վերաթողարկում, փոխարինում և փակում,
  - թվայնացնել վճարային քարտերը,
  - ներկայացնել վճարման (դրամով և արտարժույթով) և պարբերական վճարումների ու փոխանցումների ավտոմատ իրականացման հանձնարարականներ,
  - ներկայացնել հայտեր բանկային հաշվի բացման և տարբեր բանկային պրոդուկտների ձեռքբերման նպատակով,
  - ներկայացնել կանխիկացման հայտ, փոխել կանխիկի տրամադրման սահմանաչափերը,
  - դիմել SMS ծառայության ակտիվացման նպատակով, կարգավորել քարտային գործարքների վերաբերյալ SMS ծանուցումները,
  - բացել նոր ժամկետային ավանդներ (հեռակավարման համակարգերի միջոցով ներդնելու դեպքում հաճախ տրվում է ավելի բարձր տոկոս ստանալու հնարավորություն), երկարաձգել, նվազեցնել, համալրման հնարավորության դեպքում՝ համալրել, փոփոխել տոկոսի ստացման հաշիվը, խզել ավանդները,

<sup>31</sup> «Մեյլաթ բանկ» ՓԲԸ-ի կայքում համապատասխան տեղեկատվություն բերված չէ:

- կատարել վարկերի հերթական, մասնակի կամ ամբողջական մարումներ՝ բանկում սպասարկվող այլ հաճախորդի վարկի մարումը և այլ բանկերի հանդեպ ունեցած վարկային պարտավորությունները մարելը ներառյալ,
  - կատարել կոմունալ ծառայությունների դիմաց մեկանգամյա և բազմակի վճարումներ առանձին և կամ խմբային եղանակով,
  - կատարել ճանապարհային ուստիկանության տուգանքների վճարումներ և վճարումներ պետական բյուջե,
  - կատարել վճարումներ բջջային ծառայությունների և ինտերնետի համար, գույքահարկի մասով կամ ավտոկայանատեղիի համար:
- տեղեկատվական և այլ բնույթի ծառայություններ.
- դիտել հաճախորդի քարտային, ընթացիկ, խնայողական և ավանդային հաշիվների մնացորդները և դրանցով իրականացված գործարքները, ծախսերի վիճակագրությունը,
  - ստանալ և դիտել հաշիվների, վճարային քարտերի, վարկերի, ավանդների քաղվածքները,
  - պատվիրել և ստանալ քաղվածքներ հաշվից, տեղեկանքներ և այլ տեղեկատվություն հաշիվներով գործարքների վերաբերյալ,
  - իրական ժամանակում հետևել քարտային գործառնություններին և մնացորդներին,
  - տեղեկանալ արտարժույթային և ոսկու փոխարժեքների մասին,
  - դիտել վարկերի կարգավիճակը, վարկերի մնացորդները, հաշվեգրված տոկոսները, կատարված վճարումները և մարման ժամանակացույցը, վարկային պարտավորությունները,
  - դիտել ժամկետային ավանդների գումարների մնացորդներն ու կուտակված տոկոսները, կատարված գործառնությունները,
  - գտնել բանկերի մոտակա մասնաճյուղերն ու բանկոմատները (գտնվելու վայրերը),
  - դիտել վճարման հանձնարարականի ձևանմուշները, ստեղծել նոր ձևանմուշներ՝ դրանց հիմամբ վճարումներ կատարելու նպատակով,
  - կապ հաստատել բանկի հետ,
  - ուղարկել և ստանալ ազատ ձևաչափի նամակներ՝ ֆայլերի (MS Word, Excel և այլն) կցման հնարավորությամբ, ներմուծել տվյալներ .xml ձևաչափով ֆայլից,
  - ուղարկել բանկին նամակներ, դիմումներ, հայտեր, առաջարկներ, դիմել տեղեկանքների ստացման համար, ստանալ ծանուցումներ, պատասխաններ, հաղորդագրություններ,

- խմբագրել անձնական տվյալները:

Վերոգրյալ հնարավորություններից բացի, առաջարկվում են նաև մի շարք ծառայություններ, որոնց մասին հիշատակում կարելի է հանդիպել միայն որոշ բանկերի կայքերում և կամ հավելվածների ներբեռնման համապատասխան կայքերում: Դրանք են (ամեն թվարկման համար բերված է այն բանկերի ցանկը, որոնց մասով նշված ծառայության մատուցման վերաբերյալ տեղեկատվությունն առկա է).

- կենսաթոշակային հաշվի դիտում.
  - ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ,
  - ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ,
  - Արդշինբանկ,
  - Արցախբանկ,
  - ԻՆԵՎՈԲԱՆԿ,
  - ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ,
  - ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ:
- կցել ArCa համակարգի անդամ այլ բանկերի կողմից թողարկված քարտեր և իրականացնել գործարքներ կցված քարտերով.
  - ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ,
  - ԱյԴի Բանկ,
  - ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ,
  - Արդշինբանկ,
  - ԻՆԵՎՈԲԱՆԿ,
  - ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ:
- կատարել նվիրաբերություն «Զինձառայողների ապահովագրության» հիմնադրամին.
  - Արդշինբանկ,
  - Արցախբանկ:
- ստանալ արագ դրամական փոխանցման համակարգերով ուղարկված գումարները.
  - Արդշինբանկ,
  - ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ,
  - ԻՆԵՎՈԲԱՆԿ,
  - ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (քարտային կամ ընթացիկ հաշվին «MyTransfer» ծառայության միջոցով),
  - ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ (Unistream ուղարկում և ստացում),

- ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ:
- իրականացնել գործառնություններ արժեթղթերով,
- ԷՎՈԿՏՄՏՄՆԿ.

EvocaTOUCH հավելվածի միջոցով հնարավոր է online տարբերակով գնել ԷՎՈԿՏՄՏՄՆԿ-ի պարտատոմսերը (ինչպես իրենք են նշում՝ առաջին անգամ հայաստանյան ֆինանսական համակարգում):

- ԱՐՄՍՎԻՍԲԱՆԿ.

կատարել պարտատոմսերին վերաբերող գործարքներ. Ինտերնետ-Բանկ համակարգն ընձեռում է հնարավորություն հայտ ներկայացնելու և փաստաթղթեր ստորագրելու արժեթղթերով գործառնությունների մասով (օրինակ՝ մասնակցություն աճուրդներին, ռեպո և հակադարձ ռեպո գործառնություններ, արժեթղթերի գրավադրամաբ վարկեր ստացում):

- Կոնվերս Բանկ.

իրականացնել պարտատոմսերի գնում:

- ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ.

ձեռք բերել Բանկի բաժնետոմսերը, գնել և վաճառել ՀՀ-ում ցուցակված արժեթղթեր:

- ՎՏԲ-Բանկ Հայաստան.

առևտրային համակարգի և բջջային հավելվածի միջոցով հնարավոր են ՌԴ-ի և արտերկրի արժեթղթերի շուկաների ֆինանսական գործիքների ուսումնասիրումը, գործարքներ կնքելը, նաև յուրաքանչյուր գործարքի ֆինանսական արդյունքներին և ամբողջ պորտֆելին հետևելը:

- Արդշինբանկ.

ներկայացնել արժեթղթերի օտարման կամ ձեռքբերման պատվեր:

- պատվիրել Visa Digital թվային քարտ (առաջարկվող արժույթներից յուրաքանչյուրով հնարավոր է ձեռք բերել 1 քարտ).

- ԱԿԲԱ (ՀՀ դրամ, ԱՄՆ դոլար, եվրո),
- ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ,
- Այդի Բանկ (ՀՀ դրամ, եվրո, ԱՄՆ դոլար, ՌԴ ռուբլի),
- Արդշինբանկ (ՀՀ դրամ, ԱՄՆ դոլար, եվրո),
- ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ (ՀՀ դրամ, ԱՄՆ դոլար, եվրո, ՌԴ ռուբլի),
- ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ AEB Mobile հավելվածի միջոցով (ՀՀ դրամ, ԱՄՆ դոլար, եվրո, ՌԴ ռուբլի),

- Արցախբանկի դեպքում՝ պատվիրել և ստանալ Mastercard Virtual քարտն Artsakhbank Mobile հավելվածի միջոցով (ՀՀ դրամ, ԱՄՆ դոլար, եվրո, ՌԴ ռուբլի):

Բացի նշված ծառայությունները մատուցելուց, որոշ բանկեր աչքի են ընկնում նաև հատուկ օնլայն պրոդուկտներով և որոշ սեփական նախաձեռնություններով.

➤ ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ.

հավելվածը թույլ է տալիս դիտել տեղեկատվություն «Ակբա Լիզինգ» ՓԲԸ-ի կողմից տրված լիզինգի մասով և վճարել պարտավորությունները: Հավելվածի միջոցով հնարավոր է նաև.

- դիմել և ստանալ «5G» վարկեր (24/7 ռեժիմով սպառողական վարկեր են),
- 24/7 ռեժիմով ձևակերպել ավանդի գրավով վարկային գիծ և արագ օվերդրաֆտ, նաև ավանդի գրավով վարկ,
- կատարել առանց քարտի կանխիկացումներ բանկի բոլոր բանկոմատներից. կանխիկացման կողը կարելի է փոխանցել նաև այլ անձանց,
- ստանալ հղումով փոխանցումներ՝ գեներացնել հղում և ուղարկել այն Facebook-ով, Viber-ով և այլ ուղիներով այն անձին (անձանց), ումից հաճախորդը ցանկանում է ստանալ գումար,
- կատարել կոնտակտով (հեռախոսահամարով, էլեկտրոնային հասցեով) ակնթարթային փոխանցումներ բանկի այլ հաճախորդներին,
- կատարել QR կոդով փոխանցումներ ACBA Digital-ի այլ օգտատերերին,
- ուղարկել գումարի հարցում ցանկացած անձի կամ կատարված ծախսը բաժանել մի քանի անձանց միջև,
- կնքել ԱՊՊԱ պայմանագրեր՝ նաև այլ անձի մեքենայի համար (որպես ապահովագրական ընկերություններ հանդես են գալիս Ինգո Արմենիան, Ռոսգոստրախ Արմենիան և Նաիրի Ինշուրանսը),
- տեղեկանալ ՀԿԱԾ արգելանքների առաջացման, թարմացման կամ դուրս գրման մասին:

Բանկի հեռահար սպասարկման հնարավորություններից է նաև առանց գրավի և երաշխավորի ներգրավման որոշակի վարկատեսակների գծով պայմանագրերի ստորագրման էլեկտրոնային համակարգը:

➤ ԱՄԵՆԻԱԲԱՆԿ.

կարելի է դիտել բրոքերային հաշիվներին առկա մնացորդը, հայկական պարտատոմսերի պորտֆոլիոները և շահութաբերությունը: Ինտերնետ և մոբայլ բանկինգի համակարգերը թույլ են տալիս նաև բրոքերային հաշիվները համալրելու

նպատակով գումար փոխանցել ընթացիկ բանկային հաշվից բրոքերային հաշվեհամարին:

➤ Այդի Բանկ.

կարելի է առանձնացնել հետևյալ պրոդուկտները.

- «Ապահով» ավանդ (ավելացման իրավունքով և առանց). եթե ավանդը ներդրվում է առցանց եղանակով՝ «Idram & IDBank» հավելվածով կամ idbanking.am հարթակով, ապա տոկոսադրույքն ավելի բարձր է:
- Rocket Line թվային ապառիկ (մի շարք առևտրային կետերից գնումներ կատարելու դեպքում՝ Rocket Line 0%)՝ նախահաստատված սահմանաչափ է, պարտավորությունը գումարի միայն օգտագործված մասի չափով է («buy now, pay later» ձևաչափ): Տրամադրվում է «Idram & IDBank» հավելվածի Պրեմիում Պլյուս օգտատեր հանդիսացող այն անձանց, որոնք սինքրոնացրել են «Իդրամ» և բանկի հաշիվները:
- Rocket օնլայն վարկ՝ պետք է դիմել «Idram & IDBank» հավելվածով կամ idbanking.am հարթակով. վարկի ստացումն անմիջապես հավելվածում՝ մինչև 5 րոպեի ընթացքում:

Լրացուցիչ հնարավորություններից են քեշբեք ստանալը, Idram դրամապանակը և բանկում առկա հաշիվները սինքրոնացնելը, անվճար առցանց խնայողական հաշիվ բացելը, առցանց տարբերակով անվճար ակնթարթային փոխանցումներ կատարելը բանկի այլ հաշիվների, նաև առցանց բանկային փոխանցումների միջոցով հաշվի ելքագրումը (կանխիկի ելքագրում), QR և NFC վճարումներ կատարելը:

Առկա է նաև «IDpay» հավելվածը, որը թույլ է տալիս կատարել փոխանցումներ ՌԴ-ից ՀՀ ընդամենը 0.5% միջնորդավճարով:

➤ ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ.

օնլայն բանկինգի համակարգով հնարավոր է ստանալ վարկ, իրականացնել Visa Direct միջազգային և Flight փոխանցումներ, փոխանցումներ բրոքերային հաշիվներին կամ հաշիվներից, կնքել ԱՊՊԱ պայմանագիր և կատարել ԱՊՊԱ վճարումներ, դիմել ՊԵԿ ներկայացվող տեղեկանքի տրամադրման հայտի ստացման նպատակով (հիփոթեքային վարկերի շրջանակում եկամտահարկի վերադարձի համար): Առկա է նաև էլեկտրոնային ստորագրության հնարավորություն:

Հատուկ ներդրումային հարթակը («ARARATBANK TRADING PLATFORM») թույլ է տալիս կատարել առևտուր շուրջ 5000 ակտիվներով՝ արտարժույթ, բաժնետոմսեր, ապրանքահումքային ակտիվներ, և այլն: Հարթակը հասանելի է

համակարգչային ծրագրի, ինտերնետային կայքերի (investing.araratbank.am և trader.araratbank.am) և մոբայլ հավելվածի («AraratBank Trading Platform») ձևով:

➤ Արդշինքանկ.

հաճախորդները կարող են ձևակերպել ԱՊՊԱ մի քանի բուկետում, դիմել և ստանալ վարկ հաշված բուկետների ընթացքում:

➤ Էյչ-Էս-Բի-Սի Բանկ Հայաստան.

կորպորատիվ հաճախորդների համար ներդրված է էլեկտրոնային փոստի միջոցով հեռահար սպասարկման մեկ այլ եղանակ՝ մի շարք պրոդուկտների ու ծառայությունների համար էլեկտրոնային ստորագրության «Live Sign» համակարգը: Հասանելի է նաև «HSBC Evolve» միջազգային օնլայն հարթակը (էլեկտրոնային հասցե՝ gbm.hsbc.com/evolve/overview), որով հնարավոր է իրականացնել արտաբժութային գործառնություններ ավելի քան 1500 արժութային զույգերով:

➤ ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ.

առաջարկում է Evoca Online ավանդատեսակը, որն ընդունվում է ֆիզիկական և իրավաբանական անձանցից՝ բացառապես EvocaTOUCH հավելվածի և EvocaONLINE համակարգի միջոցով: 366 օր և ավել ժամկետով ձևակերպելու դեպքում առաջարկվում է բանկի մի շարք այլ ավանդատեսակների համար գործող տոկոսադրույքից 0.25%-ային կետի չափով բարձր տոկոսադրույք (բացառությամբ ՌԴ ռուբլով ավանդ ներդնելու դեպքի):

Հավելվածի միջոցով կարելի է կատարել փոխանցումներ ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ի և մի շարք այլ (հայաստանյան) բանկերի քարտապաններին՝ իբրև հասցեատիրոջ տվյալ նշելով քարտատիրոջ հեռախոսահամարը («Փոխանցումներ հեռախոսահամարով» ծառայություն):

➤ ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ.

հավելվածով կարելի է դիմել և 15 վայրկյանում ստանալ «1CLICK» օնլայն վարկ, ստանալ «paylater» վճարային սահմանաչափ 24/7 ռեժիմով («buy now, pay later» ձևաչափ), կատարել QR վճարումներ («InecoPay»), բանկի հաճախորդ ընկերոջը «ԻնեկոՆկեր» ծառայությամբ գումար փոխանցել: Սոցիալական ապահովության և սոցիալաբանության հաշիվներ բացելու դեպքում տրվում է նաև անվճար հասանելիություն «InecoOnline» և «InecoMobile» համակարգերին և դրանցով հաշիվները կառավարելու հնարավորություն:

➤ Կոնվերս Բանկ.

առկա է ավանդներն օնլայն բացելու («Պրոգրես», «Կարաս» ժամկետային և ակցիաների շրջանակներում այլ տեսակների ավանդները, սակայն առանց երրորդ

անձի օգտին ներդրման թույլտվության) հնարավորություն: Կարելի է նաև պատվիրել Visa վիրտուալ քարտ-հաշիվ (Visa Virtual Account):

➤ **ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ.**

ինտերնետ և մոբայլ բանկինգի համակարգերով կարելի է դիմել նոր վարկի համար և ստանալ օնլայն վարկ, իրականացնել «հեշտ» փոխանցում (նշելով ստացողի հեռախոսահամարը կամ էլեկտրոնային փոստի հասցեն) և բանկի մասնաճյուղերի միջև անհաշիվ փոխանցումներ («ՀԷԲ փոխանցում» ծառայություն):

➤ **ՎՏԲ-Բանկ Հայաստան.**

գործարկել է չատ-բոտ «Facebook Messenger»-ի միջոցով բանկային գործարքների իրականացման համար: Ծառայությունը, որը կոչվում է «Չատ-բանկ DIRECT», թույլ է տալիս դառնալ բանկի հաճախորդ՝ բացելով բանկային քարտ, ստանալ վարկ կամ արագ դրամական փոխանցում քարտին, ներդնել ավանդ, ծանոթանալ հաճախորդի գործող պրոդուկտներին վերաբերող տեղեկատվությանը:

Ստորև (Աղյուսակ 9) ներկայացված են անկանխիկ և անհայում վճարումներ կատարելու և ընդունելու նպատակով մի շարք բանկերի կողմից ներդրված FinTech լուծումներ:

**Աղյուսակ 13.** Անկանխիկ և անհայում վճարումներ կատարելու և ընդունելու նպատակով առևտրային բանկերի ներդրած FinTech լուծումներ

Առևտրային բանկ	Apple Pay (կցված քարտի վճարային համակարգը)	Google Pay (կցված քարտի վճարային համակարգը)	Անհայում վճարումներ կատարելու այլ գործիքներ	Անկանխիկ և անհայում վճարումներ ընդունելու գործիքներ
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	Visa և Mastercard	Visa և Mastercard	NFC վճարումներ, Garmin Pay (վճարումներ ժամացույցներով)	ACBA SoftPos հավելված*
ԱՍԵՐԻԱԲԱՆԿ	Visa և Mastercard	Visa և Mastercard	PayX QR վճարումներ	Ameria PhonePOS հավելված*, V-POS տերմինալ**, PayX QR
ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ	Visa և Mastercard		PayX QR վճարումներ	
Արդշինբանկ	Visa և Mastercard	Visa և Mastercard	«Visa Token Service» ծառայություն (էլեկտրոնային դրամապանակով), Visa Payment Ring վճարային մատանի, ArdshinPay, PayX QR (բանկի հավելվածով)	V-POS տերմինալ**, PayX QR
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	Visa	Visa	PayX QR վճարումներ (բանկի հավելվածով)	Evoca mPOS հավելված*, V-POS տերմինալ**, PayX QR



				PayX QR
ԻՆԵԿՈՐԱՆԿ	Visa և Mastercard		NFC վճարումներ, InecoPay, Garmin Pay (վճարումներ ժամացույցներով)	V-POS տերմինալ**
Կոնվերս Բանկ	Visa	Visa և Mastercard		E-COMMERCE ծառայություն**
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ			PayX QR վճարումներ (բանկի հավելվածով)	
ՀԱՅԵԿՈՆՈՄԲԱՆԿ	Visa	Visa և Mastercard		V-POS տերմինալ**
ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	Visa		NFC վճարումներ Uni Wallet էլեկտրոնային դրամապանակում քարտեր կցելով, PayX QR (բանկի հավելվածով)	PayX QR
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ			PayX QR վճարումներ	

\* Հավելվածը դարձնում է Android համակարգով և NFC ընթերցող սմարթֆոնը POS տերմինալ:

\*\* Նախատեսված են կայքերից գնումների ժամանակ առցանց վճարումների ընդունման համար:

### Եզրակացություն

Ներկայումս ՀՀ-ում առկա են տարբեր կայքեր, որոնք հանդես են գալիս իբրև ֆինանսական տեղեկատուներ: Նշված կայքերը նախատեսված են ՀՀ ֆինանսական շուկային վերաբերող տարբեր տվյալներ ներկայացնելու և հետաքրքրված անձանց մի շարք ծառայությունների մասին տեղեկացնելու համար: Այս ամենին զուգահեռ ՀՀ-ում գործող առևտրային բանկերը, որոնք տեղական ֆինանսական ոլորտի հիմնական խաղացողներից են, վերջին մի քանի տարվա ընթացքում զգալի ջանքեր են գործադրել բարձրացնելու համար իրենց կողմից տրամադրվող բազմատեսակ ծառայությունների ինտերնետային հասանելիության մակարդակը՝ ունենալով նպատակ բացառելու մասնաճյուղերում ֆիզիկական ներկայության կարիքը և զարգացնելու ֆինանսական տեխնոլոգիաների սեկտորը: Սույն վերլուծությունը միտված է այս իրողությունների ներկայացմանը և մանրամասն քննարկում է ներդրված նորամուծությունները, որոնք նպաստում են ֆինանսական ոլորտում տասնամյակների ընթացքում ձևավորված ինստիտուցիոնալ համակարգի փոխվելուն: Առկա են, սակայն, որոշակի խնդիրներ, որոնք խանգարում են վերը բերված միտումների արագ տարածմանը և հնարավոր սպառողների՝ փոփոխությունների գործընթացներում ներգրավմանը:

Ֆինանսական տեղեկատու կայքերի ուսումնասիրման արդյունքում նկատվել է, որ մի շարք տվյալներ ցուցադրվում են տարբեր և միմյանց հետ չկապված կայքերում (որոշակի տարբերություններով, օրինակ՝ թարմության աստիճանի մասով), իսկ որոշ կայքեր ներկայացնում են նաև հատուկ, այլ դեպքերում

չհանդիպող տեղեկություններ: Կան մասնագիտացված (RATE.am, CB.AM, ԱՎԱՆԴ.am, VARKER.AM), ինչպես նաև ընդհանրական բնույթի կայքեր (MoneyMarket.am, fininfo): Ամբողջական և անընդհատ թարմացող տեղեկությունների հավաքագրմանը և հասանելիության ապահովմանը նպաստելու նպատակով առաջարկվում է, որ սույն կայքերը դիտարկեն և իրացնեն միմյանց հետ համագործակցելու ցանկացած հնարավորություն: Մասնավորապես, հաշվի առնելով, որ fininfo-ի կայքը ստեղծվել, կարգավորվում և վերահսկվում է ՀՀ ԿԲ-ի կողմից, նպատակահարմար է հատկապես մասնագիտացված կայքերը fininfo-ի կազմում ընդգրկելը: Սա կկանխի անգամ անհամապատասխանության հետևանքով խնդիրների ի հայտ գալը (այն դեպքերում, երբ ֆինանսական տեղեկատու կայքերում բանկային պրոդուկտների վերաբերյալ առկա տվյալները չնչին կամ զգալի կերպով տարբերվում են առևտրային բանկերի կայքերում բերված ինֆորմացիայից): Մեկ այլ ընդունելի տարբերակ է պարզապես փոխադարձ կապեր ստեղծելն ու ամրապնդելը, որոնց շրջանակներում դրանք շարունակաբար fininfo-ից կստանան և վերջինիս կտրամադրեն անհրաժեշտ տվյալները:

Անհասկանալի է էլեկտրոնային գումարի փոխանակմանը միտված «Amchange» համակարգի ապագան, մինչդեռ այն կարևոր և արդիական մեխանիզմ է անկանխիկ վճարումներին նպաստելու տեսանկյունից, իսկ համակարգի կամ այլ նմանատիպ համակարգերի կիրառման մասշտաբների մեծացումն առաջնահերթ խնդիր է նշված նպատակի իրագործման առումով:

Հետազոտության՝ առևտրային բանկերին վերաբերող հատվածի կատարման ժամանակ նկատվել են մի շարք խնդիրներ, որոնց լուծումը կարևոր է ոչ այնքան անկախ հետազոտողների, որքան պոտենցիալ և առկա հաճախորդների համար: Մասնավորապես՝ առևտրային բանկերի կայքերում օնլայն և մոբայլ բանկինգի վերաբերյալ տեղեկությունների ուսումնասիրման ժամանակ նկատվել է, որ միշտ չէ, որ դրանք ամփոփ և համալիր կերպով են ներկայացնում առկա ծառայությունները, որոնք մատուցվում են նշված համակարգերի և հավելվածների շնորհիվ: Առաջացել են իրավիճակներ, երբ բանկերի կայքերի՝ օնլայն և մոբայլ բանկինգին վերաբերող էջերում անհրաժեշտ տվյալների բացակայության կամ թերի ներկայացված լինելու պատճառով գործարքների կատարման ժամանակակից լուծումների վերաբերյալ պատկերացում կազմելու համար հարկ է եղել դրանք համալրելու այլ՝ առաջարկվող պրոդուկտներին վերաբերող էջերում տարբեր կերպ բաշխված տեղեկություններով: Որոշ դեպքերում ծագել է անհրաժեշտություն տեղեկատվությունը համակարգելու մոբայլ բանկինգի հավելվածների ներբեռնման համար նախատեսված կայքերում բերված նկարագրության կամ թարմացումներին վերաբերող հայտարարությունների միջոցով: Երբեմն եղել են դեպքեր, երբ թերի է եղել ներբեռնման էջերում ցուցադրված ինֆորմացիան, և բացակայել են նշումներն

առ այն, թե թարմացումների արդյունքում ինչպիսի հնարավորություններով են հավելվածները համալրվել: Հաճախորդների ցանցի ընդլայնման առումով վերոնշյալ հանգամանքների առկայությունը ենթադրում է օնլայն-մոբայլ բանկինգի և հավելվածների ներբեռնման էջերում բերված տվյալների համալրում և համակարգված ներկայացում՝ բանկային պրոդուկտներին վերաբերող էջերում փնտրտուքը բացառելու համար:

Ֆինանսական ոլորտում առկա ինստիտուցիոնալ պարադիգմի վերափոխման և տեղեկատու կայքերի ու բանկերի կողմից հաճախորդների ներգրավման հարցերում կարող են զգալի օգնել Similarweb-ի տրամադրած տվյալները: Հարկ է ուշադրություն դարձնել թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնի բարձր և 1 այցի ընթացքում դիտված էջերի միջին թվի ցածր արժեքների պես խնդիրներին: Ցուցանիշները կարող են լինել անգամ խնդրահարույց իրողությունների ցուցիչներ և օգնել չեզոքացման գործում: Ցուցանիշների դիտարկմամբ կայքերն ստանում են հնարավորություն հասկանալու հետագա քայլերը և նպաստելու նորահայտ լուծումների կիրառման ընդլայնմանը:

### **Առևտրային բանկերի օժանդակ կայքեր**

ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ն ունի մի քանի օժանդակ կայք.

- [automarket.ameriabank.am](http://automarket.ameriabank.am)՝ օնլայն ավտովարկավորման հարթակ,
- [estate.ameriabank.am](http://estate.ameriabank.am)՝ բնակարանների ձեռքբերման նպատակով օնլայն վարկավորման հարթակ,
- [payments.ameriabank.am/AccountTransfer/](http://payments.ameriabank.am/AccountTransfer/)՝ թույլ է տալիս օնլայն եղանակով քարտից քարտ գումար փոխանցել,
- [smart-apply.ameriabank.am](http://smart-apply.ameriabank.am)՝ օնլայն եղանակով բացվում է «ՄՄԱԲ» հաշիվ, ինչի համար պահանջվում է նաև գրանցվել օնլայն բանկինգի համակարգում (լիարժեք, ոչ սահմանափակ հասանելիությամբ ընթացիկ հաշվի ձեռքբերման և տրամադրվող վճարային քարտի ակտիվացման նպատակով անհրաժեշտ է անցնել նույնականացում տեսազանգի կամ բանկ այցելելու եղանակով),
- [sme-ecosystem.ameriabank.am](http://sme-ecosystem.ameriabank.am)՝ «Ամերիա Բիզնես» հարթակ. հնարավոր է ԱԶ գրանցել, բացել բանկում հաշիվ, ստանալ քարտ, օգտվել օնլայն և մոբայլ բանկինգի («MyAmeria») համակարգից, կատարվում է օնլայն վարկավորում (ավտոմատ հաստատմամբ վարկավորման նպատակով բանկն ստանում է հարկային շրջանառությանը վերաբերող տվյալներ),
- [sme-onlineloans.ameriabank.am](http://sme-onlineloans.ameriabank.am)՝ նախատեսված է օնլայն եղանակով միկրո, փոքր և միջին բիզնեսի վարկավորման համար:

ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ-ի առցանց վճարումների համակարգը (payment.aeb.am) տալիս է հնարավորություն իրականացնելու վարկի հերթական և մայր գումարի մարումներ: Առկա է նաև ԱՊՊԱ պայմանագրերի առցանց կնքման հնարավորություն insurance.aeb.am կայքի միջոցով:

Կոնվերս Բանկը հատուկ փոքր և միջին բիզնեսի ձեռնարկատերերի համար ունի բիզնես վարկերի օնլայն հարթակ (sme.conversebank.am):

ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ի օնլայն վճարումների հարթակի (payment.evocabank.am) միջոցով կարելի է համալրել բանկում ունեցած բանկային և քարտային հաշիվները, իրականացնել վարկի մայր գումարի վաղաժամկետ մարում և հերթական մարում, ինչպես նաև քարտից քարտ փոխանցումներ, կոմունալ, գույքահարկի, ՃՈ, տեղական և միջազգային օպերատորների, ինտերնետի մասով վճարումներ, որոշ վարկային կազմակերպությունների հանդեպ առկա վարկային պարտավորությունների մասով մարումներ և այլն:

ՎՏԲ-Հայաստան Բանկի pay.vtb.am կայքի օգնությամբ հնարավոր է որոշակի վճարի դիմաց համալրել այդ բանկում առկա քարտային և բանկային հաշիվները տեղական և միջազգային բանկերի կողմից թողարկված քարտերից (դրամական փոխանցումների իրականացման «VTB-in» ծառայություն):

Այ՛րի Բանկի հետ «Idram & IDBank» համատեղ հարթակով հանդես եկող «Իդրամ» վճարային համակարգի (համակարգի օպերատոր՝ «Իդրամ» ՍՊԸ) idram.am կայքի միջոցով հնարավոր է կատարել վճարումներ և տարբեր գործարքներ կրթական ծառայությունների, հեռահաղորդակցման ծառայությունների, կոմունալների, ՃՈ տուգանքների, ավտոկայանատեղիի, գույքահարկի, ԱՊՊԱ-ի, ԴԱՀԿ-ի և այլնի մասով, իրականացնել վարկերի մարում, փոխանցումներ, համալրումներ, անհպում վճարումներ: Ընտրված ծառայությունների իրականացման նպատակով հաճախորդն ուղղորդվում է banking.idram.am կայք: Փոխկապակցված օժանդակ կայք է գործընկեր կազմակերպություններում կատարված գնումների համար քեշբեք ստանալուն միտված «Idram Cashback» ծառայության cashback.idram.am կայքը:

**Որոշակի տվյալներ առևտրային բանկերի՝ օնլայն բանկինգի և օժանդակ կայքերի մասով:** Աղյուսակներ 10-11-ում և 13-14-ում ցուցադրված են բանկերի օնլայն բանկինգի կայքերի դիտումների, իսկ Աղյուսակներ 15-16-ում և 18-19-ում՝ օժանդակ կայքերի դիտումների մասով մի շարք ցուցանիշներ: Աղյուսակներ 12-ում և 17-ում բերված են հիմնական ցուցանիշների գծով կայքերի զբաղեցրած դիրքերը:

**Աղյուսակ 14.** Առևտրային բանկերի՝ օնլայն բանկինգի կայքերի դիտմանը վերաբերող հիմնական ցուցանիշները (2022 թվականի սեպտեմբեր՝ բացի «այցելությունների քանակ» ցուցանիշից)

Առևտրային բանկ	Այցելությունների քանակ* (2022 թվականի նշված ամսին)			1 այցի միջին տևողություն (ժամ, րոպե, վայրկյան)	Թռուցիկ դիտման %-ային մաս**	1 այցին դիտված էջերի միջին քանակ
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	92785	120774	111606	00:08:28	12.33	9.20
ԱՍԵՐԻԲԱՆԿ	125727	125715	95338	00:10:52	12.66	4.52
ԱյՂի Բանկ (online.idbank.am)	24758	29469	20480	00:03:07	57.34	1.87
ԱյՂի Բանկ (idbanking.am)	22878	17445	20621	00:07:53	15.05	10.99
ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ	44038	56085	61808	00:12:21	15.10	4.26
Արդշինբանկ	154369	143165	262469	00:02:26	77.68	1.96
ԱՐՄՍՎԻՍԲԱՆԿ	<5000	<5000	<5000	00:00:01	-	2.00
Արցախբանկ	<5000	<5000	<5000	00:01:19	22.16	2.46
Բիբլոս Բանկ Արմենիա	<5000	<5000	<5000	-	94.28	1.04
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	37275	40240	40600	00:07:28	21.54	4.23
ԻՆԵՎՈՐԱՆԿ	308982	312906	305948	00:07:23	7.50	7.69
Կոնվերս Բանկ	80391	92292	67652	00:08:24	14.39	4.27
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ	40684	58787	50958	00:12:49	16.73	4.32
ՀԱՅԷՎՈՆՈՄԲԱՆԿ (accounts.aeb.am)	66255	63130	64857	00:00:59	56.62	2.02
ՀԱՅԷՎՈՆՈՄԲԱՆԿ (newonline.aeb.am)	64102	66877	64267	00:07:35	26.72	6.06
ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	73979	27914	47396	00:04:30	69.75	1.96
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ	12266	12732	14964	00:07:34	11.56	9.69

\* Համակարգչով (desktop) և բջջային սարքերով (mobile) համախառն այցելությունները:

\*\* Միջին %-ային մասնաբաժինը (bounce rate) այն այցելուների, որոնք մինչև կայքը լքելը դիտում են միայն մեկ էջ:

**Աղյուսակ 15.** Առևտրային բանկերի՝ օնլայն բանկինգի կայքեր այցելությունների մասով լրացուցիչ տվյալներ (2022 թվականի սեպտեմբեր ամսվա համար)

Առևտրային բանկ	Ըստ սարքավորումների այցելությունների բաշխումը (%-ային արտահայտմամբ)		Եզակի (չկրկնվող) այցելուների միջին թիվ*
	համակարգչով (desktop)	բջջային սարքերով (mobile web)	
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	90.84	9.16	18508
ԱՍԵՐԻԲԱՆԿ	89.32	10.68	15951
ԱյՂի Բանկ (online.idbank.am)	86.14	13.86	<5000
ԱյՂի Բանկ (idbanking.am)	31.21	68.79	6693
ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ	96.39	3.61	<5000
Արդշինբանկ	96.06	3.94	14126
ԱՐՄՍՎԻՍԲԱՆԿ	100	-	<5000
Արցախբանկ	16.10	83.90	<5000

Բիբլոս Բանկ Արմենիա	-	100	<5000
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	88.43	11.57	6093
ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ	78.25	21.75	35536
Կոնվերս Բանկ	93.46	6.54	9956
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ	82.91	17.09	7001
ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (accounts.aeb.am)	100	-	<5000
ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (newonline.aeb.am)	100	-	<5000
ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	95.41	4.59	5302
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ	76.11	23.89	<5000

\* Առանց նույն անձի կողմից տարբեր սարքերով այցելությունների տարանջատման:

Աղյուսակ 11-ից երևում է, որ ԱՐՄՍՎԻՍԲԱՆԿ-ի և ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն բանկինգի կայքերի դիտումներ կատարվել են միայն համակարգչի, Բիբլոս Բանկ Արմենիայի դեպքում՝ միայն բջջային սարքերի միջոցով: Երկրորդ և երրորդ տեղերում են ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ-ի (96.39%) և Արդշինբանկի (96.06%) կայքերը, եթե դիտումները կատարվել են համակարգչով. բջջային սարքերի դեպքում այդ դիքերում են Արցախբանկի (83.90%) և Այրի Բանկի idbanking.am (68.79%) կայքերը: Չկրկնվող այցելությունների միջին թվով առաջատարների եռյակը ձևավորել են օնլայն բանկինգի՝ ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ-ի (35536), ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի (18508) և ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ի (15951) կայքերը:

**Աղյուսակ 16. Հիմնական ցուցանիշներով օնլայն բանկինգի կայքերի զբաղեցրած դիրքերը**

Առևտրային բանկ	Առևտրային բանկի դիրքը համապատասխան ցուցանիշի մասով					
	Այցելությունների քանակ (2022 թվականի նշված ամսին)			1 այցի միջին տևողություն	Թրուցիկ դիտման %- ային մաս*	1 այցին դիտված էջերի միջին քանակ
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	4	4	3	4	14	3
ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ	3	3	4	3	13	6
Այրի Բանկ (online.idbank.am)	12	11	13	12	4	16
Այրի Բանկ (idbanking.am)	13	13	12	6	11	1
ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ	9	9	8	2	10	9
Արդշինբանկ	2	2	2	13	2	14-15
ԱՐՄՍՎԻՍԲԱՆԿ	15-17	15-17	15-17	16	-	13
Արցախբանկ	15-17	15-17	15-17	14	7	11
Բիբլոս Բանկ Արմենիա	15-17	15-17	15-17	-	1	17
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	11	10	11	9	8	10
ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ	1	1	1	10	16	4
Կոնվերս Բանկ	5	5	5	5	12	8
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ	10	8	9	1	9	7
ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (accounts.aeb.am)	7	7	6	15	5	12
ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (newonline.aeb.am)	8	6	7	7	6	5

ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	6	12	10	11	3	14-15
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ	14	14	14	8	15	2

\*Թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնով բարձր դիրքն ունի բացասական իմաստ:

Աղյուսակներ 10-ը և 12-ը ցույց են տալիս, որ 2022 թվականի հուլիս-սեպտեմբեր հատվածում ԻՆԵՎՈՒՄԻ-ի՝ օնլայն բանկինգի կայքը եղել է բացարձակ առաջատար այցելությունների քանակով (հուլիսին՝ 308982 դիտում, օգոստոսին՝ 312906 դիտում, սեպտեմբերին՝ 305948 դիտում): Երկրորդ տեղում Արդշինբանկի համապատասխան կայքն է (հուլիսին՝ 154369 դիտում, օգոստոսին՝ 143165 դիտում, սեպտեմբերին՝ 262469 դիտում): ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ը և ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ը բաշխել են երրորդ և չորրորդ դիրքերը (սեպտեմբերին եղել է փոխատեղում), իսկ հինգերորդ դիրքում Կոնվերս Բանկն է: 1 այցի ամենաերկար միջին տևողությամբ (12 րոպե 49 վայրկյան) կայքը սեպտեմբերին եղել է ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ-ի կայքը, 1 այցի ընթացքում դիտված էջերի միջին քանակի գծով առաջատարը (10.99 էջ ցուցանիշով)՝ ԱյԴի Բանկի՝ ֆիզիկական անձանց համար նախատեսված օնլայն բանկինգի կայքը: Բիբլոս Բանկ Արմենիայի կայքն առաջին տեղում է թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնով՝ այցելուների միջինում 94.28%-ն ընդամենը 1 էջ է դիտում և լքում է կայքը: Թերևս դա է պատճառը, որ կայքը 1 այցի ընթացքում դիտված էջերի միջին քանակով (1.04 էջ) զբաղեցնում է վերջին տեղը:

**Աղյուսակ 17.** Առևտրային բանկերի՝ օնլայն բանկինգի որոշ կայքեր համակարգչով (desktop) մուտքի եղանակների %-ային մասնաբաժինները. 2022 թվական, սեպտեմբեր

Առևտրային բանկ	Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը					
	կայքի հասցե մուտք գործելով	այլ կայքերից (հղումներ)	որոնում	սոցցանցեր	էլփոստ	զովագո
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	73.51	20.85	1.09	0.59	3.95	-
ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ	53.80	39.49	0.42	2.02	4.27	-
ԱյԴի Բանկ (online.idbank.am)	30.46	24.61	2.65	3.86	38.41	-
ԱյԴի Բանկ (idbanking.am)	59.48	38.27	-	2.25	-	-
ԱՐԱՐԱՍԲԱՆԿ	88.94	1.39	0.02	3.48	6.17	-
Արդշինբանկ	66.93	32.11	0.82	0.13	-	-
ԱՐՄՍՎԻԲԱՆԿ	5.76	76.11	-	-	18.13	-
Արցախբանկ	-	100	-	-	-	-
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	95.24	-	0.75	1.02	3.00	-
ԻՆԵՎՈՒՄԻ	96.11	0.01	1.23	0.21	2.45	-
Կոնվերս Բանկ	32.51	45.79	4.65	1.74	15.31	-
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ	76.60	8.71	0.12	4.36	10.20	-
ՀԱՅԷՎՈՆՍԲԱՆԿ (accounts.aeb.am)	0.19	68.41	2.73	15.76	12.91	<0.01

ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ (newonline.aeb.am)	14.95	76.22	1.41	6.91	0.51	-
ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	38.66	6.48	33.28	9.06	12.52	-
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ	6.73	93.27	-	-	-	-

Համակարգչով կատարվող դիտումների համար կայքի հասցե ուղղակի մուտք գործելու %-ային մասնաբաժնով առաջատարն է ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն բանկինգի կայքը (96.11%), այլ կայքերից՝ հղումներով մուտքի մասով՝ Արցախբանկի կայքը, որի դեպքում համապատասխան կայքի դիտումը միմիայն այդ կերպ է տեղի ունենում: Որոնման շնորհիվ կատարվող դիտումների դեպքում մասնաբաժինն ավելի մեծ է ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ-ի կայքի (33.28%), սոցիալական ցանցերի միջնորդությամբ կատարվող դիտումների գծով՝ ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ-ի accounts.aeb.am կայքի (15.76%) դեպքում: Այդի Բանկի online.idbank.am կայքը գլխավորում է ցուցակն էլեկտրոնային փոստի համար (38.41%): Միայն ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ-ի accounts.aeb.am կայքն ունի զովագրի ազդեցությամբ կատարված դիտումների մասնաբաժին (<0.01%):

**Աղյուսակ 18.** Առևտրային բանկերի՝ օնլայն բանկինգի կայք բջջային սարքով (mobile web) մուտքի եղանակների %-ային մասնաբաժինները. 2022 թվական, սեպտեմբեր

Առևտրային բանկ	Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը				
	կայքի հասցե մուտք գործելով	այլ կայքերից (հղումներ)	որոնում	սոցցանցեր	էլփոստ
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ	73.04	8.62	18.14	0.19	0.01
ԱՄԵՐԻԲԱՆԿ	66.45	23.15	4.37	6.03	0.01
Այդի Բանկ (online.idbank.am)	74.13	11.26	7.34	7.22	0.06
Այդի Բանկ (idbanking.am)	69.05	13.41	13.92	3.62	-
ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ	82.22	3.39	11.14	3.22	0.01
Արդշինբանկ	72.14	6.93	20.91	-	0.01
ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ	73.72	1.43	23.00	1.85	0.01
ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ	73.35	1.26	25.32	0.07	0.01
Կոնվերս Բանկ	72.26	17.95	8.14	1.63	0.03
ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ	73.63	3.96	18.03	4.34	0.03
ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ	58.27	4.50	30.60	6.63	0.02
ՎՏԲ-Հայաստան Բանկ	66.67	31.49	1.83	-	0.01

Բջջային սարքերով կատարված դիտումների գծով ուղղակիորեն կայքի հասցե մուտքի %-ային մասնաբաժնով առաջատարն է ԱՐԱՐԱՏԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն բանկինգի կայքը (82.22%), այլ կայքերից՝ հղումներով մուտքի մասով՝ ՎՏԲ-Հայաստան Բանկի համապատասխան կայքը (31.49%): Որոնման եղանակի մասնաբաժինն ավելի մեծ է ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ-ի կայքի դեպքում (30.60%), սոցիալական ցանցերի միջնորդությամբ կատարված դիտումների ցուցակը գլխավորում է Այդի



Բանկի՝ իրավաբանական անձանց համար նախատեսված [online.idbank.am](http://online.idbank.am) հարթակը (7.22%), որն էլփոստով կատարված դիտումների համար նույնպես ունի ամենամեծ մասնաբաժինը (0.06%):

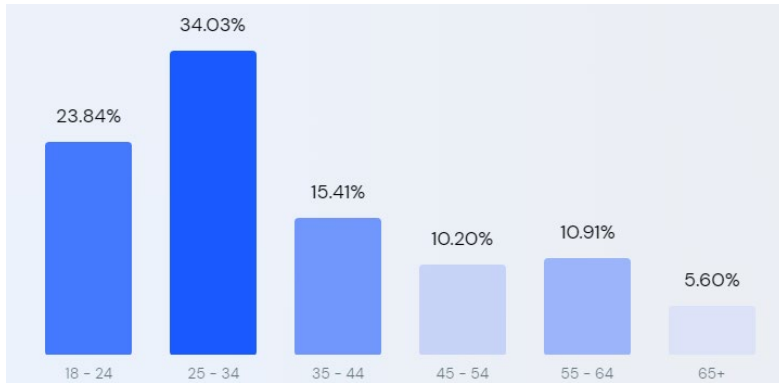
Հիմնվելով այս և նախորդ աղյուսակների տվյալների վրա՝ կարելի է նկատել, որ 2022 թվականի սեպտեմբերին համակարգչով և բջջային սարքերով կատարված մուտքերի՝ որոնման և էլեկտրոնային փոստի %-ային մասնաբաժիններով օնլայն բանկինգի առաջատար կայքերը նույնն են՝ համապատասխանաբար ՅՈՒՆԻԲԱՆԿ-ի կայքը և ԱյԴի Բանկի [online.idbank.am](http://online.idbank.am) կայքը:

Համաձայն Similarweb կայքում բերված տեղեկատվության՝ ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի հարթակը ([acbadigital.am](http://acbadigital.am)) մրցակից է համարվել ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ի, Արդշինբանկի, ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ-ի, Կոնվերս Բանկի, ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ի, ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ-ի կայքերին ([online.ameriabank.am](http://online.ameriabank.am), [ibanking.ardshinbank.am](http://ibanking.ardshinbank.am), [internetbank.armbusinessbank.am](http://internetbank.armbusinessbank.am), [ebanking.conversebank.am](http://ebanking.conversebank.am), [online.evocabank.am](http://online.evocabank.am), [online.inecobank.am](http://online.inecobank.am)) և ԱյԴի Բանկի՝ իրավաբանական անձանց համար նախատեսված հարթակին ([online.idbank.am](http://online.idbank.am)): ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ-ի և Կոնվերս Բանկի մրցակից է համարվել նաև [hsbcnet.com](http://hsbcnet.com) կայքը, ՀԱՅԲԻԶՆԵՍԲԱՆԿ-ի դեպքում՝ նաև [online.ameriabank.am](http://online.ameriabank.am) կայքը:

Արարատբանկի, ՀԱՅԷԿՈՆՈՍԲԱՆԿ-ի, Կոնվերս Բանկի, Արդշինբանկի, ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի, ԻՆԵԿՈԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն բանկինգի գործիքակազմից օգտվող անձինք նաև զգալիորեն այցելել են և փնտրել «Ֆինանսական պլանավորում և կառավարում» (Financial Planning and Management) կատեգորիայի ներքո դասակարգվող կայքեր և տեղեկատվություն, որոշ դեպքերում՝ նաև կառավարական կայքեր (Government), որոնք առաջատար են ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ի դեպքում: ԱյԴի Բանկի՝ ֆիզիկական անձանց համար նախատեսված հարթակի մասով առաջատարը «հոսքային հեռարձակում և օնլայն հեռուստատեսություն» (Streaming & Online TV) կատեգորիան է:

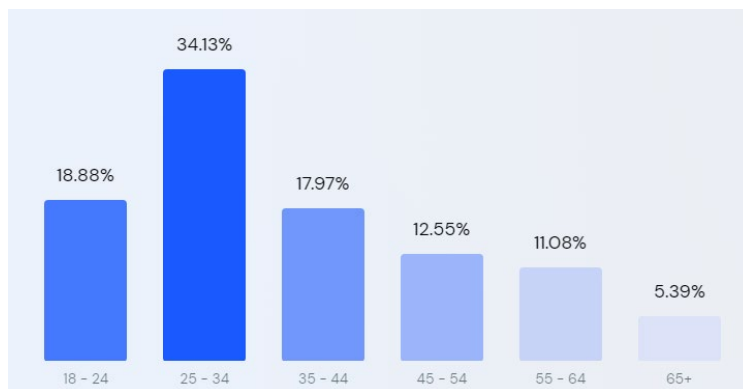
ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի դեպքում այցելումների 53.32%-ը եղել են իգական սեռի, 46.68%-ը՝ արական սեռի: ԱյԴի Բանկի՝ ֆիզիկական անձանց համար նախատեսված հարթակի դեպքում պատկերը հետևյալն է՝ իգական սեռ՝ 49.30%, արական սեռ՝ 50.70%: Ստորև բերված են նշված երկու կայքերի այցելումների տարիքային կազմի պատկերները (համակարգչով (desktop) այցելությունների հիման վրա):

**Նկար 5.** ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն բանկինգի կայքի այցելումների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



Կայքից ամենաշատն օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք (34.03%): Երկրորդ տեղում «18-24» տարիքային խումբն է (23.84%): Ամենից քիչ օգտվել է «65+» խումբը (5.60%):

**Նկար 6.** Օնլայն բանկինգի կայքի այցելուների տարիքային կազմն ԱյԴի Բանկի՝ ֆիզիկական անձանց համար նախատեսված հարթակի մասով (2022 թվականի սեպտեմբեր)



Կայքից ամենաշատն օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք (34.13%): Երկրորդ տեղում «18-24» տարիքային խումբն է (18.88%): Տվյալ կայքի համար 65 տարեկան և բարձր տարիքի անձինք դարձյալ ամենից քիչ օգտվողներն են եղել (5.39%):

Հաջորդիվ դիտարկված են բանկերի մյուս՝ օժանդակ կայքերը: Դրանց միջոցով հնարավոր է կատարել գործարքներ, որոնք հաճախ ներկայացված են լինում նաև օնլայն և մոբայլ բանկինգի համակարգերում, մատուցվում են նաև վարկավորման և այլ ծառայություններ, որոնց համար հատուկ ստեղծվում են այս կայքերը: Ստորև ներկայացված է օժանդակ կայքերին վերաբերող և առկա տեղեկատվությունը:

**Աղյուսակ 19.** Օժանդակ կայքերի դիտմանը վերաբերող հիմնական ցուցանիշները (2022 թվականի սեպտեմբեր՝ բացի «այցելությունների քանակ» ցուցանիշից)

Օժանդակ կայք	Այցելությունների քանակ* (2022 թվականի նշված ամսին)			1 այցի միջին տևողություն	Թռուցիկ դիտման %-ային մաս**	1 այցին դիտված էջերի
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			

				(Ժամ, րոպե, վայրկյան)		միջին քանակ
payments.ameribank.am	140787	150302	127756	00:02:00	51.58	2.39
automarket.ameribank.am	22963	5028	<5000	00:07:40	19.12	13.06
estate.ameribank.am	18267	52295	18559	00:06:29	22.09	5.80
smart-apply.ameribank.am	19241	60425	38916	00:02:13	60.17	2.27
sme- onlineloans.ameribank.am	<5000	<5000	<5000	00:01:05	-	8.21
insurance.aeb.am	<5000	<5000	<5000	-	9.16	2.19
payment.aeb.am	<5000	<5000	<5000	00:02:07	-	3.00
sme.conversebank.am	-	<5000	<5000	-	100	1.00
payment.evocabank.am	5303	<5000	<5000	00:23:47	-	36.00
idram.am	251006	218619	149740	00:06:19	44.68	5.44
banking.idram.am	169119	164137	113677	00:07:38	34.10	6.21
cashback.idram.am	<5000	<5000	<5000	00:03:07	64.93	1.91

\* Համակարգչով (desktop) և բջջային սարքերով (mobile) համախառն այցելությունները:

\*\* Միջին %-ային մասնաբաժինը (bounce rate) այն այցելուների, որոնք մինչև կայքը լքելը դիտում են միայն մեկ էջ:

**Աղյուսակ 20. Օժանդակ կայքեր այցելությունների մասով լրացուցիչ տվյալներ (2022 թվականի սեպտեմբեր ամսվա համար)**

Օժանդակ կայք	Ըստ սարքավորումների այցելությունների բաշխումը (%-ային արտահայտմամբ)		Եզակի (չկրկնվող) այցելուների միջին թիվ*
	համակարգչով (desktop)	բջջային սարքերով (mobile web)	
payments.ameribank.am	16.58	83.42	47407
automarket.ameribank.am	58.40	41.60	<5000
estate.ameribank.am	54.25	45.75	6624
smart-apply.ameribank.am	15.61	84.39	10270
sme-onlineloans.ameribank.am	-	100	<5000
insurance.aeb.am	-	100	<5000
payment.aeb.am	100	-	<5000
sme.conversebank.am	100	-	<5000
payment.evocabank.am	100	-	<5000
idram.am	58.80	41.20	45501
banking.idram.am	72.12	27.88	26104
cashback.idram.am	59.61	40.39	<5000

\* Առանց նույն անձի կողմից տարբեր սարքերով այցելությունների տարանջատման:

Օժանդակ կայքերից ամբողջությամբ համակարգչով դիտումներ ունեցել են ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ-ի՝ առցանց վճարումների կայքը (payment.aeb.am), Կոնվերս Բանկի՝ փոքր և միջին բիզնեսի ձեռնարկատերերի համար նախատեսված բիզնես վարկերի օնլայն կայքը (sme.conversebank.am) և ԷՎՈԿԱԲԱՆԿ-ի՝ օնլայն վճարումներ կատարելու համար նախատեսված payment.evocabank.am կայքը: Միայն բջջային սարքերով կատարված այցելություններ եղել են միկրո, փոքր և

միջին բիզնեսի օնլայն վարկավորման sme-onlineloans.ameriabank.am հարթակի (ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ) և ԱՊՊԱ պայմանագրերի առցանց կնքման insurance.aeb.am (ՀԱՅԷԿՈՆՈՄԲԱՆԿ) հարթակի դեպքում: Եզակի այցելուների միջին թվի ամենամեծ արժեքը եղել է ԱՄԵՐԻԱԲԱՆԿ-ի payments.ameriabank.am կայքի դեպքում (47407 այցելու), իսկ երկրորդ (45501 այցելու) և երրորդ (26104 այցելու) արժեքները գրանցել են համապատասխանաբար idram.am և banking.idram.am կայքերը:

**Աղյուսակ 21.** Բերված ցուցանիշներով օժանդակ կայքերի զբաղեցրած դիրքերը

Օժանդակ կայք	Օժանդակ կայքի դիրքը համապատասխան ցուցանիշի մասով					
	Այցելությունների քանակ (2022 թվականի նշված ամսին)			1 այցի միջին տևողություն	Թռուցիկ դիտման %-ային մաս*	1 այցին դիտված էջերի միջին քանակ
	հուլիս	օգոստոս	սեպտեմբեր			
payments.ameriabank.am	3	3	2	9	4	8
automarket.ameriabank.am	4	6	6-12	2	8	2
estate.ameriabank.am	6	5	5	4	7	5
smart-apply.ameriabank.am	5	4	4	7	3	9
sme-onlineloans.ameriabank.am	8-11	7-12	6-12	10	-	3
insurance.aeb.am	8-11	7-12	6-12	-	9	10
payment.aeb.am	8-11	7-12	6-12	8	-	7
sme.conversebank.am	-	7-12	6-12	-	1	12
payment.evocabank.am	7	7-12	6-12	1	-	1
idram.am	1	1	1	5	5	6
banking.idram.am	2	2	3	3	6	4
cashback.idram.am	8-11	7-12	6-12	6	2	11

\*Թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնով բարձր դիրքն ունի բացասական իմաստ:

2022 թվականի հուլիս-սեպտեմբեր ժամանակահատվածում օժանդակ կայքերից այցելությունների թվով ամենամեծ արժեքներն ունեցել է idram.am-ը (251006 դիտում՝ հուլիսին, 218619 այցելություն՝ օգոստոսին, 149740 դիտում՝ սեպտեմբերին): Երկրորդ և երրորդ տեղերը բաշխվել են (սեպտեմբերին եղել է փոխատեղում) banking.idram.am հարթակի և payments.ameriabank.am կայքի միջև: 1 այցի միջին տևողության և 1 այցին դիտված էջերի միջին քանակի ամենից մեծ արժեքները (23 րոպե և 47 վայրկյան, 36.00 էջ) payment.evocabank.am հարթակի դեպքում են դրսևորվել: Թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնի 100% արժեքը (1 այցի ընթացքում միջինում 1.00 էջ դիտելուն զուգահեռ) ձևավորվել է sme.conversebank.am հարթակի դեպքում:

**Աղյուսակ 22.** Օժանդակ կայքեր համակարգչով (desktop) մուտք գործելու եղանակների %-ային մասնաբաժինները 2022 թվականի սեպտեմբերին

Օժանդակ կայք	Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը				
	կայքի հասցե	այլ կայքերից (հղումներ)	դրոնում	սոցցանցեր	էլփոստ

	մուտք գործելով				
payments.ameribank.am	30.19	62.95	6.86	-	-
automarket.ameribank.am	23.52	1.79	74.69	-	-
estate.ameribank.am	62.75	21.54	13.19	2.53	-
smart-apply.ameribank.am	10.55	89.45	-	-	-
payment.aeb.am	95.83	4.17	-	-	-
sme.conversebank.am	-	100	-	-	-
payment.evocabank.am	-	100	-	-	-
idram.am	53.50	12.95	14.23	5.00	14.32
banking.idram.am	25.30	49.16	4.75	5.09	15.71
cashback.idram.am	83.31	16.69	-	-	-

Համակարգչով կատարված դիտումների համար ուղղակիորեն կայքի հասցե մուտքի %-ային մասնաբաժնով առաջատարն է payment.aeb.am կայքը (95.83%), այլ կայքերից՝ հղումներով մուտքի դեպքում՝ sme.conversebank.am և payment.evocabank.am կայքերը. այցելություններն այս կայքեր միայն այդ եղանակով են տեղի ունեցել: Որոնման շնորհիվ կատարված դիտումների մասնաբաժինն automarket.ameribank.am կայքի դեպքում է ավելի մեծ (74.69%), իսկ սոցցանցերի միջնորդությամբ կատարված այցելությունների գծով առաջատարը banking.idram.am կայքն է (5.09%), որն ունի նաև էլփոստով կատարված դիտումների ամենամեծ մասը (15.71%): Միայն idram.am-ի և banking.idram.am-ի դեպքում են կատարվել այցելություններ բոլոր եղանակներով:

**Աղյուսակ 23.** Օժանդակ կայքեր բջջային սարքերով (mobile web) մուտք գործելու եղանակների %-ային մասնաբաժինները 2022 թվականի սեպտեմբերին

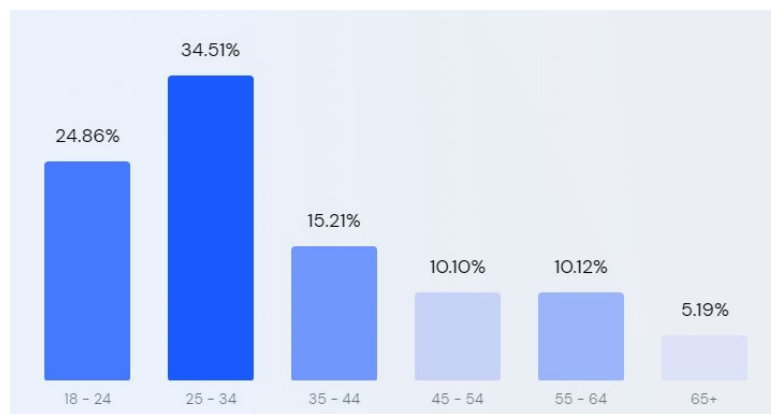
Օժանդակ կայք	Մուտքի եղանակը և %-ային մասնաբաժինը					
	կայքի հասցե մուտք գործելով	այլ կայքերից (հղումներ)	որոնում	սոցցանցեր	էլփոստ	գովազդ
payments.ameribank.am	66.11	20.89	12.96	0.03	0.01	-
automarket.ameribank.am	24.13	4.36	69.56	1.94	0.01	-
estate.ameribank.am	63.66	10.63	21.03	4.68	0.01	-
smart-apply.ameribank.am	67.53	32.31	0.16	-	-	-
idram.am	63.25	5.39	25.54	5.78	0.02	0.02
banking.idram.am	68.98	20.53	5.09	5.38	0.02	-
cashback.idram.am	54.38	10.77	34.86	-	-	-

Բջջային սարքերով կատարված այցելությունների համար ուղղակիորեն կայքի հասցե մուտքի %-ային մասնաբաժնով առաջատարը banking.idram.am-ն է (68.98%), այլ կայքերից՝ հղումներով մուտքի մասով՝ smart-apply.ameribank.am կայքը (32.31%): Որոնման շնորհիվ կատարված դիտումների դեպքում մասնաբաժինն ավելի մեծ է automarket.ameribank.am կայքի (69.56%), սոցցանցերի միջնորդությամբ կատարված դիտումների գծով՝ idram.am կայքի համար (5.78%): idram.am-ը և banking.idram.am-ն ունեն նաև էլփոստով կատարված դիտումների

ամենամեծ մասնաբաժինը՝ 0.02%: Գովազդի ազդեցությամբ մուտքեր եղել են միայն idram.am կայքի դեպքում (0.02%):

idram.am և banking.idram.am կայքերից օգտվող անձինք զգալիորեն այցելել են և փնտրել «Ֆինանսական պլանավորում և կառավարում» (Financial Planning and Management) կատեգորիայի մեջ մտնող կայքեր և տեղեկատվություն, իսկ երկրորդ տեղում «սոցիալական մեդիայի ցանցեր» (Social Media Networks) կատեգորիան է:

**Նկար 7.** idram.am կայքի այցելուների տարիքային կազմը (2022 թվականի սեպտեմբեր)



Կայքից ամենաշատն օգտվել են 25-34 տարեկան անձինք (34.51%): Երկրորդ տեղում «18-24» տարիքային խումբն է (24.86%): Այս դեպքում ևս ամենից քիչ (5.19%) օգտագործողները եղել են 65 տարեկան և բարձր տարիքի:

**Ֆինանսական տեղեկատու կայքերի մասով լավագույն միջազգային փորձը:** Ֆինանսական տեղեկատու կայքերի և դրանց հիման վրա իրականացվող գործարքների մասով լավագույն փորձով աչքի է ընկել Ռուսաստանի Դաշնության (այսուհետ՝ ՌԴ) ֆինանսակա շուկան՝ պայմանավորված երկրում մշակված ու ներդրված նախաձեռնությամբ և վերջինիս իրականացմանը նպաստելու նպատակով կատարված օրենսդրական բարեփոխումներով:

ՌԴ կենտրոնական բանկը 2017 թվականի դեկտեմբերին հայտարարեց «Маркетплейс» նախագծի մասին՝ նպատակ ունենալով ստեղծելու երկրի ողջ տարածքում, առանց աշխարհագրական սահմանափակումների, ֆինանսական պրոդուկտների (ծառայությունների) հեռավար մանրածախ վաճառքի օրենսդրական և նորմատիվ հենք՝ հատուկ ռեեստրում նման ֆինանսական գործարքների գրանցմամբ: Ստեղծման հիմքում նաև շուկայում մրցակցության զարգացման և ֆինանսական սպասարկման օպտիմիզացիայի նախադրյալների ձևավորման

ցանկությունն է. կամայական ընկերության համար՝ անկախ վերջինիս չափերից, հայտվում է նոր հաճախորդների ներգրավման լրացուցիչ աղբյուր:

«Маркетплейс»-ը գործում է «plug&play» («միացի՛ր և խաղա՛») սկզբունքով և միավորում է հետևյալ մասնակիցներին.

- ֆինանսական պլատֆորմներ. օնլայն հարթակներ են, որտեղ ֆինանսական կազմակերպությունները և հաճախորդները կկնքեն գործարքներ: Պլատֆորմները միտված են ավտոմատիզացնելու կողմերի փոխազդեցությունները և ապահովելու հարմարություն ֆինանսական գործառնություններ իրականացնելիս:
- ֆինանսական պրոդուկտների և ծառայությունների մատակարարներ՝ բանկեր, ապահովագրական կազմակերպություններ, փայատիրական ներդրումային հիմնադրամների կառավարիչներ, կորպորատիվ և պետական պարտատոմսերի էմիտենտներ,
- ֆինանսական գործառնությունների ռեգիստրատոր՝ հարթակներում իրականացված գործարքներին վերաբերող և իրավաբանական նշանակություն ունեցող տեղեկությունների պահպանման ռեեստր: Այն ստեղծված է Ազգային հաշվարկային դեպոզիտարիայի (Небанковская кредитная организация акционерное общество «Национальный расчетный депозитарий») հենքի վրա: Նախատեսված է հնարավորություն ստանալու քաղվածքներ ռեգիստրատորից Ռուսաստանի դաշնության պետական ծառայությունների պորտալի (gosuslugi.ru) միջոցով:
- ազրեգատոր-կայքեր (ֆինանսական պլատֆորմների օպերատորների փաստաթղթերում կոչվում են նաև «ցուցափեղկ-ազրեգատորներ»): ինտերնետային ռեսուրսներ և բջջային հավելվածներ, որոնք տալիս են հաճախորդին հնարավորություն հիմնական չափանիշների հիման վրա, այն է՝ ժամկետ, տոկոսադրույք, վարկանիշ և այլն, համեմատելու և ընտրելու ֆինանսական պրոդուկտներ<sup>32</sup>:

Նախագծի օրենսդրական հիմքը դրվեց 2020 թվականի հուլիսին, երբ ընդունվեց և վավերացվեց «Ֆինանսական պլատֆորմների կիրառմամբ ֆինանսական գործարքների կատարման մասին» Դաշնային օրենքը: Վերջինիս սահմանմամբ՝ ֆինանսական պլատֆորմներով կարող են իրականացվել ֆինանսական գործարքներ (բանկային ծառայությունների, ապահովագրական ծառայությունների, արժեթղթերի շուկայում ծառայությունների մատուցման գործարքներ, ֆինանսական գործիքներով գործարքներ, ֆինանսական պլատֆորմի կանոններով նախատեսված՝ ֆինանսական բնույթի այլ ծառայությունների մատուցման գործարքներ)՝ կատարվող ֆինանսական կազմակերպությունների կամ էմիտենտների և ֆինանսական ծառայությունների սպառողների (որոնք

<sup>32</sup> ՌԴ կենտրոնական բանկի կայքի «Деятельность» բաժնի «Развитие финансовых технологий» ենթաբաժնի «Маркетплейс» քաղաղրիչ, Банк России // URL: [https://cbr.ru/fintech/market\\_place/](https://cbr.ru/fintech/market_place/), 26.12.2022.

ֆիզիկական անձինք են) միջև ֆինանսական պլատֆորմի կիրառմամբ՝ բացառությամբ բանկային հաշվի ավանդի պայմանագրերի, որոնք կնքվում են պայմանավորված ֆինանսական ծառայությունների սպառողի կողմից ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացմամբ<sup>33</sup>:

2021 թվականի հունվարի 21-ին ՌԴ կառավարության նախագահ Միխայիլ Միշուստինն ստորագրեց ՌԴ կառավարության որոշում, որով ֆինանսական պլատֆորմների օպերատորներին տրվեց հնարավորություն ստանալու անհրաժեշտ տեղեկություններն ԱՊՊԱ-ի ավտոմատացված տեղեկատվական համակարգից, որպեսզի վերջիններս կարողանան ավտոմատացված գրություն պայմանագրեր կնքելն ընդգրկել իրենց կողմից ապահովվող ծառայությունների ցանկում<sup>34</sup>:

Ինտերնետի ռուսական սեգմենտում առկա են հետևյալ ֆինանսական տեղեկատու կայքերը.

- «Credits.ru» (credits.ru, «Дабл-Ю Групп» ՍՊԸ). հարթակը թույլ է տալիս ուսումնասիրել սպառողական, գրավի պահանջով վարկեր, ավտովարկեր, հիփոթեք, փոխառություններ, խնայողություններ, բանկային քարտեր, վերաֆինանսավորման և ապահովագրական պրոդուկտներ, բիզնեսի դեպքում՝ վարկեր և հաշվարկադրամարկղային սպասարման (այսուհետ՝ ՀԴՄ) առկա տարբերակներ: Մի շարք պրոդուկտների մասով կարելի է ներկայացնել օնլայն հայտեր: Ներկայացվող ծառայությունները մատուցում են տարբեր ռուսաստանյան բանկեր, սպառողական վարկային կոոպերատիվներ, միկրոֆինանսական և ապահովագրական կազմակերպություններ:
- «ЮНИКОМ24» (unicom24.ru, «ЮНИКОМ24» ՍՊԸ). ներկայացվում են միկրոփոխառություններ, սպառողական վարկեր, ավտովարկեր, հիփոթեք, դեբետային և վարկային քարտեր, ապահովագրական ծառայություններ, վարկերի վերաֆինանսավորման և ՀԴՄ տարբերակներ, տեղեկատվություն փոխարժեքի մասին: Առկա է նաև վարկային պրոդուկտների ընտրության համար նախատեսված մեկ այլ հարթակ՝ «Кредитный Брокер» (kreditbroker.ru, «ЮНИКОМ24» ՍՊԸ): Կարելի է ներկայացնել օնլայն հայտեր մի շարք պրոդուկտների համար: Բոլոր ծառայությունները վերաբերում են բանկերի, միկրոֆինանսական, միկրովարկային և ապահովագրական կազմակերպությունների:

<sup>33</sup> Федеральный закон от 20 июля 2020 г. №211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы», // URL: <https://ivo.garant.ru/#/document/74399619/>, 26.12.2022.

<sup>34</sup> Правительство упростило оформление электронного полиса ОСАГО, ՌԴ կառավարության պաշտոնական կայք, // URL: <http://government.ru/news/41370/>, 26.12.2022.



- «Выберу.ру» (vbr.ru, «Выберу.ру» ՍՊԸ). հարթակում մեկտեղված են միկրոֆինանսական և ապահովագրական կազմակերպությունների, բանկերի հետևյալ առաջարկները.
  - ծառայություններ անհատների համար՝ վարկեր (սպառողական, նպատակային, ավտովարկեր, վերաֆինանսավորում) հիփոթեք, քարտեր, փոխառություններ, ապահովագրական և ներդրումային ծառայություններին, արտարժույթի և կրիպտոարժույթների փոխարժեք,
  - ծառայություններ բիզնեսի համար՝ վարկեր, բիզնես-քարտեր, ֆակտորինգ, էքվայերինգ, բանկային երաշխիքներ, ավանդներ, ՀԴՄ:
- «Банки.ру» հարթակը (banki.ru, «Информационное агентство «Банки.ру»» ՍՊԸ). հավաքագրում է ծառայություններ և պրոդուկտներ գործընկերներ բանկերի, միկրոֆինանսական, ապահովագրական և ներդրումային կազմակերպությունների մասով, որոնք վերաբերում են.
  - ֆիզիկական անձանց՝ ավանդներ, բանկային քարտեր, վարկեր (սպառողական, ավտովարկեր, վերաֆինանսավորում), հիփոթեքային, ապահովագրական և ներդրումային ծառայություններ,
  - իրավաբանական անձանց՝ բիզնես-քարտեր, ՀԴՄ, բիզնեսի ապահովագրություն, վարկեր՝ նախատեսված անհատ ձեռներեցների համար, դեբետային քարտեր ինքնազբաղվածների համար:
- «Сравни.ру» ՍՊԸ-ի «Сравни» հարթակը (sravni.ru) մեկտեղում է բանկերի, միկրոֆինանսական և ապահովագրական ընկերությունների գծով տեղեկատվություն անհատների և բիզնեսի համար՝ ապահովագրական պրոդուկտներ, վարկեր և փոխառություններ, խնայողություններ և քարտեր, էքվայերինգ, ՀԴՄ, բիզնեսի համար ավանդներ, քարտեր, վարկեր և երաշխիքներ, գրանցում և հաշվապահական ծառայություններ:

Նշվածներից ամենահայտնի հարթակները «Банки.ру» և «Сравни» հարթակներն են, որոնք «Маркетплейс»-ի շրջանակներում գործող պլատֆորմների համար ագրեգատոր-կայքեր են:

«Банки.ру» հարթակի դեպքում ֆինանսական պլատֆորմի (պլատֆորմի կայքէջ՝ bankiplatforma.ru) օպերատորն է «Цифровые технологии» բաժնետիրական ընկերությունը (այսուհետ՝ ԲԸ), որի նշված պլատֆորմի միջոցով ֆիզիկական անձինք կարող են կնքել բանկային ավանդային և վարկային պայմանագրեր՝ պլատֆորմում օնլայն ձևակերպման հնարավորությամբ<sup>35</sup>: «Информационное

<sup>35</sup> Правила финансовой платформы Акционерного общества «Цифровые технологии» (ред. 20.12.2022г.), // URL:

агентство «Банки.ру»» ՍՊԸ-ն սույն օպերատորի հետ անմիջականորեն կապված ցուցափեղկ-ազրեգատոր կազմակերպություն է:

«Сравни» հարթակի դեպքում ֆինանսական պլատֆորմի օպերատորն է «Финансовый Маркетплейс Сравни.ру» ԲԸ (պլատֆորմի կայքէջ՝ [sravni.market](http://sravni.market)), որն առաջարկում է ֆիզիկական անձանց սպառողական վարկերի ընտրության գծով ծառայություններ՝ պլատֆորմում օնլայն ձևակերպման հնարավորությամբ: Սույն օպերատորի պլատֆորմի՝ 2022 թվականի սեպտեմբերի խմբագրությամբ կանոնների համաձայն՝ այս օպերատորն ապահովում է հնարավորություն կնքելու վարկային պայմանագիր, բանկային ավանդի, կամավոր ապահովագրման, բանկային հաշվի, բանկային քարտի թողարկման, հեռավար բանկային սպասարկման և ԱՊՊԱ պայմանագրեր<sup>36</sup>: Վարկեր ձևակերպելու և ստանալու հնարավորությունն ի հայտ է եկել 2022 թվականի նոյեմբերին, պլանավորված է ավանդների օնլայն ձևակերպման կարողության ներդրվելը<sup>37</sup>: Ստացվում է, որ նշված օպերատորը դեռ շարունակում է հասանելի դարձնել կանոններով առաջարկված ֆունկցիոնալը:

«Сравни.ру» ՍՊԸ-ն «Финансовый Маркетплейс Сравни.ру» ԲԸ-ի համար ցուցափեղկ-ազրեգատոր կազմակերպություն է: Սույն օպերատորն այս պահին գործում է ՌԴ-ի միայն 10 սուբյեկտներում:

«Открытый финансовый маркетплейс» ֆինանսական պլատֆորմը ([opfm.ru](http://opfm.ru), օպերատոր՝ «Открытый финансовый маркетплейс» ԲԸ) ապահովում է ֆիզիկական անձանց բանկային ավանդի, ընթացիկ հաշվի և վարկային պայմանագրեր կնքելու հնարավորությամբ<sup>38</sup>: Նշվում է, որ բանկերը կստանան հնարավորություն իրացնելու իրենց ֆինանսական պրոդուկտները 24/7 ռեժիմով ՌԴ-ի բոլոր ռեգիոններում՝ առանց նոր օֆիսներ բացելու անհրաժեշտության<sup>39</sup>:

Մեկ այլ հարթակ է «Финансовая платформа»-ն ([platform.finance](http://platform.finance), օպերատոր՝ «Специализированный депозитарий «ИНФИНИТУМ»» ԲԸ): Սույն ֆինանսական պլատֆորմի միջոցով կարող են իրականացվել միայն փայաստիրական

---

[https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_dt\\_20122022.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_dt_20122022.pdf), 25.12.2022.

<sup>36</sup> Правила финансовой платформы АО «Финансовый Маркетплейс Сравни.ру» (ред. 02.09.2022г.), // URL: [https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_sravni\\_02092022.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_sravni_02092022.pdf), 25.12.2022.

<sup>37</sup> Еще один финансовый маркетплейс начал выдавать кредиты онлайн, газета «Ведомости», 30 ноября, 2022 г., // URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/11/29/952726-vtoroi-krupneishii-finansovii-marketpleis-nachal-vidavat-krediti-onlain>, 26.12.2022.

<sup>38</sup> Правила финансовой платформы АО «ОФМ» (ред. 21.12.2021г.), // URL: [https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_ofm\\_21122021.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_ofm_21122021.pdf), 25.12.2022.

<sup>39</sup> «Открытый финансовый маркетплейс» ֆինանսական պլատֆորմի կայքի «Банки» բաժին, // URL: <https://opfm.ru/banks>, 25.12.2022.

ներդրումային հիմնադրամների ներդրումային փայերի ձեռքբերման, մարման կամ փոխանակման գործարքներ<sup>40</sup>:

«ВТБ Регистратор» ԲԸ-ը մշակել է իր՝ «Маркетплейс» կոչվող ֆինանսական պլատֆորմը (վերջինիս անցնել կարելի է «ВТБ Регистратор» ԲԸ-ի [vtbreg.com](http://vtbreg.com) կայքից՝ [pos.vtbreg.ru/marketplace/marketplace2/](http://pos.vtbreg.ru/marketplace/marketplace2/) հղումով), որով իրականացվում են միայն արժեթղթերով գործարքներ, որոնք կնքվում են ֆինանսական ծառայությունների սպառողի կողմից ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացմամբ պայմանավորված<sup>41</sup>:

«Финансовая платформа «Московская Биржа»» պլատֆորմը (ինտերնետային կայքում՝ [finuslugi.ru](http://finuslugi.ru), կոչվում է «Финуслуги», օպերատոր՝ «Московская Биржа ММББ-РТС» հանրային բաժնետիրական ընկերություն) նախատեսված է բանկային ավանդի, պարտադիր ապահովագրման, սպառողական վարկի, պարտատոմսերի առքուվաճառքի պայմանագրեր կնքելու համար<sup>42</sup>: Կայքում նշված է, որ, բացի բուն օպերատորի ծառայություններից, մատուցվում են նաև օպերատոր չհանդիսացող «МБ Маркетплейс» ՍՊԸ կազմակերպության ծառայությունները: Վերջինս ընդգրկված է «Московская Биржа» խմբում, սակայն հայտնի չէ՝ նշված օպերատորի համար ագրեգատոր-կայք է, թե պարզապես ֆինանսական շուկայի փոխկապակցված մասնակից:

Այսպիսով՝ «Маркетплейс» նախագիծը, որն այսօր իրականություն է և ՌԴ ֆինանսական շուկայի զարգացման կարևոր բաղադրիչ, շահավետ նորույթ է տարբեր կազմակերպությունների և ֆիզիկական անձանց համար: Համարվում է, որ այն նպաստելու է ոլորտում մրցակցության զարգացմանը<sup>43</sup>, քանի որ հաճախորդների համար վերացվում են ծառայություններ մատուցող կազմակերպություններին փոխարինելուն խոչընդոտող բազմաթիվ հանգամանքներ, զգալիորեն նվազեցվում է տեղեկատվական անհամաչափության (ասիմետրիայի) մակարդակը՝ շնորհիվ համապատասխան հարթակներում

<sup>40</sup> Правила оператора финансовой платформы Акционерного общества «Специализированный депозитарий «ИНФИНИТУМ» (ред. 10.02.2022г.), // URL: [https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_infinity\\_10022022.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_infinity_10022022.pdf), 25.12.2022.

<sup>41</sup> Правила финансовой платформы АО ВТБ Регистратор (ред. 27.08.2020г.), // URL: [https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_vtm\\_27082021.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_vtm_27082021.pdf), 25.12.2022.

<sup>42</sup> Правила финансовой платформы Публичного акционерного общества «Московская Биржа ММББ-РТС» (ред. 28.11.2022г.), // URL: [https://cbr.ru/vfs/finm\\_infrastructure/financial\\_platform\\_operators/rules/rules\\_mmvb\\_28112022.pdf](https://cbr.ru/vfs/finm_infrastructure/financial_platform_operators/rules/rules_mmvb_28112022.pdf), 25.12.2022.

<sup>43</sup> Подходы Банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке, Доклад для общественных консультаций, Москва, ноябрь 2019, стр. 18, 35, 39, // URL: [https://cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation\\_Paper\\_191125.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation_Paper_191125.pdf), 26.12.2022.

շուկայի խաղացողների առաջարկների մեկտեղման և միաժամանակ մի քանի տարբերակ ուսումնասիրելու և դրանցից ընտրելու ընդլայնվող կարողության: Ֆինանսական շուկայի հատկապես փոքր խաղացողներին տրամադրվում է խոշոր ֆինանսական ընկերությունների հետ հավասար գործելու, ֆինանսական միջոցներ ներգրավելու և հաճախորդներին սպասարկելու հնարավորություն, վերացվում կամ գոնե կրճատվում են շուկա մուտքի արգելքները, որոնցից, թվային իրողություններով պայմանավորված, հատկապես վնասակար է ֆինանսական ապրանքների մանրածախ վաճառքի համար վաճառքի սեփական ցանցի և մասնաճյուղերի անհրաժեշտությունը. հեռավար սպասարկումն օժանդակող մեխանիզմ է անգամ տվյալ ռեգիոնում չներկայացված ֆինանսական կազմակերպության համար:

**Դիտարկումներ եվ առաջարկներ ուսումնասիրված կայքերի վերաբերյալ:** Ներկայումս ՀՀ-ում առկա են տարբեր կայքեր, որոնք հանդես են գալիս իբրև ֆինանսական տեղեկատուներ: Նշված կայքերը նախատեսված են ՀՀ ֆինանսական շուկային վերաբերող տարբեր տվյալներ ներկայացնելու և հետաքրքրված անձանց մի շարք ծառայությունների մասին տեղեկացնելու համար: Այս ամենին զուգահեռ ՀՀ-ում գործող առևտրային բանկերը, որոնք տեղական ֆինանսական ոլորտի հիմնական խաղացողներից են, վերջին մի քանի տարվա ընթացքում զգալի ջանքեր են գործադրել բարձրացնելու համար իրենց կողմից տրամադրվող բազմատեսակ ծառայությունների ինտերնետային հասանելիության մակարդակը՝ ունենալով նպատակ բացառելու մասնաճյուղերում ֆիզիկական ներկայության կարիքը և զարգացնելու ֆինանսական տեխնոլոգիաների սեկտորը: Սույն վերլուծությունը միտված է այս իրողությունների ներկայացմանը և մանրամասն քննարկում է ներդրված նորամուծությունները, որոնք նպաստում են ֆինանսական ոլորտում տասնամյակների ընթացքում ձևավորված ինստիտուցիոնալ համակարգի փոխվելուն: Առկա են, սակայն, որոշակի խնդիրներ, որոնք խանգարում են վերը բերված միտումների արագ տարածմանը և հնարավոր սպառողների՝ փոփոխությունների գործընթացներում ներգրավմանը:

Ֆինանսական տեղեկատու կայքերի ուսումնասիրման արդյունքում նկատվել է, որ մի շարք տվյալներ ցուցադրվում են տարբեր և միմյանց հետ չկապված կայքերում (որոշակի տարբերություններով, օրինակ՝ թարմության աստիճանի մասով), իսկ որոշ կայքեր ներկայացնում են նաև հատուկ, այլ դեպքերում չհանդիպող տեղեկություններ: Կան մասնագիտացված (RATE.am, CB.AM, ԱՎԱՆԴ.am, VARKER.AM), ինչպես նաև ընդհանրական բնույթի կայքեր (MoneyMarket.am, fininfo): Ամբողջական և անընդհատ թարմացող տեղեկությունների հավաքագրմանը և հասանելիության ապահովմանը նպաստելու նպատակով առաջարկվում է, որ սույն կայքերը դիտարկեն և իրացնեն

միմյանց հետ համագործակցելու ցանկացած հնարավորություն: Մասնավորապես, հաշվի առնելով, որ fininfo-ի կայքը ստեղծվել, կարգավորվում և վերահսկվում է ՀՀ ԿԲ-ի կողմից, նպատակահարմար է հատկապես մասնագիտացված կայքերը fininfo-ի կազմում ընդգրկելը: Սա կկանխի անգամ անհամապատասխանության հետևանքով խնդիրների ի հայտ գալը (այն դեպքերում, երբ ֆինանսական տեղեկատու կայքերում բանկային պրոդուկտների վերաբերյալ առկա տվյալները չնչին կամ զգալի կերպով տարբերվում են առևտրային բանկերի կայքերում բերված ինֆորմացիայից): Մեկ այլ ընդունելի տարբերակ է պարզապես փոխադարձ կապեր ստեղծելն ու ամրապնդելը, որոնց շրջանակներում դրանք շարունակաբար fininfo-ից կստանան և վերջինիս կտրամադրեն անհրաժեշտ տվյալները:

Այս ամենին կարող է զգալի նպաստել հատկապես ՌԴ փորձը՝ հավաքագրված «Маркетплейс» նախագծի մշակման և ներդրման ժամանակ: Հաշվի առնելով ՀՀ ԿԲ fininfo-ի կայքի և մասնագիտացված տեղեկատուների առկայությունը՝ առաջարկվում է տեղեկությունների թարմության շարունակական և անխափան ապահովման նպատակով ստեղծել ՀՀ ֆինանսական շուկայի մասնակիցների համար հնարավորություն իրականացնելու գործառնություններ այդ կայքերի միջոցով: ՀՀ-ի համար առավել նպատակահարմար կարող է լինել հատկապես, փոխադարձ կապեր ստեղծելով ու ամրապնդելով, կայքերը մասնագիտացված հարթակների վերածելը՝ առանձին տարադրամային ավանդային, վարկային, արժեթղթային և այլ գործարքների համար՝ զուգահեռաբար աշխատանքներ կատարելով նոր հարթակների ստեղծման գծով: Սա տարբերվում է ՌԴ տարբերակից, որտեղ նույն հարթակում կարող են մատուցվել տարբեր ծառայություններ, սակայն, չբացառելով հետագայում խառը բնույթի հարթակների ստեղծումը, մասնագիտացված բնույթի հարթակների դեպքում կապահպանվեն արդեն եղած ռեսուրսները: Նմանապես կարելի է ստեղծել միասնական ռեսուրս՝ մասնագիտացված ենթառեսուրսներով՝ հատուկ այս մեխանիզմի ներդրման դեպքում, եթե դա չի հակասի արդեն առկա լուծումներին կամ մշակվող այլ նախաձեռնություններին:

Անհասկանալի է էլեկտրոնային գումարի փոխանակմանը միտված «Amchange» համակարգի ապագան, մինչդեռ այն կարևոր և արդիական մեխանիզմ է անկանխիկ վճարումներին նպաստելու տեսանկյունից, իսկ համակարգի կամ այլ նմանատիպ համակարգերի կիրառման մասշտաբների մեծացումն առաջնահերթ խնդիր է նշված նպատակի իրագործման առումով:

Հետազոտության՝ առևտրային բանկերին վերաբերող հատվածի կատարման ժամանակ նկատվել են մի շարք խնդիրներ, որոնց լուծումը կարևոր է ոչ այնքան անկախ հետազոտողների, որքան պոտենցիալ և առկա հաճախորդների համար: Մասնավորապես՝ առևտրային բանկերի կայքերում օնլայն և մոբայլ բանկինգի

վերաբերյալ տեղեկությունների ուսումնասիրման ժամանակ նկատվել է, որ միշտ չէ, որ դրանք ամփոփ և համալիր կերպով են ներկայացնում առկա ծառայությունները, որոնք մատուցվում են նշված համակարգերի և հավելվածների շնորհիվ: Առաջացել են իրավիճակներ, երբ բանկերի կայքերի՝ օնլայն և մոբայլ բանկինգին վերաբերող էջերում անհրաժեշտ տվյալների բացակայության կամ թերի ներկայացված լինելու պատճառով գործարքների կատարման ժամանակակից լուծումների վերաբերյալ պատկերացում կազմելու համար հարկ է եղել դրանք համալրելու այլ՝ առաջարկվող պրոդուկտներին վերաբերող էջերում տարբեր կերպ բաշխված տեղեկություններով: Որոշ դեպքերում ծագել է անհրաժեշտություն տեղեկատվությունը համակարգելու մոբայլ բանկինգի հավելվածների ներբեռնման համար նախատեսված կայքերում բերված նկարագրության կամ թարմացումներին վերաբերող հայտարարությունների միջոցով: Երբեմն եղել են դեպքեր, երբ թերի է եղել ներբեռնման էջերում ցուցադրված ինֆորմացիան, և բացակայել են նշումներն առ այն, թե թարմացումների արդյունքում ինչպիսի հնարավորություններով են հավելվածները համալրվել: Հաճախորդների ցանցի ընդլայնման առումով վերոնշյալ հանգամանքների առկայությունը ենթադրում է օնլայն-մոբայլ բանկինգի և հավելվածների ներբեռնման էջերում բերված տվյալների համալրում և համակարգված ներկայացում՝ բանկային պրոդուկտներին վերաբերող էջերում փնտրտուքը բացառելու համար:

Ֆինանսական ոլորտում առկա ինստիտուցիոնալ պարադիգմի վերափոխման և տեղեկատու կայքերի ու բանկերի կողմից հաճախորդների ներգրավման հարցերում կարող են զգալի օգնել Similarweb-ի տրամադրած տվյալները: Հարկ է ուշադրություն դարձնել թռուցիկ դիտման %-ային մասնաբաժնի բարձր և 1 այցի ընթացքում դիտված էջերի միջին թվի ցածր արժեքների պես խնդիրներին: Ցուցանիշները կարող են լինել անգամ խնդրահարույց իրողությունների ցուցիչներ և օգնել չեզոքացման գործում: Ցուցանիշների դիտարկմամբ կայքերն ստանում են հնարավորություն հասկանալու հետագա քայլերը և նպաստելու նորահայտ լուծումների կիրառման ընդլայնմանը:

## ՀԱՎԵԼՎԱԾ

### Հավելված 1. Հոդվածների հրապարակումներ տեղական և միջազգային հանդեսներում

1. *Թվային փոխակերպումների զարգացման միտումները ՀՀ-ում*. Ռուբեն Գևորգյան, Վարսենիկ Սարգսյան, Կարինե Ավետիսյան, Կարինե Մինասյան, ԵՊՀ Բանբեր համալսարանի.տնտեսագիտություն, 2022, №3, էջ 92-101:

2. *Factors determining the efficiency of electronic government systems*: Hayk Sargsyan, Ruben Gevorgyan, Transforming Government: people, process and policy, 2022: