



ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ნინო ბაწაშვილი

თანამედროვე საბანკო პროდუქტები და ტექნოლოგიები
(საქართველოს ბანკის მაგალითზე)

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი
ხათუნა ბარბაქაძე

თბილისი

2019

ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომში განხილულია თანამედროვე საბანკო პროდუქტები და ტექნოლოგიები, ქვეყანაში არსებული საბანკო გარემო და მისი თავისებურებები, ინოვაციური პროდუქტების განვითარების შესაძლო პერსპექტივები და პრიორიტეტული მიმართულებები.

თანამედროვე საბანკო სექტორი ხასიათდება მომატებული კონკურენციით, რის პირობებშიც ბანკებს უწევთ ახალი მომსახურებების შეთავაზება საერთაშორისო სტანდარტების სრული დაცვით. ამ კუთხით წინა პლანზე იწევს საბანკო ინფორმაციული ტექნოლოგიების რაოდენობა, მათი ხარისხის და შეთავაზების გზები. ელექტრონული ინფორმაციული ტექნოლოგიები საშუალებას იძლევა განვითარდეს საბანკო პროდუქტი და მომსახურება, განვითარდეს ბაზრის ინფრასტრუქტურა, განხორციელდეს სანდო კონტროლი საბანკო ტრანზაქციებზე და კლიენტებს ეხმარება, გეოგრაფიული დისტანციის მიუხედავად მიიღონ სასურველი მომსახურება. ინტერნეტმა პრინციპულად შეცვალა ბანკის მიწოდების არხები და ის საბანკო მომსახურების მიწოდების ინსტრუმენტად იქცა. მნიშვნელოვანია ბანკებმა ინოვაციების დახმარებით შეამცირონ დანახარჯები, რაც განაპირობებს მათი მომგებიანობის ზრდას. თუმცა ეს ყოველივე საკმაოდ ნელი პროცესია და გრძელვადიან პერიოდს მოიცავს.

საქართველოში, საბანკო სექტორში კონკურენცია დიდია, მათ შორის, ერთ-ერთი წარმატებულია “საქართველოს ბანკი”, რომლის პროდუქტების და ტექნოლოგიებზე დაკვირვებით შევეცდებით წარმოვადგინოთ საბანკო სექტორის განვითარების მიმართულებები.

მიგნებები: საქართველოს კომერციული ბანკები მუდმივად ცდილობენ დანერგონ და გამოიყენონ ელექტრონული ტექნოლოგიური სერვისები, რომლებიც დააკმაყოფილებენ მომხმარებლის მოთხოვნებს. ფაქტობრივად, ინოვაციები ბანკის მამოძრავებელი ძალაა. საბანკო ინოვაციების განვითარების ძირითად ტენდენციებს შორის პირველ რიგში აქცენტი ფინანსური პროდუქტების ფასობრივი და რაოდენობრივი მახასიათებლებიდან გადატანილ იქნეს სერვისულ და ხარისხობრივ მახასიათებლებზე, ისეთზე, როგორცაა

კლიენტისადმი ინდივიდუალური მიდგომა, მათი ინფორმირება, ნდობის ხარისხის ამაღლებაზე მუდმივი ზრუნვა, მომსახურების სიჩქარე და ხარისხი.

საქართველო ნელ-ნელა, მაგრამ მაინც მიიწევს წინ ინოვაციური პროდუქტებისა და მომსახურების შეთავაზებისაკენ. ქართული ბანკები ცდილობენ, მიზამონ უცხოურ ბანკებს და გამოიყენონ უკვე შექმნილი ელექტრონული ტექნოლოგიური სერვისები. ისინი აკმაყოფილებენ მომხმარებლის მოთხოვნებს.

Annotation

The master's work deals with modern banking products and technologies, existing banking environment and its peculiarities in the country, possible prospects for innovative products development and priority directions.

The modern banking sector is characterized by increased competition where banks have to offer new services in full compliance with international standards. In this regard, the number of banking information technologies in the foreground, their quality and the ways of offering. Electronic IT technologies enable the development of banking products and services, develop market infrastructure, trust trust controls, bank transactions and clients, regardless of geographical distance. The Internet principally replaced the bank's supply channels and became the instrument of banking services. It is important that banks reduce their expenses by helping innovations, which leads to increased profitability. But all of this is a slow process and includes a long period of time.

In Georgia, competition in banking sector is big, among them one of the successful "Bank of Georgia", whose products and technologies will look forward to the development of banking sector development directions.

Findings: Georgian commercial banks are constantly trying to implement and use electronic technologies that satisfy customer requirements. In fact, innovations are the driving force of the bank. Among the main trends of banking innovation development, first and foremost emphasize the quality and quantitative characteristics of financial products on the service and qualitative characteristics, such as individual approach to the client, informing them, continuous care on confidence building, service speed and quality.

Georgia is slowly moving forward to offer innovative products and services. Georgian banks are trying to follow the foreign banks and use the existing electronic technological services. They meet customer requirements.

შესავალი..... 5

I თავი - საბანკო პროდუქტები თანამედროვე ბანკინგში

- 1.1 კომერციული ბანკის არსი და მათი ფუნქციები.....
- 1.2 საკრედიტო, სადებეტო და წინასწარი გადახდის ბარათები.....
- 1.3. საბანკო ბარათებთან დაკავშირებული რისკები
- 1.4. ანგარიშსწორების სისტემები.....

II თავი - საბანკო მომსახურების მიწოდების ტექნოლოგია

(საქართველოს ბანკის მაგალითზე).....

- 2.1. ATM, POS ტერმინალები და Digipass მოწყობილობა
- 2.2. ინტერნეტ ბანკინგი
- 2.3.მობაილ ბანკინგი
- 2.4 ბანკი - კლეინტი

III თავი. ინოვაციური ტენდენციები საქართველოს საბანკო სექტორში და მათი შედეგები

- 3.1 დანერგილი ინოვაციური პროდუქტების ტიპები და მომსახურების პირობები საქართველოს ბანკებში.....
- 3.2 ქართულ ბანკებში მოქმედი უახლესი პროდუქტები და ინოვაციები
- დასკვნა**

გამოყენებული ლიტერატურა

შესავალი

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის აქტუალობა. თანამედროვე პირობებში საბანკო გარემო კონკურენტულია და იმისათვის, რომ ბანკებმა ბაზარზე წამყვანი პოზიციები შეინარჩუნონ და თან ზრდა შეძლონ, ისინი ცდილობენ ფეხდაფეხ მიჰყვნენ ტექნოლოგიურ პროგრესს. სწორედ რომ ინოვაციების შედეგად ამცირებენ ბანკები დანახარჯებს და ეფექტურ კავშირს ამყარებენ მომხმარებლებთან. კონკურენციის გაძლიერებისა და საბანკო მომსახურების მიმართ კლიენტების მოთხოვნების მრავალფეროვნების გამო, სულ უფრო მეტი ბანკი მიმართავს ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს საქმიანობის თითქმის ყველა სფეროში. ბანკები იყენებენ ელექტრონულ ბანკინგს, რომელიც გვთავაზობს შემდეგ მომსახურებას: საკრედიტო-სადეპოზო ბარათებს; ATM და POS ტერმინალებს; სახსრების ელექტრონულ ტრანსფერს; მობილურ ბანკინგს; ტელეფონ ბანკინგს; ინტერნეტ ბანკინგს და სხვა სერვისებს.

ელექტრონული ინფორმაციული ტექნოლოგიები საშუალებას იძლევა განვითარდეს საბანკო პროდუქტი და მომსახურება, განვითარდეს ბაზრის ინფრასტრუქტურა, განხორციელდეს სანდო კონტროლი საბანკო ტრანზაქციებზე და კლიენტებს ეხმარება, გეოგრაფიული დისტანციის მიუხედავად მიიღონ სასურველი მომსახურება. ინტერნეტმა პრინციპულად შეცვალა ბანკის მიწოდების არხები და ის საბანკო მომსახურების მიწოდების ინსტრუმენტად იქცა. მნიშვნელოვანია ბანკებმა ინოვაციების დახმარებით შეამცირონ დანახარჯები, რაც განაპირობებს მათი მომგებიანობის ზრდას. თუმცა ეს ყოველივე საკმაოდ ნელი პროცესია და გრძელვადიან პერიოდს მოიცავს.

როგორც ავღნიშნეთ დღეისათვის საბანკო სექტორში კონკურენცია დიდია, თუმცა მაინც არსებობს რამდენიმე გამოკვეთილი ლიდერი. მათ შორის, ერთ-ერთი წარმატებულია “საქართველოს ბანკი”, რომლის პროდუქტების და ტექნოლოგიების გაცნობა იქნება სამაგისტრო ნაშრომის ძირითადი მიზანი.

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის მიზანი და ამოცანები. სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის მიზანია თანამედროვე საბანკო პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების შესწავლა-

განალიზება და საქართველოს საბანკო სისტემაში მათი დანერგვა-ადაპტაციის მდგომარეობის განხილვა “საქართველოს ბანკის“ მაგალითზე. სამაგისტრო ნაშრომის მიზნებიდან გამომდინარე, ძირითადი ამონაცაა გამოიკვეთოს მსოფლიო მასშტაბით დანერგილი ინოვაციების მნიშვნელობა ქართული კომერციული ბანკებისათვის, ასევე, მისი უპირატესობები და ნაკლოვანებები, ძლიერი და სუსტი მხარეები.

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის საგანი და ობიექტი. სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის საგანია საქართველოს საბანკო სექტორში დანერგილი თანამედროვე საბანკო პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების მნიშვნელობა ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებაში. ხოლო კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ს.ს. „საქართველოს ბანკის“ მიერ თანამედროვე საბანკო პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების დანერგვა.

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევისათვის გამოყენებული მეთოდი/მეთოდები. სამაგისტრო ნაშრომი ეფუძნება საბანკო სისტემის პრობლემებზე ქართველი და უცხოელი ეკონომისტების ნაშრომებს; საქართველოს ნორმატიული აქტებს; საქართველოს ეროვნული ბანკისა და ს.ს. „საქართველოს ბანკის“ ოფიციალურ მონაცემებს. სამაგისტრო ნაშრომის საკვლევ პრობლემის პრაქტიკული მნიშვნელობიდან გამომდინარე, გამოყენებულ იქნა კვლევის რაოდენობრივი, თვისობრივი, სისტემური, ისტორიული და ლოგიკური განზოგადების მეთოდები. ასევე, გამოყენებულია მეცნიერული აბსტრაქციის, ანალიზისა და სინთეზის მეთოდები.

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის შედეგად მიღებული ძირითადი მიგნებები. საქართველოს კომერციული ბანკები მუდმივად ცდილობენ დანერგონ და გამოიყენონ ელექტრონული ტექნოლოგიური სერვისები, რომლებიც დააკმაყოფილებენ მომხმარებლის მოთხოვნებს. ფაქტობრივად, ინოვაციები ბანკის მამოძრავებელი ძალაა. რაც შეეხება “საქართველოს ბანკს” - ყოველთვის მზადაა უპასუხოს თითოეული მომხმარებლის ინდივიდუალურ მოთხოვნებს და სთავაზობს შესაბამის პროდუქტებს და მომსახურებას.

სამაგისტრო ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა. სამაგისტრო ნაშრომის მოიცავს 96 გვერდს. შედგება შესავლის, სამი თავისა და ათი პარაგრაფისაგან, რომელსაც თან ერთვის დასკვნა და გამოყენებული ლიტერატურა.

I თავი. საბანკო პროდუქტებითანამედროვე ბანკინგში

1.1. კომერციული ბანკის არსი და მათი ფუნქციები

საქართველოში კომერციული ბანკები გვევლინებიან ეკონომიკის წამყვან ფიგურებად, მათი როლი დიდია, სწორედ ბანკები ქმნიან საფინანსო სექტორს და წარმოადგენენ ამ სისტემის ცენტრალურ რგოლს. ბანკების გამართული და სწორი ფუნქციონირება ეკონომიკაში გარდამტეხი ცვლილებებს მოახდენს, რადგანაც საფინანსო სექტორი მათზეა აგებული და ორიენტირებული. მათი მომსახურების ასორტიმენტი კი მუდმივად ვითარდება და ახლდება. ეს ნებისმიერი სექტორის თანმდევი პროცესია გახდეს უკეთესი. კომერციულმა ბანკებმა ხანგრძლივი პროცესი გაიარეს, რათა მისულიყვნენ იმ ნიშნულამდე რასაც დღეს მიაღწიეს.

კომერციული ბანკი - არასახელმწიფო საკრედიტო ორგანიზაციაა, რომელიც ახორციელებს უნივერსალურ საბანკო ოპერაციებს ფიზიკური და იურიდიული პირებისთვის. საბანკო მომსახურებებს მიეკუთვნება:¹

- ფიზიკური და იურიდიული პირების დაკრედიტება
- ანაზრების მოზიდვა და მასთან დაკავშირებული ოპერაციები
- ძვირფას მეტალებთან დაკავშირებული ოპერაციები (ლომბარდი)
- საფონდო ბირჟაზე გასვლა და ფორექსზე ვაჭრობა
- იპოთეკური სესხები და ავტოდაკრედიტება
- დისტანციური პროდუქტები

საქართველოში კომერციული საბანკო საქმიანობის ისტორია მე-19 საუკუნის პირველი ნახევრიდან იღებს სათავეს. თუმცა საბანკო მოდელის თანამედროვე მოდელთან ყველაზე ახლოს მდგომი ილია ჭავჭავაძის მიერ 1875 წელს დაარსებული “თბილისის საადგილმამულო ბანკი” იყო, რომლის მუშაობის პრინციპი გულისხმობდა დიდგვაროვნების მიერ მიწების დაგირავებას, შემდგომ კი მათ გამოსყიდვას გლეხების

¹ გ. ცაავა, ხანთაძე გ. - „საბანკო ოპერაციები“ (სახელმძღვანელო). - თბილისი, გამომცემლობა შპს „წიგნის სახელოსნო“, 2013, 400 გვ.,

მიერ თუნდაც ეს ყოფილიყო ამ ბანკისან აღებული სესხით. მოცემული ბანკი 1909 წლამდე არსებობდა. შემდგომი პერიოდი იყო საბჭოთა მმართველობის 70 წელი, სადაც არა მარტო ქართული ბანკები არ არსებობდა, არამედ ზოგადად კერძო ბიზნესის სისტემა არ იყო დაშვებული, ცნება “კომერციული” კი ამ პერიოდისთვის ყველასთან უცხოს წარმოადგენდა.

საბანკო სისტემის სერიოზული ჩამოყალიბება 1995 წლიდან იწყება, როდესაც ეროვნულმა ბანკმა გამოსცა ორგანული კანონი “ეროვნული ბანკის შესახებ”, რითიც სათავე დაედო გამართული საბანკო სისტემის ჩამოყალიბებას. ამას მოჰყვა 1996 წელს მიღებული საქართველოს კანონი “კომერციული ბანკების საქმიანობის შესახებ”. 1995 წლისთვის ქვეყანაში მოქმედი იყო 102 ბანკი, დროთა განმავლობაში რეგულაციების შედეგად მათი რაოდენობა ნელნელა მცირდებოდა. 2018 წელს ბანკების რაოდენობამ მინიმუმს - 16 ბანკს მიაღწია. მიუხედავად ამისა იზრდება ბანკების ფილიალებისა და სერვისცენტრების რაოდენობა, მომხმარებელი უფრო დიდი ინტენსივობით იყენებს ინტერნეტბანკს, თვითმომსახურების ტერმინალებს და ბანკომატებს, რის შედეგადაც სალაროები ჩარიცხვების აპარატებმა ჩაანაცვლა.

თანამედროვე საზოგადოებაში ბანკები დაკავებულები არიან ყველაზე განსხვავებული ოპერაციების ტიპებით. ისინი არა მარტო ფულად ბრუნვასა და საკრედიტო ურთიერთობებს უწყვენ ორგანიზებას, არამედ მათი მეშვეობით ხორციელდება ეროვნული ეკონომიკის დაფინანსება, სადაზღვევო ოპერაციები, ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვა, ზოგიერთ შემთხვევაში კი საშუამავლო ოპერაციები და ქონების მართვა. საკრედიტო ორგანიზაციები გამოდიან კონსულტანტის რანგში, მონაწილეობენ ეროვნული ეკონომიკური პროგრამების განხილვაში, აწარმოებენ სტატისტიკას, აქვთ საკუთარი შვილობილი საწარმოები.²

² გ. ცაავა გ. ხანთაძე – საბანკო მენეჯმენტი (თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა), სახელმძღვანელო – თბილისი, გამომცემლობა „დან“ 2015, 800 გვ.

ქართული საბანკო სექტორის განვითარების შესაფასებლად ერთ-ერთი ყველაზე კარგი ინდიკატორი საბანკო აქტივების ცვლილების ტენდენციაა, ინფორმაციას 2004 წლიდან თუ გადავხედავთ, აღსანიშნავია რომ ბოლო 14 წლის განმავლობაში ძალიან დიდი პროგრესია მიღწეული, რაც გარკვეულწილად იმანაც განაპირობა, რომ 2004 წელს ბანკების ჯამური აქტივები 1,7 მილიარდი იყო, ხოლო 2018 წლის 1-ლი იანვრისთვის 34,6 მილიარდ ლარს ანუ 13,35 მილიარდ დოლარს მიაღწია. საქართველოში მოქმედი 16 ბანკიდან 15-ში უცხოური საწესდებო კაპიტალია ჩადებული. თუმცა საგულისხმოა რომ ბანკის მთლიანი აქტივების რაოდენობით ყველაზე დიდი წილით სს საქართველოს ბანკი და სს თიბისი ბანკი გამოირჩევა. შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ბანკების რაოდენობა იკლებს, მაგრამ მიუხედავად ამისა იზრდება მათი როლი ქვეყნის ეკონომიკაში.

საბანკო სექტორის განვითარების აუცილებელი პირობა დეპოზიტების ზრდაა. ამ მხრივ ბოლო 22 წელიწადში მნიშვნელოვანი პროგრესი შეინიშნება. 1996 წელს ყველა ბანკში არსებული დეპოზიტი ერთად 56 მილიონი ლარი (მშპ-ის 1,5%) იყო, 2018 წლის თებერვლის მდგომარეობით კი 20 მილიარდი ლარი შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ პირველად ისტორიაში 2018 წლის 1 იანვრიდან საქართველოს ეროვნული ბანკის ბრძანებით დაინერგა დეპოზიტების სავალდებულო დაზღვევა, რაც კიდევ ერთი წინ გადადგმული ნაბიჯია. დეპოზიტების და საკრედიტო პორტფელის მსგავსად ჯამური აქტივების 60%-ზე მეტი წილი 2 კომერციულ ბანკზე მოდის.

1.2. სადებეტო, საკრედიტო და წინასწარი გადახდის ბარათები

ზოგადად ტექნოლოგიების წინსვლამ დიდი გავლენა იქონია ადამიანების საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტებზე, პრინციპულად შეცვალა მათი საქმიანობის თითქმის ყველა სფერო. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით ძლიერი იყო საბანკო და ფინანსურ სექტორში.

ტექნოლოგიები დიდ გავლენას ახდენს საბანკო სტრატეგიებზე. მათი გამოყენება გთავაზობს ინვესტირებას რამდენიმე მიმართულებით:

- ელექტრონული ტექნოლოგიების ინტეგრაცია ბანკის მომსახურების შიდა პროცესებში;
- პროდუქტისა და მომსახურების დისტრიბუციის არხებში;
- ტექნოლოგიურ ინფრასტრუქტურაში და კომუნიკაციის საშუალებებში.³

დანახარჯები და შემოსავალი განაპირობებს ბანკების მიერ ასეთი ინვესტიციების განხორციელებას, რაც გავლენას ახდენს მათ მოგებაზე. ამაში კი ბანკს ეხმარება ინოვაციები. ბანკინგში არსებობს შესაფერისი პოტენციური სარგებელი, რაც შესაძლებელს ხდის ბანკისათვის - უზრუნველყოს დამატებითი მარკეტინგული ინსტრუმენტები და მიაღწიოს დანახარჯთა შემცირებას. ეს უკანასკნელი კი გულისხმობს დაბალ ოპერაციულ ხარჯებს თითოეულ საბანკო ტრანზაქციაზე. დანახარჯთა მოსალოდნელი შემცირება შეიძლება განაპირობოს რამდენიმე ფაქტორმა:

- შრომის დანახარჯის შემცირებამ;
- ბანკინგის მომსახურების პროცესების სტანდარტებმა;
- კლიენტის ინფორმაციის გაუმჯობესებულმა უტილიზაციამ (მოხმარებამ);
- ჯვარედინი გაყიდვის (cross-selling) გაფართოებამ.

ბანკების გადაწყვეტილება - ინვესტირება მოახდინონ თანამედროვე ბანკინგის ტექნოლოგიებში, მხოლოდ დანახარჯების შემცირების მიზანს არ ასახავს. ის აგრეთვე მიზნად ისახავს ახალი ტიპის მომსახურების შექმნას და მათთან წვდომის შესაძლებლობების გაფართოებას. ამით ბანკს მეტი საშუალება ეძლევა მოიზიდოს ახალი კლიენტები, გააფართოვოს გაყიდვები და მიიღოს უფრო მეტი შემოსავალი ჯამურად და ერთ კლიენტზე.

³ Bray, A., & Watson, J. Bhatla, T., Prabhu, V., Dua, A.(2009). Understanding credit card faunds, Cards business review # 2008-01.

ინოვაციები გავლენას ახდენს ბანკის ფილიალებსა და მის პერსონალზე. ფილიალებზე გავლენა განსხვავდება მოკლევადიან და საშუალოვადიან პერიოდებში. ისინი ცვლიან მომსახურების ქსელის კონფიგურაციას და მნიშვნელოვნად ამცირებენ ინვესტიციებს ფილიალის ოფისებში. თუმცა მიუხედავად ვირტუალური არხებისა, ზოგიერთ ქვეყანაში ფილიალები დღემდე საჭირო და მნიშვნელოვანია.

ტექნოლოგიები ეფექტს ახდენენ ბანკინგის მომსახურების მიწოდებაზე და შიდა ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე, რაც თავის მხრივ ზრდის მომსახურე პერსონალის რაოდენობას.

ზოგადად, საგადახდო სისტემა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკონომიკის განვითარებაში. იგი არის ფინანსური ინფრასტრუქტურის ძირითადი ნაწილი. მისი ეფექტური ფუნქციონირება კი ხელს უწყობს ქვეყნის ეკონომიკის სტაბილურობას. საგადახდო სისტემების ძირითადი ამოცანაა - სასაქონლო და საფინანსო ბაზრებზე ბიზნეს საქმიანობიდან წარმოშობილ ვალდებულებათა ანგარიშსწორების ხელის შეწყობა. ამიტომაც, იგი უზრუნველყოფს ფულისა და ფასიანი ქაღალდების მიმოქცევას ერთი ეკონომიკის სფეროდან მეორეში.

საგადახდო სისტემა არის საგადახდო ინსტრუმენტების, საბანკო პროცედურების, ტექნოლოგიებისა და ანგარიშსწორებების ერთობლიობა, რაც უზრუნველყოფს სახსრების მიმოქცევას მომხმარებელთა შორის.

საგადახდო ინსტრუმენტი კი არის საშუალება, რომელიც გარკვეული ფორმით და პროცედურების მეშვეობით მომხმარებელ - ანგარიშის მფლობელს საშუალებას აძლევს განახორციელოს თანხის გადარიცხვა.

საგადახდო ინსტრუმენტი შეიძლება დაიყოს 2 ჯგუფად: სადებეტო და საკრედიტო. საკრედიტო ინსტრუმენტებია: ნაღდი ფული, საკრედიტო გადარიცხვა, ფულადი გზავნილი. ხოლო სადებეტო ინსტრუმენტებია: ჩეკები, პირდაპირი დებეტი, საკრედიტო ბარათები, სადებეტო ბარათები.

ბანკინგის დახმარებით, მომხმარებელს შესაძლებლობა მიეცა გამოეყენებინა პლასტიკური ბარათები საკუთარი სახსრების განკარგვისათვის. მათ შეუძლიათ მიიღონ

ბევრი საბანკო მომსახურება ბანკის ფილიალში მიუსვლელად. ამის განსახორციელებლად კი საჭიროა თანამედროვე ტექნოლოგიური საშუალებები და სისტემები, რომლებიც ეფუძნება IT კონცეფციებს.

საბანკო ბარათი არის პლასტიკური ბარათი, რომელსაც მომხმარებელი იყენებს გადახდებისათვის. მისი გამოყენებით კლიენტს შეუძლია შეიძინოს სასურველი პროდუქტი და მომსახურება. ბარათის გაცემისას კლიენტზე ხორციელდება მისი პერსონალიზაცია: მასზე დაიტანება მონაცემები, რომლებიც შესაძლებლობას იძლევა, მოხდეს ბარათისა და მისი მფლობელის იდენტიფიცირება. გაყიდვის დადასტურების ან ნაღდი ფულის გაცემის პროცესი ბარათების მიხედვით ავტორიზაციად იწოდება. ავტორიზაცია - ნებართვა, გაცემული ემიტენტის მიერ, ოპერაციის ჩასატარებლად საბანკო ბარათის გამოყენებით, რომელიც აღმოაცენებს მის ვალდებულებას იმ დოკუმენტების შესრულებისას, რომლებიც შედგენილია საბანკო ბარათის გამოყენებით.

ავტორიზაცია შეიძლება განხორციელდეს 2 რეჟიმით: ონლაინ და ოფლაინ. რეჟიმი ონლაინი - ეს არის რეჟიმი, რომლის დროსაც ხორციელდება კავშირი საგადამხდელო სისტემის მონაცემთა ბაზასთან. ოფლაინ რეჟიმის დროს კი მონაცემთა დამატებითი გაცვლა ხორციელდება თვითონ ბარათთან.⁴

ყოველდღიური ცხოვრება დღეს თითქმის შეუძლებელია პლასტიკური ბარათების გარეშე. უბრალოდ სცადეთ სასტუმროს დაჯავშნა ან მანქანის დაქირავება მის გარეშე და მიხვდებით რომ ყველანაირი მცდელობა ამაო იქნება.

პლასტიკური ბარათების რამდენიმე სახეობა არსებობს, ესენია:⁵

1. საიდენტიფიკაციო ბარათები (პირადობის მოწმობები, მართვის მოწმობები, მოსწავლის, სტუდენტური თუ სოციალური ბარათები, დაზღვევის ბარათები და სხვა);

⁴ Bray, A., & Watson, J. Bhatla, T., Prabhu, V., Dua, A. (2009). Understanding credit card frauds, Cards business review # 2008-01.

⁵ თანამედროვე საბანკო საქმე : თეორია და პრაქტიკა - ი. კოვზანაძე, გ. კონტრიძე, თბილისი, 2014 წელი, გვ. 472

2. ლოიალობის ბარათები (დისკონტური, ფასდაკებისა და დაგროვების ბონუსური ბარათები, კლუბური ბარათები);
3. კავშირგაბმულობის ბარათები (SIM, USIM, ტაქსოფონებისა და სხვა ბარათები);
4. წინასწარი გადახდის ბარათები (სამგზავრო ბარათები, საწვავის ბარათები, პარკირებისა და ანალოგიური დანიშნულების ბარათები);
5. საბანკო პლასტიკური ბარათები (სადებეტო და საკრედიტო ბარათები).

ჩვენი ინტერესის სფეროს, თემის სპეციფიკიდან გამომდინარე, ჩამოთვლილი ბარათების ტიპებიდან უკანასკნელი ორი მათგანი წარმოადგენს.

საბანკო პლასტიკური ბარათების პიონერი იყო Diners Club, ერთი საკმაოდ კურიოზული შემთხვევით. 1949 წელს ბიზნესმენი ფრენჯ მნაკმარამ Diners Club-ში სტუმრობისას აღმოაჩინა რომ საფულე დარჩენია და დასახმარებად ცოლს მიმართა. უკვე 1950 წელს ფრენკი რესტორანში პარტნიო რალფ შნაიდერთან ერთად დაბრუნდა და სადილის საფასური პატარა მუყაოს ფირფიტით გადაიხადა. ეს შემთხვევა პლასტიკური ბარათების ისტორიაში აღნიშნულია როგორც პირველი უნაღდო ანგარიშსწორების ფორმა. Diners Club-მა ცნობილი და ერთგული კლიენტებისთვის გამოსცა Diners Club's Card, რომლითაც მომხმარებლები კონკრეტულ მომსახურებას მაინც იღებდნენ, ხოლო ანგარიშს მოგვიანებით ასწორებდნენ. ბარათის გამოსვლის შემდეგი 1 წლის განმავლობაში კლუბის წევრების რიცხვი 10 000 -მდე გაიზარდა.

1950 -იან წლებში Diners Club-ი იყო ასევე პირველი, რომელმაც გამოუშვა სამგზავრო სადაზღვეო პოლისი. Diners Club-ის მუყაოს ბარათი პლასტიკატად გარდაიქმნა 1960-იან წლებში, რომელსაც ასევე ვხვდებით ამავე წლებში გადაღებულ ჰოლივუდურ ფილმში "საუზმე ტიფანისთან".

მართალია საკრედიტო ბარათების ისტორია არ იწყება მხოლოდ ამ შემთხვევით. ფრენკის იდეა მაინც დიდი ცვლილებების მომტანი იყო. Diners Club-მდე ჯერ კიდევ 1880-1900 წლებში ამერიკული საწვავის თანამშრომლებმა და ბენზისგასამართმა ჯიხურებმა დაიწყეს ბარათების გამოშვება, რომელიც მხოლოდ იმ კონკრეტულ ობიექტში გამოიყენებოდა. დიდ ბრიტანეთში პირველი საკრედიტო ვაუჩერი სწორედ ამ პერიოდში

გამოჩნდა, როცა Provident Clothing Group-მა მომხმარებლებს საშუალება მისცა მათი ბარათით მხოლოდ კონკრეტული ფასდაკლებული პროდუქცია შეეძინათ.

1951 წელს ისევ ნიუ-იორკში Franklin Nation Bank-მომხმარებლებს შესთავაზა სესხები, რომლებიც დამტკიცებული იყო საბანკო საკრედიტო ბარათებით, რომელიც მფლობელებს შეეძლოთ გამოეყენებინათ მხოლოდ სავაჭრო ობიექტებში.

1958 წელს ბაზარზე შემოვიდა American Express, რომელიც თავდან კონკრენციას უწევდა აშშ-ს საფოსტო მომსახურებას ამანათების გადარიცხვის ფარგლებში. კომპანიამ სულ მალე დაიწყო სესხების გაცემა საკრედიტო ლიმიტის ფარგლებში. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ დასაწყისში ბარათების მომსახურების საკომისიოები საკმაოდ მაღალი იყო. American Express-ის ყოველწლიური მომსახურების საკომისიო \$6,1 - ით მეტი იყო Diners Club-ის ბარათზე, თუმცა გამოსვლიდან 5 წლის შემდეგ უკვე მილიონზე მეტი ამერიკელი სარგებლობდა. ამავე წელს სტარტი აიღო VISA ბარათებმაც, რომლის ლიმიტიც თავიდან მხოლოდ 300\$ იყო.

1960-იანი წლების შემდეგე სხვა ამერიკული ბანკებიც დაინტერესდნენ პლასტიკური ბარათებით, რადგან ცხადი გახდა რომ მათი გამოყენება შეიძლებოდა არა მხოლოდ რესტორნებში არამედ ნებისმიერი მომსახურების თუ პროდუქტის შესაძენად. 1966 წლიდან პლასტიკური ბარათები გამოიყენებოდა ევროპაშიც.

თავდაპირველად მომსახურე ობიექტებისთვის ანგარიშის გახსნის შეთავაზება ბანკების ინიციატივით ხდებოდა, თუმცა დროთა განმავლობაში სიტუაცია შეიცვალა და სავაჭრო ობიექტი პირიქით გამოთქვამდნენ სურვილს რაც შეიძლებოდა მალე ჩაერთოთ ისინიც უნაღდო ანგარიშსწორების პროცესში.

საქართველოში საგადახდო ბარათების ბაზრის ჩამოყალიბების პირველი ნაბიჯები გასული საუკუნის 90-იანი წლების ბოლოდან გადაიდგა. პირველად კომერციულმა ბანკებმა დაიწყეს ლოკალური ბარათების ემისია. 1998 წლიდან გამოშვებულ იქნა პირველი Visa-ს საერთაშორისო ბარათები, ხოლო 1999 წელს - Master Card-ის ბარათები. საქართველოში არსებული კომერციული ბანკები ასევე უშვებენ American Express-ის და ლოკალურ (Georgian Card-ის, UFC-ის, Smartivi და სხვა) ბარათებს. საქართველოს

საგადახდო ბარათების ბაზარი წარმოდგენილია როგორც სადებეტო, ასევე საკრედიტო სხვადასხვა კატეგორიის ბარათებით: ელექტრონი და Cirrus/Maestro-დან დაწყებული, მაღალი კლასის - გოლდი, პლატინუმი და ინფინიტის ბარათებით დამთავრებული. ნელ-ნელა პოპულარული ხდება ასევე ბიზნეს ბარათები, რომლებიც განკუთვნილია იურიდიული პირებისათვის.⁶

თანამედროვე მსოფლიო ბაზარზე პლასტიკური ბარათების წილი შემდეგნაირად გადანაწილდება:

ცხრილი 1.1 - პლასტიკური ბარათების წილი მსოფლიოში

VISA	50%
EuropayCard/Mastercard	18%
American Express	10%
Diners Club	1,5%
JCB Card	0,5%

წყარო : სტატისტიკური პორტალი - *Thestatistics Portal*

იმისათვის, რომ ბანკმა შეძლოს მომხმარებლის საბარათე ანგარიშზე თანხების კონტროლი, ლიმიტის დადგენა, ოპერაციების მართვა, მას სჭირდება დახმარება, რაშიც სპეციალური ორგანიზაცია - საპროცესინგო ცენტრი ეხმარება. გარდა ამისა, საპროცესინგო ცენტრი ბანკს აკავშირებს Visa, MasterCard და American Express საერთაშორისო ქსელებთან. რაიმე ოპერაციის შესრულებისას თანხმობა ოპერაციის განხორციელებაზე სწორედ საპროცესინგო ცენტრიდან მოდის. სხვადასხვა ბანკები განსხვავებულ ცენტრებთან თანამშრომლობენ, რომლებიც შეიძლება იყვნენ, როგორც დამოუკიდებელი, ასევე ბანკის შიდა საპროცესინგო ცენტრები. საქართველოში მოქმედებს ორი დამოუკიდებელი სს “ჯორჯიან ქარდი” და სს “გაერთიანებული საფინანსო კორპორაცია” (UFC) კომპანიები. Georgian Card ემსახურება საქართველოს ბანკს, BTA ბანკს, და HSBC ბანკ საქართველოს. UFC კი თიბისი ბანკს, ვითიბი ბანკს, ჰალიკ ბანკს. ლიბერთი ბანკს და KSB ბანკს ლიბერთი

⁶საქართველოს ეროვნული ბანკი, საგადახდო სისტემები, საგადახდო ინსტრუმენტები, პლასტიკური ბარათები, <https://www.nbg.gov.ge/index.php?m=608>

ბანკის საპროცესინგო ცენტრი ეხმარება, ხოლო პროკრედიტ ბანკს აქვს თავისი საპროცესინგო ცენტრი გერმანიაში.

მაგალითისთვის განვიხილოთ რა პროცესი მიმდინარეობს საქართველოს ბანკის ბარათის უცხოეთში, სითი ბანკში განაღდებისას: განაღდების მცდელობისას ბარათის პოსტერმინალზე გატარებისთანავე იწყება ინფორმაციის ელექტრონული გაცვლა. სითი ბანკიდან მოთხოვნა მიდის მათ საპროცესინგო ცენტრში; სითი ბანკის საპროცესინგო ცენტრი საერთაშორისო სისტემის გავლით უკავშირდება ჯორჯიან ქარდს, იღებს დასტურს ან უარყოფას მოთხოვნილი თანხის განაღდებაზე და ინფორმაციას აწვდის სითი ბანკს. ამ პროცესს ეწოდება ავტორიზაცია. ავტორიზაცია შესაძლებელია იყოს დადებითი (ანგარიშზე საკმარისი თანხაა ოპერაციის შესრულებისას) ან უარყოფითი (ანგარიშზე არ არის საკმარისი თანხა, ბარათი ბლოკირებულია, ვადაგასულია და სხვა)

საბანკო პლასტიკური ბარათები გავრცელებულია სამი სახით: საკრედიტო, სადებეტო და წინასწარი გადახდის ბარათები. მათ ბევრი საერთო და განმასხვავებელი თვისება აქვთ. ყველა ბარათს აქვს 16 ნიშნა ნომერი (გამონაკლისია ამერიკან ექსპრესი, რომელსაც აქვს 15 ნიშნა ნომერი), მოქმედების ვადა და CVC კოდი. CVC ოდი ბარათის უკანა მხარეს არის ამოტვიფრული. ბარათის მფლობელის სტატუსის და ბარათის კლასის მიხედვით შესაძლოა გვქონდეს პერსონიფიცირებული და არაპერსონიფიცირებული ბარათები. პერსონიფიცირებულის შემთხვევაში ბარათის წინა მხარეს ამოტვიფრულია მფლობელის გვარი ან/და სახელი. არაპერსონიფიცირებულის შემთხვევაში კი მფლობელის ვინაობა ბარათზე არ ჩანს.

საკრედიტო ბარათი - ეს არის ორი საბანკო პროდუქტის - პლასტიკური ბარათის და სამომხმარებლო სესხის ნაერთი. ბარათი მის მფლობელს საშუალებას აძლევს ნებისმიერ სავაჭრო ობიექტში კრედიტით შეიძინოს სასურველი პროდუქტი თუ მომსახურება, განახორციელოს გადახდები ინტერნეტით ან/და ბანკომატით გაანაღდოს თანხა. საკრედიტო ბარათზე დაშვებულა საკრედიტო ლიმიტი, რომელიც თანხის ის მაქსიმალური მოცულობაა, რომელიც მფლობელს საკრედიტო ისტორიის და შემოსავლების მიხედვით უმტკიცდებათ. სტანდარტული სამომხმარებლო სესხისგან განსხვავებით საკრედიტო

ბარათი, მფლობელმა შეიძლება აითვისოს მისთვის სასურველ დროს და ნებისმიერი პერიოდულობით, რა თქმა უნდა ლიმიტის ფარგლებში. შესაბამისად საკრედიტო ბარათს არ აქვს კონკრეტული გადახდის გრაფიკი და ამასთანავე გვთავაზობს სარგებლობას ე.წ. “საშელავათო პერიოდით”. ეს ის პერიოდია, რომლის განმავლობაშიც ათვისებული ლიმიტის სრულად ბარათზე შეტანის შემთხვევაში ბანკი მომსახურების საკომისიოს, სესხის პროცენტის სახით აღარ იღებს. საქართველოში მოქმედი საკრედიტო ბარათებისთვის საშელავათო პერიოდი 55 დღეა. იმ შემთხვევაში თუ მომხმარებელა ვერ დაფარა სრულად ათვისებული თანხა 55 დღის ვადაში, ის ვალდებულია შეიტანოს ბარათზე ხელშეკრულებით გათვალისწინებული თანხა, რომელიც მოიცავს სესხის ძირ თანხას და მასზე დარიცხულ პროცენტს. ამ თანხას “მინიმალურ გადასახადს” უწოდებენ.

ზოგადად მკაცრად რეკომენდირებული, რომ საკრედიტო ბარათი გამოიყენონ უნაღდო ოპერაციებისთვის ინტერნეტით თუ პოსტერმენილით, რადგან ბანკომატიდან თანხის განაღდების საკომისიო საკმაოდ მაღალია და 3-4%-მდე მერყეობს. მაგალითად თუ გვაქვს პირობითად 1000 ლარიანი საკრედიტო ლიმიტი, ბანკომატიდან შესაძლებელია მხოლოდ 960 ლარის გამოტანა 39,5 განაღდების საკომისიოს გამო.

საბანკოპლატიკური ბარათების შესაძლებელია ანგარიშსწორება მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაში, შეგვიძლია დავყოთ ისინი კატეგორიებად:

- ◆ Electron - ძირითადად გაიცემა სახელფასო პროექტის ფარგლებში, შედარებით დაბალი ხარისხისაა, ვიზუალურად არ გამოირჩევა, ნაკლებად ფუნქციურია მაგრამ გამოყენებადი და ხშირ შემთხვევაში გაიცემა რიგითი თანამშრომლებისთვის კომპანიაში. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ინტერნეტში ვაჭრობისას კონკრეტული საიტი აღნიშნულ ბარათს არ იღებს.

- ◆ Classic - შედარებით მაღალი დონისაა, შესაძლებელია მისი გამოყენება საზღვარგარეთ, შოპინგისთვის ინტერნეტში და ა.შ.

- ◆ Gold - მსოფლიოში ცნობილია, როგორც დახვეწილი და მრავალფეროვანი ბარათი, რომლის ერთ-ერთი ნიშანია მფლობელის სტატუსი და განაღდების მაღალი ლიმიტი. აღნიშნული ტიპის ბარათი ორგანიზაციის დირექტორატისთვისაა განკუთვნილი.

◆ Platinum, Solo და Infinite - კომპანიის უმაღლესი მენეჯმენტისთვის და VIP კლიენტებისთვის, რადგანაც ეს არის პრესტიჟის ნიშანი, ფაქტი იმისა, რომ მფლობელს აქვს სტატუსის შესაბამისი შემოსავლები.

საკრედიტო ბარათები საქართველოს ბანკში. საქართველოს ბანკი მომხმარებელს სთავაზობს ორი ტიპის საკრედიტო ბარათს: Express Universal Card-ს და American Express ბარათების 3 სახეობას: Blue, Green და Gold ბარათებს.

Express Universal Card - არის ბარათი, რომელზეც შეგვიძლია განვათავსოთ არა მარტო ჩვენი თანხები, არამედ დაგვიმტკიცდეს საკრედიტო ლიმიტი. ბარათი ერთადერთია საქართველოში, რომელზეც ლიმიტის სრულად შევსების და მისი გადაჭარბების შემთხვევაში შესაძლოა მისი როგორც სადებეტო ბარათად გამოყენება სტანდარტული პირობებით.

ბარათისთვის მაქსიმალური საკრედიტო ლიმიტი 1500 ლარია, რომელიც გაიცემა მინიმუმ 200 ლარიანი დადასტურებადი შემოსავლის არსებობის შემთხვევაში. ბარათზე შესაძლოა დამტკიცებული იყოს Express განვადებაც.

ბარათით სარგებლობა შესაძლებელია ნებისმიერ სავაჭრო და მომსახურების ობიექტში პოსტერმინალით, გამოიყენება ინტერნეტით ნივთის შეძენისას. საქართველოს ბანკი უნაღდო ანგარიშსწორების სტიმულირებას უწევს ქულების დაგროვების პროგრამა PLUS-ით, რომლის ფარგლებშიც მომხმარებლებს ერიცხებად თანხის შესაბამისი ქულები, რომლის გადაცვლაც შესაძლებელია უფასო მგზავრობაზე, მობილურის ბალანსზე, კომუნალურ და სხვა მომსახურებაზე. მაგალითად 1000 ლარიანი საკრედიტო ლიმიტის სრულად ათვისების შემთხვევაში მფლობელს უგროვდება 1250 პლუს ქულა, რაც ტოლია 3,125ლარის. 400 პლუს ქულა = 1 ლარი.

American Express-ი საერთაშორისო საკრედიტო ბარათია, მას მსოფლიოს 60 ქვეყანაში 15 მილიონზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს და მათ შორის საქართველოს ბანკის დახმარებით ქართველი მომხმარებლებიც არიან. ბარათები გამოირჩევა ფინანსური მოქნილობით, სანდოობით და მათ მიერ მინიჭებული კომფორტით. მრავალწლიანი პარტნიორობა

⁷<http://bankofgeorgia.ge/retail/ge/plastic-cards/credit-cards/american-express-green>

American Express-სა და საქართველოს ბანკს შორის მჭიდრო თანამშრომლობაში გადაიზარდა, შედეგად კი საქართველოს ბანკს აქვს American Express ბარათების გამოშვების გამოშვებისა და შეძენის ექსკლუზიური უფლება.

Amex-ის მფლობელები სარგებლობენ:

- დაგროვების პროგრამა Membership Reward-ით;
- ფასდაკლების პროგრამა Selects-ით;
- საერთაშორისო დაზღვევით.

სადებეტო ბარათები საკრედიტო ბარათების მსგავსად ელექტრონული გადახდის საბანკო ბარათებია. მათი საშუალებით შესაძლებელია ინტერნეტის, POS (point of sale)-ის ტერმინალებით გადახდა და საჭიროებისამებრ ფულის გამოტანა ბანკომატიდან.

საკრედიტო ბარათებისგან განსხვავებით, სადებეტო ბარათს არ აქვს საკრედიტო ლიმიტი, რადგან იგი განკუთვნილია მხოლოდ პირადი მოხმარებისთვის და არა კრედიტისთვის, როდესაც სადებეტო ბარათით გადახდას ვახორციელებთ, ჩვენ ვხარჯავთ მხოლოდ ჩვენს პირად სახსრებს, რომელიც ხელმისაწვდომია ჩვენც საბანკო ანგარიშზე. შესაბამისად, თანხის არარსებობის შემთხვევაში ბარათი არ გადაიხარჯება, ანუ იმაზე მეტის დახარჯვის უფლებას არ მოგვცეს ვიდრე რეალურად ანგარიშზე გვაქვს.

როგორც სტატისტიკა გვიჩვენებს, სადებეტო ბარათები საკრედიტოსთან შედარებით უფრო გავრცელებული და პოპულარულია დაბალი საფასურის გამო. დაბალ საფასურში იგულისხმება, ბარათის ფლობის ყოველწლიური გადასახადი და ბანკომატიდან გამოტანის საკომისიო. ამას გარდა სადებეტო ბარათები ცნობადები იმიტომაც გახდნენ, რომ მის გაცემამდე ბანკს არ სჭირდება მფლობელის საკრედიტო ისტორიის ან გადახდისუნარიანობის შემოწმება, რადგან როგორც უკვე ავლნიშნეთ სადებეტო ბარათს არ გააჩნია საკრედიტო ვალდებულება.

საერთაშორისო Visa International, MasterCard, და American Express სადებეტო ბარათები შემდეგ ძირითად ტიპებად იყოფა:

ცხრილი 1.2. პლასტიკური ბარათების კლასიფიკაცია “საქართველოს ბანკში”

Visa International	MasterCard	American Express
Visa Electron	Sirrus Maestro MasterCard Debit	
Visa Classic	MasterCard Standard	American Express Rewards Card
Visa Gold	MasterCard Gold	
Visa Platinum	MasterCard Platinum	

წყარო: statistica.com

Visa International-ის და MasterCard საერთაშორისო სისტემის ბარათების მახასიათებლები:

ცხრილი 1.3. საერთაშორისო ბარათების ფუნქციები

რისი შესრულებაა შესაძლებელი	Visa electron, Cirrus/Maestro, MasterCard debit	Visa Classic MasterCard standard	Visa Gold MasterCard Gold (VIP ბარათები)	Visa platinum, MasterCard Platinum (VIP ბარათები)
ბარათებით ოპერაციების ჩატარება (თანხის განაღდება, გადახდა)	ელექტრონულად გადამოწმდება (ხდება ავტორიზაცია) ბარათზე თანხის არსებობა. ანგარიშზე არასაკმარისი ნაშთისას ოპერაცია არ სრულდება	ყველაზე გავრცელებული და პოპულარული პლასტიკური ბარათებია მსოფლიოში	ანგარიშსწორებისას შესაძლოა მოხდეს არაავტორიზებული ოპერაცია. ამის გამო ამ ტიპის ბარათების გაცემისას საქართველოს ბანკი ბარათის მფლობელისგან ითხოვს საბარათზე ანგარიშზე მინიმალური ნაშთის სახით 500 ერთეულის განთავსებას ძირითად ვალუტაში	პრესტიჟული ბარათი, მფლობელის სტატუსს და კრედიტუნარიანობას უსვამს ხაზს. შესაძლოა მოხდეს არაავტორიზებული ოპერაცია, თუმცა საქართველოს ბანკი ამ ბარათის მფლობელებისგან არ მოითხოვს ანგარიშზე მინიმალურ ნაშთს. ვინაიდან ბარათები გადაეცემათ განსაკუთრებით მნიშვნელოვან VIP

			კლიენტებს
ბარათის გამოყენება ინტერნეტით	<ul style="list-style-type: none"> ➤ განსაზღვრულ საიტებზე ➤ Cirrus/Maestro არცერთ საიტზე 	თითქმის ყველა საიტზე	ყველა ვებ გვერდზე სხვადასხვა სერვისის დასაჯავშნად ან ინტერნეტ-ანგარიშსწორების საწარმოებლად
ნაღდი ფულის მიღება შესაძლებელია	ბანკებშიც და ბანკომატებშიც		
ბარათით ანგარიშსწორება	ყველა იმ სავაჭრო და მომსახურების ობიექტში, სადაც დამონტაჟებულია POS-ტერმინალი	გადახდისუნარიანია მსოფლიოს ყველა სავაჭრო წერტილში, რომელიც ემსახურება Visa და MasterCard საგადამხდელო სისტემის პლასტიკურ ბარათებს.	

წყარო : <http://bankofgeorgia.ge/>

American Express Rewards Card - მსოფლიოში აღიარებული პრექსიჟული ბარათია. საქართველოში ბარათის განაღდება მხოლოდ საქართველოს ბანკის სერვისცენტრებში და ბანკომატებშია შესაძლებელი, უცხოეთში თითქმის ყველა ბანკის ბანკომატებში. ბარათი გვთავაზობს ვისარგებლოდ ყველა იმ უპირატესობის, რითიც Amex-ის მფლობელები სარგებლობენ.

Visa business და MasterCard Business – ე.წ. კორპორატიული, ორგანიზაციის ანგარიშზე მიბმული ბარათებია. ისინი ეძლევა ორგანიზაციის ხელმძღვანელებს და ნდობით აღჭურვილ პირებს, რომლებიც ორგანიზაციის ინტერესებით ახორციელებენ სხვადასხვა საანგარიშსწორებო ოპერაციებს კორპორატიულ ბარათზე. ბანკის წინაშე კი პასუხისმგებელია ორგანიზაცია და არა ის პირები, ვისზედაც გაიცა აღნიშნული ბარათები.

Student Card - საქართველოს ბანკი თბილისის და ბათუმის უმაღლესი და პროფესიული სასწავლებლების სტუდენტებს სთავაზობს სტუდენტურ ბარათს. სატრანსპორტო კომპანიებთან, განათლების სამინისტროსთან და თბილისის მერიასთან შეთანხმდებით სტუდენტური ბარათის მფლობელებს მუნიციპალურ ტრანსპორტში

მგზავრობა შეუძლიათ მერიის მიერ სტუდენტისთვის დაწესებული შეთავაზიანი ტარიფით.

საქართველოს ბანკისთვის ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ტიპის ბარათი მიჩნეულია სადებეტო ბარათად, რაც ნიშნავს რომ ბანკის მიერ ემიტირებული სადებეტო ბარათებიდან მომხმარებელი ხარჯავს საკუთარ სახსრებს. მომხმარებელს შეუძლია ჰქონდეს თანხები განსხვავებულ ვალუტაში და სურდეს მათი ერთი ბარათით მართვა, ამისათვის შექმნილია მულტისავალუტო უნივერსალური ანგარიში ყველაზე მეტად გამოყენებად ვალუტებში (GEL, USD, EUR, GBP). ოთხივე ვალუტაში ანგარიში მიბმულია ერთიდაიგივე პლასტიკურ ბარათზე.

წინასწარი გადახდის სადებეტო ბარათი ნებას რთავს მომხმარებელს, გადაიხადოს წინასწარ და შემდეგ გადახდილის ფარგლებში მოიხმაროს ელექტროენერგია, ბუნებრივი აირი თუ სხვა რამ. ის კარგი საშუალებაა მათთვის, ვინც იდულობს ნედლეულს და საწარმოო მარაგებს. არსებობს მისი 2 ტიპი: ერთჯერადი და მრავალჯერადი დანიშნულების. ერთჯერადი დანიშნულების ბარათი, რომელიც ასევეც ნობილია, როგორც დახურული-ციკლის მქონეა რათი, განკუთვნილია კონკრეტული სავაჭრო მიზნით. მათ შორისაა წინასწარი სატელეფონო ბარათები. ხოლო, რაც შეეხება მრავალჯერადი დანიშნულების ბარათებს, ის ასევე ცნობილია, როგორც ღია-ციკლი სმქონე ბარათი, რომელსაც გააჩნია საბანკო ასოციაციის ბრენდირებული ლოგო. მაგალითად მასტერ-ქარდის სასაჩუქრე, სახელფასო ბარათები.

საქართველოს ბანკმა მიმდინარე წლის მარტიდან გამოუშვა მეტად მოქნილი და ინოვაციური წინასწარი გადახდის - ტურისტური ბარათი. Tourist Card-ი "საქართველოს ბანკისა" VISA-ს ტიპის მრავალფუნქციური ბარათია, რომელსაც მარტივად პირადობის დამადასტურებელი მოწმობის გარეშეც კი ავიღებთ. ბარათით შესაძლებელია გადავიხადოთ ყველგან, ამას გარდა ვისარგებლებთ ფასდაკლებით, მივიღებთ საჩუქრებს და რაც ტურისტებისთვის ყველაზე მთვარია გადავადგილდეთ ტრანსპორტით და მივიღოთ სიმბარათი, ზედ დარიცხული ინტერნეტით.

1.3 საკრედიტო ბარათების გამოყენებასთან დაკავშირებული რისკები

ზოგადად, ბანკინგში არსებობს რამდენიმე ტიპის რისკი, რომელსაც უნდა გაუმკლავდეს ბანკი. ერთ-ერთი უმთავრესი რისკია: სტრატეგიული რისკი, რაც გამოიხატება შემდეგში:

- კონკურენციის ზრდა ბაზარზე;
- დანახარჯთა სტრუქტურის არსებული დონის ვერ შენარჩუნება;
- მოულოდნელი გრძელვადიანი პერიოდი განხორციელებული ინვესტიციების დასაბრუნებლად.

სამართლებრივი/ლეგალური რისკი გულისხმობს ბანკის მოსალოდნელ რისკს, რომელიც დაკავშირებულია კანონებთან და რეგულაციებთან, როგორცაა ბანკინგის სამართლებრივი სტატუსი, ტრანზაქციების სანდოობა და ვარგისიანობა, კლიენტის პატივისცემა და სხვა.

ოპერაციული რისკი გულისხმობს შემდეგ რისკებს: პროცესებისა და სისტემების უმართაობა, თაღლითობა; IT(ინფორმაციული ტექნოლოგიები) ინფრასტრუქტურის არაადეკვატური დაცულობა; არასაკმარისი და არასანდო მონაცემთა ბაზები.

ასევე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი როლი აკისრია საბანკო ბარათის საკრედიტო რისკის მართვას. იგი უზრუნველყოფს საკრედიტო და საოპერაციო რისკების კონტროლს. საკრედიტო რისკი არის პოტენციური ფინანსური დანაკარგი, რომელიც წარმოიქმნება ბანკის მიერ არასწორი საკრედიტო გადაწყვეტილების მიღებისას. ასეთი რისკების თავიდან ასაცილებლად ადამიანებს შესაძლებლობა აქვთ თავად აირჩიონ შესაბამისი პარამეტრები ყიდვა-გაყიდვის შეკვეთისას; ასევე შეუძლიათ დაამატონ ან შეცვალონ უკვე შერჩეული შეკვეთა. თუმცა მიუხედავად ამისა ბარათების გაყალბების ალბათობა ყოველდღიურად იზრდება. კრიმინალები სხვადასხვა გზებს ეძებენ, რათა მიითვისონ საკრედიტო ბარათების ანგარიშის ნომრები და საიდენტიფიკაციო ინფორმაცია, რისი მეშვეობითაც ახორციელებენ თაღლითურ შესყიდვებს. თაღლითობის რისკი არის პოტენციური ფინანსური დანაკარგი, რომელიც გამოწვეულია თაღლითური ქმედებისაგან.⁸

როგორც საკრედიტო, ისე სადებეტო ბარათების გამოყენებას თან ახლავს საფრთხეები, რომელიც რამდენიმე სახის თაღლითობასთან ასოცირდება. პირველია პერსონალური

⁸ Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

თაღლითობა, როდესაც ხდება ბარათის მოპარვა კონკრეტული პირის მიერ და სხვადასხვა სავაჭრო ობიექტებში უნაღლო სახით ანგარიშსწორება. ბოლო დროს გაუმჯობესული Wifi-სიგნალის მქონდე ბარათები 45 ლარამდე გადახდისას აღარ საჭირობენ პინ კოდის აკრეფვას, რაც ადრინდელთან შედარებით უკეთეს მდგომარეობაში აყენებს თაღლითს.

რაოდენობით მეორეა ონლაინ თაღლითობები, რაც გულისხმობს პირადი ინფორმაციის არარეგალურად მითვისებას ონლაინ ტრანზაქციის დროს.⁹ პირადი ინფორმაციაში იგულისხმება ბარათის მფლობელის სახელი და გვარი, ანგარიშის ნომერი, ბარათის ნომერი, მისი მოქმედების ვადა და CVC კოდი. ჩამოთვლილი ინფორმაცია საკმარისია ინტერნეტით ნივთის შესაძენად.

კრიმინალები სხვადასხვა ინოვაციურ გზებს ეძებენ გაყალბებისათვის. მათგან გამოყოფენ რამდენიმე გზას:

- ბარათის მაგნიტური ზოლის კოპირება და გაშიფრვა;
- ყალბი ბარათის შექმნა;
- ბარათზე ინფორმაციის შეცვლა სხვადასხვა არარეგალური გზებით.

თუმცა, არსებობს რამდენიმე გზა, იმისათვის, რომ მომხმარებლებმა თავად, სხვის დაუხმარებლად აიცილონ თავიდან საბანკო ბარათებთან დაკავშირებული რისკები და დანაკარგები.

ACI Worldwide და Aite Group-მა 2016 წელს მსოფლიოს 20 ქვეყანაში ჩაატარა კვლევა,¹⁰ რომლის მიხედვითაც, 6000 გამოკითხული რესპოდენტიდან 30% ბოლო 5 წლის განმავლობაში პლასტიკური ბარათებით თაღლითობის მსხვერპლი ერთხელ მაინც გამხდარა. კვლევაში ნათქვამია, რომ მსგავსი შემთხვევების უმეტესობის მიზეზი შესაძლოა უყურადღებოდ დატოვებული და დაუბლოკავი მობილური ტელეფონი იყოს, რადგან დღეს მობილური ტელეფონებით საბანკო ოპერაციებს სულ უფრო და უფრო ხშირად ახორციელებენ. კვლევის ავტორების განმარტებით, თაღლითური ოპერაციების მიზეზი შეიძლება სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული პირადი მონაცემებიც დასახელდეს.

⁹Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

¹⁰<https://www.aciworldwide.com/news-and-events/press-releases/2016/july/globally-nearly-1-in-3-consumers-victimized-by-card-fraud>

გამოკითხულთა შორის ყველაზე მეტად დაზარალებული მექსიკის მოსახლეობაა, 56%-ით. მას მოსდევს ბრაზილია 49%-ით, ამერიკის შეერთებული შტატები 47%-ით. ეს კვლევა ადასტურებს, რომ ბარათის გაყალბება კვლავ შემაშფოთებელი მაჩვენებლებით ხასიათდება. არ არის გასაკვირი, რომ არსებობს პირდაპირი კორელაცია თაღლითობასა მომხმარებელთა ნდობასა და ბარათის ლოიალობას შორის.

პირადი მონაცემების დაცვა როგორც ვირტუალურ ისე არავირტუალურ სამყაროშიც საჭიროა. პირადი ფინანსებს აუცილებლად ყურადღება უნდა მივაქციოთ და მუდმივად ვაკონტროლოთ. არის შემთხვევები, როცდესაც მცირედი გაუფრთხილებლობით დიდ შეცდომებს ვუშვებთ. მაგალითად, ხშირად ადამიანები პლასტიკურ ბარათზე წინა ან უკანა მხარეს პინ კოდს აწერენ, რათა არ დაავიწყეთ, თუმცა ამასთანავე ისინი საკუთარ ფინანსურ უსაფრთხოებას უდიდესი რისკის წინააღმდეგ აყენებენ. თუ ბარათი დაკარგეთ და ის არაკეთილსინდისიერმა ადამიანმა იპოვა, შესაძლოა თანხა მომენტალურად გაქრეს თქვენი ანგარიშიდან. იმისათვის, რომ უფრო დაცული ვიყოთ პლასტიკური ბარათების გამოყენებისას გავითვალისწინოთ რამდენიმე მნიშვნელოვანი გარემოება.

1. დაიცავით თქვენი ბარათის პინკოდი - რადგან, როგორც ზემოთ ავღნიშნე ბარათზე პინკოდის დაწერის, ან ბარათთან ერთად პინკოდის შენახვა უდიდესი საფრთხის შემცველია. თუ არსებობს საშიშროება, რომ პინ კოდი დაგავიწყდებათ, შეცვალეთ იგი და მარტივი დასამახსოვრებელი კომბინაციით, მაგალითად საკუთარი დაბადების თვე და რიცხვით, დაბადების თარიღით, საყვარელი რიცხვებით. ასევე პინკოდი დამახსოვრება მნიშვნელოვანია, რადგან თუ ის სამჯერ არასწორად ავკრიფეთ, ბარათი იბლოკება და ხშირ შემთხვევაში მას ბანკომატი აკავეს. ეს ბანკების მიერ დანერგილი უსაფრთხოების მექანიზმია : სისტემა თვლის, რომ ბარათი მოპარულია და ვიღაც მისი კოდის გამოცნობას ცდილობს. ასევე პინ კოდი მხოლოდ მომხმარებლებმა იციან ბანკომატიდან თანხის გასანაღდებლად ან გადახდის აპარატით ოპერაციების ჩასატარებლად. არცერთი ბანკის მონაცემთა ბაზაში პინკოდები არ ინახება. ამიტომ თუ რომელიმე ონლაინ ტრანზაქციის შემთხვევაში პინკოდი გთხოვს, თუნდაც თქვენი ბანკის სახელით, იცოდეთ, რომ თაღლითობასთან გაქვთ საქმე.

2. ყურადღებით იყავით ბანკომატთან - პირველ რიგში დააკვირდით ბანკონატის კლავიატურაზე ხომ არ არის დამაგრებული რაიმე დამატებითი მოწყობილობა. ხშირად თაღლითები სპეციალურ წამკითხველს ამონტაჟებენ, რომელიც თითქოს ბანკომატის კორპუსის ნაწილია, სინამდვილეში კი ეს მოწყობილობა ბარათის მონაცემებს იმახსოვრებს. გარდა ამისა, პინის შეყვანამდე დარწმუნდით, რომ თქვენს უკან მდგომი ადამიანი თქვენ მიერ აკრეფილ რიცხვების კომბინაციას ვერ ხედავს. თუ მათ თქვენი ბარათი ხელში ჩაიგდეს, მთლიან თანხას უპრობლემოდ გაანაღდებენ. ბარათის ხელში ჩაგდებაც საკმაოდ რეალურია, რადგან შესაძლოა სიჩქარეში დაგავიწყდეთ მისი აღება.

3. პლასტიკური ბარათით გადახდისას მოითხოვენ POS ტერმინალი თქვენთან მოიტანონ. ხშირია შემთხვევები, როდესაც მომსახურე პერსონალს ბარათი მიაქვს და ისე ახორციელებს ანგარიშსწორებას. რაც არ უნდა თავაზიანი იყოს მისი საქციელი, ყოველთვის სთხოვეთ ტერმინალის თქვენთან მოტანა. როგორც ვირტუალურ სამყაროში ხდება ბარათის მონაცემების დასაკუთრება, ისე არავირტუალურ სამყაროშიც შესაძლებელია მაგალითად რესტორნის თანამშრომელმა თქვენ ბარათს სწრაფად ფოტო გადაუღოს და ისე დაგიბრუნოთ, შემდეგ კი ისე გაქრეს თქვენი ანგარიშიდან თანხა ვერც შეამჩნიოთ.

4. დაიცავით ბარათი - ზემოთ ჩამოთვლილი რჩევები ნამვილად მნიშვნელოვანია, მაგრამ ბოლომდე დარწმუნებული, რომ იყოს შესაძლოა ბარათის დაცვის სერვისით ისარგებლოდ. თუ მოხდა ისე, რომ ბარათის მონაცემები სხვა ადამიანმა ჩაიგდო ხელთ და თანხა გამოიყენა კიდეც, თქვენ ეს თანხა აგინაზღაურდებათ. საქართველოს ბანკი მომხმარებლებს სთავაზობს, პლასტიკური ბარათის დაცვას მესამე პირის მიერ არალეგალური გამოყენებისგან, როგორც საქართველოში ისე საზღვარგარეთ.¹¹ მომხმარებელს შეუძლია აირჩიოს მისთვის შესაფერისი პაკეტი სტანდარტი, სტანდარტ + და პრემიუმი.

ცხრილი 1.4 წყარო : <http://bankofgeorgia.ge/>

პაკეტები :	ბანკომატით, ან გადახდის აპარატით ჩატარებული არალეგალური ოპერაციებისას	ინტერნეტით ჩატარებული არალეგალური ოპერაციებისას	მომსახურების საკომისიო
------------	---	---	------------------------

¹¹<http://bankofgeorgia.ge/retail/ge/plastic-cards/reimbursement>

	ასანაზღაურებელი თანხის მაქსიმალური მოცულობა	ასანაზღაურებელი თანხის მაქსიმალური მოცულობა	
სტანდარტი	2000	400	4
სტანდარტი +	6000	1200	12
პრემიუმი	10 000 USD	2000 USD	50

მნიშვნელოვანი ფაქტორია ასევე ის, რომ არ არსებობდა და არც დღეისათვის არსებობს ბარათების გამოყენების კულტურა უნაღლო ანგარიშწორებისათვის, ბარათის მფლობელებს არ აქვთ ჩვევა შეძენისას ბარათით გადაიხადონ. კერძოდ, მრავალი შემთხვევაა, როდესაც სახელფასო, საკრედიტო ან სადებეტო ბარათიდან თანხას ანაღდებენ ბანკომატიდან და შემდეგ იხდიან მაღაზიაში ან ნებისმიერ სხვა ობიექტში, მაშინ როდესაც მარტივად შეიძლება გადახდა ბარათით. თანაც ბოლო პერიოდში აქტიურად ამუშავდა პროგრამა “უკონტაქტო” გადახდა, “თიბისი ბანკმა” პირველად საქართველოში შემოიღო Pay Sticker-ი, რითაც ახალი ტენდენცია შექმნა საბანკო ბაზარზე. აღნიშნული სტიკერი მარტივად შეიძლება დამაგრებულ იქნას მობილურზე ან სხვა რაიმე ნივთზე და მოხდეს უკონტაქტო გადახდა. ასევე აქტიურად შემოვიდა ბაზარზე საგადახდო სისტემა PayPal, რომელიც ძირითადად ინტერნეტგადახდებს ემსახურება. საბოლოო ჯამში თუკი ჩვენ მოვახდენთ პლასტიკურ ბარათებზე საუბრის შეჯამებას კარგი ტენდენციაა აღნიშნული ბარათების აქტიური დანერგვა, ამარტივებს დროს, ანგარიშწორებისას.

1.4. ანგარიშსწორების სისტემები

ზოგადად, არსებობს უნაღლო ანგარიშსწორების საგადახდო სისტემის ორი მოდელი:

1. პირველ მოდელში საგადახდო დავალება სრულდება დაუყოვნებლივ, თუ არსებობს საკმარისი სახსრები თანხის გადამრიცხავის ანგარიშზე. ამ მოდელს ეწოდება დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების გროს სისტემა. იგი უფრო ხშირად გამოიყენება მსხვილი გადარიცხვებისათვის.
2. მეორე მოდელი მუშაობს ნეტინგის პრინციპზე, რაც ნიშნავს, რომ სისტემის მონაწილეთა ანგარიშების დებეტირება ხდება სისტემაში შემოსული საგადახდო დავალებების მიხედვით დროის გარკვეულ პერიოდამდე, რომლის დადგომისას გამოითვლება სისტემის თითოეული მონაწილის ნეტ პოზიცია, რომელიც იგზავნება გროს სისტემაში საბოლოო ანგარიშსწორების მიზნით. ასეთი სისტემებია ანგარიშსწორება ჩეკებით, საკრედიტო ან სადებეტო ბარათებით, პირდაპირი დებეტირება, ხელფასის ან პენსიების გადარიცხვები. ნეტინგის პრინციპზე მომუშავე სისტემებს კლირინგსაც უწოდებენ, რაც ნიშნავს მოთხოვნებისა და ვალდებულებების ურთიერთჩათვლას.

გარდა ამისა, უნაღლო ანგარიშსწორების სისტემები შეიძლება იყოს ეროვნული, რომელიც ფუნქციონირებს კონკრეტული ქვეყნის შიგნით და საერთაშორისო, რომელიც მოიცავს რამდენიმე ქვეყნის ტერიტორიას.

თანამედროვე საბანკო სისტემაში საერთაშორისო მასშტაბით მუშაობს რამდენიმე საანგარიშსწორებო სისტემა, რომელთაგან ყველაზე ხშირად გამოიყენებადია SWIFT, Visa International, Master Card International.

SWIFT - ეს არის მსოფლიო ბანკთაშორისი საფინანსო ტელეკომუნიკაციების საზოგადოება, რომელიც ორგანიზებულია ბელგიური კანონმდებლობის საფუძველზე და კონტროლირდება წევრი ბანკების მიერ. მისი იურიდიული ფორმა - შეზღუდული პასუხისმგებლობის მქონე საზოგადოებაა. მისი საქმიანობაა, ბიზნესებს, მათ შორის ბანკებსაც მიაწოდოს უსაფრთხო ანგარიშსწორების მომსახურება და მისი შესაბამისი პროგრამულად უზრუნველყოფა. იგი ხელს უწყობს დიდი ფინანსური გარიგებების შესრულების პროცესს და ფინანსურ ინსტიტუტებს აძლევს შესაბამის ტექნოლოგიურ

პლათფორმებს. ამას იგი ახერხებს ბროკერების, დილერებისა და საინვესტიციო მენეჯერების დახმარებით.¹²

SWIFT დაარსდა 1973 წელს 15 ქვეყანაში არსებული 239 ბანკის მონაწილეობით. ამის შემდეგ რამდენჯერმე მოხდა მისი წევრების გაფართოება. 2002 წლის ბოლოს მას შეუერთდა 7400 ფინანსური ინსტიტუტი 198 ქვეყნიდან. 2013 წელს კი მათი რაოდენობა 210 შეადგენს.

მისი წევრები იყოფიან 3 კატეგორიად: აქციონერ წევრებად, ასოცირებულ წევრებად და მონაწილეებად. ამ საზოგადოების წევრებს შეუძლიათ ისარგებლონ SWIFT -ის ნებისმიერი სერვისით, ხოლო მონაწილეებს შეზღუდული ხელმისაწვდომობა აქვს ბევრ მომსახურებაზე. მონაწილეებში იგულისხმებიან: ფასიანი ქაღალდების ბროკერები და დილერები, საინვესტიციო მენეჯერები, საფონდო ადმინისტრატორები, ფულის ბროკერები და სხვა ინსტიტუტები.

2013 წელს SWIFT-ს საშუალო ყოველდღიურმა ღირებულებამ 6 ტრილიონი ევრო შეადგინა. რაც შეეხება შეტყობინებებს, მხოლოდ იანვრის მონაცემებით 358 223 020 მილიონი ევრო შეადგინა ხოლო დღიურმა ღირებულებამ 17 690 026 მილიონი. ამ წლის მონაცემებით მას ჰყავს 2330 წევრი, 3347 საქვეუწყებო წევრი და 4383 მონაწილე.

SWIFT ყველაზე ფართოდ გამოყენებადი ანგარიშსწორების სისტემაა მსოფლიოში. მის განაცხადს ეწოდება FIN.¹³

2013 წელს ამ ყოველივეს მოცულობა იანვრის მონაცემებით შეადგენს შემდეგს:
ბაზრის მიხედვით:

- გადასახადები _ 49.8%
- ფასიანი ქაღალდები _ 43.6%
- ხაზინა _ 5.3%
- ვაჭრობა _ 1.0%
- სისტემა _ 0.3%

რეგიონების მიხედვით:

- ევროპა, შუა აღმოსავლეთი და აფრიკა _ 68.1%

¹² www.swift.com

¹³ www.swift.com

- აშშ _ 20.2%
- აზია, წყნარი ოკეანე _ 11.7%

2012 წელთან შედარებით 2013 წელს პირველ რეგიონში ზრდა იყო 7.8%, მეორე რეგიონში იყო 3.7% და მესამე რეგიონში შეინიშნება კლება 1.7%-ით.

SWIFT შეტყობინების ფორმატები შემუშავებულია ისე და იმგვარად, რომ ისინი მაქსიმალურად შეესაბამებოდეს სტანდარტებს (ISO). თითოეულ ბანკს ენიჭება სპეციალური საბანკო საიდენტიფიკაციო კოდი, რომლის საშუალებითაც ხდება მისი სისტემაში მუშაობა და იდენტიფიცირება. ელექტრონული ფორმატების უნიფიცირება მნიშვნელოვნად აადვილებს გაგზავნილი შეტყობინებების კონტროლს, რაც ერთის მხრივ წარმოადგენს შეცდომებისაგან დაცვის საშუალებას, ხოლო მეორეს მხრივ ზრდის სისტემის გამტარუნარიანობას სწორედ ფორმულირებული შეტყობინებიდან გამომდინარე.

არსებობს 3 ძირითადი სისტემური შეტყობინება:

LOG-IN/OUT სისტემური შეტყობინებს სისტემაში შესასვლელად და გამოსასვლელად;

RETRIAVEL- ამ მოთხოვნით სისტემა აგზავნის შენახული შეტყობინების ასლს;

REPORTS-იძლევა სხვადასხვა სახის ანგარიშების მიღების საშუალებას.¹⁴

ყველა ტიპის შეტყობინება აგებულია საერთო პრინციპით: ისინი შედგებიან საწყისი ნაწილისაგან, რომელშიც შედის ინფორმაციის დაწყების ნიშანი (start message), სათაური (header), ტექსტის დაწყების ნიშანი (start of text), შეტყობინების ტექსტი (text of message), შეტყობინების დაბოლოება, რომელშიც შედის ტექსტის დასასრულის ნიშანი (end of text), პარამეტრები (trailer) და შეტყობინების დასრულების ნიშანი (end of message).¹⁵

საწყისი ნაწილი და დასასრული ქმნიან კონვერტს, რომელიც შეიცავს ამ შეტყობინების ქსელში მოძრაობის მართვის ინფორმაციას. სათაური შეიცავს მიმღების 11 ციფრიან კოდ-ინდენტიფიკატორს (Bank Identifier Code, BIC - რომელიც წარმოადგენს მისამართს ქსელში), გამგზავნის ტერმინალის კოდს მიმდინარე 5 ციფრა ნომერს, რომელიც წარმოადგენს საკონტროლო, დამცავ ფუნქციებს და შეტყობინებას სამნიშნა კოდს-პრიორიტეტის ორნიშნა

¹⁴ Bray, A., & Watson, J. Bhatla, T., Prabhu, V., Dua, A.(2009). Understanding credit card frauds, Cards business review # 2008-01.

¹⁵ www.swift.com

კოდთან ერთად. პარამეტრებში აღინიშნება აუდენტიფიკაციის კოდი და სხვა შეტყობინებები. მაგალითად მიმღები ბანკის ინფორმირება გადარიცხვის დაყოვნების შესახებ, შეტყობინება გაორმაგებული გადარიცხვის შესახებ და ა.შ. შეტყობინების გაგზავნისას სისტემა შეტყობინების შინაარსს ვერ ხედავს.

შეტყობინების ტექსტი შედგება 2 ციფრისაგან შემდგარი კოდისაგან. მაგალითად კოდი 57 ნიშნავს ბანკს, რომელშიც გახსნილია ანგარიში, 69 - ბენეფიციარს, 71 - ვისი ანგარიშიდან ხდება გადარიცხვის და საკომისიოს ჩამოწერა, 32 - გადარიცხვის თანხას. შეტყობინების ტექსტში ინფორმაცია შეიტანება მკაცრი თანმიმდევრობით. ზოგიერთი ველის შევსება აუცილებელია. შეტყობინების ყოველი ტიპისათვის განსაზღვრული შესავსები მინდვრების შესაბამისი ნაკრები. აუცილებლად შესავსები მინდვრები შეიცავენ ინფორმაციას, რომელიც საჭიროა შეტყობინების სწორად დასამუშავებლად.¹⁶

SWIFT-ის ორგანიზაციული სტრუქტურა მოიცავს მისი ჯგუფებისა და კორპორაციული ფუნქციების ერთობლიობას. ამ პროგრამის მუშაობისას მუშაობს მარკეტინგის, IT ოპერაციებისა და ფინანსური სისტემები.

მარკეტინგის განყოფილება საბაზრო სეგმენტს აწვდის იმ გადაწყვეტილებებს, რომელიც აკმაყოფილებს მომხმარებლის საჭიროებებს. ის აქცენტს აკეთებს ისეთ ძირითად კომპონენტებზე, როგორცაა ადვილად გამოყენებადობა, საერთო დანახარჯების შემცირება და პროდუქტის სიმარტივე.

IT ოპერაციების განყოფილება მართავს და მონიტორინგს უწევს მომხმარებლის მიერ SWIFT-ის ოპერაციების გამოყენებას, ავითარებს პროდუქტს და ტექნოლოგიას. ის ასევე პასუხისმგებელია SWIFT-ის მუშაობის უსაფრთხოებაზე.

ფინანსური განყოფილება პასუხისმგებელია ფინანსურ მართვაზე, კორპორატიულ დაგეგმვაზე, კომპანიის შესრულების მონიტორინგზე, ანგარიშგებაზე, შესყიდვებზე, ლოგისტიკასა და ზოგად ადმინისტრაციულ სერვისებზე.

SWIFT-ს გააჩნია 2 ტიპის კორპორაციული ფუნქცია: ლეგალური და ადამიანური რესურსების. ლეგალური ფუნქცია უზრუნველყოფს იურიდიულ მხარდაჭერას და

¹⁶ Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

პასუხისმგებელია კორპორაციულ მართვასა და სამართლებრივი რისკების მართვაზე; ხოლო ადამიანური რესურსების ფუნქცია იზიდავს, ავითარებს, ინარჩუნებს პროგრამებს, პოლიტიკასა და პრაქტიკებს, რათა დაეხმაროს ბიზნესებს/ბანკებს _ მიაღწიონ მიზნებს მაღალ-კვალიფიციური თანამშრომლების მოტივაციით.¹⁷

Visa International არის კერძო, არაკომერციული ასოციაცია, რომელიც აერთიანებს 21000 ფინანსურ ინსტიტუტს მსოფლიო მასშტაბით. იგი დაყოფილია 6 რეგიონალურ ზონად: აზია, კანადა, ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა, შუა აღმოსავლეთი და აფრიკა, ევროკავშირი, ლათინური ამერიკა და კარიბის ზღვის აუზის კუნძულები, ამერიკის შეერთებული შტატები. ვიზა მართავს საერთაშორისო საბჭოს და 6 ავტონომიური რეგიონალურ საბჭოს. საერთაშორისო საბჭო პასუხისმგებელია მსოფლიო პოლიტიკაზე, ის უზრუნველყოფს რეგულაციებს და წესდებას. იგი ასევე მართავს მსოფლიო ელექტორნულ სისტემას, რომელიც ახორციელებს ავტორიზაციას და გზავნილებს.

ვიზა გვთავაზობს გლობალურ პლატფორმაზე დაყრდნობილ სისტემების დამუშავების სერვისს და აწარმოებს ბარათებით თანხის გადახდას. იგი ხელს უწყობს გლობალური სტანდარტების შექმნას უსაფრთხოების ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით. სწორედ ვიზამ შეიმუშავა ATM ბარათები და ელექტრონული სადებეტო და საკრედიტო ბარათები. მის პროდუქციაში შედის ასევე: Visa Electron, Visa Debt, Visa Clasic, Visa Gold, Visa Platinum and Visa Traveler.¹⁸

Visa Electron ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა გამოუშვა 1980 წელს და ძალიან გავს Visa Debt-ს. მათ შორის განსხვავება გამოიხატება იმაში, რომ ვიზა ელექტრონი სახსრების ტრანსფერირების დროს მოითხოვს ფულადი სახსრების მთლიანი რაოდენობა ხელმისაწვდომი იყოს. ვიზა დებიტი კი ასევე მოითხოვს სახსრების ხელმისაწვდომობას მხოლოდ გარკვეული ლიმიტით. ზოგიერთი ონლაინ მაღაზიები და სხვადასხვა ოფლაინ ტერმინალები არ ახორციელებს მომსახურებას ვიზა ელექტრონით, რადგან მისი სისტემა ვერ ამოწმებს სახსრების ხელმისაწვდომობას.

¹⁷ Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

¹⁸ Visa.com

MasterCard International დაარსდა 1966 წელს, როგორც ინტერნეტ ბარათების ასოციაცია. ის მოიცავს 2 კომპანიას: MasterCard International -ს და Europay International-ს. მეორე მათგანი დაარსდა 1992 წელს. ისინი გაერთიანდნენ 2002 წლის 1 ივლისს.¹⁹

MasterCard International უზრუნველყოფს 3 ტიპის მომსახურებას თავისი ინსტიტუტებისათვის. ის გვთავაზობს ტრანსაქციის განხორციელების სტანდარტებს, კომუნიკაციის ელექტონულ წყაროებსა და ინფორმაციის ტრანსფერს.

იგი მომხმარებელს სთავაზობს ფულადი გადახდების სერვისს. 2002 წელს მსოფლიო მასშტაბით გაცემულ იყო 520 მილიონი მასტერქარდ ბარათი და დაახლოებით 433 მილიონი მასტრო ბარათი. მასტერქარდ-ის პროდუქტები გამოიყენება POS და ATM ტერმინალებში.²⁰

¹⁹ Cornish, M., Delpha, K., Erslon, M. (2007). MasterCard International Security and Risk Managements.

²⁰ Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

II თავი - საბანკო მომსახურების მიწოდების ტექნოლოგია

2.1 ATM, POS ტერმინალები და Digipass მოწყობილობა

საბანკო ოპერაციების შესრულებისას ისეთი ტექნოლოგიური სიახლეები როგორებიცაა ბანკომატი, დიჯიპასი და პოს ტერმინალი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ. ისინი ამარტივებენ გადახდის პროცესს, ბანკომატიდან თანხის გამოტანას ბევრად ნაკლები დრო და რესურსი სჭირდება ვიდრე რომელიმე ბანკის სერვისცენტრში მისვლას და სალაროში განაღდების ოპერაციას. ასევე დიჯიპასით დაგენერირებული კოდები უსაფრთხოების გარანტია, რომელიც ინტერნეტთან წვდომის გარეშე მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში უმარტივებს მის მომხმარებლებს საბანკო პროცედურებს. პოს ტერმინალზე კი ბარათის დაფიქსირებით იხსნება თანხა ანგარიშიდან და ხორციელდება გადახდა. მოკლედ მიმოვიხილა ადნიშნულ სამ პროდუქტს:

ბანკომატი: მეოცე საუკუნის დიდ გამოგონებათა სიებში იშვიათად თუ წავაწყდებით ბანკომატს, მაშინ როდესაც მან რადიკალურად შეცვალა ადამიანთა ცხოვრება. ზუსტად 50 წელია, რაც ეს აპარატები მსოფლიოს ყველა კუთხეშია გაფანტული (გადაჭარდებების გარეშე, მათი პოვნა ანტარქტიდაზეც კი შეიძლება). ისინი იმდენად შერწყნენ ჩვენს ყოველდღიურობას, რომ ცოტას თუ გასჩენია სურვილი, მათი წარმოების ისტორიით დაინტერესებული. ბანკომატის აპარატი საკმაოდ რთული მოწყობილობაა და მისი გამოგონება ეტაპობრივად და ერთმანეთის პარალელურად, სხვადასხვა ქვეყანაში მიმდინარეობდა. მის წინაპრად შეიძლება ე.წ. "ბანკოგრაფი" ჩაითვალოს, რომელიც 1960 წელს ნიუ-იორკის ერთ-ერთი ბანკის ჰოლში დადგეს.

მიუხედავად ამისა, მსოფლიოს პირველ ბანკომატად 1967 წელს ბრიტანური ბანკის "ბარკლის ფილიალში გახსნილი ფულის აპარატი ითვლება. მისი შემქნელი ჯომ შეფერდ-ბარონის თქმით, "უნდა არსებული გზა, რომლიაც ადამიანი საკუთარი ფულის გამოყანას მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში შეძლებდა. იდეა შოკოლადის აპარატიდან წამოვიდა, ოღონდ შოკოლადის მაგივრად აპარატი ფულით უნდა ყოფილიყო სავსე". იმ დროს არ არსებობდა საკრედიტო ბარათები და ფულის გამოტანა მხოლოდ სპეციალური ჩეკებით

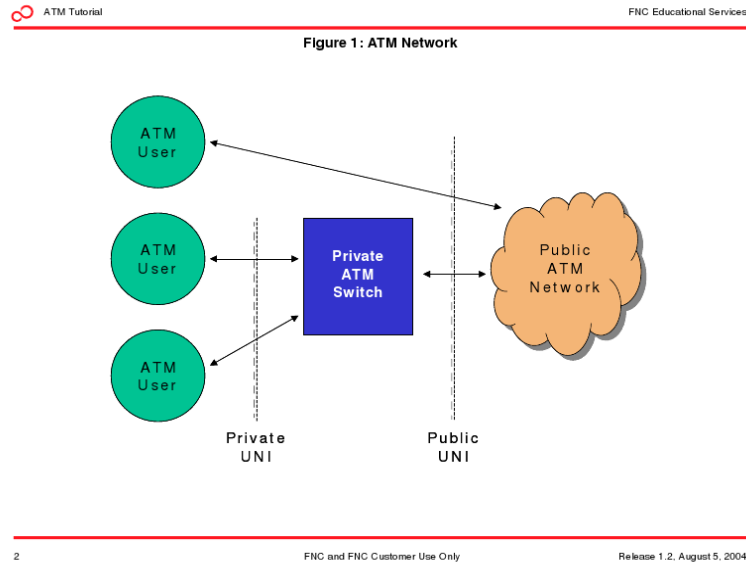
იყო შესაძლებელი. გამოტანილი თანხის მაქსიმალური რაოდენობა მხოლოდ ათი გირვაქნა სტერლინგით შემოიფარგლებოდა.

პირველი ბანკომატები არც ისე მრავალფუნქციური იყო და ხშირად იჭედებოდა კიდევაც. აპარატის მომხრეები რიგების არაარსებობითა და 24-საათიანი მომსახურებით ცდილობდნენ ხალხის მოზიდვას. ბანკომატების პოპულარიზაცია აქტიურად ხდებოდა სატელევიზიო რეკლამების საშუალებით. მომხმარებლების გულის მოსაგებად ზოგი ამერიკული ბანკომატი ბაყინისა და ჰამბურგერების კუპონებსაც კი იძლეოდა. 1977 წელს “სიტიბანკი”-ის თავმჯდომარე განსაკუთრებულ რისკზე წავიდა და 100 მილიონი დოლარი დახარჯა მთელ ნიუ-იორკში საბანკო აპარატების დასამონტაჟებლად. ამ ინვესტიციამ გაამართლა, როდესაც იმ წლის იანვარში ნიუ-იორკს დიდი ქარბუქი დატყდა თვს. დიდთოვლობის გამო ბანკები მთელ ქალაქში დაიხურა. ქალაქს გადამრჩენელად ბანკომატები მოევლინა და მათი არსებობის აუცილებლობა ყველასთვის აშკარა გახდა. თუმცა ბანკომატების შემოსვლას მტკივნეული მხარეც ახლდა თან: აპარატები ბანკის თანამშრომლების გარკვეული ნაწილის ფუნქციას ასრულებდნენ, რის შედეგადაც ბევრ ადამიანს სამსახურის დატოვება და გადამზადება მოუწია.

ყველაზე მნიშვნელოვანი, რაც საბანკო აპარატებმა შეცვლას, ალბათ, მომხმარებლობის მიმართ ადამიანების დამოკიდებულება გახლავთ. დაუგეგმავი საყიდლები ჩვეულებრივ მოვლენად იქცა. ამას დაემთხვა 80-იანების ამერიკული კონსუმერისტული ბუმი, რომლის დროსაც ბანკომატებმა სამუდამოდ შეაღწიეს ადამიანთა ცნობიერებაში. დღეს მსოფლიოში 3 მილიონამდე ბანკომატი არსებობს, თუმცა მათი პოპულარობა ნელ-ნელა იკლებს. ხალხი უფრო და უფრო იშვიათად იყენებს ნაღდ ფულს. საკრედიტო ბარათით გადახდა უკვე თითქმის ყველგანაა შესაძლებელი, ამის გარდა, პოპულარული ხდება გადახდის მობილური აპლიკაციები. მართლაც, საბანკო აპარატებმა შეიძლება, ერთ დღეს, საფოსტო ყუთების ბედი გაიზიარონ და ნელ-ნელა გაქრნენ ჩვენი ქუჩებიდან. თუმცა, სპეციალისტები ვარაუდობენ, რომ დიდი ალბათობით მათ, მომხმარებლის უკეთესად დაკმაყოფილების მიზნით, უბრალოდ სახეს შეუცვლიან და უფრო მეტად ინტერაქციულ და მრავალპროფილიან აპარატებად აქცევენ.

ბანკომატის ღირებულება 70-80 ათას დოლარამდე მერყეობს შესყიდვისა და დაინსტალირების ჩათვლით. ხოლო ყოველთვიურად მისი საოპერაციო ხარჯი დახლოებით 1,500 დოლარს შეადგენს.

ცხრილი 2.1. წყარო : www.atm.com



აქ წარმოდგენილი ნახაზი კარგად ასახავს ავტომატურად მოპასუხე მანქანების მუშაობის დეტალურ პროცესს, რაც გულისხმობს შემდეგს: საჯარო ATM აპარატიდან ხდება კერძო ATM გადამრთველთან დაკავშირება, რომელიც მომსახურებას მიაწოდებს ATM აპარატის მომხმარებელს.²¹

რაც შეეხება საქართველოს, აქ პირველი ბანკომატი 1998 წელს საქართველოს ბანკმა დაამონტაჟა. დღესდღეისობით ქვეყანაში 2200-ზე მეტი ბანკომატი ფუნქციონირებს. ყოველთვიურად ხორციელდება საშუალოდ 5 მილიონი გადარიცხვა, ხოლო ოპერაციების მოცულობა საშუალოდ 1 მილიონია.

კიდევ ერთი ინოვაცია, რომელიც საქართველოს ბანკმა მომხმარებლებს შესთავაზა არის ადაპტირებული ბანკომატები უსინათლოებისათვის. უსინათლო პირებს, შესაძლებლობა აქვთ სრულიად დამოუკიდებლად ისარგებლონ საქართველოს ბანკის ბანკომატებით. ადაპტირების პროცესში მოხდა ბანკომატების ხმოვანი პროგრამით

²¹ www.atm.com

უზრუნველყოფა და არსებული სისტემის HTML ფორმატზე გადაყვანა, რაც თავის მხრივ ტექნიკური მახასიათებლების გაძლიერებასაც ნიშნავს. შესაბამისად ბანკომატზე დამონტაჟდა ყურთსასმენის განსათავსებელი მოწყობილობები, შეიცვალა ბანკომატის სცენარი და გახმოვანდა მენიუ. ბარათის თანხისა და ქვითრის ჭრილში მანიშნებლები კი ბრაილის სტიკერებით ჩანაცვლდა. ბანკომატის ადაპტირების პროცესში უშუალოდ ჩართულნი იყვნენ უსინათლო პირები, რამაც შესაძლებელი გახადა, ბანკომატით განხორციელებული ტრანზაქციები მათ საჭიროებაზე მაქსიმალურად ყოფილიყო მორგებული.

აღსანიშნავია, რომ უსინათლო პირებისთვის ბანკომატით შეუფერხებლად სარგებლობის უზრუნველყოფის მიზნით მათ საჩუქრად გადაეცემათ ყურთსასმენები. ადაპტირებული ბანკომატითა და ხმოვანი პროგრამით პირველად სარგებლობის შემთხვევაში, ბანკომატზე ყურთსასმენების მიერთების გზით, მათ საშუალება ექნებათ მოისმინონ ბანკომატით სარგებლობის ინსტრუქცია, პროცესის აღწერა, რაც საშუალებას მისცემთ მარტივად და დამოუკიდებლად განახორციელონ სხვადასხვა ოპერაციები როგორცაა: თანხის გადაღება, პინ კოდის შეცვლა, ნაშთის შემოწმება და ა. შ.

დიჯიპასი: დიჯიპასი არის მოწყობილობა, რომელიც გამოიყენება ელექტორნულ არხებში ავტორიზაციის და ოპერაციის დადასტურებული ერთჯერადი კოდების დასაგენერირებლად. დიჯიპასით დაგერენირებული ერთჯერადი კოდი არის უნიკალური, რომელიც არ მეორდება და შედგება მხოლოდ ციფრებისგან. დიჯიპასის მოწყობილობა არ საჭიროებს დატენვას, დამატებითი კვების წყაროს და ელემენტის შეცვლას. თითოეულ დიჯიპასის მოწყობილობას გააჩნია უნიკალური ნომერი,

დიჯიპასი უზრუნველყოფს მხოლოდ ერთჯერადი კოდების გენერირებას და მხოლოდ მის მიერ გენერირებული კოდით შესაძლებელია ბანკის ელექტორნულ არხებში შესვლა, ან სხვა ოპერაციის ჩატარება(რომელიც ერთჯერად სმს კოდს მოითხოვს). დიჯიპასი არის კომპლესური დაცვის და უსაფრთხოების ერთერთი შემადგენელი ნაწილი. დიჯიპასის მიერ გენერირებული ნომერი მოწმდება თვითონ დიჯიპასის უკანა მხარეზე

არსებული ნომრითაც. თუ პიროვნებაზე არ არის გაწერილი კონკრეტული დიჯიპასი, მაშინ მის მიერ გენერირებული ნომერი არ არის უფლებამოსილი ოპერაციის ჩასატარებლად.

მომხმარებელს შეუძლია ესა თუ ის ფინანსური ოპერაცია ჩაატაროს დიჯიპასის გარეშე, ამ შემთხვევაში მან უნდა გამოიყენოს ერთჯერადი კოდის SMS-ით მიღება, წინასწარ გაწერილ ფინანსურ ნომერზე.

ბანკის ცენტრალური იდენტიფიკაციის სისტემაში მომხმარებლის დარეგისტრირებისას თუ მომხმარებელს სურს დიჯიპასით სარგებლობა, უნდა მიეთითოს დიჯიპასის უკანა მხაეს განთავსებული ნომერი, რომელიც უნიკალურია. სისტემაში გაწერის შემდეგ კონკრეტული ნომრის დიჯიპასის გამოყენება მხოლოდ იმ მომხმარებელს შეუძლია რომლისთვისაც მოხდა გაწერა.

დიჯიპასის დაკარგვის შემთხვევაში უსაფრთხოების მიზნით უმჯობესია მომხმარებელმა მოახდინოს მისი დაბლოკვა. დიჯიპასის დაბლოკვა/განბლოკვა წარმოებს ბანკის სერვისცენტრში საბანკო პროგრამაში, რომლის შემდეგაც მისი გამოყენება ელექტრონულ არხებში შეუძლებელია. დიჯიპასის დაბლოკვა/განბლოკვა ასევე შეიძლება ინტერნეტ ბანკის საშუალებით, ფილიალში მიუსვლელოდ.

დიჯიპასი არ საჭიროებს მკვებავი ელემენტის შეცვლას, დამატებით კვებას ან რაიმე სახის ტექნიკურ მოვლას. იგი ავტონომიურად მუშაობას 5 წლის განმავლობაში, ზოგიერთ შემთხვევაში შეიძლება 7-8 წელი, რაც დამოკიდებულია მისი გამოყენების ინტენსიურობაზე. აპარატი ჩასმულია ჰემენტულ კორპუსში და შემდგომ მოთავსებულია პლასტმასის კორპუსში. დიჯიპასი არ ზინდება წყალში მოხვედრისას, თუმცა მისი გახსნის მცდელობისას ავტომატურად წყვეტს მუშაობას და აღდგენად არ ექვემდებარება.



სურათი 2.2. წყარო : საქართველოს ბანკის ვებგვერდი www.bankofgeorgia.ge

მომხმარებელს შეუძლია ესა თუ ის ფინანსური ოპერაცია ჩაატაროს დიჯიტალის გარეშე, ამ შემთხვევაში მან უნდა გამოიყენოს ერთჯერადი პაროლის SMS-ით მიღება, წინასწარ გაწერილი მობილური ტელეფონის ნომერზე, მაგრამ SMS-ით ერთჯერადი პაროლის მიღებას გააჩნია რამდენიმე შეზღუდვა:

1. სატელეფონო კომპანიის ტექნიკური მიზეზების გამო შეიძლება SMS-ის მიღებამ დაიგვიანოს რამდენიმე წუთით, ამასობაში ერთჯერად პაროლს აქვს ვადა, 3 წუთის შემდეგ მისი მოქმედება უქმდება და საჭიროა SMS-ით ახალი ერთჯერადის პაროლის გამოწერა.
2. მეორე ხარვეზი მდგომარეობს SMS-პაროლის არეალის შეზღუდვაზე, ანუ SMS-ით პაროლის მიღება შეიძლება მხოლოდ ქვეყნის ტერიტორიაზე, ქვეყანაში მოქმედი მობილური ოპერატორების მეშვეობით. იმ შემთხვევაში თუ მომხმარებელი საზღვარგარეთაა და ესაჭიროება ბანკის დისტანციური არხებით სარგებლობა იგი SMS-ის მეშვეობით ვერ მიიღებს ერთჯერად პაროლს, ამ შემთხვევაში მომხმარებელმა უნდა ისარგებლოს დიჯიტალის მიერ გენერირებული პაროლით.

მოქმედების პრინციპი შემდეგია: კონკრეტულ მომხმარებელს გადაეცემა დიჯიტალის, რომლის უნიკალური ნომერიც გაწერილია კლიენტის ინტერნეტ ბანკის ანგარიშზე. შემდგომში სისტემამ იცის, რომ კონკრეტულ მომხმარებელს შეუძლია მხოლოდ კონკრეტული უნიკალური ნომრის მქონე დიჯიტალის გამოყენება და ამ დიჯიტალის დაგენერირებული ნომერი, თარიღისა და საათის მიხედვით შეიძლება მხოლოდ გაწერილ კლიენტს ჰქონდეს. იმავე დიჯიტალის დაგენერირებული ერთჯერადი პაროლი, არ იმოქმედებს სხვა მომხმარებელზე, რომელსაც შეიძლება თავისი დიჯიტალის ჰქონდეს გაწერილი (ან შეიძლება საერთოდ არ ჰქონდეს). სისტემა დაადეტექტირებს, რომ დაგენერირებული ერთჯერადი პაროლი, შეუძლებელია შექმნილი ყოფილიყო ამ მომხმარებლის მიერ (რადგან ამ პიროვნებაზე დიჯიტალის უნიკალური ნომერი გაწერილი არ არის), შესაბამისად ამ პაროლს ჩათვლის უმოქმედოდ და ოპერაციას არ გაატარებს. ერთ პიროვნებას შეიძლება გაწერილი ჰქონდეს, ერთი ან რამდენიმე დიჯიტალის, მაგრამ

შეუძლებელია ერთი დიჯიპასი იყოს გაწერილი ერთზე მეტ მომხმარებელზე.²² იმ შემთხვევაში თუ კლიენტი დაკარგავს დიჯიპასს, მან უნდა მიმართოს ემიტენტ ბანკს რათა დაკარგული დიჯიპასი დაბლოკილი იყოს. მართალია მხოლოდ დიჯიპასით ოპერაციების ჩატარება შეუძლებელია, მაგრამ უსაფრთხოების მიზნით უმჯობესია, თუ დაკარგული დიჯიპასი უმოქმედო იქნება კლიენტის ანგარიშების მიმართ. ამასობაში მომხმარებელს შეუძლია შეიძინოს ახალი დიჯიპასი და ძველი დიჯიპასი მოხსნას თავის ანგარიშს (მომსახურება ფასიანია). დიჯიპასი, მომხმარებელს გადაეცემა 2 წლიანი საგარანტიო მომსახურებით. თუ დიჯიპასი 2 წლიანი საგარანტიო პერიოდის განმავლობაში თავისით დაზიანდა, ან გამოვიდა მწყობრიდან, მაშინ მის შეცვლას საგარანტიო პერიოდში უფასოდ ახდენს ემიტენტი ბანკი. ამ შემთხვევაში დიჯიპასი, არ უნდა იყოს გაზარული, არ უნდა იყოს დარღვეული მისი ჰერმეტიულობა და არ უნდა ჰქონდეს, გარეგნული დაზიანებები. დიჯიპასის შესაცვლელად მომხმარებელმა უნდა მიმართოს ემიტენტი ბანკის სათაო ოფისს, სადაც მოხდება მწყობრიდან გამოსული დიჯიპასის გამოცვლა. თუ ზედაპირული ან მექანიკური დაზიანება აღენიშნება აპარატს, მისი უფასო შეცვლა არ მოხდება, ამ შემთხვევაში მომხმარებელმა თავისი სახსრებით უნდა შეიძინოს ახალი დიჯიპასი, აპარატი შეიძლება შეძენილი იყოს ნებისმიერ სერვის ცენტრში, შეძენის თანავე გაუქმებული უნდა იყოს ძველი დიჯიპასის მოქმედება (უზრუნველყოფს ემიტენტი ბანკი). დიჯიპასი არ საჭიროებს მკვებავი ელემენტის შეცვლას, დამატებით კვებას ან რაიმე სახის ტექნიკურ მოვლას. იგი ავტონომიურად მუშაობს 5 წლის განმავლობაში, ზოგიერთ შემთხვევაში შეიძლება 7-8 წელი, ეს დამოკიდებულია დიჯიპასის გამოყენების ინტენსივობაზე. აპარატი ჩასმულია ჰერმეტიულ კორპუსში და შემდგომ მოთავსებულია პლასტმასის კორპუსში. დიჯიპასი არ ზიანდება წყალში მოხვედრისას, მაგრამ მისი გახსნის მცდელობისას ავტომატურად წყვეტს მუშაობას და აღდგენას არ ექვემდებარება. ამ შემთხვევაში კლიენტმა უნდა მიმართოს ემიტენტ ბანკს ძველი დიჯიპასის გაუქმებისთვის და ახალი დიჯიპასის მისაღებად (მომსახურება ფასიანია).²³

²² www.bog.ge

²³ sb24.com

საქართველო ბანკი დიჯიპასის გარდა გვთავაზობს მის აპლიკაციას - BOG DIGIPASS -ს. მისი გამოყენება შესაძლებელია, როგორც საქართველოში, ისე საზღვარგარეთ, როუმინგის ჩართვის გარეშე. მიუხედავად იმისა, რომ აპლიკაცია აქტიურდება ინტერნეტის საშუალებით, ერთჯერადი კოდების მისაღებად ინტერნეტკავშირი არ დაგჭირდებათ. აპლიკაციით მიღებული ერთჯერადი კოდები უზრუნველყოფს ინტერნეტბანკით, მობილბანკით და ტელეფონბანკით შესრულების ოპერაციების უსაფრთხოებას.

BOG DIGIPASS აპლიკაციის საშუალებით ერთჯერადი კოდები წამიერად გენერირდება. მისი გამოყენება კი შეუძლია როგორც iPhone-ის მფლობელს, თუ დარეგისტრირებულია App Store-ის მომხმარებლად, და Android-ის მფლობელს, თუ დარეგისტრირებულია Google Play-ის მომხმარებლად. აპლიკაცია ორენოვანი - ქართული და ინგლისურია. ენების ცვლილება კი ნებისმიერ დროსაა შესაძლებელი. აპლიკაციის უპირატესობა ისაა, რომ გამოყენების არეალი უფრო ფართოა, და ამასთან მობილურში ჩაწერით, ზედმეტი ნივთის ტარება საჭირო აღარაა.

პოს ტერმინალი: POS ტერმინალი წარმოადგენს სავაჭრო ობიექტში დამონტაჟებულ გადახდის აპარატს. სურვილის შემთხვევაში სავაჭრო ობიექტები გამოთვქვამენ სურვილს პოსის შეძენაზე, ბანკი გაუწევს კლიენტს ეკვაირინგის მომსახურებას გადახდებზე, რომლებიც სწორეთ ბანკის მიერ კლიენტისთვის გადაცემული პოს ტერმინალის მეშვეობით ხდება. კლიენტი ბანკს უხდის საკომისიოს კლიენტის სავაჭრო/მომსახურების ობიექტებზე პლასტიკური ბარათით შესრულებული ყოველი ოპერაციის თანხიდან. საკომისიოს ოდენობა განსხვავდება იმის მიხედვით, თუ რომელი ბანკის მიერ ემიტირებული ბარათით ხორციელდება გადახდა. პოს ტერმინალებს ხშირად შემდეგი მიზეზების გამო იყენებენ :

- გაყიდვების ზრდა - ცნობილი ფაქტია, რომ პლასტიკური ბარათის მფლობელი, ჩვეულებრივ უფრო მეტს ხარჯავს, ვიდრე ის ვინც საყიდლებზე ნაღდი ფულით დადის. ეს კი იმით აიხსნება, რომ ისინი არ არიან შეზღუდულნი ნაღდი ფულის ოდენობით და ყიდულობენ მაშინვე, როცა სასურველ ნივთს წააწყდებიან.

- მომსახურების გაუმჯობესება - საკრედიტო ბარათებს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს სავაჭრო ობიექტების მომსახურების გაუმჯობესებაში. გარიგების დასრულებას წამები სჭირდება, მომსახურე პერსონალს კი მეტი დრო რჩება უკეთ მოემსხუროს კლიენტს და მეტი ყურადღება მიაქციოს მას.
- ხარჯების შემცირება - ნაღდი ფულის მართვას დამატებითი უსაფრთხოება სჭირდება, რაზეც დამატებითი ხარჯების გაწევას სჭირთ. მაშინ კი, როცა კლიენტები პლასტიკური ბარათებით იხდიან, თანხა პირდაპირ თქვენი ორგანიზაციის ანგარიშზე ირიცხება და ხარჯიც ავტომტურად მცირდება.
- გამარტივებული აღრიცხვა - როგორც პლასტიკური ბარათების მომსახურე ობიექტი, ანგარიშსწორების თანხას პირდაპირ ანგარიშზე ირიცხება. ეს კი გაცილებით ამარტივებს და აჩქარებს აღრიცხვის პროცესს.

1.2. ინტერნეტ ბანკინგი

მსოფლიო მასშტაბით არსებობს საბანკო მომსახურების მიწოდების რამდენიმე ტექნოლოგია. მათ შორის ერთ-ერთი ძალიან მნიშვნელოვანი უპირატესი მათგანია - ინტერნეტ-ბანკინგი. იგი საბანკო სექტორში გამოიყენება 1990 წლიდან. დაჩქარებული სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესისა და გაძლიერებული კონკურენციის პირობებში ბანკების გადარჩენისა და ნორმალური ფუნქციონირების ერთ-ერთ (თუ არა ერთადერთ) გზას სიახლეებისადმი მუდმივი სწრაფვა და ინოვაციური საბანკო პროდუქტების დანერგვა წარმოადგენს. ინოვაციური პროცესი იწვევს ბანკის არსებული სტრუქტურის ცვლილებას, კერძოდ, ახალი და ტრადიციული ტექნოლოგიებისა და ინსტრუმენტების ურთიერთშერწყმას, რაც ხელს უწყობს მაღალკონკურენტუნარიანი და ფინანსურად მყარი საბანკო სტრუქტურის ჩამოყალიბებას. სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მონაპოვარია ინტერნეტი, რომელიც, ფაქტობრივად, ერთმანეთთან მიერთებული კომპიუტერების საჯაროდ ხელმისაწვდომ ქსელურ სისტემას წარმოადგენს და რომელიც ქსელში ჩართული ნებისმიერი კომპიუტერიდან ამავე ქსელში

დაფიქსირებულ ნებისმიერ მომხმარებელთან სათანადო კავშირის დამყარების საშუალებას იძლევა.²⁴

ინტერნეტ-ბანკინგის უპირატესობებია:

- კომფორტულობა - ინტერნეტ-ბანკინგი არასდროს იხურება, ის ხელმისაწვდომია 24 საათის განმავლობაში კვირაში 7 დღე;
- დიდი გეოგრაფიული არეალი - ნებისმიერი, ინტერნეტის ქსელის მქონე ქვეყნიდანაა შესაძლებელია მისი გამოყენება;
- ტრანზაქციის სისწრაფე - ის უფრო სწრაფად უზრუნველყოფს ტრანზაქციის განხორციელებას, ვიდრე ATM აპარატები;
- ეფექტურობა - ბანკის ნებისმიერი ანგარიშის მართვაა შესაძლებელი;
- ეფექტიანობა - როგორც ბანკს, ასევე კლიენტს უმცირდება ტრანზაქციის შესრულების დანახარჯები.

ინტერნეტ-ბანკინგის ნაკლოვანებებია:

- პროგრამაში შესვლა - რაც ყოველჯერზე მოითხოვს ინდივიდუალური სახელისა და პაროლის ქონას, რისი დახმარებითაც მოხვდებით საბანკო გვერდზე;
- სასწავლო მრუდი - რაც გულისხმობს ინტერნეტ ბანკინგის წესების შესწავლას;
- ბანკის საიტების ცვლილებები - ხშირად ინტერნეტ საბანკო გვერდების განახლების გამო კლიენტს უხდება საკუთარი ანგარიშის თავიდან გააქტიურება;
- ნდობის ფაქტორი - ადამიანებს უამრავი კითხვა ებადებათ. რამდენად უსაფრთხოდ სრულდება მათი ტრანზაქციები: შესრულდა თუ არა მათ მიერ განთავსებული დავალება; რამდენად სწორად მოხდა კომუნიკაციის ინტერფეისის გამოყენება და ბევრი სხვა კითხვა. გაუგებრობების თავიდან აცილების კარგი საშუალებაა განთავსებული დავალებებისა და შესრულებული ტრანზაქციების დოკუმენტირება და შენახვა სხვადასხვა მედია საშუალებებზე.²⁵

²⁴ The future of internet banking for business. IBM global business service. (2011)

²⁵ The future of internet banking for business. IBM global business service. (2011)

ინტერნეტ-ბანკინგი ერთნაირი წარმატებით ვითარდება მთელ მსოფლიოში და მისი პოპულარობაც დღითიდღე იზრდება. მართალია, განვითარების ტემპი მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონში სხვადასხვაა, რაც განპირობებულია მთელი რიგი გარემოებებით (მოსახლეობის განათლების დონე, ცხოვრების დონე, ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების საფეხური და ა.შ.), მაგრამ, როგორც გამოკვლევებიდან ჩანს, მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში, სადაც საბანკო სისტემა ასე თუ ისე განვითარებულია, არსებობს ამ სისტემაში ინტერნეტ-ბანკინგის დანერგვისა და მისი შემდგომი პოპულარიზაციისადმი ბრძოლის ტენდენცია. კერძოდ, ბანკების, ფინანსური ორგანიზაციებისა და საბროკერო ფირმების საქმიანობის კვლევაში დასპეციალიზებული ფირმა „გოუმზ ედვაისერის“ მონაცემებით (Gomez Advisors), აშშ-ში ბანკის ფილიალების გარეშე (ანუ ბანკომატებით, ტელეფონით და კომპიუტერით) განხორციელებული ოპერაციების საერთო მოცულობა ყოველწლიურად დაახლოებით 20%-ით იზრდება და დღეისთვის იგი მთელი მომსახურების თითქმის 80%-ს შეადგენს. ამასთანავე, აშშ-ში ყოველწლიურად იზრდება იმ დიასახლისების რიცხვი, რომლებიც საბანკო ოპერაციების შესრულებისას აქტიურად იყენებენ ინტერნეტ-ბანკინგს, ბოლო 5 წლის განმავლობაში მათი რაოდენობა გაორმაგდა.

ძირითად ტრადიციულ ოპერაციებთან ერთად (ანგარიშებზე ნაშთის შემოწმება, განხორციელებული ტრანზაქციების ისტორიის ხილვა, ამონაწერების მიღება, სხვადასხვა გადასახდელების გადახდა, გადარიცხვების განხორციელება, კონვერტაციის ოპერაციების ჩატარება და ა.შ.) ბანკები ბევრ ახალ და ინოვაციურ პროდუქტს წერგავენ და ქმნიან თავიანთი მომხმარებლებისათვის, რომელთაგან მიზანშეწონილად მიგვაჩნია შევჩერდეთ ზოგიერთმათგანზე.

კლიენტების უკეთ მომსახურების მიზნით, მთელი რიგი დასავლური ბანკები მომხმარებელს სთავაზობენ მათი საანგარიშსწორებო ოპერაციებისა და სხვა ეკონომიკური ხასიათის ოფიციალური დოკუმენტების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებას ელექტრონული ფორმით დაშიფრული მეილის საშუალებით. აღნიშნული მომსახურების უპირატესობა მდგომარეობს იმაში, რომ კლიენტს შეუძლია მიიღოს ინფორმაცია (ანგარიში) თავისი ანგარიშებისა და მათზე განხორციელებული ოპერაციების შესახებ ელექტრონული

ფორმით. მნიშვნელოვანი სიახლეა ინტერნეტბანკინგის საშუალებით ჯვარედინი გაყიდვების განვითარება. კერძოდ, დასავლური ბანკების უმეტესი ნაწილი ინტერნეტბანკინგის საშუალებით, კლიენტებს სთავაზობს სადაზღვევო პოლისების შეძენას, თვითმფრინავზე ბილეთების დაჯავშნას და ა.შ. ამ მომსახურებით კმაყოფილია როგორც კლიენტი, ასევე ბანკი, ვინაიდან ეს უკანასკნელი მნიშვნელოვნად ზრდის გაყიდვებს. მნიშვნელოვანი ინოვაციური პროდუქტია ასევე კლიენტისათვის მისი ანგარიშების და საერთოდ მის მიერ განხორციელებული ოპერაციების შესახებ გარკვეული პერიოდულობით სტატისტიკური ანალიზის მომზადება და მიწოდება. აღნიშნული სახის ანგარიშგება ეხმარება მომხმარებელს შეაფასოს მის მიერ ჩატარებული საბანკო ოპერაციების რაოდენობა, ხარისხი და მოცულობა. გადახედოს მიმდინარე მდგომარეობას და, მიღებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, გააკეთოს დასკვნები და დაგეგმოს მომავალში განსახორციელებელი ოპერაციების გრაფიკი. ინტერნეტბანკით შესაძლებელია ჩვეულებრივი ფული ელექტრონულ ფულზე ე.წ. „ Web money“-ზე გადახურდავდეს, ინტერნეტში საქონლისა და მომსახურების შესაძენად და პირიქით, ანუ იქმნება თავისუფალი კონვერტაციის საშუალება. ვირტუალური ფულის საშუალებით კი კლიენტს საშუალება ეძლევა გამოიყენოს IP ტელეფონების და skype-ს შესაძლებლობები, ფასდაკლებით შეიძინოს კინოსა და ავიაბილეთები, გამოიწეროს სხვადასხვა პროგრამები და კომპიუტერული თამაშები.

საბოლოოდ, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჩვენ მიერ განხილული ძირითადი ნოვატორული სიახლეები, რომლებიც წარმატებითაა დანერგული და ფუნქციონირებს საზღვარგარეთულ ბანკებში, რა თქმა უნდა, ზღვარდებული არაა. პირიქით, ინტერნეტბანკინგის შესაძლებლობები მხოლოდ ახლა იწყებს განვითარებას და ყველა ტენდენცია იმაზე მიუთითებს, რომ მომავალში მას განვითარების დიდი პერსპექტივები გააჩნია.

საქართველოს ბანკის ახალი ინტერნეტ ბანკის კონცეფციაც სწორედ ამ ფასეულობებს უკავშირდება. ინტერნეტ ბანკი 2013 წლის 17 აპრილიდან ემსახურება მომხმარებლებს, ის მორგებულია მომხმარებელზე და ამასთან ფილიალში შესრულებულ ტრანზაქციასთან შედარებით 2-ჯერ უფრო სწრაფია.

ახალი ინტერნეტ ბანკით ნებისმიერი ოპერაციის შესრულება სახლიდან გაუსვლელად, ნებისმიერ დროსაა შესაძლებელი. განახლებული ინტერნეტ ბანკით კი თვითონ მისი გააქტიურებაც შეგიძლია, ამისათვის კი ვებ-გვერდზე შესვლა და მონაცემების შევსებაა საჭირო.

საქართველოს ბანკის ინტერნეტბანკით ფილიალში არსებული თითქმის ყველა ოპერაცია ერთ გვერდზეა თავმოყრილი. აქ შეგიძლიათ:

- შექმნათ გადახდების კალათა და ერთად დაფაროთ ყველა გადასახადი;
- შეგიძლიათ გააერთიანოთ და მხოლოდ ერთ ღილაკზე დაჭერით დაფაროთ კომუნალური და სხვა ტიპის გადასახადები. ასევე შეძლებთ ინტერნეტბანკში შესვლისას მიიღოთ ინფორმაცია, გაქვთ თუ არა მიმდინარე დღეს დავალიანება დასაფარი;
- მართოთ ბანკთან უერთიერთობა “ჩემი კალენდარის” საშუალებით;
- იმისათვის, რომ არ გამოგრჩეთ გადახდის დღეები, საკმარისია თავად მონიშნოთ კალენდარზე ან აკონტროლოთ ბანკის მიერ უკვე ავტომატურად მონიშნული სესხის, კომუნალური, საოჯახო და სხვა ტიპის აქტივობები;
- ისარგებლოთ სახლიდან გაუსვლელად ფულადი გზავნილების მრავალფეროვანი არჩევანით;
- ახალი ინტერნეტბანკით ახლა უკვე სახლიდან გაუსვლელად შეგიძლიათ ფულადი გზავნილების როგორც მიღება, ასევე გაგზავნა საქართველოში და საზღვარგარეთ;
- გაიაქტიუროთ სესხი ონლაინ;
- ახალ ინტერნეტბანკში შეგიძლიათ ნახოთ ბანკის მიერ პირადად თქვენთვის მომზადებული შეთავაზებები და იქვე გაიაქტიუროთ დამტკიცებული SMS სესხი;
- მარტივად მოიძიოთ ნებისმიერი ინფორმაცია ძიების ველის გამოყენებით;
- მეტი სიმარტვისთვის ახალ ინტერნეტბანკში დაგხვდებათ ძიების ველი, სადაც შესაძლებლობა გაქვთ ჩაწეროთ ნებისმიერი სიტყვა ფუნქციის, პროდუქტისა, თუ მომსახურების შესახებ;
- აკონტროლოთ შემოსავლები “ჩემი ფინანსების გამოყენებით”;

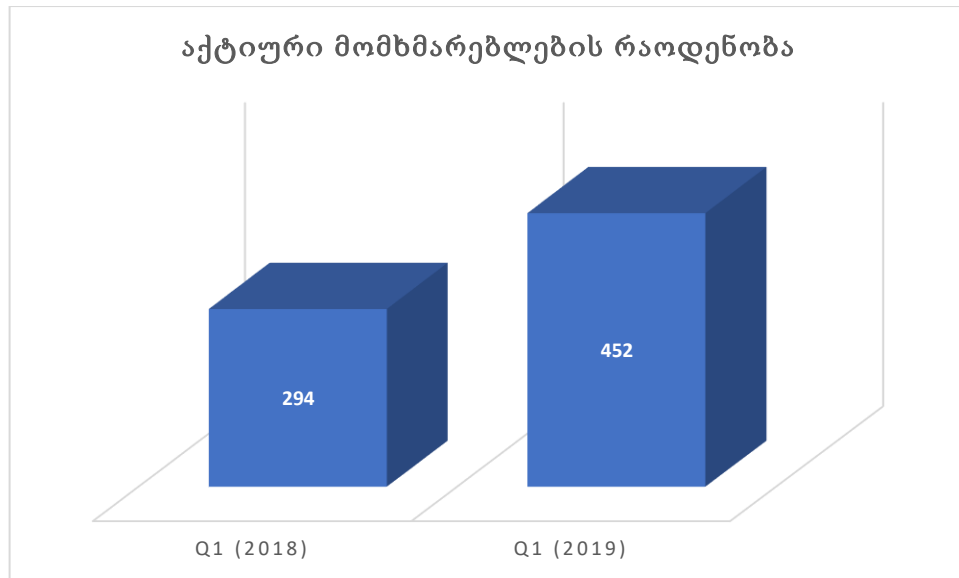
- ინტერნეტბანკში შეგიძლიათ გრაფიკულად ნახოთ თქვენი შემოსავლებისა და ხარჯების დინამიკა, ამის მიხედვით დასახოთ გეგმები და თვალი ადევნოთ რამდენად სწორად მიდიხართ მიზნის შესრულებისკენ;²⁶

ამის გარდა, ინტერნეტბანკის საშუალებით თქვენ შეგიძლიათ შეასრულოთ სტანდარტული საბანკო ოპერაციები:

- მიიღოთ დეტალური ინფორმაცია საკუთარ ანგარიშებსა და ბარათებზე არსებული მდგომარეობის შესახებ. ინტერნეტბანკშივე ნახოთ, შეინახოთ ან ამობეჭდოთ ამონაწერი და სხვა საბანკო საბუთები;
- დაბლოკოთ ან განბლოკოთ ბარათი;
- გახსნათ ან გადაამოწმოთ ინფორმაცია ანაბარზე განთავსებული თანხისა და დარიცხული სარგებლის შესახებ. გაიაქტიუროთ ელექტრონული ყულაბა;
- მიიღოთ დეტალური ინფორმაცია თქვენ სესხზე, საკრედიტო ბარათსა და განვადებაზე;
- გადარიცხოთ საკუთარ ანგარიშებს შორის, სხვა პირის ან ორგანიზაციის ანგარიშზე ან ბიუჯეტში. შექმნათ გადარიცხვის შაბლონები ან გაიაქტიუროთ ავტომატური გადარიცხვის ფუნქციონალი;
- გადაიხადოთ ნებისმიერი ტიპის გადახდები, შექმნათ მათი შაბლონები ან ჩართოთ ავტომატური გადახდების ფუნქციონალი;
- მიიღოთ ინფორმაცია ბონუს პროგრამების შესახებ და გადახადოთ მათი საშუალებით;
- ნახოთ მიმდინარე მდგომარეობით ბანკში დაფიქსირებული ვალუტის კურსები.

დღეს საქართველოში ინტერნეტ და მობილბანკს მრავალი მომხმარებელი ჰყავს თუმცა 2018 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებს 2019 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებს თუ შევადარებთ ვნახავთ რომ მომხმარებლების რაოდენობა 54%-ით არის გაზრდილი.

²⁶<http://bankofgeorgia.ge/retail/ge/remote-banking/internet-banking>



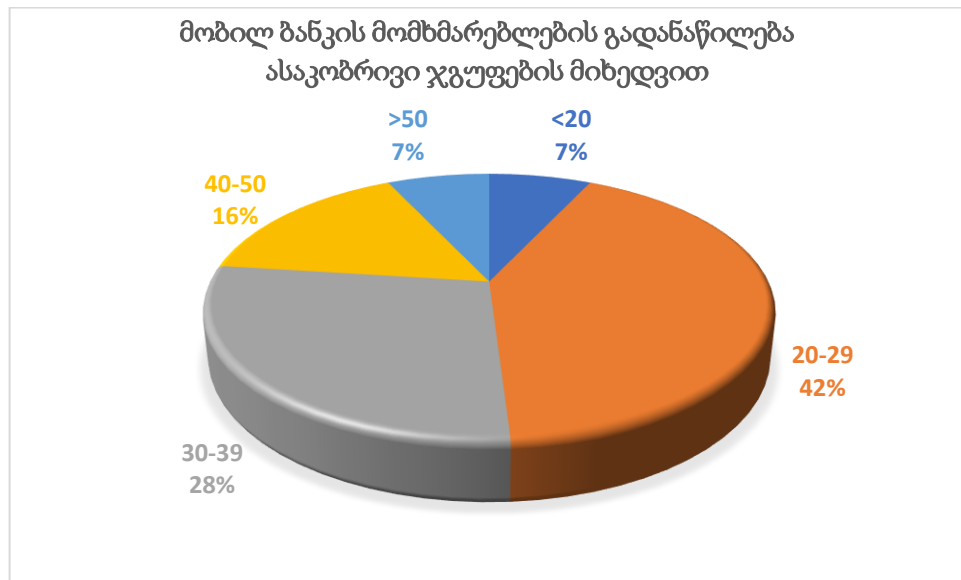
ნახაზი 2.2 წყარო : “საქართველოს ბანკის” 2018 წლის ანგარიში
<https://bankofgeorgiagroup.com/storage/misc/reports/report2018/#page=1>

აღნიშნული ზრდა შეიძლება დავუკავშიროთ შიდა საბანკო თანამშრომლების მოტივაციის სისტემას, რომელიც დაფუძნებული იყო ინტერნეტ ბანკის მომხმარებლებისთვის შეთავაზებაზე. სამოტივაციო სისტემამ მართლაც გაამართლა, რადგან ის მომხმარებლები, რომლებიც აქტიურად იყენებენ ბანკის დისტანციურ არხებს, რეალურად ყველაზე ლოიალურები არიან ბანკის მიმართ და სტატისტიკურად, დაახლოებით 3-ჯერ მეტ საბანკო პროდუქტს ფლობენ ისეთ მომხმარებლებთან შედარებით, რომლებიც მომსახურებას მხოლოდ ფილიალებში იღებენ.

2019 წლის აპრილის თვის მონაცემების მიხედვით მობილ და ინტერნეტ ბანკინგში დალოგინებული მომხმარებლების საშუალო რაოდენობა 1 დღეში 120 000-ია. 1 დღეში გადახდილი კომუნალურების რაოდენობა - 50 000, ხოლო შიდა ან გარე საბანკო გადარიცხვები - 40 000 აღწევს.

ასევე მნიშვნელოვანია მობილ ბანკის მომხმარებლების რაოდენობა და შეფასებები. აპრილის მდგომარეობით ანდროიდის სისტემაზე მომუშავე ტელეფონების მფლობელების მიერ გადმოწერილი mbank აპლიკაციის რაოდენობა 500,000-ზე მეტია, Google play-ის შეფასება კი 4,6.

ასევე მნიშვნელოვანია მობილბანკის მომხმარებლების გადანაწილება ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით. მოსალოდნელიც იქნებოდა, რომ უმრავლესობას 20-29 წლამდე ასაკის მომხმარებლები შეადგენენ, უმცირესობას კი 50 წელს გადაცილებული ადამიანები



ნაზაზი 2.3 წყარო : “საქართველოს ბანკის” 2018 წლის ანგარიში

<https://bankofgeorgiagroup.com/storage/misc/reports/report2018/#page=1>

მართალია, ინტერნეტი გასაოცარ უპირატესობებსა და შესაძლებლობებს გვთავაზობს, მაგრამ ქმნის სხვადასხვა ტიპის რისკებს, რის შესამცირებლადაც ბანკები მნიშვნელოვან ნაბიჯებს დგამენ.²⁷

ზოგადად, ტიპიური საფრთხე, რაც შეიძლება ინტერნეტით სარგებლობისას წარმოიქმნას, არის მესამე პირის მიერ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა ან ინფორმაციის წაშლა კომპიუტერიდან. ეს ყოველივე კი მიიღწევა ვირუსების დახმარებით (პროგრამები, რომლების იგზავნება ინტერნეტის საშუალებით და აზიანებს კომპიუტერებს); ფიშინგის დახმარებით (მცდარი სახელის, ვებგვერდის ან საიტის გამოყენება თაღლითობის მიზნით); და ჰაკერების დახმარებით (არავტორიზებული მიღწევადობა კომპიუტერზე ინტერნეტის დახმარებით).

²⁷ Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and innovations management.

ბანკების გარდა მომხმარებელმაც უნდა მოახდინოს რეაგირება და დაიცვას საკუთარი ონლაინ ანგარიში სხვადასხვა გზების დახმარებით. საფრთხის თავიდან ასაცილებლად მომხმარებელმა უნდა მიმართოს შემდეგ წესებს:

- დამცავი პროგრამის დაინსტალირება (ანტივირუსის ჩათვლით) და კომპიუტერის დასკანერება. იგი უზრუნველყოფს ვირუსების აღმოფხვრას და კომპიუტერს იცავს ახალი ვირუსების შემოტევებისაგან. ახალი ვირუსები კი შეიძლება გამოჩნდნენ ყოველდღიურად ინტერნეტის სარგებლობისას;
- მონაცემების შენახვა მისი ინტერნეტით გაგზავნისას - კლიენტმა არასდროს არ უნდა გააგზავნოს მნიშვნელოვანი ინფორმაცია ღია ინტერნეტის მეშვეობით, სანამ არ დარწმუნდება ბანკსა და მას შორის დაშიფრულ კავშირში;
- კლიენტი დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ კარგად იცნობს იმას, ვისთანაც აქვს ურთიერთობა და კავშირი ინტერნეტის მეორე მხარეს;
- დამცავი პაროლის დაყენება - მომხმარებელს იცავს უცხო პირთა მიერ კომპიუტერის მოხმარებისაგან კარგი პაროლი უნდა შედგებოდეს 6-8 სიმბოლოსაგან ან ციფრებისა და ასოთა კომბინაციისაგან.;
- მხოლოდ სანდო წყაროს პროგრამების გამოყენება - გულისხმობს, რომ მომხმარებელმა არ უნდა გადმოწეროს პროგრამა, ვიდრე არ დარწმუნდება მისი წარმომავლობის სანდოობაში. რადგან სახიფათო პროგრამების გადმოწერას თან სდევს ვირუსები, რაც პროგრამის გახსნისთანავე კლიენტის კომპიუტერში შეაღწევს;
- ინტერნეტ მომხმარებელმა საკუთარი ანგარიში არ უნდა აქციოს თაღლითური ფინანსური ტრანზაქციის სამიზნედ - იგი ყურადღებით უნდა იყოს, როდესაც შემოსთავაზებენ მისი ანგარიშიდან ფირმებისთვის ან ინდივიდებისათვის ფულის გადახდას, უფრო მეტად კი საზღვარგარეთ. ²⁸

²⁸ The future of internet banking for business. IBM global business service. (2011)

1.3 მობაილბანკინგი

ბანკები თავიანთი მომსახურების არხების გაფართოებასა და განვითარებას ახერხებენ მობილური ტექნოლოგიების ბაზაზე.

მობილური-ბანკინგი ნებას რთავს მომხმარებელს - მიიღოს ესა თუ ის საბანკო მომსახურება SMS-ის, GPRS-ის/3G და სხვა სერვისის გამოყენებით.²⁹ მობილური-ბანკინგი კლიენტებს სთავაზობს მოახდინონ ბალანსის შემოწმება, ანგარიშის ტრანსაქცია, გადახდები, საკრედიტო საქმიანობები, გვთავაზობს საალრიცხვო ინფორმაციას, ანგარიშზე ინფორმაციის მოწოდებას, დეპოზიტების მონიტორინგს, სესხზე ხელმისაწვდომობას, საკრედიტო ბარათზე ხელმისაწვდომობას, დასაზღვევო პოლისის მენეჯმენტს, საკრედიტო ბარათების დაბლოკვას (მოპარვის ან დაკარგვის შემთხვევაში) და სხვა საბანკო ტრანსაქციებს მობილურის მეშვეობით.³⁰

მობილური-ბანკინგი აერთიანებს მისი საქმიანობის 4 მონაწილეს: ბანკს, მობილურ ოპერატორს, მობილური ბანკის ტექნოლოგიას და მომხმარებელს. მობილური ბანკინგი ყველაზე ხელმისაწვდომი მომსახურებაა სხვადასხვა ქვეყანაში. თითქმის ყველა მომხმარებელს აქვს მობილური აპარატი და ამიტომ ბანკებმა გადაწყვიტეს, რომ კლიენტმა არ უნდა ეძიოს ბანკის ადგილსამყოფელი მომსახურების მისაღებად და გამოიგონეს იგი.³¹

მობილურ-ბანკინგს სხვადასხვა უპირატესობა გააჩნია კლიენტისა და ბანკისათვის:

- კომფორტულობა - კლიენტი მობილური აპარატის დახმარებით იღებს მისთვის მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებას. ეს მექანიზმი ეხმარება მას გააკეთოს რაოდენობრივი და ხარისხობრივი ანალიზი ფინანსური პროდუქციის შერჩევისა და შედარების დროს;
- დროის მენეჯმენტი - სწრაფი მომსახურება ამცირებს ბანკისა და მომხმარებლის დროის დანახარჯებს;
- ძლიერი დაცულობა - რაც გამოიხატება კლიენტისათვის ინდივიდუალური სამომხმარებლო პაროლის ქონით, რითაც იგი სარგებლობს მობილურით ტრანზაქციისას;

²⁹ www.java.com

³⁰ Marche, S., & Waters, C. Mobile Commerce Applications.

³¹ Mobile Marketing Assosiation. (2009). Mobile Banking Overview.

- დანახარჯების მენეჯმენტი - მობილური ბანკინგი ამცირებს ბანკისა და მომხმარებლის ფულად დანახარჯებს.

მობილური-ბანკინგი იყოფა 2 კატეგორიად: სერვერზე დაყრდნობილი და კლიენტზე დაყრდნობილი ტექნოლოგია. პირველში შედის ისეთი აპლიკაციები, როგორცაა SMS, WAP, IVR. ხოლო მეორეში შედის ისეთი აპლიკაციები, რომელიც დამოკიდებულია მომხმარებლის SIM-ზე - მაგალითად JAVA.³²

SMS ბანკინგი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს გააგზავნოს ან მიიღოს მოკლე ტექსტური შეტყობინება მობილურის მეშვეობით. მსოფლიოში მილიარდობით მესიჯი იგზავნება ყოველდღიურად. მოკლე ტექსტური შეტყობინების გამოყენება ადვილია, ხელმისაწვდომია ნებისმიერი კლიენტისათვის, არ მოითხოვს პროგრამების ინსტალაციას; ნებას რთავს ბანკებსა და ფინანსურ ინსტიტუტებს ახალ-ახალი ინფორმაცია მიაწოდონ მომხმარებლებსა და მუშაკებს. თუმცა მის ნაკლოვანებას წარმოადგენს თითო მესიჯში ასობგერათა შეზღუდული რაოდენობა 140-160 სიმბოლო და ასევე დამცველი გარემოებები. ამ სერვისით სარგებლობისათვის, საჭიროა მობილურ აპარატს გააჩნდეს მობილური ვებგვერდი. იგი ხელმისაწვდომს ხდის კორპორატიული აპლიკაციების გამოყენებას.

IVR იგივე, რაც ინტერაქტიული ხმოვანი მოპასუხე გულისხმობს, რომ ტელეფონზე მოსაუბრე ხმოვანი შეტყობინება ნებას გრთავს - აირჩიო სასურველი მენიუ და მიიღო მომსახურება სხვადასხვა დილაკზე თითის დაჭერის შემდეგ. მას შეუძლია ერთდროულად უპასუხოს რამდენიმე ზარს. ეს სისტემა კარგად გამოიყენება საავტომობილო სისტემებშიც Hands-Free ოპერაციებისას. მიმდინარე ტიპის ავტომობილებში ათავსებენ სპეციალურ სანავიგაციო, აუდიო და მობილურ სისტემებს.

WAP იგივე, რაც უკაბელო ინტერნეტი უკაბელო კომუნიკაციის საერთაშორისო სტანდარტია.³³ ის ახდენს დაკავშირებას მობილურიდან ინტერნეტში და პირიქით. იგი გვთავაზობს ყველა იმ ძირითად მომსახურებას, რაც შეგვიძლია მივიღოთ კომპიუტერის მეშვეობით. ამ სერვისის უკან დგას სხვადასხვა კომპანიები, როგორებიცაა ნოკია, მოტოროლა და ერიქსონი. WAP-ის დახმარებით მომხმარებელი იძენს ინფორმაციას,

³² www.java.com

³³ www.wap.com

ახდენს კომუნიკაციას და მისთვის ინტერნეტ რესურსები არის უფრო ადვილად ხელმისაწვდომი. ის ღია და უსაფრთხო პროგრამაა.

WAP შეიქმნა 1995 წელს და მან სრულიად შეცვალა მსოფლიო და ადამიანთა მოლოდინები. დღესდღეობით, როდესაც ადამიანები ტექნოლოგიების განვითარების საუკუნეში ცხოვრობენ, აუცილებელია მათ ჰქონდეთ აპლიკაციებზე ხელმისაწვდომობა და კავშირი ნებისმიერ დროსა და ადგილზე. სწორედ ამიტომ ჯავა გვთავაზობს უფრო განვითარებულ, ფუნქციონალურ ციფრულ პროექტებს.

90-იანი წლების დასაწყისში, კატარა გუნდმა სახელწოდებით “მწვანე-ჯგუფი” შემოგვთავაზა მობილურში გამოვიყენოთ სხვადასხვა ზომისა და ტიპის აპლიკაციები. მისი გამოყენებისათვის მობილურს უნდა გააჩნდეს GPRS და საკმარისი მეხსიერება. ის ხელმისაწვდომია ყველა ტიპის კომპიუტერსა და ტელეფონში.

დღეს საუკეთესო საკომონუკაციო ინსტრუმენტი მობილური ტელეფონებია, რომელიც ყველაზე მარტივი დისტანციური არხია. მომხმარებელს შეუძლია მხოლოდ მობილური ტელეფონით შეასრულოს მისთვის სასურველი საბანკო ოპერაცია. SMS ბანკს მომხმარებლებისთვის მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია. 21-ე საუკუნეში ქართულმა ბანკებმაც დაიწყეს ამ დისტანციური არხის გამოყენება და შედეგმაც არ დააყოვნა, მომხმარებლების აბსოლუტური უმრავლესობა ამ პროდუქტის მომხმარებელია და ყოველთვიური საკომისიოს მიუხედავად ითხოვს მის გააქტიურებას.

საქართველოს ბანკისთვის SMS ბანკიც ინოვაციური პროდუქტია, რომლის საშუალებით მიიღებთ ინფორმაციას და ასევე შეასრულებთ სხვადასხვა საბანკო ოპერაციას SMS -ის საშუალებით. მოკლე ტექსტური შეტყობინების მოსვლა შეიძლება ავტომატურა და და მომხმარებლის მოთხოვნით.

ავტომატურად მოდის SMS-ი მაშინ, როცა :

- ჩარიცხავთ ანგარიშზე/ბარათზე თანხას;
- გაიტანთ ანგარიშიდან თანხას;
- გადაიხდით ბარათით;
- დაერიცხება თქვენს ანაზარს სარგებელი ან გაუვა-გაუგრძელდება ვადა;

- ჩაგერიცხებათ ანაბარზე თანხა;
- დაფარავთ სესხს ან ოვერდრაფტის პროცენტს.

მომხმარებლის მოთხოვნით კი SMS-ი მოვა, როცა:

- მიიღებთ ინფორმაციას მიმდინარე ანგარიშებზე/ბარათებზე ხელმისაწვდომ თანხაზე;
- შეამოწმებთ PLUS და MR ქულებს, ასევე ელექტრონული ყულაბით დაგროვილ თანხას;
- შეიძენთ მობილურის სასაუბრო დროს;
- გაგზავნით გზავნილ “ელვას”;
- დაბლოკავთ პლასტიკურ ბარათს;
- განბლოკავთ დაბლოკილ პლასტიკურ ბარათს;
- შეცვლით SMS ბანკისთვის დადგენილ ენას.

SMS ბანკის ხშირ გამოყენებას თან ახლავს თაღლითობის მაღალი რისკი. საბანკო სექტორის განვითარების სპეციალისტები აცხადებენ, რომ SMS -ის საბანკო მომსახურება არ არის ისეთი უსაფრთხო, როგორც ჩვეულებრივი საბანკო არხებით, როგორცაა ფილიალი, ბანკომატი ან ინტერნეტბანკით შესრულებული ოპერაციები. მომხმარებლებს ურჩევენ არ გამოიყენონ მოკლე ტექსტური შეტყობინებები ძალიან მაღალი რისკის ოპერაციებისთვის.

აღნიშნულის გარდა, უკიდურესად მნიშვნელოვანია, რომ ტექნიკური შეფერხებების გამო გამოწვეული ხარვეზები არ იყოს ხშირი. ასეთ შემთხვევაში მომხმარებლები უარყოფითად განეწყობიან არა მხოლოდ SMS ბანკის, არამედ ზოგადად ბანკის მიმართაც.

საბანკო შინაარსის შეტყობინებების გარდა, შესაძლოა ბანკმა მომხმარებლები დაგეგმილ მასობრივ თაღლითობის შესახებ გააფრთხილოს, ან არ მისცეს თაღლითს არარეგალური ოპერაციის შესრულების უფლება.

ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგი არის საბანკო სერვისებზე წვდომის მოსახერხებელი საშუალება. მაგრამ ამ სერვისების უსაფრთხო გამოყენებისთვის უნდა ვიაზრებდეთ, რომ კიბერ კრიმინალებმა და თაღლითებმა შესაძლოა მოიპოვონ წვდომა ჩვენს ანგარიშებზე.

როგორც წესი ეს ხდება ინტერნეტ და მობაილ ბანკის პაროლების, მომხმარებლის სახელის, პინ კოდების არალეგალურად მოპოვების გზით.

2.4 ბანკი - კლიენტი

გზა მარტივიდან პრემიუმამდე: “საქართველოს ბანკის” საცალო მომსახურებით 2,3 მილიონზე მეტი კლიენტი სარგებლობს. ბანკი მათ ისეთ პროდუქტებს სთავაზობს, როგორიცაა: მიმდინარე და შემნახველი ანგარიშები, ანაბრები, ფულადი გზავნილები, იპოთეკური სესხები, სამომხმარებლო სესხები, განვდება, ავტოსესხი, საკრედიტო ბარათები. ამას ემატება Express Bank-ის მომხმარებლები და პრემიალური საბანკო მომსახურების, ანუ SOLO-ს 16 ათასზე მეტი მომხმარებელი. რაც შეეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის დაკრედიტებას, ამ მიმართულებით “საქართველოს ბანკის” მიერ გაცემულ სესხებზე მთლიანი ბაზრის 1/3 მოდის. ბანკის მიერ შეთავაზებული პროდუქტები ისეა შემუშავებული, რომ თითოეულ მათგანს თავისი მკაფიოდ განსაზღვრული მომხმარებელი ჰყავს. მათი მაჩვენებლების ანალიზი კი ცხადყოფს, რამდენად იზდებიან მომხმარებლები წლიდან წლამდე იმის მიხედვით, თუ როგორ ინაცვლებენ მომსახურებების ერთი სეგმენტიდან მეორეში. უმეტეს შემთხვევაში, საწყისი წერტილი Express Bank-ია.

Express Bank-ი ხუთი წლის წინ იმ მიზნით შეიქმნა, რომ ნებისმიერი მომხმარებლისთვის ბანკთან უერთიერთობა მარტივი გაეხადა. კონცეფცია ეფუძნებ იმას, რომ მომსახურების მიღებ მომხმარებლისთვის მარტივი და სწრაფი იყოს. Express Bank-ის 24 საათიანი ფილიალები ძირითადად საცხოვრებელ ზონებთან ახლოს, უბნებში ხალხმრავალ ადგილების მიმდებარეთ არის განთავსებული და მათი უნიკალურობის გამო, ამ ფილილების მომსახურებით ნებისმიერი ადამიანი სარგებლობს. თუმცა, მეორე მხრივ, Express Bank-ი საინტერესო და მოსახერხებელი იმ ადამიანებისთვის, ვინც ჯერ მხოლოდ იწყებს ბნკონ ურთიერთობს, რადგან მისი კონცეფცია ფინანსური ინტიტუტების მიმართ პირველი ნაბიჯის გადადმას ამარტივებს, ახალბედა მომხმარებელს საბანკო ისტორიის შექმნასა და

საბანკო ჩვევების ჩამოყალიბებაში ეხმარება. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, იდეალურ შემთხვევაში, მომხმარებლები იწყებენ Express Bank-ით და ხდებიან SOLO.

SOLO - გამორჩეული სერვისების, შესაძლებლობების, ცხოვრების სტილის ნაზავია. SOLO-ს რადიკალურად განსხვავებული კონცეფცია და მთავარი იდეა იმაში მდგომარეობს, რომ ყველაფერი აწყობილია მისი მომხმარებლების მოლოდინებისა და ცხოვრების სტილის გარშემო. მომხმარებელი პრივილეგირებული საბანკო მომსახურებითა თუ სერვისებით სარგებლობს და ამავე დროს SOLO LIFESTYLE-ის შესაძლებლობებს იზიარებ.

პრემიული სეგმენტისთვის ცალკე მომსახურება “საქართველოს ბანკმა” 10 წლის წინ დაიწყო, თუმცა 2015 წლამდე დაგროვილმა გამოცდილებამ აშკარა გახადა ახალი მიდგომების აუცილებლობა და სწორედ ამან განაპირობა SOLO-ს კონცეფციის განახლება. თუკი თავიდან აქცენტები მაინც საბანკო პროდუქტებზე კეთდებოდა, ახალმა კონცეფციან მომხმარებელს იმაზე მეტი შესთავაზა, ვიდრე მხოლოდ ბანკთან პრივილეგირებული უერთუიერთობა იყო : მეტი ექსკლუზიურობა და ახალი სერვისები, რომლებიც SOLO მომხმარებლის ცხოვრების სტილზეა მორგებული.

ასეთი მიდგომა 2015 წლის აპრილში დაიწყო და მისი შედეგები უკვე თვალში საცემია: მომხმარებელთა რაოდენობა ერთ წელში 40%-ით გაიზარდა. მოცემულ ცხრილში მოცემულია საქართველოს ბანკის კლიენტების დამოგების მაჩვენებლები სეგმენტების მიხედვით.

ცხრილი 2.4



	Express Bank	Retail	SOLO	Business
კლიენტები	539k	1,663k	44k	195k
მთლიანი მოგება	40 მლნ (+2%)	109 მლნ (-1,4%)	56 მლნ (+31,4%)	79მლნ (+59,2%)
მოგება ერთ კლიენტზე	75 ლარი	67 ლარი	1,455 ლარი	440 ლარი
პროდუქციის რაოდენობა ერთ კლიენტზე	3,3	1,7	5,4	1,4

ფილიალების რაოდენობა	165	94	12	
----------------------	-----	----	----	--

წყარო : <http://bankofgeorgia.ge/>

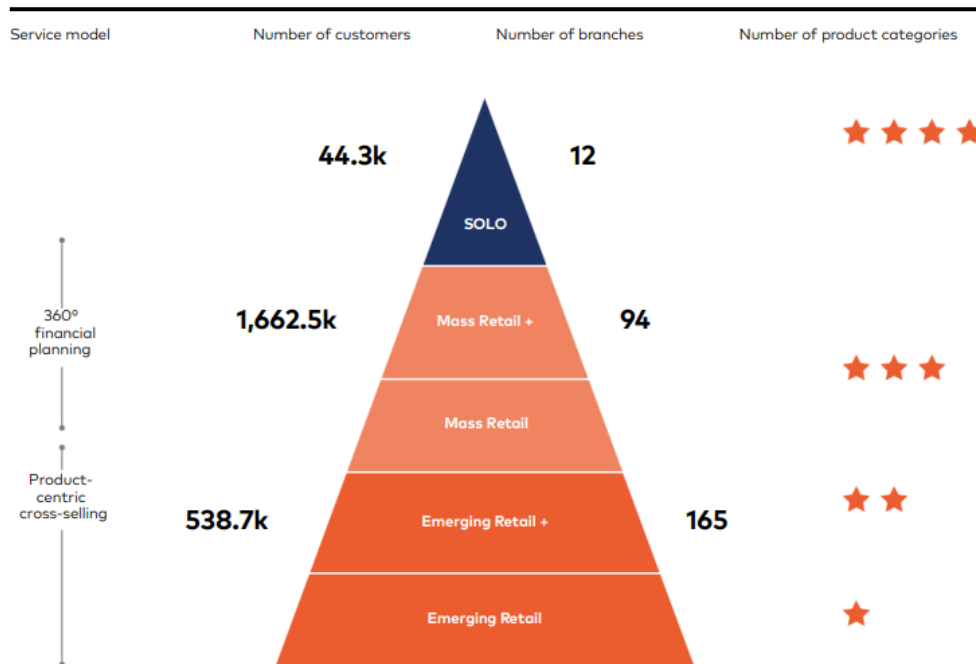
ცხრილის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ყველაზე მეტი მოგება თითოეული კლიენტიდან ბანკს სწორედ SOLO სეგმენტიდან შემოსდის. ამასთან თითოეულ მომხმარებელზე პროდუქტების რაოდენობის მაჩვენებელში სოლო მომხმარებლები ლიდერობენ.

SOLO LOUNGE - ადგილი, რომელიც არ ჰგავს კლასიკური გაგებით ბანკს. ეს არის ბანკი სასტუმროს ტიპის დახვეწილი ინტერიერით. თითოეული ლაუნჯის გარემოში SOLO LIFESTYLE-ისა და SOLO საბანკო სივრცეები ერთმანეთს იდეალურად ერწყმის. ამ გარემოში, საბანკო მომსახურების მიღებასთან ერთად, მომხმარებელს შესაძლებლობა აქვს, საკუთარი ბიზნესშეხვედრებიც გამართოს.

ზემოთაღნიშნულ სეგმენტაციისას საქართველოს ბანკი იყენებს მომხმარებლების ექსპრესიდან სოლომდე გაზრდის შემდეგ იერარქიას. ქვემოთ მოცემულია ორი ძირითადი სერვისის მოდელი : პროდუქტზე ორიენტირებული ჯვარედინი გაყიდვები და 360 გრადუსიანი ფინანსური დაგეგმვა. ორივე სერვისის მოდელს განსხვავებული მიმართულება აქვს, რაც განისაზღვრება მათი მდებარეობით. თუ მომხმარებელი ბანკს მხოლოდ კომუნალურების გადასახდელად მიმართავს, მოსალოდნელია რომ მას ბანკში მხოლოს ანგარიში ჰქონდეს გახსნილი და რეალურად არც იცოდეს საბანკო ანგარიშის გამოყენების არეალი. ასეთი მომხმარებლები არიან ორიენტირებული, რაც შეიძლება ნაკლები დანახარჯებით გადაიხადონ გადასახადები და ხშირად არც აინტერესებთ სხვა დამატებითი სერვისები რაც შეიძლება ბანკმა მას შესთავაზოს. ასეთი ტიპის კლიენტების შემდეგ მოდიან საბანკო ანგარიშის მფლობელი კლიენტები, რომლებიც კი იყენებენ საბანკო ანგარიშს, მაგრამ იშვიათად და ისიც მათი საჭიროებიდან გამომდინარე. მათ შესაძლოა ჰქონდეთ მცირე თანხიანი სესხი ან ანაბარი. ორივე ზემოთ აღწერილი კლიენტები ნაკლებად ლოიალურები არიან ბანკის მიმართ და არ იყენებენ 2-ზე მეტ პროდუქტს.

პროდუქტზე ორიენტირებული ჯვარედინი გაყიდვები სწორედ პროდუქტის უპირატესობას უსვამს ხაზს და ცდილობს ყოველი პროდუქტი მომხმარებლის საჭიროებაზე იყოს მორგებული.

Retail Banking customer segmentation



ნახაზი 2.5 წყარო: “საქართველოს ბანკის” 2018 წლის ანგარიში

<https://bankofgeorgiagroup.com/storage/misc/reports/report2018/#page=1>

რაც შეეხება 3 და მეტი ვარსკვლავის მქონე მომხმარებლებს ისინი ორიენტირებული არიან ბანკთან გრძელვადიან ურთიერთობაზე, მეტად არიან გათვითცნობიერებული საბანკო პროდუქტებში, ხშირად იყენებენ მობილ და ინტერნეტ ბანკს.

თავი 3. ინოვაციური ტენდენციები საქართველოს საბანკო სექტორში და მათი შედეგები

3.1. დანერგილი ინოვაციური პროდუქტების ტიპები და მომსახურების პირობები საქართველოს ბანკებში

საქართველოს საბანკო სექტორში ინოვაციებიდან, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია მისი საგადახდო სისტემა, რაც წარმოადგენს საგადახდო ინსტრუმენტების, მათი გამოყენების წესებისა და ბანკთაშორის ანგარიშსწორების სისტემების ერთობლიობას, რომლებიც უზრუნველყოფენ ქვეყანაში ფულადი სახსრების მიმოქცევას. მისი რეფორმირება დაიწყო 1994 წლიდან, როდესაც დაინერგა ელექტრონული ინფორმაციის ურთიერთგაცვლის ტექნოლოგია, რამაც მნიშვნელოვნად დააჩქარა ეროვნული ბანკის დაწესებულებების მიერ გადარიცხვების დამუშავების პროცესი.

საგადახდო სისტემების კოორდინირებული განვითარების უზრუნველსაყოფად 1995 წელს ეროვნულ ბანკში ჩამოყალიბდა „ეროვნული საგადახდო საბჭო“, რომლის ხელმძღვანელობით შეიქმნა მსხვილი კომერციული ბანკების საანგარიშსწორებო ცენტრები (1995 წ), ამოქმედდა ელექტრონული ანგარიშსწორება ეროვნულ ბანკსა და კომერციულ ბანკებს შორის (1997 წ), შემოღებულ იქნა ერთიანი სტანდარტები და ფორმატები, დაინერგა ინფორმაციის დაცვის პროგრამული საშუალებები.

1998 წელს განხორციელდა კომერციული ბანკების ფილიალების საკორესპოდენტო ანგარიშების კონსოლიდაცია სათაო ბანკებში, რამაც საშუალება მისცა ეროვნულ ბანკს ოპერატიულად და ეფექტურად განეხორციელებინა ანგარიშსწორება ქვეყნის შიგნით.

1998-2001 წლებში საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციებთან ერთობლივად მიმდინარეობდა მუშაობა დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების სისტემის დასანერგად, რომელიც ექსპლოატაციაში გაეშვა 2001 წლის სექტემბერში.

2003 წლიდან RTGS-ის მონაწილეთა შორის ინფორმაციის გაცვლა (ელექტრონული საგადახდო დავალებები, ამონაწერები და სხვა შეტყობინებები) ხორციელდება მხოლოდ ელექტრონული სახით.³⁴

ამავე წლიდან განისაზღვრა ანგარიშსწორების მომსახურების ანაზღაურების საკომისიო გადასახადები დროის მიხედვით დიფერენცირებულად.

2003 წლის 21 აგვისტოდან დაინერგა სახაზინო სამსახურის საანგარიშსწორებო ინფორმაციის მომსახურება ელექტრონულ-ტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენებით. სახაზინო სამსახურსა და ეროვნულ ბანკს შორის საანგარიშსწორებო ინფორმაციის გაცვლა ხდებოდა ტელესაკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებით, პირადი ხელმოწერის ანალოგიური ელექტრონულ-ციფრული ხელმოწერით დადასტურებული ელექტრონული საბუთებით.

2007 წლის აპრილიდან ფინანსთა სამინისტროს სახაზინო სამსახური ანგარიშსწორების სისტემაში ჩაერთო როგორც პირდაპირი მონაწილე.

საბანკო სექტორი ჩვენთან საკმაოდ მდგრადი განვითარების ტენდენციებით ხასიათდება, რომლის განვითარების პრიორიტეტებს ტრანსფარენტულობა და კორპორატიული მართვის თანამედროვე პრინციპების დანერგვა წარმოადგენს. დღეს ეკონომისტებისა და ექსპერტების დიდი ნაწილი თანხმდება იმაზე, რომ საქართველოს ეკონომიკის არც ერთი სხვა დარგი ისე არ არის ახლოს ევროპული ბიზნესის მართვის სტილთან როგორც საბანკო სექტორი.

ქართული საბანკო სექტორის განვითარების ვექტორი მიმართულია სტაბილური და გრძელვადიანი განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში, რასაც მოწმობს ყოველწლიურად ახალი, ინტეგრირებული საბანკო პროდუქტების ბაზარზე გამოტანა და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა. წამყვანი ქართული ბანკებს ყოველწლიურად 10-დან 15-მდე ახალი ინოვაციური პროდუქტი გამოაქვთ ბაზარზე, რაც ცოტა ნამდვილად არ არის.

წამყვანი ქართული ბანკები, ტრადიციულ საბანკო სერვისთან ერთად, სულ უფრო ხვეწენ ონლაინ მომსახურებას, როგორც ინტერნეტ ბანკინგის ასევე მობაილ ბანკინგის

³⁴ www.rtgs.com

პლათფორმებზე. მაგალითად, იმისთვის რომ სესხი მიიღოთ, შეგიძლიათ საერთოდ არ მიხვიდეთ ბანკში და სახლიდან გაუსვლელად შეავსოთ ელექტრონული ფორმა. საინტერესოა ისიც, რომ ელექტრონულად შეგიძლიათ მიიღოთ არა მხოლოდ სამომხმარებლო სესხი, არამედ ისარგებლოთ ონლაინ-განვადებითაც, ხოლო მობილური ტელეფონით გადაიხადოთ კომუნალური გადასახადები, გადარიცხოთ თანხები ან განახორციელოთ ნებისმიერი საბანკო ოპერაცია.

ქართული საბანკო სექტორის მდგრად განვითარებას აღიარებს ყველა გავლენიანი საერთაშორისო ორგანიზაცია თუ სარეიტინგო სააგენტო. ძალზე გავლენიანი საერთაშორისო სარეიტინგო სააგენტო Fitch-ის ბოლო შეფასებაც, რომლის თანახმადაც 4 ქართულ ბანკს გრძელვადიანი რეიტინგები დაუდასტურა და სტაბილური პროგნოზი დაუდგინა, ამ თვალსაზრის კიდევ ერთხელ ადასტურებს.

ბოლო წლებში ეკონომიკის ტემპები ხან მაღალი და ხან შედარებით დაბალი იყო, მაგრამ საბანკო სექტორი ყოველთვის ცდილობდა ფეხი აეწყო თანამედროვე ტენდენციებისათვის, ბანკების საქმიანობის ტრანსფარენტულობა და გახსნილობა, ხელს უწყობდა საბანკო სექტორში უცხოური კაპიტალის, მათ შორის ინვესტიციების უწყვეტ შემოდინებას, ამიტომ მიმაჩნია, რომ საქართველოს შემთხვევაში საბანკო სექტორი იდეალურად არის განვითარებული.

დღეისათვის საქართველოში ფუნქციონირებს დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების სისტემა (RTGS), რომლის ორგანიზატორი და ოპერატორია საქართველოს ეროვნული ბანკი.³⁵ სისტემა აგებულია ინტერნეტ ტექნოლოგიებზე. მასში ანგარიშსწორება ხორციელდება საგადახდო დავალებების მიხედვით, "გროს" პრინციპით, ანუ ფულადი სახსრების გადაგზავნა ხდება ინდივიდუალურად თითოეული დავალების მიხედვით.³⁶

სისტემაში ინფორმაციის უსაფრთხოება უზრუნველყოფილია ელექტრონულ - ციფრული ხელმოწერის საშუალებით. ამ სისტემაში ელექტრონულ საბუთს ქაღალდის საბუთის ტოლფასი იურიდიული ძალა აქვს. მისი ძირითადი მიზანია უზრუნველყოს გადახდებისა და ანგარიშსწორების ისეთი მექანიზმის შექმნა, რომლის მეშვეობითაც

³⁵ www.rtgs.com

³⁶ Robbins, E. (2010). Financial Industry Perspectives.

საოპერაციო საათების განმავლობაში უწყვეტად განხორციელდება მონაწილეების გადარიცხვის დავალებების დამუშავება და მონაწილეებს შორის ანგარიშსწორება.

მნიშვნელოვანია ეროვნული ბანკის როლი ამ სისტემაში. იგი განსაზღვრავს მის პარამეტრებს და ტექნიკურ კონფიგურაციას; აკონტროლებს, ოპერირებს და მართავს სისტემას; უზრუნველყოფს სისტემაში მონაწილეთა დაშვებას, სისტემის საოპერაციო სტანდარტებისა და პროცედურების შემუშავებასა და დამტკიცებას; წესების დანერგვასა და განვითარებას.

RTGS სისტემის უშუალო მონაწილეები არიან კომერციული ბანკები და სახელმწიფო ხაზინა. მასში ჩართვისათვის საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ დადგენილი სპეციალური მოთხოვნები (საკორესპოდენტო ანგარიშის გახსნა სებ-ში, საბანკო ცნობარში ახალი მონაწილის საბანკო კოდის დაფიქსირება, სამუშაო ადგილის მოწყობა და სებ-ის საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და უსაფრთხოების დეპარტამენტის მიერ დაწესებული ტექნიკური მოთხოვნების უზრუნველყოფა), რომელთა შესრულების შემთხვევაში საფინანსო დაწესებულებას შეუძლია სებ-თან გააფორმოს ხელშეკრულება.

მონაწილის სტატუსი ამ სისტემაში შეიძლება იყოს:³⁷

- აქტიური - ანგარიშსწორების ანგარიშზე ოპერაციების განხორციელება ჩვეულ რეჟიმშია შესაძლებელი;
- გადარიცხვების ბლოკირება - ანგარიშსწორების ანგარიშიდან მონაწილის მიერ ვერ სრულდება საკრედიტო ოპერაციები;
- ჩარიცხვების ბლოკირება - ანგარიშსწორების ანგარიშზე ვერ ხორციელდება სადებეტო ოპერაციები;
- სრული ბლოკირება - ანგარიშსწორების ანგარიშზე ვერ ხორციელდება სადებეტო და საკრედიტო ოპერაციები.

RTGS სისტემაში წვდომა დაშვებულია მხოლოდ შესაბამისი ავტორიზაციის მქონე მომხმარებლებისათვის, რომლებიც ინდივიდუალურად არიან იდენტიფიცირებული.

³⁷An Oracle White Paper. (2010). Next-generation Banking: Combining Process and Technology to Achieve Agility.

ყოველ მომხმარებელს აქვს მხოლოდ ერთი პროფილი, რომელსაც განსაზღვრავს ეროვნული ბანკი.³⁸

ეროვნულ ბანკს ამ სისტემაში გააჩნია შემდეგი უფლება-მოვალეობები:

- იგი უზრუნველყოფს მონაწილეებისათვის მომსახურების მიწოდებას და ვალდებულია კეთილსინდისიერად შეასრულოს დაკისრებული ვალდებულებები;
- იგი უფლებამოსილია ასახოს მონაცემები;
- იგი ახორციელებს მონაწილის მონიტორინგს და ვალდებულია ახალ მონაწილეს მინიჭოს მონაწილის კოდი;
- იგი ვალდებულია უზრუნველყოს გადარიცხვის დავალების ტექნიკური მიღების შემდეგ მისი შინაარსის უცვლელობა და დაცულობა;
- აღრიცხოს და შეინახოს ყველა გადარიცხვის დავალება;
- მონაწილეებს მიაწოდოს მათ მიერ განხორციელებული გადახდებისა და სისტემაში მათი ანგარიშსწორების ანგარიშების შესახებ მიმდინარე ინფორმაცია;

მონაწილეების ვალდებულებებია:

- დაიცვას უსაფრთხოების პროცედურები და უზრუნველყოს მისი ტექნიკის, კოდების, პაროლებისა და სისტემის წვდომასთან დაკავშირებული უსაფრთხოების ნორმების შესრულება;
- განახორციელოს სისტემაში ანგარიშისა და მისი სხვა ქვეანგარიშების მონიტორინგი, იმის შესამოწმებლად, რომ მას გააჩნია საკმარისი ხელმისაწვდომი თანხა გადარიცხვის დავალებებიდან გამომდინარე ვალდებულებების შესასრულებლად;

RTGS სისტემის მართვა მოიცავს შემდეგ 3 ეტაპს: დღის შიდა ლიკვიდობის საშუალების ქვეანგარიშს, რეზერვების ქვეანგარიშს და ჯავშნის ქვეანგარიშს.

დღის შიდა ლიკვიდობის საშუალება გამოიყენება CSD სისტემაში, რაც RTGS სისტემას აწვდის მონაწილის მიერ დღის შიდა ლიკვიდობის საშუალებებისათვის ეროვნული ბანკის

³⁸www.rtgs.com

სასარგებლოდ დაგირავებული ფასიანი ქაღალდების შესახებ ინფორმაციას, რომლის საფუძველზეც აისახება გირაოს რაოდენობა ლარებში.³⁹

რეზერვების ქვეანგარიში გამოიყენება ფულადი სახსრების მართვის მიზნით: ნაღდი ფულის გატანა, ნაშთის გარკვეული ოდენობის შენარჩუნება, ნეტ ანგარიშსწორების დავალების განხორციელების უზრუნველყოფა.⁴⁰

ჯავშნის ქვეანგარიშის დროს შესაძლებელია ანგარიშიდან ფულადი სახსრების გადატანა, რასაც მომხმარებელი ვერ გამოიყენებს ანგარიშსწორებისათვის.

ამ სისტემის განხორციელებისას შეიძლება წარმოიქმნას შემაფერხებელ გარემოებათა შემდეგი სახეები, როდესაც:

- სისტემის ერთი ან მეტი კომპონენტი გამართულად ვერ ფუნქციონირებს;
- საკომუნიკაციო არხები ვერ ფუნქციონირებს;
- CSD სისტემა ვერ ფუნქციონირებს.

თუ ამ სამი სახეობიდან რომელიმე მოხდება 1 საათზე მეტი ხნის განმავლობაში, ეროვნული ბანკი ვალდებულია მონაწილეებს შეატყობინოს ეს ყოველივე.

თუ შევაჯამებთ ყველა ზემოთხსენებულს, ამ სისტემაში ეროვნული ბანკი ვალდებულია მონიტორინგი მოახდინოს შემდეგ მახასიათებლებზე: მონაწილის სტატუსზე, ანგარიშსწორების ანგარიშის ნაშთზე, გირაოს ანგარიშსა და დღის შიდა ლიკვიდობის საშუალების ქვეანგარიშებზე, სისტემის ლიკვიდობაზე, ანგარიშზე არსებულ ხელმისაწვდომ თანხაზე და სხვა.

2011 წელს საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტმა გამოსცა ბრძანება “საგადახდო ბარათების შესახებ”, რაც განსაზღვრავს საქართველოში კომერციული ბანკების გამოშვებასთან დაკავშირებულ საკითხებს, ემიტენტსა და ბარათის მფლობელს შორის გასაფორმებელი ხელშეკრულების ძირიადად პირობებს.

საგადახდო ბარათი არის ბანკის მიერ გამოშვებული ინსტრუმენტი, რომლის საშუალებითაც ხდება პროდუქტისა და მომსახურების საფასურის გადახდა, ნაღდი ფულის

³⁹ www.rtgs.com

⁴⁰ Robbins, E. (2010). Financial Industry Perspectives.

მიღება, ვალუტის გადაცვლა, ფულადი გზავნილის განხორციელება და საქართველოს კანონმდებლობით ნებადართული სხვა ოპერაციების შესრულება.

იმისათვის, რომ მოხდეს ბარათების სარგებლობა, ემიტენტი ვალდებულია გააფორმოს ბარათის მომსახურების შესახებ ხელშეკრულება ბარათის მფლობელთან, რომელშიც გათვალისწინებულია: ბარათის დასახელება და ტიპი, მისი გამოყენების წესი, შეზღუდვები, საკომისიო და საპროცენტო განაკვეთი, მხარეთა უფლება-მოვალეობები, ბარათის დაკარგვის შემთხვევაში განსახორციელებელი პროცედურები, დავის გადაწყვეტის პროცედურა და ვადები, საჯარიმო სანქციები. ბარათების გადაცემამდე ემიტენტი ვალდებულია სადებეტო/საკრედიტო მფლობელის იდენტიფიცირება მოახდინოს. ბარათის გააქტიურებამდე უნდა მოხდეს ბარათის მფლობელის სახელზე მიმდინარე ანგარიშის გახსნა.⁴¹

იმისათვის, რომ მოხდეს ბარათის არასანქცირებული მოხმარებისაგან დაცვა, გამოყენებულ უნდა იქნეს შემდეგი მექანიზმებიდან ერთ-ერთი: საბარათე ქვითარზე ხელმოწერის შედარება ბარათზე დატანილ ხელმოწერასთან, პინ-კოდი, ინტერნეტ გადახდის დროს ბარათის უკანა მხარეს არსებული “ბარათის საიდენტიფიკაციო კოდი”, ბარათის მფლობელის სურათის დაბეჭვდა ბარათზე.

ბარათებზე (გარდა ვირტუალური ბარათისა) მითითებული ინდა იყოს ბარათის მოქმედების ვადა, ბარათის ნომერი, ემიტენტის დასახელება, ბარათის მფლობელის ხელმოწერის ადგილი, ემიტენტის ცხელი ხაზის ნომერი, ემიტენტის მისამართი.

მას შემდეგ, რაც ბანკი ბარათს გადასცემს მფლობელს, ის ვალდებულია ბარათზე ჩარიცხული ფულადი სახსრები ხემისაწვდომი გახადოს მისთვის; უზრუნველყოს წარმოებული ოპერაციების შესახებ და ნაშთის შესახებ ინფორმაციის დროულად გაცემა მოთხოვნის შემთხვევაში. ხოლო ბანკს ეკრძალება წინასწარი გადახდის ბარათით განხორციელოს შემდეგი ოპერაციები: ნაღდი ფულის გაცემა, ინტერნეტში გადახდების განხორციელება; თანხის ჩარიცხვა; თანხის გადარიცხვა; ბარათის გამოყენება საქართველოს

⁴¹ An Oracle White Paper. (2010). Next-generation Banking: Combining Process and Technology to Achieve Agility.

ფარგლებს გარეთ. ბანკი ვალდებულია დაიცვას ბარათის მფლობელის შესახებ ინფორმაციის კონფიდენციალურობა.

საიმედო და ეფექტიანი საგადახდო სისტემები ეკონომიკაში ფულადი სახსრების შეუფერხებელი მოძრაობისა და ქვეყნის მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. „საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის შესაბამისად, საგადახდო სისტემების უსაფრთხო, მდგრადი და ეფექტიანი ფუნქციონირების ხელშეწყობა ეროვნული ბანკის ერთ-ერთი ფუნქციაა. მისი ეფექტურად განხორციელების მიზნით, 2018 წელს მნიშვნელოვანი სამუშაოები იქნა გაწეული სხვადასხვა მიმართულებით, როგორცაა:

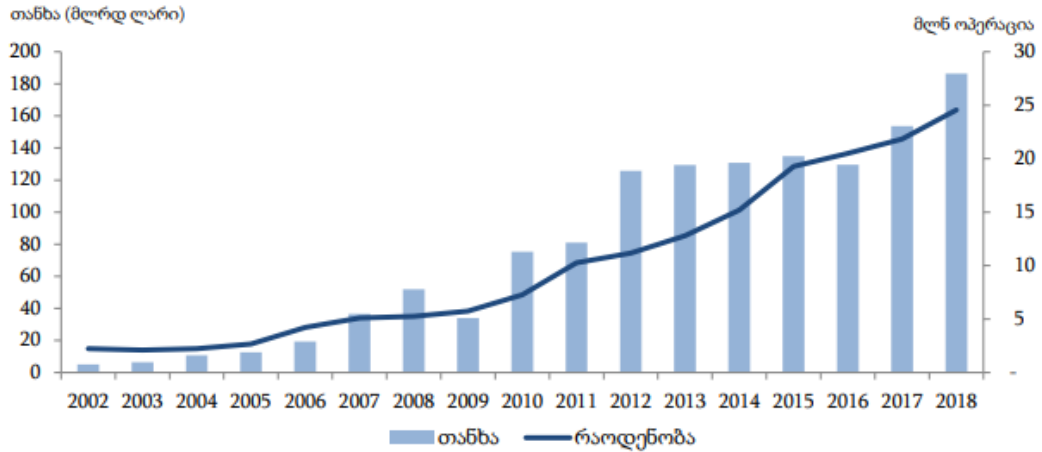
- ეროვნული ბანკის RTGS სისტემის მდგრადი და ეფექტიანი ფუნქციონირების უზრუნველყოფა;
- ფინანსური ბაზრის ინფრასტრუქტურების CPSS-IOSCO პრინციპების დამკვიდრება;
- საგადახდო მომსახურების პროვაიდერების რეგისტრაცია, მოქმედი საგადახდო მომსახურების პროვაიდერების დისტანციური და ადგილზე შემოწმება;
- არსებული საგადახდო ინსტრუმენტებისა და საშუალებების განვითარებისა და ინოვაციური ინსტრუმენტების დანერგვის ხელისშეწყობა;
- საგადახდო სისტემების ზედამხედველობის ფარგლებში სამართლებრივი აქტების პროექტებზე მუშაობა და არსებული სამართლებრივი ბაზის დახვეწა.

ეროვნული ბანკის დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების სისტემა (RTGS სისტემა) წარმოადგენს ეროვნული ვალუტით ბანკთაშორისი ანგარიშსწორების ძირითად მექანიზმს. შესაბამისად, მისი გამართული მუშაობა ქვეყნის საფინანსო სექტორისა და ეკონომიკის შეუფერხებელი ფუნქციონირების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. 2018 წელს, წინა წლების მსგავსად, უზრუნველყოფილი იქნა მისი მუშაობის უწყვეტობის მაღალი ხარისხი. კერძოდ, RTGS სისტემის მონაწილეებისათვის ხელმისაწვდომობა შეადგენდა 99.97 პროცენტს. სისტემას გააჩნია საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის შესაბამისად შექმნილი ბიზნეს უწყვეტობის გეგმა, რომლის ტესტირება წინასწარ დამუშავებული სცენარების მიხედვით რეგულარულად ტარდება.

RTGS სისტემაში განხორციელებული ოპერაციების სტატისტიკა დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების (RTGS) მოქმედი სისტემა, რომლის ოპერატორი საქართველოს ეროვნული ბანკია, 2010 წლის დეკემბერში დაინერგა. 2018 წელს RTGS სისტემის მონაწილეები იყვნენ საქართველოში ლიცენზირებული 16 კომერციული ბანკი, საქართველოს ეროვნული ბანკი და ფინანსთა სამინისტროს სახაზინო სამსახური. 2018 წელს RTGS სისტემით გადახდის 24.6 მილიონი ოპერაცია განხორციელდა, თანხობრივად 186.4 მილიარდი ლარით, რაც წინა წლის მაჩვენებლებს, შესაბამისად, 12.4 და 21.3 პროცენტით აღემატება. საყურადღებოა, რომ 2017 წელსაც დაფიქსირდა RTGS სისტემით დამუშავებული ოპერაციების თანხობრივი მაჩვენებლების მსგავსი მაღალი ზრდა⁶², რაც განპირობებული იყო ეროვნულ ბანკსა და კომერციულ ბანკებს შორის გადარიცხვების თანხის მატებით. ამის საპირისპიროდ, 2018 წელს RTGS სისტემით განხორციელებული ოპერაციების თანხობრივი მაჩვენებლების ზრდის ძირითადი მიზეზი იყო, ერთი მხრივ, ბანკთაშორისი გადარიცხვების (17 პროცენტის მატება 2017 წლის მონაცემებთან შედარებით), ხოლო, მეორე მხრივ, კომერციულ ბანკებსა და ფინანსთა სამინისტროს სახაზინო სამსახურს შორის (43 პროცენტის მატება 2017 წლის მონაცემებთან შედარებით) გადარიცხვების თანხის ბრუნვის ზრდა. თავის მხრივ, RTGS სისტემით გახორციელებული ბანკთაშორისი გადახდების თანხობრივი მაჩვენებლის ზრდა მნიშვნელოვანწილად განპირობებული იყო კლიენტის მიერ განხორციელებული გადახდების ბრუნვის ზრდით (20 პროცენტის მატება 2017 წლის შესაბამის მაჩვენებელთან შედარებით).

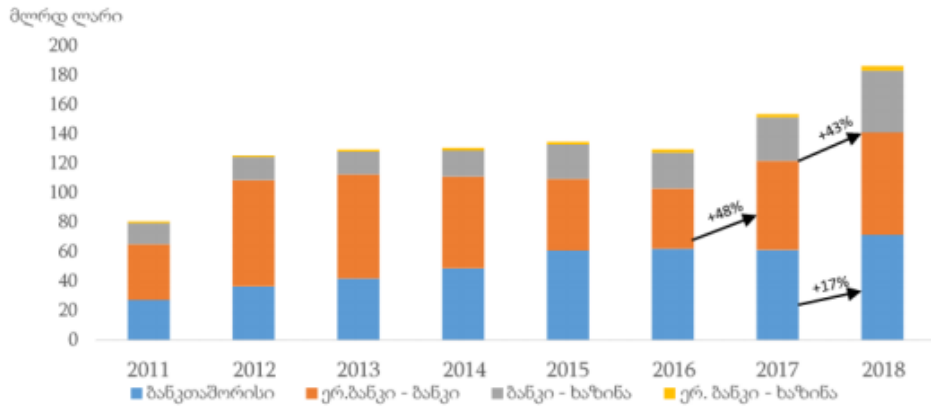
RTGS სისტემით განხორციელებული გადახდების თანხობრივი და რაოდენობრივი მაჩვენებლების დინამიკა იხილეთ ქვემოთ წარმოდგენილ დიაგრამაზე :

დიაგრამა 3.1 RTGS ოპერაციების დინამიკა (2002-2018წწ.)



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

ნახაზი 3.2 RTGS ოპერაციების თანხა მონაწილეების მიხედვით (2011-2018წწ.)



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

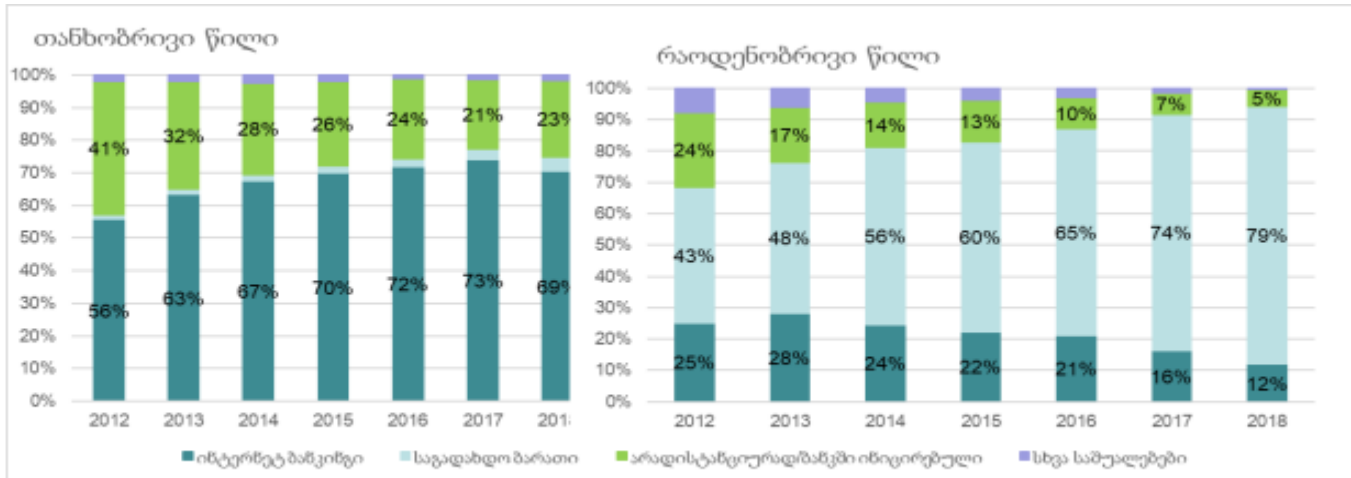
RTGS სისტემა მაღალი ეფექტიანობით ახორციელებს სისტემის შიგნით გადახდების (ტრანსფერ-ორდერების) დამუშავებას. 2018 წლის განმავლობაში სისტემის მიერ ერთი ტრანსფერ-ორდერის დამუშავების საშუალო დრო 63 2011 წელთან შედარებით 83 პროცენტით გაიზარდა და 0.064 წამს მიაღწია, რაც, საშუალოდ, წამში 15.6 ტრანზაქციას შეადგენს. საყურადღებოა, რომ სულ სისტემის მიერ დამუშავებული ტრანსფერ ორდერების რაოდენობა იმავე პერიოდში 139 პროცენტით გაიზარდა. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ 2018 წელს ერთი საათის განმავლობაში დამუშავებული ტრანსფერ-ორდერების მაქსიმალური რაოდენობა 69 ათას ტრანზაქციას შეადგენდა, რომლის დამუშავების სიჩქარე იყო 27.8 ტრანზაქცია წამში, რაც 40 პროცენტით უფრო მეტია 2011 წლის შესაბამისი მაჩვენებელზე და 2017 წლის მაჩვენებელს 64 მცირედით აღემატება. 2018 წლის მონაცემებით სამი

უმსხვილესი კომერციული ბანკის მიერ განხორციელებული ბანკთაშორის ტრანზაქციების წილი სულ განხორციელებულ ბანკთაშორის ტრანზაქციებში (ეროვნული ბანკის ოპერაციების გამოკლებით) 66.9 პროცენტს შეადგენდა, რაც 6 პროცენტული პუნქტით მეტია 2017 წლის შესაბამისი მაჩვენებელზე. ბანკთაშორისი გადარიცხვების კონცენტრაცია 2012-2016 წლებში უმნიშვნელოდ შეიცვალა, ხოლო ბოლო ორი წლის განმავლობაში კი შესამჩნევად გაიზარდა, რაც, სავარაუდოდ, განპირობებულია ბოლო წლებში სისტემის მონაწილე ერთ-ერთი მსხვილი კომერციული ბანკის მიერ ბაზრის მეორე მსხვილი მონაწილის შექმნით. RTGS სისტემაში კომერციული ბანკების კლიენტების დავალებების უფრო მოქნილად დამუშავების მიზნით, 2018 წლის 17 სექტემბრიდან სისტემის საოპერაციო დრო ერთი საათით გახანგრძლივდა. ამ ცვლილებით კომერციულ ბანკებს საშუალება აქვთ მომხმარებლებისგან 18 საათამდე მიღებული დავალებები იმავე დღეს შეესრულონ.

გადახდის ელექტრონული საშუალებები 2018 წლის განმავლობაში, 2017 წლის მსგავსად, გადახდის ელექტრონული საშუალებების საგადახდო ბარათებით განხორციელებული ოპერაციების რაოდენობის წილი მთლიან უნაღდო გადახდებში განუხრელად იზრდებოდა და 2018 წელს მისმა მაჩვენებელმა 79.4 პროცენტს მიაღწია, რაც 5.5 პროცენტული პუნქტით მეტია 2018 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლების განმავლობაში საგადახდო ბარათი ჩამოყალიბდა როგორც ყველაზე ხშირად გამოყენებადი და მნიშვნელოვანი საცალო საგადახდო ინსტრუმენტი. მომხმარებლის მიერ გამოყენებული გადახდის საშუალებების მხრივ ასევე მნიშვნელოვანია ინტერნეტ-ბანკით და მობილური ბანკით განხორციელებული გადახდები. ამასთან, საყურადღებოა, რომ ბოლო 2 წლის განმავლობაში მკვეთრად გაიზარდა მობილური ბანკის გამოყენება, კერძოდ, 2017 და 2018 წლებში მისი მეშვეობით განხორციელებული გადახდების რაოდენობა წინა წლების მაჩვენებლებთან შედარებით, შესაბამისად, 125 და 149 პროცენტით გაიზარდა მაშინ, როცა იმავე პერიოდში ინტერნეტბანკით განხორციელებული გადახდების რაოდენობა თითქმის არ შეცვლილა⁶⁵. 2018 წლის მონაცემებით ინტერნეტ-ბანკით გადახდების რაოდენობის წილი, წინა წელთან შედარებით,

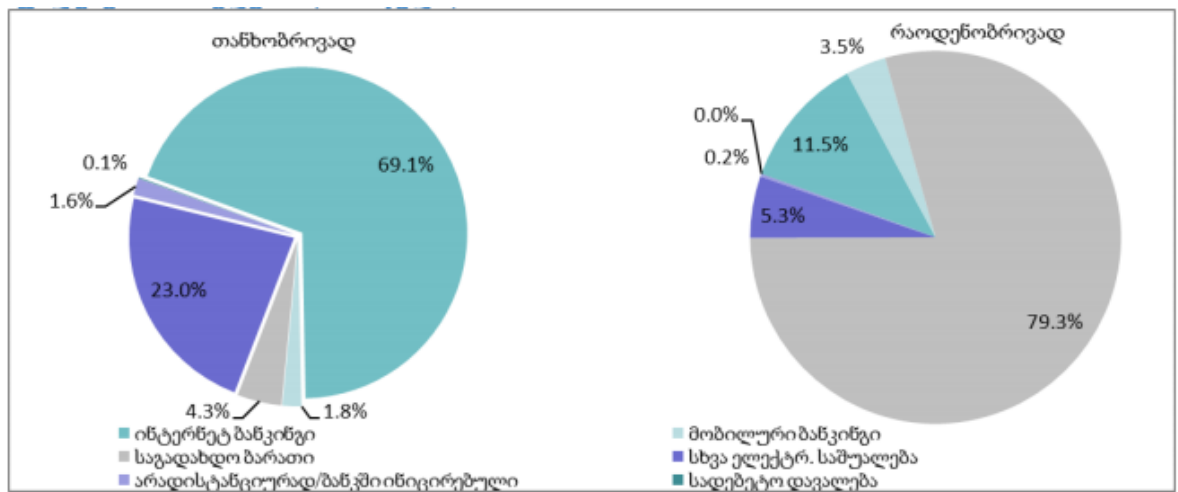
მთლიანად უნაღდო გადახდების რაოდენობაში 4.6 პროცენტული პუნქტით შემცირდა და 11.5 პროცენტი შეადგინა, ხოლო მობილური ბანკით განხორციელებული გადახდების რაოდენობის წილი 1.6 პროცენტული პუნქტით გაიზარდა და 3.5 პროცენტი შეადგინა. მიუხედავად ამისა, ინტერნეტ-ბანკი, საგადახდო ბარათების შემდეგ, მომხმარებლის მიერ გადახდის განხორციელების ყველაზე ხშირად გამოყენებულ საშუალებად რჩება. საგადახდო ბარათები რაოდენობრივი მაჩვენებლებით უნაღდო გადახდების ბაზრის უდავო ლიდერია, თუმცა, თანხობრივი მაჩვენებლების მხრივ ეს საშუალება შედარებით უმნიშვნელო როლს თამაშობს. კერძოდ, მისი წილი მთლიანად უნაღდო გადახდების თანხაში 2018 წელს 4.4 პროცენტს შეადგენდა, ხოლო ინტერნეტ-ბანკისა და კლიენტის მიერ უშუალოდ კომერციული ბანკის სერვის-ცენტრიდან ინიცირებული საკრედიტო საგადახდო დავალებების თანხის წილმა მთლიან უნაღდო გადახდების თანხობრივ მაჩვენებლებში, შესაბამისად, 69.2 და 23 პროცენტი შეადგინა. რაც შეეხება მობილური ბანკის მეშვეობით განხორციელებულ გადახდებს, მისი წილი უნაღდო გადახდების საერთო თანხაში 1.8%-ს შეადგენდა. უნაღდო გადახდების ბაზრის თანხობრივი მაჩვენებლების ამგვარ განაწილებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ის ფაქტი, რომ საგადახდო ბარათით, როგორც საცალო საგადახდო ინსტრუმენტით, განხორციელებული ერთი გადახდის საშუალო თანხა 30-35 ლარის ფარგლებში მერყეობს მაშინ, როცა ინტერნეტ-ბანკინგისა და კლიენტის მიერ უშუალოდ კომერციული ბანკის სერვის-ცენტრიდან ინიცირებული საკრედიტო საგადახდო დავალებების საშუალო თანხა 2018 წელს, შესაბამისად, 3 600 და 2 600 ლარს შეადგენდა. უნაღდო გადახდების სტატისტიკური მონაცემები მათი ინიცირების საშუალებების ჭრილში ნაჩვენებია დიაგრამა 3.3 და 3.4.

დიაგრამა 3.3 გადახდის საშუალებების გამოყენება 2012-2018 წლებში



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

დიაგრამა 3.4 უნაღდო გადახდების განაწილება საგადახდო დავალების ინიცირების საშუალების მიხედვით (2018 წელი)

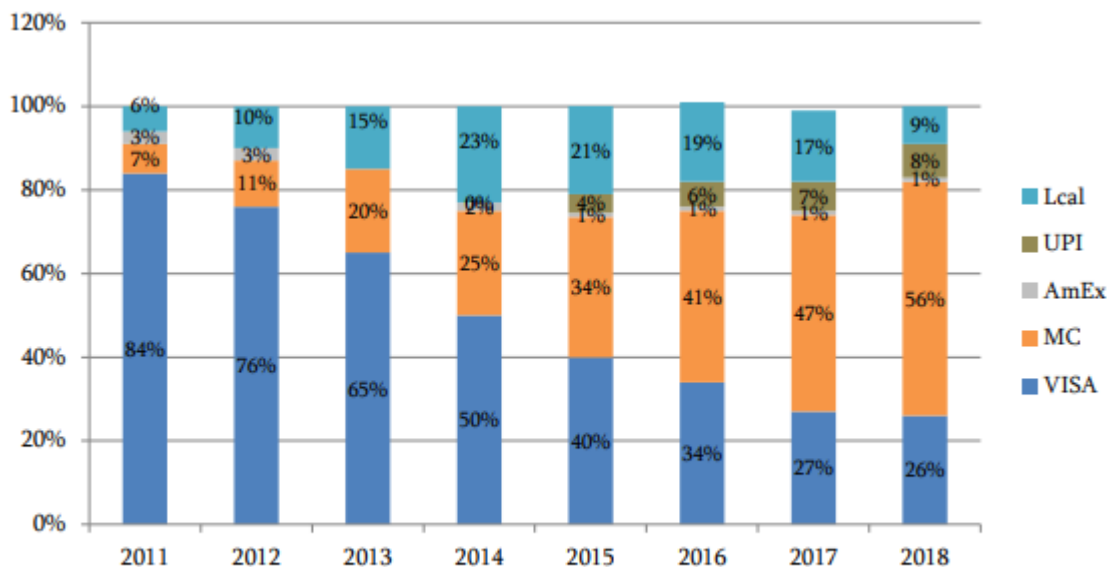


წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

საგადახდო ბარათები საგადახდო ბარათებით გადახდების ზრდის ერთ-ერთ ფაქტორი ბოლო წლების განმავლობაში საქართველოში საგადახდო ბარათების ინფრასტრუქტურის მნიშვნელოვნად განვითარებაა. გარდა კომერციული ბანკებისა, ლოკალური ელექტრონული ფულის ბარათების გამოშვება საგადახდო მომსახურების პროვაიდერებმაც დაიწყო, ერთი მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია კი საკრედიტო ბარათებს უშვებს. 2018 წლის

ბოლოს კომერციული ბანკების მიერ გამოშვებული ბარათების რაოდენობამ 7.4 მილიონს მიაღწია. ერთ სულ მოსახლეზე გამოშვებული ბარათების რაოდენობა წინა წელთან შედარებით შემცირდა, რაც ბანკების მიერ არააქტიური ბარათების გაუქმებით იყო გამოწვეული. ისევე როგორც წინა წლებში, 2018 წელსაც კომერციული ბანკების მიერ გამოშვებულ საგადახდო ბარათებში უდიდესი წილი აქვს საერთაშორისო - ვიზის, მასტერქარდის, იუნიონ ფეის და ამერიკან ექსპრესის ბრენდის ბარათებს. ჯამურად მათი წილი საქართველოში გამოშვებულ საბანკო ბარათებში 91 პროცენტია. ბოლო სამი წლის განმავლობაში გამოშვებულ ბარათებში სულ უფრო იზრდება მასტერქარდის ბარათების წილი და მან 2018 წლის ბოლოს 56 პროცენტი შეადგინა, ხოლო ვიზა ბარათების წილი 26 პროცენტია. ნელ-ნელა იზრდება იუნიონ ფეის ბარათების წილი (8 პროცენტი), ხოლო ლოკალური ბარათების წილი წინა წელთან შედარებით 8 პროცენტული პუნქტით შემცირდა და 9 პროცენტი შეადგინა.

დიაგრამა 3.5 გამოშვებული ბარათები საგადახდო სისტემების მიხედვით



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

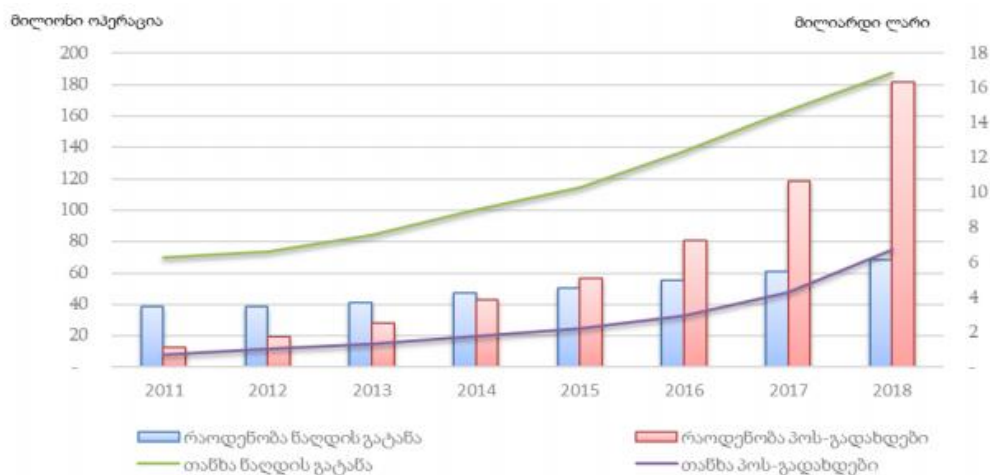
აღსანიშნავია, რომ საგადახდო ბარათების რაოდენობის ზრდა ძირითადად გამოწვეულია სადებეტო ბარათების ზრდით. საკრედიტო ბარათების წილი კი 2018 წლის განმავლობაშიც

10-11 პროცენტთან მაჩვენებელს ინარჩუნებდა. მნიშვნელოვანი პროგრესი შეიმჩნევა დაცვის მეტი საშუალების მქონე საგადახდო ბარათების გამოშვების მხრივ. კომერციული ბანკები მათ მიერ გამოშვებულ მაგნიტურზოლიან ბარათებს თანდათან ანაცვლებენ ჩიპიანი ბარათებით, რაც მათი გამოყენებისას უფრო მაღალ უსაფრთხოებას უზრუნველყოფს. 2018 წლის ბოლოს მონაცემებით საქართველოში გამოშვებული ბარათების 65 პროცენტი ჩიპიანია, ხოლო გამოშვებული ჩიპიანი ბარათების 96 პროცენტი უკონტაქტო ბარათებია. უკონტაქტო ბარათი ამცირებს საბარათე ოპერაციის დროს და გადახდის განხორციელებას ბარათის მომხმარებლისთვის უფრო კომფორტულს ხდის. ბანკები თავიანთ კლიენტებს სთავაზობენ მობილურ აპლიკაციაში ინტეგრირებულ საბანკო ბარათებს, რომლის საშუალებით გადახდა სავაჭრო ობიექტში ხორციელდება მარტივად, NFC66 ტექნოლოგიის გამოყენებით. ასევე პოპულარობით სარგებლობს ბარათის ფუნქციის მატარებელი სტიკერები, რომლითაც უკონტაქტო გადახდები ხორციელდება. აღსანიშნავია, რომ უკონტაქტო გადახდების კუთხით, საქართველო მსოფლიოში ერთ-ერთი ლიდერია. 2018 წლის მაჩვენებლებით, საქართველოში გამოშვებული ვიზა და მასტერქარდის ბარათებით შესრულებული უკონტაქტო გადახდების წილი სულ ამ ბარათებით სავაჭრო/მომსახურების ობიექტებში შესრულებულ გადახდებში, ბარათის ტიპის მიხედვით, 80-დან 90 პროცენტამდე მერყეობს.

2018 წელი მნიშვნელოვანი იყო ბარათებით გადახდების ზრდის კუთხითაც. 2017 წელთან შედარებით სავაჭრო/მომსახურების ობიექტებში ბარათით გადახდების რაოდენობა 54 პროცენტით, ხოლო თანხობრივად 57 პროცენტით გაიზარდა მაშინ, როდესაც ნაღდი ფულის გატანის ოპერაციები იმავე პერიოდში რაოდენობრივად მხოლოდ 12 პროცენტით და თანხობრივად 15 პროცენტით გაიზარდა. თუმცა, ბარათით გადახდების თანხის წილი, სულ საბარათე ოპერაციების თანხასთან მიმართებაში, მაინც დაბალია და 29 პროცენტს შეადგენს. ეს მაჩვენებელი 6 პროცენტული პუნქტით მეტია 2017 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე. ქართული საგადახდო ბარათებით შესრულებული ოპერაციების დინამიკა წლების მიხედვით ნაჩვენებია დიაგრამა 3.6-ზე. 2011 წლის შემდეგ საგადახდო ბარათების გამოყენების ზრდის ერთ-ერთი მიზეზად შესაძლოა უკონტაქტო ბარათებისა და

„სტიკერების“ რაოდენობის მატება ჩავთვალეთ, რადგან უკონტაქტო გადახდების სიმარტივისა და საიმედოობის გამო მომხმარებლები სულ უფრო ხშირად იყენებენ ბარათებს სავაჭრო/მომსახურების ობიექტებში გადახდების განხორციელებისათვის.

დიაგრამა 3.6.



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

თანდათანობით ვითარდება ბარათების მიმღები მოწყობილობების ინფრასტრუქტურაც. გარდა ბანკომატებისა და პოს-ტერმინალებისა, ბარათებით გადახდა შესაძლებელია თვითმომსახურების კიოსკებითაც. 2018 წლის ბოლოსთვის საქართველოში ფუნქციონირებდა 2,323 ბანკომატი, 38,444 გადახდის პოს-ტერმინალი და 2,565 კიოსკი ბარათით გადახდის ფუნქციით.

3.2. ქართულ ბანკებში მოქმედი უახლესი პროდუქტები და ინოვაციები.

თანამედროვე პერიოდში ქართული ბანკები ცდილობენ, მიზამონ უცხოურ ბანკებს და გამოიყენონ უკვე შექმნილი ელექტრონული ტექნოლოგიური სერვისები. ისინი აკმაყოფილებენ 21-ე საუკუნის მომხმარებლის მოთხოვნებს. ქართული საბანკო სექტორის განვითარების ვექტორი მიმართულია სტაბილური და გრძელვადიანი სტრატეგიის ფარგლებში, რასაც მოწმობს ყოველწლიურად ახალი, ინტეგრირებული საბანკო პროდუქტების ბაზარზე გამოტანა და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა. წამყვან ქართული ბანკებს ყოველწლიურად სულ უფრო მეტი ინოვაციური პროდუქტი გამოაქვთ

ბაზარზე, რაც ცოტა ნამდვილად არ არის. განვიხილოთ რამოდენიმე ქართული ბანკის მიერ დანერგილი უახლოები პროდუქტები და ინოვაციები.

საქართველოს ბანკი. საქართველოს ბანკი ყოველთვის გამოირჩეოდა სადებეტო და საკრედიტო ბარათების მრავალფეროვანი არჩევანით. იგი გასცემს ყველა ძირითად საერთაშორისო სადებეტო ბარათს და ამასთან საერთაშორისო საკრედიტო ბარათების უმსხვილესი პროვაიდერის American Express-ის ექსკლუზიური პარტნიორია საქართველოში. საქართველოს ბანკი ასევე წარმატებით თანამშრომლობს სხვადასხვა კომპანიებთან და შესაბამისად უშვებს ერთობლივ ბრენდირებულ ბარათებს. ბრენდირებული ბარათები საშუალებას იძლევა ბანკისა და კონკრეტული კომპანიის მომხმარებლებმა ბანკის ან/და კომპანიის პროდუქტებსა და მომსახურებაზე განსაკუთრებული პირობებით მუდმივად ისარგებლონ.

წკაპლიკაცია. წკაპლიკაციის უპირატესობებია: არის ძალიან სწრაფი, სავაჭრო და მომსახურების ობიექტში გადახდა შეასრულდება მომენტალურად, მოქნილია, არ არის საჭირო საბანკო ბარათის საფულით ტარება, შერჩეული ბარათით მოხდება ანგარიშსწორება, შესაძლებელია დაემატოს განუსაზღვრელი რაოდენობის ბარათები, მომხმარებელი ინფორმაციას იღებს შესრულებული გადახდების შესახებ, აპლიკაცია გამოიყენება ყველგან, სადაც უკონტაქტო MasterCard ბარათებით გადახდა სრულდება. წკაპლიკაციის უსაფრთხოება საკმაოდ დამაჯერებელია, ვინაიდან, ყოველი გადახდისას საჭიროა კოდი, რაც თანხას მესამე პირის მიერ არალეგალური განკარგვისგან იცავს, ამ აპლიკაციის გამოყენებისათვის საჭიროა ანდროიდის ოპერაციულ სისტემაზე (4.4 ან უფრო ახალი ვერსია) მომუშავე სმარტფონი, NFC მხარდაჭერით, საქართველოს ბანკის დისტანციური არხების (ინტერნეტბანკის/მობილბანკის) მომხმარებლის სახელი და პაროლი და მინიმუმ ერთი აქტიური საქართველოს ბანკის MasterCard ბარათი.

სტუდენტური ბარათი. ერთ-ერთი პირველი ინოვაციური ბარათი რომელიც საქართველოს ბანკმა შექნა იყო სტუდენტური ბარათი. ესაა სპეციალურად სტუდენტებისთვის შემუშავებული ბარათი, რომლის გამოშვებაც ხდება ბანკის, თბილისის მერიის, შპს თბილისის მეტროს, შპს თბილისის ავტობუსის და განათლების სამინისტროს

აკრედიტაციის ეროვნული ცენტრის ერთობლივი პროექტის ფარგლებში. იგი შემოღებულ იქნა 2006 წელს.⁴² ბარათი ორი ტიპისაა: Visa Electron და MasterCard Debit, რომელიც აღჭურვილია უკონტაქტო აპლიკაციით (სატრანსპორტო აპლიკაცია), რომელიც მოქმედებს საბანკო ბარათისგან დამოუკიდებლად. ჩატარებული ოპერაციების ტექნიკურ მხარდაჭერასა და კონტროლს კი უზრუნველყოფს მეტრო სერვის+-ი. გარდა ამისა MasterCard-ის ტიპის ბარათი სატრანსპორტო აპლიკაციათან ერთად აღჭურვილია საგადახდო უკონტაქტო აპლიკაციით, რომლის ხარჯვის ლიმიტია 20 ლარი.

აღნიშნულ ბარათს გაჩნია მულტისავალუტო ანგარიში, რაც იმას ნიშნავს რომ ბარათზე ერთდროულადაა მიბმული სამი განსხვავებული ვალუტის მქონე ანგარიში, ლარის დოლარისა და ევროსი. ერთადერთი შეზღუდვა რაც შეიძლება ბარათს გაჩნდეს ესაა მისი შეზღუდული მოქმედების ვადა, ერთი წელი, სატრანსპორტო აპლიკაციის ვადა შეესაბამება ბარათის მოქმედების ვადას. ასევე ბარათის მფლობელი შეიძლება იყოს მხოლოდ განათლების აკრედიტაციის ეროვნული ცენტრის მიერ აკრედიტირებული ტბილისის უმაღლესი სასწავლებლის სტუდენტი (ბაკალავრი, მაგისტრი, ასპირანტი). სტუდენტებს ბარათის საშუალებით შეუძლიათ ისარგებლონ თბილისის მუნიციპალურ ტრანსპორტში მგზავრობის საფასურის გადახდის გამარტივებული ფორმით, ბარათის უკონტაქტო ჩიპური ტექნოლოგიის - სატრანსპორტო აპლიკაციის გამოყენებით. ამასთან მგზავრობის საფასურის გადახდა შესაძლებელია სატრანსპორტო აპლიკაციაზე წინასწარ თანხის განთავსების შემთხვევაში. საბანკო ბარათით მგზავრობის თანხის გადახდა არ წარმოებს.

Express Card. კიდევ ერთი ინოვაციური პროდუქტი რომელიც დანერგა საქართველოს ბანკმა ესაა Express Card-ი. ესაა ახალი თაობის უკონტაქტო საბანკო ბარათი. იგი შეიძლება იყოს როგორც პერსონიფიცირებული ასევე არაპერსონიფიცირებული (ბარათზე არაა ემბოსირებული კლიენტის სახელი და გვარი) რომელიც კლიენტს გადაეცემა განაცხადის შევებისთანავე. აღნიშნული ბარათი საქართველოს ბანკის მიერ დაინერგა 2010 წელს.

⁴² www.sb24.ge

ბარათი ასევე ორი ტიპისაა: საერთაშორისო Visa Electron და MasterCard Debit.⁴³ ისიც სხვა ბარათების მსგავსად მულტისავალუტო (სამვალუტიანი) ბარათია.

აღნიშნული ბარათი ინოვაციას წარმოადგენს იმ კუთხით, რომ მან გააერთიანა სამეზავრო, დაგროვებისა და საბანკო ბარათები, ერთ უნივერსალურ ბარათში. იგი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს გადაიხადოს მეზავრობის საფასური მხოლოდ ერთი შეხებით, ასევე ერთი შეხებითაა შესაძლებელი გადახდა მაღაზიებში, ავთიაქებში, ბენზინგასამართ სადგურებზე, კვების ობიექტებში და ასე შემდეგ.

გარდა ამისა მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ისიც, რომ როდესაც მომხმარებელი გადახდას ახდენს ექსპრეს ბარათით, ამავე დროს ავტომატურად გროვდება ექსპრეს ქულები, რომელთა გადაცვლასაც შეძლებენ როგორც საზოგადოებრივი ტრანსპორტით უფასო მეზავრობაზე, ასევე კომუნალური მომსახურების (დენი, გაზი, წყალი და სხვა), მობილურის, სახლის ტელეფონის, ინტერნეტისა და საკაბელო ტელევიზიის ბალანსზე.

2010 საქართველოს ბანკმა დაიწყო ე.წ ექსპრეს მომსახურების მიწოდება მომხმარებელთათვის. აღნიშნული გულისხმობდა არსებულზე უფრო სწრაფი და ეფექტური მომსახურების არხების დანერგვას, რათა უფრო ამაღლებულიყო კლიენტთა კმაყოფილების დონე და საბანკო პროდუქტებიც უფრო ხელმისაწვდომი ყოფილიყო. შედეგად გაჩნდა ექსპრეს სერვისცენტრებიც, სადაც მომხმარებელს უფრო მარტივად, უფრო დროულად და ეფექტურად შეეძლო იმავე მომსახურების მიღება რასაც იგი მანამდე სტანდარტულ სერვისცენტრში ახდენდა.

Express Pos. შედეგად ამ ყველაფრისა გაჩნდა ახალი ექსპრეს საბანკო პროდუქტებიც (ექსპრეს ბარათი, ექსპრეს სესხი და სხვა).⁴⁴ მათ შრის აღსანიშნავია Express Pos. იგი წარმოადგენს android-ის სისტემის სენსორულეკრანიან პლანშეტურ კომპიუტერს, რომელზეც დაკავშირებულია საბანკო პლასტიკური ბარათის წამკითხველი (card-reader-ი). აღნიშნული card-reader-ით ხდება ბარათის მონაცემების წაკითხვა მაგნიტური ზოლის მეშვეობით.⁴⁵ Express Pos-ით შესაძლებელია: პროდუქციის/მომსახურების შეძენა ბარათით,

⁴³ www.expresscard.ge

⁴⁴ www.sb24.ge

⁴⁵ www.expresscard.ge

ექსპრეს ქულების გადაცვლა წინასწარ განსაზღვრულ პროდუქციაში, P2P გადახდის ოპერაციები (მერჩანტის მიერ დისტრიბუტორისთვის თანხის გადარიცხვის ოპერაცია Express Pos-ის მეშვეობით).

აღნიშნული შესაძლებლობების მიღწევისთვის Express Pos-ის საოპერაციო სისტემაში დაინსტალირებულია სპეციალური პროგრამა, რომელშიც ინტეგრირებულია როგორც ექსპრეს ქულების მხოლოდ წინასწარ განსაზღვრულ პროდუქციის ასორტიმენტში გადაცვლის, ასევე, საქართველოს ბანკის ნებისმიერი კლასის და ტიპის ბარათით თანხის გადახდისა და P2P-ის შესრულების ფუნქციონალები.

რიგ სავაჭრო ობიექტში შესაძლებელია Express Pos-ით არ იყოს შესაძლებელი ექსპრეს ქულებით პროდუქციის შეძენა.

სავაჭრო ობიექტების სიას სადაც განთავსება Express Pos-ები განსაზღვრავს ბანკი, ხოლო კლიენტებს იმ სავაჭრო ობიექტების სიის ნახვა სადაც შესაძლებელია ექსპრეს ქულების მეშვეობით პროდუქციის შეძენა შეუძლია ვებ-გვერდზე.⁴⁶

P2P გადარიცხვა. რა არის P2P გადარიცხვა-ესაა ბანკომატის საშუალებით თანხის გადარიცხვის ფუნქციონალი.⁴⁷ აღნიშნული ფუნქციით სარგებლობა შეუძლია ბანკის ნებისმიერი ტიპის სადებეტო ბარათის მფლობელს. დღესდღეობით ქართულ ბანკებში P2P გადარიცხვა შესაძლებელია მხოლოდ ლარში, თუ გადამრიცხავ პირს არ აქვს გახსნილი ანგარიში ეროვნულ ვალუტაში, თანხა სავალუტე ანგარიშიდან ჩამოიჭრება ამონაწერში ასახვის დღეს ბანკში არსებული კომერციული კურსით. P2P გადარიცხვის მონაწილე შეიძლება იყოს მხოლოდ საქართველოს ბანკის ნებისმიერი ტიპის სადებეტო ბარათი, საკრედიტო ბარათიდან P2P გადარიცხვა შეზღუდულია. ხოლო ჩარიცხვა შესაძლებელია ბანკის ნებისმიერი ტიპის ბარათზე. გადარიცხვა შესაძლებელია მხოლოდ კლიენტების ბანკისშიდა ანგარიშებზე, ან როგორც იმავე პირის სადებეტო და საკრედიტო ბარათზე ასევე მესამე პირის სადებეტო და საკრედიტო ბარათზე. რაც შეეხება P2P გარადარიცხვის დროს ლიმიტის ასახვა მოხდება ონლაინ რეჟიმში. ამონაწერში თანხის ჩარიცხვა აისახება მომდევნო სამუშაო დღეს. ხოლო გადარიცხვის შესასრულებლად მისათითებელი

⁴⁶ www.expresspos.ge

⁴⁷ www.p2p.ge

ინფორმაცია უნდა შეიცავდეს ბენეფიციარის ბარათის ნომერს და მოქმედების ვადას. ბენეფიციარის ანგარიშის ვალუტისგან განსხვავებულ ვალუტაში თანხის ჩარიცხვის შემთხვევაში-თუ ბენეფიციარს არ აქვს გახსნილი ანგარიში გადმორიცხული თანხის ვალუტაში, თანხა დაკონვერტირდება ჩარიცხვის დღეს არსებული კომერციული კურსით.

კიდევ ერთი სიახლე რაც საქართველოს ბანკმა დანერგა ბანკომათთან დაკავშირებით ესაა „ელვა“ გზავნილის უბარათოდ განაღდება. აღნიშნული გზავნილი წარმოადგენს საქართველოს ბანკის შიდა სისტემის გზავნილს, რომლის გაგზავნა უკვე ინტერნეტ ბანკის მეშვეობითაცაა შესაძლებელი. სერვისის უპირატესობა იმაში მდგომარეობს, რომ მომხმარებელს შეუძლია ბარათის გარეშეც კი გაანაღდოს აღნიშნული სისტემის გზავნილი ბანკომატის საშუალებით, 24 საათიან რეჟიმში. ამით რა საკვირველია საგრძნობლად გამარტივდა და უფრო ეფექტური გახდა ფულადი ტრანსფერების მიმოქცევა სხვადასხვა რეგიონს შორის, რამაც მომხმარებლებს საშუალება მისცა დაეზოგათ საკუთარი დრო და ენერგია, რაც მანამდე ბანკში მისასვლელად და რიგში დგომისათვის სჭირდებოდათ. სიახლეა ასევე ისიც რომ „ელვა“ გზავნილის გაგზავნა უკვე თურქეთშიცაა შესაძლებელი.

ონლაინ განვადება. ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სიახლე, რომელიც საქართველოს ბანკმა დანერგა არის ონლაინ განვადება.⁴⁸ აღნიშნული პროდუქტი მართლაც ინოვაციაა საქართველოს საბანკო სექტორში. იგი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს ახლა უკვე სახლიდან გაუსვლელადაც კი შეარჩიოს სასურველი პროდუქცია სასურველ მაღაზიაში, რომლის ღირებულებასაც ბანკი დააფინანსებს ონლაინ რეჟიმში.

თავდაპირველად მომხმარებელი ახდენს სასურველი პროდუქტის შერჩევას. კლიენტი მერჩანტის (ბანკის პარტნიორი ორიგანიზაცია, რომელიც ახდენს პროდუქტის ან მომსახურების რეალიზაციას ინტერნეტ-მაღაზიის საშუალებით და რომელთანაც გაფორმებულია ხელშეკრულება ორიგანიზაციის პროდუქტის განვადებით გაყიდვის თაობაზე). ვებ-გვერდზე ირჩევს სასურველ პროდუქტს ან მომსახურებას და ვებ-გვერდზე უთითებს რომ არჩეული პროდუქტის შეძენა სურს ონლაინ განვადების მეშვეობით. ონლაინ განვადებით სარგებლობისთვის აუცილებელია კლიენტი ავტორიზირებული იყოს

⁴⁸ www.sb24.ge

მერჩანტის ვებ-გვერდზე. მერჩანტის ვებ-გვერდზე კლიენტის რეგისტრაციის და ავტორიზაციის წესს განსაზღვრავს თავად მერჩანტი.

ონლაინ განვადებით კლიენტს შეუძლია შეიძინოს ერთიდან სამამდე პროდუქტი, არჩეული პროდუქტ(ებ)ის ჯამური ღირებულება უნდა იყოს ბანკის მიერ ონლაინ განვადებისთვის დადგენილი სესხის ლიმიტების ფარგლებში, წინააღმდეგ შემთხვევაში კლიენტი ვერ შეძლებს განაცხადის შევსებას.

მერჩანტის ვებ-გვერდზე სასურველი პროდუქტების და ონლაინ განვადების სერვისის არჩევის შემდეგ კლიენტი გადმომისამართდება ბანკის ვებ-გვერდზე. ბანკის ვებ-გვერდზე (ვებ-გვერდი, სადაც კლიენტს შეუძლია შეავსოს და ბანკში გამოაგზავნოს განვადების განაცხადი, ასევე იხილოს გამოგზავნილ განაცხადზე ბანკის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება). გადმომისამართებისას, კლიენტი ირჩევს სესხის ვადას. თუ კლიენტი მიუთითებს რომ არის ბანკის არსებული კლიენტი და გაივლის ავტორიზაციას დისტანციური იდენტიფიკატორებით (ბანკის კლიენტებისთვის გადაცემული მომხმარებლის სახელი და პაროლი, რომლითაც კლიენტს შეუძლია მოახდინოს იდენტიფიკაცია ბანკის დისტანციურ არხებში), ამ შემთხვევაში განაცხადის ველების ნაწილი შეივსება ავტომატურად ბანკის პროგრამაში კლიენტის რეგისტრირებული მონაცემების შესაბამისად. კლიენტი ბანკის ვებ-გვერდზე ავსებს განაცხადს, განაცხადის გამოგზავნის წინ კლიენტი უნდა დაეთანხმოს პირობებს. განაცხადის გამოგზავნისას კლიენტს ვებ-გვერდზე ეცნობება თუ რამდენ ხანში მიიღებს ბანკისგან პასუხს. ბანკის მიერ განაცხადის მიღებისთანავე ბანკი ელექტრონულ სისტემაში ანთავსებს ინფორმაციას, რომ ბანკმა მიიღო განაცხადი დასამუშავებლად, ორგანიზაციის მოთხოვნის შემთხვევაში აღნიშნული ინფორმაციის მიწოდება მოხდება ელექტრონული ფოსტითაც. ბანკი ელექტრონულ სისტემაში გადასცემს შემდეგ ინფორმაციას:

- ✓ კლიენტის სახელი და გვარი;
- ✓ კლიენტის პირადი ნომერი;
- ✓ კლიენტის მობილურის ნომერი;
- ✓ საქონლის მიტანის მისამართი;

- ✓ საქონლის დასახელება და რაოდენობა;
- ✓ ბანკის მიერ ორგანიზაციისთვის გადასარიცხი თანხის მოცულობა;
- ✓ თანამონაწილეობის, თანხა, რომელიც კლიენტმა საკუთარი სახსრებით უნდა გადაუხადოს ორგანიზაციას;
- ✓ შეკვეთის ნომერი;
- ✓ გადახდის ნომერი;
- ✓ კლიენტის მომხმარებლის სახელი;
- ✓ კლიენტის მიერ მოთხოვნილი საბანკო კრედიტის თანხა;
- ✓ კლიენტის მიერ არჩეული თანამონაწილეობის თანხის გადახდის ტიპი.⁴⁹

დადებითი გადაწყვეტილების ნახვა კლიენტს შეუძლია ბანკის ვებ-გვერდზე დისტანციური იდენტიფიკატორებით ავტორიზაციის შემდეგ.⁵⁰

გარდა ამისა ბანკი თავის მომხმარებლებს სთავაზობ **SMS განვადებსაც**. SMS სესხების მსგავსად, ამ შემთხვევაშიც, საქართველოს ბანკის არსებული კლიენტების გარკვეულ სეგმენტზე მიიღება წინასწარი გადაწყვეტილება SMS სარგებლობის შესახებ. მომხმარებელს ინფორმაცია დამტკიცებული განვადების შესახებ SMS შეტყობინების სახით მისდის სადაც მოცემული იქნება განვადების აქტივაციის კოდი.

SMS განვადებით სარგებლობა მომხმარებელს შეუძლია საქართველოს ბანკის განვადების ქსელში ჩართულ გარკვეულ (არა ყველა) მაღაზიებში. ასეთი მაღაზიების იდენტიფიკაცია მომხმარებელს შეუძლია მოახდინოს SMS განვადების სარგებლობის სპეციალური ნიშნით (სტიკერით), რომელიც მიმაგრებული იქნება თვალსაჩინო ადგილას (მაღაზიის ფასადზე, მოლარის დესკზე...). გარდა ამისა, მაღაზიების ჩამონათვალის შესახებ ინფორმაციის მიიღება შესაძლებელია საქართველოს ბანკის ქოლ-ცენტრის საშუალებით ან ბანკის საიტზე: sb.ge. SMS განვადების გააქტიურება შესაძლებელია მაღაზიის წარმომადგენელთან პოს ტერმინალის საშუალებით (ამ შემთხვევაში აუცილებელია მსესხებელს თან ქონდეს მის სახელზე არსებული აქტიური სადებეტო ბარათი) ან საქართველოს ბანკის გაყიდვების მენეჯერთან. განვადების პარამეტრები რეგულირდება მომენტალური განვადების

⁴⁹ www.expresspos.ge

⁵⁰ www.eonline.ge

სტანდარტული პირობებით, რაც ასევე მოსახერხებელს და მიმსიდველს ხდის პროდუქტს კლიენტებისათვის.

Email-Banking. კიდევ ერთი სიახლე, რომელიც 2014 წელს დაწერა საქართველოს ბანკმა, არის Email-Banking-ი.⁵¹ ესაა ახალი დისტანციური არხი, რომლის საშუალებით შესაძლებელია ანგარიშების მართვა და საბანკო ოპერაციების ჩატარება სერვის-ცენტრში მოსვლის და ავტორიზაციისთვის საჭირო პაროლების გარეშე.

Email-Banking-ის მომსახურების გააქტიურება შესაძლებელია საქართველოს ბანკის ნებისმიერ სერვის-ცენტრში. მომსახურების ჩართვისთვის აუცილებელია ფიზიკური პირი იყოს საქართველოს ბანკის კლიენტი და ფლობდეს მინიმუმ ერთ აქტიურ ბარათს (სადებეტო ან საკრედიტო). Email-Banking-ის სარგებლობის დროს შესაძლებელია კლიენტს არ ჰქონდეს არც ერთი აქტიური სადებეტო ან/და საკრედიტო ბარათი.⁵²

Email-Banking-ის გააქტიურებამდე ოპერატორი ახდენს კლიენტის იდენტიფიკაციას ბანკში დადგენილი სტანდარტის შესაბამისად. ჩართვისას კლიენტმა უნდა მიუთითოს თუ რა ინფორმაციის მიღება ან/და საბანკო ოპერაციის შესრულება სურს Email-Banking-ის საშუალებით. ოპერატორი კლიენტის განუმარტავს რომ თუ მომხარებელს სურს ულიმიტოდ მოახდინოს გადარიცხვა სხვა პირის ანგარიშზე, სავალდებულოა აღნიშნული პირის რეკვიზიტების წინასწარ დასახელება, წინააღმდეგ შემთხვევაში, სხვა პირის სასარგებლოდ გადარიცხვა შესაძლებელი იქნება მხოლოდ პროდუქტის პირობებით განსაზღვრული ლიმიტის ფარგლებში.

კლიენტი მომსახურების გააქტიურებისას აფიქსირებს თუ რომელი ელ. ფოსტის მისამართიდან მოახდენს მოთხოვნის გამოგზავნას. ოპერატორი ელ.ფოსტას ირჩევს კლიენტის სარეგისტრაციო ფორმაში დაფიქსირებული ელ.ფოსტის მისამართების სიიდან.

Email-Banking-ით შესაძლებელია შემდეგი საბანკო ოპერაციების შესრულება:

- ✓ გადარიცხვა საკუთარ ანგარიშებს შორის
- ✓ გადარიცხვა საქართველოს ბანკის შიგნით
- ✓ გადარიცხვა საქართველოს ბანკის გარეთ საქართველოში

⁵¹ www.sb24.ge

⁵² www.bog.ge

- ✓ გადარიცხვა საზღვარგარეთ
- ✓ კონვერტაცია საკუთარ ანგარიშებს შორის
- ✓ მუდმივი საგადასახადო დავალების ჩართვა/გამორთვა
- ✓ ავტომატური გადახდის ჩართვა/გამორთვა.
- ✓ ანაბარზე თანხის დამატება (მხოლოდ საკუთარზე)
- ✓ პლასტიკური ბარათის რეგისტრაცია არსებულ ანგარიშზე
- ✓ ბარათზე პრიორიტეტულობის ცვლილება
- ✓ ბარათზე ძირითადი ვალუტის ცვლილება
- ✓ საკრედიტო ბარათზე ჩარიცხვა (მიმდინარე გადასახადის დაფარვა)
- ✓ სესხის დაფარვა(არაუზრუნველყოფილი, საბლანკო სესხის ძირის შემცირება, წინასწარ დაფარვა) გრაფიკის გადათამაშება არ გვინდა
- ✓ საბანკო დოკუმენტაციის, საბუთის (ამონაწერი, რეკვიზიტები, swift (თავის გაკეთებული)) მიღება⁵³

თუ კლიენტს სერვისის ჩართვისას არ აქვს დაფიქსირებული მიმღები პირის რეკვიზიტები, მაშინ თანხის გადარიცხვა მიმღების ანგარიშზე შესაძლებელია მხოლოდ 1,000 ლარის (ექვივალენტი ვალუტაში ეროვნული ბანკის კურსით) ფარგლებში, კლიენტის მიერ ტელეფონით მიღებული თანხმობის შემთხვევაში. თუ კლიენტს დაფიქსირებული აქვს მიმღების რეკვიზიტები, მაშინ შესაძლებელია თანხის გადარიცხვა 10,000 ლარის ფარგლებში (ექვივალენტი სხვა ვალუტაში), თუ კლიენტს სურს უფრო მეტი თანხის გადარიცხვა აუცილებელია კლიენტის ტელეფონით მიღებული თანხმობა. ხოლო მუდმივი საგადასახადო დავალების ჩართვისას სავალდებულოა მიმღები პირის რეკვიზიტების მითითება, თუ დავალება არ გულისხმობს კლიენტის საკუთარ ანგარიშებს შორის ოპერაციების შესრულებას.

აღნიშნული მომსახურების დანერგვით ცალსახად შეიცვალა მომხმარებელთა ონლაინ მომსახურების პირობები. კლიენტს სასურველი მომსახურება შეუძლია შეასრულოს არა ფილიალში მისვლიდ, არა ინტერნეტბანკით, არამედ მხოლოდ ერთი მეილის გაგზავნით

⁵³ www.sb24.ge

საჭირო მისამართზე და იგი გარანტირებულია რომ აღნიშნული ოპერაცია დროულად და უსაფრთხოდ განხორციელდება. ეს კი საგრძნობლად აუმჯობესებს და ამარტივებს საბანკო მომსახურების პირობებს და უფრო ეფექტურს ხდის მათი მიწოდების არხებს.

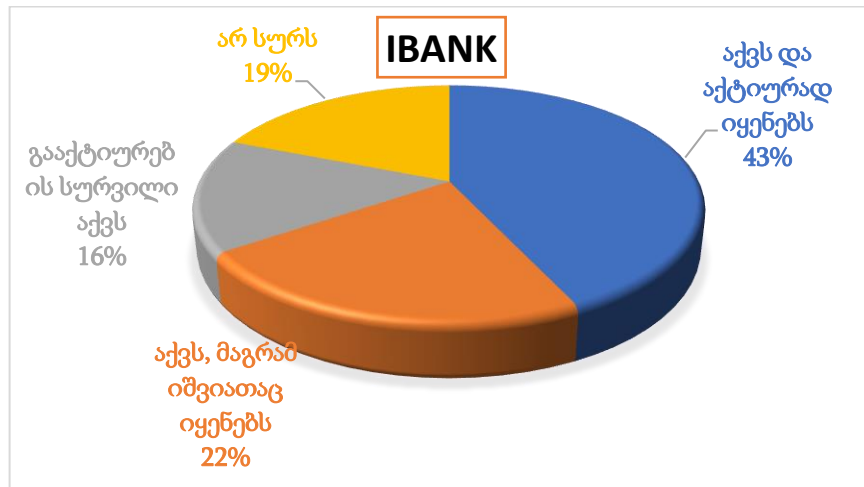
მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ბანკს დიდი წვლილი მიუძღვის ქართულ საბანკო სფეროში ინოვაციებისა და სიახლეების დანერგვაში, სხვა ბანკებსაც არანაკლები როლი აქვთ ამ საქმეში.

ქართულ ბანკებში უახლეს ინოვაციებსა და საბანკო პროდუქტების მიმართ მომხმარებელთა აზრისა და დამოკიდებულების გასარკვევად, მივმართე კვლევას, რომელიც გამოკითხვის მეთოდს ეფუძნება. გამოკითხვა მიმდინარეობდა ორი მიმართულებით (პარალელურ რეჟიმში): რესპოდენტთან უშუალო კონტაქტით და ინტერნეტით საშუალებით. პირველი გულისხმობდა კლიენტების გამოკითხვას ბანკის ფილიალებში, ხოლო მეორე სოციალური ქსელის მომხმარებელთა მიერ კითხვარის შევსებას. კითვარი შედგენილია იმგვარად, რომ განისაზღვროს სხვადასხვა ასაკის, პროფესიის, შემოსავლების მქონე და ა.შ. მოსახლეობის დამოკიდებულება ინოვაციური საბანკო პროდუქტების მიმართ. კვლევისას ცალსახად გამოიკვეთა, რომ საწყის ეტაპზე ქართული საზოგადოების ახალგაზრდა თაობა განსაკუთრებით კარგად ეგუება ინოვაციებს, ისინი ყველაზე აქტიურად იყენებენ ისეთ ინოვაციურ პროდუქტებს, როგორცაა: Paysticker, Internet Bank და მობილ ბანკს.

ბანკის ფილიალებში გამოკითხულთა რაოდენობა 200 იყო. მათ შეკითხვა დავუსვი ინტერესებიდან გამომდინარე. მაგალითად, თუ ფეი აპარატზე იხდიდა კომუნალურ ან სხვა გადახდებს კითხვები შეეხებოდა ინტერნეტ ბანკს, ხოლო თუ ხშირად სარგებლობდა უნაღლო ანგარიშსწროების ნივთის შეძენისას, კითხვები შეეხებოდა Paysticker-ს და QR გადახდას.

200 ადამიანიდან რომელიც ინტერნეტ ბანკთან დაკავშირებით გამოვკითხე, 31-მა ინტერნეტ ბანკი და აქტიურად იყენებდა 86, 31-მა თუმცა იშვიათად იყენებდა 45, მისი გააქტიურების სურვილი გამოთქვა 31-მა და უარი თქვა სარგებლობაზე 38-მა. მათ შორის, ვინც უარი თქვა სარგებლობაზე, ნახევარმა აღნიშნა რომ არ ენდობა ინტერნეტ-ით

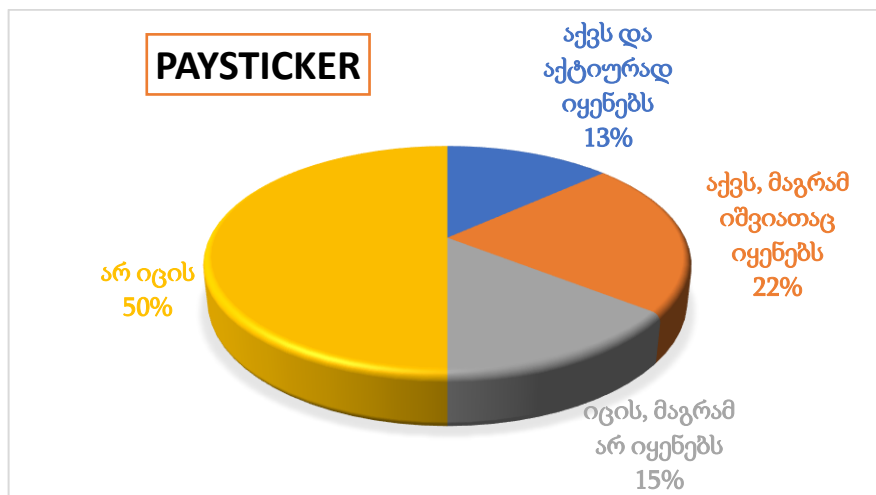
შესრულებულ ტრანზაქციებს და ურჩევნია ოპერატორთან გადახდა, თუნდაც ამისთვის რიგში დგომა მოუწიოს.



ნახაზი 3.7 წყარო : ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

ფეი სტიკერთან დაკავშირებით კითხვები დავუსვი დაახლოებით 90 ადამიანს, მათგან 45-მა არ იცოდა მისი არსებობის შესახებ, 13-მა იცოდა მაგრამ არ იყენებდა, 20 მათგანს ჰქონდა, მაგრამ იშვიათად იყენებდა, ხოლო მხოლოდ 12 კლიენტი იყო ისეთი, რომელიც აქტიურად

ნახაზი 3.8 წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით



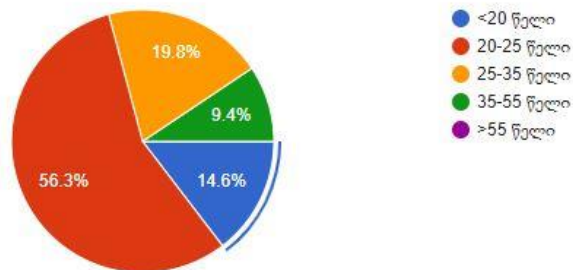
ინტერნეტით მომხმარებლთა გამოკითხვამ უფრო ფართო ინფორმაცია მოგვაწოდა. ამ შემთხვევაში თითოეულმა რესპოდენტმა უპასუხა შემდეგ კითხვებს:

1. თქვენი ასაკი
2. დაახლოებით რამდენია თქვენი ყოველთვიური შემოსავალი ?
3. გსმენიათ თუ არა საქართველოს ბანკის პროდუქტების შესახებ ?
4. რა საშუალებით გაიგეთ მათ შესახებ ?
5. სარგებლობთ თუ არა საქართველოს ბანკის პროდუქტებით?
6. (დადებითი პასუხის შემთხვევაში) რომელი მათგანით?
7. რომელ ახალ პროდუქტს იყენებთ?
8. რომელი საბანკო პროდუქტით სარგებლობთ ყველაზე ხშირად?
9. იცით თუ არა დეტალურად საბანკო პროდუქტების პირობები?
10. რა გზით ანიჭებთ უპირატესობას საბანკო მომსახურების მიღებას?
11. კმაყოფილი ხართ თუ არა საქართველოს ბანკის მიერ შემოთავაზებული თანამედროვე პროდუქტებით?
12. როგორია თქვენი ნდობის ხარისხი ზოგადად საბანკო სისტემის მიმართ?

ინტერნეტით გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 150 ადამიანმა. იგი ორიენტირებული იყო გამოკვეთა მომხმარებელთა ნდობისა და საბანკო პროდუქტების ცოდნის ხარისხი.

წარმოდგენილ კითხვებზე პასუხებიდან გამოიკვეთა შემდეგი: ყველაზე მეტად იაქტიურა 18-35 წლის მომხმარებლებმა. მათგან 20 წლამდე რეპოდენტების რაოდენობა 14,6%-ია, 20-25 წლის - 56,3%, ხოლო 25-35 წლამდე 19,8%.

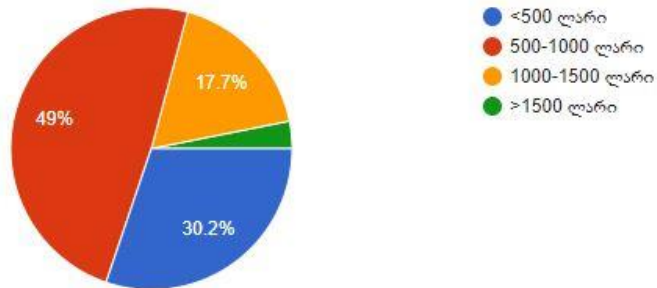
1. ასაკი



ნახაზი 3.9. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

ყოველთვიური შემოსავლის მიხედვით შედეგები ასე დაიყო : 500 ლარამდე შემოსავალი აქვს გამოკითხულთა 30,2%, 500-1000 ლარამდე შემოსავალი ყველაზე მეტ- 49%. 1000-1500 შუალედში 17,7%, ხოლო 1500 ლარზე ზემოთ მხოლოდ 3,1%.

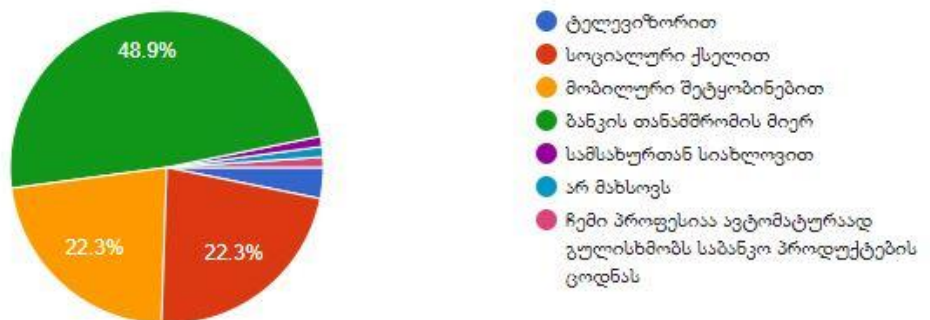
2. დაახლოებით რამდენია თქვენი ყოველთვიური შემოსავალი?



ნახაზი 3.10. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

აღმოჩნდა, რომ რესპოდენტთა უმრავლესობას სმენია საქართველოს ბანკის პროდუქტების შესახებ. მათგან 48,9%-მა ინფორმაცია ბანკის თანამშრომლის საშუალებით გაიგო, 22,3%-მა სოციალური ქსელით, ასევე 22,3%-მა მობილური შეტყობინებით. დარჩენილი 6,5%-ის პასუხებიდან კი ჩანს რომ, სამსახურიდან გამომდინარე მოუწიათ სხვადასხვა არხებიდან პროდუქტების გაცნობა.

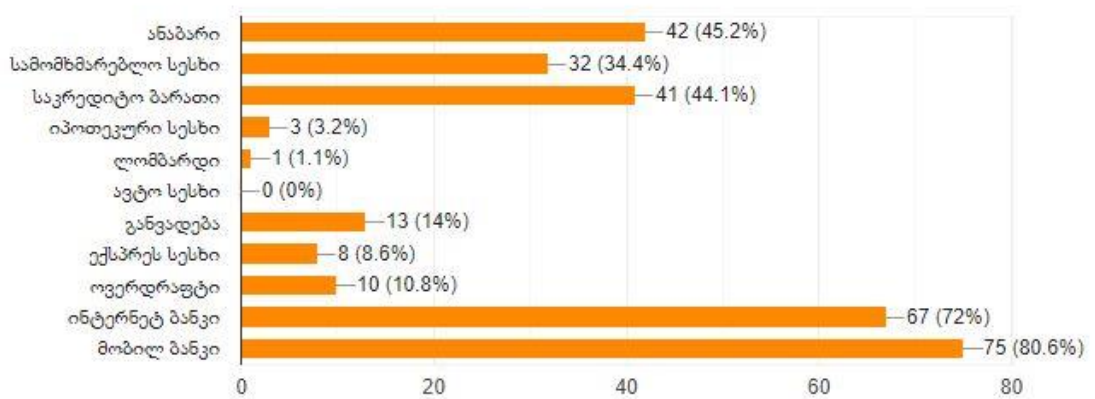
4. რა საშუალებით გაიგეთ მათ შესახებ?



ნახაზი 3.11. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

კითხვაზე სარგებლობით თუ არა საქართველოს ბანკის პროდუქტებით, რესპოდენტთა 95%-მა დადებითი პასუხი გასცა. პროდუქტების გამოყენების სიხშირით კი ლიდერობს მობილ და ინტერნეტ ბანკი, შემდეგ მოდის ანაბარი, საკრედიტო ბარათი და სამომხმარებლო სესხი.

6. (დადებითი პასუხის შემთხვევაში) მონიშნეთ რომელი მათგანით სარგებლობთ

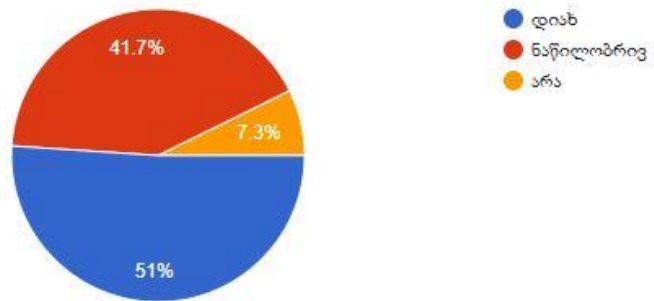


ნახაზი 3.12 წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

კითხვაზე თუ რომელ თანამედროვე პროდუქტს იყენებდნენ, 53%-ის პასუხი იყო არცერთს, 14,5% იყენებდა ფეი სტიკერს, ოღო 15,7% QR გადახდას.

გამოკითხვის ბოლოს კი რესპოდენტებმა ზოგადი ტიპის კითხვებზე უპასუხეს. აღმოჩნდა რომ მომხმარებელთა ნახევარმა იცის დეტალურად საბანკო პროდუქტის პირობები და ისე იყენებს მათ, თუმცა ეს რიცხვი არაა საკმარისი რადგან 41,7% ფიქრობს რომ ვერ ერკვევა და არ იცის პროდუქტების მახასიათებლები.

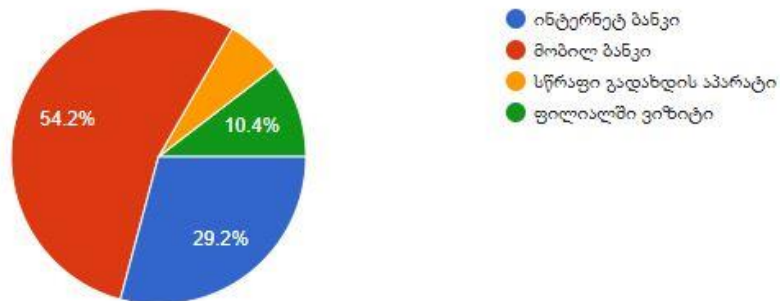
9. იცით თუ არა დეტალურად საბანკო პროდუქტების პირობები?



ნახაზი 3.12. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

საბანკო სექტორის წინსვლისთვის მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ მომხმარებლის აზრი იმის შესახებ თუ სად და რა ფორმით ურჩევნია მომსახურების მიღება.

10. რა გზით ანიჭებთ უპირატესობას საბანკო მომსახურების მიღებას?



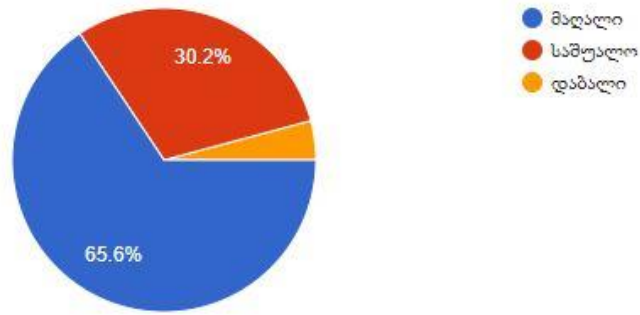
ნახაზი 3.13. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

დასმულ შეკითხვაზე 54,2%-მა უპასუხა რომ მობილ ბანკი მოსახერხებელია და სწორედ ამ ხერხს იყენებს ყოველდღიური საბანკო ოპერაციებისთვის. 29,2% ტელეფონს კომპიუტერს ამჯობინებს და ამ გზით იღებს საჭირო ინფორმაციას. 10,4%-ს ფილიალში ვიზიტი და ოპერატორთან ან კონსულტანთან გასაუბრება ურჩევნია. მცირეა სწრაფი

გადახდის აპარატების წილი, თუმცა საბანკო მომსახურების მიღების ეს გზა გარკვეული სეგმენტისთვის მოსახერხებელი და სწრაფია.

გამოკითხვის ბოლო კითხვა ეხებოდა ზოგადად საბანკო სექტორის მიმართ ნდობის ხარისხს. აღმოჩნდა რომ 65,6% ენდობა მომსახურე ბანკს და ანდობს საკუთარ ფინანსურ რესურსებს. მიუხედავად ამისა, საკმაოდ მაღალია - 30,2%-ია იმ ადამიანების წილი, რომელიც უარყოფითადაა განწყობილი ამ სექტორის მიმართ.

12. როგორია თქვენი ნდობის ხარისხი საბანკო სისტემის მიმართ?



ნახაზი 3.14. წყარო : ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით

მიღებული შედეგების საფუძველზე მიზანშეწონილია დავასკვნათ, რომ საბანკო ინოვაციების განვითარების ძირითად ტენდენციებს შორის პირველ რიგში აქცენტი ფინანსური პროდუქტების ფასობრივი და რაოდენობრივი მახასიათებლებიდან გადატანილ იქნეს სერვისულ და ხარისხობრივ მახასიათებლებზე, ისეთზე, როგორცაა კლიენტისადმი ინდივიდუალური მიდგომა, მათი ინფორმირება, ნდობის ხარისხის ამაღლებაზე მუდმივი ზრუნვა, მომსახურების სიჩქარე და ხარისხი.

დასკვნა

კონკურენციის გაძლიერებისა და საბანკო მომსახურების მიმართ კლიენტების მოთხოვნების მრავალფეროვნების შედეგად, სულ უფრო მეტი ბანკი მიმართავს ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს საქმიანობის თითქმის ყველა მიმართულებით.

განსაკუთრებით ბოლო ათწლეულში, სწრაფი განვითარება ჰპოვა ელექტრონულმა ბანკინგმა, რომელიც ფართოდ იყენებს IT-ის და კომუნიკაციის თანამედროვე საშუალებებს. დღეს, ამ ტექნოლოგიების გარეშე შეუძლებელია ბანკმა ბაზარზე შეინარჩუნოს კონკურენტული პოზიცია. თანამედროვე ტექნოლოგიები ნებისმიერი ქვეყნის განვითარების სასიცოცხლო ძალად იქცა, არა მხოლოდ ბანკინგში.

ფაქტია, რომ საბანკო მომსახურება რადიკალურად შეიცვალა, რამაც გაზარდა მომხმარებლის რაოდენობა და ბანკის მნიშვნელობა. ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა ბანკზე გავლენა ორი გზით მოახდინა: პირველ რიგში, უზრუნველყო დანახარჯების შემცირება ბანკისა და კლიენტისათვის და მეორე - მან საშუალება მისცა საბანკო მომსახურების მომხმარებელს - უფრო ადვილად ხელმისაწვდომი ყოფილიყო საბანკო პროდუქტი.

თუმცა, მიუხედავად ინოვაციური ტექნოლოგიების უპირატესობებისა, რა თქმა უნდა, მასაც ახასიათებს ნაკლოვანებები. მათ შორის ყველაზე მეტად გამოირჩევა: ფიზიკური კავშირის სიმცირე კლიენტებსა და ბანკებს შორის, რამეთუ ინტერნეტის მეშვეობით განორციელებულმა მომსახურებებმა დაიკავა მისი ადგილი. ზოგიერთი მომხმარებლისათვის კი ეს უარყოფით გავლენას ახდენს მის მიერ ბანკის აღქმაზე; მეორე მხრივ, ინტერნეტზე დაყრდნობილი მომსახურებები უფრო მეტად რისკიანია და უფრო ნაკლებ ნდობას იწვევს მომხმარებლებში, რადგან ონლაინში განხორციელებული ტრანზაქციის რისკი უფრო დიდია.

ჩვენი აზრით, კარგი იქნება, თუ მოხდება მომხმარებელთა ინფორმირება იმ რისკების თაობაზე, რაც მათ შეიძლება წარმოექმნათ ელექტრონული ტექნოლოგიების გამოყენების შემთხვევაში. ხოლო ამის შემდეგ თავად კლიენტი აირჩევს, მომსახურების

მიღების რომელ სახეობას მიმართოს: ფილიალს ესტუმროს თუ ინტერნეტ ბანკი გამოიყენოს.

როგორც ავღნიშნეთ, საბანკო სექტორში კონკურენცია დიდია, თუმცა მაინც არსებობს რამდენიმე გამოკვეთილი ლიდერი. მათ შორის, ერთ-ერთი წარმატებულია “საქართველოს ბანკი”, რომლის პროდუქტების და ტექნოლოგიების გაცნობა იყო სამაგისტრო ნაშრომის ძირითადი მიზანი.

ს.ს. „საქართველოს ბანკს“ ყოველწლიურად მომხმარებლებს რამოდენიმე ახალ პროდუქტს სთავაზობს, რომლებიც მორგებულია მათ საჭიროებებზე და საგრძნობლად უმარტივებთ საბანკო მომსახურების მიღებას. აღნიშნული პროდუქტების დანერგვით ცალსახად შეიცვალა მომხმარებელთა ონლაინ მომსახურების პირობები. კლიენტს სასურველი მომსახურება შეუძლია შეასრულოს არა ფილიალში მისვლით, არამედ ინტერნეტ/მობაილ ბანკით და იგი გარანტირებულია რომ აღნიშნული ოპერაცია დროულად და უსაფრთხოდ განხორციელდება. ეს კი საგრძნობლად აუმჯობესებს და ამარტივებს საბანკო მომსახურების პირობებს და უფრო ეფექტიანს ხდის მათი მიწოდების არხებს.

ქართულ ბანკებში უახლეს ინოვაციებსა და საბანკო პროდუქტების მიმართ მომხმარებელთა აზრისა და დამოკიდებულების გასარკვევად, ჩავატარე კვლევა, რომელიც გამოკითხვის მეთოდს ეფუძნებოდა. გამოკითხვა მიმდინარეობდა ორი მიმართულებით (პარალელურ რეჟიმში): რესპოდენტთან უშუალო კონტაქტით და **სოციალური ქსელის** საშუალებით. პირველი გულისხმობდა კლიენტების გამოკითხვას ბანკის ფილიალებში, ხოლო მეორე **სოციალური ქსელის** მომხმარებელთა მიერ კითხვარის შევსებას. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ბანკს დიდი წვლილი მიუძღვის ქართულ საბანკო სფეროში ინოვაციებისა და სიახლეების დანერგვაში, სხვა ბანკებსაც არანაკლები როლი აქვთ ამ საქმეში.

მიღებული შედეგების საფუძველზე მიზანშეწონილია დავასკვნათ, რომ საბანკო ინოვაციების განვითარების ძირითად ტენდენციებს შორის პირველ რიგში აქცენტი ფინანსური პროდუქტების ფასობრივი და რაოდენობრივი მახასიათებლებიდან

გადატანილ იქნეს სერვისულ და ხარისხობრივ მახასიათებლებზე, ისეთზე, როგორცაა კლიენტისადმი ინდივიდუალური მიდგომა, მათი ინფორმირება, ნდობის ხარისხის ამაღლებაზე მუდმივი ზრუნვა, მომსახურების სიჩქარე და ხარისხი.

ქართული საბანკო სექტორი ვითარდება სტაბილური და გრძელვადიანი განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში, რასაც მოწმობს ყოველწლიურად ახალი, ინტეგრირებული საბანკო პროდუქტების ბაზარზე გამოტანა და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა. წამყვანი ქართული ბანკებს ყოველწლიურად 10-დან 15-მდე ახალი ინოვაციური პროდუქტი გამოაქვთ ბაზარზე, რაც ცოტა ნამდვილად არ არის.

ქართული საბანკო სექტორის მდგრად განვითარებას აღიარებს ყველა გავლენიანი საერთაშორისო ორგანიზაცია თუ სარეიტინგო სააგენტო. ძალზე გავლენიანი საერთაშორისო სარეიტინგო სააგენტო Fitch-ის ბოლო შეფასებაც, რომლის თანახმადაც 4 ქართულ ბანკს გრძელვადიანი რეიტინგები დაუდასტურა და სტაბილური პროგნოზი დაუდგინა, ამ თვალსაზრის კიდევ ერთხელ ადასტურებს.

გამომდინარე ყველა ზემოთხსენებულიდან, შეიძლება დავასკვნათ, რომ საქართველო ნელ-ნელა, მაგრამ მაინც მიიწევს წინ ინოვაციური პროდუქტებისა და მომსახურების შეთავაზებისაკენ. ქართული ბანკები ცდილობენ, მიზამონ უცხოურ ბანკებს და გამოიყენონ უკვე შექმნილი ელექტრონული ტექნოლოგიური სერვისები. ისინი აკმაყოფილებენ მომხმარებლის მოთხოვნებს. ეს კი, თავისთავად, უკვე დიდი მიღწევაა. ჩვენი აზრით, საქართველოს საბანკო სისტემას კიდევ უფრო მეტი განვითარების პერსპექტივა აქვს, თუმცა ეს გრძელვადიან პერიოდს და დიდ ძალისხმევას მოითხოვს.

გამოყენებული ლიტერატურა

- საქართველოს კანონი, “კომერციული ბანკების საქმიანობის შესახებ”.(2010).
- საქართველოს ეროვნული ბანკი, “დროის რეალურ რეჟიმში ანგარიშსწორების სისტემების წესები”.(2010).
- საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის ბრძანება # 38/04; “საგადახდო ბარათების შესახებ დებულება”.(2011).
- მიგრაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია, საქართველოში საერთაშორისო ფულადი გზავნილების მობილური ტელეფონით გადარიცხვის შესაძლებლობის კვლევა.(2009).
- საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის 2003 წლის 12 იანვრის №135 ბრძანება „საქართველოს საბანკო სისტემაში დროის რეალური რეჟიმში ანგარიშსწორების სისტემის (RTGS) უქალაქო ტექნოლოგიაზე გადაყვანის შესახებ“.
- ი.კოვზანაძე, გ. კონტრიძე,“თანამედროვე საბანკო საქმე: თეორია და პრაქტიკა” თბილისი, 2014.
- ლ. ქოქიაური - საბანკო საქმის საფუძვლები, I, II ტ. თბ., 2010.
- Bray, A., & Watson, J. Bhatla, T., Prabhu, V., Dua, A. (2009). Understanding Credit Card Frauds. Cards Business Review # 2008-01.
- The future of Internet Banking for Business. (2011). IBM Global Business Services.
- Buse, E., & Tiwari, S. (2010). Technologie and Innovations Management.
- Chew, T. (2005). Mobile Guidelines for Mobile Banking & Payments.
- Clarke, S. E-Banking Management: Issues, Solutions and Strategies.
- Cornish, M., Delpha, K., Erslon, M. (2007). MasterCard International Security and Risk Management.
- Daniel, E., & William W. (2002). Special Studies on Technology of Banking. Nolle. Journal 19. no 2: 29-48.
- Erickson, J. (2010). *Mobile Money: Cell Phone Banking in Developing Countries*. PolicyMatters Journal
- Frances X. Frei., Patrick T. Harker., Larry W. Hunter (1998). *Innovation in Retail Banking*
- Heffernan, S. (2005). Modern Banking.

- Klein, M., Mayer, K. (2011). Mobile Banking and Financial Inclusion.
- Krainer, J. (2005). Bank ATM's and ATM Surcharges.
- Marche, S., & Waters, C. Mobile Commerce Applications. Dalhousie University.
- Robbins, E. (2010). Financial Industry Perspectives.
- Peter S. Rose., Sylvia C. Hudgins. (2009). Bank Management and Financial Services. McGraw Hill. 7th Ed.
- Timothy, H. (2005). ATM Surcharge Bans and Banks Market Structure.
- Wenninger, J. (2010). The Emerging Role of Banks in E-Commerce.
- An Oracle White Paper. (2008). Next-generation Banking: Combining Process and Technology to Achieve Agility.
- Association of German Banks. (2009). Online Banking Security, Seventh edition.
- Bankable Frontier Associates LLC. (2008). Managing the Risk of Mobile Banking Technologies.

ვებ-გვერდები

- ანგარიშსწორების სისტემა SWIFT. www.swift.com.
- ელექტრონული ბანკინგის მნიშვნელობა და მისი ბაზისური როლი საბანკო სისტემაში. <http://www.encyclopedia.com/doc/1G2-3401200518.html>.
- კანონი “საგადახდო ბარათები და ანგარიშსწორების სიტემები საქართველოში”, <http://www.nbg.gov.ge/index.php?m=110>.
- კანონი “საქართველოში უნაღდო ანგარიშსწორების სისტემები”. <http://www.abg.ge/Admin1220790125.php?nid=485>.
- მობილური-ბანკინგი. <http://java.com/en>.
- მომსახურების მიწოდების თანამედროვე არხები.
- <http://bankofgeorgia.ge/retail/ge/otherservice>.
- საბანკო პლასტიკური ბარათები. www.reviews.creditcardflyers.com.
- POS ტერმინალები და ბანკომატები. <http://tbc.ge/corporate/deposit> and payment solutions/merchant solutions.

- საქართველოს ბანკი www.bg.ge.
- ბანკი რესპუბლიკა www.br.ge.
- თიბისი ბანკი www.tbc.ge.
- ლიბერთი ბანკი www.libertybank.ge.