

ინოვაციური საბანკო პროდუქტის მიწოდების თანამედროვე ტენდენციები

აკაკი გვარუციძე,
სტუ-ს ასოც. პროფესორი.

ლევან ტატიშვილი,
საქართველოს ტექნიკური
უნივერსიტეტის პროფესორი

რეზიუმე

სტატიაში „ინოვაციური საბანკო ახალი პროდუქტის მიწოდების თანამედროვე ტენდენციები“ აღნიშნულია, რომ თანამედროვე პირობებში ინოვაციები ბანკების სტაბილურობის, კონკურენტუნარიანობისა და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის საკვანძო ფაქტორს წარმოადგენს.

განსაზღვრულია, რომ საბანკო ბიზნესის მიმდინარე რეალიები მკაფიოდ საბანკო ინოვაციური საქმიანობის სამი ძირითადი კატალიზატორის გამოყოფის შესაძლებლობას იძლევა: მსოფლიო ფინანსური ბაზრებისა და საბანკო მომსახურების ბაზრების გლობალიზაციას, საბანკო და არასაბანკო სექტორების მხრიდან მზარდ კონკურენციას, მსოფლიო ფინანსურ კრიზისს.

დადგენილია, რომ საბანკო დარგში ინოვაციებად შეიძლება ჩაითვალოს: ახალი საბანკო პროდუქტების ან მომსახურების ეკონომიკური რეალიზაცია, უკვე არსებულ მნიშვნელოვანი გაუმჯობესება, აგრეთვე ბიზნესის გაძღოლის საქმიანი პრაქტიკის ახალი ტექნოლოგიური, მარკეტინგული, მმართველობითი ან ორგანიზაციული მეთოდები.

საკვანძო სიტყვები: საბანკო ინოვაციები, ინოვაციური ინვესტიციები, კონკურენცია, გლობალიზაცია, ტექნოლოგია, საბანკო სექტორი, მოდელი.

MODERN TENDENCIES OF INNOVATION BANK PRODUCTS DEMANDS

Akaki Gvarutsidze,
GTU Assoc. professor,

Levan Tatishvili
GTU professor,

RESUME

In the article „Modern tendencies of Innovation Bank products Demands“ it is noted that now innovation is a key factor for stability, competitiveness and sustainable economic growth of banks.

It is determined that the current realities of the banking business allow clearly distinguish three main catalyst banking innovation: the globalization of world financial markets and the banking markets, increasing competition from the banking and nonbanking sectors, the global financial crisis.

It was found that the banking industry's innovation can be considered an economic implementation of new banking product or service, a significant improvement of an existing, and the introduction of new technology, marketing, management or organizational business practices business.

It is proved that the conduct of innovation policy and the creation in its wake banking innovation aimed at achieving a particular economic or strategic effects, which can include: an increase in the bank's financial income, attract new customers, expanding the market share of the bank, reducing the costs of operation of the credit institution and other .

Keywords: Innovations banking, Innovation investment, Competition, Globalization, Technology, Bank sector, Model.

შესავალი

მსოფლიო საბანკო სისტემის განვითარების თანამედროვე ეტაპი ფინანსურ ბაზრებზე კონკურენციისა და კრიზისული მოვლენების გამძაფრების პირობებში მიმდინარეობს. საბანკო საქმიანობის წარმატებული განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორი მუდმივი სიახლეების პოლიტიკაა. თანამედროვე პირობებში ინოვაცია ბანკების სტაბილურობის, კონკურენტუნარიანობისა და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის საკვანძო ფაქტორს წარმოადგენს.

საბანკო ბიზნესის მიმდინარე როლი აშკარად საბანკო ინოვაციური საქმიანობის შემდეგი სამი ძირითადი კატალიზატორის გამოყოფის შესაძლებლობას იძლევა: მსოფლიო ფინანსური ბაზრებისა და საბანკო მომსახურების ბაზრების გლობალიზაცია, საბანკო და არასაბანკო სექტორების მხრიდან მზარდი კონკურენცია, მსოფლიო ფინანსური კრიზისი. აღწერილი მოვლენები საბანკო მომსახურების ბაზრის მოთამაშეების ხარისხობრივ და რაოდენობრივ შემადგენლობაზე მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახორციელებენ და მომხმარებლების ქცევაში საკვანძო ცვლილებებისაკენ უბიძგებენ, ამით კი ისინი ბანკებს ინოვაციების დანერგვის მეშვეობით საკუთარი კონკურენტული უპირატესობების შენარჩუნებისა და გადიდების ერთადერთ შესაძლებლობას უტოვებენ.

საკრედიტო ორგანიზაციაში ინოვაციური პოლი-

ტიკის განხორციელება სტიქიურად არ უნდა მიმდინარეობდეს. დადებითი ეფექტის მიღება ინოვაციების დანერგვისაგან მხოლოდ ინოვაციური პროცესის მართვის შესაძლებლობის არსებობის პირობებში არის მიღწევადი, რაც შეუძლებელია საბანკო ინოვაციების მკაფიოდ გამოყოფილი მორფოლოგიის გარეშე, რომელიც როგორც მინიმუმ ინოვაციებისა და სახეცვლილებების განასხვავების შესაძლებლობას მოგვცემდა.

ინოვაციები როგორც საბანკო სფეროში სტაბილურობისა და კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფის საკვანძო ფაქტორი განხილული აქვთ საკუთარ ნაშრომებში ი.ვ. ბარხატოვს, მ. ბერეზოვსკაიას, ვ.ს. ვიკულოვს, ლ.ვ. კოხს, ე.ნ. სმოლიანინოვას, ვ.ს. პროსალოვას, ა.ვ. მურავევას, ო.ი. უდანოვასა და ა.მ. კარმინსკის, ი. კოვზანაძესა და გ. კონტრიძეს, ლ. ქიქიაურს და სხვებს. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ თანამედროვე პირობებში საბანკო ინოვაციების არსის გამოვლენა და მათი კლასიფიკაცია, ასევე საბანკო სექტორში ინოვაციური განვითარების ტენდენციების გამოკვლევა მეტ ყურადღებას საჭიროებენ, რასაც მოცემული სტატიის მიზანი განაპირობებს.

დასახული მიზნის ჩარჩოებში ნაშრომში რიგი ამოცანებია გადაწყვეტილი, რომლებიც საბანკო ინოვაციების არსის უფრო სიღრმისეულად გაგებისათვის არის აუცილებელი, რომელთა შორისაა: საბანკო სფეროში ცნება „ინოვაცია“ განსაზღვრა, ინოვაციების ძირითადი სახეობებისა და მათი მახასიათებელი ნიშან-თვისებების გამოყოფა, ინოვაციის დეტალური კლასიფიკაციის ფორმირება.

მოცემული ნაშრომი, საბანკო ინოვაციების თითოეული გამოვლენილი ტიპისა და მათი შესაძლო ცვალებადობის მიმართებაში განვითარების ძირითადი ტენდენციების გამოყოფის გათვალისწინებით, საბანკო დარგში ინოვაციის მორფოლოგიისადმი მიმართებაში ბოლოდროინდელი კვლევების აგრეგირებულ მონაცემებს წარმოადგენს.

ძირითადი საკითხის ჩამოყალიბება

ინოვაცია – ახალი იდეის საბაზრო რეალიზაციას წარმოადგენს. საბანკო დარგში ინოვაციებად შეიძლება ახალი საბანკო პროდუქტის ან მომსახურების ეკონომიკური რეალიზაცია, უკვე არსებულების მნიშვნელოვანი გაუმჯობესება, აგრეთვე ბიზნესის გაძლოლის საქმიანი პრაქტიკის ახალი ტექნოლოგიური, მარკეტინგული, მმართველობითი ან ორგანიზაციული მეთოდი ჩაითვალოს. ინოვაციები თავისთავად ინტელექტუალური შრომისა და ტექნოლოგიური დამუშავებების შედეგს წარმოადგენს, რომლებიც საკრედიტო ორგანიზაციის საქმიანობის სრულყოფაზეა მიმართული (5, გვ. 2).

არ შეიძლება ყოველი სიახლე ინოვაციად ჩაითვალოს (3, გვ. 106). საჭიროა რიგი სავალდებულო თავისებურებების არსებობა, რომელთა შორისაა: სიახლის გარკვეული ხარისხი, საბაზრო მოთხოვნისა და კომერციული რეალიზებადობის დაკმაყოფილების

შესაძლებლობა. სხვა სიტყვებით, ინოვაციური საბანკო პროდუქტები და მომსახურებები, არსებულ ანალოგებთან შედარებით, უნდა ფლობდნენ უფრო მაღალ სამომხმარებლო ხარისხს, ბანკის კლიენტებისათვის მეტი ხარისხით მიმზიდველებს უნდა წარმოადგენდნენ და ახალი მომხმარებლების პოტენციალურ მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდნენ.

საბანკო ინოვაციების მახასიათებელი ნიშან-თვისებებს ასევე წარმოადგენენ მათი ურთიერთგანპირობებულობა, ორმაგი ბუნება და გარკვეული სასიცოცხლო ციკლის არსებობა. საბანკო სფეროში ინოვაციური ტექნოლოგიები ეკონომიკის სხვა ინდუსტრიებში სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესზე, ინფორმაციული ტექნოლოგიების სფეროში თავისებურებებზე მნიშვნელოვანი ხარისხით არის დამოკიდებული. ჟურნალი „თჰე ბანკერ“-ში ყოველწლიურად ქვეყნდება საბანკო სფეროში ტექნოლოგიური ინოვაციების რეიტინგი: აღსანიშნავია, რომ გამარჯვებულებს შორის არ არის არც ერთი გადამწყვეტილება, რომელიც ადრე რომელიმე სხვა ინდუსტრიაში არ ყოფილიყო გამოყენებული. საბანკო ინოვაციების ორმაგი ბუნება ფინანსური ბაზრის სპეციფიკასთან არის დაკავშირებული: პრინციპულად ახალი პროდუქტების დანერგვა მნიშვნელოვან საკრედიტო დაბანდებებს არ მოითხოვს, რაც, ამასთან, მათი რეალიზაციის მნიშვნელოვან რისკებს და წინასწარი მასშტაბური მარკეტინგული კვლევების ჩატარების აუცილებლობას არ უარყოფს.

საბანკო ინოვაცია თავისთავად ინოვაციური პროცესის შედეგს, ანუ ბანკის ინოვაციური სტრატეგიის ჩარჩოებში განვითარების ქმედებებისა და გარემოებების თანმიმდევრულ ჯაჭვს წარმოადგენს. ინოვაციური პოლიტიკის დანერგვა და მის შედეგად საბანკო ინოვაციების შექმნა გარკვეული დადებითი ეკონომიკური ან სტრატეგიული ეფექტის მიღწევაზეა მიმართული, რომელსაც შეიძლება მივაკუთვნოთ: ბანკის ფინანსური შემოსავლის გადიდება, ახალი კლიენტების მოზიდვა, ბანკის საბაზრო წილის გაფართოება, საკრედიტო ორგანიზაციის მუშაობის დანახარჯების შემცირება და სხვები (2, გვ. 59).

მკვლევარები საბანკო ინოვაციების რამდენიმე საკვანძო ტიპს განასხვავებენ, რომლებიც ასევე შეიძლება ეკონომიკის უმეტესი დარგებისათვისაც უნივერსალურებად გამოდგეს:

1) **პროდუქტიული ინოვაცია.** ახალი პროდუქტის უკვე არსებულ ბაზარზე რეალიზაცია. სამეცნიერო წრეებში მიღებულია პროდუქტიული საბანკო ინოვაციების პრიორიტეტულობა იქნეს გამოყოფილი. აღნიშნული განპირობებულია იმით, რომ ნებისმიერი ბანკის საქმიანობის ეფექტურობა პირველ რიგში მის პროდუქტებზე და მომსახურებებზე კლიენტების მხრიდან მდგრადი მოთხოვნის არსებობაზეა დამოკიდებული. ინოვაციების ყველა დანარჩენ ტიპს მკაფიო საბაზრო მიმართულება გააჩნიათ, გარემოცველ გარემოზე და კლიენტურის უპირატესობებზეა დამოკიდებული.

2) ტექნოლოგიური (პროცესული) ინოვაცია. წარმოების, ტექნოლოგიების, ოპერაციების ან პროცესების ახალი მეთოდის დანერგვა დანახარჯების შემცირების ან საქონელის, მომსახურების თვითღირებულების შემცირების მიზნით.

3) საბაზრო ინოვაცია. საქონელისა და მომსახურების პრინციპულად ახალი ბაზრის შექმნა. ასევე საბაზრო ინოვაციებს შეიძლება მივაკუთვნოთ სიახლეები, რომლებიც უკვე არსებული საქონელისა და მომსახურების გამოყენების ახალი სფეროების მოძიების შესაძლებლობას იძლევა.

4) მარკეტინგული ინოვაცია. ახალი რესურსების, ბაზარზე მუშაობის მეთოდების, ბიზნესის ახალი ფორმების ათვისება.

5) მმართველობითი ინოვაცია. ორგანიზაციის ან პროცესის მართვის სტრუქტურის ცვლილება ბიზნესის მეტი ეფექტიანობის მიღწევასათვის.

სიახლეების მთლიანი ნაირსახეობებისათვის შემდგომი სისტემატიზაცია საკლასიფიკაციო ნიშანთვისებების გამოყოფას მოითხოვს (4, გვ. 3). საკლასიფიკაციო ნიშანთვისებების სიმრავლე, მათ შორის საკლასიფიკაციო ქვესიმრავლეები, ერთმანეთს შორის გარკვეული გადაკვეთითაც აიხსნება.

უპირველეს ყოვლისა, განასხვავებენ სტრატეგიულ და რეაქტიულ ინოვაციებს მათი ჩამოყალიბების მიზეზებზე დამოკიდებულებაში. სტრატეგიული ინოვაციების ძირითადი მიზანი – კონკურენტული უპირატესობების მიღებაში მდგომარეობს ბაზარზე გასწრებასთან მიმართებაში. რეაქტიული ინოვაციები – პირიქით, ბანკების თავდაცვით პოლიტიკას, სხვა სიტყვებით, თავისთავად ბაზრის სხვა მოთამაშეების ქმედებაზე რეაქციას შეესაბამება. მითითებული ინოვაციები დანახარჯების ხასიათით განსხვავდებიან. რეაქტიული ინოვაციების დანერგვისას ბანკი იძულებულია მისი კონკურენტების მიერ შეთავაზებული ეფექტიანობის ახალი სტანდარტის მისაღწევად გარკვეული ხარჯები განიოს, მაშინ როდესაც სტრატეგიული ინოვაციებისას დამოუკიდებლად დასაწერგი ახალი სტანდარტის ეფექტიანობის მიღწევა შეიძლება არსებითად ნაკლები დანახარჯებითაც იქნეს მიღწეული.

მეორე მხრივ, შეტანადი ცვლილებების სიღრმისეულობის მიხედვით ინოვაციები დაიყოფა – რადიკალურებად, ფუნქციონალურებად და მოდიფიცირებულებად (ადაპტირებად). რადიკალური ინოვაციები ბაზარზე ხარისხობრივად ახალი პროდუქტის, ტექნოლოგიის ან მართვის მეთოდის, ახალი ბიზნეს-კონცეფციის დანერგვას შეესაბამებიან, მაშინ როდესაც ფუნქციონალურები - მხოლოდ უკვე არსებული პროდუქტის მახასიათებლების, ან კლიენტების მოთხოვნილებების მაქსიმალურად სრულად დაკმაყოფილების მიზნით მისი რეალიზაციის ხასიათის, ან არსებულების კომბინირებისა და გაუმჯობესების გზით მისი წარმოების ტექნოლოგიის მოდიფიცირებას ახორციელებენ. მოდიფიცირებადი ინოვაციები ასევე პროდუქტის რაიმე სახის თვისების

ცვლილებას ახორციელებენ, მაგრამ მნიშვნელოვნად ნაკლები ხარისხით და სამომხმარებლო ქცევისა და უპირატესობების უცვლელობის პირობებისას, და ხშირად სიახლის სასიცოცხლო ციკლის გადიდებაზეა მიმართული.

ფუნქციონალური და მოდიფიცირებადი ინოვაციების განსაკუთრებული მნიშვნელობა მდგომარეობს იმაში, რომ ისინი უკვე არსებულ პროდუქტებში, დინამიურად ცვალებად საბაზრო გარემოში მათი გამოყენების ყველაზე დიდი ეფექტიანობის მიღწევასათვის, კორექტივების შეტანაზე არიან მონოდებულები. რადიკალური ინოვაციები საბანკო სისტემაში სიღრმისეულ სტრუქტურულ ცვლილებებთან ან ეკონომიკის სხვა დარგებში ტექნოლოგიურ სიახლეებთან არის დაკავშირებული. ისინი მეტად კაპიტალტევადებს წარმოადგენენ და მათ სხვა ტიპის, ხშირად – ტექნოლოგიური ან მმართველობითი ინოვაციები მოყვება.

უკვე არსებულ პროდუქტებზე დაფუძნებული ინოვაციების შესახებ საუბრისას, პირველ რიგში მათი შედარებითი სიიაფე, ასევე წინა პროდუქტებისა და მომსახურებების დანერგვის უკვე არსებული დადებითი გამოცდილებიდან გამომდინარე, წარუმატებლობის დაბალი რისკები უნდა აღინიშნოს. კარგ მაგალითს წარმოადგენს პერსპექტიული პროდუქტების, მაგალითად ფაქტორინგის ან ლიზინგის გამოყენება, რომლებიც დამატებით მომსახურებიან ჩვეულებრივი დაკრედიტების ვარიანტებს წარმოადგენენ. ასეთ ინოვაციებს ხშირად კომბინირებულებს უწოდებენ, რომელიც სხვადასხვა ტექნოლოგიების ერთიან კომპლექსურ პაკეტში გაერთიანებას გულისხმობს.

მესამე, საბაზრო სიახლის ხარისხის მიხედვით გამოყოფენ ინოვაციებს – მსოფლიო ბაზარზე (ტრანსაქციულები, ტრანსეროვნულები), ეროვნულ ან ლოკალურ ბაზარზე (რეგიონალურები), ასევე ინოვაციებს, რომლებიც ასეთებს კონკრეტული ორგანიზაციისათვის წარმოადგენენ. ბანკის მიერ საკუთრივ ახალი პროდუქტის ან შიდა პროცესის დანერგვა მოცემული კონკრეტული ორგანიზაციისათვის ინოვაციას წარმოადგენს, მიუხედავად ბაზარზე განსახილველი სიახლის უკვე არსებობისა. სიახლეები შეიძლება ცალკე რეგიონში, ანუ ლოკალურ ბაზარზე, ან ქვეყნის განცალკევებულ საბანკო სისტემაში, სხვა სიტყვებით, ეროვნულ ბაზარზე იქნეს დანერგილი. უმაღლეს საფეხურს თავისთავად ინოვაცია მსოფლიო ბაზარზე წარმოადგენს და იგი მთლიანად მსოფლიოში ანალოგის არ მქონე პროდუქტის, მომსახურების ან ტექნოლოგიის შექმნას ითვალისწინებს. გლობალიზაციისა და დიფუზიის პროცესების ძალისხმევით, ინოვაციური დამუშავებების უმეტესობა, რომლების ეროვნული ბაზრებისათვის ინოვაციებს წარმოადგენენ, უკვე არსებობენ საერთაშორისო პრაქტიკაში.

მეოთხე, გავრცელების მექანიზმიდან დამოკიდებულებაში ინოვაციები შეიძლება იყოს – ერ-

თეულები (საწყისები) და დიფუზიურები. ერთეული ინოვაციები დამოუკიდებლად წარმოიშობიან და ხშირად მსოფლიო ბაზარზე პირველად წარმოშობილ სტრატეგიულ ინოვაციებს შეესაბამებიან, მაშინ როდესაც როგორც დიფუზიურები – ინოვაციის პირველ ტიპზე რეაქციას წარმოადგენენ და ისინი დიფუზიისა და გამოცდილების გადაცემის პროცესის მეშვეობით ვრცელდებიან. ერთეული ინოვაციები თავისებურ ინოვაციები-ლიდერებს წარმოადგენენ, რომელთაც აბსოლუტური სიახლე და მსხვილი რისკები ახასიათებთ. მსგავს სიახლეებს შეუძლიათ ბანკს უპირობო კონკურენტული უპირატესობები მისცეს ან, პირიქით, მნიშვნელოვან დანაკარგებამდე მიიყვანოს. ინოვაციები-თანმიმდევრები გარკვეული დროითი შუალედით ინოვაციები-ლიდერების დიფუზიის შედეგად წარმოიშობიან, მნიშვნელოვნად ნაკლებ რისკებს ფლობენ და პირველებთან შედარებით დანერგვაზე ნაკლებ დანახარჯებს მოითხოვენ. ინოვაციები-თანმიმდევრები საბაზრო წილის შენარჩუნებაზეა მომართული და რეაქტიული ინოვაციების ანალოგს წარმოადგენენ.

მეხუთე, საწარმო ციკლში ადგილის მიხედვით საბანკო ინოვაციები დაიყოფა - პროდუქტიულებად, ტექნოლოგიურებად (პროცესულებად) და სანედლეულებად (სარესურსობად). პროდუქტიული ინოვაციები ითვალისწინებენ ახალი საბანკო პროდუქტების დანერგვას, რომლებიც მათი განვითარებისა და ტრანსფორმაციის პერიოდში შეიძლება როგორც ახალ ოპერაციებთან, ასევე ტრანსაქციულებთანაც იყოს დაკავშირებული. ამრიგად, მაგალითისათვის, მრავალი საბანკო ბარათები თანდათანობით ჩიპურებში გადატრანფორმდნენ. ტექნოლოგიური, ან ინფოტექნოლოგიური საბანკო ინოვაციები მონაცემების მიღების, დამუშავების, შენახვისა და გაცვლის ახალი მეთოდების გამოყენებასთან არიან დაკავშირებული. ასეთ ინოვაციებს ინფორმაციული კომპონენტებისა და ინტერნეტ-ქსელების გამოყენებით შეიძლება უნაღდო გადარიცხვები და მომსახურებების უმეტესობა იქნეს მიკუთვნებული. თავის მხრივ, სარესურსო საბანკო ინოვაციები პრინციპულად ახალი სარესურსო ბაზის ფორმირებაზე ყურადღების გამახვილების ხარჯზე ყველა დანარჩენი ინოვაციების დანერგვის აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენენ.

მეექვსე, ზემოქმედების მასშტაბის მიხედვით ინოვაციები შეიძლება დაიყოს ორ კლასად: წერტილოვანი და სისტემური. წერტილოვანი ინოვაციები საქმიანობის გარკვეული სფეროს სრულყოფაზე არის მიმართული და მსხვილ დანახარჯებს მოითხოვენ, რამდენადაც მცირე რაოდენობის თავისებურებების გაუმჯობესებასთან არიან დაკავშირებული და საბანკო სისტემის საერთო მდგომარეობაზე მნიშვნელოვან ზემოქმედებას არ ახდენენ. სისტემური ინოვაციები მთლიანობაში სისტემის სტრუქტურის ცვლილებაზეა დამოკიდებული. მაგალითისათვის, საბანკო დარგისათვის მსგავსი სისტემური ინოვაცია გახდა კომპიუ-

ტერები და ლოკალური გამოთვლითი სისტემები, რამაც ბანკების მუშაობა და მათ შორის ურთიერთობის აგების პრინციპები ძირფესვიანად შეცვალა.

მეშვიდე, ბაზარზე მიმართულობის მიხედვით ინოვაციების ძირითად მიზანს – უკვე არსებული მომხმარებლების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება ან პირიქით, ახალი კლიენტების ბაზრის შექმნა წარმოადგენს. საკუთარი კლიენტების მოთხოვნილებების მკაფიო იდენტიფიკაცია ბანკს აიძულებს საკუთრივ უკვე არსებული პროდუქტების გაუმჯობესებასა და მოდიფიცირებას, ახალი შესაძლებლობების დამუშავებას და კლიენტების მომსახურების ტექნოლოგიის გაუმჯობესებას. ამავე დროს სტრატეგიული განვითარებისა და გაფართოებისათვის პრინციპულად ახალი ბაზრისა და შესაძლოა ჯერ კიდევ საკუთარი მოთხოვნილებების არ მცოდნე კლიენტების კლასის ფორმირება არის საჭირო. ბანკი გარკვეულ სახელოვნებო და ინოვაციურ პოტენციალს – ერთობლიობაში ინოვაციურ პოტენციალს უნდა ფლობდეს. მიუხედავად მნიშვნელოვანი დანახარჯებისა, მარკეტინგული კვლევების დამუშავების სერიოზულობისა და განხორციელების მასშტაბურობისა, ბაზარზე მათი დანერგვის რისკები მეტად დიდია – კვლევის მონაცემების სისრულის უკმარისობამ და არასწორმა მიმართველობითმა გადაწყვეტილებამ შეიძლება მთლიანი ინოვაციური სტრატეგია კრახამდე მიიყვანოს.

მეშვიდე, საბანკო ინოვაციები ასევე დაიყოფა – უშუალოდ საბანკოებად და გარეგნულად დარგისათვის (შეკვეთილები). მსგავსი დაყოფა დაკავშირებულია იმასთან, რომ თანამედროვე პირობებში ინოვაციური საქმიანობაც კი შეიძლება აუტსორინგზე იქნეს გადაცემული. პროფესიონალური ფირმები საკუთარ მომსახურებას გვთავაზობენ ბაზრის ანალიზის და ახალი საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების იდეების გენერაციასთან, ახალი ბიზნეს-პროცესების დანერგვასთან მიმართებაში, უფრო მეტიც, საბანკო ინოვაციების ძლიერ ურთიერთგანპირობებულობას მივყავართ იქეთ, რომ საბანკო გარემოში უმეტესი რეკოლუციური ინფორმაციული ტექნოლოგიების თანმხლება ეკონომიკის სხვა სექტორების კომპანიების მიერ ხორციელდება, რომლებიც ხშირად აღნიშნული ტექნოლოგიების თავიდანვე შექმნელებიც არიან.

ჩამოთვლილი ინოვაციების კატეგორიები მათ ისეთ მახასიათებლებს არ განიხილავენ, როგორებიცაა საბანკო სფეროში ზემოქმედების ინტენსიურობა და დანერგვის ეფექტიანობა, თუმცა ისინი საბანკო ინოვაციების კვალზე არსებით თავისებურებებს ასახავენ და ცვლილების ობიექტისა და ხასიათის გამოყოფის, შესაძლო შედეგის პროგნოზირების მიზნით, ინოვაციური პროცესების სტრუქტურირების შესაძლებლობას იძლევიან (ნახ. 1).

ეკონომიკის ნებისმიერი დარგისადმი დამახასიათებელი ინოვაციების უნივერსალური კლასიფიკაციიდან განსხვავებით, საბანკო ინოვაციების კლა-

<ol style="list-style-type: none"> 1. დიფუზიის ეფექტი (ლიდერები, თანმიმდევრები). 2. საბაზრო სიახლის ხარისხი (მსოფლიოები, ეროვნულები, ლოკალურები). 3. ბაზარზე მიმართულობა (ახალი ბაზრების ფორმირება, ბაზარზე არსებული ახალი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება).
<ol style="list-style-type: none"> 1. ჩამოყალიბების ხარისხი (რეაქტიულები, სტრატეგიულები). 2. ადგილი საწარმო ციკლში (პროდუქტიულები, ტექნოლოგიურები, სარესურსოები). 3. პროდუცენტი (საბანკოები, საგარეო შეკვეთილები).
<ol style="list-style-type: none"> 1. შესატანი ცვლილებების სიღრმისეულობა (რადიკალურები, ფუნქციონალურები, მოდიფიცირებულები). 2. ზემოქმედების მასშტაბი (ნერტილოვანები, სისტემურები).
<ol style="list-style-type: none"> 1. საბანკო ინოვაციები : <ul style="list-style-type: none"> • პროდუქტიულები; • ტექნოლოგიურები (პროცესულები); • საბაზროები; • მარკეტინგულები; • მმართველობითები.

სიფიკაცია უფრო ვიწროს წარმოადგენს, თუმცა მიუხედავად ამისა იგი, ინოვაციების გარკვეული ტიპის უპირატესობიდან დამოკიდებულებაში ინოვაციური სტრატეგიის მიმართულობის გამოყოფით, ბანკებში ინოვაციური აქტიურობის წარმოშობისა და ინოვაციების დანერგვის გარკვეული კანონზომიერებების განხილვის შესაძლებლობას იძლევა.

დასკვნა

აღნიშნულიდან გამომდინარე, გარკვეულია, რომ თანამედროვე პირობებში ინოვაციები ბანკების სტაბილურობის, კონკურენტუნარიანობისა და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის საკვანძო ფაქტორს წარმოადგენს.

განსაზღვრულია, რომ საბანკო ბიზნესის მიმდინარე რეალიები მკაფიოდ საბანკო ინოვაციური საქმიანობის სამი ძირითადი კატალიზატორის გამოყოფის შესაძლებლობას იძლევა: მსოფლიო ფინანსური ბაზრებისა და საბანკო მომსახურების ბაზრების გლობალიზაციას, საბანკო და არასაბანკო სექტორების მხრიდან მზარდ კონკურენციას, მსოფლიო ფინანსურ კრიზისს.

დადგენილია, რომ საბანკო დარგში ინოვაციებად შეიძლება ჩაითვალოს: ახალი საბანკო პროდუქტების ან მომსახურების ეკონომიკური რეალიზაცია,

უკვე არსებულების მნიშვნელოვანი გაუმჯობესება, აგრეთვე ბიზნესის გაძღოლის საქმიანი პრაქტიკის ახალი ტექნოლოგიური, მარკეტინგული, მმართველობითი ან ორგანიზაციული მეთოდები.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Бархатов И.В. – Особенности инновационных банковских услуг // Вестник Челябинского государственного университета, 2011, № 34. С. 130-135.
2. Березовская М. – Инновационный аспект экономического развития // Вопросы экономики, 1997, № 3. – С. 58-66.
3. Викулов В.С. – Концептуальный подход к разработке инновационных стратегий коммерческого банка // Финансовый менеджмент, 2010, № 5. – С. 106.
4. Кох Л.В., Смольянинова Е.И., Просалова В.С. – Инновации в банковском бизнесе. – СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2009. – 49 с.
5. Кох Л.В. – Эффективность инновационной деятельности банка: теория и методология: монография. - СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2008. – 24 с.
6. კოვზანაძე ი., კონტრიძე გ. - თანამედროვე საბანკო საქმე: ტეორია და პრაქტიკა. - თბილისი, 2014. — 548 გვ.