

ფინანსური ინოვაციების განვითარების ტენდენციები ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში

ალეკო ქუთათელაძე
სტუ-ის პროფესორი

რუს უდან ნიკურაძე
სტუ-ის დოქტორანტი

რეზიუმე

ამჟამად ფინანსური ინოვაციების აქტიური და-
ნერგვის აუცილებლობა ნაკარნახევია რიგი ობი-
ექტური ფაქტორებით:

- საბანკო სისტემის განვითარების ექსტენსიური მოდელიდან ინტენსიური განვითარების მოდელზე გადასვლა, რომელიც გამოიხატება როგორც თავად ბანკების ხარისხობრივი დონის (საბანკო კაპიტალის კონცენტრაციის გაძლიერება), ასევე შეთავაზებული პროდუქტების ხარისხის დონის ამაღლებაც;

- საბანკო კონკურენციის განმტკიცება დამო-
სი მეთოდების პრიორიტეტების შეცვლა, ფასების მეთოდიდან არასაფასო მეთოდზე გადასვლა. ამ-
ჟამად, ბანკების უმრავლესობისათვის წარმატების გასაღებს წარმოადგენს პროდუქტის დიფერენცი-
აცია, რომლის ერთერთი საშუალებაა ინოვაციების დანერგვა;

- ფინანსური გლობალიზაცია, რომელიც გამოი-
ხატება უცხოური საბანკო კაპიტალის შემოღწევით, რაც მოითხოვს ცალკეული ბანკების, მთლიანობაში საბანკო სისტემის კონკურენტუნარიანობის ამა-
ღლებას და აღნიშნული ზრდის ურთიერთდამოკი-
დებულებას გლობალურ ფინანსურ ბაზარზე. უცხო-
ური კაპიტალის მონაწილეობით საფინანსო-საკრე-
დიტო ორგანიზაციების წილი საქართველოს ბანკის მონაცემების მიხედვით 2008 წლის პირველი კვარტ-
ლისათვის 4.5% -ით გაიზარდა და 2014 წლის 1 ნო-
ემბრის მდგომარეობით შეადგინა საკრედიტო ორგა-
ნიზაციების საერთო რაოდენობის 22%;

- საზოგადოების ფინანსური კულტურის ზრდა, რაც გამოხატულია ფინანსური პროდუქტებისა და მომსახურებისადმი საზოგადოებრივი ინტერესის გაზრდით და ფინანსური ინოვაციების აუცილებ-
ლობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებით. ინტერ-
ნეტის მეშვეობით ფიზიკური პირების საბანკო ონ-
ლაინ ოპერაციების მოცულობა 35.3%-ით, ხოლო მობილური აპლიკაციები - 60% -ით გაიზარდა;

- მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფი-
ლების მიზნების გადანაცვლება, კომერციული ბა-
ნკისა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების მიზნების პირამიდის სათავეში, მოითხოვს ახალი საბანკო პროდუქტების და ახალი სერვისების ტექ-
ნოლოგიების დანერგვას.

თუმცა ამჟამად ფინანსური ინოვაციების დანე-
რგვის ინიციატორები არა მხოლოდ ბანკები არიან.

განვითარების თანამედროვე ეტაპისათვის დამახა-
სიათებელია არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაცი-
ების როლის მნიშვნელოვანი ზრდა (მათი წილი 2018 წელს 2008 წელთან შედარებით, 4.2% -ით გაიზარდა და 2018 წლის 1 ნოემბრის მდგომარეობით, შეადგი-
ნა 91 ორგანიზაცია), რომლებიც აქტიურად არიან ჩართულნი ფინანსური ინოვაციების დანერგვაში.

არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების მზა-
რდი ექსპანსია, რომლებიც საბანკო სექტორის სრულფასოვანი მონაწილეები არიან, იდენტური პროდუქტებისა და მომსახურების შეთავაზებით აიძულებენ კომერციულ ბანკებს, არა მარტო გაა-
უმჯობესონ მომსახურების ხარისხი და შეთავაზე-
ბული პროდუქტები, არამედ განავითრონ ახალი სერვისები.

არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების მნიშ-
ვნელოვანი როლის შესახებ საზოგადოების ცნო-
ბიერების ამაღლება გამოიხატება იმაში, რომ 2013 წლის სექტემბრიდან ისინი ჩართულები არიან საქა-
რთველოს ცენტრალური ბანკის, როგორც მეგარე-
გულატორის იურისდიქციაში. ამრიგად, არასაბა-
ნკო საკრედიტო ორგანიზაციები გახდნენ საბანკო სისტემის ნაწილი არა მხოლოდ დეფაქტო, არამედ დეიურე.

ეს ყველაფერი იწვევს ფინანსური ინოვაციების ღრმა და ყოვლისმომცველ შესწავლის აუცილებ-
ლობას, რომელიც მოიცავს თეორიული, მეთოდო-
ლოგიური და გამოყენებითი საკითხების დამუშა-
ვებას, განვითარების საკითხების შესწავლასა და ღრმა ანალიზს როგორც საბანკო, ასევე არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების სფეროში.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL INNOVATION IN BANKS AND NON-BANK ORGANIZATIONS

Kutateladze Aleko
Professor of GTU
Nikuradze Rusudan
PHD student of GTU

RESUME

Currently, the need for active introduction of finan-
cial innovations is dictated by a number of objective factors:

- The transition from an extensive model of banking

system development to an intensive development model, which is reflected in both the quality of the banks themselves and the quality of the products offered.

- Strengthening banking competition and changing the priorities of its methods. Currently, the key to success for most banks is product differentiation, one of the means of which is to introduce innovation.

- Financial globalization, which is reflected in the inflow of foreign banking capital, which requires the competitiveness of individual banks, the banking system as a whole and this increases interdependence in the global financial market. According to the Bank of Georgia, the share of financial credit organizations with the participation of foreign capital increases by 4.5 % in the first quarter of 2008 and as of November 1, 2014 amounted to 22% of the total number of credit organizations.

- The growth of the financial culture of the society, which is reflected in the increase of public interest in financial products and services and raising awareness of the need for financial innovation. The volume of on-line banking transactions of individuals through the internet increased by 35.3%, while mobile applications increased by 60%;

- The shift in meeting the need of the population, led by the commercial bank and the pyramid of goals of non-bank credit organizations, requires the introduction of new banking products and new service technologies.

However, not only banks are currently the initiators of the introduction of financial innovations. The modern stage of development is characterized by a significant increase in the role of non-bank credit organizations (Their share in 2018 increased by 4.2% compared to 2008 and as of November 1, 2018 – 91 organizations.) that are actively involved in the introduction of financial innovation.

The growing expansion of non-bank credit organizations, which are full-fledged participants in the banking sector, is offering identical products and services to commercial banks, not only to improve the quality of services and products offered, but also to develop new services.

Raising public awareness about the important role of non-bank credit organizations is reflected in the fact that since September 2013, they have been involved in the jurisdiction of the Central Bank of Georgia as a regulator. Thus, non-bank credit organizations have become part of the banking system not only de facto but also de jure.

All of this leads to the need for in-depth and comprehensive study of financial innovation, which includes the development of theoretical, methodological and applied issues, the study of development issues and in-depth analysis of both banking and non-banking credit organizations.

ძირითადი ტექსტი

ქართული ეკონომიკის ტრანსფორმაციისა და გლობალიზაციის პირობებში იზრდება ინოვაციების როლი და მნიშვნელობა. დღეს ეკონომიკის ინოვაციური განვითარება ბევრ ქვეყანაში განიხილება, როგორც ეკონომიკური ზრდის ერთერთი მთავარი გზა და კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა. ბოლო წლების გამოცდილება გვიჩვენებს საბანკო სექტორზე სამეცნიერო-ტექნიკური სფეროს განვითარების გავლენის ობიექტური და კრიტიკული შეფასების აუცილებლობას, რომლის დროსაც გათვალისწინებული და ყოველმხრივ შესწავლილი იქნება ის უმნიშვნელოვანესი ტრანსფორმაციული და სტრუქტურული პრობლემები, რომლებიც აუცილებლად თან სდევს ნებისმიერი ინოვაციების ჩასახვასა და განვითარებას. აქედან გამომდინარე, განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს ტენდენციების შესწავლა, რომელთა საფუძველზეც ხდებოდა საქართველოში ბანკებისა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების ინოვაციური აქტივობების განვითარება და მიმდინარე მომენტისათვის განისაზღვრავს საბანკო სექტორში ინოვაციური პროცესის სპეციფიკას.

ისტორიული მონაცემები იმის შესახებ მოწმობენ, რომ საქართველოში ფინანსური ინოვაციების, ისევე, როგორც საბანკო საქმის განვითარება, მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა ევროპული მოდელისგან. ჯერ კიდევ ჩვენს წელთ აღრიცხვამდე VI საუკუნეში ბაბილონსა და უძველეს საბერძნეთში იყო ტაძრები, სადაც ტაძრის ქურუმები და ტრაპეციტები ან არგენტარელები გასცემდნენ კრედიტებს და იღებდნენ ფულად სახსრებს დეპოზიტებზე. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში კრედიტი ჩაისახა მხოლოდ მე-12 საუკუნეში სამეფახშეო კრედიტის სახით, ხოლო დეპოზიტები მხოლოდ მე-19 საუკუნეში. ილია ჭავჭავაძის „ივერიაში“ მოყვანილი მონაცემების მიხედვით კრედიტი ძალზე გავრცელებული იყო საქართველოში.

დავით აღმაშენებელმა, 1113 წელს, იმისათვის რომ შეეზღუდა „პარაზიტული“ მეფახშეობა, იძულებული გახდა, აეკრძალა მეფახშეებს წლიური საპროცენტო განაკვეთის 50% -ზე მეტი ოდენობით დადგენას.

გარდა ამისა, საკრედიტო დაწესებულებებში ფინანსური ინოვაციების განვითარება ფაქტიურად დაიწყო მათი შექმნის მომენტიდან. იმის მიხედვით, თუ როგორც იცვლებოდნენ საბანკო დაწესებულებები, ბანკების შესახებ საზოგადოების შეხედულებები და საჭიროებები, იცვლებოდა მათი ფუნქციები და შესაბამისად საბანკო პროდუქტები და მომსახურების სპექტრი.

საქართველოში საბანკო პროდუქტისა და ტექნოლოგიური ფინანსური ინოვაციების განვითარება შედარებულია დანართში (იხ. დანართი 5 და დანართი 6). ისტორიული მონაცემები მოწმობენ, რომ საბანკო ფინანსური ინოვაციები საქართველოში

ცხრილი 1. ფინანსური ინოვაციები ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში

კომერციული ბანკები		არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები	
საფინანსო ინოვაციის სახეობა	წარმოშობის პერიოდი	საფინანსო ინოვაციის სახეობა	წარმოშობის პერიოდი
კლასიკური კრედიტები, სესხები	XII საუკუნე	სესხის აღაბა ქონებით საგარანტიო უზრუნველყოფით	XVIII საუკუნე
დეპოზიტები	XVIII საუკუნე	შენატანები მათ შორის სადაზრველო, პენსიის დაგროვებითი ნაწილი	XVIII-XX საუკუნე
ექსპრეს კრედიტები	XXI საუკუნე	მიკროდაფინანსება	XXI საუკუნე
ინტერნეტ ბანკინგი	XXI საუკუნე	ინტერნეტ -ბანკინგი	XXI საუკუნე
სავაჭრო მომსახურება	საუკუნის მეორე ნახევარი	სატრასტო მომსახურება	XVIII საუკუნე
იპოტეკა	XVIII საუკუნე	იპოტეკა	XIX საუკუნე.
ლიზინგი	90-იანი წლები. XX საუკუნე	ლიზინგი	90-იანი წლები. XX საუკუნე

ში ბევრად უფრო ადრეა ჩასახული, ვიდრე ტექნოლოგიური. იპოტეკა წარმოიშვა ჯერ კიდევ XVIII საუკუნეში, მაშინ როცა პირველი ტექნოლოგიური ფინანსური ინოვაცია - ანუ საბანკო ბარათი, მხოლოდ XX საუკუნის ბოლოს. ჩვენი აზრით, მთავარი სტოპ-ფაქტორი იყო ტექნოლოგიური. ტექნოლოგიური ინოვაციების განვითარებისთვის საჭირო იყო სამეცნიერო-ტექნიკური გადატრიალება, რომელიც მხოლოდ XIX საუკუნეში მოხდა. გარდა ამისა, მე-20 საუკუნემდე საბანკო პროდუქტის ინოვაციები პრაქტიკულად არ განვითარდა. პირველ რიგში ეს დაკავშირებული იყო, ხანგრძლივი დროის განმავლობაში არსებულ ბოტონ-ყმურ წყობილებასთან, 1917 წლის რევოლუციასთან, 1918-1920 წლების სამოქალაქო ომთან და 1941-1945 წლების დიდი სამამულო ომთან, 1921-1991 საბჭოურ წყობასთან და სხვა. ამავე დროს, მნიშვნელოვან როლს ასრულებდა ეგრეთ წოდებული „რკინის ფარდა“, რომლის უკან საბჭოთა კავშირმა რამდენიმე ათეული წელი გაატარა. მოსახლეობა იმდენად იყო მოქანცული, რომ რაიმე ცვლილებისთვის მზად არ იყო. ამასთანავე, ნდობა სახელმწიფოსა და მთლიანად საკრედიტო ორგანიზაციების მიმართ დაბალ დონეზე რჩებოდა. აღნიშნულ დროს შეიძლება ეწოდოს სტაგნაციის პერიოდი. საბჭოთა კავშირის დაშლისა და დამოუკიდებელი საქართველოს შექმნით, თანდათანობით ჩვენთანაც გამოჩნდნენ განსხვავებული ინოვაციები. ესენია საბანკო რისკების ჰეჯირების ინსტრუმენტები, საკრედიტო დერივატივები, ინტერნეტი და სმარტ-ბარათები.

გარდა ამისა, ბანკებსა და არასაბანკო საკრე-

დიტო ორგანიზაციებში ფინანსური ინოვაციების განვითარებაში ჩანს თვალსაჩინო მსგავსება და განსხვავებები (ცხრილი 1.).

ვერობის ბანკებში კრედიტები წარმოიშვა XII საუკუნეში, ხოლო არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში - მხოლოდ XVIII- ში; მაგრამ მიუხედავად იმისა, რომ სამომხმარებლო საკრედიტო კოოპერატივები და ლომბარდები განიცდიან კლიენტების ნაკადის ერთგვარ ვარდნას, კრედიტებზე გარკვეული მოთხოვნილება მაინც იგრძნობა. პირველ რიგში, ეს იმიტომ ხდება, რომ ზოგჯერ ბანკებში კრედიტის აღება საკმაოდ პრობლემურია, მეორეც, იმიტომ, რომ არსებობს რთულ ვითარებაში მყოფი მოსახლეობის კატეგორიები და მათ უბრალოდ სხვა არჩევანი არ აქვთ.

ცხრილი1-ის მიხედვით შეიძლება ითქვას, რომ მრავალი ფინანსური ინოვაციები არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში უმეტესწილად იმეორებენ საბანკო ინოვაციებს. ამიტომ, კლასიკური საბანკო კრედიტები, რომლებიც ბოლო დროს გაიცემა გირაოს ან გარანტიორების არსებობის შემთხვევაში, იდენტურია საკუთრების უზრუნველყოფით სესხებისა, მაგალითად ისევე, როგორც ლომბარდებში.

უნდა აღინიშნოს, რომ ფინანსური ინოვაციების შემუშავების სამამულო პრაქტიკა ეფუძნება საერთაშორისო გამოცდილებას და საქართველოს კანონმდებლობას. ეს ნიშნავს, რომ საქართველოს საკრედიტო ორგანიზაციებმა შეიძლება მიიღონ დამატებითი შემოსავლები კანონით გათვალისწინებული გარიგებებისა და ოპერაციების განხორციელების გზით. მაგალითად, მსოფლიო პრაქტიკაში,

ჩვეულებრივად გამოყოფენ საბანკო სექტორში ფინანსური ინოვაციების შემდეგი სახეობებს:

- პროდუქტთა ახალ სეგმენტებში: ინვესტიციები უძრავ ქონებაში, სადაზღვევო ბიზნესი, ფინანსური ლიზინგი, სატრასტო ოპერაციები;

- ისეთი ინოვაციები, როგორიცაა: ფასიანი ქაღალდების ბაზარი, ფინანსური ფიუჩერსები, ფინანსური ოპციონები, არაკოტირებული ფასიანი ქაღალდების ბაზრები;

- ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიების მეშვეობით ნაღდი ფულადი სახსრების მართვის გამოყენება;

- ფინანსური შუამავლობის სერვისი, რომელიც მიზნად ისახავს საოპერაციო ხარჯების შემცირებას, აქტივების და ვალდებულებების უფრო ეფექტურ მართვას: სადეპოზიტო სერტიფიკატები, ფულის ბაზრის სადეპოზიტო ანგარიშები;

- ახალი პროდუქტი სასესო კაპიტალის ბაზრის ტრადიციულ სეგმენტებში: ფულის მცურავი საპროცენტო განაკვეთის ინსტრუმენტები, სვოპები, ღრმა დისკონტის მქონე ობლიგაციები, სერიული ობლიგაციები და ა.შ., აგრეთვე ფულის ბაზრის ინსტრუმენტები რომლებსაც გააჩნიათ როგორც კაპიტალის ასევე სასესო ფულადი საშუალებების მახასიათებლები (სესხები და მონაწილეობის ობლიგაციები, საინვესტიციო სერტიფიკატები)¹⁶.

დღეისათვის შეიძლება შევხვდეთ სხვადასხვა სახის ფინანსური ინოვაციებს. გამოყოფენ პროდუქტულ ინოვაციებს, რომლებსაც მიეკუთვნება ცვლილებები პროდუქტებში; ტექნოლოგიური - ცვლილებები წარმოების საშუალებებსა და მეთოდებში. მსგავსი კლასიფიკაცია შეგვიძლია იხილოთ სახელმძღვანელოში ლ.ქოქიაურის რედაქციით. განსხვავება მდგომარეობს მხოლოდ იმაში, რომ ტექნოლოგიურების ნაცვლად გამოყოფილია პროცესული ინოვაციები. ამავდროულად, შემოღებული ცვლილებების სიღრმეზე დამოკიდებულებით გამოყოფენ რადიკალურ ან საბაზო, გამაუმჯობესებელ და მოდიფიკაციურ ან კერძო ინოვაციებს. რადიკალური ინოვაციები - ეს არის პრინციპულად ახალი პროდუქტების, სერვისებისა და ტექნოლოგიების შექმნა და დანერგვა, რომლებიც წარმოადგენენ ორგანიზაციის საქმიანობის საფუძველს. გამაუმჯობესებელი ფინანსური ინოვაციები - ეს არის უკვე არსებული პროდუქტის, მომსახურების, ტექნოლოგიების გაუმჯობესება, ხოლო მოდიფიკაციური - არის უკვე არსებული პროდუქტის და ტექნოლოგიების გაუმჯობესება.

ინოვაცია შეიძლება კლასიფიცირებული იყოს წარმოშობის მიზეზების მიხედვით. ამ კლასიფიკაციით გამოიყოფა რეაქტიული და სტრატეგიული ინოვაციები¹. რეაქტიული ინოვაციები - წარმოადგენს ინოვაციებს, რომლებიც მიზნად ისახავს

ბაზარზე არსებული საკრედიტო ორგანიზაციის მდგომარეობის შენარჩუნებას. როგორც ვ.ს. ვიკულოვი, აღნიშნავს ისინი ძირითადად წარმოადგენენ რეაგირებას ინოვაციებზე, მაგალითად, კონკურენტ ბანკში. ეს არის ეგრეთ წოდებული. თავდაცვითი სტრატეგია. მოგების მნიშვნელოვანი წილის დანაკარგების გადალახვის მიზნით, სხვა ბანკები, რომლებმაც გაიღეს გარკვეული ხარჯები, ვალდებულები არიან განახორციელონ გარკვეული სახის ტექნოლოგიური პროცესების ან შემოთავაზებული პროდუქტების სპექტრის განახლება იმისათვის, რომ მიღწეულიყნას დანახარჯების და ეფექტურობის ახალი თანაფარდობა. ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში ამის მაგალითად გამოდგება ინტერნეტ ბანკინგის შემოღება. აღნიშნული საფინანსო ინოვაციების დანერგვამ ერთი ბანკში იძულებული გახადა დანარჩენი საკრედიტო ორგანიზაციები, რომელთაც სურთ საკუთარი პოზიციები შეინარჩუნონ საბანკო მომსახურების ბაზარზე, საკუთარ საქმიანობაში ასევე დაენერგათ ინტერნეტ-ბანკინგი.

ჩვენი შეხედულებით, პრინციპული განსხვავება გამაუმჯობესებელ და მოდიფიკაციურ ინოვაციებს შორის არის ცვლილების ობიექტის მიმართ დამოკიდებულებაში. პირველ შემთხვევაში, შეიძლება იყოს რამდენიმე პროდუქტი ან ტექნოლოგია, ხოლო მეორე შემთხვევაში - მხოლოდ ერთი პროდუქტი, მომსახურება ან ტექნოლოგია.

საბანკო დეპოზიტები ბევრ რამეში მოგვაგონებენ ცხოვრების დაზღვევას, შენატანებს არასახელმწიფო საპენსიო ფონდებში. უნდა აღინიშნოს, რომ ბანკებში და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში მოცემული ფინანსური ინოვაციების წარმოშობის ვადები დაახლოებით ემთხვევა.

რა თქმა უნდა, არ შეიძლება ვამტკიცოთ, რომ ეს მომსახურება ერთნაირია, არსებობს განსხვავებებიც. ასე მაგალითად, ფულად მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებში განაკვეთები გაცილებით მაღალია, ვიდრე ბანკებში, მაგრამ მათი რისკებიც ბევრად უფრო მაღალია საბანკოზე. კლიენტი, რომელმაც ბანკში შეიტანა დეპოზიტი, ამ უკანასკნელის გაკოტრების შემთხვევაში მიიღებს გარანტირებული ანაზღაურებას, მაშინ როდესაც მიკროსაფინანსოს გაკოტრების შემთხვევაში კლიენტის დანაკარგს არავინ აანაზღაურებს.

ბანკებში სატრასტო მომსახურება, პირიქით, უფრო მოგვიანებით გამოჩნდა, ვიდრე არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში. არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების სატრასტო მომსახურებას მიეკუთვნება ქონების მართვის ნდობით მართვის მომსახურება. როგორ ხდება საკუთარი ფულადი სახსრების გადარიცხვა არასამთვრობო საპენსიო ფონდებში რომლებსაც კლიენტები საკუთარ ფულად სახსრების მართვას ფაქტიურად ანდობენ.

მიკროდაფინანსება წარმოადგენს ბანკის ექსპრეს-დაკრედიტების ანალოგს. აღნიშნული ფინან-

1 ვიკულოვი, ვ. საბანკო ინოვაციების ტიპოლოგია [ტექსტი] / ვიკულოვი // ფინანსური მენეჯმენტი. - 2014. - № 6. - გვ. 15

სური ინოვაცია წარმოიშვა ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო დაწესებულებებში 21-ე საუკუნის დასაწყისში. მოცემული ფინანსური ინოვაციები ითვალისწინებენ მოკლე დროში სესხის გაცემას მინიმალური პაკეტის დოკუმენტაციის საფუძველზე. აღსანიშნავია, რომ ეს არის სესხის ამღებისათვის ყველაზე ძვირადღირებული კრედიტის სახეობა. საპროცენტო განაკვეთები ძალიან მაღალია. თუმცა, კლიენტები, რომელთაც რაიმე მიზეზით არ შეუძლიათ საბანკო კრედიტის მიღება, იძულებულნი არიან აიღონ სესხი არასასურველი პირობებით, თუ ფული ჭირდებათ მოკლე დროის განმავლობაში.

ასე რომ, ცხრილის (2) მონაცემები კიდევ ერთხელ ადასტურებენ, რომ არსებობენ ფინანსური ინოვაციები, რომლებიც დამახასიათებელია მხოლოდ ბანკებისათვის - ესენია **საბანკო** ინოვაციები; არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში - ესენია **არასაბანკო ან პარასაბანკო და უნივერსალური საფინანსო ინოვაციები**.

ამჟამად ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში ფინანსური ინოვაციების განვითარების სპეციფიკა ჩვენი შეხედულებით მდგომარეობს შემდეგში:

1. მიმდინარეობს ფინანსური ინოვაციების ტექნოლოგიზაციის პროცესი;
2. ადგილი აქვს ფინანსური ინოვაციების ვირტუალიზაციას;
3. ფინანსური ინოვაციები ხდება კონკურენციის ძირითადი ინსტრუმენტი საბანკო ბაზარზე, პროდუქტის დიფერენცირების ყველაზე მნიშვნელოვანი საშუალება;
4. ფინანსური ინოვაციების აქტიური დანერგვა იწვევს საბანკო ბაზარზე კონკურენციის ინტენსივობის ამაღლებას და მისი ხასიათის შეცვლას;
5. ადგილი აქვს ახალი საბანკო კულტურის ფორმირებას, რომლის განუყოფელ ელემენტს წარმოადგენს ინოვაცია.

კომერციული ბანკებისა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების მიერ დანერგილი ინოვაციების უმეტესობა დაფუძნებულია ტექნიკასა და ტექნოლოგიებში გამოყენებულ მონინავე მიღწევებზე. ასეთებს შეიძლება მივაკუთვნოთ ტელედასწრების ინფორმაციები, უნივერსალური ელექტრონული ბარათები, SMS ბანკინგი, მობილური აპლიკაციები გადასახადების დასაფარად და ა.შ. ასე მაგალითად, მობილური აპლიკაციის გამოყენებით, საკუთარი სმარტფონით, შესაძლებელია გადავიხადოთ კომუნალური გადასახადები.

მობილური ბანკინგი - ეს არის მობილური ტელეფონის, პლანშეტის ან სმარტფონის გამოყენებით ანგარიშების მართვა. დღეს, მრავალი ბანკი საკუთარ საქმიანობაში იყენებს მოცემულ ფინანსურ ინოვაციას. 2014 წლის დასაწყისში, კომპანია დეილოტმა შეაფასა ყველაზე წარმატებული მობილური აპლიკაციების რეიტინგი, რომლებიც საკუ-

თარ კლიენტებს თავაზობენ კომერციული ბანკები (ცხრილი 2.).

ცხრილი 2. საქართველოს მობილური ბანკინგის ბაზრის ლიდერები

შეფასება	ბანკის დასახელება
4.90	TBC ბანკი
3.08	საქართველოს ბანკი
2.96	BB ბაზის ბანკი
2.6	VTB ბანკი
2.58	ProCrediT ბანკი

ტელედასწრების ინფორმაცია - არის სპეციალიზებული მონოპოლიზაცია, რომელიც ბანკის კლიენტს საშუალებას აძლევს დაუკავშირდეს ოპერატორს ვიდეო ზარით. ხსენებული ავტომატი დამონტაჟებულია განცალკევებულ მინის კაბინაში, რომელიც მოგვაცოცხლებს სალარო აპარატს და აღჭურვილია მულტი-სენსორული ეკრანით, კამერათ, მიკროფონით, დინამიკებით, აგრეთვე კლიენტის იდენტიფიკაციისთვის თითის ანაბეჭდის სკანერით. ტელედასწრების ინფორმაციები ერთი მხრივ იძლევა ხარჯების შემცირების საშუალებას და მეორეს მხრივ ოფისებში ამცირებს რიგებს. ამ აპარატის მეშვეობით შესაძლებელია არა მხოლოდ ბანკის თანამშრომლების რჩევების მიღება, არამედ სესხის გაფორმება, ანგარიშზე თანხის შეტანა და გადახდაც. გარდა ამისა, ეს ფინანსური ინოვაცია დაინერგა ბანკებთანგათანაბრებულიარასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების საქმიანობაში.

ინტერნეტ ბანკინგი გამოიყენება როგორც კომერციული ბანკების, ისევე არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების მიერ. კომერციულ ბანკებში შორის, მას თითქმის ყველა ბანკი იყენებს. მას აგრეთვე იყენებენ არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები - პირველი შემნახველი ინტერნეტ-კოოპერატივი.

ზემოთ ჩამოთვლილი ფინანსური ინოვაციები იქმნება ტექნიკისა და ტექნოლოგიების სფეროში უახლესი გამოგონებების საფუძველზე, რაც საშუალებას იძლევა გავაკეთოთ დასკვნა **ფინანსური ინოვაციების ტექნოლოგიზაციის შესახებ**.

გარდა ამისა, საკრედიტო ორგანიზაციები სულ უფრო ხშირად ახდენენ ფინანსური ინოვაციების დანერგვას, რაც საშუალებას აძლევს მათ, კლიენტებს მოემსახურონ დისტანციურად. ისეთი ოპერაციების შესრულება, როგორცაა ანგარიშების მართვა, ფულადი სახსრების გადარიცხვა, გადახდები და რიგი სხვაც შესაძლებელია საკრედიტო დაწესებულებების ფილიალებში ვიზიტის გარეშე. ამისათვის საჭიროა მხოლოდ ინტერნეტთან მიერთება.

მათ რიცხვს მიეკუთვნება: ინტერნეტ ბანკინგი, ტელედასწრების ინფორმაციები და სხვა. **ფინანსური ინოვაციების ვირტუალიზაცია** იწვევს ცვლილებებს საკრედიტო დანესებულების კლასიკური წარმოდგენაში. ოპერაციული ოფისების მქონე კლასიკური ბანკების ნაცვლად, შემოდის ტელედასწრების ინფორმაციების ოფისები ან ვირტუალური დაკრედიტების ორგანიზაციები. თუ ქართული კომერციული ბანკები და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები კიდევ დიდ ხანს არ გადავლენ ფინანსური ინოვაციების ვირტუალიზაციაზე, ამ შემთხვევაში ვირტუალური საკრედიტო ორგანიზაციები უკვე არსებობენ. უნდა აღინიშნოს, რომ ვირტუალიზაცია გამოვლინდება ორი მიმართულებით: ა) სამუშაო ადგილების ვირტუალიზაცია; ბ) სერვერების კონსოლიდაცია.

სამუშაო ადგილების ვირტუალიზაცია ვარაუდობს, რომ თანამშრომლებს არ ჭირდებათ ოფისში გადაადგილება. გარდა ამისა, მნიშვნელოვან ღირსებას წარმოადგენს ინფორმაციის გაფორმების რისკის შემცირება. თუმცა, ამჟამად სერვერული რესურსების ღირებულება საკმაოდ მაღალია, ამიტომ, საქართველოს საკრედიტო ორგანიზაციებში სამუშაო ადგილების ვირტუალიზაცია შეიძლება ერთეულ შემთხვევებში.

ენერგომოხმარების და ადმინისტრირების ინფრასტრუქტურული ხარჯების შესამცირებლად, საკრედიტო ორგანიზაციები იყენებენ სერვერების კონსოლიდაციას. სერვერების ვირტუალიზაციის ერთერთი მთავარი ნაკლია: როდესაც მწყობრიდან გამოდის ერთერთი კომპიუტერი, წარმოიქმნება ყველა ინფორმაციის დაკარგვის რისკი, ამიტომ აუცილებელია ინტერნეტ ტექნოლოგიების ხარისხის გაუმჯობესება.

ამჟამად შეინიშნება საბანკო კონკურენციის გაძლიერება, არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციების ექსპანსია, საქართველის ბაზარზე უცხოური საბანკო კაპიტალის შეღწევა. კომერციული ბანკები იძულებულნი არიან, სრულყოფილი საკუთარი საბანკო პროდუქტები, დანერგონ უფრო პროგრესული მართვის სტრუქტურები, ამიტომ ფინანსური ინოვაციები ხდება საბანკო ბაზარზე კონკურენციის ძირითადი ინსტრუმენტი და პროდუქტის დიფერენცირების ყველაზე მნიშვნელოვანი საშუალება.

საბანკო სექტორი ამჟამად გაჯერებულია სხვადასხვა ფინანსური პროდუქტებით და ამის შედეგად, საკრედიტო ორგანიზაციებს შორის წარმოიქმნება ინტენსიური კონკურენცია. ასეთ პირობებში მნიშვნელოვან უპირატესობას იძენენ ის საკრედიტო ორგანიზაციები, რომლებსაც უნარი აქვთ, შეიმუშაონ და დანერგონ ახალი ტექნოლოგიები, მოახდინონ რიგი საბანკო პროდუქტების მოდერნიზაცია, გამოძებნონ კლიენტების მომსახურების ალტერნატიული გზები, ანუ განახორციელონ ინოვაციური პროცესი.

ფინანსური ინოვაციების აქტიური დანერგვა იწვევს საბანკო ბაზარზე კონკურენციის ინტენსივობის ზრდას და მისი ხასიათის შეცვლას. ეს გამოიხატება იმაში, რომ ხდება კონკურენციის მეთოდების პრიორიტეტების შეცვლა. კერძოდ, კომერციული ბანკები და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები კონკურენტულ ბრძოლაში იყენებენ არაფულადი მეთოდების სამ ჯგუფს:

1. საბანკო პროდუქტის დიფერენციაცია;
2. გაყიდვების სტიმულირების მეთოდები. კომერციული ბანკები და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები ატარებენ სხვადასხვა აქციებს, ლატარიებს და გათამაშებებს, ატარებს სხვადასხვა დაჯილდოებებსა და ფესტივალებს ბანკის სახელით, აწესებს პრემიებს ხელოვნების სხვადასხვა დარგებში და სხვა;

3. საზოგადოებასთან კავშირის და რეკლამის მეთოდები. საკუთრი ახალი საბანკო პროდუქტების რეკლამირებისათვის კომერციული ბანკები და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები იყენებენ რადიოს, ტელევიზიას და ბილბორდებს.

გარდა ამისა, ფინანსური ინოვაციების დანერგვა ცვლის კლასიკურ შეხედულებას საკრედიტო ორგანიზაციების შესახებ. მაგალითად, მონინავე ტექნიკისა და ტექნოლოგიების გამოყენებით სხვადასხვა ინოვაციების დანერგვა იწვევს ვირტუალური ბანკების შექმნას, რომელსაც საოპერაციო დარბაზში არ ყავს თანამშრომლები ან შესაძლებელია საერთოდ არ ჰქონდეს თავად საოპერაციო დარბაზი. ამრიგად, იქმნება ახალი საბანკო კულტურა, რომლის განუყოფელ ელემენტს წარმოადგენს ინოვაცია.

ამგვარად, ფინანსური ინოვაციების განვითარებაში შეიძლება გამოვლინდეს შემდეგი ტენდენციები:

1. ფინანსური ინოვაციების ტექნოლოგიზაცია (ფინანსური ინოვაციების სულ უფრო მეტი რაოდენობა იქმნება ტექნიკის სფეროში ახალი გამოგონებების გამოყენებით);

2. ფინანსური ინოვაციების ვირტუალიზაცია (ყველაზე აქტიურად იწვევს ფინანსური ინოვაციები, რომლებიც კომერციულ ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს უზრუნველყონ დისტანციური მომსახურება;

3. ფინანსური ინოვაციები ხდებიან საბანკო ბაზარზე კონკურენციის ძირითადი ინსტრუმენტი და საბანკო პროდუქტის დიფერენცირების ყველაზე მნიშვნელოვანი საშუალება;

4. ფინანსური ინოვაციების აქტიური დანერგვა იწვევს საბანკო ბაზარზე კონკურენციის ინტენსივობის ამაღლებას და მისი ხასიათის ცვლილებას;

5. ინოვაციურობა ხდება ახალი საბანკო კულტურის ელემენტი, რომელიც ცვლის საკრედიტო ორგანიზაციების შესახებ კლასიკურ შეხედულებას.

დასკვნა

ბანკებსა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში ფინანსური ინოვაციების განვითარების თეორიული საფუძვლების განხილვამ საშუალება მოგვცა გაგვეკეთებინა დასკვნა, რომ ფინანსური ინოვაციების არსი შეიძლება განვიხილოთ მათი ფინანსური ბუნების და გამოყენების სფეროს პოზიციიდან: ესენია ბანკები და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები. საკუთრივ ფინანსური ხასიათის მიხედვით, ისინი წარმოადგენენ ინოვაციური საქმიანობის შედეგს, რომელიც ეფუძნება ფულს და მის მოძრაობას და ფულად ურთიერთობებს. ამ შემთხვევაში ობიექტი უნდა გვესმოდეს როგორც ფინანსური აქტივები, მეთოდები, ინსტრუმენტები, მეთოდები, ტექნოლოგიები და ა.შ.

გარდა ამისა, ნათელი გახდა, რომ ბანკებსა ან არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციებში საკუთრივ ფინანსურ ინოვაციების განვითარებისათვის აუცილებელია მათ თან ახლდეს დაკავშირებული ორგანიზაციული, ინფორმაციული, ტექნოლოგიური და სხვა ინოვაციების კომპლექსი. ამ თვალსაზრისით, ფინანსური ხასიათის ინოვაცია იქნეს მულტიკონპონენტურ ხასიათს, სადაც დომინირებს საბანკო (პარასაბანკო) მომსახურების ან პროდუქტის ფულადი ბუნება და კომპლემენტარული ხასიათის თანმდევი ინოვაციები, რომლებიც ხელს უწყობენ მომსახურების (პროდუქტის) მომხმარებელამდე მიტანას.

გამოვლინდა ინოვაციურ საქმიანობაში ჩართული ფინანსურ-საკრედიტო ორგანიზაციების სამი ჯგუფი:

- კომერციული ბანკები;
 - ბანკთან გათანაბრებული არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები, რომლებიც მთლიანად ან ნაწილობრივ ახორციელებენ საქმიანობას საქართველოს ბანკის მიერ გაცემული ლიცენზიის საფუძველზე (ანგარიშსწორების, სადეპოზიტო-კრედიტებისა და არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები);
 - სხვა არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები, რომლებიც არ ექვემდებარებიან საბანკო ორგანიზაციების განსაზღვრებას (სადაზღვევო კომპანიები, ლომბარდები საკრედიტო კოოპერატივები ფაქტორინგული და სალიზინგო კომპანიები და ა.შ.).
- ამან საფუძველი მოგვცა შემოგვეთავაზებინა ფინანსური ინოვაციების კლასიფიკაცია საფინანსო-საკრედიტო საქმიანობის სპეციფიკის მიხედ-

ვით, რომელიც მოიცავს სამ სახეობას:

- საბანკო ფინანსური ინოვაციები (რომლებსაც ნერგავენ მხოლოდ კომერციული ბანკები და მათთან გათანაბრებული არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები);
- არასაბანკო ან პარასაბანკის ფინანსური ინოვაციები (რომლებსაც ნერგავენ მხოლოდ არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები, რომლებიც არ ექვემდებარებიან განმარტებას ბანკი);
- უნივერსალური ფინანსური ინოვაციები (რომლებსაც ნერგავენ როგორც კომერციული ბანკები ასევე ყველა სახის არასაბანკო საკრედიტო ორგანიზაციები).

ფინანსური ინოვაციების განვითარების შესწავლამ საშუალება მოგვცა ჩამოგვეყალიბებინა ფინანსური ინოვაციების განვითარების ძირითადი ტენდენციები საქართველოში:

1. ხდება ფინანსური ინოვაციების ტექნოლოგიზაცია და ვირტუალიზაცია;
2. საბანკო ბაზარზე ინოვაციები გახდებიან კონკურენციის ძირითადი ინსტრუმენტი და საბანკო პროდუქტის დიფერენციაციის საშუალება და კონკურენციის ხასიათის და ინტენსივობის ამაღლების ცვლილების ფაქტორი;
3. ინოვაციურობა ხდება ახალი საბანკო კულტურის ელემენტი; ფინანსური ინოვაციების დანერგვის აუცილებლობა ნაკარნახევია მოსახლეობის მოთხოვნილებებით.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ვიკული, ვ. საბანკო ინოვაციების ტიპოლოგია [ტექსტი] / ვ. ვიკული // ფინანსური მენეჯმენტი. - 2014. - № 6. - გვ. 15-23.
<http://www.bis.org/publ/bppdf/bispap01a.pdf>
 2. Хоминич, И. Инновационный менеджмент банковской деятельности [Текст] / И.П. Хоминич // Банковские услуги. - 2000. - № 3. - С.17.
http://www.syntelinc.com/uploadedFiles/Syntel/Digital_Lounge/White_Papers/Syntel_Gartner_Payments.pdf
<http://www.banki.ru/blog/yantipov>
- Найт, Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль/ русულად თარგმანი/ ეკონომიკის ევოლუციის ცენტრი, გამომცემლობა „Дело“, 2013. 360 გვ.