

საბანკო კონკურენციის სრულყოფის ბზები საქართველოში

ხათუნა შალამბერიძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ბანკების საქმიანობა ხორციელდება კონკრეტულ გარემოში, რომელიც განსაზღვრავს ბანკებსა და მის კლიენტებს, ბანკებსა და ეკონომიკურ ურთიერთობათა და სხვა სუბიექტებს შორის ურთიერთდამოკიდებულების ხასიათსა და პირობებს. კომერციული ბანკები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ საფინანსო ბაზრებზე, როგორც მათი განუყოფელი მონაწილეები.

ბოლო 6 წლის მანძილზე საბანკო სექტორი ძალიან დინამიურად ვითარდებოდა: დღეს ქვეყანაში 20 ბანკი მოქმედებს და თავის მომსახურებას სთავაზობს მოსახლეობას. მიუხედავად იმისა, რომ სულ რაღაც 10 წლის წინ ბანკთან ურთიერთობის გამოცდილება ცოტას თუ ჰქონდა, დღესდღეისობით ბანკი სულ უფრო და უფრო ხდება ჩვენი ყოველდღიურობის განუყოფელი ნაწილი.

საბანკო სექტორის სწრაფი განვითარებისა და ბანკებს შორის მზარდი კონკურენციის პირობებში საბანკო მომსახურების მრავალფეროვნებაც სწრაფი ტემპით იზრდება. კლიენტები საკუთარი საცხოვრებელი პირობების გასაუმჯობესებლად აქტიურად სარგებლობენ ამა თუ იმ მომსახურებით, განსაკუთრებით სესხებით. ამასთან გასათვალისწინებელია, რომ ასეთ სწრაფ ზრდას უარყოფითი მხარეც აქვს. კლიენტებისთვის საკმაოდ რთული ხდება ურიცხვ პროდუქტსა და მომსახურებას შორის გზის გაკვლევა, საჭირო მომსახურების სწორად შერჩევა. საბანკო მომსახურების სწრაფი განვითარება მოსახლეობის ფინანსური განათლების პარალელურად არ მომხდარა, რაც ნაწილობრივ განპირობებული იყო იმით, რომ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობოდა ამა თუ იმ მომსახურების რეკლამირებას, ვიდრე მომხმარებლისათვის შეთავაზებული მომსახურების შესახებ ამომწურავი და დეტალური ინფორმაციის მიწოდებას. მომხმარებელსა და ბანკის თანამშრომელს შორის

ურთიერთობისას სათანადო ყურადღება არ ეთმობოდა საბანკო მომსახურების გამჭვირვალედ და მარტივად ახსნას. ძლიერი და სტაბილური საბანკო სექტორის არსებობისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, ფართო საზოგადოებას ჰქონდეს ზოგადი ცოდნა საბანკო საქმიანობისა და მომსახურების შესახებ. ეს საშუალებას მისცემს მომხმარებელს სწორად შეარჩიოს ბანკი და მიიღოს გონივრული გადაწყვეტილება საბანკო მომსახურების შესახებ.

ეკონომიკური საქმიანობისა და ზოგადად ქვეყნის განვითარების ტემპი დიდად არის დამოკიდებული სხვადასხვა ეკონომიკურ სუბიექტებზე - საფინანსო ინსტიტუტების, ფირმების, ფიზიკური პირებისა და ქვეყნის მთავრობის ყოველდღიურ ფინანსურ გადაწყვეტილებებზე. უფრო მეტიც, რაც უფრო გამჭვირვალეა გადაწყვეტილებების მისაღებად შექმნილი გარემო, მით უფრო სტაბილურია ფინანსური სისტემა და მეტად არის გარანტირებული ეკონომიკური განვითარება. ამ მიზნის მისაღწევად ყველა დაინტერესებულმა მხარემ უნდა გამოიყენოს თავისი უფლებები და შეასრულოს დაკისრებული მოვალეობები. ერთი მხრივ, საფინანსო ინსტიტუტებმა უნდა იზრუნონ კლიენტებისათვის უტყუარი და მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდებაზე, მათთვის პროფესიული რჩევის მიცემასა და მათი მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად ეფექტური მექანიზმების შეთავაზებაზე. მეორე მხრივ, კლიენტებმა წინასწარ უნდა გაანალიზონ თავიანთი ქმედებების ფინანსური შედეგები და შესაძლო ხარჯები უფრო გონივრულად დაეგეგმონ.

გასულ წლებში საქართველოს ფინანსური სექტორი სწრაფი ტემპით ვითარდებოდა, თუმცა ფინანსურ საკითხებში საზოგადოების ინფორმირებულობის დონე ამ პროცესებს საგრძნობლად ჩამორჩებოდა. ფინანსური პროდუქტები თანდათან რთულდებოდა და მომხმარებლებს ურიცხვი შემოთავაზებიდან მათთვის ყველაზე შესაფერისი პროდუქტის არჩევა სულ უფრო უჭირდათ. ეს კი იმის პოტენციურ სახეს ქმნიდა, რომ ფინანსური მომსახურების მონოდებლები კლიენტების ასეთ არაინფორმირებულობას ბოროტად გამოიყენებდნენ. საქართველოს ბანკი თვლის, რომ ჯანსაღი და კონკურენტუნარიანი ფინანსური ბაზრებისათვის კლიენტების

მხრიდან უფრო კომპეტენტური გადანყვეტილებებია აუცილებელი და მიესალმება ნებისმიერ ინიციატივას, რომელიც მოსახლეობის ფინანსური განათლების გაღრმავებისკენაა მიმართული.

ბანკის პროდუქტს წარმოადგენს ფული, როგორც განსაკუთრებული საქონელი, რომელიც იცვლება სხვა შრომის პროდუქტზე. ბანკის პროდუქტს მრავალი სხვა სახის მომსახურებაც წარმოადგენს. მათ მიეკუთვნებიან როგორც მომსახურების ტრადიციული (ანგარიშსწორების ორგანიზაცია როგორც ფულადი, ისე უნაღდო ფორმით, ანაბრები, დაკრედიტება), ისე არატრადიციული სახეები (გარანტიების გაცემა, კონსულტაციები, დავალებები).

საბანკო პროდუქტს, მომსახურების თითქმის ყველა სახეობას განსაკუთრებული ხასიათი და კანონზომიერებანი გააჩნიათ. სხვა საწარმოების პროდუქციისაგან განსხვავებით ბანკის პროდუქტი შენახვას არ ექვემდებარება. საბანკო მომსახურების უმთავრეს თავისებურებას მაინც ის წარმოადგენს, რომ ისინი ატარებენ არა იმდენად ფულად სახეს, რამდენადაც გააჩნიათ თვითდაბრუნებადი ღირებულების თვისება. მეანაბრებისაგან მიღებული რესურსები საკრედიტო ორგანიზაციამ ისე უნდა გამოიყენოს, რომ უზრუნველყოს მოგება როგორც მეანაბრისათვის, ისე საკუთრივ ბანკისათვის. ბანკი ვალდებულია გამოიყენოს აკუმულირებული რესურსები, მიმართოს ეს სახსრები მსახსებლებზე კრედიტის სახით იმგვარად, რომ უზრუნველყოფილ იქნეს დოვლათის გადიდება ე.ი. ღირებულების თვითდაბრუნება.

როგორც ვხედავთ საბანკო დაწესებულება როგორც საწარმო ვალდებულია მრავალი სახის მომსახურება შესთავაზოს მომხმარებელს. საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების ძირითად სახეებს შორის უნდა დავასახელოთ სავალუტო ოპერაციები, ვექსელების დამონება, კრედიტების გაცემა, საშემნახველო დეპოზიტები, ფასეულობათა შენახვა, მთავრობის დაკრედიტება, დეპოზიტები მოთხოვნამდე, სამომხმარებლო კრედიტი, საკონსულტაციო მომსახურება, ნაღდი ფულის ნაკადების მართვის მომსახურება, საბროკერო მომსახურება ფასიანი ქაღალდების ოპერაციებზე, საინვესტიციო საბანკო მომსახურება, სადაზღვევო მომსახურება, ფინანსური მომსახურება (სატრასტო, ლიზინგი, ფაქტორინგი).

ბანკების მიერ მათთვის განკუთვნილი ფუნქციების შესრულება, საბანკო მომსახურების ეფექტიანად განხორციელება, მოგების უზრუნველყოფა აუცილებლად მოითხოვს ბანკების საქმიანობის სტრატეგიისა და ტაქტიკის განსაზღვრას, საბანკო ბაზარზე საქმიანობის ანალიზს, შეფასებას, პროგნოზირებას.

ქვეყანაში ბანკების გარკვეული რაოდენობაა და ყველა მათგანი თავის პროდუქტსა და მომსახურებას სთავაზობს მომხმარებელს, არჩევანი ფართოა, მაგრამ სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად საჭიროა გათვალისწინებული იქნეს რამდენიმე კრიტერიუმი, რომელიც დაგვეხმარება სასურველი ბანკის არჩევაში:

1. სტაბილურობა . ბანკის სტაბილურობას განსაზღვრავს მისი ფინანსური მდგომარეობა, კაპიტალი, ლიკვიდურობა და მომგებიანობა, ასევე ის, თუ რამდენად უწყვეტად აწვდის ბანკი თავის კლიენტებს მომსახურებას. თუ ბანკმა თავისი რომელიმე ოპერაცია დროებით შეწყვიტა, ეს პირველი ნიშანია იმისა, რომ მას შეიძლება ფინანსური პრობლემები ჰქონდეს. თუ ბანკი მუდმივად განიცდის ზარალს, ამან შეიძლება საბოლოოდ მისი ოპერაციების შეჩერება გამოიწვიოს. აქციონერთა სტრუქტურა და მათი პრიორიტეტებიც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბანკის საქმიანობის სტაბილურობის განსაზღვრაში. ყველა აქციონერი გარკვეულ მოგებას ელის თავისი ინვესტიციიდან, თუმცა ზოგი აქციონერი დაინტერესებულია მხოლოდ მოკლევადიანი მოგების მიღების მაქსიმიზაციით, რამაც შეიძლება ბანკს მაქსიმალური მოგების მისაღებად უფრო სარისკო და სპეკულაციურ გარიგებებში მონაწილეობისკენ უბიძგოს, ამან კი თავის მხრივ შეიძლება უარყოფითი გავლენა იქონიოს მის გრძელვადიან სტაბილურობაზე.

როგორც წესი, მსხვილ ბანკებს დამოუკიდებელი სარეიტინგო სააგენტოების მიერ, როგორიცაა Fitch Ratings, Standard and poor's da moody's, გარკვეული რეიტინგი ენიჭება. ამ სააგენტოების მიერ მინიჭებული რეიტინგი ასახავს ბანკის ფინანსურ მდგომარეობას და მის სტაბილურობას, ასევე იმ მხარდაჭერას, რომელიც ბანკმა შეიძლება საჭიროების შემთხვევაში მიიღოს თავისი აქციონერებისაგან.

2. კლიენტების მომსახურება და ბანკის ადგილმდებარეობა

.ბანკის მომსახურების დონე მეტწილად დამოკიდებულია მისი თანამშრომლების კომპეტენტურობაზე. ბანკის თანამშრომლები პროფესიონალები თუ არიან, უნდა შეეძლოთ კლიენტის ყველა კითხვაზე პასუხის სწრაფად და ამომწურავად გაცემა, მომსახურების ეფექტურად, თავაზიანად და კეთილსინდისიერად შესრულება.

პირველი ნიშანი იმისა, რომ ბანკი პასუხისმგებლობით ეკიდება თავის კლიენტებს, არის მისი თანამშრომლების მზადყოფნა და უნარი, კლიენტს ყველაფერი გასაგებად აუხსნან და ინფორმაცია ნათლად და ამომწურავად მიაწოდონ. ბანკი, რომელიც საკუთარ კლიენტებს პასუხისმგებლობით ეკიდება, თავს უფლებას არ მისცემს, რომ მათ თავისი მომსახურებისა და პროდუქტების შესახებ ბუნდოვანი ან გაუგებარი ინფორმაცია მიაწოდოს.

ადგილმდებარეობა ბანკის არჩევაში დიდ როლს თამაშობს. თუ მომხმარებელს საბანკო მომსახურებით სარგებლობა ხშირად უწევს, ის ბუნებრივია უპირატესობას მასთან ახლოს მდებარე ბანკს მიანიჭებს, შორს წასვლა რომ არ მოუხდეს. ბანკის შესასვლელის მიმდებარე ტერიტორია კლიენტებისთვის ადვილად მისადგომი უნდა იყოს. გასათვალისწინებელია აგრეთვე აქვს თუ არა ბანკს ავტოსადგომი კლიენტებისათვის, სად მდებარეობს ბანკი -ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში, საგზაო მოძრაობით გადატვირთულ უბანში, თუ გარეუბანში; იოლად მისაგნებია თუ არა ბანკის შენობა. ყოველივე ეს გავლენას იქონიებს კლიენტის გადამწყვეტილებაზე ბანკის არჩევისას.

3. მისია და ღირებულებები. ყველა ბანკს აქვს თავისი მისია, რომელიც განსაზღვრავს ბანკის ბიზნეს ფილოსოფიას და ღირებულებებს, რომელთა ცოდნაც მნიშვნელოვანია იმაში გასარკვევად, თუ რა სახის საქმიანობას ეწევა ბანკი. ბანკი, რომელიც პასუხისმგებლობით ეკიდება თავის კლიენტებს, შეეცდება მათგან ურთიერთნდობაზე და პატივისცემაზე დაფუძნებული ხანგრძლივი პარტნიორობის დამყარებას. ამისათვის საზოგადოებას რეგულარულად მიაწვდის გამჭვირვალე ინფორმაციას საკრედიტო საქმიანობაში თვისი პარტნიორებისა და ორიენტირის შესახებ. კლიენტებმა უნდა იცოდნენ სადაა ბანკის ფული, ე.ი. მისი კაპიტალი და კლიენტების ანაბრები განთვსებული.

რადგან ჩვენთან საბანკო სექტორი რეგულირებადია, უფრო მეტი პასუხისმგებლობა ეროვნულ ბანკს ეკისრება, ვიდრე კომერციული ბანკების მენეჯმენტს. უნდა გადაიხედოს ბანკების საქმიანობის მარეგულირებელი ნორმატიული ბაზა იმისათვის, რომ მაქსიმალურად შემსუბუქდეს რეგულირების ტვირთი, რომელსაც ბანკები მაღალი საპროცენტო განაკვეთებით ინაზღაურებენ.

ბიზნეს გარემოში არსებული რისკები სახელმწიფომ უნდა შეამციროს, ანუ ისეთი რეფორმები გაატაროს, რომელიც არსებულ რისკებს შეამცირებს. ბიზნეს გარემოში არსებული რისკების გამო, კომერციული ბანკების მენეჯმენტი იძულებული ხდება კრედიტებზე მაღალი საპროცენტო განაკვეთები დაანსოს. ისინი ცდილობენ, უფრო იაფად მოზიდული სახსრები ძვირად გაასესხონ.

კომპანიების მხრიდან ამ საკითხების ზერელე ცოდნა სერიოზულად ამუხრუჭებს და ხელს უშლის ბიზნესის ამ სექტორის განვითარებას, განსაკუთრებით საკრედიტო რესურსებზე მოთხოვნის ფორმირებისა და მომსახურების თვალსაზრისით. თუმცა ჩვენთან, კორპორატიულ კლიენტურასთან ურთიერთობის კულტურა მაინც უფრო დახვეწილია საცალო ბანკინგთან შედარებით. შემთხვევითი არ არის, რომ ბანკებთან პრეტენზიები უფრო ხშირად ფიზიკურ პირებს აქვთ ხოლმე. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კონკურენციის გაზრდა ბანკებს აიძულებს უფრო ქმედითი ნაბიჯები ამ მიმართულებითაც გადადგან.

დღეს მთავარი ამოცანა კონკურენტული სივრცის შექმნა უნდა იყოს. ანტიმონოპოლიური რეგულირების თვალსაზრისით, უნდა მიიღონ ახალი კანონმდებლობა თავისუფალი კონკურენციის შესახებ, მათ შორის კარტერული საქმიანობის შესახებ და მოახდინოს თავისუფალი კონკურენციის სააგენტოს მოდერნიზაცია. ამ სახის ცვლილებები საშუალებას მოგვცემს საბანკო მომსახურების ბაზარზე კონკურენციის განსაზღვრისას ამოვიდეთ ისეთი ფაქტორებიდან, როგორებიცაა: ცხადი ფასი, კომფორტი მომხმარებლისათვის, საზოგადოებრივი ნდობა.

კომერციული ბანკების მუშაობაში წარმატების საწინდარია მისი სტრატეგიული, ანუ პერსპექტიული მოღვაწეობის პროგრამის შექმნა, რომლის განხორციელების საფუძველს წარმოადგენს ბან-

კის სწორი სტრუქტურული, რაციონალური ორგანიზაცია და ყოველდღიური საქმიანობა. კომერციული ბანკების გავლენის სფეროს გასაფართოებლად და მისი ავტორიტეტის გასამტკიცებლად, ბანკის მოღვაწეობაში კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს საბანკო მარკეტინგსა და მენეჯმენტს, ანუ საბანკო საქმის სწორ ორგანიზებასა და მეცნიერულად დასაბუთებას, აქტიურ რეკლამირებას.

უნდა შეიქმნას ცხადი და გამჭვირვალე წესები, რომლებიც უზრუნველყოფს საქართველოში კონკურენციის დაცვასა და განვითარებას. და ასევე უნდა შეიქმნას შესაბამისი ინსტიტუტი, რომელიც იქნება დამოუკიდებელი ყოველგვარი სამთავრობო ჩარევებისგან და, რაც მთავარია, ის უნდა დაკომპლექტდეს პროფესიონალი, მიუკერძოებელი კადრებით.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. კაკულია რ., ხელაია გ., — “ფულის მიმოქცევისა და კრედიტის ზოგადი თეორია”, თბ., 2003წ
2. კაკულია რ., — “ფინანსების ზოგადი თეორია”, თბ., 2007 წ
3. ვანიშვილი მ., ნოზაძე მ. „ფინანსების თეორია“, თბ., 2012წ
4. ქოქიაური ლ., „საბანკო საქმიანობის საფუძვლები“, თბ., 2010წ.

ჟურნალები:

- ეკონომიკური პროფილი
- ბანკები და ფინანსები
- ეკონომიკა

ვებ-გვერდები:

- www.nbg.ge
- www.geoeconomics.ge
- www.banksandfinance.ge
- www.smartcampaign.org
- www.creditinfo.ge