

საბანკო ინოვაციების ძირითადი ასპექტები

ხათუნა შალამბერიძე

ეად., ქუთაისის აკაკი წერეთლის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოც. პროფესორი

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია თუ რა მოთხოვნებს უყენებს თანამედროვე საზოგადოება ბანკებს მათ საფინანსო საქმიანობასთან დაკავშირებით. კერძოდ, ბანკების მუშაობის მაღალეფექტიანობას. ამასთან დაკავშირებით აქტუალურია ბანკის საფინანსო საქმიანობის შეფასება. საბანკო ინოვაცია, ანუ ახალი საბანკო პროდუქტისა და მომსახურების ერთობლიობა - ეს არის ბანკის საქმიანობის სინთეზური გაგება, რომელიც მიმართულია დამატებითი შემოსავლების მიღებისაკენ. მსოფლიო პრაქტიკაში ჩვეულებრივ გამოყოფენ საბანკო ინოვაციების შემდეგ სახეებს: საბანკო პროდუქტები ახალ სეგმენტზე.

საბანკო ინოვაციების განხორციელებაზე მოქმედებს მრავალი ფაქტორი, მათ შორის რეგულირების სისტემა. პრაქტიკაში ჩვეულებრივ გამოიყოფა საბანკო ინოვაციების შემდეგი სახეები: ინოვაციური საქმიანობა, რომელიც შეესაბამება საბანკო საქმის რეგულირების მსოფლიო ტრადიციებს; სატრასტო ოპერაციები; სავალუტო ფასეულობებთან დაკავშირებული ოპერაციების წარმოება; ოპერაციები საბანკო ბარათებით; კონსულტაციური და საინფორმაციო მომსახურების გაწევა; ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის სპეციალური სეიფების არენდით გაცემა ან დოკუმენტებისა და ფასეულობების შენახვა.

ბანკები დაინტერესებულნი არიან თავიანთი მომსახურების მეთოდის მოდერნიზებით, რათა მიაღწიონ საოპერაციო ხარჯებისა და ფასების ისეთ დონეს, რომელიც უზრუნველყოფს მათ კონკურენტულ პოზიციას. ახალი საბანკო პროდუქტები და მომსახურების შემუშავება - ეს არის ბანკის საქმიანობის

სტრატეგიის ცვლილების პროცესი. საბანკო ინოვაცია ახალ პროდუქტებად გამოვლინდება მხოლოდ ფინანსურ ბაზარზე ან ბანკის შიგნით მისი რეალიზაციის პროცესში.

საბანკო ინოვაციების ძირითადი ამოცანების გადაჭრა საფუძველს უქმნის დროის აუცილებელი პერიოდის, მატერიალური, ფინანსური, შრომით და საინფორმაციო რესურსების განსაზღვრას. დროისა და რესურსების ერთ პროცესში გაერთიანება განსაზღვრავს საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფციის მნიშვნელობას ბანკების საქმიანობისთვის.

საკვანძო სიტყვები: საბანკო ინოვაცია; საბანკო ინოვაციების სახეები; ახალი საბანკო პროდუქტი; საბანკო ინოვაციების განხორციელებაზე მოქმედი ფაქტორები; საბანკო ინოვაციის დაგეგმვა; საბანკო ინოვაციის პროდუცენტი; საბანკო ინოვაციის ციკლები.

შეჯამება

საქართველოს კომერციული ბანკები დაარსების დღიდანვე ეტაპობრივად და ნაბიჯ-ნაბიჯ ვითარდებიან და მიიწევენ წინ. დღევანდელ ეპოქაში კომერციული ბანკები უამრავ ფუნქციას ასრულებენ და სთავაზობენ პროდუქციას საქართველოში არსებულ მომხმარებელს. დღეს საქართველოში არსებული კომერციული ბანკები ქმნიან და სთავაზობენ მომხმარებელს სხვადასხვა სახის პროდუქციასა და მომსახურებას, რომლის რეალიზაცია საბანკო საქმიანობის შემდგომი განვითარების აუცილებელ პირობას წარმოადგენს, ამიტომაც ბანკების მხრიდან მათი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ახალი საბანკო პროდუქტების შექმნა.

ბანკების ხელმძღვანელობა ეძებს გზებს იმისა, თუ როგორ მიიტანოს პროდუქცია მომხმარებელამდე, როგორ დააინტერესოს ისინი, ცდილობენ რომ შექმნან ისეთი პროდუქტი, რომელიც იქნება მიმზიდველი, მარტივად გასაგები და კლიენტისათვის დიდი სარგებლის მომტანი, ამ უკანასკნელთა მიერ კი საბანკო პროდუქტის შეძენა, ბანკის შემოსავლების ზრდისა და წარმატების გარანტია.

პირითადი ტექსტი

მოსახლეობის მოთხოვნილება საბანკო პროდუქტების მიმართ დღითიდღე იზრდება, ისინი მოითხოვენ ბანკებისაგან ისეთ პროდუქტებს რომელიც მაქსიმალურ სარგებელს მოუტანს მათ ბიზნესს და ასევე მისი გამოყენებით დაიკმაყოფილებენ გარკვეულ მოთხოვნილებებს. აქედან გამომდინარე დღევანდელ დღეს მკაცრი კონკურენციის პირობებში ბანკები იძულებულნი არიან მუდმივად ისწრაფოდნენ თავისი კლიენტებისა და მათი რესურსებისათვის, გააკეთონ ისეთი ახალი პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზება, რომელიც უზრუნველყოფს საკუთარ და მისი კლიენტებისათვის აუცილებელ მოგებას, საიმედოობას და სტაბილურობას, აგრეთვე უნარს - სწრაფად მოახდინოს რეაგირება საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილებაზე.

საბანკო ინოვაციები შეიძლება იყოს სპეციალიზებული და კომბინირებული. ახალი საბანკო მომსახურება - ეს არის კლიენტისთვის მოგების მისაღებად გაწეული საქმიანობა, რომელსაც მოაქვს დამატებითი საკომისიო შემოსავალი. საბანკო პროდუქტებისაგან განსხვავებით, მომსახურებას შეიძლება ჰქონდეს დაუსრულებელი ხასიათი.

ახალი საბანკო პროდუქტი - ეს არის კომბინირებული ან არატრადიციული საბანკო მომსახურების ფორმა, რომელიც იქმნება საბანკო მოთხოვნილებების მარკეტინგული გამოკვლევის საფუძველზე. ახალი საბანკო პროდუქტი შეიძლება იყოს საკრედიტო-საფინანსო ინსტრუმენტი.

თანამედროვე საბანკო ინოვაციები წარმოდგენილია მრავალნაირი საგადასახადო საშუალებებისა და ინსტრუმენტების სახით: ფასიანი ქაღალდები, ფულადი ვალდებულებები, საბანკო ბარათები, სადეპოზიტო სერტიფიკატები. ეკონომიკური გაგებით, საბანკო სფეროს სიახლეები შეიძლება დაიყოს 2 ტიპად: ტექნოლოგიური და სასაქონლო. ტექნოლოგიურ ინოვაციებს მიეკუთვნება ფულადი საშუალებების ელექტრონული გზავნილები, საბანკო ბარათები.

საბანკო ინოვაცია, ანუ ახალი საბანკო პროდუქტისა და მომსახურების ერთობლიობა - ეს არის ბანკის საქმიანობის

სინთეზური გაგება, რომელიც მიმართულია დამატებითი შემოსავლების მიღებისაკენ. მსოფლიო პრაქტიკაში ჩვეულებრივ გამოყოფენ საბანკო ინოვაციების შემდეგ სახეებს: საბანკო პროდუქტები ახალ სეგმენტზე. ინვესტიციები უძრავ ქონებაში, სადაზღვევო ბიზნესი, ფინანსური ლიზინგი, სატრასტო ოპერაციები და სხვა; ინოვაციები ფულად-საფინანსო ბაზრის ახალ სფეროებში, ისეთები, როგორიცაა ფასიანი ქაღალდების, ფინანსური ფიუჩერსების, ოფციონების, არაკოტირებული ფასიანი ქაღალდების ბაზრები; ნაღდი ფულის მართვა და ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენება; ფინანსური შუამავლების მომსახურება, რომელიც მიმართულია ოპერაციული ხარჯების შემცირებაზე, და აქტივებისა და ვალდებულებების ეფექტიან მართვაზე, მაგალითად, დეპოზიტური სერტიფიკატები, საფინანსო ბაზრის დეპოზიტური ანგარიშები და სხვა; ახალი პროდუქტები სასესხო კაპიტალის ბაზრის ტრადიციულ სეგმენტებზე, მაგალითად, ინსტრუმენტები მცურავი საპროცენტო განაკვეთებით, სვოპი, ობლიგაციები დისკონტით და სხვა.

საბანკო ინოვაციების განხორციელებაზე მოქმედებს მრავალი ფაქტორი, მათ შორის რეგულირების სისტემა. პრაქტიკაში ჩვეულებრივ გამოიყოფა საბანკო ინოვაციების შემდეგი სახეები: ინოვაციური საქმიანობა, რომელიც შეესაბამება საბანკო საქმის რეგულირების მსოფლიო ტრადიციებს; სატრასტო ოპერაციები; სავალუტო ფასეულობებთან დაკავშირებული ოპერაციების წარმოება; ოპერაციები საბანკო ბარათებით; კონსულტაციური და საინფორმაციო მომსახურების გაწევა; ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის სპეციალური სეიფების არენდით გაცემა ან დოკუმენტებისა და ფასეულობების შენახვა.

საბანკო ინოვაცია დროის ფუნქციაა. ის მხოლოდ დროის იმ ფარგლებში მოქმედებს, რომლებსაც მოცემული ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის საწყისი და ბოლო წერტილები განსაზღვრავენ. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ საბანკო ინოვაციად არ შეიძლება მივიჩნიოთ ისეთი საბანკო პროდუქტი და ოპერაცია,

რომლებიც მხოლოდ მოცემული ბანკისთვისაა ახალი, სხვა ბანკებში კი ისინი კარგა ხნის რეალიზებულია.

საბანკო ინოვაციებისთვის არც იმ უმნიშვნელო ცვლილებების მიკუთვნება შეიძლება, რომლებიც კერძო წესს ატარებენ და არ ცვლიან საბანკო პროდუქტის ან ოპერაციის არსს და შინაარსს. ესაა, მაგალითად, საბანკო ანგარიშებზე ან დეპოზიტებზე საპროცენტო განაკვეთების შეცვლა, დეპოზიტური ანაბრების ვადების შეცვლა და სხვა.

ბაზარზე რეალიზებული ახალი საბანკო პროდუქტები და ტექნოლოგიები წარმოადგენს ინოვაციას. საბანკო ინოვაცია მოიცავს: ა) ახალ საბანკო პროდუქტს, რომელიც საერთოდ პირველად გამოჩნდა საფინანსო ბაზარზე; ბ) მოცემული ქვეყნისათვის ახალ საზღვარგარეთულ საბანკო პროდუქტს; გ) ახალ ფინანსურ ოპერაციებს.

საბანკო ინოვაცია შედგება: ტექნოლოგიური ინოვაციებისაგან (ელექტრონული საგადასახადო ინსტრუმენტები, ინტერნეტ ბანკინგი, მობაილ-ბანკინგი, ტელეფონ-ბანკი...) და პროდუქტიული ინოვაციებისაგან (სატრასტო მომსახურება, ლიზინგური გარიგებები, ფაქტორინგი).

საბანკო ინოვაცია დროს მოითხოვს და მთელ რიგ სტადიებს გადის, რომელთა ერთობლიობა მისი სიცოცხლის ციკლს შეადგენს.

საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლი დროის ის გარკვეული პერიოდია, რომლის განმავლობაშიც საბანკო პროდუქტს ან ოპერაციას აქტიური სასიცოცხლო ძალა აქვს და გარკვეული მოგება ან სხვა რეალური სარგებელი მოაქვს ბანკისთვის, როგორც ინოვაციის პროდუცენტისა (მწარმოებლისა) და გამყიდველისათვის.

საბანკო ინოვაციის პროდუცენტი (ლათ. *Producens* - მწარმოებელი) მოცემული საბანკო ინოვაციის მწარმოებელია, ე.ი. ესაა თვითონ ბანკი ან ბანკების ასოციაცია.

საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფციას დიდი მნიშვნელობა აქვს ინოვაციების წარმოების დაგეგმვისა და საბანკო სისტემაში ინოვაციური პროცესის ორგანიზაციი-

სათვის. ეს შემდეგში ვლინდება:

1) საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფცია აიძულებს ბანკის ხელმძღვანელს და მის მარკეტინგულ სამსახურს, სამეურნეო საქმიანობა გაანალიზონ როგორც ახლანდელი დროის პოზიციიდან, ისე ამ საქმიანობის განვითარების პერსპექტივების თვალსაზრისითაც, ე.ი. მომავალი დროის პოზიციიდანაც.

2) საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფცია ასაბუთებს იმას, რომ აუცილებელია ინოვაციების გამოშვების დაგეგმვის (იდეის ძიება, ინოვაციური პროცესის ორგანიზაცია, საბანკო ინოვაციის შექმნა, მისი გატანა ბაზარზე) და ინოვაციების შეძენის (მოთხოვნის შესწავლა, საბანკო მარკეტინგი, ბენგმარკეტინგი) სამუშაოთა სისტემატიურად წარმართვა.

3) საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფცია ინოვაციის ანალიზისა და დაგეგმვის მექანიზმის საფუძველია. საბანკო ინოვაციის ანალიზის დროს შეგვძლია დავადგინოთ, თუ სასიცოცხლო ციკლის რომელ სტადიაზე იმყოფება ინოვაცია, როგორია მისი უახლოესი პერსპექტივა, როდის დაიწყება მკვეთრად დაქვეითება და როდის დაასრულებს ინოვაცია თავის არსებობას.

საბანკო ინოვაციის დაგეგმვა ინოვაციის მთელი სასიცოცხლო ციკლის მანძილზე შეიძლება განხორციელდეს. მისი სასიცოცხლო ციკლის კონცეფცია საშუალებას გვაძლევს საბანკო ინოვაციის დაგეგმვის კუთხით წარმოებული მთელი საქმიანობა შემდეგ ელემენტებად დავყოთ: საფინანსო ბაზრის კვლევა; საბანკო ინოვაციის ბაზრის კვლევა ბაზრის მოცემული აქტივის მიხედვით; საბანკო ინოვაციის სიცოცხლის ხანგრძლივობის კვლევა; საბანკო ინოვაციის დამუშავება (ე.ი. საბანკო პროდუქტის ან ახალი ოპერაციის წარმოება); ფასების პოლიტიკა; რეკლამა; საბანკო ინოვაციის გაყიდვის (რეალიზაციის) ორგანიზაცია; საბანკო ინოვაციის დიფუზია.

ბანკს როგორც საბანკო ინოვაციის პროდუცენტს გამუდმებით უხდება შემდეგი ოთხი ამოცანის გადაჭრა:

1. რა უნდა გაკეთდეს არსებული ფინანსური ბაზრების გასა-

ფართოებლად და ახალი ბაზრების ასათვისებად? 2. რა უნდა გაკეთდეს საბაზრო ინოვაციის დასამუშავებლად? 3. რა უნდა გაკეთდეს საბაზრო ინოვაციის დასანერგად ბაზარზე? 4. როგორ უნდა ვმართოთ ეფექტიანად საბანკო ინოვაცია?

ამ ამოცანების გადაჭრა საფუძველს უქმნის დროის აუცილებელი პერიოდის, მატერიალური, ფინანსური, შრომით და საინფორმაციო რესურსების განსაზღვრას. დროისა და რესურსების ერთ პროცესში გაერთიანება განსაზღვრავს საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფციის მნიშვნელობას ბანკების საქმიანობისთვის. საბანკო ინოვაციის ციკლებს განასხვავებენ საფინანსო ინოვაციების სახეობების მიხედვით.

ახალი საბანკო პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლი შვიდ სტადიას მოიცავს: 1. ახალი საბანკო პროდუქტის დამუშავება; 2. ბაზარზე გამოსვლა; 3. ბაზრის განვითარება; 4. ბაზრის სტაბილიზება; 5. ბაზრის კლება; 6. ბაზრის აღმავლობა; 7. ბაზრის დაქვეითება.

საქართველოში არსებული კომერციული ბანკები მოსახლეობას სთავაზობს სხვადასხვა სახის პროდუქტს. ბანკის პროდუქტს წარმოადგენს მის მიერ მომხმარებლისათვის მიწოდებული ნებისმიერი სახის მომსახურება, რომელთა ძირითად ტიპებს წარმოადგენს საკრედიტო მომსახურება, სადეპოზიტო მომსახურება, ანგარიშსწორებაში შუამავლობა. ასევე სხვადასხვა დანიშნულების პლასტიკური ბარათები, სადეპოზიტო სერთიფიკატები, ინტერნეტ ბანკინგი, ტელეფონ ბანკინგი, ბანკი-კლიენტი, SMS ბანკინგი და სხვა.

ელექტრონული ანგარიშსწორების სისტემის ფუნქციონირების მექანიზმი პლასტიკური ბარათების გამოყენებაზეა დაფუძნებული და მოიცავს ბანკომატების მეშვეობით განხორციელებულ ოპერაციებს, სვაჭრო ორგანიზაციებში მოსახლეობის ანგარიშსწორების ელექტრონული სისტემებს, კლიენტების საბანკო მომსახურების სისტემებს ბინაზე და სამუშაო ადგილზე.

პლასტიკური ბარათი განმარტებული ტერმინია და მოიცავს სხვადასხვა სახეობის ბარათებს, რომლებიც ერთმანეთისგან განსხვავდება როგორც დანიშნულებითა და მათი

მეშვეობით განეული მომსახურების კომპლექსით, ისე ტექნიკური შესაძლებლობებითა და გამოშვებული ორგანიზაციებით.

ბანკომატი მრავალფუნქციური ავტომატია, ე.წ. ავტობანკი, რომელსაც მართავს მაგნიტური პლასტიკური ბარათების ახალი თაობა.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ინოვაციური პროდუქტია დისტანციური საბანკო მომსახურება, რომელიც კლიენტებს აძლევს საშუალებას, განახორციელონ საბანკო ოპერაციები ბანკში მიუსვლელად, ტელეკომუნიკაციების სხვადასხვა არხის გამოყენებით.

ინტერნეტის გამოგონებით საფუძველი დაედო მრავალი ახალი საბანკო პროდუქტის, მათ შორის ინტერნეტ-ბანკინგის შექმნას, რომელიც ახალ სიტყვას წარმოადგენს საბანკო ტექნოლოგიების სფეროში.

მობაილ ბანკი არის პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც იტვირთება კლიენტის მობილურ ტელეფონში და ინსტალირდება ცალკე მენიუს სახით. მობაილ ბანკის საშუალებით შესაძლებელია მომხმარებელმა აკონტროლოს, მართოს და განკარგოს საკუთარი საბანკო ანგარიშები მობილური ტელეფონის საშუალებით 24 საათის განმავლობაში.

ტელეფონ ბანკი - სატელეფონო მომსახურება გულისახმობს კლიენტის მიერ ბანკში გამოუცხადებლად სატელეფონო კავშირის გამოყენებით ბანკის მიერ განსაზღვრული: საბანკო ინფორმაციის მიღებას; სხვადასხვა სერვისით სარგებლობისათვის რეგისტრაციას და ცვლილებების შეტანას რეგისტრირებულ მონაცემებში; ლიმიტების ფარგლებში სხვადასხვა საბანკო ოპერაციის განხორციელებას.

ბანკის საკრედიტო და საოპერაციო პროდუქტების მომსახურების შესახებ პირველადი ინფორმაციის მიღება (პირობები, ტარიფები, საჭირო საბუთები); ვალუტების კურსების შესახებ ინფორმაციის მიღება; სესხის განაცხადის გაკეთება შეუძლიათ ნებისმიერ პირს, ხოლო ტელეფონ ბანკის სხვა მომსახურების მისაღებად კლიენტს უნდა გააჩნდეს სატელეფონო კოდი ან კოდური სიტყვა.

SMS სერვისი არის თანამედროვე ტექნოლოგიური ტიპის მომსახურება. კლიენტისთვის ნებისმიერ დროსა და ადგილას შესაძლებელია მიიღოს ინფორმაცია საკუთარ საბანკო ანგარიშებზე მომხდარი ოპერაციების შესახებ და მოითხოვოს საჭირო საბანკო ინფორმაცია ან შეასრულოს გარკვეული ტიპის ოპერაციები SMS-ის საშუალებით.

დასკვნა

ამრიგად, ბანკები ცდილობენ ააგონ კლიენტების მომსახურების ინდივიდუალური სისტემა, რომ მათი სახე განსხვავდებოდეს სხვა ბანკებისაგან, რათა მომხმარებელმა შეძლოს ამ ბანკის გამორჩევა სხვა ბანკებისაგან.

საბანკო ინოვაციების ძირითადი ამოცანების გადაჭრა საფუძველს უქმნის დროის აუცილებელი პერიოდის, მატერიალური, ფინანსური, შრომით და საინფორმაციო რესურსების განსაზღვრას. დროისა და რესურსების ერთ პროცესში გაერთიანება განსაზღვრავს საბანკო ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფციის მნიშვნელობას ბანკების საქმიანობისთვის.

საბანკო ინოვაციის დაგეგმვა ინოვაციის მთელი სასიცოცხლო ციკლის მანძილზე შეიძლება განხორციელდეს. მისი სასიცოცხლო ციკლის კონცეფცია საშუალებას გვაძლევს საბანკო ინოვაციის დაგეგმვის კუთხით წარმოებული მთელი საქმიანობა სხვადასხვა მნიშვნელოვან ელემენტებად დაიყოს.

ინოვაციების დანერგვის დროს წარმატების ფაქტორების სახით გამოყოფილია მექანიზმები, რომლებიც შემდეგი სახისაა: ბანკის მიკუთვნება ხელსაყრელი სტრატეგიული პოზიციონირების მქონე ჯგუფზე, აუცილებელი ფინანსური რესურსების არსებობა, პროდუქტებისა და მომსახურების საკმარისი ასორტიმენტი უფასო უპირატესობა, მოგებიანობა, ტექნოლოგიური დონე და ინოვაციური პოტენციალი, თანამშრომელთა პროფესიონალიზმი და კლიენტთა მომსახურების მაღალი დონე, რაც ერთის მხრივ, საშუალებას აძლევს საბანკო სექტორს მიიღოს გარანტირებული მოგება და, მეორეს მხრივ, კმაყოფილი მომხმარებელის თანაარსებობას.

BASIC ASPECTS OF THE BANKING INNOVATIONS

Khatuna Shalamberidze

Academic Doctor of Economics,
ATSU, Kutaisi University, Associated Professor

RESUME

Banking innovation planning throughout the lifecycle can be carried out. In bank activity the exact organization of bank products sale and service is very important thing for preserving the customers database and its further development. In order to achieve the efficient sale of bank products and to increase incomes from the sale, the board of bank and managers shall do their best in order to offer products that will be acceptable and good for customers.

Otherwise, the attempt of issue of any product, if it don't have a buyer on the market, it will lose the importance and the bank will stay without income. There are the important rules for the efficient sale of bank products which shall be considered by bank manager in order to achieve the maximization of bank products salability.

Key words: Banking Innovation; Types of banking innovations; the new banking product; Factors affecting the implementation of the banking innovations; Banking Innovation Planning; Banking Innovation producers; Banking innovation cycles.