

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ია აფციაური

თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო სისტემები

წარმოდგენილია დოქტორის აკადემიური

ხარისხის მოსაპოვებლად

სადოქტორო პროგრამა “ინფორმატიკა” შიფრი 0401

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

თბილისი, 0175, საქართველო

ივლისი, 2015

საავტორო უფლება © 2015 წელი, ია აფციაური

თბილისი
2015წელი

სამუშაო შესრულებულია საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტში
ინფორმატიკისა და მართვის სისტემების ფაკულტეტი
ეკონომიკური ინფორმატიკის დეპარტამენტი

ხელმძღვანელი: პროფ. ლალი გოჩიტაშვილი

რეცენზენტები: -----

დაცვა შედგება -----წლის”-----”, -----საათზე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის-----
-----ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს
კოლეგიის
სხდომაზე, კორპუსი-----, აუდიტორია -----
მისამართი: 0175, თბილისი, კოსტავას 77.

დისერტაციის გაცნობა შეიძლება სტუ-ს ბიბლიოთეკაში,
ხოლო ავტორეფერატისა - ფაკულტეტის ვებგვერდზე

სადისერტაციო საბჭოსმდივანი პროფ. თინათინ კაიშაური

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ინფორმატიკისა და მართვის სისტემების ფაკულტეტი

ჩვენ, ქვემოთ ხელისმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავეცანით ია აფციაურის მიერ შესრულებულ სადისერტაციო ნაშრომს დასახელებით: „თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო სისტემები“ და ვაძლევთ რეკომენდაციას საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ინფორმატიკისა და მართვის სისტემების ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოში მის განხილვას დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

თარიღი

ხელმძღვანელი: პროფ. ლალი გოჩიტაშვილი

რეცენზენტი:

რეცენზენტი:

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

2015

ავტორი: ია აფციაური
დასახელება: „თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო სისტემები“
ფაკულტეტი: ინფორმატიკისა და მართვის სისტემები
ხარისხი: დოქტორი
სხდომა ჩატარდა:

ინდივიდუალური პიროვნებების ან ინსტიტუტების მიერ შემომოყვანილი დასახელების დისერტაციის გაცნობის მიზნით მოთხოვნის შემთხვევაში მისი არაკომერციული მიზნებით კოპირებისა და გავრცელების უფლება მინიჭებული აქვს საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტს.

ავტორის ხელმოწერა

ავტორი ინარჩუნებს დანარჩენ საგამომცემლო უფლებებს და არც მთლიანი ნაშრომის და არც მისი ცალკეული კომპონენტების გადაბეჭდვა ან სხვა რაიმე მეთოდით რეპროდუქცია დაუშვებელია ავტორის წერილობითი ნებართვის გარეშე.

ავტორი ირწმუნება, რომ ნაშრომში გამოყენებული საავტორო უფლებებით დაცული მასალებზე მიღებულია შესაბამისი ნებართვა (გარდა ის მცირე ზომის ციტატებისა, რომლებიც მოითხოვენ მხოლოდ სპეციფიურ მიმართებას ლიტერატურის ციტირებაში, როგორც ეს მიღებულია სამეცნიერო ნაშრომების შესრულებისას) და ყველა მათგანზე იღებს პასუხისმგებლობას.

რეზიუმე

თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე დაჩქარებული სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესისა და გაძლიერებული კონკურენციის პირობებში ფინანსური ინსტიტუტებისა და ბანკების გადარჩენისა და ნორმალური ფუნქციონირების ერთ-ერთგზას სიახლეებისადმი მუდმივი სწრაფვა და ინოვაციური საბანკო პროდუქტების დანერგვა წარმოადგენს.

საქმიანობის ახალი პირობები მოითხოვს არა მხოლოდ ტრადიციული საბანკო გადაწყვეტილებების აქტიურ გამოყენებას, არამედ მეცნიერებისა და ტექნიკის თანამედროვე მიღწევების დანერგვას, რომლებიც რეალიზებულია თანამედროვე ტექნოლოგიებით.

ელექტრონული საგადასახადო სისტემებიწარმოადგენენ საბანკო მომსახურებისტექნოლოგიებს,რომელიც გულისხმობს კლიენტის მიერ განკარგულებათა დისტანციურად გაცემას (ბანკში მისი ვიზიტის გარეშე), რაც ყველაზე ხშირად ხორციელდება კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით.

მიუხედავად იმისა, რომ ბანკების უმეტესობა სრულყოფს დისტანციური საბანკო მომსახურებისა და ანგარიშსწორების ორგანიზაციის ნორმატიულ ბაზას, ელექტრონული გადახდების საერთო თეორიის ფუნდამენტური საკითხები და მათი ეფექტიანი და უსაფრთხო ფუნქციონირების უზრუნველყოფის პერსპექტივები მუდმივად დამუშავებისა და განვითარების სტადიაში არიან.

მოსახლეობის ძირითადი ნაწილი ცუდად არის ინფორმირებული ინტერნეტ ბანკის არსებობისა და უპირატესობების შესახებ, ერთ სულ მოსახლეზე პერსონალური კომპიუტერებით აღჭურვის მაჩვენებელი დაბალია, ინტერნეტთან წვდომა წარმოადგენს სირთულეს (განსაკუთრებით სოფლებში), ამასთანავე, დაბალია ინტერნეტის ხარისხიც.

წარმოდგენილი სადოქტორო ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს ელექტრონული საგადასახადო სისტემების ფუნქციონირების თანამედროვე პრაქტიკისა და თეორიული მიღწევების განზოგადება და ქსელური ფინანსური ურთიერთობათა სისტემაში საანგარიშსწორებო-საგადახდო ტექნოლოგიებისა და ინსტრუმენტების ადგილის, როლისა და ინტერნეტ ბანკის ეფექტიანობის ზრდის მეთოდების შემუშავება.

სადოქტორო ნაშრომის მეცნიერულ სიახლეს წარმოადგენს სამეცნიერო-პრაქტიკული მიდგომების შესწავლა, რომლის საფუძველზეცმეთავაზებულია რეკომენდაციები არსებული ეკონომიკური პროცესების პირობებში კომერციული ბანკების საქმიანობაში ინტერნეტ ბანკის დანერგვისა და მოხმარების გავრცელების თაობაზე. ამის ბაზაზე გამოკვლეულია და ჩატარებულია სერვისის მომსახურეობის დონის ოპტიმიზაცია, შემუშავებულია ახალი მეთოდიკა ეფექტური მომსახურებისთვის წრფივი რეგრესიული მეთოდის გამოყენებით.

წინამდებარე ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავის, დასკვნის, გამოყენებული ლიტერატურის სიისა და დანართისაგან. გამოყენებული ლიტერატურის სია მოიცავს 37 დასახელებას. ამასთანავე, წარმოდგენილია

12 ცხრილი, 9 ნახაზი და 2 სქემა. დისერტაციის საერთო მოცულობა შეადგენს 143 გვერდს.

ნაშრომში დასაბუთებულია კვლევის თემის აქტუალობა, რომელიც პირველ რიგში, გამოიხატება გლობალიზაციის პროცესებში ელექტრონული გადახდების აუცილებლობით და მოიცავს საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროს, მათ შორის ფინანსებისა და კრედიტების სფეროს, გადმოცემულია პრობლემის დამუშავების ხარისხი, განსაზღვრულია კვლევის მიზანი, ძირითადი ამოცანები, ობიექტი და საგანი ასევე ნაშრომის სამეცნიერო და პრაქტიკული მნიშვნელობა.

განხილულია ინტერნეტ ტექნოლოგიების გამოყენება საბანკო საქმიანობაში და ყველაზე მეტად გავრცელებული საგადასახადო ელექტრონული სისტემები. ასევე განხილულია საქართველოში არსებული ძირითადი ელექტრონული საგადასახადო სისტემები, გადმოცემულია ინტერნეტ ბანკის, როგორც ერთ–ერთი ყველაზე პოპულარული ელექტრონული საგადასახადო სისტემის, ცნება, მისი ძირითადი უპირატესობები და განვითარების ტენდენციები, ამასთანავე შესწავლილია დისტანციური საბანკო მომსახურების სახეები და გამოკვლეულია ინტერნეტ ბანკის ფუნქციები და განვითარების ძირითადი ფაქტორები. ჩატარებულია ინტერნეტში საბანკო ონლაინ ბიზნესის მოდელების თეორიული კვლევა, მოცემულია საბანკო ინტერნეტის დახასიათება და განხილულია ელექტრონული საგადასახადო სისტემების და ინტერნეტ ბანკის გამოყენების ეკონომიკური ეფექტიანობის საკითხები.

შესწავლილია ინტერნეტ ბანკის სრულყოფისა და განვითარების ძირითადი მიმართულებები, პოტენციურ კლიენტთა გამოკითხვის შედეგებზე დაყრდნობით ჩატარებულია დისტანციური საბანკო მომსახურების სისტემის გამოყენების მიზნობრივი ბაზრების ანალიზი, კორელაციური დამოკიდებულების კვლევის საფუძველზე წარმოდგენილია ინტერნეტ ბანკის ეფექტურ მომსახურებაზე მოთხოვნის დაგეგმვის ახალი მეთოდიკა, ასევე წარმოდგენილია ავტორის რეკომენდაციები. განზოგადებულია სადისერტაციო კვლევის შედეგები და ჩამოყალიბებულია ნაშრომის ძირითადი დასკვნები, გამოკვლეულია და ჩატარებულია სერვისის მომსახურების ტარიფის დონის ოპტიმიზაცია, ამასთან აღნიშნულია ტენდენცია, რომ ტარიფის შემცირებასთან ერთად იზრდება ინტერნეტ ბანკის მომსახურების პოტენციური მომხმარებლების რიცხვი, აქედან გამომდინარე შემუშავებულია ღონისძიებათა სისტემა, რომელიც ხელს შეუწყობს ინტერნეტ ბანკის ეფექტურ მომსახურებას.

Abstract

Given the accelerated scientific and technical progress and heightened competition, one of the ways for banks to survive and function properly is to permanently strive for innovations and to install innovative banking products. Due to these developments financial institutions are under certain pressures and they undertake additional risks that make them correct policy in the areas of development and management. The new conditions of this sphere of work require not only the active usage of traditional bank decisions but also the installment of contemporary achievements of the science and engineering that are realized in distant banking service methods such as internet banking.

Distant banking service (DBS) – is a general term for banking service technologies that imply a client who is making distant orders (without visiting the bank) and that is mostly carried out via computer network.

Though majority of banks improve the normative database of distant banking service and organized settlements, fundamental issues of the general theory on online payments and the perspectives of ensuring their effective and secure functioning is not properly worked out and there are number of issues to discuss.

The majority of society is poorly informed on the advantages of internet banking; the rate of computers per capita is low, the access to the internet represents a problem (especially in villages), moreover, the internet quality is also low.

The purpose of the presented doctorate thesis is to generalize the modern practice and theoretical achievements of internet banking, as a distant banking service method and of the functioning of the online payment systems; to determine the place and the role of settlement—payment technologies and instruments on market subjects' financial relation network; to determine main ways of increasing the efficiency of internet banking.

The scientific novelty of the doctorate thesis is working out scientific—practical approaches and recommendations for installing internet banking and for spreading the service given the current economic developments.

The paper consists of three chapters, a conclusion, a bibliography list and an appendix. The list of used sources includes 169 names. Moreover, there are 22 tables, 20 formulas and 2 schemes. The overall volume of the thesis is 209 pages.

The introduction includes a brief description of the actuality of the topic that, above all, is reflected in globalization processes, including all areas of public life one of which is the sphere of finances and credits; we also outline the degree to which we treated the issue, determine the research objective, main goals, object and the scientific and practical importance of the thesis.

The first chapter discusses the issues such as the importance of using internet technologies in commercial banks and its specifics, we describe the reasons for using internet economy-wise and outline the classification of major financial services of bank; we describe what place internet banking has in the structure of online commerce, we determine the economic preconditions for creating the system of normative regulation of internet banking and describe the importance of evolution of banking service in the process of using internet network.

In the second chapter we discuss the systems of online payments, their general description and importance; we outline and briefly describe well-known online

payment systems that exist in the world; we also discuss main online payment systems that are in Georgia.

In the third chapter we discuss the concept of internet banking, its main advantages and development trends. We also learn about distant banking service forms and research internet banking functions and main factors for development. We carry out theoretical research of online banking business models on the internet; we describe the internet banking and the its economic efficiency of; based on client survey results we carry out analysis of target markets for the usage of the distant banking service systems, then we present the methodology for planning the demand of internet banking service on the basis of correlative dependence; the author recommendations is also given in the chapter.

We generalize the results of the thesis research and formulate major conclusions of the thesis in the conclusion part on how we researched and optimized the service tariff level; we also point out the trend on how tariff reduction is accompanied by the increase of potential customer number of internet banking service. Therefore we formulated the system of arrangements that will help the promotion of the internet banking service.

შინაარსი

შესავალი.....	15
1. ლიტერატურის მიმოხილვა	21
თავი 1. კომერციულბანკებში ინტერნეტტექნოლოგიების გამოყენების თეორია და პრაქტიკა	21
1.1. კომერციულბანკებში ინტერნეტტექნოლოგიების გამოყენების არსი, მნიშვნელობა და თავისებურებები	21
1.1.1. საბანკოსაქმეში ინტერნეტქსელის გამოყენების ეკონომიკური წინაპირობები.	22
1.1.2. ინტერნეტის გამოყენების ეკონომიკური მიზეზები	26
1.1.3. ინტერნეტის გამოყენება საბანკოსაქმეში	37
1.2. ინტერნეტბანკის ნორმატიული რეგულირების სისტემის შექმნის ეკონომიკური წინაპირობები	40
1.2.1. საბანკოსაქმიანობის რეგულირება	43
1.2.2. ქსელური ბანკების საქმიანობის რეგულირება	47
1.3. საბანკო მომსახურების ევოლუცია ინტერნეტქსელის გამოყენების პროცესში	53
თავი 2. ელექტრონული საგადასახადო სისტემები	69
2.1. ელექტრონული საგადასახადო სისტემების დახასიათება	69
2.2. მსოფლიო ელექტრონული საგადასახადო სისტემები	71
2.3. ელექტრონული საგადასახადო სისტემების საქართველოში	81
2. შედეგები და მათი განსჯა	89
თავი 3. ინტერნეტბანკის კვლევის თეორიული ასპექტები	89
ქსელურ ფინანსურ ურთიერთობათა სისტემაში	89

3.1.	ინტერნეტ	ბანკის,
	როგორც ელექტრონული ეკონომიკურისა და ინფორმაციის სახეობის,	ცნება,
	ძირითადი მიმართულებები და განვითარების ტენდენციები	89
3.2.	დისტანციურისა და ბანკო მომსახურების ძირითადი სახეები	99
3.2.1.	დისტანციური მომსახურების საშუალებების გამოყენებით	101
3.3.	ინტერნეტ ბანკის გამოყენების განმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორები .	107
3.4.	ინტერნეტ ბანკის სრულყოფისა და განვითარების ძირითადი მიმართულებები	110
3.4.1.	ბანკების მიერ ელექტრონული საგადასახადოს სტემებისა და დისტანციური საბანკო მომსახურების	გამოყენების მიზნობრივი ბაზრების ანალიზი
		110
3.4.2.	კომერციული ბანკის საქმიანობაში ინტერნეტ ბანკის გამოყენების ფინანსური ოპერაციების შედეგების ეფექტური და გეგმვის მეთოდოლოგია, დაფუძნებული იწრფივ რეგრესიულ მოდელზე	122
	დასკვნა	139
	გამოყენებული ლიტერატურა	141
	დანართი	

ცხრილების ნუსხა

ცხრილი 1. ინტერნეტბანკი და ტელეკომუნიკაციებზე ხელმისაწვდომობა სხვადასხვა ქვეყნებში 30.....	
ცხრილი 2. ინტერნეტის გამოყენების სფერო ბანკებში 31.....	
ცხრილი 3. მიმწოდებლით იარხები აშშ-ის ბანკებში 38	
ცხრილი 4. გავრცელებული საბანკო ფინანსური ტრანზაქციების არხები 38.....	38
ცხრილი 5. საბანკო მომსახურეობა ინტერნეტში	39
ცხრილი 6. საცალოს აგადახდოს ისტემის სახეები ქართულ ბაზარზე	94....
ცხრილი 7. რესპოდენტთა განაწილება ინტერნეტის გამოყენების სიხშირის მიხედვით	117
ცხრილი 8. დეპოზიტების ზომის დინამიკა 124.....	
ცხრილი 9. საკომისიოს ხსრების შემოსულობების სიდიდის გაანგარიშება მომსახურე ბისათვის ტარიფის სხვადასხვა დენობებისას	126
ცხრილი 10. საწყისი მონაცემები კორელაციურ-რეგრესიული ანალიზისათვის 2011-2013 (აშშ დოლარი) 127.....	127
ცხრილი 11. დამოკიდებულება ანალიზზე ბადა ფაქტორებს შორის 129.....	
ცხრილი 12. ბანკის მოგების პროცენტული ცვლილება ფაქტორული ნიშნის 1%-ით შეცვლისას	134

ნახაზების ნუსხა

ნახაზი 1. ინტერნეტბანკის ადგილი ელექტრონული კომერცის	35
სტრუქტურაში	35
ნახაზი 2. არარეზიდენტი დეპოზიტების მოძრაობა ინტერნეტ ბანკში	51
ნახაზი 3. დეპოზიტების მოძრაობა ფილიალის გახსნის შემთხვევაში	52
ნახაზი 4. ქსელის ფინანსურ ურთიერთობათა სისტემა	98
ნახაზი 5. საბანკო მომსახურებებთან კლიენტთა ელექტრონული	104
წვდომის ფორმები	104
ნახაზი 6. ინტერნეტ ბანკის განვითარების ხელისშემშლელი და ხელის შემწყობი ფაქტორები	109
ნახაზი 7. რესპონდენტთა განაწილება სოციალურის ტატუსის	114
მიხედვით	114
ნახაზი 8. რესპონდენტთა განაწილება განათლების დონის	115
მიხედვით	115
ნახაზი 9. ინფორმაციულობის დონე ინტერნეტბანკის სისტემის 118 შესახებ	118

სქემების ნუსხა

სქემა 1. Paypal-ის მუშაობის ზოგადი სქემა	72
სქემა 2. პლასტიკური ბარათით გადახდის სქემა	93

დისერტაციაში გამოყენებული აბრევიატურები

ARPANET Advanced Research Projects Agency Network (პირველი კომპიუტერული ქსელი)

ITU– International Telecommunication Union (საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო კავშირი)

EFT–Electronic Funds Transfer (ელექტრონულ გადარიცხვების სისტემა ბანკებს შორის)

VAN–Value Added Networks (ფასიანი ქსელები)

ATM–Automated Teller Machines (ბანკომატები)

EDI–Electronic Data Interchange (ელექტრონული გაცვლის ერთიანი სტანდარტი)

TCP/IP–Transmission Control Protocol/Internet protocol (გადაცემის მართვის პროტოკოლი)

POS–Point of Sale (სავაჭრო ტერმინალები)

SWIFT–Society World-Wide International Financial Telecommunications ბანკთაშორის მსოფლიო სატელეკომუნიკაციო ფინანსური სისტემების გაერთიანება)

SVC –stored value cards (ბარათები შენახული ღირებულებით)

P2P–Peer to Peer (ფიზიკურ პირებს შორის ანგარიშსწორების სისტემა)

ECN–Electronic Communication Network (ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელი ფასიანი ქაღალდების ელექტრონულ ბაზრებზე)

IPO–Initial Public Offering (ინვესტორებისთვის ინტერნეტით ფასიანი ქაღალდების შეთავაზება)

CNP –Cardholder Not Present (წარმოადგენს პლასტიკური ბარათის მქონეობით ყიდვის ოპერაციას)

POP –[point-of-purchase](#) (კონვერტაციის პილოტური პროგრამა)

SSL–Secure Socket Layer (მონაცემთა დაცვის პროტოკოლი)

UFC –United Financial Corporation (პლასტიკური ბარათების საპროცესინგო კომპანია საქართველოში)

GPRS–General Packet Radio Service (მონაცემთა გადაცემის ტექნოლოგია GSM ქსელებში)

WM –Webmoney (ელექტრონული საგადასახდებლო სისტემა)

SFNB–Security First Network Bank (პირველი ინტერნეტ ბანკი აშშ-ში)

B2C–Business- to-Consumer (ბიზნესი მომხმარებლისთვის, კომპიუტერულ ქსელში ბაზრის სუბიექტების ურთიერთქმედების ერთ-ერთი მოდელი)

შესავალი

თანამედროვე სამყარო შესულია დინამიკური ცვლილებების პერიოდში, რომლებიც, პირველ რიგში, გამოიხატება გლობალიზაციის პროცესებში და მოიცავს საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროს, მათ შორის ფინანსებისა და კრედიტის სფეროს. აღნიშნული პროცესების გამო ფინანსური ინსტიტუტები განიცდიან გარკვეულ ზეწოლას და ეწევიან დამატებით რისკებს, რომლებიც აიძულებთ მათ განვითარებისა და მართვის სფეროში გარკვეულ ცვლილებებს. საქმიანობის ახალი პირობები მოითხოვს არამხოლოდ ტრადიციული საბანკო გადაწყვეტილებების აქტიურ გამოყენებას, არამედ მეცნიერებისა და ტექნიკის თანამედროვე მიღწევების დანერგვას, რომლებიც რეალიზებულია დისტანციური საბანკო მომსახურების ისეთ მეთოდებში, როგორც არის, ინტერნეტბანკი.

დისტანციური საბანკო მომსახურება (დსმ) – ეს არის საბანკო მომსახურების ტექნოლოგიების აღმნიშვნელი ზოგადი ტერმინი, რომელიც გულისხმობს კლიენტის მიერ განკარგულებათა დისტანციურად გაცემას (ბანკში მისი ვიზიტის გარეშე), რაც ყველაზე ხშირად ხორციელდება კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით.

პრობლემის აქტუალობა. ცოდნის ამ სფეროში პუბლიკაციათა კვლევამ, აგრეთვე, უცხოური წყაროების განხილვამ გვიჩვენა, რომ მოცემული თემის აქტუალობის მიუხედავად, ელექტრონული საგადასახადო სისტემები საკმარისად არ გაშუქებულია ეკონომიკურ ლიტერატურაში რიგი მიზეზების გამო.

მიუხედავად იმისა, რომ ბანკების უმეტესობას რეალყოფს დისტანციური საბანკო მომსახურებისა და ანგარიშსწორების ორგანიზაციის ნორმატიულ ბაზას, ელექტრონული გადახდების საერთო თეორიის ფუნდამენტური საკითხები და მათი ეფექტიანი და უსაფრთხო ფუნქციონირების უზრუნველყოფის ასპექტები არ არის საკმარისად დამუშავებული. განსაკუთრებით კი ძალიან მწირია ამ საკითხებთან დაკავშირებით ქართული გამოცემები.

ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობის ძირითადი მასა ცუდად არის ინფორმირებული ინტერნეტბანკის არსებობისა და უპირატესობების შესახებ,ერთ 1 სულ მოსახლეზე პერსონალური კომპიუტერებით აღჭურვის მაჩვენებელი დაბალია, ინტერნეტთან წვდომა წარმოადგენს სირთულეს(განსაკუთრებით სოფლებში), ამასთანავე, დაბალია ინტერნეტის ხარისხიც.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს ინტერნეტ ბანკის, როგორც დისტანციური საბანკო მომსახურების მეთოდისადა ელექტრონული საგადასახადო სისტემების ფუნქციონირების თანამედროვე პრაქტიკისა და თეორიული მიღწევების განზოგადება და სუბიექტების ქსელური ფინანსური ურთიერთობების სისტემაში საანგარიშსწორებო-საგადასახადო ტექნოლოგიებისა და ინსტრუმენტების ადგილის,როლისა და ინტერნეტბანკის ეფექტიანობის ზრდის ძირითადი გზების განსაზღვრა.

დასახულ მიზანთან მიმართებაში გადასაწყვეტია შემდეგი ამოცანები:

- დავაზუსტოთ ისეთი ცნებების არსი, როგორებიცაა: „ქსელური ფინანსური ურთიერთობები“, „ტრანზაქცია“, „გადახდა“, „ანგარიშსწორება“, „კიბერსივრცე“, აგრეთვე, დავაზუსტოთ ისეთი ცნებები, როგორებიცაა: „საბანკო პროდუქტი,“ „საბანკო ოპერაცია“;

- განვსაზღვროთ და დავაჯგუფოთ ქსელური ფინანსური ურთიერთობებისძირითადი მიმართულებებისაინფორმაციო, სატელეკომუნიკაციო და საბანკო ტექნოლოგიების სფეროში კონვერგენციის პროცესების მიმდინარეობის ტენდენციების შედარებით ანალიზზე დაყრდნობით;

- ჩავატაროთ ინტერნეტბანკის მომსახურებაზე მოთხოვნის თანამედროვე ტენდენციების ანალიზი და ანკეტირების მეშვეობით გამოვავლინოთ ფაქტორები, რომლებიც საფუძვლად უდევს მოცემული მომსახურების პოტენციური კლიენტების მოტივაციას;

- მომსახურების მოცემული სახეობის პოტენციური კლიენტების მიერ გამოყენების დამაბრკოლებელი ფაქტორების ანკეტირების შედეგების

მიხედვით გამოვლენის საფუძველზე, შევიმუშავოთ ისეთი მექანიზმები, რომლებიც მოსახლეობას დაეხმარება ინტერნეტბანკის შესწავლასა და მოხმარებაში, განვსაზღვროთ მომხმარებელთა რიცხვისა და მათ ანგარიშებზე არსებული სახსრების ზრდის შესაძლებლობები;

- ინტერნეტკლიენტების ანგარიშებზე არსებული ნაშთების რაოდენობის დამოკიდებულების წრფივი რეგრესიული მოდელების საფუძველზე შევიმუშავოთ თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო სისტემების ფინანსური მაჩვენებლების დაგეგმვის მეთოდი.

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ინტერნეტბანკი, როგორც ეკონომიკის სუბიექტებს შორის ანგარიშსწორებისა და გადახდების სისტემაში ფინანსური ტექნოლოგიის უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტი.

კვლევის საგანს წარმოადგენს სამეურნეო სუბიექტების საფინანსო-ეკონომიკური ურთიერთობები, რომლებიც ეხება ორმხრივი და მრავალმხრივი ვალდებულებების ფორმირებასა და შესრულებას საანგარიშსწორებო-საგადასახადო სისტემის ფუნქციონირების ფარგლებში.

კვლევის თეორიულ და მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს როგორც ეკონომიკური მეცნიერების ნაშრომები, ასევე ქართველი და უცხოელი მეცნიერებების ის თანამედროვე პუბლიკაციები, რომლებიც ეხება საანგარიშსწორებო-საგადასახადო სისტემას, ტრადიციული და ახალი საფინანსო-საოპერაციო ტექნოლოგიებისა და ინსტრუმენტების ფორმირებასა და განვითარებას.

კვლევა შესრულებულია შედარებითი, სტრუქტურულ-ფუნქციონალური, აბსტრაქტულ-ლოგიკური და კორელაციურ-რეგრესიული ანალიზების, სოციოლოგიური გამოკვლევების მასალების, აგრეთვე, გამოთვლით-კონსტრუქციული მეთოდისა და ავტორის დაკვირვებების საფუძველზე. ამასთანავე, დისერტაციაში გამოყენებულია ფაქტობრივი მასალა, რომელიც ავტორის მიერ არის მოპოვებული უშუალოდ კვლევის სფეროში.

კვლევის საგნად წარმოგვიდგება ინტერნეტბანკის მომსახურება, როგორც ელექტრონული საგადასახადო სისტემა და საბანკო ბიზნესის ახალი სეგმენტი, მისი თანამედროვე მდგომარეობა: სტრუქტურა და როლი საფინანსო ბაზარზე.

სადისერტაციო ნაშრომის **მეცნიერულ სიახლეს** წარმოადგენს სამეცნიერო-პრაქტიკული მიდგომების შემუშავება და რეკომენდაციები არსებული ეკონომიკური პროცესების პირობებში კომერციული ბანკების საქმიანობაში ელექტრონული საგადასახადო სისტემის ახალი ტექნოლოგიის - ინტერნეტ ბანკის დანერგვისა და მოხმარების გავრცელების თაობაზე.

ამასთანავე, დაზუსტებულია თანამედროვე ელექტრონულ საგადასახადო სისტემაში გამოყენებული ცნებების შინაარსი და მათი ურთიერთკავშირი ელექტრონული საბანკო საქმის ცნებასთან.

ელექტრონული საბანკო საქმე მოიცავს საცალო და მოცულობით უმნიშვნელო საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების გაწევას ელექტრონული საბანკო არხების მეშვეობით, აგრეთვე, მოცულობით მნიშვნელოვანი ელექტრონული გადახდებისა და სხვა საბითუმო საბანკო მომსახურების ელექტრონულად შესრულებას.

ნაშრომში განსაზღვრულია ელექტრონული საგადასახადო სისტემების სხვადასხვა სახეების, მათ შორის დისტანციური საბანკო მომსახურების (ინტერნეტბანკი, მობილური ბანკი, სატელეფონო ბანკი, ATM-ბანკი) დანერგვის პრიორიტეტულობა.

გამოკვლეულია ძირითადი ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავს ელექტრონული საგადასახადო საშუალებების და განსაკუთრებით, ინტერნეტბანკის გამოყენებას, მათ შორის როგორც შემაფერხებელი (მომხმარებლის მენტალიტეტის თავისებურებები, მარკეტინგული ფაქტორები, რისკების არსებობა), ასევე ხელშემწყობი (ტექნოლოგიური, ორგანიზაციული, მარკეტინგული, სტრატეგიული) ფაქტორები.

პოტენციური კლიენტების ანკეტირების მეშვეობით ჩატარებულია ბანკების მიერ ელექტრონული გადახდების გამოყენების მიზნობრივი ბაზრების ანალიზი და შემუშავებულია რეკომენდაციები, რომლებიც კომერციულ ბანკებს დაეხმარება სრულყოფილ და ეფექტურ გახადონ თავიანთი საქმიანობა ინტერნეტბანკის სისტემების გამოყენების პირობებში.

წრფივი კორელაციური მოდელის საფუძველზე დამუშავებულია კომერციული ბანკის საქმიანობაში ინტერნეტბანკის გამოყენების ფინანსური შედეგების დაგეგმვის მეთოდოლოგია,

ჩატარებული სამეცნიერო კვლევის თეორიული მნიშვნელობა მდგომარეობს თეორიული სამეცნიერო ცოდნის ზრდასა და ელექტრონული საანგარიშსწორებო-საგადასახადო სისტემის, როგორც ფულად-სასაქონლო ბრუნვის მონაწილეთა ურთიერთობების გამომხატველი ეკონომიკური კატეგორიის ცნების დასაბუთებაში.

კვლევის პრაქტიკული მნიშვნელობა მდგომარეობს დისტანციური საბანკო მომსახურების სისტემაში კომერციული ბანკების მიერ ელექტრონული საგადასახადო სისტემების გამოყენების მასშტაბების გაფართოების შესაძლებლობაში. ელექტრონულ საბანკო მომსახურებასთან დაკავშირებული ავტორის სამეცნიერო კვლევების შედეგები შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას ყოველდღიურ საბანკო პრაქტიკაში.

სადისერტაციო ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავის, დასკვნის, გამოყენებული ლიტერატურის სიისა და დანართისგან. გამოყენებული ლიტერატურის სია მოიცავს 37 დასახელებას. ამასთანავე, წარმოდგენილია 12 ცხრილი, 9 ნახაზი და 2 სქემა. დისერტაციის საერთო მოცულობა შეადგენს 144 გვერდს.

ნაშრომი აპრობირებულია:

კონფერენციებზე:

1. მ. შიუკაშვილი, ი. აფციაური, “რისკები, რისკების მართვის მეთოდები, რისკებისგან თავის არიდება”, მეორე საერთაშორისო ეკონომიკური

კონფერენცია IEC-2014 ეროვნული ეკონომიკის განვითარების მოდელეები:გუშინ, დღეს, ხვალ, 2014.

2. ლ. გოჩიტაშვილი, ი. აფციაური, “ელექტრონული ფული”, სტუ-ს სტუდენტთა 82-ე ღია სამეცნიერო კონფერენცია, 2014.

გამოქვეყნებულია სტატიები:

1. ლ. გოჩიტაშვილი, ი. აფციაური, ელექტრონული ფული, ელექტრონული საფულე და ინტერნეტ-ანგარიშსწორების სისტემები,სტუ-ს შრომების კრებული,#1(495), 2015, გვ. 79 – 84.
2. ლ. გოჩიტაშვილი, მ. კიკნაძე, ი. აფციაური,მ. შიუკაშვილი, ელექტრონული ანგარიშსწორების როლი კომერციულ ბანკებში და მათთან დაკავშირებული რისკების შემცირების გზები, სტუ-ს შრომების კრებული,#1(495), 2015, გვ. 74 – 78.
3. მ. შიუკაშვილი, ი. აფციაური „E-Banking Risks and Its Management”, ჟურნალი „ბიზნეს-ინჟინერინგი“, #1, 2015, გვ.87-91.
4. მ. შიუკაშვილი, ი. აფციაური „Regulating Internet Payment Intermediaries”, ჟურნალი „ბიზნეს-ინჟინერინგი“, #1, 2015, გვ. 56-59.

1. ლიტერატურის მიმოხილვა

თავი 1.

კომერციულბანკებშიინტერნეტტექნოლოგიებისგამოყენებისთეო რიადაპრაქტიკა

1.1. კომერციულბანკებშიინტერნეტტექნოლოგიებისგამოყენებისარსი, მნიშვნელობადათავისებურებები

ინტერნეტი (Internet – „ქსელთაშორისი“) – ინფორმაციული ინფრასტრუქტურაა, რომელიც სატელეკომუნიკაციო ქსელების მეშვეობით აკავშირებს კომპიუტერებს. ინტერნეტის პროტოტიპს წარმოადგენს 1960-1970-იანწლებში აშშ-ის თავდაცვის სამინისტროს შეკვეთით შექმნილი პირველი კომპიუტერული ქსელი ARPANET. ინტერნეტის შექმნა დაიწყო 1980-იან წლებში აშშ-ის ეროვნული სამეცნიერო ფონდის ინიციატივით.

ინტერნეტმა გააერთიანა აშშ-ის უნივერსიტეტების ათეულობით ათასი მკვლევარი და სტუდენტი. ქსელის საფუძველს წარმოადგენდა უნივერსიტეტების კომპიუტერული ცენტრები. ინტერნეტი საკმაოდ სწრაფად გახდა პოპულარული, ის გასცდა აშშ-ის საზღვრებს და გადაიქცა გლობალურ ინფორმაციულ ქსელად. 1995 წელს ინტერნეტი აკავშირებდა დაახლოებით 120 ათას კომპიუტერს, ხოლო ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვმა 40 მლნ ადამიანს გადააჭარბა. 1999 წელს ინტერნეტთან მუდმივად დაკავშირებული კომპიუტერების, ე.წ. „ჰოსტების“ (host) ან „სერვერების“ (server) რაოდენობამ 320 ათასს გადააჭარბა, ხოლო ინტერნეტის აქტიურმა აუდიტორიამ – 113 მლნ ადამიანს. ინტერნეტ მომსახურებისათვის გამოყენებული ტექნოლოგიური პლატფორმა დღეს საქართველოში

ჯერჯერობით კვლავ მზარდ ტექნოლოგიად მიიჩნევა. ერთის მხრივ, ჩვენი ქვეყანა ერთგვარად წინ მიიწევს ელექტრონული მმართველობის განვითარების კუთხით, თუმცა, მეორეს მხრივ, საქართველოში კვლავ არ არის აღმოფხვრილი ე.წ. “ციფრული დაშორება,” ანუ ინტერნეტის ხელმისაწვდომობის თანაბარი განვითარება ქალაქებსა და რეგიონებს შორის[1].

ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვი ძალიან სწრაფი ტემპებით იზრდება. გაეროს ინფორმაციისა და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სპეციალიზებული სააგენტოს, საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო კავშირის (ITU) გამოთვლებით, ინტერნეტი საქართველოს მოსახლეობის 45%-სთვის არის ხელმისაწვდომი[2].

ინტერნეტის სწრაფი ზრდის ძირითადი მიზეზებია: ფასების შემცირება აპარატურულ და პროგრამულ უზრუნველყოფასა და საკომუნიკაციო მომსახურებაზე, აგრეთვე ინტერნეტის განვითარების სტიმულირება განვითარებული ქვეყნების მთავრობების მხრიდან (ძირითადად, აშშ-ის, ხოლო ბოლო წლებში – ევროპის ქვეყნების მთავრობების მხრიდანაც).

1.1.1.

საბანკოსაქმეში ინტერნეტის ელვისგამოყენების ეკონომიკური წინაპირობები.

საბანკო ორგანიზაციები წარმოადგენენ ფინანსური მომსახურების სამი ძირითადი სახის მომწოდებლებს: სატრანზაქციო, პორტფელური და საოპერაციო მომსახურების [26, გვ.99].

პორტფელური მომსახურება დაკავშირებულია ბანკების, როგორც სასესხო-შემნახველი ფინანსური ინსტიტუტების, ტრადიციულ საქმიანობასთან. პორტფელურ მომსახურებას მიეკუთვნება კლიენტებზე სესხების გაცემა (კრედიტები) და ფულადი სახსრების მიღება ანაბრებისთვის (დეპოზიტები). ბანკები ახდენენ დროებით თავისუფალი

რესურსების აკუმულირებას დეპოზიტების სახით და ანაწილებენ მათ კრედიტების ფორმით. ამ მომსახურების გაწევით ბანკები გადაანაწილებენ რესურსებს დაზოგვის მსურველი პირებიდან სესხების მსურველი პირებისათვის და ამით უზრუნველყოფენ საწარმოებს დამატებითი ფინანსური რესურსებით. მომსახურების ეს სახე განასხვავებს ბანკებს სხვა ფინანსური შუამავლებისგან. ბანკების შემოსავლების დაახლოებით 70% საკრედიტო-სადეპოზიტო მომსახურების გაწევის შედეგად წარმოიქმნება [3].

სატრანზაქციო მომსახურება – ეს არის მომსახურება გარიგებების უფრო ეფექტიანად შესრულებისათვის. ამ ფუნქციის შესრულებისას, ბანკები გვთავაზობენ გარიგებების მომსახურების ორ ძირითად ტიპს [4]:

1. აწარმოებენ ანგარიშსწორების სისტემას, რომელშიც ფასეულობების გადაადგილებას თან ახლავს შესაბამისი ბუღალტრული გატარება. ამ დროს გვერდით პროდუქტად წარმოგვიდგება ინფორმაციის მიწოდება კლიენტების გადახდებზე, შემოსულობებსა და დარიცხულ პროცენტებზე;
2. უზრუნველყოფენ ვალუტის კონვერტაციას (კლიენტების დეპოზიტები, ანაზრები და სხვა აქტივები კონვერტირდება ვალუტაში).

სატრანზაქციო ფუნქციის შესრულებისას, ბანკები გვთავაზობენ გაცვლითი ოპერაციების აღრიცხვის სისტემას (accounting system of exchange), რომელშიც სახსრების მოძრაობა რეგისტრირდება ბუღალტრული გატარებების ფორმით. ვალუტის გაცვლის მომსახურება მეორეხარისხოვანია და საზოგადოების მოძრაობისას უნაღდო ანგარიშსწორებისა და დაშორებული ტერმინალებით კლიენტების მომსახურების მიმართულებით, იგი სულ უფრო ნაკლებად მნიშვნელოვანი ხდება. ამრიგად, გაცვლის ბუღალტრული მომსახურება – ეს არის გარიგების შესრულების უმნიშვნელოვანესი მომსახურება, რომელსაც გვთავაზობენ საფინანსო შუამავლები. სატრანზაქციო მომსახურება ტექნოლოგიურად

ყველაზეტევადია, ამასთანავე, ის დამოკიდებულია მიწოდების ელექტრონულ არხებსა და ტელეკომუნიკაციებზე. ამიტომ ინტერნეტის, როგორც ახალი სატელეკომუნიკაციო არხის, გამოყენებით გამოწვეული ყველაზე რადიკალური ცვლილებები სწორედ მათ ეხება.

საოპერაციო მომსახურებას ბანკები იყენებენ, როგორც დამატებითი შემოსავლების წყაროს (მას „ფასიან მომსახურებასაც“ უწოდებენ). ფართო გაგებით, საოპერაციო მომსახურება წარმოადგენს საბანკო ლიკვიდობის გაყიდვას. მას მიეკუთვნება საინვესტიციო მომსახურება (მათ შორის სატრასტო), სადაზღვევო და სხვა ფასიანი მომსახურება, რომელსაც ბანკები კლიენტებს სთავაზობენ [4].

აღსანიშნავია, რომ მომსახურების დაყოფა სატრანზაქციო, პორტფელურ და საოპერაციო მომსახურებად, თეორიული ხასიათისაა. საბანკო საქმის განვითარებამ XX საუკუნის უკანასკნელ მეოთხედში, სხვადასხვა სახის მომსახურების შერწყმამდე მიგვიყვანა. დღეს ბანკები გასაყიდად გვთავაზობენ არა ცალკეულ მომსახურებას, არამედ მომსახურების პაკეტს, რომელსაც „საბანკო პროდუქტების“ სახელით მოიხსენიებენ. როგორც წესი, საბანკო პროდუქტი მოიცავს სამივე სახის (სატრანზაქციო, საკრედიტო-სადეპოზიტო და საოპერაციო) მომსახურებას. მაგალითად, პლასტიკური ბარათები გამოიყენება ანგარიშსწორების ოპერაციებისთვის (სატრანზაქციო კომპონენტი), მათზე არსებული ოვერდრაფტების დაფარვისათვის გამოიყენება სხვადასხვა სადეპოზიტო-საკრედიტო სქემები (პორტფელური კომპონენტი), ხოლო პლასტიკური ბარათის გამოყენებისთვის შეიძლება საჭირო გახდეს საკომისიოს გადახდა (როგორც საოპერაციო მომსახურებისათვის).

ერთის მხრივ, ინტერნეტი წარმოადგენს გლობალურ სატელეკომუნიკაციო ქსელს, ხოლო მეორე მხრივ – სპეციფიკურ ინფორმაციულ გარემოს. საბანკო მომსახურების ბაზარზე ინტერნეტის გავლენის გასაგებად საჭიროა ამ ორივე ასპექტის განხილვა. პირველი დაკავშირებულია საბანკო საქმეში ელექტრონული კომუნიკაციების

გამოყენებასთან, ხოლო მეორე – ინტერნეტის ფართო ინტერაქტიულ შესაძლებლობებთან.

ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელები ბანკების მიერ გამოიყენება, როგორც საბანკო მომსახურების კავშირის და სადისტრიბუციო არხები (distribution/delivery channel). როგორც კავშირის არხი, ისინი გამოიყენება ბანკების მიერ სხვა ბანკებთან და საკუთარ ფილიალებთან ინფორმაციული გაცვლისთვის, აგრეთვე, ანგარიშსწორების განხორციელებისათვის. როგორც სადისტრიბუციო არხები, საკომუნიკაციო ქსელები უზრუნველყოფს ფიზიკურ კონტაქტს კლიენტთან და გამოიყენება კლიენტების ინფორმირების, კონსულტაციისა და მათთვის პროდუქციის ან მომსახურების მიწოდებისათვის. მიწოდების არხების მეშვეობით ხორციელდება ინფორმაციის მიწოდება, ფინანსური ტრანზაქციების შესრულება და უკუკავშირი კლიენტებთან (feedback, კლიენტებთან ურთიერთობის მხარდაჭერა).

როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ, საბანკო სატრანზაქციო მომსახურება მოითხოვს მატერიალურ რესურსებს და უშუალოდაა დაკავშირებული კავშირის ელექტრონული არხების განვითარებასთან. სწორედ სატრანზაქციო მომსახურების გაწევის ხარჯების შემცირებისკენ სწრაფვამ განაპირობა მიწოდების ელექტრონული არხებისა და მასთან დაკავშირებული ელექტრონული გადახდის სისტემების (EFTS – Electronic Funds Transfer System) განვითარება 1970-იან წლებში [4].

ნებისმიერი ფინანსური ტრანზაქციის მომსახურებისთვის ტრადიციულად გამოიყენებოდა ნაღდი ფული და ჩეკები. EFT სისტემების წარმოშობამ და განვითარებამ მიგვიყვანა ახალი გადახდის ინსტრუმენტის, ელექტრონული ფონდების, წარმოქმნამდე. ბანკებმა დაიწყეს გადახდის ელექტრონული საშუალებების განვითარება საოპერაციო ხარჯების შემცირების, ბაზრის წილის შენარჩუნება-გაფართოებისა და შემოსავლების ახალი წყაროების მოპოვების მიზნით. სწორედ სატრანზაქციო

მომსახურების სფერო წარმოადგენს ტექნოლოგიური ინოვაციების ძირითად წყაროს საბანკო საქმეში [4].

ელექტრონული გადახდების განხორციელებისათვის შემუშავდა სპეციალური სისტემები: სახლისა და კორპორაციული ბანკინგი (home banking, PCbanking), რომლებიც გულისხმობდა ბანკის საოპერაციო სისტემებთან მიერთებას სატელეფონო კავშირის ხაზებით და ისეთ ცნობილ სისტემებს, როგორებიცაა „კლიენტი-ბანკი“, სპეციალიზებული გამომთვლელი ქსელები დამატებითი ფუნქციებითა და მომსახურებით (სინონიმია „კერძო ქსელები“ ან „ფასიანი ქსელები“, Value Added Networks – VAN), სავაჭრო ტერმინალები (POS-ტერმინალები – Point-Of-Sale terminals), ბანკომატები (ATM – Automated Teller Machines) და სხვა.

ელექტრონული არხების გამოყენება საკმაოდ სწრაფად განვითარდა არამხოლოდ საგადასახადო ოპერაციების ჩატარებისთვის, არამედ ბანკის სხვა მომსახურების მიწოდებისათვის (სადისტრიბუციო არხების სახით). ამრიგად, ბანკომატებმა, რომლებიც თავდაპირველად როგორც საკასო აპარატები გამოიყენებოდა, დაიწყო ანგარიშების დაშორებული მართვის მომსახურების გაწევა, მათი მეშვეობით შესაძლებელი გახდა ამონაწერების მიღება და შენატანების გაკეთება.

1.1.2. ინტერნეტის გამოყენების ეკონომიკური მიზეზები

არსებობს ორი ძირითადი ეკონომიკური მიზეზი, რომლის გამოც ბანკებმა ყურადღება მიაქციეს ინტერნეტს.

პირველ რიგში, ნებისმიერი საკომუნიკაციო ქსელის ღირებულება, ფაქტობრივად, ფიქსირებულია. უფრო სწორად რომ ვთქვათ, საკომუნიკაციო ქსელებისთვის დამახასიათებელია მუდმივი ხარჯების მაღალი დონე. ეს ნიშნავს, რომ ქსელური მომსახურების მომგებიანობა დამოკიდებულია მასშტაბის ეფექტზე. მაგალითად, თავის დროზე იყო დაანგარიშებული, რომ, ბანკომატების ქსელის გამოყენების დროს,

წაუგებლობის წერტილი არის 1 000 ურთიერთდაკავშირებული ბანკომატი და როგორც მინიმუმ, 2 000-2 500 ოპერაცია თვეში თითოეულ მათგანში [88]. მასშტაბის ეფექტი ამცირებს საშუალო დანახარჯებს. შესაბამისად, რაც უფრო ფართოა ქსელი და რაც უფრო დიდია კლიენტების რიცხვი, მით ნაკლები იქნება საშუალო (ზღვრული) დანახარჯები. ამრიგად, ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების ინტეგრაცია ეკონომიკურად მომგებიანია.

დღეს, ბანკების კერძო ქსელებს ხშირად ისე აპროექტებენ, რომ მათ შეეძლოთ ურთიერთქმედება სხვა კომპანიებისა და ბანკების ქსელებთან – ეს კეთდება ელექტრონული ფორმით ცირკულირებად მონაცემთა რიცხვის მაქსიმიზაციისათვის. 70-იანი წლებიდან დაწყებული მრავალჯერ სცადეს, შეექმნათ საფინანსო დაწესებულებებსა და საწარმოებს შორის ინფორმაციის ელექტრონული გაცვლის ერთიანი სტანდარტი (EDI – Electronic Data Interchange). მაშინ როდესაც მოლაპარაკებებმა EDI-ის ერთიანი სტანდარტის შექმნის შესახებ შედეგი არ გამოიღეს, ინტერნეტი დღეს წარმოადგენს სხვადასხვა კომპანიების ქსელების ურთიერთქმედების წერტილს. ინტერნეტი გულისხმობს საერთო TCP/IP პროტოკოლის გამოყენებას, რომელიც საშუალებას იძლევა, დავაკავშიროთ ორი ნებისმიერი კომპიუტერი. აქედან გამომდინარე, ინტერნეტი, ფაქტობრივად, წარმოადგენს საკომუნიკაციო სტანდარტს და მას გააჩნია პოტენციალი, გახდეს უნივერსალური ქსელი, რომელშიც წარმოდგენილია ინფორმაციული გაცვლის ყველა სახეობა. ასეთი ქსელის გამოყენება გამოიწვევს ფუნქციათა დუბლირებას და ეკონომიკურად უფრო ეფექტიანი იქნება.

გამოყენების მეორე მიზეზი ისაა, რომ ინტერნეტი ბანკებს აძლევს შესაძლებლობას, იპოვონ ბალანსი კონკურენციასა და თანამშრომლობას შორის.

ინტერნეტის გამოყენება ნებისმიერ ადამიანს აძლევს საშუალებას, საკომუნიკაციო ქსელების შექმნასა და მხარდაჭერაში დიდი კაპიტალური

დაბანდების გარეშე შექმნას საკუთარი (პროგრამულ უზრუნველყოფაზე დაფუძნებული) საგადასახადო სისტემა.

ინტერნეტის საგადახდო სისტემები წარმოადგენს მხოლოდ პროგრამულ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც მუშაობს არსებული აპარატურული და ქსელური ინფრასტრუქტურის პირობებში. ეს ნიშნავს, რომ ნებისმიერ მცირე კომპანიას შეუძლია, შეიმუშაოს და გამოიყენოს საკუთარი საგადახდო სისტემები. კომპანიათა უმეტესობა, რომლებიც დღეს ქმნიან საგადახდო სისტემებს, მართლაც მცირე ზომისაა. ამასთანავე, ინტერნეტის ყველა საგადახდო სისტემა იყენებს ერთსა და იმავე პროტოკოლს (TCP/IP) და ამიტომ მათ ადვილად შეუძლია ურთიერთქმედება. აქედან გამომდინარე, კონკურენცია ფართოვდება მომგებიანობის შემცირებისა და ურთიერთქმედების უნარის შეფერხების გარეშე.

გასულ წლებში საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურის შექმნასა და განვითარებაში დიდი კაპიტალდაბანდებების აუცილებლობა წარმოადგენდა საბანკო სექტორში კონცენტრაციის ერთ-ერთ მიზეზს და უპირატესობას აძლევდა მსხვილ საფინანსო ინსტიტუტებს მცირე ინსტიტუტებთან მიმართებაში. ეს უზრუნველყოფდა საბანკო მომსახურების ბაზარზე შესვლის საკმაოდ საიმედო ბარიერს. ინტერნეტის გამოყენება ბანკებისა და სხვა ფინანსური შუამავლებისგან არ მოითხოვს ხარჯების გაწევას საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურის შექმნისა და მხარდაჭერისათვის. ინტერნეტი ღია საკომუნიკაციო ქსელია, ანუ ნებისმიერ მსურველს შეუძლია გამოიყენოს ამ ქსელის ინფრასტრუქტურა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ინტერნეტი ამცირებს ბაზარზე შესვლის ბარიერებს და მისი გამოყენების კიდევ ერთ თავისებურებას წარმოადგენს საბანკო ელექტრონული მომსახურების ბაზარზე კონკურენციის გამწვავება.

მოთხოვნის თვალსაზრისით, სატრანზაქციო მომსახურებასთან დაკავშირებულ ყველაზე მნიშვნელოვან ტენდენციას წარმოადგენს ბაზრების გლობალიზაცია. წარსულში ეს ტენდენცია მხოლოდ დიდ

ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს ეხებოდა. ევროპული ბაზრების გაერთიანება და სავაჭრო შეზღუდვების შემცირება გულისხმობს, რომ ნებისმიერი საშუალო და მცირე ზომის კომპანია კონკურირებადი უნდა იყოს საერთაშორისო არენაზე. თავის მხრივ, ეს მოითხოვს სწრაფ და ერთგვაროვან (სტანდარტიზებულ) გადახდის პროცედურებს საერთაშორისო გარიგებებისათვის. დღევანდელი საბანკო სისტემა არ არის მორგებული დიდი რაოდენობის მცირე და საშუალო კლიენტების საგადახდო საჭიროებების დაკმაყოფილებაზე. თუ მსხვილ კორპორაციებსა და ინსტიტუტებს შეუძლიათ კაპიტალის გადაადგილება ერთი ქვეყნიდან მეორეში და მისი კონვერტაცია ერთი ვალუტიდან მეორეში, მაშინ ტიპური საცალო საერთაშორისო გადახდა მოითხოვს დროის პერიოდს გაზრდას რამდენიმე დღიდან ერთ კვირამდე და, შესაძლოა, საკმაოდ ძვირიც იყოს. არსებითად, ბანკებს არ გააჩნიათ სიტუაციის გაუმჯობესების სტიმული, ვინაიდან გადახდების ხანგრძლივობა გულისხმობს, რომ ბანკს შეუძლია, კლიენტის მიერ გადახდის თარიღსა და ბანკის მიერ ჩატარებული გადახდის თარიღს შორის დროის მონაკვეთში, გამოიმუშავოს პროცენტი კლიენტის ფულიდან (დასავლურ ლიტერატურაში ბანკების საპროცენტო შემოსავლების ამ ნაირსახეობას უწოდებენ შემოსავლებს „ფლოუტიდან“ (float)) [5].

გლობალიზაციის სხვა ასპექტი დაკავშირებულია იმასთან, რომ სხვადასხვა ქვეყნის ინტერნეტის მომხმარებლები საბანკო მომსახურების პოტენციური ბაზარია. ბაზრის ტევადობა შეიძლება შეფასდეს ინტერნეტის აქტიური აუდიტორიის მოცულობით (იხ. ცხრილი 1).

ერთადერთი ელემენტი, რომელიც არ არის წარმოდგენილი, არის უსაფრთხო საგადახდო სისტემები. თუ ბანკები ხელიდან გაუშვებენ ბაზარზე შესვლის შანსს, მაშინ მათ შეიძლება დაკავრონ მონოპოლია საგადახდო მომსახურებაზე. სწორედ კონკურენციის ფაქტორი არის ბანკების მიერ ინტერნეტის „ათვისების“ მეორე ფაქტორი.

საბანკო საქმეში ინტერნეტის გამოყენების სამი პრინციპული ხერხი არსებობს: ინფორმაციის მიწოდება, ოპერაციების განხორციელება და კლიენტებთან ურთიერთობების მხარდაჭერა. ინტერნეტის ისეთი სპეციფიკური თავისებურებები, როგორებიცაა ინტერაქტიულობა და ოპერატიულობა, იძლევა საშუალებას, შევათავსოთ სხვადასხვა ფუნქციები. მაგალითად, ერთდროულად მივაწოდოთ ინფორმაცია და განვახორციელოთ კლიენტებთან ურთიერთობა.

ინტერნეტი შეიძლება გამოყენებულ იქნას, როგორც კომუნიკაციის კიდევ ერთი არხი.

ცხრილი 1.

ინტერნეტბანკიდატელეკომუნიკაციებზეხელმისაწვდომობასხვადასხვაქვეყნებში

ქვეყანა	ბანკების წილი, რომლებიც სთავაზობენ ონლაინ მომსახურებას (%)	ბანკის კლიენტების წილი, რომლებიც სარგებლობენ ონლაინ მომსახურებით (%)	მოსახლეობა, რომლებიც სარგებლობენ მობილური ტელეფონებით (% სოფლად)	ინტერნეტში ჩართული კომპიუტერების ხვედრითი წილი (1P მისამართით) მოსახლეობაში	ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვი (% დასახლებულთა)
		(%)			
1	2	3	4	5	6
ავსტრალია	90	4	29	400	18
ავსტრია	75	4	28	163	ა/ბ
არგენტინა	4	3	8	16	ა/ბ
გერმანია	<50	5	5	10	1,3
ბრაზილია	50	2	25	202	16
ბრიტანეთი	60	2	17	141	8,7
ჰონკონგ	25	<2	47	108	13,4
საბერძნეთი	40	<1	19	38	ა/ბ
დანია	60	5, 10	36	359	22
ინდოეთი	10	<1	1	0	ა/ბ
ესპანეთი	90	<2	18	62	4,7
იტალია	50	1	36	56	2,2
მალაიზია	10	<1	10	18	ა/ბ
მექსიკა	<10	<1	3	9	ა/ბ
სინგაპური	95	5	35	187	14,7
აშშ	63	4	26	975	37(45)
ტაივანი	10	0	22	48	ა/ბ
ფილიპინები	15	<1	2	1	ა/ბ
ფინეთი	85	29	57	996	40
შვეიცარია	75	5	24	289	ა/ბ
საქართველო	70	3	13,2	49,9	45

ამ შემთხვევაში ბანკები უბრალოდ ინტერნეტით აწვდიან მომხმარებელს თავიანთ მომსახურებას, რომელსაც აქამდე სხვა არხებით სთავაზობდნენ: ფილიალების, ბანკომატების და სხვათა მეშვეობით.

გარდა ამისა, ინტერნეტის სპეციფიკური თავისებურებები შეიძლება გამოყენებულ იქნას მომსახურების ხარისხისა და კლიენტებთან ურთიერთქმედების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის. დაბოლოს, ინტერნეტი, როგორც საინფორმაციო გარემო, იძლევა საშუალებას, ვაწარმოოთ საბანკო ბიზნესი – შევქმნათ ახალი საბანკო პროდუქტები და მომსახურება, რომელთა მიწოდება სხვა არხებით შეუძლებელია [6].

ინტერნეტის, როგორც მიწოდების არხის, და ინტერნეტის, როგორც საინფორმაციო გარემოს, სპეციფიკური თავისებურებების გამოყენების სხვადასხვა მეთოდების შეხამება, ბანკებში ინტერნეტის შესაძლო გამოყენების სფეროზე მიგვითითებს (იხ. ცხრილი2).

ცხრილი. 2

ინტერნეტის გამოყენების სფერო ბანკებში

გამოყენების სფერო	მიწოდების მოქმედი საშუალებები	მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება	ახალი შესაძლებლობები
ინფორმაციის მიწოდება	ინსტიტუციონალური, მარკეტინგული და საკონტაქტო ინფორმაციის შეთავაზება: ბანკის საჯარო ანგარი-შები, პროდუქტებისა და მომსახურებების ჩამო-ნათვალი, ფა-სები, განცხადებები ბანკის „სპე-ციალურ შემოთავაზებზე“, მისამართები ტელეფონის ნომრები და ა.შ	პროგრამული უზრუნველყოფი ინფორმაციის მოსამიებლად, ინფორმაციისა და ფორმათა კომპლექტის მიწოდება (საბანკო მომსახურებების განხორციელებისთვის) მომხმარებლის კომ-პიუტერზე (FTP და e-mail), ბმულები სხვა რესურსებზე წვდომისთვის.	საინფორმაციო რესურსების ადაპტაციის კლიენტების გემოვნების გათვალისწინებით (customizing resources), პარამეტრების გამოწერა (subscription option), ბანკებისა და სხვა ორგანიზაციების რეკლამა, სადისკუსიო ჯგუფები და სხვა.
ტრანზაქციების განხორციელება	შეკითხვები, ბანკების სხვა ფინანსური პროდუქტებისა და მომსახურებების მიღება: განაცხადის შევსება მიმდინარე და სხვა ანგარი-შების გასახსნელად, სესხებისა და სხვა ტრადიციული საბანკო მომსახურებების მიღება.	განცხადებების მომზადება კლიენტის ანგარიშებზე, ფულადი გზავნილები, ანგარიშის განაღდება (bill payments) და სხვა.	„ვირტუალური“ ფილიალებისა და ფილიალების გარეშე „ვირტუალური“ ბანკების შექმნა, ციფრული და ახალი ნაღდი ანგარიშსწორების სქემების გამოყენება.
ურთიერთქმედება მომხმარებლებთან	შეტყობინებების გაცვლა კლიენტებთან ელექტრონული ფოსტის საშუალებით (e-mail), „სტუმრების წიგნი“ -ის გვერდი (web guestbook), ინტერაქტიული მხარდაჭერა (help desk, chat).	კლიენტებისთვის მხარდაჭერი ინსტრუმენტებით უზრუნველყოფა: ელექტრონული კალკულატორი, ელექტრონული ჩანაწერების წიგნაკი, ბიუჯეტის ყოველდღიური ცხრილები.	კომპლექსური მომსახურება კლიენტებისთვის, საკონსულტაციო და ფინანსური გადაწყვეტილებების მიწოდება: ვიდეო კონფერენციები, „სავაჭრო პლათფორმები“ (e-marketplaces, purchasing platforms).

ინტერნეტის საკომუნიკაციო შესაძლებლობებმა უკვე შეცვალა საბანკო მომსახურების მიწოდების მეთოდი: მომსახურება მიეწოდება ინტერაქტიულად, რეალური დროის რეჟიმში, ინტერნეტთან დაკავშირებული კლიენტის დამორებული პერსონალური კომპიუტერიდან ან მობილური ტელეფონიდან. ინტერნეტით კლიენტების დისტანციურ საბანკო მომსახურებას (remote banking) უწოდებენ „ინტერნეტბანკინგს“

(internet banking). ინტერნეტის, როგორც მიწოდების ახალი არხის, გამოყენების ეფექტიანობა განხილულია ქვემოთ.

ინტერნეტ ბანკი – ეს არის საბანკო მომსახურება, რომელიც გულისხმობს ინტერნეტით ანგარიშის დისტანციურ მართვას. ინტერნეტ ბანკი წარმოადგენს დისტანციური ბანკინგის ისეთი ნაირსახეობების ლოგიკურ გაგრძელებას, როგორებიცაა PCbanking (ანგარიშთან წვდომა პერსონალური კომპიუტერის საშუალებით, რაც ხორციელდება პირდაპირი მოდემური კავშირით საბანკო ქსელთან), telephone banking (ანგარიშების მომსახურება ტელეფონით) და video banking (კლიენტისა და ბანკის პერსონალის ინტერაქტიული ურთიერთობის სისტემა) .

ინტერნეტ ბანკი – კლიენტების დისტანციური საბანკო მომსახურების ერთ-ერთი სახეა, რომელიც იყენებს ინტერნეტის გარემოს ტრანსპორტის სახით და, ამასთანავე, იყენებს ისეთ სტანდარტულ (მოცემული მომენტისათვის ინტერნეტის მომხმარებელთა უმეტესობისათვის ხელმისაწვდომი) Web-ბრაუზერებს, როგორებიცაა Internet Explorer და Netscape Navigator, რომლებიც არ ითხოვს დამატებითი პროგრამული უზრუნველყოფის დაყენებას კლიენტის მხრიდან.

ინტერნეტ ბანკი – ინტერნეტით ყველა იმ სტანდარტული ოპერაციის შესრულების შესაძლებლობა, რომლებიც კლიენტის მიერ შეიძლება განხორციელდეს ბანკის ოფისში (ნაღდ ფულთან დაკავშირებული ოპერაციების გარდა) [7].

როგორც წესი, ინტერნეტ ბანკის ქვეშ იგულისხმება ფიზიკური პირების ანგარიშების მომსახურება ინტერნეტის საშუალებით.

FinCEN-ის მოხსენების «A Survey of Electronic Cash, Electronic Banking and Internet Gaming» თანახმად, ინტერნეტ ბანკი ინფორმაციის მიწოდების დამხმარე არხია, რომლის მეშვეობითაც კლიენტებს შეუძლიათ, განახორციელონ ელექტრონული ტრანზაქციები ბანკის ოფისში ფიზიკურად შესვლის გარეშე [8].

დისტანციური საბანკო მომსახურება არის საკრედიტო ორგანიზაციების კლიენტების საბანკო ოპერაციებისა და გარიგებების შესრულება სატელეკომუნიკაციო სისტემების გამოყენებით.

ინფორმაციული ტექნოლოგიები არის ტექნოლოგიები, რომლებიც იყენებს გამომთვლელი ტექნიკისა და ტელეკომუნიკაციის საშუალებებს სხვადასხვა სახის ინფორმაციის (სიმბოლური, გრაფიკული და ა.შ.) შექმნის, შეგროვების, შენახვის, დამუშავებისა და გადაცემისათვის.

ინტერნეტტექნოლოგიები არის ინფორმაციული ტექნოლოგიები, რომლებსაც საკრედიტო ორგანიზაციები იყენებენ ინტერნეტით კლიენტების დისტანციური საბანკო მომსახურებისა და ამ ორგანიზაციების საქმიანობასთან დაკავშირებული ინფორმაციის მიღებისა და გავრცელებისათვის.

Web-საიტი არის ინტერნეტში წარმოდგენილი იერარქიულად ორგანიზებული, უშუალოდ ადრესირებადი ვიზუალურად აღქმადი საინფორმაციო გვერდებისა და WEB-სერვერის პროგრამულ-ინფორმაციულ საშუალებებზე წვდომის მართვის ელემენტების ერთობლიობა. ფუნქციონალური დანიშნულებით WEB-საიტები იყოფა:

- საინფორმაციო – გამოიყენება საკრედიტო ორგანიზაციისა და მისი საქმიანობის შესახებ მონაცემების მუდმივად გავრცელებისათვის. მოცემული სახის WEB-საიტები შეიძლება გამოყენებული იყოს, როგორც მომხმარებელთან ინტერაქტიული ურთიერთქმედების საშუალება, მათგან ამა თუ იმ ინფორმაციის მიღების ან მათთვის ინფორმაციის გადაცემის მიზნით, დისტანციური საბანკო მომსახურების ფარგლებში ოპერაციების ჩატარების გარეშე;
- საოპერაციო – გამოიყენება სო-ს კლიენტების მიერ, დისტანციური საბანკო მომსახურების (დსმ) ფარგლებში, საბანკო ოპერაციებისა და გარიგებების ჩატარებისათვის.

ინტერნეტ ბანკი – ეს არის ინტერნეტტექნოლოგიის გამოყენებით განხორციელებული დისტანციური საბანკო მომსახურება საკრედიტო

ორგანიზაციის საოპერაციო WEB-საიტის მეშვეობით. თუმცა ეს ცნება სრულად არ ასახავს ინტერნეტ ბანკის ეკონომიკურ და ტექნოლოგიურ ასპექტებს. ინტერნეტ ბანკის ცნების ფორმულირებისათვის აუცილებელია: ა) დისტანციური წვდომის მომსახურების ევოლუციის ანალიზი; ბ) საბანკო ანგარიშების მართვაზე დისტანციური წვდომის მომსახურების კლასიფიკაცია.

წინა საუკუნის 80-იან წლებში საფუძველი ჩაეყარა კლიენტების საბანკო მომსახურების პრინციპულად ახალ მიმართულებას – *home banking* (სახლის ბანკი). ზოგადად, *home banking* – ეს არის საბანკო მომსახურების მიწოდება არა ოფისში კლიენტისა და ბანკის თანამშრომლის უშუალო კონტაქტით, არამედ სახლში ან კომპანიის ოფისში – ყველგან, სადაც ეს კლიენტისათვის იქნება კომფორტული. დღეს, კავშირის გამოყენებული მეთოდების მიხედვით, გამოყოფენ დისტანციური საბანკო მომსახურებისხუთ ძირითად ნაირსახეობას: სატელეფონო ბანკი (*telephone banking*); კომპიუტერული ბანკინგი (*PCbanking*); ვიდეობანკინგი (*video banking*); ინტერნეტბანკინგი (*internet banking*); მობილური ბანკინგი (*mobile banking*). როგორც ეს სახელწოდებიდან ჩანს, სახლის ბანკის თითოეული ნაირსახეობა იყენებს კავშირის კონკრეტულ არხს. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სატელეკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარება ხელს უწყობს დისტანციური საბანკო მომსახურების სრულყოფას.

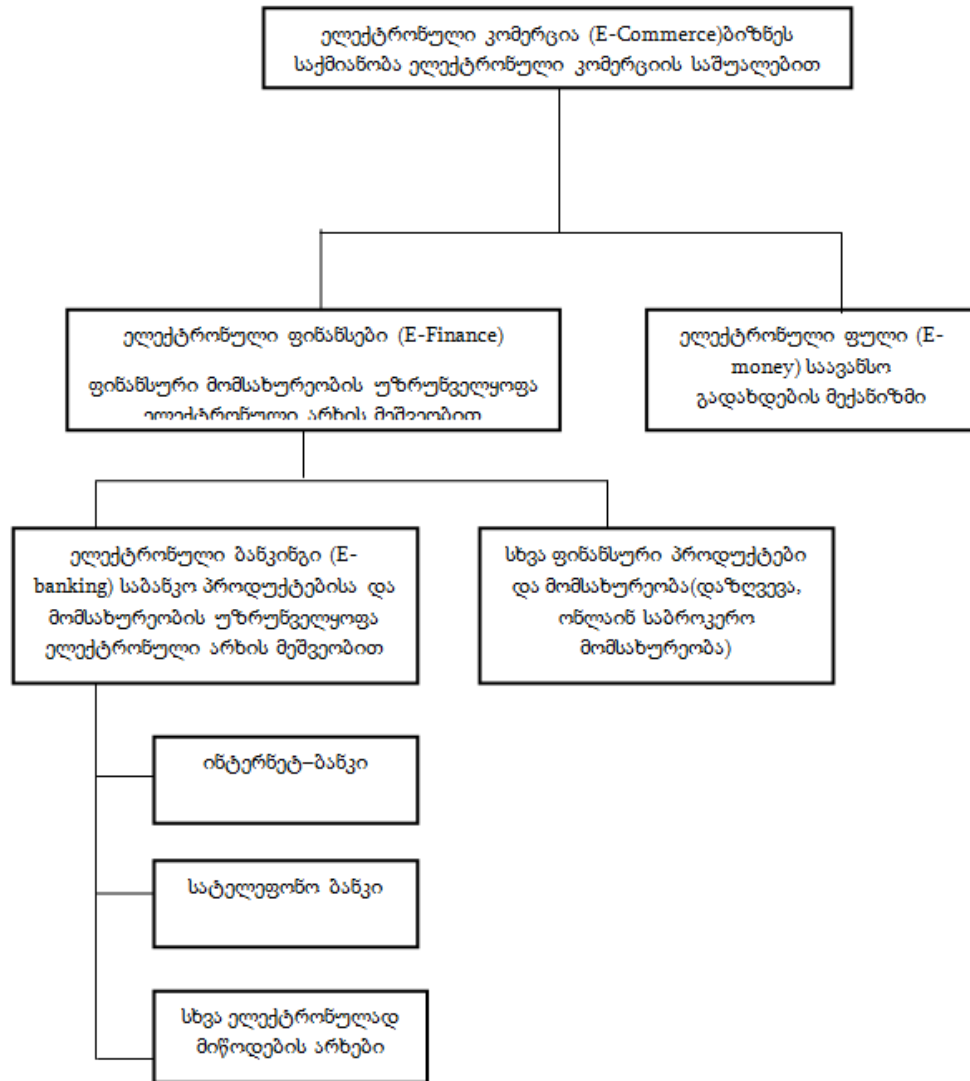
ინტერნეტ ბანკის ადგილი ელექტრონული კომერციის სტრუქტურაში წარმოდგენილია ნახაზ 1-ზე.

ზემოხსენებულიდან გამომდინარე, ინტერნეტ ბანკი – ეს არის ელექტრონული კომერციის სახე, რომელსაც საკრედიტო ორგანიზაციები იყენებენ ფიზიკური ან/და იურიდიული პირებისათვის სტანდარტული და სპეციალური საბანკო მომსახურების დროის ნებისმიერ მომენტში დისტანციური მიწოდებისათვის გლობალური კომპიუტერული

ქსელის, ინტერნეტის, მეშვეობით, დამატებითი პროგრამული უზრუნველყოფის გარეშე.

ნახაზი 1.

ინტერნეტ ბანკის ადგილი ელექტრონული კომერციის სტრუქტურაში



როგორც ნახაზი 1 - დან ჩანს, ინტერნეტ ბანკი წარმოადგენს ელექტრონული კომერციის სისტემის მნიშვნელოვან რგოლს.

ინტერნეტის ინფორმაციულ გარემოდ გამოყენება ბანკებს აძლევს საშუალებას, კლიენტებს შესთავაზონ პროდუქტებისა და მომსახურების უფრო ფართო სპექტრი. საბანკო მომსახურების სპექტრის გაფართოებამ შეიძლება მიგვიყვანოს საბანკო მომსახურების ხარჯების შემცირებამდე. თუ

ზემოთ ხსენებული მასშტაბის ეკონომია დაკავშირებულია საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების მოცულობის გაფართოებასთან (economy of scale), მაშინ აქ საუბარი გვაქვს ე.წ. „მრავალფეროვნების ეკონომიაზე“ (economy of scope). საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების ასორტიმენტის გაფართოება („მრავალფეროვნება“) დაკავშირებულია დანახარჯების შემცირებასთან საბანკო მომსახურების ერთობლივი „წარმოებისას“.

ინტერნეტი იძლევა საშუალებას, არა მხოლოდ ერთდროულად მივაწოდოთ სხვადასხვა ტრადიციული საბანკო მომსახურების უფრო მეტი რაოდენობა, არამედ იგი აფართოებს მომსახურებათა სპექტრს ახალი სახეობებით. საბანკო მომსახურების ახალი სახეობები, ძირითადად, დაკავშირებული არის ახალი ბაზრის, ელექტრონული კომერციის ბაზრის, ათვისებასთან. კერძოდ, ინტერნეტის გამოყენებამ უკვე მიგვიყვანა ფინანსური ტრანზაქციების მომსახურების ახალი ინსტრუმენტების აღმოჩენამდე – „ელექტრონულ ფულამდე“ (e-money).

ზემოთ ხსენებულიდან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ ინტერნეტის, როგორც საბანკო მომსახურების დისტრიბუციის ახალი არხის გამოყენებას მივყავართ ბანკების საოპერაციო დანახარჯების შემცირებამდე მომსახურების მოცულობისა და საბანკო მომსახურების სპექტრის გაფართოების ხარჯზე. მეორე მხრივ, ინტერნეტი წარმოადგენს ღია ინფორმაციულ გარემოს და მას პოტენციურად შეუძლია გაანადგუროს ელექტრონული საბანკო მომსახურების ბაზარზე შესვლის ბარიერები (ძირითადად ეს ეხება საცალო მომსახურებას). ინტერნეტის გამოყენება არის კონკურენციის გამწვავების მიზეზი საბანკო საქმეში. კონკურენციის გამწვავება დაკავშირებულია ფინანსური და საბანკო მომსახურების ბაზრებზე ახალი მოთამაშეების გამოჩენასთან.

1.1.3. ინტერნეტისგამოყენებასაბანკოსაქმეში

ფიზიკურ დონეზე, ინტერნეტი წარმოადგენს კავშირისა და საბანკომომსახურების მიწოდების (დისტრიბუციის) ახალ არხს. ბანკები კავშირის არხებს იყენებენ ინფორმაციული გაცვლისათვის სხვა ბანკებსა და საკუთარ ფილიალებთან, აგრეთვე, ანგარიშსწორების განხორციელებისათვის. დისტრიბუციის არხები უზრუნველყოფს ფიზიკურ კონტაქტს კლიენტთან და გამოიყენება კლიენტების ინფორმირების, კონსულტაციისა და მათთვის პროდუქტებისა და მომსახურების მიწოდების მიზნით. მიწოდების არხების საშუალებით ხორციელდება ინფორმაციის მიწოდება, ფინანსური ტრანზაქციების შესრულება, კლიენტებთან უკუკავშირის დამყარება (კლიენტებთან ურთიერთობის მხარდაჭერა).

დღეს მედიაარხები ინფორმაციის წარდგენისა და საბანკო ტრანზაქციების განხორციელების მნიშვნელოვანი მეთოდია. აღსანიშნავია, რომ ინტერნეტი მიეკუთვნება დისტრიბუციის ელექტრონული არხების კატეგორიას და წარმოადგენს საბანკო მომსახურების მიწოდების ერთ-ერთ ტექნიკურ არხს.

სხვადასხვა ქვეყნებში სხვადასხვა არხების გამოყენების ინტენსივობა განსხვავდება. მაგალითად, დღეს აშშ-ში საბანკო მომსახურების მიწოდების ძირითად არხს წარმოადგენს ტელეკომუნიკაციები – ტელეფონი და ფაქსი, თუმცა კლიენტებთან ურთიერთქმედებაში სულ უფრო დიდ როლს თამაშობს ინტერნეტი (ცხრილი 3 მოცემულია ინფორმაციული გაცვლის შედარებითი ინტენსივობა, რომელიც კლიენტებთან კონტაქტების რაოდენობით იზომება).

ბანკები, ფაქტობრივად, არ ახორციელებენ კლიენტებთან ფინანსურ ტრანზაქციებს ინტერნეტის საშუალებით. ეს აიხსნება ძველი, „შემოწმებული“ და საკმაოდ საიმედო არხების არსებობითა და კლიენტების იმ მცირე წილით, რომლებიც იყენებენ ინტერნეტს საბანკო მომსახურების მისაღებად.

ცხრილი 3.

მიმწოდებლითარხები აშშ-ის ბანკებში

არხი	2000	2011	2013
ინტერნეტი	15%	42%	60%
სხვა ელექტრონული არხები	10%	9%	7%
ტელეფონი/ფაქსი	51%	31%	18%
ფოსტა	2%	1%	1%
ტრადიციული არხები	22%	17%	14%

წყარო: Forrester Research.

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, დისტრიბუციის არხები გამოიყენება ინფორმაციის მიწოდებისა და ტრანზაქციების განხორციელებისათვის. აღსანიშნავია, რომ დღეს ინტერნეტი ძირითადად გამოიყენება, როგორც სატრანსპორტო საშუალება კლიენტებთან ინფორმაციის გაცვლისათვის. სატრანზაქციო კომპონენტების წილი ძალიან მცირეა (ცხრილი 4).

ცხრილი 4.

გავრცელებულისაბანკოფინანსური ტრანზაქციების არხები

არხი	2006	2013
ფილიალები და ოფისები	33%	19%
ბანკომატები (ATM)	27%	30%
ტარგოვით ტერმინალები (POS)	36%	42%
ცალკეული ქსელები, პერსონ. კომპ. საფუძველზე (PC)	2%	5%
სატელეფონო მომსახურების ცენტრი	2%	4%

წყარო: Ernst & Yang

Online Banking Report-ის მონაცემებით, 2002 წელს საბანკო ინტერნეტმომსახურების მომხმარებელთა რიცხვმა აშშ-ში შეადგინა სულ 14 მლნ ადამიანი ხოლო კლიენტების რაოდენობა მუდმივია (ცხრილი 5).

ცხრილი 5.

საბანკო მომსახურება ინტერნეტში

მაჩვენებლები	1997	2013
რაოდენობა ბანკების, რომლებიც სთავაზობენ მომსახურებას ინტერნეტის საშუალებით (მსოფლიო მასშტაბით)	1	10500
ინტერნეტში ჩართული ბანკების რაოდენობა (მსოფლიოში)	50	22500
ბანკების რაოდენობა, რომლებიც იყენებენ ინტერნეტ-	5000	14000000

წყარო: Online Banking Report

ვინაიდან დღეს ინტერნეტი წარმოადგენს მიწოდების ყველაზე იაფ არხს, ექსპერტების უმეტესობის აზრით მისი გამოყენება თანდათან გაფართოვდება და გარიგებების სულ უფრო დიდი წილი განხორციელდება ინტერნეტით და არა მიწოდების სხვა არხებით.

მართლაც, მსოფლიოში შეინიშნება ინტერნეტის მეშვეობით მომსახურების მომწოდებელი ბანკების რიცხვისა და ინტერნეტ ბანკის მომხმარებელი კლიენტების წილის ზრდის ტენდენცია. ასე, მაგალითად, ევროპაში ბანკების ინტერნეტმომსახურების მომხმარებელთა წილი საშუალოდ 24%-ს აღემატება, ამასთანავე, საბანკო ოპერაციათა 11% ინტერნეტით ხორციელდება (აშშ-ში – 12%) [9].

ამასთანავე, ნებისმიერი არხით ოპერაციათა განხორციელებას თან ახლავს ქაღალდის დოკუმენტბრუნვა, რაც წარმოადგენს კონტრაგენტებისა და ანგარიშსწორების მონაწილეთა ზედნადები ხარჯების წყაროს. ინტერნეტის ინტერაქტიული შესაძლებლობები იძლევა საშუალებას, შევცვალოთ ქაღალდის დოკუმენტბრუნვა ელექტრონულით. ელექტრონული საგადახდო დოკუმენტების გამოყენებისა და მათი ინტერნეტით გადაცემისას, მცირდება დანახარჯები ანგარიშსწორების ყველა მონაწილის დოკუმენტბრუნვის მომსახურებაზე.

1.2. ინტერნეტბანკის ნორმატიული რეგულირების სისტემის შექმნის ეკონომიკური წინაპირობები

ინტერნეტის სწრაფმა განვითარებამ გამოიწვია აქტიური საქმიანობა ფინანსური მომსახურების სფეროში ამ დარგს ინტერნეტი ემსახურება, როგორც ფინანსური ინფორმაციის გადაცემის ახალი სატრანსპორტო საშუალება. მიუხედავად იმისა, რომ კომპიუტერული ქსელებით ხორციელდება მხოლოდ ფინანსური ინფორმაციის ტრანსპორტირება, ბევრი ანალიტიკოსი წინასწარმეტყველებს რადიკალურ ცვლილებებს ფინანსური მომსახურების ბაზარზე. ასეთი ცვლილების მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ გეოგრაფიული ბაზრების გარდაქმნა ვირტუალურ ფინანსურ სისტემებად.

აშკარაა, რომ ფინანსური მომსახურებადასაზოგადოებრივი კომპიუტერული ქსელები, გვთავაზობს ინფორმაციით ვაჭრობის სწრაფ და იაფფასიან ხერხს. საზოგადოებისათვის ხელმისაწვდომ კომპიუტერულ ქსელებს შეუძლია ფინანსური მომსახურების სფეროში ეფექტიანობისა და კონკურენციის რადიკალურად გაზრდა. ეფექტიანობისა და კონკურენციის ზრდა გამოწვეულია ინტერნეტის სამი თავისებურებით:

- კომპიუტერული ქსელებით ფინანსური ინფორმაციის გაყიდვის მარგინალური ხარჯები მცირეა – უფრო ტრადიციული საინფორმაციო არხების შემთხვევისაგან განსხვავებით, ისინი, როგორც წესი, შეგვიძლია უგულებელვყოთ;
- ინტერნეტი ანადგურებს საზღვრებს და ქმნის ფინანსური მომსახურების ტრანსნაციონალური მიწოდების პირობებს;
- ინტერნეტტექნოლოგიების დანერგვის ხარჯები შედარებით მცირეა, რაც ზრდის კონკურენციას ფინანსური მომსახურების ბაზრებზე.

აღნიშნული თავისებურებების განხილვისას, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ინტერნეტი აუცილებლად მოახდენს გავლენას საბანკო კონკურენციასა და საბანკო რეგულირებაზე. მაშინ როდესაც მცირე ხარჯები ინტერნეტით ფინანსური მომსახურების გაწევაზე გაზრდის კონკურენციას მთელ მსოფლიოში, საზღვრების დამანგრეველი ინტერნეტის ბუნება გადაიქცევა

რეგულირებისა და ზედამხედველობის ობიექტად უფლებამოსილი ორგანოების მხრიდან.

ინტერნეტის ქსელის განვითარებამ განაპირობა ქსელში ფინანსური შუამავლების გამოჩენა. Security First Network Bank, რომელიც გაიხსნა 1995 წლის 18 ოქტომბერს ატლანტაში, იყო პირველი ბანკი, რომელიც იყენებდა ქსელს ტრადიციული ფინანსური მომსახურების დისტრიბუციის მთავარ არხად. მიუხედავად იმისა, რომ მასობრივი ინტერნეტტექნოლოგიების შექმნის მომენტიდან არც თუ ისე დიდი დრო გავიდა, ამ ტექნოლოგიებმა დიდი გავლენა იქონია ფინანსური მომსახურების ბაზარზე. 1996 წლის დეკემბერში 1500-ზე მეტი საბანკო ინსტიტუტი წარადგენდა ფინანსურ ინფორმაციას ინტერნეტის მეშვეობით. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მოთხოვნა ფინანსურ ონლაინმომსახურებაზე სტაბილურად მზარდია. მაგალითად, ბანკმა Wells Fargo (სან-ფრანცისკო, აშშ) გაზარდა თავის ონლაინკლიენტთა რიცხვი 20 ათასიდან 270 ათასამდე სულ რაღაც 18 თვეში.

ვინაიდან ინტერნეტბანკი სულ ცოტა ხნის წარმოიშვა, არ არსებობს ინტერნეტით მიწოდებული ფინანსური მომსახურებისა და მისი ეკონომიკური ეფექტიანობის შეფასების სისტემატური კვლევები.

არსებული ლიტერატურა, ძირითადად, მოიცავს კერძო ფირმების მიერ შემუშავებული ამა თუ იმ სისტემების შესაძლებლობების აღწერას. გარდა ამისა, დღეს არ არსებობს კვლევა, რომელიც აშუქებს პრუდენციულ ზედამხედველობას ინტერნეტბანკის სფეროში.

ბანკების საქმიანობის რეგულირების ანალიზი, რომლებიც მომსახურებას ქსელის მეშვეობით მიაწოდებენ, უნდა დავიწყოთ იმ თავისებურებების განსაზღვრით, რომლებითაც ქსელური ბანკები ტრადიციული ბანკებისაგან განსხვავდებიან. ჩვენი მთავარი დაშვება ისაა, რომ ქსელურ ბანკსა და კლიენტს შორის ურთიერთკავშირში როგორც ქსელური ბანკის, ასევე კლიენტის ადგილმდებარეობა არავითარ როლს არ თამაშობს. ამ თავისებურებას ვუწოდოთ „დამოუკიდებლობა ფიზიკური

ადგილმდებარეობისაგან“. საქმიანობის სხვა ასპექტებში ქსელური ბანკები ტრადიციული საცალო ბანკის მსგავსად მუშაობენ. კერძოდ, ისინი სთავაზობენ მომხმარებელს მსგავს მომსახურებას: ატარებენ ოპერაციებს ანგარიშებზე, ახორციელებენ პორტფელურ მართვას, რისკების დაზღვევასა და ა.შ.

ლ. ჰ. უაიტმა თავის მოხსენებაში „The Technology Revolution and Monetary Evolution“ ხაზი გაუსვა შემდეგ ფაქტს: „ყველაზე მეტად მაოცებს ის, რომ პოტენციური განვითარება გადახდის ახალი ტექნოლოგიებიდან მოდის, ვინაიდან ისინი ამცირებს ფულის გადარიცხვის ხარჯებს ტრანზაქციაზე 20 დოლარიდან 2 ცენტამდე (და უფრო მეტადაც კი) და მცირე მესაკუთრეებს ოფშორულ ბანკებზე წვდომის საშუალებას აძლევს. ხელფასების პირდაპირი დეპონირებითა და ნებისმიერი ბანკომატიდან ნაღდი ფულის მიღების შესაძლებლობით, უმეტესობა ჩვენგანისა არ საჭიროებს საკუთარ ბანკში მისვლას. ხომ არ გავხსნათ ანგარიშები კარგი რეპუტაციის მქონე ბანკებში (მაგალითად, შვეიცარიის ერთ-ერთი უმსხვილესი ბანკის ფილიალში) ბაჰამის ან კაიმანის კუნძულებზე?“[10].

მეორე მხრივ, ქსელურ ბანკებს შეუძლიათ, შეცვალონ თავიანთი ფიზიკური ადგილმდებარეობა კლიენტებთან ურთიერთობის ცვლილების გარეშე. მაგალითად, მათ შეუძლიათ მყისიერად თავიანთი ბიზნესის გადატანა ქვეყნის ერთი ნაწილიდან მეორეში. ამრიგად, ტრადიციულ ბანკებთან შედარებით, ქსელურ ბანკებს ეკონომიკური პრობებისა და საკანონმდებლო მოთხოვნების ცვლილებებზე უფრო სწრაფი რეაგირება შეუძლიათ. მაგალითად, მათ შეუძლიათ, მარტივად გადაიტანონ თავიანთი წარმომადგენლობები ისეთ ქვეყნებში, სადაც დაბალი დაბეგვრის დონე და სუსტი მარეგულირებელი რეჟიმია.

1.2.1 საბანკოსაქმიანობის რეგულირება

საბანკო საქმიანობის პრუდენციული რეგულირების მნიშვნელობის გაგების ნებისმიერი მცდელობა მოითხოვს ფინანსური შუამავლობის ბუნების, პოტენციური საბაზრო რისკებისა და საზოგადოებრივი ჩარევის გზით მათი მინიმიზაციის გზების გამოკვლევას. ფინანსური შუამავლობის თეორია გამოყოფს ფინანსური შუამავლების ოთხ ფუნქციას:

1. გარიგებების მხარდაჭერა;
2. პორტფელის მართვა;
3. რისკების გარდაქმნა;
4. მონიტორინგი.

პირველი ფუნქციის შესრულების დროს, ფინანსური შუამავლები, ტრანზაქციის განხორციელებასთან ერთად, ახდენენ დამატებითი მომსახურების მიწოდებას საგადახდო სისტემის ორგანიზების გზით. ისინი სთავაზობენ კლიენტს ჩეკის კლირინგსა და გადახდის ისეთ საშუალებებს, როგორებიცაა საკრედიტო და სადებეტო ბარათები, საგზაო ჩეკები და სხვ. მეორე ფუნქცია მიეკუთვნება დივერსიფიცირებული პორტფელების მართვას, რომლებიც შედგება კომპანიებისა და მთავრობების მიერ გამოშვებული ფინანსური ვალდებულებებისაგან. მესამე ფუნქცია გულისხმობს სარისკო აქტივების გარდაქმნას საოჯახო მეურნეობების მხრიდან მოთხოვნად, ფიქსირებული პროცენტების მქონე დეპოზიტებად და, ამასთანავე, არალიკვიდური აქტივების გარდაქმნას ლიკვიდურ ვალდებულებებად საოჯახო მეურნეობების ლიკვიდობის დაზღვევის უზრუნველყოფის მიზნით. მეოთხე ფუნქცია გულისხმობს ფინანსური შუამავლების საქმიანობის კონტროლს, რომელიც ამცირებს ინფორმაციის ასიმეტრიულობის პრობლემებს ფირმებსა და ფინანსურ ინსტიტუტებს შორის ურთიერთობაში. საბანკო რეგულირების თეორია მჭიდროდაა დაკავშირებული ზემოთ ჩამოთვლილ ფუნქციებთან. აუცილებელია პასუხი გავცეთ ორ შეკითხვას:

1. რომელ ფუნქციებში არის გამართლებული საზოგადოებრივი ჩარევა?

2. თუ ჩარევა გამართლებულია, რეგულირების რა მეთოდები გამოვიყენოთ?

მიიჩნევენ, რომ ნებისმიერი საბანკო რეგულირების აუცილებელი პირობა არის საბაზრო კრიზისის თავიდან აცილება. იმ შემთხვევაში, თუ ბანკები განახორციელებდნენ მხოლოდ საოპერაციო საქმიანობასა და პორტფელის მართვას, მაშინ რეგულირების აუცილებლობა მინიმალური იქნებოდა. ე. ფამა თავის სტატიაში „Banking in the Theory of Finance“ თვლის, რომ ამ ორი ფუნქციის არასათანადო შესრულებას გაკოტრებამდე არ მივყავართ. გაკოტრების შესაძლებლობა დაკავშირებულია მესამე და მეოთხე ფუნქციებთან. განსაკუთრებით კი მოკლევადიანი დეპოზიტების ხარჯზე არალიკვიდური აქტივების დაფინანსებასთან. ფინანსური სისტემის სტაბილურობის გარანტიის უზრუნველსაყოფად, გაკოტრების შესაძლებლობა მოითხოვს საზოგადოებრივ ჩარევასა და უსაფრთხო ქსელის ორგანიზებას[11].

დ. დაიმონდმა და პ. დიბვიგმა წარმოადგინეს ბანკის გაკოტრების ერთ-ერთი პირველი მოდელი. მათი მოდელი გულისხმობს წონასწორობას, რომელშიც ყველა მეანაბრე ცდილობს, დახუროს თავისი ანგარიში, რითაც ბანკს აიძულებს, გაყიდოს არალიკვიდური აქტივები, რასაც შედეგად ბანკის გაკოტრებასა და ლიკვიდაციამდე მივყავართ[12].

აუცილებელია, ხაზი გავუსვათ საბაზრო გაკოტრების „ინფექციურ“ ბუნებას. ერთი ბანკის გაკოტრებამ შეიძლება გამოიწვიოს მეორეს გაკოტრებაც. ეს ხდება მაშინ, როდესაც გაკოტრებული ბანკის კლიენტები მიიჩნევენ, რომ სხვადასხვა ბანკების აქტივების ფასეულობა მჭიდრო კორელაციურ დამოკიდებულებაშია ერთმანეთთან. ქვეყნების უმრავლესობაში არსებობს ანაბრების დაზღვევის სისტემა, ანუ ე.წ. „უკანასკნელი ინსტანციის კრედიტორი“, რომელიც, ბანკის გაკოტრების შემთხვევაში, ახდენს მეანაბრეების დანაკარგების პრევენციას. ანაბრების დაზღვევა დეპოზიტებს ურისკოს ხდის, რითაც აღმოიფხვრება ფულადი სახსრების ვადაზე ადრე მოთხოვნის მიზეზი.

გაკოტრების დამატებით მიზნებს წარმოადგენს ინფორმაციის ასიმეტრიულობა ბანკებსა და კლიენტებს შორის. მეანაბრებთან შედარებით, ბანკი უკეთესად არის ინფორმირებული საკუთარი სესხების ხარისხსა და აქტივების დაცულობაზე. მეანაბრებმა, შესაძლოა, გააუმჯობესონ თავიანთი ინფორმირებულობა ბანკების მონიტორინგისა და მათი გადახდისუნარიანობის კონტროლით, თუმცა ეს მოითხოვს გარკვეულ დანახარჯებსა და სპეციფიკურ უნარებს, რომლებიც ყველას არ გააჩნია. გარდა ამისა, გადახდისუნარიანობის შესახებ ინფორმაციას აქვს საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ხასიათი.

მ. დიუატრიპონტისა და ჯ. ტიროლის აზრით, როდესაც ბანკი სირთულეების წინაშე დგას, მაშინ ბანკების მენეჯერებსა და აქციონერებს აქვთ სტიმული, „აღდგენის მიზნით ითამაშონ ფულზე“. შედეგად ბანკის მევალები ცდილობენ, აკონტროლონ მოცემული სიტუაცია, ვინაიდან მათი ინტერესი მდგომარეობს სახსრების არდაბრუნების რისკების შეზღუდვაში. მცირე განკერძოებული მეანაბრების დიდ რაოდენობას არ შეუძლია ამ ამოცანასთან გამკლავება. პრობლემის გადაწყვეტა საზოგადოებრივ ჩარევაში მდგომარეობს. საზოგადოებრივმა ორგანომ უნდა მოახდინოს მდგრადობის ნორმატივების რეგულირება კაპიტალის მოთხოვნების შესაბამისად, რითაც ანაბრების მოცულობის ზრდას შეზღუდავს[13]:

აქედან გამომდინარე, ფინანსური შუამავლობის თანამედროვე თეორია გვთავაზობს საზოგადოებრივი რეგულირების ორ მიზნებს:

1. საბანკო გაკოტრების შესაძლებლობა;
2. ბანკებსა და დიდი რაოდენობის მცირე მეანაბრებს შორის საინფორმაციო ნაკადების ასიმეტრიულობა.

აღსანიშნავია, რომ ნებისმიერი საბანკო რეგულირება ასტიმულირებს არასასურველ გვერდით ეფექტებს. მაგალითად, ანაბრების დაზღვევა, რომელიც ამცირებს გაკოტრების რისკს, ამასთანავე ამცირებს ბანკების მოტივაციას, განათავსონ თავიანთი სახსრები დაბალრისკიან დაბანდებებში. ითვლება, რომ აშშ-ში დეპოზიტების დაზღვევის სისტემა

გახდა გადასახადების გადამხდელთა ფულის მრავალმილიარდიანი დანაკარგების მიზეზი. ანაბრების დაზღვევა ამცირებს ფინანსური ინსტიტუტების უზადო რეპუტაციის შექმნის სტიმულებს. შედეგად ფინანსური დაწესებულებები უპირატესობას ანიჭებენ უფრო რისკიან დაბანდებებს და ნაკლებ ყურადღებას აქცევენ ეკონომიკური სიტუაციის მონიტორინგს, ვიდრე ამას გააკეთებდნენ ანაბრების დაზღვევის სისტემის არ არსებობის პირობებში. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ ნებისმიერი რეგულირების ეკონომიკურმა ეფექტმა გადააჭარბოს პოტენციურ არასასურველ გვერდით ეფექტებს.

1.2.2 ქსელური ბანკების საქმიანობის რეგულირება

ტრადიციული და ქსელური ბანკების რეგულირებას შორის არსებული განსხვავებების გასაგებად, უნდა გავარკვიოთ შემდეგისაკითხები:

1. შეიძლება თუ არა ფინანსური მომსახურების ინტერნეტით მიწოდებამ გაზარდოს საბანკო რეგულირებისა და ზედამხედველობის აუცილებლობა?

საზოგადოებრივი ჩარევის ზრდა აუცილებელი შეიძლება იყოს იმ შემთხვევაში, თუ ქსელური ბანკები, ტრადიციულ ბანკებთან შედარებით, უფრო მეტად არიან მიდრეკილნი გაკოტრებისა და სისტემური რისკებისკენ.

ქსელური ბანკები უფრო მეტად არიან მიდრეკილნი გაკოტრებისაკენ შემდეგი მიზეზების გამო:

- ინფორმაცია და ჭორები ინტერნეტით უფრო სწრაფად ვრცელდება, ვიდრე ტრადიციულ გარემოში. ინფორმაციის სწრაფი გავრცელება ხშირად წარმოადგენს ე.წ. ფუნდამენტური ან ინფორმაციაზე დაფუძნებული გაკოტრების მიზეზს. „ფუნდამენტური გაკოტრების“ შემთხვევაში, მენაბრები აცნობიერებენ, რომ საბანკო აქტივების

ფასეულობა დაბალია და სახსრების ამოღება ძირითად სტრატეგიას წარმოადგენს. ინფორმაციისა და ჭორების სწრაფი გავრცელება ასევე ზრდის ანაზრების პანიკური ამოღების შესაძლებლობას, რაც არ არის გამოწვეული მაკროეკონომიკური ფაქტორებით;

- ინტერნეტი აძლევს მეანაზრეებს თავიანთ ანგარიშებზე სწრაფი წვდომის შესაძლებლობას. დილაკზე დაჭერით მომხმარებელს შეუძლია ფულის გადარიცხვა ერთი ანგარიშიდან მეორეზე და ერთი ბანკიდან მეორეში. შესაბამისად, კრიზისული სიტუაციის შემთხვევაში, ქსელურ ბანკს ნაკლები დრო რჩება ადეკვატური რეაქციისათვის (მაგალითად, გაკოტრების არიდების მიზნით აქტივების გაყიდვისათვის);
- კლიენტების სწრაფი წვდომა და ინფორმაციისა და ჭორების სწრაფი გავრცელება ინტერნეტბანკებს უფრო მგძნობიარეს ხდის ანაზრების „ინფექციური“ ამოღების მიმართ. ერთ ქსელურ ბანკში არსებული პრობლემების შესახებ ინფორმაციამ, შესაძლოა, სხვა ბანკების გაკოტრება გამოიწვიოს;
- უსაფრთხოების პრობლემა არის იმ ბანკების ფრთხილი მიდგომის მთავარი მიზეზი, რომლებიც აპირებენ ინტერნეტში წარმომადგენლობების გახსნას. ინტერნეტ ბანკის ბაზრის პრობლემების მეორე მიზეზს წარმოადგენს ბანკსა და დიდი რაოდენობის დამოუკიდებელ მეანაზრეებს შორის ინფორმაციის ასიმეტრიულობა, ანუ დიდი სისტემური რისკები;
- კრიზისულ სიტუაციაში ფულის მოზიდვის შესაძლებლობის უზრუნველსაყოფად, ბანკის მენეჯერები და აქციონერები ცდილობენ გარე ზემოქმედების თავიდან აცილებას. სამუშაოს ხარისხის კრიტერიუმებით მანიპულირება და „მიღწევებით ვაჭრობა“ ამის მიღწევის ერთ-ერთ გზას წარმოადგენს. მაგალითად, სირთულეების მქონე ბანკს შეუძლია არასათანადოდ შეფასებული აქტივების გაყიდვა იმ შემთხვევაშიც კი, თუ მათი დატოვება უფრო

მომგებიანია. ინტერნეტბანკებს გააჩნიათ დამატებითი შესაძლებლობები გარე ზემოქმედების გამორიცხვისათვის: მათ შეუძლიათ საკუთარი ბიზნესის გადაადგილება ან დამუქრება მისი იქ გადაადგილებით, სადაც ხელისუფლება ნაკლებად ჩაერევა მათ საქმიანობაში (მაგალითად, ოფშორებში). რეალობაში მუქარას ადგილმდებარეობის შეცვლის შესახებ შეუძლია ხელისუფლების პოზიციის შერბილება;

- ინტერნეტბანკსა და მის კლიენტებს შორის ანონიმურობის მიღებულ მაღალ დონეს შეუძლია მეანაბრეების პრობლემების გაზრდა ბანკის მდგომარეობის კონტროლის კუთხით.

ამრიგად, ვინაიდან ინტერნეტგარემოში ინფორმაცია მომენტალურად ვრცელდება, ქსელური ბანკები, ტრადიციულ ბანკებთან შედარებით, სისტემური კრიზისებისა და გაკოტრების მიმართ უფრო მეტად არიან მიდრეკილნი; არასტაბილურობის მთავარ მიზეზს უსაფრთხოების პრობლემა წარმოადგენს, ქსელური ბანკები ფლობენ ზემოქმედების დამატებით ბერკეტებს, რომლებიც ეხმარება მათ მარეგულირებელი ორგანოების მხრიდან ზედმეტი გარე ზეგავლენის თავიდან აცილებაში. შესაბამისად, ქსელური ბანკების საქმიანობა სულ მცირე იმავე ხარისხით მოითხოვს რეგულირებასა და ზედამხედველობას, როგორც ტრადიციული ბანკების საქმიანობა.

2. როგორ შეუძლია უცხოელი კლიენტებისათვის ინტერნეტ ბანკის მომსახურების მიწოდებას გავლენის მოხდენა რეგულირებასა და ზედამხედველობაზე?

საცალო საბანკო ბიზნესისათვის არსებული პროტექციონისტული მეთოდები: ანაბრების დაზღვევა და უკანასკნელი ინსტანციის კრედიტორის გარანტიები – შემუშავებულია ადგილობრივი ბანკების ან უცხოური ბანკების ფილიალებისა და ადგილობრივი მეანაბრეებისათვის. აქედან გამომდინარე, საკანონმდებლო შეზღუდვების არარსებობის პირობებში, ქსელურ ბანკებს შეუძლიათ დიდი რაოდენობით უცხოელი კლიენტების

მოზიდვა, რასაც საკუთარი საქმიანობის რეგულირების შემდეგ პრობლემებამდე მივყავართ:

- გარე ეკონომიკური ფინანსური მომსახურების უმეტესობისათვის გაურკვეველია, თუ რომელი სახელმწიფოს კანონმდებლობა უნდა იყოს გამოყენებული. აღსანიშნავია ისიც, რომ მოქმედი კანონმდებლობა, რომლითაც რეგულირდება საბანკო საქმიანობის ეს სახეობა, საკმაოდ ბუნდოვანია;
- საბანკო საქმიანობის რეგულირების რეჟიმები სხვადასხვა ქვეყნებში მნიშვნელოვნად განსხვავდება ერთმანეთისაგან. ამკრძალავი რეჟიმი აფერხებს ადგილობრივი ფინანსური ინსტიტუტების განვითარებას და უბიძგებს მათ, საშუამავლო მომსახურება განახორციელონ სხვა ქვეყნებში. ამრიგად, „რბილი“ რეგულირების მქონე სახელმწიფოებს შეუძლია უცხოური ბანკების მოზიდვა. აქამდე ამ ფაქტს საცალო სექტორზე არავითარი გავლენა არ მოუხდენია, ვინაიდან ოფშორული საბანკო მომსახურების ხარჯები მცირე მეანაბრეებისთვის საკმაოდ დიდი იყო. ინტერნეტ ბანკს შეუძლია შეამციროს ხარჯები იმ დონემდე, რომ ოფშორული საბანკო მომსახურება მცირე მეანაბრეებისათვის მომგებიანი გახდეს. ეს კი ირიბად ზრდის იმ მარეგულირებელ ორგანოებზე ზეწოლას, რომლებიც იძულებულნი გახდებიან, გარკვეულწილად შეამსუბუქონ ზედამხედველობა საცალო ბიზნესში;
- მარეგულირებელი რეჟიმები კონკურირებს არა მხოლოდ კლიენტებისათვის, არამედ ფინანსური ინსტიტუტებისათვისაც, ანუ „რბილ“ ქვეყნებს შეუძლია ფინანსური შუამავლების მოზიდვა მათი იურისდიქციის ქვეშ მუშაობისათვის.

3. ვინ გააკონტროლებს და დაარეგულირებს ინტერნეტ ბანკების ოპერაციებს სხვადასხვა ქვეყნებში?

ე. ბალტენსპერგერისა და ჯ. დერმანის მიხედვით, ინტერნეტ ბანკი წამოსწევს შემდეგ ორ პრობლემას: „პირველი მათგანი დაკავშირებულია

ზედამხედველობასა და რეგულირებასთან. ვრცელდება თუ არა ადგილობრივი რეგულირების სისტემა ყველა საბანკო ოპერაციაზე ქვეყანაში (რეგულირების ეროვნული პრინციპი) თუ არეგულირებს ადგილობრივი ბანკების უცხოური ფილიალების საქმიანობას (მშობლიური ქვეყნის პრინციპი)? მეორე პრობლემა ეხება დაზღვევის შიდა სისტემას. ვრცელდება თუ არა ის იმ ადგილობრივი ბანკების ფილიალებსა და განყოფილებებზე, რომლებიც ახორციელებენ საოპერაციო საქმიანობას უცხოეთში? ვრცელდება თუ არა ის იმ უცხოური ბანკების ფილიალებსა და განყოფილებებზე, რომლებიც ქვეყნის შიგნით მუშაობენ? საერთაშორისო საბანკო ბიზნესის კონტექსტში აუცილებელია განვსაზღვროთ, თუ რომელი ქვეყანა არის პასუხისმგებელი ბანკების უცხოური ფილიალების რეგულირებასა და ზედამხედველობაზე. მაგალითად, აშშ, მათი იურისდიქციის ქვეშ მომუშავე უცხოური საბანკო ორგანიზაციებისთვის „ეროვნული რეგულირების“ პრინციპს ემხრობა (ამ პრინციპს ემხრობიან ჩვენს ქვეყანაშიც), ევროპული ქვეყნები კი პირიქით – იყენებენ „მშობლიური ქვეყნის“ პრინციპს[14].

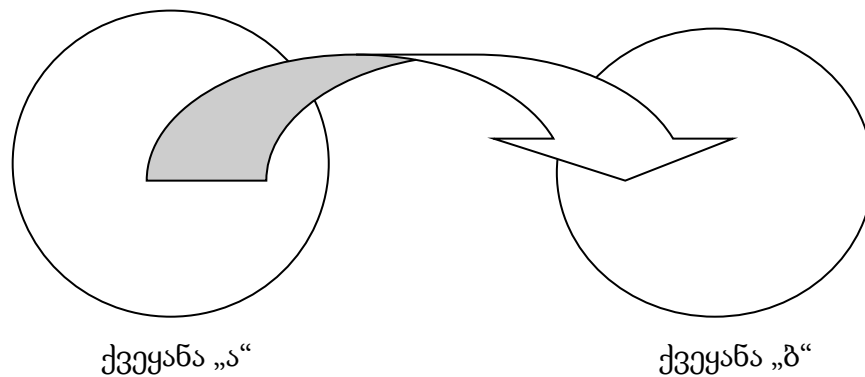
ქსელურ საბანკო ბიზნესსა და ტრადიციულ საერთაშორისო საბანკო საქმეს შორის არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავება: ქსელური ბანკები არ ქმნიან ფილიალებს. შესაბამისად, რეგულირების ორგანოები რიგ პრობლემებს აწყდებიან. მათ უნდა განახორციელონ იმ ბანკების საქმიანობის რეგულირება, რომლებიც სახსრების მოზიდვისა და განთავსების ოპერაციათა უმეტეს ნაწილს არარეზიდენტებთან აწარმოებენ. ან მათი მხრიდან საჭიროა იმ უცხოური ინტერნეტბანკების რეგულირება, რომლებიც გარიგებების უმეტეს ნაწილს ადგილობრივ კლიენტებთან ახორციელებენ. ამრიგად, ისმის კითხვა, თუ ვინ უნდა განახორციელოს უცხოელი კლიენტების დიდი რაოდენობის მქონე ინტერნეტბანკის რეგულირება. სხვაობა საერთაშორისო საბანკო ბიზნესსა და ქსელურ ბანკებს შორის გამოსახულია ნახაზი 2 და ნახაზი 3.

ნახაზი 2-დანჩანს„ბ“ ქვეყნის რეზიდენტების მიერ მიმართული დეპოზიტების ნაკადი „ა“ ქვეყანაში მდებარე იმ ინტერნეტბანკში, რომლის კლიენტებიც ისინი არიან. ანუ ადგილი აქვს ქვეყნების საზღვრებზე გამავალ გადახდებს „ბ“ ქვეყნიდან „ა“ ქვეყანაში.

ნახაზი 2.

არარეზიდენტი დეპოზიტების მოძრაობა ინტერნეტ ბანკში

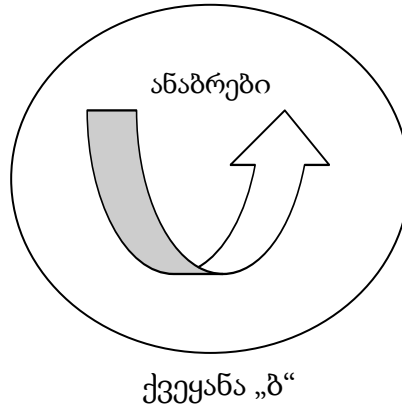
ქვეყანა, სადაც განთავსებულია ანაზრი ქვეყანა, სადაც განთავსებულია ინტერნეტ ბანკი ანაზრები



ამის საპირისპიროდ, საერთაშორისო საბანკო საქმეში (ნაჩვენებია ნახ.3), „ა“ ქვეყანაში განლაგებული „ტრადიციული“ საცალო ბანკი ქმნის ფილიალს „ბ“ ქვეყანაში და ცდილობს „ბ“ ქვეყნის რეზიდენტებისაგან სახსრების მოზიდვას. შესაბამისად, ქვეყნების საზღვრებზე გამავალ გადახდებს ადგილი არ აქვს.

ქსელური ბანკების საქმიანობის რეგულირების აქტუალური პრობლემა არის იმის განსაზღვრა, თუ რომელი ქვეყანა განახორციელებს უფრო ეფექტიანად იმ ბანკების საქმიანობის ზედამხედველობასა და რეგულირებას, რომლებიც, ძირითადად, იზიდავენ და განათავსებენ სახსრებს უცხოეთში. პირველი პრობლემის გადაწყვეტის გზიდან გამომდინარე, გადასაწყვეტია ვინ უნდა უზრუნველყოს ქსელის უსაფრთხოება?

დეპოზიტების მოძრაობა ფილიალის გახსნის შემთხვევაში



ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ქსელური ბანკების საქმიანობის ზედამხედველობა და რეგულირება მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენს საერთაშორისო და ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოებისათვის. იმისათვის, რომ შეიქმნას მდგრადი ფინანსური გარემო, ეს პრობლემა სწრაფად უნდა მოგვარდეს. ჩვენ შეგვიძლია შემდეგი რეკომენდაციების შემოთავაზება:

- 1) ქსელური ბანკებისათვის შემოვიღოთ ელექტრონული პასპორტების სისტემა (იმ ფირმების მსგავსად, რომლებიც მომსახურების გაწევას ქსელის მეშვეობით ახორციელებენ);
- 2) ქსელურ ბანკებს ავუკრძალოთ იმ ქვეყნის ხშირი შეცვლა, რომელშიც ისინი არიან განლაგებულნი (მაგალითად, ერთ ქვეყანაში ყოფნის მინიმალური პერიოდი განვსაზღვროთ 6 თვით);
- 3) შევიმუშავოთ რეგულირებისა და ზედამხედველობის ერთიანი პრინციპები.

1.3.

საბანკო მომსახურების ევოლუციური ინტერნეტ-ქსელის გამოყენების პროცესში

ანგარიშების მომსახურება ინტერნეტით პრინციპულად არ განსხვავდება „ბანკი-კლიენტის“ სისტემაში ანგარიშების დისტანციური მართვისაგან (ანგარიშების გახსნა-დახურვა, სახსრების გადარიცხვა, ამონაწერების მიღება და ა.შ.). ინტერნეტის გამოყენებით გამოწვეული გარიგებების მომსახურების ახალი სახეობები მოიცავს: ანგარიშების წარდგენასა და გადახდას (e-billing), აგრეთვე, ელექტრონული საგადახდო ინსტრუმენტების – „ელექტრონული ფულის“ (e-money) – მომსახურებას, რომლებიც გამოიყენება ინტერნეტკომერციაში გარიგებების შესრულების დროს.

ანგარიშების წარდგენა (electronic bill presentment) და გადახდა (electronic bill payment) შედარებით ახალი საბანკო მომსახურებაა (მისი კლასიფიცირება შეიძლება საოპერაციო მომსახურებად, თუმცა, ვინაიდან ის დაკავშირებული არის გარიგებების აღრიცხვასა და რეგისტრაციასთან, ავტორი მას სატრანზაქციო მომსახურების კატეგორიას მიაკუთვნებს). ამ მომსახურების აზრი ის არის, რომ ინტერნეტ ბანკის სისტემა უზრუნველყოფს კომპანიისთვის გადასახდელი ანგარიშის მიწოდებას მომხმარებლისათვის (მაგალითად, კომუნალური გადასახადების ანგარიშს) – სისტემას ეს ანგარიში კომპიუტერის ეკრანზე გამოჰყავს. კლიენტს, საგადახდო დავალების შევსების გარეშე, შეუძლია დაეთანხმოს ამ ანგარიშის გადახდას და ფულადი სახსრები მისი ანგარიშიდან ავტომატურად გადარიცხება შესაბამისი კომპანიის ანგარიშზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ეს მომსახურება კლიენტს არიდებს ქაღალდის ბრუნვას (ანგარიშების გამოწერა, მათი შევსება და ფოსტით გადაგზავნა).

ასეთი მომსახურების გავრცელების დონე დამოკიდებულია ეროვნულ სპეციფიკაზე. მაგალითად, აშშ-ში ყოველწლიურად გამოიწერება და ფოსტით გადაიგზავნება 20 მილიარდზე მეტი ანგარიში. შესაბამისად, „ანგარიშების გადასახდელად წარდგენის“ ინდუსტრიაში დიდი ფული ტრიალებს. ანგარიშების ელექტრონულად წარდგენის მომსახურებას აქტიურად ავითარებენ Bank of America, Citibank, Chase Manhattan და სხვა

ფინანსური ინსტიტუტები. აშშ-ს ბანკები, ამ სფეროში ძალების გასაერთიანებლად, კოალიციებს ქმნიან სხვადასხვა კომპანიებსა და ბანკებთან. Bank of America და Citigroup ხელმძღვანელობენ ორ ყველაზე დიდ კოალიციას. Citibank ახორციელებს „ანგარიშების წარდგენის“ განვითარებას მსოფლიოში ორ ყველაზე დიდ არასაბანკო კომპანიასთან – Microsoft და Western Union – ერთად [15].

სატრანზაქციო მომსახურების სფეროში რადიკალურ ინოვაციას წარმოადგენს ელექტრონული ფულის (electronic money, e-money) გამოყენება საცალო დონეზე. თავად ელექტრონული ფული საბანკო საქმეში სიახლეს არ წარმოადგენს. უსადენო ტრანსფერები კომპიუტერებისა და სატელეფონო ხაზის მეშვეობით უკვე მრავალი წელია შეადგენს ფინანსურ ბაზრებზე ბანკების საბითუმო ოპერაციების ძირითად ნაწილს. ესაა ელექტრონული ფონდები ელექტრონული გადახდების ზემოხსენებულ სისტემებში ან EFT სისტემებში (EFT სისტემის ტიპურ მაგალითს წარმოადგენს საერთაშორისო ქსელი SWIFT). ამიტომ უფრო სწორი იქნება, ვისაუბროთ ელექტრონული ფულის გამოყენებაზე ბანკების საცალო ოპერაციებში. ქვემოთ საუბარი გვექნება სწორედ „საცალო“ ელექტრონული ფულის შესახებ, რომელსაც ხშირად უწოდებენ „ელექტრონულ ნაღდ ფულს“ (electronic cash) ან „ციფრულ ნაღდ ფულს“ (digital cash).

ელექტრონული ფული განისაზღვრება, როგორც ფულადი ღირებულების შენახვა ტექნიკური საშუალების დახმარებით, რომელიც ფართოდ შეიძლება იყოს გამოყენებული გადახდების განხორციელებისათვის არა მარტო ემიტენტის, არამედ სხვა კონტრაგენტების სასარგებლოდაც და არ მოითხოვს საბანკო ანგარიშების აუცილებელ გამოყენებას ოპერაციების (ტრანზაქციების) ჩასატარებლად [16, 17, 18].

ელექტრონული ფულის ყველაზე ამომწურავი განმარტება ეკუთვნის ევროპის ცენტრალურ ბანკს: „ელექტრონული ფული – ეს არის ფულადი ღირებულება, რომელიც წარმოადგენს ემიტენტისადმი მოთხოვნას და

რომელიც: 1) ინახება ელექტრონულ მოწყობილობაზე; 2) სახსრების მიღების შემდეგ ემიტირდება არანაკლებ ემიტირებულ ფულად ღირებულებაზე; 3) მიიღება გადახდის საშუალებად არა მხოლოდ ემიტენტის, არამედ სხვა ფირმების მიერაც“ [16].

ანალიტიკოსების უმეტესობა გამოყოფს ელექტრონული ფულის ორ ძირითად ფორმას – ბარათებზე დაფუძნებულ (card-based) და ქსელებზე დაფუძნებულ (network-based) ფულს. ციფრული ფულის უფრო განვითარებული ფორმებია: სმარტბარათები (smart-cards), ბარათები შენახული ღირებულებით (SVC – stored value cards) ან წინასწარ გადახდილი ბარათები (prepaid cards) და „ელექტრონული საფულეები“ (e-wallet, e-purses). ყველა მათგანს აქვს ჩამენებული მიკროპროცესორი წინასწარი გადახდის შედეგად მასზე ჩაწერილი ფულადი ეკვივალენტით.

ელექტრონული ფულის მეორე ჯგუფი არის „ქსელური ფული“ (net cash, network money). ქსელური ფული წარმოადგენს სხვადასხვა პროგრამულ უზრუნველყოფას, რომლითაც ხორციელდება სახსრების გადარიცხვა ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების (მ.შ. ინტერნეტის) მეშვეობით. ქსელური ფული ინახავს ღირებულებას კომპიუტერების მყარი დისკების მეხსიერებაში.

ბარათებზე დაფუძნებული ელექტრონული ფულის ყველაზე ცნობილი მაგალითებია Mondex და VisaCash. ამ ბარათების ემიტენტებად და გადამხდელებად გვევლინებიან კომერციული ბანკები. აღნიშნული ბარათების მეშვეობით შენახული და გადაადგილებული ფულადი ეკვივალენტის საფუძველი არის საბანკო დეპოზიტები. ეს ელექტრონული ფული გადახდის ტრადიციული საშუალებებისაგან კონცეპტუალურად არ განსხვავდება.

ამ ჯგუფში პრინციპულად ახალ მოვლენას წარმოადგენს არასაბანკო ორგანიზაციების – სატელეფონო, სატრანსპორტო და მსგავსი ტიპის კომპანიების – მიერ გამოშვებული ბარათები და საგადახდო ინსტრუმენტები, რომლებსაც გადასახდელად იღებენ როგორც ემიტენტები,

ასევე სხვა კომპანიები. ასეთი ბარათების მაგალითს წარმოადგენს ნიუ-იორკის საქალაქო ტრანსპორტის მართვისა (აშშ) და იაპონიის ზოგიერთი სატელეფონო კომპანიის ბარათები, ხოლო ქართულ ანალოგად შეგვიძლია ჩავთვალოთ MS(მეტრომანი) ბარათები. მთავარი პრობლემა ისაა, რომ ანგარიშსწორება მათზე ხორციელდება არა ბანკების, არამედ ემიტენტ-კომპანიების საბუღალტრო წიგნების მეშვეობით. საბანკო ფული (ჩანაწერები ანგარიშებზე და ნაღდი ფული) გამოიყენება მხოლოდ როგორც ჯაჭვის დასაწყისი: ბარათის მყიდველი გადახდას ახორციელებს ნაღდი ფულით ან საბანკო ანგარიშის მეშვეობით. შემდგომ ტრანზაქციებში საბანკო ანგარიშებზე ნაშთების არსებობისა და ოპერაციის ჩატარების შესახებ ბანკის ინფორმირების აუცილებლობა არ არსებობს.

ბარათებზე დაფუძნებული ელექტრონული ფული დღეს წარმოადგენს არა მხოლოდ გადახდის ერთ-ერთ ყველაზე საიმედო ინსტრუმენტს, არამედ ყველაზე ძვირადღირებულსაც, ვინაიდან იგი წარმოადგენს აპარატურულ-რეალიზებულ ტექნიკურ მოწყობილობას. მასთან სამუშაოდ საჭიროა სპეციალური ტექნიკური მოწყობილობები. მათი ფართო გავრცელება მოითხოვს არსებული მოწყობილობების (მაგალითად, ბანკომატებისა და სავაჭრო ტერმინალების) შეცვლას ან ისეთი ახალი მოწყობილობების შექმნას, რომლებიც სმარტბარათიდან (ე.წ. „კარდ-რიდერ“ – card-reader) წაიკითხავს მონაცემებს და სხვ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ასეთი ინსტრუმენტების გამოყენება მოითხოვს გადახდის სისტემების არსებული აპარატურული ინფრასტრუქტურის შეცვლას.

ქსელური ფული, ძირითადად, წარმოადგენს მხოლოდ პროგრამულ გადაწყვეტილებას, რომელიც არსებულ აპარატურულ და ქსელურ ინფრასტრუქტურაზე მუშაობს (ეს ქსელზე დაფუძნებული ელექტრონული ფულის უდავო პლუსია).

სავარაუდოდ, ელექტრონული ფულის ვიწრო გავრცელების მიზეზები არა ტექნოლოგიურ, არამედ პოლიტიკურ სფეროში უნდა ვეძიოთ. ისეთი მსხვილი ოპერატორები, როგორებიცაა Visa და MasterCard,

ლობირებენ „პლასტიკური“ გადაწყვეტილებების (სმარტბარათების გამოყენების) შექმნას, ხოლო ქსელური ფულის გამოყენება არც თუ ისე იზიდავს ბანკებსა და პროცესინგულ კომპანიებს: ქსელის ბაზაზე ელექტრონული ფულის გამოყენებით საგადახდო ინტერნეტსისტემები (რომლებიც თითქმის სრულად ავტომატიზებულია) გამორიცხავს დაყოვნების ნებისმიერ „ალიბის“ (საცალო ოპერაციებში რეალური დროის რეჟიმი ამცირებს ბანკის საპროცენტო შემოსავლებს – ზემოთ ხსენებულ შემოსავლებს „ფლოუტიდან“); პროცესინგული კომპანიები შეიძლება გარიცხულ იქნან ფულადი ბრუნვიდან და ა.შ. მეორე მიზეზი, რომელსაც ხშირად ასახელებენ (დასავლეთის ქვეყნებში ის მთავარ მიზეზად ითვლება), არის გადახდის ახალი საშუალებების მიუღებლობა კლიენტების მხრიდან.

ბანკთაშორისი ანგარიშსწორების სფეროში ინტერნეტი საკომუნიკაციო ქსელად, ფაქტობრივად, არ გამოიყენება. კომპიუტერებისა და საკომუნიკაციო სისტემების (მათ შორის ინტერნეტის) სიმძლავრის მკვეთრმა ზრდამ შესაძლებელი გახდა რეალური დროის რეჟიმში მომუშავე მთლიანი ანგარიშსწორების სისტემების (Real Time Gross Settlement Systems) დანერგვა. მრავალ ქვეყანაში ამ სისტემებმა უკვე ჩაანაცვლეს ნეტინგი და მათი გამოჩენით საბანკო სექტორის სისტემური რისკი შემცირდა. ასეთი სისტემები მოქმედებს აშშ-ში (CHIPS), გერმანიაში, საფრანგეთსა და ევროკავშირის სხვა ქვეყნებში (ევროპაში, რეგიონალური სისტემების გარდა, მოქმედებს ორი რეგიონთაშორისი სისტემაც – TARGET და Euro I, – რომლებიც ევროკავშირის ქვეყნების საბანკო სისტემებს აერთიანებს).

მთლიანი ბანკთაშორისი ანგარიშსწორების სისტემებში ინტერნეტის, როგორც საკომუნიკაციო ქსელის, ინფრასტრუქტურა უშუალოდ არ გამოიყენება. თუმცა ანგარიშსწორების ასეთი სისტემების შექმნა შესაძლებელი გახდა კომპიუტერებს შორის კავშირის უნივერსალური

პროტოკოლის (TCP/IP) გამოყენებით, რომელიც, თავის მხრივ, ინტერნეტტექნოლოგიების საფუძველს წარმოადგენს.

ისევე, როგორც ელექტრონული ფულის გამოყენებამ თეორიულად შეიძლება მიგვიყვანოს საცალო გადახდებში ბანკების მონაწილეობის გამორიცხვამდე, ისევე კომპიუტერებისა და კომუნიკაციების სიმძლავრის ზრდამ შეიძლება მიგვიყვანოს იქამდე, რომ კონტრაგენტების კრედიტუნარიანობის შეფასება განხორციელდება რეალური დროის რეჟიმში და საბოლოო ანგარიშსწორება ცენტრალური ბანკების მონაწილეობის გარეშე შესრულდება.

პორტფელური მომსახურება

ინტერნეტით სადეპოზიტო მომსახურების მიწოდება განსაკუთრებულ პრობლემას არ წარმოადგენს – ხელშეკრულებების გაფორმება, ანგარიშების გახსნა და ფულადი სახსრების შეტანა შეიძლება განხორციელდეს მიწოდების ელექტრონული არხების მეშვეობით, მათ შორის ინტერნეტის მეშვეობითაც (კერძოდ, სადეპოზიტო ხელშეკრულებები შეიძლება გაფორმდეს „ბანკი-კლიენტი“ სისტემის გამოყენებითაც). სახსრების გადარიცხვა ანაზღაურებზე შეიძლება განხორციელდეს კლიენტების მიმდინარე და საანგარიშსწორებო ანგარიშებიდან, ბანკომატებისა და პლასტიკური ბარათების მეშვეობით. პირველი ინტერნეტბანკი (Security First Network Bank, www.sfnb.com) ახორციელებდა სწორედ დეპოზიტების განთავსებას[19]. უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში ძირითად ტენდენციას მსოფლიო საბანკო სისტემაში წარმოადგენდა დეპოზიტების გამოდევნა მათი ძირითადი სუბსტიტუტებით – ფასიან ქაღალდებში დაბანდებით; ინტერნეტტრეიდიინგის განვითარებამ და ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე ბროკერების მუშაობის ავტომატიზაციის ხელშემწყობის პროგრამების (discount brokerage) გამოჩენამ მხოლოდ გააძლიერა ეს ტენდენცია.

ვინაიდან მსესხებლის შეფასების პროცედურის ჩატარება „დამორეზულ რეჟიმში“ შედარებით რთულია, ინტერნეტბანკის

მომსახურება დაკრედიტების სფეროში დღეისათვის უფრო ხშირად შემოიფარგლება სესხის მიღების შესახებ განაცხადის შევსებითა და გაგზავნით.

ინტერნეტი გვამლევს საშუალებას, ავტომატურად შევაგროვოთ დიდი მოცულობის მონაცემები კლიენტების ცხოვრებისა და საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტების, მათი საკრედიტო ისტორიისა და უპირატესობების შესახებ. „მონაცემთა გათხრის“ მეთოდები იძლევა თეორიულ საშუალებას, გაანალიზდეს ინფორმაციის უზარმაზარი ოდენობა და უფრო ზუსტად განხორციელდეს კლიენტთა ბაზის სტრატეგიკაცია და საკრედიტო რისკების იდენტიფიცირება.

ითვლება, რომ ამ მეთოდების გამოყენება იძლევა საშუალებას, კლიენტების შესახებ უფრო სრული და ზუსტი ინფორმაციის საფუძველზე, შემცირდეს ბანკების საკრედიტო რისკები. იმ შემთხვევაში, თუ განხორციელდება ამ მეთოდების რეალიზაცია და მიღებული იქნება დადებითი შედეგი (ისინი ჯერჯერობით შემუშავების სტადიაზეა), მაშინ კრედიტების მიწოდების პროცედურები ნაწილობრივ ავტომატიზებული გახდება (ყოველ შემთხვევაში, სამომხმარებლო კრედიტი და მცირე ბიზნესის დაკრედიტება).

საოპერაციო მომსახურება

ფინანსურ ინტერნეტმომსახურებას შორის ყველაზე დიდი გავრცელება მოიპოვა საბროკერო მომსახურებამ ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე.

ეს დაკავშირებულია იმასთან, რომ 90-იან წლებში წარმოიშვა და ფართოდ გავრცელდა გარე საბირჟო ელექტრონული სავაჭრო სისტემები, რომლებშიც ვაჭრობის ჩატარება, რეგისტრაცია და გარიგებებზე ანგარიშსწორება სრულად ავტომატიზებული იყო. გარდა ამისა, ინტერნეტში გაჩნდა ვირტუალური ელექტრონული სავაჭრო მოედნები, რომლებსაც „ალტერნატიულ სავაჭრო სისტემებს“ უწოდებენ (ATS – Alternative Trading Systems). ეს სისტემები ასრულებს კლასიკური ბირჟის

ფუნქციას და კონკურენციას უწევს ტრადიციულ ბირჟებს (უკანასკნელ წლებში ფასიანი ქაღალდების ელექტრონულ ბაზრებზე პოპულარული გახდა ე.წ. „ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელები“ (ECN – Electronic Communication Networks), რომლებიც ლიმიტ-ორდერების დამუშავებაზე არის სპეციალიზებული). თავიანთ სავაჭრო სისტემებზე პროგრამულ წვდომას გვთავაზობს მრავალი საფონდო ბირჟა – NYSE, NASDAQ და სხვ.

ინტერნეტმა კერძო ინვესტორებს ელექტრონულ სავაჭრო სისტემებზე მასობრივი წვდომის საშუალება მისცა და ელექტრონული საბროკერო მომსახურება ინტერნეტბანკის ერთ-ერთ სერვისად იქცა (online brokerage).

ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე გარიგებების ინტერნეტით მომსახურება გადაიქცა მთლიან ინდუსტრიად, რომელსაც ეწოდება „ინტერნეტტრეიდიინგი“ (Internet trading, i-trading). დღეს ელექტრონულ გარე საბირჟო ბაზრებზე ინტერნეტის მომხმარებლების მიერ განხორციელებული გარიგებების საერთო რაოდენობა გარიგებების სრული ოდენობის დაახლოებით 50%-ს შეადგენს. NASDAQ-ის აქციებზე გარიგებების მეოთხედი ინტერნეტით სრულდება, ხოლო აშშ-ში 2001-2002 წლებში ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე გარიგებების 55% ინტერნეტით განხორციელდა [20].

ბანკთაშორის სავალუტო ბირჟაზე ინტერნეტგარიგებების წილი 2003 წლის მარტში 68,9%-ს შეადგენდა (იმის გათვალისწინებით, რომ საფონდო ბაზრის გარიგებათა 80%-ზე მეტი სრულდება, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ გარიგებათა ნახევარზე მეტი ინტერნეტით სრულდება). რა თქმა უნდა, საბროკერო ინტერნეტმომსახურების სექტორში დომინირებენ ისეთი საბროკერო და საინვესტიციო ფირმები, როგორებიცაა Charles Schwab და E*Trade აშშ-ში). თუმცა მრავალი ბანკიც ინტერნეტით უწევს კლიენტებს საბროკერო მომსახურებას, კერძოდ, ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვას, საინვესტიციო პორტფელის შექმნასა და საფონდო ბირჟებსა და უცხოური ვალუტის ბაზრებზე (FOREX) ვაჭრობაში მონაწილობაში ხელშეწყობას.

2001 წლამდე უცხოური ვალუტის ბაზარი რჩებოდა ერთ-ერთ ყველაზე კონსერვატულ სფეროდ საბანკო საქმიანობაში. მასში, კლიენტების სავაჭრო განაცხადების მისაღებად, გამოიყენებოდა ტელეფონები ან სპეციალური კომპიუტერული პროგრამები („კლიენტი-ბანკი“ ტიპის სისტემები). 2000 წელს პირველი დამოუკიდებელი უცხოური ვალუტის გარე საბანკო ელექტრონული ბაზრის „სიგეპექსის“ გახსნამ, ბანკებს საკუთარი ელექტრონული მოედნების შექმნისკენ უბიძგა.

საქართველოში ინტერნეტით სავაჭრო ოპერაციების ჩატარების მომსახურებას გვთავაზობენ თიბისი ბანკი (www.tbcbank.ge), საქართველოს ბანკი (<http://bankofgeorgia.ge/>) და სხვ კომერციული ბანკები.

ელექტრონული კომერციის ტერმინოლოგიაში, ბანკები, თავიანთი კლიენტებისათვის ინტერნეტრეიდინგის მომსახურების მიწოდებისას, „ელექტრონული ბროკერების“ ან „ელექტრონული ბირჟის“ მფლობელების როლში გამოდიან.

ინტერნეტით IPO-მომსახურების გაწევა დაახლოებით 5 წლის წინ დაიწყო. ასეთი მომსახურების მიწოდებით ბანკები (აშშ-ში –საინვესტიციო ბანკები) ემისიური აგენტების ანდაც ანდერრაიტერების როლში გამოდიან. პირველი IPO საინვესტიციო ინტერნეტბანკის Theglobe.com მიერ განხორციელდა 1999 წლის ბოლოს. აქამდე, IPO ინტერნეტით თავად საწარმოების ან მათი არასაბანკო აგენტების მიერ ხორციელდებოდა, რომლებიც კერძო ინვესტორებს პირდაპირ სთავაზობდნენ აქციებს ელექტრონული ფოსტის ან სხვა ინტერნეტპროგრამის მეშვეობით. 1999 წლიდან საინვესტიციო ინტერნეტბანკები ემიტენტ კომპანიებს სთავაზობენ არჩევანს, გამოიყენონ აქციების შემოთავაზების ტრადიციული (offline) სქემა, ან გამოშვებული აქციების ნაწილი საზოგადოებას შესთავაზონ ინტერნეტით. ფასიანი ქაღალდების IPO ლიდერებს („წამყვან ანდერრაიტერებს“) მსხვილი საინვესტიციო ბანკები (Goldman Sachs, Morgan Stanley, Merrill Lynch და სხვ.) წარმოადგენენ, თუმცა ფასიანი ქაღალდების საზოგადოებისათვის შეთავაზების ოპერაციათა დიდ ნაწილს ისინი

ინტერნეტით არ ახორციელებენ. ფასიანი ქაღალდების პირველადი შეთავაზების საინვესტიციო ინტერნეტმომსახურებასაზოგადოებას, ძირითადად, ინტერნეტბროკერები მიაწოდებენ. ისინი ახორციელებენ ემისიის პროსპექტების პუბლიკაციასა და ინტერნეტით აქციების გამოწერას [21].

საინვესტიციო საბანკო მომსახურების გარდა, საოპერაციო მომსახურებას უნდა მივაკუთვნოთ სადაზღვევო მომსახურებაც. სხვადასხვა ქვეყნებში სადაზღვევო სფეროში ბანკების საქმიანობის საკანონმდებლო შეზღუდვები არსებობს.

ინტერნეტკომერციის მომსახურება

ინტერნეტში საბანკო პროდუქტების მიწოდება წარმოადგენს ინტერნეტის, როგორც სადისტრიბუციო მომსახურების არხის, გამოყენებას. თუმცა ინტერნეტი არ არის მხოლოდ სპეციფიკური ინფორმაციული გარემო, იგი ბაზარსაც წარმოადგენს. ელექტრონული კომერციის განვითარებამ ამ სფეროსთვის სპეციფიკური, ახალი საშუაშედეგო მომსახურების შექმნამდე მიგვიყვანა, რომელსაც ბანკები დამატებითი შემოსავლების წყაროდ იყენებენ.

ელექტრონული კომერციის ბაზარზე თავიანთი პროდუქტის მიწოდებით ბანკები გამოდიან „კონტენტის მომწოდებლების“, ანუ მომსახურების მფლობელების ანდაც ელექტრონული ბროკერების როლში. „კონტენტის მომწოდებლების“ როლში ბანკებს შეუძლიათ, კლიენტებს შესთავაზონ ინტერნეტპორტალის მომსახურება და ელექტრონული სავაჭრო მოედნები.

მაგალითად, ევროპის ბანკი Barclay (www.barclaysquare.com) „სავაჭრო რიგების“ მფლობელსწარმოადგენს, ანუ სთავაზობს მომხმარებლებს სხვადასხვა ინტერნეტმაღაზიებზე წვდომას თავიანთი ვებსაიტიდან. ყველაზე აქტიურად მიმდინარეობს სავაჭრო მოედნების შექმნა ფასიანი ქაღალდებით ვაჭრობისათვის. მაგალითად, ფასიანი ქაღალდებით

ვაჭრობისათვის საკუთარი ვებსაიტები („ელექტრონული ბირჟები“) გახსნეს ისეთმა ბანკებმა, როგორებიცაა Bank of America, Manhattan და Citibank.

ბანკებს ასევე შეუძლიათ, შესთავაზონ მომხმარებელს ელექტრონული აუქციონების ჩატარება, რომლებშიც ისინი გარიგებების გარანტებად გამოდიან (საგარანტიო მომსახურება). თუმცა ასეთი ბანკების მაგალითები ავტორს დღეისათვის არ გააჩნია.

ინტერნეტკომერციაში ბანკების ბუნებრივ ნიშას წარმოადგენს ინტერნეტით ტრანზაქციების განხორციელება. ბანკებს შეუძლიათ, უზრუნველყოფის მომწოდებლების (enablers) სახით, ლიდერის პოზიცია დაიკავონ, ვინაიდან ბანკების საგადახდო ინფრასტრუქტურა იყენებს ისეთ დამცავ მექანიზმებს, რომლებიც დღეს ინტერნეტში არ არსებობს. საგადახდო ინტერნეტსისტემების შემუშავებისას, ბანკების მთავარი ამოცანა არის საგადახდო სისტემის „ცენტრალის“ (back-bone) შემოთავაზება, რომელსაც ექნება მრავალ სხვადასხვა ინსტრუმენტთან (საკრედიტო და სადებეტო ბარათებთან, ანგარიშების პირდაპირ დებეტირებასთან, ელექტრონულ ჩეკებთან, ციფრულ ნაღდ ფულთან და ა.შ.) მუშაობის მხარდაჭერა, აგრეთვე, აღნიშნული ცენტრალის საიმედოობისა და მდგრადობის უზრუნველყოფა დიდი რაოდენობის გარიგებების მიმართ. დღეს ინტერნეტკომერციის ოპერაციების მომსახურება ხორციელდება, ძირითადად, ტრადიციული საგადახდო სისტემების მონაწილეთა მიერ ემიტირებული პლასტიკური ბარათების მეშვეობით. ბანკები, ასე თუ ისე (როგორც ეკვაიერები ან ემიტენტები), გამოდიან ინტერნეტკომერციის „საგადახდო უზრუნველყოფის“ მომწოდებლების როლში. თუმცა ამ სექტორში დაიწყო ახალი საგადახდო ინსტრუმენტების გავრცელება, რომლებთანაც ბანკებს პირდაპირი კავშირი არ გააჩნიათ („სასაჩუქრე ფული“ და სხვა ზემოხსენებული). საგადახდო უზრუნველყოფის მომსახურება განსხვავდება სატრანზაქციო მომსახურებისაგან: ბანკები ამ შემთხვევაში გამოდიან საგადახდო სისტემის შემქმნელებისა და ოპერატორების, და არა ანგარიშსწორების ცენტრების როლში.

ცვლილებები საბანკო მომსახურების დისტრიბუციის მეთოდში

ინტერნეტი არ წარმოადგენს მხოლოდ მომსახურების დისტრიბუციის ახალ არხს. იგი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ახალი საბაზრო ნიშა – „ელექტრონული კომერციის ბაზარი“. როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, ამ საბაზრო ნიშის ათვისება ბანკებს დამატებითი შემოსავლების შესაძლებლობას აძლევს, თუმცა, ამავე დროს, ბანკები მაღალი დონის კონკურენციას შეიძლება წააწყდნენ ელექტრონული კომერციის ბაზრის სხვა მონაწილეთა მხრიდან.

ინტერნეტკომერციის განვითარებამ საშუამავლო საქმიანობის ახალი სახეობების წარმოქმნამდე მიგვიყვანა. ეკონომიკური აგენტების უმეტესობა ცვლის დისტრიბუციის მეთოდსა და ფინანსური მომსახურების ბუნებასაც.

ფინანსური და საბანკო მომსახურების მომწოდებლების ახალ ტიპებს შორის, პირველ რიგში, აღსანიშნავია ე.წ. „ვირტუალური“ საწარმოები, რომლებიც მომსახურების მიწოდებას ახორციელებენ მხოლოდ ინტერნეტით და რომელთაც არ გააჩნიათ ფიზიკური განყოფილებები და ფილიალები. მათ მიეკუთვნება: ინტერნეტბანკები, სასესხო საქმიანობით დაკავებული კომპანიები (ინტერნეტკრედიტორები) და ელექტრონული ბროკერები (ინტერნეტბროკერები).

საბანკო მომსახურების სფეროში ახალი მონაწილეების შეღწევის ხარისხი და სიღრმე დამოკიდებულია მომსახურების მიწოდების პროცესის ავტომატიზაციის შესაძლებლობასა და შესაბამისად, ავტომატიზაციის პირველადი დანახარჯების (up-front costs) დონეზე. შესაძლებელია მხოლოდ იმ მომსახურების სრული ავტომატიზაცია, რომელსაც სამომხმარებლო საქონლის თვისებები გააჩნია. ამ გარემოებამ ახსნა საბანკო მომსახურების ბაზრის ახალი მონაწილეების ექსპანსიის მიმართულება.

ყველაზე მარტივია ბანკების ისეთი საცალო მომსახურების ავტომატიზაცია („ელექტრონულ პროდუქტად“ გადაქცევა), როგორცაა: კლიენტთა გადახდები, საბროკერო მომსახურება, იპოთეკური დაკრედიტება, დაზღვევა და სავაჭრო ოპერაციები საფონდო ბირჟებზე.

ოპერაციები ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე და დაზღვევა დაკავშირებულია სტანდარტული ფინანსური კონტრაქტებით ვაჭრობასთან; კლიენტთა გადახდები საბანკო სისტემაში დიდ წილად უნიფიცირებული და სტანდარტიზებულია; იპოთეკური დაკრედიტება, საკრედიტო რისკების შესაფასებლად, მინიმალურ დანახარჯებს მოითხოვს და ა.შ. სწორედ მომსახურების ამ სახეობების ათვისება დაიწყეს ახალმა მონაწილეებმა.

ინტერნეტით მიწოდებული ელექტრონული საბანკო მომსახურება საჭიროებს შრომის მინიმალურ დანახარჯებს და არ არის დაკავშირებული დიდ საექსპლუატაციო დანახარჯებთან (შენობასა და ნაგებობებზე). ეს გარემოება იძლევა ინტერნეტით მიწოდებული მომსახურების ფასის შემცირების საშუალებას.

სწორედ კონკურენციამ ახალი მოთამაშეების მხრიდან აიძულა ტრადიციულ ბანკებს, აეთვისებინათ ინტერნეტკომერციის ბაზარი [22].

საბანკო მომსახურების სფეროში მოქმედი „ვირტუალური“ ორგანიზაციების მაგალითის სახით განვიხილოთ ინტერნეტბანკები. დღეს მათი რაოდენობა მსოფლიოში ათასს აღემატება. ამ ორგანიზაციათა ძირითადი მასა 1998-1999 წლებში შეიქმნა. ვირტუალური ბანკების დიდი ნაწილი განლაგებულია აშშ-სა და ევროპაში.

ვირტუალური ბანკები თავიანთ კლიენტებს სთავაზობენ დისტანციურ საბანკო თვითმომსახურებას (home banking), მათ არ გააჩნიათ ფილიალები და განყოფილებები, ოპერაციების უმეტესობა ავტომატიზებულია და, შესაბამისად, მათ არ აქვთ შრომასა და შენობებთან დაკავშირებული დანახარჯების გაწევის აუცილებლობა (ნაღდ ფულთან დაკავშირებული ოპერაციებისათვის ინტერნეტბანკები ჩვეულებრივ ბანკებთან აფორმებენ შეთანხმებებს თავიანთი კლიენტების სალარო მომსახურებისა და ბანკომატების ქსელის გამოყენების შესახებ).

დაბალი საოპერაციო დანახარჯები ინტერნეტბანკებს აძლევს საშუალებას, შეამცირონ თავიანთი მომსახურების ღირებულება. ამასთანავე,

როგორც წესი, ინტერნეტბანკებს ანგარიშებზე უფრო მაღალი განაკვეთები და ანგარიშების მომსახურების უფრო დაბალი ტარიფები გააჩნიათ.

აღსანიშნავია, რომ ევროპული ინტერნეტბანკების უმეტესობა წარმოადგენს ტრადიციული ბანკების შვილობილ საწარმოებს, ხოლო აშშ-ს ინტერნეტბანკები, უმეტეს შემთხვევაში, ფინანსური კონგლომერატების შემადგენლობაში შედიან.

კონსოლიდაცია საბანკო სფეროში

საბანკო მომსახურების დისტრიბუციის ხასიათის შეცვლამ და ინტერნეტკომერციის ბაზრებზე შუამავლების ახალი ტიპების გამოჩენამ მიგვიყვანა იქამდე, რომ საბანკო მომსახურების მიწოდებამ ტრადიციულიდან (ფილიალები და განყოფილებები) ელექტრონული არხებისაკენ დაიწყო გადაადგილება. „ახალი მოთამაშეების“ მხრიდან პოტენციურმა საშიშროებამ უფრო აქტიური გახადა ბანკების საქმიანობა ინტერნეტში (მრავალი ანალიტიკოსი აღნიშნავს, რომ წნეხმა ახალი მონაწილეების მხრიდან უკვე გამოიწვია საბანკო მარჟის შემცირება. მაგალითად, დიდ ბრიტანეთში წნეხმა British Gas-ისა და MNBA-ის მხრიდან შეამცირა საკრედიტო ბარათების მარჟა 20-დან 12%-მდე) [23].

მრავალი ანალიტიკოსის აზრით, ინტერნეტკომერციის ბაზრის ფინანსურ სეგმენტში შთანთქმისა და შერწყმის მრავალი მაგალითი მიგვითითებს საბანკო დარგში სტრუქტურულ ცვლილებებზე. ბანკებს, ბროკერებსა და სხვა საფინანსო შუამავლებს შორის საზღვრები იშლება და ამის ერთ-ერთ მიზეზს ინტერნეტის გამოყენება წარმოადგენს.

ზემოთ ჩატარებულმა დისტრიბუციის არხების შედარებამ გვაჩვენა, რომ კლიენტების დისტანციური მომსახურება ბანკს უფრო იაფი უჯდება ფილიალებსა და განყოფილებებში მომსახურებასთან შედარებით. აღსანიშნავია, რომ ფილიალებში კლიენტთა ოპერაციების ჩატარების დანახარჯები 5-10-ჯერ მეტია იმავე შინაარსის ინტერნეტოპერაციების დანახარჯებთან შედარებით, მაშინ როდესაც ინტერნეტით ერთი კლიენტის მომსახურება ბანკს სულ რაღაც 14%-ით უფრო იაფი უჯდება, ვიდრე

მომსახურება ფილიალში. ეს ფაქტი მოწმობს, რომ ბანკების საოპერაციო დანახარჯებში „საკომუნიკაციო“ წილი საკმაოდ დაბალია. შესაბამისად, ინტერნეტის გამოყენება არ იძლევა პირდაპირ უკუგებას ბანკების დანახარჯების შემცირებაში. დანახარჯების არსებითი ეკონომია მხოლოდ დიდი მოცულობის საბანკო ოპერაციების დროს წარმოიქმნება, რაც მასშტაბის ეფექტის დამსახურებაა.

საბანკო მომსახურების სფეროში ინოვაციების განხილვამ გვაჩვენა, რომ ინტერნეტის, როგორც სადისტრიბუციო არხის, გამოყენება ბანკებს აძლევს მომსახურების სპექტრის გაფართოების შესაძლებლობებს. ამ შესაძლებლობების დიდი ნაწილი დაკავშირებულია ინტერნეტის, არა როგორც საბანკო მომსახურების დისტრიბუციის ახალი არხის, გამოყენებასთან, არამედ ინტერნეტთან, როგორც „ელექტრონული კომერციის“ სპეციფიკურ ბაზართან. ელექტრონული კომერციის შემდგომმა განვითარებამ შეიძლება მიგვიყვანოს იქამდე, რომ ფინანსური მომსახურების უდიდესი ნაწილი ინტერნეტით განხორციელდება. ამან კი საბანკო ბიზნესის დარგობრივი სტრუქტურის ცვლილებამდე შეიძლება მიგვიყვანოს, ვინაიდან ურთიერთობები ელექტრონული კომერციის ბაზარზე არსებითად განსხვავდება ტრადიციული ბაზრის ურთიერთობებისაგან და სწორედ ამ სფეროში შეიმჩნევა „ახალი მოთამაშეების“ გამოჩენა საბანკო მომსახურების ბაზარზე. ამ გარემოებამ შეიძლება შეცვალოს ბანკების, როგორც ფინანსური შუამავლების, როლი.

ბანკების ახალი საგადასახადო მომსახურება, ძირითადად, დაკავშირებულია წინასწარ გადახდილ ელექტრონულ ინსტრუმენტებთან – „ელექტრონულ ფულთან“. ელექტრონულ ფულს ნაღდი ფულის ბევრი მახასიათებელი აქვს, ამიტომ მათმა გავრცელებამ შეიძლება შეამციროს ბანკების როლი ნაღდი ფულის ბრუნვის მომსახურებაში. ელექტრონული ფული რეალური დროის რეჟიმში პირდაპირი ანგარიშსწორების საშუალებას იძლევა და, გარდა ამისა, „ელექტრონული ნაღდი ფულის“ ემიტენტები შეიძლება არასაბანკო ორგანიზაციები იყვნენ – ეს გვადლევს

საშუალებას, თეორიულად გამოვრიცხოთ ბანკების შუამავლობა ანგარიშსწორებაში.

ინტერნეტკომერციის განვითარებამ შექმნა ელექტრონული საშუამავლო მომსახურების (მათ შორის ფინანსური მომსახურების) სპეციფიკური ბაზრები, რომლებსაც მხოლოდ ინტერნეტის საინფორმაციო გარემოში შეუძლია არსებობა. თუმცა ინტერნეტმომსახურების დიდ ნაწილს არატრადიციული ბანკები და არასაბანკო ორგანიზაციები გვთავაზობენ. ამრიგად, ბანკების შესვლა „ელექტრონული კომერციის ბაზარზე“ ასევე უკავშირდება კონკურენციის მაღალ დონეს.

თავი 2. ელექტრონული საგადასახადო სისტემები

2.1. ელექტრონული საგადასახადო სისტემების დახასიათება

ელექტრონული ფული და ელექტრონული საგადამხდელოსისტემები - ეს ორი ერთმანეთთან მჭიდროდ დაკავშირებული ცნებებია. მეორე მხრივ საგადამხდელო სისტემებს ოპერირება შეუძლიათ არა მარტო ელექტრონული ფულით, არამედ შეუძლიათ განახორციელონ ჩვეულებრივი უნაღდო გადახდები და ოპერირება ნაღდსაშუალებებთან.

დღესდღეობით არ არსებობს ელექტრონული ფული, რომელიც მოქმედებს ერთზე მეტ საგადამხდელო სისტემაში, მაგრამ თეორიულად ასეთი მოვლენა სავსებით შესაძლებელია. ყველაურთიერთანგარიშსწორება საგადამხდელო სისტემებს შორის, იმ შემთხვევაშიც კი როცა ერთი ელექტრონული ფული იცვლებასხვა ელექტრონულ ფულზე ხორციელდება ჩვეულებრივი უნაღდო გადახდების სახით [24].

უნაღდო ანგარიშსწორების ოპერაციებს საგადამხდელოსისტემებში უწოდებენ ტრანზაქციებს. ტრანზაქცია (ინგლისურისიტყვა - transaction წარმოქმნილია ლათინური სიტყვიდან -transactio `შესრულება`) -

თანმიმდევრული ოპერაციების ჯგუფი, რომლებიც თავისთავად წარმოადგენენ მონაცემებთან მუშაობის ლოგიკურ ერთეულს.

საგადამხდელო სისტემები უზრუნველყოფენ სხვადასხვასახის ტრანზაქციებს: ბანკის განყოფილებებში ნაღდი ფულის ყიდვა და გამოტანა, ბანკომატიდან ნაღდი ფულის გამოტანა, კლიენტის ანგარიშზე არსებული ნაშთის შესახებ ინფორმაციის მიღება და სხვა.

ტრანზაქციები განსხვავდებიან აგრეთვე საგადამხდელო სისტემაში ბარათის შესახებ ინფორმაციის წარდგენის მეთოდით. არსებობენ ელექტრონული ტრანზაქციები (ბარათის შესახებ ინფორმაცია იკითხება მაგნიტური ზოლიდან/ჩიპიდან) და ხმოვანი ავტორიზაციის ტრანზაქციები (paper based).

CNP - ტრანზაქცია (Cardholder Not Present) წარმოადგენს პლასტიკური ბარათის მეშვეობით ყიდვის ოპერაციას, რომლის განხორციელების მომენტში კლიენტი პირადად არ იმყოფება სავაჭრო წერტილში, ხოლო ავტორიზაციისათვის საჭირო თავისი ბარათის რეკვიზიტებს (ბარათის ნომერი, მოქმედების ვადა) და უსწრებლად ატყობინებს სავაჭრო წერტილს (წერილი, ფაქსი, მონაცემთა გადაცემის ქსელები და სხვა).

ელექტრონული საგადამხდელო სისტემის ტექნოლოგიური ბირთვია საპროცესინგო ცენტრი. ის წარმოადგენს სპეციალიზირებულ გამოთვლით ცენტრს, რომელიც ფუნქციონირებს განსაკუთრებულ პირობებში და გარანტირებულად დროის რეალურ რეჟიმში ამუშავებს ტრანზაქციების ინტენსიურ ნაკადს. მართლაც სადებეტო ბარათის გამოყენება განაპირობებს ყოველი ბარათის "ონლაინ" ავტორიზაციის აუცილებლობას საგადამხდელო სისტემის მომსახურების ნებისმიერ წერტილში. საკრედიტო ბარათებთან ოპერაციების დროს კი ავტორიზაცია ყოველთვის არის აუცილებელი, მაგრამ მაგალითად ბანკომატებში ფულის მიღების დროს ავტორიზაცია ყოველთვის ტარდება. საპროცესინგო ცენტრის გამოთვლით შესაძლებლობებს არანაკლებ მოთხოვნებს უყენებს დღის შედეგების შეჯამების დროს

ანგარიშსწორების ჩატარებისათვის მონაცემების მომზადება. ამ დროსდამუშავებას ექვემდებარება ტრანზაქციების პროტოკოლებისუმეტესი ნაწილი, ხოლო შესრულების დრო შეზღუდულია რამოდენიმესაათით.

ამგვარად ელექტრონული საგადამხდელო სისტემის საიმედოფუნქციონირებისათვის საჭიროა;

- ✓ საპროცესინგო ცენტრში არსებითი გამოთვლითი სიმძლავრეების არსებობა;
- ✓ განვითარებული კომუნიკაციური ინფრასტრუქტურის არსებობა, რადგან საპროცესინგო ცენტრს უნდა ჰქონდეს დიდი რაოდენობის გეოგრაფიულად დაშორებული წერტილების ერთდროული მომსახურების შესაძლებლობა

ზემოთთქმულის გათვალისწინებით შეიძლება გავაკეთოთშემდეგი დასკვნა: წარმატებული ელექტრონული საგადამხდელოსისტემა უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ ძირითად მოთხოვნებს:

- ოპერირებდეს ელექტრონული ფულით, მაგრამ იმავდროულად უნდა გააჩნდეს ანგარიშის შევსების სხვა ფართო შესაძლებლობა (მათ შორის საკრედიტო ბარათების მეშვეობით)
- უნდა გააჩნდეს ერთიანი საემისიო ცენტრი და რამოდენიმე ძლიერი ბანკის მხარდაჭერა
- გამოიყენოს ინფორმაციის დაცვის სანდო მექანიზმი, რომელიც დამყარებული იქნებაშემოწმებულ კრიპტოგრაფიკულ სტანდარტებზე
- იყოს იაფი ინტერნეტ-მომხმარებლებისათვის .

2.2. მსოფლიოელექტრონული საგადასახადოსისტემები

განვიხილოთ მსოფლიოში დღეს ფართოდ გავრცელებული და ცნობილი ელექტრონული საგადასახადო სისტემები:

- **PayPal** (www.paypal.com)- მსოფლიოში ერთ-ერთი უმსხვილესი დებეტური ელექტრონული საგადახდებლო სისტემა. მოქმედებს 1998 წლიდან. 2002 წელს ის შეისყიდა აუქციონმა ebay(www.paypal.com). **PayPal** უზრუნველყოფს აუქციონზე საქმიანი გარიგებების 85%. დღესდღეობით სისტემა მუშაობს მსოფლიოს 190 ქვეყანაში და გააჩნია 164 მილიონი დარეგისტრირებული მომხმარებელი. გადახდები სისტემაში წარმოებს დაცული შეერთების მეშვეობით ანგარიშის ვერიფიკაციის დროს მომხმარებლის ელექტრონული ფოსტის მისამართის და პაროლის შეყვანის შემდეგ. სისტემის მთავარი უპირატესობებია: გადახდების მყისიერი ჩარიცხვა, უსაფრთხოების მაღალი ხარისხი და თანხის მთლიანი და ნაწილობრივი დაბრუნება თუ ნაყიდის საქონელი არ არის მიღებული ან არ შეესაბამება მის აღწერილობას.

PayPal - ის საშუალებით შესაძლებელია:

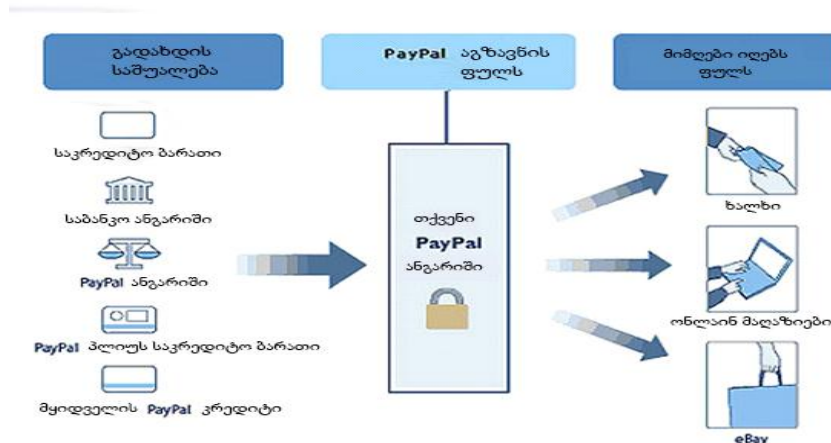
- 10 000-მდე სხვადასხვა ონლაინ მაღაზიებში შევიძინოთ პროდუქტი;
- უსაფრთხოდ შევიძინოთ საქონელი ebay-ზე;
- ჩვენ ახლობლებთან გავაგზავნოთ ფული მსოფლიოს 190 ქვეყანაში; პროდუქტის საფასური გადავიხადოთ ჩვენთვის სასურველ ვალუტაში;
- 45 დღის განმავლობაში თუკი ვერ მივიღებთ შექმნილ პროდუქტს ან მიღებული საქონელი განსხვავებული აღმოჩნდება ჩვენი სასურველი ნივთისგან, მოქმედებს „PayPal Buyer Protection Policy“ რომლის საშუალებითაც შეგვეძლება გადახდილი თანხის დაბრუნება;
- ინტერნეტით გავყიდოთ ჩვენი პროდუქტი;
- გადახდა/ყიდვა ვაწარმოოთ ელ.ფოსტის საშუალებით;
- პირდაპირ ჩვენი საბანკო ანგარიშიდან მივიღოთ ან გადავიხადოთ თანხა;
- მეორე პირისგან მოვიტხოვოთ თანხა ელ.ფოსტის საშუალებით;
- ვაგზავნოთ ბიზნეს ინვოისები უფასოდ (invoice).

- **E-gold** (www.Egold.com) - მსოფლიოში ყველაზე მსხვილი და პოპულარული ელექტრონული საგადამხდელო სისტემა. E-gold-ის ყოველდღიური ბრუნვა შეადგენს 500 000 \$ -ზე მეტს. სისტემა შეიქმნა და ამუშავდა 1996 წელს. E-gold არის ინტერნაციონალური საგადამხდელო სისტემა, რომლის ფულადი საშუალებები გაიგივებულია ძვირფას ლითონებთან.

ეს თავისებურება მას განსაკუთრებით ეფექტურს ხდის საერთაშორისო გადახდების წარმოების დროს, რადგანაც მომხმარებლების ანგარიშები არ არის მიბმული არც ერთ ნაციონალურ ვალუტასთან.

სქემა 1.

Paypal-ის მუშაობის ზოგადი სქემა



E-gold-ის მომხმარებელი შეიძლება უფასოდ გახდეს ნებისმიერი ადამიანი მსოფლიოს ნებისმიერი ქვეყნიდან. ანგარიშზე ფული ინახება არჩეული ძვირფასი ლითონის შესაბამის ექვივალენტურ მასასთან. დაფარულად ეს არის ოქრო. მაგრამ მომხმარებლებს შეუძლიათ მისი გაყიდვა დაპლატინის, ვერცხლის ან პალადიუმის ყიდვა. სხვა საგადამხდელო სისტემებში მომხმარებლის ფულის ექვივალენტი შეიძლება გახდეს რომელიმე მსოფლიო ვალუტა (დოლარი, ევრო და სხვა). თუ

მსოფლიო ბაზარზედოლარის კურსი ეცემა, მაშინ უფასურდება მომხმარებლის ფული საგადამხდელო სისტემის საფულეში. E-gold-ის სისტემაში კი ამ უსიამოვნების აცილება შესაძლებელია, რადგან ის 100%-ით უზრუნველყოფილია ძვირფასი ლითონებით. მთელ თავის ოქროს მარაგს E-gold ინახავს ბანკში Nova Scotia (აშშ, ტორონტო).

სხვა საგადამხდელო სისტემებისაგან განსხვავებით E-gold-ში არ არის პროგრამული უზრუნველყოფა. ანგარიშების და ფულის მართვა ხორციელდება ფირმის ვებ-საიტიდან. ერთი მხრივ ეს კარგია, რადგან არ არის საჭირო პროგრამული უზრუნველყოფის გადმოწერა და დაყენება. მეორეს მხრივ კი მომხმარებელმა რომ მიაღწიოს თავის ანგარიშამდე, საჭიროა რამოდენიმეჯერ ჩამოტვირთოს ვებ-გვერდები ფირმის ვებ-საიტიდან. ეს კი ნაკლებად მოსახერხებელია. E-gold-ში ყველა მონაცემები გადაიცემა დაცული პროტოკოლით <https://>, რაც განაპირობებს მაღალი უსაფრთხოების ხარისხს. თავისი არსებობის მანძილზე ვერა ვერ გაარღვია E-gold-ის უსაფრთხოების სისტემა.

- **Mondex** (www.mondexusa.com) - ელექტრონული საგადამხდელო სისტემა, რომელიც ერთიანებს ტრადიციულ ინალდიფულისთვის ებებს ელექტრონული გადახდების მოხერხებულობასთან. სისტემაში მუშავა კომპანია "mondex International". მისი აქციების 51% ეკუთვნის კომპანია Mastercards-ს, ხოლო დანარჩენი 49% მსოფლიო წამყვან ბანკებს და საფინანსო ინსტიტუტებს. სისტემა Mondex ამუშავდა 1994 წელს დიდი ბრიტანეთის ქალაქს უინდონში. ელექტრონული ინალდიფული შეიძლება სმარტბარათზე იყოს ჩატვირთული ქსელთან მიერთებული კომპიუტერის მეშვეობით. ბარათის მფლობელებს შორის ანგარიშსწორებისათვის შემუშავებულია სპეციალური მოწყობილობა - "საფულე", ხოლო ანგარიშზე ნაშთის გასარკვევად - ჯიბის დამთვლელი.

- **CyberCash** (www.cybercash.com) - ამერიკული კომპანია, რომელმაც შეიმუშავა ელექტრონული საგადახდებლო სისტემა ინტერნეტში ანგარიშსწორებისას საკრედიტო ბარათების მეშვეობით. არც ელექტრონულ მაღაზიას და არც რომელიმე სხვა გამყიდველს არ შეუძლია გაიგოს ინფორმაცია კლიენტის საკრედიტო ბარათზე. პრაქტიკულად ნულამდე არის დაყვანილი ინტერნეტში მონაცემთა ხელში ჩაგდების მცდელობა. CyberCash არ იტოვებს არავითარ მონაცემებს ყიდვის შესახებ და მხოლოდ ბანკ-ემიტენტს გააჩნია ყიდვის ყველა დეტალზე ინფორმაცია. პროგრამული უზრუნველყოფა (CyberCashwallet) და მომსახურება უფასოა. კომპანია უმატებს 2% ოპერაციის მოცულობიდან. სისტემა იდეალურია კატალოგებით გაყიდვის დროს. აღსანიშნავია, რომ კომპანიამ აამუშავა სპეციალური მიკროგადახდების სისტემა CyberCoin.
- **CheckFree** (www.checkfree.com) - მსოფლიოში დღესდღეისობით ყველაზე გამოყენებული ელექტრონული საგადახდებლო სისტემაა, რადგან ის ჩართულია ყველაზე მსხვილ ინტერნეტ პროვაიდერების CompuServe და AOL- ის სტანდარტულ პაკეტში. სისტემამ 1995 წელს კლიენტებს შესთავაზა ინტერნეტში ელექტრონული ჩეკური სამსახური CheckFree Payment Services. კლიენტის მოთხოვნის მიხედვით ეს სამსახური გამოწერს ჩეკს და ასრულებს მყიდველსა და გამყიდველს შორის ელექტრონულ ანგარიშსწორებას. ინტერნეტში მიკროგადახდებს სისტემა აწარმოებს.
- **First Virtual** (www.firstvirtual.com) - ეს არის ინტერნეტში პრაქტიკულად პირველი საგადახდებლო სისტემა. კომპანიამ თავისი სისტემა Internet Payment System აამუშავა 1994 წელს. სისტემაში დაშვებისათვის მომხმარებლებმა საჭიროა დაარეგისტრირონ საკრედიტო ბარათის ნომერი საიდენტიფიკაციო ნომერის მისანიჭებლად First Virtual-ში ტელეფონით ან ფაქსით. შემდგომში ეს ნომერი გამოიყენება საკრედიტო ბარათის ნომერის ნაცვლად

ინტერნეტში ოპერაციების ჩატარების დროს. სისტემის თავისებურებაა, რომ ის არ იყენებს უსაფრთხოების დაცვის რთულ სისტემებს და კლიენტებიდან ტრანზაქციის დადასტურებას აწარმოებს ელექტრონული ფოსტის საშუალებით [24].

- **ACH (Automated Clearing House)** - არის ელექტრონული ქსელი ფინანსური გადარიცხვებისთვის ამერიკის შეერთებულ შტატებში. ACH ამუშავებს დიდი მოცულობის საკრედიტო და სადებეტო ტრანზაქციებს (გადარიცხვებს). ACH საკრედიტო გადარიცხვები მოიცავს პირდაპირ სადებიტო გადასახდელებს და გამყიდველის გადასახდელებს. ACH პირდაპირი სადებეტო გადარიცხვები შეიცავს სამომხმარებლო გადახდის შესახებ სადაზღვევო პრემიას, იპოთეკური სესხებს და სხვა სახის გადასახადებს. სადებეტო გადარიცხვები (ტრანზაქციები) მოიცავს ასევე POP ([point-of-purchase](#)) კონვერტაციის პილოტურ პროგრამას, რომელიც სპონსორდება Electronic Payment Association მიერ. ორივე სახელმწიფოც და კომერციული უწყებები იყენებენ (ACH) გადახდებს.
- **Paycash**-ის ციფრული ფულის პირველმა სამამულო სისტემის აპრობაციამ წარმოდგენილი ბანკით „ტავრიული“ (სანკტ-პეტერბურგი) სტარტი აიღო 1998წ. დასაწყისში. 1999წ თებერვლიდან სისტემა Paycash-ში გაჩნდა შესაძლებლობა გაკეთდეს შესყიდვები ინტერნეტის მეშვეობით რეალური ფულის მეშვეობით. მსყიდველობითი სისტემის მონაწილეებია ბანკი და კლიენტი. კლიენტის სახით შეიძლება მოგვევლინონ ფიზიკური და იურიდიული პირები. ბანკის აზრით ყველა კლიენტი თანასწორია. რათა კლიენტმა მიიღოს გადასახადები, არ არის საჭირო „მაღაზიის“ განსაკუთრებული სტატუსი. ყველა ოპერაციას კლიენტი ასრულებს საფულის უზრუნველყოფის სპეციალური პროგრამის მეშვეობით. სისტემის მუშაობის სქემა ასე გამოიყურება. მომავალი კლიენტი „საფულის“ მეშვეობით ხსნის ანგარიშს ბანკში და გადაჰყავს ამ

ანგარიშზე ფული. ამის შემდეგ იგი ხდება კლიენტი. კლიენტი ქმნის თავის კომპიუტერში საფულის მეშვეობით ერთ ან რამოდენიმე საგადასახადო წიგნაკს. შემდეგ ისევ „საფულის“ მეშვეობით გადაჰყავს რაღაც თანხა თავისი ანგარიშიდან ერთ-ერთ წიგნაკში ანუ თავის კომპიუტერში. ამავე დროს ბანკი ვერ საზღვრავს რომელ წიგნაკში ჩაირიცხება თანხა, ვის ეკუთვნის კონკრეტული საგადასახადო წიგნაკები. ახლა უკვე კლიენტი მზადაა ანგარიში გაასწოროს ინტერნეტში, ანონიმურად, იმ ფულით, რომელიც მის საგადასახადო წიგნაკში დევს. თითოეული გადასახადი ავტორიზირდება ბანკის მეშვეობით, ჯაჭვი ასეთია:

გამყიდველი → მყიდველი → გამყიდველი → ბანკი → გამყიდველი → მყიდველი.

თავდაპირველად გამყიდველი სთხოვს ფულს მყიდველს, მოთხოვნაში ირთვება ხელშეკრულების ხელმოწერილი კონტრაქტი. შემდეგ მყიდველი უგზავნის გამყიდველს გადასახადის მონაცემებს. გამყიდველი აგზავნის მათ ბანკში, ბანკი აწარმოებს აუცილებელ გადამოწმებას და უგზავნის გამყიდველს ქვითარს, ქვითარსაც მყიდველისათვის. გამყიდველი აცნობებს მყიდველს თავის გადაწყვეტილებებს და უგზავნის მას ბანკის დაშიფრულ მონაცემებს მყიდველის სახელზე.

- **პლასტიკური ბარათები**- საბანკო ბარათი ანუ პლასტიკური ბარათი წარმოადგენს ანგარიშების და მსგავსი დოკუმენტების საშუალებას, რომელიც ხორციელდება ბარათის მფლობელის ანგარიშზე. პლასტიკური ბარათის ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქციაა – მისი მომხმარებლის საგადასახადო სისტემის იდენტიფიკაციის უზრუნველყოფა. ამ ბარათზე შეიტანება ემიტენტის და საგადასახადო სისტემის ლოგოტიპები. ბარათის მფლობელის სახელი, ანგარიშის ნომერი, მოხმარების ვადა და შეიძლება მფლობელის სურათიც და ხელმოწერაც.

საგადასახადო სისტემები, რომლებიც გამოიყენებს საკრედიტო ბარათებს, უზრუნველყოფენ უსაფრთხოებასა და აუტენტაფიკაციას. საკრედიტო ბარათის გამოყენებით ინტერნეტიდან საქონელის ყიდვა მიმდინარეობს იგივე სცენარით, მხოლოდ დამატებით ტრანზაქციისა და აუტენტიფიკაციის უსაფრთხოების უზრუნველყოფით, როგორც მყიდველსა ისე გამყიდველსა. უკვე წარმოიშვა ინტერნეტში საკრედიტო ბარათების გამოყენების სხვადასხვა ფორმები. მათი განმასხვავებელი ნიშნებია: ტრანზაქციისა და საპროგრამო უზრუნველყოფის უშიშროების დონე, რაც აუცილებელია მყიდველისა და გამყიდველისათვის მისი განხორციელებისათვის. ამჟამად საკრედიტო ბარათების ტრანზაქცია აღწევს 90% ტრანზაქციის საერთო მოცულობიდან რომელიც შესრულებულია ინტერნეტში.

საბანკო სისტემების განვითარებასთან ერთად, წარმოიქმნა პლასტიკური ბარათების სხვადასხვა სახეობა, რომლებიც ერთმანეთისგან განსხვავდება დანიშნულებით, ფუნქციური და ტექნიკური მახასიათებლებით, ანგარიშსწორების მექანიზმის თვალსაზრისით გამოყოფენ ორმხრივ და მრავალმხრივ სისტემებს. ორმხრივი ბარათების წარმოქმნა მოხდა ანგარიშსწორების მონაწილეთა შორის ორმხრივი შეთანხმების საფუძველზე. ამ დროს ბარათის მფლობელს საშუალება აქვს ჩაკეტილ ქსელში საქონლის შესყიდვისა, რომელსაც თავის მხრივ ბარათის ემიტენტი აკონტროლებს (უნივერსიტეტები, ბენზინის გასამართი სადგურები და სხვა). ამ ბარათებისგან განსხვავებით მრავალმხრივ სისტემებს ხელმძღვანელობენ საბანკო ბარათების ეროვნული ასოციაციები ან კიდევ კომპანიები, რომლებიც ტურიზმისა და გართობის ბარათებს უშვებენ (მაგ. American express).

ბარათების სხვაგვარი დაყოფა მათი ფუნქციური დახასიათებით განისაზღვრება. განსხვავდება საკრედიტო და

დებიტური ბარათები. პირველი უკავშირდება ბანკში საკრედიტო ხაზის გახსნას, რაც მფლობელს საშუალებას აძლევს, საქონლის ყიდვისას ან საკრედიტო სესხის აღებისას კრედიტით ისარგებლოს, მეორე განკუთვნილია საბანკო ავტომატებიდან ნაღდი ფულის მისაღებად ან კიდევ ელექტრონული ტერმინალების საშუალებით საქონლის შესყიდვას.

ტურიზმისა და გართობის ბარათები (travel and entertainment cards, შემოკლებით T & E-cards). ზემოთხსენებული ტერმინოლოგიის თანახმად ეს “საგადასახადო ბარათებია”, რომლებიც მომსახურეობის სფეროზე სპეციალიზირდებიან. მაგ. “American express” და “Diners club” ბარათებს მთელ მსოფლიოში ათობით ათასი სავაჭრო დასერვისის სფეროში მომსახურე ორგანიზაცია იღებს.

ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროში გავრცელებულია კერძო საგადასახადო ბარათები (private cards, retail cards, affinity cards). ამ ბარათების მოხმარება იზღუდება სავაჭრო დაწესებულებების დახურული ქსელით.

ბარათები საბანკო ავტომატებისათვის (ATM cards) დებიტორული ბარათების სახესხვაობაა, რომლებიც მფლობელს საშუალებას აძლევს მიიღოს ნაღდი ფული ბანკში დარჩენილი ანგარიშის ფარგლებში. ბარათის გამოყენება 24 საათის განმავლობაშია შესაძლებელი.

საქართველოში პირველად პლასტიკური ბარათი გამოშვებული იქნა 1996 წელს, ეს პლასტიკური ბარათები გამოშვებული იყო გაერთიანება UFC – ის მიერ, ამ პლასტიკური ბარათის ემიტენტი ბანკი იყო აბსოლუტ ბანკი, შემდგომში ამ გაერთიანების წევრები გახდნენ თიბისი ბანკი, თბილკომბანკი, თბილკრედიტბანკი და ინტელექტბანკი. UFC – ის პლასტიკური ბარათები წარმოადგენდნენ სადებეტო ბარათების ნაირსახეობას [25].

1997 წლის 17 იანვარს საქართველოში ჩამოყალიბდა სააქციო საზოგადოება “ჯორჯიან ქარდი”. მისი ერთ-ერთი აქციონერი არის ფრანგული ფირმა “იმედი”, იგი ფლობს აქციათა საკონტროლო პაკეტს, მისი წილი შეადგენს 51 %-ს. “ჯორჯიან ქარდი” - ის აქციონერები არიან ასევე ქართული ბანკებიც.

“ჯორჯიან ქარდი” - ის პლასტიკური ბარათები იყოფა შემდეგ ჯგუფებად: Classic, Gold და Business. Classic-ისა და Gold-ის პლასტიკური ბარათები განკუთვნილია ფიზიკური პირებისათვის, ამასთან Gold-ის ბარათები Classic-ის ბარათებთან შედარებით მეტი პრიორიტეტით გამოირჩევა, ეს ბარათები გაიცემიან მაღალი კრედიტუნარიანობის მქონე კლიენტებზე. Business პლასტიკური ბარათები კი განკუთვნილია იურიდიული პირებისათვის.

Webmoney Transfer (<http://www.webmoney.ru/>) - სისტემა გახსნილია თავისუფალი ხმარებისათვის, ყველა მსურველისთვის მსოფლიოს ყველა კუთხეში. საგადახდო სისტემა Webmoney Transfer უნივერსალური სტრუქტურაა. იგი აძლევს საშუალებას ინტერნეტ ქსელის ნებისმიერ მომხმარებელს განახორციელოს უსაფრთხო ფულადი ანგარიშსწორება რეალურ დროში. სისტემის კლიენტები არიან მოვაჭრეები და მყიდველები პროდუქტებისა და მომსახურების. საგადახდო სისტემა Webmoney Transfer - ის დახმარებით შეიძლება მომენტალური შეუქცევადი ოპერაციების განხორციელება დაკავშირებული ქონების გადაცემის უფლებასთან ნებისმიერ საქონელზე და მომსახურებაზე, საკუთარი ვებ-სერვერების შექმნა ან საწარმოთა ქსელის შექმნა, ოპერაციების განხორციელება სხვა მონაწილეებთან. საგადახდო სისტემაში ტრანზაქციულ საშუალებად გამოიყენება სიმბოლო MW (Webmoney), რომელიც არსებობს რამოდენიმე ტიპისა და ინახება მფლობელის ელექტრონულ საფულეში:

WMR - ეკვივალენტი RUR(რუბლი) – R-საფულეზე

WME - ეკვივალენტი EUR(ევრო) – E-საფულეზე

WMZ - ეკვივალენტი USD(დოლარი) – Z-საფულეზე

სისტემაში რეგისტრაცია და სახსრების მართვა ხორციელდება საკლიენტო პროგრამა WM KEEPER საშუალებით. მისი საშუალებით შესაძლებელია განხორციელდეს მომენტალური ანგარიშსწორება WM - ში საგადახდო სისტემების სხვა კლიენტებთან, გადაიხადოთ თანხა საქონელზე და მომსახურებაზე ქსელში.

აპარატურულ პროგრამული კომპლექსური საშუალებები უზრუნველყოფს განახორციელოთ უსაფრთხო ტრანზაქციები. კომპიუტერული უსაფრთხოების სპეციალური კომპლექსი სრულიად გამორიცხავს თქვენი საშუალებებისა და ინფორმაციის არასანქცირებულ უფლებას. კონფიდენციალურ შეტყობინებათა სამსახურის საშუალებით თქვენ შეგიძლიათ აწარმოოთ დაცული მიმოწერა სხვა მომხმარებლებთან [26].

2.3. ელექტრონული საგადასახდო სისტემების საქართველოში

საქართველოში ელექტრონული კომერცია ნელა მაგრამ მაინც ვითარდება. სახელმწიფო ახალ ნაბიჯებს დგამს, - საკანონმდებლო-ნორმატიული ბაზა, კიბერუსაფრთხოება, ლოჯისტიკა და შეკვეთილი ნაწარმის ადგილზე მიტანა, მომხმარებლების უფლებების დაცვა, ელექტრონული ვაჭრობის პოპულარიზაცია, - ეს ის თემებია, რომლებიც საჭიროებს დახვეწას, რათა კიდევ უფრო განვითარდეს საქართველოში ელექტრონული კომერცია.

ელ. კომერციის განვითარების ნათელი მაგალითია საქართველოს ელექტრონულად საგადახდებლო სისტემის, კომპანია PayPal-ის ინტერნეტ სისტემასთან მიერთება და დღეიდან მისი საშუალებით ჩვენს ყველა

მოქალაქეს შეუძლია მსოფლიოს მასშტაბით არსებულ ათასობით ელექტრონულ მაღაზიაში სასურველი პროდუქტი შეიძინოს.

აქამდე ბევრი ცნობილი ვებ-გვერდი ქართული ბარათით სარგებლობის საშუალებას არ იძლეოდა, ახლა კი „ფეიფალის“ საგადამხდელო სერვისის გამოყენებით რამდენიმე წუთში, მარტივად ხდება ანგარიშის გახსნა და მყიდველებს აღარ სჭირდებათ გამყიდველის ანგარიშის დეტალების, საქონლის მიმღების მისამართის ან ტრანზაქციის ხელახლა გამეორება.

PayPal-ის სერვისი განსხვავდება ქვეყნებს შორის. საქართველო ჯერ მხოლოდ PayPalმინიმალური მომსახურების პაკეტის კატეგორიის ქვეყნებში შევიდა მაგრამ დასაწყისისთვის ესეც კარგია.

- „საქართველოს ბანკის“ (<http://bankofgeorgia.ge/>) შვილობილი კომპანია ipay- გვთავაზობს პროექტ iDeals.ge, რომელიც არისინდივიდუალური და ჯგუფური შესყიდვების ვებგვერდი, სადაც თქვენ მიიღებთ შემოთავაზებებს თქვენთვის სასურველ საქონელსა და მომსახურებაზე წარმოუდგენლად დაბალ ფასად.

საქონლისმომსახურების შესაძენად ანგარიშსწორება ხდება პირდაპირვებგვერდზე, პლასტიკური ბარათების საშუალებით. შენაძენის დასამოწმებლად, თქვენ მიიღებთ სპეციალურ კოდს, თქვენს „პირად კაბინეტში“ და ელფოსტაზე. მიღებულ სპეციალურ კოდს, პირადობის დამადასტურებელ საბუთთან ერთად (პირადობის მოწმობა ან საქართველოს მოქალაქის პასპორტი), წარადგენთ შესაბამის სავაჭრო თუ მომსახურების ობიექტში და მიიღებთ შენაძენს.მისი საშუალებით შესაძლებელია, თითქმის ყველა სახის გადახდის განხორციელება: დაწყებული კომუნალური გადახდებით დამთავრებული სხვა სახელმწიფო სერვისებით.

პოსტერმინალებით მომსახურება საგადამხდელო სისტემის ფარგლებში

- არის ასევე საქართველოს ბანკის სერვისი , რომელიც დაგეხმარებათ:

- დაზოგოთ ხარჯები;
- გაზარდოთ გაყიდვები და მოიზიდოთ ახალი მომხმარებლები;
- თქვენს შესახებ ინფორმაცია მიაწოდოთ მომხმარებელს;
- გაიმარტივოთ ანგარიშსწორებასთან დაკავშირებული პროცედურები

მისი ძირითადი უპირატესობებია:

1. მხოლოდსაქართველოს ბანკის ტერმინალებში არის შესაძლებელი ყველ ატივის ბარათით გადახდა: VISA, MasterCard, American Express (ექსკლუზიურად 2009 წლიდან) და Dinersclub/Discovery (ექსკლუზიურად 2011 წლიდან);
 2. საქართველოში არსებული ბარათების დაახლოებით 60-65% საქართველოს საპროცესინგო ცენტრის მიერ არის ემიტირებული (1,5 მლნ-ზე მეტი VISA/ MasterCard და 107 ათასზე მეტი American Express ბარათი), რაც საშუალებას მოგვცემთ დაზოგოთ ხარჯები;
 3. საჭროების შემთხვევაში ტექნიკურ მხარდაჭერას მიიღებთ 24 საათის განმავლობაში;
 4. ქსელში გაერთიანებულია 3000-ზე მეტი საშუალო თუმსხვილი ორგანიზაცია, რაც პოსტ-ტერმინალებით მოსარგებლე კომპანიების 80%-ზე მეტს შეადგენს;
 5. ბანკითავის პარტნიორსავაჭრო ორგანიზაციებთან ერთად ახორციელებს სხვადასხვა წამახალისებელ აქციებს. შედეგად, ინფორმაციასხვადასხვასასაკომუნიკაციო არხების დახმარებით იგზავნება მომხმარებელთან – საქართველოს ბანკის ბარათების მფლობელებთან. აქციების შედეგად სავაჭრო ობიექტებს უზრდებიათ ტრანზაქციების მოცულობა და ეძლევათ შესაძლებლობა მოიზიდონ ახალი მომხმარებლები.
- ასევე სრულიად ახალი ინტერნეტ ბანკი (ExpressOnline) – იურიდიული პირებისთვის, რომლის მეშვეობით რათქმაუნდა, სხვა

სტანდარტულ საბანკო ოპერაციებთან ერთად შეგიძლიათ განახორციელოდ გადახდები ყველა სახის და გადარიცხვები [27].

- TBC ბანკის (<http://www.tbcbank.ge/>) Viza და Mastercard პლასტიკური ბარათები - სწრაფი, მოქნილი და უსაფრთხო სისტემა ინტერნეტ გადახდების მისაღებად და ასევე თითოეულ ინტერნეტ ობიექტის მოთხოვნებზე მორგებული ფართო ფუნქციონალური შესაძლებლობებით:
 - გადახდების დაყოვნება-დამუშავება თქვენი ბიზნესის
 - მოთხოვნებიდან გამომდინარე;
 - თანხების დაბრუნების ოპერაციები;
 - შესრულებული ოპერაციების სტატუსის შემოწმება;
 - ბიზნეს დღის დახურვის მართვა;
 - თითოეული გადახდის დეტალური იდენტიფიკაცია
 - ობიექტის საბანკო ანგარიშის ამონაწერში.

Visa და MasterCard მიერ დანერგილი მაქსიმალურად უსაფრთხო ტექნოლოგია 3D-Secure (Verified by Visa, MasterCard SecureCode), რომელიც უზურნველყოფს TBC ბანკიდან ყოველი ტრანზაქციის დამატებით აუტენტიფიცირებას, ამცირებს თაღლითური გადახდების განხორციელების რისკს და მასთან დაკავშირებულ ფინანსურ დანაკარგებს .

- TBC ბანკის (<http://www.tbcbank.ge/>) ინტერნეტ ბანკზე - რეგისტრაციით საშუალება გექნებათ ისარგებლოთ დისტანციური მოსმახურების მთელი პაკეტით: ინტერნეტბანკი, მობაილ ბანკი და Ipad ბანკი. აღსანიშნავია, რომ ტრანზაქციების ინფორმაცია ერთიპროდუქტიდან მეორეში გადაიცემა მომენტალურად. TBC ბანკის ინტერნეტ ბანკით შესაძლებელია [28]:
 - ანგარიშებზე არსებული ბალანსების ნახვა, ამონაწერის გაკეთება
 - გადარიცხვა კომპანიის ანგარიშებზე, სხვა პირის ან კომპანიის ანგარიშზე და ბიუჯეტში
 - კომუნალური გადასახადების გადახდა
 - დეპოზიტების და სესხების მართვა
 - ვალუტის კურსების ნახვა და კონვერტაცია

-ინტერნეტბანკის მომხმარებლების დამატება და მათთვის უფლებების მინიჭებაკომპანიის მოთხოვნებს მორგებული სერტიფიკაციის მეთოდის დაყენება [28].

- **E-money** (<https://www.emoney.ge>) - ქართული საგადასახადო სისტემის emoney.ge (www.emoney.ge)მაგალითზე, რომელიც შემოდებულია ბანკი "ქართუ"-ს მიერ ნაჩვენებია, რომ კორპორაციულ გამყიდველებს, კორპორაციულ მყიდველებს და ინდივიდუალურ მყიდველებს სთავაზობენ რეგისტრაციის სხვადასხვა ვარიანტს და შესაბამისად ელექტრონული კომერციის სხვადასხვა პროგრამულ საშუალებებს.

Emoney არის მულტისავალუტო ელექტრონული საფულე, რომელსაც იყენებს 750,000 ფიზიკური და იურიდიული პირი საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ. EMoney -ს საფულე თავის მომხმარებლებს აძლევს საშუალებას მარტივად, კომფორტულად და რაც მთავარია ზედმეტი დანახარჯების გარეშე იმოპინგონ ინტერნეტში და გადაიხადონ სხვადასხვა პროვაიდერების გადასახადები EMoney -ს ვებ გვერდის მეშვეობით. ლიბერთი ბანკის ანგარიშებსა და ბარათების არსებულ ინფრასტრუქტურაზე დაყრდნობით, EMoney უახლოეს მომავალში ონლაინ გადახდებისა და ინტერნეტ შოპინგის ყველაზე პოპულარული საშუალება გახდება მთელს კავკასიის რეგიონში, რითაც მცირე ბიზნესის წარმომადგენლებისათვის შექმნის გადახდების მიღების ყველაზე ხელსაყრელ და იაფ საშუალებას.

EMoney ელექტრონული საფულის დახმარებით თქვენ შეგიძლიათ შეავსოთ მობილური ტელეფონის ბალანსი, გადაიხადოთ კომუნალური და ასობით სხვა პროვაიდერის გადასახადი დამატებითი საკომისიოს გარეშე.

2013 წელს Emoneyჩართო ამიერკავკასიაში პოპულარული, საერთაშორისო პროვაიდერები, რაც ნიშნავს რომ თქვენ უკვე შეგიძლიათ შეავსოთ თქვენი Skype, World of Tanks, Odnoklassniki, WebMoneyდა სხვა ანგარიშები.

EmoneyGeorgia-ს ერთერთი აქციონერი არის ლიბერთი ბანკი, რომელიც ემსახურება 1.4 მილიონ კლიენტს 550 მომსახურების წერტილიდან. ეს საშუალებას გვაძლევს კლიენტებს შევთავაზოთ მრავალი სერვისი, რომელიც არის ბანკთან ინტეგრირებული. კლიენტებს შეუძლიათ მარტივად და სწრაფად გაიარონ ვერიფიკაცია ბანკის ქსელში მთელი საქართველოს მასშტაბით. სრულიად უფასოდ შეუკვეთონ PAY მულტისავალუტო ანგარიში და გადააბან იგი თავის Emoney საფულეს.

Emoney სისტემა საშუალებას აძლევს თავის კლიენტებს მარტივად და სწრაფად შეიტანონ და გაანაღდონ თანხა თავისი საფულიდან მრავალი არხის მეშვეობით. Emoney საფულიდან თანხის გატანა შესაძლებელია ლიბერთი ბანკის ქსელიდან:

- 550 მომსახურე წერტილიდან საქართველოს მასშტაბით.
- 311 ბანკომატიდან ელექტრონული პირადობის მეშვეობით.
- ნებისმიერ ქართულ საბანკო ანგარიშზე, გადარიცხვის გზით.
- Emoney საფულეს ბალანსის შევსება შესაძლებელია მარტივად და სწრაფად მრავალი არხიდან.
- ლიბერთი ბანკის მომსახურების წერტილების ფართო ქსელიდან
- ლიბერთი ბანკის ბანკომატებიდან
- ნებისმიერი ტიპის თვითმომსახურების ტერმინალიდან (NOVA, OSMP, TBC Pay, ExpressPay)
- საფულეზე გადაბმული PAY ბარათიდან
- ნებისმიერი VISA ან Mastercard ბარათიდან.

Emoney ვერიფიცირებულ კლიენტებს შეუძლიათ უფასოდ შექმნან EMoneyVISA ვირტუალური ბარათი, რაც მათ საშუალებას მისცემს მოხერხებულად იშოპინგონ მსოფლიოს ონლაინ მაღაზიებში, რომლებზეც შესაძლებელია გადახდების მიღება VISA ბარათების მეშვეობით. ვირტუალური ბარათის შექმნა შესაძლებელია 1 დღიდან 1 წლამდე ვადით,

ნებისმიერი რაოდენობით და თქვენთვის სასურველი ლიმიტებით, რაც კიდევ უფრო უსაფრთხოს ხდის ვირტუალური ბარათით სარგებლობას.

Emoney საფულის გამოყენებით, თქვენ შეგიძლიათ:

-ის მომხმარებლები, რომლებიც გაივლიან სწრაფ და კომფორტულ ავტორიზაციის/ვერიფიკაციის პროცესს ლიბერთი ბანკის ფილიალებში, უფასოდ მიიღებენ მულტისავალუტო PAY ბარათებს, რომლის გადაბმაც შესაძლებელია Emoney საფულესთან. ეს არის დამატებითი კომფორტი, რათა კლიენტებმა მარტივად შეავსონ თავიანთი Emoney საფულესაბანკო ანგარიშებიდან;

- იმ მომხმარებლებს, რომლებსაც Emoney საფულეზე გადაბმული აქვთ PAY ბარათი, შეუძლიათ უფასოდ შექმნან Emoney ვირტუალური VIZA ბარათი, რომელიც მისცემთ საშუალებას გამოიყენონ ბარათი მსოფლიოს 1000-ზე მეტ ონლაინ მაღაზიაში;

- მომხმარებლებს შეუძლიათ სწრაფად და მარტივად შეავსონ საფულის ანგარიში. საქართველოს მოქალაქეებს შეუძლიათ შეავსონ ბალანსი ლიბერთი ბანკისა და კორ სტანდარტ ბანკის ფილიალებში და სერვისცენტრებში, ასევე შესაძლებელია NOVA, OSMP, TBC Pay, ExpressPay თვითმომსახურების აპარატებში;

-საფულის მომხმარებლებს შეუძლიათ გადააბან თავიანთი VIZA ან

Mastercard ბარათები Emoney-ის საფულეს და სატესტო გადარიცხვით

ავტორიზირებულ მომხმარებლებს საშუალება ექნებათ მომავალში ბარათის მონაცემების შეყვანის გარეშე მარტივად და სწრაფად შეავსოთ თავიანთი Emoney საფულის ბალანსი;

-Emoney მომხმარებლებს საშუალება აქვთ გამოიყენონ საფულის ბალანსი Swoop.ge, Freeshop.ge, MyPhone.ge, eAuction.ge, PAYstore, Mobi.ge, MyVideo.ge, MyMarket.ge, MyAuto.ge, MyHome.ge, MyParts.ge, MyDeal.ge-სა და სხვა ელექტრონული კომერციის ლიდერ ვებ გვერდებზე [29].

• უნიფი (Unipay) (<https://www.unipay.com>) -

ქართულონლაინბაზარზეელექტრონულიგადარიცხვებისახალიკომპანია „უნიფი“ შემოვიდა, რომელიცავითარებსდანერგავსელექტრონულიგადარიცხვებისადაელექტრონულიკომერციისგადაწყვეტილებებს.

ონლაინსამყაროსულუფროდაუფრომეტადგილსიკავებსთითოეულიადამიანისყოველდღიურცხოვრებაში.

მსოფლიომასშტაბითვითარდებაონლაინმაღაზიებიდაელექტრონულიკომერცია. კომპანიისმიზანიკი,

მომხმარებლისუზრუნველყოფაამსოფლიომაზარზეარსებულისინოვაციურიპროდუქტებითადაგანვითარებადიტექნოლოგიურისერვისებით.

მთელმსოფლიოშიისეთიპროდუქტები, როგორიცარისუნიფი ელექტრონულისაფულე -

ძალიანპოპულარულიადამომხმარებლებისდიდირაოდენობითგამორჩევა.

ასეთისახისმომსახურებებსთავაზობენისეთიგიგანტიკომპანიები, როგორცაა: “PayPal”, “Alertpay”, “Moneybookers”, “eWay” დასხვა.

საინტერესოაისფაქტი,

რომქართველმომხმარებელშიარისმაზარდმოთხოვნაანგარიშსწორებისწარმოებისსრულონლაინრეჟიმზე.

მაზარზეგამოსვლამდეკომპანიაუნიფიმშეისწავლამომხმარებლისმოთხოვნებიდამზაობაელექტრონულსაფულესთანმიმართებაში.

ამკვლევებისშედეგადგამოიკვეთაძალიანსაინტერესოტენდენციებიდაპოტენციურიმომხმარებლისმხრიდანმაზარეგაცილებითდიდიდაინტერესება,ვიდრეამასკომპანიაელოდა. ამყველაფრისგათვალისწინებით, კომპანიაუნიფიმიიღოგადაწყვეტილებაშეექმნაერთიანიონლაინანგარიშსწორებისსისტემა,

რომელიცმომხმარებელსუზრუნველყოფსზუსტადიმსერვისით,

რომელიცმასსჭირდება. უნიფისმომხმარებელიიყენებსუსაფრთხოსის

ტემას. მკაცრად არის დაცული მომხმარებლის პირადი ინფორმაცია. ასევე მომხმარებლებს სთავაზობს თანამედროვე ტექნოლოგიებს მარტივი და იაფი გადაარიცხვებისთვის. უნიფიციცავს მომხმარებლის მონაცემებს არასანქცირებულ იწვდომისგან , გამოყენებისგან ან გამჟღავნებისგან. ანგარიშის სისტემა და ყველა ინტერნეტ კომუნიკაცია დაცულია SSL (დაცულის ოკეტების ფენა) პროტოკოლის გამოყენებით, რომელსაც გააჩნია უსაფრთხოების მაღალი დონის 256- ბიტის იმპლიმენტის შიფრირების უნარი და სერტიფიცირებულია GeoTrust- ის მიერ. უნიფიცი ხელს უწყობს ბიზნესის განვითარებას ინტერნეტში, ონლაინ გაყიდვებისა და ცნობადობის ზრდას კომპანიებისთვის. მხოლოდ ერთი მარტივი ინტეგრაციის საშუალებით ორგანიზაცია უკავშირდება ათიათასობით შემსყიდველს მსოფლიო მასშტაბით, სადაც ანგარიშსწორება ხდება უსაფრთხოდ დამარტივად. კომპანია უნიფიცი სთავაზობს კომპანიებს მზა ელექტრონული კომერციის გადაწყვეტილებებს, რაციმის საშუალებას იძლევა, რომ მარტივად დაეფექტურად დაიწყონ ბიზნესის წარმოება ინტერნეტში ახლად და არსებულ მანცირე კომპანიებმა ცკი. უნიფიცი თანთანამშრომლობა უპირველესად იმნავს სწრაფ გადახდებს, მაქსიმალურ უსაფრთხოებას, ფართო და ფარვის ზონას ადამის ქსელში ჩართული კომპანიების შემოსავლების ზრდას. შპს „უნიფიცი“ ონლაინ ანგარიშსწორების სისტემაა, რომელიც საშუალებას გაძლევთ გააგზავნოთ, გადაიხადოთ დამილოთ თანხა ინტერნეტში, ყველაზე სწრაფად, მარტივად და უსაფრთხოდ. უნიფიცი პირადი ელექტრონული საფულე ანგარიშსწორების ყველაზე თანამედროვე, უსაფრთხო და მოსახერხებელი მეთოდია, რომელიც არამხოლოდ მარტივებს მყიდველსა და გამყიდველს შორის ფი

ნანსურურთიერთობას,
არამედორივემხარესთავაზობსფულადიოპერაციებისგანხორციელები
სათვისუამრავდამატებითფუნქციას [30].

2. შედეგები და მათი განსჯა

თავი 3. ინტერნეტბანკისკვლევისთეორიულიასპექტები

ქსელურფინანსურრთიერთობათასისტემაში

3.1.ინტერნეტბანკის,

როგორცელექტრონულიეკონომიკურისაქმიანობისსახეობის, ცნება,
ძირითადიმიმართულებებიდა
განვითარებისტენდენციები

მუდმივ შესწავლასა და დახვეწას მოითხოვსსაბანკო მომსახურების თეორიაში არსებული ისეთი პრობლემები,როგორებიცაა სუსტი ტერმინოლოგიური ბაზა, თანამედროვე ქართულ ბაზარზე დასავლეთის ბანკების გამოცდილების გამოყენების თავისებურებები, საბანკო მომსახურების გაწევა უახლესი საბანკო ტექნოლოგიების გამოყენებით.

მიუხედავად ამისა, ინფორმაციული ტექნოლოგიები აქტიურადინერგება ბიზნესის ყველა სფეროში, მათ შორის საბანკო სფეროშიც. ელექტრონული ეკონომიკური საქმიანობა წარმოადგენს საქონლის (სამუშაოების, მომსახურების) გადანაწილებაზე მიმართული პროცესების ერთობლიობას, რომლებიცყალიბდებასამეურნეო სუბიექტების სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად. ამასთანავე, ზემოხსენებული პროცესების ეკონომიკურ ინსტრუმენტად წარმოგვიდგება გლობალური კომპიუტერული ქსელი ინტერნეტი.

ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვი სწრაფი ტემპებით იზრდება დაასეთი ტემპის შენარჩუნების შემთხვევაში, 2015 წლისათვის ინტერნეტის აუდიტორია 1 მლრდ ადამიანს გადააჭარბებს. სწრაფი ზრდის მთავარი მიზეზებია: ფასების შემცირება აპარატურულ და პროგრამულ უზრუნველყოფასა და საკომუნიკაციო მომსახურებაზე, ინტერნეტის განვითარების სტიმულირება მაღალგანვითარებული ქვეყნების(ძირითადად აშშ-ს, ხოლო ბოლო წლებში-ევროპის ქვეყნების) მთავრობების მხრიდან.

ბაზელის კომიტეტის მიერ დადგენილი საბანკო ზედამხედველობის შესახებ განმარტების თანახმად, „ელექტრონული საბანკო საქმე,“ ანუ e-banking, მოიცავს საცალო და მოცულობით უმნიშვნელო საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების გაწევას ელექტრონული საბანკო არხების მეშვეობით და, ამასთანავე, მოცულობით მნიშვნელოვანი ელექტრონული გადახდებისა და სხვა საბითუმო საბანკო მომსახურების ელექტრონულად გაწევას.

ინტერნეტბანკი წარმოადგენს ელექტრონული ბანკინგის ერთ-ერთ სახეს. საბანკო მომსახურების გაწევის აღსანიშნად აგრეთვე გამოიყენებენ ტერმინს „ტრანზაქციული ე-ბანკინგი“.

ინტერნეტბანკი მჭიდროდაა დაკავშირებული ელექტრონულ კომერციასთან. ელექტრონული კომერცია – მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი დარგია, რომელიც აქტიურად იჭრება ადამიანის საქმიანობის ყველა სფეროში. დღეს ეს ინდუსტრია ინტენსიური ზრდის სტადიაშია და ასე იქნება უახლოესი რამდენიმე წლის განმავლობაში. კომპანიათა დიდი ნაწილი ინტერნეტში ხედავს დიდ კომერციულ პოტენციალს და შესაძლებლობას, გადაიყვანონ თავიანთი ბიზნესი ხარისხობრივად ახალ დონეზე.

ელექტრონული კომერციის ქვეშ იგულისხმება ნებისმიერი საქმიანი გარიგებების განხორციელების სისტემა, როდესაც მხარეთა ურთიერთქმედება ხორციელდება ელექტრონულ გარემოში, რის შედეგადაც საკუთრების უფლება ან საქონლისა თუ მომსახურების გამოყენების უფლება გადაეცემა ერთი მესაკუთრის მიერმეორესათვის.

ელექტრონული გაყიდვების მოცულობა, რა თქმა უნდა, უფრო დაბალია ტრადიციული გაყიდვების მოცულობასთან შედარებით. ეს გამოწვეულია არა მხოლოდ ცხოვრების შედარებით დაბალი დონით, არამედ საბანკო ინფრასტრუქტურისა და თანამედროვე გადახდის ისეთი მექანიზმების განვითარების დაბალი ხარისხითაც, როგორებიცაა გადახდა საბანკო ქვითრებით ან საკრედიტო ბარათებით. მიუხედავად ამისა, ეს

ინსტრუმენტები აქტიურად ვითარდება და ხელს უწყობს ელექტრონული კომერციის სწრაფი ტემპით ზრდას.

ამასთანავე, გლობალური კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით ელექტრონული ვაჭრობისა და ელექტრონული საბანკო საქმიანობის რეგულირებისა და საგადასახადო დაბეგვრის სფეროში არსებულ ძირითად პრობლემებს წარმოადგენს შემდეგი გარემოებები:

- ქსელის სამართლებრივი სტატუსის განუსაზღვრელობა;
- სახელმწიფო იურისდიქციის საკითხების გადაწყვეტის სირთულე;

ელექტრონული ვაჭრობის ქვეშ ვგულისხმობთ ეკონომიკური პროცესს, რომლის დროსაც ერთი პირი (გამყიდველი), ელექტრონული საშუალებების დახმარებით ან ელექტრონული ფორმით, ანაზღაურების სანაცვლოდ, გადასცემს მეორეს (მყიდველს) საქონელსა და მომსახურებას. პირველ შემთხვევაში გადახდები ხორციელდება ტრადიციული სქემებით საკრედიტო ორგანიზაციების მეშვეობით. მეორე ვარიანტი გულისხმობს ბანკების მიერ ემიტირებული პლასტიკური ბარათებით გადახდას. კლირინგული სისტემების მესამე ტიპი კი გულისხმობს ანგარისწორების პროცესში ე.წ. ციფრული ნაღდი ფულის ან დადგენილი კურსით რეალური ვალუტის ეკვივალენტური „ელექტრონული ფულის“ გამოყენებას (ცხრილი 6).

ცხრილი 6.

საცალოსაგადახდოსისტემისსახეებიქართულბაზარზე

საბანკო ფულადი გადარიცხვების სისტემები	საბანკო ბარათების საგადახდო სისტემები	„ელექტრონული ფული“
Anelink, Contact, InterExpress, Migom, MoneyGram, PrivatMoney, Ria Envia, Travelex, Worldwide Money, UNIStream, Western Union, და ა.შ.	პლასტიკური ბარათების სისტემები: VISA, MasterCard, American Express, Euro Card. Viza	ციფრული ნაღდი ფულის სისტემები: WebMoney, e-money, Express Pay, და სხვა.
	პროცესინგული კომპანიები: UCS, Union Card, Smart-Tech Georgia, georgian card	საბარათე სისტემები: E-port, Chronopay, Assist, CyberPlat.

საანგარიშსწორებო სისტემები შეიძლება კლასიფიცირებულ იქნას, როგორც საბანკო ბარათებისა და „ელექტრონული ფულის“ სისტემები. საქართველოს ბაზარზე საბანკო გადარიცხვების საცალო ქსელების განვითარება საკმაოდ სწრაფად ხორციელდება. ქვეყანაში პოპულარობა მოიპოვა ისეთმა სისტემებმა, როგორებიცაა: InterExpress, MoneyGram, Western Union და სხვა. ელექტრონული ბანკი მოიცავს ფართო და მრავალმხრივ საბანკო ტექნოლოგიათა ჯგუფს როგორც მომსახურების სფეროში – ანუ საწყის პუნქტზე (front-end), ასევე ოპერატიულ სფეროში – საბოლოო პუნქტზე (back-end).

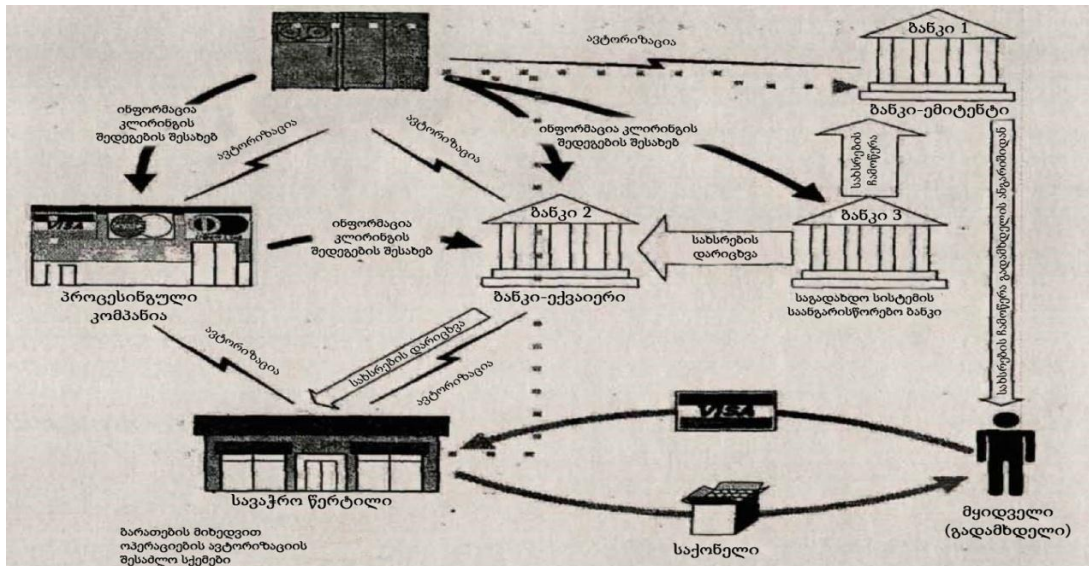
საბანკო ტექნოლოგიების ნიშნების მთლიანობაში განხილვისას არსებითს წარმოადგენს ის გარემოება, რომ ისინი წარმოადგენს ფუნქციონალურად და ინფორმაციულად ურთიერთდაკავშირებული ქმედებების, სამუშაოებისა და საკრედიტო ორგანიზაციის პროცედურების მოწესრიგებულ ერთობლიობას. ამრიგად, საბანკო ტექნოლოგიები წარმოადგენს საკრედიტო ორგანიზაციის საქმიანობას, რომელიც მიმართულია საბანკო ოპერაციების სისტემატურ განხორციელებაზე.

სინამდვილეში პლასტიკური ბარათების მეშვეობით შესაძლებელია საკუთარი ფინანსური საშუალებების მართვა, რომლებიც, თავის მხრივ, განთავსებულია საბანკო ანგარიშზე. ამიტომ ფულის მოძრაობის უმნიშვნელოვანესი არხი სახელმწიფო კონტროლის ქვეშ იმყოფება.

ელექტრონული ბანკინგის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები ხასიათდება ისეთი ფაქტორების მოქმედებით, როგორებიცაა ამ ტექნოლოგიების უდავო უპირატესობები და, აგრეთვე, მათი გამოყენების ეკონომიკური ეფექტიანობა. ელექტრონული მომსახურებისაშკარა პლუსს წარმოადგენს მისი „გეოგრაფიის“ გაფართოება, თუმცა ამან საკრედიტო რისკის ზრდა შეიძლება გამოიწვიოს. პლასტიკური ბარათით გადახდის სქემა გამოსახულია სქემაზე 2.

სქემა 2.

პლასტიკური ბარათით გადახდის სქემა



როგორც ცნობილია, ბანკის ანგარიშსწორების ქსელის განყოფილებები წარმოადგენს საგადასახადო სისტემის მნიშვნელოვან შემადგენელს, ვინაიდან ისინი უშუალოდ მონაწილეობენ საკრედიტო ორგანიზაციებისა და ბანკის სხვა კლიენტების ფულადი საშუალებების მოძრაობის პრაქტიკულ განხორციელებაში.

საგადახდო სისტემის განვითარების სტრატეგიის შესაბამისი და რეალური დროის რეჟიმში მომუშავე ანგარიშსწორების თანამედროვე ავტომატიზებული სისტემის შექმნა მოითხოვს არამხოლოდ პრინციპულად ახალ პროგრამულ-ტექნიკურ პლატფორმასა და სატელეკომუნიკაციო-საინფორმაციო გარემოზე დაფუძნებული სააღრიცხვო-საოპერაციო ინფორმაციის გადაცემისა და დამუშავების თანამედროვე სისტემის დანერგვას, არამედ ბანკის საანგარიშსწორებო ქსელის შესაბამისობას საგადახდო სისტემის ობიექტურ მდგომარეობასთან.

თავის მხრივ, ელექტრონულ საბანკო საქმიანობაში იგულისხმება საბანკო საქმიანობის განხორციელება გლობალური კომპიუტერული

ქსელის (ინტერნეტის) ან სხვა ელექტრონული საშუალებების (მაგალითად, ლოკალური ან სპეციალური კომპიუტერული ქსელის) გამოყენებით.

უმჯობესია ინტერნეტბანკად მოვიხსენიოთ მხოლოდ ის ელექტრონული საბანკო საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება გლობალური კომპიუტერული ქსელის (ინტერნეტის) ინფორმაციულ გარემოში. ასეთი მიდგომისას ელექტრონული საბანკო საქმიანობის (და შესაბამისად, ელექტრონული ეკონომიკური საქმიანობის) ცნებაში შედის საკრედიტო ორგანიზაციების ყველა ის საქმიანობაც, რომელიც დაკავშირებულია უნაღდო ანგარიშსწორებასთან. კომპიუტერიზაციის დღევანდელ ეტაპზე საბანკო სისტემაში უნაღდო ანგარიშსწორების აბსოლუტური უმეტესობა ხორციელდება ელექტრონულ ციფრულ ფორმაში:

- 1) ლოკალური კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით (მაგალითად, ბანკი-კლიენტი ტიპის ანგარიშსწორების სისტემის გამოყენებისას);
- 2) სპეციალური კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით (მაგალითად, SWIFT ანგარიშსწორების სისტემების, ცენტრალური ბანკების ანგარიშსწორების სისტემების და სხვათა გამოყენებით);
- 3) გლობალური კომპიუტერული ქსელის (ინტერნეტის) მეშვეობით (ინტერნეტბანკინგი);
- 4) წვდომის ყველა არხის – კომბინირებული პლატფორმების მეშვეობით: Inteernet, WAP, ტელეფონი (ხმა, ფაქსი, მოდემი).

ელექტრონული ეკონომიკის ორი განხილული სეგმენტის (ელექტრონული ვაჭრობა და ელექტრონული საბანკო საქმიანობა) ეკონომიკური ურთიერთკავშირის მიზეზები საიდუმლოს არ წარმოადგენს. ტრადიციულ (არაელექტრონულ) ეკონომიკაში ეს სფეროები ასევე ურთიერთდაკავშირებულია.

ზემოხსენებულიდან გამომდინარე, ნათელი ხდება ისეთი პრობლემის აქტუალობა და სიმწვავე, როგორცაა მომხმარებლის მიერ ინტერნეტში საქონლის (სამუშაოების, მომსახურების) ღირებულების გადახდის ყველაზე ეფექტური ინსტრუმენტის არჩევა (შექმნა). პრაქტიკაში,

ინტერნეტით შექმნილი საქონლისა და მომსახურების ღირებულება შეიძლება გადავიხადოთ შემდეგნაირად:

ა) ნაღდი ანგარიშსწორებით (ფულადი საშუალებები გადაეცემა კურიერს, რომელმაც მოგაწოდათ ინტერნეტით ნაყიდი საქონელი);

ბ) უნაღდო ანგარიშსწორებით (მაგალითად, საფოსტო გზავნილის მეშვეობით);

გ) უნაღდო ფორმით ანგარიშსწორებისას ინტერნეტ ბანკის სუბიექტების მომსახურების გამოყენებით;

დ) საქონლის (სამუშაოების, მომსახურების) ღირებულების გადახდა ინტერნეტით საბანკო პლასტიკური ბარათის გამოყენებით;

ე) საქონლის (სამუშაოების, მომსახურების) ღირებულების გადახდა ინტერნეტით არსებული სხვადასხვა ელექტრონული გადახდის სისტემების გამოყენებით (Yandex, Web Money, RuPay და სხვ.);

ვ) საქონლის (სამუშაოების, მომსახურების) ღირებულების გადახდა საკუთარ საბანკო ანგარიშთან(ბანკი-კლიენტი)ინტერნეტით წვდომისა და მართვის მეშვეობით.

ამრიგად, ელ-ბანკინგი, როგორც ელექტრონული ეკონომიკური საქმიანობის სახეობა, წარმოადგენს სამეწარმეო და, აგრეთვე, მასთან მჭიდროდ დაკავშირებულ არასამეწარმეო საქმიანობას (კანონით ნებადართული ეკონომიკური და, ასევე, საბანკო საქმიანობის ჩათვლით), რომელიც ხორციელდება ელექტრონული ფორმით ინტერნეტის გლობალურ საინფორმაციო ქსელში სხვადასხვა საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებით.

ქვეყნის სოციალურ ეკონომიკური განვითარების თანამედროვე პირობებში, საბანკო ტექნოლოგიებთან დაკავშირებული დანაშაული წარმოადგენს არა მხოლოდ საზოგადოებრივი ცხოვრების რეალობას, არამედ მუდმივად განაგრძობს სრულყოფას. ეს პროცესი განპირობებულია მინიმუმორიგარემოებით:

პირველრიგში, წარმოდგენილისაბანკომომსახურების (პროდუქტების) სფეროსგაფართოებით.დღეს, ადგილობრივისაკრედიტოორგანიზაციებიგვთავაზობენმომსახურების 70-მდენაირსახეობას, მაშინროდესაცმსოფლიოპრაქტიკაშიმათირიცხვიდაახლოებით 300-მდეაღწევს. აღნიშნული გარემოება საშუალებას გვაძლევს, ვივარაუდოთ იმ მართლსაწინააღმდეგო ქმედებების გაფართოების შესაძლებლობა, რომლებიც დაკავშირებულია ახალი საბანკო მომსახურებების წარმოქმნასთან.

მეორე, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის აქტიური განვითარებით, რომელიც, პირველ რიგში, უკავშირდებაელექტრონულ-გამომთველიტექნიკის, სატელეკომუნიკაციოსაშუალებებისადასაინფორმაციორესურსებზედაფუძნებულიკავშირის სისტემების განვითარებას. ყოველივე ეს მთლიანობაში შედის ინფორმაციული ტექნოლოგიების ცნებაში, რომლებიც წარმოადგენს ადამიანის საქმიანობის სხვადასხვა სფეროებშისაბანკო ტექნოლოგიების (ოპერაციების, მომსახურებების, პროდუქტების) რეალიზაციის სფეროში, ინფორმაციული პროცესების რეალიზაციის მეთოდებისა და საშუალებების ერთობლიობას.

ინფორმაციულისისტემებისდანერგვასაბანკოსაქმიანობაშიდამათიგა მოყენებისგაფართოებატრადიციულიდაახლისაბანკოსისტემებისოპტიმიზაციისმიზნით, გვამლევსსაშუალებასვიფიქროთ, რომამგარემოებისგათვალისწინებითდამნაშავეობასთან ბრძოლა უფროსრულყოფილიგახდება.

დღეს საბანკო ტექნოლოგიები ყოველთვის არ ეყრდნობა საინფორმაციო ტექნოლოგიებს. ასეთი მდგომარეობა,ერთის მხრივ, აიხსნება ეროვნული საბანკო საქმიანობის ინფორმაციული სისტემების გამოყენების ჩამორჩენით განვითარებულ უცხოურ ქვეყნებთან შედარებით, მეორეს მხრივ,ყველა საბანკო ტექნოლოგიის ან მათი ცალკეული

ელემენტების რელიზაციის დროს ინფორმაციული სისტემების რეალური გამოყენების შესაძლებლობის არარსებობით, რაც თავის მხრივ, წარმოადგენს ინფორმაციული სისტემების განვითარების თანამედროვე დონის შედეგს.

3.2. დისტანციური საბანკო მომსახურების ძირითადი სახეები

თანამედროვე სამყაროში, ელექტრონული ეკონომიკური საქმიანობის ყველაზე ინტენსიურად განვითარებად სახეებს წარმოადგენს ელექტრონული ვაჭრობა და ელექტრონული საბანკო საქმიანობა და მისი შემადგენელი ნაწილი – ინტერნეტ ბანკი. ინფორმაციული სისტემის ტიპების მიხედვით, გამოყოფენ დისტანციური საბანკო მომსახურების სხვადასხვა სახეებს.

დისტანციური საბანკო მომსახურება (დსმ) – ეს არის საბანკო მომსახურების გაწევის ტექნოლოგიების აღმნიშვნელი ზოგადი ტერმინი, რომელიც გულისხმობს კლიენტის მიერ განკარგულებათა დისტანციურად გაცემას (ბანკში მისი ვიზიტის გარეშე), რაც ყველაზე ხშირად ხორციელდება კომპიუტერული ქსელების გამოყენებით[31].

ინგლისურ ენაში დსმ ტექნოლოგიების აღსაწერად გამოიყენება სხვადასხვა ტერმინები: on-line banking, remote banking, direct banking, home banking, internet banking, PC banking, phone banking, mobile-banking, WAP-banking, WAP-სტანდარტი, SMS-banking, GSM-banking, TV-banking.

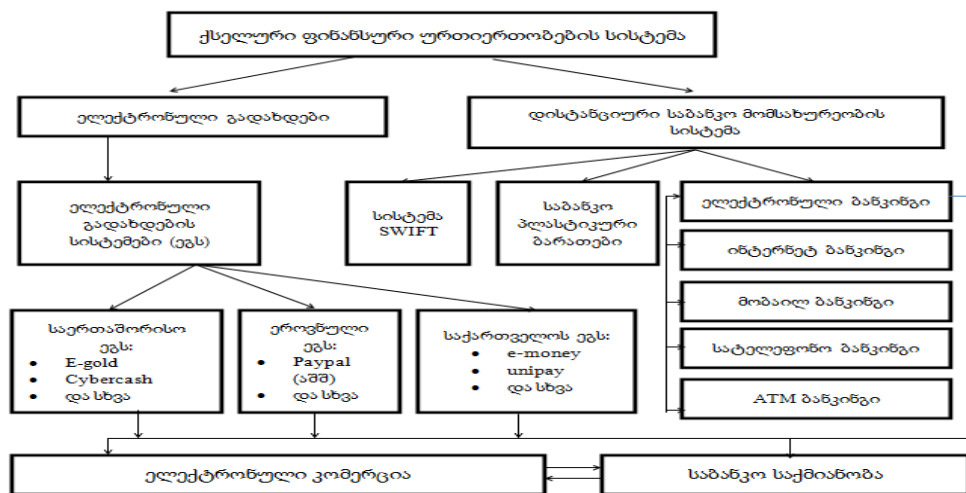
ქსელური საფინანსო ურთიერთობის სისტემები–ეს არის საანგარიშსწორებო ფულადი ურთიერთობები, რომელთა მონაწილეები წარმოადგენენ ინტერნეტით დაკავშირებულ სამეურნეო სუბიექტებსა და კერძო პირებს.

აღსანიშნავია, რომ დისტანციური საბანკო მომსახურების ტექნოლოგიები შეიძლება კლასიფიცირდეს იმ საინფორმაციო სისტემების (პროგრამულ-აპარატურული საშუალებების) მიხედვით, რომლებიც გამოიყენება საბანკო ოპერაციების განხორციელებისათვის:

- PC-banking (ამ კატეგორიას შეიძლება მივაკუთვნოთ სისტემები „კლიენტი-ბანკი“);
- ინტერნეტბანკი;
- მობაილ ბანკი;
- სატელეფონო ბანკი (ხანდახან გამოიყენებენ ტერმინს „ტელე ბანკინგი“);
- მომსახურება ბანკომატებისა (ATM-banking) და საბანკო თვითმომსახურების საშუალებების გამოყენებით. (იხ.ნახაზი 4)

ნახაზი 4.

ქსელისფინანსურთიერთობათათასისტემა



სისტემები „კლიენტი-ბანკი“

„კლიენტი-ბანკი“ ტიპის სისტემები დაფუძნებულია ბანკის მიერ მოწოდებულ პროგრამულ უზრუნველყოფაზე, რომელიც დაყენებულია ბანკის კლიენტის სამუშაო სადგურებზე და კომუნიკაციის საშუალებად შეუძლია გამოიყენოს როგორც კერძო ქსელები, ასევე ინტერნეტ ქსელი. ამ დროს ბანკი სთავაზობს კლიენტს ტექნიკურ და მეთოდურ მხარდაჭერას სისტემის დაყენებისა და კლიენტის პერსონალის საწყისი სწავლების,

აგრეთვე, პროგრამული უზრუნველყოფის განახლების დროს, ხოლო შემდგომში – კონსულტაციებსა და რეკომენდაციებსაც [32].

როგორც წესი, სისტემები „კლიენტი-ბანკი“ უზრუნველყოფს სრულფასოვან საანგარიშსწორებო და დეპოზიტურ მომსახურებას, აგრეთვე, სავალუტო ანგარიშების მართვას ბანკის კლიენტის დაშორებული სამუშაო ადგილიდან. ამ სისტემების გამოყენება იურიდიული პირების მომსახურებისთვის კვლავაც რჩება დსმ ტექნოლოგიის ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ სახედ.

ინტერნეტბანკი

ეს არის იმ დსმ ტექნოლოგიების ზოგადი დასახელება, რომელთა დროსაც ანგარიშსა და ოპერაციებთან წვდომა შესაძლებელია ნებისმიერ დროს და ინტერნეტქსელში ჩართული ნებისმიერი კომპიუტერიდან. ოპერაციების შესასრულებლად გამოიყენება ბრაუზერი, ანუ არ არსებობს კლიენტის ნაწილში სისტემის პროგრამული უზრუნველყოფის დაყენების აუცილებლობა. ვებბრაუზერი (Web browser) წარმოადგენს ვებგვერდების ძიების, ნახვის, მართვისა და რედაქტირების პროგრამულ უზრუნველყოფას.

დღეს ბრაუზერი – ეს არის კომპლექსური აპლიკაცია ვებგვერდების სხვადასხვა შემადგენლების გამოტანისა და დამუშავების, აგრეთვე, ვებსაიტსა და მის მომხმარებელს შორის ინტერფეისის შექმნისათვის. თითქმის ყველა პოპულარული ბრაუზერი ვრცელდება უფასოდ ან ოპერაციულ სისტემასთან „კომპლექტში“: Internet Explorer (მოჰყვება Microsoft Windows-ს), Mozilla Firefox (უფასო), Opera (უფასო), Safari (მოჰყვება Mac OS-სან უფასოა Windows NT-სათვის).

როგორც წესი, ინტერნეტბანკს მომსახურებები შეიცავს:

- ამონაწერებს ანგარიშებიდან;
- ინფორმაციას საბანკო პროდუქტებზე (დეპოზიტები, კრედიტები და ა.შ.);

- განაცხადებს დეპოზიტების გახსნაზე, კრედიტის მიღებაზე, საბანკო ბარათებზე და ა.შ.;
- შიდა გადარიცხვებს საბანკო ანგარიშებზე;
- გადარიცხვებს სხვა ბანკების ანგარიშებზე;
- სახსრების კონვერტაციას.

ინტერნეტბანკი კერძო პირებს საშუალებას აძლევს, ნებისმიერ დროს და ნებისმიერი ადგილიდან შეასრულონ საბანკო ოპერაციათა უმეტესობა: განახორციელონ შიდა და ბანკთაშორისი უნაღდო გადახდები, გახსნან ანგარიშები, გადაიხადონ კომუნალური გადასახადები, იყიდონ და გაყიდონ ვალუტა, მიიღონ ანგარიშების ამონაწერები და გამოიყენონ სხვა მომსახურებები.

მობაილ ბანკი

მობაილბანკი (mobile-banking) გულისხმობს მობილური საკომუნიკაციო საშუალებებისა (ტელეფონი, PDA-Personal Digital Assistant, კომუნიკატორი და სხვ.) დაოპერატორის ცალკეული მომსახურებების გამოყენებას.

მობაილბანკიარის ერთ–ერთი ფორმა ელექტრონული ბანკის და ნათელი მაგალითი თუ როგორ უნდა გასცდე საზღვრებს მისი ფუნქციების საშუალებით. ისინი ხელმისაწვდომია მობილური ტერმინალების საშუალებით – მობილური ტელეფონებით, პერსონალური ციფრული მოწყობილობებით, პორტატული კომპიუტერებით და უკაბელო კომუნიკაციებთან ერთად უზრუნველყოფს წვდომას გლობალურ ქსელში, ამით იძლევა საშუალებას ინტერნეტით მომსახურეობების გამოყენების. საბოლოოდ აღარ გიწევს შეხება საბანკო მომსახურეობებთან კომპიუტერის საშუალებით.

მობაილ ბანკი არის ერთ–ერთი ყველაზე პერსპექტიული მიმართულება დისტანციური საბანკო მომსახურეობის სისტემის განვითარების. მობაილ ბანკის სისტემა შედგება სამი ნაწილისგან: მობილური საინფორმაციო მომსახურეობა, საბანკო ანგარიშების

დისტანციური მართვის სისტემა და გადახდის სისტემა. ყველაზე გავრცელებულია ანგარიშის შესახებ ამონაწერის მიღება ან ამონაწერი ლიმიტის შესახებ ბარათზე არსებული თანხის წვდომისთვის. საკრედიტო დაწესებულებებში ასეთი სისტემა იძლევა თანამშრომელთა მუშაობის ოპტიმიზაციისა და სხვადასხვა მარკეტინგული კვლევების განხორციელების საშუალებას.

კომპიუტერული შესაძლებლობების სწრაფმა განვითარებამ განაპირობა უფრო იაფი ტექნოლოგიების შექმნა ელექტრონული მომსახურების საფუძველზე. მსოფლიო ბანკის მონაცემების მიხედვით XX საუკუნის ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში კომპიუტერული შესაძლებლობები მკვეთრად გაიზარდა, ხოლო სატელეკომუნიკაციო ხარჯები მკვეთრად შემცირდა.

სატელეფონო ბანკი

სატელეფონო ბანკის (phone-banking) ტექნოლოგიები დაფუძნებულია ინფორმაციის ხმოვანი გადაცემის მეთოდზე სატელეფონო ოპერატორების მომსახურების (Call Center) ან ღილაკებიანი ტელეფონისა (Touch Tone Telephone) და კომპიუტერიზებული სატელეფონო კავშირის საშუალებების (Interactive Voice Response ტექნოლოგიები, Speech to Text, Text to Speech) გამოყენებით.

სატელეფონო ბანკის ტექნოლოგიების გამოყენებით შესაძლებელია შემდეგი სახის მომსახურების მიღება:

- ინფორმაცია ანგარიშებზე არსებული ნაშთების შესახებ;
- ინფორმაცია კლიენტის სასარგებლოდ ჩარიცხული თანხის შესახებ;
- განაცხადის შეტანა გადახდის თაობაზე, ნაღდი ფულის შეკვეთა ნებისმიერ ვალუტაში;
- განაცხადის შეტანა ანგარიშის ამონაწერის ფაქსიმილური ასლის მიღებაზე [33].

3.2.1. დსმსაბანკოთვითმომსახურების საშუალებების გამოყენებით

დსმ ტექნოლოგიები საბანკო თვითმომსახურების საშუალებების გამოყენებით წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზეპოპულარულ სახეს მსოფლიოში. გამოყენებული საშუალებების ტიპის მიხედვით, შესაძლებელია გამოვყოთ დსმ-ს რამდენიმე სახეობა:

- დსმ ბანკომატების გამოყენებით (ATM-banking) –დაფუძნებულია ბანკომატში დაყენებულ პროგრამულ უზრუნველყოფაზე;
- დსმ საგადახდო ტერმინალების გამოყენებით;
- დსმ საინფორმაციო ჯიხურების გამოყენებით.

საბანკო ოპერაციები შედის დახურულ ოპერაციათა სიაში, რომელთა განხორციელების უფლებაც ეკუთვნის მხოლოდ ბანკს. როგორც ცნობილია, საბანკო ოპერაციებს მიეკუთვნება:

1. ფიზიკური და იურიდიული პირების ფულადი სახსრების მოზიდვა ანაბრებისთვის (მოთხოვნამდე და ვადიანებისთვის);
2. მოზიდული ფულადის სახსრების განთავსება საკუთარი სახელით;
3. ფიზიკური და იურიდიული პირების საბანკო ანგარიშების გახსნა და წარმოება;
4. ფიზიკური და იურიდიული პირების დავალებით ანგარიშსწორების წარმოება;
5. ფულადი სახსრების,თამასუქების, საგადახდო და საანგარიშსწორებო დოკუმენტების ინკასაცია და ფიზიკური და იურიდიული პირების სალარო მომსახურება;
6. უცხოური ვალუტის ყიდვა-გაყიდვა ნაღდი და უნაღდო ფორმით;
7. საბანკო გარანტიების გაცემა;
8. საბანკო ანგარიშის გაუხსნელად, ფიზიკური პირის დავალებით ფულადი სახსრების გადარიცხვა (საფოსტო გზავნილების გამოკლებით) [34].

თანამედროვე საბანკო ბიზნესი, პირველ რიგში, წარმოადგენს მომსახურების ფართო სპექტრსა და მის მაღალ ხარისხს. თითქმის ყოველი

საბანკო ოპერაცია შეიძლება აღვწეროთ პროგრამირების ენაზე, ვინაიდან ანგარიშის გახსნა, შემოსულობა თუ გასავალი, კრედიტი თუ პლასტიკური ბარათის გამოშვება – ყოველივე ეს წარმოადგენს მხოლოდ ინფორმაციის ბიტების გადაცემას ავტომატიზებულ საბანკო სისტემაში.

უდავოა, რომ საბანკო საქმიანობის მომავალი დამოკიდებულია ინფორმაციულ ტექნოლოგიებზე. თანამედროვე კლიენტს სურს მიიღოს ისეთი საბანკო მომსახურება, რომელიც მის მოთხოვნებსა და მოლოდინს პასუხობს. ამასთანავე, მომსახურება უნდა იყოს ხელმისაწვდომი, ოპერატიული და მაქსიმალურად კომფორტული კლიენტისათვის. ამისათვის კომერციულმა ბანკებმა უნდა შეეცადონ, მუდმივად სრულყოფილ თავიანთი ტექნოლოგიები და მიიღონ ზომები ინფორმაციული სერვისების ხარისხისა და მათი ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესებისათვის.

საქართველოს საბანკო სისტემის მსოფლიო სისტემაში ინტეგრაცია და მისი კონკურენტუნარიანობა წარმოუდგენელია მაღალი დონის თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების გარეშე. აღსანიშნავია, რომ მსოფლიო პრაქტიკაში ბანკები სულ უფრო ხშირად ცდილობენ, განვითარდნენ არა ფილიალების ფართო ქსელებისა და დამატებითი ოფისების გახსნის, არამედ კლიენტების დისტანციური საბანკო მომსახურების სხვადასხვა მეთოდებში რეალიზებული მოწინავე საბანკო ტექნოლოგიების დანერგვის საფუძველზე. ამასთან დაკავშირებით, ბევრი ბანკისთვის ელექტრონული საბანკო მომსახურების განვითარება უბრალო ახალი დამატებითი საბანკო სერვისი კი არ გახდა, არამედ საქმიანობის სტრატეგიულ მიმართულებად იქცა. ექსპერტების აზრით, ბიზნესის წარმოების ელექტრონულ მეთოდზე გადასვლა თანამედროვე საბანკო საქმის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ტენდენციაა.

დავიწყოთ ელექტრონული საბანკო მომსახურების სფეროს დახასიათებით და გავაანალიზოთ ახალი ტენდენციები, რომლებიც განვითარდა საბანკო საქმის ვირტუალიზაციის შედეგად. უპირველესყოვლისა, აუცილებელია ხაზი გავუსვათ იმ გარემოებას, რომ

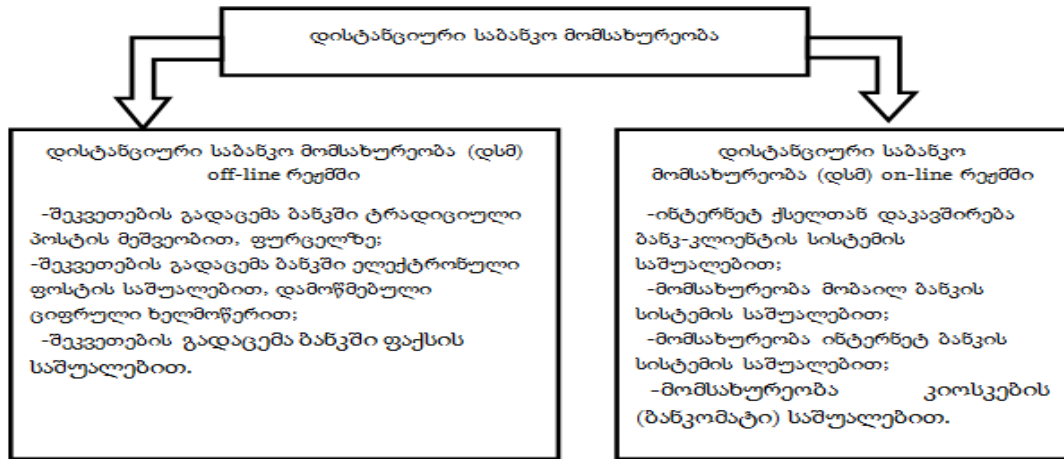
ელექტრონული საბანკო მომსახურება, ე-ბანკინგი, არ წარმოადგენს ეკზოტიკურ ფინანსურ ინსტრუმენტს და არც საბანკო საქმიანობის დამატებით მიმართულებას. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ეს არის ბიზნესპროცესების განხორციელების ახალი ხერხი, რომლის არსიც მდგომარეობს ელექტრონული ქსელების მეშვეობით ტრანზაქციების განხორციელებაში.

ტრანზაქცია – ეს არის ერთ ან რამდენიმე მონაცემთა ბაზაში იმ მომხდარ ცვლილებებთან დაკავშირებული პროცესი, რომლებიც ნაწილობრივ არ უნდა შესრულდნენ. თუ, პროცესის მიმდინარეობისას, შეუძლებელია ცვლილებების სრული მოცულობით შეტანა მოწყობილობის მუშაობის შეფერხების ან სხვა მიზეზების გამო, მაშინ მონაცემთა ბაზები უნდა დაუბრუნდეს საწყის მდგომარეობას [35].

ელექტრონული საბანკო მომსახურებები წარმოადგენს ელექტრონული ბიზნესის მნიშვნელოვან ნაწილს (ე-ბანკინგი მოიცავს ისეთ მიმართულებებს, როგორცაა: საინფორმაციო ონლაინმომსახურება, ციფრული ფულის ემისია, ელექტრონული გადახდები და ანგარიშსწორება, აგრეთვე, ელექტრონულად განხორციელებული სადეპოზიტო, სასესხო, სავალუტო და საფონდო ოპერაციები). მოცემული განმარტება გამოიყენება, როგორც განმაზოგადებელი. იგი შეესაბამება კლიენტების მიერ საბანკო მომსახურებებთან ელექტრონული წვდომის ყველა ფორმას, რაც გამოსახულია ნახაზი 5.

ნახაზი 5.

საბანკო მომსახურებებთან კლიენტთა ელექტრონული წვდომის ფორმები



3.3. ინტერნეტბანკისგამოყენებისგანმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორები

ამრიგად ინტერნეტ ბანკის ქვეშ იგულისხმება საბანკო ოპერაციების ჩატარება კლიენტის ბანკში ვიზიტის გარეშე (მანძილზე გადაცემადი განკარგულებების საფუძველზე), სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ იგი წარმოადგენს დისტანციური საბანკო მომსახურების ერთერთი სახეს. პერიოდულ გამოცემებში შეიძლება შეგხვდეს ასეთი განმარტება - ინტერნეტ ბანკის ქვეშ ჩვეულებრივ იგულისხმება ბანკის მიერ WEB-ტექნოლოგიების გამოყენება ინდივიდუალური კლიენტებისათვის ანგარიშის მართვის და წვდომის შესაძლებლობის უზრუნველყოფისათვის. ინტერნეტის ქსელში მოცემულია ინტერნეტ ბანკის ასეთი განმარტება - ეს არის დაშორებული საბანკო მომსახურების ერთერთი სახე, რომლის დროსაც მართვა წარმოებს ინტერნეტ ქსელით. ამ ყველა განმარტებას აერთიანებს ის, რომ ინტერნეტ ბანკი სხვადასხვა ავტორების მიერ მიეკუთვნება დისტანციური საბანკო მომსახურების სისტემებს [36].

განვიხილოთ, თუ რომელია ის ფაქტორები, რომლებიც ხელს უწყობენ ინტერნეტ ბანკის განვითარებას:

- ✓ გასაწევი მომსახურების უმნიშვნელოვანესი უდავო უპირატესობაა მისაწვდომობა ნებისმიერი გეოგრაფიული წერტილიდან, სივრცით

დაშორებას პრაქტიკულად არა აქვს მნიშვნელობა, (მთავარი იყოს ინტერნეტში შესვლის შესაძლებლობა);

✓ დროში სერვისის შეუზღუდავი გამოყენების შესაძლებლობა (24 საათი დღეღამეში, 7 დღე კვირაში, 365 დღე წელიწადში);

✓ საბანკო ანგარიშის მართვის შესაძლებლობა გზაში ყოფნისას (საჭიროა ნოუტბუქი, ან პერსონალური ჯიბის კომპიუტერი მობილური კავშირის ოპერატორით ინტერნეტში შესვლის შესაძლებლობით, GPRS შეერთების გამოყენებით);

✓ გადახდის პრაქტიკულად დაუყოვნებლივ განხორციელება (ტრანზაქცია ხორციელდება ონლაინ რეჟიმში, კლასიკური ბანკებისგან განსხვავებით, სადაც ყველა გადახდა „ირღვევა“ 16.00-ში);

✓ დეპოზიტის გახსნა, მისი შევსება, და მისგან ფულის აღება, ფულის გადარიცხვა ანგარიშზე ელექტრონულ საგადახდო სისტემაში, ნებისმიერი მობილური ოპერატორის ტელეფონის ბალანსის შევსება, ვალუტის ყიდვა-გაყიდვა ბანკის მიერ დადგენილი კურსის მიხედვით, სახსრების მიღება საკუთარ ანგარიშზე „სახელფასო“ სქემის მიხედვით, სამომხმარებლო კრედიტის მიღება, შეტყობინების მიღება ელ-ფოსტაზე, ჩატარებული ოპერაციების შესახებ დოკუმენტების საქალაქო ვერსიის მიღება;

✓ კომერციულ ბანკსა და ელექტრონულ საგადახდო სისტემებს შორის ტრანზაქციების ჩატარების შესახებ შეთანხმებების არსებობა კლიენტებს საშუალებას აძლევს დაკავდნენ ელექტრონული კომერციით;

✓ კლიენტებისათვის - ფიზიკური პირებისათვის ჩნდებიან მძლავრი სამოტივაციო ფაქტორები შემოსავლის პასიური წყაროების მიღებაში;

✓ ჩნდებიან წინაპირობები მომსახურების გაწევისათვის არა მხოლოდ რეზიდენტებისათვის, არამედ არარეზიდენტებისათვის (იწყებს განვითარებას ბანკინგი);

✓ ინტერნეტბანკის ათვისების პირველი ეტაპისათვის დამახასიათებელი დაპირისპირება შეიცვალა იმის გაგებით, რომ ონლაინ საბანკო მომსახურებები შეიძლება მასობრივი გახდეს მხოლოდ მათი

ერთობლივი წინ წაწევისას უნივერსალურ ფინანსურ ინტერნეტ-პორტალებზე, რაც იძლევა კლიენტების შესახებ დამატებითი ცოდნის ფლობის შესაძლებლობას;

✓ ინტერნეტი იძლევა დამატებითი მომსახურებით კლიენტების მოზიდვის შესაძლებლობას, ასეთი გზით კლიენტების საკუთარი ბაზის გაზრდით;

✓ იმ ფორმებთან კოოპერაცია, რომლებიც სპეციალიზირდებიან პოტენციური კლიენტების კვლევაზე, მათი მოთხოვნის შესწავლაზე, (მათი საკლიენტო ბაზების ყიდვა შემდგომი დამუშავებით, „ანტისპამური“ კანონმდებლობის დარღვევის გარეშე, რადგანაც მათი ფართო საკლიენტო ბაზა შეიძლება გახდეს სახიფათო იარაღი მოქმედი და ბაზარზე კვლავ შეღწევადი ონლაინ ბანკების წინააღმდეგ);

✓ ბანკებს არ სჭირდებათ ფართო ფილიალური ქსელის ქონა, რაც ათანაბრებს შანსებს მსხვილ და მცირე ბანკებს შორის, რაც უკანასკნელებს უფრო კონკურენტუნარიანებს ხდის;

✓ მომხმარებლების რიცხვის ზრდა იწვევს კლიენტების ანგარიშებზე ბრუნვების ზრდას და შედეგად - ანგარიშებზე ნაშთების ზრდას, რაც იწვევს ბანკის ლიკვიდობის მაჩვენებლების ზრდას;

თუმცა არსებობენ ფაქტორები, რომლებიც ხელს უშლიან შემდგომ გაფართოებას, მათ შორის შეიძლება აღინიშნონ ისეთები, როგორც:

✓ პოტენციური კლიენტის მენტალიტეტის თავისებურებები, რომლებიც შეიძლება დახასიათდნენ იმით, რომ: 1) არ არსებობს მოტივაცია ინტერნეტბანკის შესწავლაში და ათვისებაში, 2) არგუმენტების არასაკმარისი რაოდენობა ამ მომსახურების გამოყენების მიზანშეწონილობის სასარგებლოდ, 3) მომსახურების სიმცირე, ამას ვერ გასწვდება პოტენციური კლიენტების ნაკლებად შეძლებული კატეგორია, კერძოდ სტუდენტები და ახალგაზრდობა, რაც იწვევს გადაწყვეტილების მიღებას არა ინტერნეტბანკის სასარგებლოდ;

- ✓ დისტანციური საბანკო მომსახურების უპირატესობების დისკრედიტაცია - ზოგიერთი ბანკი, შემნახველი ბანკით დაწყებული, ხელოვნურად წევს ზევითბანკომატებში მისაღებად მინიმალური თანხის ოდენობას, ხოლო მაღაზიებში, რესტორნებში, ავტოტექნომომსახურების სადგურებში, ავტოგასამართი სადგურებში პლასტიკური ბარათის საშუალებით ყიდვების და მომსახურების გადახდისათვის ტერმინალებით აღჭურვილობის სუსტი დონე იწვევს „პლასტიკაზე მკვდარი ნაშთის“ ფორმირებას, რაც ბანკისთვის მომგებიანი, მაგრამ კლიენტისათვის არა მომგებიანი;
- ✓ ინტერნეტბანკი განეკუთვნება ტექნოლოგიურ სისტემებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ანგარიშებისადმი და საბანკო მომსახურების შესახებ ზოგადი ინფორმაციისადმი ონლაინ დაშორებული წვდომის უზრუნველყოფას პერსონალური კომპიუტერის საშუალებით. ონლაინ საბანკო მომსახურების სისტემები წარმოადგენენ სერიოზულ კონკურენციას ფილიალური საბანკო ქსელებისათვის, რადგანაც უზრუნველყოფენ: მუშაობის ექსტერტერიტორიულობას და უწყვეტობას 24 საათი დღეღამეში; მომსახურების ინტერაქტიულობას; საბანკო ინფორმაციისადმი წვდომის არხების და მოწყობილობების მრავლობითობას; ოპერაციების ჩატარებას რეალური დროის რეჟიმში; ინფორმაციის მიწოდების სიზუსტეს და თვალსაჩინოებას.
- ✓ პოტენციური კლიენტურის სუსტი ინფორმირებულობა მსგავსი სერვისის არსებობის და მისი უპირატესობების შესახებ;
- ✓ უნარ-ჩვევების არარსებობა ან კლიენტების, როგორც ინტერნეტ მომხმარებლების სუსტი დონე;
- ✓ უნდობლობა ინტერნეტტექნოლოგიებისადმი, შიში ფულადი სახსრების დაცულობასთან დაკავშირებით;
- ✓ გაჭიანურება აქტუალური ნორმების მიღებაში, რომელიც მეტყველებს კანონმდებლების საქმეში ცუდი ჩახედულობის შესახებ, აგრეთვე რაიმის შეცვლის სურვილის არარსებობის შესახებ, გაჩნდება

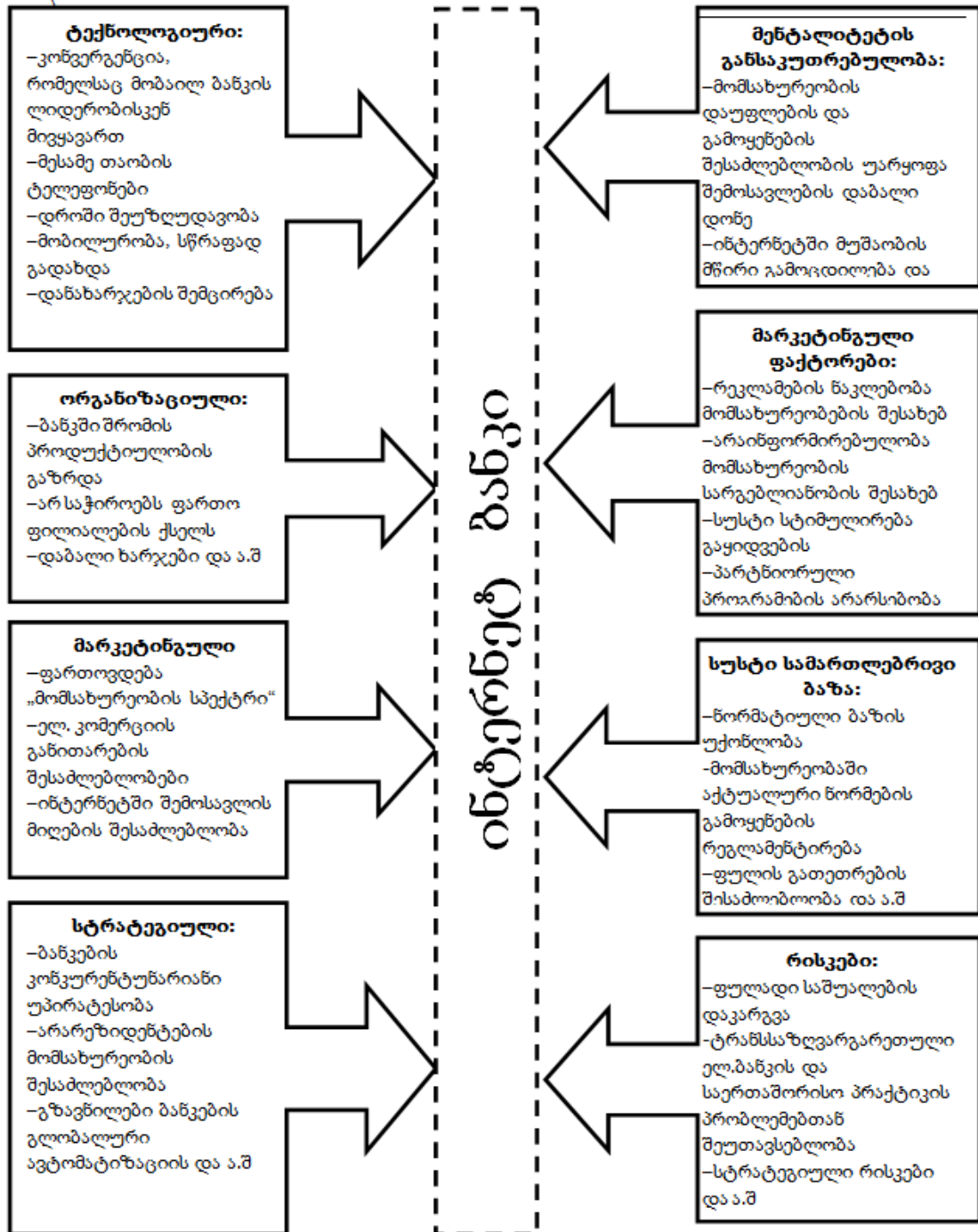
„თავის ტკივილი“ საბანკო მომსახურების სფეროში ბაზრების გადაკეთების გამო, კერძოდ, „ელექტრონული ფულის“ სრულმასშტაბიანმა დანერგვამ შეიძლება გამოიწვიოს საანგარიშო ოპერაციებიდან ბანკების შემოსავლების არსებითი შემცირება და აიძულებს მათ რადიკალურად გადააკეთონ თავიანთი საქმიანობა;

დაჯგუფებული ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებენ ინტერნეტბანკის განვითარებას, წარმოდგენილი არიან ნახაზზე 6..

ზემოაღნიშნულის საფუძველზე შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნა, რომ ინტერნეტ ბანკის მომავალი მჭიდროდაა დაკავშირებული საცალო სტანდარტული სერვისისა და პერსონალური ყურადღების განვითარებასთან.

ნახაზი 6.

ინტერნეტბანკის განვითარების ხელისშემშლელი და ხელისშემწყობი ფაქტორები



3.4. ინტერნეტბანკისსრულყოფისადაგანვითარების

ძირითადიმიმართულებები

3.4.1.

ბანკებისმიერელექტრონულისაგადასახადოსისტემებისადადისტანციურისა

ბანკომომსახურებისგამოყენებისმიზნობრივი

ბაზრებისანალიზი

მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტბანკს აქვს ბევრი უდავო უპირატესობა საბანკო მომსახურებების გაწევის ტრადიციული ფორმების წინაშე, სპეციალისტები გამოთქვამენ შიშს, რომ მაღალტექნოლოგიური, არატრადიციული მომსახურებები უბრალოდ ვერ იპოვიან მომხმარებელს. ინტერნეტ ბანკის მომსახურებაზე მოთხოვნა უპირველეს ყოვლისა, დამოკიდებულია ინტერნეტ ქსელის მომხმარებლების რაოდენობაზე, ინტერესებზე და მოთხოვნილებებზე. ინტერნეტ ქსელთან სტაბილური მიერთება - ინტერნეტ ბანკის მომხმარებლების წრის ძირითადი შეზღუდვაა.

სხვა შეზღუდვების გარკვევა მოცემული კვლევის საგანს წარმოადგენს და ამასთან ძირითადი განმსაზღვრელი ფაქტორები არიან: - ქვეყანაში ეკონომიკის ზოგადი მდგომარეობა, რომელიც, თავის მხრივ, განსაზღვრავს, თუ მომხმარებელი რამდენის გადახდას აპირებს ინტერნეტში წვდომისათვის და რამდენის გადახდას აპირებს ამ წვდომის უზრუნველყოფი მოწყობილობების შეძენისათვის. ქვეყნის ეკონომიკის მდგომარეობის ფაქტორის სხვა მხარეა ინვესტიციები ინტერნეტის გარემოს განვითარებაში, როგორც სახელმწიფო ორგანოების მხრიდან, ისე საწარმოების მხრიდან; - ინტერნეტის შიდა ორგანიზაცია და მისი ურთიერთქმედება სახელმწიფო სტრუქტურებთან.

დღესდღეობით, აუცილებელია ინტერნეტის რაიმე მნიშვნელოვანი მხარდაჭერის არარსებობის აღნიშვნა სახელმწიფოს და მსხვილი ფინანსური სტრუქტურების მხრიდან, რომლებსაც შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ ქვეყანაში ინტერნეტის განვითარებაზე. ამგვარად, ინტერნეტბანკის კლიენტები მხოლოდ ის ადამიანები იქნებიან, რომლებიც არა მხოლოდ განეკუთვნებიან ინტერნეტის მომხმარებლების კატეგორიას, არამედ საჭიროებენ საბანკო მომსახურებას. ამ ფაქტის გათვალისწინებით, შეიძლება ითქვას, რომ ინტერნეტ ბანკის კლიენტების წრე ზემოთ აღნიშნული

კრიტერიუმებით ჯერ საკმაოდ შეზღუდული რჩება. თუმცა აუცილებელია იმის აღნიშვნა, რომ ზოგიერთი ახალი მომსახურეობა დადებითად მოქმედებს მომხმარებლების დამოკიდებულებაზე ონლაინ რეჟიმში საბანკო მომსახურების მიმართ. მაგალითად, ინტერნეტისადმი მაღალსიჩქარიანი წვდომა საშუალებას მისცემს მომხმარებლებს უფრო სწრაფად მიიღონ აუცილებელი ინფორმაცია და ამგავრად მნიშვნელოვნად აამაღლონ ელექტრონული საბანკო მომსახურებების ღირებულება პოტენციური კლიენტების თვალში.

საანკეტო გამოკითხვის ჩატარებისათვის წინასწარ შემუშავებული იყო ანკეტა-გამოკითხვის ინსტრუმენტი. რესპონდენტებისგან მიღებული პასუხები ანკეტის შეკითხვებზე შეადგენენ სამუშაო მასალას, რომელიც აუცილებელია ჩვენი კვლევისათვის დასახული მიზნების რეალიზაციისათვის და დაყენებული ამოცანების გადაწყვეტისათვის. კვლევის ჩატარების მსველელობისას გამოიყენებოდა გამოკითხვის ისეთი ტიპი, რომლის დროსაც რესპონდენტი დამოუკიდებლად ავსებდა ანკეტას, პასუხობდა რა კითხვებს. იმისათვის, რომ მოვახდინოთ ექსტრაპოლირება, გავავრცელოთ პირთა შეზღუდული რიცხვისგან მიღებული კვლევის შედეგები, რესპონდენტების მთელ ერთობლიობაზე აუცილებელია სწორად განვსაზღვროთ შერჩევის ტიპი და მისი მოცულობა.

ამ შემთხვევაში არჩევა წარმომადგენლობით-რეპრეზენტატიული უნდა იყოს. რეპრეზენტატიულობა ნიშნავს დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობას მთელი ერთობლიობის შესახებ, ერთობლიობის ნაწილზე ინფორმაციის დაყრდნობით. რესპონდენტების ჯგუფების წილები, რომლებიც გამოყოფილები არიან სოციალურ-დემოგრაფიული და სხვა მახასიათებლებით, არჩევით ერთობლიობაში და გენერალურ ერთობლიობაში ტოლები უნდა იყვნენ. არჩევითი ერთობლიობა - ეს გამარტივებული, ზომებში შემცირებული გენერალური ერთობლიობის მოდელია. არჩევითი მოდელი უნდა ზუსტად იმეორებდეს გენერალურ მოდელს.

როგორც ცნობილია, განასხვავებენ:

- ალბათობით შერჩევას (შემთხვევით, მექანიკურ (სისტემატიურ შერჩევას), სტრატეგიცირებული (რაიონირებული), ბუდოვანი, მრავალსაფეხურიანი (მრავალფაზიანი));
- არა ალბათობითი შერჩევას (კვოტური, სპონტანური, ძირითადი მასივის მეთოდი, თოვლის გუნდის მეთოდი).

კვლევის ჩატარების მიზნებისათვის შერჩეული იყო სპონტანური შერჩევა. სპონტანური შერჩევის მიხედვით გამოკითხავენ ყველაზე უფრო ხელმისაწვდომ რესპონდენტებს. მკვლევარი ეყრდნობა რესპონდენტის პროექტირებადი გენერალური ერთობლიობისადმი კუთვნილების პრინციპს. ხშირად უშვებენ სისტემატიურ შეცდომებს, რომლებიც ძნელად კონტროლირდებიან. ეს განსაკუთრებით დამახასიათებელია ქუჩის გამოკითხვებისათვის. პირველ რიგში, ინტერვიუერი ამყარებს კონტაქტებს მისთვის მოსაწონ რესპონდენტებთან, ხოლო მეორე რიგში, გამოკითხავენ მხოლოდ იმ რესპონდენტებს, რომლებსაც აქვთ შესაძლებლობა და სურვილი ურთიერთქმედონ ინტერვიუერთან.

მიზნობრივი ბაზრების სეგმენტირებისა და შერჩევის ჩატარებისას აუცილებელი იყო, უპირველეს ყოვლისა, დადგენილიყო სავარაუდო მომსახურების შესახებ თითოეული სეგმენტის ცოდნის ხარისხი, მიღებულიყო ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ აუდიტორიის რა ნაწილია და კერძოდ რა იცის და თუ აღმოჩნდება, რომ მიზნობრივმა აუდიტორიამ იცის და აქვს წარმოდგენა ინტერნეტ ბანკის სისტემების შესახებ, შემდგომ აუცილებელი იყო იმის გარკვევა, ენდომებოდათ თუ არა მათ ამ სისტემის გამოყენება სახსრების გადარიცხვისათვის. თუკი რესპონდენტების ნაწილი ბანკის მომსახურებებს არაკეთილმოსურნედ ეპყრობა, საჭირო იყო იმის შესახებ ინფორმაციის მიღება, თუ რატომ აქვს ამას ადგილი.

პირველ ფაზაზე ანკეტირების ძირითადი მიზანია იმ პირთა წრის გამოვლენა, რომლებსაც შეუძლიათ გახდნენ ელექტრონული საგადასახადო სისტემის და განსაკუთრებით, ინტერნეტ ბანკის სისტემის კლიენტები, იმის

გამო, რომ ისინი უკვე განიცდიან მსგავსი მომსახურების საჭიროებას. ანკეტა შემუშავებული იყო მარკეტინგული კვლევების ჩატარებისათვის დადგენილი წესების შესაბამისად. მეორე ფაზაში კვლევის მიმდინარეობის შედეგად ზოგიერთი საკითხი მოდიფიცირებული იყო, ხოლო ფორმულირებები შეცვლილნი იქნენ ანკეტის შეკითხვებზე პასუხებისას გამოვლენილი სირთულეებისა და პრობლემების გათვალისწინებით (დანართი 1). ანკეტირების მესამე ფაზა მიმართული იყო რესპონდენტებზე და საშუალება მოგვცა გამოგვევლინა პოტენციური კლიენტების განზრახვები მომავალში ისარგებლონ უნაღდო ინტერნეტ-გადახდების სისტემებით, ასევე დაადგინონ მიზეზები, რომელთა გამოც კლიენტებს არ უნდოდათ მონაწილეობა მიეღოთ ანგარიშსწორებების სისტემებში ინტერნეტის მეშვეობით.

ასევე მოხერხდა კლიენტების მოთხოვნების გარკვევა ინტერნეტის მეშვეობით ანგარიშსწორებების განხორციელებაში, და იმის განსაზღვრა, აწყობს თუ არა საბანკო გადარიცხვების არსებული სისტემა, რომელიც მოქმედებს რეგიონში მოცემულ მომენტში. შედეგად მოხერხდა საბანკო მომსახურებების გაწევის ახალი ხერხის შესახებ ცოდნის დონის დადგენა, აგრეთვე საკლიენტო ბაზის ტექნიკური შესაძლებლობების განსაზღვრა, რაც რეგიონის ბანკებისათვის ინტერესს წარმოადგენს. მოცემული ანკეტის დახმარებით შესაძლებელი გახდა განსაზღვრულიყო ბანკის პოტენციური კლიენტების სხვა მახასიათებლებიც: ასაკი, შემოსავლის დონე, განათლების დონე.

ანკეტა დაგვეხმარა დადებითი მოტივაციის გამოვლენაში, რომელმაც ბანკის კლიენტები წააქეზა იმისკენ, რომ ისარგებლონ თავიანთი ანგარიშებითარა მხოლოდ ბანკის თანამშრომლებისადმი პირადი მიმართვის გზით, არამედ თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო სისტემების გამოყენებითაც. მიღებული მონაცემების სისტემატიზაციის საფუძველზე, შევეცადეთ გამოგვევლინა ტენდენციები და შეგვემუშავებინა რიგი რეკომენდაციები, რომელთა გამოყენებაც დადებით როლს

ითამაშებდა ელექტრონული საგადასახადო სისტემების და განსაკუთრებით ინტერნეტ ბანკის განვითარებაში.

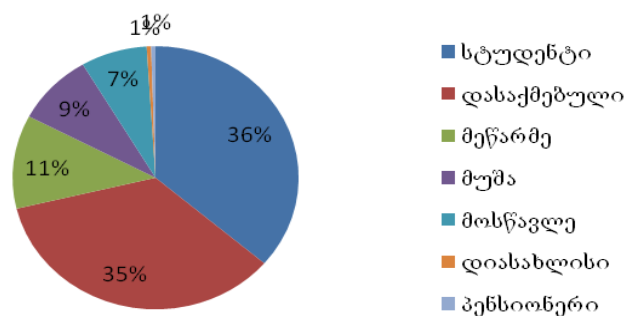
გამოკითხვის მონაწილეებმა წინასწარ არ იცოდნენ კვლევის საგნის შესახებ, ხოლო ანკეტირების შეკითხვები შედგენილი იყო იმგვარად, რომ პრაქტიკულად გამორიცხულია კითხვების არასწორი ინტერპრეტაცია.

ანკეტირების შედეგების დამუშავება ტარდებოდა მონაცემთა ანალიზის, Microsoft Excel დახმარებით. გამოკითხვაში მონაწილეობას იღებდა 400 ადამიანი 17-დან 65 წლამდე, ამასთან რესპონდენტების ყველაზე დიდი რიცხვი შეადგენს ჯგუფს 20-დან 30 წლამდე, ან 60,3 % ხოლო ყველაზე მცირერიცხოვანი შემადგენლობა - 46 წლიდან და 60 წელს ზევით; შესაბამისად 0,5 %.

გამოკითხვაში მონაწილეობას იღებდნენ რესპონდენტები მოსახლეობის სხვადასხვა სოციალური ფენებიდან. სოციალური მდგომარეობის მიხედვით შერჩევის სტრუქტურა წარმოდგენილია ნახაზ 7-ზე.

ნახაზი 7.

რესპონდენტთა განაწილება სოციალურის ტატუსის მიხედვით



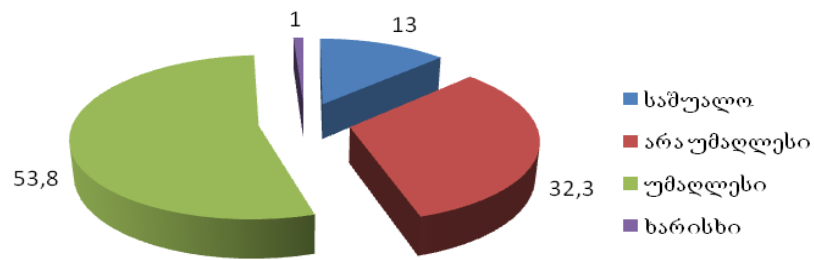
ინტერნეტის და ინტერნეტ ბანკის სისტემის გამოყენების შესაძლებლობა არა მხოლოდ ვარაუდობს კომპიუტერულ სფეროში ცოდნის არსებობას, არამედ მოითხოვს ელემენტარულ ცოდნას ეკონომიკის, მარკეტინგის და მენეჯმენტის სფეროში.

ამასთან დაკავშირებით საკვლევი აუდიტორია იყოფოდა განათლების დონის მიხედვით. გამოკითხვებში განათლების არსებობა

საშუალებას გვაძლევს გავაკეთოთ დასკვნა მათ მიერ უნაღლო ანგარიშსწორებების განხორციელების სხვადასხვა ინსტრუმენტების გამოყენების შესაძლებლობის შესახებ.

ნახაზი 8.

რესპოდენტთაგანაწილებაგანათლებისდონისმიხედვით



კვლევის საგანზე უდიდეს გავლენას ახდენს მოსახლეობის შემოსავლების დონე, რადგანაც ინტერნეტ ბანკის სისტემები შეიძლება გამოიყენებოდნენ მხოლოდ სპეციალური ტექნიკური საშუალებების არსებობისას (კომპიუტერი, მოდემი), რომლებიც მოითხოვენ გარკვეულ ფინანსურ დაბანდებებს (ხარჯები ინტერნეტზე, ბანკინგის მომსახურების ღირებულება), აგრეთვე გათვალისწინებულ უნდა იქნეს, რომ კლიენტს, რომელიც უნაღლო გადარიცხვებს ახორციელებს, უნდა ჰქონდეს ფულადი სახსრები საკომისიო მოსაკრებლების გადახდისათვის, გადარიცხვების შესრულებისათვის.

გამოკითხული 256 ადამიანიდან, ანუ 64% აქვთ რაღაც ანგარიში ბანკში (საანგარიშსწორებო, სპეცბარათანგარიში, შემნახველი). ეს მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია, რომელიც ასახავს საბანკო სერვისების პრაქტიკული გამოყენების გარკვეულ დონეს. ინტერნეტ ბანკის სისტემების გამოყენება მოითხოვს წვდომას ინტერნეტისადმი, შესაბამისად, საჭირო იყო იმის გარკვევა, აქვთ თუ არა რესპოდენტებს საშუალება წვდომისათვის -

პერსონალური კომპიუტერი. მოცემულ შემთხვევაში 400 გამოკითხულიდან კომპიუტერი ჰქონდა 364 ადამიანს, ანუ 91%, ხოლო არა აქვს პერსონალური კომპიუტერი 36 გამოკითხულს, რაც შეადგენს 9%. ხოლო ინტერნეტით სარგებლობა შეუძლიათ გამოკითხულთა 88%.

კვლევებმა აჩვენეს, რომ ინტერნეტში წვდომა არა აქვს - 36 ადამიანს, ანუ 9%, შეუძლიათ განახორციელონ წვდომა მხოლოდ საკუთარი სახლიდან - რესპონდენტების 75,5 %, 2% შეუძლია განახორციელონ ინტერნეტში წვდომა არა მხოლოდ სახლიდან, არამედ სამსახურიდან, 4%-მხოლოდ სამსახურიდან, 8%-ნაცნობებისგან და 1,5%-კავშირის ნაწილებში წვდომის წერტილებიდან. ხოლო 1,5 % საერთოდ არ იცის, თუ რა არის ინტერნეტი. ინტერნეტის ქსელის გამოყენების სიხშირემ შეიძლება მოგვცეს ინფორმაცია ინტერნეტ ბანკის სისტემების შესახებ ცოდნის დონის შესახებ. მოსახლეობის იმ ჯგუფებში, რომლებიც ინტერნეტით მუდმივად სარგებლობენ, ხოლო ეს რესპონდენტების 56% (მათ შორის კვირაში რამდენჯერმე - 49,8 % და ყოველდღე - 6,3%) ცოდნის ხარისხი უფრო მაღალია, ვიდრე იმათთან, ვინც ინტერნეტით საერთოდ არ სარგებლობს (ცხრილი 7).

რესპონდენტების ნაწილი, რომლებიც ჯერ არ არიან ინტერნეტ ბანკის სისტემის მომხმარებლები, „ჯერ ვერ გადაწყვიტეს“ ჩაერთონ თუ არა - 15%, „მალე ჩაერთვებიან“ - 82%, არ ჩაერთვებიან - 3%. ტრადიციული საბანკო გადარიცხვების არსებული სისტემა აწყობს რესპონდენტების 65,5%, 30,5% - არ აწყობს, ხოლო 4,0%- გაუმნელდათ პასუხის გაცემა. თუმცა კითხვაზე „გინდათ თუ არა გაიაროთ ინტერნეტ ბანკის კურსი?“ უპასუხეს „კი“-75%

ცხრილი 7.

რესპოდენტთაგანაწილება ინტერნეტის გამოყენების
სიხშირის მიხედვით

#	დასახელება	გამოკ. რაოდენობა	გამოკითხ. % წილი
1	არ იყენებს	4	1
2	თვეში ერთხელაც არა	64	16
3	ერთხელ თვეში	86	21,5
4	ერთხელ კვირაში	22	5,5
5	რამდენჯერმე კვირაში	199	49,8
6	ყოველდღე	25	6,3
	სულ	400	100

„არა“- 6%, „გაუმნელდათ პასუხის გაცემა“-19%. ხოლო იმ გადახდათა რიცხვზე, რომლებსაც წლის განმავლობაში რესპონდენტები ახორციელებდნენ, პირდაპირაა დამოკიდებული ფულადი სახსრების გადარიცხვის ხერხის არჩევა, თუ გამოკითხულები რამდენად ხშირად ახორციელებენ უნაღდო გადახდებს. მუდმივად ახორციელებენ გადახდებს - გამოკითხულთა 10%, რეგულარულად - 68,8 %, იშვიათად - 12%,წელიწადში რამდენჯერმე - 5,5 %. არასდროს არ აგზავნიან ფულად სახსრებს - რესპონდენტების 3,8 % (სურათი 3.6 - უნაღდო გადარიცხვების გამოყენების სიხშირე).

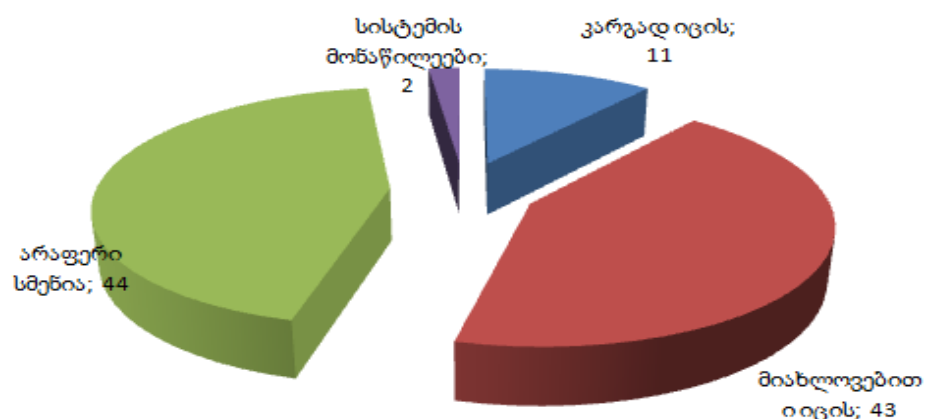
იმისათვის, რომ ისარგებლო ინტერნეტ ბანკის სისტემით, აუცილებელია გახდეს ბანკის კლიენტი, რომელიც ამა თუ იმ სისტემას უჭერს მხარს. მთავარი მიზეზი, რომლის გამოც არ სურთ ფულადი სახსრების გადარიცხვა ბანკით, მდგომარეობს ამაში - „მე ეს არ მჭირდება“ (9,1%). ბანკის საშუალებით ფულადი სახსრების გადარიცხვის სურვილის არარსებობის კიდევ ერთი კრიტერიუმია გადარიცხვის განხორციელების ღირებულება, სხვა სიტყვებით, გამოკითხულთა 34,5 % თვლის, რომ „ეს ძვირია“, რადგანაც ბანკები იღებენ საკმაოდ დიდ საკომისიოს გადარიცხვების განხორციელებისათვის. ისეთი მიზეზი, როგორცაა „ეს რთულია, უნდა ისწავლოთ“, არ ენდობიან ბანკებს „ფულის დაკარგვის მეშინია“ – 10,9%.

რესპონდენტებმა აღნიშნეს ინტერნეტ ბანკის ისეთი ნიშნები, როგორცაა საიმედოობა (30%), გადარიცხვების ღირებულება (27%), გადახდების სიჩქარე (26%), მოხერხებულობა (12%). ჩვენ ვხედავთ, რომ გამოკითხულებმა უმნიშვნელოვანესთა შორის გამოჰყვეს ისეთი ნიშნები, რომლებიც აქვს ინტერნეტ ბანკის სისტემას: არ არსებობს დროითი შეზღუდვები ტრანზაქციების განხორციელებისათვის, კლიენტს არ სჭირდება მრავალი განცხადებისა და დოკუმენტის გაფორმება საქალაქო მატარებლებზე, ანუ მას ეძლევა გაფორმების მაქსიმალური მოხერხებულობის და ერთი ტრანზაქციის დაბალი ღირებულების გარანტია.

შემდეგ შეკითხვაზე პასუხების ანალიზი აჩვენებს ინტერნეტ ბანკის სისტემის შესახებ ცოდნის ხარისხს. კარგად იციან, თუ რა არის ინტერნეტ ბანკის სისტემა 11%, სისტემის შესახებ მიახლოებითი წარმოდგენა აქვს 43%, მაშინ როცა 44% არაფერი არ იცის მის შესახებ. თუმცა ძალიან პოზიტიურია, რომ 2% მოცემული სისტემის მონაწილეები არიან.

ნახაზი 9.

ინფორმაციულობის დონე ინტერნეტ ბანკის სისტემის შესახებ



საჩვენებელია ის ფაქტი, რომ რესპონდენტების 75% უნდათ ინტერნეტის გამოყენება გადახდის ინსტრუმენტის სახით (სწავლების

კურსების გავლით), ეს საშუალებას გვაძლევს გავაკეთოთ დასკვნა იმის შესახებ, რომ ჩვენს რეგიონში კლიენტებს აინტერესებთ ინტერნეტ ბანკი, როგორც საბანკო მომსახურების გაწევის ახალი ტექნოლოგია.

ჩვენ ვხედავთ, რომ გამოკითხულებმა უმთავრეს ნიშნებს შორის გამოჰყვეს ნიშნები, რომლებიც ინტერნეტ ბანკის სისტემას აქვს: არსებობს გადარიცხვების სწრაფი სისტემა, არ არსებობს დროითი შეზღუდვები ტრანზაქციების განხორციელებისათვის, კლიენტს არ მოეთხოვება მრავალი განცხადების და დოკუმენტების გაფორმება საქაღალდე მატარებლებზე, ანუ მას ეძლევა გაფორმების მაქსიმალური მოხერხებულობის და ერთი ტრანზაქციის დაბალი ღირებულების გარანტია. ამის საფუძველზე დიდი ალბათობით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ სხვა პირობების და ბანკის ტექნიკური შესაძლებლობების არსებობისას კლიენტი ისარგებლებს სწორედ მოცემული სისტემით. კითხვაზე - გინდათ თუ არა გქონდეთ წვდომა თქვენი საბანკო ანგარიშისადმი 24 საათის განმავლობაში ბანკის ვიზიტის გარეშე, ინტერნეტის გამოყენებით? პასუხისას რესპოდენტები შემდეგ კატეგორიებად დაიყვნენ: - დიახ, რადგანაც ბანკში მოსვლას ბევრი დრო მიაქვს (9%); - დიახ, რადგანაც ბანკის მუშაობის გრაფიკი არ მაწყობს (65,5%); დიახ, რადგანაც ეს გადახდების ყველაზე უფრო პროგრესული და მოხერხებული საშუალებაა (7,4%); - დიახ, მაგრამ ინტერნეტ სისტემისადმი წვდომა არ მაქვს (9,0%); - არა, მე ეს არ მჭიდება (9,0%); ამ კითხვაზე პასუხების ანალიზი საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ ის მიზეზები, რომელთა გამოც ბანკის კლიენტი შეიძლებოდა გამხდარიყო ინტერნეტ ბანკის სისტემის კლიენტი. ასე, აუდიტორიის დიდი ნაწილი - 364 ადამიანმა უკვე გამოხატა მზადყოფნა გახდნენ ასეთი სისტემის კლიენტები. ამასთან, რესპოდენტების 9% აცხადებს, რომ ბანკის ვიზიტზე დიდი დრო მიდის, შესაბამისად, სწორედ ეს კატეგორია შეიძლება დაინტერესდეს იმ ფაქტით, რომ ინტერნეტ ბანკის სისტემის გამოყენებისას საჭირო არ არის ბანკისთვის მიმართვა გადახდის განხორციელებისათვის. იგივე შეიძლება

ითქვას გამოკითხულთა იმ ნაწილის შესახებ, რომელთაც არ აწყობთ ბანკის მუშაობის გრაფიკი, რადგანაც ინტერნეტ ბანკი საშუალებას გვაძლევს აღმოვხვრათ მოცემული კრიტერიუმის გავლენა, რადგანაც ინტერნეტ ბანკის სისტემებთან მუშაობა ვარაუდობს საკუთარი საბანკო ანგარიშისადმი წვდომის გამოყენებას 24 საათის განმავლობაში დედამიწის ნებისმიერი წერტილში. პოტენციური კლიენტები იმალებიან 9% სიდიდის უკანაც, იმიტომ, რომ არ უარყოფენ ინტერნეტ ბანკის სისტემის გამოყენების შესაძლებლობას, არამედ მხოლოდ არა აქვთ ამისათვის ტექნიკური საშუალებები.

ინტერნეტ ბანკის სისტემის გამოყენების პირველი მიზეზი არის კონკურენცია, რომლის დროსაც ონლაინ ტექნოლოგიები განიხილებიან, როგორც კლიენტების შენარჩუნების და მოზიდვის ხერხი. გამოკითხულთა უმეტესობამ გაიგო ინტერნეტ ბანკის სისტემის შესახებ უშუალოდ ინტერნეტის ქსელიდან და არა ბანკის თანამშრომლებისგან. სისტემისადმი ასეთი დამოკიდებულების მიზეზების გარკვევა ხერხდება კითხვის მეშვეობით- რატომ არ გინდათ თქვენი ფულის გაგზავნა ინტერნეტის ქსელის მეშვეობით? არ არსებობს ინტერნეტ ბანკის სისტემებზე უარის თქმის მიზეზები გამოკითხულთა 61,3 %, აუდიტორიის ნაწილი 14,5 % ყურადღებას ამახვილებს იურიდიული ხასიათის პრობლემებზე მოცემული ტიპის კომუნიკაციების გამოყენებისას. ბევრს აწუხებს უსაფრთხოების პრობლემა - ინტერნეტში ეგრეთ წოდებული ჰაკერების შეღწევის არდაშვება (11,8%). რესპონდენტების ნაწილმა- 12,5 % უბრალოდ არ იცის ინტერნეტ ბანკის სისტემის გამოყენება.

ზემოთ აღნიშნული ფაქტორების გათვალისწინებით, უნდა აღინიშნოს, რომ პროგრესული ტექნოლოგიების გამოყენებაზე ადამიანები უარს ამბობენ, პირველ რიგში, მოცემულ სფეროში თავიანთი უცოდინრობის გამო, ინიციატივის გამოჩენის სურვილის არარსებობა, დაკომპლექსებულობა და შიში დაეყრდნონ ფინანსური ოპერაციის შესრულებისას უშუალოდ თავის თავს და საკუთარ შესაძლებლობებს.

საკუთარი ფულადი სახსრების საბანკო დეპოზიტზე განთავსების სურვილი ერთი წლით წლიური 15%-ით, გამოთქვა 275 გამოკითხულმა, ამასთან დეპოზიტის ზომა მნიშვნელოვნად ვარირებს (ცხრილი 8).

ცხრილი 8.

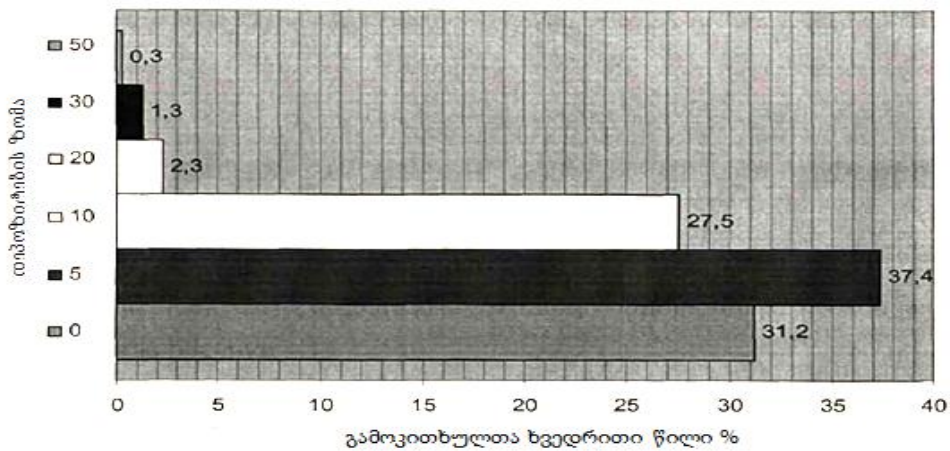
დეპოზიტების ზომის დინამიკა

მოსახ. რაოდენობა	დეპოზიტის ზომა	ხვედრითი წილი %
125	0	31,2
150	5000	37,4
110	10000	27,5
9	20000	2,3
5	30000	1,3
1	50000	0,3
400	სულ	100

დეპოზიტის ზომის თანაფარდობა გამოკითხული რესპონდენტების წილისგან წარმოდგენილია გრაფიკი 1.

გრაფიკი 1.

დეპოზიტების ზომის თანაფარდობა გამოკითხულ რესპოდენტთა წილის მიმართ



ჩატარებული კვლევიდან გამომდინარე და მიღებული შედეგების სისტემატიზირებით, შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნა იმის შესახებ, რომ

საბანკო მეთოდით ფულადი სახსრების გადარიცხვაში საჭიროებების ზრდასთან ერთად, ერთ კლიენტზე გათვლით ტრანზაქციების რაოდენობის გაზრდისას, ხდება კრიტერიუმების შეცვლა, რომელთა მიხედვითაც კლიენტი განიხილავს საბანკო გადარიცხვების განხორციელებას.

აღნიშნოთ, რომ ახალი კლიენტების მოზიდვისათვის საკრედიტო დაწესებულებები ადგენენ უფრო დაბალ ფასებს ოპერაციებზე, რომლებიც სრულდებიან ახალი ტექნოლოგიების დახმარებით. ასეთი პოლიტიკა, რომელიც მიმართულია საკლიენტო ბაზის გაზრდაზე, განსაკუთრებით ეფექტიანია ბაზრის დადგომის ეტაპზე.

დიდი მნიშვნელობა აქვს მოცემულ საბანკო მომსახურებაზე მოთხოვნის კვლევას, რადგანაც შემოსავალი ინტერნეტ ბანკიდან დამოკიდებულია მისი მომხმარებლების რიცხვზე. შედეგები მოწმობენ პოტენციური კლიენტების მხრიდან ინტერესზე და ინტერნეტ ბანკის სისტემაში გამოკითხულთა გარკვეული პროცენტის მონაწილეობაზეც კი.

3.4.2. კომერციული ბანკის საქმიანობაში ინტერნეტ ბანკის გამოყენების ფინანსური ოპერაციების შედეგების ეფექტური დაგეგმვის მეთოდიკა, დაფუძნებული იწრფივ რეგრესიულ მოდელზე

საბანკო სფეროში ბევრი ეკონომიკური საკითხი შეიძლება დაყვანილ იქნეს მათემატიკური პროგრამირების ამოცანებამდე და ნაპოვნი იქნეს ოპტიმალური გადაწყვეტილებები. ეკონომიკური მეცნიერების კვლევის მეთოდების სრულყოფაში, საბანკო საქმიანობის ეფექტიანობის არსებით ამაღლებაში მათემატიკურ მოდელებს მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება (56, ს.7). თანამედროვე მათემატიკური მეთოდები და მოდელები ეყრდნობიან გამოყენებითი მათემატიკის აპარატს, მათემატიკური პროგრამირების კარგად შემუშავებულ მეთოდებს, გადაწყვეტილებების მიღების თეორიას. ეს თეორია საშუალებას გვაძლევს საიმედოდ გავაანალიზოთ ქმედების შესაძლო ხერხები საბანკო სტრატეგიების პოვნის მიზნებისათვის,

რომლებიც საკრედიტო ორგანიზაციის საქმიანობის მართვის ოპტიმალურ შედეგებს უზრუნველყოფენ [37].

ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელი წარმოადგენს საკვლევი ეკონომიკური პროცესის მათემატიკურ აღწერას აბსტრაქტულ ფორმაში უტოლობებისა და ტოლობების სისტემის მეშვეობით. ეკონომიკაში მათემატიკური მოდელების გამოყენება საშუალებას გვაძლევს გავაღრმავოთ რაოდენობრივი, ეკონომიკური ანალიზი, გავაფართოვოთ ეკონომიკური ინფორმაციის გამოყენების სფერო.

ბანკის მოგების მაქსიმიზაციის ამოცანა განაპირობებს იმას, რომ ხელმძღვანელობამ უნდა აირჩიოს საუკეთესო მმართველობითი გადაწყვეტილებები, შრომის დანახარჯებისა და დაგეგმვის შედეგების შეპირისპირებით. ამასთან აუცილებელია ამ გადაწყვეტილებების შედეგების პროგნოზირების ცოდნა.

ეკონომიკური თეორიის ამოცანაში შედის პრინციპების ფორმირება, საკრედიტო ორგანიზაციების რეალური ქცევის მოდელების აგება, რომლებიც ხსნიან დაკვირვებად ფაქტებს და მათი განვითარების მაპროგნოზირებელ პერსპექტივებს. აქ ეკონომიკური ქცევის გზების და პროგნოზების საუკეთესო ვარიანტების ძებნაში ერთდებიან ეკონომიკური თეორიები, მოდელირების მათემატიკური მეთოდები და საბანკო საქმიანობის პრობლემური საკითხები.

საბანკო პრაქტიკაში მათემატიკური მოდელების გამოყენება საშუალებას გვაძლევს გადავხედოთ ეკონომიკური ანალიზის ცნობილ მეთოდებს, გამოვიყენოთ ინფორმაციის გაცილებით უფრო დიდი რაოდენობა, ვაწარმოოთ მრავალვარიანტიანი გადაწყვეტილებები, მივიღოთ უფრო სარწმუნო და მდგრადი შედეგები. ამ პოზიციებიდან მოდელირება ბანკში წარმოადგენს მართვის ორგანიზაციის შესახებ მისაღები გადაწყვეტილებების რაოდენობრივ დასაბუთებას.

საბანკო საქმეს აქვს რიგი თავისებურებები, რომლებიც ხელს უწყობენ მათემატიკური მოდელირების მეთოდების გამოყენებას. ამ

მნიშვნელოვან დარგში მიწოდებადი პროდუქტების და მომსახურებების საკმაოდ დიდი რაოდენობაა, ბალანსის აქტიური და პასიური ანგარიშების თანაფარდობის ვარიანტების უზარმაზარი რიცხვია. ეს ზრდის საქმიანობის განხორციელების პროცესში მოგების მაქსიმიზაციის შესაძლო კომბინაციების რიცხვს.

საბანკო სფეროში ფაქტორების დიდი რიცხვის ფინანსურ შედეგებზე გავლენის აღრიცხვა შესაძლებელია მოდელირების მეთოდების გამოყენებისას. ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელები იყოფიან სტატისტიკურ, საბალანსო და ოპტიმიზაციურ მოდელებად. მოცემული კვლევის ფარგლებში გამოიყენებინ სტატისტიკური მეთოდები, რომლებსაც მიეკუთვნებიან ისეთი მოდელები, რომლებიც აღწერენ დამოუკიდებელი ფაქტორებისგან საქმიანობის შედეგის კორელაციურ-რეგრესულ დამოკიდებულებებს. ისინი ფართოდ გამოიყენებიან საწარმოო ფუნქციების შესადგენად და ეკონომიკური სისტემების ანალიზისას.

ცნობილია, რომ ნებისმიერი სამეცნიერო კვლევის ძირითადი ამოცანა მდგომარეობს მოვლენებს შორის კავშირების შესწავლაში, რადგანაც ბუნებაში და საზოგადოებაში ვერცერთი მოვლენა ვერ იქნება გაგებული სხვა მოვლენებთან კავშირის გარეშე. მაგალითად, ბანკის მოგება დამოკიდებულია ბანკების აქტივების მოცულობაზე, სტრუქტურაზე და მომგებიანობაზე. მოგების ფორმირებაზე გავლენას ახდენენ სხვა ფაქტორებიც, მაგალითად, ბანკის ვალდებულებებთან დაკავშირებით საპროცენტო განაკვეთების სტრუქტურა და მოცულობა, ინფლაციის ტემპი, ბალანსის ანგარიშების დაჯგუფებების თანაფარდობა, სავალდებულო რეზერვების ნორმები, ავტომატიზაციის დონე, ინტერნეტ-ტექნოლოგიების გამოყენება და სხვა. კავშირის ასეთი ტიპები არ არიან ფუნქციონალურები, როდესაც ერთი სიდიდის თითოეულ მნიშვნელობას შეესაბამება მეორის ერთი განსაზღვრული მნიშვნელობა. მოცემულ შემთხვევაში ერთერთი მათგანის თითოეულ მნიშვნელობას შეესაბამება მეორის მრავალი მნიშვნელობა. ამ მნიშვნელობების რიცხვი მუდმივი არ არის და თვითონ

მნიშვნელობები არ ასახავენ გარკვეულ კანონზომიერებას. ასეთ კავშირებს კორელაციური ეწოდება.

დავარქვათ Y -ს - რეზულტატიური ფაქტორი, რომელიც ფორმირდება ერთი ნიშნის - X ფაქტორის გავლენის ქვეშ. ამასთან მიღებულია იმის თქმა, რომ იკვლევა ერთფაქტორიანი კორელაციური მოდელი. თუ იკვლევა ორი ნიშნის მოქმედება - X_1 და X_2 ფაქტორების მოქმედება რეზულტატიურ ნიშანზე Y , მაშინ საუბარია ორფაქტორიან, ან უკვე მრავალფაქტორიან კორელაციურ კავშირზე.

მათემატიკურ სტატისტიკაში შეისწავლიან კორელაციური კავშირების ფორმებს და კავშირების სიმჭიდროვეს. კორელაციური კავშირის ფორმა ვლინდება ტენდენციაში, რომელიც ვლინდება რეზულტატიური ნიშნის Y ცვლილებებში ნიშნის - X ფაქტორის ცვლილებასთან დაკავშირებით. თუ ვლინდება Y ნიშნის მნიშვნელობების თანაბარი ზრდა ან კლება, მაშინ კავშირი წრფივია, ხოლო ამ მნიშვნელობების არათანაბარი ცვლილებების ტენდენციისას კავშირი მრუდხაზიანი იქნება. გრაფიკზე კოორდინატების მართკუთხა სისტემაში კავშირის წრფივი ფორმის ერთფაქტორიან მოდელს აქვს სწორი ხაზის განტოლების ზოგადი სახე. განტოლების პარამეტრები უცნობები არიან. მათ განსაზღვრავენ, ორი ცვლადის მქონე ორი განტოლების სისტემის ამოხსნისას.

როგორც ცნობილია, ბანკის მოგება იმყოფება მისი აქტივებისა და პასივების სტრუქტურისგან დამოკიდებულებაში. საბოლოო შედეგზე ფაქტორების გავლენის ზომების განსაზღვრის ამოცანა - კომერციული ბანკის მოგება - შეიძლება გადაჭრილ იქნეს მრავალფაქტორიანი კორელაციურ-რეგრესიული მოდელების დახმარებით. ცნობილია, რომ კორელაციურ-რეგრესიული ანალიზი საშუალებას იძლევა რაოდენობრივად გამოხატულ იქნეს შერჩეული ფაქტორების გავლენა რეზულტატიურ მაჩვენებელზე. გარდა ამისა, მრავლობითი რეგრესიის განტოლების ცოდნით, და ფაქტორების გარკვეული მნიშვნელობებით,

შეიძლება ვიწინასწარმეტყველოთ ფუნქციის მნიშვნელობა და შესაბამისად, ანალიზებადი მაჩვენებლის მართვა. გარდა ამისა, ეს მოდელები საშუალებას გვაძლევენ შევაფასოთ ბანკების მუშაობა მათი ფინანსური შესაძლებლობების თვალსაზრისით. ჩავატაროთ ბანკის მომგებიანობის ორფაქტორიანი ანალიზი.

იმისათვის, რომ შევაფასოთ და დავასაბუთოთ ინტერნეტ ბანკის მომსახურების წინ წაწევის სისტემის სრულყოფის ზომების ჩატარების რეზულტატიურობა აუცილებელია გამოვიკვლიოთ დამოკიდებულება ბანკის მოგების ნამატსა და ფიზიკური პირებისგან დეპოზიტებში სახსრების ნამატს შორის, აგრეთვე განსათავსებელი დეპოზიტების ზომასა და მოზიდული კლიენტების რაოდენობას შორის.

ანგარიშის გახსნისას კლიენტი უხდის ბანკს საკომისიოს სისტემით სარგებლობისათვის. საკომისიო სახსრების შემოსავლების საერთო მასაშეიძლება შეადგინოს გარკვეული საანგარიშო სიდიდე (ცხრილი 9).

როგორც ანკეტირების შედეგებმა აჩვენეს, 400 ადამიანიდან 275 გამოკითხული აპირებს გამოიყენოს ინტერნეტ ბანკის მომსახურება, კერძოდ, გახსნან ანგარიში და განათავსონ თავიანთო სახსრები დეპოზიტზე წლიური 15%-ით 1 წლის ვადით.

ცხრილი 9.

საკომისიოს სახსრების შემოსულობების სიდიდის გაანგარიშება მომსახურებისათვის ტარიფის სხვადასხვა ოდენობებისას

დასახელება	ტარიფის ზომა				
	100	50	20	10	0
კლიენტების რაოდენობა, ფიზ. პირი	2	40	110	200	275
საკომისიო თანხის ოდენობა	0,2	2	2,2	2	0
დეპოზიტების საშუალო ოდენობა	50	30	20	10	5
დეპოზიტების საერთო ღირებულება (თანხა)	100	1200	2200	2000	1375
საპროცენტო შემოსავლების ოდენობა	10	120	220	200	137,5
შემოსავლების საერთო სიდიდე	10,2	122	222,2	202	137,5

ამასთან დეპოზიტის საშუალო ზომა შეადგენს 8,1 ათას ლარს. ბანკს აქვს შესაძლებლობა გასცეს ეს სახსრები კრედიტში წლიური 25%-ით და მიიღოს მარჯა 10% ოდენობით ($10=25-15$). ერთი კლიენტიდან შემოსავლის ოდენობა შეადგენს 0,81 ათას ლარს ($0,81=8,1*10/100$).

აუცილებელია აიგოს და გადაიჭრას რეზულტატიურ ნიშანზე - „მოგება“ ფაქტორიალური ნიშნის „ფიზიკური პირების 1 წლამდე დეპოზიტები“ გავლენის დამოკიდებულების კორელაციურ-რეგრესიული მოდელი. კორელაციურ-რეგრესიული მეთოდი მდგომარეობს კავშირის ანალიტიკური გამოხატვის განსაზღვრაში, რომელშიც ერთი სიდიდის ცვლილება (რომელსაც ეწოდება დამოკიდებული ან რეზულტატიური ნიშანი) განპირობებულია ერთი ან რამდენიმე დამოუკიდებელი სიდიდის (ფაქტორების) გავლენით.

შეიძლება წინ წავწიოთ ჰიპოთეზა იმის შესახებ, რომ ფიზიკური პირების 1 წლამდე დეპოზიტების სიდიდის ზრდამ შეიძლება უზრუნველყოს ბანკის მოგების ნამატი. ამგვარად, ფაქტორული ნიშნის სახით (X) გამოვიან ფიზიკური პირის დეპოზიტები 1 წლამდე ხოლო რეზულტატიური ნიშანი (Y) არის ბანკის მოგება. საკვლევ პერიოდში (2011-2013 წლები) არის შემდეგი დაკვირვებები (ცხრილი 10).

ცხრილი 10.

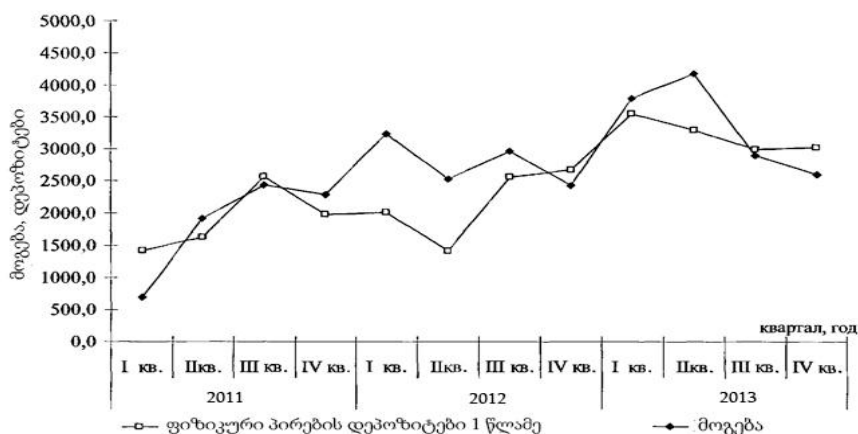
საწყისი მონაცემები კორელაციურ-რეგრესიული ანალიზისათვის 2011-2013 (ლარი)

კვარტალი	2011		2012		2013	
	X	Y	X	Y	X	Y
	1420	686	2010	3248	3560	3809
	1626	1926	1420	2540	3300	4193
	2560	2429	2560	2960	2998	2899
	1990	2286	2680	2429	3030	2620

გრაფიკულად ეს მონაცემები შეიძლება წარმოვადგინოთ შემდეგი სახით (გრაფიკი 2).

გრაფიკი 2.

რეზულტატიური და ფაქტორიალური ნიშნების დინამიკა დროში



ბანკის მოგების სიდიდის დამოკიდებულება ფიზიკური პირების 1 წლამდე დეპოზიტებზე წარმოადგენს წრფივ რეგრესიას, რომელიც გამოიხატება წრფის (წრფივი ფუნქციის) განტოლებით შემდეგი სახის:

$$\bar{Y}_x = a + b \cdot x \quad (1)$$

სადაც, a და b წარმოადგენს საბანკო მაჩვენებლების დამოკიდებულების განტოლების პარამეტრებს, \bar{Y}_x - რეზულტატიური ნიშანი (მოგება), X - ფაქტორული ნიშანი (ფიზიკ. პირების 1 წლამდე დეპოზიტები).

კორელაციურ-რეგრესიული ანალიზის მეთოდის გამოყენებით, (ცხრილის 13) მონაცემების საფუძველზე მოვძებნოთ დამოკიდებულების განტოლების პარამეტრები. უმცირესი კვადრატების მეთოდით წრფივი წყვილური რეგრესიის პარამეტრების მოსაძებნად განტოლებების სისტემას აქვს შემდეგი სახე ($n=12$);

$$\begin{cases} n \cdot a + b \cdot \sum_{i=1}^n x_i = \sum_{i=1}^n y_i \\ a \cdot \sum_{i=1}^n x_i + b \cdot \sum_{i=1}^n (x_i)^2 = \sum_{i=1}^n x_i \cdot y_i \end{cases} \quad (2)$$

განტოლებების სისტემის ამოსახსნელად საჭირო გახდება დამოკიდებულების განტოლების პარამეტრების გაანგარიშების განხორციელება დამხმარე ცხრილის საფუძველზე (ცხრილი 11).

ცხრილი 11.

დამოკიდებულება ანალიზებად ფაქტორებს შორის

კვარტალი	X	Y	XY	X ²	Y ²	Y ^{სა^ა x}
I	1420	2020	2868400	2016400	4080400	2181,6546
II	1626	1926	3131676	2643876	3709476	2208,1736
III	2560	2429	6218240	6553600	5900041	2328,4101
IV	1990	2480	4935200	3960100	6150400	2255,0324
I	2010	2510	5045100	4040100	6300100	2257,607
II	1020	1932	1970640	1040400	3732624	2130,1614
III	3220	2360	7599200	10368400	5569600	2413,3738
IV	2555	2450	6259750	6528025	6002500	2327,7664
I	2580	2602	6713160	6656400	6770404	2330,9848
II	3990	2400	9576000	15920100	5760000	2512,4981
III	4350	2400	10440000	18922500	5760000	2558,842
IV	4860	2620	12733200	23619600	6864400	2624,4958
სულ	32181,00	28129	77490566	102269501	66599945	-
საშუალო	2681,75	2344,0833	6457547,2	8522458,4	5549995,4	-

პარამეტრი b გამოითვლება შეცვლილი ფორმულით, რომელიც შეიძლება გამოვიყვანოთ, b-ს მიმართ ნორმალური განტოლებების სისტემის ამოხსნისას (2):

$$\bar{y} \cdot \sum_{i=1}^n x_i - b \cdot \bar{x} \cdot \sum_{i=1}^n x_i + b \cdot \sum_{i=1}^n (x_i)^2 = \sum_{i=1}^n x_i \cdot y_i$$

განტოლების ორივე ნაწილის π -ზე გაყოფით, მივიღებთ:

$$\bar{y} \cdot \bar{x} - b \cdot \bar{x}^2 + b \cdot \bar{x}^2 = \overline{x \cdot y}.$$

აქედან გამოვიყვანოთ b პარამეტრის ფორმულას (3):

$$b = \frac{\overline{x \cdot y} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\bar{x}^2 - \bar{x}^2} \quad (3)$$

თუკი პირველგანტოლებას გავყოფთ π -ზე, მივიღებთ a პარამეტრს:

$$a + b \cdot \bar{x} = \bar{y}, a = \bar{y} - b \cdot \bar{x}. \quad (4)$$

ამგვარად, ფორმულიდან (4) მივიღებთ $a = 1998,9$; ფორმულიდან (3) - $b = 0,1287$ შესაბამისად, დამოკიდებულების განტოლება გამოიყურება შემდეგნაირად.

$$\bar{Y}_x = 1998,9 + 0,1287 \cdot x \quad (5)$$

კავშირის სიმჭიდროვე რაოდენობრივად გამოისახება კორელაციის კოეფიციენტის სიდიდით, რომელიც იანგარიშება ფორმულით (6).

$$r = \frac{\overline{x \cdot y} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} \quad (6)$$

სადაც σ_x, σ_y - ეს არის შესაბამისი სტატისტიკურად არსებითი ფაქტორული ნიშნის საშუალოკვადრატული გადახრა, რომელიც იანგარიშე-

ბა ფორმულებით (7) და (8) შესაბამისად:

$$\sigma_x^2 = \bar{x}^2 - \bar{x}^2 \quad (7)$$

$$\sigma_y^2 = \overline{y^2} - \bar{y}^2 \quad (8)$$

კორელაციის კოეფიციენტი აფასებს კავშირის სიმჭიდროვეს დამოკიდებული ცვლადის Y და X ფაქტორებს შორის, რომლებიც მასზე მოქმედებენ. ეს კოეფიციენტი წარმოადგენს სტატისტიკურ მახასიათებელს. თუ კორელაციის კოეფიციენტი აბსოლუტური სიდიდით ნაკლებია 0,1-ზე, მაშინ კავშირი Y და X შორის არ არსებობს. შეიძლება გამოვიყენოთ შემდეგი გრადაცია:

0,10 < | r | < 0,30 - სუსტი კავშირი;

0,30 < | r | < 0,65 - საშუალო სიმჭიდროვის კავშირი;

0,65 < | r | < 0,80 - მჭიდრო კავშირი;

0,80 < | r | < 0,95 - ძალიან მჭიდრო კავშირი;

| r | > 0,96 - კავშირი ფუნქციონალურად ითვლება.

ურთიერთკავშირების ანალიზი გამოიყურება შემდეგნაირად. მოცემულ შემთხვევაში კორელაციის კოეფიციენტი უდრის „პლიუს“ 0,63166, რაც მეტყველებს პირდაპირ დამოკიდებულებაზე და კავშირის საშუალო სიმჭიდროვეზე რეზულტატიურ და ფაქტორიალურ ნიშნებს შორის. ანუ ფიზიკური პირების 1 წლამდე დეპოზიტების სიდიდის ზრდა მიიყვანს ბანკის მოგების ოდენობის გაზრდამდე 0,1287 ათასი ლარამდე სხვა თანაბარი პირობებისას.

კორელაციის კოეფიციენტის კვადრატს - r^2 უწოდებენ დეტერმინაციის კოეფიციენტს. გაანგარიშებამ აჩვენა, რომ $r^2=0,6316635$, ანუ 63,1 %-ით რეზულტატიური ნიშნის ცვლილება განისაზღვრება ფაქტორიალური ნიშნის მოქმედებით, ხოლო 37,9%-ით - სხვა ფაქტორების მოქმედებით, რომლებიც ჩართულები არიან მოდელში.

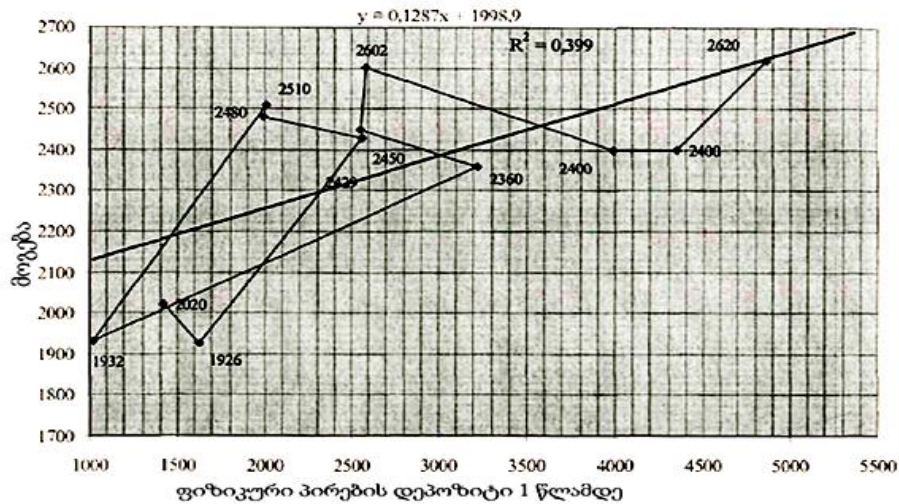
ორი ნიშნის ურთიერთკავშირი გამოისახება გრაფიკულად კორელაციის ველის საშუალებით. კოორდინატების სისტემაში აბსცისების ღერძზე გამოისახება ფაქტორიალური ნიშნის მნიშვნელობა, ხოლო

ორდინატების ღერძზე - რეზულტატიური ნიშნის მნიშვნელობა. ამგვარად, ფაქტორების ურთიერთკავშირი გამოიყურება შემდეგნაირად (გრაფიკი 3).

დამოუკიდებელი ცვლადი რაც უფრო მეტად განსხვავდება საშუალოსგანიმ დაკვირვებებისას, რომლებიც გამოიყენებიან კოეფიციენტების შეფასებისათვის, მით უფრო დიდი განუსაზღვრელობაა პროგნოზში, რომელიც რეგრესიის განტოლებაზე ბაზირდება.

გრაფიკი 3.

კორელაციურიველისგრაფიკი



რეგრესიის მოდელის ნიშნადობის შემოწმებისათვის გამოიყენება ფიშერის F-კრიტერიუმი, რომელიც გამოითვლება ფორმულით:

$$F_{\text{факт}} = (\sum y_k / (1 + \kappa)) / [\sum (y_t - y_k)^2 / (n - \kappa - 1)] \quad (9)$$

სადაც: y i, \dots, κ -რეზულტატიური ნიშნის თეორიული მნიშვნელობებია, რომლებიც მიღებული არიან რეგრესიის განტოლებით; n - ერთობლიობის მოცულობა; κ - მოდელში ფაქტორული ნიშნების რიცხვი.

ფიშერის F-კრიტერიუმის ფაქტიური მნიშვნელობა შეიძლება ასევე განვსაზღვროთ შემდეგი ფორმულით:

$$F_{\text{факт}} = \frac{r^2}{1-r^2} (n-2) = \frac{0,3990(12-2)}{1-0,3990} = 6,6389 \quad (10)$$

$F_{\text{ცხრლ}}$ ცხრილური მნიშვნელობა, ფიშერის F - კრიტერიუმის მნიშვნელობების ცხრილის მიხედვით ნდობითი ალბათობისას 0,95 უდრის 6,61 ($K_1=1, K_2 = n - m - 1$). კრიტერიუმის ფაქტიური მნიშვნელობა ცხრილურზე მეტია $F_{\text{ფაქ}} > F_{\text{ცხრლ}}$ ($6,6389 > 6,61$), რაც მეტყველებს იმაზე, რომ რეგრესიის სრული მნიშვნელობა უტოლდება კავშირის სიმჭიდროვის მაჩვენებელს - r_{xy} , ანუ ისინი სტატისტიკურად საიმედო არიან და ჩამოყალიბდნენ X ფაქტორის არაშემთხვევითი ზემოქმედების ქვეშ.

რეგრესიის კოეფიციენტების მნიშვნელობების განსაზღვრა ხორციელდებოდა t -კრიტერიუმის მეშვეობით ფორმულით:

$$t_{\text{факт}} = |a_i| : (\sigma^2_{a_i})^{1/2} \quad (11)$$

სადაც $\sigma^2_{a_i}$ - რეგრესიის კოეფიციენტის დისპერსიაა, რომელიც განისაზღვრება ფორმულით:

$$\sigma^2_{a_i} = \sigma^2_y : K \quad (12)$$

სადაც: σ^2_y - რეზულტატიური ნიშნის დისპერსიაა;

K - განტოლებაში ფაქტორული ნიშნების რიცხვი.

გარდა ამისა, t - კრიტერიუმი შეიძლება სხვაგვარად განსაზღვროთ. ამისათვის საკმარისია ამოვიღოთ კვადრატული ფესვი ფიშერის F - კრიტერიუმიდან:

$$t_{\text{факт}} = \sqrt{F_{\text{факт}}} = \sqrt{6,6389} = 2,576613 \quad (13)$$

t - კრიტერიუმის ცხრილური მნიშვნელობაა 2,571. აგებული მოდელის ადეკვატობის შემოწმებამ t - კრიტერიუმის მნიშვნელობის შეფასების გამოყენებით გვიჩვენა, რომ მოდელის პარამეტრები სტატისტიკურად უტოლდებიან ალბათობით 0,95, რადგანაც $t_{ფაქტ} < t_{ცხრ}$, ანუ $2,5766 > 2,571$.

Y ელასტიურობა X მიხედვით იანგარიშება როგორც Y ფარდობითი ცვლილება X ფართობითი ცვლილების ერთეულზე. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში წარმოდგენილია ბანკის მოგების პროცენტული ცვლილება ფაქტორული ნიშნის 1%-ით შეცვლისას.

ცხრილი 12.

ბანკის მოგების პროცენტული ცვლილება ფაქტორული ნიშნის 1%-ით შეცვლისას

ფაქტორული ნიშანი	მოგების ცვლილება (%) ფაქტორული ცვლადის 1 % -ით შეცვლისას
ფიზიკური პირის დეპოზიტები 1 წლამდე	0,21

31.12.2013 მდგომარეობით ბანკში განთავსებული იყო ფიზიკური პირების 1 წლამდე დეპოზიტების 4860 ათასი ლარი. ამ თარიღისათვის და რეგრესიის განტოლების შესაბამისად გათვლილი ბანკის მოგება შეადგენდა 2624,5 ათას ლარს.

განგარიშებები აჩვენებენ, რომ 275 ადამიანისაგან მოზიდული დეპოზიტების ოდენობა შეიძლება შეადგენდეს 100-დან 2200 ათას ლარამდე. ამასთან ეს დამოკიდებული იქნება ინტერნეტბანკის მომსახურების ტარიფის ზომაზე.

ფიზიკური პირებისგან 1 წლამდე დეპოზიტების მოზიდვაზე მიმართული ღონისძიებების სისტემის ბანკის მიერ ჩატარება, დეპოზიტების არსებულ სიდიდეზე 30%-ით მეტი მაინც იძლევა საშუალებას გაიზარდოს მათი სიდიდე 1458-ით, ან 6318 ათას ლარამდე

($6318=4860*1,3$). რის შედეგადაც ბანკის მოგების მოსალოდნელი ნამატი შეადგენს 165,3 ათას ლარს ($165,3=2624,5*0,30*0,21$), ანუ გაიზრდება 6,3 %-ით.

გაკეთებული ანალიზის დაჯამებით, უნდა აღინიშნოს, რომ მათემატიკური მეთოდების და მოდელების გამოყენება ელექტრონული საგადამხდელო სისტემებში საშუალებას იძლევა მოიძებნოს კომერციული საქმიანობის ამოცანების გადაწყვეტის საუკეთესო ვარიანტები და იგი წარმოადგენს საბანკო დაგეგმვის, განსაკუთრებით ფინანსური შედეგების დაგეგმვის პერსპექტიულ მიმართულებას. საბანკო სფეროში მათემატიკური მოდელირების გამოყენება ეფექტიანია პრაქტიკული შედეგების მიხედვით, რადგანაც ისინი ეყრდნობიან მათემატიკური პროგრამირების ძლიერ აპარატს და უზრუნველყოფენ პროცესით ოპტიმალურ მართვას ყოველ ცალკე აღებულ სიტუაციაში.

3. დასკვნა

დისერტაციაში გაანალიზებულია იმ საკითხების ფართო სპექტრი, რომლებიც დაკავშირებულნი არიან ელექტრონული საგადამხდელო სისტემების, კერძოდ, კომერციულ ბანკებში ინტერნეტ-ტექნოლოგიების ეფექტიანობის შეფასების მეთოდების, სრულყოფასთან. ასევე განხილულია ინტერნეტ ქსელის გამოყენების ეკონომიკური წინაპირობები საბანკო საქმეში, საკრედიტო ორგანიზაციების საქმიანობის ნორმატიული რეგულირება ქსელში, ინტერნეტ-ტექნოლოგიების გავლენა ტრადიციულ საბანკო მომსახურებებზე. დისტანციური საბანკო მომსახურების შემუშავებული კლასიფიკაციის გამოყენებით, დაზუსტებულია ინტერნეტ ბანკის ცნება - ელექტრონული კომერციის სახე, რომელიც გამოიყენება საკრედიტო ორგანიზაციების მიერ სტანდარტული და სპეციალური საბანკო მომსახურების დისტანციური მიწოდებისათვის ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის დროის ნებისმიერ მომენტში, დამატებითი პროგრამული უზრუნველყოფის დაყენების გარეშე, ინტერნეტ ქსელის გამოყენებით.

საყოველთაოდ მისაწვდომ კომპიუტერულ ქსელებს შეუძლიათ რადიკალურად აამაღლონ ეფექტიანობა და გაზარდონ კონკურენცია ფინანსური მომსახურების სფეროში. ეს გამოწვეულია ინტერნეტის სამი თავისებურებით:

- მარჟინალური დანახარჯები ფინანსური ინფორმაციის გაყიდვაზე ქსელის მეშვეობით დიდი არ არის.
- ინტერნეტი თავისი არსით ანადგურებს საზღვრებს და ქმნის პირობებს ფინანსური მომსახურების ტრანსნაციონალური მიწოდებისათვის;

– დანახარჯები ინტერნეტ-ტექნოლოგიების დანერგვაზე აგრეთვე ფარდობითია. ელექტრონულ მომსახურებაზე მოთხოვნის თვალსაზრისით ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეკონომიკის გლობალიზაცია.

ევროპული ბაზრების გაერთიანება და სავაჭრო შეზღუდვების შემცირება გულისხმობს, რომ ნებისმიერი საშუალო ან პატარა კომპანია იძულებულია კონკურენტუნარიანი იყოს საერთაშორისო მასშტაბით, რაც თავის მხრივ მოითხოვს გადახდისწრაფ და ერთგვაროვან (სტანდარტიზირებულ) პროცედურებს საერთაშორისო გარიგებების მიხედვით. მოქმედ საბანკო სისტემას არ შეუძლია დააკმაყოფილოს დიდი რაოდენობის მცირე და საშუალო კლიენტების გადახდის მოთხოვნილება. თუ მსხვილ კორპორაციებს და ინსტიტუტებს შეუძლიათ კაპიტალის გადაადგილება ერთი ქვეყნიდან მეორეში და მისი კონვერტირება ერთი ვალუტიდან მეორეში რეალური დროის რეჟიმში, მაშინ ტიპური საცალო საერთაშორისო გადახდა მიმდინარეობს რამდენიმე დღიდან კვირამდე და შეიძლება ძალიან ძვირი იყოს.

ინტერნეტით მომსახურების მიმწოდებელი ტრადიციული ბანკების და ბანკების საქმიანობის რეგულირების და პრუდენციული ზედამხედველობის შედარებითი ანალიზის პროცესში:

- 1) გამოვლენილია ძირითადი თავისებურება, რომელიც განასხვავებს ტრადიციულ ბანკებს ქსელურებისგან: ქსელურ ბანკსა და კლიენტს შორის ურთიერთობებში როგორც ქსელური ბანკის, ისე კლიენტის ფიზიკური ადგილმდებარეობა არანაირ როლს არ თამაშობს (ფიზიკური ადგილმდებარეობისგან დამოუკიდებლობა)
- 2) დასაბუთებულია, რომ ინტერნეტში მომსახურების გამწვევი ბანკების საქმიანობა მოითხოვს დიდ ყურადღებას მარეგულირებელი ორგანოების მხრიდან, იმის გამო, რომ ისინი ექვემდებარებიან სისტემურ კრიზისებს და შეუძლიათ შეცვალონ თავიანთი ადგილმდებარეობა კლიენტთან კონტაქტის გაწყვეტის გარეშე.

3) შემოთავაზებულია სისტემური რისკების შემცირების რეკომენდაციები: ა) ელექტრონული პასპორტების სისტემის შემოღება ქსელური ბანკებისათვის, იმ ფორმებთან ანალოგიით, რომლებიც დაკავებულები არიან ელექტრონული კომერციით ინტერნეტში; ბ) ქსელური ბანკებისათვის რეგისტრაციის ადგილის (დასაშვებია 6 თვეში ერთხელ) შეცვლის შეზღუდვა; გ) მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებს შორის ტრანზაქციებისთვის სამართლებრივი ნორმების გამოყენების ერთიანი პრინციპების გამომუშავება.

4) განხილულია ტრადიციული საბანკო მომსახურებების ევოლუცია კლიენტთან ურთიერთობისას ინტერნეტის ქსელის გამოყენების გავლენის ქვეშ და რიგი ახალი, მანამდე გაუთვალისწინებელი მომსახურებები.

ავტომატიზირებული ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებამ და საბანკო მომსახურების გაწევის ახალი ხერხების გაჩენამ საბანკო სისტემაში მნიშვნელოვნად მიიპყრო მეცნიერების ყურადღება ელექტრონული საბანკო მომსახურების განვითარების პერსპექტივებით. საბანკო საქმე, ან e-banking, მოიცავს საცალო და მოცულობით უმნიშვნელო საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების მიწოდებას ელექტრონული საბანკო არხებით, აგრეთვე მოცულობით მნიშვნელოვანი ელექტრონული გადახდებისა და სხვა საბითუმო საბანკო მომსახურების მიწოდებას ელექტრონული ხერხით.

ელექტრონული საგადასახადო საშუალებებიდან ყველაზე პოპულარული და მეტად გამოყენებული ინტერნეტ ბანკი არის ელექტრონული ბანკინგისა ქვესახე. იგი მჭიდროდაა დაკავშირებული ელექტრონულ კომერციასთან. ხოლო ელექტრონული კომერცია - მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე უფრო სწრაფად განვითარებადი დარგია.

დიდი მნიშვნელობა აქვს ელექტრონული ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესის შემდგომ გაფართოებას, რაც ხელს შეუწყობს ბანკების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. კვლევებმა აჩვენეს, რომ უმეტესმა

საკრედიტო დაწესებულებებმა აითვისეს და ავითარებენ მომსახურების გაწევას დისტანციური საბანკო მომსახურების გამოყენებით.

ჩატარებული მარკეტინგული კვლევების საფუძველზე განსაზღვრულია ინტერნეტ ბანკის პოტენციური მომხმარებლების სოციალური დახასიათება, რის საფუძველზეც შემუშავებულია მომსახურების ეფექტური მეთოდები და ახალი ღონისძიებები კლიენტ-სერვერულ ურთიერთობებში სხვადასხვა მიზნობრივი ჯგუფებისათვის.

ანკეტირება ჩატარდა ერთ ეტაპად, რომელიც რამდენიმე ფაზისგან შედგებოდა. მიზნობრივი ბაზრების შერჩევისათვის, საწყის ფაზაში ტარდებოდა გამოკითხვა მოსახლეობის ყველა ფენას შორის. ეს შერჩევა ტარდებოდა კლიენტების ცალკეული ჯგუფების მოთხოვნილების შესწავლის და მომსახურების დონის ამაღლებისათვის ბანკების ფინანსური საქმიანობის ძირითადი მაჩვენებლების ანალიზმა აჩვენა, რომ სააქციო კომერციულმა ბანკმა და ეროვნულმა საგირავნო ბანკმა საკმაოდ საგრძნობ ფინანსურ მაჩვენებლებს მიაღწიეს.

თანამედროვე ელექტრონული საგადასახადო საშუალებებში წარმატებით გამოიყენება ინტერნეტ ბანკის სისტემა. რომელსაც აქვს ფართო ფუნქციური შესაძლებლობები, მოცემული მომსახურება მოთხოვნადია, თუმცა, როგორც კვლევებმა აჩვენეს, არის პრობლემები მომსახურების გაფართოებასთან და ეფექტურობასთან დაკავშირებით. შემუშავებულია ღონისძიებათა სისტემა, რომელიც ხელს შეუწყობს ინტერნეტ ბანკის ეფექტურ მომსახურებას.

გამოკვლეულია და ჩატარებულია მომსახურების ტარიფის დონის ოპტიმიზაცია, ამასთან აღნიშნულია ტენდენცია, რომ მომსახურების ტარიფის შემცირებასთან ერთად იზრდება ინტერნეტ ბანკის მომსახურების პოტენციური მომხმარებლების რიცხვი. ამასთან საკომისიო სახსრების მოცულობა კლიენტების რიცხვის პროპორციულია, ხოლო საპროცენტო შემოსავლების ზომა დამოკიდებულია დეპოზიტის სიდიდეზე ტარიფის

სხვადასხვა მნიშვნელობის შემთხვევაში იმ მონაცემების საფუძველზე, რომლებიც მიღებულია ანკეტირების პროცესებში.

საქართველოში დღესდღეობით ფუნქციონირებულ თითქმის ყველა ბანკს აქვს გამოყენებული დისტანციური საბანკო მომსახურების სისტემები. თანამედროვე პირობებში ელექტრონული საგადასახდელი სისტემები, განსაკუთრებით ინტერნეტ ბანკი არის სავალდებულო მომსახურება და ამიტომ მისი ხარისხი ხდება მნიშვნელოვანი ფაქტორი კლიენტის მიერ ბანკის არჩევის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას.

თანამედროვე ბაზარზე კონკურენტუნარიანობისათვის, ბანკები იძულებულნი არიან უფრო მეტად გამოიყენონ თავიანთ საქმიანობაში ინტერნეტ ტექნოლოგიები, კლიენტ-სერვერული ეფექტური მომსახურების მიზნით ფართოდ დანერგონ ელექტრონული გადახდის სისტემები, წინააღმდეგ შემთხვევაში ისინი გამოდევნილები იქნებიან ბაზრიდან ტექნოლოგიური საკრედიტო ორგანიზაციებით და საბანკო ინსტიტუტებით.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. <https://eparticipationge.wordpress.com/>, უკანასკნელად იქნა გადა-
მოწმებული - 5.04.2015.
2. <http://www.tabula.ge/ge/story/79909-itu-interneti-saqartvelos-mosaxleobis-45-stvisaa-xelmisatsvdomi>, უკანასკნელად იქნა გადა-
მოწმებული - 20.04.2015.
3. www.onlinebankingreport.com, უკანასკნელად იქნა გადა-
მოწმებული - 5.03.2015.
4. Синки Джозеф Ф. Управление финансами в коммерческих банках. –
9 М. Изд-во "Catallaxy", 1994, ст. 485.
5. Cipparone M. Internet Banking Services vs. Proprietary Solutions: Why the
Internet is deemed to succeed, The Journal of Internet Banking and Commerce
(JIBS), February 2001, pp. 88-89.
6. Diniz E. Web Banking in USA. ЛИБС, June 2001.
7. http://www.commerce.ru/biz_tech/implementation/inet_services/bank_service.html Земсков, В.В. «Банковские услуги в Интернет». Электронная
публикация, უკანასკნელად იქნა გადა-
მოწმებული - 21.04.2015
8. <http://www.fincen.gov/>, უკანასკნელად იქნა გადა-
მოწმებული - 21.04.2015
9. Zetteberg Carl D. Estimating e-world auditory , Web Marketing Today,
Issue 103, February, 2004.
10. White L. H. The Technology Revolution and Monetary Evolution, In: The
Future of Money in the Information Age. , 2001 Cato Institute's 14th Annual

Monetary Conference.

11. Fama E. Banking in the Theory of Finance, *Journal of Monetary Economics*, 1990 Volume 6, pp. 39-57.
12. Diamond D. and Dybvig P., Bank Runs, Deposit Insurance, and Liquidity, *Journal of Political Economy*, 1993, Volume 91, pp. 401-419.
13. . Dewatripont M. and Tirole J. Efficient Governance Structure: Implications for Banking Regulation, In: C. Mayer and X. Vives, (eds.). *Capital Markets and Financial Intermediation*. New York: Cambridge University Press. 1993, p.25.
14. Baltensperger E. and Dermine J, "European Banking, Prudential and Regulatory Issues," In: J. Dermine, (ed.), *European Banking in the 1990s*. Oxford: Basil Blackwell, 1990, pp. 67-68
15. www.economist.com, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -4.04.2015.
16. Грачева М.В. Центральные банки в эпоху электронных денег: потеря былого могущества? // *Мир электронной коммерции*, 2000 - №10, 2001- №1, №2. Электронная публикация.
17. Vartanian Thomas P. *The Emerging Law of Cyberbanking: Dealing Effectively with the New World of Electronic Banking & Bank Card Innovations* // Fried, Franck, Harris, Shriver & Jacobson (FFHSJ), 2002.
18. www.bis.org, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 02.04.2015.
19. Vartanian Thomas P. *The Future of Electronic Payments: Roadblocks and Emerging Practices*. FFHSJ, 2000.
20. Цигер А. Финансовые Интернет-услуги: ставки высоки, *Мир Электронной коммерции*, №3, 2003, ст. 35-38.
21. Strader J.T. *The Evolution of Online Investment Banking* // *ЛВС*, June 2000.
22. Claessens S., Glaessner T., Klingebiel D. *Reshaping the Financial Landscape around the World*. World Bank, 2003.
23. Rhodes D., Rocco I., Buerkner H.-P. *Exploiting the Next Wave of Banking Consolidation in Europe*, 2002.
24. ზაუტაშვილი დ. ელექტრონული კომერცია, ქუთაისი, **ISNB** 978-99940- 930-5-2, 2008 წ.
25. <http://omedia.ge/portfolio/ufc/>, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -

- 2.05.2015.
26. http://daviti.org.ua/elektronuli_fuli/sagadasaxado_elektronuli.html, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 25.04.2015.
 27. <http://bankofgeorgia.ge/retail/ge/remote-banking>, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 2.04.2015.
 28. <http://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/remote-channels>, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 2.04.2015.
 29. <https://old.emoney.ge/index.php?nav=main/help>, eMoney-სთვისებები დაუპირატესობა, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 25.04.2015.
 30. <http://www.navigator.ge/ArticleView.aspx?Id=367>, „Unipay , ნავიგატორიელექტრონულსაფულეპართულონლაინსამყაროში“, 11 ივნისი, 2011წ. უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 20.03.2015.
 31. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0>, უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 25.04.2015.
 32. Бабаев А. Б. Банки в сети Интернет ,Банковские технологии, 2001,№11, ст.22.
 33. Система электронного банкинга, М.- Изд-во “ВИФИТ”,2007,с.1.
 34. Банки и банковские операции: Учебник / Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. Банки и биржи, издательское объединение “ЮНИТИ”,2004,с.234, Ст.26.
 35. White L. H. The Technology Revolution and Monetary Evolution, In: The Future of Money in the Information Age. , 2001 Cato Institute's 14th Annual MonetaryConference.
 36. Смородинов О.В. Банки и рынок электронной коммерции, Банковские технологии, 2001, №11,с.13.
 37. Колесников И. М. Математическое моделирование Экономических процессов: учебное пособие / И.М. Колесников.Ставрополь: АГРУС, 2005, с.108 ,ст.99.

დანართი

ანკეტა

ხახელი გვარი _____ -მ, -ქ

დაბადების თარიღი — / — / — წ.

მისამართი _____

ტელეფონი: სახ. _____ მობ. _____

ტელეფონის მოდელი: -Samsung, -Nokia, -Ipone, -Sony _____

E-Mail: _____

განათლება: -საშუალო, -უმაღლესი, -მოსწავლე, -აკადემიური ხარისხი;

ენების ცოდნა: -ინგლისური, -რუსული, -გერმანული,

კომპიუტერი სახლში: -არის, -არ არის.

ინტერნეტი სახლში: -არის, -არ არის, -არ ვიცი ეს რას ნიშნავს

პროვაიდერი: -სილქნეტი, -კავკასუსი, - _____

ინტერნეტის გამოყენება: - თვეში ერთხელ, -კვირაში ერთხელ, -ყოველ დღე;

ინტერნეტის გამოყენება: -სახლში, -სამსახურში, -სახლშიც და სამსახურშიც

სოციალური სტატუსი: -სტუდენტი, -დასაქმებული, - პენსიონერი, - დიასახლისი, -უმუშევარი

ყოველთვიური შემოსავალი (ლარი, დოლ.): -500-მდე, -500-1000-მდე, -1000-ზე მეტი;

მაქვს ანგარიში ბანკში: _____

ვიყენებ: - სატელეფონო ბანკს, - ინტერნეტ-ბანკს, -მობაილბანკს, - _____

ინტერნეტ-ბანკი: -ვსარგებლობ მისით, -დაახლოვებით ვიცი მის შესახებ, - კარგად ვიცი, -არაფერი მსმენია მასზე;

თუ ჯერ კიდევ არ ხართ ინტერნეტბანკის მომხმარებელი, შემდეგში:

-მალე დავრეგისტრირდები, -ჯერ არ გადამიწყვეტია, -არ ვაპირებ

დარეგისტრირებას;

არ ვისარგებლებ ამ მომსახურებით, რადგან: -მე ეს არ მჭირდება,

-ძვირია, -ძნელია გარკვევა, -მეშინია ფულის დაკარგვის;

კმაყოფილი ხართ თუ არა საბანკო გადარიცხვების არსებული სისტემით დღესდღეობით:-კი, -არა, -მიჭირს პასუხის გაცემა;

გსურთ გაიართო კურსი ინტერნეტ ბანკის შესახებ:-კი, -არა, -მიჭირს პასუხის გაცემა;

რამდენად ხშირად სარგებლობთ სავალუტო გადარიცხვებით ინტერნეტბანკის მეშვეობით:-იშვიათად (თვეში ერთხელ), -რეგულარულად (თვეში რამდენჯერმე), -მუდმივად (ერთეჯერ მეტი კვირაში);

ინტერნეტ ბანკის მახასიათებელი თვისებებია:-საიმედოობა, -სწრაფი გადახდა, -დაბალი დანახარჯი;

გსურთ, რომ გქონდეთ თქვენს ანგარიშებზე 24 საათის განმავლობაში წვდომის შესაძლებლობა, ბანკში ვიზიტის გარეშე, ინტერნეტ ქსელის გამოყენებით:-კი, რადგან ბანკში ვიზიტისას იხარჯება ბევრი დრო, -კი, რადგან არ ვარ კმაყოფილი ბანკის სამუშაო გრაფიკით, -კი, იმიტომ რომ ეს არის ყველაზე პროგრესული და მოსახერხებელი გზა, -კი, მაგრამ არ მაქვს წვდომა ინტერნეტთან, -არა, მე ეს არ მჭირდება;

რატომ არ გსურთ გააგზავნოთ ფული ინტერნეტის მეშვეობით:-უარის თქმის მიზეზი არ მაქვს, -სამართლებრივი პრობლემები, -შიში ჰაკერების, -ვერ ვიყენებ;

გსურთ მიიღოთ SMS გზავნილები ბანკის მომსახურებისა და სიახლეების შესახებ:-კი, -არა;

რა არის თქვენთვის მისაღები წლიური ტარიფი ინტერნეტ-ბანკის მომსახურებისთვის:-უფასოა, -10 ლ, -20 ლ, -50 ლ, -100 ლარი.

გახსნით თუ არა დეპოზიტს (ანაბარს) ინტერნეტბანკის მეშვეობით:-კი, -არა;

გახსნიდით დეპოზიტს ერთი წლის ვადით წლიური 15%-ად და რა თანხას შეიტანდით? -5000ლ , -10000ლ, -20000ლ, -50000ლ.

თარიღი შევსების — / — / — წ.

ხელმოწერა _____