

ინოვაციური საბანკო ტექნოლოგიები და პროდუქტები:

გამოწვევები და განვითარების პერსპექტივები

ლელია ლუდუშაური

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის დოქტორი

თანამედროვე მსოფლიოში ინოვაციურობა ნებისმიერი კომპანიისთვის განვითარებისა და წარმატების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. სწორედ ციფრული ტექნოლოგიები ითვლება ერთ-ერთ ყველაზე ქმედით ინსტრუმენტად, რომელსაც შეუძლია გავლენა მოახდინოს როგორც ეკონომიკურ, ასევე ბიზნეს სექტორზე და განაპირობოს მათი სამომავლო განვითარება.

ინვესტიცია ინფორმაციულ ტექნოლოგიებსა და ინოვაციებში მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საბანკო სექტორის მუშაობაზეც. ბანკის როლი ამ საუკუნეში არის არა მხოლოდ მენარმეების კრედიტით უზრუნველყოფა, არამედ ინოვაციების შექმნა ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით, რათა გადარჩეს და დარჩეს კონკურენტუნარიანი ტურბულენტურ, კომპლექსურ და კონკურენტულ გარემოში.

ნაშრომში განხილული და გაანალიზებულია: ინოვაციური საბანკო ტექნოლოგიები და ციფრული პროდუქტები; Covid-19 პანდემიასთან დაკავშირებით დისტანციური საბანკო მომსახურების დანერგვისა და განვითარების თავისებურებანი; ინოვაციურ საბანკო პროდუქტებთან დაკავშირებული რისკების შეფასებისა და კიბერ-უსაფრთხოების კონტროლის თანამედროვე მექანიზმები და გამოთქმულია მოსაზრება მათი შემდგომი დახვეწის მიმართულებით.

საკვანძო სიტყვები: ინოვაციური საბანკო ტექნოლოგიები; ციფრული საბანკო პროდუქტები; Covid-19 პანდემია და დისტანციური საბანკო მომსახურება; კიბერ რისკები და კიბერ უსაფრთხოება.

თანამედროვე სამყაროში ფინანსური ოპერაციების განხორციელება წარმოუდგენელია მონინავე საინფორმაციო სისტემებისა და უახლესი ტექნოლოგიების გარეშე, წინააღმდეგ შემთხვევაში ბანკები და საკრედიტო კავშირები საგრძნობლად ჩამორჩებიან ინდუსტრიის ლიდერებს, რაც უარყოფითად აისახება მომხმარებელთა კმაყოფილებაზე, ოპერაციულ ეფექტიანობასა და შემოსავლების ზრდაზე.

ტექნოლოგიური რევოლუცია, საბანკო საქმიანობის გლობალიზაცია, მომხმარებელთა მუდმივად მზარდი და ამავე დროს ცვალებადი მოთხოვნები, კონკურენციის ზენოლა, რესურსების ღირებულების ზრდა და სხვა გლობალური ტენდენციები (მაკროფაქტორები) აიძულებს ბანკებს გამოძებნონ კონკურენტული უპირატესობის ახალი წყაროები, აითვისონ და დანერგონ თანამედროვე ინოვაციები. საბანკო სექტორი, ერთი მხრივ, გამოწვევების წინაშე დგება, მეორე მხრივ, კი უჩინდება მრავალი შესაძლებლობა – მიაღწიოს ბაზარზე წარმატებას ინოვაციური პროდუქტების დანერგვითა და მათი მომხმარებლებისათვის შეთავაზების გზით.

ტექნოლოგიურ ინოვაციებს საბანკო სექტორი ძირითადად იყენებს ხელოვნური ინტელექტისა და კონკურენტული უპირატესობის შესაქმნელად, რადგან ის ეხმარება ბანკებს გააუმჯობესონ თავიანთი სერვისები და ხარჯების ეფექტიანობა, ვინაიდან საჭიროა ნაკლები თანამშრომელი და ნაკლებად ტრადიციული ფილიალები. ის ასევე ამცირებს ტრანზაქციის ხარჯებს, კლიენტებს აძ-

ლევს შესაძლებლობას განახორციელონ თავიანთი ფინანსური ოპერაციები ნებისმიერ დროსა და ადგილას.

„Covid-19 პანდემიის პირობებში განსაკუთრებით დაჩქარდა ე.წ. დისტანციური საბანკო პროდუქტების განვითარება და დანერგვა. ამავდროულად, გაიზარდა ციფრული მომსახურების რაოდენობა, რაც, ნაწილობრივ, ახალ კორონავირუსთან დაკავშირებული პანდემიით იყო განპირობებული“ – აღნიშნულია საქართველოს ეროვნული ბანკის 2020 წლის ანგარიშში [სებ, წლიური ანგარიში, 2020, გვ. 142].

ყოველივე ზემოაღნიშნულმა ნათლად ცხადყო ინოვაციური საბანკო პროდუქტების საჭიროება და მნიშვნელობა, განსაკუთრებით კი არასტანდარტულ, კრიზისულ სიტუაციებში.

საქართველოს კომერციულ ბანკებში დანერგილი ინოვაციები

ბოლო წლებში საქართველოს კომერციულ ბანკებში დანერგილი ინოვაციები და მათი როლი ეკონომიკაში განვიხილოთ საქართველოს ბანკის მაგალითზე.

საქართველოს ბანკმა 2018 წელს, ბიზნესის ხელშეწყობის მიზნით, სრულიად ახალი ინოვაციური გადახდის მეთოდი – **QR-გადახდები** დანერგა და მალევე მომხმარებელს მარტივი და სწრაფი **QR-განვადება** შესთავაზა. იმავე წელს, საქართველოს ბანკი პირველი იყო რეგიონში, რომელმაც **ღია ბანკინგის** სტრატეგია წარადგინა, რომელიც გულისხმობს ელექტრონული ტექნოლოგიების გამოყენებით სხვადასხვა საფინანსო ორგანიზაციას შორის, მომხმარებლის ინიციატივით, ფინანსურ ინსტიტუტებში არსებული ინფორმაციის დაუყოვნებლივ გაცვლას. ესაა ფინანსურ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის უსაფრთხო გზა მასში ჩართული ყველა მხარისათვის.

2019 წელს საქართველოს ბანკმა მეტი კომფორტის შესაქმნელად მომხმარებელს გადახდის სრულყოფილი სისტემა – **Apple Pay** წარუდგინა და **Apple Wallet**-ით თანხის გამოტანის შესაძლებლობა მისცა. ამასთან, ონლაინ გადახდების მიმართულებით ახალი, ინოვაციური პროდუქტი – **iPay** გახდა ხელმისაწვდომი [საქართველოს ბანკი, Apple Pay, 2019]. იმავე წელს, ბანკმა **ბიზნესისთვის ახალი ინტერნეტბანკი** შექმნა (2020 წელს Business iBank-ში დამატებული ფუნქციები: ბიზნეს ფინანსების მართვა, სახელფასო მართვა, ბიზნესის ციფრული ონბორდინგი. Business mBank კი დაინერგა 2021 წლის პირველ კვარტალში).

2020 წელს, მთელს რეგიონში პირველად, მეტროში საპილოტედ ე.წ. **Face Recogniton**-ით, იგივე „ღიმილით გადახდა“ გახდა შესაძლებელი. გარდა ამისა, ბანკმა ბიზნეს მომხმარებელს ინოვაციური პროდუქტი – „**ჭკვიანი პოსტერმინალი**“ შესთავაზა, რომელიც ორი სხვადასხვა აპარატის – პოსტერმინალისა და სალარო აპარატის ფუნქციებს აერთიანებს. ასევე, მომხმარებლის ინტერესების დაკმაყოფილებისა და ინოვაციური, პერსონალიზებული ციფრული ბანკინგის განვითარების მიზნით, 2019 წლის ბოლოს, mBank-სა და Business Internet Bank-ს დაემატა **პერსონალური ფინანსური მენეჯერის (PFM) ინსტრუმენტი**, ხოლო 2020 წელს – **ბიზნესის ფინანსური მენეჯერი (BFM)** [საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ.102].

ჯერ კიდევ 2019 წელს, საქართველოს ბანკმა 2020 წელი ინოვაციების წლად გამოაცხადა. შესაბამისად, 2020 წელს, ბანკმა მომხმარებელს კიდევ მეტი ციფრული გადაწყვეტა შესთავაზა. პირველად საქართველოში, საქართველოს ბანკმა ანდროიდ სისტემაზე მომუშავე ტელეფონი გადახდის ტერმინალად აქცია. ე.წ. „**გატერმინალების**“ მეშვეობით, მომხმარებლისთვის შესაძლებელი გახდა გადახდის განხორციელება ისეთ ადგილებშიც კი, სადაც მანამდე მხოლოდ ნაღდი ანგარიშსწორება ხდებოდა. ხოლო მენარმეებისა და ბიზნესის წარმომადგენელებისთვის კიდევ უფრო მოსახერხებელი და მარტივი გახდა გადახდების მიღება, რაც, ბუნებრივია, აისახა გაყიდვებზე და

ბიზნესის წარმატებაზე [ფინტექი, გატერმინალეზა-ინოვაციური გადახდის სისტემა ბიზნესისთვის, 2020].

საქართველოს ბანკი იყო პირველი, რომელმაც კვების ობიექტებში, იქნება ეს კაფე, ბარი თუ რესტორანი, უნაღდო ანგარიშსწორებით ე.წ. „თიფის“, იგივე „**სამადლობლის**“ დატოვება გახადა ხელმისაწვდომი, ხოლო კიდევ უფრო მეტი კომფორტისთვის, მომხმარებელს **ტერმინალით გა-ნაღდების** შესაძლებლობაც შესთავაზა [Businessfeed, საქართველოს ბანკის ინოვაცია, 2021].

ბანკმა ბიზნესის მხარდაჭერის მიზნით, 2020 წელს დისტანციურ არხებში სხვა მრავალი სიახ-ლეც დაწერა: ბიზნეს-მომხმარებელს საქმიანობის გამარტივების მიზნით ახალი ინოვაციური თან-ხის მიმღები აპარატი – **cash box**-ი და ასევე **ფაქტორინგი ციფრულ ეკოსისტემაში** შესთავაზა.

2020 წელს საქართველოს ბანკმა **მობაილ და ინტერნეტბანკის ონლაინ აქტივაცია** უზრუნ-ველყო, კლიენტის დისტანციური იდენტიფიკაციის მეშვეობით – კლიენტი გადის დისტანციურ იდენტიფიკაციას, ე.წ. სელფისა და დოკუმენტების დასკანერების მეშვეობით, რის შემდეგაც მას ეძლევა შესაძლებლობა, მიიღოს ავტორიზაციის მონაცემები (**username, password**), შევიდეს ციფ-რულ არხებში და ისარგებლოს ინტერნეტ და მობაილბანკით (მათ შორის, ბიზნეს ინტერნეტბან-კით) და მიიღოს ეს სერვისები დისტანციურად. 2021 წლის პირველ ნახევარში ინტერნეტ და მობა-ილბანკში დაემატა „**ჩატის**“ ფუნქცია. ამასთან, ბანკმა ე.წ. **ცენტრალური ავტორიზაციის სის-ტემა (SSO)** დაწერა, რაც ნიშნავს იმას, რომ საქართველოს ბანკის მომხმარებლისათვის ბანკის ნებისმიერ ციფრულ არხში ერთი იუზერითა და პასვორდით გახდა შესვლა შესაძლებელი, მათ შო-რის ბიზნეს მობაილბანკში.

საქართველოს ბანკმა პირველმა შექმნა **ციფრული ბარათი** და ასევე პირველმა შესთავაზა მომხმარებელს მობაილბანკში **თანხის გაყოფისა და მოთხოვნის** ინოვაციური ფუნქციონალი. 2021 წელს კი ბანკმა **სესხის განაცხადის შევსებისა და ლიმიტის დამტკიცების პროცესი** კიდევ უფრო გაამარტივა. მომხმარებელს შესაძლებლობა მიეცა რამდენიმე წუთში მობაილბანკში, ინ-ტერნეტბანკსა და ვებგვერდზე – **bog.ge** გაეგო რა შესაძლებლობები აქვს საკრედიტო ჭრილით ნე-ბისმიერ პროდუქტზე (სამომხმარებლო სესხი, იპოთეკური სესხი, განვადება, საკრედიტო ბარათი) და სურვილის შემთხვევაში, თავადვე გაეაქტიურებინა შესაბამისი საბანკო პროდუქტი ონლაინ.

ამავე წელს ბანკმა **ონლაინ განვადება** დაწერა, რაც გულისხმობს იმას, რომ ტექნიკის, ტან-საცმლის თუ სხვა ტიპის პროდუქტების ონლაინ შეძენისას, მომხმარებელს მიეცა შესაძლებლობა მარტივად, ვებგვერდის დატოვების გარეშე, განვადებით შეეძინა სასურველი ნივთი [საქართვე-ლოს ბანკი და შვილობილი კომპანიები, შუალედური მმართველობითი ანგარიშგება, 2021, გვ. 14].

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ინოვაციური პროექტი საქართველოს ბანკისაგან – 2021 წლიდან უკვე შესაძლებელია ქართულ ენაზე აშშ-ს საფონდო ბირჟებზე ინვესტირება და ფასიანი ქაღალ-დებით ვაჭრობა, სწრაფად, მარტივად, ნებისმიერი ადგილიდან **Online** ბანკის მეშვეობით. განსა-კუთრებით პანდემიის დროს ე.წ. რევოლუციური მოძრაობა დაიწყო – ფასიანი ქაღალდების ბა-ზარზე საცალო ინვესტორი გამოვიდა (თუ ამ დრომდე იყვნენ მხოლოდ საინვესტიციო ფონდები და ინსტიტუციონალური ინვესტორები), პლათფორმად იქნა გამოყენებული საქართველოს მობა-ილბანკი, რომელშიც ჩაშენებულია შესაბამისი სავაჭრო პროგრამა. რეგიონში პირველად დაინერ-გა წილადობრივი ფასიანი ქაღალდების ყიდვის ფუნქცია – შესაძლებელია, მაგალითად, ერთი აქ-ციის წილის შესყიდვა. გამარტივებულია საკომისიოების სტრუქტურა, არის მხოლოდ ორი საკო-მისიო: 1 ტრანზაქცია – 1\$ და 1 თვის გადასახადი – 2\$.

Covid-19 პანდემია და დისტანციური საბანკო მომსახურება

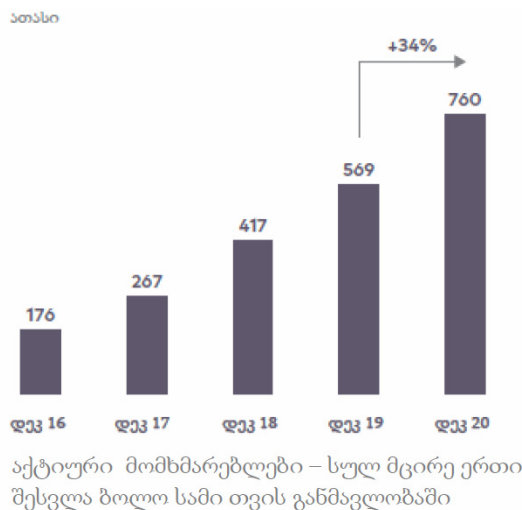
საქართველო. ზემოაღნიშნული სიახლეები მხოლოდ ნაწილია იმ მრავალფეროვანი ინოვაციებისა, რომელსაც დღეს საბანკო სექტორი გვთავაზობს. საინტერესოა, როგორ შეიცვალა ციფრული მომსახურების მომხმარებელთა რაოდენობა და აქტივობა Covid-19 პანდემიის პერიოდში წინა წლებთან შედარებით. განვიხილოთ აღნიშნული საქართველოს ბანკის მაგალითზე:

პანდემიის ადრეულ ეტაპზე (ორი თვის განმავლობაში 2020 წლის გაზაფხულზე გამოცხადებული „ლოქდაუნის“ დროს) საქართველოს ბანკმა, საცალო მომხმარებლების მიერ ციფრული არხების გამოყენების ნახალისების მიზნით, დროებით გააუქმა საკომისიო გადასახადი ონლაინ და მობილური საბანკო პლატფორმების მეშვეობით შესრულებულ გადახდებზე; დაინერგა mBank (მობილური საბანკო აპლიკაცია) მონაცემთა პაკეტის გარეშე, რაც კლიენტებს საშუალებას აძლევს, ჰქონდეთ წვდომა mBank-ზე ინტერნეტ კავშირის ან მობილური ინტერნეტის გარეშე; შემუშავებულ და გაზიარებულ იქნა საგანმანათლებლო ვიდეორგოლები, რათა უფრო მეტმა მომხმარებელმა გამოიყენოს mBank და ისარგებლოს მასში ჩაშენებული ინსტრუმენტებითა და ფუნქციებით.

აღსანიშნავია, რომ პანდემიამ მნიშვნელოვნად გაზარდა ციფრული მომხმარებლების რაოდენობა და შესაბამისად გაიზარდა მათ მიერ განხორციელებული ოპერაციების რაოდენობაც – მობაილ და ინტერნეტბანკის მომხმარებლების რაოდენობა 2020 წელს, 2019 წელთან შედარებით, 34%-ით გაიზარდა და 760 ათასი შეადგინა (იხ. სქემა 1):

სქემა 1.

mBank და iBank-ის აქტიური მომხმარებლების რაოდენობა

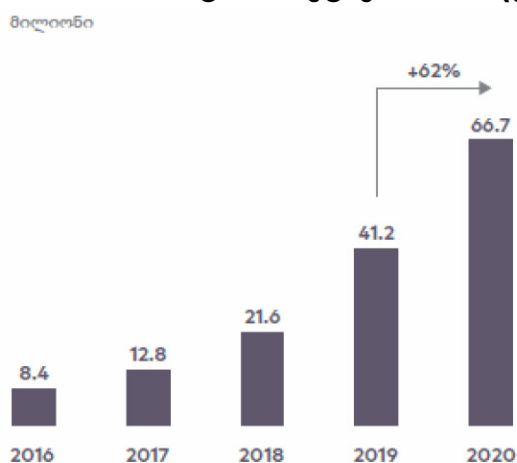


წყარო: საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ.55,
https://gse.ge/upload/JSC_BOG_Group_Management_Report_2020_GEO_312802c8.pdf

რაც შეეხება მობაილ და ინტერნეტბანკით განხორციელებული ტრანზაქციების მოცულობას, ამ შემთხვევაში დაფიქსირდა 62%-იანი ზრდა, 2019 წელთან შედარებით და 66.7 მილიონი ლარი შეადგინა (იხ. სქემა 2):

სქემა 2.

mBank and iBank ტრანზაქციების რაოდენობა



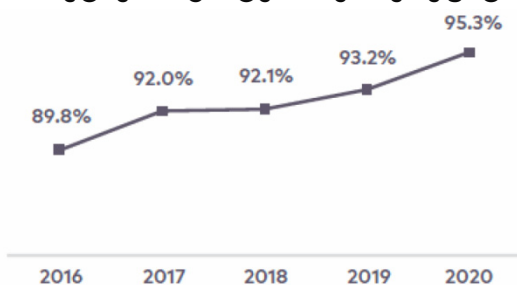
ტრანზაქციების რაოდენობა არ მოიცავს
ციფრული პროდუქტებისა და მომსახურების
გაყიდვებს

წყარო: საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ. 55,
https://gse.ge/upload/JSC_BOG_Group_Management_Report_2020_GEO_312802c8.pdf

განტვირთვის კოეფიციენტი კი(ციფრული არხებით განხორციელებული ტრანზაქციების წილი მთლიან ტრანზაქციებში) 2020 წელს 95%-ზე მეტს შეადგენდა, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 2 პროცენტული პუნქტით მაღალია (იხ. სქემა 3):

სქემა 3.

ტრანზაქციების განტვირთვის კოეფიციენტი



ყველა ციფრული არხი
(mBank, iBank, SSTs, ATMs, other)

წყარო: საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ. 55,
https://gse.ge/upload/JSC_BOG_Group_Management_Report_2020_GEO_312802c8.pdf

2020 წელს მიღწეულ იქნა განტვირთვის საკმაოდ მაღალი მაჩვენებლები (იხ. სქემა 4):

განტვირთვის მაჩვენებელი 2020 წელს



წყარო: საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ. 48,

https://gse.ge/upload/JSC_BOG_Group_Management_Report_2020_GEO_312802c8.pdf

2019 წელთან შედარებით, 2020 წელს საქართველოს ბანკის საცალო ფილიალების რაოდენობა შემცირებულია 272 ერთეულიდან 201 ერთეულამდე. აღნიშნული შესაძლებელია ჩაითვალოს დისტანციური მომსახურების მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდისა და გააქტიურების თანმდევ პროცესად. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ამჟამად კორპორატიული საბანკო ოპერაციების 99% ციფრულ რეჟიმში ხორციელდება [საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, გვ. 51].

2020 წელს, Global Finance Magazine-ის მიერ, საქართველოს ბანკი მომხმარებლისთვის საუკეთესო ციფრულ ბანკად დასახელდა, 2020 წელს ბანკმა ასევე მიიღო ჯილდო საუკეთესო ონლაინ პროდუქტის შეთავაზებებისთვის ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში. ანალოგიური ჯილდოებით აღინიშნა ბანკის საქმიანობა 2021 წელსაც.

დღეს, უკონტაქტო გადახდის რაოდენობის მხრივ, საქართველო რეგიონის ლიდერებს შორისაა. Mastercard-ის კვლევის თანახმად, POS ტერმინალებით გადახდილი თანხის 98%, ხოლო ტრანზაქციების 70% უკონტაქტოა. სმარტფონი გლობალური მასშტაბით გადახდის ყველაზე სასურველ მოწყობილობად ითვლება. კვლევის თანახმად, ევროპელთა თითქმის 80% იყენებს მობილურ ტელეფონს, როგორც გადახდის საშუალებას [ნეტგაზეთი, 16 სექტემბერი, 2020].

მსოფლიო გამოცდილება. ციფრულ მომსახურებაზე Covid-19 პანდემიის ზეგავლენისა და არსებული ტენდენციების შესასწავლად საყურადღებოა დელოიტის (Deloitte) მიერ გამოქვეყნებული ანგარიში, რომლის მიხედვითაც გვაქვს შემდეგი სტატისტიკა:

- 2020 წელს აშშ-ში მომხმარებელთა 35%-მა გაზარდა ონლაინ ბანკის მოხმარება;
- 2020 წელს Visa-ს მომხმარებლების რიცხვი ლათინურ ამერიკაში 13 მილიონით გაიზარდა;
- Mastercard-მა მსოფლიო მასშტაბით დააფიქსირა უკონტაქტო ტრანზაქციების 40%-ზე მეტი ზრდა პანდემიის პერიოდში;
- ევროპაში მხოლოდ ციფრულ (Digital-only) ბანკებს აქვთ დანახარჯებისა და შემოსავლების თანაფარდობის 47%-იანი მაჩვენებელი, რაც მნიშვნელოვნად ნაკლებია ტრადიციულ საბანკო დაწესებულებებთან შედარებით, სადაც იგივე მაჩვენებელი 73%-ს უტოლდება.

PNC ბანკის აღმასრულებელი დირექტორი, უილიამ დემჩაკი აღნიშნავს, რომ ბანკის ციფრული გაყიდვები 25%-დან ნახტომისებურად გაიზარდა და მიაღწია 75%-ს. მიზანი, რომელიც 10 წლიან სტრატეგიაში შეიძლება ყოფილიყო განერილი, მიღწეულ იქნა 2 თვეში [Deloitte, 2020]. სა-

ქართველოს ბანკის მაგალითზე, 2021 წლის ივნისის თვის მონაცემებით, აღნიშნული მაჩვენებელი 21%-ს უტოლდება [საქართველოს ბანკი და შვილობილი კომპანიები, 2021, გვ.14].

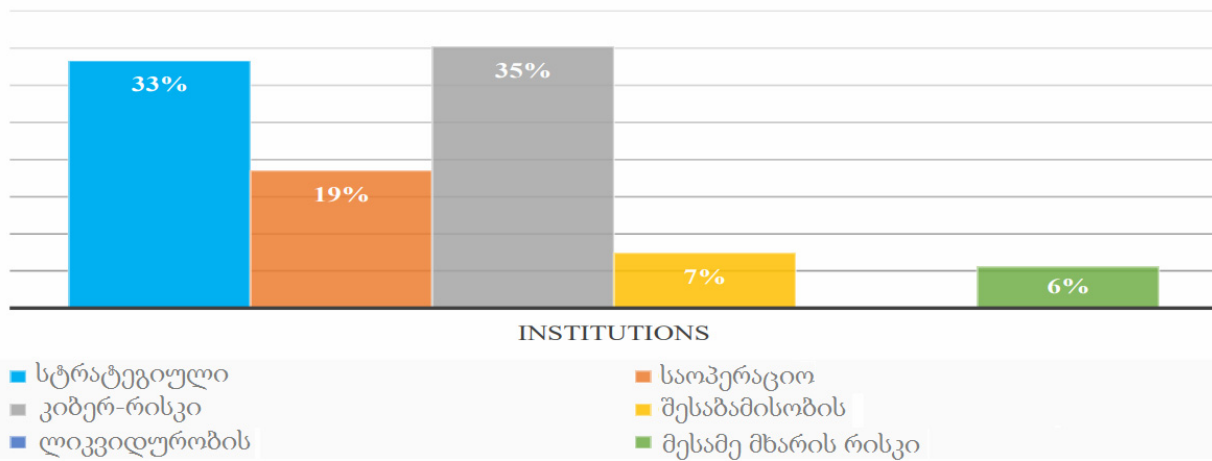
მაკკინსის (Mckinsey) ანალიზში აღნიშნულია, რომ პანდემიამ დააჩქარა მომხმარებელთა და ბიზნესის მიერ ციფრული ათვისების იმ დონის მიღწევა, რასაც, სავარაუდოდ, ხუთი წელი დასჭირდებოდა, დაახლოებით რვა კვირაში. პანდემიის დაწყების შემდეგ მომხმარებელთა ნაკადი, რომელიც ადრე ასრულებდა საბანკო ოპერაციებს ბანკის ფილიალებში, გადავიდა ციფრულ ბანკინგზე. გარდა ამისა, მომხმარებლებმა, რომლებიც ადრე სარგებლობდნენ ონლაინ ბანკინგის გარკვეული ფორმით – ფულის გადარიცხვით ან გადასახადების გადახდით, პანდემიის პერიოდში მნიშვნელოვნად გაზარდეს თავიანთი ონლაინ აქტივობა [Cohen M., 2021].

ციფრულ საბანკო პროდუქტებთან დაკავშირებული რისკები

ინოვაციური საბანკო პროდუქტის დანერგვა დაკავშირებულია სხვადასხვა სახეობის რისკთან, რომელთა შორის აღსანიშნავია: კიბერ რისკი, სტრატეგიული, ლიკვიდურობის, საოპერაციო, შესაბამისობისა და მესამე მხარის რისკები. აფრიკის ერთ-ერთი სწრაფად განვითარებადი ქვეყნის – კენიის მაგალითზე აღნიშნული რისკები 2020 წლის კვლევის შედეგად შემდეგი სახით გადანაწილდა (იხ. სქემა 5):

სქემა 5.

ციფრულ საბანკო პროდუქტებთან დაკავშირებული რისკები (კენიის მაგალითზე)



წყარო: CENTRAL BANK OF KENYA BANKING SECTOR INNOVATION SURVEY, 2020,

<https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2021/09/Banking-Sector-Innovation-Survey-2020.pdf>

როგორც ვხედავთ, კიბერ რისკი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია. საქართველოს, მიუხედავად პანდემიისა, კიბერ უსაფრთხოების დარღვევისგან და IT მომსახურების შეფერხებისგან მომავალი საოპერაციო დანაკარგები საბანკო სექტორში მნიშვნელოვნად არ გაზრდილა. COVID-19-ის გავრცელების საწყისი ეტაპიდან მოყოლებული, გლობალური მასშტაბით, კიბერ შეტევები ფინანსურ სექტორზე სხვა სექტორებთან შედარებით უფრო მეტად გაიზარდა. ამავე დროს, გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ მუშაობის დისტანციურ რეჟიმზე გადასვლისა და ციფრული სერვისების

გამოყენების ზრდის მიუხედავად, ქართულ ფინანსურ სისტემაში კიბერ რისკები მნიშვნელოვნად არ გაზრდილა, თუმცა, ფიქსირდებოდა „ფიშინგისა“ და DdoS (მომსახურების განაწილებული უარყოფა) სახის შეტევის მცირე რაოდენობის მცდელობები.

უნდა აღინიშნოს, რომ გლობალურად კიბერ შეტევების მატება, გარკვეულწილად, საქართველოსაც უზრდის რისკებს ამ მიმართულებით, ამიტომ საბანკო სექტორს, კიბერ უსაფრთხოების დადგენილი საზედამხედველო მოთხოვნების ფარგლებში, კიბერ უსაფრთხოების კონტროლის მექანიზმების დანერგვა და რეგულარული შეფასება მოეთხოვება [სეზ, ფინანსური სტაბილურობის ანგარიში, 2021, გვ. 62].

დასკვნები

ყოველივე ზემოაღნიშნულის ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელია ჩამოყალიბდეს შემდეგი დასკვნები:

- ელექტრონული საბანკო სერვისების მომხმარებელთა რიცხვის მნიშვნელოვანი ზრდა და მათი აქტივობა მიუთითებს იმაზე, რომ აღნიშნული მიმართულება ბანკის სტრატეგიის ერთ-ერთი პრიორიტეტული გამონევაა და კონცენტრაცია მის მუდმივ სრულყოფაზე საკრედიტო დაწესებულებების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას განაპირობებს;
- მოთხოვნა ციფრულ საბანკო პროდუქტებზე სწრაფი ზრდის ტემპით ხასიათდება;
- ციფრული საბანკო მომსახურება იწვევს დროის ეკონომიას;
- თითოეული ინოვაციური საბანკო პროდუქტების დანერგვა პოზიტიური სიგნალია მომხმარებელთათვის და ზრდის მათ დაინტერესებასა და აქტიურობას;
- საბანკო დაწესებულებების მოქნილობა, ცვლილებებთან სწრაფი ადაპტირება, განსაკუთრებით კრიზისულ სიტუაციებში (მაგალითად, როგორიცაა Covid-19 პანდემია) სწორი სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღება აისახება მომხმარებელთა ლოიალობასა და კმაყოფილებაზე და, შესაბამისად, ბანკის მომგებიანობაზე;
- მიუხედავად იმისა, რომ ფიშინგისა და საბანკო თაღლითობების ფაქტები მნიშვნელოვნად არ გაზრდილა პანდემიის პერიოდში, იგი მაინც ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამონევედ რჩება, აღნიშნული კი იწვევს უნდობლობას ონლაინ საბანკო სერვისების მიმართ და აფერხებს პოტენციური მომხმარებლების მოზიდვას;
- მომხმარებელთა და თანამშრომელთა კმაყოფილების მაღალი მაჩვენებელი მიუთითებს იმაზე, რომ ბანკი ქმნის ფასეულობაზე დაფუძნებულ ორგანიზაციას.

რეკომენდაციები

- მიზანშეწონილია, ბანკებმა განახორციელონ მეტი საგანმანათლებლო ღონისძიება დანერგილ ინოვაციებთან დაკავშირებით, სახელდობრ, განათავსონ ვიდეორგოლები მომხმარებლების მიერ ახალი ციფრული პროდუქტებით სარგებლობისა და კიბერთაღლითობისაგან დაცვის წესების შესახებ;
- მობაილ და ინტერნეტბანკის ინტერფეისი სასურველია იყოს მაქსიმალურად მარტივად აღსაქმელი და მომხმარებლის საჭიროებებზე მორგებული;

- მიუხედავად ინოვაციური პროდუქტის დანერგვასთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი დანახარჯებისა, ბანკებმა უარი არ უნდა თქვან მათზე, რადგან უკუგება გრძელვადიან პერიოდში ბევრად აღემატება აღნიშნულ პროდუქტზე განეულ ხარჯებს;
- ბანკებს სასურველია გააჩნდეთ ციფრული პროდუქტისა და მომსახურების მოცულობის ზრდის რეზერვები, რათა კრიზისულ სიტუაციებში შეეძლოთ მომხმარებელთა მოთხოვნების უეცარ ცვლილებებზე ადეკვატური რეაგირება;
- ბანკებს უნდა ჰქონდეთ მოქნილი პოლიტიკა და ალტერნატიული სამოქმედო გეგმა არასტანდარტული გარემოებების (მაგალითად, როგორიცაა Covid-19 პანდემია) ეფექტიანი მართვის მიზნით.

ლიტერატურა:

1. Businessfeed, საქართველოს ბანკის ინოვაცია: დაუტოვე სამადლობელი ბარათით ან პოსტერმინალით, 2021, <https://businessfeed.ge/saqarthvelos-bankis-inovatsia-dautove-samadlobeli-barathith-an-posterminalith/?fbclid=IwAR19BIhI5CvwGzal-LYTt7mLEPk5BtFnQKVWzmrKbmGjZYPkyaJwOOOb9Y>
2. ნეტგაზეთი, Mastercard საქართველოში უნაღდო გადახდების განვითარების სათავეშია, 16 სექტემბერი, 2020, <https://netgazeti.ge/news/482113/>
3. საქართველოს ბანკი და შვილობილი კომპანიები, შუალედური მმართველობითი ანგარიშგება, 2021, https://gse.ge/upload/d945c550_436d_46f6_99e7_e853175349b4_3eedde01.pdf
4. საქართველოს ბანკი, Apple Pay – გადახდის სრულყოფილი სისტემა საქართველოს ბანკშია, 2019, <https://bankofgeorgia.ge/ka/retail/digital-bank/applepay>
5. საქართველოს ბანკი, მმართველობითი ანგარიშგება, 2020, https://gse.ge/upload/JSC_BOG_Group_Management_Report_2020_GEO_312802c8.pdf
6. საქართველოს ბანკი, წლიური ანგარიში, 2018, <https://bankofgeorgiagroup.com/reports/annual/15/download>
7. საქართველოს ეროვნული ბანკი, ფინანსური სტაბილურობის ანგარიში, 2021, <https://cutt.ly/ZUIBBCx>
8. საქართველოს ეროვნული ბანკი, წლიური ანგარიში, 2020, <https://cutt.ly/UUIHRum>
9. ფინტეკი, გატერმინალეზა – ინოვაციური გადახდის სისტემა ბიზნესისთვის, 2020, <https://www.fintech.ge/news/details?id=120>
10. CENTRAL BANK OF KENYA BANKING SECTOR INNOVATION SURVEY, 2020,
11. <https://www.afiglobal.org/wpcontent/uploads/2021/09/Banking-Sector-Innovation-Survey-2020.pdf>
12. Cohen M., Covid Has Catalyzed Banking Innovation: The Challenges and Opportunities that Remain, 05 January, 2021, <https://www.finextra.com/blogposting/19714/covid-has-catalyzed-banking-innovation-the-challenges-and-opportunities-that-remain>
13. Deloitte, Realizing the digital promise, COVID-19 catalyzes and accelerates transformation in financial services, 2020, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Financial-Services/gx-fsi-realizing-the-digital-promise-covid-19-catalyzes-and-accelerates-transformation.pdf>

Innovative Banking Technologies and Products: Challenges and development prospects

Leila Ghudushauri

*Ivane Javakhishvili Tbilisi State University,
Associate Professor, Doctor of Economics*

SUMMARY

The 21st century is the era of technology, the rapid development of technology creates new significant opportunities in terms of accessibility, convenience and efficiency of financial products. Technological innovations are mainly used by the banking sector to create competitive information and competitive advantage, as they help banks improve their services and cost efficiency, as fewer employees and less traditional departments are required, which allows them to provide customers with much faster service at a lower price.

Banks have been promoting digital opportunities for several years, but the Covid-19 crisis has brought the problem to the fore, requiring a quick adjustment of expectations, time frames and scope of use. As a result, banks are forced to solve online tasks faster and more decisively, including security, communication with clients and development of new services on request.

The pandemic has also threatened the growth of competing banks as smaller institutions try to capture market share using innovative digital services. The financial insecurity that many people are experiencing now has prompted them to prefer larger institutions, because they believe that they are better prepared to weather the storm. This will probably lead to further consolidation in the banking sector – larger banks will swallow smaller ones. Consolidation can lead to the development of digital services, but on the other hand, consolidation can mean less competition and, therefore, less innovation. How this will affect the market of financial services will show.

One thing is clear, clients are looking for safe and stable banks, but convenience is no less important for them, so financial services institutions realize that innovation and digital transformation have become necessary not only for survival, but also for ensuring future growth.

The article discusses and analyzes: innovative banking technologies and digital products: Features of the development and implementation of remote banking services in connection with the Covid-19 pandemic; Modern mechanisms for risk assessment and cybersecurity control in relation to innovative banking products and an opinion is expressed in the direction of their further improvement.