

ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის მომსახურების ბაზარი საქართველოში

რატი აბულაძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, საქართველო
rati.abuladze@gmail.com

ზოია კაკულაშვილი
სამართლის მაგისტრი თბილისი, საქართველო
ziko_llm@yahoo.com

ანოტაცია: ნაშრომში ნაჩვენებია ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის მომსახურების ბაზარი, აღნიშნულია ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის ბაზრის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში.

ჩატარებული მარკეტინგული კვლევის შედეგად წარმოჩენილია ელექტრონულ ბაზარზე არსებული ტენდენციები და მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებები.

დასკვნის სახით ჩამოყალიბებულია ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის განვითარებისათვის საჭირო რეკომენდაციები.

საკვანძო სიტყვები: ინტერნეტ ბანკინგი, მობაილ ბანკინგი, ონლაინ ფინანსური ბაზარი, მობილური ანგარიშსწორების ბაზარი

I. შესავალი

უკანასკნელ ათწლეულში ციფრულმა ტექნოლოგიებმა რევოლუციური გარდატეხა მოახდინა გლობალურ საბანკო და საფინანსო სფეროში, რომელმაც შეცვალა დარგის ეკოსისტემა და გახდა უფრო მასშტაბური, ინოვაციური და ხელმისაწვდომი.

ციფრულმა ტექნოლოგიებმა გამოიწვია მობილური მსოფლიოს ფორმირება, ბიომეტრიული ტექნოლოგიების განვითარება, IT-სისტემების ინტეგრაცია საბანკო ეკოსისტემაში, დისტანციური საბანკო მომსახურების მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდა, ფინანსური მომსახურების დანახარჯების შემცირება, ხელმისაწვდომობის ზრდა და ინოვაციური საბანკო პროდუქტების ზრდა. აღნიშნული ტექნოლოგიები შესაძლებლობას იძლევა შემცირდეს ტრანსაქციური დანახარჯები, ფართოდ გავრცელდეს ინტერნეტ და მობილური

საბანკო მომსახურება, ამაღლდეს ინფორმაციულობა, საკრედიტო ბაზარზე შემცირდეს მომხმარებელთა მორალური და მატერიალური ზიანი.

II. ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის გლობალური ბაზარი

დღეს, ანგარიშსწორების ბაზარზე განიხილება 5 ძირითადი მიმართულება: დახურული/ წინასწარი გადახდის ბარათები; ვირტუალური ვალუტა; მობილური საფულე; ანგარიშსწორების აგრეგატორები; ფულადი გადარიცხვების/ მობილური ქსელური ოპერატორები [1].

ონლაინში ფინანსური ოპერაციების მამოძრავებელი ძალებია: ელექტრონული კომერცია, ინტერნეტ-კომპანიები, ინტერნეტში მიგრირებული ტრადიციული ფინანსური მომსახურება (ინტერნეტ-ბანკინგი, მობაილ ბანკინგი, ელექტრონული ბირჟა, ონლაინ სესხები, საბროკერო საქმიანობა ინტერნეტით, ინტერნეტ-დაზღვევა და სხვა) [2]

ინტერნეტ ბანკინგი ერთ-ერთი პოპულარული სერვისია. საბანკო ოპერაციების 98% ონლაინში ხორციელდება [3] მსოფლიოში ბანკის მომხმარებლების 50% ინტერნეტ-ბანკინგით სარგებლობს, ხოლო მათი 10% კი მობაილ ბანკინგის აპლიკაციებს მოიხმარს.

არსებითია აღინიშნოს, რომ ფინანსური ინსტიტუტების, ბანკების, მობილური ოპერატორებისა და ბიზნეს სექტორის მთავარი იმპერატივი მობილური ანგარიშსწორების სერვისი გახდა. მისი ინდუსტრია ფორმირებული იქნა ელექტრონული და მობილური ანგარიშსწორების ბაზრების კონვერგენციით.

გლობალურ სივრცეში, ფინანსურმა სექტორმა მობილური ტელეფონების მომხმარებელთა პოტენციური ფასეულობა გაითავისა, რაც გლობალურ საბანკო და არასაბანკო ტრანსაქციებსა და ინიციატივებში აისახა.

ონლაინ ფინანსურ ბაზარზე, მობილური საბანკო და ანგარიშსწორების ტექნოლოგია განიხილება, როგორც მნიშვნელოვანი ინოვაცია. აღნიშნულ ბაზარზე, მობილური ტექნოლოგია შეიძლება დახასიათდეს გავრცელებისა და განვითარების სწრაფი ზრდით. იგი, განვითარებადი ქვეყნების მოსახლეობისათვის დრამატულად ამცირებს მომსახურებით სარგებლობის დანახარჯებს [4].

„მობილური ანგარიშსწორება“ შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ფინანსური ოპერაციების ნაირსახეობა, ინიცირებული მობილური მონყობილობის მეშვეობით, რომელიც რეალური დროის რეჟიმში ხორციელდება. აღნიშნული ხელს უწყობს ეკონომიკურ და ფინანსურ აქტივობებს: კომერციასა და გადარიცხვებს/ფულად გადარიცხვებს. აქედან, მობილური გადარიცხვები განვითარებულ ქვეყნებში ფართოდაა გავრცელებული [5].

მობილური ანგარიშსწორების ტექნოლოგიური ინტერფეისის განხილვისას, შეიძლება აღვნიშნოთ მობილური მონყობილობით ინიცირებული ანგარიშსწორების შემდეგი მეთოდები: SMS, USSD (Unstructured Supplementary Service Data), მობილური ინტერნეტი, უკონტაქტო, Near Field Communication (NFC) [6].

ზოგადად, ბიზნეს სექტორისათვის მობილური ანგარიშსწორების ტექნოლოგიები მრავალფეროვანია, მათგან შეიძლება გამოვყოთ: Apple Pay, Flint Mobile, Square, GoPayment, ROAMPay, PayPal Here, Dwolla, Google Wallet, ISIS, PayPass, payWave, LevelUp, mPowa, PayToo, Boku, Payfone, MCX, linked2pay, Innerfence, Breadcrumb, PaySimple, Forte, Spark Pay, PayAnywhere, Paymentech, Phone Swipe, Swipe, Wallet Mobile (Osaifu-Keitai) [6].

ხაზგასასმელია, რომ მოქალაქეების მობილობის პირობებში მობაილ ბანკინგის მნიშვნელობა და როლი საკმაოდ მაღალია. როგორც წესი, მოქალაქეებს სურს ჰქონდეს მობილური მომსახურებასთან (კერძოდ, მობაილ ბანკინგის მომსახურების) წვდომის, ანგარიშების მართვის, კონტროლის, ტრანსაქციის განხორციელების შესაძლებლობა. შესაბამისად, მობაილ ბანკინგის სერვისის განვითარება ხელს უწყობს მომხმარებელთა კეთილდღეობის ზრდას, ამცირებს საბანკო სისტემის გადატვირთვის პრობლემებს, გენერირებს ტრანსაქციის პროცესის

კოორდინირებას, ხელსაყრელს ხდის საბანკო მომსახურების ხარისხსა და გარემოს.

ონლაინ ფინანსური ბაზრის განვითარების საწყის ეტაპზე, მობილური ანგარიშსწორების მომსახურების ათვისება მოსალოდნელზე დაბალი იყო. ბოლო წლებში, ტრანსაქციების საერთო მოცულობაში მისი წილი სწრაფად გაიზარდა. შესაბამისად, მობილური ანგარიშსწორების ოპერაციების მოცულობამ 171,5 მლრდ დოლარს მიაღწია [7]. პროგნოზით, 2017 წელს, მობილურის ანგარიშსწორების ოპერაციების მოცულობა 617 მლრდ დოლარს მიაღწევს [8]. 2020 წელს, ონლაინ ფინანსური პლატფორმაზე 30 მლრდ ავტონომიურად ჩართული წერტილი იქნება (სამომხმარებლო ელექტრონიკა, ავტომობილები, ელექტრომონყობილობები, სამედიცინო მონყობილობები) 8,9 ტრლნ დოლარის ბრუნვით [9].

მობილური საბანკო მომსახურების პროცესში ჩართულია ბანკი, მობილური ქსელის ოპერატორი, მობილური ბანკინგის ტექნოლოგიური პარტნიორი და მომხმარებელი. დღეს, ყველა ბანკმა გაითავისა მობილური ტელეფონების მომხმარებელთა მოთხოვნის სტრუქტურა და პოტენციური ფასეულობა, რაც კარგად ჩანს გლობალურ საბანკო ინიციატივებშიც.

მსოფლიოში, ასაკობრივ სეგმენტებსა და მოხმარებას შორის კორელაცია გვიჩვენებს, რომ მობილურის ინსტრუმენტების ფუნქციონალობა მეტნაკლებად ნაცნობია ყველა თაობის ადამიანისათვის. გარდა ამისა, ასაკის მატებასთან ერთად, სირთულეს არ წარმოადგენს მობილური ტექნოლოგიების გამოყენების თავისებურებების ფლობა. კერძოდ, ჩრდილოეთ ამერიკის ასაკოვანი მოსახლეობის 34% ფლობს მობილურის მოხმარების გამოცდილებას, ახალგაზრდების 41%-იანი სეგმენტის მიმართებაში. დიდ ბრიტანეთში 25-34 წლის თაობის 3/4 თავიანთ ფინანსებს მართავს ინტერნეტის მეშვეობით. შესაბამისად, ბანკები ინვესტირებას ახდენენ მობაილ ბანკინგის შესაძლებლობების გაუმჯობესებაში, რაც პოზიტიურად აისახება მომხმარებელთათვის დამაკავშირებელი არხების ზრდასა და ონლაინ ფინანსური ბაზრის განვითარებაში.

საბანკო და საფინანსო გარემოს შეფასების საფუძველზე შეიძლება აღინიშნოს, რომ გლობალურ სივრცეში „განსაკუთრებული -VIP“ კლიენტის მიერ ბანკების არჩევანს განაპირობებს მობილური აპლიკაციები და მაღალი ხარისხის მობილური ბანკინგი.

განვითარებული ეკონომიკის ქვეყნებში, მომხმარებელთა აღქმა და მოლოდინი უფრო

მაღალია მობაილ ბანკის მომსახურებისადმი, ვიდრე სხვა ტექნოლოგიებისადმი. რამდენადაც მობაილ ბანკინგის გამოყენება დესკტოპის ბანკინგის ხარჯზე იზრდება, უმრავლესი ბანკების მობაილ ბანკინგის აპლიკაციები, ძირითადად შემდეგი მონაცემებისათვის თავსებადია: iPhone, Android, Blackberry [10].

ფაქტია, რომ ტექნოლოგიური თავისებურებებიდან გამომდინარე, მობილური სექტორი სწრაფად განვითარებადი სფეროა. მობილური ტექნოლოგიები გავლენას ახდენს, როგორც საბანკო საქმეზე ისე საგადასახადო ინდუსტრიაზე. პროგნოზით, 2015 წელს გლობალური მობილური ანგარიშსწორების ბაზარზე, 900 მლნ ადამიანი 1 ტრლნ დოლარის ტრანსაქციას განახორციელებს [11].

2013 წელს, პლანეტაზე 7 მლრდ-იან მოსახლეობიდან 6 მლრდ ფლობდა მობილურ ტელეფონს, ხოლო 2 მლრდ - საბანკო ანგარიშს. მხოლოდ, აზიის რეგიონში, მობილურის ხელმომწერთა რაოდენობა 3,5 მლრდ კაცს შეადგენს, ხოლო ბაზარს 200 მობილური ოპერატორი ემსახურება [12]. ზოგადად, მობილურის ხელმომწერთა საერთო რაოდენობაში, 1,8 მლრდ კაცი, აქტიური SIM ბარათის უნიკალური ხელმომწერი [13]. განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნებისათვის დამახასიათებელია საბანკო ანგარიშებზე დაშვების დაბალი დონე და მობილურის ხელმომწერის მაღალი დონე. მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ: ბანგლადეში, რომლის 150 მლნ-იანი მოსახლეობის 57% მობილურის ხელმომწერია, თუმცა მათგან მხოლოდ 13%-ს აქვს საბანკო ანგარიში. ასევე, ინდოეთის 1,2 მლრდ-იან მოსახლეობაში 900 მლნ ადამიანი მობილურის ხელმომწერია, მაგრამ მხოლოდ 250 მლნ ფლობს საბანკო ანგარიშს [14].

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მობილური ტელეფონი შეიძლება განხილული იქნას, როგორც მძლავრი სოციალ-ეკონომიკური ზეგავლენის ტექნოლოგია. შესაბამისად, მობილური და ინტერნეტ-ტექნოლოგიების გენერირებით ფორმირდება ციფრული ეკონომიკა, რომლის მოცულობა 20,4 ტრლნ-ს შეადგენს.

მობილური მომსახურების ინდუსტრია რომლის განვითარება 2001 წლიდან დაიწყო, დღეს 84 ქვეყანაში 219 სერვისითაა წარმოდგენილი (2013) [15]. თანამედროვე მსოფლიოში, 590 მლნ მობაილ საბანკო მომსახურების მომხმარებელია, რომელთა რაოდენობა პროგნოზით 2017 წელს 1 მლრდ-ს მიაღწევს [16]. ბანკების მიერ ტექნოლოგიებსა და მობაილ ბანკინგის განვითარებაზე გაწეული ხარჯები 118 მლრდ-ს აღწევს [8].

გლობალური კომპანია Capgemini-ის ანგარიშით, მობილური ანგარიშსწორების რაოდენობა 29,2 მლრდ ტრანსაქციას შეადგენს. გლობალური კომპანია MasterCard-ის კვლევის ანგარიში ცხადყოფს მობილური ინდუსტრიის მზარდ ტენდენციას მსოფლიოში, სადაც მობილური ანგარიშსწორების მზადყოფნის ინდექსით ლიდერობს სინგაპური (45,6), სამეულში შედის კანადა (42,0) და აშშ (41,5), ხუთეულს აბოლოებს სამხრეთ კორეა (39,7), იაპონიას უკავია მე-6 ადგილი (39,6), ათეულს აბოლოებს დიდი ბრიტანეთი (37,5) და ჩინეთი (36,5) (2012) [17].

ITU-ს Broadband Commission-ის კვლევის ანგარიშით, მობილურის აქტიური ხელმომწერთა რაოდენობით ლიდერობს სინგაპური (135,1), მას ჩამორჩება ფინეთი (123,5), იაპონია (120,5) და ავსტრალია (110,5) [18].

მიმდინარე პერიოდში, აშშ-ის ფინანსური ინსტიტუტების ტოპ 100-ში, 81 ბანკი ეწევა მობაილ ბანკინგს^[8]. ბანკებში გავრცელებული მობაილ ბანკინგის მრავალფეროვანი სერვისებიდან შეიძლება გამოვყოთ: გაფრთხილება ანგარიშსწორების, სისტემის უსაფრთხოების შესახებ; შეტყობინება ბალანსის, განახლებისა და ისტორიის შესახებ; მობილურის მეშვეობით კლიენტის მომსახურება; ინფორმირება ფილიალებისა და ბანკომატების ადგილმდებარეობის შესახებ; ონლაინ გადახდების განხორციელება მობაილ კლიენტ აპლიკაციებით; ფულადი სახსრების გადარიცხვა; ტრანსაქციის შემოწმება; მობილური კომერცია, მობაილ გადახდები, უკონტაქტო ანგარიშსწორება NFC-ით; მობილური კუპონი; ლოკაციაზე დაფუძნებული სერვისი; მობაილ აპლიკაციებით საკრედიტო და სადებეტო ბარათების ბლოკირება, დოკუმენტების შენახვა (MMA).

აღსანიშნავია, რომ მსოფლიოს მთლიან შიდა პროდუქტში მობილური ინდუსტრიის წილი 3%-ია (2013), დასაქმებულთა რაოდენობა 10,5 მლნ კაცი. პროგნოზით 2020 წელს მისი წილი მსოფლიოს მშპ-ში 5,1% იქნება, ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა 15,4 მლნ-ს მიაღწევს [13].

III. ინტერნეტისა და მობილურის ბანკინგის ბაზარი საქართველოში

საქართველოს მოსახლეობაში მობილურ კავშირთან წვდომა უფრო მაღალია, ვიდრე ინტერნეტის. მობილურის აბონენტი 100 %-ზე მეტია, ხოლო ინტერნეტის აბონენტი მხოლოდ 46%-ია. აღნიშნული აიხსნება მობილურის აპარატების

მისაწვდომი ფასებით, პორტატულობით, მარტივი გამოყენებითა და ტექნიკური უნარ-ჩვევებით.

უკანასკნელ წლებში საქართველოს ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდის ფონზე (გაიზარდა 2,1 მლნ-მდე), მაღალი ზრდის ტემპი აჩვენა მობილური აბონენტების ბაზარმაც, რომელიც 2010-2014 წლებში 3,98 მლნ-დან 5,7 მლნ აბონენტამდე გაიზარდა. მობილური აბონენტების პარალელურად გაიზარდა მობილური ინტერნეტ-მომხმარებელთა სეგმენტიც, სადაც დაფიქსირდა 31%-იანი ზრდა (2013წ). ასევე, გაიზარდა მობილური ბაზრის საცალო შემოსავლები და შეადგინა 453.4 მლნ ლარი [19].

ITU-ს კვლევის ანგარიშით საქართველოს მობილურ ბაზარზე, მობილურის აქტიური ხელმომწერთა რაოდენობა აჩვენებს, რომ ყოველ 100 კაცზე მოდის 16,4 კაცი. აქტიურობის მხრივ, საქართველოს უსწრებს რუსეთი (60,1), აზერბაიჯანი (43,9) და სომხეთი (31) [18].

ნათელია, რომ მობილური სექტორის სწრაფმა ზრდამ განაპირობა საბანკო სექტორის ფოკუსირება მობილურის მომხმარებელთა სეგმენტზე. დღეს, საქართველოში მოქმედებს 21 კომერციული ბანკი, რომლებიც დისტანციურ საბანკო მომსახურებას ახორციელებს. წარმოდგენილ ბანკებში დანერგილია ინტერნეტ-ბანკინგის მომსახურება, ხოლო მობაილ ბანკინგის მომსახურებასა და მობაილ ბანკინგის ტექნოლოგიებს სთავაზობს მხოლოდ ბანკების 50%.

არსებითია, რომ საქართველოში ინტერნეტ-ბანკინგისა და მობაილ ბანკინგის ბაზრის კვლევების გამოცდილება მცირეა. არ მოიპოვება ინფორმაცია მობაილ ბანკინგის ბაზრის გამომწვევებსა და განვითარების პერსპექტივებზე, ინფორმაციული დეფიციტია მობაილ ბანკინგის მომხმარებელთა ქცევებზე, შეხედულებებზე, უპირატესობებსა და მოთხოვნებზე. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ აღნიშნული პრობლემის აქტუალობას გვიჩვენებს ფრაგმენტული კვლევები. კერძოდ: საქართველოს ეროვნული ბანკის ანგარიშის თანახმად, ტრანზაქციების საერთო რაოდენობაში ინტერნეტის მეშვეობით განხორციელებული ტრანზაქციის წილად მოდის 24,8%, მას უსწრებს საგადახდო ბარათი - 49,8%-ით, შემდეგ მოდის ქალაქით საკრედიტო საგადასახადო დავალება - 16,6%-ით, ტელეფონი/ მობილური ბანკინგი 6,1%-ით, სადებეტო დავალება - 1,9%-ით, ხოლო სხვა ელექტრონული საშუალებების წილი უმნიშვნელოა და შეადგენს 0,8%-ს. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ფულად გამოსახულებაში, ინტერნეტ-ბანკინგით

ინიცირებული უნაღლო ოპერაციების წილი მთლიან მოცულობაში 61%-ია.

კვლევები ადასტურებს, რომ საქართველოს ინტერნეტ-მომხმარებლის (მათ შორის მობილური ინტერნეტის მომხმარებელთა) სეგმენტი შედგება ყველა სოციალური ფენის, განათლების, სოციალური კლასის პირებისაგან, რომელთა დიდი ნაწილი ახალგაზრდა და საქმიანი აუდიტორიაა.

ჩვენს მიერ ჩატარებული მარკეტინგული კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ინტერნეტ-ბაზარზე, რესპონდენტების 49,9% ინტერნეტთან წვდომისათვის, ძირითადად, პერსონალურ კომპიუტერს იყენებს, მომხმარებლების 36,9% ინტერნეტში შედის ნოუთბუქის მეშვეობით, კვლევაში მონაწილე პირთა 13,2% - ინტერნეტ-ბაზარზე აქტიურობისთვის იყენებს მობილურ ტელეფონს, პლანშეტს და სხვა ტექნოლოგიას. ამასთან, გასათვალისწინებელია, რომ მოსახლეობა მობილურ ტელეფონს ატარებს ყოველთვის და ყველგან, მისი მეშვეობით მომსახურების მიღება ყველგან შეიძლება, ხოლო კომპიუტერით - მხოლოდ განსაზღვრულ ადგილებში [20].

მარკეტინგული კვლევის ფარგლებში შესწავლილი იქნა ელექტრონული ბიზნესის მომხმარებელთა სოციალ-დემოგრაფიული სტრუქტურა, რომელმაც აჩვენა შემდეგი სურათი: ინტერნეტ-მომხმარებელთა ძირითადი ბირთვია (42%) 18-22 წლის და (40%) 23-45 წლის თაობა, მათი 49% - უმაღლესი განათლების მქონე პირია, 61% - დასაქმებული, ხოლო 45%-ის შემოსავლები 300 ლარიდან 1000 ლარამდე მერყეობს.

საბანკო სექტორში თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვამ გამოიწვია მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდა, ხელი შეუწყო ინოვაციური მომსახურებების დანერგვას, აამაღლა ბანკის სანდოობა და სარგებელი. დისტანციური მომსახურების საშუალებებით მოსარგებლე კლიენტების რაოდენობამ 750 ათას გადააჭარბა (2012). ასევე, ცალკეული კვლევების თანახმად, ინტერნეტ-ბანკინგის მომხმარებელთა ზრდის ტემპი საშუალოდ 36%-ია.

საქართველოში, ელექტრონული ბაზრის მარკეტინგული კვლევის ფარგლებში ელექტრონული საგადასახადო ინსტრუმენტების შესწავლამ ცხადყო, რომ ინტერნეტ-მომხმარებელთა სეგმენტზე 23,5% ამჯობინებს ინტერნეტ-ბანკინგით სარგებლობას, მომხმარებელთა 27,3% უპირატესობას ანიჭებს ნაღდ ანგარიშსწორებას, გამოკითხულთა 11,9% ირჩევს პლასტიკური ბარათით ანგარიშსწორებას, რესპონდენტთა 10,1% მიმართავს ტერმი-

ნალს, ხოლო 4,8% უპირატესობას ანგარიშსწორების სხვა ფორმებს ანიჭებს.

საქართველოში, სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე ოპერირებს 4 მობილური ოპერატორი: მაგთიკომი 1865662 აბონენტით; ჯეოსელი 1.639067 აბონენტით; მობიტელი 1.123.317 აბონენტით და სილქნეტი 29584 აბონენტით. შესაბამისად, მობილური აბონენტების რაოდენობის მიხედვით ბაზარზე ლიდერობს მაგთი 42,8 %-ით, მეორე ადგილს იკავებს ჯეოსელი 33,9%-ით, მობიტელს უკავია ბაზრის 22,6%, ხოლო სილქნეტის წილი 0,2%-ია (2013).

მობილური ოპერატორების საცალო შემოსავლების სტრუქტურაში (2013 წელს 453,4 მლნ ლარი შეადგინა), მაღალი ხვედრითი წილით წარმოდგენილია ხმოვანი მომსახურება (74,0%), მას ჩამორჩება SMS სერვისი (9,3%), ინტერნეტი (4,0%), ხოლო მომსახურების დანარჩენი სახეების (მობილური ტელევიზია, ვიდეო-ზარი, MMS, როუმინგული მომსახურება, ქსელში ჩართვის საფასური და სხვა) წილი ჯამში 12,7%-ს შეადგენს [19].

საქართველოს საბანკო სექტორში აქტიურად მიდის საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებისა და სრულყოფის სამუშაოები. მომსახურების პროცედურების სიმარტივის, სისწრაფისა და უსაფრთხოებისათვის ფართოდ ინერგება ელექტრონული ხელმოწერის სისტემა, კომერციული ბანკებიდან ანგარიშგების მიღების სისტემა. კლიენტების მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით ხორციელდა დისტანციური საბანკო მომსახურების პროგრამის დანერგვისათვის საჭირო ტექნიკური პირობების შემუშავება, მათ შორის შეიძლება აღვნიშნოთ მომხმარებელთა საოპერაციო ხარჯების ეფექტურობის ზრდა, საოპერაციო ხარჯების შემცირება, მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება და სხვა [21].

2014 წლის დასაწყისში, საქართველოში, მობილურის ხელმომწერთა რაოდენობის დონემ მიაღწია 120%-ს, ხოლო მობილურის ბაზარმა აჩვენა მაღალი ზრდის ტენდენცია: 40%-ით გაიზარდა 3G-ს აბონენტთა რაოდენობა [22]. დღეს, მობილური კომპანიები მომხმარებელს აწვდიან 2G/2.5G, 3G/ 3.5G მომსახურებას [19]. თუმცა, უნდა აღვნიშნოთ, რომ თბილისსა და რეგიონს შორის უთანასწორობაა მაღალსიჩქარიანი გადაცემის შესაძლებლობის მქონე მობილური ტექნოლოგიების გავრცელებასა და მისანვდომობაში.

ამასთან, ბოლო წლებში ოპერატორები განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ 4G მონაცემთა მაღალსიჩქარიანი გადაცემის

შესაძლებლობის მქონე მობილური ტექნოლოგიების (LTE, Mobile WIMAX) განვითარებასა და ფართოდ დანერგვას.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში დისტანციური საბანკო მომსახურების მოდელები პირდაპირი ფორმით იმპორტირებული არ ყოფილა სხვა ქვეყნიდან, რაც მეტყველებს გლობალური ტენდენციების შესაბამისად საბანკო სისტემის განვითარებაზე, ქვეყნის ფინანსური ინფრასტრუქტურის ჯანსაღ რეგულირებასა და მომხმარებლების საჭიროებებზე ფოკუსირებას.

კვლევები ადასტურებს, რომ ქართველ მომხმარებელს მრავალფეროვანი მოთხოვნების ფონზე (საპროცენტო განაკვეთის შემცირება, კრედიტის ხელმისაწვდომობა, სახელმწიკრულებო ურთიერთობების საკითხი), ქართული ბანკების ინტერნეტ-მომსახურების ხარისხთან და პროცესთან განსაკუთრებული პრეტენზიები არ გააჩნია.

IV. დასკვნა

ამრიგად, შთამბეჭდავი მონაცემებისა და ტექნოლოგიური განვითარების ფონზე, საქართველოს ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის მომსახურების ტექნოლოგიები შეიძლება დაეხასიათოთ, როგორც სიცოცხლისუნარიანი და ჩანასახოვან პროცესში მყოფი სფერო.

შეიძლება ითქვას, რომ არსებული გამოწვევების პირობებში, ქართული საბანკო სექტორის ელექტრონული სერვისები და სერვისის მოდულები გლობალური მოთხოვნების კვალდაკვალ ვითარდება. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ბანკების კომპიუტერული ქსელების მწარმოებლურობა კორელაციაშია ელექტრონული სერვისების ეფექტიანობასა და ხარისხთან, შეიძლება ჩავთვალოთ, რომ ქართული ინტერნეტ-ბანკინგის მომსახურება არის ეფექტური, სანდო, უსაფრთხო და ოპერატიული. ამასთან, ინტერნეტ-ბანკინგის მოდული დინამიური და ინოვაციურია. იგი შეიძლება დახასიათდეს, როგორც სწრაფი და ინოვაციური საბანკო მომსახურება.

სამწუხაროა, რომ საბანკო სექტორის ელექტრონული სერვისების გავრცელებას ხელს უშლის ბენეფიციარების დაბალი სოციალ-ეკონომიკური მდგომარეობა, ახალი ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობის პრობლემა, მონაცემთა მაღალსიჩქარიანი გადაცემის შესაძლებლობის მქონე მობილური ტექნოლოგიებისა და მობილური ანგარიშსწორების ფინანსური ინსტიტუტის არარსებობა. ასევე, ქვეყანაში დაგვიანდა 4G ტექნოლოგიის დანერგვა-გავრცელება.

არსებითია აღინიშნოს, რომ საქართველოში, კორპორაციული სექტორი ფოკუსირებული არ არის მობილური ტექნოლოგიების ინდუსტრიის პოტენციალზე, რომელთა შორისაა: მობილური აპლიკაციების გამოყენება ბიზნესში, მობილური ანგარიშსწორების სერვისისა და მობილური კომერციის პოტენციალის ათვისება.

განვითარებული ქვეყნების მსგავსად, საქართველოში ტექნოლოგიების მომხმარებელთა სქეს-ასაკობრივი სტრუქტურა მრავალფეროვანია. მათი უმრავლესობა დიდ დროს უთმობს მობილური მონაცემების მოხმარებას. თუმცა, მობილური კომერციის სუსტი განვითარების, მობილური ინოვაციების, მობილური აპლიკაციებისა და სერვისის სიმცირის გამო მოქალაქეებისათვის იგი მხოლოდ კომუნიკაციისა და გართობის საშუალებას წარმოადგენს.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ :

- მობილური ტექნოლოგიები და სერვისები განხილული უნდა იქნეს, როგორც ეკონომიკის სიცოცხლისუნარიანი ნაწილი;
- მაღალი გამტარუნარიანობის ქსელი უნდა გახდეს საყოველთაო და ყველასთვის ხელმისაწვდომი;
- სამომხმარებლო გარემოს სტიმულირების ღონისძიებები უნდა განხორციელდეს 3G/4G სარგებლობისა და ათვისების მიმართულებით;
- მომავალში, სულ უფრო მეტ მოქალაქეს მობილური მონაცემებით ინტერნეტ-წვდომის საშუალება ექნება, ვიდრე კომპიუტერით [23]. ამიტომ, ათვისებული უნდა იქნას “მობილური კომერციის” დანართების პოტენციალი;
- დისტანციური საბანკო სექტორის განვითარების კვალდაკვალ საჭიროა სამომხმარებლო სექტორის აქტივობის ზრდის ხელშეწყობი პროგრამების გატარება;
- ქვეყანაში უნდა განვითარდეს მობილური ბანკინგი, მობილური მთავრობა და მობილური კომერცია;
- საბანკო სივრცეში უნდა გამკაცრდეს პირადი ინფორმაციით სარგებლობის წესები, მოხდეს ისეთი საკითხების სამართლებრივი რეგულირება, როგორიცაა: მობილური sms

რეკლამირება, სპამი, პროგრამების ინფიცირება;

- საჭიროა შეიქმნას სამომხმარებლო ხელშეკრულებების რევიზიისა და მონიტორინგის ორგანიზაციები, რომელიც მომხმარებლის ინტერესების ლობირებას განახორციელებს;
- მსოფლიოში, 2020 წლისათვის შესაძლებელი იქნება მეხუთე თაობის (5G) უსადენო კავშირის განხორციელება, რასაც უზრუნველყოფს შესაბამისი ტექნოლოგიები (Drones, robots, აეროსტატები, თანამგზავრები დაბალ სიმაღლეზე) [24]. ტექნოლოგიების განვითარების კვალდაკვალ, კერძო და სახელმწიფო სექტორი მზად უნდა იყოს მომავალ ტექნოლოგიურ პროცესებზე ორიენტირებისათვის;

თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს ტელეკომუნიკაციის ინფრასტრუქტურას, ციფრული ბაზრების კონვერგენციის პროცესს, ქვეყანაში ელექტრონული მთავრობის სისტემის განვითარების პროცესებს, საზოგადოების ინოვაციურ მოთხოვნებს, მოქალაქეების ციფრული წიგნიერებისა და განათლების დონეს, საჭიროა ფინანსური სექტორის მზაობა და სტრატეგიული ორიენტირება ქართული მობილური ანგარიშსწორების მომსახურების ფართოდ დანერგვა-განვითარებისათვის.

მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანაში დისტანციური საბანკო მომსახურება 2000 წლიდან არსებობს, შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგს სჭირდება ინვესტირება, მოსახლეობის ინფორმირება და სტიმულირება, მობილური ოპერაციული სისტემებისა და მობილური ფართომოლოვანი ინფრასტრუქტურის განვითარების ღონისძიებების გატარება.

დაბოლოს, საქართველოში დისტანციური საბანკო მომსახურების, კერძოდ: ინტერნეტ და მობაილ ბანკინგის ეფექტიანობას განაპირობებს ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდა, თანამედროვე ტექნოლოგიების მისაწვდომობა, ტელეკომუნიკაციის ინფრასტრუქტურის განვითარება, ინტერნეტ-ხარისხისა და სიჩქარის ზრდა, უსაფრთხოებისა და სოციალ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება.

გამოყენებული ლიტერატურა

[1] Capgemini, Financial Services Analysis, 2014. www.capgemini.com

[2] J. Takeshi. Internet Finance Growing Rapidly in China. Nomura Research Institute, Ltd. 10 march, 2014. lakyara vol.189

<http://www.nri.com/~media/PDF/global/opinion/lakyara/2014/lkr2014189.pdf>

2013

[www. Deloitte.nl](http://www.Deloitte.nl)

[24] <http://www.Computerword.com/article/>

- [3] International Telecommunication Union. Measuring the Information Society. Geneva Switzerland, 2013. http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf
- [4] International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. GLOBAL FINANCIAL DEVELOPMENT REPORT 2014. Financial Inclusion. Washington , 2014. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16238/9780821399859.pdf?sequence=4>
- [5] D. Flood, T . West, D.Wheadon, Trends in Mobile Payments in Developing and Advanced Economies. Reserve bank of Australia. Bulletin. march, 2013.
- [6] <http://www.businessnewsdaily.com/4457-mobile-payment-solutions.html>
- [7] <http://www.cio.com.au/article/556378/mobile-payments-grow-60-8-by-2015-capgemini/>
- [8] <https://blog.compete.com/2013/06/12/mobile-banking-today-highlights-from-mcs2013/>
- [9] IDC, TOP 10 PREDICTIONS. IDC Predictions 2014: Battles for Dominance- and Survival - on the 3rd Platform. December 2013. IDC #244606. www.idc.com
- [10] <http://thefinancialbrand.com/40109/best-mobile-banking/>
- [11] “Mobile Payments: Three Winning Strategies for Banks,” Swift White Paper, 2012.
- [12] <https://www.budde.com.au/Research/Asia-Mobile-Operators.html?r=51>
- [13] GSMA Intelligence. The Mobile Economy 2014. www.gsmainelligence.com
- [14] S. Gupta. The Mobile Banking and Payment Revolution. The European Financial Review, February – March, 2013.
- [15] GSMA, Mobile Money for the Unbanked, 2013.
- [16] <http://www.factbrowser.com/facts/9017/>
- [17] www.mastercard.com
- [18] ITU, Broadband Commission. The State of Broadband 2014: Broadband for all. A Report by the Broadband Commission . September , 2014.
- [19] www.Gncc.ge
- [20] რ. აბულაძე საქართველოს ელექტრონული მთავრობის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2014. გვ.352
- [21] საქართველოს ეროვნული ბანკის წლიური ანგარიში 2013. www.nbg.gov.ge/uploads/publications/annualreport/2013/annual_2013_11_07_14.pdf
- [22] <http://www.budde.com.au/>
- [23] Deloitte. Global Mobile Consumer Survey 2013 Addicted to Connectivity: the Dutch Mobile Consumer Perspective. Netherlands. November