

- ინფორმაციის მიღება ბანკის პროდუქტებსა და მომსახურების სახეობებზე.

ინტერნეტ-ბანკინგის გამოყენება ფიზიკური პირებისათვის არის საბანკო მომსახურების მიღების მეტად ეფექტიანი საშუალება და იგი ხასიათდება რიგი უპირატესობებით:

- სახეზეა დროისა და სახსრების ეკონომია, ვინაიდან კლიენტს არ უნევს ბანკში პირადად მისვლა;
- კლიენტს შესაძლებლობა აქვს 24 საათის განმავლობაში აკონტროლოს საკუთარი ანგარიშები და, შესაბამისად, შეუძლია მოახდინოს რეაგირება ბაზარზე ცვლილებების შემთხვევაში;
- კლიენტს შეუძლია თვალყური ადევნოს თავისი ბარათებით განხორციელებული ოპერაციების მიმდინარეობას ნებისმიერი ადგილიდან, სადაც კი არის ინტერნეტთან წვდომა.

გამონაკლისი, ინტერნეტ-ბანკინგის განვითარების თვალსაზრისით, არც საქართველოა. თუკი სულ რამდენიმე წლის წინ ინტერნეტ-ბანკინგის დანერგვის „ფუფუნება“ მხოლოდ ნამყვანი ბანკებისათვის არსებობდა, დღეს ეს სერვისი ჩვეულებრივი მოვლენა გახდა და თითქმის ყველა ქართულ ბანკს აქვს ინტერნეტ-ბანკინგის საკუთარი სისტემა. საქართველოში ინტერნეტით განხორციელებული საბანკო ოპერაციების მოცულობა შეიძლება ისეთი მასშტაბის არაა, როგორც განვითარებულ ქვეყნებში, მაგრამ პროგრესი ამ კუთხითაც მნიშვნელოვანია. მაგალითად, თუკი 2007 წელს ინტერნეტით განხორციელებულ იქნა 228 ათასამდე საბანკო ოპერაცია, რომელთა საერთო მოცულობამ შედგინა 22 მლნ ლარი, 2013 წელს ჩატარდა 9,5 მლნ-მდე ოპერაცია, რომელთა საერთო მოცულობამ 422 მლნ ლარს გადააჭარბა.

თვითონ იმ ფაქტმა, რომ საბანკო მომსახურების ბევრი სახეობა უკვე ხორციელდება ინტერნეტის მეშვეობით, წარმოშვა აზრი, რომ ბანკი შეიძლება არსებობდეს არა მხოლოდ ფიზიკური (ოფისების) სახით. რა თქმა უნდა, ამ შემთხვევაში, მცირდება ბანკის დანახარჯები, მომსახურების თვითღირებულება და იზრდება მოგება. XX საუკუნის ბოლოდან აშშ-ისა და ევროპაში გაჩნდა კიდევ ე.წ. „ვირტუალური ბანკები“, რომელთაც არ გააჩნდათ არცერთი მომსახურების ოფისი. ანგარიშის გახსნა, მისი მართვა, კრედიტის მიღება, მისი დაფარვა და ა.შ. ხორციელდება მხოლოდ ინტერნეტის მეშვეობით.

### 21.3. ბანკომატი

**ბანკომატი (ATM – automated teller machine)** – ესაა თვითმომსახურების მრავალფუნქციური ავტომატი, პროგრამულ-ტექნიკური მოწყობილობა, რომლის დანიშნულებაცაა ფულადი სახსრების ავტომატიზებული მიღება და გაცემა პლასტიკური ბარათების მეშვეობით. ბანკომატების საშუალებით ხორციელდება სხვა ოპერაციებიც, მაგალითად: საქონლისა და მომსახურების შეძენა, ჩატარებული ოპერაციის შესახებ ამონაწერის გაცემა, ინფორმაციის მიღება არსებული ნაშთის შესახებ. ბანკომატების ფასი, მათი ფუნქციებიდან და მწარმოებლიდან გამომდინარე, მერყეობს 15-50 ათას აშშ დოლარს შორის.

პირველი ბანკომატის პროტოტიპი შეიქმნა ჯერ კიდევ 1939 წელს. იგი მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა თანამედროვე ანალოგისაგან. ამ მოწყობილობას შეეძლო ნაღდი ფულის გაცემა, მაგრამ ვერ ახდენდა მის ჩამონერას ანგარიშიდან, ვინაიდან არ იყო დაკავშირებული ბანკთან. ავტორმა თავისი გამოგონება შესთავაზა City Bank of New York-ს, მაგრამ რამდენიმე თვის შემდეგ იგი მას უკან დაუბრუნეს, განმარტებით, რომ ვერ ხედავენ ამ მოწყობილობის აუცილებლობას. გამოგონება დაინიჭებას მიეცა დაახლოებით 30 წლის განმავლობაში, სანამ 1967 წელს ლონდონში გამოჩნდებოდა პირველი ბანკომატი.

საინტერესოა, რომ იმ დროს პლასტიკური ბარათები დღევანდელი ფუნქციური დანიშნულებით ჯერ კიდევ არ არსებობდა და ფულის გასანაღდებლად გამოიყენებოდა სპეციალური ვაუჩერები, რომელთა წინასწარ მიღება ხდებოდა ბანკში. მალე ასევე ინგლისში ჩნდება ახალი გამოგონება საბანკო სისტემაში არასანქცირებული შეღწევის თავიდან ასაცილებლად – ეს იყო ე.წ. „პინ-კოდი“. სულ მალე კი აშშ-ში დაინიჭეს პირველი მაგნიტურზოლიანი პლასტიკური ბარათების გამოყენება. 70-იანი წლების დასაწყისიდან ბანკები იწყებენ ახალი ტექნოლოგიის ათვისებას და ამ საქმეში განსაკუთრებით ამერიკული ბანკები აქტიურობდნენ. 1972 წელს ისევ დიდ ბრიტანეთში გამოჩნდა პირველი „ნამდვილი“ on-line ბანკომატი, მაგნიტურზოლიანი პლასტიკური ბარათებისათვის, რომელიც შეიქმნა კომპანია IBM-ის მიერ.

აღსანიშნავია, რომ ბანკომატების დანერგვას თან ახლდა გარკვეული სირთულეები მათი გამოყენებისას – ხშირად გამოდიოდნენ მწყობრიდან, ხდებოდა პლასტიკური ბარათების დაზიანება ან მათი უმიზეზოდ „ჩაყლაპვა“, თუმცა, ტექნიკური პროგრესის წყალობით, ბანკომატების მუშაობა იხვეწებოდა და მათი გამოყენება სულ უფრო მასობრივად ხდებოდა ბანკების მიერ. ტელეკომუნიკაციების განვითარებამ ხელი შეუწყო ახალ ეტაპს – შეიქმნა ბანკომატების ქსელი, რომელთა გამოყენება შეეძლო რამდენიმე ბანკს, ანუ ერთი ბანკის ბარათის გამოყენება შესაძლებელი გახდა სხვა, მაგრამ ერთიან ქსელში ჩართული ბანკის ბანკომატში.

დღეისათვის ნებისმიერი ქვეყნის საბანკო სისტემა უკვე წარმოუდგენელია ბანკომატების გარეშე. ყოფილ საბჭოთა კავშირში პირველი ბანკომატი 1989 წელს გაჩნდა. რაც შეეხება საქართველოს, პირველი ბანკომატები გამოჩნდა 1998 წელს, დღეს კი მათი რაოდენობა 2,000-ის ფარგლებშია.

ბანკომატის მუშაობის პრინციპი მარტივია: მასში პლასტიკური ბარათის ჩატვირთვის შემდეგ ხდება საიდუმლო კოდის (პინ-კოდი) შეყვანა ბარათის მფლობელის იდენტიფიკაციისათვის (ავტორიზაცია). ავტორიზაციის შემდეგ მომხმარებლის მიერ სასურველი ოპერაციის არჩევისას (მაგალითად, თანხის განაღდება) ბანკომატი ახდენს კავშირის დამყარებას თავის მომსახურებ ბანკის („ბანკი-ექვიერი“) საპროცესინგო ცენტრთან. „ბანკი-ექვიერი“ ბარათის მფლობელის მოთხოვნას ოპერაციის ჩატარების თაობაზე აგზავნის საგადამხდელო სისტემაში. საგადამხდელო სისტემა მოთხოვნას გადაეზავნის ბარათის გამომშვებ ბანკში, რომელსაც „ბანკი-ემიტენტი“ ეწოდება. „ბანკი-ემიტენტი“ ამონიშნავს მასთან ბარათის მფლობელის ანგარიშს და მასზე საკმარისი სახსრების არსებობის შემთხვევაში იძლევა თანხმობას ოპერაციის ჩატარების შესახებ ან უარყოფას საკმარისი სახსრების არარსებობის შემთხვევაში. თანხმობის შემდეგ ბანკომატი გაცემს მოთხოვნილ თანხას. თანხის განაღდება ფიქსირდება საგადამხდელო სისტემის მიერ და გადაეცემა „ბანკ-ემიტენტს“, რომელიც ახდენს განაღდებული თანხის და მომსახურების საკომისიოს ბლოკირებას, ხოლო შემდეგ – ჩამონერას ბარათის მფლობელის ანგარიშიდან.

ბანკების მიერ ბანკომატების გამოყენება მარტივი ოპერაციების სანარ-  
მოებლად ახდენს შრომითი დანახარჯებს შემცირებას, ბანკის ოფისების  
გამოთავისუფლებას, რიგების შემცირებას და გრძელვადიან პერსპექტივაში  
– დანახარჯების შემცირებას. გარდა ამისა, ბანკომატების საშუალებით შე-  
თავაზებული სერვისის მეშვეობით ბანკი უმარტივებს თავის კლიენტებს მომ-  
სახურების მიღებას. კლიენტები იღებენ საბანკო ოპერაციების გამარტივებულ  
მექანიზმს და დროის ეკონომიას. მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ ხდება  
საბანკო მომსახურების შეთავაზება 24 საათის განმავლობაში კვირაში 7 დღეს.  
ყოველივე ზემოაღნიშნული ბანკს საშუალებას აძლევს, შეამციროს ხარჯები,  
გაზარდოს შემოსავლები, კლიენტების რაოდენობა და მოიპოვოს კონკურენ-  
ტული უპირატესობა.

## 21.4. ელექტრონული გზავნილები სავაჭრო ორგანიზაციებში

ბანკების მიერ თავიანთი კლიენტების უახლესი ტექნოლოგიების საშუ-  
ალებით მომსახურების მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს ელე-  
ქტრონული გადახდები სავაჭრო ობიექტებში. სავაჭრო ობიექტებში ფულადი  
სახსრების ბანკთაშორისი ელექტრონული გადახდების სისტემების მეშვეობით  
ხდება კლიენტის მიერ სახსრების გადარიცხვა საკუთარი ანგარიშიდან გამყი-  
დველის ანგარიშზე ნივთის ყიდვის ან მომსახურების მიღების სანაცვლოდ.  
ასეთი გადახდების უმეტესი ნაწილი ხორციელდება პლასტიკური ბარათების  
მეშვეობით.

სავაჭრო ობიექტში სახსრების ელექტრონული გადარიცხვის პროცე-  
სის აუცილებელ ელემენტს წარმოადგენს საგადახდო ბარათი. გამყიდველი  
გაატარებს მყიდველის საგადახდო ბარათს სპეციალურ მოწყობილობაში (პოს-  
ტერმინალი (*POS – Point of Sale*)) და ახდენს ანგარიშსწორებას, რა თქმა უნდა,  
შესაბამისი სახსრების არსებობის შემთხვევაში.

სავაჭრო და მომსახურების ობიექტებში ელექტრონული გადახდების სის-  
ტემებს ანგარიშსწორებისას აქვს მთელი რიგი უპირატესობები მისი მომხმარე-  
ბლებისათვის:

- **ოპერაციის განხორციელების სისწრაფე.** დადგენილია, რომ ელექტრონული გადახდების საშუალო სისწრაფე აღემატება ნაღდი ფულით ან ჩეკით ანგარიშსწორების სისწრაფეს;
- **ხარჯების შემცირება.** ბანკს ბევრად იაფი უჯდება კლიენტის მიერ ბარათით სავაჭრო ობიექტში განხორციელებული გადახდის ოპერა-  
ცია, ვიდრე მისი ალტერნატიული გზების გამოყენებით (ბანკომატში  
განაღდება, ჩეკი). სწორედ ამიტომ, როგორც წესი, სავაჭრო ობიექტში  
ბარათით განხორციელებული ოპერაცია უფასოა. უფრო მეტიც, ბანკე-  
ბი ახდენენ კლიენტების მიერ სავაჭრო ობიექტებში ბარათების გამო-  
ყენების სტიმულირებას პიარაქციებითა და ბონუსების დაგროვების  
მექანიზმების შეთავაზებით;