

ISSN 1987-6890

ეკონომიკისა და  
სტატისტიკის ეროვნული  
სერვისების ცენტრი

EKONOMISTI

*საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი*  
*International Scientific-Analytical Journal*

2

2 0 1 5

UDC33

ე-49

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი

# ეკონომისტი

საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი  
გამოდის 2009 წლის იანვრიდან

აპრილი  
მაისი  
ივნისი

2

2015

## მთავარი რედაქტორი რამაზ აბუსაძე

სამეცნიერო-სარედაქციო კოლეგია:

აკადემიკოსები:

**ვლადიმერ პაპავა, ავთანდილ სილაგაძე.**

საქ. მეც. პროფესორი აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი

**ლევო ჩიტავა.**

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორები:

იური ანანიავიძე, ოლეგ ანათიანი, გივი ბედიანაშვილი, თემურ ბერიძე, გიორგი ბერუაშვილი, ვახტანგ ბურღული, რევაზ გველესიანი, რევაზ გოგონია, რევაზ კაკულია, თემურ კანდელაკი, მურმან კვარაცხელია, ალფრედ კურატაშვილი, იაკობ მენსია, ელგუჯა მემვაბიშვილი, სოლომონ პავლიაშვილი, შუანგი სამაღაშვილი, როლანდ სარჩიშვილი, ავთანდილ სულაბერიძე, თემურ შენგელია, თინა ჩხეიძე, ნოდარ ჭითანავა, ეთერ ხარაიშვილი, მიხეილ ჯიბუტი.

ეკონომიკის დოქტორები:

ნანუა არევაძე, თამილა არნანი-კეკელიძე, ნანა ბიბილაშვილი, ბადრი ბერბაია, მერაბ გველესიანი, შალვა გობიაშვილი, ლინა ღათუნაშვილი, გულნაზ ერქომაიშვილი, ეთერ კაკულია, ნაზირა კაკულია, ანსორ კურატაშვილი, თეა ლახარაშვილი (მთავარი რედაქტორის მოადგილე), იზა ნათელაური, დალი სოლოღაშვილი, ნოდარ ხაღუტი, მამუკა ხუციშვილი (მთავარი რედაქტორის მოადგილე), რევაზ ჯავახიშვილი.

უცხოელი წევრები:

ანა ახვლედიანი (დიდი ბრიტანეთი, პასუხისმგებელი მდივანი უცხოეთში), ლარისა ბელინსკაია (ლიტვა), ელდარ ისმაილოვი (აზერბაიჯანი), ბინდრა კანაუსკიენე (ლიტვა), დავით კურტანიძე (აშშ, მთავარი რედაქტორის მოადგილე), ვლადიმერ მენშიკოვი (ლატვია), მიხეილ როკელაშვილი (აშშ), ბაღინა სავინა (უკრაინა), სლავომირ პარტიცკი (პოლონეთი), დიმიტრი სოროკინი (რუსეთი).

თამარ ღაღიანი (პასუხისმგებელი მდივანი)

ჟურნალი ხელმძღვანელობს თავისუფალი პრესის პრინციპით. რედაქციის შეხედულება შესაძლოა არ ემთხვეოდეს ავტორის აზრს და იგი პასუხს არ აგებს ინფორმაციის სიზუსტეზე.

თბილისი

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University  
Paata Gugushvili Institute of Economics

# EKONOMISTI

International Scientific-Analytical Journal  
Published from January 2009

April  
May  
June

2

2015

**Editor-in-Chief Ramaz Abesadze**

SCIENTIFIC-EDITORIAL BOARD:

ACADEMICIAN OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF GEORGIA:

**Vladimer Papava, Avtandil Silagadze**

CORRESPONDING MEMBER OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF GEORGIA:

**Leo Chikava,**

DOCTORS OF ECONOMIC SCIENCES:

**Iuri Ananiashvili, Roseta Asatiani, Givi Bedianashvili, Temur Beridze, Giorgi Berulava, Vakhtang Burduli, Nodar Chitanava, Tina Chkheidze, Revaz Gvelesiani, Revaz Gogokhia, Mikhail Jibuti, Revaz Kakulia, Temur Kandelaki, Eter Kharashvili, Murman Kvaratskhelia, Alfred Kuratashvili, Jakob Meskhia, Elguja Mekvabishvili, Solomon Pavliashvili, Ushangi Samadashvili, Roland Sarchimelia, Temur Shengelia, Avtandil Sulaberidze.**

DOCTORS OF ECONOMICS:

**Nanuli Arevadze, Tamila Arnanian-Kepuladze, Nana Bibilashvili, Lina Datunashvili, Gulnaz Erkomaishvili, Badri Gechbaia, Shalva Gogiashvili, Merab Gvelesiani, Revaz Javakhishvili, Nazira Kakulia, Eteri Kakulia, Anzor Kuratashvili, Tea Lazarashvili (deputy editor-in-chief), Iza Natelauri, Nodar Khaduri, Mamuka Khuskivadze (deputy editor-in-chief), Dali Sologhashvili.**

FOREIGN MEMBERS:

**Larisa Belinskaja (Lithuania), Eldar Ismailov (Azerbaijan), Gindra Kasnauskiene (Lithuania), David Kurtanidze (USA, deputy editor-in-chief abroad), Vladimir Menshikov (Latvia), Slawomir Partycki (Poland), Mikhail Roketlishvili (USA), Galina Savina (Ukraine), Dmitri Sorokin (Russia).**

**Tamar Dadiani (executive secretary)**

---

The journal follows the principles of free press. The views of editorial board do not necessarily reflect author's option and it accepts no responsibility for the accuracy of information.

---

**Tbilisi**

**ს ა რ ჩ ე ვ ი**

**საერთაშორისო ვაჭრობა**

*იური პრისიაუნუკი, ირინა პრიხოდეო* – არატარიფული ბარიერები საერთაშორისო ვაჭრობაში და ეკონომიკური ინტეგრაციის პროცესი **6**

**წინანსები**

*ირინე მამალაძე, ალექსანდრე ხვედელიანი* – სარისკო კაპიტალის განვითარების ეტაპები **13**

*ნინო ქავთარაძე* – პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში **20**

**ტურიზმი**

*დალი ჩახვაშვილი, ნათელა კაკაურიძე* – საქართველოს ტურისტული პოტენციალის ზეგავლენა ბიზნეს-ინფრასტრუქტურის სრულყოფაზე **24**

**აუდიტი**

*დეზდემონა მაღლაკელიძე, ნათელა ვაშაკიძე* – აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბება საქართველოში **30**

**მაბისტრანტიებისა და ფოტოტრანტიების სამეცნიერო ნაშრომები**

*ეკატერინე შაინიძე* – საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგია და მოსალოდნელი შედეგები **37**

*თამარ მაღალაშვილი* – მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები **44**

*ირმა გურაშვილი* – მარკეტინგული სტრატეგია წიგნით ვაჭრობაში **49**

*მარიამ გიორგაძე, რუსუდან სირბილაძე* – ეროვნული შემოსავლის გამოთვლა და ტურიზმი **61**

*ხატია უდესიანი* – ძლიერი რეგიონი ძლიერი ქვეყნის საწინდარია **71**

*მერაბ ცომაია* – საქართველოს ეკონომიკის პოლიტიკური პრობლემები **79**

*თამარ ტომარაძე, ლალი ქანდაურიშვილი* – დროის მენეჯმენტი და მისი გავლენა კარიერული წარმატების მიღწევაზე **84**

*თამარ სირაძე, ელენე ჯიმშელიაშვილი* – ფესტივალების როლი ქართული ტურიზმის განვითარებაში **90**

**სიანხლე** **95**

**ინფორმაცია** **98**

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

- Присяжнук Юрий, Приходько Ирина* – Нетарифные барьеры в международной торговле и процессе экономической интеграции **6**

### ФИНАНСЫ

- Мамаладзе Ирине, Хведелиани Александр* – Этапы развития рискованного капитала **13**  
*Нино Кавтарадзе* – Прямые иностранные инвестиции в Грузии **20**

### ТУРИЗМ

- Чахвავილი Дали, Какауридзе Натела* – Влияние туристического потенциала Грузии на совершенствование бизнес –инфраструктуры **24**

### АУДИТ

- Маглакелидзе Дездемона, Вашакидзе Натела* – Формирование аудиторской деятельности в Грузии **30**

### НАУЧНЫЕ ТРУДЫ МАГИСТРАНТОВ И ДОКТОРАНТОВ

- Шаинидзе Екатерина* – Стратегия добровольного выполнения налоговых обязательств и ожидаемые результаты **37**  
*Магалашвили Тamar* – Критерии качества обслуживания **44**  
*Гурашвили Ирма* – Маркетинговая Стратегия в книжной торговле **49**  
*Гиоргадзе Мариам, Сирбиладзе Русудан* – Расчёт национального дохода и туризм **61**  
*Удесиани Хатиа* – Сильный регион основа для сильной страны **71**  
*Цомаиа Мераб* – Политические проблемы грузинской экономики **79**  
*Томарадзе Тамара, Кандауришвили Лали* – Менеджмент времени и его влияние на успех в карьере **84**  
*Сирадзе Тамара, Джимшелеишвили Елена* – Роль фестивалей в развитии туризма грузий **90**

- НОВШЕСТВО** **95**

- ИНФОРМАЦИЯ** **98**

**C O N T E N T S**

**INTERNATIONAL TRADE**

- Yuriy Prysiazhniuk, Iryna Prykhodko* – Non-Tariff Barriers of International Trade and Economic Integration **6**

**FINANCE**

- Irine Mamaladze, Aleksandre Khvedeliani* – The Stages of Risk Capital Development **13**  
*Nino Kavtaradze* – Foreign direct investments in Georgia **20**

**TOURISM**

- Dali Chakhvashvili, Natela Kakauridze* – The influence of the tourist potential of Georgia to improve the business infrastructure **24**

**AUDIT**

- Desdemona Maghlakelidze, Natella Vashakidze* – Georgia to establish audit **30**

**SCIENTIFIC WORKS OF UNDERGRADUATES AND DOCTORAL STUDENTS**

- Ekaterine Shainidze* – The Strategy of fulfilling Tax-Paying duties and its predictable results **37**  
*Tamar Magalashvili* – Service Quality Dimensions **44**  
*Irma Gurashvili* – Marketing strategy in the book trade **49**  
*Mariam Giorgadze, Rusudan Sirbiladze* – Calculation of National Income and Tourism **61**  
*Khatia Udesiani* – A strong region as a foundation for a strong country **71**  
*MerabTsomaia* – The Political Problems of Georgian Economy **79**  
*Tamar Tomaradze, Lali Kandaorishvili* – Time Management and its influence on career success **84**  
*Tamar Siradze, Elene Jimsheleishvili* – The role of Festivals in Development of Georgian Tourism **90**

- INNOVATION** **95**

- INFORMATION** **98**

**Yuriy Prysiazhniuk**

*Doctor of economic Sciences, Professor of the Department of International Relations and diplomatic service, Faculty of International Relations Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine*

**Iryna Prykhodko**

*assistant, Department of International Economic Relations, Faculty of International Relations Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine*

## NON-TARIFF BARRIERS OF INTERNATIONAL TRADE AND ECONOMIC INTEGRATION

**Abstract.** Using of non-tariff measures in the international trade is fairly commonplace, because they appear to be the most effective tools to deny the access to markets due to the government subsidies, quantitative restrictions, licensing, quotas, administrative procedures, sanitary and technical standards etc.

The attitude towards the non-tariff instruments is rather contradictory: from one point of view, the World Trade Organization tries to minimize their usage, and another point of view - each country tries to apply them to protect their domestic market by encouraging the use of the economic and the administrative levers of export-import activities regulation.

**Keyword:** non-tariff barriers, international trade, international economic integration, political and economic barriers, trade barriers, trade war, technical measures.

**Analysis of recent research.** The theoretical aspects of tariff and non-tariff barriers are investigated in the works of such scientists as A. Hrebelyk, D. Lukyanenko, N. Naumenko, V. Golubev, N. Gorin, Ruth F., R. Baldwin, A. Deardorf and others.

**Purpose of the study** is to form a set of scientific and methodological foundations and non-tariff barriers contents of international trade. The comparison of existing classifications of the non-tariff measures and to identify the dependence of the international economic integration on non-tariff barriers.

**Statement of the main material.** The simplest definition of "non-tariff barriers" means all trade restrictions that are not tariffs.

R. Baldwin (1989) in his study described four methods of the non-tariff barriers measuring [1]. R. Baldwin (1982) considered the implementation of political factors of the trade protection by the state, while A. Hilman (1982)[3], S. Madgee, V. Brock and L. Young (1989) [7] investigated how political factors can affect on trade. In the research "Declining industry and the political motives of protectionism" (1982) A. Hilman highlighted the trade protection benefits with regard to political influence

on state regulation of the economy. Next work of A. Hilman (1985) was devoted to the political decision in the selection of the protectionist policy tools.

Edward E. Leamer (1986) [5] is one of the leading researchers of the trade barriers effects. In some studies that E. Leamer began in 1986 and submitted the study in more details in 1990, the theoretical foundations of empirical models are described and the application of econometric models to calculate the effects of trade barriers are covered.

In 1990 E. Leamer determined the trade barriers effects based on the import barriers differences. Although the studies of E. Leamer were detailed but not without drawbacks, one of these was the inability to determine the volume and structure of mutual trade. That is, this model can be used to determine the net trade flows but empirically the trade barriers' impact on gross imports requires some additional investigation. Consequently, an empirical model of E. Leamer is confirmed only by free theoretical assumptions.

In 1987 R. Lowrence was the first who used a model of monopolistic competition to predict the volume of trade and to use the disaggregation of production data and trade flows to determine the country and the industry that significantly differ from the assumptions of the model. In general, it can be noted that R. Lowrence did not calculate trade barriers, but only pointed in his studies on their impact on imports.

J. Lee and F. Swagel (1995) continued the investigation of trade barriers within the theory of monopolistic competition. They explored the impact of trade barriers in more countries than did Harrihan. However, they focused more on the political and economic determinants of non-tariff barriers than on the impact of protective measures (tariff and non-tariff) on the trade flows.

Jong-Wha Lee and Phillip Swagel in his book "Trade barriers and trade flows between countries and sectors" (1994) [4] noted that the effectiveness of free trade model and definition of trade barriers usually depend on political and economic reasons.

The investigation of J. Lee and F. Swagel was based on a study of P. Krugman and E. Helpman (1985), on the model of monopolistic competition, where the goods are not perfectly interchangeable and may differ by country of origin. The next assumption is similar tastes and preferences of consumers and the same consumption of each product in different countries. The model of monopolistic competition allows to predict the volume of trade in a situation where there are no trade barriers. The Helpman-Krugman model includes different measures of trade policy and points to the protectionism effects and welfare, production and trade flows of the country. However, using this model one can not determine whether the presence of trade barriers such as tariffs, non-tariff barriers will cause decrease in trading volumes.

In general, the international trade barriers are divided conditionally into two groups, the independent and the singled out by the way of the impact on trade flows. The first group - are different types of natural barriers, above all, the geographical



distance between countries, the transportation infrastructure etc. However due to the enhancing globalization and technological progress and technological impact of these barriers on the value of trade flows will decrease. The second group consists of various tools of foreign policy created by governments and directly affect the import level and export of goods. This group includes of measures of tariff and non-tariff regulation of foreign trade [2].

The degree of influence on foreign economic activity of non-tariff measures are divided into 4 groups: hard measures; moderate measures; "irritative" measures; measures the degree of their forbiddance which can not be established [4].

I. Dumoulin distinguishes restrictive measures in such way:

- non-tariff barriers, specially created for the regulation of foreign trade (prohibitions, quotas, licensing, voluntary export restraints, etc.);
- non-tariff barriers that arise as a result of technical policy, the implementation of financial and administrative arrangements etc.
- non-tariff charges, financial arrangements, sliding taxes, additional customs duty, anti-dumping and countervailing duties, frontier taxation;
- restrictive practices of government agencies;
- subsidies and other grants, protectionist system of distribution of government contracts, regional development policy of providing benefits to regions etc. ;
- customs procedures and formalities, if any additional barriers to trade (customs valuation, customs classification system for their free use);
- technical barriers, sanitary and veterinary norms and standards, industry standards and safety requirements, requirements for packaging and labeling, trademarks if they discriminate foreign products or create barriers to trade [2].

United Nations Conference on Trade and Development UNCTAD distinguishes between "non-tariff measures" and "non-tariff barriers", where the first one is a general concept. Measures include any tools that have the effect of limiting or can be used as a restriction, even though it is not their main feature [10].

UNCTAD focuses on the non-tariff measures and their impact on trade and development in the first half of the 1980s. In 1994 it began to develop the classification of non-tariff barriers, based on previously established classification UNCTAD trade control measures, which are grouped in 8 steps groups, which are divided into over 100 categories: tariff measures; measures of price control; financial measures;

Another classification of non-tariff barriers UNCTAD divided into:

- 1) basic measures (measures created to protect domestic producers): price control measures; financial activities; quantitative control measures; monopolistic activities;
- 2) non-basic activities (measures to protect domestic consumers), automatic licensing measures; technical measures; return guarantee deposit for sensitive products;

- 5) prohibition of automatic licensing arrangements;
- 6) quantitative control measures;
- 7) monopolistic activities;
- 8) technical barriers: import sensitive goods [11].

In 2007-2012 UNCTAD described and systematized main non-tariff barriers, resulting in the new classification agreed number of international organizations (group MAST - Multy Agency Support Team, which includes FAO, the Organisation for Economic Cooperation and Development, UNCTAD, UNIDO, IMF, the World Bank, WTO).

The non-tariff trade barriers are grouped in three areas: technical, non-technical and exports measures for that are divided into groups and subgroups. The classification of non-tariff barriers (16 groups) are marked by letters of the alphabet from «A» to «P». They cover all areas of non-tariff regulation.

The political barrier is the degree of political differences, legislation, regulatory functions and mechanisms of the state, the stability of the political system and so on. The size of socio-cultural barrier shows different traditions, social organization of society, language and others. The economic barrier indicates the relative difference in economic conditions between regions market, demand, competition, rate of return of capital etc. Finally, geographical barriers are associated with differences climate conditions: temperature, time mode etc.

The political barriers components are the same as regular components of the economic barrier: customs regime, the cost of crossing the border, taxation, annual retail turnover, absolute and relative measure (in all respects and in different years); FDI per capita; gross added value per person; loans per person; population etc.

Another specific barrier is the trade war. E. Mytareva [8] gives the definition of it as a retail trade war between two or more countries the aim of which is to capture foreign markets or preventing the national economy trade "occupation".

We will try to match the political and economic barriers and the degree of international economic integration using a matrix method. Each side of our matrix will have three positions. Assume the current three levels of political and economic barriers: high political and economic barriers (I); average politico-economic barriers (II); low political-economic barriers (III);

Integration strategy (stage of international economic integration) denote: complete international economic integration (III); partial international economic integration (II); initial international economic integration (I) (Table 1).

Table 1

**Political-economic barriers' influence on international economic process**

low political-economic barrier	III + III = economic union	III + II = custom union	III + I = The Association Agreement (European Agreement)
average politico-economic barriers	II + III = common market	II + II = free trade area	II + I = The Partnership and Cooperation Agreement
high politico-economic barrier	I + III = 0	I + II = preferential agreement	I + I = The Partnership and Cooperation Agreement
	complete international economic integration	partial international economic integration	initial international economic integration

Made by authors

Based on available positions, we will build a matrix with quadrants where the level of political and economic barriers are shown and the barrier height determine the number of available political and economic barriers to be overcome for a country that is integrating; and horizontally - the stage position of international economic integration.

**References**

1. Baldwin R. E. Measuring nontariff trade policies.-National bureau of economic research.- 1989.- May.-Work. Papers №2978.
2. Dumoulin J. I. The World Trade Organization. - M.: Economics. -2003.- p.149-150.
3. Hillman A. Declining Industries and Political-Support Protectionist Motives // American Economic Review, 1982, Vol.72, №5,December.- pp.1180-1187.
4. Jong-Wha Lee, Phillip Swagel. Trade Barriers and Trade Trade Flows Across Countries and Industries // Board of Governors of the Federal Reserve System.- 1995. - July. № 476.
5. Leamer E. Cross Section Estimation of the Effects of Trade Barriers.-Department of Economics, UCLA.- 1986.- September. - №417.
6. Letov V. A. The main approaches to the classification of non-tariff measures and restrictions on world trade // Business Law. - 2010. - №5. - pp.190-192.
7. Magee, Stephen, William Brock and Leslie Young. Black Hole Tariffs and Endogenous Policy Theory, Cambridge University Press. – 1989.

8. Mytareva, E. A. The "trade war" as a means of the international trade non-tariff regulation. [Electr. resource]. – Retrieved from: [http://vestnik.kemsu.ru/Content/journals/201011/74-77\\_Мытарева.pdf](http://vestnik.kemsu.ru/Content/journals/201011/74-77_Мытарева.pdf).
9. Orlova, V.N. The non-tariff barriers in the international trade: an attempt of the conceptual evaluation. [Electr. resource]. – Retrieved from: [www.library.ukma.kiev.ua/e-lib/N2/NZV19\\_2001\\_economy/14\\_orlova\\_vm.pdf](http://www.library.ukma.kiev.ua/e-lib/N2/NZV19_2001_economy/14_orlova_vm.pdf).
10. The development of the evolution and trends of the international trading system. - The United Nations. Geneva. – 2012. - 17-18 September. – 25p.
11. UNCTAD Coding System of Trade Control Measures (2012). [Electr. resource]. — Retrieved from: <http://wits.worldbank.org/WITS/docs/UNCTAD%20Coding%20System%20of%20Trade%20Control%20Measures.docx>.

**იური პრისაუნიუკი**

*ემდ, საერთაშორისო ურთიერთობების ფაკულტეტის პროფესორი,  
ივან ფრანკოს სახელობის ეროვნული უნივერსიტეტი, უკრაინა.*

**ირინა პრიხოდეო**

*საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების კათედრის ასისტენტი,  
ივან ფრანკოს სახელობის ეროვნული უნივერსიტეტი, უკრაინა.*

**არატარიფული ბარიერები საერთაშორისო ვაჭრობაში და  
ეკონომიკური ინტეგრაციის პროცესი  
ანოტაცია**

არატარიფული ზომების გამოყენება საერთაშორისო ვაჭრობაში ჩვეულებრივი მოვლენაა, რადგანაც ისინი წარმოადგენენ შედარებით ეფექტურ ინსტრუმენტს ბაზრებზე შეღწევალობის დახურვისათვის სამთავრობო სუბსიდიების გზით, რაოდენობრივი შეზღუდვები, ლიცენზირება, ქვოტები, ადმინისტრაციული პროცედურები, სანიტარული და ტექნიკური ნორმები და ა.შ.

არატარიფული ინსტრუმენტებისადმი მიდგომა საკმაოდ წინააღმდეგობრივია: ერთი მხრივ, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია ცდილობს მინიმუმამდე დაიყვანოს მათი გამოყენება, მეორე მხრივ კი, თითოეული ქვეყანა ცდილობს გამოიყენოს ისინი და დაიცვას თავისი შიდა ბაზარი, და წაახალისოს ამით ეკონომიკური და ადმინისტრაციული ბერკეტებით ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციების რეგულირებას.

**Присяжнюк Юрий**

*Доктор экономических наук, профессор факультета Международных отношений,  
Национальный университет Львова им. Ивана Франко. Украина*

**Приходько Ирина**

*ассистент кафедры Международных экономических отношений  
Национальный университет Львова им. Ивана Франко. Украина*

## **НЕТАРИФНЫЕ БАРЬЕРЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ И ПРОЦЕССЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

### **Аннотация**

Использование нетарифных мер в международной торговле довольно обычным явлением, потому что они являются наиболее эффективными инструментами для закрытия доступа к рынкам через правительственные субсидии, количественные ограничения, лицензирование, квотирование, административные процедуры, санитарные и технические нормы и т.д.

Отношение к нетарифным инструментам довольно противоречивое: с одной точки зрения, Всемирная торговая организация пытается свести к минимуму их использование, с другой точки зрения - каждая страна пытается применить их и защитить свой внутренний рынок, поощряя использование экономических и административных рычагов регулирования экспортно-импортных операций.

**ზინანსები**

*ირინე მამალაძე  
საქართველოს ტექნიკური  
უნივერსიტეტის  
ასოცირებული პროფესორი,  
ალექსანდრე ხვედელიანი  
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის  
დოქტორანტი*

**სარისკო კაპიტალის განვითარების ეტაპები**

სარისკო კაპიტალის დანიშნულებაა ისეთი კომპანიის ამოქმედება და ზრდა-განვითარება, რომელიც ორიგინალურობისა და უნიკალურობის მატარებელია. იმ იდეის სიცოცხლისუნარიანობა, რომლის ხორცშესხმასაც ხსენებული კაპიტალი ემსახურება, ჯერ კიდევ არ არის დადასტურებული ბაზრის მიერ. ამდენად, სარისკო კაპიტალი აქტუალური ხდება იქ, სადაც ერთგავრი ექსპერემენტი და რისკია.

სარისკო კაპიტალიდან მოგებას ინვესტორი იღებს, როგორც წესი, არა პერიოდული დივიდენდების სახით, არამედ იმ ბიზნესში თავისი წილის ერთჯერადი გაყიდვის სახით, რომელიც ჩასახვის სტადიაზე დააფინანსა მან. ის კომპანიები, რომლებმაც სარისკო კაპიტალი შეიძლება მოიზიდონ, შეიძლება იყოს:

**Seed** – ამ სტადიაზე კომპანია ჯერ კიდევ არ არსებობს. მომზადებულია მხოლოდ პროექტი ან არსებობს ბიზნესიდეა, რომელიც უნდა დაფინანსდეს საჭირო კვლევების ჩასატარებლად ან ახალი ნაკეთობის (პროექტის) ნიმუშის დასამზადებლად, ვიდრე მის ბაზარზე გაიტანდნენ.

**Starta Up** – ესაა უკვე შექმნილი კომპანია, რომელსაც ჯერ საკუთარი „ისტორია“ არა აქვს ბაზარზე. იგი სახსრებს იზიდავს სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების ჩასატარებლად და ბაზარზე გასასვლელად.

**Expansion** – კომპანია ერთი ხანია უკვე ფუნქციონირებს და სარისკო კაპიტალი მას ესაჭიროება წარმოების მოცულობის გასაფართოებლად, დამატებითი კვლევების ჩასატარებლად და ა.შ.

**Exit** – ინვესტორები ყოფიან თავიანთ კუთვნილ აქციათა პაკეტებს ან წილს კაპიტალში და ტოვებენ საწარმოს.

აღსანიშნავია, რომ იმ პირველ კომპანიად, რომელიც სარისკო დაფინანსების წყალობით შეიქმნა, ფეირჩაილდ სემიკონდაქტორს მიიჩნევენ, რომელიც 1959 წ. დააფუძნა ფირმა ვენროკ ესოუშიტსმა.

სარისკო კაპიტალი მჭიდრო კავშირშია ტექნოლოგიურად ნოვატორულ საწარმოებთან. თავდაპირველად სარისკო კაპიტალი თავმოყრილი

იყო განვითარებისა და გაფართოების სტადიაზე მყოფ კომპანიებში. ისინი იყენებდნენ ელექტრონულ და საინფორმაციო ტექნოლოგიებში, აგრეთვე, მედიცინის სფეროში არსებულ მიღწევებს. ამის გამო სარისკო (ვენჩურული) დაფინანსება ტექნოლოგიების დაფინანსების სინონიმად იქცა.

1974 წ. ვენჩურულმა ფირმებმა დაქვეითება განიცადეს, რაც საფონდო ბირჟის მოშლამ განაპირობა. 1978 წლიდან ამ მხრივ დიდი აღმავლობა დაიწყო და სარისკო კაპიტალის დაბანდებიდან მიღებულმა წლიურმა მოგებამ 750 მლნ დოლარი შეადგინა [1].

1983 წ. აღინიშნა სარისკო კაპიტალის მატების ბუმი. დღეს წარმატებით მოღვაწე უმსხვილესი ამერიკული ფირმების დიდი ნაწილი სწორედ ამ წელსაა დასაქმებული. თუმცა, მრავალი მენეჯერის გამოუცდელობის გამო, მათ მიერ გამომუშავებული სარგებელი მთლიანობაში მაინც ძალიან მცირე იყო. ვენჩურული ფირმები ამ პერიოდში საგრძნობლად კვეცავდნენ დანახარჯებს და ბევრ ძალისხმევას ახმარდნენ იმას, რომ კომპანიები წარმატებული გაეხადათ.

1990-იანი წლების ბოლო კალიფორნიაში განთავსებული ვენჩურული ფირმების დიდი აღმავლობის ხანაა, რაც 2003 წლამდე გაგრძელდა. ამერიკის საფონდო ბირჟის (NASDAQ) „ჩამოშლამ“ მრავალი სარისკო ფონდის რყევები გამოიწვია, რამაც 2005 წ. შუახანებამდე გასტანა. შემდგომ, ინტერნეტკომპანიების საქმიანობის გამოცოცხლებამ ვენჩურული ინდუსტრიის ახალი აღმავლობა გამოიწვია, რასაც 2008 წ. დაწყებულმა კრიზისმა შეუშალა ხელი.

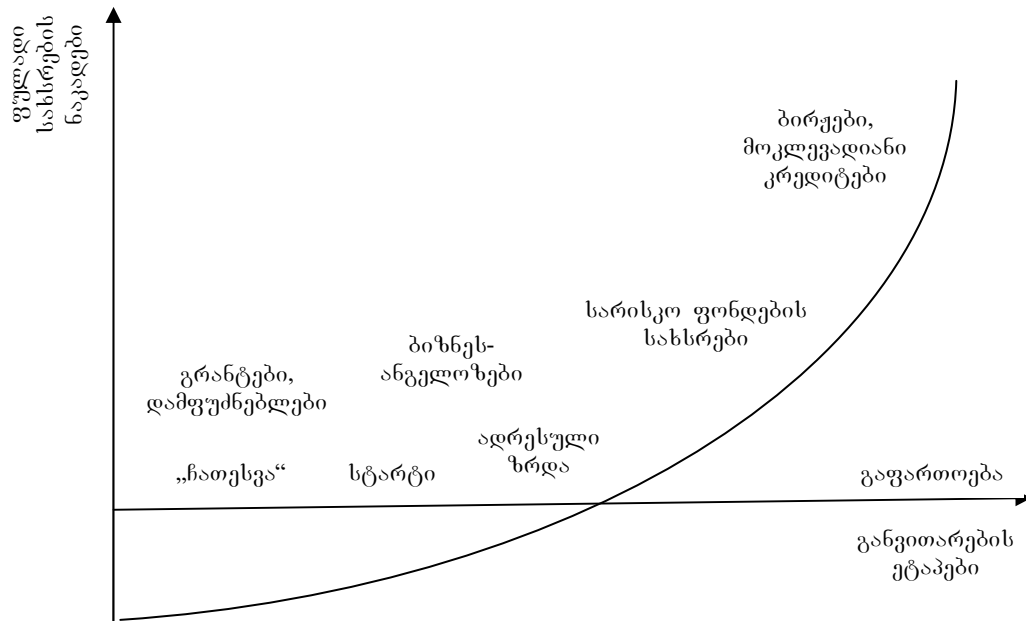
ინოვაციური საწარმოების უმრავლესობა იწყება ისეთი მცირე და კერძო საწარმოების სახით, რომელშიც ერთი ადამიანი ან ადამიანთა ჯგუფი ფორმალური ნაბიჯების გადადგმას იწყებს რაიმე მიმზიდველი იდეის ხორცშესახმელად. ამის შემდეგ ინოვაციური საწარმოების განვითარების კონკრეტული თავისებურებების განმსაზღვრელია:

- პროდუქტის დამუშავებისათვის საჭირო თავდაპირველი დანახარჯების მოცულობა;
- ამ პროდუქტის ბაზრის განვითარებისა და ბაზარზე გასვლისათვის საჭირო პერიოდის ხანგრძლივობა.

განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე მყოფი ინოვაციური საწარმოს ფულადი სახსრების მოძრაობისა და დაფინანსების წყაროების გრაფიკი შემდეგი სახის შეიძლება იყოს (სურ. 1).

განსაკუთრებით საყურადღებოა სარისკო ინვესტირების დინამიკა 2011-2012 წლებში, როცა თვალში საცემი მატება იყო საწარმოების განვითარების ყველა სტადიაზე, გვიანი სტადიის გარდა. როგორც ექსპერტები მიუთითებენ, კაპიტალიდან შედარებით ნაადრევად გამოსვლა

იმის შესაძლებლობას უქმნის ვენჩურულ ფონდებს, რომ თანხები დაუბრუნონ ინვეტორებს, შექმნან დადებითი ისტორია და ახალ ფონდებს გაუკეთონ ორგანიზება [3].



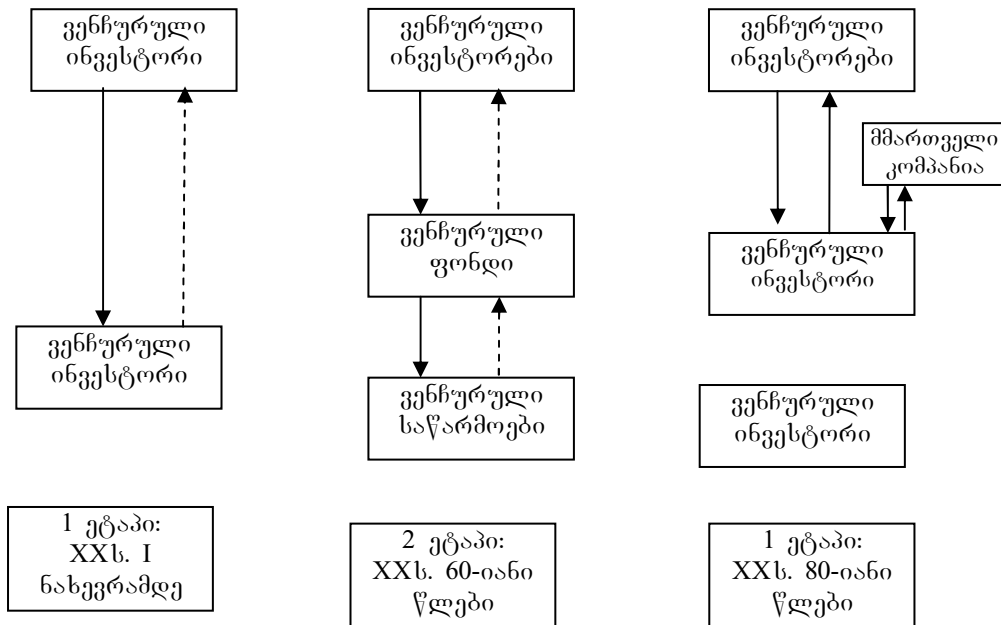
**სურ.1. პროექტის განვითარების ეტაპები, დაფინანსების წყაროები და ფინანსური სახსრების ნაკადები [2; გვ.17]**

როდესაც ვენჩურულ საქმიანობაზე საუბრობენ, გულისხმობენ ვენჩურულ ინვესტორებს (რომლებიც აბანდებენ საკუთარ ან ნასესხებ სახსრებს), ვენჩურულ ფონდებს (რომლებიც რამდენიმე ინვესტორის სახსრებს უყრიან თავს), ვენჩურულ მმართველ კომპანიებს (რომლებიც ყველაზე უფრო მომგებიან პროდუქტებს ამოარჩევენ და მათში აბანდებენ ვენჩურული ფონდების სახსრებს) და ვენჩურულ საწარმოებს (რომლებიც ვენჩურულ ინვესტიციებს იღებენ). ვენჩურული საინვესტიციო საქმიანობის ელემენტების ურთიერთქმედების სისტემის გენეზისი ვენჩურული ინვესტორებისა და რეციპიენტების უბრალო თანამშრომლობიდან უფრო რთულ სტრუქტურამდე მე-2 სურათზეა ნაჩვენები [4].

სადღეისოდ მსოფლიოში ვენჩურული კაპიტალის სამი ძირითადი ბაზარი ფუნქციონირებს აშშ და კანადა; ევროპა; სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია. ევროპულ ბაზრად დასაველეთ ევროპას გულისხმობენ ხოლმე, თუმცა, ინვესტორთა სულ უფრო მზარდი ყურადღება ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებს ეთმობა. პერსპექტიულად ითვლება ასევე, იზრაელის, ინდოეთისა და ავსტრალიის ბაზრები [5]. როგორც



ჩანს, ვენჩურული კაპიტალის განვითარება მომავალში სწორედ ამ რეგიონებთან იქნება დაკავშირებული. უფრო დაწვრილებით შევხვით ვენჩურული კაპიტალის ბაზრის განვითარებას დასავლეთ ევროპაში.

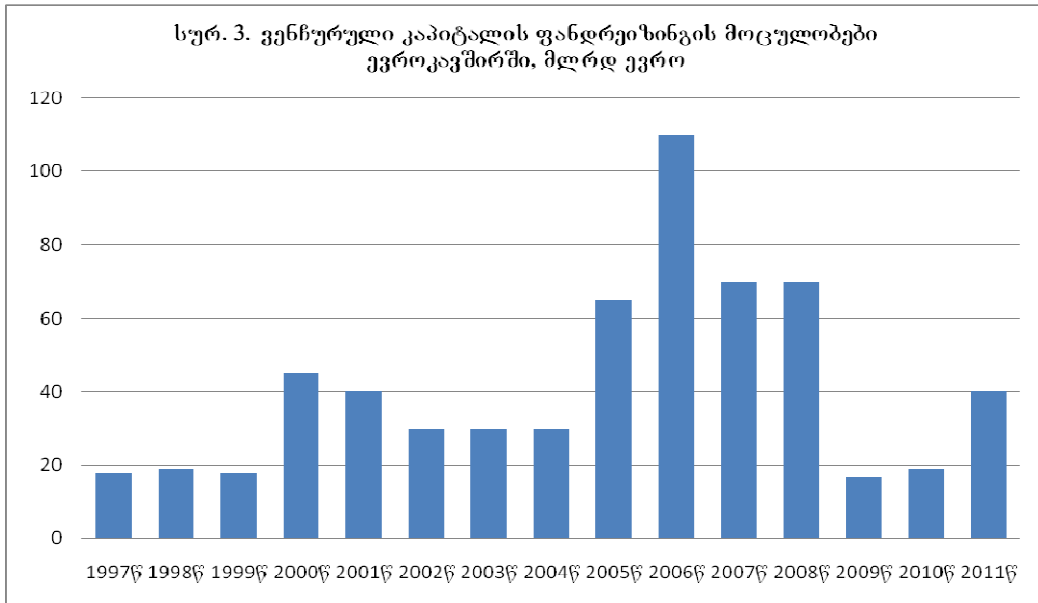


**სურ.2. ვენჩურული საქმიანობის ელემენტების ურთიერთქმედების განვითარება ისტორიულ ჭრილში**

კერძო სააქციო კაპიტალი დასავლეთ ევროპაში 1980-იანი წლების ბოლოს გამოჩნდა და აქაურმა პერსპექტიულმა ფირმებმა 80 მლრდ ეკი-უზე მეტი ვენჩურული კაპიტალი მიიღეს. უკვე XXI ს. პირველ წლებში ევროკავშირში დაახლოებით 1000 სპეციალიზებული ვენჩურული ფონდი მოქმედებდა, რომლებიც 10000-ზე მეტ კომპანიაში ახდენენ ინვესტირებას. ვენჩურული ფონდების მიერ ინვესტიციების აკუმულირებათა მოცულობები მე-3 სურათზეა წარმოდგენილი [6, გვ. 47].

1990-იან წლებში ევროპაში ვენჩურული დაფინანსების განვითარებას ახასიათებდა ახალი ვენჩურული რეგიონების წარმოქმნა და განმტკიცება. კერძოდ, ფინეთში პრაქტიკულად ნულიდან შეიქმნა ათობით ამგვარი კომპანია და დამუშავდა მთელი რიგი ახალი სატელეკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, რამაც სახელმწიფოსა და საზოგადოების მხრიდან დიდმა მხარდაჭერამ შეუწყო ხელი. მეორე ასეთი რეგიონია საფრანგეთის სამხრეთში მდებარე ქ. ნიცას რაიონი. თავისებური „ზონებია“ შექმნილი გფრ-ში, იტალიაში, ნიდერლანდებში და ესპანეთში. ახალი

ტექნოლოგიების ცენტრები ვითარდება სლოვენიაში, ჩეხეთში, უნგრეთსა და პოლონეთში. ერთგვარი ბუმის წლებში აქ ჩამოყალიბდა თვალსაჩინო ინტერნეტინდუსტრია, რომელიც ვენჩურული ბაზრების ზრდა-განვითარებას ეყრდნობა.



### გამოყენებული ლიტერატურა

1. История развития и особенности венчурного инвестирования в странах мира. [www. globfin.ru/articles/venture/ventin.htm](http://www.globfin.ru/articles/venture/ventin.htm)
2. Финансирование инновационного развития. Обзор ЕЭК и ООН, Нью-Йорк и Женева, 2007
3. Аналитика РВК. Обзор первых двух кварталов 2012г. URL: [http://www.rusventure.ru/ru/pogrm/analytics/docs MoneyTree\\_9months2012\\_rus\\_web.pdf](http://www.rusventure.ru/ru/pogrm/analytics/docs/MoneyTree_9months2012_rus_web.pdf)
4. О.Ф. Малашенкова Венчурное инвестирование в мире. [elib.bsu/bitsream/123456789/5195/1/malashenkoba\\_2009\\_6\\_IER\\_issues.pdf](http://elib.bsu/bitsream/123456789/5195/1/malashenkoba_2009_6_IER_issues.pdf)
5. Дворжак И. Венчурный капитал в ЦВЕ. [www.bre.ru/risk-/9095.html](http://www.bre.ru/risk-/9095.html)
6. О.Ф. Малашенкова Венчурное финансирование инвестиционного развития мировой экономики. Банкаускі вестнік. Верасен, 2012.

*ირინე მამალაძე*  
*საქართველოს ტექნიკური*  
*უნივერსიტეტის*  
*ასოცირებული პროფესორი,*  
*ალექსანდრე ხვედელიანი*  
*კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის*  
*დოქტორანტი*

### **სარისკო კაპიტალის განვითარების ეტაპები** **ანოტაცია**

სარისკო კაპიტალის დანიშნულებაა ისეთი კომპანიის ამოქმედება და ზრდა-განვითარება, რომელიც ორიგინალურობისა და უნიკალურობის მატარებელია. სარისკო კაპიტალი აქტუალურია იქ, სადაც ერთგვარი ექსპერიმენტი და რისკია.

სარისკო კაპიტალი მჭიდრო კავშირშია ტექნოლოგიურად ნოვატორულ, ინოვაციურ საწარმოებთან. მათი უმრავლესობა იწყება ისეთი მცირე და კერძო საწარმოების სახით, რომლებმაც მიმზიდველ იდეებს უნდა შეასხან ხორცი.

როდესაც სარისკო (ვენჩურულ) საქმიანობაზე საუბრობენ, გულისხმობენ ვენჩურულ ინვესტორებს, ვენჩურულ ფონდებს, ვენჩურულ მმართველ კომპანიებსა და ვენჩურულ საწარმოებს.

*Мамаладзе Ирине*  
*Технический университет Грузии, Ассоциированный Профессор,*  
*Хведелиани Александр*  
*Докторант Кавказского международного университета*

### **ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ РИСКОВОГО КАПИТАЛА**

#### **Аннотация**

Целью рискового капитала является задействование и развитие такой компании которая выделяется оригинальностью и уникальностью. Рисковой капитал актуален там, где существует своего рода эксперимент и риск.

Рисковый капитал тесно связан с технологически инновационными предприятиями. Большинство из них начмало с малых и частных предприятий которые призваны воплотить привлекательные идеи.

Говоря о рысковой (венчурной) деятельности, подразумевают венчурных инвесторов, венчурные фонды, венчурные компании и венчурные предприятия.

*Irine Mamaladze*

*Georgian Technical University, Associate Professor,*

*Aleksandre Khvedeliani*

*Doctorant*

## **THE STAGES OF RISK CAPITAL DEVELOPMENT**

### **Annotation**

Risk capital is intended to set up and develop such companies which are characterised by originality and uniqueness. Risk capital is actual where some kind of experiment and risk exist.

Risk capital is in close connection with technologically innovative enterprises most of them begin with small and private enterprises which must realize attractive ideas. When speaking about risk (venture) activity it means venture investors, venture funds, venture managing companies and venture enterprises.

*ნინო ქავთარაძე*  
*ბიზნესის ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორი*

**პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში**

ინვესტიცია წარმოადგენს ფულად საშუალებებს, ფასიან ქაღალდებს, მიზნობრივ საბანკო შენატანებს, კრედიტებს, ტექნოლოგიებს, მანქანებს, ლიცენზიებს, სხვა ქონებრივ უფლებებს და ინტელექტუალურ ფასეულობებს, რომლებსაც აბანდებენ მეწარმეები ბიზნესში სოციალურ-ეკონომიკური სარგებლის მიღების მიზნით [1, გვ. 392].

როგორც ცნობილია, ნებისმიერი ქვეყნისთვის, და განსაკუთრებით საქართველოსთვის, პირდაპირი ინვესტიციები გამორჩეულ ადგილს იკავებს, რადგან „არის დაბანდება წარმოებაში ანდა აქტივში, რომელიც საშუალებას აძლევს ინვესტორს, გააკონტროლოს საწარმოს საქმიანობა და უზრუნველყოფენ კომპანიის აქციების 50 პროცენტზე მეტის ფლობას. უცხოური ინვესტიციების საერთაშორისოდ მიღებული კლასიფიკაციით, პირდაპირ ინვესტიციებს განეკუთვნება ინვესტიციები, რომლის შედეგადაც ინვესტორი დებულობს საწარმოს საწესდებო კაპიტალის არანაკლებ 10 პროცენტთან წილს. ამ შემთხვევაში ინვესტორს ეძლევა შესაძლებლობა, მიიღოს უშუალო მონაწილეობა საწარმოს მართვაში“ [1, გვ. 393].

ქვეყანაში მოზიდული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მის პოლიტიკურ და ეკონომიკურ მდგრადობაზე მიუთითებს და ამით ეკონომიკის შემდგომ განვითარებას უზრუნველყოფს, ნათლად გვიჩვენებს მოზიდული სახსრების ოდენობას და იმ ეფექტს, რომელიც სხვადასხვა სექტორში მათი გადანაწილებით იქნა მიღებული.

ღონისძიებებმა, რომლებიც საქართველოში ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულებით მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად გატარდა, შექმნა ინვესტორთა დაინტერესების რეალური საფუძველი.

მიღწევები, რომლებიც დღესდღეობით ამის თქმის საფუძველს გვაძლევს, შემდეგია:

– საგადასახადო რეჟიმის ლიბერალიზაცია და საგადასახადო ტვირთის შემცირება;

– ბიზნესის წამოწყებასა და მის შემდგომ განვითარებასთან დაკავშირებული საკითხების გამარტივება, რაშიც ასევე უდავოდ მოიაზრება ბიუროკრატიზმის მკვეთრი შემცირება;

– საკანონმდებლო ბაზის დახვეწა და მისი მისადაგება ევროპის სტანდარტებთან;

– ეკონომიკის სტაბილიზაცია და მისი უწყვეტი განვითარება;

– კორუფციის აღმოფხვრა;

- ფინანსური სტაბილურობა;
- მიმზიდველი გეოგრაფიული მდებარეობა;
- პოლიტიკური სტაბილურობა;
- სასამართლოს დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფა.

ზემოაღნიშნული დადებითი ტენდენციების შედეგია 2014 წელს საქართველოში განხორციელებული ინვესტიციების მანევრებელი, რომელმაც ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მონაცემებით 1,272 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა და მკვეთრად გადააჭარბა 2013 და 2012 წლის მანევრებელს, შესაბამისად 35.1 და 39.6 %-ით.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დარგობრივ ჭრილში შემდეგი სახით წარმოგვიდგება:

- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობად 343 მლნ დოლარი;
- მშენებლობად 295 მლნ დოლარი;
- დამამუშავებელი მრეწველობად 174 მლნ დოლარი;
- ენერჯეტიკად 99 მლნ დოლარი;
- უძრავი ქონებად 87 მლნ დოლარი.

და ა.შ.

საქართველოში განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობის სიდიდის მხრივ პირველ სამეულში წარმოდგენილია შემდეგი ქვეყნები:

1. ნიდერლანდები 331,2 მლნ დოლარი;
2. აზრბაიჯანი 302,1 მლნ დოლარი;
3. ჩინეთი 194,9 მლნ დოლარი [2].

„პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ზრდა არის შედეგი იმ ეკონომიკური პოლიტიკის, რომელსაც საქართველოს მთავრობა ახორციელებს, მოხსნილია წნეხი ბიზნესზე და საქართველოში არის შექმნილი ყველა პირობა იმისთვის, რომ განხორციელდეს ინვესტიციები და ინვესტორებმა მიიღონ შესაბამისი მოგება თავიანთ განხორციელებულ სამეწარმეო საქმიანობაზე, რის შედეგადაც, რა თქმა უნდა, საქართველო მიიღებს პირდაპირ სარგებელს“ [3].

სახელმწიფო საინვესტიციო პროგრამები უნდა ეფუძნებოდეს წინასწარ წარმოებულ და მრავალჯერ გაანალიზებულ გათვლებს, რათა სწორად მოხდეს მიზნების, ხარჯების დაფინანსების წყაროების, ფორმების და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, საბოლოო შედეგის სწორი განსაზღვრა. ამ კუთხით აუცილებელია სახელმწიფოს მიერ ზუსტად განისაზღვროს პრიორიტეტული მიმართულებები, რომელთა შერჩევაშიც უპირატესად უნდა იქნეს გამოკვეთილი ჩვენი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ბაზარზე, გარკვეულწილად, საქართველოში უპირატესობები შენარჩუნებულია შემდეგ მიმართულებებში: ტურიზმი, კვების მრეწველობა, ენერჯეტიკა, წარმოების სფერო, ინფრასტრუქტურა, ტრანსპორტი და

კავშირგაბმულობა, უძრავი ქონება, სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკა-ტექნოლოგიები და ა.შ.

ინვესტიციებზე, განსაკუთრებით კი უცხოურ ინვესტიციებზე საუბრისას ყურადღება უნდა გამახვილდეს უპირატესად მრეწველობის დარგების გრძელვადიან ინვესტირებაზე. უცხოური ინვესტიციების საშუალებით მიღებული მთელი სიკეთე საქართველოში წარმოების ზრდის სამსახურში უნდა იქნეს ჩაყენებული [4, გვ. 161]. აქვე აღსანიშნავია საქართველოში ცენტრსა და რეგიონებს შორის განვითარების დონეთა მკვეთრი დიფერენცია, რაც უდავოდ მიუთითებს საინვესტიციო პოლიტიკაში დღესდღეობით არსებულ ხარვეზებზე.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. მესხია ი. საერთაშორისო ფინანსები, თბ., 2012.
2. საქართველოს ეკონომიკსა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
3. ქავთარაძე ი.დ <http://www.economy.ge/ge/media/news/საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2014 წელს 39 პროცენტით გაიზარდა>.
4. ქავთარაძე ნ. საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის შემოსავლების ზრდის ძირითადი მიმართულებები, დისერტაცია, თბ., 2008.

*ნინო ქავთარაძე*

*ბიზნესის ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორი  
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში  
ანოტაცია*

სტატიაში განხილულია ინვესტიციის არსი, განსაკუთრებული ყურადღებაა გამახვილებული უცხოურ ინვესტიციებზე, საქართველოსთვის მათი განსაკუთრებული მნიშვნელობიდან გამომდინარე. აღნიშნულია ის ძირითადი მიღწევები, რომლებმაც ამ მიმართულებით ჩვენს ქვეყანას დადებითი შედეგი მოუტანა, ამ ყველაფრის დასტურად მოყვანილია ოფიციალური ციფრობრივი მონაცემები 2012-2014 წლებში საქართველოში განხორციელებულ უცხოურ ინვესტიციებთან დაკავშირებით, ასევე, 2014 წელს მათი გადანაწილება დარგობრივ ჭრილში და ინვესტიციების განმახორციელებელი ქვეყნების უმსხვილესი სამეული. წარმოდგენილია გარკვეული რეკომენდაციები ამ კუთხით მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით.

*კავთარაძე ნინო*

*Академический доктор бизнес администрирования*

**ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ГРУЗИИ**

**Аннотация**

В статье рассмотрена суть инвестиции, особое внимание обращена на иностранные инвестиции, так как для Грузии они имеют особое значение. Отмечены те основные достижения, которые принесли позитивный результат к подтверждению этому приведены официальные цифровые данные 2012-2014 годов, в связи с осуществлением иностранных инвестиции в Грузии. Также в 2014 году их перераспределение в отраслевом плане и также тройка стран осуществляющих крупные инвестиции. Представлены определённые рекомендации улучшающие положение в этом плане.

*Nino Kavtaradze*

*Ph.D Degree in Business Administration*

**FOREIGN DIRECT INVESTMENTS IN GEORGIA**

**Annotation**

In the article is considered the essence of the investment, special attention is turned on foreign investments as for Georgia they have the special value. The main achievements, that brought positive results are marked out and confirmed with official figures of 2012-2014 of realized foreign investments in Georgia. Also in 2014 their redistribution in the industry plan and also the three of the countries which are carrying out large investments. The certain recommendations improving situation in this plan are submitted.



**შეჯამება**

*Чахвашвили Дали*

*Государственный университет Акакия Церетели*

*Какауридзе Натела*

*член Академии наук туризма Грузии*

**ВЛИЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГРУЗИИ НА  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС ИНФРАСТРУКТУРЫ**

Индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей сферы услуг. Ее значение постоянно возрастает, а следовательно возрастает и влияние на мировую экономику, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта. Развитие туризма приводит к развитию экономической инфраструктуры страны и мирных процессов в сосуществовании различных культурных сообществ. В последние годы туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Он использует примерно 7% мирового капитала. Международный туризм является, активным источником поступлений иностранной валюты и оказывает воздействие на платежный баланс страны. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 30%.

Рост туризма создает в странах независимо от уровня их развития много рабочих мест. Поэтому такое воздействие туризма на занятость может стать определяющим для многих небольших стран, которые существенно зависят от данного сектора экономики. В этих странах более 50% трудоспособного населения вовлечено в деятельность, которая прямо или косвенно связана с туризмом в определенное время года.

Развитию туристического бизнеса в Грузии способствует уникальное геополитическое и геоэкономическое звеном между Западом и Востоком, имеет выход к Черному морю.

На территории 69,7 тыс.кв.км сосредоточены более двенадцати тысяч памятников истории и культуры, из которых 5 тысяч находятся под охраной государства. С 1994 года четыре из них вошли в список памятников мирового значения Юнеско. Это – древнейший город Грузии – Мцхета, Гелатский монастырский комплекс (XI в.), храм Баграта в Кутаиси (XI в.) и архитектурный ансамбль в Ушгули. Отдельную группу достопримечательностей составляют высеченный в скале пещерный город Вардзия и Греми (XVIв.)

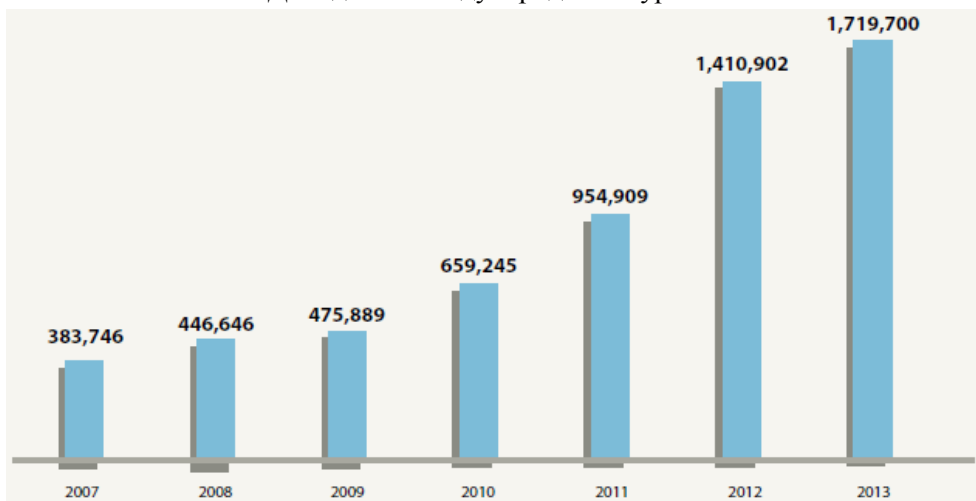
Значительны курортные ресурсы Грузии: 102 курорта и 182 курортных мест с перспективой дальнейшего развития, большое количество минеральных лечебных вод.

Многочисленны природные достопримечательности – заповедники и национальные парки, в которых густые лиственные и хвойные леса сменяются альпийскими лугами; пещеры, водопады.

Процес формирования туристической инфраструктуры предполагает развитие материальной базы в рамках реконструкций и завершения строительства туристических объектов. расположенных в районах с наиболее высоким туристическим потенциалом. В последние годы ведется активное строительство новых объектов для размещения туристов, а также модернизация существующей материальной базы. В 2012 году была проведена реставрация и реконструкция древнейшего архитектурного памятника «Рабата» в Ахалцихе, который уже посетили несколько тысяч туристов со всего мира. Недавно возле курорта Цхалтубо была открыта и благоустроена на современном мировом уровне пещера «Прометей», которая расположена на несколько километров и ее осмотр возможен как пещим ходом, так и на лодках. Эта пищера вызывает большое изумление и удовольствие увиденным.

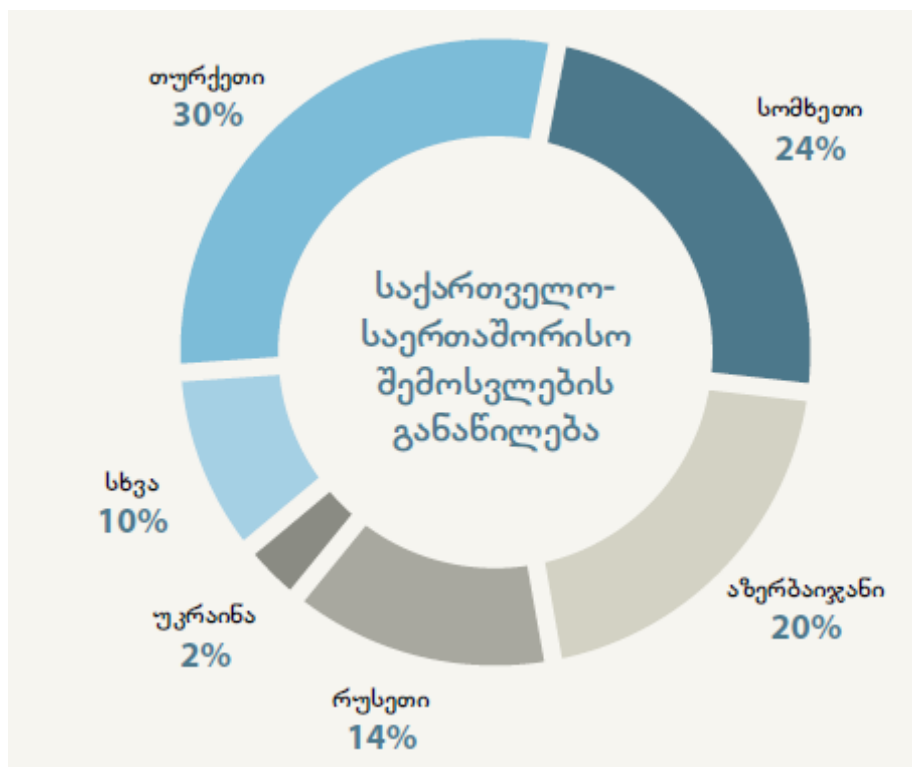
Исходя из этого можно сказать, что туризм это невидимый экспорт, который имеет большое влияние на платежный баланс Грузии. Около 58% экспорта сервиса страны приходится на туризм. По данным мирового международного туристического совета (WTTC) в 2013 году прямая контрибуция этой отрасли в ОВП составила 2,2 трил. дол., что способствовало созданию 101млн рабочих мест. В 2013 году доход от иностранного туризма составил 1,72 млрд долл. (прирост 22%) \ В четвертом квартале того же года количество занятых составило 168,8 тыс. человек, а общая дабавочная стоимость достигла 1,5 млрд лар.

Доходы от международного туризма



*Источник: Национальный банк Грузии.*

Распределение международных въездов Грузии по странам



Источник: МВД Грузии.

Согласно статистики последних лет среди международных путешествии самым популярным является летний сезон с 1880515 визитом (июнь 490796, июль 613604, август 776 115)/ что составит 35% общего дохода.

Все это способствует совершенствованию бизнес инфраструктуры страны. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговля, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д. Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристические услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат. Туризм в новом тысячелетии станет важным фактором развития человечества в целом и мировой экономики частности.

**Использованная литература**

1. Бирржаков М.Б., Введение в туризм. Санкт-петербург, 2007
2. World Tourism Organization and European Travel Commission, “Handbook on Tourism Market Segmentation\_Maximising Marketing Effectiveness”, Madrid, 2007
3. <http://www.tourism.gov.ge>

4. <http://www.answers.com/topic/travel>
5. <http://www.answers.com/topic/the-grand-tour-george-jones-album>
6. <http://www.cnn.com/TRAVEL/DESTINATIONS/9703/san.fran/offbeat/index.html>
7. Статистическое обозрение туризма Грузии  
<http://www.economy.ge/ge/publications/our/1299>

*დადი ჩახვაშვილი*  
*აკაკი წერეთლის უნივერსიტეტი*  
*ნათელა კაკაურიძე*  
*საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი*

### **საქართველოს ტურისტული პოტენციალის ზეგავლენა ბიზნეს- ინფრასტრუქტურის სრულყოფაზე**

#### **ანოტაცია**

სტატიაში ნაჩვენებია ტურიზმის ინდუსტრიის ზეგავლენა მსოფლიო ეკონომიკაზე. ტურიზმის განვითარება იწვევს ქვეყნის ეკონომიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას. უკანასკნელ წლებში ტურიზმი გახდა ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე მომგებიანი სფერო მსოფლიოში. ტურისტული ბიზნესი სტიმულირებს მეურნეობის სხვა დარგების განვითარებას: მშენებლობას, ვაჭრობას, სოფლის მეურნეობას, ეროვნული მონუმენტების საქონლის წარმოებას, კავშირგაბმულობას და სხვა. აღნიშნული ბიზნესი იზიდავს მეწარმეებს მრავალი მიზეზით: მცირე სასტარტო ინვესტიციებით, ტურისტულ მომსახურებაზე გაზრდილი მოთხოვნით, რენტაბელობის მარალი დონით და ხარჯების ამოღების მინიმალური ვადით.

ნაშრომში აღნიშნულია, რომ საქართველოში ტურისტული ბიზნესის განვითარებას ხელს უწყობს უნიკალური გეოპოლიტიკური და გეოეკონომიკური მდგომარეობა. საქართველო წარმოადგენს შემაკავშირებელ რგოლს დასავლეთსა და აღმოსავლეთს შორის, აქვს გასავლელი შავ ზღვაზე. საქართველო, უძველესი დროიდან ცნობილი, როგორც კოლხეთი და იბერია, "ოქროს საწმისის" ქვეყანა, ყოველთვის იწვევდა ყურადღებას თავისი თვითმყოფადი კულტურით. ნაშრომში წარმოდგენილია ქვეყნის ღირშესანიშნაობები, ისტორიისა და კულტურის ძეგლები, საკურორტო რესურსები.

ტურისტული ინფრასტრუქტურის ფორმირების პროცესი გულისხმობს იმ ტურისტული ობიექტების მატერიალური ბაზის განვითარებას, მშენებლობას, რეკონსტრუქციასა და დასრულებას, რომლებიც

განლაგებული არიან შედარებით მაღალი ტურისტული პოტენციალის რაიონებში. მიმდინარეობს ახალი ობიექტების აქტიური მშენებლობა ტურისტების განთავსებისათვის, აგრეთვე არსებული მატერიალური ბაზის მოდერნიზაცია. ყოველივე ეს ხელს უწყობს ინვესტიციების ზრდას ტურიზმის ინდუსტრიაში და ქვეყნის ბიზნეს-ინფრასტრუქტურის სრულყოფას.

**Чахвашвили Дали**

*Государственный университет Акакия Церетели,*

**Какауридзе Натела**

*член Академии наук туризма Грузии*

## **ВЛИЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГРУЗИИ НА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС -ИНФРАСТРУКТУРЫ**

### **Аннотация**

В труде показано влияние индустрии туризма на мировую экономику. Развитие туризма приводит к развитию экономической инфраструктуры страны. В последние годы туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д. Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристические услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.

В работе отмечено, что развитию туристического бизнеса в Грузии способствует уникальное геополитическое и геоэкономическое положение. Грузия является связующим звеном между Западом и Востоком, имеет выход к Черному морю. Грузия, с древности известная как Колхида и Иберия, земля «Золотого руна», всегда привлекала к себе внимание величавой историей и самобытной культурой. В работе представлены достопримечательности страны, памятники истории и культуры, курортные ресурсы.

Процес формирования туристической инфраструктуры предполагает развитие материальной базы в рамках реконструкции и завершения строительства туристических объектов, расположенных в районах с наиболее высоким туристическим потенциалом. Ведется активное строительство новых объектов для размещения туристов, а также модернизация существующей материальной базы. Все это способствует росту инвестиций в индустрию туризма и совершенствованию бизнес-инфраструктуры страны.

*Dali Chakhvashvili*  
*AkakiTsereteli State University,*  
*Natela Kakauridze*  
*Tourism scientific Academy of Georgia*

**THE INFLUENCE OF THE TOURIST POTENTIAL OF GEORGIA TO  
IMPROVE THE BUSINESS INFRASTRUCTURE**

**Annotation**

The work shows the influence of the tourism industry on the global economy. The development of tourism leads to the development of the economic infrastructure of the country. In recent years, tourism has become one of the most lucrative businesses in the world. Travel industry encourages the development of other economic sectors: construction, trade, agriculture, consumer goods, telecommunications, etc. This business attracts entrepreneurs for many reasons: the small initial investment, the growing demand for tourist services, a high level of profitability and minimum cost recovery.

The paper noted that the development of tourism in Georgia contributes to the unique geopolitical and geo-economic position. Georgia is a bridge between East and West, has an outlet to the Black Sea. Georgia, from the ancient times known as Colchis and Iberia, the land of the "Golden Fleece", has always attracted the attention of the majestic history and unique culture. In processing are attractions of the country, the monuments of history and culture, resort resources.

The process involves the formation of the tourism infrastructure of the facilities in the reconstruction and completion of construction of tourist facilities located in areas with the highest tourism potential. Active construction of new facilities for tourists, as well as the modernization of existing facilities. All of this contributes to the growth of investment in the tourism industry and the improvement of business infrastructure.

**აუდიტი**

**დეზდემონა მაღლაკელიძე**

*ეკონომიკის დოქტორი აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და ქუთაისის უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი,*

**ნათელა ვაშაკიძე**

*ეკონომიკის დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი*

**აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბება საქართველოში**

აუდიტის ფორმირება XIX საუკუნის შუა წლებში დაიწყო ინგლისში საბაზრო ურთიერთობების განვითარების პერიოდში. კაპიტალიზმის ჩამოყალიბებასთან ერთად, მასობრივად კოტრდებოდა კომპანიები, რომლის ძირითადი მიზეზი იყო კომპანიათა მმართველთა არაკეთილსინდისიერება და არაგონივრული ქმედებები. გაკოტრებულ აქციონერებს გაუჩნდათ დაცვის მოთხოვნილება, ხოლო პოტენციურ ინვესტორებს და არსებულ აქციონერებს - მათ კომპანიებში საქმეების მდგომარეობის შესახებ უტყუარი ინფორმაციის მიღების სურვილი.

შოტლანდიის გამოჩენილმა ბუღალტერთა ჯგუფმა XIX საუკუნის შუა წლებში შექმნა პროფესიული გაერთიანება, რომლის მიზანი იყო კომპანიების მიერ წარდგენილი საბუღალტრო ანგარიშების შემოწმება. აუდიტის ამოცანა კომპანიების საფინანსო-სამეურნეო საქმიანობის დეტალურ შემოწმებაში მდგომარეობდა. თავისი განვითარების პერიოდში აუდიტმა, როგორც ეკონომიკის ინფრასტრუქტურის ელემენტმა, განვითარების რამდენიმე ხარისხობრივი ეტაპი განვლო ისევე, როგორც მმართველობითი საქმიანობის ნებისმიერმა სახემ. ამიტომ ყოველი განვლილი ეტაპი შეესაბამებოდა ეკონომიკურ ურთიერთობათა განვითარების გარკვეულ დონეს.

საქართველოში აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბება საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრების კვალდაკვალ მოხდა. კერძო მეწარმეობის განვითარებამ, სხვადასხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოთა ჩამოყალიბებამ, დღის წესრიგში დააყენა კონტროლის სრულიად ახალი, არასახელმწიფო ფორმის დამკვიდრების აუცილებლობა აუდიტის სახით.

საქართველოში აუდიტორული ფორმების ჩამოყალიბება ჯერ კიდევ ოთხმოცდაათიანი წლების პირველ ნახევარში დაიწყო სპონტანურად. მათში გაერთიანდნენ მაღალი კვალიფიკაციის ბუღალტრები, რევიზორები, ეკონომისტები და იურისტები. თუმცა, მათ არ გააჩნდათ აუდიტორული საქმიანობის გამოცდილება და არ ფლობდნენ აუდიტის ჩატარების

თანამედროვე მეთოდოლოგიას. არ არსებობდა კანონი აუდიტორული საქმიანობის შესახებ, არ არსებობდა აუდიტორთა სერტიფიცირებისა და ლიცენზირების ჩამოყალიბებული სისტემა, მოქმედი აუდიტორები არ ფლობდნენ აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნებს.

შექმნილი სიტუაციის დარეგულირების მიზნით 1995 წლის 7 თებერვალს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო კანონი „აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“, რომლის საფუძველზეც 1996 წელს საქართველოს პარლამენტთან შეიქმნა აუდიტორული საქმიანობის საბჭო, როგორც სახელმწიფოს მარეგულირებელი ფუნქციის განმახორციელებელი ორგანო აუდიტის სფეროში.

„აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განისაზღვრა აუდიტის/აუდიტორული საქმიანობის არსი და ადგილი ფინანსური კონტროლის სისტემაში, დადგინდა აუდიტორებისა და აუდიტორული ფირმების ლიცენზირებისა და სერტიფიცირების წესები, ასევე ჩამოყალიბდა აუდიტორული დასკვნის არსი და მნიშვნელობა.

აღნიშნული კანონით განისაზღვრა აუდიტის სფეროს სახელმწიფო რეგულირების სისტემის პრინციპები და დადგინდა საქართველოს პარლამენტთან არსებული აუდიტორული საქმიანობის საბჭოს (რომელიც ამჟამად კანონის საფუძველზე შეიქმნა), როგორც სახელმწიფო მარეგულირებელი ორგანოს ძირითადი ფუნქციები. ამასთან, იქვე აღინიშნა, რომ დასაშვებია აუდიტორული საქმიანობის საბჭოს კომპეტენციას მიკუთვნებული ზოგიერთი საკითხის დელეგირება აუდიტორთა პროფესიული ორგანიზაციებისათვის. რაც სრულად შეესაბამება თანამედროვე განვითარებული ქვეყნების აუდიტის პრაქტიკას.

აღნიშნული კანონით, აუდიტის ჩატარება სავალდებულო გახდა:

ა) იმ სამეურნეო სუბიექტისათვის, რომელთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად ითვალისწინებს მესაკუთრეთა შეზღუდულ ქონებრივ პასუხისმგებლობას;

ბ) ბანკების, სადაზღვევო კომპანიების, არასაბიუჯეტო ფონდების, საფონდო და სასაქონლო ბირჟებისათვის;

გ) ფასიანი ქაღალდების ემიტენტებისა და საინვესტიციო ინსტიტუტებისათვის;

დ) სხვა სუბიექტებისათვის, რომელთა სიას ყოველწლიურად ამტკიცებს საქართველოს რესპუბლიკის ფინანსთა სამინისტრო“.

ეს იმას ნიშნავდა, რომ აუდიტის ჩატარების ვალდებულება დაეკისრა ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური სუბიექტების უდიდეს ნაწილს, რამაც, საბოლოო ჯამში, არ გაამართლა და ხელი შეუწყო ქვეყანაში აუდიტის მანკიერი პრაქტიკის დამკვიდრებას, რომლის დროსაც სამეურნეო სუბიექტების ერთი ნაწილის ინტერესებში შედიოდა არა აუდიტორული



შემოწმების რეალურად ჩატარება, არამედ მხოლოდ აუდიტორული დასკვნის მიღება. ამით დიდი ზიანი მიაღება აუდიტორული საქმიანობის რეპუტაციას და მისდამი ნდობას. 2005 წლის ივნისში საქართველოს პარლამენტმა ცვლილება შეიტანა საქართველოს კანონში „აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“, რითაც გაუქმდა სავალდებულო აუდიტის ვალდებულება „ა“ პუნქტში შემავალი სამეურნეო სუბიექტებისათვის, რამაც დადებითი გავლენა იქონია ქვეყანაში აუდიტორული საქმიანობის შემდგომ განვითარებაზე.

კანონით განისაზღვრა აუდიტორული საქმიანობის წარმართვის წესები და პირობები, ასევე აუდიტორისა და დამკვეთის უფლებები და მოვალეობები, საფუძველი ჩაეყარა აუდიტორთა დამოუკიდებლობის ცნებას და ასევე დადგინდა აუდიტორისათვის/აუდიტური ფირმისათვის ლიცენზიის ჩამორთმევის პირობები, კერძოდ:

„აუდიტორული საქმიანობის საბჭოს გადაწყვეტილებით აუდიტორს (აუდიტურ ფირმას) შეიძლება ჩამოერთვას აუდიტორული საქმიანობის ლიცენზია შემდეგ შემთხვევებში:

ა) აუდიტის დაბალ დონეზე ჩატარების რამდენიმე ფაქტის დადგენისას;

ბ) აუდიტის ჩატარებისას საქართველოს რესპუბლიკის მოქმედი კანონმდებლობის განზრახ დარღვევის დროს;

გ) თუ ლიცენზიის გაცემის შემდეგ გამოვლინდა მის მისაღებად აუდიტორის (აუდიტური ფირმის) მიერ უსწორო მონაცემების წარდგენის ფაქტი;

დ) თუ აუდიტორი (აუდიტური ფირმა) ლიცენზიით გაუთვალისწინებელ აუდიტორულ საქმიანობას ეწევა”.

აღნიშნული მუხლი წარმოადგენდა ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტურ ბერკეტს აუდიტორული საქმიანობის საბჭოსათვის, ზემოქმედება მოეხდინა აუდიტორული მომსახურების ხარისხზე, იძულებული გაეხადა აუდიტორები/აუდიტური ფირმები კვალიფიციური მომსახურება გაეწიათ დამკვეთისათვის. თუმცა მოგვიანებით, 2005 წელს, აუდიტორებისა და აუდიტური ფირმებისათვის ლიცენზირების მოთხოვნა გაუქმდა ქვეყანაში ეკონომიკური სისტემის ლიბერალიზაციის მოტივით, რაც ზოგადად მისასაღებელია, თუმცა ამ კონკრეტულ შემთხვევაში საბჭომ, როგორც მარეგულირებელმა ორგანომ, დაკარგა რეგულირების ერთ-ერთი ყველაზე უფრო ქმედითი მექანიზმი იმ მცირერიცხოვან მექანიზმთა შორის, რაც კი მას გააჩნდა. შედეგად, სფერო პრაქტიკულად რეგულირების და ზედამხედველობის გარეშე დარჩა და, საბოლოო ჯამში, აუცილებელი გახადა ახალი საკანონმდებლო ბაზის შემუშავება, რომელიც უფრო ეფექტურ

მექანიზმებს დაადგენდა აუდიტორული მომსახურების ხარისხის უზრუნველსაყოფად.

„აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიღებისა და აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბების შემდეგაც ნათელი იყო, რომ ჯერ კიდევ ძალიან ბევრი იყო გასაკეთებელი ამ სფეროში აუდიტორული საქმიანობის განვითარებისა და აუდიტის პროფესიის ჩამოყალიბებისათვის. საჭირო იყო თანმხლები საკანონმდებლო და ნორმატიული ბაზის შექმნა, აუდიტორთა ეთიკის კოდექსის შემუშავება და დამკვიდრება, აუდიტის ჩატარების მეთოდურ-მეთოდოლოგიური რეკომენდაციების ჩამოყალიბება, აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტების ქართულ ენაზე თარგმნა და გამოცემა, აუდიტორთა/აუდიტურ ფირმათა ლიცენზირებისა და სერტიფიცირების წესების დამუშავება-დანერგვა. ყველა ამ ფუნქციის შესრულება თუ შესრულების ორგანიზაცია კანონის შესაბამისად თავის თავზე აიღო აუდიტორული საქმიანობის საბჭომ პროფესიულ ორგანიზაციებთან ერთად.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოს კანონმა „აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“ და საქართველოს პარლამენტთან არსებულმა აუდიტორული საქმიანობის საბჭომ დიდი როლი შეასრულა ქვეყანაში აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბებაში, მის სწორ კალაპოტში მოქცევასა და მიზანმიმართული განვითარების საფუძვლების შექმნაში. საქართველოში აუდიტურმა ორგანიზაციებმა დღეს უკვე მნიშვნელოვნად გაიმყარეს თავისი პოზიციები ბაზარზე. თუმცა, ეროვნული აუდიტის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად ჯერ კიდევ ბევრი ამოცანაა გადასატარებელი. ერთ-ერთი მათგანია აუდიტური საქმიანობის სტანდარტიზაცია. ამ ამოცანის გადაჭრისას მნიშვნელოვანია აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტებით (ISA – ასს) მაღალკვალიფიციური აუდიტორების მომზადება. პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ დადგა დრო, საერთაშორისო მოთხოვნებთან შესაბამისობაში იქნეს მოყვანილი არა მარტო ადრე მიღებული აუდიტური საქმიანობის სტანდარტები, არამედ ცნებების გლოსარი. ეს უკანასკნელი მიგვიყვანს აუდიტური პროფესიული ტერმინოლოგიის სრულყოფასთან, რაც გააუმჯობესებს ურთიერთგაგებას აუდიტორებსა და მათი მომსახურებით მოსარგებლე პირებს შორის.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. აუდიტისა და ხარისხის კონტროლის საერთაშორისო სტანდარტების სახელმძღვანელო, თბილისი, 2009.
2. საქართველოს კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ფინანსური ანგარიშგების აუდიტის შესახებ“.
3. სახოკია გ., ანანიძე ჯ., სახოკია გ., ბუღალტრული აღრიცხვა და

აუდიტი. თბ., 2010.

4. ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტები (ფასს) და ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტები (ბასს), ოფიციალური დოკუმენტები 2009 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით. თბ., 2009.
5. ცირამუა ე. „აუდიტი, მეთოდოლოგია, ტექნიკა“, თბილისი, 2009.

**დებდემონა მაღლაკელიძე**

*ეკონომიკის დოქტორი აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და ქუთაისის უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი,*

**ნათელა ვაშაკიძე**

*ეკონომიკის დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი*

**აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბება საქართველოში**

**ანოტაცია**

საქართველოში აუდიტორული საქმიანობის ჩამოყალიბება საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრების კვალდაკვალ მოხდა. აუდიტორული ფირმების ჩამოყალიბება ჯერ კიდევ ოთხმოცდაათიანი წლების პირველ ნახევარში დაიწყო სპონტანურად. მათში გაერთიანდნენ მაღალი კვალიფიკაციის ბუღალტრები, რევიზორები, ეკონომისტები და იურისტები. არ არსებობდა კანონი აუდიტორული საქმიანობის შესახებ, არ არსებობდა აუდიტორთა სერტიფიცირებისა და ლიცენზირების ჩამოყალიბებული სისტემა, მოქმედი აუდიტორები არ ფლობდნენ აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნებს. შექმნილი სიტუაციის დარეგულირების მიზნით 1995 წლის 7 თებერვალს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებული იქნა კანონი „აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“, რომლის საფუძველზეც 1996 წელს საქართველოს პარლამენტთან შეიქმნა აუდიტორული საქმიანობის საბჭო, როგორც სახელმწიფოს მარეგულირებელი ფუნქციის განმახორციელებელი ორგანო აუდიტის სფეროში. საქართველოში აუდიტურმა ორგანიზაციებმა დღეს უკვე მნიშვნელოვნად გაიმყარეს თავისი პოზიციები ბაზარზე. თუმცა, ეროვნული აუდიტის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად ჯერ კიდევ ბევრი ამოცანაა გადასატარებელი. ერთ-ერთი მათგანია აუდიტური საქმიანობის სტანდარტიზაცია. პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ დადგა დრო, გადაიხედოს და საერთაშორისო მოთხოვნებთან შესაბამისობაში იქნეს მოყვანილი არა მარტო ადრე მიღებული აუდიტური საქმიანობის სტანდარტები, არამედ ცნებების გლოსარი. ეს უკანასკნელი მიგვიყვანს აუდიტური პროფესიული ტერმინოლოგიის სრულყოფასტან,

რაც გააუმჯობესებს ურთიერთგაგებას აუდიტორებსა და მათი მომსახურებით მოსარგებლე პირებს შორის.

***Desdemona Maghlakelidze***

*Doctor of Economics and the University of Kutaisi Akaki Tsereteli State University*

***Natella Vashakidze***

*Doctor of Economics, Akaki Tsereteli State University*

## **GEORGIA TO ESTABLISH AUDIT**

### **Annotation**

Georgia in the wake of the establishment of the audit, the establishment of market relations. Establishment of audit firms in the first half of the nineties has started spontaneously. They incorporated a highly qualified accountants, auditors, economists and lawyers. No law of the audit, there was no established system for licensing and certification of auditors, the auditors did not have audit requirements of international standards. On February 7, 1995 in order to normalize the situation in the Georgian parliament adopted a law "On Audit Activities", which was set up in 1996 with the Auditors of the Parliament, as the regulatory body of the audit function in the field. Georgia has significantly strengthened its position in the market for audit organizations. However, there are still many tasks to be solved in order to increase the competitiveness of the national audit. One of the activities of standardization -audituri. Practice shows that the time has come to review the requirements of the international audit of the standards set forth by not only before, but also concepts Glossary.

***Маглакелидзе Дездемона***

*Доктор экономики, Государственный университет им. Акаки Церетели,*

***Вашикидзе Натела***

*Доктор экономики, Государственный университет им. Акаки Церетели*

## **ФОРМИРОВАНИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГРУЗИИ**

### **Аннотация**

Формирование аудиторской деятельности в Грузии совпало с переходом на рыночные отношения. Создание аудиторских фирм началось спонтанно с первой половины девяностых. В них объединились высококвалифицированные бухгалтеры, равизоры, экономисты и юристы. Тогда еще не существовало закона об аудиторской деятельности, не было слаженной системы сертификации и лицензирования аудиторов, действующие аудиторы не владели требованиями стандартов международного аудита. С целью регулирования созданной ситуации 7 февраля 1995 года Парламентом Грузии был принят закон „Об аудиторской

деятельности”,на основе которого в 1996 году при Парламенте Грузии был создан Совет по аудиторской деятельности, как орган, осуществляющий регулирующую функцию государства в сфере аудита. Сегодня в Грузии аудиторские организации значительно укрепили свои позиции на рынке. Хотя для повышения конкурентноспособности национального аудита все еще много нерешенных задач. Одно из них – стандартизация аудиторской деятельности. Практика показывает, что настало время пересмотреть и привести в соответствии с международными требованиями только ранее существующие международные аудиторские стандарты, но и глоссар понятия. Это приведет к усовершенствованию профессиональной аудиторской терминологии, что улучшит взаимопонимание между аудиторами и лицами, пользующимся их услугами.

**მაგისტრანტებისა და დოქტორანტების სამეცნიერო ნაშრომები**

*კატერინე შინიძე*

*ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო*

*უნივერსიტეტის დოქტორანტი*

**საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგია და მოსალოდნელი შედეგები**

საგადასახადო ადმინისტრირების სისტემაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ხელისუფლების მიერ შემუშავებულ ღონისძიებებს, რომლებიც მიმართულია როგორც საგადასახადო გარემოს გაუმჯობესების, ისე გადამხდელთა ქცევის შეცვლისაკენ საგადასახადო კულტურის ამადლების მიზნით. განვითარებული თუ განვითარებადი ქვეყნები წარმატებით იყენებენ საგადასახადო სამართალდარღვევებთან მიმართებაში სხვადასხვა პრევენციულ მიდგომებს, რაც დადებითად მოქმედებს საგადასახადო ადმინისტრირების სისტემის ფუნქციონირების ერთ-ერთ უმთავრეს მიზანზე – ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფაზე.

საქართველოს ხელისუფლებამ რამდენჯერმე გადადგა ურჩ გადამხდელთა ქცევის შეცვლისაკენ მიმართული ნაბიჯები ისეთი ღონისძიებების გატარებით, როგორცაა საგადასახადო ამნისტია, დავალიანების ჩამოწერა, საგადასახადო შეთანხმების ინსტიტუტის შემოღება, გადასახადების დეკლარირების შემთხვევაში სანქციისაგან გათავისუფლება და ა.შ. თუმცა, მოცემულ შემთხვევაში გვინდა ყურადღება შევაჩეროთ შემოსავლების სამსახურის მიერ 2015 – 2016 წლების საგადასახადო პერიოდისათვის შემუშავებულ სტრატეგიაზე.

ჩვენს ქვეყანაში შემოსავლების სამსახურის მიმართ გადამხდელთა ნდობის ამადლების, საბიუჯეტო შემოსავლების ზრდის და გასატარებელი საგადასახადო კონტროლის ღონისძიებების შემცირების მიზნით, შემოსავლების სამსახურის უფროსის 2015 წლის 11 თებერვლის №3520 ბრძანებით დამტკიცდა „საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგია“, რომლის ფარგლებშიც გამოიცა ელექტრონული სახელმძღვანელო. იგი გამოქვეყნებულია შემოსავლების სამსახურის ოფიციალურ ვებგვერდზე, ამასთან, ყველა გადამხდელს გაეგზავნა ელექტრონული დეკლარირების პირად გვერდზე.

აღნიშნული სახელმძღვანელო იწყება საგადასახადო სისტემაში განხორციელებული რეფორმების ჩამონათვალით. ყურადღება გავამახვილოთ რამდენიმე მათგანზე:

- განხორციელდა საგადასახადო სისტემის ცენტრალიზება – აღნიშნული რეფორმის ფარგლებში გაუქმდა შემოსავლების სამსახურის

რეგიონული ცენტრები, რომლებიც შედარებით ფართო უფლებებით იყვნენ აღჭურვილნი მიმდინარე კონტროლის ღონისძიებებისა და საგადასახადო აუდიტის ჩატარების კუთხით. აღნიშნული პროცედურების განმახორციელებელი პირები ცენტრალური ოფისიდან იღებდნენ დავალებებსა და მითითებებს. გადამხდელთა მომსახურების ცენტრის თანამშრომლები ფაქტობრივად წარმოადგენენ ოპერატორებს, რომლებიც მხოლოდ არეგისტრირებენ გადამხდელთა განაცხადებებს და პასუხს არ აგებენ შესაბამისი დოკუმენტების მომზადებაზე. ადგილობრივ დონეზე არ ხდება ანალიტიკური სამუშაოების განხორციელება საგადასახადო ადმინისტრირების გაუმჯობესების მიზნით. ელექტრონული მომსახურების გარკვეული სახეები დაექვემდებარა ავტომატურ რეჟიმში პასუხის მომზადებას კომპიუტერული პროგრამის მეშვეობით. მაგალითისთვის შეიძლება განვიხილოთ დავალიანების შესახებ ცნობის გაცემა. დღევანდელი წესის თანახმად მისი მომზადება ხდება გადამხდელის პირადი აღრიცხვის ბარათზე გაცემის თარიღისათვის არსებული მდგომარეობის მიხედვით და არ მოწმდება, გადამხდელს წარმოდგენილი აქვს თუ არა კანონმდებლობით გათვალისწინებული საგადასახადო დეკლარაციები და ანგარიშები. შესაბამისად, შესაძლოა, გადამხდელს გადახდილი აქვს გადასახადების გარკვეული ოდენობა, მაგრამ არ აქვს წარმოდგენილი შესაბამისი პერიოდის დეკლარაცია, რის გამოც ბარათზე ერიცხება ზედმეტად გადახდილი გადასახადის თანხები. ამ შემთხვევაში ცნობაში მითითებული ჩანაწერი „დავალიანება არ ერიცხება“ არ ასახავს რეალურ მდგომარეობას საგადასახადო ვალდებულებათა ჯეროვნად შესრულების კუთხით;

- შესაძლებელია პრობლემურ საკითხზე წინასწარი გადაწყვეტილების მიღება - აღნიშნული მომსახურება საკმაოდ ძვირადღირებულია და მისი სარგებლობის ფუფუნება მხოლოდ მაღალშემოსავლიან გადამხდელებს აქვთ. ამასთან, ფაქტობრივად გადამხდელი საფასურს იხდის საქმიანობის ნორმატიული რეგულირებისათვის, რაც, წესით, საერთო სახელმწიფოებრივი სიკეთის შემადგენელი ნაწილი უნდა იყოს, რასაც მოსახლეობა უსასყიდლოდ იღებს;

- გადამხდელებს მიეცათ საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების შესაძლებლობა - თუმცა არ არსებობს ერთიანი კრიტერიუმები და მისი განხორციელება ცალსახად სახელმწიფოზეა დამოკიდებული;

- ამუშავდა შემოსავლების სამსახურის სატელეფონო ცენტრი (ქოლცენტრი) - სადაც კომპეტენტური პასუხის მიღება ამა თუ იმ საგადასახადო საკითხებზე საკმაოდ რთულია, ვინაიდან ოპერატორები არ არიან აღჭურვილნი სათანადო უნარებითა და ცოდნით, რის გამოც, ხშირ შემთხვევაში, გაცემული პასუხებით შესაძლოა გადამხდელები შეცდომაში შეიყვანონ;

- გადამხდელებს შეუძლიათ აიყვანონ პირადი საგადასახადო აგენტი - აღნიშნული მომსახურებაც ფასიანია და ყველასთვის არ არის ხელმისაწვდომი;

- შეიქმნა საგადასახადო ომბუდსმენის ინსტიტუტი – რომელიც, საქართველოს საგადასახადო კოდექსში 2015 წლის 4 ივნისს შეტანილი ცვლილების თანახმად, გაუქმდა და მის ნაცვლად შეიქმნა საქართველოს ბიზნესომბუდსმენის ინსტიტუტი „საქართველოს ბიზნესომბუდსმენის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე. თუმცა, მხოლოდ სახელწოდების შეცვლას მნიშვნელობა არ აქვს და ყურადღება მისი საქმიანობის ეფექტურობაზე უნდა გამახვილდეს;

- კეთილსინდისიერი გადამხდელებისათვის ამოქმედდა GOOD FAITH პრინციპი - გაფრთხილება ჯარიმის ნაცვლად - აღსანიშნავია, რომ გაფრთხილების გამოყენებას საგადასახადო კანონმდებლობა მხოლოდ საგადასახადო სამართალდარღვევის გარკვეულ სახეობებზე მიიჩნევს შესაძლებლად და არა სავალდებულოდ. შესაბამისად, მისი გამოყენება ცალსახად მიმდინარე საგადასახადო კონტროლის განმახორციელებელ პირებზეა დამოკიდებული.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ საგადასახადო სისტემაში განხორციელებულ რეფორმებს შორის ყველაზე წარმატებული საგადასახადო დეკლარაციებისა და პირველადი საგადასახადო დოკუმენტების, საგადასახადო საჩივრების ელექტრონულად წარდგენის შესაძლებლობის დანერგვაა, რამაც მნიშვნელოვნად დაზოგა გადამხდელთა როგორც დროითი, ისე ფინანსური რესურსები. განსაკუთრებით ეფექტური სასაქონლო ზედნადებების და საგადასახადო ანგარიშფაქტურების ელექტრონულად გამოწერის საშუალებაა, რაც ელემენტარული შეცდომებისაგან იცავს როგორც მიმწოდებელს, ისე მყიდველს.

საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგიის ძირითადი მიზანი, საბიუჯეტო შემოსავლების ზრდასთან ერთად, გადამხდელთა ქცევის შესწავლა, შეფასება და შესაბამისი რეაგირებაა, რათა უზრუნველყოფილ იქნეს გადასახადების ნებაყოფლობითი გადახდა. გამოყოფილია გადამხდელთა ქცევაზე მოქმედი შემდეგი გარემოებები: საქმიანობის სფერო, ბიზნესგარემო, ეკონომიკური, სოციალური, ფსიქოლოგიური ფაქტორები. აღნიშნული ფაქტორების გათვალისწინებით განსაზღვრულია გადამხდელთა ქცევის ოთხი კატეგორია და თითოეულთან მიმართებაში შემოსავლების სამსახურის შესაბამისი სტრატეგია:

01 - სურვილი აქვთ კეთილსინდისიერად გადაიხადონ გადასახადები - გაეუმარტივებთ პირობებს;

02 - ცდილობენ გადაიხადონ, მაგრამ ყოველთვის ვერ ახერხებენ - დავეხმარებით გადაიხადონ გადასახადები;



03 - არა აქვთ სურვილი, გადაიხადონ გადასახადები - გამოვანაშკარავენ და ვაიძულებთ გადახდას;

04 - მიზანმიმართულად არ იხდიან გადასახადებს - გამოვიყენებთ კანონის სრულ სიმკაცრეს.

გამოყოფილია სამი ძირითადი მიზეზი, რის გამოც გადამხდელები არაჯეროვნად ასრულებენ საგადასახადო ვალდებულებებს:

1. არასაკმარისი ცოდნა - შემოსავლების სამსახურის მიდგომა ინფორმაციის მიწოდება სახელმძღვანელოების, ბუკლეტების, მოკლე ტექსტური შეტყობინებების, ფორუმების სახით;

2. არასაკმარისი შესაძლებლობები - შემოსავლების სამსახურის შეთავაზება პრობლემატური საკითხების სწრაფი და ეფექტური გადაწყვეტა მარტივი კომუნიკაციის ისეთი საშუალებებით, როგორცაა სერვისცენტრები, ქოლ-ცენტრი, პირადი საგადასახადო მრჩეველი, უბნის ოფიცრები;

3. არასაკმარისი სურვილი - შემოსავლების სამსახურის სტრატეგიაა გადამხდელთა დადებითი განწყობის შექმნა და სახელმწიფოს მიმართ ნდობის ამაღლება ისეთი ღონისძიებებით, როგორცაა მედიასაშუალებებით საინფორმაციო-სარეკლამო რგოლების განთავსება, ექსპერტების მონაწილეობით სატელევიზიო თოქშოუების მოწყობა პრობლემატურ საკითხებზე, შემოსავლების სამსახურში მიმდინარე პროცესებზე და სამომავლო გეგმებზე ინფორმაციის გამოქვეყნება.

აღნიშნული ღონისძიებების განხორციელება დადებითად უნდა აისახოს ქვეყანაში გადასახადის გადამხდელთა საგადასახადო კულტურის ღონის ამაღლებაზე, თუმცა, სასურველია, განსაზღვრულ სტრატეგიებს მეტი კონკრეტულობა ახასიათებდეს და გადამხდელმა ზუსტად გაიგოს რას სთავაზობს მას საგადასახადო ადმინისტრირების სისტემა.

მოცემულ სტრატეგიაში შემოსავლების სამსახურის მიერ გამოყოფილია მიზნობრივი ჯგუფები, რომლებსაც მიაკუთვნებენ საგადასახადო რისკის შემცველ სფეროებს. განვიხილოთ თითოეული მათგანი:

- სამშენებლო საქმიანობა - როგორც მაკონტროლებელი ორგანო აცხადებს, ამ სფეროში ბევრია გადასახადების დამალვის ფაქტები, რის გამოც სტრატეგიის მიზანია საგადასახადო აღრიცხვის მოწესრიგება;

- ავტონაწილებით ვაჭრობა - აღნიშნული სფერო შეიცავს აღურიცხავი საქონლით ვაჭრობის რისკებს;

- ბუნებრივი რესურსებით მოსარგებლე პირები - შესაბამისი ლიცენზიის აღების შემდეგ ისინი, საკმაოდ ხშირად საგადასახადო აღრიცხვის გარეშე აწარმოებენ საქმიანობას, სრულად არ აღრიცხავენ მოპოვებულ რესურსებს და არ იხდიან მიწის გადასახადს;

- სარესტორნო მომსახურება - საზოგადოებრივი კვების ობიექტებში, რომელთა რაოდენობა არც ისე მცირეა, არ ხდება დანახარჯების სწორი კალკულაცია და მიღებული შემოსავლების სრულად აღრიცხვა;

- სოფლის მეურნეობის პროდუქტების იმპორტიორები - ამ შემთხვევაში უმთავრესი პრობლემა სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების აღრიცხვა და გამოსაყენებლად უვარგისი პროდუქტის საგადასახადო კანონმდებლობის დაცვით ჩამოწერაა;

- ფიზიკური პირები - აღნიშნულ კატეგორიაში შედის ქონების გადასახადის გადამხდელები, მეიჯარეები, იპოთეკარები, მაღალი შემოსავლების მქონენი. შემოსავლების სამსახური მოცემულ შემთხვევაში უმთავრეს პრობლემას ხედავს ფიზიკურ პირთა არაინფორმირებულობასა და აღნიშნული სექტორის ადმინისტრირების სირთულეში.

ჩვენი აზრით, მოცემული სექტორები მართლაც შეიცავს მაღალ საგადასახადო რისკებს, პოტენციური გადასახადების თანხა კი, რომელთა მობილიზება აღნიშნული სფეროებიდან არის შესაძლებელი, მნიშვნელოვნად გაზრდის საგადასახადო შემოსავლებს. შემოსავლების სამსახური ამ შემთხვევებში ადმინისტრირების გაუმჯობესებას ისეთი ბერკეტებით აპირებს, როგორცაა რისკებზე დაფუძნებული აუდიტი და მიმდინარე კონტროლის პროცედურები, წინასწარი გადაწყვეტილების სერვისი, ცენტრალიზებული საგადასახადო სისტემა, კადრების სისტემატური გადამზადება.

აღნიშნული სტრატეგიის როლს საგადასახადო ადმინისტრირების გაუმჯობესებასა და მისი ეფექტურობის ამაღლებაში მომავალი გვიწვევებს, თუმცა, ვცადეთ, მოსალოდნელი შედეგების პროგნოზირების მიზნით, შემოსავლების სამსახურიდან მათთვის ხელმისაწვდომი კონკრეტული თარიღისათვის მიგველო ინფორმაცია, რამდენმა გადამხდელმა ისარგებლა საგადასახადო ვალდებულებათა ნებაყოფლობით შესრულების გზით და რა თანხა შეადგინა დეკლარირებულმა გადასახადმა, რისთვისაც წერილობით მიემართეთ ადრესატს. 2015 წლის 17 ივნისს შემოსავლების სამსახურის მომსახურების დეპარტამენტის მიერ მოწოდებული წერილობითი ინფორმაციის თანახმად, სტრატეგიის ავტორი უწყება მოკლებულია შესაძლებლობას, მოგვაწოდოს ინფორმაცია მისი შედეგების შესახებ, რადგან ჯერ არ არის დასრულებული ყველა ეტაპი. სტრატეგიის გამოქვეყნებიდან უკვე გასულია რამდენიმე თვე, ამდენად, ჩვენი აზრით, სახელმწიფო უკვე უნდა იღებს შესაბამის შედეგებს პროექტის წარმატებულობის შემთხვევაში. თუმცა, უფრო გრძელვადიანი პერიოდი წინაა და, ვიმედოვნებთ, მიზანი გარკვეულწილად მაინც იქნება მიღწეული...

ჩვენი აზრით, საგადასახადო ვალდებულებათა ნებაყოფლობით შესრულების სტრატეგიის ეფექტურად განხორციელების მიზნით აუცი-

ლებელია როგორც გადამხდელთა ინფორმირება, ხელშეწყობა, პროცედურების გამარტივება, მასტიმულირებელი ბერკეტების გამოყენება, ისე კონტროლის ღონისძიებების გაფართოება და საგადასახადო ვალდებულებათა შესრულების უზრუნველყოფა. საქართველოში არსებული დაბალი საგადასახადო კულტურის პირობებში რისკ-ჯგუფების მიმართ მხოლოდ შეთავაზებების გამოყენება თანაზომადი იძულებითი ბერკეტების გარეშე, ვფიქრობთ, შედეგის მომტანი არ იქნება. ამდენად, აუცილებელია საგადასახადო ორგანოს ხელთ არსებული ინფორმაციის სწორად და მიზანმიმართულად გამოყენება, რის შედეგადაც შესაბამისი სფეროები რთულად ადმინისტრირებადი აღარ იქნება.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, სსმ, 54, 12/10/2010;
2. „საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგია 2015-2016“, განთავსებულია 11 თებერვლიდან, 2015. // ელ. მის.: [http://rs.ge/Default.aspx?sec\\_id=4845&lang=1&newsid=3315](http://rs.ge/Default.aspx?sec_id=4845&lang=1&newsid=3315);
3. შემოსავლების სამსახურის წერილი №21-11/62364, 17.06.2015

*ეკატერინე შაინიძე*

*ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის დოქტორანტი*

### საგადასახადო ვალდებულებების ნებაყოფლობითი შესრულების სტრატეგია და მოსალოდნელი შედეგები ანოტაცია

საგადასახადო ადმინისტრირების განმახორციელებელი ორგანო ხშირად მიმართავს სხვადასხვა პრევენციულ ღონისძიებებს, რომელთა მიზანია საგადასახადო ვალდებულებების ჯეროვნად შესრულების უზრუნველყოფა. მოცემულ სტატიაში ჩვენს მიერ განხილულია შემოსავლების სამსახურის მიერ 2015 წელს შემუშავებული სტატეგია, გაანალიზებული და შეფასებულია მასში ასახული მიდგომები. ამასთან, შეგვეცადეთ მოგვეხდინა მოსალოდნელი შედეგების პროგნოზირება.

*Ekaterine Shainidze*

*Batumi Shota Rustaveli University*

*A Doctorate Student*

**THE STRATEGY OF FULFILLING TAX-PAYING DUTIES AND ITS  
PREDICTABLE RESULTS**

**Annotation**

Taxes Administration Authority often conducts preventive measures in order to fulfill Tax-paying duties in time. This article discusses the strategy of Taxes Administration Authority which was worked out in 2015. The article also discusses and analyzes the approaches of this strategy. In addition, we tried to predict the results.

*Шаинидзе Екатерина*

*докторант Батумского государственного*

*университета Шота Руставели*

**СТРАТЕГИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО ВЫПОЛНЕНИЯ НАЛОГОВЫХ  
ОБЯЗАТЕЛЬСТВ И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

**Аннотация**

Органы, осуществляющие налоговое администрирование, часто прибегают к разного рода превентивным мерам, с целью обеспечения полного выполнения налоговых обязательств. В статье рассматривается стратегия, выработанная налоговой службой в 2015 году, дается анализ и оценка представленных подходов. Вместе с этим по возможности дан прогноз ожидаемых результатов.

*თამარ მაღალაშვილი*

*ბიზნესადმინისტრირების დოქტორანტი,  
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

### **მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები**

მომხმარებლებზე ორიენტირებული ორგანიზაციის მიზანია კმაყოფილი მომხმარებლების მრავალრიცხოვანი ბაზის შექმნა. გამძაფრებული კონკურენციის პირობებში ამგვარი კომპანიები ცდილობენ, გაზარდონ მომხმარებელთა კმაყოფილების დონე ხანგრძლივი ურთიერთობის დამყარების მიზნით. ლოიალური მყიდველები ახორციელებენ განმეორებით შესყიდვებს და რეკომენდაციას უწევენ პოტენციურ მომხმარებლებს.

მნიშვნელოვანია, კომპანიებმა ზუსტად გაარკვიონ, თუ რას ელიან, ანუ რა მოთხოვნები აქვთ და რა კრიტერიუმებით აფასებენ მომხმარებლები მომსახურების ხარისხს. ამის შემდეგ კი ეცადონ, გაამართლონ მომხმარებელთა მოლოდინები, რათა მიღებული მომსახურების ფასეულობა გაუთანაბრდეს ან გადააჭარბოს მოლოდინებს.

მომსახურება მრავალგანზომილებიანი კონცეფციაა და სხვადასხვა ადამიანისთვის ის სხვადასხვა ღირებულების მომტანია. ასევე, მისი აღქმა ყველა ადამიანის მიერ განსხვავებულია [1]. იმისათვის, რომ კომპანიებმა ეფექტურად მართონ მომსახურების ხარისხი, მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ რა კრიტერიუმებით აფასებენ მომხმარებლები მათ მიერ მიწოდებულ მომსახურების ხარისხს.

მომხმარებელთა მოლოდინების ფორმირება მომსახურების მიმართ ხდება კომპანიის მიერ კონტროლირებადი (ფასი, რეკლამა, გაყიდვები და სხვ.) და არაკონტოლირებადი (პიროვნული მოთხოვნვლებები, WOM (Word-of-Mouth) - მომხმარებელთა მიერ პროდუქტებისა და მომსახურებების შესახებ ხმის გავრცელება, კონკურენტების შეთავაზებები, მაკროეკონომიკური ფაქტორები და სხვ.) ფაქტორების მიხედვით. მომსახურების ხარისხის შეფასებისას მნიშვნელოვანია, თუ როგორ აღიქვამს მომხმარებელი მომსახურების ხარისხს. აღქმული მომსახურება არის მომსახურების შედეგად მიღებული გამოცდილების სუბიექტური შეფასება. აღქმა ყოველთვის განიხილება მოლოდინებთან შედარებით, ანუ ხდება მათი შედარება მოლოდინებთან. ვინაიდან მოლოდინებს ახასიათებს დინამიკური ხასიათი, შეფასებაც განსხვავებულია სხვადასხვა დროს სხვადასხვა ადამიანებისა და განსხვავებული კულტურის მიხედვით. აღქმული ფასეულობა არის მომხმარებლისკენ მიმართული კონცეფცია. მომსახურების აღქმული ხარისხის მართვა ნიშნავს

კომპანიის მხრიდან მომხმარებლების მოსალოდნელი და აღქმული მომსახურების თანხვედრის უზრუნველყოფას. სწორედ ამ შემთხვევაში მიიღწევა მომხმარებელთა კმაყოფილება.

მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების გამოკვეთასა და შეფასების ინსტრუმენტების შექმნაზე მრავალი სპეციალისტი მუშაობდა და მუშაობს. მათგან განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია პარასურამანისა და მისი კოლეგების ნაშრომები (1988). მათ, ბიზნესის ოთხ სექტორზე დაყრდნობით, განსაზღვრეს მომსახურების ხარისხის ათი მახასიათებელი: მატერიალურობა, სანდობა, რეაგირების უნარი, კომპეტენტურობა, თავაზიანობა, საიმედოობა, უსაფრთხოება, ხელმისაწვდომობა, კომუნიკაცია და მომხმარებელთა მოთხოვნების გაგება. შემდგომ შექმნეს მომსახურების ხარისხის შეფასების ინსტრუმენტი SERVQUAL. აღნიშნული ინსტრუმენტის განვითარების პროცესში მათ მიზანშეწონილად ჩათვალეს ზემო აღნიშნული ათი მახასიათებლის ხუთ ძირითად მახასიათებელში გაერთიანება. ესენია: მატერიალურობა (გარემოს, სამუშაო აღჭურვილობის, პერსონალის, საკომუნიკაციო მასალის და სხვ. ვიზუალური მხარე), სანდობა (კომპანიის მიერ მომხმარებლებისთვის დაპირებული მომსახურების სათანადოდ შესრულება), რეაგირების უნარი (მომხმარებლის დახმარების სურვლი და სწრაფი მომსახურება), დამაჯერებლობა (თანამშრომელთა პროფესიონალიზმი, თავაზიანობა და მომხმარებლის ნდობის მოპოვება), თანაგრძნობა (მომხმარებელზე ზრუნვა და ინდივიდუალური მოპყრობა). ეს კვლევა შეიძლება ჩაითვალოს მომსახურების ხარისხის კვლევის ბაზისად, რაზეც შემდგომ მრავალმა მკვლევარმა და მეცნიერმა ააგო მომსახურების შეფასების სხვადასხვა მოდელი [2].

იმის არგუმენტირებით, რომ SERVQUAL კვლევის ინსტრუმენტი ზომავს მხოლოდ მომსახურების მიწოდების პროცესს და არა მომხმარებლის მომსახურებასთან შეხების შედეგს [3], გრონრუმ (1984) მომსახურების ხარისხის შეფასების საკუთარ მოდელში განსაზღვრა მომსახურების ხარისხის სამი განზომილება: ტექნიკური ხარისხი (მომხმარებლის მიერ კომპანიასთან შეხების შედეგად მიღებული მომსახურების ხარისხი), ფუნქციონალური ხარისხი (მომსახურების გაწევის პროცესი) და იმიჯი (მიიღწევა ტექნიკური და ფუნქციონალური ხარისხით და სხვა დამატებითი ფაქტორებით, როგორებიცაა ტრადიციები, ორგანიზაციის კულტურა, იდეოლოგია, WOM (Word-of-Mouth), ფასდადება, საზოგადოებასთან ურთიერთობა და სხვ.). მომხმარებლები მომსახურების მიღებისას აღიქვამენ იმას, თუ რა სახის მომსახურება იქნა მათთვის გაწეული და აფასებენ მას, როგორც პროცესის შედეგს. ზოგიერთი ტიპის მომსახურების შეფასებისას, მომსახურების ტექნიკური განზომილების

შეფასება რთულია. მაგ., სამედიცინო მომსახურების მიღებისას სამედიცინო პერსონალის კომპეტენტურობისა და მკურნალობის ეფექტურობის მყისიერი განსაზღვრა-შეფასება პაციენტისათვის შეუძლებელია. ამიტომ, ასეთ შემთხვევაში ხდება მომსახურების ხარისხის ფუნქციონალური განზომილების შეფასება, კერძოდ, ისეთი ატრიბუტებისა, როგორებიცაა სანდოობა და ემპათია. რაც შეეხება იმიჯს, სერვისის ხარისხის აღქმაში ის ფუნქციონირებს, როგორც გარკვეული ფილტრი. კერძოდ, თუ მომხმარებლებს განმეორებითი კონტაქტი აქვთ მომსახურების პროვაიდერებთან, მათზე დიდ გავლენას ახდენს წარსული გამოცდილება. თუ კომპანიას აქვს დადებითი იმიჯი მომხმარებელთა გონებაში, მომხმარებელთა მხრიდან უმნიშვნელო შეცდომების პატიების ალბათობა დიდია. ხოლო, იმ შემთხვევაში, თუ შეცდომები ხშირად მეორდება, კომპანიის იმიჯი შეილახება. შედეგად ყალიბდება უარყოფითი იმიჯი, რაც იწვევს შეცდომების გადამეტირებულად, გაზვიადებულად შეფასებას მომხმარებელთა გონებაში [4].

ლეტინენ და ლეტინენის (1982) თანახმად, მომსახურების ხარისხის აღქმა ხდება ფიზიკური მანვენებლების ხარისხის, ურთიერთობის ხარისხისა და იმიჯის საშუალებით. ფიზიკური მანვენებლების ხარისხი დაკავშირებულია მომსახურების "ხელშესახებ", მყარ მახასიათებლებთან. ინტერაქციის ხარისხი აღნიშნავს მომსახურე პერსონალსა და მომხმარებელს შორის განხორციელებულ კომუნიკაციაზე, კორპორაციული ხარისხი კი, სერვისპროვაიდერის იმიჯის მანვენებელია. აქვე ხაზგასასმელია რომ, თუ „კორპორაციულ ხარისხს“ შევადარებთ დანარჩენ ორს, აღმოჩნდება, რომ ის უფრო „მყარი“ და უცვლელია დროთა განმავლობაში[3].

ჰაიუდ-ფარმერის (1988) მოსაზრებით, კომპანია მომხმარებელს მაშინ სთავაზობს მაღალხარისხიან მომსახურებას, თუ მიწოდებული მომსახურება შეესაბამება მომხმარებლის მოლოდინებსა და პრეფერენციებს. ამისათვის საჭიროა მომსახურების ხარისხის შეფასების ატრიბუტების განცალკევება და დაჯგუფება. მკვლევარმა შექმნა სამგანზომილებიანი სქემა. აღნიშნული მოდელის მიხედვით, მომსახურება ხასიათდება სამი ატრიბუტის მიხედვით: კონტაქტისა და ინტერაქციის დონე (მაღალი-დაბალი), შრომის ინტენსივობა (მაღალი-დაბალი) და მომსახურების კლიენტზე მორგების დონე (მაღალი-დაბალი). ეფექტურ კომპანიებში კავშირი არსებობს აღნიშნულ განზომილებებსა და მომხმარებელთა მოლოდინები-აღქმას შორის. მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნულ ატრიბუტებზე ყურადღების გამახვილება და მნიშვნელობის მინიჭება კომპანიის მხრიდან მოხდეს ინტერაქციისა და მომხმარებელთა მოთხოვნებზე მორგების თვალსაზრისით. სწორედ ამ შემთხვევაში შეძლებს

ორგანიზაცია, უზრუნველყოს მაღალი ხარისხის მომსახურების მიწოდება და მომხარებელთა კმაყოფილების მაღალი დონის მიღწევა [5].

ამრიგად, კომპანიები, რომლებიც ორიენტირებულნი არიან მაღალ-ხარისხიან მომსახურებასა და მომხმარებელთა მაღალი კმაყოფილების დონის მიღწევაზე, მუდმივად უნდა იკვლიონ, თუ რა კრიტერიუმებით აფასებენ მომხმარებლები მათ მომსახურებას. აგრეთვე, ანალიზი გააკეთონ, თუ რა კავშირია მომხმარებელთა მოლოდინებსა და მიღებული მომსახურების აღქმულ ღირებულებას შორის.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. *Attributes of Service Quality: The Consumers' Perspective.* **Tigineh Mersha and Veena Adlakha.** 3, s.l. : International Journal of Service, 1992, Vol. 3, pp. 34-45. 0956-4233.
2. **Christopher Lovelock, Jochen Wirtz.** *Services Marketing- People, Technology, Strategy.* 6th Edition. s.l. : Prentice Hall, 2005. p. 12. B0041W00D6.
3. *Service Quality Dimensions: an examination of Gronroos's Service Quality Model.* **Gi-Du Kang and Jeffrey James.** 4, s.l. : Emerald Group Publishing Limited, 2004, Vol. 14, pp. 266-277. 0960-4529.
4. **Lovelock Christopher, Jochen Wirtz.** *Services Marketing - People, Technology, Strategy.* 5th Edition. s.l. : Pearson Prentice Hall, 2004. 0-13-126846-5.
5. *A model for assessing consumer perceptions of quality.* **George Kenyon , Kabir Sen.** 2, s.l. : Emerald Group Publishing Limited, 2012, Internatinal Journal of Quality and Service Sciences, Vol. 4, pp. 175-188.

თამარ მაღალაშვილი

ბიზნესადმინისტრირების დოქტორანტი,  
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

### მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები

#### ანოტაცია

მომხმარებელთა მიერ მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების კვლევა მნიშვნელოვანია ხარისხიანი მომსახურების მიწოდებაზე ორიენტირებული კომპანიებისათვის.

მომხმარებლებს გააჩნიათ მომსახურების ხარისხის შეფასების კონკრეტული კრიტერიუმები, რომლებიც აყალიბებენ მოლოდინებს. იმ შემთხვევაში, თუ ორგანიზაციები გამოიკვლევენ თუ რა მოლოდინები



აქვთ არსებულ თუ პოტენციურ მომხმარებლებს მათი კომპანიების მიმართ, ისინი უფრო მარტივად შეძლებენ გაამართლონ მომხმარებელთა იმედები. თუ მოლოდინები და მომსახურების შეძენის შედეგად მიღებული აღქმული ფასეულობა ერთმანეთის ტოლია, მომხმარებლები დარჩებიან კმაყოფილები, ხოლო აღქმული ღირებულების გადაჭარბების შემთხვევაში - აღფრთოვანებულები. საპირისპირო შედეგს იღებს კომპანია, თუ მოლოდინები უფრო მაღალია ვიდრე მიღებული ფასეულობა.

აქედან გამომდინარე, მომხმარებელზე ორიენტირებულმა კომპანიებმა მუდმივად უნდა იკვლიონ, თუ რა კრიტერიუმებით აფასებენ მომხმარებლები მიღებული მომსახურების ხარისხს.

**Tamar Magalashvili**

*Doctoral Candidate of Business Administration,  
Georgian Technical University*

### **SERVICE QUALITY DIMENSIONS**

#### **Annotation**

It is very important for customer oriented companies to research the criteria customers use to evaluate service quality.

Customers have service quality evaluation attributes that form expectations toward the demanded service. If companies constantly research these criteria, it will be easier for them to propose proper service quality to customers. If expectations and received service value will be equal, customers remain satisfied. In reverse, if companies do not know by what attributes is evaluation made, it will be hard for them to design the right service quality and customers' satisfaction level will become low.

**Магалашвили Тамар**

*Докторант Бизнес Администрирования,  
Грузинский Технический Университет*

### **КРИТЕРИИ КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

#### **Аннотация**

Это очень важно для на сервис ориентированных компаний исследовать критерии по которым клиенты оценивают качеству обслуживания.

Клиенты имеют критерии оценки качества обслуживания, которые формируют ожидания требуемого обслуживания. Если компании постоянно исследуют эти критерии, для них будет проще редложить надлежащее качество услуг для клиентов. Если ожидания и полученное значение обслуживания будут равны, клиенты остаются довольны. В обратном случае, если компании не знают, по какими признаками производится оценка, будет трудно для них, чтобы проектировать правильную качества обслуживания и уровень удовлетворенности клиентов станет низким.

*ირმა გურაშვილი*

*საქართველოს საპატრიარქოს წმ. ანდრია პირვეწოდებულის  
სახ. ქართული უნივერსიტეტის დოქტორანტი  
მარკეტინგული სტრატეგია წიგნით ვაჭრობაში*

მარკეტინგი არის ფუნდამენტური საწყისი ბიზნესის მართვის დროს. მარკეტინგის მიზანი ფირმის კონკურენტული თვისებების გამოვლენა და მათი გაძლიერება, აქტიური ზეგავლენის მოხდენა მიწოდებისა და მოთხოვნის შერჩეულ სეგმენტზე ("ნიშა ბაზარზე"). საბაზრო კვლევის შედეგად საწარმო შეიმუშავებს სტრატეგიას, რომელიც მოცემულ პერიოდში უზრუნველყოფს დასახული მიზნების ეფექტიან მიღწევას. საწარმოს მართვის დროს მარკეტინგის საშუალებების ეფექტიანად გამოყენებისათვის საჭიროა შემდეგი პროცესების წარმართვა:

- განვითარების მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება;
- ბაზრის კვლევა და მომხმარებელთა ქცევის შესწავლა, გარკვევა იმისა თუ რა ფაქტორი ახდენს გავლენას მომხმარებლის არჩევანზე: ფასი, შემოსავალი, სამომხმარებლო თვისებები, წარმოების ხარჯები, ასორტიმენტის დიდი არჩევანი თუ კონკურენტების მუდმივი მონიტორინგი;
- ეკონომიკური და ფინანსური მაჩვენებლების ანალიზი საგამომცემლო საქმეში;
- პროდუქციის ასორტიმენტის განსაზღვრა;
- საფასო პოლიტიკის შემუშავება;
- მომხმარებელთა რეკომენდაციების შემუშავება, მაქსიმალურად დააკმაყოფილოს მოთხოვნა;
- მომხმარებლის მოთხოვნის დაკმაყოფილების შერჩევა;
- მერჩენდაიზინგი;
- სარეკლამო და სხვა საშუალებების ეფექტიანი გამოყენება

წიგნით ვაჭრობაში;

მარკეტინგული საშუალებებით პრობლემის გადაჭრის ხერხებს წარმოადგენს მარკეტინგული კვლევა, გამოკითხვა, ეკონომიკური და ფინანსური ანალიზი, მარკეტინგული დაგეგმვა, სტატისტიკური მაჩვენებლების შესწავლა და რეიტინგების განსაზღვრა, რომლებიც მუდმივად შუქდება მედიასა და პრესაში. მარკეტინგის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანა სამეწარმეო საქმიანობაში მომხმარებლის მოთხოვნისა და ქცევის შესწავლაა. დიდ გამომცემლობებსა და წიგნის მაღაზიებში იქმნება სპეციალურად მარკეტინგული განყოფილებები, რომელთა რეკომენდაციის გარეშე მენეჯმენტი არ იღებს გადაწყვეტილებებს საქონლის მოცულობის ზრდაზე ან კლებაზე, ასორტიმენტის მრავალფეროვნებაზე, შესყიდვების მოცულობაზე, საცალო და საბითუმო ფასებზე.

მნიშვნელოვანია შემდეგი პრიორიტეტების, მარკეტინგული თავისებურებების გათვალისწინება, რაც ძირითადად წიგნით ვაჭრობისთვის არის დამახასიათებელი:

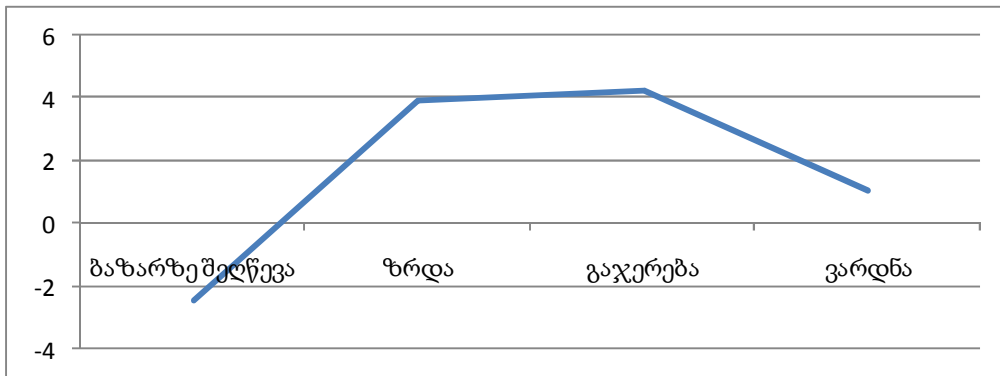
- თითოეული წიგნი ინტელექტუალური საქმიანობის პროდუქტია, რომლის შინაარსიც არის უნიკალური, ეს არის ცოდნა, რომელიც განკუთვნილია რეალობის შესაცვლელად (პროდუქტის, რომელიც არაპირდაპირ უკავშირდება ადამიანის მატერიალურ კეთილდღეობას);

- ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას მომხმარებელი წინასწარარაკვევს წიგნის თემატიკას, შინაარსს და მისსაჭიროებას (შეფასების პროცესის გარდაუვალობა და შეძენა ემთხვევა მოხმარების პროცესს);

წიგნს აქვს მიზანი და განკუთვნილია მკითხველთა ფართო წრისათვის, ეს გამოწვეულია არა მხოლოდ თემით და შინაარსით, არამედ დიზაინით, მოცულობით, ტირაჟით, საბითუმო და საცალო რეალიზაციის ფასით, რომელიც მთავარია წიგნის თვითღირებულების განსაზღვრისთვის. დევიზი „ყველა წიგნი იპოვის მყიდველს!“ ზუსტად ასახავს მარკეტინგის ამ თვისებას;

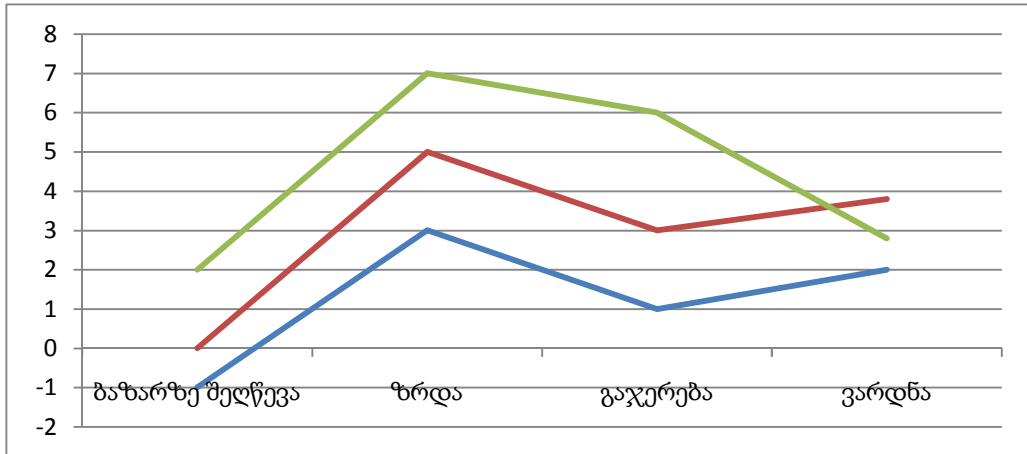
კონკრეტული დასახელების წიგნს მომხმარებელი მხოლოდ ერთხელ ყიდულობს (ანუ წიგნი ერთჯერადი შეძენის საქონელია).

წიგნების ბაზრის მარკეტინგისათვის სასიცოცხლო ციკლი ძალიან მიშვნელოვანია, სასიცოცხლო ციკლი – ეს არის პერიოდი, როდესაც წიგნი გაყიდვადია ბაზარზე. სასიცოცხლო ციკლის კლასიკური მრუდი თავის თავში გულისხმობს შემდეგ ფაზებს (სქემა 1): „ბაზარზე შეღწევა“, სადაც მიზანი ბაზარზე შეღწევაა; „ზრდა“ - პროდუქტის აღიარებისა და გაფართოებული გაყიდვების ფაზა; „გაჯერება“ - მოთხოვნილების ნელ-ნელა დაკმაყოფილების ფაზა; „შემცირება“ - გაყიდვებისა და მოგების შემცირების ეტაპი.



**სქემა 1. წიგნის სასიცოცხლო ციკლის მრუდი**

პრაქტიკამ აჩვენა, რომ წიგნის ბაზარზე არსებობს სასიცოცხლო ციკლის მოდიფიცირებული მოდელიც (სქემა 2).

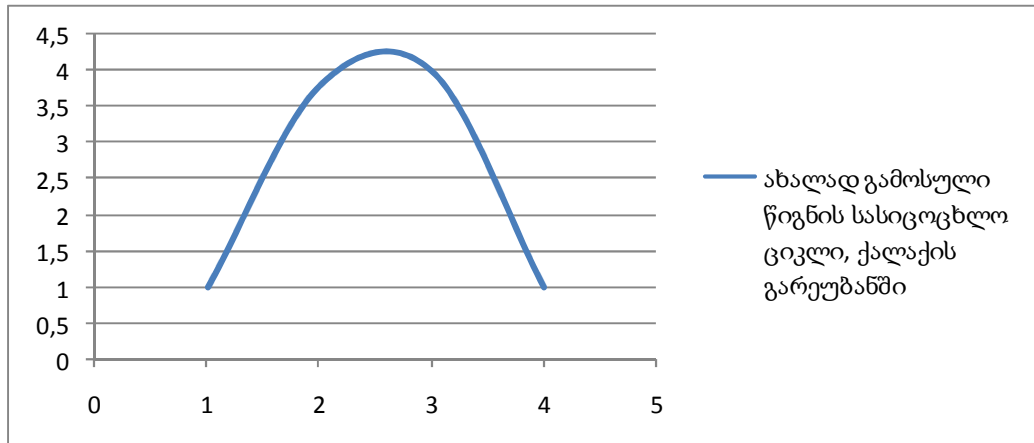


სქემა 2. წიგნის სასიცოცხლო ციკლის მოდიფიცირებული მოდელი.

წიგნების ბაზრის ყველა სეგმენტი შეესაბამება სხვადასხვა ჟანრს, სხვადასხვა მიზანს, სხვადასხვა თემატიკას, მათ სხვადასხვა სასიცოცხლო ციკლი აქვთ. მაგალითად, ყველაზე გრძელი სასიცოცხლო ციკლი ძვირადღირებულ ალბომებსა და ხელოვნებაზე შექმნილ წიგნებს აქვს. არის „სეზონური“ წიგნები, ესენია სახელმძღვანელოები, რომლებიც უმთავრესად იყიდება მხოლოდ „სეზონზე“ სასწავლო წლის დასაწყისში. აღსანიშნავია „ნოსტალგიური“ წიგნები, რომელთა განმეორებითი გამოცემა კარგად იყიდება. მომხმარებელთა „დაინტერესება“, ესენია მრავალტომეულები, რომელთა სასიცოცხლო ციკლიც შედარებით დიდია. მნიშვნელოვანია ისეთი გამოცემები, რომლებიც მიეძღვნა რაიმე კონკრეტულ თარიღს ან მოვლენას. ზოგიერთ გამოცემაზე შეიძლება იყოს დიდი მოთხოვნა და ძალიან მაღალი გაყიდვები, ხოლო ზოგიერთ გამოცემებზე, დაბალი გაყიდვები ანუ ჩაგარდნა. ზუსტად განსაზღვრო წიგნის სასიცოცხლო ციკლის მრუდი - ეს გამომცემელის წარმატების საწინდარია.

საგამომცემლო ბიზნესის მარკეტინგში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სასაქონლო ციკლის განსაზღვრას და წიგნების ტირაჟს. მაღაზია, რომელიც განახორციელებს ამა თუ იმ წიგნის გარკვეული ტირაჟით შექმნას, მისი სასიცოცხლო ციკლის მრუდი განსხვავებული იქნება, რადგან წიგნის მაღაზიაში წარმოდგენილია სხვადასხვა წიგნების სრული ასორტიმენტი, ამასთანავე ხდება ასორტიმენტის განმეორებითი შევსებაც. ახალი გამოცემების სტანდარტული სასიცოცხლო ციკლის მრუდს, მაგალითად თბილისის გარეუბნის მაღაზიებში, განსხვავებული სახე აქვს (სქემა 3), იმის გამო, რომ გაყიდვების პიკი და ბაზრის გაჯერება ერთმანეთთან შედარებით ახლოსაა, რაც გამოწვეულია „ლოკალური“ მოთხოვნით და რომელიც შემოიფარგლება მომხმარებელთა შეზღუდული რაოდენობით, რასაც

კონკრეტული რაიონის მოსახლეობის რაოდენობა განსაზღვრავს. რაიონის მოსახლეობის რაოდენობის ცვლილებასთან ერთად შეიძლება შეცვალოს წიგნის სასიცოცხლო ციკლის მრუდი, მაგალითად ცენტრალურ რაიონებში, სადაც ბევრი ოფისია და სადაც ბევრი ტურისტია ან სავაჭრო ცენტრები მრავლად გვხვდება, წიგნის სასიცოცხლო მრუდი უახლოვდება ზემოთ წარმოდგენილ (სქემა 1) სტანდარტულ მრუდს.



სქემა 3. ახალი წიგნების სასიცოცხლო ციკლი ქალაქის გარეუბანში მაღაზიებში

მარკეტინგული დაგეგმვის დროს ეფექტიანად ითვლება წიგნების რაოდენობის ანალიზი და შეფასება, სადაც წარმოდგენილია მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობა რაიმე ერთი სახეობის პროდუქტზე (მაგ., სახელმძღვანელოები, დეტექტივები და სხვა). წიგნების ასეთი კლასიფიკაცია ბაზრის ერთი რომელიმე სეგმენტის გამოკვლევის საშუალებას იძლევა. მაგალითად, თუ გაიზარდა მოთხოვნა დეტექტივებზე და ბაზარი გაჯერებული არ არის, საგამომცემლო ფასი დეტექტივებზე გაიზრდება. გრძელვადიან პერსპექტივაში დეტექტივებზე მოთხოვნის გაზრდა კი გამოიწვევს დეტექტიური ჟანრის პროდუქციის მოცულობის მომატებას (ტირაჟისა და დასახელებების რაოდენობის მომატების ხარჯზე), შემცირდება საცალო ფასებიც ბაზრის გაჯერების გამო.

წიგნზე მოთხოვნის არსებობის ერთ-ერთი მაჩვენებელია ფასის ელასტიკურობა. როგორც წესი, წიგნი ეკუთვნის ნაკლებად ელასტიკური პროდუქციის ჯგუფს, ზოგიერთი ჟანრის წიგნის ელასტიკურობა კი თითქმის ნულს უტოლდება, ასეთია, მაგალითად, საგანმანათლებლო და ბიზნესლიტერატურა. ელასტიკურობა მაღალია მაგალითად გასართობ და ბელეტრისტიკულ ლიტერატურაზე, მაღალი ელასტიკურობით ხასიათდება მხატვრული ლიტერატურა და ცნობარები (ცხრ. 1).

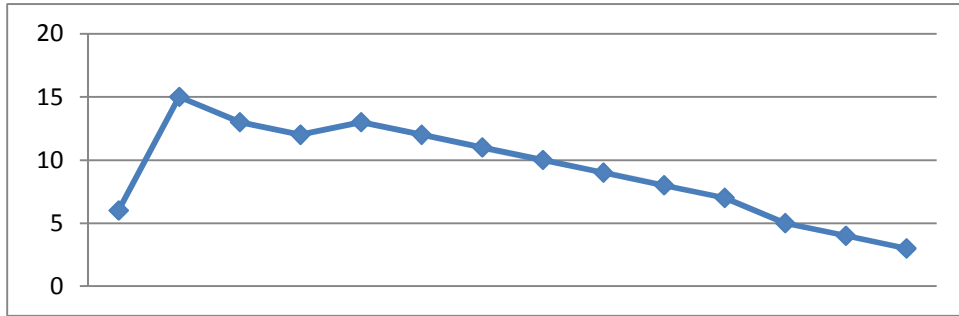
ცხრილი 1

წიგნებზე მოთხოვნის ელასტიკურობა

ჯგუფის დასახელება სოციალური დანიშნულების მიხედვით	ჯგუფის ასორტიმენტი	მოთხოვნის ელასტიკურობა
<b>პრესტიჟული გამოცემები</b>	მაღალი ხარისხის გამოცემები: გამოცემები ხელოვნებაზე, ალბომები, სასაჩუქრე გამოცემები, საკოლექციო, მინიატურული და ანტიკვარული გამოცემები	ელასტიკურობა იზრდება ფასის ზრდის დროს
<b>პროფესიული გამოცემები</b>	მონოგრაფიები, ცნობარები, საწარმოს მართვის პრაქტიკული ხელმძღვანელოები, წიგნები მეცნიერებაზე, ტექნიკასა და კულტურაზე	დაბალელასტიკურია, არ არის ფასზე დამოკიდებული
<b>გასართობი გამოცემები</b>	გამოცემები ქარგვაზე, სპორტზე; ისტორიული გამოცემები, დეტექტივები, ფანტასტიკა, რომანები და სხვა მხატვრული ლიტერატურა	ელასტიკურობა დაბალია ფასის ზრდის დროს.
<b>იაფასიანი გამოცემები</b>	რეპრინტები, დაბალი ხარისხის გამოცემები, თემატიკა ემთხვევა გასართობ გამოცემებს, ოღონდ ბეჭდვის ხარისხი დაბალია	ელასტიკურობა დაბალია შემოსავლების ზრდის დროს
<b>სეზონური გამოცემები</b>	კალენდრები, მისალოცი ბარათები, აქტუალური პოლიტიკური წიგნები, გამოცემები რომლებიც ეძღვნება კონკრეტულ თარიღებს და მოვლენებს	დაბალელასტიკურია, არ არის დამოკიდებული ფასზე არასეზონურობის მიხედვით. სეზონზე ფასის ელასტიკურობა იზრდება
<b>სახელმძღვანელოები</b>	სახელმძღვანელოები სკოლებისთვის, კოლეჯებისათვის და ინსტიტუტებისათვის, წიგნების აღზრდისათვის და სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი ლიტერატურა, გამოცემები პირველადი დახმარების აღმოჩენის შესასწავლად	დაბალელასტიკურია, თითქმის არ არის დამოკი- დებული ფასზე

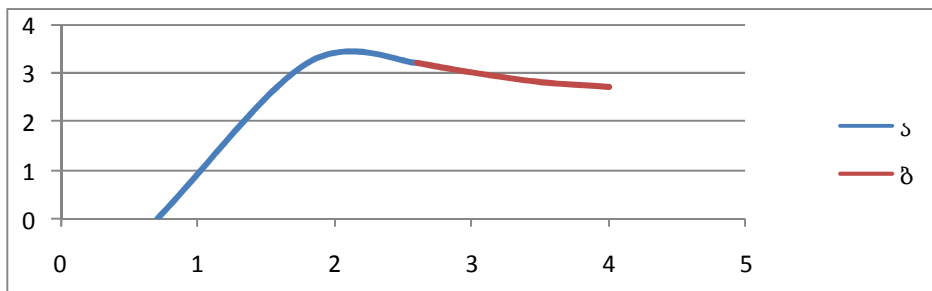
მოთხოვნის დამოკიდებულება ფასზე კონკრეტულ ჯგუფში გვიჩვენებს ფასის ელასტიკურობას, მაგრამ ამ ჯგუფში ფასები მერყეობს,

აქედან გამომდინარე, შექმნილია ფასების დიაპაზონი, ე.წ. ფასების ხაზი, სადაც თითოეულ ჯგუფზე იქნება მაქსიმალური მოთხოვნა. მაგალითად, „სახელმძღვანელოების“ ჯგუფის ასორტიმენტზე საფასო პოლიტიკა იქნება ისეთი, როგორც ეს მოცემულია მე-4 სქემაზე. საფასო პოლიტიკის განსაზღვრა ეხმარება გამომცემლობის ან წიგნის მაღაზიის მარკეტოლოგს, განსაზღვროს სარეკომენდაციო ფასი და გამოიანგარიშოს მოთხოვნა.



სქემა 4. სახელმძღვანელოების „საფასო“ ხაზი

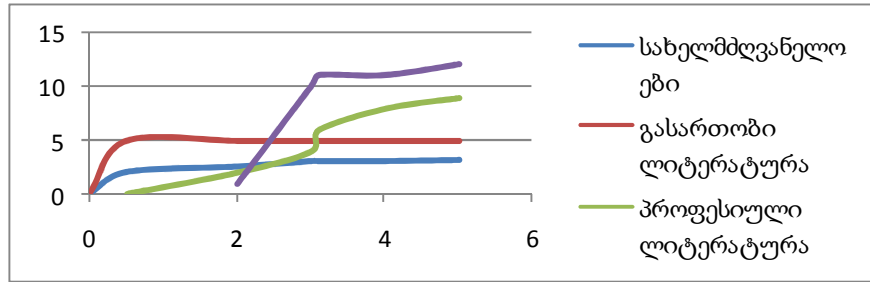
მოთხოვნის ელასტიკურობის მრუდი შემოსავლის მიხედვით დადებითია, თუ შემოსავლების ზრდასთან ერთად იზრდება გაყიდული ეგზემპლარების რაოდენობა, მაგრამ კონკრეტული დროის შემდეგ დგება „გაჯერების“ პერიოდი. მე-5 სქემაზე „ა“ მრუდით მოცემულია გაყიდვების ზრდის მრუდი, ხოლო „ბ“ მრუდით – „გაჯერების“ ეტაპი, სადაც გაყიდული წიგნების რაოდენობა აღარ არის დამოკიდებული შემოსავალზე. გამოკვლევები გვიჩვენებს, რომ წიგნის, როგორც გრძელვადიანი მოხმარების საგნის, ფიქსირებულ შემოსავლებზე გაყიდვები იზრდება ახალი ოჯახების შექმნის შემთხვევაში, რომლებიც თავის ბიბლიოთეკას ქმნიან. ასევე მისი ზრდა დამოკიდებულია სტუდენტებისა და უმაღლესდამთავრებული სპეციალისტების რაოდენობაზე.



სქემა 5. გაყიდვების მრუდი

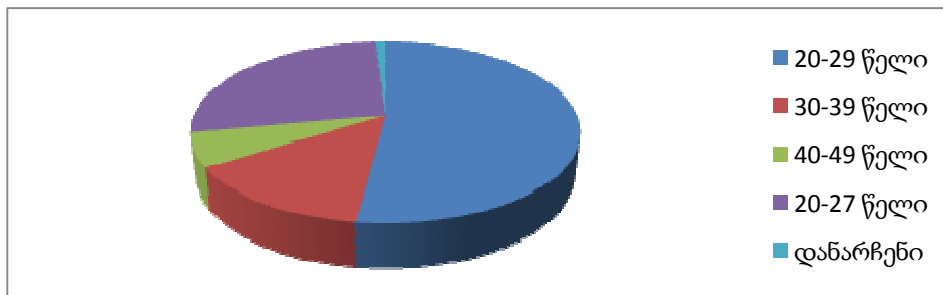
შემდეგ სქემაზე მოცემული მრუდები აღნიშნავს შემოსავლებისა და გაყიდვების ურთიერთდამოკიდებულებას საგამომცემლო სფეროში,

რომელიც იცვლება ფასისა და დანიშნულების მიხედვით (სქემა 6). სქემა აჩვენებს, რომ „გაჯერება“ პირველად სახელმძღვანელოების ჯგუფში დგება, შემდეგი მოდის იაფასიანი გამოცემები, შემდეგი კი - პროფესიული ლიტერატურა, ხოლო ყველაზე ბოლოს „პრესტიჟული“ ლიტერატურაა.



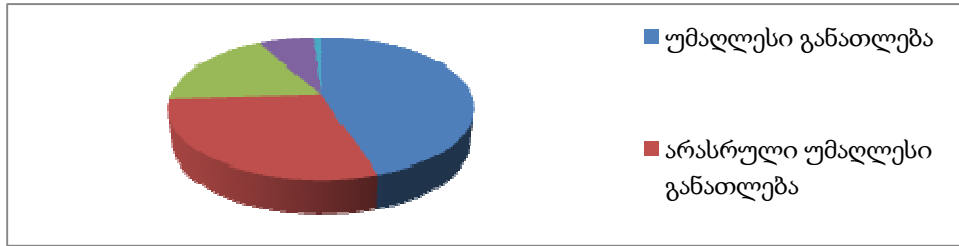
სქემა 6. შემოსავლებისა და გაყიდვების ურთიერთდამოკიდებულება

საგამომცემლო ბიზნესში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მომხმარებელთა კვლევას. ასეთ კვლევებს მიზანმიმართულად აწარმოებენ გამომცემლობებისა და წიგნის მაღაზიების მარკეტინგის სამსახურები. ისინი ატარებენ სხვადასხვა კვლევებს სხვადასხვა სახელწოდებით, ე.წ. „მყიდველების პორტრეტებს“, „ბრენდის ერთგულება“, „მყიდველთა ლოიალობა“ და სხვ. მაგალითად, მარკეტინგული კვლევა, რომელიც განსაზღვრავს მყიდველთა ასაკის თანაფარდობას მყიდველთა საერთო რაოდენობაში, დომინირებს 20-დან 29 წლამდე 52% მომხმარებელი, 20 წლამდე ახალგაზრდები - 27% (სქემა 7), ამ კონკრეტულ კატეგორიაში მყიდველთა 45%-ს აქვს უმაღლესი განათლება, 29%-ს არასრული უმაღლესი განათლება, ისინი ძირითადად ის სტუდენტები არიან, რომლებიც სწავლობენ მე-4-5 კურსზე, 18%-ს აქვს საშუალო განათლება, 18% სწავლობს უმაღლესი სასწავლებლის პირველ-მეორე კურსზე, 7% სწავლობს კოლეჯში და 1% – საშუალო სკოლის დამამთავრებელ კლასებში (სქემა 8).



სქემა 7. მყიდველთა ასაკის პროცენტული მაჩვენებლები



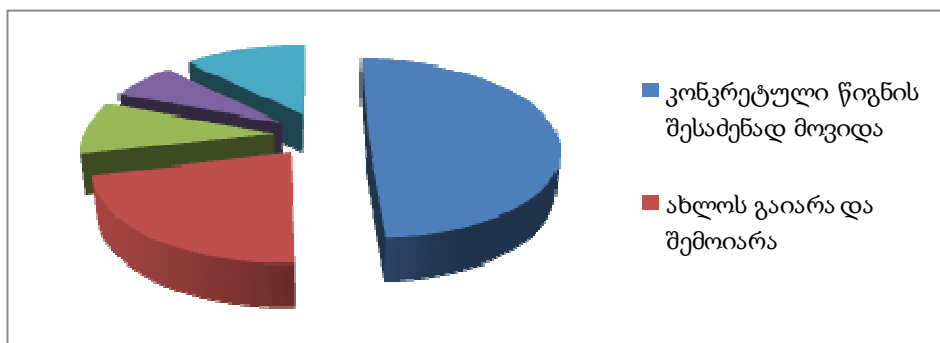


სქემა 8. მომხმარებელთა განათლების დონე წიგნის ბაზარზე

კვლევის ინტერესებიდან გამომდინარე, განისაზღვრა ასევე შემოსავლის ოდენობაც. რადგან გამოკითხულთა უმეტესი ნაწილი ერიდება შემოსავლის დასახელებას, ჩატარებული გამოკვლევის შედეგად განისაზღვრა ჯგუფები. მიედევლთა ჯგუფების დაყოფა შემოსავლების მიხედვით გადანაწილდა შემდეგნაირად: საშუალოზე მაღალშემოსავლიანი - 28%, საშუალო შემოსავლიანი ფენა - 69%, დაბალშემოსავლიანი ფენა - 3%.

დასაქმების მიხედვით წიგნების საყიდლად მაღაზიაში მიმსვლელთა პროცენტული მაჩვენებლები შემდეგნაირად გადანაწილდა: პროფესიონალები უმაღლესი განათლებით - 32%, სპეციალისტები საშუალო განათლებით - 6%, სტუდენტები - 49%, უმაღლესი და საშუალო რგოლის მენეჯერები - 5%, საკუთარი კომპანიების მფლობელები - 2%, კულტურის სფეროს წარმომადგენლები - 2%, მომსახურების სფეროს წარმომადგენლები - 2%, უმუშევრები - 2%.

შეკითხვაზე, რა მიზეზით შემოხვედით მაღაზიაში? რესპონდენტებმა სხვადასხვანაირად უპასუხეს. აღმოჩნდა, რომ გამოკითხულთა უმეტესობა – 36% კონკრეტული წიგნის შესაძენად მოვიდა, 16%-მა შემთხვევით შემოიარა, შეიარა მაღაზიაში, 7%-მა რადგან თავისუფალი დრო გამოუჩნდა, ხუთმა პროცენტმა უპასუხა, რომ მიიზიდა ასორტიმენტმა, 9% მივიდა ღია ბარათების ან რუკების შესაძენად, რომლებიც არ მოიძებნა სხვა წიგნის მაღაზიებში (სქემა 9).



სქემა 9. მომხმარებელთა ინტერესი წიგნის მაღაზიაში

წიგნის ბაზრის კვლევებმა აჩვენა, რომ საქართველოში წიგნის მაღაზიაში „ძირითადი“ მყიდველი 30 წლამდე სპეციალისტია უმაღლესი განათლებით და საშუალო შემოსავლით. ასევე სტუდენტები, რომლებიც მიზანმიმართულად ეძებენ და ყიდულობენ კონკრეტულ წიგნებს. როდესაც იცი ვინ არის მყიდველი, იცი მისი ფსიქოლოგია, ადვილია შეიმუშაო მარკეტინგული სტრატეგია, განსაზღვრო საფასო პოლიტიკა, შეარჩიო პროფესიონალი კონსულტანტები სხვადასხვა ჟანრისთვის და სხვა. მომხმარებელთა კონტინენტის შეცვლის შემთხვევაში, შესაბამისად შეიძლება შეიცვალოს მაღაზიის მუშაობა მომხმარებელთან, სადაც მაქსიმალურად იქნება გათვალისწინებული მომხმარებელთა მოთხოვნები და შესაძლებელია მათი მოტივაცია და სტიმულირება. საქართველოში საშუალო სტატისტიკური მონაცემებით, მოქალაქეთა სამომხმარებლო კალათაში დანახარჯები წიგნზე შეადგენს ძალიან მცირე ნაწილს (2%-ზე ნაკლებს). ამიტომ საგამომცემლო ბიზნესის მახასიათებლების შესწავლა ხდება ძირითადად გამომცემელთა, წიგნის მაღაზიებისა და ბითუმად წიგნით მოვაჭრეთა მიერ. საკუთარი მომხმარებლის და მისი მოთხოვნის ცოდნა მყარი კონკურენტულობის გარანტიაა წიგნის ბიზნესში.

მარკეტინგული კვლევა საგამომცემლო საქმეში ოთხ ძირითად ბლოკს მოიცავს, ესენია: წიგნის პროდუქციის ბაზრის კვლევა, ფასების კვლევა, სავაჭრო საქმიანი ურთიერთობების კვლევა, საბითუმო ბაზრის კვლევა, წიგნით მოვაჭრეთა მომარაგების კვლევა (ცხრილი 2). უნდა აღინიშნოს, რომ კვლევის მიმართულებები და მარკეტინგული კომპონენტების სტრატეგია გულისხმობს მარკეტინგულ მიქსს, რაც აერთიანებს რესურსებსა და ხარჯებს, ასევე რესურსებსა და შედეგებს. მარკეტინგული მიქსი აერთიანებს მარკეტინგული საქმიანობის ურთიერთკავშირის შედეგებს და ემსახურება საწარმოს პოზიციონირებას ბაზარზე. ერთი მხრივ რესურსები და დანახარჯები (საავტორო უფლებები, პოლიგრაფიული მომსახურება, ქაღალდის ბაზარი) და მეორე მხრივ რესურსები და შედეგები (პირველ რიგში სამომხმარებლო ბაზარი). ყველაზე დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სწორ პოზიციონირებას სამომხმარებლო ბაზარზე. სწორედ მასთან არის დაკავშირებული წიგნის ბიზნესის საინვესტიციო რისკი. ბიზნესმენი, რომელიც ჩადებს ინვესტიციას საგამომცემლო საქმეში ბაზრის წინასწარი კვლევის გარეშე და არ გააჩნია საკუთარი მარკეტინგული სტრატეგია, განწირულია წარუმატებლობისათვის.

წიგნის ბაზრის მარკეტინგული კვლევის კომპონენტები

მარკეტინგი	
კვლევების მართვა	შედეგების გამოყენება
წიგნის პროდუქციის ბაზრის კვლევა	ასორტიმენტის პოლიტიკა
ფასების კვლევა	საფასო პოლიტიკა
სავაჭრო საქმიანი ურთიერთობების კვლევა	სავაჭრო პოლიტიკა
საბითუმო ბაზრის კვლევა	საბითუმო პოლიტიკა
საწარმოს მომარაგების პოლიტიკა	გასაღების პოლიტიკა

მარკეტინგული კვლევები საშუალებას გვაძლევს, დავადგინოთ გამომცემლობებისა და წიგნის მაღაზიების კონკურენტუნარიანობა, რომლებსაც მიეკუთვნება: ასორტიმენტის მრავალფეროვნება (უნივერსალური გამომცემლობა), სპეციალიზაცია, ცნობადობა (სერიული გამოცემები), ფასი-ხარისხის შესაბამისობა (ფასის შესაბამისობა მიზნობრივი ჯგუფის გადახდისუნარიანობასთან), გასაღების არხების მრავალფეროვნება, რეკლამა, ტირაჟისა და ფასის ოპტიმალური თანაფარდობა, გრძელვადიანი საგამომცემლო პროგრამის არსებობა (საგამომცემლო პორტფელი, როგორც გამომცემლობის საქმიანობის საფუძველი – ინტელექტუალური საკუთრება), გასაღების ეფექტიანი არხები, კვალიფიციური რედაქტორები და გაყიდვის მენეჯერები, ბაზრის სწორად ჩატარებული მარკეტინგული კვლევა.

გამომცემელთა კავშირების სისტემა წიგნის მაღაზიებსა და ბითუმად მოვაჭრეებთან განსაზღვრავს გადარიცხვების რაოდენობას, რომელზეც დამოკიდებულია ფირმის კონკურენტუნარიანობა. მთავარ ფინანსურ რისკს თავის თავზე იღებს გამომცემელი- მეწარმე, ამიტომ, წარმატების მიღწევისას, საგამომცემლო მარკეტინგს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს წიგნის ბიზნესში.

აღსანიშნავია, რომ მარკეტინგ-მიქსის კომპონენტები განსხვავდება წმინდა საგამომცემლო მარკეტინგის კომპონენტებისაგან. მაგალითად, წიგნის მაღაზიის კონკურენტუნარიანობისათვის მნიშვნელოვანია: მაღაზიის ადგილმდებარეობა, ტრანსპორტის არსებობა, როგორი ტიპის რაიონშია (გარეუბანია თუ ქალაქის ცენტრი) მაღაზია, მაღაზიის ფართი, ასორტიმენტის მრავალფეროვნება სხვადასხვა თემატურ ჯგუფებში, ასორტიმენტის განახლების სიხშირე, გასული წლების გამოცემების არსებობა მაღაზიაში, ფასების დონე და ფასდაკლებები, რეკლამა, მაღაზიის კონსულტანტების კვალიფიკაციის დონე, მეგობრული გარემო, დამატებითი მომსახურება, მარკეტინგული კვლევების აქტიური გამოყენება.

მარკეტინგის შემადგენელ ნაწილად ითვლება მარკეტინგული კომუნიკაცია, რომლის მნიშვნელოვანი ნაწილია რეკლამა. მარკეტინგული კვლევები გულისხმობს შიდა და გარე გარემოს კვლევას. შიდა გარემოს კვლევის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ნაწილად ითვლება SWOT ანალიზი. არსებობს სხვა მეთოდებიც, მაგალითად ბოსტონის უნივერსიტეტის კვლევის მეთოდები. მომხმარებელთა კვლევა ტარდება გამოკითხვის მეთოდით, რომლის მომზადება და ჩატარება სპეციალურ მომზადებას მოითხოვს.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. Pedersen M.P. Crooked Printers, Inflation Bedevil/Publishers Weekly. - 1994.
2. Bertelmann tout granit /Livres Hebdo. 2006.
3. Нервные центры книжного бизнеса // Витрина. 2000.
4. Портер М. Международная конкуренция. М., 1993.
5. Рябова М.Э. Опыт конструирования социальной философии // М., 2004.
6. Стандарты в книжном деле. М., Изд-во ТД «Библио-Глобус», 2000.
7. Маковеев Н.П. Маркетинг в издательском деле и тенденции развития рынка. 2008. № 9.
8. Корпоративный механизм хозяйствования и мезоэкономическое структурирование / Под ред. И.К. Ларионова. М., Союз, 2000.
9. Костюк В.Н. Информация как социальный и экономический ресурс. М., Магистр, 1997.

*ირმა გურაშვილი*

საქართველოს საპატრიარქოს წმ. ანდრია პირვეწოდებულის  
*სახ. ქართული უნივერსიტეტის დოქტორანტი*

### მარკეტინგული სტრატეგია წიგნით ვაჭრობაში ანოტაცია

სტატიაში განხილულია საწარმოს მართვისას მარკეტინგის საშუალებების ეფექტიანი გამოყენების ძირითადი ინსტრუმენტები და მეთოდები. გაანალიზებულია წიგნით ვაჭრობაში მარკეტინგული სტრატეგიის როლი და მნიშვნელობა.

***Irma Gurashvili***

*PHD student of St. Andrew the First-Called  
Georgian University of the Patriarchate of Georgia*

**MARKETING STRATEGY IN THE BOOK TRADE**

**Annotation**

The article discusses main instruments and methods of efficient use of marketing means in enterprise managing. Is analyzed the role and significance of marketing strategy in book trading.

***Гурашвили Ирма***

*Докторант Грузинского Университета  
Светова Андрея Первозвонца, Патриархия Грузии*

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В КНИЖНОЙ ТОРГОВЛЕ**

**Аннотация**

В статье рассмотрены основные инструменты и методы эффективного использования маркетинговых средств в управлении предприятием. Проанализированы роль и значение маркетинговой стратегии в книжной торговле.

*მარიამ გიორგაძე*

*თსუ ტურიზმის განვითარების ინსტიტუტის  
ტურიზმის საერთაშორისო სკოლის სტუდენტი,  
რუსუდან სირბილაძე*

*ეკონომიკის დოქტორი, თსუ ტურიზმის განვითარების  
ინსტიტუტის ტურიზმის საერთაშორისო სკოლა*

## **ეროვნული შემოსავლის გამოთვლა და ტურიზმი**

საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების მთავარი მიზანია ეკონომიკური ზრდა, რაც, ძირითადად, ეროვნული შემოსავლის გამოთვლასა და მის ზრდაში პოულობს ასახვას, ეროვნული შემოსავლის ზრდა უფრო მეტი საქონლის და მომსახურების წარმოებას და ცხოვრების მაღალ დონეს განაპირობებს. ნებისმიერი ეკონომიკური სუბიექტის ეკონომიკური მდგომარეობის შესაფასებლად საჭიროა მისი შემოსავლის გამოთვლა. რაც უფრო მაღალია ადამიანების შემოსავალი, მით მეტია მათი ეკონომიკური ცხოვრების დონე.

ეროვნული შემოსავლის ზრდა დამოკიდებულია მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდაზე, რომელიც შეიცავს მიმდინარე პერიოდში ქვეყნის შიგნით წარმოებული საბოლოო საქონლის და მომსახურების ღირებულებას. ქვეყნის განვითარებისთვის საჭიროა მწარმოებლურობის არსებობა და მისი ზრდა.

მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის და, ზოგადად, ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დარგია ტურიზმი. მასზეა დამოკიდებული რამდენი ფულის ნაკადი შემოდის ქვეყანაში ამ სფეროდან. ტურიზმი მსოფლიოს ეკონომიკის ერთ-ერთი წამყვანი დარგია და მას ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში დიდი წვლილი შეაქვს. ტურიზმს დიდი ხნის ისტორია აქვს თუმცა იმ სახით, როგორც მას ვიცნობთ, მე-20 საუკუნიდან მოდის.

თანამედროვე პირობებში ტურიზმი და მოგზაურობა საგრძნობლად გაიზარდა როგორც ეკონომიკური, ისე სოციალური მნიშვნელობით და განვითარებული ქვეყნების უმეტესობაში ყველაზე სწრაფად მზარდი ეკონომიკური სექტორი გახდა.

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბოლოდროინდელი კვლევის თანახმად, საქართველოში ტურიზმის სფერო სწრაფი ტემპით ვითარდება. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით ტურიზმის სექტორის ზრდით საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა და ამ მხრივ ჩვენი ქვეყნის მაჩვენებელმა მსოფლიო ტურიზმის მაჩვენებელსაც გაუწია კონკურენცია.

ტურიზმს, როგორც საერთაშორისო ინდუსტრიას, შეუძლია უდიდესი როლი შეასრულოს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებასა და ღარიბთა ფენის შემცირებაში. ტურიზმს შეუძლია ფეხზე წამოაყენოს ქვეყნის ეკონომიკა, შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები, დაასაქმოს ადამიანები, ქვეყანაში უზრუნველყოს ვალუტის შემოდინება, გაამდიდროს ბიუჯეტი, განავითაროს ინფრასტრუქტურა, გააფართოოს შიდა ბაზარი და თანაბარ ნიშნულზე აიყვანოს რეგიონების ეკონომიკური განვითარება.

ტურიზმი ეკონომიკური საქმიანობის რთული სახეა და მოიცავს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორებს. ტურიზმის განვითარების ძირითადი საფუძველი მისი მომგებიანობაა. ბევრ ქვეყანაში ტურიზმი დღემდე წარმოადგენს საქმიანობის ახალ სახეს, რის გამოც ბევრი ხელისუფლება, და ხშირად კერძო სექტორიც, არ ფლობს საკმარის გამოცდილებას ტურიზმის სათანადო განვითარების საქმეში. მაღალპროფესიული მიდგომის გარეშე ტურიზმის განვითარებამ შეიძლება მოულოდნელი და არასასურველი ზეგავლენა მოახდინოს ქვეყნის მთელ ეკონომიკაზე. იმისთვის, რომ ტურიზმმა განსაკუთრებული როლი შეასრულოს და გაზარდოს ქვეყნის ეკონომიკა, მთავრობა განსაკუთრებულ ყურადღებას უნდა აქცევდეს ეკონომიკის ამ მზარდ სექტორს. დარგისადმი ასეთი ყურადღების კარგი მაგალითი ამერიკის შეერთებული შტატებია, რომელიც შემოსავლების მიხედვით მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის ბაზრის ლიდერია.

კვლევებმა აჩვენა რომ, მიუხედავად საქართველოს წარმატებისა მსოფლიო ბანკისა და საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების რეიტინგებში, ჩვენი ქვეყნის ტურიზმის სექტორი საერთაშორისო არენაზე არცთუ ისე მიმზიდველი იყო. ამიტომ მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმზე, მსოფლიო მოგზაურობის, ტურიზმის საბჭოსა და ექსპერტების ყოველწლიურ ანგარიშებში საქართველოს მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდიკატორები საერთოდ არ ქვეყნდებოდა ამ მონაცემთა არარსებობის გამო.

ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკურ ზრდასა და ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებაში, სამუშაო ადგილების და პოზიტიური გარე ფაქტორების შექმნაში, რაც პირდაპირ და ირიბად ახდენს ზეგავლენას სხვა ეკონომიკურ აქტივობებზე. ტურიზმში სწორი გადაწყვეტილების მიღებისათვის აუცილებელია ეკონომიკური ანალიზის ჩატარება. ის მნიშვნელოვან ინფორმაციას შეიცავს და აფასებს ტურისტული საქმიანობის შენატანს რეგიონისა და ქვეყნის ეკონომიკაში.

ტურიზმი რომ ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი სექტორია საქართველოში, ამას ჯამური მონაცემები ადასტურებს. დღეისათვის ტურიზმი და მოგზაურობა საგრძნობლად გაიზარდა რო-

გორც ეკონომიკური, ისე სოციალური მნიშვნელობით და განვითარებული ქვეყნების უმეტესობაში ყველაზე სწრაფად მზარდი ეკონომიკური სექტორი გახდა.



ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბოლოდროინდელი კვლევის თანახმად, საქართველოში ტურიზმის სფერო სწრაფი ტემპით ვითარდება. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, ტურიზმის სექტორის ზრდის მიხედვით საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა და ამ მხრივ ჩვენი ქვეყნის მაჩვენებელმა მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელსაც კი გაუსწრო.



ტურიზმი წარმოადგენს ეკონომიკური საქმიანობის მეტად რთულ სახეს, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორებს. ამასთან, ქვეყნების უმეტესობაში ტურიზმის განვითარების ძირითად საფუძველი მისი ეკონომიკური მომგებიანობაა. ბევრ ქვეყანაში ტურიზმი დღემდე



წარმოადგენს საქმიანობის ახალ სახეს, რის გამოც ბევრი ხელისუფლება და, ხშირად კერძო სექტორიც კი, არ ფლობს საკმარის გამოცდილებას ტურიზმის სათანადო განვითარების საქმეში. მაღალპროფესიული მიდგომის გარეშე ტურიზმის განვითარებამ შეიძლება მოულოდნელი და არასასურველი ზეგავლენა მოახდინოს ქვეყნის მთელ ეკონომიკაზე, ამიტომ დარგი ხელისუფლების მხრიდან მნიშვნელოვან ყურადღებას მოითხოვს.

დარგისადმი ამგვარი ყურადღების კარგი მაგალითია ამერიკის შეერთებული შტატები, რომელიც შემოსავლების მიხედვით მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის ბაზრის ლიდერია.

წლები	ტურ. პროდუქცია მლნ.ლარი	წილი მშპ-ში (%)
2005	988.86	8.5
2006	1244.34	9
2007	1572.95	9.3
2008	1974.69	10.4
2009	2449.55	12.3
2010	2997.55	14
2011	3618.67	15
2012	4312.92	15.6
2013	5080.3	15.9
2014	5920.81	--
2015	6834.45	--

ეროვნული ადმინისტრაციის, როგორც სახელმწიფო პოლიტიკის გამტარებელი ორგანოს, მისიაა: გაზარდოს ქვეყნის ცნობადობა საერთაშორისო მასშტაბით, უზრუნველყოს ქვეყანაში როგორც შემოყვანის, ისე შიდა ტურიზმის სტიმულირება, ხელი შეუწყოს ტურიზმის ბიზნესისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნას, გაზარდოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა, უზრუნველყოს ქვეყნის უსაფრთხო იმიჯის პოპულარიზაცია.

ტურიზმის საერთაშორისო და ინტერნაციონალურ ინდუსტრიად გადაქცევას ხელი შეუწყოს ორმა ურთიერთგანმაპირობებელმა ფაქტორმა. ერთი მხრივ, ტურისტული საწარმოები სარგებლიანობისა და შემოსავლიანობის გასაზრდელად სისტემურად აფართოებენ მოგზაურობის გეოგრაფიას მთელ მსოფლიოში და, მეორე მხრივ, რენტაბე-

ლობის ასამაღლებლად ტურისტული ბიზნესის ინვესტირებას ახდენენ საერთაშორისო მასშტაბით.

ტურიზმის მიწოდების ფაქტორებია:

1. ტურისტული ღირსშესანიშნაობები.

2. ტურიზმის ძირითადი საშუალებები, რომელსაც მიეკუთვნება: სასტუმროები,

კემპინგები, სტუმრის სახლები და განთავსების სხვა საშუალებები.

3. ტურების და მოგზაურობების ორგანიზაცია, რესტორნები, მაღაზიები, საბანკო მომსახურებები და სხვა.

ამ ფაქტორთა სარგებლობისთვის საჭიროა გამართული ინფრასტრუქტურა, რომელიც მოიცავს ტრანსპორტს, ენერჯიას, ტელეკომუნიკაციებს, ნარჩენების მოცილებას და სხვა. ასევე აუცილებელია ბუნების დაცვა, რაც ხელს უწყობს გარემოს, ბუნების მდგრად შენარჩუნებას, რაც ასევე აუცილებელია ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის. ტურიზმის ეკონომიკური ფუნქცია ვლინდება ტურიზმის ინვესტირებაში, თუმცა, ისევე, როგორც სხვა დარგებში, ინვესტირების ნაკლებობა შეინიშნება ტურიზმშიც. ინვესტირების კლების ორი მიზეზი არსებობს.

1. გლობალური ეკონომიკური კრიზისი და 2. ქვეყნის შიგნით არსებული ეკონომიკური მდგომარეობა. საერთაშორისო საინვესტიციო რესურსების ბაზარზე პოსტკრიზისული პერიოდები ყოველთვის ხასიათდება საინვესტიციო აქტივების დაცემით და ინვესტორები ძირითადად ბაზრის ანალიზით და მოლოდინით არიან დაკავებული. საქართველოს ინვესტიციების შემცირების შიდა ფაქტორებიდან ყველაზე მნიშვნელოვანია პოლიტიკური არასტაბილურობა. ტურიზმის განვითარებისთვის, ინვესტიციებთან ერთად, მნიშვნელოვანია დანაზოგები. დანაზოგების არსებობა თავის მხრივ განაპირობებს კაპიტალის შემდგომ ინვესტირებას და ეკონომიკურ ზრდას. თუ დანაზოგები არ არსებობს იმატებს უცხოურ კაპიტალზე დამოკიდებულება, რაც კრიზისულ პერიოდში ქვეყნის რისკებს ზრდის. ქვეყნები სხვადასხვა მეთოდებით ცდილობენ განავითარონ ტურიზმის ინდუსტრია. ხელი უნდა შევუწყოთ ისეთი ინვესტიციების განხორციელებას, რომელიც არ დაარღვევს კულტურის და ბუნების ავთენტურობას.

ტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება საბაზრო ეკონომიკის ძირითად პრინციპებს უნდა ითვალისწინებდეს და განხილული უნდა იყოს, როგორც მოთხოვნის და მიწოდების ფაქტორების ურთიერთდაკავშირებული სისტემა.

თანამედროვე პერიოდში ტურიზმი სულ უფრო და უფრო პოპულარული ხდება. ამასთან, აღსანიშნავია ტურისტთა ცოდნის მაღალი დონე, კერძოდ, ინტერნეტისა და გლობალიზაციის პირობებში. მოგ-

ზაურმა მოგზაურობამდე იცის სად უნდა წასვლა, რისი მონახულება სურს, რომელი ავიაკომპანიით სარგებლობას აძლევს უპირატესობას, სად როგორი ფასებია, რომელი სასტუმრო ურჩევნია და ა. შ. ამიტომ სულ უფრო რთულდება ტურისტთა მოთხოვნების დაკმაყოფილება ტურიზმში მომუშავე ადამიანებისთვის. მით უმეტეს, როცა ტურიზმის, მოგზაურობის მიზეზი შეიძლება მრავალფეროვანი იყოს. გამაჯანსაღებელი, სამკურნალო, სპორტული, რელიგიური, საგანმანათლებლო შემეცნებითი, პირადი სიამოვნებისთვის და ა. შ.

საქართველოს კანონმდებლობით, საქართველო აღიარებს ტურიზმის და კურორტების დარგს, როგორც ეროვნული კულტურის და ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტს. პრიორიტეტი მიზნად უნდა ისახავდეს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ხელშემწყობი ფაქტორებისთვის განსაკუთრებული ყურადღების გამახვილებას. კერძოდ, ტურიზმის განვითარებამ ქვეყანაში ხელი უნდა შეუწყოს მწარმოებულობის ზრდას, მთლიანი შიდა პროდუქტის და მისი შემადგენელი კომპონენტების: მოხმარების, ინვესტიციების, სახელმწიფო შესყიდვების, წმინდა ექსპორტისთვის განსაკუთრებული ყურადღების გამახვილებას, რადგან მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდა მთლიან ეროვნულ პროდუქტს, და მასთან ერთად ეროვნულ შემოსავალს ზრდის, რაც ეკონომიკური მიღწევების განსაკუთრებული პირობაა. სწორედ ამაზეა დამოკიდებული ჩვენი ოჯახების სიძლიერე, ჯანმრთელობა, განათლება, გონებასახვილობა, ღირსება, სიბრძნე და სამშობლოსადმი ჩვენი ერთგულება.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. გრეგორი მენქიუ. ეკონომიკის პრინციპები, დიოგენე, 2008.
2. მ. ნაცვალაძე, აგროტურიზმის როლი სოფლის მეურნეობის მდგრად განვითარებაში, საკონფერენციო შრომების კრებული, II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი, გვ. 471, 2011.
3. რუსუდან სირბილაძე, ეკონომიკა, საქართველოს ეკონომიკისა და სამართლის სასწავლო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2010.
4. თენგიზ თაქთაქიშვილი, სტატია „ტურიზმი განვითარებად ქვეყნებში“.
5. სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.
6. საქართველოს ეროვნული ბანკი.
7. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია (UNWTO).

8. ტურიზმის მზარდი სტატისტიკა საქართველოში - <http://agrokavkaz.ge>
9. ტურიზმის განვითარება – <http://ninochanchaleishvili.blogspot.com/>
10. როგორ ვებრძოლოთ უმუშევრობას. უმსხვილესი დამსაქმებლები საქართველოში –<http://forbes.ge>
11. საზოგადოების კვლევის ცენტრი [cssge.ge](http://cssge.ge)
12. Helen Mc Bain, Caribbean tourism and agriculture: linking to enhance development and competitiveness, Economic Development Unit, Port of Spain, March 2007, <http://www.caribbeanagrotourism.com/Publications/ECLAC-2007-study-1.pdf>
13. Market Research on Agro-tourism Products and Services, Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA) Office in Jamaica, Submitted by: Carolyn E. Hayle, Senior Programme Officer, Matthew Harvey, Consultant Kwame Emmanuel, Consultant Institute for Hospitality and Tourism, University of the West Indies, Mona, Kingston 7, FINAL REPORT, MAY 19, 2006 , <http://www.caribbeanagrotourism.com/Publications/Carolyn-Hayle.pdf>
14. Strengthening Of The Tourism Sector Through the Development of Linkages With The Agricultural Sector In The Caribbean, PREPARED BY TRICIA TIKASINGH, FINAL REPORT, JANUARY 2006;
15. Балыкин, С. Агротуризм в малых городах / Сергей Балыкин // 2008. - № 4.
16. ლელა ხარტიშვილი, ორგანული მეურნეობა და ტურიზმი – საქართველოს მაგალითი, <http://organicconference.elkana.org.ge/files/conf/f3/3.pdf>
17. <https://ka.wikipedia.org>
18. [Economy.ge](http://Economy.ge)

*მარიამ გიორგაძე*  
*თსუ ტურიზმის განვითარების ინსტიტუტის*  
*ტურიზმის საერთაშორისო სკოლის სტუდენტი,*  
*რუსუდან სირბილაძე*  
*ეკონომიკის დოქტორი, თსუ ტურიზმის*  
*განვითარების ინსტიტუტის ტურიზმის საერთაშორისო სკოლა*

**ეროვნული შემოსავლის გამოთვლა და ტურიზმი**  
**ანოტაცია**

საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების მთავარი მიზანი ეკონომიკური ზრდაა, რაც ძირითადად ეროვნული შემოსავლის გამოთვლასა და მის ზრდაში პოულობს ასახვას, ეროვნული შემოსავლის ზრდა უფრო მეტი საქონლის და მომსახურების წარმოებას და ცხოვრების მაღალ დონეს განაპირობებს. ნებისმიერი ეკონომიკური სუბიექტის ეკონომიკური მდგომარეობის შესაფასებლად საჭიროა მისი შემოსავლის გამოთვლა. რაც უფრო მაღალია ადამიანის შემოსავალი, მით მეტია მისი ეკონომიკური ცხოვრების დონე. ქვეყნის განვითარებისთვის საჭიროა მწარმოებლურობის არსებობა და მისი ზრდა.

მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის და ზოგადად ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დარგია ტურიზმი. მასზეა დამოკიდებული რამდენი ფულის ნაკადი შემოდის ქვეყანაში ამ სფეროდან. ტურიზმი მსოფლიოს ეკონომიკის ერთ-ერთი წამყვანი დარგია და მას ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში დიდი წვლილი შეაქვს.

ტურიზმის განვითარებას დადებითი და უარყოფითი მხარეები აქვს. რაც შესაბამისად როგორც დადებით, ისე უარყოფით ზეგავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკაზე. სტატიაში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა ტურიზმის განვითარებისთვის საჭირო ხელშემწყობი პირობების შექმნას, რადგან ამაზეა დამოკიდებული მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდა და, მასთან ერთად, ეროვნული შემოსავლის ზრდა, რაც საბოლოო ჯამში, ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაში აისახება.

*გიორგაძე მარიამ*  
*студентка международной школы туризма*  
*Института развития туризма ТГУ,*  
*Сирбиладзе Русудан*  
*доктор экономики,*  
*международная школа туризма*  
*Института развития туризма ТГУ*

## **РАСЧЁТ НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА И ТУРИЗМ**

### **Аннотация**

Главной целью стран рыночной экономики является экономический рост, что в основном находит своё отражение в расчёте национального дохода и его росте. Ростом национального дохода обуславливается производство больше продукции и услуг, а также высокий уровень жизни. Для оценки экономического состояния любого экономического субъекта необходимо рассчитать его доход. Чем выше доход человека, тем лучше уровень его экономической жизни. Для развития страны необходимо наличие производительности и её рост. Одним из основных отраслей роста валового внутреннего продукта и в целом экономического роста является туризм. От него зависит поток денег в страну из этой области. Туризм является одной из ведущих мировых отраслей экономики, и он в значительной степени способствует экономическому развитию любой страны.

Развитие туризма имеет свои преимущества и недостатки. Это, следовательно, как положительно, так и отрицательно сказывается на экономике страны.

В статье особое внимание уделяется созданию благоприятных условий для развития туризма, поскольку от этого зависит рост валового внутреннего продукта и при этом рост национального дохода, что в конечном итоге находит отражение в экономическом росте страны.

***Mariam Giorgadze***

*TSU Student of International Tourism School of the  
Institute for Tourism Development*

***Rusudan Sirbiladze***

*Doctor of Economics,  
TSU International Tourism School of the  
Institute for Tourism Development*

## **CALCULATION OF NATIONAL INCOME AND TOURISM**

### **Annotation**

The main objective of the country's market economy is its economic growth, which was mainly reflected in the national income calculation and its growth. The growth in the national income conditions more production of goods and services and a high quality of life. For the assessment of the economic situation of any economic entity it is essential to calculate its income. The higher the person's income is the higher the level of its economic life is. The existence of productivity and its growth is necessary for the country's development.

Tourism is one of the important sectors of GDP and overall economic growth. It depends on how much money flows into the country from this field. Tourism is one of the world's leading fields of the economy, and it contributes greatly to the economic development of any country.

Tourism development has advantages and disadvantages. Therefore it has both positive and negative impact on the country's economy. The special attention is paid to the creation of favorable conditions for the development of tourism in this article, as it depends on GDP, and the increase in national income as well, which ultimately finds a reflection of the country's economic growth.

*ხატია უდესიანი*

*ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა  
და ბიზნესის ფაკულტეტის სტუდენტი*

### **პლიმრი რეგიონი პლიმრი ძველის საწინდარი**

როგორც ცნობილია, საქართველოს მთავრობამ მიიღო 2015-2017 წლების რეგიონული განვითარების პროგრამა, რომელიც წარმოადგენს საშუალოვადიან სამთავრობო დოკუმენტს და რომელიც განსაზღვრავს საქართველოს რეგიონული პოლიტიკის ძირითად მიზნებსა და ამოცანებს, შესაბამის პრიორიტეტებსა და ღონისძიებებს და ადგენს საჭირო პირობებს ქვეყნის რეგიონების დაბალანსებული და მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების უზრუნველსაყოფად. პროგრამის განხორციელების მიზნებიდან გამომდინარე, რეგიონული პოლიტიკა წარმოადგენს მიზანმიმართულ ღონისძიებათა ერთობლიობას, რომელიც კონცენტრირებული და კოორდინირებულია რეგიონულ დონეზე, ეფუძნება განვითარების საჭიროებებსა და პრიორიტეტებს და, შესაბამისად მათ, ქვეყნის მდგრად რეგიონულ განვითარებაზე მიმართული რესურსების შედეგზე ორიენტირებულ გადაწყვეტილებას.

აღნიშნული პროგრამის შემუშავება და მისი განხორციელება მნიშვნელოვანია ევროკავშირსა და საქართველოს შორის მიმდინარე და დაგეგმილი თანამშრომლობის ფარგლებში, მათ შორის, ევროკავშირის საბიუჯეტო და სექტორული დახმარების პროგრამის ფარგლებში. რაც კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, პროგრამის შემუშავება და მისი ეფექტიანი განხორციელება პირდაპირ პასუხობს ევროკავშირსა და საქართველოს შორის ასოცირების ხელშეკრულებისა და ასოცირების დღის წესრიგის შესაბამისი დებულებების განხორციელების მიზნებს.

პროგრამაში გაწერილია საქართველოს რეგიონული განვითარების პოლიტიკა და ამ პოლიტიკის განხორციელებისთვის აუცილებელი საკვანძო პრიორიტეტები და შესატყვისი ღონისძიებები. მათ წინ უსწრებს რეგიონული განვითარების კუთხით არსებული მდგომარეობის მიმოხილვა და, შესაბამისად, გამოვლენილი ძირითადი საჭიროებები.

ჩვენი გამოკვლევა ეხება ონის მუნიციპალიტეტს, რომელიც მიუკუთვნებაროგორც სასაზღვრო, ასევე კონფლიქტისპირა ზონას ულამაზესი ბუნებითა და საოცარი ხედებით. მას განსაკუთრებულ ელფერს მატებს სიღარბაისლით, სიღინჯითა და სიბრძნით გამორჩეული ხალხი, რომლებიც, სამწუხაროდ, მიგრაციის შედეგად თითზე ჩამოსათვლელი დარჩნენ მაღლმთიან სოფლებში. ონის მუნიციპალიტეტი განთავსებულია რაჭა-



ლექსუმისა და ქვემო სვანეთის ჩრდილო-აღმოსავლეთ ნაწილში, საქართველოს სახელმწიფო საზღვრის გასწვრივ (86 კმ). ჩრდილოეთიდან მას ესაზღვრება რუსეთის ფედერაცია, სამხრეთით საჩხერის მუნიციპალიტეტი, დასავლეთით – ამბროლაურის მუნიციპალიტეტი, აღმოსავლეთით კი ცხინვალის რეგიონი. მუნიციპალიტეტის ფართობი შეადგენს 1350 კმ<sup>2</sup>. მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული ცენტრია ქალაქი ონი. მანძილი ადმინისტრაციულ ცენტრსა და თბილისს შორის არის 300 კმ. მუნიციპალიტეტის მოსახლეობის რიცხოვნობაა 7723 კაცი, მათ შორის ქალაქ ონში ცხოვრობს 3150 კაცი. მუნიციპალიტეტში 1 ქალაქი, 19 ტერიტორიული ორგანო და 64 სოფელია. მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი თვითმმართველობის უმაღლესი ორგანოა მუნიციპალიტეტის საკრებულო, ხოლო აღმასრულებელი ორგანოა მუნიციპალიტეტის გამგეობა.

მოგესხენებათ, ქალაქის განვითარება შეუძლებელი სოფლის განვითარების გარეშე. ქალაქი ონი მაღალმთიან რეგიონშია, დედაქალაქიდან საკმაოდ შორს. შესაბამისად იქაური პრობლემები ძალიან განსხვავდება თბილისის, ქუთაისის, ბათუმის პრობლემებისაგან. მაშინ, როდესაც დიდი ქალაქები მოსახლეობის ზრდის ტენდენციას განიცდის, ქალაქ ონში ყოველდღე მცირდება ადამიანთა რაოდენობა. 2015 წელს ონის ერთადერთ სკოლაში არც ერთი პირველკლასელი არ მიდის. მოსახლეობის 60%-ზე მეტი პენსიონერია. ბავშვები კი თითზე ჩამოსათვლელნი დარჩნენ.

უმწვავეს მიგრაციულ პროცესებს ხელს იწყობს მინიმალური ინფრასტრუქტურის არარსებობა. მუნიციპალიტეტში არ არის ბუნებრივი აირი. 2012 წელს განხორციელდა ონი-ამბროლაურის-სორის დაბალი წნევის გაზსადენის მონაკვეთის მშენებლობა, გაზსადენი მიღები მოყვანილია სოფელი სორის ბოლომდე, მაგრამ ქსელი მოწყობილი არ არის. აუცილებელია გაგრძელდეს ცენტრალური მაგისტრალის მშენებლობა ქალაქ ონამდე და პირველ ეტაპზე განხორციელდეს ქალაქისა და ცენტრალური მაგისტრალის ასლოს მდებარე სოფლების გაზიფიცირება, ხოლო შემდგომ მოხდეს მუნიციპალიტეტის ყველა სოფლის გაზიფიცირება. ამა წლის 1 აპრილს ონს საქართველოს ვიცე-პრემიერი, ენერჯეტიკის მინისტრი კახი კალაძე ესტუმრა. მისი ვიზიტი, სწორედ, ონში გაზიფიცირების პროექტის ამუშავებას ემსახურებოდა. ვიცე-პრემიერი გაეცნო დაგეგმვის სამუშაოებს, ისაუბრა დაქსელვასა და მოსახლეობაში გაზის შეყვანის შეღავათიან პირობებზე. ამ პრობლემის მოგვარება ნაწილობრივ შეაჩერებს მიგრაციულ პროცესებს.

ქალაქ ონში გასულ წლებში თითქმის მთლიანად შეიცვალა არსებული წყალსადენის ქსელი. პრობლემას წარმოადგენს წყლის ხარისხი, რომელიც ყოველი გაწვიმების შემდეგ იმღვრება. რაც შეეხება ონის მუნიციპალიტეტის სოფლებს, წყალსადენი ქსელი საერთოდ არ არსებობს. ასევე ძალიან დიდი პრობლემაა მათთვის სტიქიებისგან

დაუცველობა. კოკისპირული წვიმებიც კი იწვევს მოსახლეობის კარმიდამოების დატბორვას, რადგან არსებული სანიაღვრე სისტემა ვერ უზრუნველყოფს მოჭარბებული წყლის გატარებას. მოსახლეობას უწევს მეწყერსაშიშ ზონაში ცხოვრება, რაც დიდი რისკის ქვეშ აყენებს ადამიანების სიცოცხლეს. წყალდიდობა, მეწყერი, ღვარცოფი, დიდთოფლობა დიდ ზიანს აყენებს ადამიანებს. იტბორება ნაკვეთები, ზიანდება საგზაო ინფრასტრუქტურა. ვფიქრობთ, აუცილებელია მდინარე რიონისა და მისი შენაკადების კომპლექსური შესწავლა და შესაბამისი ნაპირსამაგრი სამუშაოების დაგეგმვა; მეწყერული ადგილების გეოლოგიური შესწავლა; ჰიდროინჟინერების მიერ არსებული სანიაღვრე არხების გამტარუნარიანობის შესწავლა და ამ ყველაფრის გამოსწორება. წყლის რესურსების ეფექტიანი გამოყენება გააუმჯობესებს ონის მდგომარეობას.

ნებისმიერი ნაბიჯი და გატარებული ღონისძიება, პირველ რიგში, მიმართული უნდა იყოს მიგრაციის შესაჩერებლად. ხალხს არა მარტო საცხოვრებელი პირობების (გზების ინფრასტრუქტურა, გაზიფიცირება, წყალმომარაგება და ა. შ.) მოგვარება და გაუმჯობესება სჭირდება, არამედ სტაბილური სამუშაო ადგილების შექმნა ადგილობრივი თუ მოზიდული ინვესტიციების საშუალებით. ეს ორი ღონისძიება, ვთვლით, რომ შეაჩერებს მოსახლეობის გადინებას მუნიციპალიტეტიდან.

უდიდესია ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა, რასაც, სხვა ფაქტორებთან ერთად, მოწმობს რაჭის მეტად მდიდარი მხარეთმცოდნეობის მუზეუმი (ქ. ონი), სადაც 14 000 ძირითადი და დამხმარე ექსპონატი ინახება, მათ შორის არქეოლოგიური, ეთნოგრაფიული, ნუმიზმატიკური, სახვითი ხელოვნების ნიმუშები, მემორიალური, ისტორიული მნიშვნელობის დოკუმენტები. თუმცა მუზეუმის შენობა საერთოდ არ უზრუნველყოფს ამ უნიკალური ექსპონატების უსაფრთხოებას. მუზეუმი მიწისძვრის შედეგად დაზიანდა და დღეს კატასტროფულ მდგომარეობაშია. გარდა ამისა, მუნიციპალიტეტში 44 სახეობის სამკურნალო მინერალური წყალია, რომელთაც მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა შეუძლია არა მარტო ონის, არამედ ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში. მრავალფეროვანი, გამორჩეული ბუნება, მდიდარი ისტორიული წარსული და კულტურული მემკვიდრეობა, ბალნეოლოგიური კურორტების სიმრავლე, სხვადასხვა სახის სამკურნალო მინერალური წყლები და სტუმარ-მასპინძლობის ადგილობრივი ტრადიციები ზემო რაჭის ის სიძლიერეა, რომელთა სწორი ფორმით შეთავაზებაც რეგიონს ტურისტულად მიმზიდველს გახდის.

მიუხედავად იმისა, რომ რეგიონის დღევანდელი მდგომარეობა ძალიან შორსაა ეკონომიკურად ეფექტური მოდელისაგან, როდესაც ხდება რესურსების მიზანმიმართული და ეფექტიანი გამოყენება, თავად ამ რესურსების არსებობა, ასევე, ახლო წარსულში ონის რეგიონით საერთაშორისო ორგანიზაციებისა თუ ინვესტორების დაინტერესების ფაქტები

საფუძველს იძლევა ვიფიქროთ, რომ სწორი ეკონომიკური კურსის დაგეგმვისა და მისი ეტაპობრივი შესრულების პირობებში შესაძლებელია რაიონის სოციალურ-ეკონომიკური მდგრადობის მიღწევა.

რაიონის მასშტაბით აგროსექტორის პრიორიტეტული მიმართულებებია: მესაქონლეობა, მეფუტკრეობა, მებოსტნეობა, მეხილეობა. აღსანიშნავია, რომ ამ საქმიანობებში საბოლოო პროდუქტის მიღებამდე ყველა ეტაპზე ჯანსაღი, ნატურალური რესურსები გამოიყენება: ნიადაგი ორგანული სასუქით მდიდრდება, ხეხილის ბაღები აგროტექნიკურ ღონისძიებებს არ გადის და ეკოლოგიურად სუფთაა, მცენარეთა უნიკალური ჯიშებისა და თაფლოვანი მცენარეების წყალობით, ადგილობრივად წარმოებულ თაფლი და თაფლის პროდუქტები (ფუტკრის რძე, ცვილი, დინდგელი...), მაღალ ხარისხსა და საგემონო თვისებებთან ერთად, სამკურნალო თვისებებით გამოირჩევა. ბოლო პერიოდში ორგანული პროდუქტებისადმი მკვეთრად გაზრდილი მოთხოვნის გათვალისწინებით, ვფიქრობთ, ამ სფეროებს უდავოდ აქვს პოტენციალი, რომ, დროთა განმავლობაში, თვითკმარი წამოებიდან საექსპორტო პროდუქციის წარმოებაზე გადაერთოს.

სამწუხაროდ, დღესდღეობით, პრობლემები არსებობს ოთხივე მიმართულებით, განსაკუთრებით მიწათმოქმედების მხრივ. პრობლემას წარმოადგენს არსებული მიწის რესურსების არაეფექტიანი გამოყენება, რაც, როგორც გამოიკვეთა, გამოწვეულია რამდენიმე ძირითადი მიზეზით: 1. აგროქიმიურად შეუსწავლელი ნიადაგები, რაც ართულებს სავარგულების ნაყოფიერ გამოყენებას. 2. განუვითარებელი ინფრასტრუქტურა – შესაბამისი ტექნიკის უქონლობა, რასაც ემატება სავარგულების ამორტიზება და ფინანსების ხეწლმისაწვდომობასთან დაკავშირებული სიძნელეები.

პრობლემების აღწერის პარალელურად, მრავალგზის აღვნიშნეთ, რომ არსებული რესურსების წყალობით ონის რეგიონს რეალური შანსი აქვს, სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობით ერთ-ერთი ყველაზე მძლავრი მუნიციპალიტეტი გახდეს საქართველოში. თუმცა, მიმაჩნია, რომ რეგიონის განვითარების გრძელვადიანი გეგმები მხოლოდ მაშინ იქნება რეალურად განხორციელებადი და იმედის მომცემი, თუკი საწყის ეტაპზე მუნიციპალიტეტის, სახელმწიფოსა და ადგილობრივთა ძალისხმევით დაიწყება იმ პრობლემების გადაჭრაზე მუშაობა, რომლებიც მოსახლეობის სოციალურ, საყოფაცხოვრებო პირობებთანაა დაკავშირებული და მათ მიერ მუნიციპალიტეტის დატოვების ძირითად მიზეზთაგანია.

პრობლემის წარმოშობის უმთავრეს მიზეზს, ცხადია, რეგიონის გეოგრაფიული თავისებურებები წამოადგენს, ხოლო გზები, როგორც აღვნიშნა, ერთ-ერთი ძვირად მოსაველედი ინფრასტრუქტურაა. სხვადასხვა პერიოდის განმავლობაში თვითმმართველობის პრიორიტეტული მიმართუ-

ლებების გეგმების შედარებით აღმოჩნდა, რომ საგზაო ინფრასტრუქტურა მუდმივად მოიხსენიებოდა პრიორიტეტებს შორის, თუმცა ბოლო წლების განმავლობაში გაზრდილია ამ პრობლემისაკენ მიმართული ფულადი რესურსების ოდენობა. აღსანიშნავია, რომ გასულ წლებში მეტი აქცენტი იყო გაკეთებული ქალაქ ონის საგზაო ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე - 2014 წელს დაფინანსდა ქ. ონის როგორც ცენტრალური, ასევე შიდა ქუჩების ასფალტირება და ასფალტირებასთან დაკავშირებული სამუშაოები. შესრულებული სამუშაოთი ადგილობრივი მოსახლეობა კმაყოფილია, რადგან ქალაქში პრობლემა მთლიანად გადაჭრილია. რაც შეეხება სოფლებს, გასულ წლებში განხორციელდა ცალკეული სოფლების - უწერას, ჭირბევის, ლახთას, შეუბანის და სხვათა შიდა გზების, ცალკეული უბნების გზის რეაბილიტაცია და განხორციელდა სტიქიური მოვლენების საწინააღმდეგო ღონისძიებები, რომლებიც, მოსახლეობის დაცვასთან ერთად, ასევე მიმართულია საგზაო ინფრასტრუქტურის განვითარებისკენ. გარდა ამისა, შეძენილ იქნა გზების კეთილმოწყობისათვის საჭირო ტექნიკის ნაწილი. ჩანს მცდელობა, რომ თვითმმართველობა ეტაპობრივად ცდილობს საგზაო ინფრასტრუქტურის პრობლემის მოგვარებას, თუმცა უმთავრეს პრობლემად ამ საკითხის მოსაგვარებლად, ცხადია, ფინანსური მხარე რჩება, რადგან თვითმმართველობა ვალდებულია, ფინანსები განკარგოს მოსახლეობის ყველა სხვა საჭიროების დასაკმაყოფილებლად. მიუხედავად იმისა, რომ სოფლების მოსახლეობა დადებითად შეხვდა საგზაო მიმართულებით ბოლო წლების განმავლობაში გააქტიურებულ სამუშაოებს, ისინი აღნიშნავენ, რომ საშუაია სწორედ სოფლის გზები იქცეს მთავარ პრიორიტეტად.

ონის მოსახლეობა პრობლემების მოგვარებისთვის უდიდეს იმედს ამყარებს ე.წ. „მთის კანონზე“, ანუ საქართველოს კანონზე მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ, და პრობლემათაგან გამოსავალს ხედავს იმ შემთხვევაში, თუკი ეს კანონი შეეხება მთლიანად ონის მუნიციპალიტეტს.

ქალაქ ონს უდიდესი პოტენციალი აქვს როგორც ბუნებრივი, ასევე ადამიანური რესურსების კუთხით. გასაოცარია ონელების შესაძლებლობები. ონში განსაკუთრებით ხელოვანი ადამიანები იბადებიან. თითქმის ყველა ოჯახში ხატავენ, უკრავენ, ცეკვავენ, ძერწავენ. იქაური ბავშვები განსაკუთრებული ნიჭითა და შესაძლებლობებით გამოირჩევიან, მაგრამ მათ არ აქვთ ხელშეწყობა, არ აქვთ თანამედროვე ტექნოლოგიებთან წვდომის შესაძლებლობა. ეს კი ხელს უშლის ამ ქალაქის განვითარებას და ხელს უწყობს მიგრაციულ პროცესებს.

აღსანიშნავია, რომ ონში ჯანდაცვის სფეროც საჭიროებს დახმარებას. მუნიციპალიტეტის უმრავლეს სოფლებში არ არის ექიმი. ქალაქ ონში არსებულ საავადმყოფოში კი არ აქვთ საკმარისი სამკურნალო

ადტურვილობა. ბოლო პერიოდში, ჯანდაცვის სამინისტროს გადაწყვეტილებით, პირები, რომლებიც მაღლმთიან რეგიონებში სამი წლის განმავლობაში იმუშავებენ, რეზიდენტურის გარკვეული დარგის სპეციალობებში უფასოდ მომზადდებიან. მსგავსი პროექტი ფუნქციონირებს სკოლებშიც. როგორც აღენიშნეთ მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი დაბერებულია, შესაბამისად სკოლის მასწავლებლებიც ხანშიშესული ადამიანები არიან, რომელთაც თანამედროვე ტექნოლოგიების ნაკლები ცოდნა აქვთ. განათლების სამინისტრომ გადაწყვიტა, განეხორციელებინა პროექტი „ასწავლე საქართველოს“, რომლის ფარგლებშიც ახალგაზრდა მასწავლებლები მიაგვლინა მაღლმთიან რეგიონებში და მათ დაუფინანსა მაგისტრატურა.

ქალაქ ონს განვითარებისთვის საჭირო ყველა რესურსი აქვს. აუცილებელია ამ რესურსების სათანადოდ შესწავლა, ინვესტიციების მოზიდვა და სამუშაო ადგილების დროულად შექმნა. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ეკონომიკურად ძლიერი მუნიციპალიტეტის ნაცვლად სულ ცოტა ხანში „ბუნებრივ ნაკრძალს“ ვიხილავთ. სოფლის განვითარება ქალაქის განვითარების შესაძლებლობას იძლევა, ქალაქის განვითარება კი ქვეყნის ძლიერების საწინდარია.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. 2015-2017 წლების საქართველოს რეგიონული განვითარების პროგრამა. თბილისი. 2014 წლის 9 ივლისი.
2. პაპავა ვ., თაფლაძე თ. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების ძირითადი ტენდენციებისა და პერსპექტივების შესახებ. ჟ. „ეკონომისტი“. 2, 2013.
3. საჯარო ინფორმაციის მონაცემთა ბაზა, ოფიციალური ვებ-გვერდი – WWW. Opendata.ge
4. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე – Matsne.gov.ge
5. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური – [http://geostat.ge/?action=page&p\\_id=139&lang=geo](http://geostat.ge/?action=page&p_id=139&lang=geo)
6. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო – <http://www.economy.ge/ge/economic-sectors/foreign-direct-investments>
7. სახელმწიფო აუდიტის სამსახური – <http://sao.ge/> \_
8. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთ ასოციაცია – WWW. Economists.ge

*ხატია უდესიანი*  
*ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის*  
*სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა*  
*და ბიზნესის ფაკულტეტის სტუდენტი*

**ძლიერი რეგიონი ძლიერი ქვეყნის საფუძვარია**  
**ანოტაცია**

საქართველოს მთავრობის 2015-2017 წლების რეგიონული განვითარების პროგრამა წარმოადგენს საშუალოვადიან სამთავრობო დოკუმენტს და განსაზღვრავს საქართველოს რეგიონული პოლიტიკის ძირითად მიზნებსა და ამოცანებს, შესაბამის პრიორიტეტებსა და ღონისძიებებს და ადგენს საჭირო პირობებს ქვეყნის რეგიონების დაბალანსებული და მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების უზრუნველსაყოფად.

აღნიშნული პროგრამა დაედო საფუძვლად ინიციატივას რაჭის რეგიონის, კერძოდ კი ონის მუნიციპალიტეტის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების შესწავლასა და ამ პრობლემების აღმოფხვრის გზების ძიებას. სტატიაში გახილულია ის მძიმე სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, რითაც ხასიათდება არა მარტო ონის მუნიციპალიტეტი, არამედ მთლიანდ ქვეყნის მაღალმთიანი რეგიონი.

*Khatia Udesiani*  
*Iv. Javakhishvili Tbilisi State University,*  
*Faculty of Economics and Business, Student*

**A STRONG REGION AS A FOUNDATION FOR A STRONG COUNTRY**  
**Annotation**

The governmental program of regional development on 2015-2017 is a mid-term document which defines the main goals and tasks of regional policy in Georgia, determines the priorities and directions for balanced and sustainable socio - economic development. The program was a basis for the investigation the socio-economic problems of Racha region and in particular of the Oni municipalities and looks for ways to eliminate these problems. The article considers the hard socio-economic problems that are common as to Oni municipality as to all mountainous regions of the country.

*Удесиани Хатиа*

*Тбилисский государственный университет*

*Факультет экономики и бизнеса, студент*

**СИЛЬНЫЙ РЕГИОН ОСНОВА ДЛЯ СИЛЬНОЙ СТРАНЫ**

**Аннотация**

Программа регионального развития на 2015-2017 годы представляет собой среднесрочный правительственный документ, который определяет основные цели и задачи региональной политики государства, приоритеты и мероприятия по созданию необходимых условий для сбалансированного и устойчивого социально - экономического развития. Эта программа была основой для изучения социально-экономических проблем региона Рача, в частности, Онского муниципалитета и ставила целью поиск путей для устранения этих проблем. Статья рассматривает те серьезные социально-экономические проблемы, которыми характеризуется не только муниципалитет Они, но и все горные районы страны.

*მერაბ ცომაია*  
*თსუ-ს ბაკალავრი,*  
*ხელმძღვანელი ისტორიის აკადემიური დოქტორი*  
*ზურაბ სულაბერიძე*  
**საქართველოს ეკონომიკის პოლიტიკური პრობლემები**

მსოფლიო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ საქართველოსნაირი პატარა ქვეყნისთვის ეკონომიკური აღმავლობის და კეთილდღეობის მთავარი გზა საქონლისა და მომსახურების ექსპორტი და რეექსპორტია. ეს არის ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის, მოსახლეობის შემოსავლების ზრდის და ა.შ. ყველაზე ეფექტური მოდელი – მსოფლიოს ყველაზე განვითარებული პატარა ქვეყნები, ექსპორტზე ორიენტირებული ქვეყნები. ასე მაგალითად, ბუნებრივი რესურსებით საქართველოზე უფრო ღარიბი და მკაცრი კლიმატური პირობების მქონე დანიის და ავსტრიის მთავარი სიმდიდრე მაღალკვალიფიციური ადამიანური რესურსებია. 5, 7 მილიონიანი დანიის მთლიანი შიდა პროდუქტი (ნომინალური) 331 მლრდ დოლარია, ანუ 57999 დოლარი ერთ სულზე გაანგარიშებით, საქონლის ექსპორტის ხვედრითი წილი 34%-ია (111 მლრდ დოლარი), ხოლო თანაფარდობა ექსპორტსა და იმპორტს შორის – 1,13:1 (2013), 8,4 მილიონიანი ავსტრიის ანალოგიური მაჩვენებლებია: 415 მლრდ.დოლარი, 49256 დოლარი, 30% (125,4 მლრდ დოლარი) და 1:1,04. 4,5 მილიონიანი საქართველო კი თავისი მაჩვენებლებით: 16,2 მლრდ დოლარი, 3597 დოლარი, 18 % და 1:2,7 ძალზე შორსაა ამ ქვეყნებისგან, იგი მიეკუთვნება ღარიბ ქვეყნებს და სიმდიდრის დონით მსოფლიოში 111-ე ადგილზეა [1;2;3;4;5].

საქართველოს ასეთ მძიმე მდგომარეობას დიდად განაპირობებს ეკონომიკურ ურთიერთობებში პოლიტიკური დომინანტის გაჩენა მის ორ დიდ მეზობელ ქვეყანასთან – რუსეთსა და ირანთან. სწორედ რუსეთთან ეკონომიკური ურთიერთობების მოშლამ დიდად განაპირობა ჯერ ეკონომიკური კრიზისის წარმოშობა, ხოლო შემდეგ მისი დაუსრულებლობა საქართველოში. 1991 წლიდან მოყოლებული, მიუხედავად საერთაშორისო თანამეგობრობის მრავალმილიარდიანი დახმარებებისა, ქვეყანაში კვლავ ეკონომიკური სიდუხჭირვა. ქართველი გლეხი, რომელიც ყოველწლიურად რუსეთში გატანილი თავისი პროდუქციით ეკონომიკურად წელგამართული იყო, დღეს უკიდურესი სიღატაკის ზღვარზეა.

მეოცე საუკუნის 90-იანი წლებიდან დაწყებული, საქართველო-რუსეთისპოლიტიკური დაპირისპირება 2008წელს აგვისტოს ომში გადაიზარდა. შედეგად, ორ ქვეყანას შორის შეწყდა დიპლომატიური ურთიერთობა და, მასთან ერთად, ეკონომიკურიც: თუკი 2005 წელს საქართველოს ექსპორტი რუსეთში შეადგენდა 153,7 მლნ დოლარს, რუსეთის მიერ საქართველოს ნატოში სწრაფვის სანაცვლშემოდებული ეკონომიკური



ემბარგოს (2006) და 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდეგ ექსპორტმა 2009 წელს შეადგინა უკვე მხოლოდ 18 მლნ დოლარი, ანუ შემცირდა 8.5-ჯერ (!). 2005 წელს საქართველოს საქსპორტო ურთიერთობა ჰქონდა 93 ქვეყანასთან და რუსეთზე მოდიოდა ექსპორტის 18 % (I ადგილი), 2009 წელს 101 და 2011 წელს 106 პარტნიორი ქვეყნიდან რუსეთზე 2% მოდიოდა (X და XI ადგილი) . 2011 წელს რუსეთში ექსპორტირდა მხოლოდ 36,6 მლნ დოლარის პროდუქცია[1;6], ანუ ფაქტობრივად, რუსეთის ბაზარი ჩვენთვის დაიხურა. არადა, საქართველოს ეკონომიკა, როგორც მეფის რუსეთის, ისე, განსაკუთრებით, საბჭოთა პერიოდში, ძირითადად, რუსეთის ბაზრის მოთხოვნის შესაბამისად მუშაობდა.

ის, რომ პოლიტიკურ მოწინააღმდეგესთან ეკონომიკური კავშირი შესაძლებელია, ეკონომიკის ისტორიაში არ ახალია. ამის უახლესი ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი გერმანია და საფრანგეთი და ის, რომ ეს ორი ქვეყანა დღეს მოწინავეა მსოფლიოში, სხვა ფაქტორებთან ერთად, განპირობებულია სწორედ მათი მუდმივად მზარდი ეკონომიკური კავშირურობით.

2013 წლიდან ახალი ხელისუფლების მიერ დაწყებულმა ეკონომიკურმა კავშირურობამ რუსეთთან პირველი შედეგი უკვე მოიტანა: 2013 წელს 2011 წელთან შედარებით ექსპორტი რუსეთში გაიზარდა 5-ჯერ (!) და 111 ქვეყნიდან რუსეთში ექსპორტის ხვედრითმა წილმა 7% შეადგინა – IV ადგილი [1;6]. არასწორად მიგვაჩნია სკეპტიკოსების მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ რუსეთი არასაიმედო ეკონომიკური პარტნიორია, ნებისმიერ მომენტში შეუძლია შეგვიქმნას პრობლემები და ა. შ. რა თქმა უნდა, გარკვეული რისკები ასეთ ურთიერთობებში არსებობს, ვიდრეევროპულ ქვეყნებთან, მაგრამ უნდა გამოვიდეთ რეალობიდან და ვადიაროთ, რომ ჯერჯერობით სხვა უფრო ეფექტური რამ არ ჩანს: ჩვენთან არ შემოდის იმ დონის ინვესტიციები, რომ არაკონკურენტუნარიანი ქართული პროდუქცია უმოკლეს ხანში ვაქციოთ კონკურენტუნარიანად მსოფლიო ბაზარზე და ამით ქართველი გლეხი და მეწარმე წელში გაიმართოს.

ჩვენი აზრით, ეკონომიკური ურთიერთობების გადრმავება როგორც რუსეთთან, ისე აფხაზეთთან და სამხრეთ ოსეთთან ყველაზე უმოკლესი გზაა, ცხოვრების დონის ამაღლების კვალობაზე, უფრო საიმედო საფუძველი შევუქმნათ პოლიტიკური პრობლემების მოგვარებას, რადგან მხოლოდ ეკონომიკურად ძლიერი საქართველო შეიძლება გახდეს აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთისთვის პოლიტიკურად მიმზიდველი [7]. მეტად საეჭვოა ვარაუდი როგორც რუსეთის დასუსტებაზე (ბირთვული ზესახელმწიფო რაც არ უნდა დასუსტდეს, მაინც შეიძლება თავისი ინტერესების დაცვას და მუდამ სახიფათო იქნება მსოფლიო თანამეგობრობისთვის), ისე რუსეთში დემოკრატიის ექსპორტზე, რადგან როგორც რუსეთის წინა სახელისუფლებო არჩევნებმა აჩვენა, რუსეთის დემოკრა-

ტიული ძალებიც ყოფილ მოკავშირე რესპუბლიკებს განიხილავენ საკუთარი გავლენის სფეროდ, რადგან რუსეთში საზოგადოდ მიღებული აზრით, ესაა ერთადერთი საშუალება ნატოსგან თავის დასაცავად – თუკი რუსეთს შეუძლია შორი მანძილიდან გამოშვებული ნატოს ბირთვული რაკეტები ჰაერშივე ააფეთქოს, ზედ რუსეთის საზღვრიდან, ანუ ყოფილი მოკავშირე რესპუბლიკების ტერიტორიიდან გამოშვებული ასეთი რაკეტები რუსეთს პირისაგან მიწისა აღგვის, მით უფრო, რომ ნატო ფლობს მსოფლიოს ბირთვული არსენალის 60%-ს. სწორედ ამიტომაც, რომ ის ასე თავგამეტებით ეწინააღმდეგება მისი მეზობელი ქვეყნების ნატოში გაწევრიანებას. არ უნდა დაგვავიწყდეს ისიც, რომ „კუთხეში მიმწვედელი“ რუსეთი გაცილებით უფრო სახიფათოა მთელი მსოფლიოსთვის, ვიდრე დამეგობრებული. ამიტომ, შემთხვევითი არ არის ის ფაქტიც, რომ ევროკავშირის ლიდერები გამუდმებით მოუწოდებენ საქართველოს ხელისუფლებას, მათთან ინტეგრაციის პარალელურად „დააღაგოს“ ურთიერთობები რუსეთთან, რუსეთის ანალოგიურად, ეკონომიკის პოლიტიკურ სიბრტყეზე გადაყვანა მოხდა ირანთან მიმართებაშიც. 2010 წელს სავიზო რეჟიმის ორმხრივად გაუქმება მაშინვე აისახა ეკონომიკურ ვითარებაზე: პირდაპირი ირანული ინვესტიციები 2009 წელთან შედარებით გაიზარდა 5-ჯერ და შეადგინა 1.1 მლნ დოლარი, 2011 წელს 2006 წელთან შედარებით კი-25 ჯერ (!), ვაჭრობის მოცულობა ამავე პერიოდში გაიზარდა 3-ჯერ, ირანული ფირმების რაოდენობა კი საქართველოში – 85-დან 1500-მდე. 2012 წელს ირანმა განახორციელა 404 7 მლნ დოლარის ინვესტიცია საქართველოში. შესაბამისად, გაიზარდა საქართველოს ექსპორტიც ირანში: თუ 2013 წელს იგი შეადგენდა მხოლოდ 19 მლნ დოლარს, 2013წელს უკვე – 47,2 მლნ დოლარს [1;8].

საქართველო-ირანის გაცხოველებულმა ეკონომიკურმა კავშირებმა შემოფოთება გამოიწვია დასავლეთის პრესასა და პოლიტიკურ წრეებში საქართველოს მხრიდან ირანისთვის დაწესებული სანქციების შესაძლო დარღვევის გამო. დასავლეთმა ირანს დაუხურა საერთაშორისო გადარიცხვის სისტემა – სვიფტი, ხოლო გაერომ აკრძალა საერთაშორისო ურთიერთობები იმ ირანულ კომპანიებთან, რომლებსაც შეხება აქვთ ნავთობის, ზუსტი ტექნოლოგიების და ალუმინის წარმოება-შესყიდვასთან, ანუ იმ დარგებთან, რომლებიდანაც თანხები შემდგომ შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ბირთვული იარაღის შექმნის, ურანის გამდიდრების პროცესის და ტერორიზმის დაფინანსებისათვის. საქართველო დადანაშაულებულ იქნა ირანელების მიერ საქართველოში წარმოებული ბიზნესსაქმიანობიდან მიღებული ფულის შესაძლო გამოყენებაში ბირთვული იარაღის და ტერორიზმის შესაძლო დაფინანსებაში, აგრეთვე ირანიდან შემოტანილი ფულის გათეთრებაში. სამწუხაროდ, საქართველოს

ხელისუფლებამ ვერ შეძლო დამაჯერებელი არგუმენტების წარმოდგენა ამ ეჭვების გასაქარწყლებლად და 2013 წლის ივლისში იძულებული გახდა ცალმხრივად დროებით შეეჩერებინა უვიზო მიმოსვლა ირანთან, გარდა ამისა, მიღებულ იქნა რიგი დამატებითი ზომებიც: ირანულ ფირმებს პრობლემები შეექმნათ რეგისტრაციის შემდგომ ბანკებში ანგარიშის გახსნისას, 150 ირანელ ბიზნესმენს კი დაებლოკათ საბანკო ანგარიშები [8].

ყველაფერმა ამან მნიშვნელოვნად შეზღუდა ორ ქვეყანას შორის ეკონომიკური ურთიერთობები. მართალია, დღესდღეობით, სავაჭრო ბრუნვა ორ ქვეყანას შორის 200 მლნ დოლარს შეადგენს, მაგრამ ეს ძალიან ცოტაა პოტენციურ 4 მლრდ დოლართან შედარებით [9] ვაჭრობაში ქართული მტკნარი სასმელი წყლისა და ირანული გაზის ჩართვით (2015 წლის იანვრის ბოლოს გაერომ მოუხსნა ემბარგო ირანის ენერგორესურსებს). აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ირანული გაზი ძალიან მაღალი ხარისხისაა, ხოლო მისი მარაგი ბევრად აღემატება რუსეთისას. ირანთან ურთიერთობების შეზღუდვამ, სხვა ფაქტორებთან ერთად, ხელი შეუწყო ლარის კურსის მკვეთრ ვარდნას 2014 წლის დასასრულსა და 2015 წლის დასაწყისში თითქმის 25 %-ით, რამაც მომავალში მრავალნეგატიურ მოვლენას შეიძლება მისცეს დასაბამი თუ დაუყოვნებლივ არ იქნება მიღებული სათანადო ზომები.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. საგარეო ვაჭრობა-www.geostat.ge
2. Список стран по ВВП (номинал)-www.ru.wikipedia.org/wiki/
3. Список стран по ВВП (номинал) на душу населения-www.ru.wikipedia.org/wiki/
4. Внешнеэкономические связи Дании по состоянию на 2013 году-www.ved.gov.ru/exportcountries/dk/aboutdk/veddk/
5. Внешнеэкономические связи Австрии в2013 году-www.ved.gov.ru/exportcountries/at/about at/ved at/
6. საქართველომ რუსეთის ბაზარზე ექსპორტის გასამზაგება შეძლო-www.factcheck.ge/article/
7. მ. ჯიბუტი. აფხაზეთში კონფლიქტის გადაწყვეტის ხელშეწყობა ეკონომიკური ფაქტორების გამოყენებით. თბილისი, 2005.
8. ირანელი ბიზნესმენი: საქართველოში თავს დაცულად ვეღარ ვგრძნობთ!-www.ambebi.ge/politika/80786
9. რა ოდენობის წყლის ბიზნესი იკავებს საქართველოდან ირანში-წწწ.ტბილისელები.გე

10. რ. განჩილაძე. ახლო აღმოსავლეთი: სივრცე, ხალხი და პოლიტიკა. თბილისი, 2011.

*მერაბ ცომაია*

*თსუ-ს ბაკალავრი*

**საქართველოს ეკონომიკის პოლიტიკური პრობლემები  
ანოტაცია**

სტატიაში განხილულია რუსეთთან და ირანთან საქართველოს ეკონომიკური კავშირურთიერთობის პოლიტიკით განსაზღვრულობის პრობლემა. ნახვენებია, რომ ასეთი ეკონომიკური პოლიტიკა ხელს უშლის როგორც ქვეყნის ეკონომიკური კეთილდღეობის ამაღლებას, ისე პოლიტიკური პრობლემების მოგვარებას.

*Цомаиа Мераб*

*Бакалавр ТГУ*

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГРУЗИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Аннотация**

В статье рассмотрена проблема предопределенности экономического взаимоотношения Грузии с Россией и Ираном с политикой. Показан, что такая экономическая политика мешает как повышению экономического благосостояния страны, так и урегулированию политических проблем.

*MerabTsomaia*

*Bachelor TSU*

**THE POLITICAL PROBLEMS OF GEORGIAN ECONOMY**

**Annotation**

In this article is considered the predefinition problem Georgian economic relation at Russia and Iran with policy. It is seen that such economic policy hinders as rise above country 's economic prosperity so settle political problems.

*თამარ ტომარაძე, ლალი ქანდაურიშვილი  
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და  
ბიზნესის ფაკულტეტის III კურსის სტუდენტები  
ხელმძღვანელი ე. დ., ასოც. პროფესორი გიული ქეშელაშვილი*

### **დროის მენეჯმენტი და მისი ბავშვანა პარიერული წარმატების მიღწევაზე**

თანამედროვე სამყაროში წარმატების მიღწევის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საშუალება დროის რაციონალური განაწილება და მისი სწორი მენეჯმენტია. წარმოიდგინეთ, რომ ბანკი ყოველ დღით თქვენს ანგარიშზე რიცხავს 86400 ლარს და დღის ბოლოს უკან მიაქვს ის თანხა, რასაც თქვენ ვერ იყენებთ. როგორ მოიქცეოდით? გამოიტანდით ყოველ თეთრს და თქვენს სასიკეთოდ მოიხმარდით?

ყოველი ჩვენგანის ცხოვრებაში არსებობს ასეთი ბანკი და მას დრო ეწოდება. ყოველდღიურად ყოველ ჩვენგანს 86400 წამი გვეძლევა. დღის ბოლოს კი ეს წამები ორ კატეგორიად იყოფა: ერთი ის წამებია, რომლებიც თქვენს სასარგებლოდ გამოიყენეთ და მეორე ის, რომელიც ვერ გამოიყენეთ. არ არსებობს დროის უკან დაბრუნების საშუალება. აუცილებელია ადამიანმა განახორციელოს თვითმენეჯმენტი და რაციონალურად გამოიყენოს მის ხელთ არსებული დრო. გერმანელი მეცნიერის ლ. ზაივერტის განმარტებით, „თვითმენეჯმენტი გულისხმობს ყოველდღიურ მმართველობით საქმიანობაში გამოყენებული აპრობირებული პრაქტიკული მეთოდებისა და ხერხების თანმიმდევრულ და მიზანმიმართულ გამოყენებას, ოპტიმალური გადაწყვეტილებების საფუძველზე რაციონალური გადაწყვეტილების მისაღებად“ [1].

საერთაშორისო ავტორიტეტი დროის მართვის საკითხებში ა. მაქკენზი ამბობს, რომ ხშირად დროის მენეჯმენტი და მისი არსი არასწორადაა გაგებული ადამიანების მიერ. მისი თქმით, შეუძლებელია მართო დრო და არ შეეხო სხვა ისეთ რესურსს, როგორცაა ფინანსური კაპიტალი, ფიზიკური კაპიტალი, ადამიანური კაპიტალი და ინფორმაცია. მაშინ, როცა პირველი ოთხი მათგანი განიცდის ცვლილებას, ტრანსფორმაციას, შეუძლებელია მათგან განყენებულად დროის მართვა. სამყაროში, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, შეუძლებელია დროის გარდაქმნა, არ შეგვიძლია დროის შენახვა, თუმცა შეგვიძლია მისი გამოყენება [2].

დროის მენეჯმენტს ეროვნული თავისებურებები ახასიათებს. არსებობენ ე.წ. პოლიაქტიური კულტურის წარმომადგენლები, რომელთაც ცხოვრების თავიანთი წესი აქვთ. ისინი ყველაფერს ზოგადად

გეგმავენ, შეუძლიათ რამდენიმე საქმის ერთდროულად კეთება. ასეთ ხალხებს სლაგური წარმოშობის ერები მიეკუთვნება. მონოაქტიური კულტურები, მაგალითად, ამერიკელები და ევროპელები, სულ სხვა კანონებით ცხოვრობენ. მათი ცხოვრების წესი ასეთია – დრო ფულია. მათი დრო სწორხაზოვანია, აწმყოს მოხერხებულად „ფუთავენ“ და ნაწილებად ყოფენ. რეაქტიული კულტურებისთვის, რომელთაც აღმოსავლეთის ხალხები მიეკუთვნება, დამახასიათებელია დროის მიმართ ადამიანების ადაპტაცია, თავად დრო კი ციკლურია, წრეზე ტრიალებს. ეს ხალხი ნაჩქარევი გადაწყვეტილებების მიღებას გაურბის და მშვიდად ელოდება „უკეთეს დროს“. დროისადმი მათ დამოკიდებულებას აღმოსავლური სიბრძნე კარგად გამოხატავს – როდესაც ღმერთი დროს ქმნიდა, ის არასაკმარისად შექმნა [3].

დროის მენეჯმენტის ამოცანა მდგომარეობს ძირითადი მიზნის სწორად განსაზღვრაში. პრიორიტეტების განსაზღვრა კი საშუალებას გვაძლევს, ეფექტურად ვმართოთ მიზნები. დროის მართვის ძირითადი საიდუმლო მოქმედების კონცენტრირებასა და მიზანდასახულობაშია. უნდა დავიწყოთ პირველი რიგის პრობლემის გადაწყვეტიდან და გავაგრძელოთ თანმიმდევრობით, ე.ი. დროის განსაზღვრულ პერიოდში უნდა ვაკეთოთ რომელიმე ერთ-ერთი. საქმის მიტოვებით დაშემდეგ მისი ხელახლა დაწყებით ეფექტურობას 5-ჯერ ვამცირებთ. მაგალითად, მოცარტს შეეძლო სამ კომპოზიციაზე ერთდროულად ემუშავა და შეექმნა შედეგები. ბახი და ვერდი მხოლოდ ერთ კომპოზიციაზე მუშაობდნენ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, შემდეგზე გადასვლას არ იწყებდნენ მანამ, სანამ პირველს არ დაასრულებდნენ.

დრო თითქოს არასდროს არ არის საკმარისი, მაგრამ ის ყოველთვის საკმარისია ყველაზე მნიშვნელოვანი საქმეებისათვის. ამისათვის უნდა მოვიკრიბოთ ძალები და ვაკეთოთ პირველ რიგში ის საქმე, რაც მოგვიტანს ყველაზე მეტ სარგებელს. როგორც ამერიკის პრეზიდენტი ეიზენჰაუერი გვიჩვენებს, ასეთი საქმეები უნდა დავყოთ 4 ჯგუფად: სასწრაფო და მნიშვნელოვანი, მნიშვნელოვანი, მაგრამ არა სასწრაფო, სასწრაფო, მაგრამ არა მნიშვნელოვანი, არასასწრაფო და არამნიშვნელოვანი[4].

ყოველთვის უნდა გავითვალისწინოთ თუ როგორი შედეგი მოჰყვება ამა თუ იმ ამოცანას და რა მოხდება, თუ მას საერთოდ არ შევასრულებთ. დღის განმავლობაში საკუთარ თავს უნდა დავუსვათ შემდეგი სამი კითხვა: რომელი საქმეებია ყველაზე მნიშვნელოვანი? რა შეგვიძლია გავაკეთოთ მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად? როგორ გამოვიყენოთ დრო ყველაზე სასარგებლოდ? ამ კითხვებზე პასუხის გაცემა ორჯერ გაზრდის ჩვენ მიერ გამოყენებული დროის ეფექტურობას [5].

ყურადღებით უნდა დავაკვირდეთ იმას, რომ ჩვენს ცხოვრებაში არ დაირღვეს წონასწორობა. იმისათვის, რომ ვიყოთ პროდუქტიული, მხოლოდ დროის მენეჯმენტი არ არის საკმარისი. ყურადღება უნდა მივაქციოთ საკუთარ ჯანმრთელობას და კარგადუნდა გამოვიყურებოდეთ. ყოველთვის უნდა მოიძებნებოდეს დრო ჩვენი ოჯახისა და დასვენებისათვის [6].

დროის მენეჯმენტი უშუალოდ დაკავშირებული მიზნებთან. აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით საზოგადოებრივი კომუნიკაციების მართვის სპეციალისტი არჩილ გამზარდია გამოყოფს შვიდ პრობლემას:

1. მიზანთა სიმრავლე – დროის მენეჯმენტის მთავარ შეცდომად ითვლება მიზნების არაოპტიმალური რაოდენობა. უმეტეს შემთხვევაში ჩვენ ვირჩევთ „ზედმეტად ბევრ“ მიზანს, ვიდრე „ზედმეტად ცოტას“.

2. პრიორიტეტების არარსებობა – ზოგი ვერ ხვდება იმას, თუ რა არის პრიორიტეტი, ხშირად მას არასწორად იგებენ. პრიორიტეტის გაგების გარეშე ადამიანი იქცევა რაღაც დაბნეულ სუბიექტად, რომელიც თითქოს მთელი დღე რაღაცა საქმიანობა დაკავებული, მაგრამ თუ გადავამოწმებთ, აღმოჩნდება, რომ მისი სერიოზული ცხოვრებისეული მიზნები საერთოდ არ ხორციელდება ან ხორციელდება ძალიან ნელა, ან არაეფექტურად ხორციელდება. პირველ რიგში, საჭიროა დავამყაროთ წესრიგი პრიორიტეტებში, ანუ უნდა გავიგოთ რა არის „პრიორიტეტული მიზანი“.

3. მიზნების არარეალურობა – მიზნების ჩამოყალიბებისას ხშირად გვიწევს დიდი ძალის წინაშე დგომა. ერთი მხრივ, აუცილებელია საკუთარი პიროვნების განვითარებისთვის დავისახოთ მსხვილმასშტაბიანი მიზნები, რომლებიც იქნება „ღირსეული“, რომელიც „ჰორიზონტს მიღმა“ გაგვიყვანს, მაგრამ მეორე მხრივ, მიზანი უნდა იყოს რეალისტური და მიღწევადი.

4. ცუდად განსაზღვრული დროის საზღვრები – ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ჩვენ შეგვიძლია კარგად ჩამოვაყალიბოთ ჩვენი „ლამაზი“ მიზანი, შემდეგ დავეკიდოთ ეს ჩვენი მიზანი კედელზე და ვუყუროთ. ის მთელი ცხოვრების მანძილზე არ განხორციელდება. ეს მიზანი რაგინდ კარგად ფორმულირებული და ჩაფიქრებულიც არ უნდა იყოს, „მაინც არ მიიღწევა“, თუ კარგად არ დაგვეგმავთ დროის მიხედვით.

5. არ არსებობს მიზნების მიღწევის კრიტერიუმის საზომი – ხშირად ვფიქრობთ, რომ მიზანი რთული და მიუღწეველია. ასეთი პესიმისტური აზრები ჩნდება იმ მაჩვენებლების არარსებობის გამო, რომლებიც ზუსტად ასახავენ იმ საფეხურს, რომელზეც ვდგავართ მიზნის მიღწევის პროცესში. მიზანამდე მისვლა აუცილებლად უნდა იყოს გაზომილი ნებისმიერი კომფორტული და ხელმისაწვდომი ობიექტური და სუბიექტური მაჩვენებლით. მნიშვნელოვანია, რომ გამოყენებული ზომის

ერთეული ზომავდეს მიზნის მიღწევამდე გადადგმულ ნაბიჯებს არა „მეტრებით“, არამედ „მილიმეტრებით“. მაგალითად, წიგნის წერის კარგი საზომია „ერთი ფურცელი დღეში“, მაგრამ თუ ვართ შემოქმედებით კრიზისში, ასეთ დროს გადავდივართ უფრო მცირე საზომზე – „ერთი წინადადება დღეში“.

6. მიზნების კონფლიქტი – უნდა გამოვანაშკაროთ „საშინელი საიდუმლო“. თითქმის ყველა პირადი მიზანი ერთმანეთში ყოველთვის კონფლიქტურია იმ გაგებით, რომ ისინი ერთმანეთში იყოფენ ინდივიდის დროს და რესურსებს. ინდივიდისაგან, თავის მხრივ, საჭირო ხდება ნამდვილი ხელოვნების გამოჩენა, რომ კონფლიქტების გარეშე „რესურსების ნამცხვარი“ სინერგიულად გადაანაწილოს თავის პირად მიზნებს შორის.

7. მიზანი არ არის დაკავშირებული მოტივაციასთან – თითქოს ასეთი რამ შეუძლებელია იმდენად, რამდენადაც მიზანი გენეტიკურად დაკავშირებულია ადამიანის მოთხოვნა-მოტივაციასთან, ანუ ის ჩნდება როგორც „მოტივაციური აისბერგის“ მწვერვალი. თუმცა, რაციონალური მიზნების გამო ხდება მიზნის გამოყოფა მოთხოვნის მოტივაციური ფუძიდან [7].

ამრიგად, დროის მენეჯმენტის მნიშვნელობა თითქოს ცალსახაა, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში არასწორად აღიქმება ადამიანების მიერ და შეუსაბამო ხდება მიზნებთან. აქედან გამომდინარე, აუცილებელია დროისა და მიზნის ადეკვატურობა და პოზიტიური განწყობის შექმნა. პარკინსონის კანონის თანახმად, სამუშაო მისთვის გამოყოფილ მთელ დროს იკავებს. მაგალითად, თუ მიზნად დავისახავთ, რომ სტატია ერთ საათში დაწეროთ – მას სწორედ ამ დროში დავწერთ, ხოლო თუ სტატიისთვის წინასწარ მთელი დღის დათმობას გადავწყვეტთ, მთელ დღეს სტატიის წერაში გავატარებთ. დროის ეფექტური მართვა თითქოს პრაგმატიკოსის საქმეა, თუმცა აღნიშნული ფენომენი ყველაადამიანის წარმატების გასაღებია. წარმატებული კარიერის მიღწევის ფაქტორების შესწავლისას, ყველა მეცნიერი ხაზს უსვამს ისეთი ალუდგენელი რესურსის მნიშვნელობას, როგორცაა დრო. პიტერ დრუკერი აღნიშნავს: "ის, რაც იგვემეხება – კეთდება". ზემოაღნიშნულიდან ცხადი ხდება, რომ გუშინდელი დღე უკვე წარსულია. ხვალ არავინ იცის რა მოხდება, დღევანდელი დერ თითქოს საჩუქარია და ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ გავუფრთხილდეთ ყოველ წამს.



## გამოყენებული ლიტერატურა

1. [www.4motivi.ge](http://www.4motivi.ge), „დროის მენეჯმენტი“.
2. [www.myprofession.ge](http://www.myprofession.ge), „განავითარეთ მიდგომები და გამოიყენეთ საკუთარი დრო რაციონალურად“.
3. [www.friday.ge](http://www.friday.ge), „დროის მენეჯმენტი – რამდენიმე საკვანძო წესი“.
4. [www.aafcapital.ge](http://www.aafcapital.ge), „თაიმ-მენეჯმენტი – დროისმართვის არსი“.
5. [www.aafcapital.ge](http://www.aafcapital.ge), „თაიმ-მენეჯმენტი – დროისმართვის არსი“.
6. [www.aafcapital.ge](http://www.aafcapital.ge), „თაიმ-მენეჯმენტი – დროისმართვის არსი“.
7. [www.archilgamzardia.wordpress.com](http://www.archilgamzardia.wordpress.com), „დროის მენეჯმენტი და მიზნებთან დაკავშირებული 7 ძირითადი პრობლემა“.

*თამარ ტომარაძე, ლალი ქანდაურიშვილი  
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და  
ბიზნესის ფაკულტეტის III კურსის სტუდენტები  
ხელმძღვანელი ე. დ., ასოც. პროფესორი გიული ქეშელაშვილი*

### **დროის მენეჯმენტი და მისი გავლენა კარიერული წარმატების მიღწევაზე ანოტაცია**

ნაშრომში განხილულია დროის მენეჯმენტის არსი და მნიშვნელობა. შესწავლილია უცხოელ ავტორთა მოსაზრებები დროის მართვისა და მისი სწორი ორგანიზების საკითხებზე. გაანალიზებულია დროის მართვის ეროვნული თავისებურებები, პრიორიტეტების როლი დროის ეფექტურ მართვაში, დროის მენეჯმენტის მიზნებთან შესაბამისობის პრობლემები. ნაჩვენებია, რომ დროისა და მიზნის ადეკვატურობა პოზიტიური განწყობის საფუძველს ქმნის. განსაზღვრულია რჩევები დროის ეფექტური მართვისთვის.

*Tamar Tomaradze, Lali Kandaishvili*  
*Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*  
*III course students of Economics and Business Faculty*

## **TIME MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON CAREER SUCCESS**

### **Annotation**

The article analyzes the essence and importance of time management. It describes the foreign authors' thoughts on time management and its successful organization aspects. It examines the national characteristics of Time Management, the role of priorities to organize time effectively and the problems referring to compliance of its problems and objectives. The article shows that the adequacy of time and targets creates the positive sentiment basis. In addition, there are defined the tips for effective time management.

*Томарадзе Тамара, Кандауришвили Лали*  
*Тбилисский государственный университет*  
*Имени Ив. Джавахишвили*  
*факультет экономики и бизнеса, Студенты III курса*

## **МЕНЕДЖМЕНТ ВРЕМЕНИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УСПЕХ В КАРЬЕРЕ**

### **Аннотация**

В статье анализируется, сущность и значение управления времени. Он обсуждает мнения иностранных авторов по управлению времени. В немпроанализированно национальные характеристики организации времени и роль приоритетов. Показано, что адекватность времени и цели создает основы позитивного мышления. В статье выяснены советы управления времени.

*თამარ სირაძე, ელენე ჯიმშელიშვილი*  
*ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის*  
*სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და*  
*ბიზნესის ფაკულტეტის III კურსის სტუდენტები*  
*ხელმძღვანელი ე. დ., ასოც. პროფესორი გიული ქემელაშვილი*

**ფესტივალების როლი ქართული ტურიზმის განვითარებაში**

ადამიანთა უმეტესობისთვის წარმატებული ცხოვრება სასიამოვნო მოგზაურობებთან ასოცირდება. სწორედ სასიამოვნო მოგზაურობათა ერთ-ერთი კატეგორიაა ფესტივალების ორგანიზება. მიუხედავად იმისა, რომ დრო იცვლება, ბევრი ადამიანისათვის ფესტივალი კვლავ სიამოვნების მიღების საშუალებად რჩება.

ფესტივალების მოწივობა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ტურისტთა მოზიდვაში და, აქედან გამომდინარე, ტურიზმის განვითარებასაც უწყობს ხელს, რადგან ის ადგილობრივი ღირსშესანიშნაობებისა და კულტურული ძეგლების დათვალიერებასთან ასოცირდება. ბევრი ადამიანია დაინტერესებული ბრაზილიის მონახულებით და ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ღონისძიება, რომელიც ხელს უწყობს ამ სურვილის დაკმაყოფილებას, არის მსოფლიოში ცნობილი კარნავალი, რომელიც ტარდება ყოველწლიურად რიო-დე-ჟანეიროში და მილიონობით მნახველს მასპინძლობს. ფესტივალის მსვლელობისას სტუმრებს აქვთ შესაძლებლობა, დაამყარონ ურთიერთობა ადგილობრივ საზოგადოებასთან, გაეცნონ ადგილობრივ კულტურას, ზნე-ჩვეულებებსა და შეიგრძნონ ამ ქვეყნის სილამაზე.

ფესტივალები ერთგვარი მედიაღონისძიებაა ქვეყნის რეკლამირებისა და იმიჯის ასამაღლებლად. მედიაღონისძიებები ხელს უწყობს ქვეყნის იმიჯისა და ცნობადობის ზრდას. ამიტომაც მნიშვნელოვანია, რომ ფესტივალის მოსამზადებელ სამუშაოებთან ერთად მომზადდეს მედიასაშუალებები, ასევე მზად იყვნენ გიდები, კარგი მეგზურობა გაუწიონ დამთვალიერებლებს.

ფესტივალი უნიკალური საშუალებაა ადგილობრივი კულტურის დემონსტრირებისა და ადამიანებთან ურთიერთობისთვის. მაგალითად, მიუნხენის მცხოვრებთათვის ლუდის ოქტომბრის ფესტივალი დიდი ხნის ტრადიციაა. ფესტივალის მსვლელობისას ისინი ხვდებიან თავიანთ მეგობრებს, ამაყობენ ბავარიული კულტურით და სიამოვნებას იღებენ ადგილობრივი სამზარეულოს დაგემოვნებით.

ტურიზმის მიმართულებით ფესტივალების განხილვისას გამოიყოფა ორი ძირითადი ეფექტი – სოციალურ-კულტურული და ეკონომიკური. პირველი მათგანი იწვევს მოსახლეობის დაინტერესებას ადგი-

ლობრივი კულტურის ძეგლებით, რაც, საბოლოო ჯამში, ხელს უწყობს კულტურის შენარჩუნებასა და განვითარებას, ხოლო, რაც შეეხება, ეკონომიკურ ეფექტს, აღსანიშნავია, რომ ტურისტები ფულს ხარჯავენ რესტორნებში, სასტუმროებში, სუვენირების შექმნისას, მგზავრობაში, რაცა ისახება ქვეყნის შემოსავლებში.

ფესტივალების გაზრდილი როლიდან გამომდინარე, კარგი იქნება, თუ ჩვენთან უფრო დიდი ყურადღება დაეთმობა საერთაშორისო საგუნდო ფესტივალების, ფოლკლორული ტურებისა და მსგავსი ღონისძიებების ჩატარებას. ეს ხელს შეუწყობს საქართველოსთან სხვა ქვეყნების მეგობრული ურთიერთობის დამყარებას, კულტურათა გაცვლასა და სხვა მნიშვნელოვან პროცესებს.

აღსანიშნავია, რომ ქართული ხალხური მუსიკითა და ცეკვებით სულ უფრო და უფრო მეტად ინტერესდებიან უცხოელები. ქართულ ხმებსა და ცეკვების ილეთებში არის ასახული ქართველი ერის უმდიდრესი ისტორია, პატრიოტული და გმირული შემართება. სწორედ ამ პრინციპებზე დაფუძნებული ტრადიციული ხელოვნება ხიბლავს უცხოელ ტურისტებს და მათში აღძრავს ხოლმე ქვეყნის მონახულების სურვილს [3].

მრავალი ქვეყნის მსგავსად, ქართულ კულტურასაც აქვს თავისი ძირითადი სიმბოლო – ვაზი და მისი ნაყოფი. მნიშვნელოვანია, რომ ქვევრში ღვინის დაყენება ჩვენთან რვა ათასი წლის წინ დაიწყო და წარსულის ამ ტრადიციას ქართველები დღემდე ინარჩუნებენ. ღვინის დაყენების აღნიშნულ მეთოდს 2013 წელს იუნესკოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი მიენიჭა, რაც მის უნიკალურობაზე მიუთითებს და გზავნილია მთელი მსოფლიოსთვის, რომ ღვინო უძველესი ქართული კულტურის შემადგენელი ნაწილია [4]. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ღვინის ფესტივალების მოწყობა-ორგანიზება, რითაც საქართველო უამრავ სტუმარს მასპინძლობს. ღვინის ფესტივალის მიმდინარეობის დროს ათასობით სტუმარი უფასოდ აგემოვნებს მრავალი დასახელების ღვინოს, რომელიც წარმოებულია როგორც დიდი კომპანიების, ასევე ოჯახური მარნების მიერ. ფესტივალის მიმდინარეობისას თბილისში ეთნოგრაფიული მუზეუმის ეზო ყოველწლიურად ივსება ხოლმე მომღიმარი და ღვინით გაღაღებული ადამიანებით. გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2014 წელს საქართველოდან ექსპორტირებული ღვინის გაყიდვების შედეგად მიღებული შემოსავლები 2013 წლის შემოსავლებთან შედარებით 30%-ით გაიზარდა და 184 927 801 ლარი შეადგინა. აღნიშნულ წელს ღვინის ბრენდის რეალიზაცია 15%-ით გაიზარდა. ჭაჭის გაყიდვებზე კი 24%-იანი კლება დაფიქსირდა.

საერთო ჯამში, 2014 წელს ქართული ღვინის გაყიდვების რაოდენობა საზღვარგარეთ 26%-ით გაიზარდა [6].

აღსანიშნავია, რომ გასული წლის 24 მაისს „ღვინის კლუბის“ მიერ ორგანიზებულ ფესტივალს არაერთი საინტერესო სიურპრიზი ჰქონდა მომზადებული სტუმრებისათვის: გაიმართა სხვადასხვა სახის სახალისო გათამაშება და გასართობი ღონისძიება, იღბლიანებს ღვინის კლუბელებმა საჩუქრად საუკეთესო ქართული ღვინის ნიმუშები გადასცეს. სასიხარულოა, რომ საქართველოში გამართულმა ფესტივალებმა ათასობით ღვინის გურმანი მოიზიდა, რომელთა შორის იყვნენ სხვადასხვა ქვეყნიდან ჩამოსული უცხოელი ტურისტები და ღვინის სპეციალისტები [5].

მღვინეობის განვითარება საქართველოში მხოლოდ ფესტივალზე არ არის დამოკიდებული, თუმცა ამ დარგისთვის ფესტივალების მოწყობა საკმაოდ მნიშვნელოვანი ღონისძიებაა. ბოლო წლებში ღვინის ფესტივალისადმი ინტერესი მნიშვნელოვნად იზრდება.

მიუხედავად იმისა, რომ ფესტივალები დადებით გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე, მათმა არასწორმა დაგეგმვამ და რისკების გაუთვალისწინებლობამ შეიძლება უარყოფით შედეგებამდეც მიგვიყვანოს. ამის ნათელი მაგალითია 2014 წელს ორგანიზებული ღონისძიება „კახანტიპი“. აღნიშნული ფესტივალის დაგეგმვისას ადგილობრივი კულტურისა და ფასეულობების გაუთვალისწინებლობამ, მოსახლეობის არასწორმა ინფორმირებულობამ არსებული ღონისძიების შინაარსის შესახებ, ხელი შეუშალა ტურისტთა მოზიდვას და ამავედროულად ნეგატიურად განაწყო ქვეყნის მოსახლეობა ფესტივალის მიმართ [7]. იმის გამო, რომ ფესტივალის ორგანიზატორები ორჯერ მეტ სტუმარს ელოდნენ, მათმა ფაქტობრივმა რაოდენობამ ბევრად ნაკლები შეადგინა, ეჭვქვეშ დადგა ღონისძიების ჩატარებასთან დაკავშირებული დანახარჯების მთლიანად ამოღების საკითხიც. ზარალის თავიდან აცილების მიზნით გასაყიდად გამოტანილ პროდუქციაზე დაწესდა მაღალი ფასები, რაც სტუმართა უკმაყოფილების მიზეზი გახდა. აღნიშნულ ღონისძიებაზე ოფიციალურად დარეგისტრირებული 60000 სტუმრიდან მხოლოდ 12 000 გამოცხადდა. ადგილობრივი მოსახლეობის ინფორმაციით კი სტუმართა საერთო რაოდენობამ 5000 კაცი შეადგინა. სტუმრების სიმცირის გამო ორგანიზატორებმა „კახანტიპის“ ვიზის საფასური 400-დან 250 ლარამდე შეამცირეს და გამოუშვეს ერთჯერადი საშვიც, რომელიც 100 ლარი ღირდა [2]. ფესტივალის ჩატარების შედეგად მიღებული უარყოფითი შედეგების მიუხედავად, აღნიშნულ ღონისძიებას გარკვეული ღირებულებაც ჰქონდა – აშენდა საფესტივალო ქალაქი და განვითარდა ადგილობრივი ინფრასტრუქტურა, რაც მომავალ-

ში მრავალი საინტერესო პროექტის განხორციელების საფუძველი გახდება.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. J. R. Walker, Introduction to Hospitality Management (International Edition, 6<sup>th</sup> Edition), USA, 2012
2. A.E. Ketter, Media Strategies For Marketing Places in Crisis, United Kingdom, 2007
3. E. Ketter, "The Role of Festivals and Cultural Events in the Tourism Industry", United Kingdom, 2010
4. [www.vinoge.com](http://www.vinoge.com), ქვევრის ღვინის დაყენების ქართული მეთოდი UNESCO-ს ნუსხაში
5. [www.24saati.ge](http://www.24saati.ge), ახალი ღვინის ფესტივალი 2014 - წინსვლა და მრავალფეროვნება
6. [www.vinoge.com](http://www.vinoge.com), ქართული ღვინის ექსპორტი-სტატისტიკა და ძირითადი ტენდენციები
7. [www.radiotavisupleba.ge](http://www.radiotavisupleba.ge), კახანტიპის შედეგები და მოლოდინები

*თამარ სირაძე, ელენე ჯიმშელიშვილი*  
*ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის*  
*სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და*  
*ბიზნესის ფაკულტეტის III კურსის სტუდენტები*  
*ხელმძღვანელი ე. დ., ასოც. პროფესორი გიული ქეშელაშვილი*

### ფესტივალების როლი ქართული ტურიზმის განვითარებაში ანოტაცია

ნაშრომში შესწავლილია ფესტივალებისარსი დამნიშვნელობა. კერძოდ, განხილულია ფესტივალების ორგანიზების უცხოური გამოცდილება, დაგეგმვის როლი და მასთან დაკავშირებული რისკების გათვალისწინების საკითხები ფესტივალების ორგანიზებისას. წინა პლანზეა წამოწეული ქართული ღვინის ქვევრში დაყენების უძველესი ტრადიცია დაღვინის ფესტივალების მოწყობის მნიშვნელობა. განსაზღვრულია ფესტივალების სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტები და ის ეფექტები, რაზეც უნდა გამახვილდეს ყურადღება ფესტივალების დაგეგმვისას.

*Tamar Siradze, Elene Jimshelishvili*  
*Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*  
*III course students of Economics and Business Administration Faculty*

### **The role of Festivals in Development of Georgian Tourism**

#### **Annotation**

The article analyzes the role and essence of festivals. Particularly, it discusses the foreign experience of organizing festivals, the role of planning issues and related risks incorporated organizing festivals. In the foreground, there is brought the ancient tradition of making Georgian wine and organizing wine festivals. There are determined the social and economic aspects of festivals and the effects, that should be considered while planning them.

*Сирадзе Тамара, Джимшелишвили Елена*  
*Тбилисский государственный университет*  
*Имени Ив. Джавахишвили, факультет*  
*экономики и бизнеса Студенты III курса*

### **РОЛЬ ФЕСТИВАЛЕВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА ГРУЗИИ**

#### **Аннотация**

В статье затрагивается тема о сущности и значении фестивалей. В частности, он обсуждает зарубежный опыт организации фестивалей, роль планирования и организационные риски. На переднем плане вырывается Грузинское древнее традиция приготовления вина в кувшинах и значение организовать винные фестивали. В данной статье рассмотрены социально-экономические аспекты Фестивалей и те эффекты, на которых нужно обратить внимание при планировании Фестивалей.

## სიახლე

### საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოება დაფუძნდა

პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის ინიციატივით დაფუძნდა "საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოება"

საზოგადოების დამფუძნებლები არიან:

1. აკადემიკოსი ვლადიმერ პაპავა
2. აკადემიკოსი ავთანდილ სილაგაძე
3. საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ კორესპონდენტი ლეო ჩიქავა
4. პროფესორი თეიმურაზ ბერიძე
5. პროფესორი რამაზ აბესაძე

საზოგადოების პრეზიდენტია აკადემიკოსი ვლადიმერ პაპავა

ვიცე-პრეზიდენტი – პროფ. რამაზ აბესაძე

საზოგადოების საქმიანობის მიზნია ხელი შეუწყოს ქვეყანაში ეკონომიკისა და ეკონომიკური მეცნიერების განვითარებას, რისთვისაც:

- ხელს შეუწყობს მეცნიერ-ეკონომისტთა კონსოლიდაციას ქვეყნის მასშტაბით;
- ხელს შეუწყობს ქვეყანაში განათლებისა და მეცნიერების ინტეგრაციას;
- ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკური მეცნიერების საერთაშორისო სამეცნიერო ურთიერთობებში ჩართულობის გაძლიერებას;
- მოამზადებს სამეცნიერო ნაშრომებს რომლებიც გამოიცემა როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე ქვეყნის გარეთ;
- მონაწილეობას მიიღებს საერთაშორისო ასოციაციების მუშაობაში და საერთაშორისო სამეცნიერო პროექტების განხორციელებაში;
- წარადგენს პროექტებს საერთაშორისო გრანტების მოსაპოვებლად;
- ჩაატარებს ადგილობრივი და საერთაშორისო მნიშვნელობის სამეცნიერო ღონისძიებებს (კონფერენციები, სიმპოზიუმები, კონგრესები, სემინარები და ა. შ.);
- გამართავს მრგვალ მაგიდებს, შეხვედრებს ქვეყნის ეკონომიკისა და ეკონომიკური მეცნიერების საკითხებზე და სხვ.

“სამწუხაროდ, პროფესიონალი ექსპერტების მოსაზრებები ნაკლებად ხდება საზოგადოებისათვის ცნობილი. შედეგად ვაკუუმი იქმნება, რომელიც არაპროფესიონალების ან პოლიტიკურად მოტივირებული ექსპერტების შეფასებებით ივსება. ქვეყანაში რთული ეკონომიკური ვითარებაა და ამ ფონზე უმნიშვნელოვანესია ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოების დაფუძნება. აუცილებელია, რომ საზოგადოებას ჩვენი ხმა მივაწვდინოთ. როდესაც ვამბობ – რთული ვითარებას, არ ვგულისხმობ გავრცელებულ სულელურ მოსაზრებას, რომ ქვეყანაში ეკონომიკური კრიზისია. არანაირი კრიტიკიუმით ეს არ დასტურდება. ასეთი შინაარსის განცხადებები პოლიტიკურად მოტივირებულია. სწორედ



ამიტომ არის მნიშვნელოვანი საზოგადოების დაფუძნება, რომ ხალხმა მეცნიერების, ექსპერტების ობიექტური შეფასებები მოისმინოს”, – განაცხადა საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოების ერთ-ერთმა დამფუძნებელმა და პრეზიდენტმა. თსუ-ს რექტორმა, აკადემიკოსმა ლადო პაპავამ.

საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოებაში, ასევე, გაწევრიანდა საქართველოს ფინანსთა მინისტრი, პროფესორი ნოდარ ხადური. თსუ-ის რექტორის განცხადებით, იგი მთავრობასთან ურთიერთობის საკითხებში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მედიატორი იქნება. სამეცნიერო საზოგადოების პრეზენტაციაზე ნოდარ ხადური პრეზიდენტის წევრადც აირჩიეს.

“ცხადია, აღნიშნული სამეცნიერო საზოგადოებების ჩამოყალიბება მნიშვნელოვანია, რადგან იგი ეკონომიკური სამეცნიერო აზრის განვითარებაზე იქნება ფოკუსირებული. სამეცნიერო საზოგადოების ფარგლებში მეცნიერები გაანალიზებენ ეკონომიკური და პოლიტიკურ პროცესებს და კომპეტენტურ რეკომენდაციებს შეიმუშავენ. საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოებაში თითქმის ყველა ცნობილი ეკონომისტია გაერთიანებული და მიხარია, რომ მათ რიგებში მეც ვარ. საზოგადოების მუშაობის ფარგლებში ეკონომიკის, ასევე, ფინანსური პოლიტიკის საკითხებზე ჯანსაღი დისკუსიები გაიმართება და ჩვენ ყველა სად აზრს სიამოვნებით გავიზიარებთ”, – აღნიშნა საქართველოს ფინანსთა მინისტრმა, პროფესორმა ნოდარ ხადურმა.

საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოების მუშაობა არ იქნება ცენტრალიზებული. ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება რეგიონებთან აქტიური თანამშრომლობა და ადგილებზე წარმომადგენლობების შექმნა გახლავთ. პრიორიტეტულია საერთაშორისო მნიშვნელობის სამეცნიერო ღონისძიებების გამართვაც, მათ შორის იგულისხმება კონფერენციები, სიმპოზიუმები, კონგრესები, სემინარები და ა.შ.

“საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოება ქვეყნის მასშტაბით ეკონომისტების გაერთიანებას შეუწყობს ხელს. მიმაჩნია, რომ ეს ჩვენი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ამოცანაა. საზოგადოების მნიშვნელოვანი ფუნქციაა, ასევე, განათლებისა და მეცნიერების ინტეგრაცია, საქართველოს ეკონომიკის მეცნიერების საერთაშორისო სამეცნიერო ურთიერთობებში ჩართულობის გაძლიერება, საერთაშორისო გრანტების მოპოვება, სამეცნიერო კვლევების წარმოება. ჩვენ ქვეყანაში არსებულ ეკონომიკურ პრობლემებთან დაკავშირებით რეკომენდაციებსაც წარმოვადგენთ და საკანონმდებლო და ადმინისტრაციულ ხელისუფლებასთან აქტიურად ვითანამშრომლებთ. გამოიცემა ახალი წიგნები. ასე რომ, საქართველოს ეკონომისტთა საზოგადოების დაარსება ძალიან მნიშვნელოვანია როგორც ეკონომიკური წრეებისათვის, ასევე, ქვეყანაში ეკონომიკური მეცნიერების განვითარებისათვის. წესდების მიხედვით, საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოება უფლებამოსილია განახორციელოს დამხმარე სახის სამეწარმეო საქმიანობაც, საიდანაც მიღებული შემოსავლები საზოგადოების ფუნქციონირებას მოხმარდება”, – განაცხადა თსუ-ის პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტის ხელმძღვანელმა, 96

საზოგადოების ერთ-ერთმა დამფუძნებელმა და ვიცე-პრეზიდენტმა რამაზ აბესაძემ.

საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო საზოგადოების დამფუძნებლებს შორის, ასევე, არიან აკადემიკოსი ავთანდილ სილაგაძე, მეცნიერებათა აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი ლეო ჩიქავა, თსუ-ის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი, პროფესორი თეიმურაზ ბერიძე და თსუ-ის რექტორი, აკადემიკოსი ვლადიმერ პაპავა. მეცნიერ-ეკონომისტთა საზოგადოების პრეზენტაცია 23 მაისს გაიმართა.



**ინფორმაცია**

\*\*\*

ჟურნალ ეკონომისტის რედაქცია აცხადებს კონკურსს პრემიის მოსაპოვებლად 2013 წელს ჟურნალში გამოქვეყნებული საუკეთესო სტატიისათვის. პრემია მიეკუთვნება სტატიას, რომელსაც გამოავლენს მაღალკვალიფიციური ჟიური, სამეცნიერო სტატიისათვის წაყენებული მოთხოვნებიდან გამომდინარე.

პრემიის მფლობელს გადაეცემა შესაბამისი დიპლომი და ფულადი პრემია 300 ლარის ოდენობით.

\*\*\*

2008 წლიდან დაარსდა პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული, რომელიც გამოდის პერიოდულად.

შრომების კრებულში დაიბეჭდება მეცნიერ ეკონომისტთა (მეცნიერებათა დოქტორები, აკადემიური დოქტორები) შრომები, ასევე, ბაკალავრების, მაგისტრების, დოქტორანტებისა და პრაქტიკოს ეკონომისტთა სათანადო მეცნიერული დონის სტატიები.

ავტორთათვის კრებულში სტატიების გამოსაქვეყნებლად მოქმედებს შემდეგი წესები:

1. კრებულში გამოსაქვეყნებლად განკუთვნილი სამეცნიერო ნაშრომები უნდა იყოს დამოუკიდებელი კვლევის შედეგი. ნაშრომი არ უნდა არღვევდეს საავტორო უფლებებს და არ უნდა იყოს გამოქვეყნებული რომელიმე სხვა ორგანოში.
2. რედაქციაში წარმოდგენილი სტატიის ორიგინალი ხელმოწერილი უნდა იყოს ავტორის, ხოლო თანაავტორობის შემთხვევაში ყველა თანაავტორის მიერ სახელის, გვარის, სამუშაო ადგილის, სამეცნიერო ხარისხისა და წოდების, სრული საფოსტო მისამართის, ტელეფონის, ფაქსის, ელექტრონული ფოსტის მითითებით.
3. სტატია დაბეჭდილი უნდა იყოს 1,5 ინტერვალით, A4 ფორმატზე, 12 ფონტით. რედაქციაში სტატიების წარმოდგენა აუცილებელია ორ ნაბეჭდ ე-ზემპლარად, ელექტრონულ ვერსიასთან ერთად (MS WORD, ქართული ტექსტი შრიფტით ACADNUSX, ხოლო ინგლისური – TIMES NEW ROMAN).
4. ერთი გვერდის ღირებულებაა 5 ლარი.

ნაშრომების გამოგზავნა შეგიძლიათ ელექტრონული ფოსტით შემდეგ მისამართზე: [economics\\_institute@yahoo.com](mailto:economics_institute@yahoo.com), [nbibilashvili@rambler.ru](mailto:nbibilashvili@rambler.ru)

ინსტიტუტის ხელმძღვანელობა და კრებულის რედაქცია მზადაა თანამშრომლობისათვის.

**ღამათაპითი ცნობებისათვის დაგვიკავშირდით შემდეგ მისამართზე:**  
ქ. თბილისი, ქიქოძის ქ. №14, ტ.: 299-68-53.

**პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის  
გამომცემლობა**

ქართულ, რუსულ და ინგლისურ ენებზე

**შედავითიან ფასებში**

გთავაზობთ ნებისმიერ საგამომცემლო საქმიანობას:

- მასალის აკრეფა, დაკაბადონება, რედაქტირება

**გამოცემა:**

- სამეცნიერო წიგნები და ნაშრომები, ენციკლოპედიები, ლექსიკონები, ცნობარები
- პერიოდული გამოცემები (სამეცნიერო შრომათა კრებული, სამეცნიერო ჟურნალები, კონფერენციის მასალები)
- ორიგინალური და ნათარგმნი მხატვრული ლიტერატურა, სახელმძღვანელოები, საბავშვო წიგნები, ალბომები და გზამკვლევები
- ელექტრონული დარგობრივი ჟურნალები

**მისამართი: თბილისი, გერონტი ქიქოძის ქ. №14**

**293 22 60; 551 10 07 04.**

**ელ.ფოსტა: economics\_institute@yahoo.com**

**ჟურნალ "ეკონომისტი" სტატიების წარმოდგენის წესები**

1. ჟურნალში გამოსაქვეყნებლად განკუთვნილი სამეცნიერო ნაშრომები უნდა იყოს დამოუკიდებელი კვლევის შედეგი. ნაშრომი არ უნდა არღვევდეს საავტორო უფლებებს და არ უნდა იყოს გამოქვეყნებული რომელიმე სხვა ორგანოში.
2. რედაქციაში წარმოდგენილი სტატიის ორიგინალი ხელმოწერილი უნდა იყოს ავტორის, ხოლო თანაავტორობის შემთხვევაში ყველა თანაავტორის მიერ სახელის, გვარის, სამუშაო ადგილის, სამეცნიერო ხარისხისა და წოდების, სრული საფოსტო მისამართის, ტელეფონის, ფაქსის, ელექტრონული ფოსტის მითითებით.
3. სტატია დაბეჭდილი უნდა იყოს 1,5 ინტერვალით, A4 ფორმატზე, 12 ფონტით. რედაქციაში სტატიების წარმოდგენა აუცილებელია ორ ნაბეჭდ ეგზემპლარად, ელექტრონულ ვერსიასთან ერთად (MS WORD, ქართული ტექსტი შრიფტით ACADNUSX, ხოლო ინგლისური და რუსული TIMES NEW ROMAN).
4. ჟურნალში სტატიები გამოქვეყნდება რედაქციაში მათი შემოსვლის რიგის მიხედვით. რედაქციის მიერ სტატიის წარმოდგენის თარიღად ჩაითვლება რედაქციის მიერ საბოლოო ტექსტის მიღების თარიღი.
5. სტატია, რომელიც სრულად არ პასუხობს ზემოთ მოყვანილ მოთხოვნებს, რედაქციის მიერ არ მიიღება.
6. ერთი გვერდის ღირებულებაა 5 ლარი.

ნაშრომების გამოგზავნა შეგიძლიათ ელექტრონული ფოსტით შემდეგ მისამართზე: economics\_institute@yahoo.com, tealazarashvili@rambler.ru

ინსტიტუტის ხელმძღვანელობა და ჟურნალის რედაქცია მზადაა თანამშრომლობისათვის.

**დამატებითი ცნობებისათვის დაგვიკავშირდით შემდეგ მისამართზე:**  
ქ. თბილისი, ქიქოძის ქ. №14, ტ.: 293-34-44; 599 97 01 03.

**ლარის ანგარიში**

სსიპ ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი 204864548  
მიმღების დასახელება – ხაზინის ერთიანი ანგარიში  
მიმღების ბანკი – სახელმწიფო ხაზინა  
ბანკის კოდი – TRESGE22  
მიმღების ანგარიში /სახაზინო კოდი 708967254

**THE RULES OF HANDING IN SUBMISSION THE REPORTS TO THE  
JOURNAL "ECONOMISTI"**

1. Scientific works sent to publish should be the result of independent research. The work should guarantee copyrights and should not be published in other organs.
2. An original paper sent to editorial board must be signed by the author, and in case of coauthorship – by all authors, providing names, first names, position, degrees, titles, full address, telephone, fax and e-mail.
3. The paper should be printed by computer with 1,5 spacing, A4 format, 12 font. The articles should be sent to editorial board in two printed copies together with electronic version (MS WORD, Georgian text font - AcadNusx, English text font - Times New Roman).
4. Articles are published in succession of their receiving by the editorial staff. If an article is sent back to the author for revision the data of receiving the final text is regarded as date of submission for consideration.
5. Price of a page – 10 \$.

The paper not meeting these requirements is not taken for consideration.

The articles should be sent by e-mail to the address: **economics\_institute@yahoo.com, tealazarashvili@rambler.ru**

Institute managers and editorial staff is ready for collaboration.

For additional information, please, connect to the address: Tbilisi, 14 Kikodze str., tel: 293 34 44

**USD**

**Intermediary:**  
**FEDERAL RESERVE BANK OF NEW YORK, USA**  
**SWIFT CODE FRNYUS33**  
**ACC: 021087992 GEORG**  
**Beneficiary's bank:**  
**NATIONAL BANK OF GEORGIA, TBILISI**  
**SWIFT CODE: BNLNGE22**  
**beneficiary organizatio name**  
**IBAN: GE65NB0331100001150207**

ჟურნალი “**ეკონომისტი**”

მისამართი: თბილისი, 0105, გ. კიკოდის ქ. 14; ტელ.: 293 34 44; 599 970103.  
E-mail: economics\_institute@yahoo.com

Journal “**Economisti**”

Edress: Tbilisi, 0105, Kikodze street, tel. (+995 32) 293 34 44; 599 970103  
E-mail: economics\_institute@yahoo.com

თსუ პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა

რედაქტორი **ნატო აბესაძე**

Publishing House of Paata Gugushvili Institute of Economics of TSU

Redactor **Nato Abesadze**