

ეკონომიკა

ყოველთვიური საერთაშორისო რეცენზირებადი და
რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი
„ЭКОНОМИКА“ - Ежемесячный международный
рецензируемый и реферируемый научный журнал
“ECONOMICS” - Monthly International reviewed
and refereed scientific journal

№ 5-6, 2016

ჟურნალი გამოდის 1918 წლიდან
Journal published since 1918

რ. შენგელია (მთ. რედაქტორი)

ი. არჩვაძე; ა. აბრალავა; ნ. აბესაძე; ნ. ბაკაშვილი; ე. ბარათაშვილი; რ. გოგოხია; ვ. დათაშვილი; მ. კაკულია; დ. კარბონი (იტალია); პ. კოღუაშვილი; ა. კურატაშვილი; ზ. ლიპარტია; გ. მალაშხია; ი. მესხია; ე. მექვაბიშვილი; ქ. მარშავა; ს. პავლიაშვილი; ვ. პაპავა; მ. როკეტლიშვილი (აშშ); უ. სამადაშვილი; ა. სილაგაძე; ა. სიჩინავა; ო. სოლდატენკო (უკრაინა); ა. სხირტლაძე; ტ. ფედოროვა (რუსეთი); დ. ქავთარაძე (რუსეთი); ა. ქუთათელაძე; რ. ქუთათელაძე; კ. ღურწყაია; გ. ლავთაძე; გ. ყუფუნია; გ. შუბლაძე; თ. შენგელია; ნ. ჩიტანავა; ჟ. წიკლაური; ნ. ჭითანავა; მ. ჯიბუტი; გ. ჯოლია

ШЕНГЕЛИЯ Р. (ГЛ. РЕДАКТОР)

Арчвадзе И., Абралава А., Абесадзе Н., Бараташвили Е., Бакашвили Н., Гавтадзе Г., Гогохия Р., Гурцкая К., Даташвили В., Джибути М., Джолия Г., Кавтарадзе Д. (Россия), Какулия М., Карбон Д. (Италия), Когуашвили П., Купуния Г., Кураташвили А., Кутателадзе А., Кутателадзе Р., Липартия З., Малашхия Г. Меквабишвили Э., Маршава К., Месхия Я., Папавა В., Павлиашвили С., Рокетлишвили М. (США), Силагაძე А., Сичинава А., Сольдатенко О. (Украина), Схиртლაძე А., Самаდაшვილი უ., Федорова Т. (Россия), Читანავა Н., Чихლაძე Н., Шუბლაძე Г., Шенგелия Т., Циклаური Ж.

REVAZ SHENGELIA (EDITOR IN CHIEF)

I. ARCHVADZE; A. ABRALAVA; N. ABESADZE; E. BARATASHVILI; N. BAKASHVILI; N. CHIKHLADZE; G. GHAVTADZE; R. GOGOKHIA; V. DATASHVILI; M. KAKULIA; D. KARBON (ITALY); P. KOGHUASHVILI; A. KURATASHVILI; Z. LIPARTIA; G. MALASHKHIA; I. MESKHIA; E. MEKVABISHVILI; K. MARSHAVA; S. PAVLASHVILI; V. PAPAVA; M. ROKETLISHVILI (USA); U. SAMADASHVILI; A. SILAGADZE; A. SICHINAVA; O. SOLDATENKO (UKRAINE); A. SKHIRTILADZE; T. FEDOROVA (RUSSIA); D. QAVTARADZE (RUSSIA); A. QUTATELADZE; R. QUTATELADZE; K. GHURTSKAIA; G. KUPUNIA; G. SHUBLADZE; T. SHENGELIA; ZH. TSIKLAURI; N. CHITANAVA; M. LIBUTI; G. JOLIA.

შინაარსი

ეკონომიკური რეფორმა: ანალიზი, პრობლემები და პერსპექტივები

ლევან ათუაშვილი - გადასახადების დიფერენცირება
და მისი როლი ბიზნესის განვითარებაში ----- 6

ეკონომიკური თეორიის თანამედროვე პრობლემები

ქეთევან მარშავა, შორენა ფარჯიანი - ახდენს თუ არა გავლენას
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ეკონომიკურ ზრდაზე ----- 16

ალექსანდრე ხვედელიანი - სარისკო კაპიტალი -
დანიშნულება და მიზნობრივი აუდიტორია ----- 29

ბადრი დავითაია - სანარმოთა სტრუქტურული გარდაქმნები
და საინვესტიციო საქმიანობის დაფინანსების მეთოდები
საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ----- 41

ალექსანდრე ხვედელიანი - ინოვაციებისა და ტექნოლოგიური
განვითარების დადებითი ტენდენციები ----- 49

სოფიო მაჭარაშვილი - საგანმანათლებლო გარემო
და საგანმანათლებლო სივრცე ----- 64

ფინანსები, ბანკები, ბირჟები

ლეილა დოლიძე - ბანკის პასიური და აქტიური ოპერაციები,
კრედიტის განსაკუთრებული ფორმები ----- 74

ლაშხიძე თამარი - სარეკლამო კომპანიების
კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგება ----- 84

ღარგობრივი ეკონომიკა

გიორგი მიქელაძე - საქართველოს ძირითადი კაპიტალი
და მისი გამოთვლის ალტერნატიული მეთოდები ----- 94

თენგიზ ცაგარეიშვილი - სამშენებლო კლასტერში ფაქტორული
სივრცის და კლასტერის მონაწილეთა ადგილების განსაზღვრა --- 112

ნინო შაფათავა - რეკრეანტთა მოთხოვნილებები და საკურორტო-
რეკრეაციული გარემოს მიმზიდველობის მოდელი ----- 122

ბიზნესი, მარკეტინგი, მენეჯმენტი

თამარი ლაშხიძე - სარეკლამო ბიზნესის განვითარების პირობებისა და შესაძლებლობების განსაზღვრის ალგორითმი ----	132
ქეთევან კინმარიშვილი - ორგანიზაციული სტრუქტურის ძირითადი ტიპები -----	139
თენგიზ ცაგარეიშვილი - მართვის კლასტერულ სისტემაზე მშენებლობის გადაყვანის პირობების და სიტუაციების გამოკვლევა -----	144
ლალი ხარბედია, მზისადარ ბჟალავა - მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის ადაპტირება სანაოსნო კომპანიის საქმიანობასთან -----	153
ლელია დოლიძე - ბანკის მსესხებელი ბიზნესის სანარმოებისა და ფიზიკური პირების კრედიტუნარიანობის შეფასების თავისებურებები-----	162
ქეთევან კინმარიშვილი - კონფლიქტის ფუნქციები და ქცევის სტილი -----	171
მედეა შენგელია, რევაზ შენგელია - უცხოური ინვესტიციების გავლენა საავტორო უფლებების დაცვაზე (მუსიკალური ინდუსტრიის მაგალითზე)-----	177
სამეცნიერო სტატიის წარმოდგენის და გამოქვეყნების წესი ---	184

CONTENTS

ECONOMIC REFORMS: ANALYSIS, PROBLEMS AND PERSPECTIVES

Levan Atuashvili - Tax differentiation and Its Role in Business Development-----	6
--	---

MODERN PROBLEMS OF ECONOMICS

Ketevan Marshava, Shorena Pharjiani - Does Foreign Direct Investment Impact on Economic Growth -----	16
Alexander Khvedeliani - Risk Capital- Purpose and Target Audience-----	29
Badri Davitaia - Structural Transformations of Enterprises and the Methods of Financing the Investment Activities in the Conditions of Market Economy -----	41
Alexander Khvedeliani - Positive Tendencies of Innovations and Technological Development -----	49
Sophio Macharashvili - Educational Environment and Space -----	64

FINANCES, BANKS AND EXCHANGE MARKETS

Leila Dolidze - The Passive and Active Operations of the Bank, the Particular Forms of Credit -----	74
Tamar Lashkhidze - The Consolidated Financial Statements of Advertising Companies -----	84

SECTORAL ECONOMY

Giorgi Mikeladze - The Main Capital of Georgia and the Alternative Methods of Its Calculation -----	94
Tengiz Cagareishvili - Determination of Factor Space and Place of the Cluster Participants in the Construction Clusters-----	112

Nino Shapatava - Recreants' Requirements
and the Model of Attractiveness of Tourism-Recreational Environment-- 122

BUSINESS, MANAGEMENT, MARKETING

Tamar Lashkhidze - The Deterministic Algorithm of the Development Conditions and Opportunities of Advertising Business-----	132
Qetevan Kitsmarishvili -The Main Types of Organizational Structure--	139
Tengiz Cagareishvili - Study of Transformation Conditions and Situations of Construction on Cluster Management System-----	144
Lali Kharbedia, Mzisdar Bjalava - Adapting of Marketing Traditional Complex with The Activity of Shipping Company -----	153
Leila Dolidze - The Features of Assessing the Creditworthiness of Bank Borrower Business, Enterprises and Individuals-----	162
Qetevan Kitsmarishvil i - The Functions of Conflict and the Behavior Style -----	171
Medea Shengelia, Revaz Shengelia - The impact of foreign investment in the protection of copyright -----	177
PUBLICATION REQUIREMENTS -----	184



გადასახადების დიფერენცირება და მისი როლი ბიზნესის განვითარებაში

ლევან ათუაშვილი
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

თანამედროვე პირობებში სახელმწიფოსა და საზოგადოების მყარი ფინანსური საფუძვლის შექმნა, საგადასახადო სისტემაში რეფორმების წარმატებულად განხორციელება, ბიუჯეტის დროული და სრული ფორმირება შეუძლებელია ისეთი ეფექტიანი საგადასახადო სისტემის გარეშე, რომელიც მონოდებული იქნება უზრუნველყოს სახელმწიფოს საფინანსო ინტერესები და ამავდროულად დაიცვას გადასახადების გადამხდელის უფლებები. აღნიშნულ სტატიაში განხილულია საქართველოში მოქმედი საშემოსავლო და მოგების გადასახადის შედარებით დახასიათება საზღვარგარეთის ქვეყნებთან, ასევე ზემოთ აღნიშნული გადასახადის ტარიფები და მათი შედარება სხვადასხვა ქვეყნებში მოქმედ ანალოგიურ გადასახადებთან. აქ მოყვანილია როგორც განვითარებული ქვეყნის ასევე განვითარების გარდამავალ ეტაპზე მყოფი ქვეყნების მაგალითები, ძირითადი ყურადღება გამახვილებულია იმ გადასახადებზე, რომელთა წვლილი დიდია ქვეყნის ბიუჯეტის ფორმირებაში. სტატიის შინაარსი მდგომარეობს იმაში, რომ აუცილებელია საქართველომ განვითარების მიმდინარე ეტაპზე შემოიღოს მოგების და საშემოსავლო გადასახადების განაკვეთების სეგმენტაცია პირების შემოსავლების სიდიდის მიხედვით, რაც დადებითი ნაბიჯია კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესებისა და ბიზნესის განვითარებისთვის.

საკვანძო სიტყვები: გადასახადების სეგმენტაცია; მოგების გადასახადი; საშემოსავლო გადასახადი; დაბეგვრის სისტემა;

ფიზიკური პირი; გადასახადის განაკვეთი; გადასახადების ადმინისტრირება; ერთობლივი შემოსავალი; ბიუჯეტის ფორმირება.

შესავალი

საგადასახადო სისტემა ქვეყნის სარკეა, საქართველოს საგადასახადო სისტემის მძლავრი წინსვლა თუ მისი სისუსტეები ასახავს, როგორც ქვეყანაში ბოლო წლების განმავლობაში მიღწეულ პროგრესს, ისე რეფორმების გაგრძელების აუცილებლობას. დღეს საქართველოში მოქმედებს პროპორციული საშემოსავლო გადასახადის სისტემა, ქვეყანას არ გააჩნია არანაირი დიფერენცირებული პროგრესული დაბეგვრის სტრუქტურა და მარტივ, უცვლელ საშემოსავლო გადასახადს ეყრდნობა. ადმინისტრირების კუთხით ეს ცხოვრებას აიოლებს, მაგრამ ასევე საგრძნობლად ამცირებს მდიდრების საგადასახადო ვალდებულებას იმ გადასახადთან შედარებით, რომელიც მდიდრებს სტანდარტული ევროპული საგადასახადო სისტემის ფარგლებში ეკისრებათ. დიფერენცირებული დაბეგვრის სისტემა სხვადასხვა სოციალურ ფენებს შორის სხვადასხვა დასაბეგრ ნორმას გულისხმობს, რაც გადასახადის ადმინისტრირების და ამოღების უფრო რთული, მაგრამ სწორი ფორმაა. სწორედ ასეთი პროგრესული დაბეგვრის სისტემას ეფუძნება ევროკავშირში შემავალი თითქმის ყველა სახელმწიფო, ზოგიერთი პოსტსაბჭოთა ქვეყანა, ამერიკის შეერთებული შტატები და სხვა. სასურველია თუ საქართველოც ამ ქვეყნებიდან აიღებს მაგალითს და მათ გამოცდილებაზე დაყრდნობით და ჩვენი ქვეყნის რეალობის გათვალისწინებით ჩამოყალიბდება ოპტიმალური საშემოსავლო გადასახადის სქემა.

ძირითადი ტექსტი

საინტერესოა გავანალიზოთ სხვადასხვა ქვეყნებში მოქმედი საგადასახადო სისტემები. რიგ ევროპულ ქვეყნებში პროგრესული მრავალსაფეხურიანი დაბეგვრის სისტემა ამავდროულად მოიცავს დაუბეგრავი მინიმუმისა და სოციალური

ხარჯების გამოქვითვის სისტემასაც. მაგალითად, ქვემოთ მოყვანილ ქვეყნებში ნულოვანი განაკვეთით იბეგრება ფიზიკური პირების შემდეგი წლიური შემოსავლები: ლუქსემბურგი -9750 ევრო; შვეიცარია — 16100 ფრანკი; ავსტრია — 11000 ევრო; შვედეთი — 306000 შვედური კრონი; აშშ — 8450 აშშ დოლარი; საფრანგეთი — 5963 ევრო.¹

2014 წლიდან საქართველოს ფინანსთა სამინისტრომ შეიმუშავა დაუბეგრავი მინიმუმის ცნება, რაც გულისხმობს: ფიზიკურ პირს, რომლის ერთობლივი შემოსავალი, საგადასახადო ორგანოსათვის წარდგენილი ინფორმაციის მიხედვით, კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 6000 ლარს, უფლება აქვს, შესაბამისი კალენდარული წლის მიხედვით ხელფასის სახით მიღებული დასაბეგრი შემოსავლიდან გამოქვითოს დაუბეგრავი მინიმუმი - 1800 ლარი.²

გერმანიის საგადასახადო სისტემა დიფერენცირებული დაბეგვრის სისტემას 14-45%-ის ფარგლებში გულისხმობს. გერმანიის ეკონომიკაში საგადასახადო შემოსავლების უმეტესი წილი სწორედ საშემოსავლო გადასახადზე მოდის. საგადასახადო განაკვეთი შემოსავლების ზრდასთან ერთად იზრდება. დაოჯახებულები და მრავალშვილიანი ოჯახები, როგორც წესი, უშვილო და მარტოხელა მოქალაქეებთან შედარებით ნაკლებს იხდიან.

გერმანული საზოგადოება კლასებადაა დაყოფილი, რაც საგადასახადო განაკვეთებზეც აისახება. მთლიანი საშემოსავლო გადასახადის ნახევარზე მეტს უზრუნველყოფილი მოსახლეობის 10 % იხდის. 7834 ევრომდე შემოსავალი წლის განმავლობაში საერთოდ არ იბეგრება, 7834 ევროს ზემოთ შემოსავლის დასაბეგრი განაკვეთი 14%-ს უტოლდება, რომელიც სწრაფად იზრდება იმათთვის, რომლებიც წელიწადში 52552 ევროზე მეტს გამოიმუშავენ და იგი 42 % -ის უტოლდება. წელიწადში 250 000 ევროზე მეტი შემოსავლის შემთხვევაში საგადასა-

1 გ. ურიდია, საშემოსავლო გადასახადის მოდელის საკითხისათვის, *ქურნალი ააფ #10(154)*, თბილისი, 2012, გვ. 9

2 <http://www.rs.ge/5397>

ხადო განაკვეთი 45%-ს აღწევს, რომელსაც გერმანიაში «მდიდართა ბეგარას» უწოდებენ.¹

ასევე ჩეხეთში 2013 წლიდან საშემოსავლო გადასახადის ტვირთის ზრდისათვის შემოღებულ იქნა შემდეგი რეგულაციები: დასაქმების, ბიზნესისა და პროფესიული საქმიანობის შემოსავალი, რომელიც ოთხჯერ აჭარბებს საშუალო წლიურ ხელფასს, იბეგრება დამატებითი 7 % «მილიონერების განაკვეთით», რომელსაც «სოლიდარობის გადასახადის ნაზარდს ეძახიან». ეს უკანასკნელი დროებით 2013-2015 წლებისათვის მოქმედებდა.²

სლოვაკეთში კომპანიის საშემოსავლო გადასახადი ბოლო ცვლილების (2013 წლის) მიხედვით 23 %-ია.³

საინტერესოა შვედეთის საშემოსავლო გადასახადის სისტემა. აქ დაბალშემოსავლიანები იხდიან ნაკლებს, ბიუჯეტიდან ღებულობენ მეტს, ხოლო მაღალშემოსავლიანებს ბიუჯეტში შეაქვთ მნიშვნელოვანი თანხები. აქაც მოქმედებს საშემოსავლო გადასახადის პროგრესული სისტემა დაუბეგრავი მინიმუმისა და გამოქვითვების სქემით. ამასთან, რაც ყველაზე საინტერესოა, ჩვენი დაბეგვრის სისტემასთან შედარებით (რომელიც გადამხდელების მიერ თვითდეკლარირებასა და თითგამოანგარიშებას ემყარება) შვედეთში ყველა მოქალაქეს აქვს საკუთარი ანგარიშსწორების ანგარიში (პირადი ბარათით), რომელზეც აღრიცხება მოქალაქის მიერ გადახდილი გადასახადები და ბიუჯეტიდან მიღებული (დაბრუნებული) თანხები. ამასთან საგადასახადო ორგანოს ხელი მიუწვდება პირის ყველა შემოსავლის წყაროსთან და შესაბამისად, საგადასახადო დეკლარაციის შევსებას და გადასახადის გაანგარიშებას ახორციელებს საგადასახადო ორგანო. გადასახადის გადამხდელი მხოლოდ

1 ვ. სამსონაძე, გერმანიის საგადასახადო სისტემა - ურთულესი მოზაიკა, ჟურნალი აფი #9(153), 2012, გვ. 55

2 მარიამ ჯიქია, ევროკავშირის საგადასახადო სამართალი და ვიშეგრადის ქვეყნების საგადასახადო პოლიტიკა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014 წელი, გვ.153-154

3 Richard Clayton Budd, Slovak Republic Tax Guide, PKF INTERNATIONAL LIMITED. 2013 p 9

ხელმოწერით ამოწმებს მას.

აშშ-ის საგადასახადო სისტემა ც პროგრესულია, დაუბეგრავი მინიმუმისა და გამოქვითვების ჩათვლით. ამასთან გადახდა ხდება, როგორც ინდივიდის შემოსავლების მიხედვით, ასევე სურვილის შესაბამისად ოჯახის შემოსავლების მიხედვით. ფიზიკური პირის ან ოჯახის ერთობლივ შემოსავალს აკლდება მის მისაღებად განუელი ხარჯები და სხვადასხვა გამოქვითვები. კერძოდ ერთობლივ შემოსავლაში შედის პენსია, ხელფასი, დახმარება, ფასიანი ქალაქებიდან მიღებული შემოსავალი, ქონების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი. გამოქვითვას ექვემდებარება: დაუბეგრავი მინიმუმი, შენატანები საქველმოქმედო ფონდში, სამედიცინო ხარჯები და სხვა. შესაბამისად მიღებული თანხები იბეგრება 6 საგადასახადო განაკვეთით: 10-დან 35%-მდე. მაგალითად მარტოხელა პირის შემოსავალი: 0-დან 8350-აშშ დოლარამდე იბეგრება 10%-ით; 8350-დან 33950 აშშ დოლარამდე — 15%-ით.

ფიზიკური პირი საშემოსავლო გადასახადს იხდის შტატების დონეზე. ყველა შტატს საშემოსავლო გადასახადის სხვადასხვა განაკვეთი აქვს, ხოლო ზოგიერთ შტატში საერთოდ არ არის საშემოსავლო გადასახადი. აშშ-ს მოქალაქე ვალდებულია ნებისმიერ ქვეყანაში მიღებულ შემოსავალზე ბიუჯეტში გადაიხადოს ფედერალური საშემოსავლო გადასახადი შესაბამის ქვეყანაში გადახდილი გადასახადის ჩათვლის გათვალისწინებით.

საქართველოში მოქმედებს საშემოსავლო გადასახადით დაბეგრის კლასიკური პროპორციული სისტემა, რომლის დღეისათვის მოქმედი განაკვეთი 20%-ია. აღნიშნული განაკვეთით იბეგრება როგორც ხელფასი, ასევე ეკონომიკური საქმიანობით მიღებული შემოსავლებიც. ამასთან, ხელფასის დაბეგრის დროს დაუბეგრავი მინიმუმი და შესაბამისი სოციალური ხარჯების გამოქვითვები არ არსებობს. გამონაკლისს წარმოადგენს მხოლოდ ფიზიკური პირის მიერ ეკონომიკური საქმიანობით მიღებული ერთობლივი შემოსავალი, რომლიდანაც საშემოსავლო გადასახადით დაბეგრის დროს გამოიქვითება მის

მისაღებად განეული ხარჯები. მრავალი განვითარებული ქვეყნის საგადასახადო სისტემის განხილვის შემდეგ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ პროგრესული დაბეგვრის სისტემა ცივილიზებული ქვეყნების ეკონომიკის ატრიბუტია, ხოლო პროპორციული სისტემა კი მოუქნელად ადმინისტრირებადია და ჩამორჩენილი ეკონომიკის დამახასიათებელი ნიშანია. სწორედ ამიტომ საქართველოში არსებული სოციალური სიტუაციიდან გამომდინარე ყველაზე სწორ გამოსავლად რჩება ის, რომ ქვეყნის ხელისუფლებამ იზრუნოს ამ საკითხზე და დაინერგოს ახალი პროგრესული დაბეგვრის სისტემა საარსებო მინიმუმის და სოციალური გამოქვითვების შემოღებით.

როგორც სხვა გადასახადებზე, ასევე მოგების გადასახადზეც აუცილებელია შემოღებული იყოს სეგმენტაცია, რაც გამოაჯანსაღებს ბიზნეს-გარემოს, კიდევ უფრო მეტ ადამიანს უბიძგებს დაკავდეს საკუთარი ბიზნესით და ხელს შეუწყობს ბიუჯეტის ზრდას. უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში გადასახადის განაკვეთები მნიშვნელოვნად შემცირდა საბერძნეთში (15%-ით), თურქეთში (13%-ით), ჩეხეთში (12%-ით), კანადაში (11,9%-ით), ისრაელში (11%-ით), ნიდერლანდებში (9,5%-ით), პოლონეთში (9%-ით) და ავსტრიაში (9%-ით).¹

გაგაცნობთ ჩვენი მეზობელი ქვეყნების და რამოდენიმე განვითარებული სახელმწიფოს მოგების გადასახადის თავისებურებებს, მათი ადმინისტრირების წესებსა და საპროცენტო განაკვეთებს.

აზერბაიჯანი. ბოლო 20 წლის განმავლობაში აზერბაიჯანის საბიუჯეტო შემოსავლები 75-ჯერ გაიზარდა, რაც ერთმნიშვნელოვნად დამოკიდებული იყო საგადასახადო სისტემის ლიბერალიზაციასა და გაუმჯობესებაზე. 2003-2006 წლებში მოგების გადასახადი აზერბაიჯანში შემცირდა 27 % -დან 22 % მდე. 2010 წელს კვლავ გაგრძელდა კლების ტენდენცია და 22 %-დან 20 %-ზე ჩამოვიდა. დღესდღეისობით კი აღნიშნული

¹ ზვიად როგავა, ზაურ ამილახვარი. საგადასახადო სამართალი. საერთო-სახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი გადასახადები. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბილისი, 2013, გვ. 219

მაჩვენებელი 14%-თან არის გათანაბრებული.

რუსეთის ფედერაცია. 2009 წლის 1 იანვრიდან რუსეთში მოგების გადასახადი შეადგენს 20%, რომლიდანაც 2% ირიცხება ფედერალურ ბიუჯეტში დანარჩენი 18% კი რუსეთის ფედერალური სუბიექტების ბიუჯეტში.

რუსეთის ფედერაციის სუბიექტების კანონებით მოგების გადასახადი შეიძლება იყოს შემცირებული სხვადასხვა კატეგორიის გადამხდელთათვის, მაგრამ არ შეიძლება იყოს 13.5%-ზე ნაკლები.

2001 წლიდან 2012 წლის ჩათვლით განვითარების შედეგად მოგების გადასახადმა 24%-დან 20%-მდე დაიწია.

თურქეთი. მოგების გადასახადის საპროცენტო განაკვეთები დადგენილია ორგანიზაციის მიღებული მოგების მიხედვით: 10 000 თურქულ ლირამდე — 15 %; 10 000-დან 25 000 მდე თურქულ ლირამდე -20%; 25 000 -დან 58 000-მდე თურქულ ლირამდე — 27%; 58 000 თურქული ლირიდან ზემოთ — 35 %.

სომხეთი. გასულ წელთან შედარებით სომხეთის საბიუჯეტო შემოსავლები 7.4% -ით არის გაზრდილი, რაც თანხობრივად შეადგენს 45 მილიარდ სომხურ დრამს. მოგების გადასახდის წილი სახელმწიფო ბიუჯეტში შეადგენს 13-17%. მოგების გადასახადის საპროცენტო განაკვეთი შეადგენს 20%.

ამერიკის შეერთებული შტატები. აშშ გამოირჩევა ყველაზე დიდი საპროცენტო განაკვეთით კომპანიის მიღებული მოგებიდან და შეადგენს მაქსიმალურ 39,2 %-ს, თუმცა საშუალოდ ამერიკულ კომპანიებს 24 %-ს გადახდა უწევთ აკუმულირებულ მოგებაზე. ყველა შტატში განსხვავებული საპროცენტო განაკვეთები არსებობს, დიდი შეღავათებით სარგებლობენ კომპანიები, რომელთა შემოსავალიც მნიშვნელოვნად მოქმედებს შტატის ბიუჯეტზე. აშშ-ში კორპორაციები გადასახადს გამოითვლიან შემდეგნაირად: პირველი 50 ათასი აშშ დოლარის განაკვეთი შეადგენს 15%, მომდევნო 25 ათასი დოლარის — 25%, გარდა ამისა, შემოსავალზე 100 000-ის ზემოთ არის დამატებითი საფასურის 5%. დადგენილი საპროცენტო განაკვეთი უკვე ორი ათწლეულია არ შეცვლილა და არც განიხილება მიმდინა-

რე წელს. მოგების გადასახადის წილი სახელმწიფო ბიუჯეტში შეადგენს 7%.

იაპონია. იაპონიის საგადასახადო სისტემა უზრუნველყოფს ბიუჯეტის 83,3%. აქედან მოგების გადასახადის წილი შეადგენს 26%. მოგების გადასახადიდან შემოსავლები ირიცხება ნაციონალურ, პრეფექტურის და მუნიციპალურ ბიუჯეტებში. ნაციონალური ბიუჯეტის საპროცენტო განაკვეთი შეადგენს 33,48%, პრეფექტურისა — 5% და მუნიციპალიტეტისა 12,3%. მთლიანი საპროცენტო განაკვეთი მოგების გადასახადის 40% უტოლდება.

გერმანია. კომპანიები, რომელთა მოგება არ აღემატება 7664 ევროს, მოგების გადასახადისგან თავისუფლდებიან. თუკი კომპანიის მოგება 7664 ევროდან 52152 ევრომდე მერყეობს, მოგების გადასახადის საპროცენტო განაკვეთი 15%-42% მდებ; 52152 ევროდან კი — 42%.

დასკვნა. საქართველომ დიდ წარმატებებს მიაღწია გადასახადების ადმინისტრირების სფეროში, თუმცა აუცილებელია გავითვალისწინოთ განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნების გამოცდილება და გადასახადების ადმინისტრირება მოხდეს არა მარტო იმის გათვალისწინებით, რომ ყველამ გადაიხადოს, არამედ იმ მნიშვნელოვანი ეკონომიკური პრინციპის გათვალისწინებით, რომ მეტი გადამხდელი მეტ შემოსავალს ნიშნავს. საგადასახადო პოლიტიკა უნდა შემუშავდეს იმგვარად, რომ მცოდნე პირებმა უარი არ თქვან საქმიანობის დაწყებაზე მხოლოდ იმის გამო, რომ დიდი კაპიტალის მქონე კომპანიებთან კონკურენციაში შესვლა სისულელეა.

ზემოთმოყვანილი მაგალითებიდან ნათლად ჩანს, რომ ბრუნვის ზრდასთან ერთად იზრდება საგადასახადო განაკვეთი, რაც მიუთითებს სახელმწიფოს ლიბერალურ საგადასახადო პოლიტიკაზე. ასეთი მიდგომა აჯანსაღებს კონკურენტუნარიანობას ქვეყნის ბაზარზე; მაგალითად, გიგანტურ კომპანიას შეუძლია თავს იმისი ფუფუნება მისცეს, რომ იმუშაოს 1 %—იან წმინდა მოგებაზე, მაშინ როდესაც მცირე ბიზნესისთვის აღნიშნული მაჩვენებელი ფუჭად დახარჯული დროის და ფინან-

სური რესურსების ტოლფასია, რაც ბაზარზე შედეგად იწვევს გიგანტური კომპანიების კიდევ უფრო გაძლიერებას, ხოლო მცირე კომპანიების ბაზრიდან გამოდევნას. ამიტომ არის საქართველოში, მონოპოლიების დიდი რაოდენობა და შეუსაბამოდ მაღალი ფასები.

ჩვენი აზრით, აუცილებელია ისეთი მნიშვნელოვანი ცვლილებების შეტანა საგადასახადო კოდექსში, როგორცაა მოგების და საშემოსავლო გადასახადების სეგმენტაცია შემოსავლების სიდიდის მიხედვით.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გ. ურიდია, საშემოსავლო გადასახადის მოდელის საკითხისათვის, ჟურნალი ააფ #10(154), თბილისი, 2012;
2. <http://www.rs.ge/5397> საქართველოს შემოსავლების სამსახური
3. ვ. სამსონიძე, გერმანიის საგადასახადო სისტემა — ურთულესი მოზაიკა, ჟურნალი ააფ #9(153), 2012;
4. მარიამ ჯიქია, გიორგი ყუფარაძე, ევროკავშირის საგადასახადო სამართალი და ვიშეგრადის ქვეყნების საგადასახადო პოლიტიკა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014 წელი;
5. Richard Clayton Budd, Slovak Republic Tax Guide, PKF INTERNATIONAL LIMITED. 2013;
6. ზვიად როგავა, ზაურ ამილახვარი. საგადასახადო სამართალი. საერთო-სახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი გადასახადები. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბილისი, 2013.

REFERENCES:

1. G. Uridia- For the Issue of Income tax model, the journal AAF #10 (154), Tbilisi, 2012. (In Georgian language);
2. <http://www.rs.ge/5397>, Georgian Revenue Service. (In Georgian language);
3. V. Samsonidze, German taxation system, the most complicated mosaic, the journal, #9(153), 2012. (In Georgian language);

4. Mariam Jikia, Giorgi Kuparadze, Tax law of European Union and The Tax Policy of Vise grad Countries, Tbilisi, 2014. (In Georgian language);

5. Richard Clayton Budd, Slovak Republic Tax Guide, PKF INTERNATIONAL LIMITED. 2013

6. Zviad Rogava, Zaur Amilakhvari, Tax Law. Common State and local taxes. Auxiliary text-book. Tbilisi 2013. (In Georgian language).

TAX DIFFERENTIATION AND ITS ROLE IN BUSINESS DEVELOPMENT

Levan Atuashvili
PhD student of GTU

RESUME

Nowadays it is impossible to create a stable financial base of a government of society, to fulfill the tax reforms successfully, to form the budget timely and fully without such kind of tax system which invoked to ensure the government's financial system meanwhile it protects the taxpayer's rights. In the article there is discussed a comparative characteristic of revenue and income taxes to other countries, which are under law in Georgia. Also there are presented above mentioned tax rates which are compared to other countries' tax system. There are presented examples from the developed countries as well as from the transitive developing countries. We focused on taxes which do their bits in formation of the budget. The main idea of the article is that Georgia should introduce a revenue and income tax payment rate segment according to one's income state, which is the best way to improve the competition and to develop business.

Keywords: Taxes segmentation; Corporate tax; Income Tax; Taxation system; Physical person; Tax rate; Administration of taxes; Gross Income; Budget formation.



**ახდენს თუ არა გავლენას პირდაპირი უცხოური
ინვესტიციები ეკონომიკურ ზრდაზე**

ქეთევან მარშავა
ემდ, თსუ პროფესორი
შორენა ფარჯიანი
თსუ დოქტორანტი;

რეზიუმე

გლობალიზაცია, თანამედროვე ტექნოლოგიები და მარტივი კომუნიკაცია სტიმულს აძლევს ინვესტორს და უზიძგებს მოახდინოს ინვესტიციების დივერსიფიკაცია საერთაშორისო ბაზრებზე. თანამედროვე მსოფლიოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (პუი) ეკონომიკური ინტეგრაციის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს. პუი ზოგადად ხელს უწყობს განვითარებადი და გარდამავალი ქვეყნების ზრდას. ღარიბი ქვეყნების შემთხვევაში, არასაკმარისი შიდა დანაზოგი ვერ აფინანსებს ადგილობრივ საინვესტიციო მოთხოვნას, რაც უარყოფითად აისახება როგორც სახელმწიფო, ასევე კერძო ინვესტიციებზე. ასეთ დროს, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ყოველთვის განიხილება სტაბილური და გრძელვადიანი ინვესტიციის ფუნდამენტურ რესურსად.

სხვადასხვა წყაროზე დაყრდნობით, ეკონომიკურ ზრდასა და პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს შორის კავშირი შერეულია. რამოდენიმე ემპირიული კვლევა ადასტურებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დადებით და პროდუქტიულ გავლენას ეკონომიკურ ზრდაზე (Gorg and Strobl 2002; Javorcik 2004). მაგალითად, 1974 წელს ამერიკელმა ეკონომისტმა კეივზმა დადებითი კავშირი დაადგინა პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის მწარმოებლურობის ზრდის მიხედვით (Caves 1974). გო-

მეს ნეტომ და ვეგამ ემპირიული კვლევის საფუძველზე დაადგინეს დადებითი კავშირი ტექნოლოგიების გავრცელების კუთხით.

ამასთან, არიან სხვა მკვლევარები, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე არის უარყოფითი ან არანაყოფიერი. მაგალითად, აითკენმა და ჰარისონმა (Aitken and Harrison 1999) 1979-1989 წლების ვენესუელას მაგალითზე ვერ გამოავლინეს ადგილობრივ კომპანიებზე უცხოური ინვესტიციების ცალსახად დადებითი გავლენა. ასევე, ჰედიდმა და ჰარისონმა (Haddad and Harrison 1993) მაროკოს მაგალითზე არადადებითი კორელაცია გამოავლინეს. ლიპსმა (2002) დაასკვნა, რომ აღნიშნულ მაჩვენებლებს შორის კავშირი არაპირდაპირია, რადგან არსებობს სხვა ფაქტორები, რაც ხელს უწყობს სხვა გარე ეფექტებს.

განხილული ემპირიული თუ თეორიული ლიტერატურის ანალიზის მიხედვით, ურთიერთდამოკიდებულება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არ არის ერთგვაროვანი.

საკვანძო სიტყვები: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (პუი), ეკონომიკური ზრდა, პუი-ს პოტენციური დეტერმინანტები.

შესავალი

თანამედროვე მსოფლიოს თითქმის ყველა გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყანა ცდილობს მოიზიდოს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები, რამდენადაც ის ასოცირდება ეკონომიკურ ზრდასა და პროგრესთან. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი მთელ მსოფლიოში. გლობალიზაციის მიმდინარე ტრენდებმა გაზარდა საინვესტიციო კაპიტალის მობილობა. კავშირი პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის გახდა ძალიან კომპლექსური.

რეფორმატორი ქვეყნები პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში ხედავენ საკუთარი პროექტების წარმატებით განხორციელების და განვითარების ხელშემწყობ ფაქტორს. აღნიშნული ქვეყნები ხშირ შემთხვევაში ხასიათდებიან კაპიტალის დეფიციტით, ასეთ

დროს, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ყოველთვის განიხილება სტაბილური და გრძელვადიანი ინვესტიციის ფუნდამენტურ რესურსად. ამდენად, გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნები ერთვებიან უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად არსებულ კონკურენციის პროცესში. თუმცა, დამოკიდებულება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის ხშირ შემთხვევაში არაერთგვაროვანია.

ქირითაღი ნაწილი

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (FDI) საერთაშორისო სავალუტო ფონდის და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების საერთაშორისო ორგანიზაციის განმარტებით გამოხატავს გრძელვადიანი ინტერესების შექმნას ერთი ქვეყნის რეზიდენტი კომპანიის მიერ მეორე ქვეყნის კომპანიაში. გრძელვადიანი ინტერესების არსებობა გულისხმობს ხანგრძლივადიანი საქმიანი ურთიერთობების დამყარებას ამ კომპანიებს შორის, რამდენადაც ინვესტორი იძენს სანესდებო კაპიტალის 10% და მეტს და იღებს უფლებას სერიოზული ზეგავლენა მოახდინოს მიმღები კომპანიის საქმიანობაზე.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ასოცირდება არა მარტო ფინანსური კაპიტალის შემოდინებასთან, არამედ განიხილება, როგორც ინსტრუმენტი, რომელსაც მიმღებ ქვეყანაში შემოაქვს ცოდნა, მართვის თანამედროვე პრაქტიკა, ხარისხის მახასიათებლები, ბრენდი, პროდუქციის მარკეტინგის საერთაშორისო არხები და ა.შ. შესაბამისად, ხელს უწყობს მასპინძელი ქვეყნის გლობალური წარმოების ქსელში ინტეგრაციას, რომელიც თავის მხრივ, წარმატებული საექსპორტო სტრატეგიის საფუძველს წარმოადგენს.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების პოტენციურ დეტერმინანტებად შეგვიძლია განვიხილოთ შემდეგი:

- **მიმღები ქვეყნის ეკონომიკის მასშტაბი.** როგორც წესი, დიდი ეკონომიკის ქვეყნებს დიდი ბაზრები გააჩნიათ და უცხოელი ინვესტორები ყოველთვის განიხილავენ სხვა ქვეყანაში ინვესტიციის განხორციელებას ბაზრის ზომის გათვალისწინებით.

რაც უფრო დიდია ქვეყნის ეკონომიკა, მით ნაკლებია საშუაშა-
ვლო ფირმის ხარჯები და მთავრობას შეუძლია ფინანსური წახ-
ალისების შეთავაზება, რათა გამოიწვიოს მულტინაციონალური
ფირმები ინვესტიციის განსახორციელებლად. მთლიანი შიდა
პროდუქტი არის ერთ-ერთი მთავარი დეტერმინანტი ქვეყნის
ბაზრის სიდიდისა. შესაბამისად, ქვეყნებს შეუძლიათ მოიზიდონ
მეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები თუ მათი ბაზრები საკ-
მარისად დიდია. ეს არგუმენტი მხარდაჭერილია მურის (1993) და
ფრეის (1984) მიერ, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ დიდი მასშტაბის
ეკონომიკა, როგორც შიდა ასევე უცხოურ ფირმებს აძლევს მეტი
გაყიდვების და მეტი მოგების, და იმავდროულად, მეტი პირდაპირი
უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის რეალურ შესაძლებლობას;

● **მაკროეკონომიკური სტაბილურობა.** ფაქტია, რომ უცხო-
ური ინვესტიციების მიმღები ქვეყნის მაკროეკონომიკური არასტ-
აბილურობა მოახდენს გაურკვევლობის გენერირებას ქვეყნის
შიდა ბაზარზე, რაც უარყოფითად იმოქმედებს სხვადასხვა საინ-
ვესტიციო პროექტებზე. ბევრმა და ესტრინმა (2000) შეისწავლეს
გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში კავშირი პირდაპირ უცხოურ
ინვესტიციებსა და სხვადასხვა ეკონომიკურ ფაქტორს შორის და
მათ შორის დადებითი კავშირი დაადგინეს. ამ კვლევის მიხედვით
გარიბალდმა (2002) ივარაუდა, რომ პირდაპირ უცხოურ ინვეს-
ტიციებზე მოქმედი ერთ-ერთი ყველაზე გადამწყვეტი ფაქტორი
იყო მიმღები ქვეყნის დაბალი გაცვლითი კურსის რისკი;

● **ინფრასტრუქტურა.** პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების
მოზიდვის საქმეში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ხარისხიანი
ინფრასტრუქტურის ხელმისაწვდომობა, განსაკუთრებით: ტელე-
კომუნიკაციის, ტრანსპორტირების და ელექტროობის სფეროში.
კუმერმა (1994) და ასიედუმ (2002) მიაგნეს დადებით კავშირს
ქვეყანაში მოზიდულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ინ-
ფრასტრუქტურას შორის;

● **შრომის ღირებულება.** იაფი და უნარიანი სამუშაო ძალა
არის ერთ-ერთი მთავარი ინდიკატორი პირდაპირი უცხოური ინ-
ვესტიციების მიღების პროცესში, რადგან ის დადებით გავლენას
ახდენს უცხოური ინვესტიციების მიმღები ქვეყნის წარმოების

ნაყოფიერებაზე. დანიინგი (1993) ხაზს უსვამს, რომ ინვესტიცია შედეგად მოჰყვება შრომაზე განეული დაბალ დანახარჯებს და ასევე, სამუშაო ძალის მაღალ შრომისნაყოფიერებას. ლორი და გისინჯერი (1995) ასევე ადგენენ, რომ დადებითი კავშირია სამუშაო ძალაზე განეულ დაბალ ხარჯებსა და განხორციელებულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს შორის განსაკუთრებით, კვალიფიციური სამუშაო ძალის მქონე ინტენსიურ სექტორებში;

● **გახსნილობა და ექსპორტზე ორიენტირებულობა.** ექსპორტის ნახალისება მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის პროცესში, ის ასევე ზრდის პროდუქციის წარმოებას მოცემულ ქვეყანაში. ედვარდსი (1990) და გასტანაჯი, ნუგენტი და პაშამოვა (1998) ასკვნიან, ქვეყნის ეკონომიკის გახსნილობა დადებითად მოქმედებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადებზე. ინვესტორებს ყოველთვის სურთ ინვესტიციები განახორციელონ ისეთ ქვეყნებში, რომლებიც მონაწილეობენ რეგიონულ სავაჭრო გაერთიანებებში და სავაჭრო შეთანხმებებში, მაგალითად, ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში.

ეკონომიკური ზრდის ცალკეული მოდელები ხაზგასმით აღნიშნავენ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დადებით გავლენას რეციპიენტი (მიმღები) ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის ისეთ მაჩვენებლებზე, მაგალითად როგორიცაა: მწარმოებლურობის ზრდა, ტექნოლოგიური პროგრესი და ა.შ.

სხვადასხვა წყაროზე დაყრდნობით, ეკონომიკურ ზრდასა და პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს შორის კავშირი შერეულია. რამოდენიმე ემპირიული კვლევა ადასტურებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დადებით და პროდუქტიულ გავლენას ეკონომიკურ ზრდაზე. მაგალითად, 1974 წელს ამერიკელმა ეკონომისტმა კეივზმა გამოიკვლია და დადებითი კავშირი დაადგინა პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის შრომის ნაყოფიერების ეფექტის მიხედვით. გომეს ნეტომ და ვეგამ პანელური მონაცემების გამოყენებით, 1970-2009 წლების მონაცემების მიხედვით, გამოიკვლიეს 139 ქვეყანა და ემპირიული კვლევის საფუძველზე ტექნოლოგიების გავრცელების კუთხით გამოავლი-

ნეს დადებითი კავშირი. ფინდლიამ დაამტკიცა, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ზრდის ტექნოლოგიურ ინოვაციებს ადგილობრივ ეკონომიკაში, აუმჯობესებს მართვის პრაქტიკას და ა.შ. ახალი იდეები, მართვის პროცესები და ტექნოლოგიების გავრცელება დადებით გავლენას ახდენს მთლიან მწარმოებლურობაზე, რაც თავის მხრივ, ზრდის მთლიან გამოშვებას. უცხოურ ინვესტიციებს ტექნოლოგიების გადაცემის მეშვეობით შეუძლია გაზარდოს მწარმოებლურობა, როგორც შიდა დარგობრივი, ასევე, გარე ფაქტორების გათვალისწინებით. ბლომსტორმი, ლიპსი და ზეჯანი (1994) ამტკიცებენ, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებითად მოქმედებს ეკონომიკურ ზრდაზე კონკრეტულ გარემოში. მათივე კვლევის თანახმად, აღნიშნული ინვესტიციები ზრდის ეკონომიკას თუ მიმღები ქვეყანა საკმარისად მდიდარია, რაც ნიშნავს, რომ არსებობს შემოსავლის გარკვეული გარდამავალი ზღვარი, რომლის ზემოთაც ქვეყანას შეუძლია აითვისოს ახალი ტექნოლოგიური ინოვაციები და მაქსიმალური გახადოს მოზიდული პირდაპირი ინვესტიციებიდან მიღებული სარგებელი ქვეყნის ეკონომიკაში.

ამასთან, არიან სხვა მკვლევარები, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე არის უარყოფითი ან არანაყოფიერი. მაგალითად, აითკენმა და ჰარისონმა (1999) 1979-1989 წლების ვენესუელას მაგალითზე ვერ გამოავლინეს ადგილობრივ კომპანიებზე უცხოური ინვესტიციების ცალსახად დადებითი გავლენა. ასევე, ჰედიდმა და ჰარისონმა (Haddad and Harrison (1993)) მაროკოს მაგალითზე გამოიკვლიეს კავშირი პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის და არადადებითი კორელაცია გამოავლინეს. ლიპსმა (2002) დაასკვნა, რომ აღნიშნულ მაჩვენებლებს შორის კავშირი არაპირდაპირია, რადგან არსებობს სხვა ფაქტორები, რაც ხელს უწყობს სხვა გარე ეფექტებს.

აითკენი და ჰარისონი (1999) მიიჩნევენ, რომ დამოკიდებულება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არ არის ნათლად საკმარისი, რადგან მულტინაციონალური კორპორაციები ფოკუსირდებიან უფრო მწარმოებლურ დარგე-

ბზე. გორგმა და სტრობელმა (2001) დაასკვნეს, რომ მწარმოებლურობის გვერდითი ეფექტები დამოკიდებულია ამ ტიპის უცხოური ინვესტიციების მიმღები ფირმების ადგილმდებარეობაზე და მახასიათებლებზე. მიკრო დონეზე კვლევაში კონინგმა (2001) რუმინეთის და ბულგარეთის კომპანიების მონაცემების გამოყენებით დაასკვნა, რომ ადგილი აქვს უარყოფით გვერდით ეფექტებს, თუმცა პოლონეთის შემთხვევაში გავლენა საერთოდ არ დაფიქსირდა. შემბენელმა და შიოტმა (2004), ესპანური კომპანიების მაგალითზე დაასკვნეს, რომ კვლევების და განვითარების (R&D) დადებითი ეფექტი საკმაოდ მაღალია ინტენსიურ სეგმენტში. ლოპეზ-გორდოვამ (2003), მექსიკის დამამუშავებელი მრეწველობის მონაცემების მიხედვით აღნიშნა, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებით გავლენას ახდენს მთლიან მწარმოებლურობაზე.

მიუხედავად იმისა, რომ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არსებული კავშირი არაერთი სამეცნიერო კვლევის თემაა, მხოლოდ რამოდენიმე ნაშრომი იყენებს ინდუსტრიების დონეზე მიდგომას, რისი მთავარი მიზეზიც შესაბამისი მონაცემების ნაკლებობაა. მაგალითად, ბისტერბომმა და კოლასამ (2010) შეისწავლეს პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არსებული ურთიერთდამოკიდებულება მწარმოებლური ინდუსტრიების დონეზე ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში და მათ შორის დადებითი კავშირი გამოავლინეს.

ჩოვდურის და მავროტას (2005) მიხედვით ტაილანდსა და მაღაიზიაში განხორციელებულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის ორმხრივი კავშირია. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებით გავლენას ახდენს ეკონომიკურ ზრდაზე და პირიქით, ეკონომიკური ზრდა დადებითად მოქმედებს ინვესტიციების მოცულობის ზრდაზე, ეს უკანასკნელი ნიშნავს, რომ მაღალმა შემოსავლებმა შეიძლება გამოიწვიოს მაღალი მოტივაცია და სტიმულები, რომ ინვესტორებმა განახორციელონ მეტი უცხოური ინვესტიცია.

ქვეყნის ხელისუფლებას თუ აქვს სურვილი მოიზიდოს პირ-

დაპირი უცხოური ინვესტიციები იმისათვის, რომ ხელი შეუწყოს ეკონომიკურ ზრდას, მან უცხოელ ინვესტორებს უნდა შესთავაზოს მის კონკურენტებზე უკეთესი სტიმულები, მაგალითად, მოქნილი საგადასახადო განაკვეთები კონკრეტული დარგების მიხედვით. მაგრამ გამოცდილება აჩვენებს, რომ ხარჯებმა შესაძლოა გადანონოს მიღებული შემოსავლები. ამდენად, მთავარი დილემაა სწორად გაანალიზდეს დანახარჯების სარგებლიანობა (Easson 2001). ერთდროულად, მულტინაციონალური კორპორაციები შესაძლოა ფლობდნენ მონოპოლიურ ძალაუფლებას პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიმღები ქვეყნების კონკრეტულ დარგებში სანარმოო მარაგებზე და იღებდნენ მეტ მოგებას ადგილობრივი მთავრობის მიერ დაწესებული საგადასახადო შეღავათებით. ამდენად, ასეთი თამაშის შედეგად, მულტინაციონალური კომპანიების კონკურენტული უპირატესობიდან გამომდინარე, მიიღება ისეთი გარემო, რომ ადგილობრივი კომპანიები იძულებით დატოვებენ ადგილობრივ ბაზრებს.

ამდენად, საზგასმით შეიძლება ითქვას, რომ კვლევებიდან მიღებული მთავარი გზავნილების მიხედვით ურთიერთდამოკიდებულება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არაერთგვაროვანია, აღნიშნულის ერთ-ერთ მთავარ არგუმენტად ასევე სახელდება ის მექანიზმები, რაც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მათ ურთიერთობაში და გადანონის სხვა ეფექტებს.

ეკონომიკურ ზრდაზე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების გავლენის რამოდენიმე არხი არსებობს, ჩვენ, ოთხ მათგანზე შევაჩერეთ ყურადღება:

- კადრების გადამზადება – ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია საერთაშორისო კომპანიების მიერ ადგილობრივი მუშახელის გადამზადება, რაც დადებითი გვერდითი ეფექტის მატარებელია. ხშირ შემთხვევაში, უცხოური ფირმები უფრო მეტს ხარჯავენ გადამზადების პროგრამებზე ვიდრე ადგილობრივი კომპანიები. ამასთან, აღნიშნულ შემთხვევაში მანძილია ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, მაგალითად: თუ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ძირითადად ქვეყნის ერთ რეგიონში

განხორციელდა, გვერდითი ეფექტებსაც ქვეყნის მხოლოდ ამ ნაწილში ექნება ადგილი;

- კონკურენტუნარიანობა ადგილობრივ ბაზარზე — ადგილობრივ და უცხოურ კომპანიებს შორის ტექნოლოგიების ხარისხში განსხვავება თუ მაღალია, ადგილობრივი კომპანიები მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის არაკონკურენტუნარიანი ხარისხიდან გამომდინარე ნელ-ნელა დაკარგავენ საკუთარ წილს შიდა ბაზარზე და ამოთავისუფლებულ ადგილს უცხოური კომპანიები დაიკავენ. ამ გზით პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ზრდის შიდა კონკურენციას. თუმცა, აღნიშნული ეფექტი დადებითია მიმღები ქვეყნისთვის, თუკი ტექნოლოგიური განსხვავება შიდა და უცხოურ კომპანიებს შორის არ არის ძალიან მაღალი და კონკურენცია ორივე მონაწილეს უბიძგებს დანიონ ფასები და ანიონ ხარისხი;

- ვერტიკალური გვერდითი ეფექტი – შუალედური საქონელი გადამწყვეტ როლს თამაშობს ადგილობრივი კომპანიების საქმიანობაში, რადგან მასზე მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ქვეყანაში წარმოების ზრდა. უცხოელი მომწოდებლებისგან შესყიდული შუალედური მოხმარების საქონელი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მთლიან ფაქტორულ მწარმოებლურობაში, რადგან შეუძლია პირდაპირ გაზარდოს წარმოება. უცხოური ინვესტორი კომპანიები, ნებით თუ უნებლიეთ, ზრდიან შიდა მწარმოებლურობას საპირისპირო კავშირებით, მაგალითად: ტექნიკური დახმარება გაზრდის პროდუქციის ხარისხს, რაც უზრუნველყოფს ახალ სანარმოო სიმძლავრეებს და ა.შ.;

- პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს შეუძლია გაზარდოს ეკონომიკის ზრდის ტემპი გარე ეფექტებით, მაგალითად: ტექნოლოგიების გადაცემა-გავრცელებით, მენეჯმენტის პროცესით, იდეებით და ა.შ. გარე ეფექტებს ადგილი აქვს, როდესაც მულტინაციონალური კომპანიები სხვაგვარად ვერ ახერხებენ ადგილობრივი კომპანიების მწარმოებლურობაზე გავლენის მოპოვებას. ახალი იდეები, თანამედროვე მიდგომები მენეჯმენტში და ტექნოლოგიების გავრცელება დადებით გავლენას ახდენს მთლიან ფაქტორულ მწარმოებლურობაზე, რაც თავის მხრივ ზრ-

დის მთლიან გამოშვებას;

ამრიგად, ჩამოთვლილი არსების მეშვეობით პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებითად მოქმედებს ეკონომიკურ ზრდაზე მხოლოდ შესაბამისი წინაპირობების არსებობის შემთხვევაში. უცხოური ინვესტიციები ვერ იქნება მატერიალიზებული თუ მიმღებ ქვეყანას არ ექნება ისეთი ფუნდამენტური და ადექვატური წინაპირობები, როგორცაა: კერძო და საჯარო ინფრასტრუქტურა, სათანადო გარემო ადამიანური კაპიტალის და სამართლებრივი ჩარჩოს თვალსაზრისით.

დასკვნა

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ სტატიაში განხილული კვლევების მიხედვით ურთიერთდამოკიდებულება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ ზრდას შორის არაერთგვაროვანია. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებითად მოქმედებს ეკონომიკურ ზრდაზე მხოლოდ შესაბამისი წინაპირობების არსებობის შემთხვევაში. უცხოური ინვესტიციები ვერ იქნება მატერიალიზებული თუ მიმღებ ქვეყანას არ ექნება ისეთი ფუნდამენტური და ადექვატური წინაპირობები, როგორცაა: კერძო და საჯარო ინფრასტრუქტურა, სათანადო გარემო ადამიანური კაპიტალის და სამართლებრივი ჩარჩოს თვალსაზრისით.

ლიტერატურა:

1. Aitken, Brian J, and Ann Harrison. 1999. Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela. *American Economic Review* 89, no.3: 605 - 18.;
2. Asiedu, Elizabeth. 2002. On the Determinants of Foreign Direct Investment to Developing Countries: Is Africa Different. *World Development* 30, no.1: 107 - 19.;
3. Bevan, Alan A, and Saul Estrin. 2000. Determinants of FDI in Transition Economies, Working Paper No.342. Centre for New and Emerging Market. London Business School.;
4. Bijsterbosch, Martin, and Marcin Kolasa. 2010. FDI and productivity convergence in Central and Eastern Europe: an industry-level investi-

gation. *Rev World Economics* 145: 689 – 712.;

5. Blomstrom, Magnus, Robert E. Lipsey, and Mario Zejan. 1994. What Explains Growth in Developing countries. NBER Discussion Paper 1924.;

6. Chowdhury, Abdur, and George Mavrotas. 2005. FDI and Growth: A Causal Relationship. Research Paper No. 2005/25, WIDER, United Nation University.;

7. Dunning, John H. 1993. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Wokingham, UK: AddisonWesley.;

8. Easson, Alex. 2001. *Tax Incentives for Foreign Direct Investment*. Kluwer Law International 4.;

9. Edwards, Sebastian. 1990. Capital Flows, Foreign Direct Investment, and Debt-Equity Swaps in Developing Countries. NBER Working Paper 3497.;

10. Frey, Bruno. 1984. *International Political Economics*. Oxford. Basil Blackwell.;

11. Garibaldi, Pietro., Nada Mora, Ratna Sahay, and Jeromin Zettelmeyer. 2001. What Moves Capital to Transition Economies. *IMF Staff Papers* 48:109 – 45.;

12. Gastanaga, Victor M., Jeffrey Nugent, and Bistra Pashamova. 1998. Host Country Reforms and FDI Inflows: How Much Difference Do They Make. *World Development* 26. no. 7: 1299 – 1314.;

13. Gomes Neto, Delfim and Francisco José Veiga. 2013. Financial globalization, convergence and growth: The role of foreign direct investment. *Journal of International Money and Finance* 37 (2013) 161-186.;

14. Gorg, Holger, and Eric Strobl, 2002. Multinational companies and endogenous development: An empirical analysis. *European Economic Review* 46: 1305 – 22.;

15. Haddad, Mona, and Ann Harrison. 1993. Are There Positive Spillovers from Direct Foreign Investment. *Journal of Development Economics* 42: 51 – 74.;

16. Konings, Jozef. 2001. The Effect of Foreign Direct Investment on Domestic Firms: Evidence from firm Level Panel Data in Emerging Economies. *Economics of Transition* 9. no. 3: 619 – 33.;

17. Kumar, Nagaesh. 1994. Determinants of Export Orientation of Foreign Production by U.S. Multinationals: An Inter-Country Analysis. *Journal of International Business* 25. no.1: 141 – 156.;

18. Lipsey, Robert E. 2002. Home and Host Country Effects of FDI. NBER Working Paper 9293.;

19. López-Córdova, J. Ernesto. 2003. NAFTA and manufacturing productivity in Mexico. *Economia* 4. no. 1: 55 – 98.;

20. Loree, David W, and Stephen Guisinger.1995. Policy and Non-policy Determinants of U.S. equity Foreign Direct Investment. *Journal of International Business Studies* 26. no.2: 281 – 99.;

21. Moore, Michael. 1993. Determinants of German Manufacturing Direct Investment: 1980-1988. *Weltwirtschaftliches Archiv* 129. no. 1: 120 – 38.;

DOES FOREIGN DIRECT INVESTMENT IMPACT ON ECONOMIC GROWTH

Ketevan Marshava

Professor, Ph.D of Economics; TSU

Shorena Pharjiani

Ph.D Student, TSU

RESUME

Globalization, technological innovations and cheaper communication give incentives to investors to diversify their investment in oversea markets. In the contemporary world foreign direct investment becomes the crucial factor in economic integration. FDI generally supports growth in the developing, emerging and transition countries. In the case of poor countries the savings are low for funding the major investment. In this case FDI is always considered as one of the fundamental sources of the stable long-term investment.

From the different evidence, presented in this article, the connection between FDI and economic growth is mixed. Some empirical investigations confirm the positive productivity effect (Gorg and Strobl 2002;

Javorcik 2004). In 1974 Caves investigated the relationship between the foreign direct investments and economic growth via the productivity spillover (Caves 1974). Gomes Neto and Veiga (2013) empirically investigate the positive effects of foreign direct investment on economic growth through diffusion of technology. Findley defined that FDI enhance the technological innovations in domestic economy, management practices etc. (Findley 1978).

However, others find negative or no productivity effect (Aitken and Harrison 1999; Djankov and Hoekman 2000). For example Aitken and Harrison (1999) did not find any positive effect from foreign firms to domestic ones from the period 1979 to 1989 in Venezuela. Also, Haddad and Harrison (1993) investigate the connection between FDI on growth, but find no positive effect in Morocco. Lipsey (2002) in his study conclude that there is no consistent connection between the FDI inflow and economic growth, because there are some other different factors which promote spillover effects (Lipsey 2002).

Finally, it should be stressed that the main message that comes from the empirical literature is that there is no clear positive relationship between FDI and economic growth and the main argument that supports this issue is that there are a lot of mechanisms which play a crucial role in these relationship and some of them may outweigh others. Therefore, based on the empirical and theoretical analyses, we can not say directly that there is positive relationship between FDI and economic growth.

Keywords: Foreign Direct Investment (FDI), Economic Growth, Potential Determinants of FDI.

სარისკო კაპიტალი – დანიშნულება და მიზნობრივი აუდიტორია

ალექსანდრე ხვედელიანი
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის დოქტორანტი

რეზიუმე

მაღალრისკიანი მეცნიერებატევადი ინოვაციური პროექტების განხორციელების ერთ-ერთ ყველაზე პერსპექტიულ გზად გვევლინება ვენჩურული ინვესტირება, რომლის ეფექტიანობაც მსოფლიო პრაქტიკით არის დამტკიცებული. თანამედროვე პირობებში, როდესაც კონკურენტული ბრძოლის მეთოდები კოპირდება და მოდიფიცირდება, ბიზნესში მთავარია ინოვაციური გარემო, ახალი იდეების სწრაფად გავრცელება და კოოპერირება, ინოვაციების დარგში საწარმოების თანამშრომლობა სხვა რეგიონების ბიზნესთან. ვენჩურული ინვესტირება წარმოადგენს კატალიზატორს ინოვაციური საქმიანობის განვითარებისთვის. ვენჩურული ინვესტირების მთავარი თავისებურება, საბანკო დაკრედიტებისგან განსხვავებით, არის ის, რომ ინვესტიციები, როგორც წესი, ხორციელდება ინოვაციური მიმართულების მცირე, საშუალო კერძო ან პრივატიზებულ საწარმოებში რაიმე გარანტიით უზრუნველყოფის გარეშე. დღეისთვის ვენჩურული დარგი განიცდის აღმავლობის პერიოდს, რასაც ხელს უწყობს გლობალიზაციის პროცესები, საზოგადოების ინფორმატიზება, ცოდნისა და ინფორმაციის როლის ზრდა ბიზნესში. ვენჩურული ინვესტირების სტიმულირების ღონისძიებათა კომპლექსის დახმარებით ნებისმიერ რეგიონს აქვს შესაძლებლობა განახორციელოს ნახტომი ინოვაციური საქმიანობის განვითარებაში ხარისხიანი ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფის მიზნით.¹

ბიზნესის წამოწყება და პროდუქტის ბაზარზე მოხვედრა ყოველთვის არის დაკავშირებული სხვადასხვა სახის ოპერაციულ ხარჯებთან. ამისათვის საჭიროა ბიზნესმა მოახერხოს

1 David Gladstone Laura. Venture Capital Investing.2004.p.193

სხვადასხვა სახის ფონდების მოხიზვლა და დარწმუნება, რომ სწორედ მათ იდეაში განთავსდეს ინვესტიცია. მცირე იდეები ხშირად დაფინანსების ისეთ წყაროებს მიმართავენ, როგორებიცაა: პირადი სესხები, ოჯახის სახსრები, სესხები მეგობრებისგან და ა.შ. დიდი და ამბიციური ბიზნეს პროექტები კი გაცილებით დიდ თანხებს მოითხოვენ. ასეთ დროს, ინოვაციური იდეის ავტორები მიმართავენ სარისკო კაპიტალის ფონდებსა და „ანგელოზ“ ინვესტორებს. „ანგელოზი“ ინვესტორები საკუთარ თანხებს დებენ სტარტაპებში და სულაც არ ავალდებულებენ ისინი მათ ჩადებული თანხის უკან დაბრუნებაში. სარისკო კაპიტალის დაფინანსება 5 ძირითად საფეხურს მოიცავს. თუმცა საფეხურების რაოდენობა შეიძლება განსხვავდებოდეს ინვესტორისა და ინოვაციური იდეის ცვლილებასთან ერთად. სილიკონის ველზე გამოიკვეთა ტენდენცია, რომლის მიხედვითაც ვენჩურული ფონდები ინვესტიციას ახდენენ ისეთ დამწყებ კომპანიებში, რომლებსაც კარგ იდეასა და უდიდეს მოტივაციასთან ერთად გააჩნიათ სწორად მიზანმიმართული პროდუქტი და წარმატების მიღწევის უმოკლესი ვადები. ცოდნასა და ინოვაციაზე დაფუძნებული ეკონომიკის მშენებლობა გრძელვადიანი პროცესია. საქართველოშიც აუცილებელია ამ მიმართულებით სწრაფი და ეფექტური ნაბიჯის გადადგმა. პირველ რიგში უნდა მოხდეს საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარება. მეორე, გასათვალისწინებელია საქართველოს რეალობა ის ძლიერი და სუსტი მხარეები, რომლებიც ქვეყანას გააჩნია. მესამე, სახელმწიფო დონეზე უნდა ჩამოაყალიბდეს ერთიანი ხედვა და სტრატეგია, გამოიყოს პრიორიტეტული დარგები.

საკვანძო სიტყვები: ვენჩურული კაპიტალი, სარისკო კაპიტალი, სილიკონის ველი, «ბიზნეს» ანგელოზები, სტარტაპი, ბიზნეს ინკუბატორი.

შესავალი

ქვეყნის კონკურენტუნარიანი ეკონომიკური პოტენციალის განვითარების პრობლემა დაკავშირებულია დღევანდელი საქართველოს მთელ რიგ სხვა პრობლემასთან. ამ პრობლემების

გადაწყვეტა მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია ეკონომიკის მაკროტექნოლოგიურ სფეროში არასაბიუჯეტო ინვესტიციების დასაბანდებლად თანამედროვე საფინანსო საშუალებების და მექანიზმების გამოყენების ცოდნასა და შესაძლებლობაზე. მაკროეკონომიკური მექანიზმების ეფექტიანობის განხორციელების ერთ-ერთ ყველაზე პერსპექტიულ გზად გვევლინება ვენჩურული ინვესტირება, რომლის ეფექტიანობაც მსოფლიო პრაქტიკით არის დამტკიცებული. თანამედროვე პირობებში, როდესაც კონკურენტული ბრძოლის მეთოდები კოპირდება და მოდიფიცირდება, ბიზნესში მთავარია ინოვაციური გარემო, ახალი იდეების სწრაფად გავრცელება და კოოპერირება, ინოვაციების დარგში სანარმოების თანამშრომლობა სხვა რეგიონების ბიზნესთან. სახელმწიფო ინოვაციური პოლიტიკა საქართველოს საბაზო დარგებსა და სანარმოებში მიმართული უნდა იყოს მსოფლიო დონის სამეცნიერო-ტექნიკური და ტექნოლოგიური მიღწევების დაჩქარებულ ათვისებზე, ბუნებრივი რესურსების კვლავწარმოებაზე (მინერალური წყლები და სხვ.).

ძირითადი ტექსტი

საქართველოში ბუნებრივი რესურსების ეფექტიანი გამოყენების პრობლემების გადაწყვეტა შესაძლებელია ინოვაციური საქმიანობის განვითარებით, რომელიც საშუალებას იძლევა დაინერგოს ახალი, უფრო ეფექტიანი ტექნოლოგიები ეკონომიკის ყველა დარგში.

ვენჩურული ინვესტირება წარმოადგენს კატალიზატორს ინოვაციური საქმიანობის განვითარებისთვის. ვენჩურული ინვესტირების მთავარი თავისებურება, საბანკო დაკრედიტებისგან განსხვავებით, არის ის, რომ ინვესტიციები, როგორც წესი, ხორციელდება ინოვაციური მიმართულების მცირე, საშუალო კერძო ან პრივატიზებულ სანარმოებში რაიმე გარანტიით უზრუნველყოფის გარეშე. ვენჩურული ინვესტიციები არ ცდილობს კომპანიის აქციების საკონტროლო პაკეტის ყიდვას და ვარაუდობს, რომ კომპანიის მენეჯმენტი მის ფულს გამოიყ-

ენებს ფინანსურ ბერკეტად საკუთარი ბიზნესის უფრო სწრაფი ზრდისა და განვითარებისათვის.

ვიხილავთ რა ვენჩურულ ინვესტირებას, აუცილებელია მკვეთრად გავმიჯნოთ ვენჩურული და პირდაპირი ინვესტიციები. ვენჩურული ინვესტირების განმასხვავებლად შეიძლება მივიჩნიოთ ის, რომ მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში ეს მექანიზმი გამოიყენება მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციური სანარმოების დასაფინანსებლად. რაც შეეხება საქართველოს, აქ ძირითადად მოქმედებს პირდაპირი ინვესტიციების ფონდები. მთელ მსოფლიოში ვენჩურული კაპიტალის ძირითად წყაროებს (ფონდების კაპიტალიზაციის საერთო მოცულობის დაახლოებით 2/3-ს) წარმოადგენს ბანკები, საპენსიო ფონდები და სადაზღვევო კომპანიები.

დღეისთვის ვენჩურული დარგი განიცდის აღმავლობის პერიოდს, რასაც ხელს უწყობს გლობალიზაციის პროცესები, საზოგადოების ინფორმატიზება, ცოდნისა და ინფორმაციის როლის ზრდა ბიზნესში. უკანასკნელი წლების ლიდერად, ჩვენი აზრით, გვევლინება მობილური ტელეფონები და უსადენო ტექნოლოგიები, რადიოს ყველანაირი დამატებები, პირველ რიგში გიგაჰერცის დიაპაზონში. რისკული ინვესტიციების ობიექტებად შეიძლება იქცეს სამრეწველო რესტრუქტურისაცა, ახალი ტექნოლოგიები და მცირე ბიზნესი.¹

საქართველოს პირობებში ვენჩურული კაპიტალის გამოსაყენებლად მნიშვნელოვანი პრიორიტეტებია: სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, საქართველოს ენერგეტიკის დარგში წარმოებული პროდუქციის ენერგოტევადობა, ეკოლოგიური ენერგოეფექტიანი ბინების აშენება და სხვ. ზოგადად, ქვეყნის სანარმოებში ინოვაციების ხელისშემშლელია საკუთარი ფულადი სახსრების უკმარისობა, სახელმწიფოს მხრიდან სუსტი ფინანსური მხარდაჭერა, ახალ პროდუქტებზე დაბალი გადახდისუნარიანი მოთხოვნა, ინოვაციების მაღალი ღირებულება, მაღალი ეკონომიკური რისკი, სიახლეთა ამონაგების ხანგრძლივი ვადები, აგრეთვე ინოვაციური ინფრასტრუქტურის

1 Ginsberg A., Hasan I. *New Venture Investment. Hardcover., 2003, p.47*

განუვითარებლობა.

ვენჩურული ინვესტიორების სტიმულირების ღონისძიებათა კომპლექსის დახმარებით ნებისმიერ რეგიონს აქვს შესაძლებლობა განახორციელოს ნახტომი ინოვაციური საქმიანობის განვითარებაში ხარისხიანი ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფის მიზნით.¹

ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებებზე ვენჩურული ინვესტირებისა და ადეკვატური ასახვისათვის აუცილებელია, უპირველეს ყოვლისა, სახელმწიფო პრიორიტეტების მკაფიოდ შემუშავებული სისტემა.² მსოფლიო პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ პირველადი უნდა იყოს მეცნიერების და ტექნოლოგიების პრიორიტეტული მიმართულებების განსაზღვრა. კონცეპტუალურად პრიორიტეტული მიმართულებების განსაზღვრისათვის აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს შემდეგი კრიტერიუმები: კონკურენტუნარიანობა და ცხოვრების ხარისხი. ამასთან დაკავშირებით, აუცილებელია პრიორიტეტული მიმართულებების და კრიტიკული ტექნოლოგიების რეგიონული და დარგობრივი ჩამონათვალის შემუშავება; ასევე ვენჩურული კაპიტალის ბაზრის სახელმწიფო მხარდაჭერის ისეთი სისტემის შექმნა, რომელიც, თავის მხრივ, ითვალისწინებს სპეციალური ორგანოების, კერძოდ, კი, სახელმწიფო რეგიონული და დარგობრივი ფონდების შექმნას, რაც პრიორიტეტული მიმართულებების ინოვაციური პროექტების დაფინანსების მიზნით ვენჩურულ ორგანიზაციებს აძლევს გარკვეულ გარანტიებს. ინოვაციური სისტემის განვითარების დარგში სახელმწიფო პოლიტიკა უნდა განხორციელდეს შემდეგი მიმართულებით: ინოვაციურ საქმიანობასთან დამოკიდებულებაში ხელსაყრელი ეკონომიკური და სამართლებრივი გარემოს შექმნა; ინოვაციური სისტემის ინფრასტრუქტურის ფორმირება; ინტელექტუალური საქმიანობის შედეგების კომერციალიზების სახელმწიფო მხარდაჭერის სისტემის შექმნა.

1 David Gladstone Laura. Venture Capital Investing.2004,p.193

2 Michael J Roberts, Howard H Stevenson. New Business Ventures and the Entrepreneur. Harvard Business School Publishing. Hardbound. 2006,p.284.

ბიზნესის წამოწყება და პროდუქტის ბაზარზე გასვლა ყოველთვის არის დაკავშირებული სხვადასხვა სახის ოპერაციულ ხარჯებთან. ამისათვის საჭიროა ბიზნესმა მოახერხოს სხვადასხვა სახის ფონდების მოხიზვლა და დარწმუნება, რომ სწორედ მათ იდეაში განთავსდეს ინვესტიცია. მცირე იდეები ხშირად დაფინანსების ისეთ წყაროებს მიმართავენ, როგორებიცაა: პირადი სესხები, ოჯახის სახსრები, სესხები მეგობრებისგან და ა.შ. დიდი და ამბიციური ბიზნეს პროექტები კი გაცილებით დიდ თანხებს მოითხოვენ. ასეთ დროს, ინოვაციური იდეის ავტორები მიმართავენ სარისკო კაპიტალის ფონდებსა და «ანგელოზ» ინვესტორებს. ეს ტერმინი იმ ინვესტორებს მოიცავს, რომლებიც საკუთარი თანხების ინვესტირებას ახდენენ ინოვაციურ და ჯერ კიდევ დაუტესტავ იდეებში.

«ანგელოზი» ინვესტორები საკუთარ თანხებს დებენ სტარტაპებში და სულაც არ ავალდებულებენ ისინი მათ ჩადებული თანხის უკან დაბრუნებაში. რისკიანი ინვესტორი პორტფელური ბიზნესის მოგების წილს ითხოვს (8-10%) და არა თანხის პროცენტით დაბრუნებას, როგორც ხშირ შემთხვევაში ბანკები და სხვა ბიზნეს სესხების გამცემი ორგანიზაციები იქცევიან.¹

რისკიანი ფონდები ხშირ შემთხვევაში კერძო ბიზნესის და, შესაბამისად, ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ მთავარ წყაროდ იქცევიან. სწორედ ამიტომ არის, რომ ამგვარ ფონდებში ხშირად თანხის შეტანას თავად სახელმწიფო იღებს თავზე. გარდა სახელმწიფოსი, სარისკო ფონდებისათვის თანხას ევროგაერთიანება და კერძო ბიზნესის ხელშემწყობი სხვადასხვა ფონდებიც გამოყოფს.

იმის გათვალისწინებით, რომ ინვესტირება ინოვაციურ და დაუტესტავ იდეებში ხდება, ლოგიკურია, რომ თანხის მიღებაზე სტარტაპს საკმაოდ დიდი და რთული შესარჩევი ეტაპის გავლა უწევს. ინვესტორი უნდა დარწმუნდეს, რომ ინვესტირებული თანხა მოგებას მოუტანს.

1 J. Corey Pierce *The Art & Science of obtaining Venture or Angel Investor Capital*, 2007 .

URL: <http://www.businessfinance.com/books/venturecapital.pdf>

საფირმო სახელწოდება	„ანგელოზების“ „ანგელოზი“	წარმატებით განხორციელებული ინვესტიციების მთლიანი რაოდენობა	წილის შექმნის ფასი მლნ დოლარი	წილის გაყოფის ფასი მლნ დოლარი	გაყოფის ფასი / შექმნის ფასი
Apple Computer	Mike arkkuola	კომპიუტერული ტექნიკა	91,0	154	1,692
Amazon.com	Thomas Alberg	ინტერნეტ-მაღაზია	0,1	26	260
Blue Rhino	Andrew Filipowski	პროპანის ცილინდრების შეცვლა	0,5	24	48
Lifeminders.com	Frans Kok	Internet e-mail შესენების მომსახურება	0,1	3	30
Body Shop	Ian McGlim	სკულის მოვლის საშუალებები	4,0	42	10,5
ML Laboratories	Kevin Leach	თირკმელის მკურნალობა	50,0	71	1,42
Matcon	Ivan Semenenko	სატვირთო კონტეინერები	0,0150	2,5	166

სარისკო კაპიტალის ფინანსირება 5 ძირითად საფეხურს მოიცავს. თუმცა საფეხურების რაოდენობა შეიძლება განსხვავდებოდეს ინვესტორისა და ინოვაციური იდეის ცვლილებასთან ერთად. ეს ძირითადი 5 საფეხურია:

1. სანყისი («დათესვის») ეტაპი (The Seed Stage) – სწორედ ამ ეტაპზე წყდება დაფინანსდება თუ არა იდეა ინვესტორის მიერ. იდეის ავტორმა უნდა დაარწმუნოს ინვესტორი იდეის პერსპექტიულობაში. ამის შემდეგ, იმ შემთხვევაში თუ ინვესტორი დაინტერესდა იდეით, იგი ახდენს მცირე თანხის განთავსებას იდეის მომავალი პოტენციის კვლევაში. ამ ეტაპზე ხდება იდეის/პროდუქტის სეგმენტის და სავარაუდო კლიენტების შესწავლა.

2. სტარტაპის ეტაპი (The Startup Stage) – ძირითადი სამუშაო გუნდის და იდეის/პროდუქტის საბოლოო პროტოტიპის შემუშავება. თუ ჯგუფს დირექტორთა საბჭო გააჩნია, მაშინ მასში რისკიანი კაპიტალის ფონდის ერთი წარმომადგენელი

1 <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---off-0period--00-1---0-10-0---0---0direct-10---4-----0-11--11-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-11-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.7&d=HASH5071f13b5398184d53b8bd.7>=1>

იკავებს ადგილს.

3. მესამე საფეხური (The Second Stage) – პროდუქტის ბაზარზე შეტანა, შესაბამისად, სტარტაპი პირველად აწყდება საკუთარ კონკურენტებს. იგი უკვე იმაზე ფიქრობს, როგორ წაგლიჯოს ბაზრის წილი კონკურენტებს. სტარტაპი ფიქრობს სანარმოო ხარჯების შემცირებასა და უზარალობის წერტილის მიღწევაზე.

4. მესამე ეტაპი (The Third Stage) – პედუქტის განვითარება და კომპანიის კონკურენტული უპირატესობების გამოკვეთა. ეს შეიძლება მოხდეს SWOT ანალიზის საფუძველზე, სადაც კომპანია საკუთარ სიძლერებს, სისუსტეებს, შესაძლებლობებსა და საფრთხეებს სწავლობს. ამ ეტაპზე რისკიანი კაპიტალის ფორმა სტარტაპის განვითარებას უწევს მონიტორინგს და აკონტროლებს, თუ რამდენად ეფექტურად და გეგმის მიხედვით გადადის გუნდი ერთი ეტაპიდან მეორეზე.

5. «ხიდის»/წინასაჯარო საფეხური (The Bridge/Pre-Public Stage) – კომპანია აყალიბებს და ინარჩუნებს საკუთარ კონკურენტულ უპირატესობებს. იგი ძლიერი მოთამაშეა ბაზარზე. ამ ეტაპზე კომპანია განიხილავს, თუ რამდენად შესაძლებელია პროდუქტის რეპოზიციონირება და ახალი სეგმენტების დაპყრობა.

სტარტაპების უმეტესობა ვერ ახდენს პროგნოზირებული შედეგების მიღწევას. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ისეთმა კომპანიებმა, როგორებიცაა: Microsoft, Apple, Google, Skype და ა.შ. სწორედ ეს საფეხურები გაიარეს.

სილიკონის ველი არის ადგილი, სადაც დღითიდღე იზრდება მცირე თუ დიდი IT კომპანიების, სტარტაპებისა და ბიზნეს ინკუბატორების რაოდენობა, უფრო და უფრო დიდ ყურადღებას იქცევს სხვადასხვა თავისუფალი სარისკო კაპიტალის ფონდებში. ეს არის ადგილი, სადაც გამუდმებით ხდება მუშაობა ინოვაციებსა და რევოლუციურ პროდუქტებზე. აქ ყოველდღიურად იქმნება სტარტაპი, რომელიც ცდილობს თავისი როლი შეიტანოს მსოფლიო ინოვაციების შექმნასა და განვითარებაში. ყოველივე ეს ფაქტორი მეტყველებს იმაზე, რომ სილიკონის ველზე საგრძნობლად იზრდება კონკურენცია დამწყებ

კომპანიებს შორის. სარისკო კაპიტალის ფონდებისაგან უფრო და უფრო მეტი სტარტაპი ითხოვს დაფინანსებას. სწორედ ამიტომ, სილიკონის ველზე გამოიკვეთა ტენდენცია, რომლის მიხედვითაც ვენჩურული ფონდები ინვესტიციას ახდენენ ისეთ დამწყებ კომპანიებში, რომლებსაც კარგ იდეასა და უდიდეს მოტივაციასთან ერთად გააჩნიათ სწორად მიზანმიმართული პროდუქტი და წარმატების მიღწევის უმოკლესი ვადები. ცოდნასა და ინოვაციაზე დაფუძნებული ეკონომიკის მშენებლობა გრძელვადიანი პროცესია. საქართველოშიც აუცილებელია ამ მიმართულებით სწრაფი და ეფექტური ნაბიჯების გადადგმა. ამისათვის, პირველ რიგში უნდა მოხდეს საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარება. მეორე, გასათვალისწინებელია საქართველოს რეალობა ის ძლიერი და სუსტი მხარეები, რომლებიც ქვეყანას გააჩნია. მესამე, სახელმწიფო დონეზე უნდა ჩამოყალიბდეს ერთი ხედვა და სტრატეგია, გამოიყოს პრიორიტეტული დარგები. ამ პროცესში ჩართული მხარეები წარმოდგენილი უნდა იყოს: უნივერსიტეტების, კვლევითი ინსტიტუტების და ლაბორატორიების, სახელმწიფოს, როგორც ინიციატორის და პროექტის შესაძლო დამკვეთის, ვენჩურული კაპიტალის, კერძო მსხვილი ბიზნესის და საწარმოების სახით; უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში მაღალტექნოლოგიური საწარმოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობისათვის ბოლო პერიოდში გარკვეული ნაბიჯები გადაიდგა: 2010 წლის ბოლოს მიღებული იქნა « საქართველოს კანონი საინფორმაციო ტექნოლოგიური ზონების შესახებ»; 2011 წელს საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში ჩამოყალიბდა საინფორმაციო ტექნოლოგიების ტექნოპარკი. IT ტექნოპარკის მონაწილე სტუდენტებს უნივერსიტეტი IT პროდუქტების შექმნის პრაქტიკული ჩვევებით და ცოდნით უზრუნველყოფს. ასევე ჩართავს მათ კომერციული დაკვეთის შესრულების პროცესში. ასევე საქართველოში დაფუძნდა პირველი ვენჩურული ფონდი. 2014 წელს ეკონომიკის სამინისტროსთან შეიქმნა საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო, რომლის საქმიანობის მიზანია ქვეყანაში ცოდნასა და ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის

მშენებლობა, რომელიც უზრუნველყოს ისეთი პირობების შექმნას, რომლებიც დააინტერესებთ ინოვაციური პროცესების მსოფლიო ლიდერ კომპანიებს, ეს კი ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებას.

დასკვნა. მსოფლიო ინოვაციების ბაზარზე კონკურენცია და კონკურენტი კომპანიების განვითარების ტემპები დღითიდღე იზრდება. ამიტომ, წარმატებას მხოლოდ ის კომპანიები აღწევენ, რომლებსაც მკაფიოდ აქვთ განსაზღვრული საკუთარი უახლოესი სამოქმედო გეგმა და რომლებიც არ კარგავენ დროს ისეთი პროდუქტის შექმნაზე, რომელიც შესაძლოა საერთოდაც არ მიიღოს ბაზარმა.

თანამედროვე კონკურენციამ წარმოქმნა კომპანიის შექმნის, განვითარებისა და მენეჯმენტის ისეთი სისტემა, რომელიც ეწინააღმდეგება კომპანიის მრავალწლიანი საქმიანობის დაგეგმვის და პროდუქტის განვითარების აქამდე არსებულ კომპლექსურ მეთოდებს. ეს არის მეთოდი, რომელიც კომპანიას საშუალებას აძლევს დროის უმოკლეს დროში, პრაქტიკული მეთოდებით შეისწავლოს საკუთარი მომხმარებლის სურვილები და მასთან კონტაქტის საფუძველზე შექმნას სრულყოფილი პროდუქტი, რომელიც გარანტირებულად იქნება მიღებული პოტენციური მომხმარებლის მიერ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. David Gladstone Laura. Venture Capital Investing.2004,p.193
2. Ginsberg A., Hasan I. New Venture Investment. Hardcover., 2003, p.47David
3. Gladstone Laura. Venture Capital Investing.2004,p.193
4. Michael J Roberts, Howard H Stevenson. New Business Ventures and the Entrepreneur. Harvard Business School Publishing. Hardbound. 2006,p.284.
5. J. Corey Pierce The Art & Science of obtaining Venture or Angel Investor Capital, 2007. URL: <http://www.businessfinance.com/books/venturecapital.pdf>
6. <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00--->

off-0period--00-1----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-11--11-ka-50---
20-about---00-3-1-00-0-0-11-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.7&d=HASH5071
f13b5398184d53b8bd.7>1

7. ივ. ჯავრიშვილი ჟურნალი «ეკონომიკა და საბანკო საქმე» 2015.ტ3 #1 25გვ.(Iv. javrihvili, journal «economic and banking», 2015, V.3, N1 p.25(in Georgian language).

RISK CAPITAL- PURPOSE AND TARGET AUDIENCE

Alexander Khvedeliani

PhD Student of Caucasus International University

RESUME

One of the perspective way to implement the high-risk scientific innovative projects is venture investment which effectiveness is proved by the world practice. In modern conditions, when the competitiveness fight methods are copied and modified, for business it is important the following: the innovative environment, fast spreading of new ideas, copying of productions, cooperation of enterprises in innovation sphere with other regional businesses. Venture investment presents a catalyst for developing the innovative activities. Venture investments, differing from the bank crediting, as a rule realize in small, medium-sized private or privatized enterprises oriented on the innovations without any guarantee.

Nowadays the venture branch experiences the upgrade time, what helps the globalization processes, society informatization, and knowledge and information role growing in business.

Starting Business and getting a product to market are always connected to the different kind of operational expenses. For it is necessary to captivate and ensure the different kind of funds, to replace investment in their idea. Financing sources for small ideas can be : private loans, family funds, loans from friends and etc. Big and ambitious business

projects needs more great sums. In such time the authors of innovation ideas apply for risk capital funds and «angel» investors. «Angel» investors put their sums in startups and do not oblige them to return back. Risk capital financing contains 5 main levels. But the levels amount may differ according to the investor and innovative ideas. On Silicon Valley the reflected tendency according to which venture fund investments are directed to the startup companies, which with a good idea and a great motivation have correctly a target product and the shortest terms of success. Economy building based on knowledge and innovation is a long term process. In Georgia there is necessary to make the fast and effective steps in this direction. First of all we should share the international experience. Secondly, it should be regarded the strong and weak sides, which Georgia has. Thirdly, it should form the united vision and strategy, separate priority branches.

Keywords: Venture Capital, Risk Capital, Silicon Valley, «Business Angels», Startup, Business Incubator.

**სანარმოთა სტრუქტურული
გარდაქმნები და საინვესტიციო
საქმიანობის დაფინანსების მეთოდები
საბაზრო ეკონომიკის პირობებში**

ბადრი დავითაია

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასისტენტი-პროფესორი

რეზიუმე

სტატიაში აღნიშნულია, რომ ჰოლდინგებსა და საფინანსო-სანარმოო ჯგუფებში იერარქიის ზედა დონე ახორციელებს სტრატეგიულ დაგეგმვასა და ფინანსურ მართვას. ამასთან ჰოლდინგში ფინანსური მართვა მოიცავს დროის ნაკლებ კალენდარულ პერიოდს საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფის სტრატეგიასთან შედარებით. ეს განპირობებულია საქონლის უფრო მცირე სასიცოცხლო ციკლით, რომელიც წარმოებულია ჰოლდინგის სანარმოების მიერ. მიუხედავად ამისა, არსებობს ჰოლდინგის საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფის საერთო მიმართულებები, რომელთაც განეკუთვნება განვითარების გზების არჩევა, ფინანსური რესურსების განაწილება საქმიანობის სხვადასხვა სახეებს შორის, აგრეთვე პრესპექტიულ, მიმდინარე და ოპერატიულ მენეჯმენტს შორის. სტატიაში, აგრეთვე ხაზგასმულია, რომ სააქციო საზოგადოებათა სტრუქტურული გარდაქმნები თავისი არსით, შინაარსითა და მიმართულებებით განაპირობებენ სააქციო საზოგადოებათა სხვადასხვა ფორმების არსებობას, რომლებიც ხასიათდებიან ფინანსური ურთიერთობების სპეციფიკით, ამოცანებისა და მიზნების, სხვადასხვაგვარი წარმოების მასშტაბების თავისებურებებით.

საკვანძო სიტყვები: ფინანსური რესურსები; ერთობლივი სანარმოები; სტრუქტურული გარდაქმნები; საფინანსო სამრეწველო ჯგუფები; დარგობრივი ინტეგრაცია;

შესავალი

აუქციონერულ ფინანსური რესურსების მოზიდვის ეფექტურობა განპირობებულია სხვადასხვა ფაქტორებით, მათ შორის: სავაჭრო, საშუამავლო, საფინანსო და სანარმოო საქმიანობის განვითარების მიმართულებით; სანესდებო კაპიტალის მოცულობით; მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურით; (ვერტიკალური, ვერტიკალურ-ჰორიზონტალური და ინტეგრალური) აგრეთვე ინვესტირების მეთოდების შერჩევით. აუქციონერულ სანარმოთა მასშტაბი და მისი ორგანიზაციულ-სტრუქტურული აგებულება ბევრად განსაზღვრავს დაფინანსების სტრატეგიას ინვესტირებული თანხების თანაფარდობის მიხედვით, აგრეთვე მათ ეტაპობრივ ათვისებას.

ძირითადი ტექსტი

გრძელვადიანი ფინანსური დაბანდებანი, რომლებიც შედგება შვილობილ, დაქვემდებარებულ და სხვა ორგანიზაციებში განხორციელებულ ინვესტიციებისაგან, გრძელვადიანი სახელმწიფო და კორპორატიული ფასიანი ქაღალდებისაგან, აგრეთვე საკუთარი აქციებისაგან, რომლებიც შექმნილია აქციონერებისაგან, უზრუნველყოფენ არა მხოლოდ უფრო მაღალი შემოსავლების მიღებას საკუთარ წარმოებაში დაბანდებებთან შედარებით, არამედ გავლენასაც სხვა სანარმოთა მართვაზე. ამრიგად, ფირმები განვითარების გარკვეულ ეტაპზე ამუშავენ და ანხორციელებენ სოლიდურ პროგრამებს სამეურნეო-ორგანიზაციული სტრუქტურის გარდაქმნის კუთხით. აღნიშნული პროგრამები ითვალისწინებენ ახალ სანარმოთა შექმნას, ფირმის გაყიდვას მსხვილი ნილობრივი მონაწილეობით ან კაპიტალის სტრუქტურის რადიკალურ ცვლილებას.

ორგანიზაციულ ფინანსური ასპექტით სტრუქტურული გარდაქმნები მოიცავს: შერწყმას, აქციონერული კაპიტალის დანაწილებას, აქციების გაცვლას და შესაბამისად მსხვილი სანარმოების, ჰოლდინგური კომპანიების, საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფების და სხვა ფორმირებების შექმნას.

სანარმოთა შერწყმა-ეს არის რამდენიმე ფირმის გაერთიანება

ერთ იურიდიულ პირად სინერგიული ეფექტის უზრუნველყოფის მიზნით. ე.ი. ეს ისეთი ფაქტია, როდესაც საქმიანობის საერთო ფინანსური შედეგი ასეთი გარდაქმნების დროს აღემატება ცალკეული, დამოუკიდებელი ერთეულების ფინანსურ შედეგებს. გაერთიანებული აქციონერული კაპიტალის ღირებულება აღემატება ცალკე აღებულ აქციონერულ კომპანიათა ღირებულებას, რაც წარმოადგენს გაერთიანებათა უმრავლესობის ძირითად წინამძღვარს. გაერთიანებულ საწარმოთა ღირებულების ზრდა სასარგებლოა ყველა კომპანიების აქციონერებისათვის, რომლებიც მონაწილეობენ შერწყმაში და ორიენტირებულნი არიან სინერგიული ეფექტის მიღებაზე. ეს უკანასკნელი მიიღწევა:

- ფინანსური რესურსების გამოყენების ეფექტურობის ამაღლებით.

- მართვის ეფექტურობის ამაღლებით ერთიანი საკოორდინაციო ცენტრის შექმნის საფუძველზე.

სააქციო საზოგადოებათა შერწყმა ხორციელდება საქმიანობის სხვადასხვა მიმართულებითა და ფინანსურ — ეკონომიკური, ორგანიზაციულ - მმართველობითი და სამეურნეო ინტერესების გაერთიანების სხვადასხვა ფორმით. ამასთან დაკავშირებით განსხვავებენ სააქციო კაპიტალის შერწყმის სამ ტიპს.:

ა) ჰორიზონტალური, რომელიც ეფუძნება ერთგვაროვანი საწარმოო პროფილის საწარმოთა გაერთიანებას.

ბ) ვერტიკალური-არსებითი სამეურნეო კავშირების გაერთიანება მიმწოდებლებთან და სხვა მომიჯნავე სუბიექტებთან.

გ) კონგლომერატული საწარმოთა დარგთაშორისი გაერთიანება, რომლებიც დაკავშირებული არიან სამეურნეო ურთიერთობებით.

სააქციო საწარმოთა დაყოფა-ეს არის კომპანიის მიმდინარე აქტივების გაყიდვა სააქციო კაპიტალის ფლობის რაციონალიზაციის მიზნით. დაყოფის ძირითად მიზეზებს წარმოადგენს: მართვის ეფექტურობის შემცირება, მათი ეკონომიკური კავშირების შესუსტება და ერთი ან ორი სტრუქტურული ქვედანაყოფის დავალიანებათა კოეფიციენტის მუდმივი ზრდა.

კომპანიების დაყოფა ხორციელდება შემდეგი ფორმით:

1. მოქმედი სტრუქტურული ქვედანაყოფის გაყიდვა სხვა საწარმოზე ნაღდი ანგარიშსწორებით ან შემძენი კომპანიების აქციებზე.

2. მიყიდვა მოქმედი სტრუქტურული ქვედანაყოფების დაინტერესებულ მენეჯერებზე და მათი შემდგომი რეორგანიზაცია დახურული ტიპის კომპანიებად.

3. ახალი წარმოების დაფუძნება და მისი გამოყოფა შვილობილ კომპანიად აქციონერებზე ახალი აქციების გადაცემის გზით პროპორციულ საწყისებზე (ნაღდი ფულის მონაწილეობის გარეშე).

4. აქტივების პირდაპირი ლიკვიდაცია მათი ნაწილების გაყიდვის საფუძველზე და არა როგორც ერთიანი მთლიანი.

სააქციო საზოგადოებათა სტრუქტურული გარდაქმნის შემდეგ სახეს წარმოადგენს ეროვნებათაშორისი სააქციო საზოგადოებების ცალკეული ნაწილების გაერთიანება ერთობლივი საწარმოთა ფორმით გარკვეული მიზნების მისაღწევად. აქციონერულ საწარმოთა შერწყმისგან განსხვავებით ერთობლივი საწარმოთა ფორმირება ხასიათდება როგორც ორ საწარმოთა დამოუკიდებელი ნაწილების გამოყოფა და უკანასკნელის გაერთიანება ახალ საწარმოდ საკუთარი მიზნებისა და ამოცანების განსახორციელებლად. ამასთან ერთი საწარმოს მიზანი არსებითად განსხვავდება მეორე საწარმოს მიზნისგან. ამრიგად მსხვილი აქციონერული კომპანიები აერთიანებენ სანესდებო კაპიტალის ნაწილებს (აქციების გაცვლის ფორმით ან ახლის გამოშვებით) გასაღების ბაზრებში, ფინანსურ ინვესტიციებსა და ტექნოლოგიებში ურთიერთშელეწევის გზით.

ერთობლივი საწარმოები იქმნება ძირითადად ეროვნებათაშორის დონეზე, როდესაც საწარმოო ეკონომიკური-პოტენციალი აღწევს გარკვეულ დონეს და აღმოცენდება ერთობლივი მოთხოვნა კაპიტალის შერწყმისა და ფინანსური რესურსების დაბანდების სფეროს გაფართოებისა. სინერგიული ეფექტი მიიღწევა წარმოების მასშტაბის გადიდებისა და მსოფლიო ბაზარზე შიდადარგობრივი და დარგთაშორისი კონკურენციის შესუსტებით.

სააქციო საზოგადოებათა ინტეგრირებული გაერთიანება საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფებისა და ჰოლდინგური კომპანიების

ფორმით წარმოადგენს მსხვილმასშტაბიან საქმიანობას ერთგვაროვანი და მრავალგვაროვანი წარმოების განვითარების კოორდინაციის მიხედვით სინერგიული ეფექტის მიღწევის მიზნით.

ჰოლდინგ-კომპანია ეს არის მრავალფუნქციური ინტეგრირებული საწარმოო კომპანია, რომელიც შედგება დამოუკიდებელი იურიდიული პირებისაგან. ის ფლობს სხვა ფირმებისა და საწარმოების აქციათა საკონტროლო პაკეტს და ახორციელებს მართვასა და ფაქტიურ კონტროლს მათზე.

ჰოლდინგ კომპანიის სანესდებო კაპიტალი შედგება დამოუკიდებელი ურიდიული პირების პაკეტისაგან (მათ შორის არის ღია და დახურული ტიპის სააქციო საზოგადოებები). ტექნოლოგიური თვალსაზრისით ჰოლდინგი არის ჰორიზონტალური ინტეგრალური სრუქტურა, რომელიც აერთიანებს შვილობილი კომპანიების დამოუკიდებელ ტექნოლოგიურ კომპლექსებს ცვლადი საბაზრო პირობების მიმართ ადაპტაციისა და კონკურენტუნარიანობის ამალგების მიზნით. სააქციო საწარმოთა გაერთიანება ჰოლდინგად არ ქმნის იერარქიულად მაღალი დონის ტექნოლოგიებს.

ჰოლდინგის ფინანსური მართვა მოიცავს სპეციალური საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებასა და რეალიზაციას, რომელიც უზრუნველყოფს ჰოლდინგის ყველა სტრუქტურის ეფექტურობასა და მდგრადი მოგების მიღებას. ეს მიიღწევა არაფექტური და ჰოლდინგის განვითარებასთან მიმართებაში შეუსაბამო საწარმოთა გაყიდვითა და ახალი პერსპექტიული ობიექტებისა და სამეურნეო ერთეულების შექმნით.

საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფი – ეს არის ტექნოლოგიური დამოკიდებულების თვალსაზრისით რიგი საწარმოთა გაერთიანება რთულ-ინტეგრირებულ ვერტიკალურ სტრუქტურად ნედლეულის უფრო სიღრმისეული გადამამუშავებისა და ფინანსური რესურსების ბრუნვის დაჩქარების მიზნით. აღნიშნული ჯგუფები აერთიანებენ ცალკეულ საწარმოებს დამოკიდებული საზოგადოების უფლებით ან აქციათა პაკეტის გადაცემით ჯგუფში მონაწილეთაგან ერთ-ერთზე. ტექნოლოგიური თვალსაზრისით ასეთი გაერთიანება უზრუნველყოფს ახალი ტექნოლო-

გვის აღმოცენებას, ე.ი იერარქიულად უფრო მაღალი დონის ვერტიკალური, რთული ტექნოლოგიური კავშირებითა და ფინანსური ნაკადით. საფინანსო სამრეწველო ჯგუფის ფორმირება ხორციელდება სახელმწიფო ლიცენზირების საფუძველზე. მისი ფინანსური მენეჯმენტი მოიცავს დროის გარკვეულ პერიოდში საინვესტიციო პროგრამების შემუშავებასა და რეალიზაციას სანარმოთა საქმიანობის კონკრეტულ სახეებად, რომლებიც მონაწილეობენ ხანგრძლივი სასიცოცხლო ციკლის საქონლის წარმოებისა და კონკრეტული ბაზრის სეგმენტში განთავსებაზე ყველა სტადიაზე მაქსიმალური მოგების მიღების მიზნით, რომლებიც ხასიათდებიან მინიმალური ფინანსური დანაკარგებით.

ჰოლდინგებსა და საფინანსო-სანარმოო ჯგუფებში იერარქიის ზედა დონე ახორციელებს სტრატეგიულ დაგეგმვასა და ფინანსურ მართვას. ამასთან ჰოლდინგში ფინანსური მართვა მოიცავს გაცილებით დროის ნაკლებ კალენდარულ პერიოდს საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფის სტრატეგიასთან შედარებით. ეს განპირობებულია საქონლის უფრო მცირე სასიცოცხლო ციკლით, რომელიც წარმოებულია ჰოლდინგის სანარმოების მიერ. მიუხედავად ამისა არსებობს ჰოლდინგის საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფის საერთო მიმართულებები, რომელთაც განეკუთვნება განვითარების გზების არჩევა, ფინანსური რესურსების განაწილება საქმიანობის სხვადასხვა სახეებს შორის, აგრეთვე პერსპექტიულ მიმდინარე და ოპერატიულ მენეჯმენტს შორის. ამრიგად სააქციო საზოგადოებათა სტრუქტურული გარდაქმნები თავისი არსით, შინაარსითა და მიმართულებებით განაპირობებენ სააქციო საზოგადოებათა სხვადასხვა ფორმების არსებობას, რომლებიც ხასიათდებიან ფინანსური ურთიერთობების სპეციფიკით, ამოცანებისა და მიზნების სხვადასხვაგვარი წარმოების მასშტაბების თავისებურებებით.

სტრუქტურული გარდაქმნების შესაბამისად სხვადასხვა ტიპის სააქციო სანარმოთა კორპორატიული სტრატეგია ითვალისწინებს ინვესტიციათა ინვესტირების ყველაზე უფრო ეფექტურ მეთოდებს სანარმოო – ტექნიკური პოტენციალის, განვითარების პერსპექტივების, საკუთარი ფინანსური რესურსების მოცულობისა და საერთო დავალიანების დონის მიხედვით.

სტრუქტურული გარდაქმნების სახეები და სააქციო საზოგადოებათა ტიპები. ცხრილი 1

№№	სტრუქტურული გარდაქმნების სახეები	გარდაქმნათა ეკონომიკური არსი	სააქციო საწარმოთა ტიპები
1	შერწყმა	სხვადასხვა საწარმოთა კაპიტალის გაერთიანება	1. მსხვილი აქციონერული საწარმო 2. კონცერნი 3. ტრესტი
2	დანაწილება	მიმდინარე აქტივების ნაწილის გაყიდვა	1. ვიწრო სპეციალიზაციის საწარმო 2. მცირე და საშუალო საწარმო 3. ახალი შვილობილი საწარმო
3	საწარმოთა ცალკეული ნაწილების გაერთიანება	ეროვნებათაშორისი საწარმოთა კაპიტალის კერძო გაერთიანება	1. ერთი დარგის ერთობლივი საწარმო 2. დარგთაშორისი ერთობლივი საწარმო
4	დარგობრივი ინტეგრაცია დარგთაშორისი ფინანსური	ჯვარედინი აქციათა მრავალდონიანი მფლობელობა	1. ჰოლდინგი ან ჰოლდინგური კომპანიის სისტემა 2. საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფი

დასკვნა

ერთობლივ საწარმოებს, ჰოლდინგებს და საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფების როგორც სააქციო საწარმოო მაღალი დონის გარდაქმნის ფორმებს, შეუძლიათ თანაბრად მიიღონ მონაწილეობა რეალურ და ფინანსურ ინვესტიციებში, აგრეთვე გამოიყენონ დაფინანსების ნებისმიერი მიმართულება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Хорм. Дж. в, основы управления финансами. М. Финансы и статистика 1999 г.
2. Финансовых менеджмент. учебник /под. ред. Ф. самсонова М Финансы Юнити 1999г.

REFERENCES:

1. D.Horm-“Basics of Finances Ruling.” Moscow “Finances and Statistics.” 1999 (in Russian language);
2. Financial Management-Textbook prof. M. Samsonov’s reduction, Moscow. “Finances and Statistics,” 1999(in Russian language).

**STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF ENTERPRISES
AND THE METHODS OF FINANCING THE INVESTMENT
ACTIVITIES IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY**

BADRI DAVITAIA

Assistant-Professor of ATSU

RESUME

In the article is analyzed that in holdings and financial-industrial groups, authorities of high level implement the strategic planning and financial Ruling. Besides financial ruling in holding involves much less calendar period of time, as compared with the financial-industrial group strategy. It is caused with the less essential cycle of the goods, which is produced by the factories or workshops of the holding. There are the general directions of financial-industrial group of holding, to which belongs choosing of development means, distribution of financial resources among the different kinds of activities, also among perspective, current and operative management. In the article is underlined the fact the structural transformations of joint stock companies with their contents and directions stipulate the existence of different forms of joint stock companies, which are characterized by specific financial relationship, also by goals and purposes and particularities of different scales of production.

Keywords: Financial Resources; Joint Ventures; Structural Transformation; Financial Industrial Groups; Branch Integrity.

ინოვაციებისა და ტექნოლოგიური განვითარების დადებითი ტენდენციები

ალექსანდრე ხვედელიანი
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის დოქტორანტი

რეზიუმე

ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის (OECD) განმარტებით, ინოვაცია არის იდეის ტრანსფორმაცია საბაზრო პროდუქტად ან მომსახურებად, წარმოების ან დისტრიბუციის ახალი, გაუმჯობესებული პროცესი, სოციალური უზრუნველყოფის ახალი მეთოდი. თანამედროვე ეკონომიკაში ინოვაციის როლი მნიშვნელოვნად გაიზარდა, რადგან საბაზრო ეკონომიკის პირობებში იგი წარმოადგენს კონკურენციის უმნიშვნელოვანეს იარაღს. ინოვაცია განაპირობებს თვითღირებულების, ფასების შემცირებას, მოგების გაზრდას, ახალი მოთხოვნილებების შექმნას, ფულის მოდინებას, ახალი პროდუქციის მწარმოებელთა იმიჯის გაზრდას, ახალი ბაზრების აღმოჩენას და დაპყრობას. თანამედროვე პირობებში ინოვაციური გლობალიზაცია როგორც მიკრო, ასევე მაკრო და მეზო დონეებზე, ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად გვევლინება.

ეკონომიკური გლობალიზაციის დადებითი ტენდენციებიდან, პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს მრავალგანზომილებიან განვითარებაზე გადასვლა; ცოდნის გლობალიზაციის გაძლიერება, ერთიანი საგანმანათლებლო სივრცის ჩამოყალიბებისაკენ მოძრაობა. ინოვაციური გლობალიზაცია ხელს უწყობს ცალკეული ქვეყნის სამეცნიერო-ტექნიკური პოტენციალის განვითარებას, ეკონომიკის დარგებში თანამედროვე ტექნოლოგიური წყობის ფორმირებას და პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას.

1990-იანი წლებიდან განვითარებული ქვეყნების ინოვაციური საქმიანობის სფეროში შეინიშნება ორი უმნიშვნელოვანესი ტენდენცია: პირველი მდგომარეობს იმაში, რომ სამეცნიერო-

კვლევითი სამუშაოების დაფინანსება სახელმწიფო სექტორიდან თანდათან გადადის კერძო სექტორში; მეორე სამეცნიერო კვლევებისა და ახალი ტექნოლოგიების შემუშავებაში სულ უფრო და უფრო იზრდება ვენჩურული კაპიტალის როლი.

მიუხედავად იმისა რომ, ქვეყნების ეროვნული საინოვაციო სისტემები მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, არსებობს საერთო ნიშნები, რომლებიც დამახასიათებელია ნებისმიერი სისტემის ფუნქციონირებისათვის, კერძოდ: კრეატიული ბლოკი, ანუ ცოდნის წარმოშობის ბლოკი; ტექნოლოგიების ტრანსფერის ბლოკი; წარმოების დაფინანსება; ინოვაციის წარმოება; კადრების კვლავწარმოება.

საკვანძო სიტყვები: ინოვაცია; ვენჩურული ინვესტიციები; ვენჩურული დაფინანსება; ბიო და ნანო ტექნოლოგიები; ინოვაციური ეკონომიკა; გლობალიზაციის დადებითი ტენდენციები;

შესავალი

თანამედროვე ეკონომიკის განვითარებას, პირველ რიგში, ინოვაციებისა და გლობალიზაციის განვითარების დონე განსაზღვრავს. ინოვაციები ახალი იდეების, მეცნიერული აღმოჩენებისა და გამოგონებების საფუძველზე ახალი მეთოდების, ტექნოლოგიების, მენეჯმენტისა და მარკეტინგული გადანყვეტილებების რეალურ დანერგვას გულისხმობს. მაღალეფექტიან ინდუსტრიულ ეკონომიკებში, დღეს განსაკუთრებულად განვითარებულია გამოგონებების და სამეცნიერო კვლევის შედეგების კომერციალიზაციის და სამრეწველო ბიზნესად გადაქცევის პროცესები. მეცნიერები თანამედროვე გლობალურ ეკონომიკას აღწერენ, როგორც «ინოვაციურ(ცოდნის) ეკონომიკაზე» გარდამავალს. ინოვაცია, ინოვაციური საქმიანობის შედეგია, ინოვაციის სპეციფიური შინაარსი გამოიხატება ცვლილებით, გარდაქმნით. ინოვაციური საქმიანობის მთავარი ფუნქცია კი ცვლილების განხორციელებაა. ინოვაციური პროცესი დაკავშირებულია ინოვაციის შექმნასთან, ათვისებასა და გავრცელებასთან. ინოვაციების შემქმნელები (ნოვატორე-

ბი) იყენებენ ისეთ კრიტერიუმებს, როგორცაა პროდუქციის სასიცოცხლო ციკლი და ეკონომიკური ეფექტიანობა. მათი სტრატეგია მიზნად ისახავს კონკურენტებზე გამარჯვებას, უნიკალური სიახლის შექმნას, რომელიც აღიარებული იქნება მოცემულ სფეროში. განვითარებული ქვეყნები დამაჯერებლად გადადიან განვითარების პრინციპულად ახალ ეტაპზე ინოვაციურზე. სიახლეთა გამოყენების პროცესი იქცევა გააზრებულ, მიზანდასახულ და სისტემურ საფუძველზე კვლავწარმოებით პროცესად.

ძირითადი ტექსტი

ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის (OECD) განმარტებით, ინოვაცია არის იდეის ტრანსფორმაცია საბაზრო პროდუქტად ან მომსახურებად, წარმოების ან დისტრიბუციის ახალი, გაუმჯობესებული პროცესი, სოციალური უზრუნველყოფის ახალი მეთოდი. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ინოვაცია არის წარმატებული ტექნოლოგიის დანერგვის, ეკონომიკურ და სოციალურ სფეროებში სიახლეების გამოყენების სინონიმი. ინოვაცია წარმოადგენს მატერიალიზებულ შედეგს იმ კაპიტალდაბანდებიდან, რომელიც ჩადებულ იქნა ახალი ტექნიკისა და ტექნოლოგიის დამუშავების, წარმოების, შრომის, მომსახურებისა და მართვის ორგანიზაციის ახალი ფორმების შექმნის საქმეში.¹

ტერმინი «ინოვაცია», როგორც ეკონომიკური კატეგორია, სამეცნიერო ლიტერატურაში შემოიტანა ავსტრიელმა (მოგვიანებით ამერიკელმა) მეცნიერმა იოზეფ ალიოზ შუმპეტერმა (1883-1950) XX საუკუნის დასაწყისში. თავის ნაშრომში «ეკონომიკური განვითარების თეორია» (1911 წ.) მან განიხილა განვითარებაში ცვლილებების შეტანის (ინოვაციის) საკითხები. ამ ცვლილებებიდან მან გამოყო:

1. ახალი ტექნიკის, ტექნოლოგიური პროცესების ან წარმოების ახალი საბაზრო უზრუნველყოფის გამოყენება;
2. ახალი თვისებების მქონე პროდუქციის დანერგვა;

1 OECD, *Measuring Globalization, 2010*, p. 16

3. ახალი ნედლეულის გამოყენება;

4. ცვლილებები წარმოების ორგანიზაციაში და მის მატერი-ალურტექნიკურ უზრუნველყოფაში;

5. გასაღების ახალი ბაზრების პოვნა. ი. შუმპეტერის აზრით ინოვაცია არის მოგების მთავარი წყარო: «მოგება არსებითად წარმოადგენს ახალი კომბინაციების შესრულების შედეგს», «განვითარების გარეშე არ არის მოგება, მოგების გარეშე არ არის განვითარება».

თანამედროვე ეკონომიკაში ინოვაციის როლი მნიშვნელოვანად გაიზარდა, რადგან საბაზრო ეკონომიკის პირობებში იგი წარმოადგენს კონკურენციის უმნიშვნელოვანეს იარაღს. ინოვაცია განაპირობებს თვითღირებულების, ფასების შემცირებას, მოგების გაზრდას, ახალი მოთხოვნილებების შექმნას, ფულის მოდინებას, ახალი პროდუქციის მწარმოებელთა იმიჯის გაზრდას, ახალი ბაზრების აღმოჩენას და დაპყრობას.

მსოფლიოს განვითარების თანამედროვე ეტაპზე განსხვავება მდიდარ და ღარიბ ქვეყნებს შორის გამოიხატება არა მარტო საფინანსო რესურსების მოცულობით, არამედ ცოდნის უკმარისობით. ამჟამად, განვითარება განიხილება დაგროვილი ცოდნის დონის მიხედვით, კერძოდ, ტექნოლოგიური და სოციალურ-ეკონომიკური ცოდნის დონით. ცოდნის დეფიციტის დაძლევა თანამედროვე პირობებში საკმაოდ რთული ამოცანაა. განვითარებადმა ქვეყნებმა, ტექნოლოგიური ჩამორჩენილობიდან გამომდინარე, მკაფიოდ უნდა ჩამოაყალიბონ ცოდნის შექმნის, მისი ათვისების და გადაცემის თანმიმდევრული მექანიზმი. ცოდნის შექმნის ამოცანები უნდა მოიცავდნენ მსოფლიოში არსებული ცოდნის გამოყენებას საკუთარი პრობლემების გადასაწყვეტად, რაც საბოლოო ჯამში ინოვაციური საქმიანობის განხორციელებასთანაა დაკავშირებული. ინოვაციური განვითარების მიზნებისა და ამოცანების მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენენ ინოვაციური ციკლები. ინოვაციური ციკლი მოიცავს პერიოდს, რომელიც მოიცავს ინოვაციური იდეის შექმნას, შემუშავებას და ამ სიახლის დანერგვას. ციკლის ძირეული რგოლებია: მეცნიერება — წარმოება — მოხმარება.

ინდუსტრიული ეკონომიკის პირობებში ინოვაციური საქმიანობა უპირატესად ეროვნული ეკონომიკის საზღვრებში მიმდინარეობდა, მაგრამ დღეს სიტუაცია რადიკალურად იცვლება, რადგანაც ისევე როგორც ყველა სხვა სფერო, ინოვაციური საქმიანობაც გლობალიზაციის ზემოქმედებას განიცდის. ეს იმას ნიშნავს, რომ ინოვაციების წარმოება და გავრცელება დღეს სცდება ეროვნულ საზღვრებს და მრავალეროვნულ ხასიათს იძენს. ამასთან, ერთ ქვეყანაში შემუშავებული ინოვაციები ძალიან სწრაფად ვრცელდება სხვა ქვეყნებში, რაც ბუნებრივია მათი განვითარების ტემპს აჩქარებს.

თანამედროვე პირობებში ინოვაციური გლობალიზაცია როგორც მიკრო, ასევე მაკრო და მეზო დონეებზე, ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად გვევლინება. აქედან გამომდინარე, ინოვაციური საქმიანობის შესწავლა გლობალიზაციის პირობებში, ერთ-ერთ ყველაზე უფრო აქტუალურ, თეორიულ და პრაქტიკულ პრობლემას წარმოადგენს. პრობლემის ანალიზი გლობალიზაციის ტერმინის გამოყენება სპეციალურ ლიტერატურაში 80-იანი წლების დასაწყისიდან იწყება, მაგრამ დაახლოებით 15 წლის განმავლობაში ამ ტერმინის გამოყენება იშვიათი და ფრაგმენტული იყო. საზოგადოებრივ აზროვნებაში და პოლიტიკაში იგი 90-ანი წლების მეორე ნახევრამდე ძალიან სუსტად იყო გაცნობიერებული და ასახული.

ეკონომიკური გლობალიზაციის დადებითი ტენდენციებიდან, პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს მრავალგანზომილებიან განვითარებაზე გადასვლა; ცოდნის გლობალიზაციის გაძლიერება, ერთიანი საგანმანათლებლო სივრცის ჩამოყალიბებისაკენ მოძრაობა. ინოვაციური გლობალიზაცია ხელს უწყობს ცალკეული ქვეყნის სამეცნიერო-ტექნიკური პოტენციალის განვითარებას, ეკონომიკის დარგებში თანამედროვე ტექნოლოგიური წყობის ფორმირებას და პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას.

განვითარებული ქვეყნები დამაჯერებლად გადადიან განვითარების პრინციპულად ახალ ეტაპზე — ინოვაციურზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ სიახლეთა გამოყენების პროცესი იქცევა

გააზრებულ, მიზანდასახულ და კვლავწარმოებით პროცესად სისტემურ საფუძველზე, ხოლო თვითონ ინოვაციები განიხილებიან საზოგადოებაში პრობლემათა გადაწყვეტის მთავარ ინსტრუმენტად. მსოფლიოს განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, განსხვავება მდიდარ და ღარიბ ქვეყნებს შორის გამოიხატება არა მარტო საფინანსო რესურსების მოცულობით, არამედ ცოდნის უკმარისობით. ამჟამად, განვითარება განიხილება დაგროვილი ცოდნის დონის მიხედვით, კერძოდ, ტექნოლოგიური და სოციალურ-ეკონომიკური ცოდნის დონით. ცოდნის დეფიციტის დაძლევა თანამედროვე პირობებში საკმაოდ რთული ამოცანაა.

განვითარებადმა ქვეყნებმა ტექნოლოგიური ჩამორჩენილობიდან გამომდინარე მკაფიოდ უნდა ჩამოაყალიბონ ცოდნის შექმნის, მისი ათვისების და გადაცემის თანმიმდევრული მექანიზმი. ცოდნის შექმნის ამოცანები უნდა მოიცავდნენ მსოფლიოში არსებული ცოდნის გამოყენებას საკუთარი პრობლემების გადასაწყვეტად, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას, სალიცენზიო ხელშეკრულებების, პატენტების შექმნას და სხვა. შექმნილი ცოდნის ათვისების აუცილებელ პირობას წარმოადგენს საყოველთაო განათლების ხელმისაწვდომობა, მათ შორის უმაღლესი განათლების მიღების შესაძლებლობა, განსაკუთრებით ტექნოლოგიებში, დასაქმებული მოსახლეობის უწყვეტი განათლების სისტემის არსებობა. ცოდნის გადაცემის მნიშვნელოვანი ეტაპის ორგანიზაციისათვის უნდა გამოყენებული იქნას საინფორმაციო რესურსების ხელმისაწვდომობისათვის საინფორმაციო და ტელესაკომუნიკაციო ტექნოლოგიები. ვაჭრობის, ფინანსებისა და საინფორმაციო ნაკადების გლობალიზაციას თან ახლავს შესაძლებლობები და ხიფათიც. ტექნოლოგიური ჩამორჩენილობის ზრდის შემთხვევაში მსოფლიო კიდევ უფრო გაიხლიჩება არა მარტო კაპიტალისა და სხვა რესურსების გამო, არამედ ცოდნის გამო. პრობლემები იქმნება თვით განვითარებულ ქვეყნებს შიგნით ცოდნისა და ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობათა არათანაბარი პირობების გამო. ამიტომ ყველა ცალკე აღებულმა ქვეყანამ უნდა

გადაწყვიტოს ცოდნის მოპოვებისა და გამოყენების მრავალ-გვაროვანი ტექნოლოგიური ჩამორჩენილობისა და საინფორმაციო დეფიციტის შემცირების პრობლემები. ამიტომ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს მართვის პრობლემა როგორც, მაკრო ასევე მიკრო დონეზე.

მართვის ფუნქციის ცენტრალურ ამოცანას წარმოადგენს შიდა რესურსების გამოვლენა, მათი გამოყენება და მონინავე გამოცდილების ძიება. ინოვაციური განვითარების მიზნებისა და ამოცანების მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენს ინოვაციური ციკლები. ინოვაციური ციკლი მოიცავს მანძილს, რომელიც იწყება ინოვაციის შექმნის იდეის შემუშავებით და მთავრდება ამ სიახლის დანერგვით. ციკლის ძირეული რგოლებია: მეცნიერება — წარმოება — მოხმარება. ი.შუმპეტერის აზრით, ეკონომიკური განვითარების საფუძველს წარმოადგენს სიახლეთა გამოყენება. ინფორმაციული საზოგადოება ხასიათდება იმით, რომ მის ჩამოყალიბებაში აქტიური როლი ითამაშა და ამჟამადაც თამაშობს ახალი ტექნოლოგიები. ტექნოლოგიების განვითარებისათვის კი საჭიროა საერთო სპეციფიკური მიდგომის შემუშავება გამომგონებლის, მენარმისა და მომხმარებლისათვის, რომელიც ორიენტირებული იქნება ინოვაციებზე. კომპანიები ვერ მოიპოვებენ წარმატებას გამძაფრებული კონკურენციული ბრძოლის პირობებში თუკი დროულად არ შეიტანენ ინოვაციებს თავიანთ ტექნოლოგიურ პროცესში, არ მოახდენენ კომუნიკაციისა და მენეჯმენტის ოპტიმიზირებას, კონკურენტებზე ადრე არ განახორციელებენ ახალ გამოგონებებს. ახალი ეკონომიკის ჩამოყალიბებაში მთავარ ფაქტორად ინოვაციების დინამიკა გვევლინება.

თანდათან ხმარებაში შემოდის ტერმინი «ინოვაციური ეკონომიკა». ინოვაციური ეკონომიკა განვითარდა ინვესტირების სპეციფიკური სახეობის შედეგად, რომელიც თან ახლავს უახლოეს ტექნოლოგიურ პროგრესს. გამომდინარე იქიდან, რომ ასეთი სახის ინვესტიციების დაბანდება ხდებოდა უშუალოდ წარმოების სარისკო სექტორში, მათ მიიღეს სახელწოდება სარისკო ინვესტიციების სახით. ინდუსტრიული წარმოებისათვის

დამახასიათებელი ინვესტიციებისაგან განსხვავებით, რომელთაც წლიურად მოაქვთ 2-3% ოდენობის მოგება, ვენჩურულ ინვესტიციებს ძალუძთ არნახულად დიდი მოგების მოტანა 20-30% — დან 200%-მდე. რა თქმა უნდა, ამავდროულად იზრდება წარუმატებლობის რისკიც. სწორედ ასეთი ინვესტიციები დაედო საფუძვლად მაღალი დონის ტექნოლოგიების კომერციულ ბუმს, ისინი მუდამ თან ახლდა მათ განვითარებას, განაპირობებდა როგორც მათ მასიურ კრახს, ასევე აღორძინებასაც.

ამჟამად, ვენჩურული ინვესტიციები საფუძვლად უდევს ყოველი ახალი თაობის მაღალტექნოლოგიურ წარმოებას, ბიო და ნანოტექნოლოგიების ჩათვლით.¹ ვენჩურული ინვესტირების ერთ-ერთი ცნობილი პიონერი, მენეჯერი გერმან ჰაუზერი ასახელებს ხუთ მთავარ პირობას ვენჩურული კაპიტალის წარმატებული განვითარებისათვის. ესენია:

1. ქვეყანაში მენეჯერთა და გამომგონებელთათვის მაღალკვალიფიკაციური საგანმანათლებლო სისტემის არსებობა;
2. სამენარმეო სულისკვეთება;
3. ვენჩურული კაპიტალის არსებობა;
4. სახელმწიფოს აქტიური მხარდაჭერა განათლების სისტემისა და ვენჩურული ინვესტირებისათვის სათანადო პირობების შექმნის თვალსაზრისით;
5. მსხვილი კომპანიების მუდმივად მზადყოფნა მცირე კომპანიებთან თანამშრომლობისათვის;

ინოვაციური ბიზნესის განვითარებისათვის მთავარი როლი ეკისრება სახელმწიფოს, მის მიერ გატარებულ პოლიტიკასა და შექმნილ პირობებს. ინოვაციების განვითარება ხორციელდება მაშინ, როდესაც საგანმანათლებლო დაწესებულებები, კომპანია-საწარმოები, კვლევითი ლაბორატორიები თავმოყრილია ერთ სივრცეში. ასეთი მაღალტექნოლოგიური ზონები ცნობილია როგორც «კლასტერები».² სწორედ ამგვარი ვითარების

1 Олег Киреев. Инновационная Экономика. [http:// www.njp.ru/rngoogen:innovation.c.2](http://www.njp.ru/rngoogen:innovation.c.2).

2 Олег Киреев. Инновационная Экономика. [http:// www.njp.ru/rngoogen:innovation.c.7](http://www.njp.ru/rngoogen:innovation.c.7).

დროს ნებისმიერი ქვეყნის კეთილდღეობა დამოკიდებულია ეროვნული ინოვაციური ეკონომიკის განვითარების დონეზე.

1990-ანი წლებიდან განვითარებული ქვეყნების ინოვაციური საქმიანობის სფეროში შეინიშნება ორი უმნიშვნელოვანესი ტენდენცია: პირველი მდგომარეობს იმაში, რომ სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების დაფინანსება სახელმწიფო სექტორიდან თანდათან გადადის კერძო სექტორში; მეორე სამეცნიერო კვლევებისა და ახალი ტექნოლოგიების შემუშავებაში სულ უფრო და უფრო იზრდება ვენჩურული კაპიტალისტების როლი.¹

ახალი ტექნოლოგიებისა და ცოდნის შექმნა და მათი გამოყენება ქვეყნის სოციალურეკონომიკური განვითარებისათვის განსაზღვრავს ქვეყნის როლსა და ადგილს, ეროვნული უსაფრთხოების დონეს მთელს მსოფლიოში. განვითარებული ქვეყნების მშპ-ის ზრდის 80-95% განპირობებულია ახალი ცოდნის გამოყენებით ტექნიკასა და ტექნოლოგიებში. აქედან გამომდინარე, ამ ქვეყნებში ვითარდება ინოვაციური ეკონომიკა. ინოვაციური ეკონომიკის მთავარი მახასიათებლებია:

- თანამედროვე ინფორმაციული და კომპიუტერული სისტემების არსებობა;

- განვითარებული ინფრასტრუქტურის არსებობა, რომელიც ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ეროვნული ინფორმაციული რესურსების შესაქმნელად;

- წარმოების ყველა სფეროს, დარგისა და მართვის სისტემის დაჩქარებული ავტომატიზაცია;

- სხვადასხვა ფუნქციური დანიშნულების ინოვაციების სწავი შექმნა და პრაქტიკაში დანერგვა;

- კვალიფიციური სპეციალისტების მომზადებისა და გადამზადების მოქნილი სისტემის არსებობა;

- მეცნიერებისა და ტექნიკის უახლესი მიღწევების ბაზაზე შემუშავებული ტექნოლოგიების წარმოებაში ინტენსიურად დანერგვა;

- ინტელექტუალური დარგების (მეცნიერება, განათლება, ხელოვნება, ფინანსური, იურიდიული და სამედიცინო მომსახურება)

1 <http://www.montteki.ru/>. c.1.

რება, მენეჯმენტი, მარკეტინგი, კონსალტინგი და სხვა.) დაჩქარებული განვითარება და მომსახურების სფეროს გადაქცევა შრომითი საქმიანობის ძირითად სფეროდ;

- საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და ტელეკომუნიკაციების განვითარება, რის შედეგადაც გამოგონებებისა და სხვა ინოვაციების შესახებ ინფორმაცია სწრაფად ვრცელდება მთელს მსოფლიოში;

- მსოფლიო ბაზარზე, ცოდნის, როგორც სპეციფიკური სახეობის საქონლის ცენტრალური ადგილის დაკავება;

- ეკონომიკის ინფორმაციული სექტორის დაჩქარებული ტემპით განვითარება.

განვითარებული ქვეყნების კომპანიებში სულ უფრო მეტად იზრდება დანახარჯები კვლევებზე. 2011 წლისათვის ინოვაციებზე ორიენტირებული კომპანიების პირველი ხუთეული ასე გამოიყურებოდა:¹

№	კომპანიის დასახელება	დანახარჯები მლრდ. დოლ
1	Roch Holding	9.6
2	Microsoft	9.0
3	Nokia	8.6
4	Toyota	7.8
5	Pfizer	7.7

ეროვნული საინოვაციო სისტემის შემადგენელი ნაწილია ქვეყნის საინსტიტუციო გარემო ანუ საკანონმდებლო აქტივების, ნორმების, წესების, უწყებრივი ინსტრუქციების ერთობლიობა, რომლებიც არეგულირებს საინოვაციო საქმიანობას. ქვეყნების ეროვნული საინოვაციო სისტემები მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, თუმცა არსებობს საერთო

¹ შატბერაშვილი ო. ი. გოგოძე, მრავალდონიანი საინოვაციო პოლიტიკა ევროკავშირში და ევროინტეგრაცია; თბ.2010; 310გვ.

ნიშნები, რომლებიც დამახასიათებელია ნებისმიერი სისტემის ფუნქციონირებისათვის, კერძოდ:

1. კრეატიული ბლოკი, ანუ ცოდნის წარმოშობის ბლოკი (უნივერსიტეტები, სამეცნიერო ინსტიტუტები, ცალკეული სპეციალისტები-კერძო პირები, სხვადასხვა სამეცნიერო დაწესებულებების არაფორმალურად ურთიერთდაკავშირებული კოლექციების ქსელი);

2. ტექნოლოგიების ტრანსფერის ბლოკი. კრეატიული აზროვნების შედეგად წარმოშობილი ახალი იდეა, როგორც წესი, შეუძლებელია განხორციელდეს მაშინვე და უშუალოდ ავტორის მიერ. საჭიროა შუამავალი, რომელიც ერთი მხრივ, განმარტავს იდეის პერსპექტიულობას და განხორციელების შესაძლებლობას და, მეორე მხრივ, მყიდველს ჩაუნერგავს რწმენას პროდუქტის შექმნის მიზანშეწონილობაზე. ავტორსა და მყიდველს შორის შუამავლის როლს ასრულებენ არაკომერციული ფონდები, რომლებიც მუშაობენ იმავე პრინციპით, როგორც სამეცნიერო კვლევებზე გრანტების გამცემი ფონდები. ფაქტიურად, ამ ტიპის არაკომერციული ფონდები ქმნიან ქსელს, უზრუნველყოფენ ავტორის კონტაქტს სხვადასხვა ობიექტებთან, ვისთვისაც კრეატიული იდეა შეიძლება წარმოადგენდეს ინტერესის საგანს;

3. წარმოების დაფინანსება. ვიდრე კომერციულ პროდუქტად იქცევა, იდეამ უნდა გაიაროს ტრანსფორმაციის ეტაპები, მათ შორის: მუშა ნახაზის შექმნა, მაკეტის გაკეთება, საცდელი ნიმუშის დამზადება. ამ ეტაპებზე საჭიროა მოიძებნოს დაფინანსების წყარო. გამოყოფენ დაფინანსების რამდენიმე ტიპს:

ა) იდეის ავტორი ან მისი მხარდამჭერი ორგანიზაცია ქმნიან კომპანიას ახალი პროდუქტის შესაქმნელად და იღებენ ბანკის კრედიტს, რომელიც უნდა დააბრუნონ დათქმული დროის შემდეგ. დაფინანსების ეს მეთოდი საკმარისად სახიფათოა ახალი წარმოების ინიციატორებისათვის. იმის გამო, რომ ახალი პროდუქტის წარმოება შეიცავს დიდ რისკს, ბანკები თხოულობენ მაღალ საბანკო პროცენტს, რაც საინოვაციო საქმიანობას ნაკლებად მიმზიდველს ხდის.

ბ) ერთ-ერთი ვარიანტია ინოვაციის გაყიდვა, მაგალითად, მსგავსი პროდუქციის მწარმოებელ მსხვილ ფირმაზე, ასეთ შემთხვევაში მკვლევარი კარგავს ავტონომიის გარკვეულ ხარისხს.

გ) ვენჩურული დაფინანსება. ვენჩურული კომპანია, გულდასმით შეისწავლის რა ინოვატორის მიერ შეთავაზებულ ბიზნეს-გეგმას, ქმნის სანარმოს, რომლის ხელმძღვანელად ინიშნება ინოვატორი, ხოლო სანარმოს მუშაობაზე კონტროლს ახდენს ვენჩურული კომპანია. ამავდროულად, კომპანია თვალყურს ადევნებს ბიზნეს გეგმის დროულად და ხარისხიანად შესრულებას და თუ ჩათვლის, რომ ის არ სრულდება, ან წარმოიშვება შემდგომი წარმატებული მენეჯმენტის ეჭვი, კომპანიას უფლება აქვს გაყიდოს სანარმო.

ვენჩურული დაფინანსების გამოყენებისას ინოვატორი იღებს ზემოგების მნიშვნელოვან ნაწილს და შეუძლია დატოვოს სანარმო თავისი შეხედულებისამებრ. თავისი მიმზიდველობის მიუხედავად, ვენჩურული დაფინანსება არ წარმოადგენს უნივერსალურ მექანიზმს, რომელიც უზრუნველყოფს ინოვაციური პროდუქტის შექმნის სრულ დაფინანსებას. ამჟამად მიღებულია ინოვაციური პროდუქტის შექმნის საწყის სტადიაზე საკუთრივ ორგანიზაციის სახსრებით ან გრანტების მოზიდვით დაფინანსება, ხოლო ვენჩურული კაპიტალის გამოყენება საბოლოო ეტაპზე, საცდელი ნიმუშის შესაქმნელად და მის შემდგომ. ინოვაციური პროდუქტის შესაქმნელად ვენჩურული კაპიტალის გამოყენება წლითი-წლობით იზრდება.

1995-2000 წლებში ვენჩურული კაპიტალი გაიზარდა აშშ-ში \$ 4,6-დან \$ 103,2 მლრდ-მდე, ინგლისში \$ 19 მლნ-დან \$2,9 მლრდ-მდე, იაპონიაში \$ 21 მლნ-დან \$ 1,7 მლრდ-მდე, გერმანიაში — \$ 13მლნ-დან \$ 1,2 მლრდ-მდე, საფრანგეთში \$ 8 მლნ-დან \$ 1,1 მლრდ-მდე, შვეციაში ნულიდან \$ 560 მლნ-მდე, ფინეთში ნულიდან \$ 270 მლნ-მდე.¹

4. ინოვაციის წარმოება. აქ განიხილება ორი ალტერნატივა. *პირველი* — როდესაც ინოვაციური პროდუქტის წარმოება

1 http://www.mgimo.ru/files/34545/doklad_politolog_1.doc

ინტეგრირდება უკვე არსებულ საწარმოსთან, რითაც მცირდება დამოუკიდებელი მენეჯერული კომპლექსის ორგანიზების დანახარჯები (ბუღალტერიის, კადრების აღრიცხვის და ა.შ.).

მეორე — როდესაც ინოვაციური პროდუქტის საწარმოებლად იქმნება დამოუკიდებელი ახალი საწარმო, სადაც მინიმუმამდეა დაყვანილი დანახარჯები მისი მცირე სიდიდის გამო.

5. კადრების კვლავწარმოება. სამეცნიერო და ტექნიკური, ზოგადად, ინოვაციური კადრების მომზადება არ უნდა ხდებოდეს უსისტემოდ. ცოდნისა და კომპეტენციის სრულყოფას თან უნდა ახლდეს კადრების გონივრული და ფრთხილი შერჩევა, რადგან ექსტრაორდინალური ნიჭის გამომჟღავნება რთული და უმნიშვნელოვანესი პრობლემაა. სამეცნიერო ელიტის მომზადება უნივერსიტეტებისა და სპეციალიზებული სასწავლებლების გარდა უნდა ხდებოდეს ეროვნულ საინჟინრო დაწესებულებებში.

დასკვნა

ინოვაციური საქმიანობა ეს არის მეცნიერებისა და წარმოების სფეროს დამაკავშირებელი რგოლი, რომელიც ხელს უწყობს მათ ინტეგრაციას. მსოფლიო ეკონომიკის განვითარება ცხადყოფს, რომ 150 ქვეყნიდან, რომლებიც ინოვაციური განვითარების გზაზე დგანან, მხოლოდ 10-15 ქვეყანას შესაძლოა დაერქვას მაღალგანვითარებული. მხოლოდ 7-8 ქვეყანა შეიძლება მივაკუთვნოთ მაღალტექნოლოგიურ ქვეყანათა რიგს, რადგანაც ისინი ინარჩუნებენ პირველობას მაკროტექნოლოგიების წარმოებით. მათ წილად მოდის მსოფლიოში მეცნიერებატევადი პროდუქციის ბრუნვის 92%(აშშ-39%, იაპონია-30%, გერმანია-16%, ჩინეთი-6%). ექსპერტთა აზრით, 2010 წელს მეცნიერებატევადი პროდუქცია მსოფლიო ბაზარზე შეადგენდა 3,5 ტრლნ. დოლარს. აქედან 1,2 ტრლნ. დოლარი მოდის ინფორმაციულ ტექნოლოგიებზე¹. ინოვაციური სტრატეგია წარმატებული ქვეყნების გამოცდილებისა და ცალკეული ქვეყნის ერ-

1 А. В. Барышева, К. В. Балдин, С. Н. Галдицкая, М. М. Ищенко, И. И. Передеряев. Инновации. Москва, 2006 . с. 46.

ოვნიული თავისებურებით უნდა განხორციელდეს. უპირველესი მნიშვნელობა უპირატესად კერძო სექტორის ძალისხმევაზე და სახელმწიფო მხარდაჭერაზე აგებული ინოვაციური სტრატეგიის სინთეზური გამოცდილების გამოყენებას უნდა მიენიჭოს. პირველის მაგალითია «სილიკონის ხეობა» აშშ-ში, რომელიც უახლოესი ინოვაციებით ამარაგებს მთელ მსოფლიოს. სწორედ აქ მოქმედი ინოვაციური ფირმების ფილიალები, ერთობლივი ფირმები ინდოეთში, ჩინეთში, აზიის სხვა ქვეყნებში ასტიმულირებს მათ დაჩქარებულ განვითარებას. მეორის მაგალითია ფინეთი, რომელიც ინოვაციური საქმიანობის ეფექტიანი სახელმწიფო მხარდაჭერის გზით წავიდა და ერთ-ერთ ყველაზე უფრო მაღალგანვითარებულ ქვეყანად გადაიქცა.¹

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. OECD, Measuring Globalization, 2010, p. 16
<http://www.njp.ru/rgnoogen:innovation>, p.2.
<http://www.montteki.ru/>. c.1.
2. ო. შატბერაშვილი, ი. გოგოძე, მრავალდონიანი საინოვაციო პოლიტიკა ევროკავშირში და ევროინტეგრაცია; თბ.2010; 310გვ. (Shatberashvili O, I. Gogodze, multilevel innovation policy in European Union and Euro Integration; Tbilisi, 2010; p. 310)(In Georgian Language);
3. <http://www.mgimo.ru/files/34545/doklad-politolog-1.doc>;
4. А. В. Барышева, К. В. Балдин, С. Н. Галдицкая, М. М. Ищенко, И. И. Передеряев. Инновации. Москва, 2006. с. 46. (In Russian Language);

1 А. В. Барышева, К. В. Балдин, С. Н. Галдицкая, М. М. Ищенко, И. И. Передеряев. Инновации. Москва, 2006 . с. 46.

POSITIVE TENDENCIES OF INNOVATIONS AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

Alexander Khvedeliani

PhD Student of Caucasus International University

RESUME

According to the Organization of Economic Collaboration and Development (OECD), innovation is a transformation of the idea as a market product or service, a new improved process of production or distribution, a new method of social security. The role of innovations has significantly increased in modern economics, as it represents the most important weapon of competition in conditions of market economics. Innovations lead to fall in self-value, prices, increase in income, creation of new demands, flow of money, progress in image of producers of new products, discovery of new markets. Innovational globalization represents one of the most essential factors both at macro and mezzo levels in modern conditions.

Among positive tendencies of economic globalization, first of all, moving to multidimensional development is to be admitted; enhancement of globalization of knowledge, movement to formulation of common educational space. Innovational globalization promotes development of scientific-technical potential of separate countries, formation of modern technological structure in the fields of economics and increase in competitiveness of the production.

Since 1990th two most essential tendencies are noticed in the field of innovational activities of developed countries: firstly, funding of scientific-research works gradually moves from state sector to the private sector, secondly, the role of venture capital in scientific researches and new technologies is increasing more and more.

Keywords: Innovation; Venture investments; Venture Funding; Bio and Nanotechnologies; Innovative economy; Positive tendencies of globalization.

საგანმანათლებლო გარემო და საგანმანათლებლო სივრცე

სოფიო მაჭარაშვილი,
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

თანამედროვე ეპოქა ცოდნის ეპოქად იწოდება. თუ გასულ წლებში ქვეყნის ეკონომიკის ზრდისთვის ძირითად ფაქტორად მატერიალური რესურსები სახელდებოდა, ამ ეტაპზე ადამიანების ინტელექტი, მათი ცოდნა და განათლებულობა სახელდება.

სტატიაში სწორედ ამ საკითხებზეა მსჯელობა. აღნიშნულია გარემოს როლი განათლების მიღებაში და თვითგანათლების უზრუნველყოფაში. სტატიაში ცოდნა განხილულია როგორც კულტურის შენახვის და განვითარების საშუალება. დასაბუთებულია, რომ ცოდნა, განათლებაში ჩადებული კაპიტალი, წარმოების სფეროში დაბანდებულ კაპიტალზე მეტ მოგებას იძლევა.

სტატიაში გამორჩეული ყურადღება აქვს დათმობილი ცოდნის მიღებაში დისტანციურ სწავლებას.

საკვანძო სიტყვები: განათლება; განათლებულობა; საგანმანათლებლო გარემო; საგანმანათლებლო სივრცე; ცოდნა; სწავლება.

შესავალი

ახალი საზოგადოება, რომელშიც ახლა ვიმყოფებით და, რომელმაც ცოდნა კაპიტალად და ეკონომიკის განვითარების ძირითად რესურსად მიიჩნია, ახალ მოთხოვნებს უყენებს მთლიანად განათლების სისტემას. ახლა ის დრო დადგა, როცა სრულიად ახალი, აქამდე არარსებული სტატუსით უნდა გავიაზროთ განათლებული ადამიანი.

თანამედროვე, სწრაფად ცვალებადი გარემო განსწავლული და განათლებული სპეციალისტების დიდ არმიას თხოულობს. ჩვენ თანდათან ვრწმუნდებით იმაში, რომ განსწავლული ადამიანი თვითონ ეფექტურად აგებს თავის ცხოვრებას. მაგრამ ეს

ერთხელ სწავლა, ანუ იმის დაუფლება, რაც სოციუმმა იმ ეტაპზე მისგან მოითხოვა, არ არის საკმარისი, სწავლება მუდმივი პროცესი უნდა იყოს. ადამიანისთვის იგი ისეთივე ბუნებრივი პროცესი უნდა იყოს, როგორც სუნთქვა, კვება, ძილი, დასვენება და სხვ. „ნიგნიერება, – წერს რუსი მეცნიერი ბ. გერშუნსკი, – ადამიანს აძლევს მეტად მაღალ სასტარტო პოტენციალს, რომელიც სწორედ მუდმივად უნდა ივსებოდეს სწავლების უწყვეტი პროცესით“ [1, გვ. 43]. ბ. გერშუნსკის აზრით (და ეს არა მხოლოდ მისი აზრია), ზოგადი განათლება არავისთვის არ უნდა იყოს პრეროგატივა და მისი მიღების შესაძლებლობა ყველა ადამიანს უნდა ჰქონდეს, განურჩევლად მათ შორის არსებული ინდივიდუალური განსხვავებულობებისა“.

განათლების შედეგი არის განათლებულობა. „განათლებულობა არის პიროვნულად აუცილებელ მაქსიმუმამდის დაყვანილი ნიგნიერება“. განათლებულობა გულისხმობს ცხოვრების ყველა საკითხში და ყველა სფეროში ადამიანის ფართო ცოდნას.

განათლებულობას საფუძვლად ნიგნიერება უდევს. პირველი არ არსებობს მეორეს გარეშე, მაგრამ განათლებულობის ცნებას უფრო პიროვნული ხასიათი აქვს, ვიდრე ნიგნიერებას. განათლებულობას ასტიმულებს ადამიანის პიროვნული მიდრეკილებები და სტიმულები. ამიტომ განათლებულობის მიღწევაში გარკვეული წვლილი შეაქვს ადამიანის თვითგანათლებულობას და ინდივიდუალური სწავლების სხვადასხვა ფორმას. ამრიგად, განათლებულობა შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ადამიანის შინაგანი თვისება, რომელიც ვითარდება შიდა და გარე, ობიექტურ და სუბიექტურ ფაქტორთა გავლენით.

ადამიანის სიცოცხლის ცალკეული ეტაპებისთვის შეიძლება ჩამოვაცალიბოთ კულტურული ადამიანის განათლებულობის მინიმუმის და მაქსიმუმის იდეალური მოდელები:

➤ **I ეტაპი** (3 წლიდან – 17 წლამდე): ცოდნის სოციალურად აუცილებელი მინიმუმის მიღება (ოჯახი – სკოლამდელი დანესებულება – სკოლა).

➤ **II ეტაპი** (17 წლიდან – 23 წლამდე) პროფესიის შესწავლა, სპეციალური ცოდნის სოციალურად აუცილებელი მინიმუმის

მიღება (სპეციალური სასწავლო დაწესებულებები).

➤ **III ეტაპი** (22 წლის ასაკის შემდეგ): საკუთარ ინფორმაციულ მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, საკუთარი ცოდნის და შესაძლებლობების – უნარები, ღირსებები და ნაკლოვანებები – შეფასების უნარი.

განათლებულობა ყოველთვის განიხილება, როგორც ფასეულობაზე ორიენტირებული ცოდნა, მაგალითად, განათლებულობის ანტიკური სისტემა აგებული იყო რაციონალურობასა და მოქალაქეობრიობაზე. განათლებულობის ცენტრში იდგა რიტორიკა, ფილოსოფია, ლოგიკა. ერთი სიტყვით, მჭვერმეტყველების ხელოვნება, განათლებულობის ანტიკური სტანდარტი გულისხმობდა არა მხოლოდ ცოდნას, არამედ სხეულის და სულის, და, აგრეთვე, მეტყველების მუდმივ ვარჯიშს. ძველ საბერძნეთში ამას ემატებოდა აქტიური მოქალაქეობრივი პოზიცია, ხოლო შუასაუკუნეების ქრისტიანულ ეპოქაში ჩამოყალიბდა ადამიანი, რომელიც ორიენტირებული იყო საზოგადოებრივ აზრზე.

თანამედროვე გაგებით განათლებულობა შეიცავს [2, გვ. 177]:

- კონკრეტულ საქმიანობაში საჭირო ცოდნასა და უნარებს;
- ინფორმაციული ტექნოლოგიების და უცხო ენების ცოდნას;
- სამედიცინო ცოდნას (ადამიანის ფიზიკური და ფსიქიკური ჯანმრთელობის შენარჩუნებისთვის);
- თვითშემეცნების და ურთიერთობის პრაქტიკის ცოდნას.

უფრო მარტივი განმარტებით „განათლებულობა არის ურთიერთობის, სწავლების, ანალიზის, პროგნოზირების, დაპროექტების, არჩევის და შემოქმედების უნარი“ [3].

სპეციალური განათლების სფეროა პროფესიული კომპეტენტურობა. იგი ადამიანის შრომითი საქმიანობის განსაზღვრულ სფეროზე არის ორიენტირებული. რაღაცა ეტაპზე ყველა ადამიანის წინაშე დგება პროფესიის არჩევის ამოცანა. პროფესიული კომპეტენტურობა, ეს უპირველეს ყოვლისა, არის ფუნქციონალური წიგნიერება, რომლის საჭიროება გარკვეული პროფესიისთვის ისაზღვრება.

განათლებულობის ელემენტები – პასუხისმგებლობა, ახალი

ცოდნის შექმნის მისწრაფება, ზნეობრიობა და სხვა, იმავე დროს ნიგნიერების ელემენტებიცაა.

ადამიანის განათლებულობის და პროფესიული კომპეტენ-ტურობის უმაღლესი გამოვლინებაა კულტურა. სწორედ კულტურის დონეზე ვლინდება ადამიანის ინდივიდუალობა. მეცნიერები კულტურას სხვადასხვანაირად განმარტავენ. მასში მოიაზრებენ ადამიანის განათლებულობასაც და წინგიერებასაც, კრეატიულ აზროვნებას, სინამდვილის აღქმის და გარდაქმნის უნარსაც.

ქირითალი ნაწილი

1. განათლებულობა, რობორც

პიროვნების სტრატეგიული უპირატესობა

დამქირავებელი დაინტერესებულია ყავდეს ისეთი მუშაკი, რომელსაც:

➤ შეუძლია იაზროვნოს დამოუკიდებლად და გადაწყვიტოს სხვადასხვა პრობლემები, ე. ი. ცოდნა გამოიყენოს პრობლემების გადასაწყვეტად;

➤ ჰქოდნეს კრიტიკული და კრეატიული აზროვნება;

➤ ჰქოდნდეს ჰუმანიტარულ მეცნიერებაში სიტყვათა დიდი მარაგი;

➤ სწრაფად ახდენდეს ადაპტირებას შეცვლილ გარემოში;

➤ დამოუკიდებლად შეეძლოს საჭირო ცოდნის შექმნა;

➤ კვალიფიციურად იმუშაოს ინფორმაციასთან;

➤ შეეძლოს დაინახოს რეალური პრობლემები და შეეძლოს მათი გადაჭრის გზების მოძებნა;

➤ შეეძლოს ახალ იდეათა გენერირება;

➤ იყოს კონტაქტური და კომუნიკაბელური, ადვილად გამო-დიოდეს კონფლიქტური სიტუაციებიდან;

➤ დამოუკიდებლად ზრუნავდეს საკუთარი ინტელექტის და კულტურის დონის ასამაღლებლად.

დამქირავებულის ეს თვისებები XXI საუკუნეში შექმნილი ტექნოლოგიების მომხმარებლის თვისებებია. როგორც ამერიკელი მეცნიერი ლ. ტეროუ ნერს, ეს ის ტექნოლოგიაა, რომელმაც

კვალიფიკაცია და ცოდნა მყარი სტრატეგიული უპირატესობის ერთადერთ წყაროდ აქცია.

2. საგანმანათლებლო პარადიგმა

განათლების კლასიკური სკოლა იყენებს ცოდნის ათვისების ასეთ პრინციპს: „ყურადღება – მოსმენა – გაგება – დამახსოვრება – გამეორება“. იგი დაფუძნებულია და მოქმედებს ნორმატიულ-რეპრესიული პრინციპით და განმტკიცებულია „სწორია-არასწორიას“ კრიტერიუმით. აზროვნების კლასიკური ტიპი მოდის მსოფლიოს მექანიკური გაგებიდან და რეალურ შედეგთან მოსალოდნელი შედეგის აუცილებელი თანხვედრის მოცემულობიდან.

ამჟამად, მსოფლიოს ახალი პოსტმოდერნისტული სურათი ყალიბდება, რომლის დროსაც მეცნიერების ნიშნებია:

- მრავალ კონცეფციათა თანაარსებობა;
- ჰიპოტეტურობა;
- შედეგების არაერთგვაროვანი ინტერპრეტიცია;
- აღქმის მეცნიერულ და არამეცნიერულ ფორმების დაახლოება;
- მეტაფორულობა.

ამჟამად, ყურადღების ცენტრში საზოგადოების (და ცალკეული ადამიანის) პრობლემებია. ცოდნა განიხილება, როგორც კულტურის შენახვის, კვლავწარმოების და განვითარების საშუალება, ცოდნა ხდება კაპიტალი. კრიტერიუმი „სწორია-არასწორიას“ ნაცვლად, წინ წამოინია „სასარგებლოა – ეფექტურია – არამავენეას“ კრიტერიუმმა. სრულიად ნათელი ხდება, რომ საზოგადოების მომავალი ცოდნის რაოდენობაზე კი არ არის დამოკიდებული, არამედ კულტურის დონეზე და არასტანდარტულ სიტუაციებში ადამიანების ორიენტაციის უნარზე.

პოსტკლასიკური განათლება გულისხმობს ინდივიდში ისეთი სოციალურ-ეკონომიკური, სოციალ-სტატისტიკური და სოციალ-ფსიქოლოგიური ნიშნების პოვნის და ათვისების უნარს, რომელიც მას დაეხმარება საკუთარი თავის რეალიზაციაში და თავს იგრძნობს ბედნიერად (უკიდურეს შემთხვევაში უბედური არ იქნება). პიროვნებისთვის საგანმანათლებლო პროცესი უნდა

იყოს შემოქმედებითი პროცესი. მან თავისი განათლებულობა და თვითაღზრდა თვითგანათლებით უნდა უზრუნველყოს. ამრიგად, საზოგადოების განვითარების ამ ეტაპზე აქტუალური ხდება თვითმენეჯმენტის ის კომპონენტი, რომელსაც თვითგანათლება ეწოდება. ცხადია, ყველა ქვეყანაში ის ერთიან საგანმანათლებლო ჩარჩოში უნდა განხორციელდეს.

3. საგანმანათლებლო გარემო და საგანმანათლებლო სივრცე

სოციალური საგანმანათლებლო გარემო უნდა წარმოვიდგინოთ, როგორც საზოგადოების კულტურის ჰორიზონტალური სტრუქტურა და ინფორმაციული სისტემა, რომელიც თვითორგანიზების პრინციპით ფუნქციონირებს. სოციალურსაგანმანათლებლო გარემოს წარმოქმნის ფორმირების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს უმაღლესი განათლების შემდგომი უწყვეტი განათლება წარმოადგენს [4, გვ. 30].

სამეცნიერო გამოკვლევებში საგანმანათლებლო სივრცე სხვადასხვანაირად არის განმარტებული. გამოკვლევების ნაწილში იგი ვრცელდება ქალაქზე, რეგონზე, ქვეყანაზე და რიგ შემთხვევებში, მთელ მსოფლიოზე. ასეთი გაგებით, საგანმანათლებლო სივრცე განათლების სისტემას უთანაბრდება. სხვა გამოკვლევებში მას ემატება ბავშვის და ზრდადასრულებულის ურთიერთობა, ზოგან საგანმანათლებლო სივრცე საგანმანათლებლო გარემოს ემთხვევა და ა. შ.

საგანმანათლებლო სივრცე გარკვეული ზომით მართლაც იკავებს საგანმანათლებლო გარემოს ნაწილს, მაგრამ საგანმანათლებლო სივრცე არ არის საგანმანათლებლო გარემო. ეს არის განათლების პროცესის ფორმა, კერძოდ, საგანმანათლებლო გარემოსა და განათლების მიმღებ ადამიანის ურთიერთობა.

საგანმანათლებლო სივრცის განმასხვავებელი ის არის, რომ მის ფორმირებაზე გავლენას ახდენენ არა მხოლოდ რეალური საგანმანათლებლო მოვლენები (რომლებიც უკვე ხდება), არამედ ისინიც, რომლებიც ჯერ არ ხორციელდება, და, მხოლოდ საგანმანათლებლო პროცესის სუბიექტების გონებაშია.

ცნება „საგანმანათლებლო სივრცე“ ობიექტურ და სუბიექტურ სიბრტყეზე განიხილება. საგანმანათლებლო სივრცის ობიექტური ხასიათი ასახავს მისთვის ცოდნის აბსოლუტური ხასიათის მინიჭებას, სუბიექტური ხასიათი კი ასახავს მისთვის საგანმანათლებლო პროცესის კონკრეტული სუბიექტის მინიჭებას.

საგანმანათლებლო სივრცე ხასიათდება საგანმანათლებლო მომსახურების მოცულობით, საგანმანათლებლო ინფორმაციის სიმძლავრით და ინტენსიურობით, საზოგადოების საგანმანათლებლო ინფრასტრუქტურით.

4. სოციალური და ინდივიდუალური საგანმანათლებლო სივრცე

სოციალური საგანმანათლებლო სივრცის ქვეშ იგულისხმება ინდივიდუალური და კოლექტიური საგანმანათლებლო სივრცის შესაქმნელად საჭირო ადგილების რაოდენობა. იგი ადგენს საგანმანათლებლო გარემოში შესვლის და საგანმანათლებლო პროცესში ურთიერთობის წესებს და მეთოდებს.

სოციალურ-საგანმანათლებლო სივრცის ორგანიზაციის ფორმა არის საგანმანათლებლო დაწესებულებები. ისინი ქმნიან ნორმებს და წესებს და არეგულირებენ განათლებას, რომელიც თავის მხრივ, განსაზღვრავს პიროვნების საგანმანათლებლო სივრცეს.

პიროვნების საგანმანათლებლო სივრცე მოიცავს გარემოსთან სწავლების ადაპტაციის ტექნოლოგიას, ტექსტების ალგორითმიული ათვისების ტექნოლოგიას, აზროვნების ვიზუალიზაციას, თავის ტვინის ორივე ნახევარსფეროს მუშაობის აქტივიზაციის ტექნოლოგიას, ცოდნის თვითკონტროლს და სხვ.

მუშაობის აქტიურ ფორმებს, რომლებიც უნდა ჩაისახოს ინდივიდუალურ საგანმანათლებლო სივრცეში, მიეკუთვნებიან:

- სიტუაციური ანალიზი;
- ოპერატიული თამაშები, ტრენინგები, ტესტები;
- გეგმების, კონსპექტების, დღიურების შედგენა;
- საკლუბო საქმიანობა, ადამიანებთან კონტაქტი;
- ინფორმაციასთან მუდმივი წვდომა.

5. უწყვეტი და დისტანციური სწავლების სისტემა

თანამართლები ადამიანის სწავლების პროცესი არ მთავრდება სკოლით, კოლეჯით და უმაღლესი სასწავლებლით. სწრაფად ცვლად გარემოში ადამიანების ადაპტირებისთვის მუდმივი, უწყვეტი სწავლა საჭირო. მისი ერთ-ერთი სახეა დისტანციური სწავლება.

დისტანციური სწავლება ნებისმიერ მანძილზე ხორციელდება. მისი მიზანი არის ადამიანის ზნეობრივი და ინტელექტუალური განვითარება. მას საფუძვლად უდევს ადამიანის ინიციატივა ისწავლოს დამოუკიდებლად.

დისტანციური სწავლების გარემოში მოსწავლე და მასწავლებელი სივრცეში (და შეიძლება დროშიც) ურთიერთდაშორებულნი არიან. ამის მიუხედავად, მათ კომპიუტერული ტექნოლოგიების მეშვეობით ურთიერთობა შეუძლიათ.

სწავლების ტრადიციულ სისტემისგან განსხვავებით, დისტანციური სწავლება მოსწავლეს საშუალებას აძლევს შეიმუშავოს ინდივიდუალური სწავლების ტრაექტორია (შიდა და გარე გარემოს პირობების გათვალისწინებით), მისთვის სასურველ, კომფორტულ რეჟიმში. დისტანციური სწავლების განმასხვავებელი ნიშნებია: მოქნილობა, ადაპტაცია, მოდულობა, ეკონომიკური ეფექტიანობა, მომხმარებელზე ორიენტაცია, კომუნიკაციური და ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება.

ამჟამად არსებობს დისტანციური სწავლების ისეთი საშუალებები, როგორცაა: ორმხრივი ვიდეოტელეკონფერენცია, ვიდეო და აუდიო კასეტები, კომპიუტერული პროგრამები, სასწავლო კურსების ტრანსლიაცია რადიო-ტელევიზიით და ა. შ.

ყველაზე მეტად გავრცელებულია დისტანციური სწავლების შემდეგი მოდელები:

1. ექსტერნად დაუსწრებელი სწავლება იმ პირთათვის, რომელთაც ამა თუ იმ მიზეზით არ შეუძლიათ დასწრებულზე სწავლება;
2. სტუდენტობის მანძილზე უნივერსიტეტული სწავლება ინფორმაციული ტექნოლოგიების მეშვეობით. სტუდენტებს ეძლევათ აუდიო და ვიდეო კასეტები, RON-დისკები, რომლებზეც უნივერსიტეტის წამყვანი სპეციალისტების ლექციებია ჩანერილი;
3. უნივერსიტეტთაშორისო სწავლება. ასეთ დროს სასწავლო

პრიგრამები კეთდება ერთობლივად, ლექციებიც მუშავდება ერთობლივად, და, ამდენად, ისინი უფრო ხარისხიანია;

4. მუდმივმედიური კურსები. ასეთი კურსები სპეციალურად იქმნება დისტანციური სწავლების მოსაწყობად. კურსებზე არამხოლოდ სწავლება ხდება, არამედ ატესტაციაც;

5. ავტომატურად მომუშავე სისტემები. ამ შემთხვევაში სწავლება მიმდინარეობს ტელეხედვით, CR-RON-დისკებით და დამატებით – დაბეჭდილი დამხმარე მასალით;

6. მულტიმედიურ პროგრამებზე დაფუძნებული არაფორმალური ინტეგრირებული სწავლება.

7 ვირტუალურ-ტრენინგული სწავლება. ამ დროს სწავლება ხორციელდება სტადიებად იმის გათვალისწინებით, თუ მოსწავლე რა ასაკისაა, რა წინა ცოდნას ფლობს, როგორია მისი ოჯახური მატერიალური მდგომარეობა და ა. შ. სწავლების ტექნიკური საშუალებების ამორჩევაც ამ ნიშნებზეა დამოკიდებული.

დისტანციური სწავლების ნებისმიერი ფორმის ეფექტიანობა ისაზღვრება:

- გამოყენებული საგანმანათლებლო ტექნოლოგიის ხარისხით;
- სასწავლო მასალის სტრუქტურული ორგანიზაციით;
- მეთოდური მასალების და მათი რეალიზაციის მეთოდების ეფექტიანობით;
- ცოდნის შემონახვის სისტემის ეფექტიანობით.

დასკვნა

წინამდებარე სტატიაში განვიხილეთ ადამიანებისთვის ზოგადად განათლებულობის მნიშვნელობა და გავაკეთეთ დასკვნა, რომ საზოგადოების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე განათლებულობა არის ადამიანების სტრატეგიული უპირატესობა. ეს არ ეხება მხოლოდ უმაღლეს განათლებას, არამედ, ეს ეხება სკოლასაც, კოლეჯსაც და თვითგანათლებასაც. ამის მიუხედავად, ყველაზე მაღალ საფეხურზე მაინც უმაღლესი განათლება დგას და თითოეული ქვეყნის მთავრობა უნდა ცდილობდეს შეუქმნას თავის მოსახლეობას უმაღლესი განათლების მიღების სათანადო გარემო.

ლიტერატურა:

1. Гершинский Б., Философия образования, М., 1998.
2. Маркова О., Образованность в системе ценностей культуры современного человека, сборник материалов международного симпозиума, Зугдиди, 2004.
3. www.anovikov.ru
4. Вернев А., Шагаев И., От образовательных сред к образовательному пространству, М., 1998.

REFERENCES:

1. Gershunski B., Education Philosophy Moscow 1998 .
2. Markova O Education in Culture Value System of Modern man, collection of materials of International Symposium Zugdidi 2004.
3. www.anovikov.ru
4. Vernev A. Shagaev I. From the Education Environment to Educational Space Moscow 1998.

EDUCATIONAL ENVIRONMENT AND SPACE

Sophio Macharashvili

PhD Student of GTU

RESUME

The modern era is called the knowledge era. If in previous years, the material resources were considered as the main factor for country's economic growth in this stage the human intelligence, their knowledge and education has been enhanced.

The article "the Educational Environment and Space" concerns those issues. The role of environment in education and self-accusation are emphasized. The knowledge is considered in the article as the mean for culture storage and development. It is proved that education investments give more profit than the capital invested in production.

In the article the special attention is paid to the distance learning.

Keywords: Education, Enlightenment, Educational Environment; Educational Space and Service; Knowledge and Teaching.



**ბანკის პასიური და აქტიური
ოპერაციები, კრედიტის
განსაკუთრებული ფორმები**

ლელია დოლიძე
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

სტატიაში **გამოკვლეულია**, რომ საბანკო სისტემა საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ ურთულეს და აუცილებელ სფეროს წარმოადგენს და იგი უშუალო ზემოქმედებას ახდენს საბაზრო ეკონომიკის პრაქტიკულად ყველა სფეროზე. **დაკონკრეტებულია** ბანკის პასიური, ანუ რესურსების ფორმირების და აქტიური, ანუ მობილიზებული რესურსების განთავსების ოპერაციების ნუსხა, სადაც მითითებულია, რომ ბანკის საკრედიტო ოპერაციები ბანკის აქტიური ოპერაციების საფუძველს წარმოადგენს. **დაზუსტებულია**, რომ კომერციული ბანკი ერთადერთი სუბიექტია, რომელიც ყოველდღიური ბალანსის შედგენა უწევს; ერთადერთი იურიდიული პირია, რომელიც საკუთარ საქმიანობას უმეტესწილად მოზიდული რესურსების ხარჯზე ახორციელებს; ერთადერთი სისტემაა, სადაც ახალი უნაღლო ფულადი მასის შექმნა არის შესაძლებელი და ერთადერთი სფეროა, სადაც ერთი და იგივე ფულადი მასის ჯერადად გამოყენების შესაძლებლობა არსებობს.

საკვანძო სიტყვები: ლიზინგური ოპერაცია; ფაქტორინგული ოპერაცია; ფორფეიტინგული ოპერაცია.

შესავალი

დასაწყისიდანვე აღვნიშნავთ, რომ **საბანკო სისტემა საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ ურთულეს და აუცილებელ სფეროს წარმოადგენს**, რომელიც განვითარების თავისებურებებით

ხასიათდება და მთლიანად ეკონომიკური სისტემის ქმედითუნარიანობას განსაზღვრავს. იგი უშუალო ზემოქმედებას ახდენს საბაზრო ეკონომიკის პრაქტიკულად ყველა სფეროზე, განსაზღვრავს მის მიმართულებებს და ტრანექტორიებს. ამავე დროს საბანკო სისტემა, გარკვეული მოსაზრებით, ცალკე ავტონომიურ «სამყაროს» წარმოადგენს, რომელსაც განვითარების საკუთარი სპეციფიკური კანონზომიერებები ახასიათებს. თანამედროვე უნივერსალური კომერციული ბანკი: ერთადერთი სუბიექტია, რომელსაც ყოველდღიური ბალანსის შედგენა უწევს, ერთადერთი იურიდიული პირია, რომელიც საკუთარ საქმიანობას უმეტესწილად მოზიდული რესურსების ხარჯზე ახორციელებს, ერთადერთი სისტემაა, სადაც ახალი უნაღდო ფულადი მასის შექმნა არის შესაძლებელი და ერთადერთი სფეროა, სადაც ერთიდაიგივე ფულადი მასის ჯერადად გამოყენების შესაძლებლობა (მულტიპლიცირების პროცესი) არსებობს.

ძირითადი ტიქსტი

1. ბანკის პასიური, ანუ საბანკო რესურსების ფორმირების ოპერაციები. ბანკის რესურსებს წარმოადგენენ მის განკარგულებაში არსებული სახსრები. ისინი საკუთარ და მოზიდულ სახსრებად დაიყოფა.

ბანკის განვითარების ფინანსურ ბაზას საკუთარი კაპიტალი წარმოადგენს. იგი კრედიტორებზე და მეანაბრებზე ზარალისა და ბანკის გაკოტრების წარმოშობის შემთხვევაში, საკომპენსაციო გადახდების განხორციელების შესაძლებლობას იძლევა.

ბანკის საკუთარ სახსრებს მიეკუთვნებიან: საწესდებო (აქციონერული) და სარეზერვო კაპიტალი, გაუნაწილებელი მოგება და სხვა სპეციალური ფონდები.

აქციონერული კაპიტალის (საწესდებო ფონდი) ფორმირება ბანკის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმაზე დამოკიდებული. საწესდებო ფონდი დამფუძნებლების შენატანებისაგან ფორმირდება. მისი სიდიდე, ფორმირების წესი და ცვლილებე-

ბი ბანკის წესდებით რეგლამენტირდება. საწესდებო ფონდი დამფუძნებლების ვალდებულებების უზრუნველყოფას ემსახურება.

საწესდებო (აქციონერულ) კაპიტალში შენატანები შეიძლება ფულად სახსრებისა და მატერიალური აქტივების (დაუმთავრებელი მშენებლობის გამოქვითვით) სახით იყოს განხორციელებული. მასში მოზიდული ფულადი სახსრების გამოყენება დაუშვებელია. საკრედიტო ორგანიზაციის საწესდებო კაპიტალში არამატერიალური აქტივების შეტანა არ შეიძლება.

საწესდებო (აქციონერული) კაპიტალის ფორმირების ერთ-ერთ ხერხს წარმოადგენს კონვერტირებადი ობლიგაციების გადაცვლა აქციებზე. **საწესდებო (აქციონერული) კაპიტალი შეიძლება ბანკის საკუთარი სახსრების ხარჯზე, აქციებში მათი ტრანსფორმაციის გზით იქნას გაზრდილი. აღნიშნულ ოპერაციას კაპიტალიზაციას უწოდებენ.** კაპიტალიზაციის წყაროები (აქციონერების გადაწყვეტილებით) შეიძლება იყოს სარეზერვო და სხვა ფონდები, ნომინალური ღირებულების ზევით აქციების პირველადი გაყიდვიდან ამონაგები, ძირითადი ფონდების გადაფასებიდან სახსრები, გაუნაწილებელი მოგება და სხვები.

საბანკო საქმეში ცნება **«საბანკო კაპიტალის საკმარისობა»** საკმაოდ ფართედ გამოიყენება. საერთაშორისო საბანკო თანამეგობრობამ საბანკო კაპიტალის საკმარისობის მთავარ გამავრცობელ მაჩვენებლად **«რისკიანი აქტივების კოეფიციენტი»** აღიარა. აღნიშნული კოეფიციენტი თავისთავად კაპიტალისა და რისკის გათვალისწინებით შენონილი აქტივების ჯამს შორის თანაფარდობას წარმოადგენს:

$$k = K / A,$$

სადაც: **K** — არის ბანკის კაპიტალი;

A — არის ბანკის აქტივები, შენონილი რისკის ხარისხის გათვალისწინებით.

საერთაშორისო საბანკო რეგულირებასა და ზედამხედველობის ბაზელის კომიტეტის გადაწყვეტილებით **საკრედიტო ორგანიზაციებისათვის კაპიტალის საკმარისობის მაჩვენებ-**

ლის მნიშვნელობა 8%-ის სიდიდით არის დადგენილი.

სარეზერვო ფონდი საბანკო ოპერაციების მიხედვით შესაძლო ზარალის გადაფარვისათვის არის საჭირო. ფონდის სახსრები შეიძლება ობლიგაციებთან და პრივილეგირებულ აქციებთან მიმართებაში გადახდის წყაროდ იქნას გამოყენებული. მისი სიდიდე ბანკის წესდებით განისაზღვრება. სარეზერვო ფონდის ფორმირების წყაროს მოგებიდან ანარიცხები წარმოადგენენ.

სარეზერვო ფონდის გარდა ბანკებს სხვა სპეციალური ფონდების შექმნაც შეუძლიათ, მაგალითად: «ძირითადი საშუალებების ცვეთა», რომელიც ამორტიზაციული დარიცხვების გზით წარმოიქმნება; სტიმულირების ფონდები (წარმოიშობიან მოგებიდან) და სხვები.

გაუნაწილებელი მოგება — არის მოგების ნაწილი, რომელიც დივიდენდების გადახდისა და სარეზერვო ფონდში დარიცხვების შემდეგ რჩება.

ბანკის რესურსების საერთო მოცულობაში საკუთარი კაპიტალი, როგორც წესი, 10%-ზე მეტი არ არის, თუმცა იგი ბანკის ფუნქციონირების მდგრადი სტაბილურობის უზრუნველყოფის საფუძველია. ბანკების რესურსების ძირითადი ნაწილი უშუალოდ მოზიდული სახსრებით (ფულად სახსრებში მთლიანი მოთხოვნილების 90%-მდე) ფორმირდება.

პასიური ოპერაციების მეშვეობით ბანკები საკუთარი რესურსების ფორმირებას ახორციელებენ. ბანკები სახსრებს იზიდავენ: ანაბრებისა და დეპოზიტების მიღებით; საანგარიშსწორებო, მიმდინარე და სხვა ანგარიშების გახსნითა და მომსახურებით; სხვა ბანკებიდან კრედიტების მიღებით; სხვადასხვა ფასიანი ქაღალდების ემისიით; აგრეთვე სხვა სახეობის ოპერაციების განხორციელების გზით. პასიური ოპერაციები პირველადია აქტიურ ოპერაციებთან მიმართებაში.

ანაბრები (დეპოზიტები) — არის ბანკში მათი მესაკუთრეების მიერ გარკვეული პირობებით განთავსებული დროებით თავისუფალი ფულადი სახსრები, რომლებიც ბანკების ძირითად პასიურ ოპერაციებს წარმოადგენენ.

დეპოზიტური სერთიფიკატი — არის ბანკის წერილობითი მონშობა ფულის შეტანის შესახებ, რომელიც დადგენილი ვადის დასრულებისას ანაბრის თანხისა და მასზე დარიცხული პროცენტების მოღებაზე მეანაბრის უფლების დამადასტურებელ საბუთს წარმოადგენს. დეპოზიტური სერთიფიკატი ვადიანი ანაბრის ნაირსახეობას წარმოადგენს და იგი მხოლოდ იურიდიულ პირებზე გაიცემა. დეპოზიტური სერთიფიკატის მიხედვით უფლება შეიძლება სხვაზეც იქნას გადაცემული. ფიზიკურ პირებზე მხოლოდ საშემნახველო სერთიფიკატები გაიცემა.

საკრედიტო რესურსების ბაზრის მნიშვნელოვან სეგმენტს — **ბანკთაშორისი ბაზარი** წარმოადგენს, სადაც სხვა საკრედიტო დაწესებულებების მიერ მობილიზებული ფულადი სახსრები იყიდება. კომერციული ბანკებისათვის აღნიშნული არის ნასესხები საკრედიტო რესურსების ძირითადი წყარო. მისი მეშვეობით ბანკის გადახდისუნარიანობის მხარდაჭერა და ვალდებულებების შესრულების უზრუნველყოფა ხორციელდება. საკრედიტო რესურსების მიწოდება საკორესპონდენტო ურთიერთობების ჩარჩოებში ინარმოება.

კომერციულ ბანკებს **ცენტრალიზებული საკრედიტო რესურსების** მიღებაც შეუძლიათ. ცენტრალური ბანკის კრედიტები რეფინანსირების სახით კომერციულ ბანკებზე გაიცემა.

2. ბანკის აქტიური, ანუ მობილიზებული რესურსების განთავსების ოპერაციები. აქტიური ოპერაციების მეშვეობით ბანკები შემოსავლების მიღების მიზნით მობილიზებული რესურსების განთავსებას ახორციელებენ.

კომერციული ბანკების აქტიური ოპერაციების სტრუქტურაა: საკრედიტო (ფაქტორინგული და ლიზინგური გარიგებების ჩათვლით); ინვესტიციები ფასიან ქალაქებში; ნაღდი ფულის სალაროს ოპერაციები; შენობები, მონყობილობები და სხვები. აქტივების ხარისხი განისაზღვრება მათი ლიკვიდობით, შემოსავლები მომტანი აქტივების მოცულობით, რისკიანი აქტივების მოცულობით.

საკრედიტო ოპერაციები ბანკის აქტიური ოპერაციების

საფუძველს წარმოადგენენ და მათი გაცემა საკრედიტო ხელშეკრულებით ფორმდება. კლიენტის კრედიტუნარიანობას, საკრედიტო ისტორიას და კრედიტის უზრუნველყოფას მნიშვნელოვანი ყურადღება ეთმობა. უზრუნველყოფის სახეობა საპროცენტო განაკვეთის განსაზღვრისათვისაც არის მნიშვნელოვანი. რამდენად მაღალია რისკის ხარისხი და დაბალია უზრუნველყოფის ხარისხი, იმდენად ძვირია კრედიტი.

საინვესტიციო საქმიანობა ბანკის მნიშვნელოვან აქტიურ ოპერაციას წარმოადგენს. ინვესტიორების როლში გამოსვლით ბანკები სახსრებს ფასიან ქალაქებში (აქციებში, ობლიგაციებში, სახელმწიფო სავალო ვალდებულებებში, თამასუქებში) აბანდებენ. თამასუქებთან მიმართებაში აქტიურ ოპერაციებს მიეკუთვნებიან: დისკონტური (სააღრიცხვო) ოპერაციები, საკრედიტო ოპერაციები აქციებთან მიმართებაში, სათამასუქო მინდობილობის გაცემა, ინკასირება და სხვები.

ფასიან ქალაქებში სახსრების ინვესტირებით, ბანკებს შემოსავლების მიღებისა და საკუთარი აქტივების ლიკვიდობის უზრუნველყოფის მიზანი გააჩნიათ. **ლიკვიდობის ქვეშ გაიგება**, საკუთარი ფინანსური ვალდებულებების დაფარვის მიზნით, საკუთარი აქტივების ნაღდ ფულად გარდაქმნასთან მიმართებაში ბანკის შესაძლებლობა. **გადახდისუნარიანობის ქვეშ გაიგება** საკუთარი ვალდებულებების თავისდროულად დაფარვის შესაძლებლობა. გადახდისუნარიანობა შეუძლებელია ლიკვიდობის გარეშე.

ლიკვიდობის ხარისხის მიხედვით ბანკის ყველა აქტივები იყოფა შემდეგ ჯგუფებად:

- ლიკვიდური აქტივები (სალაროში ნაღდი ფულის ნიშნები, საგადასახადო სახსრების რეზერვები ანგარიშებზე ცენტრალურ ბანკში, სახსრები სხვა ბანკებში საკორესპონდენტო ანგარიშებზე, საიმედო თამასუქები და სხვები);
- აქტივები, რომლებიც შეიძლება ერთი თვის განმავლობაში ნაღდ ფულად იქნას გარდაქმნილი (ბირჟაზე დარეგისტრირებული ფასიანი ქალაქები, არამატერიალური აქტივები და სხვა ფასეულობები);

- არალიკვიდური აქტივები (ვადაგადაცილებული სესხები, ბანკის ძირითადი (საშუალებები და სხვები).

ბანკის აქტიური საქმიანობის მნიშვნელოვანი მხარეა საკუთარი კლიენტების მკაფიო და თავისდროული **სალაროს მომსახურება**. სალაროს ოპერაციები მოიცავენ ნადი ფულადი სახსრების მიღებას, გაცემას და შენახვას. ნადი ფულის მიღებისა და გაცემისათვის ბანკებში არსებობს შემოსავლის, ხარჯვისა და სალამოს სალაროები, აგრეთვე გადათვლის სალაროები. ცენტრალური ბანკი, ფლობს რა ნადი ფულის ემისიის მონოპოლიურ უფლებას, კომერციული ბანკების სალაროს მომსახურებასაც ახორციელებს. ამ მიზნისათვის ცენტრალური ბანკის სისტემაში საანგარიშსწორებო-სალაროს ცენტრი (სსც) არის შექმნილი.

დანარჩენმა აქტიურმა ოპერაციებმაც ბანკს შეიძლება საკმაოდ მნიშვნელოვანი შემოსავალი მოუტანოს. ასეთი ოპერაციების რიცხვს მიეკუთვნებიან: ოპერაციები უცხოურ ვალუტებთან, სატრასტო, საანგარიშსწორებო, აგენტურული და სხვა ოპერაციები.

3. კრედიტის განსაკუთრებული ფორმებით ფინანსური მომსახურებები. საბანკო მომსახურების ბაზარზე კონკურენცია კომერციული ბანკების მიერ განხორციელებადი მომსახურების სპექტრის გაფართოებას ობიექტურად უწყობს ხელს. საბანკო მომსახურების კომპლექსში შეიძლება გამოიყოს: **ფაქტორინგული, ფორფეიტინგული, ლიზინგური და სატრასტო ოპერაციები**. მითითებული მომსახურებები, ბოლო სახეობის გარდა, აქტიურ სასესხო ოპერაციების ჯგუფში ჩაირთვებიან.

ა) ფაქტორინგი (ინგლისური სიტყვა factor — აგენტიდან, შუამავლიდან გამომდინარეობს) XIX საუკუნის ბოლოს აშშ-ში წარმოიშვა. აღნიშნული არის ბანკის (ფაქტორინგული კომპანიის) საკომისიო-საშუამავლო საქმიანობა, რომელიც მომწოდებლის საგადასახადო მოთხოვნების გამოსყიდვასთან (გადათმობასთან) არის დაკავშირებული. სავაჭრო-საკომისიო ოპერაცია აქ დაკრედიტებასთან არის შეხამებული და მოთხოვნები, რო-

გორც წესი, მიიღება მოკლევადიანები.

ბ) ფორფეიტინგი (ფრანგული სიტყვიდან «a forfait») — უფლებებზე უარის თქმა) დასავლეთ ევროპაში XX საუკუნის 60-იანი წლების დასასრულს წარმოიშვა. იგი ყველაზე ახალი სახეობის კრედიტის ფორმად ითვლება. აღნიშნული არის საქონელის მომავალში მიწოდების მიხედვით მყიდველზე დასაფარავი მოთხოვნის ვალდებულებების შექმნა. გამყიდველად ამ შემთხვევაში ჩვეულებრივად ექსპორტიორი გამოდის. დასავლეთ ევროპელი ექსპორტიორებისათვის აღნიშნული ოპერაცია სამრეწველო პროდუქციის იმპორტირების მოთხოვნებზე ტრადიციული კომერციული კრედიტის (თამასუქის) ვადების გახანგრძლივებას ეხმაურება.

გ) ლიზინგი — ინგლისური სიტყვა **lease** — არენდიდან, გიროში გადაცემიდან არის წარმოებული. ლიზინგი ასევე წარმოდგენილია როგორც გრძელვადიანი არენდა შემდგომი შესაძლო გამოსყიდვით. მაგრამ აღნიშნული უბრალო არენდა არ არის. დაკრედიტის ძირითადი პირობები: ვადიანობა, ფასიანობა და დაბრუნებადობა — ლიზინგისადმისაც არის გამოყენებადი. ლიზინგის პირობებში ასევე პროცენტებთან ერთად ძირითადი ვალის დაბრუნება არის საჭირო. ლიზინგური კომპანიის მიერ მონყობილობა შეიძლება გრძელვადიანი დაკრედიტის პირობებზე (ვადიანობა, ფასიანობა, დაბრუნებადობა) მომხმარებელზე იქნას მიწოდებული, ანუ კრედიტი გაიცემა ქონებით. ლიზინგი ასევე შეიძლება საინვესტიციო ურთიერთობების განსაზღვრის ქვეშაც იქნას განხილული. ლიზინგი საარენდო ურთიერთობების ერთ-ერთ სახეობასაც წარმოადგენს. ლიზინგი, საბოლოო ჯამში, შეიძლება ეკონომიკურ-სამართლებრივი ურთიერთობების მთლიანი კომპლექსის სახითაც იქნას განხილული.

დ) ტრასტი (ინგლისური სიტყვიდან **trust** — ნდობა) — მხარეებს შორის ნდობით ურთიერთობებს ითვალისწინებს. ტრასტი კლიენტის სასარგებლოდ მეორე მხარის საკუთრების განკარგვის ფორმას წარმოადგენს. ნდობითი მართვა — არის ნდობაზე დაფუძნებული სავალდებულო უფლების ინსტიტუტი.

სატრასტო ურთიერთობებს მიეკუთვნება საწარმოს ქონების გაერთიანება, რომელიც ტრასტის სიტყვის ქვეშ არის ცნობილი. ამ შემთხვევაში ტრასტი (ტრესტი) თავისთავად ეკონომიკურ გაერთიანების ფორმას წარმოადგენს, რომლის ჩარჩოებში მონაწილეები სამეწარმეო, კომერციულ და იურიდიულ დამოუკიდებლობასაც კი კარგავენ.

ზემოთაღნიშნულიდან გამომდინარე შემდეგი სახის ძირითადი დასკვნების გაკეთება არის შესაძლებელი:

- დაკონკრეტებულია, რომ საბანკო სისტემა თავისთავად საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ ურთულეს და აუცილებელ სფეროს წარმოადგენს, რომელიც უშუალოდ ზემოქმედებს ეკონომიკის პრაქტიკულად ყველა სფეროზე. ამასთან, იგი ცალკე ავტონომიური «სამყაროა», რომელსაც განვითარების საკუთარი სპეციფიკური კანონზომიერებები ახასიათებს.

- დაზუსტებულია, რომ კომერციული ბანკი ერთადერთი სუბიექტია, რომელსაც ყოველდღიური ბალანსის შედგენა უწევს; ერთადერთი იურიდიული პირია, რომელიც საკუთარ საქმიანობას უმეტესწილად მოზიდული რესურსების ხარჯზე ახორციელებს; ერთადერთი სისტემაა, სადაც ახალი უნაღდო ფულადი მასის შექმნა არის შესაძლებელი და ერთადერთი სფეროა, სადაც ერთი და იგივე ფულადი მასის ჯერადად გამოყენების შესაძლებლობა (მულტიპლიცირების პროცესი) არსებობს.

- აღნიშნულია, რომ ბანკის პასიური ოპერაციები — არის ოპერაციების (ხერხების, წესების, მეთოდების) ერთობლიობა, რომელთა მეშვეობით ბანკის რესურსების ფორმირება ხორციელდება, ხოლო აქტიური ოპერაციები კი — ბანკის საკუთარი და მოზიდული სახსრების განთავსება შემოსავლების მიღების მიზნით.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ხანთაძე გ., ცაავა გ. – საბანკო ოპერაციები (სახელმძღვანელო). – თბილისი, გამომცემლობა შპს «ნიგნის სახელოსნო», 2012. – 400 გვ.

2. Панова Г.С. – Кредитная политика коммерческого банка. – Москва: ДИС, 1997.

REFERENCES:

1. Khantadze G., Tsaava G. – Banking operations (Textbook) - Tbilisi Publishing Ltd. “ Tsignis Sixelosno “, 2012. – 400 p. (In Georgian language);

2. Panova GS – The Credit Policy of the Commercial Bank- Moscow: DIS 1997. (In Russian language);

**THE PASSIVE AND ACTIVE OPERATIONS
OF THE BANK, THE PARTICULAR FORMS OF CREDIT**

Leila Dolidze

PhD Student of GTU

RESUME

The banking system is one of the most complex and scope of the market economy, which almost directly affects all sectors of the economy. At the same time, it is a separate stand-alone “universe”, which is characterized by its own specific laws.

Only commercial bank is making daily a balance, the only system where you can create new non-cash money and the only area where it is possible to use a few times and money (replicating processes).

That passive operations of the bank — a set of operations (methods, rules, methods), through which the formation of their own and borrowed resources of the bank and the active operations of the bank — is placing their own and borrowed funds of the bank in order to generate revenue.

Keywords: Leasing transaction, Factoring transaction, Forfeiting transaction.

სარეკლამო კომპანიების კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგება

თამარი ლაშხიძე
სტუ დოქტორნტი

რეზიუმე

განხილულია კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედგენის მიზანი, რაც გამოიხატება — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია. შეთავაზებულია კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვასთან დაკავშირებული განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით.

საკვანძო სიტყვები: ფინანსური ინფორმაცია, სარეკლამო ჯგუფი, ნაერთი ბუღალტრული ანგარიშგება.

შესავალი

ფინანსური ინფორმაციის ანალიზისთვის მთლიანად სარეკლამო ჯგუფში დიდი მნიშვნელობა აქვს კონსოლიდირებულ აღრიცხვას. კონსოლიდირებული ანგარიშგება, თავის მხრივ, წარმოადგენს ორი ან მეტი ერთმანეთთან დაკავშირებული სარეკლამო კომპანიების გაერთიანებულ აღრიცხვას. იგი შეიცავს ინფორმაციას საქმიანობის შედეგებისა და მთლიანად სარეკლამო ჯგუფის სრულ ფინანსურ მდგომარეობაზე და არა როგორც მის ინდივიდუალურ ცალკეულ კომპანიაზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ სარეკლამო ჯგუფის კონსოლიდირებული-შეჯამებული მოგების მაჩვენებელი განისაზღვრება, როგორც თანხა ყველა მონაწილის ფინანსური შედეგების ჯამისა და ჯგუფის ერთი კომპანიის მოგებამ შეიძლება გადაფაროს სხვა კომპანიების დანაკარგები (ზარალი), რაც უნდა იქნას გათვალისწინებული კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგების მონაცემების ანალიზის დროს.

კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედეგების მიზანია — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია, როგორც ერთი მთლიანი ეკონომიკური სუბიექტის-გაერთიანების ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაცია;

კონსოლიდირებული აღრიცხვის მომხმარებლები შეიძლება იყოს ყველა დაინტერესებული პირი; კერძოდ, სარეკლამო ჯგუფში შემავალი ყველა ორგანიზაციის დამფუძნებლები (მონაწილეები), დირექტორთა საბჭო (სამეთვალყურეო საბჭო), აღმასრულებელი ორგანოები (დირექტორატი, მენეჯმენტი) დამაარსებელი კომპანიისა და ჯგუფის ყველა სხვა წევრებისა, ფინანსური ანალიტიკოსები, საინვესტიციო მრჩეველები, აუდიტორული კომპანიები, ფასიანი ქაღალდების ბაზრის პროფესიონალი მონაწილეები, კრედიტორები, მომწოდებლები, მყიდველები, სახელისუფლებო ორგანოები.

ძირითადი ტექსტი

სარეკლამო ჯგუფის კონსოლიდირებული (კონსოლიდირებული) ანგარიშგების შედეგების საფუძველს წარმოადგენს სარეკლამო კომპანიების ბუღალტრული ანგარიშგება, რომლებიც ქმნიან ჯგუფს. გაერთიანების ყველა კომპანია, რომლებიც იურიდიული პირები არიან, ვალდებული არიან აწარმოონ საკუთარი ოპერაციების საბუღალტრო აღრიცხვა და შეადგინონ მათი ფინანსური ანგარიშგების შედეგები როგორც წესი აღრიცხვის უნფიცირებული მეთოდოლოგიით (დანართი N3 და N4). ამასთან ნაერთი (კონსოლიდირებული) აღრიცხვის შედეგადაა, რომელიც აკუმულირებას უკეთებს დამაარსებელი კომპანიისა და შვილობილი კომპანიების ბუღალტრული აღრიცხვის მონაცემებს და ასევე მოიცავს დამოკიდებულ ორგანიზაციებს, არის სათაო ორგანიზაციის პირდაპირი მოვალეობა. ერთიანი მეთოდოლოგიური პრინციპების არარსებობის შემთხვევაში დგება ოპერაციების გადატანის ტრანსფორმირებული ცხრილი სათაო კომპანიის სააღრიცხვო პოლიტიკის თანახმად.

ძირითადი განსხვავებები შვილობილი და სათაო კომპანიების სააღრიცხვო პოლიტიკაში, ასევე განსხვავებები საბუღალტრო და საფინანსო შედეგების ობიექტების შეფასებაში უნდა იყოს ახსნილი კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგების შესაბამის განყოფილებაში.

ნაერთი ბუღალტრული ანგარიშგება მზადდება სათაო ორგანიზაციის მიერ შემუშავებული ფორმებით ბუღალტრული აღრიცხვის („ორგანიზაციის საბუღალტრო აღრიცხვა“) მდგომარეობიდან გამომდინარე ტიპიური სტანდარტული საბუღალტრო აღრიცხვის ფორმების საფუძველზე. მაჩვენებლების კონსოლიდაცია ხორციელდება ჯგუფის კომპანიების აღრიცხვის ერთი და იგივე დასახელების მუხლების დაჯამების გზით. გაორმაგებული ანგარიშის თავიდან აცილების მიზნით მონაცემები კორექტირდება შიდა კორპორატიული ოპერაციების თანხებით. ნაერთი საბუღალტრო აღრიცხვის შედგენამდე აუცილებელია შედარდეს და დარეგულირდეს სათაო კომპანიასა და შვილობილ კომპანიების შორის, ასევე შვილობილ კომპანიებს შორის ყველა ურთიერთანგარიშსწორება და სხვა ფინანსური ურთიერთობა.

სათაო ორგანიზაციისა და მისი შვილობილი კომპანიების გაერთიანებული საბუღალტრო ანგარიშგებისას ნაერთ ბუღალტრულ ბალანსში არ შეიტანება:

1) სათაო ორგანიზაციის ფინანსური შენატანები შვილობილი კომპანიების საწესდებო კაპიტალში და, შესაბამისად შვილობილი კომპანიების საწესდებო კაპიტალის ნაწილი სათაო კომპანიის კუთვნილების ნაწილში;

2) დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებების მაჩვენებლები სათაო კომპანიასა და მისი შვილობილ კომპანიებს შორის, ასევე თვით შვილობილ კომპანიებს შორის;

3) მოგება და ზარალი სათაო კომპანიასა და შვილობილ კომპანიებს შორის ოპერაციებიდან და მათ შორის შვილობილ კომპანიებს შორის ოპერაციებიდან;

4) შვილობილი კომპანიების მიერ სათაო კომპანიისთვის ან იგივე სათაო კომპანიის სხვა შვილობილი კომპანიებისთვის

გადახდილი დივიდენდები, და ასევე სათაო კომპანიიდან გადახდილი თანხები თავის შვილობილი კომპანიისათვის. ნაერთ ბუღალტრულ ანგარიშგებაში აისახება მხოლოდ გადასახდელი დივიდენდები იმ ორგანიზაციებსა და კერძო პირებს, რომლებიც არ შედიან ჯგუფში;

5) შვილობილი კომპანიების აქტივები და პასივები ჯგუფის საქმიანობასთან კავშირის არმქონე ნაწილში, როდესაც სათაო კომპანიას აქვს სააქციო საზოგადოებაში კენჭისყრის აქციების ან შპს-ს სანესდებო კაპიტალის 50% და ქვემოთ. ამ შემთხვევაში ნაერთ ბუღალტრულ ანგარიშგებაში ჩართვისათვის შვილობილი კომპანიის აქტივების და ვალდებულებების ჩართვის წილი განისაზღვრება სათაო კომპანიის კუთვნილი შვილობილი კომპანიის ხმის უფლების მქონე აქციათა სრული ოდენობიდან წილის საფუძველზე, ან სათაო ორგანიზაციის შვილობილ კომპანიაში სანესდებო კაპიტალში წილის საფუძველზე.

ცხრილი 1-ში მოყვანილია მაჩვენებლები, რომლებიც უნდა გამოირიცხონ ჯგუფის კომპანიების კონსოლიდირებული ანგარიშგებიდან:

მმართველობითი აღრიცხვის შექმნის პრინციპები ის-ში

ფინანსების სტრატეგიული მართვის სისტემის ამოცანა იწყება მმართველობითი ინფორმაციის შეგროვებისა და დამუშავების ხარისხიანი სისტემიდან. ზუსტად მმართველობითი აღრიცხვის ინფორმაცია, რომელიც ეხება მართვის ოპერატიულ დონეს, არის კომპეტენტური მმართველობითი გადანაცვლებების მიღების საფუძველი ყველა დონეზე. მენეჯერული აღრიცხვის ფარგლებში გენერირებული ინფორმაციის მთავარი მომხმარებლები არიან დამფუძნებელი და მაღალი და საშუალო რგოლის მენეჯერები. მმართველობითი აღრიცხვის წარმოების საჭიროება საბუღალტრო აღრიცხვასთან ერთად დამყარებულია შემდეგ გარემოებებზე:

- ოპერატიულ რეჟიმში ინფორმაციის მიღების აუცილებლობაზე, რაც შეუძლებელია საბუღალტრო აღრიცხვის ფარგლებში, სადაც კანონმდებლობით რეგლამენტირებულია აღრიცხვის შემადგენელი მუხლები;

ცხრილი 1. მაჩვენებლები, რომლებიც გამოირიცხებიან ჯგუფის კომპანიების კონსოლიდირებული ანგარიშგებიდან

<p>მაჩვენებლები, რომლებიც გამოირიცხება კონსოლიდირებული ბალანსიდან</p>	<p>მაჩვენებლები, რომლებიც გამოირიცხება შემოსავლებისა და ხარჯების შესახებ კონსოლიდირებულ ანგარიშგებიდან</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. ფინანსური შენატანები ურთიერთდაკავშირებულ კომპანიებში. 2. ურთიერთდაკავშირებული ორგანიზაციების კუთვნილი წილი სანესდებო კაპიტალში. 3. ჯგუფის წევრებს შორის ურთიერთ-შორის დავალიანება. 4. გაცემული და მიღებული სესხები, რომელშიც კრედიტორი და მსესხებელი ურთიერთდაკავშირებული კომპანიებია. 5. ჯგუფის სხვა წევრებისთვის გადახდილი დივიდენდები. 6. მოგება და ზარალი, რომელიც წარმოიშვება ურთიერთდაკავშირებულ კომპანიებს შორის ოპერაციების შედეგად. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ამ ჯგუფის ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების შემოსავალი საქონლის, სამუშაოებისა და მომსახურების რეალიზაციიდან 2. საქონლის, სამუშაოებისა და მომსახურების (მათ შორის წარმოების დროს ჩამოწერილის ან გაყიდულის) ღირებულება, შესყიდული სხვა კომპანიების ჯგუფში. 3. ნებისმიერი სხვა შემოსავლები და ხარჯები, რომელიც წარმოიშვება ურთიერთდაკავშირებულ მხარეებს შორის ოპერაციების შედეგად 4. ჯგუფის სხვა წევრებისთვის გადახდილი დივიდენდები.

• მმართველობითი აღრიცხვის ფარგლებში ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობაზე არა მხოლოდ ღირებულებითი გამოსახურებით, არამედ ბუნებრივი მაჩვენებლებით;

— ბუღალტრულ აღრიცხვაში წარმოდგენილი ინფორმაციის არასაკმარისობაზე ცალკეული სტრუქტურების, პროდუქციის (მომსახურების) სახეობისა და სხვა აუცილებელი ელემენტების მიხედვით დამოუკიდებელი ფინანსური ანალიზისთვის;

— ინტეგრირებული სტრუქტურების რიგებში კონსოლიდირებული ბუღალტრული ანგარიშგების (ბევრი ჯგუფისთვის ის

სავალდებულო არ არის) არარსებობაზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ მაშინაც კი, თუ თითოეული ინდივიდუალური ორგანიზაციის შიგნით ჩამოყალიბებულია მმართველობითი აღრიცხვის სისტემა, საჭირო მოთხოვნილი ინფორმაციის მოპოვება ჯგუფის კომპანიების დონეზე ხშირად საკმაოდ რთული ამოცანაა. კონსოლიდირებული მმართველობითი ანგარიშების მიღებაზე შეიძლება დაიხარჯოს ბევრი დრო ოპერატიულობის საზიანოდ. კომპანიების ჯგუფში ყველაზე ეფექტური გზა მმართველობითი აღრიცხვის წარმოების არის ერთიანი მონაცემთა ბაზის გამოყენება. მოცემული პრობლემა წყდება ჩამოყალიბებული მმართველობითი ანგარიშების სისტემის დახმარებით და დოკუმენტ-ბრუნვის ზუსტი რეგლამენტირებით: მკაცრად განსაზღვრულ დროში ჯგუფის ყველა კომპანიამ უნდა წარმოადგენოს მმართველობითი ანგარიშების დადგენილი ფორმები კონსოლიდაციისთვის.

კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვას აქვს განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით. საწარმოს დონეზე მმართველობითი აღრიცხვის დახმარებით მოგვარებული ტრადიციული ამოცანების გარდა, განსაზღვრულია სპეციფიური ამოცანები, რომლებიც დამატებით წარმოიქმნება კომპანიების ჯგუფის დონეზე (იხ. ცხრილი 2).

აღნიშნული ამოცანების გადაჭრისთვის აუცილებელია შევქმნათ მმართველობითი აღრიცხვის სისტემა, რომელიც პასუხობს სარეკლამო ჯგუფისა და მისი წევრების საჭიროებებს და სპეციფიურ ამოცანებს. სისტემა შეიძლება ჩაითვალოს ეფექტურად იმ შემთხვევაში, როდესაც სარეკლამო კომპანიების ჯგუფის მენეჯმენტს ნებისმიერ დროს ექნებათ აქტუალური-მიმდინარე, სრული, ზუსტი, კარგად სტრუქტურირებული თითოეული კომპანიის საქმიანობის ინფორმაცია ჯგუფის და სტრუქტურის შიგნით მთლიანად. საქმიანობის სპეციფიკის თვალსაზრისით ჯგუფის თითოეულ კომპანიას შემუშავებული აქვს აღრიცხვის თავისებურებები. ნაერთი მაჩვენებლების მისაღებად საჭიროა:

**ცხრილი 2. მმართველობითი აღრიცხვის მიზნები
კომპანიების ჯგუფში**

მმართველობითი აღრიცხვის ტრადიციული ამოცანები	მმართველობითი აღრიცხვის სპეციფიკური ამოცანები კომპანიების ჯგუფში
<ul style="list-style-type: none"> • ანალიზი, კლასიფიკაცია და ხარჯების ოპტიმიზაცია; • თვითღირებულებისა და პროდუქტების რენტაბელობის შეფასება; • მარჟირებული შემოსავლისა და მოგების ანალიზი; • მომგებიანობის ზღვრული წერტილის განსაზღვრა; • მმართველობითი ანგარიშგების შექმნა; • ჩატარებული ოპერაციების ეფექტურობის შეფასება; • აქტივების უსაფრთხოების კონტროლი; • მესამე მხარის ორგანიზაციებთან ანგარიშსწორების კონტროლი. 	<ul style="list-style-type: none"> • კომპანიების ჯგუფის შემადგენლობაში ცალკეული კომპანიის საქმიანობის ეფექტურობის შეფასება და გადაწყვეტილების მიღება მათი ფუნქციონირების მიზანშეწონილობის შესახებ; • კომპანიების ჯგუფის საწარმოებს შორის ურთიერთანგარიშსწორების კონტროლი; • ტრანსფერტული ფასების განსაზღვრა; • კომპანიების ჯგუფის კონსოლიდირებული ფინანსური და საინვესტიციო რესურსების კონტროლი; • დანახარჯების ოპტიმალური განაწილების ორგანიზება ქვედანაყოფებისა და კომპანიების ჯგუფის სამსახურების გამოყენების საშუალებით.

- გაერთიანების ყველა მონაწილის აღრიცხვის სისტემების შესაბამისობაში მოყვანა;
- აღრიცხვის სისტემისა და დოკუმენტრუნვის მაქსიმალური უნიფიცირება;
- ანგარიშგების სტანდარტული ფორმების დანერგვა, რომლებიც შემუშავებულია კომპანიების სააღრიცხვო პოლიტიკის ერთიანი მეთოდოლოგიის შესაბამისად;
- ანგარიშების ოპერატიული ფორმირება, კომპანიების ეკონომიკური და ფინანსური საქმიანობის გაანალიზების მიზნით.

მართველობითი აღრიცხვის სისტემის შემუშავებისა და დაწერგვის პროექტი შეიძლება განახრციელდეს შემდეგი ნაბიჯებით:

1. მმართველობითი აღრიცხვის სისტემის კონცეფციის შექმნა.

2. სარეკლამო კომპანიების საინფორმაციო საჭიროებებზე მოთხოვნების ფორმულირება.

3. მმართველობით აღრიცხვის მიზნებისთვის სააღრიცხვო პოლიტიკის ფორმირება.

4. მმართველობითი ანგარიშგების პროცედურების ფორმირება.

5. დოკუმენტ-ბრუნვის მოდელის ფორმირება.

6. შემუშავებული აღრიცხვის სისტემის ავტომატიზაცია.

გარდა ზემოთ აღნიშნული ეტაპებისა მმართველობით აღრიცხვის სისტემის ოპტიმიზაციის მიმდინარეობის დროს განიხილება:

- ისს-ს ორგანიზაციული და ფინანსური სტრუქტურის ანალიზი და ოპტიმიზაცია;

- ლოგისტიკისა და ხარჯების მართვის სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია;

- მომარაგების და დანახარჯების მართვის სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია;

- კომპანიების შიგნით ინფორმაციული ურთიერთზემოქმედების სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია.

დასკვნა

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, შემდეგი სახის მოკლე დაკენის გაკეთება არის შესაძლებელი:

1. კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედგენის მიზანია — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია, როგორც ერთი მთლიანი ეკონომიკური სუბიექტის-გაერთიანების ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაცია;

2. კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვას აქვს განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით. სანარმოს დონეზე მმართველობითი აღრიცხვის დახმარებით მოგვარებული ტრადიციული ამოცანების გარდა, განსაზღვრულია სპეციფიური ამოცანები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ანტონ ინგოროყვა, გიორგი ცაავა. ფინანსური მენეჯმენტი. თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა, ტომი 2. სანარმოების ფინანსები მართვა - თბილისი, გამომცემლობა «გრაალი», 2011. 702 გვ.

2. Максименкова Ирина Васильевна. Совершенствование методов финансового менеджмента организаций : Дис.... канд. экон. наук : 08.00.13 : Воронеж, 2005 141 с. РГБ ОД, 61:05-8/4212

3. Козенкова Татьяна Андреевна. Концептуальные и методологические основы управления финансами интегрированных предпринимательских структур : диссертация... доктора экономических наук : 08.00.10 / Козенкова Татьяна Андреевна; [Место защиты: Рос. ун-т кооп.].- Москва, 2009.- 436 с.: ил. РГБ ОД, 71 10-8/100

4. www.wiseowl.ru, Анализ деятельности рекламного агентства.

REFERENCES:

1. Anton Ingorokva, George Tsaava. Financial Management. Theory, methods and applications, volume II. Financial Management of enterprises.- Tbilisi, Publish house «Graali», 2011. 702p. (in Georgian Language);

2. Maksimenkova Irina. Improving the financial management practices of organizations: Dissertation.... Cand. ehkon. Sciences: 08.00.13: Voronezh, 2005 141 с. RSL OD, 61: 05-8 / 4212 (in Russian Language);

3. Kozenkova Tatyana. Conceptual and methodological foundations of the financial management of integrated business structures: the dis-

sertation... Doctors of Economics: 08.00.10 / Kozenkova Tatyana; [A protection Place: Russia. Univ coop.]- Moscow, 2009.- 436 p.: silt. RSL OD, 71 10-8 / 100 (in Russian Language);

4. www.wiseowl.ru, Analysis of activity an advertising agency.

THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS OF ADVERTISING COMPANIES

Tamar Lashkhidze,
PhD Student of GTU

RESUME

1. The aim of drawing up a Consolidated Financial Statement is to provide the shareholders, investors, state and financial management bodies with objective information on property and financial condition as information on the financial results of the whole economic subject-unity;

2. Management of finances within the group of companies is characterized by a peculiarity as compared to managerial accounting of autonomic organization. Apart from traditional tasks settled with the help of managerial accounting at company-level, there are some specific tasks determined.

Keywords: Financial Information, Advertising Group, Consolidated Financial Statements.



საქართველოს ძირითადი კაპიტალი და მისი გამოთვლის ალტერნატიული მეთოდები

გიორგი მიქელაძე
თსუ დოქტორანტი

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია ქვეყნის ძირითადი კაპიტალის მნიშვნელობა, საქართველოს ძირითადი კაპიტალის გამოთვლის ალტერნატიული მეთოდები და აღნიშნული მეთოდების საქართველოს ეკონომიკის მიხედვით პრაქტიკული რეალიზაციის შესაძლებლობები. კვლევებში გამოყენებულია 2003-2014 წლების კვარტალური ემპირიული მონაცემები.

სტატიაში ემპირიულად შემონმეზულია ინვესტიციების აქსელერატორის ლ. კოიკის მოდელი და ინვესტიციების მოდელის ჯერგენსონ-სტეფანსონის კერძო მოდიფიკაცია. პრაქტიკულ მოდელში გათვალისწინებულია ქვეყნის ეკონომიკის სპეციფიკაცია და მნიშვნელოვანი მოვლენები (2008 წლის აგვისტოს ომის შედეგები).

ემპირიული კვლევებით დასტურდება ძირითად კაპიტალთან მთლიანი შიდა პროდუქტის, მთლიანი ინვესტიციების მიმდინარე და ლაგირებული მნიშვნელობების კავშირ-ურთიერთობები. ასევე, კვლევებით გამოთვლილია საქართველოს ძირითადი კაპიტალის მოცულობის კვარტალური მნიშვნელობები 2003 წლიდან 2014 წლამდე შუალედში და ცვეთის ნორმა, რომელიც 6%-ს შეადგენს.

საკვანძო სიტყვები: საქართველოს ძირითადი კაპიტალი, ინვესტიციების აქსელერატორის ლ. კოიკის მოდელი, ინვესტიციების მოდელის ჯერგენსონ-სტეფანსონის კერძო მოდიფიკაცია, მთლიანი შიდა პროდუქტი, მთლიანი ინვესტიციები.

შესავალი

მეოცე საუკუნის დასასრულს საქართველომ დაიბრუნა დამოუკიდებლობა, რამაც ქვეყანა დიდი გამოწვევების წინაშე დააყენა, ეწარმოებინა ქვეყანას საკუთარი ეკონომიკური პოლიტიკა. საქართველოს ეკონომიკური სისტემის კომუნისტური წყობიდან საბაზრო ეკონომიკაზე ტრანსფორმაციის პროცესის აუცილებელ პირობას წარმოადგენდა ქვეყნის საკუთრებაში არსებული ქონების (ძირითადი კაპიტალის) პრივატიზაციის თუ გადანაწილების პროცესი. საქართველომ განსხვავებული ხერხებით თუ მეთოდებით დაიწყო ძირითადი კაპიტალის გასხვისება [4], ამ ფაქტის ლოგიკურ წინაპირობად უნდა ყოფილიყო არსებული ძირითადი კაპიტალის შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და ღირებულების განსაზღვრა, თუმცა ეკონომიკური სისტემის ტრანსფორმაციის სისწრაფის, მთავრობის მიერ ეკონომიკური პოლიტიკის ნაკლებად ცოდნის, საბაზრო ეკონომიკური ინსტიტუტების არ არსებობის თუ ფულადი საშუალებების სიმცირის გამო აღნიშნული ემპირიული მონაცემების განსაზღვრა ვერ მოხერხდა.

დღევანდელი მონაცემებით საქართველოს ძირითადი კაპიტალის შესახებ ინფორმაცია კვლავაც არ გააჩნია. ამ ფაქტის მიზეზი შესაძლოა ვეძებოთ აღწერის მაღალ ღირებულებასა თუ ძირითადი კაპიტალის მნიშვნელობის გაუთვინციობიერებაში. მიუხედავად ამისა, საქართველოს სტატისტიკის სამსახურს გააჩნია ინფორმაცია ძირითადი კაპიტალის ფორმირების და მთლიანი ინვესტიციების შესახებ [6]. ამ ყველაფრის გათვალისწინებით შესაძლებელია ამოცანის პირობა შემდეგი სახით ჩამოვაცალიბოთ, რეალურად ცნობილია $\delta_t k_t$ ნამრავლის მნიშვნელობა და საძიებელ ცვლადებს წარმოადგენენ δ_t და k_t , სადაც δ_t -ძირითადი კაპიტალის ცვეთის ნორმას, ხოლო k_t -ძირითადი კაპიტალის მოცულობას წარმოადგენს t პერიოდში.

ძირითადი ტექსტი

საქართველოს ძირითადი კაპიტალის განსასაზღვრად მნიშვნელოვანია ძირითადი კაპიტალის და მისი ცვეთის ნორმის ეკონომიკური შინაარსის გაგება. ძირითადი კაპიტალი არის შენობა-ნაგებობების, მანქანა-დანადგარების თუ სხვა წარმოებისთვის მნიშვნელოვანი მოწყობილობების მარაგი. აღსანიშნავია, რომ შემდეგში კაპიტალის განმარტებაში მოიაზრება წარმოებისათვის საჭირო მოწყობილობებისა თუ უძრავი ქონების რეალური ღირებულება.

დავუშვათ ფირმა დროის $t - \tau$ პერიოდში ძირითადი კაპიტალის, წარმოების სხვა საშუალებებისა და მოწყობილობების შესაძენად $I_{t-\tau}$ ლარს ხარჯავს, სადაც $I_{t-\tau}$ -ში ინვესტიციების რეალური ღირებულება იგულისხმება (ნომინალური ღირებულება გაყოფილი ფასების ინდექსზე, რომელიც განსაზღვრულია საბაზისო წლისთვის).

საქონელს, რომელშიც ინვესტიცია ხორციელდება ექსპულატაციის ხანგრძლივი პერიოდი გააჩნია. კაპიტალი დროის მიხედვით განიცდის ცვეთას, შესაბამისად კაპიტალის მოცულობა t პერიოდში, რომელიც შექმნილია $t - \tau$ დროში განხორციელებული ინვესტიციით, გამოიხატება შემდეგი სახით:

$$k_{t,t-\tau} \equiv s_t I_{t-\tau} \quad (1)$$

სადაც $k_{t,t-\tau} - (t - \tau)$ პერიოდში განხორციელებული ინვესტიციებით შექმნილი კაპიტალის ღირებულებაა t პერიოდში, $I_{t-\tau}$ - ინვესტიციების რეალური ღირებულება $t - \tau$ პერიოდში, ხოლო s_t - ინვესტიციების დროში შენახვის კოეფიციენტი, კერძოდ მთლიანი ინვესტიციებიდან რა ნაწილი დარჩა გაუცვეთავი.

მთლიანი კაპიტალის მოცულობა t პერიოდში არის მიმდინარე და წინა პერიოდებში განხორციელებული ინვესტიციებიდან შექმნილი კაპიტალის რაოდენობის ჯამი [3]:

$$k_t \equiv \sum_{\tau=0}^T k_{t,t-\tau} = \sum_{\tau=0}^T s_{t,\tau} I_{t-\tau} \quad (2)$$

სადაც k_t არის კაპიტალის მთლიანი მოცულობა დროის t პერიოდში, ხოლო $k_{t,t-\tau}$ არის $(t - \tau)$ პერიოდში ინვესტიციებიდან შექმნილი კაპიტალის მოცულობა t პერიოდში, $I_{t-\tau}$ - ინვესტიციების მოცულობა $t - \tau$ პერიოდში, ხოლო $s_{t,\tau}$ - ინვესტიციების შენახვის კოეფიციენტი.

ძირითადი კაპიტალის განხილვისას მნიშვნელოვანია ცვეთის ნორმის განსაზღვრა. ცვეთის შესახებ ერთ-ერთი ცნობილი თეორია შემუშავებულ იქნა რობერტ უინფრის მიერ, რომელიც ეფუძნება კაპიტალის გამოყენების პერიოდის ცენტრირებას კაპიტალის გამოყენების პერიოდის საშუალო მნიშვნელობაზე[5]. აღნიშნული თეორია დაფუძნებულია კაპიტალის გამოყენების საშუალო პერიოდის წინასწარ შეფასებაზე. იგი აქტიურად გამოიყენებოდა აშშ-ს ვაჭრობის სამინისტროს მიერ მე-20 საუკუნის ბოლომდე.

ცვეთის ნორმის დადგენის ასევე ცნობილ ფორმას წარმოადგენს ე.წ. „მუდმივად ექსპონენციალური სპეციფიკაცია“, რომელიც დაფუძნებულია აქტივების ცვეთის ტემპის დროში უცვლელობის დაშვებაზე. თუ ცვეთის ნორმა ერთ პერიოდში არის δ , მაშინ შენახვის კოეფიციენტი τ პერიოდში იქნება $s_t = (1 - \delta)^\tau$. აღსანიშნავია, რომ პერიოდის ზრდისას შენახვის კოეფიციენტი მიისწრაფის 0-სკენ ($\tau \rightarrow \infty, s_t \rightarrow 0$). შესაბამისად კაპიტალის საერთო მოცულობა t პერიოდში იქნება:

$$k_t = \sum_{\tau=0}^T K_{t,t-\tau} = \sum_{\tau=0}^T (1 - \delta)^\tau I_{t-\tau} \quad (3)$$

წმინდა ძირითადი კაპიტალის გამოთვლის ალტერნატიული ხერხი არის მუდმივი მატერიალურ-საწარმოო მარაგების მეთოდი, რომელსაც აქვს შემდეგი სახე:

$$k_t = (1 - \delta)k_{t-1} + I_t \quad (4)$$

სადაც k_t წარმოადგენს კაპიტალის მოცულობას t პერიოდში, k_{t-1} არის კაპიტალის მოცულობა $t-1$ პერიოდში, ხოლო I_t - ინვესტიციების მოცულობა t პერიოდში.

როდესაც კაპიტალის მოცულობა დროის მიხედვით მუდმივი

არ არის, კაპიტალის საერთო მოცულობა გამოითვლება შემდეგნაირად:

$$k_t = (1 - \delta_t)k_{t-1} + I_t \quad (5)$$

კაპიტალის ამორტიზაციის მოცულობა შეადგენს ცვეთის ნორმისა და კაპიტალის რაოდენობის ნამრავლს. შესაბამისად ამორტიზებული კაპიტალის მოცულობა $t-1$ პერიოდში იქნება $A = \delta_t k_{t-1}$. წმინდა ინვესტიციები წარმოადგენს კაპიტალის ნაზრდს პერიოდებს შორის, $I_N = k_t - k_{t-1}$. თუ ჩავატარებთ მარტივ გარდაქმნებს (5) გამოსახულებაში მივიღებთ მთლიანი ინვესტიციების მოცულობას:

$$I_t = k_t - (1 - \delta_t)k_{t-1}$$

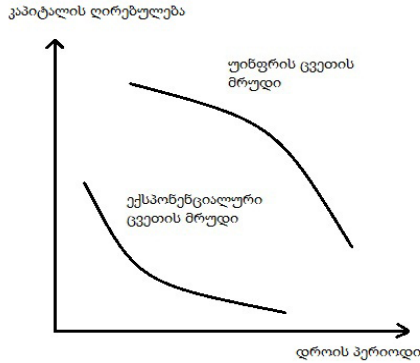
$$I_t = (k_t - k_{t-1}) - \delta_t k_{t-1}$$

$$I_t = I_N + A \quad (6)$$

მთლიანი ინვესტიციები = წმინდა
ინვესტიციებს+ამორტიზაციის ნორმა

ეკონომიკური თეორია საშუალებას გვაძლევს ავირჩიოთ სხვადასხვა ცვეთის მეთოდებიდან მეტად ხელსაყრელი. კონკრეტულად ცვეთის დარიცხვის ყველა მეთოდს საფუძვლად უდევს აქტივების ეკონომიკური გაუფასურება.

ვინაიდან, კომპანია ცდილობს ხარჯების მინიმიზაციას, შესაბამისად იმ შემთხვევაში, როდესაც ინვესტიციებიდან მიღებული სარგებლის დისკონტირებული ღირებულება აღემატება მის ფასს, მაშინ იგი იღებს ინვესტიციების განხორციელების გადაწყვეტილებას. სანინალმდეგო შემთხვევაში იგი ინვესტირებისგან თავს იკავებს და ცდილობს არსებული კაპიტალის პირობებში წარმოების შემცირებისგან თავის შეკავებას[5]. ფირმა კაპიტალის გამოყენების პერიოდს აფასებს წინასწარ, რის საფუძველზეც აკეთებს არჩევანს ცვეთის მეთოდებს შორის. აღსანიშნავია, რომ აქტივის წინასწარ შეფასებულ პერიოდებში მისი ღირებულება შედარებით ნელი ტემპით იკლებს ბოლო პერიოდებთან მიმართებაში, რაშიც ლოგიკური აზრი დევს. ვინაიდან, ფირმის-



გრაფიკი 1.1: კაპიტალის ღირებულება

ვის ბოლო პერიოდებში აქტივი მეტად უმნიშვნელო ხდება, რასაც თან სდევს მისი ფასის მნიშვნელოვანი ან ერთდროული დაცემა. აღნიშნული ხსნის აქტივის ეკონომიკური ღირებულების, მისი ცვეთის და კომპანიის ინტერესებს შორის დამოკიდებულებას.

კაპიტალის ღირებულებასა და მომსახურების პერიოდს შორის დამოკიდებულება განსხვავებულია სხვადასხვა მეთოდებს შორის.

მაგალითად, უინფრის მეთოდის მიხედვით კაპიტალის ღირებულება დროში შედარებით ნელი ტემპით კლებულობს, როდესაც ექსპონენციალური მეთოდის დროს იგი შედარებით დაჩქარებულად მცირდება.

ჰელტენმა და ვიკოფმა კაპიტალის მრავალი სახეობის ემპირიული კვლევა ჩაატარეს, რის შედეგადაც დაასკვნეს, რომ ექსპონენციალური ანუ გეომეტრიული ცვეთა ძირითადად ნაკლებად ასახავს რეალობას უმეტესი ტიპის კაპიტალისთვის. თუმცა ჰელტენმა და ვიკოფმა ემპირიულად შეამოწმეს სხვა მეთოდებიც. მათი კვლევების საფუძველზე დადგინდა, რომ რეალობასთან შედარებით ახლოს ექსპონენციალური მეთოდი დგას, ვინაიდან იგი არის მეტად მოსახერხებელი, მარტივი და მეტად შეესაბამება მრავალი სახის კაპიტალის რეალურ ფასი-ხანგრძლივობის მრუდს.

საქართველოს ძირითადი კაპიტალის დასადგენად საჭიროა განვიხილოთ მისი გამოთვლის შესაძლო ალტერნატიული გზები. კერძოდ საქართველოს ძირითადი კაპიტალის გამოთვლის მეთოდებს წარმოადგენს:

1. ძირითადი კაპიტალის აღწერა;
2. მსგავსი ქვეყნის მონაცემთა დეფლირება საქართველოს ეკონომიკაზე;
3. ძირითადი კაპიტალის შეფასება თეორიული მოდელების მიხედვით;

განვიხილოთ თითოეული მათგანის პრაქტიკული გამოყენების შესაძლებლობა საქართველოს მაგალითზე.

ძირითადი კაპიტალის აღწერა: ძირითადი კაპიტალის აღწერა გულისხმობს სპეციალისტების მიერ საქართველოს თითოეულ რეგიონში კაპიტალის აღწერას და საბაზრო ღირებულის შეფასებას. ასეთი სახის კვლევის ჩატარება შესაძლებელია განახორციელოს, როგორც სახელმწიფომ ასევე კერძო სექტორმა. დღევანდელი მდგომარეობით ამ კვლევის ჩატარების საკითხი ჟღერს, თუმცა არ არსებობს მისი განხორციელების პრაქტიკული გეგმა თუ დაწყების ვადა.

მსგავსი ქვეყნის მონაცემთა დეფლირება საქართველოს ეკონომიკაზე: აღნიშნული მეთოდის მიხედვით შესაძლებელია საქართველოს ძირითადი კაპიტალის გამოთვლა მსგავსი ეკონომიკის მქონე ქვეყნის ემპირიული მონაცემებით. კერძოდ, თუ მსგავს ქვეყანას გააჩნია ემპირიული მონაცემები შესაძლოა მათი დეფლირება საქართველოს ეკონომიკაზე. ამ მეთოდის გამოყენებისთვის აუცილებელია განისაზღვროს ქვეყნების მსგავსების კრიტერიუმები (ეკონომიკური წყობა, წარმოების წილი ეკონომიკაში, ბუნებრივი რესურსების არსებობა-არ არსებობა, გეოპოლიტიკური მდებარეობა თუ სხვა), ასევე გამოსაკვლევია დეფლირების ცვლადები თუ კრიტერიუმები. აღნიშნული მოდელის გამოყენება რიგ პრობლემებს და ბევრ დაშვებებთან არის დაკავშირებული, რაც სტატისტიკური ინფორმაციის საიმედოობას ამცირებს.

ძირითადი კაპიტალის შეფასების თეორიული მოდელები: ეს მეთოდი ეყრდნობა თეორიულ ეკონომიკური მოდელების მიხედვით მაკროეკონომიკური აგრეგატების ეგზოგენურ-ენდოგენურ დამოკიდებულების დადგენას და ემპირიული რეალიზაციით ძირითადი კაპიტალის განსაზღვრას.

თეორიული მოდელებით საქართველოს ძირითადი კაპიტალის განსაზღვრა შესაძლებელია 2 გზით. პირველი მათგანი ეყრდნობა ინვესტიციების აქსელერატორის მოდელის ლ.კოიკის მოდიფიკაციას, ხოლო მეორე ჯერგენსონ-სტეფანსონის ინვესტიციების უსასრულოდ კლებადი გეომეტრიული პროგრესიის მოცემულობას.

ინვესტიციების აქსელერატორის მოდელის ლ.კოიკის მოდიფიკაციას გააჩნია შემდეგი სახე [5]:

$$I_t = g\mu y_t - (1 - \delta)g\mu y_{t-1} + (1 - g) I_{t-1} \quad (7)$$

სადაც I_t -მთლიანი ინვესტიციების რაოდენობა t -პერიოდში, y_t -მშპ-ს რაოდენობა t -პერიოდში, y_{t-1} -მშპ-ს რაოდენობა $t-1$ პერიოდში, I_{t-1} მთლიანი ინვესტიციების რაოდენობა $t-1$ პერიოდში, δ -კაპიტალის ცვეთის ნორმა, g -სასურველ კაპიტალთან მორგების სიჩქარე, ხოლო μ -სასურველი კაპიტალის და გამოშვების თანაფარდობის კოეფიციენტი.

აღნიშნული თეორიული მოდელი დაფუძნებულია შემდეგ დამატებებზე 1) პირდაპირ პროპორციულ დამოკიდებულებაშია კაპიტალის სასურველი მოცულობა გამოშვებასთან $k_t^* = \mu y_t$; 2) კაპიტალის მიმდინარე მოცულობა უახლოვდება სასურველს, ფიქსირებული g ($0 < g < 1$) სიჩქარით; 3) კაპიტალის ცვეთის კოეფიციენტი დროში მუდმივ სიდიდეს წარმოადგენს.

(7) მოდელის შესაფასებლად გამოვიყენე მისი მოდიფიცირებული ვარიანტი, კერძოდ, ცვლადები წარმოადგენს ლოგარითმებს, ვინაიდან ინვესტიციებსა და გამოშვებას შორის დამოკიდებულებას ლოგარითმული სპეციფიკაცია უკეთ გამოსახავს. ამასთან პრაქტიკულ მოდელში აუცილებელია ჩავრთოთ 2008 წლის ომის

ფაქტორი, რომელსაც უნდა მოეხდინა გავლენა ეკონომიკაზე და შესაბამისად ინვესტიციების მოცულობაზეც. შესაფასებელ მოდელს ექნება შემდეგი სახე:

$$\log(I_t) = g\mu \log(y_t) - (1 - \delta)g\mu \log(y_{t-1}) + (1 - g)\log(I_{t-1}) + b * omi + u_t \quad (8)$$

სადაც $\log(I_t)$ -მთლიანი ინვესტიციების ლოგარითმულ მნიშვნელობას t პერიოდში, $\log(I_{t-1})$ - მთლიანი ინვესტიციების ლოგარითმულ მნიშვნელობას $t-1$ პერიოდში, $\log(y_t)$ -მშპ-ს ლოგარითმულ მოცულობას t პერიოდში, $\log(y_{t-1})$ - მშპ-ს ლოგარითმულ მოცულობას $t-1$ პერიოდში, ხოლო omi -ომის განმსაზღვრელ ფიქტიურ ცვლადს წარმოადგენს.

გამოსახულების რეალიზაციისთვის გამოვიყენე საერთო ინვესტიციებისა და გამოშვების 2003-2014 წლის კვარტალური მონაცემები.

ინვესტიციების რეალური მოცულობის დასადგენად ინვესტიციების ნომინალური მოცულობა შევავარდნე მშპ დეფლატორთან (მშპ დეფლატორი გამოთვლილია, ნომინალურ და რეალურ მშპ-ს თანაფარდობით).

ომის ფაქტორის (omi) ცვლადის მნიშვნელობების განსაზღვრა დაფუძნებულია დაშვებაზე, რომ ომის შემდეგ ეკონომიკაში უნდა ყოფილიყო უარყოფითი გავლენა. უცხოური სახელმწიფოების ფინანსური დახმარებების გათვალისწინებით საქართველოს ეკონომიკაში გრძელვადიანი ვარდნა არ უნდა ყოფილიყო. აღნიშნულის გათვალისწინებით ომის ფაქტორის მნიშვნელობები არის 0-ის ტოლი ყველა პერიოდში გარდა, 2009 წლის პირველი კვარტლისა, სადაც 1-ის ტოლია. 2009 წლის პირველი კვარტალი არის ომის შემდგომ პერიოდი, სადაც ომის გავლენის აშკარა გამოხატულება უნდა ყოფილიყო ეკონომიკაში.

შენიშვნა: (8) მოდელში ლოგარითმული ცვლადების გამოყენება დასაშვებია, ვინაიდან ცვლადები წარმოადგენენ დადებით რიცხვებს.

დროით მწკრივებში სეზონური კომპონენტის აღმოსაფხვრელად ცვლადების ხასიათიდან გამომდინარე გამოვიყენე აშპ-ს

მოსახლეობის აღწერის ბიუროს მიერ შემუშავებული სეზონური მოსწორების (**Census X12**) მეთოდოლოგის მულტიპლიკატიური ხერხი.

დოლდოს, ჯენკინსისა და სოსვილა-რივეროს მიერ შემოთავაზებული პროცედურით დროითი მწკრივები უნდა შემოწმდეს და დადგინდეს თუ რომელი ტიპების არიან TSP თუ DSP [1]. კერძოდ TSP ტიპი გულისხმობს, რომ მწკრივები არიან არასტაციონალურები ცვალებადი ტრენდის გამო, ხოლო DSP ტიპისას-არიან არასტაციონალურები ცვალებადი დისპერსიის გამო. აღნიშნული ტესტის გამოყენებით 4-ვე მწკრივში (ომის ფაქტორის გარდა) მიიღება ნულოვანი ჰიპოთეზა ერთეულოვანი ფესვის არსებობაზე, რაც მათ არასტაციონალურობას გულისხმობს. მწკრივების გასასტაციონალურებლად სხვაობებზე გადასვლით დგინდება რომ 4-ვე მწკრივი პირველი რიგის ინტეგრირებად I(1) ტიპს მიეკუთნებიან, ხოლო ომის ფაქტორი სტაციონალური მწკრივია, რაც ლოგიკურიცაა.

მოდელის აგების დროს შესაძლებელია წარმოიშვას ცრუ რეგრესიის საფრთხე, ვინაიდან მწკრივები I(1) არასტაციონალურ პირველი რიგის ინტეგრირებად მწკრივებს მიეკუთნებიან.

ცრუ რეგრესიის საფრთხის შესამოწმებლად გამოვიყენოთ ენგელ-გრეინჯერის ტესტი, სადაც შევამოწმოთ ინვესტიციების და გამოშვების მნიშვნელობები კოინტეგრაციაზე. ენგელ-გრეინჯერის ტესტის ნულოვანი ჰიპოთეზა გულისხმობს მწკრივებს შორის კოინტეგრაციის არ არსებობას, ხოლო ალტერნატიული ჰიპოთეზა-კოინტეგრაციის არსებობას. 1%-იანი მნიშვნელოვნების დონით მიიღება ნულოვანი ჰიპოთეზა მწკრივებს შორის კოინტეგრაციის არსებობაზე, როგორც ომის ფაქტორის გათვალისწინებით ასევე მის გარეშეც.

შენიშვნა: კოინტეგრაციის ტესტის გამოყენებისას 1 მწკრივი წარმოადგენს სტაციონალურს (ომის ფაქტორი), ვინაიდან მისი მნიშვნელობა 0-ისგან მხოლოდ 1 პერიოდში განსხვავდება პრაქტიკულად მისი გამოყენება არ ამახინჯებს ენგელ-გრეინჯერის თეორიულ დებულებას.

Included observations: 47 after adjustments
 Null hypothesis: Series are not cointegrated
 Cointegrating equation deterministics: C
 Automatic lags specification based on Schwarz criterion (maxlag=4)

Dependent	tau-statistic	Prob.*	z-statistic	Prob.*
LI_SA	-9.450050	0.0000	-62.83247	0.0000

უმცირეს კვადრატთა მეთოდის გამოყენებით შეფასებულ (8) მოდელს ექნება შემდეგი სახე:

Dependent Variable: LI_SA
 Method: Least Squares
 Date: 04/18/16 Time: 12:34
 Sample (adjusted): 2003Q2 2014Q4
 Included observations: 47 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LI_1_SA	0.734070	0.051956	14.12856	0.0000
LY_1_SA	-3.449079	0.693969	-4.970076	0.0000
LY_SA	3.667968	0.695840	5.271279	0.0000
OMI	-0.957536	0.105359	-9.088298	0.0000

R-squared	0.901549	Mean dependent var	6.671695
Adjusted R-squared	0.894681	S.D. dependent var	0.314841
S.E. of regression	0.102175	Akaike info criterion	-1.642989
Sum squared resid	0.448911	Schwarz criterion	-1.485530
Log likelihood	42.61025	Hannan-Quinn criter.	-1.583736
Durbin-Watson stat	2.583028		

$$\log l_t = 0.73 \log l_{t-1} - 3.45 \log y_{t-1} + 3.67 \log y_t - 0.96 \text{omi} + u_t \quad (9)$$

რეგრესიაში ნარჩენობით ნევრებში ავტოკორელაციის არსებობის შესამოწმებლად არ გამოდგება დარბინ-უიტსონის ჩვეულებრივი ტესტი, რადგან ირღვევა ამ ტესტის დაშვებები: მოდელში არ არის ჩართული თავისუფალი ნევრი და ასევე იგი შეიცავს

შედგობრივი ცვლადის ლაგირებულ მნიშვნელობას, როგორც ფაქტობრივ ცვლადს. ნარჩენობით წევრში ავტოკორელაციის არსებობის შესამოწმებლად შესაძლებელია გამოვიყენოთ ბროიშ-გოდფრის ლაგრანჟის მამრავლთა (LM) ტესტი. აღნიშნულ ტესტის ნულოვან ჰიპოთეზას ნარმოადგენს ავტოკორელაციის არ არსებობა ნარჩენობით წევრში, ხოლო ალტერნატიული ჰიპოთეზა ავტოკორელაციის არსებობაა [1]. ბროიშ-გოდფრის ტესტის მიხედვით მიიღება ნულოვანი ჰიპოთეზა 95%-იანი ალბათობით, რაც გულისხმობს ნარჩენობით წევრებში ავტოკორელაციის არ არსებობას.

ნარჩენების ჰეტეროსკედასტურობაზე შემოწმებისას ვაიტის ტესტის ნულოვანი ჰიპოთეზა მიიღება, 99%-იანი ალბათობით, რაც გულისხმობს ჰომოსკედასტურობის არსებობას. შესაბამისად ნარჩენობითი წევრების ვარიაცია არის მუდმივი[1].

როგორც ვხედავთ (8) მოდელის ყველა კოეფიციენტი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანს ნარმოადგენს, რადგან ყველა კოეფიციენტისთვის მიიღება H_1 ჰიპოთეზა სტატისტიკური მნიშვნელოვნების შესახებ. ამასთან დეტერმინაციის და კორექტირებული დეტერმინაციის კოეფიციენტებსაც საკმაოდ მაღალი მნიშვნელობები აქვთ (0.9; 0.89), რაც მოდელში დეტერმინირებული წევრებით შედეგობრივი ცვლადის მაღალ ამხსნელობით უნარზე მიუთითებს. ამასთან $F=94.5$, $F_{კრ}=3.83$ $F > F_{კრ}$, რაც მოდელის ვარგისიანობაზე მიუთითებს.

(8) მოდელის ემპირიული რეალიზაციით მიღებული შედეგები შესაძლოა შემდეგი სახით წარმოავადგინოთ:

$$\begin{aligned} 1 - g &= 0.72 \\ g\mu &= 4.91 \\ -g\mu(1 - \delta) &= -4.69 \end{aligned}$$

მარტივი გარდაქმნებით ვლებულობთ $\delta = 0.06$

თუ გავითვალისწინებთ $\delta=0.06$ -ს და კაპიტალის მოხმარების მნიშვნელობებს, რომლებიც δK_t -ს ნარმოადგენენ, შესაძლებელია გამოვთვალოთ კაპიტალის მოცულობა დროის სხვადასხვა პერიოდში.

ცხრილი 1: ძირითადი რეალური კაპიტალის მნიშვნელობები

პერიოდი	ძირითადი კაპიტალის მოხმარება (მლნ. ლარი)	მშპ დეფლატორი	ძირითადი კაპიტალის მოხმარება რეალური (მლნ.ლარი)	რეალური ძირითადი კაპიტალი (მლნ.ლარი)
2003-I	192.8	1	192.76738	3212.789667
2003-II	227	1	226.976984	3782.949733
2003-III	247.4	1	247.415654	4123.594233
2003-IV	265.8	1	265.756202	4429.270033
2004-I	221.3	1.025935441	215.749639	3595.827317
2004-II	238.8	1.082404785	220.574621	3676.243683
2004-III	248.9	1.101188799	226.067023	3767.783717
2004-IV	267.8	1.113810654	240.417738	4006.9623
2005-I	235.3	1.173100207	200.562092	3342.701533
2005-II	270.3	1.142130152	236.650744	3944.179067
2005-III	296.2	1.152065506	257.083427	4284.723783
2005-IV	311.7	1.209110485	257.799211	4296.653517
2006-I	271.4	1.213996752	223.52776	3725.462667
2006-II	309.7	1.268361673	244.199331	4069.98885
2006-III	348.1	1.252585428	277.903718	4631.728633
2006-IV	377.2	1.327717358	284.081463	4734.69105
2007-I	334.3	1.31113728	254.980837	4249.680617
2007-II	392.9	1.360899864	288.707474	4811.791233
2007-III	426.2	1.374509827	310.077298	5167.954967
2007-IV	463.6	1.488958905	311.364423	5189.40705
2008-I	381.8	1.45208112	262.91271	4381.8785
2008-II	440.4	1.519903386	289.749519	4829.15865
2008-III	475.9	1.527493926	311.534254	5192.237567

ღარგობრივი აკონომიკა

2008-IV	460	1.569684099	293.065802	4884.430033
2009-I	379.6	1.44500369	262.676903	4377.948383
2009-II	422.1	1.439282516	293.280782	4888.013033
2009-III	452.3	1.497791296	301.975691	5032.928183
2009-IV	497.4	1.559329706	318.974958	5316.2493
2010-I	460.9	1.530781064	301.109628	5018.4938
2010-II	512.6	1.586207041	323.159303	5385.988383
2010-III	549.3	1.636851313	335.552854	5592.547567
2010-IV	604	1.69226378	356.922037	5948.700617
2011-I	619.4	1.728908293	358.241427	5970.69045
2011-II	712.2	1.736829928	410.042376	6834.0396
2011-III	636.9	1.768260517	360.180471	6003.00785
2011-IV	692.3	1.831551996	378.002227	6300.037117
2012-I	687.8	1.775532443	387.394675	6456.577917
2012-II	774.4	1.767929153	438.031167	7300.51945
2012-III	653.9	1.778238969	367.704708	6128.4118
2012-IV	680.9	1.82499722	373.078243	6217.970717
2013-I	703.8	1.766970057	398.324571	6638.74285
2013-II	767.9	1.756930875	437.083127	7284.718783
2013-III	656.3	1.758678119	373.178587	6219.643117
2013-IV	681.5	1.812654417	375.948119	6265.801983
2014-I	717.3	1.799946904	398.503764	6641.7294
2014-II	843.2	1.827512797	461.403481	7690.058017
2014-III	712.1	1.838059744	387.409868	6456.831133
2014-IV	739.4	1.89330132	390.526418	6508.773633

(8) მოდელისგან მიღებული შეფასებები წარმოადგენს საიმედოს, რადგან ნარჩენობით ნევრებში არ შეინიშნება ავტოკორელაცია, რაც მიგვითითებს რომ მოდელში არ გვაქვს გამორჩენილი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი ამხსნელი ცვლადები და მოდელს

გააჩნია სწორი ფუნქციური სპეციფიკაცია. ნარჩენობითი წევრები ხასიათდებიან მუდმივი ვარიაციით, კოეფიციენტები და მოდელი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანს წარმოადგენს. გარდა ამისა ცვლადებს შორის არსებობს კორელაციური დამოკიდებულება.

(9) მოდელის მიხედვით ინვესტიციების მიმდინარე მოცულობა დადებით დამოკიდებულებაშია ინვესტიციების წინა პერიოდის მნიშვნელობაზე. წინა პერიოდის ინვესტიციების ზრდა ასტიმულირებს მომავალ პერიოდის ინვესტიციებს, მისი 1%-იანი ზრდა მიმდინარე პერიოდის ინვესტიციებს 0.73%-ით ზრდის. ამასთან მიმდინარე პერიოდის გამოშვების ზრდა ზრდის მიმდინარე პერიოდის ინვესტიციების მოცულობას, რაც მეტად ლოგიკური შედეგია. მიმდინარე პერიოდის გამოშვების 1%-იანი ზრდა ინვესტიციებს 3.67 %-ით ზრდის. მიმდინარე პერიოდის ინვესტიციების მოცულობა უარყოფით დამოკიდებულებაშია წინა წლის გამოშვების მოცულობასთან. წინა პერიოდის გამოშვების 1%-იანი ზრდა მიმდინარე პერიოდის ინვესტიციების მოცულობას 3.45%-ით ამცირებს. ამ უარყოფით დამოკიდებულებაში ასახულია ინვესტიციების განხორციელების დროში შეყოვნების პროცესი. წინა პერიოდის დაგეგმილი ინვესტიციები, რომლებიც მომავალ პერიოდში ხორციელდება ამცირებს მიმდინარე პერიოდის ინვესტიციებს, ვინაიდან კომპანიები თავს არიდებენ ერთდროულად ინვესტიციების ხარჯის ზრდას. ამასთან უარყოფით დამოკიდებულებაში ომის ფიქტიური ცვლადი რაც ლოგიკური შედეგია მისი კოეფიციენტი -0.96-ს შეადგენს.

სტეფანსონ-ჯერგენსონის ინვესტიციების მოდელს აქვს შემდეგი სახე [2]:

$$I_t^R = \delta I_{t-1} + \delta(1 - \delta)I_{t-2} + \delta(1 - \delta)^2 I_{t-3} + \dots \quad (10)$$

(10) მოდელის კოეფიციენტები წარმოადგენენ უსასრულოდ კლებად გეომეტრიულ პროგრესიას. I_t^R -კაპიტალის აღდგინაზე დახარჯული ინვესტიციების მოცულობას წარმოადგენს ($I_t^R = \delta k_{t-1}$), δ -ცვეთის ნორმას, I_{t-1} მთლიანი ინვესტიციების მოცულობას t-1პერიოდში, I_{t-2} მთლიანი ინვესტიციების მოცულობას t-2პერიოდში და ა.შ.

(10) მოდელის ემპირიული რეალიზაციით საქართველოს მაგალითზე ვღებულობთ:

Dependent Variable: IR_SA
 Method: Least Squares
 Date: 04/18/16 Time: 14:57
 Sample (adjusted): 2005Q3 2014Q4
 Included observations: 38 after adjustments
 Convergence achieved after 5 iterations

$$IR_SA=C(1)*I_SA_1+C(1)*(1-C(1))*I_SA_2+C(1)*(1-C(1))^2*I_SA_3+C(1)* (1-C(1))^3*I_SA_4+C(1)*(1-C(1))^4*I_SA_5+C(1)*(1-C(1))^5*I_SA_6 +C(1)*(1-C(1))^6*I_SA_7+C(1)*(1-C(1))^7*I_SA_8+C(1)*(1-C(1))^8 *I_SA_9+C(1)*(1-C(1))^9*I_SA_10$$

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0.050029	0.002185	22.90056	0.0000
R-squared	-0.477341	Mean dependent var		333.0727
Adjusted R-squared	-0.477341	S.D. dependent var		57.92275
S.E. of regression	70.40274	Akaike info criterion		11.37230
Sum squared resid	183392.2	Schwarz criterion		11.41540
Log likelihood	-215.0738	Hannan-Quinn criter.		11.38764
Durbin-Watson stat	0.060290			

აღნიშნულ მოდელში 10 ფაქტორული ლაგური ცვლადია ჩართული. აღნიშნული მოდელი არ არის სტატისტიკურად ვარგისი, ამასთან სტატისტიკურად არ უმჯობესდება მოდელი ფაქტორული ლაგური ცვლადების ჩამატებით.

შენიშვნა მოდელში: დეტერმინაციის და კორექტირებული დეტერმინაციის კოეფიციენტი არის უარყოფითი. აღნიშნული ფაქტი აიხსნება მოდელში თავისუფალი ცვლადის არ არსებობით და მოდელის სტატისტიკურად უვარგისობით.

დასკვნები და რეკომენდაციები

ძირითადი კაპიტალის შეფასება თეორიული მოდელების მიხედვით შესაძლებელია ინვესტიციების აქსელერატორის ლ. კოიკის მოდელის მიხედვით, ხოლო ჯერგენსონ-სტეფანსონის ინვესტიციების მოდელის კერძო მოდიფიკაციით არ აღინერება საქართველოს ეკონომიკა.

ინვესტიციების აქსელერატორის მოდელის ლ.კოიკის მოდიფიკაციის მიხედვით ძირითადი კაპიტალის ცვეთის ნორმა 6 პროცენტს, ხოლო 2014 წლის IV კვარტალში ძირითადი კაპიტალი მიახლოებით 6.5 მილიარდი ლარი იყო.

საქართველოს ეკონომიკაზე 2008 წლის აგვისტოს ომს ჰქონდა უარყოფითი გავლენა, რაც ნათლად გამოვლინდა 2009 წლის I კვარტალში.

მნიშვნელოვანია აღინეროს საქართველოს ძირითადი კაპიტალის მოცულობა, რაც სტატისტიკურად მეტად საიმედო მონაცემების საფუძველი გახდება. ამასთან ძირითადი კაპიტალის ცოდნა ქვეყანის ეკონომიკური პოტენციალის თუ სხვა მნიშვნელოვანი კვლევების საფუძველი გახდება.

სასურველია ძირითადი კაპიტალის მოცულობა გამოითვალოს სხვა ქვეყნების მონაცემების დეფლირებითაც, რისი საშუალებითაც მოხდება სხვა მოდელების შედეგებთან მისი შედარება და ანალიზი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ანანიშვილი, ი. დროითი მწკრივების ანალიზი. სალექციო კურსი. თბილისი, თსუ, 2014.
2. ანანიშვილი, ი. მაკრომოდელირება 1. სალექციო კურსი. თბილისი, თსუ, 2014.
3. მიქიაშვილი, ნ. გამოყენებითი ეკონომეტრიკა. სალექციო კურსი. თბილისი, თსუ, 2015.
4. პაპავა, ვ. არატრადიციული ეკონომიკისი. თბილისი, პაატა გუგუშვილის ინსტიტუტი, 2011.
5. Берндт Эрнст Р. практика зонометрики классика и современность. Москва, Юнити-Дана, 2005.
6. საქართველოს სტატისტიკის სამსახური, www.geostat.ge

REFERENCES:

1. Ananiashvili, I. Timeline series analysis. Lektion course. Tbilisi, TSU, 2014 (in Georgian language);

2. Ananiashvili, I. Macroeconomic modeling 1. Lecture course. Tbilisi, TSU, 2014 (in Georgian language);
3. Mikiashvili, N. Applied econometric. Lecture course. Tbilisi, TSU, 2015 (in Georgian language);
4. Papava, V. Non-traditional economics. Tbilisi, Paata Gugushvili's institute, 2011 (in Georgian language);
5. Bernd Ernst R. Applied econometric. Classical and modern. Moscow, 2005, Iuniti-dana, p.847. (in Russian language);
6. National statistic office of Georgia, www.geostat.ge. (in Georgian language).

THE MAIN CAPITAL OF GEORGIA AND THE ALTERNATIVE METHODS OF ITS CALCULATION

Giorgi Mikeladze Phd Student,
Iv. Javakhishvili Tbilisi State University

RESUME

This paper discusses the importance of the country's capital, alternative methods for calculating the main total capital of Georgia and opportunities of the practical realization according to Georgian economy. There is used 2003-2014 quarterly empirical data in survey.

In the paper, there is empirically tested investment accelerator model of L. Koike and Stepanson-Jergenson's private modification of investment model. The practical model considers the specification of Georgian economy and important events (2008 August war results).

The empirical surveys confirm the total capital correlation to GDP's and total investment's current and lagged values. Also, the study evaluates quarterly the amounts for total capital of Georgia in 2003-2014 years and the depreciation rate which is equal to 6 percent.

Keywords: Total Capital of Georgia, Investment Accelerator model of L. Koike; Stepanson-Jergenson's private modification of investment model; GDP; Total investment.

სამშენებლო კლასტერში ფაქტორული სივრცის და კლასტერის მონაწილეთა ადგილების განსაზღვრა

თენგიზ ცაგარეიშვილი
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

სამშენებლო ბიზნესში ეკონომიკური, ორგანიზაციული და სოციალური ფაქტორები მოქმედებენ. თითოეული ფაქტორი 15-20 ქვეფაქტორს შეიცავს. იმისათვის რომ სამშენებლო ორგანიზაციებმა და მათ მომიჯნავე სანარმოებმა კლასტერში ეფექტურად იმუშაონ, საჭიროა, ამ ფაქტორების გამოკვლევა.

ფაქტორთა მრავალრიცხოვნების გამო ავტორი გვთავაზობს 14 ძირითადი ფაქტორის შესწავლა-შეფასებას ექსპერტების დახმარებით. ეს ფაქტორები ქმნიან კლასტერში ფაქტორულ სივრცეს. ეს ფაქტორებია: სამშენებლო კომპანიის განვითარება (x_1), სამშენებლო კომპანიის მობილობა (x_2), ინვესტიციების რენტაბელობა (x_3), ინფლაცია რეგიონში (x_{10}) და სხვ.

სტატიაში გამოთვლილია ფაქტორული სივრცის შესაფასებლად საჭირო ექსპერტთა რაოდენობა და მოცემულია ფაქტორული სივრცის შეფასების და კლასტერული სისტემის განვითარების ალგორითმი.

სტატიაში მოცემულია სამშენებლო კლასტერის რაციონალური მოდელი და მასში მინიშნებულია კლასტერის მონაწილეთა დასაკავებელი ადგილები ($V_1; V_2; V_3; V_4; V_5$).

საკვანძო სიტყვები: კლასტერი; ექსტრაპოლიაციური ფაქტორული სივრცე; სტრატეგიული ექსპერტი; ადგილი; შეფასება.

შესავალი

ყველა საქმიანობაზე ფაქტორთა ჯგუფი ახდენს გავლენას. ასეა სამშენებლო კლასტერიც და მისი საქმიანობაც. კლასტერში გაერთიანებამდე მისმა მონაწილეებმა უნდა იცოდნენ რა ადგილს

დაიკავებენ და როგორ ფაქტორულ სივრცეში მოხვდებიან.

წინამდებარე სტატია ეძღვნება ამ საკითხის თეორიულ განხილვას და ფაქტორული სივრცის შესაფასებლად ექსპერტების გამოყენების რეკომენდაციას იძლევა.

ძირითადი ტექსტი

1. ფაქტორული სივრცის განსაზღვრა

ნებისმიერი საწარმოს, მ. შ. სამშენებლო ორგანიზაციის საქმიანობის მართვის ეფექტიანობა მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული მის შიდა და გარე გარემოს ფაქტორების და ფაქტორთა ჯგუფების გავლენაზე. როცა უნდა ავარჩიოთ სამშენებლო ბიზნესში კლასტერული სისტემის განვითარების ეფექტიანობის რაციონალური პარამეტრები, საჭიროა [Шифф М., Уинтурс Л., 2005, გვ. 64]:

1. მხედველობაში მივიღოთ სამშენებლო კომპლექსის (საწარმოთა ერთიანობა) სხვადასხვა ეკონომიკური სიტუაციები და ამ სიტუაციებში კომპლექსის განვითარების ხასიათი და ალბათობა.

2. განვსაზღვროთ და ჩამოვაცალიბოთ შიგა და გარე გარემოს ფაქტორული სივრცე, რომელიც ამ კომპლექსის ქვედანაყოფების განვითარების ეფექტიანობაზე მოქმედებენ.

3. განვსაზღვროთ სამშენებლო ბიზნესში კლასტერული სისტემის საწარმოო და სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარების და ფუნქციონირების ძირითადი პარამეტრები.

სამშენებლო ბიზნესში ფაქტორული სივრცის ფორმირებისა და შეფასებისას, უნდა გამოვიდეთ შემდეგი ძირითადი წინამძღვრებიდან:

1. კლასტერული სისტემის განვითარება შეიძლება განხორციელდეს ერთ-ერთ სოციალურ-ეკონომიკურ სიტუაციაში, რომელსაც გარემოს ფაქტორების გავლენა განსაზღვრავს.

2. ფაქტორული სივრცის განსაზღვრისას გათვალისწინებული უნდა იყოს მისი ყველა მონაწილის ინტერესები.

ამისათვის საჭირო იქნება:

1. ჩამოვაცალიბოთ ფაქტორული სივრცე.

2. განვსაზღვროთ კლასტერის მონაწილეთა ინტერესები.

3. განვსაზღვროთ კლასტერის მონაწილეთა ინტერესების გავლენის ხარისხი კლასტერის განვითარებაზე.

სამშენებლო ბიზნესში ორგანიზაციული, ეკონომიკური და სოციალური ფაქტორები მოქმედებენ. თითოეული მათგანი 15-20 ფაქტორს მოიცავს. ცხადია, ყველა ისინი ფაქტორულ სივრცეში შედიან, მაგრამ ფაქტორთა ასეთი სიმრავლის შეფასება ექსპერტებსაც კი არ შეუძლიათ. ჩვენი ნაშრომისთვის ეს მეტად საჭირო იყო, რადგან ფაქტორული სივრცის ჩამოყალიბებაში ვფიქრობთ ჩავრთოთ მშენებელი-ექსპერტები, რომელთაგანაც ანკეტური წესით მივიღებთ კითხვებზე პასუხებს. ამიტომ ჩვენ ფაქტორები გავამსხვილეთ და მოცემულ ნაშრომში 14 ერთეულად წარმოვადგინეთ და მივეცით მათ სიმბოლური აღნიშვნები [Грунин О., Грунин С., 2002, გვ. 38]:

1. სამშენებლო კომპანის განვითარების და მართვის ეფექტიანობა – x_1
2. სამშენებლო კომპანის მობილობა – x_2
3. სამშენებლო კომპანის ორგანიზაციული სტრუქტურის მოქნილობა – x_3
4. მართვის, ორგანიზაციის და ტექნოლოგიის ახალი ფორმების დანერგვა – x_4
5. ინვესტიციების რენტაბელობა – x_5
6. სამშენებლო კომპანის საწარმოო პოტენციალის გამოყენების ეფექტიანობის დონე – x_6
7. კადრების დენადობა – x_7
8. საწარმოო და ორგანიზაციული რისკების გავლენა – x_8
9. წარმოების ძირითადი რესურსებით უზრუნველყოფა – x_9
10. ინფლაციის დონე რეგიონში – x_{10}
11. კომპანიის ინვესტიციური მიმზიდველობა – x_{11}
12. რეგიონის ინვესტიციური მიმზიდველობა – x_{12}
13. მოსახლეობის შემოსავლების დონე საქართველოში – x_{13}
14. პოლიტიკური სიტუაცია ქვეყანაში – x_{14}

2. ფაქტორული სივრცის განსაზღვრა

თბილისის სამშენებლო კლასტერის ფაქტორული სივრცის განსასაზღვრელად ჩვენ გამოვიყენეთ ექსპერტული მეთოდი. ამ მეთოდის გამოყენებისთვის უპირველესად საჭიროა ექსპერტების ოპტიმალური რაოდენობის დადგენა. მეცნიერები გვთავაზობენ იგი ვიანგარიშით ფორმულით:

$$M = \frac{h^2 \cdot r_a \cdot r_0}{\Delta^2}$$

ფორმულაში:

h - არის სანდოობის კოეფიციენტი (0,95)

r_a - დათქმული ნიშნის მქონე ელემენტები ამორჩეულ ერთობლიობაში (0,95)

r_0 - დათქმული ნიშნის არმქონე ელემენტები ამორჩეულ ერთობლიობაში (0,05)

Δ - რეპრეზენტატიულობის შეცდომა (0,05)

ამ მნიშვნელობების ფორმულაში ჩასმით მივიღებთ:

$$M = \frac{(0,95)^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}{(0,05)^2} = 17$$

ეს იმას ნიშნავს, რომ კვლევაში ექსპერტული მეთოდის გამოსაყენებლად დაგვჭირდება 17 კაცის ჩართვა. დიდ ქვეყანას ამის შესაძლებლობა აქვს, პატარას კი, ისეთს როგორც საქართველოა, და თანაც, ერთ დარგში – მშენებლობაში, ამდენი ექსპერტები არ ყავს. შემდეგში, როცა ამ სამუშაოს პრაქტიკულად ჩავატარებთ, ექსპერტების რაოდენობას გავანახევრებთ.

ამორჩეული ექსპერტები, რომელთაც გადაეგზავნებათ ფაქტორების ჩამონათვალი, დაადგენენ მათ პრიორიტეტულობას კლასტერში და მიანიჭებენ მათ ბალებს. ამის შემდეგ უნდა მოხდეს ფაქტორული სივრცის რაოდენობრივი შეფასება. ფაქტორების გავლენის რაოდენობრივ შეფასებისთვის გაანგარიშებებში უნდა ჩაირთოს შემასწორებელი ინტეგრალური კოეფიციენტი, რომელიც ითვალისწინებს კლასტერული სისტემის ტიპს, კლასტერ-

ში შემავალ სანარმოთა ეკონომიკურ სიტუაციათა ტიპს და მათ რაციონალურ შეთანხმობას.

$$k = \sqrt{k_1 \cdot k_2}$$

k - არის კლასტერული სისტემის განვითარების კოეფიციენტი სამშენებლო კომპანიებში ($0 < n < 1$)

n - არის კლასტერის შემადგენელთა რიცხვი

k_1 - არის სანარმოთა შიგა რესურსების გამოყენების ღირებულებითი კოეფიციენტი ($0 < 1$)

k_2 - კოეფიციენტი იანგარიშება შემდეგნაირად:

$$k_1 = \frac{S}{S + \Delta S}$$

S - არის მშენებლობაში კლასტერული სისტემის შექმნისთვის საჭირო რესურსების ღირებულება

ΔS - არის კლასტერში შესვლისთვის სანარმოთა ორგანიზაციულ გარდაქმნებისთვის საჭირო რესურსების ღირებულება

$$k_2 = \frac{I}{I + \Delta I}$$

ფორმულაში:

I - არის კლასტერულ სისტემის შექმნისთვის საჭირო ინვესტიცია

ΔI - არის კლასტერში შესვლისთვის სანარმოთა გარდასაქმნელად საჭირო დამატებითი ინვესტიციების მოცულობა

3. კლასტერის მონაწილე ადგილების განსაზღვრა.

სამშენებლო კომპანიებზე შიგა და გარე გარემოს ფაქტორები დადებითად ან უარყოფითად მოქმედებენ. სწორედ ამ გავლენის გათვალისწინებით მეცნიერებმა შეიმუშავეს კლასტერული სისტემის რაციონალური ვარიანტები.

მეცნიერებმა აღნიშნული წარმოადგინეს ორ ვარიანტად: ექსტრაპალიაციური და სტრატეგიული, ექსტრაპალიაციურ სცენარში სამშენებლო კომპანიები ვითარდებიან ჩვეული წესით სიახლეების დანერგვის გარეშე, სტრატეგიულ სცენარში

კი სწორედ სიახლეების დანერგვაა ჩადებული. ამას შინაგანი რესურსების მობილიზაცია დასჭირდება და ინვესტორის ეფექტური სტრატეგიის შემუშავება. მისი შემუშავებისას შემდეგი საბაზო პრინციპები გაითვალისწინება [Мигранян А., 2001, გვ. 17]:

- ინვესტორების საზღვრით ეფექტიანობა;
- ინვესტიციების ეფექტიანობის მატერიალურ და ფულად შეფასებათა შეთანხმება;
- ადაპტაციური დანახარჯების პრინციპი;
- მულტიპლიკატორის პრინციპი;
- Q – პრინციპი.

კლასტერში სანარმოს ჩართვას მისი სტრატეგია და აგრეთვე მისი მოტივაცია განსაზღვრავს. ყოველივე ამის გათვალისწინებით, კლასტერში სანარმოს შეიძლება ქონდეს სანყისი, შუალედური, საბოლოო, კომბინირებული მომიჯნავეს დარგთაშორის კომბინირებული მდგომარეობა (იხ. ცხრილი 1).

ცხრილიდან ჩანს, რომ კლასტერში შემავალ სანარმოებს ხუთი სახის მდგომარეობა შეიძლება ქონდეთ – სანყისი, შუალედური, საბოლოო, კომბინირებული და დარგთაშორის კომბინირებული. ამ ადგილის დაკავებას განსაზღვრავს მათ მიერ გამოშვებული პროდუქციის ან განეული მომსახურების სახე. ამ მიდგომით სამშენებლო კლასტერში შემავალი სანარმოები და ორგანიზაციები ადგილს შემდეგნაირად დაიკავენ (ცხრილი 2).

როგორც ამ ცხრილიდან ჩანს, სამშენებლო კლასტერში სხვადასხვა სანარმოებს სხვადასხვა ადგილები ექნებათ დაკავებულნი. სამშენებლო ორგანიზაციები V_3 – მდგომარეობაში იქნებიან, რადგან ისინი კლასტერის საბოლოო პროდუქციას ქმნიან.

კლასტერული სისტემის ეფექტიანობის დასადგენად იყენებენ მისი რესურსების შედეგიანობის კოეფიციენტს. იგი მინიმუმისკენ უნდა მიისწრაფვოდეს [5, გვ. 38]:

$$E = \frac{V_p}{Q + (F_o + F_{os}) \cdot k_n} \rightarrow \min$$

ფორმულაში:

E_r - არის კლასტერში გამოყენებული რესურსების ეფექტიანობა

ცხრილი 1

კლასიფიკაციის სისტემის მიხედვით და მათში საჭარხის განლაგების პარამეტრები

საწარმოს კლასიფიკაციის კატეგორია	გრაფიკული განმარტება	უპირატესობები	ნაკლოვანებები	სისტემის ჩართვის პარამეტრები და მოცულობა	კლასიფიკაციის სისტემის ტიპი
კატეგორია V ₁ საწარმოს მდგომარეობა		საკუთარი რესურსული უსრუტელობა	საბოლოო უდგომარეობის ინტენსივობა	მაკროალკონსტრუქციის ერთობლივობის მოცულობა	ტექნოლოგიური
კატეგორია V ₂ შუალედური მდგომარეობა		შესაბამისი რესურსების განაწილებაში ერთობლივობა	შთობლივი თვისებები	მაკროალკონსტრუქციის ერთობლივობის მოცულობა	საკონსტრუქციო ტექნოლოგიური
კატეგორია V ₃ საბოლოო მდგომარეობა		საბოლოო პროდუქციის დონის ინტენსივობა	კონსტრუქციის მიხედვით სიმრავლეს, წარმოების ბოლო ფაზის ხარისხს	მაკროალკონსტრუქციის ერთობლივობის მოცულობა	საკონსტრუქციო
კატეგორია V ₄ კომბინირებული მდგომარეობა		მაკროალკონსტრუქციის განვითარება	კონსტრუქციის განვითარება	მაკროალკონსტრუქციის ერთობლივობის მოცულობა	დასრულებული
კატეგორია V ₅ დარგის შორის კომბინირებული მდგომარეობა		მომხრავი დარგების საწარმოს მაკროალკონსტრუქციის განვითარება	კონსტრუქციის განვითარება	მაკროალკონსტრუქციის ერთობლივობის მოცულობა	დასრულებული

ცხრილი 2
სამშენებლო კლასტერი და მასში სანარმოთა და
ორგანიზაციათა განთავსება

ვარიანტი	სანარმოს მდგომარეობა კლასტერში	გამოშვებული პროდუქციის ან მომსახურების დახასიათება	სანარმოთა საქმიანობის მიმართულებები
V ₁	საწყისი	საშენ მასალები და ნაკეთობები, მონყოვილობები და სამონტაჟო დეტალები, საპროექტო დოკუმენტაცია	მომწოდებლები; საპროექტო ორგანიზაციები
V ₂	შუალედური	სატრანსპორტო მომსახურება	სატრანსპორტო ორგანიზაციები და სანარმოები
V ₃	საბოლოო	სამშენებლო ობიექტები	სამშენებლო კომპანიები
V ₄	კომბინირებული	სხვადასხვა მომსახურების განევა	საკონსულტაციო ფირმები, შიგა აუდიტორული ფირმები და სხვა
V ₅	დარგთაშორისი კომბინირებული მდგომარეობა	სხვა დარგების სანარმოთა მომსახურება	მომიჯნავე დარგების სანარმოები

Q - დასაქმებულთა რიცხვი

F_{σ} - ძირითადი ფონდების საშუალოწლიური მოცულობა

$F_{\sigma\delta}$ - კლასტერულ სისტემაში შემავალ სანარმოთა საბრუნავი ფონდების ღირებულება

k_n - შრომის სრული დანახარჯების კოეფიციენტი

V_p - კლასტერში შემავალ სანარმოთა მიერ წარმოებული წმინდა პროდუქციის მოცულობა.

დასკვნა

სტატიაში დასმული პრობლემის გამოკვლევამ საშუალება მოგვცა დავასკვნათ, რომ კლასტერში საჭიროა ფაქტორული სივრცის დადგენა. სამშენებლო კლასტერში ამ სივრცეს ქმნიან მრავალრიცხოვანი ფაქტორები, მათგან 14-ია უმთავრესი.

ფაქტორული სივრცის შეფასება ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად უნდა მოახდინონ ექსპერტებმა ბალური სისტემით და შემდეგ უნდა მოხდეს მისი ინტეგრალური მაჩვენებლის გამომანგარიშება.

სამშენებლო კლასტერში სანყისი პოზიცია (ადგილი) უკავიათ მომწოდებლებს და საპროექტო ორგანიზაციებს, შუალედური – სატრანსპორტო ორგანიზაციებს, საბოლოო – სამშენებლო ფირმებს, კომბინირებული – აუდიტორულ და საკონსულტაციო ფირმებს, დარგთაშორისი კომბინირებული – მომიჯნავე დარგების სანარმოებს.

ლიტერატურა:

1. Шифф М., Уинтурс Л., Региональная интеграция и развитие, М., 2005.
2. Грунин О., Грунин С., Экономическая безопасность организации, М., 2002.
3. Круглов И., Стратегическое управление компанией, М., 1998.
4. Мигранян А., Теоретические аспекты формирования конкурентоспособности кластеров, ж. «Вопросы теории и практики управления», 2001, №8.
5. Дурандина Е., Необходимость формирования кластерской системы отраслевого комплекса как предпосылка устойчивого развития региона, М., 2003.

REFERENCES:

- 1 M. Schiff, L. Winters, Regional Integration and Development. 2005.
2. Grunin O., S. Grunin, Economic Security of Organization, Moscow, 2002.

3. Kruglov I. The Strategic Management of the Company, Moscow, 1998.

4. Mikhranian A. Theoretical Aspects of Formation of the Comparative Clusters, “Problems in the Theory and Practice of Management”, 2001, №8.

5. Durandina E., Necessity of Formation of Cluster Systems of Industrial Complex as a Precondition for Sustainable Development of the Region, Moscow, 2003.

DETERMINATION OF FACTOR SPACE AND PLACE OF THE CLUSTER PARTICIPANTS IN THE CONSTRUCTION CLUSTERS

Tengiz Cagareishvili

PPhD Student of GTU

RESUME

The Economic, organizational and social factors affect the construction business. Each of factors consists of 15 – 20 sub-factors. In view of an effective work of the construction clusters study of those factors are necessary. Those are the issues considered in the article.

Due to multiplicity of the factors, the author suggests to evaluate 14 basic factors with experts. Those factors form a factor space in the clusters. Those are the development of construction companies (x_1), mobility of construction company (x_2), Profitability of investments(x_3), inflation in the region (x_{10}) etc .

The article calculates the number of the experts necessary to evaluate the factor space as well as there is the algorithm of evaluation of factor space and development of a cluster system.

The article provides a rational model of the construction cluster and indicates the place of cluster participants ($V_1; V_2; V_3; V_4; V_5$).

Keywords: Cluster; Extrapolation Factor Space; Strategic Expert; Location; Assessment;

რეკრეაციული მოთხოვნილებები და საკურორტო-რეკრეაციული გარემოს მიმზიდველობის მოდელი

ნინო შაფათავა
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

წინამდებარე სტატიაში განხილულია საკურორტო-რეკრეაციულ კომპლექსში შემავალი საწარმოების მიერ შეთავაზებული მრავალფეროვანი მომსახურებების მიმართ არსებული მომხმარებელთა მოთხოვნები, საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში გამგზავრების მიზნების მიხედვით რეკრეანტთა ძირითადი ჯგუფები, ევროპელი მომხმარებლების მზარდი ინტერესი განვითარებადი ქვეყნების გამაჯანსაღებელი (Wellness) ტურიზმის ბაზრის მიმართ და მათი სეგმენტაცია ინტერესთა სფეროების მიხედვით. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები საქართველოში ბუნებაზე დაფუძნებული დასვენების მსურველი საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობისა და ადგილობრივ ტურიზმში დასვენებისა და რეკრეაციის წილის შესახებ. აგრეთვე, შემოთავაზებულია რეკრეაციული რესურსების მიმზიდველობის ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელი, რომლის საშუალებითაც, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ გამოქვეყნებული მოსახლეობის ავადობის წლიურ მაჩვენებლებზე დაყრდნობით, შესაძლებელია რეკრეანტთა გამაჯანსაღების კოეფიციენტის გამოთვლა და სამკურნალო-სარეაბილიტაციო საწარმოების მიმართ დამსვენებელთა მიდრეკილების განსაზღვრა.

საკვანძო სიტყვები: გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, სამკურნალო ტურიზმი, რეკრეანტთა ჯგუფები, ბუნებაზე დაფუძნებული ტურიზმი, რეაქტიული და პროაქტიული ტურიზმი, რეკრეაციული რესურსების მიმზიდველობა.

შესავალი

სამკურნალო კურორტების განვითარება და წარმატებული ფუნქციონირება პირდაპირ გავლენას ახდენს როგორც ადგილობრივ, ისე რეგიონულ განვითარებაზე, რადგან სამკურნალო-რეკრეაციულ მეურნეობაში მონაწილე სანარმოების მიერ თანამედროვე ტექნოლოგიებზე და ინოვაციურ მიდგომებზე დაყრდნობით ფუნქციური დანიშნულების შესრულება განაპირობებს სამკურნალო-რეკრეაციული მიზნით ჩამოსულ ტურისტთა შორის კურორტის მიმართ ლოიალობისა და ერთგულების ატმოსფეროს ჩამოყალიბებას. ასეთი ტურისტები ცდილობენ, რომ მათი ვიზიტები გახდეს უფრო რეგულარული, ურჩიონ მეგობრებსა და ოჯახის წევრებს, რომ მათაც ისარგებლონ იმავე პროდუქტით. შესაბამისად, ტურისტების რაოდენობის ზრდა აჩენს ახალ შესაძლებლობებს როგორც სამკურნალო-რეკრეაციულ მეურნეობაში მონაწილე სანარმოებში დასაქმების, ისე დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნით მომიჯნავე მეურნეობების განვითარება-გაფართოების საშუალებით..

ძირითადი ტექსტი

საკურორტო-რეკრეაციულ კომპლექსში შემაჯავალი სანარმოები მრავალფეროვანი საკურორტო მომსახურების ბაზარს ქმნიან. ამ მომსახურების მომხმარებლებს განასხვავებენ საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში მათი გამგზავრების მიზნების მიხედვით. აქ ორი ძირითადი კატეგორია გამოიყოფა: (1) პაციენტები, რომლებიც კურორტებზე ჩადიან მკურნალობისა და რეაბილიტაციის მიზნით, და (2) დამსვენებლები, რომლებიც მხოლოდ დასასვენებისა და რეკრეაციის მიზნით სტუმრობენ კურორტებს. ბოლო დროს რეკრეანტთა უმრავლესობის მიზანს მხოლოდ დასვენება (კულტურული, შემეცნებითი, გასართობი) წარმოადგენს, რის გამოც, ხშირად, სამკურნალო კურორტებზე ჩასული რეკრეანტები უარს აცხადებენ სამკურნალო მომსახურების/პროცედურების მიღებაზე (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ან მინიმალური დოზით სარგებლობენ ასეთი მომსახურებით და მხოლოდ დასვენებით შემოიფარგლებიან.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურისა და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ გამოშვებული ბროშურა “საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2013” სხვა მონაცემებთან ერთად გვიჩვენებს საქართველოში საერთაშორისო და ადგილობრივი ვიზიტორების მოგზაურობის მთავარ მიზანს და ტურიზმის პოპულარულ ტიპებს.

როგორც ამ მიმოხილვიდან ჩანს, საქართველოში რეზიდენტი ტურისტების უმრავლესობამ (45%) ვიზიტები ნათესავების / მეგობრების მოსანახულებლად განახორციელეს; დასვენება, გართობა და რეკრეაცია მოგზაურობის მთავარ მიზანს ვიზიტორების 15%-თვის შეადგენდა; მკურნალობა და გაჯანსაღება კი - მხოლოდ 9%-თვის.

რაც შეეხება საერთაშორისო ვიზიტორებს, მათი მოგზაურობის საშუალო ხანგრძლივობა საქართველოში ხუთი-რვა ღამეა. საერთაშორისო ვიზიტორების უმრავლესობა (37%) ჩამოსვლის მთავარ მიზნად დასვენებას, გართობას და რეკრეაციას ასახელებს. მათი ჩამოსვლის სხვა მიზნებს შორისაა მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება (26%) და მკურნალობა (2%).

ამავე პერიოდში შემოსული საერთაშორისო ტურისტების განილება ტურიზმის ტიპების მიხედვით ასე გამოიყურება:

- ბუნებაზე დაფუძნებული - 52%;
- კულტურული - 23%
- სათავგადასავლო - 13%
- ღვინო, გასტრონომია - 5%
- დასვენება, რელაქსაცია - 4%
- სპორტი - 1%
- ჯანმრთელობა - 1%
- აგროტურიზმი - 1%

სამწუხაროდ, არც ტურიზმის ეროვნული დეპარტამენტი და არც სტატისტიკის ეროვნული სამსახური არ ახდენს დიფერენცირებას თუ დასვენების, გართობისა და რეკრეაციის, ან მკურნალობის მიზნით შემოსულ ვიზიტორთა რა ნაწილმა ისარგებლა საქართველოს კურორტებზე სარეკრეაციო თუ სამედიცინო-გამაჯანსაღებელი მომსახურებით. თუმცა აღნიშნულ ვიზიტორ-

თა მიერ გამოკვეთილი “ბუნებაზე დაფუძნებული” ტურიზმის ტიპის მაჩვენებლის (52%) მიხედვით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს მაღალმთიან ზონებში არსებულ კურორტებზე ტურისტულ საკურორტო ინფრასტრუქტურის მონესრიგება-ფუნქციონირების შემთხვევაში, იქ არსებული რეკრეაციული რესურსების მოცულობითი სიმძლავრეები და მრავალფეროვნება თავისი გამორჩეული თვისებების გამო სწრაფად მოიპოვებს ლიდერობას მთელი კავკასიის რეგიონის მასშტაბით.

ევროპაში გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმი პოპულარულია ყველა ასაკობრივი თუ შემოსავლის მომხმარებელთა ჯგუფებში. ევროპის ტურიზმის განვითარების ცენტრის მიერ გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმის ევროპელი მომხმარებლები იყოფიან 6 ძირითად ჯგუფად:

1. ამბიციური სამედიცინო პროფილის დამსვენებლები (რომლებიც გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 27%-ს შეადგენენ) - ეს საკურორტო რეკრეაციით დაინტერესებულ მომხმარებელთა ყველაზე მსხვილი სეგმენტია, რომელთა ნახევარზე მეტი (54%) 40-დან 69 წლამდე ასაკისაა. მათი ინტერესები და მოთხოვნილებები მოიცავს, თუმცა არ შემოიფარგლება დაბერების სანინალმდეგო / გამაახალგაზრდავებელი მასაჟებითა და პროცედურებით, სპეციფიკური ფიტნესს აქტივობებით და მისთ. დამატებითი პროდუქტის თვალსაზრისით, ეს ჯგუფი კოსმეტიკური ზეთების, სკრბებისა და მალამოების ყველაზე აქტიური მომხმარებელია. ამავე სეგმენტის მნიშვნელოვანი ნაწილი (33%) დაინტერესებულია საცურაო აუზებითა და სხვადასხვა სახის წყლის პროცედურებით.

2. რეკრეაციის მსურველი დამსვენებლები (რომლებიც გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 25%-ს შეადგენენ) - ეს საკურორტო რეკრეაციით დაინტერესებულ მომხმარებელთა კიდევ ერთი მსხვილი სეგმენტია. ამ ჯგუფის წარმოადგენთა ნახევარზე მეტის ასაკი 20-დან 49 წლამდეა, ხოლო მათი ინტერესები გამაჯანსაღებელი არდადეგების პერიოდში იხრება ისეთი მომსახურებებისკენ, როგორცაა: საუნა, მზის აბაზანები, ლანდშაფტოთერაპია, მასაჟი, საცურაო აუზი, მისთ.

3. ე.წ. ღირსეული ბონ-ვივანტები¹ (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 18%) - ამ სეგმენტში გაერთიანებული მომხმარებელი 50 წელზე მეტი ასაკისაა და მათ გარკვეულ ნაწილს უკვე აქვს გამაჯანსაღებელი ტურიზმის გამოცდილება. სეგმენტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან ამ ჯგუფის მომხმარებლების ინტერესი კოსმეტიკური და გამაახალგაზრდავებელი პროცედურებისა და პროდუქტების მიმართ საშუალოზე ბევრად მაღალია. გარდა ამისა, მათ ძალიან მაღალი მოლოდინები აქვთ საკურორტო-გამაჯანსაღებელი დასვენების მიმართ, როგორცაა: ძალიან კომფორტული ატმოსფერო, კომფორტული სასტუმრო, კარგი საკვები, თავისუფალი დროის გატარებისა და კულტურული ღონისძიებები. მათთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს “რელაქსაციასა” და “კეთილდღეობას”.

4. სპორტული და აქტიური დამსვენებელი (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 14%) - ეს საშუალოდ ყველაზე “ახალგაზრდა” სეგმენტია, რომლის თითქმის ნახევარი 40 წელზე ახალგაზრდა ასაკისაა. ამ ჯგუფის წარმომადგენლებს არ აქვთ საკურორტო-რეკრეაციული დასვენების დიდი გამოცდილება, ამდენად, ისინი ძირითადად ინტერესდებიან ყველა სახის მასაჟით, სხეულის გამაჯანსაღებელი პროცედურებით, საუნით, ფიტნესით და სპორტული აღჭურვილობით.

5. სკეპტიკურად განწყობილი დამსვენებლები (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 11%) - ამ ჯგუფის წარმომადგენლებს სკეპტიკური ან ნეგატიური დამოკიდებულება აქვთ საკურორტო-რეკრეაციული დასვენების მიმართ. ხშირად ასეთ დამოკიდებულებას პირადი შეზღუდვები (მაგ. მოგზაურობის უნარის არ ქონა) განაპირობებს. ასეთი ადამიანები გვხვდება ყველა ასაკობრივ ჯგუფში.

6. პრობლემებზე ორიენტირებული ახალბედა დამსვენებლები (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 5%) - ეს ჯგუფი ძირითადად ასაკოვანი დამსვენებლებისგან შედგება, რომელთა

¹ ფრანგული ტერმინი "bon vivant" - ნიშნავს დახვეწილი გემოვნების მქონე ადამიანს, რომელიც უპირატესობას ანიჭებს მაღალი ხარისხის მომსახურებას, საკვებსა და სასმელს, ფუფუნებით ცხოვრებას.

ნლოვანებაც 60 წელზე მეტია, და რომლებსაც თითქმის არ აქვთ სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი დასვენების გამოცდილება. მიუხედავად იმისა, რომ მათი ინტერესი “Wellness” ტურიზმის მიმართ მაღალია, მაინც გარკვეული ძალისხმევაჭირდება მათ დარწმუნებას.

გარდა ამისა, უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ მსოფლიოს წამყვან კურორტებზე დამკვიდრებულია დასვენებისა და თავისუფალი დროის შინაარსიანად გატარების პოპულარული ფორმები (როგორც კურორტის ფარგლებში, ისე მის ფარგლებს გარეთ) ბუნებრივი ფაქტორების გამოყენებით (მთა, წყალსატევი, ტყე, სხვ.).

დასვენებისა და თავისუფალი დროის გატარების კონკრეტული ფორმის არჩევას ამ სფეროს სპეციალისტების (ანიმატორების) პროფესიონალზმის დონესთან ერთად განაპირობებს ტურისტულ-საკურორტო დესტინაციაზე არსებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ბუნებრივი ფაქტორები და თავად დამსვენებელთა კონტიგენტის ფიზიკური თუ ასაკობრივი შესაძლებლობები და განსხვავებები. საერთაშორისო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ რეკრეანტთა შორის კმაყოფილებას ინვესტაციების ანიმატორების მიერ დამსვენებლებს შორის „კოლექტიური ატმოსფეროს“ ჩამოყალიბება, მათი შემოქმედებითი თუ სპორტული ნიჭისა და უნარების წარმოჩენის ხელშეწყობა, გასართობი ღონისძიებების შემუშავებისა და ჩატარების პროცესში მათი ჩართულობის უზრუნველყოფა. ეს უკანასკნელი დღეისათვის მომსახურების სფეროს მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს და შესაბამისად აქტუალურია ტურისტულ-საკურორტო დესტინაციებზე თავისუფალი დროის ორგანიზების თვალსაზრისითაც.

შესაბამისად გამოყოფენ საკურორტო რეკრეაციული რესურსების მოხმარების ორ ძირითად ტიპს: რეაქტიულს (სამკურნალო) და პროაქტიულს („ველნესი“). პირველი გულისხმობს დაავადების მკურნალობას ან მედიკამენტური კურსის შემდგომ რეაბილიტაციას კურორტზე, ხოლო მეორე - დაავადების პრევენციას / პროფილაქტიკას, ფიზიკური ძალების აღდგენას და სულიერი მდგომარეობის გაუმჯობესებას.

გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმი დაკავშირებული ადამიანის ჯანსაღი ფიზიკური და ემოციური მდგომარეობის შენარჩუნებასთან, რელაქსაციისა და დაავადების პროაქტიული პრევენციის გზით. ფიზიკური გაჯანსაღება გულისხმობს ისეთ პროცედურებს, როგორცაა, მაგ. სპა, კოსმეტიკური მომსახურება, მასაჟი, დეტოქსიკაცია და თალასოთერაპია. ემოციური გაჯანსაღება მოიცვს მედიტაციას, ოგას, და მისთ.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით კი, მიუხედავად იმისა, რომ 2010-2013 წლებში შეინიშნებოდა ზრდა სამკურნალო ტურიზმის მიმართულებით, მისი წილი ქვეყნის ტურიზმის მთლიან ინდუსტრიაში მხოლოდ 1%-ს შეადგენს. ეს მაჩვენებელი მიუთითებს, რომ საქართველოში არსებული სამკურნალო კურორტების შესაძლებლობების უდიდესი ნაწილი გამოუყენებელია მაშინ როდესაც, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატი) მაჩვენებლების მიხედვით საქართველოში მოსახლეობის ავადობის მაჩვენებელი (ტუბერკულოზი, გულის სისხლძარღვთა, სუნთქვის ორგანოთა, რევმატიული და ა.შ.) იზრდება.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით ჩვენ შევიმუშავეთ ტურისტულ-საკურორტო სანარმოებში რეკრეაციული მოზიდვის ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელი. აღნიშნული მოდელის შესაქმნელად ჩვენ საფუძვლად გამოვიყენეთ პროფ. ბ. გაბიძაშვილის მიერ შემოთავაზებული სტატისტიკური ფორმულა, მეცნიერული თვალსაზრისით მოვახდინეთ მისი მოდერნიზაცია და გარკვეული კომპონენტების ჩართვით საშუალება მოგვეცა ჩვენს მიერ პრაქტიკულად განსაზღვრულიყო საქართველოში სხვადასხვა დაავადებების მქონე მოსახლეობის მიდრეკილება საკურორტო-რეკრეაციული ცენტრების მიმართ და მათ მიერ საკურორტო-რეკრეაციულ ცენტრებში მკურნალობის შემდეგ მიღებული შედეგები.

აღნიშნული მოდელი ეფუძნება შემდეგ მოცემულობას:

$$K_{int} = \frac{\sum_{int}^n K_i}{n}$$

სადაც K_{int} - მიზიდველობის ინტეგრირებული კოეფიციენტი;

K_i - i -ური ფაქტორის სუბინდექსი;

n - ფაქტორთა რიცხვი.

სუბინდექსი შეიძლება გაანგარიშებულ იქნეს შემდეგი ფორმულით;

$$K_i = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$$

ჩვენს მიერ აღნიშნული მოდელი მორგებულ იქნა საქართველოში სხვადასხვა დაავადებების მქონე ოფიციალურად რეგისტრირებული მოსახლეობის რაოდენობაზე, სადაც ჩართული იქნა გაჯანსაღების კოეფიციენტის ცნება, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

$$K_H = 1 - K_{int}$$

სადაც K_{int} არის ინტეგრირების კოეფიციენტი.

აღნიშნული მოდელის ფუნქციონირებისთვის აუცილებელია განისაზღვროს პირველ რიგში - მიდრეკილების კოეფიციენტი, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

$$K_i = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$$

აღნიშნული მოდელისთვის პრაქტიკული სახის მისაცემად მოსახლეობის სხვადასხვა დაავადებებით ავადობის შესახებ ჩვენს მიერ მოპოვებული ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე მოვახდინეთ გათვლები, რომელთაგანაც მიღებული შედეგები საშუალებას გვაძლევს გაჯანსაღების კოეფიციენტის (K_H) მიხედვით განვსაზღვროთ საკურორტო-რეკრეაციულ ორგანიზაციებში რეკრეანტთა მიზიდულობის ხარისხი შემდეგი შკალის შესაბამისად: 0 - 30% - სუსტი მიზიდულობა; 30% - 60% - საშუალოდან ძლიერამდე მიზიდულობა; 60%+ - ძალიან ძლიერი მიზიდულობა.

დასკვნა

ამგვარად, მიუხედავად იმისა, რომ სტატისტიკის ეროვნული სამსახური არ ახდენს დიფერენცირებას თუ დაავადებულთაგან რამდენი ადამიანი გაჯანსაღდა, და/ან მათ შორის რამდენმა გაიარა კლინიკურ მედიკამენტური მკურნალობის კურსი, ან სარეაბილიტაციო კურსი საკურორტო დანესებულებებში, ჩვენ პირობითად შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში მკურნალობისა და რეაბილიტაციის მიზნით რეკრეანტთა მიდრეკილება საშუალოზე მაღალია.

გარდა ამისა, გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმის მიმართ ევროპიელი მომხმარებლის მზარდი ინტერესები გვაფიქრებინებს, რომ აღნიშნული შესაძლებლობის გამოყენების მიზნით, ტურისტულ საკურორტო სანარმოების განვითარებასა და ორგანიზებაში მნიშვნელოვანი როლი უნდა მიენიჭოს ინოვაციური სარეკრეაციო მომსახურებების დანერგვას, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში კონკურენტული საკურორტო მეურნეობის აღდგენა/შექმნა საკმაო სახსრებსა და ძალისხმევას საჭიროებს.

გამოყენებული ლიტერატურა / REFERENCES:

1. CBI Market Information Database - „Insights into and foresights on key European market dynamics”, 2015.
2. UNWTO & ETC - “Handbook on Tourism Product Development”, 2012.
3. *Kbiladze, D.* - “Business environmental attractiveness of Georgia”, magazine: Business and Legislation, 2010, #19-20. (in Georgian).

**RECREANTS' REQUIREMENTS AND
THE MODEL OF ATTRACTIVENESS OF TOURISM-
RECREATIONAL ENVIRONMENT**

Nino Shapatava - PhD Student,
Georgian Technical University

RESUME

The present article - "Recreants' Requirements and The Model of Attractiveness of Tourism-Recreational Environment" - reflects on the existing consumers' requirements and demands regarding the variety of services offered by the enterprises included in the resort-recreation complexes, the main groups of the consumers according to the purposes of travel to the resorts and recreation zones, increasing an interest of European wellness tourists toward the wellness market in developing countries and their segmentation with regards to the interest groups. The article also refers to the data provided by the National Tourism Administration and the National Statistics Office of Georgia with regards to the number of international travelers arriving in Georgia for the nature-based tourism and the share of recreation holiday-makers among domestic travelers. Furthermore, the article offers the economic-mathematical model for measuring the attractiveness of recreational resources, that based on figures on - Morbidity with acute and chronic diseases by main disease groups - provided by National Statistics Office of Georgia, will allow to estimate the health and recovery ratio and to determine the susceptibility of tourists regarding the medical- recreation enterprises.

Keywords: Wellness Tourism; Medical tourism; Groups of Recreants; Nature-based tourism; Reactive and proactive tourism; Attractiveness of recreational resources.



გიზნესი, ვენეჯენტი, პარკატიონი



სარეკლამო გიზნესის განვითარების პირობებისა და შესაძლებლობების განსაზღვრის ალგორითმი

თამარი ლაშხიძე
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

განხილულია სარეკლამო ბაზრის განვითარების მდგომარეობის, პრობლემების, პერსპექტივების და სარეკლამო ხარჯების სიდიდეზე ზემოქმედების კოეფიციენტების სისტემის შესწავლა. შეთავაზებულია სარეკლამო კომპანია-მწარმოებლის მიერ საქონლის გაყიდვიდან მოსალოდნელი ფულადი სახსრების გადანაწილება სარეკლამო ბაზარზე.

საკვანძო სიტყვები: სარეკლამო ბაზარი, სარეკლამო ხარჯები, ეროვნული ბაზარი, სამეწარმეო სტრუქტურა.

შესავალი

მსოფლიო სისტემაში ჩართული ორკონტურიანი მრავალფაქტორული ეროვნული ბაზრების ურთიერთქმედების მექანიზმის დახმარებით სარეკლამო ბაზრის განვითარების მდგომარეობის, პრობლემებისა და პერსპექტივების შესწავლა და სარეკლამო ხარჯების სიდიდეზე ზემოქმედების კოეფიციენტების სისტემის გარკვევა, რომელიც ითვალისწინებს რაოდენობრივი შემაღენლობის კომპონენტების ზემოქმედების ანალიზს, მოითხოვს მოქმედებების თანმიმდევრობას ან ბიზნესის განვითარების პირობების განსაზღვრის ალგორითმის შემუშავებას.

ქირითადი ტექსტი

ბიზნესის განვითარების პირობების ალგორითმის განსაზღვრა ზოგადად მოიცავს მოქმედებების თანმიმდევრობას:

1) მსოფლიო და ეროვნული პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემების მდგომარეობის და განვითარების პერსპექტივების განსაზღვრა, რომელიც მოიცავს მიმდინარე და პროგნოზული პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობის განსაზღვრას ქვეყანაში და მსოფლიოში;

2) მსოფლიო სისტემაში ჩართული ორკონტურიანი მრავალფაქტორული ეროვნული ბაზრების ურთიერთქმედების მექანიზმის გამოყენებით ფაქტორების გავლენის, ეროვნული და საერთაშორისო ყველა წყაროს წარმოშობის გამოვლენა (ნახ.1), მიმართულებების მიხედვით: ნორმატიულ-რეგულირებადი ფაქტორები, სოციალურ-ეკონომიკური (საერთო კონიუნქტურული) ფაქტორები, საერთაშორისო ურთიერთქმედების ფაქტორები, შიდა საბაზრო ფაქტორები;

3) რეგულირების, გავლენის, შიდა ფაქტორების განსაზღვრა გამოსაკვლევი წყაროების განსაზღვრის საფუძველზე და ამ ფაქტორების დაჯგუფება;

4) დარგობრივი ბაზრების მდგომარეობისა და განვითარების პერსპექტივების, მათი მიმდინარე მდგომარეობისა და პრობლემების, ცვლილების დინამიკისა და პროგნოზული განვითარების, შესაბამისი ბიზნესის განვითარებაზე ამ დინამიკის ზეგავლენის განსაზღვრა;

5) საკვლევის ბიზნესის მდგომარეობის, დინამიკის პროგნოზირების და განვითარების მიმართულების განსაზღვრა ბიზნესზე ზემოქმედი დარგობრივი ბაზრის განვითარების პროგნოზის დინამიკისა და მდგომარეობის შესწავლის საფუძველზე.

მოცემული ალგორითმის, მსოფლიო სისტემაში ჩართული ორკონტურიანი მრავალფაქტორული ეროვნული ბაზრების ურთიერთქმედების მექანიზმისა და კოეფიციენტების სისტემის გამოყენება ზემოქმედების ფაქტორების წარმოშობის წყაროებისა და თვითონ ამ ფაქტორების ისეთი სახით დაჯგუფე-

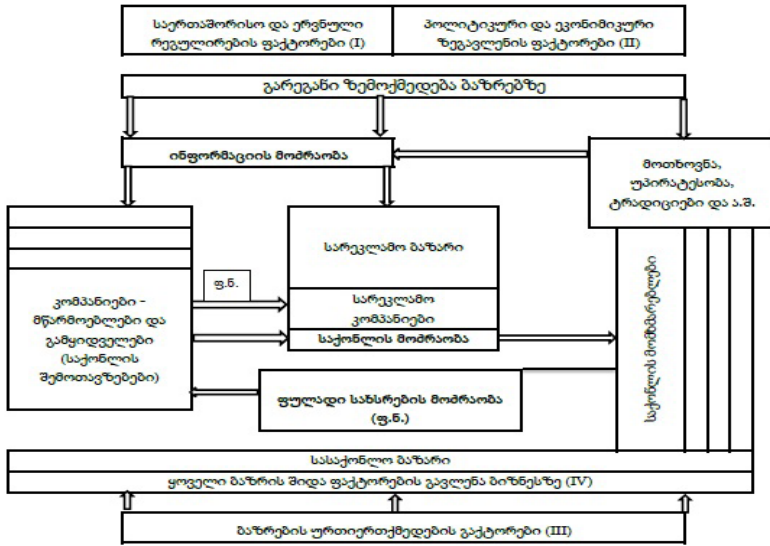
ბის საშუალებას გვაძლევს, რომ გამოთვლილი იქნას ბაზარზე სარეკლამო ხარჯებზე სხვადასხვა ხარჯების ზემოქმედების ხარისხი, რაც საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ მოგებისა და ღირებულების ზრდაზე ორიენტირებული კომპანიის სარეკლამო ბიზნესის სამენარმოეო სტრუქტურების განვითარების მიმართულებები.

სარეკლამო ბიზნესის კომპანიის ყველაზე ეფექტური ორგანიზაციული მოწყობის სისტემის განსაზღვრა, რომელიც დამოკიდებულია ეკონომიკური საქმიანობის შედეგზე:

სარეკლამო კომპანიების, კომპანია-მწარმოებლების, საქონლის მყიდველების, საქონლისა და ფულადი სახსრების ნაკადების მოძრაობის ურთერთქმედება მსოფლიოში სისტემაში ჩართული ორკონტურიანი მრავალფაქტორული ეროვნული ბაზრების ურთიერთქმედების მექანიზმის გათვალისწინებით მოცემულია ნახ. 1-ზე. კომპანია-მწარმოებლებისგან (საქონლის გამყიდველებისგან) საქონლის წარმოჩინება-მიტანას მომხმარებლებამდე, როგორც მთავარი ქმედებას, რომელიც განსაზღვრავს და ერთდოულად დამოკიდებულია ეფექტურ მწარმოებლურ და სარეკლამო ბიზნესზე, ახორციელებენ სარეკლამო და სასაქონლო ბაზრების ურთიერთქმედებები. სარეკლამო კომპანიები, სასაქონლო ბაზრის მდგომარეობის, საქონლის მოთხოვნის, მომხმარებლების მოთხოვნების და ა.შ. შესახებ არსებული ინფორმაციაზე დაყრდნობით განსაზღვრავენ საქონლის წარმოჩინების სტრატეგიასა და მეთოდებს, ქმნიან სარეკლამო კომუნიკაციას, ახდენენ მომხმარებელმამდე საქონლის წარდგენის აქტივიზირებას სასაქონლო ბაზარზე.

საინფორმაციო ნაკადებისა მიღებისა და სარეკლამო კომუნიკაციის შექმნის პროცესში წარმოიშვება ფულადი სახსრების მოძრაობის ნაკადები.

კომპანია-მწარმოებლის მიერ საქონლის გაყიდვიდან მოსალოდნელი ფულადი სახსრების ნაკადიდან ნაწილი ეძლევა სარეკლამო კომპანიებს ავანსად, შედის და გადანაწილდება სარეკლამო ბაზარზე.



ნახატი 1 - სარეკლამო და სასაქონლო ბაზრების ურთიერთქმედება

საქონლის გაყიდვის შემდეგ წარმოიშვება უკუგება ფულადი სახსრების ნაკადების მოძრაობისა და ინფორმაციის ისევე გადაცემა მომხმარებელიდან მწარმოებლისკენ მყიდველების მოთხოვნილებებზე და უპირატესობებზე. ხარჯების საერთო სიდიდე ($E_{სხ}$) და სარეკლამო კომპანიის დანახარჯები დამოკიდებულია ამ კომპანიების საქმიანობის ეფექტურობისათვის ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე, ფუქციებისა და ხარჯების შესაბამის რაოდენობის ნაკრებზე. სარეკლამო ხარჯების სტრუქტურა შეგვიძლია განვსაზღვროთ შემდეგი ფორმულით:

$$E_{სხ} = E_{ოს} + (E_{ინტ} + E_{მტ})_{სმ} + E_3 + E_{კლვ} \quad (5),$$

სადაც: $E_{სხ}$ - სარეკლამო კომპანიის ხარჯების საერთო სიდიდეა;

$E_{ოს}$ - სარეკლამო კომპანიის ორგანიზაციულ-სტრუქტურული ხარჯების, შენობა-ნაგებობების, აპარატურის შეძენის ან

იჯარის, საექსპლოატაციო ხარჯების, სახელფასო განაცემების, სხვა ხარჯებისა და გადასახადების ჩათვლით, რაც აუცილებელია ნებისმიერი ბიზნესის ფუნქციონირებისათვის;

$(E_{ონტ} + E_{ბტ})_{ს}$ - სარეკლამო შეტყობინების შექმნის ხარჯები, რომელიც შედგება:

$E_{ონტ}$ - ინტელექტუალური შემადგენელი კომპონენტით, რომელიც მოიცავს ყველაფერს სარეკლამო შეტყობინების იდეიდან დაწყებული მატერიალური გაფორმებისა და იურიდიული დაცვის ჩათვლით;

$E_{ბტ}$ - მატერიალურ-ტექნიკური შემადგენელი კომპონენტი, რომელიც მოიცავს სარეკლამო შეტყობინების წარმოებისა და ტირაჟირების ხარჯებს;

$E_{ჟ}$ - მწარმოებელსა და მომხმარებელს, სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფებს შორის საკომუნიკაციო კავშირის და საკომუნიკაციო არხების შექმნის, მხარდაჭერის, გაფართოებისა და ეფექტურობის გაზრდის ხარჯები სარეკლამო შეტყობინების წარმოჩენისათვის;

$E_{კლვ} = (E_{გ} + E_{სკ})$ - კვლევის ხარჯები, რომელიც შედგება:

$E_{გ}$ - მაკროეკონომიკური კვლევებისაგან, რაც მოიცავს კვლევებს მოთხოვნის, ტრადიციების პრიორიტეტების, სხვადასხვა მომხმარებელთა ჯგუფების გადახდისუნარიანობის, რეგულირებისა და სარეკლამო ბაზარზე და ბიზნესზე გავლენის ზემოქმედების პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემების ურთიერთქმედების, სხვადასხვა ბაზრებისა და ეკონომიკის დარგების, სარეკლამო ბაზრისა და სარეკლამო ბიზნესზე მისი ზემოქმედების მთლიანად და კონკურენტულ კომპანიაზე;

$E_{სკ}$ — კონკრეტული სარეკლამო კომპანიის კვლევის ხარჯები, იმის შესწავლის ჩათვლით, თუ მომხმარებელთა მიზნობრივი ჯგუფები და ბაზარი მთლიანად როგორ აღიქმავს სარეკლამო შეტყობინებას და რეკლამირებად პროდუქტს, თუ რატომ და რა არის გასაკეთებელი როგორც სარეკლამო კომუნიკაციის ამალგებისათვის, ასევე თვითონ საქონლის მომხიბვლელობისათვის.

სარეკლამო-საკომუნიკაციო ფუნქციების ნაკრების შერჩე-

ვისას, საკუთარი ორგანიზაციული სტრუქტურისა და ხარჯების ოპტიმიზაციისას, ამ ფუნქციების შესაბამისად, სარეკლამო კომპანიას შესაძლებლობა აქვს ოპტიმიზირება გაუკეთოს ფულადი სახსრების ნაკადებს და დანახარგებს მოგებისა და კომპანიის ღირებულების გასაზრდელად.

დაკვნა

1. სარეკლამო ბაზრის განვითარების მდგომარეობის, პრობლემებისა და პერსპექტივების შესწავლა და სარეკლამო ხარჯების სიდიდეზე ზემოქმედების კოეფიციენტების სისტემის შესწავლა, რომელიც ითვალისწინებს რაოდენობრივი შემადგენლობის კომპონენტების ზემოქმედების შესწავლას, მოითხოვს მოქმედებების თანმიმდევრობას ან ბიზნესის განვითარების პირობების განსაზღვრის ალგორითმის შემუშავებას.

2. სარეკლამო კომპანია-მწარმოებელის მიერ საქონლის გაყიდვიდან მოსალოდნელი ფულადი სახსრების ნაკადიდან ნაწილი ეძლევა სარეკლამო კომპანიებს ავანსად, შედის და გადანაწილდება სარეკლამო ბაზარზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Аникин Евгений Евгеньевич. Стратегия сопоставления в российской и американской рекламе : диссертация... кандидата филологических наук : 10.02.20 / Аникин Евгений Евгеньевич; [Место защиты: Тюмен. гос. ун-т]. — Тюмень, 2008. — 209 с. : ил. РГБ ОД, 61:07-10/1978

2. Абалкин Л.И. — Логика экономического роста (Книга). <http://knigi.tor2.net/index.php?id=2595475> с.228

3. К.Бове, У.Аренс — Современная реклама.pdf <http://polbu.ru/arens-advert/>

4. ЗЕМЛЯНСКАЯ ВЕРА ОЛЕГОВНА. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА РОСТ СТОИМОСТИ И ПРИБЫЛИ КОМПАНИЙ, автореферат, 08.00.05/. [Место защиты: Гос. ун-т упр.].- Москва, 2013,-25 с.

REFERENCES:

1. Yevgeny Anikin. Strategy of Comparison in Russian and American commercial Advertising, the dissertation... The candidate of philological sciences: 10.02.20 / Anikin Evgeny; [A protection Place: Tyumen. state. Univ]. — Tyumen, 2008. — 209 p. : Ill. RSL OD, 61: 07-10 / 1978 (in Russian Language)
2. L.I. Abalkin — The logic of economic growth (the Book). <http://knigi.tor2.net/index.php?id=2595475> p.228 (in Russian Language)
- 3 K.Bove, U.Arens — Modern reklama.pdf <http://polbu.ru/arens-advert/> (in Russian Language)
4. Vera Zemlyansky. Development of enterprise structures of the advertising business, growth-oriented value and profit enterprises, synopsis, 08.00.05 /. [A protection Place: Gos. Univ Ctrl.].- Moscow, 2013 -25 p. (in Russian Language).

**THE DETERMINISTIC ALGORITHM
OF THE DEVELOPMENT CONDITIONS AND OPPORTUNITIES
OF ADVERTISING BUSINESS**

Tamar Lashkhidze
PhD Student of GTU

RESUME

1. Study of state, problems and prospects of Advertising Market and examination of system of coefficients of influence on the rate of Promotion Expenses envisaging analysis of impact of components of qualitative composition, require a consistency of actions or elaboration of algorithm of determination of the conditions of the business development.
2. Advertising Campaign – a part of cash flow expected from sale of goods by the producer is advanced to the Advertising Company, enters and is distributed at the Advertising Market.

Keywords: Advertising Market, Promotion Expenses, National Market, Industrial Structure.

ორგანიზაციული სტრუქტურის ძირითადი ტიპები

ქეთევან კინმარიშვილი
სტუ ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

ორგანიზაციული კულტურის პროექტირების პრობლემის მიმართ, რომელსაც ერთი შეხედვით არა აქვს პირდაპირი კავშირი პერსონალის მართვასთან, ჩვენს ინტერესს იწვევს ის, რომ ორგანიზაციული სტრუქტურა გამოხატავს ორგანიზაციის დამოკიდებულებას თავისი პერსონალის მიმართ. სწორედ, რომ ორგანიზაციის სტრუქტურა განსაზღვრავს სანარმოს საქმეებში ხალხის ჩართულობის ხარისხს, სამუშაო ჯგუფების და მმართველი გუნდების ჩამოყალიბების პრინციპებს და ტიპს, კომუნიკაციის ქსელების აგების თავისებურებებს.

საკვანძო სიტყვები: ხაზოვანი სტრუქტურა; ფუნქციონური (ფუნქციური) სტრუქტურა; ადაპტური სტრუქტურა (ორგანული).

შესავალი

ორგანიზაციის კულტურა წარმოადგენს ორგანიზაციის მიერ გაცხადებული ფასეულობების სახით შექმნილ და ორგანიზაციის წევრების მიერ მიღებულ ყველაზე მნიშვნელოვან ვარაუდების კომპლექტს, რომლებიც ორიენტაციას უწევენ ადამიანებს ყოველდღიურ საქმიანობაში, ე.ი. კულტურა, რომელიც ვლინდება ორგანიზაციის წევრებს შორის ღრმა ზემოქმედებას ახდენს იმაზე, თუ როგორ აღიქვამს ინდივიდი სიტუაციას ორგანიზაციის შიგნით და მის გარეთ და რა მოქმედებებს განახორციელებს ან არ განახორციელებს იგი. თუმცა, ამ ურთიერთობების განმარტებების უმეტესი ნაწილი იშვიათად არის გაცნობიერებული თვით თანამშრომლების მიერაც კი.

ქირითადი ნაწილი

ორგანიზაციული კულტურის პროექტირების პრობლემის მიმართ, რომელსაც ერთი შეხედვით არა აქვს პირდაპირი კავშირი პერსონალის მართვასთან, ჩვენს ინტერესს იწვევს ის, რომ ორგანიზაციული სტრუქტურა გამოხატავს ორგანიზაციის დამოკიდებულებას თავისი პერსონალის მიმართ. სწორედ, რომ ორგანიზაციის სტრუქტურა განსაზღვრავს საწარმოს საქმეებში ხალხის ჩართულობის ხარისხს, სამუშაო ჯგუფების და მმართველი გუნდების ჩამოყალიბების პრინციპებს და ტიპს, კომუნიკაციის ქსელების აგების თავისებურებებს.

არსებული ორგანიზაციული სტრუქტურის იდენტიფიკაციის მიზნით, პირველ რიგში გამოყოფენ ორგანიზაციის შიდა დ გარე გარემოს პარამეტრებს, რომელთა კლასიფიცირება შეიძლება მოვახდინოთ ფაქტორთა ოთხ ჯგუფად:

1. გარემო და ინფრასტრუქტურა, რომელშიც მოქმედებს ორგანიზაცია:

- გარემოს სირთულე;
- გარემოს დინამიზმი.

2. სამუშაოების ტექნოლოგია და ერთობლივი საქმიანობის ტიპი:

- იმის ნათლად ცოდნა, თუ როგორ უნდა შესრულდეს სამუშაო;
- სამუშაოს დაწყების დროის განსაზღვრა.

3. პერსონალის თავისებურებები და კორპორატიული კულტურა:

- მომზადების დონე;
- გუნდური მუშაობის უნარი;
- მმართველობის ტიპი;
- ორგანიზაციული სტრუქტურის ტიპი.

4. ანალოგიური ორგანიზაციების ეფექტური ორგანიზაციული სტრუქტურები და მათი პროტოტიპები.

სტრუქტურა – ურთიერთდაკავშირებული რგოლების ერთობლიობა, რომლებიც ქმნიან სისტემას. მართვის პრაქტიკაში გამოყენებული ორგანიზაციული სტრუქტურის ძირითადი ტიპებია — ხაზოვანი, ფუნქციონური და ადაპტაციური.

1. ხაზოვანი სტრუქტურა ორგანიზებულია, იერარქულად ხა-სიათდება პასუხისმგებლობის ზონებად დაყოფით და ერთმმარ-თველობით. ხაზოვანი (წრფივი) ორგანიზაციული სტრუქტურების უპირატესობებია – ელემენტებს შორის ურთიერთკავშირის მწყობრი სისტემის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა, პირდაპირი ბრძანებების საპასუხო სწრაფი რეაქცია, შემსრულებელთა მოქმე-დებების შეთანხმებულობა, ოპერატიულობა, გადაწყვეტილებების შესრულებაზე ხელმძღვანელის მიერ პირადი პასუხისმგებლობის თავზე აღება.

მოცემული ტიპის სტრუქტურის დამახასიათებელ მთავარ პრობლემას წარმოადგენს შეზღუდვები, რომელიც მოცემულია კონტროლის დიაპაზონით და განისაზღვრება ხელმძღვანელთან კავშირების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მახასიათებლებით.

2. ფუნქციონური (ფუნქციური) სტრუქტურა აიგება ორგანი-ზაციის შიგნით ფუნქციების განაწილების პრინციპით და უფრო ხშირად არსებობს წრფივ (ხაზოვან) სტრუქტურასთან ერთდროუ-ლად.

ფუნქციური ორგანიზაციული სტრუქტურის უპირატესობებს შორის აღნიშნავენ შემდეგს:

- ფუნქციური მიმართულებით გადაწყვეტილებების უფრო ღრმა დამუშავება;
- ფუნქციის შესრულებაზე პასუხისმგებელი სპეციალისტების მაღალი კომპეტენტურობა;
- წრფივი (ხაზოვანი) მენეჯერების განთავისუფლება ამო-ცანების იმ ნაწილისგან, რომლებზეც მუშაობენ ფუნქციური ხელმძღვანელები.

ფუნქციური სტრუქტურის ერთ-ერთ ქვევარიანტს წარმოად-გენს დივიზიური (დეპარტამენტული) სტრუქტურა, რომელიც შეიძლება აიგოს რამდენიმე საფუძველზე:

- პროდუქციულზე (პრინციპით “ერთი პროდუქტი — ერთი სტრუქტურა”);
- სეგმენტურ სამომხმარებლო ბაზრისაზე (პრინციპით “მომხ-მარებელთა ერთი ჯგუფი — ერთი სტრუქტურა”).

3. ადაპტური სტრუქტურა (ორგანული) — მოქნილი სტრუქტუ-

რა, რომელსაც აქვს უნარი შეიცვალოს (ადაპტირება განიცადოს) გარემოს მოთხოვნების შესაბამისად (ცოცხალი ორგანიზმების მსგავსად). ამ ტიპს მიეკუთვნებიან პროექტული და მატრიცული ორგანიზაციული სტრუქტურები.

პროექტული (საპროექტო) ორგანიზაციული სტრუქტურა წარმოადგენს, კონკრეტული ამოცანის გადანყვეტის მიზნით, ორგანიზაციის შიგნით სპეციალისტების დროებით გაერთიანებას (ორგანიზაციულ სტრუქტურას).

მატრიცული სტრუქტურა (ფუნქციურად დროებით მიზნობრივი) დამახასიათებელია ისეთი ორგანიზაციებისთვის, რომლებისთვისაც საპროექტო ფორმა არის მუდმივი (უცვლელი). ასეთ დროს მართვის ვერტიკალი აიგება ორგანიზაციის საქმიანობის ცალკეული სფეროების შესაბამისად, ხოლო ჰორიზონტალურად ხორციელდება პროექტების მართვა. მატრიცული სტრუქტურისთვის დამახასიათებელია სპეციალისტებს შორის უშუალო კავშირების შექმნა ორგანიზაციაში მათი პოზიციის მიუხედავად.

მატრიცული ორგანიზაციული სტრუქტურის უპირატესობებს ჩვეულებრივ განეკუთვნება:

- ხელმძღვანელების საქმიანობის აქტივიზაცია საპროექტო (პროგრამული) ქვეგანყოფილებების შექმნისა და ფუნქციურ ქვეგანყოფილებებთან უშუალო კონტაქტების მკვეთრი გაზრდის გზით;

- ორგანიზაციის საკადრო პოტენციალის მოქნილი გამოყენება.

მატრიცული ორგანიზაციული სტრუქტურის გამოყენებისთვის, როგორც წესი, პრობლემას წარმოადგენს მისი სირთულე, რაც უკავშირდება მრავალი ვერტიკალური და ჰორიზონტალური კავშირების ერთ მთლიანობაში მოქცევის აუცილებლობას.

დასკვნა

ორგანიზაცია – ესაა სისტემაში მოყვანილი ადამიანთა მოქმედებების შეგნებული გაერთიანება, რომლებიც ისწრაფვიან გარკვეული მიზნების მისაღწევად. დასახული მიზნების შესასრულებლად, საორგანიზაციო კულტურამ შეიძლება ითამაშოს გადამწყვეტი როლი ორგანიზაციის ყველა რესურსის მობილიზებაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. პაიჭაძე ნ., შრომის ეკონომიკა, სახელმძღვანელო, თბ. 2000 წ.
2. პაიჭაძე ნ., ჩოხელი ე., ფარესაშვილი ნ. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბ., 2011 წ.
3. ქ. კინმარიშვილი. პერსონალის მართვა. გამ. „სამართლიანი საქართველო“. 2013 წელი.
4. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. Управление персоналом: Учебник для вузов М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
5. Т.Ю. Базаров. Психологические грани изменяющейся организации. М.: Аспект пресс, 2007.

REFERENCES:

1. Paichadze N., Labor Economics, Textbook, Tb. 2000 y.
2. Paichadze N., Chokheli E., Paresashvili N. Human Resources Management, Tb. 2011 y.
3. Q. Kitsmarishvili. Personnel Management; Ed.”Samarthiani Sakartvelo”. 2013 y.
4. T. I. Bazarova, B. L. Eremina. Personnel Management: Textbook, Unity-DANA, 2001.
5. T. I. Bazarov. Psychological Borders Changing the Organizations. Aspect press, 2007.

THE MAIN TYPES OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE

Qetevan Kitsmarishvili

Associate Professor of GTU

RESUME

Towards the organizational culture projecting problem, which at first glance do not have a direct connection with the management of personnel, it attracts our interest that the organizational structure expresses the organization’s attitude towards its staff. That is, the structure of the organization will determine the involvement of the people in the affairs of the enterprise, the formation principles of work groups and the management team and the type, the constructing features of communication network.

Keywords: Linear structure; Functional structure; Adaptive structure (organic).

მართვის კლასტერულ სისტემაზე მხიანებლობის გადაწყვეტის პირობების და სიტუაციების გამოკვლევა

თენგიზ ცაგარეიშვილი
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია კლასტერის მონაწილეთა ეკონომიკური სიტუაციები და ის პირობები, რომელიც მათ კლასტერში შესასვლელად უნდა ჰქონდეთ. დეტალურად დახასიათებულია 5 სიტუაცია და მისი მდგენელები, საუბარია ფაქტორულ სივრცეზეც.

ამის გარდა სტატიაში ცალ-ცალკეა განხილული დარგობრივი და ტერიტორიული კლასტერის კრიტერიუმები, როგორც პირობები ამ ტიპის კლასტერების შექმნისა.

სტატიის ბოლოს გაკეთებულია დასკვნა, რომ კლასტერის შექმნისას უნდა განისაზღვროს მისი ტიპი და მხოლოდ შემდეგ გადაისინჯოს არსებობს თუ არა ადგილზე მისი შექმნის პირობები.

ავტორი გამოთქვამს აზრს, რომ საქართველოს ყველა მსხვილ რეგიონში უნდა შეიქმნას კლასტერი. ეს სამუშაო ქ. თბილისიდან უნდა დაიწყოს.

საკვანძო სიტყვები: კლასტერი; სიტუაცია; სტაბილურობა; ფაქტორული სივრცე; ფაქტორები; კრიტერიუმი.

შესავალი

კლასტერული მართვა არის ეკონომიკის დარგობრივი მართვის შემცველი, თუ დარგი აერთიანებს მხოლოდ ერთი სპეციალიზაციის საწარმოებს, კლასტერი აერთიანებს ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოებს და მათ ერთი მმართველობის ქვეშ აქცევს. ასეთი მართვა უფრო ეფექტურია, რადგან საწარმოთა შორის კავშირები უფრო სტაბილურია, რაც აადვილებს დასახული მიზნის მიღწევას.

საზღვარგარეთ კლასტერულ მართვაზე გადასვლა უკვე დაიწყო. იგივე უნდა მოხდეს საქართველოშიც. წინამდებარე სტატიის მიზანია კლასტერების ჩამოყალიბების პირობების და სიტუაციების განხილვა მშენებლობაში.

ქირითაღი ტაქსტი.

1. კლასტერული მართვის პირობები და სიტუაციები

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ კლასტერული მართვა განსხვავდება დარგობრივი მართვისგან. სამშენებლო კლასტერში თავს მოიყრიან არა მხოლოდ სამშენებლო კომპანიები, როგორც დარგში არიან თავმოყრილნი, არამედ მათი მომიჯნავე სანარმოებიც, კერძოდ, საშენ მასალათა სანარმოები, სამშენებლო ხე-ტყის მომწოდებლები და მრავალი სხვანი. კლასტერში თითოეული თავის ლოკალურ ამოცანას შეასრულებს, მაგრამ იმ შიგა და გარე ფაქტორების ზემოქმედების ქვეშ იქნება, რომელიც იმოქმედებს კლასტერში. ფაქტორთა ეს კომპლექსი კი აყალიბებს სიტუაციას.

მაშასადამე, თითოეული სამშენებლო კომპანიის და მისი მომიჯნავე სანარმოს კლასტერულ მართვაზე გადაყვანა იმ ფაქტორულ სივრცეზე და იმ სიტუაციებზეა დამოკიდებული, რომელშიც ამჟამად იგი იმყოფება.

ამ სიტუაციებს მეცნიერები 5 ჯგუფად ყოფენ [Попрядухина И., 2004, გვ. 12]:

- G_1 - სიტუაცია – მაღალი ეკონომიკური სტაბილურობა
- G_2 - სიტუაცია – საშუალო დონის ეკონომიკური სტაბილურობა
- G_3 - სიტუაცია – დაბალი დონის ეკონომიკური სტაბილურობა
- G_4 - სიტუაცია – კრიზისული მდგომარეობა
- G_5 - სიტუაცია – გაკოტრების სიტუაცია

თითოეულ ეკონომიკურ-ორგანიზაციული სიტუაციის მახასიათებლებს წარმოვადგენთ ქვემოთ მოცემულ ცხრილში (ცხრილი 1).

**კომპანიის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური
სიტუაციის მახასიათებლები**

<p>მაღალი ეკონომიკური სტაბილურობის სიტუაცია:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ გამოშვებული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონე ➤ კომპანიის პოტენციალის გამოყენების მაღალი დონე ➤ რისკის ფაქტორის უმნიშვნელო გავლენა ➤ კომპანიის ფინანსური მდგომარეობის მაჩვენებლების მაღალი დონე ➤ დამატებითი ხარჯების მინიმალური მოცულობები და მუშაობაში ჩაყვარების და შეფერხებების სიმცირე.
<p>საშუალო დონის ეკონომიკური სტაბილურობა:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ წარმოების დამატებითი ხარჯების ზრდა და პროდუქციის წარმოებაში შეფერხებების არსებობა ➤ სანარმოს პოტენციალის გამოყენების საშუალო დონე ➤ გამოშვებული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის საშუალო დონე ➤ სანარმოს საშუალო ფინანსური მდგომარეობა ➤ რისკის ფაქტორების მნიშვნელოვანი გავლენა
<p>დაბალი დონის ეკონომიკური სტაბილურობა:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ საბოლოო პროდუქციის შექმნის პროცესში დამატებითი ხარჯების ზრდა ➤ სანარმოს პოტენციალის გამოყენების დაბალი დონე; ➤ სანარმოო და სოციალური სტაბილურობის დაბალი დონე ➤ გამოშვებული პროდუქციის დამაკმაყოფილებელი ხარისხი ➤ რისკის ფაქტორის მნიშვნელოვანი გავლენა ➤ მოგების არქონა ანდა ზარალიანობა
<p>კრიზისული მდგომარეობა:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ საბოლოო პროდუქციის შექმნისას დამატებითი ხარჯების მკვეთრი ზრდა ➤ სანარმოს ფინანსური მდგომარეობის დაბალი დონე ➤ გამოშვებული პროდუქციის მისაღები ხარისხის უზრუნველყოფის შეუძლებლობა ➤ სანარმოს პოტენციალის გამოყენების დაბალი დონე' ➤ მუშაობის პროცესში ხშირი შეფერხებები და ჩაყვარებები
<p>გაკოტრების სიტუაცია:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ დიდი ზარალი ➤ კრედიტორთა ფულადი ვალდებულებების გადაუხდელობა ➤ ბიუჯეტის გადასახადების გადახდის შეუძლებლობა

როგორც ამ ცხრილში მოცემული ჩამონათვალიდან ჩანს, უარყოფითი შიგა და გარე ფაქტორების გავლენით კომპანიის სიტუაციები იცვლება. საუკეთესო – G_1 სიტუაციიდან, როცა მისი ეკონომიკური სტაბილიზაცია მაღალია, იგი შეიძლება გადავიდეს საშუალო დონის (G_2), დაბალი დონის (G_3), კრიზისულ (G_4) და გაკოტრების სიტუაციებშიც (G_5) კი.

2. საგზანაგლო კლასტიკის ტიპები და მათი მახასიათებლები

გარდა ფაქტორული სივრცისა და მისი გავლენით წარმოშობილ სიტუაციებისა, კლასტერულ მართვაზე გადასვლისას უნდა განვსაზღვროთ როგორ კლასტერზე გვინდა გადასვლა – დარგობრივზე (რომელშიც ბირთვი იქნება, რომელიღაც დარგობრივი საწარმო და მის გარშემო განლაგდებიან მომიჯნავე დარგების საწარმოები), თუ ტერიტორიულზე. ჩვენი კვლევის მიზნიდან გამომდინარე ნათელია, რომ ჩვენს მიერ შემოთავაზებული კლასტერი იქნება დარგობრივი ნიშნის (მშენებლობის დარგი). ამასთან ის აუცილებლად იქნება ტერიტორიული ნიშნის მქონეც, რადგან მთელი საქართველოს მასშტაბით ერთი სამშენებლო კლასტერის შექმნა არ არის მიზანშეწონილი, რადგან მშენებლობა არატრანსპორტაბელური დარგია და შორი მანძილებიდან სამშენებლო ტვირთების ზიდვა დიდ ხარჯებთან იქნება დამოკიდებული.

საქართველოში 11 რეგიონია. ყველა რეგიონს უნდა ჰქონდეს თავისი სამშენებლო კლასტერი, ხოლო თუ რეგიონი პატარაა, მაგალითად, გურია, მაშინ ის უნდა შეუერთდეს მომიჯნავე რეგიონს. საქართველოში მშენებლობის კლასტერულ მართვაზე გადაყვანა უნდა დაიწყოს თბილისის რეგონიდან, რადგან იგი მშენებლობის დიდი სიმჭიდროვის მქონეა. მას უნდა ჰქონდეს ისეთი ნიშნები, რომლებიც მისი ჩამოყალიბების დარგობრივ მიდგომასაც დააკმაყოფილებს და ტეროტორიულ მიდგომასაც.

დარგობრივი მიდგომის კრიტერიუმებია [Цихин Т., 2003, გვ. 17]:

1. კლასტერული სტრატეგიის ტიპი (ჰორიზონტალურად ანუ ერთ სიბრტყეზე მდებარე რამოდენიმე სექტორის გაერთიანება ერთ კლასტერში და ფოკუსური (სანარმოთა გაერთიანება ერთი ცენტრის გარშემო).

2. ორგანიზაციულ-ეკონომიკური სიტუაციის ტიპი (მაღალი ეკონომიკური სტაბილიზაციის (G_1), საშუალო დონის ეკონომიკური სტაბილიზაციის (G_2) და დაბალი დონის ეკონომიკური სტაბილიზაციის (G_3)).

3. კლასტერში შემოსული რგოლების რაოდენობა (ნარმოების, ჩვენს შემთხვევაში მშენებლობის ჯაჭვში ჩაბმული ყველა რგოლი ინოვაციების მომწოდებელთა ჩათვლით).

4. საქმიანობის გეოგრაფია (რეგიონალური, რეგიონთაშორისი, სახელმწიფოთაშორისი და სანარმოთა გლობალური გაერთიანებები. ჩვენს შემთხვევაში კლასტერი იქნება რეგიონალური).

5. კლასტერის მონაწილეთა ურთიერთობის ხასიათი (ჰოლდინგური გაერთიანება, კოორდინაცია ახალ ტექნოლოგიებზე და ინფორმაციულ რესურსებზე ერთობლივი წვდომა, სახელმწიფო მხარდაჭერაზე ერთობლივი ლობირება, სახელმწიფოდან მიღებული შეღავათების ურთიერთშორის თანაბარი განაწილება, მომარაგება-გასაღების ცენტრალიზაცია და ერთობლივი მართვა, საბაზრო სტრუქტურების (მაგალითად, სალიზინგო კომპანიის) ერთობლივი დაფუძნება).

6. ურთიერთკავშირის სტაბილურობა (გრძელვადიანი ურთიერთობები, მოკლევადიანი ურთიერთობები კონკრეტული პროექტების განსახორციელებლად).

7. გამოყენებული ურთიერთობის ტიპი („ერთი ყველასათვის“).

8. ურთიერთობა სახელმწიფოსთან (სახელმწიფო საკუთრების გადაცემა უკვე არსებულ იურიდიულ პირზე).

9. სამეურნეო ურთიერთობის ტიპი (მატერიალური, ფინანსური, ინფორმაციული, ინოვაციური).

10. ინვესტიციების წყაროები (მთავრობის გადანაცვტილება, ბანკის კაპიტალის მონაწილეობა).

11. ორგანიზების დონე (მაღალორგანიზებული გაერთიანება).

12. მიზნობრივი მოცემულობები (წარმოების ზრდა პროდუქციის არსებული ნომენკლატურის ფარგებლში, პროდუქციის დივერსიფიკაცია, საექსპორტო შესაძლებლობათა ზრდა, ფინანსური ხარჯების ეკონომია, კონკურენტების შევიწროება, ინოვაციების განხორციელება).

13. რესურსული უზრუნველყოფა (საკუთარი რესურსი, ბანკის კრედიტი, სახელმწიფოს მხარდაჭერა).

14. საბაზრო მდგომარეობა (მონოპოლიური, ოლიგოპოლიური).

ტერიტორიული მიდგომის კრიტერიუმებია:

1. კლასტერული სტრატეგიის ტიპი (გეორგაფიული, ანუ სივრცობრივი კლასტერის ფორმირება, ლატერალური, ანუ კლასტერში სანარმოთა თავმოყრა იძლევა მასშტაბის ეფექტს, ფოკუსური (სანარმოთა გაერთიანება ერთი ცენტრის გარშემო).

2. სიტუაციის ტიპი (მაღალი, საშუალო და დაბალი ეკონომიკური სიტუაციები – G_1 , G_2 , G_3).

3. კლასტერის რგოლადობა (სანარმოები, რომლებიც ერთიანდებიან სანარმოო ჯაჭვის რგოლებად, აგრეთვე სასწავლო და კვლევითი ცენტრები, ადგილობრივი მართვის ორგანოები).

4. საქმიანობის გეოგრაფია (კლასტერულ სისტემაში სანარმოთა ლოკალური გაერთიანება).

5. ურთიერთობის ხარისხი კლასტერის მონაწილეებს შორის (მმართველობითი (არაჰოლდინგური) გაერთიანება, რომელიც ეფუძნება რესურსების ცენტრალიზაციას, მომარაგება-გასაღების ერთობლივი მართვა, საბაზრო სტრუქტურების, მაგალითად, ბირჟების ერთობლივი გამოყენება).

6. ურთიერთობათა სიმყარე (გრძელვადიანი და მოკლევადიანი კავშირები).

7. გამოყენებულ ურთიერთობათა ტიპი („ყველა ერთიოსთვის“).

8. სახელმწიფოსთან ურთიერთობა (სახელმწიფოს მნიშვნელოვანი მონაწილეობა კლასტერში, სახელმწიფოს გარანტიის ქვეშ არსებობა, სახელმწიფო საკუთრების გადმოცემა კლასტერ-

ისათვის).

9. სამეურნეო ურთიერთობის ტიპი (მატერიალური, ფინანსური და ინფორმაციული ურთიერთკავშირი).

10. ინტეგრაციის საშუალებები (მთავრობის გადაწყვეტილება, ბანკის კრედიტის მონაწილეობა, ტერიტორიული ბაზრის ერთიანობა).

11. მიზნობრივი მოცემულობები (დივერსიფიკაცია, კონკურენტების შევიწროვება, ექსპორტულ შესაძლებლობათა ზრდა).

12. რესურსული უზრუნველყოფა (საკუთარი რესურსი, საბანკო კრედიტი და სახელმწიფოს მხარდაჭერა).

13. საბაზრო მდგომარეობა (მონოპოლიური, ოლიგოპოლიური).

ამრიგად, ჩვენ ჩამოვთვალეთ ის პირობები, რომელთა არსებობა საჭიროა დარგობრივი და ტერიტორიული კლასტერის ჩამოსაყალიბებლად. რამოდენიმე პირობა ერთმანეთს ემთხვევა (მაგალითად, მეორე, პირველი პირობის ნაწილი, მესამე პირობა, მეხუთეს ნაწილი, მეექვსე, მეცხრე, მეთორმეტე და სხვ.). პირობების ჩამონათვალში ისიც მოჩანს, რომ კლასტერში მიზანშეწონილია შევიდეს მხოლოდ მაღალი, საშუალო და დაბალი ეკონომიკური სიტუაციის მქონე საწარმოები. რაც შეეხება კრიზისულ და გაკოტრების სიტუაციებში მყოფ საწარმოებს, მათ უარი უნდა ეთქვათ. ქ. თბილისში რეგიონულ-დარგობრივ სამშენებლო კლასტერის ჩამოყალიბებისას ამ კრიტერიუმებს უნდა მიექცეს ყურადღება.

დასკვნა

როგორც აღვნიშნეთ, საზღვარგარეთ კლასტერების გახსნა კარგა ხანია დაიწყო. მის ეფექტიანობაზე ბევრს წერენ მეცნიერებიც და პრაქტიკოსებიც. რადგან საქართველოს ეკონომიკის ფლაგმანი მოცემულ ეტაპზე არის კაპიტალური მშენებლობა, ჩვენ ვთვლით, რომ ეს პროცესი მისით უნდა დაიწყო. ამასთან, მისი პირველი პრეცედენტი უნდა შეიქმნას ქ. თბილისში. კაპიტალურ მშენებლობაში და მის მომიჯნავე დარგებში ყველგან მაღა-

ლი ეკონომიკური სტაბილურობაა. ეს არის იმის ძირითადი პირობა და გარანტი, რომ სამშენებლო კლასტერები საქართველოში გაამართლებენ თავის თავს.

ლიტერატურა:

1. Попрядухина И., Выбор рациональных вариантов управления предприятиями инвестиционно-строительного комплекса, Автореферат, М., 2004.
2. Цихин Т., Кластерная теория экономического развития, ж. «Теория и практика управления», №5, 2003.
3. ბარათაშვილი ე. და სხვები, ბიზნესის მართვის კლასტერული პოლიტიკა, თბ., 2012.

REFERENCES:

- 1.Popriadukhina I. Selection of Rational Versions in Management of Investment-Construction Complex Enterprises, Abstract, M., 2004. (in Russian language);
- 2.Tskhin T. Cluster Theory of Economic Development “Theory and Practice of Management” No.5, 2003. (in Russian language);
- 3.Baratashvili E. and others Cluster Policy of Business Management. Tbilisi 2012.(in Georgian language);

**STUDY OF TRANSFORMATION CONDITIONS
AND SITUATIONS OF CONSTRUCTION
ON CLUSTER MANAGEMENT SYSTEM**

Tengiz Cagareishvili
PPhD Student of GTU

RESUME

The article “Study of Transformation Conditions and Situations of Construction on Cluster Management System” considers the economic state and conditions that participants of the clusters should have in order to become a member of the cluster. 5 situations and their components are considered in details, the factor space is also discussed

In addition, the article separately considers the criteria of the branch and territorial clusters as the condition for formation of those clusters.

Finally, the article concludes that during the formation of the cluster, firstly should be defined its type and then cross-checked if there are the suitable in this place conditions for its formation.

According to the author’s viewpoint the clusters should be formed in all the huge regions of Georgia. The work should be started from Tbilisi.

Keywords: Cluster; Situation; Stability; Factor Space; Factors; Criteria.

მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის აღავსებლობა სანაოსნო კომპანიის საქმიანობასთან

ლალი ხარბედია

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი;

მზისაძარ ბჟალავა

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასისტენტ პროფესორი;

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის ელემენტები: საქონელი, ფასი, გავრცელების ადგილი და გასაღების სტიმულირება. აღნიშნულია, რომ სანაოსნო კომპანიისათვის მარკეტინგის კომპლექსის ძირითადი ელემენტები გარკვეულწილად ტრანსფორმირდება სხვა კატეგორიებად. ასე მაგალითად, ცნება “საქონელი” სანაოსნო კომპანიისათვის არის — გადაზიდვის მომსახურება, რომელიც განისაზღვრება სანაოსნო კომპანიის ფლოტის სტრუქტურით. “ფასი” - ტრამპული ნაოსნობის პირობებში განისაზღვრება მოლაპარაკებების და ვაჭრობის შედეგად და დამოკიდებულია საფრახტო ბაზრის მიმდინარე მდგომარეობაზე, ტვირთის თავისებურებებზე და გადაზიდვის მიმართულებაზე. “გავრცელების ადგილი” – გულისხმობს საფრახტო ბროკერების მოზიდვას; ხოლო ლოკალური საფრახტო ბაზრების ძიება კონკრეტულ ტონაჟებზე მოთხოვნით – წარმოადგენს სანაოსნო კომპანიის ბალკერული და ინდუსტრიული სექტორის მარკეტინგის ყოველდღიურ ამოცანას.

ხაზგასმულია, რომ მარკეტინგის კომპლექსის საფუძვლიანი დამუშავება საშუალებას აძლევს სანაოსნო კომპანიას გავიდეს ახალ ბაზრებზე, ეფექტიანდ იმუშაოს მოძიებულ კლიენტებთან და გადაჭრას ყოველდღიური მარკეტინგული ამოცანები.

საკვანძო სიტყვები: მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის

ელემენტები: საქონელი, ფასი, გავრცელების ადგილი, გასაღების სტიმულირება; სახაზო ნაოსნობა; ტრამპული ნაოსნობა; სანაოსნო კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგია და მარკეტინგული ტაქტიკა; ბალკერული, ინდუსტრიული და სახაზო სექტორის მარკეტინგული ამოცანები;

შესავალი

მიდგომა მარკეტინგის არსისა და მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელებისადმი საკმაოდ განსხვავებულია ცალკეული დარგის მიხედვით. როგორც ცნობილია, სანაოსნო კომპანიის სამენარმეო საქმიანობა გულისხმობს მომსახურების განევას ტვირთების გადაზიდვისა და მგზავრების გადაყვანის კუთხით. სხვადასხვა სახის ტვირთების გადაზიდვისათვის გამოიყენება სხვადასხვა ტიპის გემი. საეთაშორისო საფრახტო ბაზრის დანანილება ხდება გეოგრაფიული რაიონების, გემების სპეციალიზაციის, ტონაჟის ტიპისა და ნაოსნობის ფორმების მიხედვით. ცნობილია, რომ ნაოსნობა ეკუთვნის მომსახურების სფეროს, გარდა ამისა, გასათვალისწინებელია საზღვაო ტრანსპორტის ექსპლოატაციის და სატრანსპორტო პროდუქციის სხვა თავისებურებებიც. შესაბამისად აუცილებელია მარკეტინგის განსზღვრული ცნებების მორგება და ადაპტირება სანაოსნო კომპანიის საქმიანობასთან.

ძირითადი ტექსტი

მარკეტინგის ერთერთი ძირითადი ცნებაა მარკეტინგის კომპლექსი, რომელიც ცნობილია როგორც “4 P” (marketing mix “4 P” - product, price, place, promotion). ესენია: საქონელი, ფასი, გავრცელების ადგილი და გასაღების სტიმულირება. მარკეტინგის კომპლექსი — ეს არის მარკეტინგულ საშუალებათა ერთობლიობა, რომელთა შესაბამისი სტრუქტურა უზრუნველყოფს დასახული მიზნების მიღწევასა და მარკეტინგული ამოცანების გადანყვეტას. ნივთობრივ-მატერიალური საქონლისათვის “4 P” კომპლექსის ძირითადი ელემენტებია:

1. საქონელი: თვისებათა ნაკრები, ხარისხი, ასორტიმენტი, დამატებითი მომსახურება, შეფუთვა და დასახელება;

2. ფასი: საბაზრო ფასი, ფასდაკლება, ფასნამატი, საქონლის კრედიტით გაყიდვა;

3. გავრცელების ადგილი: განაწილების არხები, ვაჭრობის ფორმები, ტრანსპორტირება, დასაწყობება;

4. გასაღების სტიმულირება: რეკლამა, პროპაგანდა, PR.

სანაოსნო კომპანიისათვის მარკეტინგის კომპლექსის ძირითადი ელემენტები გარკვეულწილად ტრანსფორმირდება სხვა კატეგორიებად. ასე მაგალითად, ცნება “საქონელი” სანაოსნო კომპანიისათვის არის — გადაზიდვის მომსახურება, რომელიც განისაზღვრება სანაოსნო კომპანიის ფლოტის სტრუქტურით. საქონლის მახასიათებლების (თვისებათა ნაკრების) ცვლილება ნიშნავს გემის მახასიათებლების ცვლილებას (ტვირთამწეობის გაზრდა); “ასორტიმენტის” ცვლილება — სხვა სპეციალიზაციის გემების შექმნას, რაც წარმოადგენს გრძელვადიანი პერიოდის სტრატეგიულ ამოცანას.

საქონლის ერთ-ერთი მახასიათებელია “დამატებითი მომსახურება”, რაც სანაოსნო კომპანიისათვის გაცილებით მეტი მნიშვნელობის მატარებელია, განსაკუთრებით ბალკერული და ინდუსტრიული სექტორისათვის, ხოლო სახაზო სექტორს მხოლოდ დამატებითი მომსახურების ხარჯზე შეუძლია მოიზიდოს კლიენტები, (ასეთი დამატებითი მომსახურებებია: ტვირთების კონსოლიდაცია, ტვირთების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება, კონტეინერების სტაფირება და ა.შ.)

თუ ბალკერული და ინდუსტრიული სექტორისათვის საქონლის მახასიათებლები არის გემის მახასიათებლები, სახაზო სექტორისათვის გემის მახასიათებლებს ემატება ხაზის მახასიათებლებიც (რეისის დრო, შესასვლელი ნავსადგურები, ნავსადგურიდან გასვლის თარიღები, გასვლის დრო და ა. შ.)

“ფასი”. ტრამპული ნაოსნობის პირობებში ფასი განისაზღვრება მოლაპარაკებების და ვაჭრობის შედეგად და დამოკიდებულია საფრახტო ბაზრის მიმდინარე მდგომარეობაზე, ტვირთის

თავისებურებებზე და გადაზიდვის მიმართულებაზე.

სახაზო ნაოსნობისათვის საფასო პოლიტიკის შემუშავება არის მნიშვნელოვანი საკითხი, რაც უკავშირდება საფრახტო ტარიფების გრძელვადიან მოქმედებას, სახაზო კონფერენციებისა და სხვა ორგანიზაციების შეზღუდვებს. საფასო პოლიტიკის ერთ-ერთი ელემენტია „ფასდაკლება“, რომელსაც დიდი მნიშვნელობა აქვს სახაზო სექტორისათვის. იმის გათვალისწინებით, რომ ერთი რეისით სახაზო გემს შეუძლია გადაიტანოს ათეულობით და ასეულობით ტნირთმფლობელის ტვირთი, როგორც ამას პრაქტიკა გვიჩვენებს, თითოეული მათგანისათვის შეიძლება დადგინდეს ინდივიდუალური ფასდაკლებები მოლაპარაკების პროცესში სახაზო აგენტთან. აქ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა: ტვირთის მფლობელებთან მუშაობის გამოცდილება, შუამავლებთან მუშაობის გამოცდილება, შუამავლების ინტერესები, კონტეინერების რაოდენობა, გადაზიდვის მანძილი და ა.შ. მაშასადამე, ამ სექტორის მარკეტინგულ საქმიანობაში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ფასების (საბოლოო ტარიფის) ფორმირების პროცესს.

„გასაღების სტიმულირება“. უნდა აღინიშნოს, რომ რეკლამა, PR გვხვდება სანაოსნო კომპანიების საქმიანობაში, მაგრამ არა იმ რაოდენობითა და ხარისხით, როგორც მომსახურების სხვა სფეროებში. ძირითადად ეს დამახასიათებელია სახაზო სექტორისათვის.

„გავრცელების ადგილი“ – მოქმედების რეგიონი, განაწილების არხები არის მარკეტინგული კომპლექსის ის ელემენტი, რომელიც არსებითია სანაოსნო კომპანიისათვის. განაწილების არხი – სახაზო ნაოსნობისათვის გულისხმობს სააგენტო ქსელის ფორმირებას ტვირთების ბუკირებისათვის, ტრამპული ნაოსნობისათვის – საფრახტო ბროკერების მოზიდვას; ხოლო ლოკალური საფრახტო ბაზრების ძიება კონკრეტულ ტონაჟებზე მოთხოვნით – წარმოადგენს სანაოსნო კომპანიის ბალკერული და ინდუსტრიული სექტორის მარკეტინგის ყოველდღიურ ამოცანას.

გავრცელების ადგილის ერთერთი შემადგენელია ტრანსპორტირება. უნდა ითქვას რომ, ბალკერული და ინდუსტრიული

სექტორისათვის ტვირთის ტრანსპორტირება ადგილამდე, სადაც უშუალოდ იწყება მომსახურების განევის პროცესი (ნავსადგური), არ შედის გემთმფლობელის კომპეტენციაში, მაშინ როცა ყველა სახაზო გადამზიდავი თავის თავზე იღებს ვალდებულებას - ტვირთი მიიტანოს ნავსადგურში გემების ჩასატვირთად, რისთვისაც ის ღებულობს განუელი მომსახურებისათვის შესაბამის გასამრჯელოს.

როგორც ვხედავთ, მარკეტინგის კომპლექსის ოთხი ძირითადი ელემენტი ბალკერული, ინდუსტრიული და სახაზო სექტორებისათვის იძენს განსხვავებულ მნიშვნელობას. მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის ელემენტების ადაპტაცია სანაოსნო კომპანიების საქმიანობასთან თითოეული სექტორის მიხედვით წარმოდგენილია 1.1. ცხრილში.

ცხრილი 1.1. ტრადიციული მარკეტინგული კომპლექსის ოთხი ძირითადი ელემენტი სანაოსნო კომპანიებისათვის.

საქონელი	
ბალკერული	მახასიათებლები – გემის მახასიათებლები; ასორტიმენტი – სანაოსნო კომპანიის გემის ტიპები;
ინდუსტრიული	მახასიათებლები – გემის მახასიათებლები; ასორტიმენტი – სანაოსნო კომპანიის გემის ტიპები;
სახაზო	მახასიათებლები – გემის მახასიათებლები + ხაზის მახასიათებლები ასორტიმენტი – სანაოსნო კომპანიის გემის ტიპები + ხაზის სახეები სერვისი – დამატებითი მომსახურება;
ფასი	
ბალკერული	საბაზისო ფასი – დგინდება ყოველი გარიგებისათვის ტვირთის სახეების და გადაზიდვის მიმართულების მიხედვით; გადახდის ვადა – ინდივიდუალურია ყველა გარიგებისათვის;

ინდუსტრიული	საბაზისო ფასი – დგინდება ყოველი გარიგებისათვის ტვირთის სახეების და გადაზიდვის მიმართულების მიხედვით; გადახდის ვადა – ინდივიდუალურია ყველა გარიგებისათვის;
სახაზო	საბაზისო ფასი – სახაზო ტარიფები მიმართულების გათვალისწინებით; ფასდათმობა - დგინდება ინდივიდუალური კლიენტისათვის; გადახდის ვადა – ინდივიდუალურია ყველა გარიგებისათვის;
გავრცელების ადგილი	
ბალკერული	განანილების არხები – კავშირი საფრანგო ბროკერთან;
ინდუსტრიული	განანილების არხები – კავშირი საფრანგო ბროკერთან;
სახაზო	განანილების არხები – სახაზო სააგენტოების ქსელი; ტრანსპორტირება – ტვირთის მიტანა ნავსადგურში;
გასაღების სტიმულირება	
ბალკერული	რეკლამა – გამოიყენება უმნიშვნელი ზომით; PR - გამოიყენება უმნიშვნელი ზომით;
ინდუსტრიული	რეკლამა – გამოიყენება უმნიშვნელი ზომით; PR - გამოიყენება უმნიშვნელი ზომით;
სახაზო	რეკლამა – სპეციალიზებული საინფორმაციო მასობრივი საშუალებების და ბილ-ბორდების გამოყენება; PR - გამოიყენება უმნიშვნელი ზომით;

უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სექტორებს შორის გამოირჩევა სახაზო ნაოსნობის მომსახურება, რომელთანაც ყველაზე ახლოსაა მარკეტინგის ტრადიციული კომპლექსის ცნება და ელემენტები, რაც დასტურდება ზემოთ განხილული საკითხების საფუძველზე.

მარკეტინგის კომპლექსის ელემენტები არის პარამეტრები, ხოლო მარკეტინგული საქმიანობის ელემენტები არის ღონისძიებები, რომლებიც დაკავშირებულია ამ პარამეტრების მიღწევასთან. ეს ელემენტებია: მარკეტინგული კვლევა; მარკეტინგული კომუნიკაცია; მარკეტინგული სტრატეგია; მარკეტინგული ტაქტიკა.

ნაოსნობის სხვადასხვა ფორმის თავისებურებიდან გამომდინარე რამდენადმე განსხვავებულია მათი მარკეტინგული საქმიანობაც. განვიხილოთ თითოეული სექტორის მარკეტინგული საქმიანობის არსი.

ბალკერული (Bulk) სექტორი. ამ ჯგუფის გემების მუშაობა ემყარება გარიგებათა შეზღუდულ რაოდენობას. რეისების რაოდენობა საშუალოდ შეადგენს 6 რეისს წელიწადში და თითოეული რეისი უკავშირდება ერთი ტვირთის გადაზიდვას. ამიტომ ბალკერული სექტორისათვის ბაზრის მდგომარეობის ანალიზი და პროგნოზირება, განსაკუთრებით საფრახტო ტარიფების ცვლილება, რომელიც მოლაპარაკებათა წარმოებისას ხორციელდება, წარმოადგენს მარკეტინგული საქმიანობის ძირითად ამოცანას.

სახაზო სექტორი. ამ სექტორის გემები მუშაობენ მუდმივად კონკრეტული მარშრუტით, დადგენილი ტარიფები მოქმედებს ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე, ამიტომ ბაზრის კვლევა არ წარმოადგენს პირველი რიგის მარკეტინგულ ამოცანას. ამ სექტორისათვის გაცილებით მნიშვნელოვანია კლიენტების მოზიდვა, რაც უნდა განხორციელდეს ამ ხაზის სააგენტო ქსელით. მაგრამ აქ პრობლემას წარმოადგენს ის, რომ ერთი მიმართულებით დატვირთულ გემებს შეიძლება უკან დაბრუნება მოუწიოს ტვირთის გარეშე. ასეთი პრობლემების წინაშე ხშირად დგანან მაგალითად უკრაინული გემები, რომლებიც მოძრაობენ შორეული აღმოსავლეთის მიმართულებით, რომლებსაც (გემების დაახლოებით 50%) ტვირთის მოსატანად დაუტვირთავენ უწევთ ნასვლა. აუცილებელია განსაკუთრებულ ღონისძიებათა მიღება ასეთი პრობლემების გადასაჭრელად. როგორ მოიზიდონ კლიენტები? რა დამატებითი მომსახურება შესთავაზონ? შესაძლებელია არსებობდეს ფასდაკლების სპეციალური სკალა ან შესთავაზონ ტვირთების კონსოლიდაციის გამოყენება და ა.შ. სანაოსნო კომპანიამ კლიენტების მოსაზიდად უნდა გამოიყენოს მარკეტინგის თეორიასა და პრაქტიკაში არსებული ყველა საშუალება ლოგისტიკის პრინციპებთან და შედეგებთან შესაბამისობაში.

გარდა ამისა, ამ სექტორის მარკეტინგის ერთერთი მნიშ-

ენელოვანი ამოცანაა განისაზღვროს თითოეული მიმართულების სასიცოცხლო ციკლი და შეიტანოს კორექტირება მოთხოვნის შესაბამისად.

ინდუსტრიული სექტორი. ეს სექტორი წარმოგვიდგება როგორც შუალედური სექტორი ბალკერულსა და სახაზოს შორის. ინდუსტრიული გემები სთავაზობენ მომსახურებას სპეციალიზებული ტვირთების მიხედვით, ამიტომ აუცილებელია მყარი და ხანგრძლივი კავშირის დამყარება მსხვილ მწარმოებლებთან, რომლებიც უზრუნველყოფენ ამ სექტორის მუშაობას. კლიენტების ძებნა და მოზიდვა არ წარმოადგენს ამ სექტორის მარკეტინგული საქმიანობის ყოველდღიურ ამოცანას, არამედ მნიშვნელოვანია სტრატეგიული კავშირის დამყარება ტვირთმფლობელებთან (მსხვილი საერთაშორისო სავაჭრო გარიგებები, სახელმწიფო და საერთაშორისო პროექტები). მეორის მხრივ, ამ სექტორს შეუძლია მოემსახუროს იმ გარიგებებსაც, რომლებიც ერთ რეისს უკავშირდება. მაშასადამე, კლიენტების სტრატეგიულ ძიებასთან ერთად ამ სექტორის მარკეტინგული საქმიანობის უმთავრესი ამოცანაა ბაზრის მიმდინარე მონიტორინგი სასურველ გარიგებათა მოსაპოვებლად და ასევე მსაფრახტო განაკვეთების ცვლილების ტენდენციის დასადგენად.

ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ ბალკერული და ინდუსტრიული სექტორისათვის კლიენტების მოზიდვა უკავშირდება ახალი ბაზრების ძიებას, სანაოსნო კომპანიის ტრადიციული რეგიონის გარდა საფრახტო ბაზრის სხვა გეოგრაფიული არელების ათვისებას, სადაც ტვირთგადაზიდვაზე მაღალი მოთხოვნის მდგომარეობაა. სანაოსნო კომპანიები გამოიყენებენ ლოგისტიკური მოქმედების შემდეგ ქსელს: კლიენტის ძიება — გასვლა ახალ ბაზარზე; და პირიქით: ახალი ბაზრების ძიება — კლიენტების ძიება.

დასკვნა

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, ახალი კლიენტის მოზიდვის მეშვეობით სანაოსნო კომპანიას შესაძლებლობა აქვს გავიდეს ახალ ბაზრებზე, სადაც უკვე მოძიებული კლიენტის გარდა შეიძლება

იმუშაოს სხვა ტვირთმფლობელთან კონტრაქტის ვადაში და ამ ვადის გასვლის შემდეგ, ან პირიქით, სხვადასხვა ლოკალური საფრახტო ბაზრების ანალიზი იძლევა იმის საშუალებას, გამოვლინდეს სეგმენტები, სადაც მოთხოვნა ტონაჟზე მაღალია, სადაც უკვე მიზანმიმართულად შეიძლება განახორციელოს კლიენტების მოძიება საფრახტო ბროკერების მეშვეობით და საკუთარი ძალებით.

ADAPTING OF MARKETING TRADITIONAL COMPLEX WITH THE ACTIVITY OF SHIPPING COMPANY

Lali Kharbedia,

Associate Professor of ATSU

Mzisadar Bjalava,

Assistant-Professor of ATSU

RESUME

In the work “Adapting of traditional complex of marketing with the activity of shipping company” is discussed the elements of traditional complex: product, price, place and promotion. It’s mentioned, that for the shipping company the main elements of marketing mix are transformed somehow into other categories. For example: the notion of “product” for the shipping company is forwarding service, which defines by fleet structure of shipping company; “price” – in the condition of tramp shipping defines with the condition of negotiations and trading results and depends on the freight market current condition, on peculiarity of the cargo and on direction of transportation; “place” – means attracting of freight brokers, but seeking of local freight markets in concrete tonnages - is everyday care of shipping company, bulk and industrial sector.

It’s underlined, that basic processing makes the shipping company able to enter the new markets, to work effectively with the new clients and to solve every day marketing problems.

Keywords: Marketing Mix “4 P” - product, price, place, promotion; Marketing strategy and tactics of shipping company; Marketing tasks of bulk; Industrial and liner sector.

ბანკის მსესხებელი ბიზნესის სანარმოებისა და ფიზიკური პირების კრედიტუნარიანობის შეფასების თავისებურებაები

ლეილა დოლიძე
სტუდენტორანიტი

რეზიუმე

შესწავლილია საკრედიტო ოპერაციების რისკის შეფასების სისტემაში კლიენტის კრედიტუნარიანობის ცნება და ადგილი; ჩამოყალიბებულია კომერციული ბანკის მსხვილი და საშუალო კლიენტების, მცირე ბიზნესის სანარმოებისა და ფიზიკური პირების კრედიტუნარიანობის ფინანსური კოეფიციენტების შემოწმებით შეფასების თავისებურებები.

საკვანძო სიტყვები: კრედიტუნარიანობა; საკრედიტო პორტფელი; საკრედიტო რისკი; საკრედიტო კრიტერიუმები; ფინანსური კოეფიციენტები.

შესავალი

კლიენტის კრედიტუნარიანობის ცნებასთან და კრიტერიუმებთან მიმართებაში, კომერციული ბანკის მსესხებლის **კრედიტუნარიანობა** განიმარტება, როგორც – კლიენტი-მსესხებლის მიერ საკუთარი სავალო ვალდებულებების (ძირითადი ვალისა და პროცენტების) სრულად და ვადებში გადახდის შესაძლებლობა. მსესხებლის კრედიტუნარიანობა, მისი **გადახდისუნარიანობისაგან** განსხვავებით, არ აფიქსირებს არგადახდებს გასული პერიოდის მიხედვით ან გარკვეულ თარიღზე, არამედ გადახდისადმი შესაძლებლობის პროგნოზირებას ახდენს უახლოეს პერსპექტივაზე. კრედიტუნარიანი კლიენტები ბანკის, მიმწოდებლებისა და ბიუჯეტისადმი ხანგრძლივ არგადახდებს არ დაუშვებენ.

მსესხებლის კრედიტუნარიანობის დონე საკრედიტო ოპერაციის რისკის შეფასების სისტემაში შემადგენელს წარმოადგენს, რომელიც ბანკის ინდივიდუალური (კერძო) რისკე-

ბის ჯგუფს მიეკუთვნება. სასესხო ოპერაციის რისკი შედგება მსესხებლის რისკისა და პროდუქტის რისკისაგან. ბანკის კლიენტის კრედიტუნარიანობა წარმოადგენს მსესხებლის რისკის ხარისხის გამოხატულებას, რომლის ფაქტორებია: კლიენტის საქმიანობის ეფექტიანობა, მისი კაპიტალის საკმარისობა, რეპუტაცია, მენეჯერის პროფესიონალიზმი, ბალანსის ლიკვიდობა, ფონდების წრებრუნვის უწყვეტადობა და ა.შ. მსესხებლის რისკის ფაქტორებისაგან უშუალოდ ბანკის კლიენტის კრედიტუნარიანობის შეფასების კრიტერიუმები გამომდინარეობენ.

მსოფლიო და ეროვნული საბანკო პრაქტიკა **კლიენტის კრედიტუნარიანობის შემდეგი კრიტერიუმების** გამოყოფის შესაძლებლობას იძლევა: კლიენტის ხასიათი; სახსრების სესხების შესაძლებლობა: მიმდინარე საქმიანობის მსვლელობაში ვალის დასაფარავად შემოსავლების გამომუშავების შესაძლებლობა (ფინანსური შესაძლებლობა); კაპიტალი; კრედიტის უზრუნველყოფა; საკრედიტო ოპერაციების განხორციელების პირობები; კონტროლი, რომლებიც მთლიანობაში მისი შეფასების შემდეგი სახის ხერხებს განსაზღვრავენ: საქმიანი რისკის შეფასება; მენეჯმენტის შეფასება; კლიენტის ფინანსური მდგომარეობის შეფასება ფინანსური კოეფიციენტების საფუძველზე; ფულადი ნაკადების ანალიზი; კლიენტის შესახებ ინფორმაციის შეგროვება; კლიენტის მუშაობაზე დაკვირვება ადგილზე გასვლის გზით.

კრიტერიუმებისა და შეფასების ხერხების ერთიანობის მიუხედავად, არსებობს: იურიდიული და ფიზიკური პირების, მსხვილი, საშუალო და მცირე კლიენტების კრედიტუნარიანობის ანალიზის სპეციფიკა, რომელიც შეფასების გამოყენებადი ხერხების, ასევე მათი შინაარსის კომბინაციაში მდგომარეობს.

• მსხვილი და საშუალო საწარმოების კრედიტუნარიანობა.

1. საკრედიტო ოპერაციის რისკის შეფასების სისტემაში კლიენტის კრედიტუნარიანობის ადგილი. მსხვილი და საშუალო საწარმოების კრედიტუნარიანობის შეფასება – ბალანსის ფაქტიურ მონაცემებზე, მოგებისა და ზარალის შესახებ ანგარიშგებაზე, საკრედიტო განაცხადზე, კლიენტის ისტორიის შესა-

ხებ ინფორმაციაზე და მის მენეჯმენტზე არის დაფუძნებული. მსოფლიო და ეროვნულ პრაქტიკაში კომერციული ბანკის კლიენტების კრედიტუნარიანობის შეფასებისათვის ხუთ ჯგუფად დაყოფილი შემდეგი ფინანსური კოეფიციენტების სისტემა გამოიყენება:

მაჩვენებლების ნორმატიული დონეები

მაჩვენებელი:	ნორმატიული დონე*:
<ul style="list-style-type: none"> • ლიკვიდობის კოეფიციენტები: • მიმდინარე ლიკვიდობის კოეფიციენტი; • სწრაფი (ოპერატიული) ლიკვიდობის კოეფიციენტი. 	2-1,25
<ul style="list-style-type: none"> • ეფექტიანობის (ბრუნვადობის) კოეფიციენტები: • მარაგების ბრუნვადობის; • დებიტორული დავალიანების ბრუნვადობის; • ძირითადი კაპიტალის (ფიქსირებული აქტივების); ბრუნვადობის; • აქტივების ბრუნვადობის. 	
<ul style="list-style-type: none"> • ფინანსური ლევრაჟის კოეფიციენტები: • ყველა სავალო ვალდებულებების (მოკლევადიანები და გრძელვადიანები) შეფარდება აქტივებთან; • ყველა სავალო ვალდებულების შეფარდება საკუთარ კაპიტალთან; • ყველა სავალო ვალდებულებების შეფარდება აქციონერულ კაპიტალთან; • ყველა სავალო ვალდებულებების შეფარდება მატერიალურ აქციონერულ კაპიტალთან (აქციონერულ კაპიტალს – არამატერიალური აქტივები); • გრძელვადიანი დავალიანების შეფარდება ფიქსირებულ (ძირითად) აქტივებთან; • საკუთარი კაპიტალი შეფარდება აქტივებთან; • საბრუნავი საკუთარი კაპიტალის შეფარდება მიმდინარე აქტივებთან. 	
<ul style="list-style-type: none"> • მომგებიანობის კოეფიციენტები: • მოგების ნორმის კოეფიციენტი; • რენტაბელობის კოეფიციენტი; • აქციაზე მიგების ნორმის კოეფიციენტი. 	

<ul style="list-style-type: none">• ვალის მომსახურების კოეფიციენტები (საბაზრო კოეფიციენტები):• პროცენტის გადაფარვის კოეფიციენტი;• ფიქსირებული გადახდების გადაფარვის კოეფიციენტი.	
--	--

შენიშვნა* : მსოფლიო ბანკის სპეციალისტების მიერ სხვადასხვა პერიოდებში რეკომენდირებული მონაცემები.

< კოეფიციენტების I ჯგუფი :

- **მიმდინარე ლიკვიდობის კოეფიციენტი (Kმლ.)** – გვიჩვენებს, შეუძლია თუ არა მსესხებელს პრინციპში საკუთარი გრძელვადიანი ვალდებულებების მიხედვით ანგარიშსწორების განხორციელება. იგი გაიანგარიშება შემდეგი ფორმულით:

Kმლ. = მიმდინარე აქტივები : მიმდინარე პასივები.

- **სწრაფი (ოპერატიული) ლიკვიდობის კოეფიციენტი (Kსლ.)** – მსესხებლის მიერ, ბანკის ვალის ვადაში დაფარვისათვის, ბრუნვიდან სახსრების (ლიკვიდური აქტივებია – ფულადი სახსრები, დებიტორული დავალიანება, სწრაფად რეალიზებადი მარაგები) ფულად ფორმაში სწრაფად გამონთავისუფლების შესაძლებლობის პროგნოზირების მახასიათებელია. იგი გაიანგარიშება ფორმულით:

Kსლ. = ლიკვიდური აქტივები : მიმდინარე პასივები.

< კოეფიციენტების II ჯგუფი :

- **ეფექტიანობის (ბრუნვადობის) კოეფიციენტები (Kეფ.)** – შემავსებელი მახასიათებლებია პირველი ჯგუფის კოეფიციენტების – ლიკვიდობის მაჩვენებლებისა და უფრო დასაბუთებული დასკვნის გაკეთების შესაძლებლობას იძლევა (მაგალითად, თუ ლიკვიდობის მაჩვენებლები დებიტორული დავალიანებისა და მარაგების ღირებულების ზრდის ხარჯზე იზრდება, ერთდროულად მათი ბრუნვადობის შენელებისას, მსესხებლის კრედიტუნარიანობის კლასის ამალგება არ შეიძლება). ეფექტიანობის კოეფიციენტების ჯგუფში შედიან შემდეგი მაჩვენებლები:

ა) მარაგების ბრუნვის ხანგრძლივობა დღეებში = მარაგების

საშუალო ნაშთები პერიოდში : ერთდღიანი ამონაგები რეალიზაციიდან;

ბ) მარაგების ბრუნვის რაოდენობა პერიოდში = ამონაგები რეალიზაციიდან : მარაგების საშუალო ნაშთები პერიოდში;

გ) დებიტორული დავალიანების ბრუნვადობა დღეებში = დავალიანების საშუალო ნაშთები : ერთდღიანი ამონაგები რეალიზაციიდან;

დ) ძირითადი კაპიტალის (ფიქსირებული აქტივების) ბრუნვადობა = ამონაგები რეალიზაციიდან : ძირითადი ფონდების საშუალო ნარჩენი ღირებულება პერიოდში;

ე) აქტივების ბრუნვადობა = ამონაგები რეალიზაციიდან : აქტივების საშუალო სიდიდე პერიოდში.

< კოეფიციენტების III ჯგუფი :

• ფინანსური ლევერაჟის კოეფიციენტები – მსესხებელი საკუთარი კაპიტალით უზრუნველყოფის ხარისხის მახასიათებლებია. როგორც ცხრილი 1-დან ჩანს, აღნიშნული კოეფიციენტის გაანგარიშების ვარიანტები სხვადასხვაა, მაგრამ ეკონომიკური აზრი ერთია: საკუთარი კაპიტალისა და მოზიდული სახსრებიდან კლიენტის დამოკიდებულების ხარისხის შეფასება.

< კოეფიციენტების IV ჯგუფი :

• მომგებიანობის კოეფიციენტები – მთლიანი კაპიტალის გამოყენების ეფექტიანობის მახასიათებლებია, მისი მოზიდული ნაწილის ჩათვლით. აღნიშნული კოეფიციენტების ნაირსახეობებს წარმოადგენს შემდეგი:

ა) მოგების ნორმის კოეფიციენტი = მთლიანი მოგება გადასახადების გადახდამდე : ამონაგები რეალიზაციიდან;

ბ) რენტაბელობის კოეფიციენტი = მოგება პროცენტებისა და გადასახადების გადახდამდე : აქტივები ან საკუთარი კაპიტალი;

გ) შემოსავალი აქციაზე = დივიდენდები ჩვეულებრივ აქციებზე : ჩვეულებრივი აქციების საშუალო რაოდენობა;

დ) დივიდენდური შემოსავალი (%) = წლიური დივიდენდი ერთ აქციაზე x 100 : ერთი აქციის საშუალო საბაზრო ფასი.

< კოეფიციენტების V ჯგუფი :

• **ვალის მომსახურების კოეფიციენტები (საბაზრო კოეფიციენტები) –** გვიჩვენებენ, თუ მოგების რა ნაწილს შთანთქავს პროცენტები და ფიქსირებული გადახდები. მათი საერთო თანხა გაიანგარიშება შემდეგი სახით:

ა) პროცენტის გადაფარვის კოეფიციენტი = მოგება პერიოდში : საპროცენტო გადახდები პერიოდში;

ბ) ფიქსირებული გადახდების გადაფარვის კოეფიციენტი = მოგება პერიოდში: (პროცენტები + ლიზინგური გადახდები + დივიდენდები პრივილეგირებული აქციების მიხედვით + დანარჩენი ფიქსირებული გადახდები).

კრედიტუნარიანობის ძირითადი ფინანსური კოეფიციენტები გაიანგარიშება ბალანსების მიხედვით საშუალო ნაშთების საფუძველზე საანგარიშგებო პერიოდებში. მაჩვენებლები პირველი რიცხვისათვის ყოველთვის ვერ გამოხატავენ საქმის რეალურ მდგომარეობას და ანგარიშგებაში შედარებით ადვილად დამახინჯდებიან. **ამიტომ მსოფლიო პრაქტიკაში** ასევე კოეფიციენტების ისეთი სისტემა გამოიყენება, რომლებიც **შედეგების ანგარიშების** საფუძველზე გაიანგარიშება. აღნიშნული ანგარიში მოიცავს ბრუნვების საანგარიშგებო მაჩვენებლებს პერიოდებში. **საწყის ბრუნვით მაჩვენებელს წარმოადგენს ამონაგები რეალიზაციიდან და მისგან ცალკეული ელემენტების** (მატერიალური და შრომითი დანახარჯების, პროცენტების, გადასახადების, ამორტიზაციის და ა. შ.) გამოკლებით **მიიღება შუალედური მაჩვენებლები** და ჯამში ღებულობენ **წმინდა მოგებას** პერიოდში.

დაბრუნების უზრუნველსაყოფად შეიძლება ლიკვიდური საქონელიც იქნას გამოყენებული.

დასკვნა

• ჩამოყალიბებულია მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის საწარმოების კრედიტუნარიანობის შეფასების მეთოდოლოგიები, ასევე კომერციული ბანკის კლიენტების კრედიტუნარიანობის შეფასების ფინანსური კოეფიციენტები და მსოფლიო

პრაქტიკაში გამოყენებადი კოეფიციენტების სისტემა, რომლებიც შედეგების ანგარიშის საფუძველზე გაიანგარიშებიან;

- განხილულია ფულადი ნაკადისა და საქმიანი რისკის ანალიზები როგორც კლიენტის კრედიტუნარიანობის შეფასების ხერხები და კლიენტის კრედიტუნარიანობის კლასის განსაზღვრის მეთოდოლოგია;

- შეთავაზებულია ფიზიკური პირის კრედიტუნარიანობის შეფასების მოდელები დაფუძნებული მოთხოვნილი სესხისა და მისი შემოსავლის, მსესხებლის ფინანსური მდგომარეობის საერთო შეფასებისა და მისი ქონების ღირებულების თანაფარდობებზე, ოჯახის შემადგენლობაზე, პირადულ დახასიათებებზე, საკრედიტო ისტორიის შესწავლაზე, ასევე ფიზიკური პირის კრედიტუნარიანობის მისი გადახდისუნარიანობის ფინანსური მაჩვენებლების საფუძველზე შეფასების მეთოდოლოგია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Банковское дело: Учебник / **О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Н.И. Валенцева** (и др.); под ред. проф. О.И. Лаврушина. – Москва: КНОРУС, 2009. – 768 с.

2. **Панова Г.С.** – Кредитная политика коммерческого банка. – Москва: ДИС, 1997.

3. **კოვზანაძე ი., კონტრიძე გ.** – თანამედროვე საბანკო საქმე: თეორია და პრაქტიკა. – თბილისი, გამომცემლობა შპს «სეზანი», 2014. – 548 გვ.

4. **ხანთაძე გ., ცაავა გ.** – საბანკო ოპერაციები (სახელმძღვანელო). – თბილისი, გამომცემლობა შპს «ნიგნის სახელოსნო», 2012. – 400 გვ.

5. **ცაავა გ., ხანთაძე გ.** – საბანკო საქმე (თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა), სახელმძღვანელო. – თბილისი, გამომცემლობა «დანის», 2014. – 600 გვ.

6. **ასათიანი ვლ., ცაავა გ.** – კომერციული ბანკის საქმიანობის ფინანსური ანალიზი (თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა). – თბილისი, გამომცემლობა «დანის», 2014. – 500 გვ.

7. **ცაავა გ., ხანთაძე გ.** – საბანკო მენეჯმენტი (თეორია, მე-

თოდები და პრაქტიკა), სახელმძღვანელო. – თბილისი, გამომცემლობა «დანო», 2015. – 800 გვ.

REFERENCES:

1. Banking. (Manual) O. Lavrushin I.D. Mamedov N Valetnseva. Knorus 2009 768p. (In Russian language);
2. Panova GS – The credit policy of the commercial bank. – Moscow: DIS 1997. (In Russian language);
3. Kovzanadze I., Kontridze C. – Modern Banking : Theory and Practice.- Tbilisi, Publishing Ltd. “Cezanne “, 2014. – 548 p(In Georgian language);
4. Khantadze c., Tsaava - C. – Banking operations(manual). -Tbilisi Publishing Ltd. “ Tsignis Saxelosno “, 2012. – 400 p. (In Georgian language);
5. Tsaava - C., Khantadze C. – Banking (Theory, methods and practice), manual. – Tbilisi, published by “ Dan”, 2014. – 600 p. (In Georgian language);
6. Asatiani VI., Tsaava - C. – Commercial bank ‘s financial analysis (theory, methods and practices). – Tbilisi, published by “ Dan”, 2014. – 500 p. (In Georgian language);
7. Tsaava - c., Khantadze c. – Bank Management (theory, methods and practice), manual. – Tbilisi, published by “ sisters “, 2015. – 800 p. (In Georgian language);

**THE FEATURES OF ASSESSING THE CREDIT
WORTHINESS OF BANK BORROWER
BUSINESS, ENTERPRISES AND INDIVIDUALS**

Leila Dolidze

PhD Student of GTU

RESUME

1. Formulation of a methodology for assessing the creditworthiness of Bank borrower business and enterprises, and financial coefficient of customer creditworthiness of the commercial bank and in the world used the system coefficient calculated on the basis of the accounts of the results;

2. Consider cash flow analysis and business risk as the means of assessing the creditworthiness of the customer and the method of determining the class of the borrower's creditworthiness;

3. Proposals are scoring a model for the credit assessment fiscal person based on the ratio of the loan requested and its income, the overall assessment of the financial situation of the borrower and the value of his property, family income structure, personal characteristics, the study credit history, as well as the methodology for assessing the creditworthiness of an individual based on the financial performance of its solvency.

Keywords: Creditworthiness; Credit interest; Credit risk; Credit Criterion; Financial ratios.

კონფლიქტის უზენაესი და ქცევის სტილი

ქეთევან კინმარიშვილი
სტუ ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

თუ ვიხელმძღვანელებთ არსებული დიდი რაოდენობით სოციალურ-ფსიქოლოგიური კვლევებით, რომლებიც მიმართულია პიროვნებისმიდა, პიროვნებათაშორის, ჯგუფისშიდა და ჯგუფებსშორის ურთიერთობების სფეროებში კონფლიქტების აღმოფხვრის გზების ძიებისკენ, მაშინ შესაძლოა გაკეთდეს მცდარი დასკვნა, რომ კონფლიქტი ასრულებს მხოლოდ ნეგატიურ დესტრუქციულ ფუნქციას. სინამდვილეში, სოციალური კონფლიქტი, როგორც დაპირისპირების მკაფიო გამოვლინება, შინაგანად თვითონაა წინააღმდეგობრივი, ასრულებს არა მარტო დესტრუქციულ, არამედ, კონსტრუქციულ ფუნქციასაც. კონფლიქტურ სიტუაციაში გამოყოფენ ქცევის ექვს სტილს, რომელთა კლასიფიკაციას საფუძვლად უდევს თომასის სისტემა. ეს სისტემა ეხმარება ადამიანს სწორი ორიენტაცია აირჩიოს თუ ის მოხვდება კონფლიქტურ სიტუაციაში.

საკვანძო სიტყვები: კონფლიქტის დესტრუქციული ფუნქცია; კონფლიქტის კონსტრუქციული ფუნქცია; ქცევის სტილი კონფლიქტში.

შესავალი

კონფლიქტის კვლევის მიმართ ინტერესი მნიშვნელოვნად იცვლებოდა – ერთის მხრივ, მოხდა კონფლიქტის მნიშვნელობის და პოზიტიური ღირებულების აღიარება XIX საუკუნის ბოლოს და XX საუკუნის დასაწყისში, შემდეგ მის მიმართ მინიმალური ინტერესის გამოვლენა სოციალური ანალიტიკოსების მხრიდან, და მეორე მხრივ, დღევანდელ დროში კონფლიქტების შესახებ სპეციალური დისციპლინის – კონფლიქტოლოგიის შექმნის გამო. XX საუკუნის

20-იანი წლებისთვის შემცირებული ინტერესი კვლევების მიმართ, კვლავ გაიზარდა იმავე საუკუნის 40-იანი წლებისთვის. კონფლიქტების თეორიის ალორძინების მცდელობას აკავშირებენ ტ. პარსონსის სახელთან. კონფლიქტების პრობლემას შეისწავლიან სხვადასხვა სამეცნიერო სკოლების ფარგლებში: სოციალდარვინიზმის, ფსიქოანალიზის, გეშტალტ-ფსიქოლოგიის, სიმბოლური ინტერაქციონიზმის, კოგნიტივიზმის, მათემატიკური მოდელირების და სხვა.

ქირითალი ნაწილი

თუ ვიხელომძვანელებო არსებული დიდი რაოდენობით სოციალურ-ფსიქოლოგიური კვლევებით, რომლებიც მიმართულია პიროვნებისშიდა, პიროვნებათაშორის, ჯგუფისშიდა და ჯგუფებსშორისი ურთიერთობების სფეროებში კონფლიქტების აღმოფხვრის გზების ძიებისკენ, მაშინ შესაძლოა გაკეთდეს მცდარი დასკვნა, რომ კონფლიქტი ასრულებს მხოლოდ ნეგატიურ დესტრუქციულ ფუნქციას. სინამდვილეში, სოციალური კონფლიქტი, როგორც დაპირისპირების მკაფიო გამოვლინება, შინაგანად თვითონაა წინააღმდეგობრივი, ასრულებს არა მარტო დესტრუქციულ, არამედ, კონსტრუქციულ ფუნქციასაც. კონფლიქტის როლის გარკვევის დროს პრინციპული მნიშვნელობა აქვს კონკრეტულ მიდგომას. ერთიდაიგივე კონფლიქტი ერთი შემთხვევაში შესაძლოა იყოს დესტრუქციული და მეორე შემთხვევაში კონსტრუქციული, თამაშობდეს ნეგატიურ როლს განვითარების ერთ ეტაპზე, ერთ კონკრეტულ ვითარებაში და პოზიტიურს – მეორე ეტაპზე, სხვა კონკრეტულ ვითარებაში.

კონფლიქტის დესტრუქციული ფუნქცია. კონფლიქტის დესტრუქციული ფუნქციის გამოვლენა მეტად მნიშვნელოვანია. მაგ., პიროვნებისშიდა კონფლიქტი წარმოშობს ფსიქოლოგიური დისკომორტის მდგომარეობას, რომელსაც მოსდევს ნეგატიური შედეგების მთელი სერია, რამაც, უკიდურეს შემთხვევაში, შესაძლებელია გამოიწვიოს პიროვნების რღვევა. ჯგუფის შემთხვევაში კონფლიქტს შეუძლია დაარღვიოს კომუნიკაციის სისტემა,

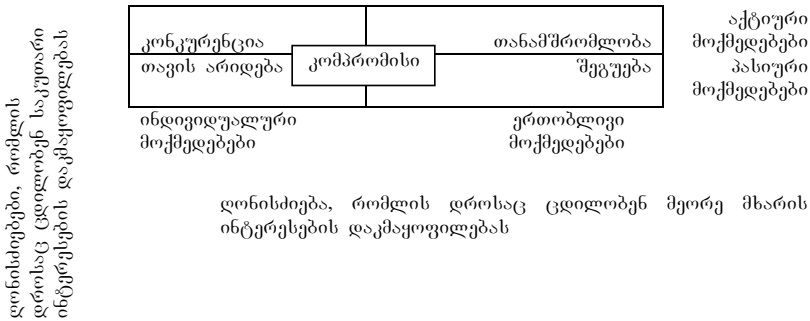
ურთიერთკავშირი, შეასუსტოს ფასეულობებზე ორიენტირებული ერთიანობა, შეასუსტოს გუნდური კავშირი და საბოლოო ჯამში შეამციროს ჯგუფის ეფექტური ფუნქციონირება. ანალოგიურად ხდება კონფლიქტის დესტრუქციული როლის გამოვლენა ჯგუფებს შორის ურთიერთობებისას. კონფლიქტის დესტრუქციული გავლენა შეიძლება გამოვლინდეს მისი ევოლუციის ნებისმიერ ეტაპზე: ობიექტური კონფლიქტური სიტუაცია და მისი გაცნობიერება მხარეების მიერ, კონფლიქტური ქცევა, კონფლიქტის მოგვარება. ჩვეულებრივ, კონფლიქტის დესტრუქციული ზემოქმედება განსაკუთრებით მწვავედ ვლინდება კონფლიქტური ქცევის და კონფლიქტური მოქმედებების სტადიაზე.

კონფლიქტის კონსტრუქციული ფუნქცია. კონფლიქტის კონსტრუქციული ზემოქმედება, ასევე მრავალგვარია. მაგ., საყოველთაოდ ცნობილია, რომ პიროვნებისშიდა კონფლიქტი არა მარტო ნეგატიურად მოქმედებს პიროვნებაზე, მაგრამ, ასევე, ხშირად იწვევს პიროვნების განვითარებას, მის სრულყოფასაც (მაგ., კონფლიქტი, რაც გამოიხატება საკუთარი თავის მიმართ უკმაყოფილებაში). ჯგუფისშიდა და ჯგუფებსშორის ურთიერთობებში კონფლიქტის არსებობამ შესაძლოა აღმოფხვრას სტაგნაცია, წარმოშვას ახალი იდეები, გამოიწვიოს განვითარება (ახალი მიზნების, ნორმების, ფასეულობების და ა.შ. წარმოშობა). კონფლიქტი, განსაკუთრებით კი, კონფლიქტური ქცევის სტადიაზე, ასრულებს შემეცნებით როლს, ანუ მხარეებს შორის არსებული კონფლიქტური სიტუაციის სახეების გადასინჯვის და კორექციის როლს. გარდა ამისა, ჯგუფის წევრებს შორის (ჯგუფებს შორის) არსებული ობიექტური წინააღმდეგობების აღმოჩენა და “კონფლიქტის გახსნა” (“გაშიშვლება”) და მათი აღმოფხვრა (იმ სტადიაზე, ვიდრე ეს შესაძლებელია) ადრეულ სტადიაზე, იწვევს მის სტაბილიზებას. ასევე ცნობილია, რომ გარეშე კონფლიქტმა შეიძლება შეასრულოს შემაკავშირებელი ფუნქცია ჯგუფის წევრებს შორის. დარაზმოს ისინი გარე საშიშროების და პრობლემების მიმართ საბრძოლველად. როგორც უკვე ზემოთ იყო ნათქვამი, კონფლიქტის კონსტრუქციულმა ფუნქციებმა მსგავსად

დესტრუქციულისა, შესაძლოა იჩინონ თავი კონფლიქტის ევოლუციის ყველა ეტაპებზე.

ქცევის სტილი კონფლიქტში¹. კონფლიქტურ სიტუაციაში გამოყოფენ ქცევის ექვს სტილს, რომელთა კლასიფიკაციას საფუძვლად უდევს თომასის სისტემა. ეს სისტემა ეხმარება ადამიანს სწორი ორიენტაცია აირჩიოს თუ ის მოხვდება კონფლიქტურ სიტუაციაში (ნახ. 1).

გრაფიკულ გამოსახულებას საფუძვლად უდევს თომას-კილმენის ბადე, რომელიც განსაზღვრავს ქცევის სტილის ადგილს და სახელმწიფობას (ნახ. 1)



ნახ. 1. თომას-კილმენის ბადე

მოყვანილი მოდელიდან გამომდინარე გამოყოფენ კონფლიქტის რეგულირების შემდეგ საშუალებებს:

- კონფრონტაცია (შეჯიბრი) – მისწრაფება აქტიური და ინდივიდუალური მოქმედებებისკენ და ამ გზით პირადი ინტერესების დაკმაყოფილება, მეორე მხარის ინტერესების საზიანოდ;
- შეგუება, რაც ნიშნავს შეჯიბრების ნაცვლად, მეორე მხარის ინტერესების დაცვას საკუთარი ინტერესების სანაცვლოდ;
- თავის არიდება, როდესაც არ შეინიშნება მისწრაფება არც კორპორაციისკენ და არც საკუთარი მიზნების მიღწევის ტენდენცია;
- კონკურენცია – შეჯიბრებითი ურთიერთქმედება, რომელიც არაა ორიენტირებული მეორე მხარისთვის აუცილებელი ზარა-

1 პერსონალის მართვა, ტ.ი. ბაზაროვა, ბ.. ერიომინა.

ლის (ზიანის) მიყენებისკენ;

- კომპრომისი – ურთიერთდათმობის მეთოდი;
- თანამშრომლობა, როდესაც მიიღება ისეთი გადაწყვეტილებები, რომლებიც მთლიანად აკმაყოფილებს ორივე მხარეს.

დასკვნა

სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების ურთიერთობების კვლევის დროს, სოციალურ ფსიქოლოგს საკმაოდ ხშირად უხდება შეხება კერძო ხასიათის, ერთი შეხედვით გაუმართლებელ კონფლიქტებთან, რომლებიც სინამდვილეში ინვევენ რაიმე ღრმა და სერიოზული კონფლიქტის რეპრეზენტაციას. ეს უკანასკნელი, გახდება რა საბაზისო, ვრცელდება და მასზე “წამოიზრდება” გარე უფრო წვრილი კონფლიქტების ერთობლიობა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. პაიჭაძე ნ., შრომის ეკონომიკა, სახელმძღვანელო, თბ. 2000 წ.
2. პაიჭაძე ნ., ჩოხელი ე., ფარესაშვილი ნ. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბ., 2011 წ.
3. ქ. კინმარიშვილი. პერსონალის მართვა. გამ. „სამართლიანი საქართველო“. 2013 წელი.
4. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
5. Базаров Т.Ю. Психологические грани изменяющейся организации. М.: Аспект пресс, 2007.

REFERENCES:

1. Paichadze N., Labor Economics, Textbook, Tb. 2000 y.
2. Paichadze N., Chokheli E., Paresashvili N. Human Resources Management, Tb. 2011 y.
3. Q. Kitsmarishvili. Personnel Management; Ed.”Samartliani Sakartvelo”. 2013 y.
4. T. I. Bazarova, B. L. Eremina. Personnel Management: Textbook, Unity-DANA, 2001.
5. T. I. Bazarov. Psychological Borders Changing the Organizations. Aspect press, 2007.

THE FUNCTIONS OF CONFLICT AND THE BEHAVIOR STYLE

Qetevan Kitsmarishvili
Associate Professor of GTU

RESUME

According to the many socio-psychological studies aimed at searching the ways to eliminate conflicts of interpersonal, between persons, intragroup and between groups, then it might be made a wrong conclusion that the conflict has only the negative destructive function. In reality, social conflict, as a clear manifestation of confrontation, it is confronting by itself, performing not only a destructive, but also, a constructive function. The conflict situations emphasize the behavior of the six styles, whose classification is based on the Thomas system. The system helps people to choose the correct orientation if it falls into the conflict situation.

Keywords: Destructive function of Conflict; Constructive Function of Conflict; The Behavior Style in the Conflict.

უცხოური ინვესტიციების გავლენა საავტორო უფლებების დაცვაზე (მუსიკალური ინდუსტრიის მაგალითზე)

მედია შენგელია
სტუ დოქტორანტი

რევაზ შენგელია
ემდ.სტუ პროფესორი
(მეცნიერ ხელმძღვანელი)

შესავალი

ინვესტიციების როლი საავტორო უფლებების დაცვაში განუზომლად დიდია. ეკონომიკურ უსაფრთხოებათა სისტემა, რომელშიც ხორციელდება ინვესტიციური რესურსების ბრუნვა, გამოდის, როგორც ინვესტიციური რესურსების წარმოების, გაცვლის, განაწილებისა და მოხმარების ერთიანი პროცესი. ამ პროცესის უწყვეტობის, განმეორებადობის გარეშე წარმოუდგენელია ნებისმიერი სამენარმეო საქმიანობა, მათ შორის საავტორო უფლებებით დაცული პროდუქციის პოპულარიზაცია. განსაკუთრებით აქტუალურია საქართველოში საავტორო უფლებების განვითარების კუთხით მუსიკალური ინდუსტრიაში უცხოური ინვესტორების მოზიდვის საკითხი.

საკვანძო სიტყვები: პირატული ბაზარი, მუსიკალური ინდუსტრია, მუსიკალური ალბომი, არალეგალური ბაზარი, ლეგალური ბაზარი, უცხოური ინვესტორი და ინვესტიცია.

ძირითადი ტექსტი

საქართველოში მუსიკალური ინდუსტრია მკვდარია და ამის ერთერთი მთავარი მიზეზი, არის - მეკობრეობა ქვეყანაში, რომელმაც აბსოლუტურად ყველა რეკორდი მოხსნა და ერთერთი ყველაზე დაზიანებული სფეროა საქართველოში.

იმისათვის რათა, საქართველო გახდეს საინტერესო ქვეყანა უცხოური ინვესტიციებისათვის, აუცილებელია ქვეყანაში გა-

ტარდეს მთელი რიგი ღონისძიებები, კერძოდ:

ა) განხორციელდეს საჭირო ცვლილებები არსებულ საკანონმდებლო ბაზაში;

ბ) დაინერგოს საკანონმდებლო ბაზის ეფექტური აღსრულების მექანიზმები;

გ) განხორციელდეს ადგილობრივი მუსიკალური ნაწარმოების პოპულარიზაცია

დ) შეიქმნას ადგილობრივი ავტორების შემოქმედების ხელშეწყობი და წამახალისებელი მექანიზმები;

ე) განხორციელდეს საავტორო უფლებების დაცვის სფეროში ზოგადი განათლების დონის ამაღლება (საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლება).

საქართველოში საავტორო უფლებების დაცვის უთხით საჭირო საკანონმდებლო ცვლილებად მიმაჩნია სპეციალიზირებული სასამართლო სისტემის შემოღება ინტელექტუალური საკუთრების (სავტორო უფლების) დაცვის სფეროში. რომლის არაერთი მაგალითი არსებობს მონინავე ქვეყნებში, მაგალითად როგორცაა - საავტორო უფლებების ტრიბუნალები (Copyright tribunals). არღნიშნული ტრიბუნალები განიხილვენ, მხოლოდ საავტორო უფლების დარღვევიდან გამომდინარე საქმეებს. მოცემული ცვლილების განხორციელება ქართულ საპროცესო კანონმდებლობაში ხელს შეუწყობს სასამართლო სისტემის გამართულად ფუნქციონირების უზრუნველყოფას, რათა გარანტირებულ იქნას უფლების მფლობელებისათვის მართლმსაჯულების ხელმისაწვდომობა და სანქციების ეფექტური იმპლემენტაცია.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ზოგიერთი ქვეყნებისგან განსხვავებით, არ ფუნქციონირებს სპეციალიზირებული ინტელექტუალური საკუთრების სასამართლოები და დღეს არსებული სისტემა (საკანონმდებლო ბაზა) არ იძლევა ამის საშუალებას. არსებული მდგომარეობით საერთო სასამართლოები განიხილავენ საავტორო უფლებების დარღვევის საქმეებს სხვა კატეგორიის საქმეებთან ერთად. იმის გამო, რომ სასამართლო გადატვირთულია სხვა ტიპის საქმეებით, საერთო სასამართლოში საავტორო უფლებას-

თან დაკავშირებული საქმის ბოლო ინსტანციამდე დასრულებას თითქმის მინიმუმ სამი წელი სჭირდება. აღნიშნული კი ახალისებს დამრღვევს სამი წლის მანძილზე თავისუფლად გრძნობდეს თავს, გააგრძელოს თავისი სამიანობა და სამი წლის ბოლოს უკეთეს შემთხვევაში დახუროს (დაარსოს ახალი იურიდიული პირი და ძველი იურიდიული პირის საქმიანობა შეაჩეროს) და ამით დაუსხლტდეს ხელიდან პასუხიმგებლობას.

ზემოაღნიშნულის თვალსაჩინოებისათვის, მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ასეთი შემთხვევა. დღეს არსებული მენარმეთა შესახებ საქარველოს კანონი ნებისმიერ პირს აძლევს უფლებას, დააფუძნოს სამენარმეო იურიდიული პირი ნულოვანი სანესდებო კაპიტალით. ამისათვის აუცილებელია მარეგისტრირებელ ორგანოში მისვლა, სადამფუძნებლო დოკუმენტაციის წარდგენა და 100 (ასი) ლარის გადახდა. შემდგომ ეს იურიდიული პირი იწყებს სამენარმეო საქმიანობას მუსიკალურ ინდუსტრიაში. კერძოდ ამზადებს კონტაფაქციულ პროდუქციას და ყიდის ხელმისაწვდომ ფასად, ან ხსნის ინტერნეტ გვერდს, სადაც განათავსებს მოპარულ მუსიკალურ ნაწარმოებებს და იწყებს მათ გაყიდვას ჩამოტვირთვის საშუალებით, ან იღებს სარეკლამო შეკვეთებს თავის გვერდზე განსათავსებლად (მუსიკალური ნაწარმოების გამოყენებით მიღებული არაპირდაპირი შემოსავალი). აქედან გამომდინარე, უფლების მფლობელს რჩება შესაძლებლობა აწარმოოს სასამართლო დავა, რომელიც საკამოდ ხანგრძლივ პერიოდზეა გათვლილი და დაელოდოს სასამართლოს გადაწყვეტილებას. ამასობაში დამრღვევი სრულიად უსფუძვლოდ და არაკანონიერად იღებს შემოსავალს, შემდგომ კი აფუძნებს კვლავ ახალ იურიდიულ პირს, რომლითაც გაუბრუნებს გასულ პერიოდზე ჩადენილ ქმედებაზე ფინანსურ პასუხიმგებლობას (სასამართლოს გადაწყვეტილება რჩება აღუსრულებელ გადაწყვეტილებად). თუ სასამართლო სამი წლის შემდეგ დააკისრებს რაიმე სახის თანხას, საავტორო უფლების მფლობელი ამ თანხას ვერსადროს ამოიღებს. ის იურიდიული პირი კი ისტორიას დარჩება საქმიანობა შეჩერებული პირის სტატუსით.

ერთის მხრივ ბიზნესის განვითარების წახალისებით კუთხით კარგია, ქვეყანაში არსებობდეს ნულოვანი კაპიტალით სამე-

წარმოე სუბიექტების დაფუძნების შესაძლებლობა, მაგრამ მიუხედავად ამისა, მიმაჩნია, რომ საქართველოს სამწარმოო კანონმდებლობაში აუცილებელია ჩაიდოს ზემოაღნიშნული შემთხვევების ხელიშეშედილი და დამცავი მექანიზმები.

არსებული საკანონმდებლო ბაზის ეფექტურად აღსრულებას, რაც შეეხება აუცილებელია კონკურენციის სააგენტოს როლის გააქტიურება მუსიკალურ ინდუსტრიაში არალეგალური ბიზნეს საქმიანობის აღმოსაფხვრელად. ასევე სასამართლო სისტემაში დაჩქარებული წესით გადანყვეტილებების გამოტანა და მათი ეფექტური აღსრულება, რასაც სპეციალიზირებული სასამართლო სისტემის შემოღება მნიშვნელოვნად ხელს შეუწყობს. ასევე მნიშვნელოვანია ფინანსთა სამინისტროს სისტემაში საგამოძიებო ორგანოების როლის გააქტიურება, სპეციალური სააპელაციო რეიდების მოწყობისა და საგამოძიებო საქმიანობის დაჩქარებული წესით განხორციელების გზით. ამით ქვეყანაში დამკვიდრდება შიშის სინდრომი, რომ საავტორო უფლების დარღვევა დასჯადი ქმედებაა და ამისათვის შესაძლებელია დადგეს სისხლის სმართლებრივი პასუხიმგებლობაც.

მუსიკალურ ინდუსტრიაში საავტორო უფლებების განვითარების გარემოს შესაქმნელად აუცილებელია ადგილობრივი მუსიკალური რეპერტუარის პოპულარიზაცია. კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება და მათი საერთაშორისო სივრცეში ინტეგრაცია – ქვეყნის ეკონომიკაში კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოტენციალის გამოყენებისათვის, სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს მათ განვითარებას და ეროვნული კულტურის საერთაშორისო კულტურულ სივრცეში დამკვიდრებასა და პოპულარიზაციას. სახელმწიფომ უნდა გაიღოს დაფინანსება სხვადასხვა საერთაშორისო კონკურსებში ქართველი ავტორების მონაწილეობისათვის, გაიცეს დაფინანსებები სხვადასხვა ღონისძიებების გამართვისა და ადგილობრივი მუსიკალური რეპერტუარის ფართო მაშტაბიანი გამოცემებისათვის.

გარდა ამისა, აუცილებელია გადაიდგას შემდგომი ნაბიჯები მუსიკალურ ინდუსტრიაში საავტორო უფლებების დაცვის სფერ-

ოში საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებისაკენ მიმართული ღონისძიებების განხორციელებისა და უფლების მფლობელებთან ეფექტური დიალოგის უზრუნველყოფის კუთხით. საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლების მიზნით, ჩატარდეს სემინარები და სამუშაო შეხვედრები, დაიბეჭდოს საინფორმაციო ხასიათის ბიულეტენები და ფლაერები. შემუშავდეს საგანმანათლებლო სახელმწიფო პროგრამა საავტორო უფლებების სფეროთი დაინტერესებული პირებისათვის. აქტიურად გაშუქდეს მასმედიის საშუალებით საავტორო უფლებების დარღვევისა და მასზე რეაგირების ფაქტები. მოენყოს გადაცემები საავტორო უფლების დაცვის საკითხებზე.

მუსიკალური ინდუსტრიის განვითარებისათვის საქართველოში და უცხოელი ინვესტორების ამ სფეროთი მეტი დაინტერესებისათვის აუცილებელია ჩვენი მენტალობის პრობლემა ც გადაწყდეს. მომხმარებლებმა უნდა გაიგონ რომ ეს არის უნებართვოდ სხვისი ნივთის მითვისება და ქურდობა, რასაც უნდა სკოლის ასაკიდანვე სწავლება. თუმცა, ეს მარტო ჩვენთან არ არის, მთელ მსოფლიოში ხდება, მაგრამ აღნიშნული პრობლემის მინიმიზაცია შესაძლებელია. იგივე პრობლემა ყველა ქვეყანაშია, მაგრამ იქ რალაც ჩარჩოებში მაინც ზის.

ერთ-ერთი მსხვილი უცხოური ინვესტორი „სონი მუზიკ უნივერსალი“ პირველად შემოვიდა საქართველოში და ეს მისასაღმებელი ფაქტია. ახლა ყველაფერი დამოკიდებულია იმ კერძო ორგანიზაციის აქტიურ მოქმედებაზე, რათა სააინტერესო გახდეს სონი მუზიკ“-ისთვის საქართველოს ტერიტორია. საქართველოში უცხოურ მუსიკალური ნაწარმოებების ფიზიკური და ელექტრონული გაყოფვაში სონი მუზიკ უნივერსალის მუსიკალური რეპერტუარი მრავლადაა წარმოდგენილი. აღნიშნული დღემდე იყო პირატული (მოპარული), ვინაიდან სონი მუზიკის ოფიციალური წარმომადგენელი საქართველოში არ იყო წარმოდგენილი. დღეს კი ასეთი არებობს და იმედია მისი ნაწარმოებების გამოყენებაზე მიიღბენ შემოსავალს. აღნიშნული კი ხელს შეუწყობს სხვა ინვესტორებს დაინტერესებასაც შემოვიდნენ ქვეყანაში და კანონიერად შემოიტანონ თავიანთი რეპერტუარი.

დასკვნა

საავტორო უფლებების დაცვის სფეროში ინვესტიციები გულისხმობს წარმოების გაფართოებას ან/და განახლებას და მისი მიზანია შემოსავლის გადიდება, ეკონომიკური ზრდისათვის მატერიალური საფუძვლების და წინაპირობების შექმნა. გამომდინარე აქედან, საჭიროა გავითვალისწინოთ ინვესტირების როგორც მაკროეკონომიკური ფაქტორები (გადახდისუნარიანი მოთხოვნის მოცულობა, საინვესტიციო გარემო, სახელმწიფოს ინვესტიციური აქტივობა, საკრედიტო რესურსების მიღების შესაძლებლობა), ისე მიკროეკონომიკური ფაქტორები (წარმოების მასშტაბები, საწარმოო ციკლის ბრუნვის სიჩქარე, საწარმოო პოტენციალის ხარისხობრივი დონე, პროდუქციაზე მოთხოვნისა და მისი მიწოდების ელასტიურობა, შიდა რესურსებით უზრუნველყოფისა და გარე რესურსებზე დამოკიდებულების დონე). ამ ფაქტორთა გათვალისწინება ხელს შეუწყობს მუსიკალურ ინდუსტრიაში საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესებას და საბოლოო ჯამში მის განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. სისხლის სამართლის კოდექსი, 22 ივლისი, 1999 წ. პარლამენტი, №2112 კანონი.
2. საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ საქართველოს კანონი. 22 ივლისი, 1999 წ. პარლამენტი, №2287.
3. “against copying and illegal distribution”, published by star force (<http://www.star-force.com/solutions/optical-disc-protection>).
4. საქართველოს კანონი „მენარმეთა შესახებ“ 28 ოქტომბერი 1994 წ. პარლამენტი N557 კანონი.

REFERENCES :

1. Georgian law “copyright and neighboring right”, 22 July 1999 y, parliament N2112 act. (In Georgian Language).
2. Georgian criminal code - 22 July 1999 y, parliament N2287 act. (In Georgian Language)
3. “against copying and illegal distribution” published star force (<http://www.star-force.com/solutions/optical-disc-protection>)
4. “Georgian Corporate law”, 28 octomber, 1994 y. parliament N557 act

**THE IMPACT OF FOREIGN INVESTMENT
IN THE PROTECTION OF COPYRIGHT**

Medea Shengelia

PHD Student of GTU

Revaz Shengelia

PHD Doqtor of GTU, Professor.

RESUME

Copyright protection in the field of investment to expand the production and / or renewal, and its goal is to increase income, and create conditions for economic growth and material basis. Therefore, it is necessary to take into account the investment as a macro-economic factors (demand volume, investment environment, investment activity, credit resources of opportunity), and microeconomic factors (production scale, the production cycle rotational speed, the production potential of the quality level of products of demand and supply elasticity , internal and external resources to reliance level). Consideration of these factors will contribute to improving the investment climate in the music industry and it's developed finally.

Keywords: Pirated Market, Musical Industry, Legal and illegal market, and Musical albums, foreign investment.

სამეცნიერო სტატიის ნარმოდგენის და გამოქვეყნების წესი:

ჟურნალში გამოქვეყნებული სტატია უნდა მოიცავდეს მეცნიერული კვლევის **ახალ** შედეგებს ეკონომიკის შემდეგ თეორიულ და გამოყენებით სფეროებში:

ეკონომიკური რეფორმა; ეკონომიკური თეორიის თანამედროვე პრობლემები; ეკონომიკურ მოძღვრებათა ისტორია; საბაზრო ეკონომიკის სამართლებრივი უზრუნველყოფა; ფინანსები, ბანკები, ბირჟები; რეგიონული ეკონომიკა; დარგობრივი ეკონომიკა; ბიზნესის, მარკეტინგის, მენეჯმენტის აქტუალური საკითხები; მსოფლიო ეკონომიკა; რეცენზიები ბოლო პერიოდში გამოქვეყნებულ მონოგრაფიებსა და სახელმძღვანელოებზე.

მიღებულ სტატიებს იხილავს რედაქციის წევრი და დადებით რეცენზიის შემთხვევაში აქვეყნებს, ასევე განათავსებს ინტერნეტში – ელექტრონულ ჟურნალში.

სტატიები მიიღება ქართულ, რუსულ, ინგლისურ, გერმანულ, ფრანგულ და ესპანურ ენებზე, ქვეყნდება ორიგინალის ენაზე.

სტატიის გაფორმების წესი

სტატიის მინიმალური მოცულობა 5 გვერდი A4 ფორმატის;

რეზიუმე ქართულ, რუსულ და/ან **ინგლისურ** (აუცილებლად) ენებზე (100-250 სიტყვა);

საკვანძო სიტყვები ქართულ და ინგლისურ ენებზე;

სტატიის დასახელება ქართულ და ინგლისურ ენებზე;

ავტორის (ავტორთა) სახელი, გვარი, აკად. ხარისხი ქართულ და ინგლისურ ენაზე, ელექტრონული მისამართი და ტელეფონის ნომერი;

სტატიის **შესავალი**, **ძირითადი ტექსტი** და **დასკვნითი** ნაწილი;

გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა ქართულ და ინგლისურ ენებზე;

ქართული ტექსტისთვის გამოიყენეთ ქართულ შრიფტი Acad-nusx; ხოლო ინგლისური და რუსული ტექსტების შრიფტი – Times New Roman; შრიფტის ზომა 12, ინტერვალი 1,5, ყველა კიდიდან დაშორება იყოს 2 სმ.



შპს ჟურნალი „ეკონომიკა“
მისამართი: თბილისი – 0171, მ. კოსტავას ქ. 63.
ტელ: 599 56-90-78.
economics.bpengi.com
E-mail: economica_2008@yahoo.com
E-mail: economica_1918@yahoo.com

ООО журнал «ЭКОНОМИКА»
Адрес Тбилиси - 0171, ул. М. Костава 63
Тел. 599 56-90-78
economics.bpengi.com
E-mail: economica_2008@yahoo.com
E-mail: economica_1918@yahoo.com

სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტი
გადაეცა ასაწყობად 15.04.2016წ.
ხელმოწერილია დასაბეჭდად 25.04.2016 წ.
სააღრიცხვო-საგამომცემლო თაბახი 11,625