

ეკონომისტი

საერთაშორისო რეცენზირებადი და რეფერირებადი
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

1591
2011

№4, 2011 წელი

ეკონომიკური პოლიტიკა (მთავრობის,
ბიზნესმენტა და მეცნიერთა პოზიციები)

ბადასახადები, ბუღალტრული აღრიცხვა,
სუდიტი

ბიზნესი და მენეჯმენტი

საბანკო საქმე (ბანკირი, ბიზნესმენი,
მენაბრე)

საბანკომდგომო სიასლენი (სამეწარმეო
სამართალი), კომენტარები

მეწარმეთა კითხვები და პროფესიონალებთან
კავშირები



**ჟურნალი "ახალი ეკონომისტი"
რევიერირდება:**

სსიპ ინსტიტუტ ტექნიფორმის ელექტრონულ გამოცემებში "ქართულ რევიერირებულ ჟურნალში".

აღიარებულია რევიერირებულიად:

- ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი;
- გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი;
- თბილისის თავისუფალი უნივერსიტეტი, ESM ბიზნესის სკოლა;
- კავკასიის უნივერსიტეტი;
- სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი;
- შოთა მესხიას ზუგდიდის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- აკაკი წერეთლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
- საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი;
- ოდესის მეჩნიკოვის სახელობის ეროვნული უნივერსიტეტი (ქ. ოდესა, უკრაინა);
- კავკასიის სტრატეგიული კვლევის ინსტიტუტი (ქ. ბაქო, აზერბაიჯანი);
- ბელორუსიის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (ქ. მინსკი, ბელორუსია);
- ყაზახეთის ეკონომიკის, ფინანსებისა და საგარეო ვაჭრობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (ასტანა, ყაზახეთი).

ტექნიკური პერსონალი:

მარკეტინგი: **რუსუდან მასურაძე**

მისამართი: 0105, საქართველო, თბილისი
ჯორჯაძის ქ. №5
ტელ.: +995 (32) 422 771; +995 (32) 990 576;
მობ.: +995 (55) 277 554; +995 (95) 32 30 34;
ელ ფოსტა: info@economisti.ge; info@loi.ge
ვებ-გვერდი: www.economisti.ge; www.loi.ge

**The Magazine "Akhali Ekonomisti" (New
Economist) IS REVIEWED:**

In "Georgian Reviewed Magazine" –
P.L.L.E. Institute of Techninform

IS KNOWN AS REVIEW BY:

- I. Javakhishvili Tbilisi State University;
- Iliia State University;
- Georgian Technical University;
- Grigol Robaqidze University;
- Tbilisi Free University, ESM Business School;
- Caucasus University;
- Sukhumi State University;
- Shota Rustaveli State University;
- Akhaltsikhe State University;
- Shota Meskhia State University of Zugdidi;
- Akaki Tsereteli State University;
- Saint Andrew the First Called Georgian University of the Patriarchate of Georgia;
- Odessa Mechnikov National University (Odessa, Ukraine);
- Institute of Strategic Studies of the Caucasus (Baku, Azerbaijan);
- State University of Byelorussia; (Minsk, Byelorussia);
- University of Kazakhstan of Economy Finances and International Trade (Astana Kazakhstan).

TECHNICAL PERSONS:

Marketing: **RUSUDAN MAISURADZE**

ADDRESS: 5 Jorjadze str., Tbilisi, Georgia, 0105
tel.: +995 (32) 422 771; +995 (32) 990 576;
mob.: +995 55 277 554; +995 (95) 32 30 34;
e-mail: info@economisti.ge; info@loi.ge
web-site: www.economisti.ge; www.loi.ge

ეკონომისტი



ყოველკვარტალური საერთაშორისო რეზიუმეობრივი და რეცენზირებადი
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი №4(23), 2011

მთავარი რედაქტორი და სარედაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე:
ლოიჯ ქარჩავა - ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი, პროფესორი.

სარედაქციო კოლეგია:

მეცნიერებათა დოქტორები, პროფესორები:

სლავა შებელავა - ნომრის რედაქტორი

(ეკონომიკის დოქტორი (PHD), ასოცირებული პროფესორი)

რამაზ აბესაძე; ანზორ აბრალავა; იური ანანიაშვილი; როზაია ასათიანი; ვიკენი ბარათაშვილი; როსტომ ბერიძე (შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის დირექტორი); ბივი გამსახურდია; ხათუნა ბურჯულაძე (პასუხისმგებელი მდივანი); თამარ გამსახურდია; თინა ბელაშვილი (ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტის რექტორი); სიმონ ბელაშვილი; რევაზ გველესიანი (ეკონომიკური პოლიტიკისა და ეკონომიკური განათლების ქართულ-გერმანული ინსტიტუტის დირექტორი); მიხეილ გობატიშვილი; ვლადიმერ ბრიგოლია (მოსკოვი, რუსეთის ფედერაცია); ალექსი დანილჩენკო (ბელორუსიის სახელმწიფო უნივერსიტეტი); ვოლფგანგ ვენგი (ბერლინი, გერმანია); შოთა ვეშაპიძე; ნუზარ თოდუა; გოჩა თუთუაშვილი; სერბეი იაკუბოვიჩი (ოდესის ეროვნული უნივერსიტეტი, უკრაინა); ელდარ ისმაილოვი (კავკასიის სტრატეგიული კვლევის ინსტიტუტის დირექტორი, აზერბაიჯანის ბანკების ასოციაციის პრეზიდენტი); რევაზ კაკულია; მერაბ კაკულია; ბია კვაშილავა; მურთაზ კვიციანი (სამეცნიერო ნაწილის რედაქტორი, გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტის ბიზნესისა და მართვის სკოლის დეკანი); ვასილ კიკუტაძე; ირაკლი კოჭანაძე; ანატოლი კოვალენკო (საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი); კირილ კუნცო (ბრანდენბურგი, გერმანია); ენვირ ლაზიშვილი; ძაბილ მანაშოვი (აზერბაიჯანის სახელმწიფო ეკონომიკური უნივერსიტეტის კომერციული ფაკულტეტის დეკანი); იოსებ მახუაშვილი; შალვა მაჭავარიანი (კავკასიის უნივერსიტეტის ვიცე-პრეზიდენტი სამეცნიერო დარგში); იაკობ მისხია; ელგუჯა მამვაბიშვილი; თეა

მუნჯიშვილი; დავით ნარმანი; თეოდორ ნინიძე; იური როზუმი (ოდესა, უკრაინა); ვახტანგ სარტანიანი (საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის ფაკულტეტის დეკანი); ეთერ სარჯველიძე; ავთანდილ სილაბაძე (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი); გელა სვირცაძე; დამეტან ტურეპოლოვა (ყაზახეთის რესპუბლიკის ესთეტიკურ მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი; ყაზახეთის ეკონომიკის, ფინანსებისა და საერთაშორისო ვაჭრობის უნივერსიტეტი, ყაზახეთის რესპუბლიკა); მირიან ტუხაშვილი; რუსუდან ქუთათელაძე (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის დეკანი); ლარისა ყორღანაშვილი; თეიმურაზ შინგელია; ბიორბი შინგელია; შაია შულენგაძე (ყაზახეთის რესპუბლიკა); ლალი ჩაბელიშვილი (გურამ თავართქილაძის სასწავლო უნივერსიტეტის ხარისხის მართვის სამსახურის უფროსი); მიხეილ ჩიკვილაძე; ლეო ჩიქავა (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი); ნიკო ჩიხლაძე; ავთანდილ ჩუთლაშვილი (ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორის მოადგილე); აბაჰი ცომაია; ნოდარ ხაღურდი; ელენე ხარაბაძე (ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი); ეთერ ხარაიშვილი; რევაზ ხარაბაძე; ნოდარ ხასია; მერაბ ხმალაძე; დავით ჯალაღონია (სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი); ჯამლეთ ჯანჯღავა (მთავარი რედაქტორის მოადგილე); იმეზარ ჯბერენია (ეურნალ „საქართველოს ეკონომიკა“-ს მთავარი რედაქტორი); მიხეილ ჯიბუტი, ნანა ჯღარკავა.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

შეიძლება რედაქცია ყოველთვის არ იზიარებდეს ავტორის აზრს.

© ეურნალი „ახალი ეკონომისტი“, 2011 წ.
© გამომცემლობა „ლოიჯ“
№4(23), 2011 წელი

შანი 5 ლარი

akhali EKONOMISTI

QUARTELY INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL MAGAZINE,
PRECISED AND REVIEWED №4(23), 2011

Editor-in-Chief and Head of Editorial board:
LOID KARCHAVA - Doctor of Business Administration, Professor

EDITORIAL BOARD

Doctors of science, Professors:

SLAVA FETELAVA - Editor

(Doctor of Economics (PHD), Associate Professor)

საქართველოს
აქადემიის
განმარტყვების
აქადემიის
განმარტყვების

RAMAZ ABESADZE; ANZOR ABRALAVA; IURI ANANIASHVILI; ROZETA ASATIANI; EVGENI BARATASHVILI; ROSTOM BERIDZE (Director of Business School of Shota Rustaveli State University); **KHATUNA BURCHULADZE** (responsible secretary); **GIVIGAMSAKHURDIA; TAMARGAMSAKHURDIA; TINA GELASHVILI** (Rector of Akhaltsikhe State University); **SIMON GELASHVILI; REVAZ GVELESIANI** (Director of Georgian-German Institute of Economic Policy and Economic Education); **MICHAEL GOGATISHVILI; VLADIMIR GRIGOLAIA** (Moscow, Russian Federation); **ALEKSEY DANILCHENKO** (State University of Byelorussia, Minsk); **WOLFGANG WENG** (Berlin, Germany); **SHOTA VESHAPIDZE; NUGZAR TODUA; GOCHA TUTBERIDZE; SERGEY YAKUBOVSKIY** (Odesa I.I.Mechnikov Odessa National University, Ukraine); **ELDAR ISMAILOV** (Director of Institute of Strategic Studies of the Caucasus, President of Azerbaijan Banks Association); **REVAZ KAKULIA; MERAB KAKULIA; GIA KVASHILAVA; MURTAZ KVIRKVAIA** (Editor of the Scientific part, Dean of Business and Management School of G. Robakidze University); **VASIL KIKUTADZE; IRAKLI KOVZANADZE; PAATA KOGUASHVILI** (member of Georgian Academy of Agriculture); **HARALD KUNZ** (Brandenburg, Germany); **ENVER LAGVILAVA; QABIL MANAFOV** (Dean of Commerc Faculty of Azerbaijan State Economical University); **IOSEB MASURASHVILI; SHALVA MACHAVARIANI** (Vice-President of Caucasus University in sciens field); **IAKOB MESKHIA; ELGUJA MEQVABISHVILI; TEA MUNJISHVILI; DAVID NARMANIA; TEDO NINIDZE; YURIY ROBUL** (Odesa

I.I.Mechnikov Odessa National University, Ukraine); **VAKHTANG SARTANIA** (Dean of Economics and Business Administration Faculty of Saint Andrew the First Called Georgian University of the Patriarchate of Georgia); **ETER SARJVELADZE; AVTANDIL SILAGADZE** (Corresponding-member of Georgian National Academy of Science); **GELA SVIRAVA; DAMETKEN TUREKULOVA** (Academician of Aesthetical Science Academy of Kazakhstan, University of Kazakhstan of Economy, Finances and International Trade); **MIRIAN TUKHASHVILI; RUSUDAN KUTATELADZE** (Dean of Business-engineering Faculty of Georgian Technical University); **LARISA KORGANASHVILI; TEMUR SHENGELIA; GIORGI SHIKHASHVILI** (Lecturer of Tbilisi Academy and Seminary); **FAIA SHULENBAYEVA** (University of Kazakhstan of Economy, Finances and International Trade); **LALI CHAGELISHVILI** (Head of Department of Degree of Guram Tavartkiladze University); **MICHAEL CHIKVILADZE; LEO CHIKAVA** (Corresponding-member of Georgian National Academy of Science) **NIKO CHIKHLADZE; AVTANDIL CHUTLASHVILI** (Deputy of Rector of Iv. Javakhishvili Tbilisi State University); **AKAKI TSOMAIA; NODAR KHADURI; ELENE KHARABADZE** (Dean of Economics and Business Faculty of I. Javakhishvili Tbilisi State University); **ETER KHARAISHVILI; REVAZ KHAREBAVA; NODAR KHASAIA; MERAB KHMALADZE; DAVID JALAGONIA** (Dean of Economics and Business Faculty of Suxumi State University); **JAMLET JANJGAVA** (Deputy of Editor-in-Chief); **EMZAR JGERENAIA** (Editor-in-Chief of magazine „Economy of Georgia“); **MICHAEL JIBUTI, NANA JGARKAVA.**

ეკონომიკის განვითარების სამსახური

მიმდინარეობა

აპატა კოლუაშვილი – საქართველოს აგრარული პოლიტიკისა და ხეივანი მეურნეობის განვითარების პოლიტიკის განხორციელების უზრუნველყოფის საკითხთა შესახებ 9

სლავა ფატევა – ბაზრის განსაზღვრის ასპექტები 26

ლოილ ძარჩავა – კომუნიკაციების განვითარების ეტაპები 42

შოთა ვეშაიძე, ლალი ოსაძე, სოფო ცაცხლაძე – საინფორმაციო სისტემები ლოჯისტიკაში 48

გუგული ყურაშვილი, თამარ ბერიძე – საქართველოში რეგიონული თვითმმართველობის ინსტიტუტების ფორმირებისა და გაძლიერების ზოგიერთი ასპექტი 56

ხათუნა კაკაშვილი, მაკა სოსანიძე, ლალი ოსაძე – მარკეტინგული საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები საქართველოში 59

ზაირა ღუღუაშვილი, ნიკოლოზ ბონგლიაშვილი – მსესხებლის კრედიტუნარიანობის შეფასება – ბანკის ფინანსური სტაბილურობის საფუძველი 62

ბიორგი აბაშიშვილი – ოფშორული დემოკრატია – დილემა ბიუროკრატული სახელმწიფოებისათვის 64

ვასილ ხიზანიშვილი - ბიზნესის რეგიონული განვითარების პრობლემები საქართველოში 68

MAKA BUGULASHVILI - INNOVATION PROCESSES: MODERN TECHNIQUES FOR INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION 72

სტრუქტურული ხელვა

თამთა ფატევა, სოსო პარხომეძე, ცირა მანსია - ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობა 75

რეფერატები 78

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი 82

შურნალის 2011 წლის ნომრების შინაარსი 84

შინაარსი ეკონომიკის განვითარების სამსახური



ECO-DIGEST

SCIENCE

PAATA KOGUASHVILI - ABOUT OF THE GEORGIAN AGRARIAN POLICY AND A THER IMPORTENT SUBJECTS 9

SLAVA FETELAVA - ASPECTS OF MARKET DEFINITION 26

LOID KARCHAVA - THE STAGES OF THE COMMUNICATIONS DEVELOPMENT 42

SHOTAVESHAPIDZE, LALIOSADZE, SOPO TSETSKHLADZE - INFORMATION SYSTEMS IN LOGISTIC .. 48

GUGULI KURASHVILI, TAMAR BERIDZE - SOME ASPECTS OF THE FORMING AND REINFORCEMENT OF THE REGION SELF-GOVERNMENT INSTITUTIONS IN GEORGIA 56

KHATUNAKAKAURIDZE, MAKASOSANIDZE, LALIOSADZE - THE MAIN DIRECTIONS OF THE MARKETING ACTIVITIS IN GEORGIA 59

ZAIRAGUDUSHAURI, NIKOLOZ GONGLIASHVILI - ASSESSMENT OF CREDITWORTHINESS OF DEBTOR IS A GUARANTEE OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF BANK 62

GIORGI ABASHISHVILI - OFFSHORE DEMOCRACY – DILEMMA FOR A BUREAUCRATIC STATE 64

VASIL KHIZANISHVILI - THE GLOBALIZATION OF ECONOMY 68

MAKABUGULASHVILI - INNOVATION PROCESSES: MODERN TECHNIQUES FOR INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION 72

STUDENT'S LOOK

TAMTA FETELAVA, SOSO PARKHOMENKO, TSIRA MAISAIA - NATURAL RESOURCES CONSUMPTION TAX 75

SUMMARIES 78

FOREING ECONOMIC NEWS 82

CONTENTS FOR THE 2011 YEARS IN MAGAZINE 84

საქართველოს ეკონომიკის ასოციაცია

ეკონომიკური პოლიტიკა

საქართველოში „ფორბსის“ რეიტინგში წინა წლის პოზიციის

„ფორბსის“ რეიტინგში „საუკეთესო ქვეყნები ბიზნესისათვის“ (the best countries for business) საქართველომ 134 ქვეყანას შორის 50-ე ადგილი დაიკავა და ამით წინა წლის პოზიციის 11 პუნქტით გააუმჯობესა. რეიტინგში გათვალისწინებულია მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) ზრდა, მშპ-ის რაოდენობა ერთ სულ მოსახლეზე, სავაჭრო ბალანსის წილი მშპ-ში და ქვეყნის მთლიანი მოსახლეობა. პირველ ხუთეულში შევიდნენ – კანადა, ახალი ზელანდია, ჰონგკონგი, ირლანდია და დანია. გამოცემის ცნობით, კანადაში ინვესტიციების დაცულობის ხარისხი ყველაზე მაღალი, ხოლო ბიზნესის დაწყება ყველაზე მარტივია. აშშ რეიტინგში მეათე ადგილს იკავებს, სომხეთი 89-ე, ზერბაიჯანი – 78-ე, რუსეთი – 102-ე, ხოლო თურქეთი კი 54-ე.

მილიარდლები ქართულ ბიზნესში

Forbes-ის მონაცემებით მსოფლიოს მილიარდელთა სიაში მყოფი ბიზნესმენებიდან 15-ის ინტერესთა სფეროში საქართველოცაა მოქცეული. მათ შორის, 2 ქალბატონია, ხოლო 13 კი მამაკაცი. მაშ ასე, საქართველოს ეკონომიკაში მოღვაწე ყველაზე მდიდარ ბიზნესმენებს წარმოადგენენ:

1. ამერიკელი ჯორჯ სოროსი, რომლის ჯამური ქონება 22 მილიარდი დოლარით (სიმდიდრის წყარო - პეჯ-ფონდები) არის შეფასებული საქართველოში ცნობილია საზოგადოებრივი აქტიურობებით, რისთვისაც ყოველწლიურად 3 მილიონ დოლარზე მეტს ხარჯავს;
2. იტალიელი მიკელე ფერერო, რომლის ქონება 18 მილიარდ დოლარად არის შეფასებული (სიმდიდრის წყარო - შოკოლადის წარმოება), საქართველოში თხილის პლანტაციების მფლობელია. გათვალისწინებულია თხილის გადამამუშავებელი ქარხნის მშენებლობაც, რის შემდეგაც ჯამში საქართველოში დაბანდებული ინვესტიციების მოცულობამ 20 მილიონ ევროს უნდა მიაღწიოს;

3. ინდოელი სავიტრი ჯინდალი, რომლის ჯამური ქონების მოცულობა (სიმდიდრის წყარო - მეტალურგია) 14,4 მილიარდ დოლარს შეადგენს, საქართველოში აპირებს ნავთობის საძიებო საქმიანობის განხორციელებას და შესაბამისად 150 მილიონ დოლარიანი ინვესტიციის დაბანდებას (4 წლის განმავლობაში);

4. ქართველი მილიარდელი ბიძინა ივანიშვილი, რომლის ქონება შეადგენს (სიმდიდრის წყარო - ინვესტიციები) 5,5 მილიარდ დოლარს, საქართველოში ფლობს „ქართუ ჯგუფს“, ბანკ „ქართუს“, სათხილამურო კომპლექს „ბაკურიანი - 2“-ს, სამშენებლო კომპანია „ატუ“-ს და სხვ. „ქართუ ჯგუფის“ გაანგარიშებით, 2005-2010 წლებში ბიძინა ივანიშვილმა საქართველოში ქველმოქმედებაზე 1,2 მილიარდამდე დოლარი დახარჯა.

5. თურქი მეჰმეტ ემინ კარამჰმეტი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - ტელეკომუნიკაციები) 4 მილიარდი დოლარით არის შეფასებული, საქართველოში ათეული მილიონობით დოლარი აქვს დაბანდებული „ჯეოსელში“;

6. ებრაელი ალექსანდრ მაშკევიჩი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - მოპოვებითი მრეწველობა და მეტალურგია) 3,7 მილიარდ დოლარად არის შეფასებული, საქართველოში მისი დაფინანსებით აღდგა თბილისის საშქენაზი ებრაელების სინაგოგა „ბეითრახილი“;

7. ამერიკელი დონალდ ტრამპი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - ტელევიზია და უძრავი ქონება) 2,9 მილიარდ დოლარს შეადგენს, 2011 წლის მარტში ხელი მოაწერა შეთანხმებას საქართველოში 300 მილიონი დოლარის ღირებულების ორი Trump Tower-ის მშენებლობასთან დაკავშირებით (დონალდ ტრამპი თავისი სახელის ლიცენზირებას ახდენს, ხოლო მისი კომპანია კი მშენებლობის მენეჯმენტს განხორციელებს, შესაბამისად, ის ამ ეტაპზე პროექტებში საკუთარი თანხის ჩადებას არ აპირებს);

8. უკრაინელი იგორ კოლომოისკი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - საბანკო საქმე და ინვესტიციები) 2,5 მილიარდი დოლარია, საქართველოში მის მიერ დაფუძნებულ იქნა

საქართველოს ეკონომიკის





ეკონომიკური რეფორმები

სადაზღვეო კომპანია „ტაოს“ და ასევე მფლობელი „რივინგის“. ამასთან მიმდინარე საფეხურიო სეზონში (2011-2012 წლები) არის სკ თბილისის „დინამოს“ სპონსორი;

9. უკრაინელი გენადი ბოგოლიუბოვი, რომლის ქონება და სიმდიდრის წყარო-არის მისი მეგობრის იგორ კოლომოისკის ანალოგიური, ამასთან, საქართველოში ის იგორ კოლომოისკის თანასწორი პარტნიორია „პრივატბანკში“;

10. რუმინელი დინუ პატრინუ, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - ნავთობგადამუშავება) შეადგენს 2,2 მილიარდ დოლარს შეადგენს, საქართველოში დააკავებულება როგორც საბანკო („ლიბერთი ბანკი“), ისე სამშენებლო ბიზნესით. კერძოდ, მრავალფუნქციური კომპლექსის „ბათუმის კარიბჭე“-ს მშენებლობაში რუმინელი მილიარდული 200 მილიონი დოლარის დაბანდებას აპირებს;

11. თურქი კამილ იაზიჯი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - სასმელების წარმოება) 1,8 მილიარდი დოლარია, საქართველოში თავის პირველ საქმიანობას „ლომის“ უკავშირებს. ამასთან, 2005 წელს ლუდ სახარში „ნატახტარი“ გახსნა, ხოლო 2008 წელს კი იაზიჯის თურქულმა კომპანიამ Anadolu Group-მა ქართული ლუდ სახარშის აქციათა 100% შეისყიდა და დღეს ბაზარზე „ეფეს საქართველოს“ სახელით საქმიანობს;

12. რუსი სერგეი სარქისოვი, რომლის ქონება (სიმდიდრის წყარო - დაზღვევა და უძრავი ქონება) 1,5 მილიარდ დოლარს შეადგენს, საქართველოში მისი ოჯახის კუთვნილმა კომპანიამ „დილა 2010“-მა ვაკის ე.წ. „ლექსკომბინატი“ იყიდა. არალეღურად კი უძრავი ქონების ბაზარზეც განაგრძობს ოპერირებას და სამომავლოდ სადაზღვეო ბიზნესში ჩართვას გეგმავს;

13. თურქი თუნჯაი ოზილქანი, რომლის ქონება 1,4 მილიარდ დოლარს შეადგენს, საქართველოში ლუდსახარში „ნატახტარს“ ფლობს ჩვენ მიერ უკვე ნახსენებ მილიარდულ იაზიჯისთან ერთად. მისი ერთ-ერთი დამსახურებაა ის, რომ „ნატახტარი“ მუდმივად ასპონსორებს ქართულ სპორტს;

14. ყაზახი ტიმურ კულიბაევი, რომლის ჯამური ქონება (სიმდიდრის წყარო - საბანკო საქმე) მეუღლის ქონების გარეშე, 1,3 მილიარდი დოლარია, საქართველოში მეუღლესთან დინარასთან ერთად ფლობს „პალიკ ბანკ საქართველოს“;

15. ყაზახი დინარა კულიბაევა, რომლის ჯამური ქონება (სიმდიდრის წყარო - საბანკო საქმე) მეუღლის ქონების გარეშე, 1,3 მილიარდი დოლარია,

საქართველოში არის „პალიკ ბანკ საქართველო“ თანამფლობელი მეუღლე ტიმურბაევისთან ერთად;

მონიტორინგი მხოლოდ ელექტრონული არ იქნება

საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტროს ინფორმაციით, ფსოუს, როკისა და ლარსის სავაჭრო დერეფნებზე მონიტორინგი როგორც ელექტრონულად, ასევე ფიზიკური პირების მიერ განხორციელდება, თუმცა თავდაპირველად მხოლოდ ელექტრონული მონიტორინგის განხორციელებაზე იყო საუბარი. მინისტრის მოადგილე ნინო კალანდაძის განმარტებით, სავაჭრო დერეფნების სათავეებში განთავსდებიან მუდმივი ფიზიკური მონიტორები და ინფორმაცია ელექტრონული გზით გაიცვლება. ქართულ-რუსულ მხარეებს შორის შვეიცარიული მხარის შუამავლობით მიღწეული შეთანხმებით, შეიქმნება სამი სავაჭრო დერეფანი, რომლებსაც მონიტორინგს შვეიცარიელთა შერჩეული აუდიტორიული კომპანია გაუწევს.

შეღვათებით სარგებლობის ვადა ერთი წლით გახანგრძლივდა

კანონმდებლობაში შევიდა ცვლილება, რომელმაც 1 წლით გაახანგრძლივა შეღვათებით სარგებლობის ვადა, საგადასახადო დავალიანებებისა და სესხების რესტრუქტურისა ციასთან დაკავშირებით. მთავრობის ინიციატივა პარლამენტმა ერთი მოსმენით დაჩქარებული წესით დაამტკიცა. „საგადასახადო დავალიანებებისა და სახელმწიფო სესხების რესტრუქტურისა ციის შესახებ“ კანონის თანახმად, შესაძლებელია საგადასახადო ან სასესხო დავალიანების რესტრუქტურისა ცია, სასესხო დავალიანების უიმედო სესხად აღიარება და ჩამოწერა, პატიება, მესამე პირისათვის დაკისრება, დაფარვის მოთხოვნის უფლების სხვა იურიდიული პირისთვის დისკონტით დათმობა. ამ შეღვათებით სარგებლობის შანსი მხოლოდ იმ მწარმოებლებს ექნებათ, რომლებიც ფინანსთა სამინისტროს წერილობით მიმართავენ და 2013 წლის 1 იანვრამდე საჭირო საბუთებს წარადგენენ.

ავტობასამართ საღებავებზე 30 დღეოკამერები უნდა დამონტაჟდეს

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის 2011 წლის 22 დეკემბრის ბრძანების

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის განცხადებით

მისეღვით, ავტოგასამართი, აირგასამართი და აირსაესები საკომპრესორო სადგურები (მათი მფლობელები) ვალდებული არიან, შიდა და გარე პერიმეტრებზე ვიდეომეთვალფურეობის სისტემები (ვიდეოკამერები) დაამონტაჟონ.

უძრავი ნივთით ვაჭრობა ნაღდ ფულზეც შეიძლება

უძრავი ნივთის მხოლოდ საბანკო ანგარიშსწორებით ვიდვა-გაყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება გაუქმდა. „საჯარო რეესტრის შესახებ“ საქართველოს კანონში შესაბამისი ცვლილება დამტკიცდა. აქამდე არსებული კანონმდებლობით, 2012 წლის 1-ელი იანვრიდან საჯარო რეესტრში უძრავი ნივთის ნახყიდობის ხელშეკრულება მხოლოდ იმ შემთხვევაში დარეესტრირდებოდა, თუ ვიდვა-გაყიდვა უნაღდო ანგარიშსწორებით მოხდებოდა. ცვლილებით ეს ნორმა კანონიდან საერთოდ ამოიღეს.

შმოქმედო შენობებს ჩამოართმევენ

ფუნქციო და მიტოვებული შენობების მესაკუთრეებს მათი რეაბილიტაცია მოუწევთ, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ქონების ჩამორთევა ემუქრებათ. ცვლილება „ტექნიკური საფრთხის კონტროლის შესახებ“ კანონში შედის. თბილისში, საკრებულოს მიერ განსაზღვრულ ზონების არსებული არაფუნქციონირებადი და მიტოვებული შენობა-ნაგებობების მესაკუთრეები ვალდებული იქნებიან, მშენებლობის ნებართვა 6 თვის ვადაში მიიღონ. ვადის ათვლა დაიწყება ასეთი ქონების რეესტრაციის და/ან ფუნქციონირების შეწყვეტის შემდეგ. ასეთი შენობები აღარც საცხოვრებლად, აღარც კომერციული ან სხვა საზოგადოებრივი ფუნქციით აღარ უნდა გამოიყენებოდეს. თუ პირი ნებართვას არ აიღებს, მას „დარღვევის“ გამოსასწორებლად გონივრული ვადა მიეცემა. თუ ის ამ გონივრულ ვადაშიც ვერ ჩაეტევა, ყოველ ვადაგადაცილებულ დღეზე ჯარიმა დაეკისრება. ჯარიმის გადაუხდელობის შემთხვევაში კი ქონება იძულებით რეალიზაციას დაექვემდებარება.

კომუნალურ მრიცხველებზე დავალიანება ჩამოეწერათ

„კახეთის ენერგოდისტრიბუციის“ გაკორების მმართველმა კახეთის მოსახლეობას

საერთო მრიცხველებზე 2011 წლის 1 ოქტომბრამდე დაგროვებული ელექტროენერგიის დავალიანება სრულად ჩამოაწერა. საუბარია მხოლოდ კომუნალურ და არა ინდივიდუალურ მრიცხველებზე. „კახეთის ენერგოდისტრიბუციის“ ლიტვური კომპანია 2009 წლის იანვრიდან ფლობდა. გაკორების საქმე 2011 წლის 5 აგვისტოს დაიწყო.

ქართული ელმავლები უკრაინაში

კომპანია „უკრზალიზნიცია“ საქართველოს ვაგონშემკეთებელ ქარხანასთან ხელშეკრულება გააფორმა 110 მაგისტრალური ელმავლის შექმნის შესახებ. არიგების თანხა 438 მილიონ ამერიკულ დოლარს აღწევს. მიწოდების ვადაა 2012-2016 წლებია. პირველი 24 ელმავალი უკრაინაში გაისად ჩავა. „უკრზალიზნიცია“ გეგმავს, წლეულს 755 მილიონი აშშ დოლარს დააბანდოს რკინიგზის განვითარებაში.

მანდარინი ძირითადად უკრაინაში ბაღის

ქართული მანდარინის ძირითადი საქსპორტო ბაზარი კვლავინდებურად უკრაინაა. აჭარის სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ცნობით, 2011 წლის დეკემბრის ბნოლსათვის გაყიდული 15 651 ტონა მანდარინიდან უკრაინის ბაზარზე 2 809 ტონა გავიდა. წლეულს რეგიონში 85 ათას ტონა მანდარინს ელოდებიან. უცხოურ ბაზარზე 70 ათას ტონამდე ციტრუსის გატანა იგეგმება. უკრაინის გარდა, მანდარინი სომხეთის, აზერბაიჯანის, შუა აზიისა და აღმოსავლეთ ევროპის ბაზარზეც გაიყიდება.

კვების ობიექტები საქართველოში

2011 წლის 1 ივლისის მდგომარეობით, საქართველოში სულ 1 283 საზოგადოებრივი კვების ობიექტია. მათგან 558 თბილისშია განთავსებული. „საქსტატის“ ცნობით, ქვეყნის მასშტაბით 380 რესტორანი, 303 კაფე, 151 ბარი და 449 სასადილო ობიექტი მოქმედებს. რესტორნების ნახევარზე მეტი, 163 ობიექტი, თბილისშია, აქვეა 108 კაფე, 87 ბარი და 200 სასადილო.

ახალი ამონიში



ეკო-დაიჯესტი

ქონებას სოციალურად დაუცველებსაც დაუყადაღებენ

სოციალურად დაუცველი ოჯახების მონაცემთა ერთიან ბაზაში რეგისტრირებული ოჯახის წევრების ქონებაზე ყადაღის დადების შეზღუდვა იხსნება, თუკი ეს ქონება იპოთეკით ან გირაოთია დატვირთული. მოქმედი კანონმდებლობით,

საარსებო მინიმუმზე ნაკლები შემოსავლიანი პირის ქონება ყადაღისაგან გათავისუფლებული იყო. ცვლილება „სააღსრულებო წარმოებათა შესახებ“ კანონში შედის. ამ ცვლილების გარდა, იგეგმება სააღსრულებო პროცედურების დაჩქარება და სამიდან ორამდე მცირდება იძულებითი აუქციონების რაოდენობა.

„ეკო-დაიჯესტი“ ქართულ ჟურნალ-
გაზეთებსა და სხვა წყაროებზე
დაყრდნობით მოამზადა ილიას
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის
ფაკულტეტის III კურსის სტუდენტმა
თამთა შუბელავამ



ვაჰტა კოლუაშვილი

ეკონომიკურ მეცნიერებათა
დოქტორი, პროფესორი

ქართველები სამიწათმოქმედო ცივილიზაციის შექმნის სათავეებთან იდგნენ და მიწათმოქმედება მათთვის არა მხოლოდ უბრალო სამეურნეო საქმიანობა, არამედ ერთგვარი ღვთისმსახურება იყო. ჩვენი წარსული და მომავალი გაპირობებული და გაშინაარსებულია მიწასთან დაკავშირებული რელიგიური, რაციონალური თუ ემოციური საწყისებით. ყოველივე ამან განაპირობა ქართველთა განსხვავებული ჩვევები, სურვილები და მისწრაფებები ამ ქვეყნიურ ცხოვრებაში, რაც მიწასთან მარადიული ურთიერთობის თავისებურებებიდან გამომდინარეობს.

ქართველი ერის სპეციფიკა, მომდინარე მისი გენეტიკური კოდიდან, ასახვას პოულობს ტრადიციებში, რომელიც განსაკუთრებული თავისებურებებითა და რაციონალიზმით წარმართავს ცხოვრების სამეურნეო სფეროს და რამაც უზრუნველყო ქართველთა უძველესი და უმთავრესი საქმიანობის – სოფლის მეურნეობის გადაქცევა ქართული სახელმწიფოს წარმოქმნის საძირკველად. „ქართველების ძალა ძველის-ძველ დრომდე მიწის შემუშავება, მეურნეობა, ჩვენი ძალა იმთავითვე სოფელი იყო,“ – ბრძანებდა ილია ჭავჭავაძე.

ქართველი ერის ტრადიციული აგრარული კულტურა, როგორც ცნობილია, წინააზიურ კულტურულ სივრცეში ყალიბდებოდა. იგი სამართლიანად ითვლება უძველესი მიწათმოქმედებისა და მეცხოველეობის განვითარების კერად. აქ თავდაპირველად შექმნილი მეურნეობისა და მეურნეობრიობის ფორმები, შემდგომში საფუძვლად დაედო ევრაზიის მთელ ტერიტორიაზე (სამხრეთ-აღმოსავლეთის გამოკლებით), მოგვიანებით წარმოშობილ აგრარულ სამეურნეო-კულტურული კომპლექსების სხვადასხვა ტიპს, რომელიც ძირითადად

მარცვლეული მეურნეობის, მევენახეობა-მეღვინეობის, სხვადასხვა სახეობის პირუტყვის მოშენებასა და მისგან მიღებული ცხოველური პროდუქტების მოხმარებაზე იყო დაფუძნებული.

საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სასურველსა და შესაძლებელ მიმართულებაზე სერიოზული მსჯელობის კონტექსტში ცხადი არის მხოლოდ ორი რამ. პირველი – როგორი არ უნდა იყოს საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკა, და მეორე: რომელია და როგორია საქართველოს ეკონომიკური მომავლის ყველაზე სასურველი სახე.

სასურველია საქართველოს გარდაქმნა მაღალგანვითარებულ აგრარულ-ინდუსტრიულ ქვეყნად (შემდეგ ეტაპზე, ინდუსტრიულ ქვეყნად, სუბანვითარებული სოფლის მეურნეობით), რომელიც თვითონ დაიკმაყოფილებს თავის სასურსათო და სხვა საარსებო მოთხოვნილებებს, ექნება დადებითი საღდო პარტნიორ ქვეყნებთან ვაჭრობაში და ექსპორტის საგნად – მეცნიერებატევადი სამრეწველო, მეცნიერული და მაღალი ხარისხის სოფლის მეურნეობის პროდუქცია. ეს სასურველი მიმართულება გულისხმობს საქართველოს სასურსათო და ზოგადად ეკონომიკურ უშიშროებასაც ანუ მისი ეკონომიკური სიცოცხლისუნარიანობის გარანტირებულ შენარჩუნებადობასაც გარე ძალების ნებისაგან დამოუკიდებლად.

ადამიანთა ერთ-ერთი სოციალური კატეგორიაა გლეხი, რომელიც ძალიან ხშირად, უბრალოდ, აგროპროდუქციის მწარმოებლად მიაჩნიათ. მისი როლი სცილდება ამ ჩარჩოებს. სინამდვილეში ის აუცილებელია სოფლისთვის, უფრო მეტად, გლეხკაცი სოფლის მაცოცხლებელი და გარდამქნელია. სიტყვა გლეხი სინონიმი არაა არც „არანასწავლის“, არც „ტლუხი“, არც „დაბალი ღობისა“. იგი



ახალი ეპოქისთვის

სინონიშია „ქვეყნის პირველი ნომერი მარჩენალისა“, „საკუთარ ფეხზე მდგომისა“, „ერის ფეხვისა და რეზერვისა“. მას მოფრთხილება, თანადგომა და შესაფერისი დაფასება სჭირდება. ამიტომაც, სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკა არის, სხვა ყველა ამოცანასთან ერთად, სოფლის მოსახლეობის მოფრთხილებისა და საზოგადოების გამოსაკვებად მისი შრომის სტიმულირების პოლიტიკა. ასეა ჯანსაღ ქვეყნებში – ნაკლებ განვითარებულიდან დაწყებული და ყველაზე განვითარებული დემოკრატიებით დამთავრებული. მათ კარგად იციან, რომ წააგებს ყველა, ვისაც არასწორი სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკა აქვს.

საქართველოში ჩატარებულ სასოფლო-სამეურნეო მიწის რეფორმას და აგრარულ საწარმოთა რესტრუქტურისაციას წერილი ნატურალური და ნახევრად ნატურალური გლეხური (საოჯახო ფერმა) მეურნეობების შექმნა მოჰყვა, რომელთაც არა აქვთ დიდი პერსპექტივები ქვეყნის სასურსათო უზიშროების უზრუნველყოფაში. ოჯახურ ფერმებს არა აქვთ სრულყოფილი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, მაღალმოსავლიანი ჯიშის სათესლე მასალისა და შსამქიმიკატების შექმნის საშუალებები, მოკლებულნი არიან სრულყოფილ სერვისულ მომსახურებას და ა.შ. ამ და სხვა პრობლემებს ეს მეურნეობები ერთპიროვნულად და დამოუკიდებლად ვერ წყვეტენ, რის გამოც ვერ აწარმოებენ საჭირო რაოდენობისა და ხარისხის პროდუქციას. თუ იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ სათანადოდ არ არის მათი ურთიერთობები დარეგულირებული სახელმწიფოსთან, ბანკებთან, გასაღების ობიექტებთან და სხვა, გასაგები გახდება მიწაზე ახლად შექმნილი მეურნეობრიობის ამ ფორმის პრობლემები და სავალალო მდგომარეობა.

საქართველოს მთავრობას, დღემდე, სასოფლო-სამეურნეო მიწის კონსოლიდაციის არანაირი საქამიანობა არ განუხორციელებია და არც რაიმე განსაზღვრული ან დეტალური სტრატეგია გააჩნია (მიწის კონსოლიდაცია სასოფლო განვითარების საშუალებაა და გრძელვადიანი დაგეგმარების ინსტრუმენტი პერსპექტივაში). ფაქტიურად არ შემუშავებულა ქვეყანის სივრცითი-ტერიტორიული დაგეგმარება და არ განსაზღვრულა სოფლის განვითარების სტრატეგია. დღეს სივრცითი-ტერიტორიული დაგეგმარებისა და სოფლის განვითარების პასუხისმგებლობა ბუნდოვანადაა გადანაწილებულია სხვადასხვა სამინისტროებზე და იგი არ ხორციელდება. თუ სასოფლო ტერიტორიები უნდა განვითარდეს, საჭიროა ინტეგრირებული სივრცითი-ტერიტორიული

განვითარების გეგმის შემუშავება. სოფლის მიწის კონსოლიდაციის სტრატეგია უნდა წარმოადგენდეს სივრცით-ტერიტორიულ და მხარის განვითარების გეგმების შემადგენელ ნაწილს. მიუხედავად იმისა, რომ მიწის კონსოლიდაციის საჭიროება ამჟამად დასაბუთებულია (სოფლის მოსახლეობა და სხვადასხვა დონის გადაწყვეტილების მიმღები პირები ვერ აცნობიერებენ მიწის კონსოლიდაციის პოტენციურ მნიშვნელობას. მისი მნიშვნელობა ერთნაირად გააზრებული და გაცნობიერებული უნდა იქნეს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების მიერ. საჭიროა ბევრად მაღალი დონის საჯარო ინფორმირება, განსაკუთრებით პოლიტიკოსებისთვის), არ უნდა ვეცადოთ მთელი ქვეყნისთვის მიწის კონსოლიდაციის ფიქსირებული პროცედურების შექმნას. გათვალისწინებული უნდა იქნეს ეტაპობრივი მიდგომა, სადაც ყურადღება გამახვილდება საზოგადოებისა და მოქალაქეთა მონაწილეობაზე. ადგილობრივ დონეზე სივრცით-ტერიტორიულმა გეგმამ უნდა უზრუნველყოს გადაწყვეტილების მიღება იმ ტიპის ჩარევისთვის, რომელიც გადაუდებად აუცილებელია ადგილობრივი მოსახლეობის საცხოვრებელი პირობების, სასოფლო ეკონომიკისა და ლოკალური ეკონომიკური ბრუნვის გასაუმჯობესებლად. მიწის გამოყენების დაგეგმარების პროცესში ნათელი გახდება, თუ რა ტიპის მიწის კონსოლიდაცია იქნება საჭირო მოცემულ სიტუაციაში (განსახლების პროექტი). საქართველომ უნდა მიიღოს კანონი „სასოფლო-სამეურნეო მიწის კონსოლიდაციის შესახებ“. სამართლებრივი ჩარჩოები აუცილებელ საფუძველს წარმოადგენს მიწის კონსოლიდაციის პროცედურების განსახორციელებლად, რადგან იგი ფუნდამენტურად ეხება საკუთრების უფლებას. ასევე უზრუნველყოფს ფერმერთა სტიმულირებას სოფლის განვითარებაში მონაწილეობის მისაღებად. გლეხკაცს, ქართული მიწის მთავარ მეურვეს დღეს არ უღხინს. დაბეჯითებით შეიძლება ითქვას, რომ ქართულ სოფელში არსებული უმძიმესი კრიზისული სიტუაცია და არასახარბიელო სოციალური ფონი ძირითადად აგრარულ საკითხებში მთავრობის მონაწილეობის პასიური ან ნეგატიური როლითაა განპირობებული. სხვათა შორის, ამ კონტექსტით მთავრობის როლზე ჯერ კიდევ იღია ჭავჭავაძე ამახვილებდა ყურადღებას: „მთავრობას იმისთანა წყობილება უნდა ჰქონდეს, რომ ერთის გზით თავისი ხალხის მეურნეობის



ნამდვილს, უტყუარს და აუცილებელ საჭიროებას დღემუდამ პგრძნობდეს, და მეორეს გზით – მზად იყოს ფულით, ცოდნით, რჩევით დაუფონებლივ შემწეობა მიაშველოს იქ მაინც, საცა კერძო პირთა შექლება ვერ გაწვედება.“

ქართველი გლეხკაცი, როგორც მიწის მესაკუთრე – მისი პოტენციური მყიდველი, მომხმარებელი, მფლობელი და გაჭირვების გამო გამყიდველი – არაკონკურენტუნარიანია უცხოელებთან მიმართებაში. ამ უკანასკნელებს შესაძლებელია მიწის ეს ნაკვეთი სხვა, არა სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულებისთვის უნდოდეთ, აგარაკების აგებით დაწყებული და სხვა, ხრიოკ ქვეყნებში წასაღებად ნაყოფიერი ხედაფუნის მოჭრით დამთავრებული. საქართველოს მთავრობა, რბილად რომ ვთქვათ სისტემატურად აჭარბებს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სურვილში, რის გამოც აშკარად იგრძნობა ტენდენცია, რომ უცხოელ მეწარმეს გაცილებით უკეთესი პირობები აქვს საქმის წამოწყებისთვის ვიდრე ადგილობრივს, რაც კატეგორიულად დაუშვებელია, განსაკუთრებით ისეთ ტრადიციულ და მოწყველად დარგში, როგორც სოფლის მეურნეობაა. აგრძნობა არ არის ინვესტიციატევადი და აქ ინვესტორის წახალისების პოლიტიკა ყველაფრის ფასად არ უნდა ტარდებოდეს. 2004 წლის მონაცემებით საქართველოში სულ 3,025 მილიონი პექტარი სასოფლო-სამეურნეო სავარგული იყო (სამწუხაროდ დღეს უფრო ზუსტი მონაცემები არ გავაჩნია რადგან 2004 წლის შემდეგ, მიწის რაოდენობრივი აღრიცხვა ქვეყანაში აღარ ჩატარებულა). აქედან დაახლოებით 1,9 მილიონი პექტარი ბუნებრივ საძოვრებზე და სათიბებზე მოდიოდა, ანუ იმ სავარგულებზე, რომლებსაც ინვესტიციები კი არა, უფრო მართებული, რაციონალური გამოყენება სჭირდება. 1,1 მლნ. ჰა ინტენსიური სავარგულია, საიდანაც 800 ათასი პექტარი სახნავია, ხოლო დანარჩენი – 300 ათასი ჰა – მრავალწლოვანი ნარგავებით დაკავებული ფონდ-ტევადი სავარგულია. ეს არის ჩვენი სასოფლო დანიშნულების მიწის ფონდი, რომელიც იმდენად მცირეა მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით, რომ თვალისჩინივით გაფრთხილება ესაჭიროება.

იმიგრაციული ნაკადების უკონტროლოება და საქართველოს მოქალაქეების უკიდურესი გადარიბება უკვე სრულიად რეალურ საფრთხეს

ქმნის იმისას, რომ უახლოეს მომავალში საქართველოს კონტროლირებადი ტერიტორიის დიდი ნაწილი სხვა სახელმწიფოების მოქალაქეთა ხელში აღმოჩნდება, თან ეს ქვეყნები (ჩინეთი, ინდოეთი, რიგი არაბეთის სახელმწიფოები, ისრაელი), რომლებიც უკვე გამოხატავენ ქართული მიწით დაინტერესებას, გამოირჩევიან უმწვავესი ჭარბმოსახლეობით და მცირე მიწიანობით. საქართველოს მოქალაქეთა პროტესტის შესამსუბუქებლად, არის მცდელობა ეს პროცესი ინვესტიციების მოზიდვით გაამართლონ, – თანაც გემოდვრავენ და გვამწვიდებენ „მიწას ზურგზე ხომ არ მოიკიდებენ“. არ მოიკიდებენ მაგრამ, ამ მიწაზე დამკვიდრებიან და ძალიან დიდი რაოდენობითაც, თუ დროზე არ მოვედით გონს. რადგან ამ ქვეყნების დემოგრაფიული და ეკონომიკურ-საფინანსო პოტენციალი იძლევა ვითარების დროის უმოკლეს პერიოდში შეცვლის პროგნოზს. ეს საშიში პროცესი შედარებით წყნარად და უხმაურად მიმდინარეობს, მაგრამ თავისი მნიშვნელობით ქვეყნის ვინაობისა და რაობის დაკარგვის ტოლფასია. ქართულ საზოგადოებას მოქმედება უსწრაფესად მართებს, რადგან პროცესები ძალიან ძალუ მიიღებს კატასტროფულ ხასიათს. შესაძლებელია ამ ისტორიული ეტაპიდან საქართველოს მკვიდრი მოსახლეობის ეროვნულ უმცირესობად გადაქცევის გარდუვალობა ჯერ ბუნდოვნად მოჩანს ზოგიერთისთვის (სახელდობრ, ნაკლებ მცოდნეთათვის), მაგრამ საკმარისია ჩვენში შეიქმნას დემოგრაფიული ექსპანსიისათვის საჭირო ბაზები, რაც სულ რამდენიმე ასეულ ათასი ადამიანის დამკვიდრებას გულისხმობს, რომ პროცესები არა მხოლოდ შეუქცევად ხასიათს მიიღებს, არამედ ყველასთვის ხილულიც გახდება (ამ პოლიტიკის უკიდურესი მაგალითია, სამხრეთ აფრიკის პოლანდიელი კოლონისტების, ბურებისთვის მიწის დიდი მასივების თითქმის უსასყიდლოდ მიცემა). მიწისაგან გლეხკაცის მოწყვეტა გამოიწვევს არა მარტო მისი, როგორც მეწარმე ინდივიდის მოსპობას, არამედ, რაც უფრო მნიშვნელოვანია, სოფლის როგორც ეროვნული კულტურის საძირკვლის, ყოფაცხოვრების წესის შემოქმედის, შემნახველისა და განმაახლებლის ფუნქციის მოშლასაც. ამიტომ დაუშვებელია, რომ ქართული გლეხობა მოწყდეს მიწას, არ იყოს მისი მესაკუთრე და პროდუქციის მთავარი შემქნელი¹.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით აუცილებელია: საქართველომ სასწრაფოდ

¹ იხილეთ პ. კოლუაშვილისა და ბ. რამიშვილის ნაშრომი „მიწა და სახელმწიფო“. კურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №5, 2011.



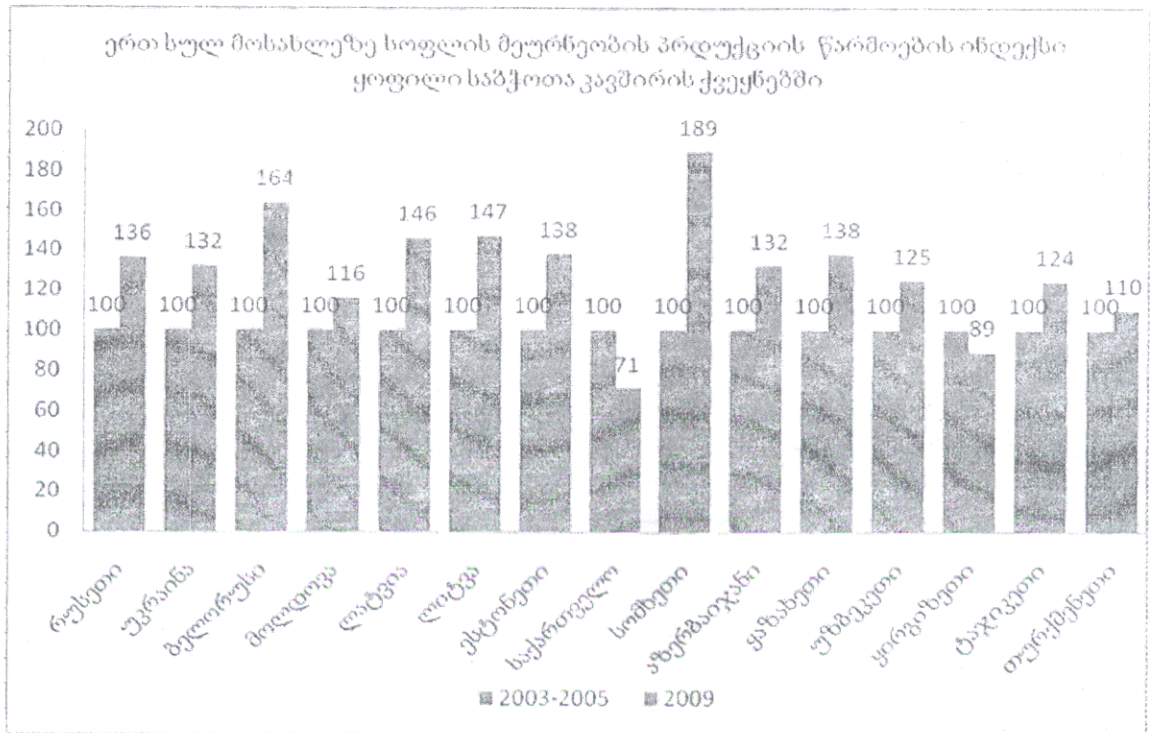
გამოაცხადოს 15 წლიანი მორატორიუმი (როგორც ევროკავშირის რიგმა ახალმა წევრმა ქვეყნებმა) და შეაჩეროს (აკრძალოს) სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების გასხვისება, იმ იურიდიულ პირებზე, რომლებიც საქართველოშია დაფუძნებული, მაგრამ მათში ნებისმიერი მასშტაბით მონაწილეობს არარეზიდენტი (უცხოელი) იურიდიული თუ ფიზიკური პირი. ამ მოთხოვნის შესრულება ოდნავადაც არ გააუარესებს საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების პერსპექტივებს, პირიქით უდიდეს საფრთხეებს ააცილებს მას (გადასახედია საქართველოს კანონმდებლობა სასოფლო-სამეურნეო მიწის საკუთრებასთან მიმართებაში).² გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ჩვენი ქვეყანა მისწრაფის ევროკავშირისაკენ და იმედია, რომ ახლო მომავალში გახდება ამ ორგანიზაციის წევრი. ცხადია წევრობა გულისხმობს გარკვეულ ვალდებულებებს მათ შორის კანონმდებლობასთან პარმონიზაციას მიწის საკუთრების საკითხშიც.

საქართველო სურსათზე მოთხოვნილების უდიდეს ნაწილს იმპორტის ხარჯზე იკმაყოფილებს (2009 წელს საქართველოში შემოტანეს 947 მლნ აშშ დოლარის სასურსათო პროდუქცია, მაშინ, როცა წინა წლებში იგი 200–500 მილიონის ფარგლებში მერყეობდა). საგანგაშო აქ უფრო ის არის, რომ

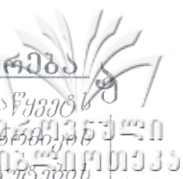
სურსათით თვითუზრუნველყოფის კუთხით კრიტიკულ ზღვრამდე მიჩნეულ ქვეყნებს დიდად ქვემოთაა და იმპორტზე მაღალი დამოკიდებულების დონე, შემცირების ნაცვლად, პერმანენტულად იზრდება. თანაც იმ პირობებში, როცა მსოფლიო ბაზარზე განუწყვეტლივ იზრდება სურსათის ფასები და კეთდება შემაშფოთებელი პროგნოზები სასურსათო პრობლემის გამწვავების თაობაზე.

იმ კონკრეტულ ვითარება-ში, როცა ქვეყანას არ გააჩნია საკმაო რაოდენობით ვალუტა, სოფლის მეურნეობის პროდუქტების დეფიციტის შესავსებად აუცილებელი ხდება სასურსათო დარგების დაჩქარებული ტემპებით განვითარება და ადგილობრივი წარმოების სურსათით მოსახლეობის უკეთ უზრუნველყოფა. ეს აქსიომის დონეზე აყვანილი დებულებაა და ამდენად, არ არის საკამათო. სადავო შეიძლება გახდეს მხოლოდ ამ დებულების განხორციელების გზები და საშუალებები, კერძოდ, რა ეკონომიკურ-ორგანიზაციული ღონისძიებებით მივაღწიოთ საკვები პროდუქტების ადგილობრივი რესურსებით წარმოების გადიდებას, სოფლის მეურნეობის საერთო პროდუქციაში მემცენარეობისა და მეცხოველეობის პროდუქციის ოპტიმალურ თანაფარდობას, აგროწარმოების დარგობრივი

ახალი ეკონომისტი



² უფრო დავრდილებით იხილეთ პ. კოდუაშვილის ნაშრომი „მიწის პრივატიზების საკითხისათვის საქართველოში“. „სოციალური ეკონომიკა“, 2005, №3, 88-96.



სტრუქტურის სრულყოფას, მთისა და მთისწინების მოსახლეობის ისტორიული ფუნქციის აღდგენის ინტერესების გათვალისწინებით.

FAO-ს მონაცემებით 2003-2009 წლებში საქართველოში ერთ სულ მოსახლეზე აგრარული პროდუქციის წარმოების ინდექსი 29%-ით შემცირდა, რაც ყველაზე უარესი მაჩვენებელია ამ პერიოდის მსოფლიოს 194 ქვეყანას შორის. ეს მაჩვენებელი ბალტიის ქვეყნებში გაიზარდა 38-47%-ით, ბელარუსში 64%-ით, მოლდოვაში 16%, აზერბაიჯანში 32%-ით, სომხეთში კი 89%-ით.³ აღსანიშნავია ისიც, რომ აზერბაიჯანი და სომხეთი განსაკუთრებულ, პრიორიტეტულ მნიშვნელობას ანიჭებენ აგრარულ სექტორს და შესაბამისად, სტრატეგიული დანიშნულების სასურსათო პროდუქციის წარმოებას. კერძოდ, 2007-2009 წლებში 2003-2005 წლებთან შედარებით, მარცვლეულის წარმოება აზერბაიჯანში გაიზარდა 16%-ით, სომხეთში 10%-ით, საქართველოში კი 40% შემცირდა. ასეთია ჩვენი სამწუხარო რეალობა.

ევროპელი ექსპერტების 2010 წლის ანგარიშში, რომელიც ევროკავშირთან სამეზობლო პოლიტიკის სამოქმედო გეგმის განხორციელებას ეხება, ნათქვამია, რომ საქართველოს სოფლის მეურნეობის მდგომარეობა საგანგაშოა. მთავრობას აგრარული პოლიტიკის კონცეფცია და სექტორის განვითარების სტრატეგია (სამოქმედო გეგმა) არ გააჩნია. 2010 წელს საქართველოში სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების მოცულობა ისევ შემცირდა. ამის გამომწვევე ფაქტორებად ევროკავშირი აგროსექტორის პოლიტიკაში თანმიმდევრობის არარსებობას, ცუდად განვითარებულ საჯარო მომსახურებას, კრედიტის შეზღუდულ ხელმისაწვდომობას, მოპველებულ ტექნიკას, ფერმერებისადმი ხელშეწყობის არარსებობას და სხვა ხელისშემშლელ მიზეზებს ასახელებს.

საქართველოს აგრარულ სექტორში შექმნილი უმწვავესი კრიზისის დაძლევის აუცილებლობა მოითხოვს სავანგებო ღონისძიებების განხორციელებას, რისთვისაც მთავრობამ უნდა შეიმუშავოს ქვეყნის სოფლის მეურნეობის გადარჩენის სტრატეგია, რაც ასევე გულისხმობს, ამ ხნის განმავლობაში, საქართველოს მაქსიმალურ ინტეგრირებას ევროატლანტიკურ სივრცეში. უნდა გააქტიურდეს და უსწრაფესად დასრულდეს ევროკავშირთან მოლაპარაკებები თავისუფალი ვაჭრობისა და მიმოსვლის

შესახებ. ეს ავტომატური რეჟიმით გადაწყვეტს რამდენიმე პრობლემას: მიგრაციის; ეკონომიკური სტიმულირების; დემოკრატიული ინსტიტუტების ფორმირებისა და გაძლიერების; არსებული დემოგრაფიული ვითარების მინიმუმ შენარჩუნებას; ეკონომიკის განვითარებას მინიმალური სოციალური თვითუზრუნველყოფის ჭრილით, ისე, რომ არ იქნეს განიავებული საქართველოს სტრატეგიული რესურსები – მიწა, ტყე, წყალი, სატრანზიტო ფუნქცია. ძნელია ამ პერიოდის განმავლობაში დიდძალი კაპიტალის მოზიდვის იმედად ყოფნა, რადგან ეს არ მოხდება ფაქტობრივად თმის მდგომარეობაში მყოფ ქვეყანაში, მაგრამ საეხებით შესაძლებელია მცირე კაპიტალტევადი დარგების – სოფლის მეურნეობის, მსუბუქი და კვების მრეწველობის, ფარმაცევტული მრეწველობის (განსაკუთრებით სამკურნალო მცენარეების წარმოების გაზრდის ფონზე) განვითარება.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო უცხოელი ექსპერტების მონაწილეობით ამუშავებს აგროსასურსათო სექტორის განვითარების სტრატეგიას. ქვეყანაში მანამდეც არსებობდა რამდენიმე მსგავსი დოკუმენტი (2006 წელს ამერიკელმა ექსპერტებმა შეიმუშავეს სტრატეგიის პროექტი, რომელიც სამინისტრომ დააწუნა. პროექტში წერია: „საქართველოს ჰეავს კვალიფიციური პერსონალი, რომელიც არაფრით ჩამოუვარდება და აღემატება კიდევ ძვირადღირებულ უცხოელ ექსპერტებს, რომლებიც ხშირად ჩამოჰყავთ კონსულტაციისათვის“).⁴ მათ შორის ოფიციალურად აღიარებულიც (1997წ.), მაგრამ შესაბამისი პოლიტიკური ნების უქონლობისა თუ ეკონომიკური კურსისადმი მათი შეუსაბამობის გამო, ვერც ერთი ვერ განხორციელდა.

საქართველოს მრავალდარგოვანი სოფლის მეურნეობის განვითარება შექმნილ ვითარებაში ობიექტურად საჭიროებს ისეთი ეროვნული სტრატეგიის შემუშავება-რეალიზებას, რომელშიც ასახული იქნება უახლოესი წლების (3-5 წლიანი) ამოცანები (კონკურენტუნარიანი, სასურსათო პროდუქტების მწარმოებელი დარგების მაღალი ტემპებით განვითარება) და მათი განხორციელების საშუალებები საქართველოს საშუალო და გრძელვადიანი (10-15 წლიანი) მიზნების გათვალისწინებით (ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა და აგრარული კრიზისის დაძლევა, სასურსათის

ანგარიშის ცენტრი

³ წყარო: FAO Statistical Yearbook, 2010.

⁴ „საქართველოს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ეროვნული სტრატეგია 2015 წლამდე“, USAID, I ნაწილი, თბ. 2006, გვ. 7.



ექსპორტის გაფართოება და სურსათის იმპორტის ადგილობრივი წარმოებით ჩანაცვლება).

სახელმწიფოს სტრატეგია ამა თუ იმ დარგში არის მოქმედების ძირითადი მიმართულება, წინასწარმოფიქრებული და დაგეგმილი. მიღებული სტრატეგია, მით უმეტეს, ოფიციალურად გაცხადებული, რომელმაც უკვე მოახდინა, სახელმწიფო აპარატისა და საზოგადოების ძალისხმევით, მთავრობისთვის გარკვეულწილად სავალდებულოც ხდება.

სწორი სტრატეგიის შემუშავება მხოლოდ ყოველმხრივ გააზრებული აგრარული პოლიტიკის საფუძველზეა შესაძლებელი, რომლის ფორმირებისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება აგრარულ სექტორში სახელმწიფოს ჩარევის დონის განსაზღვრას, რაც, თავის მხრივ, განპირობებულია სოფლის მეურნეობის მნიშვნელობით, ასევე მოცემული ქვეყნის აგროწარმოების თავისებურებებით, აგრარულ მეურნეობაში არსებული მდგომარეობით, მოსახლეობის მენტალიტეტით. მთავრობის კომპეტენტურობა და აგროსასურსათო პროცესებში მისი ჩარევის ხარისხი, მიმართულდება და დონე (მარეგულირებლის როლი) გადამწყვეტი ფაქტორია ქვეყნის შიმშილისგან გადარჩენაში დღეს და სამომავლოდ.

ახალი პერიოდის

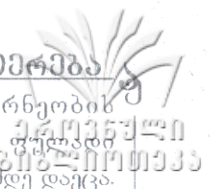
კარგად დაბალენსებული სასოფლო-სამეურნეო სტრატეგია წარმოადგენს იმ საყრდენს, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელი იქნება არსებული სიღნეღების დაძლევა და სახელმწიფოებრივი ხედვის რეალიზება სოფლის მეურნეობის სფეროში. სტრატეგიის სრულად განხორციელებას კარგად მოფიქრებული ორგანიზაციულ-ეკონომიკური მართვის ბერკეტები უსაჭიროება (მხედველობაშია ფასწარმოქმნის პარიტეტული დარეგულირება, აგროპროდუქციისა და მისი აღწარმოებისთვის საჭირო მატერიალურ-ტექნიკურ საშუალებებსზე, სეზონური ფასების ფორმირება, სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწისა და აგრარულ შრომაზე მოთხოვნის გადიდების სათანადო სტიმულების მოძებნა, შრომისა და წარმოების ორგანიზაციის ადეკვატური ფორმების წახალისება და ა.შ.). დღეს საქართველოს არ გააჩნია აგროსექტორის განვითარების არც სტრატეგია (განსახაზღვრია, სოფლის მეურნეობის რომელი და როგორი მოდელი უსაჭიროება დღეს და სამომავლოდ საქართველოს) და შესაბამისად არც მისი განხორციელების მექანიზმებია მოფიქრებული. ამ პრობლემების მოხსნის მიზნით საუკეთესო იქნება

საქართველოს მთავრობამ შექმნას აგრარული პოლიტიკის ერთიანი საბაზო, რომელიც შეიმუშავებს აგრარული პოლიტიკის სტრატეგიას, განსაზღვრავს დარგობრივ პრიორიტეტებს, სოფლის, როგორც ტერიტორიული ერთეულის (კომპლექსური) განვითარების, აგრარული მეურნეობის ინოვაციური და ეკონომიკურ-ტექნოლოგიური გარემოს ფორმირებისთვის ხელშემწყობ პოლიტიკას, შეიმუშავებს და განიხილავს სხვა პრობლემურ (მ.შ. მიწასთან დამოკიდებულების) საკითხებს, მიიღებს შესაბამის რეკომენდაციებსა და გადაწყვეტილებებს.

საქართველოს აქვს შესაბამისი ბიოგეოკლიმატური პირობები, აგრარული პოტენციალი და სხვა კომპონენტები (მ.შ. გეოპოლიტიკური), რომლებიც აუცილებელია მოსახლეობის სასურსათო უზრუნველყოფისთვის. ამასთან, ის გამოირჩევა იმითაც, რომ აქ ადამიანის კვებისთვის აუცილებელი თითქმის ყველა სახეობის პროდუქტის წარმოების შესაძლებლობა და საკმარისი რეზერვია. ეს ნიშნავს, რომ სწორი აგრარული პოლიტიკის გატარების შემთხვევაში საქართველოს შეუძლია საკუთარი მოსახლეობის გამოკვება სამამულო აგროწარმოების პროდუქციით.

საქართველოს აგრარული პოტენციალის ამოქმედება უნდა გახდეს სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკის ძირითადი მიზანი. ოპტიმალურად განსაზღვრული პრიორიტეტები, სწორად შემუშავებული და განხორციელებული აგრარული პოლიტიკა ქვეყნის სასურსათო უშიშროების მიღწევისა და საწარმო-ეკონომიკური და სოციალური ინფრასტრუქტურის ისეთი სისტემის შექმნის ერთგვარი გარანტია, რომელიც უზრუნველყოფს აგროწარმოებლებს საჭირო შემოსავლებით, ცხოვრების მისაღები დონით და პროდუქციის გაფართოებული აღწარმოებისთვის საჭირო რესურსებით. ამასთან, გლეხებს უნდა მოეხსნათ ის პრობლემები, რომლებიც დაკავშირებულია მატერიალურ-ტექნიკური საშუალებებით მომარაგების, მელიორაციისა და აგროტექნოლოგიური მომსახურების, ბაზარზე ფასების ტენდენციების განსაზღვრის, კრედიტების ხელმისაწვდომობისა და წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის საკითხებთან.

ფაქტია, რომ დღეს საქართველოში სასოფლო-სამეურნეო მიწაზე მოთხოვნა ნაკლებია



(სხვაგვარად, უკანასკნელ წლებში დასამუშავებელი მიწის ნახევარზე მეტი დაუმუშავებელი, მიტოვებული არ იქნებოდა), ანუ ის არსებულ ეკონომიკურ-ტექნოლოგიურ გარემოში გლესს ვერ აძლევს იმ დონის შემოსავალს, რომელიც საკმარისი იქნებოდა მისი ოჯახის შენახვისა და სამეურნეო საქმიანობის აღწარმოებისთვის. სწორედ ამიტომ იცლება მთისა თუ ბარის სოფლები ახალგაზრდებისგან, პრაქტიკულად ყველა დიდ თუ პატარა სოფელში ვითარდება საშიში დემოგრაფიული პროცესი, რაც უპირველეს ყოვლისა, სოფლად მცხოვრებთა შორის ხანდაზმული ადამიანების ხვედრითი წონის გაზრდასა და მოზარდთა წილის შემცირებით გამოიხატება. 2004 წლის მონაცემებით, 16 წლამდე ასაკის მოსახლეობის წილი სასოფლო მოსახლეობაში 21.5%-ს შეადგენდა, 2009 წლისათვის ის 18.2%-მდე ანუ 3,3 პროცენტული მუხლით შემცირდა. ამ ფონზე საპირისპირო სურათი იკვეთება შრომისუნარიანზე უფროსი (65 წელს ზევით) ასაკის მოსახლეობის რიცხოვნობაში. კერძოდ, თუ ამ კატეგორიის ხვედრითი წონა 2004 წელს სოფლის მოსახლეობის 16.3%-ს შეადგენდა, 2009 წელს 0,9 პროცენტული მუხლით გაიზარდა და 17.2% შეადგინა. გაძლიერდა ყველა სახეობის მიგრაცია, რიგი სოფელი ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის გარეშეა დარჩენილი. პირველად ქვეყნის ისტორიაში, ქალაქად შობადობამ გადააჭარბა სოფლისას. მოიშალა სოციალური და საწარმოო ინფრასტრუქტურა. სოფელი კარგავს ისტორიულ, სოციალურ-ეკონომიკურ და დემოგრაფიულ ფუნქციას. რაც ყველაზე უფრო დამაფიქრებელია, დღემდე სხვის იმედად მყოფი სოფლის მოსახლეობა ვერ ავლენს ბაზრის ელემენტარულ მოთხოვნებზე ადეკვატური რეაგირების უნარს. ქართული სოფლისათვის დამახასიათებელი გახდა სიღარიბე, რაც ძნელად მოსაშორებელია.

საქართველოს სოფლის მეურნეობაში მდგომარეობის გაუარესება 2005-2006 წლებიდან დაიწყო. ამ პერიოდიდან მკვეთრად შემცირდა ნათესი და ნარგავი ფართობების, პირუტყვის სულადობის, სოფლის მეურნეობის ყველა სახეობის პროდუქციის წარმოების, მოსახლეობის სურსათით თვით უზრუნველყოფის მაჩვენებლები. დაუმუშავებლად დატოვებულმა მიწებმა სახნავი ფართობის 50-60%-ს გადააჭარბა, შემცირდა მინერალური სასუქების, შხამქიმიკატების გამოყენება. სოფლად ერთი შინამეურნეობის მთლიანმა საშუალოთვიურმა შემოსავალმა 330 ლარი შეადგინა, რაც ნაკლებია ამავე პერიოდში

გაწეულ ხარჯებზე. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გაყიდვიდან მიღებული შემოსავლები ამონაკები მთლიანი შემოსავლების 7-8%-მდე დაეცა. შემცირდა სასოფლო მეურნეობების საქონლიანობის დონე, რაც წვრილი მეურნეობების ნატურალური ხასიათის მაჩვენებელია. აგრარულმა წარმოებამ დაკარგა მდგრადობა და იგი ბუნებრივ პირობებზე დამოკიდებული გახდა. ბოლო 9 წლიდან სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების ინდექსი, 5 წელიწადს შემცირდა.

მატერიალური წარმოების სხვა დარგებში გამოყენებული შრომისაგან განსხვავებით, აგრარულ სფეროში გამოყენებული შრომა ნაკლებ მობილურია, ანუ აქ დასაქმებული საოჯახო მეურნეობა არაადეკვატური სიჩქარით რეაგირებს საბაზრო კონიუნქტურის ნებისმიერ ცვლილებაზე. ამის მიზეზია არა მარტო სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების შედარებით გრძელვადიანი ციკლი, არამედ სოფლად ცხოვრების წესიც, ჩვეულებები, საცხოვრისთან და მიწასთან („ადგილის კაცის“ - მკვიდრი მიწათმოქმედის) დამოკიდებულების მუდმივი კავშირის ტრადიცია. ამის გამო, ხშირია ფაქტები, როცა წლების განმავლობაში პერმანენტულად კლებადი მოსავლის მიღების შემთხვევაშიც კი, საოჯახო ფერმები აგრძელებენ ფუნქციონირებას ურთიერთსოლიდარული ანუ ურთიერთდახმარების პრინციპის საფუძველზე (2009 წელს სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულმა (892 ათასი) წლიურმა მუშაკმა საშუალოდ 1589 ლარის შემოსავალი მიიღო, რაც დაახლოებით 3-ჯერ ნაკლებია არასასოფლო სექტორში დასაქმებულ მუშაკთა შემოსავალზე. 2006-2008 წლებში სოფლად თვითდასაქმებულთა საშუალო თვიური შემოსავალი 137 ლარს შეადგენდა (2009 წელს 132,4 ლარს), მათ შორის სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გაყიდვიდან მხოლოდ 30,4 ლარი იყო (2009 წელს ამ მაჩვენებელმა 29,2 ლარი შეადგინა), დანარჩენი კი ძირითადად პენსიებზე, ტრანსფერებზე და სხვადასხვა სახის ქონების გაყიდვაზე მოდიოდა). სწორედ ეს პრინციპია თითოეული ცალკე აღებული საოჯახო ფერმის ხანგრძლივადიანი სიცოცხლისუნარიანობის საძირკველი.

ქვეყნის ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხოვნობაში თვითდასაქმებულთა დონე, მართალია, საკმარის მაღალია განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებთან შედარებით (ევროკავშირის ქვეყნებში ის საშუალოდ



შეადგენს 14%), მაგრამ, აქ საგანგაშოა არა იმდენად თვითდასაქმებულთა რაოდენობა, რამდენადაც ის ფაქტი, რომ მათი უდიდესი ნაწილი (58.2%) სოფლის მეურნეობაზე მოდის, სადაც თვითდასაქმებულთა საშუალო თვიური შემოსავალი არსებითად ჩამორჩება არა მხოლოდ წარმოება-დაწესებულებებში დასაქმებულთა შემოსავლებს, არამედ ქვეყანაში დადგენილ საარსებო მინიმუმის დონესაც. ასე მაგალითად, 2009 წლისთვის სოფლის მეურნეობაში საშუალოდ ერთ დასაქმებულზე თვეში შეიქმნა 70 აშშ დოლარის ექვივალენტური დამატებული ღირებულება ანუ შრომის უნარიანი მამაკაცის საარსებო მინიმუმის მხოლოდ 93% (ცნობისათვის, 2002 წელს ეროვნულ ეკონომიკაში დასაქმებულთა საშუალო თვიური ხელფასი 113.5 ლარი იყო, მაშინ როცა აგრარულ სექტორში იგივე მხოლოდ 42.2 ლარს შეადგენდა. თანაფარდობა ამ მხრივ არსებითად არც 2008-2010 წლებში შეცვლილა. ეროვნულ ეკონომიკაში დასაქმებულთა ხელფასი ორნახევარჯერ მეტი იყო სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულთა ხელფასზე).

სოფლად დასაქმებულთა ხელფასის დაბალი დონე არ უნდა იყოს გასაკვირი, რადგან ნებისმიერ რესურსზე, მათ შორის შრომაზეც, მოთხოვნა დამოკიდებულია ამ რესურსის მწარმოებლურობაზე და მის ბაზაზე წარმოებული სხვადასხვა პროდუქტის ფასზე. აქედან გამომდინარე, რაც მეტი იქნება ადამიანური კაპიტალის გამოყენებასთან დაკავშირებული სხვა ფაქტორების (მიწა, კაპიტალი) რაოდენობა, მით მეტი იქნება შრომის ზღვრული პროდუქტიულობა და მოთხოვნაც მასზე.

1990 წელს საქართველოში ადამიანური რესურსების საერთო ოდენობა 3212 ათას კაცს ანუ მოსახლეობის 59.2 % უდრიდა, 2004 წლისათვის მან 2964 ათასი კაცი ანუ 68,6% შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ სოფლის მეურნეობაში შრომითი რესურსის საერთო რაოდენობა 1990 წელს სულ 610 ათ. კაცს ანუ სასოფლო მოსახლეობის 25.1 % შეადგენდა. 2004 წლისათვის კი ამ მაჩვენებლებმა, შესაბამისად, 1624 ათ. და 65,7% შეადგინა, ანუ გაიზარდა 2,7-ჯერ. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, 1990-2004 წლებში ქვეყნის მოსახლეობის შემცირების ყოველ ერთ პროცენტზე შრომითი რესურსი 0.37%-ით შემცირდა, ხოლო სოფლის მოსახლეობაში პირიქით – მოსახლეობის ზრდის ყოველ პროცენტზე შრომითი რესურსი 18%-ით გაიზარდა.

ადამიანური რესურსების ნორმატიული სიდიდე სოფლის მეურნეობაში 450-500 ათ. კაცია, ხოლო ფაქტობრივი რიცხოვნება 1.624

ათ. კაცი. ამ ანგარიშით, **ეროვნულ ეკონომიკაში ინტენსიურ სავარგულზე საშუალოდ 1,5 საშუალო წლიური მუშაკი მოდის მაშინ, როცა ნორმატიული კოეფიციენტი მხოლოდ 0.45-0.5-ის ფარგლებშია.**

სასოფლო-სამეურნეო წარმოების ადამიანური რესურსებით უზრუნველყოფის ოპტიმალური დონე როგორც ახლო, ისე შორეულ პერსპექტივაში ძირითადად დამოკიდებული იქნება მთავრობის მიერ გატარებულ ეკონომიკურ პოლიტიკაზე. მთავრობის მიერ აქტიური ეკონომიკური (მ.შ. აგრარული) პოლიტიკის გატარების შემთხვევაში ზოგადად შრომაზე ერთობლივი მოთხოვნა, ბუნებრივია, გაიზრდება. ის შესაბამისობაში მოვა რეალურად საჭირო შრომითი რესურსის რაოდენობასთან და საშუალო ძალით უზრუნველყოფის დონე მის წონასწორულ მდგომარეობას დაუბრუნდება, ანუ აგროსექტორში დარჩება იმდენი მუშახელი, რამდენიც მას რეალურად ესაჭიროება.

მრავალფეროვანი ბიოგეოკლიმატური პირობების, რთული ვერტიკალური ზონალობის (მთისწინებსა და მთას ქვეყნის ტერიტორიის 87% უჭირავს), აგრომრავალდარგოვნების, აგროწარმოების გაძღოლის ეროვნული ტრადიციების პროგრესული ტექნოლოგიებით განახლების, მატერიალური წარმოების სხვა დარგების განვითარების, საქართველოს მაღალგანვითარებულ აგრარულ-ინდუსტრიულ ქვეყანად გადაქცევის გათვალისწინებით, სოფლად დასაქმებულთა რაოდენობა, სოფლის მოსახლეობის 15-20 პროცენტის ფარგლებში დარჩება.⁵

2007-2009 წლებში საქართველოს აგრარულ სექტორში შემოვიდა სულ 45,6 მლნ აშშ დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია, ანუ ქვეყანაში შემოსული ამ სახის ინვესტიციების საერთო მოცულობის (4237,1 მლნ აშშ დოლარი) მხოლოდ 1,1%, მაშინ, როცა ამავე წლებში უძრავ ქონებაში (სასტუმროების მშენებლობა, არა სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწა და ა.შ.) განხორციელებულმა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 455 მლნ აშშ დოლარს გადააჭარბა. 2007 წელს ქვეყანაში შემოსულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში სოფლის მეურნეობის წილი 0,7%-ს შეადგენდა, იგი მომდევნო წლისთვის 0,5%-მდე დაეცა. 2007 წელს აგროსექტორში განხორციელებულმა ინვესტიციებმა აბსოლუტურ ციფრებში 15 მლნ

ახალი პერიოდისტი

⁵ იხილეთ პ. კოლუაშვილის ნაშრომი „შრომითი რესურსების გამოყენების პრობლემები სოფლის მეურნეობაში“. „ბიზნესი და კანონმდებლობა,“ №10, 2010.

	2007	2008	2009	2010
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები სულ მ. შ. სოფლის მეურნეობაში	2015	1564	658	553
%	15.5	7.8	22.3	10.6
	0.8	0.5	3.4	1.9

წყარო: სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აშშ დოლარი შეადგინა, 2008 წლისთვის ის 7,8 მლნ დოლარამდე შემცირდა.

ინვესტიციების ასეთი დინამიკა აგროსექტორში არ უნდა იყოს დიდი მოულოდნელობა თუ გავითვალისწინებთ იმ სპეციფიკურ თავისებურებებს რომელიც სასოფლო-სამეურნეო წარმოებას გააჩნია. მხედველობაში მაქვს სოფლის მეურნეობაში განხორციელებული დაბანდებებსა და მოსალოდნელ შედეგებს შორის ფაქტობრივად არსებული საკმაოდ ხანგრძლივი პერიოდი (მაგალითად მრავალწლოვან ნარგავებში, მერძულ ჯოგში და ა.შ.), სასოფლო-სამეურნეო წარმოებისთვის თანმდევი მაღალი რისკი, განსაკუთრებით იმ პირობებში როცა დარგში არ არსებობს განვითარებული სადაზღვევო ბაზარი, კვალიფიციური ადამიანური რესურსები, საჭირო ინფრასტრუქტურის შესაბამისი დონე და ხარისხი, მოწინავე ტექნოლოგიების დანერგვა-ათვისებისა და გავრცელების უნარჩვევები და ა.შ. გარდა ამისა, იმ აუცილებელ მოთხოვნებს, რომელთა დაკმაყოფილება უნდა შეეძლოს არა მარტო უცხოური ინვესტიციების მიმღებ ქვეყანას ზოგადად, არამედ იმ დარგსაც (სფეროს), რომელშიც ინვესტირება უნდა განხორციელდეს. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ უცხოური ინვესტიციები მეტწილად გზას იკვლევს იმ დარგებში, სადაც გარკვეული ზომით შიდა ინვესტიციები ხორციელდება. ფაქტია, რომ ამ მოთხოვნას დღეს ჩვენი ქვეყნის სოფლის მეურნეობა ვერ აკმაყოფილებს და შესაბამისი არადამაკმაყოფილებელი შედეგიც სახეზეა ამდენად, დღეს საქართველოს სოფლის მეურნეობა, როგორც დარგი არ არის მზად მსხვილმაშტაბიანი ინვესტიციების მოზიდვისა და საჭირო პროექტების განხორციელებისთვის.⁶

ნუ დაგვავიწყდება ერთი პირუთვნელი და ბრძნული გამონათქვამი, რომელიც ჩვენს პრობლემებს ზედმიწევნით ესადაგება:

⁶ იხილეთ პ. კოლუაშვილისა და გ. ზიბზიბაძის ნაშრომი „ქართულ სოფელს ინვესტიციები ესაჭიროება“. ჟურნალი „ბიზნეს კურიერი“, №10, 2011.

„სიღარიბისა და შიმშილის მიზეზი არა სურსათის ნაკლებობაა, არამედ დემოკრატიის დეფიციტია, საერთოდ არადემოკრატიული გარემო და კორუფციაა. შიმშილს სულაც არ იწვევს მხოლოდ საკვები პროდუქტების უკმარისობა ამა თუ იმ ქვეყანაში, გაცილებით მნიშვნელოვანია ამ ქვეყნის ინსტიტუციონალური არასრულყოფილება და ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობა.“ ამარტვა სენი, ნობელის პრემიის ლაურეატი.

გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაციის (FAO) მონაცემებით, მოსახლეობის სურსათით უზრუნველყოფის მიხედვით შეიდ ჯგუფად დაყოფილ განვითარებად ქვეყნებს შორის საქართველომ მეხუთედან მეექვსე ჯგუფში გადაინაცვლა აფრიკის დარბი ქვეყნების გვერდით, მაშინ როცა საქართველოს 10-12 მლნ ადამიანის გამოკვების ბიორესურსი გააჩნია.

მდგომარეობას ართულებს ისიც, რომ დედამიწაზე დასრულდა იაფი საკვების ეპოქა, რაც ძირითადად გამოწვეულია გახშირებული ბუნებრივი კატაკლიზმებით, სოფლის მეურნეობის სავარგულების შემცირებით, სავაევის (განსაკუთრებით ნავთობის) გაძვირებით, ბიოსავაევის საწარმოებლად სოფლის მეურნეობის სავარგულების მზარდი გამოყენებით, დედამიწაზე მოსახლეობის დანქარებული ზრდით, რაც ქვეყანაში წყლის დეფიციტით, ბიომეურნეობებში წარმოებულ პროდუქციაზე მოთხოვნის მატებით.

საქართველო, ბუნებრივია, გვერდს ვერ აუვლის აღნიშნულ გლობალურ გამოწვევებს, მათ შორის სურსათზე ფასების ზრდით განპირობებულ ინფლაციას, რასაც ეკონომიკურ ენაზე აგვლაცია პქვია.

სოფლის მეურნეობაში უკუსვლა იმის მაჩვენებელია, რომ საქართველოში გატარებულმა ულტრალიბერალურმა ეკონომიკურმა პოლიტიკამ ქართულ სოფელზე დადებითი გავლენა ვერ იქონია, რაც მოსალოდნელიც იყო, რადგან ეკონომიკის სხვა დარგებისგან განსხვავებით, სოფლის

სახელმწიფო





მეურნეობისათვის დამახასიათებელია რიგი ეკონომიკური კანონზომიერება, რაც განაპირობებს დარგში სახელმწიფო რეგულირების სხვადასხვა მექანიზმის გამოყენების აუცილებლობას. კერძოდ, აგრარული ბაზრისთვის დამახასიათებელია სრულყოფილი კონკურენცია, რაც სურსათზე ფასების კლების ტენდენციას განაპირობებს; აგრარულ პროდუქციაზე მოთხოვნა პირდაპირ კავშირში არ არის მოსახლეობის შემოსავლებთან, რაც წარმოშობს ე.წ. ხანგრძლივადიან პრობლემას; სოფლის მეურნეობის პროდუქციას მოთხოვნის დაბალი ელასტიკურობა ახასიათებს; მიწის ნაყოფიერების შენარჩუნება და მით უფრო აღდგენა, დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული; ბუნებრივი პირობებისაგან დამოკიდებულების მაღალი ხარისხის გამო, სოფლად კაპიტალის დაბანდება ხარისკოა; მიწის შეზღუდულობის გამო მცირეა წარმოების დივერსიფიკაციის შესაძლებლობები; ბუნებრივი პირობების გავლენით ადგილი აქვს წარმოების დიდ რყევას, რაც მოკლევადიანი ფერმერული პრობლემის წარმოშობას განაპირობებს (მაღალი ფასები ასტიმულირებს წარმოების გაფართოებას, ეს უკანასკნელი კი ფასების დაცემას).

ზოგად ეკონომიკურ კანონზომიერებებს ემატება საქართველოს სოფლის მეურნეობისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები. **ოჯახური ფერმების მნიშვნელოვანი რაოდენობა გაადგილებულია ქვეყნის მთიანეთში.** ასეთი მეურნეობების საკუთრებაში არსებული მცირე, დამრეცი, რთულკონტურიანი ნაკვეთების არსებობა შეუძლებელს ხდის ოპტიმალური სიდიდის ფერმების ჩამოყალიბებას. ნაკვეთების დამუშავება შესაძლებელია სპეციალიზებული და ძვირადღირებული სამთო ტექნიკის გამოყენებით, რომლის შექმნა საზღვარგარეთაა შესაძლებელი.

მკვეთრი ვერტიკალური ზონალობის გამო საქართველოში გვხვდება თითქმის ყველა ტიპის კლიმატი და ნიადაგი (49 ტიპი), მთლიანად ქვეყანა სარისკო მიწათმოქმედების ზონას განეკუთვნება, რომლის დაძლევა დიდ დანახარჯებთან არის დაკავშირებული (მორწყვა, დაშრობა). გასათვალისწინებელია ისიც, რომ საბჭოთა პერიოდში სოფლის მეურნეობაში ტარდებოდა მძლავრი პროტექციონისტული პოლიტიკა, გლეხი ე.წ. საზოგადოებრივ მეურნეობაში ძირითადად ფიზიკურ სამუშაოებს ასრულებდა და ბუნებრივია, დღეს მას არ გააჩნია წარმოების მთელი ჯაჭვის ორგანიზაციის არც გამოცდილება და არც უინანსეტი. ამასთან, ლიბერალური სავაჭრო პოლიტიკის პირობებში მან კონკურენცია უნდა გაუწიოს მომსახურების სრული პაკეტი

უზრუნველყოფილი განვითარებული ქვეყნების ფერმერს.

სოფლის, როგორც ტერიტორიული ერთეულის (რეალური თვითმართველობის დამკვიდრება, არჩეული მამასახლისი), განვითარების გარეშე (ინსტიტუციონალური და ინფრასტრუქტურული მოწყობა – გზა, წყალი, ელექტროენერგია, ჯანდაცვა, ბაგაბაღები, სკოლები, ბიბლიოთეკები, კლუბები, კავშირგაბმულობა, ტრანსპორტი, დასაქმება და სხვ) ქართულ სოფელს დაცლა, ანუ მოსახლეობის მასობრივი ემიგრაცია ემუქრება. თუ დღეს მოქმედი უარყოფითი ტენდენციები შენარჩუნდა, მოკლე ხანში აღარ გვექნება არა მარტო ფორმალური სოფლის მეურნეობა, არამედ თვით სოფელიც კი, რომლის გარეშე წარმოუდგენელია მთავრობის მიერ დეკლარირებული, იმედის მომცემი ტურიზმისა და კურორტების განვითარება.

აგრარული მეურნეობის აღორძინება პრაქტიკულად შეუძლებელი იქნება, ეროვნული ბაზრის დაუცველობის, აგროკრედიტის სისტემის ფორმირების, საჯარო მომსახურების სტრუქტურების შექმნის, დაწვრილერთეულზეული სასოფლო-სამეურნეო მიწის კონსოლიდაციის გარეშე, აგროწარმოების მომსახურე დარგების მონოპოლიური მდგომარეობისა და მთავრობის მხრიდან არასათანადო მხარდაჭერისა და რეგულაციების პირობებში. ასევე, ეფექტიანი საგადასახადო, სადაზღვევო, საფინანსო, საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებისა და გატარების გარეშე.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის განვლილმა ორმა ათწლეულმა პრაქტიკულად აშკარა გახადა, რომ სოფლის მოსახლეობის მძიმე სოცი-ალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება, მასობრივი უმუშევრობისა და სიღარიბის წინააღმდეგ ბრძოლა მხოლოდ ე.წ. კომერციალიზაციით ვერ გახდება დაჩქარებული ეკონომიკური აღმავლობის საფუძველი. შესაბამისად, დაუშვებელი იყო და არის მხოლოდ ამ საწყისებზე სოფლის მეურნეობის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის აგება, რაც პრაქტიკულად ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის არ არსებობასა და პროცესების თვითდინებაზე მიშვებას ნიშნავს.

აგრარული კრიზისი მნიშვნელოვნად აძლიერებს სახელმწიფოს მხრიდან სოფლის მეურნეობის დახმარებისა და რეგულირების მოტივაციას, რათა ამოქმედდეს ის ბერკეტები, რომლებიც არ არის უზრუნველყოფილი

ახალი ეკონომიკის



თვითრეგულირების საბაზრო მექანიზმებით. მხოლოდ მრავალი მექანიზმის ბალანსირებული მოქმედებით მიიღწევა აგროსასურსათო სექტორის ეფექტიანი მართვა, რაც საფუძველს უქმნის დაფინანსების ყველა სუბიექტის სოციალურ-ეკონომიკური ინტერესების მაქსიმალურ და გარანტირებულ რეალიზაციას.

სახელწიფო ჩარევის (რეგულაციების) სახარგებლოდ მეტყველებს ისიც, რომ ამ დონისძიების გატარებამ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა მსოფლიოში ეკონომიკური კრიზისების დაძლევაში, როგორც XX საუკუნის 30-იან და მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ (1945-50-იან) წლებში, ასევე მიმდინარე მსოფლიო კრიზისის დროს. სწრაფად განვითარებადი ქვეყნების პრაქტიკა ადასტურებს არა რომელიმე მიმართულების, არამედ ლიბერალური და სოციალურად ორიენტირებული ეკონომიკური პოლიტიკების რაციონალური შეთანაწყობის უპირატესობას.

აქედან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ რომელიმე ერთი ეკონომიკური პოლიტიკისადმი უპირობო ერთგულება საბაზრო ფუნდამენტალიზმის გამოვლინებაა. ქვეყანაში ეკონომიკის განვითარებისთვის აუცილებელია პრაგმატული, ეკონომიკური დოგმებისგან თავისუფალი ისეთი მოდელის შემუშავება, რომელიც ყველაზე ეფექტიანი იქნება მოცემულ პირობებში.

ნებისმიერ ქვეყანაში სოფლად მოსახლეობის რეალური დასაქმებისა და შედარებით მოკლე დროში სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სათანადო დონის მიღწევა მხოლოდ სისტემური ცვლილებებითა და კომპლექსური დონისძიებების განხორციელებითაა შესაძლებელი. მათ შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადამიანური რესურსების სამეწარმეო აქტივობის ამაღლებაა. უნდა გვესმოდეს, რომ ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესების უძირითადესი პროდუქტია ჯანმრთელი, მაღალკვალიფიციური, სოციალურად და გონებრივად განვითარებული ადამიანი, იგი ქვეყნისთვის არანაკლებ დიდი განძია, ვიდრე ეკოლოგიურად სუფთა გარემო და მსოფლიოში რეალიზებადი პროდუქცია. ამ მიმართულებით მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილება ადასტურებს, რომ შრომითი რესურსების სამეწარმეო გააქტიურება ყველაზე კარგად სოფლად კოოპერაციული მოძრაობის განვითარებითაა შესაძლებელი. საყურადღებოა, რომ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების

საფუძველად კოოპერაციულ საწყისებს და მყარებული სოლიდარობის საფუძველზე ურთიერთდახმარების გზა აირჩიეს თავის დროის ევროკავშირის ქვეყნებმა, აშშ-მა, ისრაელმა და განვითარებული ეკონომიკის მქონე ბევრმა სხვამ (მათ შორის ბალტიის ქვეყნებმაც). ეს პროცესი ყველგან სახელმწიფოს აქტიური მათრიენტირებელი, მათრგანიზებელი როლითა და ხელშეწყობით წარმართა. ანუ: ამ ქვეყნებში ფუნქციობდა ჭეშმარიტი აქტიური სახელმწიფოებრიობა და არა ატროფირებული. აგროსამრეწველო ინტეგრაციისა და კოოპერაციის მრავალი წარმატებული მაგალითი გვინგვენებს, რომ კოოპერაციული შრომის უკუგების ხარისხი გაცილებით მაღალია ინდივიდუალურ შრომასთან შედარებით.

ჩვენი ქვეყნისთვის საწარმოო ურთიერთობათა ფორმის არჩევა დიდად მნიშვნელოვანია როგორც სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების, ასევე ევროატლანტიკურ სივრცეში ინტეგრაციის თვალსაზრისით. საქართველო, მისი ეთნოკულტურული და ეთნოფსიქოლოგიური მახასიათებლებიდან და არჩეული პოლიტიკური გეზიდან გამომდინარე, უდავოდ იმსახურებს განვითარებული ქვეყნების რიგში ყოფნას და მით უფრო სწრაფად შესძლებს ამას, რაც უფრო ინტენსიურად გატარდება დემოკრატიული სოციალურ-ეკონომიკური რეფორმები.

ამ რეფორმებიდან უმნიშვნელოვანესია საქართველოს მრავალდარგოვანი აგრარული სექტორის რეფორმა, რომელიც გადაუდებლად მოითხოვს დაქუცმაცებული სოფლის მეურნეობის საწარმოო ბაზის გამსხვილება-გამასივებას (კონსოლიდაცია), მიწის წვრილ მესაკუთრეთა ნებაყოფლობითი კოოპერაციული გაერთიანებების ჩამოყალიბებით და მათ გადამმშავებელ საწარმოებთან ინტეგრაციის გზით. შედეგად, კოოპერაციული ფორმების გამოყენებით, ადგილებზე მივიღებთ სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების, გადამმშავებისა და რეალიზაციის ინტეგრირებული სისტემის (ერთიანი ციკლის) შექმნას, სადაც გლეხკაცი (ფერმერი) დაინტერესებული იქნება ერთობლივი საქმიანობის ყველა საფეხურით, საწარმოო პროცესისა და მომარაგების ყველა დეტალით დაწყებული და საბოლოო პროდუქტის რეალიზაციიდან ამონაგებით დამთავრებული, რადგან პრაქტიკულად, მხოლოდ ამ შემთხვევაშია შესაძლებელი მისი შემოსავლების ზრდა და სოციალური პრობლემების მოგვარება (განსახორციელებელია

სოციალური უსამართლობის აღკვეთა



„თემის სამეწარმეო მობილიზაციის პროგრამა“⁷. ასევე უნდა გვახსოვდეს, რომ სოფლად კოოპერაციული გაერთიანებების ჩამოყალიბება არის დარგის სპეციალისტებზე მოთხოვნის გაჩენის ძირითადი გზა.

საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დღევანდელი მდგომარეობა ობიექტურად მოითხოვს ყოველმხრივ გააზრებული და ეფექტური პროგრამების განხორციელებას, რომლებმაც სასოფლო რაიონებში მოსახლეობის სამეწარმეო გააქტიურების საფუძველზე სოფლის მეურნეობის პროდუქციის მაღალი ტემპებით ზრდა უნდა უზრუნველყოს.

ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევა ძირითადად ორი ფორმით ხდება. ჩვენ შეგჩერდებით მხოლოდ ერთზე – ფუნქციონალური ჩარევის ფორმაზე, რომელიც ფაქტობრივად გულისხმობს სახელმწიფოს მიერ ამა თუ იმ პრობლემის გადასაწყვეტად ხელსაყრელი პირობების შექმნას.

ეკონომიკურად დაწინაურებული ქვეყნების პრაქტიკა ადასტურებს, რომ რთული

სიტუაციის დასაძლევად დიდი მიშენელობა აქვს მოსახლეობის იდეოლოგიურ (სიმართლის თქმა) უზრუნველყოფას, რაშიც სახელმწიფოსთან ერთად აქტიური მონაწილეობა უნდა მიიღონ აკადემიურმა და არასამთავრობო ორგანიზაციებმა, სასულიერო პირებმა, საზოგადო მოღვაწეებმა, ინფორმაციის მასობრივმა საშუალებებმა (სატელევიზიო პროექტები “იმედის გმირები” და „ჩვენი ფერმა“, საკმარისი არ არის). საქართველოს მოსახლეობას ყოველდღიურად უნდა შთაეაგონოთ, რომ მას სხვების დაუხმარებლად, საკუთარი შრომით შეუძლია მაღალგანვითარებული სოფლის მეურნეობის აშენება, ღირსეულად ცხოვრება.

უნდა ვაღიაროთ, რომ თანამედროვე ეტაპზე ყველაზე დიდი დეფიციტი, რაც საქართველოში შეინიშნება, ცოდნის დეფიციტია. მსოფლიო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ წვრილ გლეხური მეურნეობების პირობებში სოფლად სწავლება – კონსულტირება, დანერგვის სისტემის ორგანიზება უპირატესად სახელმწიფოს ხელეწიფება და მისი მთლიანი კომერციალიზაცია დიდი შეცდომა იქნება.

კრედიტის ხელმისაწვდომობის აუცილებლობა სოფლის მეურნეობაში არსებული მდგომარეობითაა განპირობებული. მისი მიღწევა შესაძლებელია აგროსაკრედიტო (ურთიერთდახმარების,

კოოპერაციული ტიპის) სპეციალიზებული სისტემის შექმნით⁸, რომლის განხორციელებაში კაპიტალის ფორმირებაში სახელმწიფოსთან ერთად კერძო სექტორიც მიიღებს მონაწილეობას. მიზანშეწონილია სოფლის მეურნეობის განვითარების, თემის სამეწარმეო მობილიზაციის, საგირავნო და საგარანტიო ფონდების შექმნა. ეფექტიანია სახელმწიფო ბიუჯეტში კრედიტის პროცენტის სუბსიდირებისთვის თანხის გათვალისწინება, რომელიც რომელიმე სახეობის პროდუქციის წარმოებაზე იქნება მიმართული. ასევე ხელსაყრელია მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების რესურსების გამოყენება, რომლის ჩამოყალიბებაში სახელმწიფომაც უნდა მიიღოს მონაწილეობა. მიკროკრედიტების გაცემისას მიზანშეწონილია გირაოს ნაცვლად კოლექტიური პასუხისმგებლობის გამოყენება.

სახელმწიფომ მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულოს სასოფლო-სამეურნეო დასდევის სისტემის ჩამოყალიბებაში არა მარტო ფინანსური მონაწილეობით, არამედ, საწყის ეტაპზე, დახმარებით პროდუქციის სახეობისა და რაოდენობის განსაზღვრაში. ამ ტიპის დახმარება საკვალდებულო უნდა იყოს.

რომელიმე სახეობის პროდუქციის წარმოებაზე დასპეციალიზების, შემოსავლების გაზრდისა და კორპორატიული საკუთრების განვითარების ყველაზე კარგ ფორმად მიჩნეული უნდა იქნეს თანამედროვე ტექნოლოგიით აღჭურვილი მცირე და საშუალო ზომის გადამამუშავებელი აგროწარმოებასთან ინტეგრირებული საწარმოების ჩამოყალიბება. გლეხებზე, მათ გაერთიანებებზე დანადგარ-მოწყობილობების მიწოდება უნდა მოხდეს სახელმწიფოს მხარდაჭერით ჩამოყალიბებული სალიზინგო კომპანიების მიერ.

საქართველოს უდავოდ შეუძლია, კოოპერაციულ საწყისებზე მოახდინოს სოფლად მოსახლეობის სამეწარმეო აქტივობის მობილიზაცია და არა მარტო სოფლის მეურნეობის, არამედ მასთან ტექნიკურ-ტექნილოგიურად დაკავშირებული დარგების სწრაფი რეაბილიტაცია და შემდგომი განვითარება. სოციალურ სოლიდარობაზე

ახალი ეკონომიკა

⁷ იხილეთ პ. კოლუაშვილის შრომა „კოოპერაცია – სოფლად სამეწარმეო გააქტიურების ეფექტიანი გზა“, ცხუმ-აბხაზეთის მეცნიერებათა აკადემიის „მოამბე“, ტ. 1, 2011.
⁸ იხილეთ პ. კოლუაშვილის შრომები – „საქართველოში აგროკრედიტის განხორციელების გზები“ და „სოფლის მეურნეობის დაკრედიტების ძირითადი მიმართულებები“. აგროარ. მეცნ. პრობ. ტ. 4, 1998. ტ. 15, 2001.

დაფუძნებული მეურნეობრიობის ახალი ფორმების დამკვიდრებას, ავტომატურად მოსდევს სოფლის მოსახლეობის მასობრივი დასაქმება, მათი შემოსავლების მკვეთრი ზრდა, აგრარული შრომის ავტორიტეტის ამაღლება და სოფლის კომპლექსური და დაჩქარებული განვითარება.⁹

ესაა ცნების „ჯანსაღი საშუალო ფენა“ რეალური შინაარსი.

სახელმწიფომ უნდა შეასრულოს წამყვანი როლი თესლისა და ნერგის, ხანაშენე პირუტყვის წარმოების საქმეში. კერძო სექტორი ამ სეგმენტში თანდათან, მკაცრი პირობების დაკმაყოფილების კვალობაზე უნდა ჩაერთოს.

საქართველოში გამართლებულად უნდა მივიჩნიოთ სახელმწიფო (საჯარო) აგრარული სერვისცენტრების ჩამოყალიბება, სადაც ტექნიკით მომსახურებასთან ერთად, გლეხებს საშუალება ექნებათ მიიღონ ინფორმაცია მათთვის საჭირო საკითხზე. მომსახურების დაბალი ტარიფების შესანარჩუნებლად სერვისცენტრებს უნდა გადაეცეთ სახელმწიფო საკუთრებაში დარჩენილი მიწის ფართობები პროდუქციის საწარმოებლად და საჩვენებელ მეურნეობათა მოსაწყობად. **გადასახედია სახელმწიფო სტრატეგია სარწყავი და დამშრობი სისტემების განსახელმწიფოებრიობასთან დაკავშირებით.**

განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს საბაზრო მექანიზმების გამოყენებით სოფლის

მეურნეობის პროდუქციის შესყიდვა, რომელიც წარმოებისა და რეალიზაციის მთელ ჯაჭვში ინტეგრატორის როლს შეასრულებს. გარანტირებული შესყიდვა უზრუნველყოფს პროგრესული ტექნოლოგიების გამოყენებას, აგრარულ წარმოებაში მომსახურების სფეროს სრულ ჩართვას. ასევე აუცილებელია სახელმწიფო (ნახევრად ადმინისტრაციული, ნახევრად კომერციული) მარეგულირებელი (ჩამრევი) სამსახურების შექმნა, რადგან ისინი აწესრიგებენ სასურსათო ბაზარზე პროდუქციის მოთხოვნა-მიწოდების სტაბილურობას, რათა საბაზრო ფასები დროის ყველა მომენტში წონასწორობასთან ახლოს იყოს. **საქართველომ უნდა შექმნას ერთი ან რამდენიმე**

მარეგულირებელი სამსახური – ამ ეტაპზე მარცვლეულისა და მეცხოველეობის პროდუქციის წარმოების სფეროში.¹⁰

სამრეწველო წარმოშობის და სოფლის მეურნეობის პროდუქციაზე ფასების დარეგულირების, სურსათზე ფასების ზრდის ტენდენციის შეჩერების საუკეთესო საშუალებას საწვავისა და ძირითადი სასურსათო პროდუქტების მარაგების შექმნა წარმოადგენს, რომლის სასარგებლოდ მრავალი ქვეყნის გამოცდილება მეტყველებს.

მიუხედავად საგადასახადო კანონმდებლობის სრულყოფისა, სოფლის მეურნეობი-სათვის დამახასიათებელი სპეციფიკური ხარჯებისა და რისკების გამო, გადასახადები მაინც დარგის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორად განიხილება. აქედან გამომდინარე, **ახლად შექმნილი მცირე და საშუალო საწარმოები უნდა განთავისუფლდნენ ყველა სახეობის გადასახადისგან, გარდა საშემოსავლოსი.**

რუსეთის მიერ გამოცხადებული ემბარგოს პირობებში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ევროკავშირის ქვეყნების ბაზარზე პროდუქციის გატანას, მათ მიერ დადგენილი პირობების გათვალისწინებით. რამდენადაც ამ პირობების შესრულება ყველა მეწარმეს არ შეუძლია, სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს ოჯახური ფერმების იდენტიფიკაცია და ყველაზე სიცოცხლისუნარიან ჯგუფს აღმოუჩინოს დახმარება პროდუქციის წარმოების კონტროლის სისტემის ჩამოყალიბებაში. პრაქტიკაში თანდათანობით უნდა დაინერგოს საწარმოებისთვის ხარისხის საერთაშორისო სერთიფიკატის მინიჭების წესი.¹¹

ეროვნული ბაზრის დაცვის მიზნით, საქართველომ უნდა გამოიყენოს ყველა ის ბერკეტი და მექანიზმი, რომელიც მას როგორც ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის წევრ ქვეყანას გააჩნია (უპირველესად მხედველობაში მაქვს ე.წ. დამცავი ღონისძიებები, რომლებიც გამოიყენება ისეთი სწრაფმზარდი იმპორტის მიმართ, რომელიც ზარალს აყენებს ადგილობრივ მეწარმეებს ან ქმნის ასეთი ზარალის მიყენების საფრთხეს, სეზონური ფასები და სხვა).¹² ასევე, მთელი ყურადღება გადაიტანოს

⁹ იხილეთ პ. კოლუაშვილისა და დ. მამუკელაშვილის ნაშრომი „ინტერესთა კონფლიქტის გადალახვის ეფექტური მექანიზმი“. „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2010.

¹⁰ იხილეთ პ. კოლუაშვილისა და თ. კუნჭულიას ნაშრომი „სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი აგრო-სასურსათო სექტორში“, სსმმა „მოამბე“, ტ. 29, 2011.

¹¹ იხილეთ თ. კუნჭულიასა და პ. კოლუაშვილის შრომა „საქართველოს სოფლის მეურნეობის სტრატეგიისთვის“, სსმმა „მოამბე“, ტ. 28, 2010.

¹² იხილეთ პ. კოლუაშვილისა და გ. ზიბზიბაძის ნაშრომი – ემო-ს „რაუნდები“ და საქართველოს სატარიფო პოლიტიკა. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №6, 2010, 33-38 გვ.



ადგილზე კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოებაზე, პროდუქციის ადამიანისთვის უვნებლობის სისტემურ შემოწმებასა და მიღებული შედეგების სისტემატურ გამოქვეყნებაზე.

რაც შეეხება დარგობრივ პრიორიტეტებს, აქ უპირველესად ყურადღება უნდა მიექცეს იმპორტიანაცვლებადი და ძირითადი სასურსათო პროდუქტების წარმოებას (რისთვისაც შესამუშავებელია სპეციალური სახელმწიფო პროგრამები). მათ შორისაა: მარცვლეული (ხორბალი, სიმინდი, ქერი, შვრია, ჭვავი. შესაბამისი აგროტექნიკისა (მ.შ. მაღალი რეპროდუქციის თესლი) და ტექნოლოგიის პირობებში პირველ ეტაპზე (280000-300000 ჰა-ზე) შეიძლება გაწარმოთ 1,0-1,1 მლნ ტონა მარცვლეული, ხოლო მეორე ეტაპზე (370000-380000 ჰა-ზე) 1,4-1,5 მლნ ტონა, მ.შ. ხორბალი მოთხოვნილების 65-70%-ის ფარგლებში. მიწათმოქმედების ინსტიტუტის ტექნოლოგიურ რუკებზე დაყრდნობით შესრულებულმა გაანგარიშებამ გვჩვენა, რომ საქართველოში წარმოებული 1 ტონა ხორბალის ღირებულება 50 აშშ დოლარით ნაკლები იქნება დღეისთვის ქვეყანაში იმპორტირებულ ხორბალის ფასთან შედარებით,¹³ მეცხოველეობა და მისი პროდუქცია, ზეთოვანი კულტურები (მხესუმშირა - 15000 ჰა, სიმინდი, სოია - 14000 ჰა). ასევე: ხეხილი ყველა სახეობის - 60000 ჰა, ციტრუსი - 10000 ჰა, თხილი და კაკალი - 15000 ჰა, ვაზი - 60000 ჰა, ჩაი - 15000 ჰა, ბოსტნეული (თითქმის ყველა რაიონში) - 30000 ჰა, ბაღჩეული - 4000 ჰა, კარტოფილი - 20000 ჰა, შაქრის ჭარხალი - 3000 ჰა, კენკროვნები, ეთერზეთები, დაფნა - 10000 ჰა, ტუნგო, ევკალიპტი, აბრეშუმის პარკი, თაფლი (შეიძლება ვიყოლიოთ 600000 სკა) და მათი გადამამუშავების პროდუქტები.

საქართველოს ძირითადად ეკოლოგიურად სუფთა აგროპროდუქციით შეუძლია შეაღწიოს და დამკვიდრდეს ევროპულ ბაზარზე. მან მისი მცირემიწიანობიდან გამომდინარე, აქცენტი უნდა გააქეთოს არა წარმოების მასშტაბსა და რაოდენობრივ მაჩვენებლებზე, არამედ პროდუქციის უსაფრთხოებასა და ხარისხობრივ მახასიათებლებზე რისთვისაც ხელი უნდა შეეწყოს ეკოლოგიურად სუფთა აგროპროდუქციის წარმოების განვითარებას, რომლის საწარმოო ბაზა ქვეყნის მთელი მთიანეთია. ამასთან, მრავალწლიანმა ნარგავებმა ძირითადად უნდა

დაიკავოს მისთვის ტრადიციულად განკუთვნილი შედარებულად უსაფრთხო ადგილები (სამხრეთის დაქანების ფერდობები), ხოლო ბარი დაეთმოს მარცვლოვნებს და სხვა ერთწლიან კულტურებს.

საქართველოს მთასა და მთისწინეთში მეცხოველეობის განვითარება ქვეყნის ერთ-ერთი მთავარი სასიცოცხლო არტერიის - მთიანეთის აღორძინებისა და თავდაცვის უპირველესი პირობა იქნება. მეცხოველეობის საკვები ბაზისა და ჯოგის სტრუქტურის გაუმჯობესების გათვალისწინებით, ქვეყანაში შეიძლება ვიყოლიოთ 1,5-1,6 მლნ. სული მრპ., ცხვარი და თხა - ზაფხულში 2,0 მლნ., ხოლო ზამთარში 1 მლნ. სული. აქვე უნდა ითქვას, მატყლის დამზადებისა და მისი პროდუქციის წარმოების (მ.შ.ხალხური რეწვის) ხელშეწყობის შესახებ, რომლის გარეშე მეცხვარეობის განვითარებაზე საუბარი მეტად რთული იქნება.

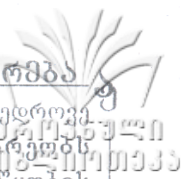
განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს ისეთი სწრაფმწიფადი და მაღალი უკუგების დარგები, როგორცაა მეფრინველეობა (შეიძლება ვიყოლიოთ 15-20 მლნ ფრთა და გაწარმოთ 1,350 მლნ. ცალი კვერცხი) და მეთევზეობა (სატბორე მეურნეობათა შესაძლებლობის გათვალისწინებით, თავისუფლად შეიძლება ვრეწოთ 75-80 ათასი ტონა ნედლი თევზი). აქ ყველა რეზერვია საკუთარი წარმოების პროდუქციით მოთხოვნილების დაკმაყოფილებისთვის.

სოფლის მეურნეობაში და მასთან დაკავშირებულ დარგებში სახელმწიფო პროგრამების მეშვეობით უნდა გააქტიურდეს საინვესტიციო პროცესები, ინოვაციური და მეცნიერულ-ტექნოლოგიური მიღწევების დანერგვა.

დასასრულ, საქართველოს მთავრობამ უნდა მიიღოს აგრარული პოლიტიკის ახალი სტრატეგია სწორად განსაზღვრული პრიორიტეტებით, რომელშიც არა უბრალოდ აგრარული, არამედ უფრო ფართო, - სოფლის კომპლექსური განვითარების პოლიტიკა იგულისხმება, ანუ შეასამოს ერთმანეთთან აგრარული, სოციალური და ყოფითი პრობლემების კომპლექსურად გადაჭრა. ამასთან ერთად, შეიმუშაოს აგროსასურსათო სექტორის განვითარების ხელშეწყობი და მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზა, რომელშიც პრაქტიკულად მოიაზრება ეკონომიკური

ახალი ეკონომიკის

¹³იხილეთ პ. კოდუაშვილისა და გ. ზიბზიბაძის ნაშრომი - „საქართველოს ქმედუნარიანი აგრარული პოლიტიკა ესაჭიროება“. საქართველოს ეკონომიკა, №5, 2008. 44-49 გვ.



მექანიზმის ყველა ელემენტის გააქტიურება. მისაღებია საკანონმდებლო აქტები:

- „საქართველოს სასურსათო უშიშროების შესახებ“;
- „სოფლის სტატუსის შესახებ“;
- „სპეციალიზებული აგროსაკრედიტო სისტემის შესახებ“;
- „მრავალდარგოვანი სოფლის მეურნეობის დაცვისა და მდგრადი განვითარების შესახებ“;
- „მიწათმოქმედის სტატუსის შესახებ“;
- „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციის შესახებ“;
- „სასოფლო-სამეურნეო მიწის კონსოლიდაციის შესახებ“;
- „აგრონედლეულისა და მისი აღწარმოებისათვის საჭირო საქონელზე (მომსახურებაზე) ფასების პარიტეტის დადგენისა და დაცვის შესახებ“ და სხვა, რომლებმაც უნდა შექმნას საკანონმდებლო ბაზა ქვეყანაში აგროწარმოების აღორძინებისა და შემდგომი განვითარებისათვის.

საქართველოს წინაშე დღეს უკვე არსებული გლობალური გამოწვევები და მათი დაძლევის ობიექტური აუცილებლობის ამოცანები, რეალურად მოითხოვს, როგორც სასოფლო-სამეურნეო წარმოების დარგობრივი სტრუქტურის გადახედვას (პრიორიტეტული დარგებისა და კულტურების განსაზღვრა. სოფლის მეურნეობის ისეთი დარგობრივი სტრუქტურის ჩამოყალიბება, რომელშიც წამყვანი და პრიორიტეტული ადგილი დაეთმობა სასურსათო ბალანსის ფორმირებისთვის საჭირო პროდუქტების წარმოებას), ასევე თითოეული დარგის საწარმოო და საექსპორტო პოტენციალის დადგენას და გამოყენების სოციალურ-ეკონომიკური მიზანშეწონილობის განსაზღვრას. გასაკებია, რომ დღეს არსებული სოფლის მეურნეობის დარგობრივი სტრუქტურის მოდერნიზაცია შედარებით უპირატესობის პრინციპის გათვალის- წინებით ერთბაშად შეუძლებელია, მაგრამ ამ მიმართულებით მოძრაობის დაწყება, მეტად საჭირო და გარდაუვალი აუცილებლობაა.¹⁴

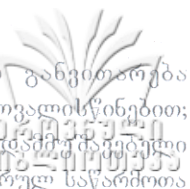
არსებითია, რომ ხელი შეეწყოს სახელმწიფოს გადაქცევას სოფლის მეურნეობის პრდუქციის არა მარტო მთავარ დამკვეთად, არამედ მთავარ მყიდველად და გამანაწილებლად, იმ შემთხვევაში, თუ – საჭირო იქნება ბაზარზე მდგომარეობის სტაბილიზაცია.

უნდა გავითვალისწინოთ, რომ თანამედროვე მსოფლიოში კონკურენცია მიმდინარეობს არა მარტო სახელმწიფოებრივი მოწყობის მოდელებს შორის, არამედ ეროვნულ მეურნეობათა მოდელებსა და ეკონომიკის დარგთა ორგანიზაციისა და გაძღოლის ფორმებს შორისაც, რათა მიღწეულ იქნეს ქვეყნის კონკურენტუნარიანი უპირატესობა. ის, რაც ოპტიმალურია ჩინელისათვის, ან ამერიკელისათვის, შეიძლება ჩვენთვის არ იყოს ოპტიმალური. ჩვენ გვაქვს განსხვავებული ეროვნული სპეციფიკა, რომელიც განსაკუთრებული თავისებურებებით წარმართავს ერის ყოფაცხოვრებისა და სამეურნეო საქმიანობის სხვადასხვა სფეროს, მექანიზმები ადამიანთა ურთიერთობის რეგულირებისა ფსიქოლოგიური, ტრადიციისმიერი, ფასეულობათა სკალით განსაზღვრული, კულტურული, მიწასთან დამოკიდებულებისა და სხვა. გავვანჩია განსხვავებული გეოპოლიტიკური გარემო, რესურსული პოტენციალი, ბიოგეოკლიმატური პირობები, აგრარული წარმოების წესი, საიდანაც მომდინარეობს საკვების შემადგენლობა, კვების თავისებურებები, კვების ხასიათი და ა.შ. ყოველივე ეს, ბუნებრივია, მოითხოვს აგროსასურსათო სექტორის რეფორმირებისა და განვითარებისადმი განსხვავებულ მიდგომას, მის განხორციელებას ქართული სპეციფიკის გათვალისწინებით, და არა უცხოეთის რომელიმე ქვეყნის (თუნდაც ძალიან წარმატებულის) გამოცდილების მექანიკურად გადმოტანაგამეორებას. აქვე ერთი ჩანაწერის შესახებ ზემოთ ხსენებულ სტრატეგიაში, რომელიც არ შეიძლება არ გაიზიარო: „ნუ ჩათვლით, რომ საქართველოსთვის ავტომატურად სასურველია რაიმეს მიღება მხოლოდ იმის გამო, რომ ეს რაღაც მიღებულია ევროპის, ამერიკის, იაპონიის თუ განვითარებული მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში“.

დაბოლოს, უფრო მეტად ვიდრე ეს აქამდე იყო შესაძლებელი, აუცილებელია საქართველოს სოფლის მეურნეობის გაუმჯობესება და განთავისუფლება ზედმეტი ხარჯებისგან. ჩვენ ჯერ კიდევ შემოგვაქვს საჭირო საკვები პროდუქტების თითქმის 80% და თუ საქართველოს ეკონომიკას სურს მიაღწიოს გაწონასწორებულ სავაჭრო ბალანსს, უნდა მნიშვნელოვნად გადიდდეს აგრარული წარმოება, რათა, რამდენადაც ეს

სახელი კომონისტო

¹⁴ იხილეთ პ. კოდუაშვილისა და გ. ზიბზიბაძის ნაშრომი „შეფარდებითი უპირატესობა და საქართველოს აგრარული მეურნეობა“. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №9, 2010.



შესაძლებელია, შემცირდეს სურსათისათვის ვალუტის ზედმეტი ხარჯვა.

ყველაზე არსებითი ის არის, რომ ავტონომიურ რეჟიმში ფუნქციონერებადი ქვეყნის ეკონომიკაც და მათ შორის სოფლის მეურნეობაც ისე უნდა წარმართოს, რომ იგი უპირველეს ყოვლისა, საკუთარი მოსახლეობის მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს. ეკონომიკისა და სოფლის მეურნეობის ყველა რგოლი მოვალეა განუხრელად ასრულებდეს მას. ამ ბოლო ხანს საქართველოსში გამოიკვეთა ერთი მკეტად შემაშფოთებელი ტენდენცია, რაღაც უნდა დაგვიჯდეს მოვიპოვოთ, რაც შეიძლება მეტი ვალუტა. ასეთი სტრატეგია იმთავითვე მცდარია. ვალუტის მოპოვება ყველა ნორმალური ეკონომიკის მქონე ქვეყნისთვის ე.წ. მეორადი ამოცანაა და ასეც უნდა იყოს. თუ გვსურს რაიმე არსებითს მივაღწიოთ.

მაღალპროდუქტიული სოფლის მეურნეობის შექმნა აღიარებულ უნდა იქნეს ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითად ამოცანად და საერთო ეროვნული ზრუნვის საგნად. მხოლოდ ასე შეიძლება გადარჩეს ქართული სოფელი, რომლის გარეშე საქართველოს განვითარების პერსპექტივა წარმოუდგენელია.

ამრიგად, საქართველოს ბედი დამოკიდებულია მისი სოფლის ბედზე. სოფლის ბედი დამოკიდებულია მთავრობის ინტელექტზე, კეთილ ნებაზე, მუყაითობასა და პატიოსნებაზე. ვფიქრობ, ამ პირობათა შექმნის პოტენციალი საქართველოს აქვს.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგიული გეგმის მონახაზი

ახალი ეკონომისტი

1. ხედვა - კონკურენტუნარიანი აგროსასურსათო სექტორი - ქვეყნის სასურსათო უშიშროების (უსაფრთხოება) ძირითადი გარანტი;

2. მიზია - მდგრადი განვითარების პრინციპებისა და მაღალი ინტესიური თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვის საფუძველზე აგროსასურსათო სექტორის სწრაფი განვითარება და ქვეყნის სასურსათო უშიშროების უზრუნველყოფა. სასოფლო რაიონების დანქარებული სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება.

3. გადასაწყვეტი პრობლემები

- სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კონსოლიდაცია;

- სოფლის მეურნეობის საწარმოო და სოციალური (არასაწარმოო) ინფრასტრუქტურის

რეაბილიტაცია და შემდგომი განვითარება მარკეტინგული მოთხოვნების გათვალისწინებით;

- შესაბამისი პროფილის განსამუშავებელი მრეწველობის საწარმოებთან, აგრარულ საწარმოთა (კოოპერეტივთა) ინტეგრაციისთვის ხელშეწყობა;

- სოფლად საქონელმწარმოებელთა კვალიფიკაციის ამაღლებისა და საშფარმოო უნარჩვევების გამომუშავების მიზნით ადგილებზე საკონსულტაციო-საინფორმაციო სამსახურის ფორმირება;

- ფერმერთა გადამზადება საბაზრო ურთიერთობათა მოთხოვნების გათვალისწინებით;

- სოფლად საქონელმწარმოებლებისთვის მიწათმქმედის სტატუსის მინიჭება და სათანადო რეგისტრაცია;

- ეკონომიკური მექანიზმის სრულყოფა და ორიენტირება აგროსასურსათო სექტორის სწრაფ განვითარებაზე (ფასების პარიტეტის დადგენის, ეფექტიანი საგადასახადო, აგროსაკრედიტო და სადაზღვეო სისტემის გამოყენებით, იმპორტის ჩანაცვლებაზე და ექსპორტზე ორიენტირებული დარგების მაღალი ტემპით განვითარება);

- აგრარული ბაზრის ეკონომიკური რეგულირება განვითარებული ქვეყნების გამოცდილებისა და ვმო-ს მოთხოვნათა გათვალისწინებით.

სამოქმედო გეგმა

I. სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კონსოლიდაცია და პარცელარული მეურნეობის ნეგატიური შედეგების ლიკვიდაცია

ა) „სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კონსოლიდაციის შესახებ“, „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციის შესახებ“ და „საქართველოს სასურსათო უშიშროების შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტების შემუშავება და პარლამენტში წარდგენა დასამტკიცებლად;

ბ) მატერიალურ-ტექნიკური საშუალებებით მომარაგების, მარკეტინგული და სხვა საწარმოო-სამეურნეო მიმართულების კოოპერაციების ჩამოყალიბება, მათთვის სათანადო შედავათების შეთავაზების გზით.

II. სოფლის მეურნეობის საწარმოო და არასაწარმოო ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაცია და შემდგომი განვითარება მარკეტინგული მოთხოვნების გათვალისწინებით;

ა) სარწავიო წყლის რესურსების აღრიცხვა და გამოყენების გრძელვადიანი გეგმის შემუშავება;



ბ) სამედიცინო ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაცია და შემდგომი განვითარება;

გ) სათესლე და სანაშენე საქმის (საწარმოთა) რეაბილიტაციისთვის ხელშეწყობა;

დ) აგრონედლეულის გადამამუშავებელი კვებისა და მსუბუქი მრეწველობის საწარმოთა სიმძლავრეების რეაბილიტაცია აგროსექტორის განვითარების შესაბამისად;

ე) სასაწყობო, სამაცივრო და სხვა საჭირო სიმძლავრეთა მშენებლობა პროდუქციის გრძელვადიანი შენახვისა და რეალიზაციის მიზნით;

ვ) განვითარებულ ქვეყნებში არსებული უახლესი მანქანათა სისტემების (მათ შორის სამთო მიწათმოქმედებისთვის) გადმოტანის და ათვისების მიზნით სოფლად ტექნოსახსურეობის თანამედროვე ინფრასტრუქტურის განვითარება;

ზ) წყალმომარაგების, გაზიფიკაციის, საგზაო და სოციალური ინფრასტრუქტურის სხვა პრობლემების დარეგულირება.

III. სოფლად საქონელმწარმოებელთა კვალიფიკაციის ამაღლებისა და სამწარმო უნარჩვევების გამომუშავების მიზნით ადგილზე საკონსულტაციო-საინფორმაციო სამსახურის ფორმირება; ფერმერთა გადამზადება საბაზრო ურთიერთობათა მოთხოვნების გათვალისწინებით

ა) საკონსულტაციო-საინფორმაციო სამსახურის ქსელის ფორმირება;

ბ) ფერმერთა გადამზადება სამეწარმეო უნარჩვევების გამომუშავების მიზნით;

გ) აგრონომიული, სოფლის მეურნეობის ეკონომიკისა და აგრობიზნესის პროფილის სტუდენტთა სტაჟირება საზღვარგარეთის მოწინავე უმაღლეს სასწავლებლებში.

IV. სოფლად საქონელმწარმოებლებისთვის მიწათმოქმედის სტატუსის მინიჭება და სათანადო რეგისტრაცია

ა) „მიწათმოქმედის სტატუსის მინიჭების და რეგისტრაციის შესახებ“ შესაბამისი ნორმატიული აქტის პროექტის მომზადება და პარლამენტში (ან მთავრობაში) დამტკიცება.

V. ეკონომიკური მაქანიზმის ორიენტირება აგროსასურსათო სექტორის სწრაფ განვითარებაზე, ფასების პარიტეტის დადგენა, ეფექტიანი

საგადასახადო, აგროსაკრედიტო და სადამსახურეო სისტემების ფორმირება, იმპორტის ჩანაგდებასთან და ექსპორტზე ორიენტირებული დარგების მაღალი ტემპით განვითარებისთვის

ა) „აგრონედლეულისა და მისი აღწარმოებისათვის საჭირო საქონელზე (მომსახურებაზე) ფასების პარიტეტის დადგენისა და დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის შემუშავება და პარლამენტში დამტკიცება;

ბ) სპეციალური აგროსაკრედიტო, საგადასახადო და სადაზღვეო სისტემების შესახებ საქართველოს კანონის პროექტების შემუშავება და პარლამენტში დამტკიცება;

გ) „აგროსექტორში გამოყენებული მანქანა-მოწყობილობების, აგრეთვე აგრარული პროდუქციის აღწარმოებისთვის საჭირო სათესლე და სანაშენე საშუალებათა საბაჟო გადასახადისა და დღგ-სგან გათავისუფლების შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის მომზადება და პარლამენტში დამტკიცება.

VI. აგრარული ბაზრის დაცვა და ეკონომიკური რეგულირება განვითარებული ქვეყნების გამოცდილებისა და ვმო-ს მოთხოვნათა გათვალისწინებით

ა) ძირითად სასურსათო პროდუქტებზე (მარცვალი, ხორცი, რძე, შაქარი, ზეთი) სტაბილური ფასების შენარჩუნების მიზნით ბაზარზე ინტერვენციის და ჭარბი პროდუქციის ამოღების სახელმწიფო მარეგულირებელი (ნახევრად ადმინისტრაციული და ნახევრად კომერციული) სამსახურის შექმნა (ბაზარზე ჩამრევი სამსახურები);

ბ) ვმო-სგან მონიტჟინგული უფლებების – ანტიდემპინგური გადასახადის, სეზონური ფასების და ბაზრის დამცავი ღონისძიებების გამოყენებით (დემპინგური და სწრაფად მზარდი იმპორტის მიმართ რომელიც ზარალს აყენებს ადგილობრივ მწარმოებელს ან ქმნის ზარალის მიყენების რეალურ საფრთხეს), ბაზრის დაცვა არაკეთილსინდისიერი კონკურენტებისგან.

აქედან გამოსაყოფია პირველი, მეორე და ა.შ. პრობლემების რიგი და მათი გადაწყვეტა.

ახალი პარლამენტი



ახალი კონომისტი

სლავა შუტილაგა

ეკონომიკის დოქტორი (PHD),
ასოცირებული პროფესორი,
საქართველოს თავისუფალი ვაჭრობისა და
კონკურენციის სააგენტოს კონკურენციის
დაცვის სამმართველოს უფროსი

რამდენადაც, კონკურენციის (ანტიტრესტული, ანტიმონოპოლიური) კანონმდებლობა მიხნეულია ქვეყნის ეკონომიკური სისტემის კონსტიტუციად, მისი მიღების აუცილებლობა აღიარებულია მსოფლიოს თითქმის ყველა განვითარებული ქვეყნის მიერ, როგორც თავისუფალი ვაჭრობისა და საბაზრო ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ბერკეტი. ამდენად, ქვეყანას, რომელიც აშენებს ღია საზოგადოებას, აუცილებლად უნდა ჰქონდეს შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკა (შესაბამისი კანონმდებლობით), სადაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი სწორედ კონკურენციის პოლიტიკას ექნება დათმობილი. უფრო მეტიც, ერთმნიშვნელოვნად შეიძლება ითქვას, რომ კონკურენციის პოლიტიკის გატარება აუცილებელი პირობაა საზოგადოებაში ცივილიზებული საბაზრო ურთიერთობების დაფუძნებისათვის, რადგან კონკურენცია წარმოადგენს ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ობიექტურ საფუძველს.

ამასთან, ფაქტია ისიც, რომ კონკურენციის კანონმდებლობას, რომელსაც ფედერალურ დონეზე საფუძველი, ჯერ კიდევ XIX საუკუნის ბოლოს ჩაეყარა აშშ-ში („შერმანის აქტი“ - 1890 წელი), სიახლეს წარმოადგენს პოსტსაბჭოთა ქვეყნებისათვის, მათ შორის, საქართველოსთვის, სადაც მისი პრაქტიკული რეალიზაცია დაიწყო გასული საუკუნის 90-იან წლების დამდეგიდან და მეტ-ნაკლები წარმატებით გრძელდება დღემდე. თუმცა, აქვე მხედველობაშია მისაღები ის გარემოება, რომ საბოლოო წარმატების მისაღწევად აუცილებელია, ქვეყნის ჩარჩო საკონკურენციო სამართლებრივი ნორმების სრულყოფა და საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკასთან შესაბამისობაში მოყვანა. სწორედ ამ საკითხის მოწესრიგებას ემსახურება, საქართველოს

მთავრობის 2010 წლის 3 დეკემბრის №1551 განკარგულებით დამტკიცებული - „კონკურენციის პოლიტიკის ყოვლისმომცველი სტრატეგია“, რომლის „ძირითად მიზანს წარმოადგენს კონკურენციის ხელშეწყობა, მაქსიმალურად გამჭვირვალე და სამართლიანი კონკურენტული პირობების შექმნით საქონლისა და მომსახურების წარმოებისა და მიმოქცევის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა“ [3].

ზოგადად, თუ ჩავუღრმავებთ კონკურენციის თეორიულ ასპექტებს, დავინახავთ, რომ კონკურენციის კანონმდებლობის ეკონომიკის საკითხები ძირითადად სამი ურთიერთდაკავშირებული პრობლემის გარშემო ტრიალებს. პირველი მათგანი ეხება – დამოკიდებულების „ბაზრის სტრუქტურა – ფირმის ქცევა – ფირმის ეფექტიანობა“ ახსნას, მეორე – სასაქონლო ბაზრების განსაზღვრის ეკონომიკას, ხოლო მესამე – დაკავშირებულია საბაზრო ძალაუფლებისა და ბაზარზე ფირმის დომინირებული მდგომარეობის შესწავლასთან. ამ თანმიმდევრობით შესაძლებელია თეორიულ-ეკონომიკური საკითხებიდან კონკურენციული კანონმდებლობის გამოყენების პრაქტიკულ და სამართლებრივ საკითხებზე გადასვლა.

წარმოდგენილ ნაშრომში, ჩვენს მიერ გაანალიზებული და მიმოხილულია, კონკურენციული კანონმდებლობის ეკონომიკის მხლოდ ერთი კონკრეტული პრობლემა – სასაქონლო (განსახილველი) ბაზრის განსაზღვრის საკითხები, რომელიც ნებისმიერი ეკონომიკური აგენტის საბაზრო ქცევის ანალიზის პირველ ეტაპს წარმოადგენს. ბაზრის განსაზღვრისათვის აუცილებელია დადგინდეს ის პირობები, რომლებშიც შესაძლოა ადგილი ჰქონდეს ეკონომიკური თვალსაზრისით ნეგატიურ ქცევას. ამგვარად, ბაზრის განსაზღვრის პროცესი, თითქოსდა



საპირისპირო მიმართულებით მიდის. იგი იწყება იმ პირობის კონსტატაციით, რომ არსებობს გარკვეული ანტიკონკურენციული ქცევა, რის შემდეგაც დგინდება იმ უმცირესი ბაზრის საზღვრები, სადაც შესაძლებელია ადგილი ჰქონდეს სწორედ ასეთ ანტიკონკურენციულ ქმედებებს. შესაბამისად, ბაზრის საზღვრების მონიშვნის შემდეგ, ხორციელდება ასეთი ქცევის გამოკვლევა ანტიკონკურენციული ზემოქმედების მოხდენის შესაძლებლობების დადგენის თვალსაზრისით. ამასთან, ბაზრის განსაზღვრის პროცესში გასათვალისწინებელია ის, თუ რომელი საქონელი ენაცვლება ერთმანეთს, ანუ, რომელი საქონელი შედის ერთმანეთთან კონკურენციაში. ასევე, უნდა იქნეს გათვალისწინებული ის ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც კონკურენციას უწყვენ ერთმანეთს მოცემული ტიპის საქონლის მოწოდებაში. ეს უკანასკნელი იძლევა საშუალებას გავარკვიოთ, არსებობს თუ არა, რაიმე შეთანხმება კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ან რომელი მათგანი ფლობს უფრო დიდ საბაზრო წილს.

წინამდებარე ნაშრომში ჩამოყალიბებულია ბაზრის განსაზღვრის თეორიული ასპექტები, რომელიც სრულად მოიცავს საკვლევი თემის ფარგლებს, წარმოაჩენს რიგი მონაცემების მნიშვნელოვნებას, სხვა მონაცემების ნაკლებად მნიშვნელოვან ხასიათს და დამატებითი ინფორმაციის მოპოვების აუცილებლობას.

ზოგადად შეიძლება ითქვას, რომ **ბაზრის განსაზღვრის** საკითხთა კვლევის პროცესში მხედველობაშია მისაღები შემდეგი **ორი ძირითადი პარამეტრი: I. საქონელი და II. გეოგრაფია** / *შესაძლებელია არსებობდეს მესამე პარამეტრიც – მყიდველის ტიპი. იგი ჩნდება მხოლოდ დისკრიმინაციული ფასების შემთხვევაში, როდესაც ერთი და იგივე საქონელი სხვადასხვა მყიდველებს სხვადასხვა ფასად მიეყიდება. დისკრიმინაციული ფასების არსებობისას, შესაძლოა შეიქმნას ერთი და იგივე სასაქონლო და გეოგრაფიული პარამეტრების მქონე ორი ბაზარი, ერთი, სადაც მყიდველები უფრო მაღალ ფასს იხდიან საქონელში, და მეორე, სადაც იმავე საქონელში მყიდველები უფრო ნაკლებს იხდიან*. პარამეტრი „საქონელი“ უკავშირდება პროდუქციასა და მომხსახურებებს, ხოლო პარამეტრი „გეოგრაფია“ კი – საქონლის მწარმოებლების ან გამყიდველების ადგილმდებარეობას.

ამასთან, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ განსახილველი ბაზრის განსაზღვრა ხორციელდება მომხმარებლის მიერ მინიჭებული უპირატესობებითა

და ქცევით. ამდენად, თუ მომხმარებლის აზრით, ორ საქონელს გააჩნია ერთმანეთის შესაძლებელია სამომხმარებლო თვისებები, ან შესაძლებელია მათი ურთიერთშენაცვლება, მაშინ ისინი ერთ სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნებიან. **მაგალითად**, კარაქი და მარგარინი. თუმცა, უნდა ითქვას ისიც, რომ პრაქტიკაში შესაძლებელია ადგილი ჰქონდეს ისეთ შემთხვევასაც, როდესაც გამყიდველების აზრით ორი საქონელი შეიძლება ძალიან ჰგავდეს ერთმანეთს, ან უფრო მეტიც, შეიძლება ისინი ერთი და იმავე აღჭურვილობითაც იყოს წარმოებული, მაგრამ ამან გავლენა არ მოახდინოს ბაზრის განსაზღვრაზე. **მაგალითად**, თუ ავტომობილის 13-დუიმიანი და 14-დუიმიანი საბურავები ერთი და იმავე მოწყობლობითაა დამზადებული, მაგრამ მყიდველს არ შეუძლია მათი ჩანაცვლება, მაშინ ისინი სხვადასხვა ბაზარს მიეკუთვნებიან / *ის გარემოება, რომ აღნიშნული ორი საქონელი ერთი და იმავე მოწყობილობაზეა დამზადებული, არსებითი იქნებოდა იმ შემთხვევაში, თუ შესაბამისი სფეროს სპეციალისტების წინაშე დაისმებოდა საკითხი ამ საქონელთა არსებულ და პოტენციურ მომწოდებელთა განსაზღვრის კუთხით* /.

I. სასაქონლო ბაზარი. ტერმინი „სასაქონლო ბაზარი“, კონკურენციის სფეროში მომუშავე სპეციალისტთა მიერ სხვადასხვანაირად განიმარტება, თუმცა, ყველა შემთხვევაში მათი საერთო მახასიათებელია - საქონლის ურთიერთშენაცვლებადობა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ორი სხვადასხვა საქონელი, რომლებსაც მყიდველები ურთიერთშენაცვლებადად თვლიან ერთსა და იმავე სასაქონლო ბაზარს წარმოადგენენ, ხოლო ის ორი სხვადასხვა საქონელი, რომლებიც მყიდველთა აზრით არ წარმოადგენენ ჩანაცვლებადს, სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნებიან.

„სამრეწველო ეკონომიკის ლექსიკონი“-ს მიხედვით სასაქონლო ბაზარი განისაზღვრება, როგორც „საქონელი ან საქონლის ჯგუფი და გეოგრაფიული სივრცე, სადაც იგი იყიდება ისე, რომ ნებისმიერი ეკონომიკური აგენტი, რომელიც ცდილობს გაზარდოს შემოსავლები წარმოადგენს ამგვარი პროდუქტების ერთადერთ გამყიდველს მოცემულ რეგიონში და შეუძლია მცირედით, მაგრამ არსებითად გაზარდოს დროის სტაბილურ მონაკვეთში მათი ფასი, წინა დადგენილ ფასთან შედარებით“ [11]. აღნიშნულიდან გამომდინარე ცხადია, რომ ბაზარი – ესაა სწორედ საქონლის ის უმცირესი ჯგუფი და გეოგრაფიული სივრცე,



რომლებიც მოცემულ კრიტერიუმებს შესაბამისობაშიან. სხვა სიტყვებით რომ თქვათ, შესაბამისი სასაქონლო ბაზარი წარმოადგენს ამა თუ იმ პროდუქტების უმცირეს ერთობლიობას, რომლებსაც მყიდველები მიიჩნევენ ჩანაცვლებადად, იმ დროს როდესაც ამგვარ საქონელზე ფასები და მხოლოდ ეს ფასები, მცირე პროცენტით გაიზრდება მოკლე პერიოდში.

თავისი შინაარსით სასაქონლო ბაზრის განსაზღვრა წარმოადგენს მარკეტინგული გამოკვლევის ნაწილს, რომელიც იძლევა გადაწყვეტილების მისაღებად აუცილებელ ეკონომიკურ ინფორმაციას.

ეკონომიკური აგენტისათვის ბაზრის განსაზღვრა ნიშნავს:

➤ სასაქონლო ბაზრის პროდუქტიული და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენას;

➤ უახლოესი კონკურენტებისა და ბაზარზე მათი წილის განსაზღვრას;

➤ ბაზარზე თვით ამ ეკონომიკურ აგენტთა მდგომარეობის დადგენას.

ასეთი სახის მონაცემები საწარმოთა მენეჯერებს აძლევს შესაძლებლობას მიიღონ ინფორმაცია მათი საქმიანობის სწორი დაგეგმვის პროცესის უზრუნველსაყოფად. ანუ მიიღონ კონკურენტული კანონმდებლობის გამოყენებასთან დაკავშირებული ინფორმაცია. ისეთ საკითხებზე, როგორცაა - შერწყმები, შეერთებები და შესყიდვები.

თავის მხრივ, კონკურენციის ორგანოების მიერ განსაზღვრული სასაქონლო ბაზრის ანალიზის შედეგად მიღებული ინფორმაცია გამოიყენება:

✓ ბაზარზე ფირმის დომინირებული მდგომარეობის დასადგენად;

✓ კარტელური შეთანხმებების საბაზრო ძალაუფლების დადგენისა და მათი კანონიერების განსაზღვრისათვის;

✓ მონოპოლიათა სახელმწიფო რეგულირების ზომების დასაბუთებისათვის;

✓ სასაქონლო ბაზრებზე კაპიტალის კონცენტრაციის კონტროლის განხორციელებისათვის;

✓ სასაქონლო ბაზრების დემონოპოლიზაციის და კონკურენციის განვითარების ღონისძიებათა შესამუშავებლად.

ესეა ისევ დაუბრუნდეთ, ჩვენს მიერ ზემოთ მოტანილ - სასაქონლო ბაზრის განმარტებას, რომელიც შეიცავს შემდეგ მნიშვნელოვან ელემენტებს: ა) ფასის გაზრდას, ბ) მყიდველების რეაქციას და გ) „უმცირესი ბაზრის“ პრინციპს.

მიმოვიხილოთ თითოეული მათგანი.

ა) ფასის გაზრდა. ბაზრის განსაზღვრის პროცესში აუცილებელია მხედველობაში იქნეს მიღებული შესაბამისი საქონლის რეაქცია, ანუ ფასები ინფლაციის გათვალისწინებით. ამასთან, რამდენადაც ინფლაცია ართულებს მომხმარებელთა მცდელობებს, რომ შეამცირონ ხარჯები (რეალური ფასების განსაზღვრის სირთულის გამო), ინფლაციის მაღალი დონე შემდგომ შეცდომებს გამოიწვევს ანალიზში.

ფასების ცვლილებების ტიპი, რომელიც აისახება მომხმარებლებზე არის საქონლის მხოლოდ ფასის ცვლილება, რაც რეგულირდება „პიპოთეტური მონოპოლისტის“ მიერ. აღნიშნულის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ გამოვლენილ იქნეს ის საქონელი (ან მომსახურება), რომელთა შექმნაზე მომხმარებლები უარს იტყვიან გულდასმითი შერჩევის შემდეგ, მაგრამ მას შეიძენენ იმ შემთხვევაში, თუკი ფაქტიურად შექმნილი საქონლის ფასი საკმაოდ მაღალი იქნება. შესაბამისად, ასეთ კონკრეტულ შემთხვევაში, გულდასმითი შერჩევის შედეგად უარყოფილი საქონელი წარმოადგენს კონკურენტულს იმ საქონლისა რომელსაც მყიდველები ჩვეულებრივ ირჩევენ. აქვე, მხედველობაშია მისაღები ის გარემოება, რომ ფასების ზრდის სხვა ტიპები არ ახდენენ გავლენას მყიდველთა გადაწყვეტილებებზე, თუ რომელ საქონელს მიანიჭონ უპირატესობა. მაგალითად, თუ ყველა ფასი პროპორციულად იზრდება, მაშინ ფარდობითი ფასები არ იცვლება და მყიდველები არ შეიძენენ ჩანაცვლებად პროდუქტს.

რაც შეეხება დროში სტაბილური ფასის ზრდის საკითხს, ეს სავარაუდოდ მოკლე პერიოდი გრძელდება. ამასთან, სავსებით შესაძლებელია, რომ მყიდველებს პქონდეთ განსხვავებული რეაქცია, ფასების მყისიერ ან მოკლევადიან და დროში გახანგრძლივებულ ცვლილებებზე. განვიხილოთ პიპოთეტური მაგალითი. თუ კარაქზე ფასების ზრდა დროებითია და მეკონდიტრებს ექნებათ ამის შესახებ ინფორმაცია, მაშინ, ისინი გააგრძელებენ მის გამოყენებას თავიანთ პროდუქციაში, მაგრამ, თუ მათ ხელთ არსებული ინფორმაციით მომეტებული ფასები შენარჩუნდება და არ დაიკლებს, მაშინ ისინი შეეცდებიან შეიმუშაონ რეცეპტი მარგარინის გამოყენებით. აღნიშნულიდან გამომდინარე, თუ კონკურენციის საკითხებზე მომუშავე სპეციალისტები ამ საკითხის შესწავლის პროცესში განიხილავენ მეკონდიტრების მხოლოდ რეაქციას კარაქზე ფასების მყისიერი ზრდის მიმართ, მაშინ ისინი არასწორ დასკვნამდე მივლენ, რადგანაც ჩათვლიან,

ახალი კონსილი



რომ მარგარინი და კარაქი სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნება. თუმცა ფაქტია, რომ მეკონდიტრები მარგარინზე გადავიდოდნენ იმ შემთხვევაში, თუკი კარაქზე მომატებული ფასები ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში შენარჩუნდებოდა, ე.ი. მარგარინი და კარაქი ერთსა და იმავე სასაქონლო ბაზარს მიეკუთვნება.

აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ საქონლის შენაცვლებადობის საკითხის გარკვევისათვის არსებითია **ფასების მცირედით მომატება**, რამდენადაც მხოლოდ მას შეუძლია გამოყოს შენაცვლებადი პროდუქტების მთელი ჯგუფიდან მხოლოდ **ახლოს მდგომი შემცვლელები**. შესაბამისად, ფასების უფრო მაღალი მომატება, უფრო შორს მდგომ შემცვლელებს წარმოაჩენს, რის გამოც უფრო შორს მდგომი შემცვლელები იმავე სასაქონლო ბაზარზე გამოჩნდებიან. ასეთ შემთხვევაში კონკურენციის საკითხებზე მომუშავე სპეციალისტებმა შეიძლება მცდარი დასკვნა გააკეთონ და აღიარონ, რომ ერთი პროდუქტი ძლიერ კონკურენციულ ზეგავლენას ახდენს მეორეზე, თუმცა, სინამდვილეში ეს ასე არაა. თუ კონკურენციის სფეროს მუშაკთა მხრიდან დაშვებულ იქნება ასეთი შეცდომა, მაშინ ისინი მცდარ გადაწყვეტილებებს მიიღებენ ისეთ საკითხებზე როგორცაა – საბაზრო წილი, საწარმოთა შორის არსებული შეთანხმების ზეგავლენა კონკურენციაზე და სხვ.

თავის მხრივ **ფასების ცვლილება უნდა იყოს არსებითი**, რათა მიყიდველებმა რეაგირება მოახდინონ მასზე. ცხადია, შენაცვლებად საქონელზე გადასვლა ყოველთვის არაა ადვილი მიყიდველებისათვის, რის გამოც, შესაძლებელია ფასის მცირედ ცვლილებაზე მათ რეაგირება არ მოახდინონ. ამასთან, რადგანაც არ არსებობს ფასის „მნიშვნელოვანი“ ცვლილების ზუსტი განმარტება, ზოგიერთ ქვეყანაში (აშშ, კანადა) **უმნიშვნელოდ თვლიან ცვლილებას, რომელიც 5%-ს არ აღემატება.**

ბ) მიყიდველების რეაქცია. ბაზრის ანალიზის დროს აუცილებელია მხედველობაში იქნეს მიღებული მიყიდველების რეაქცია ფასების ზრდაზე. განვიხილოთ ისევ კარაქისა და მარგარინის მაგალითი იმ მიყიდველების რეაქციის ფონზე, რომლებიც კარაქიდან მარგარინზე უპრობლემოდ გადადიან. ასეთი გადასვლის შემდეგ მარგარინის მიყიდველებმა შეიძლება დაასკვნან, რომ მათთვის კარაქი და მარგარინი ურთიერთშენაცვლებადი საქონელია.

ახლა განვიხილოთ შემთხვევა ყველა იმ მომხმარებლისათვის, რომლებიც ძველი ფასებით (მომატებამდელი ფასებით) ყიდულობენ კარაქს. შესაბამისად კარაქზე ფასის მომატებისას, ამ

მომხმარებლებს შეიძლება კონკრეტული ერთმანეთის საწინააღმდეგო რეაქცია ვუძღვაროთ. პირველ შემთხვევაში „თითქმის ყველა“ მომხმარებელი გადავიდა მარგარინზე, მაშინ მარგარინი და კარაქი როგორც შენაცვლებადი საქონელი ერთსა და იმავე სასაქონლო ბაზარს მიეკუთვნება, ხოლო მეორე შემთხვევაში, თუ „თითქმის ყველა“ მომხმარებელი არ გადავა კარაქიდან მარგარინზე, მაშინ ისინი არ წარმოადგენენ ერთი და იმავე ბაზრის საქონელს.

ამასთან, გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ ფასების ზრდა ყოველთვის არ იწვევს მიყიდველების მკვეთრ რეაქციას. ასევე, მხედველობაშია მისაღები ისიც, რომ გამწვანებულია /თითქმის შეუძლებელია/ იმ მიყიდველების პროცენტული რაოდენობის ზუსტი განსაზღვრა, რომლებიც უარს ამბობენ საქონლის (ან საქონლის ჯგუფის) შექენაზე ფასების მომატების გამო /შეგახსენებთ, რომ ჩვენ გვინდა განვსაზღვროთ უმცირესი ბაზარი, ანუ ისეთი ბაზარი, სადაც ერთი გამყიდველი, ისწრაფვის რა მაქსიმალური სარგებლის მიღებისაკენ, შეძლებს ფასის გაზრდას არც თუ მაღალი, მაგრამ მნიშვნელოვანი სიდიდით, დომინირებულ ფასებთან შედარებით. აღნიშნულიდან გამომდინარე, არსებითია იმის გარკვევა - იქნება თუ არა მიყიდველების რეაქცია ფასების მომატებაზე იმდენად მნიშვნელოვანი, რომ ეს არახელსაყრელი აღმოჩნდეს გამყიდველისათვის. ამ კითხვაზე პასუხი დამოკიდებულია რამდენიმე ფაქტორზე, მათ შორის – საქონელზე შესაძლო უარის მიქმედი მიყიდველების რაოდენობაზე და იმაზე, თუ რამდენად მომგებიანია ბაზარზე არსებული ფასები (ამ ფაქტორთა შეფასება (ბოლომდე, სრული სახით გათვალისწინება) თითქმის შეუძლებელია).

გ) „უმცირესი ბაზრის“ პრინციპი. სასაქონლო ბაზრის განმარტების ბოლო ნაწილის თანახმად, ბაზარი უნდა განისაზღვროს საქონელთა და მომსახურებათა იმ უმცირესი ჯგუფით რაზეცაა კონცენტრირებული მომხმარებელთა ყურადღება. ეს მოთხოვნა თავიდან აგვაცილებს ისეთი არაბუნებრივი „ბაზრების“ შექმნას, როგორცაა „კარაქის“, „მარგარინის“ და სხვა. ამასთან, ის ხელს შეუშლის ეკონომიკური აგენტების სურვილს, კანონიერად შეამცირონ თავიანთი წილი ბაზარზე და განაცხადონ, რომ ბაზარზე გამოტანილი საქონელი ჩაუნაცვლებადია.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ერთია თეორია და მეორე მისი პრაქტიკული რეალიზაცია. სამწუხაროდ, კონკრეტული ბაზრების კვლევის პროცესში ხშირია შემთხვევები, როდესაც

ახალი პერიოდის



აუცილებელი ინფორმაციის დიდი ნაწილი ხელმოუწვდომელია. ამასთან, არც თუ იშვიათად, კონკურენციის ორგანოების ხელთ არსებული მონაცემები არასაკმარისია /ამ პრობლემატიკაზე საინტერესო ფაქტობრივი დოკუმენტაცია დაცული საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის საარქივო მასალების იმ ნაწილში, რომელიც ეხება შესაბამისი (კონკრეტული) სასაქონლო ბაზრების კვლევის საკითხებს [6], რომ შეფასდეს მოთხოვნის ცვლილებები ცალკეულ საქონელთა ჯგუფზე დადგენილი ფასების ფარგლებში. შესაბამისად, ამ ხარვეზის აღმოფხვრის მიზნით აუცილებელია, კონკურენციის საკითხებზე მომუშავე სპეციალისტებმა მოახდინონ ეკონომიკური აგენტების (რაც შეიძლება მეტის) გამოკითხვა, რათა საკმარისი ინფორმაცია შეაგროვონ სწორი დასკვნების გასაკეთებლად. ამასთან, **იმ ეკონომიკური აგენტებს, რომლებმაც შესაძლებელია სასარგებლო ინფორმაცია მიაწოდონ კონკურენციის სამსახურებს მიეკუთვნებიან:**

- კონკრეტული ტიპის საქონლის მყიდველები;
- მსგავსი საქონლის მყიდველები;
- კონკრეტული ტიპის საქონლის გამყიდველები;
- ისეთივე საქონლის გამყიდველები სხვა რეგიონებში;
- მსგავსი საქონლის გამყიდველები;
- მოცემული საქონლის მყიდველთა და/ან გამყიდველთა გაერთიანებები;
- მოცემულ და მსგავს საქონელთა საბითუმო და საცალო მოვაჭრეები;
- სტატისტიკის სამსახური;
- საინჟინრო და საკონსულტაციო ფირმები, რომლებიც აპროექტებენ ან იყენებენ მოცემული ტიპის საქონელს.

საწყის ეტაპზე მკვლევარმა კარგად უნდა შეისწავლოს გამოსაკვლევი საქონელი ან მომსახურება. მან აუცილებლად უნდა იცოდეს ყველაფერი საქონლის გამოყენების, დანიშნულების, წარმოების, ან მომსახურების გაწვევის შესახებ. ასევე უნდა იცოდეს, თუ რომელი მახასიათებლებია მნიშვნელოვანი როგორც მყიდველის, ისე გამყიდველისათვის.

ქვემოთ მოყვანილია ის ზოგადი კითხვები, რომლებიც შეიძლება დაესვას მყიდველებსა და კონკურენტებს. ისინი შედგენილია შუალედური საქონლისათვის, ანუ ისეთი საქონლისათვის, რომელიც არ მიეწოდება მყიდველს საბოლოო პროდუქტის სახით. ეს კითხვები მოდიფიცირებას

საჭიროებენ რეალურ კვლევებში გამოყენების დროს. შემდგომში, როდესაც მკვლევარი შეისწავლის, თუ რომელი მონაცემები შეესატყვისება ყველაზე მეტად მისი კვლევის საგანს, ეს კითხვები კიდევ ერთხელ უნდა შეიცვალოს.

მყიდველებს შეიძლება დაესვას შემდეგი კითხვები:

- ✓ ვინ არის აქამაღ თქვენი მომწოდებელი?
- ✓ ვინ იყო ადრე თქვენი მომწოდებელი?
- ✓ რატომ გადახვედით სხვა მომწოდებელზე (თუკი მოხდა გადასვლა)?
- ✓ კიდევ ვის მიიხვედით მომწოდებლად?
- ✓ რატომ ყიდულობთ საქონელს მისგან?
- ✓ რა არის თქვენთვის მნიშვნელოვანი

როდესაც წყვეტთ, თუ რომელი მომწოდებლისაგან შეიძინოთ საქონელი? რატომ?

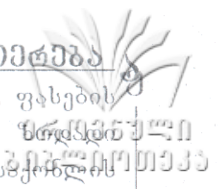
ამ კითხვათა პასუხები შეიძლება ეხებოდეს ვიზიკურ მახასიათებლებს (როგორცაა მაგალითად ენერგეტიკული ეფექტურობა ან ქიმიური სისუფთავე), მომწოდებელი საწარმოების გეოგრაფიას (შესაძლოა ტრანსპორტირება იყოს ძვირი, ძნელი, ან არახელსაყრელი), მომწოდებლის მახასიათებლებს (უზრუნველყოფს დროულ მოწოდებებს, ფლობს მოწინავე ტექნოლოგიებს, ან ადვილზე აწარმოებს ტექნიკურ მომსახურებას). იდეალურად ითვლება კითხვები, რომელთა პასუხებიდან ნათლად ჩანს, თუ რატომაა მნიშვნელოვანი ესა თუ ის მახასიათებელი. თუ ასეთი ხარჯები დიდია, მაშინ შესაძლებელია ის საქონელი /მომსახურება/, რომელიც კვლევის დასაწყისში შემცველად იყო მიჩნეული, ფაქტურად აღარ იყოს ჩანაცვლებადი და პირიქით – აბსოლუტურად განსხვავებული საქონელი /მომსახურება/ შესაძლოა ურთიერთშენაცვლებადს წარმოადგენდეს, თუ ამ უკანასკნელთა ფასები ერთნაირია და/ან ერთი მათგანის მეორით შეცვლის ხარჯები – ძალიან მცირეა.

- ✓ არსებობს თუ არა საქონლის შემცველი, რომელსაც თქვენ გამოიყენებდით?
- ✓ რა არის საჭირო მოცემული საქონლის შესაცვლელად?
- ✓ რა შეიძლება ღირდეს ასეთი შეცვლა?
- ✓ გაიზრდება თუ არა თქვენი ხარჯები შემცვლელის დამზადებისას? რა ოდენობით?

გამყიდველებს შეიძლება დაესვას შემდეგი კითხვები:

- როგორ ფიქრობთ, ვინ არიან თქვენი კონკურენტები?
- რა უნდა გააკეთოთ, რათა დაარწმუნოთ მყიდველები, რომ თქვენგან შეიძინონ საქონელი (მაგალითად, საქონლის დროულად მიწოდება,

ახალი ეკონომისტი



საქონლის რეკლამირება ან საცალო მოვაჭრეების სარეკლამო ხარჯების ვაწვევა, მაღალი ხარისხის ტექნოლოგიების უზრუნველყოფა)?

➤ რა უნდა გააკეთოთ, რათა დაარწმუნოთ მყიდველები, რომ აღარ შეიძინონ საქონელი თქვენი კონკურენტებისაგან და გადმოვიდნენ თქვენზე (მაგალითად, კვლევის დამოუკიდებელი შედეგების უზრუნველყოფა, ფასების დაკლება პირველი მიწოდებისას)?

➤ გყავთ თუ არა მყიდველები, რომლებსაც ურჩევნიათ თქვენგან იყიდონ საქონელი და არა თქვენი კონკურენტებისაგან?

➤ თუ გყავთ, რით განსხვავდებიან ისინი სხვა მყიდველებისაგან და რატომ ურჩევნიათ მათ საქონლის შეძენა თქვენთან?

➤ რატომ არ აქვთ სხვა მყიდველებს ტენდენცია, რომ თქვენგან შეიძინონ საქონელი?

პრაქტიკულად შეუძლებელია სრულფასოვნად აღიწეროს ის, თუ როგორ უნდა შეგროვდეს ინფორმაცია საქონლის ან ბაზრის განსაზღვრისათვის. თუმცა, ისიც ფაქტია, რომ ამ პროცესის დაწყება შეიძლება რამდენიმე მომწოდებლის გამოკითხვით იმაზე, თუ როგორ წარმოუდგენიათ მათ საქონელი. მომწოდებლებისაგან შეიძლება ასევე გავიგოთ, რას ფიქრობენ ისინი ამა თუ იმ სასაქონლო ბაზრის შესახებ (და რატომ?), ვის მიიხევენ თავიანთ კონკურენტებად და რა არის აუცილებელი ბაზარზე დასამკვიდრებლად. გარდა ამისა, მათგან შეიძლება ასევე მიღებულ იქნეს ინფორმაცია მომხმარებელთა შესახებაც /ჩამონათვალი/. მომწოდებლების შექმნილი შეიძლება გამოკითხულ იქნეს ცნობილი მომხმარებლები, რათა მივიღოთ მონაცემები სხვა მომხმარებლების შესახებ და გავიგოთ, თუ რომელი მახასიათებლებია მათთვის მნიშვნელოვანი საქონლის შერჩევის პროცესში. ასევე, შეიძლება გაირკვეს, თუ რომელ საქონელს მიიხევენ ისინი ურთიერთშენაცვლებად. საბოლოოდ კი, შეიძლება ითქვას, რომ კონკურენციის დარგის ექსპერტებს ბაზრის საზღვრების შესახებ ზუსტი წარმოდგენა ექნებათ მხოლოდ მას შემდეგ, რაც მყიდველებისაგან მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე /თუ რა არის მათთვის მნიშვნელოვანი/ მოხდება მომწოდებლების ხელახალი გამოკითხვა.

II. გეოგრაფიული ბაზარი. გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრის პრინციპი სასაქონლო ბაზრის განსაზღვრის ანალოგიურია. კერძოდ, ის განისაზღვრება მყიდველთა შეხვედრებით სხვადასხვა ბაზრებზე დამზადებული ან გასაყიდად გამოტანილი პროდუქტების ურთიერთშენაცვლების შესახებ. ამდენად, თუ ერთ რეგიონში გასაყიდად

გამოტანილი საქონლის მყიდველები, ფასების მცირე, მაგრამ დროში სტაბილურად მდგრადი ფასების საპასუხოდ დაიწყებენ ამ საქონლის ყიდვას სხვა რეგიონში, მაშინ ეს ორი რეგიონი ერთი გეოგრაფიული ბაზრის ფარგლებში აღმოჩნდება. ამასთან, თუ მყიდველები არ ჩათვლიან, რომ ერთ რეგიონში გასაყიდად გამოტანილი პროდუქტი შეცვლის მეორე რეგიონში გამოტანილ პროდუქტს, მაშინ ეს ორი რეგიონი სხვადასხვა გეოგრაფიულ ბაზარს მიეკუთვნება.

პრაქტიკაში გეოგრაფიული ბაზრის საზღვრები ხშირად დგინდება /განისაზღვრება/ – ტრანსპორტირების ღირებულების, ბაჟის ოდენობისა და მარეგულირებელი წესების მიხედვით. მაგალითად, ქვიშის, ხრეშის, მუყაოს ყუთებისა და სხვა 'მძიმე, მაგრამ დაბალფასიანი პროდუქტების' ბაზრები ხშირ შემთხვევაში დიდი არ არის, რადგან ასეთი საქონლის ღირებულების დიდი ნაწილი ტრანსპორტირებაზე მოდის. ტრანსპორტირების ღირებულება შეიძლება ირიბ ზემოქმედებას ახდენდეს ასევე გეოგრაფიული ბაზრის საზღვრებზე. მაგალითად, შეიძლება ისე მოხდეს, რომ რთული და ძვირი მანქანების მწარმოებლისათვის არ იყოს ხელსაყრელი მათი გაყიდვა კონტინენტის ფარგლებს გარეთ, რადგან მათი ტექნოლოგიების – პერსონალის მიგრაციების ან სათადარიგო ნაწილების საწარმოდან დანიშნულების ადგილამდე ტრანსპორტირების ხარჯები შესაძლოა ძალიან მაღალი იყოს.

ბაჟმა და სხვა სავაჭრო ბარიერებმა შესაძლოა ასევე შეზღუდოს გეოგრაფიული ბაზრის გავრცელების ფარგლები. თუ ზოგიერთი საქონლის უცხოელი მწარმოებლები ვალდებულნი არიან გადაიხადონ ბაჟი, ხოლო ადგილობრივი მწარმოებლები ბაჟს არ იხდიან, მაშინ, უცხოური საქონლის ღირებულების ზრდა შეიძლება იმდენად დიდი აღმოჩნდეს, რომ ადგილობრივი მომხმარებელი უარს იტყვის ასეთი საქონლის შეძენაზე. ამ შემთხვევაში, გეოგრაფიული ბაზარი ვერ გავრცელდება იმ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, სადაც დგინდება ბაჟი იმპორტირებულ საქონელზე. ასევე, მარეგულირებელი წესები შეიძლება დამაბრკოლებელ ფაქტორებად იქცეს ზოგიერთი საქონლის ან მომსახურების გაყიდვისას.

III. ფასების დისკრიმინაცია. თუ გამყიდველებს შეუძლიათ მოახდინონ ფასების დისკრიმინაცია ზოგიერთი მყიდველის მიმართ, ანუ, თუ შეძლებენ დააწესონ სხვადასხვა ფასი სხვადასხვა მყიდველისათვის ისე, რომ ფასების ეს სხვაობა არ იყოს დაკავშირებული მიწოდების

საქართველოს ეროვნული მეცნიერების ცენტრი



ღირებულებებს შორის სხვაობასთან, მაშინ განსახილველად შემოდის სასაქონლო ბაზრის მესამე პარამეტრი - მყიდველის ტიპი. მაგალითად, წარმოვიდგინოთ, რომ გვაქვს ორი სხვადასხვა ხარისხის ცემენტი და გვყავს მყიდველთა ორი „ა“ და „ბ“ ჯგუფი. ვთქვათ, მყიდველების ჯგუფს - „ა“, შეუძლია იყიდოს ორივე ხარისხის ცემენტი, ხოლო მყიდველების ჯგუფ - „ბ“-ს კი მხოლოდ უმაღლესი ხარისხის ცემენტი. თუ უმაღლესი ხარისხის ცემენტის გამყიდველი მაღალ ფასს დაუწევებს „ბ“ ჯგუფის მყიდველებს და შედარებით დაბალ ფასს - „ა“ ჯგუფის მყიდველებს, ეს ნიშნავს, რომ საქმე გვაქვს ფასების აშკარა დისკრიმინაციასთან. ასეთ შემთხვევაში მყიდველების „ბ“ ჯგუფისათვის მაღალი ხარისხის ცემენტის ბაზარი იქნება დამოუკიდებელი ბაზარი.

ამასთან, ცალკეულ პრაქტიკულ შემთხვევებში შესაძლებელია ადგილი ჰქონდეს ბაზრების ზედმეტად გადატვირთვას. მაგალითად, ბაზარზე შეიძლება წარმოადგინოთ იყოს რამდენიმე სხვადასხვა ზომის ერთი და იგივე ბაზისური საქონელი (სხვადასხვა ზომის საავტომობილო საბურავები ან სხვადასხვა სიმძლავრისა და ძაბვის ელექტროტრანსფორმატორები) ან სხვადასხვა გეოგრაფიულ ბაზარზე გაყიდვადი ერთი და იგივე პროდუქტი. ასეთ შემთხვევებში, რომ გაიოლდეს მოძიებული მონაცემების გამოყენება და გამარტივდეს კვლევის შედეგების ახსნა, შესაძლებელია განხორციელდეს /სახარგებლო შეიძლება აღმოჩნდეს/ ცალკეული ბაზრების გაერთიანება. თუმცა, ინფორმაციის დანაკარგის შესამცირებლად ბაზრების ასეთი გაერთიანება შეიძლება მოხდეს მხოლოდ იმ შემთხვევებში, როდესაც:

- ✓ მიმწოდებლების ერთი და იგივე ჯგუფი თავის საქონელს ჰყიდის თითოეულ სასაქონლო ან გეოგრაფიულ ბაზარზე ძირითადად ერთნაირი მიწოდების ხარჯით და რეალიზებაში წარმატების ერთი და იგივე ალბათობით (ბაზრები, რომლებიც ამ კრიტერიუმებს პასუხობენ, შეიძლება გაერთიანდეს);
- ✓ გეოგრაფიული ბაზრების მთელ ტერიტორიაზე არსებობს მყიდველების საიმედო არბიტრაჟი (ასეთი გეოგრაფიული ბაზრები შეიძლება გაერთიანდეს);
- ✓ ორი საქონელი არის ურთიერთშენაცვლებადი და მყიდველები მათ ყიდულობენ სტაბილური პროპორციებით (ასეთი სასაქონლო ბაზრები შეიძლება გაერთიანდეს).

IV. კონკურენტებისა და ბაზარზე შესვლის ბარიერების შეფასების მიზნით, აუცილებელია, სასაქონლო ბაზრის განსახილველსთანავე მოხდეს ამ ბაზრის როგორც აქტიური (რეალურად საქონლის მომწოდებელი), ისე პასიური (პოტენციური მომწოდებელი) მომწოდებლების დადგენა. შესაბამისად აუცილებელია, კონკურენციის სააგენტოს თანამშრომლებს ჰქონდეთ პოტენციური კონკურენტების შერჩევის თეორიული ცოდნა, ანუ, უნდა შეეძლოთ მწარმოებელთა იმ ორი კლასის განსხვავება, რომლებიც შეიძლება მიჩნეულ იქნენ პოტენციურ მომწოდებლებად. კერძოდ, მათ უნდა შეეძლოთ განახსებავონ ერთმანეთისაგან.

✓ ის მოქმედი ეკონომიკური აგენტები, რომლებსაც მოცემულ მომენტში აქვთ ისეთი მოწყობილობები და უნარები, რომლებიც შეიძლება სწრაფად და გართულბების გარეშე იქნას გადართული მოცემული ტიპის საქონლის საწარმოებლად, თუმცა არ იყენებენ ამგვარ შესაძლებლობას და ის არსებული ფირმები, რომლებიც მოცემულ მომენტში აწარმოებენ მოცემულ პროდუქტს, მაგრამ არ ჰყიდიან მას მოცემულ გეოგრაფიულ ბაზარზე;

✓ სხვა ფირმები.

პირველ კლასს მიეკუთვნებიან ის ეკონომიკური აგენტები, რომლებსაც გასაწევი ხარჯების სიმცირის გამო, სირთულეების გარეშე შეუძლიათ გავიდნენ შესაბამის ბაზარზე. მათ ხშირად უწოდებენ ფირმებს, რომლებსაც „არ აქისრიათ ბაზარზე შემსვლელის ვალდებულებები“. ამ ეკონომიკურ აგენტთა წილის განსახილველად კონკრეტულ სასაქონლო ბაზარზე ძნელია, რადგან ისინი მოცემულ მომენტში არაფერს ჰყიდიან ამ ბაზარზე. თუმცა ეს შესაძლებელია მათი საერთო და აუთორიტეტული საწარმოო მოცულობების გაანალიზების საფუძველზე.

ამასთან არაა გამორიცხული, რომ პირველ კლასს მიეკუთვნებული ეკონომიკური აგენტები უფრო ძლიერები იყვნენ ეკონომიკურად ერთი ბაზრიდან მეორეზე გადასვლის დროს ვიდრე ახალი ბაზრის შექმნისას. მაგალითად, შესაძლოა არსებობდნენ საწარმოები, რომლებსაც აქვთ შესაძლებლობა და სურვილი აწარმოონ შესაბამისი საქონელი, მაგრამ არ შეუძლიათ ამის გაკეთება არსებული შეზღუდვების გამო. შეზღუდვების მოხსნის შემდეგ კი ისინი თავისუფლად შეძლებენ სასურველი პროდუქტის წარმოებას. პოტენციურ მომწოდებლებს, რომლებიც მოცემულ მომენტში მოქმედებენ კონკრეტული გეოგრაფიული ბაზრის ფარგლებს გარეთ, ასევე

ახალი კონომიკის



შეუძლიათ გამოთქვან ამ ბაზარზე შესვლის სურვილი, თუკი მოიხსნება შესაბამის ბაზარზე შესვლის ბარიერები

პოტენციური მიმწოდებლების მეორე კლასს მიეკუთვნება ახალი საწარმოები, მაგრამ ისინი ძალიან ცოტაა, რადგან ბაზრის შეცვლის გამო ისინი უდიდეს სირთულეებს აწყდებიან. თუმცა, ისიც ფაქტია, რომ ისეთი ბაზრებისათვის, როგორცაა - მომსახურების, საცალო ვაჭრობისა და დისტრიბუციის ბაზრები, ახალ საწარმოებს შეუძლიათ უფრო მნიშვნელოვანი მიმწოდებლები გახდნენ.

იმისათვის, რომ სრულყოფილად განხორციელდეს შესაბამისი ბაზრის ანალიზი, აუცილებელია, შეფასდეს ამ ბაზარზე ახალი საწარმოების შესვლის შესაძლებლობები /ბაზარზე „შესვლის ბარიერები“. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საჭიროა გამოკვლევულ იქნას ბაზარზე შესვლის პროცესი და ის აუნაზღაურებელი ხარჯები, რომლებიც უნდა გასწიონ იმ საწარმოებმა, რომლებიც ჯერ კიდევ არ არიან მიმწოდებლები / ამ მიმართულებით გასატარებელ კონკრეტული ნაბიჯებს წარმოადგენს - ბაზრის შესწავლა (იმის შესწავლა, თუ რისი ყიდვა სურთ მყიდველებს და რა ფასს გადაიხდიან), მიწის, საწარმოს, ან საცალო სავაჭრო ადგილის იჯარა/შესყიდვა, მუშახელის (ინჟინერები, ბუღალტრები და ა.შ.) დაქირავება, აღჭურვილობის ყიდვა, დაპატენტებული საქონლის წარმოების ლიცენზიის მიღება, წარმოების დაწყება, ნაწარმის რამდენიმე ნიმუშის გაყიდვა ძალზე დაბალ ფასად, რათა პოტენციურმა მყიდველებმა შეძლონ პროდუქტის გაცნობა და რეკლამა. თითოეული ეს ეტაპი მნიშვნელოვან დროსა და ხარჯებს მოითხოვს, თუმცა, მისი შეფასება აუცილებელია. სწორედ, ყველა ასეთი და ანალოგიური ხარჯების ერთობლიობა წარმოადგენს ბაზარზე შესვლის ბარიერის ზომას.

ამასთან ფაქტია, რომ ზოგიერთ ბაზარზე შესასვლელი ბარიერი ძალიან დაბალიც მაგალითად, ქუჩის მოვაჭრეს საქონლის შესაძენად სჭირდება მხოლოდ კაპიტალი, მაგია ან ვაჭრობის ლიცენზია, მაშინ როდესაც სხვა ბაზრებზე შესვლის უფრო მაღალი ბარიერებია დაწესებული. ამასთან, თუ ეს ბაზრები დიდი და შემოსავლიანია, ან აქვთ გაფართოების ტენდენცია, მაშინ მაღალი ბარიერები მიმწოდებლებს ვერ შეაშინებს. თუმცა ისიც ფაქტია, რომ ბაზარზე შესვლის ბარიერების შესწავლის რეალურ ხელოვნებას წარმოადგენს თანაფარდობის განსაზღვრა შესვლის ბარიერებსა და სამომავლოდ მისაღებ მოგებას შორის. აღნიშნულიდან გამომდინარე ცხადია, რომ ეკონომიკური აგენტები ბაზარზე შესვლას მოისურვებენ იმ შემთხვევაში, თუ მათ მიერ გასაწევი ხარჯები ნაკლები იქნება სავარაუდო მოგებაზე.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ პოტენციური მიმწოდებლებისა და ბაზარზე შესვლის მათ წინაშე მდგომი ბარიერების განსაზღვრა აუცილებელია მოცემულ ბაზარზე მოქმედი კონკურენტების სიძლიერის შესაფასებლად / დომინირებული მდგომარეობა და ამ მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების შესაძლებლობა/. თუმცა, ეს ცალკე განხილვის საგანია და მას ჩვენ ამ ნაშრომში არ შევეხებით.

და ბოლოს, გვინდა წარმოვდგინოთ ნაშრომს თვალსაჩინოებისათვის დავეუბნოთ სასაქონლო ბაზრის განსაზღვრის მაგალითები და ფიზიკური და იურიდიული პირების გამოკითხვის ის ანკეტები, რომლებიც მიღებული და აპრობირებული იყო საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ 1998-2005 წლებში (4).

დანართი №1

შეასწავლი საქონლის განსაზღვრისათვის საჭირო მონაცემთა ჩამონათვალი

- 1) საქონლის სამომხმარებლო თვისებები:
 - ✓ ფუნქციონალური დანიშნულება;
 - ✓ ფიზიკური პარამეტრები (წონა, გაბარიტები და ა.შ.);
 - ✓ ტექნიკური და საექსპლუატაციო მანვენებლები;
 - ✓ საქონლის ფასი.
- 2) მყიდველების მიერ საქონლის მოხმარებისა და ექსპლუატაციის პირობები:
 - ✓ უზრუნველყოფა ელექტროენერგიით;
 - ✓ უზრუნველყოფა წყალმომარაგებით;

- ✓ უზრუნველყოფა აწყობის, ტრანსპორტირების და სხვა მომსახურებით;
- ✓ უზრუნველყოფა ტექნიკური მომსახურებით.
- 3) საქონლის რეალიზაციის პირობები:
 - ✓ საბითუმო, წვრილსაბითუმო ვაჭრობის სისტემის მეშვეობით;
 - ✓ საცალო ვაჭრობის სისტემის მეშვეობით, მათ შორის საწარმო-დამამზადებლების საფირმო მაღაზიების მეშვეობით;

ახალი მკონომისტი



✓ მომწოდებლებსა და მომხმარებლებს შორის პირდაპირი ხელშეკრულებებით, მათ შორის ბარტერული გარიგებები.

✓ მოთხოვნის დაკმაყოფილების ფორმა (დეფიციტურობა, ბაზარზე საქონლის სტრუქტურის შეცვლა ან სიჭარბე).

დანართი №2

ურთიერთშენაცვლებადი საქონლის განსაზღვრის მახალითები მომხმარებლის თვალსაზრისით

ფუნქციონალური ურთიერთშენაცვლებადობა

თუ არ არსებობს სხვა, განსხვავებულ საქონელთან შესადარებელი ფუნქციონალურად ექვივალენტური საქონელი, მაშინ ამ საქონლის შენაცვლებადი საქონელი არ არსებობს და ამდენად, ამ საქონლით შემოიფარგლება შესასწავლი სასაქონლო ბაზარი.

მაბალითი 1. საბურავები მსუბუქი ავტომანქანებისათვის.

მსუბუქი ავტომანქანების საბურავების ფუნქციონალურად ექვივალენტური საქონელი არ არსებობს. სატვირთო ავტომანქანების საბურავები ვერ შეასრულებენ იგივე ფუნქციას, რადგან ისინი მსუბუქი ავტომანქანების საბურავებისაგან განსხვავებით, ძალზე დიდები არიან. ასე, რომ საბურავები მსუბუქი ავტომანქანებისათვის და საბურავები სატვირთო ავტომანქანებისათვის სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარს წარმოადგენენ.

ეს მაგალითი შედარებით მარტივია. უფრო რთული შემთხვევაა - საწარმო-ტექნიკური დანიშნულების პროდუქციის სასაქონლო ბაზრის განსაზღვრა. ამ პროცესმა შეიძლება მოითხოვოს სერიოზული გამოკვლევის ჩატარება.

მაბალითი 2. არმო-ცემენტის ბლოკები და აგურები.

შენობა შეიძლება დაპროექტებულ იქნას არმო-ცემენტისა და აგურების გამოყენების საფუძველზე. თუმცა, იმ შემთხვევაში, თუ სახლის პროექტი ითვალისწინებს არმო-ცემენტის ბლოკების გამოყენებას, მაშინ აგურის გამოყენება შეუძლებელია და პირიქით. ასე, რომ მშენებლების აზრით, პროექტის მიხედვით, რომელშიც გათვალისწინებულია არმო-ცემენტის ბლოკების გამოყენება, აგური არ წარმოადგენს ფუნქციონალურად ექვივალენტურს. მიუხედავად ამისა, მხოლოდ ამ ფაქტზე დაყრდნობით შეცდომა იქნება დასკვნის გაკეთება იმაზე, რომ არმო-ცემენტის ბლოკები და აგური ერთ სასაქონლო ბაზარს არ ეკუთვნის.

თუ არმო-ცემენტის ბლოკებზე ფასების მომატების შედეგად, აგურით ნაშენი სახლები

მყიდველთათვის მისაღები აღმოჩნდება (იმ პირობით, თუ სახლები წარმოადგენენ ფუნქციონალურად ურთიერთშენაცვლებადს), მაშინ ბაზარზე არმო-ცემენტის ბლოკებით ნაშენებ სახლებსა და აგურით ნაშენებ სახლებს შორის კონკურენცია ხელს შეუშლის არმო-ცემენტის ბლოკების მწარმოებლებს, აწიოს ფასი თავის პროდუქციაზე (წინააღმდეგ შემთხვევაში არმო-ცემენტის ბლოკები და აგური არ განეკუთვნება ერთ და იგივე სასაქონლო ბაზარს).

შედარებითი ფასები

თუ ორი საქონელი არ წარმოადგენს ფუნქციონალურად ექვივალენტურს, მაშინ ეს ფაქტი (თითქმის ყოველთვის, ცალკეული გამონაკლისების გარდა) საკმარისი პირობაა იმ დასკვნის გასაკეთებლად, რომ ისინი არ განეკუთვნებიან განსახილველ ერთ და იგივე სასაქონლო ბაზარს, მაგრამ როდესაც ორი საქონელი ითვლება ფუნქციონალურად ექვივალენტურად, მაშინაც კი შეიძლება, რომ ისინი ორ სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნებოდნენ.

როგორც წესი ურთიერთშენაცვლებადი საქონელს მსგავსი ფასი ექნება, მაგრამ საქონელთა ფასები, რომლებიც ერთი და იგივე სასაქონლო ბაზარს ეკუთვნის, შეიძლება მნიშვნელოვნად იყოს განსხვავებული.

მაბალითი 3. განვიხილოთ ორი სხვადასხვა ტიპის ელექტროგენერატორი.

1. ღირს 2 000 ლარი და სჭირდება 1 ლიტრი დიზელის საწვავი 1 კვ/სთ ელექტროგენერაციის წარმოებისათვის;

2. ღირს 1 000 ლარი და სჭირდება 1.5 ლიტრი დიზელის საწვავი 1 კვ/სთ ელექტროგენერაციის წარმოებისათვის.

ამ დროს, 1 ლიტრი დიზელის საწვავი ღირს 0.2 ლარი.

ვთქვათ, რომ ამ გენერატორების პოტენციური მყიდველები გენერატორის ექსპლუატაციის პერიოდში გეგმავენ 10 000 კვ/სთ ელექტროგენერაციის

ახალი ეკონომისტი



წარმოებას. მყიდველთათვის ელექტროენერჯის წარმოების ფასი, ნაყიდი გენერატორების ტიპის მიუხედავად ერთნაირი იქნება.

საერთო ღირებულება = პირველადი + საექსპლუატაციო ღირებულება დანახარჯები

ტიპი I = 2 000 + 0.2 X 1 X 10 000 = 4 000 ლარი

ტიპი II = 1 000 + 0.2 X 1.5 X 10 000 = 4 000 ლარი

შედეგად გენერატორები განეკუთვნებიან ერთი და იგივე განხილვად სასაქონლო ბაზარს, თუმცა მათი ფასები მნიშვნელოვნად განსხვავებულია. თავის მხრივ, პირობათა ცვლილებამ შეიძლება სხვა შედეგამდე მიგვიყვანოს.

მაგალითი 4. ახლა განვიხილოთ ასეთი შემთხვევა. ვთქვათ მყიდველები ვეგმავენ მხოლოდ 5 000 კვ/სთ ელექტროენერჯის წარმოებას გენერატორის ექსპლუატაციის მთელი დროში. ამ შემთხვევაში II ტიპის გენერატორის მიერ წარმოებული ელექტროენერჯის ღირებულება საგრძნობლად (დაბალია) ნაკლებია I ტიპის გენერატორის გამოყენებით წარმოებული ელექტროენერჯის ღირებულებასთან შედარებით (I ტიპის გენერატორის მაღალი ფასი კომპენსირდება მისი საექსპლუატაციო ხარჯების სიმცირის საშუალებით). ასეთი მყიდველებისათვის გენერატორების ეს ორი ტიპი სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარს მიეკუთვნება.

ტიპი I. 2 000 + 0.2 X 1 X 5 000 = 3 000 ლარი

ტიპი II. 1 000 + 0.2 X 1.5 X 5 000 = 2 500 ლარი

იმ შემთხვევაში, თუ მყიდველებს დაგეგმილი აქვთ გენერატორის ექსპლუატაციის მთელი პერიოდის განმავლობაში 10 000 კვ/სთ ელექტროენერჯის წარმოება, ხოლო I ლიტრი დიზელის საწვავის ფასი კი 0.3 ლარია, მაშინ უკვე II ტიპის გენერატორის არაეფექტიანობა მის საექსპლუატაციო ხარჯებს იმდენად ზრდის, რომ უკვე მისი დაბალი ფასიც კი მისი ექსპლუატაციის მაღალი დანახარჯების კომპენსაციას ვერ ახდენს. გენერატორების ორივე ტიპი ამ შემთხვევაშიც ვერ განეკუთვნებიან ერთი და იგივე სასაქონლო ბაზარს.

მაგალითი 5. განვიხილოთ კომპანია, რომელიც დასაქმებულია მინერალური მარილების ჩამოსხმითა და გაყიდვით. დავუშვათ:

- ✓ კომპანიას შეუძლია შეიძინოს შუშის ან პლასტმასის ბოთლები;
- ✓ მომხმარებელთათვის სულერთია რომელი ტიპის ბოთლი იქნება გამოყენებული;
- ✓ კომპანიისათვის შუშისა და პლასტმასის ბოთლები სხვადასხვა ხარისხის საქონელს წარმოადგენს.

მნიშვნელოვანი განსხვავება შუშისა და პლასტმასის ბოთლებს შორის გამოისახება წყლის ჩამოსასხმელ დანადგარებში. ისტორიულად ჩამოყალიბებული მიზეზების გამო ზოგი ქარხანა იყენებს ჩამოსასხმელ დანადგარებს შუშის ბოთლებისათვის, ზოგიერთი კი პლასტმასის ბოთლებისათვის.

ამ შემთხვევაში იმისათვის, რომ გავარკვიოთ შუშისა და პლასტმასის ბოთლების ურთიერთ შენაცვლევადობა, ყველაზე მნიშვნელოვანია, განისაზღვროს საწარმოო ხაზის გადაიარაღების ღირებულება. აღნიშნულთან დაკავშირებით შესაძლებელია ინფორმაცია მიღებულ იქნეს იმ სპეციალისტებისაგან (გამოკითხვის შედეგად), რომლებსაც გააჩნიათ საწარმოო ხაზის გადაიარაღების გამოცდილება (ინჟინერ-ტექნოლოგები). აქვე შეგველობაში უნდა იქნეს მიღებული ის გარემოება, რომ შუშის ბოთლების ფასების გარკვეული პროცენტით (ვთქვათ 5%-ით) მომატებამ შეიძლება გამოიწვიოს მოთხოვნის გადართვა პლასტმასის ბოთლებზე. ამდენად ფაქტია, რომ გადაიარაღების ხარჯების უმნიშვნელოდ გაზრდის შემთხვევაში შუშისა და პლასტმასის ბოთლები ერთი და იგივე სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნებიან, ხოლო წინააღმდეგ შემთხვევაში კი, სხვადასხვას.

მყიდველთა აზრი

არასაწარმოო დანიშნულების საქონელ-შემცველის გამოსაყენებლად საკმარისია გავაანალიზოთ ის უპირატესობა, რომელსაც ანიჭებს მომხმარებელი ცალკეულ საქონელს (ეს ანალიზი არ იქნება მათემატიკური სიზუსტის). ამ შემთხვევაში საჭირო ინფორმაციის მიღება შეიძლება ტიპიურ მომხმარებელთა გამოკითხვის გზით. ასევე შესაძლებელია გამოიკითხოს მრეწველობის მოცემული სფეროს მწარმოებლები, მომხმარებლები და ექსპერტები შეფარდებითი ფასების ცვლილებათა საპასუხოდ, მომხმარებელთა ერთი საქონლიდან მეორე



ახალი ეკონომიკა

საქონელზე გადართვასთან დაკავშირებით. ამასთან ერთად, საჭიროა ყურადღების აქცენტირება იმ ადამიანზე, რომელიც იძლევა ინტერვიუს მოცემული საქონლის შეფარდებითი ფასების ცვალებადობაზე.

საქონლის ურთიერთშენაცვლებადობის შეფასება ეფუძნება განსახილველ თვალსაზრისს, თუ ამომრჩეველი ნებაყოფლობით აცხადებს, რომ იგი ერთი სახის საქონელს შეცვლიდა მეორეთი, მაშინ ისინი შეიძლება ჩავთვალოთ ურთიერთშენაცვლებადად და მივაკუთვნოთ ერთი და იგივე სასაქონლო ბაზარს. ორაზროვანი შეფასების შემთხვევაში კი საჭიროა ჩატარდეს დეტალური შესწავლა იმ მიზეზებისა, რის გამოც ეს საქონელი ერთი ტიპის მომხმარებლებისათვის წარმოადგენს ურთიერთშენაცვლებადს, ხოლო მეორე ტიპისათვის კი არა.

მაბაღითი 6. ვთქვათ ბაზარზე არის გენერატორების ორ ტიპი (I და II) და მყიდველთა ორი კატეგორია.

დავუშვათ პირველი კატეგორიის მყიდველებად გვევლინებიან საავადმყოფოები, რომლებსაც გენერატორი სჭირდებათ ავარიულ სიტუაციებში და ექსპლუატაციის მთელ პერიოდში გეგმავენ 1 000 კვ/სთ ელექტროენერჯის მიღებას, ხოლო მყიდველთა მეორე კატეგორიას წარმოადგენენ სამშენებლო კომპანიები, რომლებიც გეგმავენ 20 000 კვ/სთ ელექტროენერჯის მიღებას. სამშენებლო კომპანიებისათვის გენერატორის ექსპლუატაციის ხარჯების სიდიდე გაცილებით ზრდის მათთვის

I ტიპის გენერატორის საერთო ელექტროენერჯის, ხოლო საავადმყოფოებისათვის საექსპლუატაციო ხარჯებს არა აქვთ ისეთი დიდი მნიშვნელობა, რადგანაც ისინი გენერატორებს იშვიათად იყენებენ. ასე რომ საავადმყოფოებისათვის II ტიპის გენერატორები ბევრად უფრო იაფია, რის გამოც, მათთვის ამ საქონელთა წარმოდგენილი ტიპები არ მიეკუთვნებიან ერთსა და იმავე სასაქონლო ბაზარს.

საავადმყოფოებისათვის

ტიპი I. $2\ 000 + 0.2 \times 1 \times 1\ 000 = 2\ 200$ ლარი

ტიპი II. $1\ 000 + 0.2 \times 1.5 \times 1\ 000 = 1\ 300$ ლარი

სამშენებლო კომპანიებისათვის

ტიპი I. $2\ 000 + 0.2 \times 1 \times 20\ 000 = 6\ 000$ ლარი

ტიპი II. $1\ 000 + 0.2 \times 1.5 \times 20\ 000 = 7\ 000$ ლარი

პირობების შეცვლის შემთხვევაში შეიძლება შეიცვალოს შედეგები. თუ სამშენებლო კომპანიები დაგეგმავენ 10 000 კვ/სთ ელექტროენერჯის მიღებას, მაშინ მათთვის ორივე ტიპის გენერატორი ერთი და იგივე სასაქონლო ბაზარს განეკუთვნება, ხოლო საავადმყოფოებისათვის მხოლოდ მეორე ტიპის გენერატორები წარმოადგენს განსახილველ სასაქონლო ბაზარს.

დანართი №3

საწარმოს თვალსაზრისით საქონლის ურთიერთშენაცვლებადობის განსახილველსათვის აუცილებელია:

✓ შეფასდეს კონკრეტულ სასაქონლო ბაზარზე ნებისმიერი ფირმის შეღწევის პერიოდი ფასების მნიშვნელოვნად გაზრდის საპასუხოდ (ეკონომიკური აგენტის ბაზარზე შეღწევამდე ფასების მნიშვნელოვანი ზრდის მომენტის ერთი წელი წარმოადგენს „ხელსაყრელ პერიოდს“ ანუ ბაზარზე შეღწევის „სწრაფ“ პერიოდს).

მაბაღითი 1. ვთქვათ, ქაღალდის ხელსახოცები წარმოადგენენ ცალკე სასაქონლო ბაზარს, რადგან ქსოვილის ხელსახოცები გაცილებით ძვირია, ხოლო ქაღალდის სხვა ნაწარმი (პირსახოცი, ტუალეტის ქაღალდი) კი მომხმარებელთა მიერ ქაღალდის ხელსახოცის

შენაცვლებადად არ ითვლება. პირსახოცებისა და ტუალეტის ქაღალდის მწარმოებლებს შეუძლიათ სწრაფად შეაღწიონ ქაღალდის ხელსახოცების ბაზარზე, რადგან ერთი და მეორე საქონელიც იწარმოება ერთი და იგივე მანქანებით. ერთი საქონლიდან მეორე საქონლის წარმოებაზე გადასვლა შეიძლება მოხდეს რამდენიმე საათში (აგრეგატში ჩასატვირთი ქაღალდის მასის ინტენსივობისა და ამ აგრეგატის რამდენიმე პარამეტრის შეცვლით). პირსახოცებისა და ტუალეტის ქაღალდის მწარმოებლებს შეუძლიათ საკმაოდ სწრაფად გადავიდნენ ქაღალდის ხელსახოცის წარმოებაზე იმ შემთხვევაში, თუ ამ უკანასკნელის ფასი მნიშვნელოვნად გაიზრდება.



შევაფასოთ ბაზარზე შეღწევის სიძნელე
ამისათვის საჭიროა განისაზღვროს, ის თუ რა დანადგარები, ცოდნა და პროფესიონალური მომზადებაა საჭირო მოცემული საქონლის წარმოების დასაწყებად. შეღწევა შეიძლება იოლად ჩაითვალოს, თუ „შეღწევაზე გაწეული აუნაზღაურებელი ხარჯები“ (ვაგება, რომელიც არ ანაზღაურდება ბაზრიდან გამოსვლის შემთხვევაში) არ აღემატება საწარმოს საერთო დანახარჯების 5%-ს. აუნაზღაურებელი და ბაზარზე შეღწევისათვის საჭირო ხარჯებზე ინფორმაცია შეიძლება მოვიპოვოთ გამოკითხვის შედეგად.

მაგალითი 2. ვოქვათ, ტუალეტის ქაღალდის მწარმოებელს სჭირდება ახალი სატრეული მანქანის შექმნა (რადგან მისი ქაღალდი იჭრება სხვანაირად, ვიდრე ქაღალდის ხელსახოცი). თავიდან გასარკვევია ამ მანქანის სხვაგვარად გამოყენების შესაძლებლობა. თუ სხვაგვარად გამოყენება შეუძლებელია, მაშინ საჭიროა გაირკვეს ასეთი მანქანის ღირებულება და წლიური ხარჯები ქაღალდის ხელსახოცის დამზადებაზე, რათა დადგინდეს, ექნება თუ არა ადგილი აუნაზღაურებელ დანახარჯებს. შესაბამისად, უნდა განისაზღვროს საერთო წლიური დანახარჯები. დაეშვათ, ისინი შეადგენენ 1 მილიონ ლარს. იმ შემთხვევაში, თუ აუნაზღაურებელი დანახარჯების მოცულობა არ იქნება 50 000 ლარზე მეტი (1 მილიონი ლარის 5%), მაშინ ხარჯები არ ჩაითვლება მნიშვნელოვნად.

გარდა ამისა, აუცილებელია დადგინდეს შეღწევის ეტაპების თანმიმდევრობა და მათი ხანგრძლივობა დროში.

თავის მხრივ, ამ საკითხებთან დაკავშირებით აუცილებელი ინფორმაცია შეიძლება მივიღოთ იქნას:

- ✓ ბოლოდროინდელი შეღწევების განაალიზებით;
- ✓ წარმოების მოცემული სფეროს სპეციალისტთა აზრის გათვალისწინებით; და ბოლოს
- ✓ აუცილებელია განისაზღვროს ბაზარზე შეღწევის ალბათობა.

ბაზარზე შეღწევის ალბათობა მით უფრო მაღალია, რაც უფრო დიდია ამ ბაზარზე შეღწევით მიღებული ამონაგები, იმ ამონაგებთან შედარებით, რასაც კონკრეტული სუბიექტი სხვა დაბანდებიდან ღებულობს. ასეთი ინფორმაცია შეიძლება მიღებულ იქნას ბაზარზე პოტენციური შემსვლელებისაგან (წარმოების დაწყების მზადყოფნა ფასების მნიშვნელოვანი ზრდის საპსუხოდ). სავარაუდოა, რომ ეკონომიკური აგენტი, რომელიც ფლობს ბაზარზე შესვლისათვის ყველა აუცილებელ საშუალებას და ამ დროს იგი არ განიცდის განსაკუთრებულ დანაკარგებს, დანტერესებული უნდა იყოს ბაზარზე შეღწევით თუ ფასები კონკურენტულ დონეზე 5%-ით მაღალია. მაგრამ, ფაქტია ისიც რომ ცალკეულ შემთხვევაში ბაზარზე ფასის 5%-იანი მატება არასაკმარისი არგუმენტია კონკრეტულ ბაზარზე მეწარმე სუბიექტთა შესვლის ინტერესის გასაღვივებლად.

დანართი №4

გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრისათვის აუცილებელია გაირკვეს:

- ✓ სხვა გაყიდვის (წარმოების) პუნქტების სიჭარბე;
 - ✓ გაყიდვის რომელიმე პუნქტში ფასების აწვეისას ერთი პუნქტის მეორეთი შეცვლის შესაძლებლობა;
 - ✓ დანახარჯები საქონლის გადაზიდვაზე;
 - ✓ საქონლის ტრანსპორტირების ხანგრძლივობა (მაღფუჭებადი პროდუქტებისათვის ყველაზე აქტუალური საკითხი).
- ამ მოთხოვნათა შესაბამისად, საქონლის მომხმარებლის თვალსაზრისით გაყიდვის ერთი პუნქტი მეორე პუნქტის შემცვლელი (ხელსაყრელი ალტერნატივა) აღმოჩნდება, თუ მოცემული პუნქტისა და შემცვლელი პუნქტის საქონლის ფასი განსხვავებული იქნება არაუმეტეს 5%-ით.

- თვალსაზრისისათვის განვიხილოთ შემდეგი კონკრეტული მაგალითი:**
როგორც ვიცით არსებობს სხვადასხვა მარკისა და დანიშნულების (მაგალითად ხიდების, გვირაბების, ელექტროსადგურების და ა.შ. მშენებლობისათვის) ცემენტი. ვოქვათ სამშენებლო კომპანია აპირებს ააგოს ხიდი რომელიმე ქალაქში. უახლოესი ცემენტის ქარხნები, რომლებიც ხიდების მშენებლობისათვის საჭირო ცემენტს ამზადებენ, მდებარეობენ შემდეგ მანძილებზე მშენებლობის ადგილიდან:
- ქარხანა „ა“ - 100 კილომეტრი;
 - ქარხანა „ბ“ - 125 კილომეტრი;
 - ქარხანა „გ“ და „დ“ - 200 კილომეტრი;
 - ქარხანა „ე“ - 500 კილომეტრი.

ახალი ეკონომისტი



ვთქვათ, ტრანსპორტირების ფასია 0.2 ლარი ტ/კმ-ზე. თუ ყველა ქარხანაში 1 ტონა ცემენტის ფასია 100 ლარი, მაშინ მშენებელთათვის ცემენტის ღირებულება ამ ქარხნებიდან შემდეგი იქნება:

- ✓ „ა“ 120 = 100 + (100 X 0.2)
- ✓ „ბ“ 125 = 100 + (125 X 0.2)
- ✓ „გ“ და „დ“ 140 = 100 + (200 X 0.2)
- ✓ „ე“ 200 = 100 + (500 X 0.2)

ცემენტის ფასი ქარხნიდან მობრუნდება
„ა“ ქარხანასთან შედარებით, „ბ“ ქარხნიდან 4%-ით მეტი, „გ“ და „დ“ ქარხნებიდან 17%-ით მეტი, ხოლო „ე“ ქარხნიდან კი 66%-ით მეტი. შესაბამისად, იმის გათვალისწინებით, რომ 4%-იანი განსხვავება მცირე, ხოლო 17 და 66 პროცენტისანი განსხვავებები საკმაოდ დიდია, შეიძლება ჩაითვალოს, რომ „ა“ და „ბ“ ქარხნები ერთ გაორგაფიულ ბაზარზე მდებარეობენ, ხოლო ქარხნები „გ“, „დ“ და „ე“ კი სხვა გეოგრაფიულ ბაზარს წარმოადგენენ.

დანართი №5

მომხმარებლების - ფიზიკური პირების ბამოკითხვის ანკედა

გამოკითხვის მიზანია - შესაბამისი ბაზრის სასაქონლო და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა.

გთხოვოვთ აღნიშნოთ პასუხის ის ვარიანტი, რომელიც შეესაბამება თქვენს აზრს. ანკედა ანონიმურია - ყველა შედეგი გაანალიზდება მხოლოდ განზოგადოებული სახით.

მოცემულ შემთხვევაში დაპარაკია თქვენს მიერ შექმნილ -----
----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

5. თქვენი აზრით, შეესაბამება თუ არა საქონლის აღნიშნული სახეობა მის ძირითად მიზნობრივ დანიშნულებას?

- მთლიანად შეესაბამება;
- ნაწილობრივ შეესაბამება;
- არ შეესაბამება;
- მიჭირს პასუხის გაცემა.

6. დაუშვათ, რომ თქვენს მიერ შერჩეული საქონელი გაქრა ბაზრიდან. რითი შეცვლიდით მას?

----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

1. შეგიძენიათ თუ არა, ან ხომ არ გნებავთ აღნიშნული საქონლის შექმნა?

- დიახ;
- არა (თუ არა გთხოვთ გადახვიდეთ მე-14 მუხლზე).

2. აღნიშნული საქონლის რომელ სახეობას იძენთ?

----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

3. რამდენად სშირად იძენთ აღნიშნულ საქონელს?

- ყოველდღიურად;
- კვირაში რამოდენიმეჯერ;
- კვირაში ერთხელ;
- თვეში რამოდენიმეჯერ;
- თვეში ერთხელ;
- წელიწადში რამოდენიმეჯერ;
- წელიწადში ერთხელ;
- იშვიათად.

4. რა მიზნით იძენთ აღნიშნულ საქონელს?

- პირადი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად;
- გაყიდვის მიზნით;
- სხვა საქონელზე გადასაცვლელად;
- სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

7. აღნიშნული პროდუქციის შექმნისას რომელი ქვეყნის (საწარმოს) პროდუქციაზე ახდენთ ორიენტირებას?

- ადგილობრივი წარმოების პროდუქციაზე;
- საზღვარგარეთის საწარმოებისა და ფირმების პროდუქციაზე;
- ინემთვის სულერთია. საქონელს რომელი ქვეყანა აწარმოებს;
- სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ)

8. კმაყოფილი ხართ თუ არა თქვენთვის საინტერესო საქონლის არჩევნის შესაძლებლობებით, მისი ასორტიმენტით?

- დიახ, საესებით კმაყოფილი ვარ;
- დიახ, მაგრამ ნაწილობრივ;
- არა, არა ვარ კმაყოფილი.

9. გაგაჩნიათ თუ არა შესაძლებლობა თქვენთვის საინტერესო საქონლის გამყიდველების არჩევისა?

- დიახ, და მნიშვნელოვან;
- დიახ, მაგრამ უმნიშვნელო;
- არა, არ გამაჩნია.

10. რით ხელმძღვანელობთ აღნიშნული საქონლის არჩევისას?

ახალი გამოწვევები



ინვესტიციები, მე ვიქნე იმ საქონელს, რომელსაც შევქმნივ;

○ ეკვილირობა, შედეგების დაგვიარად, საუკეთესოს არჩევის მიზნით ვნახო აღნიშნული საქონლის სახეობები;

○ სხვა - - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

11. როგორ მოიქცევით, თუ აღნიშნულ საქონელზე ფასები საგრძობლად გაიზრდება?

○ განვავარძობ ამ საქონლის შექმნას ახალი ფასებით;

○ მოვძებნი ამ საქონელს სხვაგან უფრო ნაკლებ ფასში;

○ მოვძებნი სხვა საქონელს ახალ ფასში, რომელიც უკეთ დააკმაყოფილებს ჩემს მოთხოვნებს;

○ მოვძებნი აღნიშნული საქონლის სხვა სახეობას უფრო დაბალ ფასებში;

○ საერთოდ უარს ვიტყვი ამ საქონლის შექმნაზე;

○ სხვა - - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

12. რას აქცევთ პირველ რიგში ყურადღებას თქვენთვის საინტერესო საქონლის შექმნისას? (შეიძლება რამოდენიმე პუნქტის აღნიშვნა).

○ საქონლის გარეგნულ სახეს;

○ მის დაფასოებას;

○ მისი გამოყენების დროს მოხერხებულობასა და კომფორტს;

○ საქონლის მწარმოებელს;

○ საქონლის ღირებულებას;

○ საქონლის ხარისხს;

○ ტექნოლოგიის ხარისხსა და რემონტის ხელმისაწვდომობას;

○ მისი ხმარების საგარანტიო ვადის ხანგრძლივობას;

○ საქონლის ეკოლოგიურ თვისებებს;

○ საქონლის გამოყენების (მოსმარების) საიმედოობასა და ხანგრძლივობას;

○ მოდას მოცემულ საქონელზე; **ეროვნული ბიბლიოთეკა**

○ რეკლამას;

○ სხვა - - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

13. აღნიშნული საქონლის შექმნისას ჩამოთვლილ ფაქტორთაგან რომელი გიშლით ხელს? (შესაძლებელია რამოდენიმე პუნქტის აღნიშვნა).

○ დამატებითი ხარჯების ოდენობა საქონლის ტრანსპორტირებისას;

○ ტრანსპორტირების პროცესში საქონლის სამომხმარებლო თვისებების და ხარისხის დონის შენარჩუნება;

○ სატრანსპორტო საშუალებების ხელმისაწვდომობა;

○ საქონლის შექმნისათვის ადმინისტრაციული შეზღუდვების არსებობა (ლიცენზირება, გატანისა და შემოტანის აკრძალვა და ა.შ.);

○ ბაზარზე სხვა ანალოგიური საქონლის არსებობა (კონკურენციის დონეზე);

○ არ გამაჩნია შეფერხება აღნიშნული საქონლის შექმნისას;

○ სხვა - - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

14. თქვენ ხართ:

○ ქალაქის მკვიდრი (მცხოვრები);

○ სოფლის მკვიდრი (მცხოვრები);

○ მოსამსახურე, საინჟინრო-ტექ. პერსონალი;

○ არასაწარმოო სფეროში დაკავებული პერსონალი (ექიმი და ა.შ.);

○ მეწარმე, კომერსანტი და ა.შ.;

○ პენსიონერი, დიასახლისი;

○ სტუდენტი;

○ სკოლის მოსწავლე;

○ დროებით უმუშევარი.

დანართი №6

მომხმარებლის - იურიდიული პირების გამოკითხვის ანკეტა

გამოკითხვის მიზანია - შესაბამისი ბაზრის სასაქონლო და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა.

გთხოვთ აღნიშნოთ პასუხის ის ვარიანტი, რომელიც შეესაბამება თქვენს აზრს.

მოცემულ შემთხვევაში ლაპარაკია თქვენს მიერ შექმნილ - - - - -

- - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ)

აღნიშნული საქონლის რომელ სახეობას შეიქმნდით? - - - - -

(გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

როგორი სიხშირით იქნებთ აღნიშნულ საქონელს? - - - - -

(გთხოვთ ჩაწეროთ) - - - - -

თუ თქვენთვის საჭირო საქონელი რაიმე მიზეზის გამო გაქრა ბაზრიდან, რითი შეცვლიდით მას? - - - - -

- - - - - (გთხოვთ ჩაწეროთ)

1. რა მიზნით იქნებთ აღნიშნულ საქონელს?

○ საბითუმო მყიდველებზე მიყიდვის მიზნით;

○ საცალო ვაჭრობაში გაყიდვის მიზნით;

ახალი მკონოსი



მეცნიერება/SCIENCE

○ სხვა საქონელზე (მომსახურებაზე, სამუშაოზე) გაცვლის მიზნით;

○ სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

2. აღნიშნული საქონლის შექმნისას რომელ საწარმოთა საქონელზე ახდენთ ორიენტირებას?

- ადგილობრივი წარმოების პროდუქციაზე;
- საზღვარგარეთის ქვეყნების პროდუქციაზე;
- ჩემთვის სუფერითა, რომელი საწარმო აწარმოებს საქონელს;

○ სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

3. კმაყოფილი ხართ თუ არა თქვენთვის საინტერესო საქონლის არჩევის შესაძლებლობებით, მისი ასორტიმენტით?

- დიახ, ხავსებით კმაყოფილი ვარ;
- დიახ, მაგრამ ნაწილობრივ;
- არა, არ ვარ კმაყოფილი.

4. გაქვთ თუ არა შესაძლებლობა აირჩიოთ თქვენთვის საჭირო საქონელი?

- დიახ, მნიშვნელოვანი;
- დიახ, მაგრამ უმნიშვნელო;
- არა, არ გამაჩნია.

5. როგორ მოიქცევით, თუ ფასები აღნიშნულ საქონელზე მნიშვნელოვნად გაიზრდება?

○ განვაგრძობთ საქონლის შექმნას ახალი ფასით;

○ მოვკლებნით ამ საქონელს სხვაგან უფრო დაბალ ფასში;

○ მოვკლებნით სხვა საქონელს ახალი ფასით, რომელიც უკეთ დააკმაყოფილებს ჩვენს მოთხოვნებს;

○ მოვკლებნით აღნიშნული საქონლის სხვა სახეობას უფრო დაბალი ფასით;

○ საერთოდ უარს ვიტყვით მოცემული საქონლის შექმნაზე;

○ სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

6. რას აქცევთ პირველ რიგში ყურადღებას თქვენთვის საჭირო საქონლის შექმნის დროს?

- საქონლის გარეგნულ სახეს (შეფუთვას);
- მოხერხებულობასა და კომფორტს მისი გამოყენებისას;

○ საქონლის მწარმოებელს;

○ საქონლის საცალო ღირებულებას;

○ საქონლის საბითუმო ღირებულებას;

○ საქონლის ხარისხს;

○ ტექნიკური მომსახურების და რემონტის ხელმისაწვდომობას;

○ მისი ხმარების საგარანტიო ვადის ხანგრძლივობას;

○ საქონლის ეკოლოგიურ თვისებებს;

○ საქონლის გამოყენების (მოხმარების) საიმედოობას და ხანგრძლივობას;

○ მოდას აღნიშნულ საქონელზე;

○ რეკლამას აღნიშნულ საქონელზე;

○ მოთხოვნას აღნიშნულ საქონელზე;

○ საქონლის შენახვის შესაძლებლობას;

○ აღნიშნული საქონლის გასაღების დროს კონკურენციის დონეს;

○ აღნიშნულ გარიგებაზე გადასახადების სიდიდეს;

○ სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

7. აღნიშნული საქონლის შექმნისას ჩამოთვლილ ფაქტორთაგან რომელი გიშლით ხელს? (შესაძლებელია შემოისახოს რამდენიმე პუნქტი)

○ დამატებითი ხარჯების ოდენობა საქონლის ტრანსპორტირებისას;

○ ტრანსპორტირების დროს საქონლის სამომხმარებლო თვისებების და ხარისხის დონის შენარჩუნება;

○ სატრანსპორტო საშუალებების ხელმისაწვდომობა;

○ საქონლის შექმნისათვის ადმინისტრაციული შეზღუდვების არსებობა (ლიცენზირება, ვატანის და შემოტანის აკრძალვა და ა.შ.);

○ ბაზარზე სხვა ანალოგიური საქონლის არსებობა (კონკურენციის დონეზე);

○ არ გაგვაჩნია შეფერხება აღნიშნული საქონლის შექმნისას;

○ სხვა ----- (გთხოვთ ჩაწეროთ) -----

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. შ. გოგიაშვილი, ს. ფეტელავა, კონკურენცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება /ლექციების კურსი/, „ლო“, თბ., 2007;
2. ს. ფეტელავა, კონკურენციის თეორია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში, „ლო“, თბ., 2007;
3. „კონკურენციის პოლიტიკის ყოვლისმომცველი სტრატეგიის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის 2010 წლის 3 დეკემბრის №1551 განკარგულება;

ახალი ეკონომისტი

4. „სასაქონლო ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს შეფასების მეთოდური რეკომენდაციები“ დამტკიცებული საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის უფროსის მიერ 1998 წლის 3 დეკემბერს;

5. შესაბამისი სასაქონლო და გეოგრაფიული ბაზრების განსაზღვრის საკითხებზე, შვედეთის კონკურენციის სააგენტოსა და შვედეთის საერთაშორისო განვითარების და თანამშრომლობის სააგენტოს /SIDA/ მიერ ქ. თბილისში 2011 წლის 9 დეკემბერს ჩატარებული სემინარის მასალები;

6. საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის საარქივო მასალები;

7. Инан Н., Краткая история и общая структура законодательства по конкуренции, Материалы семинара ОЕСД, Стамбуль, Турция, 2002.

8. Залесская М., Антимонопольное регулирование в зарубежных странах, М., 1991.

9. Портер М., Конкуренция, М., „Вильяме“, 2000.

10. Типовой закон о конкуренции, Серия документов ЮНКТАД по проблематике законодательства и политики в области конкуренции, ООН, Женева, 2003.

11. Словарь Промышленной экономики („The Glossary of Industrial Organization Economics, Competition Law and Policy Terms~), Париж, ОЕСД, 1993;

12. Материалы Международного семинара по вопросам Конкурентной политике (ОЕСД), Москва, 17-21 апреля 2000 г.



ლოიდ ქარჩავა

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

კომუნიკაციას, ისევე, როგორც ნებისმიერ მოვლენას, თავისი განვითარების ეტაპები გააჩნია. პირველყოფილი თემური წყობილებიდან დაწყებული დღემდე კომუნიკაციამ თავისი განვითარების ევოლუციური გზა გაიარა. ადამიანთა პირველ წინაპრებსაც ჰქონდათ კომუნიკაციები ერთმანეთთან. ის ისეთივე ასაკისაა, როგორც მთელი კაცობრიობა პირველი ადამიანიდან დღემდე. რადგან ცოცხალი არსება არ არსებობს კომუნიკაციის გარეშე.

კომუნიკაციის ევოლუციის პერიოდებად დაყოფას საფუძვლად დაედო საკომუნიკაციო ტექნიკის განვითარება. უხსოვარი დროიდან ადამიანები სხვადასხვა პრიმიტიული საშუალებებით აგებინებდნენ ერთმანეთს ამა თუ იმ მოვლენის შესახებ. მაგალითად, ცეცხლის დანთებით ან კვამლით შორი მანძილიდან აუწყებდნენ მოსახლეობას მტრის მოახლოებას. ეს ფორმა(ცეცხლი, კვამლი) ახლაც შეიძლება გამოიყენონ ტაიგებში ან ტურისტების მიერ სტიქიური უბედურების ან კიდევ, ჩიხში მოქცევის შემთხვევაში, თუ სხვა საშუალება ამოიწურა. ასევე, გამოიყენებოდა ხმოვანი სიგნალის კომბინაციით ინფორმაციის გადაცემა, მაგ. დოღის ან დაფდაფის საშუალებით. იყენებდნენ სარკის საშუალებით მზის სხივების არეკვლით ნიშანის მიცემას. ამ უკანასკნელმა, როგორც კავშირის სისტემამ 'გენიოგრაფის' სახელწოდება მიიღო [7].

ძველად, ბრძოლის დროს, საყვირით ან დროშის მოძრაობით აგებინებდნენ თავიანთ მებრძოლებს, თუ რა დროს უნდა გადასულიყვნენ შეტევაზე და რა დროს უნდა დაეხიათ უკან. სხვადასხვა მაღალ ადგილებზე განაწილებული იყვნენ მეთვალყურეები, რომლებიც სხვადასხვა ფორმით ანიშნებდნენ ერთმანეთს მტრის მოახლოებას.

ცნობილი მეთოდია ასევე, შიკრიკების ინსტიტუტი, რომელიც საქართველოშიც უძველესი დროიდან არსებობდა. სწორედ მათი მეშვეობით ხორციელდებოდა ცნობების შორ მანძილზე

გადაცემა. „შიკრიკები“ და „მაღელმსრობები“ არაერთხელ არიან „ქართლის ცხოვრებაში“ მოხსენიებული. მათ ანდობდნენ, როგორც პირად, ისე ოფიციალურ კორესპონდენციას [6].

კომუნიაციის განვითარება შეიძლება დავეყოთ შემდეგ ეტაპებად:

პირველი – ამეტყველებამდელი პერიოდი;
მეორე – ამეტყველებიდან დამწერლობამდელი პერიოდი;

მესამე – დამწერლობიდან ბეჭდვამდელი პერიოდი;

მეოთხე – ბეჭდვიდან ტელეგრაფის, ტელეფონის, რადიოსა და ტელევიზიის გამოგონებამდე (აქ იწყება ინფორმაციის ტირაჟირება);

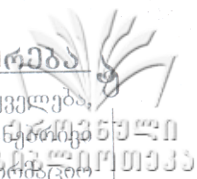
მეხუთე – რადიო-ტელევიზორის გამოგონებიდან კომპიუტერისა და ტელეკომუნიკაციების გამოგონებამდე, (აქ იწყება ინფორმაციის შორ მანძილზე გადაცემა დროის შემოკლებულ მონაკვეთში);

მეექვსე ეტაპი კომპიუტერისა და ტელეკომუნიკაციების გამოგონებიდან დღემდე, როცა შესაძლებელი გახდა დედამიწის ერთი წერტილიდან მეორე წერტილში უზარმაზარი ინფორმაციის გადაცემა დროის ძალიან მცირე მონაკვეთში სიშორის მიუხედავად;

მეშვიდე ეტაპი, რომლის ნიშნებიც იკვეთება და ზოგიერთი მეცნიერის აზრით უკვე დაწყებულია, რასაც ჩვენც ვეთანხმებით, ესაა ადამიანური ცოდნის საექსპერტო სისტემებისა და ხელოვნური ინტელექტის სხვა საშუალებების გლობალიზაცია. თუ სანამ გაგრძელდება ეს ეტაპი, ზუსტად არავინ იცის.

ჩვენს მიერ კომუნიკაციის განვითარების ეტაპებად დაყოფას საფუძვლად დაედო საინფორმაციო რევოლუციები. კაცობრიობის ისტორიაში მეცნიერები ამჟამად გამოყოფენ ექვს საინფორმაციო რევოლუციას: [3, გვ.190-195];[1, გვ.96-97]

ახალი პერიოდისტი



პირველი, როცა ადამიანმა მეტყველება დაიწყო;

მეორე, მოიცავს დამწერლობის გამოგონებას, რომელიც პირველისგან გამოყოფილია რამდენიმე ათასი წლით;

მესამე, წიგნის ბეჭდვასთან არის დაკავშირებული, რომელმაც უპრეცედენტო გავლენა მოახდინა ცოდნის, მეცნიერების, კულტურისა და ზოგადად ცივილიზაციის განვითარებაზე;

მეოთხე, ტელეგრაფის, ტელეფონის, რადიოსა და ტელევიზორის შექმნასთან;

მეხუთეს კომპიუტერულ და ტელეკომუნიკაციურ ეპოქას უწოდებენ. იგი თავის თავში მოიცავს სხვადასხვა კლასის კომპიუტერების შექმნას, რომელთაც წამში ასობით მილიონი და მილიარდი ოპერაციის გაკეთება შეუძლიათ. მძლავრ დამამახსოვრებელ მოწყობილობებს, რომლებიც ასობით ათას გიგაბაიტს ითვლიან, შემდგომი განვითარების საზღვარი არა უნანთ;

მექვსე საინფორმაციო რევოლუცია, როგორც ამ დარგის მეცნიერები მიიჩნევენ, დაფუძნებული იქნება ადამიანური ცოდნის საექსპერტო სისტემებსა და ხელოვნურ ინტელექტზე.

პირველი, ანუ ამეტყველებამდელი პერიოდის კომუნიკაციები იმდროინდელი ადამიანის მოთხოვნილებების შესაბამისი ინსტიტუტური და პრიმიტიული ინფორმაციის გაცვლით შემოიფარგლებოდა, რომელიც ბიოლოგიური მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაზე იქნებოდა მიმართული. 'ერთ-ერთი ძველი ლინგვისტური თეორიის თანახმად, ადამიანები ურთიერთთან, ამეტყველებამდე, კონტაქტს კესტ-მიმიკითა და წამოძახილ-შორისდებულებით ამყარებდნენ.' [5, გვ.5]

საინტერესოა, რომ კომუნიკაციას იყენებენ ცხოველები, ფრინველები, თევზები და სხვადასხვა სახის ცოცხალი არსებები. ამის მაგალითები უხვადაა ბუნებაში: ფუტკრები ორგანიზებულად მუშაობენ და მათ ხელმძღვანელობს დედაფუტკარი. მგლები ორგანიზებულად ესხმიან თავს მსხვერპლს, ფრინველები ორგანიზებულად მიფრინავენ ერთი ადგილიდან მეორეში, განსაკუთრებით სეზონის მიხედვით, თბილ ქვეყნებში ზამთრის პერიოდში და სხვა. პირველი ადამიანებიც ხომ ჯგუფობად, მერე კი თემებად ცხოვრობდნენ. ამიტომაც ეწოდა მას „თემური წყობილება“.

მეორე, — ამეტყველებიდან დამწერლობამდელი პერიოდი უკვე გარკვეულწილად განვითარებულ ადამიანთა საზოგადოებაა, რომელშიც საჭირო ინფორმაციას 'კესტ-მიმიკის' გარდა მეტყველებითაც გადასცემდნენ

ერთმანეთს. ენა, ანუ დანაწევრებული მეტყველება, მიუხედავად იმისა, რომ კომუნიკაციის ბუნებრივ საშუალებაა, ამავე დროს უდიდესი საინფორმაციო გამოგონების დასაწყისია. ამ პერიოდში დაიწყო ადამიანის შემეცნებაში და საქმიანობაში ენობრივი სიმბოლიკის დანერგვა და გავრცელება.

ამან შესაძლებელი გახდა ამა თუ იმ საქმეში ორგანიზების მოწყობა. მაგალითად, სანადიროდ წასვლისას, უცხო ტომებისგან თავდაცვისას და ასე შემდეგ. მეტყველება, ვერბალური კომუნიკაციის ბუნებრივი საშუალებაა, პირველი დღიდან მოყოლებული ყოველთვის იყო მნიშვნელოვანი და დღესაც აქტიური, შეიძლება ითქვას, წამყვანი ადგილი უკავია კომუნიკაციების საერთო პროცესში.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ეს პერიოდი ყველაზე ხანგრძლივი პერიოდი ყველა შემდგომ პერიოდთან შედარებით. თითოეული პერიოდის ხანგრძლივობა დამოკიდებულია განვითარების ტემპებზე. პირველი ყველაზე ხანგრძლივი პერიოდი, რომელიც სავარაუდოდ რამდენიმე მილიონ წელიწადს მოიცავს, მეორე რამდენიმე ათას წელიწადს, მესამე უფრო ნაკლებს, მეოთხეზე უკვე წლებიც შეგვიძლია მივუთითოთ და ა.შ. ყოველი მომდევნო პერიოდი საგრძნობლად ნაკლებია წინაზე.

თუ მასშტაბურად შევხედავთ წერა-კითხვის გავრცელებას, დავინახავთ, რომ ფართო მასშტაბის სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვა პერიოდში დაიწყო წერა-კითხვის გავრცელება, რომელიც XIX-XX საუკუნემდე გავრცელდა. ავსტრალიასა და აფრიკაში, დღესაც არიან წერა-კითხვის უცოდინარი ტომები, მაგრამ ჩვენ ვსაუბრობთ ზოგად მოვლენაზე, რომელიც ოდესღაც სადღაც გაჩნდა და არა მისი გავრცელების არეალზე. დღესაც შეიძლება, თუნდაც განვითარებულ ქვეყანაში, იყოს ადამიანი, რომელსაც საშუალო განათლებაც არა აქვს და წერა-კითხვა არ იცის, მაგრამ ცხადია, ერთეულებით არ განისაზღვრება განვითარების დონე.

მესამე ეტაპზე, როცა დამწერლობა დაიწყო, შესაძლებელი გახდა შემჭიდროებულ დროში უამრავი ადამიანის ინფორმირება, როგორც მოკლე ისე ვრცელი შეტყობინებით. სწორედ დამწერლობის წყალობით უძველესმა ცივილიზაციებმა შეძლეს მონაცემთა უზარმაზარი ბაზის დაგროვება, შექმნეს ვიგანტური საინფორმაციო საცავები, როგორც იყო ალექსანდრიის ბიბლიოთეკა. თუკი ვერბალური კომუნიკაცია არ იძლეოდა შესაძლებლობას, ინფორმაციის შენახვისა და გადატანისა (გამონაკლისია ლეგენდების სახით თაობიდან

ახალი ეპოქისთვის



თაობისთვის გადაცემული თქმულებები, ისტორიები გმირების შესახებ და სხვა), დამწერლობის შემოღებამ ეს შესაძლებელი გახადა, მაგრამ ამ პერიოდში ინფორმაციის შედგენა და გავრცელება ხდებოდა ხელით, გადაამწერების მეშვეობით. მხოლოდ XV საუკუნეში გახდა შესაძლებელი ბეჭდვის შემოღება, რამაც საფუძველი დაუდო კომუნიკაციების განვითარების ახალ ეტაპს.

1438 წელს იოჰან გუტენბერგმა დააარსა ტიპოგრაფია და შეიმუშავა ტიპოგრაფიული პროცესების ახალი ტექნოლოგია ცალკეული მობრავი ლიტერის გამოყენებით[8]. ამან ხელი შეუწყო საზოგადოებასთან კავშირებს. მასობრივი ტირაჟით გამოდიოდა წიგნები, გაზეთები, ვრცელდებოდა დაბეჭდილი მასალები ფართო აუდიტორიისათვის. **მეოთხე ეტაპზე**, - წიგნის ბეჭდვამ შესაძლებელი გახადა ინფორმაციის ტირაჟირება უფრო სწრაფად. შესაძლებელი გახდა ასევე, მეტი ინფორმაციის დატვირთვა უფრო მცირე მოცულობის წიგნებში. მან უპრეცედენტო გავლენა მოახდინა ცოდნის, მეცნიერების, კულტურისა და ზოგადად ცივილიზაციის განვითარებაზე, საკაცობრიო პროგრესზე.

საქართველოში დამწერლობის ნიმუში მოგვეპოვება V საუკუნიდან იაკობ ხუცესის წიგნის სახით - „წამებაი წმინდისაი შუშანიკისაი“. თუმცა ფაქტია, რომ დამწერლობა გაცილებით ადრე უნდა დაწყებულიყო. ანბანის შემოღებას კი მეფე ფარნავაზს მიაწერენ, რომელიც ძვ.წ.III საუკუნეში მეფობდა.

მკვლევარი გია კვაშილავა, რომელმაც შეძლო ფესტოსის დისკოსა და მონათესავე დამწერლობების ამოკითხვა, მიიჩნევს, რომ თვითონ ფესტოსის დისკოზე ნაბეჭდი ტექსტი წინაქართულია, ოქროდამწერლობის პერიოდის, შესაბამისად, ქართული დამწერლობა ძვ.წ.XV-XIX საუკუნეებშიც არსებობდა [2].

პირველი ქართული სტამბა თბილისში დაარსდა ვახტანგ VI-ის მიერ 1708-1709 წლებში, მტკვრის მარცხენა ნაპირას სპეციალურად აგებულ შენობაში. პირველი წიგნი, რომელიც იქ დაისტამბა, იყო „სახარება“. [9].

როგორც კომუნიკაციის საშუალება, რომელსაც ინფორმაცია წერილის სახით შორ მანძილზე გადააქონდა იყო **საფოსტო მტრედი**. როგორც საფოსტო კავშირის ერთ-ერთი საშუალება, მან დიდი როლი შეასრულა სახელმწიფოთაშორის ომების დროს და რა თქმა უნდა, ბიზნესშიც. მაგალითად, ნატან როტშილდმა წარმატებით გამოიყენა სამტრედო ფოსტა თავის ბიზნესში. ტელეგრაფის გამოგონებამდე (1832წ.) შეტყობინების

ეს მეთოდი მნიშვნელოვანი პოპულარობით გამოიყენებოდა ბროკერებს შორის. მნიშვნელოვანი ქალაქების ბაზარზე. საფოსტო მტრედს მიაწერენ როტშილდების კოლოსალურ სიმდიდრეს: ვატერლოოს ბრძოლის დამთავრების შესახებ ინფორმაცია 1815 წელს ნატან როტშილდმა მტრედის საშუალებით ორი დღით ადრე მიიღო, რამაც მას ფრანგული ფასიანი ქალაქების მიმართ ოპერაციების წარმატებით განხორციელებისა და გამდიდრების საშუალება მიასცა.

1870-1871 წლებში საფრანგეთ-პრუსიის ომის დროს პრუსიის ჯარის მიერ 73 მტრედის მეშვეობით 150 000 ოფიციალური და მილიონამდე პირადი დეკეშა (ტელეგრაფი, მიკროწერილი, შემცირებული ფოტოგრაფის მიერ) იქნა გადაცემული. 1870 წელს პარიზში იყო სპეციალური ადგილი, სადაც ბეჭდავდნენ გასაგზავნ დეკეშებს წვრილად და შიფრავდნენ მიღებულ დეკეშებს. მას ეწოდებოდა „სამტრედო ფოსტა“ - სამკითხველო დარბაზი, სადაც იშიფრებოდა მტრედოგრაფები - მიკროწერილები, მიღებული მტრედების მეშვეობით სპეციალურ წყალგაუმტარ კაფსულებში, რომელიც მიბმული ჰქონდათ მტრედებს. 1870 წელს პარიზის საფოსტო უწყებამ გამოსცა სპეციალური დეკრეტი, რომელიც ფასებს აწესებდა თითოეულ გასაგზავნ სიტყვაზე.

სამტრედო ფოსტის საპირისპიროდ გერმანელები ქორების გამოყენებას შეეცადნენ. მადლიერმა პარიზელებმა კი მტრედს ძველი დაუდგეს.

საფრანგეთ-პრუსიის ომის შემდეგ ევროპის მრავალ ქვეყანაში დაიწყო საფოსტო მტრედების მოშენება. რადიოს გამოგონებამდე მტრედს იყენებდნენ გაზეთების რედაქციებში ინფორმაციის მისაღებად იახტების (ორჩხომელის) შეჯიბრებებიდან. მტრედების 80% მიფრინავდა 150 მილის სიშორეზე 35-40 მილ/საათი სიჩქარით, თუმცა იყო სარეკორდო მაჩვენებლებიც. ერთ-ერთმა მტრედმა 3000 ვერსიც გადაიფრინა ამერიკის სანაპიროდან, იყო შემთხვევა, როცა ერთ-ერთმა მტრედმა, მატსახელად „სისწრაფე“ (Velocity), 50 წუთში გადაიფრინა ერთი კუნძულიდან მეორეზე საშუალოდ 125 კმ/სთ სიჩქარით[10].

მესხეთე ეტაპზე, ტელეგრაფის, ტელეფონის, რადიოსა და ტელევიზორის შექმნის შედეგად გადავიდდა დიდი სივრცის გადალახვა.

პირველი ოპტიკური ტელეგრაფი 1792 წელს შექმნა ფრანგმა კლოდ შაპომ, რომელიც სინათლის სიგნალის დახმარებით გადასცემდა ინფორმაციას. მანამდე იყო მცდელობა ელექტროსტატიკური ტელეგრაფის შექმნისა ენევეაში, ესპანეთში,

ახალი პერიოდის



გერმანიაში. 1832 წელს რუსეთში შეიქმნა ელექტრომაგნიტური ტელეგრაფი, ხოლო 1833 წელს ანალოგიური გერმანიაში, 1837 წელს დიდ ბრიტანეთში და ამავე წელს აშშ-ში მორზემ დააპატენტა ელექტრო-მექანიკური ტელეგრაფი. მორზეს დამსახურება იმაში მდგომარეობს, რომ მან გამოიგონა ტელეგრაფის კოდი (შემდეგ „მორზეს კოდი“ უწოდეს), სადაც ალფაბეტის ასო წარმოდგენილი იყო წერტილისა და ტირეს კომბინაციით [11].

ამიერკავკასიაში პირველი ტელეგრაფის ხაზი თბილისსა და კოჯორს შორის 1858 წლის ზაფხულში ფირმა „სიმენსის“ მიერ იქნა გაყვანილი, ცნობილი ქართველი პოეტისა და საზოგადო მოღვაწის, გრიგოლ ორბელიანის თაოსნობითა და ხელმძღვანელობით. 1860 წლის 10 აგვისტოს თბილისმა და გორმა ერთმანეთს პირველი დეპეშები გაუცვალეს. სურამის ტელეგრაფის სადგური ექსპლუატაციაში შევიდა 19 აგვისტოს. თბილისში პირველი დეპეშა ქუთაისიდან გადასცეს 1860 წლის 10 სექტემბერს.

კომუნიკაციის ამ ტექნიკური საშუალების პრაქტიკულ მნიშვნელობაზე ყურადღებას ამახვილებდნენ დუშეთის ვაჭრები XIX საუკუნის 60-იანი წლების დასაწყისში, რომლებიც გრიგოლ ორბელიანთან ჩამოვიდნენ იმის სათხოვნელად, რომ ტელეგრაფის ხაზი დუშეთშიც გაეყვანათ. მათ ეს იმიტომ აინტერესებდათ, რომ ტელეგრაფით გაეგოთ „სად როგორ ფასობს საქონელი“. ამიტომაც მათ ტელეგრაფის გასაყვანი ხარჯების ნახევარი თვითონ შეაგროვეს მოსახლეობაში.

1860 წლის 5 ოქტომბერს ფოთიდან თბილისში გადაიცა პირველი დეპეშა. თბილისიდან ვლადიკავკაზამდე ტელეგრაფის ხაზის გაყვანა 1862 წლის 28 ოქტომბერს დამთავრდა. ვლადიკავკაზსა და პიატიგორსკს შორის დეპეშების გაცვლა დაიწყო 18 ნოემბერს, ხოლო თბილისიდან სტავროპოლში დეპეშების გადაცემა - 1863 წლის 12 იანვარს. 1863 წლის ივლისში თბილისმა უშუალოდ დაიწყო დეპეშების გადაცემა პეტერბურგში.

გრიგოლ ორბელიანის მიერ საქართველოში დაწყებული სატელეგრაფო ხაზების მშენებლობა შემდგომ წლებშიც გაგრძელდა. ვალტერ სიმენსმა 1865 წელს ტელეგრაფით თბილისი თეირანს დააკავშირა, შემდეგ კი ინდოეთის ქალაქ კალკუტას. 1868 წელს თბილისი ტელეგრაფით ბაქოს შეუერთდა [14].

საინტერესოა აკაკი წერეთლის სიტყვები, რომ ორბელიანის სახელი „საუკუნეების შემდეგ კიდევ უფრო გაიზრდება და ამადღდება, მომავალი დრო და თაობა გონების თვალთ შეხედავს გრიგოლ

ორბელიანს, როგორც ღირსეულ მამულიშვილს, რომლის სამარე ქაშუეთის ეკლესიის ციხეშივე დაკრძალული კი არ არის, არამედ ქართველი კაცის ნათესავი მხურვალე გულია“. ბუნებრივია, დიდი აკაკი გროგოლ ორბელიანის მარტო ლიტერატურულ მოღვაწეობას არ აფხვებდა ამ სიტყვებით, არამედ მასში გულისხმობდა იმ დამსახურებასაც, რაზეც ზემოთ ვისაუბრეთ.

პირველი ტელეფონი 1876 წელს, ალექსანდრ ბელმა აშშ-ში დააპატენტა. მას „მოლაპარაკე ტელეგრაფს“ ეძახდნენ. პირველი საერთაშორისო საუბარი ნიუ-იორკსა და ლონდონს შორის, ტრანსოკეანური სატელეფონო კაბელის მეშვეობით 1927 წელს შედგა [12]. 1894 წელს შესაძლებელი გახდა სატელეფონო კავშირი თბილისსა და GN-ის (ჩრდილოეთის დიდი სატელეგრაფო კომპანია) ქსელს შორის [4, გვ.13].

1895 წელს რუსი მეცნიერის ალექსანდრე პოპოვის მიერ გამოგონებულ იქნა აპარატი, რომელიც მსოფლიოში პირველ უკაბელო ტელეგრაფად, ანუ პირველ რადიომიმღებად ითვლება. ზოგიერთ ქვეყნებში თვლიან, რომ პირველი რადიომიმღები შექმნა იტალიელმა ინჟინერმა გულიელმო მარკონმა. 1896 წელს ანალოგიური აპარატი შექმნეს დიდ ბრიტანეთშიც [13].

1906 წლის 10 ოქტომბერს გამოგონებლებმა მაქს დიკმანმა და გ. ვლარემ დაარეგისტრირეს პატენტი გამოსახულების გადაცემაზე. 1907 წელს დიკმანის მიერ დემონსტრირებულ იქნა პირველი სატელევიზიო მიმღები, რომლის ეკრანის ზომა იყო 3X3 სმ. ამის შემდეგ სხვებმაც დაიწყეს ტელემიმღების გაუმჯობესება, ხოლო 1920-იან წლებში კომპანია „ბაირდ კორპორეიშენი“ (Baird Corporation) იყო ტელევიზორის პირველი მწარმოებელი მსოფლიოში. ცხადია შემდეგ თანდათანობით განვითარდა ტელევიზორის ხარისხი. მეოცე საუკუნის 80-იანი წლებიდან ტელევიზორის მწარმოებლებმა უკვე გულის გამაწყალებელი რეკლამების წინააღმდეგ გზების ძიება დაიწყეს. დღეისათვის უკვე არსებობს ტელევიზორისა და ვიდეომაგნიტოფონის რამდენიმე მოდელი, რომელსაც რეკლამის ბლოკირების ფუნქცია გააჩნია. ასევე, უკვე ფუნქციონირებს ციფრული ტელევიზორები, რომელთაც ვიდეომასალის დაბაზუზება და უკან გადახვევაც შეუძლით.

“მსოფლიო დაპატარავდა“ - ხშირია ასეთი ტერმინის გამოყენება ბოლო ათწლეულებში. დედამიწის ერთ ბოლოში მიმდინარე მოვლენებმა, სწორედ საინფორმაციო საშუალებებით შეძლო



გაგეგმვა მოხდინა პლანეტის სხვა, საკმაოდ მოშორებული კუთხეების ეკონომიკასა და საზოგადოებრივ მდგომარეობაზე. მოგვიანებით ამ სისტემათა გამართულმა მუშაობამ, კერძოდ, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმა, მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს ტოტალიტარული რეჟიმების იდეოლოგიურ დამარცხებაში. მას დიდი როლი უჭირავს ბიზნესის წინააღმდეგობის საკმეშიც.

კომპიუტერისა და ტელეკომუნიკაციების გამოგონებით დაიწყო კომუნიკაციის განვითარების ახალი - მეექვსე ეტაპი, რამაც შესაძლებელი გახადა წაშლი ასობით მილიონი და მილიარდი ოპერაციის შესრულება. მძლავრ დამამახსოვრებელ მოწყობილობებს, რომლებიც ასობით ათას გიგაბაიტს ითვლიან, არ აქვთ შემდგომი განვითარების საზღვარი. მათ პლანეტის ნებისმიერ წერტილში ტრანსკონტინენტური (გლობალური, რეგიონული) საკომუნიკაციო ქსელების საშუალებით ინფორმაციის გადაცემა და მიღება შეუძლიათ.

კომპიუტერის პირველი თაობა შეიქმნა 1950-1960-იან წლებში, მეორე თაობა - 1960-1970წლებში, მესამე თაობა - 1970-1980 წლებში. მესამე თაობის კომპიუტერის ბაზაზე ორგანიზება გაუკეთდა მრავალრიცხოვან დანიშნულებისა და ტიპის ინფორმაციულ-გამომთვლელ ქსელებს. კომპიუტერის გამოყენების აქცენტი გამოთვლითი სამუშაოებიდან ინფორმაციულზე გადავიდა. დიდი განვითარება ჰპოვა სხვადასხვა სახეობის ინფორმაციის შეტანა-გამოტანის მოწყობილობების დამზადებამ. კომპიუტერის მოდულურმა ორგანიზაციამ და მათი ოპერაციული სისტემის მოდულურმა აგებამ დიდი შესაძლებლობები შექმნეს გამოთვლითი სისტემების კონფიგურაციის შეცვლისათვის.

კომპიუტერის მეოთხე თაობა 1980-1990 წლებში შეიქმნა. რევოლუციურ მოვლენად ჩაითვალია დიდი და ზედიდე ინტეგრალური სკემების - მიკროპროცესორების და პერსონალური კომპიუტერების შექმნა. თანამედროვე პირობებში გამოიყენება IBM PC ტიპის კომპიუტერი. პირველი პერსონალური კომპიუტერი მიკროპროცესორებით "პენტიუმი" (Pentium) შეიქმნა 1994 წელს.

1990 წლიდან დღემდე კომპიუტერის მეხუთე თაობას უშვებენ. მეხუთე თაობის კომპიუტერში ძირითადი კონცეფცია მოკლედ შეიძლება ჩამოყალიბდეს შემდეგი სახით:

1. კომპიუტერები აგებული მიკროპროცესორებზე პარალელურ-ვექტორული სტრუქტურით, რომლებიც ერთდროულად

ასრულებენ ათობით მიმდევრობით პროგრამულ ინსტრუქციებს;

2. კომპიუტერები, რომლებიც პარალელურ პროცესორებზე, საშუალებას იძლევიან აიგოს ცოდნისა და მონაცემთა დამუშავების სისტემები, ეფექტური ქსელური კომპიუტერული სისტემები.

კომპიუტერების მეექვსე და შემდგომი თაობები იქნება ელექტრონული და ოპტოელექტრონული კომპიუტერები მასობრივი პარალელიზმით, ნეირონული სტრუქტურით, განაწილებული ქსელით (ათობით ათასი), ნეირონულ ბიოლოგიური სისტემის არქიტექტურის მოდელირებით. თანამედროვე პირობებში კომპიუტერის გამოყენების ძირითადი მიზანია მართვა და ინფორმაციული მომსახურება. ამჟამად სისტემები და კომპიუტერები ასრულებენ ინფორმაციულ-გამოთვლითი სისტემების ფუნქციებს.

თანამედროვე განვითარების პირობებში კომპიუტერის გარეშე შეუძლებელია ეფექტური მუშაობა, ამიტომ ყველა დარგის სპეციალისტი ფართოდ იყენებს პორტატიული ტიპის კომპიუტერებს, საოფისე და არასაოფისე პირობებში. თავისი შესაძლებლობის პირობებში პორტატიული კომპიუტერები არ ჩამოუვარდებიან საოფისე კომპიუტერებს. ოფისში მუშაობის პირობებში შეიძლება ჩვეულებრივი კლავიატურის და ვიდეომონიტორის მიერთება.

გლობალური კომპიუტერული ქსელის - ინტერნეტის შექმნა 1969 წელს დაიწყო.

1980-იანი წლების დასაწყისში წარმოიქმნა ელექტრონული ფოსტა და მასთან ფართოდ დაკავშირებული მომსახურება - კონფერენციები. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ამ პერიოდს მიეკუთვნება მრავალი ბიბლიოთეკის ჩართვა ინტერნეტში. საქართველოს ეროვნული ბიბლიოთეკა ამ ქსელში ჩართულია 2001 წლიდან.

ახალი ერა ინტერნეტში დაიწყო 1991 წლიდან, როდესაც ინტერნეტის შემადგენელ ნაწილად იქცა www (World Wide Web - მსოფლიო თობობას ქსელი, მსოფლიო აბლაბუდა, შემოკლებით web). მისი ტექნოლოგია ეყრდნობა პიპერტექსტურ და პიპერმედია ინფორმაციის ძიებასა და გაცვლას. Web ქსელი ძალიან პოპულარულია და იზრდება გაცილებით უფრო სწრაფად, ვიდრე თვითონ ინტერნეტი.

დასკვნის სახით შეიძლება ვთქვათ, რომ კომუნიკაციამ თავისი განვითარების მეტად ხანგრძლივი და საინტერესო გზა განვლო. ვხვდებით,

ახალი პერიოდის



რომ კომუნიკაციის ტექნიკური საშუალებების განვითარებას ბოლო არ უჩანს. ძნელი წარმოსადგენია სადამდე მივალთ. დღეისათვის წარმოდგენილია კომუნიკაციის საშუალებების გამოყენებლობით, მითუმეტეს კომპიუტერის

არცოდნით, რაიმე წარმატებას მიღწეის მიზნით ამიტომ თითოეული ახალგაზრდისათვის უმაღლესი განათლების მიღებაზეა ორიენტირებული, დღის წესრიგში დგას კომპიუტერის სწავლა.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. ასათიანი ა. 2008. *უმაღლესი სკოლის პედაგოგია*. თბილისი: სტუ.
2. ბერულავა ნ., გია კვაშილავას მსოფლიო მნიშვნელობის აღმოჩენა – ფესტოსის დისკოსა და მონათესავე დამწერლობების ამოკითხვა, ჟურნალი „ახალი ეკონომისტი“, №1, 2011წ.
3. მოვსესიანი ა.გ. ოგნიცევი ს.პ. 2003. *მსოფლიო ეკონომია*. სახელმძღვანელო, ტ.I. (რუსულიდან თარგმნა შ.ვეშაპიძემ). თბილისი: ვერუე.
4. ჩაგელიშვილი დ. 2000. *საქართველოს კავშირგაბმულობა მსოფლიოს საინფორმაციო კომუნიკაციის სისტემაში*. თბილისი: მერანი-3.
5. ჯაგოღანიშვილი თ. ჯაგოღანიშვილი ი. 2009. *ვერბალური კომუნიკაციები*. თბილისი: სტუ. [74]
6. www.euprera.org
7. www.prguide.ge
8. <http://ka.wikipedia.org/wiki/>
9. http://ru.wikipedia.org/wiki/Голубиная_почта
10. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Телеграф>
11. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Телефон>
12. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Радио>
13. Смолл М. 1991. Как делать деньги Москва: Молодая гвардия.
14. <http://forum.ge/?f=51&showtopic=34052244&st=30>



შოთა ვაშაკიძე
ეროვნული თავდაცვის აკადემიის
სრული პროფესორი



ლალი ოსაძე
ეროვნული თავდაცვის აკადემიის
ასისტენტ პროფესორი



სოსო გვცელაშვილი
გორის უნივერსიტეტის ბიზნესისა და
მართვის ფაკულტეტის I კურსის
მაგისტრანტი

ახალი პარონომისტი

ლოჯისტიკურ სისტემათა ელემენტებს შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია 'ინფორმაცია'. თუმცა 'ინფორმაცია' განიხილება როგორც ელემენტი მხოლოდ ლოჯისტიკური სისტემის დონეზე. უფრო დეტალური მიდგომისას ელემენტი 'ინფორმაცია' თავად გარდაიქმნება რთულ საინფორმაციო სისტემად, რომელიც შედგება სხვადასხვა ქვესისტემისგან.

ისევე, როგორც ნებისმიერი სხვა ქვესისტემა, საინფორმაციო სისტემა უნდა შედგებოდეს მოწესრიგებულად (მწყობრად) ურთიერთდაკავშირებული ელემენტებისგან და ჰქონდეს ინტეგრირებულ თვისებათა რაღაც ერთობლიობა. საინფორმაციო სისტემების დეკომპოზიცია შემადგენელ ელემენტებად შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვანაირად. ყველაზე ხშირად საინფორმაციო სისტემებს ყოფენ ორ ქვესისტემად: ფუნქციურად და უზრუნველყოფელად

ფუნქციური ქვესისტემა შედგება გადასატრეფი ამოცანების ერთობლიობისგან, რომელიც დაჯგუფებულია მიზნის ნიშნის მიხედვით. უზრუნველყოფელი ქვესისტემა თავის მხრივ მოიცავს შემდეგ ელემენტებს:

- ტექნიკური უზრუნველყოფა, ანუ ტექნიკურ საშუალებათა ერთობლიობა, რომელიც ახდენს

საინფორმაციო ნაკადების დამუშავებასა და გადაცემას;

- საინფორმაციო უზრუნველყოფა, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა ცნობარს, კლასიფიკატორს, კოდიფიკატორს, მონაცემთა ფორმალიზებული აღწერის საშუალებებს;

- მათემატიკური უზრუნველყოფა, ანუ ფუნქციურ ამოცანათა გადაჭრის მეთოდების ერთობლიობა. ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემები, როგორც წესი, ლოჯისტიკური პროცესების მართვის ავტომატიზებული სისტემებია, ამიტომ ლოჯისტიკურ საინფორმაციო სისტემებში მათემატიკური უზრუნველყოფა - ეს პროგრამებისა და პროგრამირების საშუალებათა ერთობლიობაა, რომელიც უზრუნველყოფს მატერიალური ნაკადების მართვის ამოცანათა გადაჭრას, ტექსტების დამუშავებას, საცნობარო მონაცემთა მიღებას და ტექნიკური საშუალებების ფუნქციონირებას.

ლოჯისტიკურ საინფორმაციო სისტემებში ელემენტებს შორის კავშირის ორგანიზაცია შეიძლება მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს ტრადიციული საინფორმაციო სისტემების ორგანიზაციისგან. ეს განპირობებულია იმით, რომ ლოჯისტიკაში საინფორმაციო სისტემები უნდა უზრუნველყოფდეს მატერიალური ნაკადის მართვის



ყველა ელემენტის ყოველმხრივ ინტეგრაციას, მათ ოპერატიულ და საიმედო ურთიერთქმედებას. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ლოჯისტიკურ სისტემათა საინფორმაციო-ტექნიკური უზრუნველყოფა განსხვავდება არა ტექნიკურ საშუალებათა ნაკრებისა და ინფორმაციის ხასიათით, რომელთაც მათ დასამუშავებლად იყენებენ, არამედ მეთოდებითა და პრინციპებით, მათ ასაგებად რომ იყენებენ.

ლოჯისტიკურ საინფორმაციო სისტემებს ყოველ სამ ჯგუფად:

- გეგმური;
- დისპოზიციური (ანუ დისპეტჩერული);
- აღმასრულებელი (ანუ ოპერატიული).

სხვადასხვა ჯგუფში არსებული ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემები განსხვავდება როგორც ფუნქციური, ისე უზრუნველყოფელი ქვესისტემებით. *ფუნქციური ქვესისტემები განსხვავდება გადასატრეელი ამოცანების შემადგენლობით. უზრუნველყოფელი ქვესისტემები შეიძლება განსხვავდებოდეს ყველა თავისი ელემენტით, ე.ი. ტექნიკური, ინფორმაციული და მათემატიკური უზრუნველყოფით. დაწვრილებით განვიხილოთ ცალკეული საინფორმაციო სისტემის სპეციფიკა.*

გეგმური საინფორმაციო სისტემები. ეს სისტემები იქმნება მართვის ადმინისტრაციულ დონეზე და გამოიყენება სტრატეგიული ხასიათის გრძელვადიანი გადაწყვეტილებების მისაღებად. გადასატრეელ ამოცანათა შორის შეიძლება იყოს შემდეგი:

- ლოჯისტიკური ჯაჭვის რგოლების შექმნა და ოპტიმიზაცია;
- პირობით-მუდმივი, ე.ი. ნაკლებად ცვალებადი მონაცემების მართვა;
- წარმოების დაგეგმვა;
- მარაგების საერთო მართვა;
- რეზერვების მართვა და სხვ. ამოცანები.

დისპოზიციური საინფორმაციო სისტემები. ეს სისტემები იქმნება საწყობის ან საამქროს მართვის დონეზე და გამოიყენება ლოჯისტიკური სისტემების მოწესრიგებული მუშაობის უზრუნველსაყოფად. აქ შეიძლება წყდებოდეს შემდეგი ამოცანები:

- მარაგების დეტალური მართვა (დასაწყობების ადგილებით);
- შიდასასაწყობო (ან შიდასაქარხნო) ტრანსპორტის განკარგვა;
- შეკვეთების მიხედვით ტვირთის გადარჩევა და მათი დაკომპლექტება, გასაგზავნი ტვირთის აღრიცხვა და სხვ. ამოცანები.

აღმასრულებელი საინფორმაციო

სისტემები.

ისინი იქმნება ადმინისტრაციული დონეზე ან ოპერატიული მართვის დონეზე. ამ სისტემების ინფორმაციის დამუშავება ხდება ტემპში, რასაც განსახდრავს ეგმ-ში მისი მიწოდების სიქარე. ეს ე.წ. მუშაობის რეჟიმი დროის რეალურ მასშტაბში საშუალებას იძლევა მივიღოთ აუცილებელი ინფორმაცია ტვირთის მოძრაობაზე დროის მიმდინარე მომენტში, რათა დროულად გაიცეს შესაბამისი ადმინისტრაციული და სამართი ზემოქმედება მართვის ობიექტზე. ამ სისტემებით შეიძლება გადაწყდეს სხვადასხვაგვარი ამოცანა, რომლებიც დაკავშირებულია მატერიალური ნაკადების კონტროლთან, წარმოების მომსახურების ოპერატიულ მართვასთან, გადაადგილების მართვასთან და ა.შ.

ზემოთ განვიხილეთ სხვადასხვა სახის საინფორმაციო სისტემის თავისებურებები მათი ფუნქციური ქვესისტემების ზრიალში, მაგრამ, როგორც ითქვა, *განსხვავება არის უზრუნველყოფელ ქვესისტემებშიც. დაწვრილებით შევჩერდეთ გეგმური, დისპოზიციური და აღმასრულებელი საინფორმაციო სისტემების პროგრამული უზრუნველყოფის დამახასიათებელ თავისებურებებზე.*

მატერიალური ნაკადების მართვის მრავალდონიანი ავტომატიზებული სისტემების შექმნა დაკავშირებულია მნიშვნელოვან დანახარჯებთან ძირითადად პროგრამული უზრუნველყოფის შემუშავების სფეროში, რომელიც ერთი მხრივ, უნდა უზრუნველყოფდეს სისტემის მრავალფუნქციურობას, ხოლო, მეორე მხრივ - მისი ინტეგრაციის მაღალ ხარისხს. ამასთან დაკავშირებით ავტომატიზებული მართვის სისტემების შექმნისას ლოჯისტიკის სფეროში უნდა ვიკვლევდეთ შედარებით იაფი სტანდარტული პროგრამული უზრუნველყოფის გამოყენების შესაძლებლობას მისი ადაპტაციით ადგილობრივ პირობებთან.

დღესდღეობით იქმნება საკმაოდ სრულყოფილი პროგრამების მაკეტები, თუმცა ისინი გამოსადეგია საინფორმაციო სისტემების არა ყველა სახეში. ეს დამოკიდებულია მატერიალური ნაკადების მართვისას გადასატრეელი ამოცანების დონეზე.

განსაკუთრებით მაღალია სტანდარტიზაციის დონე ამოცანათა გადაჭრისას გეგმურ საინფორმაციო სისტემებში, რაც საშუალებას იძლევა აქ ნაკლები სიძნელით მოვახდინოთ სტანდარტული პროგრამული უზრუნველყოფის

ახალი ამონაბეჭდი



ადაპტირება. დისპოზიციურ საინფორმაციო სისტემებში პროგრამების სტანდარტული პაკეტის მისადაგების შესაძლებლობას განვიხილავთ ქვემოთ. ეს გამოწვეულია სხვადასხვა მიზეზით, მაგალითად:

- საწარმოებში საწარმოო პროცესი იქმნებოდა ისტორიულად და ძნელად ექვემდებარება მნიშვნელოვან ცვლილებებს სტანდარტიზაციისათვის;

- სხვადასხვა მომხმარებლის მონაცემთა დასამუშავებელი სტრუქტურა არსებითად განსხვავდება ერთმანეთისგან.

აღმასრულებელ საინფორმაციო სტრუქტურებში მართვის ოპერატიულ დონეზე, როგორც წესი, იყენებენ ინდივიდუალურ პროგრამულ უზრუნველყოფას.

სისტემური მიდგომის პრინციპების შესაბამისად, ნებისმიერ სისტემას თავიდან უნდა ვიკვლევდეთ გარემოსთან ურთიერთობაში, ხოლო შემდეგ - თავისი სტრუქტურის შიგნით. ამ პრინციპს - სისტემის შექმნის ეტაპებზე თანამიმდევრული წინსვლის პრინციპს - უნდა ვიცავდეთ ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემების დაპროექტების დროსაც.

სისტემური მიდგომის პოზიციიდან ლოჯისტიკის პროცესში *სამ დონეს* გამოყოფენ *პირველი დონე* - სამუშაო ადგილი, სადაც ხორციელდება ლოჯისტიკური ოპერაცია მატერიალურ ნაკადზე, ანუ გადაადგილდება, გადმოიტვირთება, იფუთება და ა.შ. მატერიალური ნაკადის სატვირთო ერთეული, დეტალი ან ნებისმიერი სხვა ელემენტი.

მეორე დონე - უბანში, საამქროში, საწყობში, სადაც ხდება ტვირთის ტრანსპორტირების პროცესი, განთავსდება სამუშაო ადგილები.

მესამე დონე - მთლიანობაში ტრანსპორტირების და გადაადგილების სისტემა, რომელიც მოიცავს მოვლენათა ჯაჭვს, რომლის დასაწყისად შეიძლება ჩავთვალოთ ნედლეულის გადმოტვირთვის მომენტი მიმწოდებლის მიერ. ეს ჯაჭვი მთავრდება მზა ნაკეთობების მიწოდებისას მოხმარების ადგილას.

გვემურ საინფორმაციო სისტემაში წყდება ამოცანები, რომლებიც ლოჯისტიკურ სისტემას აკავშირებს ერთობლივ მატერიალურ ნაკადთან. ამასთანავე ხორციელდება გამჭვირვალე დაგეგმვა ჯაჭვში 'გასაღება - წარმოება - მომარაგება', რაც საშუალებას იძლევა შევქმნათ ბაზრის მოთხოვნებზე აგებული წარმოების ორგანიზაციის ეფექტიანი სისტემა საჭირო მოთხოვნების გაცემით საწარმოს მატერიალურ-ტექნიკური

უზრუნველყოფის სისტემაში. ექვემდებარები სისტემები, ასე ვთქვათ, 'ერთგვარადასრულებს ლოჯისტიკურ სისტემაში, ერთობლივ მატერიალურ ნაკადში.

დისპოზიციური და აღმასრულებელი სისტემები დასახული გეგმების დაზუსტებას (დეტალიზებას) ახდენს და უზრუნველყოფას მათ შესრულებას ცალკეულ საწარმოო უბნებზე, საწყობებში, აგრეთვე კონკრეტულ სამუშაო ადგილებში.

ლოჯისტიკური კონცეფციის შესაბამისად საინფორმაციო სისტემები, რომლებიც მიეკუთვნება სხვადასხვა ჯგუფს, ინტეგრირდება ერთიან საინფორმაციო სისტემად. ასხვავებენ ვერტიკალურ და პორიზონტალურ ინტეგრაციას.

ვერტიკალურ ინტეგრაციად მიიჩნევა კავშირი გეგმურ, დისპოზიციურ და აღმასრულებელ სისტემებს შორის ვერტიკალური საინფორმაციო ნაკადების მეშვეობით.

პორიზონტალურ ინტეგრაციად ითვლება კავშირი ამოცანათა ცალკეულ კომპლექსებს შორის დისპოზიციურ და აღმასრულებელ სისტემებში პორიზონტალური საინფორმაციო ნაკადების მეშვეობით.

მთლიანობაში ინტეგრირებული საინფორმაციო სისტემების უპირატესობა მდგომარეობს შემდეგში:

- იზრდება ინფორმაციის გაცვლის სიჩქარე;
- მცირდება აღრიცხვაში შეცდომათა რაოდენობა;
- მცირდება არამწარმოებლური 'ქაღალდის' სამუშაო;
- ერთმანეთს ეთვისება ადრე განცალკევებული საინფორმაციო ბლოკები.

ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემების აგებისას ეგმების ბაზაზე აუცილებელია დავიცვათ გარკვეული პრინციპები.

1. აპარატული და პროგრამული მოდულების გამოყენების პრინციპი. აპარატულ მოდულში გულისხმობენ რადიოელექტრონული აპარატის ფუნქციურ უნიფიცირებულ კვანძს, რომელიც შესრულებულია დამოუკიდებელი ნაკეთობის სახით. პროგრამული უზრუნველყოფის მოდულად შეიძლება ჩაითვალოს უნიფიცირებული, გარკვეული ხარისხით დამოუკიდებელი პროგრამული ელემენტი, რომელიც ასრულებს რაიმე ფუნქციას საერთო პროგრამულ უზრუნველყოფაში. პროგრამული და აპარატული მოდულების გამოყენების პრინციპის დაცვა საშუალებას იძლევა:

ახალი პერიოდის



– უზრუნველყოთ გამომთვლელი ტექნიკის და პროგრამული უზრუნველყოფის თავსებადობა მართვის სხვადასხვა დონეზე;

– ავამდლოთ ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემების ფუნქციონირების ეფექტიანობა;

– შევამციროთ მათი ღირებულება;

– დავანქაროთ მათი აგება.

2. სისტემის ეტაპობრივი შექმნის შესაძლებლობის პრინციპი. ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემები, რომლებიც აგებულია ეგზ-ების ბაზაზე, ისევე როგორც მართვის სხვა ავტომატიზებული სისტემები, არის მუდმივად განვითარებადი. ეს ნიშნავს, რომ მათი დაპროექტებისას აუცილებელია გავითვალისწინოთ ავტომატიზაციის ობიექტების რიცხვის მუდმივი ზრდის შესაძლებლობა, საინფორმაციო სისტემის მიერ რეალიზებული გადასატრედი ამოცანების ფუნქციების და რაოდენობის შემადგენლობის გაფართოების შესაძლებლობა. ამასთანავე, მხედველობაში უნდა მივიღოთ, რომ სისტემის შექმნის ეტაპების განსაზღვრა, ანუ პირველი რიგის ამოცანების არჩევა, დიდ გავლენას ახდენს ლოჯისტიკური საინფორმაციო სისტემის შემდგომ განვითარებაზე, ასევე მისი ფუნქციონირების ეფექტიანობაზე.

3. პირაპირის ადგილის მკაფიო დადგენის პრინციპი. მატერიალური და საინფორმაციო ნაკადების პირაპირის ადგილებში ისინი ღახავენ საწარმოს ცალკეული ქვეგანყოფილებების ან დამოუკიდებელი ორგანიზაციების უფლებამოსილებისა და პასუხისმგებლობის საზღვრებს. შეპირაპირების ადგილების მწყობრი დაძლევის უზრუნველყოფა ლოჯისტიკის ერთ-ერთი უმთავრესი ამოცანაა.

4. სისტემის მოქნილობის პრინციპი კონკრეტული გამოყენების სპეციფიკურ მოთხოვნათა თვალსაზრისით.

5. მომხმარებლისთვის დიალოგის 'ადამიანი – მანქანა' სისტემის მისაღებობის პრინციპი.

თუკი საინფორმაციო სისტემაში ხორციელდება ინფორმაციის ავტომატიზებული დამუშავება, ტექნიკური უზრუნველყოფა მოიცავს ელექტრონულ-გამომთვლელ ტექნიკას და მის კავშირგაბმულობის საშუალებებს ერთმანეთს შორის. ტექნიკური უზრუნველყოფის ძირითადი ნაწილი ასეთ შემთხვევაში არის ეგმ.

თანამედროვე ელექტრონული გამომთვლელი მანქანის ერთ-ერთი ძირითადი ბლოკია პროცესორი – მოწყობილობა, რომელიც ახორციელებს მონაცემთა დაპროგრამებულ დამუშავებას.

ელექტრონიკის განვითარებამ საშუალება მოგვცა გვეწარმოებინა ძალიან მცირე პროცესორები, რომელთაც აქვს საკმარისი და მეხსიერების მოცულობა. ეგმ, რომელიც შესრულებულია მიკროპროცესორების ბაზაზე, განეკუთვნება მიკრო-ეგმ-ს. მათგან იმათ, ვისაც აქვს არაკვალიფიციურ მომხმარებელთან ურთიერთობის განვითარებული სერვისი, სამეცნიერო-პოპულარულ და სამეცნიერო (ლიტერატურაში უწოდებენ კომპიუტერებს.

ლოჯისტიკის ფართო შედგენა ეკონომიკის სფეროში მნიშვნელოვანწილად განპირობებულია მატერიალური ნაკადების მართვის კომპიუტერიზაციით. კომპიუტერი გახდა ორგანოების ყოველდღიური ელემენტი სხვადასხვაგვარი მუშაკისთვის, ისწავლეს მისი მოხმარება, მისი ირწმუნეს. კომპიუტერების პროგრამული უზრუნველყოფა შესაძლებლობას იძლევა ყოველ სამუშაო ადგილზე გადაჭრან ინფორმაციის დამუშავების რთული საკითხები. მიკროპროცესორული ტექნიკის ეს უნარი საშუალებას იძლევა, სისტემური პოზიციიდან მიუღვეთ მატერიალური ნაკადების მართვას, უზრუნველყოთ დიდი მოცულობის ინფორმაციის დამუშავება და ურთიერთგაცვლა ლოჯისტიკური პროცესის სხვადასხვა მონაწილეს შორის.

მიკროპროცესორული ტექნიკის რაოდენობრივი მანქნებლების სრულყოფამ, ისეთების, როგორებიცაა: პროცესორის სისწრაფე, მეხსიერების მოცულობა, კომპიუტერთან მუშაობის სიმარტივე. გამომთვლელი ტექნიკის ღირებულება და სხვ., უზრუნველყო სხვადასხვა მონაწილის ინტეგრაციის ხარისხობრივი შესაძლებლობა ერთ სისტემაში. ამასთან ერთად, მხედველობაში უნდა მივიღოთ, რომ ამ მონაწილეთაგან თითოეული ოპერირებს ინფორმაციის დიდი მოცულობით.

ეგმურ და ნაწილობრივ დისპოზიციურ საინფორმაციო სისტემებში ლოჯისტიკური ინფორმაციის დამუშავება ხორციელდება გამომთვლელ ცენტრებში ან სამუშაო ადგილებზე განყოფილებებში სპეციალისტების მიერ. აქ გადასაწყვეტ ამოცანათა ერთობლიობა დამოკიდებულია საერთო ლოჯისტიკურ პროცესში მონაწილის როლზე.

აღმასრულებელ საინფორმაციო სისტემებში ხდება მატერიალური ნაკადების ოპერატიული მართვა. ამ სისტემებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ინფორმაციის დაფიქსირება და დამუშავება მატერიალური ნაკადის გავლის ტემპში. ამ დროს წარმოშობილი ამოცანების გადაჭრა ხშირად შესაძლებელია მხოლოდ თანამედროვე

ახალი ეპონომისტი



ტექნიკის და ტექნოლოგიის ნაკრების გამოყენებისას, ინფორმაციის დამუშავებისა და გადაცემისას დროის რეალური მასშტაბის რეჟიმში.

ლოჯისტიკური ჯაჭვის ყოველ რგოლში გაივლის დიდი ოდენობის ერთეული საქონელი. ამასთან ერთად, თითოეული რგოლის შიგნით საქონელი მრავალგზის გადაინაცვლებს შენახვისა და დამუშავების ადგილებზე. საქონლის მოძრაობის მთელი სისტემა – ესაა უწყვეტად პულსირებადი დისკრეტული ნაკადები, რომელთა სიჩქარე დამოკიდებულია როგორც წარმოების პოტენციალსა (სიმძლავრესა) და შეკვეთების რიტმულობაზე, არსებული მარაგების ზომებზე, ასევე რეალიზაციისა და მოხმარების სიჩქარეზე. იმისთვის, რომ გეჰონდეს შესაძლებლობა ეფექტიანად ემართოს ეს დინამიკური ლოჯისტიკური სისტემა, აუცილებელია დროის ნებისმიერ მომენტში გეჰონდეს ინფორმაცია დეტალური ასორტიმენტით შემაჯავ და გამომავალ მატერიალურ ნაკადებზე, აგრეთვე მის შიგნით მოძრავ მატერიალურ ნაკადებზე.

როგორც საზღვარგარეთული და სამამულო გამოცდილება მოწმობს, ეს პრობლემა წყდება ლოჯისტიკური ოპერაციების განხორციელებისას მიკროპროცესორული ტექნიკის მატერიალურ ნაკადთან გამოყენების გზით, რომელსაც უნარი შესწევს მოახდინოს ცალკეული სატვირთო ერთეულის იდენტიფიცირება (ამოცნობა). საუბარია მოწყობილობაზე, რომელსაც შეუძლია სხვადასხვაგვარი შტრიხული კოდის სკანირება. ეს მოწყობილობა საშუალებას იძლევა მივიღოთ ინფორმაცია ლოჯისტიკურ ოპერაციაზე მისი მოხდენის მომენტში და ადგილზე – სამრეწველო საწარმოების, საბითუმო ბაზების, მაღაზიების საწყობებში, ტრანსპორტში. მიღებული ინფორმაცია მუშავდება დროის რეალური მასშტაბის რეჟიმში, რაც საშუალებას აძლევს მმართველ სისტემას რეაგირება მოახდინოს მასზე ოპტიმალურ ვადებში.

ინფორმაციის ავტომატიზებული ნაკრები დამყარებულია სხვადასხვა სახის შტრიხულ კოდზე, რომელთაგან თითოეულს აქვს თავისი ტექნიკური უპირატესობა. მაგალითად, კოდი მართკუთხა კონტურით 1თ - 14 იბეჭდება სხვა კოდებზე ადვილად, რაც საშუალებას იძლევა გამოვიყენოთ იგი ვოფირირებულ საფუთავზე. იგი იხმარება სასაქონლო პარტიის კოდირებისთვის .

ინფორმაციის შეზღუდულ ზედაპირზე კოდირებისთვის შეიძლება გამოვიყენოთ კოდი '2 5-დან მონაცვლეობით'.

ლოჯისტიკაში სხვა კოდებზე დამატებით შეიძლება გამოვიყენოთ კოდი 128 ამ კოდით

შეიძლება მოვახდინოთ პარტიის კოდის დამზადების თარიღის, რეალიზაციის ვადის და ა.შ. კოდირება.

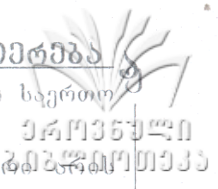
მიმოქცევის სფეროში ფართო გამოყენება პოვა კოდმა -მა, რომელიც ხშირად შეიძლება შეგხვდეთ მასობრივი მოხმარების საქონელზე. დაწვრილებით შეენერდეთ კოდი -ის გამოყენების ტექნოლოგიაზე ლოჯისტიკურ პროცესებში.

არსებობს კოდი -ის ალფაბეტი, რომელშიც თითოეულ ციფრს შეესაბამება შტრიხების და ხარვეზების გარკვეული ნაკრები. საქონლის წარმოებაში ჩაშვების ეტაპზე მას ენიჭება 13-ნიშნაანი ციფრული კოდი და იგი შტრიხებისა და ხარვეზების სახით შემდგომში დატანილი იქნება ამ საქონელზე. პირველი ორი ან სამი ციფრი ნიშნავს ქვეყნის კოდს, რომელიც მიანიჭა მას -ის ასოციაციამ დადგენილი წესით. მიღებულია კოდის ამ ნაწილს ეწოდოს დროშა. წარმოგიდგინო სხვადასხვა ქვეყნის შტრიხ-კოდს

ასოციაციის მიერ ქვეყნებისთვის მინიჭებული კოდები

ქვეყანა	ოდი EAN (დროშა)
აშშ	00-09
ისრაელი	729
საფრანგეთი	30-37
შვედეთი	73
ბულგარეთი	380
გვატემალა, პონდურასი, ნიკარაგუა, კოსტა-რიკა, პანამა	740-745
სლოვენია	383
ხორვატია	385
გერმანია	400-440
მექსიკა	750
რუსეთი	460-469
ვენესუელა	759
ლატვია	4605
შვეიცარია	76
ტაივანი	471
კოლუმბია	770
ესტონეთი	474
ურუგვაი	773
ფილიპინები	480
პერუ	775
პონგ კონგი	489
არგენტინა	779

ახალი ეკონომისტი



იაპონია	45, 49
ჩილე	780
ინგლისი	50
ეკვადორი	786
საბერძნეთი	520
ბრაზილია	789
კვიპროსი	529
იტალია	80-83
მალტა	535
ესპანეთი	84
ირლანდია	539
კუბა	850
ბელგია და ლუქსემბურგი	54
ჩეხეთი და სლოვაკეთი	859
იუგოსლავია	860
პორტუგალია	560
თურქეთი	869
ისლანდია	569
ნიდერლანდები	87
დანია	57
სამხრეთ კორეა	880
პოლონეთი	590
ტაილანდი	885
უნგრეთი	599
სინგაპური	888
სარ	600-601
ინდონეზია	899
მაროკო	611
ავსტრია	90-91
ფინეთი	64
ავსტრალია	93
ჩინეთი	690
ახალი ზელანდია	94
ნორვეგია	70
მალაიზია	955

შემდეგი ოთხი ციფრი – საქონლის დამამზადებლის ინდექსია. ქვეყნისა და დამამზადებლის კოდების ერთობლიობა ციფრთა უნიკალური კომბინაციაა, რომელიც ერთმნიშვნელოვნად ახდენს მარკირებული საქონლის გამომშვეები წარმოების იდენტიფიცირებას.

კოდის დარჩენილი ციფრები მიეწოდება დამამზადებელს თავისი პროდუქციის კოდირებისთვის საკუთარი შეხედულებისამებრ. ამავე დროს, კოდირება შეიძლება უბრალოდ დავიწყოთ ნულიდან და გავაგრძელოთ 99 999-მდე. ამგვარად, კოდი EAN-ის პირველი ოცი ციფრი ერთმნიშვნელოვნად ახდენს ნებისმიერი საქონლის

იდენტიფიცირებას სასაქონლო მასის ხაერით ერთობლიობაში.

კოდის ბოლო – მე-13 – ციფრი საკონტროლო. ის გამოითვლება სპეციალური ალგორითმით წინა თორმეტი ციფრის საფუძველზე. შტრიხული კოდის ერთი ან რამდენიმე ციფრის არასწორი გაშიფრვა მიგვიყვანს იქამდე, რომ ვგმ, გამოითვლის რა თორმეტი ციფრით საკონტროლოს, აღმოაჩენს მის შეუსაბამობას საკონტროლო ციფრთან, რომელიც დატანილია საქონელზე. სკანირების მიღება არ დადასტურდება და კოდის გამოთვლა მოგვიხდება ხელახლა. ამგვარად, საკონტროლო ციფრი უზრუნველყოფს შტრიხული კოდის საიმედო მოქმედებას და მთელი სისტემის მდგრადობისა და საიმედოობის გარანტიას.

ჩატარებული გამოკვლევები გვიჩვენებს, რომ კომპიუტერის კლავიატურიდან ხელით შეყვანილი საქონლის მონაცემები შეიცავს საშუალოდ ერთ შეცდომას ყოველ 300 შეყვანილ ნიშანზე. შტრიხული კოდების გამოყენებისას ეს მაჩვენებელი მცირდება 1 შეცდომამდე 3 მლნ ნიშანზე. ერთი ასეთი შეცდომის გამოსაფლენ და აღსაკვეთ შედეგზე მუშაობის საშუალო ღირებულება მენეჯმენტის ამერიკულმა ასოციაციამ 25 დოლარად განსაზღვრა. სხვა გამოკვლევების თანახმად, ერთი შეცდომის ფასი 100 დოლარს აჭარბებს.

მონაცემთა შტრიხული კოდირების და მონაცემების შეკრების ტექნოლოგიას საფუძველად უდევს მარტივი ფიზიკური კანონები. შტრიხული კოდი წარმოადგენს სხვადასხვა სიგანის იმ მუქი და ნათელი სარტყლების მონაცვლეობას, რომლებიც აგებულია გარკვეული წესების შესაბამისად. შტრიხული კოდის გამოსახულება კეთდება საგანზე, რომელიც სისტემაში მართვის ობიექტია. ამ საგნის სარეგისტრაციოდ ატარებენ სკანირების ოპერაციას. ამასთანავე მცირე ნათელი ლაქა ან ღაზერის სხივი მასკანირებელი მოწყობილობიდან მოძრაობს შტრიხულ კოდზე, გადაკვეთს რა მონაცვლეობით მუქ და ნათელ სარტყლებს. ნათელი სარტყლებიდან ასახულ სინათლის სხივს იჭერს შუქმგრძობიარე მოწყობილობა და გარდაქმნის დისკრეტულ ელექტრონულ სიგნალად. მიღებული სიგნალის ვარიაციები დამოკიდებულია ასახული სინათლის ვარიაციებზე. ეგმ, გაშიფრავს რა ელექტრონულ სიგნალს, გარდაქმნის მას ციფრულ კოდად.

საქონლის ციფრული კოდი, როგორც წესი, თავისთავად მის თვისებებზე ინფორმაციას არ შეიცავს. უნიკალური 12-ნიშნის რიცხვი მხოლოდ უჯრედის ის მისამართია ეგმ-ის



ოფსეტური ლითოგრაფია, **საქონლის** მატრიცული ბეჭდვა და სხვ. **საქონლის**

თუკი მიმწოდებლის ეგმ-სა და საქონლის მიმღების ეგმ-ს შორის არსებობს ელექტრონული კავშირი, მაშინ ინფორმაცია საქონლის კოდებზე, რომელიც პარტიას შეადგენს, მათ რაოდენობაზე, აგრეთვე საქონლის მონაცემთა ბაზაზე ავტომატურად გადაეცემა. თუკი ასეთი კავშირი არ არსებობს, მაშინ ინფორმაცია გადაეცემა მაგნიტურ დისკებს. აუცილებლობის შემთხვევაში ინფორმაციის გადაცემის ელექტრონული ტექნოლოგია შეიძლება შეივსოს (ქაღალდის საფუძველზე) თანდართული დოკუმენტების გახსნით.

მიმღების საწყობში საქონლის მიღების დროს ხდება შტრიხული კოდის სკანირება სპეციალური მოწყობილობის დახმარებით. ეს შეიძლება იყოს კონტაქტური სკანერ-ფანქარი, პორტატიული ლაზერული სკანერი ან სტაციონარული მასკანირებელი მოწყობილობა. საქონლის რაოდენობას სასაქონლო კოდების ჭრილში იმასსოვრებენ მონაცემთა შეკრების გადამტანი მოწყობილობით. შემდეგ ეს ინფორმაცია გადაიტვირთება ეგმ-ის სასაწყობში, სადაც აღარებენ პარტიაზე მონაცემებს, რომლებიც მიიღეს მოქნილი მაგნიტური დისკით ან ელექტრონული კავშირის ქსელით.

მაღაზიაში საქონლის გაყიდვისას მოღარე ითვლის შტრიხულ კოდს მყიდველის მიერ არჩეული ნაკეთობიდან. დაახლოებით 2 წამი მიდის საქონლის სკანირებაზე და მისი სასაქონლო კოდის იდენტიფიკაციაზე. ამის შემდეგ საღარო-კომპიუტერი, მოძენის რა მესხიერებაში ფასს და ნაკეთობის სხვა აუცილებელ რეკვიზიტებს, გამოიტანს მათ ეკრანზე და ბეჭდავს ჩეკს.

საღარო-კომპიუტერის მიერ ჩეკის გაცემის მომენტში სექციის მთავარი კომპიუტერი იღებს თავის მესხიერებაში ინფორმაციას, რომ ეს საქონელი გაიყიდა. საქონლის მიღებას საწყობიდან და მათ რეალიზაციას ეს კომპიუტერი ახდენს მათემატიკური კავშირით მასივებთან მათი არსებობის კართოტეკაში. ამგვარად, სისტემა პერმანენტულად უზრუნველყოფს საქონლის არა მარტო ჯამურ, არამედ რაოდენობრივ აღრიცხვასაც, რის ორგანიზებაც შეუძლებელია საქონლის კოდირების გარეშე.

საქონლის რეალიზაციის რაოდენობრივი აღრიცხვა გამოიყენება სავაჭრო ასორტიმენტის დროული შევსებისთვის. ელექტრონული ქსელით ავტომატურად შედგენილ და გადაცემულ შეკვეთას საქონლის შეტანაზე მაღაზიაში ან სავაჭრო

მესხიერებაში, რომელიც შეიცავს ყველა ცნობას ამ საქონელზე. ეს აუცილებელია მანქანაწასაკითხი დოკუმენტებისთვის. ამ ცნობათა ერთობლიობა ქმნის ეგრეთ წოდებულ მონაცემთა ბაზას საქონელზე. შემდგომში მონაცემთა ბაზა უნდა გადაეცეს საქონელმომძრაობის ჯაჭვს ელექტრონული კავშირის ქსელით ან მანქანაწასაკითხ მატარებლებს.

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის მქონე ქვეყნებმა 20 წელზე მეტი ხნის წინ დაიწყეს - ს შემუშავება და დანერგვა. იგი დამყარებულია საქონლის მონაცემთა ავტომატიზებულ ნაკრებზე.

საგარეო ვაჭრობის სფეროში შტრიხული კოდის არსებობა საქონელზე სავალდებულო მითხოვნაა საექსპორტ საქონლის მიწოდებისას. კოდის უქონლობა მნიშვნელოვანი ხარისხით გავლენას ახდენს პროდუქციის კონკურენტუნარიანობაზე, ზოგჯერ კი მის რეალიზაციას შეუძლებელს ხდის.

საქონელმომძრაობის ავტომატიზებული მართვის ღია სისტემებმა შტრიხული კოდის გამოყენებით ფართო აღიარება პოვა დასავლეთ ევროპის მრავალ ქვეყანაში, ასევე აშშ-ში, იაპონიაში და აღმოსავლეთის რიგ ქვეყნებში.

ACY-ს ეფექტიანობას, რომელიც დამყარებულია შტრიხული კოდების სკანირებაზე, კარგად გვიჩვენებს მსხვილი ამერიკული სავაჭრო კომპანიის 'მარტ ჩორპორაციონ' მაგალითი. ეს კომპანია ფართოდ იყენებს საქონელმომძრაობის მართვის სისტემას, რომელიც დაფუძნებულია შტრიხული კოდებიდან საქონელზე ინფორმაციის ავტომატიზებული დათვლის ბაზაზე. ეს ტექნოლოგია საშუალებას იძლევა შეუცდომლად განვსაზღვროთ, რომელი საქონელი (მაგალითად, გარკვეული ფერის და ზომის ჯინსები), რა რაოდენობით, სად და როდის უნდა მიაწოდონ და რა ფასად გაყიდონ, რათა ამან მოგება მოუტანოთ. თუკი მხედველობაში მივიღებთ, რომ აშშ-ის სხვადასხვა რეგიონში კომპანია ემსახურება 2200-ზე მეტ მაღაზიას, მაშინ ორიენტირებულად შევაფასებთ მმართველი სისტემის შესაძლებლობებს.

როგორც ითქვა, საქონელზე მონაცემთა ბაზა ეალიბდება საწარმო-დამამზადებლის ნაკეთობის წარმოებაში ჩაშვების და მისთვის კოდის მინიჭების პერიოდში. მზა ნაკეთობაზე სხვადასხვა საშუალებით კეთდება შტრიხული კოდი, რომელიც შეესაბამება ციფრულ კოდს.

არსებობს შტრიხული კოდის ბეჭდვის სხვადასხვა ტექნოლოგია, მათ შორის მასტერფილმები (ფოტოფირების შაბლონები),

ახალი კომპიუტერული



დარბაზში მათ მიწოდებაზე ითვალისწინებს თითოეულ სავაჭრო პოზიციაზე ჩამოყალიბებული მოთხოვნა.

ლოჯისტიკაში შტრისული კოდების ავტომატიზებული იდენტიფიკაციის გამოყენების ტექნოლოგია საშუალებას იძლევა მნიშვნელოვნად გავაუმჯობესოთ მატერიალური ნაკადების მართვა ლოჯისტიკური პროცესის ყველა ეტაპზე. აღვნიშნავთ მის ძირითად უპირატესობებს.

წარმოებაში:

- ერთიანი აღრიცხვისა და კონტროლის სისტემის შექმნა ნაკეთობების და მისი მაკოპლექტებელი ნაწილების მოძრაობისას ყოველ უბანზე, აგრეთვე მთლიანობაში ლოჯისტიკური პროცესის მდგომარეობისთვის;

- დამხმარე პერსონალის და სააღრიცხვო დოკუმენტაციის რაოდენობის შემცირება, შეცდომების გამორიცხვა.

- სასაწყობო მეურნეობაში:
- მატერიალური ნაკადის მონიტორინგის ავტომატიზაცია და კონტროლის ავტომატიზაცია;
 - მატერიალური მარაგების ინვენტარიზაციის პროცესის ავტომატიზაცია;
 - მატერიალურ და ინფორმაციულ ნაკადებზე ლოჯისტიკური ოპერაციების დროის შემცირება.
- ვაჭრობაში:
- მატერიალური ნაკადის ერთიანი აღრიცხვის სისტემის შექმნა;
 - საქონლის შეკვეთისა და ინვენტარიზაციის ავტომატიზაცია;
 - მყიდველთა მომსახურების დროის შემცირება

გამოყენებული ლიტერატურა:

<http://www.medgeo.net/tag/>

%E1%80%A8%E1%80%A2%E1%80%AC%E1%80%B8%E1%80%AE%E1%80%99%E1%80%8D%E1%80%B8%E1%80%94%E1%80%9E%E1%80%B8

ახალი პერიოდიკა



ბუბული ყურაშვილი
სტუ-ს ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის დეპარტამენტი, ასოცირებული პროფესორი

თამარ ბერიძე
სტუ-ს ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის დეპარტამენტი, ასოცირებული პროფესორი

ასილი ეკონომისტი

საქართველოში თვითმმართველობის ინსტიტუტების შემდგომ განვითარებას რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებასა და პრაქტიკულ რეალიზაციას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, რაც განპირობებულია, ქვეყნის ბუნებრივ-გეოგრაფიული, სოციალურ-დემოგრაფიული, ეკონომიკური ფაქტორებისა და პირობების, რეგიონებს შორის დიდი განსხვავებულობით, აგრეთვე იმ ნეგატიური ზეგავლენით, რომელიც მოახდინა რუსეთის 2008 წლის ომმა საქართველოსთან და მსოფლიო ეკონომიკურმა კრიზისმა როგორც მთლიანად ქვეყანაზე, ასევე მის ცალკეულ რეგიონებზე.

თანამედროვე ეტაპზე, როდესაც ჯერ კიდევ არაა ჩამოყალიბებული ჯანსაღი საბაზრო ურთიერთობები, ადგილობრივი თვითმმართველობის ინსტიტუტების განვითარების როლი და მნიშვნელობა ძალიან დიდია. რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების აუცილებლობა კი განპირობებულია შემდეგი გარემოებებით: ქვეყნის ტერიტორიული მთლიანობის მოშლით, სეპარატისტული განწყობილებით ოკუპირებულ რეგიონებში და ეკონომიკური სივრცის დეგრადაციით; ეკონომიკური რეფორმების გატარებისას რეგიონების სპეციფიკის გათვალისწინებით და საწყისი სასტარტო

პირობების არსებითი განსხვავებულობით; ჯერ კიდევ არსებული პოლიტიკური არასტაბილურობით და ახალი რეგიონული რისკების არსებობით; რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონეებს შორის დიდი განსხვავებულობით; რეგიონებში მოსახლეობის ცხოვრების დაბალი დონით და ხარისხით; რეგიონებში, ქალაქების მუნიციპალიტეტებში, უმუშევრობის მაღალი დონით; ეკონომიკური განვითარების დონით ჩამორჩენილი და სტიქიური რისკის ქვეშ მყოფი და მაღალმთიანი პრობლემური რეგიონების არსებობით.

ქართველ ეკონომისტთა აზრით ქვეყანაში შექმნილი მძიმე ეკონომიკური ვითარებიდან გამომდინარე, მიზანშეწონილია რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება, როგორც მოკლევადიანი, ასევე გრძელვადიანი პერიოდისათვის. ეს მოსაზრება განაპირობა საქართველოს რეგიონებში დაგროვილმა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების ისეთმა ფართო წრემ, რომელთა სიმწვავეს მაღალი ხარისხის გამო გრძელვადიანი პერიოდისათვის გადადება დაუშვებელია, რადგან არსებულმა მდგომარეობამ შეიძლება გამოიწვიოს მოსახლეობის კიდევ უფრო გადატაცება. ერთ-



ერთი ასეთი პირველი რიგის პრობლემაა უმუშევრობა, სამუშაო ადგილების უქონლობა.

გრძელვადიანი რეგიონული პოლიტიკა თავისი მიზნებითა და ამოცანებით გაცილებით მასშტაბური და მრავალფეროვანია და მოითხოვს ისეთი ამოსავალი ინფორმაციის არსებობას, რომელთა პერსპექტივაში გადატანა ნაკლები რისკის შემცველი იქნება.

რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის როგორც ერთიანი კომპლექსური ინსტრუმენტი, ჯერჯერობით, საქართველოში არაა ჩამოყალიბებული. მისი ძირითადი დებულებები და ორიენტირები საბოლოოდ არაა ფორმირებული. ამ მიმართულებით სახელმწიფოს მხრიდან აქტიური საქმიანობის განხორციელებაა საჭირო. ზოგადად რეგიონულ ეკონომიკურ პოლიტიკაში და კერძოდ, თანამედროვე ეტაპზე საქართველოში რეგიონული განვითარების მთავარი სტრატეგიულ მიმართულებად სოციალური სფერო გვევლინება, ხოლო მეურნეობრივ საქმიანობაზე ზემოქმედება ძირითადად ორიენტირებულია დასაქმების პრობლემის გადაწყვეტისაკენ.

საქართველოში რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებას და რეალიზაციას ხელს უშლის ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის და მეცნიერულად დასაბუთებული კომპლექსური ეკონომიკური პოლიტიკის უქონლობა მოკლე, საშუალო და გრძელვადიანი პერიოდისათვის. უნდა დავეთანხმეთ მოსაზრებას, რომ „აუცილებელია მკაფიოდ გამოიკვეთოს და განისაზღვროს სახელმწიფო პოლიტიკა (და არა მარტო კონცეფცია), მისი რეგიონულ პოლიტიკასთან დაკავშირებით. სწორედ აღნიშნულის საფუძველზე უნდა მოხდეს სახელმწიფოს პრიორიტეტებისა და ინტერესების დაზუსტება თითოეული რეგიონის მიხედვით (იმ სუბიექტების ჩათვლით, რომლებიც პრობლემურნი არიან რეგიონული კონფლიქტის თვალსაზრისით)“¹.

საქართველოს დღევანდელ ეტაპზე რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითად ორიენტირებს განსაზღვრავს: საბიუჯეტო პოლიტიკა, რომლითაც უნდა განხორციელდეს ფინანსური რესურსების ფორმირება, გაშოყენება და მათი გადანაწილება რეგიონებს შორის; საგადასახადო პოლიტიკა, რომლის საშუალებითაც განისაზღვრება რეგიონის დონეზე დაბეგვრის რეჟიმი და ის პრეფერენციები, რომლებმაც ხელი უნდა შეუწყოს რეგიონების სოციალურ-

ეკონომიკური განვითარების დონის ამაღლებას ფასების პოლიტიკა – სახელმწიფომ რეგიონულ სტრუქტურულ სფეროებში უნდა დაარეგულიროს ადმინისტრირებადი ფასები და ტარიფები; ინვესტიციური პოლიტიკა, რომელიც გულისხმობს სამეურნეო სუბიექტების ინვესტიციური აქტივობის მხარდაჭერას და საბიუჯეტო კაპიტალური ხარჯების გადანაწილებას ცალკეულ რეგიონებს შორის; სოციალური პოლიტიკა, რომლითაც უნდა მოხდეს რეგიონების სოციალური სფეროების მოთხოვნილებათა შეფასება და მოსახლეობის სოციალური პაკეტით უზრუნველყოფა.

რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკა მოიცავს აგრეთვე სტრუქტურულ რეგიონულ პოლიტიკასაც, რომელიც გულისხმობს მსხვილი კომპანიების რესტრუქტურისა და მათდამი სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის დონისძიებათა კომპლექსის შემუშავებას და პრაქტიკულ რეალიზაციას.

საქართველოს პირობებში რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მდგომარეობის ანალიზისას უპირველესი ამოცანაა იმ მრავალმხრივი ბუნებრივ-გეოგრაფიული, ისტორიული, ეკონომიკური, სოციალური და ეროვნულ-ეთნიკური თავისებურებების გათვალისწინება, რომლებიც დამახასიათებელია ამა თუ იმ რეგიონისათვის. საქართველოს რეგიონები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან ბუნებრივ-რესურსული წყაროებით. ანალიზის ეტაპზე თითოეული რეგიონის სპეციფიკური თავისებურებანი მკაფიოდ უნდა იქნას განსაზღვრული და შესაძლებლობის ფარგლებში რაოდენობრივად განსაზღვრული, რადგან რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებაში მათ განსაკუთრებული მნიშვნელობა გააჩნიათ.

რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ანალიტიკურ-დიაგნოსტიკურ ეტაპზე განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება იმ ძირითადი დარგების და კრიტერიუმების გამოყოფას, რომლითაც უნდა დადგინდეს რეგიონული განვითარების თანამედროვე მდგომარეობა და მისი სპეციფიკური მახასიათებლები. საჭიროა რეგიონის ზოგადი დახასიათება, რაოდენობრივი და თვისებრივი მახასიათებლების შესწავლა ისეთი სფეროებისა, როგორცაა: გეოგრაფიული მდებარეობა, რელიეფი, კლიმატი, ნიადაგი, წყლის რესურსები, ტყის რესურსები, სასარგებლო წიაღისეული, მემცენარეობა, მეცხოველეობა,

¹ ბარათაშვილი ე., ზარანდია ჯ., ციმინტია კ. საქართველოს რეგიონების კონკურენტუნარიანობის კომპლექსური შეფასება. თბილისი, 2008, გვ.125

თბილისის ეკონომიკური უნივერსიტეტი



საქართველოს
საერთაშორისო
საპოლიტიკო
საზოგადოებრივი
საქმიანობის
საქართველოს
საერთაშორისო
საპოლიტიკო
საზოგადოებრივი
საქმიანობის

მოსახლეობა, სოფლები, დაბები, ქალაქები. რეგიონული პოლიტიკის ფორმირების მიზნებიდან გამომდინარე, ანალიტიკურ ნაწილში მიზანშეწონილია რეგიონის ეკონომიკური პოტენციალის, საგადასახადო და ინვესტიციური პოტენციალის ანალიზი და განზოგადება.

დღევანდელ ეტაპზე განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება რეგიონის ეკონომიკური ზრდის ისეთი პრიორიტეტული დარგების გამოკვლევას, როგორცაა სამრეწველო კომპლექსი (განსაკუთრებით სამრეწველო პოტენციალის მქონე რეგიონებში), აგროსამრეწველო კომპლექსი და მისი ორი ძირითადი შემადგენელი ნაწილი-სოფლის მეურნეობა და კვების მრეწველობა (გადამამუშავებელი მრეწველობა), მცირე მეწარმეობა და ტურისტული ბიზნესი. ეს დარგები წარმოადგენს დღევანდელ ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკური სტრატეგიის პრიორიტეტულ მიმართულებებს. ანალიტიკურ ნაწილში სიღრმისეულად უნდა იქნას გამოკვლეული რეგიონებში ადამიანური პოტენციალის განვითარების ძირითადი მახასიათებლები. მათ შორის: დემოგრაფიული სიტუაცია, დასაქმება, ჯანმრთელობის დაცვა, განათლება, კულტურა, სპორტი და სხვ.

საქართველოში დღეისათვის ხელისუფლება ცდილობს ჩაერიოს საზოგადოებრივი საქმიანობის ყველა სფეროში. ასეთი მიდგომა ახშობს რეგიონულ ინოვაციებს, ეწინააღმდეგება „ადგილობრივი

თვითმმართველობის შესახებ ევროკავშირის მოთხოვნებს. რეგიონული ეკონომიკური ყოველგვარ წერილმანებში ცენტრალური ხელისუფლების ჩარევა დროებით მოვედნად უნდა მივიჩნიოთ, რადგან თვითმმართველობების საკუთარი ფინანსური რესურსებით უზრუნველყოფის კვალდაკვალ ცენტრის ჩარევის ხარისხი უთუოდ შემცირდება.

განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკა გვჩვენებს, რომ რეგიონული ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირება და პრაქტიკული რეალიზაცია წარმატებულია მხოლოდ მისი მეცნიერულ-მეთოდოლოგიური, ანალიტიკურ-პროგნოზული და სისტემურ-კომპლექსური უზრუნველყოფის პირობებში.

ამრიგად, თანამედროვე გარდამავალ ეტაპზე ფრიად აქტუალურია რეგიონალური პოლიტიკის ფორმირებისა და რეალიზაციის ინსტრუმენტების მიდგომის გამოყენებით მსოფლიო რეგიონალისტიკაში დაგროვილი მრავალი წარმატებული გამოცდილების შესწავლა, განზოგადება და გამოყენება მეთოდოლოგიური პრაქტიკული რეკომენდაციისა და წინადადებების შემუშავების მეცნიერული მეთოდოლოგიის საფუძვლებზე რეგიონული (სამხარეო) განვითარების წინაშე მდგარი პრობლემების დროულად და ეფექტიანად გადაჭრისათვის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბარათაშვილი ე., ზარანდია ჯ., ციმინტია კ. საქართველოს რეგიონების კონკურენტუნარიანობის კომპლექსური შეაფასება. თბ., 2008;
2. ოთინაშვილი რ. ეკონომიკური უსაფრთხოება: ანალიზის ანტიკრიმინალური ასპექტები. თბ., 2005;
3. ჭითანავა ნ., თაკალანძე ლ. სოციალური ეკონომიკა: ფორმირება და განვითარება. თბ., 2008.

ახალი მკვლევარები



მარკეტინგული საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები საქართველოში



ნათუნა კაკაშვილი
გორის სასწავლო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი



მაბა სოსანიძე
გორის სასწავლო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი



ლალი ოსაძე
ეროვნული თავდაცვის
აკადემიის პროფესორი

საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლამ განაპირობა კერძო, კომერციულ, სახელმწიფო და სხვა საწარმოთა სტრუქტურებში მარკეტინგული მიდგომების ჩამოყალიბება. საბაზრო ურთიერთობებზე საქართველოს ეკონომიკის გადაყვანისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მარკეტინგის თეორიასა და პრაქტიკაში საზღვარგარეთ, პირველ რიგში აშშ-ში დაგროვილ გამოცდილებას. ამ გამოცდილების ცოდნა აუცილებელია არა მარტო ეკონომიკური მეცნიერებისათვის, არამედ ბიზნესის ყველა სფეროსათვის.

უნდა აღინიშნოს ის, რომ ჩვენი საწარმოები ჯერ კიდევ სათანადოდ კერ ფლობენ ახალ პირობებში მუშაობის პრინციპებს, ფორმებსა და მეთოდებს, სპეციალურ ღონისძიებათა კომპლექსს, რაც უზრუნველყოფს მათ წარმატებულ საქმიანობას ბაზარზე. ბაზარზე საქმიანობის თეორია და პრაქტიკა, რომელსაც ერთი საუკუნეა იყენებენ დასავლეთის ქვეყნები, არის მარკეტინგი. საზღვარგარეთის გამოცდილება მოწმობს, რომ მარკეტინგი ყოველმხრივ უწყობს ხელს არა მარტო ეკონომიკის ცალკეული სფეროს საწარმოთა საქმიანობის სრულყოფას და ეფექტიან

ფუნქციონირებას, არამედ მთელი ეროვნული ეკონომიკის აღორძინებას და განვითარებას.

ჩვენი მიზანია შევისწავლოთ და გამოვიკვლიოთ, თუ რა მდგომარეობაა საქართველოში მარკეტინგის პრაქტიკულად გამოყენების თვალსაზრისით და რა პერსპექტივები აქვს მას მომავალში.

ამჟამად, საქართველოში 90-იან წლებთან შედარებით გაიზარდა ინტერესი მარკეტინგული საქმიანობის მიმართ. საბაზრო ურთიერთობები მოითხოვს აქტიურ მარკეტინგულ საქმიანობას, რომლის შესაძლებლობები განპირობებულია შემდეგი გარემოებებით: ჯერ ერთი, აუცილებელია საწარმოების მიერ ბაზარზე ეფექტურად მუშაობის მეთოდების ათვისება; მეორე, მარკეტინგი, როგორც საბაზრო საქმიანობა, დამახასიათებელია როგორც გაჯერებული ისე გაუჯერებელი ბაზრისთვის. თუმცა, იგი უფრო ეფექტიანია, როდესაც ბაზარი ფუნქციონირებს ნორმალურად, მაგრამ არსებობს მარკეტინგის სხვადასხვა ტიპები, სტრატეგია და ტაქტიკა, რომლებიც გამოიყენებიან ბაზრის ამა თუ იმ მდგომარეობის დროს; მესამე, მარკეტინგი გამოიყენება არა მარტო საშინაო ბაზარზე, არამედ

ახალი ეკონომისტი



იგი სულ უფრო მეტად უკავშირდება საგარეო-ეკონომიკურ საქმიანობას, რამეთუ საგარეო ბაზარზე გასვლა დღეს შეუძლებელია მარკეტინგის კარგად ცოდნის გარეშე.

საქართველოში, სადაც ჯერ კიდევ ბევრი მწარმოებელი იგნორირებს უკეთეს მარკეტინგს. ამასთან ის დარწმუნებულია, რომ მომხმარებელი მაინც შეიძენს მის საქონელს, ვინაიდან არჩევანის შესაძლებლობა არ არის.

საქართველოში მარკეტინგული საქმიანობის განვითარებისა და სრულყოფისათვის საჭიროა სამრეწველო და სავაჭრო საწარმოებში შეიქმნას მარკეტინგის სამსახურები. ასეთი სამსახურები დღე-სათვის ბევრ საწარმოებში არსებობს, თუმცა ზოგი მათგანის საქმიანობა ფორმალურ ხასიათს ატარებს.

ჩვენ შევეცადეთ გამოგვეკვლია რა ღონისძიებები ტარდება მარკეტინგული საქმიანობის მიმართულებით. გამოკითხულ იქნა ქ. თბილისის, გორის და რუსთავის 50-მდე სამრეწველო და სავაჭრო საწარმოთა ხელმძღვანელი მუშაკები და სპეციალისტები.

გამოკითხულ საწარმოთა ხელმძღვანელები და სპეციალისტთა ერთი ნაწილი აღიარებს, რომ საწარმოში მარკეტინგული სამსახურის არსებობა და მარკეტინგული საქმიანობის გაშლა აუცილებელი და სასარგებლოა.

გამოკითხულთა დიდი ნაწილი არადამაკაყოფილებლად აფასებს ასეთი სამსახურის კვალიფიციური კადრებით უზრუნველყოფის მდგომარეობას. მათი 90% თვლის, რომ აღნიშნული სამსახურის მუშაკები სრულყოფილად ვერ ართმევენ თავს თავიანთ საქმეს, ხოლო გამოკითხულთა 100% თვლის, რომ საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნილებათა გათვალისწინებით საჭიროა მარკეტინგის სამსახურის შექმნა და მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლება.

დასავლეთის მოწინავე გამოცდილების შესაბამისად საწარმოები მარკეტინგულ საქმიანობას საჭიროა წარმართავდნენ სამი მიმართულებით:

1. გასაღების ბაზრის გამოკვლევა;
2. საწარმოს საქმიანობის გამოკვლევა;
3. მარკეტინგის სტრატეგიისა და ტაქტიკის შემუშავება-რეალიზაცია.

კითხვაზე, ახდენენ თუ არა საწარმოები გასაღების ბაზრის გამოკვლევას, დადებითად უპასუხა გამოკითხულთა 43%-მა. ამასთან, ამ საწარმოთა უმრავლესობაში ამ ხაზით გაწეული საქმიანობა ძირითადად მომხმარებელთა მოთხოვნის შესწავლის, მომგებიანობის განსაზღვრის და

გასაღების ბაზრის ძიების ღონისძიებებით ამოიწურება.

კიდევ უფრო ცუდი მდგომარეობაა საწარმოს საქმიანობის გამოკვლევის სფეროში. სათანადო ყურადღება არ ექცევა ასევე საწარმოს საქმიანობის სტრატეგიის, ტაქტიკის შემუშავებასა და რეალიზაციას.

გამოკითხულნი ერთხმად მიიჩნევენ, რომ მარკეტინგული საქმიანობის ღონის ამაღლების მიზნით საჭიროა უახლესი მიღწევების და სათანადო სამეცნიერო პოტენციალის პრაქტიკაში გამოყენება, რაც მათ რამდენიმე კონკრეტული გზით აქვთ წარმოდგენილი. ასე მაგალითად, გამოკითხულთა 75% მიიჩნევს, რომ მარკეტინგული საქმიანობის სრულყოფის მიზნით საჭიროა საწარმოებში შეიქმნას მარკეტინგული სამსახურები; ამდენივეს აზრით აუცილებელია მარკეტინგის სფეროში მომუშავე სპეციალისტთა კვალიფიკაციის ამაღლება. გამოკითხულთა 60% მიიჩნევს, რომ აუცილებელია საქმიანი კონტაქტები სამეცნიერო კვლევით დაწესებულებებთან.

გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა – 92% მიიჩნევს, რომ საწარმოებში მარკეტინგული საქმიანობის გაუმჯობესებას ხელს შეუწყობს გასაღების ბაზრის, კონკურენტთა საქმიანობის, საქონლის ფასის და სხვათა შესახებ ინფორმაციის მოპოვება და სათანადოდ გამოყენება. ამასთან მათი ინფორმაციული უზრუნველყოფის დონე საკმაოდ დაბალია და საწარმოთა 94%-თვის ინფორმაციის მიღების წყაროს ინტერნეტი და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები წარმოადგენს.

გამოკითხული ხელმძღვანელი მუშაკებისა და სპეციალისტთა აზრით შექმნილი სიძნელეების აღმოფხვრისა და საწარმოთა მუშაობის ნორმალიზაციისათვის საჭიროა ღონისძიებათა შემუშავება და მათი კომპლექსური გადაწყვეტა. ეს ღონისძიებები მდგომარეობს შემდეგში:

- პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება;
- ენერგორესურსებით საწარმოების მომარაგების გაუმჯობესება ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა;
- შრომის ანაზღაურების მოწესრიგება და მუშაკთა მოტივაციის ამაღლება;
- საწარმოებში მარკეტინგული სამსახურების შექმნა;
- მარკეტინგის სამსახურების სპეციალისტთა კვალიფიკაციის ამაღლება
- სამეცნიერო-კვლევით ორგანიზაციებთან საქმიანი კონტაქტი

ახალი მკვლევარები



ბის დამყარება;

➤ აუცილებელი საგარეო-ეკონომიკური კავშირების დამყარება განმტკიცება.

აუცილებელია აღვნიშნოთ ისიც, რომ გამოკითხულ საწარმოთა მარკეტინგული საქმიანობა ძირითადად ამოიწურება სარეკლამო ღონისძიებებით, რასაც ისინი ახორციელებენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მეშვეობით. ბევრი საწარმო ასევე იყენებს გასაღების სტიმულირების მეთოდებს, როგორცაა:

ფასდაკლებები, საქონლის პრემიალური გაყიდვები.

საბედნიეროდ, საქართველოში არსებობენ ფირმები, რომლებიც თავის საქმიანობაში აქტიურად იყენებენ მარკეტინგს, რაც უზრუნველყოფს მათი საქმიანობის წარმატებას ბაზარზე.

ბოლო წლებში საქართველოს საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზარზე გამოჩნდა უამრავი საზღვარგარეთული ლიტერატურა ბიზნესის, მარკეტინგის და მენეჯმენტის შესასწავლად. თუ საზღვარგარეთულ თეორიებს, ხერხებსა და მეთოდებს ადგილობრივი მეწარმეები ქართული სპეციფიკის გათვალისწინების გარეშე, პირდაპირ გამოიყენებენ, ამ ფაქტს დადებით შედეგებთან ერთად ნეგატიური შედეგებიც შეიძლება მოყვეს. ამიტომ სამამულო საწარმოებში მათი დანერგვისას აუცილებელია გათვალისწინებული იყოს საქართველოს საკანონმდებლო ბაზა, ეროვნული ხასიათი, ადამიანთა წეს-ჩვეულებები, მათი სამომხმარებლო და ყოფითი ქცევის სტერეოტიპები, ანუ ყველაფერი ის, რასაც ეწოდება ქართული მენტალობა. თვით მარკეტინგის ფუძემდებელი ფ. კოტლერი აღნიშნავს, რომ მარკეტინგისათვის სრულიად არ არის უცხო ეროვნული თავისებურებები დაკავშირებული ქვეყნის უნიკალურობასთან, მის ეკონომიკასთან, კონკურენციის მდგომარეობასთან, ჩვევებთან და ადამიანთა მოხმარების სტანდარტებთან. ეს ყველაფერი მხოლოდ ფუჭი სიტყვები როდია, საზოგადოების ეროვნული მენტალობის

იგნორირებამ შეიძლება საპირისპირო შედეგები მოიტანოს.

როგორც საერთაშორისო პრაქტიკამ გვჩვენა, ბევრმა ქვეყანამ გამოიყენა მარკეტინგის მეთოდიკა და სახე უცვალა მას თავისი ეროვნული სპეციფიკის გათვალისწინებით. ასეთი მიდგომა – “შემოქმედებითი გადახალისება” უნდა გამოვიყენოთ მათი დანერგვისას სამამულო საწარმოებში.

სამამულო საწარმოებისათვის ერთ-ერთ ყველაზე სუსტ მხარედ შეიძლება ჩათვალოს მათი დაშორება მომხმარებელთან. აღსანიშნავია, რომ ჩვენს საწარმოებში ფაქტიურად არ ხდება მომხმარებელთა მოთხოვნის დეტალურად შესწავლა, ხოლო საწარმოო და კვლევითი პროგრამები არ მოიცავს საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილების ანალიზს, რის გამოც მნიშვნელოვნად იზრდება მათი კომერციული წარუმატებლობის რისკი საქონლის რეალიზაციისას. ამიტომ ყველა სამამულო საწარმომ უნდა შექმნას სპეციალური მარკეტინგული ქვედანაყოფები მოსახლეობის მოთხოვნის შესწავლისა და პროგნოზირებისათვის. ამ საბაზრო მონაცემების საფუძველზე შედგენილი საწარმოო პროგრამები გამორჩეული იქნება თავისი რეალურობით, ხოლო საწარმოში მათ რეალიზაციაზე გაწეული თანხები არ იქნება ტყუილუბრალოდ გახარჯული.

იმის გამო, რომ სამამულო საწარმოთა უმეტესი ნაწილი არ ფუნქციონირებს, ქვეყანაში ძირითადად რეალიზდება იმპორტული საქონელი. ამ საზღვარგარეთულმა საქონელმა აქტიური სარეკლამო კომპანიის ფონზე სამამულო საქონელთან შედარებით შეიქმნა მშვენიერი იმიჯი, მიუხედავად იმისა, რომ სამამულო პროდუქცია ხარისხობრივად რეალურად აღემატება იმპორტულს.

ამიტომ ქართველმა მეწარმეებმა სამთავრობო სტრუქტურებთან ერთად უნდა იზრუნონ სამამულო პროდუქციის იმიჯზეც, რაშიც დაეხმარება მათ აქტიური რეკლამა და გასაღების სტიმულირების მეთოდების გამოყენება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მარკეტინგი – სახელმძღვანელო პროფ. გ. შუბლაძის რედაქციით, თბ. 1999;
2. “მარკეტინგის საფუძვლები” – რ. ჯავახიშვილი, ნ. ოქრუაშვილი, ნ. ხარაზიშვილი, თბ. 2005;
3. “მარკეტინგის საფუძვლები”- ნ.თოდუა, დ.მღებრიშვილი 2009;
4. «Маркетинг» - под ред. Н. Эриашвили, Юнити 2005;
5. В. Хруцкий, И. Корнева – «Современный маркетинг», М. 1999;
6. И. Березин – «Маркетинг и исследование рынка».
7. «Основы Маркетинга» - под ред. В. Беляева, М. 2007

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი



ზაირა ლულუშაშვილი
ეკონომიკის აკადემიური
დოქტორი

კომერციული ბანკის ფინანსური სტაბილურობის უზრუნველსაყოფად საჭიროა მსესხებელი ორგანიზაციების რისკების ადრეული დიაგნოსტიკა. ბანკებისათვის ყველაზე საშიში არის ფინანსური, კერძოდ კი - საკრედიტო რისკი. იგი გამოიხატება მსესხებელიდან კრედიტის არ დაბრუნებაში (ან დაგვიანებით დაბრუნებაში).

როგორც წესი, ფინანსური რისკების ანალიზი და პროგნოზი დიდხალ ხარჯებს მოითხოვს. ამ ხარჯების თავიდან ასაცილებლად დასავლეთის ქვეყნები იყენებენ შედარებით მარტივ და ამასთან იაფფასიან ექსპრეს-ანალიზს. იგი გარკვეული კოეფიციენტების გაანგარიშებას და შეფასებას გულისხმობს.

საკრედიტო რისკი იზომება **პირინგის კოეფიციენტით**. იგი ახასიათებს ნასესხები კაპიტალის და აქციონერული კაპიტალის თანაშეფარდებას. ითვლება, რომ თუ გირინგის კოეფიციენტი 100%-ს აღარბებს ეს ნიშნავს იმას, რომ მსესხებელი ორგანიზაციისთვის დაფინანსების მთავარი წყარო არის ნასესხები სახსრები. მაღალი გირინგი რისკის მაღალ დონეს მიანიშნებს. გირინგის კოეფიციენტის პარალელურად მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია **პროცენტის დაფარვის მაჩვენებელი**

$$\left(\frac{\text{მოგება}}{\text{პროცენტული გადასახდელები}} \right)$$



ნიკოლოზ ბონობლაშვილი
სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი

ეს მაჩვენებელი დადებითად ფასდება მაშინ, თუ მოგება 3-ჯერ აღემატება პროცენტულ გადასახდელებს. მისი უფრო მცირე სიდიდე უარყოფითად უნდა შეფასდეს.

საკრედიტო რისკის გასაზომად გამოყენებული შემდეგი მაჩვენებელი არის **დავალიანების კოეფიციენტი**. იგი იანგარიშება როგორც დავალიანების საერთო თანხის შეფარდება ფიქსირებული აქტივების წმინდა ღირებულებისა და მიმდინარე აქტივების ღირებულების ჯამთან. რაც მაღალია ეს კოეფიციენტი, მით მაღალია საკრედიტო რისკიც. თუ ეს კოეფიციენტი აღემატება 50%-ს, ეს ნიშნავს იმას, რომ მსესხებლის აქტივები შეიძლება არ ეყოს მის დაფარვას.

მსესხებელთა კრედიტუნარიანობის პროგნოზისთვის საზღვარგარეთის ანალიტიკურ პრაქტიკაში ფართოდ გამოიყენება ამერიკელი მეცნიერის ე. ალტმანის მოდელები. ისინი აგებულია ორ, ხუთ და შვიდ ფაქტორზე. მათ შორის ყველაზე მეტად გამოყენებადია ხუთ ფაქტორიანი მოდელი. მოდელში მოცემულია როგორც ეს ფაქტორები, ისე მათი რიცხვითი მახასიათებლები [1, გვ. 222]:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + 1,0x_5$$

ფორმულაში

- x_1 - არის საბრუნავი აქტივების შეფარდება აქტივების საერთო ჯამთან;
- x_2 - არის გაუნაწილებელი მოგების შეფარდება აქტივების საერთო ჯამთან;

ახალი
პროგნოზი

x_3 - არის ოპერაციული მოგების შეფარდება აქტივების საერთო ჯამთან;

x_4 - არის აქციონერული კაპიტალის საბაზრო ღირებულების შეფარდება ნასესხი სახსრების საბალანსო ღირებულებასთან;

x_5 - რეალიზაციის შეფარდება აქტივების საერთო ჯამთან.

პროფესორმა ე. ალტმანმა ეს მოდელი შექმნა აქციონერული კომპანიებისთვის, რომელთა აქციები კოტირებადი ბირჟაზე, ყველა დანარჩენ ფირმებს კი მან შესთავაზა გაკოტრების პროგნოზირების შემდეგი მოდელი:

$$Z = 0,717x_1 + 0,847x_2 + 3,10x_3 + 0,42x_4 + 0,995x_5$$

ეს მოდელი წინა მოდელისაგან განსხვავდება კოეფიციენტების რიცხვითი სიდიდებით და კიდევ x_4 -ის ანგარიშის წესით, რომლის ანგარიშის წესში კაპიტალის საბაზრო ღირებულების ნაცვლად ჩართულია მისივე საბალანსო ღირებულება.

ალტმანის მოდელების მიხედვით თუ Z ნაკლები აღმოჩნდება 1,81-ზე, მაშინ საწარმო კრედიტუნაროა, მას გაკოტრება ელოდება, ხოლო თუ 2,99-ზე მეტი, მაშინ მისი ფინანსური მდგომარეობა სტაბილურია.

გაკოტრების პროგნოზირების ალტმანის მოდელები აგებული არიან ამერიკული ფირმების მაჩვენებლებზე და ამიტომ ისინი ჩვენთან მიმართებაში, ჩვენი კომპანიების განსხვავებული პირობების გამო, მნიშვნელობას კარგავენ. ამ მიზეზით რუსმა მეცნიერებმა გ. დავიდოვამ და ა. ბელიკოვმა რუსეთის 2040 საწარმოს ფინანსური ანგარიშგების ანალიზით შექმნეს საწარმოთა გაკოტრების პროგნოზირების რუსული მეთოდიკა [2].

ეს მეთოდიკა ითვალისწინებს საწარმოთა კრედიტუნარიანობის პროგნოზირებას შემდეგი მაჩვენებლით:

$$R = 8,38K_1 + 1,0 \cdot K_2 + 0,054K_3 + 0,63K_4$$

ფორმულაში

R - არის საწარმოს გაკოტრების რისკის მაჩვენებელი;

K_1 - საბრუნავი კაპიტალის შეფარდება აქტივებთან;

K_2 - წმინდა მოგების შეფარდება საკუთარ კაპიტალთან;

K_3 - რეალიზაციიდან აქტივების შეფარდება აქტივებთან;

K_4 - წმინდა მოგების შეფარდება დანახარჯებთან.

R - მოდელის მიხედვით საწარმოთა კრედიტუნარიანობა უნდა შეფასდეს შემდეგნაირად [1, გვ. 230]:

საწარმოთა გაკოტრების ალბათობა

R-ის მნიშვნელობა	გაკოტრების ალბათობა, %
0-ზე ნაკლები	მაქსიმალური (90-100%)
0,0,18	მაღალი (60-80%)
0,18-0,32	სასუალო (50-85%)
0,32-0,42	დაბალი (15-20%)
0,42-ზე მეტი	მინიმალური (10-მდე)

ჩვენი აზრით, საქართველოს ბანკების მსესხებელ საწარმოთა გაკოტრების ალბათობის, და, აქედან გამომდინარე მათი კრედიტუნარიანობის შესაფასებლად უფრო უპრიანია R - მოდელის გამოყენება, ამას ორი მიზეზი განაპირობებს:

1. საქართველოს საწარმოთა ეკონომიკური პირობები და ბიზნესგარემო უფრო ახლოსაა რუსულ პირობებთან და გარემოსთან, ვიდრე ამერიკულთან. ორივე ისინი იმყოფებიან ტრანზიტულ ეკონომიკაში და აქვთ ერთნაირი პრობლემები;

2. გ. ალტმანის - მოდელის გაკოტრების პროგნოზირების სიზუსტე წლებზეა გათვლილი - 1 პირველი წლისთვის 90%, მეორე წლისთვის 70%, მესამე წლისთვის 50% [2, გვ. 280]. R - მოდელი კი გაკოტრების პროგნოზს ანგარიშობს კვარტალებზე - სამ კვარტალში გაკოტრების პროგნოზის სიზუსტე 81%-ს შეადგენს. რადგან კომერციული ბანკებისთვის სწორედ პერიოდს აქვს დიდი მნიშვნელობა (მოკლევადიანი სესხები ძირითადად რამდენიმე თვით გაიცემა), ამდენად მათთვის უფრო საიმედოა მსესხებელ საწარმოთა კრედიტუნარიანობა იანგარიშონ რუსული R მოდელით და მისი შედეგით მიიღონ გადაწყვეტილება, თუ როგორ მოიქცნენ შემდეგ.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. А. Петоров, В. Петрова. Комплексный анализ финансовой деятельности банка, м., финансы и статистика, 2007.
 2. ზ. ღუდუშაური, ფინანსური მენეჯმენტი, თბ., 2007.

ახალი კონომისტი



გიორგი აბაშივილი
თავდაცვის ეროვნული აკადემიის
ასისტენტ-პროფესორი
ილიას უნივერსიტეტის დოქტორანტი

ახალი ეპონომოსტი

ოფშორული ბიზნესი სულ უფრო მზარდ როლს თამაშობს თანამედროვე მსოფლიოს, როგორც საკრედიტო ასევე საწარმოო ინვესტიციების მოძრაობაში, მსოფლიო ქვეყნებს შორის ეკონომიკური კავშირების მომსახურებაში. უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოშიც მოქმედებენ საშუალო ფორმები, რომლებიც ახორციელებენ რეგისტრაციას ოფშორში.

ზოგადად, ოფშორი წარმოადგენს თავისუფალი ეკონომიკური ზონის განსაკუთრებულ სახეს. 1973 წლის იაპონიის ქალაქ კიოტოში მოწვეული საერთაშორისო კონფერენციის თანახმად, თავისუფალი ეკონომიკური ზონა, ანუ “ფრანკო ზონა” არის ქვეყნის ტერიტორიის ის ნაწილი, სადაც საქონელი განიხილება, როგორც საბაჟო ტერიტორიის საზღვრებს გარეთ მყოფი ობიექტი, ანუ ის ტერიტორია, სადაც დაცულია საბაჟო ექსტერიტორიულობის პრინციპი.

ოფშორული ზონა ცალკეულ სახელმწიფოთა ეროვნული ეკონომიკისგან იზოლირებული საფინანსო ინსტიტუტია, სადაც შეღავათიანი რეჟიმი განისაზღვრება სავალუტო შეზღუდვის უქონლობით, მოგებათა თავისუფალი გატანით, საწესდებო კაპიტალის დაბალი დონით, ფირმის რეგისტრაციისა და მართვის მაქსიმალურად გამარტივებული პროცედურით, საგადასახადო დანაკარგების შემცირების შესაძლებლობით, ფირმის მფლობელთა სრული ანონიმურობითა და კონფიდენციალობით, თუმცა ზოგიერთ ზონაში მოქმედებს მხოლოდ ნარკობიზნესთან, იარაღით ვაჭრობასთან და ტრეფიკინგთან დაკავშირებული საეჭვო ოპერაციებზე ინფორმაციის მოთხოვნა.

ოფშორულ ზონებში რეგისტრირებულ კომპანიას, რომელსაც პრეტენზია აქვს საგადასახადო და სხვა შეღავათებზე, ძირითადად მოეთხოვება, რომ არ იყოს იმ ქვეყნის რეზიდენტი, სადაც მდებარეობს ოფშორული ცენტრი და არ მიიღოს მისი ტერიტორიისაგან მოგება.

ოფშორული ბიზნესი განსაკუთრებით სწრაფი ტემპით ვითარდება XXს-ის 50-იანი წლების შემდგომ პერიოდში, რაც გამოწვეული იყო იმით, რომ განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნესზე საკმაოდ მაღალი გადასახადები იქნა დაწესებული. არსებული მდგომარეობა აიძულებს გადასახადის გადამხდელს ამა თუ იმ მექანიზმით მეტ-ნაკლებად უზრუნველყოს ხარჯების მინიმიზაცია, რაც თავის მხრივ ასახავს ჰპოვებს მეწარმეთა მიერ ლიბერალური საგადასახადო გარემოს ძიების საკითხში. ამგვარმა დაპირისპირებულმა სიტუაციამ გაამწვავა კონკურენცია სახელმწიფოებს შორის სამეურნეო სუბიექტებისაგან გადასახადის აკრეფის უფლებაზე. ასეთ ვითარებაში ცალკეულმა სახელმწიფოებმა მეწარმეობრივ სუბიექტებს “მისცეს საშუალება” კანონის ფარგლებში თავი აერიდებინათ მძიმე საგადასახადო წნეხისათვის და შექმნეს ახალი ფინანსური ცენტრების ქსელი ანუ შეღავათიანი საგადასახადო გარემო.

ტერიტორიები, სადაც მოქმედებს შეღავათიანი საგადასახადო გარემო უმეტესწილად განლაგებული არიან კუნძულებზე, რამაც გავლენა იქონია მათ სახელზე-ოფშორული ზონა. ტერმინი off-shore, ინგლისურიდან პირდაპირი თარგმანით “ნაპირიდან მოშორებით” ნიშნავს.

ცნობილი ოფშორული იურისდიქციებიდან ნიშანდობლივია ბრიტანული და ამერიკული მოდელი.

ბრიტანული მოდელის არსებობას შედარებით ხანგრძლივი ისტორია აქვს ვიდრე ამერიკულს და ამიტომ ამ მოდელის პრინციპით შექმნილ ოფშორულ ზონებში კომპანიის დასარეგისტრირებლად ოდნავ მეტი პროცედურა და ბიუროკრატული მექანიზმი გამოიყენება. თუმცა მოდელის უპირატესობა მყარი სტაბილურობაა, რაც თავის მხრივ გამოხატულია მყარი და ყოველმხრივი საკანონმდებლო ბაზის არსებობაში, რომელიც განსაზღვრავს ოფშორული ზონის ეკონომიკურ,

სოციალურ, ადმინისტრაციულ-მმართველობით, საფინანსო საგადასახადო და სხვა უფლებებსა და მოვალეობებს.

ამერიკელი მოდელი ბრიტანულის შემდგომი განვითარებაა მოქნილობისა და სიმარტივის კუთხით. ოფშორული სქემების შესამუშავებლად მუდმივად გამოიყენება კანონმდებლობის ახალი რესურსები, გამოიყენება საგადასახადო სისტემის ხელსაყრელი თავისებურებები.

საზოგადოების ერთი ნაწილი აღიქვავს ოფშორს, როგორც შავი ფულის გათეთრების ცენტრს; მეორე ნაწილს მიაჩნია, რომ ოფშორი მხოლოდ საბანკო ოპერაციებიდან მიღებული შემოსავლების ლეგალიზების ადგილია. თუმცა ამ ორი ვერსიიდან არ შეიძლება რომელიმე იყოს აბსოლუტურად სწორი, რადგან ოფშორი, რომელსაც პირობითად შეღავათიან საგადასახადო გარემოს ეწოდებთ სხვა მრავალი ასპექტით ხასიათდება.

პირობითად შეღავათიანი საგადასახადო გარემო შეიძლება დაიყოს ოთხ ჯგუფად:

I. არანაირი გადასახადი

ეს არის ქვეყნები სადაც დატულია სრული "საგადასახადო ექსტერიტორიულობა". ტერმინი "არანაირი გადასახადი" ნიშნავს, რომ ეს ქვეყნები არ აწესებენ გადასახადს მოგებაზე, კაპიტალზე და კაპიტალის ზრდაზე.

ამ ქვეყანათა მთავრობა შემოსავალს იღებს განსაზღვრული ფიქსირებული ყოველწლიური გადასახადით:

1. მცირედი გადასახადი დოკუმენტებზე (მაგ: ბლანკის გამოწერა);
2. სიმბოლური გადასახადი კომპანიის საწესდებო კაპიტალის ოდენობაზე;
3. წლიური სარეგისტრაციო გადასახადი.

II. არანაირი გადასახადი უცხოური კომპანიების შემოსავალზე

ეს ქვეყნები აწესებენ გადასახადს, როგორც იურიდიულ, ისე კორპორაციული საქმიანობიდან მიღებულ შემოსავალზე. თუმცა ეს გადასახადი ეხება მხოლოდ ადგილობრივი კომპანიების მიერ მიღებულ შემოსავალს და არ ეხება არანაირ საერთაშორისო ბიზნეს საქმიანობას. რა თქმა უნდა, ამ კრიტერიუმში თავისთავად არ შედის ვთქვათ საწყოების იჯარის გადასახადი ამ ქვეყნის ტერიტორიაზე.

ამ ქვეყნებში გაუქმებულია გადასახადი ადგილობრივად წარმოებულ საქონლის ექსპორტირებით მიღებულ შემოსავალზე.

ასეთი სახის ქვეყნები თავის მხრივ ორ ჯგუფად იყოფა:

1. ქვეყნები, რომლებიც უფლებას აძლევენ კომპანიებს აწარმოონ საერთაშორისო ბიზნესი და გადასახადებს უწესებენ მხოლოდ ადგილობრივად მიღებულ შემოსავალზე (მოგებაზე).

2. ქვეყნები, რომლებიც ჩამოყალიბების მომენტში კომპანიებს სთავაზობენ აწარმოონ ბიზნესი ადგილობრივად, რომელიც შედეგად გამოიღებს მათ საგადასახადო დაქვემდებარებას და/ან აწარმოონ მხოლოდ საერთაშორისო ბიზნესი, როდესაც ისინი გათავისუფლებულნი არიან გადასახადებისგან.

ასეთი კატეგორიის ქვეყნები არიან მაგალითად, პანამა, ლიბერია, პანდა, ჯერსი, პონკონგი, გორნსი, გიბრალტარი და შენის კუნძულები.

III. დაბალი საგადასახადო სავანეები

ეს ქვეყნები აწესებენ დაბალ გადასახადს კომპანიის ყველა შემოსავალზე, მისის ამოღების ადგილის მიუხედავად.

ამ ქვეყნებმა მრავალრიცხოვანი შეთანხმებები დადეს ორმაგი დაბეგვრის თავიდან ასაცილებლად იმ ქვეყნებთან, რომელთაც დაბეგვრის მაღალი დონე აქვთ, რაც ზოგ შემთხვევაში კაპიტალის ოპტიმალურად გადაქაჩვის შესაძლებლობას იძლევა ერთი ქვეყნიდან მეორეში.

ასეთი ქვეყნებია: კვიპროსი, ლუქსემბურგი, ნიდერლანდები, ლიხტენშტეინი, შვეიცარია.

IV. სპეციალური საგადასახადო სავანეები

ეს ქვეყნები აწესებენ ყველა ან თითქმის ყველა გადასახადს, მაგრამ ამავე დროს აწესებენ სპეციალურ შეღავათებს სპეციალური ტიპის კომპანიებისათვის. მაგ.: საქონლის ტრანსპორტირებაზე სპეციალიზებული კომპანიების გადასახადებისგან გათავისუფლება.

ოფშორული ზონები განლაგებულია ისეთ ტერიტორიებზე, რომლებსაც როგორც წესი არ გააჩნიათ სამხედრო ხარჯები, არ ინახავენ წამგებიან საწარმოებს და გააჩნიათ სახელმწიფო მოხელეების ოპტიმალური რიცხვი. მათ აქტიურ გამოყენებას უპირატესად ხელს უწყობს ზონებში არსებული შეღავათიანი რეჟიმი, რაც უპირატესად ელინდება დაბალ გადასახადებსა და მარტივ ბიუროკრატიულ პროცესებში. ასეთი პოლიტიკის გატარებით ბუნებრივი რესურსების არმქონე და უმნიშვნელო ეკონომიკური პოტენციალის მქონე მცირე სახელმწიფოები უზრუნველყოფენ არსებობის შესაბამის დონეს.

კაპიტალის მოძრაობის პროცესი ოფშორულ სისტემებში ე.წ. "გამტარი" კომპანიების

თავისთავად



საშუალებით მიმდინარეობს, რომელიც მოგების შემქმნელ ან გამსაღებელ კომპანიას ოფშორული ზონის ფირმებთან აკავშირებენ.

ოფშორული ზონების ყველაზე გავლენიან კლიენტებად ტრანსნაციონალური კომპანიები სახელდება.

ტერმინი “ოფშორული კომპანია” ახასიათებს კომპანიის იურიდიული სტატუსის თავისებურებებს, რომელიც რეგისტრირებულია ერთ-ერთ შედგავთიან საგადასახადო გარემოში, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს გადასახადების ტვირთის მაქსიმალურად კლებას, ხოლო რიგ შემთხვევაში თითქმის ნულამდე დაყვანას.

ოფშორული კომპანიების პრინციპი: “მოგების მაქსიმუმაციისათვის საგადასახადო ტვირთის მინიმუმამდე შემცირება” მოითხოვს მნიშვნელოვანი გათვლების გაკეთებას, კერძოდ: საგადასახადო თავშესაფრის არჩევისას დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს აღნიშნულ ტერიტორიაზე პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ სტაბილურობას. მეტი უპირატესობა ისეთ საგადასახადო რეჟიმებს ენიჭებათ, როდესაც კომპანია თავისუფლდება ყველა გადასახადისგან ფიქსირებულის გარდა, ვინაიდან თუნდაც შემცირებული განაკვეთით შემოღებული გადასახადი მოუხერხებელია იმის გამო, რომ აუცილებელია ბუღალტრული ანგარიშის წარმოება და აუდიტორიული შემოწმების გავლა. ეს კი თავის მხრივ წარმოშობს დამატებით ლაბორინთებსა და ხარჯებს. აუცილებელია ასევე კარგად განვითარებული ადგილობრივი ინფრასტრუქტურისა და თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებების არსებობა. მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა იმას, რომ ინფორმაცია კომპანიის ბენეფიციარული მესაკუთრის შესახებ ხელმიუწვდომელი იყოს ფართო საზოგადოებისათვის, მათ შორის კლიენტთა იურიდიული მისამართი სახელმწიფო ორგანოებისათვის.

მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში თანდათანობით ყალიბდება და ძლიერდება მრავალწახნაგოვანი “ანტიოფშორული” კანონმდებლობა, ვინაიდან ამჟამად მოქმედ 70-ზე მეტ საერთაშორისო ოფშორული ფინანსური ცენტრების საქმიანობას სათანადოდ ვერ არეგულირებენ დასავლეთის მაღალგანვითარებული ქვეყნები, ამიტომ ერთადერთი რაც განვითარებულ ქვეყნებს შეუძლიათ, არის ის, რომ ლიმიტირება გაუკეთონ საკუთარ კომპანიებს ოფშორში გასვლისას.

მიუხედავად ამისა, თანამედროვე მსოფლიოს დამოკიდებულება ოფშორული ბიზნესის მიმართ მეტად არაერთგვაროვანია. არაერთგვაროვნება თავს

ინენს, როგორც ცალკეულ სახელმწიფოთა შორის, ასევე ქვეყნებს შიგნით არსებულ შიდა რეგიონულ გაერთიანებებს შორის.

საინტერესოა, რომ რამოდენიმე წლის წინ აშშ-ს კონგრესში “ანტიოფშორული” დამოკიდებულებით გამოირჩეოდნენ დემოკრატები. ისინი “რესპუბლიკელებს” ისეთი კანონების მიღებაში სდებდნენ ბრალს, რომლებიც ხელს უწყობდა კომპანიების ოფშორულ ზონებში გასვლას. “დემოკრატებს” “რესპუბლიკელების” დამოკიდებულება ოფშორული ბიზნესის მიმართ ქვეყნის ინტერესების საწინააღმდეგოდ მიიჩნდათ.

აშშ-ის ყოფილი პრეზიდენტის ბუშის ადმინისტრაციის პოზიტიურ დამოკიდებულებას ოფშორული ბიზნესის მიმართ სხვა ფაქტებიც ადასტურებენ. კერძოდ:

OECD-ის ინიციატივით ბოლო პერიოდში დაადანაშაულეს ცხრა ქვეყანა, მათ შორის კამბიისა და სეიშელის კუნძულები, რომ ისინი აწარმოებდნენ არასასურველ საგადასახადო პოლიტიკას. ამ ფაქტთან დაკავშირებით ბუშის ადმინისტრაციის ყოფილმა ფინანსთა მინისტრმა ონილმა განაცხადა, რომ ბუშის ადმინისტრაცია შემფოთებული იყო იმ ფაქტით, რომ OECD-ის ინიციატივას შეიძლება არასამართლიანად მოეთხოვა ამ ქვეყნებისაგან მათი საგადასახადო პოლიტიკის შეცვლა. თუმცა ბუშის ადმინისტრაცია იმ პერიოდისათვის საფრანგეთიდან და ძირითადად ევროპის სხვა ქვეყნებიდან კრიტიკამ აიძულა გარკვეულწილად მხარი დაეჭირა OECD-ის ინიციატივისათვის. შემდგომში უკვე OECD-ის წევრები და განსაკუთრებით აშშ მოითხოვდნენ, რომ ოფშორულმა ზონებს წარმოედგინათ ფინანსური მონაცემები ინვესტორებზე. წინააღმდეგ შემთხვევაში ისინი მოექცეოდნენ ფინანსურ ბლოკადაში, მათ შორის გამოყენებული იქნებოდა ტარიფები და სხვადასხვა სანქციები. უნდა აღინიშნოს, რომ “ჰერიტიჯ ფაუნდემენტი” ამ ძალისხმევას სრულიად სამართლიანად “ერთა სუვერენიტეტსა” და “ინდივიდუალურ საქმიანობაზე” შეტევას უწოდებს.

თანამედროვე მსოფლიოს კრიტიკული ანალიზი ოფშორული ზონების მიმართ პრინციპში გასაგებიცაა, ვინაიდან ოფშორული მექანიზმების ფართოდ გამოყენების შედეგად განვითარებული სამრეწველო ქვეყნები კარგავენ მრავალმილიონიან საგადასახადო შემოსავლებს. ყველა ეს თანხა თავს იყრის ოფშორულ ცენტრებში, მაგრამ შემდგომ ბრუნდება სამშობლოში, მაგრამ უკვე როგორც “უცხოური ინვესტიცია” საგადასახადო და სხვა ტიპის შედგავთების მოთხოვნით. სახელმწიფო

ახალი ეკონომისტი

ხაზინა ამ შემთხვევაში აგებს ორჯერ: თავდაპირველად ეროვნული შემოსავლები ფაქტურად გაედინება საზღვარგარეთ გადასახადის გადახდის გარეშე, ხოლო შემდეგ ბრუნდება ამა თუ იმ საგადასახადო უპირატესობათა და შეღავათების მიღების პრეტენზიით.

საინტერესოა, წავიდოდა თუ არა საერთოდ კომპანია ოფშორულ ზონაში თუ მას საკუთარი ქვეყნის მთავრობა ლიბერალურ საგადასახადო კანონმდებლობას შესთავაზებდა? რაც თავის მხრივ არ გულისხმობს ოფშორულ საგადასახადო განაკვეთებთან გათანაბრებას, ვინაიდან ზოგიერთ ოფშორულ ზონაში, კომპანიის ფუნქციონირების ხარჯიც საკმაოდ დიდია. მაგ.: გასათვალისწინებელია მომსახურების ღირებულება, კერძოდ:

- კომპანიის ინფორმაციის ფასი ყოველთვის საბაზისოა. ყველა იურისდიქციის კანონმდებლობით კომპანია ვალდებულია ჰქონდეს დარეგისტრირებული ოფისი და/ან აგენტი, რაც თავის მხრივ დამატებით ხარჯებს მოითხოვს.

- ზოგიერთმა თავშესაფარმა შეიძლება მოითხოვოს აქციონერთა ყოველწლიური კრების ჩატარება ინკორპორაციის ქვეყანაში, რაც გამოიწვევს ყოველწლიურ ვიზიტებს საგადასახადო თავშესაფარში. თუ საქმე დანახარჯების

მინიმიზაციას ეხება ამან შეიძლება სერიოზული წარუმატებლობა გამოიწვიოს.

- შეიძლება არსებობდეს მართლაც საწესდებო კაპიტალის მინიმუმის გადახდაზე.

- პრობლემა შეიძლება წარმოიშვას კორპორაციის ადგილობრივი დირექტორების რაოდენობრივ მოთხოვნასთან დაკავშირებით, ან შეიძლება იყოს მოთხოვნა ერთზე მეტი ადგილობრივი აქციონერის შესახებ და ა.შ.

ადგილობრივი ფირმები დარეგისტრირებულ კომპანიებს სიამოვნებით უწევენ ნებისმიერ მომსახურებას, მაგრამ ეს კვლავ იწვევს კლიენტთა დამატებით ხარჯებს.

ამრიგად, საგადასახადო დაგეგმვის მეთოდების შერჩევისას შეიძლება აღმოჩნდეს, რომ დანახარჯები აჭარბებს გადასახადებიდან მიღებულ ეკონომიას. ამიტომ, საინვესტიციო საშუალებების მცირე რეაოდენობის გამო კომპანიისათვის არ იქნება სასურველი საგადასახადო თავშესაფრის გამოყენება.

იმ შემთხვევაში თუ სახელმწიფოს სურს შეაჩეროს ქვეყნიდან ფულის გადინება ოფშორულ ზონაში, ამისათვის გარკვეულ დათმობებზე უნდა წავიდეს. კერძოდ: უარი თქვას განსაკუთრებულ დიდ სახელმწიფო დანახარჯებზე და მათ შორის განსაკუთრებით მრავალრიცხოვან ბიუროკრატიულ

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. www.ft.com
2. www.economist.com
3. www.bpi.ge
4. www.worldbank.org



მასილ ხიზანიშვილი

ი.გოგებაშვილის სახელობის თელავის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი,
ასისტენტ-პროფესორი



ეკონომიკის გლობალიზაცია არის ზოგადი გლობალიზაციის შემადგენელი ნაწილი. საფუძველი და მთავარი განმსაზღვრელი მომენტი. სამეცნიერო ლიტერატურაში ეკონომიკის გლობალიზაცია განიხილება როგორც საქონლისა და მომსახურების, კაპიტალის, სამუშაო ძალის, საერთაშორისო ბაზრების ურთიერთკავშირების გაძლიერებისა და ურთიერთშერწყმის პროცესი, რომელიც გულისხმობს მსოფლიო მასშტაბით ერთიანი ეკონომიკური სივრცის შექმნას [1 გვ. 5].

ეკონომიკის გლობალიზაცია წარმოადგენს მსოფლიო განვითარების ერთ-ერთ კანონზომიერებათაგანს. ეკონომიკის მზარდი გლობალიზაცია გამოიხატება კაპიტალის გადაადგილების მასშტაბებისა და ტემპების მკვეთრ ზრდაში, რომელიც უსწრებს საერთაშორისო ვაჭრობის ზრდას მთელი შიდა პროდუქტის ზრდასთან მიმართებაში. იგი გამოიხატება ასევე მსოფლიო ფინანსური ბაზრების წარმოქმნაში [2, p.67].

ეკონომიკის გლობალიზაცია შეიძლება დანახული იქნეს როგორც ეროვნული ეკონომიკების ეკონომიკური ურთიერთდამოკიდებულების გაძლიერებული პროცესი მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, რაც ასახავს პოულობს სახელმწიფო საზღვრების გავლით საქონლის, მომსახურების, ტექნოლოგიებისა და კაპიტალის მოძრაობის სისწრაფის ზრდაზე. ეს არის ქვეყნებს შორის ეკონომიკური ინტეგრაციის გაძლიერებული პროცესი, რომელიც იწვევს ცალკეული ეროვნული ბაზრების შერწყმას ერთ მსოფლიო ბაზარში [3, p.197].

ეკონომიკის გლობალიზაცია რთული და წინააღმდეგობრივი პროცესია. მას გააჩნია პოზიტიური და ნეგატიური ასპექტები. ერთის

მხრივ ის აიძულებს სამეურნეო ურთიერთობებს სახელმწიფოებს შორის, ქმნის კაცობრიობის მიღწევათა მიღების ხელმისაწვდომობის შესაძლებლობას ქვეყნებისათვის, უზრუნველყოფს რესურსების ეკონომიას, სტიმულს აძლევს მსოფლიო პროგრესს და მეორეს მხრივ სახეზეა ეკონომიკის პერიფერიული მოდელის დამკვიდრება და განმტკიცება, განვითარებადი ქვეყნების საკუთარი მატერიალური და არამატერიალური რესურსების დაკარგვა, მცირე ბიზნესის განადგურების ტენდენცია, ცხოვრების დონის დაწვეა და ა.შ. [4].

გარდა ამისა, ეკონომიკის გლობალიზაციის შედეგად ღრმავდება წინააღმდეგობა ინდუსტრიულად განვითარებულ და ეკონომიკურად ჩამორჩენილ ქვეყნებს შორის, ცალკეული ქვეყნების შიგნით კი ძლიერდება საზოგადოების სოციალური დიფერენციაცია და ადგილი აქვს მოსახლეობის ქონებრივ პოლარიზაციას. ეს კანონზომიერება მეტ-ნაკლები ზომით შეეხება როგორც განვითარებულ, ისე განვითარებად ქვეყნებს [1, გვ. 6].

ეკონომიკის გლობალიზაციის შინაარსის მრავალი განმარტება არსებობს, რომელიც ეკუთვნის სოციალური მეცნიერების თვალსაჩინო წარმომადგენლებს. ამერიკელი მეცნიერი თ. ფრიდმანი გლობალიზაციას განსაზღვრავს როგორც „ბაზრების, ეროვნული სახელმწიფოებისა და ტექნოლოგიების უკიდურეს ინტეგრაციას, რომელიც საშუალებას აძლევს ინდივიდებს, კორპორაციებსა და ეროვნულ სახელმწიფოებს მიაღწიონ მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილს უფრო სწრაფად, ღრმად და იაფად, ვიდრე ეს წინათ იყო შესაძლებელი“ [5]. ცნობილი

ახალი ეკონომიკის



ამერიკელი ეკონომისტის ლ. ტუროუს სიტყვებით ეკონომიკის გლობალიზაცია ნიშნავს, რომ „დღეს შეგიძლია აწარმოო რაც გინდა, სადაც გინდა და წარმოებული პროდუქტი გაყიდო ნებისმიერ სხვა ადგილას“ [6]. საზოგადოების ინფორმაციზაციის პრობლემების თვალსაჩინო მკვლევარი, მ. კასტელსი აღნიშნავს: „გლობალური ეკონომიკა ეს არის ეკონომიკა, რომელსაც როგორც ერთიან სისტემას შეუძლია მუშაობა რეალურ დროში და მთელი პლანეტის მასშტაბით“ [7]. ჯ. სოროსის აზრით, ეკონომიკის გლობალიზაცია ნიშნავს „ეროვნულ ეკონომიკებზე გლობალური ფინანსური ბაზრებისა და ტრანსეროვნული კორპორაციების მზარდ და დომინირებულ ზეგავლენას“ [8, ჩ.105]. რუსი ეკონომისტი მ. დელიაგინი ეკონომიკის გლობალიზაციის განმარტებაში ყურადღებას ამახვილებს „ერთიანი ფინანსურ-ინფორმაციული სივრცის ფორმირებაზე“ და აღნიშნავს: „გლობალიზაციის ეკონომიკური განზომილება მოიცავს უკანასკნელი ათწლეულების მანძილზე საქონლის, კაპიტალის, შრომისა და ინფორმაციის მრავალჯერ გაზრდილ ნაკადებს ქვეყნებს შორის. იგი აგრეთვე გულისხმობს საწარმოო პროცესების ინტერნაციონალიზაციას ცალკეული ტექნოლოგიური ოპერაციების საერთაშორისო დანაწილების ჩათვლით. მთლიანობაში გლობალიზაცია შეიძლება დახასიათდეს როგორც ეროვნული ეკონომიკების ურთიერთკავშირის, ურთიერთზემოქმედებისა და ურთიერთგადაჯახების გაძლიერების პროცესი“ [9, ჩ.20].

ეკონომიკის გლობალიზაციის არსის განსაზღვრებას გვთავაზობენ ასევე სხვა რუსი მეცნიერები. მაგ: ე. კოჩეტოვი მას განიხილავს როგორც ეროვნული ეკონომიკების კვლავწარმოებადი ტრანსფორმაციისა და მათი სამეურნეო სტრუქტურების, კაპიტალის, ფასიანი ქაღალდების, საქონლის, მომსახურების, სამუშაო ძალის პროცესს, რომლის გათვალისწინებით მსოფლიო ეკონომიკა განიხილება არა მხოლოდ როგორც ეროვნული ეკონომიკების, საფინანსო, სავალუტო, სამართლებრივ-საინფორმაციო სისტემების ერთობლიობა, არამედ როგორც გეოეკონომიკური (გეოფინანსური) სივრცე, მოქმედი თავისი საკუთარი კანონებით [10, ჩ.18].

ბ. სმიტენკო და ტ. კუზნეცოვა აღნიშნავენ, რომ ეკონომიკის გლობალიზაციის შედეგად განისაზღვროს როგორც ერთად აღებული კავშირების ზრდის მასშტაბურობის პროცესები, რეალიზებული საერთაშორისო ურთიერთობებით, საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების სისტემურობის გაძლიერებით და მათი ძირითადი სუბიექტების ურთიერთდამოკიდებულებით კაცობრიობის გლობალური პრობლემების გადაწყვეტის ურთიერთშეპირობებულობაში [11, ჩ.601]. ე. ლომაკინი წერს, რომ „ეროვნული მეურნეობების გლობალიზაციის (გამსოფლიურების) ქვეშ გაიგება საერთაშორისო, მსოფლიო სამეწარმეო ძალების, წარმოების ფაქტორების შექმნა და განვითარება, რომელიც ვლინდება ცალკეული კომპანიების მიერ სხვადასხვა ქვეყნებში სამეურნეო ობიექტების შექმნასა და განსხვავებულ ეროვნულ მეურნეობებს შორის საწარმოო კავშირების ზენაციონალური ფორმების განვითარებაში, რადროსაც ურთიერთქმედებები სამეურნეო სისტემაში ხდება მუდმივი, მყარი და მრავალმხრივი“ [12, ჩ.16].

ზემოთ მოტანილი განსაზღვრებები სწორად აფიქსირებს გლობალიზაციის თვისებათა ზოგიერთ გამოვლინებას, თუმცა აღსანიშნავია ისიც, რომ მსგავსი სახის განსაზღვრებები სავსებით მისაღებია ასევე გლობალიზაციამდელი, სამეურნეო ცხოვრების ინტერნაციონალიზაციის ეტაპებისათვის, განსაკუთრებით კი მე-20 საუკუნის 50-80-იანი წლებისათვის. ეკონომიკის გლობალიზაციის არსის ნათელსაყოფად აუცილებელია იმ საკითხის გარკვევა, თუ როდის მოხდა ინტერნაციონალიზაციის თვისობრივად ახალ გლობალიზაციურ სტადიაში გადასვლა. მის შესახებ დასავლეთში ალაპარაკდნენ ჯერ კიდევ 1980-იანი წლების დასაწყისში, მსოფლიო მეურნეობაში ტრანსნაციონალური კორპორაციების (ტნკ.) როლის მკვეთრი, ნახტომისებურ ზრდასთან დაკავშირებით. ტრანსნაციონალური კორპორაციები მართლაც წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკის საკვანძო სუბიექტს, ხოლო ტრანსნაციონალიზაცია – ეკონომიკის გლობალიზაციის პროცესის თავისებური სახის ღერძს. ამიტომ, ამ უკანასკნელმა, ისევე



როგორც ეკონომიკური გლობალიზაციის სხვა გამოვლინებებმა ჭეშმარიტი გლობალური ბუნება შეიძინეს მხოლოდ ს.ს.რ.კ.-ის დაშლისა და „რეალური სოციალიზმის“ კრახის შედეგად 1990-იანი წლების დასაწყისში. ამიტომ, ალბათ უნდა გამოვიდეთ იქიდან, რომ ინტერნაციონალიზაცია ეკონომიკური გლობალიზაციის სტადიაზე საბოლოოდ გადავიდა სწორედ მე-20 საუკუნის უკანასკნელ ათწლეულში და ახლა იკრებს ძალას, იძენს ინტენსიურობის ხილრმეებს [13, ჩ.123].

ეკონომიკის გლობალიზაციის სერიოზულ გამოწვევებს შეიცავს ეროვნული სახელმწიფოების მიერ სუვერენული ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელების შესაძლებლობების თვალსაზრისით. კერძოდ, კაპიტალის, სამუშაო ძალის, საქონლისა და მომსახურების, დაუბრკოლებელი გადაადგილების უზრუნველყოფის მიზნით, ტრანსეროვნული კომპანიები და საერთაშორისო საფინანსო ეკონომიკური ორგანიზაციები ძლიერ ზეწოლას ახდენენ ეროვნულ სახელმწიფოთა მთავრობებზე და აიძულებენ მათ ამ პროცესის დამარკოლებელი ბარიერების მოხსნას. ზეეროვნული სისტემების გააღვივების კვლადაკვალ ეროვნულ მთავრობებს სულ უფრო მეტად უძნელდებათ მათთვის წინააღმდეგობის გაწევა. ინტენსიურად მიმდინარეობს ქვეყნის შიგნით ეკონომიკის დერეგულირების პროცესი და ამავე დროს ძლიერდება ზეეროვნულ დონეზე ეკონომიკური ურთიერთობების რეგულირების ტენდენციები. თუ როგორ შეიძლება გადაიტარას ეს წინააღმდეგობა, ამაზე დასაბუთებული პასუხი ეკონომიკურ მეცნიერებას ჯერჯერობით არ გააჩნია. აღნიშნულ გამოწვევას უშუალოდ უკავშირდება კიდევ ერთი დილემა: გლობალიზაცია, რომელიც გულისხმობს ეროვნული სახელმწიფოების მიერ საკუთარი ეკონომიკური ფუნქციების გარკვეული ნაწილის ზეეროვნულ სტრუქტურებზე დელეგირებას, იწვევს ეროვნული სუვერენიტეტის გარკვეული ხარისხით შეზღუდვას. რა ზომითაა დასაშვები ასეთი შეზღუდვა და როგორი უნდა იყოს თანაფარდობა ამ შეზღუდვით გამოწვეულ შესაძლო დანაკარგებსა და გლობალიზებულ სამყაროში ინტეგრირებით მიღებულ

სარგებელს შორის? დღეს ეს საკითხი მკვლევარებს შორის დიკუსიის საგნად რჩება [1, გვ. 7-8].

ამრიგად, სხვადასხვა ავტორთა მიერ გაკეთებული დასკვნების საფუძველზე ეკონომიკის გლობალიზაცია ჩვენს მიერ განხილულია როგორც საქონლის, კაპიტალის, მომსახურების, სამუშაო ძალის დაუბრკოლებელი ტრანსპორტირებით გადაადგილებისა და სამეურნეო ცხოვრების უნივერსალიზაციის პროცესი, რომელიც ეკონომიკურ სივრცეს ანიჭებს უნიფიცირებულ ხასიათს და საფუძველს უმზადებს გლობალური ეკონომიკის ჩამოყალიბებას. გლობალური ეკონომიკა არის თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკა, განხილული არა როგორც მასში შემავალი ეროვნული ეკონომიკების ერთობლიობა, არამედ რეალური დროის რეჟიმში ფუნქციონირებადი, ერთიანი ეკონომიკური სისტემა [1, გვ. 12-13].

ეკონომიკის გლობალიზაცია ეს არის ეროვნული ეკონომიკების ინტეგრაცია ერთიან მსოფლიო ბაზარში. მის უმთავრეს საკვანძო ელემენტებად გამოდის გარე ვაჭრობის გაფართოება, ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიების სწრაფი გავრცელება და კაპიტალის საერთაშორისო ნაკადების გადიდება. ის წარმოადგენს საბაზრო სეგმენტაციის შესრულების პროცესს მსოფლიო მასშტაბით [14, ჩ.492]. ეკონომიკური გლობალიზაცია არის ობიექტური პროცესი, რომელიც კანონზომიერად გამომდინარეობს საწარმოო ძალების, წარმოებაში თანამედროვე ტექნოლოგიების, ადამიანური საქმიანობის სხვადასხვა სფეროს მიღწეულ დონეთაგან და ფინანსურ-ეკონომიკური კავშირების ღია სისტემის ფარგლებში მიმართულია ქვეყნების, ფირმების და ხალხთა საერთაშორისო ურთიერთდამოკიდებულებისაკენ [15].

ტექნიკისა და რეიჯანის მთავრობების მიერ გატარებულმა რეფორმებმა (დერეგულირების საკითხები, გადასახადების შემცირება, პრივატიზაცია და ა.შ.) საფუძველი ჩაუყარეს და მძლავრი იმპულსი მისცეს ეკონომიკისა და ფინანსების გლობალიზაციას [16]. დღევანდელ დღეს ეკონომიკის გლობალიზაციურმა პროცესებმა მოიცვა მთელი მსოფლიო მეურნეობის სფერო, თავის

ახალი ეკონომიკა

ორბიტაში ჩაითრია მსოფლიოს ყველა ქვეყნის გარეეკონომიკური სისტემები მონაწილეობის ეფექტურობისა და შედეგების განსხვავებული ხარისხით. გლობალურმა ეკონომიკამ „საერთაშორისო კონკურენციისათვის გახსნა ეროვნული ეკონომიკური სისტემები“ [17, ჩ.27].

ეკონომიკის გლობალიზაცია წარმოადგენს მსოფლიო მეურნეობის განვითარებაში თვისობრივად ახალ და წინააღმდეგობრივ ეტაპს, [18] რომელიც მე-20 საუკუნის დასასრულსა

და 21-ე საუკუნის დასაწყისში განსაზღვრა საერთაშორისო ურთიერთობების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი [19]. გლობალიზაციის ეკონომიკური მხარე ასახავს მძლავრ ნაბიჯს საუკეთესო კონკურენციის იდეალისაკენ და გულისხმობს ბაზრების საყოველთაო გახსნილობასა და ურთიერთშერწყმას [20].

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მექვაბიშვილი, ე., ეკონომიკის გლობალიზაცია: მიმართულებები, გამოწვევები, პერსპექტივები. თბ. 2009 წ.
2. Friedman Th. Understanding Globalization. The Lexus and the Olive Tree. NY, 2000.
3. Thurow L., The Future of Capitalism. NY, 1996, P 3. აგრეთვე: Robert Heilbroner and Lester Thurow, Economics Explained, Touchstone Book, NY, 1998.
4. Глобализация экономики., abc.informbureau.com
5. Экономическая Глобализация (Материал из Википедии – свободной энциклопедии). ru.wikipedia.org
8. М. Кастельс., Информационная Эпоха, М., 2002.
9. Дж. Сорос. Тезисы о Глобализации. Вестник Европы., Т. 2, 2001.
10. Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России., М., 2002.
11. Кочетов Э. Г., Глобалистика. Теория, методология, практика. Учебник для вузов., М.: НОРМА., 2002.
12. Смитиенко Б. М., Кузнецова Т. А., Противоречия глобализации мировой экономики., Современный антиглобализм альтерглобализм. Монография., М.: 2005.
13. Ломакин В. К., Мировая экономика. Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: ЮНИТИ. 2007.
14. Тэтчер Маргарет., Искусство управления государством. Стратегия для меняющегося мира. /Пер. с англ.-М.: Альпина Паблишер, 2003.
15. www.mirkin.ru/_docs/articles03-006.pdf
16. http://www.marshallmcluhan.com/marchand.html
17. Ливенцев Н.Н. и др. Международные экономические отношения. М. Изд-во Проспект, 2005.
18. Федякина Л. Н., Финансовая глобализация, долги, кризисы. Доклад 5.12.2003 www.humanities.edu.ru/db/msg/48607
19. Глобализация Экономики: Некоторые Дискуссионные Вопросы. www.wpes.ru/.../200801162154htm
20. www.nauka-shop.com/mod/.../33861/
21. www.lib.ua-ru.net/diss/cont/89695.html
22. www.tatort-weltmarkt.de/Pro-Globalisierung2.htm

ახალი ეკონომიკა



MAKA BUGULASHVILI

Assistant Professor

Faculty of Business Management

International Black Sea University

The relationship between the organization and its members is influenced by what motivates them at work, and the rewards and fulfillment they derive from it. The work organization, and the design and content of jobs, can have a significant effect on the satisfaction of staff and their levels of performance. The manager needs to know how best to stimulate the co-operation of staff, and direct their efforts to achieving the goals and objectives of the organization. Along with perception, personality, attitudes, and learning, motivation is presented here as a very important process in understanding employee behavior at work.

Today, it takes more than a generous salary to motivate employees. Increasingly, companies are trying to provide motivation by satisfying employees' less tangible needs. There are several specific techniques that help managers to boost employee motivation and job satisfaction.

1. Management by Objectives
2. Job Enrichment
3. Behavior Modification
4. Flextime
5. Part-time work and Job-sharing
6. Telecommuting

1. Management by Objectives (MBO) – is a motivation technique in which managers and employees collaborate in setting goals. The primary purpose of MBO is to clarify the roles employees are expected to play in reaching the organization's goals. A number of companies have used MBO methods, including General foods and General Motors.

By allowing individuals to participate in goal setting and performance evaluation, MBO increases their motivation. Most MBO programs consist of a series of four step:

- *Setting goals* – Top managers work with middle managers, and middle managers work with first-line managers, to develop goals for their respective work

groups. At the same time, managers and employees at all levels collaborate with their supervisors to set individuals goals for performance.

- *Planning action* – Managers determine exactly how their individual and group goals will be accomplished. To ensure that goals are reached on time, a schedule is prepared for the action plan.

- *Implementing plans* – Managers implement their plans in their own way, which allows them to control their own performance. Thus the managers' expertise is channeled for the benefit of the organization, while the managers are allowed to develop their professional skills more fully.

- *Reviewing performance* – Managers periodically review the performance of the people they supervise and evaluate how well the plans are achieving group and individual goals. Obstacles and strategies for overcoming them are identified. Old goals may be modified and new goals established. Achievement is recognized and rewarded.

As with every other management methods, MBO has advantages and disadvantages. MBO can motivate employees by involving them actively in the life of the firm. The collaboration on goal setting and performance appraisal improves communication and makes employees feel that they are an important part of the organization. Periodic review of progress also enhances control within an organization. A major problem with MBO is that it does not work unless the process begins at the top of an organization. In some cases, MBO results in excessive paperwork. Also, a manager may not like sitting down and working out goals with subordinates and may instead just assign them goals. Finally, MBO programs prove difficult to implement unless goals are quantifiable.

2) Job Enrichment

Job enrichment is a method of motivating employees by providing them with variety in their tasks while giving them some responsibility for, and control over, their jobs.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების სამინისტრო

At the same time, employees gain new skills and acquire a broader perspective about how their individual work contributes to the goals of the organization.

A number of researchers have focused on creating jobs with more meaningful content, under the assumption that challenging, creative work will motivate employees to give their best effort. Job enrichment typically includes the following factors:

- Skill Variety : workers can use a range of different skills
- Task Identity: Workers do complete tasks with clear beginnings and endings
- Autonomy: workers have freedom and authority regarding their jobs
- Feedback: workers receive clear, frequent information about their performance

Job enrichment works best employees seek more challenging work. Of course, not all workers respond positively to job-enrichment programs. Employees must desire personal growth and have the skills and knowledge to perform enriched jobs. Lack of self-confidence, fear of failure, or distrust of management's intentions are likely to lead to ineffective performance on enriched jobs. In addition, some workers do not view their jobs as routine and boring, and others even prefer routine jobs, because they find them satisfying. Companies that use job enrichment as an alternative to specialization also face extra expenses, such as the cost of retraining.

3. Behavior Modification

Behavior modification is a systematic program of reinforcement to encourage desirable behavior. Behavior modification involves both rewards to encourage desirable behavior and punishments to discourage undesirable actions.

When applied to management, behavior modification strives to encourage desirable organizational behavior. Use of this technique begins with identification of *target behavior* – the behavior that is to be changed. (it might be low production levels of high rate of absenteeism, for example.) Existing levels of this behavior then are measured. Next, managers provide positive reinforcement in the form of a reward when employees exhibit the *desired behavior* (such as increased production levels or less absenteeism.) Reward might be praise or a more tangible form of recognition, such as a gift, meal or a trip. However, if the target behavior does not change significantly in the desired direction, the reward system must be changes to one that is likely to be more effective. But, this is very difficult; the kind of emotional persuasion needed for these changes is not taught in business schools and is not often

properly considered in many business settings. The key to devise effective rewards that not only will modify employees behavior in desired ways but also will motivate them. To this end, experts suggest that management should reward quality, loyalty, and productivity.

4. Flextime

To most people, a work schedule means the standard nine-to-five, forty-hour work week. **Flextime** is a scheduling system that allows employees to choose their own hours within certain limits. For example, a company may require everyone to be at work between 10:00 a.m. and 2:00 p.m., but employees may arrive or depart whenever they want as long as they work a total of 8 hours every day. Another popular flextime schedule is to work for 10-hours days each week, taking one prearranged day off. Typically, most firms which use flextime system of motivation, establish the *core time*, when all employees must be at work, and the *flexible time*, when employees may chose whether to be at work. The only condition is that every employee must work a total of eight hours each day.

The benefits include the opportunity for workers to align their schedules with other family members and to avoid the worst slowdowns during morning and afternoon commutes. But flextime also ensures that everyone is present at certain times, when conferences with supervisors and department meetings can be scheduled.

The sense of independence and autonomy employees gain from having a say in what hours they work can be motivating factor. In addition, employees who have enough time to deal with non-work issues often work more productively and with greater satisfaction when they are on the job. Two common problems associated with flextime are (1) supervisors sometimes find their jobs complicated by having employees who come and go at different times, and (2) employees without flextime sometimes resent coworkers who have it.

5. Part-Time Work and Job Sharing

Part-time work is permanent employment in which individuals work less than a standard work week. The specific number of hours worked varies, but part-time jobs are structured so that all responsibilities can be completed in the number of hours and employee works. Part-time work is of special interest to parents who want more time with their children and people who simply desire more leisure time. One disadvantage of part-time work is that it often does not provide the benefits that come with a full-time position. Of all companies that give employees the option to work part-time, Starbucks is ranked number one with 80 percent of its employees classified as



“part-time” employees. Moreover, Starbucks does not treat its part-time employees any different from its full-time employees; all receive the same access to numerous benefits, which even include a free pound of coffee every week.

Job sharing lets two employees share a single full-time job and split the salary and benefits, can be attractive alternative for people who want part-time hours in situations normally reserved for full-time employees. In other words, job sharing combines the security of a full-time position with the flexibility of a part-time. For firms, job sharing provides a unique opportunity to attract highly skilled employees who might not be available on a full-time basis. However, job sharing can be more challenging to implement than other flexible work arrangements, given the complexities of two individuals interacting with colleagues and customers instead of one. In addition, job sharing is difficult if tasks are not easily divisible or if two people do not work or communicate well with one another.

6. Telecommuting

Telecommuting, or *telework*- working from home or another location using computers and telecommunications equipment to stay in touch with colleagues, suppliers, and customers-provides another dimension of flexibility. Telecommuting helps employees balance their professional and personal commitments by

spending less time in transit between home and work. Companies that allow telecommuting experience several benefits as well, including increased productivity, lower real estate and travel costs, reduced employee absenteeism and turnover, increased work/life balance, improved morale, and access to additional labor pools. Telecommuting also helps community by decreasing air pollutants, reducing traffic congestion, and lowering consumption of fossil fuel, which can give a company a green factor. Of all companies that give employees the option to telecommute or work from home, Cisco Systems is ranked number one with 70 percent of its employees classified as

“regular” telecommuters.

Telecommuting does have potential limitations. One of the most commonly expressed concerns is work-life balance, with employees struggling to shut down their work lives so they can participate in their home lives. Some managers struggle with a perceived loss of control over employees they cannot see. Others are concerned that people working at home will slack off (although some studies show that telecommuters actually work more hours, not fewer). Some companies find that the lack of face-to-face communication hinders decision making, in spite of the best technology available. But besides having some drawbacks, telecommuting is on the rise around the world and has clearly become a major element in the work life.

References:

1. Bovee, Thill, Mescon. (2007). *Excellence in Business*. 3rded. Prentice Hall
2. Pride, Hughes, Kapoor. (2010). *Introduction to Business*. 10th ed. Cengage Learning
3. Kelly, McGowen. (2011) *BUSN*. Cengage Learning
4. Daft, R.L. “*Theory Z: Opening the Corporate Door for Participative Management.*” *Academy of Management Executive* 18, no. 4 (2004)
5. “*Ford Meets Cost Cutting Goal*” at www.courier-journal.com

სტატიის მკითხველს მიმართულია

ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობა



ეროვნული
თამთა შემოღობვა
სოსო პარსომიანო,
ცირა მაისაია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის
მე-3 კურსის სტუდენტები

ყველაფერი ბუნებრივი იმავდროულად ულევობასაც არ გულისხმობს. ამის დასტურია ბუნებრივი რესურსები, რომელთა გამოყენებაც მათი შეზღუდული ხასიათის გათვალისწინებით გვიწევს. შესაბამისად, ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობისთვის გადახდილი გადასახადი, გარკვეულწილად, შეიძლება გამოყენებულ რესურსების კომპენსაციად მივიჩნიოთ.

ბუნებრივი რესურსები - ბუნებრივი მყარი, თხევადი ან გაზისებრი წარმონაქმნია, რომელიც გამოიყენება, გამოიყენებოდა ან შეიძლება გამოიყენებულ იქნას სასოფლო-სამეურნეო, სამეწარმეო და სხვა სახის საქმიანობისთვის.

საქართველოში ძირითადად შემდეგი სახის ბუნებრივ რესურსებს ვხვდებით:

- მინერალური რესურსები;
- ეგზოგენური ენერგო რესურსები;
- სასოფლო - სამეურნეო მიწების რესურსები;
- ტყისა და მერქნის რესურსები;
- ეგზოგენური წყლის რესურსები.

აქედან, განსაკუთრებით აღსანიშნავია ტყისა და მერქნის რესურსები, რომელთაც ქვეყნის ტერიტორიის 39.6% - 2.75 მლნ ჰექტარი უჭირავს.

საყურადღებოა ისიც, რომ საქართველოს ტერიტორიაზე შესაბამისი რესურსების მიხედვით არსებობს საბადო ობიექტები. ესენია:

- სათბობ-ენერგეტიკული რესურსები - 42 ობიექტი;
- მეტალთა და იშვიათ ელემენტთა რესურსი - 70 ობიექტი;
- ქიმიური და აგროქიმიური რესურსები და სხვა - 96 ობიექტი;
- სანაკვეთო ქვების და კერამიკული რესურსების - 80 ობიექტი;
- მოსაპირკეთებელი და სამშენებლო ქვების რესურსი - 231 ობიექტი;
- მეტალური, ინტერტული და სამშენებლო რესურსები - 262 ობიექტი;
- მიწის ქვეშა მინერალური წყლები - 69 ობიექტი.

სხვადასხვა ქვეყნის კანონმდებლობა სხვადასხვანაირად არეგულირებს ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობის მოსაკრებელს. რა თქმა უნდა, ყველაფერი თავად ქვეყნის ტერიტორიაზე არსებული რესურსებით, მათი გამოყენების სიხშირითა და მნიშვნელობით განისაზღვრება. საქართველოს კანონი "ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობისათვის მოსაკრებლების შესახებ" ადგენს, რომ აღნიშნული გადასახადის გადამხდელია:

✓ პირი, რომლის საქმიანობა ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობისთვის საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად ექვემდებარება ლიცენზირებას;

✓ პირი, რომელიც ახორციელებს სახელმწიფო ტყის ფონდიდან მერქნული რესურსებით სარგებლობას;

✓ სპეციალური ჯგუფის შედეგად ამოღებული მერქნული რესურსებით მოსარგებლე;

✓ პირი, რომელიც ახორციელებს გადამფრენი ფრინველების გარემოდან ამოღებას სამონადირეო მეურნეობის ფარგლების გარეთ.

თავად მოსაკრებლის ობიექტი კი ქვეყნის ტერიტორიაზე გარემოდან ამოღებული ბუნებრივი რესურსების მოცულობაა, კერძოდ:

✓ მოპოვებული სასარგებლო წიაღისეულის მოცულობა;

✓ მერქნული რესურსების მოცულობა;

✓ მცენარეული არამერქნული რესურსების, მათ შორის სოჭის გირჩის მოცულობა;

✓ გარემოდან ამოღებული წყლის რესურსების მოცულობა;

✓ გარემოდან ამოღებული ცხოველთა სამყაროს რესურსების მოცულობა;

✓ გადამფრენი ფრინველების რაოდენობა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საქართველოს ბუნებრივ რესურსებში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სატყეო რესურსს, რომლის მთლიანი მოცულობა შეადგენს 434

თბილისის ეკონომიკის უნივერსიტეტი



მლნ მ -ს. შესაბამისად, ამ რესურსებით სარგებლობისთვის გადასახადიდან მიღებული შემოსავალიც საკმაოდ დიდია. ეს შემოსავალი საქართველოს ბიუჯეტების კატეგორიას მიეკუთვნება და ადგილობრივ ბიუჯეტში ირიცხება. რაც შეეხება საბაზისო ფასს, მას ტყის მერქნული სახეობების თითოეული ჯგუფისთვის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო შესაბამისი რესურსებით სარგებლობის საუწყებთშორისო ხალიცენზიო-საექსპორტო საბჭოს რეკომენდაციით ადგენს.

ანალოგიურ მოსაკრებელს აშშ-ს საგადასახადო სისტემაში წამყვანი პოზიცია უჭირავს. ეს არცაა გასაკვირი, რადგანაც სწორედ ამერიკაა სატყეო საქონლის წარმოებისა და საერთაშორისო ვაჭრობის სფეროს ლიდერი. აშშ-ზე მოდის მსოფლიო მოხმარების ხისა და რბილი ქაღალდის პროდუქციის საერთო ღირებულების (საექსპორტო ფასების) 1/3.

სატყეო რესურსზე აშშ-ში ორი ტიპის გადასახადი არსებობს: ქონების და შემოსავლების. ქონების გადასახადი შტატების იურისდიქციის ქვეშაა მოქცეული და შეიძლება დაწესდეს როგორც მთელ სატყეო მიწებსა და შეშის მარაგზე, ასევე თითოეულ მათგანზე ცალ-ცალკე. შემოსავლების გადასახადი კი დამატებითი სატყეო რესურსების მიღების მომენტიდან გადაიხდებიან.

მნიშვნელოვანია წიაღისეულით სარგებლობისთვის დაწესებული მოსაკრებელი საქართველოში, რომლის ზღვრული ოდენობა სასარგებლო წიაღისეულის ძირითადი სახეობების მიხედვით განისაზღვრება. რაც შეეხება ნავთობსა და გაზს, მათი სარგებლობისთვის გადასახადის ზღვრულ ოდენობას ნავთობისა და გაზის მარეგულირებელი სახელმწიფო სააგენტო ადგენს და მისი კონკრეტული ოდენობა მოპოვებული წიაღისეულის ფასის მიმართ (დღგ-ს გარეშე) პროცენტებში იანგარიშება.

ბოლო წლებში მსოფლიოში გამოიკვეთა ეკოლოგიისა და ეკოლოგიური გადასახადების მნიშვნელობა. თუმცა, თავად ეკოლოგიური გადასახადის ცნება ახალი არაა. ის ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 80-იან წლებში არსებობდა სკანდინავიის ქვეყნებში, მაგრამ 90-იან წლებამდე მისი როლი უმნიშვნელოდ იზრდებოდა. ამ გადასახადის დანერგვის მხრივ ძირითადი რეფორმები მხოლოდ 1995-1996 წლებში გატარდა. დღეს დღეისობით კი ეკოლოგიური გადასახადები მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში (განსაკუთრებით იაპონიაში) მოქმედებს და მათი მიზანი არა ბიუჯეტის შევსება, არამედ გადამხდელის

სტიმულირება და გარემოს დაცვის შესაბამისად, ეკოლოგიური გადასახადის 10% ირიცხება ბიუჯეტში, დანარჩენი 90% კი ეკოლოგიურ ფონდებში მიდის, რომლებიც ეკოლოგიასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა ღონისძიებებსა და პროგრამებს აფინანსებენ.

ეკოლოგიური გადასახადები 7 ჯგუფად დაყო:

1. ენერგეტიკული გადასახადები;
2. სატრანსპორტო გადასახადები;
3. გადასახადი დაბინძურებაზე;
4. გადასახადი ნარჩენების განთავსებაზე;
5. გადასახადი ისეთი ნივთიერებების ემისიაზე, რომლებიც გლობალურ ცვლილებებს იწვევენ;
6. გადასახადი ხმაურის შემოქმედებაზე;
7. გადასახადი ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობისთვის.

როგორც ხედავთ, ეკოლოგიური გადასახადი გაცილებით უფრო ფართო ცნებაა ვიდრე ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობის მოსაკრებელი და ამ უკანასკნელსაც მოიცავს.

მსოფლიოში მრავალი "საინტერესო" ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობის თუ ეკოლოგიური გადასახადი არსებობს. მაგალითად: შვედეთში მოქმედებს გადასახადი ერთჯერად შესაფუთ მასალებზე, რომელთა სიდიდეც არ შეესაბამება ეკოლოგიურად დაცული სისტემის უზრუნველყოფას. აშშ-ში - ბუნების დაცვაზე, აგრეთვე პროდუქციაზე, რომელიც ოზონის დამშლელ ქიმიურ შენაერთებს შეიცავს. საფრანგეთში, გერმანიაში და იტალიაში დაწესებულია გადასახადი საპოხ ზეთებზე. ავსტრალიაში, ავსტრიაში და დიდ ბრიტანეთში კი სხვა მრავალი ქვეყნის მსგავსად, არსებობს გადასახადი საწვავსა და ნავთობპროდუქტებზე.

განსაკუთრებით საინტერესოა დანიის საგადასახადო პოლიტიკა. ქვეყანაში გარემოს დაცვის სტიმულირებისთვის შეიმუშავეს სპეციალური სქემა, რომლის მიხედვითაც კონკრეტული პრემიით საჩუქრდებიან ისინი, ვინც თავის კოლექციაში თავს მოუყრის ისეთ მანქანებს, რომლებიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ გარემოზე (ძირითადად 10 წელზე მეტი ხნის მანქანები).

აქვე უნდა შევეხეთ გადასახადს ენერგორესურსზე, რომელიც გამოიყენება როგორც საავტომობილო საწვავი, გათბობისთვის და ელექტროენერგეტიკაში. მაგ: შოლანდიაში ასეთი გადასახადი გარემოს დაცვის შესახებ კანონითაა დადგენილი და იხდებიან ნავთობპროდუქტებზე, ქვანახშირსა და გაზზე, რომელიც იმპორტირებულია ან ქვეყანაში იწარმოება და

ახალი ეკონომისტი

გამოიყენება როგორც საწვავი. გადასახადის განაკვეთები დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ბინძურდება ატმოსფერო ზემოთაღნიშნული ენერგოწყაროების გამოყენებისას. გარდა ამისა, აღსანიშნავია ისიც, რომ ნიდერლანდებში გადასახადი ბენზინზე, დიზელსა და მასუთზე იხდევინება მოქმედი აქციზის დამატებით, რომლის მოცულობაც ასევე ითვალისწინებს ეკოლოგიურ კრიტერიუმებს.

რუსეთში მოქმედებს გარემოს გადასახადი, თუმცა მისი წილი ათჯერ უფრო მცირეა, ვიდრე იმავე გადასახადის ევროკავშირში, აშშ-სა და კანადაში.

ნებისმიერი ქვეყნისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია წყლის რესურსების სწორად გამოყენება, რაც არა მხოლოდ სამთავრობო პოლიტიკაზე, არამედ ქვეყნის გეოგრაფიულ მდებარეობასა და პირობებზეცაა დამოკიდებული. შესაბამისად, სხვადასხვა ქვეყნები ამ რესურსის გამოყენებას სხვადასხვაგვარად არეგულირებენ.

მაგალითად: დიდ ბრიტანეთში წყლის ზედაპირიდან ან მიწისქვეშიდან მოპოვებისთვის დაწესებულია გადასახადი, რომელიც ითვალისწინებს ყოველწლიურად მოპოვებული წყლის მაქსიმალურ რაოდენობას. გადასახადი იცვლება წელიწადის დროის, წყლის რესურსის ხარისხის, რაოდენობისა და მთავრობის მიერ წყალსაცავების მშენებლობაზე დახარჯული რესურსების შესაბამისად.

უნგრეთში მოქმედებს კომპენსაციური ტარიფების სისტემა. ამოღებული ერთეული წყლის ტარიფი დიფერენცირებულია რაიონების მიხედვით და განისაზღვრება კონკრეტულ რაიონში არსებული წყლის რესურსებით, ხარისხით, მასზე მოთხოვნით. გადასახადი წესდება თვითღირებულების მიხედვით.

აშშ-ში დადგენილია წყალზე უფლებები, თუმცა ზედაპირული წყლების მოპოვებისთვის გადასახადი არ იხდევინება, თუ წყალსაცავების მშენებლობის

აუცილებლობა არ დგება. ზოგიერთ შტატში კი მიწისქვეშა წყლების გამოსაყვანად სპეციალური ნებართვაცაა საჭირო. ფინეთში წყლის მოპოვება დაშვებულია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ამით წყლის რაიონის მფლობელს მნიშვნელოვანი ზიანი არ მიადგება და მოპოვება არ აღემატება დღეში განსაზღვრულ კუბამეტს. კანადაში კი წყლის გამოყენება თითოეულ პროვინციაში შესაბამისი ლიცენზიით რეგულირდება.

რაც შეეხება ევროპის ქვეყნებში დაწესებულ აქციზურ გადასახადებს, რომლებიც ეკოლოგიას უკავშირდებიან, განსაკუთრებით საყურადღებოა გადასახადები შემდეგ საგნებზე:

- ერთჯერადი შეფუთვა და კონტეინერები;
- საპოხი ზეთები;
- ნავთობი და ნავთობპროდუქტები;
- მინერალური სასუქები და პესტიციდები;
- ბატარეები, რომლებიც კადმიუმსა და ვერცხლისწყალს შეიცავს;
- ძველი ავტომობილები.

როგორც დასაწყისში აღნიშნეთ, ეკონომიკაში არსებული რესურსები შეზღუდულია, ჩვენ კი მათი სწორად გამოყენება უნდა შევძლოთ.

უკანასკნელი კვლევების მიხედვით, სულ რაღაც 30 წელიწადში მსოფლიოში ნავთობის მარაგი თითქმის აღარ იარსებებს. წყლის ასეთი ტემპებითა და მოცულობით მოხმარების შემთხვევაში კი წყლის რესურსები 30%-ით შემცირდება. აღარაფერს ვამბობთ გამოფიტულ დედამიწასა და განადგურებულ ეკოლოგიურ გარემოზე.

სწორედ ამიტომ, აუცილებელია ამ მზარდი პროცესების დარეგულირება, დაბალანსება. სწორი საგადასახადო პოლიტიკა და გონივრულად დაწესებული გადასახადები კი ამის განხორციელების ერთ-ერთი გზაა.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. მერაბ მიქელაშვილი – “გადასახადები” – თბილისი 2009;
2. სულიკო ყამარაული – “გადასახადები და დაბეგვრა”;
3. იაკობ მესხი, ოლეგ ნიკოლეიშვილი – “გადასახადები და დაბეგვრა”;
4. ათავართქილაძე, ახილაგაძე, გ.ქეშელაშვილი, დ.გვგია - “საქართველოს სოციალ-ეკონომიკური განვითარების პროგრამა”;
5. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Уѣзѣиѣ+ѣиѣѣ ѣѣиѣѣ>;
6. <http://www.worldbiz.ru/jurisdictions-news/detail.php?ID=1852>;
7. http://en.wikipedia.org/wiki/Natural_resources_consumption_tax;
8. <http://naloglib.net/004/nalogooblozhenie-prirodnikh-resursov-v-razvitykh-stranakh?page=0,0>;
9. http://www.enotes.com/topic/Natural_resources_consumption_tax

ახალი ეკონომისტი

რეზიუმე/SUMMARY

ABOUT OF THE GEORGIAN AGRARIAN POLICY AND A THER IMPORTENT SUBJECTS

PAATA KOGUASHVILI

GTU full Professor

Based on agricultural characteristics and anticipated global challenges, the article presents innovative views on agricultural development that implies correction of rural economic policy, identification of priorities, supply of ideology to population, eradication of shortage of knowledge and credit resources, development of systems for insurance of agricultural crops and procurement of products. The article outlines importance of creation of integrated cooperatives and societies, development of production service organizations, regulation of prices using market mechanisms, improvement of tax system and export stimulation.

The first step in overcoming the crisis is considered to be the creation of cooperatives specialized in production of one type of product that can be arranged with mutual endeavors of farmers, local self-governance bodies, eparchies and scientists.

The creation of highly productive rural economy must be recognized as the major task of government's economic policy and the subject of care of national welfare. This is the only way of saving Georgian village as the perspective of development of Georgia is impossible without its village.

ASPECTS OF MARKET DEFINITION

SLAVA FETELAVA

Doctor of Economics (PHD), Associate Professor,
Head of the Department for Competition protection,
Agency for Free Trade and Competition of Georgia

In this article there is discussed only one problem of competition legislation economy – issues of commodity market definition that is the first stage in market behavior analysis of arbitrary economic agent's. Accordingly, here is formed commodity market's productive and geographical borders determined mechanisms. Also, important part is about price discrimination and competitors and market entering barrier questions. Besides, article has examples of market definition and questionnaires of physical and juridical subjects that were spread and approved by Georgian Antimonopoly service.

THE STAGES OF THE COMMUNICATIONS DEVELOPMENT

LOID KARCHAVA

Doctor of Business Administration,
Associate Professor of the Caucasus International University

In the article "the stages of the communications development" is review the evolution of communication from first man until today, wich is divided into the stages, on the basic of information revolution.

Development of the communications is divided into the stages, periods, particularly: **First**, before acquire of a gift of speech period; **Second**, from gift of speech to the written language period; **Third**, from written language to print period (commencement of replication of the information); **Fourth**, from printing to invention of telegraph, telephone, radio and television (commencement of remote transmission in short elapse); **Fifth**, from invention of radio-television to invention of telecommunications, when besides remoteness, transmission of a huge information come available from one point to another in short elapse; **Sixth**, has been on since invention of computers and telecommunications; **Seventh**, on the period of transition, when globalization of the knowledge of experts systems and artificial intelligence come true.

Also, in the article is given characteristic each stages in general and in Georgian example.

შოთავესლაძე

Full Professor of National Defense Academy

LALIOSADZE

Associate Professor of National Defense Academy

SOPO TSETSKHLADZE

Master of Gori University

“Information” is one of the important parts of logistics system. Automation of material flow management significantly conditioned wide introduction of logistics into the economics. New software enables us to solve difficult issues of the information processing.

We talk about the device, which is able to scan different barcodes. This device gives us a possibility to get information about logistics operation at the point of the transaction – industrial enterprise, wholesale market, warehouse of stores etc. Received information is processed instantly for optimal and proper reaction of the system.

Barcodes on the selling items are required for the foreign trade. Lack of barcode negatively influences on the competitiveness of the product and sometimes even makes impossible to sell the product.

Technology of automotive identification of barcodes leads to significant improvement of material flow management at each stage of the logistics. Its main advantages are:

1) In the production,

a. Establishment of the accounting and control systems for supervision on the movements of the product and its components in the production line;

b. Reducing of accounting personnel and accounting documents, exclusion of errors.

2) In the warehouse,

a. Automation of accounting and control of material flows;

b. Automation of stock accounting;

c. Reduction number of operations;

3) In the trading,

a. Establishment of unified accounting system;

b. Automation of product purchasing and inventory control;

Improvement of service related to better timing

SOME ASPECTS OF THE FORMING AND REINFORCEMENT OF THE REGION SELF-GOVERNMENT INSTITUTIONS IN GEORGIA

GUGULIKURASHVILI

Associate professor of GTU

TAMAR BERIDZE

Associate professor of GTU

Integrated, complex instrument of regional economic policy hasn't been established in Georgia yet. In regional economic policy, particularly at the modern stage of development, basic strategic trend of regional development of Georgia is towards the social field. The goal of impact on industry is to solve the problem of unemployment.

For analysis of social-economic development of Georgia's regions, it's important to understand the natural-geographical, historical, economical, social and ethnic characteristics of these regions. We must strictly determine the specific characteristics of each region at the stages of analysis and try to define them quantitatively, because they are very important in the development of regional economic policy.

Nowadays, research of priority fields of region's economic development is very important. Such fields are industry, agricultural complex (agriculture and food production), small business and tourist business. These fields are priority at the modern stage of Georgia's economical strategy.

The practice of developed countries shows that regional economic policy and realization of this policy is successful only with scientific, analytical and comprehensive facilities



At the modern, transitional stage, it's very important to study the practice of establishing regional policy and instruments of realization of such policy. Thereafter, such practice should be generalized and used on the basis of scientific recommendations and provisions. It's necessary to solve the problems of regional development promptly and effectively.

THE MAIN DIRECTIONS OF THE MARKETING ACTIVITIES IN GEORGIA

KHATUNA KAKAURIDZE

Associate professor
Of Gori University

MAKASOSANIDZE

Associate professor
Of Gori University

LALI OSADZE

Professor of National Defense Academy

The formation of market relations depends on the correct organization of the trading process.

To solving problem facing trade as shows foreign experience, foresees the use of modern marketing that will assist in effectiveness of not only individual firms but also recovery of national economy as a whole.

The transition to a market economy requires the implementation of marketing activities in our firm. However, many of these firms yet in this direction have not been adequately addressed. Their marketing activities are mainly limited to promotional activities through mass media.

However, be aware that direct adaptation of marketing ideas, methods and techniques to the specifics of our reality, the modification will not bring the desired success. This should be taken into account in order to achieve the desired result; you should use marketing and take into account the specific national character, habits and traditions.

ASSESSMENT OF CREDITWORTHINESS OF DEBTOR IS A GUARANTEE OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF BANK

ZAIRA GUDUSHAURI

Professor, Academic Doctor of Economic

NIKOLOZ GONGLIASHVILI

Doctorate of Sukhumi State University

The article "Assessment of Creditworthiness of Debtor is a Guarantee of Financial Sustainability of Bank" by Zaira Gudushauri and Nikoloz Gongliashvili considers American (Z model) and Russian (R model) models of assessment of creditworthiness of Debtor's enterprises. Author recommends to Georgian banks to use Russian R- Model because business condition of Russian enterprises and Georgian enterprises are similar.

OFFSHORE DEMOCRACY--DILEMMA FOR A BUREAUCRATIC STATE

GIORGI ABASHISHVILI

Assistant-professor of National Defense Academy

PhD fellow of Ilia State University

Offshore business plays increasing role in movement of credit and entrepreneurial investments of the modern world, and serves economic relations among the world countries. However, the attitude of the modern world towards offshore business is mixed. Diversity is noticed between certain states, and among political unions inside the countries.

The critical analysis of the modern world towards the offshore zones is understandable, since developed industrial countries lose multi millions of tax income due to the wide application of offshore mechanisms. On the other hand, certain countries should revise their tax policies, instead of artificially pressing offshore zones.

The globalization of economy is a part of general globalization and represents one of the regularities of the world development.

The globalization of economy may be seen as strengthened process of economical interrelations of national economies with the whole world scale. It is difficult and controversial process, which has positive and negative aspects. Despite this, the globalization of economy is qualitatively new stage in the development of world economy, which has become the most important factor for developing international economical relations at the end of 20th century and at the beginning of 21st century.

**ინოვაციური პროცესები: თანამშრომელთა სტიმულირების თანამდებროვე
გეოგრაფია**

**მანა ბუღულაშვილი
ასისტენტ-პროფესორი
ბიზნესის მართვის ფაკულტეტი**

პროგრესულ ორგანიზაციებში კარგად აქვთ გააზრებული, რომ მხოლოდ ორგანიზაციული და ტექნოლოგიური განვითარება, ტექნიკური და რესურსებთან დაკავშირებული საკითხების გადაწყვეტა არ არის საკმარისი წარმატების მისაღწევად თანამედროვე საბაზრო კონომიკის პირობებში. მსაქმეთა დაკავშირებული გამოკვლევები და პრაქტიკული გამოცდილება ადასტურებს, რომ ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილთან ერთად აუცილებელია ორგანიზაციაში ისეთი სამუშაო გარემოს შექმნა, სადაც ყველა თანამშრომელი სათანადოდ მოტივირებული იქნება კომპანიის საკეთილდღეოდ მაქსიმალური ძალისხმევისა და შედეგიანობის გამოსაყვანად.

თანამშრომელთა სტიმულირების პროცესის სწორად წარმართვაში უმთავრეს როლს ორგანიზაციის მენეჯმენტი ასრულებს. ენეჯმენტმა უნდა უზრუნველყოს პერსონალის სისტემური მოტივაცია და ამ მოტივაციის წარმართვა ორგანიზაციის სტრატეგიული მიზნების განხორციელებისაკენ.

სტატიაში გაშუქებულია პერსონალის სტიმულირების ის თანამედროვე მეთოდები, რომლებიც საჭიროა ორგანიზაციაში ეფექტური შრომითი მოტივაციის სისტემის შესაქმნელად და თანამშრომელთა მაღალი პროდუქტიულობის, ეფექტიანობისა და მორალური ასპექტების შესანარჩუნებლად.

NATURAL RESOURCES CONSUMPTION TAX

**TAMTA FETELAVA
SOSO PARKHOMENKO
TSIRA MAISAIA**

Third year students at Ilia State University

This article is about natural resources consumption and ecological taxes, which plays important role in a modern society. Each country has individual approach to this question as they have different resources, geographical area and economical plans. So, their tax rates are exceptional.

Nowadays world's ecological environment is in danger. So, in spite of country and its attitude towards the subject, taxation system should somehow adjust natural resources consumption.



უცხოეთის ეკონომიკური სიახლეები

ფრანგულმა ტელეკომმა შვეიცარული ფიჭური სატელეფონო კავშირი გახიდა

ევროში გაცემული სესხების სარემორფო პაკეტი

მოლაპარაკებების შედეგად, ფრანგული ტელეკომი დათანხმდა გარიგებას და შვეიცარული სატელეფონო კავშირი 1.6 მილიარდ ევროდ მიჰყიდა ლონდონურ ფირმა Apax Partners- ს.

გარიგებას, რომელიც უკვე მოწონებულია შვეიცარული მხარის მიერ, საბოლოოდ მომავალი წლის იანვრის პირველ რიცხვებში დასრულდება.

Apax-მ, მიმდინარე 2011 წელს, 20-ზე მეტი გარიგება დადო, მათ შორის, ყველაზე მნიშვნელოვანი 6.5 მილიარდ დოლარიანი შეთანხმებაა ამერიკულ კომპანია Kinetic Concepts-თან.

მიუხედავად ცენტრალური ბანკის მხარდაჭერისა, ევროპის ფინანსური კრიზისი საბანკო სისტემაზე მაინც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს. ამიტომ, ცენტრალურმა ბანკმა, საბანკო სექტორს შესთავაზა დამატებით აიღონ მისგან სესხი მათთვის სასურველი თანხითა და 3 წლის ვადით. აღნიშნული შეთავაზების პასუხად, ევროპის 523-მა ბანკმა - ბოლო 13 წლის მანძილზე ცენტრალური ბანკის მიერ ევროში გაცემული სესხების ყველაზე დიდი პაკეტი - 489 მილიარდი ევრო ისესხა.

The New York Times <http://www.nytimes.com>

The New York Times <http://www.nytimes.com>

მყიდველები, მომხმარებლები, გაყიდვები

ინდოეთი "არასასურველ" ინფორმაციას ბლოკავს

ამერიკის შეერთებულ შტატებში, მიმდინარე წლის ოქტომბრისა და ნოემბრის თვეებში, მომხმარებელთა მხრიდან გაწეული საკმაოდ დაბალი დანახარჯები, შობის მოახლოებამ მცირედით მაინც გაზარდა.

ინდოეთში, კერძოდ ახალ დელიში, სასამართლომ დაადგინა, რომ სოციალური ქსელებიდან - Facebook, Google Inc, Yahoo Inc - ყველა არასასურველი, კერძოდ კი ანტირელიგიური და ანტისოციალური შინაარსის მატარებელი ინფორმაცია უნდა წაიშალოს.

ე.წ. შავმა პარასკევმა, ანუ ტრადიციული საშობაო საყიდლების სეზონის გახსნამ წელსაც გრანდიოზული ფასდაკლებები შესთავაზა მყიდველებს. თუმცა, დაბალი ფასები მხოლოდ საახალწლო ციებ-ციხელების ბრალი არ ყოფილა. ზოგიერთი გამყიდველი უბრალოდ იძულებული გახდა ფასი მნიშვნელოვნად შეემცირებინა. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ისედაც ნაკლებ დანახარჯზე ორიენტირებული მყიდველის გარეშე დარჩებოდა.

სასამართლოს აღნიშნული გადაწყვეტილება წაქეზებული იყო ინდოეთის მთავრობის სურვილით - ინტერნეტი გაეწმინდა „არასასურველი“ ინფორმაციისგან, მათ შორის, რელიგიური ფოტოებისგან.

ამასთან, აღსანიშნავია ისიც, რომ ოჯახები ფულის ნაკლებად ხარჯვის პარალელურად სახლების შესყიდვითაც ინტერესდებოდნენ. შესაბამისად, ერთი ოჯახისთვის განკუთვნილი ახალი სახლების გაყიდვები ნოემბერში 1.6%-ით გაიზარდა და ბოლო 7 თვის მანძილზე ყველაზე მაღალ მაჩვენებელს მიაღწია.

თავის მხრივ, ინტერნეტ კომპანიები არ ეთანხმებიან სასამართლოს ამ გადაწყვეტილებას და მთავრობას განუცხადეს, რომ მათ ინფორმაციის შინაარსის დაბლოკვა არ შეუძლიათ.

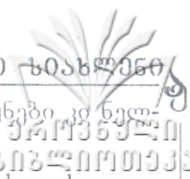
The New York Times <http://www.nytimes.com>

The Wall Street Journal www.wsj.com

BMW-სა და Mercedes- ის ღშეული

BMW AG და Mercedes-Benz ერთმანეთს იმის გასარკვევად ეჯიბრებიან, თუ რომელია ყველაზე გაყიდვადი მდიდრული მანქანა აშშ-ს ბაზარზე.

ახალი ეკონომისტი



ორმა გერმანულმა, მდიდრული მანქანის ბრენდმა, ამ წელს უკან ჩამოიტოვა Toyota Motor Corp's Lexus, რომელიც 2000 წლიდან მოყოლებული ლიდერი იყო ამერიკაში მდიდრული მანქანების გაყიდვის ბაზარზე. ახლა კი BMW AG და Mercedes-Benz იბრძვიან მხარდამხარ ამ საამაყო ტიტულისთვის.

2011 წლის დეკემბრის მონაცემებით, BMW-მ ამერიკის ბაზარზე 221,073 მანქანა და სპორტული სარგებლობის გადასახიდი საშუალება გაყიდა, რის შედეგადაც 123%-ით დაწინაურდა და მხოლოდ 1,582-ით გაასწრო Mercedes-Benz-ს, რომლის გაყიდვების მოცულობაც გასულ წელთან შედარებით 11.8%-ითაა გაზრდილი.

The Wall Street Journal www.wsj.com

**Apple საცალო ბაზიზების
ბაზაჯვარეფინება**

სტივ ჯობსი რომ Apple-ს მამოძრავებელი ძალა იყო, ამაზე არავინ დავობს. თუმცა, აღსანიშნავია ისიც, რომ ბოლო წლებში კომპანიის მოცულობის მნიშვნელოვანმა ზრდამ, გარკვეულწილად შეზღუდა ერთი ადამიანის ინდივიდუალიზმის გაკლენა და ადრეული პერიოდისგან განხვავებით, Apple, ჯობსზე შედარებით ნაკლებად დამოკიდებული გახდა.

სტივ ჯობსის სიკვდილით, კომპანიას უმნიშვნელოვანესი ადამიანი დააკლდა, თუმცა, ამ ტრაგედიის მიუხედავად, Apple ცდილობს ბაზრზე პოზიციები არ დათმოს.

Apple-ის პირველი საწყობი 2001 წელს გაიხსნა. დღეისათვის კი კომპანიას 368 საწყობი აქვს, რომელთა რაოდენობის გაზრდასაც ის მუდმივად ახორციელებს, რადგანაც თელის რომ ეს საკმაოდ მომგებიანია.

The Wall Street Journal www.marketwatch.com

**მსოფლიო ეკონომიკა – აწმყო და
მომავალი**

ეკონომიკისა და ბიზნესის კვლევის ცენტრის უკანასკნელი (CEBR) მონაცემებით, მსოფლიო ეკონომიკაში აზიის ქვეყნები უფრო და უფრო

ვითარდებიან, ხოლო ევროპის ქვეყნები კვლავ ნელა ლიდერობას თმობენ.

CEBR-ის კარაუდით, 2016 წლისთვის დიდი ბრიტანეთის ეკონომიკა საფრანგეთისას წამოეწევა. 2012 წელს კი ევროს პრობლემის გადაწყვეტის შემთხვევაში ევროზონის ეკონომიკა 0.6%-ით შემცირდება, მისი გადაჭრელობის შემთხვევაში - 2%-ით. დიდია იმის ალბათობაც, რომ ბრაზილიის ეკონომიკა დიდი ბრიტანეთისას წამოეწიოს.

რაც შეეხება უფრო გრძელვადიან პროგნოზებს, 2011 წელს მეათე ადგილზე მყოფი ინდოეთი 2020 წლისათვის მეხუთეზე ადგილზე გადაინაცვლებს. ამასთან, მეოთხე ადგილის მფლობელი გერმანია მეშვიდეზე, ხოლო მეშვიდე პოზიციის მქონე დიდი ბრიტანეთი – მერვეზე. რაც შეეხება მეხუთე ადგილოსან საფრანგეთს ის 2020 წლისათვის მეცხრე ადგილზე აღმოჩნდება.

CEBR - მსოფლიო ეკონომიკა		
ადგილი	2011წ.	2020წ. (პროგნოზი)
1	აშშ	აშშ
2	ჩინეთი	ჩინეთი
3	იაპონია	იაპონია
4	გერმანია	რუსეთი
5	საფრანგეთი	ინდოეთი
6	ბრაზილია	ბრაზილია
7	დიდი ბრიტანეთი	გერმანია
8	იტალია	დიდი ბრიტანეთი
9	რუსეთი	საფრანგეთი
10	ინდოეთი	იტალია

BBC www.bbc.co.uk

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლეები, უცხოურ წყაროებზე დაყრდნობით მოამზადა ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის III კურსის სტუდენტმა **თამთა შატელაშვილმა**

თბილისი ეკონომიკა



№ გვ.

ეკონომიკური

ეკონომიკური	1	5
ეკონომიკური	2	5
ეკონომიკური	3	5
ეკონომიკური	4	5

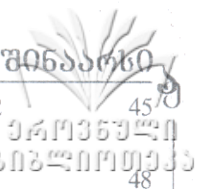
მთავარი გვერდი

საშობაო ეპისტოლე	1	8
საადგილო ეპისტოლე	2	8

მეცნიერება

საბალო ეკონომიკური

რევაზ ბველესიანი – პროცესის (მიმდინარე) ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული ინსტრუმენტების გამოყენების წინააღმდეგობები	1	14
გობოლა მარბველაშვილი, კახატა კოლუაშვილი – გადავარჩინოთ ნიადაგი – ჩვენი მარჩენალი და ეროვნული სიმდიდრე	1	17
ბიორბი შინაშვილი, ზაქარია წითლაური – წმ. ილია მართლის (ჭავჭავაძე) სამეურნეო-მმართველობითი მოძღვრება და საქართველოს აგრარული განვითარების ეროვნული კონცეფცია	1	23
ბივი კომახიძე – საქართველოს თავისუფალი ეკონომიკური ზონების საკითხისათვის	1	26
იოსებ მასურაშვილი, ლიკა მელაძე – მეცნიერული კვლევები მენეჯმენტის თეორიაში	1	28
ეკატერინე ზვიადაძე – ევროგაერთიანების ბაზარზე არსებული მოთხოვნები ნედლი ხილისა და ბოსტნეულისათვის	1	32
დემეტრე ჯოხაძე, გეგა იაკობიძე – რისკები და სადაზღვეო ბაზარი საქართველოში	1	38
YURIY ROBUL – HOW MARKETING MANAGEMENT CAN BE ADJUSTED WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT?	1	43
IRYNA NASADIUK – EUROPEAN UNION AND EXTERNAL TRADE OF CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES	1	48
NATALIA SHCHERBINA, ELENA KOVSHAR – INVESTMENT CLIMATE AND FDI POLICY IN BELARUS: RECENT TRENDS AND PERSPECTIVES	1	53
TAMAZ ZUBIASHVILI – INTERNATIONAL LABOR MIGRATION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION	1	58
АЛЕКСЕЙ ДАНИЛЬЧЕНКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ТЕОРИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	1	62
ЛЕЛА ЧХУთიაშვილი – ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	1	72
თეიმურაზ შენგელია – ადამის კულტურათმორისი განსხვავებები საერთაშორისო მენეჯმენტში	2	13
სლავა შეთელავა, თამარ გამსახურდია – ენერჯო კანონმდებლობა და მარეგულირებელი დოკუმენტები საქართველოში	2	21
რევაზ ხარბაშვილი – ოჯახური (ფერმერული) მეურნეობა ვერ გამოკვებავს ქვეყანას	2	31
ემზარ ჯულაყიძე, შალვა ჯულაყიძე – საწარმოო პერსონალი – ეკონომიკური სისტემის უმნიშვნელოვანესი რესურსი	2	41



რევაზ ლორთქიფანიძე – ეკონომიკური კონკურენციის ძალის შეფასებისათვის	2	45
შოთა ვეშაიძე, მანანა ნანიტაშვილი, მარიამ მათიაშვილი – დავით სარაჯიშვილი ყოველმხრივ სამაგალითო პროფესიონალი	2	48
რუსუდან პაპასკირი – კომპანიის ფინანსური მენეჯერი: სტატუსი, უფლებები, მოვალეობები, გლობალიზაციის გამოწვევები	2	52
ნიკოლოზ ბონგლიაშვილი - ფინანსური მენეჯმენტის ფუნდამენტალური კონცეფციები	2	56
NINO ABESADZE -DIE STATISTISCHE ANALYSE DER ENTWICKLUNG DES KLEIN UND MITTLERER UNTERNEHMEN IN GEORGIEN	2	60
ФАЯ ШУЛЕНБАЕВА, КУЛЯНДА АХМЕТОВА, МАЗКЕН КАМЕНОВА - ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ РЫНКА	2	65
ETERI SARDJVELADZE - РОЛЬ АГРОМАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ	2	70
ნიკო ჩიხლაძე – ეკონომიკის საფუძვლების სწავლების საკითხისათვის	3	8
ბორჩა თუთუაშვილი, პაატა კუნჭულია – საქართველოს საბანკო სისტემის ლიკვიდობის, კაპიტალის და აქტივ-პასივების ხარისხის შესახებ პოსტკრიზისულ პერიოდში	3	12
ლოილ ძარჩაშა – კომუნიკაციის კულტურა ბიზნესში	3	22
ნიკო ჯოჯუა – პარეტოს პრინციპი ანუ როგორ გამოვიყენოთ რესურსები ოპტიმალურად	3	26
ემზარ ჯულაყიძე – მოტივაცია – მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია	3	31
ელზა ბაღაშვილი, ზაირა ღუფუშაშვილი - კომპანიების სასიცოცხლო ციკლი და ორგანიზაციული განვითარება	3	36
შოთა ვეშაიძე, ელზარ კავთიძე – შრომის სტიმულების გამოყენების უცხოური გამოცდილება და საქართველო	3	41
რუსუდან პაპასკირი – ფირმის საფინანსო მექანიზმი: არსი, ქვესისტემები, ელემენტები და სტრუქტურა	3	45
ინგა კულიანი - ბიზნესის რეგიონული განვითარების პრობლემები საქართველოში	3	48
იური ძარჩაშა - საგადასახადო-სამართლებრივ ურთიერთობათა შესახებ	3	52
НАДЕЖДА КАЗАКОВА, ОЛЕСЯ АЗАРЕНКОВА - ТЕНДЕНЦИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ТОПЛИВНО – ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В МИРЕ	3	56
პაატა კოლუაშვილი – საქართველოს აგრარული პოლიტიკისა და სხვა მნიშვნელოვან საკითხთა შესახებ	4	9
სლავა ფეტილაშა – ბაზრის განსაზღვრის ასპექტები	4	26
ლოილ ძარჩაშა – კომუნიკაციების განვითარების ეტაპები	4	42
შოთა ვეშაიძე, ლალი ოსაძე, სოფო ცეცხლაძე – პარეტოს პრინციპი ანუ როგორ გამოვიყენოთ რესურსები ოპტიმალურად	4	48
ბუბული ყურაშვილი, თამარ ბერიძე – მოტივაცია – მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია	4	56
ხათუნა კაკაურიძე, მკაბ სოსანიძე, ლალი ოსაძე - კომპანიების სასიცოცხლო ციკლი და ორგანიზაციული განვითარება	4	59
ზაირა ღუფუშაშვილი, ნიკოლოზ ბონგლიაშვილი – შრომის სტიმულების გამოყენების უცხოური გამოცდილება და საქართველო	4	62
ბიორბი აბაშიშვილი – ოფშორული დემოკრატია – დიდმა ბიუროკრატიული სახელმწიფოებისათვის	4	64
მასილ ხიზანიშვილი - ბიზნესის რეგიონული განვითარების პრობლემები საქართველოში	4	68
МАКА БУГУЛАШВИЛИ - INNOVATION PROCESSES: MODERN TECHNIQUES FOR INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION	4	72

საქალი ეკონომისტი



ეროვნული ეკონომიკა: დღევანდელი და პერსპექტივა

ელბერდ ბატიაშვილი - ეროვნული ეკონომიკა და ეროვნული სახელმწიფო: მემკვიდრეობა და თანამედროვეობა 2 74

სტრუქტურული ხედვა

ოთარ მუმლაძე - ნიკო ნიკოლაძის ეკონომიკური შეხედულებანი და თანამედროვეობა 2 73

ბიორგი ადუიშვილი - მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი და საქართველო 3 63

თამარ ჯაბუა - სოფლის მეურნეობის დაბეგვრა საქართველოში 3 70

თამთა ვატილაშვილი, სოსო პარხომენკო, ცირა მანსაია - ბუნებრივი რესურსების სარგებლობა 4 75

რეფერატები

რეფერატები 1 78

რეფერატები 2 80

რეფერატები 3 76

რეფერატები 4 78

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი 1 83

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი 2 85

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი 3 80

უცხოეთის ეკონომიკური სიახლენი 4 82

ქართული მემკვიდრის აღიარება

ნინელი ბერუაშვილი - გია კვაშილავას მსოფლიო მნიშვნელობის აღმოჩენა – ფესტოსის დისკოსა და მონათესავე დამწერლობების ამოკითხვა 1 85

წერილები რედაქციას

საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი 1 94

ყაზახეთის ეკონომიკის, ფინანსებისა და საერთაშორისო ვაჭრობის უნივერსიტეტი, ყაზახეთის რესპუბლიკა 1 95

საქალი ეკონომისტი



	№	pg.
ECO-DIGEST		
ECO-DIGEST	1	5
ECO-DIGEST	2	5
ECO-DIGEST	3	5
ECO-DIGEST	4	5

MAIN PAGE

CHRISTMAS EPISTLE	9	8
EASTER EPISTLE	9	8

SCIENCE

REVAZ GVELESIANI – RESISTENCE OF USING PROCESS (CURRENT) ECONOMICAL POLITICS PRIORITY INSTRUMENTS	1	14
GOGOLA MARGVELASHVILI, PAATA KOGUASHVILI – THE LAND – OUR BREAD-WINNER ..	1	17
GIORGI SHIKHASHVILI, ZAKARIA TSITLAURI – THE ECONOMIC-MANAGERIAL DOCTRINE OF SAINT ILIA THE RITHEOURS (CHAVCHAVADZE) AND NNSTIONSLS NATIONAL CONCEPTION OF GEORGIA’S AGRARIAN DEVELOPMENT ..	1	23
GIVI KOMAKHIDZE – TO THE ISSUE OF FREE ECONOMIC ZONES IN GEORGIA	1	26
IOSEB MASURASHVILI, LIKA MELADZE – SCIENTIFIC RESEARCH IN MANAGEMENT	1	28
EKATERINE ZVIADADZE – BASIC REQUIREMENTS FOR EUROPEAN UNION MARKET FOR FRESH FRUIT AND VEGETABLES	1	32
DEMETRE JOKHADZE, BEKA IAKOBIDZE – RISKS AND INSURANCE MARKET IN GEORGIA ...	1	38
YURIY ROBUL – HOW MARKETING MANAGEMENT CAN BE ADJUSTED WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT?	1	43
IRYNA NASADIUK – EUROPEAN UNION AND EXTERNAL TRADE OF CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES	1	48
NATALIA SHCHERBINA, ELENA KOVSHAR – INVESTMENT CLIMATE AND FDI POLICY IN ELARUS: RECENT TRENDS AND PERSPECTIVES	1	53
TAMAZ ZUBIASHVILI – INTERNATIONAL LABOR MIGRATION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION	1	58
АЛЕКСЕЙ ДАНИЛЬЧЕНКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ТЕОРИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ РЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	1	62
ЛЕЛА ЧХУთიASHVILI – ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	1	72
TEIMURAZ SHENGELIA - DIFFERENCES IN CROSS CULTURES PERCEPTION IN INTERNATIONAL MANAGEMENT	2	13

საბუნებისმეტყველების მეცნიერებათა დარგის განყოფილება

CONTENTS FOR THE 2011 YEARS IN MAGAZINE



საქართველოს
ეკონომიკის
ინჟინერების
საზოგადოებრივი
მეცნიერების
ინსტიტუტი

SLAVAFETELAVA, TAMAT GAMSAKHURDIA – ENERGETIC LEGISLATION AND REGULATORY DOCUMENTS IN GEORGIA 2	2
REVAZ KHAREBAVA – THE ORGANIZATIONAL FORMS OF REVIVAL OF AGRICULTURAL PRODUCTION 2	31
EMZAR JULAKIDZE, SHALVA JULAKIDZE – PERSONAL – MAJOR RESOURCE OF ECONOMIC SYSTEM 2	41
REVAZ LORDKIPANIDZE – FOR ESTIMATE OF THE FORCE OF ECONOMIC COMPETITION . . 2	45
SHOTAVESHAPIDZE, MANANANANITASHVILI, MARIAM MATIASHVILI-DAVID SARAJISHVILI – MODEL PROFESSIONAL IN ALL ASPECTS 2	48
RUSUDAN PAPASKIRI- FINANCIAL MANAGER OF THE COMPANY: STATUS, RIGHTS, LIABILITIES, GLOBALIZATIONS CHALLENGES 2	52
NIKOLOZ GONGLIASHVILI- BASIC CONCEPT OF FINANSIAL MANAGEMENT 2	56
NINO ABESADZE – THE STATISTICAL ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE SMALL AND MIDDLE-SIZE ENTERPRISE IN GEORGIA 2	60
FAIASHULENBAEVA, KULIANDAAKHMETOVA, MAZKEN KAMENOVA - PROBLEMS OF STATE REGULATION OF AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY OF KAZAKHSTAN IN CONDITIONS OF THE MARKET 2	65
ETER SARJVELADZE – ROLE OF AGROMARKETING IN GEORGIA IN THE AGROPRODUCTION'S DEVELOPMENT 2	70
NIKO CHIKHLADZE – TO THE ISSUE OF FUNDAMENTALS OF ECONOMICS 3	8
GOCHA TUTBERIDZE, PAATA KUNCHULIA– ON LIQUIDITY, CAPITAL AND ACTIVE-PASSIVE QUALITY OF BANKING SYSTEM OF GEORGIA IN POST-CRISIS PERIOD. . . 3	12
LOID KARCHAVA – CULTURE OF COMMUNIKCATION IN BUSINESS 3	22
NINO JOJUA - PRINCIPLE OF PARETO OR HOW TO MAKE OPTIMUM USE OF BUSINESS RESOURCES 3	26
EMZAR JULAKIDZE – MOTIVATION – AS A MOST SIGNFICANT FUNCTION OF MANAGEMENT 3	31
ELZA BALASHVILI, ZAIRAGUDUSHAURI – ORGANIZATION DEVELOPMENT AND LIFE CYCLE OF COMPANY 3	36
SHOTAVESHAPIDZE, EDUARD KAVTIDZE - FOREIGN EXPERIENSE OF USE LABOUR STIMULI AND GEORGIA 3	41
RUSUDAN PAPASKIRI -FINANCIAL MECHANISM OF THE COMPANI: IDEA, SUB-SYSTEMS, ELEMENTS AND STRUCTURE 3	45
INGA KULIANI -BUSINESS REGIONAL DEVELOPMENT PROBLEMS IN GEORGIA 3	48
IURI KARCHAVA – ABOUT TAX-LAW RELATIONSHIPS 3	52
NADEZHDA KAZAKOVA, OLESIA AZARENKOVA - TRENDS IN FUNDING OF ALTERNATIVE FUEL AND ENERGY RESOURCES IN THE WORLD 3	56
PAATA KOGUASHVILI - ABOUT OF THE GEORGIAN AGRARIAN POLICY AND ATHER IMPORIENT SUBJECTS 4	9
SLAVA FETELAVA - ASPECTS OF MARKET DEFINITION 4	26
LOID KARCHAVA - THE STAGES OF THE COMMUNICATIONS DEVELOPMENT 4	42
SHOTAVESHAPIDZE, LALI OSADZE, SOPO TSETSKHLADZE - INFORMATION SYSTEMS IN LOGISTIC 4	48
GUGULI KURASHVILI, TAMAR BERIDZE - SOME ASPECTS OF THE FORMING AND REINFORCEMENT OF THE REGION SELF-GOVERNMENT	

საქართველოს
ეკონომიკის
ინჟინერების
საზოგადოებრივი
მეცნიერების
ინსტიტუტი



INSTITUTIONS IN GEORGIA	4	56
KHATUNAKAKAURIDZE, MAKASOSANIDZE, LALIOSADZE - THE MAIN DIRECTIONS OF THE MARKETING ACTIVITIS IN GEORGIA	4	59
ZAIRAGUDUSHAURI, NIKOLOZGONGLIASHVILI - ASSESSMENT OF CREDITWORTHINESS OF DEBTOR IS A GUARANTEE OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF BANK	4	62
GIORGIABASHISHVILI - OFFSHORE DEMOCRACY – DILEMMA FOR A BUREAUCRATIC STATE	4	64
VASIL KHIZANISHVILI - THE GLOBALIZATION OF ECONOMY	4	68
MAKABUGULASHVILI - INNOVATION PROCESSES: MODERN TECHNIQUES FOR INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION	4	72
 NATIONAL ECONOMY: TODAY'S SITUATION AND PERSPECTIVES		
ELBERD BATIASHVILI - NATIONAL ECONOMY AND NATIONAL STATE: INHERITANCE AND CONTEMPORANEITY	2	74
 STUDENT'S LOOK		
OTAR MUMLADZE - THE ECONOMICAL OPINION OF NIKO NIKOLADZE AND CONTEMPORANEITY	2	73
GIORGI ADEISHVILI - THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS AND GEORGIA	3	63
TAMAR JABUA - TAXATION OF AGRICULTURE IN GEORGIA	3	70
TAMTA FETELAVA, SOSOPARKHOMENKO, TSIRAMAISAIA - NATURAL RESOURCES CONSUMPTION TAX	4	75
 SUMMARIES		
SUMMARIES	1	78
SUMMARIES	2	80
SUMMARIES	3	76
SUMMARIES	4	78
 FOREING ECONOMIC NEWS		
FOREING ECONOMIC NEWS	1	83
FOREING ECONOMIC NEWS	2	85
FOREING ECONOMIC NEWS	3	80
FOREING ECONOMIC NEWS	4	83
ACKNOWLEDGEMENT OF GEORGIAN SCIENTIST	1	85
 LETTERS TO EDITOR		
Saint Andrew the First Called Georgian University of the Patriarchate of Georgia	1	94
University of Kazakhstan of Economy, Finances and International Trade	1	95

საქართველოს პატრიარქატის უნივერსიტეტი

0125/10



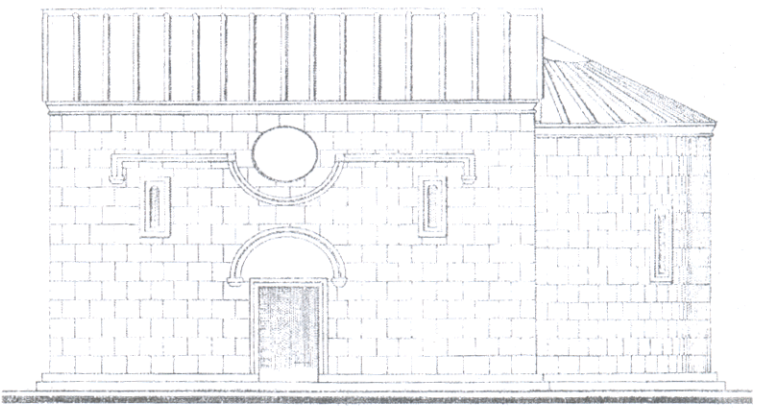
ეროვნული
ნივლიანობა

ჩხოროწყუს რაიონის სოფელ ნაკიანში, ლექარჩეს უბანში, XX საუკუნის 20-იან წლებში ადგილობრივმა კომუნისტებმა დაანგრიეს ლექარჩეს მიქელ-გაბრიელის სახელობის ეკლესია. იგი დღეს ასე გამოიყურება.

2001 წლიდან ქარჩავას გვარის წარმომადგენლებმა გადაწყვიტეს ამ ეკლესიის აღდგენა. შეიქმნა სპეციალური კავშირი „ქარჩა“, რომელიც ორგანიზებას უწევს მის აღდგენას. კურთხევა მიღებულია სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის, უწმიდესისა და უნეტერესის ილია II-საგან, სენაკი-ჩხოროწყუს ეპარქიის მეუფე შიოსაგან (მუჯირი). საპატრიარქოს შესაბამისი კომისიის გადაწყვეტილებით ნებართვა მიღებულია მისი აღდგენის შესახებ და მოწონებულია შესაბამისი პროექტიც. აი, მისი სამხრეთისხედი:



ეკლესიის პარამეტრებია:
სიგრძე – 13,5მ; სიგანე – 7,5მ;
სიმაღლე (გარედან) – 9,0მ.



ახალი ეკონომიკა

ქარჩავების გვარის წარმომადგენლებმა შეძლებისდაგვარად გარკვეული თანხა შესწირეს ამ საპასუხისმგებლო, და ამავე დროს, საპატიო და მაღლიან საქმეს. არანაკლები ინტერესით შემოგვიერთდნენ სხვა გვარის წარმომადგენლებიც, როგორც ადგილზე, ისე საქართველოს სხვა რაიონებიდან, თბილისიდან. გარკვეული წვლილი შეიტანეს კერძო ორგანიზაციებმაც. თითოეული თეთრი აღრიცხულია, ქვეყნდება საგვარეულო გაზეთში და მშენებლობის დასრულების შემდეგ გამოიცემა ცალკე წიგნად, თუ ვინ რა წვლილი შეიტანა ეკლესიის მშენებლობაში.

2006 წელს ამ პრობლემით დაინტერესდა საქართველოს პრეზიდენტის რწმუნებული სამეგრელოსა და ზემო-სვანეთის მხარეში, დაათვალიერა იქაურობა, გაერკვა საქმის ვითარებაში და დახმარება აღგვითქვა.

მიემართავთ ყველა ჭეშმარიტ ქრისტიანს, აღნიშნული ეკლესიის მშენებლობაში მონაწილეობის სურვილის შემთხვევაში შესაძლებლობის ფარგლებში ჩარიცხონ თანხა კავშირი „ქარჩა“, ანგარიშზე: „ხალიკ ბანკი საქართველო“, კოდი HABGGE22, ცენტრალური ფილიალი. ანგარიშის ნომერი ლარებში: GE76HB000000000083608; ანგარიშის ნომერი დოლარებში: GE46HB0000000000133618; დამატებითი კითხვებისთვის შეგიძლიათ მოგვმართოთ: 555 277 554 ან 2990576.

ეკონომისტი

საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

აგრძელებს სტატიების მიღებას შემდეგი მოთხოვნების გათვალისწინებით:

1. ტექსტი აკრეფილი უნდა იყოს Word-ში, AcadNucx-ში, შრიფტის ზომა 12, ინტერვალი სტრიქონებს შორის - 1,5, ველებს დაშორება მარჯვენა-მარცხენა მხარეს 2 და 3 სმ. შესაბამისად, ზედა და ქვედა - 2,5 და 2,5სმ. ტექსტი უნდა აიკრიფოს გადატანების გარეშე. ცხრილები გადაყვანილი JPEG-ში. სტატიის მინიმალური მოცულობა უნდა იყოს 5 გვერდი A4 ფორმატის.
2. ავტორის სახელი, გვარი, სამეცნიერო წოდება და თანამდებობა, საკონტაქტო კორდინატები (ტელეფონები, ელ.ფოსტა), სურათის ელექტრონული ვერსია JPEG-ში;
3. სტატიას უნდა ახლდეს რეზიუმე ქართულ და ინგლისურ ენებზე, მოცულობით 120-150 სიტყვა, აკრეფილი შესაბამისად AcadNucx-ში და Times New Roman-ში, შრიფტის ზომა 12. სამეცნიერო სტატიას უნდა დაერთოს გამოყენებული ლიტერატურის სია.
4. სტატია შეიძლება გამოქვეყნდეს ინგლისურ, რუსულ, გერმანულ და ფრანგულ ენებზეც. ასეთ შემთხვევაში, ჩვენი მოთხოვნაა, რეზიუმე მოგვაცოდოთ ქართულ და ინგლისურ ენებზე.
სტატიის გამოქვეყნების ღირებულება შეადგენს - ჟურნალის ერთი გვერდი 8 ლარი, რომელსაც ავტორი გადაიხდის დადებითი რეცენზიის მიღების შემდეგ, ხოლო ჟურნალის ღირებულება - 5 ლარი.
5. სტატიის გამოქვეყნების, ჟურნალის შექმნისა და გამოწერის ღირებულების გადახდა შესაძლებელია შპს "ლოი"-ს ანგარიშზე: საიდენტიფიკაციო კოდი 204439296, ანგარიშის ნომერი GE61HB000000000713602, სს „ხალიკ ბანკი საქართველო“, ცენტრალური ფილიალი, ბანკის კოდი HABGGE22.

ელექტრონული ფოსტა: info@economisti.ge ან info@loi.ge
ტელ: 422 771; 99-05-76; 855 277 554; 895 32 30 34.

PS. სტატიების მოწოდება ფურცლებით ან CD-თ აუცილებელი არ არის.

International Precise and Review Scientific-Practical Magazine

Continues taking articles according to this requests:

1. Text must be gathered in Word, size of AcadNucx font 12, interval between lines- 1.5, borders in right and left side- 3 and 2sm. Also, up and down borders- 2.5 and 2.5sm. Text must be picked up without transferring. Tables should be in JPEC. The minimal size of article is 5pages of A4 format.
2. The first name of author, last name, scientific rank and post, coordinates (telephone number, e-mail), electronic version of photo in JPEC.
3. The article must have reziuime in Georgian and English languages. The size should be 120-150 words, it must be picked up in AcadNucx and in Times New Roman, size of font-12. Scientific article must have list of used literature.
4. The article may be published in English, Russian, German and France languages. So, it is also our request to prepare reziuime in Georgian and Egnlish languages too.

The price of article's publication is- one page of journal 8GL(lari). And auhor will pay this price after getting positive respond. Also, the price of journal is 5GL(lari).

5. The price of publication article, buying journal and subscription fee could be payed in Ltd. "loi's" account: identification code - 204439296, the account number- GE61HB000000000713602, "Halyk Bank Georgia", central office, bank code HABGGE22.

Our coordinates:

e-mail: info@economisti.ge or info@loi.ge

Tel: 99 05 76; 422 771; 855 277 554; 895 32 30 34.

PS. Giving articles with papres or CD-s, is not necessary.

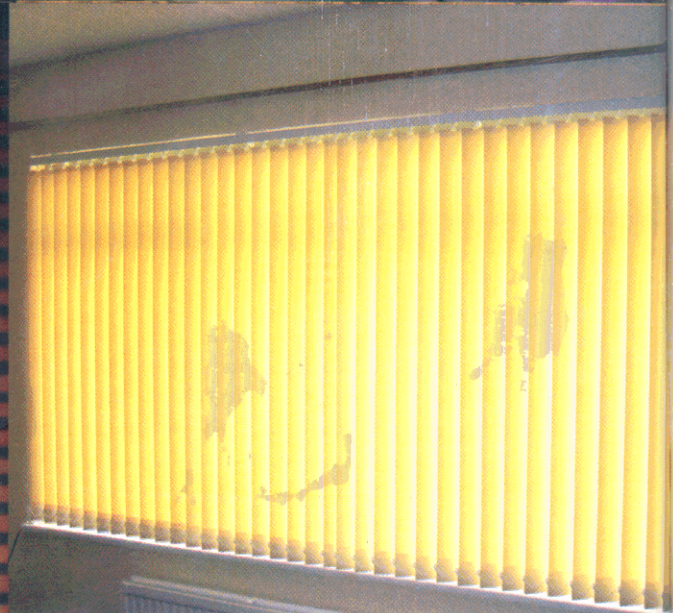


გეოგრაფი
საინჟინერო

Holis-ის ფირმის ფარდა-ქალუჯები ფართო ფართო არჩევანი

■ პლასტმასის

■ მეტალის



■ ხის

■ ტილოს

მის.: საქართველო,
თბილისი 0112, ცაბაძის 7 (დინამოსთან)
ტელ.: 35 77 00
ელ-ფოსტა: geograni@yahoo.com
სკაიპი: geograni

Add.: 7, Tsabadze
0112 Tbilisi, Geor
Phone: +995 32 35 77
E-mail: geograni@yahoo.o
Skype: geogr