

1591 / 2  
2023

*The New*



# ECONOMIST

DOI suffix: 10.36962/NEC18042023

INTERNATIONAL SCIENTIFIC-  
PRACTICAL QUARTERLY JOURNAL,  
PRECISE AND REVIEWED

N4, 2023, VOL 18, ISSUE 4

12

**Economy is the basis  
of everything!**



ISSN 2667-9752 (ONLINE)  
ISSN 1512-4649 (PRINT)

საერთაშორისო რეჟირირებადი და  
რეცენზირებადი ყოველკვარტალური  
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

ეკონომიკა ყველაფრის საფუძველია!

*ახალი*

# ეკონომისტი



**The Magazine "The New Economist"**

**HAS BEEN REVIEWED:**

In "Georgian Reviewed Magazine" –

P.L.L.E. Institute of Techinform.

Identifiable in the **Google Scholar**

and **Research Gate** bases.

**ACKNOWLEDGED TO BE REVIEWED BY:**

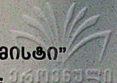
- Georgian Academy of Business Sciences;
- Georgian Academy of Economical Sciences;
- I. Javakhishvili Tbilisi State University;
  
- Ilia State University;
- Georgian Technical University;
- Grigol Robakidze University;
- Tbilisi Free University, (Business School ESM);
- Caucasus University;
- Sukhumi State University;
- Shota Rustaveli State University;
- Samtskhe-Javakheti State University;
- Shota Meskhia State University of Zugdidi;
  
- Akaki Tsereteli State University;
- Saint Andrew the First Called Georgian University of the Patriarchate of Georgia;
  
- East European University;
- Odessa Mechnikov National University (Odessa, Ukraine);
- Institute of Strategic Studies of the Caucasus (Baku, Azerbaijan);
- State University of Belarus (Minsk);
- University of Kazakhstan of Economy, Finances and International Trade (Nursultan).

**ADDRESS: 5 A. Jorjadze str,  
1015, Tbilisi, Georgia.**

**Tel.: +995 (32) 2 990 576;**

**Mob.: +995 55 277 554; +995 (58) 944 800.**

**შურნალი "ახალი ეკონომისტი"**

**რაფერირებულია:  ეროვნული**

სსიპ ინსტიტუტ ტექნიფორმის ელექტრონულ გამოცემაში „ქართულ რეფერატულ შურნალში“. იდენტიფიცირებულია გუგლ სქოლარსა და რისერჩ გეიტსის ბაზებში.

**რეფერირებულად აღიარებულია:**

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

**მისამართი: საქართველო,**

**1015, თბილისი, ა. ჯორჯაძის ქ. №5**

**ტელ.: +995 (32) 2 990 576;**

**მობ.: +995 (55) 277 554; +995 (58) 944 800.**

**E-mail: editor@neweconomist.com.ge; loidk@yahoo.com**

**web-site: www.neweconomist.com.ge; www.loi.com.ge**



# The New ECONOMIST

INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL QUARTERLY JOURNAL,  
PRECISE AND REVIEWED N4(71), 2023, VOL.18, ISSUE 4.

**LOID KARCHAVA** - Editor-in-Chief and Head of Editorial Board;  
Doctor of Business Administration,  
Head of the Council of Scientists of Georgia;  
Academician of the Georgian Academy of Business Sciences;  
Academician of the Georgian Academy of Fazisi Sciences.

## EDITORIAL BOARD

Doctors of science, Professors:

GIORGI ABASHISHVILI; RAMAZ ABESADZE;  
NINO ABESADZE; ANZOR ABRALAVA; IURI  
ANANIASHVILI; TEIMURAZ BABUNASHVILI  
(Prezident of the Georgian Academy of Busi-  
ness Sciences); EVGENI BARATASHVILI; GIVI  
BEDIANASHVILI; ROSTOM BERIDZE; RAMAZ  
GERLIANI; REVAZ GVELESIANI; VLADIMIR GR-  
IGOLAIA (Moscow, Russian Federation); ALEK-  
SEY DANILCHENKO (Belarusia State University);  
SHOTA VESHAPIDZE; NUGZAR TODUA; GOCHA  
TUTBERIDZE (Rector of Kutaisi University); NA-  
TIA TURNAVA (Member of the Board of the Na-  
tional Bank of the Georgia, First Vice-Governor);  
NAMIG YSAZADE; MERAB KAKULIA; REVAZ  
KVATASHIDZE; GIA KVASHILAVA (Prezident of  
the Academy of Phasis); MURTAZ KVIRKVAIA  
(Editor of the Scientific part); VASIL KIKUTADZE;  
KAKHA KORZAIA (Rector of Caucasus Interna-  
tional University); PAATA KOGUASHVILI (Acade-  
mician of Georgian Academy of Agriculture); The  
Rt Hon STEVEN LORD LLOYD-BAGRATIONI (Uni-  
versity of Oxford, England); REVAZ LORDKIPAN-  
IDZE; EKATERINE LOMIA; LASHA MGELADZE;  
ELGUJA MEQVABISHVILI; DAVID NARMANIA  
(Georgian National Energy and Water Supply  
Regulatory Commission (GNERC), Chairman);

SOLOMON PAVLIASHVILI (Academician of Geor-  
gian National Academy of Science; Deputy Minis-  
ter of Environmental Protection and Agriculture  
of Georgia); AVTANDIL SILAGADZE (Academi-  
cian of Georgian National Academy of Science);  
ALEKSANDRE SICHINAVA; GELA SVIRAVA; LA-  
SHA TABATADZE (Responsible Secretary); SLAVA  
FETELAVA; LEVAN KISTAURI (Dean of the School  
of Business, Computing and Social Sciences of  
Saint Andrew the First Called Georgian Univer-  
sity of the Patriarchate of Georgia); RUSUDAN  
KUTATELADZE (Dean of Business-engineering  
Faculty of Georgian Tecnical University); TE-  
MUR SHENGELIA; GIORGI SHIKHASHVILI; FAIA  
SHULENBAYEVA (University of Kazakhstan of  
Economy, Finances and International Trade);  
LALI CHAGELISHVILI; DAVID CHERKEZISHVILI;  
NIKO CHIKHLADZE; ETER KHARAISHVILI; VAS-  
IL KHIZANISHVILI; DAVID JALAGONIA; JAMLET  
JANJGAVA (Deputy of Editor-in-Chief); DIMITRI  
JAPARIDZE (Ilia State University, Dean of the  
Faculty Business, Technology and Education);  
MICHAEL JIBUTI (Academician of Georgian Na-  
tional Academy of Science, Prezident of the Geor-  
gian Academy of Economics Sciences); NANA  
JGHARKAVA.

40116

THE NEW ECONOMIST / საბიზნესო საზოგადოება





# ახალი ეკონომისტი

საერთაშორისო რეაქციონარული და რეცენზირებადი ყოველკვარტალური  
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი №4 (71), 2023, ტ. 18, გვ. 4

**ლოიდ ქარჩავა** - მთავარი რედაქტორი და სარედაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი, საქართველოს მეცნიერთა საბჭოს თავმჯდომარე; საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი; ფაზისის საერო-სამეცნიერო აკადემიის ნამდვილი წევრი.

## სარედაქციო კოლეგია: მეცნიერებათა დოქტორები, პროფესორები:

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი

გიორგი აბაშიძე; რამაზ აბესაძე; ნინო აბესაძე; ანზორ აბრალაძე; იური ანანიასვილი; თეიმურაზ ბაბუნაშვილი (საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდენტი); ევგენი ბარათაშვილი; გივი ბედიანაშვილი; როსტომ ბერიძე (ბათუმის შ. რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი); რამაზ ბერლიანი; რამაზ ბველესიანი; ვლადიმერ ბრიგოლაძე (ოსკოვი, რუსეთის ფედერაცია); ალექსანდრე დანილჩენკო (ბელარუსის სახელმწიფო უნივერსიტეტი); შოთა ვეშაძე; ნუგზარ თოდუა; გოჩა თუთბერიძე (ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორი); ნათია თურნაძე (ეროვნული ბანკის საბჭოს წევრი, პირველი ვიცე-პრეზიდენტი); ნამივ ისაზაძე; მირაზ კახელიანი; რამაზ კვატაშვილი (მინერალური ნედლეულის კავკასიის ინსტიტუტის დირექტორი); გინა კვაშილაძე (ფაზისის მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდენტი); მურთაზ კვიციანი (სამეცნიერო ნაწილის რედაქტორი); ვასილ კიკუაძე; ახან კორძია (კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის რექტორი); პაბატა კოლუაშვილი (საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი, აკადემიკოსი); ლორდი სტივენ ლორდ ლოიდ-ბაბრატიონი (ოქსფორდის უნივერსიტეტი, ინგლისი); ეკატერინე ლომია; რამაზ ლომიძე-ფანიძე; ლაშა მგალაძე; ელგუჯა მიქვაბიშვილი; დავით ნარმანიანი (საქართველოს ენერჯეტიკისა და ნეაღმომარაგების მარეგულირებელი

ეროვნული კომისიის თავმჯდომარე); სოლომონ ვაკლიაშვილი (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის ნამდვილი წევრი, აკადემიკოსი; საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის მინისტრის მოადგილე); ავთანდილ სილაბაძე (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის ნამდვილი წევრი, აკადემიკოსი); ალექსანდრე სიჩინაძე; ბალა სვირაძე; ლაშა ტაბატაძე (პასუხისმგებელი მდივანი); სლავა ფიტაძე; ლევან ძინტაური (საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის ფაკულტეტის დეკანი); რუსუდან ქუთათელაძე (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის დეკანი); თეიმურაზ შინგალია; გიორგი შინგალიანი; ფაია შულენბაძე (ყაზახეთის რესპუბლიკა); ლალი ჩაბელიშვილი; დავით ჩაჩაძე; ნიკო ჩიხლაძე; ეთერ ხარაიშვილი; ვასილ ხიზანიშვილი; დავით ჯაღალღონია; ჯამალტ ჯანაშვილი (მთავარი რედაქტორის მოადგილე); დიმიტრი ჯაფარიძე (ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტის დეკანი); მიხეილ ჯიბუტი (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის ნამდვილი წევრი, აკადემიკოსი; საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდენტი); ნანა ჯღარკაძე.

სტატიანა, მის შინაარსზე პასუხისმგებელია ავტორი.

© ჟურნალი "The New Economist", "ახალი ეკონომისტი", 2023.  
© გამომცემლობა "ლოი"

ფასი 15 ლარი





INTERVIEW

INTERVIEW with Acting President of the National Bank of Georgia, <b>Mrs. Natia Turnava</b> -----	7
INTERVIEW with Head of the Georgian National Energy and Water Supply Regulatory Commission <b>Mr. Davit Narmania</b> -----	12
INTERVIEW with Chairman of the Georgian National Competition and Consumer Agency <b>Mr. Irakli Lekvinadze</b> -----	14
INTERVIEW with Deputy Minister of Finance of Georgia <b>Mr. Mikheil Dundua</b> -----	17
INTERVIEW with founder of „Sfero Holding“, <b>Mr. Giga Tsuleiskiri</b> -----	19

SCIENCE

<b>LASHA TABATADZE</b> Management and Success of the International Enterprise -----	22
<b>MAMUKA TORIA</b> Function of Labor Market of Georgia in the Post-Pandemic Period-----	26
<b>GELA ALADASHVILI</b> Extended producer obligations – as a tool for reducing negative environmental impact-----	33
<b>GUGULI ZARNADZE</b> Eco-labeling and it's Importance in Green Transformation -----	41
<b>RAMAZ GERLIANI, GIGA TVAURI</b> Important aspects - why monetary policy does not work in Georgia -----	49
<b>TEONA TAVDISHVILI, EKATERINE MAGLAKELIDZE</b> Y and Z Generations Preferences for Word-of-Mouth Marketing-----	55
<b>DAVID RUSIA</b> Deposit Insurance System in Georgia and World Trends -----	65





**ინტერვიუ**

ინტერვიუ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის მოვალეობის შემსრულებელთან, ქალბატონ ნათია თურნავასთან ----- 7

ინტერვიუ საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიის თავმჯდომარესთან, ბატონ დავით ნარმაზიასთან ----- 12

ინტერვიუ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარესთან, ბატონ ირაკლი ლეჟინაძესთან ----- 14

ინტერვიუ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის მოადგილესთან, ბატონ მიხეილ ღუნღუასთან ----- 17

ინტერვიუ „სფერო ჰოლდინგის“ დამფუძნებელთან, ბატონ გიგა წულეისკირთან ----- 19

**მეცნიერება**

ლუბა ტაბატაძე  
საერთაშორისო სანარმოს მართვა და წარმატება ----- 22

მამუკა თორია  
საქართველოს შრომის ბაზარის ფუნქციონირება პოსტპანდემიურ პერიოდში ----- 26

გელა ალადაშვილი  
მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება - გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების ინსტრუმენტი ----- 33

გუგული ზარნაძე  
ეკომარკირება და მისი მნიშვნელობა მწვანე ტრანსფორმაციაში ----- 41

რამაზ გერლიანი, გიგა თვაშური  
მნიშვნელოვანი ასპექტები - რატომ არ მუშაობს მონეტარული პოლიტიკა საქართველოში ----- 50

თეონა თავდიშვილი ეკატერინე მაღლაკელიძე  
Y და Z თაობის უპირატესობები Word-of-Mouth მარკეტინგთან მიმართებაში ----- 55

დავით რუსია  
დებოზიტების დაზღვევის სისტემა საქართველოში და მსოფლიო ტენდენციები --- 65

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



# ინტერვიუ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის მოვალეობის შემსრულებელთან, ქალბატონ ნათია თურნავასთან

- გამარჯობა ქალბატონო ნათია, გილოცავთ შობა-ახალ წელს და მადლობას მოგახსენებთ ინტერვიუსათვის.

- მოგესალმებით.

- დეკემბერში პარლამენტმა 2024-2026 წლების ფულად-საკრედიტო და სავალუტო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებები დაამტკიცა. როგორ იქნება ინფლაციის მიზნობრივი მაჩვენებელი მომავალ წელს. ასევე, მონეტარული პოლიტიკის ის ძირითადი ინსტრუმენტები, რომლებსაც ეროვნული ბანკი ფულად-საკრედიტო და სავალუტო პოლიტიკის გატარებისას გამოიყენებს?

საქართველოს პარლამენტის მიერ დამტკიცებული ფულად-საკრედიტო და სავალუტო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულების დადაგენილებით, ინფლაციის მიზნობრივი მაჩვენებელი 3%-ით განისაზღვრა.

სასუალოვადიან პერიოდში ინფლაციის მიზნობრივი მაჩვენებლის მისაღწევად საქართველოს ეროვნული ბანკის ძირითადი ინსტრუმენტი კვლავ მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთი იქნება. მოგხსენებთ, მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთის ცვლილების შესახებ გადაწყვეტილება მაკროეკონომიკური გარემოს გაანალიზების, ფინანსურ ბაზრებზე არსებული ვითარების განხილვის, ინფლაციის დინამიკის პროგნოზირების, ინფლაციაზე მოქმედი მაკროეკონომიკური რისკებისა და ინფლაციის მოლოდინების შეფასების შედეგად მიიღება. იმ შემთხვევაში, თუ ინფლაციის პროგნოზი მის მიზნობრივ მაჩვენებელს აღემატება, მონეტარული პოლიტიკა გამკაცრდება, მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთი გაიზრდება. იმ შემთხვევაში კი, თუ ინფლაციის პროგნოზი მიზნობრივ დონეს ჩამორჩება, მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთი შემცირდება.

- როგორ იქნება სებ-ის პოლიტიკა ინფლაციის თარგეთირების პოლიტიკის, საერთაშორისო რეზერვების ეფექტური და გონივრული მართვის ნაწილში? ინფლაციის პროგნოზები და ტენდენციები?

- სებ-ი აგრძელებს ინფლაციის თარგეთირების რეჟიმს, რომელიც ყველაზე თანამედროვე დარღვევანტი რეჟიმი საქართველოსთვის.

მას მერე, რაც ქვეყნები ინფლაციის თარგეთირების რეჟიმზე გადავიდნენ, საშუალოდ, ინფლაციის

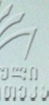


დონე მნიშვნელოვნად შემცირდა. ანალოგიურად, საქართველოშიც, 2009 წლიდან დღემდე - მას შემდეგ, რაც საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა ინფლაციის თარგეთირების რეჟიმი შემოიღო, წლიური ინფლაცია საშუალოდ 4.5 პროცენტს შეადგენს. მანამდე, 1996-2008 წლებში ინფლაცია საშუალოდ 10.2 პროცენტი იყო.

ინფლაციის თარგეთირებასთან ერთად, მნიშვნელოვანია მცურავი ვაცვლითი კურსის რეჟიმის არსებობა, რაც საქართველოსთვის ოპტიმალური სავალუტო რეჟიმიცაა. ასეთ პირობებში, სავალუტო ინტერვენციებს ნაკლებად მიმართავენ. თუმცა, გარკვეული მიზეზების მისაღწევად, სავალუტო ინტერვენციები, რაც შემთხვევებში, მცურავი ვაცვლითი კურსის რეჟიმის პირობებშიც გამოიყენება. სავალუტო ინტერვენციების მიზანია ბაზარზე ჭარბი მერყეობის შემცირება ან/და სავალუტო რეზერვების ადეკვატურ დონეზე შენარჩუნება. 2023 წელს ეროვნული ბანკი რეზერვების შევსების მიზნით აქტიურად იყენებდა ინტერვენციებს. წმინდა შესყიდვამ გასულ წელს დაახლოებით 1.3 მილიარდი დოლარი შეადგინა.

სებ-ის მიერ დროულად და საკმარისად გამკაცრებული პოლიტიკის შედეგად, 2023 წლის დასაწყისიდან ინფლაცია მიზნობრივ მაჩვენებელთან შედარებით საკმაოდ დაბალ დონეზე ნარჩუნდება. დეკემბერში ინფლაცია 0.4%-ს შეადგენდა. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მცირდება საბაზო დაადგილობრივი ინფლაციაც. გამკაცრებულ პოლიტიკასთან





ერთად, დაბალ ინფლაციას ფასებზე საკარგო შოკების ზეწოლის განეიტრალება განაპირობებს. სებას პროგნოზით, ინფლაცია მომავალი რამდენიმე თვე კვლავ მიზნობრივ, 3%-იან, მაჩვენებელზე დაბლა შენარჩუნდება, შემდგომ, ძირითადად საბაზო ეფექტის გავლენით, თანდათან მოიმატებს და 3 პროცენტთან მაჩვენებელთან ახლოს დასტაბილურდება.

**- გააგრძელებს თუ არა საქართველოს ეროვნული ბანკი მკაცრი მონეტარული პოლიტიკიდან გამოსვლას 2024 წელს?**

მოკლევადიან პერიოდში მისალოდინელია, რომ ინფლაცია დაბალ დონეზე შენარჩუნდება, რაც ძირითადად განპირობებულია წინა თვეებში რეალური მისალოდინელზე დაბალი ინფლაციით, სურსათის საერთაშორისო ფასების ნორმალიზაციისა და გამყარებული გაცვლითი კურსის ფონზე. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ელექტროენერჯიაზე ტარიფების დაანონსებული შემცირება წლის განმავლობაში ინფლაციის დონეზე ასევე კლების მიმართულებით იმოქმედებს. მიუხედავად ამისა, მე-2 კვარტილიდან, დიდწილად წინა წლის საბაზო ეფექტის გამო, ინფლაცია მიზნობრივ დონეს გადააჭარბებს (თუმცა, სავარაუდოდ, იმაზე ნაკლებად, ვიდრე შარშან მოველოდით) და მიზნობრივი 3%-ის გარემო წლის ბოლოსკენ დასტაბილურდება. მთლიანობაში, 2024 წლის საშუალო ინფლაცია მიზნობრივი 3%-ის ფარგლებში იქნება.

როგორც არაერთხელ აღვნიშნავს, მიმდინარე გლობალური და ლოკალური ვითარებიდან გამომდინარე, მაკროეკონომიკური პროგნოზები მაღალი გაურკვევლობებით ხასიათდება. შესაბამისად, მონეტარული პოლიტიკის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღებისას მხედველობაში მიიღება რისკებიც. კერძოდ, ეკონომიკის პოტენციალის მატების მიუხედავად, კვლავ საყურადღებოა, მაღალი ეკონომიკური ზრდის ფონზე, ძლიერი შიდა მოთხოვნიდან გამომდინარე ინფლაციური წნეხი და, ასევე, იმპორტირებული ინფლაციის ზრდის რისკები. გარდა ამისა, არსებული გეოპოლიტიკური ვითარების ფონზე, მაღალი გაურკვევლობით ხასიათდება საერთაშორისო სასაქონლო პროდუქტებისა (ნავთობი) და ტრანსპორტირების ფასების ირგვლივ არსებული მოლოდინები. შესაბამისად, მიმდინარე ეტაპზე, ოპტიმალურად მიგვაჩნია მონეტარული პოლიტიკის შერბილების ზომიერი ტემპის შენარჩუნება. ცხადია ესაა დღევანდელი მოლოდინი და არა დაპირება ჩვენს მომავალ გადაწყვეტილებებზე. გრძელვადიან პერიოდში კი, ინფლაციური

რისკების სრულად განეიტრალების შემდეგ, სებას პოლიტიკის განაკვეთის მის ნეიტრალურ დონესთან (დაახლოებით 7%) დაახლოებას მოიაზრებს, ცხადია თუ დამატებითი შოკები არ რეალიზდა. კიდევ ერთხელ ცალსახად უნდა აღინიშნოს, რომ რეფინანსირების განაკვეთს საპროგნოზო ტრანქტორია დაპირება ვა არის და მიმდინარე პერიოდში არსებული მაკროეკონომიკური მონაცემებისა და რისკების შესაბამისია.

**- ზოგადად როგორია თქვენი ხედვა და პროგნოზი ლარის კურსთან დაკავშირებით?**

მოგეხსენებათ, საქართველოში, როგორც მცირე ზომის ლია ეკონომიკის ქვეყანაში, მცურავი გაცვლითი კურსის რეჟიმი მოქმედებს. ამ რეჟიმის დროს, გაცვლითი კურსი საშუალოვადიან პერიოდში ბაზრის მოთხოვნა-მიწოდებისა და, შესაბამისად, მაკროეკონომიკური ფუნდამენტური ფაქტორების საფუძველზე ყალიბდება. მოკლევადიან პერიოდში კი სავალუტო კურსის დამატებითი შეფერხებები ბუნებრივი მოვლენაა.

სხვაგვარად რომ ვთქვათ, საშუალოვადიან პერიოდში გაცვლითი კურსი ისეთი მაკროეკონომიკური ფუნდამენტური ფაქტორების საფუძველზე ყალიბდება, როგორცაა საკარგო მიწოდებები და გადინებები: საქონლის ექსპორტი-იმპორტი, ტურისტული შემოსავლები და გასაყვლები. ფულად გზავნილებს უცხოეთიდან საქართველოში. საკარგო შემოდინებების მხრივ, როგორც ველოდით, გარკვეული ნორმალიზება ხდება, შემოდინებების ზრდის ტემპი ნელდება და ფულად გზავნილებში ბოლო რამდენიმე თვეა კლებაც სახეზეა. ეს მოსალოდნელიც იყო, რადგანაც შარშან გვექონდა მიგრაციის ეფექტი, რაც დროებით და ამონურავდი იყო. თუმცა შემოდინების ნორმალიზებას, იმპორტის კლება ტენდენცია აბალანსებს, რაც ერთი მხრივ საერთაშორისო ბაზრებზე შემცირებული ფასების ასახვაა. ხოლო მეორე მხრივ, საქართველოში დაბალი ინფლაციის ფონზე, მასში როცა გლობალურად ინფლაცია კვლავ მაღალია მომხმარებლებს ადგილობრივი წარმოების პროდუქტებზე გადართვისკენ უბიძგებს. საბოლოოდ, მიმდინარე ანგარიშის დეფიციტი 2023 წელსაც კვლავ დაბალ დონეზე შენარჩუნდება და კურსის საშუალოვადიან სტაბილურობას უწყობს ხელს.

გარდა ამისა, კურსის მოკლევადიანი ფორმირება მნიშვნელოვანწილად მოლოდინებზეა დამოკიდებული, თუ რა განწყობა აქვთ ბაზრის მონაწილეებს, ფიზიკურ და იურიდიულ პირებს, კურსის ცვლილებასთან დაკავშირებით.





აქედან გამომდინარე, მცურავი გაცვლითი კურსის პირობებში, კურსის სამომავლო ცვლილების პროგნოზირება პრაქტიკულად შეუძლებელია.

რაც შეეხება დღევანდელ სიტუაციას, ფუნდამენტური მაკროეკონომიკური ფაქტორები, როგორცაა მიმდინარე ანგარიშის დეფიციტი, გაუმჯობესებული რჩება, რაც ლარის კურსის სტაბილურობის ხელშემწყობია.

- საბანკო სექტორში არსებული ტენდენციები, მართალია საბანკო წელი ჯერ არ დასრულებულა თუმცა, საინტერესოა როგორი მაჩვენებლებით დაასრულა სექტორმა 2023 წელი. აღსანიშნავია ბანკების მოგება, რომელიც მზარდი ტენდენციით ხასიათდებოდა.

2023 წელს, საბანკო სექტორმა სრულად აღიდგინა პანდემიისას გამოყენებული ბუფერები და წელი კაპიტალის და ლიკვიდობის ჯანსაღი მაჩვენებლებით დაასრულა. გაუმჯობესებულია აქტივების ხარისხიც, უმოქმედო სესხების დონე ბოლო ათწლეულების მინიმუმზეა. შემცირებული საკრედიტო დანაკარგების ფონზე, 2023 წელი ბანკებისთვის კვლავ პოზიტიური იყო მომგებიანობის კუთხით. გაუმჯობესებული ფინანსური მაჩვენებლების გათვალისწინებით, გაზრდილია საბანკო სექტორის მდგრადობა შოკების მიმართ და გაუმჯობესებულია ინტერაქტიული სტრუქტურის შედეგებიც. საკრედიტო აქტივობა მდგრად დონეზე ნარჩუნდება და ეტაპობრივად იხურება სესხების მშპ-სთან ფარდობის უარყოფითი მაჩვენებელი. სესხის ზრდის ძირითადი კონტრიბუტორი ბიზნეს დეკრედიტებაა, რაც ხელს უწყობს ჩვენი ეკონომიკის პროდუქტიულობის ზრდას.

- როგორი ტენდენციებია საბანკო სექტორში სესხებზე საპროცენტო განაკვეთის ცვლილების მხრივ და როგორ ზემოქმედებს მასზე მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთის ცვლილება?

ლარის სესხების საპროცენტო განაკვეთებზე კლებადი, ხოლო უცხოური ვალუტის სესხების საპროცენტო განაკვეთზე ზრდადი ტენდენციაა, რაც საქართველოს ეროვნული ბანკი ბოლო პერიოდის მონეტარული პოლიტიკისა და გლობალურად გამკაცრებული ფინანსური პირობების ასახვაა.

კერძოდ, საქართველოში მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთის შემცირება საბაზრო საპროცენტო განაკვეთებს ამცირებს, რაც თავისთავად დაკრედიტების ხელშემწყობია. ყველაზე ძლიერი გადაცემა რეფინანსირების განაკვეთს სწორედ იპოთეკურ

სესხებზე აქვს, რადგანაც იპოთეკური სესხები ძირითადად ცვლადგანაკვეთიანია და პორდაპირ არის დაკავშირებული მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთთან. იქიდან გამომდინარე, რომ ინფლაცია მიზნობრივ დონეზე დაბალია და, ჩვენი პროგნოზით, ინფლაცია საშუალოვადიან პერიოდშიც მიზნობრივ 3%-თან ახლოს შენარჩუნდება, გასულ წელს მკაცრი მონეტარული პოლიტიკიდან ეტაპობრივი გამოსვლა დაიწყეთ. მონეტარული პოლიტიკის განაკვეთი 11%-დან 9.5%-მდე შემცირდა, რაც აისახა ლარის იპოთეკურ სესხებზე. გლობალურად კვლავ მაღალი ინფლაციური რისკებიდან გამომდინარე, ფოთილ პოლიტიკას ვირჩევთ და მიმდინარე წელს, თუკი შემცირება მოხდა, მცირე ბიჯებით ვავაგრძელებთ განაკვეთის შემცირებას. სხვა თანაბარ პირობებში, მონეტარული პოლიტიკის ნორმალუზება წელი ტემპით გაგრძელდება, და საშუალოვადიან პერიოდში განაკვეთი მის ნეიტრალურ დონეს 7%-ს ნელა დაუახლოვდება. შესაბამისად, დიდი ალბათობით მოსალოდნელია, რომ ლარის სესხების საპროცენტო განაკვეთებზე კლებადი ტენდენცია 2024-შიც გაგრძელდება.

რაც შეეხება, უცხოური ვალუტის საპროცენტო განაკვეთებს, გლობალურად მაღალი ინფლაციიდან გამომდინარე, განვითარებული ქვეყნების ცენტრალურმა ბანკებმა პოლიტიკის განაკვეთი გაზარდეს, რაც ჩვენიანაც უცხოური ვალუტის საპროცენტო განაკვეთს ზრდიდა და პოლიტიკის გამკაცრების ეფექტი ქონდა. ამ ეტაპზე, ისეთი ნამყვანი ცენტრალური ბანკები როგორებიცაა ფედი და ევროპის ცენტრალური ბანკი, პოლიტიკის განაკვეთის უფრო მეტ ზრდას არ მოიაზრებენ და, შესაბამისად, ჩვენთანაც მოსალოდნელია, რომ უცხოური ვალუტის სესხებზე საპროცენტო განაკვეთები დიდად აღარ გაიზრდება. თუმცა, ნამყვანი ცენტრალური ბანკები მათი განაკვეთების შემცირებასაც არ ჩქარობენ ამ ეტაპზე.

- აუცილებლად მინდა შევეხოთ ისეთ სტატისტიკურ მონაცემებს როგორებიცაა საქართველოს საგადასახდელო ბალანსი, საერთაშორისო საინვესტიციო პოზიცია და საგარეო ვალი. როგორია ეს მაჩვენებლების წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით?

2023 წლის მე-3 კვარტალის მონაცემებით, საგადასახდელო ბალანსის მიმდინარე ანგარიში პროფიციტური იყო, რაც დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში უკვე მესამედ დაფიქსირდა. მიმდინარე ანგარიშის პროფიციტმა 164 მლნ აშშ დოლარს მიაღწია.



ნინა და კვარტალური მშპ-ს 2% შეადგინა, ხოლო ნინა წლის ანალოგიურ პერიოდში პროფიციტი 335 მლნ აშშ დოლარი იყო (კვარტალური მშპ-ს 4.8%). მიმდინარე ანგარიშის პროფიციტი საქონლის იმპორტის მხოლოდ ზომიერმა ზრდამ და ისეთმა მაღალმა საგარეო შემოდინებებმა განაპირობა, როგორცაა საქონლის ექსპორტი, ფულადი გზავნილები და საერთაშორისო მოგზაურობიდან შემოსავლები.

აღნიშნული მიუხედავად, წმინდა საერთაშორისო საინვესტიციო პოზიცია უარყოფითია, რაც ნინა წლებში აღებული საგარეო ვალის ასახვაა. საგარეო ვალის დაგროვებას კი, თავის მხრივ, მიმდინარე ანგარიშის დეფიციტი იწვევს, რაც ნინა წლებში საკმაოდ მაღალი იყო. მე-3 კვარტალის მონაცემებით, საინვესტიციო პოზიციამ 29 მლრდ აშშ დოლარს მიიღწია, რაც მშპ-ს 99%-ს გაუტოლდა. ამავე პერიოდში, უარყოფითმა საინვესტიციო პოზიციამ წლიურად 10.4%-ით მოიმატა.

მე-3 კვარტალის მონაცემებით, საგარეო ვალმა 23.4 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წლიურად 5.4%-ით არის გაზრდილი. აღსანიშნავია, რომ წლიურად საგარეო ვალის მშპ-თან ფარდობა (ბოლო 4 კვარტალის მიხედვით) 95%-დან 79%-მდე შემცირდა, რაც მაღალმა ეკონომიკურმა ზრდამ და, ასევე, გაცვლითი კურსის ეფექტმა, განაპირობა.

**- რა მნიშვნელოვანი რეგულაციები განახორციელა ეროვნულმა ბანკმა 2023 წელს და რით ხსნის ცენტრალური ბანკი რეგულაციების შემსუბუქების გადაწყვეტილებას?**

წლის დასაწყისში ეროვნულმა ბანკმა კონტრიკული ბუფერის ნეიტრალური (საბაზისო) განაკვეთის 1%-მდე გაზრდის გადაწყვეტილება მიიღო. იმისთვის, სექტორმა შეუფერხებლად შეძლოს მოთხოვნის დაცვა და ახლა ზემდებლად არ გამკაცრდეს საკრედიტო პირობები, ფინანსური სტაბილურობის კომიტეტის გადაწყვეტილებით, ბანკებს მიეცათ მოქნილობა ბუფერი ეტაპობრივად, 4 წლის მანძილზე დააგროვონ.

ფინანსური სტაბილურობის ხელშესაწყობად ეროვნულმა ბანკმა 2023 წელს სისტემური ბანკებისთვის დაშვებული ვალდებულებების და კაპიტალის ინსტრუმენტების მინიმალური მოთხოვნა (MREL) დაანუსხა. აღნიშნული რეგულაციის მიზანია ბანკების მიერ წინასწარ ბალანსის იმგვარი სტრუქტურის შექმნა, რომელიც სტრესულ სიტუაციაში რეკაპიტალიზაციის გზით ბანკის მდგრადობას შეუნყოფს ხელს.

იმის გათვალისწინებით, რომ 2022 წელს დაფიქსირებული არაუზრუნველყოფილი სამომხმარებლო

სესხების ქარბი ზრდის ტემპი გასულ წელს მნიშვნელოვნად შემცირდა, ხოლო ინფლაციის რისკები შერიგებულია, სტე-მა ამ სესხების მაქსიმალური ვადიანობა დაპირებისამერ, კვლავ 4 წლამდე გაზარდა. ვაკვირდებით დინამიკას, და მომავალში ეს ინსტრუმენტი შესაძლოა, ისევ გამოვიყენოთ.

ეროვნული ბანკი კვლავაც აქტიურად აგრძელებს მუშაობას დოლარის რისკის მაღალი დონით გამოწვეული რისკების შესარბილებლად. ამ მიზნით, ეროვნულმა ბანკმა 2023 წელს არაპეჯორებული უცხოური ვალუტის სესხზე ლიმიტი 300,000 ლარამდე გაიზარდა, ხოლო პეჯორებული მსესხებლებისთვის დაუშვა შესაბამის უცხოური ვალუტაში დაკრედიტება თანხის მიუხედავად.

დამატებით, მონეტარული პოლიტიკის კომიტეტმა უცხოური ვალუტის მოკლევადიან ვალდებულებებზე სარეზერვო ნორმის ზედა ზღვარი 25 პროცენტადან 20 პროცენტამდე შეამცირა. აღნიშნული ცვლილებით ადგილობრივ ბაზარს მიენიჭება დამატებითი ლიკვიდობა უცხოურ ვალუტაში, რაც ფინანსურ სექტორზე გლობალურად გამკაცრებულ ფინანსური პირობების გასვლენას გარკვეულწილად შეამსუბუქებს.

ზოგადად, ცენტრალური ბანკის პოლიტიკა ბიზნესს და საკრედიტო ციკლების შესაბამისად ფორმირდება. ვაკვირდებით ფინანსური სისტემის დინამიკას და გამოწვევების საპასუხოდ ინსტრუმენტების გამოყენებას მომავალშიც გავაგრძელებთ, თანმიმდევრულად, სექტორის ჩართულობითა და გონიერული ვადების განსაზღვრით.

**- როგორ ფიქრობთ, გაგრძელდება თუ არა 2024 წელს საერთაშორისო სავალუტო ფონდთან დროებით შეჩერებული პროგრამა?**

იმის გათვალისწინებით, რომ სსფ-ის პროგრამის ფარგლებში განხორციელებული პროექტები ქვეყნის მაკროეკონომიკურ სტაბილურობას და გრძელვადიანი სტაბილურ ეკონომიკურ ზრდას უზრუნველყოფს, ფონდის მიერ მხარდაჭერილი პროგრამა საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია. პროგრამა დამხარებას გვიწვეს ქვეყნის სუვერენული რეიტინგის მიმართულებითაც, რაც თავის მხრივ, ინვესტიციებისთვის დადებით გზავნილია. ფონდის პროგრამა ინვესტიციებისთვის იმის ნიშანია, რომ ქვეყანა მდგრადია ეკონომიკური შოკების მიმართ. შესაბამისად, საერთაშორისო ინვესტიციების მიერ სავალუტო ფონდის მხარდაჭერილი პროგრამის განხორციელება ადგილობრივი ეკონომიკური გარემოს მდგრადობის შეფასებისთვის გამოიყენება.



შესაბამისად, ჩვენთვის მნიშვნელოვანი და პრო-ორიტიული პროგრამის განახლება.

ჩვენ აქტიურად გეშაობით საერთაშორისო სავალუტო ფონდის წარმომადგენლებთან ერთად, რათა პროგრამა რაც შეიძლება მალე განახლდეს. ამ ეტაპზე ფონდის მისიის ტექნიკურ ჯგუფთან ერთად მიმდინარეობს მუშაობა, რომ არსებული პრობლემები აღმოიფხვრას და იმედი გვაქვს, რომ სსფ 2024 წელსვე განახალდება შეჩერებულ პროგრამას.

**- რას მოუტანს საქართველოს SEPA-ში (ერთიანი ვერო გადახდების სივრცეში) განწვერიანება?**

SEPA პროექტის მიზანია, ევროპის მასშტაბით, ევროს ელექტრონული გადახდების პარამონიზაცია და გადახდების ერთიანი და სტანდარტიზებული სისტემის შექმნა. ის აუქმებს ტექნიკურ, სამართლებრივ და საბაზრო ბარიერებს მონაწილე ქვეყნებს შორის და მომხმარებლებსა და ბიზნესს საშუალებას აძლევს ევროში ელექტრონული გადახდები განახორციელონ ერთი და იმავე ძირითადი პირობებით და ერთსა და იმავე უფლებებისა და პასუხისმგებლობების შესაბამისად, მიუხედავად იმისა, თუ რომელ წევრ ქვეყანაში იმყოფებიან ისინი.

საქართველოს SEPA-ში განწვერიანება სარგებლის მომტანი რამდენიმე მიმართულებით იქნება: საერთაშორისო არენაზე მნიშვნელოვნად გაიზრდება საქართველოს საფინანსო სექტორის სანდობა, გაიზარდება ევროპის ეკონომიკურ სივრცესთან სავაჭრო ურთიერთობები, საქართველოს მოქალაქეები გამარტივებული და იაფი მომსახურებით ისარგებლებენ, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, მათ შორის, ევროკავშირის ქვეყნებიდან ფულადი გზავნილების მზარდი ტენდენციის გათვალისწინებით.

- საქართველო, როგორც ფინტექ ინდუსტრიის ჰაბი - რა ნაბიჯებს დგამს სეზი-ციფრული ტექნოლოგიების (ციფრული ბანკი ბანკის მოდელი, ღია ბანკინგი, ციფრული ლარი, და ა.შ.) განვითარების მიზნით და რა შედეგს უნდა ველოდეთ მისგან?

- ჩვენ გვაქვს გაცხადებული ამბიცია, რომ საქართველო გახდეს ფინანსური, ელექტრონული სერვისების იგივე ფინტექის ჰაბი რეგიონისთვის. ისეთი პროექტები, როგორებიცაა ციფრული ბანკის ლიცენზირების ჩარჩო, ციფრული ლარი, ღია ბანკინგი/ფინანსები იმის კარგი მაგალითია, თუ როგორ ვახორციელებთ ჩვენი სტრატეგიული მიდგომის დანერგვას პრაქტიკაში.

მომავალი ერთი წლის მანძილზე იგეგმება ღია ბანკინგად ღია ფინანსების კენ გადასვლისთვის პირველი ნაბიჯების გადადგმა. რაც გულისხმობს

ღია ბანკინგისთვის ახალი სერვისების დამატებას უფრო მეტი ინფორმაციის გაზიარებას და შესაბამისად ახალი, მომხმარებელზე მორგებული ინოვაციური პროდუქტებისა და სერვისების გაჩენას ბაზარზე.

გარდა სერვისების გამრავალფეროვნებისა, საქართველოს ეროვნული ბანკის მიზანია ასევე ღია ფინანსებზე გადასვლის გზაზე მეტი ისეთი ინსტიტუტის ჩართვა, რომელიც შეძლებს ინფორმაციის გაზიარებას, მაგალითად: სადაზღვეო ორგანიზაციები, სალიზინგო კომპანიები, საინვესტიციო ფირმები და ა.შ.

სეზი-ციფრული მუშაობის ციფრული ბანკის მოდელის განვითარებაზე, რაც მიზანს ისახავს ინოვაციური ბიზნეს მოდელის განვითარებას, ფინანსური პროდუქტების მრავალფეროვნებას, ახალი ტექნოლოგიური მოთამაშების შემოსვლას და კონკურენციის გაზრდას საფინანსო სექტორში. ბლოკ 2 წლის მანძილზე საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა გააცა ციფრული ბანკის სამი ლიცენზია. თითოეულ მათგანს განსხვავებული ხედვები აქვს თავიანთ ბიზნეს მოდელთან მიმართებით და იმედი გვაქვს, რომ მალე შეძლებენ ბაზარზე თავიანთი ნიშის დამკვიდრებას, კონკურენციის ზრდას და საინტერესო პროდუქტების შეთავაზებას მომხმარებლებისთვის.

2024 წლის პირველ ნახევარში საქართველოს ეროვნული ბანკი დაინიშნებს ციფრული ლარის საპილოტე პროექტს შერჩეულ ტექნოლოგიურ პარტნიორთან ერთად. საპილოტე პროექტის ფარგლებში მოხდება ისეთი ინოვაციური ტექნოლოგიური მახასიათებლების გამოცდა როგორებიცაა გონიერი კონტრაქტები, ტოკენიზაცია, პროგრამირებადი ფული და ა.შ. ამას გარდა საპილოტე პროექტი შესაძლებელია გახდის საჯარო და კერძო სექტორში ბლოკჩეინ ტექნოლოგიის დანერგვას.

ციფრულ ლარს გააჩნია პოტენციალი მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიოს ქვეყნის არსებულ მონეტარულ პოლიტიკასა და სავადახო სისტემაზე, ხელი შეუწყოს ფინანსური ტექნოლოგიების განვითარებას და ახალი ინოვაციური ფინანსური პროდუქტების და სერვისების გაჩენას.

- დიდი მადლობა ქალბატონ ნათია და კვლავაც წარმატებებს გისურვებთ.
- მადლობა, თქვენც ასევე.

ესაუბრა ჟურნალის მთავარი რედაქტორი  
ლოიდ ქარაძე





# ინტერვიუ საქართველოს ენერჯეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი კომისიის პრეზიდენტის თავეზ დომარაშვილის, ბატონ დავით ნარმანიასთან

- მოგესალმებით ბატონო დავით, გილოცავთ შობა-ახალ წელს. მადლობას გიხდით, რომ გამოხატეთ დრო ინტერვიუსათვის.

- მოგესალმებით, მივესალმები თქვენს მკითხველს.

- ბატონო დავით, გთხოვთ გვესაუბროთ გასული წლის მთავარ გამოწვევებზე და შედეგებზე.

- 2023 წელს, საქართველოს ენერჯეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელმა ეროვნულმა კომისიამ (სემექ) მნიშვნელოვანი პროექტები განახორციელა როგორც ელექტროენერჯეტიკის, ბუნებრივი გაზისა და წყალმომარაგების სექტორების რეგულირების გაუმჯობესებისათვის, ასევე, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიმართულებით. ამასთანავე, კიდევ უფრო გააქტიურდა სემექის როლი საერთაშორისო ორგანიზაციებში. ამის დასტურია ის, რომ სემექმა წელს კიდევ ერთხელ მოიპოვა ნარმატეული მარეგულირებელი კომისიის სტატუსი და ენერჯეტიკის სექტორში წამყვანი საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ მიენიჭა უფლება 2026 წელს მსოფლიო ენერჯეტიკული ფორუმის საქართველოში გამართვაზე, რომელშიც მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნიდან 1000-ზე მეტი დელეგატი მიიღებს მონაწილეობას.

2023 წლის განმავლობაში სემექის გადაწყვეტილებებით მომხმარებლებს ჩამოუნერათ 1 მილიონ ლარამდე, ამასთანავე, სხვადასხვა მომსახურების სტანდარტის გამო სემექის გადაწყვეტილებებით კომპანიებმა მომხმარებლებზე ჯამში 330 ათასი ლარის კომპენსაცია გასცეს; მოქალაქეები აქტიურად სარგებლობდნენ სემექის მიერ შეთავაზებული გამარტივებული კომუნალური მომსახურებით. აღსანიშნავია, რომ გაიზარდა იუსტიციის სახლში გადატანილი კომუნალური სერვისებით სარგებლობის მაჩვენებელი. გარდა ამისა, გაიზარდა დისტანციური მომსახურების მაჩვენებლებიც - 2023 წლის განმავლობაში 1 მილიონზე მეტმა უნიკალურმა მომხმარებელმა ისარგებლა \*303#-ის სერვისით, რომელიც მობილური ტელეფონის საშუალებით მოქალაქეებს აძლევს შესაძლებლობას მიიღონ ინფორმაცია მარტივად კომუნალური მომსახურების შესახებ; სემექი აგრძელებს მუშაობას განახლებადი წყაროებიდან მიღებული ელექტროენერჯის წარმოშ-



ბის სერტიფიკატის გაცემის წესისა და პროგრამის დანერგვაზე. 2023 წელს აღნიშნულ სისტემაში დარეგისტრირდა 23 კომპანია, გაიქცა 1,937,526 სერტიფიკატი; სემექის ხელშეწყობით დანერგილ ნეტო აღრიცხვის პროგრამაში ჩართულმა მიკროსიმძლავრის ელექტროსადგურების ჯამურმა დადგმულმა სიმძლავრემ 60,000 კვტს მიაღწია, რაც 2022 წლის მაჩვენებელს 60% პროცენტით აღემატება; ბუნებრივი გაზის სექტორში მიმდინარეობდა კომპანიების გამსხვილებისა და ხელახალი ავტორიზაციის პროცესი. გამსხვილების პროცესი მიმდინარეობს არეალების მიხედვით, კერძოდ, ერთ ადმინისტრაციულ არეალში ერთი კომპანიის არსებობით. აღნიშნული ხელს შეუწყობს სექტორში ბუნებრივი გაზის მინოდების საიმედოობისა და მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებას; დამტკიცდა მცირე სიმძლავრის ელექტროსადგურის გამანაწილებელ ქსელთან მერთების სპეციალური წესი და სხვა.

- როგორც ვიცით, სემექი მუდმივად ახორციელებს მომხმარებელზე ორიენტირებული ეფექტური პოლიტიკის გატარებას. გთხოვთ, გვიამბოთ იმ გადაწყვეტილებების შესახებ, რომელიც ბოლო პერიოდში განხორციელდა და რომელთა განხორციელება დაგეგმილია უახლოეს მომავალში.

- სემექმა მიიღო მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება, რომლის საფუძველზეც 3 თეთრით შემცირდა ელექტროენერჯის ტარიფები ყველა კატეგორიის მომხმარებლებისათვის. კომისიის მიერ მიღებული

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



გადაწყვეტილებებით, როგორც ქ. თბილისში, ასევე საქართველოს რეგიონებში საყოფაცხოვრებო და არასაყოფაცხოვრებო მომხმარებლებისათვის შემცირებული ტარიფები ძალაში იქნება 2024 წლის პირველი იანვრიდან და იმოქმედებს 2026 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით. ელექტროენერჯის ტარიფების შემცირებაზე გავლენა იქონია ჰიდროელექტროსადგურ „ენერჯის“ რეაბილიტაციის შედეგად იაფიანი ელექტროენერჯის ნილის ზრდამ ელექტროენერჯის შესყიდვის მთლიან კალათაში, მაღალი ჰიდროლოგიის მარცხენა ნაპირზე, ასევე 2022-2023 წლების ზამთრის პერიოდში თბოსადგურების საშუალებით გამოყენებული იაფიანი ელექტროენერჯით იმპორტირებული ენერჯის ჩანაცვლებამ. შესაბამისად, ერთი მხრივ ელექტროენერჯის ტარიფების შემცირება, ხოლო მეორე მხრივ, ქვეყანაში არსებული მაღალი ეკონომიკური ზრდა იძლევა დადებით მარცხენაზე ქვეყანაში ბიზნეს სექტორის განვითარებისთვის. კომერციული სექტორისთვის წყალმომარაგების ტარიფის ზრდა უკავშირდება სწორად ეკონომიკური ზრდის მაღალ მაჩვენებლებს; შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერს“ წყალმომარაგების ახალი გეგმური ტარიფები დაუდგინდა. უცვლელი დარჩა საყოფაცხოვრებო ტარიფები როგორც უმრიცხველო, ასევე გამრიცხველიანებული აბონენტებისათვის. შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერის“ და შპს „რუსთავი ნელს“ შერწყმის შედეგად შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერის“ ლიცენზიაში შესული ცვლილებების შესაბამისად, სემეკის მიერ დადგენილი ტარიფები გავრცელდება ქ. თბილისის, ქ. მცხეთისა და ქ. რუსთავის აბონენტებზე. გაიზარდა შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერისთვის“ წყალმომარაგების არასაყოფაცხოვრებო ტარიფები. სემეკის გადაწყვეტილების შესაბამისად, ქ. თბილისსა და ქ. მცხეთაში ახალი არასაყოფაცხოვრებო ტარიფი განისაზღვრა 8.807 ლარი/კუბ.მ-ით, ხოლო ქ. რუსთავში - 6.500 ლარი/კუბ.მ-ით. დადგენილი ტარიფები ძალაში იქნება 2024 წლის 1 იანვრიდან 2026 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით. წყალმომარაგების ტარიფების ცვლილება განაპირობა ქ. თბილისში, ქ. მცხეთასა და ქ. რუსთავში წყალმომარაგების ამორტიზებული ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციისა და ჩანაცვლების აუცილებლობამ.

- რას გეგვით დამატებით, იმ საკითხებზე რომელიც ჩვენ ვერ გკითხეთ.
- მოგახსენებთ, სემეკმა შეითანხმა შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერის“ მიერ 2024-2026 წლებში

განახორციელებული 363,868,823 ლარის მოცულობის ინვესტიცია. მათ შორის, სემეკთან შეთანხმებული გეგმების შესაბამისად, შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერის“ ქ. თბილისსა და ქ. მცხეთაში 317,897,722 ლარის, ხოლო ქ. რუსთავში - 45,971,101 ლარის ინვესტიციას განახორციელებს. საინვესტიციო პროექტების მიზნობრივად წარმოადგენს სასმელი წყლის უწყვეტობის, მიწოდების საიმედოობისა და ხარისხის გაუმჯობესება;

წყალმომარაგების სექტორში დარეგულირდა ჭკვიანი მრიცხველის მოწყობასთან დაკავშირებული საკითხები - 2024 წლის 1 ივლისიდან ჭკვიანი მრიცხველი უნდა მოეწყოს ქ. თბილისში, ქ. რუსთავსა და ქ. ბათუმში, 2025 წლის 1 ივლისიდან - ყველა თვითმმართველ ქალაქში, 2026 წლის 1 ივლისიდან - ყველა სხვა მუნიციპალიტეტში;

რაც შეეხება რეგულირებას დაქვემდებარებულ ახალ სექტორს, 2023 წლის სემეკმა დაიწყო მელიორაციის სექტორის ეფექტიანი რეგულირებისათვის ნორმატიული ბაზის შექმნა. ამ მიზნით, უკვე დამტკიცდა საირიგაციო წყლის მიწოდების წესები, პირველადი წყალმოსარგებლის მიერ განული მომსახურების ტარიფების განაგარიშების შესახებ მეთოდოლოგია.

სემეკთან არსებულ ენერგეტიკის სასწავლო ცენტრში, 2023 წლის განმავლობაში, ელექტროენერჯის, ბუნებრივი გაზისა და წყალმომარაგების საკითხებზე ჩატარდა სასწავლო კურსები, სადაც გადამზადდა გაიარეს როგორც აღნიშნულ სექტორებში დასაქმებულმა პირებმა, ასევე სტუდენტებმა და სექტორების რეგულირებით დაინტერესებულმა პირებმა.

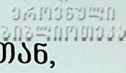
ასევე აღვნიშნავდი, რომ 2024 წლის გეგმებია: მოხმარებელთა ინტერესების დაცვა/ კომუნალური კომპანიების საქმიანობის ხარისხის გაუმჯობესება; ბაზრის ლიბერალიზაცია/ კონკურენციის ხელშეწყობა, განახლებადი ენერჯების განვითარების ხელშეწყობა; დიგიტალიზაცია/ კიბერუსაფრთხოება; საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ურთიერთობის გაგრძელება; ენერგეტიკული განათლების ხელშეწყობა.

- ბატონო დავით, დიდი მადლობა, რომ დრო გამოწახეთ ჩვენს მიერ დასმულ კითხვებზე პასუხის გასაცემად.

ესაუბრა და ინტერვიუ ჩაწერა, ჟურნალ „ახალი ეკონომისტი“ პასუხისმგებელმა მდივანმა, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა

ლევან ტაბატაძემ





# ინტერვიუ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარესთან, ბატონ ირაკლი ლეჟინაძესთან

- მოგესალმებით ბატონო ირაკლი, გვსურს მოგილოცოთ ახალი 2024 წელი, მადლობას გიხდით, რომ გამოიხატეთ დრო ინტერვიუსათვის.

- მოგესალმებით, მივესალმები თქვენს მკითხველს.

- ბატონო ირაკლი, რომ შევაჯამოთ გასული 2023 წელი, გთხოვთ, ორიოდ სიტყვით გვიამბოთ იმ მნიშვნელოვან საკანონმდებლო ცვლილებებზე, რომელიც ამ პერიოდში განახორციელა თქვენმა უწყებამ.

- კონკურენციის შესახებ კანონში რიგი მნიშვნელოვანი ცვლილებები განხორციელდა, რომელიც 2024 წლის 1 იანვრიდან ძალაშია. ცვლილებების მიხედვით, გაძლიერდა კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტიანი აღსრულება, დაზუსტდა ტექნიკური დეტალები/ტერმინები და შეიცვალა უწყების სახელწოდება შემდგენაირად - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო. 2024 წელს ჩვენი მთავარი ამოცანაა - კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და ანტიდემპინგური ღონისძიებების მიმართულებით აღსრულების პოლიტიკის გაძლიერება. სხვადასხვა სამიზნე აუდიტორიის ჩართულობით, დიალოგის ფორმატში, სამუშაო შეხვედრების განხორციელება და მათი შეხედულებების, რეკომენდაციების მოსმენა-გაზიარება. როგორც ადგილობრივ დონეზე ისე საერთაშორისო ფორმატში უწყების პოციონირება და საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლება. ასევე, საქართველოს კონკურენციის და მომხმარებლის დაცვის სააგენტომ 2023 წელს, 8 მოკვლევის პროცესი დაასრულა დომინანტური მდგომარეობის შესაძლო ბოროტად გამოყენების, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის, შეთანხმებული ქმედების და სახელმწიფო ადმინისტრაციული უწყებების მხრიდან კონკურენციის შესაძლო შეზღუდვის მიმართულებით.

აქედან, 1 შემთხვევაში დარღვევა არ დადგინდა, 1 შემთხვევაში განმცხადებლის მოთხოვნით შესწავლა შეწყდა, 6 შემთხვევაში დარღვევა დადგინდა. მოკვლევები ენებოდა საავტომობილო სანავის, თამბაქოს, ფარმაცოლის, კინოთეატრების ელექტრონული ბილეთების რეალიზაციის, საზღვაო გადაზიდვების, ავტოტექნიკური ინსპექტირების, სწრაფი კვების მომსახურების და სამშენებლო/



ინფრასტრუქტურული მომსახურების ბაზრებს.

აქვე მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რამდენიმე ქეისი, სადაც „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის (შეთანხმებული ქმედება) დარღვევა დადგინდა. კერძოდ, სანავის ბაზრის მოკვლევა, რომლის ფარგლებშიც 5 სანავის რეალიზატორ კომპანია ჯამში - 4 მილიონ ლარამდე საჯარიმო სანქცია დაეკისრა. ფარმაცევტულ სექტორში განხორციელებული მოკვლევა, სადაც 4 კომპანიის მიერ (ავერსი, გევა, პსპ, მერმისი) ადგილი ჰქონდა ონკოლოგიური მედიკამენტების სახელმწიფო დაფინანსების პროგრამის ფარგლებში შეთანხმებულ ფასებს, ფასების ფიქსაციას. შესაბამისად, კომპანიებს ჯამში 53 მილიონ ლარამდე ჯარიმა დაეკისრა. და კინოთეატრების ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის ბაზარზე მიღებული შედეგები, სადაც როგორც მომიჩანა ასევე მოპასუხე მხარეებს - 3 კომპანიას, ჯამურად, 1,6 მლნ. ლარზე მეტი ოდენობით სანქცია დაეკისრა. მოკვლევის შედეგად, კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევად იქნა შეფასებული შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „თინეთს“ შორის ექსკლუზივის პირობით გაფორმებული ხელშეკრულება, რომელიც კინოთეატრების ბილეთების რეალიზების უფლებას მხოლოდ თინეთის მფლობელობაში მყოფ პორტალ tket.ge-ს აძლევდა. გარიგების მონაწილედ იქნა მიჩნეული მომიჩინე შპს „ელ ბილეთები“, რომელიც თავის მხრივ ცდილობდა ექსკლუზივის მოპოვებას მის მფლობელობაში მყოფ პორტალზე biletebi.ge. მოკვლევის საწყის ეტაპზე, სააგენტოს

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





მიმართვის საფუძველზე, სასამართლომ „სადის-ტრიბუციო კომპანიას“ ექსკლუზიური პირობის გამოყენება შეუჩერა. შესაბამისად, მოკვლევის დასრულებამდე და სააგენტოს საბოლოო გადაწყვეტილებამდე, ბაზარზე მომჩივან კომპანიას უკვე მიეცა ოპერირების საშუალება, რათაც გაიხსნა ჩაკეტილი ბაზარი და შეიქმნა კონკურენტული გარემო. ძალიან მალე დაეასრულეთ კვებითი მომსახურების სექტორში მიმდინარე მოკვლევას და მიღებული შედეგები იქნება ყველასათვის ხელმისაწვდომი და საჯარო.

- ასოცირების ხელშეკრულების ფარგლებში აღებული ვალდებულებების დროულად შესრულებას რამდენად ვახერხებთ?

- აღენიშნავდი, რომ სააგენტო ყოველთვის აკეთებდა და აკეთებს მაქსიმუმს იმისათვის, რომ დროულად შესრულდეს აღებული ვალდებულებები, რათა ბაზარზე არსებული მდგომარეობა უკეთესობისკენ შეიცვალოს. ასე მაგალითად, გაუმჯობესებულია კონკურენტის ხარისხი გასულ წელთან შედარებით, ფასწარმოქმნა მთლიანად ექვემდებარება საბაზრო ფაქტორების გავლენებს. კერძოდ, ამას მიუთითებს კომპანიების მოგების მარაგების დაბალი მაჩვენებლები, ასევე, მცირე სხვაობები ფასებში ერთიდაიგივე ტიპის სანჯეზე (მაგ. ბენზინი რეგულარი) მცირე და მსხვილ ქსელებს შორის და სხვა.

- 2023 წელი მართლაც რომ ნაყოფიერი იყო და რას უნდა ველოდოთ 2024 წელს, რას გეგმავს თქვენი უწყება?

- მოგახსენებთ, ამ დროისთვის, მიმდინარე რეჟიმში 2 მოკვლევა - ავტობაზრობისა და საკვები პროდუქტების ბაზრების მიმართულებით, ასევე, გვემართო მოკვლევათა მასშტაბებისა და არეალის ვაფართობებს და დარწმუნებულები ვართ, რომ 2024 წელიც იქნება არანაკლებ წარმატებული ვიდრე გასული წელი.

- თქვენ თვითონ რას გვეტყვოდით დამატებით, იმ საკითხებზე, რომელზეც კითხვა არ დაგვისვამს?

- აღენიშნავდი, რომ სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებები გადის მკაცრ სასამართლო კონტროლს, რაც ნიშნავს, რომ ჩვენი ნებისმიერი გადაწყვეტილება მზარეებს შეუძლიათ თბილისის საქალაქო სასამართლოში გაასაჩივრონ. 2014 წლიდან დღემდე, 11 საქმიდან - 10 სააგენტოს სასარგებლოდ დასრულდა, ხოლო ერთი ხელახლა შესწავლისთვის

სააგენტოს უკან დაუბრუნდა. მიმდინარე რეჟიმში 22 საქმე.

მუდმივ რეჟიმში მიმდინარეობს წინასწარ სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაციების მონიტორინგი. ამ მიმართულებით, 2023 წელს 9 კონცენტრაციაზე თანხმობა გავეცით. საანგარიშო პერიოდში იყო რამდენიმე შემთხვევა, როცა სააგენტოს გვერდის ავლით განხორციელდა კონცენტრაცია და ჩვენმა უწყებამ კანონმდებლობით მინიჭებული უფლება-მოსილების ფარგლებში იმოქმედა. საზოგადოების ინფორმირებულობის მიზნით, მნიშვნელოვანია განვმარტოთ, რომ სააგენტოსთვის წინასწარ სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას ექვემდებარება კონცენტრაცია, თუ მისი მონაწილე კერძოების ერთობლივი (ჯამური) წლიური ბრუნვა საქართველოს ტერიტორიაზე, შეტყობინების წარმოდგენის ვალდებულების წარმოშობის წინა ფინანსური წლის მდგომარეობით, აღემატება 20 მილიონ ლარს და ამასთან, კონცენტრაციის მონაწილე მინიმუმ ორი პირიდან თითოეულის წლიური ბრუნვა აღემატება 5 მილიონ ლარს.

2023 წელს, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საქმე, რომელიც შესაბამისი ბაზრის გაძლიერების შედეგით დასრულდა, ეხებოდა - სომხეთიდან იმპორტირებული ფილტორიანი სიგარეტების სავარაუდო დემპინგურ ფასს, რომელიც ადგილობრივი ინდუსტრიის მიერ განცხადების გახმოების შემდეგ უწყებამ დახურა, რადგან განმცხადებლის მითითებით, მის მიერ დასმულ პრობლემურ საკითხებთან მიმართებით, მოკვლევის პროცესშივე - ბაზარზე სწრაფი პროგრესი და კონკურენტული გარემოს გაუმჯობესება დაფიქსირდა.

რაც შეეხება, მონიტორინგების თემაზე, 2023 წელს, დავასრულეთ 2 თემა - საბანკო დაზღვევის და საავტომობილო თხევადი და ბუნებრივი აირის ბაზრების მონიტორინგები. ჩვენი შეფასებით, 2020-2022 წლებში, საკრედიტო პროდუქტების ბაზარი მაღალ კონცენტრირებულია, და ამასთანავე, მას გააჩნდა სტაბილური ხასიათი, ისევე როგორც მსხვილ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ნილობრივ განაწილებას. კომერციულ ბანკებს და სადაზღვევე კომპანიებს შორის არსებულ სტრუქტურულ პირდაპირ/არაპირდაპირ კავშირის შედეგად, ისევე როგორც კონკრეტული „ანაზღაურების სქემების“ არსებობისას, შესაძლოა სახზე იყო ინტერესთა კონფლიქტი, რის შედეგადაც შესაძლოა მომხმარებლისთვის მოხდეს იმ სავაზღვევე კომპანიის პროდუქტის შერჩევა/შეთავაზება, რაც კონკრე-





ტულ შემთხვევაში შესაძლოა არ იყოს მომხმარებლისთვის საუკეთესო არჩევანი. შესაბამისად, ბაზარზე კონკურენტული გარემოს გაუმჯობელების მიზნით განსახილველად საეკონომიკურ რეკომენდაცია გავეცით.

მეორე საკითხი მოიცავდა თხევადი და ბუნებრივი აირის ბაზრის მონიტორინგს, რომელიც ბაზრის სხვადასხვა დონეზე შეფასდა, სადაც გამოიკვეთა, რომ ბაზარი მოქმედი ეკონომიკური აგენტების სიმრავლით და პერფინდლად ჰირშმანის დაბალი ინდექსით გამოირჩევა. შესაბამისად, სააგენტოს პოზიციით, შესაბამისი ბაზარი/ბაზრები კონკურენტულია და არ არსებობს მასზე შემდგომი დაკვირვების მიზანშეწონილობა.

მიმდინარე რეჟიმშია ლურჯი მოცვის და თხილის ბაზრების მონიტორინგები. ჩვენი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება არის მომხმარებლის უფლებების დაცვის ეფექტიანი აღსრულება, რომელიც 2022 წლის 1 ნოემბერს დაიწყო. 2023 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით, სააგენტოში 578 განაცხადი დაფიქსირდა, საიდანაც 340 განაცხადებაზე საქმის შესწავლა დაიწყო. აღნიშნულ პერიოდში, სააგენტოს გადაწყვეტილებით, დადასტურდა მომხმარებელთა ჯგუფის უფლების 56 დარღვევის ფაქტი, ხოლო 7 შემთხვევაში დარღვევა არ დადასტურდა.

სააგენტოს მიერ დაკისრებული ვალდებულების არშესრულების გამო 11 მოვაჭრეს, 22 საქმეზე 21 283 ლარის ოდენობით ჯარიმა დაეკისრა. საანგარიშო პერიოდში, მომხმარებლის სასარგებლოდ, პირობითი ვალდებულების აღების შესახებ 161 საქმეზე შეთანხმება გაფორმდა. რაც ნიშნავს, რომ მოვაჭრეებმა აიღეს ვალდებულება - საქმიანობის შიდა პოლიტიკა შეცვალონ და იმ მომხმარებელთა უფლებები აღადგინონ, რომელთაც, საეარაუდოდ, მათი საეაჭრო პოლიტიკის შედეგად ზიანი მიაღდა. 2022 წლის 1 ნოემბრიდან 2023 წლის დეკემბრის ჩათვლით, მომხმარებლის სასარგებლოდ, დაახლოებით, 500 000 ლარამდე ანაზღაურდა. ამავდროულში, მიღებული იქნა გადაწყვეტილებები - ფასის მითითების სტანდარტის, მომხმარებლის ინფორმირების სტანდარტის, ადგილობრივ ენაზე სერვისის მიწოდების, sms რეკლამების მიმართულებით.

- ბატონო ირაკლი, დიდი მადლობა ინტერვიუსათვის და გვინდა კვლავაც წარმატებები გისურვოთ.

ესაუბრა და ინტერვიუ ჩაწერა, ჟურნალ „ახალი ეკონომისტის“ პასუხისმგებელმა მდივანმა, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა

ლევან ტაბატაძემ

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





# ინტერვიუ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის მოადგილესთან, ბატონ მიხეილ დუნდუასთან

- მოგესალმებით ბატონო მიხეილ, მაძლობას გისდის, რომ გამოჩნახეთ დრო ინტერვიუსათვის.  
- გამარჯობა!

- ბატონო მიხეილ, გთხოვთ გავგიზიაროთ თქვენი ხედვები ისეთ აქტუალურ საკითხებზე, როგორც არის: მსოფლიო მმართველობის ინდიკატორები, კორუფციის კონტროლი, მმართველობის ეფექტურობა და რეგულაციების ხარისხი საქართველოში.

- მოგესალმებით, მივესალმები თქვენს მკითხველს. დიახ, კიბატონო. უნდა აღინიშნოს, რომ კარგი მმართველობა აუცილებელია განვითარებისთვის. მოგესხენებათ, ის ეხმარება ქვეყნებს გააუმჯობესონ ეკონომიკური ზრდა, შექმნან ადამიანური კაპიტალი და გააძლიერონ სოციალური ერთიანობა. მსოფლიო მმართველობის ინდიკატორები (WGI) შექმნილია იმისთვის, რომ დაეხმაროს მკვლევარებს და ანალიტიკოსებს შეაფასონ მმართველობის აღქმის ფართო სქემები ქვეყნებში და დროთა განმავლობაში.

უფრო მეტიც, WGI აგროვებს 30-ზე მეტი ანალიტიკური ცენტრის, საერთაშორისო ორგანიზაციის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და კერძო ფირმების მონაცემებს მთელ მსოფლიოში, შერჩეული სამი ძირითადი კრიტერიუმის საფუძველზე: 1) ისინი დამზადებულია სანდო ორგანიზაციების მიერ; 2) ისინი ანვდიან შესადარებელ მონაცემებს ქვეყნებს შორის; და 3) ისინი რეგულარულად განახლდება. მონაცემები ასახავს მსოფლიოს მასშტაბით მრავალი დაინტერესებული მხარის, მათ შორის ათიათასობით გამოკითხვის რესპონდენტისა და ექსპერტის მმართველობის შესახებ განსხვავებულ შეხედულებებს.

- თქვენ ასხენეთ კორუფციის კონტროლი, გთხოვთ ვისაუბროთ აღნიშნულ მიმართულებაზეც.

- კეთილი, მინდა ვითხრათ, რომ „კორუფციის კონტროლი“ კლასიკურად განმარტება-ფასდება როგორც მმართველი ძალების მიერ საკუთარი უფლებამოსილების გამოყენების პრაქტიკა პირადი ინტერესებისთვის. შეფასება მოიცავს როგორც კორუფციას ქვედა დონეზე, ისევე, როგორც ელიტური კორუფციის შეფასებას. „კორუფციის კონტროლის“ მიხედვით მხრივ საქართველომ შეუცანსების რანგირების 100%-იანი სკალიდან 72,7%-ი მიიღო და კავკასიასა და შავიზღვისპი-



რეთში პირველ ადგილზე გავიდა. კორუფციის კონტროლით საქართველო უსწრებს ევროკავშირის და ნატოს წევრ 14 ქვეყანას. ეს სახელმწიფოებია: იტალია, პოლონეთი, კვიპროსი, მალტა, სლოვაკეთი, ხორვატია, უნგრეთი, საბერძნეთი, რუმინეთი, ბულგარეთი, ჩრდილოეთ მაკედონია, მონტენეგრო, ალბანეთი, თურქეთი. აქვე იმასაც შევნიშნავდი, რომ საქართველო პოსტსტაბილთა ქვეყნებთან მხოლოდ ბალტიისპირეთს ჩამორჩება. გლობალური მმართველობის ინდიკატორების ამ მევა კვლევაში საქართველო „კორუფციის კონტროლის“ აგრეგატივში 8-მა საერთაშორისო შემფასებელმა ცენტრმა შეაფასა. სადაც საქართველო საუკეთესო ოცეულეებში, ან ევროპის საუკეთესო ოცეულეებში მოხვდა 8-დან 7-ი ორგანიზაციის შეფასების მიხედვით. უფრო მეტიც შევიძლია დავასახელოთ შემფასებელი ორგანიზაციები ესენია:

1. Bertelsmann Transformation Index (BTI) (ბეტსელმანის ტრანსფორმაციის ინდექსი)
2. Economist Intelligence Unit (EIU) ეკონომისტ ინტელექტუალის ონიტი
3. Freedom House (ფრიდომ ჰაუსი)
4. The Gallup Organization (კვლევითი ცენტრი „გელაპი“)
5. IHS Markit (აი ვიჩ ფს მარკიტი)
6. Varieties of Democracy Project at the University of Gothenberg and University of Notre Dame („დემოკრატიის მრავალფეროვნება“ - გოტენბერგის და ნოტრდამის უნივერსიტეტების პროექტი)
7. World Justice Project Rule of Law Index (მსოფ-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი

40116



ლიო მართლმსაჯულების პროექტის „კანონის უზენაესობის ინდექსი“)

8. World Economic Forum Global Competitiveness Survey (GCS) (მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის გლობალური კონკურენტუნარიანობის კვლევა)

- საინტერესოა თქვენი მოსაზრებები მმართველობის ეფექტურობასთან დაკავშირებით. რას გვეტყვოდით ამ მიმართულებით?

- მაღლობა, საინტერესოა შეკითხვაა. მართლაც ძალიან ბევრი რამე ვაკეთდა აღნიშნული მიმართულებით და შედეგიც სახეზეა, ასე მაგალითად, „მმართველობის ეფექტურობით“ მიხედვით საქართველომ შეფასება გაიუმჯობესა. შეფასების 100 პროცენტია სისტემით 72.64%-ი მიიღო, მსოფლიო ბანკის წევრ 189 ქვეყანას შორის დაწინაურდა და Top 40-ში მოხვდა 40-ე ადგილზე. საქართველო უსწრებს ევროკავშირის წევრ 8 სახელმწიფოს. ეს ქვეყნებია: ხორვატია, უნგრეთი, იტალია, საბერძნეთი, სლოვაკეთი, პოლონეთი, რუმინეთი, ბულგარეთი, ჩრდილოატლანტიკური ალიანსის, ნატოს წევრი ქვეყნებიდან საქართველო „მმართველობის ეფექტურობით“ უსწრებს 12 სახელმწიფოს. კავკასიასა და შვიზღვისპირეთში საქართველო პირველ ადგილზეა. საქართველოში „მმართველობის ეფექტურობა“ შეფასდა მსოფლიოს 5 წამყვანი ანალიტიკური ცენტრის და კვლევითი პროექტის პროვაიდერის შემჯამებელი ანალიზის საფუძველზე, რომელთა შორისაა: ბრიტანული ორგანიზაცია ეკონომისტ ინთელიჯენს იუნითი, ბეთსელმანის ფონდი(გერმანია), გელაპის ორგანიზაცია (აშშ), მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი და IHS Markit.

- და ბოლოს, ბატონო მიხეილ, გთხოვთ, შევაჯამოთ მიღწევები კანონის უზენაესობისა და რეგულირების ხარისხის მიხედვით.

- დიახ, აღვნიშნავდი, რომ საქართველო კანონის უზენაესობის შეფასება გაუმჯობესდა და უსწრებს ნატოს წევრ 5 სახელმწიფოს. ეს ქვეყნებია ჩრდილოეთ მაკედონია, მონტენეგრო, ალბანეთი, თურქეთი და ევროკავშირის წევრი ბულგარეთი.

კანონის უზენაესობით საქართველო პოსტსაბჭოთა სახელმწიფოებს შორის მეოთხე ადგილზეა ხალხის პირების ქვეყნების შემდეგ და კავკასიასა და შვიზღვისპირეთში მხოლოდ რუმინეთს ჩამორჩება. საქართველოში „კანონის უზენაესობა“ შეფასდა მსოფლიოს 9 წამყვანი ანალიტიკური ცენტრის და კვლევითი პროექტის პროვაიდერის შემჯამებელი ანალიზის საფუძველზე, რომელთა შორისაა: ამერიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, ორგანიზაცია ფრიდომ ჰაუსი, ბრიტანული ორგანიზაცია ეკონომისტ ინთელიჯენს იუნითი, ბეთსელმანის ფონდი(გერმანია), გელაპის ორგანიზაცია (აშშ), დემოკრატიის კვლევითი პროექტი „დემოკრატიის მავალფეროვნება VDEM (გოტენბერგისა და როტერდამის უნივერსიტეტები), მსოფლიო მართლმსაჯულების პროექტი კანონის უზენაესობის ინდექსი (აშშ). რაც შეეხება თქვენი შეკითხვის მეორე ნაწილს, აღსანიშნავია, რომ რეგულირების ხარისხის მიხედვით საქართველომ შეფასების 100%-ანი სისტემიდან 81.60 ქულა აიღო, საქართველო მსოფლო ბანკის წევრ 189 ქვეყანას შორის მსოფლოში 30-ე, მათგან კი ევროპის საუკეთესო ოცეულში 19-ე ადგილზე გავიდა. საქართველოში „რეგულაციების ხარისხი“ შეფასდა მსოფლიოს 6 წამყვანი ანალიტიკური ცენტრის და კვლევითი პროექტის პროვაიდერის შემჯამებელი ანალიზის საფუძველზე, რომელთა შორისაა: მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, ამერიკული ორგანიზაცია ჰერიტიჯ ფაუნდემენი, ბრიტანული ორგანიზაცია ეკონომისტ ინთელიჯენს იუნითი, ბეთსელმანის ფონდი(გერმანია), მსოფლიო მართლმსაჯულების პროექტი -კანონის უზენაესობის ინდექსი (აშშ) და IHS Markit.

- ბატონო დავით, დიდი მაღლობა, რომ დრო გამოჩნახეთ ჩვენს მიერ დასმულ კითხვებზე პასუხის გასაცემად.

ესაუბრა და ინტერვიუ ჩაწერა, ჟურნალ „ახალი ეკონომისტის“ პასუხისმგებელმა მდივანმა, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა

ლაშა ტაბატაძემ





# ინტერვიუ „სფერო ჰოლდინგის“ დამფუძნებელთან, ბატონ გიგა ნულეისკიტან

- ბატონო გიგა გამარჯობა, პირველ რიგში უნდა აღვნიშნოთ რომ ორგანიზაცია „სფერო ჰოლდინგის“ წარმატების შესახებ უკვე ყველა საუბრობს. მოგვიყვით კომპანიის განვითარების ისტორია - როგორი იყო მისი პირველი ნაბიჯები და როგორ დაიწყო თქვენი ბიზნესის ისტორია. რატომ სახელი „სფერო ჰოლდინგი“?

- გამარჯობა, კი ბატონო. პირველ რიგში გეტყვით იმას, რომ მულტიფუნქციური კორპორაცია „სფერო ჰოლდინგი“ რამდენიმე კომპანიას აერთიანებს. უფრო უკეთ რომ განვმარტო, ჩვენ თავდაპირველად „სფერო დეველოპმენტი“ დაეარსეთ. გვინდოდა, რომ ქვეყანაში მასშტაბური პროექტები დაგვეწყობა. დაესახეთ გეგმაც, თუმცა, ამას ჩვენი სახსრებით ვერ გაეწეებოდით და ამიტომ გადაწყვიტეთ, ბანკებისთვის ფულადი დახმარება გვეთხოვა. აღმოჩნდა, რომ საქართველოში ბანკები სტარტაპერებსა და დამწყებ ბიზნესმენებს არ აფინანსებენ და ვინაიდან საქართველოში „საფონდო ინსტიტუცია“ (ფონდები და საინვესტიციო კომპანიები) არ არსებობს, ერთადერთი ფულის წყარო სამრუხაროდ კერძო მეგობრებზე აღმოჩნდნენ.

იმის მიუხედავად რომ კერძო მეგობრებთან მაღალ პროცენტს ვიხდიდი, დეველოპერული კომპანია მაინც მოგებაზე გადაიდა. თუმცა, ეტყობა კერძო მეგობრებში მიხვდნენ, რომ ჩემთან თავიანთი თაღლითური გეგმები არ გამოუვიდოდათ, არასამართლებრივ გზებს მიმართეს და ჩემთვის ქონების წართმევას მაქსიმალურად ეცადნენ.

სწორედ ამ დროს აღმოვაჩინე, რომ საქართველოს კანონმდებლობაში სამართლის მხრივ პრობლემები იყო. ასევე, აღმოვაჩინე ისიც, რომ იმ პერიოდში ამ საკითხებზე არავინ მუშაობდა და ვერავინ დამეხმარებოდა.

იმის მიუხედავად, რომ საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსში 180-ე და 182-ე მუხლებია ჩანერლი, რაც მოტყუებით სხვის ქონებრივ ზიანსა და სხვისი ნივთის ან ქონებრივი უფლებების მართლსაწინააღმდეგო მითვისებას გულისხმობს და ეს ყოველივე დასჯადია, კერძო მეგობრებზე კანონის აღსრულება არ ხდებოდა და საგამოძიებო უწყებები აღნიშნულ საკითხებსა და ქეისებს არ იძიებდნენ. სწორედ ამ დროს აღმოვაჩინე, რომ არანაირი ორგანიზაცია აღნიშნულ მეგობრებთან საქმიანობაზე არ მუშაობდა.

ამდენი უსამართლობის შემდეგ ხელი მაინც არ ჩამიქნევია და იმ პერიოდში ჩამოვყავალივ 2



არასამთავრობო ორგანიზაცია - „იპოთეკითა და მეგობრებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“ და „მშენებლობებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“, ასევე, დაახლოებით იმ პერიოდშივე შევექმნით საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტიც“, რითაც საშუალება გვქვდა საერთაშორისო ფონდებთან დამოუკიდებლად ინვესტიციების მოზიდვის.

ბანკებისა და კერძო მეგობრების გარდა, საქართველოში „სფერო ინვესტიც“ ფულის სხვა ალტერნატივა შესაძლებელი გახდა. ეს ყოველივე უკვე გაერთიანდა „სფერო ჰოლდინგში“. დღეს კი უკვე კიდევ ერთი არასამთავრობო ორგანიზაცია „ნოვატორ ბიზნესმენტა ასოციაცია“, ტელევიზია „Sfero TV“ და „Sfero News“ დაემატა.

როგორც აღვნიშნე, რამდენიმე კომპანია და არასამთავრობო დაეარსეთ. მინდოდა, რომ ჩემი წარსულის გამოცდილებიდან გამომდინარე, საზოგადოებას დღეს ხელი კონკრეტულ ქეისებზე აღარ შეშლოდა და მაქსიმალურად სამართლიანი ყოვლილივ მათი მიზნების მიღწევა. ყველა ორგანიზაციის შექმნის წინაპირობა საკუთარ თავზე გადამხდა და ახლა ამ ჰოლდინგით ეცდილობ საზოგადოებამ მარტივად შეძლოს საკუთარი სურვილების განხორციელება.

ორგანიზაცია „სფერო ჰოლდინგი“ დაზარალებული და მონყვლად ჯგუფების დასახმარებლად არასამთავრობო ორგანიზაციებით იბრძვის. ჩვენი შექმნის მიზანი უსამართლობის წინააღმდეგ ბრძოლა იყო. ჰოლდინგი დაზარალებული და შეურაცხყო

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





ფილი ხალხი მოდის, ისინი დახმარების სათხოვნელად მოგვმართავენ. გვაქვს შემთხვევები, როდესაც გამოსავალი ფაქტობრივად არ არსებობს, თუმცა, ორგანიზაციის იურისტები მათ დასახმარებლად ბოლომდე იბრძვიან და გამოსავალს პოულობენ. ჩვენ დაზარალებულთა დიდ ნაკადებს უსასყიდლოდ იურიდიულ კონსულტაციებთან ერთად, უკვე იურიდიულ მომსახურებასაც უსასყიდლოდ ვუწვევდით და ვუნვეთ. აქვე უნდა აღვნიშნო ისიც, რომ საქართველოში სამსუხარუდ იურიდიული მომსახურება ძალიან ძვირია. თავდაპირველად ჩვენ 1 პატარა ოთახში ვიყავით. შემდგომ, როცა უკვე ინტერესი გაიზარდა, ჩვენც გავზარდეთ ჩვენი არეალი და უფრო დიდ სივრცეში გადავადით.

ორგანიზაცია „სფერო ჰოლდინგმა“ აქამდე მოსასვლელად დიდი გზა გაიარა. ბევრი დაბრკოლება და ეკლიანი გზა შეგვხვდა, თუმცა, კომპანიამ ერთიანობით, გუნდურობითა და საკუთარი საქმის სიყვარულით მოახერხა, რომ განვითარებულიყო. დღეს ჩვენ საზოგადოება გვიცნობს. ეს კი დიდი შრომის დამსახურებაა.

და რატომ სახელი „სფერო“? პასუხი ძალიან მარტივია - იმიტომ რომ ჩვენ ყველა სფეროში ვარ.

**- რა საქმიანობას ეწევა დღეს „სფერო ჰოლდინგი“?**

- ჰოლდინგი აერთიანებს დეველოპერულ და საინვესტიციო კომპანიებს, ასევე უკვე 3 არასამთავრობო ორგანიზაციასაც ფლობს: „იპოთეკითა და მევახევებისგან დაზარალებულთა ასოციაციას“, „მშენებლობებით დაზარალებულთა გაერთიანებას“ და „ნოვატორ ბიზნესმენთა ასოციაციას“. ვარდა ამისა „სფერო ჰოლდინგს“ აქვს თავისი მედია პლატფორმა ტელევიზია „Sfero TV-ის“ სახით და ახალი ამბების სააგენტო „Sfero New-ი“.

ჩვენ „იპოთეკითა და მევახევებისგან დაზარალებულებს“, ასევე „დაუსრულებელი მშენებლობების“ და „ნოვატორ ბიზნესმენებს“ და არამარტო მათ, ბიზნესნართმულ მოქალაქეებსაც იურიდიულად ვეხმარებით. ვიბარებთ მათ საქმეებს და გვაქვს ბევრი მოგებულ პროცესიც.

ასევე, ჩვენ, როგორც ავღნიშნე, შექმენით და ჩამოეყალიბეთ ტელევიზია „Sfero TV“. ეს ჩვენთვის დიდი გამოწვევა იყო, რომელსაც თითოეული თანამშრომელი დიდი პასუხისმგებლობით შეხვდა. ახლა უკვე თანამედ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ პოლარიზებული მედიაგარემოში საკუთარი ობიექტურობით, სამართლიანობით და აპოლიტიკურობით ერთ-ერთ მონინავე პოზიციას ვიკავებთ.

უნდა აღვნიშნოთ ისიც, რომ ჩვენს გაერთიანებაში „სფერო დეველოპმენტი“ და საინვესტიციო კომ-

პანია „სფერო ინვესტი“ „დეველოპმენტი“ რამდენიმე მასშტაბურ პროექტს ახორციელებს როგორც დედაქალაქში, ასევე მის ფარგლებ გარეთაც და „ინვესტი“, რომელიც პირველი საინვესტიციო ქართული კაპიტალით შექმნილი კომპანიაა. როგორც უკვე აღვნიშნე, ჩვენ საერთაშორისო ფონდებთან უკვე პირდაპირი ნდობა გვაქვს.

**- მოდი „სფერო ინვესტზე“ ვისაუბროთ. რით ეხმარება ხალხს სფერო ინვესტი და რა ხდის მას განსაკუთრებულს?**

- სფერო ჰოლდინგში“ შემავალი საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტი“ საინტერესო და პროგრესულ „სტარტაპებს“ განათლებს, მეცნიერებს, იურისტპრუდენტების მიმართულებით აფინანსებს. ამ კომპანიის შექმნაც ჩემი გამოცდილებიდან გამომდინარე ვადავწყვიტე. როდესაც კონკრეტული თანხა დამჭირდა და არც ერთი ბანკი არ დამთანხმდა სასესხო ხელშეკრულებაზე, დილემის წინაშე დავდექი. სწორედ ამ გამოცდილებამ ვადამანყვეტინა რომ შექმენა საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტი“. განვითარებულ ქვეყნებში არსებობს საფონდო და საბანკო ინსტიტუციები, რომელიც ორივე თანხართ უფლებებით მოქმედებს. ჩვენთან კი ეს ასე არ არის. ჩვენთან ბანკს მონოპოლია უჭირავს და არ აძლევს თუნდაც დამწყებ ბიზნესმენს იმის საშუალებას რომ ბიზნესი დაიწყოს. სწორედ ამიტომ „სფერო ინვესტი“ არის საქართველოში პირველი ნამდვილი საფონდო ინსტიტუტია, სადაც ქართული კაპიტალი და ქართული ფულია დაბანდებული. ასევე, ჩვენ ინვესტორებს თანამშრომლობისა და პროგრესული იდეების განხორციელების პროცესში მონაწილეობისთვის ვინვეთ. „სფერო ინვესტი“ კი პირველი კომპანიაა, რომელიც 2022 წელს საქციო საზოგადოება გახდა. ახლა საწესდებო კაპიტალი აქციებადაა დაყოფილი. ხალხს ჩვენი დამხმარებით უნიკალური შესაძლებლობა აქვს მომგებიანი ბიზნესის აქციონერები გახდნენ. ჩვენთან თქვენი პასუხისმგებლობა საზოგადოების ვალდებულებების მიმართ აქციების შესაძენად გადახდილი თანხით შემოიფარგლება, ანუ ნილითა საქციო საზოგადოების კაპიტალში, ხოლო თქვენი ნილი აქციის ნომინალური ღირებულების შესაბამისად მოგებაში განისაზღვრება. საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტი“ საზოგადოება ასევე საქართველოში ანაბრის იმავე დემოზიტის გახსნას ყველაზე მაღალი სარგებლის პირობებში სთავაზობს. ანაბრის უსაფრთხოებაზე კი კომპანია ზრუნავს და უძრავი ქონებით აზღვევს.

ამ ეტაპამდე, საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტი“ ორგანიზაცია „სფერო ჰოლდინგში“ შემავ-



ვალ „სფერო დეველოპმენტს“ აფინანსებდა, თუმცა გადავტყვივით, რომ ეს არეალი ქვეყნის მასშტაბით გაგვეზარდა და თანხების დივერსიფიცირება მოვახდინეთ, რათა როგორც დამწყები, ასევე მოქმედი ბიზნესმენები დაეაფინანსათ.

- ზუსტად რამდენ ფირმასა და კომპანიას აერთიანებს „სფერო ჰოლდინგი“ - თითოეულ მიმართულ ბანკს რომ უფრო ვრცლად ვისაუბროთ.

- ჩვენი ორგანიზაცია რამდენიმე კომპანიასა და არასამთავრობო აერთიანებს. ესენია: „სფერო დეველოპმენტ“ და „სფერო ინვესტი“, 3 არასამთავრობო ორგანიზაცია - „იპოთეკითა და მევახშეებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“, „მშენებლობებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“ და „ნოვატორ ბიზნესმენტთა ასოციაცია“, ასევე უკვე ვართ მედიამასშტაბზეც „Sfero TV“-ის სახელით და გვაქვს ასევე „Sfero News“.

თავიდან რომ დავიწყეთ და ავხანთ თუ რომელ კომპანიასა თუ არასამთავრობოს რა ევალება - პირველ რიგში, „სფერო ჰოლდინგზე“ ყველას „იპოთეკითა და მევახშეებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“ ახსენდება. ჩვენთან მევახშეების თაღლითური გზებით დაზარალებული ხალხი მოდის, მათი იმედი უკვე „სფერო ჰოლდინგია“, ჩვენ მათ არამარტო იურიდიულ კონსულტაციებს, არამედ იურიდიულადაც უსასყიდლოდ ვეხმარებით. არაერთი მოგებული პროცესიც გვაქვს სასამართლოში.

როგორც ავლინებ, ასევე გვაცხადებს კიდევ ერთი არასამთავრობო ორგანიზაცია „მშენებლობებისგან დაზარალებულთა ასოციაცია“, რომელიც შერჩეული მშენებლობების აღდგენას უზრუნველყოფს და აღნიშნული დაზარებულ მოქალაქეებს დახმარებას უწევს.

არ უნდა დავავიწყდეს ახლადშექმნილი არასამთავრობო ორგანიზაცია „ნოვატორ ბიზნესმენტთა ასოციაცია“, სადაც დამწყებ სტარტაპერებს ფულადი სახსრებით ვეხმარებით. უფრო რომ განვმარტო - ჩვენ ახლავართებს ბანკებისგან განსხვავებით, ყველანაირი უზრუნველყოფის გარეშე, თანხას სესხის სახით არ ვაძლევთ, ჩვენ მათ ვთავაზობთ პარტნიორობას და ამით ვაძლევთ საშუალებას რომ თავიანთ ბიზნესზე იყვნენ ორიენტირებულნი.

სემდეგ უკვე ჩვენი ამოტიკური ტელევიზია „Sfero TV“, სადაც ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს მოუკერძოებლად, ოპერატიულად და მაღალკვალიფიციურად აშუქებს.

ტელევიზიაში გვაქვს რამდენიმე გადაცემაც - „ამხილ მევახშე“ - სადაც მევახშეების თაღლითურ სქემებს ვაშუქავთ და ყველ დაზარალებულის ისტორიას საზოგადოებას ვაცნობთ. რაც შეეხება

გადაცემა „ბიზნესის სფეროს“ - გადაცემის ფარგლებში დაზარალებული და ქონებანართმეული ბიზნესმენები დასახმარებლად მოგვმართავენ და თაღლითურ სქემებში მონაწილე პირებს ამხელენ. მნიშვნელოვანია ყურადღება გავამახვილოთ კიდევ ერთ საზოგადოებისთვის საქირო გადაცემაზე. „არ მოტყუვდეს სფერო“ - გადაცემა, რომელიც თითოეული მოტყუებულის მოქალაქის ისტორიას ინდივიდუალურად შეისწავლის და მაქსიმალურად ობიექტურად აშუქებს.

გადაცემა „ჯენზის სფერო“ კი განსაკუთრებით ახალგაზრდებს ეხმარება. ისინი ჩვენი დახმარებით სხვადასხვა სოციალურ პრობლემაზე მტ ინფორმაციას იკვებენ და გვესაუბრებიან იმ პრობლემებზეც, რომლებიც მათ ასაკში აქტუალურია. რაც შეეხება გადაცემას „ფემინისტის პირისპირ“ - განხილულია ქალისა და კაცის როლი საზოგადოებაში.

ჩვენთან არის საინვესტიციო კომპანია „სფერო ინვესტიც“, რომელიც საზოგადოებას ეხმარება მომგებიანი ბიზნესის აქციონერები გახდნენ, ასევე ეს არის ქართული ფულის ქართული კაპიტალი და პირველი ნამდვილი საფონდო ინსტიტუცია საქართველოში. აქვე უნდა ავლინო ისიც, რომ ჩვენ ტელევიზიაში გვაქვს გადაცემა „ინვესტორი“, სადაც დამწყებ სტარტაპერებს აქვთ შესაძლებლობა საკუთარი ბიზნესი განავითარონ. და ბოლოს, გვაქვს დეველოპერული კომპანია „სფერო დეველოპმენტი“, რომელიც მასშტაბურ პროექტებს ვახორციელებთ როგორც თბილისში, ასევე მის ფარგლებს გარეთ, მათ შორის შაიზღისპირეთში - გონიოსა და შეკვეთილში. ამჟამად კი საქართველოს მასშტაბით რამდენიმე დიდი პროექტის განხორციელება მიმდინარეობს.

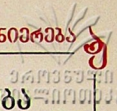
- და ბოლოს, რა არის თქვენი და კომპანიის სამომავლო გეგმა?

- ჩვენ დიდი გეგმები გვაქვს. „სფერო ჰოლდინგი“ განვითარებას აქტიურად განაგრძობს. ჩვენ არასდროს ვერიდებით ჯანსაღ კრიტიკას, დაზარალებული და მოტყუებული მოქალაქეების უფლებებს ყველაფრის ფასად ვიცავთ. ჩვენი მიზანია საქართველო განვითარებული და ცივილური ქვეყნების სიაში მოხვდეს და ამისთვის ყველაფერს ვაკეთებთ. ჩვენ სწორად ამ სამართლიანობა მოგიყვანა აქამდე და შექმნა ეს კომპანია. წინ დიდი გამოწვევები გველის და ჩვენ ამისთვის მზად ვართ.

ესაუბრა და ინტერვიუ ჩანერა, ურნალ „ახალი ეკონომისტის“ პასუხისმგებელმა მდივანმა, ბიზნესის აღმზინსტირების დოქტორმა

ლაშა ტაბატაძე





# საერთაშორისო სანარმოს მართვა და ნარმატივა

ლაშა ტაბატაძე,

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,  
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ას.პროფესორი,  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5059-7536>  
ელ.ფოსტა: [lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge](mailto:lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge)  
მობ: (+995) 599237799

## აბსტრაქტი

სტატიაში განხილულია გლობალურ ეკონომიკაში საერთაშორისო მენარმეობის განვითარების სტრატეგიების არჩევის საკითხები ინდივიდუალური გადაწყვეტილებების გათვალისწინებით, როდესაც მენარმეები ქმნიან საერთაშორისო კომპანიებს. სტატიაში წარმოდგენილია კვლევის შედეგები, სადაც დეტალურად არის აღწერილი საერთაშორისო სამენარმეო ბაზარზე არსებული კონკურენცია და ბაზრის კონკურენტუნარიანობა. კვლევის ძირითადი მიმართულებაა ბაზრის ძლიერი და სუსტი მხარეების გამოვლენა. განხილულია და გაანალიზებულია ბაზარზე არსებული მნიშვნელოვანი პრობლემები და წარმოდგენილია მათი ეფექტური გადაჭრის გზები. შემოთავაზებულია საინტერესო მოსაზრებები და მნიშვნელოვანი რეკომენდაციები.

## შესავალი

მიუხედავად იმისა, რომ გლობალიზაციის პირობებში გლობალური ბაზარი იგივე წესებით თამაშობს, ადგილობრივი ბაზრების თავისებურებები მხოლოდ გამძაფრდა. აღნიშნულის გათვალისწინებით, საერთაშორისო კომპანიებმა უნდა შეაფასონ განსხვავებები ეროვნულ ბაზრებს შორის და იგნორირება არ უნდა გაუკეთონ პოტენციურ ბარიერებს, რომლებიც წარმოიქმნება კომპანიის გზაზე ეროვნული მომხმარებლების ნდობის მოსაპოვებლად. ეფექტური მენარმისთვის და ბიზნესის მენეჯერისთვის, ბაზრების გლობალურობისა და ლოკალურობის კონცეფციების არსებობა, სამყაროს აღქმა, როგორც ერთიანი ბაზარი ან მისი წარმოდგენა, როგორც ეროვნული ეკონომიკის მოზაიკა, მოითხოვს საერთაშორისო ბიზნესისადმი მიდგომების სპეციფიკის უფრო სიღრმისეულ გააზრებას. ტერმინი „გლობალური კომპანია“ დღესაც აქტიურად განიხილება ეკონომისტების, ბიზნესმენებისა და მენარმეების მიერ. გლობალიზაციის პროცესების განვითარებასთან ერთად შეიცვალა კომპანიების სახელები მსოფლიო მასშტაბით, უცხოური, მცვეკორპორაციები, ტრანსნაციონალური კომპანიები და ა.შ. ახლა გამოიყენება ტერმინები „საერთაშორისო“ ან „გლობალური“ კომპანია.

## კვლევის შედეგები

კრისტოფერ ბარტლემი, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი, განსაზღვრავს საერთაშორისო

კომპანიას, როგორც ორგანიზაციას, რომელიც გადასცემს დედა კომპანიის გამოცდილებას, ცოდნასა და უნარებს ახალ ბაზრებზე და შესწევს უნარი მოახდინოს ადაპტირება ადგილობრივი მახასიათებლების გათვალისწინებით [3,9]. ამ განმარტების მაგალითება კომპანიები, რომლებმაც დაიპყრეს ეროვნული ბაზარი თავიანთი საქონლით ან მომსახურებით, შემდეგ კი განავითარეს თავიანთი საქმიანობა საზღვარგარეთ, პროდუქციის ექსპორტით სხვადასხვა ქვეყნებში.

ბიზნესი ახალ ქვეყანაში საშუალებას გაძლევთ არა მხოლოდ არსებული პროდუქტები და სერვისები მოარგოთ ახალ ბაზარს, არამედ დანერგოთ ახალი ინოვაციური პროდუქტები [1,3]. თუმცა, ადგილობრივ ბაზრებზე ინოვაციები ხშირად საკმაოდ ნელა ვითარდება, რაც გამოწვეულია შიდა კორპორატიული ბიუროკრატით და მშობელი კომპანიის მხრიდან ეროვნული მახასიათებლების სრულად გათვალისწინების სურვილით.

ფუნდამენტური განსხვავება საერთაშორისო კომპანიებსა და სხვა ტიპის ბიზნეს სუბიექტებს შორის არის ის, რომ ისინი თავდაპირველად ევრდნობიან თავიანთი პროდუქტებისა და სერვისების ადაპტაციას უცხოელი მომხმარებლების მოთხოვნებთან და ფინანსურ შესაძლებლობებთან, მაგრამ ამავე დროს აერთიანებენ თავიანთ მოქმედებებს ერთიან გლობალურ კორპორატიულ სტრატეგიასთან. მსოფლიო ბაზრის, როგორც ერთიანი მთლიანობის გათვალისწინებით, სამენარმეო საქ

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



## MANAGEMENT AND SUCCESS OF THE INTERNATIONAL ENTERPRISE

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 9, 2023  
Published: December 2, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-22



**Lasha Tabatadze,**  
PhD in Business Administration,  
As. Professor, Iliia State University,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-5059-7536>  
E.mail: [lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge](mailto:lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge)

### ABSTRACT

*The article examines the issues of choosing strategies for the development of international entrepreneurship in a global economy with an assessment of individual decisions when entrepreneurs create international companies. The article presents the results of the study, which describes in detail the competition in the market and the competitiveness of the market. The main direction of the research is to identify the strengths and weaknesses of the market. Significant problems in the market were discussed and analyzed, and ways to effectively solve them were presented. Interesting opinions and important recommendations are offered.*

**Keywords:** International Enterprise, management of international entrepreneurship.

### REFERENCES:

1. Paul J. Hermel, P, *Entrepreneurial intentions – theory and evidence from Asia, America, and Europe* 2019;
2. Pisani M.J. Guzman J.M., *Towards a conceptual multilayered framework of entrepreneurship*, 2021;
3. Bartlett, C.A., and Beamish P.W, *Transnational Management: Text Cases and Readings in Cross Border Management*. 6th ed. Burr Ridge, IL: McGraw-Hill/Irwin, 2022;
4. Hisrich, Robert D., „International Entrepreneurship”, second edition, 2022;
5. Fatehi.K, Choi, Jeongho, „International Business Management”, second edition, 2022;
6. Poul.D,Sweeney, Dean, B.McFarlin, „International Management: Strategic Opportunities and Cultural Challenges”, 2022;
7. V.Kikutadze, L.Tabatadze, „Diversification of funding models of higher education service market in Georgia”, forum EMF, 2016;
8. L.Tabatadze, „Strategic directions of strengthening competition on higher education market of Georgia” *European Scientific Journal*, 2015;
9. <https://www.statista.com/statistics/271496/global-market-share-held-by-smartphone-vendors-since-4th-quarter-2020/>;
10. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/The\\_EU\\_in\\_the\\_world](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/The_EU_in_the_world);





# საერთაშორისო სანარმოს მართვა და წარმატება

ლაშა ტაბატაძე,

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,  
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ას.პროფესორი,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-5059-7536>

ელ.ფოსტა: [lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge](mailto:lasha.tabatadze@iliauni.edu.ge)

მობ: (+995) 599237799

## აბსტრაქტი

სტატიაში განხილულია გლობალურ ეკონომიკაში საერთაშორისო მენარმეობის განვითარების სტრატეგიების არჩევის საკითხები ინდივიდუალური გადაწყვეტილებების გათვალისწინებით, როდესაც მენარმეები ქმნიან საერთაშორისო კომპანიებს. სტატიაში წარმოდგენილია კვლევის შედეგები, სადაც დეტალურად არის აღწერილი საერთაშორისო სამენარმეო ბაზარზე არსებული კონკურენცია და ბაზრის კონკურენტუნარიანობა. კვლევის ძირითადი მიმართულებაა ბაზრის ძლიერი და სუსტი მხარეების გამოვლენა. განხილულია და გაანალიზებულია ბაზარზე არსებული მნიშვნელოვანი პრობლემები და წარმოდგენილია მათი ეფექტური გადაჭრის გზები. შემოთავაზებულია საინტერესო მოსაზრებები და მნიშვნელოვანი რეკომენდაციები.

## შესავალი

მიუხედავად იმისა, რომ გლობალიზაციის პირობებში გლობალური ბაზარი იგივე წესებით თამაშობს, ადგილობრივი ბაზრების თავისებურებები მხოლოდ გამძაფრდა. აღნიშნულის გათვალისწინებით, საერთაშორისო კომპანიებმა უნდა შეაფასონ განსხვავებები ეროვნულ ბაზრებს შორის და იგნორირება არ უნდა გაუკეთონ პოტენციურ ბარიერებს, რომლებიც წარმოიქმნება კომპანიის გზაზე ეროვნული მომხმარებლების ნდობის მოსაპოვებლად. ეფექტური მენარმისთვის და ბიზნესის მენეჯერისთვის, ბაზრების გლობალიზობისა და ეოკალურობის კონცეფციების არსებობა, სამყაროს აღქმა, როგორც ერთიანი ბაზარი ან მისი წარმოდგენა, როგორც ეროვნული ეკონომიკის მოზაიკა, მოითხოვს საერთაშორისო ბიზნესისადმი მიდგომების სპეციფიკის უფრო სიღრმისეულ გააზრებას. ტერმინი „გლობალური კომპანია“ დღესაც აქტიურად განიხილება ეკონომისტების, ბიზნესმენებისა და მენარმეების მიერ. გლობალიზაციის პროცესების განვითარებასთან ერთად შეიცვალა კომპანიების სახელები მსოფლიო მასშტაბით, უცხოური, მეგაკორპორაციები, ტრანსნაციონალური კომპანიები და ა.შ. ახლა გამოიყენება ტერმინები „საერთაშორისო“ ან „გლობალური“ კომპანია.

## კვლევის შედეგები

კრისტოფერ ბარტლემი, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი, განსაზღვრავს საერთაშორისო

კომპანიას, როგორც ორგანიზაციას, რომელიც გადასცემს დედა კომპანიის გამოცდილებას, ცოდნასა და უნარებს ახალ ბაზრებზე და შესწევს უნარი მოახდინოს ადაპტირება ადგილობრივი მახასიათებლების გათვალისწინებით [3,9]. ამ განმარტების მაგალითება კომპანიები, რომლებმაც დაიპყრეს ეროვნული ბაზარი თავიანთი საქონლით ან მომსახურებით, შემდეგ კი განავითარეს თავიანთი საქმიანობა საზღვარგარეთ, პროდუქციის ექსპორტით სხვადასხვა ქვეყნებში.

ბიზნესი ახალ ქვეყანაში საშუალებას გაძლევთ არა მხოლოდ არსებული პროდუქტები და სერვისები მოარგოთ ახალ ბაზარს, არამედ დაწეროთ ახალი ინოვაციური პროდუქტები [1,3]. თუმცა, ადგილობრივ ბაზრებზე ინოვაციები ხშირად საკმაოდ ნელა ვითარდება, რაც გამოწვეულია შიდა კორპორატიული ბიუროკრატით და მშობელი კომპანიის მხრიდან ეროვნული მახასიათებლების სრულად გათვალისწინების სურვილით.

ფუნდამენტური განსხვავება საერთაშორისო კომპანიებსა და სხვა ტიპის ბიზნეს სუბიექტებს შორის არის ის, რომ ისინი თავდაპირველად ეყრდნობიან თავიანთი პროდუქტებისა და სერვისების ადაპტაციას უცხოელი მომხმარებლების მოთხოვნებთან და ფინანსურ შესაძლებლობებთან, მაგრამ ამავე დროს აერთიანებენ თავიანთი მოქმედებებს ერთიან გლობალურ კორპორატიულ სტრატეგიასთან. მსოფლიო ბაზრის, როგორც ერთიანი მთლიანობის გათვალისწინებით, სამენარმეო საქ-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





მიანობაში აუცილებელია გაეითვალისწინოთ, რომ არსებობს ეკონომიკური ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ვერ მოახდენს გლობალიზაციის პროცესებში ან ინოვაციური პროცესები. ამის მაგალითებია პოტენციური მყიდველების პრეფერენციები, მათი ქცევითი მახასიათებლები, შემოსავლის განაწილება, კლიმატური პირობები ან რეგიონის მოსახლეობის ენობრივ-კულტურული უპირატესი ყოფილა, მენარმეს უნდა განუვითარდეს საგნების მრავალგანზომილებიანი ხედვა, რაც საშუალებას აძლევს მას იყოს არა მხოლოდ მოქნილი გადაწყვეტილებებში, არამედ იცოდეს მისი შეზღუდული კომპეტენცია ადგილობრივი კულტურისა და ბიზნეს ტრადიციების გაგებაში.

ადგილობრივ თანამშრომლებს შეუძლიათ დაეხმარონ აქ, არიან კულტურული მენტორები და, გარკვეულწილად, ბიზნეს პროვაიდერები.[1,5] გარდა კულტურისა და პროფესიული ტრადიციების განსხვავებებისა, არ შეიძლება იგნორირებული იყოს უცხო მთავრობების ქმედებები. ახალი რეგულაციები, ახალი სავაჭრო კანონები, საპატენტო კანონები, ცვლილებები ადგილობრივი ხელისუფლების პოლიტიკაში - ეს ყველაფერი მნიშვნელოვნად აისახება მენარმის საქმიანობაზე და კომპანიის მენეჯმენტის მიდგომებზე. კომპანიის მხრიდან გლობალური აზროვნება, სხვა საკითხებთან ერთად, ნიშნავს უცხო მთავრობებთან ურთიერთობის დაგეგმვას უნარს და არ უჩიოდეს კანონმდებლობის სიმკაცრეს ან ეკონომიკისა და ბიზნესის სამთავრობო რეგულაციების უსამართლობას. ენობრივი ბარიერები შეიძლება იყოს გარკვეული დაბრკოლება.

მაშინაც კი, თუ ბიზნესი ორივე მხარის მიერ წარმართავს ინგლისურად, მეტყველების დახვეწილობა ზოგჯერ მოითხოვს ყურადღების გაზრდას და მოთმინებას. მხარეთა მიერ ფრანგულენოვანი ერთეულების ან ფარგონული გამონათქვამების უბრალო გამოყენებამ, თუნდაც შემთხვევით, შეიძლება საქმიანი მოლაპარაკებები ჩიხში მიიყვანოს მხარეებს შორის უბრალო გაუგებრობის გამო. არაბული, ჩინური, ინგლისური, რუსული, ფრანგული და ესპანური მრავალი ენების გამოყენება საერთაშორისო კომუნიკაციაში ტენდენციად იქცა ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში. სწორედ ამიტომ, მენეჯერები, რომლებსაც აქვთ რამდენიმე ენის ცოდნა და გარდა ამისა, აქვთ სხვადასხვა ქვეყანაში და სხვადასხვა ინდუსტრიაში მუშაობის გამოცდილება, განსაკუთრებით დიდი მოთხოვნაა საერთაშორისო კორპორაციების მხრიდან. [8.7]

ახალ ბაზარზე შესვლა მოითხოვს სამ ვალუბალურ კითხვაზე პასუხის გაცემას: „როგორ?“ (ბიზნესის ყიდვა, პარტნიორობა, მუშაობა წლიდან), „სად?“ (განვითარებული ან განვითარებადი ბაზარი), „რა?“ (ყველა პროდუქტი, ცალკეული სემენტები, მხოლოდ ახალი პროდუქტები და სერვისები). ამ კითხვებზე პასუხები განსაზღვრავს გადაწყვეტილების მიღების პროცესს კომპანიის ყველა დონეზე.

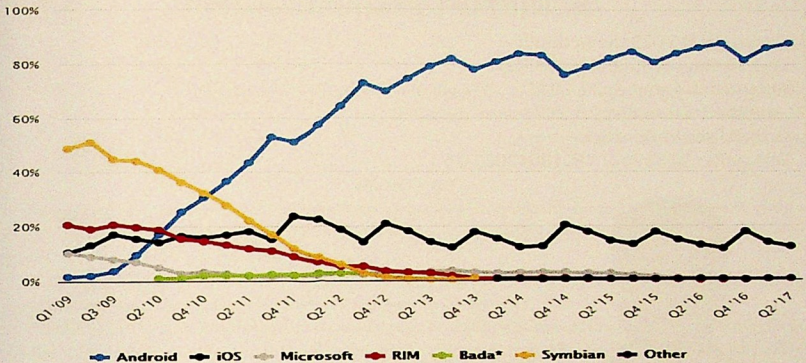
თუ კითხვაზე „რა?“ მენარმეს უფლება აქვს გამოიყენოს საკუთარი გამოცდილება ან ბენჩმარკინგი და კითხვაზე „სად?“ - კონკრეტული ქვეყნის არჩევის მიზეზების გაგება, შემდეგ კითხვა „როგორ?“ არ საჭიროებს მზა პასუხს. ეს გამოწვეულია იმით, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში, მიუხედავად გლობალიზაციის პროცესებისა, უცხოური კომპანიების მიმართ დამოკიდებულება განსხვავებულია.

ზოგიერთ ქვეყანაში ადგილობრივი კანონმდებლობა ართულებს უცხოურ ორგანიზაციებს ბიზნესის წლიდან გახსნას. ჯერ შეიძლება დაგჭირდეთ ადგილობრივი პარტნიორი კომპანიის პოვნა და მხოლოდ ამის შემდეგ დაიშვება მზა პროდუქციის წარმოება ან მომსახურების მიწოდება. თუ ბაზარზე შესვლის ვარიანტად განვიხილავთ ადგილობრივი კომპანიის შემქნას, მაშინ აქაც არის ხარვეზები, კერძოდ, ჭარბი გადახდის რისკი და აქტივინერების მხრიდან მყიდველების (ინვესტორების) წინააღმდეგობის დაძლევის რისკი. სტრატეგიის ფორმირების ეტაპზე მენეჯმენტი დგას დილემის წინაშე, აირჩიოს ახალ ბაზარზე შესვლის სიჩქარე, რომ იმოქმედოს პირდაპირ „აქ და ახლაც“ ან დაელოდოს. ამ შემთხვევაში სამიზნე ქვეყნის არჩევა მთავარ როლს ითამაშებს.[7,13] (იხ. ცხრილი 1 და 2).

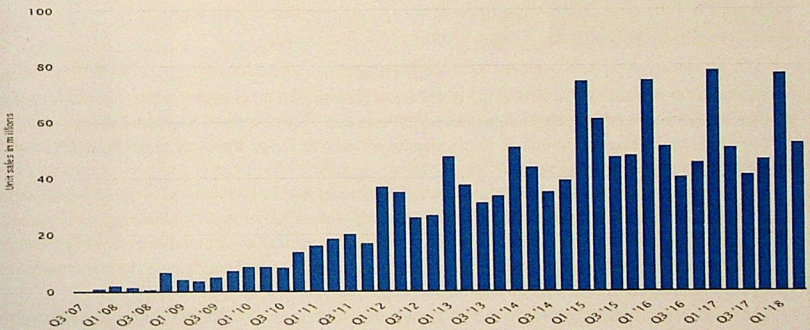
მაგალითად, [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com)-მა, რომელსაც სურდა სწრაფად შესულიყო ჩინეთის ბაზარზე, გამოთვალა, რომ კომპანიის წლიდან დაწყების ბიუროკრატიული ლენტი ძალიან დიდ დროს ნაიღებს და ჩინეთში ამერიკული ინტერნეტ კომპანიის აღქმის პროგნოზირება გართულდა. ამასთან დაკავშირებით მიღებულ იქნა გადაწყვეტილება ადგილობრივი კომპანიის (Joyo) შესყიდვის შესახებ. შექმნის შემდეგ ამზონამ არ შეცვალა კომპანიის სახელი, ბაზარზე პოზიციის გაძლიერების სურვილით. მხოლოდ სამი წლის შემდეგ, ჩინეთის ფილიალს ეწოდა Joyo Amazon. ამ შემთხვევაში Amazon-ის მიერ არჩეული სტრატეგია იყო კომბინაცია: ერთის მხრივ, სწრაფი შესვლა ბაზარზე



ცხრილი 1. მობილური კომუნიკაციების გლობალური ბაზარი, 2009-2017 წწ



ცხრილი 2. iPhone-ის გაყიდვების სტატისტიკა, 2007-2018 წწ.



ადგილობრივი კომპანიის შექმნით, მაგრამ მეორეს მხრივ, სამწლიანი ლოდინი და მოთმინებით შესწავლა ბაზრისა და ადგილობრივი ბიზნეს ტრადიციების შესახებ. სანამ ლია გაცნობდა თავის ბრენდს ახალ ბაზარს.

**დასკვნა**

გლობალური ბიზნესის განვითარების ამჟამინდელი ტენდენციები აკარად ცხადყოფს მზარდი კომპანიების სურვილს მიადნონ წარმატებას მსოფლიო ბაზარზე. ცნებები, როგორცაა „ღარი-

ბი“ და „მდიდარი“ ქვეყნები სულ უფრო ბუნდოვანი ხდება და მათ შორის საზღვრები სულ უფრო მცირდება. ამრიგად, თანამედროვე მენეჯერი სულ უფრო მეტად დგება დილემის წინაშე, როგორ აღიქვას თანამედროვე სამყარო: როგორც ბაზარი საზღვრების გარეშე, თუ როგორც შეზღუდული ადგილობრივი ბაზრების ნაკრები? სწორედ ის, თუ როგორ წყვეტს თავისთვის ამ დილემას თანამედროვე მენარზე, მომავალში დაბალანსებული და ეფექტური მენეჯმენტის გადაწყვეტილებების მიღების საფუძველი გახდება.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





## FUNCTION OF LABOR MARKET OF GEORGIA IN THE POST-PANDEMIC PERIOD

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 29, 2023  
Published: December 20, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-26



### Mamuka Toria

PhD in Economics

Associated Professor at Caucasus International University

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0003-8378-3695>

E-mail: [mamuka.toria@ciu.edu.ge](mailto:mamuka.toria@ciu.edu.ge)

### ABSTRACT

*Pandemics, which has spread all over the world, had a great impact on several directions of socio-economic development of our country. It has also significantly influenced on the function of Georgian Labor market.*

*One of the most important problems in functioning of Georgian Labor Market is a disbalance between the working force requirements and supply.*

*The volume of supplied working force on the labor market mainly depends on the quantity of the population, able to work and the directions they change. In the last decades, there have been serious changes in the quantity of the employable population in Georgia, that affected on forming and function of the labor market of our country.*

*In this article we have discussed the impact of demographic and external migration processes developed in Georgia, on forming the volume of supplying the working force.*

*Currently, external migration processes development directions gained special topicality, which is characterized with the negative migration balance of native Georgian population. Moreover, recently birth rate indicator has decreased, that will cause decrease of the quantity of the category of people, who will be capable to perform active labor activities.*

*All the mentioned will itself effect on forming the working force on the labor market of the country and in general function of the entire Labor Market.*

**Key Words:** Labor market, migration, migration balance, birth rate, death rate, national growth.

### REFERENCES:

1. **Mamuka TORIA**, Nana ZAZADZE, Giorgi SAJAIA, Tendencies of International Migration of Workforce in Georgia - pg. 51, OVIDIUS UNIVERSITY ANNALS ECONOMIC SCIENCES SERIES Volume XIX Issue 1, 2019
2. **Mamuka Toria**, Tamar Koblianidze, FORMATION PROCESS OF GEORGIAN LABOR MARKET, International Scientific Symposium, 4 – 8 July, 2017, CONFERENCE PROCEEDINGS, JURMALA LATVIA , ISSN

2500-9737, 2017

3. DEMOGRAPHIC SITUATION IN GEORGIA, STATISTICAL PUBLICATION, National Statistics Office of Georgia 2022 Tbilisi

4. Statistical Yearbook of Georgia: 2023 / National Statistics Office of Georgia. – Tbilisi, 2023.

5. Business sector in Georgia, STATISTICAL PUBLICATION, NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA, 2022





# საქართველოს შრომის ბაზარის ფუნქციონირება

საქართველოს  
ეკონომიკის  
და მდგრადი  
საზოგადოებრივი  
ვითარების  
მინისტრის  
საერთაშორისო  
საკონსულტაციო  
სამსახური

## პოსტანდემიურ პერიოდში

მამუკა თორია

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ORCID id: <https://orcid.org/0009-0003-8378-3695>

ელ.ფოსტა: mamuka.toria@ciu.edu.ge

### აბსტრაქტი

მსოფლიოში განვითარებულმა პანდემიამ უდიდესი გავლენა იქონია ჩვენი ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სხვადასხვა მიმართულებაზე. მან, ასევე მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია საქართველოში შრომის ბაზრის ფუნქციონირებაზე.

საქართველოში შრომის ბაზრის ფუნქციონირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრობლემა სამუშაო ძალაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებული დისბალანსია.

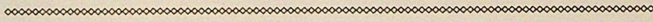
შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული შრომისუნარიანი მოსახლეობის რიცხოვნებასა და მისი ცვლილებების მიმართულებებზე. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში საქართველოში შრომისუნარიანი მოსახლეობის რიცხოვნობაში სერიოზული ცვლილებები მოხდა, რომელმაც არსებითი გავლენა იქონია ქვეყნის შრომის ბაზრის ფორმირებასა და ფუნქციონირებაზე.

სტატიაში განხილულია საქართველოში განვითარებული დემოგრაფიული და გარე მიგრაციული პროცესების გავლენა სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდის ფორმირებაზე.

მიმდინარე პერიოდში განსაკუთრებულ აქტუალურობას იძენს გარე მიგრაციული პროცესების განვითარების მიმართულებები, რომელიც ქართული ეროვნების მოსახლეობის უარყოფითი მიგრაციული სალდოთი ხასიათდება. ასევე, ბოლო წლებში შობადობის მაჩვენებლის შემცირება, რაც უახლოეს მომავალში იმ კატეგორიის პირთა რიცხოვნობის შემცირება გამოიწვევს, ვინაც აქტიური შრომითი საქმიანობისათვის იქნება მონოდედული.

ყოველივე ეს თავის გავლენას იქონიებს ქვეყნის შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების ფორმირებაზე და მთლიანად შრომის ბაზრის ფუნქციონირებაზე.

**საკვანძო სიტყვები:** შრომის ბაზარი, მიგრაცია, მიგრაციული სალდო, შობადობა, მოკვდაობა, ბუნებრივი მატება.



### შესავალი

შრომის ბაზარი, როგორც საბაზრო ეკონომიკის ორგანული შემადგენელი ნაწილი, სწრაფად რეგირებს მთლიანად ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესებზე. გამონაკლისი რა თქმა უნდა არც ბოლო წლებში განვითარებული პანდემია გახლდათ, რომელმაც ძლიერ ნეგატიური გავლენა იქონია საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა მიზანზე.

პანდემიის პირობებში მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში დანესებულმა შეზღუდვებმა არსებითი გავლენა იქონია ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სხვადასხვა მიმართულებებზე. ეკონომიკური საქმიანობის თითქმის ყველა სფეროზე პანდემიის გავლენა დამანგრეველი აღმოჩნდა. მან მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია შორის შრომის ბაზრის ფუნქციონირებაზე.

2023 წლის მე-3 კვარტლის მდგომარეობით სა-

ქართველოში დასაქმებულთა რეაოდენობამ მაქსიმალურ მაჩვენებელს წარმოადგენს. აღსანიშნავია, ის გარემოება, რომ ამ დროისათვის დაფიქსირებულია უმუშევართა მინიმალური რაოდენობა და შესაბამისად დაბალი უმუშევრობის დონე.

მიმაჩნია, რომ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე შესაძენევი დადებითი გავლენის მოსახდენად, აუცილებელია დასაქმების ზრდას არა ეპიზოდური, არამედ გრძელვადიანი ხასიით უნდა მიეცეს.

მიმდინარე პერიოდში განსაკუთრებულ აქტუალურობას იძენს გარე მიგრაციული პროცესების განვითარების მიმართულებები. პანდემიის გავლენა ამ პროცესზე მნიშვნელოვანი იყო. ასე მაგალითად, მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო 70 წლის მანძილზე, კერძოდ 1960-2021 წლებში, საქართველოში მიგრაციის სალდო ყოველ წელს უარყოფითი

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





იყო, გამონაკლისი გახლდათ 2020 წელი, რომელიც დიდი ალბათობით კოვიდით პანდემიით იყო განპირობებული, როცა გასაგები მიზეზების გამო მოსახლეობის გადაადგილება უცხოეთიკენ მკვეთრად შეზღუდული იყო, ხოლო უცხოეთში მყოფი ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეები ცდილობდნენ სამშობლოში დაბრუნებას.

საქართველოში დადებითი მიგრაციული სალდო დაფიქსირდა 2022 წელსაც, რაც მთლიანად განპირობებული იყო არაქართული მოსახლეობის (რუსები, უკრაინელები, ბელორუსები) ქვეყანაში შემოდინებით, მაშინ როდესაც ქართული ეროვნების მოსახლეობა უარყოფითი მიგრაციული სალდოთი ხასიათდება.

საქართველოს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების ფორმირებაზე დიდ გავლენას ახდენს მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობის ტენდენციები. ამ მიმართულებით არსებული მდგომარეობა და არც მომავლის პროგნოზები სანუგეშო ნამდვილად არ არის.

### ძირითადი ტექსტი

საქართველოში შრომის ბაზრის ფუნქციონირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრობლემა სამუშაო ძალაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებული დისბალანსია.

სამუშაო ძალაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებულ რაოდენობრივ და თვისობრივ თანაფარდობაზე მრავალი ფაქტორი მოქმედებს, რომელთა შორის მნიშვნელოვან ადგილი ეკონომიკურ და სოციალურ-დემოგრაფიულ ფაქტორებს უკავია.

წარმოდგენილ სტატიაში ჩვენ განვიხილავთ ამ პროცესის რაოდენობრივ ასპექტებს.

ცნობილია, რომ შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული შრომისუნარიანი მოსახლეობის რიცხოვნებასა და მისი ცვლილებების მიმართულებებზე. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში საქართველოში შრომისუნარიანი მოსახლეობის რიცხოვნობაში სერიოზული ცვლილებები მოხდა, რომელმაც არსებითი გავლენა იქონია ქვეყნის შრომის ბაზრის ფორმირებასა და ფუნქციონირებაზე.

აქედან გამომდინარე, მეტად აქტუალურია საქართველოში შრომის ბაზრის ფორმირების დემოგრაფიული ასპექტების კვლევა, რომელაც არა მარტო თეორიული, არამედ პრაქტიკული მნიშვნელობა გააჩნია.

1990-იან წლებში საქართველოში განვითარე-

ბულმა დემოგრაფიულმა პროცესებმა და გარემოგარეობის ტენდენციებმა არსებითი გავლენა მოახდინეს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეზე.

ცნობილია, რომ სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდზე არსებით გავლენას ახდენს ქვეყნის შრომისუნარიანი მოსახლეობის რიცხოვნობა, რაც თავის მხრივ დამოკიდებულია მთლიანად ქვეყნის მოსახლეობის დემოგრაფიული განვითარების ტენდენციებზე.

საქართველოში მოსახლეობის რიცხოვნობა 1990-2022 წლებში 5424,4 ათასიდან 3688,6 ათასამდე ანუ 31,8 %-ით შემცირდა. ეს განპირობებული იყო, როგორც მოსახლეობის ბუნებრივი, ასევე მიგრაციული მოძრაობის ტენდენციებით, მაგრამ ამ უქნასკნელის გავლენა განსაკუთრებული იყო.

შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მოსახლეობის, განსაკუთრებით შრომითი ასაკის მოსახლეობის გარე მიგრაცია.

მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო 70 წლის მანძილზე, კერძოდ 1960-2021 წლებში საქართველოში მიგრაციის სალდო ყოველ წელს უარყოფითი იყო, გამონაკლისი გახლდათ 2020 წელი, რომელიც დიდი ალბათობით კოვიდით პანდემიით იყო განპირობებული, როცა გასაგები მიზეზების გამო მოსახლეობის გადაადგილება უცხოეთიკენ მკვეთრად შეზღუდული იყო, ხოლო უცხოეთში მყოფი ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეები ცდილობდნენ სამშობლოში დაბრუნებას.

მიგრაციის უარყოფითი სალდოს განსაკუთრებით მაღალი მაჩვენებელი დაფიქსირდა 1992-2000 წლებში, როცა ამ მაჩვენებელმა 1213,8 ათასი კაცი შეადგინა. (დემოგრაფიული ვითარება საქართველოში, DEMOGRAPHIC SITUATION IN GEORGIA, 2021 სტატისტიკური უბუბლიკაცია STATISTICAL PUBLICATION, თბილისი 2022 Tbilisi, გვ. 15).

2015-2022 წლებში მიგრაციული სალდო საქართველოში 2021 და 2022 წლების გარდა უარყოფითი იყო. 2020 წელს უარყოფითმა მიგრაციულმა სალდომ 25 966 კაცი შეადგინა (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები, <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/322/migratsia>).

აქრამდენიმე მნიშვნელოვან გარემოებაზე უნდა გავამახვილოთ ყურადღება. კერძოდ, 2020 წელს საქართველოში მიგრაციის დადებითი სალდოს გამოწვევ მიუხედავად შეიძლება მივიჩნიოთ პანდემია, როდესაც ქვეყნიდან გასული ადამიანების დიდი



ნაწილი ჩასვლის ადგილებში გართულებული მდგომარეობიდან გამომდინარე ქვეყანაში ბრუნდებოდა, რაც შეეხება 2022 წელს, დადებითი მიგრაციული სალდო განპირობებული იყო რუსეთ-უკრაინის ომით, რასაც ადასტურებს სტატისტიკური მონაცემებიც. კერძოდ, 2022 წელს იმიგრირებულ (ქვეყანაში შემოსული) მოსახლეობის ეროვნული შემადგენლობის ანალიზიდან ჩანს, რომ იმიგრირებულ მოსახლეობას შორის სჭარბობდა რუსეთის მოქალაქეები. საკმაოდ მაღალია იმიგრირებული უკრაინელებისა და ბელორუსების რაოდენობაც. მაშინ, როდესაც საქართველოდან ემიგრირებულ (ქვეყნიდან გასულ) მოსახლეობაში სჭარბობენ საქართველოს მოქალაქეები. უფრო მეტიც, თუ ეროვნული ნიშნის მიხედვით დავაკონკრეტდებით, ქართველებში მიგრაციული სალდო უარყოფითია, მაშინ როდესაც არაქართული მოსახლეობის მიხედვით (რუსები, უკრაინელები, ბელორუსები) - დადებითი. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ, 2022 წელს საქართველოში მიგრაციის დადებითი სალდო მიღწეული იქნა უცხო ქვეყნების მოქალაქეების ხარჯზე.

ვფიქრობ, რომ აღნიშნული ფაქტორის გავლენა საქართველოს შრომის ბაზარზე, სამუშაო ძალის მიწოდების მოცულობაზე გავლენის მოხდენის თვალსაზრისით, დროებითი ხასიათის მატარებელია, რადგან მოსალოდნელია აღნიშნული კატეგორიის მოსახლეობის უკუ გადინება ანუ ისტორიულ სამშობლოში დაბრუნება პოლიტიკური სიტუაციის სტაბილიზაციის შემდეგ.

ცხადია, რომ მოსახლეობის დემოგრაფიული და მიგრაციული განვითარების ტენდენციები გავლენას ახდენენ არა მარტო მოსახლეობის ასაკობრივი სტრუქტურისა და ადამიანური რესურსების ფორმირებაზე, არამედ შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდის ჩამოყალიბებაზეც. სწორედ ამიტომ, კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, ჩვენთვის მნიშვნელოვანია დემოგრაფიული და მიგრაციული პროცესების ტენდენციების კვლე-

ვა. ამასთან, უნდა შევნიშნოთ, რომ ამ პროცესებს მრავალმხრივი სოციალურ-ეკონომიკური შედეგები გააჩნიათ და მათი ერთი სტატისტიკური ფარგლებში განხილვა შეუძლებელია.

ბოლო პერიოდში, სტატისტიკის ეროვნული სამსახური მონაცემების თანახმად გარკვეულწილად გაუმჯობესებულია შრომის ბაზრის ფუნქციონირებისათვის დამახასიათებელი ცალკეული მაჩვენებლები (იხ. ცხრილი 1).

მონაცემებიდან ჩანს, რომ 2010-2022 წლებში საქართველოში უმუშევრების რაოდენობა 49 ათასი კაცით ანუ 15.4 %-ით შემცირდა, ხოლო 2023 წლის მე-3 კვარტლის მონაცემებით საქართველოში უმუშევრობის ყველაზე დაბალ მაჩვენებელი დაფიქსირდა, რაც მისასალმებელია. თუმცა, ეს გარემოება სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სხვა მაჩვენებლებთან კავშირში განხილული. კერძოდ, უმუშევრობის მაჩვენებლების შემცირება აუცილებელია განვიხილოთ მოსახლეობის დასაქმების მიმართულებებთან კავშირი. ლოგიკურად, სხვა თანაბარ პირობებში უმუშევრობის შემცირება უნდა იყოს გამოწვეული დასაქმების ზრდით. 2010-2022 წლებში დასაქმების მაჩვენებელი 344.4 ათასი კაცით ანუ 21.2%-ით შემცირდა. დასაქმების მაჩვენებელი 2022 წელს შემცირებულია 2018 წელთან ანუ პანდემიის დაწყებამდე პერიოდთან შედარებითაც (12.5 ათასი კაცი). თუმცა, მდგომარეობა ამ მხრივად მკვეთრად გამოსწორდა 2023 წელს.

დასაქმებულთა და უმუშევართა რაოდენობის მსგავსა ცვლილებამ 2010-2022 წლებში, საქართველოში გამოიწვია სამუშაო ძალის საერთო რაოდენობაში დასაქმებულთა ხვედრითი წილის შემცირება 83.8-დან 82.7 %-მდე. ამასთან, მნიშვნელოვნად შეცვლილია დასაქმებულთა სტრუქტურა დაქირავებით დასაქმებულებისა და თვითდასაქმებულების მიხედვით. ასე მაგალითად, საქართველოში 2010 წელს დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში თვითდასაქმებულების წილი შეადგენდა 61.8

ცხრილი 1. დასაქმებისა და უმუშევრობის მაჩვენებლები საქართველოში

	2010	2012	2015	2018	2022	2023 III კვარტალი
სამუშაო ძალა, ათასი კაცი	1944.9	2029.1	1675.6	1605.2	1551.6	1618.5
დასაქმებული, ათასი კაცი	1628.1	1724.0	1255.0	1296.2	1283.7	1366.3
უმუშევარი, ათასი კაცი	316.9	305.1	367.2	309.0	267.9	252.2
უმუშევრობის დონე, %	16.3	15.0	21.9	19.2	17.3	15.6

წყარო: გაანგარიშებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე.



ცხრილი 2. შობადობის, მოკვდაობისა და ბუნებრივი მატების მაჩვენებლები საქართველოში

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2022
დაიბადა, ათასი	92.8	56.3	48.8	46.5	62.6	59.2	46.5	42.3
გარდაიცვალა, ათასი	50.7	49.1	47.4	43.0	47.9	49.1	50.5	49.1
ბუნებრივი მატება, კლება (-), ათასი	42.1	7.2	1.4	3.5	14.7	10.1	-4.0	-6.8
<b>მოსახლეობის 1000 კაცზე</b>								
შობადობა	17.1	11.9	11.0	10.7	14.1	15.9	12.5	11.4
მოკვდაობა	9.9	10.4	10.7	9.9	10.7	13.2	13.6	13.2
ბუნებრივი მატება, კლება (-)	7.7	1.5	0.3	0.8	3.3	2.7	- 1.1	- 1.8

წყარო: გაანგარიშებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე.

%-ს, ხოლო 2022 წელს კი - 31.8 %-ს. რაც შეეხება თვითდასაქმებულთა საერთო რაოდენობას, იგი საკვლეუ პერიოდში 2.4-ჯერ შემცირდა, რასაც დადებით მოვლენად რათქმა უნდა ვერ ჩავთვლით.

დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდა აქვს ადგილი 2023 წლის მონაცემების მიხედვით. მაგალითად, 2023 წლის მე-3 კვარტლის მდგომარეობით საქართველოში დასაქმებულთა რაოდენობამ 1366.3 ათასი კაცი შეადგინა, რაც ბოლო წლებში დაფიქსირებულ მაქსიმალურ მაჩვენებელს წარმოადგენს. აღსანიშნავია, ის გარემოება, რომ ამ დროისათვის დაფიქსირებულია უმუშევართა მინიმალური რაოდენობა და შესაბამისად დაბალი უმუშევრობის დონე (<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/683/dasakmeba-umushevroba>).

მიიჩნია, რომ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე შესამჩნევი დადებითი გავლენის მოსახდენად, აუცილებელია დასაქმების ზრდას არა ემიზონდებოდეს, არამედ გრძელვადიანი ხასითი უნდა მიეცეს.

საქართველოს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების ფორმირებაზე დიდ გავლენას ახდენს მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობის ტენდენციები. ამ მიმართულებით არსებული მდგომარეობა და არც მომავლის პროგნოზები სანუგეშო ნამდვილად არ არის (იხ. ცხრილი 2).

არსებული, ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემები გვიჩვენებს, რომ საქართველოში 1990-2022 წლებში, დაბადებულთა რაოდენობა თითქმის 2.2-ჯერ შემცირდა. გარდაცვალების მაჩვენებელი თითქმის სტაბილურია და 50.1-დან 49.1 ათას კაცამდე

დემერყვობს. განსაკუთრებით საგანგაშო მდგომარეობა შეიქმნა 2020 წლიდან, როცა მოსახლეობა ბუნებრივ კლებას განიცდის. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ გარდაცვლილთა რაოდენობა აღემატება დაბადებულთა რაოდენობას.

თავისთავად ჩამოყალიბებული დემოგრაფიული სიტუაცია უკიდურესად ნეგატიურია და მთელი რიგი სოციალურ-ეკონომიკური და სხვა ფაქტორებითაა განპირობებული, რომელსაც მომავალში, ასევე მეთად არასასურველ შედეგებს გამოიწვევს, მაგრამ წარმოდგენილი სტატისტიკის მიზანს არ წარმოადგენს ამ ფაქტორების ანალიზი და მისი მოსალოდნელი შედეგების ანალიზი.

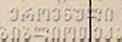
ჩვენს მიზანს წარმოადგენს ვაჩვენოთ რა გავლენას მოახდენს არსებული დემოგრაფიული განვითარების ტენდენციები საქართველოს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების მასშტაბებზე და რა შედეგები შეიძლება მან გამოიწვიოს.

შობადობის მაჩვენებელი სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდზე გავლენას ახდენს მოსახლეობის შრომით ასაკში შესვლის ანუ 16 წლის ასაკის შემდგომ პერიოდში. ამ თვალსაზრისით დიდი მნიშვნელობა გააჩნია მოსახლეობის რაოდენობის ანალიზს (კალკულირებულია საკობრივი ჯგუფების მიხედვით (იხ. ცხრილი 3)).

მონაცემებიდან ჩანს, რომ 1995-2023 წლებში საქართველოს მოსახლეობა მუდმივ კლებას განიცდის. საყურადღებოა ის გარემოება, რომ საქართველოში 15-64 წლის ასაკობრივი ჯგუფის მოსახლეობა 13.4 %-ით შემცირდა. ამ ასაკობრივი ჯგუფის მოსახლეობის რაოდენობის ცვლილება მნიშვნელოვანია



ცხრილი 3. მოსახლეობის რიცხოვნობა ცალკეული ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით  
1 იანვრის მდგომარეობით საქართველოში



	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2023
მოსახლეობა სულ მ.შ	4 742.3	4 116.8	3 917.0	3 799.8	3 721.9	3 716.9	3 688.6
0-14 წლის	1 076.2	864.8	751.8	685.1	702.8	759.0	772.3
15-64 წლის	2 843.7	2 727.2	2 601.2	2 574.0	2 887.8	2 396.1	2 462.9
65 + წლის	513.5	524.7	564.0	540.8	531.3	561.7	581.1

წყარო: განგარიშებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე.

იმდენად, რამდენაც იგი წარმოადგენს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდის ფორმირების ძირითად წყაროს. არსებული მდგომარეობა იმაზე მეტყველებს, რომ იმ ადამიანების რაოდენობა, რომლებიც მონოდებულნი არიან აქტიური შრომითი საქმიანობისაკენ მუდმივად მცირდება, ხოლო იმ პირთა რაოდენობა, რომლებიც 65 წლისა და უფროსი ასაკის ჯგუფს ანუ საპენსიო ასაკს მიეკუთვნება - იზრდება. კერძოდ, საკვლევი პერიოდში 65 წლისა უფროსი ასაკის პირთა რაოდენობა 13.2 %-ით გაიზარდა.

საკვლევი პერიოდში განსაკუთრებით მაღალია კლემის მაჩვენებელი 14 წლამდე ასაკის მოსახლეობაში - 28.2%, რაზეც ცხადია შობადობის ზემოთ განხილულმა ტენდენციებმა იქონია გავლენა. ეს გავლენა კიდევ უფრო შესამჩვევეი იქნება მომავალში, შობადობის არსებული ტენდენციების გათვალისწინებით. ეს კი თავის მხრივ შეამცირებს შრომით ასაკში შემავალ პირთა რაოდენობას, რომელიც სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეს ასევე შეამცირებს.

ამგვარად, ბოლო წლებში საქართველოში განვითარებული დემოგრაფიული და მიგრაციული პროცესების გავლენით შრომითი ასაკის მოსახლეობის რაოდენობა თანდათანობით მცირდება, რაც შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეს ამცირებს. ინვესტორებისთვის ასაკის მოსახლეობის გადინებას უცხოეთში, ქვეყნის მოსახლეობის ასაკობრივი სტრუქტურის ცვლილებას, მის დემოგრაფიულ დაბერებას.

**დასკვნა**

საქართველოში შრომის ბაზრის ფუნქციონირების პროცესში ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს გამოწვევად რჩება სამუშაო ძალაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებული დისბალანსი.

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ბოლო წლებში ქვეყანაში განვითარებული დემოგრაფიული და მიგრაციული პროცესები ამცირებენ შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეს.

შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მოსახლეობის, განსაკუთრებით შრომითი ასაკის მოსახლეობის გარე მიგრაცია.

ბოლო ატლანტიკის მანძილზე, საქართველოში მიგრაციის საღდო ყოველ წელს უარყოფითი იყო, გამოაკლისა გახლდათ 2020 წელი, რომელიც დიდი აღნაგობითი კოვიდით პანდემიით იყო განპირობებული, როცა გასაყვები მიზეზების გამო მოსახლეობის გადაადგილება უცხოეთისკენ მკვეთრად შეზღუდული იყო, ხოლო უცხოეთში მყოფი ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეები ცდილობდნენ სამშობლოში დაბრუნებას.

საქართველოში დადებითი მიგრაციული საღდო დაფიქსირდა 2022 წელსაც, რაც მთლიანად განპირობებული იყო არაქართული მოსახლეობის (რუსები, უკრაინელები, ბელორუსები) ქვეყანაში შემოდინებით, მაშინ როდესაც ქართული ეროვნების მოსახლეობა უარყოფითი მიგრაციული საღდოთი ხასიათდება. ვფიქრობ, რომ აღნიშნული ფაქტორის გავლენა საქართველოს შრომის ბაზარზე, სამუშაო ძალის მიწოდების მოცულობაზე გავლენის მოხდენის თვალსაზრისით, დროებითი ხასიათის მატარებელია, რადგან მოსალოდნელია აღნიშნული კატეგორიის მოსახლეობის უკუგადინება ანუ ისტორიულ სამშობლოში დაბრუნება პოლიტიკური სიტუაციის სტაბილურობის შემდეგ.

საქართველოს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების ფორმირებაზე დიდ გავლენას ახდენს მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობის ტენდენციები. ამ მიმართულებით არსებული მდგომარეობა

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





და არც მომავლის პროგნოზები სანუგეშო ნამდვილად არ არის. მცირდება 15-64 წლის ასაკობრივი ჯგუფის მოსახლეობა. ეს მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენაც ისინი წარმოადგენენ შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდის ფორმირების ძირითად წყაროს. კლებულობს ასევე მოზარდების რაოდენობა, რომელიც უახლოეს მომავალში თავის მხრივ შეამცირებს შრომით ასაკში შემავალ პირთა რაოდენობას, რომელიც სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეზე ასევე უარყოფითად იმოქმედებს.

დემოგრაფიული და მიგრაციული პროცესების გავლენით შრომითი ასაკის მოსახლეობის რაოდენობა თანდათანობით მცირდება, რაც შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდების სიდიდეს ამცირებს. არსებული მდგომარეობა იმაზე მეტყველებს,

რომ იმ ადამიანების რაოდენობა, რომლებიც მოსწოდებულნი არიან აქტიური შრომითი საქმიანობისაკენ მუდმივად მცირდება.

მსოფლიოში განვითარებულმა პანდემიურმა პროცესებმა უარყოფითი გავლენა იქონია საქართველოში მოსახლეობის დასაქმებისა და უმუშევრობის მდგომარეობაზე. თუმცა, 2023 წლის მდგომარეობით სიტუაცია მნიშვნელოვნად შეიცვალა პოზიტიური მიმართულებით. კერძოდ, დასაქმების მაჩვენებელმა ბოლო წლების მაქსიმუმს მიაღწია. ამასთან, მიმაჩნია, რომ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე შესამჩნევი დადებითი გავლენის მოსახდენად, აუცილებელია დასაქმების ზრდას არა ეპიზოდური, არამედ გრძელვადიანი ხასიით მიეცეს.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



## EXTENDED PRODUCER OBLIGATIONS – AS A TOOL FOR REDUCING NEGATIVE ENVIRONMENTAL IMPACT

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 24, 2023  
Published: December 15, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-33



**Gela Aladashvili,**  
PhD in Economics,  
Professor, at Georgian International University,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-2786-3346>  
E-mail: [gela.aladashvili@giu.edu.ge](mailto:gela.aladashvili@giu.edu.ge)

### ABSTRACT

*Environmental policy is facing many challenges today. Waste management significantly contributes to the successful implementation of policies. Despite this, many problems have accumulated in this direction, and the search for effective ways to solve them and forms of encouragement is ongoing. Although many governments have developed policies in response to the increase in waste, finding and using new tools remains a challenge. These include making producers responsible for ensuring the entire life cycle of the products. The article examines extended producer responsibility as a tool for reducing negative environmental impacts, through which producers take significant financial and physical responsibility for the handling or disposal of post-consumer items. The paper discusses the regulations and targets adopted in Georgia, dealing with the management of waste oil, tire waste, electrical and electronic devices, waste batteries, and accumulators. The focus is made on organizational and financial levers within the extended producer responsibility.*

**Keywords:** *Extended producer responsibility (EPR), Regulations of ERP in Georgia.*

### REFERENCES:

1. Extended Producer Responsibility and the Impact of Online Sales, OECD 2018, <https://www.oecd.org/environment/waste/policy-highlights-extended-producer-responsibility-and-the-impact-of-online-sales.pdf>
2. Poukli, K., 2020, March. Concretizing the role of extended producer responsibility in European Union waste law and policy through the lens of the circular economy, 4. In: ERA Forum, vol. 20, pp. 491–508. Springer Berlin Heidelberg, <https://doi.org/10.1007/s12027-020-00596-9>
3. Wang, Zh., Duan, Y., & Huo, J. (2022). The impact of government intervention measures on recycling of waste electrical and electronic equipment in China considering consumer decision. *Energy Policy*, 160, 112697. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2021.112697>
4. Ahlers, J., Hemkhaus, M., Hibler, S., & Hannak, J., 2021. Analysis of Extended Producer Responsibility Schemes: Assessing the performance of selected schemes in Europe and EU countries with a focus on WEEE, waste packaging, and waste batteries. [https://erp-recycling.org/wp-content/uploads/2021/07/adelphi\\_study\\_Analysis\\_of\\_recycling\\_Schemes\\_July\\_2021.pdf](https://erp-recycling.org/wp-content/uploads/2021/07/adelphi_study_Analysis_of_recycling_Schemes_July_2021.pdf)
5. Liu, T., Cao, J., Wu, Y., Weng, Z., Senthil, R.A., Yu, L.,





2021. Exploring influencing factors of WEEE social recycling behavior: A Chinese perspective. J. Cleaner Prod. 312, 127829 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127829>.

6. Obligations of producers/importers of products subject to the extended obligation of the producer; Environmental Information and Education Center of LSI, April 18, 2022. <https://eiec.gov.ge/Ge/News/details/1871>

7. Law of Georgia "Waste Management Code", Article 9. <https://matsne.gov.ge/ka/document/download/2676416/11/ge/pdf>

8. "On the approval of the technical regulations for the management of waste oils" Decree of the Ministry of Georgia #327, May 25, 2020. <https://matsne.gov.ge/document/view/4877971?publication=0>

9. "On Approval of the Technical Regulations on the Management of Batteries and Accumulators Waste" Decree of the Ministry of Georgia #324, May 25, 2020. <https://matsne.gov.ge/document/view/4877915?publication=0>

10. "On the approval of the technical regulation on tire waste management" Decree of the Ministry of

Georgia #325, May 25, 2020. <https://matsne.gov.ge/document/view/4877932?publication=0>

11. "Regarding the approval of the technical regulation on the management of waste of electrical and electronic devices" Decree of the Ministry of Georgia #326, May 25, 2020. <https://matsne.gov.ge/document/view/4877952?publication=0>

12. "Georgian Waste Management 2016-2030 National Strategy and Waste On the approval of the national action plan for management" Georgia Drunkenness Resolution #160, April 1, 2016.

13. Brown A., Laubinger F. New Aspects of MSW: Extending producer responsibility to additional product groups, and challenges throughout the product life-cycle, OECD Environment Directorate, 2023. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/cfdc1bdc-en.pdf?expires=1702605603&id=id&accname=guest&checksum=2753CA0C9B047D5978ED891BF0E193AA>

14. OECD (2015), Creating Incentives for Greener Products: A Policy Manual for Eastern Partnership Countries, OECD Green Growth Studies, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264244542-en>

## მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება - გარემოზე უარყოფითი გემოქმედების შემცირების ინსტრუმენტი

გელა ალადაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, საქართველოს საერთაშორისო უნივერსიტეტის პროფესორი  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-2786-3346>  
ელ.ფოსტა: [gela.aladashvili@giu.edu.ge](mailto:gela.aladashvili@giu.edu.ge)

### აბსტრაქტი

გარემოსდაცვითი პოლიტიკა დღეს მრავალი გამოწვევის წინაშე დგას. ნარჩენების მართვა მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს პოლიტიკის ნარმატიულ განხორციელებას. ამის მიუხედავად, ამ მიმართულებით უამრავი პრობლემა დაგროვილი, რომელთა გადაჭრის ეფექტიანი გზების და წახალისების ფორმები ძიება მუდმივად მიმდინარეობს. მიუხედავად იმისა, რომ ნარჩენების ზრდის საპასუხო ბევრმა მთავრობამ შეიმუშავა პოლიტიკა, დღეისათვის მაინც გამოწვევად რჩება ახალი ინსტრუმენტების მოძიების და გამოყენების საკითხი. მათ შორისაა ზოგიერთი პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლის უზრუნველყოფაზე მწარმოებლებისთვის პასუხისმგებლობის დაკისრება. სტატია განიხილავს მწარმოებლის გაფართოებულ ვალდებულებას, როგორც გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების ინსტრუმენტს, რომლის მეშვეობით მწარმოებლები იღებენ მნიშვნელოვან ფინანსურ და ფიზიკურ პასუხისმგებლობას მომხმარებლის შემდგომ ნივთების დამუშავების ან განკარგვისთვის. ნაშრომი განიხილავს საქართველოში მიღებული დადგენილებები, რომელიც განსაზღვრავს ნარჩენი ნივთების, საბურავების ნარჩენების, ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობების; ბატარეებისა და აკუმულატორების ნარჩენების მართვის რეგლამენტებს და სამიზნე ნიშნულებს. ყურადღება გამახვილებულია მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულების ფარგლებში ორგანიზაციულ და ფინანსურ ბერკეტებზე.

**საკვანძო სიტყვები:** მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება (მგვ), საქართველოს მგვ-ის რეგლამენტები.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი



### შსსაპალი

გარემოსდაცვითი პოლიტიკა დღეს მრავალი გამოწვევის წინაშე დგას. ნარჩენების მართვა მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს პოლიტიკის ნარმატიულ განხორციელებას. ამის მიუხედავად, ამ მიმართულებით უამრავი პრობლემა დაგროვილი, რომელთა გადაჭრის ეფექტიანი გზების და ნახალისების ფორმები ძიება მუდმივად მიმდინარეობს. მიუხედავად იმისა, რომ ნარჩენების ზრდის საპასუხოდ ბევრმა მთავრობამ შეიმუშავა პოლიტიკა, დღეისათვის მაინც გამოწვევად რჩება ახალი ინსტრუმენტების მოძიების და გამოყენების საკითხი. მათ შორისაა ზოგიერთი პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლის უზრუნველყოფაზე მწარმოებლებისთვის პასუხისმგებლობის დაკისრება.

მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება (მგვ) არის პოლიტიკის ინსტრუმენტი, რომელშიც მწარმოებლები იღებენ მნიშვნელოვან ფინანსურ დამატებით პასუხისმგებლობას მომხმარებლის შემდგომ ნივთების დაშვებების ან განკარგვისთვის. ასეთი მოვალეობის დაკისრებამ შეიძლება ხელი შეუწყოს ნარჩენების წყაროს შემცირებას, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის განვითარებას და სამოქალაქო გადაწყვეტილებისა და მასალების მართვის მიზნების მიღწევას.

განვითარებულ ქვეყნებში რიგი პროდუქტები ტრადიციულად მოქცეულია მგვ-ის სქემებში, როგორცაა ელექტროსაქონელი და ელექტრონული მოწყობილობები, პლასტმასის პროდუქტები, საბურავები და სხვ. დღეისათვის ამ ქვეყნებში უკვე დანერგულია დებატები მგვ-ის სქემებში მწარმოებლის პასუხისმგებლობის დამატებით გაფართოებაზე და ცდილობენ ამ სქემებით დაფარონ მიკროდამბინძურებები, რომლებიც გამოიყოფა გამოყენების ფაზაში ტექსტილებისა და საბურავებისგან; მუნიციპალური ჩამდინარე წყლების გამწმენდი ნაგებობების განახლება; ნივთები, რომლებიც ხშირად ექსპორტირებულია, როგორც მეორადი საქონელი სხვა ბაზრებზე გაფართოებული გამოყენებისთვის, რომლებიც შემდეგ სცილდება შიდა ბაზრებზე მწარმოებლის ტრადიციული პასუხისმგებლობის ფარგლებს, როგორცაა ტექსტილი, ავტომობილები და ელექტრონული და ელექტრო მოწყობილობები.

სხვა გამოწვევები უკავშირდება მგვ-ის საფასურის განაკვეთების მეთოდოლოგის ჩამოყალიბებას, მგვ საფასურის გადახდას, „მწარმოებლის“ განსაზღვრას, პროდუქტის დაკალირებას, სხვადასხვა სასაქონლო ჯგუფისთვის გამჭვირვალე და

სამართლიანი ფინანსური პასუხისმგებლობების დადგენას, მონაცემთა შეზღუდული ხელმისაწვდომობის გამო მწარმოებლის პასუხისმგებლობის მკაფიო განიხილებასა და აღსრულებას და სხვა.

2020 წელს საქართველოში ნარჩენი ზეთების, საბურავების ნარჩენების, ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობების; ბატარეებისა და აკუმულატორების ნარჩენების მართვის შესახებ რეგლამენტების განსაზღვრა მნიშვნელოვანი ნაბიჯია, რადგან მგვ-ის სქემები გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების რეალურ ინსტრუმენტებს მოიცავს რომლებიც ხელს უწყობენ ნარჩენების შემცირებას და, საბოლოოდ, გარემოსდაცვითი პოლიტიკის მიზნების მიღწევას ზეუნების ნაკლები ზიანი. ნაშრომი იმ ბერეკეტებზე გამახვილებული ყურადღება, რომელიც ამ მიზნების მიღწევას უწყობს ხელს და განისაზღვრება მწარმოებლის გაფართოებული პასუხისმგებლობის რეგულაციების შემოღებისას. ამასთან, შენაწილი და გაანალიზებულია საქართველოს სამიზნე ნიშნულები.

### ძირითადი ტექსტი

მგვ სქემების ორი ძირითადი მიზანი აქვს. პირველი რიგში, მათ შეუძლიათ ხელი შეუწყონ გადაშვებების მაჩვენებლების გაზრდას ნარჩენების მართვის ინიციატივებისთვის ხელმისაწვდომი თანხის დამატებით მათ მიერ შექმნილ შემოსავლებთან ერთად. მეორე, მგვ პროგრამებს შეუძლიათ გააუმჯობესონ პროდუქტის დიზაინი, რაც მნიშვნელოვანი ნაბიჯია უფრო მეტად ნოიული ეკონომიკის შესაქმნელად.

პროდუქტის მწარმოებლების მგვ პროგრამები, რომლებიც პასუხისმგებელნი არიან პროდუქტის სასარგებლო სასიცოცხლო ციკლის ბოლოს ხარჯების განარჩენებაზე, მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი მწარმოებლისთვის პოლიტიკისთვის. ამჟამად განვითარებულ ქვეყნებში გამოიყენება დაახლოებით 400 მგვ პროგრამა, რომელთა უმრავლესობა მიმართულია ბატარეებზე, საბურავებზე, მჭვთავზე და ელექტრონულ და ელექტრო მოწყობილობებზე [1]. მგვ პროგრამების განსახორციელებლად საკმარისი არ არის მხოლოდ რეგულაციების შემუშავება. გარემოსდაცვითი ღონისძიებების ეფექტიანობის გასაზრდელად აუცილებელია ყველა მხარის ჩართვა, მათ შორის მწარმოებლების, ეროვნული ხელისუფლების, მომხმარებლების და მოქალაქეების, ადგილობრივი ხელისუფლების, ნარჩენების მართვის კომპანიების და სამრეწველო გადამამუშავებლების [2]. ამა თუ იმ ინდუსტრიაში ჩართული მოთამაშეების ეფექტიანი ორგანიზაცია მგვ

THE NEW ECONOMIST / სახარეო ეკონომიკა



სქემების წარმატების გადამწყვეტი კომპონენტია. ზოგიერთი ქვეყანა ახლა აწესებს მწარმოებლის გაფართოებულ პასუხისმგებლობას, თუმცა ზოგადად ყველა მათგანი ხდება გამოწვევებს რეგულაციების აღსრულების სტიმულირების კუთხით. რეგულაციების შემოღებასთან ერთად, სხვადასხვა ქვეყნები დანერგვით პრაქტიკაში აჩვენა, რომ სათანადოდ უნდა განისაზღვროს ხელისუფლების ჩარევის მექანიზმი. ჩინეთის მაგალითის შესწავლის მექანიზმები აღნიშნავენ, რომ მთავრობამ თავი უნდა აარიდოს გარემოებებს, რომლებიც შეუძლებელს გახდის ნამახალისებელი ზომების შენარჩუნებას ნამახალისებელი ზომების შექმნისას. გარდა ამისა, მაშინაც კი, თუ მთავრობას ჯერ კიდევ შეუძლია ნახალისების შეთავაზება, ის უნდა დააკვირდეს შესაბამისობას და დაანსოს სანქციები დარღვევებისთვის. მთავრობამ არ უნდა გამოიყენოს ნახალისება არასაკმარისი რეგულაციის ასანაზღაურებლად. შემგროვებლებმა და გადამამუშავებლებმა შეიძლება გადაწყვიტონ არ მიიღონ მონაწილეობა უფრო მაღალი ჯილდოს მისაღებად, როდესაც მთავრობა არ ახორციელებს მკაცრ ზედამხედველობას, რაც გავლენას ახდენს სტიმულირების სისტემების სოციალურ შედეგებზე. შეუძლებელია ყველა დაინტერესებული მხარის ჩართულობის მდგრადი სტრატეგიის შემუშავება, როდესაც სოციალური სარგებელი ნულზე ნაკლებია [3].

მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულების შესრულებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სხვადასხვა ფაქტორი. მკვლევრები მიუთითებენ, რომ მგვ სქემის ფარგლებში სტიმულირების დიზაინი გადამწყვეტია [4; 5].

ინდუსტრიული ქვეყნების გამოცდილების მიხედვით, ზოგიერთი პროდუქტზე დაფუძნებული ეკონომიკური ინსტრუმენტი უფრო ეფექტურია, ვიდრე სხვა ღონისძიებები. ასეთს განეკუთვნება: გადასახადები საავტომობილო სანჯავზე, სხვა ენერგეტიკულ პროდუქტებზე და ავტომობილებზე. ისინი ერთად შეადგენენ ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნებში გარემოსდაცვითი გადასახადებიდან მიღებული მთელი შემოსავლის 90%-ზე მეტს; გადასახადები, დემოზიტების დაბრუნების სისტემები და მგვ, რომელიც გამოიყენება შესაფუთ პროდუქტებსა და მასალებზე; გადასახადები, დემოზიტების დაბრუნების სისტემები და მგვ, რომლებიც ვრცელდება იმ პროდუქტებზე, რომლებიც წარმოქმნიან სახიფათო ნარჩენებს, როგორცაა ბატარეები, გამოყენებული

საავტომობილო ზეთები, პესტიციდები, სასუქები და გარკვეული ელექტრო და ელექტრონული საკონსელი. [5]

საქართველოში რიგი ნაბიჯები გადაიდა მგვის დანერგვის მიმართულებით. უპირველეს ყოვლისა, ეს ეხება მწარმოებლის გაფართოების ვალდებულებას დაქვემდებარებული პროდუქტის მწარმოებელსა და იმპორტიორებს, რომელთაც შესაბამისი რეგისტრაცია უნდა გაიაროს, ხოლო 2022 წლის პირველი ივლისიდან შესაბამის ვალდებულებას დაქვემდებარებული პროდუქტის დისტრიბუტორები ბაზარზე ვერ განათავსებენ იმ მწარმოებლებს, მიერ მოწოდებული პროდუქტებს, რომლებიც არ არიან რეგისტრირებული მგვის რეესტრში და არ არიან მგვის ორგანიზაციის წევრები.

მწარმოებელი ვალდებულია შექმნას მგვ ორგანიზაცია ინდივიდუალურად ან კოლექტიურად იმის გათვალისწინებით, რომ ინდივიდუალური მგვ ორგანიზაციის მქონე მწარმოებლის ან კოლექტიური მგვ ორგანიზაციის წევრი მწარმოებლების (ჯამურად) ბაზრის წილი უნდა შეადგენდეს მთლიანი ბაზრის არანაკლებ 10%-ს. მგვ-ს ქვემდებარება: ბატარეები და აკუმულატორები, საბურავები, ელექტრო და ელექტრონიკის მოწყობილობები და ზეთები. მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულების დანერგვის მიზნით საქართველოს მთავრობის მიერ 2020 წლის 25 მაისს მიღებული იქნა 4 ტექნიკური რეგლამენტი (ნარჩენი ზეთების მართვის შესახებ; საბურავების ნარჩენების მართვის შესახებ; ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობების ნარჩენების მართვის შესახებ; ბატარეებისა და აკუმულატორების ნარჩენების მართვის შესახებ) [6].

საქართველოს „ნარჩენების მართვის“ კოდექსის“ განმარტებით - ისეთი პროდუქტის მწარმოებელმა, რომელიც შემდგომ სპეციფიკური ნარჩენი ხდება და ამ პროდუქტის ბაზარზე განმთავსებელმა, უნდა იზრუნოს პროდუქტისთვის იმგვარი ფორმის მიცემაზე, რომლითაც უზრუნველყოფილი იქნება: გარემოზე უარყოფითი გავლენის შემცირება, აგრეთვე ნარჩენების ნარმოქმნის შემცირება პროდუქტის ნარმოების პროცესში და შემდგომი გამოყენების შედეგად პროდუქტისგან ნარმოქმნილი ნარჩენების აღდგენა და განათავსება. ამასთან, ისინი ვალდებული არიან უზრუნველყონ პროდუქტისგან ნარმოქმნილი ნარჩენების სეპარირებული შეგროვება, ტრანსპორტირება, აღდგენა (მათ შორის, რეციკლირება) და გაანადგურების უსაფრთხო განთავსება [7].





ცხრილი 1. საქართველოში ნარჩენი ზეთების აღდგენისა და რეგენერაციის მიზნობრივი მაჩვენებლები [8].

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
აღდგენა	15%	18%	23%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	50%
ენერჯის აღდგენა	7%	9%	10%	12%	15%	17%	20%	23%	25%	25%
რეგენერაცია	8%	9%	10%	13%	15%	18%	20%	22%	25%	25%

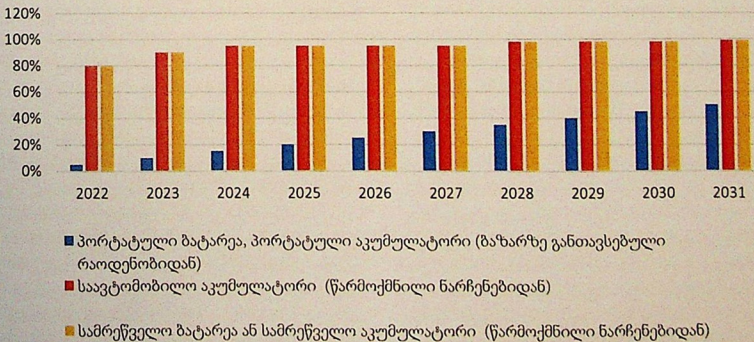
„ნარჩენი ზეთების მართვის შესახებ“ ტექნიკური რეგლამენტი ნარჩენი ზეთების მართვასთან დაკავშირებული მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულებისა და აღნიშნული ნარჩენების მართვის ნებსებს განსაზღვრავს და ეხება ზეთების და ნარჩენი ზეთების სასიცოცხლო ციკლში ჩართულ მწარმოებლებს, დისტრიბუტორებს, შეგროვების პუნქტებს და ცენტრებს, შემგროვებლებს, რეგენერაციის ან სხვა სახის დამუშავების განმასხვრცილებლებს, რათა ეს პროცესი ადამიანის ჯანმრთელობისთვის საფრთხის შექმნისა და გარემოსთვის ზიანის მიყენების გარეშე განხორციელდეს [8]. აღსანიშნავია, რომ თუ დღეისათვის ნარჩენი ზეთების აღდგენის მაჩვენებელი 18%-ია, ენერჯის აღდგენის - 10% და რეგენერაციის - 10%, 2030 წლისთვის შესაბამისი სამიზნე მაჩვენებლებია 50%, 25% და 25% (ცხრილი 1).

ბატარებისა და აკუმულატორების ნარჩენების ნარმოქმნის პრევენცია, ხელახალი გამოყენების, რეციკლირების ან სხვაგვარად აღდგენისა და ასეთი ნარჩენის განთავსების შემცირების უზრუნველყოფა აქვს გამოიწველი „ბატარებისა და აკუმულატორების ნარჩენების მართვის შესახებ“ საქართველოს მთავრობის დადგენილებას.

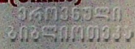
„საქართველოს მთავრობის დადგენილებას. აღსანიშნავია, რომ ეს ტექნიკური რეგლამენტი ეხება მწარმოებლებებისა და დისტრიბუტორების ვალდებულებების განსაზღვრასთან ერთად (მაგალითად, ეტიკეტირება, დამუშავება და რეციკლირება და სხვა), მომხმარებელთა ინფორმირებულობის აუცილებლობას, რომელიც, თავის მხრივ, ამ მიზნების მისაღწევად მასტიმულირებელი ღონისძიებების შესახებაც იძლევა ინფორმაციას. მაგალითად, დისტრიბუტორები ვალდებული არიან მომხმარებელს მიანოდონ ინფორმაცია ნარჩენი პორტატული ბატარების ან აკუმულატორების მათი შექმნის ადგილზე უსასყიდლოდ (მომხმარებელი ჩაბარებისთვის საფასურს არ იხდის) ჩაბარების შესაძლებლობის შესახებ. 2031 წლისთვის დაგეგმილია ბაზარზე განთავსებული პორტატული ბატარებისა და პორტატული აკუმულატორების ნახევრის შეგროვება იყოს უზრუნველყოფილი, ხოლო საავტომობილო და აკუმულატორების, სამრეწველო ბატარების და სამრეწველო აკუმულატორების ნარმოქმნილი ნარჩენები თითქმის მთლიანად შეგროვდეს (ნახ. 1). რაც შეეხება გადამამუშავებას,

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი

ნახ. 1. საქართველოში ბატარებისა და აკუმულატორების შეგროვების მიზნობრივი მაჩვენებლები წლების მიხედვით [9].







ცხრილი 2. საქართველოში ბაზარზე განთავსებული საბურავების აღდგენისა და რეციკლირების მიზნობრივი მაჩვენებლები [10]

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
აღდგენა	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%
ენერჯის აღდგენა	10%	12%	15%	18%	20%	23%	25%	27%	30%	32%
რეციკლირება პროტექტორის აღდგენა	10%	13%	15%	17%	20%	22%	25%	28%	30%	33%

2030-31 წლებისთვის ტყვია მჭავა ბატრების და აკუმულატორების ნარჩენების რეციკლირება მი- აღწევს 65%-ს, ნიკელის და კადმიუმის ბატრების და აკუმულატორების ნარჩენების - 75%-ს და სხვა ბატრების და აკუმულატორების ნარჩენების ნა- ხევარი რეციკლირდება [9].

საქართველოში სატრანსპორტო საშუალებების და განსაკუთრებით ავტომობილების რაოდენობის ზრდასთან ერთად განსაკუთრებულ გამოწვევად იქცა საბურავების ნარჩენების მენეჯმენტი. საქარ- თველოს მთავრობის შესაბამისი დადგენილების მიზანია საბურავების ნარჩენების ნარმოქმნის პრევენცია, ხელახალი გამოყენების, რეციკლირე- ბის ან სხვაგვარად აღდგენისა და ასეთი ნარჩენის განთავსების შემცირების უზრუნველყოფა. მგე მწარმოებლის პასუხისმგებლობას მოიცავს გარე- მოსდაცითი მიდგომის საფუძველზე, რაც საკუთარ პროდუქტზე პასუხისმგებლობის აღებას გულისხ- მობს ამ პროდუქტის მოხმარების შემდგომ ეტაპ- ზეც - სრული სასიცოცხლო ციკლის განმავლობაში. შემუშავებულია გარკვეული სამიზნე მაჩვენებლე- ბი, რომლებიც ეტაპობრივი დაფარვით 2031 წლამ- დე მოიცავს ბაზარზე განთავსებული საბურავების აღდგენას 65%-მდე, ენერჯის აღდგენას - 32%-მდე და რეციკლირებით პროტექტორის აღდგენას 33%- მდე (ცხრილი 2) [10].

ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობე- ბის ნარჩენების გლობალური ზრდის საპასუხოდ არაერთ ქვეყანაში შექმნილია მწარმოებლის გა- ფართოებული ვალდებულების სქემები. მათ შორის საქართველოში მიღებული დადგენილება აღნიშ- ნული პროდუქტების სრული ციკლის მართვას ემ- სახურება და ერთი ან ერთზე მეტი მწარმოებლის მიერ მგე-ის ორგანიზაციის ვალდებულებებს და განსაზღვრავს, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ამ პროდუქტებისგან ნარმოქმნილი ნარჩენების სეპარირებული შეგროვება, ტრანსპორტირება და განაწილის ობიექტზე, აღდგენის და მათ შორის რეციკლირების მიზნით. სეპარირებული შეგროვე-

ბის მინიმალურ მაჩვენებლებად განსაზღვრულია 2024-დან 2031 წლისთვის შემდეგი სამიზნე მაჩვე- ნებლების მიღწევა შესაბამისად: თოგამცველი ტექნიკა - 30%-დან 60%-მდე; ეკრანები, მონიტორე- ბი და 100 სმ<sup>2</sup>-ზე მეტი ფართობის მქონე ეკრანების შემცველი ტექნიკა - 7%-დან 20%-მდე; ნათურები 24%-დან - 80%-მდე; მსხვილი ტექნიკა - 40%-დან 85%-მდე; მცირე ზომის ტექნიკა - 7%-დან 20%- მდე; მცირე ზომის საინფორმაციო და სატელეკო- მუნიკაციო მოწყობილობები - 7%-დან 19%-მდე [11]. ასევე, განსაზღვრულია რიგი მაჩვენებლების მიღწევა ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილო- ბების აღდგენისა და ხელახალი გამოყენებისთვის (ცხრილი 3).

სამიზნე მაჩვენებლები შეესაბამება (და გამომ- დინარეობს) საქართველოს ნარჩენების მართვის 2016-2030 წლების ეროვნული სტრატეგიიდან, სადაც აღნიშნულია, რომ ფინანსური მხარე სტრა- ტეგიის განხორციელებისათვის ძალიან მნიშვნე- ლოვანი ასპექტია. ნარჩენების მართვასთან და- კავშირებული მიზნებისა და ამოცანების მიღწევა საკმაოდ ძვირადღირებულია. თუმცა, სარგებელი, რომელიც მიიღება ნარჩენების სწორი მართვით და შესაბამისად, ადამიანის ჯანმრთელობას და გარემოზე მიყენებული ზიანის თავიდან აცილე- ბით, ასევე, მისი როგორც რესურსად გამოყენე- ბის პრაქტიკის დანერგვით, გაცილებით დიდია გრძელვადიან პერსპექტივაში [12]. ცხადია, სა- ერთო სარგებელი მეტად ღირებულია და მიზნე- ბის მიღწევის რეალური საშუალებებიც სწორად უნდა იყოს გათვლილი. როგორც საქართველო- ში, ისე განვითარებულ ქვეყნებში მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის ბოლომდე მწარმოებელს აკისრებს ვალდებულებას და ეყრდნობა პრინ- ციპს - „დამზინძურებელი იხისს“, რაც პირველ რიგში მენეჯმენტის ფინანსურ პასუხისმგებლო- ბას გულისხმობს. გარდა ამისა, ზოგიერთ მგე-ის პროგრამა მწარმოებელს აკისრებს პასუხისმგებ-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





ცხრილი 3. საქართველოში შეგროვებული ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობების ნარჩენების ხელახალი გამოყენებისათვის მომზადების, აღდგენისა და რეციკლირების მინიმალური მიზნობრივი მაჩვენებლები [11]

კატეგორიები		2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
თბოგამცველი ტექნიკა	აღდგენა	51%	56%	61%	66%	72%	76%	80%	83%	87%	85%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	50%	55%	60%	65%	70%	72%	74%	76%	78%	80%
ეკრანები, მონიტორები და 100 სმ2-ზე მეტი ფართობის მქონე ეკრანების შემცველი ტექნიკა	აღდგენა	12%	20%	25%	30%	35%	45%	55%	65%	75%	80%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	10%	15%	20%	25%	30%	40%	50%	60%	65%	70%
ნათურები	აღდგენა	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
მსხვილი ტექნიკა (გარე ზომა 50 სმ-ზე მეტი)	აღდგენა	58%	62%	67%	72%	75%	78%	80%	82%	84%	85%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	55%	60%	65%	70%	72%	74%	76%	78%	79%	80%
მცირე ზომის ტექნიკა (გარე ზომა 50 სმ-ზე ნაკლები)	აღდგენა	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	55%	65%	75%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%
მცირე ზომის საინფორმაციო და სატელეკომუნიკაციო მოწყობილობები (გარე ზომა 50 სმ-ზე ნაკლები)	აღდგენა	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	55%	65%	75%
	ხელახალი გამოყენება და რეციკლირება	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%

ლობას ორგანიზაციული შესაძლებლობებიდან გამომდინარე, რაც ეფექტიანი გადაწყვეტილებების მიღებას ნიშნავს სპეციალიზებული ცოდნისა და მინორების ჯგუფის ქსელის გამოყენებით; მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს შეგროვებისა და მასალის აღდგენის უფრო ეფექტიანი ორგანიზება ან პროდუქტის დიზაინის შეცვლა გარკვეული გავლენების შემცირებისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ ორგანიზაციულთან შედარებით ფინანსური ინსტრუმენტების გავლენა უფრო ნათელია, მაინც დებატები მიდის იმის თაობაზე, მიზნობრივი გადასახადების დაკისრება უმჯობესი თუ შემოსავლების გენერირების სხვა გზა. მაინც უნდა აღინიშნოს, რომ იმ შემთხვევაშიც კი, როცა მწარმოებლებს შეუძლიათ ფინანსური წვლილი შეიტანონ კვლევისა და განვითარებაში ან ნარჩენების მართვის შესაბამისი ინფრასტრუქტურის

მშენებლობაში, არ უნდა ითქვას უარი მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულების არსებობაზე, განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში, სადაც მცვე შეიძლება წარმოადგენდეს ნარჩენების მართვის მიმზიდველ გადაწყვეტას [13].

საქართველოში მიღებული რეგლამენტები გარკვეულ ფინანსურ მიდგომებს განსაზღვრავს, რომელთაგან მდგრადი ფინანსური საფუძვლის შექმნა ნარჩენების სეპარირებული შეგროვებისა და მართვის ხარჯების ასანაზღაურებლად მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულების ორგანიზაციის ეკისრება, ის ამავე დროს ვალდებულია შექმნას თვითმონიტორინგის სრულყოფილი მექანიზმი და მათ შორის უზრუნველყოს დამოუკიდებელი აუდიტის ჩატარება ორგანიზაციის ფინანსური მართვის შესაფასებლად; ხოლო სარეზერვო ფონდის შექმნა უფლებამოსილებას განეკუთვნება, რეციკლირება-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





დი მასალების უარყოფითი საბაზრო ფასის კომპენსაციის და სხვა გაუთვალისწინებელი ხარჯის დასაფარად.

### დასკვნები და რეკომენდაციები

განვიტრებულ ქვეყნებში მკვ ფართოდ გამოყენება როგორც გარემოსდაცვითი პოლიტიკის ინსტრუმენტი და მწარმოებლებს ეკისრება პასუხისმგებლობა პროდუქტების სასიცოცხლო ციკლის შემდგომ სამომხმარებლო ეტაპზე. დღეისათვის მკვ-ის სქემების დანერგვა, როგორც გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების გზა, ყველაზე ხშირად გამოიყენება ელექტრონიკის, შეფუთვის, მანქანების და საბურავების სექტორებში. რიგმა ღონისძიებებმა გამოიწვია ნარჩენების ცალკე შეგროვების და მასალების აღდგენის მაჩვენებლების გაზრდა, მაგრამ მკვ-ის პოლიტიკური ინსტრუმენტის უმნიშვნელოვანესი შედეგია პროდუქციის ვადის ბოლოს მართვის ხარჯების გადატანა საჯარო სექტორიდან მწარმოებლებსა და მოხმარებლებზე, რომელიც უფრო ეფექტიანად მუშაობს გარემოზე ზეგავლენის შესამცირებლად. მწარმოებლებზე გადატანილი პასუხისმგებლობის რეგლამენტს ანესებს „მწარმოებლის გავართოებული ვალდებულება“, რომლის უმთავრესი ბერკეტი ფინანსურია. თეორიულ კვლევებში აღნიშნულია ორგანიზაციული შესაძლებლობების გამოყენების თაობაზეც, მაგრამ დღეისათვის არსებული პრაქტიკა ფინანსური ინსტრუმენტების გამოყენების უპირატესობაზე მიუთითებს.

საქართველოში მიღებული რეგლამენტები ნარჩენი ზეთების, საბურავების ნარჩენების, ელექტრო და ელექტრონული მოწყობილობების; ბატარეებისა და აკუმულატორების ნარჩენების მართვის შესახებ ასევე განსაზღვრავს ფინანსურ მიდგომებს, მაგრამ მიღებულმა მცირე დროის ვადის გამომწვევების ნიშნულების მიღწევაში მათი წვლილის სათანადო შეფასება არ არის შესაძლებელი. რიგი ღონისძიებების გაზიარება დასახული მიზნების მიღწევის შეუწყობს ხელს:

- მკვ სისტემებმა უნდა წაახალისოს ინოვაცია, მკაფიოდ განსაზღვროს დანატრეცებული მხარეების როლები, აირჩიოს ადაპტირებადი პოლიტიკის ინსტრუმენტები კონკრეტული პროდუქტისა და ნარჩენების ნაკადისთვის, გააუმჯობესოს კომუნიკაცია პროდუქტის ჯაჭვის მასშტაბით, მათ შორის კომუნიკაციის სტრატეგია უნდა მოიცავდეს დანატრეცებულ მხარეთა კონსულტაციას

(ადგილობრივი მთავრობების ჩათვლით), განხორცილოს როგორც ნებაყოფლობითი, ისე სავალდებულო მიდგომები.

- პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის ბოლოს ხარჯების უკეთესი ინტერნალიზებისა და მკაცრი აღსრულების შედეგი იქნება უფრო ძლიერი სტიმულის მიმცემი პროდუქტისა და შეფუთვის ეკო-დინამიკის გაუმჯობესებისთვის. მნიშვნელოვანია გადასახადების დანესება იმ დონეზე, რომელიც ფარავს ყველა ხარჯს, რომელიც დაკავშირებულია მკვ-ით დაფარული ნივთების ვადის გასვლის შეწყვეტვითა.

- მიუხედავად იმისა, რომ იდეალური იქნებოდა მწარმოებლის პასუხისმგებლობის დანერგვა ინდივიდუალური მწარმოებლების დონეზე, მკვ სისტემების უმეტესობა იყენებს მწარმოებლის კოლექტიურ პასუხისმგებლობას, რაც ამცირებს ეკო-დინამიკის სტიმულს. შედეგად, მწარმოებლების საფასური, თუ ეს შესაძლებელია, უფრო მჭიდროდ უნდა იყოს დაკავშირებული მათი პროდუქციის სიცოცხლის ბოლომდე მოვლის რეალურ ხარჯებთან.

- მნიშვნელოვანია ღირებულების განაწილების რეკონსტრუქციის შესახებ ცოდნის დონის ამაღლება, მოედესაც გადაამუშავებს ტექნოლოგიების ეფექტიანობა და პროდუქტის გადამუშავება შემცველად ითვლება. კოლექტიურ სისტემებში შესაძლებელია ამ ორმაგი მიზნის ერთდროულად მიღწევა.

- სასურველია მწარმოებლის ანგარიშვალდებულება ინტეგრირებული იყოს მის ოპერატიულ თავისუფლებასთან, რათა არ გახდეს არაეფექტიანობის მიზეზი.

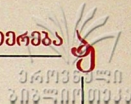
- გასათვალისწინებელია, რომ უკან დაბრუნების მიზნები და მწარმოებლების საფასური შეუგროვებელი ნარჩენების ფრაქციებისთვის გაერთიანდეს მასალების მდგარი მართვის ხელშეწყობისთვის.

- მკვ-ის წარმატებული განხორციელებისა და მდგრადობისთვის სოციალური ქსელების ფართოდ გამოყენება ანალიზის ინსტრუმენტად გარდაუვალია [14].

- დანატრეცებული მხარეების ქცევის შესწავლასთან ერთად მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი ინტერვენციის ღონისძიებების გავლენის შესწავლა; სასარგებლო იქნება შეგროვებასა და გადამუშავებაში მონაწილეობის მიღებასთან დაკავშირებით დანატრეცებული მხარეების სურვილის გამოვლენა და საჭირო ინფორმაციის მიწოდება, მათ შორის სოციალური ქსელების საშუალებით.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





## ECO-LABELING AND IT'S IMPORTANCE IN GREEN TRANSFORMATION

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 17, 2023  
Published: December 20, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-41



**Guguli Zarnadze,**  
Doctor of Business Administration,  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2051-8037>  
E-mail: [gulsunda46@yahoo.com](mailto:gulsunda46@yahoo.com)

### ABSTRACT

*Eco-labeling and certification programs are popular in many countries to achieve environmental goals. Ecolabeling is considered one of the replacement tools for traditional policies. However, its role is gradually increasing, and it is considered an effective means to achieve the goals of green transformation. Many members of society may be interested in the production and consumption of environmentally friendly products; therefore, their stimulation is of great importance. Globally, environmental policies and regulatory measures are converging, driven by increasing opportunities for information dissemination. Despite the different levels of policy achievements in individual countries, familiarizing themselves with their experiences is useful for guiding effective national policies. In addition, it should be noted that the mechanism for raising awareness about eco-labeling is similar in many countries. The article aims to familiarize readers with this experience because, despite the adoption of several regulatory norms and the implementation of measures in Georgia, it is necessary to raise the interest of both consumers and producers toward ecologically clean products.*

**Keywords:** Eco-labeling; Eco-labeling schemes; Green transformation; Georgia.

### REFERENCES:

1. EU4 Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.Ge/Library/Details/7068>;
2. Law of Georgia "On Environmental Protection", Article 19. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/33340?publication=33>;
3. Order of the Minister of Environment and Natural Resources Protection of Georgia No. 3, January 15, 1999, St. Tbilisi, regarding the approval of the regulation "On Ecolabeling", Article 1. <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/48646?publication=0>;
4. About the EU Ecolabel, The EU official voluntary label for environmental excellence, [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en), December, 2023;
5. Kern, Kristine; Kissling-Näf, Ingrid; Landmann, Ute; Mauch, Corine; Löffelsend, Tina (2001): Policy convergence and policy diffusion by governmental and non-governmental institutions: An international comparison of eco-labeling systems, WZB Discussion Paper, no. FS II 01-305, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin;





6. Global Ecolabelling Network, 2022 Annual Report, GEN, 2023;

7. Environmental Labeling and Information Schemes, Policy Perspectives, OECD, Better Policies for Better Lives, 2016;

8. Gruère, G. (2013), "A Characterization of Environmental Labeling and Information Schemes (ELIS)", OECD Environment Working Paper No.62. DOI: 10.1787/5k3z11hpdgq2-en;

9. Eurobarometer, The EU Ecolabel, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3072>, December 2023;

10. Resolution No. 198 of 2013 of the Government

of Georgia "On Bioproduction" <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1978999?publication=0>;

11. Information about "Caucascert" LLC <http://caucascert.ge/ge/about-us>;

12. EU4Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.ge/Ge/Library/Details/7068>;

13. Annual Report of the Environmental Information and Education Center, 2021. <https://eiec.gov.ge/Ge/Files/ViewFile/396>;

14. EU4Environment (2021), "Environmental Labeling Guidelines in Georgia" <https://elibrary.mepa.gov.ge/Ge/Library/Details/7068>.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი

## ეკომარკირება და მისი მნიშვნელობა მსვანე ტრანსფორმაციაში

გაგული ზარნაძე,

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი

ORCID id: <https://orcid.org/0000-0003-2051-8037>

ელ. ფოსტა: [gulsunda46@yahoo.com](mailto:gulsunda46@yahoo.com)

### აბსტრაქტი

ეკომარკირებისა და სერტიფიცირების პროგრამები დიდი პოპულარობით სარგებლობს რიგ ქვეყნებში გარემოსდაცვითი მიზნების მისაღწევად. ეკომარკირებას განიხილავენ ტრადიციული პოლიტიკის ერთ-ერთ შემცველ ინსტრუმენტად, თუმცა მისი მნიშვნელობა უფრო იზრდება და ეფექტიან საშუალებად მიიჩნევა მსვანე ტრანსფორმაციის მიზნების მისაღწევად. საზოგადოების მრავალი სუბიექტი შეიძლება დაინტერესდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოებით და მოხმარებით, ამიტომ მათ სტიმულირებას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. გლობალურად შეინიშნება გარემოსდაცვითი პოლიტიკისა და მარეგულირებელი ღონისძიებების მსგავსება, რაც გამოწვეულია ინფორმაციის გავრცელების მზარდი შესაძლებლობებით. ცალკეულ ქვეყანაში პოლიტიკის მიღწევების განსხვავებული დონის მიუხედავად, მათი გამოცდილების გაცნობა სასარგებლოა შედეგიანი ეროვნული პოლიტიკის წარმართვისთვის. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეკომარკირების მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებლად მექანიზმი მსგავსია ბევრ ქვეყანაში. სტატია ამ გამოცდილების გაცნობას ისახავს მიზნად, რადგან რიგი მარეგულირებელი ნორმების მიღებისა და ღონისძიებების გატარების მიუხედავად საქართველოში საჭიროა ამაღლდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მიმართ როგორც მოხმარებელთა, ისე მწარმოებელთა ინტერესი.

**საკვანძო სიტყვები:** ეკომარკირება; ეკომარკირების სქემები; მსვანე ტრანსფორმაცია; საქართველო.

### შესავალი

ეკომარკირებისა და სერტიფიცირების პროგრამები დიდი პოპულარობით სარგებლობს რიგ ქვეყნებში გარემოსდაცვითი მიზნების მისაღწევად. მიუხედავად იმისა, რომ ეკომარკირებას განიხილვენ როგორც ერთ-ერთს ტრადიციული პოლიტიკის შემცველ ინსტრუმენტებიდან, მისი როლი თანდათან უფრო იზრდება და ეფექტიან საშუალებად მიიჩნევა მდგრადი განვითარების სტრატეგიის განხორციელებაში. სტანდარტიზაციის საერთაშორისო

ორგანიზაციის მიხედვით ეკომარკირების დანიშნულებაა „პროდუქტის ან სერვისის გარემოსდაცვითი ასპექტების შესახებ კომუნიკაციის საშუალებით მიღებული, დადამოწმებული და დაზუსტებული ინფორმაციის გზით, წახალისდეს ისეთ პროდუქტებზე მოთხოვნა და მიწოდება, რომლებიც ნაკლებად აზიანებს გარემოს. შედეგად, კი დაინწყება ბაზარზე ორიენტირებული, გარემოსდაცვითი გაუმჯობესების შუუქცევადი პროცესი“ [1].

გლობალურად შეინიშნება გარემოსდაცვითი





პოლიტიკისა და მარეგულირებელი ღონისძიებების მსგავსება, რაც გამოწვეულია ინფორმაციის გავრცელების მზარდი შესაძლებლობებით. ცალკეულ ქვეყანაში პოლიტიკის მიღწევების განსხვავებული დონის მიუხედავად, მათი გამოცდილების გაცნობა სასარგებლოა შედეგიანი ეროვნული პოლიტიკის წარმართვისთვის. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეკომარკირების მიმართულებით ცნობიერების ასამაღლებლად მექანიზმი მსგავსია ბევრ ქვეყანაში. სტატია ამ დამოკიდებულების გაცნობას ისახავს მიზნად, რადგან რეგი მარეგულირებელი ნორმების მიღებისა და ღონისძიებების გატარების მიუხედავად საქართველოში საჭიროა ამაღლდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მიმართ როგორც მომხმარებელთა, ისე მწარმოებელთა ინტერესი. ეკომარკირება ნებაყოფლობით ხასიათს ატარებს, მაგრამ იმ ქვეყნებში, სადაც გარემოსდაცვითი მიმართულებით მკაცრი სტანდარტებია, ეკომარკის მატარებელი პროდუქტები აკმაყოფილებენ გარემოზე ზემოქმედების ისეთ ასპექტებს, როგორცაა რესურსების მოხმარების შემცირება, ემისიების შეზღუდვა და ეკოსისტემებზე ზემოქმედების შემცირება. მწარმოებლები ეკოლოგიურ ფაქტორებს მეტ ყურადღებას უთმობენ პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლის განვლილობაში - ნედლეულის მოპოვებიდან წარმოებამდე, განაწილებამდე და განკარგვამდე. იზრდება რა ისეთი ყოველდღიური მოხმარება, როგორცაა საყოფაცხოვრებო საწმენდები, პირადი მოვლის საშუალებები, ქსოვილები, ქალაქის პროდუქტები და სხვა, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ეკომარკირებით უფრო მეტი ყოველდღიური პროდუქტის დაფარვას. ეკომარკა ეხმარება მომხმარებლებს მარტივად ამოიცნონ პროდუქტები, რომლებიც გარემოზე ნაკლებად უარყოფითად ზემოქმედებენ. მწარმოებლებისთვის ეკომარკირება შესაძლებელია გამოყენებული იყოს კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისთვის, იმის გათვალისწინებითაც, რომ ამგვარი მარკა მკაცრი სტანდარტის დაკმაყოფილებას ნიშნავს და მისი მოპოვება საერთაშორისო დონეზე ალიანსული (მაგალითად, EU Ecolabel), რაც მას მნიშვნელოვან სერტიფიკატად აქცევს ეკოლოგიურად შევსებული მომხმარებლებისა და ბიზნესებისთვის. აღნიშნული მიუთითებს ეკომარკირების სქემების და პროგრამების დანერგვისა და გააქტიურების მოსალოდნელ დადებით მნიშვნელობაზე, რომელმაც საერთო ჯამში ხელი უნდა შეუწყოს მწვანე ტრანსფორმაციას.

### ძირითადი ტექსტი

საქართველოს კანონით „გარემოს დაცვის შესახებ“ „ეკომარკა წარმოადგენს ნიშანს, რომელიც მიენიჭება საქართველოში წარმოებულ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მომხმარებელთა უკეთილშესრულესი და აღნიშნული პროდუქტის წარმოების სტიმულირების მიზნით [2]. ეკომარკა წარმოადგენს ნიშანს - გრაფიკულ გამოსახულებას, რომელიც მიენიჭება საქართველოში წარმოებულ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტისა და რომელიც დაიტანება საბოლოო პროდუქტის (შეფუთვის ჩათვლით) გარე, თვალსაჩინო ადგილას. ეკომარკირება ხორციელდება ნებაყოფლობით საწყისებზე. მისი მიზანია მომხმარებელთა უკეთილშესრულესი და აღნიშნული პროდუქტის წარმოების სტიმულირება. ეკომარკა ენიჭება მხოლოდ იმ პროდუქტს, რომელიც საბოლოო მოხმარებისათვის არის განსაზღვრული (და არა იმას, რომელიც გამოიყენება ნახევარფაბრიკატად წარმოების პროცესში). ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის ეკომარკას ანიჭებს გარემოს და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროსთან არსებული ეკომარკირების საუნყებთააშორისო კომისია [3].

ევროკავშირში ეკომარკა განისაზღვრება როგორც ნებაყოფლობითი გარემოსდაცვითი მარკა საქონლისა და/ან მომსახურებისთვის (ზოგადად მოხსენიებული, როგორც „პროდუქტები“). ეს პროდუქტები უნდა აკმაყოფილებდეს სპეციფიკურ კრიტერიუმებს, რომლებიც დაკავშირებულია მთლიანად გარემოზე ზემოქმედების შემცირებასთან. კრიტერიუმები დამოკიდებულია პროდუქტის ჯგუფზე. ევროკავშირის ეკომარკა რეგულირდება რეგულაციით (EC) NO 66/2010 და შეესაბამება სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ISO) განმარტებას პირველი ტიპის ეკომარკისთვის. ეს ნიშნავს, რომ ევროკავშირის ეკომარკა მიენიჭება ნებაყოფლობით საფუძველზე, მრავალ კრიტერიუმზე დაყრდნობით, დამოუკიდებელი მესამე მხარის მიერ, რათა მიუთითოს მთლიანი გარემოსდაცვითი უპირატესობა კონკრეტული პროდუქტის კატეგორიაში სასიცოცხლო ციკლის შეფასების საფუძველზე [4].

მსოფლიო ქვეყნების უმეტესობა, რომლებიც ეკომარკირების პროგრამებს ახორციელებენ, ხშირად თანამშრომლობენ ერთმანეთთან. ინფორმაციის გაცვლისა და ბენეფარკინგის საფუძველზე ისინი ქმნიან მარკირების სქემებს, რომლებიც მწვანე ტრანსფორმაციის მიზნების მიღწევასთან ერთად ურთიერთდაკავშირებასაც ემსახურება.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





არსებული სისტემების ეროვნულ ეფექტიანობასთან დაკავშირებით ქვეყნების ოთხი ჯგუფი შეიძლება გამოიყოს [5]:

- ნინამორბედთა ჯგუფი, რომლებსაც მსგავსი მარკირების სქემა აქვთ და განვითარების მსგავსი გზა გაიარეს. ამასთან, ეს ეს სქემები დიდი ხნის წინ დაინერგა (1990 წლამდე) და სისტემა უფრო ეფექტურად მუშაობს. ეს ქვეყნებია: გერმანია, კანადა, სკანდინავიური ქვეყნები და იაპონია. წარმატებები უკავშირდება პროდუქციის კატეგორიების, ლიცენზირებული კომპანიების და სერტიფიცირებული პროდუქტების რაოდენობას.

- 1990 წლის შემდეგ შემოღებული სტაბილური, მაგრამ ნაკლებად ყოვლისმომცველი მარკირების სისტემების მეორე ჯგუფი მოიცავს ძირითადად ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებს, როგორცაა ავსტრია, საფრანგეთი ან ნიდერლანდები, ისევე როგორც ზოგიერთი ახლად ინდუსტრიული ქვეყანა აზიაში.

- 1993 წელს დაიწყო აღმოსავლეთ ევროპის გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში საკუთარი სისტემების შექმნა. ამ ინიციატივების შედეგები შერეულია, პროდუქციის კატეგორიები და პროდუქციის რაოდენობა შეზღუდულია.

- მეოთხე ჯგუფში შედიან განვითარებადი ქვეყნები, რომელთა ეკონომიკების სისტემები არც თუ ისე კარგია და ვერ აკმაყოფილებს გარემოსდაცვითი პოლიტიკის საჭიროებებს.

გლობალური ეკონომიკების ქსელი [6], რომელიც 60-მდე ქვეყანას აერთიანებს და შემუშავებულია აქვს კრიტერიუმები 1500 მონიწივე დონის სტანდარტის საფუძველზე, მიუთითებს, რომ მომხმარებელთა ცნობიერება ეკონომიკების შესახებ განსხვავებულია რეგიონების მიხედვით. ამავე ორგანიზაციის მონაცემებით ჩინეთი ლიდერობს სერტიფიცირებული პროდუქტების რაოდენობით, რომელმაც 2022-2023 წლებში 1500000 შეადგინა. ზოგიერთი სხვა ქვეყნის მონაცემი ასახულია ცხრილში 1.

განვითარებულ ქვეყნებში შემუშავებულია ეკონომიკების განსხვავებული სქემები. ისინი ხასიათდება კომუნიკაციის ტიპისა და იმ სტანდარტების თავისებურებების მიხედვით, რომლებზეც ისინი დაფუძნებულია. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებში გამოიყენება სამი სახის კომუნიკაცია [7]:

პირველ კატეგორიაში შედის გარემოსდაცვითი მარკირება სერტიფიკაციის საფუძველზე. მიუხე-

დავად იმისა, რომ მარკის მოპოვებამ შეიძლება მოითხოვოს დეტალური გარემოსდაცვითი ინფორმაცია შესაბამისი ტერიტორიის შესახებ, ინფორმაცია უზრუნველყოფილია მარტივი, დაუყოვნებლივ თვალსაჩინო ფორმატში.

მეორე კატეგორია ეყრდნობა კომპლექსური ანგარიშების მეთოდებს, რომლებიც უფრო ახლო გარემოსდაცვით აუდიტთან და საჭიროებს მეტ დროს მომხმარებლებისთვის. ისინი ყურადღებას ამახვილებენ გარემოს ატრიბუტებზე, რომელთა გაზომვაც შესაძლებელია.

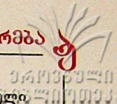
მესამე - შუალედური სქემები იძლევა გამარტივებულ ნაწილობრივ რაოდენობრივ ინფორმაციას, მაგალითად, მრავალსაფეხურიანი რეიტინგის შესახებ, რათა მიიპყრონ მომხმარებლის ყურადღება და მინც ჩართონ უფრო მონიწივე კატეგორიზაციაში, ვიდრე მარკირებაა.

სქემების განვითარებასა და ოპერირებაში ჩართული არიან მიმწოდებლებსა და მომხმარებლების მხარეები. მიმწოდებლები განსაზღვრავენ თუ რა ინფორმაცია და რა პროდუქტზე უნდა მიყრდნობს, ამასთან, რა ფორმატით და როგორ. მათ ძირითად ამოცანებს განეკუთვნება სტანდარტის ჩამოყალიბება, მისი გამოყენება შიდა და გარე პროდუქტებსა და მომსახურებებზე, განხორციელების შემოწმება ან სერტიფიცირების შედაზღვევლობა და პოპულარიზაცია. მათ შორის მოიაზრება ისეთი ეკონომიკების განხორციელება, როგორცაა გარემოსდაცვითი დეკლარაციების გამოქვეყნება, არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ სასერტიფიკატო მომსახურებების შეთავაზება და სახელმწიფო უწყებების მიერ ეროვნული პირველი ტიპის ეკონომიკების წარმოება.

ეკონომიკებისა და საინფორმაციო სისტემის მუშაობაში ჩართული არიან სხვადასხვა აქტორები - სახელმწიფო, ბიზნესი, არასამთავრობო ორგანიზაციები, მომხმარებლები. აქტიურად მუშაობს არხები B2B (ბიზნესი-ბიზნესი), B2C (ბიზნესი-მომხმარებელი), B2G (ბიზნესი-სახელმწიფო), G2C (სახელმწიფო-მომხმარებელი). მომხმარებელთა ჩართულობა განსაკუთრებულად ადვილს იკავებს საერთო აქტიულობაში (დაახლოებით 70 %). მონაწილე ინსტიტუტები თავიანთი საქმიანობით პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზეგავლენას ახდენენ მწვედ ტრანსფორმაციაზე. მათ შორის აღსანიშნავია [8]:

*მხარდამჭერი ინსტიტუტები და ასოციაციები*, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ მათი წევრების კონკრეტული სქემების პოპულარიზაციაში და მიზნების მხარდაჭერაში. მაგალითად, ასე-





ცხრილი 1. გლობალური ეკომარკირების ქსელის ზოგიერთი წევრი ქვეყნის და სერტიფიცირებული პროგრამების 2022-2023 წლის მონაცემები [6]

ქვეყანა/რეგიონი	პროგრამა	ლოგო	ვალიდური სტანდარტები	კომპანიების მონაწილეობა	სერტიფიცირებული პროდუქტები
ავსტრალია	GECA		28	100	3,000
ბრაზილია	ABNT Ecolabel Hummingbird		21	110	2,486
ჩინეთი	China Environmental Labelling		109	5,637	1,500,000
ჩინეთი	China Environmental Friendly Certification		50	240	1,200
ევროპის კავშირი	EU Ecolabel		24		89,357
გერმანია	Green Product Mark		20	20	16
გერმანია	The Blue Angel Ecolabel		100	1,700	20,000
იაპონია	Eco Mark Program		72	1,365	46,958
კორეა	Korean Ecolabel Program		165	4,289	16,609
ნიდერლანდები	On the Way to PlanetProof		4	2,800	101,097
ნორდისკული ქვეყნები	Nordic Swan Ecolabel		56	1,500	47,000
შვედეთი	TCO Certified		12	25	3,600
ჩრდილოეთ ამერიკა	Ecologo		45	243	6,362

თია ორგანული სოფლის მეურნეობის მოძრაობის საერთაშორისო ფედერაცია (IFOAM), რომელმაც მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა ორგანული სერტიფიკატების უაღრესად ფრაგმენტირებული საერთაშორისო ბაზრის ჰარმონიზაციაში; გლობალური ეკომარკირების ქსელი (GEN) არის არაკომერციული ასოციაცია, რომელიც ხელს უწყობს ISO პირველი ტიპის ეკომარკირებასა და გარემოსდაცვით პროდუქტებს 60-მდე ქვეყანაში.

ინვენტარიზაციის დანესებულებები უშუალოდ არ მონაწილეობენ სქემების შემუშავებასა და გამოყენებაში. ზოგიერთი დანესებულება შექმნილია

კომერციული და არა გარემოსდაცვითი მიზნებისთვის, თუმცა ყველა მათგანი მიზნად ისახავს გზამკვლევის მინოდებას ეკომარკირებისა და საინფორმაციო სისტემების გამრავლებისთვის. ასეთია, მაგალითად, Greener Choices - ინტერნეტ ინსტრუმენტი, რომელიც მომხმარებლებს მზარდი რაოდენობის გზამკვლევა სქემებისა და მწვანე რეცხვის შეკავებისთვის; EcoLabel Index - შემუშავებული კომპანია BigRoom-ის მიერ; გლობალური ინვენტარიზაციის ინსტიტუტი - ეკომარკირებისა და ინფორმაციის სისტემებისთვის - ELIS; ზოგიერთ საჯარო დანესებულებას შემუშავებული აქვს მო-

THE NEW ECONOMIST / სახალე მეცნიერება





ნაცემთა ბაზები საჯარო ხელმძღვანელობისთვის; საერთაშორისო საეაჭრო ცენტრს (ITC) ევბევერდ-ზე აქვს სტანდარტების რუკა, რომელიც მოიცავს დეტალური ინფორმაციას 100-ზე მეტ სტანდარტსა და ხელსაწყოზე, რაც ეხმარება ექსპორტიორებს სექტორის არჩევაში; იაპონიის გარემოსდაცვის სამინისტროს შემუშავებული აქვს გარემოსდაცვითი შესაბამისი მარკების მონაცემთა ბაზა.

**პოლიტიკის მხარდამჭერი ინსტიტუტები** ხელს უწყობენ დისკუსიას ინსტიტუციურ აქტორებს შორის და უზრუნველყოფენ ანალიტიკურ მხარდაჭერას. მაგალითად, აღნიშნულ მიზნებს ემსახურება გავრთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოსდაცვითი პროგრამა (UNEP), რომელიც დიდი ხანია ახორციელებს პროგრამას პროდუქტის მდგრადობის შესახებ საერთო პრინციპების შემუშავების, მათ შორის მარკირებისთვის. ამავე მიზნებს ემსახურება გაეროს მიერ შემუშავებული მდგრადობის ნებაყოფლობითი სტანდარტები. კვლევითი ცენტრები, მეცნიერები, კერძო პირები, საკონსულტაციო ფირმები ასევე ჩართულნი არიან ეკომარკირების და საინფორმაციო სექტორების პოლიტიკის მხარდაჭერაში.

**პლატფორმები და კონსორციუმები** აერთიანებს ეკომარკირებისა და საინფორმაციო სექტორებს კერძო მიმწოდებლებსა და პოლიტიკის მხარდამჭერ ინსტიტუტებს საერთო სანდო სტანდარტების განვითარებისა და გამოყენებისთვის. აღნიშნულს ემსახურება გლობალური ანგარიშგების ინიციატივა (GRI) 500-ზე მეტი წევრით, მათ შორის არის ბიზნესი, სამოქალაქო საზოგადოების ჯგუფები და სამთავრობო სააგენტოები.

**ჩარჩოს განმსაზღვრელი ინსტიტუტები** განსაზღვრავენ და ახორციელებენ წესებს და რეგულაციებს ეკომარკირების და საინფორმაციო სექტორების ბოროტად გამოყენების თავიდან ასაცილებლად. მაგალითად, მსოფლიო ვაჭრობის ორგანიზაცია (WTO) იყენებს შესაბამის წესებს ეკომარკირების გამოყენებისთვის და უფრო მეტად ეყრდნობა სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციას (ISO). ეროვნულ დონეზე მთელი რიგ ქვეყნებს გამოქვეყნებული აქვთ ვაშაკვლეები, რომლებიც ხელს უწყობს გარემოსდაცვით პრეტენზიების კონტროლის რეგულირებას.

ეფექტიანობის მისაღწევად მუდმივად მიმდინარეობს მუშაობა რიგ გამოწვევებზე. მაგალითად, ბევრი სექტმა ჯერ კიდევ არ ეყრდნობა პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის მიდგომებს, რადგან მისი დამონება შეიძლება ძალიან ძვირი იყოს და არ

მოიტანოს დიდი მოგება გარემოსდაცვითი გამჭვირვალობის თვალსაზრისით; ზოგიერთი სექტა იყენებს სტანდარტებს, რომლებიც დაფუძნებულია საქონლის წარმოების ფაზის ზემოქმედებაზე, საბოლოო პროდუქტის ფიზიკურ მახასიათებლებზე აუცილებლად გაეწინაურება გარემუ; დიდა შესაძლებელია აუდიტის ან გადამონშების წილი, რაც სექტორების გამჭვირვალობის პრობლემებზე მუშაობის და სხვა. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი უკავშირდება სექტორების საერთაშორისო დაფარვას. ზოგიერთი სექტა, რომელიც შექმნილია ერთ ქვეყანაში, რომლის მიზანია გამოყენებული იქნას მხოლოდ ამ ქვეყანაში გაყიდული პროდუქტებისთვის, გამოიყენება სხვა ქვეყნებში მოთხოვნის საფუძველზე ბაზრის ნებაყოფლობითი თავისთვის ან უცხოურ მთავრობების მიერ დამტკიცების გამო. სხვები ისეა შექმნილი, რომ მათი აღიარება და გამოყენება მრავალ ქვეყანაშია შესაძლებელი. მიუხედავად იმისა, რომ სექტორის უმეტესობა წარმოიშვა ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში, ზოგიერთ ქვეყანაში მათ ბაზარზე არსებული სექტორების 50%-ზე მეტი მოდის მსოფლიოს სხვა რეგიონებიდან.

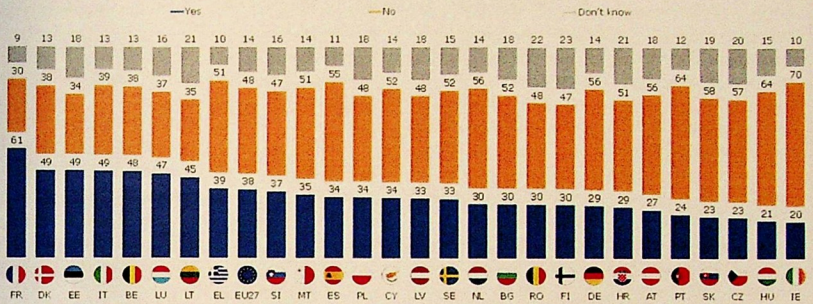
ეკომარკირებისადმი მომხმარებელთა ინტერესის ზრდის ნიშანობობა მათი ცნობიერების დონის ამაღლებაა. ევროპაროგნოსტის მონაცემებით, ევროკავშირში იზრდება მოქალაქეების ინფორმირებულობა და ნდობა ევროკავშირის ეკომარკის მიმართ; ევროკავშირის მოქალაქეების 38% ცნობს ევროკავშირის ეკომარკას; 73% ამბობს, რომ პროდუქტის გადუნა გარემოზე არის „ძალიან მნიშვნელოვანი“ ან „საკმაოდ მნიშვნელოვანი“ შესყიდვის გადაწყვეტილების მიღებისას; 60% აცხადებს, რომ მათ იყიდეს პროდუქტები სპეციალურად მათი გარემოზე დაბალი ზემოქმედების გამო, ხოლო 38% აღნიშნავს, რომ ხშირად ან ზოგჯერ ყიდულობს პროდუქტებს ევროკავშირის ეკომარკით [9] (ნახაზი 1).

საქართველოში სახელმწიფოს მხრიდან გატარებული ღონისძიებებიდან, რომლებიც ეკომარკირებას ეძღვნებოდა, აღსანიშნავია რიგი რეგულაციების შემოღება, მათ შორის საქართველოს მთავრობის 2013 წლის დადგენილება №198, „ბიონარმოების შესახებ“ [10], რომელიც განსაზღვრავს ბიომეურნეობის მართვის, ბიოპროდუქტის წარმოების, გადამუშავების, ნიშანდების, გტიკტირების, დისტრიბუციის, რეალიზაციის, ასევე, ნებაყოფლობითი სერტიფიკაციის წესსა და მასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. დადგენილების მიხედვით „ბიო“, „ეკო“, „ორგანული“ – ბიონარმოებიდან მიღებული





ნახ. 1. ევროკავშირის ქვეყნების მოქალაქეთა მიერ პასუხების გადანაწილება ევროკავშირის ეკომარკის ცნობადობის შესახებ (%) [9]



ან ბიზნარმომებასთან დაკავშირებული პროდუქტია. მე-15 მუხლი მთლიანად ეძღვნება ბიოპროდუქტის ეტიკეტირება/ნიშანდებს. სურსათი/ცხოველის საკვები მიჩნეული იქნება ბიოპროდუქტად თუ ეტიკეტზე/ ნიშანდებზე, რეკლამაში და კომერციულ დოკუმენტში, აღნიშნულია ტერმინები: „ბიოლოგიური“, „ორგანული“, „ეკოლოგიური“, „ეკოლოგიურად სუფთა“, „ბიო“, „ეკო“, მსგავს სიტყვება ნებისმიერ კომბინაცია, აბრევიატურა, სიმბოლო, სავაჭრო ნიშანი, ან/და ლოგო.

აღნიშნული დებულების მიხედვით, შესაბამისობის სერტიფიკატის გაცემის უფლება აქვს მხოლოდ სერტიფიცირებულ ორგანოს, რომელიც აკრედიტებულია აკრედიტაციის ცენტრის ან საერთაშორისო აკრედიტაციის ორგანოს მიერ. ამგვარი სერტიფიცირების ორგანო ბიოპროდუქტისათვის არის შპს კავკასიერიტი [11], რომელიც გაცემს „მწვანე კავკასიის“ მარკას. აკრედიტაციის ცენტრს არ აქვს გაცემული აკრედიტაცია სერტიფიცირების ორგანოსათვის. მწვანე კავკასიის მარკა, შექმნილია ქართული და სომხური კომპანიების მიერ (შესაბამისად, კავკასიერიტი და ეკო-გლობი) [12].

გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ (საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო) ეკომარკირების ხელშეწყობის მიმართულებით ჩატარებული ღონისძიებებიდან აღსანიშნავია ტრენინგები, რომელიც მიზნად ისახავდა ცნობიერების ამაღლებას ეკომარკირების კონცეფციის შესახებ, საქართველოში საჯარო უწყებებს, საჯარო მოხელეებსა და კერძო სექტორის წარმომადგენლებს შორის, ასევე, ინფორმირებას ეკომარკირების სისტემების გამოყენების სარგებლის

შესახებ საზოგადოებისა და ბიზნესისათვის (53 პირი) [13]; მომზადდა დოკუმენტი სახელწოდებით „ეკო-მარკირება საქართველოში“, შემუშავდა გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობის შესახებ საქართველოს კანონის ხუთი კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტის პროექტი, მომზადდა სოფლის მეურნეობაში ცოდნისა და ინფორმაციის სისტემა (AKIS), მოხდა მდგრადი საჯარო შეხვედრების ხელშეწყობის მიზნით შესაბამისი კანონქვემდებარე აქტების შემუშავება [13]; ცენტრის მხარდაჭერით მომზადდა გარემოსდაცვითი მარკირების სახელმძღვანელო საქართველოში [14]. როგორც ეს გაზაპყვევი მიუთითებს, „აღიარებულია, რომ ეკომარკირება მხოლოდ იმ შემთხვევაში წარმატებული, თუკი მისი ყველა მონაწილე ჩართულია პროცესში და თანამშრომლობს ერთმანეთთან. პროცესში ჩართული სუბიექტები არიან: სახელმწიფო, მომხმარებლები, პროგრამის ხელმძღვანელები, ინდუსტრიის წარმომადგენლები, გამყიდველები, მწარმოებლები, მომსახურების მიმწოდებლები, საერთაშორისო საზოგადოება და სხვა დაინტერესებული პირები, მაგალითად, როგორცაა, არასამთავრობო ორგანიზაციები. სახელმწიფო, ხშირად ჩართულია პირველი ტიპის ეკო-მარკირების ჩამოყალიბების პროცესში, რათა უზრუნველყოფილი იყოს მომხმარებელთა მხრიდან სანდოობა“.

**დასკვნები და რეკომენდაციები**

ეკომარკირებას როგორც პოლიტიკის ინსტრუმენტს, მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლია მწვანე ტრანსფორმაციაში. მიუხედავად იმისა, რომ მრავალ ქვეყანაში იგი ნებაყოფლობით ხასიათს





ატარებს, ამ ნიშნის მატარებელ პროდუქტებს მეტი სანდოობა აქვს. თუ გავითვალისწინებთ გარემოსდაცვითი მიმართულებით მკაცრი სტანდარტების დამცველ ქვეყნებს, ეკომარკის მატარებელი პროდუქტები აკმაყოფილებენ გარემოზე ზემოქმედების ისეთ ასპექტებს, როგორცაა რესურსების მოხმარების შემცირება, ემისიების შეზღუდვა და ეკოსისტემებზე ზემოქმედების შემცირება. მწარმოებლების ინტერესში შეიძლება იყოს ეკომარკის მეშვეობით კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება, რაც საერთაშორისო ბაზრებზე შესვლის გამარტივებასაც უწყობს ხელს.

ეკომარკირების გამართული სქემების მუშაობა მომხმარებლებს შესაძლებლობას აძლევს, ამოიცნონ პროდუქტები, რომლებიც გარემოზე ნაკლებად უარყოფითად ზემოქმედებენ.

როგორც მწარმოებელთა, ისე მომხმარებელთა ინფორმირებულობა გარემოსდაცვითი მიზნების მიღწევის წინაპირობაა. სხვადასხვა ქვეყანაში არსებული წარმატებული პროგრამებისა და სქემების გაცნობა მეტად მნიშვნელოვანია. ამგვარი სქემების

ფარგლებში ხორციელდება პროგრამები, რომლიც განვითარებასა და ოპერირებაში ჩართულია სახელმწიფო, ბიზნესი, არასამთვრობო ორგანიზაციები და მომხმარებლები. მათი ფუნქციები მოიცავს: სტანდარტის ჩამოყალიბებას, მისი გამოყენების პირობებს, განხორციელების შემოწმებას ან სერტიფიცირების ზედამხედველობას, პოპულარიზაციას და ა.შ.

საქართველოში ეკომარკირების მიმართულებით ცალკეულ სუბიექტების მიერ გატარებული ღონისძიებების საერთო შედეგების შეფასება რთულია, რადგან დღეისათვის არ არსებობს სათანადო სტატისტიკა. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იქნება მომხმარებელთა დამოკიდებულების კვლევა ეკომარკირებისადმი.

სხვადასხვა ინსტიტუტების მიერ გარემოსდაცვითი მიმართულებით განხორციელებული აქტივობების მიუხედავად საჭიროა უფრო მეტი ყურადღება მიექცეს ეკომარკირების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას და მისი პოტენციალის გამოყენებას მწვანე ტრანსფორმაციის პროცესში.





## IMPORTANT ASPECTS - WHY MONETARY POLICY DOES NOT WORK IN GEORGIA

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: December 12, 2023  
Published: December 27, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-49



**Ramaz Gerliani**

Ph.D. in Economics

Associate Professor at Black Sea International  
University

ORCID-ID-0009-0002-2478-8384

E-Mail: rgerliani@ibsu.edu.ge



**Giga Tvauri**

Vice-President of Economic Transformation  
Center, Ph.D. candidate at Business  
and Technology University

ORCID-ID:0009-0005-2470-9692

E-Mail: giga.tvauri.1@btu.edu.ge

### ABSTRACT

*Georgia is a developing economy with a gross domestic product of 72.3 billion GEL (\$26.8 billion) (Geostat 2022). Macroeconomic parameters in the country react sensitively to various issues. Due to the impact of local or foreign factors, the rate of inflation in the country was double-digit for almost 18 months (Geostat 2022), which was a great loss for the country and its population. This article presents a number of aspects of monetary policy, namely the interest rate and the inappropriate effect of monetary instruments on inflation regulation or exchange rate stabilization, which is conditioned by the overriding rational expectation and normative economic understanding. Using the "micro-macro synthesis" and analysis, the article discusses how important the incomes of citizens and the demand elasticity of the consumer basket are for the effective use of monetary instruments; budget limitation of family farms; The influence of the duration (time) of the use of monetary instruments on monetary policy and the scientific condition of "rational expectation" and "asymmetric information acquisition" by households and business entities. Discussion of the impact of non-inclusive economic growth on the effectiveness of monetary instruments is opened. Finally, we conclude from the discussion that the mentioned economic aspects should be taken into account, including microeconomic ones, when using the monetary policy tools effectively.*

**Key words:** Inflation, Monetary policy, Interest rate, Macroeconomics.





REFERENCES:

1. Silagadze,A, economic doctrines. National Academy of Sciences of Georgia. Tb., "Innovation", 2010;
2. Rainer Klump: "Economic policy, goals, instruments and institutions" (in Georgian), Tbilisi 2015;
- 3.Khidasheli.M, "General theory of international finance" 2017. <https://el.ge/uploads/2353/4239.pdf>;
4. Shamugia, E. "Double-digit inflation is one of the reasons why the population cannot perceive the benefits of economic growth" 2023;

- 5.Geostat 2022. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/26/samomkhmareblo-fasebis-indeksi-inflatia>;
- 6.Ministry of Finance of Georgia - State Debt Statistics 2023. [https://mof.ge/saxelmwifo\\_sashinao\\_valis\\_statistika](https://mof.ge/saxelmwifo_sashinao_valis_statistika);
- 7.National Bank of Georgia. 2022. <https://cutt.ly/uwLKR7zG>;
- 8.<https://cutt.ly/nwLKLTAAn>.

## მნიშვნელოვანი ასპექტები - რატომ არ მუშაობს მონეტარული პოლიტიკა საქართველოში

რამაზ გერლიანი

ეკონომიკის დოქტორი, შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის ასოციირებული პროფესორი  
ელ.ფოსტა: rgerliani@ibsu.edu.ge

გიგა თვაური

ეკონომიკური ტრანსფორმაციის ცენტრი"-ს ვიცე-პრეზიდენტი, ბიზნესის და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის დოქტორანტი  
ელ.ფოსტა: giga.tvauri.1@btu.edu.ge

### აბსტრაქტი

საქართველო განვითარებადი ეკონომიკაა, რომლის მთლიანი შიდა პროდუქტი 72.3 მილიარდ ლარს შეადგენს (\$26.8 მლრდ) (საქსტატი 2022). ქვეყანაში მაკროეკონომიკური პარამეტრები მგრძობიარედ რეაგირებს სხვადასხვა მოვლენებზე. ადგილობრივი, თუ საგარეო ფაქტორების ზემოქმედებით, ქვეყანაში ინფლაციის მაჩვენებელი 18 თვის განმავლობაში ორნიშნა იყო (საქსტატი 2022). წინამდებარე სტატიაში წარმოდგენილია რიგი ასპექტები, მონეტარული პოლიტიკის შესახებ, კერძოდ რეფინანსირების განაკვეთისა და მონეტარული ინსტრუმენტების არასათანადო ეფექტის შესახებ ინფლაციის რეგულირებაზე თუ გაცვლითი კურსის სტაბილიზაციაზე, რომელიც განპირობებულია რაციონალური მოლოდინის ზეგავლენითა და ნორმატიული ეკონომიკური ვააზრებებით. სტატიაში "მიკრო-მაკრო სინთეზის" და ანალიზის გამოყენებით, მოყვანილი მსჯელობა იმის შესახებ, თუ როდენ მნიშვნელოვანია მონეტარული ინსტრუმენტების ეფექტიანი გამოყენებისთვის, მოქალაქეების შემოსავლები და სამომხმარებლო კალათის მოთხოვნის ელასტიურობა; საოჯახო მეურნეობების საბიუჯეტო შეზღუდვა; მონეტარული ინსტრუმენტების გამოყენების ხანგრძლივობის (დროის) გავლენა მონეტარულ პოლიტიკაზე და მეცნიერული გარემოება "რაციონალური მოლოდინის" და "ასიმეტრიული ინფორმაციის მიღება" საოჯახო მეურნეობების და ბიზნეს სუბიექტების მხრიდან. გახსნილია მსჯელობა არაინკლუზიური ეკონომიკური ზრდის გავლენისა მონეტარული ინსტრუმენტების ეფექტიანობაზე. საბოლოოდ მსჯელობიდან ვასკენით, რომ მოყვანილი ეკონომიკური ასპექტები უნდა იქნეს გათვალისწინებული, მათ შორის მიკროეკონომიკურიც, მონეტარული პოლიტიკის ინსტრუმენტების ეფექტიანი გამოყენებისას.

საკვანძო სიტყვები: ინფლაცია, მონეტარული პოლიტიკა, რეფინანსირების განაკვეთი, მაკროეკონომიკა.

### შესავალი

საქართველოს მაგალითზეც, ეროვნული ბანკი ინფლაციის მკურნალობას რეფინანსირების განაკვეთით ისე, რომ ალბათ არ სურს გაიაზროს ან სულ არ გაუაღალიზებიათ შემდეგ მნიშვნელოვანი მოცემულობები:

1. მოქალაქეების შემოსავლები - ფარდობითად რაც უფრო დაბალია ქვეყანაში მოქალაქეების შე-

მოსავლები მით არაეფექტიანია რეფინანსირების განაკვეთის ზრდით (ფულის გაძვირებით) ინფლაციაზე ზეგავლენის მოხდენა.

ინფლაცია მიჩნეულია ხალხის ჯიბეებიდან ფულს მოპარვად ხელის ჩაყოფის ვარშეგააზრებული ან გაუაზრებელი შეცდომაა რეფინანსირების განაკვეთის ზრდით /მალდღონეზე შეწარჩუნებით ინფლაციის მოთოკვის მცდელობა გრძელვადიან პერიოდში. პი-

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





რიკით გრძელვადიან პერიოდში რეფინანსირების განაკვეთი ხდება მიზნობრივად ინფლაციის.

ისმის კითხვა როგორ? გავრდება ხარჯები აძვირებს შენს მიერ გასაყიდ საქონელს. მაგალითად საოჯახო მემურნეობები საქონელსა და მომსახურებას გაძვირებენ, რადგან ყოველთვიური კრედიტის გაძვირებით მიღებული დამატებითი ხარჯი დაფარონ.

მაღალი რეფინანსირების განაკვეთი - როგორ ენებს ინფლაციას ის რაც მის "ნამსადა" მიიწველი?

**ნაბიჯი 1,** როცა ხარჯები იზრდება, გაზდილი ხარჯების დასაფარად საქონლის და მომსახურების მიმწოდებლები უმატებენ ფასებს.

აქ "ჭკვიანი ხალხი" უცებ არ გუშინებს მოიყვანს თუ ფასი იზრდება მოთხოვნა შეცირდება და დარეგულირდებაო (სხვა თანაბარ პირობებში მოთხოვნა მინორდება კანონი მოქმედებს მაგრამ არა ასეთ შემთხვევაში).

- დიან ფასის ზრდაზე მოთხოვნა რეაგირებს მაგრამ ელასტიურ საქონელზე ხოლო არ ელასტიურზე (პური, ზეთი, შაქარი, მარილი, გაზი, ელ. ენერჯია და ა.შ.) ნაკლებად და საქონელის ფასი იზრდება ისე, რომ მოთხოვნა მნიშვნელოვნად არ მცირდება, ცნობისთვის ფასების ინდექსის გამოსათვლელ კალათაში არსებული საქონელი და მომსახურების უმეტესობა არა ელასტიურია.

ისე შემთხვევით დაეკვირდეთ, რომელ ჯგუფში გაეაქვს ყველაზე მეტი ინფლაცია (ფასების ზრდა)? მაღალი ფასების ზრდა შეინიშნებ აყოველთიან პირველადი მოხმარების საქონელსა და მომსახურებაზე. ამის პარალელურად არსებობს ენ. საბიუჯეტო შეზღუდვა, ანუ ჩანას ხელი არსებული ფული არაის კონკრეტული ლიმიტირებული თანხა და ამ თანხაზე მეტს ვერ ეხარჯები (თუ 600 ლარი გაქვს შენი შეტანენი პროდუქციის და მომსახურების ნაკრები ამ 600 ლარში უნდა ჩაატიო, ლოგიკურია რაც ამ გაქვს იმას ვერ ვახარჯავ).

- კრიზისის დროს მცირდება შემოსავლები ანუ საბიუჯეტო შეზღუდვა უფრო "მჭიდროვდება" (+ ნაცვლად 600 ლარის შემოსავალი გაეაქვს 580) პარალელურად ფასებიც იზრდება და ექვევი ორმავე წნეხში... შეგიძლიარა დასაბუთებ თანხა 580 ლარამდე და ფასების გაძვირდა (ანუ 580 ლარით მანამდე რასაც ყიდულობდი იმაზე 11.9% ნაკლებ საქონელს ყიდულობდი)...

- შედეგად ელასტიური საქონლის მწარმოებელ/გამყიდველები (დასვენება, ფოტოაპარატი, მანქანა, სასაბურთო და სხვა) ფასების ზრდის გამო უფრო მეტად კარგავენ კლიენტებს და სულ უფრო ნაკლებ შემოსავალს ღებულობენ, რის გამოც ზოგი მათგანი გადის ბაზრიდან (დროებით ან მუდმივად), ამ დარგში

დასაქმებულებს უმცირდებათ შემოსავლები ღირებულებიან და მცირდებათ ეკონომიკა.

**ნაბიჯი 2,** ფასების ზრდით ნაკლები საქონელი იყიდება რეალიზებიდან მიღებული შემოსავლები მცირდება, ხარჯები კი იზრდება, მათშორის რეფინანსირების განაკვეთის ზრდის გამო (კრედიტის %-ის ხარჯი იზრდება) შეცირებული რეალიზაციის გამყიდველებს გაზრდები ფასებითი პასუხობა რათა გაზრდილი ხარჯები მოექმასაზრონ. მნიშვნელობა არ აქვს ადვილობრივი საქონელია თუ იმპორტირებული უმატებენ ყველაფერს და ელოდებიან რომელიც საქონელი როგორ აიჭნას ფასის ზრდას, როგორც უკვე ზემოთ ავსენით ფასების ზრდას იტანს არა ელასტიური პროდუქტი (პური, ზეთი, შაქარი ა.შ.) და ვერ იტანს ელასტიური პროდუქტები. საბოლოოდ ეს ინდივიდუალური მიკრო შემთხვევები ქმნიან კრეფსითადმაკროსურათს და ვიღებთ მზარდ ინფლაციას.

- ერთერთი დიდი მიზეზი ინფლაციის ტენდენციისა 2019-2022 წწ საქართველოში მაღალი რეფინანსირების განაკვეთი და ფრეზონული ბანკის მიერ ფულის მასის ზრდა იკვეთება. (თითქოს ურთიერთ გამომრიცხავია მაგრამ პარადოქსული ფაქტია).

ასეთ მასს მიკრო-მაკრო სინთეზა ქვია [2]. ამაზე უნდა იმუშაოს/იფიქროს და მეცნიერული პასუხი გასცეს ეროვნულმა ბანკმა.

როგორც მონეტარული ინსტრუმენტი თუ არ მუშაობს რეფინანსირების განაკვეთი ფექტიურად ყველა ეკონომიკაში ლოგიკურია დაისცავს კითხვა - კლასიკური მიდგომაში რატომ ზრდიან რეფინანსირების განაკვეთს? ფიქრობენ რომ ამით საბოლოოდ ფულის მასაზე მოახუნენ ზეგავლენას (ეს მართლაც ასე მოკლევადიან პერიოდში). - ბანკებს გაუფიქრდათ ფული - გაძვირდა ენებას სესხები, სესხების გაძვირების გამო ნაკლებს ისებსებენ მსესხებლები/კლიენტები, ასევე ბანკები გაზრდიან სარგებელს ნორმას % (ანუ ანაბარზე მეტ %-ს გადაიხდიან) რადგან ეროვნული ბანკიდან ძვირი უჯდებათ ფული და კერძო სუბიექტებს უზრდიან სტიმულს დაზოგვისაკენ ანუ ნაკლები ხარჯვისკენ. მაჩინევა, რომ ეს ინფლაციას შეაჩვენებს მოთოკას. მაგრამ არსებობს რამოდენიმე ასპექტი:

1. საქართველოში ყურადღების მიღმა რჩებათ დრო (მოკლევადიანია ეს ინსტრუმენტი თუ გრძელვადიანიც გამოდგება) და ის, რომ მასიურად სუბიექტების შემოსავლები დაბალია და რეფინანსირებით სტიმულით დაზოგვისაკენ ინტერესს ვერ გაზრდებიან, ხოლო რაც შეეხება კრედიტ ალბას ეროვნული ბანკის რეგულაციებით შემოსავლებზე, ვისაც შეეძლო უკვე ალბებული აქვს და ეკ. კრიზისის ფონზე ახალ კრედიტზე მოთხოვნა ისედაც ნაკლება. დროისთან

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





ერთად მნიშვნელოვანია ორი მეცნიერული გარემოება "რაციონალური მოლოდინი" და "ასიმეტრიული ინფორმაციის მიღება" როგორც რეფინანსირების განაკვეთის და სახვად მონეტარული ინსტრუმენტებზე ზეგავლენ მქონე ფაქტორები. [1]

2. კრიზისის გამო შემცირდა მასიურად შემოსავლები შესაბამისად დასაზოგი ფული ფართო მოსახლეობის ფუნდს (ვისაც ინფლაცია მიმდინარეობს) არ აქვთ მითვისებულ რეფინანსირება ხარჯი გაზარდა.

3. ეკონომიკური კრიზისის დროს შემოსავლების შემცირების გამო ნაკლები საქონელი და მომსახურება რეალიზდება, ამ დროს თუნდაც ფულის მასის უცვლელად ფულსა და საქონელს/მომსახურებას შორის პროპორციები ისედაც ირღვევა (მეტია ფული და ნაკლები საქონელი) ანუ ინფლაცია მოყვება. მაგრამ ამ ფონზე ეროვნული ბანკი არათუ ამცირებს ფულის რაოდენობას (ფულის მასას) არამედ ზრდის პირდაპირ თუ ირიბად. (ფულსი მასა გაზარდოდა). [3]

4. გაძვირებული ფული (ახალ კრედიტებზე % მაღალი) ძვირი ფულით წარმოებული საქონელი და მომსახურება უფრო ძვირი ღირს.

გარდა ზემოთ ჩამოთვლილისა გავაგაძელოთ მსგავსობაში მოყვანილი მონეტარული პოლიტიკის ასპექტების ანალიზი.

II. დაკრედიტების საერთო ტვირთი (საზოგადოების რა %, რა ნაწილს აქვს კრედიტი) - რაც უფრო მაღალია პროცენტული მაჩვენებელი დაბალშემოსავლიანი საზოგადოების დაკრედიტების, მით უფრო დაბალი ეფექტი აქვს რეფინანსირების განაკვეთს ინფლაციის შემცირებაში. აღნიშნულის გამო პირიქით ინფლაციის მასტიმულირებელი მიზეზიც კი ხდება რეფინანსირების განაკვეთი.

III. ინფლაციის კალათის ელასტიურობა. - რადგან ჯამურად ადებული ინფლაციის კალათა ნაკლებად ელასტიურია (დაახლოებით 300-მდე დასახელების საქონლი/მომსახურება უმეტესობა აუცილებელი და პირველადი საჭიროებისაა), რადგან მასში შემავალი უმეტესი პირველადი საქონელი და მომსახურება არაელასტიურია (არაელასტიური ანუ ფასების ზრდაზე ადექვატურად არ რეაგირებს მოთხოვნის კლება). დაბალშემოსავლიან ქვეყანაში რეფინანსირების განაკვეთის ზრდით (ფულის გაძვირებას) ინფლაციის დასტაბილურება ვერ ხერხდება.\* - მომხრეები იმისა რომ - "ახალი ფული იქმნება კომერციული ბანკების მიერ" (ანუ - ფულის მასის ზრდა კომერციულ ბანკების მიერ ხდება და ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკა არაფერ შუაშია) - გამოდის ინფლაციას აბრალებენ იმას, რომ ბანკები ფულს ამრავლებენ თვითნებურად და დამოუკიდებლად სინამდვილეში ბანკებს აქვთ მულტიპლიკაციის შესაძლებლობა ხოლო „ახალი ფული“ კი საქონელ ბრუნვაში დასაბამიდან იქმნება და ეკონომიკაში და სულ ასე იქმნება. - ილუზორული აბსურდია „ფულის შექმნა“ განყენებულად მხოლოდ კომერციულ ბანკებს დააბრალო. - რადგან ჯერ ერთი საუბრად ფულის ნაწილზე, გარკვეულ ნაწილზე რომელიც ამ გზით მრავლდება (და არა იქმნება), თუმცა ამ გზით „შექმნილი ფული“ ფასების დონისთვის (ინფლაციის გამოწვევისთვის) ნაკლებად საშიშია ვიდრე ცენტრალური ბანკის მცდარი პოლიტიკით გამორავლებული ფული. - შესაბამისად არაა გაანალიზებული, მონეტარული პოლიტიკის გამტარებლების მხრიდან და ყურადღება გამახვილებული საქართველოს რეალობაში შემდეგ მოცემულობებზე:

ა. მონეტარული ზღვრები - მოგვყავს ციტირება სტრ-ის ოფიციალური ვებ-გვერდიდან - "იმისათვის რომ მსესხებელი დაცული იყოს სავალუტო რისკების საგან, მოხდა საკანონმდებლო ცვლილებები, რომლის შედეგად მცირე ზომის სესხები (200 ათას ლარამდე 2019 წლიდან) გაიცემა მხოლოდ ეროვნული ვალუტით. - მთავრობა თუ ეროვნული ბანკთან ერთად, შეიმუშავა მექანიზმი, რომლის მიხედვითაც ხელი შეეწყო 2015 წლის 1 იანვრამდე გაცემული სესხების გალარებას, როგორც ერთჯერადი სოციალური დონის დიება იმ მსესხებლებისათვის, ვინც ყველაზე მეტად დაზარალდა დაცვლითი კურსის გაუფასურებით." [3]

აღნიშნულმა ან უკვე ისტორიულმა მონეტარულმა ღონისძიებამ შეიქმნა ლარზე "ფიქტიური" (არასაჭირო) მოთხოვნა და შესაბამისად საბანკო ლიკვიდობისთვის გასაცემი თანხების მკვეთრი "ფიქტიური" ზრდა გამოიწვია. - მაგალითად თუ გინდათ შეიძინოთ ბინა რომელიც ღირს 25 000 აშშ დოლარი (ექვივალენტი ლარში), უნდა აიღოთ ჯერ სესხი ლარში, მაგრამ მეპატრონეს თივლის/უნდა აშშ დოლარი ამიტომ უნდა გადაახურდეთ რეალურად აშშ \$-ში და 25 000 აშშ დოლარი მისცეთ მეპატრონეს. ისმის კითხვა და ნავიდა დაახლოებით 70 000 ლარი? ის დასაქონელდა? - უზრალოდ დარჩა ეკონომიკაში რამოდენიმე საათით/დღით შეიქმნა ფიქტიური მოთხოვნა და დარჩა მერე "ფულის მასად", აი იმ ფულის მასად „ბანკები რომ ქმნიან თურმე“. შესაბამისად ისმის კიდევ ლოგიკური კითხვები - ფულის მასის ნაკადს "ონკანის" სათვსებანი ვინ დგას? ვინ უზრუნველყოფს ბანკებს ფულით, ხელოვნურად გამოწვეულ ლიკვიდობისთვის? აქვე პასუხი ერთადერთი ინსტიტუტი ვისი პრე-





ცხრილი 1

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
4.9%	1.8%	6.7%	1.5%	7%	2.4%	13.9%	9.8%	0.4%

წყარო: საქსტატი

როგატივაცია ეს არიან ცენტრალური ბანკები, საქართველოს მაგალითზე - ეროვნული ბანკი. - ცნობისთვის მოვეყვანით სტატისტიკა როდიდან დაიწყო ინფლაციის მკვეთრად აღმავალი ტრენდი? - შემთხვევით 2016 წლიდან ხომ არა? (საქართველოს ეროვნული ბანკი 2016). სამომხმარებლო ფასების ინდექსი საქართველოში 2015-2023 (დეკემბერი წინა წლის დეკემბერთან) [4] (ცხრილი 1).

ბ). სახელმწიფოს საშინაო ვალა/სესხი (ფასიანი ქალაქობით ობლიგაციების გაყიდვით აღებული) - 2016 წელს შიდა სესხი შეადგენდა 2,544 მილიარდი ლარი, 2023 წლისთვის 8,435 მილიარდი ლარი. [5] იმეკონომიკურ აზრზე "ახალი ფული იქმნება კომერციული ბანკების მიერ" საწინამდებეოდ რას გვეუბნება ეს ციფრები? ინვესს თუ არა ეს კომეციულ ბანკებში, ახალი ფულის შექმნას? 8,435 მილიარდი ლარი, რომ სახელმწიფო ხაზინაში შეიტანეს ამით გამოწვეულ ლიკვიდობის მოთხოვნა ვინ დააკმაყოფილა? - მონეტარული პოლიტიკით მხოლოდ ერთი სწორი პასუხი არსებობს, რა რატიქმუნდა ეროვნულმა ბანკმა. - 2016-2023 წწ 5,89 მილიარდ ლარი გავიღეთ შიდა სესხისთვის, ძირითადად კომერციულმა ბანკებმა გაიღეს ეს თანხა სახელმწიფო სესხად. სამწუხაროდ სხვა ვერაინ ყიდულობს სახელმწიფო ობლიგაციებს რომელზეც სარგებელი წლიური 6-9 % მერყეობს [3], ვერაინ ვერ მონაწილეობს ამ პროცესში იმიტომ რომ საქართველოს ეროვნული ბანკის რეგულაციებით შესყიდვაში მონაწილეობისთვის მაღალი რამოდენიმე ათეულ ათასიანი საგარანტიო მონეტარული ზრვარია დაწესებული, სხვა ბიუროკრატიაზე არაფერი რომ არ ვთქვათ. - რახან კომერციულმა ბანკებმა გაიღეს ეს ფული, ეს ფული ხომ საკრედიტო სისტემაში ვილაციის ფული იყო, ვინც განათავს საბანკო სექტორში, შესბამისად დადავა ლიკვიდობის პრობლემა და ამ ლიკვიდობის პრობლემას როგორც წესი, აკმაყოფილებს ერ ბანკი - მყარიარგუმენტი "აბა მოთხოვნა იყო დაარ დაგვეკმაყოფილებინა". მაგრამ გაანალიზდა კი ეროვნულ ბანკში ეს არაეკონომიკური/არაბუნებრივი მოთხოვნა რატომ წარმოიშვა? - იმიტომ ხომ არა, რომ ცენტრალური ბანკები (სეზი) მათი მონეტარული ფუნქციებიდან გამომდინარე არ/ვერ იცავენ მუნდირს მთავრობასთან მიმართებაში, ხოლო საქართველოს შემთხვევაში კიდერ იმიტომ ხომ არა კომერციული ბანკების გარდა, ბიუროკრატული ჩარჩოთი „შეზღუდული“ ყველა და გათიშული სხვა მოთამაშებები სახელმწიფო ფასიანი ქალაქობების შექმნის შესაძლებლობიდან. [6] (ამ უკანსკელ შემთხვევაში დადგენის არხი ლიკვიდობის მოთხოვნაზე პირდაპირი არ იქნებოდა). ფუნქციურად ცენტრალური ბანკი/ეროვნული ბანკი ვაცემს რეფინანსირების სესხებს ლიკვიდობაზე, მაგრამ რატომ დადავა ლიკვიდობის პრობლემა? ამას თავად ეროვნულ ბანკი არ ანალიზებს. (იმედია "ახალი ფული იქმნება კომერციული ბანკების მიერ" ეკონომიკური აზრის მომხრეები არ იტყვიან იმას, რომ ბანკები თავად წერენ ფულად ელექტრონულ ანგარიშებზე ციფრებს არსადან ეროვნული ბანკის გარეშე რაც შეუძლებელია და რომ იყოს შესაძლებელი დანაშაული იქნებოდა). - რომ არ მონეტარული ცენზი და ბიუროკრატული შეზღუდვები ლიკვიდობის (მოთხოვნის დაკმაყოფილების) პრობლემა ლარზე, არ უნდა იყოს. ამ შემთხვევაში ყველა მსურველს შეეძლება სახელმწიფო ობლიგაციების შექმნა. რატომც არა, გარანტირებული სახელმწიფო უზრუნველყოფილი ფასიანი ქალაქობებით სარგებლის მიღებას მეტი სუბიექტი ისურვებდა, უფრო მეტც ბვერ მოქალაქეს/ბიზნეს სუბიექტს საბანკო ანაბარის ნაცვლად დაებანდებდა თანხას სახელმწიფო ობლიგაციებში, მაგრამ ეს ხომ საბანკო სექტორს მოკლდებოდა და საბანკო სექტორი ეროვნული ბანკი ამას ვერ უშვებს, და ვამბობთ კონკურენციაზე უარის იმის შიშით ბანკების მოგება შეუმცირდებათ. სწორედ ამ შემთხვევაში საფინანსო სექტორის მონოპოლისტებს ანუ ბანკებს მომგებიანობა შეეძლება შეუმცირდეს და ფინანსური ბაზარიც დივერსიფიცირდეს ცოტათი. რაც როგორც უკვე აღვნიშნეთ არ აწყობს გამონოპოლიზებულ საბანკო სექტორს და ნორმატიული ეკონომიკური აზრის დამცველებს. კლასიკურად როგორც ვიცით მაღალ მოგება ახასიათებს მონოპოლისტურ სფეროებს და აქაც ასეა, ფინანსურ ბაზრის მონოპოლისტი საქართველოში არსი საბანკო სექტორი. [5] გ). სავალუტო აუქციონები - სავალუტო აუქციონებზე (ცენტრალური ბანკები), ჩვენს მაგალითზე საქართველოს ეროვნული ბანკი ყიდის ან ყიდულობს კონ-





ვერტირებად ვალუტას ძირითადად \$-თუ ეროვნულმა ბანკმა გაიტანა გასაყიდად რეზერვი 40 \$ მილიონი (დაუშვით კურსზე უნდა ზეგავლენა ლარი-ის გამყარება), მან ფაქტობრივად ამოიღო 110-130 მილიონი ლარი ეკონომიკიდან და გაზარდა \$ რაოდენობა 40\$ მილიონით. სულ რამდენიმე დღეში ასევე გასცემს *ლიკვიდობის* სესხს 200-300 მილიონის ოდენობით და ნორმატიულად ფორმდება, რომ ლარზე მოთხოვნა იყო და უნდა ვაკცემულიყო ფინანსური სტაბილურობისთვის. ეროვნულ ბანკს გაანალიზებული აქვს? *ლიკვიდობის* აუცილებლობა (მოთხოვნა კომერციული ბანკების) ხომ არ დადგა სავალუტო აუქციონზე ბანკებზე გამოთმობილი 110-130 მილიონ ლარის გამო? - აქვე უნდა დავაფიქსიროთ - ლარიზაციის შიშით აუცილებელი სარეზერვო ნორმა, კონვერტირებად ვალუტებში ანუ \$-შიც 25% რომაა, პოზიტიური ეკონომიკური აზრით ხომ არ ჯობდა ნაცვლად სავალუტო აუქციონებით მანიპულაციის (40 მილიონიანი მოცულობით *ერთჯერზე*) და ამით ტრადიციის გამომწვევისა ფულად ბაზარზე, დაენიათ აუცილებელი სარეზერვო ნორმის %ამშ დოლარში ლარის დეველაციისას და აენიათ რეველაციისას - ან თუნდაც პიზრიდულად ნაკლები ულუფებით რეზერვის გაზარდა და თან მანიპულაცია სარეზერვო ნორმის %-ით? სამწუხაროდ ასეთი ძირეული არგუმენტირებული ანალიზი/ახსნა ეროვნული ბანკის მხრიდან არ ხორციელდება. (ნორმატიული მცდარი ეკონომიკური აზრის საზოგადოებაში დაჯერებას კი გრძელდება.)

**დ. ფულის მასის ზრდა და ეკონომიკური ზრდის %-ული მაჩვენებელი** - თუ ფულის მასა უფრო სწრაფად იზრდება ვიდრე ეკონომიკა ადგილი ინფლაციას, ვინაიდან მულტიპლიკაციის ეფექტის გამო ვერ განესაზღვრავთ ზუსტად რამდენი ფული ბრუნავს ეკონომიკაში (ფულის ბრუნვის სიჩქარე ვერ იზომება) მაგრა შეგვიძლია დავაკვირდეთ ფასების დონეს, ფასების დონის ცვლილება პულსია, ის მთავარი ინდიკატორი ფულის მასას და საქონელს/მომსახურებას შორის ბალანსში, თუ ფასები იზრდება ფულის მასაა მეტი, თუ ფასები მცირდება ფულის მასაა ნაკლები. [6]

- სხვა მოგონილი ალტერნატიული მიზეზები ინფლაციასთან მიმართებაში მეთოდოლოგიური შეცდომაა - რადგან ამ ლოგიკაში ე.წ. მოთხოვნის შოკი, მიწოდების შოკი, უცხოეთის ფასები, სავაჭრო პარტნიორული ქვეყნების ეკონომიკური მდგომარეობა და პოლიტიკური ცვლილებები

საომარი მოქმედება არის მეორე ხარისხისგან მიხედვით პოლიტიკით - თუ დარღვა ბალანსი, ანუ მიზნობრივ ინფლაციას ასცდა ან ჩასცდა უნდა იმოქმედოს ეროვნულ ბანკმა (სწორმა მონეტარულმა პოლიტიკამ) ეს მის პასუხისმგებლობაა. თუ ეკონომიკის შოკია მოკლევადიანად თვითონ ერთგება ეროვნული ბანკი და გრძელვადიან ეკონომიკის გამოსწორებაზე კონსულტაციებს გადის ხელისუფლებასთან. ე. საქართველოს აქვს ეკონომიკური ზრდა- მაგრამ, სწორი ეკონომიკური ანალიზისთვის უნდა დაისვას კითხვა არის თუ არა, ეკონომიკური ზრდა ინკლუზიური?! (მეტნაკლებად პროპორციულად ზრდა ნაწილდება თუ არა მოქალაქეებზე) რადგან ეკონომიკური ზრდა საქართველოში მკვერთად არაინკლუზიური, ინფლაციის *წინააღმდეგ* მონეტარული პოლიტიკის გატარებისას ესეც უნდა გათვალისწინონ, ეკონომიკური ზრდა ვერ აისახება მკვერთად და პირდაპირ დაბალშემოსავლიან ფენაზე მაშინ როდესაც, ინფლაცია უფრო მატყად აზარალებს დაბალ შემოსავლიან მოსახლეობას ვინაიდან მათი მოთხოვნა არავლასტიურია. ასევე სესხების და მშპ-ს სარეკომენდაციო თანაფარდობის ზღვრები, მონეტარული სტაბილურობის მიმართულებით მეთოდურად საქართველოში მცდარ სურათს იძლევა.

**დასკვნა**

ბოლოს უნდა აღინიშნოს "A" კლასის მთავარი ფაქტორი საფონდო ბაზრის, როგორც საფინანსო სექტორის ერთ-ერთი მთავარი საპრონონე მოთამაშის არ არსებობა საქართველოში მნიშვნელოვნა ამცირებს მონეტარული პოლიტიკის ინსტრუმენტების ეფექტიანი გამოყენების შესაძლებლობას, საფონდო ბაზრის განვითარების შესაძლებლობების დაქვეითებაში ეროვნული ბანკსაც მოუძღვის დიდი წვლილი, როგორც ერთერთ პასუხისმგებელ ინსტიტუტს, ეროვნული ბაზკი მარეგულირებელი ინსტიტუციონ ბიუროკრატიული ჩარჩოს მეშვეობით ვერ უწყობს ხელს, ისედაც განუვითარებელ კაპიტალის ბაზარს პრაქტიკული განვითარების შესაძლებლობებს ზრდაში.

ამრიგად მონეტარული პოლიტიკის უნდა იყოს გათვალისწინებული, მათშორის მიკროეკონომიკურიც და მაკროეკონომიკური ერთობლივად სინთეზში, სხვაგვარად მონეტარული პოლიტიკის ინსტრუმენტების გამოყენების ეფექტიანობა დაბალი იქნება.



## Y AND Z GENERATIONS PREFERENCES FOR WORD-OF-MOUTH MARKETING

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: November 19, 2023  
Published: December 12, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-55



**Teona Tavdishvili,**

PhD Candidate, The School of Business  
and Administrative Studies, The University  
of Georgia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-7440>  
E-mail: [teonatavdishvili@gmail.com](mailto:teonatavdishvili@gmail.com)



**Ekaterine Maglakelidze,**

Academic Doctor of Economics Science, Associ-  
ated Professor at the School of Business and Ad-  
ministrative Studies, The University of Georgia.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1856-0233>  
E-mail: [ek.maglakelidze@ug.edu.ge](mailto:ek.maglakelidze@ug.edu.ge)

### ABSTRACT

*This article discusses the differences in generational preferences for word-of-mouth marketing. Differences between Generations Y and Z regarding different forms and sources of marketing are evaluated.*

*The research objective was to discuss and analyze the results of the social-media campaign achieved by the non-governmental organization "Safari" through the developed strategy in a specific reporting period in order to find out whether the differences exist in the preferences of generation Y and Z for WOM marketing.*

*To meet the research objective, the complete process of Word-of-Mouth (WOM) marketing planning and implementation was identified, each component of the communication activities cycle has been studied and the role of influencers in obtaining the desired responses from Gen Z toward the application "Safe YOU" has been evaluated. Applied method is the observation and content-analyses.*

*The findings reveal that Generation Y exhibits a notable inclination toward seeking information via recommendations and evaluations predominantly from various sources, including Facebook. Among the various tools used, including Facebook, photo and video content are the most effective. This reliance on input from strangers signifies an evolving trend in trust dynamics, emphasizing the significance of online credibility and collective feedback in their decision-making process.*

*In contrast, Generation Z demonstrates a marked preference for influence marketing, relying heavily on information sourced directly from influencers. Mirroring older generational behavior, Generation Z exhibits a parallel dependence on social networks as a primary information conduit.*

*These findings underscore the importance of tailored marketing strategies that acknowledge and adapt to the unique preferences of each generation.*

**Keywords:** Influence Marketing, Generation Y, Generation Z, Consumer preferences, Marketing Strategies



## REFERENCES:

1. Arevalo E.Z.V. (2021) The Effectiveness of Marketing Communication Instruments in the Context of Higher Education Recruitment. Johannes Kepler University, LINZ;

2. Biaudet S. (2017). Influencer Marketing as a Marketing Tool - The process of creating an Influencer Marketing Campaign on Instagram. Arcada;

3. Chopra A. Avhad V. Jaju S. (2020). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. DOI:10.1177/2278533720923486;

4. Freedman M. (2022) Why Word of Mouth Trumps Traditional Advertising. <https://www.businessnewsdaily.com/2353-consumer-ad-trust.html>;

5. Johansen K. I. Guldvik S. C. (2017) Influencer Marketing and Purchase Intentions - How does influ-

encer marketing affect purchase intentions? Norwegian School of Economics Bergen;

6. KÁDEKOVÁ Z. HOLIENČINOVÁ M. (2018). Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Communication Today Vol. 9, No. 2*;

7. Mihajlović L. Trajković S. (2020) The importance of marketing instruments for market approach and operation of export companies. DOI:10.5937/jouproman8-24859;

8. Shahid S. Qureshi J. (2022) Consumer empowerment in the digital media marketing age: a comparative literature review and trends across selected countries. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 11(1), 149-177;

9. Thant P. S. (2019) Impact of Influencer Marketing and its e-WOM in Digital Marketing on Consumers' Motivations and Purchasing Process. SIAM University.

## Y და Z თაობის უპირატესობები WORD-OF-MOUTH მარკეტინგთან მიმართებაში

თეონა თავდვილი,

საქართველოს უნივერსიტეტის  
ბიზნესის და ადმინისტრაციულ

მეცნიერებათა სკოლის დოქტორანტი,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-7440>

ელ. ფოსტა: [teonatavdishvili@gmail.com](mailto:teonatavdishvili@gmail.com)

ეკატერინე მაღლაკელიძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,

საქართველოს უნივერსიტეტის ბიზნესის და  
ადმინისტრაციულ მეცნიერებათა სკოლის

ასოცირებული პროფესორი,

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1856-0233>

ელ. ფოსტა: [ek.maglakelidze@ug.edu.ge](mailto:ek.maglakelidze@ug.edu.ge)

### აბსტრაქტი

წინამდებარე სტატიაში განხილულია თაობათა უპირატესობებს შორის განსხვავებები *Word of Mouth (WOM)* მარკეტინგთან მიმართებაში. შეფასებულია Y და Z თაობების უპირატესობებს შორის განსხვავებები მარკეტინგის სხვადასხვა ფორმისა და წყაროს მიმართ.

კვლევის მიზანი იყო არასამთავრობო ორგანიზაცია „საფარის“ მიერ ჩატარებული სოციალური მედია-კამპანიის შედეგების განხილვა და ანალიზი. რასაც შემუშავებული სტრატეგიის საშუალებით მიღწეა კომპანიამ კონკრეტულ სანაგარიშო პერიოდში იმის დასადგენად, არსებობს თუ არა განსხვავებები Y და Z თაობების უპირატესობებში *WOM* მარკეტინგთან დაკავშირებით.

კვლევის მიზნის მისაღწევად, მოხდა *WOM* მარკეტინგის დაგეგმვისა და განხორციელების სრული პროცესის დენტიფიცირება და საკომუნიკაციო აქტივობების ციკლის შემადგენელი თითოეული კომპონენტის შესწავლა. კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შეფასდა, ზოგადად, ინფლუენს-მარკეტინგის, ხოლო კონკრეტულად ინფლუენსერების როლი „თაობა Z“-სგან სასურველი საპასუხო რეაქციების მიღებაში „*Safe YOU*“ აპლიკაციასთან მიმართებაში..

კვლევის მეთოდია - დაკვირვება და კონტენტანალიზი.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ „თაობა Y“ მნიშვნელოვან მიდრეკილებას ავლენს ინფორმაციის მოიხიბვისკენ რეკომენდაციების და შეფასებების გზით, ძირითადად, სხვადასხვა წყაროდან. ამ წყაროებს შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია ფეისბუქი. უშუალოდ ამ არხზე გამოყენებული ინსტრუმენტებიდან კი ყველაზე ეფექტურია ფოტო და ვიდეო-კონტენტი. უცხო წყაროებზე ამგვარი დამოკიდებულება



ბაზს უსვამს ონლაინ-სანდოობის და საერთო გამოხმაურების მნიშვნელობას გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

ამის საპირისპიროდ, „თაობა Z“ აშკარა უპირატესობას ავლენს ინფლუენს-მარკეტინგის მიმართ. სარკინებურად ასახავს რა უფროსი თაობის ქცევას, „თაობა Z“ პარალელურ დამოკიდებულებას ავლენს სოციალურ ქსელებზე, როგორც პირველადი ინფორმაციის არხზე.

აღნიშნული მიგნებები თითოეული თაობის უნიკალურ უპირატესობებზე მორგებული მარკეტინგული სტრატეგიების გამოყენების მნიშვნელობაზე მიუთითებენ.

საკვანძო სიტყვები: ინფლუენს-მარკეტინგი, „თაობა Y“, „თაობა Z“, მომხმარებლების უპირატესობები, მარკეტინგული სტრატეგიები.

## შესავალი

ეფექტური მარკეტინგული ინსტრუმენტების შერჩევა ყველა კომპანიისთვის ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევაა, რადგან გამძაფრებული კონკურენციის პირობებში მცირე უპირატესობასაც კი მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს კომპანიის გაყიდვებსა და შემოსავალზე. თანამედროვე ბიზნესი სხვადასხვა მარკეტინგულ ინსტრუმენტებს იყენებს კომპანიის შესახებ ინფორმაციის გასაუარესებლად, ცნობადობის გასაზრდელად, მომხმარებელთა ინტერესის სტიმულირებისთვის და მათ ქცევაზე გავლენის მოსახდენად.

კონკრეტული მარკეტინგული ინსტრუმენტის და სარეკლამო არხის არჩევა მათ ეფექტურობაზეა დამოკიდებული. მაქსიმალური შედეგის მისაღწევად, კომპანიამ უნდა განსაზღვროს, როგორ და რა ფორმით აწვდის ის რეკლამას მომხმარებელს, რომელ არხებს იყენებს იმისათვის, რომ რეკლამის საკომუნიკაციო ეფექტურობა მაქსიმალურად გაიზარდოს. აღნიშნულის განსაზღვრა უნდა მოხდეს შერჩეული სემენტის უპირატესობიდან და დემოგრაფიული პროფილიდან გამომდინარე.

დროის ცვლილებასთან ერთად, სარეკლამო არხების ეფექტურობაც იცვლება. წლების განმავლობაში საკომუნიკაციო არხებს შორის ერთპიროვნული ლიდერი იყო სატელევიზიო რეკლამა. დღესდღეობით კი მას სერიოზულ კონკურენციას უწევენ ისეთი სარეკლამო არხები, როგორიცაა სოციალური მედია და ონლაინ-ბეჭდური მედია. ციფრულ მარკეტინგთან ერთად, სულ უფრო აქტუალური ხდება Word of Mouth (WOM) მარკეტინგი და ინფლუენს-მარკეტინგი.

WOM მარკეტინგი კომპანიისა თუ ბრენდის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების ორგანული ტექნიკაა და მოიცავს კომპანიის მიერ ინიცირებულ ყველა ქმედებას, რათა რაც შეიძლება მეტი ადამიანი საუბრობდეს კომპანიისა და მის პროდუქტებზე სპონტანურად, გარეგანი ზემოქმედების გარეშე.

ეს არის უფასო რეკლამის ერთგვარი ფორმა, რომელიც კომპანიისა და მისი პროდუქტების მიმართ მომხმარებლების შთაბეჭდილებებითა და გრძობებით არის განპირობებული.

WOM, ინფლუენს-მარკეტინგი, სხვა სარეკლამო არხებთან მიმართებაში, უფრო ბიუჯეტური და ხარჯთაღმწიკი არხებია. სწორედ ამით აიხსნება მათი პოპულარობა როგორც მსოფლიოში, ასევე საქართველოში. აღნიშნული სარეკლამო და საკომუნიკაციო არხების გამოყენება განსაკუთრებით გაიზარდა პანდემიურ პერიოდში, რადგან კომპანიებს არჩეული სტრატეგიის და ბიზნეს-მოდელის შეცვლა/კორექტირება მოუხდათ.

ერთი კონკრეტული სარეკლამო/საკომუნიკაციო არხი თანაბრად ეფექტური და შედეგიანი ვერ იქნება ყველა სემენტისთვის. შესაბამისად, საკომუნიკაციო არხის ანაწორად შერჩევა კომპანიის ფინანსური, ადამიანური და დროითი რესურსების ფუჭი ხარჯვაა. მნიშვნელოვანია კომპანიამ იცოდეს, რომელ სემენტს რა გზებით მიანოდოს ინფორმაცია, რომ ნარმოებული სარეკლამო კამპანია წარმატებული აღმოჩნდეს.

ეფექტულის მიზანია თაობათა უპირატესობებს შორის განსხვავებების გამოვლენა WOM მარკეტინგთან მიმართებაში. კერძოდ იმის დადგენა, განსხვავდება თუ არა WOM მარკეტინგის ცალკეული ინსტრუმენტების ეფექტურობა სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფებში.

ამრიგად, საკვლევი თემა მეტად აქტუალურია, რადგან ის „თაობა-Y“-ის და „თაობა Z“-ის უპირატესობებს სწავლობს საკომუნიკაციო არხებთან დაკავშირებით. კვლევის შედეგები დაეხმარება აღნიშნულ სემენტებზე ორიენტირებულ კომპანიებს, რათა თვითონ საკომუნიკაციო არხები ზუსტად მოარგონ თითოეული თაობის უპირატესობებს და, შესაბამისად, მაქსიმალურად გაზარდონ მათი საკომუნიკაციო ეფექტიანობა.

საკვლევი კითხვა განისაზღვრა შემდეგნაირად:



განსხვავდება თუ არა Y და Z თაობების უპირატესობები WOM მარკეტინგთან მიმართებაში და, განსხვავებების არსებობის შემთხვევაში, რომელია თითოეული თაობისთვის ეფექტური არხი/ინსტრუმენტი?

კვლევის ფარგლებში გაკეთდა დაშვება, რომ განსხვავებები არსებობს თაობების უპირატესობებში შორის WOM მარკეტინგთან მიმართებაში; განსხვავებულია გავლენები WOM მარკეტინგის ფორმებისა და წყაროების მიხედვით.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, ჩამოყალიბდა და შემოწმდა ორი ჰიპოთეზა:

1. Y თაობის წარმომადგენლებში, კომპანიისა თუ პროდუქტების შესახებ ინფორმაციის გასაერცვლებლად და მომხმარებლების მოსაზიდად, ყველაზე შედეგიანია ფეისბუქი. ცალკეულ აქტივობებში კი ხსენებულ არხზე ყველაზე ეფექტური ინსტრუმენტია ფოტო და ვიდეო-კონტენტი;

2. Z თაობის წარმომადგენლებში, კომპანიებისა თუ პროდუქტების შესახებ ინფორმაციის გასაერცვლებლად, ყველაზე შედეგიანია ინფლუენს-მარკეტინგი და ინფლუენსერების მიერ შთაბეჭდილი კონტენტი. „თაობა Z“ სოციალური ქსელების საშუალებით იღებს ინფორმაციას, ხოლო მათი უპირატესი არხი კი არის Tik-Tok-ი.

**ლიტერატურის მიმოხილვა**

თემის აქტუალურობიდან გამომდინარე, Y და Z თაობის უპირატესობები WOM მარკეტინგთან მიმართებაში არაერთი მკვლევრის შესწავლის საგანი გახდა. უამრავი კვლევა ჩატარდა, WOM მარკეტინგის ფორმების, სამომხმარებლო ქცევაზე სხვადასხვა არხების გავლენებისა თუ ინფლუენსერების ეფექტურობაზე. საკვლევო საკითხის შესასწავლად მოხდა პროფესიული ნაშრომების, დარგობრივი ექსპერტების პუბლიკაციებისა თუ სამეცნიერო ლიტერატურის ანალიზი და შედარება.

მარკეტინგული ინსტრუმენტებისა და კომუნიკაციის საშუალებების ეფექტურობა შეისწავლა ავტორმა Edith Zoraida Vasquez Arevalo/ედიტ ზორაიდა ვასკეს არევალომ უმაღლესი განათლების მიმართულებით. კვლევა მიზნად ისახავდა მარკეტინგული კომუნიკაციის ინსტრუმენტების გამოვლენას, რომლებსაც სტუდენტები უნივერსიტეტების საგანმანათლებლო პროგრამების ძიების პროცესში იყენებდნენ. დადგინდა იმისა, თუ რომელი საკომუნიკაციო ინსტრუმენტების გამოყენება ყველაზე ეფექტური უმაღლესი სასწავლებლისთვის საკუთარი იმიჯის შესაქმნელად, არის თუ არა

განსხვავება ბაკალავრიატისა და მაგისტრატურის სტუდენტების უპირატესობებს შორის საკომუნიკაციო ინსტრუმენტებთან დაკავშირებით. კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ უმაღლესი სასწავლებლების მარკეტინგული კომუნიკაციის ინსტრუმენტები, უმეტესად, ბრენდის ცნობადობის მოპოვებას და სხვადასხვა პროგრამებში მეთი სტუდენტის მოზიდვას ემსახურებინა (Arevalo E.Z.V. 2021).

ციფრული მედია - მარკეტინგის ეპოქაში მომხმარებლების ძალა და გავლენები შუაფასეს მკვლევარებმა Shahid. S./შაჰიდმა და Qureshi J./ქურეშიმ მარკეტინგის ტრადიციული პარადიგმა ახალ განზომილებაში გადავიდა, რასაც ხელს უწყობს თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიები. ბევრმა ქვეყანამ გამოიყენა ეს ცვლილებები თავის სასარგებლოდ და ახალი ეპოქის ტექნოლოგიები და ციფრული მედიის არხები აითვისა მომხმარებლების ცვალებადი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, მათი საჭიროებების იდენტიფიცირებისა და შესწავლისათვის. კვლევამ გამოავლინა, რომ სტრატეგიულ დაგეგმვაში ტექნოლოგიური ინოვაციების გამოყენება მთავარ ფოკუსად რჩება ისეთი ქვეყნებისთვის, როგორცაა: ჩინეთი, მექსიკა და სამხრეთ კორეა. ამ ქვეყნებში ხელსაყრელი პირობები იქმნება ციფრული მედიის პროგრესული სტრატეგიების დასაწერად. მოხდა მარკეტინგისა და თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიების კოლაბორაცია, რაც დაეხმარა ბრენდებს გამორჩეული ადგილი დაეკავებინათ მომხმარებლების გონებაში. თანამედროვე ტექნოლოგიები ყველაზე მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ მარკეტინგის განვითარებაში. მათი დახმარებით საკმარისი ხელსაწყოები შექმნილია (Shahid S. Qureshi J. 2022).

მსოფლიოში, ისევე როგორც საქართველოში, არსებულ სარეკლამო არხებს შორის სულ უფრო აქტუალური ხდება ინფლუენს-მარკეტინგი. სოციალურ ქსელებში, სადაც დროის დიდ ნაწილს ატარებს მომხმარებელი, ინფლუენსინგი და ინფლუენსერების მნიშვნელოვნება ერთიორად გაიზარდა.

ნაშრომში - „ინფლუენს მარკეტინგი, როგორც ახალი ფენომენი“, ავტორები KÁDEKOVÁ Z./კადეკოვა ზ. და HOLIENČINOVÁ M./ჰოლიენჩინოვა მ. ინფლუენს-მარკეტინგის შესაძლებლობებსა და თანამედროვე გამოწვევებზე საუბრობენ. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ არსებითი განსხვავება არსებობს Y და Z თაობის წარმომადგენლებს შორის მათ მსყიდველობით ქცევაზე ინფლუენსერების გავლენის თვალსაზრისით. Y და Z თაობებთან



წვდომისათვის საუკეთესო არხია სოციალური მედია ინფლუენს-მარკეტინგი. ჩატარებული კვლევის მიხედვით, რესპონდენტების 48% ფლობს ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ ვინ არიან ინფლუენსერები, 29%-მა არაფერი იცის ინფლუენსერების შესახებ, ხოლო 22%-ს არც კი სმენია ეს სიტყვა. თანამედროვე ინფლუენსერები თავიანთ სამიზნე აუდიტორიასთან წვდომისათვის და ახალი გამოშვებების შესაძენად სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხებს იყენებენ: პირად ბლოგებს, ფინტრესტს, სნეჰჩეთს, ინსტაგრამს, ფეისბუქსა და იუთუბს. მკვლევრები ინფლუენსერებს ოთხ კატეგორიად ყოფენ: ბლოგერი, იუთუბერი, ვარსკვლავი და ინსტაგრამერი.

ამავე ვებგვერდების კვლევის მიხედვით, საშუალო სტატისტიკური მომხმარებელი დღის განმავლობაში 2 საათს ატარებს სოციალურ ქსელებში, ხოლო თინეიჯერი, დაახლოებით, 9 საათს. სოციალური ქსელები თინეიჯერების ყოველდღიური უმნიშვნელოვანესი ნაწილია. ისინი ინფორმაციას სხვადასხვა მოვლენის, საკითხისა თუ პროდუქტის შესახებ სწორედ ამ არხიდან ღებულობენ. შესაბამისად, სხვადასხვა ინფლუენსერის და ბრენდის ონლაინ - ამბასადორების მიერ ამა თუ იმ პროდუქტის შესახებ მიწოდებული ინფორმაცია მარტივად იღებება მათ მესხიერებაში. (KÁDEKOVÁ Z. და HOLIENČINOVÁ M. 2018)

### კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევა, პირობითად, შეიძლება ორ ეტაპად დაიყოს. პირველ ეტაპზე ჩატარდა ამორჩენითი კვლევა, რომლის ფარგლებშიც მოხდა თემატურ ნაშრომების, ანგარიშების, დარგში არსებული კვლევების ანალიზი. შედეგად განისაზღვრა WOM მარკეტინგის ტრადიციული და თანამედროვე მიდგომები, სტრატეგიები.

მეორე ეტაპზე კი განხორციელდა არასამთავრობო ორგანიზაცია „საფარის“ მიერ ჩატარებული სოციალურ კამპანიაზე დაკვირვება და კამპანიის შედეგების ანალიზი, რასაც შემუშავებული მარკეტინგული სტრატეგიის საშუალებით მიაღწია კომპანიამ კონკრეტულ საანგარიშო პერიოდში (07.2020 - 09.2023). სოციალური კამპანიის მიზანი იყო როგორც საერთაშორისო მობაილ-აპლიკაციის - „Safe YOU“ - შესახებ ცნობადობის გაზრდა, ასევე, აპლიკაციის ჩამოტვირთვებისა და რეგისტრირებულ მომხმარებლების რაოდენობის ზრდა.

კვლევის ფარგლებში გაკეთდა საკვლევი ობი-

ექტის მარკეტინგული კამპანიის სიღრმისეული ანალიზი. უფრო კონკრეტულად კი, მოხდა სოციალურ ქსელებში განხორციელებული აქტივობების ბიუჯეტის შესწავლა და მიღწეული შედეგების შეფასება. სოციალური მედია-კამპანიების ეფექტურობის შესაფასებლად გამოყენებულ იქნა შემდეგი ინსტრუმენტები:

1. ჩართულობის საზომი (Engagement Metrics) - განისაზღვრა კონკრეტული აქტივობები, რომელთა გამოყენებითაც მომხმარებელი საკუთარ აზრს აფიქსირებდა ამა თუ იმ ფაქტთან დაკავშირებით, ესენია:

1. შთაბეჭდილებები (Impressions) - გამოხატული ემოცია, გადაზარებების მაჩვენებელი, კომენტარი.
2. წვდობა (Reach) - გამოყენებული სოციალური მედია ინსტრუმენტების ნახვის ჯამური მაჩვენებელი.
2. გვერდის ანალიზი:
  1. Page Views - გვერდის ნახვები
  2. Page Likes - გვერდის მოწონებები
  3. Page Followers - გვერდის გამომწერები.

საკვლევი ობიექტს წარმოადგენდა ონლაინ აპლიკაცია Safe you, რომელიც შექმნილია ნებისმიერი ასაკის და ოჯახური მდგომარეობის მქონე ქალებისთვის. აპლიკაცია აერთიანებს უფასო განავსის შეტყობინებას - SOS ღილაკს და ფორუმს. SOS ღილაკი დაუყოვნებლად გადასცემს ინფორმაციას შესაბამის ორგანიზებს: პოლიციას და უფლებათა დამცველ ორგანიზაციებს, რათა მოხდეს ძალადობაზე დროული რეაგირება და ნებისმიერი საფრთხის პრევენცია. საჭიროების შემთხვევაში, SOS ღილაკზე დაჭერის დროს შესაძლებელია სმარტფონმა ჩაინეროს ხმა, რათა მარტივად იდენტიფიცირდეს დამნაშავე და გამოაშკარავდეს ძალადობის შემთხვევა. მისი შემუშავებით შესაძლებელია უამრავი ძალადობის ფაქტისა და ფატალური შემთხვევების თავიდან არიდება.

„Safe YOU“ შეიქმნა სომხეთში 2018 წელს და საქართველოში 2020 წელს გაეშვა ორგანიზაცია „საფარის“ ინიციატივით. საქართველოში, აპლიკაციის პოპულარიზაციის მიზნით, შემუშავდა მარკეტინგული სტრატეგია, დაიგეგმა კონკრეტული აქტივობები პოტენციური მომხმარებლების (გამომწერების) მოსაზიდად. მიზნობრივ სეგმენტს წარმოადგენდნენ საქართველოში მცხოვრები გოგონები და ქალები, უმეტესწილად, „თაობა Y“ და „თაობა Z“-ი. მნიშვნელოვანი იყო იმ ლოკაციების დაფარვა, სადაც ქალზე ძალადობის მაჩვენებელი მაღალი იყო (კახეთი, შიდა ქართლი, ქვემო ქართლი, სამცხე-ჯავახეთი). მარკეტინგულ აქტივობებს





საერთაშორისო სააგენტო GMA Georgia ახორციელებდა.

მარკეტინგული აქტივობების დანახვიდან 6 თვის შემდეგ, მიღწეული შედეგების ანალიზის შედეგად, „საფარომ“ მიიღო გადაწყვეტილება სტრატეგიის ცვლილების შესახებ. ახალი გეგმის მიხედვით, ინფორმაციის გავრცელების მთავარ წყაროდ შეირჩა პირისპირ კომუნიკაცია და WOM მარკეტინგი (მათ შორის, eWOM). მიზნობრივ აუდიტორიაზე წვდომის გასაზრდელად დაიგეგმა ინფლუნს - მარკეტინგის გამოყენება, ძირითადი საკომუნიკაციო არხი იყო Tik-Tok-ი. სადაც აპლიკაციის პოპულარიზაციისათვის, შეირჩნენ ინფლუნსერები, რომლებიც შემდეგ კრიტიკიუმებს აკმაყოფილებდნენ: პოპულარობა, სამიზნე აუდიტორია, გამომწერებისთვის შეთავაზებული კონტენტი, სოციალური პასუხისმგებლობა, ემპათიურობა. შერჩეული ინფლუნსერები (იხ სურათი):

1. Foxy Eleniko - 456,3 ათასი გამომწერი;
2. ნათია მეზერიშვილი (ნანკა) - 132,1 ათასი გამომწერი;
3. Linako - 90,6 ათასი გამომწერი;
4. თათო ქარჩავა - 76,7 ათასი გამომწერი;
5. Lashafox - 55,6 ათასი გამომწერი.

თითოეულმა ინფლუნსერმა, კამპანიის სხვადასხვა ეტაპზე, ინდივიდუალური ვიდეომიმართვა გაუვრცელა თავიანთ გამომწერებში. გამოქვეყნებული პოსტების გაზიარება მოხდა როგორც „Safe You“ აპლიკაციის Tik-Tok გვერდზე, ასევე, Facebook გვერდზე. ცალკეულად აღირიცხა გამომწერების რეაქციები თითოეული ინფლუნსერის ორიგინალ ვიდეოზე. რეაქციებისა და კომენტარების გარდა, ვიდეოსა და პოსტებზე სხვადასხვა გვერდები, ინფლუნსერები და უბრალო მომხმარებლები, რამაც კიდევ უფრო გაზარდა ჯამური ნახვების რაოდენობა.

კვლევის ფარგლებში მოხდა დაკვირება სოციალური პროექტის ფარგლებში განხორციელებულ ყველა მარკეტინგულ აქტივობაზე (SMS მარკეტინ-

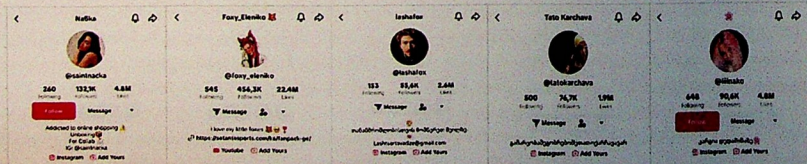
გი, სოციალური მედია არხებით გავრცელებული ინფორმაცია, სტატეიები და სიუჟეტები). განგრძობით პროცესში მიმდინარეობდა თითოეული გამოყენებული ინსტრუმენტის (ფოტო და ვიდეო მასალა, პოსტი, ქეიზი) ეფექტის შემოწმება და მიღწეული შედეგების ანალიზი. შეფასდა და გაანალიზდა „Safe YOU“ აპლიკაციის პოპულარიზაციისათვის ჩატარებული აქტივობები 2020 წლის ივლისიდან 2023 წლის აგვისტომდე.

### კვლევის შედეგები

აპლიკაციის პოპულარიზაციის მიზნით, მარკეტინგული სააგენტოს „GMA Georgia“-ს მიერ თავდაპირველად შემუშავებული გეგმა ტრადიციულ და თანამედროვე ინსტრუმენტებს აერთიანებდა. კერძოდ:

1. აპლიკაციის შესახებ მომზადდა სტატეიები, რომლებიც შემდეგ ონლაინ მედია-არხებში განთავსდა: On.ge Web, On.ge Facebook, Marketer.ge, რადიო თავისუფლება და პუბლიკა;
2. მომზადდა ვიზუალური მასალა (ე.წ. ფოტო კონტენტი) და რეკლამის სახით გაეშვა სოციალური მედიის შემდეგ არხებში: ფეისბუქი, ინსტაგრამი, ფეისბუქ-ჯგუფები;
3. სმს შეტყობინებები დაიგზავნა-აღრესატებთან მობილური ტელეფონის მეშვეობით;
4. აპლიკაციის შესახებ ინფორმაცია სატელევიზიო შოუების საშუალებითაც გავრცელდა. ორგანიზაცია „საფარის“ წარმომადგენლები სტუმრობდნენ სხვადასხვა არხებს: პირველი არხი, TV1, რუსთავი 2, მთავარი არხი;
5. და ბოლოს, აპლიკაციის შესახებ მომზადდა 30 ნამიანი სატელევიზიო რეკლამა, რომელიც პირველ არხზე გაკავდა. (იხ. ცხრილი 1).

დღიანო გეგმური მარკეტინგული აქტივობების განხორციელება, თუმცა, აპლიკაციის ჩამოტივრთვის მაჩვენებელი დაბალი იყო და სოციალურ ქსელებშიც აპლიკაციის გვერდებს დაბალი გამოხმაურება ჰქონდა. თვის ჭრილში (11 ივლისიდან 7 აგვისტომდე) სოციალურ ქსელში (Facebook) გან-



სურათი. შერჩეული 5 ინფლუნსერი





ცხრილი 1. შემუშავებული სტრატეგია-Safe YOU

SAFE YOU APP Advertising Strategy		
აქტივობა	მედია არხი	Potential Engagement
<b>Online Media Placement</b>		
სტატიები აპლიკაციის შესახებ	On.ge Web	58 122
	On.ge Facebook	141 942
	Marketer.ge	238 000
	Radio Tavisupleba	297 000
	Publika	39 526
<b>Social Media</b>		
რეკლამა	Facebook	150 000
	Instagram	
	Facebook Groups	93 000
<b>Direct Marketing</b>		
SMS მარკეტინგი	Mobile Phones/Smartphones	50 000
<b>TV Placement</b>		
TV Shows	Pirveli Channel	
	TV1	
	Rustavi 2	
	Mtvari	
	30 sec. TV რეკლამა	Pirveli Channel

გრაფიკი 1. სოც. აქტივობების სტატისტიკა

**Actions on Page**  
July 11 - August 7

42

Total Actions on Page ▲ 100%

**Page Views**  
July 11 - August 7

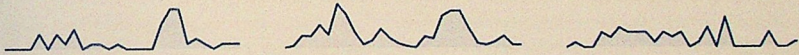
1,552

Total Page Views ▲ 257%

**Page Previews**  
July 11 - August 7

44

Page Previews ▲ 340%



გრაფიკი 2. მიღწეული შედეგები 1 თვის ჭრილში

**Page Likes**  
July 11 - August 7

883

Page Likes ▲ 141%

**Post Reach**  
July 11 - August 7

363,170

People Reached ▲ 143%



ხორციელებული აქტივობების რაოდენობამ 42 შეადგინა, გვერდის ნახვების მაჩვენებელმა კი - 1552. (იხ. გრაფიკი 1)

ცხადია, გარკვეული საზოგადოებრივი ინტერესი აპლიკაციის მიმართ ნამდვილად არსებობდა, თუმცა მიღწეული შედეგები დაგეგმილ სამიზნე მაჩვენებლებს ჩამოუვარდებოდა. მაგ. გვერდის

მონონებმა თვის ჭრილში (11 ივლისიდან 7 აგვისტომდე) 883 ერთეული შეადგინა, მაშინ, როდესაც გეგმიური მაჩვენებელი 1 200 ერთეული იყო. პოსტზე წვდომის (Post Reach) მალალი მაჩვენებლის მიუხედავად, გვერდის მონონებების რაოდენობა გეგმას ჩამოუვარდებოდა. (იხ. გრაფიკი 2)

სოციალურ ქსელში, აპლიკაციის ოფიციალურ



გრაფიკი 3. შედეგების შეფასება თვიურ ჭრილში

**Recommendations**

July 11 - August 7



We have insufficient data to show for the selected time period

**Post Engagement**

July 11 - August 7

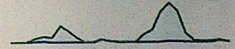
**11,029**  
Post Engagement ▲ 274%



**Videos**

July 11 - August 7

**83,506**  
3-Second Video Views ▲ 1507%



**Page Followers**

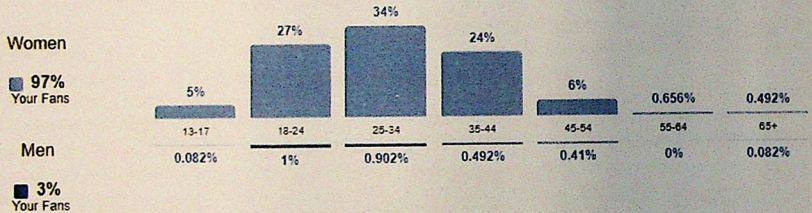
July 11 - August 7

**892**

Page Followers ▲ 126%



გრაფიკი 4. აუდიტორია, გვერდის გამომწერები, Audience (Page Likers)



გვერდზე საინფორმაციო ხასიათის პოსტები ვრცელდებოდა უშუალოდ აპლიკაციაზე, უსაფრთხოებაზე, მისი გამოყენების სიმარტივესა თუ სარგებლიანობაზე. მომხმარებლების ჩართულობის საზომი მაჩვენებელი, ე.წ. Post Engagement თვიურ ჭრილში 11 ათასს აღწევდა, დაგეგმილი მაჩვენებელი კი (KPI) 20 500 ერთეულს შეადგენდა.

აპლიკაციის ფეისბუქ-გვერდზე, თვის ჭრილში (11 ივლისი - 7 აგვისტო) განთავსებული ვიდეოს ნახვების რაოდენობამ 83 506 ერთეული შეადგინა, თუმცა ამ ფონზე, გვერდის გამომწერების რაოდენობა მაღალი არ იყო - 892. (იხ. გრაფიკი 3)

პრობლემას წარმოადგენდა არა მხოლოდ დაბალი აქტიურობა, არამედ ის ფაქტიც, რომ აპლიკაციის შესახებ მარკეტინგული აქტივობები სამიზნე აუდიტორიას სრულად ვერ ფარავდა. ყურადსაღებია ის ფაქტიც, რომ განხორციელებული მარკეტინგული აქტივობებითა და არხებით ვერ მოხერხდა ერთ-ერთი მთავარი სემენტის - „თაობა

Z“-ის - ათვისებაც. გვერდის გამომწერებში თინეჯერების რაოდენობა დაახლოებით 5%-ს შეადგენდა. (იხ. გრაფიკი 4)

გვერდის გამომწერების დემოგრაფიულ ჭრილში, თუ ცალკეული პოსტების აუდიტორიაში, დიდი წილი 25+ ასაკობრივ კატეგორიაზე მოდიოდა. Z თაობის აქტიურობა და ინტერესი აპლიკაციის მიმართ დაბალი იყო. (იხ. ცხრილი 2)

ცხრილი 2. აუდიტორია, Facebook პოსტები

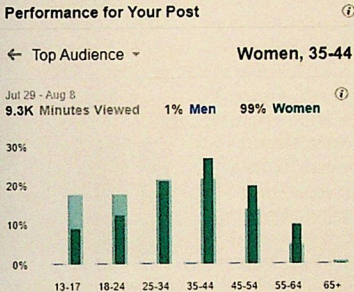
აუდიტორია: ქალები 99%	
25 - 34	21%
35 - 44	28%
45 - 54	20%





აპლიკაციის ფეისბუქ-გვერდზე აუდიტორიისათვის შეთავაზებული პოსტის შედეგების ანალიზისას, გამომწერებში გამოიკვეთა ყველაზე აქტიური ჯგუფი - 35-44 ასაკის ქალები (დაკვირვების პერიოდი 29 ივლისი - 8 აგვისტო). მთლიანი აუდიტორიის მესამედს მხოლოდ ამ ერთი ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლები შეადგენდნენ. (იხ. გრაფიკი 5)

გრაფიკი 5. ძირითადი სემენტები - მიღწეული შედეგი



ცხრილი 3. აუდიტორიის გეოგრაფიული განაწილება

Country	Your Fans	City	Your Fans
Georgia	1,171	Tbilisi, Georgia	876
Germany	9	Kutaisi, Georgia	91
Italy	6	Batumi, Georgia	87
United States of America	5	Rustavi, Georgia	57
Greece	4	Bolnisi, Georgia	6
France	4	Zugdidi, Georgia	6
Armenia	4	Gori, Georgia	5
Philippines	2	Akhaltsovan, Georgia	5
Turkey	2	Tiniskhidi, Georgia	5
Norway	1	Yerevan, Armenia	4

გარდა ამისა, დაბალი იყო აქტიუობა იმ სამიზნე რეგიონებიდან, რომლებზეც პირველ რიგში კეთდებოდა აქცენტი. გვერდის გამომწერები, ძირითადად, თბილისის და საქართველოს სხვა დიდი ქალაქების მაცხოვრებლები იყვნენ. დანარჩენი რეგიონების მაცხოვრებლებზე ჯამური აუდიტორიის მხოლოდ 2%-3% მოდიოდა. (იხ. ცხრილი 3).

როგორც მეთოდოლოგიაში აღინიშნა, აქტიუობების დაწყებიდან 6 თვის შემდეგ, ორგანიზაცია „საფარის“ მიიღო გადაწყვეტილება სტრატეგიის ცვლილების შესახებ. შეიცვალა საკომუნიკაციო არხები, მარკეტინგული აქტივობები და ინსტრუმენტები. აქტიურად დაიწყო WOM მარკეტინგის გამოყენება, „Safe YOU“-ს აპლიკაციის პოპულარიზაციაში ჩაერთნენ „საფარის“ იურისტები, აქტივისტები და ინფლუენსერები. განხორციელებულმა ცვლილებებმა შედეგი გამოიღო.

„საფარის“ წარმომადგენლებმა პირისპირ შეხვედრები გამართეს სამიზნე აუდიტორიასთან (ქალები) ქვეყნის მასშტაბით. აპლიკაციას დამსწრე საზოგადოებას მათივე ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენელი აცნობდა. შეხვედრები გაიმართა ახმეტაში, ყვარულში, რუსთავეში, საშურში, პანკისის

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





ხეობაში. სხვადასხვა ქალაქში ჩატარებულ პირის-პირ შეხვედრებს 500-ზე მეტი ადამიანი დაესწრო. ინფლუენსერების გვერდებზე გავრცელებული ვიდეომიმართებების ნახვების რაოდენობამ თითქმის 800 ათასი შეადგინა.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში წარმოდგენილია პირველი 5 ვიდეოს სტატისტიკა, რომლებიც უშუალოდ ინფლუენსერების გვერდებზე გაზიარდა. (იხ. ცხრილი 4)

ცხრილი 4.

ინფლუენს კამპანიის შედეგები, Tik-Tok

რეაქცია (მოწონება)	48,3 ათასი
კომენტარი	546
დამახსოვრება	8,8 ათასი
გაზიარება	5,4 ათასი

ჩატარებული აქტივობების შედეგად, ფეისბუქ გვერდზე „Safe YOU“ აპლიკაციის გამოშვების რაოდენობა 6,2 ათასს აღემატება, ინსტაგრამზე კი - 2,6 ათასია.

„Safe YOU“ აპლიკაციის აქტიური მომხმარებლების რაოდენობა კი საქართველოში 35 000 აღემატება.

დასკვნა

სტატიაში ასახულ სოციალურ პროექტზე დაკვირვების შედეგებმა აჩვენეს, რომ არსებითი განსხვავება არსებობს Y და Z თაობის უპირატესობებს შორის კომუნიკაციის არხებთან დაკავ-

შირებით. აღსანიშნავია, რომ „თაობა Y“, ძირითადად, სხვების რეკომენდაციებსა და მიმობილვებს ეცნობა სხვადასხვა არხზე, მათ შორის, ფეისბუქ არხზე და განსაკუთრებულ ყურადღებას ფოტო და ვიდეო - კონტენტს აქცევს. მათი დამოკიდებულება სხვა ადამიანების შეფასებებზე ნდობის დინამიკის ცვლილებაზე მიაჩნშენს, რაც ხაზს უსვამს ონლაინ სანდოობის და საერთო გამოხმაურების მნიშვნელობას გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

ამის საპირისპიროდ, „თაობა Z“ მკაფიო მიდრეკილებას ავლენს ინფლუენს-მარკეტინგის მიმართ. აშკარაა, რომ ამ თაობას ურჩევნია მიიღოს ინფორმაცია კომპანიებისა და მათი პროდუქტების შესახებ უშუალოდ ინფლუენსერებისაგან, რაც ხაზს უსვამს ინფლუენს - მარკეტინგის მნიშვნელოვან გაღვივებას ამ დემოგრაფიულ ჯგუფზე. სოციალურ ქსელებში კი, „თაობა Z“-თვის ყველაზე ეფექტურ არხად Tik-Tok გამოიკვეთა.

აღნიშნული ნიუანსები WOM მარკეტინგის განვითარებად ლანდშაფტზე მიაჩნშენს, განსაკუთრებით, „თაობა Z“-ში. დაკვირვების შედეგები კიდევ ერთხელ მიუთითებენ მოქნილი მარკეტინგული სტრატეგიის გამოყენების აუცილებლობაზე, რომელიც თითოეული თაობის უნიკალურ უპირატესობებზე იქნება მორგებული.

თაობებს შორის განსხვავებული უპირატესობების გათვალისწინება მარკეტერებს უფრო მიზანმიმართული და რეზონანსული კამპანიების შექმნაში დაეხმარება. თითოეული თაობის უპირატესობებზე მორგებული კონტენტისა და საკომუნიკაციო არხების გამოყენებით, კომპანიები WOM მარკეტინგის მეტად ეფექტურად გამოყენებას შეძლებენ.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი







## DEPOSIT INSURANCE SYSTEM IN GEORGIA AND WORLD TRENDS

Copyright © 2023 the Author/s  
Peer review method: Double-Blind  
Accepted: October 22, 2023  
Published: November 10, 2023  
Original scientific article  
DOI suffix: 10.36962/NEC18042023-65



**David Rusia**  
Phd student at  
Tbilisi State University  
ORCID-ID 0009-0001-1114-1808  
E.mail: davidrusia@yahoo.com

### ABSTRACT

*The deposit insurance system is one of the main challenges of Georgian Banking regulation, which serves as a safety pillow of financial stability. Over the past 5 years, Georgia has increased the minimum deposit insurance limit from 5,000 GEL to 15,000 GEL per bank in order to achieve greater stability in the financial market. Georgia has already made a decision to increase the limit to 30,000 GEL from January 1, 2024. We examined the impact of the deposit insurance system on the safety of customers of banking institutions by comparing the volume of accounts/deposits protected by the system with existing practices in neighboring economies. We find that increasing attention to the importance of deposit insurance has led to an increase in the interest of foreign depositors and investors in placing funds in Georgian banks, which contributes to the improvement of international ratings and creditworthiness of Georgian banks.*

**Keywords:** Deposit insurance, cost of deposit funding, resolution.

### REFERENCES:

1. Law of Georgia "On Deposit Insurance System".
2. <https://nbg.gov.ge>
3. <https://bm.ge>
4. <https://nbg.gov.ge/>
5. <https://diagency.ge/ka>
6. <https://www.iadi.org/en/research/data-warehouse/deposit-insurance-surveys/>

THE NEW ECONOMIST / სახალხო ეკონომიკის



# დეკოზიტების დაზღვევის სისტემა საქართველოში და მსოფლიო ტენდენციები

დავით რუსია  
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
დოქტორანტი

## აბსტრაქტი

დეკოზიტების დაზღვევის სისტემა საბანკო რეგულირების ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევას წარმოადგენს, რომელიც ფინანსური სტაბილურობის უსაფრთხოების ბაზაზე გვეყვლება. ბოლო 5 წლის განმავლობაში საქართველომ გაზარდა დეკოზიტების დაზღვევის მინიმალური ლიმიტი 5,000 ლარიდან 15,000 ლარამდე თითო საბანკო დაწესებულებაში განთავსებული სახსრების ფარგლებში, ფინანსურ ბაზარზე მეტი სტაბილურობის მიღწევის მიზნით. საქართველომ უკვე მიიღო გადაწყვეტილება 2024 წლის 1 იანვრიდან ლიმიტის 30,000 ლარამდე გაზრდის შესახებ. ჩვენ განვიხილეთ დეკოზიტების დაზღვევის სისტემის აქტუალური მდგომარეობა დაწესებულებების კლიენტების უსაფრთხოებაზე, სისტემით დაცული ანგარიშების/დეკოზიტების მოცულობის შედარებით მეზობელი ეკონომიკების არსებულ პრაქტიკასთან. ჩვენ ვხვდებით, რომ დეკოზიტების დაზღვევის მნიშვნელობისადმი ყურადღების ზრდამ განაპირობა უცხოელი მენაბრეებისა და ინვესტორების ინტერესის ზრდა ქართულ ბანკებში სახსრების განთავსებასთან დაკავშირებით, რაც ხელს უწყობს ქართული ბანკების საერთაშორისო რეიტინგებისა და კრედიტუნარიანობის გაუმჯობესებას.

**საკვანძო სიტყვები:** დეკოზიტების დაზღვევა, დეკოზიტების თვითღირებულება, რეზოლუცია.

## შესავალი

დეკოზიტების დაზღვევის სისტემა (DIS) საქართველოში 2017 წელს შეიქმნა კომერციული ბანკების დეკოზიტარების უფლებების დასაცავად. დეკოზიტების დაზღვევის სისტემა, პროდენციულ რეგულირებასთან, ლიკვიდობის მხარდაჭერასთან და ეფექტიან ზედამხედველობასთან ერთად, ფინანსური სტაბილურობის და უსაფრთხოების სისტემის მნიშვნელოვანი კომპონენტია და იცავს დეკოზიტორებს კუთვნილი თანხების დაკარგვისგან. ყველა საბანკო დაწესებულება, რომელიც იზიდავს ფულს ფიზიკური და იურიდიული პირებისგან, ვალდებულია იყოს დეკოზიტების დაზღვევის სისტემის წევრი და გადაიხადოს ყოველთვიური რეგულარული სადაზღვევო შენატანები დეკოზიტების დაზღვევის ფონდში. ფონდიდან დეკოზიტარების ანაზღაურება ხდება მხოლოდ საბანკო ლიკვიდობის გაუქმების შემთხვევაში.

იმ შემთხვევაში, თუ ფონდში აკუმულირებული რესურსები არასაკმარისი აღმოჩნდება დაზღვეული დეკოზიტების ასანაზღაურებლად, ისინი შეივსება სახელმწიფო ბიუჯეტის ან სებ-დან ნასესხები სახსრების ხარჯზე. დეკოზიტების დაზღვევის სააგენტო უფლებამოსილია მოიხილოს სახსრები, მათ შორის სახელმწიფო გარანტიის საფუძველზე სხვადასხვა წყაროებიდან, როგორცაა: ადგილობრივი და საერთაშორისო ფინანსური ინსტიტუტები, საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს მთავრობა.

DIS-ას ადმინისტრირებას უწევს დეკოზიტების დაზღვევის სააგენტო (DIA) და უზრუნველყოფს მის გაბართულ და ეფექტიან ფუნქციონირებას. დეკოზიტების დაზღვევის სააგენტოში დაარსების დღიდან აკუმულირებულია 181 მლნ ლარზე მეტი. სადაზღვევო შემთხვევა კანონის შესაბამისად წარმოადგენს კომერციული ბანკებისგან ლიკვიდობის გამოთხოვა (ლიკვიდაციის პროცესის დაწყება). გარკვეულ ქვეყნებში კომერციულ ბანკში მორატორიუმის შემოღება ითვლება სადაზღვევო შემთხვევად, როცა წესდება უარი კრედიტორების მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე. თუმცა ქართველი კანონმდებელი მსგავს შემთხვევას არ ითვლის წინაშე. სადაზღვევო შემთხვევის დადგომისას, DIS-ში შემავალი ნებისმიერი ბანკის დეკოზიტორები ავტომატურად იღებენ სადაზღვევო კომპენსაციას 15,000 ლარის ოდენობას არა უგვიანეს 20 კალენდარული დღისა, ხოლო დარჩენილი თანხის ანაზღაურება ხდება საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად. მომხმარებლისათვის რისკის მინიმიზაციის მიზნით რეკომენდირებულია თანხების რამოდენიმე ბანკში გადანაწილება.

## ძირითადი ტექსტი

2024 წლის 1 იანვრიდან სადაზღვევო ლიმიტი 30,000 ლარამდე იზრდება. არსებული გეგმით უახლოეს წლებში აღნიშნული ზღვარი 50,000 ლარს

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





მი აღწევს. დანართში მოცემულია მეზობელი და პარტნიორი ქვეყნებში მოქმედი ზღვრის მოცულობები 2022 წლის მონაცემით (იხ. დანართი #1).

საქართველოში ანაბრები და ანგარიშები დაზღვეულია, როგორც ლარში, ასევე უცხოურ ვალუტაში. მათ შორის:

- ვადიანი და მოთხოვნამდე დეპოზიტები;
- მიმდინარე ანგარიშები;
- სახელობითი სადეპოზიტო სერთიფიკატები.

ზოგიერთ ქვეყანაში ასევე დაზღვეულია და შესაძლებელია ქართულ პრაქტიკაში დაინერგოს:

- მეურვეთა და მზრუნველთა ნომინალურ ანგარიშებზე განთავსებული თანხები, რომელიც გახსნილია სამეურვეო პირის/სამზრუნველო პირის სასარგებლოდ;

- ესპროუ ანგარიშებზე განთავსებული სახსრები, თუ ისინი გახსნილია უძრავი ქონების ყიდვა-გაყიდვის ოპერაციების ან შექნელობის საბაზო ხელშეკრულებების ფარგლებში. და მათთვის სადაზღვევო დაფარვის ოდენობა გასხვავებულია სტანდარტული სადაზღვევო ზღვრისგან.

ქართველი კანონმდებლისგან განხვავებით ზოგიერთ ქვეყანაში მომხმარებლებს გააჩნიათ უფლება, რომ მიიღონ სადაზღვევო ზღვრის ზემოთ თანხები, თუ თანხა ანგარიშზე აღმოჩნდა მას შემდეგ, რაც:

- გაიყიდა ბინა, სახლი, აგარაკი ან მიწის ნაკვეთი, რომელზეც შენობა იყო განთავსებული;

- გაფორმდა სამკვიდრო;
- თანხის მიღება ხდება სასამართლოს გადაწყვეტილებით;

- კლიენტის სასარგებლოდ გადაიხადეს სიცოცხლის, ჯანმრთელობის ან ქონების დაზღვევის თანხა მიყენებული ზიანის ასანაზღაურებლად;

- მომხმარებელს ჩაერიცხა შრომითი ხელშეკრულებით გაათავისუფლების შევებულების ანაზღაურება, კომპენსაცია ან სხვა საზღაური;

- კლიენტს ჩაეირიცხა კაპიტალში ინვესტირებული თანხები, სოციალური მოსაკრებლები ან დახმარებები;

- მომხმარებელმა მიიღო გრანტი სუბსიდიის სახით.

გაზრდილი ზღვარზე შესაძლებელია დანხდეს გადახდის გაზრდილი ვადიანობა. ასევე აღსანიშნავია, რომ გადახდა უნდა განხორციელდეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ თანხის ჩარიცხვა მოხდება ანგარიშზე არა უადრეს სამი თვისა საბანკო ლიცენზიის გაუქმებამდე ან დეპოზიტის გადახდაზე მორატორიუმის შემოღებამდე.

სამომავლო აუცილებელია გაიმართოს დისკუსია უნდა ფარავდეს თუ არა დაზღვევა შემდეგ თანხებს:

- წარმოდგენენ არსებულ სადეპოზიტო სერთიფიკატებს;
- ბანკისთვის მართვაში გადაცემულ სახსრებს;

- ელექტრონულ ფულს და ანგარიშის გახსნის გარეშე განთავსებულ სახსრებს;

- სუბორდინირებულ დეპოზიტებს;
- ფულადი სახსრებს ნომინალურ ანგარიშებზე

(იმ ანგარიშების ჩათვლით, რომლებიც მუდრეგებმა და მზრუნველმა გახსნეს სამეურვეო პირის სასარგებლოდ), გირავნობის ანგარიშებზე და ესპროუ ანგარიშები, მათ შორის თუ ისინი განთავსებულია არა უძრავი ქონების ტრანზაქციებისთვის;

- ფულადი სახსრები ავტოკაჭთა და ნოტიაროუსთა ანგარიშებზე, თუ ანგარიშები გახსნილია პროფესიული საქმიანობისთვის და ა.შ.

სადაზღვევო შემთხვევისთვის DIA ირჩევს შესაბამის აგენტ ბანკს, რომლის მეშვეობით არის შესაძლებელი სადაზღვევო კომპენსაციის მიღება. აგენტი ბანკის შერჩევა ხდება გარკვეული კრიტერიუმების მიხედვით. აღნიშნული კრიტერიუმებიდან ერთ-ერთი შეიძლება იყოს მაგალითად ბანკის ფილიალის რაოდენობა მთელი ქვეყნის მასშტაბით. აგენტი ბანკის შერჩევას მისალოდნელია წლიური საკომისიოს გადახდა საბანკო დანესებულების სასარგებლოდ, რამეთუ საბანკო დანესებულებისთვის ეს დამატებითი რესურსების მოპოვებას და კადრების გადამზადებასთან არის დაკავშირებული ასევე მოსამზადებელია ინსტრუქციული ბაზა და უფლებამოსილებების განწრა.

საქართველოს დეპოზიტების დაზღვევის სააგენტო იყენებს Pay box მოდელს. მსოფლიო პრაქტიკაში გავრცელებულია შემდეგი მოდელები:

- Pay box მოდელი (დეპოზიტორის ანაზღაურება);

- Pay box plus მოდელი (დეპოზიტორების ანაზღაურება და რეზოლუციის ფუნქციები);

- Loss minimiser მოდელი (რეზოლუციის ფუნქციები, მიმინიმალური დანახარჯის პრინციპის გათვალისწინებით);

- Risk minimizer მოდელი (რისკების შემცირების ფუნქციები, რისკების შეფასება/მართვა, რეზოლუციის ფუნქციები და დროული ჩარევები)

**Paybox-ის მოდელში** დეპოზიტების დაზღვევის ინსტიტუტის როლი ვინაოდ არის წარმოდგენილი და შემოიფარგლება დეპოზიტორების ანაზღაურებას.



რების ფუნქციით. ჯამში 25 ქვეყანა იყენებს ამ მანდატს, მათ შორის: სასომხეთი, ბელგია, მაკედონია, ჰონგ კონგი, საუდის არაბეთი, სინგაპური, შვეიცარია, უზბეკეთი და ა.შ.

დიდი ბრიტანეთი, არგენტინა, ბრაზილია, ჩეხეთი, დანია, ფინეთი, საბერძნეთი და სულ 46 ქვეყანა იყენებს ე. წ. **„paybox plus“** მოდელს, სადაც დემოზიტების მზღვეველს აქვს რამდენიმე დამატებითი პასუხისმგებლობა, როგორცაა რეზოლუციის ფუნქცია. სეზი-მუშაობს რეზოლუციის ფონდის დემოზიტების დაზღვევის სააგენტოსთვის საერთაშორისო გადამხდელად, რომელიც 2024 წლის გაზაფხულზე შევა ძალაში, რის შემდეგაც საქართველო ავტომატურად Paybox Plus მოდელს იქენ გადაინაცვლებს.

**ხარჯების შემცირების მოდელში** - დემოზიტების დაზღვევის ინსტიტუტი ინარჩუნებს pay box მოდელის ანაზღაურების ფუნქციას და, გარდა ამისა, იღებს დაზღვეულ დანებს ბუღალტრულ დანახდისუუნარობის ნებისმიერი შემთხვევის დამუშავების როლს ფინანსური სისტემისთვის ყველაზე დაბალი შესაძლო ხარჯებითა და გარე ფაქტორებით. 17 ქვეყანა იყენებს ზარალის შემცირების მდგომარეობას, სადაც დემოზიტების მზღვეველს ევალება განახორციელოს ყველაზე დაბალი ღირებულების გადაჭრის სტრატეგია: კანადა, საფრანგეთი, ინდონეზია, იტალია, იაპონია, მექსიკა, ესპანეთი, თურქეთი და ა.შ.

**ზედამხდელის მოდელში** (რისკის მინიმიზაცია) დემოზიტების დაზღვევის ინსტიტუტს აქვს ფართო მანდატი, რადგან ის არის ზედამხდელის სისტემის ნაწილი (მაგალითად, ფედერალური დემოზიტების დაზღვევის კორპორაცია (FDIC) აშშ-ში და კორეის დემოზიტების დაზღვევის კორპორაცია (KDIC)).

მიუხედავად იმისა, რომ დემოზიტების დაზღვევის ღირებულების გადახდაზე პირველადი პასუხისმგებლობა ბანკებს უნდა ეკისრებოდეს, ადევნა-სტური გადაუდებელი დაფინანსების ღონისძიებები ასევე მნიშვნელოვანია. მთავარი საკითხები, რომლებიც პოლიტიკის შემქმნელები წყვეტენ DIS-ის დაფინანსებასთან დაკავშირებით, არის ის, უნდა დაფინანსდეს **ex-ante** (სადაც ფონდი შეიქმნა ისე, რომ იგი გამოიყენებოდა გადახდების უზრუნველსაყოფად) თუ **ex-post** (სადაც არ არსებობს ფონდი და DIS-ის მონაწილეებს მოეთხოვებათ წვლილი შეიტანონ სადაზღვევო შემთხვევის დადგომის შემთხვევაში). როგორც **ex-ante**, ასევე **ex-post** დაფინანსებას აქვს მთელი რიგი დადებითი და უარ-

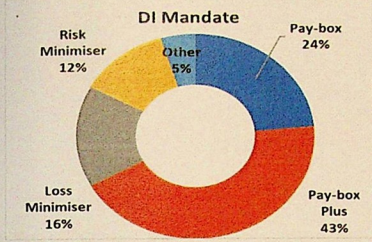
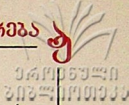
ყოფითი მხარეები. **Ex-post** ხელს უწყობს საბაზრო დისციპლინას, რადგან ბანკებს აქვთ სტიმული, გააკონტროლონ ერთმანეთის საქმიანობა. თუმცა, შეიძლება იყოს უფერებები, როდესაც საჭიროა თანხების ოპერატიული მობილიზაცია. გარდა ამისა, DIS-ში სადაზღვევო შენატანების მოთხოვნა შეიძლება მოხდეს ეკონომიკური არასტაბილურობის პერიოდში, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს ბანკების გადახდისუუნარობის დომინო ეფექტი.

იმავდროულად, **ex-ante** დაფინანსებამ შესაძლოა გააძლიეროს საზოგადოების ნდობა, შეუფერებლად გადაიხადოს სადაზღვევო პრემია და შეამციროს მორალური საფრთხე, თუ ის მოიცავს რისკის მიხედვით დარეგულირებულ პრემიებს. სადაზღვევო ფონდის **ex-ante** შექმნის ნაკლოვანებები მოიცავს მსხვილი ფინანსური ინსტიტუტების დემოზიტების გარანტირებისთვის ადევნა-სტური ზომის ფონდის შექმნის და მართვის საფრთხეს. გარდა ამისა, მიუხედავად იმისა, რომ დემოზიტორებს აშკარად ანიჭებენ უპირატესობას DIS-ზე, რომელიც დაფუნქციებულია **ex-ante** დაფინანსებაზე, ამ ტიპის დაფინანსება მოითხოვს სადაზღვევო პრემიის განსაზღვრას. ამ კონტექსტში მთავარი პასუხაუცემელი კითხვებია, როგორ უნდა განფასდეს სადაზღვევო პრემიები; როგორ უნდა მივიღოთ „სამართლიანი“ პრემია; რას უნდა ფარავდეს სადაზღვევო პრემია; და როგორ ჩაერთო სისტემური რისკი დემოზიტების დაზღვევის პრემიაში.

რისკზე დაფუნქციებული მოდელის გამოკვლევა DIS-ის წევრების წვლილის გამოთვლისთვის გახდა გადამწყვეტი მიზანი მარეგულირებულებისთვის გლობალური ფინანსური კრიზისის შემდეგ. მაგალითად, ევროკომისიის ერთობლივი კვლევის ცენტრმა EFDI-თან თანამშრომლობით გამოკვლია პოტენციური მოდელები და შეაფასა მათი პოტენციური გავლენა ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში.

**დემოზიტების მზღვეველთა საერთაშორისო ასოციაცია - IADI**-ი მოიცავს 118 ქვეყანას და ფარავს დემოზიტების მზღვეველთა 85%-ს მსოფლიოს მასშტაბით. ასოციაციის მიერ 2023 წ. თებერვალში გამოქვეყნებული მონაცემების მიხედვით ბოლო 5 წლის მანძილზე Paybox-ის დომინანტი მოდელი მსოფლიოს მასშტაბით 40%-დან შემცირდა 24%-მდე. დემოზიტების დაზღვევის სისტემების დაახლოებით 2/3 მონაწილეობენ რეზოლუციის პროცესში ან ფლობენ მრავალ ინსტიტუტურ მანდატს, რათა დაიცვან დემოზიტორები ბანკის რეზოლუციის დროს. რისკის მინიმიზატორები (12%) ასევე ხელს უწყობენ რეზოლუციის პროცესს. მათ თანხები





გადახდის ვალდებულებების შესრულების გარდა, გააჩნია სისტემაზე გონივრული ზედამხედველობის უფლებები.

2013 წლიდან გაორმაგდა და 60%-ს მიაღწია იმ ქვეყნების წილმა, სადაც დეპოზიტების დაზღვევის სისტემა ანაზღაურებას იწყებს შეიდი დღის განმავლობაში. IADI-მ დააფიქსირა, რომ იზრდება დიფერენციალური პრემიუმ სისტემების გამოყენების ტენდენცია. დეპოზიტების მზღვეველების ნახევარი უკვე იყენებს დიფერენციალური პრემიის სისტემების ელემენტებს.

შემთხვევების 84%-ში, დეპოზიტების მზღვეველები იყენებენ ex-ante მოდელს, რის შედეგადაც ნეერ ბანკებისგან სადაზღვევო პრემიის შეგროვება ხდება პრობლემების წარმოქმნამდე. დეპოზიტების დაზღვევის ზოგიერთი სისტემა აკისრებს დამატებითი პრემიის გადახდას საბანკო სექტორს (ბანკის ბანკოტობისას) იმ შემთხვევებში, როდესაც დეპოზიტების მზღვეველი ფონდი მნიშვნელოვნად ამოიწურება ანაზღაურებისა და/ან სარეზერვო საქმიანობების გამო (13%).

ამგვარად, დეპოზიტების თითქმის ყველა დამზღვევი იყენებს მინიმუმ ნაწილობრივ ex-ante დაფინანსებას. მხოლოდ მცირე ქვეყნებია, რომლებიც დამოკიდებული არიან თავისი ფონდის მხოლოდ Ex-post მეთოდოლოგიით შეესებაზე (3%). ბოლო ათი წლის განმავლობაში შემცირდა დეპოზიტების მზღვეველების წილი, რომლებიც იყენებენ ბრტყელი პრემიის სისტემებს. დეპოზიტების მზღვეველების ნახევარი ახლა იყენებს დიფერენციალური პრემიის სისტემების ელემენტებს

**დასკვნები და რეკომენდაციები:**

დეპოზიტების დაზღვევის სისტემის მომავალი პირდაპირ იქნება დამოკიდებული ფინანსური ინდუსტრიის, ტექნოლოგიებისა და მარეგულირებელი ჩარჩოების განვითარებაზე, რომელშიც უნდა იქნეს გათვალისწინებული შემდეგი თედენციები::

Pay-box პლუს მოდელის მზარდი წილის მიუხედავად, რაც დეპოზიტების მზღვეველების მზარდ როლში გამოიხატა ბანკის რეზოლუციის პროცესში, სულაც არ ნიშნავს, რომ მსგავს სააგენტოებს თავად გაუჩნდათ რეზოლუციის უფლებამოსილება. მიუხედავად მზარდი ტრენდისა, დეპოზიტების მზღვეველების მხოლოდ 40%-ი მოქმედებს, როგორც რეზოლუციის უფლებამოსილების განმარტორციელებელი ორგანო.

**ტექნოლოგიური ინოვაციები:**

• **ციფრული ვალუტები:** ციფრული ვალუტების, მათ შორის ეროვნული ბანკის ციფრული ვალუტის (CBDC) და კრიპტოვალუტების ზრდა გავლენას იქონიებს ტრადიციულ საბანკო სისტემაზე. დეპოზიტების დაზღვევის სისტემებს შესაძლოა დასჭირდეს ადაპტაცია ციფრული დეპოზიტების დასაფარად და ამ ტექნოლოგიებთან დაკავშირებული უნიკალური გამოწვევების გადაჭრაში.

• **Fintech ინტეგრაცია:** ფინანსური ტექნოლოგიების (fintech) მზარდი როლი და ახალი საბანკო მოდელების გაჩენა გავლენას იქონიებს დეპოზიტების დაზღვევის სტრუქტურასა და განხორციელებაზე. გასათვალისწინებელი იქნება არატრადიციულ საბანკო სუბიექტებში არსებული დეპოზიტების დაფარვის უზრუნველყოფა.

**ტრანსსასაზღვრო კოორდინაცია:**

• **გლობალიზაცია:** ბანკებს შორის, რომლებიც მოქმედებენ საერთაშორისო დონეზე, შესაძლოა საჭირო გახდეს დეპოზიტების დაზღვევის სისტემებს შორის მეტი კოორდინაცია საზღვრებს გარეთ. რეგულაციებისა და თანამშრომლობის მექანიზმების პარამონიზაციაში შეიძლება ხელი შეუწყოს ტრანსსასაზღვრო საბანკო საქმესთან დაკავშირებულ გამოწვევებს.

**რისკის გაძლიერებული შეფასება:**

• **გაფართოებული რისკის მოდელირება:** დეპოზიტების დაზღვევის სისტემებმა შეიძლება გამოიყენონ რისკების მონივნავ მოდელირება და მონაცემთა ანალიტიკა ბანკების რისკის პროფილის უფრო ზუსტად შესაფასებლად. ეს ხელს შეუწყობს პრემიის შესაბამის დონის დადგენას და სადაზღვევო ფონდის ფინანსური სიჯანაღის უზრუნველყოფას.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





**მაკროპრუდენციულ პოლიტიკებთან დადაპტაცია:**

• **მაკროპრუდენციული რეგულაცია:** დემოზიტიების დაზღვევის სისტემები შესაძლოა უფრო მჭიდროდ იყოს ინტეგრირებული მაკროპრუდენციულ პოლიტიკასთან, რომელიც მიმართულია საერთო ფინანსური სტაბილურობის ხელშეწყობაზე. ეს შეიძლება მოიცავდეს კოორდინაციას სხვა მარეგულირებელ ორგანოებთან სისტემური რისკების მონიტორინგისა და აღმოფხვრის მიზნით.

**კომუნიკაცია და განათლება:**

• **საზოგადოების ინფორმირებულობა:** დემოზიტიების დაზღვევის როლისა და შეზღუდვების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა შეიძლება ხელი შეუწყოს მენაზრებების ნდობის შენარჩუნებას. კრიზისის დროს მკაფიო კომუნიკაცია გადამწყვეტია პანიკისა და ბანკის გაშვების თავიდან ასაცილებლად.

**პოლიტიკების კორექტირება:**

• **დაფარვის ლიმიტები და დიზაინი:** პოლიტიკის შემქმნელებს შეუძლიათ გადახედონ და შეცვალონ დაფარვის ლიმიტები ეკონომიკური პირობებისა და რისკის შეფასების საფუძველზე. შეიძლება შეისწავლოს ცვლილებები დემოზიტიების დაზღვევის დიზაინში, როგორცაა დემოზიტიების სხვადასხვა ტიპის დაფარვის დიფერენცირება.

**მზადყოფნა კრიზისისთვის:**

• **სტრეს-ტესტირება:** დემოზიტიების დაზღვევის სისტემებისა და ფინანსური ინსტიტუტების რეგულარული სტრეს-ტესტირება ხელს შეუწყობს მონყვალადობის იდენტიფიცირებას და უზრუნველყოს სადაზღვევეო ფონდის ადეკვატურად მოზამადეობის პროტენციური კრიზისისთვის.

**მდგრადობა და გამძლეობა:**

• **გარემოსდაცვითი, სოციალური და მმართველობითი (ESG) მოსაზრებები:** დემოზიტიების დაზღვევის სისტემებმა შესაძლოა უფრო და უფრო მეტად შეიტანონ ESG ფაქტორები რისკის შეფასებაში, რათა უზრუნველყონ ფინანსური სისტემის გრძელვადიანი მდგრადობა და გამძლეობა.

დემოზიტიების დაზღვევის მომავალი, სავარაუდოდ, მოითხოვს დინამიურ და ადაპტირებულ მიდგომას განვითარებადი გამოწვევებისა და ფინანსური ლანდშაფტის ცვლილებების გადასაჭრელად. მარეგულირებელი ორგანოები, პოლიტიკის შემქმნელები და საერთაშორისო ორგანიზაციები მთავარ როლს შეასრულებენ დემოზიტიების დაზღვევის სისტემების მომავალი მიმართულების ჩამოყალიბებაში.

**დანართი**

კვლევის დასახელება	წელი	დაზღვევის ზღარი (\$)	აღმინისტრატორი	მანდატი / ტიპი	დაზღ. სუბ. #	დაფარვა											
						კომ. პანკი	სარ. კაპი.	ფან. კომპ.	სად. კომპ.	საანგ. პანკი	მისო	სას-საგ. პანკი	საგანგ. პანკი	ფ/კ. კომპ.	სხვა დეპ. მიმდ. კომპ.	დაფინანსება	
საქართველო	2017	\$5,000	სახელმწიფო	Paybox	14	+											Ex-Ant
სომხეთი	2005	\$33,317	კერძო	Paybox	17	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
აზერბაიჯანი	2007	\$58,824	სახელმწიფო	Paybox +	26	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ჩხეთი	1994	\$113,714	სახელმწიფო	Paybox +	32	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ფინეთი	1998	\$113,714	სახელმწიფო	Paybox +	10	+	+										Both
საფრანგეთი	1980	\$113,714	კერძო	Loss minim.	-	+											Both
საბერძნეთი	1995	\$113,714	კერძო	Paybox +	17	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
უნგრეთი	1993	\$113,644	კერძო	Paybox +	25	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ყაზახეთი	1999	\$34,477	სახელმწიფო	Paybox +	20	+											Both
ლტუა	1997	\$113,714	სახელმწიფო	Paybox +	73	+	+										Both
მოლდოვეთი	2004	\$2,809	სახელმწიფო	Paybox +	11	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Both
პოლონეთი	1995	\$113,982	სახელმწიფო	Loss minim.	564	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
რუმინეთი	1996	\$113,725	სახელმწიფო	Paybox +	26	+	+										Ex-Ant
სერბეთი	1989	\$56,863	სახელმწიფო	Paybox +	23	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ესპანეთი	2011	\$113,714	სახელმწიფო	Paybox +	115	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
თურქეთი	1983	\$11,260	სახელმწიფო	Loss minim.	40	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
უკრაინა	1998	\$7,329	სახელმწიფო	Loss minim.	70	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
დიდი ბრიტ.	2000	\$116,215	კერძო	Paybox +	8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Both
აშშ	1933	\$250,000	სახელმწიფო	Risk minim.	4942	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ავსტრალია	2008	\$181,712	სახელმწიფო	Risk minim.	188	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Pos
არგენტინა	1995	\$14,607	კერძო	Paybox +	79	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ბრაზილია	1995	\$44,874	კერძო	Paybox +	887	+											Ex-Ant
კანადა	1967	\$100,000	სახელმწიფო	Loss minim.	85	+											Ex-Ant
ინდოეთი	1962	\$6,710	სახელმწიფო	Paybox +	2040	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Ex-Ant
ინდონეზია	2004	\$140,434	სახელმწიფო	Loss minim.	1739	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Both

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი





# The New *ახალი* ECONOMIST ეკონომისტი

**International Precise and Review Scientific-Practical Magazine**

Continues taking articles according to this requests:

1. Text must be gathered in Word, size of Sylfaen 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 JPEG. 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 JPEG.
3. The article must have abstract in Georgian and English languages. The size should be 120-150 words, it must be picked up in Sylfaen and in Times New Roman, size of font-12. Scientific article must have list of used literature.
4. The article will published in English, Russian, German and France languages. So, it is also our request to prepare reziume in Georgian, Egnlish and Raussian languages too.
- The price of article's publication is- one page of journal 10 GEL (Lari) or 5 USD. And aauthor will pay this price after getting positive respond. Also, the price of journal is 10 GEL (Lari) or 5 USD.
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- GE33LB0113168905809000, "liberty bank", central office, bank code LERTGE22.

Our coordinates:

e-mail: loidk@yahoo.com; www.neweconomist.com.ge; www.loi.com.ge  
Tel: 299 05 76; 555 277 554; 558 944 800.  
PS. Giving articles with papres or CD-s, is not necessary.

## საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

სტატიების მიიღება შემდეგი მოთხოვნების გათვალისწინებით:

1. ტექსტი აკრეფილი უნდა იყოს Word-ში, Sylfaen-ში, შრიფტის ზომა 12, ინტერვალი სტრიქონებს შორის - 1,5, ველები 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 ნოდება და თანამდებობა, საკონტაქტო კორდინატები, (ტელეფონები, ელ.ფოსტა), სურათის ელექტრონული ვერსია JPEG-ში;
3. სტატიას უნდა ახლდეს ანოტაცია ქართულ და ინგლისურ ენებზე, მოცულობით 120-150 სიტყვა, აკრეფილი შესაბამისად Sylfaen-ში და Times New Roman-ში, შრიფტის ზომა 12. სამეცნიერო სტატიას უნდა დაერთოს გამოყენებული ლიტერატურის სია.
4. სტატია იბეჭდება ინგლისურ, რუსულ, გერმანულ და ფრანგულ ენებზეც. ნებისმიერ შემთხვევაში, აუცილებელი მოთხოვნაა, რეზიუმე მოგვანოდით ქართულ, ინგლისურ და რუსულ ენებზე.  
სტატიის გამოქვეყნების ღირებულება შეადგენს – ჟურნალის ერთი გვერდი 10 ლარი, რომელსაც ავტორი გადაიხდის დადებითი რეცენზიის მიღების შემდეგ, ხოლო ჟურნალის ღირებულება — 10 ლარი.
5. სტატიის გამოქვეყნების, ჟურნალის შექმნისა და/ან გამოწერის ღირებულების გადახდა შესაძლებელია მშს "ლოი"-ს ანგარიშზე: საიდენტიფიკაციო კოდი 204439296, ანგარიშის ნომერი GE33LB0113168905809000, სს „ლიბერთი ბანკი“, ბანკის კოდი LERTGE22.

ელექტრონული ფოსტა: loidk@yahoo.com; www.neweconomist.com.ge; www.loi.com.ge  
tel: 299-05-76; 555 277 554; 558 944 800.

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





[www.neweconomist.com.ge](http://www.neweconomist.com.ge)

E-mail: [editor@neweconomist.com.ge](mailto:editor@neweconomist.com.ge)