

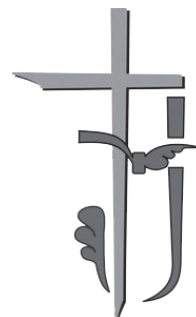
ეკონომიკური პროფილი

სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

№10, თებერვალი, 2012 წელი

ISSN 1512-3901

ეკონომიკური პროფილი



ქუთისის უნივერსიტეტი

UDC 33 სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი
ე - 491

№10, 2012 წელი
თებერვალი

რეფერირება: Институт Научной Информации по Общественным Наукам
(Российская Академия Наук) _ www.rim.inion.ru

n o m e r S i a :

ეკონომიკური პოლიტიკა

ფინანსები და ინვესტიციები

მარკეტინგი, მენეჯმენტი

ტურიზმი და აგროსექტორი

ეკონომიკური ანალიზი

სარედაქციო კოლეგია

მთავარი რედაქტორი:

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, სრული პროფესორი, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი **რევაზ კაკულია**

პასუხისმგებელი რედაქტორი:

ე.მ.დ სრული პროფესორი **ნიკო ჩიხლაძე**

სარედაქციო კოლეგიის წევრები:

იაკობ მესხია

ე.მ.დ., პროფესორი, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის ვიცე-პრეზიდენტი

ავთანდილ სილაგაძე

ე.მ.დ., პროფესორი, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორები, პროფესორები:

ევგენი ბარათაშვილი

რევაზ ბასარია

გივი გამსახურდია

რევაზ მანველიძე

ელგუჯა მექვაბიშვილი

გედევან ხელაია

გიორგი ლავთაძე

აკადემიური დოქტორები, ასოცირებული პროფესორები:

აკაკი ბაკურაძე

ლელა ბახტაძე

კახა გაბელაშვილი

ნაირა ვირსალაძე

გურამ უფლისაშვილი

ხათუნა შალამბერიძე

გოდერძი შანიძე

სარედაქციო კოლეგიის უცხოელი წევრები, პროფესორები:

ტიმო ლინკოლა (ფინეთი)

პეტრე მამეგოვი (რუსეთი)

მილან მიკულასტიკი (ჩეხეთი)

სერგეი ლუკინი (ბელორუსი)

მარია ტურიანსკაია (უკრაინა)

დამფუძნებელი:

ქუთაისის უნივერსიტეტი

რექტორი პროფ: **ლელა ქალბაქიანი**

4601, საქართველო, ქუთაისი,

წერეთლის ქუჩა №13

ტელ: +995 431 4 23 73, 5 12 73.

www.unic.edu.ge;

info@unic.edu.ge, chixi@mail.ru

დაკაბადონდა და დაიბეჭდა

შპს „მბმ-პოლიგრაფის“ მიერ

ქ. ქუთაისი, წერეთლის 186

ტელ.: 8 431 3 45 54;

ეკონომიკური პოლიტიკა

1. **იაშა (იაკობ) მესხია, კახაბერ გაბელაშვილი** (3)
“ათპუნქტიანი გეგმის” ეკონომიკური ორიენტირები და მოსალოდნელი რისკები

2. **ზეინაბ ახალაძე, ხათუნა თოდუა** (10)
კვების მრეწველობის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

3. **იოსებ არჩვაძე** (15)
მოსახლეობის დაბერება - გამოწვევა თანამედროვე საპენსიო უზრუნველყოფის სისტემებისათვის

ფინანსები და ინვესტიციები

4. **რევაზ კაკულია** (20)
ორგანიზაციული სტრუქტურების პრაქტიკული სისუსტეები ქართულ კომპანიებში

5. **ელგუჯა კონჯარია** (24)
ინვესტიციების ეკონომიკური არსი, მნიშვნელობა და სახეები

მარკეტინგი, მენეჯმენტი

6. **ვაჟა გურაბანიძე** (28)
აუდიტორული საქმიანობა და მისი სრულყოფის საკითხები

7. **მაია ახვლედიანი** (32)
სანტიკრიზისული მარკეტინგი

8. **ხათუნა თოდუა, ზეინაბ ახალაძე** (36)
მარკეტინგული კვლევების ზოგადი ასპექტები

9. **ემზარ ჯუღაყიძე** (42)
სამწარმო ფორმის ეფექტური მენეჯმენტი

10. **ნანა ლუსუტაშვილი** (44)
საქართველოში საქორწილო წეს-ჩვეულებების ეკონომიკური და სამართლებრივი ასპექტები

ტურიზმი და აგროსექტორი

11. **გოდერძი შანიძე** (49)
კულტურული ღონისძიებების როლი აჭარის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში

12. **მანანა შალამბერიძე, დალი სილაგაძე** (52)
ფერმერული მეურნეობის ფუნქციონირების ფაქტორები და პირობები

ეკონომიკური ანალიზი

13. **ნაირა ვირსალაძე, ციცილო დავითულიანი** (57)
ენერგორესურსების წარმოებისა და მოხმარების დინამიკა საქართველოში

14. **მერაბ ბარათაშვილი** (63)
ასფალტბეტონის საფარის დამუშავების ეკონომიკური ეფექტიანობის ზრდის შესაძლებლობები

იაშა (იაკობ) მუსხია

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, ივ ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სრული პროფესორი
კახაბერ ბაგელაშვილი

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ქუთაისის
უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

**“ათჰუნქტიანი გეგმის” ეკონომიკური
ორიენტირები და მოსალოდნელი რისკები**

2011 წლის მიწურულს საქართველოს მთავრობამ შეიმუშავა ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების საშუალოვადიანი (2011-2015წწ.) „ათჰუნქტიანი გეგმა“, რომლის მიზანია შექმნას წინაპირობები წარმატებული, მდიდარი და ერთიანი სახელმწიფოს მშენებლობისათვის. ამ მიზნების მიღწევა უნდა განხორციელდეს ახალი სამუშაო ადგილების შექმნით და უმუშევრობის დონის შემცირებით, ხოლო შრომისუნაროთათვის (შეზღუდული შესაძლებლობის პირები, პენსიონერები) სოციალური დახმარების სისტემის გაუმჯობესებით. აღნიშნული გეგმა შედგება შემდეგი ნაწილებისაგან: მაკროეკონომიკური სტაბილურობა მიღწევა და შენარჩუნება; მიმდინარე ანგარიშის ბალანსის გაუმჯობესება; საუკეთესო საინვესტიციო და ბიზნეს გარემოს შექმნა და შენარჩუნება; რეგიონის სავაჭრო და ლოგისტიკურ ცენტრად ჩამოყალიბება; ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება; სოფლის მეურნეობის განვითარება; განათლების სისტემის გაუმჯობესება; სოციალური პოლიტიკის დახვეწა; ხელმისაწვდომი, მაღალხარისხიანი ჯანდაცვის სისტემის ჩამოყალიბება; ურბანული და რეგიონული განვითარება.

საქართველოს მთავრობის
ეკონომიკის განვითარების
და სოციალური პოლიტიკის
დაცვის
და სტრატეგიის
სააგენტოს
განყოფილება

• **მაკროეკონომიკური სტაბილურობა.** მაკროეკონომიკური სტაბილურობის მიღწევის მიზნით გეგმაში გათვალისწინებულია ეკონომიკის სწრაფი ზრდა, ფისკალური მდგრადობის უზრუნველყოფა, ქვეყნის მთლიანი ვალის მოცულობისა და საბიუჯეტო დეფიციტის მოცულობის შემცირება, დაბალი ინფლაცია, მთავრობის მცირე ზომა, ფინანსური სისტემის მდგრადობა, ჯანსაღი საბანკო სექტორის ფორმირება და მათი მდგრადობის ამაღლება საშინაო და საგარეო შოკების მიმართ.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით უახლოეს წლებში ნაგარაუდევია მშპ-ის უფრო მაღალი ტემპებით ზრდა მსოფლიო ეკონომიკის საშუალო ზრდასთან შედარებით, ხოლო ოპტიმისტური სცენარით 4-წლიან პერიოდში მისი ორნიშნა რიცხვამდე გადიდება, რაც უზრუნველყოფს 2011 წელთან შედარებით 2015 წლისათვის მშპ ერთ სულზე 60-90%-ით (5,000-6,000 აშშ დოლარამდე) გაზრდას. ასევე დაგეგმილია ამავე პერიოდში მშპ ერთ სულ მოსახლეზე თითქმის გაორმაგება.

გეგმის თანახმად გათვალისწინებულია საგარეო სახელმწიფო ვალის პორტფელმა შეინარ-

ჩუნოს ხელსაყრელი ფინანსური პარამეტრები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მის მდგრადობას როგორც მოკლევადიან, ასევე საშუალო- და გრძელვადიან პერსპექტივაში. ნავარაუდევია, რომ მისი დონე არ უნდა აღემატებოდეს მშპ-ის 60%-ს, ხოლო უფრო შორეულ პერსპექტივაში უნდა შემცირდეს მშპ-ის 25%-მდე. დაგეგმილია აგრეთვე ბიუჯეტის დეფიციტის შემცირება, კერძოდ, 2014 წლიდან ბიუჯეტის დეფიციტი უნდა შეადგენდეს არა უმეტეს მშპ-ის 3%-ს, ხოლო ბიუჯეტის ხარჯებისა და არაფინანსური აქტივების ზრდის მთლიანი მოცულობის წილი არ უნდა აღემატებოდეს მშპ-ის 30%-ს. გრძელვადიან პერიოდში გათვალისწინებულია ინფლაციის შენარჩუნება ერთიან მანქანებზე და მუდმივი მონიტორინგის დაწესება ლარის გაცვლით კურსზე, რათა მან ნეგატიურად არ იმოქმედოს საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობაზე.

გეგმა ითვალისწინებს ფინანსური სისტემის მდგრადობის უზრუნველყოფას და გარე შოკებზე დამოკიდებულების შემცირებას, ფასიანი ქაღალდების ლიკვიდური ბაზრის ჩამოყალიბებას, საბანკო საპროცენტო განაკვეთების შემცირებას, მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების გაზრდას, ბიზნესის გააქტიურებას. გეგმის თანახმად 2015 წელს 2005 წელთან შედარებით დაახლოებით 9-ჯერ უნდა გაიზარდოს როგორც საბანკო აქტივები, ასევე დეპოზიტები და სასესხო პორტფელის მოცულობა. შესაძლო საგარეო შოკების შერბილებისა და საგარეო ვალდებულებების მომსახურების მიზნით გათვალისწინებულია ქვეყანას ჰქონდეს საკმარისი საერთაშორისო რეზერვები. კერძოდ, 2015 წელს 2010 წელთან შედარებით საერთაშორისო წმინდა რეზერვების მოცულობა გაიზარდება 107%-ით.

- **მიმდინარე ანგარიშის ბალანსის გაუმჯობესება.** იგი გულისხმობს ღია ეკონომიკის განვითარებას, ექსპორტის და ტურიზმის ზრდით მიმდინარე ანგარიშის ბალანსის ოპტიმიზაციას. ამ მიზნით გრძელვადიან პერსპექტივაში დაგეგმილია ეკონომიკის განვითარების ისეთ სტრუქტურის ფორმირება, რომლის შედეგად 2015 წლისათვის 2011 წელთან შედარებით მიღწეულ იქნება სავაჭრო ბალანსის დეფიციტის განახევრება მშპ-სთან მიმართებაში. იგი ძირითადად მოხდება საქონლის ექსპორტის ზრდით, რომელშიც უდიდეს კომპონენტს დაიკავენ ტურიზმის სექტორი. საქონლის, მომსახურების და ტურიზმის ექსპორტი 2010 წელთან მიმართებაში 2015 წლისათვის 2-ჯერ უნდა გაიზარდოს, საშუალოდ 15- 20%-ით წელიწადში, ანუ ტურისტების რაოდენობამ უნდა 5 მილიონს უნდა გადააჭარბოს.

საგეგმო პერიოდში გათვალისწინებულია საპარტნიორო ფონდის შექმნა. მისი აქტივები გამოყენებული იქნება მსხვილი კერძო და სახელმწიფო საინვესტიციო პროექტების განსახორციელებლად. საკრედიტო რესურსი მოზიდული იქნება საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტებიდან, აგრეთვე სახელმწიფო საწარმოების აქციების საერთაშორისო ბირჟებზე განთავსების შედეგად მიღებული თანხებიდან. ძირითადი პროექტები განხორციელდება ისეთ დასაქმებადგეგვად სფეროებში (ენერჯეტიკა, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი).

- **საუკეთესო საინვესტიციო და ბიზნეს გარემოს შექმნა.** გეგმის მოცემული ნაწილი ითვალისწინებს მეწარმეობისათვის არაკორუფციული და ხელსაყრელი ინვესტიციური კლიმატის და ოპტიმალური საგდასახადო გარემოს ფორმირებას. გათვალისწინებულია ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, შრომის ბაზარზე მობილურობის უზრუნველყოფა, სპეციალური რეგულაციები შემოღება 45 დან 60 წლამდე მოსახლეობის დასაქმების მიზნით. დაგეგმილია საგადასახადო სისტემის და ადმინისტრირების გამარტივება.

• **პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები.** გეგმის თანახმად პირდაპირმა უცხოურმა ინვესტიციებმა უნდა შეადგინოს მთლიანი შიდა პროდუქტის მინიმუმ 6%, 2-ჯერ უფრო მეტი, ვიდრე ბოლო სამი წლის საშუალო მაჩვენებელი.

• **რეგიონის სავაჭრო და ლოგისტიკურ ცენტრად ჩამოყალიბება.** იგი ითვალისწინებს ეკონომიკის ღიაობის დონის გაზრდას, გამართული ლოგისტიკური ინფრასტრუქტურის ფორმირებას, სამაგალითო ადმინისტრაციულ მომსახურებას, თავისუფალი ინდუსტრიული ზონების შექმნას, სასაწყობო საწარმოების ლიბერალურ რეგულირებას, ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების გაფორმების დაჩქარებას.

განსაკუთრებული პროექტებისთვის ინვესტორები გამოიყენებენ წამახალისებელ პირობებს. კერძოდ, ინვესტორს საწარმოს ასაშენებლად მიწის ნაკვეთი საკუთრებაში გადაეცემა სიმბოლურ ფასად; გამოიყოფა სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული საპრივატიზაციო შენობები, რომლებიც შესაძლებელია შეღავათიან ფასებში გადაეცეს ინვესტორებს; ინვესტორი უზრუნველყოფილი იქნება შესაბამისი ინფრასტრუქტურით (გაზი, წყალი, ელექტროენერჯია); უცხოელ ინვესტორებს გაეწევათ დახმარება მუშახელის მოზიდვასა და ტრენინგების დაფინანსებაში. საგეგმო პერიოდში ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტი უნდა გახდეს რეგიონული მნიშვნელობის საბითუმო და საცალო სავაჭრო ცენტრების შექმნა.

• **ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება.** შეიქმნება განვითარებული, ხარისხიანი და უსაფრთხო საგზაო ინფრასტრუქტურა ქვეყნის შიდა ტვირთბრუნვის, იმპორტ-ექსპორტისა და ტრანზიტის განვითარებისათვის. ამ პროექტების განხორციელებისას თავად მშენებლობაზე პირდაპირ და ირიბად ყოველწლიურად დასაქმდება 30 ათასამდე კაცი. საქართველოს რკინიგზა შეინარჩუნებს მომგებიანი საწარმოს სტატუსს, გაზრდის სიმძლავრეს, კომფორტს და სიჩქარეს. დასრულდება თბილისი-ბათუმის ჩქაროსნულ რკინიგზაზე მუშაობა მოდერნიზაციის პროექტის ფარგლებში. ბათუმიდან თბილისამდე თანამედროვე მატარებლით მგზავრობის დრო 3 საათამდე შემცირდება. აღნიშნული პროექტზე დაიხარჯება 400 მლნ აშშ დოლარზე მეტი. გაგრძელდება მუშაობა ბაქო-თბილისი-ყარსის ახალ სარკინიგზო გზაზე, აშენდება თბილისის შემოვლითი სარკინიგზო ხაზი. აღნიშნულ პროექტებზე ყოველწლიურად საშუალოდ 8 ათასიდან 10 ათასამდე ადამიანი დასაქმდება. დასრულდება ქუთაისისა და ფოთის აეროპორტის მშენებლობა, 2015 წლისათვის დღეისათვის მგზავრთა არსებული რაოდენობა 50%-ით გაიზარდება, საავიაციო ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რიცხვი სულ ცოტა 1,5-ჯერ უნდა გაიზარდოს. განვითარდება საზღვაო ტრანსპორტი, საპორტო ინფრასტრუქტურა, სატვირთო და სამგზავრო გადაზიდვების მოცულობა. საქართველო უფრო აქტიურად ჩაერთვება მსოფლიო საკრუიზო ლაინერების ქსელში. 2015 წლისთვის შესაძლებელი იქნება ზღვით მგზავრთა გადაყვანის 2011 წლის მონაცემების გაორმაგება.

გეგმის მიხედვით გათვალისწინებულია სანდო, დივირსიფიცირებული და ფინანსურად მდგრადი ენერგოსისტემის ფორმირება. იგი იქნება ერთ-ერთი ყველაზე ენერგოუსაფრთხო რეგიონში, განახლებადი ენერჯის დიდი წილით, ენერჯის ექსპორტიორი და განვითარების უდიდესი ჰიდროენერგეტიკული პოტენციალით. ელექტროენერჯიაზე ქვეყნის მოთხოვნა 100% დაკმაყოფილდება საქართველოში გამომუშავებული ჰიდროენერჯით. ქვეყანა გახდება ელექტროენერჯის მნიშვნელოვანი ექსპორტიორი. მომავალი 10 წლის განმავლობაში საქართველოში ბუნებრივი აირის

მოწოდება განხორციელდება დივერსიფიცირებული მოდელით. 2015 წლამდე საქართველოს მოსახლეობის 70% იქნება გაზიფიცირებული. დასრულდება ამჟამად მიმდინარე 10 ჰესის მშენებლობა, დაიწყება ახალი ჰესების მშენებლობა, სულ საგეგმო პერიოდში აშენდება 27 ჰესი, რომლებზეც დაიხარჯება 4 მლრდ აშშ დოლარზე მეტი და ამ პროექტებზე დასაქმდება 13 ათასი კაცი.

• **სოფლის მეურნეობის განვითარება.** იგი ორიენტირებული იქნება მეწარმეობაზე, შეიქმნება მოდერნიზებული და სამეწარმეო პრინციპებზე დაფუძნებული პირველადი და გადამამუშავებელი წარმოება და შესაბამისი ლოგისტიკური ცენტრები, მოხდება სასოფლო-სამეურნეო მიწების ჩართვა წარმოებაში. კერძოდ, 2015 წლისათვის საქართველოში სასოფლო-სამეურნეო წარმოების მიზნით დამუშავებული ფართობების რაოდენობა 50%-ით გაიზარდება. პრიორიტეტი იქნება მემარცვლეობა, მეღვინეობა, მეცხოველეობა, მეხილეობა. 2015 წლისათვის გათვალისწინებულია ხორბლზე მოთხოვნის 50%-ის ადგილობრივი წარმოებით დაკმაყოფილება, ხოლო 200 ათას ტონამდე სიმინდის ექსპორტირება. ღვინის ექსპორტის მოცულობა გაორმაგდება, ხოლო წარმოება 50%-ით გაიზარდება. გათვალისწინებულია მეცხოველეობისადმი ხელშეწყობა. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა ლოგისტიკური ცენტრების ქსელის განვითარებას. გეგმით გათვალისწინებულია საირიგაციო სისტემის რეაბილიტაცია და განვითარება.

• **ურბანული და რეგიონული განვითარება.** გეგმა ითვალისწინებს უთანასწორობის შემცირებას ურბანულ და რეგიონულ განვითარებაში, დასაქმების ცენტრების შექმნას, სოფლების ინფრასტრუქტურის გააუმჯობესებას. სოფლის სხელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამის ფარგლებში გაგრძელდება ადგილობრივი და სასოფლო საავტომობილო გზების ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაცია და მოვლა-შენახვა. ნაპირდაცვის უზრუნველყოფის მიზნით გაგრძელდება შესაბამისი საპროექტო და სამშენებლო სამუშაოები. ასევე გაგრძელდება წყალმომარაგებისა და წყალარინების მშენებლობისა და რეაბილიტაციის სამუშაოები.

უნდა ითქვას, რომ განსხვავებით წინა პერიოდებში მიღებული ეკონომიკური ხასიათის ანალოგიური დოკუმენტებისაგან, მოცემული “გეგმა” აშკარად წინადადებული ნაბიჯია, რადგან იგი, ერთი მხრივ, კომპლექსურად მოიცავს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ძირითად მიმართულებებს, ხოლო, მეორე მხრივ, იძლევა სრულ წარმოდგენას იმ ხედვებზე და ორიენტირებზე, რომელიც გააჩნია ხელისუფლებას ქვეყნის წინაშე მდგარი ძირითადი გამოწვევების დაძლევის მიმართულებით. მოცემული გეგმის ძლიერი და სუსტი მხარეები კონკრეტულად მისი რეალიზაციის პროცესში გამოვლინდება, თუმცა დღევანდელი გადასახედიდან შეიძლება მისი ზოგადი შეფასება და მონიტორინგი. ჩვენი აზრით, მიუხედავად მთლიანობაში გეგმის პოზიტიური შეფასებისა, მასში შეიძლება გამოიყოს ზოგიერთი დასაზუსტებელი და პასუხისმგებელი საკითხები. კერძოდ:

❖ გეგმა მეტისმეტად ოპტიმისტურია და არ გამომდინარეობს ქვეყნის განვითარების რეტროსპექტული კანონზომიერებებიდან. ეს იქიდანაც ჩანს, რომ მასში არაა კრიტიკულად შეფასებული უკანასკნელ წლებში ეკონომიკურ განვითარებაში ჩამოყალიბებული რეალური კანონზომიერებები, დღეისათვის არსებული პოზიტიური და ნეგატიური მხარეები და არაა გახსნილი მათი განმპირობებელი ძირითადი ფაქტორები და პირობები;

❖ გეგმაში სათანადოდ არაა გათვალისწინებული თანამედროვე ეტაპზე მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე კრიზისული მოვლენები და ორიენტირი აღებულია ავტონომიურ რეჟიმში ქვეყნის

ეკონომიკურ განვითარებაზე. თქმა იმისა, რომ საქართველომ მიაღწია ეკონომიკურ წარმატებებს იმ პირობებში, როდესაც მსოფლიოს მრავალი ქვეყნის ეკონომიკა ჩამოიშალა, არაზუსტია. საქართველოს ეკონომიკის ნაკლებად დაზარალება მსოფლიო კრიზისის პირობებში ძირითადად განპირობებულია 2008 წელს საერთაშორისო თანამეგობრობის მიერ 4,5 მილიარდიანი ფინანსური დახმარებით და უცხოეთის ქვეყნებისა და საერთაშორისო ინსტიტუტების მიერ მრავალი სხვადასხვა სახის ტექნიკური და ჰუმანიტარული პროექტების განხორციელებით. ამჟამად გლობალურ ეკონომიკაში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესებიდან გამომდინარე, როდესაც ევროზონაში (საბერძნეთი, ესპანეთი, იტალია, პორტუგალია და სხვა) მწვავე საფალო-საბიუჯეტო კრიზისია, ამიტომაც ასეთი დახმარება მომავალში ნაკლებად სააღბათოა. თითქმის ანალოგიური მდგომარეობაა მსოფლიოს დანარჩენ მსხვილ ქვეყნებში, რაზედაც შეშფოთებულია საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტები და მათი აზრით გლობალური ეკონომიკური კრიზისის მეორე ეტაპი შეიძლება უფრო მტკივნეული აღმოჩნდეს. ამ პროცესების ათპუნქტიან გეგმაში სათანადო დონეზე გაუთვალისწინებლობა გარკვეულწილად ასუსტებს მისი საიმედოობის ხარისხს.

❖ ასევე გეგმა სრულად არ ითვალისწინებს იმ რისკებს და ახალ გამოწვევებს, რომელიც შეიძლება დადგეს მომავალში, გამომდინარე ქვეყნის შიგნით არსებული სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობიდან. საუბარია იმაზე, რომ საგეგმო პერიოდს ემთხვევა საპარლამენტო და საპრეზიდენტო არჩევნები და, როგორც მსოფლიო პრაქტიკიდან ცნობილია, ასეთ ვითარებაში ეკონომიკური აქტივობა ნელდება, განსაკუთრებით ეს ეხება ქვეყანაში უცხოური ინვესტიციების შემოდინებას.

❖ გეგმაში სათანადოდ არაა გათვალისწინებული ეკონომიკური განვითარების ინერციული ბუნება და ნახტომისებრი განვითარების საკმაოდ მაღალი რაოდენობრივი მაჩასიათებლები მათი პრაქტიკული რეალიზაციის სხვადასხვა სახის რისკების შემცველია.

❖ გეგმაში მკაფიოდ არ ჩანს დასახული მიზნების რეალიზაციის ეგზოგენური და ენდოგენური ფინანსური წყაროები, რაც წარმოდგენილი პროექტების მოხაზულ ვადებში პრაქტიკული რეალიზაციის ეჭვის წარმოშობის საფუძველს იძლევა. ალბათ ამითაა განპირობებული “გეგმის” ყოველ 6 თვეში განახლებაზე მინიშნება, რაც აკნინებს მოცემული დოკუმენტის პროგრამულობისა და საიმედოობის ხარისხს.

ზემოთქმული მისაზრებების საილუსტრაციოდ მოვიყვანოთ ერთი მაგალითი. ავიღოთ სახელმწიფო ვალი, რომელიც მშპ-სთან მიმართებაში “ათპუნქტიანი გეგმის” თანახმად არ უნდა აჭარბებდეს 60%-ს და თანდათანობით უნდა შემცირდეს 25%-მდე. იმისათვის, რომ გავერკვეთ იმაში თუ რამდენად რეალურია გეგმის ამ პუნქტის პრაქტიკული რეალიზაცია, საჭიროა ჩატარდეს საქართველოს მთლიანი საგარეო ვალების დინამიკის და სტრუქტურის რეტროსპექტული ანალიზი. საქართველოს მთლიანი საგარეო ვალმა 2011 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით 10,7 მლრდ აშშ დოლარი (17,6 მლრდ ლარი) შეადგინა. აქედან, 3,6 მლრდ აშშ დოლარი (5,9 მლრდ ლარი) იყო სამთავრობო სექტორის ვალი, 0,8 მლრდ აშშ დოლარი – ეროვნული ბანკის, 1,9 მლრდ აშშ დოლარი – კომერციული ბანკების, 1,9 მლრდ აშშ დოლარი – სხვა სექტორების, 2,5 მლრდ აშშ დოლარი – კომპანიათაშორისი სესხები. საყურადღებოა, რომ გასული ხუთი წლის განმავლობაში ქვეყნის მთლიანი საგარეო ვალის მოცულობა თითქმის 3-ჯერ გაიზარდა. იგი 2006 წლის 31 დეკემბრისათვის შეადგენდა 3,8 მლრდ აშშ დოლარს, ხოლო, როგორც უკვე აღინიშნა, 2011 წლის

ბოლოსათვის გაიზარდა 10,7 მილიარდამდე (ზრდა-281,6%). დღეისათვის საქართველოს მთლიანი საგარეო ვალის მოცულობა აღემატება ქვეყნის მშპ-ს მოცულობას შესადარ ფასებში, ხოლო მიმდინარე ფასებში იგი 80 პროცენტს აღწევს.

საქართველოს საგარეო ვალის მაღალი ტემპებით ზრდა სერიოზული ეკონომიკური (და არა მარტო ეკონომიკური) საფრთხის შემცველია. საერთაშორისო საგარეო ვალის მთლიან შიდა პროდუქტთან მიმართებაში 60 პროცენტამდე საერთაშორისო პრაქტიკით დასაშვებია მხოლოდ იმ ქვეყნებისათვის, სადაც ექსპორტ-იმპორტის საღლო დაბალანსებულია ან ექსპორტი აღემატება იმპორტს. საქართველოს პირობებში კი, სადაც ექსპორტი იმპორტს 4-ჯერ ჩამორჩება, სახელმწიფო საგარეო ვალის იმ მოცულობამდე ზრდა, რამდენიც იმპორტის ღირებულებაა, დიდი ეკონომიკური საფრთხის მატარებელია. ახალი სახელმწიფო სესხების მოზიდვა, უახლოეს მომავალში შექმნის დეფოლტის საფრთხეს, რაც ქვეყნისათვის უადრესად ნეგატიური მოვლენა იქნება. ამის მაგალითები უკვე არსებობს საბერძნეთში, ესპანეთში, იტალიაში, პორტუგალიაში და ევროპის სხვა ქვეყანაში, სადაც საგარეო ვალებისა და ბიუჯეტის დეფიციტის გაუკონტროლებელმა ზრდამ ეს ქვეყნები დეფოლტის საფრთხის წინაშე დააყენა, უფრო მეტიც, საფრთხე შეუქმნა მთელ ევროზონას და მსოფლიო საფინანსო სისტემას. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ უცხოელი ინვესტორები ძირითადად იმ ქვეყნებით ინტერესდებიან, რომელთაც არ გააჩნიათ დიდი საგარეო ვალი და საგალო საერთაშორისო რეიტინგში სტაბილური ადგილი უკავიათ. აქედან გამომდინარე, შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა, რომ საგარეო ვალდებულებების მაღალი ტემპებით ზრდა გაუმართლებელია გრძელვადიან პერიოდში ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოების დაცვის პრინციპებიდან გამომდინარე. უპირატესად საგარეო და საშინაო სესხების ზრდის საფუძველზე ქვეყნის წინაშე მდგარი სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების დარეგულირება ეროვნული ეკონომიკის სისუტის მანვენებელია. გამომდინარე აქედან, საჭიროა მაქსიმალურად თავშეკავება ახალი საგარეო სესხების მოზიდვისაგან და ძალისხმევის წარმართვა შიდა ფინანსური რესურსების მობილიზაციისაკენ, საბიუჯეტო სახსრების ეკონომიურად ხარჯვა და, შესაბამისად, ვალების დაგროვებასთან დაკავშირებული საფრთხის თავიდან აცილება. „ათპუნქტიანი გეგმის“ თანახმად მთელი რიგი მსხვილი პროექტების დასაფინანსებლად გათვალისწინებულია უცხოური კაპიტალის მოზიდვა, რაც ერთის მხრივ, ძნელად განსახორციელებელია მიმდინარე გლობალური ფინანსური კრიზისის პირობებში, ხოლო, მეორე მხრივ, სავარაუდოა, რომ მომავალში შეღავათიანი საგარეო სესხის მიღება მნიშვნელოვნად გართულდება ამავე მიზეზების გამო. გამომდინარე აქედან, შეიძლება ითქვას, რომ გეგმის ფინანსური უზრუნველყოფის საკითხი უფრო მტკიცე დასაბუთებას საჭიროებს.

საყურადღებოა, რომ „ათპუნქტიანი გეგმაში“ ვერ მოხვდა ქალაქლაზიკას მშენებლობის საკითხი, რაც გეგმის მიღებიდან სულ მოკლე დროში იქნა გაცხადებული. რა თქმა უნდა, ასეთი მსხვილი და სტრატეგიული პროექტის გაუთვალისწინებლობა ერთგვარად ასუსტებს გეგმის დასაბუთებულობის ხარისხს.

მიუხედავად ზემოთ გამოთქმული შენიშვნებისა და სურვილებისა შეიძლება ითქვას, რომ დღეისათვის ქვეყანას გააჩნია ეკონომიკური და სოციალური განვითარების საშუალოვადიანი კომპლექსური ორიენტირი, რომლის პრაქტიკული რეალიზაცია უდავოდ დიდ როლს შეასრულებს მდგრადი და სტაბილური ეკონომიკის მშენებლობასა და განმტკიცებაში.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს სტრატეგიული განვითარების “ათპუნქტიანი გეგმა”-მოდერნიზაციისა და დასაქმებისათვის (2011-2015), ოქტომბერი, თბ., 2011.
2. ქვეყნის ძირითადი მონაცემები და მიმართულებები 2012-2015წლებისათვის (გადამუშავებული ვარიანტი), საქართველოს მთავრობა, თბ., 2011.
3. საქართველოს ორგანული კანონი “ეკონომიკური თავისუფლების შესახებ”.

ზვინაბ ახალაძე

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

ხათუნა თოდუა

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

კვების მრეწველობის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პერსპექტივები

კვების მრეწველობა ქვეყნის ეროვნული მეურნეობის დარგობრივი სტრუქტურის ერთ-ერთ მთავარ შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს. მას განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ეკონომიკაში და სტრატეგიული მნიშვნელობა ენიჭება, რადგან სწორედ ამ დარგის საწარმოები საკუთარი პროდუქციით მონაწილეობენ მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებაში.

კვების მრეწველობა, როგორც სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის გადამამუშავებელი დარგი, აერთიანებს 20-ზე მეტ სპეციალიზებულ დარგს. ყველა ის დარგი, რომელიც აწარმოებს სასურსათო პროდუქციას, ოთხ ჯგუფადაა დაყოფილი:

1. დარგები, რომლებიც აწარმოებენ ნახშირწყლების შემცველ პროდუქციას, რომელთა მიუღებლობა იწვევს ადამიანის ბიოლოგიურ სიკვდილს;
2. დარგები, რომლებიც ამზადებენ ცილისა და ცხიმშემცველ პროდუქციას, რომელთა მიღების გარეშე ადამიანმა შეიძლება იარსებოს, მაგრამ ის არ იქნება დაცული სხვადასხვა ავადმყოფობებისაგან და როგორც ბიოლოგიური არსება არ იქნება სრულყოფილი;
3. დარგები, რომლებიც აწარმოებენ ვიტამინის შემცველ პროდუქციას;
4. დარგები, რომლებიც გამოიმუშავებენ გემო-კვების პროდუქციას.

გამოკვლევებით დადგენილია, რომ კვების მრეწველობის დარგობრივ სტრუქტურაში უნდა გაიზარდოს ვიტამინებით მდიდარი ხილ-ბოსტნეულის, ასევე ცილისა და ცხიმშემცველი პროდუქციის (ხორცის, ყველ-კარაქის, რძისა და თევზის) წარმოების ხვედრითი წილი.

წარსულში საქართველოში განვითარებულმა ცნობილმა მოვლენებმა ნეგატიური გავლენა მოახდინეს ქვეყნის ეკონომიკისა და განსაკუთრებით კი, მისი უმნიშვნელოვანესი დარგის – კვების მრეწველობის განვითარებაზე. გამოიწვიეს წარმოების როგორც რაოდენობრივი, ასევე ხარისხობრივი მაჩვენებლების მკვეთრი დაცემა, საწარმოო სიმძლავრეებისა და პერსონალის ქრონიკული დაუტვირთაობა, ტრადიციული საწარმოო-ტექნიკური კავშირების მოშლა, გასაღების ბაზრების დაკარგვა და ა.შ.

საქართველოს კვების მრეწველობის საწარმოთა საქმიანობაში არსებული სიძნელების დაძლევა და დარგის ეფექტიანი და დაბალანსებული განვითარება შესაძლებელია მიღწეულ იქნას მხოლოდ სამეურნეო მექანიზმის ძირეული სრულყოფის, პროდუქციის წარმოებისა და

გადამუშავების ინტეგრაციით, ნედლეულის უფრო სრულად და ხარისხიანად გამოყენებით, ძირითადი ფონდების განახლებისა და სრულად დატვირთვის, მუშაკთა შრომის მწარმოებლურობის ამაღლების შედეგად. თითოეული ამ ელემენტაგანი ფუნქციონირებს უამრავი სპეციფიკური ფაქტორების შესაბამისად, მაგრამ ამავე დროს ყველა ერთად ქმნის რთულ და განშტოებულ სტრუქტურას, რაც განსაზღვრავს დარგის საწარმოო პოტენციალს.

საწარმოო პოტენციალი არის მაჩვენებელთა რთული სისტემა, რომლის თითოეული ელემენტი ასრულებს განსაკუთრებულ ფუნქციას. აქედან გამომდინარე, ნებისმიერი პროდუქტი არის საწარმოო პოტენციალის ყველა ელემენტის ურთიერთდამოკიდებულების შედეგი. საწარმოო პოტენციალის ცალკეულ ელემენტს კი თავისი განსაკუთრებული წვლილი შეაქვს გამოშვებულ პროდუქციაში.

საწარმოო პოტენციალის სიდიდე განისაზღვრება, როგორც პროდუქციის წარმოების პროცესში მონაწილე რესურსების (შრომითი, ძირითადი კაპიტალის, ენერგორესურსების) ღირებულებათა ჯამი. დარგის საწარმოო პოტენციალი კი წარმოადგენს აგრეგირებულ მაჩვენებელს, რომელიც შედგება მასში შემავალი ქვედარგების საწარმოების (მსხვილი, საშუალო და მცირე) საწარმოო პოტენციალთა ჯამისაგან.

სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით საქართველოს კვების მრეწველობაში 2010 წელს სულ წარმოებული იყო 1557.8 მლნ. ლარის პროდუქცია. კვების მრეწველობის პროდუქციის ხვედრითი წილი სამრეწველო პროდუქციის მთლიან მოცულობაში შეადგენდა 31.99%-ს, ხოლო დარგში დასაქმებულთა რაოდენობა კი შეადგენდა 23561 კაცს, ანუ მთლიანად მრეწველობაში დასაქმებულთა 24.58%-ს. კვების მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულება შეადგენდა 467.8 მლნ. ლარს. მისი ხვედრითი წილი მთლიანად მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულებაში შეადგენდა 13.5%-ს.

ეს მაჩვენებლები 2005 წლის შესაბამის მაჩვენებლებთან შედარებით რამდენადმე გაზრდილია. კერძოდ, 2005 წელს კვების მრეწველობაში სულ წარმოებული იყო 845.9 მლნ. ლარის პროდუქცია, კვების მრეწველობის პროდუქციის ხვედრითი წილი სამრეწველო პროდუქციის მთლიან მოცულობაში შეადგენდა 37.01%-ს, ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა 23835 კაცს, ანუ მთლიანად მრეწველობაში დასაქმებულთა 25.26%-ს. რაც შეეხება კვების მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულებას, იგი შეადგენდა 245.3 მლნ. ლარს. მისი ხვედრითი წილი მთლიანად მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულებაში შეადგენდა 12.35%-ს.

2000 წელს, საქართველოს კვების მრეწველობის ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები კიდევ უფრო დაბალ ნიშნულს უტოლდებოდა. ამ წელს კვების მრეწველობაში სულ წარმოებული იყო 329.1 მლნ. ლარის პროდუქცია, კვების მრეწველობის პროდუქციის ხვედრითი წილი სამრეწველო პროდუქციის მთლიან მოცულობაში შეადგენდა 28.93%-ს, ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა 25816 კაცს, ანუ მთლიანად მრეწველობაში დასაქმებულთა 25.2%-ს. კვების მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულება შეადგენდა 203.6 მლნ. ლარს. მისი ხვედრითი წილი მთლიანად მრეწველობის ძირითადი საწარმოო ფონდების ღირებულებაში შეადგენდა 9.2%-ს (იხ. ცხრ. 1).

ცხრილი 1
საქართველოს კვების მრეწველობის ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

მახასიათებლები	საზ. ერთეული	წლები		
		2000	2005	2010
წმინდა პროდუქცია	მლნ. ლარი	329.1	845.9	1557.8
დასაქმებულთა საშ. წლ. ღირებ.	ათ. კაცი	25816	23835	23561
ძირ. ფონდების საშ. წლიური ღირ-ბა	მლნ. ლარი	203.6	245.3	467.8

სამრეწველო გადამუშავებისა და კონკურენტუნარიანი პროდუქციის გამოშვებისათვის საქართველოს გააჩნია სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის დიდი პოტენციალი. საქართველოში იწარმოება კვების ძირითადი პროდუქტების თითქმის ყველა სახეობა, თუმცა არც თუ ისე მდიდარი ასორტიმენტით.

ცხრილი 2
ძირითადი სახეობის კვების პროდუქტების წარმოება საქართველოში

პროდუქციის დასახელება	ზომის ერთეული	წლები		
		2000	2005	2010
პური და პურპროდუქტები	ათ. ტონა	111	100.4	126.1
ძეხვი და ძეხვის ნაწარმი	ტონა	987	1575	9743.4
თევზი და ზღვის პროდუქტები	ტონა	63.0	46.	1002.0
რძე და რძის პროდუქტები	ტონა	4200	3280.3	23267.3
საკონდიტრო ნაწარმი	ტონა	144	498.2	6463.7
მცენარეული ზეთი	ტონა	144	117.5	3218.3
ხილის წვენები და კონსერვები	ტონა	11.2	20.3	3471
მაკარონის ნაწარმი	ტონა	270	738.1	5757.9
მინერალური წყლები	ათასი დალი	72.3	163.6	14286.3
ღვინო და ღვინომასალები	ათასი დალი	1665	2661.3	84878.4
უალკოჰოლო სასმელები	ათასი დალი	2900	8929.6	15405.2

როგორც ცხრილიდან ჩანს 2000 წლის მონაცემებით, კვების მრეწველობის დარგობრივ სტრუქტურაში ყველაზე დიდი ხვედრითი წილი ეკავა რძისა და რძის პროდუქტების წარმოებას, უაღკოპოლო სასმელების წარმოებას, ღვინისა და ღვინომასალების წარმოებას და ა.შ. (იხ. ცხრ. 2).

2005 წელს კვების მრეწველობის პროდუქტების წარმოება ერთმანეთისგან განსხვავებულ ტენდენციას განიცდიდა. კერძოდ, მნიშვნელოვნად გაიზარდა ისეთი პროდუქტების წარმოება, როგორცაა: ძეხვის წარმოება – 1.5 ჯერ; საკონდიტრო წარმოება – 3.45 ჯერ; მაკარონის წარმოება - 2.73 ჯერ; ხილის წვენებისა დაკონსერვების წარმოება - 1.81 ჯერ; ღვინისა და ღვინომასალების წარმოება – 1.59 ჯერ; უაღკოპოლო სასმელების წარმოება – 3.07 ჯერ და ა.შ.

ზოგიერთი სახის პროდუქციის წარმოება კი ისეთების, როგორცაა: რძისა და რძის პროდუქტების წარმოება, მცენარეული ზეთის წარმოება, თევზისა და ზღვის პროდუქტების წარმოება და ა.შ. შემცირების ტენდენციით ხასიათდება.

2010 წლისათვის მნიშვნელოვნად გაიზარდა თითქმის ყველა სახეობის პროდუქციის წარმოება საქართველოში. განსაკუთრებით აღსანიშნავია: რძისა და რძის პროდუქტების წარმოება – 7.09-ჯერ; ღვინისა და ღვინომასალების წარმოება – 31.89-ჯერ; უაღკოპოლო სასმელების წარმოება – 1.72-ჯერ; მინერალური წყლების წარმოება – 87.32-ჯერ; ძეხვის წარმოება 6.18-ჯერ და ა.შ.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს კვების მრეწველობაში გარკვეული დადებითი ძვრები შეინიშნება, წარმოებული პროდუქცია მაინც ვერ აკმაყოფილებს ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნილებებს, რამაც განაპირობა იმპორტის მაღალი დონე. მოთხოვნილების უზრუნველსაყოფად აუცილებელი გახდა პროდუქციის უცხოეთიდან შემოტანა, რის შედეგადაც ბაზარი გაჯერებულია იმპორტირებული, შედარებით დაბალხარისხიანი პროდუქციით.

2010 წლის მონაცემებით, საქართველოში იმპორტირებული იყო დაახლოებით 331179.73 ათასი აშშ დოლარის ღირებულების კვების მრეწველობის პროდუქცია, რაც შეადგენს მთლიანი იმპორტის 6.5%-ს.

უნდა ითქვას, რომ კვების მრეწველობის განვითარება მიზანშეწონილია მიმდინარეობდეს ორი ძირითადი მიმართულებით: პირველი – ქვეყნის შიდა ბაზრის მოთხოვნილების დაკმაყოფილების უზრუნველყოფის მიმართულებით ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტებით და მეორე – კვების პროდუქტების ექსპორტის შემდგომი ზრდის მიმართულებით. დღევანდელი მონაცემებით, კვების მრეწველობის პროდუქციის ექსპორტის მოცულობა უფრო მაღალი მაჩვენებლების არსებობის სურვილს იწვევს. სტატისტიკური მონაცემების შესაბამისად, 2010 წელს, საქართველოდან ექსპორტირებულია 156756 ათასი აშშ დოლარის ღირებულების კვების მრეწველობის პროდუქცია, რაც მთლიანი ექსპორტის 9.9%-ს შეადგენს.

საქართველოს კვების მრეწველობის წინაშე უამრავი ამოცანა დგას. მათი გადაჭრა კი ჩვენის აზრით, შესაძლებელია მხოლოდ იქნეს არა იმდენად რესურსული პოტენციალის გაზრდის, რამდენადაც მისი რაციონალური გამოყენების გზით. კვების მრეწველობის საწარმოო პოტენციალის გამოყენების ეფექტიანობა განისაზღვრება ისეთი მაჩვენებლებით, როგორცაა: ფონდუკუგება, ფონდტევადობა, მასალატევადობა და ფონდშეიარაღება. ამ მაჩვენებლებს შორის არსებობს ორგანული კავშირი. კერძოდ, ფონდუკუგება წარმოადგენს შრომის მწარმოე-

ბლურობის შებრუნებულ მოქმედებას, ამიტომაც ფონდუკუგების მანვენებლის ასამაღლებლად აუცილებელია შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპი წინ უსწრებდეს საწარმოო პერსონალთა ზრდის ტემპს.

თანამედროვე ეტაპზე ჩვენს ქვეყანას აუცილებლად სჭირდება განვითარებული, მსოფლიო სტანდარტების შესაბამისი კონკურენტუნარიანი კვების მრეწველობის არსებობა. მისი განხორციელება კი შესაძლებელი იქნება მხოლოდ ისეთ ღონისძიებათა მთელი კომპლექსის გატარების შემთხვევაში, როგორცაა: კვების მრეწველობის საწარმოების განვითარების პროგრამების შემუშავება და მათი რეალიზაციისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერა, დარგის რეაბილიტაციისათვის და განვითარებისათვის ადგილობრივი და უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, კვების მრეწველობის პროდუქციის წარმოება-რეალიზაციაში საერთაშორისო გამოცდილების დანერგვა, სარეკლამო ქსელის გაუმჯობესება, საწარმოების მოდერნიზაცია, მათი თანამედროვე ტექნიკით აღჭურვა, წარმოებაში არსებული ტექნოლოგიური პროცესის სრულყოფა, გადასახადების ოპტიმიზაციისა და გამარტივების საკანონმდებლო უზრუნველყოფა; დარგის კვალიფიციური კადრებით დაკომპლექტება და ა.შ.

იოსებ არჩვაპე

ეკონომიკის დოქტორი, ქუთაისის
უნივერსიტეტის სრული პროფესორი

მოსახლეობის დაბერება - გამოწვევა თანამედროვე საპენსიო უზრუნველყოფის სისტემებისათვის (განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების მაგალითზე)

მსოფლიოში მოსახლეობის რიცხოვნობის ზრდის პარალელურად იზრდება ადამიანთა სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობაც. – ცივილიზაციის გარიჟრაჟის დროინდელი 20-25 წლიდან ამჟამად იგი განვითარებულ ქვეყნებში უკვე 80-85 წელს აღწევს. ბოლო ოცი წლის მანძილზე მთელი მსოფლიოს მოსახლეობის მედიანური ასაკი გაიზარდა 4.7 წლით - 24.4 წლიდან 29.1 წლამდე, მათ შორის მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში - 34.4 წლიდან 39.8 წლამდე. ამჟამად მსოფლიოს მოსახლეობის საშუალო ასაკი 28 წელია¹, უახლოესი ოთხი ათწლეულის მანძილზე იგი დაახლოებით 10 წლით გაიზრდება და 2050 წლისთვის 38 წელს მიაღწევს. ევროპაში, მაგალითად, აღარ დარჩა ქვეყანა, რომელიც დემოგრაფიულად დაბერებულად არ ითვლებოდა (საპენსიო მოსახლეობის წილი მთელ მოსახლეობაში – 7%-ზე მეტი). მოსახლეობის კრიტიკულად მაღალი წილის მქონე ქვეყნებს მიეკუთვნება საქართველოც, სადაც 64 წელზე უფროსი ასაკის მოსახლეობის წილი 16.4%-ია.

მოსახლეობის დაბერება სულ უფრო დიდ გავლენას ახდენს ადამიანთა, საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროზე (ეკონომიკური ზრდა, დაგროვება, ინვესტიციები, მოხმარება, დასაქმება, საპენსიო უზრუნველყოფა, საგადასახადო პოლიტიკა, დაგროვილი ცოდნისა და გამოცდილების თაობიდან თაობაზე გადაცემა და ა.შ.). ამ კუთხით სერიოზული გამოწვევების წინაშე დგება **საპენსიო სისტემა**ც - მოსახლეობის სოციალური დაზღვევისა და კეთილდღეობის ძირითადი ინსტრუმენტი.

დღეისათვის ევროპის ქვეყნების უმრავლესობაში მოქმედებს *სავალდებულო საპენსიო დაზღვევა*, რაც წარმოადგენს სახელმწიფოს, მეწარმეთა და პროფკავშირების მრავალათეულწლიანი დიალოგის, შეთანხმებისა და შესაბამისი ურთიერთობების რეგულირების კონკრეტულ შედეგს. შრომითი პენსიის დანიშვნის საფუძველად ევროპის ქვეყნების უმრავლესობაში მიჩნეულია 30-წლიანი შრომითი სტაჟი, მინიმალური ვადად კი, რომელიც ასევე იძლევა პენსიის (თუმცა, შემცირებული განაკვეთით), მიღების შესაძლებლობას - 5 წელი.

სახელმწიფო საპენსიო დაზღვევას, როგორც წესი, ექვემდებარება ქვეყნის მთელი მოსახლეობა, ან მისი ცალკეული კატეგორიები (მაგალითად, სახელმწიფო მოხელეები). ზოგიერთ ქვეყანაში, სადაც სახელმწიფო პენსიასთან ერთად მოქმედებს დამატებითი პენსია, სახელმწიფო პენსია მიეცემა ქვეყნის ყველა მცხოვრებს (მაგ., ნიდერლანდები, დანია), ხოლო დამატებითი პენსია -

1 ანალოგიური პროცესები მიდის საქართველოში, სადაც მოსახლეობის საშუალო ასაკი გაიზარდა 1897 წლის 20.0 წლიდან 1990 წლის 31.2 წლამდე და 2010 წლის 37.6 წლამდე.

ყველა დასაქმებულს.

პენსიის დაფინანსების წყარო, როგორც წესი, სამია: დაქირავებით დასაქმებულთა ხელფასი, დამქირავებლის მიერ დაქირავებული მუშაკისათვის დარიცხული ხელფასის გარკვეული ნაწილი და სახელმწიფო რესურსები, რომლითაც ის ფარავს სახელმწიფო ფონდის დეფიციტს (საფრანგეთი, საბერძნეთი, იტალია), ან ფარავს საპენსიო ფონდის სახსრების ფიქსირებულ ნაწილს (გერმანია, ბელგია - 20-20%; შვეცია - ძირითადი პენსიის 42%).

დღეისათვის განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში გავრცელებულია საპენსიო სისტემების დაფინანსების ორი ძირითადი ხერხი:

ა) **გადანაწილებითი საპენსიო სისტემა** (როგორც მას დასაველეთში უწოდებენ, «pay as you go system») მას „თაობათა სოლიდარობის“ ან „მიმდინარე შემოსავლებიდან დაფინანსების“ პრინციპსაც უწოდებენ, და

ბ) **დაგროვებითი სარეზერვო ფონდი.**

პირველი ხერხი დღეისათვის ყველაზე ფართოდაა გავრცელებული. - შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის ინფორმაციით, ყოველი 4 ქვეყნიდან 3-ს სწორედ აღნიშნული ფორმა აქვს გამოყენებული. ის მიმზიდველია თავისი ხელმიწვდომობისა და მის ორგანიზაციასა და მართვაში ჩადებული პრინციპების სიმარტივით. საბაზისო პრინციპად აქ გამოდის „თაობათა სოლიდარობის“ პრინციპი, რომლის მიხედვით მოსახლეობის ქმედუნარიანი და აქტიური ნაწილი უზრუნველყოფს უფროსი თაობის პენსიებს, ანუ განსაზღვრული თაობების პენსიონერების რჩენა ეკისრება უფრო მრავალრიცხოვან ასაკობრივ ჯგუფებს. **მეოცე საუკუნის შუა წლებიდან ყველა განვითარებულ ქვეყანაში ნორმად სწორედ თაობათა სოლიდარობის პრინციპს დაფუძნებული გადანაწილებითი საპენსიო სისტემა იქცა.** დასაქმებული მოსახლეობა იხდის სოციალურ გადასახადებს სახელმწიფო ბიუჯეტში, ხოლო ბიუჯეტიდან ეს სახსრები ეძლევა მათ, ვინც უკვე გავიდა პენსიაზე. აღნიშნული წესი ითვალისწინებს ფინანსური შემოსავლების მხოლოდ ერთ წყაროს - შენატანებს, რომლებსაც იხდიან დამქირავებლები (ბევრ ქვეყანაში - აგრეთვე მუშაკებიც), და რომლებიც მთლიანად მიემართებიან პენსიების გასაცემად. ამ დროს ისეთი მიზანი, როგორიცაა მნიშვნელოვანი ფინანსური რეზერვების შექმნა და *შემოსავლების მიღება თავისუფალი ფულადი სახსრების მაკროეკონომიკური მიზნებისათვის, ინვესტიციებად გამოყენება*, არ წარმოადგენს აღნიშნული სისტემის უშუალო მიზანს.

მეორის (დაგროვებითი სისტემის) საფუძვლად აღებულია *ფულადი ფონდის* შექმნის სქემა. მასში აკუმულირდება ყველა ფინანსური რესურსი, რომელთაგან მხოლოდ ნაწილი გამოიყენება მიმდინარე საპენსიო გადასახდელების დასაფარად. მეორე, სარეზერვო და გაცილებით დიდი ნაწილი წარმოადგენს შემოსავლის მიღებაზე ორიენტირებულ საინვესტიციო წყაროს. იგი ყალიბდება ფონდის საქმიანობის პირველსავე ეტაპზე მასში მონაწილე მომუშავეების მიერ განხორციელებული მთლიანი შენატანების მნიშვნელოვანი მეტობით იმ თანხაზე, რომელიც აუცილებელია პენსიების გასაცემად. ფონდის განვითარების კვალობაზე მონაწილეთა შენატანები სულ უფრო კლებულობს მიმდინარე საპენსიო ხარჯებთან შედარებით, რადგანაც სხვაობა იფარება საინვესტიციო საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლებით.

განაწილებითი და დაგროვებითი საპენსიო სისტემების ძირითადი ნიშნები
(ევროპის ქვეყნების მაგალითზე)

	განაწილებითი საპენსიო სისტემა	დაგროვებითი საპენსიო სისტემა
გავრცელების არეალი	ქვეყნების 3/4	ქვეყნების 1/4
საბაზისო პრინციპი	თაობათა სოლიდარობა - მოსახლეობის ქმედუნარიანი ნაწილის მიერ პენსიონერების რჩენა	ფულადი ფონდის შექმნა, რომლის სიდიდეზეც იქნება დამოკიდებული გასაცემი პენსიის სიდიდე
სახსრების აკუმულირების ძირითადი მიზანი	პენსიების გაცემა	1. საპენსიო გასაცემლების მიზნით სახსრების აკუმულირება; 2. შემოსავლების მიღებაზე ორიენტირებული საინვესტიციო საქმიანობა
წყარო	- დასაქმებულთა შენატანები; - მეწარმეთა ანარიცხები; - სახელმწიფო ბიუჯეტი; - საპენსიო ფონდები;	- დასაქმებულთა შენატანები; - მეწარმეთა შენატანები; - სახელმწიფოს წილობრივი მონაწილეობა (თანადაფინანსება); - სახელმწიფო სუბვენციები.
დასაქმებულთა დამოკიდებულება	აუცილებელი გადასახადი	დანაზოვის სპეციფიკური ფორმა
დაბალი რისკები	პოლიტიკური სტაბილურობის პირობებში	უცხოური ფინანსური ინსტიტუტების ფართო მონაწილეობისა და გადაზღვევების შემთხვევაში

ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისში აღინიშნება ამ ორი საპენსიო სისტემის ერთგვარი დიფუზია, კონვერგენცია, ისევე როგორც სულ უფრო ფართო ხასიათს იღებს საპენსიო დაზღვევის კერძო და კომბინირებული (სახელმწიფო-კერძო) სისტემები.

მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში გადანაწილებითი საპენსიო სისტემის გავრცელება პრაქტიკულად უპრობლემოდ ხორციელდებოდა. - იზრდებოდა შობადობა და დასაქმებული მოსახლეობის პროცენტული წილიც. მათ მიერ ბიუჯეტში შეტანილი გადასახადები მთავრობებს პენსიების გადახდის საშუალებას თავისუფლად აძლევდა.

მაგრამ მეოცე საუკუნის 90-იანი წლებიდან მსოფლიოს უმრავლესი ქვეყნების სოციალური და ეკონომიკურ სისტემები თვისებრივად საპირისპირო გამოწვევის წინაშე აღმოჩნდნენ. გამოჩნდა, რომ მსოფლიოს ქვეყნების უმრავლესობაში შედარებით დემოგრაფიული ახალგაზრდობის პირობებში შექმნილი საპენსიო სისტემა სულ უფრო მეტად მოდის წინააღმდეგობაში თანამედროვე, დემოგრაფიული დაბერების პროცესთან დაკავშირებულ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებთან. მოსახლეობის დაბერება, ასაკოვანი მოსახლეობის, პენსიონერთა რაოდენობისა

და წილის ზრდა, მათი საპენსიო თანხებით უზრუნველყოფთა რაოდენობის შემცირება, მთლიანად დემოგრაფიული სურათის შეცვლა - შემცირებული შობადობა და სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობის გაზრდა, სულ უფრო მეტად აყენებს საკითხს საპენსიო რესურსების მობილიზაციაში განაწილებითი (გადანაწილებითი) პრინციპის (მუშაობა დადგენილი გადასახადებით) ჩანაცვლებას დაგროვებითი პრინციპით (დადგენილი შენატანებით).

მოსახლეობის დაბერებით და ეკონომიკური კრიზისებით გამოწვეული სახელმწიფო ფინანსების კლების გამო, სოციალური დაცვის სისტემები სულ უფრო მეტი ფინანსური რესურსების მობილიზების აუცილებლობის წინაშე დგებიან, რაც საფრთხეს უქმნის სახელმწიფოების ფინანსურ მდგრადობას და განვითარების პერსპექტივებს.

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) ექსპერტთა გათვლებით, დღეს მსოფლიოში *პოტენციური მხარდაჭერის კოეფიციენტი*, ანუ შრომისუნარიანთა რაოდენობა საპენსიო ასაკის მოსახლეობასთან, შეადგენს 10-ს, თუმცა 2050 წლისათვის იგი 4-მდე შემცირდება.

ანალოგიურ ტენდენციებს აქვს ადგილი საქართველოშიც. - თუ 1897 წელს ყოველ 100 ხანდაზმულ ადამიანზე (64 წელზე უხნესი მოსახლეობა) საქართველოში მოდიოდა 1586 შრომისუნარიანი ადამიანი (15-64-წლიანები), 2011 წლისთვის ეს მაჩვენებელი დაეცა 502-მდე. იგივე ინდიკატორი, გაანგარიშებული 15-59 წლიანების 60 წელზე უხნეს მოსახლეობასთან თანაფარდობით, იმავე პერიოდში შემცირდა 1217-დან 346-მდე.

პოტენციური მხარდაჭერის კოეფიციენტი სისტემატურად კლებულობს, სიცოცხლის საშუალო ასაკი კი მატულობს, პენსიის თანაფარდობა საშუალო ხელფასთან მაღალია და მოითხოვს ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის სულ უფრო მზარდ ნაწილს. ამის გამო საპენსიო სისტემა, რომელიც მხოლოდ გადანაწილებით პრინციპებს ეფუძნება, ვერ იქნება მაღალეფექტური.

უკვე მოტანილი პროგნოზის თანახმად, 2050 წელს მსოფლიოში 65 წლისა და ამ ასაკს გადაცილებული ადამიანების რაოდენობა ახლანდელი 7,6%-დან 16,2%-მდე გაიზრდება და თუ მთავრობები არ შეცვლიან მიმდინარე საპენსიო და სოციალურ პროგრამებს, მოსახლეობის დაბერებასთან დაკავშირებული ხარჯები სახელმწიფო ბიუჯეტისა და ვალდებულებების სულ უფრო მაღალ წილს მოითხოვენ.

რა შეიძლება იყოს გამოსავალი ამ რთული ვითარებიდან?

გამოსავალი სულ რამდენიმეა: საპენსიო რესურსების ფორმირების შემდგომი ოპტიმიზაცია (გადასახადებისა და საპენსიო შენატანების ზრდა, პენსიის შემცირება და ა.შ.), საპენსიო ასაკის მომატება.

გადასახადების ზრდა უაღრესად არაპოპულარული ნაბიჯია და მან, არ უნდა მოკლას წარმოების, ბიზნესის, სამეწარმეო განწყობილების სტიმულები. ამასთან, საპენსიო შენატანების ცვლილება შესაბამის ფონდებში დასაქმებულთა და არა უკვე პენსიონერთა ნებაზეა დამოკიდებული.

პენსიონერები სიღარიბისადმი ყველაზე მოწყვლადი სოციალური ჯგუფია; მათ შემოსავლებს ისედაც სისტემატურად ამცირებს ინფლაცია, ამიტომ პენსიის მსყიდველობითი უნარიანობის დაცემის პარალელურად მათი აბსოლუტური შემცირება არაპუმანური და არასამართლიანი ნაბიჯი იქნებოდა.

რჩება ერთადერთი ნაბიჯი - **საპენსიო ასაკის ზრდა**, რასაც სულ უფრო ფართოდ მიმარ-

თავენ ქვეყნები, სადაც ყველაზე ძალუმად იგრძნობა მოსახლეობის დაბერება.

მაგალითად, დიდ ბრიტანეთსა და დანიაში საპენსიო ასაკის ზრდას 67-დან 68 წლამდე აპირებენ (2020 წლისთვის), ნიდერლანდებში, შესაბამისად - 66 წლამდე, ესპანეთში - 65-დან 67-მდე, საფრანგეთში - 60-დან 62 წლამდე (2018 წლისთვის) და პერსპექტივაში - 65 წლამდე საპენსიო შენატანების პარალელური გადიდებით. იტალიელებმაც ასევე აიღეს ვალდებულება, რომ 2050 წლისთვის საპენსიო ასაკი მათთვის 68 წლიდან დადგება.

გერმანიაში მიღებულია გადაწყვეტილება საპენსიო ასაკის 67 წლამდე გაზრდის თაობაზე და ეს პროცესი თანდათანობით განხორციელდება 2012-2030 წლებში. და ეს ზღვარი ნამდვილად არ არის.

პოსტსაბჭოთა სივრცეში ასევე იზრდება საპენსიო ასაკიც, თუმცა განსხვავება მის ხანგრძლივობაშია. - თუ საქართველოში იგი განხორციელდა მყისიერად, აზერბაიჯანში, უკრაინაში და რუსეთში გათვალისწინებულია მისი დროში გაწელება² ევროკავშირში მოქმედებს საკმაოდ მაღალი შკალა შრომითი საქმიანობის სტაჟისათვის შრომითი პენსიის სრული მოცულობით მისაღებად³.

მოსახლეობის დაბერების გამო ოცდამეერთე საუკუნის 20-30-იანი წლებისათვის ევროპის ქვეყნების უმრავლესობაში საპენსიო ასაკი, ფაქტობრივად, დაუბრუნდება მეოცე საუკუნის დასაწყისში არსებულ დონეს და შემდგომში, 2060 წლისათვის, საპროგნოზო მონაცემებით, მნიშვნელოვნად გადააჭარბებს მას.

მოსახლეობის დაბერების, პენსიონერთა მზარდი წილისა და ამ კატეგორიის მოსახლეობის სოციალური აქტიურობის გათვალისწინებით საპენსიო ასაკის მოსახლეობის სოციალური დაცულობის პრობლემა ნებისმიერი თანამედროვე ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის ერთერთ ცენტრალურ საკითხს წარმოადგენს.

საფრანგეთის მთავრობამ, 2010 წელს, მასობრივი გაფიცვების მიუხედავად, მაინც მიიღო კანონი საპენსიო ასაკის გაზრდასთან დაკავშირებით. - ხელისუფლების განცხადებით, მოსახლეობის დაბერებისა და სხვა დემოგრაფიული ფაქტორების გათვალისწინებით, საფრანგეთის ბიუჯეტს ხალხისთვის პენსიების დიდი პერიოდის განმავლობაში გადახდის შესაძლებლობა აღარ აქვს.

ამჟამად, სხვაობა საპენსიო ასაკსა და სიცოცხლის მოსალოდნელ საშუალო ხანგრძლივობას შორის, განვითარებულ ქვეყნებში მერყეობს 4.5 წლიდან (ბრაზილია) 21.3 წლამდე (საფრანგეთი). კიდევ უფრო მაღალია საპენსიო ასაკის მოსახლეობის სიცოცხლის მოსალოდნელი ხანგრძლივობის მაჩვენებელი.

უახლოესი ათწლეულებში მსოფლიოში გლობალური დათბობის პრობლემების დაძლევის, ენერჯისა და სურსათის წყაროების მოძიების, ქვეყნების მდგრადი განვითარების პრობლემებზე სულ უფრო მზარდ ზეგავლენას მოახდენს მოსახლეობის დაბერებისა და ასაკოვანი ადამიანების სოციალურ-ეკონომიკური უსაფრთხოების უზრუნველყოფის საკითხები.

2 განვითარებულ ქვეყნებში, პირველ რიგში აშშ-სა და გერმანიაში, განიხილება საპენსიო ასაკის შემდგომი ზრდის საკითხი. სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობის ზრდის, მოსახლეობის დაბერების, ხანდაზმული მოსახლეობის წილის პერმანენტული მატების გათვალისწინებით ექსპერტები ვარაუდობენ საპენსიო ასაკის გაზრდას 2060 წლისთვის როგორც კაცების, ისე ქალებისათვის, 70 წლამდე. ამასთან, ამის გაკეთებას გერმანიაში უკვე უახლოეს წლებში აპირებენ. სხვა გათვლებით, 2060 წლისთვის საპენსიო ასაკმა შეიძლება გადაიწიოს 80 წლამდე, ხოლო ასაკობრივმა ზღვარმა - 120 წლამდე.

3 მაგალითად, ბელგიაში იგი შეადგენს 45 წელს - მამაკაცებისა და 40 წელს - ქალებისათვის, დანიაში, და იტალიაში - 40-40 წელს ორივე სქესის პირთათვის, საფრანგეთში - 37.5 წელს, შვეციაში - 30 წელს, ხოლო ინგლისში - 27 წელს. ბევრ ქვეყანაში მოსალოდნელია მისი ზრდა, მაგალითად, საბერძნეთში იგი იზრდება 35-დან 40 წლამდე.

რეზაზ კაკულია

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი,
ქუთაისის უნივერსიტეტის სრული პროფესორი

საბიუჯეტო პროცესი და მისი ორგანიზაციის პრობლემები საქართველოში

საქართველოს საბიუჯეტო პროცესის განხილვა

გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში მნიშვნელოვანი ღონისძიებები განხორციელდა ქვეყანაში სახელმწიფო ბიუჯეტის ოპტიმალურად შედგენა-შესრულების უზრუნველსაყოფად.

საქართველოში ბიუჯეტების სხვადასხვა დონეებზე შედგენა, განხილვა, დამტკიცება და შესრულება რეგულირდება საქართველოს კონსტიტუციის 92-ე და 97-ე მუხლებით, „საბიუჯეტო სისტემის შესახებ“ საქართველოს კანონით, აგრეთვე საქართველოს სხვა კანონებით „საქართველოს ცალკეული წლების სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტის შედგენის სამუშაოთა ორგანიზაციის შესახებ“ საქართველოს პრეზიდენტის ყოველწლიური ბრძანებულებებით, ავტონომიური რესპუბლიკებისა და საქართველოს სხვა ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ხელისუფლების სახელმწიფო ორგანოების გადაწყვეტილებებით, საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს მიერ გამოცემული ბიუჯეტის შედგენისა და შესრულების წესების შესახებ მასალებით.

საქართველოს საბიუჯეტო პროცესის შემადგენელი ნაწილია საბიუჯეტო რეგულირება, რომელიც სხვა არაფერია, თუ არა სხვადასხვა დონის ბიუჯეტებს შორის ფინანსური რესურსების ნაწილობრივი გადანაწილება.

როგორც წესი, საქართველოში საბიუჯეტო პროცესის ხანგრძლივობა მისი ოთხივე სტადიით (ბიუჯეტის პროექტის შედგენა, მისი განხილვა-დამტკიცება, ბიუჯეტის შესრულება, ბიუჯეტის შესრულების შესახებ ანგარიშგების შედგენა და მისი დამტკიცება) ფაქტობრივად ორი წელი და 10 თვე გრძელდება. ბიუჯეტის პროექტის შედგენა, განხილვა და დამტკიცება საჭიროებს სულ ცოტა 1 წელსა და 8 თვეს. ბიუჯეტის შესრულება, ანუ საბიუჯეტო პერიოდი (1 იანვრიდან 31 დეკემბრის ჩათვლით) ემთხვევა კალენდარულ წელს, ხოლო ბიუჯეტის შედგენის ანგარიშგების შედგენა და მისი დამტკიცება 9 თვეს მოიცავს.

საქართველოში საანგარიშსწორებო პერიოდი ემთხვევა საბიუჯეტო პერიოდს პლუს ერთი თვე, ე.ი. 13 თვის განმავლობაში უნდა მოხდეს ბიუჯეტის შესრულების ფარგლებში არსებული ვალდებულებების ოპერაციათა დამთავრება.

საქართველოს პრეზიდენტმა, პარლამენტმა და აღმასრულებელმა ხელისუფლებამ მნიშვნელოვანი ღონისძიებები გაატარეს საბიუჯეტო პროცესის გარადქმნა-ტრანსფორმაციის წარმატებით განსახორციელებლად. მით უმეტეს მართვის მბრძანებლურ-ადმინისტრაციული ეკონომიკური სისტემიდან მეურნეობრიობის ახალ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა ძირითადად უნდა განხორციელდეს ეკონომიკური, განსაკუთრებით კი – ფინანსური ბერკეტებით, პირველ რიგში – საგადასახდო სისტემით.

ქვეყნის საბიუჯეტო პროცესის წინაშე უმნიშვნელოვანესი ამოცანები დგას:

1. ქვეყანაში მატერიალური, შრომითი და ფინანსური რესურსებისა და რეზერვების მაქსიმალური სისრულით გამოვლენა, მათი სამეურნეო ბრუნვაში მოქცევა საკუთრების ყველა დონეზე, რათა მიღწეული იქნეს არსებითი გარდატეხა საქონლის წარმოებისა და მომსახურების გადიდების, ბაზრის საქონლით გაჯერებისა და დაბალანსების უზრუნველსაყოფად;

2. ბიუჯეტის შემოსავლების განსაზღვრა ცალკეული გადასახადებისა და არასაგადასახადო შემოსავლების მიხედვით და შემოსავლების საერთო მოცულობის შესაბამისობა ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პროგნოზებთან და მიზნობრივ პროგრამებთან;

3. ბიუჯეტის აუცილებელი ხარჯების სახელმწიფოებრივი თვალსაზრისით გამომწვევად და საერთო-სახელმწიფოებრივი მიზნობრივი პროგრამების შეუფერხებელი დაფინანსება;

4. საერთაშორისო სავალუტო ფონდისა და რეკონსტრუქციისა და განვითარების მსოფლიო ბანკის მისიების რეკომენდაციებით შემუშავებული ფინანსური სტაბილიზაციის საერთო პროგრამასთან ბიუჯეტის შეთანწყობა იმ მიზნით, რომ დაძლეული იქნეს ქვეყანაში ინფლაციური პროცესები და უზრუნველყოფთ ეროვნული ვალუტის – ლარის სიმტკიცე;

5. ბიუჯეტის დეფიციტის ჯერ შემცირება და შემდეგ ლიკვიდაცია დაფინანსების ეკონომიკურად გამართლებული წყაროების საფუძველზე;

6. საბიუჯეტო სისტემის ყველა რგოლის ბიუჯეტის დაბალანსების მიზნით საბიუჯეტო რეგულირების განხორციელება სახელმწიფო შემოსავლების წყაროების გადანაწილების გზით;

7. პერსპექტიული საბიუჯეტო დაგეგმვის როლის ამაღლება იმ მიზნით, რომ მიღწეული იქნეს სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის ყველა სოციალურ-ეკონომიკური პროგრამის პროპორციულობა და დაბალანსებულობა;

8. კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლის გაძლიერება და სათანადო კონტროლის დაწესება იურიდიული და ფიზიკური პირების ფინანსური საქმიანობისადმი ბიუჯეტის წინაშე საგადასახადო ვალდებულებების სრულყოფილად შესრულების მიზნით.

განვითარებული ქვეყნების ანალოგიურად საქართველოში საბიუჯეტო პროცესის მართავში მონაწილეობას ღებულობენ სახელმწიფოებრივი ხელისუფლებისა და მართვის ყველა ორგანო.

„საბიუჯეტო სისტემის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, აღმასრულებელი ხელისუფლების უმაღლესი ორგანო – მინისტრთა კაბინეტი უზრუნველყოფს სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტის შედგენისა და შესრულების ორგანიზაციას. საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს ხელმძღვანელობით ხორციელდება ბიუჯეტის პროექტის შედგენა, მისი განხილვა და ბიუჯეტის შესრულების შესახებ ანგარიშების კონტროლი და ანალიზი.

საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსთან, საქართველოს ეროვნულ ბანკთან და საქართველოს მთავრობის მიერ განსაზღვრულ სხვა სამინისტროებთან კოორდინაციით, ყოველი წლის 1 მარტს იწყებს მუშაობას ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტზე (საშუალოვადიან მაკროეკონომიკურ და ფისკალურ პროგნოზებზე და საბიუჯეტო და საგადასახადო პოლიტიკის ძირითად მიმართულებებზე). ამ მიზნით სახელმწიფო დაწესებულებები (სამინისტროები, უწყებები, საწარმოები და ორგანიზაციები), აფხაზეთისა და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკების

აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოები და საქართველოს სხვა ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების აღმასრულებელი ორგანოები ვალდებული არიან საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს დაწესებულ ვადებში წარუდგინონ მოთხოვნილი ინფორმაცია.

საშუალოვადიანი ფისკალური პროგნოზები ეფუძნება საშუალოვადიან მაკროეკონომიკურ პროგნოზს. ისინი მოიცავს შემოსავლების, ხარჯებისა და დაფინანსების ძირითად ელემენტებს და ითვალისწინებს სახელმწიფო მიზნობრივ პროგრამებს, სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ცალკეულ გეგმებს, ფინანსურ და პოლიტიკურ ვალდებულებებს.

საბიუჯეტო და საგადასახადო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებები დაფუძნებულია საშუალოვადიან მაკროეკონომიკურ და ფისკალურ პროგნოზებზე, მიმდინარე წლის ფისკალური მდგომარეობისა და სტრატეგიის ანგარიშზე, რომელიც მოიცავს მიმდინარე ბიუჯეტის შესრულების მდგომარეობას, წინადადებებს ბიუჯეტის სტრატეგიის შესახებ.

ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტები მოიცავს:

ა) სახელმწიფო, ავტონომიური რესპუბლიკებისა და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტების მაჩვენებლებს გასული, მიმდინარე, დასაგეგმი და დასაგეგმის შემდგომი საბიუჯეტო წლებისათვის;

ბ) გასული საბიუჯეტო წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების საბოლოო შედეგების ანალიზს და მიმდინარე წლის გადამუშავებულ და დაზუსტებულ პროგნოზებს;

გ) ძირითადი მაკროეკონომიკური პარამეტრების პროგნოზებს;

დ) საქართველოს მთავრობის მიერ განსაზღვრულ სახელმწიფო პრიორიტეტებს სექტორების მიხედვით, ფისკალური საფუძვლების პროგნოზებით;

ე) სახელმწიფო ფისკალურ პოლიტიკას, ძირითადი ფისკალური მიზნებისა და ბიუჯეტის დეფიციტის დასაფინანსებლად საჭირო მოთხოვნებს;

ვ) სახელმწიფო, ავტონომიური რესპუბლიკებისა და ადგილობრივი თვითმმართველი ბიუჯეტების მთლიანი შემოსავლების, ხარჯებისა (ძირითადი ფუნქციებისა და ეკონომიკური მუხლების მიხედვით) და ბიუჯეტის დეფიციტის თანაფარდობას მთლიან შიდა პროდუქტთან;

ზ) შემოსავლების, ხარჯების, გრანტებისა და სესხების აგრეგირებულ მაჩვენებლებს.

ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტებს საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო წარუდგენს საქართველოს მთავრობას არა უგვიანეს 15 აპრილისა.

ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტებს საქართველოს მთავრობა საქართველოს პრეზიდენტთან შეთანხმებით წარუდგენს საქართველოს პარლამენტის ეკონომიკური პროფილის კომიტეტებს არა უგვიანეს 1 მაისისა. ამ კომიტეტებში განხილვების შედეგების გათვალისწინებით საფინანსო-საბიუჯეტო კომიტეტი ამზადებს დასკვნას, რომელიც ეგზავნება საქართველოს მთავრობას არა უგვიანეს 1 ივნისისა.

საბიუჯეტო განაცხადის მომზადების დროს ყველა მხარჯავი დაწესებულება იყენებს ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტების საფუძველზე საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს მიერ მომზადებულ საბიუჯეტო ცირკულარში მითითებულ პარამეტრებს.

საქართველოს პარლამენტის კადრებისა და ხარჯების ზღვრულ მოცულობებს პარლამენტის მიერ წარდგენილი პროექტის საფუძველზე განსაზღვრავს საქართველოს მთავრობა საქართველოს პრეზიდენტთან შეთანხმებით. საქართველოს პარლამენტის ხარჯების ზღვრულ

ლი მოცულობის დამტკიცებისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული, რომ იგი ნაკლები არ უნდა იყოს გასულ საბიუჯეტო წელს დამტკიცებულ მოცულობაზე.

მხარჯავი დაწესებულებების ხელმძღვანელები საბიუჯეტო განაცხადებს წარუდგენენ საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს არა უგვიანეს 15 აგვისტოსი. საბიუჯეტო განაცხადი მოიცავს შემდეგ ინფორმაციას:

ა) გასული საბიუჯეტო წლის ფაქტობრივ შემოსავლებსა და გადასახდელებს, მიმდინარე საბიუჯეტო წლის მოსალოდნელ შემოსულობებსა და გადასახდელებს, დასაგეგმი საბიუჯეტო წლის შემოსულობებისა და გადასახდელების პროგნოზებს, მათ შორის, ფუნქციონალური და ეკონომიკური კლასიფიკაციის მესამე დონის შეასაბამისად მიმდინარე, კაპიტალურ და პროგრამულ ხარჯებს;

ბ) საბიუჯეტო კლასიფიკაციის მიხედვით დასაგეგმის შემდგომი 2 საბიუჯეტო წლისათვის გაანგარიშებულ შემოსულობებსა და გადასახდელებს.

გ) ბიუჯეტიდან დასაფინანსებელი თანამშრომლების მოთხოვნილ ოდენობას, მიმდინარე მაჩვენებლიდან გადახრების ჩათვლით;

დ) შემოსულობებისა და გადასახდელების პროგნოზების დასაბუთებას;

ე) მიღებულ ან მისაღებ არა ფულად გრანტებს, საცნობარო მუხლის სახით.

საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო ამოწმებს საბიუჯეტო განაცხადებს და მხარჯავ დაწესებულებებთან ერთად იხილავს არა უგვიანეს 30 აგვისტოსი.

მხარჯავ დაწესებულებასა და საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს შორის შეუთანხმებული საკითხები საბოლოო გადაწყვეტილების მისაღებად წარედგინება საქართველოს მთავრობას არა უგვიანეს 5 სექტემბრისა.

საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო ამზადებს სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტს და მას განსახილველად წარუდგენს საქართველოს მთავრობას არა უგვიანეს 15 სექტემბრისა.

საქართველოს მთავრობა საქართველოს პრეზიდენტთან შეთანხმებით არა უგვიანეს 1 ოქტომბრისა საქართველოს პარლამენტს დასამტკიცებლად წარუდგენს წლიური საბიუჯეტო კანონის პროექტს.

საქართველოს პარლამენტის პლენარულ სხდომაზე წლიური საბიუჯეტო კანონის პროექტსა და მიმდინარე წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების შესახებ მოხსენებას წარადგენს საქართველოს პრემიერ-მინისტრი ან მთავრობის რომელიმე წევრი პრემიერ-მინისტრის შესაბამისი აქტით მიღებული დავალებით. საქართველოს პარლამენტი ასევე ისმენს საქართველოს კონტროლის პალატისა და საფინანსო-საბიუჯეტო კომიტეტის მოხსენებებს.

წლიური საბიუჯეტო კანონის პროექტში ცვლილებები შეიძლება შეტანილი იქნეს საქართველოს მთავრობის თანხმობით. ასეთ შემთხვევაში საქართველოს მთავრობა ქვეყნის პრეზიდენტთან შეთანხმებით საქართველოს პარლამენტს წარუდგენს კანონის შესაბამისად შესწორებულ პროექტს. კანონის მიღება უნდა მოხდეს დასაგეგმი საბიუჯეტო წლის დაწყებამდე.

ელზუჟა კონჯარია

ეკონომიკის დოქტორი, ქუთაისის
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ინვესტიციების ეკონომიკური არსი, მნიშვნელობა და სახეები

ინვესტიციების ეკონომიკური არსი

განვითარების თანამედროვე ეტაპზე საქართველოში არსებული ეკონომიკური სიტუაციიდან გამომდინარე, ინვესტიციური საქმიანობის ხელშეწყობა და მისი განხორციელება ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ამოცანაა. უკანასკნელ ათწლეულში ქვეყანაში არსებულმა უმძიმესმა ეკონომიკურმა მდგომარეობამ აუცილებელი გახადა პრიორიტეტული და აქტუალური დარგების ხელშეწყობა და შემდგომი განვითარება, რომელთაც უდიდესი როლი ენიჭება ქვეყნის კრიზისული მდგომარეობიდან გამოყვანასა და ეკონომიკის განვითარებას. ამისათვის, ერთ-ერთ ასეთ პრიორიტეტულ მიმართულებად მიჩნეულია ქვეყანაში ინვესტიციების ხელშეწყობა, მისთვის საჭირო და აუცილებელი გარემოს შექმნა. ინვესტიციების დადებით შედეგებს შორის აღსანიშნავია: საერთაშორისო ეკონომიკურ სივრცეში ქვეყნის ინტეგრაცია. მენეჯმენტისა და მარკეტინგის სფეროში უცხოური გამოცდილების გაზიარება, საქსპორტო პოტენციალის და ქვეყნის სავალუტო შემოსავლების ზრდა, სავაჭრო და სავადასახდლო ბალანსის გაუმჯობესება, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, დასაქმებისა და შემოსავლების ზრდა.

საქართველო მსოფლიო თანამეგობრობაში მყარად დაიმკვიდრებს ადგილს მაშინ, როცა ეკონომიკა ფართოდ ჩაერთვება შრომის საერთაშორისო დანაწილების სისტემაში. მსხვილი კაპიტალდაბანდების გარეშე ეროვნული ეკონომიკის შექმნა, აღორძინება და განვითარება შეუძლებელია.

ტერმინი “ინვესტიცია” წარმოიშვა ლათინური სიტყვიდან (investire შემოსვლა, ჩაცმა). ცენტრალიზებული, გეგმიანი ეკონომიკის პირობებში იყენებდნენ ტერმინს “კაპიტალური დაბანდებები”, ე.ი. დანახარჯები ძირითადი ფონდების კვლავწარმოებასა, გადიდებასა და სრულყოფაზე. ინვესტიციების ცნების ქვეშ იგულისხმებოდა კაპიტალის გრძელვადიანი დაბანდება ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროში. ე.ი ინვესტიციები გაიგივებული იყო კაპიტალურ დაბანდებებთან. ტერმინი “ინვესტიციებს” მრავალი მნიშვნელობა აქვს. იგი აღნიშნავს აქციების ან ობლიგაციების შექმნას რაიმე ფინანსური შედეგის მიღების იმედით. ამავე ტერმინით აღნიშნავენ რეალურ აქტივებსაც.

ინვესტიციები საკმარისად მნიშვნელოვან და არსებით ნიშანთვისებებს წარმოადგენენ:

- ინვესტიციების მიერ დაბანდების განხორციელება, რომელსაც აქვთ საკუთარი მიზნები, რაც ყოველთვის არ ემთხვევა საერთო ეკონომიკურ სარგებლიანობას;
- ინვესტიციებს აქვთ შემოსავლის მოტანის პოტენციური შესაძლებლობა;
- კაპიტალის დაბანდების რისკი;

– სხვადასხვა ინვესტიციური რესურსების გამოყენება რომლებიც ინვესტირების განხორციელების პროცესში ხასიათდება მოთხოვნით, მიწოდებით და ფასით.
– ობიექტებსა და ინვესტირების ინსტრუმენტებში კაპიტალის დაბანდების მიზანმიმართული ხასიათი;

– საშუალებების დაბანდების განსაზღვრული ვადა.

ინვესტირებისათვის განკუთვნილ საშუალებებში უმეტესი წილი ფულადი საშუალებების სახითაა წარმოდგენილი. გარდა ამისა, ინვესტიციები შეიძლება განხორციელდეს ნატურალურ-ნივთობრივი (მანქანები, მოწყობილობები, აქციები, ლიცენზიები, ნებისმიერი სხვა ქონება და ქონებრივი უფლებები, ინტელექტუალური ფასეულობანი) და შერეული ფორმებით.

ინვესტიციები, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, ასრულებს მთელ რიგ მნიშვნელოვან ფუნქციებს. რომელთა გარეშეც შეუძლებელია ეკონომიკის განვითარება. ისინი წინასწარ განსაზღვრავენ ქვეყნის ეკონომიკის ზრდას, ამადღებენ მის საწარმოო პოტენციალს.

მაკროდონეზე ინვესტიციები წარმოადგენს გაფართოებული კვლავწარმოების პოლიტიკის განხორციელების, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარების, სამამულო პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფისა და ხარისხის გაუმჯობესების, ეკონომიკის სტრუქტურული გარდაქმნისა და ყველა დარგის შეწონასწორებული განვითარების, მრეწველობის აუცილებელი სანედლეულო ბაზის შექმნის, სოციალური სფეროს განვითარების, ქვეყნის თავდაცვისუნარიანობისა და მისი უსაფრთხოების პრობლემების გადაჭრის, უმუშევრობის პრობლემების დაძლევის, გარემოს დაცვისა და ა.შ საფუძველს.

ინვესტიციები განსაკუთრებულ როლს თამაშობს მიკროდონეზე. იგი აუცილებელია საწარმოთა ნორმალური ფუნქციონირების უზრუნველსაყოფად, მეურნე სუბიექტის სტაბილური ფინანსური მდგომარეობისა და მაქსიმალური მოგების მისაღებად. ინვესტიციების გარეშე შეუძლებელია გამოსაშვები საქონლისა და გაწეული მომსახურების კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა, ძირითადი ფონდების მორალური და ფიზიკური ცვეთის უარყოფითი შედეგების დაძლევა, ფასიანი ქაღალდების შექმნა და სხვა საწარმოების აქტივებში საშუალებების დაბანდება და ა.შ

ინვესტიციური საქმიანობის განხორციელებისათვის როგორც მიკრო, ისე მაკრო დონეზე, აუცილებელია დეტალურად იქნეს წარმოდგენილი ინვესტიციები სახეებისა და ტიპების მიხედვით. ინვესტიციის კლასიფიკაცია წარმოებს სხვადასხვა ნიშნით.

კაპიტალის დაბანდების ობიექტებისაგან დამოკიდებულების მიხედვით, გამოიყოფა რეალური და ფინანსური ინვესტიციები. რეალური ინვესტიციები, ე.ი. კაპიტალის დაბანდება აქტივების შესაქმნელად, დაკავშირებულია ბიზნეს სუბიექტის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემის გადაწყვეტასთან. ინვესტორი, რომელიც ახორციელებს რეალურ ინვესტიციებს, ზრდის თავის საწარმოო პოტენციალს- ძირითად საწარმოო ფინდებს და მათი ფუნქციონირებისათვის საჭირო საბრუნავ საშუალებებს.

ფინანსური ინვესტიციების განხორციელებისას, რომელიც წარმოადგენს კაპიტალის დაბანდებას სხვადასხვა ფინანსურ ინსტრუმენტებში, უპირველესად ფასიან ქაღალდებში, აგრეთვე სხვა საწარმოთა აქტივებში, ინვესტორი ზრდის თავის ფინანსურ კაპიტალს დივიდენდებისა და სხვა შემოსავლების მიღების გზით. ფინანსურ ინვესტიციებს გააჩნია ან სპეკულაციური

ხასიათი, ან ორიენტირებულია გრძელვადიან დაბანდებებზე. სპეკულაციური ფინანსური ინვესტიციების მიზანია ინვესტიციების შემოსავლის მიღება დროის კონკრეტულ პერიოდში. გრძელვადიანი ფინანსური ინვესტიციები გულისხმობს ინვესტორების სტრატეგიული მიზნის განხორციელებას და დაკავშირებულია მართვაში იმ საწარმოს მონაწილეობასთან, რომელშიც კაპიტალია დაბანდებული.

ინვესტიციურ პროცესებში ინვესტორის მონაწილეობის ხასიათის მიხედვით, ინვესტიციები იყოფა პირდაპირ და არაპირდაპირ ინვესტიციებად. პირდაპირ ინვესტიციებად თვლიან ინვესტორის უშუალო მონაწილეობას ობიექტებისა და ინვესტირების ინსტრუმენტების, ასევე კაპიტალის დაბანდების შერჩევაში. არაპირდაპირ ინვესტიციებად მიიჩნევენ ინვესტირებას სხვა პირების მეშვეობით. ეი ინვესტიციური ან ფინანსური შუამავლების დახმარებით.

საკუთრების ფორმის მიხედვით ინვესტიციები იყოფიან კერძო, სახელმწიფო, უცხოურ და ერთობლივ ინვესტიციებად, კერძო ინვესტიციები წარმოადგენენ ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ კაპიტალის დაბანდებას საკუთრების არასახელმწიფოებრივი ფორმებით. სახელმწიფო ინვესტიციებს მიეკუთვნება კაპიტალის დაბანდება, რომელიც ხორციელდება ხელისუფლებისა და მართვის ორგანოების მიერ ბიუჯეტების, არასაბიუჯეტო ფონდებისა და ნასესხები საშუალებების ხარჯზე. უცხოური ინვესტიციებია არარეზიდენტების (როგორც იურიდიული, ასევე ფიზიკური პირები) მიერ კაპიტალის დაბანდება სხვა სახელმწიფო ობიექტებში და ფინანსურ ინსტრუმენტებში. ერთობლივი ინვესტიციები ხორციელდება ქვეყნის სუბიექტებისა და უცხოური სახელმწიფოების მიერ ერთობლივად.

თავის მხრივ, უცხოური ინვესტიციები იყოფა პირდაპირ და პორტფელურ ინვესტიციებად. პირდაპირ ინვესტიციებს მიეკუთვნება კაპიტალის დაბანდებები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ინვესტორის კონტროლს საზღვარგარეთის ქვეყნების საწარმოებზე (კომპანიებზე). ისინი იძლევიან მართვაში საწარმოთა მონაწილეობის უფლებას. პრაქტიკაში გამოიყენება პირდაპირი ინვესტიციების სხვადასხვა განმარტება საერთაშორისო სავალუტო ფონდის (სსფ) განმარტებით, ინვესტიციები ითვლება პირდაპირად, თუ უცხოელ ინვესტორს აქვს საწარმოს აქციების 25 %ზე მეტი, ამერიკის შეერთებული შტატების სტატისტიკის მიხედვით, საჭიროა სააქციო კაპიტალის არანაკლებ-10%, პორტფელური ინვესტიციებია კაპიტალის დაბანდება საზღვარგარეთული საწარმოების აქციებში (საკონტროლო პაკეტის შეძენის გარეშე), ობლიგაციებში უცხოური სახელმწიფოების სხვა ფასიან ქაღალდებში, საერთაშორისო სავალუტო, საკრედიტო ორგანიზაციებში. ევრო ობლიგაციებში, კაპიტალზე გადიდებული შემოსავლის მიღების მიზნით საგადასახადო შეღავათების, სავალუტო კურსის ცვლილებებისა და სხვათა ხარჯზე. ისინი არ იძლევიან მართვაში საწარმოთა მონაწილეობის უფლებას.

საქართველოში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა ობიექტური აუცილებლობითაა განპირობებული. მოძველებული ტექნოლოგიების პირობებში კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოება შეუძლებელია. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ძირითადად წარმოადგენს ტრანსნაციონალური კორპორაციების, აგრეთვე კერძო საერთაშორისო ბანკების ფინანსურ კაპიტალს. ხოლო უცხოური დახმარება სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციის (გაერო, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, ევროკავშირი და სხვა) და უცხო ქვეყნების ფინანსურ რესურსებს აერთიანებს.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები ცდილობენ აითვისონ ისეთი აქტივები, რომლებიც ხელს შეუწყობენ მათი გრძელვადიანი სტრატეგიული მიზნების მიღწევასა და კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას. ამ ტიპის ინვესტორებს, პირობითად, შეიძლება სტრატეგიული აქტივების მაძიებლები ვუწოდოთ. აღსანიშნავია, რომ საქართველოში უცხოური ინვესტორების უდიდესი ნაწილი სწორედ ინვესტორთა აღნიშნულ ჯგუფს ეკუთვნის. მათ შემოსავალს ძირითადად ქვეყნის გეოგრაფიული მდებარეობა უწყობს ხელს. საქართველო უძველესი “აბრეშუმის გზის” ერთ-ერთი საკვანძო პუნქტია. მსოფლიო ბაზრების დამაკავშირებელი საზღვაო, სარკინიგზო, საავტომობილო, მილსადენის მარშრუტი საქართველოში წარმოებული ბიზნესისათვის სატრანსპორტო ხარჯების შემცირებისა და ფართო საერთაშორისო კავშირების განვითარების წინაპირობაა.

პირდაპირ უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა სახელმწიფოს ერთ-ერთი პრიორიტეტია. საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წამახალისებელი პოლიტიკაა:

- საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტო გამარტივებული რეგულაციები;
- ხელსაყრელი საგადასახადო რეჟიმი;
- საკანონმდებლო ბაზა (კანონი “ინვესტიციების სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ”, კანონი” თავისუფალი ინდუსტრიული ზონების შესახებ”);
- თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა-უპირატესობები ინვესტორთათვის;
- განსაკუთრებით ლიბერალური საგადასახადო რეჟიმი;
- გამარტივებული პროცედურები.

გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში თვალსაჩინოდ ახდენენ იმ ჭეშმარიტების დემონსტრირებას, რომ გადამწყვეტია არა იმდენად იმპორტირებული კაპიტალის მოცულობა, რამდენადაც მისი სტრუქტურა, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების განაწილება სექტორებისა და დარგების მიხედვით.

დიდი მნიშვნელობა ენიჭება იმ პოტენციური დონორი ქვეყნების მოძებნას, რომელიც ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკას უზრუნველყოფს შესაბამისი ინვესტიციებით. ამ პრობლემის გადაწყვეტა შესაძლებელია პირდაპირი ინვესტიციების მსოფლიო ბაზრის შესწავლით. ამრიგად, ამოცანა ის არის, რომ ამა თუ იმ ქვეყანაში მოიძებნოს პოტენციური ინვესტორი და შემდგომ მოხდეს ინვესტიციების განთავსება იმ დარგებში, სადაც საქართველო სარგებლობს გარდაუვალი უპირატესობით. ამიტომ, პირველ რიგში, უნდა განისაზღვროს საქართველოსათვის, როგორც მიმღები ქვეყნისათვის საინტერესო დარგი, ხოლო მონახოს ის დონორი ქვეყანა, რომელიც უზრუნველყოფს ამ დარგს შესაბამისი ინვესტიციებით. ასევე, უნდა დადგინდეს არჩეული კომპანიების სტრატეგიული მიზნები, ფინანსური შესაძლებლობები და შემუშავდეს საქართველოს რეგიონებისათვის შესაბამისი საინვესტიციო პროექტი.

ჩვენმა ქვეყანამ, რომელიც ახორციელებს უცხოური კაპიტალის იმპორტს, უნდა განჭვრიტოს გლობალური ინვესტორების ეროვნულ წარმოებაში ინტეგრირებისა და ადგილობრივ მწარმოებლებთან თანამშრომლობის შესაძლებლობა და სურვილი. მსგავსი პარტნიორობა უზრუნველყოფს ადგილობრივი წარმოების ეკონომიკური ზრდის ახალ იმპულსებს.

ვაჟა ბურაბანიძე

ეკონომიკის დოქტორი, ქუთაისის უნივერსიტეტის და აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ორგანიზაციული სტრუქტურების პრაქტიკული სისუსტეები ქართულ კომპანიებში

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების ეროვნული სააგენტოს მენეჯერის თემატიკა

საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურის ფორმირება და შერჩევა წარმოადგენს სტრატეგიული დაგეგმვის სფეროში შემავალ გადაწყვეტილებას. მენეჯმენტის ამერიკელი სპეციალისტების შეხედულებით ორგანიზაციული სტრუქტურის შერჩევა ეფუძნება ორგანიზაციის სტრატეგიას, მაგრამ თვითონ არ წარმოადგენს სტრატეგიას. ეს მიდგომა პირველად წამოაყენა ალფრედ ჩანდლერმა. მან გააანალიზა რა ორგანიზაციული სტრუქტურების განვითარების მდგომარეობა ისეთ ფირმებში, როგორცაა: „დიუპონი“, „ჯენერალ მოტორსი“ და „სირსი“, ჩამოაყალიბა თავისი ცნობილი პრინციპი: „სტრატეგია განსაზღვრავს სტრუქტურას“. ე.ი. ორგანიზაციული სტრუქტურა ისეთი უნდა იყოს, რომ შესრულდეს სტრატეგია. სტრატეგიის შეცვლასთან ერთად ზოგჯერ საჭირო ხდება ორგანიზაციული სტრუქტურის შეცვლა; ე.ი. სტრატეგიის მოქნილობა დიდ მოთხოვნებს უყენებს ორგანიზაციულ სტრუქტურას. საწარმოო სისტემამ მინიმუმამდე უნდა დაიყვანოს კონფლიქტი მიმდინარე წარმოებასა და ახალი სახის პროდუქციის წარმოებას შორის, უნდა არსებობდეს სიმძლავრეები ახალი პროდუქციის ასათვისებლად.

ფირმების კლასიკური თეორიის მიხედვით, რომელსაც ეთანხმება მენეჯერთა უმრავლესობა, მისი სტრუქტურა უნდა დამუშავდეს ზევიდან ქვევით. მისი დამუშავების დაგეგმვის პროცესის მსგავსია: თავიდან ხელმძღვანელები საწარმოს ანაწილებენ ცალკე სფეროებად, შემდეგ დასახავენ კონკრეტულ ამოცანებს, ბოლოს კი მათ შესაბამისად მოქმედების წესებს.

ორგანიზაციული სტრუქტურა არ განიხილება როგორც უცვლელი, შენობის კარკასის მსგავსი რამ. ის გეგმებს ემყარება და სასურველია შეიცვალოს მათი ცვლილებების შესაბამისად. ასე იქცევა ყველა მოწინავე ფირმა. ასე, რომ ორგანიზაციული სტრუქტურა პერმანენტულად ორიენტირებული უნდა იყოს ახლის ძიებაზე, რომლის ძირითადი პრინციპი იმაში მდგომარეობს, რომ მიმდინარე წარმოება და ათვისებული მომგებიანი პროდუქციის გასაღება ერთიანდება მიმდინარე წარმოების ჯგუფში, ხოლო ახალი პროდუქტების შემუშავება და მისი ტექნოლოგიის დამუშავება კი ე. წ. სამძებრო ჯგუფში.

სამძებრო ჯგუფი პასუხისმგებელი რჩება პროექტებზე მანამ, სანამ არ განისაზღვრება მისი კომერციული განხორციელების შესაძლებლობა. სამძებრო ჯგუფში იქმნება საცდელი წარმოება, ხდება ახალი პროდუქტის გამოცდა ბაზარზე. მოცემულ პროდუქტებზე საწარმოო რენტაბელობის

სიდიდის დადგენის შემდეგ, პროექტი გადაეცემა მიმდინარე წარმოების ჯგუფს. მიმდინარე წარმოების ჯგუფში აღნიშნული პროდუქციის გამოშვებაზე დასაქმებული იქნება ერთ-ერთი არსებული ქვედანაყოფი, ან შეიქმნება ახალი ქვედანაყოფი. ახლის ძიებაზე ორიენტირებული სტრუქტურა უზრუნველყოფს საწარმოს მანევრირების შესაძლებლობას, სტრატეგიის მოქნილობას და საწარმოო მასშტაბების გაფართოების ეფექტს მიმდინარე წარმოების ჯგუფში.

ბევრი საწარმოს ხელმძღვანელი ფიქრობს, რომ ორგანიზაციული სტრუქტურა ერთმანეთთან დაკავშირებული კვადრატებია და დიდი მნიშვნელობა არა აქვს თუ როგორ დახაზავ მას. მთავარია, რაღაცა დახაზო და დაამტკიცო, რომ სტრუქტურა გკონდეს. ამ სტატიაში გვინდა გამოვყოთ ის ხარვეზები, რომლებიც ყველაზე ხშირად გვხვდება ქართული კომპანიების ორგანიზაციულ სტრუქტურებში და რომლებიც, ჩვენი აზრით, ყველაზე მეტად უშლის ხელს მათ დასახული მიზნების მიღწევასა და შემუშავებული სტრატეგიების განხორციელებაში.

ფაქტიური, რეალური, ჩრდილოვანი სტრუქტურის განსხვავება ფორმალური, დამტკიცებული სტრუქტურისაგან არის ერთ-ერთი ყველაზე მეტად გავრცელებული პრობლემა ქართულ კომპანიებში. ხშირია შემთხვევები, როდესაც, ვიღაცას ჰქვია გენერალური დირექტორი და მის ერთ-ერთ მოადგილეს მასზე ბევრად დიდი გავლენა და მხარდაჭერა აქვს დამფუძნებლებისაგან. ხშირად ხდება, რომ რომელიღაც სამსახურის ხელმძღვანელი ბევრად უფრო გავლენიანი ფიგურაა და მეტად ზემოქმედებს გადაწყვეტილების მიღებაზე, ვიდრე მისი რეალური ხელმძღვანელი. ეს ყველაფერი ხშირად გაუგებრობის, კონფლიქტის, უსიამოვნო გარჩევის მიზეზი ხდება, რომელიც ამცირებს თანამშრომლების, მთელი სტრუქტურული ქვედანაყოფების მოტივაციას, შრომის ნაყოფიერებას, ხელს უწყობს დეზორგანიზაციას და უამრავი დროითი და ემოციური რესურსების კარგვას.

გენერალური დირექტორისადმი დაქვემდებარებული სტრუქტურების სიმრავლე ხშირად აფერხებს ქართული კომპანიების მიმდინარე საქმიანობას და ხელს უშლის განვითარებას. ბევრ სამსახურს აქვს სურვილი ექვემდებარებოდეს გენერალურ დირექტორს, სარგებლობდეს მისი დროითი რესურსით და გავლენით. ასევე, როგორც წესი, სტრუქტურის ჩამოყალიბებისას თვითონ პირველი პირი იშვიათად ამბობს უარს უშუალოდ დაიქვემდებაროს მეტნაკლებად მნიშვნელოვანი სამსახურები. შედეგად ვიღებთ რიგებს დირექტორის კართან, შეჩერებული და გადაუწყვეტელი საკითხების სიმრავლეს, გადაღლილ და გაწამებულ დირექტორს. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ათზე მეტი ქვედანაყოფი უშუალოდ ექვემდებარება გენერალურ დირექტორს. მოადგილეების სიმრავლე (6-7 და მეტი, რომელიც ბოლო წლებში სულ უფრო მატულობს), უშუალოდ დაქვემდებარებული სამსახურები, კიდევ 5-7 მენეჯერი და ჩათვალეთ, რომ გენერალური დირექტორი ან ისწავლის ოსტატურად დაუძვრეს ხელიდან თავის ქვეშევრდომებს, ან მალე საერთოდ უუნარო გახდება რაიმე აკეთოს.

გამოცდილება აჩვენებს, რომ 5-7 უშუალო დაქვემდებარებულზე მეტის ეფექტიანი მართვა, მათთვის საკმარისი დროის გამოყოფა, აქტუალური პრობლემებისა და ამოცანების გადაწყვეტაში საფუძვლიანი მონაწილეობა შეუძლებელია.

ერთი ხელმძღვანელისათვის ერთზე მეტი პირველი რიგის ამოცანის დაქვემდებარება, ხშირად განაპირობებს მისი მხრიდან რომელიმე მათგანის უგულებელყოფას, მიუხედავად იმისა, თუ რა

მნიშვნელობა აქვს ამ კონკრეტულ ამოცანას ორგანიზაციის წარმატებისათვის.

ხშირია შემთხვევები, როცა რომელიმე მოადგილე, რომელმაც ადრე მისთვის ჩაბარებული ამოცანა სხვა რომელიმე მოადგილეებზე მეტნაკლებად წარმატებით გადაჭრა, იწყებს უფლებამოსილების გაფართოებისათვის ბრძოლას. ამის მისაღწევად იგი ყველაზე ხშირად ცდილობს მენეჯერის დარწმუნებას, სწორედ მას ჩააბარონ ორგანიზაციისათვის სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე კიდევ ერთი მიმართულება. როგორც წესი, მენეჯერი ამაზე უარს არ ამბობს, განსაკუთრებით მაშინ, თუ ამ მიმართულების კურატორის მუშაობით არც თუ ისე კმაყოფილია. შედეგად, ერთი მოადგილის უშუალო დაქვემდებარებაში ხვდება ერთზე მეტი ტოპ პრიორიტეტის მქონე მიმართულება. პირველ ეტაპზე მენეჯერი აქტიურად ახორციელებს ცვლილებებს, დროსაც უთმობს ახალ შვილობილს და გადაწყვეტილების მიღებაშიც აქტიურად მონაწილეობს. მოკლე პერიოდში შედეგებიც უმჯობესდება, თუმცა რამოდენიმე თვეში, როდესაც ხედავს, რომ მისი ძველი მიმართულებაც აქტიურად ითხოვს მის ჩართულობას, დილემის წინაშე დგება - რომელ ამოცანაზე როგორ გაანაწილოს დრო და ყურადღება. სამწუხაროდ, ხშირად ეს დილემა უფრო ამ მენეჯერის პირადი პრეფერენციებიდან გამომდინარე იჭრება, ვიდრე ორგანიზაციისათვის ამა თუ იმ ამოცანის მეტი ან ნაკლები მნიშვნელობიდან. მენეჯერი იმ ამოცანას უფრო მეტ ყურადღებას აქცევს, რომელიც უფრო მოსწონს ან უკეთესად გამოსდის, ან რომელზეც მუშაობა უფრო მეტად სიამოვნებს. შედეგად ორგანიზაციისათვის მნიშვნელოვანი ერთ-ერთი ამოცანა მენეჯერული ყურადღების მიღმა რჩება მაშინ, როდესაც სხვა მოადგილეების ნაწილს შესაძლოა საერთოდ არ ჰქონდეთ ჩაბარებული არც ერთი უმაღლესი პრიორიტეტის მქონე ამოცანა და შედარებით ნაკლებ მნიშვნელოვან საკითხებზე ხარჯავდნენ დროს.

დეპარტამენტში (დივიზიონებში) ფუნქციების არა შინაარსის, არამედ მათი ხელმძღვანელების გამოცდილების, ცოდნის და სურვილების მიხედვით დაჯგუფება ხშირად ართულებს ამ ფუნქციების ხარისხიანად განხორციელებას; ან სულაც ხელს უწყობს ისეთი გარემოს ჩამოყალიბებას, რომელშიც ამ ფუნქციის განხორციელებაზე აქტიური მუშაობა საერთოდ არავის ინტერესში არ შედის; და ეს ხდება მაშინაც კი, როდესაც მის ხარისხიანად განხორციელებას ორგანიზაციისათვის კრიტიკული მნიშვნელობა აქვს. ჩვენთან ფუნქციებს აჯგუფებენ უფრო იმის მიხედვით, თუ ტოპ მენეჯერის გუნდში რომელი მიმართულებით ვის უკეთესი გამოცდილება და ცოდნა აქვს და არა იმის მიხედვით, რომელი ფუნქციების ერთ სტრუქტურაში არსებობა არის ხელსაყრელი ორგანიზაციისათვის და რომლების არა.

ცნობილია, რომ ის ფუნქციები, რომელთა შორისაც აქტიური კოორდინაცია და კარგი კომუნიკაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, სასურველია იყოს ერთი ხელმძღვანელის დაქვემდებარებაში. ეს ამცირებს მათ შორის ინფორმაციის გაცვლის, კოორდინირებული მუშაობისათვის საჭირო ტრანსაქციულ და დროით დანახარჯებს. ამ დროს, ნაკლები პრობლემები ამოდის დირექტორატის დონეზე და მეტი საკითხები შიგნით დივიზიონში ან დეპარტამენტში წყდება, რაც აადვილებს ქვედანაყოფების ურთიერთთანამშრომლობას. მეორეს მხრივ, არის სამსახურები, ფუნქციები, რომლების ერთად დაჯგუფებაც სასურველი არ არის, ვინაიდან მათ შორის პარალელური კონტროლის არსებობაა საჭირო.

ორგანიზაციული სტრუქტურა იძლევა შესაძლებლობას, რომ თითოეულმა მუშაკმა გაითავისოს მისი ადგილი კომპანიაში და მიიღოს მატერიალური და მორალური სტიმული მის მიერ კომპანიის საქმიანობაში შეტანილი წვლილისაგან. ამასთან, ასეთი სტრუქტურა არის პირდაპირი გზა, გადავიდეთ სტრატეგიული დაგეგმვიდან მის რეალიზაციაზე. ამდენად, ორგანიზაციული სტრუქტური გარეშე შეუძლებელია მუშაკების საქმიანობის კოორდინაცია და საუკეთესოდ შედგენილი გეგმებიც კი არარეალიზებული დარჩება. მსოფლიოში ნებისმიერ კომპანიას გათავისებული აქვს ის, რომ კონკურენტულ ბრძოლაში უპირატესობის მოპოვება დამოკიდებულია სამ ფაქტორზე: არჩეულ სტრატეგიაზე, ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე და იმაზე, თუ როგორ ფუნქციონირებს ეს სტრუქტურა.

ლიტერატურა

1. ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ., აბრალავა ა., მენეჯმენტი და ადმინისტრირება, თბ. 2007წ.
2. გურაბანიძე ვ., ქიქოძე ნ., გურესაშვილი ლ., ორგანიზაციული მენეჯმენტი, ქუთაისი 2007წ.
3. შუბლაძე გ., მღებრიშვილი ბ., ნონკოლაური ფ., მენეჯმენტის საფუძვლები, თბ. 2008წ.
4. სინერჯი ჯგუფის წიგნები, მენეჯერის ბრძოლა წარმატებისათვის, თბ. 2012წ.

მაია ახვლედიანი

ეკონომიკის დოქტორი, აკადემიკი წერეთლის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის მასწავლებელი

ანტიკრიზისული მარკეტინგი

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პოლიტიკის ძირითადი პრინციპები

მსოფლიო ახალი გამოწვევებისა და პრობლემების წინაშე დგას. გლობალურმა ეკონომიკურმა კრიზისმა ამერიკიდან ევროპაში გადაინაცვლა. „განვითარებულ ქვეყნებს ათიდან ექვსი შანსი აქვთ 2013 წლამდე ახალ ფინანსურ კრიზისში გადაიჩეხონ“ აცხადებს ნიუ-იორკის უნივერსიტეტის პროფესორი ნ. რუბინი. გლობალური ეკონომიკური კრიზისის დაწყებიდან დღემდე ოცმა მილიონმა ადამიანმა დაკარგა სამუშაო ადგილი, 2012 წლის ბოლოსათვის კი მოსალოდნელია, ეს რიცხვი გაორმაგდეს. სოციოლოგიური კვლევითი ცენტრის **Globescan** – ის მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად, რომელშიც მონაწილეობდა 25 ქვეყნის მაცხოვრებელი, აღმოჩნდა, რომ „უკეთესი დროის დადგომის“ რწმენა საფრანგეთის, იაპონიისა და დიდი ბრიტანეთის მოსახლეობის მხოლოდ 10%-ს აქვს. მოსახლეობის 50%-ს მიაჩნია, რომ მომავალში მდგომარეობა გაუარესდება. მომავალს ოპტიმიზმით უყურებს აშშ მოსახლეობის მხოლოდ – 16%. „გერმანელი მოსახლეობის უმეტესობა ფიქრობს, რომ კრიზისისაგან კარგს არაფერს უნდა ელოდნენ“. ოპტიმიზმის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი დაფიქსირდა განვითარებად ქვეყნებში: მაგალითად, ჩინეთში მოსახლეობის 51% თვლის, რომ კრიზისს გაუმკლავდებიან. აღნიშნული კვლევა მსოფლიო ეკონომიკის ტენდენციებს ნათლად წარმოაჩენს [1].

შექმნილ რთულ ეკონომიკურ პირობებში, კომპანიათა ხელმძღვანელები, მარკეტინგის სამსახურებისაგან მოითხოვენ, მოძებნონ ხერხები, რომლის საშუალებითაც წინ აღუდგებიან გაყიდვების რაოდენობის დაცემას. ცხადია, ამ თვალსაზრისით, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ანტიკრიზისული მარკეტინგის ღონისძიებების სწორად დაგეგმვასა და განხორციელებას. მარკეტოლოგები თანხმდებიან, რომ ანტიკრიზისული მარკეტინგის მინიმალური გაგებაა - მომხმარებელთა მოთხოვნის შესწავლა და კრიზისის სიღრმისა და მასშტაბების გათვალისწინებით საქონლისა და მომსახურების შეთავაზება. ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, ანტიკრიზისული მარკეტინგის აუცილებელ ღონისძიებებს მიეკუთვნება:

- გეოგრაფიული ბაზრებისა და სეგმენტების გადასინჯვა;
- კომპანიის სუსტი და ძლიერი მხარეების ანალიზი (SWOT);
- კრიზისის აღიარება;
- კრიზისის საფრთხის შეფასება;
- სამოქმედო პროგრამის შემუშავება;
- მარკეტინგული მიქსის შემუშავება;
- ანტიკრიზისული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება.

მაღალტექნოლოგიურმა კომპანიებმა მარკეტინგული ხედვა განვითარებული ქვეყნების

ბაზრებიდან, განვითარებადი ქვეყნების ბაზრებისაკენ მიმართეს (ჩინეთი, ბრაზილია, ინდოეთი, რუსეთი). ბაზრების გადასინჯვის პოლიტიკა გულისხმობს, გამოიკვეთოს ის ბაზრები, რომელთაც მძიმე ეკონომიკური ფონის მიუხედავად, ეკონომიკური ზრდის პერსპექტივები გააჩნიათ. ბაზრების გადახედვის პოლიტიკა ითვალისწინებს არამარტო სხვადასხვა ქვეყნებში არსებულ ბაზრების ზრდის შესაძლებლობების ანალიზს, არამედ შიდა რეგიონების ანალიზსაც. ყურადღება უნდა გამახვილდეს მცირე ბაზრებზე, ვინაიდან ამ ბაზრებზე არსებული სუსტი კონკურენცია, კომპანიებს უნიკალურ შესაძლებლობებს უქმნის, მინიმალური ძალისხმევით დაიკავეთ ლიდერის პოზიცია, უკიდურეს შემთხვევაში იბრძოლონ ბაზრის ახალი სეგმენტების დაუფლებისათვის. კრიზისმა ნათლად დაგვანახა, რომ სამომხმარებლო ბაზრის მრავალმა სეგმენტმა, რომელიც ადრე დიდი პოპულარობით სარგებლობდა, დაკარგა მიმზიდველობა (მაგ., სეგმენტი „ახალგაზრდა პროფესიონალები“, რომელთა უმრავლესობა მუშაობს ფინანსური მომსახურების სფეროში, ძველებურად აღარ არიან ბრენდების აქტიური მომხმარებლები და კარგავენ მყიდველობით აქტივობას). თუმცა, კომპანიების ხელმძღვანელთა შეხედულებები მათზე ხშირად არასაკმარისი და არადამაკმაყოფიებელია.

მსოფლიოში მიმდინარე ფინანსური კრიზისი და ახალი საფრთხეების მოლოდინი დღის წესრიგში აყენებს ცალკეული ქვეყნების, ტრანსნაციონალური კომპანიებისა და სხვა სახის სუბიექტების ქცევებისა და სტრატეგიების ობიექტური ანალიზის, შეფასებისა და შესაბამისი პრევენციული ღონისძიებების გატარების აუცილებლობას. ამ მიზნით შეიძლება ეფექტიანად იქნეს გამოყენებული SWOFT ანალიზის მეთოდი [2]. ეკონომიკური კრიზისის დროს კომპანიათა ძლიერ მხარეებად შეიძლება მივიჩნიოთ: საქონლის მაღალი ხარისხი, მაღალკვალიფიციური პერსონალი, თანამედროვე ტექნოლოგიები, იაფი ნედლეულისა და მასალების წყაროები, იაფი კრედიტების ხელმისაწვდომობა, სუსტი კონკურენცია და ა.შ.

კრიზისის პერიოდში კომპანიათა უმრავლესობა, პირველ რიგში, იწყებს დანახარჯების შემცირებას. ხშირ შემთხვევაში, დანახარჯები მცირდება მარკეტინგულ საქმიანობისა და კადრების მიხედვით [3]. თუმცა, ეკონომიკური „შტორმის“ დროს ამ დანახარჯთაგან არც ერთის შემცირება არ შეიძლება მივიჩნიოთ კომპანიებისათვის მსხნელ ფაქტორად. პირიქით, კომპანიების არამდგრადი მდგომარეობა ბაზარზე უფრო მწვავედ გამოიხატება. მიზანშეწონილია, შევამციროთ ადმინისტრაციული ხარჯები, შევკვეცოთ წარმოების მოცულობა, მაგრამ ყოველად დაუშვებელია ეს მოხდეს პროდუქციის ხარისხის გაუარესებისა და საქონლის გასაღების მასტიმულირებელი ღონისძიებების ხარჯზე. მაღალი კვალიფიკაციის სპეციალისტების შესანარჩუნებლად, კომპანიათა ხელმძღვანელებმა ყველაფერი უნდა გააკეთონ, თუნდაც, დასჭირდეთ შემცირებული სამუშაო დროისა და არასრული სამუშაო კვირის შემოღება.

ეკონომიკური კრიზისი არნახულ შესაძლებლობებს უხსნის აქტიურ და უშიშარ კომპანიებს, „სტიმულს აძლევს კომპანიებისა და მთელი დარგების კონკურენციისა და რესტრუქტურისაციის პროცესებს“ [4]. კრიზისული მოვლენები კომპანიათა საქმიანობაზე სხვადასხვანაირად აისახა: კერძოდ, კომპანიათა ერთმა ნაწილმა, რომლებმაც გადაჭარბებით შეაფასეს თავიანთი შესაძლებლობები და უარი თქვეს კრედიტებზე, ბაზარი დატოვა, ნაწილმა თავისი აქტივობა მაქსიმალურად შეამცირა უკეთესი დროის მოლოდინით, კომპანიების ნაწილმა კი შეიმუშავა აგრესიული მარკეტინგული სტრატეგიები. აგრესიული მარკეტინგული სტრატეგია

მოითხოვს არამარტო აქტიურობას, არამედ გონივრულ ანალიტიკას. კარგად ჩატარებულ კონკურენტულ დაზვერვას, გამოწვლილვით (SWOFT) ანალიზს. SWOFT ანალიზი კომპანიის ახალ შესაძლებლობებს წარმოაჩენს და მოსალოდნელ რისკებს მკაცრად აფასებს. კომპანიებს, რომლებსაც საკუთარ თავში არ უპოვიათ ძალა აგრესიული შეტევისათვის, სულერთია, მაინც მოუწევთ, შეცვალონ თავიანთი ტრადიციული მარკეტინგული პოლიტიკა. ეს ცვლილებები გაგანალიზოთ მარკეტინგული კომპლექსის თითოეული ელემენტისათვის „4P“ (product, price, place, promotion).

საქონელი და მომსახურება (product). მარკეტინგის აგრესიული სტრატეგია უკავშირდება ბაზარზე პროდუქტის ცვლილებას, ახალი საქონლისა და მომსახურების დანერგვას. კრიზისის პერიოდში კომპანიების უმრავლესობა არ რისკავს ინოვაციებზე. ისინი მიიჩნევენ, რომ ასეთ დროს მომხმარებლები გაცილებით კონსერვატულები არიან. ეს მართლაც ასეა. სიახლის ეფექტური რეალიზაციისათვის საჭიროა, დავარწმუნოთ მომხმარებელი იმაში, რომ ახალი საქონელი და მომსახურება შეამცირებს მათ მიუღწევლობით ხარჯებს და გაზრდის საქონლისაგან მიღებულ სარგებელს. აქედან გამომდინარე, ახალი საქონელი მიუღწევლების ცნობიერებაში ჩაფიქრებულ საქონელს ზუსტად უნდა პასუხობდეს. მეორე გზა სიახლის დანერგვისა, საქონელსა და მომსახურებაში ცვლილებების შეტანაა. ასეთმა ცვლილებამ შეიძლება მოიტანოს მცირე ოდენობით საქონლისა და მომსახურების ნაკლებად მოთხოვნადი თანმხლები ფუნქციების შემცირება, მაგრამ ამით შევინარჩუნებთ და გავაიაფებთ საქონელსა და მომსახურებას.

ფასი (Price). ეკონომიკური კრიზისის დროს ბაზარზე შექმნილი მდგომარეობა ფასების ცვლილებას მოითხოვს. სტანდარტული ფასების დაცვამ შეიძლება გააძლიეროს კონკურენტული ბრძოლა და გააუარესოს კომპანიის ფინანსური მდგომარეობა. ამიტომ საერთო ეკონომიკური მდგომარეობა წინა პლანზე აყენებს მოკლე დროში სწრაფი ეფექტის მომტანი შესაძლებლობების გამოყენებას (მაგ., სპეციალური შეთავაზება მომხმარებლისადმი, მიუღწევლის ნაყიდობის სრულყოფა კომპანიის სხვა საქონლის უფასო შეთავაზებით, კუპონების შეთავაზება მომხმარებლისადმი, რომლის საშუალებითაც ისინი მიიღებენ ფასდაკლებას ან საჩუქარს). მთავარია, მომხმარებელი ნებისმიერ ზემოთ აღნიშნულ შემთხვევაში გრძნობდეს სარგებელს.

საქონლის გავრცელების მეთოდები (place). ეს მეთოდი გულისხმობს ყველა შესაძლო საქმიანობას, რომელიც უზრუნველყოფს საქონლის ხელმისაწვდომობას მიზნობრივი მომხმარებლისათვის. ეკონომიკური კრიზისის დროს უნდა ვეძებოთ ახალი გასაღების არხები. ყურადღება უნდა მიექცეს ელექტრონულ მარკეტინგულ არხებს. დღეს მსოფლიოში ელექტრონული მარკეტინგული არხებით გაყიდული საქონლისა და მომსახურების საერთო მოცულობამ 3,5 ტრლნ. დოლარი შეადგინა. ელექტრონული ვაჭრობა ფართოდ გამოიყენება B2B (ვაჭრობა ბიზნეს პროდუქტების ბაზარზე), B2C (ვაჭრობა საბოლოო მომხმარებლის ბაზარზე), C2B (სამომხმარებლო ვაჭრობა) სექტორებში. აღსანიშნავია, რომ ელექტრონული ვაჭრობის დროს უცვლელი რჩება მარკეტინგის ტრადიციული სტრატეგიები (ფასწარმოქმნა და დისტრიბუცია, მარაგების მართვა, მომხმარებელთა მომსახურება) [5].

წინ წაწევის ღონისძიებები (promotion). ამით შესაძლებელია ხარჯების შემცირება. ეს არ შეეხება იმ კომპანიებს, რომლებმაც შეიმუშავეს აგრესიული მარკეტინგის სტრატეგიები. თუმცა,

ნებისმიერი სტრატეგიის არჩევის შემთხვევაში, ეკონომიკური კრიზისი გეგარნახობს, შევცვალოთ კომუნიკაციური პოლიტიკა. მარკეტინგული კვლევები გვიჩვენებენ, რომ სარეკლამო ხარჯების შემცირებამ კომპანიებში გამოიწვია გაყიდვების 20-30%-ით შემცირება. სარეკლამო ხარჯების შემცირება განსაკუთრებით სარისკოა ბრენდებისათვის. წარმატებული ბრენდის საიდუმლო ის კი არ არის, მომხმარებელს შესთავაზო ფასდაკლება, არამედ ის, რომ მომხმარებელთან დაამყარო ძლიერი ემოციური კავშირი. დღეს, სწორედ, ემოციაზე დაფუძნებული სარეკლამო კამპანიები ხდებიან მოგებიანი. იმისათვის, რომ გავზარდოთ გაყიდვები რეკლამითა და პიარსაქმიანობით, აუცილებელია სისტემატური, არასტანდარტული, კრეატიული გადაწყვეტილებების შემუშავება. სარეკლამო მიმართვის სლოგანი უნდა იყოს პროვოკაციული, პირდაპირ მიმართული მომხმარებელზე და მოთხოვნაზე. რეკლამა წარმოაჩენს, შეგვიძლია თუ არა ბრძოლა ბაზრის დამატებითი წილის მოსაპოვებლად.

ერთი-ერთი საუკეთესო სარეკლამო საშუალება, რომელსაც კარგად ვერ აფასებს მრავალი კომპანია, ეს არის რეკლამა ინტერნეტში. ინტერნეტი საშუალებას გვაძლევს, ვიპოვოთ აუდიტორია უფასო რეკლამისათვის. კომუნიკაციის ფუნქციას ასრულებს ელექტრონული ფოსტა, “ჩეთი” და ონლაინ შეტყობინებები. ბოლო დროს ჩატარებულმა კვლევებმა გვიჩვენა, რომ მომხმარებელი, სანამ საქონელს შეიძენს, ჯერ კომპანიის ვებგვერდს ეცნობა. მომხმარებელთან ტრანსაქციის განხორციელება და ონლაინ-ურთიერთობების შენარჩუნება კომპანიებს საქმიანობის გაფართოების საშუალებას აძლევს.

კრიზისი გვაიძულებს, შევცვალოთ მარკეტინგული მიქსის ინსტრუმენტების პრიორიტეტულობა, წინა პლანზე გამოდიან ისინსტრუმენტები, რომლებსაც შეუძლია მოგვცეს სწრაფი, გაზომვადი შედეგები, რაც აისახება გაყიდვების კონკრეტულ მოცულობაზე.

ამდენად, კრიზისის საფრთხე კომპანიებისათვის შეიძლება იყოს მეტ-ნაკლებად საშიში, ხოლო შედეგი – გარკვეულწილად სერიოზული. ყველა შემთხვევაში ანტიკრიზისული მარკეტინგის მიზანია, ზუსტად განისაზღვროს მომხმარებელთა მოთხოვნების ტრეპტორია, რომლის საფუძველზეც კომპანიები შეძლებენ მოგებიანი საქონელისა და მომსახურების შექმნას.

გამოყენებული ლიტერატურა წყაროები:

1. www.Globescan.ge
2. მესხია ი. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების SWOF – ანალიზის ფრაგმენტები. ქუთაისის უნივერსიტეტის სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის შრომების კრებული. ქუთაისი. 2011.
3. <http://www.local.com>
4. აბრალავა ა. კრიზისი – ინოვაციების შემაფერხებელი და სტიმულატორი. ჟ. “ეკონომიკა” №1, თბ., 2011.
5. www.Cloudmoney.Com.

ხათუნა თოღუა

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი
ზვინაბ ახალაძე

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

მარკეტინგული კვლევების ზოგადი ასპექტები

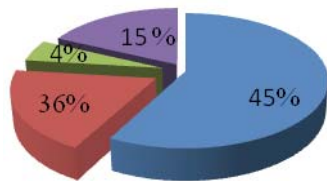
საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ბიზნესის განვითარებაში მარკეტინგულ კვლევებს განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს. შეუძლებელია მეწარმემ, ბიზნესმენმა საქონლის გასაღების თაობაზე სწორი გადაწყვეტილება მიიღოს ამომწურავი, უტყუარი ინფორმაციის, გარე მარკეტინგული გამოკვლევების გარეშე. დღევანდელ ბაზარზე წარმატების მისაღწევად კომპანია დიდი მოცულობის მარკეტინგული ინფორმაციის ეფექტიანი მართვის მეთოდებს უნდა ფლობდეს. ერთ-ერთმა კვლევამ ცხადყო, რომ კომპანიების მიერ მოპოვებული მონაცემები და სუპერმარკეტების სკანერების საშუალებით მიღებული ინფორმაცია შეფუთული საქონლის ბრენდის მენეჯერს კვირაში 1 მილიონიდან 1 მილიარდამდე ახალ ციფრს აწვდის გასაანალიზებლად, მაგრამ, ინფორმაციის ასეთი სიუხვის მიუხედავად, მარკეტოლოგები ხშირად საჭირო ინფორმაციის სიმცირეს უჩივიან. საჭირო ინფორმაციის მოსაძიებლად მენეჯერები დღეში საშუალოდ 3 საათს კარგავენ, რაც ყოველწლიურად აშშ-ს კომპანიებს 2,5 მილიარდი დოლარი უჯდებათ. ამასთან, გამოკითხულ მენეჯერთა ნახევარმა განაცხადა, რომ მოპოვებულ ინფორმაციას თავს ვერ ართმევდა, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მათ 2/3-ს უფრო მეტი ინფორმაციის მიღება სურდა! სე, რომ მარკეტინგის მენეჯერების უმეტესობა არა რაოდენობრივად უფრო მეტ, არამედ უკეთეს ინფორმაციას საჭიროებს.

საბაზრო პირობებში განსაკუთრებით იზრდება მარკეტინგული კვლევების პოპულარობა. მარკეტინგული კვლევითი ორგანიზაციების წლიური ბრუნვა, მსოფლიო მასშტაბით, ყოველწლიურად დაახლოებით 5,7%-ით მატულობს. ბრუნვის ორი მესამედი ისეთი განვითარებული ქვეყნების ბაზრებზე მოდის, როგორცაა აშშ, დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, გერმანია, იაპონია. ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში კვლევის ინდუსტრიის განვითარების ტემპები სტაბილურია, აზიის ქვეყნებში კი მას ფეთქებადი ხასიათი აქვს. ჩინეთი, ამ თვალსაზრისით რეკორდსმენი ქვეყანაა, სადაც კვლევის ინდუსტრიის წლიური ზრდის ტემპმა 25% შეადგინა!

ნახ. 1.

მარკეტინგული კვლევების ბრუნვის წილობრივი გადანაწილება მსოფლიოში

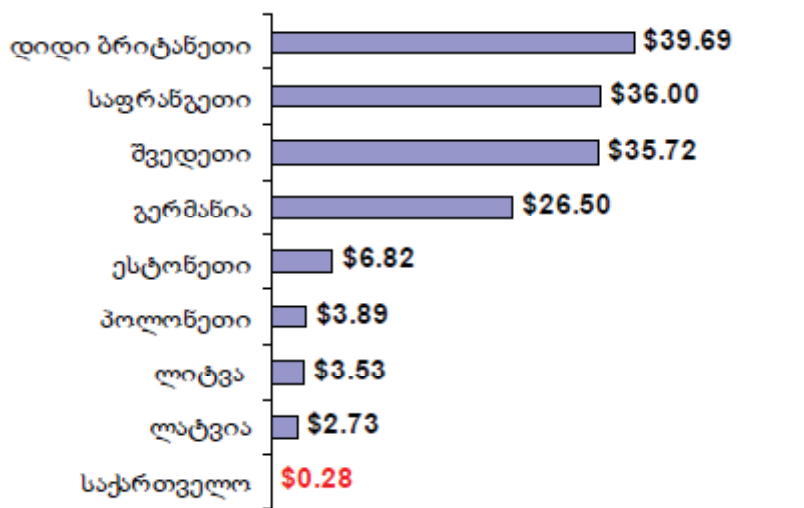


1. ევროპა - 45%;
2. ჩრდილოეთ ამერიკა - 36%;
3. აზია, წყნარი ოკეანია და აფრიკა - 15%;
4. ცენტრალური და სამხრეთ ამერიკა - 4 %

მარკეტინგულ კვლევებზე მოთხოვნა საქართველოშიც იზრდება. მატულობს კვლევითი კომპანიების რაოდენობაც. დღეს საქართველოში მარკეტინგული კვლევებით 10-ზე მეტი კომპანიაა დაკავებული. ერთ-ერთი მათგანია „საზოგადოებრივი აზრის კვლევისა და მარკეტინგის ინსტიტუტი“, (IPM Georgia, Institute for Poling and Marketing), რომელიც 1994 წლიდან არსებობს. აღსანიშნავია, რომ კომპანია წლიურად საშუალოდ 50-მდე სამარკეტინგო და საზოგადოებრივი აზრის პროექტს ამუშავებს. მას მარკეტინგული კვლევის ფართო ქსელი გააჩნია; მისი ოფისები განლაგებულია როგორც თბილისში, ისე ქუთაისში, რუსთავეში, თელავში და სხვ. კომპანიის მიმართულებაა საზოგადოებრივი აზრის კვლევა, სამარკეტინგო კონსულტაციები, მედიის და გარე რეკლამის კვლევები, მედიის მონიტორინგი, საზოგადოებრივი ურთიერთობები, ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი და სხვ. თუმცა, ერთ სულ მოსახლეზე მარკეტინგული კვლევის დანახარჯი საქართველოში ძალიან დაბალია - 0,28 აშშ დოლარი, მაშინ როდესაც, მაგ., დიდ ბრიტანეთში ეს მაჩვენებელი 39 აშშ დოლარს აღემატება. საყურადღებოა, რომ განვითარებულ ქვეყნებში მარკეტინგულ კვლევებზე დანახარჯები სარეკლამო ბიუჯეტის 10%-ს შეადგენს, ხოლო საქართველოში იგი მხოლოდ 2,7%-ია.

ნახ. № 2.

მარკეტინგულ კვლევებზე დანახარჯები ერთ სულ მოსახლეზე



საბაზრო ეკონომიკის განვითარებულ ქვეყნებში მარკეტინგული კვლევები საკმაოდ ძვირია. დიდმა კომპანიამ შეიძლება მილიონები დახარჯოს საინფორმაციო სისტემის

განვითარებისათვის. მაგალითად, დაკვირვების მეთოდით (Survey) ფართომასშტაბიანი გამოკვლევა შეიძლება 20 000 – დან 100 000 დოლარამდე დაჯდეს, ან უფრო ძვირიც. ხანგრძლივი კვლევა, რომელსაც აწარმოებს ისეთი ცნობილი ფირმა, როგორცაა Information Resources, ღირს 100 000 დოლარი წელიწადში, ხოლო ბაზრის კვლევა 6-დან 12 თვემდე პერიოდში – 200 000-დან 500 000 დოლარამდე(!).

თუმცა, ყოველთვის როდია აუცილებელი ასეთი ხარჯების გაღება. მაგალითად, მუზეუმის დირექტორს სურდა გაერკვია, რომელი ექსპონატები იყო უფრო პოპულარული. ინტერვიუმ არ გაამართლა – დამთვალიერებლები ცდილობდნენ ესია მოგონებინათ ინტერვიუერისათვის და თავაზიანად პასუხობდნენ, რომ ყველა ექსპონატი ერთნაირად მოეწონათ; მაშინ დირექციამ არაორდინალური ხერხი გამოიყენა: მუზეუმის იატაკი მოაპრიალა იატაკის საცხის სქელი ფენით და ერთი კვირის შემდეგ იატაკები შეამოწმა (მეტი პოპულარობით სარგებლობდა ექსპონატები, რომლებთანაც საცხი უფრო გაცვეთილი იყო). ეს „კვლევა“ მუზეუმის დირექციამ საცხის ფასად ჩაატარა და არც მარკეტინგული კვლევის სპეციალისტების დახმარება დასჭირვებია.

ორგანიზაციის სპეციფიკურ მარკეტინგულ სიტუაციასთან დაკავშირებული მონაცემების სისტემური შეგროვება, ანალიზი და მოხსენების მომზადება საკმაოდ საპასუხისმგებლო საქმეა, რომელსაც ფირმა მარკეტოლოგის დახმარების გარეშე ვერ შეძლებს. მარკეტინგული კვლევის სპეციალისტებზე მოთხოვნა დღეს საგრძნობლად იზრდება. ასევე ზრდის ტენდენციით ხასიათდება მარკეტოლოგების შრომის ანაზღაურებაზე გაღებული ხარჯები. ზოგიერთ დიდ კომპანიას მარკეტინგული კვლევის საკუთარი დეპარტამენტი გააჩნია, რომლებიც, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, ხშირად იწვევენ სპეციალიზებულ კომპანიებს გარკვეული ამოცანების გადასაჭრელად. ხოლო როცა ფირმა მცირე ზომისაა, და ეკონომიკურადაც არ არის ძლიერი, იგი მარკეტინგულ კვლევებს სპეციალიზებული ფირმების მეშვეობით აწარმოებს.

მარკეტინგული კვლევების გამოყენების არეალი ფართოა: მყიდველთა კმაყოფილებისა და შესყიდვის ქცევის გაგება, ბაზრის პოტენციალისა და საბაზრო წილის შეფასება, ფასწარმოქმნის, სარეკლამო კომპანიისა და დისტრიბუციის ეფექტიანობის გაზომვა და სხვ.

მომსახურება, რომელსაც გვთავაზობენ მარკეტინგული კვლევის კომპანიები, შეიძლება დავეოთ შემდეგ სახეებად: სინდიცირებული მომსახურება, სტანდარტიზირებული მომსახურებანი, შეკვეთილი მომსახურება და Internet-მომსახურება. სინდიცირებული მომსახურების დროს ხდება ინფორმაციის შეკრება და შემდგომ მისი გადაცემა შემკვეთისთვის; მაგალითად, კომპანია A. C. Nielsen ახდენს მონაცემთა სკანირებას უნივერსამების საკასო ტერმინალებიდან.

სტანდარტიზირებული მომსახურება – კვლევითი საქმიანობაა, რომელიც ტარდება სხვადასხვა ფირმისათვის სტანდარტული მეთოდებით. მაგალითად, არსებობს რეკლამის ეფექტიანობის განსაზღვრის სტანდარტული მეთოდიკა, შესაბამისად, ამ მიმართულებით მარკეტინგული კვლევების შედეგები შეიძლება შევადაროთ ერთმანეთს. Starch Reader-ის მომსახურება უფრო ხშირად გამოიყენება ბეჭდვითი რეკლამის ეფექტურობის განსაზღვრისათვის.

შეკვეთილი მომსახურება გულისხმობს კლიენტის სპეციფიკური მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის მრავალი სხვადასხვა სახის მარკეტინგულ კვლევას. ყოველი მარკეტინგული კვლევა ტარდება კონკრეტული შემკვეთის მოთხოვნებიდან გამომდინარე.

ასეთი ტიპის მარკეტინგული კვლევის ფირმაა, მაგალითად, Burke.

Internet-მომსახურებას გეთავაზობენ ფირმები, რომლებიც სპეციალიზირებული არიან ინტერნეტის გამოყენებით მარკეტინგული კვლევის ჩატარებაზე. მაგალითად, Grienfield Consulting ატარებს მარკეტინგულ კვლევას, იყენებს საკუთარ მდიდარ მონაცემთა ბაზას, იგი ატარებს კვლევებს თავისი უსაფრთხო Web-საიტის გამოყენებით.

არსებობს ასევე მონაცემთა შეკრებისა და ანალიზის სპეციალიზირებული მეთოდები – საფირმო მარკეტინგული კვლევები – რომლებიც შემუშავებულია მარკეტინგული კვლევის კონკრეტული ამოცანის გადასატარებლად; ეს – მეთოდური დეპარტამენტებია, რომლებსაც აქვთ საკუთარი საფირმო ნიშნები და ისინი ისევე იყიდება, როგორც ნებისმიერი სხვა სავაჭრო მარკა. მაგალითად, კომპანია Digi Data System გეთავაზობს საფირმო პროდუქტს – Magic Wand, რომლის მეშვეობით ხდება დაბეჭდილი ანკეტებიდან კომპიუტერისათვის გამოსადეგ ფორმატში მონაცემთა გადაყვანა. საკონტროლო ნიშნაკების ასაღებად, რომელიც მოპასუხის (საკვლევი პირის) მიერაა შევსებული, გამოიყენება ხელის სკანერი, შემდეგ ხდება ამ მონაცემთა ამოცნობა და მათი დისკზე ჩაწერა.

მარკეტოლოგ-სპეციალისტების კარიერული წინსვლის მნიშვნელოვანი შესაძლებლობები პირდაპირ მომდინარეობს მაღალხარისხოვან მარკეტინგულ კვლევაზე მოთხოვნიდან. მათ კარგი პროფესიული კარიერის გაკეთება შეუძლიათ როგორც სპეციალიზებულ ფირმებში, ისე ბიზნესის სფეროსა და არაკომერციულ ორგანიზაციებში, რომელთაც გააჩნიათ მარკეტინგული კვლევის საკუთარი განყოფილებანი.

ქვემოთ ჩამოთვლილია მარკეტინგული კვლევის სფეროში ზოგიერთი თანამდებობა: მარკეტინგული კვლევების ვიცე-პრეზიდენტი, კვლევის დირექტორი, კვლევის დირექტორის თანაშემწე, პროექტის ხელმძღვანელი, სავაჭრო სამუშაოების ხელმძღვანელი, სტატისტიკოსი (მონაცემთა დამუშავების), უფროსი ანალიტიკოსი, ანალიტიკოსი, უმცროსი ანალიტიკოსი და სამუშაოთა ინსპექტორი (ბრიგადირი). ქვემოთ საუბარია ამ თანამდებობრივი პოზიციების შესაბამის ვალდებულებებზე.

მარკეტინგული კვლევის ვიცე-პრეზიდენტი – ეს მარკეტინგული კვლევის სფეროში უმაღლესი თანამდებობაა; ვიცე-პრეზიდენტი პასუხისმგებელია კომპანიის ყველა მარკეტინგულ კვლევაზე და კომპანიის უმაღლეს ხელმძღვანელთან (ტოპ-მენეჯერთა) რიცხვს მიეკუთვნება. იგი ადგენს მარკეტინგული კვლევის განყოფილების მიზნებსა და ამოცანებს;

მარკეტინგული კვლევის დირექტორი – ასევე მაღალი თანამდებობაა; დირექტორი პასუხს აგებს მარკეტინგული კვლევის ყველა პროექტის შემუშავებასა და შესრულებაზე;

მარკეტინგული კვლევის დირექტორის თანაშემწე – დირექტორის თანაშემწის მოვალეობებს ასრულებს და მარკეტინგული კვლევით დაკავებულ სხვა თანამშრომლებს აკონტროლებს;

პროექტის ხელმძღვანელი - პასუხისმგებელია მარკეტინგული კვლევის პროექტების შემუშავებაზე, რეალიზაციასა და მართვაზე;

მონაცემთა დამუშავების სტატისტიკოსი – იგი ინფორმაციის დამუშავების სტატისტიკური მეთოდების თეორიისა და პრაქტიკის სპეციალისტია; მისი ვალდებულებებია – ექსპერიმენტის შემუშავება, მონაცემთა დამუშავება და ანალიზი;

უფროსი ანალიტიკოსი – მონაწილეობს მარკეტინგული კვლევების პროექტების შემუშავებაში, ხელმძღვანელობს მათ მიმდინარე შესრულებას; ის მუშაობს უშუალოდ ანალიტიკოსთან, უმცროს ანალიტიკოსთან და კვლევის პროექტის შემუშავებისა და მონაცემთა შეგროვების სხვა პერსონალთან. იგი ამზადებს დასკვნით ანგარიშს; სწორედ უფროსი ანალიტიკოსია ძირითადად პასუხისმგებელი გრაფიკის შესრულებაზე;

ანალიტიკოსი – მონაწილეობს პროექტის ზოგიერთი მონაკვეთის რეალიზაციაში; იგი შეიმუშავებს ანკეტას და ატარებს მის წინასწარ ტესტირებას, აგრეთვე მონაცემთა წინასწარ ანალიზს;

უმცროსი ანალიტიკოსი – ასრულებს სხვადასხვა სახის სამუშაოს, მაგალითად, ახორციელებს მეორადი ინფორმაციის შეკრებას, ანკეტების რედაქტირებას და კოდირებას, ატარებს მარტივ სტატისტიკურ ანალიზს;

საველე სამუშაოთა ხელმძღვანელი – პასუხისმგებელია ინტერვიუებისა და სხვა საველე მუშაკების შერჩევაზე, კონტროლზე და სხვ.

მარკეტინგული კვლევის სფეროში ბაკალავრიატ დამთავრებულთათვის ყველაზე გავრცელებული საწყისი პოზიციაა – ბრიგადირი. იგი პასუხისმგებელია საველე სამუშაოებზე, მონაცემთა რედაქტირებაზე, აგრეთვე შეიძლება ჩართული იყოს მონაცემთა ანალიზში.

კიდევ ერთი საწყისი პოზიციაა – პროექტის ხელმძღვანელის თანაშემწე. იგი ეხმარება ხელმძღვანელს ანკეტის შემუშავებაში, ამოწმებს საველე სამუშაოთა ჩატარების ინსტრუქციებს, აკონტროლებს მარკეტინგული კვლევის ხარჯებს.

დღეს მარკეტინგული კვლევების ინდუსტრიაში სულ უფრო მეტი უპირატესობა ენიჭება მაგისტრის დიპლომის მქონე სპეციალისტებს – მათ ანდობენ პროექტის ხელმძღვანელის თანამდებობას.

ბიზნესის სფეროში ტიპური საწყისი დონის თანამდებობაა უმცროსი ანალიტიკოსი-მკვლევარი (ბაკალავრიატის დიპლომის მქონეთათვის), ან ანალიტიკოსი-მკვლევარი (მაგისტრის დიპლომის მქონეთათვის). ისინი შეისწავლიან იმ დარგის სპეციფიკას, რომელსაც მიეკუთვნება მათი ფირმა. ანალიტიკოსი-მკვლევარის მოვალეობაა მონაცემთა სიზუსტის შემოწმება, მეორადი და პირველადი მონაცემების ანალიზი ბაზრის პროგნოზირებისათვის.

მარკეტინგულ კვლევებში საჭიროა ადამიანები განსხვავებული მომზადებით, გამოცდილებით და უნარებით. ტექნიკური სპეციალისტები, მაგალითად, სტატისტიკოსები, უდაოდ უნდა ფლობდნენ საფუძვლიან ცოდნას სტატისტიკაში.

მარკეტინგული კვლევების სფეროში მომუშავე პიროვნებას უნდა ჰქონდეს გავლილი ყველა შესაძლო მარკეტინგული კურსი; უნდა იცოდეს სტატისტიკა და ანალიზის რაოდენობრივი მეთოდები; უნდა შეეძლოს კომპიუტერზე მუშაობა და ინტერნეტის გამოყენება; უნდა გაიაროს ფსიქოლოგიის კურსი და კურსი მომხმარებელთა ქცევაში; უნდა შეეძლოს ეფექტიანი წერილობითი და ზეპირი კომუნიკაცია; უნდა შეეძლოს შემოქმედებითი მიდგომა საკითხებისადმი.

მარკეტინგული კვლევის სპეციალისტებს უნდა ჰქონდეთ ფართო თვალსაწიერი, რათა შესძლონ წვდომა იმ პრობლემებში, რომელიც აქვთ მათ კლიენტებს, ვინაიდან ამოცანები, რომელსაც კლიენტები უყენებენ მარკეტინგული კვლევის კონსულტანტებს, სულ უფრო

რთული და მასშტაბური ხდება. კერძოდ, მათ უნდა შეეძლოთ, გარდა იმისა, რომ ჩაატარონ სავსე სამუშაოები, დაამუშაონ მონაცემები და მიაწოდონ რეკომენდაციები, – დაესმარონ კლიენტებს ამ რეკომენდაციების რეალიზაციაში. სამომავლოდ აუცილებელი გახდება, აგრეთვე, შტატში იყოლიონ სპეციალისტები ცვლილებათა მართვაში და სამრეწველო ფსიქოლოგიაში, რომლებიც დღეს კომპანიებს არ ჰყავთ.

ბამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები:

1. ყამარაული ს., მარკეტინგი, თბ., 2011.
2. არმსტრონგი გ., კოტლერი ფ., მარკეტინგის საფუძვლები, თბ., 2006.
3. ბაბუხაძია თ., „მარკეტინგული კვლევის ინდუსტრია დღეს – მსოფლიო და საქართველო“, ჟურნ. „ბიზნესი“, თბ., 2007.
4. 2010 _ Trends in Marketing: Salaries, Strategies, and Beyond; Presented by American Marketing Association.

ემზარ ჯულაყიძე

ეკონომიკის დოქტორი, აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

სამეწარმეო ფირმის მენეჯმენტის ეფექტიანობა

სამეწარმეო ფირმის მენეჯმენტის ეფექტიანობა

წარმატებული ბიზნესის მიღწევა შეუძლებელია ეფექტური მენეჯმენტის გარეშე. ამას ადასტურებს მსოფლიოს მრავალი ქვეყნის გამოცდილებაც, სადაც მცირე ფირმების თუ მსხვილი საწარმოო კორპორაციების გაკოტრების ძირითადი მიზეზია მენეჯმენტის არაეფექტური მენეჯმენტი. საქმე იმაშია, რომ სამეწარმეო ფირმის მენეჯერთა ძირითად ამოცანას წარმოადგენს როგორც მიმდინარე სამეურნეო საქმიანობის მართვა, ასევე მისი სწორი ხედვა სამომავლო პოზიციების შესახებ. ანუ, ფირმის განვითარების ეფექტიანი სტრატეგიის შემუშავება და პრაქტიკული განხორციელება. აუცილებელია ასევე, ერთმანეთისაგან განვასხვაოთ წარმატებული და ეფექტური მენეჯმენტი. წარმატებული მენეჯერობა ჯერ კიდევ არ ნიშნავს ეფექტური მენეჯმენტის უზრუნველყოფას. წარმატებულობა არის მოკლევადიანი, ეფექტურობა კი - უფრო ხანგრძლივი. ანუ, წარმატებული არის მენეჯერი, ვინც გარკვეულ მომენტში დაწინაურდა კონკურენციულ ბრძოლაში, ხოლო ეფექტური მენეჯმენტისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანია დასახული მიზნების მიღწევა.

ფაქტობრივად ყველა სამეწარმეო ფირმის ბიზნეს-საქმიანობის ძირითად მიმართულებას განსაზღვრავს მისი მისია, მიზნები და სტრატეგია. ბიზნესის წარმოების ეს ძირითადი მდგენელები ფაქტიურად აკონკრეტებს იმას, თუ რომელ ინდუსტრიაში საქმიანობს ფირმა და როგორ აპირებს მისი მენეჯმენტი დასახული შედეგების მიღწევას. მისია გვიჩვენებს ორგანიზაციის მომავალი ბიზნეს-საქმიანობის ძირითად ორიენტირებზე. მაგრამ მანამ, სანამ ორგანიზაციის მისია არ გადაიქცევა ჩამოყალიბებულ მიზნებად, იგი მხოლოდ აბსტრაქტული ცნებაა, რომელიც ფირმის საქმიანობის შესახებ სრულ ინფორმაციას ვერ იძლევა.

მარტივად რომ ვთქვათ, ეფექტური მენეჯმენტი ეს არის ისეთი ორგანიზაციული მოქმედება, სამეურნეო ხელმძღვანელის ისეთი საქმიანობა, რომ ერთ გუნდად შეკრიბო შრომითი კოლექტივი სასურველი მიზნების შესასრულებლად. მიზნების ფორმირება მენეჯმენტის ეფექტიანობის უმნიშვნელოვანესი პროცესია.

მიზანი, ეს არის მენეჯერის მცდელობა მიიღოს გარკვეული შედეგი გარკვეულ დროში. ამასთან, თითოეულ მიზანს განსაზღვრის სათანადო კრიტერიუმი უნდა გააჩნდეს. მიზნის გაზომვა ნიშნავს იმას, რომ მოსალოდნელი შედეგი, რომელიც დადგენილ დროში უნდა მივიღოთ, კონკრეტული მაჩვენებლებში უნდა გამოიხატოს, ანუ უნდა განსაზღვრავს ამ მიზნის ღირებულება. შესაბამისად, მიზნის ფორმირებისას არასწორია ისეთი ზოგადი ფრაზების მოყვანა, როგორცაა, მაგალითად: “მოგების მაქსიმიზაცია”, „შრომის ნაყოფიერების ამაღლება”, “უფრო ეფექტიანი წარმოება”, “რეალიზაციის მოცულობის გაზრდა”, „დანახარჯების შემცირება” და სხვა. თავისთავად ასეთი ტენდენციები, ბიზნესისათვის ცუდი არ არის, მაგრამ მას არ გააჩნიათ შეფასების რაოდენობრივი

მახასიათებლები. ეფექტური მენეჯმენტის შედეგები ფასდება სწორედ ისეთი მიზნების დასახვით, თუ რამდენად კონკრეტული, დროში გათვლილი და რეალურ შედეგზეა ორიენტირებული იგი.

ორი ათეული წელი გავიდა მას შემდეგ, რაც საქართველოს ეკონომიკა დაადგა საბაზრო ურთიერთობაზე გადასვლის გზას და მაინც დღესაც ბევრს მიაჩნიათ, რომ სამეურნეო ხელმძღვანელები იმის შემსრულებლები არიან, რასაც ზემოდან უბრძანებენ. მართლაც, მკაცრი ბიუროკრატიული მართვის პირობებში, ზემოდან მოდიოდა დავალებები - თუ რა, როდის და ვისთვის უნდა გაეკეთებინათ. ხელმძღვანელის როლი კი მხოლოდ ზემდგომის მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების განხორციელებაში გამოიხატებოდა. არადა, მენეჯმენტი ეფექტურია მხოლოდ მაშინ, როცა იგი ირჩევს როგორც წარმოების მიზანს, ასევე მისი მიღწევის საშუალებებს. ასევე აუცილებელია იმის გათავისება, რომ მიზნის დასახვა სამეწარმეო ფირმის ყველა დონის მენეჯერის ამოცანაა, რადგან მიზანი განსაზღვრავს მართვის პროცესის შინაარსს. ფირმის სამეურნეო საქმიანობის სწორი მიმართულებით წარმართვა შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როდესაც მისი ძირითადი მიზნები არის დაყოფილი მისი ცალკეული სტრუქტურული ერთეულების სპეციფიკურ მიზნებად და როცა შუალედური და დაბალი დონის მენეჯერებიც იღებენ პასუხისმგებლობას მათ მიღწევაზე.

მიზნებს ჩვენ ვასრულებთ სტრატეგიის მეშვეობით. სტრატეგია წარმოადგენს დეტალურად დამუშავებულ კომპლექსურ გეგმას, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ორგანიზაციის მისიისა და მისიიდან გამომდინარე მიზნების განხორციელება. ანუ, მიზანი ნიშნავს “სასურველ შედეგს”, ხოლო სტრატეგია “პროცესს”, რომელიც საჭიროა მიზნის მისაღწევად. შესაბამისად, ეფექტური მენეჯმენტის მისაღწევად საჭიროა ორი რამ: კარგი სტრატეგია და მისი კარგი აღსრულება. მხოლოდ ძლიერი სტრატეგია და მისი ზუსტად აღსრულება არის ბიზნესის წარმატების აუცილებელი პირობა.

სტრატეგიის შემუშავებისაგან განსხვავებით, რომელსაც აყალიბებს უმაღლესი დონის მენეჯერი (პირველი ხელმძღვანელი), მისი აღსრულების ტაქტიკას განსაზღვრავენ საშუალო დონის ხელმძღვანელები. ანუ, ტაქტიკა ეს - სტრატეგიის დაკონკრეტებაა. ტაქტიკური გეგმები მოიცავს დროის უფრო ხანმოკლე მონაკვეთს, ვიდრე სტრატეგიული გეგმები. სტრატეგიული გეგმის შედეგები შეიძლება გამოვლინდეს რამდენიმე წლის შემდეგ, ტაქტიკური გეგმისა კი, როგორც წესი, ვლინდება ძალიან სწრაფად. უფრო მეტიც, ფაქტიურად ყველა სტრატეგიული გეგმები მოკლევადიანი ტაქტიკური გეგმების აღსრულებით ხორციელდება.

აუცილებელია აღინიშნოს ისიც, რომ სტრატეგიული და ტაქტიკური გეგმების რეალიზაცია ხორციელდება განსაზღვრულ პოლიტიკაზე დაყრდნობით. პოლიტიკაში იგულისხმება ზოგადი ხელმძღვანელობა გეგმების განხორციელების პროცესში, რაც აადვილებს დასახული მიზნების მიღწევას. პოლიტიკაც ჩვეულებრივ ყალიბდება უმაღლესი დონის ხელმძღვანელების მიერ ხანგრძლივი პერიოდისათვის. პოლიტიკა განსაზღვრავს, თუ როგორ უნდა იქნეს მიზანი მიღწეული. ამასთან, მიუხედავად იმისა, რომ პოლიტიკა მიმართულებას აძლევს გადაწყვეტილების მიღებას, ის სტრატეგიული გეგმის შემსრულებლებს უტოვებს თავისუფლად მოქმედების შესაძლებლობებს.

უნდა აღინიშნოს ასევე, რომ გარკვეულ შემთხვევებში, საუკეთესო სტრატეგია და მისი კარგი აღსრულებაც ფირმის წარმატების გარანტიას მაინც ვერ იძლევა. კარგადმართული ფირმებიც კი აწყდებიან მოულოდნელ ხელისშემშლელ გარემო ფაქტორებს, რომელთა წინასწარი

პროგნოზირება სტრატეგიული დაგეგმვის ეტაპზე შეუძლებელია. თუმცა, რა მიზეზითაც არ უნდა იყოს ის გამოწვეული, იგი მაინც ვერ მოუხსნის პასუხისმგებლობას მენეჯერს. შესაბამისად, მენეჯერთა პასუხისმგებლობას, სტრატეგიის დაგეგმვისა და აღსრულების გარდა, წარმოადგენს ისიც, რომ გაითვალისწინოს ყველა მოსალოდნელი საშიშროება და შექმნას თავდაცვითი სტრატეგია, ანუ გაატაროს პრევენციული ღონისძიებები, რომელიც დაძლევს აღნიშნულ ხელისშემშლელ წინააღმდეგობებს.

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ სამეწარმეო ფირმის ეფექტიან მენეჯმენტთან მაშინ გვაქვს საქმე, როდესაც სამეურნეო საქმიანობის შედეგები გაუთვალისწინებელი და მოულოდნელი უარყოფითი, ხელისშემშლელი ფაქტორების არსებობის მიუხედავად წარმატებული იქნება.

ლიტერატურა და გამოყენებული წყაროები:

1. არტურ ა. თომპსონი ა., სტრიკლენდი. სტრატეგიული მენეჯმენტი: კონცეფციები და ბიზნეს-სიტუაციები, ნათ. ინგლ. – შრსუ, 2010.
2. ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ. მენეჯმენტი და ადმინისტრირება. თბ., 2011.
3. გარეთ რ. ჯონსი, ჯენიფერ მ. ჯორჯი, თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძვლები. თბ., 2006.
4. ჩოხელი ე. სტრატეგიული მენეჯმენტი. თბ., 2007.
5. ჯულაყიძე ე., სტრატეგიული მენეჯმენტი. ქუთაისი, აწსუ, 2011.

ნანა ლუხუტაშვილი

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი,
ქუთაისის უნივერსიტეტის მასწავლებელი

საქართველოში საქორწილო წეს-ჩვეულებების ეკონომიკური და სამართლებრივი ასპექტები

საქართველოში საქორწილო წეს-ჩვეულებების ეკონომიკური და სამართლებრივი ასპექტები

ტურიზმი, როგორც ინდუსტრია ძირითადად მე-20 საუკუნეში ჩამოყალიბდა და თანდათან შეიძინა სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა.

ტურიზმი აცნობს და ასწავლის ადამიანს სამყაროს სილამაზეს, მის გარშემო შექმნილ ბუნებრივ თუ ხელოვნურ გარემოს, ქვეყნის წარსულსა და აწმყოს, ქვეყნის მოსახლეობის ტრადიციებს, ყოფასა და სტუმართმოყვარეობის ფორმებს.

დღესდღობით შეინიშნება უცხოელი ტურისტების უდიდესი ინტერესი საქართველოსადმი, მისი წარსულის, ფოლკლორისა და წეს-ჩვეულებებისადმი.

ყველაფერი წარსულით იწყება და ტრადიციაც გრძელდება. ერს, რომელიც წარსულს ეფერება, მომავალიც ღვთიური აქვს.

ქორწინება ეს არის კაცობრიობის განვითარების მთავარი სტადია, რომლითაც იქმნება ოჯახი. ეს კი აქტიური ელემენტი, ისტორიული კატეგორიაა, რომელშიც გაერთიანებულია, როგორც საზოგადოებრივ-ეკონომიკური, ისე სახელმწიფოებრივ-სამართლებრივი და ეთნიკური თავისებურებანი.

ქორწინება სხვადასხვა სოციალურ მოთხოვნილებასთან ერთად უზრუნველყოფს დემოგრაფიული პრობლემების მოგვარებას, ერის გენოფონდის განვითარებას, ასევე ფიზიკურ კვლავწარმოებას.

საუკუნების მანძილზე ქართველებისათვის საქორწინო ინსტიტუტი, მათი ეროვნული თვითშეგნებისა და ეროვნული კულტურის შენარჩუნების პირობად იქცა.

ქორწინებას მდიდარი და შინაარსიანი ისტორია აქვს, არცერთ საზოგადოებრივ ორგანიზაციას არ განუცდია ისეთი ხანგძლივი და მრავალმხრივი ცვლა, როგორც ეს ქორწინებამ განიცადა, მას დასჭირდა გონებრივი და ზნეობრივი ძალების დიდი დაძაბვა, რომ მრავალი სხვადასხვა საფეხურის გავლით თანამედროვე მდგომარეობამდე მიედწია.

ი. ჯავახიშვილი აღნიშნავს, რომ საქართველოში ქორწინების წეს-ჩვეულებებმა დიდი და ხანგძლივი გზა განვლო, მაგრამ დღემდე შენარჩუნებულია სისხლით ნათესავთა შორის ქორწინების აკრძალვა და ნაწილობრივ ხელოვნურად დანათესავებულთა შორის ქორწინების შეზღუდვა. როგორცაა: „ძმადნაფიცობა», „გაძიძავება», „ნათლიად მოკიდება» და სხვა.

ეთნოგრაფიული მასალებით ირკვევა, რომ ქალი უმეტეს შემთხვევაში 16-18 წლის ასაკში თხოვდებოდა, ვაჟი კი 20-25 წლის უნდა ყოფილიყო, გამონაკლის შემთხვევაში 30-32 წლის. რაც შეეხება ვაჟის საქორწილო ასაკს იგი ქალის ასაკისაგან 5-10 წლით განსხვავებული უნდა ყოფილიყო, რადგან ქართველი მამაკაცი მიიჩნეოდა, როგორც ოჯახის მარჩენალი და სამეურნეო ცხოვრებაში მას უნდა შექდებოდა დამოუკიდებელი როლის შესრულება.

უძველესი დროიდან საქართველოში ქორწინების ფორმებს წარმოადგენდა: სყიდვითი ქორწილი, მოტაცება, ანდერძით ქორწილი და მცირეწლოვანთა ქორწილი.

სყიდვითი ქორწინება სამეცნიერო ლიტერატურაში ერთ-ერთ უძველეს და საყოველთაოდ გავრცელებულ ფორმადაა აღიარებული. წარსულში სყიდვითი ქორწინების გადმონაშთების არსებობა საქართველოში დამოწმებულია ქართულ ეთნოგრაფიულ და ისტორიულ ლიტერატურაში, მისი კვალი მეტ-ნაკლებად ბოლო დრომდე შეინიშნება ცალკეულ კუთხეებში და მათი გამოვლენის ფორმები ამა თუ იმ ცერემონიალთან იყო დაკავშირებული.

სყიდვითი ქორწინების არსებობის გამომხატველი გახლდათ ურვადის გადახდის ჩვეულება. ურვადი ივანე ჯავახიშვილს განსაზღვრული აქვს „როგორც ქალის წამოყვანისათვის მირთმეული ქონებრივი საზღაური».

ხალხური ტრადიციის მიხედვით ქალის უურვადოდ წასვლა ოჯახიდან დიდ სირცხვილად ითვლებოდა.

ურვადთან დაკავშირებით საინტერესო ცნობას გვაწვდის ხევში ჩაწერილი ერთ-ერთი გადმოცემა, რომლის მიხედვით სნორში, ვინმე სიმონას, გასათხოვარი ქალი უურვადოთ მიუთხოვებია იმავე სოფელში მცხოვრებ ელგუჯასთვის, იმ პირობით, რომ „როცა შესძლებ მაშინ გადამიხდი მაგ ურვადსო». ელგუჯა გამდიდრებულა, მაგრამ უცდია ურვადის გადახდისთვის თავის არიდება, სიმამრმა კი მალულად გამორეკა სიძის ხარები და დახოცა ისინი. სიძემ ქისტებს დააბრალა საქონლის გაუჩინარება და სიმამრს მიმართა დამხარებისათვის, რომელმაც ვითომ დიდხანს აძებნინა ხარები. ბოლოს კი უამბო დაწვრილებით ყველაფერი და უთხრა, რომ ურვადისაგან თავისუფალი იყო. ეს მაგალითი გვიჩვენებს თუ რა მტკიცე და შეუბღალავი იყო ხალხური ჩვეულებანი. სიმამრმა საკუთარი სიძეც კი არ დაინდო.

ურვადის გადახდა განსაზღვრული და ყველასათვის ერთნაირად სავალდებულო ფასის მიხედვით არ ხდებოდა... რაც უფრო სახელგანთქმული იყო გვარი, მით უფრო დიდი პატივი ედებოდა მათ ქალს და ურვადსაც მეტს ითხოვდნენ. ამასთან, ყურადღება ექცეოდა ქალის პირად ღირსებასაც. ურვადთან ერთად ქალის დათმობისათვის გაღებულ გამოსასყიდად არის მიჩნეული ქორწინების შრომამიგებითი ფორმაც, როცა ქალის მთხოვნელს გამოსასყიდის გაღება უჭირდა ან რაიმე მიზეზის გამო არ შეეძლო მისი გადახდა, იგი სარძლოს ოჯახს ფიზიკურად ეხმარებოდა გარკვეული დროის განმავლობაში.

საცოლის გამოსასყიდად სასიმამროსთან განსაზღვრული დროით მუშაობის წესიც თავისი წარმოშობით უძველესია. მის შესახებ ჯერ კიდევ ბიბლიაში ვხვდებით ცნობას; მაგალითად: „იაკობს მოეწონა თავისი ბიძაშვილი, ლაბანის ასული რაქილი და სთხოვა ბიძას შენთან მამუშავეო. ლაბანმა ჰკითხა: სასყიდლად რამდენს ითხოვო...» – გმონებდეთ შენ შვიდ წელს რაქილისთვის, ასულისა შენისა უმრწემესისა» – მიუგო იაკობმა.

დროთა ვითარებაში ქალის ყიდვისა თუ საჩუქრის მიტანის ჩვეულება თანდათან კარგავს თავის პირვანდელ დანიშნულებას და ახალ ფუნქციას იძენს. კერძოდ, ახალდაქორწინებულთათვის მას სამეურნეო დანიშნულება აქვს. ვაჟსაც, ქალსაც საჩუქარს ფულის სახით აძლევდნენ.

ქალის მოტაცების გზით დასაკუთრება საზოგადოების განვითარების გარკვეულ ეტაპზე ჩვეულებრივ წესს წარმოადგენდა და საყოველთაო მოვლენა იყო მსოფლიოს უმეტესი ხალხებისათვის.

აღნიშნულ საკითხთა დაკავშირებით აზრი აქვს გამოთქმული თითქმის ყველა მკვლევარს. შემდგომ პერიოდში მოტაცებით ქორწინებას უკვე უკიდურეს შემთხვევაში მიმართავდნენ. იგი იყო ერთგვარი საპროტესტო რეაქცია სყიდვითი ქორწინებისა.

მოტაცება ეკონომიკური მიზეზითაც იყო გამოწვეული. „ქალის გამოსასყიდად არსებული დიდი ფასი აიძულებდა ღარიბ ტომს თავს დასხდომოდა მეზობელ ტომს ან გვარს და მოეტაცა იგი». სწორედ ამ გარემოებით იყო გამოწვეული ფიქტიური მოტაცებაც. ფიქტიური ქორწინება მხოლოდ ქალის მშობლების თანხმობის შედეგად ხდებოდა. ამ შემთხვევაში, რა თქმა უნდა, მადეგართა დადევნებასაც ფორმალური ხასიათი ჰქონდა – ქალის პატივის დასადებად. ასეთ შემთხვევაში მოტაცებული ქალი არ დაიკვივებდა და არც მომტაცებელს გაუძალიანდებოდა, რადგან მას ეშინოდა ძმებისა და ბიძების დადევნებისა. გარდა ამისა, მოტაცებას მიმართავდნენ კიდევ იმ შემთხვევაში, როდესაც ქალ-ვაჟს უყვარდათ ერთმანეთი და მშობლები მათ არ თანაუგრძნობდნენ; მეტოქეობა სხვა ვაჟისა, რომელსაც სურდა იგივე ქალის შერთვა; წოდებრივი უთანასწორობა ან კიდევ თვით ქალის მიერ ვაჟის დაწინაურება.

ქორწინების უძველეს ფორმათა რიცხვს განეკუთვნება აგრეთვე ანდერძით ქორწინება.

ანდერძი სულხან-საბას განმარტებული აქვს, როგორც მოკვდავთაგან გარიგება. „ანდარზ» სპარსულად წერილს ნიშნავს. ამგვარად ანდერძი წარმოგვიდგება, როგორც ამა თუ იმ პირის წერილობითი ან ზეპირი განაცხადი (დანაბარები), რომელიც მხოლოდ მისი გარდაცვალების შემდეგ უნდა მოყვანილიყო სისრულეში.

შინაარსობრივად ანდერძი მრავალგვარი იყო. ზოგჯერ იგი გარკვეული პირისადმი ქონების გადაცემას შეეხებოდა, ზოგჯერ რაღაც დავალების სისრულეში მოყვანას. მაგრამ განსაკუთრებით საინტერესოა ის გარემოება, რომ ძველად ქალსაც კი ათხოვებდნენ ანდერძით, ე.ი. როგორც ირკვევა ანდერძით ქორწინება ერთ-ერთი სახე ყოფილა ქალის დაპატრონებისა.

ქართულ ზეპირსიტყვიერებაშიც ანდერძით ქორწინების შესახებ ჯერ კიდევ ამირანის ეპოსში ვხვდებით ცნობებს. ცამცუმს სიკვდილის წინ შემდეგი შინაარსის ანდერძი დაეტოვებინა: „ვინც მე მამივლის, დამმარხავს, ცოლიც, რაშიც ალალ მისსა» რაც შეეხება ისტორიულ წყაროებს ამ თვალსაზრისით მეტად საყურადღებოა „ქართლის ცხოვრებაში” დაცული ცნობა. ომში მიმავალ ვახტანგ გორგასალს ანდერძში დაუტოვებია: „უკუცთუ არღარა შემოვიქცე ცოცხალი, დაი ჩემი ხუარანდი შეირთოს მირიან”.

ისმის კითხვა; – რამ განაპირობა ანდერძით ქორწინების წარმოშობა? უძველეს ხანაში, წარმართულმა სარწმუნოებამ უაღრესად განავითარა მიცვალებულთა და კერძოდ საოჯახო წინაპრის კულტი. მორწმუნე ადამიანს მიცვალებული ბოროტ არსებად წარმდგინა, რომელიც სულეთიდან გაველენას ახდენდა შთამომავალთა საოჯახო და საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე. ამიტომ საჭირო იყო მათი გულის მომადლიერება, ყოველგვარი მათი ნება-სურვილის დაუყოვნებლივ შესრულება. მათი აზრით, ისინი გადაულახავი ზღვარით როდი იყვნენ დაშორებული თავიანთ ოჯახს, არამედ პირიქით, აქტიურად ერეოდნენ მათს საქმიანობაში. ყოველივე ამან განაპირობა მათდამი განსაკუთრებული პატივისცემა. სწორედ ამით უნდა აიხსნას ის გარემოება, რომ მომაკვდავის დანაბარები უეჭველად უნდა შესრულებულიყო. ამასვე გვეუბნება ბიბლიაც: „ანდერძი დაწერილი მკუდართა შემდგომად მტკიცე არს» –ო, ან: „წიგნი დაწერილი შემდგომად მკუდართ, მტკიცე არს» –ო.

ანდერძით ქორწინება ასევე ქალის უუფლებობითაც უნდა ყოფილიყო განპირობებული. მცირეწლოვანთა დაქორწინებაც უძველეს ჩვეულებათა რიცხვს განეკუთვნება. მისი არსებობა საქართველოში არა მარტო ეთნოგრაფიული მონაცემებით დასტურდება, არამედ ისტორიულ წყაროებში დაცულ ფაქტს წარმოადგენს. ოეტ-აკადემიკოს ი. გრიშაშვილს მოჰყავს რა თბილისში გავრცელებული ანდაზა: „ქალს ქუდი ესროლე, თუ არ წაიქცა, გასათხოვრად მომწიფებულაო“, იქვე შენიშნავს: „აღბათ ამ შეხედულების გავლენით ხდებოდა, რომ ხშირად სრულიად ნორჩ გოგონას, ჯერედ მოუშუშებელს და წელგაუმაგრებელს, ოთხმოცი წლის ბესრეკზე ათხოვებდნენო«. რუის-უბნისის საეკლესიო კრების მიერ მცირეწლოვანთა ქორწინება სასტიკად იქნა აკრძალული. „უწლოვანო“ ქალის გათხოვება ხშირად იყო მიზეზი ოჯახისა და რაც მთავარია, ქალის გაუბედურებისა.

იცვლება ქორწინების წინაპირობათა არსი. დროთა განმავლობაში, თანდათან მწყობრიდან გამოდის გარიგებით ქორწინება, საძირკველი ეცლება მზითვის ინსტიტუტსაც. ვაჟი ნაკლებად არის დაინტერესებული ქალის მზითვით, ე.ი. მატერიალური დაინტერესება ნაკლებ როლს ასრულებს ახალგაზრდების ცხოვრებაში, წინა პლანზე მათი პირადი გრძნობებია წამოწეული, რაც მტკიცე ოჯახის შექმნის საწინდარია.

ბოლნისი უნივერსიტეტი

ბიზნესისა და მართვის დოქტორი
ქუთაისის უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

კულტურული ღონისძიებების როლი აჭარის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში

საქართველოს ტურისტული ბიზნესის განვითარებისათვის

ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთი წამყვანი დარგია და მას ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში დიდი წვლილი შეაქვს. ტურიზმის სხვადასხვა სახეობებს შორის განსაკუთრებული პოპულარობით აჭარაში ეკოტურიზმისა და ზღვაზე დასვენების ტურიზმის სახეობები სარგებლობენ, რომლებიც საკმაოდ კარგ დონეზე არის განვითარებული. რაც შეეხება სამთო და სათხილამურო ტურიზმის სახეობებს, აჭარის მაღალმთიანეთში, კერძოდ კი გოდერძის უღელტეხილზე შენდება ზამთრის ტურისტული სოფელი, შესაბამისი სამთო სათხილამურო ინფრასტრუქტურით, რომელიც აქ ჩამოსულ ტურისტებს მიიღებს. თუმცა, ამ დროისათვის შუახევის მუნიციპალიტეტის სოფელ გომარდულსა და ხულოს მუნიციპალიტეტის სოფელ ქედლებში უკვე არსებობს მოწყობილი სათხილამურო ტრასები და საბაგირო გზა, სადაც ბათუმიდან სულ რაღაც 75-90 კმ-ში, ნოემბრიდან მარტის ბოლომდე შესაძლებელია თხილამურებით სრიალი და დასვენება.

აჭარაში უნიკალური პირობებია, როგორც ბუნებრივი ასევე ინფრასტრუქტურული თვალსაზრისით, თითქმის ყველა სახის ტურიზმის განვითარებისათვის. გამონაკლისი ამ მხრივ არც კულტურული ტურიზმია. რეგიონში ასევე ბევრი საერთაშორისო თუ ადგილობრივი ღონის კონფერენციები, სიმპოზიუმები, სამიტები და ა.შ ტარდება.

კულტურული ტურიზმის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს ისტორიული და რელიგიური ანუ მომლოცველთა ტურიზმი. ისტორიულიდან აღსანიშნავია გონიოს ციხის კომპლექსი, რომელიც საქართველოს ისტორიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მემკვიდრეა. რელიგიური ტურიზმისადმი ინტერესი აჭარისათვის ბუნებრივი მოვლენაა, რადგან აჭარა, ისევე, როგორც მთელი საქართველო, მდიდარია რელიგიური ძეგლებითა და რელიქვიებით. აჭარაში დღემდე შემორჩენილი ის ტაძრები, რომლებიც ადასტურებს, რომ ქრისტიანობა აჭარის მთელს ტერიტორიაზე უძველესი დროიდან იყო გავრცელებული. ასეთი ტაძრებია ქაქუთის მთავარანგელოზი, წმინდა გიორგის ეკლესია (თეთროსანი), ცხრაფონას ამბლლებისა და ჯიხანჯურის საყდარი, ხინოს სამონასტრო კომპლექსი, სხალთის ტაძარი და სხვა.

ტურიზმის ყველა სახეობებთან ერთად, რომელიც ტურისტების მიზნად, მნიშვნელოვანია გამოყოფილი და ავლნიშნოთ კულტურული ღონისძიებების გავლენა ტურისტული ბიზნესის განვითარებაზე, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია დიდი რაოდენობით ტურისტების მოზიდვა.

ცხადია, რომ ტურიზმი უშუალოდ და განუყოფლად დაკავშირებული გართობის ინდუსტრიასთან. აჭარა ამ მხრივ ღონისძიებათა უზარმაზარ სპექტრს მოიცავს. მოვლენები, რომლებიც ტურისტული სეზონის დროს ვითარდება, პრაქტიკულად ყველა ასაკისა და გემოვნების მომხმარებელზეა გათვლილი. აჭარა არაჩვეულებრივად მიმზიდველია ტურისტებისათვის

ფესტივალებისა და ღია ცის ქვეშ გამართულ წარმოდგენების პირობებში.

აქ მთელი წლის განმავლობაში მრავალი საერთაშორისო თუ ადგილობრივი დონის სპორტული, კულტურული თუ ტრადიციული ღონისძიებები იმართება. მათი უმრავლესობა უკვე ტრადიციული ხასიათისაა და ბევრი ვიზიტორი სწორედ, მათში მონაწილეობის მისაღებად ჩამოდის აჭარაში. განსაკუთრებით, მათ შორის აღსანიშნავია “შავი ზღვის ჯაზ ფესტივალი” რომელიც ტრადიციულად ივლისის თვეში ტარდება. ფესტივალის ორგანიზატორები ყოველწლიურად მსოფლიოში ცნობილი ჯაზის მომღერლების კონცერტების მოწვობით ანებივრებენ მუსიკის ამ ჟანრის მოყვარულებს. ბათუმში გარდა ჯაზის ფესტივალისა ერთმანეთის მონაცვლეობით ასევე იმართება როკისა, კლუბური და კლასიკური მუსიკის ფესტივალები.

ხელოვნების მოყვარულთათვის მთელი წლის განმავლობაში სხვადასხვა სახის გამოფენები ეწყობა, რომელთა უმრავლესობა უკვე ტრადიციული ხასიათისაა და დიდი პოპულარობით სარგებლობს: ნიკო ფიროსმანის, პიკასოსა და სხვა მსოფლიოში ცნობილი მხატვრების ნამუშევრების გამოფენები. ბათუმის დრამატულ თეატრში კი როგორც ადგილობრივი ასევე სხვა ქვეყნებიდან ჩამოსული თეატრალური დასების სპექტაკლები იმართება. ასევე მნიშვნელოვანია კინო ფესტივალების გამართვა, რომელიც ტრადიციულად ეწყობა.

თითქმის მთელი წლის განმავლობაში ტარდება ხალხური მუსიკისა და ცეკვების ფესტივალები, რომელშიც მონაწილეობენ სხვადასხვა ქვეყნების მუსიკალური კოლექტივები და ანსამბლები.

ზაფხულის სეზონის კულმინაციურ ღონისძიებად ფაქტიურად “მის საქართველო” ითვლება, რომელიც ტრადიციულად სექტემბრის თვეში იმართება. კონკურსში გამარჯვებული გოგონა საქართველოს მის მსოფლიოზე წარადგენს. წლის ბოლოს კი აჭარის მოსახლეობა ჩამოსულ სტუმრებთან ერთად ახალ წელს ბათუმის ევროპის მოედანთან იკრიბება, სადაც მათთვის გრანდიოზული შოუ ეწყობა მსოფლიოში ცნობილი და ქართველი მუსიკოსების მონაწილეობით.

აჭარაში უკვე კარგა ხანია ტრადიციად იქცა ისეთი სახალხო დღესასწაულების მოწვობა-ჩატარება, როგორცაა “შუამთობა”, “ტბელობა”, “კოლხობა”, “მაჭახლობა”, “შრომის დღესასწაული”, “სიმღერისა და ცეკვის დღესასწაული”. ისეთ ტურისტებს, რომელთაც სურთ ქართული და მათ შორის აჭარის რეგიონის ტრადიციების გაცნობა ასეთ დღესასწაულებზე დასწრება საშუალებას მისცემს ეს ყველაფერი საკუთარი თვალით ნახონ და შთაბეჭდილებები შეიქმნან. ასეთ დღესასწაულებზე ასევე იმართება ადგილობრივი ნაწარმის გამოფენა-გაყიდვა, რაც ოჯახური ბიზნესის განვითარების ხელის შემწყობია.

“შუამთობა”- უძველესი ქართული დღესასწაულია და იგი ჩვეულებრივ, მთის სამუშაოთა სეზონის შუა პერიოდს ნიშნავს. ზაფხულში მწყემსები პირუტყვს მასობრივად მიერეკებიან მთაში და იქვე რჩებიან მანამ, სანამ სიცივეები არ დაიწყება. როდესაც ბარში დარჩენილი მოსახლეობა ძირითადად სამუშაოებს მორჩებიან ორი-სამი დღით მიდიან მთაში თავისიანების მოსანახულებლად. ეს ტრადიცია კი, ჩვეულებრივ, დროთა განმავლობაში გადაიზარდა საერთო-სახალხო დღესასწაულში. აჭარის მცხოვრებნი დღესასწაულებს ჩვეულებრივად იმ მთებზე მართავენ, სადაც ძირითადად მესაქონლეობის საზაფხულო საძოვრები აქვთ. სადაც აგვისტოს თვის დასაწყისში ტრადიციულად იმართება გრანდიოზული სახალხო დღესასწაული “შუამთობა”, სადაც მონაწილეობას ღებულობს აჭარის მთიანი მხარის თითქმის ყველა სოფლის წარმომადგენელი, რომლებიც ერთმანეთს ეჯიბრებიან შაირებში, ხალხური საკრავების-ჩონგურის,

ფანდურის, ჭიანურის და სხვა ინსტრუმენტების დაკვრაში, სიმღერაში, ცეკვებში და სხვადასხვა სახის სპორტულ შეჯიბრში.

“ტბელობა”- ხელოს მუნიციპალიტეტში სოფ. ხიხაძირში, დაახლოებით XII-XIII საუკუნეებში ცხოვრობდა და მოღვაწეობდა ხიხათა ერისთავის ძე, გამოჩენილი მოაზროვნე, მეცნიერ-ასტრონომი, აბუსერისძე ტბელი, რომელმაც შექმნა ისტორიულ-ფილოსოფიური შრომები, ვრცელი ქრონოლოგიურ-ასტრონომიული ტრაქტატები, მისი ძალისხმევითა შენდა ხიხანის ციხე. ტბელისადმი დიდი პატივისცემისა და დაფასების ნიშნად აქაურმა მცხოვრებლებმა შრომისა და დასვენების დღესასწაულს მისი სახელი „ტბელობა“ უწოდეს. ზეიმის ცენტრია სოფ. ხიხაძირი, მეცნიერის საცხოვრებელი ადგილი. ზეიმი ვრცელდება სოფლებში: სხალთაში, ფურტიოში, თხილვანაში.

“კოლხობა” - ტარდება ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტის სოფ. სარფში. ამ დღესასწაულს თავისი აზრი და შინაარსი გააჩნდა. ანტიკური მითოლოგიის მიხედვით, როგორც ვიცით არგონავტებმა კოლხეთიდან მოიტაცეს ოქროს საწმისი, წაიყვანეს კოლხეთის მეფის მშვენიერი ასული, სწორედ ეს მითი უდევს საფუძვლად დიდ თეატრალიზებულ სანახაობას “კოლხობას”, წინათ ამ დღესასწაულს “ქვათმბხაზობა” ეწოდებოდა. ეს დღესასწაული დიდი ზეიმით აღინიშნება ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ.

“მაჭახლობა”- ტრადიციული დღესასწაულია, რომელიც ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტის ტერიტორიაზე, მაჭახლის ხეობაში იმართება (ეს ხეობა ოდიშთანვე ფლობდა თოფის გაკეთების ტექნოლოგიას და აქაური თოფი საკმაოდ ცნობილი იყო). დღესასწაული იწყება მაჭახელას თოფის მონუმენტიდან, გრძელდება სოფ. მაჭახლისპირში და მთავრდება სოფ. ზედა ჩხუტუნეთში. ტრადიციულად აღნიშნული ღონისძიება ყოველი წლის სექტემბრის მეორე ნახევარში იმართება.

“შრომის დღესასწაული”- ტარდება ქედის მუნიციპალიტეტში შემოდგომაზე, როდესაც ქედელი მშრომელები სასოფლო-სამეურნეო სამუშაოებს მორჩებიან. აღნიშნულ დღესასწაულზე თავს იყრის თითქმის მთელი მოსახლეობა, მრავალი სტუმარი ესწრება აგრეთვე ამ დღესასწაულს, რათა ყველამ ერთად იზეიმოს და იდღესასწაულოს. ტარდება შეჯიბრებები სპორტის სხვადასხვა სახეობაში, იმართება შეჯიბრი სიმღერებში, ცეკვებში, ლექსისა და შაირის თქმაში.

“სიმღერისა და ცეკვის დღესასწაული” - ტარდება შუახევის მუნიციპალიტეტში და იმართება ჩვეულებრივ სექტემბერში. ამ დღესასწაულზე ყოველი სოფელი თავისებური პროგრამებითაა წარდგენილი. სრულდება შაირები, ლექსები, ძველი სიმღერები. ამ ზეიმზე ჩვეულებრივად იმართება თეატრალიზირებული სანახაობები. იგი ხალხის სიბრძნემ, მონდომებამ, შემოქმედებითმა ნიჭიერებამ დააფუძნა, რომელიც საუკუნეებიდან მოდის და ჩვენამდე მოაღწია. ასევე სრულდება ფოლკლორული ნომრები - ხალხური სიბრძნის და ხალხური შემოქმედების სახით.

აქ ჩამოთვლილია ყველა ის სახალხო დღესასწაულები, რომელიც ყოველთვის ტარდება, სანახაობითა და ემსახურება აჭარის მოსახლეობის კულტურისა და ტრადიციების წარმოჩენას. ცხადია, ასეთ ღონისძიებებზე დასწრება ტურისტებს მიცემს იმის შესაძლებლობას, რომ უფრო ახლოს გაეცნოს ქართულ კულტურას, ტრადიციებს და სრულფასოვანი წარმოდგენა შეიქმნას ჩვენი ქვეყნის შესახებ. ყოველი ასეთი ორგანიზებული ღონისძიებები კი, რასაკვირველია ტურისტული ბიზნესის განვითარებას შეუწყობს ხელს. ცხადია, უნდა გამრავალფეროვნდეს კულტურული ღონისძიებები და აქტიური რეკლამირება უნდა გაკეთდეს აჭარაში განსახორციელებელ ღონისძიებებზე, რათა უცხოელი ტურისტებისათვის მიმზიდველი იყოს ჩვენს ქვეყანაში სტუმრობა.

მანანა შალამბერიძე

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი
დალი სილაბაძე

ბიზნესის მართვის დოქტორი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

ფერმერული მეურნეობის ფუნქციონირების ფაქტორები და პირობები

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების ეროვნული პროგრამის განხორციელების მიზანშეწონილი ღონისძიებების განხორციელების მიზნით

საქართველოში ფერმერულ მეურნეობათა განვითარებისათვის გეოგრაფიულად ხელშემწყობი პირობები არსებობს. ეს აიხსნება მთაგორიანი რელიეფით, მთიან რეგიონებში სახნავე მიწების მცირე ხვედრითი წილით, ნაკვეთების ვიწრო კონტურიანობით, აგრეთვე სასოფლო-სამეურნეო კულტურების მრავალფეროვნებით, წარმოების მექანიზაციის სპეციფიურობით, რომელიც მორგებული უნდა იყოს ნაკვეთების კონფიგურაციას, მთიან რელიეფს, სასოფლო-სამეურნეო კულტურების მოვლა-მოყვანის თავისებურებებს.

საქართველოს ზონალურად მკვეთრად განსხვავებულ ბუნებრივ პირობებში და შესაბამისად, სოფლის მეურნეობის გაძლიერების მკაცრად დიფერენცირებული მიდგომის აუცილებლობის გამო, მთელ რიგ რაიონებში, განსაკუთრებით მთიან და მთისწინა ზონებში ფერმერული მეურნეობები მეტად ეფექტიანი და გამართლებულია.

ფერმერული მეურნეობის ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მისი სპეციალიზაციის განსაზღვრას და სწორად განჭვრეტას. ეს კი მოითხოვს შემდეგი ფაქტორების შესწავლა-ფორმირებას:

1. ბუნებრივ-კლიმატური პირობები;
2. სასოფლო-სამეურნეო სავარგულთა ფართობები (მიწებით უზრუნველყოფა და ხარისხი) და წყლით უზრუნველყოფა;

3. ქალაქებთან და სამრეწველო ცენტრებთან სიახლოვე. ასეთ დასახლებათა ახლოს შესაძლებელია მალფუჭებადი და ნაკლებტრანსპორტაბელური პროდუქტების წარმოება, რისთვისაც გასაღების ბაზარი გარანტირებულია;

4. სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის გადამამუშავებელ საწარმოთა სიახლოვე. ამის მხედველობაში მიღებით შეიძლება ვაწარმოთ ხილი, შაქრის ჭარხალი, ბოსტნეული, რძე, ხორცი და ა. შ. ეს ფაქტორი ხელს უწყობს წარმოების სპეციალიზაციის გადრმაგებას, ბაზრის გაჯერების დონის ამაღლებას;

5. სატრანსპორტო პირობები და გზები, რამდენად შეუწყობს ხელს მალფუჭადი და ტრანსპორტაბელური პროდუქციის წარმოების ზრდასა და მათი დანაკარგების შემცირებას;

6. შრომითი რესურსები. მეურნეობის სპეციალიზაცია სხვა ფაქტორებთან ერთად

დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენადაა იგი უზრუნველყოფილი კვალიფიციური და ტექნოლოგიის მცოდნე მუშახელით, კადრებით.

სამუშაო ძალით კარგად უზრუნველყოფილ მეურნეობებში განვითარებული უნდა იყოს ინტენსიური დარგები - მევენახეობა, მებოსტნეობა, მერძეული მესაქონლეობა და ა. შ. რომლებიც ცოცხალი შრომის დანახარჯებს მოითხოვენ.

სამუშაო ძალით ნაკლებად უზრუნველყოფილი მეურნეობები ირჩევენ ისეთ დარგებს, რომლებიც მცირე შრომით დანახარჯებს მოითხოვენ (მარცვლეული კულტურები, მეღორეობა, მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის გამოზრდა და სუქება და ა. შ.).

წარმოების ოპტიმალური პირობების უზრუნველსაყოფად აუცილებელია:

1. მეურნეობის საქმიანობის ძირითადი მიმართულების განსაზღვრა; 2. დარგთა რაციონალური შეთანაწყობა, რამაც უნდა უზრუნველყოს რენტაბელობის ოპტიმალური დონე, რისთვისაც გათვალისწინებულ უნდა იქნას რეგიონში ამა თუ იმ დარგის განვითარების და გაძღოლის ისტორიულად ჩამოყალიბებული ტრადიციები და დაგროვილი გამოცდილება, სასოფლო-სამეურნეო კულტურათა მოვლა-მოყვანისა და პირუტყვის შენახვის ახალი ტექნოლოგიები და სხვა აუცილებელი ფაქტორები.

შესაძლოა ფერმერმა სრულიად ახალი და ალტერნატიული გადაწყვეტილებები მიიღოს, რომელიც არანაკლები ეფექტის მომტანი იქნება, ვიდრე ადრე, გამართლებულად მიჩნეული მიმართულებების გამოყენება.

აქედან გამომდინარე, საჭიროა კონცენტრაცია და ორიენტაციის აღება იმ საქონლის წარმოებაზე, რომელიც უზრუნველყოფს მნიშვნელოვან ეკონომიკურ უპირატესობას და შესაბამისად, მეურნეობის ეკონომიკურ უსაფრთხოებას.

ფერმერულ მეურნეობას შეუძლია დაადგინოს სპეციალიზაციის დონე (კოეფიციენტი) შემდეგი ფორმულის გამოყენებით:

$$k_s = \frac{100}{\sum b_{\varphi} (2x_n - 1)}$$

სადაც k_s - არის სპეციალიზაციის კოეფიციენტი;

b_{φ} - ცალკეული დარგის (კულტურის, პროდუქციის) ხვედრითი წონა მეურნეობის მთლიან სასაქონლო პროდუქციაში;

n - სასაქონლო პროდუქციის ხვედრითი წონის რიგითი ნომერი (მისი სიდიდის რიგის მიხედვით);

\sum - ჯამის აღმნიშვნელია.

როგორც წესი, ფერმერული მეურნეობის სიდიდის ძირითად მაჩვენებლად მიღებულია წარმოებული საერთო პროდუქციის მოცულობა ფულად გამოხატულებაში, ხოლო არაპირდაპირი მაჩვენებლებია: სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების და კულტურების ფართობები, პირუტყვის სულადობა.

ფერმერული მეურნეობების სიდიდეზე გადამწყვეტ გავლენას ახდენს ბუნებრივი პირობები, საწარმოო და შრომითი რესურსებით უზრუნველყოფის შესაძლებლობის დონე, ამას გარდა, მასზე გავლენას ახდენს:

- მეურნეობის საწარმოო მიმართულება (სპეციალიზაცია);
- წარმოების ორგანიზაციისა და მართვის (მენეჯმენტის) დონე;
- ტექნოლოგიური უზრუნველყოფა;
- დასახლებული პუნქტების განლაგება და სიახლოვე;
- ხელმძღვანელებისა და სპეციალისტების კვალიფიკაცია;
- კავშირგაბმულობის, ტრანსპორტის, გზების მდგომარეობა.

ფერმერული მეურნეობა უნდა იყოს არა მსხვილი, არამედ ოპტიმალური სიდიდის, რომელიც საშუალებას მისცემს ფერმერს ეფექტიანად გამოიყენოს მიწა, მატერიალურ-ტექნიკური საშუალებები და შრომითი რესურსები, უზრუნველყოს მომგებიანი საქმიანობა.

იმერეთის რეგიონში ერთ-ერთი წამყვანი დარგია მებოსტნეობა, თუმცა საგნობრივი ყურადღება უნდა მიექცეს ფერმერულ (ოჯახურ) მეურნეობებში ფრინველის რაოდენობის და კვერცხის წარმოების ზრდას, ასევე ფუტკრის ოჯახების რაოდენობის და თაფლის წარმოების გაზრდას.

როგორც ცნობილია, ქართული მწვანილი წყალტუბოსა და სამტრედიის მუნიციპალიტეტების 11 სოფელში 362 ჰა გადახურულ სათბურებში 5000-მდე წვრილ ფერმერებს მოჰყავთ ნოემბრიდან მაისამდე. მწვანილის მწარმოებელი ფერმერების სასათბურე მეურნეობები 1 ჰა-ს არ აღემატება. მათ არ გააჩნიათ საკმარისი მატერიალური რესურსები ექსპორტის დამოუკიდებლად განსახორციელებლად. ამიტომ სრულიად ბუნებრივია, რომ აღმოცენდა 120-მდე ე. წ. კონსოლიდატორი (კონსოლიდატორთა რიცხვი ყოველწლიურად იცვლება. თუ ერთი წლის შემდეგ ერთი მოთამაშე ბაზრიდან წარმატებული გამოდის, სხვა მოთამაშეები იკავებენ მის ადგილს და ა.შ. არსებობს 15-მდე კონსოლიდატორი, რომლებიც სავაჭრო ბრუნვის სიდიდისა და დაგროვილი გამოცდილების გამო ბაზარზე მუდმივად დარჩენას ახერხებს), რომლებიც მწვანილს გლეხებისაგან აგროვებენ ანგარიშსწორების ორკვირიანი განვადების საფუძველზე, საგანგებოდ დაქირავებული ხალხის მეშვეობით მწვანილს ფუთავენ, ტვირთავენ სატრანსპორტო საშუალებებზე და უშვებენ უკრაინაში, სადაც ტვირთს მათი წარმომადგენელი (ძირითადად ოჯახის წევრი ან ახლო მეგობარი) ელოდება, რომელიც პროდუქციას საიმპორტო განბაჟებას უკეთებს, ასაწობებს და წლების განმავლობაში ჩამოყალიბებული კლიენტების ქსელის მეშვეობით ტვირთის შემდგომ რეალიზაციას ახორციელებს.

პროექტ AGVANACE-ის მიერ 2006 წლის დეკემბერსა და 2007 წლის იანვარში დაფიქსირებული იქნა საკმაოდ პარადოქსული სხვაობა ფერმერულ შესასყიდ ფასსა და უკრაინაში გასაყიდ ფასს შორის. კონსოლიდატორები სამი კვირის განმავლობაში უკრაინაში აგზავნიდნენ მწვანილს, რომელიც საშუალოდ 1,5-2,0 დოლარით მეტი ღირდა (თვითღირებულება) ბაზარზე არსებული მწვანილის ფასზე. მიუხედავად ამისა, რიგი შემგროვებლებისა მაინც ყიდულობდა მწვანილს არასაბაზრო ფასად. დაფიქსირდა შემთხვევებიც, როდესაც ერთმა შემგროვებელმა მწვანილი გლეხებისაგან 10 ლარად შეიძინა და ადგილზევე იმავე დღეს 8 ლარად გაყიდა (პროექტის ანალიტიკოსების აზრით, იმისათვის რომ ქართული მწვანილის შესასყიდი ფასი ბაზარზე გაეზარდა).

ფაქტების მოძიების შედეგად, გამართლდა ქართველი მემწვანილეების ეჭვი, რომ უზბეკეთში გადახვეწილმა ყოფილმა ქართველმა კონსოლიდატორებმა, რომლებიც თავიანთ უკარაინელ

წარმომადგენლებს უზბეკეთიდან უგზავნიდნენ იაფ მწვანილს, წყალტუბოს მუნიციპალიტეტის სოფლებში ხელოვნურად გაზარდეს მოთხოვნა მწვანილზე და არარეალური მაღალი შესასყიდი ფასის მეშვეობით გააძვირეს ქართული პროდუქცია, რამაც გააჩუქა ქართული ნაწარმის კონკურენტუნარიანობა. უზბეკური მწვანილი კი მეტად მაღალი მარკით გაიყიდა და რეალიზატორებს დიდი მოგება დარჩათ ქართველი ექსპორტიორების დაკნინების და ბაზრიდან გამოდევნის ხარჯზე. ამგვარი მდგომარეობა კი ბუნებრივია არც თუ გრძელვადიან პერსპექტივაში საფრთხეს უქმნის ქვეყანაში მებოსტნეობის განვითარებას.

ზემოთაღნიშნული ფაქტები ნათლად მეტყველებს იმაზე, რომ ქართული მწვანილის 20 მილიონიანი დოლარის ინდუსტრია განადგურების საფრთხის წინაშე დგას, ამაში დამნაშავე მხოლოდ ის ობიექტური ფაქტორებია, რომელიც მთლიანად ამ ინდუსტრიაში ამინდს ქმნის როგორც საქართველოში, ასევე უკრაინასა და უზბეკეთში, სადაც ქართული მწვანილის კონკურენტი პროდუქცია იწარმოება.

მთლიანი სექტორის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად აუცილებელია, რომ ექსპორტიორებმა საკუთარი წარმოებისათვის მინიმუმ 50 ჰა სათბურის ააგონ (8 მილიონი დოლარის ინვესტიცია), რომლის შემდეგაც ექსპორტირებული ქართული მწვანილის თვითღირებულება “კონკურენტუნარიანობის ზოლის” ფარგლებში მოექცევა.

აღსანიშნავია, რომ თანამედროვე ტიპის სათბურები 40 ტ/ჰა მოსავლის მიღების საშუალებას იძლევა, ნაცვლად არსებული 15 ტ/ჰა მოსავლისა.

დღესდღეობით იმერეთის რეგიონში, სოფელ ქვიტირში თანამედროვე ტექნიკით აღჭურვილი ახლად აშენებული მწვანილის მიმღები და შესაფუთი ცენტრი, შპს “ქართული მწვანილი” სეზონზე მოსახლეობისაგან 1400 ტონა მწვანილს იბარებს.

ცენტრი აღჭურვილია მწვანილის სწრაფგაციების თანამედროვე დანადგარებითა და ცივი ოთახებით, რომელიც მწვანილის შენახვის ვადას 2-3 კვირით ახანგრძლივებს და მოგებას 30%-ით ზრდის. თანამედროვე დანადგარების საშუალებით გაციებული მწვანილი 1,6 კგ მუყაოს ყუთებში იფუთება. თითოეულ ყუთში თავსდება ოცი 80 გრამიანი მწვანილის კონა. კონები იკვრება სპეციალური ეტიკეტით, რომელზეც გამოსახულია კომპანიის ლოგო, საკონტაქტო რეკვიზიტები და პროდუქციის შტრიხკოდები. ამგვარი შეფუთვა მწვანილს გაცილებით კონკურენტუნარიანს ხდის, რაც აადვილებს ევროპის მარალსეგმენტიან ბაზარზე მის დამკვიდრებას.

რაც შეეხება ფრინველის რაოდენობას და კვერცხის წარმოებას, ფუტკრის ოჯახების რაოდენობისა და თაფლის წარმოებას, მასზე ნათელ წარმოდგენას იძლევა ქვემოთ მოტანილი 1-ლი ცხრილი.

ცხრილი 1

სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების წამოება იმერეთის რეგიონში

		ზომის ერთეული	2009	2010
1.	სიმინდი	ათ. ტ	95,4	44,8
2.	ლობიო	ათ. ტ	2,2	0,4
3.	ბოსტნეული	ათ. ტ	14,0	17,9

4.	ბაღჩეული	ათ. ტ	12,6	9,0
5.	ხილი: 1. თესლოვანი	ათ. ტ	17,4	21,4
	2. კურკოვანი	ათ. ტ	4,2	6,1
	3. კაკლოვანი	ათ. ტ	3,0	5,9
	4. სუბტროპიკული	ათ. ტ	5,3	4,0
	5. კენკროვანი	ათ. ტ	4,8	5,3
		ათ. ტ	0,1	0,1
6.	ყურძენი	ათ. ტ	30,3	25,0
7.	ჩაი	ათ. ტ	0,3	0,0
8.	ხორცის წარმოება	ათ. ტ	12,7	12,7
9.	რძის წარმოება	ათ. ტ	112,4	111,2
10.	კვერცხის წარმოება	მილნ. ცალი	39,0	35,1
11.	თაფლის წარმოება	ათ. ტ	0,8	0,3

ამ მონაცემებიდან ნათლად იკვეთება, რომ 2009 წელთან შედარებით რეგიონში შემცირდა სიმინდის, ლობოს წარმოება, რაც გამოწვეულია ფართობების შემცირებით ან დაუმუშავებელი ფართობებით, რადგან მიწის წვრილმესაკუთრენი მარტონი აღმოჩნდნენ მათთვის გადაულახავი პრობლემის წინაშე. მათ ხელი არ მიუწვდებოდა მეურნეობის განვითარებისათვის საჭირო კრედიტებზე მაღალი საპროცენტო განაკვეთის გამო. ამ მიზეზით ვერ იძენენ საჭირო მანქანა-იარაღებს და პროდუქციის წარმოებისათვის საჭირო სხვა რესურსებს, რაც ასე აუცილებელია შრომის ნაყოფიერების ამაღლებისა და მეურნეობის რენტაბელურად წარმართვისათვის.

ამიტომ სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს ფერმერებს და პერსპექტივაში რეკომენდაცია უნდა მიეცეს ფერმერულ მეურნეობათა ოპტიმალური სიდიდისა და წარმოების მასშტაბებს.

ნაირა შირსალაძე

ეკონომიკის დოქტორი, ქუთაისის უნივერსიტეტის და აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
ციციანო დავითულიანი

გეოგრაფიის დოქტორი, ქუთაისის უნივერსიტეტის და აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ენერგორესურსების წარმოებისა და მოხმარების დინამიკა საქართველოში

საქართველოს ბუნებრივ სიმდიდრეთა შორის პირველი ადგილი ჰიდროენერგორესურსებს უჭირავს. ჩვენი ქვეყნის ტერიტორიაზე დათვლილია 26060 მდინარე, რომელთა საერთო სიგრძე დაახლოებით 60 ათასი კმ-ია. საქართველოს მტკნარი წყლის საერთომარაგი, რომელიც შედგება მყინვარების, ტბებისა და წყალსაცავების წყლის მარაგებისაგან, შეადგენს 96,5 კმ³-ს. მდინარეთა საერთო რაოდენობიდან ენერგეტიკული მნიშვნელობით გამოირჩევა 300-მდე მდინარე, რომელთა წლიური ჯამური პოტენციური სიმძლავრე 15 ათასი მეგავატის ექვივალენტურია, ხოლო საშუალო წლიური ენერგია 50 მლრდ. კვტ. საათის ექვივალენტური. საქართველოს ჰიდროენერგეტიკული პოტენციალი მისი ფართის გათვალისწინებით მსოფლიოში ერთ-ერთ პირველ ადგილზეა.

საქართველოს ენერგორესურსების დინამიკის ანალიზი

XX საუკუნის ოციანი წლებიდან ჩვენს ქვეყანაში სწრაფი ტემპით დაიწყო ჰიდროელექტროსადგურების მშენებლობა. 1927 წელს აშენდა აგჭალის ჰიდროელექტროსადგური ზაჰესი (რომლის სიმძლავრე შეადგენდა 36,8 ათ. კვტ. სთ-ს). 1928 წელს აშენდა აბჰესი, 1934 წელს - რიონჰესი. ელექტროსადგურების პარალელურად შენდებოდა 110 კვტ. ელექტრო გადამცემი ხაზი ზაჰესი-რიონჰესი. ზაჰესის, რიონჰესისა და აბჰესის პარალელური მუშაობის ორგანიზება მოხდა 1934 წელს, რითაც დასაბამი მიეცა საქართველოს ენერგოსისტემის შექმნას. ელექტროენერგიაზე მოთხოვნილების ზრდამ საფუძველი ჩაუყარა ქვეყანაში არსებული ქვანახშირის საბადოების ფართომასშტაბიან დამუშავებას და თბოელექტროსადგურების მშენებლობას.

საქართველოში ელექტროენერგიაზე მოთხოვნის ზრდამ განაპირობა განეხორციელებინათ ისეთი მძლავრი ჰიდროელექტროსადგურის დაპროექტება და მშენებლობა, როგორცაა "ენგურჰესი". იგი ექსპლოატაციაში შევიდა 1978 წელს, რომლის დადგმული სიმძლავრე შეადგენდა 1300 მგვტ-ს, ხოლო საშუალო წლიური გამომუშავება 3,5 მლრდ. კვტ. სთ-ს.

საქართველოს ენერგოსისტემამ დამოუკიდებლად არსებობა 1990-იან წლებიდან დაიწყო. ეს იყო საკმაოდ რთული პერიოდი, როდესაც დაირღვა არსებული კავშირები და სტრუქტურები, ურთიერთობის დისციპლინა. დამოუკიდებელი საქართველოს სახელმწიფოს მშენებლობის პარალელურად ყალიბდებოდა დამოუკიდებელი ელექტროენერგეტიკული სისტემა, რომლის მთავარი ამოცანა იყო ენერგიით ქვეყნის უწყვეტი მომარაგების მიღწევა. თუმცა საკმაოდ დიდი ხნის მანძილზე ელექტროენერგეტიკული სექტორი საქართველოს მოსახლეობის დიდი უკმაყოფილების სფეროდ რჩებოდა.

დღეისათვის საქართველოში მოხსნილია ელექტროენერჯის დეფიციტი და ენერჯით ქვეყნის მომარაგების პრობლემა. ესკოს ფუნქციური და საკადრო რესურსის მონაწილეობით, საქართველო გვევლინება ელექტროენერჯის ექსპორტიორ ქვეყნად, ხოლო ქართული ელექტროენერჯეტიკული სისტემა ქვეყნის ეკონომიკისათვის ფართო სამომავლო პერსპექტივების მქონე სფეროა. ჩვენს ქვეყანაში ელექტროენერჯის მოთხოვნა-მიწოდებაზე ნათელ წარმოდგენას გვიქმნის საქართველოს ენერგობალანსი (იხ. ცხრილი 1 და 2).

ცხრილი 1.

ელექტროენერჯის მიწოდება 2006-2011 წლებში (მლნ.კვტ.სთ.)

წლები	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (11 თვე)
გამომუშავება	2757.3	8345.7	8450.5	8407.7	10057.6	9261.1
თბოსადგური	944.3	1514.5	1281.5	990.7	682.8	1869.0
ჰიდროსადგური	1812.7	6831.2	7169.0	7417.0	9374.9	7392.1
მ.შ.მარეგულირებელი	1130.8	4508.1	4997.8	4737.5	6525.4	4895.8
მ.შ. სეზონური	660.6	2215.5	2044.9	2421.3	2532.5	2226.4
მ.შ. დერეგულირებელი	21.3	107.5	126.3	258.2	317.0	269.9
იმპორტი	60.1	433.3	649.0	254.8	222.1	331.9
სულ რესურსი	2817.3	8778.9	9099.5	8662.5	10279.7	9593.1
სასადგურე დანაკარგები და ს/გ	72.3	175.7	169.3	129.6	136.6	170.1
ქსელში მიწოდება	2745.0	8603.2	8930.3	8532.9	10143.2	9423.0

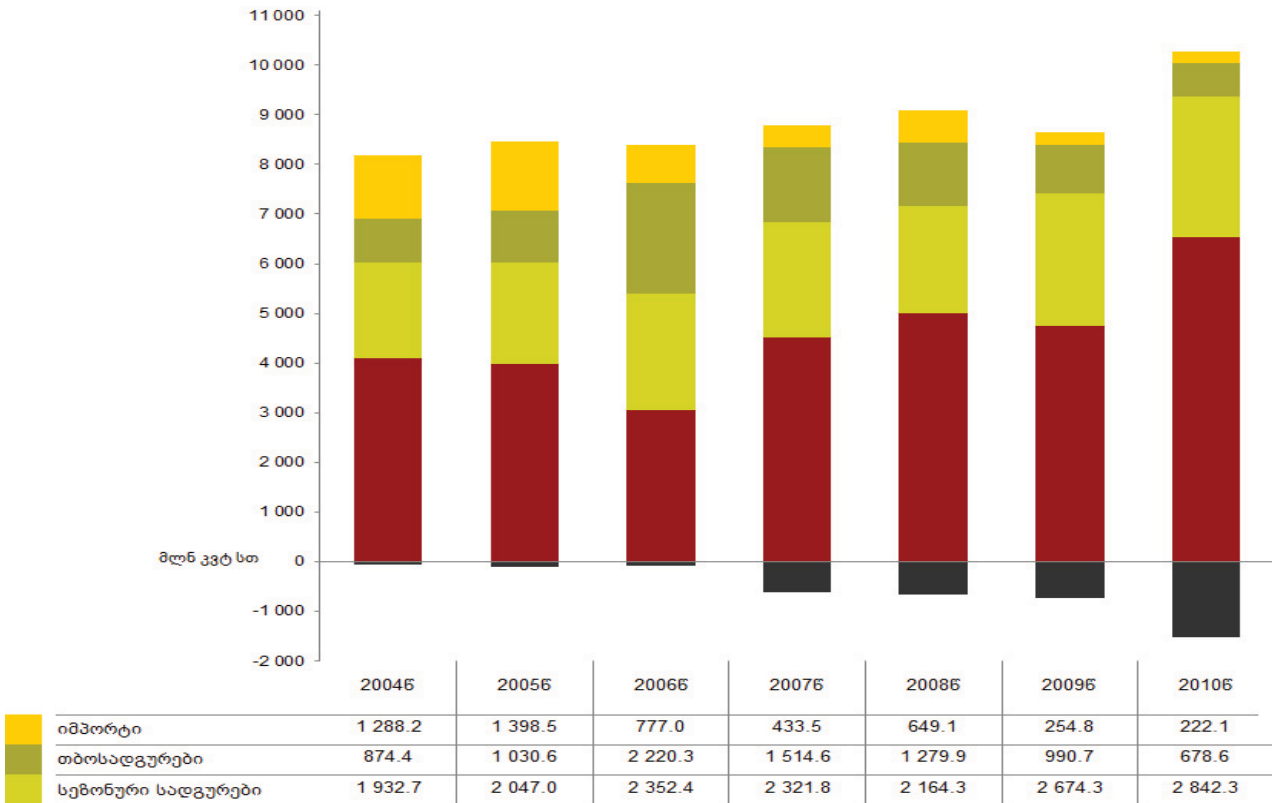
წყარო: www. esco. ge

1-ლი ცხრილიდან ჩანს, რომ საქართველოში ელექტროენერჯის მიწოდება 2006-2011 წლებში ხასიათდება მზარდი დინამიურობით. 2006 წელთან შედარებით 2010 წელში ელექტროენერჯის გამომუშავება (მიწოდება) 2757.3 მლნ კვტ სთ-დან გაიზარდა 10 057.6 მლნ კვტ სთ-მდე. საერთო გამომუშავების აბსოლუტური მატება მოხდა 7300.3 მლნ.კვტ.სთ-ით, ანუ 3.6-ჯერ. თბოსადგურების მიერ გამომუშავებული ენერჯის მოცულობამ შეადგინა 682.8 მლნ.კვტ.სთ, ანუ საერთო გამომუშავების 6,8 პროცენტი. ჰიდროელექტროსადგურების მიერ გამომუშავებული ელექტროენერჯის მოცულობა იმავე პერიოდში გაიზარდა 5.2- ჯერ, ხოლო მისი ხვედრითი წილი საერთო გამოშვებაში 65.7%-დან 93.2%-მდე.

ენერჯეტიკა საქართველოს პრიორიტეტულ დარგად არის მიჩნეული. 2011 წელს საქართველოს ენერჯოსისტემის გამომუშავებამ 10,080 მილიარდ კვტ.საათი შეადგინა. ამ პერიოდში საქართველომ ექსპორტზე ოთხივე მეზობელი ქვეყნის მიმართულებით 925,7 მილიონი კვტ.საათის ოდენობის ელექტროენერჯია გაიტანა. ამასთან, წლის განმავლობაში ქვეყანაში 502,3 მილიონი კვტ.საათის იმპორტი განხორციელდა. მისი მოცულობა 2006-2010 წლებში 60.1-დან გაიზარდა 222.1 მლნ კვტ სთ-მდე. ანუ 4-ჯერ. ხოლო 2011 წლის 11 თვის მონაცემის მიხედვით 5.5-ჯერ.

ნახ. 1.

ელექტროენერჯის 2004-2010წწ ფაქტიური ბალანსი



სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციით, 2011 წლის მესამე კვარტლში, საქართველოში სულ 266 მლნ აშშ დოლარის უცხოური ინვესტიცია შემოვიდა. აქედან, ენერჯეტიკაში 86,1 მლნ აშშ დოლარი ჩაიდო, რაც 2010 წლის ანალოგიური პერიოდის მაჩვენებელს მნიშვნელოვნად აღემატება. ელექტროენერჯის ფაქტიური ბალანსი თვალსაჩინოდ არის წარმოდგენილი 1-ლ ნახაზზე.

ასევე საინტერესოა საქართველოში ელექტროენერჯის მოხმარების დინამიკა, №2 ცხრილიდან ჩანს, რომ ელექტროენერჯის მომხმარებლებზე მიწოდება 2006-2010 წლებში გაიზარდა 3.2 -ჯერ, ანუ აბსოლუტურმა ზრდამ შეადგინა 5825.1 მლნ.კვტ სთ.

ცხრილი 2

ელექტროენერჯის მოხმარება (მლნ.კვტ სთ)

წლები	2006	2007	2008	2009	2010	2011(11-თვე)
მომხმარებლებზე მიწოდება	2616.9	7815.4	8074.8	7642.1	8442.0	8329.2

მ.შ. სადისტრიბუციო კომ.	1982.8	5802.4	6014.1	5930.7	6361.5	6633.3
მ. შ. პირდაპირი მომხმარებ.	634.1	2013.0	2060.7	1711.3	2080.5	1695.9
მ.შ. გაჩერ. ელ. სადგურ. ს/გ.	2.4	5.4	9.5	11.8	13.2	30.6
ექსპორტი	61.8	625.5	679.6	749.4	1524.3	914.6
სულ მოხმარება	2678.7	8440.9	8754.4	8391.5	9984.3	9243.8
ტრანსპორტირების ხარჯი	66.3	162.3	175.9	141.4	176.9	179.2
სულ მოთხოვნა კარგების გათვალისწინებით	2745.0	8603.2	8930.3	8532.9	10143.2	9423.0

წყარო: www. esco. ge

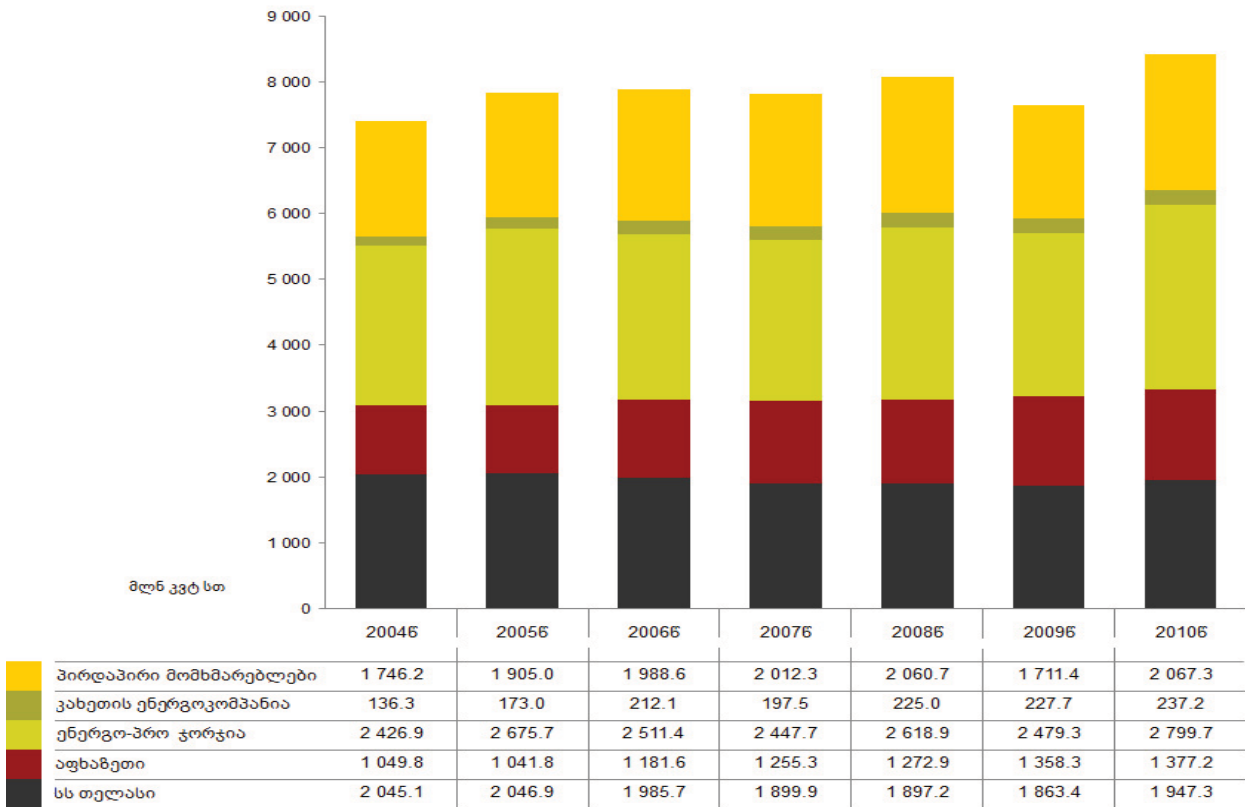
იმავე პერიოდში მნიშვნელოვნად გაიზარდა ელექტროენერჯის ექსპორტი (61.8 მლნ. კვტ სთ -დან 1524,3 მლნ. კვტ სთ-მდე ანუ 25-ჯერ), განსაკუთრებით გაიზარდა ელექტროენერჯის ექსპორტის მოცულობა თურქეთში, სომხეთში, გამომუშაებული, მოხმარებული და ექსპორტირებული ელექტროენერჯის შესახებ ციფრობრივი მასალა თვალსაჩინოების სახით წარმოდგენილია მე-2 ნახაზზე.

როგორც ვიცით, საქართველოს მდინარეებს ახასიათებთ მკვეთრად გამოხატული სეზონურობა, ამიტომ რესურსების გადანაწილება შესაძლებელია მხოლოდ მარეგულირებელი წყალსაცავიანი ელექტროსადგურების მშენებლობის გზით. თუმცა ეკოლოგიური თვალსაზრისით ასეთების მშენებლობა გართულებულია, ამიტომ ძირითადი აქცენტი კეთდება მცირე წყალსაცავიანი პიდროსადგურების მშენებლობაზე.

საქართველოში სახელმწიფო პროგრამით წარმოდგენილია ასაშენებელი პიდროელექტროსადგურების სია. აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში საქართველოს მთავრობასა და ინვესტორებს შორის გაფორმებულია მემორანდუმები ისეთი პროექტების განხორციელებაზე, როგორცაა: ხუდონჰესი - 750 მგვტ დადგმული სიმძლავრით და 1.5 მლრდ კვტ. სთ ელექტროენერჯის გამომუშავებით; ნამანხვანჰესების კასკადი დადგმული სიმძლავრით - 450 მგვტ, გამომუშავება 1670 მლნ კვტ.სთ;

ნახ. 2.

ელექტროენერჯის მომხმარებლებზე მიწოდება 2004-2010წწ



ფარავანკესი - დადგმული სიმძლავრე 78 მგვტ, გამომუშავება 425 მლნ კვტ სთ; ჰიდროელექტროსადგურების კასკადი მდინარეებზე: ჭოროხისწყალი, ლუხუნი, ტეხურა, გუბაზეული, მტკვარი, ბახვისწყალი და სხვა, ჯამში აშენდება 21 ჰიდროელექტროსადგური დადგმული სიმძლავრით 1 583 მგვტ. 5.5 მლრდ კვტ.სთ ელექტროენერჯის გამომუშავებით.

ცხრილი 3.

**ელექტროენერჯის იმპორტ-ექსპორტის სტატისტიკა
2006-2010 წწ (მლნ. კვტსთ)**

წლები	2006	2007	2008	2009	2010
იმპორტი თურქეთიდან	31.762	149.0	54.3	-	0.00014
ექსპორტი თურქეთში	-31.53	-215.6	-216.0	-182.3	-303.366
იმპორტი აზერბაიჯანიდან	15.523	107.4	34.6	31.5	10.138
ექსპორტი აზერბაიჯანში	-29.986	-109.6	-30.9	-21.5	-14.344

იმპორტი სომხეთიდან	-	-	-	0.04	-
ექსპორტი სომხეთში	-	-	-	-19.8	-89.447
იმპორტი რუსეთიდან	12.802	176.8	560.1	223.3	211.937
ექსპორტი რუსეთში	-0.568	-300.2	-432.7	-525.8	-1117.123
იმპორტი სულ:	60.087	433.3	649	254.8	222.075
ექსპორტი სულ:	-61.807	-625.5	-679.6	-749.4	-1524.280

წყარო: www.esco.ge.

განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობა შეადგენს 2,4 მლრდ. აშშ დოლარს. ბოლო პერიოდში წიაღისეული ენერგორესურსების შემცირების ფონზე აქტუალური გახდა ქარის, მზის გეოთერმული წყლების, ბიოგაზისა და სხვა ეკოლოგიურად სუფთა ენერჯის წყაროების გამოყენება ელექტროენერჯის წარმოებისა და სხვა პრაქტიკული დანიშნულებისათვის. საქართველოს გააჩნია ქარის ენერჯის მნიშვნელოვანი პოტენციალი, რომლის საშუალო წლიური რაოდენობა 4 მლრდ კვტ.სთ-მდე არის შეფასებული. საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობის გათვალისწინებით, მზის ეფექტური და ხანგრძლივი გამოსხივება საკმაოდ მაღალია. მზის ენერჯის სრული წლიური პოტენციალი საქართველოში შეფასებულია 108 მგტ-ით, რაც წლიურად 34 ათასი ტ. პირობითი სათბობის ექვივალენტურია.

აღნიშნული ენერჯის წყაროების მაქსიმალური გამოყენება ხელს შეუწყობს ქვეყანაში არსებული სხვადასხვა სოციალურ-ეკონომიკური და ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრას. ამასთან ქვეყანაში უცხოური ინვესტიციების შემოდინება, ხელს შეუწყობს ამ სექტორში დამატებით ინვესტიციებს მოზიდვას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას.

გამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები:

1. უკლება ნ., საქართველოს წყლის რესურსების კომპლექსური გამოყენება სახალხო მეურნეობაში. თბ., 1977.
2. ვირსალაძე ნ., ბაკურაძე ა. სტატისტიკა ეკონომიკისა და ბიზნესში. აწსუ. ქუთაისი, 2009.
3. www.esco.ge

მერაბ ბარათაშვილი

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი, აკაკი წერეთლის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

**ასფალტბეტონის საფარის დამუშავების კონომიური
ეფექტიანობის ზრდის შესაძლებლობები**

საავტომობილო გზების სრულფასოვანი ფუნქციონირებისათვის მნიშვნელოვანია ასფალტბეტონის საფარი იყოს იდეალურ მდგომარეობაში. ტრანსპორტის მოძრაობის მაღალი ინტენსივობა, გადაადგილების მაღალი სიჩქარე და საავტომობილო ტრანსპორტის გაზრდილი ტვირთამწეობა მძაფრ ზემოქმედებას ახდენს გზის საფარზე და იწვევს მის სხვადასხვა სახის დექეტებით დაზიანებას. სათანადო ტექნოლოგიის არ არსებობის გამო ასფალტბეტონის საფარის აღდგენის ძირითადი მეთოდი იყო ორმული რემონტი და დაზიანებულ ფენაზე ახალი მზიდი ფენის გადაკერა. ახალი ფენის ქვეშ არსებული დეფექტები, განივი და გრძივი ბზარები, ტალღოვნება, ასფალტბეტონის დაქუცმაცებული მდგომარეობა ტრანსპორტის ზემოქმედების შედეგად მოკლე დროში გადმოდის ახლად გადაკრულ ფენაზე, რის გამოც ახალი მზიდი ფენა ვადაზე ადრე გამოდის მწყობრიდან. გზების რემონტის აღნიშნული ფორმა ხასიათდება დაბალი რენტაბელობით, მაღალია კაპიტალური დაბანდების მაჩვენებელი, დაბალია შესრულებული სარემონტო სამუშაოების საიმედოობა და ხანგამძლეობა.

ამასთანაზრდება ასფალტის ფენის სისქერაც სერიოზულ უსიამოვნებებთანაა დაკავშირებული, განსაკუთრებით ქალაქის პირობებში. ჩნდება დვარსადენების, მიწისქვეშა კომუნიკაციების პრობლემა, მცირდება ხიდების ქვეშ ხიდის ქვედა დონიდან საფარის ზედაპირამდე მანძილი, რის გამოც შემოდის ახალი შეზღუდვები ტრანსპორტის გაბარიტებთან დაკავშირებით.

ახალი ტექნოლოგიები უზრუნველყოფენ ძველი დაზიანებული ფენის აღებას მისი წინასწარი დამუშავებით. ახალი ფენა გადაეკვრება მზიდ არადეფექტიან ფენას, იზრდება გზის საფარის მუშაობის ვადა დაზიანების გარეშე, ხოლო გზის ზედაპირიდან აღებული დაქუცმაცებული მასა ძვირადღირებული მასალაა. ის შედგება ინერტული მასისაგან მინერალური შემადგენლობისა და ბიტუმისაგან. ნაცვლად იმისა რომ ეს მასა უფუნქციოდ დარჩენილიყო საავტომობილო გზის მზიდ ფენაზე, წარმოებს მისი ხელმეორედ გამოყენება ადგილზე ან სტაციონალურ პირობებში გადამუშავებით. ასფალტბეტონის ზედაპირის დამუშავება წარმოებს პასიური დამაქუცმებლებით და ფრეზების მეშვეობით. მწარმოებლურობა ორივე შემთხვევაში დამოკიდებულია მანქანის გადაადგილების სიჩქარეზე, მუშა ორგანოს მოდების განზე და ფრეზის შემთხვევაში მის ბრუნვის სიჩქარეზე. ასფალტბეტონის დაქუცმაცება მიმდინარეობს საფარის წინასწარი გახურებით და მის გარეშე, ჩატარებული კვლევებით დადასტურებულია რომ ასფალტის ჭრის წინააღმდეგობის ძალა ყველაზე ნაკლებია მაშინ როცა მისი ტემპერატურა 60°C-ის ტოლია. სასურველ ტემპერატურაზე ასფალტბეტონი ჩვენ კლიმატურ პირობებში ზაფხულში ბუნებრივად თბება. შედეგად მიიღწევა დამატებითი ეკონომია. ერთი და იგივე მწარმოებლობის პირობებში პასიური დამაქუცმაცებელი მანქანისა და ფრეზის მიერ

მოთხოვნილი სიმძლავრე არაერთგვაროვანია, პასიური მუშა ორგანოს ამძრავის სიმძლავრე ტოლია:

$$N_3 = \frac{(P_3^1 + P_3^2)n_{მკ}V}{60} \text{ კვტ } ,$$

სადაც P_3^1, P_3^2 - მჭრელი კბილების მწკრივებში დანებზე მოსული ჭრის წინააღმდეგობის ძალაა;

V - მანქანის მუშაობის სიჩქარეა;

$n_{მკ}$ - ჭრის ყველა მწკრივზე მჭრელი ელემენტების რაოდენობაა.

ფრეზერული ორგანოს ამძრავის სიმძლავრე ტოლია:

$$N_{ფ} = N_{ბრ} + N_{მოწ} \text{ კვტ } ,$$

სადაც - $N_{ბრ}$ - ფრეზის ბრუნვისთვის საჭირო სიმძლავრეა, კვტ.

$N_{მოწ}$ - ფრეზის მიწოდებისათვის საჭირო სიმძლავრეა, კვტ.

ფრეზისა და პასიური მუშა ორგანოს შორის ეკონომიურობის თვალსაზრისით უპირატესობის გამოსავლენად გამოიყენება ეფექტიანობის განზოგადებული მაჩვენებელი, სამუშაო ორგანოს ეფექტიანობის შესაფასებლად. სათანადო გაანგარიშების შედეგად დაგენილია რომ ერთი და იმავე პირობებში მათ შორის არსებობს ასეთი დამოკიდებულება:

$$N_{ფ} = (2,7 - 3,5)N_3 ,$$

$$\Pi_{ფ} = (3,0 - 3,7)\Pi_{ფფ} ,$$

სამუშაო ორგანოს ასფალტის საფართან ზემოქმედების პროცესის შესწავლის შედეგად შესაძლებელია შერჩეული იქნეს სამუშაო ორგანოს კონსტრუქცია და მასზე მჭრელი დანების განლაგების სქემა.

საყურადღებოა, რომ საფარის დამუშავების სიგანის შემცირების გარეშე მჭრელი დანების რაციონალურ რაოდენობამდე დაყვანა უზრუნველყოფს პროცესის ენერგოტევადობის შემცირებას საწვავის ხარჯვის ეკონომიის ბაზაზე.

შემცირებული რაოდენობის კბილებით აღჭურვილი მუშა ორგანოთი გახურებული ასფალტბეტონის საფარის დამუშაობა პრაქტიკულად მიმდინარეობს ასფალტბეტონის მინერალური ინერტული შემავსებელის სტრუქტურის დაშლის გარეშე. 31°C-ანი გარემო ტემპერატურის პირობებში ასფალტის საფარის ტემპერატურა აღწევს 60°C. მზიანი დღეების პირობებში ასფალტი აღნიშნულ ტემპერატურას ინარჩუნებს 6-7 საათი 35-45 დღის მანძილზე. ასეთ პირობებში აღარაა საჭირო საფარის გახურება, რომლის დროსაც შეიძლება მოხდეს ბლანტი ორგანული მასის გადახურება და მისი სტრუქტურული რღვევა, დაქუცმაცებული მასალა ინარჩუნებს თავის თვისებებს და ის ვარგისია შემდგომი გადამუშავებისთვის. ყოველივე ამის გათვალისწინებით ასფალტბეტონის საფარის რემონტისას მიიღწევა მნიშვნელოვანი ეკონომიკური ეფექტი.

მოთხოვნილი სიმძლავრის შემცირების შედეგად საწვავზე გაწეული დანახარჯები ტოლია:

$$S_{საწ} = K_{\text{საწ}} \sum_{i=1}^m P_{\text{საწ}} W_{\text{საწ}} T_{\text{რაღ}}$$

სადაც: $K_{\text{საწ}} = 1,1$ - ზედნადები ხარჯების გამათვალისწინებელი კოეფიციენტი;

$P_{\text{საწ}}$ -საწვავის ფასია, ლ/კგ;

$W_{\text{საწ}}$ -საწვავის ხარჯია, კგ/სთ;

$T_{\text{რაღ}}$ -მანქანის მუშაობის მოტო საათების რაოდენობაა, სთ/წლ;

m -საწვავის სახეობათა რაოდენობაა.

საწვავის ხარჯი იანგარიშება ფორმულით;

$$W_{\text{საწ}} = 1,03 \cdot 10^{-3} N_6 g_{\text{სს}} K_{\text{გა}} K_{\text{სგა}} K_{\text{სს}} \text{ კგ/მანქ.სთ,}$$

სადაც, N_6 -ზრავის ნომინალური სიმძლავრეა, ცხ.ძ;

$g_{\text{სს}}$ - ნომინალური სიმძლავრის პირობებში

საწვავის ხვედრითი ხარჯია, გრ/ცხ.ძ.სთ;

$K_{\text{გა}}$ - ძრავის დროში გამოყენების კოეფიციენტი;

$K_{\text{სგა}}$ - ძრავის სიმძლავრის გამოყენების კოეფიციენტი;

- საწვავის ხარჯის ცვლილების გამათვალისწინებელი კოეფიციენტი.

საერთო წლიური ეკონომიის გაანგარიშებისათვის აუცილებელია განისაზღვროს ტექნიკის წლიური მუშაობის ფონდი;

$$T_{\text{წგ}} = \frac{(365 - D_{\text{ღლ}} - D_{\text{უქ}} - D_{\text{ტბღ}}) T_{\text{სს}}}{1 + D_{\text{ტბღ}} T_{\text{გგ}} K_{\text{გგ}}} \text{ სთ/წლ.}$$

სადაც $D_{\text{ღლ}}$ - მეტეოპირობების გამო გაცდენების ხანგრძლივობაა;

$D_{\text{უქ}}$ - წელისადში გამოსასვლელი დღეების რაოდენობაა;

$D_{\text{ტბღ}}$ - მანქანის გადაყვანაზე დახარჯული დროის რაოდენობაა;

$T_{\text{სს}}$ - ცვლაში საათების რაოდენობაა.

საავტომობილო გზების რემონტის ვადების სწორად სერხევის შემთხვევაში,

ასფალტბეტონის დაზიანებული ზედაპირის დამუშავება მიმდინარეობს

ტერმოგომოგენიზაციის პირობებში ასფალტბეტონის ახალი მასის შემცირებული

რაოდენობის დამატებით პლასტიფკატორ და დენად მასალებთან ერთად.

ბამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები:

1. Алиев А., Асфальтобетон в условиях жаркого климата.-Баку: Азербайджанское государственное издательство. 2004.
2. Инструкция по определению экономической эффективности создания новых строительных дорожных машин. М.: ЦНИИТ, Эстроймаш. – 2002.
3. ბარათაშვილი მ., ასფალტბეტონის საფარის აღდგენის თანამედროვე ტექნოლოგიები და ძირითადი ფრეზერული მუშა ორგანოს სიმძლავრის გაანგარიშება. თბ., მეცნიერება და ტექნოლოგიები. 2010. №4-6

ECONOMICS PROFILE

SCIENTIFIC-PRACTICAL MAGAZINE

№10 FEBRUARY
2012

ISSN 1512-3901

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ

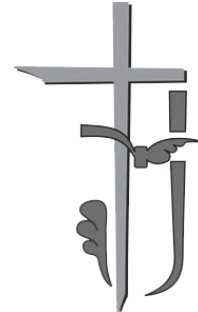
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№10 ФЕВРАЛЬ
2012

ISSN 1512-3901

KUTAISI UNIVERSITY

ECONOMICS PROFILE



ქუთაისის უნივერსიტეტი

UDC 33 SCIENTIFIC-PRACTICAL JOURNAL
e - 491

№10, 2012
February

REVIEW: SCIENCE INFORMATION INSTITUTE (SOCIAL SCIENCES),
RUSSIAN SCIENCES ACADEMY (www.rim.inion.ru)

ABSTRACTS:

ECONOMIC POLICY

FINANCES AND INVESTMENTS

MARKETING, MANAGEMENT

TOURISM AND AGRICULTURE SECTOR

ECONOMIC ANALYSIS

ECONOMIC PROFILE

SCIENTIFIC EDITORIAL BOARD:

EDITOR: Doctor of Economic Sciences (D.E.S.), Member of Georgian Economic Sciences Academy (GESA)
Professor **REVAZ KAKULIA**
RESPONSIBLE EDITOR:
D.E.S., Prof. **NIKO CHIKHLADZE**

MEMBER OF EDITORIAL BOARD:

D.E.S., The vice-president of the GESA
Prof. **JAKOB MESKHIA**
D.E.S., The Georgian Academy of Sciences prof.

AVTANDIL SILAGADZE

DOCTORS OF ECONOMIC SCIENCES:

Prof. **EVGENIY BARATASHVILI**
Prof. **REVAZ BASARIA**
Prof. **GIVI GAMSAKHURDIA**
Prof. **GEORGE GHAVTADZE**
Prof. **GEDEVAN KHELAI**
Prof. **REVAZ MANVELIDZE**
Prof. **ELGUJA MEKVABISHVILI**

ACADEMIC DOCTORS OF ECONOMICS, ASSOCIATE PROFESSORS:

LELA BAKHTADZE
AKAKI BAKURADZE
KAKHA GABELASHVILI
NAIRA VIRSALADZE
KHATUNA SHALAMBERIDZE
GURAM UPLISASHVILI
GODERDZI SHANIDZE

MEMBER OF THE DAYSIDE:

Prof. **SERGEI LUKIN** (Belarus)
Prof. **TIMO LINKOLA** (Finland)
Prof. **PIOTR MASHEGOV** (Russia)
Prof. **MILAN MIKULASTIK** (Czech Republic)
Prof. **MARYA TURYSKAIA** (Ukraine)

FOUNDER: KUTAISI UNIVERSITY
Rector: Prof. **LELA KELBAKIANI**

13, Tsereteli, str., Kutaisi
Georgia. 4601
Tel: (+995 431) 42373, 51273.

www.unic.edu.ge
info@unic.edu.ge, chixi@mail.ru

Printing by
LTD "MBM-POLIGRAPHY"
186 Tsereteli St. Kutaisi, Georgia
Tel.: 8 431 3 45 54

Economic Policy

1. **Jacob Meskhia, Kakhaber Gabelashvili** (3)
Economic Guides and Foreseeable Risks of the "10-Point Plan"

2. **Zeinab Axaladze, Khatuna Todua** (10)
Prospects of development of the food-processing industry in Georgia

3. **Joseph Archvadze** (15)
Ageing of Population-The Challenge of the Modern Pension Secure System
(On the Example of Countries with Developed Market Economy)

Finances and Investments

4. **Revaz Kakulia** (20)
Budgetary Process and Problems with its Organization in Georgia

5. **Elguja Konjaria** (24)
Economic Essence and Types of Investments

Marketing, Management

6. **Vazha Gurabanidze** (28)
Practical Weakness of Organizational Structures in Georgian Companies

7. **Maia Akhvlediani** (32)
Antirecessionary (crisis-proof) Marketing

8. **Khatuna Todua, Zeinab Axaladze** (36)
General Issues of Marketing Research

9. **Emzar Julakidze** (42)
Efficient Management of Industrial Firm

10. **Nana Lukhutashvili** (44)
Wedding Ceremonies - Habits in Georgia

Tourism and Agriculture Sector

11. **Akaki Bakuradze** (49)
The role of cultural activities in developing touring business of Adjara

12. **Manana Shalamberidze, Dali Silagadze** (52)
Agriculture work factors and conditions

Economic Analysis

13. **Naira Virsaladze, Tsitsino Davituliani** (57)
Dynamics of energy production and consumption in Georgia

14. **Merab Baratashvili** (63)
Economic Effect Determination as a Result of Decline in Energy Intensity of the Process of Degradation of the Asphalt Concrete Pavements

Jacob Meskhia

Doctor of Economic Science, Full professor of Tbilisi State University

Kakhaber Gabelashvili

Doctor of Economics, associate professor of Kutaisi University

ECONOMIC GUIDES AND FORESEEABLE RISKS OF THE “10-POINT PLAN”

There are studied in a given work the major medium-term guides of Georgian government’s “10-point plan” for economic and social development, defined its strengths and weaknesses as well as foreseeable challenges, and worked out the recommendations on how to avert the possible risks. The following sections of the plan have been subjected to the analysis and monitoring: macroeconomic environment; balance of the current account; investment and business environment; regional economic development; infrastructure; rural economy. There is made a conclusion in this work that development of the “10-point plan” will promote considerable economic sustainability and financial stability, although with the purpose of furthering security and using it as a run-time version, it is necessary to ensure its further perfection and argumentation with a view to financial support.

Zeinab AxaladzeDoctor of Technical, associate professor of
Akaki Tsereteli State university**Khatuna Todua**Doctor of Economics, associate professor of
Akaki Tsereteli State university

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE FOOD-PROCESSING INDUSTRY IN GEORGIA

Work is devoted to food-processing industry development prospects, which is one of the most important parts of Georgian industry. It takes a special place in national economy and it has strategic value because the enterprises of this branch take great deal in satisfaction of demands of population by foodstuff. The work purpose was to study the current state of food-processing industry and the branch problems, also to work out the offers, which are, from our point of view, necessary for restoration of food processing industry and its further development.

Researches have shown that the food-processing industry will develop if following measures will be carried out

Working out the programs of food processing industry development and the governmental support of their realization; Attraction of local and foreign investments for branch rehabilitation and development; Introduction of achievements of international experience in manufacturing and stalling of food-processing industry products. Improvement of advertising network; Modernization of enterprises and their equipment, perfection of existing technological process; Maintenance of optimization and tax law simplification. Complete set of branch qualified personnel, etc.

Joseph Archvadze

Doctor of Economics, Full Professor of the University of Kutaisi

AGEING OF POPULATION-THE CHALLENGE OF THE MODERN PENSION SECURE SYSTEM (On the Example of Countries with Developed Market Economy)

In the whole world an average life expectancy increases simultaneously with the enlargement of population's number. In comparison with the early civilization it is now 3-4 times more. This mentioned circumstance sets serious challenges for the pension system-Social insurance of population and for the main means of welfare. Pension system, which has been created in relatively young demographic circumstances, comes in contradiction with social-economic conditions of demographic ageing process.

Especially acute is this problem in the EU, where it has been achieved high level of as living standards, as demographic ageing too.

There are several solutions for this problem: further optimization of formation of pension recourses (growth of taxes and pension payments, reduction of pension and etc.), increase of pension age.

To solve pension secure problems a lot of countries raise pension age simultaneously with optimization of proper schemes, where ageing of population is very significant. In 20-30 years of the 21st century the level of pension age in the most European countries, will be the same, as it was in the early years of the 20th century and later in 2060, it is foreseen, that it will considerably exceed to it.

Revaz Kakulia

Doctor of Economic Science, Full professor of Kutaisi University

BUDGETARY PROCESS AND PROBLEMS WITH ITS ORGANIZATION IN GEORGIA

Under the conditions of transient economy there have been carried out significant activities in the country aimed at ensuring the state budget preparation and fulfillment.

The component of the budget process in Georgia is a budget regulation that is nothing but partial redistribution of financial resources between the budgets of different levels. Transition from administrative command economic system to market economy generally must be realized by means of economic, especially of financial leverage, particularly – through the taxation system.

The basic trends in budgetary and fiscal policy are based on medium-term macroeconomic and fiscal forecasts, current year financial condition and strategy reports, which includes of the current year's budget fulfillment state as well as proposals for budget strategy.

Elguja Konjaria

Doctor of Economics, associate professor of Kutaisi University

ECONOMIC ESSENCE AND TYPES OF INVESTMENTS

Appearing of Investment market, searching the ways and directions of its development, scientifically well-funded resource guaranteeing study is paid great attention for raising Georgian economics.

Very difficult and prolonged process of Market transformation gives rise to inevitability of transformation in

the sphere of investment. That's why to lead the country out of deep economic crisis, the rise of macroeconomic stability and economics is impossible without renewing and developing investment potential. As shortening population income and economies, so the drawing forming of profitable investment atmosphere had a negative influence on making active investment activities.

All scientific novelties can be formed in the following way: It is given Investment as Interpretation of economic category; It is lighted up main point of the investment market as a less studied category in Economic literature, its development in Georgia; It is analyzed the first steps in formation the Investment market during transitional economic in Georgia; It is studied out the depth of Investment crisis in Georgia the ways of its origin and habits; It is shown the role of foreign invests in the forming developing national Investment market.

Vazha Gurabanidze

Doctor of Economics, associate Professor of Kutaisi University and Tsereteli State University

PRACTICAL WEAKNESS OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES IN GEORGIAN COMPANIES

- Formation and selection of organizational structure of company is the decision included in strategic planning sphere. In opinion of American specialists of management, selection of organizational structure is based upon strategy of organization, but it's not strategy itself. This method of approach was introduced at first by Alfred Chandler.

Organizational structure gives possibility to each worker to find out his place in the company and to receive material and moral stimulus from his done bit in the activity of the company. Herewith, such structure is a direct way to move from strategic planning to its realization. So, coordination of workers activity without organizational structure is impossible and the best drawn plans will be even stayed unreal. In the world any company finds out that getting preference within competitive struggle is depended upon three factors: selected strategy, organizational structure and how the structure is functioning.

Maia Akhvlediani

Doctor of economics, the teacher of Akaki Tsereteli State university

ANTIRECESSIONARY (CRISIS - PROOF) MARKETING

The aim of the article is to represent the measures of antirecessionary marketing. Their planning and realization can enable the company leaders to avoid the possible decline of goods and service sales. The current financial crisis in the world and the expectation of new dangers make necessary analyze objectively and evaluate the actions and strategies of separate countries, of transnational companies and of other subjects and take adequate preventive arrangements. The article shows and analyses the following measures, of antirecessionary marketing: the reconsidering of the geographic markets and segments, the analysis of the weak and strong sides of the company, the acknowledgement of the crisis, the evaluation of the danger of the crisis, working out the action program and marketing mix and estimating the efficiency of the antirecessionary (crisis-proof) marketing approaches.

The minimal comprehension of antirecessionary marketing is the studying of the customers' demand and offering the goods and service to them by considering the depth and the scales of the crisis.

It is concluded in the work, that the danger of the crisis may be more or less dangerous for the companies and the result may be more or less serious. In all cases, the aim of the antirecessionary marketing is to determine exactly the trajectory of the customers' demands and on its basis the companies will be able to create profitable goods and service.

Khatuna Todua

Doctor of Economics, associate professor of Akaki Tsereteli State university

Zeinab Axaladze

Doctor of Technical, associate professor of Akaki Tsereteli State university

GENERAL ISSUES OF MARKETING RESEARCH

Marketing managers have to rely on help from marketing research – procedures to develop and analyze new information to help marketing managers make decisions. Successful planning of marketing strategies requires information – information about potential target markets and their likely responses to marketing mixes as well as about competition and other marketing environment variables. Information is also needed for implementation and control. Without good marketing research, managers have to use intuition or guesses – and in today’s fast-changing and competitive markets, this invites failure.

The tasks of search are: to study the main trends taking place in global industry of marketing research; also to overview the types of marketing research services provided by marketing research organizations and the possibilities of career growth for marketing research specialists.

Today, in the terms of Informational era, the role of marketing research is rising, which leads to the year turnover arias of marketing research firms, the demand on marketing research also rises in Georgia. The firms should have the specialists of management of modifications and of industrial psychology.

Emzar Julakidze

Doctor of Economics, associate Professor of Tsereteli State University

EFFICIENT MANAGEMENT OF INDUSTRIAL FIRM

Achievement of successful business is impossible without efficient management, which implies management of current economic activity, also right view of manager on future positions of the firm. Formation of strategic goals is the most important process of efficient management and it is the problem of any manager of the firm as the goal determines content of management process. The goal means “Desired result”, but strategy – process, which is essential for achievement of the goal. Firm strategy is the whole complex of specific steps which are put in order according to logic sequence.

In specific cases, best strategy and its execution doesn’t give a guarantee of firm success either. Good-managed firms meet with unexpected preventive factors which forecasting was impossible at the stage of strategic planning. Though, it doesn’t release manager from his responsibility anyway. We may conclude that efficient management of industrial firm is made when the result of its economic activity is successful, in spite of unforeseen and unexpected external factors.

Nana Lukhutashvili

Doctor of Technical, Kutaisi University Teacher

WEDDING CEREMONIES - HABITS IN GEORGIA

Marriage is an important day in the life of every human being. There are different rules for different people celebrate this day in humans. For centuries, people of a wedding, a condition of maintaining their national self-consciousness and national culture has become.

Marriage with a rich and meaningful history, none of civil society organizations have experienced a long and

multi-shift, as this marriage suffered. In Georgia, the marriage ceremonies – causes the great interest not only in Georgians , but also in foreigners as well.

In this report it is partly shown the wedding site of Georgia, which is obviously based on geographic, socio - economic and religious factors.

Goderdzi Shanidze

Doctor of Business and Management associate Professor of Kutaisi University

THE ROLE OF CULTURAL ACTIVITIES IN DEVELOPING TOURING BUSINESS OF ADJARA

Developing touring business is quite an actual problem in modern conditions. Tourism is one of the leading fields of the world economics and it does its great bit in any country's economic development. Adjara region has unique conditions from the point of nature and infrastructure as well for developing almost all kinds of tourism.

The purpose and the tasks of the work is to show the role of cultural activities in developing touring business , to show that together with seaside holidays Adjara has the potential to arrange different kinds of cultural activities in the region and on this ground to attract more tourists.

While doing the research I used the methods of analysis and observing. The research has shown that the more cultural activities are held in Adjara the more tourists arrive in Georgia. For art lovers there are different kinds of exhibitions all year round .In the dramatic theatre of Batumi plays of local and foreign groups are performed. Also it is of great importance to organize the film festival that traditionally takes place in Batumi. Tourists are also attracted by arranging the classical music and the Black Sea jazz festivals and so on. Public holidays like “ Shuamtoba”, “ Tbeloba”, “ Kolkhoba”, “ Machakhloba”, “ Labour holiday”, “ Singing and dancing holiday” have been arranging in Adjara for a long time.

We can form the ways of solving the problem in the following way: cultural activities should be diversified and actual advertising should be carried for future activities, in order to make the visit in our country attractive for tourists.

Manana Shalamberidze

Doctor of Technical, associate professor of Akaki Tsereteli State university

Dali Silagadze

Doctor of Business Administration, associate professor of Akaki Tsereteli State university

AGRICULTURE WORK FACTORS AND CONDITIONS

The work is devoted to the necessary factors and conditions for operation of the farm that actually exist in Georgia. Our goal was to examine the main indicators of industry of agriculture, total production, and General characteristics of Imereti agriculture.

To this end, we have been given the following tasks:

1. Economic data processing;
2. Produced that produce in the regions of Imereti.
3. To draw corresponding conclusions and offers.

Studies have confirmed that farmers have a lot of problems, limited access to credit, the sale of products, insufficient information about the situation.

Naira Virsaladze

Doctor of Economics, associate Professor of Kutaisi University and Tsereteli State University

Tsitsino Davituliani

Doctor of Geographic, associate Professor of Kutaisi University and Tsereteli State University

DYNAMICS OF ENERGY PRODUCTION AND CONSUMPTION IN GEORGIA

The energy system of Georgia is functioning independently since 1990s. It was a very difficult period of the statehood in parallel of formation the independent energy system. The main task of the new system was to achieve the continuous energy supply of the country.

The main purpose of the study is to explore the energy balance of Georgia. Analysis showed that as a result of long-term growth and development, the Georgian energy system was completely set. There is no more power shortage in the country. Moreover, Georgia is the energy exporter state and the branch is one of the essential sectors of its economy with future perspectives. Due to scant fuel resources and high reasonability on Georgian rivers, utilization of wind, thermal, solar or other clean energy resources is urgent for energy producing in the country. Use of these energy sources will contribute to solve many socio - economic and ecological problems.

Ministry of Energy has successfully passed the training period and is currently implementing some investment projects that will attract foreign investment into the sector and create jobs.

Merab Baratashvili

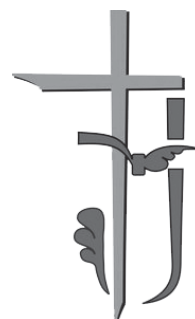
Doctor of Technical, associate professor of Akaki Tsereteli State university

ECONOMIC EFFECT DETERMINATION AS A RESULT OF DECLINE IN ENERGY INTENSITY OF THE PROCESS OF DEGRADATION OF THE ASPHALT CONCRETE PAVEMENTS

There are considered in a given article the modern technologies for the asphalt concrete pavements restoration as well as dependence of use of these technologies on the state of roadbed. There are shown the possibilities to achieve the economic effect of the asphalt concrete pavement repair on the basis of decline in energy intensity of roadbed manufacturing method. There are given the optimal solutions made on the basis of research activities, while respecting of which it is possible to maximize the economic effect.

КУТАИССКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ



ქუთაისის უნივერსიტეტი

UDC 33 НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
е - 491

№10, 2012
ФЕВРАЛЬ

Реферирование: Институт Научной Информации по Общественным Наукам
(Российская Академия Наук) _ www.rim.inion.ru

В НОМЕРЕ:

Экономическая политика

Финансы и инвестиции

Маркетинг, Менеджмент

Туризм и агросектор

Экономический анализ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Д.Э.Н., Профессор, Академик Академии
Экономических Наук Грузии

РЕВАЗ КАКУЛИЯ

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР:

Д.Э.Н., Профессор
НИКО ЧИХЛАДZE

ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ:

Д.Э.Н., Профессор, Вице-президент
Экономической Академии Грузии

ЯКОВ МЕСХИЯ

Д.Э.Н., Профессор, член-корреспондент
Национальной Академии Грузии

АВТАНДИЛ СИЛАГАДZE

Доктора Экономических Наук, профессора:

ЕВГЕНИЙ БАРАТАШВИЛИ

РЕВАЗ БАСАРИЯ

ГЕОРГИЙ ГАВТАДZE

ГИВИ ГАМСАХУРДИЯ

РЕВАЗ МАНВЕЛИДZE

ЕЛГУДЖА МЕКВАБИШВИЛИ

ГЕДЕВАН ХЕЛАЯ

Асоциированные профессора:

КАХА ГАБЕЛАШВИЛИ

АКАКИЙ БАКУРАДZE

ЛЕЛА БАХТАДZE

НАИРА ВИРСАЛАДZE

ГУРАМ УПЛИСАШВИЛИ

ХАТУНА ШАЛАМБЕРИДZE

ГОДЕРДЗИ ШАНИДZE

Иностранные члены:

Проф. **ТИМО ЛИНКОЛА** (Финляндия)

Проф. **ПЕТР МАШЕГОВ** (Россия)

Проф. **МИЛАН МИКУЛАСТИК** (Чехия)

Проф. **СЕРГЕЙ ЛУКИН** (Беларусь)

Проф. **МАРИЯ ТУРИАНСКАЯ** (Украина)

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Кутаисский университет

Ректор, Проф. **ЛЕЛА КЕЛБАКИАНИ**

4601, Грузия, г. Кутаиси,

Тел: (+995 431) 42373, 51273.

E-mail: info@unic.edu.ge; chixi@mail.ru

<http://www.unic.edu.ge>

отпечатано в типографии

ООО „МБМ-ПОЛИГРАФ“

Грузия, Кутаиси, ул. А. Церетели №186

тел: 8 431 3 45 54.

Экономическая политика

1. Яков Месхия, Кахабер Габелашвили

Экономические ориентиры и ожидаемые риски «десятипунктного плана»

3

2. Зеинаб Ахаладзе, Хатуна Тодуа

Перспективы развития пищевой промышленности в Грузии

10

3. Иосиф Арчвадзе

Старение населения – вызов для современных систем пенсионного обеспечения (на примере стран с развитой рыночной экономикой)

15

Финансы и инвестиции

4. Реваз Какулия

Бюджетный процесс и проблемы его организации в Грузии

20

5. Ельгуджа Конджария

Экономические аспекты инвестиции, их виды и значимость

24

Маркетинг, Менеджмент

6. Важа Гурабанидзе

Практические слабости организационных структур в грузинских компаниях

28

7. Маия Ахвледзиани

Антикризисный маркетинг

32

8. Хатуна Тодуа

Общие Аспекты Маркетинговых Исследований

36

9. Эмзар Джулакидзе

Эффективный менеджмент предпринимательской фирмы

42

10. Нана Лухуташвили

Экономические и правовые аспекты свадебных обрядов в Грузии

44

Туризм и агросектор

11. Годердзи Шанидзе

Роль культурных мероприятий в развитии туристического бизнеса в Аджарии

49

12. Манана Шаламберидзе, Дали Силагадзе

Факторы и условия функционирования фермерских хозяйств

52

Экономический анализ

13. Наира Вирсаладзе, Цицино Давитулиани

Динамика производства и потребления энергоресурсов Грузии

57

14. Мераб Бараташвили

Возможности роста экономического эффекта в процессе разрушения асфальтобетонных покрытий

63

ЯКОВ МЕСХИЯд.э.н., полный профессор Тбилисского
Государственного университета им. Ив. Джавахишвили**КАХАБЕР ГАБЕЛАШВИЛИ**доктор экономики, Ассоциированный
профессор Кутаисского университета

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ И ОЖИДАЕМЫЕ РИСКИ «ДЕСЯТИПУНКТНОГО ПЛАНА»

В статье исследуется «десятипунктный план» социального и экономического развития, разработанный правительством Грузии, выявлены его сильные и слабые стороны, ожидаемые вызовы, разработаны предложения по преодолению возможных рисков. Анализ и мониторингу были подвергнуты следующие блоки плана: макроэкономическая среда; баланс текущего счета; инвестиционный климат и бизнес среда; региональное экономическое развитие; инфраструктура; сельское хозяйство. В работе сделано заключение, что разработка «десятипунктного плана» в значительной мере способствует укреплению экономической устойчивости и финансовой стабильности страны, хотя для улучшения безопасности и использования его в качестве рабочей версии, план нуждается в дальнейшем совершенствовании и дополнительной аргументации с точки зрения обеспечения финансовыми ресурсами.

ЗЕИНАБ АХАЛАДЗЕк.т.н., ассоциированный профессор
Государственного Университета Акакия Церетели**ХАТУНА ТОДУА**доктор экономики, ассоциированный
профессор Государственного Университета Акакия Церетели

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ГРУЗИИ

Работа посвящена изучению перспектив развития пищевой промышленности как одной из составной части промышленности Грузии. Она занимает особое место в экономике страны и имеет стратегическое значение, потому что предприятия этой отрасли принимают участия в деле удовлетворения потребностей населения продуктами питания. Цель работы изучение современного состояния пищевой промышленности, в изучении отраслевых проблем, а также в разработке предложений, с нашей точки зрения необходимых для восстановления отрасли пищевой промышленности и его дальнейшего развития.

Исследования показали, что пищевая промышленность может развиваться только в результате проведения следующих мер: Разработка программ развития пищевой промышленности и государственная поддержка их реализации; Притяжение местных и иностранных инвестиций для реабилитации и развития отрасли; Внедрение достижений международного опыта в производстве и продаже продуктов пищевой промышленности; Комплектация отрасли квалифицированными кадрами и т.д.

ИОСИФ АРЧВАДЗЕдоктор экономики, полный
профессор Кутаисского университета

СТАРЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ – ВЫЗОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

(на примере стран с развитой рыночной экономикой)

С ростом численности населения Земли параллельно растет средняя продолжительность жизни людей которая возросла по сравнению с зарождением цивилизации в 3-4 раза. Указанное обстоятельство делает серьезный вызов системе пенсионного обеспечения – основному инструменту социального страхования и благосостояния пожилых людей.

Пенсионная система, созданная в период относительной демографической молодости населения в середине XX столетия, приходит во все большее противоречие с современными социально-экономическими последствиями демографического старения.

Особенно остро стоит данная проблема в Евросоюзе, где отмечается высокий уровень как жизненных стандартов, так и демографического старения населения.

Имеются несколько путей решения проблемы пенсионного обеспечения пожилых людей: дальнейшая оптимизация формирования пенсионных ресурсов (рост налогов и пенсионных отчислениях, сокращение размера пенсии и т.д.), рост пенсионного возраста.

Для решения проблем пенсионного обеспечения параллельно с оптимизации соответствующих схем, государства более широко прибегают к росту пенсионного порога страны, где наиболее ощутимо старение населения. К 20-30 годам XXI столетия в большинстве стран Европы пенсионный возраст фактически вернется к уровню начала XX века а в дальнейшем, к 2060 году, по прогнозам, далеко превзойдет его.

РЕВАЗ КАКУЛИЯ

д.э.н., полный профессор Кутаисского университета

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ В ГРУЗИИ

Для обеспечения оптимального составления и выполнения бюджета в условиях переходной экономики в стране проведены значительные мероприятия.

Составной частью бюджетного процесса в Грузии является бюджетное регулирование, которое представляет собой ничто иное, как частичное перераспределение финансовых ресурсов между бюджетами различных уровней. Переход от командно-административной системы управления экономикой на новые рыночные методы хозяйствования главным образом должен быть осуществлен посредством экономических, в основном финансовых рычагов, и в первую очередь через налоговую систему.

ЕЛЬГУДЖА КОНДЖАРИЯ

доктор экономики, Асоцийрованный профессор Кутаисского университета

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИИ, ИХ ВИДЫ И ЗНАЧИМОСТЬ

Особое значение для подъема и развития экономики Грузии имеет изучение происхождения инвестиционного рынка, развития путей и поиск направлений, изучение научно обоснованного механизма ресурсального обеспечения. Длительный и достаточно сложный процесс рыночной трансформации вызвал обязательность коренной перестройки в инвестиционной сфере. Поэтому вывод страны из глубокого экономического кризиса, макроэкономическое стимулирование и достижение экономического роста невозможно без обновления и развития инвестиционного потенциала. Как доходы населения и резкое сокращение сбережений, так и задержка формирования новой выгодной инвестиционной обстановки оказало отрицательное влияние на активизацию инвестиционной деятельности.

Исходя из этого, поиск источников финансирования, инвестирования и эффективное использование, представляется важнейшим приоритетом в решении возникшей в этой сфере острой экономической проблемы. В труде в системном плане обсужден широкий круг вопросов теоретического и практического характера, связанных с формированием и функционированием национального инвестиционного рынка.

ВАЖА ГУРАБАНИДЗЕдоктор экономики, асоцийрованный профессор Кутаисского университета
и Государственного Университета Акакия Церетели

ПРАКТИЧЕСКИЕ СЛАБОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В ГРУЗИНСКИХ КОМПАНИЯХ

Формирование и подбор организационной структуры предприятия представляет собой решение, входящее в сферу стратегического планирования. Подбор организационной структуры менеджмент, по взгляду американских специалистов, опирается на стратегию организации, хотя сам по себе не представляет стратегию. Такой подход впервые выдвинул Альфред Чандлер. Проанализировав состояние развития организационных структур в таких фирмах как «Дюпон», «Дженерал моторс» и «Сирс», он сформулировал свой известный принцип: «Стратегия определяет структуру», т.е. организационная структура должна быть такой, чтобы выполнить стратегию.

В статье приведены те недочёты, которые зачастую встречаются в организационных структурах грузинских компаний, и которые, по нашему мнению, более всего препятствуют в достижении поставленных ими целей и осуществлении разработанных стратегий.

Организационная структура предоставляет возможность, чтобы каждый работник осознал своё место в компании и получил материальный и моральный стимул от внесенного им вклада в деятельность компании. К тому же, подобная структура является прямым путём перехода от стратегического планирования у её реализации. Любая компания в мире осознает то, что достижение преимуществ в конкурентной борьбе зависит от трёх факторов: избранной стратегии, организационной структуры и от того, как функционирует данная структура.

МАИЯ АХВЕДИАНИ

доктор экономики, преподаватель Государственного университета Ак. Церетели

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Цель статьи – проанализировать мероприятия антикризисного маркетинга, планирование и реализация которых дает возможность избежать падение продаж товаров и обслуживания.

Финансовый кризис и ожидание новых опасностей, ставят на повестку дня необходимость проведения соответствующих превентивных мероприятий, оценки, объективного анализа поведения и стратегии отдельных стран, транснациональных компании и других субъектов.

В статье показаны и проанализированы следующие мероприятия антикризисного маркетинга: просмотр географических рынков и сегментов, анализ слабых и сильных сторон компании, признание кризиса, оценка опасности кризиса, выработка программы действия, выработка маркетингового микса, оценка эффективности антикризисных мероприятий. Минимальное понимание антикризисного маркетинга – изучение спроса потребителя и предложение товар и обслуживания с учетом глубины и масштабов кризиса.

В статье сделан вывод, что опасность кризиса для компании может быть более или менее опасным, а последствие – более или менее серьезным. Во всех случаях, цель антикризисного маркетинга – точно определить траекторию потребностей потребителей, на основе которых компании смогут создать прибыльный товар и обслуживание.

ХАТУНА ТОДУА

доктор экономики, асоцийрованный профессор Государственного Университета Акакия Церетели

ЗЕИНАБ АХАЛАДЗЕ

к.т.н., асоцийрованный профессор Государственного Университета Акакия Церетели

ОБЩИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Решающий фактор успеха в бизнесе+эффективное применение маркетинговых исследований. Успех фирмы в значительной степени зависит от того, насколько высококачественно было проведено маркетинговое исследование, насколько удачно были использованы его результаты. Конкурентная маркетинговая среда и постоянно растущая цена управленческих ошибок ставят важной задачей активное применение маркетинговых исследований

В ходе исследования изучен общие тенденции в мировой индустрии маркетинговых исследований, ареал их использования, а также типы исследований, предоставляемые компаниями маркетинговых исследований и возможности карьерного роста в сфере маркетинговых исследований.

Авторами были использованы соответствующие данные Ассоциации Маркетинга Америки, а также работы грузинских и зарубежных ученых.

На основе проведенной работы можно сделать следующие выводы: условиях информационной эры, неуклонно растет роль маркетинговых исследований, годовой оборот маркетинговых исследовательских организаций, потребность на маркетинговые исследования в Грузии; Сегодня в мире индустрия маркетинговых исследований неуклонно растет и целесообразно иметь специалистов по управлению изменений и по промышленной психологии.

ЭМЗАР ДЖУЛАКИДZEдоктор экономики, асоцийрованный профессор
Государственного Университета Акакия Церетели

ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФИРМЫ

Достижение успешного бизнеса невозможно без эффективного менеджмента, который предполагает как управление текущей хозяйственной деятельности, так и правильное видение менеджмента с будущих позиций фирмы. Формирование стратегических целей важнейший процесс эффективного менеджмента и это задача менеджеров всех уровней фирмы, так как цель определяет содержание процесса управления. Цель означает «желательный результат», а стратегия «процесс», который необходим для достижения цели. Стратегия фирмы это единство логических последовательно уложенных определенных шагов, которые должны принести успех фирме.

В определенных случаях, наилучшая стратегия и её хорошее выполнение все равно не дают гарантию успеха. Даже хорошо управляемые фирмы неожиданно сталкиваются с мешающими внешними факторами, прогнозирование которых заранее на этапе стратегического планирования было невозможно. Хотя какими причинами не было бы это вызвано, оно не снимает ответственности с менеджера. Можно заключить, что эффективный менеджмент предпринимательской фирмы есть только то, при котором результаты его хозяйственной деятельности будут успешными, несмотря на существование неучтенных и неожиданных факторов.

НАНА ЛУХУТАШВИЛИ

к.т.н., преподаватель Кутаисского университета

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СВАДЕБНЫХ ОБРЯДОВ В ГРУЗИИ

Брак-это важнейшая веха в жизни каждого человека. По-разному отмечают этот день в различных странах. На протяжении веков институт свадьбы стал для грузин становлением их национального самосознания и сохранения национальной культуры.

Свадебные обряды имеют богатую и содержательную историю. Ни одна общественная организация не претерпел столь длительных изменений, как ритуал свадебного обряда. Это потребовало больших умственных и нравственных усилий, чтобы донести до сегодняшнего дня достигнутое. Изучение обычаев свадебных обрядов, распространенных в Грузии вызывает большой интерес не только среди грузин, но и иностранных туристов.

В представленной статье частично отображены грузинские свадебные формы, которые явно связаны с географическими, социальными и религиозными факторами.

ГОДЕРДЗИ ШАНИДЗЕ
доктор бизнеса и управления,
ассоциированный профессор Кутаисского университета

РОЛЬ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В АДЖАРИИ

Развитие туристического бизнеса – одна из актуальнейших проблем в современных условиях. Туризм относится к числу передовых отраслей, вносящих большую долю в развитие экономики любой страны. В Аджарии, как с точки зрения природы, так и со стороны инфраструктуры, есть уникальные условия для развития почти всех видов туризма.

При исследовании, были использованы методы анализа и наблюдения. Исследование показало, что чем больше культурных мероприятий проводится в Аджарии, тем больше туристов приезжает. Для любителей искусства в течении всего года проводятся разного рода выставки. В Батумском драматическом театре ставятся спектакли. Огромное значение также имеют традиционно проводимые в г. Батуми кинофестивали. Туристов также привлекает и классическая музыка, фестивали джаз-музыки. В Аджарии уже давным-давно отмечаются такие общественные праздники, как “Шуамтоба”, “Тбелоба”, “Колхоба”, “Мачахлоба”, “Праздник труда”, “Праздник песни и танца”, в связи с чем проводится ряд мероприятий.

Таким образом, решение данных проблем можно сформировать следующим образом: с целью привлечения иностранных туристов в нашу страну, необходимо разнообразить культурные мероприятия и активно прорекламировать мероприятия, планированные в Аджарии.

МАНАНА ШАЛАМБЕРИДЗЕ
к.т.н., ассоциированный профессор Государственного Университета Акакия

ДАЛИ СИЛАГАДЗЕ
доктор управления бизнеса, ассоциированный
профессор Государственного Университета Акакия Церетели

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ

Работа посвящена необходимым факторам и условиям для функционирования фермерского хозяйства в Грузии, а также определена основные направления деятельности фермерского хозяйства.

Наша цель представляла изучить основные показатели сельского хозяйства, общий объем выпускаемой продукции в этом секторе, а также общая характеристика сельского хозяйства Имеретинского региона.

С этой целью, определили следующие задачи: экономическая обработка и анализ данных; классификация продуктов, которые производят в регионах Имерети; сделать соответствующие выводы и предложения.

Исследования подтвердили, что у фермеров многие проблемы, ограниченный доступ к кредитным ресурсам, проблемы реализации продуктов, недостаточная информации о рыночной ситуации и слабый менеджмент. На реальном этапе государство должно стимулировать функционирование фермерских хозяйств.

НАИРА ВИРСАЛАДЗЕдоктор экономики, асоцийрованный профессор Кутаисского университета
и Государственного Университета Акакия Церетели**ЦИЦИНО ДАВИТУЛИАНИ**доктор географий, асоцийрованный профессор
Кутаисского университета и Государственного Университета Акакия Церетели

ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ ГРУЗИИ

С целью энергетических исследований в статье было изучено энергетический баланс Грузии. Анализ показал, что при долгосрочном росте и развитии, грузинская электроэнергетическая система стала ликвидной сферой. В настоящее время в Грузии отсутствует дефицит электроэнергии, а электроэнергетическая система стало перспективным. Учитывая особенности грузинских рек, которые характеризуются сезонностью, при истощении минерально-сырьевых ресурсов, все более важным становится использования энергии ветра, солнца, геотермальных вод и других экологически чистых источников. Максимальное использование этих источников энергии будет способствовать решению многих социально-экономических и экологических проблем. Министерство энергетики успешно прошел подготовительный период и в настоящее время занимается реализацией отдельных инвестиционных проектов, которые будут привлекать иностранные инвестиции в данный сектор и создать новые рабочие места.

МЕРАБ БАРАТАШВИЛИ

к.т.н., асоцийрованный профессор Государственного Университета Акакия

ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПРО- ЦЕССЕ РАЗРУШЕНИЯ АСФАЛЬТОБЕТОННЫХ ПОКРЫТИЙ

В статье рассмотрены современные технологии восстановления асфальтобетонных покрытий и зависимость использования этих технологий от состояния дорожного полотна. Показаны возможности достижения экономического эффекта ремонта асфальтобетонных покрытий на основе снижения энергоемкости технологического процесса дорожного полотна. Приведены оптимальные решения, полученные на основе научного исследования, при соблюдении которых достигается максимальный экономический эффект