

სამართველო ქუთაისი 20-21 ოქტომბერი. 2012 წელი
Georgia Kutaisi October 20-21, 2012

ქუთაისის უნივერსიტეტი
სამართველო ანალგაზრდა აკონომისტთა
ასოციაცია

საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული
კონფერენცია

„აკონომიკის მდგრადი განვითარების
პრობლემათა: რეალობა და პერსპექტივები“



Kutaisi University
Association of Young Economists
of Georgia

International Scientific-Practical
Conference

“SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT
ISSUES: REALITIES AND OPPORTUNITIES”

ქუთაისის უნივერსიტეტი
საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია

საქართველო, ქუთაისი
2012 წლის 20-21 ოქტომბერი
საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია
“ეკონომიკის მდგრადი განვითარების პრობლემები: რეალობა და
პერსპექტივები“

Кутаисский Университет,
Ассоциация Молодых Экономистов Грузии

Грузия, г. Кутаиси
20-21 октября 2012 года

Международная научно-практическая конференция
«Проблемы устойчивого развития экономики: реальность и перспективы»

Kutaisi University,
Association of Young Economists of Georgia

Kutaisi, Georgia
October 20-21, 2012

International Scientific-Practical Conference
“Sustainable Economic Development Issues: Realities and Opportunities”

კონფერენციის საორგანიზაციო კომიტეტი
Conference Organizing Committee
Организацционный комитет конференции

ლელა ქელბაკიანი ქუთაისის უნივერსიტეტის რექტორი, პროფესორი (საორგანიზაციო კომიტეტის თავმჯდომარე);

Lela Kelbakiani Rector of Kutaisi University, Professor (Organizing Committee Chair)

ლელა კელბაკიანი Ректор Кутаисского Университета, Профессор (Председатель оргкомитета);

ნინო ხაზარაძე ქუთაისის უნივერსიტეტის რექტორის მოადგილე, ასოც. პროფესორი

Nino Khazaradze Deputy Rector of Kutaisi University, Associate Professor

ნინო ხაზარაძე Заместитель ректора Кутаисского Университета. Ассоциированный профессор;

ნიკო ჩიხლაძე ქუთაისის უნივერსიტეტის სამეცნიერო-ანალიტიკური ცენტრის ხელმძღვანელი (კოორდინატორი);

Niko Chikhladze Head of the Scientific and Analytical Center of Kutaisi University (Coordinator);

ნიკო ჩიხლაძე Руководитель Научно-аналитического центра Кутаисского Университета (координатор)

მირზა ხიდაშელი ქუთაისის უნივერსიტეტის დოქტორანტი;

Mirza Khidasheli Doctoral candidate at Kutaisi University

მირზა ხიდაშელი Докторант Кутаисского Университета

რევაზ კაკულია ქუთაისის უნივერსიტეტის სრული პროფესორი;

Revaz Kakulia Full Professor of Kutaisi University

მირზა ხიდაშელი Докторант Кутаисского Университета

როსტომ ბერიძე შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ტურიზმის ფაკულტეტის დეკანი, სრული პროფესორი

Rostom Beridze Dean of the Faculty of Tourism at the Shota Rustaveli State University, Full Professor

როსტომ ბერიძე Декан факультета туризма Государственного Университета им. Шота Руставели. Полный профессор

აკაკი ბაკურაძე აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, სამართლის და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის დეკანი, ასოც. პროფესორი

Akaki Bakuradze Dean of the Faculty of Business, law and Social Sciences at the Akaki Tsereteli State University, Associate Professor

აკაკი ბაკურაძე Декан факультета права и социальных наук Государственного Университета им. А. Церетели. Ассоциированный профессор

თინათინ მეფარიშვილი ქუთაისის უნივერსიტეტის სამეცნიერო-ანალიტიკური ცენტრის ოფისის მენეჯერი;

Tinatin Meparishvili Office Manager of the Scientific and Analytical Center of Kutaisi University

თინათინ მეფარიშვილი Офис-менеджер Научно-аналитического центра Кутаисского Университета

ელგუჯა დეისაძე ქუთაისის უნივერსიტეტის სამეცნიერო-ანალიტიკური ცენტრის საერთაშორისო კვლევების სპეციალისტი

Elguja Deisadze International Research Officer of the Scientific and Analytical Center of Kutaisi University

Элгуджа Деисадзе Специалист по международным исследованиям Научно-аналитического центра Кутаисского Университета

კონფერენციის შრომების კრებულის სარედაქციო კოლეგია

Conference Proceedings Editorial Board

Редакционная коллегия сборника трудов конференции:

იაკობ მესხია ე.მ.დ., თბილისის ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სრული პროფესორი, ქუთაისის უნივერსიტეტის სამეცნიერო-ანალიტიკური ცენტრის მრჩეველი (სარედაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე, საქართველო);

Jacob Meskhia Doctor of Economics, Full Professor of the Tbilisi I.Javakhishvili State University, Advisor of the Scientific and Analytical Center of Kutaisi University (Editorial Board Chairman, Georgia)

Яков Месхиа Доктор экономических наук, Полный профессор Тбилисского Государственного Университета им. И. Джавахишвили. Консультант Научно-аналитического центра Кутаисского Университета (Председатель редакционной коллегии, Грузия)

ევგენი ბარათაშვილი საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორი, ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი (საქართველო)

Evgeni Baratashvili Full Professor of the Tbilisi I.Javakhishvili State University, Head of the Department of business Management at the Faculty of Business Engineering (Georgia)

Евгений Бараташвили Полный профессор Грузинского Государственного Технического Университета, руководитель департамента экономики и управления бизнесом факультета бизнес-инжиниринга (Грузия)

ტიმო ლინკოლა ფილოსოფიის დოქტორი, ლოკალური და რეგიონული განვითარების ჰელსინკის საკონსულტაციო ჯგუფის მთავარი კონსულტანტი (ფინეთი)

Timo Linkola PhD, General Counsel of Local and Regional Development Helsinki Counseling Group (Finland)

Тимо Линкола Доктор философии, Главный консультант Хельсинкской консалтинговой группы локального и регионального развития (Финляндия)

გიორგი გავთაძე აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორი, სრული პროფესორი (საქართველო);

George Gavatadze Rector of the Akaki Tsereteli State University, Full Professor (Georgia)

გიორგი გავთაძე Ректор Государственного Университета им. А. Церетели, Полный профессор (Грузия)

ნიკოლაი კაბუშკინი ბელორუსის სახელმწიფო ეკონომიკური უნივერსიტეტის ტურიზმის უმაღლესი სკოლის დეკანი, ე.მ.დ., პროფესორი (ბელორუსი)

Nikolai Kabushkin Dean of Higher School of Tourism at the Belarus State Economic University, Doctor of Economics, Professor (Belarus)

Николай Кабушкин Декан Высшей школы туризма, Белорусского Государственного Экономического Университета. Доктор экономических наук, профессор (Беларусь)

კახა გაბელაშვილი ქუთაისის უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის ფაკულტეტის დეკანი, ასოც. პროფესორი (საქართველო);

	Kakha Gabelashvili	Dean of the Faculty of Economics and Business Management at Kutaisi University, Associate Professor (Georgia)
	Каха Габелашвили	Декан факультета экономики и управления бизнесом Кутаисского Университета. Ассоциированный профессор (Грузия)
	მარინა მეტრეველი	საქართველოს პარლამენტის დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის წამყვანი სპეციალისტი, ასოც. პროფესორი (საქართველო);
	Marina Metreveli	Leading Specialist in Economic Sector and Economic Policy at Parliament of Georgia, Associate Professor (Georgia)
	Марина Метревели	Ведущий специалист отраслевой экономики и экономической политики при парламенте Грузии. Ассоциированный профессор (Грузия)
	პაატა კოღუაშვილი	ე.მ.დ., საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორი (საქართველო)
	Paata Koguashvili	Full Professor of Georgian Technical University (Georgia)
	Паата Когуашвили	Полный профессор Грузинского Технического Университета (Грузия)
	დავით შამაევი	ქუთაისის უნივერსიტეტის დოქტორანტი (საქართველო);
	David Shamaevi	Doctoral candidate at Kutaisi University (Georgia)
	Давид Шамаев	Докторант Кутаисского Университета
	ლევან ჩიხლაძე	იურიდიულ მეცნიერებათა კანდიდატი, დოქტორანტი, რუსეთის ხალხთა მეგობრობის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოცენტი (რუსეთი);
	Levan Chikhladze	Candidate jurist, doctoral candidate, associate professor at the Peoples' Friendship University of Russia (Russia)
	Леван Чихладзе	Кандидат юридических наук, докторант, доцент кафедры конституционного и муниципального права Российского университета дружбы народов (Россия)
	ნიკო ჩიხლაძე	ქუთაისის უნივერსიტეტის სრული პროფესორი (საქართველო);
	Niko Chikhladze	Full Professor of Kutaisi University (Georgia)
	Нико Чихладзе	Полный профессор Кутаисского Университета (Грузия)
	გოჩა თუთბერიძე	ქუთაისის უნივერსიტეტის სრული პროფესორი (საქართველო);
	Gocha Tutberidze	Full Professor of Kutaisi University (Georgia)
	Гоча Тутберидзе	Полный профессор Кутаисского Университета (Грузия)
	მუხიტ სიდიკნაზაროვი	ევრაზიის გუმილევის სახელობის ეროვნული უნივერსიტეტი დოცენტი, Ph.D. (ყაზახეთი)
	Mukhit Sidiknazarov	Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan)
	Мухит Сыдыкназаров	Доцент Евразийского национального университета им. Гумилева, PhD (Казахстан)
	ვიტალი რაზუმნი	დონეცკის ტურისტული ბიზნესის ინსტიტუტის პრორექტორი (უკრაინა)
	Vitaly Razumnyi	Pro-rector of Donets Institute of Travel Business (Ukraine)
	Виталий Разумный	Проректор Донецкого института туристического бизнеса (Украина)

№	ორგანიზაციები/Institution/Организация	ქალაქი City Город	ქვეყანა Country Страна	ვებ-გვერდი Web-Side Веб-страница
1.	ქუთაისის უნივერსიტეტი Kutaisi University Кутаисский Университет	ქუთაისი Kutaisi Кутаиси	საქართველო Georgia Грузия	www.unik.edu.ge
2.	პრიაზოვეთის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტი Pryazovskyi State Technical University Приазовский государственный технический университет	მარიუპოლი Mariupol Мариуполь	უკრაინა Ukraine Украина	www.pstu.edu
3.	აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი Akaki Tsereteli State University Государственный университет Акакия Церетели	ქუთაისი Kutaisi Кутаиси	საქართველო Georgia Грузия	www.atsu.edu.ge
4.	უკრაინის მეცნიერებათა აკადემიის მრეწველობის ეკონომიკის ინსტიტუტი Institute of Industry Economy of The National Academy of Sciences of Ukraine Институт экономики промышленности НАН Украины	დონეცკი Donetsk Донецк	უკრაინა Ukraine Украина	www.iep.donetsk.ua
5.	საქართველოს სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტი Georgian State Technical University Государственный технический университет Грузии	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.gtu.ge
6.	თბილისის ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი I. Javakhishvili Tbilisi State University Тбилисский государственный университет им. Ив. Джавахишвили	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.isu.edu.ge
7.	საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო Ministry of Regional Development and Infrastructure of Georgia Министерство регионального развития и инфраструктуры Грузии	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.mrdi.gov.ge
8.	საქართველოს პარლამენტი Parliament of Georgia Парламент Грузии	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.parliament.ge
9.	ა. ვოლოშინის სახელობის კარპატების უნივერსიტეტი Carpathian university of Augustine Voloshyn Карпатский университет им. А. Волошина	უჟგოროდი Uzhgorod Ужгород	უკრაინა Ukraine Украина	www.kau.com.ua
10.	სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი Sokhumi State University Сухумский государственный университет	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.sou.edu.ge
11.	დონეცკის ტურისტული ბიზნესის ინსტიტუტი Donetsk Institute of Tourist Business Донецкий институт туристического бизнеса	დონეცკი Donetsk Донецк	უკრაინა Ukraine Украина	www.ditb.donbass.com

12.	ტრანსპორტის ნაციონალური უნივერსიტეტი National Transport University. Национальный транспортный университет	კიევი Киев Kiev	უკრაინა Ukraine Украина	www.ntu.edu.ua
13.	გურამ თავართქილაძის უნივერსიტეტი Guram Tavartkiladze University Университет Гурама Таварткиладзе	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.gtu.edu.ge
14.	რუსეთის ხალხთა მეგობრობის უნივერსიტეტი Российский университет дружбы народов Peoples' Friendship University of Russia	მოსკოვი Moscow Москва	რუსეთი Russia Россия	www.rudn.ru
15.	მოსკოვის ს. ვიტეს სახელობის უნივერსიტეტი S. Vitte Moscow University Московский университет им. С.Ю. Витте	მოსკოვი Moscow Москва	რუსეთი Russia Россия	www.muiv.ru
16.	საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია Association of Young Economists of Georgia Ассоциация молодых экономистов Грузии	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.economists.ge
17.	უკრაინის ნაციონალური ტექნიკური უნივერსიტეტი National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" Украинский Национальный Технический Университет (НТУУ «КПИ»)	კიევი Киев Kiev	უკრაინა Ukraine Украина	www.ru.kpi.ua
18.	საქართველოს საპატრიარქოს წმ. ანდრია პირველწოდებულის საქართველოს უნივერსიტეტი ST Andrew's university of Georgia Университет им. Св. Андрии Первозванного Патриархата Грузии	თბილისი Tbilisi Тбилиси	საქართველო Georgia Грузия	www.sangu.ge

სარჩევი

1	არჩვაძე იოსებ	საქართველოში დასაქმებულთა საშუალო ხელფასის გაანგარიშებისა და საერთაშორისო შედარებადობის ზოგიერთი ასპექტის შესახებ	15
	Archvadze Joseph	SOME ASPECTS OF THE CALCULATION OF GEORGIAN EMPLOYEES' AVERAGE WAGE AND POSSIBILITIES OF ITS COMPARISON WITH INTERNATIONAL STANDARDS	
	Арчвадзе Иосиф	О некоторых аспектах расчета средней заработной платы в Грузии и возможности ее сравнения с международными стандартами	
2	ახვლედიანი ნონა	ეკონომიკის მდგრადი განვითარებისა და უსაფრთხოების ინდიკატორები ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ამაღლებაში	20
	Akhvlediani Nona	SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT AND SECURITY INDICATORS IN THE IMPROVEMENT OF COUNTRY'S SOCIO-ECONOMIC SITUATION	
	Ахвледiani Нонна	Индикаторы безопасности и устойчивого развития экономики в повышении социально-экономического положения страны	
3	ბაბუნაშვილი ეკატერინე	საბანკო რისკების მართვის თავისებურებები	23
	Babunashvili Ekaterine	BANK RISKS MANAGEMENT PECULIARITIES	
	Бабунашвили Екатерина	Особенности управления банковских рисков	
4	ბალანჩივაძე იაგორ	მისიის ფორმირება ორგანიზაციისათვის	26
	Balanchivadze Iagor	FORMATION OF THE MISSION OF THE ORGANIZATION	
	Баланчивадзе Ягор	Формирование миссии для организации	
5	ბერიძე ლამარა	ტერიტორიული დაგეგმვის სრულყოფის საკითხები	30
	Beridze Lamara	ISSUES ON SPATIAL PLANNING IMPROVEMENT	
	Беридзе Ламара	Вопросы совершенствования территориального планирования	
6	გაბელაშვილი კახაბერ	საჯარო ფინანსების მართვის რეფორმირების ძირითადი მიმართულებები	32
	Gabelashvili Kakhaber	THE MAIN DIRECTIONS OF REFORMING PUBLIC FINANCIAL MANAGEMENT	
	Габелашвили Кахабер	Основные направления реформирования в управлении публичных финансов	
7	გამსახურდია თამაზ, ფესტვენიდე თემურ	ეფექტური მენეჯმენტის გადამწყვეტი როლი ქვეყნის აღმშენებლობაში	36
	Gamsakhurdia Tamaz, Pestvenidze Temur	A DECISIVE ROLE OF EFFECTIVE MANAGEMENT IN THE PROCESS OF COUNTRY DEVELOPMENT	
	Гамсахурдия Тамаз, Пественидзе Темур	Решающий роль эффективного менеджмента в развитии страны	
8	გურაბანიძე ვაჟა	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფია, კონცეფცია და სტრატეგია	41

	Gurabanidze Vazha	PHILOSOPHY, CONCEPTION AND STRATEGY OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT	
	Гурабанидзе Важа	Философия, концепция и стратегия менеджмента человеческих ресурсов	
9	გველესიანი ელისო	თანამედროვე ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების რამდენიმე მიმართულება	44
	Gvelesiani Eliso	ABOUT SOME DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY	
	Гвелესიანი Елисо	Некоторые направления развития современной туристической индустрии	
10	დერევიანკო თამარ, დანილოვა ტატანა	კონფლიქტების შეფასება ტურიზმის სფეროს საწარმოთა პერსონალის მართვაში	49
	Деревянко Тамара, Татьяна Данилова	Оценка конфликтов в управлении персоналом предприятий туризма	
	Derevyanko Tamara, Danilova Tatiana	CONFLICT ASSESSMENT IN PERSONNEL MANAGEMENT IN TOURISM SECTOR	
11	ეჟევსკი დიმიტრი	დსთ წევრ-სახელმწიფოთა მუნიციპალური წარმონაქმნების საფინანსო-ეკონომიკური უზრუნველყოფის პრობლემები	54
	Ежевский Дмитрий	Проблемы финансово-экономической обеспеченности муниципальных образований государств-участников СНГ	
	Dmitriy Ezhevsky	PROBLEMS OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF MUNICIPAL FORMATIONS OF THE CIS	
12	ვალისვილი თეა, ვაშაკიძე ნათელა	საბავშვო მარკეტინგის და რეკლამის ზოგიერთი ასპექტი	57
	Valishvili Tea, Vashakidze Natela	Some aspects of marketing and advertisement targeting on children	
	Валишвили Теа, Вашакидзе Натела	Некоторые аспекты детского маркетинга и рекламы	
13	ვირსალაძე ნაირა	დემოგრაფიული ვითარების ეკონომიკური ასპექტები და პენსიით უზრუნველყოფილი სიბერე საქართველოში	61
	Virsaladze Naira	ECONOMIC ASPECTS OF THE DEMOGRAPHIC SITUATION AND PENSION GUARANTEED OLD AGE IN GEORGIA	
	Вирсаладзе Наира	Экономические аспекты демографической ситуации и пенсионная обеспеченность старости в Грузии	
14	თავართქილაძე ამირან	საქართველოსა და ამერიკის შეერთებულ შტატებს შორის თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულების რეალობა და მოსალოდნელი შედეგები	66
	Tavartkiladze Amiran	ACTUALITY OF FREE TRADE AGREEMENT BETWEEN GEORGIA AND THE UNITED STATES OF AMERICA AND ITS ANTICIPATED FEEDBACK	
	Таварткиладзе Амиран	Реальность и ожидаемые результаты договора о свободной торговле между США и Грузией	

15	თოდუა ნუგზარ, ვალიშვილი თეა	თანამედროვე მომხმარებლის თავისებურებანი	70
	Todua Nugzar, Valishvili Tea	SOME CHARACTERISTICS OF MODERN CONSUMER	
	Тодуа Нугзар, Валишвили Теа	Особенности современного потребителя	
16	თუთბერიძე გოჩა	ქართული ფინანსური ანგარიშგების ხარისხობრივი მახასიათებლები	74
	Tutberidze Gocha	QUALITY CHARACTERISTICS OF GEORGIAN FINANCIAL STATEMENTS	
	Тутберидзе Гоча	Качественные характеризующие грузинской финансовой отчетности	
17	იონანიძე ანჟელა	ჰიდროენერგეტიკაში განხორციელებადი საინვესტიციო პროექტების განხილვა	78
	Ionanidze Anzhela	DISCUSSION OF REALABLE INVESTABLE PROJECTS IN HYDRO ENERGY	
	Ионанидзе Анжелла	Анализ реализованных инвестиционных проектов в гидроэнергетике	
18	კაკულია რევაზ	ფინანსურ ურთიერთობათა პრობლემები საქართველოში	82
	Revaz Kakulia	PROBLEMS OF FINANCIAL AFFAIRS IN GEORGIA	
	Реваз Какулия	Проблемы финансовых отношений в Грузии	
19	კვარაცხელია ნიკო, ჯერენაშვილი ნინო	საქართველოს მთა, როგორც ტურისტული პროდუქტის მნიშვნელოვანი შემადგენელი	85
	Kvaratskhelia Niko, Jerenashvili Nino	GEORGIAN MOUNTAIN AS A MAJOR OBJECT OF TOURIST PRODUCT	
	Кварацхелия Нико, Джеренашвили Нино	Грузинские горы, как важная составляющая туристического продукта	
20	კლდიაშვილი პაატა, მაგლაკელიძე დეზდემონა	ბუღალტრული აღრიცხვისა და აუდიტის სფეროს რეგულირების რამდენიმე აქტუალური საკითხი	90
	Kldiashvili Paata, Maglakelidze Dezdemona	ABOUT SEVERAL TOPICAL ISSUES FOR REGULATION OF ACCOUNTING AND AUDITING SPHERE	
	Клдиашвили Паата, Маглакелидзе Дездемона	Некоторые актуальные вопросы регулирования сферы бухгалтерского учета и аудита	
21	კოზაკი ლუდმილა, ბაკულიჩი ელენა, ზიუზინა ვალენტინა, ფედორუკი ოლესია	საწარმოთა გაკოტრების ალბათობის დიაგნოსტიკის თეორიულ- მეთოდოლოგიური ასპექტები რამკაფიო კოგნიტური მოდელების გამოყენებით	94
	Козак Людмила, Бакулич Елена, Зюзина Валентина, Федорук Олеся	Теоретико-методологические аспекты диагностики вероятности банкротства предприятий с применением нечётких когнитивных моделей	

	Kozak Liudmila, Bakulich Elena, Ziuzina Valentina, Fedoruk Olesia	THEORETICAL FOUNDATIONS AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO COGNITIVE DIAGNOSTICS OF PROBABILITY OF SEMISTRUCTURED ECONOMIC SYSTEMS' BANKRUPTCY ON THE BASIS OF USE OF FUZZY COGNITIVE MODEL	
22	კონჯარია ელგუჯა Konjaria Elguja	ბუღალტრული ბალანსის სტრუქტურული შესწავლა Structural study of the balance sheet	104
	Конджария Элгуджа	Структурное изучение бухгалтерского баланса	
23	კორნევა დარია Корнева Дарья	ტურისტული ინფრასტრუქტურა: ძირითადი ელემენტები, დონეები და ფუნქციები Туристическая инфраструктура: основные элементы, уровни и функции	109
	KornevaDarya	TOURIST INFRASTRUCTURE: BASIC ELEMENTS, LEVELS AND FUNCTIONS	
24	კორძაძე თეა, ბიდიუკი პეტრე Kordzadze Tea, Bidiuk Piotr	პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მოდელი THE MODEL OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT	113
	Кордзაძე Теа, Бидюк Пётр	Модель прямой иностранной инвестиции	
25	კოღუაშვილი პაატა Koguashvili Paata	ქართული სოფლის გადარჩენა ჯერ კიდევ შეგვიძლია WE CAN STILL SAVE GEORGIAN VILLAGE	115
	Когуашвили Паата	Мы пока еще можем спасти грузинскую деревню	
26	კუზმენკო ალექსანდრა Кузьменко Александра	ინოვაციური საქმიანობა ტურიზმში, როგორც ეკონომიკის მდგრადი განვითარების ფაქტორი Инновационная деятельность в туризме как фактор устойчивого развития экономики	120
	Kuzmenko Alexandra	INNOVATIVE ACTIVITIES IN TOURISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT	
27	კუპრაშვილი თენგიზ Kuprasvili Tengiz	ინტერნეტი, როგორც მარკეტინგის ერთ-ერთი ინსტრუმენტი INTERNET, ONE OF THE MARKETING TOOLS	125
	Купрашвили Тенгиз	Интернет, как один из инструментов маркетинга	
28	ლექვინაძე სერგო Lekvinadze Sergo	რეგიონებში კლასტერების ფორმირების საკითხისათვის FOR AN ISSUE OF CLUSTERS' FORMATION IN REGIONS	130
	Леквинадзе Серго	К вопросу формирования кластеров в регионах	
29	ლუხუტაშვილი ნანა Lukhutashvili Nana	დროის მართვა TIME MANAGEMENT	134

	ლუხუთაშვილი ნანა	Тайм-менеджмент	
30	მარგველაშვილი ირაკლი	რისკის კვლევის ფსიქოლოგიური ასპექტები	137
	Margvelashvili Irakli	PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF RISK INVESTIGATION	
	Маргвелашвили Ираклий	Психологические аспекты исследования риска	
31	მეტრეველი მარინა	მომსახურების ხარისხის მართვა ტუროპერირებაში	141
	Metreveli Marina	SERVICE QUALITY MANAGEMENT IN TOUR OPERATION	
	Метревели Марина	Управление качества обслуживания в тулоперировании	
32	მუშკუდიანი ზურაბ	დაცული არეების ფინანსირება და ტურიზმი	146
	Mushkudiani Zurab	PROTECTED AREA FINANCING AND TOURISM	
	Мушкудиани Зураб	Финансирование и туризм защищенных ареалов	
33	ოლენიჩევა იულია	სასტუმროთა ჯაჭვის განვითარება ევროპასა და უკრაინაში	149
	Olenicheva Yulia	THE DEVELOPMENT OF HOTEL CHAINS IN EUROPE AND UKRAINE	
	Оленичева Юлия	Оленичева Юлия – Развитие гостиничных цепей в Европе и Украине	
34	პრიმაკი ტატიანა	ტურიზმის მენეჯერთა საინფორმაციო მომზადების ძირითადი მიმართულებები	154
	Tatiana Prymak	BASIC GUIDELINES OF INFORMATION TRAINING MANAGERS FOR TOURIST INDUSTRY	
	Примак Татьяна	Основные направления информационной подготовки менеджеров туристической отрасли	
35	უფლისაშვილი გურამ	ფიქსირებული დაბეგვრის რეჟიმი საქართველოში	158
	Uplisashvili Guram	Fixed Tax Regime in Georgia	
	Уплисашвили Гурам	Режим фиксированного налогообложения в Грузии	
36	ქვარაია ირაკლი	სატენდერო შესყიდვებით განხორციელებული სამშენებლო სამუშაოების ხარისხის უზრუნველყოფის პრობლემები	162
	Kvaraia Irakli	QUALITY ASSURANCE PROBLEMS OF CIVIL WORKS THROUGH THE IMPLEMENTED TENDER PROCUREMENT WAY	
	Квараия Ираклий	Проблемы обеспечения качества строительных работ реализованных тендерными закупками	
37	ქვარაია ირაკლი, ქუთათელაძე კეთევან	მენეჯმენტის გუმჯობესების გზები მშენებლობაში ცალკეული ტექნოლოგიური პროცესების ოპტიმიზაციის საშუალებით	164
	Kvaraia Irakli, Kutateladze Ketevan	MANAGEMENT IN THE CONSTRUCTION OF ROADS THROUGH THE OPTIMIZATION OF TECHNOLOGICAL PROCESSES	
	Квараия Ираклий, Кутателадзе Кетеван	Пути улучшения менеджмента в строительстве с помощью оптимизации отдельных технологических процессов	

38	ყიფიანი მავლინა	ქართული სოფლის ეკო და აგროტურიზმის მაღალი პოტენციალი	168
	Kipiani Mavlina	HIGH POTENTIAL OF GEORGIAN VILLAGE ECO AND AGRITOURISM	
	Кипиани Мавлина	Высокий потенциал эко- и агротуризма грузинской деревни	
39	შავიანიძე დავით	საქართველოს ისტორიული კუთხეების ტურისტული პროდუქტი და განვითარების შესაძლებლობები (ოკრიბის მაგალითზე)	171
	Shavianidze David	TOURISM PRODUCT OF THE HISTORICAL REGIONS OF GEORGIA AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES (OKRIBA EXAMPLE)	
	Шавиანიძე Давიდ	Туристический продукт и возможности развития исторических уголков Грузии (на примере Окриба)	
40	შალამბერიძე მანანა	ფერმერული მეურნეობები და მათი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში	175
	Shalamberidze Manana	FARMS AND THEIR DEVELOPMENT PROSPECTS IN GEORGIA	
	Шаламბერიძე Манана	Фермерные хозяйства и их перспективы развития в Грузии	
41	შალამბერიძე ხათუნა	დაკრედიტების პროცესის რეგულირების ზოგიერთი საკითხი საქართველოში	178
	Shalamberidze Khatuna	SOME OF THE LENDING PROCESS AND REGULATORY ISSUES IN GEORGIA	
	Шаламბერიძე Хатуна	Некоторые вопросы регулирования процесса кредитования в Грузии	
42	შანიძე გოდერძი	უცხოური ინვესტიციების როლი ბიზნესის განვითარებაში	181
	Shanidze Goderdzi	THE ROLE OF FOREIGN INVESTMENTS IN BUSINESS DEVELOPMENT	
	Шаниძე Годердзи	Роль иностранных инвестиции в развитии бизнеса	
43	ჩიხლაძე ლევან	რუსეთის ფედერაციის ადგილობრივი ბიუჯეტები: მდგომარეობა და განვითარების პერსპექტივები	184
	Чихладзе Левან	Местные бюджеты в Российской Федерации: состояние и перспективы развития	
	Chikhladze Levan	Local Budgets in Russian Federation: Current State and Development Prospects	
44	ცაგარეიშვილი ლაშა	ფრენშიაინგული ურთიერთობები ქართულ რეალობაში და მისი უპირატესობა	188
	Tsagareishvili Lasha	FRANCHISING RELATIONS IN GEORGIAN REALITY AND ITS ADVANTAGES	
	Цагарეიშვილი ლაშა	Френшаинговые отношения в грузинской реальности и его преимущества	
45	ცაგარეიშვილი პაატა	ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების სტიმულირების ფორმები და მეთოდები	193
	Tsagareishvili Paata	FORMS AND METHODS OF STIMULATING OF EXPORT-ORIENTED PRODUCTION	

	Цаგареიშვილი ლაატა	Формы и методы стимулирования экспортно-ориентированных производств	
46	ძოწენიძე ციცინო, გუგეშაშვილი თინათინი Dzotsenidze Tsitsino, Gugeshashvili Tinatin Дзоценидзе Цицино, Гугешашვილი Тинатин	ფინანსური ბაზრები და ახალი პოლიტიკური რეალობა FINANCIAL MARKETS AND THE NEW POLITICAL REALITY Финансовые рынки и новая политическая реальность	197
47	ხასაია იზოლდა, ჭუმბურიძე მანანა Khasaia Izolda, Manana Chumburidze Хасаия Изольда, Чумбуридзе Манана	ტურისტული ინტერნეტ-პროექტები და მათი განვითარების პერსპექტივები TOURISM INTERNET - PROJECTS AND THEIR DEVELOPMENT PROSPECTS Туристические интернет-проекты и перспективы их развития	201
48	ხასაია იზოლდა, ტყეშელაშვილი მარინა Khasaia Izolda, Tkeshelashvili Maryna Хасаия Изольда, Ткешелашვილი Марина	ტურისტული მომსახურების სპეციფიკა და მისი შეფასების მეთოდი Tourism Services Peculiarities and Assessment Methods Специфика туристического обслуживания и метод её оценки	205
49	ხიდაშელი მირზა Khidasheli Mirza Хидашели Мирза	თანამედროვე კრიზისის საერთო და სპეციფიკური თავისებურებები GENERAL AND SPECIAL IN MODERN CREDIT CRISIS Общие и специфические особенности современного кризиса	208
50	ხმალაძე კონსტანტინე Khmaladze Konstantine Хмаладзе Константин	რეგიონული განვითარების მეთოდოლოგიური უზრუნველყოფის ასპექტები METHODODOLOGICAL ASPECTS FOR ENSURING REGIONAL DEVELOPMENT Аспекты методологического обеспечения регионального развития	212
51	ხუბუნაია შორენა Khubunaia Shorena Хубунаия Шорена	სასურსათო ბაზრის ადგილობრივი წარმოების პროდუქციით გაჯერების შესაძლებლობათა ანალიზი ANALYSIS OF SATURATION POSSIBILITIES OF FOOD MARKET WITH THE LOCAL PRODUCTION FOODS Анализ возможностей насыщения продовольственного рынка продуктами местного производства	217
52	ჰაიდანკა ევგენი Гайданка Евгений Haydanka Yewheniy	პოსტკომუნისტურ პერიოდში ეკონომიკურ ურთიერთობათა ტრანსფორმაცია, როგორც დემოკრატიის კონსოლიდაციის ტაპი (პოლონეთის, უნგრეთის და სლოვაკეთის მაგალითზე) Трансформация системы экономических отношений в посткоммунистический период как этап консолидации демократии (на примере Польши, Венгрии и Словакии) TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF ECONOMIC RELATIONS IN POST- COMMUNIST PERIOD AS A PHASE OF CONSOLIDATION OF DEMOCRACY (BY EXAMPLE OF POLAND, HUNGARY AND SLOVAKIA)	221

იოსებ არჩვაძე

ეკონომიკის დოქტორი, სრული პროფესორი.
ქუთაისის უნივერსიტეტი

საქართველოში დასაქმებულთა საშუალო ხელფასის გაანგარიშებისა და საერთაშორისო შედარებადობის ზოგიერთი ასპექტის შესახებ

ბოლო წლებში ხელფასი საქართველოში თანდათანობით იზრუნებს თავის ეკონომიკურ და სოციალურ ფუნქციას. 2000 წელთან შედარებით 2011 წლისთვის საშუალო ხელფასის სიდიდე საქართველოში გაიზარდა 9.5-ჯერ (72.3 ლარიდან 690 ლარამდე), მათ შორის დოლარულ განზომილებაში – 11.2-ჯერ (36.6 დოლარიდან 409.3 დოლარამდე). ამჟამად პოსტსაბჭოთა სივრცეში (ბალტიის ქვეყნების გარდა) საშუალო ხელფასის სიდიდის მიხედვით საქართველო მეოთხე ადგილზეა რუსეთის, ყაზახეთისა და აზერბაიჯანის შემდეგ. გაიზარდა მთლიანი შიდა პროდუქტის ხელფასოტევადობაც, – 1996 წელს მისი სიდიდე მშპ-ის მხოლოდ 6 პროცენტის ტოლი იყო, 2000 წელს მან 9.9 პროცენტს მიაღწია, 2003 წელს – 10.9 პროცენტს, 2009 წელს – 19.3 პროცენტს, ხოლო 2011 წელს – 22 პროცენტს. საგრძნობლად გაიზარდა ხელფასის როლი შინამეურნეობათა შემოსავლებშიც, რითაც ის ფაქტორივად თანდათანობით იზრუნებს 1990-იანი წლების დასაწყისში დაკარგულ თავის ეკონომიკურ და სოციალურ ფუნქციას. – ამჟამად ხელფასის წილი შინამეურნეობათა ფულად შემოსავლებში 1990-იანი წლების შუა ხანების დონეს 2.3-ჯერ აღემატება და 42 პროცენტს აღწევს. ამასთან ერთად, ხელფასის წილი ჯერაც არსებითად ჩამორჩება პიკურ, 1980-იანი წლების დონეს (1988 წ. – 72%).

ამასთან, **ბოლო წლებში საშუალო ხელფასის ზრდას არ მოყოლია ხელფასის მიმღებთა რაოდენობის რამდენადმე მნიშვნელოვანი ზრდა** – 2003 წელთან შედარებით 2011 წლის ბოლოსათვის დაქირავებულითა რაოდენობა მხოლოდ 2.1 პროცენტით გაიზარდა, ხოლო მოსახლეობის თანაბარ ოდენობაზე ზრდის ნაცვლად, უმნიშვნელო შემცირებასაც კი ჰქონდა ადგილი (0.5 პროცენტული პუნქტით). **მოსახლეობის თანაბარ რაოდენობაზე საქართველოში ამჟამად 3-ჯერ ნაკლები ადამიანია დაქირავებით დასაქმებული, ვიდრე აშშ-ში¹.** აღნიშნული ფაქტორის გამო მშპ-ის ხელფასოტევადობა, მიუხედავად ზრდისა, ჯერაც მნიშვნელოვნად ჩამორჩება განვითარებული ქვეყნების შესაბამის ინდიკატორებს. – ამჟამად მშპ-ის **ხელფასოტევადობით საქართველო ვეროგაერთიანებას 1.8-ჯერ ჩამორჩება** (შესაბამისად, 22% და 39 პროცენტი), ხოლო ამ გაერთიანების წევრი ქვეყნებიდან ყველაზე მაღალი და დაბალი მაჩვენებლების მქონე ქვეყნებს (დანია, საბერძნეთი), შესაბამისად – 2.3-ჯერ და 1.3-ჯერ.

საშუალო ხელფასის სიდიდის ზრდა, ხელფასის მიმღებთა კონტიგენტის პრაქტიკული უცვლელობის პირობებში მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური დიფერენცირების მნიშვნელოვანი განმაპირობებელი ფაქტორია. ამჟამად ლფიციალური სტატისტიკური მონაცემებით, მოსახლეობის ყველაზე შეძლებული ათი პროცენტის ფულად² შემოსავლები საქართველოში 28-ჯერ აღემატება ყველაზე ღარიბი ათი პროცენტის შემოსავლებს, მაშინ როდესაც აღნიშნული ინდიკატორის რისკის შემცველი ზღვრული მაჩვენებელი არის 10².

შრომის ანაზღაურების მაჩვენებლის მკვეთრმა ზრდამ დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხოვნობის უცვლელობის პირობებში დააკნინა სხვა ქვეყნებთან საშუალო ხელფასის შედარების გამოყენებითი ღირებულება. დღეისათვის საქართველოში მოსახლეობის რიცხოვნობაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი განვითარებულ ქვეყნებთან შედარებით 2.5-ჯერ და მეტად დაბალია (აშშ-თან, როგორც ზემოთ ითქვა, 3.0-ჯერ), რის გამოც საშუალო ხელფასების შედარებისას ვერ ვღებულობთ ობიექტურ სურათს შინამეურნეობათა და მთლიანად მოსახლეობის შემოსავლების რეალურ პარიტეტზე. საქართველოში, რომლის მშპ მოსახლეობის ერთ სულზე საშუალო მსოფლიო დონის მხოლოდ დაახლოებით 30%-ია (პარიტეტით – დაახლოებით ნახევარი), უკვე ბევრია თანამდებობა, რომლებზეც დაქირავებით დასაქმებულთა ხელფასები დოლარულ განზომილებაში ხუთ- და ექვსნიშნა რიცხვებით გამოიხატება. მეთოდოლოგიურად გაუმართლებლად მიგვაჩნია აღნიშნული მასშტაბის მქონე ხელფასების საშუალო ხელფასის სიდიდის გაანგარიშებაში მონაწილეობა. ისინი ხელოვნურად ზრდიან საშუალო ხელფასის სიდიდეს, მოსახლეობის შემოსავლებისა და კეთილდღეობის მდგომარეობაზე რეალურზე გაცილებით უკეთესად წარმოშენ სურათს ქმნიან.

საშუალო ხელფასების ნომინალური სიდიდეების შედარების პარალელურად, სულ უფრო მზარდ

¹ დაახლოებით იმავე პროპორციებით ჩამორჩება ხელფასის მიმღებთა ამაჟამინდელი რაოდენობა 1980-იანი წლების ბოლოს დროინდელ საქართველოს მაჩვენებელს: 1988 წელს ხელფასი საქართველოში იღებდა დაახლოებით 2.2 მილიონი ადამიანი, ანუ ამაჟამინდელზე დაახლოებით 3.5-ჯერ მეტი (მოსახლეობის თანაბარ რაოდენობაზე – თითქმის 3-ჯერ მეტი). ჩვენი შეფასებით, 2011 წლის საშუალო განვარდებული ხელფასი, მსყიდველობითი უნარიანობით, უკვე აღემატებოდა 1988 წლის საშუალო ხელფასს დაახლოებით 3-5 პროცენტით, თუმცა ხელფასის ჯამური ფონდის მსყიდველობითი უნარიანობა მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით, 2011 წელს 1988 წლის მხოლოდ 36.2 პროცენტი იყო, ანუ თითქმის 2.8-ჯერ ნაკლები.

² ფაქტობრივი მაჩვენებელი 1980-იანი წლების ბოლოს შეადგენდა 4-5-ს.

გამოყენებით ღირებულებას იძენს **მოსახლეობის თანაბარ რაოდენობაზე დაქირავებით დასაქმებულთათვის დარიცხული ხელფასების ჯამური სიდიდეების შედარება**. ამისათვის აუცილებელია მოვახდინოთ საშუალო ხელფასების სიდი-დეთა მოსწორება მოსახლეობის თანაბარ რიცხოვნობაში დასაქმებულთა წილით.

მაგალითად, თუ საშუალო ხელფასი საქართველოში ანალოგიური ამერიკული მაჩვენებლის 10.3 პროცენტია, ეს სრულებითაც არ ნიშნავს, რომ ხელფასის მსყიდველობითი უნარიანობა აშშ-ში საქართველოზე მხოლოდ 9.7-ჯერ მაღალია ($=1/0.103$). აქ მხედველობაშია მისაღები შემდეგი ორი გარემოება:

ა) მოსახლეობის ერთსა და იმავე რაოდენობაზე ხელფასის ჯამური ფონდი – იმის გათვალისწინებით, რომ მოსახლეობის თანაბარ რაოდენობაზე საქართველოს ამერიკასთან შედარებით სამჯერ ნაკლები დაქირავებით დასაქმებული ყავს. შესაბამისად, მოსახლეობის თანაბარ რაოდენობაზე ხელფასის თანაფარდობის გასაანგარიშებლად საჭიროა 10.3%-გავყოთ 3-ზე ($=3.4\%$);

ბ) დოლარი/ლარის მსყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი (ამჟამად ფასების დონე საქართველოში აშშ-ის დონის დაახლოებით 60 პროცენტია).

აღნიშნულის გათვალისწინებით, საქართველოსა და აშშ-ის ხელფასების რეალური პარიტეტის დამდგენმა ფორმულამ შეიძლება მიიღოს შემდეგი სახე:

$$Sp_{Geo/USA} = S_{Geo/USA} * L_{Geo/USA} * 1/I_{PPP}$$

სადაც

$Sp_{Geo/USA}$ – ხელფასის პარიტეტი საქართველოში აშშ-თან შედარებით მოსახლეობის ერთ სულზე;

S_{Geo} – საშუალო ხელფასი საქართველოში აშშ დოლარებში;

S_{USA} – საშუალო ხელფასი აშშ-ში;

L_{Geo} – დაქირავებით დასაქმებულთა წილი საქართველოს მთელ მოსახლეობაში;

L_{USA} – დაქირავებით დასაქმებულთა წილი აშშ-ის მთელ მოსახლეობაში.

I_{PPP} – ფასების პარიტეტი საქართველოსა და აშშ-ში $= I_{Geo} / I_{USA}$, სადაც

I_{USA} – ფასების ინდექსი აშშ-ში,

I_{Geo} – ფასების ინდექსი საქართველოში.

აღნიშნული ფორმულის მიხედვით, საქართველოსა და აშშ-ის ბოლო მონაცემებით, საშუალო ხელფასის ნომინალური სიდიდე საქართველოში ამერიკის ანალოგიური მაჩვენებლის დაახლოებით 3.5 პროცენტი იქნება:

$$Sp_{Geo/USA} = 342/3320 * 14.1/41.8 = 3.5 (\%)$$

სხვაგვარად რომ ვთქვათ, **მოსახლეობის ერთსა და იმავე რაოდენობაზე, საქართველოში ხელფასების ჯამური სიდიდე აშშ-ის მხოლოდ 3.5 პროცენტია**.

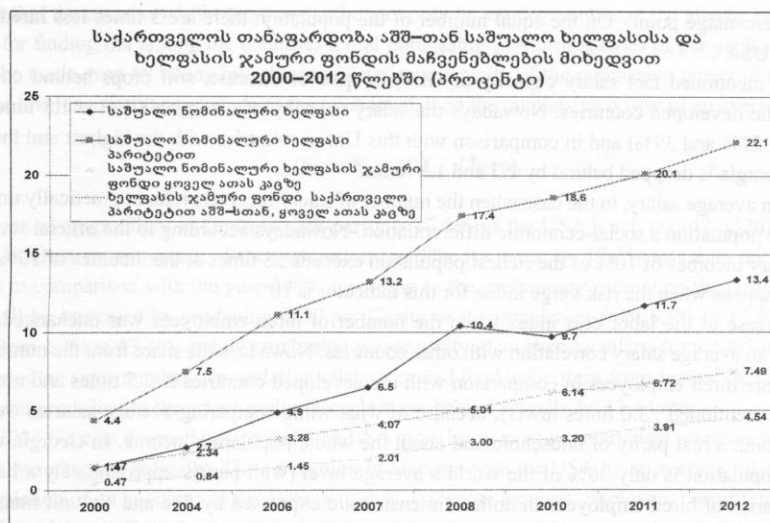
რადგან ქვეყნების მიხედვით განსხვავდება არა მარტო დასაქმების, არამედ ფასების დონეც. ამიტომ ქვეყნებს შორის მოსახლეობის ერთ სულზე ხელფასების რეალური მსყიდველობითი უნარიანობის დასადგენად მონაცემების მოსწორება უნდა მოხდეს ვალუტების *მსყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის* გათვალისწინებითაც. თუ საქართველოში ფასების დონე აშშ-ის დონის მხოლოდ 60 პროცენტია, მაშინ საშუალო ხელფასის მსყიდველობითი უნარიანობა იქნება:

$$(S_{Geo/S_{USA}}) * (I_{USA}/I_{Geo}),$$

სადაც, შესაბამისად, **საქართველოში საშუალო ხელფასი პარიტეტით იქნება აშშ დონის 17.2 პროცენტი** ($= (342/3320) * (1/0.6)$), ხოლო **მოსახლეობის ერთ სულზე ხელფასის ჯამური ფონდის პარიტეტი – 5.8 პროცენტი**, ანუ აშშ-ს მაჩვენებელზე 17.2-ჯერ ნაკლები.

2012 წელს 2000 წელთან შედარებით საქართველოს თანაფარდობა აშშ-თან, წინასწარი შეფასებით, გაიზარდა: მოსახლეობის ერთ სულზე მშპ-ის წარმოებით – 6.3 პროცენტიდან 12.0 პროცენტამდე, საშუალო ნომინალური ხელფასით – 1.4%-დან 13.4%-მდე, ხოლო საშუალო ხელფასის მსყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტით – 4.4%-დან 22.1 პროცენტამდე. აღნიშნულის გამო, მოსახლეობის ერთსა და იმავე რაოდენობაზე ხელფასის ჯამური ფონდი საქართველოში ამერიკისას 22.0-ჯერ, ხოლო ფასების პარიტეტის გათვალისწინებით, ფაქტობრივად 13.4-ჯერ ჩამორჩება.

2004 წლამდე საქართველო აშშ-ს საშუალო ხელფასით უფრო მეტად ჩამორჩებოდა, ვიდრე ეკონომიკურად. 2004 წლის შემდეგ პროპორციები რადიკალურად შეიცვალა: საქართველოს თანაფარდობა აშშ-თან საშუალო ხელფასის მიხედვით უკვე 1.5-ჯერ აღემატება თანაფარდობას ეკონომიკური განვითარების დონით. ეს მნიშვნელოვნად ზრდის საქართველოში დასაქმებისა და დამსაქმებლის მიმართ დასაქმებულთა ლოიალობის მოტივაციას.



ანალოგიური პროპორციები იკვეთება სხვა ქვეყნებთან მიმართებაშიც. მაგალითად, სამუშაო დროის ბანგრძლივობით საქართველო უკვე შეესაბამება საშუალო ევროპულ დონეს, თუმცა ამ უკანასკნელთან შედარებით დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ანაზღაურება 11-ჯერ, მოსახლეობის ყოველ ათას სულზე ხელფასის ჯამური ფონდი – 30-35-ჯერ, ხოლო იგივე ფონდი რეალურ განზომილებაში (მსყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტით) – 17-20-ჯერ დაბალია.

აღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, მოსახლეობის ცხოვრების დონისა და კეთილდღეობის დახასიათებისას საშუალო ხელფასის ინდიკატორით აპელირების შემთხვევაში მათში შესაბამისი კორექტივები შესატანი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მასალები. – <http://geostat.ge>
2. საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მასალები. – <http://www.imf.org/external/data.htm>
3. აშშ შრომის სამინისტროს სტატისტიკის ბიუროს მონაცემები. – <http://www.bls.gov/bls/wages.htm>

Joseph Archvadze

Doctor of economics, Full Professor of Kutaisi University

SOME ASPECTS ABOUT THE CALCULATION OF GEORGIAN EMPLOYEES' AVERAGE SALARY AND ABOUT THE INTERNATIONAL CORRELATION

Salary in Georgia has been gaining back its economic and social functions in the recent years. In comparison with the year 2000 in year 2011 the amount of an average salary in Georgia has been increased by 9.5 times (from 72.3 lari to 690 lari), among them in dollar dimension- by 11.2 times (from 36.6 dollar to 409.3 dollar). Nowadays Georgia is on the fourth place (except Baltic countries) in the whole post soviet region, after Russia, Kazakhstan and Azerbaijan, according to the size of an average salary. The salary capacity of GDP has also been increased: in 1996 its size was equal only to 6 percentages of GDP and in year 2000 it reached to 9.9 percentages, in 2003-10.9 percentages, in 2009-19.3 percentages and in 2011-22 percentages. The role of the salary has also been significantly increased in the household incomes by what it gets back, step by step, its economical and social function, which it lost in the early 90s- Nowadays the share of salary in monetary incomes of household exceeds by 2.3 times at the level, that was in the middle of 90s and it reaches to 42 percentage. At the same time, the share of a salary still drops behind from the level that existed in 80s (In 1988-72 %).

Also, in the recent years the growth of an average salary was not followed by significant increase of the number of salary receivers- in comparison with the year 2003 in the end of 2011 the amount of hired employees increased only by 2.1 percentage, and on the equal number of population- instead of increase, there happened to be an insignificant

reduction (by 0.5 percentage point). On the equal number of the population there are 3 times less hired employees in Georgia than in the USA³.

Because of this mentioned fact salary capacity of GDP, in spite of increase, still drops behind considerably the same indicator of the developed countries. Nowadays the salary capacity of Georgian GDP is 1.8 times less than of the EU (accordingly 22% and 39%) and in comparison with this Union countries with the highest and the lowest index (Dania, Greece), Georgia is dropped behind by 2.3 and 1.3 times.

The growth of an average salary, in the case when the number of salary receivers remain practically unchanged, is an important factor for population's social-economic differentiation. Nowadays according to the official statistical data, in Georgia the monetary incomes of 10% of the richest population exceeds 28 times at the incomes of 10% of the poorest population and it happens when the risk verge index for this indicator is 10⁴.

The drastic increase of the labor cost index when the number of hired employees was unchanged, it reduced an applicable value of an average salary correlation with other countries. Nowadays the share from the number of Georgian population, which are hired employees in comparison with the developed countries is 2.5 times and more lower (with the USA, as it was mentioned, 3.0 times lower), because of what while comparing average salaries we cannot get an objective picture about a real parity of household and about the whole population income. In Georgia where the GDP per capita of the population is only 30% of the world's average level (with parity- approximately a half), there are a lot jobs, where salaries of hired employees in dollar dimension are expressed by five and six unit numbers. We think it is methodically unjustified to take into the consideration such big amount of salaries while calculating an amount of an average salary. These raise artificially an amount of an average salary, and they illustrate to us a better picture of population's income and welfare condition, than it is in a reality.

It becomes more and more useful not only to compare nominal size of average salaries but also to compare hired employee's summed salaries sizes, which were put down on their account, in the case of an equal number of the population.

That is why it is necessary to make even the sizes of average salaries by the share of employed people in the equal number of population.

For example, if an average salary in Georgia is 10.3 percentage of the analogue index, that is in the USA, it does not mean that the purchasing power of a salary in the USA is only 9.7 times higher ($=1/0.103$) than in Georgia. The following two circumstances should be taken here into the consideration: a) Salary summed fund in the case of the same number of population-taking into account that in case of an equal number of population Georgia has 3 times less hired employees than the USA. According to this, to calculate the correlation of salary on the same number of population it is necessary 10.3% to divide on 3 ($=3.4\%$) b) The purchasing power parity of dollar/lari (nowadays price level in Georgia is about 60% of the level that is in the USA).

Conformably, the formula which shows the real parity of Georgian and the USA's salaries can be the following:

$$Sp_{Geo/USA} = S_{geo}/S_{USA} * L_{geo}/L_{USA} * 1/I_{ppp},$$

where

$Sp_{Geo/USA}$ – Salary parity in Georgia in comparison with the USA on per capita of population;

S_{geo} – An average salary in Georgia in US dollars;

S_{USA} – An average salary in the USA;

L_{geo} – The share of hired employees in the whole Georgian population;

L_{USA} – The share of hired employees in the whole Population of the USA.

I_{ppp} – The parity of prices in Georgia and in the USA = I_{geo}/I_{USA} , where

I_{USA} – Price index in the USA

I_{geo} – Price index in Georgia

This formula shows us that according to the latest data of Georgia and the USA, a nominal size of an average salary in Georgia is approximately 3.5 percentage of the same index that is in the USA:

$$Sp_{Geo/USA} = 342/3320 * 14.1/41.8 = 3.5 (\%).$$

If we say differently, in the case of the same number of population, salaries summed size in Georgia is only 3.5 percentage of the USA.

³ The number of salary receivers drops behind approximately with the same proportion to Georgian index, that was in the end of 80s: In 1988 approximately 2.2 Million people received the salary, it means 3.5 times more people, than today (3 times more-in the case of the same amount of population). At the same time according to our estimation in year 2011 the average disposable salary, with its purchasing power exceeded at an average salary that was in 1988 by 3%-5%, though the purchasing power of salary summed fund according to the calculation per capita of the population, in year 2011 was only 36.2 percentage of the year 1988, what means almost 2.8 times less.

⁴ The actual index in the end of 80s was 4-5.

The reason is that the countries differ from each other not only by employment level but also by price level.

That is why for finding out among the countries a real purchasing power of salaries of per capita of the population the data should be made even by taking into the consideration the parity of the purchasing power of the currency. If in Georgia the price level is only 60 percentage of the USA level, then the purchasing power of an average salary will be:

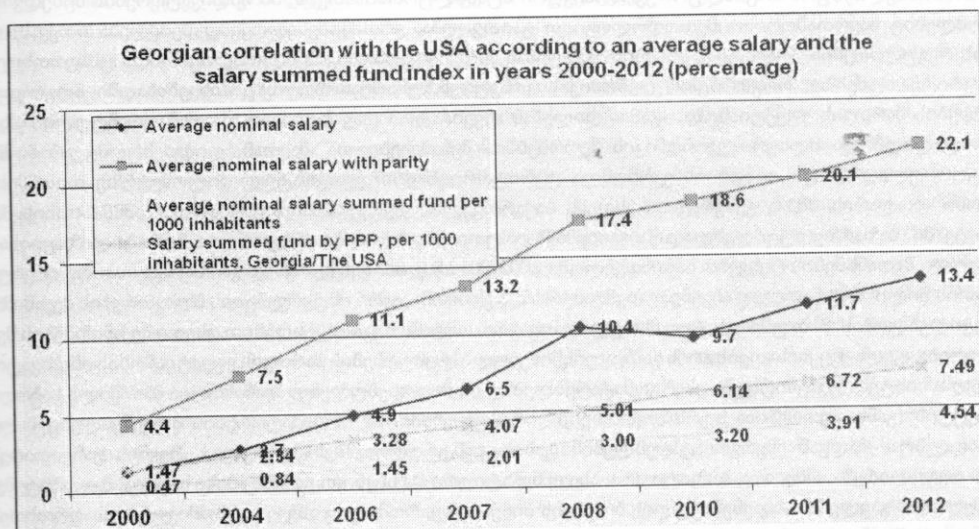
$$(S_{geo}/S_{USA}) * (I_{USA}/I_{geo}),$$

where

Accordingly an average salary in Georgia with parity is 17.2% of the USA level $(= (342/3320) * (1/0.6))$, and the salary summed fund parity per capita of the population is 5.8%, it means by 17.2% less than the USA index.

In year 2012 in comparison with the year 2000, according to the preliminary estimation the correlation of Georgia with the USA will be increased by producing GDP per Capita of the population from 6.3% to 12.0%, by an average nominal salary from 1.4% to 13.4%, and by purchasing power parity of an average salary from 4.4% to 22.1%. Because of this in the case of the same number of population salary summed fund in Georgia drops behind by 22.0 times from the south Caucasus and according to the prices parity Georgia stays behind actually by 13.4 times.

Till the year 2004 Georgia dropped behind from the USA more by an average salary than economically. After the year 2004 the proportions changed radically: The correlation of Georgia with the USA by an average salary exceeds by 1.5 times at the correlation of an economical development level. All these increase employees' loyalty motivation against employment and employer in Georgia.



The analogue proportions can be seen in comparison with other countries. For example, according to working hour duration Georgia suits to an average European level, though differently from this latter, an average salary of hired employees drops behind by 11 times, salary summed fund per 1000 inhabitants of the population drops behind by 30-35 times, and the same fund in the real dimension (by the purchasing power parity) is 17-20 times lower.

Taking into the consideration these circumstances, when we describe population's level of living and welfare while appealing an indicator of an average salary, it is necessary to be taken corresponding corrections into them.

References:

1. National Statistics Office of Georgia. – <http://geostat.ge>
2. International Monetary Fund. – <http://www.imf.org/external/data.htm>
3. Bureau of Labor Statistics United States Department of Labor. – <http://www.bls.gov/bls/wages.htm>

ნონა ახვლედიანი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ეკონომიკის მდგრადი განვითარებისა და უსაფრთხოების ინდიკატორები ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ამაღლებაში

ეკონომიკური მდგრადობა ეკონომიკის ისეთი მდგომარეობაა, რომლის დროსაც უზრუნველყოფილია ეკონომიკური ზრდა, მწარმოებლურობის მაღალი დონე, ეკონომიკურ მოთხოვნილებათა ეფექტიანი დაკმაყოფილება, სახელმწიფო კონტროლი ეროვნული რესურსების მოძრაობა-გამოყენებაზე და ქვეყნის ეკონომიკური ინტერესების დაცვა საერთაშორისო დონეზე. ეკონომიკური უსაფრთხოების ობიექტია როგორც მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკური სისტემა, ისე მისი შემადგენელი სექტორები და ელემენტები. ზოგადად მდგრადი განვითარების სფერო შესაძლოა კონცეპტუალურად დაიყოს სამ შემადგენელ ნაწილად: ეკოლოგიური მდგრადობა, ეკონომიკური მდგრადობა და სოციოპოლიტიკური მდგრადობა. ყველა მეტ-ნაკლებად განვითარებული ქვეყანა ეკონომიკური წინსვლისათვის განიხილავს ეკონომიკის მდგრადი განვითარებისა და უსაფრთხოების უზრუნველყოფას, როგორც რეალური სუვერენიტეტის ფუნდამენტურ ფაქტორს. ეკონომიკური უსაფრთხოების პოლიტიკა ეფუძნება მიზნობრივი ინდიკატორების ერთობლიობას, რომლის მთავარ ატრიბუტს წარმოადგენს ზღვრული მნიშვნელობა და მისი დარღვევა საგრძნობი რისკის ფაქტორია სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური სტაბილურობისათვის. იმ ინდიკატორების მიხედვითაც კი, რომლებიც საერთაშორისო მეთოდოლოგიით გაითვლება, ერთმნიშვნელოვნად შეიძლება ითქვას, რომ ბაზრის რეგულირების პოლიტიკა არსებით გავლენას ახდენს ეკონომიკის მდგრადობისა და უსაფრთხოების ისეთ კრიტერიუმებზე, როგორიცაა: ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა; საფრთხეებისადმი მდგრადობა; რესურსების მართვის ეფექტიანობა. გამოცდილებამ აჩვენა, რომ თავისუფალი და კონკურენტული ბაზარი მხოლოდ დიდი და ძლიერი ეკონომიკის პირობებშია შესაძლებელი. ამასთან, დიდი სულაც არ ნიშნავს ტერიტორიულად დიდს. იაპონიის ეკონომიკა ტერიტორიის ერთ კვადრატულ კილომეტრზე თითქმის 12 მილიონი დოლარის მშპ-ს გენერაციას ახდენს საქართველო, ჯერჯერობით, მხოლოდ - 300 ათასის. სხვა შემთხვევაში, ბაზარზე აუცილებლად წარმოიქმნება ისეთი პრობლემები, როგორიცაა მონოპოლიზაციისა და ტრესტული წესითი წილი, რაც ნათლად აჩვენებს დემპინგისა და ეკონომიკური ინტერვენციის ბლოკირების მექანიზმების აუცილებლობას, მით უმეტეს, რომ მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის წესდებით, ასეთი მექანიზმების შექმნის უფლება ყველა ქვეყნისათვის არის გათვალისწინებული. რესურსების მართვის ეფექტიანობის ინდიკატორთა მთელი სისტემა უკავშირდება ენერგომატარებლებზე დამოკიდებულების ხარისხს და მათ წილს საბოლოო პროდუქტის (განსაკუთრებით სურსათის) თვითღირებულებაში. ამ ინდიკატორების მაჩვენებლები ძალიან საყურადღებოა, რადგან ენერგომატარებლების ფასის კონტროლით შესაძლებელია ქვეყნის განვითარების ტემპის რეგულირება, როგორც პოზიტიური, ასევე ნეგატიური მიზნებით. გარდა ამისა საგადახდო სისტემები, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ ფულის ბრუნვის სიჩქარეზე, რომელიც ასევე ეკონომიკური უსაფრთხოების ინდიკატორს წარმოადგენს. ეკონომიკური ზრდის პირობებში, აღნიშნული პრობლემა, როგორც მრავალი სხვა, არ იქცევა სათანადო ყურადღებას, მაგრამ კრიზისის პირობებში, როცა ფულის დეფიციტი იჩენს თავს, მისი ბრუნვის დაჩქარების ტექნოლოგიები და ინსტრუმენტები ფრიად მოთხოვნილი ხდება. მაკროეკონომიკური ხასიათის ბევრი მაჩვენებელი და მათი ფუნქციის მნიშვნელობები ავტომატურად ატარებს ეკონომიკის მდგრადი განვითარებისა და უსაფრთხოების ინდიკატორის ფუნქციას. ფაქტიურად, სოციალური სტაბილურობისა და კონფლიქტების პრევენციის თემატიკა, კიდევ ერთ - კრიტერიუმად შეგვიძლია ჩამოვყალიბოთ, რომელსაც ძალიან ბევრი სტატისტიკური ინდიკატორი ემსახურება, მათ შორის:

1. შემოსავლების დიფერენციაციისა და კონცენტრაციის კოეფიციენტები;
2. ეკონომიკური კეთილდღეობის მაჩვენებლები;
3. უმუშევრობის მაჩვენებლები;
4. სიღარიბის მაჩვენებლები.

განსაკუთრებით საყურადღებოა დასაქმების პოლიტიკა, სადაც, ერთის მხრივ, ძალიან დიდია სახელმწიფოს მასტიმულირებელი ფუნქცია. 2003-2011 წ.წ. საქართველოში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი მთელი ეკონომიკის მიხედვით გაიზარდა, მაგრამ შემოსავლები კვლავ ძალიან დიფერენცირებულია ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროებში, ამასთან, იზრდება მოსახლეობის შემოსავლების სხვაობა დეცილური ჯგუფების მიხედვით. ცალკე განხილვის საგანს წარმოადგენს ბაზრის რეგულირების

გარკვეულიწილად „არაოფიციალური“ სეგმენტი სტანდარტიზაციისა და რეგლამენტირების პოლიტიკის სახით. ეკონომიკის მდგრადი განვითარების, უსაფრთხოების უზრუნველყოფა სახელმწიფოს ექსკლუზიური უფლებამოსილებით და მსოფლიოს აბსოლუტურად ყველა განვითარებული ქვეყანა განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს ამ საკითხს. სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა მნიშვნელოვნად უნდა ემყარებოდეს ეკონომიკური უსაფრთხოების ინდიკატორების კონტროლს. საქართველოში, სხვა ქვეყნების მსგავსად, ადგილობრივი სპეციფიკის გათვალისწინებით უნდა შეიქმნას ეკონომიკის მდგრადი განვითარებისა და უსაფრთხოების ინდიკატორთა სისტემა, ერთგვარი „ხელსაწყოთა დაფა“, რომელიც საბაზისო ინფორმაციული წყარო იქნება სახელმწიფოს მიერ ეკონომიკის რეგულირების პროცესში. ასეთი სისტემის არსებობა იმისთვისაც არის მნიშვნელოვანი, რომ თავიდან იქნას აცილებული გამოწვევებზე რეაგირების სამწუხარო პრაქტიკა, როდესაც კონკრეტული პრობლემის მოგვარება ხდება იმის გაუთვლელად, თუ რა გავლენას მოახდენს ასეთი „გადაწყვეტა“ სხვა სფეროებზე. ქვეყნის ეკონომიკის მდგრად განვითარებას დიდწილად განაპირობებს ეკონომიკური დამოუკიდებლობა, ამიტომ მნიშვნელოვანია მძლავრი ზომები მიეცეს ეროვნულ წარმოებას, რათა შემცირდეს უცხოურ პროდუქციაზე დამოკიდებულება. ამ ეტაპზე ძალიან დიდი სხვაობაა საქართველოდან ექსპორტირებული და ქვეყანაში იმპორტირებული პროდუქციის ღირებულებებს შორის. როგორც გამოჩენილი ეკონომისტი გრეგორი მენქიუ აღნიშნავს, ეკონომიკის ერთ-ერთი პრინციპია ის, რომ „ვაჭრობას შეუძლია ყველას მდგომარეობა გააუმჯობესოს“. საერთაშორისო ვაჭრობაში ყველა ქვეყანა ეყრდნობა თავის ბუნებრივ ან შეძენილ უპირატესობას. ეს გზა უნდა აირჩიოს საქართველომაც. ამისათვის საჭიროა ქვეყანაში არსებულ ბუნებრივ უპირატესობათა დანახვა, დაფასება და გამოყენება. საქართველო ოდითგანვე აგრარული ქვეყანა იყო და აგროსამრეწველო კომპლექსი არის ის სფერო, სადაც ქვეყანას შეუძლია მიაღწიოს კონკურენტულ უპირატესობას სხვა ქვეყნებთან. საჭიროა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოების სტიმულირება, რაც ერთი მხრივ, შეამცირებს ქვეყნის დამოკიდებულებას იმპორტზე, ხოლო მეორე მხრივ, უზრუნველყოფს სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულთა კეთილდღეობისა და შემოსავლების ზრდას, ხელს შეუწყობს მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდას და სოციალურ სტაბილურობას. ამისთვის, უნდა განხორციელდეს გარკვეული დამცავი ღონისძიებები ქართულ პროდუქციასთან მიმართებაში. შესაძლებელია დაწესდეს საიმპორტო ქვითები ან მაღალი ტარიფები სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის იმპორტზე. მნიშვნელოვანი ნაბიჯი, რომელიც მოახდენდა სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სტიმულირებას, იქნებოდა აქ წარმოებული პროდუქციის დაზღვევა. ნათესები ხშირად ნადგურდება გვალვის, სეტყვის თუ სხვა მიზეზთა გამო. სახელმწიფოს შეუძლია თავის თავზე აიღოს სადაზღვევო პრემიის გარკვეული ნაწილი. დაზღვევის შემთხვევაში ფერმერებს აღარ ექნებათ შიში, რომ ნახავენ ზარალს. ასევე სადაზღვევო კომპანიებიც, ზარალის თავიდან ასაცილებლად, დახმარებას გაუწევენ მათ მოწინავე სასოფლო-სამეურნეო ტექნოლოგიებით. ეკონომიკის მდგრად განვითარებას შეიძლება საფრთხე შეუქმნას როგორც გარე, ისე შიდა ფაქტორებმა. შიდა ფაქტორებს შეიძლება მივაკუთვნოთ პოლიტიკური არასტაბილურობა, სუსტი სახელმწიფო მენეჯმენტი, კორუფცია, სტიქიური მოვლენები, კრიმინოგენული მდგომარეობა ქვეყანაში და ა.შ. პოლიტიკური სტაბილურობა ქვეყნის ეკონომიკის მდგრადი განვითარების აუცილებელი, მაგრამ არასაკმარისი პირობაა. სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ეფექტური ეკონომიკური პოლიტიკის შექმნა და განხორციელება. ამისათვის, პირველ რიგში, უნდა განისაზღვროს ეროვნული ეკონომიკის ძირითადი პრიორიტეტები, ეროვნული მეურნეობის ის დარგები, რომელთაც სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვთ ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისთვის. რაც შეეხება გარე ფაქტორებს, მათში შეგვიძლია ვიგულისხმოთ გლობალური ეკონომიკური კრიზისი, შეიარაღებული კონფლიქტები, საიმპორტო პროდუქციაზე დამოკიდებულება, ეკონომიკური ბლოკადა და სხვა.

მაშასადამე, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფოს მხრიდან ბევრი ღონისძიებები ტარდება ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად, აუცილებელია შემუშავებულ იქნეს მდგრადი განვითარების ეროვნული სტრატეგია, რომელიც მიზნად უნდა ისახავდეს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორების ფუნქციონირების და ქვეყნის სოციალური და ეკონომიკური პოლიტიკის კიდევ უფრო მეტ ჰარმონიზებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გაბიძაშვილი ზ. „სტატისტიკა ეკონომიკაში, ბიზნესსა და მენეჯმენტში“. თბ., 2007.
2. მენქიუ გრ., „ეკონომიკის პრინციპები“ თბ., 2008.
3. აბესაძე ნ., კბილაძე დ., მეტრეველი შ., „სოციალურ-ეკონომიკური სტატისტიკა“. თბ., 2007.
4. www.geostat.ge

Nona Akhvlediani

Doctor of Economics, Associated Professor.

Akaki Tsereteli state University

INDICATORS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ECONOMY AND SAFETY FEATURES OF INCREASE SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS

Economic stability of the state of economy which ensured economic growth, a high level of productivity, economic efficiency to meet the needs of the state to control the movement and use of resources and protection of the economic interests at the international level. Economic security is the country's economic system as a whole and its constituent sectors and elements. In the field of sustainable development can be conceptually divided into three constituent parts: environmental sustainability, economic socio sustainability and resilience. All the more-the less-developed countries for economic empowerment for sustainable development of the economy and security as a fundamental factor of real sovereignty. Economic security policy is based on a combination of targeted indicators, whose main attribute is of utmost importance and a significant risk factor for the violation of socio-economic stability. Even according to those indicators that are international methodology, we can say unequivocally that the regulation of the market economy in a material impact on the sustainability and security of such criteria, such as economic competitiveness, safety sustainability, resource management efficiency. Sustainable development means that they need to balance economic growth, social justice and the protection of the physical and natural environment. Experience has shown that a free and competitive market economy is possible only in large and powerful. Moreover, it does not mean a territorially creature. Japan's economy is one area of almost 12 million square kilometers of GDP-the generation of Georgia, so far, only 300 thousand. Otherwise, the market will inevitably arise in such problems, such as monopolization and risks, it worked in Georgia, 2002-2012 significantly increased the share of imported food, dumpings and economic intervention which clearly shows the necessity of blocking mechanisms, especially the World Trade Organizations Charter, the right of every country to establish such a mechanism is provided. Resource management effectiveness indicators related to the energy dependence of the whole system, and their share of the final product (especially food) in cost. Highlights of these indicators are very important, because the energy price controls may regulate the country's pace of development, both positive and negative purposes. In addition, payment system, have significant influence on the rotational speed of money, which is also an indicator of economic security. In terms of economic growth, the problem, as many others, have started proper attention, but in a crisis, when a storage of cash crops, technologies and tools to accelerate the turnover of Frequently requested. Macroeconomic indicators and their function values are automatically perform many of the economic indicators of sustainable development and security functions. In fact, social stability and conflict prevention issues, another one-we can formulate a criterion, including:

1. Revenue differentiation and concentration rates
2. Indicators of economic well-being
3. Unemployment rate
4. Poverty rates.

Especially notable employment policy, where, on the one hand, a very large section of stimulating 2003-2011 years. The average monthly nominal salary of all employees hired in Georgia's economy by increased, but revenues are still very differentiated in various areas of the economy and the growing income gap population subgroups. The subject of a separate discussion of markets regulation are "unofficial" segment in the form of standartization and Regulatory Policy. Sustainable economic development, and the exclusive right of the state to ensure the safety of all the developed countries of the world absolutely pays particular attention to this issue. The state's economic policies will be based on indicators of economic security control. In Georgia, like other states, the specification must be created in the local economy, sustainable development and security indicators system, a kind of "Blackboard Tools" which is the basic source of information for state regulation of the economy in the process. The existence of such a system is also important to avoid the challenges of responding to the unfortunate practice when the problem becomes unpredictable as to what effect such a "Solution" to other areas. The country's sustainable economic growth is largely determined by economic independence, so it is important to give a powerful impetus to national production, in order to reduce dependence of foreign products. As this point, a very large difference between the values from Georgia exported and imported products in the country. As the eminent economist Gregory Menkiu out of the economy the principle that the trade can improve the situation for everyone. "International trade in every country relies on its natural or acquired advantage. This way we elect the President: For this you need to see the natural advantages, appreciation and use. Since ancient agricultural and agro-

industrial complex in Georgia was a country is another area where our countries can achieve a competitive advantage over other countries. The rural-to stimulate agricultural production, which on the one hand, reduce the country's dependence on import, on the other hand, provides for the welfare of workers employed in agriculture and income growth, will contribute to GDP growth and social stability. To do this, we should be in a certain protective measures with regard to the products. May impose import quotas and high tariffs in agriculture-agricultural products to import. Is an important step that would rural-agricultural stimulation, in world be here insurance products. Crops are often destroyed drought, hail or other reasons. State may undertake some portion of the insurance premium. In the case of insurance, farmers will not be able to see the damage. Also, insurance companies, loss prevention, assist them with advanced non-agricultural technologies. Sustainable economic growth may endanger both external and internal factors. Internal factors can belong to political instability, weak public management, corruption, natural disasters, criminal situation in the country, etc. Sustainable development of the economy, political stability is a necessary, but the sufficient condition. The state shall ensure the effective development and implementation of economic policy. For this purpose, first of all, should be the main priorities of the national economy sectors, which are of vital importance to the country's economic development. As for the external factors, they can mean to the global economic crisis, armed conflicts, dependence on imported goods, and other economic blockade.

Thus, as mentioned above, despite the fact that many events are held on behalf of the country's economic security, it is necessary to develop a national strategy for sustainable development, which should aim economy and the functioning of various sections of the country's social and economic policies would further harmonization.

References:

1. B.Gabidzashvili "Statistics and Economics Business and Management" Tbilisi 2007
2. G. Menqiu "Principles of Economics" Tbilisi 2007
3. N. Abesadze, D.kbiladze, Sh. Metreveli "Socio – Economic Statistics" Tbilisi 2007
4. www.geostat.ge

კატერინე ბაზუნაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი

საბანკო რისკების მართვის თავისებურებები

საბანკო სექტორი საქართველოში ერთ-ერთი ყველაზე მეტად განვითარებული და სწრაფად მზარდია, ამიტომ სწორედ იგი იძლევა ინოვაციებისა და საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის საშუალებას. ბოლო პერიოდში ფინანსური მომსახურების სფეროში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესი, რომელიც ფინანსური ტექნოლოგიების სირთულის ზრდის პარალელურად მიმდინარეობს, ბანკების საქმიანობას სულ უფრო მრავალფეროვანს და რთულს ხდის. ეს მიზეზები განაპირობებენ, რომ ბანკები და ზედამხედველები სულ უფრო მეტ ყურადღებას უთმობენ რისკების მართვის პრობლემებს. საბანკო პრაქტიკაში რისკი არის განსაზღვრული შემთხვევების დადგომისას ბანკისთვის ზარალის მიღების საშიშროება. იმ ბანკებში, სადაც უწყვეტად ხდება რისკების მართვა, დიდი ალბათობით სწორადაა ორგანიზებული ბანკის სამეთვალყურეო საბჭოს, დირექტორატის, რისკების მართვაზე პასუხისმგებელი დეპარტამენტებისა და შიდა აუდიტის შორის ურთიერთობისა და პასუხისმგებლობის გადანაწილება. საბანკო ზედამხედველობის ბაზელის კომიტეტის ერთ-ერთი პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი დოკუმენტი სწორედ რისკების მართვას და ამ რისკების ნეიტრალიზაციისათვის ადეკვატური კაპიტალის შექმნას მიეძღვნა.

რისკების ეფექტიანი მართვა აუცილებლად გულისხმობს ყველა შესაძლო რისკის მართვას. აღნიშნული მიიღწევა იმ შემთხვევაში, თუ ბანკში დამკვიდრებულია სამეთვალყურეო საბჭოს დირექტორატის, შიდა აუდიტის, გარე აუდიტისა და თვით რისკების მართვის შიდა სტრუქტურების მჭიდრო თანამშრომლობა

და ღია კომუნიკაცია. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ბანკმა უნდა განსაზღვროს რისკების მართვასთან დაკავშირებული თითოეული დონის სამსახურისათვის ზუსტი უფლებამოსილება და პასუხისმგებლობა. ბანკისთვის არსებითი რისკის ფაქტორები საზოგადოდ ორ ფჯგუფად შეგვიძლია დავყოთ: შიდა და გარე ფაქტორებად. რისკების შიდა ფაქტორები ბანკების საქმიანობის შედეგად ჩნდება და დამოკიდებულია მათ მიერ ჩატარებული ოპერაციების ხასიათზე, თვით ბანკების მიერ თავიანთი საქმიანობის ყველა მხარის მართვაზე. საბანკო ოპერაციებთან დაკავშირებული კომპლექსური რისკების ზრდამ განაპირობა გამართული კორპორაციული მართვის აუცილებლობა, რაც, თავის მხრივ, გულისხმობს ბანკის მენეჯმენტის, პოლიტიკისა და პროცედურების აქტიურ ზედამხედველობას, რისკების შეფასებასა და დადგენას, მათი ლიმიტების განსაზღვრას, მათი მონიტორინგის დაწესებას, საინფორმაციო სისტემების, რისკების კონტროლისა და შიდა კონტროლის სისტემების დანერგვას. უფრო დაწვრილებით განვიხილოთ რისკის სახეები: საკრედიტო რისკი – კომერციული ბანკის საკრედიტო პოლიტიკა საკრედიტო რისკების შესაძლებლობის მინიმუმამდე დაყვანას უნდა ითვალისწინებდეს. ამავე დროს, რამდენადაც ნაკლებია რისკის დონე, იმდენად შეიძლება ნაკლები იყოს ბანკის მოგება, რადგან ბანკი მაღალ მოგებას, ჩვეულებრივ, მაღალრისკიანი ოპერაციებიდან იღებს. ბანკმა უნდა დაადგინოს მისი ყველა პროდუქტისა და საქმიანობისათვის დამახასიათებელი საკრედიტო რისკი. ბანკმა ასევე უნდა გაუწიოს მონიტორინგი საკრედიტო რისკის შესაბამისობას დადგენილ ლიმიტებთან, რომლის დროსაც ფაქტორბრივი საკრედიტო რისკი უნდა შედარდეს საკრედიტო რისკის მიმართ დაწესებულ ლიმიტებს. კომერციული ბანკების მიერ რისკების მინიმუმაციის ერთ-ერთი საშუალება ადეკვატური კაპიტალის შექმნაა. საქართველოში მოქმედი ბანკისათვის მინიმალური საზედამხედველო კაპიტალის ოდენობა დგინდება ეროვნული ბანკის ნორმატიული აქტით. საქართველოში მოქმედი ყველა ბანკისათვის მინიმალური საზედამხედველო კაპიტალის ოდენობა უნდა შეადგენდეს 12 მილიონ ლარს. საზედამხედველო კაპიტალის შემდგომი ზრდა უნდა განხორციელდეს მხოლოდ ფულადი ფორმით და მხოლოდ საქართველოს ეროვნული ვალუტით. საზედამხედველო კაპიტალი არის კაპიტალის სახეობა, რომელიც იქმნება საბანკო საქმიანობის განხორციელებისათვის, მოსალოდნელი და მოულოდნელი ფინანსური დანაკარგების/ზარალის განეიტრალებისა და სხვადასხვა რისკის თავიდან აცილებისათვის. ბანკის საზედამხედველო კაპიტალი შედგება პირველადი და მეორადი კაპიტალისაგან და უდრის პირველადი და მეორადი კაპიტალის ჯამს, გამოკლებული საზედამხედველო კაპიტალის დაქვითვა.

რადგან საბანკო საქმიანობა რისკს უკავშირდება, დიდი მნიშვნელობა აქვს საბანკო სფეროს სახელმწიფო რეგულირებას, რომელიც ითვალისწინებს ბანკების ლიცენზირების რიგ პრინციპულ მოთხოვნებს, მათი საქმიანობის სფეროს შეზღუდვას, კაპიტალის* საკმარისობას, ლიკვიდურობას, აუცილებელი რეზერვების ფორმირებას. საქართველოს კანონმდებლობის კომერციული ბანკების საქმიანობაზე ზედამხედველობის სრული უფლებამოსილება მინიჭებული აქვს საქართველოს ეროვნულ ბანკს. საბანკო საქმიანობის ზედამხედველობის და რეგულირების მიზანია საქართველოს საბანკო სისტემის სტაბილური ფუნქციონირების, კომერციული ბანკების საიმედოობისა და მდგრადობის უზრუნველყოფა, შესაძლო რისკის თავიდან აცილება და ამ გზით კომერციული ბანკების მენაზრეთა და სხვა კრედიტორთა, აგრეთვე ეროვნული ბანკის ინტერესების მაქსიმალური დაცვა.

ბანკი იღებს საკუთარ თავზე რისკებს და ასრულებს ვალდებულებებს. თუ ბანკის მიერ განხორციელებული სატრასტო ოპერაცია კლიენტისათვის ზარალიანი აღმოჩნდა ბანკის გამო, ბანკი ვალდებულია აუნაზღაუროს ზარალი კლიენტს. ნდობით ოპერაციებზე კომერციული ბანკები საკომისიო სარგებელს ღებულობენ. კომერციული ბანკების კონსალტინგური ოპერაციები – საბანკო ოპერაციების გამრავალფეროვნება, აგრეთვე მისი სირთულის გაზრდა იწვევს კლიენტებისათვის სხვადასხვა კონსალტინგური ოპერაციების გაწევის აუცილებლობას. საკონსულტაციო მომსახურებას შეიძლება მივაკუთვნოთ შემდეგი:

1. კონსულტაციები ანგარიშსწორების, მიმდინარე სავალუტო ანგარიშების გახსნასა და წარმოების თაობაზე;
2. საკონსულტაციო მომსახურება საფონდო ბაზარზე ფასიანი ქაღალდების გამოშვების და მიმოქცევის საკითხებზე;
3. კონსულტაციები იმ საანგარიშსწორებო დოკუმენტების გაფორმების თაობაზე, რომლებიც ბანკში შედის და სხვა;

მსგავსი საკონსულტაციო მომსახურება ბანკის ოპერაციათა აუცილებელი ნაწილია. ბანკის კლიენტების კომპლექსური მომსახურება – ცალკეული საკითხების მიხედვით კონსულტირებიდან – რეკომენდირებული

წინადადებების რეალიზების გზების შემუშავებამდე, ხორციელდება კონსალტინგური ოპერაციების დახმარებით.

ბაზელის კომიტეტის მიერ შემუშავებული „ბაზელი II“ –ის რეკომენდაციების დანერგვა და ეტაპობრივი იმპლემენტაცია შეცდომების დაშვებისაგან დაზღვევის მიზნით, მნიშვნელოვანია სხვა ქვეყნების გამოცდილების გაზიარება, რომლებმაც უკვე დაიწყეს იმპლემენტაციის პროცესი (გერმანია, ბელგია, ჩეხეთი, პოლონეთი და სხვა) ვინაიდან საქართველო არ წარმოადგენს ბაზელის კომიტეტის წევრ ქვეყანას აუცილებლად უნდა იქნეს გამოყენებული კომიტეტის სპეციალური ინიციატივა მისი არაწევრი ქვეყნების საკითხებზე. საქართველოს ეროვნული ბანკების მიერ დადგენილი წესების მიხედვით ბანკმა უნდა გაატაროს დაუყოვნებელი ღონისძიებები რისკების მართვის მომზადებასთან დაკავშირებით მათ შორის დაადგინოს ბანკის შიდა მდგომარეობა რომლის შედეგები გამოყენებული უნდა იქნეს რისკების მართვის სამოქმედო გეგმის მოსამზადებლად და ბოლოს ბანკმა რისკების მართვა უნდა განახორციელოს ეტაპობრივად ან მის გარეშე.

Ekaterine Babunashvili

Doctor of Economics, Associated Professor. Kutaisi University

BANK RISKS MANAGEMENT PECULIARITIES

Bank sector is one of the most developed and fast growing branches in Georgia. That is why just the bank sector gives relevant correspondence to innovations and international standards. But in last period globalization process in financial service, simultaneously going with growing difficulties of financial technologies, makes bank activities more various and difficult. These reasons stipulate that banks and supervisors pay more attention to risks management problems. In bank practice risk is a danger to damage in specific cases.

In banks where risks are managed effectively, responsibilities and functions of supervisory board of bank, directorate, responsible department on risks management and internal audit are correctly organized. One of the first and most important documents of bank supervisory Basel committee is devoted to management of risks and creation of adequate capital for risks neutralization.

Risks efficient management means all possible risks management, of course. This is achieved in case if in the bank is strengthened close collaboration and open communication among supervisory board, directorate, internal audit, external audit and risks management structures. Based on the abovementioned the bank shall define exact responsibility and authority for each service related to risks management.

The risks factors for bank may be divided into two groups: internal and external factors. Internal risks factors appear as a result of bank activities and are depended on the type of operations fulfilled by them, management of their activity. Growing of complex risks connected with bank operations stipulated inevitability of corporation management, which means supervision of bank management, policy and procedures, risks assessment, definition of their limits, their monitoring, introduction of information systems, risks control and internal control systems.

Let's discuss the types of risks in detail: credit risk- commercial bank credit policy shall consider minimization of credit risks. At the same time as low is the level of risk as much less may be bank profit, as bank receives profit from high risk transactions. The bank shall establish credit risk for all its product and activity. Also, the bank shall carry out monitoring of correspondence of credit risks to established limits, when the actual credit risks shall compare with limits of credit risks. One of the means to minimization of risks by commercial banks is making an adequate capital. The minimal supervisory capital amount for Georgian bank is established by standard acts of national banks. The minimal supervisory capital of Georgian banks shall amount of 12 million GEL. The further growth of supervisory capital shall be fulfilled only by cash form and in national currency. Supervisory capital is a capital which is created to fulfill bank activity in order to neutralize expected and unexpected financial lose/damage and avoid different risks. The bank supervisory capital consists of first and second capitals. It equals an amount of a sum of first and second capital subtracted deduction of supervisory capital. The first capital consists of components.

As bank activity is very risky, the great importance has a state regulation of banking sector which considers principal requests of bank licensing, restriction of the sphere of their activity, sufficiency, liquidity of capital, formation of essential reserves. The complete power on supervising commercial bank activities is conferred to Georgian National bank. The aim of

supervising and regulation of bank activity is to provide stable function of banking system, trustworthiness and stability of commercial banks, avoiding possible risks and maximum protection of interests of shareholders of commercial banks and other creditors as well national bank. The Georgian National Bank fulfills supervision and regulation of bank activity by establishing standards and limits for commercial banks and control on their implementation. There are two types of control of bank activity: internal and external. The external control is made by National bank (central) and auditors. Internal control is organized by bank. This function is fulfilled by managers pursuant to their responsibilities as well as internal audit authorities. The main purpose of internal bank control is to create operative system for discovering and extirpation deficiency in bank system.

First of all, internal bank audit is directed to defending demands and standards established by state supervising authorities.

The bank takes responsibility for risks and meets engagements. In case if trust operation becomes unprofitable for client due to bank, the bank is obliged to recover losses to clients. On trust operations commercial banks receive commission percentage rate. The consulting operations of commercial banks and growing of difficulty cause inevitability for carrying out different consulting operations to consumers. Consulting service may include the following :

- Consultations on settlement, opening of current accounts
- Consultation service on issues and circulation of securities at stock market
- Consultation on drawing settlement documents, submitted to bank and etc.

The similar consultation service is an essential part of bank transactions. The complex service of bank consumers- from consultation according to separate issues- to elaboration of the ways of realization of recommended proposals are implemented by help of consulting operations.

იაგორ ბალანჩივაძე

განათლების აკადემიური დოქტორი, მოწვეული სპეციალისტი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მისიის ფორმირება ორგანიზაციისათვის

მომგებიანი თუ არამომგებიანი ორგანიზაციის შექმნის შემდეგ აუცილებელია მისიის ფორმირება, რადგან ის გამოხატავს ორგანიზაციის საქმიანობის სფეროს და მდგომარეობას მოცემულ მომენტში. ორგანიზაციის სახეობის მიხედვით მისიის ფორმირება სხვადასხვაა, შესაბამისად განვიხილავთ როგორც არასამთავრობო ორგანიზაციის ისე კომპანიის მისიის ფორმირებას.

არასამთავრობო ორგანიზაციის შექმნის შემდეგ აუცილებელია სახელის შერჩევა და მისიის ფორმირება, ეს არის დასაწყისი, რომელიც შეკრავს ჯგუფის წევრებს ერთი მიზნის მისაღწევად. თუ სახელი და მისია ეფექტურად ჟღერს და ადვილად დასამახსოვრებელია, ეს ხელს უწყობს ორგანიზაციაში ახალი წევრების მოზიდვას. სახელის შერჩევითა და მისიის ფორმირებით ორგანიზაცია აცხადებს თავისი საქმიანობის შესახებ.

მისიის განცხადება ჩვეულებრივად წერილობითია. მისიის ფართოდ გავრცელებული განცხადება უნდა იუწყებოდეს, თუ რას აკეთებს ორგანიზაცია, რატომ, რა ფორმით აკეთებს და სად. თუ თქვენ გაქვთ მუდმივი შეხვედრის ადგილი (ოფისი, ბინა) დაწერეთ მისია და გამოაკარით თვალსაჩინო ადგილას. მისი წაკითხვა შეხვედრების დროს ძალზედ სასარგებლოა. კარგი მისია არ მოგცემს „გზიდან“ გადახვევის საშუალებას.

მისია – არის ორგანიზაციის საბოლოო მიზანი, მისი დანიშნულება.

მისია შედგება შემდეგი ნაწილებისაგან:

1. **ვინ ვართ ჩვენ?** (ორგანიზაციის ოფიციალური / იურიდიული სახელწოდება);
2. **რისთვის?** (ორგანიზაციის მიზნები და ის ძირეული ცვლილებები, რომლისკენაც მიმართულია ორგანიზაციის საქმიანობა);
3. **ვისთვის?** (სამიზნე ჯგუფი და მისი მოთხოვნები);
4. **სად?** (გეოგრაფიული რეგიონი, რომელზედაც ვრცელდება ორგანიზაციის საქმიანობა);
5. **რას ვაკეთებთ?** (ორგანიზაციის საქმიანობის საერთო ფორმულირება, რომელიც მიმართულია სამიზნე ჯგუფის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისაკენ).

მისია ფორმულირებული ინდა იყოს:

1. **მოკლედ** – (სულ რამდენიმე წინადადებით);
2. **ნათლად და გასაგებად დაწერილი** – (მინიმუმ თქვენი სამიზნე ჯგუფისათვის);
3. **პოზიტიურად** – (დადებითად);
4. **ახლანდელ დროში** – (ზმნის გამოყენებით);

ორგანიზაციის მისია ასრულებს ორ ფუნქციას:

გარე ფუნქცია:

1. წარმოადგენს ორგანიზაციის „სავიზიტო ბარათს“ (დონორებისათვის; მომხმარებელ-ებისათვის; მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისათვის; სახელმწიფო სტრუქტურებისათვის; ბიზნეს სექტორებისათვის და ა. შ.);

2. ორგანიზაციას აძლევს იმ მიმართულებას, რომლის საფუძველზეც ხდება სტრატეგიის და კონკრეტული ამოცანების შემუშავება.

შიდა ფუნქცია:

1. საერთო მიზნის ირგვლივ აერთიანებს თანამშრომლებს და მოხალისეებს;

2. ხელს უწყობს ორგანიზაციაში მყოფ ადამიანთა თვითშეგნებას (განსაკუთრებით, მისიის ფორმულირებისას, კოლექტიური მუშაობის პროცესში).

მისიის ხარისხს განსაზღვრავს მისი არსებობის ხანგრძლივობა.

რამი გვეხმარება მისია? -- მისია გვეხმარება შემდეგში: მიზნის ერთობის შენარჩუნებაში; ნათელი კომუნიკაციების უზრუნველყოფაში; ახალი იდეებისა და მიმართულებების შემოწმებაში.

მისიას შეუძლია შექმნას გარემოსთან ეფექტური ურთიერთობის საფუძველი.

კომპანიას, რაც შეეხება, მას ნამდვილად არ შეუძლია წარმატებით იფუნქციონიროს საკუთარი ბიზნესის ნათელი კონცეფციის გარეშე. სტრატეგიის ეფექტური შემუშავება იწყება იმის განსაზღვრით: საით უნდა წავიდეს კომპანია, როგორ შეიცვლება მომავალში სიტუაცია გერემოში და რა უნდა გაკეთდეს ამისათვის. სტრატეგიული ზედვისა და მისიის ფორმირებით კომპანია გამოხატავს საქმიანობის მიმართულებას და წარმატების მიღწევის გზებს. იგი ყველა კომპანიისათვის ძალიან ინდივიდუალურია და მისი საშუალებით გამოიხატება თითოეული კომპანიის განმასხვავებელი ნიშნები.

კომპანიის მისიის ფორმირება არც ისე მარტივია. ზოგჯერ კომპანიები მისიას შეცდომით განსაზღვრავენ და მის ფორმირებას ახდენენ მოგების ტერმინებში, მაშინ როცა მოგება არის ნებისმიერი კომპანიის საქმიანობის მიზანი და შედეგი. კომპანიის მისია, ორიენტირებული მოგების მიღებაზე, არ იძლევა ერთი კომპანიის მეორისაგან განსხვავების შესაძლებლობას. საკუთარი ბიზნესის განსაზღვრისას კომპანიებმა უნდა შემოსაზღვრონ, დააკონკრეტონ და საკმაოდ ზუსტად ჩამოაყალიბონ საქმიანობისა და ინტერესთა სფეროები. არსებობს მისი განსაზღვრის **ზოგადი** (სასმელები, ფეხსაცმელები, ავეჯი, ფოსტის საერთაშორისო მიღება, ტურიზმი და ა.შ.) და **დეტალური** (უალკოჰოლო სასმელები, სპორტული ფეხსაცმელები, საძინებელი ავეჯი, საზღვაო კრუიზები კარიბის ზღვაში) ფორმა. საქმიანობის სფეროს „ზოგადი“ და „დეტალური“ განსაზღვრებები შედარებითია, თუმცა არსებითია. მაგალითად, როცა კომპანია, რომელიც აწარმოებს ბალის ავეჯს და ამბობს, რომ იგი დაკავებულია „ავეჯის ბიზნესით“, ვერ იძლევა ზუსტ ინფორმაციას მისი კონკრეტული საქმიანობის შესახებ.

დივერსიფიცირებული ფირმებისათვის საქმიანობის სფეროს განსაზღვრა უფრო ფართოა, ვიდრე ამ კომპანიებისათვის, რომლებიც დაკავებული არიან ერთი სახის საქმიანობით. კომპანიის მისიის განსაზღვრისათვის ჩვეულებრივ გამოიყენება ზუსტი ფორმულირებები არსებული მდგომარეობის აღწერისა და კლიენტებთან, ბაზართან, ტექნოლოგიებთან დამოკიდებულებაში, რომლებიც ამავე დროს არის მოქნილი, რათა შესაძლებელი იყოს კომპანიის შემდგომი გაფართოებისას, აღწერის ჩართვა და მისი საშუალებით ახალი ბიზნესის დაფუძნება.

მისიის ფორმირება აუცილებელია ნებისმიერი კომპანიისათვის, რადგან იგი:

1. გამოხატავს კომპანიის იმიჯსა და მისწრაფება გრძელვადიან პერსპექტივაში;
2. ამცირებს კომპანიის მიერ დაუსაბუთებელი გადაწყვეტილებების მიღების რისკს;
3. ხელს უწყობს კომპანიის შიგნით ერთიანობის ფორმირებას და კორპორატიული სულის შექმნას, ნათელს ხდის კომპანიის საერთო მიზანს და ეხმარება მომუშავეებს საკუთარი პერსონის იდენტიფიცირებაში, კომპანიის ფილოსოფიასა და გათავისებაში;

4. ეხმარება საშუალო დონის მენეჯერებს ცალკეული განყოფილებების ისეთი პოლიტიკის შექმნაში, რომელიც შესაბამისობაში იქნება კომპანიასთან;
5. იძლევა მომავალში კომპანიის მართვის უფრო რეალურ შესაძლებლობას.

მისია განსაზღვრავს კომპანიის განვითარების მიმართულებას.

ეფექტობით კომპანიის თუ არასამთავრობო ორგანიზაციის მისიის სწორად და დროულად ფორმულირება დიდად დაემხარება მათ საქმიანობის სათანადოდ წარმატებაში და ხელს შეუწყობს ორგანიზაციის მომავალ წარმატებას. ნათელი მისიის ფორმულირება საზღვრავს ორგანიზაციის საქმიანობის ჩარჩოებს და ეხმარება მას ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღებაში ურთიერთობის საშუალებებთან და მეთოდებთან დაკავშირებით. მისიის საშუალებით ხდება როგორც ორგანიზაციის შეფასება, ასევე მისი მიზნების შეფასებაც.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბალანჩივაძე ი. - პროექტის წერის უნარ-ჩვევები; ქუთაისი, 2006.
2. სააკაშვილი ნ. და სხვ. - ორგანიზაციული მართვის მიმართულებით. - თბ., 1999.

Igor Balanchivadze

*Doctor of Education, Invited Specialist.
Akaki Tsereteli State University*

FORMATION OF THE MISSION OF THE ORGANIZATION

Establishing a profit or non-profit organization requires a clear mission as it describes the activities of an organization and focuses on its present state. Formation of a mission statement varies from type to type of an organization. Accordingly, we discuss the formation of the mission statement for both –NGO and a company.

After establishing a non-governmental organization the next step is to give it a name and form a mission statement. This is the beginning that unites the team to achieve its goal. When the name and the mission of an organization sound effectively and are easy to remember that invites people to join in. The organization articulates the essence of its beliefs and values through the name and the mission statement of an organization.

Usually, mission is a written statement. The mission statement should describe what the organization does, how it performs the work and where. If you have the venue (office), exhibit the mission statement of the organization in there. It is very useful to read the mission statement before the meeting. A good mission will not allow you to be misled or be misleading.

Mission – is the final aim of the organization, its purpose.

Mission includes:

1. **Who are we?** (Official/ juridical name of the organization);
2. **Why?** (the aims of the organization and the vital changes the organization aims to achieve);
3. **For whom?** (target group and their needs);
4. **Where?** (geographic reach);
5. **What do we do?** (general overview of the organization aiming to fulfill the needs of the target group).

You mission should be:

1. **Short** – (few sentences);
2. **Clear and easy to understand**- (al least for your target group);
3. **Positive**
4. **In Present tense.**

Organization mission performs two functions

The external function:

1. is like a „visit card” (for donors, costumers, mass-media, governmental structures, business sectors and etc);
2. drives organization to the direction to work out the strategies and specific plans.

The internal function:

1. unites employers and volunteers around the general purpose of the organization;
2. promotes the self-awareness of the people involved in the activities of the organization (especially while writing the mission or having a group-work).

The quality of the mission is determined by the length of its existence.

How does the mission help? –The mission helps: to keep to the goal; to provide clear communication; to find new directions and content ideas.

The mission can create an environment for effective interaction.

As for the company it can not function successfully without a clear concept of the business. Effective strategy defines where the company wants to go, how the environmental situation will change in the future and what is to be done to be ready for that. changes. Strategic vision and mission statement portrays the company's core purpose and the ways how to succeed. It is individual for each company and that makes the companies different from each other.

It is not easy to write a mission statement for the company. Sometimes the companies identify the mission statement mistakenly and blend it with profit terminology. But profit is a company's core purpose and the result. The mission statement of the company which is focused on a profit can not help to see the difference between companies. While describing the business the companies are to loop, concretize and clearly form their interests and activities. There are two types of business description- **general** (drinks, shoes, furniture, international correspondence, tourism and etc) and **detail** (soft drinks, sportswear, bedroom furniture, Caribbean cruise). Although the definitions "general" and "detailed" are comparative but they are essential. For example, when a company produces furniture for a garden and when it says that it has "furniture business", it does not give you a clear idea about its exact activity.

Diversified firms have wider sphere of activities compared with the companies focused on one type of an activity. For the company's mission statement exact wordings are usually used to clearly describe present state of the company and its attitude towards the clients, market and technologies. At the same time the mission statement needs to be flexible to include the further company expansion or a possibility of starting a new business.

Mission statement is essential for the company as it:

1. articulates the company's image and long-term challenges;
2. reduces the risk of unjustified decisions;
3. contributes to the unity in the company and develops the cooperative spirit in the company. It makes the company's core purpose clearer and assists workers to identify their own persona and have a productive insight into company's philosophy;
4. helps ordinary managers to run the policy in individual departments in accordance with the company's policy;
5. provides a real opportunity for managing the company further.

The mission statement determines the direction of the company's development.

We believe that timely and correctly formulated mission statement will greatly help the companies and non-governmental organizations to properly manage the business and will contribute to their future success. Clear mission statement defines the framework of the organization and helps it to optimize decision-making process in relation to the means of relationship or methods. Mission is used to evaluate an organization as well as to evaluate its goals.

References:

1. Balanchivadze Iagor- Project Writing Skills; Kutaisi, 2006.
2. Saakashvili N. et al – Organizational Management – Tbilisi. 1999.

ლამარა ბერიძე

ეკონომიკის დოქტორი, სრული პროფესორი.

ი. ჭავჭავაძის სახელობის საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი.

ტერიტორიული დაგეგმვის სრულყოფის საკითხები

ტერიტორიული (სივრცობრივი) დაგეგმვა საქართველოს ეკონომიკის მდგრადი და ეფექტიანი განვითარების საშუალებაა. იგი წარმოადგენს სახელმწიფო მმართველობის მნიშვნელოვან ფუნქციას რეგიონულ დონეზე და ადგილობრივი თვითმმართველობის პრიორიტეტულ სტრატეგიულ ამოცანას.

ეკონომიკის დაჩქარებული და დაბალანსებული განვითარების, მოსახლეობის დასაქმებისა და ცხოვრების პირობების გაუმჯობესების ინტერესები განაპირობებს ქვეყნის სივრცობრივი განაშენიანების ეროვნული სტრატეგიის შემუშავების აუცილებლობას. ეს უნდა განხორციელდეს საბაზრო ურთიერთობებისა და მექანიზმების გაღრმავებისა და რესურსების კომპლექსური გამოყენების ბაზაზე. ეს ფაქტორებია:

- გეოპოლიტიკური-ეკონომიკური სიტუაციის ხელსაყრე-ლობა და უპირატესობები;
- ბუნებრივი, სამეცნიერო-ტექნიკური, საწარმოო, საინვესტიციო, სოციალური და ეკოლოგიური პოტენციალი;
- არსებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა (სამოქალაქო, საწარმოო, სატრანსპორტო, ენერგეტიკული, კომუნალური და თავდაცვითი დანიშნულების).

სტრატეგიის შემუშავების მიზანია განისაზღვროს მეურნეობის სექტორების განვითარების სახელმწიფო მხარდაჭერის მიმართულებები, საწარმოო ძალთა განლაგების პრინციპები და ფორმები, მართვის ცენტრალური ორგანოების ამოცანები თავიანთი საქვეუწყებო დაწესებულებების ეფექტიანი ტერიტორიული განთავსების ხაზით და სხვ.

სტრატეგიის შემუშავების პროცესში უნდა გადაწყდეს შემდეგი ამოცანები:

- საქართველოს ადგილისა და როლის განსაზღვრა მსოფლიო მეურნეობის ტერიტორიულ ორგანიზაციაში, ქვეყნის მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მოთხოვნებისა და პარა-მეტრების დადგენა;
- ქვეყნის ბუნებრივ-რესურსული და ეკონომიკური პოტენციალის კომპლექსური ანალიზი რეგიონულ ჭრილში, ძირითადი ფონდების ეფექტიანი გამოყენების განსაზღვრა, სამეურნეო ზონების მიხედვით გარემოზე ეკოლოგიური ზემოქმედების დასაშვები ზღვარის დადგენა, რეგიონული ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტების გამოყოფა;
- სივრცობრივი მოწყობის (ტერიტორიული დაგეგმვის) კომპლექსური სქემების შედგენა ქვეყნის, ცალკეული სამეურნეო ზონისა და რეგიონის მიხედვით.

ქვეყნის სივრცობრივი განაშენიანების სტრატეგია უნდა შედგებოდეს შემდეგი კომპლექსური დოკუმენტებისაგან:

- სივრცობრივი დაგეგმვისა და განსახლების გენერალური სქემები;
- ტერიტორიული დაგეგმვისა და განსახლების კომპლექსური სქემები ცალკეული ბუნებრივ-სამეურნეო ზონისა და რეგიონის მიხედვით.

ქვეყნის სივრცობრივი განაშენიანების დოკუმენტი გამოყენებულ უნდა იქნას საპროგნოზო პერიოდისათვის ბიუჯეტის პარამეტრების, ეკონომიკის სექტორებისა და სოციალური სფეროს გეგმური მაჩვენებლების განსაზღვრის მიზნით. მის საფუძველზე დადგენილ უნდა იქნას საინვესტიციო პრიორიტეტები და დავალებები რეგიონული მმართველობის ორგანოებისადმი, ბიუჯეტთაშორისი ურთიერთობები, საგადასახადო პოლიტიკის სტრუქტურა და თავისებურებანი, აუცილებელი ეკოლოგიური მექანიზმები და ქვეყნის ტერიტორიული მოწყობის ოპტიმიზაციის ორგანიზაციული ღონისძიებები.

განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ტერიტორიული დაგეგმვის კომპლექსურობას. წინააღმდეგ შემთხვევაში შესაძლებელია წარმოიშვას ინტერესთა კონფლიქტი ეკონომიკისა და სოციალური სფეროს სექტორებს შორის რესურსების გამოყენების პროცესში. ამასთან, უზრუნველყოფილ უნდა იქნას რაციონალური ბუნებათსარგებლობისა და მოსახლეობის განსახლების, სწორი სამეურნეო სპეციალიზაციის ინტერესები.

აღნიშნული კონფლიქტების აღკვეთის ეფექტური საშუალებაა მუნიციპალური დაგეგმარების კომპლექსური მეთოდოლოგიის არსებობა, როდესაც საპროექტო პროცესში მეცნიერულადაა არის დასაბუთებული მიწათსარგებლობის დარგობრივი სტრუქტურის სივრცობრივი განაწილების სქემა, ადმინისტრაციულ-ტერიტორიული ერთეულის ზომის მიუხედავად. ამ მეთოდოლოგიის ძირითად ეტაპებს უნდა

წარმოდგენდეს:

- ბუნებრივი, სოციალური, ეკონომიკური და ეკოლოგიური სიტუაციის კომპლექსური ანალიზი;
- პრობლემების, ამოცანებისა და მიზნების ფორმირება. სექტორული და ტერიტორიული განვითარების

შესაძლო მიმართულებების დასაბუთება;

- სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტებისა და ქალაქმშენებლობის პარამეტრების განსაზღვრა;

- საინვესტიციო პროგრამის და რეალიზაციის გეგმის შემუშავება დარგებისა და პერიოდების მიხედვით.

ახალ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში ზემოთჩამოთვლილ მეთოდოლოგიურ ეტაპებს უნდა დაემატოს პროექტის ეკონომიკური ეფექტიანობის დასაბუთება და დაგეგმილ ღონისძიებათა სამართლებრივი უზრუნველყოფა.

აღნიშნული მიზანი მიიღწევა მხოლოდ იმ პირობებში, როდესაც სექტორული მართვის ჩარჩოები შეიზღუდება ეკონომიკის ტერიტორიული ორგანიზაციის კომპლექსური გეგმის დავალებებით ცენტრალურ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონე-ებზე. სწორი მეთოდოლოგიური ორგანიზაციის პირობებში, კომპლექსურ ტერიტორიულ დაგეგმვას შეუძლია უზრუნველყოს ბუნებ-ბათსარგებლობის სექტორული და ტერიტორიული სტრუქტურების ოპტიმალური შეხამება და საზოგადოების მდგრადი განვითარება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს რეგიონული განვითარების 2010-2017 წწ. სახელ-მწიფო სტრატეგია. თბილისი, 2010.
2. ბერიძე ლ., ხმაღაძე ვ. ინოვაციური მეწარმეობის ხელშეწყობის რეგიონული პროგრამის შემუშავების მეთოდური საკითხები. „ინოვაციები ბიზნესში“ (პრობლემები, პერსპექტივები, გამოწვევები). საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალები. თბილისი, 2010.
3. The economic development of a region is the basis of self-government. International Conference “Local and Regional Development in Europe – Contemporary Challenges”. COUNCIL OF EUROPE, GTZ, MRDI. July 8-9, Batumi, 2010
4. ხმაღაძე ვ. რეგიონის განვითარების სტრატეგიის შემუშავების მეთოდური ასპექტები. ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, ოქტომბერი-ნოემბერი, თბილისი, 2011.

Lamara Beridze

Doctor of Economics, Full professor.

Ilia Chavchavadze Georgian National University

ISSUES ON SPATIAL PLANNING IMPROVEMENT

Spatial planning is a tool for sustainable and efficient development of Georgian Economy. It's important function of public administration on the regional level and strategic objective of local self-government.

Interests in accelerate and balanced development of economy, improvement of living conditions and employment lead the inevitability of elaboration of national strategy for spatial planning. And this should be implemented on the basis of deepening of market relations and mechanisms and the complex use of resources. These factors are:

- Advantages and conveniences of macroeconomic and geopolitical situation;
- Natural, scientific-technical, production, investment, social and ecological potential;
- Existing material-technical base (civil, transport, energetic, utility and defensive destination).

The purpose of the strategy elaboration is to determine the trends of state support for development of agricultural sectors, principles and forms of industrial power deployment, objectives of central management bodies for effective territorial development of their subordinate bodies and etc.

In strategy development process the following tasks should be resolved:

- Determination of the place and role of Georgia in territorial organization of world agriculture, identification of demands and parameters of country's sustainable socio-economic development;
- Complex analysis of country's natural resources and economic potential in the regional context, determination of effective use of the major funds, establishment of the allowable limit of ecological impact on the environment according to the agriculture zones, determination of the priorities of regional economic development;

- Drawing up the complex schemes of spatial arrangement (territorial planning) for country, certain economic zone and region.
State strategy for spatial planning should consist of the following complex documents:

- General schemes of spatial planning and resettlement;
- Complex schemes of spatial planning and resettlement according to the certain natural-agricultural zones and regions.

Spatial planning document should be used to determine budget parameters, regular indicators of economic sectors and social spheres for the forecast period. On the basis of this document investment priorities and tasks should be determined for the regional government bodies, inter-budgetary relations, structure and characteristics of the tax policy, necessary ecological mechanisms and organizational measures for the optimization of country's territorial arrangement.

Special attention should be paid to the complexity of spatial planning. Otherwise, conflict of interests may arise between sectors of economy and social sphere in the process of resource allocation. In addition, rational use of national resources should be provided.

The existence of complex methodology of municipal planning is an effective way of preventing conflicts, when spatial distribution scheme of sectoral land use is grounded by scientifically, notwithstanding the size of administrative-territorial units. The main stages of this methodology should be the following:

- Complex analysis of natural, social, economic and ecological situation;
- Formation of problems, tasks and goals. Justification of the possible directions of sectorial and territorial development;
- Determination of the priorities of social-economic development and parameters of urban planning;
- Working out of investment program and realization plan by the terms and fields.

Justification of economic efficiency of the project and legislative provision of the planned events should be added to the above mentioned methodological stages in new social-economic conditions.

This goal can be achieved only in conditions, when frameworks of sectorial management will be limited by the tasks from complex plan of territorial organization at the central, regional and local level. So, complex territorial planning can ensure the rational use of national resources and sustainable development of regions.

კახაბერ გაბელაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი, ქუთაისის უნივერსიტეტი

საჯარო ფინანსების მართვის რეფორმირების ძირითადი მიმართულებები

ეკონომიკურ თეორიასა და პრაქტიკაში ფართოდ გამოიყენება კატეგორიები "სახელმწიფო ფინანსები" და "საჯარო ფინანსები", რომლებსაც ხშირად ერთმანეთთან აიგივებენ, რაც, ჩვენი აზრით, გაუმართლებელია. საჯარო ფინანსები თავისი შინაარსით უფრო ფართო კატეგორიაა. ვიდრე სახელმწიფო ფინანსები და იგი წარმოადგენს სახელმწიფო ფინანსების, რეგიონული ფინანსებისა (ფედერაციული მოწყობის ქვეყნებში) და ადგილობრივი ფინანსების ერთობლიობას. სახელმწიფო ფინანსები, თავის მხრივ მოიცავს: სახელმწიფო ბიუჯეტს, სახელმწიფო კრედიტს, მიზნობრივი დანიშნულების სახელმწიფო ცენტრალიზებულ და დეცენტრალიზებულ ფონდებს, სახელმწიფო რეზერვებს, სადაზღვევო ფონდებს და სახელმწიფო სექტორის საწარმოთა ფინანსებს.

რეგიონულ ფინანსებს განეკუთვნება ფინანსური ოპერაციები, რომელიც ხორციელდება რეგიონული (ტერიტორიული) სუბიექტების მიერ რეგიონის დონეზე სახელმწიფო ფუნქციების შესასრულებლად. რეგიონის დონეზე ფინანსები ფორმირდება საკუთარი წყაროებიდან საგადასახადო და არასაგადასახადო შემოსავლების ამოღებით და ცენტრალური (ფედერალური) ბიუჯეტიდან გამოყოფილი მიზნობრივი ფინანსური რესურსების გამოყენებით.

ადგილობრივი (მუნიციპალური) ფინანსები წარმოადგენს ფულად რესურსებს, რომელიც ფორმირდება, ერთი მხრივ, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებს შორის და, მეორე მხრივ, სახელმწიფო ხელისუფლების, იურიდიულ და ფიზიკურ პირებს შორის ეროვნული შემოსავლის ღირებულების განაწილებისა

და გადანაწილების პროცესში. ადგილობრივი ფინანსების ორგანიზაციის მთავარი ამოცანა მდგომარეობს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების იმ მოცულობით ფინანსური რესურსებით უზრუნველყოფაში, რომელიც საკმარისია ადგილობრივი დანიშნულების სამეურნეო და სოციალურის საკითხების გადაწყვეტისათვის. ადგილობრივ ფინანსებში ერთიანდებიან: ადგილობრივი თვითმმართველობების (მუნიციპალიტეტების) ფინანსები, ადგილობრივი არასაბიუჯეტო ფონდები, კომუნალური საწარმოების ფინანსები, ადგილობრივი გადასახადები და მოსაკრებლები.

სახელმწიფო ფინანსები უზრუნველყოფენ სახელმწიფოს პოლი-ტიკური, ეკონომიკური და სოციალური ფუნქციების შესრულებას და საერთო საზოგადოებრივი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას. ისინი, ერთი მხრივ, წარმოადგენენ სახელმწიფო მმართველობის უმაღლესი ორგანოს ფინანსურ ბაზას, ხოლო, მეორე მხრივ, მათ ხელში სახელმწიფო ფინანსები გამოდის ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაზე ზემოქმედებისა და რეგულირების ინსტრუმენტად.

საჯარო ფინანსების თავისებურება მდგომარეობს იმაში, რომ ისინი წარმოადგენენ განსხვავებული და ურთიერთსაწინააღმდეგო ინტერესების გადაკვეთის სფეროს. საუბარია სახელმწიფო, ჯგუფურ და ინდივიდუალურ ინტერესებზე, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში არ ემთხვევიან ერთმანეთს. ამასთან ამ ინტერესების "შედგებობრივი" ვექტორის განსაზღვრის შესაძლებლობაზე საბოლოო ჯამში დამოკიდებულია სახელმწიფოში სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკურის სტაბილურობა, უკლებლივ ყველა საზოგადოებრივი და სახელმწიფო ინსტიტუტების ნორმალური ფუნქციონირება. ამიტომაც შემთხვევითი არაა, რომ მრავალი ქვეყნის კონსტიტუციაში განსაკუთრებული ყურადღება მიქცეულია საჯარო ფინანსებზე, ხოლო ზოგიერთ ქვეყანის (ბელგია, გერმანია, შვედეთი და სხვა) ძირითად კანონში ფინანსურ პრობლემატიკას დამოუკიდებელი ადგილი განეკუთვნება.

საჯარო ფინანსების მნიშვნელობა სახელმწიფო და მუნიციპალური აპარატის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის მოითხოვს „საჯარო ფინანსების“ და „კერძო ფინანსების“ კატეგორიების მკაფიოდ განცალკევებას. კერძო ფინანსების მდგომარეობა მთლიანად დამოკიდებულია ბაზარზე და საბაზრო ეკონომიკის კანონებზე, ხოლო საჯარო ფინანსები, მიუხედავად იმისა, რომ გარკვეულწილად დაკავშირებულია საბაზრო ფაქტორებთან, ინარჩუნებენ პირდაპირ დამოკიდებულებას საჯარო ხელისუფლების კონკრეტულ მოქმედებებთან. საჯარო ფინანსები დაქვემდებარებულია სახელმწიფო პოლიტიკაზე. სახელმწიფოს შეუძლია დამალების გზით მიიღოს თავისი შემოსავლები დაბეგვრის მექანიზმის მეშვეობით, არაუზრუნველყოფილი ემისიით, სესხებით და ა. შ. სახსრების მიზილზიზიასთან ერთად სახელმწიფო უზრუნველყოფს მათ ხარჯვას საჯარო საქმიანობისათვის. კერძო პირებს არ შეუძლიათ მიიღონ შემოსავლები დამალების გზით, როგორც ეს ხელმწიფობა ხელისუფლებას, რაც ართულებს მათი ვალდებულებების შესრულებას. ამასთან კერძო ფინანსები უპირატესად მიმართულია მოგების მიღებისაკენ, მაშინ როდესაც საჯარო ფინანსების ამოცანაა საერთო-სახელმწიფოებრივი ინტერესების რეალიზაცია.

სახელმწიფო მოწყობა პირდაპირ კავშირშია საბიუჯეტო მოწყობასა და ფინანსურ უფლებამოსილებათა განაწილებასთან ცენტრსა და რეგიონებს შორის. ფედერალიზმის რეალურობის პრინციპი განისაზღვრება უპირველესად იმით, აქვთ თუ არა ფინანსური ავტონომია ფედერაციის სუბიექტებს, გააჩნიათ თუ არა მათ საკუთარი ფინანსური ბაზა და უფლება იმისა დამოუკიდებლად დაამტკიცონ თავიანთი ხარჯები და შემოსავლები.

საჯარო ფინანსების არსი და ფუნქციები მუდმივად ვითარდება სახელმწიფოს ფუნქციების ტრანსფორმაციის კვალდაკვალ. დღეისათვის ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში სახელმწიფო პრიორიტეტებს შორის წინა პლანზე გამოდის სოციალური პოლიტიკა, მშვიდობისა და მართლწესრიგის შენარჩუნება, გლობალური პრობლემების (ეკოლოგია, დემოგრაფიული სიტუაცია და ა. შ.) გადაწყვეტა, რომელთა პრაქტიკული რეალიზაცია შეუძლებელია შესაბამისი დაფინანსების წყაროების გარეშე.

სახელმწიფოს ფუნქციების დივერსიფიკაცია და გართულება, სახელმწიფო პოლიტიკის სოციალური მიმართულების გაღრმავება ახალ ამოცანებს აყენებს საზოგადოებრივი კვლავწარმოების რეგულირების წინაშე. ასეთ პირობებში საკუთრებაზე დაფუძნებული თავდაპირველი განაწილება არ წარმოადგენს საზოგადოებრივი განვითარების მრავალმხრივი ასპექტების ეფექტურ რეგულატორს. წინააღმდეგობები ზოგად და კერძო ინტერესებს შორის წყდება სხვადასხვა გადამანაწილებელი სისტემების მეშვეობით, რომლებიც მუდმივად და ეფექტიანად ურთიერთმოქმედებენ და ქმნიან სახელმწიფოს გადამანაწილებელ კომპლექსს.

თანამედროვე ეტაპზე მნიშვნელოვნად გაიზარდა სამოქალაქო საზოგადოების როლი საჯარო ფინანსების

მართვის სრულყოფაში. საქართველოში, ამჟამად, ჯერჯერობით გატარებული ღონისძიებები სუსტია, რადგან არაა მიღწეული სახელმწიფო ფინანსების დაგეგმვისა და ხარჯვის სრული გამჭვირვალობა. პრინციპული მნიშვნელობა აქვს ამ კუთხით ახალი სტრატეგიის ჩამოყალიბებას, რომელიც საჯარო ფინანსების ეფექტიანი მართვის საფუძველი გახდება.

უკანასკნელ წლებში საგადასახადო შემოსავლებისა და საგარეო ვალის ზრდის პირობებში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ხარჯების ოპტიმიზაციის საკითხი. მოწინავე ქვეყნები დიდი ხანია სარგებლობენ საჯარო ფინანსების რაციონალური მართვის, კერძოდ, ეფექტიანობისა და ეფექტურობის შეფასების სისტემებით, მაშინ როცა, საქართველოში ასეთი მიდგომა დღემდე არაა დამკვიდრებული.

საქართველოში საჯარო ფინანსების მართვის რეფორმა დაიწყო ქვეყნის სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის პირველსავე წლებში, თუმცა ეს რთული და შრომატევადი პროცესია და ამ მიმართულებით ჯერ კიდევ ბევრი რამ არის გასაკეთებელი. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ახალი ფისკალური პოლიტიკის შემუშავება, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ბიზნეს-გარემოს გაუმჯობესება, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა და ფისკალური დისციპლინის განმტკიცება.

აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლების განმავლობაში ამ მიმართულებით მიღწეული იქნა მნიშვნელოვანი წარმატებები. განხორციელდა რადიკალური ცვლილებები საგადასახადო კანონმდებლობაში, ახალი საგადასახადო კოდექსით შემცირდა გადასახადების ოდენობა, გამარტივდა ადმინისტრაციული მექანიზმები, ჩამოყალიბდა მყარი სამართლებრივი ბაზა ლეგალური ბიზნესის მხარდაჭერისათვის, გამკაცრდა კონტროლის მექანიზმები, შემოღებულ იქნა საგადასახადო დავების წარმოების წესი.

მომავალში საჭიროა განხორციელდეს ახალი სტრატეგიული ცვლილებები ფისკალური პოლიტიკის სრულყოფისა და ქვეყნის ფინანსური მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით, რამაც უნდა უზრუნველყოს ეკონომიკური ზრდის მაღალი ტემპის შენარჩუნება, მაკროეკონომიკური სტაბილურობა, ხარჯების ზრდა პრიორიტეტულ სოციალურ-ეკონომიკურ მიმართულებებზე, ფინანსური წესრიგის სრულყოფა და განმტკიცება.

საჭიროა შემცირდეს სახელმწიფოს ხვედრითი წილი ეკონომიკაში, სახელმწიფო ბიუჯეტი გახდეს პროფიციტული. საჯარო ფინანსების მართვის რეფორმები უნდა წარიმართოს შემდეგი მიმართულებებით: საბიუჯეტო პოლიტიკის სრულყოფა; ხაზინის განვითარება; საფინანსო პოლიტიკის ეფექტიანობის ზრდა; შემოსავლების მოზილიზების ადმინისტრირების გაუმჯობესება; ბიუჯეტის მართვის ინსტიტუციური განვითარება.

საჯარო ფინანსების მართვის სრულყოფა შექმნის შესაძლებლობას არაინფლაციური გზებით დაიფაროს სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტი, განვითარდეს ფასიანი ქაღალდების ბაზარი, მოხდეს ეროვნული ბანკისადმი არსებული დავალიანებების ეტაპობრივი დაფარვა. რეფორმის შედეგად უნდა იქნას მიღწეული მაკროეკონომიკური სტაბილურობა, შემოსავლების ზრდა, პრიორიტეტული ხარჯის ზრდა, ფინანსური წესრიგის გაძლიერება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჰერვეი ს. როუზენი, საჯარო ფინანსები. თარგმანი ინგლისურიდან, ტომი 1, ტომი 2, თბილისი, 2006.
2. მესხია ი., გაბელაშვილი კ. საქართველოს საბიუჯეტო სისტემა, თბილისი, 2010.
3. Джанатан Грубер, Государственные финансы и государственная политика, М, Издательский дом, «Бюджет», 2012.

Kakhaber Gabelashvili

Doctor of Economics, Associate Professor. The Dean of Faculty of Economics and Business at Kutaisi University

THE MAIN DIRECTIONS OF REFORMING PUBLIC FINANCIAL MANAGEMENT

The two categories “State Finance” and “Public Finance” are widely used in economic theory and practice. Sometimes they are considered to have the same meaning that is not justifiable in our opinion. “Public Finance” in essence is the broader category rather than “State Finance”, and it is the combination of state finance, regional finance (in countries with federal arrangements) and local finance. State finance, in its turn, includes: state budget and state credit, allotment of centralized or

decentralized state funds, state reserves, and insurance funds and finances of enterprises operating in the government sector.

Regional finance includes the financial transactions which are performed by the regional (territorial) actors at the regional level for undertaking state functions. The finance at the regional level are formed from own sources by collecting tax and non-tax revenues and from the allotment of financial resources transferring from the central (federal) budget.

Local (municipal) finance represents monetary resources which are formed, on the one hand, among local self-government bodies and, on the other hand, among state authorities, legal entities and natural persons in the process of distribution and redistribution of national income. The main objective of organizing local finances is providing financial resources for local self-government bodies to the extent that is sufficient for solving local socio-economic issues. The following items are included in local finance: local self-government (municipalities) finance, local non-budgetary funds, finance of utility companies, local taxes and fees.

State Finance ensures the fulfillment of government's political, economic and social functions and satisfaction of the needs of the general public. State Finance, on the one hand, represents the financial base of higher bodies of state administration, and, on the other hand, it serves as a regulatory instrument of influence on the socio-economic development of the country.

The peculiarity of Public Finance lies in the fact that it is the intersection area of different and conflicting interests, particularly, the diverse interests of government, group of people and individuals. Besides, the socio-economic and political stability of the country and the normal functioning of all the public and state institutions depend on the opportunity of defining "resultant vector" of these interests. That is the reason for the fact that it is not accidental that the special attention is drawn to the Public Finance in the constitution of the various countries. Furthermore, financial problems are discussed independently in the basic law of the countries such as Belgium, Germany, Sweden and etc.

The importance of Public Finance requires a rigid separation of the categories "Public Finance" and "Private Finance" for the normal functioning of central government personnel and municipality staff. The state of the Private Finance absolutely depends on the market and the laws of the market economy. As for the Public Finance, it retains the direct relations to the concrete activities of the public authorities despite the fact that it is more or less related to market factors. Public Finance is subordinate to the state policy. The state is able to enforce collection of its revenues through taxation mechanisms, unsecured emissions, loans and etc. Together with the mobilization of funds the state provides proper spending of these funds for the public needs. Individuals are not able to receive their income by force, as in the case of the state. That is why they find it difficult to fulfill their obligations. Furthermore, Private Finance is aimed at making a profit whereas the objective of the Public Finance is to realize common national interests.

The state arrangement is directly linked to the budgetary arrangements and distribution of the financial powers between the center and regions. The principle of real federalism is primarily defined by the level of the financial autonomy of federation entities, which means whether these entities have the revenue base of their own and authority to independently assign their revenues and expenditures.

The essence and functions of public finance is constantly evolving in tandem with the transformation of state functions. Nowadays, within the economically developed countries among the state priorities the following issues come to the foreground: social politics; keeping the peace, law and order; finding solutions to the global problems (ecology, demographic situation and etc.). No doubt that the practical realization of these issues is not possible without proper financing.

The diversification and complexity of state functions and emphasizing the social directions in the state policy give rise to the new challenges in the regulations of public reinvestment. Under that condition, the property-based initial distribution cannot be the effective regulator of the multifaceted social development. Conflicts between common and private interests are solved through various distributing systems which constantly and efficiently interact with each other and create the state distributing complex.

At this stage, there is a significant increase in the role of civil society in improving public financial management. In Georgia, in that direction, the implemented actions are too weak so far, since there cannot be achieved the absolute transparency in planning and government spending of the State Finance. The elaboration of the new strategy towards that direction is of principal importance, which will form the ground for the effective management of the public finance.

During the recent years, under the conditions of rising tax revenues and external debts, the special emphasis is placed on the issue of the expenditure optimization. The leading countries have been employing the systems of rational management of public finance, particularly, the evaluation systems of efficiency and effectiveness, for a long time. However, such an approach has still not been applied in Georgia to this day.

In Georgia the reforms in the management of the public finance took place alongside the early years of the state independence restoration of the country. Though, this is a complex and strenuous process and there seems to be still a lot of confusion to be settled in that direction. The adoption of the new fiscal policy is of special importance, because it has to ensure the improvement of the business environment, the attraction of the foreign investments and the strengthening of the fiscal discipline.

It should be mentioned that in that direction the significant achievements have been achieved for the last few years: the radical changes were made to the tax legislation, the amount of taxes decreased according to the new tax code, the administrative mechanisms were simplified, the solid lawful base was formed for the support of the legal business, the strict control mechanisms and the rules of tax litigation were adopted.

In the future there should be made the new strategic changes for the purposes of fiscal policy development and the improvement of the country's financial condition. By all these changes it is necessary to ensure the high trend rates of economic growth, macro-economic stability of the country, expenditure growth in the directions of prioritized socio-economic areas, and the consolidation and the perfection of the financial order.

There is a need for the reduction of the state share in the economy; the state budget surplus should be achieved. The Public Financial Management reforms should be carried out in the following directions: budgetary policy perfection, the development of treasury operations, the growth of the efficiency of the financing policy, the improvement in the administration of revenue mobilization, and the institutional development of the budget management.

Improvement of public finance management will create an opportunity to cover the budget deficit by non-inflationary way, to develop securities market, to gradually repay existing debts of National Bank. As a result of the reform the following should be achieved: macroeconomic stability of the country, increase in total revenues, expenditure growth in prioritized industry areas, and enforcement of financial order.

References:

1. Harvey S. Rosen, Public Finance, Translations from English, Volume 1, Volume 2, Tbilisi, 2006.
2. Meskhia I., Gabelashvili K., The Budget System of Georgia, Tbilisi, 2010.
3. Jonathan Gruber, Public Finance and Public Policy, M, Publishing House, "Budget", 2012.

თამაზ გამსახურდია

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თეიმურაზ ფესტვენიძე

ტექნიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ეფექტური მენეჯმენტის გადამწყვეტი როლი ქვეყნის აღმშენებლობაში

ქვეყნის აღმშენებლობა მეტად რთული და შრომატევადი პროცესია, რომელიც საბოლოოდ დადებითად უნდა აისახოს ხალხის ცხოვრების პირობებზე, წინააღმდეგ შემთხვევაში ბუმერანგივით დაუბრუნდება უკან ხელისუფლებას, რაც დამანგრეველი იქნება ქვეყნის წინსვლისა და მისი სტაბილურობის შენარჩუნებისათვის. საჭიროა მეტად გააზრებული და მნიშვნელოვანი ღონისძიებების განხორციელება, რომელიც ეფექტური იქნება ქვეყნისათვის. საქართველოში ჯერ კიდევ უამრავი პრობლემა გადასაჭრელი, ამისთვის საჭიროა პროფესიონალიზმი, მაღალკვალიფიციური სპეციალისტის გამოცდილება.

გადამავალ პერიოდში ჩვენთვის უმთავრესი იყო მმართველობის პრობლემა. აქ იგულისხმება მენეჯმენტის პრობლემები, როგორც სახელმწიფო, ისე ცალკეული სამეწარმეო სუბიექტების დონეზე. საჭირო იყო თანამედროვე თეორიებისა და უცხოური გამოცდილების პრაქტიკაში დანერგვა, რაც არც თუ ისე ადვილი აღმოჩნდა. ეს პირველ რიგში, დაკავშირებული იყო საკადრო პრობლემებთან. კერძოდ დავიწყებული იქნა ყველაზე, ნიშ-

ენელოვანი საკითხი, რომ ადამიანი მხოლოდ ასაკობრივი და პროფესიული გამოცდილების შემდეგ უნდა დაწინაურდეს მაღალ თანამდებობაზე, რამაც თავისი დადი დაასვა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას. ამრიგად განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს თანამედროვე სპეციალისტის მომზადებასა და გადამზადების მეტად აქტუალურ საკითხებს, რომლებსაც დაეკისრებათ ქვეყნისათვის მეტად მნიშვნელოვანი პრობლემების გადაჭრა. ადამიანი, როგორც საკმაოდ მაღალი დონის რესურსი, ქვეყანაში უზრუნველყოფს მთლიანი შიდა პროდუქტის (მ.შ.პ.) სტაბილურ ზრდას და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას. ადამიანური რესურსი, როგორც კაპიტალი არის ქვეყნის ეკონომიკის შესაძლო სტაბილურობის ზრდის მთავარი დომინანტი.

ქვეყნის წინსვლისა და მისი ეკონომიკური ძლიერების განმტკიცების საქმეში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სამეწარმეო საქმიანობას. ამისთვის საჭიროა ისეთი საკანონმდებლო გარემოს შექმნა, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყოს ქვეყანაში ბიზნესის მაღალი ტემპით განვითარებას. ჩვენს ხელთ არსებული სტატისტიკური მონაცემები მიგვანიშნებენ იმაზე, რომ საქართველოში სხვადასხვა მიმართულებით მოზიდული ინვესტიციები, ადამიანური, წიაღისეული თუ ბუნებრივი რესურსები არა ეფექტურად და მიზანშეუწონილად იქნა გამოყენებული, რამაც არაჯანსაღი ატმოსფერო შექმნა საზოგადოებაში და ამით გამოიწვია საზოგადოებრივი ნიჰილიზმი.

სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისათვის აუცილებელია ფირმის ხელმძღვანელობამ პერსპექტიული გეგმების შემუშავებაში მაქსიმალურად უზრუნველყოს ყველა თანამშრომლის ჩართულობა, რაც თვალნათლივ დაანახებს მათ ამ გეგმის რეალობას, გაზრდის მათ მოტივაციას და მიმზიდველს გახდის ბიზნესის კეთებას.

ქვეყნის უწყვეტი აღმშენებლობა მნიშვნელოვანი და შეუცქცევადი პროცესი უნდა გახდეს. გასათვალისწინებელია ქალაქის, რაიონის, სოფლის ტიპის დასახლებების ინფრასტრუქტურის ტექნიკური ბაზა, უნდა შეიქმნას ახალი სამუშაო ადგილები, მოსახლეობას მიეცეს დასაქმების მეტი შანსი პროფესიების მიხედვით. ასეთ პირობებში ქვეყანაში წარმოებული იქნება მეტი მ.შ.პ., შემცირდება საზღვარგარეთ მიგრაციის მასშტაბები, შენარჩუნებული იქნება მდიდარი ადამიანური რესურსები, გაიზრდება მწარმოებულობა, რაც მაღალი შრომის ანაზღაურების პერსპექტივა იქნება.

დღეს საქართველო ბიზნესის მცოდნე კადრების დეფიციტს განიცდის, პარადოქსია, მაგრამ ფაქტია, რომ ქვეყანაში არსებული უმუშევრობის ფონზე, ძნელი წარმოსადგენია ასეთი მდგომარეობა. ეს ადამიანური რესურსების დაბალი განვითარებით აიხსნება. ამ შემთხვევაში სახელმწიფო არ ახდენს ფინანსური რესურსების მნიშვნელოვანი ნაწილის მიმართვას სამუშაო ძალის განვითარებისკენ, რასაც საბოლოოდ რესურსების არარაციონალური ხარჯვისკენ მივყავართ.

ბიზნეს გარემოს ხელშეწყობისა და სამეწარმეო საქმიანობის ეფექტურად წარმართვის მიზნით საჭირო და გადაუდებელ საქმედ მიგვაჩნია რეგიონების მიხედვით შეიქმნას ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის სპეციალური ექსპერტ ჯგუფები, რომლებიც:

- დაკომპლექტებული უნდა იყოს პროფესიონალი, მაღალკვალიფიციური, გამოცდილი სპეციალისტებით, მასში გაერთიანებული უნდა იყოს არანაკლებ 9 ადამიანისა. პირველ ხანებში ის უნდა დაფინანსდეს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან.
 - ფლობდეს სრულ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ ბიზნესის რომელი სახეობა უნდა განვითარდეს მოცემულ რეგიონში და რა სახის პროდუქციის წარმოებაა შესაძლებელი, რა მოთხოვნა იქნება და რა ხვედრით წილს დაიკავებს ბაზრის სეგმენტში აღნიშნული პროდუქცია.
 - ფლობდეს სტატისტიკურ მონაცემებს ადამიანური რესურსების სტრუქტურული შემადგენლობის შესახებ.
 - დამწყები ბიზნესმენებისთვის რეგულარულად უნდა ატარებდეს სემინარებს, ტრენინგებს და ა.შ, რომლებიც ხელს შეუწყობს მათ წარმატებული საქმიანობის განხორციელებაში.
 - ფირმებს, ბიზნესმენებს, დაინტერესებულ პირებს უნდა აძლევდნენ წინადადებებს, რეკომენდაციებს სამეწარმეო საქმიანობის უკეთ წარმართვის მიზნით.
 - აძლევდეს კომერციული ბანკებს შუამდგომლობა-რეკომენდაციებს თუ რა სახის ბიზნესებზე გაიცეს შეღავათიანი კრედიტები მოცემულ რეგიონში და გრძნობდნენ პსუხისმგებლობას ამის შესახებ.
- ანალიზმა დაგვანახა, რომ ქვეყანაში კვლავ გრძელდება არასწორი მიდგომები სასიცოცხლო დარგების, მრეწველობისა და აგრობიზნესის, განვითარების თვალსაზრისით. თითქმის დაკნინებულია მრეწველობა, აგრობიზნესი შეიძლება ითქვას ფუნქციონირებს, მაგრამ ბოლომდე ეფექტური არ არის.
- ვიმედოვნებთ, ხელისუფლება ყურად იღებს ამ წუხილს და ხელს შეუწყობს სამეცნიერო-საკვლეო-სადიეო

სამუშაოების განხორციელებას. ქვეყანაში სამეწარმეო საქმიანობამ ფართოდ რომ მოიკიდოს ფეხი ამისთვის საჭიროა შეიქმნას სპეციალური კვლევითი ინსტიტუტები, რომელიც ხელს შეუწყობს საქართველოში ბიზნესის ფართოდ განვითარებას.

ბოლო წლებში ვითარება ქვეყანაში მართლაც შეიცვალა უკეთესობისკენ, მაგრამ ეს საკმარისი როდია. ბიზნეს-გარემოს გაკეთილშობილებას ჯერ კიდევ წინააღმდეგობები და სირთულეები ახლავს, რომელიც აფერხებს მის განვითარებას. ამიტომ მეტად საჭიროდ მიგვაჩნია ყველა დარგის სამინისტროებს ხელმძღვანელობდნენ პროფესიონალი, კვალიფიციური, გამოცდილი სპეციალისტები, რომლებიც სამართლიანი გზით უხელმძღვანელებენ თავიანთ დარგებს, რაც ხელს შეუწყობს აგრეთვე ბიზნესის განვითარების საქმეს.

არსებობს აზრი, რომ ბუნებრივი რესურსებით დარიბმა ქვეყანამ, რომელსაც დაბალი ტექნოლოგიური დონე აქვს, ლიბერალური ბიზნეს-გარემოს შექმნით უნდა ჩაუყაროს საფუძველი მზარდ და კონკურენტულ ეკონომიკას. ხდება თუ არა ეს საქართველოში? ქვეყანაში, რომელიც არც ისე მაღალი ტექნოლოგიური დონით გამოირჩევა? მსოფლიო ბანკის ბოლო გამოკვლევების შედეგების მიხედვით, საქართველოში მკვეთრად გაუმჯობესდა პირობები საქმიანი აქტივობისათვის, მაგრამ აქ ხელის ბევრი შემშლელი მიზეზები და ბიზნესის წარმატებასთან დაკავშირებული რეალური რისკებიც არსებობს. ასეთი მწვავე პრობლემების პირობებში ძნელია ბიზნესის საქმიანობის ეფექტურად წარმართვა, ამიტომ საჭიროა ხელისუფლების კეთილი ნება და სამართლიანი მიდგომა. ამ ეტაპზე საქართველო საკმაოდ ჩამორჩება ყოფილ საბჭოთა ბალტიისპირეთის ქვეყნებს. ისინი სხვა პრინციპით ვითარდებოდნენ და ყოველთვის პოულობდნენ პრობლემების ქვეყნის სასარგებლოდ გადაჭრის გზებს. როგორც სტატისტიკური მონაცემებიდან ირკვევა საქართველო უსწრებს ცენტრალური აზიის და კავკასიის ქვეყნების მაჩვენებლებს, თუმცა ეს დამშვიდების საშუალებას როდი იძლევა, რადგან დარგების მაჩვენებლები ჯერ კიდევ შორსაა სასურველისაგან. საქართველოში ბევრი პრობლემა ექსპორტ-იმპორტთან დაკავშირებული საკითხებში. ჩვენი ქვეყანა ძირითადად იმპორტიორი ქვეყანაა, რადგან ის გაცილებით მეტ იმპორტირებულ პროდუქციას მოიხმარს ვიდრე აწარმოებს საექსპორტოდ. ასეთ პირობებში ჩნდება კითხვა უზრუნველყოფს თუ არა საკანონმდებლო ბაზა სამამულო პროდუქციის დაცვას? შეგვიძლია თუ არა ჩვენ იმპორტჩანაცვლებადი პროდუქციის წარმოება?

ბოლო პერიოდში არა ერთი კარგი ღონისძიება განხორციელდა, მაგრამ სასიცოცხლო დარგის განვითარებისათვის ისეთი პრაქტიკული ნაბიჯი არ გადადგმულა, რომ ადამიანს ეგრძნო კმაყოფილება. ამიტომ, ხელისუფლების მხრიდან დიდი მხარდაჭერაა საჭირო. ჯერ-ჯერობით არსებული ბარიერები უარყოფით გავლენას ახდენს ექსპორტ-იმპორტის საერთო ბალანსზე, რაც ნათლად ჩანს სტატისტიკური მონაცემებიდან. თუ 2005 წელს საგარეო სავაჭრო ბრუნვა 3335.4 მილიონ დოლარს შეადგენდა, ხოლო 2009 წელს კი 5500.1 მილიონს მიადგინა, ანუ გაიზარდა 164.9%-ით. საქონლის რეგისტრირებული ექსპორტი (FOB) ამავე წლებში შესაბამისად, შეადგენდა 0868.5 და 1130.6 მილიონ დოლარს, ანუ გაიზარდა 130.6%-ით, ხოლო სასაქონლო რეგისტრირებული იმპორტი (CIF) 2005 წელს 1490.0 მილიონი დოლარი შეადგინა, ხოლო 2009 წელს კი 4369.5 მილიონ დოლარამდე გაიზარდა, ანუ შედგინა 175/5%. ე.ი. საქართველოში იმპორტირებული პროდუქცია 2-ჯერ და მეტად აჭარბებს ექსპორტირებულ პროდუქციას. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობა პრიორიტეტულ საქმიანობად აღარ არის მიჩნეული. საქართველოში 2010 წლისთვის დარეგისტრირებული იყო 324417 ერთეული ბიზნეს ობიექტი. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების მიხედვით სურათი ასე გამოიყურება: კომერციული იურიდიული პირები - 82952, სოციალური პასუხისმგებლობის საზოგადოება (ს.პ.ს.)- 2458, კომანდიტური საზოგადოება- 194, შ.პ.ს. - 77235, სააქციო საზოგადოება- 1902, კოოპერატივი- 1163, არაკომერციული(არასამეწარმეო) იურიდიული პირები- 11486, ინდივიდუალური საწარმო-220344, ფილიალი, წარმომადგენლობა და სხვა- 6481, საჯარო სამართლის სუბიექტები- 3554, რომელიც თითქმის ყველა დარგს მოიცავს, მაგრამ შესაბამისი შედეგი არ ჩანს. იმ შემთხვევაში თუ ყველა მათგანი რომ რეალურად მომქმედი იყოს, მაშინ საზოგადოების დასაქმების პრობლემა ასე მტკიცეწეული არ იქნებოდა.

გავიხსენოთ გამოჩენილი შოტლანდიელი სწავლულის ადამ სმიტის მიერ 200-ზე მეტი წლის წინათ გამოთქმული სიტყვები: „იმისთვის, რომ სახელმწიფო ავიყვანოთ ბარბაროსობის სულ ქვედა საფეხურიდან, კეთილგონიერების უმაღლეს საფეხურზე საჭიროა მხოლოდ მშვიდობა, მსუბუქი გადასახადები და მოთმინება მართვაში“.

ეს ბრძნული გამონათქვამი ჩვენი ქვეყნის შემთხვევაშიც მისაღებია. ამ ეტაპზე გადაუდებელ ამოცანად მიგვაჩნია ძირეული რეფორმების გატარება, კადრების აუცილებელი ცვლილება (პატიოსნების, გამოცდილების, პროფესიული დონის მიხედვით) კარდინალური ღონისძიებების განხორციელება, რომელიც საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნებს ეხმაურება და მიმართულია ქვეყნის ეკონომიკისა და ხალხის კეთილდღეობის ამაღლებისკენ.

Tamaz Gamsakhurdia

Associated Professor. Akaki Tsereteli State University

Temur Pestvenidze

Associated Professor. Akaki Tsereteli State University

A DECISIVE ROLE OF EFFECTIVE MANAGEMENT IN THE PROCESS OF COUNTRY DEVELOPMENT

The development of a country is a very complex and time-consuming process that should have a positive result on the people's living conditions; otherwise it will act like a boomerang returning back to the government with a destructive impact on the development and prosperity of the country. That's why sensible and important measures must be taken. We are still facing lots of problems in Georgia and for this we need experience of professional specialists.

During the transitive period, the most important for us, alike other countries, was the governance problem. It deals with state and entrepreneurship management problems. Modern theories and foreign experience were necessary to be implemented in the practice which was not so easy as it was connected with the structural problems. The fact, that a person according to his or her age and professional experience should be given a chance to get promoted, was forgotten. It made a negative influence on the development of the economical situation of our country. So, great attention should be paid to training modern staff for them to solve important problems of our country later. A person as a qualified human resource provides the growth of gross domestic product (GDP) and raising living standards. Human resources as a capital are the main dominant in increasing the possible stability of a country's economy.

Entrepreneurship plays a vital role in the prosperity and economical development of the country. For this reason, such legislative environment needs to be created that will support the growth and development of business in the country. According to our statistic data, investments from different countries, human, fossil and natural resources were not spent rationally that led us to create unhealthy situation in the society causing public nihilism.

The management of company should involve every member of the staff in the decision making process for the development of entrepreneurship. This fact will increase their motivation and make it attractive to do business.

Continuous development of the country should be an important and irreversible process. Technical base of a city, country or village infrastructure should be taken into consideration, new working places should be created and the population should be given chances to get employed according to their profession. As a result of this, the country will produce more GDP, migrating will decrease, rich human resources will be maintained, productivity will increase providing the perspectives of high salary.

Nowadays, there is a lack of qualified staff in Georgia. It is a paradoxical fact that while facing unemployment it is hard to believe to have such situation in the country. This fact can be explained with the low human resource development. In this case the state does not spend the significant part of financial resources on human resource development. This leads to irrational consumption of resources.

To support entrepreneurship and business environment, we think it wise to form special expert groups supporting business development according to the regions. These groups should:

- Be stuffed with professional, qualified specialists, consisting of not less than 9 members. At first it should be financed from the state budget.
- Be aware of the information which filed of business be developed in the given region and what kind of production can be produced, what will be the demands, what part of share will have in the market.
- Have statistical data about human resource structure.
- conduct seminars and trainings for beginner businessmen to support them have successful business
- Give recommendations to the companies and interested people how to lead to success.
- Give recommendations and mediations to commercial banks which type of businesses can be given preferential loans in the given region and be responsible.

As the analyses showed, wrong approaches to vital fields, industry and agribusiness are still going on. Industry is almost destructed; agribusiness may be still functioning but is not fully efficient.

Only foreign products were and are still sold in Georgia that has a negative impact on our country. What's more, scientific-

research institutes are ignored which conducted great deal of scholar works and their recommendations were used in development of industry, agribusiness and other fields. The growth of scientific groups together with effective management would play a big role for the development of the country in crisis providing the increase of welfare of the country and finding the solutions to the problems.

We hope that the government will pay attention to this problem and give the green light to scientific and research works, paying special attention to science as the basis of the progress. Special research institutes needs to be established to develop entrepreneurship in Georgia.

The situation has become better in recent years but this not enough. Development of business environment is a contradictory and complex process. The ministries should be governed by professional, qualified specialists who will work legally that will support the business development.

It is supposed that a country that is poor with natural resources and has low technological level should develop growing and competitive economy by creating liberal business environment. Does it happen so in Georgia, in the country not distinguished by its high technological level? According to the latest research done by World Bank, the situation in Georgia conditions for business activity has sharply improved though a lot of interfering reasons and real risks connected with success of business. In this difficult situation it is hard to do business efficiently. That's why goodwill from the government and fair approach is necessary. At present, Georgia lags behind former Soviet Baltic states. They developed on the basis of different principles and always found ways to solve problems that would benefit their countries. As statistical data shows is ahead of the indexes of Central Asian and Caucasian countries but filed showings are not the ones we would like to have. Import and export is a problematic issue of our country. Our country is mainly an importer country as it consumes more imported products than it produces for exportation. Does Georgian legislation protect domestic production? Are we able to manufacture the production that would replace the imported ones?

It is calculated that people's demand can be met by local industrial and agricultural production. If we use our resources as much as possible, then we have to use all the reserves, choose the correct strategy and effective management, have reasonable approaches to suggested initiatives, take scientists' recommendations into consideration, use new technologies intensively, control the fulfillment of taken decisions systematically.

In this case it is very important how effective is the company itself. The strategy of the company requires from the managers rational distribution of company resources to fulfill the company plan efficiently. Strategic subdivisions need enough financial resources for this reason. Managers should study the needs of the subdivisions connected with staff increase, budget growth, and renovation of the equipment. That's why managers responsible for the realization of the strategy must take part in budget formation, study new proposals attentively and make the right conclusions. Reasonable approach to business is a guarantee to overcome obstacles and set the future perspectives. A lot has been done recently but more needs to be done in coming years. Lots of good arrangements have been implemented but no practical steps have been made so far for developing vital fields. Government support is necessary for that. Existing difficulties have a negative impact on general balance of import and export. The clear picture is given in statistic analyses. If in 2005 foreign trade turnover was 3335.4 million dollars, the figure reached 5500.1 million in 2009 so it increased by 164.9%. FOB in these years was 0868.5 and 1130.6 million dollars so it increased by 130.6%. As for CIF, in 2005 it was 1490.0 million dollars, and in 2009 increased up to 4369.5 million dollars so it became 175.5%. It means that imported products in Georgia exceed twice exported ones. So in Georgia entrepreneurship is not a priority. 324417 business units were registered in Georgia in 2010. According to organizational and legal forms: Commercial entities - 82952, Commercial entities Society for Social Responsibility (SSR) - 2458, Society limited - 194, Ltd - 77235, JSC - 1902, cooperative - 1163, non-profit legal entity - 11486, individual enterprise - 220344, branch, office, etc - 6481, public law entities covering almost all other fields - 3554 but the result is not satisfactory. If they functioned really, the situation would not be so dramatic.

Let's remember the words of a famous Scottish scientist Adam Smith said more than 200 years ago: "Little else is requisite to carry a state to the highest degree of opulence from the lowest barbarism but peace, easy taxes, and a tolerable administration of justice

This wise saying is acceptable in our case as well. At present we think it urgent to pass basic reforms, necessary changes of the staff (according to honesty, experience, qualifications), take drastic measures responding to market economy needs directed to the development of a country's economy and people's welfare.

ვაჟა გურაბანიძე

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი.

აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფია, კონცეფცია და სტრატეგია

ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფიაში იგულისხმება მისი (ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის) არსის, წარმოშობისა და განვითარების, სხვა მეცნიერებებთან კავშირის ფილოსოფიური გაგება. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფია ადამიანური რესურსების მართვის პროცესს განიხილავს ლოგიკური, ფსიქოლოგიური, სოციოლოგიური, ეკონომიკური, ორგანიზაციული და ეთიკური თვალსაზრისით.

ორგანიზაციის ადამიანური რესურსების მართვის ფილოსოფია გამოიხატება მომუშავეთა შესაძლებლობებით, ორგანიზაციაში მუშაობით დაიკმაყოფილონ თავიანთი პირადი მოთხოვნილებანი. ამ ამოცანის წარმატებით შესრულება შესაძლებელია მხოლოდ ყველა ცალკეულ ორგანიზაციაში მუშაობისა და შრომითი ურთიერთობების ნორმალური პირობების არსებობისას. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფია არამარტო ორგანიზაციის პერსონალით დაკომპლექტების უზრუნველყოფაშია, არამედ მომუშავეთა მოთხოვნილებების სრულ დაკმაყოფილებაში. სწორედ ესაა ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის სისტემის ამოცანა ფილოსოფიური გაგებით. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფია ორგანიზაციის ფილოსოფიის საფუძველი და მისი განუყოფელი ნაწილია.

ორგანიზაციის ფილოსოფიაში იგულისხმება ადამიანური რესურსების ურთიერთდამოკიდებულების შიგარგანიზაციული პრინციპების, მორალური და ადმინისტრაციული წესების ერთობლიობა და მთელი ადამიანური რესურსების მიერ აღქმული და ორგანიზაციის გლობალური მიზნისადმი დაქვემდებარებული ფასეულობებისა და შეხედულებათა სისტემა.

აღნიშნული ფილოსოფიის დაცვა უზრუნველყოფს ადამიანურ რესურსებთან ურთიერთდამოკიდებულებაში წარმატებასა და ორგანიზაციის ეფექტიან განვითარებას. მისი დარღვევა კი პირიქით, იწვევს კონფლიქტებს ადმინისტრაციასა და მომუშავეებს შორის, ორგანიზაციის ფუნქციონირების ეფექტიანობისა და იმიჯის დაცვას. ამას კი შეიძლება მოჰყვეს გაკოტრება.

ორგანიზაციის ფილოსოფია ემყარება შემდეგ დოკუმენტებს: ქვეყნის კონსტიტუცია, სამოქალაქო კოდექსი, შრომის კანონთა კოდექსი, ადამიანის უფლებათა დეკლარაცია, რელიგიური მოძღვრებები (ბიბლია, ყურანი და სხვ.), საუკეთესო ორგანიზაციების გამოცდილებანი, ქვეყნისა და ორგანიზაციის საკადრო პოლიტიკის სტრატეგია და სხვა. მოცემულ შემთხვევაში აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს: მომუშავეთა ეროვნული შემადგენლობა, წარმოების ტიპი, საკუთრების ფორმა, ეკონომიკის დარგი, ორგანიზაციაში მომუშავეთა რაოდენობა, მომუშავეთა კეთილდღეობის დონე, ადამიანური რესურსების კულტურული დონე და ა. შ.

ადამიანურ რესურსებთან მუშაობის კონცეფციაში იგულისხმება ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის არსის გაგებასა და განსაზღვრაზე, შინაარსზე, მიზნებზე, ამოცანებზე, კრიტერიუმებზე, პრინციპებსა და მეთოდებზე თეორიულ-მეთოდოლოგიურ შეხედულებათა სისტემა. იგი მოიცავს აგრეთვე, ორგანიზაციის ფუნქციონირების კონკრეტულ პირობებში მისი რეალიზაციის მექანიზმის ფორმირების ორგანიზაციულ-პრაქტიკულ მიდგომებს - ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის სტრატეგიას, რომელიც გულისხმობს შემდეგ პროცესებს: 1) ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის მეთოდოლოგიის შემუშავებას; 2) ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის სისტემის ფორმირებას; 3) ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ტექნოლოგიის დამუშავებას.

უკანასკნელ წლებში მეცნიერულ-ტექნიკურმა პროგრესმა შრომით საქმიანობაში დიდი ცვლილებები გამოიწვია, რაც აისახა ფორმათა ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის კონცეფციებში. ტრადიციული ტექნოლოგია თანდათანობით იცვლება მოქნილი წარმოებრივი კომპლექსებით, რობოტო-ტექნიკითა და მეცნიერებატევადი წარმოებით. ფართოდ იწერება კომპიუტერული ტექნიკა და კავშირგაბმულობის თანამედროვე საშუალებანი, ბიო და ლაზერული ტექნოლოგიები.

მათი დანერგვის შედეგად მცირდება ადამიანური რესურსების რაოდენობა, იზრდება სპეციალისტების, ხელმძღვანელებისა და მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მომუშავეთა წილი. იზრდება ერთ მომუშავეზე კაპიტალის ღირებულებითი მოცულობა (კაპიტალის ორგანული შემადგენლობა). ამას თან ახლავს სამუშაო ადგილზე მომუშავეს უფლებამოსილებათა გაფართოება და წარმოებრივი პროცესის თვითკონტროლის გაზრდა, რაც თანამედროვეობის მთავარი დამახასიათებელი ნიშან-თვისებაა.

ცნობილია, რომ მენეჯმენტის ძირითადი ამოცანა საქონლისა და მომსახურების წარმოების მაქსიმალური ეფექტურობის უზრუნველყოფაა. ამ ამოცანის შესრულება შეუძლებელია ადამიანური რესურსების ადექვატური სტრატეგიული მართვის გარეშე, რომელიც როგორც ზემოთ აღინიშნა, სრულფასოვანი ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის კონცეფციის შემადგენელი ნაწილია. ყოველი ორგანიზაციის მართვისას მუდამ უნდა გვახსოვდეს, რომ „ორგანიზაციის შიგნით მთავარია მომუშავე ადამიანები, ხოლო ორგანიზაციის გარეთ - პროდუქციის მომხმარებლები“. ასეთი მიდგომის თანახმად, ორივე სამიზნე ჯგუფი ის ადამიანებია, ვისი ინტერესების გათვალისწინებაც წარმატებას მოუტანს ორგანიზაციას.

ორგანიზაციის ადამიანური რესურსების მართვისას ყველას და განსაკუთრებით კი მენეჯერებს ყოველთვის უნდა ახსოვდეთ, რომ ადამიანების მართვა შეუძლებელია განხორციელდეს სტანდარტული მეთოდებით; შესაბამისად არ შეიძლება არსებობდეს „სტანდარტული ადამიანი“. სწორედ ამიტომ, ადამიანთა მართვა ხელოვნებაა, რომელიც არა მხოლოდ ფუნქციურ ვალდებულებებსა და უფლებამოსილებებს, არამედ მათ გრძნობებს, განწყობას, სულიერებას და სხვა პიროვნულ მახასიათებლებსაც უკავშირდება. ეს თავისებურებები აუცილებელია სათანადოდ იქნეს გათვალისწინებული ადამიანური რესურსების მართვის სტრატეგიის შემუშავებისას და გამოყენებული იქნას მისი რეალიზაციის პროცესში.

სტრატეგიის უპირველესი ელემენტია მიზანთა სისტემა. მასში შედის მისია (მთავარი დანიშნულება), ზოგადორგანიზაციული და სპეციფიკური მიზნები; სტრატეგიის მეორე ელემენტია პრიორიტეტები. მასში იგულისხმება რესურსების (მოცემულ შემთხვევაში ადამიანური რესურსების) განაწილების მთავარი პრინციპები; მესამე ელემენტია მმართველობითი მოქმედებებისა და კადრებთან მუშაობის წესები.

ადამიანური რესურსების სტრატეგიული მართვის ობიექტია ორგანიზაციის მომუშავეები, შრომის პირობები და სტრუქტურა. სტრატეგიის შემუშავებისათვის აუცილებელია მრავალი ადამიანის ერთობლივი მუშაობა. ამ მიზნით დასავლეთის განვითარებული ქვეყნების მსხვილ ფირმებში ხშირად იქმნება სპეციალური ჯგუფები.

მასში როგორც წესი შედის 10-15 კაცი (ძირითადი ქვეგანყოფილების ხელმძღვანელები, უმაღლესი კვალიფიკაციის სპეციალისტები, კოლექტივის წარმომადგენლები, გარე კონსულტანტები). მათ მიერ მუშავდება სტრატეგიის ფუძემდებლური პრინციპები და მისი ალტერნატიული მოდელები. ცხადია, სტრატეგიის ფორმირებისას შეუძლებელია ყველაფრის გათვალისწინება. ნებისმიერ მომენტში როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ისე მის გარეთ შეიძლება წარმოიშვას ახალი მოვლენები. ასეთ შემთხვევებში უმეტესად არაა საჭირო მთელი სტრატეგიის შეცვლა, საკმარისია მასში სათანადო ცვლილებების შეტანა. ხშირად მოწინავე ორგანიზაციებს, ზემოაღნიშნული მიზეზის გამო, აქვთ არა ერთი, არამედ რამდენიმე სტრატეგია. მათ შორის წამყვანია გენერალური სტრატეგია, რომელიც მოიცავს ორგანიზაციის მისიის განხორციელების წესებსა და გზებს. თითოეული განსაკუთრებული შემთხვევისათვის ამუშავებენ სპეციალურ სტრატეგიებს.

დასავლეთში საკმაოდ გავრცელებულია „ადამიანური კაპიტალის თეორია“, რომლის მიხედვით მომუშავეთა ცოდნა და კვალიფიკაცია მიჩნეულია მათი ორგანიზაციის კუთვნილებად, რომელსაც მოაქვს შემოსავალი. სწორედ მომუშავეთა ცოდნის სრულფასოვნებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაზე ზრუნვა უნდა შეადგენდეს ადამიანური რესურსების მართვის სტრატეგიის მთავარ ქვაკუთხედს.

ორგანიზაციები შეიძლება განვიხილოთ, როგორც სწავლების უწყვეტი სისტემები, ხოლო ორგანიზაციული სწავლება განისაზღვრება, როგორც კოორდინირებული სისტემების ცვლილების პროცესი, რომელსაც გააჩნია მექანიზმები, რათა ცალკეული პიროვნებებისა და ჯგუფებისათვის შესაძლებელი იყოს შეიქმნას და გამოიყენოს ორგანიზაციული ინფორმაცია, სტრუქტურა და კულტურა იმ მიზნით, რომ განვითარდეს ხანგრძლივი ორგანიზაციული მწარმოებლურობა.

ორგანიზაციული სწავლების მიზანია, შეიქმნას ფირმის რესურსზე დაფუძნებული უნარიანობა (მაქსიმალური სიმძლავრე). ეს უკავშირდება ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ერთ-ერთ ძირითად პრინციპს, კერძოდ იმას, რომ აუცილებელია ადამიანებში კაპიტალდაბანდება, რათა განვითარდეს ორგანიზაციისათვის საჭირო ადამიანური კაპიტალი და გაიზარდოს მისი ცოდნისა და კვალიფიკაციის რეზერვი.

როცა ადამიანურ კაპიტალსა და ადამიანური რესურსების სტრატეგიულ მართვაზე საუბარი, მთელი პრინციპულობით უნდა ითქვას, რომ ამ სფეროში ინვესტიციების შეზღუდვა, ადამიანის ფაქტორის იგნორირება, ადამიანური რესურსების არასათანადო მოტივირება და სოციალური დაუცველობა ბუმერანგით უბრუნდება ორგანიზაციის წინსვლასა და მის განვითარებას, ორგანიზაციის მისიისა და მიზნების აღსრულებას, რაც ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის ფილოსოფიის უკმარისობითა და კონცეფციის არასრულფასოვნობით არის განპირობებული.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ზერიძე რ., ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბილისი 2009.
2. გურაბანიძე ვ., ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბილისი 2009.
3. გურაბანიძე ვ., ქიქოძე ნ., შრომითი რესურსების მენეჯმენტი, ქუთაისი 2006.
4. დურული ც., ადამიანური რესურსების ეფექტიანი მართვის კონკურენციული სტრატეგიები, ჟურნალი „ეკონომიკური პროფილი“ №7, 2010.
5. პაიჭაძე ნ., პერსონალის მართვა, თბილისი 2003.
6. ჯულაყიძე ე., ადამიანური რესურსების მართვა, როგორც ორგანიზაციის სტრატეგიული ფუნქცია, პროფესორ-მასწავლებელთა II რესპუბლიკური სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები“, ქუთაისის უნივერსიტეტი, ქუთაისი 2010.

Vazha Gurabanidze

Doctor of Economics, Associated professor.

Kutaisi University.

Ak. Tsereteli State University

PHILOSOPHY, CONCEPTION AND STRATEGY OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Philosophy of human resources management means philosophic understanding of its (management of human resources) essence, origination and development, connection with other sciences. Philosophy of human resources management discusses process of human resources management from logical, psychological, sociological, economic, organizational and ethical standpoint.

Philosophy of human resources management is expressed with possibilities of employees, to satisfy their personal requests by working at organization. Successful solving of the problem is available only in case of existence of normal condition of working and labour relations in all separate organizations. Philosophy of human resources management is not only within the maintenance of organization with the staff, but satisfaction of the requests of employees completely. Just it is a problem of human resources management system from philosophic standpoint. Philosophy of human resources management is a basis of philosophy and integral part of the organization.

Philosophy of organization means complex of human resources interrelation, intra-organizational principles, unification of moral and administrative rules and system of values and opinions apprehended by entire human resources and subordinated to organization global goals.

Protection of philosophy provides successfulness in relation with the human resources and efficient development of organization. Violation of philosophy causes conflicts between administration and employees, decreasing of efficiency and image of functioning of organization. This will cause bankrupt.

Philosophy of organization is based on the following documents: constitution of country, civil code, labour legislation, human resources declaration, religious doctrines (Bible, Koran and etc.), experiences of the best organizations, strategy of staff policy of the country and organization and others. In this case it's essential to consider national composition of employees, type of production, mode of ownership, economic branch, level of prosperity of employees, human resources cultural level and etc.

In the conception of working with human resources is implied system of theoretical-methodological opinion on understanding of essence, determination, content, goals, criteria, principles and methods of human resources management. It covers also organizational-practical approaches-strategy of human resources management of formation of mechanism of its realization within the specific conditions of operation of organization, which implies the following processes: 1) elaboration of methodology of human resources management; 2) formation of the system of human resources; 3) Elaboration of technology of human resources management.

In recent years scientific-technical progress caused great changes within labour activity, which was reflected on conception of human resources management. Traditional technology is changed step by step with flexible industrial complexes, robot-

technique and scientific production. There is widely introduced computer technique and modern means of communication, bio and laser technologies. As a result of their introduction the number of human resources is reduced, and the number of specialists, managers and high qualified specialists is increased. There is also increased value volume for one employee (organic staff of capital). To this action is accompanied extending of employee's authority and increasing of self-control of the process of production which is the main characteristics of contemporariness.

It is known that the main problem of management is providing of maximum efficiency of goods and service. Fulfillment of the problem isn't available without adequate strategic management of human resources, which is a part of conception of valuable human resources management. In the process of management of the organization we shall remember that "employee is the important thing within the organization, but consumers of production –out of the organization". Based on these approaches both target groups are the peoples whose interests will bring success to organization.

In management of human resources of organization and especially managers, shall always remember that management of people isn't available to fulfill through standard methods; correspondingly there shall not exist "standard man". Just that is why management of people is an art which is connected not only with functional obligations and authorities, but their feelings, spirituality and other personal characteristics. It's essential these peculiarities to be considered in elaboration of strategy of human resources management and used in the process of its realization.

The first element of strategy is the system of goals. It includes mission (main purpose), general organizational and specific goals; second element of strategy is priority. It implies main principles of distribution of resources (human resources); third element is the rules of management activities and working with the staff.

The object of strategic management of human resources is the employees of organization, labour conditions and structure. Elaboration of strategy requires joint working of many people. For this purpose the special groups are often created in the large firms of west developed countries. As a rule it consists of 10-15 men (managers of subdivisions, qualified specialists, representatives of collective, out consultants). They'll elaborate founding principles and alternate models. It's clear it's available to consider everything in case of strategy. In any moment it's available to be formed new appearances inside organization as well as outside of the organization. Mostly in these cases it's not essential to change strategy, making amendments is sufficient. Frequently successful organizations have several strategies due to the foregoing reason. Among them general strategy is the leading one, which covers fulfillment of the rules and ways of organization mission. They elaborate special strategies for each special case.

In west Georgia „Human capital theory" is sufficiently spread. On the basis of the theory knowledge of and qualification of employee are admitted as property of their organization which brings income for organization. Just the main starting- point of strategy of human resources management shall be thinking of improvement of knowledge and raising qualification to the employees

We may discuss organizations as a continuous system of teaching, but organizational teaching is determined as a changing process of coordinated systems which has mechanisms in order separate people and groups to have possibility to create and apply organizational information, structure and culture in order to develop industrial production.

The goal of organization is to create skills (maximum capacity) based on resources of the firm. It is connected to one of the main principles of human resources management. Especially, investment in people is essential in order to develop necessary human capital for organization and increase reserve of its knowledge and qualification.

When we speak about strategic management of human resources and capital, we shall principally say that in this sphere restriction of investments, ignoring of human factor, non-corresponding motivation of human resources and social unprotection returns to development of organization, mission and business fulfillment as a boomerang, which is stipulated by insufficiency of philosophy of human resources management and inferiority of conception.

References:

1. R. Beridze, Human resources management, Tbilisi 2009.
2. V. Gurabanidze, Human Resources management, Tbilisi 2009.
3. V. Gurabanidze, N. Kikodze, Human resources management, Kutaisi 2006.
4. Ts. Duruli, Competitive Strategy of Human resources efficient management, journal "Economic profile" n7, 2010.
5. N. Paichadze, personnel management, Tbilisi 2003.
6. E. Julakidze, Human resources management as a strategic function of organization, II Republican Scientific Conference "Social and economic problems of economics and sustainable development of Georgia", Kutaisi University, Kutaisi 2010.

ელისო გველესიანი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თანამედროვე ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების

რამდენიმე მიმართულება

განვიხილოთ თანამედროვე ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების ის მიმართულებები, რომლებსაც მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავთ საზოგადოების ცხოვრებაში.

„ეკოტურიზმი“ ანუ ეკოლოგიური ტურიზმი გულისხმობს ტურისტულ მოგზაურობას განსაკუთრებულ, ხელშეუხებელ და იოლად დაზიანებად ადგილებზე, რომლებიც უმრავლეს შემთხვევაში ნაკრძალებს წარმოადგენენ. ტურიზმის ეს სახეობა ატარებს, ერთის მხრივ, საგანმანათლებლო ხასიათს და, მეორეს მხრივ, ემსახურება ადგილობრივი თემის ეკონომიკურ და სამართლებრივ განვითარებას. ეკოტურიზმი განსაკუთრებულად მოუწოდებს ტურისტებსა და მოგზაურებს განსხვავებული კულტურებისა და ადამიანთა უფლებების პატივისცემისაკენ.

„ექსტრემალური, ანუ შოკური ტურიზმი მოიცავს“ მოგზაურობებს ისეთ ადგილებზე, როგორიცაა მთები, ჯუნგლები, უდაბნოები, გამოქვაბულები და ა.შ. ექსტრემალური ტურიზმი მჭიდრო კავშირშია ექსტრემალური სპორტის სახეობებთან. ორივეს გააჩნია ისეთი დიდი ხიბლი, როგორიცაა ადრენალინის გამოყოფა ადამიანში, რაც დაკავშირებულია რისკის ელემენტის არსებობასთან. ადრენალინის ზომა პირდაპირპროპორციულია ადამიანის პროცესში ჩართულობის ხარისხთან და მის პროფესიონალიზმთან. ექსტრემალური ტურიზმი წარმოადგენს მზარდ ბიზნესს ისეთ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, როგორებიც არიან რუსეთი, უკრაინა, აზერბაიჯანი. ტურიზმის ეს სახეობა განვითარებულია სამხრეთ ამერიკის ქვეყნებშიც - პერუში, ჩილესა და არგენტინაში. განსაკუთრებით პოპულარულ ექსტრემალური ტურიზმის ადგილს წარმოადგენს ჩრდილოეთ პაკისტანის მთაგორიანი ადგილები. მაშინ როდესაც ტრადიციული ტურიზმი მოითხოვს მნიშვნელოვან ინვესტიციებს სასტუმროებთან, გზებთან, ინფრასტრუქტურასთან დაკავშირებით, ექსტრემალური ტურიზმი საჭიროებს გაცილებით ნაკლებს - საწყის ბიძგს ბიზნესის დასაწყებად. ხდება ისეც, რომ ტრადიციულ ტურისტულ მარშრუტებში შეიძლება შედიოდეს ექსტრემალური ტურიზმის ელემენტები. მაგალითად, ყინულქვეშ ყვინთვა თეთრ ზღვაში ან ჩერნობილის გავლით მოგზაურობა და ა.შ.

„გეოტურიზმი“ დღესდღეობით მოიხსენიება როგორც „საუკეთესო პრაქტიკის“ მქონე ტურიზმის სახეობა, რომელიც ემსახურება გეოგრაფიული მახასიათებლების, კულტურის, გარემოს, ისტორიული მემკვიდრეობის, მაცხოვრებელთა ცხოვრების დონის და ა.შ. შემდგომ განვითარებასა და გაუმჯობესებას. კონცეფცია გეოტურიზმის შესახებ საჯაროდ გაჟღერდა 2002 წელს ამერიკის ტურისტული ინდუსტრიის ასოციაციის წლიურ მოხსენებაში. (2009 წლიდან ეს ორგანიზაცია იწოდება აშშ-ს ტურისტულ ასოციაციად. და ჟურნალი „National Geographic Traveler“). ჟურნალის უფროსმა რედაქტორმა ჯონათან ტურტელოტმა და მისმა ცოლმა სალი მენსუსენმა ტერმინი „გეოტურიზმი“ შემოიღეს 1997 წელს. სწორედ ამ ტერმინით იქნა ჩანაცვლებული „ეკოტურიზმი“ და „მდგრადი ტურიზმი“. გეოტურიზმის მსგავსად გეოტურიზმი დაინტერესებულია, რომ ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები მიმართული იქნას არა მარტო ლოკალური ბუნებისა და ეკოლოგიის განვითარებისაკენ, არამედ ისტორიული სტრუქტურის, ყოფითი და ტრადიციული კულტურის, ლანდშაფტის, სამხარეულოს, ხელოვნებისა და ხელოსნობის, ადგილობრივი ფლორისა და ფაუნის დაცვისა და განვითარებისაკენაც. გეოტურიზმი მოიცავს მდგრადი განვითარების პრინციპებს და დევიზით „არ დააზიანო“ იგი ფოკუსირებულია ადგილზე, როგორც მთლიან მოცემულობაზე. განვითარების მიმართულებები დაფუძნებულია კონკრეტული ადგილის თავისებურებების შესწავლასა და გათვალისწინებაზე უფრო მეტად, ვიდრე სტანდარტულ საერთაშორისო ბრენდინგზე.

„კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი“ წარმოადგენს ტურინდუსტრიის დარგს, რომელიც ორიენტირებულია ტურისტული მარშრუტის, ლოკალური ადგილის კულტურულ მემკვიდრეობაზე. როგორც „Grand Tour“-ის განვითარების ისტორია მოწმობს, კულტურა ყოველთვის ოყო მოგზაურობის ძირითადი ინტერესის საგანი. მეოცე საუკუნეში გავრცელებულია მოსაზრება, რომ თითქმის კულტურა აღარ წარმოადგენს ტურიზმის მთავარ მიზანს. ტურიზმი თავად იქცა კულტურის სახეობად. კულტურული ღირშესანიშნაობები თამაშობენ განმსაზღვრელ როლს ტურიზმის ყველა დონეზე, დაწყებული მსოფლიო კულტურის

მონაპოვრებიდან, დამთავრებული ადგილობრივი, თვითმყოფადობის ამსახველი კულტურული ძეგლებით. (Richards, 19960). ველიერისა და ჰოლის მიხედვით კულტურა, კულტურული მემკვიდრეობა და ხელოვნება დიდი ხანია განაპირობებენ ტურისტული მარშრუტის მიმზიდველობას. მიუხედავად ამისა, უკანასკნელ წლებში „კულტურა“ ხელახლა იქნა აღმოჩენილი, როგორც მარკეტინგის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რითაც ხდება ისტორიული მემკვიდრეობით და ხელოვნებით დაინტერესებული მოგზაურების მიზიდვა. ჰოლისნჰედის მიხედვით, კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი წარმოადგენს ტურისტული ინდუსტრიის ყველაზე სწრაფად მზარდ სეგმენტს. ეს ტენდენცია ვლინდება იმ ტურისტთა რიცხვის ზრდაში, რომლებიც ერთსა და იმავე დროს დაინტერესებულნი არიან თავგადასავლებით, კულტურით, ისტორიით, არქეოლოგიითა და ადგილობრივ მოსახლეობასთან ურთიერთობით.

„რელიგიური ტურიზმი“ მოიცავს ტურისტული ინდუსტრიის შემდეგ ასპექტებს: პილიგრიმულ, მისიონერულ მოგზაურობას, დასვენებას (ურთიერთობას), რწმენაზე დაფუძნებულ კრუიზებს, ჯვაროსნულ ლაშქრობებს, კონვენციებს და მიტინგებს, მონასტრების მონახულებას, რელიგიური კემპინგების ორგანიზებას, რელიგიური ღირშესანიშნაობების დათვალიერებას და ა.შ. მორწმუნეთათვის მომლოცველობა, ანუ პილიგრიმოზა არის უაღრესად დიდი მორალური მნიშვნელობის მქონე ხანგრძლივი მოგზაურობა. ისეც ხდება, რომ ასეთ მოგზაურობას ადამიანის რწმენის საბოლოოდ გამყარებასა და განმტკიცებაში გადამწყვეტი როლი ენიჭება. ბევრი რელიგიის წარმომადგენელი მონაწილეობს პილიგრიმოზის პროცესში. პიროვნებას, რომელიც ახორციელებს ამ ტიპის მოგზაურობას, პილიგრიმს უწოდებენ.

„ომის ტურიზმი“ - ეს არის ტერმინი, რომელსაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები იყენებენ ისეთი მოგზაურობის აღსაწერად, რომელსაც ადგილი აქვს საომარი მოქმედებების ზონაში. ტერმინი „ომის ტურისტი“ ეხება ადამიანს, რომელიც ეძებს სამიშ, მძაფრ შეგრძნებებს და აკრძალულ ადგილებს. მართალია ჯერ არ მომხდარა ამ კონცეფციის რეალურ ცხოვრებაში რეალიზება, თუმცა თეორიულად ამ იდეამ გავრცელება ჰპოვა რიგ ქვეყნებში.

„მდგრადი ტურიზმის“ მართვა განიხილება როგორც ყველა არსებული რესურსის ისეთი მენეჯმენტი, როცა დაკმაყოფილებული იქნება როგორც ეკონომიკური, სოციალური და ესთეტიკური მოთხოვნილებები, ისე შენარჩუნებული და დაცული იქნება ადგილის კულტურული მთლიანობა, უმნიშვნელოვანესი ეკოლოგიური პროცესები, ბიოლოგიური მრავალფეროვნება და სიცოცხლის დაცვის სისტემები“ (მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია). მდგრადი განვითარება გულისხმობს, რომ „ახლანდელი თაობების მოთხოვნილებები უნდა იქნას დაკმაყოფილებული ისე, რომ არ დაზიანდეს მომავალი თაობების ინტერესები.“ (გარემოს და განვითარების მსოფლიო კომისია, 1987)

„საგანმანათლებლო ტურიზმი“ განვითარდა სასწავლო პროცესის საკლასო ოთახიდან ცოცხალ გარემოში გატანის შედეგად. შემეცნებით ტურიზმში მთავარი აქცენტი გადატანილია ისეთი ტიპის მოგზაურობებზე, სადაც აქტიუობა მოიცავს ამ ქვეყნის კულტურის შესწავლას. ტურიზმის ამ სახეობას მიეკუთვნება სტუდენტებისა და სტაჟიორების გაცვლითი სასწავლო პროგრამები.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) პროგნოზით საერთაშორისო ტურიზმი გააგრძელებს თავის ზრდას საშუალოდ 4 პროცენტით წლიურად. ელექტრონული კომერციის გაჩენასთან ერთად ტურისტული პროდუქცია იქცა ერთ-ერთ ყველაზე გაყიდვად საქონლად ინტერნეტში. არაერთგზის გამოთქმული მოსაზრების მიხედვით არსებობს ძლიერი კორელაცია ერთ სულ მოსახლეზე ტურისტულ დანახარჯსა და მოცემული ქვეყნის გლობალიზაციაში ჩართულობის ხარისხს შორის. სწორედ ამიტომაც რომ ტურიზმის სფეროში ზრდის ნებისმიერი პროგნოზი მიუთითებს იმ გავლენაზე, რასაც ცალკეული ქვეყანა მოახდენს მომავალში გლობალურ სივრცეზე. 2010 წლის 15 აპრილს ევროკავშირმა ტურისტული მოგზაურობა გამოაცხადა ადამიანის უფლებად. ანტონიო ტაიანმა, ევროკავშირის კომისარმა მრეწველობისა და მეწარმეობის განხრით, განაცხადა: „ტურისტული მოგზაურობა დღეისათვის წარმოადგენს უფლებას. თუ როგორ ვატარებთ ჩვენს შვებულებას მიუთითებს იმაზე, თუ როგორია ჩვენი ცხოვრების დონე“.

Eliso Gvelesiani

Doctor of Economics, Associated Professor.

Akaki Tsereteli State University

ABOUT SOME DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

As the issue of globalization takes place to this modern time, the challenge of preserving the few remaining cultural community around the world is becoming hard. In a tribal based community, reaching economic advancement with minimal negative impacts is an essential objective to any destination planner. Since they are using the culture of the region as the main attraction, sustainable destination development of the area is vital for them to prevent the negative impacts (i.e. destroying the authentic identity of the tribal community) due to tourism. The needs, expectations, and anticipated benefits from tourism vary greatly from one destination to another. This is clearly exemplified as local communities living in regions with tourism potential (destinations) develop a vision for what kind of tourism they want to facilitate, depending on issues and concerns they want to be settled or satisfied.

'Ecotourism' (also known as ecological tourism) is responsible travel to fragile, pristine, and usually protected areas that strives to be low impact and (often) small scale. It purports to educate the traveler; provide funds for conservation; directly benefit the economic development and political empowerment of local communities; and foster respect for different cultures and for human rights. Eco tourism is held as important by those who participate in it so that future generations may experience aspects of the environment relatively untouched by human intervention. Most serious studies of ecotourism including several university programs now use this as the working definition.

Extreme tourism or shock tourism is a type of niche tourism involving travel to dangerous places (mountains, jungles, desert[s], caves, etc.) or participation in dangerous events. Extreme tourism overlaps with extreme sport. The two share the main attraction, "adrenaline rush" caused by an element of risk, and differing mostly in the degree of engagement and professionalism. Extreme tourism is a growing business in the countries of the former Soviet Union (Russia, Ukraine, Azerbaijan, etc.) and in South American countries like Peru, Chile and Argentina. The mountainous and rugged terrain of Northern Pakistan has also developed into a popular extreme tourism location. While traditional tourism requires significant investments in hotels, roads, etc., extreme tourism requires much less to jump-start a business. In addition to traditional travel-based tourism destinations, various exotic attractions are suggested, such as flyovers in MiGs at Mach 2.5, ice diving in the White Sea, or travelling across the Chernobyl zone.

Geotourism is "best practice" tourism that sustains, or even enhances, the geographical character of a place, such as its culture, environment, heritage, and the well-being of its residents. The concept was introduced publicly in a 2002 report by the Travel Industry Association of America (as of 2009 this organization adapted name to U.S. Travel Association) and National Geographic Traveler magazine. National Geographic senior editor Jonathan B. Tourtellot and his wife, Sally Bensusen, coined the term in 1997 in response to requests for a term and concept more encompassing than ecotourism and sustainable tourism.

Like ecotourism, geotourism promotes a virtuous circle whereby tourism revenues provide a local incentive to protect what tourists are coming to see, but extends the principle beyond nature and ecology to incorporate all characteristics that contribute to sense of place, such as historic structures, living and traditional culture, landscapes, cuisine, arts and artisanry, as well as local flora and fauna. Geotourism incorporates sustainability principles, but in addition to the do-no-harm ethic, geotourism focuses on the place as a whole. The idea of enhancement allows for development based on character of place, rather than standardized international branding, and generic architecture, food, and so on.

Cultural heritage tourism (or just heritage tourism) is a branch of tourism oriented towards the cultural heritage of the location where tourism is occurring. Culture has always been a major object of travel, as the development of the Grand Tour from the 16th century onwards attests. In the 20th century, some people have claimed, culture ceased to be the objective of tourism: tourism is now culture. Cultural attractions play an important role in tourism at all levels, from the global highlights of world culture to attractions that underpin local identities. (Richards, 1996).

According to the Weiler and Hall, culture, heritage and the arts have long contributed to appeal of tourist destination. However, in recent years 'culture' has been rediscovered as an important marketing tool to attract those travellers with special interests in heritage and arts. According to the Hollinshead, cultural heritage tourism defines as cultural heritage tourism is the fastest growing segment of the tourism industry because there is a trend toward an increase specialization among tourists. This trend is evident in the rise in the volume of tourists who seek adventure, culture, history, archaeology and interaction with local people.

Religious tourism comprises many facets of the travel industry including: Pilgrimages Missionary travel, Leisure

(fellowship) vacations, Faith-based cruising, Crusades, conventions and rallies, Retreats, Monastery visits and guest-stays, Faith-based camps, Religious tourist attractions. In religion and spirituality, a pilgrimage is a long journey or search of great moral significance. Sometimes, it is a journey to a shrine of importance to a person's beliefs and faith. Members of many major religions participate in pilgrimages. A person who makes such a journey is called a pilgrim.

War tourism is a term the media uses to describe the idea of recreational travel to war zones for purposes of sightseeing and superficial voyeurism. War tourist is also a pejorative term to describe thrill seeking in dangerous and forbidden places. There has been no proof of the concept in real life but the idea has gained currency in a number of countries.

"Sustainable tourism is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity and life support systems." (World Tourism Organization). Sustainable development implies "meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (World Commission on Environment and Development, 1987). Educational tourism developed, because of the growing popularity of teaching and learning of knowledge and the enhancing of technical competency outside of the classroom environment.

In educational tourism, the main focus of the tour or leisure activity includes visiting another country to learn about the culture, such as in Student Exchange Programs and Study Tours, or to work and apply skills learned inside the classroom in a different environment, such as in the International Practicum Training Program.

The World Tourism Organization (UNWTO) forecasts that international tourism will continue growing at the average annual rate of 4 %. With the advent of e-commerce, tourism products have become one of the most traded items on the internet. [citation needed] Tourism products and services have been made available through intermediaries, although tourism providers (hotels, airlines, etc.) can sell their services directly. This has put pressure on intermediaries from both on-line and traditional shops. It has been suggested there is a strong correlation between tourism expenditure per capita and the degree to which countries play in the global context. Not only as a result of the important economic contribution of the tourism industry, but also as an indicator of the degree of confidence with which global citizens leverage the resources of the globe for the benefit of their local economies. This is why any projections of growth in tourism may serve as an indication of the relative influence that each country will exercise in the future. On 15 April 2010, the European Union (EU) declared traveling for tourism to be an inalienable human right. Antonio Tajani, European Commissioner for Industry and Entrepreneurship, stated that "Travelling for tourism today is a right. The way we spend our holidays is a formidable indicator of our quality of life."

The culture of Georgia is ancient and the local people are a mixture of ancient and modern. Some countries attract one instantly. Georgia seduces you the moment you set foot on its soil —Kalpana Sahni, quotation from the Official Georgian government tourism website. According to the Department of Tourism and Resorts of Georgia, the word wine comes from the word g'vino of the Georgian language, and the oldest archaeological remains related to grape seeds and winemaking have been found in Georgia, while today the country has over 500 varieties of grape 25% of Georgia's territory is designated as protected national parks, and 40% of the national territory is covered by forests.

The main uncertainty at present remains the Global Financial Crisis and its aftermath. Although there is evidence of recovery there has also been widespread stimulation by governments and Central Banks. As this stimulation is wound back it is possible that the recovery will falter. This requires close monitoring.

გამოყენებული ლიტერატურა/ References:

1. Jonathan Tourtellot, National Geographic Fellow and CSD Founding Director ; About Geotourism; „ Geotourism News and Events „http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/about_geotourism.html
2. „What Is Sustainable Tourism?“ The Geotourism Charter http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/pdf/geotourism_charter_template.pdf
3. Richards, Greg (1996). Production and consumption of European Cultural Tourism. Annals of Tourism Research. Tillburg University Press. pp.55-61 <http://jtr.sagepub.com/content/29/2/54.refs.html>
4. <http://www.hollinsheadandco.com/>
5. World Commission on Environment and Development, 1987http://www.regjeringen.no/upload/SMK/Vedlegg/Taler%20og%20artikler%20av%20tidligere%20statsministre/Gro%20Harlem%20Brundtland/1987/Address_at_Eighth_WCED_Meeting.pdf
6. UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>

Тамара Деревянко

кандидат экономических наук, доцент.

Приазовский государственный технический университет

Татьяна Данилова

кандидат экономических наук, доцент.

Приазовский государственный технический университет

ОЦЕНКА КОНФЛИКТОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Постановка проблемы. Под конфликтом понимают способ разрешения противоречий, которые возникают в процессе социального взаимодействия и сопровождаются негативными эмоциями.

Известно, что конфликты и эмоциональные переживания персонала в среднем занимают около 15% его рабочего времени, а в некоторых случаях могут занимать и значительно больше. Еще больше времени (до 50%) тратят руководители на управление конфликтами [1].

Значительное влияние, которое оказывает персонал на конкурентоспособность и стоимость туристического продукта на рынках потребителей, актуализирует развитие исследовательских тематик, направленных на изучение, оценку и прогнозирование конфликтов в системе управления персоналом предприятий сферы туризма.

Состояние изученности проблемы. Тема конфликтов в управлении персоналом достаточно широко представлена в соответствующих научных и практических работах, которые, с одной стороны, во многом схожи в подходах к пониманию природы конфликтных ситуаций [2 – 4], а, с другой стороны, - отсутствуют или не в полной мере сформированы практические методы диагностики, управления и прогнозирования конфликтных ситуаций в управлении персоналом в сфере туризма. Так, в работе [5] управление конфликтами рассмотрено с более широких позиций управления поведением работников, однако не приведены практические методы оценки возможностей организационного поведения в зоне конфликтов.

Открытыми для дальнейшего исследования остаются вопросы количественной оценки конфликтов в управлении персоналом на предприятиях сферы туризма, которые могут быть использованы как для эффективного управления персоналом, так и ценностью туристического продукта.

Целью работы является дальнейшее развитие методов определения и прогнозирования уровня конфликтности в системе управления персоналом предприятий сферы туризма на основе количественных оценок.

Изложение основного материала. Для большинства руководителей бесспорным является то, что персонал оказывает влияние, иногда значительное, на стоимость продукции и услуг предприятий и организаций. Это в значительной степени относится к персоналу турбизнеса, т.к. ключевые работники туристических предприятий являются частью туристического продукта.

Персонал – это уникальный ресурс предприятий, который в процессе труда может либо полностью, либо не полностью использовать свой профессиональный потенциал. Частичное использование своего профессионального потенциала выражается в снижении качества и количества, саботировании некоторых видов работы и т.д.

Неполное раскрытие своих профессиональных компетенций (профессиональных знаний, умений, навыков, а также личностных качеств) является свидетельством наличия конфликтной ситуации, которая является следствием столкновения противоположно направленных тенденций (различием взглядов, позиций, ценностей, правил и т.п.). Кроме того, межличностные и межгрупповые конфликты могут провоцироваться различием в уровне профессиональных компетенций сотрудников (низкий уровень у одних и более высокий уровень у других при одинаковой мотивации труда), нарушением принципов справедливости и др.

Основная функция конфликта – снять вышеуказанные противоречия, поэтому управление конфликтами занимает одно из центральных мест в менеджменте туризма. Конфликты имеют высокую организационную значимость и могут носить конструктивный или деструктивный характер. Конструктивные конфликты способствуют зарождению и развитию инноваций, как в управлении предприятием и персоналом, так и в разработке новых туристических продуктов, улучшению их качества, выходу турбизнеса из кризиса и т.д.

Деструктивные конфликты имеют ярко выраженное негативное воздействие как на психическое состояние их участников, так и на результаты деятельности отдельных работников и туристического предприятия в целом. Как

правило, такие конфликты сопровождаются стрессом и после их завершения настроение в целом ухудшается в 31 случае из 100 и практически никогда не улучшается сразу после завершения конфликта [6].

Искусство управления конфликтами базируется на знаниях в области социальной психологии, изучающей психологические характеристики, закономерности поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, и менеджмента, обеспечивающего процесс управления технологиями и соответствующим инструментарием. Для определения источников, предполагаемых участников, объектов конфликтных ситуаций, а также вероятности их возникновения целесообразно использовать количественные оценки, т.к. эффективно можно управлять только тем, что можно измерить тем или иным способом. Как один из вариантов оценки конфликтности на основе компетенций персонала, можно использовать метод оценки ценности работников туристического предприятия, предложенный в работе [7].

Ценность работников предприятия сферы туризма в работе была представлена интеграцией их компетенций, расположенных на различных уровнях иерархической модели (рис. 1).

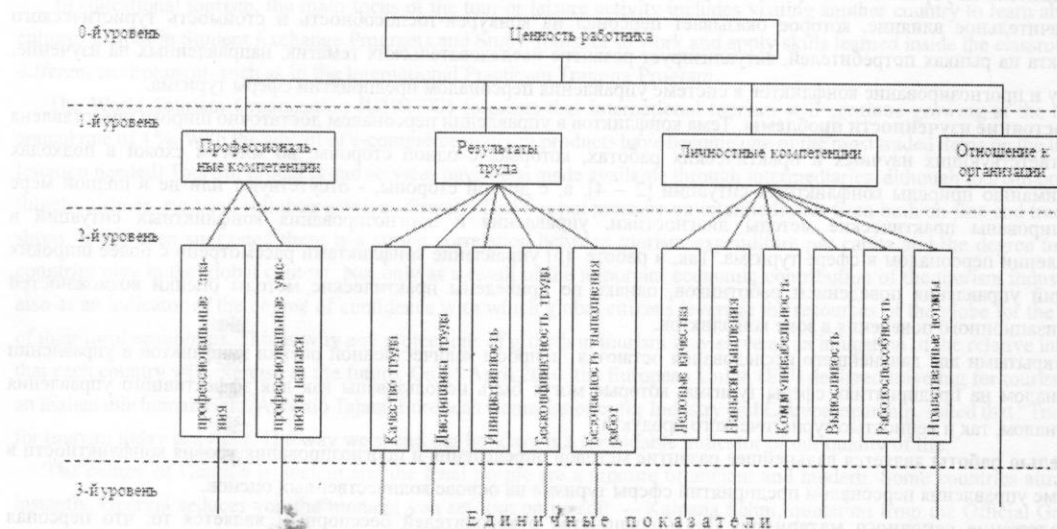


Рис. 1. Иерархическая модель ценности работников предприятий сферы туризма [7]

На верхнем уровне иерархии находится комплексный показатель ценности (0-й уровень), который определяется профессиональными компетенциями, результатами труда, личностными компетенциями (индивидуально-психологическими, физиологическими и нравственными особенностями личности), а также отношением работника к своему предприятию. Обобщающие показатели компетенций расположены на 2-м и 3-м уровне иерархии. На самом нижнем уровне (4-й уровень) находятся единичные показатели компетенций, которые являются объектами непосредственной оценки.

Состав единичных показателей формируется в зависимости от непосредственного места работы, функциональных обязанностей работника, стратегии развития предприятия.

Так, например, профессиональные компетенции менеджера туристической фирмы могут быть представлены: а) уровнем образования; б) высоким уровнем знаний английского и других языков; в) навыками делового общения; г) навыками ведения переговоров; д) непрерывностью образования и др.

По мнению авторов для оценки уровня конфликтности, причин и перспектив развития конфликтных ситуаций можно использовать композицию персонализированных обобщающих оценок работников туристического предприятия. Так, например, более высокие оценки профессиональных компетенций по сравнению с личностными, могут способствовать развитию бурного конструктивного конфликта, для которого высока вероятность внедрения инноваций в туристическом бизнесе.

Предложенный метод удобно представить в виде 3-х мерной модели (рис.2), где ось X интерпретируется как

ось Z – ось обобщающего показателя лояльности работников по отношению к туристическому предприятию. Как отмечалось в работе [7], все единичные и обобщающие оценки компетенций персонала можно привести к единой шкальной мере в диапазоне от 1 до 10, где 1 – отсутствие компетенции, 10 – наивысшая оценка компетенции. Диапазон значений обобщающих оценок разбит на 3 интервала: низкий (1 – 3,33), средний (3,34 – 6,66) и высокий (6,67 – 10) уровень.

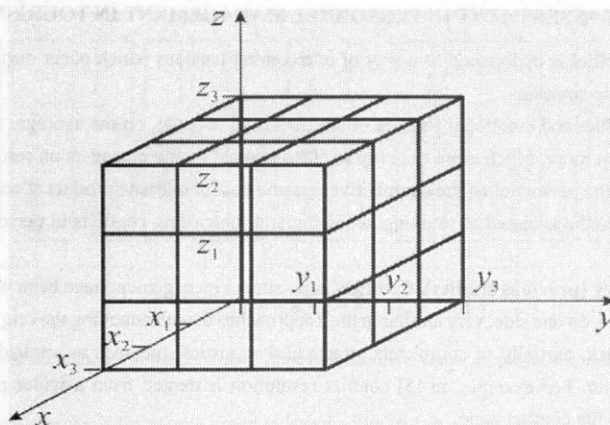


Рис. 2. Трехмерная модель оценки уровня конфликтности

Результаты дальнейшего сопоставительного анализа уровней профессиональных и личностных компетенций, а также лояльности сотрудника к организации находятся в зависимости от видения менеджментом туристического предприятия возможностей его стратегического развития. Сравнение количественных оценок компетенций поможет предотвратить или сгладить неконструктивные конфликты и эффективно контролировать конструктивные конфликты, которые достаточно часто способствуют развитию и становлению инновационного конкурентного туристического бизнеса.

Рассмотрим возможности предлагаемого метода на виртуальном примере. Так, при административно-командном стиле управления бизнесом и неразвитом внешнем конкурентном рынке целесообразно подбирать сотрудников, оценки которых попадут в верхний пласт блоков, характеризующийся наивысшим уровнем лояльности к организации. Следует отметить, что сотрудники, оценки которых попали в эту группу блоков, скорее всего не смогут быть источниками или участниками конфликтов, что в свою очередь сведет к минимуму развитие инноваций, однако предприятие останется на рынке.

Можно применять различные сочетания количественных оценок компетенций, используя предложенную 3-х мерную модель оценки уровня конфликтности. При этом следует учитывать состояние внешней среды туристического предприятия, степень ее изменчивости.

Выводы:

1. Предложен метод оценки уровня конфликтности среды на основе сопоставления показателей компетенций, образующих ценность персонала для туристического предприятия.
2. На основе предложенного метода представляется возможным выбор эффективной стратегии управления конфликтами в зависимости от существующей системы управления и конкурентного окружения туристического предприятия.
3. Открытыми для дальнейшего исследования остаются вопросы дальнейшего сопоставительного анализа количественных оценок предложенного метода, а также возможности его практического использования при различных состояниях внешней экономической среды туристического бизнеса.

Tamara Derevyanko

Candidate of Economics Sciences, Docent. Pryazovskyi State Technical University

Tatiana Danilova

Candidate of Technical Sciences, Docent. Pryazovskyi State Technical University

CONFLICT ASSESSMENT IN PERSONNEL MANAGEMENT IN TOURISM SECTOR

Problem Statement. Conflict is understood as a way of overcoming tensions which occur during social interactions and are accompanied with negative emotions.

It is well known that conflict and emotional stresses of the personnel account, on the average, for about 15% of the total working time, sometimes even more. Much more time (up to 50%) is spent by the managers on resolving conflicts [1].

A considerable impact of the personnel on the competitiveness and cost of touristic product at consumer markets gives rise to development of research methods aimed at studying, assessing and forecasting conflicts in personnel management system in tourism industry.

Understanding the theory (previous studies). Conflicts in personnel management have been widely studied in academic and applied research which are, on one side, very similar in their approaches to understanding the origin of the conflict situations [2 – 4], and, on the other, lack, partially or completely, practical diagnostics methods as applied to conflicts in personnel management in touristic sector. For example, in [5] conflict resolution is treated from a wider perspective of employees' behavior management within the conflict zone.

Open to further research are the question of quantitative estimation of conflict in personnel management in tourism sector which can be used for both effective personnel management and for creating the added value of tourism product.

The aim of the work is further development of the methods of identifying and forecasting conflict levels in the personnel management system in tourism industry on the basis of quantitative estimation.

Body of the paper. For most administrators and managers it is an obvious fact that personnel has an important influence on the cost of the product and services of the company. This refers to a large extent to the personnel working in tourism as the key positions in tourism sector are part of the tourism product.

Personnel is a unique resource of the enterprise who can, during the work, use their potential either in full or in part. Partial use of the professional potential results in lowering the quality and the quantity, sabotaging certain types of work, etc.

Incomplete use of their professional competences (professional knowledge, skills, as well as personality features) is the evidence of a conflict situation which is the result of the clash of opposing tendencies (differences in views, opinions, values, rules, etc.). Besides, interpersonal and intergroup conflicts can be provoked by difference in the level of professional competences of the employees (low level of some of them vs high level of the others with an equal motivation for work), jeopardizing the principles of justice, etc.

The main function of a conflict is to overcome the above tensions, that is why conflict management takes one of the leading places in tourism management. Conflicts possess organizational importance and can have a constructive or destructive character. Constructive conflicts give rise to innovations in both company/personnel management and development of new touristic products, improving their quality, overcoming economic recess in tourism, etc. Destructive conflicts have a negative effect on the psychological condition of the actors, on the work outcomes of single employees and of the company taken as a whole. As a rule, these conflicts are accompanied by stresses with the subsequent worsening of the emotional background (in 31 cases out of 100) that practically is not becoming better after the conflict resolution [6].

The art of conflict management is based on the knowledge of social psychology which studies psychological characteristics, laws of people's behavior and work patterns. The latter are conditioned by social groups and management which provides appropriate process and technology management tools.

For identifying sources, projected actors and objects of conflict situations as well as probability of their occurrence it is recommended to apply quantitative estimates because they allow to manage tensions effectively. As one of the conflict estimation methods based on the personnel competence it is advisable to use the method offered in [7].

The individual value of the tourism sector employees in their workplaces can be represented with the scheme of competence integration allocated at different levels of the hierarchical model (Fig. 1)

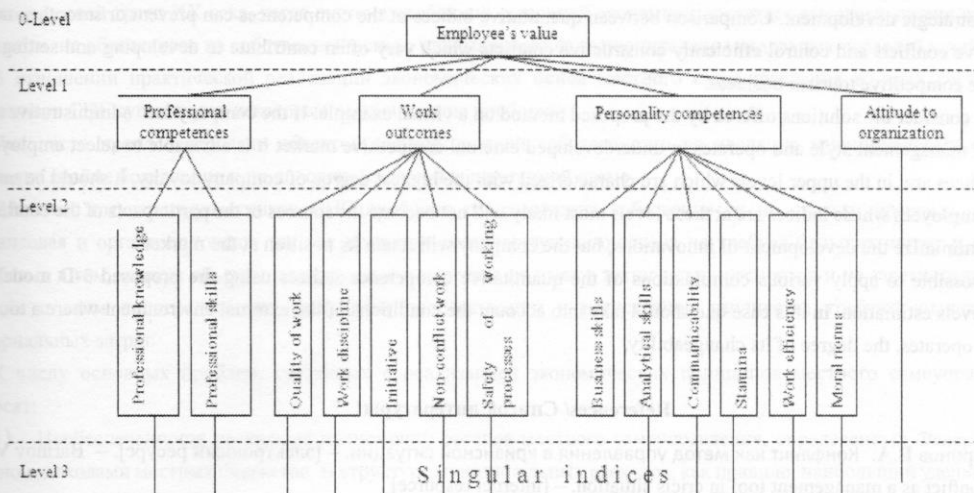


Fig. 1. Hierarchical model of the individual value of the tourism sector employees in their workplaces [7]

The upper level of the hierarchy is for an integrated index of value (0-Level) which is defined by professional competences, work outcomes, personality competences (individual psychological, physiological and moral characteristics) and by the employee attitude to the company (Level 1). Generalized competence indices are at Level 1 and 2. The lowest Level 3 is for singular indices of competences that are the objects of the direct assessment.

The structure of singular indices depends on the concrete workplace, functional duties, company development strategy.

For instance, professional competences of a tourist company manager can include: a) education level; b) knowledge of English and other foreign languages; c) business communication skills; d) negotiating skills; e) continuity of education, etc.

The authors believe that a composition of personified generalized estimates of the tourism company employees can be used to assess the conflict level, the causes and the curve of the conflict situations. The higher estimates of professional competences as compared with personality ones can trigger a stormy constructive conflict with a high probability of subsequent introduction of innovations in tourism business.

The proposed method can be represented with a 3-D model (Fig.2) where X is interpreted as the axis of the generalized index of professional competences, Y is the axis of the generalized index of the personality competences, Z is the generalized index of the employees' loyalty to the touristic company. As we have already mentioned above [7], all singular and generalised estimates of personnel competences can be reduced to a unified score scheme within the range between 1 and 10 where 1 is lack of competence and 10 is the highest score. The range of values of the generalized indices is broken down into 3 intervals: low (1 – 3.33), average (3.34 – 6.66) and high (6.67 – 10).

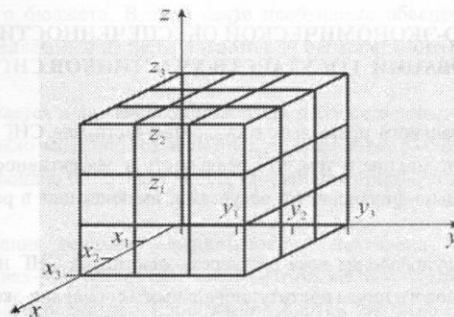


Fig. 2. 3-D model of conflict level estimation.

The results of the further comparative analysis of the professional levels and personality competences, as well as the employee's loyalty to the company are dependent on the vision of the company management and the opportunities for the

company strategic development. Comparison between quantitative indices of the competences can prevent or smoothen non-constructive conflicts and control efficiently constructive conflicts which very often contribute to developing and setting up innovative competitive tourism business.

Let us consider the solutions offered by the proposed method on a virtual example. If the company has administrative and command management style and operates in underdeveloped external competitive market it is advisable to select employees whose indices are in the upper levels which are characterized with the highest degree of company loyalty. It should be noted that the employees whose indices are at these levels most likely will not become the sources or the participants of the conflicts. This will minimize the development of innovations, but the company will retain its position at the market.

It is possible to apply various combinations of the quantitative competence indices using the proposed 3-D model of conflict levels estimation. In this case one should take into account the conditions of the external environment where a tourist company operates, the degree of its changeability.

References/ Список литературы:

1. Баринов В.А. Конфликт как метод управления в кризисной ситуации. – [электронный ресурс]. – Barinov V.A. Conflict as a management tool in crisis situation. – [internet resource] (http://www.elitarium.ru/2006/09/07/konflikt_kak_metod_upravlenija_v_krizisnoj_situacii.html)
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента/ М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури - М.: Дело. – 2002. – 704 с.
Meskon M.H. Fundamentals of Management/ M.H.Meskon, M.Albert, F.Hedouri
3. Одегов Ю.Г. Управление персоналом, оценка эффективности: Учеб. пособие для вузов / Ю.Г. Одегов, Л.В. Карташова. – М.: Экзамен, 2004. – 256 с.
4. Журавлев П.В. Управление персоналом. / П.В. Журавлев, Ю.Г. Одегов – М.: Финстатинформ, 1997. – 877 с.
5. Дейнека А.В. Управление персоналом: Учебник/А.В. Дейнека. - Издательство: Дашков и К. – 2010. – 291 с.
6. Официальный сайт «Конфликтология». – [электронный ресурс]. - (<http://www.igidravlika.com/component/content/article/4-lekczi-po-predmetu-qkonfliktologiyaq/66-konstruktivnye-i-destruktivnye-funkczii-konflikta.html>)
7. Деревянко Т.А., Данилова Т.Г. Использование оценки персонала в системе обучения работников сферы туризма/ Т.А. Деревянко, Т.Г.Данилова/Рекреационный потенциал Прикарпаття: історія, сучасний стан, перспективи. – Вип. 3: Матеріали міжнародної наукової конференції «Туризм і розвиток регіону» (Івано-Франківськ – Яремче, 19 – 21 жовтня 2011 р.). – І-Ф: «Фоліант», 2011. – С. 133- 139.

Дмитрий Ежеевский

Кандидат юридических наук,

Российский университет дружбы народов. Москва

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ГОСУДАРСТВ-УЧАСТНИКОВ СНГ

В современной доктрине муниципального права всех государств-участников СНГ современные ученые весьма справедливо, на наш взгляд, выделяют мнение о том, что реальность и эффективность местного самоуправления определяются, прежде всего, материально-финансовыми ресурсами, имеющимися в распоряжении муниципальных образований.

Переход институтов местного самоуправления всех государств-участников СНГ на рыночный путь развития в 1990-х годах был обусловлен началом нового цикла институциональных и социально-экономических преобразований. К этому времени муниципальные реформы, обеспечивающие самостоятельность местных органов публичной власти, были проведены в большинстве европейских стран. Однако активная муниципализация имущественных активов и сосредоточение в руках местных органов власти значительных материальных и финансовых средств начинаются

только в первой трети XX века, когда система свободной рыночной экономики достигает высокого уровня развития (при этом, не обеспечивая на собственной основе оптимального функционирования отдельных отраслей хозяйства).

В отношении практической реализации экономических основ местного самоуправления во всех государствах СНГ существуют некоторые весьма схожие проблемы.

Так, часто процесс передачи объектов государственной собственности во владение муниципальных органов проходит крайне болезненно и по довольно сложной и запутанной схеме.

Для всех государств-участников СНГ проблема разграничения собственности не столько правовая, сколько финансовая и организационная, так как принятие соответствующего закона не требует больших затрат и усилий. Проблема в том, многие объекты планируемые к передаче не имеют технических паспортов и не зарегистрированы. Вместе с этим непосредственно процедуры паспортизации и регистрации имущества требуют значительных материальных затрат.

К числу основных проблем, связанных с реализацией экономических принципов местного самоуправления, относят:

- 1) Необеспеченность расходных полномочий органов местного самоуправления, определенных Федеральным законом, доходами местных бюджетов. В структуре муниципальных расходов, как правило, наибольший удельный вес приходится на образование, здравоохранение и спорт.
- 2) Отсутствие взаимодействия налоговых органов с органами местного самоуправления.
- 3) Отсутствие в муниципальной собственности имущества, необходимого для исполнения органами местного самоуправления полномочий по содержанию и строительству дорог, благоустройству территорий, организации торговли, общественного питания, бытового обслуживания, предоставлению услуг связи, созданию условий для развития сельскохозяйственного производства.
- 4) Недостаточная обеспеченность органов местного самоуправления квалифицированными кадрами. Отсутствие в местных бюджетах средств для переподготовки, повышения квалификации муниципальных служащих.
- 5) Слабая материально-техническая база органов местного самоуправления: отсутствие собственных административных зданий и транспорта.
- 6) Отсутствие в местных бюджетах средств на реконструкцию, модернизацию жилищно-коммунального хозяйства, содержание которого передано на поселенческий уровень.

Реальные экономические ресурсы некоторых муниципальных образований настолько малы, что функционирование собственности, формально считающейся «муниципальной», на деле (особенно в социальной среде) целиком зависит только от государственного финансирования. До 80% имеющихся у муниципалитетов средств – это государственные дотации для поддержания жилищно-коммунального хозяйства и социальной сферы.

Отметим, что в некоторых слабо развитых регионах СНГ до 30% экономически активного населения является безработным, и до 40% населения имеют доход не выше прожиточного минимума.

Важным элементом развития материальной базы всех муниципалитетов является финансовый контроль за деятельностью местных властей в сфере целевого использования доходных и расходных средств местного бюджета.

В средствах массовой информации часто встречаются заметки о случаях нецелевого использования финансовых средств местного бюджета. В этой связи необходимо обеспечить максимальную эффективность финансового контроля за выделяемыми из центрального или регионального бюджета трансфертами, субсидиями или кредитами.

Основная проблема заключается в финансово-бюджетной необеспеченности местного самоуправления. В то же время именно отсюда берут начало все финансовые потоки, которые позже различными каналами пополняют бюджеты всех уровней, внебюджетные фонды, поступают непосредственным производителям, различным группам населения и т.д.

Таким образом, без создания реального экономического механизма управления невозможно говорить о функционировании в государствах-участниках СНГ такой системы местного самоуправления, которая соответствовала бы европейским стандартам, закрепленным в Европейской Хартии местного самоуправления. Большая работа уже проделана, но предстоит сделать еще очень многое.

PROBLEMS OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF MUNICIPAL FORMATIONS OF THE CIS

Modern scholars of the CIS Municipal Law doctrine quite fairly, in our point of view, believe that the reality and effectiveness of local government are defined, first of all, by material and financial resources, that are available to the municipalities.

The transition of the CIS local governance institutions to the market way of development in the 1990's was due to the start of a new cycle of institutional and socio-economic transformation. The municipal reforms, ensuring the independence of local governments, had been held in most European countries by that time. However, active municipalization of property assets and the concentration in the hands of local authorities considerable material and financial resources started only in the first third of the twentieth century, when the system of the free market economy had achieved a high level of development (whilst not providing the optimal functioning of various sectors of the economy on their own basis).

There are some very similar problems in terms of the practical implementation of the economic foundations of local self-governments in all the CIS countries.

Thus, the transfer of state property into the possession of the municipal bodies is often extremely painful and it is quite complex and confusing scheme.

The problem of property division is not only legal but also financial and organizational question, but the adoption of an appropriate law does not require much effort or expense. The problem is that many of the objects, planned to be transferred, do not have technical certificates and they are not registered. The procedure of certification and registration of property requires considerable expenses.

The main problems of local self-government economic principles implementation include:

- 1) Lack of local governments spending power, defined by the Federal Law, of local budgets revenues. Usually the largest part of municipal spending is occupied by education, health and sports.
- 2) Lack of interaction between the tax authorities and the local authorities.
- 3) Lack of community property assets that are necessary to execute the powers of local authorities for maintenance and construction of roads, landscaping, the organization of trade, public catering, service, communication services and creating conditions for the development of agricultural production.
- 4) Lack of qualified personnel and funds in local budgets for municipal employee training and professional development.
- 5) Bad material and technical base: the absence of office buildings and transportation.
- 6) The absence of local budget funds for the reconstruction and modernization of housing and communal services. Responsibility is transferred to the settlement level.

Real economic resources of some municipalities are so small that the functioning of the property, that is formally considered as "municipal", is entirely depends on state funding (especially in the social sphere). Up to 80% of available funds from the municipalities are government subsidies to support the housing and communal services and social sphere.

Notably, there are 30% of the economically active population without work in some less-developed regions of the CIS and up to 40% of the population with income not higher than cost of living.

An important element of the municipality's material base development is the financial control over the local authority's activities in intended usage of the local budget revenue and expenditure.

The media often notes on cases of the local budget misuse. It is essential to maximize the effectiveness of financial control over allocated from the central or regional budget transfers, subsidies or loans.

The main problem is fiscal and budget insecurity of local government. At the same time, all the financial flows that through different channels later supplement the budgets of all levels, extra-budgetary funds, paid directly to producers, different groups of the population, etc. start at the local government.

Thus, without a real economic management mechanism it is impossible to talk about the operation of the system of local government in the CIS member states, which would correspond to the European standards set out in the European Charter of Local Self-Government. Much work has already been done, but there is still a lot remains.

თეა გალიშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი

ნათელა ვაშაკიძე

ეკონომიკის დოქტორი, ასისტენტ-პროფესორი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

საბავშვო მარკეტინგის და რეკლამის ზოგიერთი ასპექტი

რეკლამაზე მსოფლიოში ყოველწლიურად იხარჯება 100 მლრდ. აშშ დოლარზე მეტი. წამახალისებელი, და-მარწმუნებელი და ხალხის სამომხმარებლო ქცევით მანიპულირებაზე მიმართული რეკლამაში შემთხვევაში სავალალოზემოქმედებას ახდენს საზოგადოებაზე თავისი ექსტრაგანტულობითა და მფლანგველობისაკენ მოწოდებით. რეკლამა, უმრავლეს შემთხვევაში, იყენებს ინდივიდუალურ გაურკვევლობას, ქმნის ყალბ საჭიროებებსა და ვთავაზობს ყალბ გამოსავალს. ეს პროცესი იწვევს დაუკმაყოფილებლობის გრძნობას და შედეგად მიყვარებულ მომხმარებელად. ასეთი სახის მანიპულაციების მიმართ განსაკუთრებით მგრძნობიარენი არიან ბავშვები. ფსიქოლოგი ალენ დ. კანერი აცხადებს, რომ „რეკლამა წარმოადგენს მასობრივ, მრავალმილიონიან პროექტს, რომელიც უდიდეს ზეგავლენას ახდენს ბავშვის განვითარებაზე.“

მცირეწლოვანი ბავშვები სულ უფრო ხშირად ხდებიან სარეკლამო შეტყობინებისა და მარკეტინგული ძალისხმევის სამიზნე რამდენიმე მიზეზით: იმ ფულადი სახსრებიდან, რასაც ისინი ხარჯავენ საკუთარ თავზე; იმ გავლენის გამო, რასაც ისინი ახდენენ მათი მშობლების ხარჯებზე; იმ ფულადი სახსრების გამო, რასაც ისინი დახარჯავენ როდესაც გაიზრდებიან.

თუ ადრე ბავშვებზე მიმართული მიზნობრივი მარკეტინგი კონცენტრირებულ იყო ტკბილეულსა და სათამაშოებზე, დღესათვის ის უკვე მოიცავს ტანსაცმელს, ფეხსაცმელს, სწრაფი კვების ასორტიმენტს, სპორტულ ინვენტარს, კომპიუტერულ ტექნიკას და კოსმეტიკას, ასევე საქონელს უფროსებისათვის, როგორებიცაა ავტომობილები და საკრედიტო ბარათები.

მაგალითად, ავსტრალიაში, 18 წლამდე ბავშვები ყოველკვირეულად საშუალოდ 31.60 აშშ დოლარს ხარჯავენ და გავლენას ახდენენ მათი მშობლების მიერ ტანსაცმელისა და სწრაფი კვების პროდუქტების შესყიდვების 70%-ზე მეტზე. საბავშვო და მოზარდების მარკეტინგის საკითხებისადმი მიძღვილ კონფერენციაზე რეკლამის სპეციალისტებმა აღნიშნეს, რომ 10-დან 17 წლამდე ასაკის ბავშვები და მოზარდები ყოველწლიურად ხარჯავენ 3.3 მლრდ აშშ დოლარს.

აშშ კი სასკოლო ასაკის 57 მილიონზე მეტი ბავშვი და მოზარდი ყოველწლიურად ხარჯავენ მათი და მათი მშობლების 100 მლრდ აშშ დოლარს კანფეტებზე, საკვებ პროდუქტებზე, სასმელებზე, ვიდეო და ელექტრონულ გამოცემებზე, სათამაშოებზე, თამაშებზე, ფილმებზე, სპორტზე, ტანსაცმელსა და ფეხსაცმელზე. გარდა ამისა, 12 წლამდე ბავშვები ხარჯავენ 11 მლრდ დოლარზე მეტს საკუთარი სახსრებიდან და გავლენას ახდენენ მათი ოჯახების მიერ კიდევ დამატებით 165 მლრდ ასს დოლარის ხარჯზე საკვებ პროდუქტებზე, საყოფაცხოვრებო საქონელზე, როგორებიცაა ავეჯი, ელექტრომომწოდებლობები და კომპიუტერები, დასვენება, საოჯახო ავტომობილი და სხვა. მაგალითად, ერთერთი კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ 1994 წელს ბავშვებმა გავლენა იქონიეს 9 მლრდ აშშ დოლარის ავტომობილების გაყიდვებზე. ერთერთმა ავტოდილერმა აღნიშნა, რომ „ბავშვები პირდაპირი მნიშვნელობით არიან ჩვენი მომხმარებლები, რადგან ხშირად მინახავს როგორ ირჩევს მანქანას ბავშვი“. ეს კი ნიშნავს, რომ საავტომობილო დილერებმა საკუთარ მარკეტინგში იგნორირება არ უნდა გაუკეთონ ბავშვებს. მაგალითად, Chrysler-ი პირდაპირი საფოსტო გზავნილებით ავრცელებს 100 ათასამდე მომინანქრებულ სივრცულ სარეკლამო წიგნს, რომელიც განკუთვნილია სივრცული წიგნების მოყვარული ბავშვებისათვის. Chevrolet კი იყენებს რეკლამებს ბავშვების გამოსახულებით. ზოგიერთი ავტოდილერი კი საკუთარ ობიექტებზე ხსნის სათამაშო მოედნებს ბავშვებისათვის.

აშშ-ს რეკლამისტები იწყებენ ბავშვების მსოფლიო ბაზრის პოტენციალის შეფასებას. ჯეიმს მანკილი თავის წიგნში „ბავშვები როგორც მომხმარებლები“ წერს, რომ სხვა განვითარებულ ქვეყნებში საშუალოდ 3/4 მლრდ. ბავშვია და „თუ ეს ბავშვები ხარჯავენ იმის ნახევარს მაინც, რასაც ხარჯავენ ამერიკელი ბავშვები, მაშინ მათი საბაზრო პოტენციალი საშუალოდ იქნება 86,5 მლრდ. აშშ დოლარი“.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბავშვები წარმოადგენენ სამ სხვადასხვა ბაზარს. საკუთარ ჯიბის ფულს,

რომელსაც ისინი ხარჯავენ, ემტება ის თანხები, რომელთა ხარჯვაც ისინი გავლენას ახდენენ. ბავშვები ასევე წარმოადგენენ მესამე მსხვილ ბაზარს, რომელიც, უნდა ვაღიაროთ, ყველაზე მნიშვნელოვანია და მომავლის ბაზარს წარმოადგენს.

მოვაჭრეებსა და მწარმოებლებს ახალი კლიენტების ორი წყარო გააჩნიათ. ესენია: ისინი, ვინც უნდა გადმოიბირონ კონკურენტებისაგან, და ისინი, ვინც ჯერ არ გამოსულა ბაზარზე. ბუნებრივია, რომ გადმოიბირებულთა ლოიალობის შანსი გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე მათი, ვინც ბავშვობიდან ლოიალური აღიზარდა.

ჟურნალის „Direct Marketing“ მონაცემებით, რვა წლის ასაკში ბავშვები ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილებების დიდ ნაწილს იღებენ დამოუკიდებლად. თანამედროვე ბავშვები ხშირად ცნობენ ბრენდებსა და სტატუსს 3-4 წლის ასაკში, ჯერ კიდევ მაშინ, როდესაც არ იციან კითხვა. ერთერთმა კვლევამ აჩვენა, რომ 3 წლის ბავშვების 52% და 4 წლის ბავშვების 73% ხშირად ან თითქმის ყოველთვის თხოვს მშობლებს კონკრეტული მარკის საქონლის ყიდვას. რეკლამის სპეციალისტები აღიარებენ, რომ ბრენდებისადმი ლოიალობა და სამომხმარებლო ჩვევები ფორმირდება ჯერ კიდევ მაშინ, როდესაც ბავშვები პატარები და დაუცველნი არიან და ეს გაჰყვებათ სიწიფის ასაკამდე.

საბავშვო რეკლამა მიიცავს მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალებას დაწყებული გაზეთით დამთავრებული სატელევიზიო გადაცემებით. სკოლის ასაკამდე ბავშვები ასწრებენ ტელევიზორის ეკრანთან 5 000 საათის გატარებას. ისინი მეტ დროს ატარებენ ტელევიზორთან, ვიდრე გაატარებენ საკლასო ოთახში სკოლაში სწავლის პერიოდში.

აშშ-ში საბავშვო რეკლამაზე დახარჯული სახსრების დაახლოებით 70% მოდის სატელევიზიო რეკლამაზე. რეკლამაზე გაწეული ხარჯები კი, თავის მხრივ, შეადგენს ბავშვებზე მიმართულ მარკეტინგზე დახარჯული მთლიანი სახსრების მხოლოდ 15%-ს. დღეისათვის საბავშვო მარკეტინგის უდიდესი ნაწილი მოდის სხვადასხვა სახის აქციებზე, როგორებიცაა კუპონები, უფასო საჩუქრები და ნიმუშები, კონკურსები და გათამაშებები, სხვადასხვა სახის პრომოაქციები, ცნობადი სახეებისა და ლიცენზირებული სიმბოლოების გამოყენებით, რომლებიც სტუმრობენ სავაჭრო ცენტრებსა და სკოლებს. ახალი ტექნოლოგიები, როგორებიცაა ინტერნეტი და სატელეფონო მომსახურებები, ქმნიან ახალ შესაძლებლობებს, რომლებიც იძლევიან ბავშვებზე მიმართული ახალი, ინდივიდუალური აქციების განხორციელების საშუალებას. საბავშვო მარკეტინგის სულ უფრო მზარდი არენა ხდება სკოლები.

მარკეტინგის ეს დამატებითი ფორმები მოწოდებულია არა ჩაანაცვლოს რეკლამა, არამედ შეავსოს ის. ყოველივე ეს გამოიწვია საბავშვო ბაზრის მნიშვნელობის ზრდამ. მათი, ისევე როგორც რეკლამის, მიზანია ბრენდისა და ლოიალობის ფორმირება ბავშვებში.

საბავშვო საქონლისა და საკვები პროდუქტების ბაზარი უზარმაზარია. ერთის მხრივ, მშობლები ცდილობენ აღზარდონ შვილები ისე, როგორც მათ სურთ. მაგრამ მეორეს მხრივ, ბავშვები სულ უფრო ხშირად არიან დამოკიდებულნი მერკანტილიზმზე, რომელიც ეწინააღმდეგება მათი მშობლების განზრახვას. განვითარებულ ქვეყნებშიც კი, სადაც ხელისუფლება და ბავშვების უფლებების დამცველი ორგანიზაციები იბრძვიან სარეკლამო სტანდარტებსა და წესებისათვის, ან კვების პროქტების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის, მწარმოებლები საპასუხოდ ითხოვენ თვითრეგულაციას (რომელიც იშვიათია ან შეგნებულად სუსტია), და ამტკიცებენ, რომ არჩევანი ინდივიდუალურია და პრობლემა თავად მშობლებში მდგომარეობს.

რეკლამას შეუძლია უზარმაზარი ზიანის მიყენება ბავშვებისათვის. 2009 წელს იელის უნივერსიტეტში ჩატარებულმა კვლევებმა გამოავლინა, რომ ბავშვები, რომლებსაც კვლევისას უჩვენებდნენ საკვების არასასურველ რეკლამას, ჰამდნენ 45%-ით მეტ არაჯანსაღ საკვებს, ვიდრე სხვა ბავშვები. როგორც ცნობილია, ბავშვთა სიმსუქნე მზარდი პრობლემაა და მწარმოებელი ქვეყნების მთავრობები განიხილავენ მთელ რიგ პოლიტიკური გადაწყვეტილებებს, მათ შორის რეკლამის აკრძალვას ე.წ. მავნე საკვებზე. სიმსუქნე ბავშვებსა და მოზარდებში ზრდის ჯანმრთელობასთან დაკავშირებული მთელი რიგი პრობლემების რისკს, როგორებიცაა ს ისხლმარღვთადავაღებები, დიაბეტი, დადუპრესია.

ბავშვთა რეკლამას განსხვავებული შედეგები აქვს სხვადასხვა ქვეყანაში. თუმცა, მარკეტოლოგები თანხმდებიან, რომ არაეთიკურია რეკლამა, როცა ის პირდაპირ მიმართულია ბავშვებზე მშობლების თანხლების გარეშე. ორგანიზაციები ამ საკითხის მოგვარებას შემდეგნაირად ხედავენ: კერძოდ, რეკლამის შინაარსის რეგულაციით, რეკლამის დროის გათვალისწინებით და მომხმარებლის, ამ შემთხვევაში ახალგაზრდა აუდიტორიის თავისებურების გათვალისწინებით. უფრო მეტიც, პლანეტის მომავალი საფრთხეში აღმოჩნდება, თუ ჩვენ უფლებას მივცემთ რეკლამისტებსა და მარკეტოლოგებს მომავალი თაობა ჰიპერმომხმარებლად აქციოს.

Tea Valishvili

Doctor of Economics, Associated Professor, Kutaisi University

Natela Vashakidze

Doctor of Economics, Assistant Professor, Akaki Tsereteli State University

SOME ASPECTS OF MARKETING AND ADVERTISEMENT TARGETING ON CHILDREN

Advertisers spend 100s of billions of dollars a year worldwide encouraging, persuading and manipulating people into a consumer lifestyle that has devastating consequences for the environment through its extravagance and wastefulness. Advertising exploits individual insecurities, creates false needs and offers counterfeit solutions. It fosters dissatisfaction that leads to consumption. Children are particularly vulnerable to this sort of manipulation.» Advertising is a massive, multi-million dollar project that's having an enormous impact on child development,» says psychologist Allen D. Kanner.

Young children are increasingly the target of advertising and marketing because of the amount of money they spend themselves, the influence they have on their parents spending (the nag factor) and because of the money they will spend when they grow up. Whilst this child-targeted marketing used to concentrate on sweets and toys, it now includes clothes, shoes, a range of fast foods, sports equipment, computer products and toiletries as well as adult products such as cars and credit cards.

In Australia, children under 18 have an average \$31.60 to spend each week and they influence more than 70 per cent of their parents' clothes and fast food purchases. Advertisers attending a conference on *Marketing to Kids and Youth* were told that children and teenagers between the ages of 10 and 17 spent \$3.3 billion every year.

In the US there are over 57 million school age children and teenagers who spend about \$100 billion each year of their own and their family's money on sweets, food, drinks, video and electronic products, toys, games, movies, sports, clothes and shoes. Additionally children 12 and under spend more than \$11 billion of their own money and influence family spending decisions worth another \$165 billion on food, household items like furniture, electrical appliances and computers, vacations, the family car and other spending. For example, one study estimated that children influenced \$9 billion worth of car sales in 1994. One car dealer explains: "Sometimes, the child literally is our customer. I have watched the child pick out the car."

This means that car manufacturers cannot afford to ignore the children in their marketing. Chrysler distributes 100s of thousands of glossy cardboard pop-up promotional books by direct mail that will appeal to children who love pop-up books. And Chevrolet has used advertisements featuring children. Some car dealers have added children's play areas to their facilities.

US advertisers are now beginning to recognize the potential of the international children's market. James McNeal in his book *Kids as Customers* estimates that there are about three quarters of a billion children in other industrialized countries: "Letting one's marketing imagination run wild for a moment, if these children spend only half of what U.S. children spend, their market potential would be equal to around \$86.5 billion."

Children represent three different markets. In addition to the direct money that children spend and the money they influence, children also represent a third major market and perhaps the most significant and that is the future market. Advertisers recognize that brand loyalties and consumer habits formed when children are young and vulnerable will be carried through to adulthood.

Retailers and manufacturers have two sources of new customers, those who they can persuade to change from their competitors and those who have not yet entered the market. Those who switch are less likely to be loyal than those who are nurtured from childhood.

According to *Direct Marketing* magazine, by the age of eight children make most of their own buying decisions. Modern children can often recognize brands and status items by the age of 3 or 4, before they can even read. One study found that 52 percent of 3 year olds and 73% of 4 year olds often or almost always asked their parents for specific brands. Advertisers recognize that brand loyalties and consumer habits formed when children are young and vulnerable will be carried through to adulthood.

Children's advertising covers all types of media outlets from newspapers to television stations. By the time most children start school they will have spent 5000 hours watching television. They will spend more time watching television than they spend in class for their entire schooling.

Television advertising makes up about 70% of the total amount spent on advertising to children in the US but total advertising

expenditure makes up only about 15% of the total amount of money spent on marketing to children. In fact much marketing to children now consists of sales promotions such as direct coupons, free gifts and samples, contests and sweepstakes, promotions as using celebrities and licensed characters which visit shopping centers and schools. New technologies have also provided new opportunities such as the Internet and telephone services that enable new, personalized promotions aimed at children. Marketing in schools is also a rapidly growing arena.

These additional forms of marketing have supplemented rather than replaced advertising as the importance of the children's market has grown. Their aim however is the same as advertising, to create brand loyalties and customers amongst children. Also, those wanting to sell goods recognize that some older children become somewhat cynical of advertisements and therefore publicity in children's newspapers and magazines as well as other marketing strategies are alternative ways of reaching these children.

The market for children's products and food is enormous. Parents on the one hand have a hard time raising children the way they want to, while on the other hand, kids are being increasingly influenced by commercialism that often goes against what parents are trying to do.

Even in industrialized societies, where governments and campaigners fight for better child advertising standards and regulations, or improved food quality, industry fights back preferring self-regulation (which rarely happens, or is intentionally weak), and arguing that it is individual choices and parents that are the issue.

Childhood obesity is a growing problem, and governments in deferent countries are considering a variety of policy solutions, including banning advertisements on so-called junk food. Obesity puts children and adolescents at risk for a range of health problems such as cardiovascular disease, diabetes, and depression, making obesity second only to smoking as a cause of preventable death.

Advertisements to children have sparked off lot of controversy resulting in various reactions in various countries. However, experts agree that unethical marketing occurs when advertisements are directly aimed at children without getting consent from parents. Organizations can go about this issue through regulating their content, changing their times and embarking on a consumer education to make their young audiences aware. Moreover the future of the planet is at stake if we allow advertisers and marketers to turn children into hyper consumers of the future.

References/გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Alan Thein Durning, *How Much is Enough: The Consumer Society and the Future of the Earth*, ed. Linda Starke, World watch Environmental Alert Series (London: Earthscan, 1992), p. 120.
2. <http://www.apa.org/monitor/sep00/advertising.aspx>
3. Amy Aidman, 'Advertising in Schools', (University of Illinois, Illinois: ERIC Clearinghouse on Elementary and Early Childhood Education, 1995); David France, 'This lesson is brought to you by...', *Good Housekeeping*, Vol. 222 (February 1996)
4. Sian Powell and Bernard Zuel, 'Marketers' influence over young challenged', *Sydney Morning Herald*, 3 September 1993
5. Leonie Lamont, 'Challenge to children's advertising', *Sydney Morning Herald*, 28 May 1996; Kerry Sunderland, 'Corporate Sponsorship in the Classroom', *Youth Studies Australia* (Autumn 1994), p. 25.
6. T. L. Stanley, 'Kiddie Cars', *Brand week*, Vol. 36 (23 October 1995)
7. James U. McNeal, *Kids as Customers: A Handbook of Marketing to Children* (New York: Lexington Books, 1992), p. 232.
8. Murray Raphael, 'Are you kidding?', *Direct Marketing*, Vol. 56, No. 3 (1993), p. 38.

ნაირა ვირსალაძე

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

დემოგრაფიული ვითარების ეკონომიკური ასპექტები და პენსიით უზრუნველყოფილი სიბერე საქართველოში

დღეს მსოფლიოს ცივილიზებული ქვეყნების უმრავლესობას დემოგრაფიული განვითარების ნეგატიური ტენდენციები ახასიათებს. ეს საერთო კანონზომიერებაა და დაკავშირებულია მოსახლეობის აღწარმოების თანამედროვე ტიპთან. ამ მხრივ გამოწვევის არც საქართველო წარმოადგენს. მოსახლეობის აღწარმოების ანალიზმა ცხადყო, რომ გასული საუკუნის 70-იან წლებში საქართველო უკვე დემოგრაფიულად დაბერებული ქვეყნა იყო. 90-იანი წლებიდან მწვავე სოციალურ-ეკონომიკური კრიზისის გამო კი ეს პროცესი კიდევ უფრო გამწვავდა. ამჟამად საქართველოში ყოველი მეექვსე ადამიანი 59 წელსაა გადაცილებული, 65 წლისა და უფროსი ასაკის მოსახლეობის ხვედრითი წილი მოსახლეობის საერთო რიცხოვნობაში, 1970 წლის მაჩვენებელთან შედარებით, გაორმაგებულია და 13.8%-ს შეადგენს (მაშინ როდესაც დაბერების ზღვრად ითვლება მოსახლეობის საერთო რიცხოვნობაში ამ ასაკის მოსახლეობის 7%), თუ 1970 წელს 64 წელს გადაცილებული მოსახლეობა 0-14 წლამდე ასაკის მოსახლეობის მხოლოდ 26.2 % -ს შეადგენდა 2011 წლისათვის ამ მაჩვენებელმა 81.2%-ს მიაღწია. აღნიშნულ პერიოდში 0-14 წლის ასაკის მოსახლეობა 1 425.8 ათ. კაციდან შემცირდა 759.8 ათ. კაცამდე, ხოლო 64 წელს გადაცილებულები 373.9 ათასიდან გაიზარდა 616.7 ათასამდე, ანუ 0-14 წლის ასაკის მოსახლეობის ხვედრითი წილი მოსახლეობის საერთო რიცხოვნობაში 30.5%-დან შემცირდა 17.0%-მდე, ხოლო 64 წელს გადაცილებულთა ხვედრითი წილი 8.0%-დან გაიზარდა 13.8%-მდე. შესაბამისად, მნიშვნელოვნად შეიცვალა დემოგრაფიული დატვირთვის მაჩვენებელი. 0-14 წლიანების მიხედვით ეს მაჩვენებელი 49.6%-დან 24.6%-მდე შემცირდა, ხოლო 64 წელს გადაცილებულების მიხედვით 13.0%-დან 19.9%-მდე გაიზარდა(იხ. ცხრილი №1).

მაშასადამე, დემოგრაფიულმა დაბერებამ ჩვენს ქვეყანაში გამოიწვია მთელ რიგ სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები. კერძოდ, მოსახლეობის საერთო რიცხოვნობაში შრომისუნარიანზე მაღალი ასაკის მოსახლეობის ხვედრითი წილის მკვეთრი ზრდა და შრომისუნარიანი მოსახლეობის ეკონომიკური დატვირთვის ზრდა.

დემოგრაფიული დატვირთვის გაზრდის გამო საქართველოს იმდროინდელმა ხელისუფლებამ ნაწილობრივ იპოვა გამოსავალი და 90-იანი წლების ბოლოს საპენსიო ასაკი ხუთი წლით გაზარდა (ამჟამად საპენსიო ასაკი მამაკაცებისათვის 65 წელია, ხოლო ქალებისათვის 60 წელი). ლოგიკურია, რომ საპენსიო ასაკის გაზრდას მოჰყვა პენსიონერთა რიცხოვნობისა და ხვედრითი წილის შემცირება. თუ 1995 წელს პენსიონერთა ხვედრითი

ცხრილი 1

საქართველოს მოსახლეობის ასაკობრივი სტრუქტურა (ათასი კაცი)

	1970	1989	2002	2011
ათასი კაცი				
მოსახლეობა სულ	4 674.6	5 400.8	4 371.5	4 469.2
0-14 წლის ასაკის	1 425.8	1 338.5	918.0	759.8
15-64 წლის ასაკის	2 874.9	3 584.3	2 898.3	3 092.7
64 წელს გადაცილებულები	373.9	487.0	555.2	616.7
პროცენტებში				
მოსახლეობა სულ	100	100	100	100
0-14 წლის ასაკის	30.5	24.7	21.0	17.0
15-64 წლის ასაკის	61.5	66.5	66.3	69.2
64 წელს გადაცილებულები	8.0	8.8	12.7	13.8
დემოგრაფიული დატვირთვის მაჩვენებელი (თანაფარდობა 15-64 წლიანებთან):				
ა.0-14 წლიანების მიხედვით	49.6	37.1	31.7	24.6
ბ. 64 წელს გადაცილებულთა მიხედვით	13.0	13.2	19.2	19.9
დაბერების ინდექსი:				
64 წელს გადაცილებულთა თანაფარდობა 0-14 წლის ასაკის მოსახლეობასთან	26.2	35.6	60.5	81.2

წყარო: სტატისტიკური წელიწადი 2000, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები

წილი მთელ მოსახლეობაში 23.0% იყო, 2011 წლისათვის მან 18,5 % შეადგინა. მაგრამ, მოსახლეობის დაბერების პროცესის უწყვეტობის გამო, ასაკით პენსიონერთა რიცხოვნობა 2011 წელს 2000 წელთან შედარებით 116.4 ათასით გაიზარდა (550,0 ათასიდან 666.4 ათასამდე). საპენსიო უზრუნველყოფის საკითხი კი კვლავ მოუგვარებელი დარჩა და კიდევ უფრო გამწვავდა.

მოპოვებული ინფორმაციის ეკონომიკურ-სტატისტიკური ანალიზი ადასტურებს, რომ პენსიონერთა სიცოცხლის მაღალი ხარისხის მიღწევა ჩვენს ქვეყანაში ჯერჯერობით შეუძლებელია. ვინაიდან დღეისათვის საქართველოში მოქმედი სოციალური დახმარების სისტემა და საპენსიო უზრუნველყოფა ვერ პასუხობს ამ სისტემისადმი წაყენებულ მოთხოვნებს. კერძოდ, ვერ უზრუნველყოფს სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის

ცხრილი 2

პენსიონერთა რიცხვი (ათასი კაცი)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
პენსიონერები -სულ	895.1	902.	985.4	836.9	842.2	839.5	835.9	826.8
მ. შ. ასაკით	750.1	549.9	589.7	611.9	658.3	660.0	662.3	666.4
საოჯახო დახმარების მიმღებთა რიცხოვნობა	90.7	89.5	57.0	33.4	26.8	22.7	20.2	17.6

წყარო: საქართველოს შრომის, ჯანდაცვისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო

რეალურ დახმარებას (თუნდაც საარსებო მინიმუმის დონეზე), არ არის ეკონომიკურად და რეალურად ეფექტიანი, არ შეესაბამება ქვეყანაში სიღარიბის დაძლევისა და სოციალური სტაბილურობის უზრუნველყოფის ამოცანებს.

მართალია, ბოლო პერიოდში საქართველოში პენსიის სიდიდე ეტაპობრივად გაიზარდა და 2011 წლის სექტემბრისათვის 100 ლარი შეადგინა, რაც 2003 წლის პენსიის სიდიდეს 7,1-ჯერ აღემატება (2003 წელში პენსია 14 ლარი იყო), მაგრამ ამით თითქმის არაფერი არ შეცვლილა. ადრეულ წლებში (საუბარია 80-იან წლებზე) პენსიონერთა მდგომარეობა გაცილებით უკეთესი იყო. ამ პერიოდში საშუალო პენსია თითქმის უტოლდებოდა მაშინდელ საარსებო მინიმუმს, დღეისათვის პენსიონერთა საშუალო პენსია 1/3-ით ჩამორჩება საარსებო მინიმუმს, ანუ საშუალო პენსია შრომისუნარიანი ასაკის მამაკაცის ოფიციალური საარსებო მინიმუმის მხოლოდ 70%-ს შეადგენს, თავისი მსყიდველობითი უნარიანობით კი იგი ორი ათეული წლის წინანდელი მინიმალური პენსიის დაახლოებით 45%-ის ეკვივალენტურია და, ფაქტობრივად, მხოლოდ სოციალური

ცხრილი 3

საარსებო მინიმუმი, საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი და პენსია 2004-2010 წლები (ლარებში)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
შრომისუნარიანი ასაკის მამაკაცის საარსებო მინიმუმი	96.2	98,3	120.3	115.9	130.7	126.1	149.5
საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი	156.2	204,2	277.9	368.1	534.9	556.8	597.6
საშუალო თვიური პენსია	28	33	38	55	70	80	90

წყარო: ცხრილი შედგენილია სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით

დახმარების ფუნქციის მქონეა. გამომდინარე აქედან, პენსიონერთა ფიზიკური არსებობა მთლიანად მათსავე საქმიანობაზე და ახლობლების დახმარებაზე დამოკიდებული. მაშინ როდესაც პენსია საგრძნობლად ჩამორჩება საარსებო მინიმუმს, საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი (რომელიც ჩვენს ქვეყანაში მიუხედავად იმისა, რომ ჯერ კიდევ საკმაოდ დაბალია) დაახლოებით 3-4 -ჯერ აღემატება საარსებო მინიმუმს.

საშუალო პენსიის თანაფარდობა საარსებო მინიმუმსა და საშუალო ხელფასთან

	საპენსიო ასაკი		საშუალო პენსია (აშშ დოლარი)	საშუალო პენსიის თანაფარდობა საარსებო მინიმუმთან (%)	საშუალო პენსიის თანაფარდობა საშუალო ხელფასთან (%)
	პაცი	ქალი			
საქართველო	65	60	60	70	14.7
სომხეთი	65	63	73	85	25.5
აზერბაიჯანი	62	57	126	105	31.3
რუსეთის ფედერაცია	60	55	311	160	35.8

წყარო: <http://ria.ru/spravka/20100425/227286221.html>

პენსიონერთა სოციალური უზრუნველყოფის კუთხით საინტერესო სურათს იძლევა საქართველოსა და მეზობელი პოსტსაბჭოური ქვეყნების შედარება (იხ. ცხრილი №4). უნდა ითქვას, რომ დღეს საქართველო არა მარტო პენსიის სიდიდით, არამედ ოფიციალურ საარსებო მინიმუმთან და საშუალო ხელფასთან პენსიის თანაფარდობითაც საგრძნობლად ჩამორჩება მეზობელი ქვეყნების ანალოგიურ მაჩვენებლებს. ჩვენს ქვეყანაში საშუალო პენსია საარსებო მინიმუმის 70%-ს და საშუალო ხელფასის მხოლოდ 14.7%-ს შეადგენს. ეს თანაფარდობა გაცილებით უკეთესია მეზობელ ქვეყნებში, კერძოდ რუსეთში საშუალო პენსია საარსებო მინიმუმს 1.6-ჯერ აღემატება და საშუალო ხელფასის 35.8%-ს შეადგენს, აზერბაიჯანში საშუალო პენსია საარსებო მინიმუმს 1.05-ჯერ სჭარბობს და საშუალო ხელფასის 31.3%-ს შეადგენს, საქართველოზე უკეთესი მდგომარეობა ასევე სასომხეთში.

პენსიონერთა დასაქმება და მათი ღირსეული პენსიით უზრუნველყოფა ყველა ქვეყნის დემოგრაფიული პოლიტიკის შემადგენელი ნაწილია. ნებისმიერი ცივილიზებული სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს ადამიანთა ფსიქოლოგიური და სოციალური დაბერების გადავადებისაკენ, მათი სოციალური აქტიურობის უზრუნველყოფისაკენ. ვინაიდან პენსიონერები წარმოადგენენ მოსახლეობის იმ ფენას, რომელიც მდიდარია თავისი ცოდნითა და გამოცდილებით. სახელმწიფო ყოველნაირად უნდა ზრუნავდეს იმისათვის, რომ მაქსიმალურად გამოიყენოს ეს ადამიანური კაპიტალი, მათი შესაძლებლობები, გაუფრთხილდეს მათ, და ამასთან, მის მიერ შემუშავებული სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკით ადეკვატურად უპასუხოს დაბერებასთან დაკავშირებულ პრობლემებს. სწორედ სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს საზოგადოებისა და ეკონომიკის ჰარმონია დემოგრაფიულ ცვლილებებთან და შეუქმნას თითოეულ მოქალაქეს ცხოვრების ნორმალური პირობები საერთოდ და განსაკუთრებით კი სიბერეში. პენსიონერთა სიცოცხლის მაღალი ხარისხის მიღწევა კი შესაძლებელია მათზე სახელმწიფოს და საზოგადოების მუდმივი ზრუნვით, მათთვის იმ განცდის შენარჩუნებით, რომ ისინი ჯერ კიდევ საჭირონი არიან. ყოველივე ამას განაპირობებს საპენსიო უზრუნველყოფის სისტემა, პენსიონერთა სოციალური დაზღვევა, პენსიის სიდიდე და მისი მსყიდველობითი უნარიანობა, პენსიონერთა ჩართულობა საზოგადოებრივად სასარგებლო შრომაში თუ საოჯახო საქმიანობაში.

Naira Virsaladze

Doctor of Economics, Associated Professor.

Kutaisi University. Akaki Tsereteli State University

ECONOMIC ASPECTS OF THE DEMOGRAPHIC SITUATION AND PENSION GUARANTEED OLD AGE IN GEORGIA

Demographic development in the most of the civilized countries of the world today is characterized by negative trends. In this regard Georgia is no exception. Population reproduction analysis showed that in the 70-th years of the past century Georgia already was demographically old country. From 90-th due to severe economic crisis this process has gotten worse. Every sixth

person in Georgia is 59 and more years old. The share of the 65 years and older population in total number compared to 1070 is doubled and equals 13, 8%. (The aging limit in the total number of population equals 7 % of this age.) If in 1970 the 64 year old population was only 26, 2% of 0-14 age population, by 2011 this figure reached 81,2%. In this period, the population aged 0-14 decreased from 1425,8 thousand to 759,8 thousand people, and over 64 years increased from 373, 9 thousand to 616,7 thousand men. So, 0-14 year old population's share in the total number decreased from 30,5 % to 17,0 % and over 64 year old population's share increased from 8,05 to 13,8 %. Accordingly significantly has changed demographic occupancy rate indicators. For 014 year old people this indicator decreased from 49, 6 % to 24, 6% and for over 64 years old population it increased from 13 % to 19,9 %. (See Table №1).

Thus, demographic aging in our country results number of socio-economic problems. Among them sharp rise in total amount of population of disabled people in the high age and economic activity growth of working age population. It is logical that an increase in the retirement age was followed by a decrease of the number of retirees and their fewer shares in total amount of the population.

Table №1

The age structure of population
(Thousand people)

	1970	1989	2002	2011
thousand people				
The total number of population	4 674.6	5400.8	4371.5	4 469.2
0-14 years old population	1 425.8	1 338.5	918.0	759.8
15-64 years old population	2 874.9	3 584.3	2 898.3	3 092.7
Over 64 years old	373.9	487.0	555.2	616.7
In percentage				
The total number of population	100	100	100	100
0-14 years old population	30.5	24.7	21.0	17.0
15-64 years old population	61.5	66.5	66.3	69.2
Over 64 years old	8.0	8.8	12.7	13.8
Demographic occupancy rate (Ratio of 15-64 ages)				
a. by 0-14 year old population	49.6	37.1	31.7	24.6
b. Over 64 year old population	13.0	13.2	19.2	19.9
Aging Index:				
A ratio of over 64 year old population to 0-14 population	26.2	35.6	60.5	81.2

Source: Statistical Yearbook 2000, National Statistics Office data.

If in 1995 the share of retirees in the whole population was 23.0%, by 2011 it amounted to 18.5%. However, due to the continuity of the process of population aging, the number of age pensioners in 2011 in comparison with 2000 increased by 116.4 thousand (from 550, 0 thousand to 666.4 thousand). Pension issues are still unresolved and have gotten worse.

Economic information - statistical analysis shows that our country is still not possible to achieve high quality of life for pensioners. As current Georgian social support system and pension provision does not meet the system requirements. In particular, it can't provide real assistance to vulnerable populations (at least to the minimum level), it is not economically efficient, and in fact, is not consistent with the objectives of poverty reduction and social stability.

Although recently in Georgia the pension amount has increased and by September of 2011 it has reached 100GEL, in comparison to 2003 pension was 14 GEL. But almost nothing has changed. Early years pensioners' situation was much better. In that time period, the average pension amounted to almost subsistence level, current retirees' pension 1/3-cent lower than the average subsistence level, so, the average pension is only 70 % of working-age men with official minimum wage and, in fact, only a social welfare function is reliable.

Table № 2

The number of pensioners
(Thousand people)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
The pensioners - Total	895.1	902.	985.4	836.9	842.2	839.5	835.9	826.8
Among them by age	750.1	549.9	589.7	611.9	658.3	660.0	662.3	666.4
Family Assistance recipients, the number of	90.7	89.5	57.0	33.4	26.8	22.7	20.2	17.6

Source: Ministry of Labor, Health and Social Affairs

Table № 3

Subsistence minimum, the average monthly nominal salary and pension years 2004-2010 (in GEL)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Working-age men Subsistence minimum	96.2	98,3	120.3	115.9	130.7	126.1	149.5
The average monthly nominal wage	156.2	204,2	277.9	368.1	534.9	556.8	597.6
Average monthly pension	28	33	38	55	70	80	90

Thus, the physical existence of retirees depend on their work and family assistance. While the pension is significantly lower than the subsistence level, the average monthly nominal salary (which in our country there is still quite low) for about 3-4 - times higher than the subsistence level.

It is interesting to compare Georgia with the neighboring post-Soviet countries (see Table № 4) It should be noted that Georgia is not only with pension amount, but with the living wage and the average salary is significantly lower than in neighboring countries. In Georgia, the average pension is 70% of the minimum living salary, and only 14.7% - of the average salary. This ratio is much better in neighboring countries; the average pension in Russia is 1.6 times higher than the minimum living wage and is 35.8% - of the average salary. In Azerbaijan subsistence level exceeds 1.05 times the average pension and it is 31.3% - of the average salary. The situation is better in Armenia than in Georgia.

Table № 4

The ratio of the average pension to the subsistence minimum and average salaries

	Retirement Age		Average Pension (U.S. dollars)	The ratio of the average pension to the minimum subsistence (%)	The ratio of average pension to average wage (in%)
	Male	Female			
Georgia	65	60	60	70	14.7
ARMENIA	65	63	73	85	25.5
AZERBAIJAN	62	57	126	105	31.3
The Russian Federation	60	55	311	160	35.8

Source: <http://ria.ru/spravka/20100425/227286221.html>

Major social and economic problems in Georgia are to provide retirees. Currently in Georgia 80, 6 % from 826, 8 thousand pensioners belong to pensioners' age. This figure is increasing every day. Employment and decent pension for all pensioners are part of the demographic policy. Any civilized nation's socio - economic policy should be directed towards the extension of human psychological and social aging, ensuring their social activity. Every state should take care to make the best use of this human capital, their ability; to take care of them, and in addition, by developed socio - economic policy authorities should respond adequately to the problems associated with aging. The state should ensure the harmony of society and the economy with demographic changes, and give every single person living in normal conditions in general and especially in old age.

საქართველოსა და ამერიკის შეერთებულ შტატებს შორის თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულების რეალობა და მოსალოდნელი შედეგები

ნებისმიერ ქვეყანასთან “თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების” გაფორმება გარკვეულ დადებით შედეგზეა ორიენტირებული. ისეთ ქვეყანასთან, როგორც ამერიკის შეერთებული შტატებია, ასეთი დონის თანამშრომლობა შეიძლება, განვიხილოთ, როგორც საქართველოს უსაფრთხოების ერთგვარი არაპირდაპირი გარანტია. შესაბამისად, ასეთი ხელშეკრულების პერსპექტივა სრულიად განსხვავებულ და განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. იმდენად განსაკუთრებულს, რომ სამსჯელოა- უახლოეს მომავალში, რომელი პოლიტიკური ნაბიჯია უფრო მიღწევადი - ნატოში გაწევრიანება, ევროკავშირში შესვლა, თუ აშშ-სთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების გაფორმება. სამივე სამიზნე თითქმის ერთნაირად განსაზღვრავს საქართველოს პოლიტიკურ ვექტორს და ეკონომიკური განვითარების პერსპექტივას.

ამერიკასთან “თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების” გაფორმებას, მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მიზანი აქვს და განუზომელი ეკონომიკური მნიშვნელობაც გააჩნია. ნებისმიერ შემთხვევაში, ეს საქართველოს და ამერიკას შორის სავაჭრო ბრუნვის ზრდას გამოიწვევს. დღეს ეს ციფრი, დაახლოებით, მხოლოდ 400 მლნ. აშშ დოლარს შეადგენს.

მნიშვნელოვანია, რომ “თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების” პირობებში საქართველოს ტერიტორია უკვე „ზევრად საინტერესო ხდება ინვესტიციებისათვის.“ პირველ რიგში, მკვეთრად გაიზრდება ამერიკული ინვესტიციური კაპიტალი. ამასთან, სრულიად ახალი მონდომებითა და მოცულობით წარმოჩინდება ინვესტიკური ქვეყნები - სომხეთი, აზერბაიჯანი და თურქეთი, უკრაინა, შუა აზიისა და აზიის ქვეყნები, რომლებსაც მიეცემა შესაძლებლობა პროდუქცია ჩვენთან აწარმოონ და „თავისუფალი რეჟიმით“ ამერიკულ ბაზარზე შეადწონ. სწორედ ამ ფაქტორთა გამო ამერიკასთან “თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულება” განსაკუთრებულ მნიშვნელობას და წონას იძენს.

აშშ-საქართველოს შორის თავისუფალი სავაჭრო რეჟიმის მნიშვნელობისა და შედეგების გასააზრებლად კარგი მაგალითია თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ჩრდილო - ამერიკული შეთანხმება (NAFTA). მარტივად, ეს ამერიკის, კანადისა და მექსიკის თავისუფალი სავაჭრო ზონაა. ხელშეკრულება 1992 წელს გაფორმდა. პირველივე შედეგები მალევე შთამბეჭდავი იყო. 1993-1997 წლებში 2,5 ჯერ გაიზარდა საქონელბრუნვა მექსიკასთან, 2-ჯერ კანადასთან. ამავე დროს მკვეთრად გაიზარდა ამერიკული ინვესტიციების მოცულობა მექსიკაში და პირველივე წელს 140 მილიარდი დოლარი შეადგინა, შემდგომ წლებში ყოველწლიურად 100 მილიარდზე მეტი, რომელთა უმრავლესობა ამერიკული ბრუნდული საწარმოების აშენებას მოხმარდა. ერთის მხრივ ამერიკის ფირმების მხრიდან მსხვილმა ფინანსურმა და ტექნოლოგიურმა ინვესტიციებმა და მეორეს მხრივ მექსიკის ადგილობრივი ნედლეულის და მუშახელის გამოყენებით შექმნილი პროდუქცია სრულფასოვან კონკურენციას უწევს მსოფლიო ბაზარზე იაპონურ და ევროპულ საქონელს. „ნაფტას“ შეთანხმებამ მნიშვნელოვნად წასწია წინ მექსიკის და კანადის ეკონომიკა.

ეს მაგალითი (თავისუფალი ვაჭრობის ჩრდილოამერიკული შეთანხმება), საქართველოს მნიშვნელოვნად წაადგება. ამ პროგრამის ფარგლებში მიღებული გამოცდილება საქართველოსთან მიმართებაშიც უნდა იქნეს გამოყენებული.

აშშ პარტნიორებს სავაჭრო ურთიერთობის დასამყარებლად რამდენიმე ნიშნით არჩევს. ტერიტორიული სიახლოვეა - კანადა და მექსიკა სწორედ ამის მაგალითია. მაგრამ, მსგავსი სავაჭრო ურთიერთობების დამყარებისათვის აუცილებელი არაა ტერიტორიული სიახლოვე. ჯერ კიდევ 1934 წელს, ამერიკაში გაჩნდა ტერმინი „უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის ქვეყანა“. სწორედ აღნიშნული ცნება განსაზღვრავდა შეერთებული შტატების საგარეო სავაჭრო პოლიტიკას. არსი შემდეგი გახლდათ - შეერთებულ შტატებს სჭირდებოდათ იმ ქვეყნების წახალისება, რომლებიც მისი პოლიტიკურად სტრატეგიული პარტნიორები იყვნენ. ასევე, თუკი აშშ აშკარად გრძნობდა, რომ ნაკლებად განვითარებული ქვეყანა დემოკრატიული სტანდარტების შესაბამისად განვითარებას ცდილობდა და ამერიკისთვის მნიშვნელოვან პრინციპებს არ ღალატობდა, მასთან აფორმებდა

(წახალისების მიზნით) თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულებას. დღეს საქართველოც სწორედ ამ ჭრილში განიხილება.

თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულება, საერთაშორისო პრაქტიკის მიხედვით მარტივად არ ფორმდება. მის მომზადებას წინ უძღვის გრძელვადიანი მოლაპარაკებების პროცესი, როდესაც მხარეები ერთმანეთს რეგულაციების შესახებ კონკრეტული ვალდებულებების შესრულების მოთხოვნას აყალიბებენ. მაგ., ევროკავშირმა საქართველოსთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებაზე მოლაპარაკება 4 წლის წინ დაიწყო, ქართულ მხარეს რამდენიმე მთავარი რეკომენდაცია მიეცა საკანონდებლო გარემოსა და სახელმწიფო ინსტიტუციების ევროპულ სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანის, სურსათის უსაფრთხოების, ვაჭრობის საკითხებზე ევროპული ნორმების შესაბამისი კანონდებლობის მიღების და სხვათა თაობაზე. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ შეერთებული შტატები და ევროკავშირი ცდილობენ ერთმანეთს სრულად დაუახლოვონ სტანდარტები. ეს ნიშნავს, რომ ევროკავშირის რეკომენდაციები სრულად შეესაბამება ამერიკის მოთხოვნებს. რამდენადაც აშშ დაინტერესებულია ძირითადად ითანამშრომლოს მხოლოდ ისეთ ქვეყნებთან, რომლებიც ამ მოთხოვნებს სრულად აკმაყოფილებენ. ამიტომ, ჩვენი ქვეყნის 4 წლიანი გამოცდილება ევროკავშირთან საერთაშორისო ვაჭრობის სფეროში დააკმაყოფილოს ევროკავშირის სავაჭრო და სხვა შესაბამისი სტანდარტები ადეკვატურად და სასიკეთოდ უნდა აისახოს აშშ-სთან ურთიერთობაშიც და თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულების შედარებით მოკლე ვადებში გაფორმებაშიც დაეხმარება.

თავად ის ფაქტი, რომ ამერიკასთან თავისუფალი ვაჭრობა შეიძლება რეალობა გახდეს, ძალზედ დადებითია, მაგრამ ჯერ-ჯერობით ეს ყველაფერი მისაღწევია. **იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს აშშ-სთან ისედაც აქვს პრეფერენციული რეჟიმი, რომელიც 1200 დასახელების პროდუქციის ექსპორტზე, რაც არც თუ ისე ნაკლებ შედგავათან რეჟიმს გულისხმობს. მაგრამ, საექსპორტო პროდუქციის სტანდარტის შეუსაბამობის გამო მისი გატანა ვერ ხდება.** 2011 წლის მონაცემებით, საქართველოდან აშშ-ში 143.4 მილიონ დოლარამდე ღირებულების პროდუქციის ექსპორტი განხორციელდა, რაც რამდენიმე მილიონით მეტია 2010 წლის მაჩვენებელზე, მაგრამ მოცულობა და საქონლის დასახელებათა არეალი მაინც ძალზე მწირია.

თავისუფალი ვაჭრობა - საბაჟო ტარიფების და ქვოტების გარეშე ვაჭრობას ნიშნავს და ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის მოთხოვნები (WTO) სწორედ არასატარიფო ბარიერების მოხსნას ემსახურება. ამდენად, მსო-ის მოთხოვნების შესრულება ვაჭრობასთან დაკავშირებული ევროპულ-ამერიკული სტანდარტების დაახლოებით ერთი მესამედის დაკმაყოფილებას ნიშნავს.

საქართველოს ორმხრივი თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები რამდენიმე ქვეყანასთან (აზერბაიჯანი, სომხეთი, უკრაინა, მოლდოვა, ყაზახეთი, უზბეკეთი, თურქმენეთი, რუსეთი, თურქეთი) აქვს გაფორმებული. ამის მიუხედავად, 2011 წელს საქართველოს უარყოფითი სავაჭრო ბალანსი 4869 მლნ. აშშ დოლარით განისაზღვრა. ზემოთ აღნიშნული ხელშეკრულებების მიუხედავად, საექსპორტო პროდუქციის სიმწირისა და ე.წ. მოთხოვნიდაი საქონლის არასტანდარტულობის გამო მსოფლიო ბაზარზე გატანა ვერ ხდება. მაგალითისთვის, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს თურქეთთან თავისუფალი ვაჭრობის თითქმის სრულშემატბიანი ხელშეკრულება მოქმედებს, ამ რეჟიმით 2011 წელს, მხოლოდ 227 მლნ. აშშ დოლარის პროდუქცია გავიდა, საერთო ექსპორტის მხოლოდ 10 % -ზე ცოტა მეტი. აღნიშნული კი მიგვანიშნებს იმაზე, რომ თურქეთთან დადებული თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებამ ჯერჯერობით სათანადო ეფექტი ვერ მოგვცა. მსხვილი თურქული ინვესტიციები რეალურად, მხოლოდ ენერგეტიკის სექტორში ხორციელდება და ხელშესახები საექსპორტო ქართული პროდუქციის შექმნას ხელი არ ეწყობა. მაგრამ, დარწმუნებით შეიძლება ითქვას, რომ იმ შემთხვევაში, თუ ამერიკასთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულება გაფორმდა იგივე თურქული ბიზნესის დაინტერესება - საქართველოს მეშვეობით, ამერიკის ბაზარზე შესაღწევად და საქართველოში საექსპორტო საქონლის ერთობლივი წარმოებითი პოტენციალის შესაქმნელად რამდენჯერმე გაიზრდება.

აშშ-ში ქართული პროდუქცია, რომ შევიდეს საექსპორტო საქონელმა საერთაშორისო აღიარების მქონე სასერტიფიკაციო ცენტრებში სერტიფიცირების პროცესი უნდა გაიაროს და ჰარმონიზებული სტანდარტები დაინერგოს, რასაც რამდენიმე წელი და სერიოზული ინვესტიციის მოძიება დასჭირდება. სერიოზული ინვესტიცია კი რეალურად, მხოლოდ ამ ქვეყნებთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებით მიიღწევა. სწორედ ამიტომ აშშ-სთან და ევროპასთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების გაფორმება უმნიშვნელოვანეს სახელმწიფო სტრატეგიულ მიზნად უნდა იქცეს.

Amiran Tavartkiladze

Doctor of economics, Full Professor.

Guram Tavartkiladze Study University

ACTUALITY OF FREE TRADE AGREEMENT BETWEEN GEORGIA AND THE UNITED STATES OF AMERICA AND ITS ANTICIPATED FEEDBACK

Signing of a Free Trade Agreement with any nation is aimed at positive results. However, this kind and level of cooperation with such nation as the United States of America can be considered as an indirect warranty of Georgia's security. Therefore, perspective of such agreement acquires totally different and special significance. So special that one could even weigh in which political move is more achievable - NATO membership, EU accession or signing of a Free Trade Agreement with the USA. All three of these targets seem to equally determine political tack and economic perspectives of Georgia.

Arrangement of a Free Trade Agreement with America has important political and immense economic goal. It will raise trade turnover between Georgia and America. Today it amounts only to the digit of approximately US\$400 million.

It is important that within the framework of a Free Trade Agreement the territory of Georgia becomes much more interesting for investors. First and foremost, American investment capital will drastically increase. At the same time, investor nations, like Armenia, Azerbaijan, Turkey, Ukraine, Central Asian and other Asian nations, that will get new opportunities to manufacture products with us and get 'free trade regime' access to the American market, will show up here with new vigor and scale. That is why Free Trade Agreement with America will gain special importance and weight.

On January 30, 2012, USA President Barack Obama spoke in the White House on the possibility of signing of a Free Trade Agreement with Georgia. "We wish to expand trade relationships, including free trade. In this respect a lot has to be done, and the most important is that it should be beneficial for the nation."

To take the stock of a free trade regime between the USA and Georgia, a good example is North American Free Trade Agreement (NAFTA). To put it simple, it is a free trade zone of America, Canada and Mexico. The Agreement was signed in 1992. Even first results were very impressive. In 1993-1997 commodity turnover increased by 2,5 times with Mexico, by 2 times with Canada. At the same time, American investments in Mexico also sharply increased, and in the first year ran up to \$140 billion and in further years investments grew annually by more than \$100 billion most of which went to construction of American brand enterprises. On the one hand, we have vast American investments from big American companies and, on the other hand, manufacturing products made of local Mexican raw materials and workforce are fully competitive for Japanese and European products in the world markets. NAFTA Agreement has significantly expanded Mexican and Canadian economies.

This example (North American Free Trade Agreement) will facilitate Georgia greatly. Experience gained within the ambit of this Program should be used regarding Georgia as well.

The USA picks partners based on several hallmarks. Territorial proximity – Canada and Mexico are these examples. However, to establish this kind of commercial relationships territorial proximity is not a must. Back in 1934 the term *Regime of Most Favored Nation* emerged in America. This provision became a yardstick in determining overseas commercial policy of the United States. The gist of it is as follows - the United States needed to encourage nations which were its politically strategic partners. Likewise, if the USA felt clearly that underdeveloped nation strived for development on the path of democratic standards and did not betray principles important for America, the United States signed free trade agreements with them (to boost their development). Today Georgia has the same shot at this kind of future.

Free Trade Agreement is not an easy fruit according to international practice. It is preceded by the long daunting process of long-term negotiations aiming at establishment of concrete liabilities to put into regulations of the parties. For example, European Union started talks with Georgia on deep and overwhelming free trade agreement 4 years ago. The Georgian side

has been given several major recommendations on reconciling legislative environment and state institutions with European standards, food safety, enactment of legislation meeting the requirements of European standards on trade issues, and others. It should be taken into account as well that the United States and European Union try to make their standards as close as possible. This means that recommendations of the European Union are fully compatible with those of America, as the USA is interested in cooperation with such nations that fully meet these requirements. Therefore, 4-year experience of our nation to meet requirements of international trade standards with the European Union and other relevant norms will adequately and positively reflect in relationship with the United States, and will facilitate preparation and signing of the Free Trade Agreement in moderate time-frame.

The very fact that free trade with America is feasible and could become a reality is very positive, but at this point it is all in abeyance. We should take into account the fact that Georgia even without it has a favorable regime of trade with the United States that covers 1200 items for export, which is a regime not to be underestimated. However, due to the mismatch of quality of export products, we are not in a position to export these items. As per data for 2011, export from Georgia to the United States amounted to \$143.4 million that is somewhat several millions more than in 2010 but the volume and nomenclature of export items are too small.

Free Trade means trade without customs levies and quotas, and requirements of the World Trade Organization aims at removal of tariff barriers. So, meeting of WTO requirements means that we fulfill European-American standards connected with trade by a third.

It should be also noted that Georgia has signed bilateral free trade agreements with several countries (Azerbaijan, Armenia, Ukraine, Moldova, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Turkey). Irrespective of this, in 2011 Georgia had current account deficit of US\$4869 mil. In spite of the above-mentioned agreements, due to shortage of export products and beyond-standard quality of so called necessary products, their export to world markets are negligible. In spite of the fact that Georgia has concluded nearly a full-scale free trade agreement with Turkey, in 2011 under this regime Georgia could sell its products only for US\$227 million which is a little more than 10% of overall export. The abovementioned is a sign that free trade agreement signed with Turkey until now has had quite a little impact on Georgia. Big long-term Turkish investments are being made virtually only in the energy sector while any visible Georgian manufacturing products for export are not made. However, we can say for sure that if a Free Trade Agreement with America is signed, it will trigger much bigger interest also from the Turkish business to have access to the American market via Georgia by means of creating an industrial potential in Georgia.

For the Georgian export commodities to have access to the US market they should pass through certification process in the relevant certification centers having international recognition to check whether they meet harmonized international standards. That will need several years and serious investments. And serious investment in the nation can be achieved only by signing free trade agreements with these nations. That is why conclusion of free trade agreements with the United States and European Union should become the most important strategic goal for our nation.

ნუგზარ თოდუა

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, სრული პროფესორი.

თბილისის ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თეა ვალიშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი

თანამედროვე მომხმარებლის თავისებურებანი

თანამედროვე ბაზარი განსაკუთრებული მრავალფეროვნებითა და სიუხვით გამოირჩევა, რაც მოხმარების კულტურას ჰიპერმომხმარებლის კულტურად გარდაქმნის და მომხმარებლის სრულიად ახალ ტიპს ქმნის. ამ მომხმარებლის მოთხოვნები უკვე აღარ შემოიფარგლება მხოლოდ არჩევანის არსებობის სურვილით. ისინი გაცილებით რთული და წინააღმდეგობრივია. დღევანდელი მომხმარებელი არ ეწერება გუშინდელი დღის დემოგრაფიულ შეხედულებებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბუნებრივია, იზადება კითხვები: როგორი იქნება მომხმარებელი რამდენიმე წლის შემდეგ და რომელი ტენდენციები იქონიებენ გავლენას ხვალდელი ბაზრის ჩამოყალიბებაზე? რა სურს მომხმარებელს? როგორ შევადგინოთ საკუთარი კლიენტების გონებაში?

ასაკი, სქესი და განათლება არის ის ძირითადი მონაცემები, რომლითაც კომპანიები ათწლეულების განმავლობაში ხელმძღვანელობდნენ მარკეტინგული პოლიტიკის შემუშავებისა და კლიენტთან ურთიერთობის აგებისას. დღეისათვის თვლად და გაზომვად დემოგრაფიულ მონაცემებსა და მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკურ მახასიათებლებზე გაცილებით ნაკლებია დამოკიდებული, ვიდრე უწინ. „დემოგრაფიული პარამეტრების როლი გარკვეულწილად მცირდება. ისინი სულ უფრო ნაკლებმნიშვნელოვანი ხდება“- თვლის ჯონ უოლკერ სმიტი, ავტორი წიგნისა „Coming to Concurrence: Addressable Attitudes and the New Model for Marketing Productly“ და კომპანია Yankelovich Partners-ის პრეზიდენტი. იგი აღნიშნავს, რომ მოსახლეობის ცალკეული ტრადიციული კატეგორიები, რომლებიც ჩვენ კარგად გვკონდა წარმოდგენილი, დღეს ფრაგმენტდება, ხოლო საზღვრები კატეგორიის შორის იშლება.

რა არის ამის მიზეზი? საზოგადოების ევოლუციის, გლობალიზაციისა და ინტერნაციონალიზაციის პროცესების კავლდაკვალ, ტრადიციულ დემოგრაფიულ ჯგუფებს შიგნით ახალი ქვეჯგუფები ყალიბდება. მაგალითისათვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ ქვეჯგუფების ფორმირება იმ ადამიანებისაგან, რომელთა წინაპრები სხვადასხვა რასის წარმომადგენლები იყვნენ. აღნიშნული პროცესი მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში შეიმჩნევა და ამ მხრივ გამონაკლისი უკვე არც საქართველოა. ხოლო თავისი კულტურული და ეროვნული მრავალფეროვნებით გამორჩეულ აშშ-ში კი დღეისათვის ყოველ მეთექვსმეტე ამერიკელს შერეული რასობრივი ფესვები აქვს.

თანამედროვე საზოგადოების კიდევ ერთი თავისებურება არის მეუღლეების გარეშე შინამეურნეოების როდენობის ზრდა. საოჯახო და არასაოჯახო მეურნეობების თანაფარდობა ერთ-ერთი ძირითადი დემოგრაფიული მახასიათებელია. 1950 წელს აშშ-ში შინამეურნეოების 80% იყო საოჯახო. დღეისათვის კი მათი რიცხვი მცირედით აღემატება 50%-ს. კომპანია Yankelovich Partners-მა შეისწავლა მომხმარებელთა 170 ცვლადი მაჩვენებლის დინამიკა, დაწყებული სულიერი ფასეულობებით და დამთავრებული ბრენდებისადმი ერთგულებით. კვლევებმა აჩვენეს, რომ დაოჯახებულებთან შედარებით მარტოხელა ადამიანების გემოვნებები გაცილებით მრავალფეროვანია და ისინი ბრენდების მიმართ მეტი ერთგულებით გამოირჩევიან. ყოველივე ეს მეტყველებს იმ ფაქტზე, რომ მხოლოდ იმის ცოდნა, არის თუ არა მომხმარებელი დაოჯახებული, დღეისათვის საკმარისი არაა, ვინაიდან იგი ვერ გვიქმნის წარმოდგენას მომხმარებელთა აზრებისა და მჯობინებების შესახებ.

დამატებით სირთულეს ქმნის ის ფაქტიც, რომ მომხმარებლები რასის, ასაკის, განათლებისა და შემოსავლების დონის მიხედვით არ ეწერებიან სტერეოტიპული კატეგორიების ფარგლებში. ისინი დღეისათვის ცხოვრობენ გაცილებით უფრო გახსნილ და შემწყქნარებელ საზოგადოებაში, რომელიც მოიცავს მრავალ კულტურას და არცერთ დემოგრაფიულ სქემაში არ ჯდება. ამიტომ კომპანიებისათვის რთულია გაიგონ მათი საქონლისა და მომსახურების მომხმარებელთა ცხოვრების სტილი და გათვალონ მათკენ მიმავალი ოპტიმალური გზა.

მომხმარებელთა სულ უფრო მეტი ახალი ჯგუფის ფორმირების პროცესის კვალდაკვალ მასობრივი ბაზარი გარდაიქმნება „ნანობაზრად“. ეს ნიშნავს, რომ მომხმარებელთა ჯგუფებისა და ქვეჯგუფების რაოდენობის

სწრაფი ზრდა, მათი პრიორიტეტების, გემოვნებისა და ცხოვრების სტილის მრავალფეროვნება იწვევს ბაზრის ფრაგმენტაციას პატარა ნიშნებად, რომელთა აღწერა კლასიკური დემოგრაფიული მეთოდებით შეუძლებელია. თავად ასეთი მეთოდების როლი, ბუნებრივია, კვლავინდებურად აქტუალური რჩება, მაგრამ ის, რაც მათში ტრადიციულია, უკვე მოძველდა. მკვლევარების - ჯ.სმიტისა და მისი კოლეგების აზრით, „ეს ტერმინი ბაზარზე დრომოჭმულ წარმოდგენას გულისხმობს.“

„მასობრივი ბაზარი უფრო მკვდარია, ვიდრე ცოცხალი და მასზე წარმატებული მუშაობისათვის მარტოდენ დემოგრაფიული მონაცემები უკვე საკმარისი არ არის“- თვლის რობი ბლინკოვი, Context Based Research Group-ის მთავარი ანტროპოლოგი და მმართველი. მისი აზრით, დღევანდელი ბაზარი ორიენტირებულია ცალკეულ ინდივიდზე და სპეციალურ შეკვეთაზე. ის პერსონიფიცირებულია და ახლა ამ ახალ რეალობასთან უნდა მოახდინონ ადაპტაცია მათ, ვინც ბაზარს სთავაზობს საკონელსა და მომსახურებას - კომპანიებმა, მწარმოებლებმა, მარკეტოლოგებმა და საცალოდ მოვაჭრეებმა.

ზემო აღნიშნულის მიუხედავად, მრავალი კომპანია მუშაობს დემოგრაფიულ მონაცემებზე დაფუძნებული მოძველებული შეხედულებებით, რის გამოც ისინი მომხმარებლებთან კავშირს კარგავენ. მაგალითად, ქართულ და უცხოურ ტელევიზორებში მრავალი სარეკლამო სიუჟეტის გმირია გათხოვილი დიასახლისი, ხოლო დღევანდელ სამყაროში ქალების სულ უფრო მეტი რაოდენობა 40 წლამდე არ ქორწინდება, პირადი სურვილით აჩენს ბავშვს ქორწინების გარეშე და საკუთარ ოჯახში შემოსავლის ძირითადი შემომტანია. წარსულს ჩაბარდა ის დრო, როდესაც ქალები იბრძოდნენ საკუთარი უფლებებისათვის. ისინი არა მარტო იპყრობენ ახალ ადგილებს პროფესიულ სამყაროში და წარმატებებს აღწევენ პოლიტიკაში, არამედ აყალიბებენ მოხმარების ახალ კულტურასაც. ხშირ შემთხვევაში, სწორედ, ქალები იღებენ გადაწყვეტილებას ყიდვის შესახებ. თანამედროვე ათი ქალიდან ცხრა ძირითად ცხოვრებისეულ ფასეულობებს შორის ასახელებს ფინანსურ დამოუკიდებლობას. ეს ტენდენცია მარკეტოლოგების ყურადღების მიღმა არ უნდა დარჩეს, ვინაიდან ფაქტორები, რომლებითაც ხელმძღვანელობენ ქალები ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას, მნიშვნელოვნად განსხვავდება „მამაკაცი“ ფაქტორებისაგან. ყიდვის პროცესში ქალები უფრო ხშირად აქცევენ ყურადღებას ატმოსფეროს, მომსახურებას და ესთეტიკას. საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ ქალების მიერ ლიდერის პოზიციის დაკავებამ გავლენა იქონია მამაკაცების სამომხმარებლო ჩვევებზეც. ბაზრის გარკვეული სეგმენტები, რომლებიც ტრადიციულად ქალებზე ორიენტირებულად ითვლებოდა, როგორცაა, მაგალითად, კოსმეტიკა, დღეს მამაკაცებშიც დიდი მოთხოვნით სარგებლობს.

კიდევ ერთი თავისებურება, რაც მარკეტოლოგების ყურადღებას იპყრობს, ესაა მომხმარებლისა და ბრენდის ურთიერთდამოკიდებულებაში მიმდინარე ცვლილებები. დღეისათვის მომხმარებელი სარეკლამო კამპანიების აქტიური მონაწილეა და ამ ღონისძიებათა წარმატება უმეტესწილად მასზეა დამოკიდებული. XXI საუკუნეში დიდი პოპულარობით სარგებლობს ე.წ. სათამაშო მარკეტინგი, რომელიც მომხმარებელს პროცესში რთავს. მისი განვითარების ერთგვარ კატალიზატორად იქცა ინტერნეტ-ქსელიც. მაგალითად, 2008 წლის ევროპის ჩემპიონატის დაწყების წინ, კომპანია Procter&Gamble-მ გაუშვა ინტერაქტიული საიტი, რომელზეც მომხმარებლებს საკუთარ ვიდეოს განთავსება შეეძლოთ. ამ საიტზე Pringles-ის ჩიფსები სხვადასხვა საფეხბურთო ილეთებს ატარებდნენ ბურთის ნაცვლად კოლოფით. თავად რესურსის მონაწილეები ხმას აძლევდნენ მათ მიერ მოწონებულ ვიდეოს, რითაც გამარჯვებულს ირჩევდნენ. ამის შედეგად მრავალი რგოლი ვრცელდებოდა ბლოგებსა და სოციალურ ქსელებში, რითაც Pringles-ს უფასო რეკლამა გაეწეოდა.

ცხადია, თამაშები არ შემოიფარგლება მხოლოდ ინტერნეტსივრცით. ისინი იმართება ბიზნესის ყველა სფეროში, დაწყებული საავტომობილო ბიზნესითა და დამთავრებული საცალო ვაჭრობით. საქართველოში ასეთ მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ თიბისი-ბანკის დეპოზიტების თამაში, რომელიც საკმაოდ პოპულარული აღმოჩნდა.

მომხმარებელი შეიცვალა. ის უფრო გამოცდილი და განებივრებული გახდა. არჩევანი თანამედროვე სამყაროში იმდენად დიდი, რომ ადამიანებს არც კი ძალუბთ აღიქვან მიღებული ინფორმაციის უდიდესი ნაწილი. ბევრი მათგანი არჩევანის გაკეთებისას სხვა ადამიანების, უმრავლეს შემთხვევაში, ნაცნობების აზრით ზღუდმდვანელობს. ინტერნეტის მეშვეობით ადამიანებს გაუზნდათ ე.წ. ვირტუალური ნაცნობები, რომელთა აზრი შესაძლოა ძალზე მნიშვნელოვანი იყოს მათთვის. ეს აზრები და შეხედულებები კი მათ შეუძლიათ იპოვონ სხვადასხვა ბლოგებზე, რომელთა ავტორები ხშირად სხვადასხვა სიახლეების რეცენზირებას ახდენენ. პოპულარული ბლოგერების აზრი იმდენად მნიშვნელოვანი გახდა, რომ ზოგიერთი კომპანია სპეციალურად უზანდის მათ საკუთარ ახალ პროდუქტებს ტესტირებისათვის. თუ ბლოგერი გააკეთებს წარმატებულ

მიმოხილვას, დიდია იმის ალბათობა, რომ ზოგიერთი მისი მკითხველი, რომლებსაც, თავის მხრივ, ასევე აქვთ საკუთარი ბლოგები, ასევე დაწერს პროდუქტის შესახებ. ყოველივე ამის შედეგად, გარკვეულწილად, ვირუსული ეფექტი მიიღება.

ამგვარად, ახალი ტენდენციების ცოდნა და მომხმარებელთა უპირატესობებში ცვლილებებზე თვალყურის დევნება აუცილებელია თანამედროვე ბაზარზე წარმატების მისაღწევად.

Nugzar Todua

*Doctor of Economic Sciences, Full Professor. Ivane
Javakhishvili Tbilisi State University*

Tea Valishvili

Doctor of Economic, Associated Professor. Kutaisi University

SOME CHARACTERISTICS OF MODERN CONSUMER

Modern market is full varieties and richness that makes the consumer culture different and turns it into hyper-consumer culture. That creates absolutely different type of a consumer. Consumer demand is more than the desire to have the choice. Their demand is far more difficult and full of controversy. What will the consumer like some years afterwards? Which modern trends will have the effect on the future market?

Present consumer does not share the viewpoint of yesterdays' consumer. What is it like and what does s/he want? How could we conquer their hearts?

Age, gender, education. These are the criteria modern big or small businesses have been considering for more than thousand years while creating their marketing policies.

May be there is time to change the policy? Nowadays demographic data and social - economic characteristics are less important than before. John Walker Smith, the author of the book "Coming to Concurrence: Addressable Attitudes and the New Model for Marketing Productivity" and the president of Yankelovich Partners thinks that the importance of demographic parameters are getting less important. He that some traditional categories of the population which we were very well-aware are fragmenting and the boundaries are spread within the categories.

What is the reason? Some new subgroups are being formed within traditional demographic groups along with the evolution of the society, globalization and internationalization. Formation of a subgroup from people with ancestors of different race could be considered as an example. That happens everywhere in the world and now even Georgia is not an exception. As for the USA every 16th American has mixed racial roots. There are many famous people among them, like golf champion Tiger Woods, Hollywood star Holly Berry, New York Yankees basketball player Derek Jeter and many others.

One of the characteristics of modern society is that marital status does not help us have the clear image of a person's taste. According to the studies conducted by the company Yankelovich Partners studying 170 variables showed that single people's tastes differ more than the tastes of married people who are much more devoted to brands. In 1950 the number of married couples in the USA reached 80% but at present it's more than 50 %.

It is difficult to place the consumer into any stereotype categories such as race, age, education or income. Modern society is more open and tolerant. It is full of many different cultures and it does not fit any demographic scheme. Demographic schemes used to help the companies studied their goods better. At the same demographic schemes used to be very helpful to the companies as it identified the way of life of a consumer and led the companies to their hearts.

Due to the formation of more and more new groups the massive market turned into a so called „nano-market". That means that new and different groups and subgroups appear very quickly. They are all full of varieties of tastes, priorities, and the way of life. These varieties divide the market into small niches which are impossible to be studied and described by the traditional demographic methods. Naturally, the notion of a method is still actual but the aspects that used to be called traditional are now old-fashioned. According to Smith 'the term means old-fashioned image on the market'.

The chief anthropologist and a partner of Context based Research Group Robbie Blinkoff believes that "massive market is more dead than alive and demographic data is not enough to make it successful. According to his researches modern market is oriented on individuals, on individual orders. Present market is personalized and modern market policy makers need to be

adapted to the new reality while producing and offering them their goods and services. Everybody needs to analyze the new approach- companies, producers, and retailers.

In spite of the fact there are many companies that still base their activities on the demographic data. This approach seems to be old-fashioned as it shows that in this case the companies lose the connection to the consumers. For example, there are many advertisements in Georgian and not only in Georgian media where the main character of the advert is a married woman. This is not a very good decision as the majority of women nowadays do not get married until 40; many of them have the babies without a marriage license and many of them keep the families by themselves. The fight of women for their rights belong to the past now. At present women not only conquer the new territories in the professional world and succeed in politics, they also form the new culture of consuming. In most of the cases it is a woman who makes a decision what to buy. Nine women out of ten will name the financial independence among main important values in life. Marketing professionals cannot ignore the tendency because the factors that influence the decision making process of women while buying goods is absolutely different from the factors that influence the decision making process of men. While buying women pay more attention to atmosphere, service and esthetics than men do. It is also worth mentioning that leading position of women highly influenced the men's habit of buying. Some of the segments of the market that traditionally were considered to be woman oriented, like cosmetics are in great demand among men nowadays.

One more characteristic that could be considered is the changes in the relationship between a consumer and a brand. Nowadays a consumer is an active participant of advertising campaigns. That means that the success of the adverts highly depend on a consumer. In XXI century so called toy marketing is very popular. It involves the consumer into the process. Internet webs could be thought to be an indicator of a development of a toy market. For example, in 2008 before the beginning of the Euro-Championship the company Procter & Gamble opened an interactive site where anybody could upload private videos with football tricks using the chips Pringles instead of a ball. People could vote for the videos and choose a winner. Accordingly the videos were spread in social nets that mean that the chips "Pringles" were advertised for free.

Although the games are not only used in internet. They are used in every business covering almost every type of business. For example TBC bank deposit games seem to be very popular in Georgia.

A consumer has changed. S/he has become more experienced and naughty. The choice in the modern world is so big that very often people find it difficult to absorb the most of the information. Many of them are influenced by the decision made by other people. Sometimes these people are real and sometimes virtual as the virtual friends are getting more and more important nowadays. These virtual friends and acquaintances could be found in different blogs.

The viewpoints of popular bloggers sometimes are so important that very often companies send them their products to test. If the blogger gives it a successful review there is a great chance that the readers of the review will share the information and let almost everybody knows about it. It is like an infectious disease.

To sum up it is absolutely necessary to follow the new trends and priorities of consumers to be successful in the market.

References/გამოყენებული ლიტერატურა:

1. J. Walker Smith, Ann Clurman, and Craig Wood. Coming to Concurrence: Addressable Attitudes and the New Model for Marketing Productivity . 2004.
2. <https://www.msu.edu/~mandrews/global/Changingvalues.pdf>
3. J. Walker Smith; Ann S. Clurman. Rocking the Ages: The Yankelovich Report on Generational Marketing. Harperbusiness. 1998.
4. <http://www.theconsumeranthropologist.com/>
5. Martha Barletta. Marketing to Women: How to Increase Your Share of the World's Largest Market. 2006.

გოჩა თუთბერიძე

ეკონომიკის დოქტორი, სრული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი

ქართული ფინანსური ანგარიშგების ხარისხობრივი მახასიათებლები

ეკონომიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ფინანსურ ანგარიშგებაში მოცემული ინფორმაცია. გადაწყვეტილების ხარისხი პირდაპირპროპორციულ კავშირშია ფინანსური ანგარიშგების ხარისხთან. წარმოდგენილი პროექტი შემოიფარგლება ანგარიშგების ხარისხის მახასიათებელი ორი ასპექტის კვლევით: ფინანსური ანგარიშგების გამოყენებადობა პროგნოზირებისთვის და ფინანსური ანგარიშგების გამოყენებადობა კომპანიის შეფასებისათვის.

ინტენსიური სამეცნიერო დისკუსია მიმდინარეობს ფინანსური ინფორმაციის ხარისხთან დაკავშირებით. ანგარიშგების სტანდარტები, ინსტიტუციები და მოტივები გავლენას ახდენს ანგარიშგების ხარისხზე (Ball/Robin/Wu 2003). ლიტერატურაში ძირითადად განხილულია კაპიტალის ბაზართან დაკავშირებული მოტივები (Ball/Kothari/Robin 2000; Barth et al. 2001), რაც გულისხმობს ფინანსური ანგარიშგების იმდგვარ ფორმულირებას რომ კომპანიამ შემოსოს გარეშე დაფინანსების იაფად მოზიდვა (Leuz/Verrecchia, 2000). მიუხედავად ამისა, იკვეთება ქვეყნების კრიოლში პირობები და გარემოებები, რაც განაპირობებს ანგარიშგების ხარისხს: ანგარიშგების სტანდარტებსა და ინსტიტუციონალურ პარამეტრებს.

ისტორიულად, ფინანსური აღრიცხვა კონტინენტურ ევროპასა და ანგლო-საქსონურ ქვეყნებში განსხვავებულად განვითარდა (Frank 1979; Nobes 1983). კონტინენტურ ევროპაში მენეჯერები და მფლობელები ხშირ შემთხვევაში ერთიდაიგივე პიროვნებები იყვნენ და ამდენად კაპიტალის ბაზარზე ორიენტირებული ანგარიშგების საჭიროება პრაქტიკულად არ არსებობდა (Berglöf 1997). განსაკუთრებულმა ურთიერთობებმა (insider economy), როგორც კომპანიის შიგნით ასევე კომპანიასა და კაპიტალის წყაროსთან (ძირითადად ბანკებთან) ურთიერთობაში განაპირობა განსხვავებული მიდგომა ფინანსური ინფორმაციის ფორმალიზაციისადმი (Zimmermann/Werner/Volmer 2008). ამ შემთხვევაში კაპიტალის მოზიდვისას აქცენტი კეთდებოდა განსაკუთრებულ ურთიერთობებზე, მაშინ როდესაც აუტსაიდერული ეკონომიკა (outsider economy) ეყრდნობა მხოლოდ კაპიტალის ბაზარს. აქედან გამომდინარე ამ ორი განსხვავებული ტიპის გარემოში განსხვავებული ხარისხის ანგარიშგება ჩამოყალიბდა (Hall/Soskice 2001).

აღსანიშნავია ინსტიტუციების მნიშვნელოვანი ფუნქცია ანგარიშგების ფორმულირებაში. სამართლებრივი და ფინანსური სისტემები არსებით როლს თამაშობენ (La Porta et al. 1997) და მათი ზემოქმედება ანგარიშგების ხარისხზე არის ადვილად აღსაქმელი (Leuz/Nanda/Wysocki 2003; Goncharov/Werner 2008). ინსტიტუციონალური ანალიზის სტრუქტურა მოცემულია, მაგალითისათვის Zimmermann/Werner/Volmer (2008) ან Nobes (1998). ინდიკატორების ჩამოსაყალიბებლად გამოიყენება პირველადი და მეორადი ინფორმაცია (Werner 2008).

ტრანსფორმაციული ქვეყნების შემთხვევაში ძალიან ბუნდოვანია ბუღალტრული აღრიცხვის ხარისხი დამასზე ინსტიტუციონალური ღონისძიებების ზემოქმედება. ტრანსფორმაციულ გარემოში აღნიშნული პრობლემის სისტემური ანალიზი წარმოადგენს ჩვენი კვლევის საგანს. განსაკუთრებული აქცენტი კი გვსურს გავაკეთოთ ფინანსური ანგარიშგების ხარისხის მახასიათებელ ორ ასპექტზე: ფინანსური ანგარიშგების გამოყენებადობა პროგნოზირებისთვის და ფინანსური ანგარიშგების გამოყენებადობა კომპანიის შეფასებისთვის.

ფინანსურ ანგარიშგებაში მოცემული ინფორმაციის გამოყენებადობა პროგნოზირების მიზნით აისახება მის ვარგისიანობაში მომავალი გადაწყვეტილებების მიღებისათვის. ამასთან დაკავშირებით არსებობს ერთიანი აზრი, რომ ინფორმაციის ხარისხი მაღლა იწევს, როდესაც იგი თავისუფალია გადახრებისგან და ექსტრაორდინალური ზემოქმედებისგან (Schipper/Vincent 2003; Barth/Cram/Nelson 2001). ექსტრაორდინალური მოვლენები განაპირობებულა კომპანიის პოლიტიკით და შეიძლება მოიცავდეს სხვა კომპანიების შეძენას და/ან მასთან შერწყმას, აქტივების ჩამოწერას და მსგავს ერთჯერად ქმედებებს, რაც თავისთავად აისახება ფინანსურ სურათზე. მიუხედავად იმისა, რომ ამგვარი ქმედებები ვერ რეგულირდება აღრიცხვის სტანდარტებით, ეს უკანასკნელი მაინც განსაზღვრავს გადახრის გარკვეულ დიაპაზონს მაგალითად მიზანმიმართული ჩამოწერის ("big bath")¹ აღრიცხვისთვის (Goncharov/Zimmermann 2007). ამასთანავე აღრიცხვის სტანდარტებმა შეიძლება უზიაროს კომპანიებს ანგარიშგებაში შეამციროს გადახრის ხარისხი. გადახრის შემცირება ანგარიშგებაში

¹ კომპანია, როგორც წესი წარუმატებელ წელს ზედმეტად ჩამოწერს თავის აქტივებს, ხელოვნურად შეამცირებს ფინანსურ შედეგებს და ამგვარად შეიქმნის ერთგვარ სასტარტო პოზიციას მომავალი შედეგების (ზრდის) უკეთესად წარმოსახვისათვის.

გაზრდის ფინანსური ინფორმაციის პროგნოზირებისათვის გამოყენებადობის ხარისხს (Burgstahler/Hail/Leuz 2006). კომპანიის ფასზე ორიენტირებული მოდელები ვერ უზრუნველყოფენ ფინანსური ინფორმაციის პროგნოზირებისათვის ვარგისიანობას, ვინაიდან სრულად კონცენტრირდებიან კაპიტალის ბაზარზე და ერგებიან მას (Holthausen/Watts 2001). ტრანსფორმაციულ ეკონომიკებში განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია სხვა პარამეტრების გამოყენება, რაც მაგალითისათვის შეიძლება იყოს ფინანსური ინფორმაციის დინამიკურ ჭრილში ანალიზი (Francis et al. 2004). კვლევის ფარგლებში განხილულია შემდეგი საკითხები:

- საქართველოში ფინანსური ანგარიშების პროგნოზირებისათვის გამოყენებადობის კონცეპტუალური ხარისხის დახასიათება. რა ფორმით გვევლინება აღრიცხვის სტანდარტი და გადახრის რა დიაპაზონი არსებობს?
 - რა ემპირიული მახასიათებლები გააჩნია ფინანსურ ანგარიშებს საქართველოში? რა გავლენას ახდენენ ინსტიტუციები ამ მახასიათებლებზე?
 - გაუმჯობესდა თუ არა ქართული ფინანსური ანგარიშების ხარისხი პროგნოზირებადობის კუთხით?
 - როგორია ქართული ანგარიშების ხარისხი საერთაშორისო ასპექტით?
- ინვესტორებს, გარდა პროგნოზირებადობისათვის საჭირო ინფორმაციისა, სჭირდებათ მონაცემები რათა განსაზღვრონ კომპანიის ღირებულება. ეს მიზანი განაპირობებს ფინანსური ინფორმაციის ხარისხის შემდეგ მახასიათებელს – გამოყენებადობა კომპანიის შეფასებისათვის. შეფასების მეთოდოლოგია ტრანსფორმაციის ქვეყნებში ხშირ შემთხვევაში მოიცავს ბევრ წინააღმდეგობასა და შეცდომას (Naskidashvili 2008). კონცეპტუალურად, ანგარიშგება შესაბამისობის პრინციპით² აუმჯობესებს მისი შეფასებისათვის გამოყენებადობის ხარისხს (Zimmermann/Prokop 2003). აღრიცხვის სტანდარტი მოიცავს შესაბამისობის პრინციპის დაცვისკენ (Volmer 2008), რაც საერთაშორისო პრაქტიკაში გარკვეულწილად მიღწეულიც არის. ამ კუთხით საკვანძო საკითხებია:
- შეფასების რომელი მეთოდები არის მისაღები ტრანსფორმაციულ ეკონომიკაში?
 - რამდენად გავრცელებულია აღრიცხვაზე დაფუძნებული შეფასება პრაქტიკაში (საქართველოში)?
 - რა გავლენას ახდენენ აღრიცხვის ქართული წესები (პოზიტიურად თუ ნეგატიურ) ფინანსური ანგარიშების ხარისხზე კომპანიის შეფასებისათვის მისი გამოყენებადობის კუთხით?
 - უმჯობესდება თუ არა ხარისხი ეს მახასიათებელი დროის ჭრილში?
 - არსებობს თუ არა ინსტიტუციონალური წინააღმდეგობები ფინანსური ანგარიშების დახვეწის გზაზე?

Gocha Tuberidze

Doctor of Economics, Full Professor of Kutaisi University

QUALITY CHARACTERISTICS OF GEORGIAN FINANCIAL STATEMENTS

Accounting data serves an important role in making economic decisions. Decision making will be improved with the quality of financial reports. This research concerns itself with two aspects of accounting quality: the ability to be used for forecasting and the ability to be used for valuation.

Currently, there is an intense discussion that revolves around the quality of financial data. Accounting standards, institutions and incentives all have an impact on accounting quality (Ball/Robin/Wu 2003). The literature develops incentives mostly from capital markets (Ball/Kothari/Robin 2000; Barth/Beaver/Landsman 2001). They determine the incentives for financial reporting that is designed to attain external finance at low cost of capital (Leuz/Verrecchia, 2000). However, there is increasing evidence of a country-specific constellation that determines accounting quality: accounting standards and local institutions matter.

Historically, accounting has developed differently in continental Europe and the Anglo-Saxon countries (Frank 1979; Nobes 1983). In continental Europe managers and owners often were the same people, and therefore little demand for financial reporting emerged from equity capital markets (Berglöf 1997). These insider economies developed a different approach to produce information and extend them to the relevant providers of capital, banks in particular (Zimmermann/Werner/Volmer

² ინგლ: clean surplus, გერმ: Congruenzprinzip, - როდესაც ყველა მოვლენა აისახება მოგება-ზარალის უწყისში და შესაბამისი მოგება სრულად შეესაბამება ბალანსში საკუთარი კაპიტალის დინამიკას.

2008). While outsider economies relied on markets to produce information, insider economies relied on close relationships (Hall/Soskice 2001). Thus accounting quality differs between insider and outsider economies (Ball/Robin/Wu 2003).

An important role is played by institutions. The legal and financial systems have a particularly significant function (La Porta et al. 1997). Their influence on accounting quality is well documented (Leuz/Nanda/Wysocki 2003, Goncharov/Werner 2008). A framework for an institutional analysis is provided, for instance, by Zimmermann/Werner/Volmer (2008) or Nobes (1998). Primary and secondary data can be used to build indices (Werner 2008).

Very little evidence exists for transformation countries in respect to what the quality of accounting is and how institutional arrangements influence the quality of financial reports. This research is, to our knowledge, the first to systematically address this issue in a transformation setting. We want to inquire specifically into two aspects of accounting quality: the ability of accounting data for forecasting and the ability to be used for valuation.

Accounting data has forecasting qualities when it can be used for further decision making. There is a general consensus that this qualitative aspect is improved when data is free from bias and free from extraordinary influence (Schipper/Vincent 2003; Barth/Cram/Nelson 2001). Extraordinary events are driven by corporate policy: acquisitions or mergers, write-offs or one-off events have an impact on the accounting figures. Standards cannot influence this. However, they determine the leeway that preparers of financial reports have to use such events for "big bath" reporting (Goncharov/Zimmermann 2007). In addition, standards may force preparers towards a more unbiased reporting. Reducing the scope of reporting bias will increase the forecasting ability of accounting data (Burgstahler/Hail/Leuz 2006). Value relevance models, however, cannot serve as a basis to address forecasting ability as they rely on functioning capital markets (Holthausen/Watts 2001). Particularly in transformation economies other metrics need to be applied. This can, for instance, be done by measuring time-series properties of accounting data (Francis et al. 2004). Relying on established methods of international comparisons (Sellhorn/Gornik-Tomaszewski 2006) the following questions will be addressed in the research:

- What are the conceptual forecasting qualities of Georgian financial reports? How are accounting standards designed and which scope for biased reporting exists?
- What empirical characteristics do Georgian financial reports have? How do institutions influence these characteristics?
- Has forecasting ability improved over time? How is the quality of Georgian accounts in an international comparison?

Investors do not only need information that can be used for forecasting. They also need data to determine the value of a firm. Methods used in transformation countries are often fraught with problems and errors (Naskidashvili 2009). This creates a further quality characteristic of financial reports: its usefulness for company valuation. Financial reports differ in their ability to be used for valuation. Conceptually, for instance, clean surplus accounting improves the quality of financial reports (Zimmermann/Prokop 2003). Standard setters strive for an increased amount of clean surplus items (Volmer 2008), and preparers internationally have decreased the dirty surplus reporting voluntarily. Key issues that need to be analyzed are:

- Which models are appropriate for firm valuation? How is accounting-based valuation used in practice?
- Are Georgian accounting rules impacting positively or negatively on the ability of financial reports for company valuation?
- Are the results improving over time? Are there institutional obstacles for an improvement of financial reports?

References/გამოყენებული ლიტერატურა

- Ball, Ray/S.P. Kothari/Ashok Robin (2000): The Effect of International Institutional Factors on Properties of Accounting Earnings, in: *Journal of Accounting and Economics*, 29:1, 1-51.
- Ball, Ray/Ashok Robin/Joanna Shuang Wu (2003): Incentives versus standards: Properties of accounting income in four East Asian countries, in: *Journal of Accounting and Economics*, 36:1-3, 235-270.
- Barth, Mary E./William H. Beaver/Wayne R. Landsman (2001): The Relevance of the Value Relevance Literature for

- Financial Accounting Standard Setting: Another view, in: *Journal of Accounting and Economics*, 31:1-3, 77-104.
- Barth, Mary/Donald Cram/Karen Nelson (2001): Accruals and the Predictions of Future Cash Flows, in: *The Accounting Review*, 76:1, 27-58.
- Berglöf, Erik (1997): A Note on the Typology of Financial Systems, in: Hopt, Klaus/Eddy Wymeersch, Eds., *Comparative Corporate Governance: Essays and Materials*, Berlin: de Gruyter, 151-164.
- Burgstahler, David/Luzi Hail/Christian Leuz (2006): The Importance of Reporting Incentives: Earnings Management in European Private and Public Firms, in: *The Accounting Review*, 81:5, 983-1016.
- Francis, Jennifer/Ryan LaFond, et al. (2004): Cost of Capital and Earnings Attributes, in: *The Accounting Review*, 79:4, 967-1010.
- Frank, Werner (1979): An Empirical Analysis of International Accounting Principles, in: *Journal of Accounting Research*, 17:2, 593-605.
- Goncharov, Igor/Jochen Zimmermann (2007): Do Accounting Standards Influence the Level of Earnings Management? Evidence from Germany, in: *Die Unternehmung*, 61:5, 371-388.
- Goncharov, Igor/Jörg Richard Werner (2008): Financial and Tax Alignment in Cross-Country Accounting Research, Working-Paper, available online: SSRN: <http://ssrn.com/paper=975504>.
- Hall, Peter A./David Soskice (2001): An Introduction to Varieties of Capitalism, in: Hall, Peter A./David Soskice, Eds., *Varieties of Capitalism*, Oxford et al.: Oxford University Press, 1-70.
- Holthausen, Robert W./Ross L. Watts (2001): The Relevance of the Value Relevance Literature for Financial Accounting Standard Setting, in: *Journal of Accounting and Economics*, 31:1-3, 3-75.
- La Porta, Rafael/Lopez-de-Silanes, Florencio/Shleifer, Andrei/Vishny, Robert (1997): Legal Determinants of external finance, in: *Journal of Finance*, 52:3, 1131-1150.
- Leuz, Christian/Robert Verrecchia (2000): The Economic Consequences of Increased Disclosure, in: *Journal of Accounting Research*, 38:Supplement, 91-124.
- Leuz, Christian/ Dhananjay Nanda/Peter Wysocki (2003): Earnings management and investor protection: an international comparison, in: *Journal of Financial Economics*, 69:3, 505-527.
- Naskidashvili, Giorgi (2009): *Die Problematik betriebswirtschaftlicher Handlungskalküle in Transformationsländern – dargestellt am Beispiel Georgiens*, in print.
- Nobes, Christopher (1983): A Judgemental International Classification of Financial Reporting Practices, in: *Journal of Business Finance & Accounting*, 10:1, 1-19.
- Nobes, Christopher (1998): Towards a General Model of the Reasons for International Differences in Financial Reporting, in: *Abacus* 34:2, 162-187.
- Schipper, Katherine/Linda Vincent (2003): Earnings Quality, in: *Accounting Horizons*, 16:Supplement 2003, 97-110.
- Sellhorn, Thorsten/Sylwia Gornik-Tomaszewski (2006): Implications of the 'IAS regulation' for Research into the International Differences in Accounting Systems, in: *Accounting in Europe*, 3:1, 187-217.
- Volmer, Philipp B. (2008): *Formen der kapitalmarktorientierten Erfolgsrechnung*, wvb: Berlin.
- Werner, Jörg Richard (2008): *Unternehmenspublizität und Corporate Governance im Wandel*, Campus: Frankfurt.
- Zimmermann, Jochen/Jörg Prokop (2003): Rechnungswesenorientierte Unternehmensbewertung und Clean Surplus Accounting: Zur konzeptionellen Bewertungseignung der Konzernabschlüsse deutscher Aktiengesellschaften, in: *Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung*, 3:3, 134-142.
- Zimmermann, Jochen/Jörg Richard Werner/Philipp B. Volmer (2008): *Global Governance in Accounting: Rebalancing Public Power and Private Commitment*, Palgrave Macmillan: London.

ანგელო იონანიძე

მაგისტრი, სტაჟირი. საქართველოს ენერგეტიკისა და
წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია

ჰიდროენერგეტიკაში განხორციელებადი საინვესტიციო პროექტების განხილვა

ელექტროენერგეტიკა სათბობ-ენერგეტიკული კომპლექსის წამყვანი დარგია, რომელზეც არსებითად არის დამოკიდებული ქვეყნის ენერგოუზრუნველყოფის დონე. მისი ჯეროვანი განვითარების გარეშე, არარეარული იქნება არა მარტო ქვეყნის ეკონომიკური აღორძინება, არამედ საფრთხე შეექმნება მის დამოუკიდებლობასაც. როგორც ვიცით, ჩვენს ქვეყანას არ გააჩნია ტრადიციული ენერგეტიკული რესურსების სიუხვე, მაგრამ გააჩნია დიდი რაოდენობით წყლის რესურსი და ამ რესურსების მაქსიმალურად ეფექტური ათვისების შემთხვევაში სხვა ენერგეტიკული რესურსების დეფიციტი ქვეყნის ეკონომიკის ზრდისათვის პრობლემას არ შეგვიქმნის.

საქართველოს მტკნარი წყლის საერთო მარაგი, რომელიც მყინვარების, ტბებისა და წყალსაცავების წყლის მარაგებისაგან შედგება, 96,5 კუბ. კმ-ს შეადგენს. მდინარეთა საერთო რაოდენობიდან ენერგეტიკული მნიშვნელობით გამოირჩევა 300-მდე მდინარე, რომელთა წლიური ჯამური პოტენციური სიმძლავრე 15 ათასი მეგავატის ეკვივალენტურია, ხოლო საშუალო წლიური ენერგია - 50 მლრდ. კვტ. საათის ეკვივალენტური. საიდანაც დღესდღეობით 15-18 % გვაქვს ათვისებული. ასევე უნდა ითქვას ისიც, რომ 2007 წლიდან იწარმოება იმდენი ელექტროენერგია, რაც სრულიად საკმარისია ჩვენი ქვეყნის ელექტრომომარაგებისათვის (8169,5 მლნ. კვტ.სთ). ხოლო ახალი ჰიდროელექტროსადგურების მიერ გამომუშავებული ელექტროენერგია, ექსპორტი-სათვის იქნება გათვალისწინებული, ეკონომიკური შემოსავლების მისაღებად.

ზემოთ მოცემული მონაცემების საფუძველზე თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ აუთვისებლად დარჩენილი რესურსების 82 % -ის სრულიად ათვისების შემთხვევაში, მეზობელი ქვეყნების ელექტროენერგიის ერთ-ერთი საიმედო მიმწოდებლები გაგხდებით.

სამწუხაროდ ამ მიზნის მიღწევას აფერხებს ის ფაქტი, რომ ჩვენი ქვეყანა ეკონომიკურად არ არის ძლიერი, და მთავრობას არ ძალუძს ბიუჯეტიდან გამოჰყოს სახსრები არსებული ჰიდროელექტროსადგურების სარეაბილიტაციოდ და ახალი სადგურების ასაშენებლად.

„საქართველოს ენერგეტიკულ სექტორში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების“ მიხედვით, 2011 წლიდან შენდება 10 ჰესი. მათი საერთო სიმძლავრეა 300 მგვტ, გამომუშავება - 1,5 მლრდ. კვტ.სთ. აღნიშნულ სადგურთა შორისაა: ფარავანჭესი, ლუხუმჭესი, მტკვარიჰესი, ლარსიჰესი, შილადაჰესი, გუბაზოულიჰესი, ბახვიჰესი-2. 2012 წლიდან დაიწყო 15 ჰესის მშენებლობა, რომელთა მნიშვნელობის საერთო ღირებულება 3,5 მლრდ. აშშ დოლარია, ხოლო სიმძლავრე 2000 მეგავატზე მეტი იქნება. მათ შორისაა ისეთი ელექტროსადგურები, როგორიცაა ხუდონიჰესი და ნენსკრაჰესი. რაც შეეხება სამომავლო პერსპექტივებს, უკვე 2015 წლისათვის ელექტროენერგიის მთლიანი გენერაცია შეადგენს 16,2 მლრდ კვტ.სთ. საიდანაც 79%, ანუ 12,8 მლრდ. იქნება ჰესებზე გამომუშავებული.

აგრეთვე დაგეგმილია გატარდეს პროგრამა „ენერგეტიკის ინფ-რასტრუქტურის განვითარება 2011-2013 წწ.“, რომელიც ითვალისწინებს ჰიდროენერგეტიკაში ინვესტიციების ხელშეწყობას, (70 მილიონამდე აშშ. დოლარის მოზიდვას, დამატებით 400 მგვტ სიმძლავრის შექმნას) და გადამცემი სისტემის გაუმჯობესებას.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციით 2011 წლის განმავლობაში პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში ყველაზე დიდი წილი ენერგეტიკის სექტორს უკავია. გასული წლის განმავლობაში, საქართველოში სულ 1,117.2 მლნ აშშ დოლარის უცხოური ინვესტიცია შემოვიდა რაც 34%-ით აღემატება 2010 წლის მონაცემებს. აქედან, ენერგეტიკაში 204 მლნ აშშ დოლარი ჩაიდო, რამაც 2010 წლის ანალოგიური პერიოდის მაჩვენებელს 12-ჯერ აღემატა. ვიმედოვნებთ, რომ ეს ტენდენცია მომდევნო წლებშიდაც შენარჩუნდება.

2012 წლის 21 მარტის მონაცემებით www.minenergy.gov.ge და www.gnecr.org-ზე მოცემულ ბლოგერებზე გამოქვეყნდა შემდეგი საინვესტიციო ინფორმაციები.

კომპანია „არაგვი ენერჯი“ მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში, სო-ფელ ქვედა მღვთაში, მდინარე თეთრ არაგვზე „მღვთაჰესს“ ააშენებს. ჰესის დადგმული სიმძლავრე 1,97 მგვტ-ს შეადგენს, ხოლო წლიური გამომუშავება 15 მლნ კვტ.სათს მიაღწევს. კომპანია ჰესის მშენებლობაში 3,87 მლნ აშშ დოლარის ინვესტიციას განახორციელებს. ჰესის მშენებლობა მიმდინარე წლის აგვისტოში დაიწყება და 2014 წლის ბოლოს დასრულდება.

აჭარის რეგიონში, მდინარე კინტრიშაზე „კინტრიშაჰესს“ ქართული კომპანია „ჰიდრო დეველოპმენტ კომ-

პანი“ ააშენებს. საქართველოს მთავრობასა და კომპანიას შორის ჰესის მშენებლობის, ფლობისა და ოპერირების შესახებ ურთიერთგაგების მემორანდუმი უკვე გაფორმდა. ჰესის დადგმული სიმძლავრე 5 მეგავატია ხოლო საშუალო წლიური გამომუშავება 30 მლნ კვტ.საათს შეადგენს. კომპანია პროექტში 8 მლნ. აშშ დოლარის ინვესტიციას ჩადებს.

კომპანიამ Darial-Energy ყაზბეგში, მდინარე თერგზე ელექტრო-სადგურის „დარიალიჰესი“ მშენებლობა 2011 წლის შემოდგომაზე დაიწყო. ჰესის დადგმული სიმძლავრე 109 მგვტ-ია, ხოლო წლიური გამომუშავება 525 მლნ. კვტ.საათს შეადგენს. „დარიალიჰესის“ მშენებლობაზე 150 ადამიანი დასაქმებული. პროექტში 135 მლნ აშშ დოლარის ინვესტიცია ჩაიდება.

“ოქროპილაურიჰესისა” და “გოგნიაურიჰესის” მშენებლობით ქარ-თული კომპანია Alter Energy-ი დაინტერესდა. კომპანიამ შესაბამისი განაცხადით ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტროს 27 აპრილს მიმართა. “ოქროპილაურიჰესის” დადგმული სიმძლავრე 1,8 მგვტ-ია. წლიური გამომუშავება 9,4 მლნ კვტ.საათს შეადგენს. “გოგნიაურიჰესის” დადგმული სიმძლავრე 1,8 მგვტ-ია, ხოლო წლიური გამომუშავება 9,3 მლ. კვტ.საათით განისაზღვრება ორივე პროექტის საკარაულო საინვესტიციო ღირებულება 2,6 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს.

საინვესტიციო პროექტებიდან აღსანიშნავია საქართველო თურქეთის დამაკავშირებელი 500/400 კვ გადამცემი ხაზის მშენებლობა. ამ პროექტს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, რადგან საქართველო ენერგეტიკულად უკვე ევროპას დაუკავშირდება თურქეთის მეშვეობით, ეკონომიკური თვალსაზრისით კი პროექტი ორივე ქვეყნისთვის ძალიან მომგებიანია, რადგან მაღალი ძაბვის გადაცემის ხაზით ჩვენ შევძლებთ 1000 მეგავატი ელექტროენერგიის გატარებას. საქართველოს მთავრობასთან ერთად პროექტს აფინანსებენ: გერმანიის რეკონსტრუქციის საკრედიტო ბანკი (KfW), ევროპის საინვესტიციო ბანკი (EIB), ევროპის რეკონსტრუქციის და გავითარების ბანკი (EBRD) და ევროკავშირი (NIF). საქართველოს მხარეს მიმდინარე მშენებლობის ღირებულება 300 მლნ. ევროს შეადგენს.

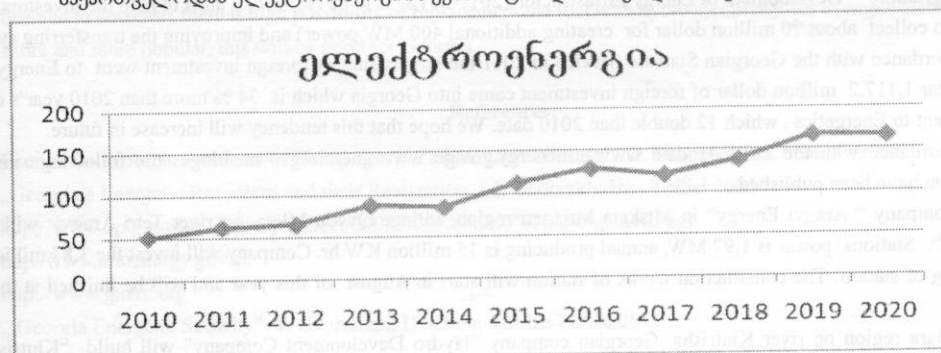
რატომ უნდა მიმდინარე საინვესტიციო პროექტების შედეგად მომავალში ჰიდროელექტროსადგურების მიერ გამომუშავებული ელექტროენერგია დიდ გავლენას მოახდენს ექსპორტის საერთო მოცულობაზე. ელექტრო ენერგიის ექსპორტის მხრივ ყველაზე მეტად წარმატებული 2010 წელი იყო (1524,3 მლნ. კვტ.სთ). 2011 წელს ქვეყანაში სულ წარმოებულია 9912,2 მლნ. კვტ.სთ ელექტროენერგია, წარმოებული ელექტროენერგიიდან 78,6% მოდის ჰესებზე, დადებითმა ელექტრობალანსმა შესაძლებელი გახადა ექსპორტზე გატანილიყო თითქმის 1 მლრდ. კვტ.სთ (930,6 მლნ კვტ.სთ).

ენერგეტიკის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით შეიძლება შემდეგი პროგნოზები გაკეთდეს

ელექტრო ენერგიის საექსპორტო მოცულობა 2010–2020 წწ. (მლნ. კვტ.სთ)

წელი	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ელ.ენ საექსპორტო მოცულობა	51,14	62,28	65,5	87,53	84,54	112,3	118,3	120,9	137,65	166,93	165,7

საქართველოდან ელექტროენერგიის ექსპორტის დინამიკა და პროგნოზი (2010–2020)



ეს პროგნოზები ძალიან დიდ იმედებს გვაძლევს მომავალში ენერგეტიკასთან ერთად სხვა დარგებშიც ავადორმინოთ. რაც მთავარია 100 % მოვიპოვებთ ელექტროენერგეტიკულ თავისუფლებას და შევამცირებთ ნავთობის იმპორტის მოცულობას. ამავდროულად, იმის გათვალისწინებით, რომ მომავალში მოსალოდნელია ტრადიციული ენერგორესურსების დეფიციტი, ნავთობის ჩანაცვლება ჰიდრო ელექტრული ენერგიით იქნება შესაძლებელი, რაზედაც უკვე მოწმობს ელექტრომობილების პოპულარიზაცია. ყოველივე ეს კი ჩვენი ქვეყნის კეთილდღეობის მომასწავლებელია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჩომახიძე დ., საქართველოს ენერგეტიკული პოტენციალის გამოყენების ეკონომიკურ- ეკოლოგიური პრობლემები. თბ., 2002.
2. ჩომახიძე დ., საქართველოს ენერგეტიკული რესურსები და მათი ათვისება. თბ., 2006.
3. <http://www.nplg.gov.ge/dlibrary/collect/0002/000429/nino%20giorgishvili/pgf>
4. <http://www.minenergy.gov.ge>
5. <http://www.gnerc.org>
6. ჩომახიძე დ., გველესიანი თ. საქართველოს ენერგეტიკული უსაფრთხოება. თბ., 2011.

Anzhela Ionanidze

Trainee. Georgian National Energy and Water Supply Regulatory Commission

DISCUSSION OF REALABLE INVESTABLE PROJECTS IN HYDRO ENERGY

Electric energy is the leading field in Fuel-energetic complex, country energy supply is depended on it. Without developing this field country will not be economically strong, furthermore, its independence is at risk.

It is known that Georgia has lack of energetic resources, but it has huge amount of water resources, In case of effective usage of these resources other limited amount of resources will not be the problem of increasing the economy.

The reserve of Georgia's fresh water, which consist of supply of glaciers, lakes and reservoir is 96,5 km³. Among the rivers 300 of them have energetic values, their annual total potential power is equivalent to 15 thousand MW, average annual power – equivalent to 50 milliard MW. Nowadays only 15-18 % of them are in usage. It should be noted that since 2007 produced electricity is enough for supply of our country (8169,5 million KW hr). Electricity produced by new hydro stations will be considered for export, to make economic income.

In accordance with the date mentioned above we can say that in case of realizing 82 % resources Georgia will be the main provider of electricity for neighbouring countries.

Unfortunately for realizing this plan our country should be economically strong enough, the government is unable to take money from budget for rehabilitation the existing hydro electric stations and building the new stations.

In accordance with the “ In Georgian Energetic Sector the Main Direction of Country Politic” since 2011 10 stations are being built. Their whole power is 300 MW, producing – 1,5 milliard KW hr. Among the mentioned stations are: Parvanhesi, Lukhumhesi, Mtkvarhesi, Larsihesi, Shildaehesi, Gubazoulihesi, Bakhvihesi-2. From 2012 building of 15 stations have been started their total cost is 3,5 milliard dollar, the power will be more than 2000MW. Among them are the electric stations Khudonihesi and Nenskrahesi. In future 2015 the whole generation of electricity will be 16,2 milliard KW hr. 79 % 12,8 milliard will be produced from stations.

A programme “Development of Energy Infrastructure 2011-2012” is to be realized, it aims to help the investors in hydro energy, (to collect about 70 million dollar for creating additional 400 MW power) and improving the transferring system.

In accordance with the Georgian Statistic Service in 2011 the largest sum of foreign investment went to Energy. During the last year 1,117.2 million dollar of foreign investment came into Georgia which is 34 % more than 2010 year's date. 204 million went to Energetics, which 12 double than 2010 date. We hope that this tendency will increase in future.

In accordance with the 2012 21 date www.minenergy.gov.ge www.gnerc.org on bloges the following investment information have been published.

The company “ Aragvi Energy” in Mtsketa Mtianeti region, village Qveda Mleta, on river Tetri Aragvi will build “ Mletaehesi”. Stations' power is 1,97 MW, annual producing is 15 million KW hr. Company will invest the 3,87 million dollar in building of station. The construction works of station will start in August of this year and will be finished at the end of 2014.

In Achara region on river Kintrisha, Georgian company “Hydro Development Company” will build “Kintrishaehesi”.

Between the Government and company have already been signed an agreement about building, ownership and operating the station. The power of station is 5 MW, annual producing is 30 million Kw hr. The company will invest 8 million dollar.

Company Darial-Energy in Kazbegi ,on river Tergi has started building of station “ Darialhesi” in Autumn of 2011. The power of the station is 109 MW, annual producing is 525 million KW hr. 150 workers are employed on building the station. 135 million dollar will be invested into the project.

Georgian Company Alter Energy is interested in building “Okropilaurihesi” and “Gogniaurihesi”. The company issued claim to Ministry of Energy and Natural Resources on 27 April. The power of “Okropilaurihesi” is 1,8 MW, annual producing 9,4 million KW hr. Power of Gogniaurihesi is 1,8 MW, annual producing 9,3 million kw hr, both projects will cost 2,6 million dollar.

Among the investing projects building of the Georgia Turkey connecting 500/400 transferring line should also be mentioned. This project has the great importance as Georgia energetically connects to Europe by Turkey, economically both projects are profitable for both countries, as by high voltage cable we can transfer the 1000 MW electricity. Together with Georgian government project is financed by: Germany Reconstruction Credit Bank (KFW), European Investment Bank (EIB), European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), and European Union. Georgia is going to invest 300 million euro.

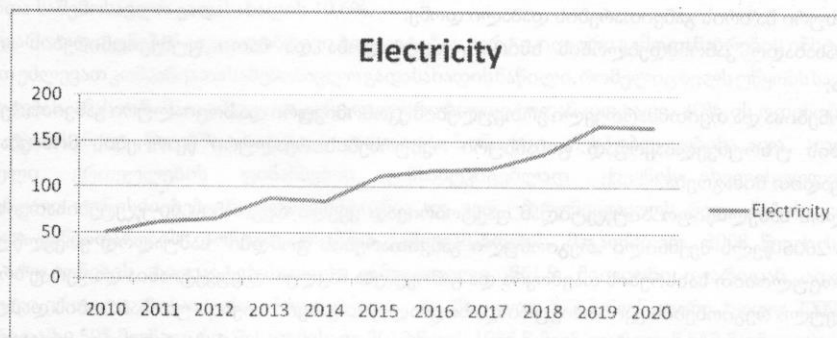
The energy supplied by the following projects will influence the export. The most successful year for exporting was 2010 (1524,3 mill. KW hr).In 2011 Georgia produced 9912,2 million KW hr electricity, 78,6% of produced electricity came from stations, effective balance of electricity will make possible to export more then 1 milliard KW.hr (930,6 mill KW. hr)

I accordance with the Ministry of Energy one can forecast the following:

Electricity exporting amount 2010–2020 (mill. kw.hr)

Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Electricity exporting amount	51,14	62,28	65,5	87,53	84,54	112,3	118,3	120,9	137,65	166,93	165,7

The dynamic and forecast of export of Georgia electricity (2010–2020)



In accordance with forecast this will cause the development of other fields. What is the most important country will be 100 % electrically independent and the import of fuel will be decreased. At the same time in future traditional energy resources will be deemed to decrease, there is high possibility of replacement the fuel with hydro electricity, for example electric cars are getting more and more popular, this will be good for Georgia.

References:

1. „Economic- ecologic Problems of Using Georgia’s Energetic Potential” D. Chomakhidze. Tbilisi 2002
2. „Georgia’s Energetic Resources and their Realization .“ I. Chomakhidze. Tbilisi 2006
3. <http://www.nplg.gov.ge/dlibrary/collect/0002/000429/nino%20giorgishvili/pgf>
4. <http://www.minenergy.gov.ge>
5. <http://www.gnerc.org>
6. „ Georgia Energetic Security” T. Gvelesiani, D. Chomakhidze Tbilisi 2011

ფინანსურ ურთიერთობათა პრობლემები საქართველოში

მე-20 საუკუნის 80-იანი წლებისათვის დამახასიათებელმა მეც-ნიერულ-ტექნიკურმა, პოლიტიკურმა და სოციალურ-ეკონომიკურმა გარდაქმნებმა საფუძველი ჩაუყარეს ეკონომიკური განვითარების გლობალიზაციას. ამასთან, ფინანსების როლის აღზევებამ არსებითი ცვლილებები გამოიწვია ქვეყნებს შორის ეკონომიკურ ურთიერთობებში. წარმოიშვა მეურნეობრიობის ვირტუალური სტრუქტურირება: მატერიალურ ფასეულობათა შემქმნელი რეალური ეკონომიკიდან აღმოცენდა განსაკუთრებული ეკონომიკა, რომელიც სულ უფრო იქცემდებარებს პირველს თავისი შემოსავლებით და ისეთ დონემდე გაძლიერდა, რომ მას საზოგადოებაში წარმოების სფეროს ეკონომიკაზე დიდი როლი დაეკისრა, ე.ი. წარმოიშვა სიმბოლური ეკონომიკა, ანუ გიგანტური სიმბოლური კაპიტალის ეკონომიკა.

ეკონომიკური კავშირების მოშლამ, ეროვნებათაშორისო შუღლმა, ტერიტორიული მთლიანობის დარღვევამ და 500-ათასიან ლტოლვილთა მოვლა-პატრონობამ სერიოზული პრობლემები შეუქმნა ქვეყნის ეკონომიკურ აღმავლობას. სწორედ ამის შედეგი იყო ის, რომ 1994 წელს მთლიანი შიდა პროდუქტის მოცულობამ 1990 წლის დონის მხოლოდ 27,5 %, ხოლო 2004 წლისათვის 46,6 % შეადგინა, მაშინ, როდესაც მშპ-ს მოცულობამ 2000 წელთან შედარებით მიაღწია: ესტონეთსა და თურქმენეთში – 80%; ლატვიაში – 70 %; რუსეთში, ყაზახეთსა და ლიტვაში – 65%, სომხეთში – 60% და ა.შ.¹

იმის გამო, რომ საქართველოში საბაზრო გარდაქმნების მთავარი ეკონომიკური მექანიზმი ფინანსებია, საჭიროა ჩამოვთვალოთ პრობლემათა წრე, რომელთა აღმოფხვრა ხელს შეუწყობდა ფინანსური რესურსების ფორმირების, განაწილებისა და გამოყენების სრულყოფას. ეს პრობლემებია:

1. სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტის მაღალი დონე და ინფლაციური პროცესების გამწვავება;
2. საკუთარი საინვესტიციო რესურსების არადამაკმაყოფილებელი მოზილიზაცია და მთელი ყურადღების გადატანა დაფინანსების უცხოურ წყაროებზე;
3. ფინანსური ბაზრის განვითარების დაბალი დონე;
4. საგადასახადო კანონმდებლობის ხშირი ცვლელადობა და მათი ფუნქციონირების არასაკმარისი ხანგამძლეობა;
5. რეგიონებისა და თვითმმართველი ერთეულების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების დონეთა გამოთანაბრების უზრუნველსაყოფად ფინანსური რესურსების რეალური წყაროების მოძიება და მათზე ხანგრძლივი ვადით მიმდგრება.

საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ფაქტობრივად ყველა რეგიონის ბიუჯეტებისათვის დოტაციის გამოყოფა და 2006 წელს შექმნილი „რეგიონული განვითარების ფონდში“ საშუალოდ ყოველწლიურად 100 მლნ ლარის მოცულობით სახსრების თავმოყრა და გამოყენება ნაკლებად ეფექტიანია და ვერ უზრუნველყოფს ქვეყნის ცალკეული რეგიონების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების უთანაბრობის დაძლევის.

დამოუკიდებელი საქართველოს დემოკრატიულ საწყისებზე განვითარება რთული, მრავალწახნაგოვანი პროცესია, რომელთა შორის ერთ-ერთი აქტუალურია ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი მართვის რეგიონულ მართვასთან შეწყობა.

ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ფინანსები ეკონომიკურ ურთიერთობათა ისეთი სისტემაა, რომლითაც მართვის რეგიონული ორგანოები აწარმოებენ ეროვნული შემოსავლის განაწილება-გადანაწილებას და იყენებენ მას თავიანთი ფუნქციების შესასრულებლად ტერიტორიის ეკონომიკური და სოციალური გათანაბრების მიზნით.

სახელმწიფო ხელისუფლების მიზანია ადგილობრივი ფინანსების დახმარებით მიაღწიოს თვითმმართველი ერთეულების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების დონეთა გამოთანაბრებას, რომლებიც გარკვეული ისტორიული და ბუნებრივი პირობების გამო ჩამორჩენილთა რიგებში აღმოჩნდნენ ქვეყნის მოწინავე რეგიონებთან შედარებით.

„საქართველოს საბიუჯეტო სისტემის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, ადგილობრივი ტერიტორიული ერთეულების ბიუჯეტების დაფინანსების წყაროებად მიმართულია: მიმდინარე საგადასახადო

¹ კაკულია რ., საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის თეორიისა და პრაქტიკის პრობლემები, თბ., 2003, გვ. 187.

და არასაგადასახადო შემოსავლები (მათი კუთვნილი გადასახადები); კაპიტალური შემოსავლები, გრანტები, ზესხები საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან.

უკანასკნელ წლებში მნიშვნელოვნად შეიცვალა რეგიონების და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების საფინანსო პოლიტიკის ჩამოყალიბებისადმი მიდგომები და ბერკეტები, თუმცა სერიოზული პრობლემების წინაშე დგება ბევრი საკანონმდებლო აქტი, რომელთა შესაბამისად ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტების საზიანოდ, ყველა რეალური წყაროს შემოსავლები თავმოყრილია ქვეყნის ცენტრალურ ბიუჯეტში, ხოლო უმნიშვნელო მოცულობისა და არარეალური წყაროს შემოსავლები ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტებში. სწორედ რეგიონული და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების შემოსავლების მარეგულირებელი წყაროების არარსებობა დიდ ზიანს აყენებს მათ ბიუჯეტებს. ამ საქმეში სახელმწიფოს ცენტრალურმა ხელისუფლებამ თავისი პოზიცია უნდა გადასინჯოს და დამატებული ღირებულების გადასახადს ან საშემოსავლო გადასახადს დააკისროს მარეგულირებელი ფუნქცია.

ქვეყანაში ყველა რეგიონისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ერთეულებისათვის სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ტრანსფერების გამოყოფით მდგომარეობის არსებითი გამოსწორება ძნელად მისაღწევია. ჩვენს მიერ შესწავლილი იქნა მსოფლიოს მრავალი ქვეყნის ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ცენტრალურ ბიუჯეტებთან ფინანსური ურთიერთობები და დადგინდა, რომ იქ, სადაც დაბალია ადგილობრივი შემოსავლების ხვედრითი წონა (მაგალითად, საკუთარი წყაროებით იფარება: ესტონეთში მთელი ხარჯების მხოლოდ 0,1%, ბულგარეთში – 1%, საბერძნეთში – 2%, უნგრეთში – 4%, ჰოლანდიაში – 5%, სლოვენიაში – 5%, ლატვიაში – 6%, თურქეთში – 56%) ამ ქვეყნებში უპირატესად გამოყენებულია ცენტრალურ და რეგიონულ ბიუჯეტებს შორის გადასახადების განაწილების პრაქტიკა².

მაგალითად, **შვეიცარიაში** ფედერალურ ბიუჯეტში შედის არაპირდაპირი გადასახადების მთლიანი მოცულობის მხოლოდ 30%, ხოლო დანარჩენი 70% კი მიიმართება თემებისა და კანტონების ბიუჯეტებში.

გერმანიაში ფართოდ გამოიყენება გადასახადების ცენტრალურ და რეგიონულ ბიუჯეტებს შორის განაწილების პრაქტიკა. საშემოსავლო გადასახადი იყოფა – 42,5%, 42,5% და 15% პროპორციებით ცენტრალურ, შტატის და ადგილობრივ მმართველობას შორის.

საფრანგეთში ცენტრალურ ბიუჯეტში შედის დამატებული ღირებულების გადასახადის მხოლოდ 41,4% და ფიზიკურ პირთა საშემოსავლო გადასახადის 10,6%.

ლატვიაში ფართოდ იყენებენ ადგილობრივი ბიუჯეტების ვერტიკალური გამოთანაბრების ინსტრუმენტებს, რისთვისაც მათ ეძლევათ კომპანიათა საშემოსავლო გადასახადის ნაწილი, რომელიც ხელს უწყობს საგადასახადო ზარის განმტკიცებას. ამასთან, მათ ეძლევათ ცენტრალური ბიუჯეტიდან დოტაცია 40%-ის ოდენობით.

ამრიგად, უკანასკნელ წლებში საქართველოს ავტონომიური რესპუბლიკებისა და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ფინანსების განსამტკიცებლად ქვეყნის ხელისუფლების მიერ განხორციელებული ღონისძიებები ნაკლებეფექტიანია და ვერ უზრუნველყოფს რეგიონების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების დონეთა არსებით გამოთანაბრებას. მაგალითად, 2008 წელს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან რეგიონების ბიუჯეტებისათვის გამოყოფილი 861,9 მილიონი ლარიდან ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულებისათვის გამოყენებული იქნა მხოლოდ 522,2 მლნ ლარი, ხოლო 2009 წელს 847,3 მილიონი ლარიდან – 505 მლნ ლარი. შესაბამისად, 2010 წელს 1086,7 მლნ ლარიდან 553 მლნ ლარი³.

დასავლეთის მოწინავე ქვეყნების გამოცდილების ანალოგიურად მიზანშეწონილად მიგვაჩნია საქართველოში სახელმწიფო ბიუჯეტის ფორმირებისას ცენტრალურ და თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტებს შორის შემოსავლების განაწილებას საფუძვლად დაედოს ამა თუ იმ გადასახადის ფორმირებაში თვითმმართველი ერთეულების მონაწილეობის ხარისხი. წინააღმდეგ შემთხვევაში ქვეყნის მმართველი ორგანოები გადასახადების მოცულობის გაზრდაში ჩაახშობენ ადგილობრივი აღმასრულებელი ორგანოების ინიციატივას და სტიმულს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს კანონი „საქართველოს საბიუჯეტო კოდექსი“, 2009 წლის 18 დეკემბერი;
2. საქართველოს კანონი „ადგილობრივი თვითმმართველობის შესახებ“, 2005 წლის 16 დეკემბერი;
3. კაკულია რ., გაბელაშვილი კ., ფინანსების თეორია, თბ., 2010;

² Бурцева А., Уклонение от налогов и налоговая оптимизация: зарубежный опыт, «Российский налоговый курьер», 2008, №4, стр. 68-70.
³ საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს მონაცემები.

4. კაკულია რ., საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის თეორიისა და პრაქტიკის პრობლემები, თბ., 2003;
5. პაპავა ვლ., საბიუჯეტო ფედერალიზმი, თბ., 2002;
6. Бурцева А., Уклонение от налогов и налоговая оптимизация: зарубежный опыт, «Российский налоговый курьер», 2008, №4, стр. 68-70.

Revaz Kakulia

Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Kutaisi University

PROBLEMS OF FINANCIAL AFFAIRS IN GEORGIA

The scientific characteristics of the 20th century, 80-ies - technical, political, social and economic transformation laid foundation for the economic development of globalization. In addition, significant changes have caused a rise of financial role in economic relations among countries. A virtual farming structure, material values created from the real economy emerged in the economy increasingly subjugating the first of its income and the level of strength; he was assigned a significant role in the production sector of the economy, notably a symbolic economy, or the giant economy of symbolic capital.

Break down of economic ties, Nationality hatred, violation of territorial integrity and the 500 - thousand refugees care under patronage of authorities caused serious problems to the country's economic growth. Therefore the result was that in 1994 gross domestic product in 1990 amounted to only 27.5%, 46.6% in the 2004, when GDP - compared with 2000, reaching a volume of: Estonia and Turkmenistan - 80%; Latvia - 70% in Russia, Kazakhstan and Lithuania - 65%, Armenia - 60%, etc.⁴

Due to the fact that the major changes in market economic mechanism is financial in Georgia is, it is necessary to list the range of problems, which could contribute to the elimination of financial resources for development, distribution and use of improvement. These problems are:

1. The state budget deficit and high levels of aggravation of inflationary processes;
2. To mobilize investment resources, and insufficient attention to foreign sources of funding;
3. Low level of financial market development;
4. Tax law changes and their frequent lack of functioning durability;
5. Economic and social development levels of regions and local entities to ensure the equalization of financial resources for finding the real sources and attach them to the long term.

Virtually every region of the state budget and the allocation of budgets for grant created in 2006, «Regional Development Fund» means the average annual volume of 100 million Lari were collected and the use of less efficient and fails to separate regions of the country's economic and social development to overcome inequality.

Development of independent Georgia on a democratic basis is the difficult, polyhedral process, including one - the actual state economic management and going with regional management.

Financial and economic relations, a system of local self-government bodies, regional bodies which control the production of income distribution - the distribution and use it to perform their functions in the area of economic and social equalization.

State and local government target financial assistance to achieve self-equalization of economic and social development levels, historical and natural conditions that are certain to be among the leading regions in comparison with backward ones.

“About Budget System of Georgia,” according to the law on local budgets for the funding sources: the current tax and non-tax revenues (their own taxes), capital income, grants, loans from the state budget.

In recent years significantly has changed in the regions and local self-government financial policy forming approaches and tools, however, serious problems arise in many legislative acts, which according to local self-government budgets to the detriment of all the real source of revenues collected in the central budget, while the small size and unrealistic source of income - in local self-government budgets. The regional and local self-regulating sources of revenue absence damage their budgets. In this case the central government should review its position and value added taxes or income taxes impose a regulatory function.

All countries in the region and local self-government for the state budget transfers from the emissions of any significant improvement of the condition are difficult to achieve. We have studied many of the local self-government bodies of central budgets and financial relations, and found that where there is low local revenues density (for example, their sources are self-covered, in Estonia the costs of only 0.1%, Bulgaria - 1%, Greece - 2 %, Hungary - 4%, Netherlands - 5%, Slovenia - 5%, in Latvia - 6%.

⁴ Kakulia R., Theoretical and Practical Problems of Market Economies Transition, Tbilisi, p. 187

Turkey - 56%) of these countries are mostly used in practice, the distribution of taxes between central and regional budgets.⁵

For example, in **Switzerland**, the federal budget includes indirect taxes and only 30% of the total volume, while the remaining 70% will be directed to the budgets of cantons and communities.

In Germany there is widely used in practice the distribution of taxes in the central and regional budgets. Income tax is divided by - 42.5%, 42.5% and 15% of the proportions, between the land and local governance.

In France, the budget includes a 41.4% value added tax and individual income tax 10.6%.

In Latvia vertical equalization tools are used by local budgets, for which they are part of the company income tax, which contributes to strengthening the tax base. In addition, they are from the central budget grant 40% - the amount.

Thus, in recent years to strengthen the finances of the autonomous republics and local self-government by the less effective and can not provide substantial equalization of economic and social development levels. For example, in 2008 state budget allocated 861.9 million from the budgets of local self-government units have been used for only 522.2 million in 2009 from 847.3 million - 505 million GEL. Accordingly, in 2010 from 1086.7 million GEL to 553 million one.⁶

I suppose analogically to experiences of western advanced countries the same must be done in Georgia, during the state budget formation between the central budget and local self-governing units of income and the tax basis for the formation of a certain degree of self-involvement. Otherwise, the governing bodies of local executive bodies crushed in the amount of tax increase initiative and incentive.

References:

1. The Georgian law "The Code of the Georgian Budget", December 18, 2009;
2. The Georgian law "On Local Self-Government", December 16, 2005;
3. KakuliaD., GabelashviliK., The Finance Theory, University press., 2010;
4. KakuliaD., Market Economy in Theory and Practice Problems, University press., 2003;
5. Papava V., Budgetary Federalism, Univ., 2002;
6. Burtseva A., Tax evasion and tax optimization: international experience, "The Russian Tax Courier", 2008, № 4, pp. 68-70.

ნიკო კვარაცხელია

ისტორიის აკადემიური დოქტორი, სრული პროფესორი. გურამ თავართქილაძის უნივერსიტეტი

ნინო ჯერენაშვილი

წმ. ანდრია პირველწოდებულის საქართველოს უნივერსიტეტი

საქართველოს მთა, როგორც ტურისტული პროდუქტის მნიშვნელოვანი შემადგენელი

საქართველო მთიანი ქვეყანაა მრავალფეროვანი ბუნებრივი პირობებით, კულტურით და მეურნეობით. ამავე მრავალფეროვნება განაპირობებს საქართველოს ტორიულ-გეოგრაფიულ პროვინციებად დაყოფას. ასეთი დაყოფა ჯერ კიდევ მეფე ფარნავაზის დროს არსებობდა.[1]. საქართველოს ტერიტორია რელიეფის მხრივ შეიძლება დაიყოს მკვეთრად განსხვავებულ სამ მხარედ: კავკასიონის მთიანი მხარე, საქართველოს მთიანეთი და მთ შორის მოთავსებული საქართველოს ბარი. ტერიტორიის ჩრდილოეთ ნაწილში ჩრდილოდასავლეთიდან სამხრეთ-აღმოსავლეთის მიმართულებით გადაჭიმულია მთავარი კავკასიონის ქედი, რომელიც წარმოადგენს ჩრდილოეთ კავკასიისა და სამხრეთ კავკასიის მდინარეთა ძირითად წყალგამყოფს. გეოგრაფიული მონაცემების თანახმად, საქართველოს მთელი ტერიტორიის 54.4% მთიანია (ზღვის დონიდან 1000 მ-ზე მაღლა). ტერიტორიის საშუალო სიმაღლე 1508 მეტრს აღწევს (აღმოსავლეთ საქართველო – 1691 მ.; დასავლეთ საქართველო – 1314 მ.); მისი 53% უკავიათ მთებს, 33,4% - მთისწინეთს და მხოლოდ 13% დაბლობს. ყველაზე მაღალი ადმინისტრაციული რაიონებია: ყაზბეგი, მესტია, დუშეთი, ონი და ლაგოდეხი.

⁵ Burtseva A., Tax evasion and tax optimization: international experience, "The Russian Tax Courier", 2008, № 4, pp. 68-70.

⁶ Data of Georgia Ministry of Finances.

საქართველოს კანონის „მაღალმთიანი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარების შესახებ“ თანახმად, მისი მიღების პერიოდში (1999 წლის 8 ივნისი. N 2054 – III) ასეთი სოფლების რაოდენობა შეადგენდა მხოლოდ 497-ს, დღეისათვის მათი პრობლემების შემსწავლელი მეცნიერის - კობა არაბულის მოსაზრებით მათი რიცხვი 1500-ზე მეტია. ისტორიული ანალიზის შესაბამისად მთიანი რეგიონები XX საუკუნის 30-ან წლებამდე (1926 წლის აღწერის თანახმად) ჯერ კიდევ მჭიდროდ დასახლებულები იყვნენ. ისინი, ისევე როგორც დღეს, ქვეყნის საზღვარს წარმოადგენდნენ, ამდენად ადგილობრივი მოსახლეობის ერთ-ერთი ძირითადი მისია სახელმწიფოს საზღვრების დაცვა იყო. მკაცრი კლიმატური პირობებით განპირობებული ნაწილობრივაკეტილი შინამეურნეობის პირობებში განვითარებული იყო სოფლის მეურნეობა, განსაკუთრებით მესაქონლეობა და ადგილობრივი მრეწველობა, რომელიც მიუხედავად კუსტარულობისა, საკმაოდ მაღალი ხარისხით გამოირჩეოდა. [2]

აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული კანონი არ სრულდება და მისი ძირითადი პუნქტები არ არის ფინანსურად უზრუნველყოფილი. საერთაშორისო პრაქტიკის თანახმად მთები, რომლებიც რამდენიმე ქვეყანას მოიცავენ, საერთაშორისო შეთანხმებისა და სამართლის ობიექტები ხდებიან. დასაწინაა, რომ კავკასიონი ასეთი ქარტიის მიღმა დარჩა. თუმცა არის მცდელობა გაეროს გარემოს დაცვითი პროგრამის (UNEP) მმართველისაშოს მხრიდან დააყენონ ეს საკითხი დღის წესრიგში. 2012 წლის თებერვალში კენიაში UNEP-ის სპეციალური სესიის ფარგლებში ორგანიზაციის ევროპის რეგიონული ოფისის ხელმძღვანელმა იანდუსიკმა საქართველოს გარემოს დაცვის მინისტრ გოგა ზაჩიძესთან შეხვედრისას გამოხატა სურვილი კავკასიის რეგიონისთვისაც შექმნილიყო გარემოს დაცვით საკითხებში რეგიონული თანამშრომლობის ისეთი ინსტრუმენტი, როგორიც ამ ორგანიზაციის ეგიდით შეიქმნა ალპების და კარპატების რეგიონებში, მაგალითად, ალპური კონვენციის სახით.

მთის ძირითადი სიმდიდრე და ტურისტებისთვის მიმზიდველობას მთის კურორტები წარმოადგენენ. კურორტოლოგებმა (ნ. სააკაშვილი, ი. თარხან-მოურავი, მ. ტაბიძე, ნ. ქათათელაძე) საქართველოს მთის კლიმატური კურორტები და საკურორტო ადგილები პირობითად ოთხ სარტყელად დაყვეს:

- I (სიმაღლე ზღვის დონიდან 400 მ-დან 700 მ-მდე);
- II (სიმაღლე ზღვის დონიდან 700-დან 1000 მ-მდე);
- III (სიმაღლე ზღვის დონიდან 1000-დან 1500 მ-მდე);
- IV (სიმაღლე ზღვის დონიდან 1500-დან 2000 მ-მდე) [3]

ჩვენი თემისთვის საინტერესო კურორტები და საკურორტო ადგილები მდებარეობენ III და IV მაღლივ სარტყლებში:

საქართველოს III მაღლივ სარტყელში მდებარეობენ შემდეგი კურორტები და საკურორტო ადგილები: 1. აბასთუმანი (1250-1450), 2. ასპინძა (1050-1060), 3. ზაღათა (1200), 4. გომბორი (1250), 5. ვარძია (1100), 6. ვეზური (1450), 7. თეთრი წყლები (1300-1350), 8. კიკეთი (1100), 9. კოდბინი (1120), 10. კოჯორი (1338-1350), 11. ლესე (1100), 12. ლიბანი (1370), 13. მანგლისი (1204), 14. ნაგუთნი (1040), 15. მხეთამხე (1200), 16. მუაში (1250-1300), 17. პატარა ცემი (1500), 18. ტბა (1250), 19. ურაველი (1200), 20. უწერა (1020-1150), 21. ფასანაური (1050), 22. ცემი (1120), 23. ცივი კოდა (1500), 24. ცხრაჯვარი (1500), 25. წაღვერი (1020-1052), 26. წყნეთი (1000-1100), 27. ჯავა (1040-1120).

საქართველოს IV მაღლივ სარტყელში განლაგებულია: 1. ავადხარა (1600-1650), 2. ბაკურიანი (1700), 3. ბახმარო (1913-2022), 4. ბეშუმბი (1850-1900), 5. გომის მთა (1900), 6. თორღვას აბანო (1800-1850), 7. ლეზარდე (1500-1600), 8. შოვი (1600), 9. ციხისჯვარი (1800), 10. ყაზბეგი (1744).

ამრიგად, საქართველოში 1000 მეტრზე მაღლა მდებარე 37 კურორტი ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი საფუძველია. საქართველოს მთას შეუძლია შესთავაზოს სპეციალიზებული ტურიზმის ფართო სპექტრი: დაწყებული არქეოლოგიური გათხრებიდან, დამთავრებული ფრინველებზე დაკვირვებამდე. საქართველოში არსებული მდიდარი არქეოლოგიური თუ ისტორიულ-არქიტექტურული ძეგლები, მრავალფეროვანი ფლორა და აფაუნა, უნიკალური ეთნოკულტურა იძლევა სპეციალიზებული ტურიზმის განვითარების მრავალმხრივ საშუალებას.

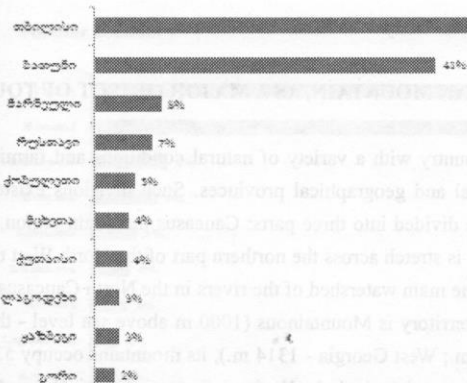
საქართველოს მთაში სათავგადასვლო ტურიზმი ასევე ძალზე პოპულარულია. საქართველოს მრავალფეროვანი ბუნებრივი რესურსები ქმნიან ალპინიზმის, სამთოლაშქრობების /ტრავერსების, მთის მდინარეებზე ზეჯომარდობის (რაფტინგი), მიწისქვეშა სივრცეების კვლევის (სპელეო-ტურიზმი), სპორტული ნადირობის, თევზჭერის, პარაპლანერიზმის, სნოუბორდის და სხვა მრავალი ფორმის განვითარების საშუალებას.

მთის მოსახლეობას შორის საქართველოში ასევე პოპულარულია სოფლისტურიზმი. ამ შემთხვევაში ტურისტთა განთავსება ხდება გლეხის კარმიდამოში. აგროტურიზმის (სოფლის ტურიზმის) ძირითადიარსია, რომ „ქალაქელები“, გარკვეულ საზღაურად, გაეცნონ სოფლის ყოფას, შეიტვისონ ხალხური ტრადიციები, იგზოვრონ ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში, მიიღონ ბუნებრივი პროდუქტი და სხვა. ასევე მნიშვნელოვანია მთიან რეგიონებში ეკოტურიზმის განვითარება. ის პოპულარულია იმ ტურისტებს შორის, რომელთაც აწუხებთ ჭარბო მცველი სამყაროს დაცვისა და შენარჩუნების პრობლემები და, რომელთაც სურთ უფრო მეტი გაიგონ ამათი მხარის ადგილობრივი ეკოსისტემის ეკოლოგიური მდგომარეობისა და ეკოკულტურის შესახებ.

მთის შესაძლებლობების კვლევისათვის უაღრესად მნიშვნელოვანია, თუ რამდენად პოპულარულია მთის დესტინაციები ქართველი და უცხოელი ტურისტებისათვის. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს შარშანდელი კვლევებით უცხოელ ტურისტებს შორის პოპულარობით სარგებლობს შემდეგი ადგილები:



პოპულარული ადგილები



ტურიზმის ეროვნული სააგენტო რეგულარულად იკვლევს ზამთრის კურორტებს გუდაურსა და ბაკურიანს. 2011 წლის მონაცემების თანახმად გუდაურში დამსვენებელთა 67% საქართველოს მოქალაქეები იყვნენ. შესაბამისად უცხოელები 33%-ს შეადგენდნენ. ბაკურიანი პოპულარობით ადგილობრივ უფრო სარგებლობს, სადაც ისინი 98%-ს შეადგენდნენ, ხოლო უცხოელები მხოლოდ 2 %-ს. საშუალო დანახარჯმა ბაკურიანში ერთ ტურისტზე 169.50 ლარი შეადგინა. [4]. გუდაურში ეს მონაცემები შემდეგნაირია:



საშუალო დანახარჯი

დასახარჯი	ლარი
განთავსება	116.53
კვება	41.98
რეკრეაცია, გართობა	54.67
ტრანსპორტირება	52.18

საქართველოს მთის შესაძლებლობების სრულად გამოყენების შემთხვევაში მონაცემები გაცილებით ზიზრდება და მთა ღირსეულ ადგილს დაიკავებს ქართულ დესტინაციებს შორის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ელიზბარაშვილი ნ., შალვაშვილი ლ. საქართველოს გეოგრაფია. თბილისი 2011.
2. არაბული კ. ტურიზმის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები და პერსპექტივები საქართველოში მაღალმთიან რეგიონებში. სადისერტაციო ნაშრომი. თბილისი. 2008. გვ.93-94
3. სააკაშვილი ნ., თარხან-მოურავი მ., ტაბიძე მ., ქუთათელაძე ნ. საქართველოს კურორტოგრაფია დასაკურორტო თერაპია. გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“. თბილისი 2011. გვ.6
4. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. www.gnta.ge

Niko Kvaratskhelia

Academic doctor of history. Full Professor. Guram Tavartkiladze University

Nino Jerenashvili

The Saint Andrew Georgian University

GEORGIAN MOUNTAIN, AS A MAJOR OBJECT OF TOURIST PRODUCT

Georgia is a mountainous country with a variety of natural conditions and farming culture. Such diversity determined Georgia divided by the historical and geographical provinces. Such divisions existed at the time of King Farnavazi. [1] Georgia's territory Relief can be divided into three parts: Caucasus mountain region, Georgia's mountainous and Georgian plain - among the sites. Territory is stretch across the northern part of the North West to the South East in the direction of the main Caucasus range, which is the main watershed of the rivers in the North Caucasus and South Caucasus. Geographic data shows that 54.4% of the whole territory is Mountainous (1000 m above sea level - the above). The average height of 1508 meters (Eastern Georgia - 1691 m.; West Georgia - 1314 m.), its mountains occupy 53%, 33.4% - only 13% of foothills and lowland. The "high" administrative regions include: Kazbegi, Svaneti, Tbilisi, Oni and Kakheti.

According the law of "In the mountainous regions of social - economic and cultural development", during to his acceptance period (1999 June 8. N 2054 - II A) number of such villages were only 497 -, and today by the opinion of the Scientist Koba Arabuli the mountain problems researcher - the number 1500 - more than that. Historical analyzes of the mountainous regions of the XX century, 30 -, or until (according to the 1926 census) were still densely populated. They, like today, were the borders of the country, so the mission of local population was protection of the local borders. In terms of partially closed household caused by harsh climatic conditions, agriculture was developed, particularly cattle and the local industry, which despite of handicraft wars, was marked by a high degree. [2]

It should be noted that the law is not followed, and its key points are not financially secured. Due to the practice of the mountains, which cover several countries, became the object of international agreements and law. It's a pity that Caucasus remains behind such charter. It is an attempt by the UN Environment Program (UNEP) Governing Council to raise this issue on the agenda. In 2012 February, in Kenya under UNEP's Special Session Ian Dusik, leader of the European Regional Office expressed the desire to create environmental issues of regional cooperation as a tool, such as those under the auspices of the Alps and the Carpathian regions, such as the Alpine Convention form when had a meeting with the Minister of Environment and Natural Resources Goga Khachidze

The main wealth of the mountain and the mountain resorts are the attraction of tourists. Resorters (N. Georgia, I. Tarkhan - Mouravi, M. Tabidze, N. Katateladze) conventionally divided the mountain resorts and resort areas into the four-zone climate:

- I (height above sea level of 400 m - 700 m - present);
- II (height above sea level of 700 - 1000 m - present);
- III (height above sea level from 1000 - to 1500 m - I);
- IV (height above sea level of 1500 - 2000 meters from - to). [3]

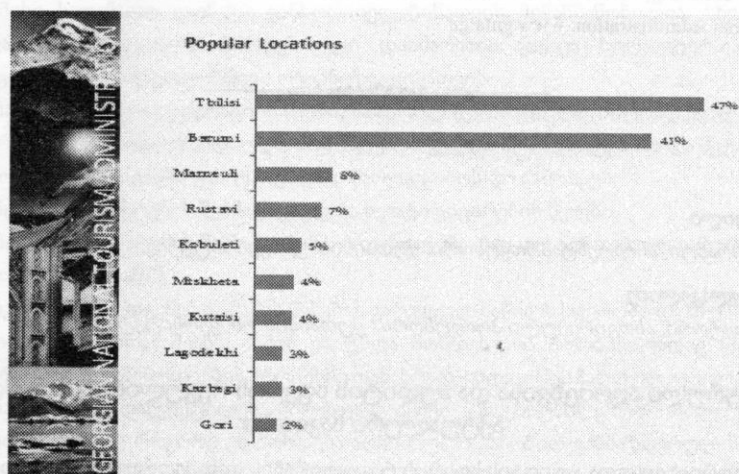
The holiday resorts and places of interest of our theme are located in the upper zones III and IV:

III of the upper zone of the resorts and resorts are located in the following: 1. Abastumani (1250-1450), 2. Minority Areas (1050-1060), 3. Baghata (1200), 4. Gombori (1250), 5. Vardzia (1100), 6. vezuri (1450), 7. White Waters (1300-1350), 8.

Kiketi (1100), 9. Kodibini (1120), 10. Kojori (1338-1350), 11. Iase (1100), 12. Lebanon (1370), 13. Manglisi (1204), 14. Nagutni (1040), 15. Mzetamze (1200), 16. Mta in (1250-1300), 17. Smaller Tsemi (1500), 18. Lake (1250), 19. Uraveli (1200), 20. Utsera (1020-1150), 21. Pasanauri (1050), 22. Tsemi (1120), 23. Cold Koda (1500), 24. Tskhrajvari (1500), 25. Tsagveri (1020 - 1052), 26. Tbilisi (1000-1100), 27. Java (1040-1120).

Located in the upper zone of IV: 1. Avadkhara (1600-1650), 2. Bakuriani (1700), 3. Bakhmaro (1913-2022), 4. Beshumi (1850-1900), 5. Gomi Mountain (1900), 6. Torgva Bath (1800-1850), 7. Lebarde (1500-1600), 8. Shovi (1600), 9. Tsikhisjvari (1800), 10. Kazbek (1744).

Thus, 37 resorts in Georgia situated 1000 meters above are important basis for the development of tourism. Mountain is able to offer a wide range of specialized tourism: the archaeological excavation and ending up Bird watching. Georgia's rich archaeological and historical - architectural monuments, diverse flora and fauna, unique Ethno culture provides specialized, comprehensive tourism development opportunities.



Adventure Tourism is also very popular in mountains. A variety of natural resources, create mountain climbing, Mountain Hiking, river rafting, underground spaces search (Speleo - Tourism), sport hunting, fishing, snowboarding and many other forms of development.

Among population in Georgia is also popular rural tourism. Agro tourism (agricultural tourism) is the main essence of the "town", certain fees, learn about rural life, adopt folk traditions, live in a clean environment, to natural products, and more. It is also important to develop eco-tourism in mountainous regions. It is popular among the tourists, who are concerned with the protection and preservation of the surrounding world and who want to learn more about the ecological state of the local ecosystem and ecological culture.

For mountain searching is very important to study, how popular are mountain destinations local and foreign tourists. According to last year's surveys of national tourism agency the most popular places for foreign tourists are in the following areas:

Average Costs

Costs	Lari
Accommodation	116.53
Food	41.98
Recreation, Leisure	54.67
Transportation	52.18

Winter resorts in Gudauri and Bakuriani regularly examines the national tourism agency. According to the 2011 data, 67% of the people were tourists of Gudauri. 33% of the foreigners - a part of the total. Bakuriani is popular among the locals, where they have 98% - of the total, while only 2% of the foreigners - a. The average cost of the tourists in Bakuriani 169.50 USD. [4] In Gudauri this data is as follows:

Full use of the capabilities of the mountain, and the mountain of data will be much more worthy of destinations seat in Georgia.

References:

1. N. Elizbarashvili, L. Shalvashvili, Geography of Georgia. Tbilisi 2011.
2. K. Arabuli, Modern trends and prospects of tourism development in mountainous regions. Thesis. Tbilisi. In 2008. P. 93-94]
3. N. Georgia, I. Tarkhan - Mouravi, M. Tabidze, N. Kutateladze. Resorts and spa therapy. Publishing, "Sakartvelos matsne ". Tbilisi 2011. P. 6
4. Tourism National Administration. www.gnta.ge

პაატა კლდიაშვილი

თსუ-ის დოქტორანტი, ასისტენტ-პროფესორი. ქუთაისის უნივერსიტეტი

დეზდემონა მაღლაკელიძე

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი. ქუთაისის უნივერსიტეტი

ბუღალტრული აღრიცხვისა და აუდიტის სფეროს რეგულირების რამდენიმე აქტუალური საკითხი

ბუღალტრული აღრიცხვისა და აუდიტის სფეროს რეგულირების თანამედროვე საერთაშორისო პრაქტიკაში გვხვდება ერთმანეთისაგან განსხვავებული რამდენიმე სისტემა/მოდელი, კერძოდ: 1) სისტემა, რომლის დროსაც სფეროს რეგულირება ხორციელდება სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ; 2) სისტემა, რომლის დროსაც სფეროს რეგულირებას ახორციელებენ დამოუკიდებელი პროფესიული ორგანიზაციები და 3) კომბინირებული სისტემა, რომლის შემთხვევაშიც საკითხების ერთი ნაწილი რეგულირდება სახელმწიფო ორგანოების მიერ, ხოლო მეორე ნაწილი - პროფესიული ორგანიზაციების მიერ. სწორედ ამ უკანასკნელს შეიძლება მივაკუთვნოთ საქართველოში ბუღალტრული აღრიცხვისა და აუდიტის რეგულირების დღეს არსებული სისტემა, თუმცა მიმდინარე წლის 29 ივნისს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებული კანონის „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ფინანსური ანგარიშგების აუდიტის შესახებ“¹ შესაბამისად, რეგულირების მთავარი ბერკეტები გადაეცემა პროფესიულ ორგანიზაციებს, რასაც ბუნებრივია გააჩნია როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი მხარეებიც.

იმისათვის, რომ მსჯელობა უფრო ნათელი იყოს, მიზანშეწონილია ცალცალკე იქნეს განხილული აღრიცხვისა და აუდიტის სფეროები, ვინაიდან, მიუხედავად მათ შორის არსებული მჭიდრო კავშირისა, მათი რეგულირების წინაშე განსხვავებული ამოცანები დგას.

ახალი კანონით, რეგულირება უნდა განხორციელდეს „აკრედიტებული პროფესიული ორგანიზაციის“ მიერ, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად რეგისტრირებულია არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირად და არის: ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) ნამდვილი წევრი, ან ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) მიერ აღიარებული რეგიონალური ორგანიზაციის ნამდვილი წევრი, ან ამ კანონის მოთხოვნების შესაბამისად აკრედიტებული პირი (მუხლი 2). კანონის პროექტის ერთერთი ვერსიით, მარეგულირებლის ფუნქცია ეკისრებოდა მხოლოდ ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) ნამდვილ წევრს, კანონად ქცევის შემთხვევაში კი ეს ნორმა საქართველოში არსებულ ერთადერთ ასეთ ორგანიზაციას მონოპოლისტად გადააქცევდა, რაც ნამდვილად არ წაადგებოდა დადებითად სფეროს განვითარებას. ამჟამად მიღებული ნორმა კი საკმაოდ ოპტიმალურად განსაზღვრავს სფეროს მარეგულირებელ

¹ კანონის მუხლების ძირითადი ნაწილი ძალაში შედის 2013 წლის 1 იანვრიდან

პროფესიულ ორგანიზაციათა წრეს.

კანონით დადგენილია მარეგულირებლების ფუნქცია-მოვალეობები, თუმცა ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) ნამდვილ წევრს ექსკლუზიურად ევალება, „ქართულ ენაზე თარგმნოს, საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს - საქართველოს სტანდარტებისა და მეტროლოგიის ეროვნულ სააგენტოს რეგისტრაციაში გასატარებლად წარუდგინოს და გამოსცეს:

- ა) ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტები (IFRS);
- ბ) მცირე და საშუალო საწარმოების ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტები (IFRS for SMEs);
- გ) აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტები (ISA);
- დ) ხარისხის კონტროლის საერთაშორისო სტანდარტი (ISQC);
- ე) პროფესიონალი ბუღალტრების ეთიკის კოდექსი (IESBA Code)²;

მართალია, ყველა ამ დოკუმენტის თარგმნის უფლებას ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაცია (IFAC) მხოლოდ თავის ნამდვილ წევრებს აძლევს, მაგრამ ეს საქმე იმდენად შრომატევადი და საპასუხისმგებლოა, რომ ვფიქრობთ, მისი სათანადო დონეზე განხორციელებისათვის მიწანშეწონილია, სხვა აკრედიტებული ორგანიზაციებს კანონით დაევალოს პროფესიული დახმარების გაწევა ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის ნამდვილი წევრი ადგილობრივი ორგანიზაციისათვის.

ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) ნამდვილ წევრს ექსკლუზიურად ევალება ასევე, დაადგინოს, საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს - საქართველოს სტანდარტებისა და მეტროლოგიის ეროვნულ სააგენტოს რეგისტრაციაში გასატარებლად წარუდგინოს და გამოსცეს:

- ა) ხარისხის კონტროლის სისტემის შემმოწმებელთა სერტიფიცირების წესები;
- ბ) ხარისხის კონტროლის სისტემის მონიტორინგის დებულება, ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) მოთხოვნების შესაბამისად³.

აღნიშნული დოკუმენტები ადგენენ თამაშის წესების გარკვეულ ნაწილს სფეროში და თუ წესების დადგენის უფლებას მიეცემთ თავად მოთამაშეებს, მაშინ ეს უნდა მოხდეს არა ერთი, თუნდაც ყველაზე მსხვილი მონაწილის მიერ, არამედ მათი შემუშავების პროცესში თანაბრად უნდა იქნეს ჩართული ყველა აკრედიტებული ორგანიზაცია და საბოლოო გადაწყვეტილება მიღებული იქნეს კონსენსუსის გზით, ან თუ ეს შეუძლებელია - ხმათა უმრავლესობით, ისევე როგორც ეს მოხდება აღნიშნული კანონით განსაზღვრულ სხვა საკითხებთან მიმართებაში, მაგალითად ბუღალტრული აღრიცხვის სარეკომენდაციო (სანიმუშო) ანგარიშთა გეგმის შემუშავებისას.

როგორც ძველი, ასევე ახალი კანონით რეგულირების მთავარ ობიექტს ბუნებრივია წარმოადგენს აუდიტის სფერო, ხოლო აღრიცხვის სფეროს რეგულირებაზე ნაკლები აქცენტი არის გაკეთებული. ახალი კანონის მე-4 მუხლის მე-4 და მე-5 პუნქტების შესაბამისად, მეწარმე სამეურნეო სუბიექტებს, გარდა მიკროსაწარმოებისა, ევალებათ, ბუღალტრული აღრიცხვა აწარმოონ ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების (IFRS), ან მცირე და საშუალო საწარმოების ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების (IFRS for SMEs) შესაბამისად. ეს ნორმა არსებობდა ასევე აქამდე მოქმედ კანონშიც, თუმცა, არც ერთ მათგანში არ მანს, თუ ვინ და რა მექანიზმების გამოყენებით უნდა უზრუნველყოს აღნიშნული საკანონმდებლო მოთხოვნის დაცვა. ცხადია ჩვენ მხარს არ ვუჭერთ ბუღალტრული აღრიცხვის წარმოების პროცესში საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნათა დარღვევისას მკაცრი სანქციების გამოყენებას, ისევე როგორც ეს უნდა ხდებოდეს აუდიტის საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნების უგულვებელყოფისას, მაგრამ, მიზანშეწონილად მიგვაჩნია, რომ მარეგულირებელი პროფესიული ორგანიზაციების კანონით განსაზღვრულ ვალდებულებებს დამატოს, მათ მიერ საკუთარი წევრებისათვის დახმარების გაწევა (კონსულტაციების, ტრეინინგების და სხვა მსგავსი მეთოდების გამოყენებით) საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნებთან ბუღალტრული აღრიცხვის შესაბამისობაში მოყვანისათვის.

აწ 26 ივნისის მიღებული კანონის მე-8 მუხლის შესაბამისად, ხარის-ხის კონტროლის სისტემის სათანადო პოლიტიკისა და პროცედურების, ბუღალტერთა საერთაშორისო ფედერაციის (IFAC) მოთხოვნების შესაბამისად შემუშავებასა და გამოყენებაზე პასუხისმგებლობა ეკისრება აუდიტორს/აუდიტორულ ფირმას. ხარისხის კონტროლის სისტემის მონიტორინგს კი მინიმუმ 3 წელიწადში ერთხელ ახორციელებს აკრედიტებული

² საქართველოს 2012 წლის 29 ივნისის კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ფინანსური ანგარიშგების აუდიტის შესახებ“, მე-4 მუხლის 1 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი.

³ იგივე მუხლის 1 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი.

პროფესიული ორგანიზაცია, რომელშიც გაწევრებულია აუდიტორი თუ აუდიტორული ფირმა. ამასთან, მონიტორინგი ხორციელდება ხარისხის კონტროლის სისტემის შემოწმების მეშვეობით, თუმცა კანონში არაფერია ნათქვამი იმის შესახებ, თუ ვინ შეიძლება იყოს შემოწმებელი. საერთაშორისო პრაქტიკაში ამგვარი შემოწმების ჩატარების რამდენიმე ვარიანტი არსებობს, ერთერთი გავრცელებული კი მათ შორის არის ე.წ. „კოლეგიალური შემოწმება“, რომელიც გამოიყენება აშშ-ში. იგი გულისხმობს, რომ შესამოწმებელი აუდიტორი/აუდიტორული ფირმა ირჩევს შემოწმების ჩატარებისათვის კოლეგიალური შემოწმების კომიტეტის მიერ დანიშნულ შემოწმებელ ჯგუფს, ან რომელიმე წევრ ფირმას, იმ პირობით, რომ ერთდროული ურთიერთშემოწმება დაუშვებელია, რათა თავიდან იქნეს აცილებული აუდიტორულ ფირმებს შორის უკანონო გარიგება. მაგრამ, მიუხედავად ამისა, რისკი ამ შემთხვევაში მაინც მაღალი რჩება თუნდაც იმის გამო, რომ შესამოწმებელი და შემოწმებელი სუბიექტები არიან ერთმანეთის კონკურენტები, რამაც შეიძლება გავლენა იქონიოს შემოწმების ობიექტურობაზე. მეორე ვარიანტი ამგვარი შემოწმების ჩატარებისა არის შემოწმებლად ისეთი პირების დანიშვნა, რომელთაც, ერთი მხრივ, გააჩნიათ მაღალი კვალიფიკაცია აუდიტის სფეროში, ხოლო მეორე მხრივ არ ეწევიან პრაქტიკულ აუდიტორულ საქმიანობას და არ არიან პირდაპირ დაკავშირებული შესამოწმებელ აუდიტორთან/აუდიტორულ ფირმასთან. მიგვაჩნია, რომ ამ უკანასკნელ შემთხვევაში შემოწმების ობიექტურად ჩატარების ალბათობა გაცილებით მაღალი იქნება, თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი პირების მოძებნა ქვეყანაში იმ რაოდენობით, რაც აუცილებელია აუდიტორების/აუდიტორული ფირმების ხარისხის კონტროლის სისტემის მონიტორინგის შეუფერხებელი განხორციელებისათვის, შეიძლება პრობლემური იყოს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს 1995 წლის 7 თებერვლის კანონი „აუდიტორული საქმიანობის შესახებ“;
2. საქართველოს 1999 წლის 5 თებერვლის კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების რეგულირების შესახებ“;
3. საქართველოს 2012 წლის 29 ივნისის კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ფინანსური ანგარიშგების აუდიტის შესახებ“.
4. რ. მონტგომერი „აუდიტი“, საქართველოს პარლამენტთან არსებული აუდიტორული საქმიანობის საბჭო;

Paata Kldiashvili

Doctoral Candidate. Assistant Professor of Kutaisi University

Dezdemonia Maglakelidze

Doctor of Economics, Associated Professor. Kutaisi University

ABOUT SEVERAL TOPICAL ISSUES FOR REGULATION OF ACCOUNTING AND AUDITING SPHERE

In the present international practice of regulation of accounting and audit sphere we meet several different system/model, namely: 1) system when regulation of sphere is fulfilled by public authorities; 2) system when the sphere is regulated by independent professional organization and 3) combined system when one part of the issues is regulated by public authorities, and the other part-by professional organizations. Just to this last one we may appertain nowadays system of regulation of accounting and audit in Georgia, though, according to Georgian law “About Financial Accounting and Audit of Financial Statement” approved by Parliament of Georgia on June 29, 2012, the main levers of regulation is transferred to professional organizations which has positive as well negative sides.

In order to make discussion more clear we shall discuss the accounting and auditing spheres separately, as in spite of close relation between them there are brought different problems before their regulation.

Under the new law, regulation shall be fulfilled by accredited professional organization which is registered as a NNLE under Georgian legislation and is a full member of the International Federation of Accountants (IFAC), or full member of regional organization acknowledged by International federation of Accountants (IFAC), or accredited person under the requests of the law (article 2). According to a version of the law, function of regulator was only obliged to the full member of the International Federation of Accountants (IFAC), in case of making the standard into a law this last one would transform organization into a

monopolist which wouldn't be good for development of the sphere. Nowadays, the approved standard optimally specifies the group of regulating professional organizations.

The functions and liabilities of the regulator are established under the law, though, the full member of the International Federation of Accountants (IFAC) is exclusively charged to translate in Georgian language, to submit to LEPL – National Agency of Standards and Metrology for registration and publish the following:

- a) International Financial reporting Standards (IFRS)
- b) International Financial reporting Standards for Small and medium Enterprises (EFRS for SMES)
- c) International Standards of Auditing (ISA)
- d) International Standard of Quality Control (ISQC)
- e) The International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA code)

It is true that International Federation of Accountants (IFAC) gives the right of translation only to its full members, but this task is so laborious and responsible, we think that for fulfillment of this action other accredited organizations shall be obliged to provide professional assistance to the full member local organizations of International Federation of Accountants under the law.

The full member of the International Federation of Accountants (IFAC) is exclusively obliged "to establish, to submit for registration to the LEPL – National Agency of Standards and Metrology and publish the following:

- a) The rules of certification of the controllers of Quality Control System
- b) Statute of monitoring of Quality Control System pursuant to requirements of the International Federation of Accountants (IFAC)

The documents make specific parts of the rules of game in the sphere and if we give right for making the rules to the players this will be done not by one of the largest participant but all accredited organizations shall be involved in the process of elaboration and the final decision shall be taken by consensus, or by majority of vote as it is made in relation with other issues specified under the law, for example in the process of elaboration of the plans of recommendation reports of accounting.

Based on an old as well as new law the main object of regulation is an auditing sphere, and fewer accents are made on regulation of accounting. According to article 4, point 4 and 5 of the new law, the entrepreneurs, except micro business, are obliged to carry out accounting according to IFRS or International Financial reporting Standards for Small and medium Enterprises (EFRS for SMES). This standard was also in the old one, though, nowhere is seen how, who and what mechanism shall be applied to provide fulfillment of the request of legislation. It's clear we don't support to apply strict sanctions in case of violation of the international standards in the process of accounting, but we admit to make amendments and add assisting to own members to legal obligations of the regulating professional organizations (by way of consultations, trainings and other methods) for corresponding of accounting to requests of the international standards.

Based on article 8, of Georgian law passed on June 26, 2012, responsibility on elaboration of Quality Control System policy and procedures pursuant to requests of the International Federation of Accountants (IFAC) is exercised to auditor/ audit firm. The quality auditing is carried by accredited professional organization once in three years minimum. The members of the organization are auditor or audit firm. Monitoring is fulfilled by verifying of quality control system, though there isn't mentioned anything about controller. There are some versions in the international practice to make the control, one of them is so-called "collegial control" which is applied in the USA. It implies that the auditor/audit firm chooses controlling group or any member of the firm appointed by collegial auditing committee, on conditions that simultaneous inter-auditing is prohibited in order to avoid illegal agreements between auditing firms. But in spite of this risk is high due to the fact that auditing subjects are competitive of each other which may have an influence on objectivity of auditing. The second version to hold the audit is to appoint persons for auditing who are eminently qualified in the audit field, and don't carry out auditing activity and aren't directly connected with auditor/auditing firm. We think that in the last version probability of objective auditing will be much more higher, though there shall be mentioned that finding of the number of persons in the country who are necessary to hold fulfillment of monitoring of the quality control system of auditing firms may be problem.

References:

1. Georgian law of February 7, 1995, "Auditing activity"
2. Georgian law, February 5, 1999 "Regulation of accounting and financial reporting"
3. Georgian law, June 29, 2012 "Accounting and financial reporting"
4. R. Montgomer Audit "Board of audit activity at Parliament of Georgia"

Козак Людмила

кандидат экономических наук, профессор, декан факультета экономики,
менеджмента и права (ЭБиП), Национальный транспортный университет

Бакулч Елена

кандидат технических наук, профессор, заместитель декана факультета ЭБиП,
Национальный транспортный университет

Зюзина Валентина

доцент кафедры экономики. Национальный транспортный университет

Федорук Олеся

ассистент кафедры экономики. Национальный транспортный университет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИАГНОСТИКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЧЁТКИХ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ

Для диагностики вероятности банкротства предприятий сегодня используются преимущественно финансовые показатели. Однако, эта информация не всегда является объективной и достаточной для проведения эффективной диагностики. В процессе принятия управленческих решений довольно часто возникает потребность в информации нефинансового характера, которая в условиях конкуренции приобретает все большее значение. Наряду с получением прибыли и повышением капитализации сегодня важно, в частности, завоевание рынка и получение конкурентных преимуществ. Поэтому следует учитывать наряду с финансовыми показателями нефинансовые индикаторы диагностики вероятности банкротства предприятий.

Финансовые показатели, источником которых является система бухгалтерского учёта, отражают лишь результаты прошлой финансовой деятельности предприятия и не способны реально оценить его будущие финансовые возможности. Сосредоточение внимания на финансовых показателях приводит к тому, что бизнес-процессы, процессы развития и обучения персонала предприятия не исследуются. Появилась необходимость в разработке более совершенных и эффективных методик по диагностике вероятности банкротства фирм.

Учитывая необходимость всестороннего исследования деятельности предприятия, целесообразно рассматривать диагностику вероятности банкротства как когнитивную диагностику. Когнитивная диагностика вероятности банкротства направлена на познание процессов функционирования субъектов предпринимательской деятельности на основе исследования количественных и качественных показателей, целью которой является оценка как текущего, так и перспективного состояния предприятия на базе информации бухгалтерского учёта и отчётности, а также экспертных оценок. Система когнитивной диагностики вероятности банкротства субъектов предпринимательской деятельности основывается на когнитивной структуризации знаний об объекте, применяется при наличии неполной статистической информации и широко использует экспертный опрос.

Принимая во внимание вышесказанное, предлагается проводить когнитивную диагностику вероятности банкротства предприятий в двух направлениях, а именно:

- количественная диагностика (Q-диагностика) вероятности банкротства предприятий, которая базируется на оценке финансовых показателей;
- качественная диагностика (V-диагностика) вероятности банкротства предприятий, основанная на исследовании нефинансовых вербальных показателей.

Сегодня важно решить задачу совмещения в процессе диагностики вероятности банкротства предприятий финансовых и нефинансовых индикаторов с учётом причинно-следственных связей между результативными показателями и ключевыми факторами. Показатели, которые измеряют достигнутые результаты, и показатели, отражающие процессы, которые обеспечивают достижение этих результатов, должны быть согласованы между собой, поскольку для получения первых, например, повышение чистой прибыли от реализации продукции, необходимо реализовать вторые, например, добиться большей лояльности со стороны существующих клиентов и увеличить их количество.

Для стран с трансформационной экономикой часто свойственна ситуация, когда отчёты предприятий свидетельствуют о том, что компания при таких уровнях показателей работать в принципе не способна, однако предприятие в данных условиях долгие годы нормально функционирует и развивается. Бывает обратная ситуация, когда субъект хозяйствования имеет нормальные показатели деятельности, но при этом через короткий промежуток времени ликвидируется.

Таким образом, в условиях Украины целесообразно при проведении диагностики вероятности банкротства предприятий анализировать вместе с экономическими и финансовыми показателями ещё ряд вспомогательных факторов, то есть важно учитывать наряду с количественными показателями и качественную информацию, рассматривать не только финансовые показатели, но и индикаторы, характеризующие уровень менеджмента на предприятии.

Кроме того, принятие управленческих решений на микроэкономическом уровне должно основываться на результатах моделирования развития сложных систем с использованием методов программно-целевого, когнитивного, системного подходов, методов моделирования развития ситуаций и принятия решений, а также когнитивных информационных технологий. Сегодня системный анализ является достаточно эффективным в процессе исследования социально-экономических систем.

Многогранность и взаимосвязанность проблемных ситуаций на предприятиях обуславливает необходимость построения сложных, многоуровневых моделей, создание которых является достаточно трудоёмким процессом. Эффективным методом преодоления данных трудностей есть использование когнитивных моделей.

Итак, предпосылкой применения когнитивного подхода в управлении предприятиями является сложность анализа процессов и принятия управленческих решений. При реализации управления необходима методология, которая учитывает изменчивость внешней среды, позволяет прогнозировать наступление проблемной ситуации, принимать меры по снижению степени риска и неопределённости. В основе технологий когнитивного анализа и моделирования лежат методы когнитивной (познавательной-целевой) структуризации знаний об объекте.

Анализ механизма функционирования сложных социально-экономических систем, разработку стратегий их устойчивого развития и оценку последствий управленческих решений целесообразно осуществлять, используя методы, модели и механизмы экономической диагностики, такие как когнитивные технологии – современные технологии системного анализа, позволяющие структурировать знания экспертов, формализовать процессы качественного и количественного моделирования поведения таких сложных систем, как социально-экономические. Технология когнитивного моделирования является современной информационной технологией системного анализа, включающая методы экспертной оценки, методы теоретико-множественного и статистического описания объекта, методы теории графов, теории принятия решений, теории устойчивости и методы сценарного моделирования на когнитивных картах.

Следует обратить внимание на то, что большинство социально-экономических систем является слабоструктурированными. К данному типу относятся системы, параметры и законы поведения которых описываются преимущественно на качественном уровне, а изменения параметров системы могут приводить к трудно предсказуемым изменениям ее структуры. Поэтому моделирование таких систем и управления ими с использованием традиционных подходов, основанных на аналитическом описании или статистическом наблюдении зависимостей между входными или выходными параметрами, затруднено, а часто – невозможно. Поэтому приходится обращаться к субъективным моделям, основанных на информации, полученной от экспертов и обработанной с привлечением мышления, интуиции и эвристики.

Заметим, что экономические системы характеризуются большим количеством элементов, взаимосвязей между ними и внешней средой, наличием разного рода неопределенностей, в том числе отсутствием полной информации о механизме их функционирования, неточностью количественных и качественных оценок, неравномерностью развития. Поэтому проблемы прогнозирования развития сложных систем и управления ими принято относить к слабоструктурированным. В то же время потребность в исследовании процессов в сложных системах требует формирования чёткой научно-исследовательской методологии. Необходимость в разработке целостной методологической системы возникает также в связи с интеграционными процессами в науке и стремлением к освещению междисциплинарных проблем, что особенно актуально в последние годы. Сегодня появился ряд теоретических и практических исследований, основанных на когнитивном подходе.

Когнитивный подход к объектам исследования и когнитивные технологии считаются перспективными при разработке управленческих решений в сфере обеспечения экономической безопасности сложной системы. Когнитивный анализ и моделирование являются принципиально новыми элементами в структуре систем поддержки принятия решений. Сегодня имеется достаточное количество разработанных проектов в различных сферах практической деятельности, основанных на когнитивных технологиях. Применение когнитивных технологий в экономической сфере позволяет в сжатые сроки разработать и обосновать стратегию экономического развития предприятия с учетом изменений во внешней среде. Использование технологии когнитивного моделирования позволяет осуществлять опережающее управление, не доводить потенциально опасные ситуации до угрожающих и конфликтных, а в случае их возникновения – принимать рациональные решения.

Для моделирования слабоструктурированных экономических систем целесообразно применять когнитивный подход, ориентированный на то, чтобы активизировать интеллектуальные процессы человека, принимающего решения, и помочь ему зафиксировать свое представление о проблемной ситуации в виде формальной модели. В качестве такой модели выступает когнитивная карта ситуации. Предпосылками применения когнитивного подхода к анализу сложных экономических систем являются многоаспектность процессов, их взаимосвязь, что обуславливает невозможность детального исследования некоторых явлений, поэтому все процессы должны рассматриваться в совокупности; отсутствие достаточной количественной информации о динамике процессов, что заставляет переходить к качественному анализу; изменчивость характера процессов во времени.

При исследовании слабоструктурированных систем затруднено использование традиционного эконометрического подхода к анализу процессов для разработки комплексных управленческих решений. Разумной альтернативой традиционному подходу в такой ситуации может быть когнитивное моделирование как совокупность методов получения, анализа субъективных представлений эксперта о процессах функционирования слабоструктурированных ситуаций и методов разработки стратегии управления такими ситуациями.

Технология когнитивного анализа экономических систем позволяет непосредственно включать модели и методы теории познания в процесс разработки и принятия решений по управлению системой, что дает новые возможности для изучения процессов в данной системе при наличии неопределенности и риска, присущих условиям ее функционирования. Использование технологии когнитивного моделирования в процессе исследования экономических систем требует выполнения следующих условий:

- обеспечение сбора данных, необходимых и достаточных для формирования структуры когнитивной модели, с привлечением экспертов;
- выделение ключевых понятий (параметров), количественно и качественно характеризующих объект исследования в предметной области;
- определение отношений и связей между выделенными ключевыми понятиями, а также векторами параметров, характеризующих данный объект исследования;
- обеспечение построения структуры когнитивной модели на основе использования одной из формальных (неформальных) моделей наведения данных и знаний;
- проведение анализа связей и корреляционных зависимостей между выделенными понятиями (параметрами);
- множества параметров не должны быть противоречивыми, а полученная структура когнитивной модели должна соответствовать целям, требованиям и ограничениям, которые выработаны относительно объекта исследования;
- осуществление практического использования когнитивной модели, наполнение полученной структуры значениями параметров;
- накопление информации о состоянии объекта исследования как целостной системы и ее элементов, анализ адекватности и взаимовлияния параметров, характеризующих динамику функционирования объекта;
- проведение обработки апостериорных статистических данных моделирования и формирования заключения об эффективности функционирования объекта исследования в целом и его элементов в частности;
- формулирование объективных выводов на основе полученных данных с точки зрения различных предметных областей;
- определение задач по совершенствованию структуры когнитивной модели с учетом результатов предметной интерпретации и динамики исследуемой ситуации.

В процессе формирования структуры когнитивной модели необходимо выделить множество свойств, которые характеризуют объект исследования с точки зрения определенного аспекта, каждый вид свойств представить набором элементарных свойств, а каждое элементарное свойство объекта исследования необходимо представить в виде вектора параметров. После этого определяются элементарные параметры, входящие в основу каждого вектора параметров.

достаточном объеме для стандартных методов, при построении которой используются экспертные оценки, представляет собой группу целевых факторов, отражающих и объясняющих развитие процессов в исследуемой области и их влияние на различные элементы когнитивной карты.

Анализ различных математических моделей показывает, что для их моделирования достаточно удобно использовать аппарат ориентированных графов (орграфов), что позволяет формализовать знания эксперта. Ориентированным графом $G = \{X, U\}$ называется упорядоченная пара (X, U) , где X – пустое множество объектов – вершин (концептов) графа, при этом в качестве вершин графа выбираются наиболее существенные факторы; U – множество упорядоченных пар элементов из X , $U = \{x, y\} \subseteq X \times X$, называемых дугами орграфа, то есть от вершины X_i к вершине X_j проводится дуга, если изменение X_i осуществляет непосредственное существенное влияние на X_j . Одним из наиболее важных моментов процесса моделирования является выявление связей между объектами, их направленности и влияния. Именно наглядность и простота орграфов делает их привлекательными для подобного моделирования многокомпонентных систем. Кроме того, этот аппарат позволяет работать с данными как качественного, так и количественного типа.

Использование когнитивного анализа при диагностике вероятности банкротства объясняется необходимостью учёта большого числа взаимосвязанных факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия, и отсутствием полной информации об этих факторах или связи между ними. Когнитивное моделирование позволяет в короткие сроки в частности на качественном уровне оценить проблемную ситуацию и провести анализ взаимовлияния действующих факторов, определяющих возможные сценарии развития данной ситуации, выявить тенденции ее развития, определить возможные механизмы взаимодействия экономических субъектов в хозяйственной системе для достижения ее целенаправленного развития, разработать и обосновать направления управления проблемной ситуацией, определить возможные варианты влияния на ситуацию с учётом последствий принятия управленческих решений. Когнитивное моделирование осуществляется поэтапно. На начальных этапах необходимо согласовать перечень концептов, отношения причинности между ними и значение отношений причинности. Для построения когнитивной модели объекта могут быть использованы экспертные методы, методы статистического анализа, положения экономической теории. После разработки когнитивной модели наступает этап анализа модели, который включает исследование ее структуры и сценарный анализ. Исследование структуры состоит из определения маршрутов, путей и циклов графовой модели, что позволяет анализировать различные причинно-следственные связи. Добавим, что слабоструктурированность экономической системы вызывает сложность анализа причинно-следственных цепочек.

Преимуществом когнитивной модели является тот факт, что с помощью орграфов можно объединить в единое целое различные показатели, причем индикаторы могут оцениваться как количественно, так и качественно. С помощью когнитивной модели можно проследить тенденцию развития системы в том или ином направлении и выбрать лучший вариант. Стоит отметить также, что аппарат орграфов особенно полезен для анализа взаимодействия трудно формализованных факторов.

Развитием классических когнитивных моделей являются нечёткие когнитивные модели, в которых учитывается то, что взаимовлияния между факторами, вызванные наличием причинно-следственных связей, могут иметь различную интенсивность, при этом интенсивность любого влияния может меняться со временем. Таким образом, вводится понятие нечёткой когнитивной карты, которая допускает представление в виде взвешенного ориентированного графа. Вершины графа соответствуют факторам, а дуги – причинно-следственным связям между ними, при этом каждая дуга имеет вес, характеризующий интенсивность соответствующего воздействия. В процессе построения экспертами нечёткой когнитивной модели применяются методы аналитической обработки, ориентированные на исследование структуры системы и получение прогнозов ее развития при наличии различных воздействий с целью синтеза эффективных стратегий управления. Применение нечётких когнитивных моделей позволяет решить ряд трудно формализованных задач, возникающих на различных этапах процесса подготовки и принятия управленческих решений, которые решаются, в основном, на качественном уровне с применением интуиции и нечётких суждений.

Когнитивный подход к построению моделей в процессе управления предприятиями используется в условиях недостатка статистической информации или невозможности представления характеристик проблемной ситуации с помощью метрических шкал, что снижает эффективность или делает невозможным применение статистических методов анализа деятельности субъектов хозяйствования. В то же время построение нечёткой когнитивной модели и в случае возможности применения статистического оценивания деятельности предприятий позволяет наглядно отобразить все элементы проблемной ситуации и связи между ними, что, безусловно, будет способствовать лучшему пониманию внутренних и внешних процессов на предприятии. Кроме того, когнитивное моделирование дает возможность решать задачи концептуального характера, принимать такие управленческие решения, которые в

будущем обеспечат конкурентные преимущества субъекту предпринимательской деятельности.

С целью получения информации нефинансового характера в процессе когнитивной диагностики вероятности банкротства предприятий целесообразно использовать метод экспертного опроса, который является одним из этапов экспертной оценки. Целью проведения экспертного опроса является получение экспертных знаний и кодирование их в соответствующую форму, интерпретируемую с помощью разработанного математического аппарата. Считается, что мнение группы экспертов надежнее, чем мнение отдельного индивидуума, что обусловило популярность групповых методов опроса. Основное преимущество этих методов заключается в возможности разностороннего анализа количественных и качественных аспектов проблемы, а недостатком является то, что мнения даже специалистов в одной узкой области могут существенно отличаться. С помощью опроса можно получить данные, которые не всегда отражены в документальных источниках или доступны прямому наблюдению. Вербальная информация, полученная благодаря этому методу, значительно богаче, чем невербальная, легче поддается количественной обработке и анализу, что позволяет широко использовать для этого вычислительную технику.

Стоит отметить, что преимуществом нечёткой когнитивной модели является тот факт, что с помощью орграфов можно объединить в единое целое различные показатели, причем показатели могут оцениваться как качественно, так и количественно. Аппарат орграфов особенно полезен для анализа трудно формализованных факторов. Характерной особенностью нечётких когнитивных моделей является их наглядность, кроме того, нечёткие когнитивные модели содержат небольшое количество базовых факторов и связей между ними, отражающих основные законы и закономерности развития ситуации. Нечёткие когнитивные модели, включающие большое количество факторов, теряют наглядность и в результате резко падает производительность их анализа. В широком смысле нечёткая когнитивная модель представляет собой модель проблемы, которая отражает основные ее факторы.

Таким образом, для моделирования трудно формализованных процессов, их прогнозирования и поддержки принятия решений целесообразно использовать нечёткие когнитивные модели. Неоспоримым их преимуществом по сравнению с другими методами является возможность формализации количественно неизмеримых факторов, использование неполной, нечёткой и даже противоречивой информации. Аппарат нечётких когнитивных моделей, основанный на сочетании когнитивного моделирования и теории нечётких множеств, позволяет адекватно анализировать системы и процессы с учётом неопределённости, неточности и неполноты исходных данных. Применение теории нечётких множеств при диагностике вероятности банкротства предприятий позволяет учитывать неопределённости не только статистической, но и лингвистической природы, сделать языком математики научные выводы на основе полученных нечётких описаний.

Liudmila Kozak

Candidate of Economic Sciences, Professor, Dean of the Faculty of Economics, Management and Law (EML). National Transport University

Elena Bakulich

Candidate of Technical Sciences, Professor, Deputy Dean of the Faculty of EML. National Transport University

Valentina Ziuzina

Associate Professor of the Department of Economics. National Transport University

Olesia Fedoruk

Assistant to the Department of Economics. National Transport University

THEORETICAL FOUNDATIONS AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO COGNITIVE DIAGNOSTICS OF PROBABILITY OF SEMISTRUCTURED ECONOMIC SYSTEMS' BANKRUPTCY ON THE BASIS OF USE OF FUZZY COGNITIVE MODEL

In order to diagnose the probability of enterprise's bankruptcy, mainly financial indicators are used nowadays. However, this information is not always unbiased and sufficient for effective diagnostics. In the process of managerial decision making there often appears a requirement in obtaining non-financial information, importance of which is increasing in competitive

environment. Beside profit making and capitalization increasing today it is important, in particular, to conquest the market and to obtain competitive advantages. Therefore, along with financial indicators, non-financial indicators of probability of enterprise's bankruptcy shall be considered in diagnostics.

Financial indicators taking source in the accounting system show only the results of previous financial activity of an enterprise and can not be used for appraisal of its future financial opportunities. Making focus on the financial indicators often results into the fact that business processes, development processes and staff training area of an enterprise are not being studied. There emerged a necessity of development of more complete and effective methods to diagnose the probability of enterprise's bankruptcy.

Due to the need for comprehensive study of enterprise's activities, it would be substantiate to consider the diagnostics of probability of the enterprise's bankruptcy as cognitive diagnostics. Cognitive diagnostic of probability of bankruptcy is aimed to obtaining knowledge of processes of business entity's activities base on a study of quantitative and qualitative indicators with a purpose to assess both current and future state of an enterprise base on accounting and reporting data as well as expert appraisal. The system of cognitive diagnostics of probability of enterprise's bankruptcy is based on the cognitive structuring of knowledge about the object; it is used in case of incomplete statistical information, and widely applies to expert polls.

Given the above, it is proposed to use cognitive diagnostics of probability of enterprise's bankruptcy in two ways, namely:

- Quantitative diagnostics (Q-diagnostics) of the probability of bankruptcy basing on an appraisal of financial indicators;
- Qualitative diagnosis (V-diagnostics) of the probability of bankruptcy basing on the study of non-financial verbal indicators.

Today it is important to work out the issue of financial and non-financial indicators' combination in the bankruptcy diagnostics of enterprises, taking into account cause-and-effect relations between performance indicators and key factors. Indicators that measure the goals achieved, and indicators showing processes required to achieve these goals shall be consistent, because in order to achieve the goals, for example, increase net income from product sales, it is necessary to implement the indicators describing ways to reach these goals, i.e. to achieve greater loyalty from the existing customers and to increase their number.

For countries with transitional economy there is a common situation where business records show that a company with such level of performance cannot perform its activities at all, though the enterprise has been effectively functioned and developed for years. Sometimes it is the opposite situation, when a business entity has standard performance indicators, but after a short period of time it is eliminated.

Thus, in Ukraine it is substantiated to perform diagnostic analysis of the probability of enterprise bankruptcy in combination with economic and financial indicators with a number of subsidiary factors, e.g. along with the quantitative indicators and qualitative information it is important to consider financial indicators and indicators describing the level of management in the enterprise as well.

Moreover, the process of managerial decisions making at micro level shall be based on the results of modeling of complex systems using the methods of program-oriented, cognitive, systemic approaches, methods of situations modeling and decision-making, as well as cognitive information technologies. Today, the system analysis is quite effective in the study of social and economic systems.

Complexity and interrelatedness of problem situations in enterprises necessitates the development of complex, multi-level models, development of which is quite time-consuming process. The effective method of overcoming these difficulties is using cognitive models.

Thus, the pre-condition to apply the cognitive approach in enterprise management is the complexity of analysis of processes and managerial decisions' making. In management performance it is required to use the methodology considering the variability of the environment and enabling forecasts of problem situation's occurrence, taking measures to reduce the level of risk and uncertainty. In cognitive analysis and modeling technologies' basis there are methods of cognitive (cognitive task) structuring of knowledge about the subject.

The analysis of the complex social and economic systems' functioning, development of strategies for their sustainable improvement and assessment of the impact of managerial decisions it is reasonable to perform using methods, models and mechanisms of economic diagnostics such as cognitive technology, which involves modern technologies of system analysis enabling experts' knowledge structuring, formalizing the processes of qualitative and quantitative modeling of complex systems' (e.g. social and economic system) behavior. Cognitive modeling's technology is a modern informational technology

of system analysis including methods of expert assessment, methods of set-theoretic and statistical description of the object, methods of graph theory, decision making theory, stability theory and methods of scenario modeling on cognitive charts.

It should be noted that most of the social and economic systems are semistructured. This system type includes systems, which parameters and laws of behavior are described mainly on a qualitative level, and changes of system parameters may result into unpredictable changes in its structure. Thus, modeling of such systems and their management using traditional approaches based on analytical description or statistical surveying of dependencies between the input and output parameters is complicated and often impossible. Therefore it is necessary to access the subjective models based on information obtained from experts and processed base on thinking, intuition and heuristics.

It shall be noted that the economic system are featured with a large number of elements, relations between them and the external environment, presence of various uncertainties including the deficit of complete information on the mechanism of their functioning, inaccuracy of quantitative and qualitative appraisals, uneven development. Therefore, considering the problem of forecasting of complex systems' development and their management these systems are usually defined as semistructured. Simultaneously the need to study processes in complex systems requires clear scientific and research methodology. Integration processes in science and up-to date tendency of interdisciplinary approach determine necessity of integral methodological system's development. In recent years there appeared a number of theoretical and practical studies based on the cognitive approach.

Both cognitive approach to subjects of study and cognitive technologies are promising for the development of managerial decisions development in the area of ensuring the economic security of a complex system. Cognitive analysis and modeling are essentially new elements in the structure of systems supporting decision making. Today there is sufficient number of projects developed in different operating areas based on cognitive technologies. Using cognitive technologies in the economic area enables prompt development and justifying of economic development strategy for a company considering changes of the external environment. Using cognitive modeling technology allows feed-forward control, preventing potentially dangerous situations' transformation into threatening and conflict, and when they occur, to make substantiated decisions.

For semistructured economic systems modeling it is appropriate to apply to the cognitive approach aimed to enhance the intellectual processes of a person, who makes decisions, and support him/her in fixing his/her vision of the problem situation in a formal model. Cognitive chart of situation is such a formal model. Multifaceted process, their interrelationship disabling detailed study of certain issues and requiring their analysis in the aggregate, lack of sufficient quantitative information about the dynamics of processes resulting in switching to qualitative analysis, and variability of the processes' nature in the course of time are the preconditions for cognitive approach application to complex economic systems.

In the study of semistructured systems it is complicated to apply traditional econometric approach to analysis of processes supporting development of integrated management solutions. Reasonable alternative to the traditional approach in this situation may be cognitive modeling as a set of methods for obtaining, analyzing subjective expert judgments of the processes of semistructured situations' functioning and methods of management strategies for such situations.

Technology of cognitive analysis of economic systems enables direct including of cognitive theory models and methods into the process of development and decision making on system's management; it provides new opportunities for studying the processes in the given system in case of uncertainty and risk inhering in the system's functioning. Using the technology of cognitive modeling in the study of economic systems requires the following conditions:

- Ensure the collection of data necessary and sufficient for development of the structure of cognitive model, with experts involved;
- Selection of key concepts (parameters), both quantitatively and qualitatively specifying the subject of a study in the subject area;
- Definition of relations and connections between the defined key concepts, as well as vectors of parameters specifying the subject of a study;
- Ensuring the development of the structure of the cognitive model based on one of the formal (informal) data and knowledge specifying models;
- Analysis of relations and correlation dependencies between the selected concepts (parameters);
- Sets of parameters should not be contradictory, and the resulting structure of the cognitive model shall meet the purposes, requirements and restrictions developed with respect to the subject of a study;
- Implementation of the practical use of the cognitive model, filling the resulting structure with the parameter values;

- Accumulation of information about the subject of research as an integrated system and its elements, the analysis of the adequacy and interaction parameters describing dynamics of the subject's functioning;
- Processing of aposterior statistical data of modeling and developing conclusions about the effectiveness of the subject of a study generally and particularly;
- Formulation of objective conclusions based on data obtained from various subject areas' perspective;
- Definition of tasks on cognitive model's structure improvement considering the results of subject interpretation and study of dynamics of researched situation.

In the process of the cognitive model's structuring it is necessary to identify a set of properties specifying the subject of a study from the prospect of particular aspect; represent each feature type as a set of elementary features and each elementary feature of the subject of a study to be defined as a vector of parameters. Thereafter elementary parameters constituent the basis of each vector of parameters are defined. Considering semistructured, multidimensional and interrelated nature, deficit of sufficient quantitative information on a process dynamics typical for managerial decisions making in enterprises, the most appropriate method of a study and decision making would be the method of cognitive charts and methods of cognitive modeling. Cognitive structuring of information is a useful tool for semistructured problems studying, providing their better understanding, and supporting in identification of contradictions and qualitative analysis of economic systems. The main advantage of the cognitive approach is the possibility of cognitive modeling methods improvement with other methods on any stage of a study of the social and economic systems.

Cognitive model of information analysis enables studying the interrelations of quantitative (measurable) and qualitative (immeasurable) factors that influence the stable development of enterprise. This analysis is based on the graphic and the set-theoretic description of economic systems by means of cognitive structuring of the subject and its external environment, when the subject and the external environment are not clearly differentiated.

The source concept of the cognitive modeling of complex situations is the concept of cognitive chart of the situation. Cognitive chart of the situation is a weighted directed graph; nodes of the graph stand for the basic factors of the situation, in the terms of which the situation processes are described; the graph includes definition of direct relations between the factors through the review of cause-and-effects chains describing the influence spread of one factor upon the other factors.

Cognitive chart represents only the fact of the influence of factors upon each other. It does not provide neither detailed description of its nature, nor the influence dynamics depending on the situation changing, or the temporal changes of the factors. In order to consider all the circumstances above, it is required to apply the lower detail level of structuring of the information presented in the cognitive chart, i.e. the cognitive model. On this level each relation between the cognitive chart factors is described in respective formula, which may include both quantitative and qualitative variables. Hereat the quantitative variables are presented as numeric values. Each qualitative variable is assigned to a set of linguistic variables reflecting various states of the qualitative variable, and each linguistic variable corresponds to a specific numerical equivalent in the scale [0,1]. Accumulation of knowledge about the processes occurring in the given situation enables further detailed studying of the nature of relationships between factors. Technically, cognitive model of the situation may be, as well as a cognitive chart, represented by a graph, but each arc in this graph represents particular functional relationship between the basic factors, i.e. the cognitive model of the situation is described with a functional graph.

The following sequence is used to develop a cognitive model of the problem situation:

- Selection of the factors defying the problem situation: definition of the basic factors describing the nature of a problem; identification of factors influencing the target factors and definition of factors-indicators describing the process development in a problem situation;
- By blocks grouping of factors: selection of integral indicators in the block, changing of which enables conclusion making on general trends in this area; identification of factors within the block providing detailed description of trends and processes in this area;
- Determination of relationships between the factors: identification of links between blocks of factors, definition of the direct links within a block of factors;
- Checking of the adequacy of the model, i.e. comparing obtained results with the system characteristics defined in the past with similar initial conditions.

Thus, the main stages of development of a cognitive model for problem situations are the following: identifying the most essential factors that provide sufficient description of a problem situation, definition of cause-and-effect relations between

identified factors; base on expert conclusion of development of weight matrix for relations' definition; direct development of studied situation's cognitive model as a relations' weighted directed graph.

The basis of cognitive analysis and cognitive modeling is a cognitive structuring of knowledge about the subject and its external environment, where the subject and the external environment are not clearly differentiated. The purpose of this structuring is to identify the most significant (baseline) factors and to define qualitative (cause-and-effect) relations between them. Interrelations between the factors is presented as cognitive chart (model), which is a sign (weighted) directed graph. Thus, the cognitive chart is a tool of structuring and supporting of managerial decision making in case of the absence of sufficient statistical information requiring expert appraisal to use standard methods, and it is a group of directed factors showing and explaining the development of processes in the studied area and their influence on the various elements of the cognitive chart.

Analysis of different mathematical models proves that in order to develop a model, it is reasonable to use the apparatus of directed graphs (digraph) to utilize the expert knowledge. Directed graph $G = \{X, U\}$ is an ordered pair (X, U) , where X is - an empty set of objects - nodes (concepts) of the graph with the most essential factors assigned as the graph's nodes; U is a set of ordered pairs of elements of X , $U = \{x, y\} \subseteq X \times X$ called the arcs of the digraph, i.e. an arch is lined from the node X_i to the node X_j , if changing of X_i directly influences X_j . One of the most important aspects of the modeling process is to identify relations between subjects, their direction and influence. Digraphs' visuality and simplicity make it appropriate to use this type of modeling for multicomponent systems. Moreover, this apparatus enables manipulating both qualitative and quantitative types of data.

Using cognitive analysis for diagnostics of a probability of bankruptcy is substantiated due to the large number of interrelated factors affecting the financial state of an enterprise to be considered, as well as the insufficiency of complete information about these factors, or relations between them. Cognitive modeling enables detailed high-quality prompt evaluation of a problem situation; analysis of the mutual influence of operating factors that determine possible scenarios of development of a given situation; identification of trends of its development; definition of possible methods of business entities' cooperation in the economic system for its directed improvement; developing and proving of problem situation's management direction; select available ways of influence upon the situation considering the results of managerial decision making. Cognitive modeling is performed on a stage basis. Initial stages require approval of a concepts' list, causality relation between them and causality relation's values. In order to develop a cognitive model of a subject, expert methods, statistical analysis methods, provisions of economic theory can be used. Upon development of a cognitive model there is a model analysis stage involving its structure research and scenario analysis. Research of a structure consists of definition of routs, ways and cycles of a graph model enabling analysis of cause-and-effect relations. It shall be mentioned that semistructured nature of the economic systems results into the complexity of cause and effect chains' analysis.

The advantage of the cognitive model is the fact that using graphs enables combining various indicators into a whole, and the indicators can be both quantitative and qualitative. It is possible to analyze the system improvement trends in any direction and to select the most efficient method. It shall be also noticed that digraphs' apparatus is the most effective for hardly formalizing factors.

Classic cognitive models are developed into fuzzy cognitive models considering the fact that interinfluences between the factors resulted from the cause-and-effect relations may be of different intensity, while the intensity of any influence may change in the course of time. Thus, the concept of fuzzy cognitive chart is put in, which can be represented as a weighted directed graph. The nodes of the graph correspond to the factors, and the arcs are the cause and effect relations between them, while the weight of each arc corresponds with the intensity of respective influence. In order to develop a fuzzy cognitive model experts use methods of analytical processing directed to the system's structure studying and obtaining forecasts of its development considering various influences with the purpose of effective management strategies' synthesis. Using fuzzy cognitive models enables resolving of a range of hardly formalizing tasks emerging on various stages of managerial decision preparing and making process currently solved on a qualitative level using intuition and vague judgments.

Cognitive approach to the modeling in process of enterprise management is used, when there is deficit of statistical information, or it is impossible to describe problem situation features using metric scales, which reduces the effectiveness of, or disables the application of statistical analysis methods for the activities of business entities. At the same time the fuzzy cognitive modeling even in case of availability of statistical estimation of enterprise activities enables visualization of all the elements of a problem situation and relations between them, which certainly provides better understanding of the internal and

external processes in the enterprise. In addition, cognitive modeling makes it possible to solve problems of a conceptual nature, to make managerial decisions that will provide the business entity with competitive advantages in future.

In order to obtain non-financial information in the process of cognitive diagnostics of the probability of enterprise bankruptcy, it is sustained to use the expert poll method, which is one of the expert appraisal's stages. The purpose of the expert poll is to obtain the expertise and encode it into the proper shape interpreted using the developed mathematical apparatus. It is believed that the opinion of the expert group is more reliable than the opinion of an individual, which explains the popularity of group interviewing techniques. The main advantage of these methods is the possibility of comprehensive analysis of quantitative and qualitative aspects of the problem, and the disadvantage is that even opinions of experts of similar area may differ. Data obtained within the poll is not always available in written form or opened for the direct observing. Verbal information obtained through this method is much richer than the non-verbal one; it is more sufficient for the quantify processing and analysis enabling using of computer technologies for these purposes.

It should be noted that the advantage of the cognitive model is the fact that using graphs enables combining various indicators into a whole, and the indicators can be both quantitative and qualitative. Digraphs' apparatus is the most effective for hardly formalizing factors. Specific feature of fuzzy cognitive models is their visibility; in addition, fuzzy cognitive models contain a small number of basic factors and the relations between them showing main rules and laws of the situation development. Fuzzy cognitive models including a large number of factors lose their visibility that result into decreasing of the efficiency of this analysis. In a broad sense, fuzzy cognitive model is a problem model describing its main factors.

Thus, for hardly formulating processes, their forecasting and support of decision making it is advisable to use fuzzy cognitive model. Its undeniable advantage over other methods is the formalization of quantitatively immeasurable factors, ability to operate with incomplete, unclear and even contradictory information. The apparatus of fuzzy cognitive model that is based on a combination of cognitive modeling and fuzzy set theory can adequately analyze the systems and processes, taking into account uncertainties, inaccuracies and incompleteness of the source data. Application of the theory of fuzzy sets in the diagnostics of the probability of bankruptcy enables involvement the statistical uncertainty, as well as ones of linguistic nature, to make scientific conclusion in the language of mathematics base on obtained unclear descriptions.

ელეუკა კონჯარია

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი

ბუღალტრული ბალანსის სტრუქტურული შესწავლა

საზოგადოების განვითარების აუცილებლობამ, მატერიალური დოვლათის წარმოების მართვის საჭიროებამ, სამეურნეო აღრიცხვის წარმოშობა განაპირობა. ქვეყნის ეროვნული მეურნეობა ცალკეული შემადგენელი რგოლების, საწარმოებისა და ორგანიზაციებისაგან შედგება. სამეურნეო საქმიანობის ასახვისათვის აღრიცხვაში გამოიყენება 3 სახის საზომი ერთეული -ნატურალური, შრომითი და ფულადი, რომელიც განმაზოგადებელი, საყოველთაო საზომია.

სამეურნეო აღრიცხვის 3 სახე არსებობს: ოპერატიულ-ტექნიკური, სტატისტიკური და ბუღალტრული აღრიცხვა. ისინი ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან მაჩვენებელთა წრით, აღრიცხვის სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით და შეისწავლიან ეროვნული მეურნეობის გამოყენების ამა თუ იმ მხარეს. თითოეული სახის აღრიცხვას აქვს თავისი კონკრეტული ამოცანა, თუმცა ისინი ერთმანეთს ავსებენ და გამოიყენებიან, როგორც მიკრო, ასევე მაკრო დონეზე.

რაც შეეხება ბუღალტრულ აღრიცხვას, იგი წარმოადგენს საწარმოს საქმიანობისა და მისი ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაციის შეგროვების, განზოგადებისა და წარდგენის საშუალებას. ბუღალტრული აღრიცხვა სამეურნეო საქმიანობაში მომხდარ ცვლილებებს, მათ შედეგებს შეისწავლის და ასახავს ურთიერთკავშირში.

ბუღალტრული აღრიცხვის საგნის დაკონკრეტების მიზნით უნდა შევისწავლოთ რა სახის რესურსებს (საშუალებებს) ანუ აქტივებს განაგებს საწარმო და საიდან, რა წყაროებიდან იღებს იგი მას, რა პროცესები და

სამეურნეო ოპერაციები ხორციელდება საწარმოში.

ბალანსირება ნიშნავს თანასწორობას. ბუღალტრულ აღრიცხვაში ბალანსირების პრინციპი შემდეგნაირად გამოიხატება: **აქტივები=კაპიტალს.**

აქტივები–სამეურნეო სუბიექტის ეკონომიკურ რესურსებს წარმოადგენენ, რომლებიც მისი საკუთრებაა, ან მის მიერ კონტროლირებადია, გააჩნია ღირებულება და სამეურნეო საქმიანობის განსახორციელებლად გამოიყენება. აქტივებს მიეკუთვნება: მიწა, შენობა-ნაგებობები, მანქანა-დანადგარები, პატენტები, ლიცენზიები, ფასიანი ქაღალდები, მასალები, მზა პროდუქცია, საქონელი, ფულადი საშუალებები, მოთხოვნები (მისაღები ანგარიშები) და ა.შ.

კაპიტალი–საკუთარი და მოზიდული კაპიტალისაგან შედგება (ვალდებულებებისაგან). ისინი, მართალია საერთოდ საწარმოს კაპიტალის შემადგენელი ნაწილებია, მაგრამ შინაარსით ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან. ბალანსირების პრინციპი უმჯობესია შემდეგნაირად გამოვსახოთ: **აქტივები=ვალდებულებები+მფლობელთა კაპიტალი.** აღნიშნულ ტოლობას–საბალანსო ტოლობასაც უწოდებენ (ბალანსის ფორმულას). ბალანსი აღრიცხვის მეთოდის ერთ-ერთი ელემენტია, რომელიც ფულადი საზომით ასახავს საწარმოს აქტივებს, ვალდებულებებსა და კაპიტალს, ანუ ბალანსი ასახავს საწარმოს ფინანსურ პოზიციებს დროის განსაზღვრული მომენტისათვის გამო-ხატულს ფულადი ფორმით (ეროვნულ ვალუტაში).

ბუღალტრული ბალანსი მზადდება საანგარიშო პერიოდის ბოლოსათვის. საანგარიშებო პერიოდად სრული წელი (12 თვე) იგულისხმება.

ბუღალტრულ ბალანსს ორი მხარე აქვს: ერთ მხარეში აისახება აქტივები, ხოლო მეორეში–ვალდებულებები და კაპიტალი. აქტივების, ვალდებულებებისა და კაპიტალის თითოეულ დასახელებას ბალანსის მუხლი ეწოდება.

აქტივები ჯგუფდება გრძელვადიან და მოკლევადიან (მიმდინარე) აქტივებად. გრძელვადიანი აქტივები ბალანსში მატერიალური, არამატერიალური და ფინანსური აქტივების სახითაა წარმოდგენილი. ესენია ძირითადი საშუალებები, რომლებიც ზოგადი სახელწოდებით ან გამსხვილებული ჯგუფების, მიწა, შენობა-ნაგებობები, მანქანა-დანადგარები, სატრანსპორტო საშუალებები და ა.შ მიხედვით აისახება. არამატერიალური აქტივების ჯგუფებია: ლიცენზიები, კონცესიები, პატენტები, გუდვილი და ა.შ.

მოკლევადიანი (მიმდინარე) აქტივები ბალანსში აისახება სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების, მოთხოვნების, ფულადი საშუალებების და მათი ექვივალენტების სახით.

აქტივების მსგავსად ვალდებულებებიც ბუღალტრულ ბალანსში გრძელვადიან და მოკლევადიან ვალდებულებებად ჯგუფდება. გრძელვადიან ვალდებულებებს გრძელვადიანი სესხები და სხვა კრედიტები მიეკუთვნება. მოკლევადიანი ვალდებულებებია: მოკლევადიანი სესხები, სავაჭრო და სხვა კრედიტორული დავალიანებები, საგადასახადო ვალდებულებები და ა.შ.

საკუთარი კაპიტალის ბალანსში ასახვა თავისებურებით ხასიათდება და იგი საწარმოს ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმაზეა დამოკიდებული. კაპიტალი ბუღალტრულ ბალანსში შეიძლება შემდეგი მუხლებით იყოს წარმოდგენილი: საწესდებო კაპიტალი ან სააქციო კაპიტალი, გაუნაწილებელი (რეინვესტირებული) მოგება, სარეზერვო კაპიტალი.

ბალანსი მუხლები ლიკვიდურობის პრინციპით ჯგუფება. ლიკ-ვიდურობა ფულად გადაქცევის სისწრაფეს, უნარს ნიშნავს. ბასს-ით ბალანსში მუხლები შეიძლება განთავსდეს ლიკვიდურობის ზრდადობის ან კლებადობის მიხედვით. ორივე მიდგომა დასაშვებია და არ იზღუდება.

სიტყვა „ბალანსი“ ლათინური წარმოშობისაა და „ორთეფშოვანს“ ნიშნავს. იგი თანატოლების მნიშვნელოვანი გამოყენებაა და ბალანსის მხარეების ჯამის ტოლობით გვევლინება. **ბალანსის თითოეული მხარის ჯამს, ბალანსის ტოლობა ან ერთმანეთის ტოლობიდან გამომდინარე უზრალოდ ბალანსი ეწოდება.**

ნებისმიერი ანგარიშგება და ბუღალტრული ბალანსი მოიცავს სათაურს, ძირითადი განაყოფებისა და ქვეგანყოფილების დასახელებებს. სათაურში მოცემული უნდა იყოს:

1. საწარმოს დასახელება და იურიდიულ-სამართლებრივი ფორმა;
2. ფინანსური ანგარიშგების დასახელება;
3. შედგენის თარიღი ან დროის პერიოდი, რომელსაც ანგარიშგება მიეკუთვნება.

ბალანსის სათაურში მოცემული უნდა იყოს, რომელი საწარმოს ფინანსურ მდგომარეობას ასახავს იგი და რომელი თარიღისათვის. მართალია ბალანსის თარიღის შედგენის შემდეგ მომხდარ ოპერაციების შედეგად აქტივები, ვალდებულებები და საკუთარი კაპიტალი შეიძლება შეიცვალოს, მაგრამ ბალანსის ტოლობა არ

დაირღვევა და აქტივები ისევ ტოლი იქნება ვალდებულებებს + საკუთარი კაპიტალი.

ფორმის მიხედვით ბალანსი შეიძლება მომზადდეს:

- ჰორიზონტალური (ორმხრივი) ფორმატით;
- ვერტიკალური (ცალმხრივი) ფორმატით;

ცხადია, ბალანსის ორივე ფორმატი გამოიყენება, მაგრამ სადღეისოდ, პრაქტიკულად, ვერტიკალური ფორმატია გავრცელებული.

ვერტიკალური ფორმატის დროს ბალანსში ჯერ ჩამოითვლება აქტივები, შემდეგ კი ვალდებულებები და კაპიტალი.

ბალანსის ძირითადი განაყოფების შემდეგ მოცემული ხაზგასმა არითმეტიკულ მოქმედებას, შეკრებას ნიშნავს, ხოლო მისი შედეგი ჯამის სახით ხაზის ქვემოთ ან გვერდით იქნება მოცემული. მაგ: „სულ მიმდინარე აქტივები“, „სულ ძირითადი საშუალებები“, „სულ ვალდებულებები“, „სულ საკუთარი კაპიტალი“. რაც შეეხება ბალანსის საერთო საბოლოო ჯამს, იგი ორი ხაზის გასმით გამოიყოფა: „სულ აქტივები“, „სულ ვალდებულებები და კაპიტალი“. ამგვარი დაყოფა ინფორმაციის მომხმარებელს ბალანსის მონაცემების წინა პერიოდის შესაბამის მონაცემებთან შედარების საშუალებას აძლევს.

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული ბალანსში კაპიტალის ასახვა კონკრეტულ საწარმოს ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმაზეა დამოკიდებული. მსოფლიო პრაქტიკაში ცნობილია საწარმოს 3 ძირითადი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა: კერძო საწარმო, ამხანაგობა და კორპორაცია.

კერძო საწარმო - ეს არის საწარმო, რომელიც ერთ პირს ეკუთვნის.

საწარმო რომელიც ორ ან რამდენიმე პირს ეკუთვნის-ამხანაგობად იწოდება. იურიდიული თვალსაზრისით ორივე განუყოფელია მათი მფლობელისაგან.

კორპორაცია-იურიდიული პირია. იგი წესდების საფუძველზე იქმნება და თავის აქციებს ავრცელებს (ყიდის) კერძო პირებზე, რომლებიც აქციონერებად იწოდებიან. კორპორაციის საკუთარი კაპიტალი ორი ნაწილისაგან შედგება: აქციონერთა თავდაპირველი შეტანილი სააქციო (საწესდებო) კაპიტალად იწოდება, ხოლო მოგება, რომელიც არ განაწილებულა აქციონერებს შორის, გაუნაწილენელი მოგება ან სარეზერვო კაპიტალია.

ბუღალტრულ ბალანსში, როგორც ვთქვით, აქტივები ორ ჯგუფად იყოფა: მოკლევადიან ან გრძელვადიან აქტივებად. გრძელვადიან აქტივებს ბრუნვისგარეშე აქტივებს უწოდებენ. მიმდინარე, ანუ მოკლევადიანი აქტივები კი, საბრუნავ აქტივებად იწოდებიან, საბრუნავი ეწოდება აქტივებს, რომლებიც ერთი წლის ან ერთი საოპერაციო ციკლის (თუ ერთ წელზე ხანგრძლივია) განმავლობაში მოიხმარება საწარმოს მიერ.

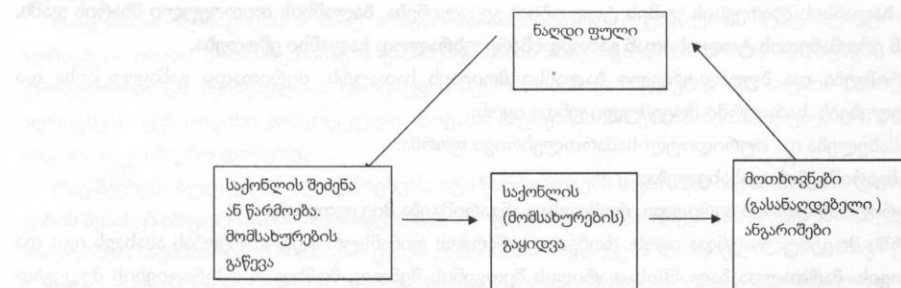
საოპერაციო ციკლი-დროის ის პერიოდია, რომელიც საჭიროა საწარმოსათვის, რათა ფული გარდაქმნას საქონლად, საქონელი გაყიდოს და ისევ მიიღოს ფული. საოპერაციო ციკლი გამოიხატება ფორმულით:

ფული —————> საქონელი —————> ფული

საქონლის გაყიდვა და შედეგად ფულის მიღება დროში შეიძლება ერთმანეთს არ დაემთხვეს ე.ი. საქონლის გაყიდვა შეიძლება მოხდეს ნაღდი ანგარიშწორებით, განვადებით, კრედიტით. აქედან გამომდინარე საოპერაციო ციკლი შეიძლება შემდეგი სახით წარმოგვიდგეს:

ნახ. 1.

საოპერაციო ციკლი



საწარმოს საქმიანობაში ყოველდღიურად მომხდარი მოვლენები, რომლებიც ოპერაციად იწოდება ბუღალტრულ აღრიცხვაში უნდა აისახოს. კერძოდ, მათი ასახვა საწარმოს ბუღალტრულ წიგნებში (რეგისტრში) ხდება. ბუღალტრულ წიგნებში ოპერაციის ასახვად საწყისი ინფორმაციის შეგროვებაა საჭირო. ჩვეულებრივ, ასეთი ინფორმაცია პირველადი დოკუმენტების საფუძველზე აისახება.

ცალკეული ოპერაცია ცალკე პირველადი დოკუმენტით გაფორმდება. ერთმანეთისაგან განსხვავებული ოპერაციების ასევე, განსხვავებული დოკუმენტებითაა გაფორმებული. მაგ: ნაღდი ფულადი საშუალებების მოძრაობა-საღაროს შემოსავლისა და გასავლის ორდერებით გაფორმება საბანკო ანგარიშზე ფულის მოძრაობა გადახდის მოთხოვნებით, ჩეკებით და ა.შ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ხარაბაძე.ე. ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები.თ.ბ. 2007
2. მესხია.ი. ჯალაღონია.დ. ბუღალტრული აღრიცხვა თ.ბ. 2006
3. კვატაშიძე ნ. ფინანსური აღრიცხვა, I-II ნაწილი თ.ბ.1999-2000
4. მესხია ი.,ვაშაკიძე ნ., მაღლაკელიძე დ., ტაბუკაძე გ., ბუღალტრული აღრიცხვა. თბ. 1999.
5. ძამაშია.რ. ფინანსური აღრიცხვა (ბასს-ის მიხედვით) თბ. 2000.
6. ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტების გამოყენება. თ.ბ. 2001.
7. საქართველოს კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების რეგულირების შესახებ“. თბ. 1999

Elguja konjaria

Doctor of Economics, associated professor. Kutaisi university

STRUCTURAL STUDY OF THE BALANCE SHEET

The need of economic calculation stems from the need of community development, the need of material wealth and production management. National economy consists of separated institutional Components, enterprises and organizations. There are used three types of units measurement to reflect calculation of economic activities- natural ,labor and monetary ,which is a generalized ,universal standard.

There are three types of economic calculation: operative –technical ,statistical, and accounting. They differ from each other on the bases indices conditions, using different calculation methods and learn the usage of the national economy different aspects. Each type of economic calculation tools has its own specific tasks, but they are supplement to each other and they are used on micro and macro levels as well.

When it comes to an accounting ,it is gathering information about company's activities and it's financial outcomes, than expertise of the information and is tool for generalization and submission. Accounting changes in economic activity, and reflects the results of explore of relationship.

In order to go further into details of accounting ,we should explore what kind recourses or assets to the enterprise manages; find the sources of recourses and clarify what processes and economical operations exist in the enterprise.

Balance means equality. In accounting principle of balancing is expressed as follows: Assets=Capital.

Assets –economic recourses of the entity ,which is owned or controlled by the entity, assets has value and is used for implementing economic activities. Assets include:land,buildings,machines,equipments,patents,licences,securities,materials,finished products, goods, monetary assets, requirement (accounts receivable),etc.

Capital- consists of its own and raised capital (obligations).Although they are components of an enterprise's capital, but the content differ from each other. Principals of balancing is better expressed as follows: assets=liabilities owners Equity. This equation is known as equality of balance as well (the balance of the formula).Balance is one of the elements of calculation method. It is the monetary measure of financial position reflects a certain moment of time is expressed in the form of money (national currency).

Balance sheet is prepared for the end of the period under review. It is assumed

full-year (12 months)as the period under review.

Balance sheet has two sides: one side is reflected in the assets, and the other in-Liabilities and Equity.

Assets, liabilities and equity—each of them is called components of balance.

Assets are grouped in long-term assets and short-term (current) assets. Long-term assets are defined as tangible, intangible financial assets in the form, such as fixed assets, which are defined by general title or enlarged groups' names: land, buildings, machinery, vehicles, etc. Groups of intangible assets are licenses, concession, patents, goodwill, etc. In the balance sheet short-term (current) assets will be reflected as commodity-material values, demands, money and money equivalents.

Like assets, liabilities are grouped in long-term liabilities and short-term liabilities. Long-term liabilities include long-term loans and other credits. Short-term include: short-term loans, commercial and other payables, tax liabilities, etc.

Owners equity existence in the balance characterized by peculiarity and it is depend on an organizational- legislative form of the entity. In the balance sheet equity can be represented by the following points: fixed capital, or stock equity, retained(reinvested) earnings, capital reserves.

Assets are grouped according to the principle of liquidity in the balance sheet. Liquidity means ability how rapidly asset can convert into cash. According IAS we can list assets based on liquidity growth or descending in the balance sheet. Both approaches are acceptable and may not be restricted.

The word "balance" is the Latin word and means "two plate". It is important usage of counterparts and the sum of entries under the one side is equal to the sum of entries under the other side. The sum of Each side is called the balance equation or just balance as they are equal to each other.

Any statements and accounting balance sheet includes the title, the main division and subdivision names. The title should include the following: 1) Name of business, 2) Name of Financial Reporting 3) Drawing up date or time period for which the report belongs.

Balances' title must include, which company's financial conditions it represents period it covers. After the operations which occurred after the definition of balance sheet date, the assets, liabilities, and own equity may be changed, but the balance equation not be violated, and the assets will be equal to its liabilities equity.

The balance can be prepared according to the form: _ Horizontal (bilateral) format. _ Vertical (unilateral) format.

Obviously, a balance of both formats are used, but today, in fact, the vertical format is more common.

The vertical format balance sheet starts by listing all the assets. Next is the liability. Finally, the owner's capital is shown to balance the balance sheet.

Below the main partitions of the balance sheet, there underlined space which means arithmetic operation, a gathering and the outcome will be the sum of the lines above, it will be written below or next to the line, for example: "Total Current assets", "Total liabilities", "owners", equity. As for the total sum of the balance, it will be underlined by two lines: "Total assets", "Total liabilities and equity". This kind of breaking down the information gives user the chance to compare it to the previous data.

As we mention above, to present capital in the balance sheet is depend on company's organizational-legal forms. There are three well-known organizational and legal forms of the company: private enterprises, partnership and corporation.

Private enterprises-it is an enterprise which is owned by one person.

Enterprise which is owned by two or more people—is called community. Legal point of view, both are inseparable from their owners.

Corporation—a legal entity. The statutes are created spread by his actions (selling) to private individuals, who are called shareholders. Corporation's own capital; consists of two parts: the indicial shareholders' equity, and the profits, which are not distributed among the shareholders, retained earnings or capital reserve.

As we mentioned above, assets are divided in to two groups: short-term and long-term assets. Long-term assets are called non-circulating assets. Current or short-term assets is called circulating assets. Circulating assets are used by the company during a year or one operating cycle(if it is longer than a year.)

Operating cycle is the period of time, which is necessary for the enterprise to convert money into goods, to sell goods and again and again, to make money. . Operating cycle expressed by the formula:

Money—Goods—Money.

Sometimes the date of selling goods and receiving money can be different, So Sale of goods can be made by cash, postponement, credit. Therefore, the operating cycle can be presented in the following way:

The activities of daily events should be reflected in the companies ledgers(in the register). It is necessary to gather necessary information to move it in ledgers. Usually, such information will based on primary documents.

Separated operation is formed as a new document. Different Operations are designed with different documents. For example the cash assets –cash income expenditure requirements for the payment of money orders issued at the conclusion of a bank account, checks, etc.

References:

- 1)Kharabadze E. Principles of Accounting.Tbilisi 2007
- 2)Meskhia I. Jalagonia D. Accounting Principles.Tbilisi. 2006
- 3)Kvatashidze D. Financial Accounting, Volumes I-II .Tbilisi 1999-2000
- 4)Meskhia I. Vashakidze N. Maglakelidze D. Tabucadze G. Accounting.Tbilisi.1999.
- 5)Dzadzamia R. Financial Accounting (according IAS). Tbilisi 2000.
- 6)Use of International Accounting Standards. Tbilisi. 2001.
- 7)Georgian Law on Regulation of Accounting and Reporting. Tbilisi 1999.

Дарья Корнева

Аспирант. Институт экономики промышленности НАН Украины

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА: ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ, УРОВНИ И ФУНКЦИИ

Туристическая индустрия - взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, которые предоставляют туристам все необходимые для потребления и достаточные для осуществления самого процесса туризма туристические услуги, работы и товары [1]. Бурное развитие массового туризма в мире вызывало равноценное развитие индустрии туризма и смежных отраслей хозяйства, науки и культуры, системы образования.

Исходя из этих предпосылок, туристическая индустрия - совокупность гостиниц и других средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечений, объектов познавательного, лечебного, оздоровительного, спортивного, религиозно-культурного, делового и другого назначения; организаций, которые осуществляют туроператорскую и турагентскую деятельность, а также оказывают туристическо-экскурсионные услуги.

На данном этапе развития, независимо от государственного строя страны или территории туристического центра, в сфере туризма действуют несколько различных типов предприятий, осуществляющих туристическую деятельность, а именно:

- организаторы туризма (туристические операторы – формируют туристические пакеты и разрабатывают новые маршруты, и туристические агентства – являются посредниками между туристическими операторами и потребителями);

- перевозчики (авиакомпании, компании по прокату автомобилей и т.д.) осуществляют перевоз туристов в различные уголки мира различными видами транспорта. Также сюда следует отнести компании, предоставляющие трансфер туристов;

- гостиницы и другие предприятия системы размещения (бунгало, коттеджи, мотели и т.д.),

- предприятия общественного питания (рестораны, столовые, кафе, бары, кофейни и т.д.),

- развлечения и так далее.

К дополнительным предприятиям туристической сферы относят:

- предприятия банковской сферы услуг,

- страхования,

- информации и другие.

В специальных видах туризма могут участвовать лечебные учреждения, образовательные учреждения, спортивные и другие, деятельность которых адекватна целям конкретного туристского продукта [2].

Важно, чтобы все эти организации гармонично дополняли друг друга и предоставляли все услуги, необходимые

потребителю и достаточные за количественными, качественными и ассортиментными показателями.

Правильная организация данных предприятий в комплексы называется инфраструктурой.

На данный момент существует огромное количество определений термина «туристическая инфраструктура». Выделим основные:

1. Туристская инфраструктура представляет собой комплекс действующих сооружений и сетей производственного, социального и рекреационного назначения, предназначенный для функционирования сферы туризма [3].

2. Туристическая инфраструктура - совокупность объектов, обеспечивающих отдых и развлечения туриста, обусловленная развитием туризма [2].

3. Туристическая инфраструктура - это комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, составляющих и/или обеспечивающих основу функционирования системы [4].

Проанализировав все вышесказанные дефиниции, можно сказать, что инфраструктура является совокупностью взаимосвязанных объектов, которые способствуют отдыху, рекреации и развлечению туриста, способствуя развитию туристической дестинации в определенной туристической зоне и обеспечивают развитие туризма в целом.

Инфраструктура туризма является неотъемлемой частью индустрии туризма, в составе которой выделено два элемента.

Первый элемент – индустрия гостеприимства, куда следует отнести предприятия, предоставляющие услуги по размещению и питанию.

Второй элемент индустрии туризма является инфраструктурной составляющей, которая представляет собой трехуровневую систему [4].

Первый уровень инфраструктуры туризма представлен производственной инфраструктурой – комплексом действующих сооружений, зданий, транспортных сетей, систем, непосредственно не относящихся к производству туристического продукта (в отличие от структур двух последующих уровней), но необходимых для предоставления туристских услуг, – транспорт, связь, энергетика, коммунальное хозяйство, финансы, страхование, безопасность.

Второй и третий уровни туристической инфраструктуры формируют предприятия и организации, непосредственно участвующие в туристской деятельности и формировании туристического продукта. Ко второму уровню относятся те структуры, которые могут существовать и без туристов, но деятельность которых расширяется при нахождении в местах пребывания туристов. Это предприятия по прокату автомобилей, таксопарки; кафе и рестораны; спортклубы, музеи, театры и кинотеатры, выставочные залы, цирки, зоопарки, казино и т.д. [4].

Являясь частью инфраструктурного комплекса региона, инфраструктура туризма выполняет ряд важных функций. К ним следует отнести:

- обеспечивающую,
- интеграционную;
- регулирующую [2].

Обеспечивающая функция туристической инфраструктуры - создание необходимых условий для организации обслуживания туристов; интеграционная - организация и поддержание связей между предприятиями отрасли, формирование территориальных туристическо-рекреационных комплексов.

Важнейшей является регулирующая функция туристической инфраструктуры в экономике: создание новых рабочих мест, влияние на потребительский спрос, развитие отраслей, выпускающих предметы потребления, содействие росту налоговых поступлений в бюджеты разных уровней [5].

Туристическая инфраструктура оказывает прямое и косвенное влияние на экономику региона. Прямое влияние – привлечение средств от услуг в туристические предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест, рост налоговых поступлений. Косвенное влияние заключается в мультипликативном эффекте межотраслевого взаимодействия. Эффект мультипликатора будет тем больше, чем больше будет доля дохода, потраченная в пределах региона.

Вывод. Благодаря развитию туристической инфраструктуры происходит освоение туристических ресурсов, повышается их привлекательность, доступность для туристов и т.д.

Туристическую инфраструктуру формируют два типа предприятий; основные (предприятия размещения, питания и другие) и дополнительные (страховые компании, банки и т.д.). Все предприятия, которые представлены в комплексе туристической инфраструктуры формируют туристическую дестинацию.

Список литературы:

1. Иванова В.М. Туризм: основы, направления, структура /В.М. Иванова. – М.: ИД «Феникс», 2008. – 265 с.
2. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе [учебное пособие] / М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.
3. Зорин И.В., Квартальнов А.В. Туризм как вид деятельности [учебное пособие] / И.В. Зорин, А.В. Квартальнов. – М.:КНОРУС, 2010. – 364 с.
4. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні / Т.Г. Сокол. – К.: ІД «Альма Матер», 2006. – 284 с.

Darya Korneva

Postgraduate student. Institute of Industry Economy of The National Academy of Sciences of Ukraine

TOURIST INFRASTRUCTURE: BASIC ELEMENTS, LEVELS AND FUNCTIONS

The tourist industry is the system of the enterprises and businessmen, which provide to tourists all necessary for consumption and sufficient for implementation of the process the tourist services, the works and the goods [1]. Rapid development of mass tourism in the world caused equivalent development of the industry of tourism and allied industries of an economy, a science and culture, an education system.

Proceeding from these preconditions, the tourist industry is the set of hotels and other means of placement, automobiles, objects of public catering, objects and means of entertainments, objects of informative, medical, improving, sports, religious and cult, business and other appointment; the organizations which carry out tour operator and tourist's agency activity, and also render tourist and excursion services.

At this stage of development, irrespective of a political system of the country or the territory of the tourist center, there are some various types of the enterprises in the sphere of tourism, namely:

- organizers of tourism (tourist operators - they form tourist packages and develop new routes, and travel agencies – they are intermediaries between tourist operators and consumers);
- carriers (airlines, the companies on a car rent etc.) carry out transportation of tourists in various corners of the world different types of transport. Also here it is necessary to carry the companies providing a transfer of tourists;
- hotels and other enterprises of system of placement (bungalow, cottages, motels etc.),
- catering establishments (restaurants, dining rooms, cafe, coffee house bars etc.),
- entertainments and so on.

To the additional enterprises of the tourist sphere we can carry:

- enterprises of a bank services sector,
- insurance,
- information and others.

Medical institutions, educational institutions can participate in special types of tourism, sports and others which activity is adequate to the purposes of a concrete tourist product [2].

It is important, that all these organizations harmoniously supplemented each other and rendered all services necessary for the consumer and sufficient behind quantitative, quality and assortment indices.

The correct data structure of the enterprises in complexes is called as infrastructure.

At present there is a large quantity of definition of the term «tourist infrastructure». Let's allocate the main:

1. The tourist infrastructure represents a complex of operating constructions and networks of the production, social and recreational appointment, intended for functioning of the sphere of tourism [3].
2. Tourist infrastructure is a set of the objects providing rest and entertainment of the tourist, caused by development of tourism [2].
3. The tourist infrastructure is a complex of the interconnected serving structures or the objects making and/or providing a basis of functioning of system [4].

Having analysed all definitions set forth above, it is possible to tell that the infrastructure is set of the interconnected objects which promote rest, to a recreation and entertainment of the tourist, promote development of a tourist destination in a certain tourist zone and provide tourism development as a whole.

The tourism infrastructure is an integral part of the industry of tourism as a part of which two elements are allocated. **The first element** is the hospitality industry where it is necessary to carry the enterprises, rendering services in placement and a food.

The second element of the industry of tourism is an infrastructure component which represents three-level system [4].

The first level of tourism infrastructure is presented by production infrastructure – a complex of operating constructions, buildings, transport networks, the systems which directly aren't relating to production of a tourist product (unlike structures of two subsequent levels), but tourist services necessary for granting, - transport, communication, power, municipal services, finance, insurance, safety.

The second and third levels of tourist infrastructure form the enterprises and the organizations which are directly participating in tourist activity and formation of a tourist product. Those structures which can exist and without tourists but which activity extends at stay in places of stay of tourists treat the second level. It enterprises for a car rent, taxi pools; cafe and restaurants, sport clubs, museums, theaters and cinemas, showrooms, circuses, zoos, casino etc. [4].

Being a part of an infrastructure complex of the region, the tourism infrastructure carries out a number of important functions. It is necessary to carry to them:

- providing,
- integration;
- regulating [2].

Providing function of tourist infrastructure is creation of necessary conditions for the organization of service of tourists; the integration - the organization and maintenance of communications between the branch enterprises, formation of territorial tourist and recreational complexes.

The major is regulating function of tourist infrastructure in economy: creation of new workplaces, influence on a consumer demand, development of the branches which are letting out consumer goods, assistance to growth of tax revenues in budgets of different levels [5].

The tourist infrastructure makes direct and indirect impact on region economy. Direct influence is attraction of means from services in the tourist enterprises, material security of workers of tourism and creation of new workplaces, growth of tax revenues. Indirect influence consists in multiplicate effect of interbranch interaction. The effect of the animator will be that more than there will be the share of the income spent within the region more.

Conclusion. Thanks to development of tourist infrastructure there is a development of tourist resources, their appeal, availability to tourists etc. raises.

The tourist infrastructure is formed by two types of the enterprises; the main (enterprises of placement, food and others) and additional (insurance companies, banks etc.). All enterprises which are presented in a complex of tourist infrastructure form a tourist destination.

References:

1. Ivanov V. M. Tourism: bases, directions, structure/century of M. Ivanov. – M: IDES "Phoenix", 2008. – 265 pages.
2. Zhukov M. A. Management in travel business [manual]/m. A. Zhukov. – M: KHOPYC, 2006. – 192 pages.
3. Zorin I. V., Kvartalnov A. V. Tourism as [manual] / I. V. kind of activity. Zorin, A. V. Kvartalnov. – M.: KHOPYC, 2010. – 364 pages.
4. A falcon Of this year Organ_zats_ya turistichno ї діяльності in Ukraşn_ / T. G. Falcon. – To.: ІД "Alma Mater", 2006. – 284 pages.

თეა კორმაძე

ასოცირებული პროფესორი, ქუთაისის უნივერსიტეტი

პეტრე ბიდიუკი

პროფესორი, უკრაინის ნაციონალური ტექნიკური უნივერსიტეტის

გამოყენებითი სისტემური ანალიზის ინსტიტუტი

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მოდელი

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ასრულებენ სულ უფრო მნიშვნელოვან როლს გლობალურ ბიზნესში. ეს ნიშნავს, რომ ფირმებისათვის ხელმისაწვდომი არის ახალი ბაზრები და მარკეტინგული არხები, იაფი საწარმოო საშუალებები, იქნება ახალი ტექნოლოგიები, შესაძლებლობები და ფინანსები.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები წარმოადგენს ჩვენი ქვეყნის ფინანსური ინსტრუმენტის მნიშვნელოვან კომპონენტს - საგადასახდელო ბალანსს. ის საშუალებას აძლევს მცირე და საშუალო კომპანიებს უფრო აქტიურად იყვნენ ჩაბმული საერთაშორისო ბიზნესში. სტატისტიკური მონაცემებით თანამედროვე ეტაპზე საგარეო ეკონომიკურ მოღვაწეობას ეწევა საქართველოს ეკონომიკის თითქმის ყველა დარგი და 2000-მდე საწარმო.

ვთქვათ უცხოურ ფირმას გააჩნია ტექნოლოგიები ან ნოუ-ჰაუ, ხოლო ლოკალურ ფირმას აქვს დამატებითი საშუალებები წარმოებაში. ეს ორი ფირმა კონტრაქტის საფუძველზე ადგენს ერთობლივ პროექტს, რომელიც იყოფა ორ პერიოდად. პირველ პერიოდში პროექტის წარმატება დამოკიდებულია ორივე ფირმის ძალისხმევაზე. E_1 აღვნიშნოთ უცხოური ფირმის ძალისხმევა, ხოლო e_1 კი ადგილობრივი ფირმის ძალისხმევა. პროექტის წარმატების ალბათობა აღვნიშნოთ $p_1 = E_1 e_1$, სადაც E_1 უდრის 0-ს ან 1-ს და $e_1 \in [0, 1]$. უცხოური ფირმის ძალისხმევა განიხილება როგორც კარგი ტექნოლოგიის შემუშავება $E_1 = 1$, სადაც ფასი $C_1 > 0$ ან ცუდი ტექნოლოგიის შემუშავებით $E_1 = 0$ სადაც $C = 0$. ადგილობრივი ფირმის ძალისხმევა გამოიხატება ტექნოლოგიებისა და სამეცნიერო-ტექნიკური ინფორმაციის განვითარებაში (და დაზან-დებაში) იმ ნაწარმში, რომლის ფასი $c(e_1) = \beta (1 + \beta) e_1^{(1+\beta)/\beta}$, სადაც $\beta > 0$. რადგანაც $c'(e_1) = e_1^{1/\beta}$ და $e_1 \in [0, 1]$ მაშინ $1/\beta$ განსაზღვრავს ადგილობრივი ფირმის პროდუქტიულობას. წარმატების შემთხვევაში პროექტი ითვალისწინებს $R_1 > 0$ შემოსავალს, ხოლო სხვა შემთხვევაში შემოსავალი ნულის ტოლია.

თანამშრომლობის პირველი პერიოდის მანძილზე ადგილობრივ ფირმას შეუძლია შეისწავლოს უცხოური ფირმის ტექნოლოგიები. ასეთი ქცევის ალბათობა არის $\phi = k e_1 E_1$, სადაც $k \in [0, 1]$. თუ უცხოურ ფირმას გააჩნია კარგი ტექნოლოგიები, მაშინ ადგილობრივი ფირმა დიდი ძალისხმევით მუშაობს პირველ პერიოდში. და მათი ათვისების ალბათობა დამოკიდებულია k ეკზოგენური პარამეტრზე, რომელიც მიუთითებს ათვისების სიჩქარეზე. თუ k იზრდება 0-დან 1-მდე, მაშინ ათვისება უფრო ალბათურია (შესაძლებელია). მეორეს მხრივ, e_1 და E_1 ენდოგენურად არიან განაწილებული განტოლებებში.

მოცემული მოდელი ფოკუსირდება ადგილობრივი ფირმის სურვილზე შეისწავლოს უცხოური ფირმის ტექნოლოგიები და მიღწევები და შემდეგ კი ეს დანერგოს საკუთარ ბიზნესში.

თუ ადგილობრივმა ფირმამ ათვისა ტექნოლოგიები პირველივე ეტაპზე, მაშინ მეორე ეტაპზე პროექტის წარმატების ალბათობა p_2 დამოკიდებულია იმაზე თუ როგორი e_2 ძალისხმევით იმუშავებს ფირმა მეორე პერიოდში, ე.ი. $p_2 = e_2$, სადაც $e_2 \in [0, 1]$. თუ ადგილობრივი ფირმა ვერ ითვისებს ახალ ტექნოლოგიებს, მაშინ წარმატების ალბათობა დამოკიდებულია ისევ უცხოური ფირმის E_2 ძალისხმევაზე და ადგილობრივი ფირმის e_2 ძალისხმევაზე, ანუ $p_2 = e_2 E_2$, სადაც $e_2 \in [0, 1]$ და $E_2 = 0$ ან $E_2 = 1$. მეორე პერიოდში უცხოური ფირმა აღიჭურვება ან ახალი კარგი ტექნოლოგიით, $E_2 = 1$ რომლის ფასია $C_2 > 0$ ან ცუდი ტექნოლოგიით, რომლის ფასი ნულის ტოლია. ადგილობრივი ფირმის ღირებულებაა $c(e_2)$. წარმატების შემთხვევაში პროექტს მეორე პერიოდში მოაქვს $R_2 > 0$ მოგება, წინააღმდეგ შემთხვევაში კი მას აქვს ნულოვანი მოგება.

მოცემულ მოდელში ადგილობრივმა და უცხოურმა ფირმებმა უნდა უზრუნველყონ ძალისხმევები კერძოდ, უცხოურ ფირმას შეუძლია უზრუნველყოს დადებითი ღირებულების კარგი ტექნოლოგია ან ნულოვანი ღირებულების ცუდი ტექნოლოგია.

მოდელში განიხილება სიტუაცია, რომელშიც შეუძლებელია შემოწმებულ იქნას უცხოური ფირმის მიერ მიწოდებული ტექნოლოგიები, რაც დამახასიათებელია განვითარებადი ქვეყნების პირდაპირი უცხოური ინვესტიციებისათვის. თუმცა ერთობლივი პროექტის წარმატება მიიღწევა ორივე მხარის უცხოური ფირმის

ტექნოლოგიების მაღალი ხარისხითა და ადგილობრივი ფირმის ძალისხმევით. ასევე განიხილება კონტრაქტის ორი შესაძლო ვარიანტი. პირველ შემთხვევაში უცხოურ ფირმას შეუძლია დადოს შეთანხმება, რომელიც შესაძლებლობას აძლევს ადგილობრივ ფირმას ტექნოლოგიის შესწავლის შემდეგ დამოუკიდებლად დაიწყო ბიზნესი. მეორე შემთხვევაში კი უცხოურ ფირმას შეუძლია დადოს ისეთი შეთანხმება, რომელიც ეწინააღმდეგება იმ ფაქტს, რომ ფირმამ ტექნოლოგიის ათვისების შემდეგ დამოუკიდებლად დაიწყო მუშაობა. ამ ორ კონტრაქტს შორის განსხვავება მდგომარეობს პროექტის მეორე პერიოდის განმავლობაში ფირმის კუთვნილ გადასახადებში.

Tea Kordzadze

Associative professor. Kutaisi University

Piotr Bidiuk. Full Professor

Professor. National Technical University of Ukraine Kyiv Polytechnic Institute"

THE MODEL OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT

Foreign direct investment (FDI) plays an extraordinary and growing role in global business. It can provide a firm with new markets and marketing channels, cheaper production facilities, access to new technology, products, skills and financing. For a host country or the foreign firm which receives the investment, it can provide a source of new technologies, capital, processes, products, organizational technologies and management skills, and as such can provide a strong impetus to economic development.

FDI represents an important component of the most important financial instrument of our country – Balance of Payment. For small and medium sized companies, FDI represents an opportunity to become more actively involved in international business activities. The statistical surveys on external economic activities of enterprises currently involve all regions of Georgia (controlled territories) and up to 2,000 entities.

We model FDI as a way of pooling complementary inputs between firms from different countries. A foreign firm has technology or business know-how and a local firm has some complementary inputs in production. The two firms undertake jointly a project through a contractual arrangement. The project lasts for two periods.

The success of the project in the first period depends on unverifiable efforts from both the foreign firm and the local firm: E_1 from the foreign firm and e_1 from the local firm. For simplicity, the success probability of the project is assumed to be $p_1 = E_1 e_1$, where E_1 is 0 or 1 and $e_1 \in [0, 1]$. The foreign firm's effort is interpreted as providing either good technology, $E_1 = 1$ with cost $C_1 > 0$, or bad technology, $E_1 = 0$ with zero cost. The local firm's effort is interpreted as developing the foreign firm's technology or know-how into a product with cost $c(e_1) = \beta(1 + \beta)e_1^{(1+\beta)/\beta}$, where $\beta > 0$. Since $c'(e_1) = e_1^{1/\beta}$ and $e_1 \in [0, 1]$, $1/\beta$ represents the local firm's productivity. Once successful, the project generates observable and verifiable revenue $R_1 > 0$; otherwise it has zero revenue.

Through cooperation in the first period, the local firm may learn the foreign firm's technology. The probability of doing so is given by $\phi = k e_1 E_1$, where $k \in [0, 1]$. If the foreign firms provide good technology, the harder the local firm works in the first period, the more likely it is to succeed in learning the technology. The probability of learning depends on an exogenous parameter k that may be interpreted as the speed of learning. As k increases from 0 to 1, learning becomes more likely. On the other hand, e_1 and E_1 are endogenously determined in equilibrium.

Given model focuses on the possibility that the local firms will learn the foreign firm's know-how through cooperation and do business on its own afterwards.

If the local firm has learned the technology in the first period, the success probability of the project in the second period, p_2 , depends solely on the local firm's effort in the second period e_2 , i.e. $p_2 = e_2$, where $e_2 \in [0, 1]$. If the local firm does not learn the technology, the success probability depends again on the foreign firm's effort, E_2 , and the local firm's effort, e_2 , i.e. $p_2 = e_2 E_2$, where $e_2 \in [0, 1]$ and $E_2 = 0$ or 1. In the second period, the foreign firm provides either good technology, $E_2 = 1$ with cost $C_2 > 0$, or bad technology, $E_2 = 0$ with zero cost. The local firm incurs cost $c(e_2)$. Once successful, the project generates observable and verifiable revenue $R_2 > 0$ in the second period; otherwise it has zero revenue.

In the model, both the local and the foreign firms must provide costly efforts. In particular, the foreign firm can provide good technology at positive cost or bad technology at zero cost. The model is concerned with a situation in which the quality of the foreign firm's technology cannot be verified when the technology is delivered. This is characteristic of FDI in developing countries. While the quality of the foreign firm's technology cannot be verified, it could be inferred by the local firm. However, the crucial point is that the local firm cannot verify its inference to a third party because the success of the joint project depends on both the quality of the foreign firm's technology and the local firm's effort.

We consider two possible share contracts. First, the foreign firm can write a non-binding contract that allows the local firm to do business on its own upon learning the technology. Second, the foreign firm can write a binding contract that prevents the local firm from doing business on its own upon learning the technology. The difference between binding and non-binding contracts lies in the firms' second-period payoffs.

References/გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Foreign Direct Investment in Post-Conflict Countries: Opportunities and Challenges. Virtus C. Nicholas Turner, Obijiofor Aginam. Adonis & Abbey Publishers Ltd. November 20, 2010. 324 pg.
2. Brief Methodology and Practice of Calculation of Foreign Direct Investments (FDI) in Georgia. www.geostat.ge
3. Zigang Tao, Susheng Wang. Foreign Direct Investment. University of Hong Kong. Journal of Comparative Economics. 1998.

პაატა კოლუაშვილი

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, სრული პროფესორი.

საქართველოს სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტი

ქართული სოფლის გადარჩენა ჯერ კიდევ შეგვიძლია

საქართველოს აგრარულ სექტორში შექმნილი უმწვავესი კრიზისის დაძლევის აუცილებლობა მოითხოვს საგანგებო ღონისძიებების განხორციელებას, რისთვისაც შესამუშავებელია ქვეყნის სოფლის მეურნეობის გადარჩენის სტრატეგია. ასევე გასააქტიურებელია და უსწრაფესად დასამთავრებელია ევროკავშირთან მოლაპარაკებები თავისუფალი ვაჭრობისა და მიმოსვლის შესახებ. ეს ავტომატური რეჟიმით გადაწყვეტს რამდენიმე პრობლემას: მიგრაციის; ეკონომიკის სტიმულირების; დემოკრატიული ინსტიტუტების ფორმირებისა და გაძლიერების; არსებული დემოგრაფიული ვითარების მინიმუმ შენარჩუნებას; ეკონომიკის განვითარებას მინიმალური სოციალური თვითუზრუნველყოფის ჭრილით, ისე, რომ არ იქნეს განიავებული საქართველოს სტრატეგიული რესურსები – მიწა, ტყე, წყალი, სატრანსპორტო ფუნქცია.

საქართველოს აქვს შესაბამისი ბიოგეოკლიმატური პირობები, აგრარული პოტენციალი და სხვა კომპონენტები (მ.შ. გეოპოლიტიკური), რომლებიც აუცილებელია მოსახლეობის სასურსათო უზრუნველყოფისთვის. საქართველოს 10_12 მლნ ადამიანის გამოკვების ბიორესურსი გააჩნია.

საქართველოს აგრარული პოტენციალის ამოქმედება უნდა გახდეს სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკის ძირითადი მიზანი, რისთვისაც აგრომეურნეებმა (გლეხებმა) წარმოებული პროდუქციისთვის უნდა მიიღონ ისეთი ფასი (შემოსავლი), რომელიც უზრუნველყოფს მათი ოჯახების შენახვას ცხოვრების მისაღები დონით და პროდუქციის გაფართოებული აღწარმოებისთვის საჭირო რესურსებით. ამისთვის, გლეხებს უნდა მოეხსნათ ის პრობლემები, რომლებიც დაკავშირებულია მატერიალურ-ტექნიკური საშუალებებით მომარაგების, შელიორაციისა და აგროტექნოლოგიების დანერგვის, ბაზარზე ფასების ტენდენციების განსაზღვრის, კრედიტების ზღმისაწვდომობისა და წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის საკითხებთან.

სასოფლო სამეურნეო პოლიტიკის ძირითადი იდეაა გლეხკაცის მოფრთხილება და საზოგადოების გამოსაკვებად მისი შრომის სტიმულირება (მიწასთან მარადიული ურთიერთობა), ქვეყნის სურსათით თვითუზრუნველყოფა, სოფელსა და ქალაქს შორის სოციალურ-კულტურული განსხვავებების შემცირება

(სოფლის სტატუსი, სოფლად რეალური თვითმართველობის დამკვიდრება, ინსტიტუციონალური და ინფრასტრუქტურული მოწყობა, სოფლის მოსახლეობის სოციალური სტატუსის გათანაბრება ქალაქის მოსახლეობასთან).

თანამედროვე სახელმწიფო საკუთარი სოფლის მეურნეობის განვითარებას მხოლოდ თავისუფალი ბაზრის ამარა არ ტოვებს. იგი აყალიბებს მკაფიო პრიორიტეტებს და შემდეგ საზოგადოებრივი და კერძო სექტორის პარტნიორობის ფონზე ახორციელებს მის აღსრულებას. პრიორიტეტები ამ სფეროში ორი მიმართულებითაა პირველი: სოფლის, როგორც ყოფის შენარჩუნება და მეორე: სასურსათო უშიშროების უზრუნველყოფელი სოფლის მეურნეობის სტრუქტურის ჩამოყალიბება.

ნებისმიერ ქვეყანაში სოფლად მოსახლეობის რეალური დასაქმებისა და შედარებით მოკლე დროში სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სათანადო დონის მიღწევა მხოლოდ სისტემური ცვლილებებითაა და კომპლექსური ღონისძიებების განხორციელებითაა შესაძლებელი. მათ შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადამიანური რესურსების სამეწარმეო აქტივობის ამაღლებაა. უნდა გვესმოდეს, რომ ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესების უძირითადესი პროდუქტია ჯანმრთელი, მაღალკვალიფიციური, სოციალურად და გონებრივად განვითარებული ადამიანი, იგი ქვეყნისთვის არანაკლებ დიდი განძია, ვიდრე ეკოლოგიურად სუფთა გარემო და მსოფლიოში რეალიზებადი პროდუქცია. ამ მიმართულებით მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილება ადასტურებს, რომ შრომითი რესურსების სამეწარმეო გააქტიურება ყველაზე კარგად სოფლად კოოპერაციული მოძრაობის განვითარებითაა შესაძლებელი. საყურადღებოა, რომ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების საფუძვლად კოოპერაციულ საწყისებზე დამყარებული სოლიდარობისა და ურთიერთდახმარების გზა აირჩიეს თავის დროზე ევროკავშირის ქვეყნებმა, აშშ-მა, ისრაელმა და განვითარებული ეკონომიკის მქონე ბევრმა სხვამ (მათ შორის ბალტიის ქვეყნებმაც). ეს პროცესი ყველგან სახელმწიფოს აქტიური მათრეხიერებით, მათგან განსხვავებული როლითაა და ხელშეწყობით წარმართა. ანუ: ამ ქვეყნებში ფუნქციონირა ჭეშმარიტი აქტიური სახელმწიფოებრიობა და არა ატროფირებული. აგროსამრეწველო ინტეგრაციისა და კოოპერაციის მრავალი წარმატებული მაგალითი გვიჩვენებს, რომ კოოპერაციული შრომის უკუგების ხარისხი გაცილებით მაღალია ინდივიდუალურ შრომასთან შედარებით.

საქართველოს უდავოდ შეუძლია, კოოპერაციულ საწყისებზე მოახდინოს სოფლად მოსახლეობის სამეწარმეო აქტივობის მოზილიზაცია და არა მარტო სოფლის მეურნეობის, არამედ მასთან ტექნიკურ-ტექნოლოგიურად დაკავშირებული დარგების სწრაფი რეაბილიტაცია და შემდგომი განვითარება. სოციალურ სოლიდარობაზე დაფუძნებული მეურნეობრიობის ახალი ფორმების დამკვიდრებას, ავტომატურად მოსდევს სოფლის მოსახლეობის მათრეხიერი დასაქმება, მათი შემოსავლების მკვეთრი ზრდა, აგრარული შრომის ავტორიტეტის ამაღლება და სოფლის კომპლექსური და დაჩქარებული განვითარება. ესა ცნების “ჯანსაღი საშუალო ფენა” რეალური შინაარსი.

იმისათვის, რომ თავისუფალმა ბაზარმა შექმნას ის, რასაც ზედმიწევნით კარგად ასრულებს – პროდუქციის სიუხვე – აუცილებელია სახელმწიფოს მხრივ აქტიური პოლიტიკის განხორციელება აგრობიზნესის ინფრასტრუქტურის შესაქმნელად. იგი პირველყოფისა გამოიხატება სპეციალიზირებული აგროსაკრედიტო სისტემის შექმნით, რაც კრედიტს ხელმისაწვდომს გახდის და უზრუნველყოფს მოსავლის დაზღვევის სისტემის ჩამოყალიბებას. ინფრასტრუქტურის აუცილებელი ნაწილი უნდა გახდეს აგროტექნიკის, ქიმიური საშუალებების, საწვავის და ა.შ. უზრუნველყოფის ორგანიზება, უნდა წახალისდეს ერთგვაროვანი პროდუქციის სფეროში კოოპერირების გამოყენება, მარკეტინგული დახმარება და, ასევე, ერთ-ერთ მთავარ კომპონენტად უნდა იქცეს სასოფლო რაიონებში აგროტექნიკუმების ფართო ქსელის გამოყენება, რომელიც შეძლებს ფერმერების პრაქტიკული ცოდნითა და ჩვევებით აღჭურვას და გამუდმებით მათი გადამზადების გარემოს შექმნას.

ქართული მიწისა და სოფლის გადარჩენა ჯერ კიდევ შეგვიძლია:

1. მიწას მივუდგეთ არა მხოლოდ როგორც პროდუქციის წყაროს, არამედ როგორც მოსახლეობის შემნახავსა და გამხარებელს;
2. ყველა საშუალებით (სახელმწიფოს ეს საშუალებები მუდამ აქვს) შევქმნათ იაფი აგრარული კრედიტი, სოფელი უზრუნველვყოთ იაფი სასოფლო-სამეურნეო საწვავით და საჯარო მომსახურებით;
3. გზა გავუხსნათ იჯარას (გრძელვადიანისა და გასხვისებადის ჩათვლით);
4. უზრუნველვყოთ რაციონალურ ფარგლებში სოფლის მეურნეობის პროდუქციის სახელმწიფო შესყიდვები;
5. უზრუნველვყოთ იმპორტული (როგორც წესი, ეკოლოგიურად უვარგისი) პროდუქტის რეალური

კონტროლი უზენბლობაზე;

6. აღვეკეთოთ იმპორტზე დასპეციალებული მონოპოლიზმი;

7. იაფი მელიორაციისა და აგროტექნოლოგიების უზრუნველყოფა (რაც სახელმწიფოსათვის დაუძლეველი ამოცანა არ არის);

8. ყველანაირად ხელი შეეწყოს სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციას და ადგილზე გადამამუშავებელი საწარმოების შექმნას;

9. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის აღწარმოებისთვის საჭირო საქონელსა და მომსახურებაზე ფასების პარიტეტის დადგენა და დაცვა;

10. შეღავათიანი საგადასახადო და სადაზღვევო სისტემების ორგანიზება სოფლის მეურნეობაში (რაც სახელმწიფოსთვის აგრეთვე სავსებით მისაწევდომია);

11. შევქმნათ სასოფლო-სამეურნეო წარმოების განვითარებისა და თემის სამეწარმეო მობილიზაციის ფონდები;

12. აღვადგინოთ სასოფლო-სამეურნეო წარმოებასა და აგრომეცნიერებას შორის გაწყვეტილი კავშირი;

13. სასოფლო-სამეურნეო მიწის გაყიდვა უცხოელებზე კონკურენტუნარიანი ქართველების გაჩენამდე უგამონაკლისოდ უნდა აღიკვეთოს (საქართველოს ევროკავშირში გაწევრიანებამდე).

800 ათასი ჰა სახნავის დამუშავებას მაქსიმუმ 720 მლნ. ლარი სჭირდება. ამ თანხის მცირე ნაწილი (1/10) რომ გაიდოს სახელმწიფომ, სახნავის პრობლემაც გადაწყდება. მრავალწლოვანი ნარგავების (ხეხილი, ვაზი, კაკლოვანი და სხვ.) განახლებისთვის ყოველწლიურად უნდა გაშენდეს 15-20 ათასი ჰა, რასაც 250-300 მლნ ლარი სჭირდება. აქ, სავსებით სკამარისი იქნება სახელმწიფოს კეთილი ნება და საგადასახადო ხელშეწყობის რეჟიმი. მაგალითად, ახალგაზრდა ნარგავები სრულ მსხმოიარობაში შესვლამდე 4 წლით უნდა განთავისუფლდეს მიწისა და წყლის გადასახადისგან; შემცირდეს ან გაუქმდეს დღგ-სა და აქციზის გადასახადი სოფლის მეურნეობაში გამოსაყენებელ დიზელის საწვავზე, განთავისუფლდეს აგროტექნოლოგიების დღგ-ს გადასახადისგან. ასევე უნდა შემცირდეს მიწისა და წყლის გადასახადი 30% - 30%-ით და სხვ. კვებისა და გადამამუშავებელი მრეწველობის საწარმოებში შემცირდეს დღგ-ს გადასახადი არა ნაკლებ 10%-ით, ასევე, წყლის, ელექტროენერგიისა და გაზის გადასახადი.

ტყეულია, რომ საქართველოს მრავალდარგოვან სოფლის მეურნეობას დღეს მრავალმილიარდია ინვესტიცია სჭირდება, რადგან აგრარული სექტორი, როგორც დარგი არ არის მზად მსხვილმაშტაბიანი ინვესტიციების მოზიდვისა და საჭირო პროექტების განხორციელებისთვის. იგი გადაუდებლად მოითხოვს დაქუცმაცებული საწარმოო ბაზის გამსხვილება-გამასივებას (კონსოლიდაციას), მიწის წვრილ მესაკუთრეთა ნებაყოფლობითი კოოპერაციული გაერთიანებების შექმნას და მათ გადამამუშავებელ საწარმოებთან თანამშრომლობას.

ათმაგად ტყეულია, რომ სოფლად დასაქმებული უნდა იყოს მხოლოდ 2-3 პროცენტი მოსახლეობისა. სოფლად უნდა იცხოვროს იმდენმა ადამიანმა, რამდენსაც სოფელი სჭირდება თავის სარჩენად და გასახარებლად. დემოკრატიულ განვითარებულ ქვეყნებში ადამიანთა რაოდენობა, რომლებიც თავს ირჩენენ სოფლის მეურნეობით, როგორც წესი, ორჯერ და მეტად აღემატება იმათს, ვინც უშუალოდ ხნავს, თესავს, სხლავს, თიბავს და ძროხას წველის.

თქმულიდან გამომდინარეობს, რომ

– საქართველოს ხელისუფლებამ უნდა გაიცნობიეროს, რომ სასურსათო უშიშროება ქვეყნის უპირველეს სტრატეგიულ მიზანთა რიგში შედის

– ხელისუფლებამ უნდა გაიცნობიეროს, რომ ერთადერთი სუბიექტი ვისაც ამ ამოცანის გადაჭრა ძალუძს არის თვით სახელმწიფო

– ხელისუფლებამ უნდა ისწავლოს სახელმწიფოს, როგორც ეკონომიკური სუბიექტის, ფუნქციონირების ურთულესი ტექნოლოგია, როგორც სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სრულყოფის საქმეში, ისე სოფლის მოსახლეობის სოციალური, ტექნიკური და კულტურული დონის სრულყოფის საქმეში.

საქართველოს სოფლის აღორძინება უნდა მოხდეს ჩვენივე ძალებით და გადამთიელებზე იმედის დამყარება, მათი მოპატიჟება „გადასარჩენად“ შეურაცხყოფელი და ამასთანავე ფუჭი მგდელობა იქნება. დინამიკური სოფლის მეურნეობა უცხოელთა ჩამოსახლებით კი არა, მოქნილი სამოქმედო გეგმით (სტრატეგიით) იქნება შესაძლებელი. სწორი სტრატეგიის გატარების შემთხვევაში, გლეხკაცს – ქართული მიწის მთავარ მეურვეს (ადგილის კაცი, მკვიდრი მიწათმოქმედი – ი. ჭავჭავაძე) – შეუძლია არა მარტო ქვეყნის გამოკვება საკუთარი წარმოების პროდუქციით, არამედ სახელმწიფოს ძლიერების საძირკვლის ჩაყარაც.

Paata Koguashvili

Doctor of Economic Sciences, Full Professor.

Technical University of Georgia

WE CAN STILL SAVE GEORGIAN VILLAGE

The necessity to overcome acute crisis in Georgian agrarian sector requires immediate emergency responses, and it is necessary to develop a strategy for saving the country's agriculture sector. Also, it is necessary to activate and expeditiously complete negotiations with European Union on free trade and free movement. This should automatically resolve several problems, such as: migration; economic stimulus; formation and strengthening of democratic institutions; at least the continuation of the current demographic situation; economic development with a view to minimum social self-security so that the Georgian strategic resources, such as land, forests and water as well as transit function, won't be squandered.

Georgia has appropriate bio-geo-climatic conditions, agrarian potential and other components (including geopolitical ones), which are necessary for provision of food to population. Georgia possesses the bio-resources sufficient to feed 10-12 million people.

The realization of the agrarian potential of Georgia must become a main agricultural policy task, for which purpose the agrarian sector (farmers and peasants) must receive such price (income) for their products, which should provide their families with acceptable standards of living as well as with resources required for extended reproduction. To this end it is necessary to save farmers (peasants) from those problems, which are related to: material support; amelioration; agrotechnical and zoo-veterinary maintenance; definition of tendencies of market prices; availability of credits and problems with selling the products.

Anywhere around the world, achievement of rural population real employment and reaching the acceptable level of socio-economic development in a comparatively short space of time, are possible only through the system changes and implementation of comprehensive measures. Among them, one of the most significant measures is an increase in entrepreneurial activity of human resources. We must be aware of fact that the main product of economic processes in the country is a healthy, highly-skilled, socially and intellectually developed person. He is none the less valuable treasure for the country than ecologically pure environment and goods saleable throughout the world. In this respect, experience of various countries in the world indicates that the best course in entrepreneurial activation of labor resources is possible through the development of co-operative movement in the rural area. It is noticeable that EU countries, USA, Israel and other countries with the developed economy (including Baltic states) have chosen in one time the way of solidarity and mutual aid in socio-economic development, based on co-operative foundations. Everywhere, this process was occurring with an active orienting and organizing role and assistance of the State, i.e. in these countries there was functioned the real active statehood, and not an atrophied agro-industrial integration, and multiple successful examples of co-operation show that the feedback degree of co-operative activities is higher in comparison with individual work.

In order to let the market create something what the goods flow does well, it is necessary that the State must promote an active policy for the creation of agro-business infrastructure. First of all, this is reflected in the creation of specialized agro-credit system that will make the credit available and ensures the formation of output yield insurance system. The necessary part of infrastructure must be an organization of agrotechnics, chemicals, fuel and other materials supply, and there must be stimulated in the sphere of similar goods the application of co-operation, marketing aid, and besides, one of the most basic component must become the use of broad network of agro-technical schools which will be able to equip farmers with practical knowledge and skills and assist to the creation of permanent retraining environment for them.

We can still save Georgian land and village:

1. Let's consider the land not only as a source of goods, but as a guardian and something that gladdens population;
2. By using every possible means (the State always possesses these means) let's create a cheap agrarian credit, and provide the rural area with cheap fuel and public services;
3. Let's clear the way for lease (including the long-term one and transfer of the ownership);
4. Let's ensure the Government Purchases of agricultural products within rational limits;
5. Let's ensure the real control of imported products (as a rule, ecologically unfit) safety;

6. Let's destroy monopoly specialized on the import
7. Ensuring the cheap amelioration and agrotechnical and zoo-veterinary maintenance (that is not a unanswerable problem for State
8. To provide in every possible way the agricultural co-operation and creation of processing enterprises on site;
9. Determination and protection of parity of prices on goods and services required for reproduction of agricultural products;
10. Organization of preferential tax and insurance systems in agricultural sector (that is quite practicable for the State as well).
11. Create rural-agricultural production development and community business mobilization funds.
12. Restore a broken connection between agricultural production and agricultural science.
13. Agricultural land sales to foreigners should be prohibited without exception until appearance of competitive Georgians. (and until Georgia's membership in the European Union.)

Cultivation of 800 thousand hectares of arable land requires in its maximum 720 million laris (GEL). If even a small part of this amount (1/10) will be incurred by government, the problem with arable land will be resolved completely. In order to renew the perennial plantations (fruit trees, vine, nuts etc.) it is necessary to cultivate annually 15-20 thousand hectares, that requires 250-300 million laris (GEL). Here, good will of State and special tax incentives should be quite enough. For example, until complete ripeness the young plants must be granted with land and water tax-exempt status for the period of 4 years; to reduce or abolish VAT and excise taxes on fuel used in agricultural sector, the agrotechnical and zoo-veterinary maintenance should be exempt from VAT. Also, it is necessary to reduce the land and water taxes by 30%-30% each, etc.; to reduce VAT for food and processing industrial enterprises by no less than 10%, as well as the electric power and gas charges.

It is not true that the multisectoral rural economy of Georgia needs megabuck investments, since the agrarian sector, as a branch is not ready for attraction of large-scale investments and for implementation of required projects. It requires urgent consolidation of scattered manufacturing capabilities, creation of voluntary co-operatives of small-holders and their collaboration with processing enterprises.

It is ten times greater untruth, that only 2-3% of population must be employed in agrarian sector. The rural area must be populated by such number of people, which needs the village for keeping and gladdening themselves. The number of people in democratic developed countries, keeping themselves by rural economy, as a rule, is twice or higher the number of those, who is directly engaged in tilling, seeding, trimming, mowing and milking.

In consequence of above stated we can conclude that:

- the government of Georgia must realize that the food security is a part of the most important strategic objectives;
- the power must realize that the only party, which is able to resolve this problem is the State itself;
- the power must learn the very complicated technology for functioning of State as an economic entity, as in the field of agricultural production improvement, so with a view to improving the social, technical and cultural level of rural population.

The Georgian village must be revived by ourselves and hoping on foreigners, inviting them for "saving" us is offensive and besides it is a useless attempt for us. The dynamic rural economy should be ensured not by establishment of new settlements for foreigners, but developing the flexible action plan (strategy). In case of promoting the correct strategy, the peasant – main economic manager of Georgian land (the man on the land, the real indigenous farmer – written by I. Chavchavadze) – is able not only to feed the country with his own products, but to lay the foundations of State power.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Изменения в мировой экономике, взаимная зависимость государств в мировом сообществе, усиление социальных экономических проблем способствуют появлению необходимости модернизировать экономику страны. При этом суть и направления модернизации определяются ее конечной целью, которой, при всей важности экономического роста, технического совершенства и конкурентоспособности, является улучшение условий жизни каждого человека уже сегодня и обеспечением благоприятных условий для будущих поколений. Эта задача обычно определяется обеспечением устойчивого развития.

Понятие устойчивого развития сейчас получило широкое распространение. Практически во всех сферах определены принципы так называемой концепции устойчивого развития.

Учитывая, что туризм за последние годы стал играть заметную роль в мировой экономике, можно говорить о том, что развитие и совершенствование этой индустрии определенно влияет на устойчивое развитие экономики стран.

Туризм – это вид деятельности, где созданный туристический продукт нельзя оставлять неизменным, нужно постоянно модернизировать. Растущие потребности граждан, которые, в свою очередь, становятся все более требовательными, обязывают к использованию современных достижений науки и техники, внедрению новых технологий питания и обслуживания. Для эффективного ведения туристского бизнеса необходимо раскрыть сущность понятия «инноваций в туризме» и определить основные направления инновационной деятельности в этой сфере.

Туристическая деятельность в настоящее время представляет собой целую систему, включающую в себя разнообразные элементы. К ним относятся:

- туристский продукт (туристские услуги и туры);
- субъект туризма (органы управления туризмом, учебные, научные, проектные учреждения);
- участник туризма (гражданин, пользующийся продуктами и услугами системы туризма);
- объект туризма (предприятия, предоставляющие услуги по размещению, питанию, транспортные предприятия, экскурсионное бюро, предприятия сферы досуга и развлечений и т.д.);
- организатор туризма (туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты)).

Термин «инновация» в современном его понимании первым стал применять Й. Шумпетер. Он подчеркивал, что инновация – это существенная смена функции производимого, состоящая в новом соединении и коммерциализации всех новых комбинаций, основанных на использовании новых материалов и компонентов, внедрении новых процессов, открытии новых рынков, внедрении новых организационных форм.

Изучение тенденций и закономерностей комплексного освоения инноваций, планирование положительных результатов и управление ими – сложная методологическая проблема в сфере туризма, связанная, прежде всего, с классификацией нововведений. В качестве значимых для определения сути инноваций в туризме выделяют следующие классификационные признаки:

- источник идеи (потребности туристов, открытия, изобретения);
- вид инновации (инфраструктура туризма, турпродукт, способы и средства распределения турпродукта/услуг, управление и т.д.);
- степень новизны (улучшающие, прорывные);
- широта воздействия, масштабность, связность (локальные, глобальные, системные);
- инвестиционное наполнение (некапиталоемкие, малокапиталоемкие, капиталоемкие).

Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну, приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе. Так, идея создания и реализация туристских проектов, даже не приносящих вначале существенной прибыли, могут дать толчок развитию туризма и, тем самым, активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов населения.

Инновационный процесс в туризме достаточно специфичен. Он получает свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности клиента, а с другой стороны, в основном, благодаря принятию совместных решений туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного

самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с туризмом, а также благодаря оценке отрасли местным населением.

Базируясь на положениях соглашения по торговле услугами (ГАТС), в туризме инновационная деятельность развивается по трем направлениям [3]:

- внедрение нововведений (организационные инновации), связанных с развитием предприятия и туристского бизнеса в системе и структуре управления;
- маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов;
- периодические нововведения (продуктовые инновации), направленные на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование и дающие конкурентные преимущества.

Несколько иной подход к определению основных направлений инновационной деятельности в туризме в своих работах показал В.Ф.Данилюк. По его мнению основными направлениями инновационной деятельности туристских предприятий являются: развитие существующего туристического продукта и раскрытие неосвоенных туристических ресурсов территории; создание новых туристических предложений; внедрение телекоммуникационных технологий служащих как современным информационным источником, так и аналитическим аппаратом, играющим важную роль в принятии решений [4]. Рассмотрев предложенные варианты, предлагается объединить и структурировать основные направления инновационной деятельности в зависимости от того, к какому элементу они относятся (таблица 1).

Таблица 1

Направления инновационной деятельности в туризме

Элементы туризма	Направления инновационной деятельности
Туристский продукт	- выпуск новых видов туристского продукта - внедрение услуг с новыми свойствами в традиционный туристский продукт - изменения в организации производства традиционных туристских продуктов и т.д.
Субъект	- внедрение современных форм учета и отчетности - поддержка туризма и маркетинга через стимулирование инноваций и кооперации - формирование привлекательного образа страны - прямое участие государства в реализации инновационных программ - создание крупных инновационных центров - поддержка НИОКР в сфере туризма - создание венчурных инновационных фондов - совершенствование систем управления интеллектуальным потенциалом субъектов отрасли - содействие обмену информацией, навыками и технологиями между развитыми и развивающимися странами и т.д.
Объект	- производство инновационных продуктов и услуг - использование при производстве инновационных продуктов и услуг новых туристских ресурсов, ранее не использованных - обучение кадров для реализации и обновления их интеллектуального потенциала, технологической проработки процесса обслуживания - использование новейших разработок и технологий.
Организатор	- деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные новые или усовершенствованные услуги, входящие в инновационный турпродукт - организация рекламы и сбыта инновационного туристского продукта - совершенствование системы управления - углубленное использование телекоммуникаций, создание и обработка баз данных.
Участник	- выявление и использование нового потребителя и нового рынка сбыта туруслуг

Инновационные изменения в туризме создают внутреннюю энергию эффективного роста. Эти изменения нарушают сбалансированность, но создают основы дальнейшего развития, переход системы в новое качество. Поэтому именно профессиональное введение инноваций в жизнь и является развитием той или иной отрасли.

Инновации в туризме влияют на состояние всей отрасли и, следовательно, на состояние экономики в целом. Они изменяют следующие основные характеристики отрасли:

- 1) объем производства и продаж;
- 2) текущие затраты фирмы, занимающейся инновациями;
- 3) размер созданного и действующего имущества;
- 4) численность специалистов, занятых в проектировке и внедрении нового туристического продукта на рынок;
- 5) длительность освоения и внедрения новшеств потребителям.

Инновации в туризме, как правило, реализуются посредством серии мелких шагов, которые ведут к постепенному развитию и являются процессом с обратной связью. Одна инновация неизбежно влечет за собой другую.

В современном понимании инновации в туризме – это планируемые, целенаправленные, неизбежные, управляемые и практические изменения и нововведения на уровне организаций, задействованных в туристической сфере, общественных объединений и государств, направленные на развитие туристических потоков и создание предложения, максимально удовлетворяющего и опережающего индивидуальный спрос.

Все компоненты туристической индустрии должны подвергаться влиянию научно-технического прогресса. Только такое взаимодействие всех элементов туристской индустрии может привести к появлению существенного синергетического эффекта, выраженного в качестве роста сферы туризма, а в последствии, и устойчивого экономического развития страны.

Список литературы:

1. Калитвинцева М.В. Основные направления инновационной деятельности в туризме/[Электронный ресурс]- Режим доступа к ресурсу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/en/economy-311/innovation-economy-311/7693-main-areas-of-innovation-in-tourism>
2. Новиков В. С. Характерные черты туризма XXI века – устойчивое и инновационное развитие // Сборник научных статей (10 выпуск) Московской академии туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при правительстве Москвы, 2006.
3. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС)/[Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: <http://ind.kurganobl.ru/assets/files/WTO/services.pdf>
4. Данилюк В.Ф. Инновации как фактор развития дестинаций/ В.Ф. Данилюк// Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг: матеріали VIII науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу(м. Святогірськ, 24-26 вересня 2010). – Донецьк: ДІТБ, 2010. – 433 с.

Alexandra Kuzmenko

Master. Donetsk Institute of Tourist Business

INNOVATION ACTIVITY IN TOURISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

Changes in the world economy, the mutual dependence of states in the international community, intensification of social and economic problems contribute to the emergence of the need to modernize the economy. Herewith gist and direction of modernization are determined its final goal – improvement of living conditions of everyone now and providing of favorable conditions for future generations. This objective usually determines as providing of sustainable development.

The concept sustainable development got widespread occurrence now. Practically in every sphere of activity, principles of the concept sustainable development are identified.

Considering, that tourism in recent years has started to play an important role in the world economy, can be said that development and improvement of this industry affects the sustainable development of country.

Tourism – kind of activity, where created product shouldn't be left without changes, it is necessary to modernize it constantly. Growing needs of citizens obligate to use of science and technology achievements, introduction of new technologies of service. For effective management of tourist business it's necessary to reveal the essence of the concept "innovations in tourism" and

determine the main directions of innovation activity in this sphere.

Tourist activity is a system that includes a variety of elements such as:

- tourism product (tourism services and tours);
- the subject of tourism (tourism authorities, educational, scientific, design agencies);
- member of tourism (citizen who uses the products and services of tourism);
- tourist (enterprises that provide services of accommodation, catering, transport companies, tour desk, a agencies of leisure and entertainment, etc.);
- organizer of tourism (tourist enterprises for the development, promotion and sale of tourist products (tour operators and travel agents)).

Y. Schumpeter was the first scientist who started to use term "innovation", in its modern sense. He emphasized that innovation – it is a significant change in the function of produced product, consisting in the new connection and commercialization of all new combinations, based on the using of new materials and components, implementation of new processes, opening new markets, introduction of new organizational forms.

The study of trends and patterns of the complex assimilation of innovations, planning positive results and their management – a complex methodological problem in tourism related to the classification of innovations. In quality important classification features for definition of the essence of the innovations in tourism determine following:

- source of the idea (the needs of tourists, discoveries and inventions);
- the type of innovation (tourism infrastructure, tourism product, the ways and means of distribution of tourism products / services, management, etc.);
- The degree of novelty (improving, breakthrough);
- latitude effect, magnitude, connectivity (local, global, system);
- investment content (capital-intensive, low capital, non-capital intensive).

Innovations in tourism should be seen as a system of activities which have qualitative novelty and lead to positive changes, ensuring stable functioning and development of the industry in the region. Thus, the idea of creation and implementation of tourism projects may give impetus to the development of tourism and thereby actively contribute to the creation of additional jobs and income growth.

The innovation process in tourism is quite specific. It gets its recognition, on the one hand, through the tourist market and the degree of customer satisfaction, and on the other hand, mainly due to the adoption of joint decisions tourist organizations, regional governments, local governments and public organizations whose activities are related to tourism as well as by assessing the industry by local people.

Based on the provisions of the Agreement on Trade in Services (GATS), innovation activity in tourism is developed in three directions [3]:

- introduction of innovations (organizational innovation) associated with the development of enterprise and tourism business in the system and structure of management;
- marketing innovations which can cover the needs of target customers or attract non-covered client sat the time;
- periodic innovations (product innovations), aimed at changing consumer characteristics of tourist product, its positioning and giving competitive advantage.

V.F. Danilchukshowna slightly different approach to the definition of the main directions of innovations in tourism in his works. According to him the main directions of innovation activity of tourism enterprises are: development of the existing tourism product and disclosure of undeveloped tourism resources of the area, the creation of new tourism offer, the introduction of telecommunication technologies as modern information source and analytical apparatus, which plays an important role in decision-making [4]. Having considered the proposed options, it is proposed to combine and structure the main directions of innovations, depending on which element they are belong (Table 1).

Table 1

Directions of innovations in tourism

Elements of tourism	Directions of innovation activity
Tourism product	- issue of new tourist products - introduction of services with new features to the traditional tourism product - changes in the organization of production of traditional tourism products, etc.

Subject	- introduction of modern forms of accounting and reporting - support for tourism and marketing through the stimulation of innovations and cooperation - the formation of an attractive image of the country - the direct involvement of the state in the implementation of innovative programs - the establishment of major innovation centers - support for R & D in the field of tourism - the creation of venture innovation fund - improvement of management of intellectual potential industry stakeholders - promoting the exchange of information, skills and technology between developed and developing countries, etc.
Object	- production of innovative products and services - using of new tourist resources in process of production innovative products and services - training of staff to implement and update their intellectual capacity, technological study of the service process - using of the latest developments and technologies.
Organizer	- activity of tour operators in the conclusion and execution of contracts with third parties that provide some new or improved services included in an innovative product - organization of advertising and selling of innovative tourism product - improving the system of management - deepened using of telecommunications, creation and processing of data bases.
Member	- identification and using of a new consumer and a new sales market of tourist services

Innovative changes in tourism create internal energy of efficient growth. These changes violate the balance, but create a basis for further development, the system's transition to a new quality. Therefore, professional introduction of innovation salads to the development of an industry.

Innovations in tourism affect the condition of the whole industry and, therefore, the condition of the overall economy. They change the following characteristics of the industry:

- 1) volume of production and sales;
- 2) current expenses of enterprise, that promote innovations;
- 3) size of the established and existing property;
- 4) number of professionals involved in the designing and market implementation of a new tourist product;
- 5) duration of the assimilation of innovations by consumers.

Innovations in tourism are generally implemented through a series of small steps that lead to the gradual development and are a process with feedback. One innovation inevitably leads to another.

Innovations in tourism (in the modern sense)- are planned, purposeful and inevitable, manageable and practical changes and innovations at the level of organizations involved in the tourism sector, public associations for creation tourist flows and offers which satisfy and advance individual demand.

All the components of the tourism industry should be subject to the impact of scientific and technological progress. Only such an interaction of all elements of the tourism industry can lead to a significant synergistic effect expressed as growth of the tourist industry, and, in consequence, sustainable economic development.

References:

1. Kalitvintseva M. V. The main directions of innovations in tourism / [electronic resource] – Access mode to the resource: <http://www.sworld.com.ua/index.php/en/economy-311/innovation-economy-311/7693-main-areas-of-innovation-in-tourism>
2. Novikov S. Characteristics of tourism XXI century - sustainable and innovative development // Collection of scientific articles (10 edition) of the Moscow Academy of tourism, hotel and restaurant business under the government of Moscow, 2006.
3. The General Agreement on Trade in Services (GATS) / [electronic resource] - Access mode to the resource: <http://ind.kurganobl.ru/assets/files/WTO/services.pdf>
4. Danil'chuk V.F. Innovations as a factor of development of destinations / V.F. Danil'chuk // State and prospect of information and innovation development of tourist market: materials of the VIII scientific and practical conference of the faculty. - Donetsk: DITB, 2010. - 433 p.

თენგიზ კუპრაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასისტენტ პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ინტერნეტი, როგორც მარკეტინგის ერთ-ერთი ინსტრუმენტი

პირდაპირი მარკეტინგის სტრატეგია წარმოადგენს ბაზარზე კომპანიის მარკეტინგულ სტრატეგიებში ერთ-ერთ ყველაზე აქტიურად გამოყენებად სტრატეგიას. «პირდაპირი მარკეტინგი ესაა ინტეგრირებული მარკეტინგული სისტემა, რომელშიც გამოიყენება ერთი ან რამდენიმე სარეკლამო მედია-საშუალება მომხმარებლების მხრიდან გაზომვადი პასუხის მისაღებად».

პირდაპირი მარკეტინგის არხები, რომლების აქამდე გამოყენება ხდებოდა არის: პირადი გაყიდვა, პირდაპირი საფოსტო გაზვნილები (ისევე, როგორც ფაქსი, ხმოვანი საფოსტო ყუთი), გაყიდვები კატალოგების საშუალებით, ტელემარკეტინგი (ტელეფონით გაყიდვები), ტელევიზია (რეკლამა, რომელსაც შეიძლება მოყვეს მყისიერი რეაგირება, ტელემაღაზიები, ვიდეოტექსტის სისტემა) აგრეთვე ჟურნალები, გაზეთები და რადიო. ინტერნეტი, წარმოადგენს პირდაპირი მარკეტინგის უახლეს არხს და ამ როლში იგი ზოგჯერ გაცილებით უფრო ეფექტურია, ვიდრე ტრადიციული საშუალებები. «მიუხედავად იმისა, რომ ზოგიერთი კომპანია პირდაპირ და ქსელურ მარკეტინგს ანიჭებს მეორეხარისხოვან როლს, ბევრი უკვე პრაქტიკაში იყენებს ინტეგრირებულ მარკეტინგულ კომუნიკაციებს, რომელიც ასევე ცნობილია როგორც ინტეგრირებული პირდაპირი მარკეტინგული (იპმ). იპმ-ის პროგრამა, ფოკუსირებულია სხვადასხვა მედია საშუალებების სარეკლამოდ გამოყენებაზე, როგორც წესი, ეს ბევრად უფრო ეფექტურია, ვიდრე კომუნიკაციის «ერთიჯერადი» პროგრამული უზრუნველყოფა».

პირდაპირი მარკეტინგის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია მყიდველების მონაცემთა ბაზები, რომელიც წარმოადგენს ორგანიზებული და მუდმივად განახლებადი ამომწურავ მონაცემების ბანკს ფორმის მომხმარებლების შესახებ. კომპანიები იყენებენ მონაცემთა ამ ბაზებს პოტენციური კლიენტების იდენტიფიცირებისათვის, მომხმარებელთა საერთო ჯგუფიდან მათთვის საინტერესო ჯგუფის გამოყოფის მიზნით, რომლებსაც შეუძლიათ გაუზიარონ კონკრეტული წინადადებები, ამით იზრდება საერთო სამომხმარებლო ლოიალობა და ხდება განმეორებითი შესყიდვების წახალისება. პირდაპირი მარკეტინგის გამოყენებისას მყიდველებსა და გამყიდველებს შორის როგორც წესი მყარდება ურთიერთხელსაყრელი, ურთიერთობები. თუმცა, სიფრთხილეს თავი არ სტკივა, არ უნდა ჩატარდეს კამპანია, რომელიც გაააღიზიანებს მომხმარებელს, რომელიც აღიქმება უსამართლოდ ან პირად ცხოვრებაში შეჭრად. პოტენციური კლიენტების მონაცემთა ბაზის შექმნა შესაძლებელია ინტერნეტში ვებ-გვერდებზე გაგზავნილი ინფორმაციის აღრიცხვის გზით. ამ გზით მონაცემთა ბაზის შექმნის დადებითი ფაქტორი ის არის, რომ მომხმარებელს ნებაყოფლობით აქვს გამოწერილი შეტყობინებების მიღება და ნებისმიერ დროს შეუძლია გააუქმოს იგი. ეს ნებაყოფლობითობა ამცირებს მომხმარებელთა მხრიდან რეკლამისადმი უარყოფით დამოკიდებულებას.

ტრადიციული სარეკლამო მედიის დადებითი და უარყოფითი მხარეების (იხ. ცხრილი 1) გათვალისწინებით ჩანს, რომ ინტერნეტს, გააჩნია უფრო მეტი უპირატესობა ტრადიციული სარეკლამო საშუალებებთან და თავისუფალია ამ უკანასკნელის ბევრი ხარვეზისაგან.

ამავე დროს, ინტერნეტში სარეკლამო პლატფორმა გარკვეული ფუნდამენტური მახასიათებლები, რომლებიც დამახასიათებელია მხოლოდ მისთვის. მაგალითად, არცერთი სხვა სარეკლამო საშუალებისათვის არ არსებობს ცნება «ტარგეტინგი». ტარგეტინგი - ეს არის შესაძლებლობა შერჩევით ვაჩვენოთ სარეკლამო განაცხადი მომხმარებლებს, შერჩევა კი შეიძლება მოხდეს: რეგიონის, დროის და სამუშაო ადგილის მიხედვითაც კი.

გარდა ტარგეტინგისა, ინტერნეტის მეორე ფუნდამენტური თვისება - არის უნარი, ზუსტად განსაზღვროს სარეკლამო კამპანიის ეფექტურობა, რამდენადაც მფლობელები საიტის მფლობელებისათვის ჯოვლთვის ხელმისაწვდომია რეკლამის ჩვენების, მათზე პასუხის და რეკლამის გავლენით ქცევის სტატისტიკა.

ინტერნეტისათვის სპეციფიკური მომსახურებაა - სარეკლამო ბანერების ქსელი. ბანერი - ესაა მოცემული მომენტისათვის ვებ გვერდზე განთავსებული სარეკლამო განაცხადის ძირითადი ფორმა, რომელიც არის სტანდარტული ზომის მართკუთხედი, რომელიც შეიცავს სარეკლამო ინფორმაციას და ცვლის მის შინაარსს, გვერდის ხელახალი ჩატვირთვის დროს.

სარეკლამო ქსელი - ესაა რამდენიმე (პირობა, ათობით, ასობით, ათასობით) ვებ-გვერდისათვის საბანერო

რეკლამის შეგროვებისა და განთავსების ერთიანი ცენტრი. ანუ, არსებობს ერთი ფირმა, რომელიც, ერთი მხრივ, ახდენს სერვერებზე სარეკლამო ფართების რეზერვების შექმნას. მეორეს მხრივ, მას გააჩნია სარეკლამო აგენტების შტატი, რომლებიც აგროვებენ საბანერო რეკლამას, რეზერვირებულ ფართებზე განთავსების მიზნით. მოგება ყალიბდება საბოლოო მომხმარებლისათვის ბანერის ფასსა და საიჯარო ფასს შორის სხვაობის სახით.

ცხრილი 1

სარეკლამო საშუალებების თავისებურებანი

სარეკლამო საშუალება	უპირატესობა	ნაკლოვანება
გაზეთი	მოქნილობა; პერიოდულობა; ადგილობრივი ბაზრის კარგი დაფარვა; ნდობის მაღალი ხარისხი	მოკლევადიანი სასიცოცხლო ციკლი; რეპროდუქციის დაბალი ხარისხი; გავრცელების მცირე «მეორეული» აუდიტორია
ტელევიზია	მასობრივი ბაზრის დაფარვა; დაბალი ხარჯი ერთ მაყურებელზე; მოიცავს გამოსახულებას, ხმას და მოძრაობას; აღძრავს ემოციებს	მაღალი მთლიანი ხარჯი; ქაოსურობა; აუდიტორიის შეზღუდული შერჩევითობა; ზერელე ზეგავლენა
პირდაპირი საფოსტო რეკლამა	აუდიტორიის მაღალი შერჩევითობა; არანაირი სარეკლამო კონკურენტი იმავე მედია გარემოში; პერსონიფიკაციის შესაძლებლობა	შედარებით მაღალი ხარჯი ერთ პიროვნებაზე; «მაკულატურის» იმიჯი
რადიო	გეოგრაფიული და დემოგრაფიული შერჩევითობის მაღალი დონე; დაბალი ხარჯები	მხოლოდ ხმოვანი შეტყობინება; ზერელე ზეგავლენა; ყურადღების ნაკლები დონე ნახევრად სმენადი მედია გარემო) ფრაგმენტული მსმენელთა აუდიტორია
ჟურნალი	გეოგრაფიული და დემოგრაფიული შერჩევითობის მაღალი დონე; სანდოობა და პრესტიჟი; რეპროდუქციის მაღალი დონე; გრძელვადიანი სასიცოცხლო ციკლი; კარგი გავრცელება.	მაღალი ხარჯი; განაცხადის დამუშავების ხანგრძლივი პერიოდი
გარე რეკლამა	მოქნილობა; განმეორებით გამოყენების შესაძლებლობა; დაბალი ხარჯი; სხვა შეტყობინებების მხრიდან დაბალი კონკურენცია; ადგილის შერჩევის შესაძლებლობა	აუდიტორიის შერჩევითობის დაბალი დონე; შემოქმედებითი შეზღუდულობა
ინტერნეტი	შერჩევითობის მაღალი დონე; დაბალი ხარჯი; მყისიერი გავრცელება; ინტერაქტიულობის შესაძლებლობები	მცირე აუდიტორია; შედარებით ნაკლები ზეგავლენა; ნახვას აკონტროლებს თვითონ აუდიტორია

წარმატებული მარკეტინგული კამპანიის ერთ-ერთი პირობაა - საფუძვლიანი დაგეგმვა. საჭიროა თავისი მიზნების მკაფიო განსაზღვრა, მიზნობრივი მომხმარებლების და გასაღების ბაზრების გამოვლენა. ახალი წინადადებების ელემენტების სრულყოფილი შესწავლა, მათი შემოწმება და კამპანიების ეფექტურობის ჯოშორის კრიტერიუმების შექმნა.

როდესაც ხდება ინტერნეტში მარკეტინგული კამპანიის დაგეგმვა, უნდა გათვალისწინებულ იქნას შემდეგი რიგი ფაქტორები:

ინტერნეტ-მარკეტინგს გააჩნია საკუთარი შეზღუდვები. ერთიერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებლები ინტერნეტისა საქართველოში - ესაა შეზღუდული რაოდენობის მომხმარებლები. ეს ფაქტორი შეიძლება წარმოადგენდეს შეზღუდვას სამომხმარებლო ტიპის პროდუქტების მარკეტინგული კამპანიის დროს, რომლის პოტენციური აუდიტორია, რომ რამდენიმე ასეულ ათასია. ამ შემთხვევაში, უფრო ეფექტურის ტრადიციული მარკეტინგის - სარეკლამო იარაღების გამოყენება, როგორცაა, მაგალითად, პოპულარული გაზეთები, ჟურნალები და ტელევიზიაში. მეორეს მხრივ, ეს ფუნქცია, მიზნობრივი აუდიტორიისათვის ინფორმაციის გავრცელებისას შესაძლებელია წარმოადგენდეს მნიშვნელოვანი დანაზოგის წყაროს.

გარდა ამისა, აშკარაა ის ფაქტი, რომ ყველა ინტერნეტ მომხმარებელი - კომპიუტერის მოყვარული. კვლევებმა აჩვენა, რომ ინტერნეტის მომხმარებლებს გააჩნიათ რიგი სხვა საინტერესო მახასიათებლები: ინტერნეტის მომხმარებელთა შორის საკმარისად მაღალია მფლობელებს პლასტიკური ბარათების, მობილური ტელეფონების, ავტომობილების, სახლში კომპიუტერის და მსგავსი ასეთი «ფუფუნების საგნების» მფლობელების პროცენტული წილი. ეს ნიშნავს, რომ ინტერნეტის მომხმარებელთა სოციალური ფონი და შემოსავლის დონე მაშინაცაა იმსათვის, რომ ხელი შეუწყოს ე.წ. «გალობითი საქონლის» დაწინაურებას. ისეთი საქონლის რომელიც შეტ ნაკლებად ძვირია ტექნოლოგიურად მოწინავე პროდუქტებსა და მომსახურებას, ხოლო ინტერნეტის გამოყენებას შეუძლია მნიშვნელოვნად შეამციროს მოცემული საქონლის და მომსახურების მარკეტინგული კამპანიის ხარჯები.

ინტერნეტ - წარმოადგენს, სხვადასხვა სერვერების ერთობლიობას, რომელთაგან თითოეულს გააჩნია საკუთარი აუდიტორია. ონლაინ მარკეტინგის კამპანიის დაგეგმვის დროს ყურადღებით უნდა განისაზღვროს იმ სერვერების სია, რომლებიც ყველაზე მისაღებია მოზიდულის აუდიტორიის მხრივ. აუდიტორიის ხარისხი, და არა რაოდენობა წარმოადგენს ყველაზე მნიშვნელოვან კრიტერიუმს ინტერნეტში საიტის არჩევის დროს.

მიზანმიმართული ინტერნეტ-რეკლამა ეფექტური მხოლოდ იმ შემთხვევაში იქნება, თუ შეგიძლიათ განსაზღვროთ ვებ-სერვერი, რომელთა მომსახურებითაც სარგებლობენ თქვენთვის საინტერესო მომხმარებლები. ამ დროს ეფექტურობას ექნება არა მხოლოდ შედარებითი ხასიათი. იგი თავისი რაოდენობრივი მახასიათებლებითაც არ ჩამოუვარდება ტრადიციულ ნაბეჭდ, ან სამაუწყებლო მედიაში განთავსებული რეკლამის ეფექტურობას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Бокарев Т. Количественный и качественный состав аудитории Интернета, тенденции развития и их значение для рекламодателя.// Материалы конференции «Internet-маркетинг-98».
2. Кирсанов Д. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова. - СПб.: Символ-Плюс, 1999.
3. Ченцов В.И., Успенский И.В. Интернет как эффективное средство маркетинговых коммуникаций.//
4. Речмен Д. Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Д.В. Современный бизнес: Учебник в 2-х томах: Пер. с англ. - М.: Республика. 2000. Т.1. - 431 с.
5. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. - СПб.: БХВ-Петербург, 2001. - 250 с.
6. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник /В.Н. Ерёмин. - М.: КНОРУС, 2006. - 656 с.
7. Интернет-страница: Концепция маркетинга в Интернете. http://www.web1.info/kms_catalog+stat+cat_id-3+page-1+nums-22.html

INTERNET, ONE OF INSTRUMENTS OF MARKETING

One of actively used strategy of marketing policy of the company - strategy of direct marketing. "Direct marketing is the integrated marketing system in which it is used one or several advertizing media with a view of receiving measurable reaction from the consumer and/or transaction" [1].

The channels of direct marketing used until recently: a personal selling, direct post mailing (and also a fax, a voice mail box), sale according to catalogs, telemarketing (sales by phone), television (advertising with possibility of the immediate answer, TV shops, video text systems), and also magazines, newspapers and radio, booths. The Internet is the newest channel of direct marketing and in this role it not less, and sometimes and is more effective traditional means. "Though some companies still allocate for direct and network marketing the supporting role, many already practise the integrated marketing communications which also have the name "the integrated direct marketing (IMP)". The IMP programs focused on use in advertising of various means, as a rule, appear many times more effectively than "single" communication programs".

One of the most valuable instruments of direct marketing is the database of the buyers representing organized and constantly filled up bank of exhaustive data on buyers of firm. The companies use these databases for definition of potential clients, allocation from total number of buyers of group to which can direct a specific proposal, increases of consumer loyalty and stimulation of repeated purchases. When using direct marketing between buyers and sellers the mutually advantageous connection is usually established. Nevertheless, it is necessary to be careful and not to carry out campaigns which irritate consumers, are perceived by them as dishonest and/or invasion into private life. Creation of a database of potential clients can be realized by a way of formation of the list of news posting of the Website. Favorable factor is that the user at own will subscribes for obtaining messages and at any time can refuse a subscription. Such voluntariness excludes or reduces negative attitude to advertising from consumers.

Considering advantages and shortcomings of traditional advertising carriers (see. Table 1) it is possible to notice that the Internet in this quality possesses the majority of advantages of traditional advertising media and is relieved of many shortcomings of the last.

At the same time the Internet as an advertising platform possesses some basic features which are inherent only in it. For example, for any other advertising medium there is no concept "targeting". Targeting is possibility selectively to show to visitors advertisements depending on the region, time and even a place of work of the visitor.

Besides the targeting, the second basic feature of the Network is possibility of exact operative determination of efficiency of an advertising campaign as the statistics of displays of advertisements, responses to them and behavior of the visitor on a site in case of a response is always available to owners of a site.

Service specific to the Internet - advertising banner networks. A banner - the main, at present, the type of advertisements placed on Web pages, a rectangle representing of the standard sizes containing advertising information and changing the contents at repeated loading of page.

Table 1.

Features of advertising

means of advertising	advantages	disadvantages
Newspapers	Flexibility, timeliness, high coverage of the local market, a wider audience, a high level of confidence	Fragility, poor quality of play, a small "secondary" audience
TV	The combination of image, sound and dynamics; appeal directly to the senses, a high level of attention, high coverage	High cost; saturation; fleeting contact, a lesser degree of selectivity of the audience
Direct mail	The selectivity of the audience, flexibility, lack of promotion of competition within the tool, targeting	The relatively high cost; preconceived opinions about this form of advertising as a "waste paper"

radio	The mass character, a high degree of selectivity of geographic and demographic characteristics, low cost	Just listening, below the level of attention compared to the TV treatment; short exposures
Journals	The high level of geographic and demographic selectivity; credibility and prestige, high-quality reproduction, long life; "secondary" readership	Big breaks in the time between the announcement; probable annoying typos, there is no guarantee the timely appearance
Outdoor Advertising	Flexibility, high rate of repeated contacts, low price, the lack of competition	The lack of selectivity audience creative restrictions

The advertising network is a uniform center of collecting and placement of banner advertising for several (units, tens, hundreds, thousands) websites. That is there is one firm which, on the one hand, reserves an advertising platform on servers (more often, in any way not connected organizationally with this firm). On the other hand, it has the staff of advertising agents which in a condition to collect banner (generally) advertising for placement on the rented areas. The profit is formed at the expense of a difference between the banner price for the end user and at the price of the rented area for an advertising network.

One of conditions of successful marketing campaign - careful planning. It is necessary to define accurately its purposes, to allocate target buyers and sales markets, to work offer elements, to test them and to establish criteria of measurement of efficiency of campaign.

Planning marketing campaign on the Internet, it is necessary to consider the following number of factors:

Internet marketing has the restrictions. One of the most serious features of the Russian Internet is limited number of users. This feature can become restriction in marketing campaign of the public consumer products which potential audience is estimated in tens of millions. In this case most effectively to use traditional marketing/advertising means, such, as popular newspapers, magazines and television. On the other hand, this feature can become a source of essential economy of means at achievement of target audience necessary for you.

Except that obvious fact that all Internet users are the programmers led on a number of the Russian servers, researches showed that Internet users possess a number of other interesting features: among Internet users rather high percent of owners of plastic cards, mobile phones, cars, home computers and to volume of similar "luxury goods". It means that social level and level of the income of Internet users is sufficient for advance so-called "the piece goods", that is more or less expensive, technological goods and services and use of the Internet can essentially save your expenses at carrying out marketing campaign of the such goods and services.

The Internet is a set of various servers, each of which is devoted to the subject, has the audience and the attendance. When planning the marketing campaign on the Internet carefully define the list of the servers which are most suitable you on involved audience. Quality of audience, instead of attendance should be the most important criterion at a place choice on the Internet.

The directed advertising on the Internet will be effective only if you can define web servers which are visited by audience interesting you. Thus such efficiency will have not only relative character, but also according to the quantitative characteristics won't concede to traditional advertising in printing editions.

References:

1. Бокарев Т. Количественный и качественный состав аудитории Интернета, тенденции развития и их значение для рекламодателя.// Материалы конференции "Internet-маркетинг-98".
2. Кирсанов Д. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова. - СПб.: Символ-Плюс, 1999.
3. Ченцов В.И., Успенский И.В. Интернет как эффективное средство маркетинговых коммуникаций.//
4. Речмен Д. Дж., Мескон М.Х., Боуи К.Л., Тилл Д.В. Современный бизнес: Учебник в 2-х томах: Пер. с англ. - М.: Республика. 2000. Т.1. - 431 с.
5. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. - СПб.: БХВ-Петербург, 2001. - 250 с.
6. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник /В.Н. Ерёмин. - М.: КНОРУС, 2006. - 656 с.
7. Интернет-страница: Концепция маркетинга в Интернете. http://www.web1.info/kms_catalog+stat+cat_id-3+page-1+nums-22.html

რეგიონებში კლასტერების ფორმირების საკითხისათვის

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ეკონომიკური განვითარების ვექტორი სულ უფრო მეტად ინაცვლებს რეგიონებში, რადგან სწორედ აქ ყალიბდება ერთი მხრივ, ბიზნესსა და მეორე მხრივ, მმართველობის ადგილობრივ ორგანოებსა და საზოგადოებრივ ჯგუფებს შორის ურთიერთობათა განსაკუთრებული ფორმები.

საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლამ ახალი ამოცანები დასახა ქვეყნისა და მისი ცალკეული რეგიონების ეკონომიკის წინაშე. ამ მხრივ, განსაკუთრებული პოტენციალი და შესაძლებლობა, რეალიზების მაღალ შესაძლებლობები გააჩნია იმერეთის რეგიონს, სადაც ყოველთვის გადაწყვეტ როლს ასრულებდა სამრეწველო სექტორი.

საზოგადოდ, რეგიონული ეკონომიკის განვითარების დონეს მნიშვნელოვნად განაპირობებს მდიდარი ბუნებრივი რესურსები. რეგიონი გამოირჩევა საქართველოს ტერიტორიაზე არსებული წიაღისეული სიმდიდრეების მრავალფეროვნებით. ამჟამად იმერეთში 100-ზე მეტი მინერალურ-სანედლეულო რესურსების საბადოა აღრიცხული, რომელთაგან ნახევარზე მეტი საექსპორტოა.

1990-1995 წლებში სამრეწველო წარმოების დონის მკვეთრი დაცემა და ამის შედეგად რეგიონის შიდა პროდუქტში დარგის ხვედრითი წილის არსებითი შემცირება მიანიშნებდა დეინდუსტრიალიზაციის რეალურ საშიშროებაზე, რასაც სამრეწველო პროდუქციის ნომენკლატურისა და იმ პერიოდის წარმოების დინამიკის მონაცემებიც ადასტურებენ.

1995-2001 წლებში რეგიონის ეკონომიკურ სფეროში რიგი პოზიტიური ძვრების მიუხედავად მდგომარეობა კვლავ რთული იყო. უკიდურესად დაბალი იყო საწარმო სიმძლავრეების დატვირთვა, საწარმოთა უმრავლესობა ვერ ახერხებდა ძირითადი პროფილის მიხედვით რენტაბელურ ფუნქციონირებას და მათი საქმიანობა ცალკეული მცირე მოცულობის დაკვეთების შესრულებით და სხვა დროებითი შემოსავლების მიღებით (საწარმო ფართობების გაქირავება, იჯარით გაცემა, ქონების გაყიდვა და ა.შ.) შემოიფარგლებოდა.

2006-2011 წლებში ფაქტობრივად შენარჩუნდა მთლიანი რეგიონული პროდუქტის (მრპ) ზრდის ტენდენცია (1,4 მლრდ. ლარიდან 2,1 მლრდ. ლარამდე, ზრდა 150%). იგი ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 10-11%-ს შეადგენს. შესაბამისად, მნიშვნელოვნად გაიზარდა მრპ ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით, რაც რეგიონის ეკონომიკაში პოზიტიურ ძვრებზე მიუთითებს. კერძოდ, თუ 2006 წელს ეს მაჩვენებელი 1966 ლარს შეადგენდა, 2011 წლისათვის 3026 ლარს მიაღწია. აღნიშნულის მიუხედავად, იგი მნიშვნელოვნად ჩამორჩება ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელს. მრპ-ის მნიშვნელოვანი ნაწილი ბიზნეს სექტორში იქმნება. ამ სექტორშიც 2006-2011 წლებში შეიმჩნევა ზრდის ტენდენცია. კერძოდ, 2011 წელს ბიზნეს სექტორი უკვე 777 ათასი ლარის პროდუქციას უშვებდა (2006 წელს ეს მაჩვენებელი მხოლოდ 418,1 ათასი ლარი იყო).

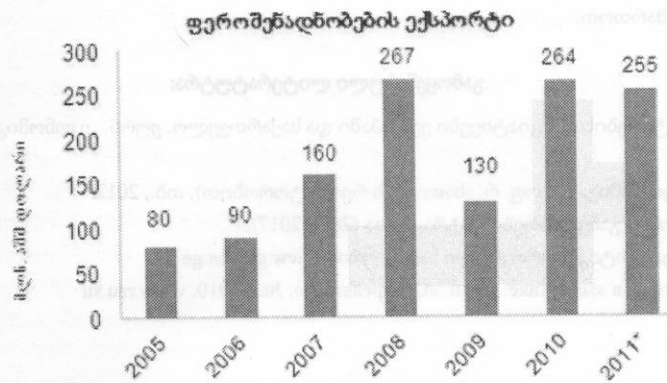
საქართველოს რეგიონების განვითარების უთანაბრობა რიგი ფაქტორებითაა გამოწვეული, რაც აისახება მოსახლეობის ცხოვრების დონეზე. რეგიონების განვითარება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული მათში ინვესტიციების განთავსებაზე, მით უმეტეს, თუკი ეს ინვესტიციები რეალურ და საფინანსო სექტორებს კომპლექსურად ეხება.

კონცერნ „პრივატჯგუფის“ მიერ განხორციელებული ინვესტიციების შედეგად, იმერეთში ერთი მხრივ, შეიქმნა „სამრეწველო სამკუთხედი“ - „ჯორჯიან მანგანეზის“ (მანგანუმისა და ფეროშენადნობთა ქარხნები, ვარციხის ჰიდროელექტროსადგური) სახით და მეორე მხრივ, განვითარდა საფინანსო სექტორი, რომელიც ამავდროულად რეალურ სექტორსაც ემსახურება (საბანკო დაწესებულებათა ქსელი).

იმერეთის მრეწველობაში ამჟამად 13321 კაცია დასაქმებული და ამ სექტორში დასაქმების კუთხით რაიმე არსებით ძვრებს ადგილი არ ჰქონია. რეგიონში დასაქმებულთა თითქმის 38% „ჯორჯიან მანგანეზზე“ მოდის.

იგივეს ვერ ვიტყვით პროდუქციის გამოშვებაზე. თუ რეგიონის 2006 წელს სამრეწველო სექტორი 292,3 მლნ. ლარის პროდუქციას უშვებდა, 2010 წლის შედეგებით იგი 1,8-ჯერ გაიზარდა და 536,4 მლნ. ლარი შეადგინა. ნიშანდობლივია, რომ 2011 წელს საქართველოს საექსპორტო ათეულში წამყვანი ადგილი კვლავ ფეროშენადნობებს ეჭირა - 255 მლნ. აშშ დოლარით ანუ 11,6%-ანი ხვედრითი წილით, რაც მნიშვნელოვანწილად არის განპირობებული ზესტაფონში სტაბილურად ფუნქციონირებადი სს „ჯორჯიან მანგანეზით“ (იხ. ნახ. 1).

ნახ. 1.



წყარო: სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მიგვაჩნია, რომ იმერეთის რეგიონში მდიდარი ტრადიციების და უახლესი რეალობის გათვალისწინებით აუცილებელია ზემოაღნიშნული „სამრეწველო სამკუთხედის“ კლასტერის ფორმირების ხელშეწყობა და განვითარება.

საზოგადოდ, კლასტერში იგულისხმება კომპანიების ჯგუფი და მასთან დაკავშირებული დარგების სხვა ინსტიტუტები, რომლებიც განლაგებულია ერთ გეოგრაფიულ რეგიონში. კლასტერი არსებობს იმის მიუხედავად, იგიან თუ არა ეს ფირმებმა და აღიარებულია თუ არა იგი ოფიციალურად.

კლასტერის შესწავლა მისი რეორგანიზაციული სტრუქტურის თვალსაზრისით გვიჩვენებს, რომ კლასტერის შიდა ურთიერთკავშირების სისტემა განსაკუთრებულ პირობებს ქმნის ტექნოლოგიების სწრაფი გავრცელებისთვის. ის განსაზღვრავს შრომის ფუნქციონალურ სპეციალიზაციას და ახსნავს რეგიონის დარგების განვითარებას. წარმატება აიხსნება რეგიონული ეკონომიკის ყველა სეგმენტზე სიახლეების ეფექტური გავრცელებით. კავშირის ასეთი სისტემის განვითარების საფუძველს წარმოადგენს რეგიონში ისტორიულად ჩამოყალიბებული ბიზნესის სისტემა.

ზემოთ აღნიშნული სამრეწველო კლასტერის სტაბილურ ფუნქციონირებას განაპირობებს:

ა) ინვესტორის სტაბილური ფინანსური მდგომარეობა და წარმატებები;

ბ) თანამედროვე მენეჯმენტი;

გ) გამოცდილი პერსონალის არსებობა;

დ) მდიდარი სამრეწველო ტრადიციები;

ე) ნედლეულის მნიშვნელოვანი მარაგების არსებობა (ჭიათურის მანგანუმის ბალანსური და ბალანსგარეშე მარაგები 215 მლნ. ტონას შეადგენს მადნის ყველა ტიპის მიხედვით);

ვ) სამომხმარებლო არეალის გაფართოების შესაძლებლობა (მანგანუმის მომხმარებლად შეიძლება განვიხილოთ აგრეთვე საშენ მასალათა მრეწველობა, ფერადი მეტალურგია, ქიმიური მრეწველობა);

ზ) მსოფლიო ბაზარზე ფეროშენადნობებზე სტაბილურად მაღალი მოთხოვნა;

კლასტერული პოლიტიკის მთავარი თავისებურება რეგიონებში კლასტერების განვითარებისათვის იმაში მდგომარეობს, რომ იგი არის არა დამატებითი ინსტრუმენტი სახელმწიფო მართვაში, არამედ ახალი მიდგომა არსებული პოტენციალის გამოყენებაში. კლასტერების განვითარების პრობლემას არ წარმოადგენს ახალი ორიგინალური ღონისძიებების დეფიციტი, არამედ არსებული ინსტრუმენტების არაეფექტიანობა.

კლასტერული მიდგომა სახელმწიფო ძალისხმევების სისტემა-ტიზირების საშუალებას იძლევა (სამინისტროები და უწყებები, რეგიონული ხელისუფლება). კლასტერებზე ორიენტაციით განისაზღვრება კლასტერის თითოეული სუბიექტის როლი და ადგილი, ვლინდება ყველა მონაწილის კონკურენტუნარიანობის გაზრდის გზები და სახელმწიფო მხარდაჭერის მასშტაბები.

მიგვაჩნია, რომ საქართველოში კლასტერების ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის უნდა მოხდეს მათი აღიარება და პარალელურად შეიქმნას შეიქმნას კლასტერების კონცეფცია. ამ ეტაპზე ასევე დასაშვებად მიგვაჩნია ხსენებული კონცეფციის ძირითადი მიმართულებები იქცეს სახელმწიფოს რეგიონული განვითარების სტრატეგიის შემადგენელ ნაწილად. აღნიშნული საშუალებას მოგვცემს უფრო ეფექტიანად

გამოვიყენოთ რეგიონის ეკონომიკური პოტენციალი და იგი რეგიონისა და ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისაკენ მივმართოთ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გაგნიძე ი., კლასტერების ინიციატივები ევროპაში და საქართველო. ჟურნ. „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2010, №1, გვ. 81-90.
2. საქართველოს ეკონომიკა (პროფ. რ. ასათიანის რედაქტორობით), თბ., 2012.
3. იმერეთის რეგიონის განვითარების სტრატეგია (2012-2017).
4. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური - www.geostat.ge
5. Купченко Е., Кластеры в экономике. журн. «Обозреватель», №3, 2010. www.rau.su

Sergo Lekvinadze

Doctoral Candidate. Kutaisi University

ITEM FOR CLUSTERS' FORMATION IN REGIONS

In recent decades, the vector of economic development is more and more shifted in regions, on the one hand, it is formed here as the business and On the other hand Special forms of relations are formed between Local Authorities and Community Groups.

Transition to market economy set the new tasks in front of the country and its separate regions economy. In this way, Imereti Region has the special potential and high capacity of realization, where the decisive factor played Industrial Sector.

In general, the level of regional economic development significantly caused by the rich natural resources. The region is notable for the diversity of the mineral resources. Now, in Imereti accounted more than 100 Mineral resource mine of raw materials, half of them are exported.

In 1990-1995 years the industrial production level had the sharp fall and as a result, the sector's share in Region domestic product indicates a substantial reduction in real danger of deindustrialization, this is also confirmed by Nomenclature of industrial production and the production of dynamic data.

In 1995-2001 despite a number of positive changes, situation still remained difficult in the region's economic field, there was an extremely low load capacity, The majority of enterprises were not able to function and their activities were performed by separate small-volume orders, other interim earnings (Enterprise Space rental, leasing, property sales, etc.) were limited.

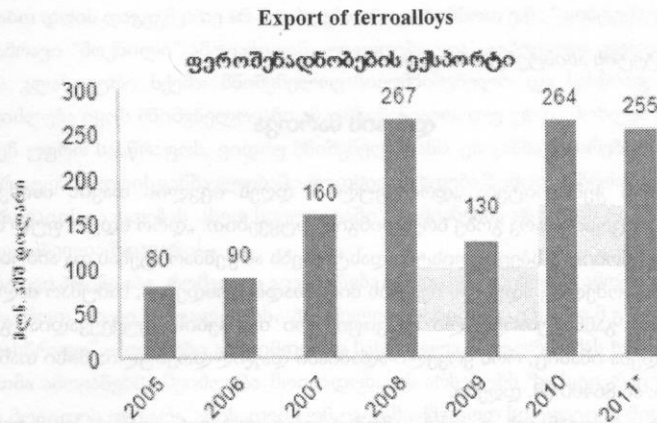
In 2006-2011 years there was actually sustained the total regional product (TRP) growth trend (from 1.4 billion. GEL to 2ed.1 billion. Amounting to, an increase of 150%). It is 10-11% of the country's gross domestic product. Accordingly, TRP was significantly increased in per capita a estimate, that shows positive changes in the region economy. In particular, if the rate was 1966 GEL in 2006 year, by 2011 year that was 3026 GEL. However, it is significantly lower than the national average. TRP important part is created in the business sector. This sector in the years 2006-2011 shows the growth trend. In particular, in 2011, the business sector assumed 777 thousand GEL produce (in 2006 this index was only 418.1 thousand).

Georgia's regional inequality development is caused by various factors, that is reflected in the living standards of the population. Regional development largely depends on the investment, Moreover, if the investment is connected to the real and financial sectors of the complex.

As the result of concern "private group" investment, in Imereti, on the one hand is created the industrial triangle – as "Georgian Manganese" (Manganese and ferroalloy plants, Vartsikhe hydro-electric power station) and on the other hand , Developed financial sector, that at the same time serve the real sector (Network of banking institutions).

Nowadays 13321 workers are employed in Imereti industry and in this sector in terms of employment did not occur to any significant shifts. Nearly 38% of employees in the region are from "Georgian Manganese".

The same can not be said about issuing of the products. In 2006, If the region's industrial sector made 292.3 million Gel products, in 2010 year it became 536.4 million. Gel. It is noteworthy, that In 2011 Georgia's top ten leading export held up again by ferroalloys with 255 million. USD or 11.6 percent, this is largely due to the stable functioning of the JSC "Georgian Manganese" in Zestponi. (chart 1).



References: National Statistics Office

We believe that the region is rich in tradition and it is necessary to promote cluster formation and development of the "Industrial Triangle".

In general, the cluster means a group of companies and associated institutions in other sectors located in one geographic region. Cluster exists regardless of whether or not it is officially recognized by the firms.

Cluster structure in terms of its reorganization shows that the cluster internal intercommunication system creates special conditions for rapid diffusion of technologies. It defines the labors functional specialization and reflects the region's development. The success of the regional economy in all segments due to the effective dissemination of news. The development of such a system is the basis for the labors functional specialization, that is determined by the history and development of the region.

Industrial Cluster, the stable operation of the above conditions:

- a. Investor's stable financial condition and achievements;
- b. Modern Management;
- c. Availability of skilled personnel;
- d. The rich industrial traditions;
- e. The existence of a considerable stock of raw materials (Chiatura manganese balance and off-balance sheet reserves of 215 million. Ore tones of all types);
- f. The possibility of expanding the scope of consumer (Manganese can be considered as well as users of Center for Building Materials Industry, colored metallurgy, chemical industry);
- g. On ferroalloys stable high demand on the world market;

The main feature of the cluster policies for cluster development lies in the fact that it is not an additional tool in the management of the state, but it is a new approach to the use of existing resources. The problem is not a lack of new original cluster development activities, but also the effectiveness of existing instruments.

The efforts of the cluster approach allows systematization (ministries and agencies, regional government). Each cluster is determined by the orientation of the role and place of the subject, revealing all the ways to increase competitiveness and scale of state support.

We consider that they should be recognized for the efficient functioning clusters in Georgia and at the same time create a cluster concept. We believe this concept will also allow the state to become part of the regional development strategy. This will allow us to more effectively use the economic potential of the region and apply to the region and the country's socio - economic development.

References:

1. Gagnidze I. Cluster initiatives in Europe and in Georgia, Journal of Economics and Business. 2010, №1, pages: 81-90;
2. Georgia Economy (edited by Professor R. Aasatiani), Tb. 2012;
3. Imereti Regional Development Strategy (2012-2017);
4. Georgia National Statistics Office - - www.geostat.ge;
5. Kutsenko E. Clusters in the economy, journal "columnist", №3, 2010. www.rau.su

დროის მართვა

ყველასათვის ცნობილი ჭეშმარიტება „დრო ფულია“ დღეს იცვლის თავის მნიშვნელობას. ცნობილი ანალიტიკოსისა და პრაქტიკოსის მარკ გოზე ბრენდინგის სიტყვებით: „დრო ხდება ფულზე ძვირი“ და ძნელია არ დავეთანხმეთ. ბევრი ცნობილი სპეციალისტი ადასტურებს ამ ჭეშმარიტებას და ამბობენ, რომ „დრო ისეთი სპეციფიკური რესურსია, რომელიც ადგილს იკავებს ძირითადი ფონდების, სამუშაო ძალისა და ნედლეულის გვერდით, მაგრამ გააჩნია განსაკუთრებული სპეციფიკური თვისების შეუცვლადია. გარდა ამისა, დროის სპეციფიკურობა მქადავდება იმაშიც, რომ ყოველი ადამიანი დაჯილდოებულია მისი თანაბარი რაოდენობით უფრო ზუსტად-1440 წთ. ან 86400 წმ. დღეში.

ბევრ თანამედროვე ხელმძღვანელს თავისი სამუშაო დრო დატვირთული აქვს ზღვრამდე. მათ სამუშაო დღე არანორმირებულია, და მაინც ვერ ახერხებენ დაასრულონ დასახული საქმეები დათქმულ ვადაში. დროის უკმარისობას ხშირად მიეყვარება სტრესულ მდგომარეობამდე, რომელიც კიდევ უფრო ამძიმებს ვითარებას. ასეთ სიტუაციაში ერთადერთ ლოგიკურ გადაწყვეტილებად შეიძლება იქცეს იმ სპეციალური მეთოდებისა და ხერხების გამოყენება, რომელთაც დროის მენეჯმენტი ანუ ე. წ. თაიმ-მენეჯმენტი აერთიანებს. ეს ინგლისური ტერმინი პირდაპირ თარგმანში „დროის-მართვა“ ნიშნავს, თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ დროის მართვა შეუძლებელია. „დროის მართვა“ ხმამაღალი სახელწოდებაა იმისა, რაც თავისი არსით წარმოადგენს სწავლებას იმისას, თუ როგორ უნდა მართონ ადამიანებმა საკუთარი თავი, როგორ მოხდინონ საქმიანობის ორგანიზაცია პრობლემების სწრაფად გადაწყვეტის მიზნით. მას უზარმაზარი პრაქტიკული მნიშვნელობა გააჩნია როგორც ხელმძღვანელთათვის, ასევე ნებისმიერი ადამიანისთვისაც.

თაიმ-მენეჯმენტი ხდება სულ უფრო პოპულარული ინსტრუმენტი პირადი, სამუშაო და კორპორაციული დროის ორგანიზაციისათვის. უნდა აღინიშნოს რომ თაიმ-მენეჯმენტს ცოტა რამ აქვს საერთო ე. წ. „ყველაფრის მოსწრების ხელოვნებასთან“, ჩვენი ყოველდღიური საქმიანობა როგორც წესი, უსასრულოა და იმას რასაც ჩვენ ვერ ვასწრებთ დღეს, გადაგვაქვს ხვალისთვის. ამიტომ თაიმ-მენეჯმენტი პირველყოფისა გვასწავლის დრო დაიხარჯოს უმთავრესზე და უფრო პრიორიტეტულზე, ასევე გვასწავლის საკუთარი დროის ეფექტურად ორგანიზებას, რომელიც შესაბამისობაში მოდის ჩვენსავე მიზნებთან.

სტატისტიკის თანახმად დაახლოებით 95% ადამიანების ცხოვრობენ ერთი დღის რეჟიმში და არც ფიქრობენ იმაზე, რისკენ და საით მიჰყავთ მათ საქმიანობას. ყოველდღიური რუტინა იმდენად შთანთქმავს ადამიანების გონებას, რომ სამომავლო პერსპექტივების გასაანალიზებლად ადამიანებს არც ძალა ყოფნით, არც სურვილი აქვთ და არც დრო. ამიტომაცაა აუცილებელი საკუთარი სამუშაო დღის ორგანიზება, რომ დრო დაგვრჩეს დასასვენებლად, პირადი ინტერესებისა და სხვა რამისთვისაც. თაიმ-მენეჯმენტში არსებობს მთელი რიგი უკვე გამოცდილი მეთოდებისა, რომელიც საშუალებას იძლევა სამუშაო პროცესი განხორციელდეს განსაკუთრებული ძალისხმევის გარეშე. ეს მეთოდები მინიმალური ძალისხმევის პირობებში გვაძლევს საგრძნობ შედეგებს.

სამუშაო დღის დაგეგმვისთვის საჭიროა მოხდეს ყოველდღიური ამოცანების დაყოფა შემდეგ კატეგორიებად: „ხისტი“, „მოქნილი“ და „ბიუჯეტირებული“ ამოცანები. როცა მოვახდენთ ჩვენი ამოცანების მიკუთვნებას ამა თუ იმ კატეგორიისადმი, საჭიროა მოხდეს მათი ორგანიზება მოსახერხებელ და გასაგებ სისტემაში. ამისთვის ვიღებთ დღიურის ფურცელს და ვყოფთ შუაზე, მარცხენა მხარეს დროის გასწვრივ ვწერთ „ხისტ“ ამოცანებს, შუაღედის შემდეგ „ბიუჯეტირებულებს“. რა თქმა უნდა „ბიუჯეტირებული“ ამოცანების დრო რამდენადმე ფარდობითია, ვინაიდან გეგმები შეიძლება შეიცვალოს და ადგილი ქონდეს მოულოდნელ გარემოებებს, მაგრამ „ხისტი“ ამოცანები როგორც წესი არ იცვლება და ამიტომაც წარმოადგენს დღის ჩონჩხს. მარჯვნივ ვწერთ „მოქნილ“ ამოცანებს პრიორიტეტულობის მიხედვით და ვასრულებთ მათ „ხისტ“ ამოცანებს შორის არსებულ დროის შუაღედებში. უფრო მეტი მოხერხებულობისთვის შეგვიძლია გამოვიყენოთ ფერები, მაგალითად მნიშვნელოვანისთვის-წითელი, უფრო ნაკლებ მნიშვნელოვანისთვის-ყვითელი, იმისთვის რაც ჯერ მოიცდის-მწვანე. ასევე უნდა განვასხვავოთ ფერების დახმარებით „ხისტი“ და „ბიუჯეტირებულები“ დავალებები.

მომავალი დღის დასაგეგმად საუკეთესო დროა ყოველი საღამო ან დილა (უკეთესია საღამო). დილიდან გაღვიძებისას, როცა თქვენ მხიარულად იჩქარით სამსახურისაკენ, გეგმარში ერთი თვალის შევლებით გეპულობთ დღის სურათს.

როდესაც ვსაუბრობთ დღის დაგეგმვაზე არ შეიძლება არ ავღნიშნოთ ე.წ., “კონტექსტური” დაგეგმვა.

დღის გეგმაში უამრავი “მოქნილი” ამოცანიდან, აუცილებელია გამოვყოთ ყველაზე მთავარი. არსებობს ამოცანების დაყოფის კლასიკური სქემა: მნიშვნელოვანი/უმნიშვნელო და სასწრაფო/ნაკლებად სასწრაფო. სასწრაფო საქმე კი შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი ან უმნიშვნელო. თუ უნდა მოხდეს არჩევანის გაკეთება ორ საქმეს შორის, ირჩევენ უფრო სასწრაფოს, ვიდრე მნიშვნელოვანს. ეს განსაკუთრებით აქტუალურია სამუშაო დღის ისეთ რეჟიმში, როდესაც დღის განმავლობაში მუდმივად ხდება ზემოდან ბრძანებების გაცემა ან კლიენტი სასწრაფოდ ითხოვს რაღაცის გაკეთებას. ასეთ სიტუაციაში ადამიანებმა არ იციან რა გააკეთონ პირველ რიგში. პირველ რიგში კი საკეთებელია მთავარი!

არსებობს ორი მარტივი პრინციპი, რომელიც გვეხმარება დიდი რაოდენობის ამოცანების რეჟიმში გამოვყოთ მთავარი და არ ვეძგეროთ ახალ დავალებებს. პირველი პრინციპია ე.წ. “დ.შ.გ” - “დაიცადე შესრულება-გაუქმება”. ხშირად “სასწრაფო” ამოცანები არც იმდენად სასწრაფოა, როგორც ამას ხელმძღვანელი ან კლიენტი წარმოგვიდგენს, ასეთმა ამოცანებმა შეიძლება მოიცადოს. არ არსებობს ზუსტი რეცეპტი იმისა თუ როგორ განვსაზღვროთ საქმე მოიცდის თუ არა, ამისათვის უნდა ვიმოქმედოთ სიტუაციის მიხედვით. მეორე პრინციპი ზევრად რადიკალურია. ის კარგად აგრილებს თავს ცხელი საქმეებიდან: თუ შეგიძლია რაღაც არ გააკეთო (კლიენტის, სამუშაოს, მოგების ზიანის გარეშე)-ნუ გააკეთებ. პრიორიტეტების თემა საკმაოდ პირადული საქმეა. საჭიროა განვსაზღვროთ კრიტერიუმების რიგი, რომელთა საფუძველზე შევძლებთ ამოცანების მნიშვნელობის გამოვლენას.

უპირველესი რითაც უნდა მოხდეს სამუშაო დღის დაწყება, არის ამ დღის გეგმის შესწავლა. რაც უნდა ცუდად იგრძნოთ თავი, დღის განმავლობაში შესასრულებელი ამოცანებისა და სამუშაოს მოცულობის გამო, აუცილებელია დადებითად განვეწყოთ მათ მიმართ. რისთვისაც არსებობს ერთგვარი ფსიქოლოგიური ტექნიკა- ე.წ. “ლუზა”. ლუზის “ როლი შეიძლება შეასრულოს ფინჯანმა ყავამ, კლასიკურმა მუსიკამ და ა. შ.

უნდა გვახსოვდეს, რომ დღის დასაწყისში გეგმის ზედაპირული გადახედვა საკმარისი არ არის იმისათვის, რომ მთელი ინფორმაცია თავში დავიტოვოთ, ამიტომაც აუცილებელია ამ გეგმისთვის თვალის გადავლება დღეში რამდენჯერმე, ხოლო კვირის გეგმის შესწავლა უნდა მოხდეს დღეში ერთხელ, რათა კვირის საქმეებიდან რომელიმე გადმოვიტანოთ დღის გეგმაში.

უმთავრესი პრინციპი, რომელიც საშუალებას მოგვცემთ არაფერი დაგავიწყდეთ, ეს არის ყველაფრის ჩაწერა თქვენთვის კომფორტული სისტემით. ექვემდებარება, რომ შეზღუდული ვადები და ცხოვრება ველურ რითმში ქანცს აგლის ადამიანს და წარმოშობს არასტაბილურობას მუშაობაში. იმისათვის რომ თავიდან ავიცილოთ ამგვარი სიტუაციები, უნდა ვიცოდეთ გონივრულად და რეალისტურად საქმის დაგეგმვა. ზოგიერთ კომპანიაში ყოველი ამოცანისათვის ინიშნება როგორც დედლაინი ასევე რედლაინი. როგორც წესი, კონკრეტული ამოცანებიდან გამომდინარე, ამ ორ ვადას შორის ტოვებენ დროის განსაზღვრულ შუალედს. დაგეგმვის ამგვარი ხერხი ყოველთვის გვითვალისწინებელი სიტუაციებისათვის.

ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ტექნიკის გამოყენებით და თქვენთვის მისაღები თაიმ-მენეჯმენტის სისტემის გამართვით მალევე დაინახავთ, რომ თქვენი დრო უკვე იხარჯება მთავარზე და არა მეორეხარისხოვან საქმეზე, რომ ვადებში “იწვებით” სულ უფრო ნაკლებად, რის გამოც გიჩნდებათ თვითდაჯერებისა და სტაბილურობის გრძნობა.

Nana Lukhutashvili

Assistant-professor of Kutaisi university

TIME MANAGEMENT

It is well-known the truth, “time is money” has changed its meaning. Marc Gobe, well known analyst and practitioner said: “Time is worth than money” and it is not hard to agree. Many well-known specialists confirmed the truth and say that “the time is a specific resource, which is a part of the fixed assets, workforce, but has a great special feature - it is irreversible. In addition, the specificity of time is manifested that each person is endowed with the same amount, more accurately - 1440 min. or 86400 seconds a day - neither more nor less.

Many of the heads working time is occupied to a point, without non-working days, and still not able to complete these cases within the agreed term. Stressful situation often leads to lack of time, which further aggravates the situation. In such situation, the only logical decision can become the special methods and techniques used, which means that the time management, i.e.

Time Management combines. This is a direct translation of the English words "time management", but it should be noted that time management is not possible. "Time management" is the loud name of what is in essence the teaching of how to manage people themselves, how create activities of the organization in order to settle the problem quickly. It has enormous practical importance for managers, as well as any person would.

Time Management is becoming more and more popular tool for personal, business and corporate time for the organization. It should be noted that the time - managed little in common with the so-called "all the art of excellence", our daily activities are endless and what we can not do today, we do it tomorrow. So time spent on management teaches that first and most important priority is to effectively organize and teaches also its own time, which is in line with our goals.

Statistics show that approximately 95% of people live in one-day mode and do not think about what to take and where they work. The daily routine absorbs people's minds, people are not strong enough to analyze the future, neither the desire nor the time. Therefore it is necessary to organize their working day to leave our vacation time, personal interests and for other reasons too. There are a number of methods in Time Management that have been tested, which allows the process to be carried out without any special effort. These methods provide significant results in terms of the minimum effort.

Planning for the daily tasks it is necessary to divide the working day in following categories: "hard", "flexible" and "budget" tasks. When we categorize our tasks belonging to this or that, it is necessary to allow them to organize a convenient and understandable system. For this paper we blog and divide in the middle. On the left side of the line write "hard" tasks, then the lag "budgets". Of course, "budget" tasks is time relative to something, because the plans may change and the place had an unexpected circumstances, but "hard" tasks usually do not change, and therefore, they represent the skeleton of a day. To the right you write "flexible" tasks according to their priority, and we do "hard" tasks between the remaining. For convenience, we can use more colors, for example, important - red, less important - yellow, to wait for the times - green. We must also differ colors according to "hard" and "budget" tasks.

The best time to plan the next day is every evening or morning (preferably evening). Awaken in the morning, when you joyfully hurry to work, keep an eye on a schedule understand the picture.

When we talk about the planning of the day it is important to mention so-called "context" planning.

Today's plan is a "flexible" task, it is necessary to outline the most important thing. There is the classic scheme for partitioning tasks: important / unimportant and urgent / not urgent. Urgent cases can be significant or insignificant. If a choice must be made between the two cases, choosing a more immediate, rather than more important. This is especially important in a working day, when the days of the orders given from above or a customer asks for something to do. In such situations people do not know what to do in the first place. First of all, do the most important!

There are two simple principles that will help us distinguish a large number of tasks in the home and not new tasks. The first principle is the so-called : "W.P.C" - "Wait, Perform, Cancel". Often "urgent" tasks or so emergency, as it represents the head of a client, such tasks can wait. There is no exact recipe of how to determine whether it can wait, it must act in a situation may be. The second principle is much more radical. It cools hot cases: if you can not do something (client, job, income, without damage) - Do not do it. It is a matter of personal priorities. It is necessary to define a set of criteria on which they will be able to identify the importance of the tasks.

The study of the planning should be the first start of the day. No matter how you feel, to be implemented within days of the objectives and scope of work, it is necessary to be positively towards them. For which there is a kind of psychological techniques i.e. "Anchor". "Anchor's" role can be carried out to cup of coffee, classical music, and so on..

We must remember that in the beginning of the day the superficial look is not enough to ensure that all information is to remember, so we need to keep an eye several times a day, and the the study of the week plan should be carried out once a day to put some week affairs of the various reasons and plan.

The most important principle that will not allow you to forget is everything you need to record with a help of comfortable system. There is no doubt that the limited timeframe and the wild rhythm of life tires people and generates instability in the work. To avoid such situations, we have to know a reasonable and realistic planning. Some of the company is appointed for each task as well as deadline weeks. As a rule, the specific objectives in mind, the two are left in the period between the time interval specified. The planning of such a method will always reserve for unforeseen situations remains time.

All of the above techniques are acceptable for use, and time management system to hold soon, you will see that your time has been spent on the most important, not a marginal case, the terms "burns" more or less, due to creep belief and a sense of stability.

რისკის კვლევის ფსიქოლოგიური ასპექტები

უკვე დიდი ხანია, რაც დღის წესრიგში აღარ დგას რისკის კვლევის აუცილებლობის დასაბუთება. ეს არაერთ მეცნიერს გაუკეთებია ჩვენამდე. თუმცა რჩება საკამათო საკითხები, რომლებიც რისკის სხვადასხვა ასპექტების კვლევის პრიორიტეტულობას ეხება.

ერთ-ერთი საინტერესო მომენტი რისკის აღქმაა. ეს არის საზოგადოებასთან, გარემომცველ თუ ჩვენს შინაგან სამყაროსთან ურთიერთობის კატეგორია, რომელთანაც შეხება ყოველდღიურად თითოეულ ჩვენთაგანს უწევს. ყველას არ შეუძლია რისკის ობიექტური დონის, თუ მისი მეცნიერული შეფასების მიხედვით იმოქმედოს. აბსოლუტური უმრავლესობა რეაგირებს თავისებური აღქმის მიხედვით. ამიტომ აქტუალური ხდება ხალხის მიერ რისკის აღქმის კვლევა.

ფსიქოლოგიურმა დაკვირვებებმა გამოავლინეს ტერმინ “რისკის” სხვადასხვა აზრობრივი დატვირთვა, რომელიც იცვლება მისი გამოყენების კონტექსტიდან გამომდინარე. მეცნიერულად “რისკი” ნიშნავს ეფექტის ალბათობის ნამრავლს მისივე სიდიდეზე. ყოველდღიურ აღქმაში კი რისკის ქვეშ მოიაზრებენ სხვა კატეგორიებსაც.

საზოგადოების აღქმაში შეიძლება გამოვყოთ ტექნოგენური რისკის შემდეგი მთავარი სახეები თავისი მახასიათებლებით:

- გარდაუვალი ხიფათი (“დამოკლეს მახვილი”) - რისკის ხელოვნური წყაროები; დიდი კატასტროფიული პოტენციალი; შემთხვევითობის გაიგივება საფრთხესთან;
- ნელი მკვლელები (“პანდორას ყუთი”) - ხელოვნური იგრედიენტები საკვებში, წყალში, ჰაერში; სამომავლო არაკატასტროფული ეფექტები; მოსახლეობა უფრო მეტად ეყრდნობა ინფორმაციას, ვიდრე გამოცდილებას; დეტერმინირებული გადაწყვეტილებების მიება რისკის მართვისას;
- ურთიერთდამოკიდებულება “დანახარჯები - სარგებელი” (“ათენას სასწორი”) - შეზღუდულად განხილვა მხოლოდ ფულადი შემოსავლებისა და დანაკარგების; უფრო მეტი ორიენტირება განაწილების დისპერსიაზე, ვიდრე მათემატიკურ ლოდინზე; ასიმეტრია რისკებსა და მოგებას შორის; ალბათური სტილის აზროვნების მოჭარბება;
- მძაფრი შეგრძნებების მოყვარული (“ჰერკულესის სახე”) - პირადი კონტროლი რისკის ხარისხზე; მოითხოვება ინდივიდუალური ოსტატობა ხიფათის დასაძლევად; ნებაყოფლობითი საქმიანობა; არაკატასტროფიული შედეგები.

ისინი გვიჩვენებენ, რომ რისკის ინტუიციური გაგება მრავალმხრივი შეიძლება იყოს და მისი დაყვანა მხოლოდ ალბათობისა და შედეგის ნამრავლამდე ვერ მოხერხდება. რისკის აღქმა ძლიერ განსხვავდება სოციალური და კულტურული წრეების მიხედვით. ფსიქოლოგიის გადასახედიდან რისკი აერთიანებს არასასურველ და სასურველ შედეგებს, რომელთაც ხალხი უკავშირებს განსაზღვრულ მიზეზებს. ასახვენ თუ არა ეს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები რეალურ საფრთხეებს ან სარგებელს - არც თუ მნიშვნელოვანია. რადგან, როგორც ზემოთ ვთქვით, ხალხი რეაგირებს რისკის საკუთარი აღქმის და არა მათი ობიექტური დონის თუ მეცნიერული შეფასებების მიხედვით. რისკის მეცნიერულ შეფასებებს ანაცვლებს იმის რწმენა, რომ ხალხმა ნებისმიერი არასასურველი შედეგის დადგომის ალბათობის შესახებ თავადვე უწყის, პირადი გამოცდილებიდან გამომდინარე.

ფსიქოლოგიური მიდგომის ნაკლს წარმოადგენს ზედმეტი კონცენტრირება ინდივიდის სუბიექტურ შეფასებებზე. ხალხის მიერ დასკვნების ფორმირებისთვის გამოყენებული მრავალფეროვანი თვალსაზრისები, ადამიანების დაყრდნობა ინტუიციურ ევრისტიკასა და განაგონ პრაქტიკაზე თითქმის შეუძლებელს ხდის მოვებნით საერთო კრიტერიუმები რისკის ინდივიდუალური აღქმების შესადარებლად. რისკის აღქმა იცვლება ინდივიდისა და ჯგუფის მიხედვით. ამავდროულად ეს აღქმა ასახავს ხალხის რეალურ ინტერესებს და მოიცავს არასასურველ შედეგებს, რომლებიც ყურადღების მიღმა ხშირად რჩება რისკის ტექნიკურ ანალიზს. რისკის მართვის სრულყოფის გზების ძიებამ ფსიქოლოგიური მიდგომის გამოყენებით შეიძლება გამოავლინონ: საზოგადოებრივი ინტერესები და ღირებულებები; გვემსახუროს საზოგადოებრივი არჩევანის ინდიკატორად; დაგვეხმაროს საზოგადოებასთან ურთიერთქმედების სტრატეგიის განსაზღვრაში; წარმოგვიდგინოს პირადი

გამოცდილება რისკის მეცნიერული შეფასებებისთვის სასარგებლო ფორმით.

პერსპექტიულია რისკის აღქმის კვლევის შემდეგი მიმართულებები:

- ყურადღების კონცენტრირება ინდივიდთა შორის უთანხმოებაზე და ეროვნებებისა და სოციალურ-კულტურული ჯგუფების მიერ რისკის აღქმის ზოგად მონახაზზე;
- რისკის გამოვლენის პირობების გავლენის შესწავლა ხალხის მიერ რისკის მისაღებაზე;
- რისკის აღქმას, რისკის ობიექტთან დამოკიდებულებასა და ადამიანების ქცევას შორის ურთიერთკავშირზე ცოდნის სრულყოფა.

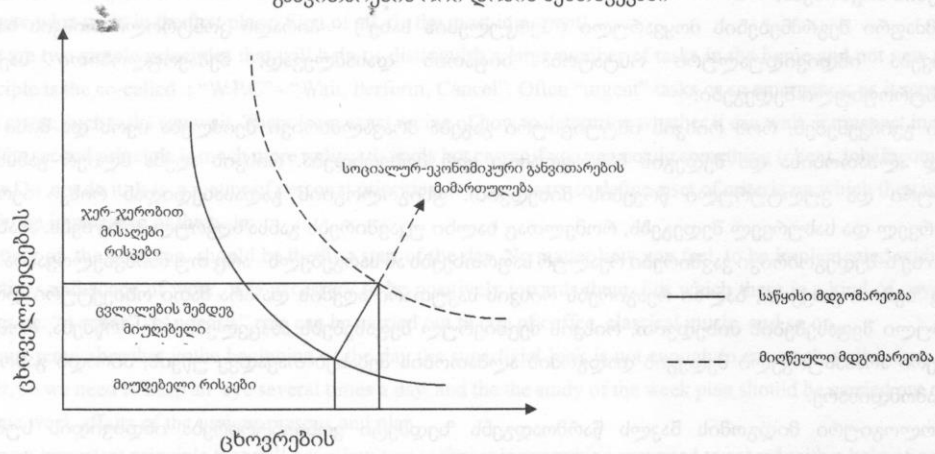
ხალხის რისკთან დამოკიდებულება მერყეობს გარისკვისთვის აქტიური მზადყოფნიდან საფრთხისადმი პასიურ გულგრილობამდე. მზადყოფნა არსებობს იძულებითი და ნებაყოფლობითი. პირველის მაგალითს წარმოადგენს აშკარად სახიფათო ტერიტორიებისა და ტექნოლოგიების ათვისება ქვეყნის თავდაცვისუნარიანობის გაზრდის მიზნით, არასასურველად მაღალი სამხედრო მარცხის რისკის ჩანაცვლება შედარებით მცირე ბუნებრივი და ტექნოგენური რისკებით. რისკისთვის ნებაყოფლობით მზადყოფნაზე დაფუძნებული საბაზრო მეწარმეობა. ზოგადად, საფრთხისადმი უგულისყურობა ახასიათებთ თავზეხელაღებული, დაბალი ინტელექტის მქონე და გარკვეული ფსიქოლოგიური დაავადებებით შეპყრობილ ადამიანებს.

მთლიანობაში ხალხის დამოკიდებულება რისკთან დაკავშირებულია მათ მსოფლმხედველობასთან და ცხოვრების პირობებთან. ის შეიძლება იყოს გაგებული და განჭვრეტელი ეთნიკური კულტურის თავისებურებებიდან (კოლექტიურობა, ტრადიციულობა, პასუხისმგებლობა მომავალი თაობების მიმართ); კულტურისა და შესაბამისი სახელმწიფოს განვითარების ეტაპებიდან გამომდინარე; საზოგადოებრივ-ფსიქოლოგიური ვითარების ხშირი მოკლევადიანი რყევებიდან; ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონიდან და ცალკეული ადამიანების სიმდიდრის ხარისხიდან; ადამიანის ჯანმრთელობის მდგომარეობიდან გამომდინარე.

რისკის სოციალურ ეკონომიკური განპირობებულობა ილუსტრირებულია ე.წ. გულგრილობის მრუდებით (ნახ. 1). იგი გვიჩვენებს, რომ ცხოვრების უფრო მაღალ ხარისხს მივაღწევთ ცხოველქმედების უსაფრთხოების შემცირების ხარჯზე, და პირიქით ცხოველქმედების უსაფრთხოების მატება მიიღწევა ცხოვრების ხარისხის შემცირების ხარჯზე.

ნახ. 1.

ქვეყნის მოსახლეობის გულგრილობის გასაშუალებელი მრუდის სქემა მისი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ორი დონის შემთხვევაში



სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონის მატებასთან ერთად უმჯობესდება ცხოვრების ხარისხი და იმავდროულად იზრდება მოთხოვნები ცხოველქმედების უსაფრთხოების მიმართ. ამასთან, ზოგიერთი რისკი გადადის სოციალურად მიუღებელთა რიცხვში. ანალოგიურია სიტუაცია ინდივიდისთვის მაღალი ცხოვრების დონით. მისი სულერთობის მრუდი გადის გასაშუალებელი მრუდის მარჯვნივ და მაღლა, რაც იმას მიუთითებს, რომ რისკის დიდი ნაწილი მისთვის მიუღებელი ხდება. კონკრეტული ადამიანისთვის ცხოვრების დონის ზრდა დაკავშირებულია ცხოველქმედების უსაფრთხოების შემცირებასთან და პირიქით. იგივე სურათია სამეწარმეო საქმიანობაში - მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა დაკავშირებულია მაღალ რისკთან.

ზემოთ თქმულიდან მარტივად შეიძლება დავასკვნათ, რომ კონკრეტულ საზოგადოებაში წარმართული მრავალი პროცესი (ინვესტირება, საკადრო პოლიტიკა, მარკეტინგული საქმიანობა) მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებული იქნება მოსახლეობის მიერ სხვადასხვა კატეგორიების, თუნდაც რისკის, აღქმაზე. და თუ ქვეყანაში ეკონომიკურ პრობლემებს რისკის მიმართ მოსახლეობის დამოკიდებულება ქმნის, მაშინ უნდა შევცვალოთ ეს დამოკიდებულება. აი, რისთვის გვჭირდება სხვადასხვა ეკონომიკური კატეგორიის ხალხის მიერ აღქმის ფსიქოლოგიური ასპექტების შესწავლა. შეიძლება ეს მსჯელობა ვინმეს ნორმატიულ დებულებებად მოეჩვენოს, უფრო პოლიტიკურ კატეგორიად მონათლოს ვიდრე ეკონომიკურად, მაგრამ ეკონომიკა დიდი ხანია რაც უბრალო დაკვირვებებს - პოზიტიურ მსჯელობებს გაცდა.

Irakli Margvelashvili

Doctoral Candidate. Akaki Tsereteli state University

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF RISK INVESTIGATION

Risk investigation necessity assertion has no longer been a debatable issue in the academics agenda for some decades. Lots of scholars and specialists have contributed to amassing the knowledge in the field. However, a number of questions dealing with the priorities of various aspects of the risk studies are still open to debates.

Risk perception is one of these challenging issues. This is the category of our relationship to the community or setting or with our inner self that each of us has to deal with in our everyday life. However, lacking objective academic assessments people make different estimations of the factual risk levels and the absolute majority of the general public react to dangers in consideration of their individual conceptions. This reality makes the study of a lay man risk perception an actual question.

Psychological researches revealed different meanings of "risk" that varies according to the context of its usage.

One of the scientific definitions of "risk" is that it is a multiplying of random effects by its value.

In everyday perception of the risk its understanding considers some other categories.

In the risk perception among the general public the following varieties of the main technogenic risks with their characteristic features are distinguished in the specialist literature :

- Pending danger ("Sword of Damocles"), artificial risk source, large catastrophic potential; perception of randomness as a threat; inequitable risk-benefit distribution;
- Slow killers ("Pandora's Box"), (artificial) ingredient in food, water, or air, delayed effects; non-catastrophic; contingent on information rather than experience, quest for deterministic risk management. strong incentive for blame;
- Cost-benefit ratio ("Athena's Scale"), confined to monetary losses and gains; orientation towards variance of distribution rather than expected mathematical value; asymmetry between risks and gains; dominance of probabilistic thinking;
- Avocational thrill ("Hercules's Image"), personal control over degree of risk, demanding individual abilities for tackling a danger; voluntary activity; non-catastrophic consequences

They show that the intuitive understanding of a risk can be multidimensional and it cannot be reduced to merely the multiplying of randomness and its effects. Risk perception varies across social groups and cultures. From the psychological point of view risk, in its essence, unifies both undesirable and desirable outcomes to which people relate definite causes.

Whether the popular understanding of these causes and effect relationships reflect real losses or benefits has little importance, for, as it has been argued above, the reaction of the general public to risk is based on their subjective perceptions and not on the objective level or scientific estimations. Scientific assessment of the risk is replaced by the belief that is based on personal experience of the people realizing the probability of the occurrence of any undesirable consequences.

Excessive concentration on an individual's subjective assessment presents a drawback of psychological approach. Multifarious opinions for the shaping of conclusions applied by general public and an individual's reliance on intuitive heuristics and reported practices make it almost impossible to establish common valid criteria for the comparison of the individual perceptions of the risk. Risk perception differs from an individual to an individual and from a group to a group but at the same instance these perceptions reflect real challenges of these people involving undesirable consequences that are often neglected during the technical analyses of the risk. The search for the risk management perfection through the psychological approach can reveal social interests and values and serve as a choice indicator and assist in determining of the public relation strategies and present personal experience in the scientifically useful format.

The following directions of risk perception are prospective:

- Concentrating on the disagreement between individuals and on the general outline of the risk perception by nations and socio-cultural groups;
- The study of influence of risk anticipation conditions on the accessibility of the risk by a given people;
- The perfection of the knowledge about the interrelation between the risk perception, risk object and human behavior.

The attitudes of general public towards the risk fluctuate from the active readiness to risk-taking to the passive indifference. The readiness can be compulsory and voluntary. The example of the first is the acquisition of the evidently dangerous territories and technologies aimed at increasing the security of the country, the substitution of the military failure risk with comparatively less natural or technogenic risks. Market entrepreneurship is based on the voluntary readiness for the risk. In general, unreasonable recklessness and indifference towards the danger is characteristic to individuals of inferior intellect and to some patients suffering from certain mental diseases.

As a whole public attitude towards the risk is related to their world-view and the life conditions. It can be understood and speculated through the peculiarities of the ethnic culture (collectivity, traditions, commitments and responsibility for the good of the future generations); and the stages of the statehood development of the country bearing the given culture; from the frequent short-lived quakes of socio-psychological environments and from the country's level of the socio-economical development and from the wealth quality of certain individuals, as well as the health condition of a person.

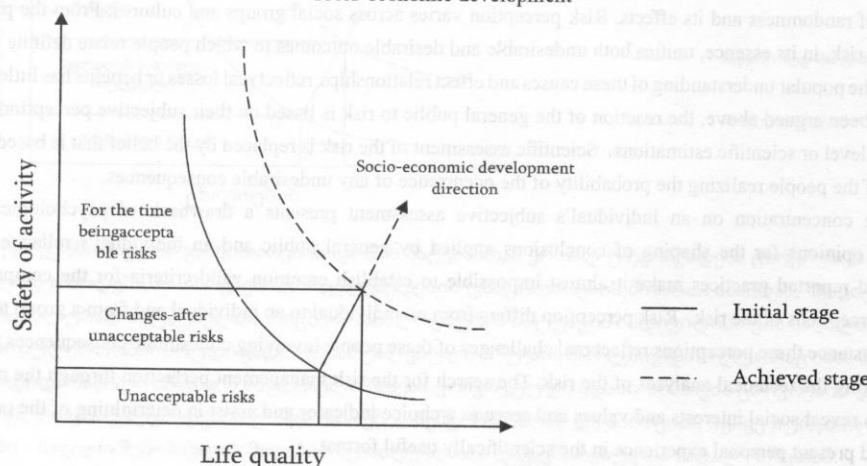
Socio-economic conditioning of the risk is illustrated by so-called indifference (Chart 1). It shows that the higher quality of life is achieved at the expense of reduction safety of activity and vice versa. The increase in the safety of activity is achieved with the decrease of life quality.

Life quality improves owing to the development of the socio-economic level and in parallel with there increases the demands for the safety of activity, urging some risks to add to the list of socially unacceptable ones. The situation is analogous to the individuals with high level of life. His/her indifference curve goes to the right and higher of the intermediary curve that says that he/she considers a great part of the risk unacceptable. For the individual the rise of the welfare level is related to the decrease in level of safety of activity and vice versa. The same picture is true to business – the possibility of earning higher profit implies the greater risk.

The logic of what has been discussed above leads to a conclusion that lots of activities being carried on in a given society (e.g. making investments, human resource issues, marketing...) will considerably be effected by how its population perceives different life categories and particularly the risk. And if economic problems in a country arise from the public attitudes towards the risk then the attitudes must be changed. That is why we need to investigate the psychological aspects of perceiving different economic categories, like the risk, by a general public. The discussion can by some readers be understood rather as normative, political statements than economic category but the science of economy has long passed mere observations and positive discussions.

Chart 1.

Featuring intermediary curve(s) of the population indifference in case of the existence of the two levels of a country's socio-economic development



მარინა მეტრეველი

ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი. საქართველოს პარლამენტის
დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის კომიტეტი

მომსახურების ხარისხის მართვა ტუროპერირებაში

ტურიზმის განვითარებისა და შესაბამისად, სასტუმროებისა და განთავსების საშუალებების, საკურორტო-ტურისტული ცენტრების რაოდენობის, ზრდამ განაპირობა ტუროპერატორული საქმიანობის განვითარების აუცილებლობა. ტურისტისათვის, რომელიც ყიდულობს ტურს, სრულყოფილი დასვენებისა და მოგზაურობისათვის, მხოლოდ განთავსება და კვება საკმარისი არ არის. ტურისტები მნიშვნელოვან თანხებს ხარჯავენ დასასვენებელ-გასართობ ღონისძიებებზე, მათთვის საინტერესოა სპორტული, დამატებითი საკურორტო, გამაჯანსაღებელი და სხვა მომსახურებები. ტურისტული მომსახურების ორგანიზაციის სფეროში მონაწილეობენ მომსახურების მწარმოებელი ფირმები, რომელთა მიერ წარმოებული პროდუქტითაც იქმნება მრავალფეროვანი ტურები. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საფუძველი დაედო სპეციფიკური ბიზნესის, ტუროპერირების განვითარებას (ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების წარმოება და ორგანიზება).

ტუროპერატორი (Tour Operator) არის ტურისტული ფირმა (ორგანიზაცია), რომელიც მომსახურების მიმწოდებლებისა და ტურისტთა მოთხოვნების შესაბამისად:

ა) ამუშავებს ტურისტულ მარშრუტებს და კომპლექტაციას უკეთებს ტურებს;

ბ) უზრუნველყოფს მათ ორგანიზებას, რეკლამას, წინ წაწევას;

გ) მარშრუტის შესაბამისად ადგენს ფასებს;

დ) ყიდის ტურებს პირდაპირ ტურისტებზე (თავისი ტურისტული სააგენტოს მეშვეობით) ან საშუალო ტურისტული სააგენტოების საშუალებით.

ტუროპერატორი ტურისტებისათვის ტურისტული მომსახურების მრავალფეროვან პრეზენტაციას უზრუნველყოფს და ადვილობს მომსახურების შერჩევასა და ორგანიზებას სხვადასხვა ქალაქებსა და ქვეყნებში.

ტუროპერატორების უმეტესობა ახორციელებს დაახლოებით ერთ-ნაირ ანუ სტანდარტულ პროცესს პაკეტური საგზურების დაგეგმვისა და ორგანიზების მიმართულებით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, იმისათვის, რომ ესა თუ ის პაკეტური საგზური კონკურენტული იყოს, ტუროპერატორმა უნდა იზრუნოს ტუროპერირება ჩაატაროს მისი დაგეგმვისა და განხორციელების ყველა ეტაპის გავლით. ამასთანავე, ყველა ეტაპზე იგი უნდა ითვალისწინებდეს მისი ბიზნესის საერთო მიზნებსა და სტრატეგიას. აღნიშნულში კი განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ტურისტული პროდუქტის მაღალ ხარისხს.

მომსახურების ხარისხის მართვის უზრუნველყოფა ტუროპერირების სფეროში ტუროპერატორის საქმიანობის უმნიშვნელოვანესი მიზანია. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ხარისხის უზრუნველყოფის საჭიროება აშკარაა კონკურენციისა და კონსუმერიზმის პრობლემების გადასაჭრელად.

საერთაშორისო ტურიზმის სექტორში ტუროპერატორების საქმიანობის წარმატებას განაპირობებს: [2,3]

- კონკურენტუნარიანობა: მცირე ზომის სპეციალიზებული ტუროპერატორები, რომლებიც ძალიან დიდი რაოდენობით არიან ბაზარზე წარმოდგენილი, საფრთხეს უქმნიან მსხვილ ტუროპერატორებს (მათ შეიძლება საბაზრო წილი წაართვან მსხვილ ტუროპერატორებს), საბაზრო წილის ქონა-არქონა, მისი ზომა ძირითადად ეფუძნება ფასს და განაპირობებს ფირმის კონკურენტუნარიანობას;

- ტურისტული პროდუქტის ხარისხი: ადამიანებს სულ უფრო და უფრო დაეხვეწათ გემოვნება, ისინი დღითიდღე სულ უფრო უკეთ ერკვევიან მომხმარებლის უფლებებში და მათი მოთხოვნილებებიც გაიზარდა – მომხმარებელი სულ უფრო მრავალფეროვან მომსახურებასა და პროდუქტს ითხოვს. სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება გაწეული მომსახურების ხარისხი;

- მომხმარებლის ინტერესების დაცვა (კონსუმერიზმი). ეკონომიკის უმეტეს დარგში სულ უფრო მეტი ყურადღება ექცევა მომხმარებლის უფლებების დაცვას და ტურიზმის დარგშიც არ არის ამ მხრივ გამონაკლისი.

ტურისტული პროდუქტის ხარისხი უპირველესი საზრუნავი გახდა ყველა ტუროპერატორისათვის. მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტი და მომსახურება მინიმალური მოთხოვნაა ტუროპერირების ბაზარზე შესაღწევად და კონკურენტული უპირატესობის მოსაპოვებლად. მეორე მხრივ, ტუროპერატორებს არსებული პრობლემების მოგვარება შეუძლიათ მენეჯმენტის თანამედროვე სისტემის დახმარებით

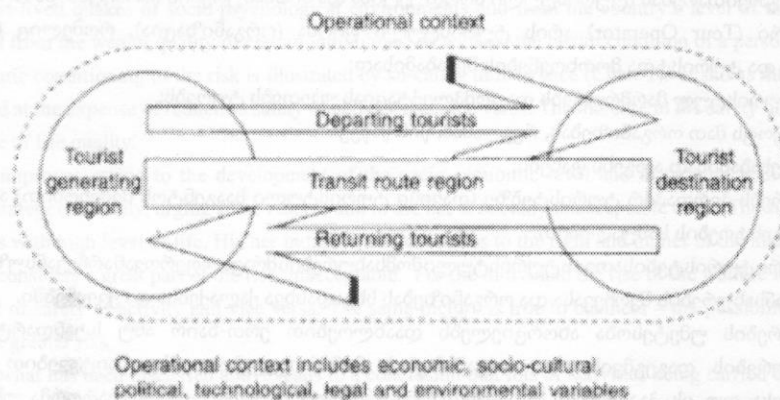
და საკმაოდ ეფექტიანადაც. ხარისხის მართვის სისტემების გამოყენება როგორც თეორიაში, ისე პრაქტიკაში საკმაოდ ეფექტიანი მეთოდია წარმატების მისაღწევად. ამისთვის კი საჭიროა მინიმუმ ორი უმნიშვნელოვანესი საკითხის გადაჭრა: 1. რა გზით განხორციელდეს მომსახურების ინდუსტრიის დარგში ხარისხის მართვა; 2. რამდენად პრაქტიკულია ხარისხის მართვის მოდელების ტურიზმის ინდუსტრიის სექტორებში გამოყენება.

ტურიზმში ხარისხის მართვას კიდევ ის ფაქტი ართულებს, რომ მოგზაურობა მოიცავს სამ სხვადასხვა გეოგრაფიულ ელემენტს ანუ რეგიონს („ლეიპერის მოდელი“ 1990). [1,3]:

1. გენერირების რეგიონი (Traveller Generating Regions (TGR)) - საწყისი რეგიონი ანუ მოგზაურთა გამგზავრების რეგიონი. ეს არის გენერირების ბაზარი, სადაც ხდება მოგზაურობის მოტივირება და სტიმულირება - მოიცავს ტუროპერატორებსა და ტურაგენტებს;

2. ტრანზიტული მარშრუტი (Transit Routs (TR)) - მოგზაურობის გაგრძელების მიზნით მცირე პერიოდით გაჩერების ან გადაადგილების რეგიონი - იგი მოიცავს ყველა სახის სატრანსპორტო მომსახურებას ტურისტის გენერირების რეგიონისა და დანიშნულების პუნქტს შორის გადაადგილებისთვის;

„ლეიპერის მოდელი“



ნახ. 1.

წყარო: Richard Sharpley, "The Tourism Business: an Introduction", London, 2004

3. დანიშნულების პუნქტის რეგიონი (Tourist Destination Regions (TDR)) - წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ელემენტს ტურიზმის ერთიან სისტემაში. დესტინაციის რეგიონში იღებს ტურისტი ყველა იმ პროდუქტსა და მომსახურებას რისი მიწოდებაც ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლებს შეუძლიათ, ამავე რეგიონში მიმდინარეობს ტურისტული მომსახურების ორგანიზება და მართვა - მოიცავს განთავსების, კვების, გართობის საშუალებებსა და ღირსშესანიშნაობებს.

შესაბამისად, ტურისტს ყოველ მათგანზე სათანადო მომსახურება უნდა გაეწიოს. მიუხედავად ასეთი სირთულისა, დღეს შემუშავებულია მოდელები, რომელთა საშუალებითაც შესაძლებელია ტურიზმის სექტორში მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება. [2]

მკვლევართა აზრით, მომხმარებლის წარმოდგენა მომსახურების ხარისხზე განისაზღვრება განსხვავებით, რომელიც არსებობს იმ მომსახურებას შორის, რომლის მიღებასაც ისინი ელიან და მომსახურების დონეს შორის, რომელიც მათი წარმოდგენით მათ მიიღეს (ანუ, თვლიან, რომ რეალურად გაეწიათ მოცემული დონის მომსახურება). ასეთი წარმოდგენის შექმნას ხელს უწყობს ტექნიკური ხარისხის ანუ „ფიქსირებული ფაქტორების“ (როგორიცაა საკვები, რომელსაც ისინი მიირთმევენ, განთავსების საშუალება, რომელშიც ცხოვრობენ და სხვ.) და ფუნქციური ხარისხის ანუ „ელასტიკური ფაქტორების“ (ანუ ხერხი, რომლითაც კლიენტს გაეწევა მომსახურება) კომბინაცია. ამგვარად, კლიენტის მიერ აღქმული მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება შესაძლებელია ფუნქციური ხარისხის ელემენტებზე ყურადღების გააქტიურებით (პერსონალის ცვლა, დამოკიდებულება კლიენტისადმი და კლიენტის მოლოდინებზე ზემოქმედება).

ზოგადად, მომსახურების ხარისხი არის განსხვავება მომსახურების მოსალოდნელ და აღქმულ (მიღებულ)

დონეცს შორის, რომელიც შედგება შემდეგი 4 სახის განსხვავებისაგან - განსხვავება ანუ შეუსაბამობა:

- მოსალოდნელ მომსახურებასა და კლიენტის მოლოდინს შორის, რომელსაც ახორციელებს მენეჯმენტი. ანუ, როდესაც მენეჯმენტი ვერ იგებს, თუ რა სურს კლიენტს, რას ელის კლიენტი;
- კლიენტის მოლოდინს შორის, რომელსაც ელის მენეჯმენტი და მომსახურების ხარისხის მახასიათებლებს შორის – დაბალი ან არასწორი სტანდარტების დაწესება;
- მომსახურების ხარისხის მახასიათებლებსა და მომსახურების გაწევას შორის, ანუ მომსახურე პერსონალის არადაამაკმაყოფილებელი ხარისხით მუშაობა;
- მომსახურების გაწევასა და კლიენტებთან გარე კომუნიკაციას შორის. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, არსებობს შეუსაბამობა ხარისხის იმ წარმოდგენას შორის, რომელიც მოცემულია სარეკლამო ლიტერატურაში და რეალურად გაწეულ მომსახურებას შორის.

ამგვარად, ზემოთ მოცემული გასხვავებების (ანუ შეუსაბამობების) აღმოფხვრა იძლევა ხარისხის გაუმჯობესებაზე ორიენტირებული სტრატეგიის შემუშავების საშუალებას, რის შედეგადაც ხდება დაპირებული და რეალური მომსახურების თანხვედრა, რასაც აუცილებლად თან სდევს ტურისტის კმაყოფილება.

ხარისხის გლობალური მართვის კონცეფცია გაცილებით ფართო ცნებაა. იგი მენეჯმენტის ფილოსოფიაა, რომელიც მოიცავს ყველა იმ ქმედებას, რომელთა განხორციელების შედეგადაც მიიღწევა კლიენტის (საზოგადოებისა) მოთხოვნილებებისა და საჭიროებების დაკმაყოფილება პლუს ორგანიზაციის მიზნების მიღწევა მაქსიმალურად ეფექტიანი და ეკონომიური ხერხით ყველა თანამშრომლის პოტენციის მაქსიმიზაციის გზით. ხარისხის გლობალური მართვის სისტემის ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს ის საკვანძო „პროცესები“, რომლებიც მიმწოდებელს კლიენტთან აკავშირებენ და ამ პროცესების ხარისხზე/ეფექტიანობაზე ზემოქმედების მოხდენა შესაძლებელია შესაბამისი სისტემების, აღჭურვილობისა და გუნდური მუშაობის საშუალებით.[3]

ტურიზმში, ადამიანური ფაქტორი დიდ როლს თამაშობს მომსახურების ხარისხის მართვაში. აღნიშნული კი ნიშნავს იმას, რომ ხარისხთან დაკავშირებული ღონისძიებების წარმატებულობა დამოკიდებულია პერსონალის უნარზე, თუ რამდენად კარგად შესძლებს იგი რეაგირებას და ადაპტაციას ტურისტთა მოთხოვნებზე. ამგვარად, ადამიანურ რესურსებთან დაკავშირებული საკითხები: პერსონალის შერჩევა, ტრენინგი, თანამდებობაზე დანიშვნა და წახალისების სისტემის ამუშავება უდიდესი მნიშვნელობისაა ტურისტთა მომსახურების ხარისხის მართვის თვალსაზრისით.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების ხარისხი დამოკიდებულია კომპანიის საერთო კულტურასა და მენეჯმენტის ფილოსოფიაზე. მაგრამ არსებობს გარე ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება შეაფერხოს ხარისხის მართვის წარმატებით განხორციელების პროცესი:

- დანიშნულების პუნქტში შექმნილი გარემო, რომელიც გავლენას ახდენს ტურისტის მიერ ხარისხის აღქმაზე (სხვა ტურისტების ქცევა, ატრაქციებისა და მომსახურების ობიექტების სტანდარტები ან საერთო გარემოც კი);
- მოცემულ სექტორში მზარდი ინტეგრაციის მიუხედავად, უშუალოდ ტუროპერატორი არ აწარმოებს ტურისტული პროდუქტის შემადგენელ მომსახურებებს. შედეგად, ტუროპერატორები ნაკლებად აკონტროლებენ ხარისხს, ვიდრე ეს საჭიროა ხარისხის ეფექტიანად მართვისთვის.
- ისევე, როგორც მომსახურების ყველა სხვა სფეროში, ადამიანური ელემენტი სუბიექტური მნიშვნელობისაა. ეს ნიშნავს იმას, რომ სხვადასხვა ადამიანები ხარისხის აღქმის სხვადასხვა უნარით ხასიათდებიან.

წლების მანძილზე იხვეწება როგორც ადგილობრივი, ისე საერთაშორისო ტურისტის გემოვნება და მოთხოვნები მოგზაურობასა და თავისუფალი დროის გატარებასთან დაკავშირებით. შესაბამისად, ტუროპერატორებმა და სხვა ტურისტულმა საწარმოებმა, ზაზარზე კონკურენტუნარიანობის შესანარჩუნებლად, საჭიროა მომხმარებელს შესთავაზონ ინოვაციური, მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტი და მომსახურება, ასევე დაბალი ფასის შესთავაზებლად მაქსიმალურად გამოიყენონ ახალი ტექნოლოგიები და პროფესიონალიზმი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მეტრეველი მ., „ტურიზმის ბიზნესი“, თბ., 2011.
2. მეტრეველი მ. „გარემო და ეკოტურიზმის მენეჯმენტი“, თბ., 2012.
3. Richard Sharpley, “The Tourism Business: an Introduction”, London, 2004.

Marina Metreveli,

*Doctor of economics, Professor. Sector Economy and Economic
Policy committee of Parliament of Georgia*

SERVICE QUALITY MANAGEMENT IN TOUR OPERATION

The advancement of tourism and respectively, increased number of hotels and accommodation facilities, resort-tourist centers, have made it necessary to develop the tour operation business. Just catering and accommodation are not sufficient for the tourist paying for high-quality leisure or travel. Tourists spend significant sums on holiday and entertainment events; they are interested in sports, extra resort, recreational and other services. There are service producing companies operating in the field of tourist service organization, whose products make diversified tours. Therefore, a foundation to the development of specific business, the tour operation (production and organization of tourism products and services) was laid.

A tour operator is a travel firm (organization), that in line with the demands of the service providers and tourists:

- Develops tourist roots and completes tours;
- Provides their organization, publicity and promotion;
- Sets prices according to the route;
- Sells tours to the tourists either directly (through its travel agency), or through intermediating travel agencies.

The tour agent provides a diversified choice of tourist services and facilitates the selection and organization of services in different cities and countries.

Most tour operators undertake nearly the same, standard process to plan and organize package tours. In other words, in order to make some or other travel package competitive, a tour operator should provide the tour operation through all stages of its planning and implementation. At the same time, at all stages, a tour agent must take the general objectives and strategy of its business into account, and the high-quality of a tourist product is of great importance for this purpose.

Service quality management in the field of tour operation is the most important purpose for the tour operator's business. In other words, the necessity for the quality assurance is evident in solving the problems of competition and consumerism.

In international tourism sector, the success of tour operator's business depends on the following factors:[2,3]

- Competitiveness: There is a large number of small specialized tour operators in the market, which pose a threat to large tour operators (they may seize the big tour operators' market share), having or not having a market share, whose size mostly depends on the price and determines the competitiveness of a firm;
- Quality of tourism product: People have their taste more and more refined, they are more and more aware of the consumer rights and besides, have increased requirements - consumers are demanding more diversified services and products, and the service quality is becoming more important for them;
- Consumerism: In most sectors of the economy, more and more attention is paid to the protection of consumer's rights and the tourism industry is not an exception in this regard, either.

The quality of the tourism product has become a primary concern for all tour operators. High-quality tourist product and service is the least requirement to penetrate the tour operation market and gain competitive advantage. On the other hand, tour operators can solve the existing problems quite effectively with the help of a modern management system. The use of quality management systems, both in theory and in practice, is a very effective method to gain success. For this, we need to resolve at least two most important issues: 1. How to implement the quality management in service industry; 2. How practical is to use quality management models in the sectors of tourism industry.

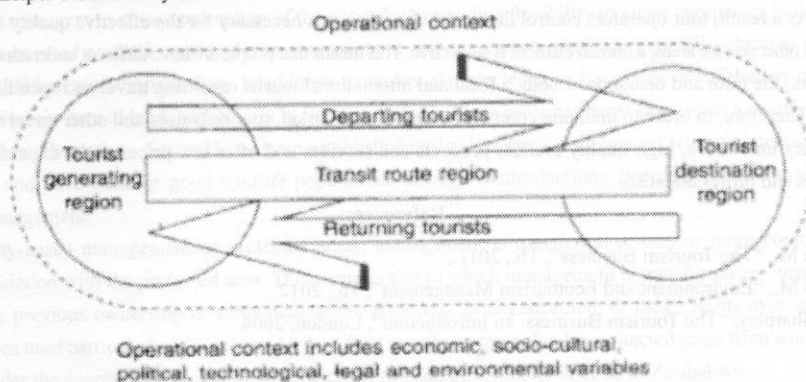
One more factor complicating tourism quality management is that the journey includes three different geographical elements (a Leiper's model):[1,3]

- The traveler-generating region (or home region) (TGR), refers to the place where the tourists come from. It is the

generating market, which stimulates and motivates travel - this includes mainly tour operators and travel agents;

- The transit route region (TR) includes both the short period of travel from their home region to the destination and other places on the way that the tourists may stop to visit - this includes all forms of transportation for moving tourists to and from their destinations;
- The tourist destination region (TDR) is one of the most important elements in the whole tourism system. It emphasizes what the suppliers can do for the tourists. Of course, this includes not only the physical equipments which are crucial to attract tourists, but also the management and service which are helpful to enhance its images and motivate the visit - this includes accommodation and all visitor attractions, leisure and entertainment amenities

Figure 1. - Leiper's Tourism System Model



Source: Richard Sharpley, "The Tourism Business: an Introduction", London, 2004

Therefore, tourists should be provided with appropriate services in each region. Despite such difficulties, models, which are designed to present can improve the service quality in the tourism sector.[2]

In the researchers' opinion, a consumer's opinion of the service quality is determined by the difference between the service level expected by the consumer and the one the consumer has already received in his/her imagination (i.e. the service level they think they were really rendered). Such an imagination is formed at the expense of the combination of the technical quality or "fixed factors" (like the food they eat, means of accommodation where they live in, etc.) and functional quality or "elastic factors" (the way the customers will be served). Thus, it is possible to improve the quality of service perceived by a client, by activating attention on the functional quality elements (staff behaviour, approach towards the client and impact on customer expectations).

Generally, the service quality is the difference between the expected and perceived (received) service levels and consists of four types of difference - difference, or incompliance:

- Between the expected service and the costumer's expectation to be implemented by the management, or when the management is not able to understand what the client wants, what she/he expects;
- Between the expectations of the client the management expects and features of service quality, i.e. setting low or improper standards;
- Between the features of service quality and rendering the service, i.e. unsatisfactory quality of staff operation;
- Between the service and the external communications with the customers. In other words, there is incompliance between the advertised quality and the real services.

So, the elimination of the above differences (i.e. in compliances) allows developing the strategy oriented on the quality improvement leading to the coincidence of the promised and real services resulting in tourist satisfaction.

The concept of the total quality management (TQM) is a much broader notion. It is the management philosophy comprising all the actions, whose realization allows meeting cliental (societal) demands and needs plus reaching organizations goals via a maximally efficient and economical means by maximizing all employees' potential. The initial point in the global quality management system is the key "processes", which connect a provider with a client, and the relevant systems, equipment and teamwork can be used to impact the quality/efficiency of these processes.[3]

In the tourism industry, a human factor plays an important role in the management of service quality. This means that the

success of the quality-related activities depends on the ability of staff to respond and adapt to the needs of tourists. So, the issues related to human resources: selection of personnel, training, appointment and activation of the incentives system are of great importance for the tourist service quality management.

Based on the above-said, the tourism product and service quality depend on the company's overall culture and management philosophy. But there are external factors that may slow down the process of successful implementation of quality management:

- The environment in the Tourist Destination Region influencing the quality perceptions by the tourists (behaviour of other tourists, attractions and service facilities standards and even the general environment);
- Despite the increasing integration in the given sector, a tour agent immediately does not produce the services of a tourist product. As a result, tour operators control the quality less than it is necessary for the effective quality management;
- As in all other service areas, a human element is subjective. This means that people have different understanding of quality.

Over the years, the taste and demands of both, a local and international tourist regarding travel and spending free time get more elaborate. Therefore, in order to maintain competitiveness in the market, tour operators and other travel companies need to offer consumers innovative, high-quality tourism products and services and offer low prices at the expense of employing new technologies and professionalism.

References:

1. Metreveli M., "The Tourism Business", Tb., 2011.
2. Metreveli M., "Environment and Ecotourism Management", Tb., 2012.
3. Richard Sharpley, "The Tourism Business: an Introduction", London, 2004.

Zurab Mushkudiani

Doctoral candidate; Akaki Tsereteli State University

PROTECTED AREA FINANCING AND TOURISM

Directly or indirectly, government departments have responsibilities for the administration of the majority of protected areas. However, factors such as shortages of government funds, lack of sufficient trained staff, and demands within governments and by donors for more efficient and 'business-like' management of protected areas, for their greater accountability, and for greater participation of key stakeholders – including local communities – have led to the emergence of a variety of other approaches to the management of protected areas. These include management by: government departments or agencies; parastatal bodies; NGOs; community organizations; the private sector; a combination of these.

Government departments are the most common form of protected area management. Protected areas are generally administered through Ministries of Environment, or Natural Resources, and frequently through specific sub-departments of these ministries. In systems of federal government, responsibilities for protected areas may be allocated to either state or federal governments, or split between the two levels of government. The local government level may sometimes also have some limited responsibilities for protected area management.

Funds for protected areas managed by government departments depend almost entirely on allocations made by government from the national budget. In most developing countries where there are severe budgetary constraints, the amount of government funding available for protected area management is likely to be very low. Furthermore, some countries have legal restrictions that prevent government departments from generating their own incomes – for example, by selling concessions to businesses – and / or which require any revenues raised by government departments to be returned to the national exchequer. Restrictions of this type may prevent protected areas from supplementing their government funding with other sources of income.

A parastatal is essentially a public sector organization with some elements commonly found in private sector organizations. The main advantages of parastatals include their flexibility to set fees and charges, establish funding mechanisms such as concessions, and respond to customer needs; their ability to retain the money they earn which gives a resulting incentive to

generate funds through greater entrepreneurship; and their freedom to implement staffing policies based on efficiency and market salaries. Ideally, parastatal agencies should be managed by a Board of Directors who are experts in various aspects of tourism, business and protected area management. These members create vital links to the commercial world, thereby enhancing the potential financial gain by the protected areas themselves. However, parastatals do not have as much autonomy and flexibility as true private sector organizations because they are responsible for public resources and therefore remain accountable to the public. They are unable to make decisions strictly on the basis of business criteria because they need to maintain non-profitable protected areas as well as the profitable ones, and they should provide benefits to local communities.

In a small number of cases, governments have transferred management of specific protected areas to companies in the private sector. Transfer agreements between the governments and private companies concerned, specify the obligations of private company managers to ensure protection of the site, while providing flexibility to allow companies to develop revenue streams that can be used to fund protected area management and to generate profits – generally, through wildlife-related tourism, and establishment of tourist lodges. In addition, a number of protected areas have been established by privately-owned companies on privately-owned land, particularly in Southern Africa. These protected areas operate on a commercial basis, and generate funds through tourism. Several have been established on land of previously limited wildlife interest – for example, on farmlands – and have built up good wildlife populations through reintroductions, breeding programmes, and effective conservation management.

In community-based management of protected areas, management is transferred to one or more communities with a recognized association with the protected area. The communities to which management is transferred are identified as having either current or previous ownership or settlement of the protected areas concerned, or usage rights over those areas. This approach has been used particularly in Southern Africa – for example, to return land in protected areas from which communities were evicted under the apartheid regime in South Africa, or to manage common lands as in Zimbabwe.

In some cases governments have transferred responsibilities for protected area management to suitably qualified and experienced NGOs. As with transfers of protected area management to the private sector, such transfer agreements between governments and NGOs specify the obligations of the NGO managers to ensure protection of the site, while providing flexibility to allow NGOs to develop revenue streams that can be used to fund protected area – generally, through wildlife-related tourism, or sale of concessions to private businesses.

If management is transferred to a large international NGO, then that NGO may be able to draw on fees and donations from its members to help support protected area management. NGOs may also be able to attract donations from visitors to the sites that they manage. However, the financial security of arrangements for management of protected areas by NGOs depends on the size and management of the NGOs involved.

In many cases, management of protected areas involves balancing of a wide range of interests, including the legal responsibilities of government departments and agencies for planning and protection of sites, the interests of local communities and the private sector, and of NGOs concerned with conservation. None of the structures outlined above incorporates all these interests, or is able on its own to encompass the full range of expertise that is available across these different types of organizations. To address this, some protected areas have developed structures – such as advisory boards and liaison committees – that are designed to bring together these different interest groups, and to provide a channel for them to input to plans and decisions on protected area management. These boards or committees may be established on an informal basis, or through more formally constituted arrangements, some of which may involve government approval or legislative changes: they provide complementary structures to assist site management. Their benefits include bringing additional expertise and capacity into protected area management, establishing channels to raise funds that are returned for use in conservation (if these are collected and administered by non-government bodies), and for building better links with local communities and businesses.

Fundraising partnerships are generally based around non-profit Foundations or NGOs, which are able to raise funds by various means, including through donations and, in the case of NGOs, some business activities such as sale of products and services. Fundraising activities are generally explicitly linked to the protected areas where funds will be used to support conservation activities, and the Foundations or NGOs involved will generally have some form of agreement with the protected areas concerned, over both use of funds raised, and use of the names and logos of protected areas for fund raising purposes. Protected areas that plan to raise funds from tourism will need to select and implement suitable funding raising mechanisms for this. The main mechanisms that protected areas use to raise funds from tourism are Entrance fees; User fees; Concessions and leases; Direct operation of commercial activities; Banking system, Taxes; Volunteers and donations.

However, studies have shown that visitors are willing to pay more if they know their money will be used to enhance their experience or conserve the special area they are visiting, and that visitors are often willing to pay higher entrance fees than those currently charged, particularly for protected areas with a high level of demand. Obviously, there has to be an element of market pricing here in that people will pay more for a unique attraction, and the protected areas have to show a high level of good management. It has also been found that visitors are more inclined to respect their surroundings if they have to pay for to enjoy them. Tourists are far more willing to accept and pay entrance fees where it is clear that they are being used by protected areas to improve the quality of services provided to tourists and for conservation purposes, than if it is remitted.

In theory, admission fees can be used as a tool to keep the number of visitors within an ecosystem's carrying capacity or to limit growth rates, so that planning, management and control are not outpaced by development. In practice, developing country protected area authorities in particular may lack the skills to assess and manage tourism flows in this manner, particularly if there is pressure from the private sector to allow increased visitation.

The costs of collecting fees have to be assessed where a pricing policy is considered. The direct costs include salaries and the installation and maintenance of toll-booths, with additional administrative costs of accounting and control, data processing and reports, and indirect costs such as personnel training, security, and public relations. Because of such costs, in protected areas with few visitors it may not be worth collecting entry fees.

An important market consideration is that more unique destinations can charge higher prices. For instance, the Galapagos National Park makes a major contribution to national revenues and is reported to have recouped nine times its management costs in admission fees since, given its unique characteristics, uncommonly high entrance fees can be charged. The Mon Repos National Park in Queensland, Australia, is a further example of where tourists are willing to pay relatively high admission fees for the rare opportunity of viewing sea-turtles. The National Parks Service in the US has set up a demonstration project under which 20 percent of the entrance fees from heavily visited protected areas are transferred to a fund that is used to support investment in lesser visited protected areas that have very limited potential to raise their own funds from visitors. Challenges to successful implementation of entrance fees include inefficient fee collection, which results in losses of entrance fee revenue from protected areas. There is also a risk that scarce personnel resources will be redeployed towards collection of fees rather than protection of resources. In addition, corruption and bribery at entrance gates are common features. This can be avoided by a good and transparent system of accounting for revenues and expenditure, or by designing a cash-free system of entry at gates.

References:

1. Gerard S. Dharmaratne, Francine Yee Sangb, Leslie J. Walling "Tourism potentials for financing protected areas" <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738399001097>
2. Paul Eagles and Oliver Hillel: "Improving protected area finance through tourism". <http://www.ahs.uwaterloo.ca/~eagles/documents/EaglesandHillelArticleonEconomicandFinanceofTourisminProtectedAreas.pdf>
3. Lucy Emerton, Joshua Bishop and Lee Thomas Peter Valentine, Series Editor. World Commission on Protected Areas "Sustainable Financing of Protected Areas A global review of challenges and options" pp. 77-95. <http://www.europarc.org/uploaded/documents/128.pdf>

ზურაბ მუშვედიანი

დოქტორანტი. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

დაცული არეების ფინანსირება და ტურიზმი

რეზიუმე

პირდაპირ თუ ირიბად, ძირითადად სამთავრობო დაწესებულებები ატარებენ პასუხისმგებლობას დაცული ტერიტორიების უმრავლესობაზე. ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა სახელმწიფო ფონდების დეფიციტი, არასაკმარისი კვალიფიციური პერსონალი, სახელმწიფოსა და დონორების მზარდი მოთხოვნები განაპირობებენ დაცული არეების მენეჯმენტისადმი განსხვავებულ მიდგომებს. აქივლისხმება სახელმწიფო დეპარტამენტები თუ სააგენტოები, სახელმწიფო სახელმწიფო ორგანოები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, კერძო სექტორი, კომბინირებული ორგანოები და ა.შ.

მოხსენებაში განვიხილავთ ფინანსური მენეჯმენტის თითოეული ამ წყაროს ზოგად თავისებურებებს.

საკითხისადმი მნიშვნელოვანი მარკეტინგული მიდგომა იმაში მდგომარეობს, რომ რაც უფრო უნიკალურია ტურისტული მარშრუტის ადგილი, ის უფრო ძვირადღირებულია. მაგალითად, გალაპავოს ნაციონალური პარკი უზრუნველყოფს ქვეყნის ეროვნულ შემოსავლებს და ამ პარკიდან მიღებულმა შემოსავლებმა უკვე ცხრაჯერ ანაზღაურა ის დანახარჯები მენეჯმენტზე, რაც საწყისი შენატანების სახით იქნა გაწეული. ამ ობიექტის უნიკალური მახასიათებლებიდან გამომდინარე დაწესებული იქნა ძალიან მაღალი შესასვლელი გადასახადი. ანალოგიური მაგალითია მონ რეპოს ნაციონალური პარკი ქვინსლენდში, ავსტრალიაში, სადაც ტურისტები იხდიან მაღალ ფასს იშვიათი ზღვის კულების სანახავად. აშშ ნაციონალურმა სამსახურმა შექმნა სპეციალური პროექტი, რომლის თანახმადაც პოპულარული პარკების შემოსავლების 20 პროცენტი უნდა გადაერიცხოს ნაკლებად პოპულარულ ნაკრძალებს. შემოსავლების მიღებისას მთავარ პრობლემას წარმოადგენს ამ შემოსავლების აკრების არაეფექტური მეთოდები, პერსონალის დეფიციტი. ამას ემატება კორუფცია და მექრთამეობა შესასვლელებში.

აღნიშნული ხარვეზების აღმოფხვრა შესაძლებელია შემოსავლებისა და ხარჯების ზუსტი და გამჭვირვალე აღრიცხვითა და ანგარიშსწორების უნაღდო სისტემის დანერგვით.

Оленичева Юлия

к.э.н., доцент. Донецкий институт туристического бизнеса

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ В ЕВРОПЕ И УКРАИНЕ

Рынок гостиничных услуг можно охарактеризовать как рынок монополистической конкуренции с четко обозначившимися чертами олигополистической конкуренции. Поэтому обязательно проведение активной маркетинговой и рекламной политики, направленной на информирование потенциальных клиентов о гостинице и комплексе предоставляемых ею услуг.

Под услугой экономические словари понимают особый вид потребительской стоимости, существующей в форме полезной деятельности и удовлетворяющей общественные потребности. Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой стороны, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д. [1].

Гостиничная цепь (сеть) представляет собой группу отелей (два и более), имеющих общие руководство, концепцию продвижения продукта и торговую марку. Формы присоединения отелей к цепи различны. Это может быть покупка предприятий размещения гостиничной компанией, заключение с ними франшизных договоров или контрактов на управление. Наиболее консолидированными и мощными считаются интегрированные гостиничные цепи, состоящие из предприятий - полноправных корпоративных членов. Однако всемирному признанию и широкому распространению гостиничные цепи обязаны франчайзингу.

Франшиза, по существу, означает прокат торговой марки. Корпорация, в частности гостиничная, предоставляет предпринимателю право вести собственное дело под ее вывеской, но по единым стандартам. Она оказывает содействие франшизополучателю в осуществлении этой деятельности и контролирует ее в целях сохранения своей репутации [2, с. 37].

В 2011 году общий объем сетевого гостиничного рынка на европейском континенте составил 1 миллион 916 тысяч номеров. При этом, по экспертной оценке OTUS Analytics, в целом европейская гостиничная индустрия, включая независимые отели, располагает приблизительно 5,4 миллионами номеров. Это означает, что на сетевые отели в Европе сегодня приходится 35% общего номерного фонда. Существует 4800 больших и малых городов, где работают сетевые отели. А общее количество самих брендов, включая национальные, в 2011 году составило 890.

На европейском континенте безусловным лидером является французский оператор Ассог, в активе которого свыше 250 тысяч номеров и 4 из 10 самых мощных брендов (см. Табл. 1).

Таблица 1

Характеристика номерного фонда 10 крупнейших гостиничных брендов

10 топ-брендов	Количество отелей	Количество комнат	Средний размер отеля (номера)
Ibis	709	75,460	106
Mercure	474	54,032	114
Holiday Inn	277	45,526	164
Novotel	265	43,420	164
Premier Inn	586	42,809	73
NH Hotels	275	41,213	150
Hilton	152	39,594	260
Radisson Blu	172	38,740	225
Etap	421	35,691	85
Travelodge	458	29,775	65

К глобальным сетевым операторам относится большая «девятка» Accor, Carlson, Choice, InterContinental, Hilton, Hyatt, Marriott, Starwood и Wyndham [3] (см. Табл. 2).

Таблица 2

Характеристика рынка сетевых отелей Европы

ЕВРОПА	Количество отелей	Количество номеров	Средний размер	Процент от общего количества
Весь рынок сетевых отелей	15276	1,915,863	125	100%
Класс отеля				
Luxury	302	40826	135	2%
Up-market	2775	492761	178	26%
Mid-market	6276	882017	141	46%
Economy	4583	404021	88	21%
Budget	1340	96238	72	5%
Спектр услуг				
Расширенный	1045	237970	228	12%
Полный	3767	664962	177	35%
Базовый	5091	608090	119	32%
Ограниченный	2406	208050	86	11%
Только номера	2967	196791	66	10%
Статус бренда				
Глобальный	4470	620187	139	32%
Международный	4361	597263	137	31%
Национальный	6445	698413	108	36%

Таким образом, определяющей тенденцией развития мирового гостиничного хозяйства оставалась централизация управления.

В крупных региональных центрах Украины международные гостиничные операторы пока не смогли полномасштабно начать свое развитие [4]. Однако, очень важным моментом в развитии гостиничного сектора Украины стало открытие первого отеля сети Radisson SAS (Radisson Blu Kyiv), вслед за которым на украинский рынок пришли новые инвестиции и других гостиничных брендов. У путешественников появилась возможность забронировать отель цепи Hyatt, Intercontinental, Rixos, City park.

Так же стало возможным для туристов забронировать отель находящейся под управлением сети Best Western International, которая предлагает комфортное размещение в центре Севастополя.

Помимо этого, гостиничный сектор расширяется и за счет отелей, предлагающих более экономное размещение, таких как Ibis Kiev Shevchenko Boulevard 3* [5].

Практически все гостиничные цепи мира в Донецке, независимо от их рейтинга в Донецке, ищут любые возможности для увеличения своего потенциала [6].

Несмотря на ограниченность бюджетного финансирования и кредитования строительства, строительная деятельность по подготовке гостиничного хозяйства в Донецке существенно активизировалась. Немаловажным стимулом для развития гостиничного девелопмента является введение нулевой ставки налога на прибыль до 2021 года и упрощение процедуры согласования гостиничных проектов.

Глобальные гостиничные сети пока еще не представлены в Донецке, однако такие международные гостиничные операторы как Rezidor Hotel Group, Intercontinental Hotels Group, Accor Group, Starwood Hotels & Resort Worldwide и Hilton Worldwide сегодня положительно оценивают перспективы развития гостиничного рынка Донецка. Некоторые из них выразили большую заинтересованность в выводе на рынок своих брендов эконом, среднего и высокого сегментов [7].

Таким образом, создание гостиничных цепей в Украине будет способствовать привлечению инвестиций в отрасль, повысит качество обслуживания и позволит снизить затраты.

Список литературы:

1. Особенности гостиничных услуг - [Электронный ресурс] - <http://www.gostinica.org.ua/osobennosti-gostinichnih-uslug/osobennosti-gostinichnih-uslug.html>
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова/ Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
3. Гостиничные сети в Европе – главные цифры - [Электронный ресурс] - <http://prohotelia.com.ua/2011/06/hotel-chains-in-europe-2011>
4. Обзор рынка отельной недвижимости август 2010. Зовнішнформ Консалт - [Электронный ресурс] - <http://zi-consult.com.ua/index.php?option>
5. Мировые гостиничные сети в Украине - [Электронный ресурс] - <http://milend.ua/ru/articles/8/>
6. Развитие гостиничного хозяйства в Донецке и в Украине - [Электронный ресурс] - <http://donetsk.hotel-ua.info/index.php?c=37>
7. Новости рынка недвижимости - [Электронный ресурс] - <http://dbr.com.ua/news.php?r=1&id=207>

Olenicheva Yulia

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Donetsk Institute of Tourist Business

THE DEVELOPMENT OF HOTEL CHAINS IN EUROPE AND UKRAINE

The hotel services market can be characterized as the market of monopolistic competition with revealed clear features of oligopolistic competition. Therefore it's necessary to conduct active marketing and advertising policy, aimed at informing potential clients about the hotel and the complex of services it provides.

According to the economic dictionary 'service' is defined as a special type of user value, which exists in the form of useful activities and satisfies social needs. The essence of providing accommodation services lies in the fact that, on the one hand, special premises (rooms) are given in use, on the other hand, the services provided directly by the hotel personnel: porter service at the reception desk, maid services, cleaning hotel rooms services and so on. [1].

Hotel chain is a group of hotels (two and more), which have a general guide, the concept of promoting a product and trademark. The forms of accession of hotels in the chain are different. It could be a purchase of the enterprises of accommodation

by the hotel company, signing with them franchising agreements or contracts for management. The most consolidated and powerful hotel chains are integrated ones, consisting of enterprises - full corporate members. However, the world recognition and further expansion of hotel chains can be attributed to franchising.

Franchising is essentially the practice of using another firm's successful business brand. The corporation, in particular a hotel one, gives the employer the right to run their own business under its name, but according to common standards. It provides assistance to the franchisee in the implementation of the activities and control of it in order to preserve their reputation [2, p. 37].

In 2011 the total volume of the hotel chain market in the European continent amounted to 1 million 916 thousand numbers. In this case, according to the expert opinion OTUS Analytics, in general the European hospitality industry, in particular independent hotels, has approximately 5.4 millions numbers. This means that the hotel chains in Europe now account for 35% of the total number of the fund. There are 4.8 thousand big and small cities, where hotel chains exist. And the total number of the brands, including national one, in 2011 reached 890.

On the European continent the undisputed leader is the French Operator Accor, with the asset of more than 250 thousand rooms and 4 out of 10 are extremely strong brands (see. Table 1).

Table 1

The characteristics of the room fund of the 10 largest hotel brands

10 top brands	Number of hotels	Number of rooms	Average size of the hotel (rooms)
Ibis	709	75,460	106
Mercure	474	54,032	114
HolidayInn	277	45,526	164
Novotel	265	43,420	164
PremierInn	586	42,809	73
NH Hotels	275	41,213	150
Hilton	152	39,594	260
RadissonBlu	172	38,740	225
Etap	421	35,691	85
Travelodge	458	29,775	65

Global network operators are a giant «nine»: Accor, Carlson, Choice, InterContinental, Hilton, Hyatt, Marriott, Starwood and Wyndham [3] (see. Table 2).

Table 2

Characteristic of the European chain hotels

EUROPE	Number of hotels	Number of rooms	Average size	Percentage of the total number
The entire chain hotels market	15276	1,915,863	125	100%
Hotel class				
Luxury	302	40826	135	2%
Up-market	2775	492761	178	26%
Mid-market	6276	882017	141	46%
Economy	4583	404021	88	21%
Budget	1340	96238	72	5%
Range of services				
Advanced	1045	237970	228	12%
Full	3767	664962	177	35%
Basic	5091	608090	119	32%

Limited	2406	208050	86	11%
Only numbers	2967	196791	66	10%
Status of a brand				
Global	4470	620187	139	32%
International	4361	597263	137	31%
National	6445	698413	108	36%

Thus, the determining tendency of the development of the global hotel industry has remained centralization of management.

In the large regional centers of Ukraine international hotel operators has not been able to start their development fully yet [4]. However a very important moment in the development of the hotel sector of Ukraine was the opening of the first hotel - Radisson chain SAS (Radisson Blu Kyiv), followed by new investments of other hotel brands, which entered the Ukrainian market. For travellers it is available to book a hotel of chains Hyatt, Intercontinental, Rixos, City park. It also made it possible for tourists to book a hotel under the administration of Best Western International chain, which offers comfortable accommodations in the centre of Sevastopol. In addition, the hotel sector is also expanding owing to hotels, which offer more economy class accommodations, such as Ibis Kiev Shevchenko Boulevard 3* [5].

Almost all hotel chains of the world in Donetsk, regardless of their rating in Donetsk, are looking for any opportunities to increase the capacity [6].

Despite the limitations of the budget financing and crediting of real estate development, the construction activities on the arrangement of hotel management in Donetsk significantly increased. An important stimulus for the growth of hotel development is the introduction of a zero tax rate on profit till 2021 and simplification of the procedure of approval of hotel projects.

Global hotel network has not been presented in Donetsk yet, however, international hotel operators such as Rezidor Hotel Group, Intercontinental Hotels Group, Accor Group, Starwood Hotels & Resort Worldwide and Hilton Worldwide today positively assess the prospects of development of the hotel market of Donetsk. Some of them expressed a great interest in introducing to the market their own brands of economy, medium and high segments [7].

Thus, the development of hotel chains in Ukraine will contribute to attraction of investments in the sector, improve the quality of service and reduce costs.

References:

1. Особенности гостиничных услуг - [Электронный ресурс] - <http://www.gostinica.org.ua/osobennosti-gostinichnih-uslug/osobennosti-gostinichnih-uslug.html>
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. / А.Ю. Александрова/ Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 470 с.
3. Гостиничные сети в Европе – главные цифры - [Электронный ресурс] - <http://prohotelia.com.ua/2011/06/hotel-chains-in-europe-2011>
4. Обзор рынка отельной недвижимости август 2010. ЗовнішнформКонсалт - [Электронный ресурс] - <http://zi-consult.com.ua/index.php?option>
5. Мировые гостиничные сети в Украине - [Электронный ресурс] - <http://milend.ua/ru/articles/8/>
6. Развитие гостиничного хозяйства в Донецке и в Украине-[Электронный ресурс] - <http://donetsk.hotel-ua.info/index.php?c=37>
7. Новости рынка недвижимости - [Электронный ресурс] - <http://dbr.com.ua/news.php?r=1&id=207>

Татьяна Примак

Кандидат физико-математических наук, профессор.

Донецкий институт туристического бизнеса

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В условиях глобализации значительно растет роль информационных технологий как важного инструмента в повышении эффективности управления предприятиями. Специфические особенности создания и реализации туристических услуг (большое количество участников и значительная их географическая разьединенность, разветвленная система взаимоотношений субъектов туристического рынка, территориальная дифференциация туристического продукта, отдаленность места реализации туристических услуг от места их потребления) обуславливают необходимость повышения уровня обеспечения системы управления современными информационными технологиями (ИТ).

Позитивное влияние информационных технологий на динамику отечественного и международного туристического потока привело к трансформации отрасли из ориентированной на обслуживание организованных туристов, в многоотраслевую сферу деятельности, направленную на удовлетворение разнообразных потребностей миллионов индивидуальных путешественников.

Наличие проблем подтверждается недостаточным уровнем использования новейших информационных технологий в туристической сфере, а именно: низким уровнем развития информационно коммуникационной инфраструктуры; отсутствием баз данных туристического профиля в отдельных регионах страны; ограниченностью информации и рекламы туристического продукта на межрегиональных, национальном и международном рынках; несовершенством механизма информационного обмена субъектов ведения хозяйства в сфере туризма и внешней среды с помощью сетей; низким уровнем развития виртуальных туристических предприятий; отсутствием государственной электронной системы обеспечения субъектов туристической деятельности оперативной информацией о спросе, предложении, ценах, тарифах.

Анализ процессов, которые происходят в отрасли, свидетельствует о неадекватности уровня применения информационных технологий в деятельности отечественных субъектов ведения хозяйства в сфере туризма их развития и внедрению в туристически развитых странах мира [1]. Одной из ключевых проблем комплексной автоматизации туристической отрасли является недостаточный уровень квалификации персонала компаний-участниц туристического рынка. Это связано как с недостатком специалистов соответствующей квалификации – ведь подготовка таких специалистов в ВУЗах началась сравнительно недавно, так и с откровенной слабостью программ подготовки именно в части информационных технологий. К основным недостаткам таких программ можно отнести: отсутствие учета специфики именно туристической отрасли в спецкурсах по информационным технологиям в программах подготовки специалистов; избыточное внимание к общим теоретическим аспектам развития информационных технологий в ущерб практической подготовке специалистов; отсутствие стандартов обучения комплексному подходу к автоматизации туристической отрасли; слабость практического наполнения подготовки специалистов туристической отрасли; отсутствие или недостаточное качество демонстрационных версий большинства специального программного обеспечения для туристической сферы; остаточный принцип распределения учебного времени для изучения информационных технологий в «традиционно гуманитарной» туристической отрасли.

Результатом перечисленных недостатков подготовки специалистов туристической сферы является формирование слишком общих, слабых, разрозненных и далеких от практики знаний по информационным технологиям для отрасли, где практически всегда собеседование при приеме на работу начинается с проверки уровня владения ИТ.

Безусловным достоинством практического подхода к преподаванию специальных туристических программ является, с одной стороны, формирование устойчивых практических знаний обо всем комплексе автоматизированной системы управления субъектами туристической деятельности, а с другой стороны, фактическая возможность работать в любом подразделении самых разных предприятий туристической сферы. Формирование комплексных представлений об информационном обмене в туристической отрасли дополняется возникновением устойчивых навыков использования общих алгоритмов работы разных информационных систем. Безусловно, главным результатом завершения информационной подготовки студентов должны стать не только и не столько знания об уже изученных программах, но и сформированный на основе обобщения изученных алгоритмов навык освоения в будущем новых,

возможно даже еще не созданных программ.

В рамках реализации практического подхода к повышению информационной компетентности специалистов туристической отрасли в ДИТБ открыт Центр Сертификации Amadeus [2], который осуществляет подготовку как студентов, так и специалистов турфирм по программе международной сертификации компьютерной системы бронирования Amadeus. По результатам экзамена слушатели получают международный сертификат, который котируется в СНГ и Европе.

Еще одним шагом в повышении роли информационной компоненты обучения стало участие ДИТБ в проекте 158739 - TEMPUS - 2009 - DE JPHEs «Сеть электронного дистанционного обучения для повышения квалификации в сфере туризма (Беларусь, Грузия, и Украина) WeNeT» [3]. Разработка четырех комплексных мультимедийных, практически нацеленных курсов дистанционного обучения для специалистов сферы туризма позволила студентам и слушателям курсов упрочить навыки работы с информационными технологиями и освоить новую форму обучения – дистанционное обучение с использованием Интернет-технологий.

Продолжением начатого внедрения информационных технологий в учебный процесс ДИТБ должен стать разработка и развитие как самих курсов информационных технологий в туризме, так и их вовлечение буквально во все читаемые учебные курсы, а также привлечение студентов к научной работе с применением информационных технологий. Здесь первым позитивным примером может служить создание геоинформационной системы туристско-рекреационных ресурсов Донецкой области [4], а также опыт создания геоинформационного портала visitdonetsk.info. Этот насыщенный туристическими сервисами информационный продукт уже прошел апробацию и заслужил доверие дончан и гостей города, поскольку он в удобной интерактивной форме концентрирует всю туристическую информацию о городе – от обзоров и путеводителей по лучшим достопримечательностям и маршрутов, до практических запросов пользователя – как добраться, где разместиться, и даже сколько будет стоить та или иная услуга – с отображением на карте, возможностью спланировать отдых до мельчайших подробностей. Безусловно, оптимальным продолжением такого нового подхода должны стать как разработка новых учебных программ по читаемым дисциплинам, так и широкое научное и методическое сотрудничество в рамках международных проектов, поскольку недостатки информационной подготовки студентов туристического профиля для ВУЗов СНГ также, в основном, общие. Таким образом, можно предложить следующие шаги для усиления цикла информационной подготовки студентов туристического профиля:

1. При разработке учебных планов и программ для обучения специалистов туристической отрасли широко учитывать специфику отрасли в спецкурсах по информационным технологиям в программах подготовки специалистов.
2. Обеспечить комплексный подход к изучению туристических информационных технологий при формировании квалификационных требований и стандартов.
3. Усиливать информационную компоненту в рамках спецкурсов, не относящихся к информационному циклу.
4. Усилить практическую компоненту информационной подготовки специалистов за счет внедрения в процесс обучения демо-версий распространенного туристического программного обеспечения, новых методических и дидактических подходов к изучению информационных технологий в туризме.
5. Стимулировать издание специализированных для туристической сферы учебников, рекомендованных Министерством образования, науки, молодежи и спорта для обучения по программам «Информационные технологии в туризме», «АРМ менеджера туристического бизнеса» и т.д.
6. Расширить межвузовский, межгосударственный обмен опытом на базе программ поддержки Европейской Комиссии.

Список литературы:

1. Афанасьева Н.А. АРМ менеджера туристического бизнеса: Учебное пособие.- Донецк: ДИТБ, 2001. - 210 с.
2. Амадеус в Украине [Электронный ресурс] / – Режим доступа : <http://www.amadeus.com/ua/x60424.html>
3. Information on Tempus IV projects [Электронный ресурс] / – Режим доступа : http://eacea.ec.europa.eu/tempus/results_compedia/projects_description_en.php
4. Семичастный И.Л. Основные направления организации информационной поддержки развития туризма в регионе на основе использования информационной системы туристских информационных центров (ТИЦ) -Вісник ДІТБ, 2011.

Tatiana Prymak

Ph.D., professor, Donetsk Institute of Tourist Business

BASIC GUIDELINES OF INFORMATION TRAINING MANAGERS FOR TOURIST INDUSTRY

With globalization, the role of information technology increases significantly as an important tool to improve the efficiency of enterprise management. Specific features of the development and implementation of tourism services (large number of participants and their significant geographical disunity, an extensive system of relations of tourist market, territorial differentiation of the tourism product, the remoteness of the place of sale of travel services from their place of consumption) make it necessary to increase the level of security management of modern information technology (IT).

The positive impact of information technology on the dynamics of domestic and international tourist flow has led to the transformation of the industry from the service-oriented organized tourists, to a diversified range of activities designed to meet the diverse needs of millions of individual travelers.

The existence of problems insufficient use of new information technologies in the tourism sector is confirmed by: low level of development of information communication infrastructure, lack of tourist profile database in some regions of the country, limited information and advertising tourist product on the regional, national and international markets, imperfect mechanism of information subjects of economic exchange in the field of tourism and the environment through networks, a low level of development of virtual tourism enterprises, the lack of state of the electronic system of tourist activities to ensure operational information on demand, supply, prices and tariffs.

Analysis of the processes that are taking place in the industry, shows the inadequacy of the level of information technologies application in the domestic economy in the subjects of their tourism development and implementation of tourism development in the world [1]. One of the key challenges of complex automation tourism industry is the lack of qualified staff of the of the tourism market participating companies. This is due both to the lack of suitably qualified experts for training of such specialists in universities, and with the explicit weakness in the training programs of information tourism technology. The main weaknesses of these programs include:

- lack of the tourism industry specifics consideration in special courses on information technology in the training of specialists;
- excessive focus on general theoretical aspects of information technology at the expense of practical training;
- lack of training standards integrated approach to automation of the tourism sector;
- weakness of practical training in tourism industry;
- lack or poor quality of demos of most of the special software for the tourism sector;
- residual principle of allocation of study time to study information technology in the "traditional humanitarian" tourism industry.

The result of these weakness of tourism industry technologies training is the formation of too general, weak, isolated and far from the practice knowledge in information technology for the industry which is almost built on the IT.

Obvious advantage of a practical approach to teaching special tourism programs, on the one hand, is the formation of stable working knowledge of the full range of automated control system of tourist activity, and on the other hand, is the actual possibility to work in any department of different companies of tourist industry. Formation of complex representations of information exchange in the tourism industry sustainable skills complemented by the emergence of the common algorithms of different information systems. Undoubtedly, the main result of the completion of the informational preparation of students should not be only knowledge of the programs already studied, but also formed on the basis of summarizing the study of algorithms skills to study for the future of new, perhaps not even created programs.

As part of a practical approach to enhance information literacy specialists in the tourism sector DITB opened Certification Amadeus Center [2], which trains both students and professionals travel agencies on the program of international certification of computer reservation system Amadeus. According to the results of the exam, students receive an international certificate

that is listed in the CIS and Europe.

A further step in enhancing the role of the information components of learning became participation of DITB in the project 158739 - TEMPUS - 2009 - DE JPHES «Network of electronic distance learning for training in the field of tourism (Belarus, Georgia and Ukraine) WeNeT» [3]. Development of four multimedia, practically aimed distance learning courses for specialists in the field of tourism will allow students strengthen skills with information technology and to learn a new form of learning - distance learning with the use of Internet technology.

Continuation of information technologies involvement in the learning process should be development of both the information technology courses in tourism, as well as their involvement in all university courses and attraction of students to scientific work with the use of information technology. Here, the first positive example is the development of GIS tourist and recreational resources of Donetsk region [4], as well as experience in creating GIS portal visitdonetsk.info. This rich tourist service information product has been tested and has earned the trust of the citizens of Donetsk and visitors, as it concentrates all the tourist information about the city in a convenient online form - from the reviews and guides to the best sights and routes to the practical user requests - how to get there, where to stay and even how much it will cost you one or another service - with the display on the map, the ability to plan their stay in great detail. Of course, the best continuation of this new approach should be as the development of new training programs for disciplines and extensive scientific and methodical cooperation in international projects, because of information deficiencies for students preparation for tourist profile universities of CIS are also mostly common. Thus, we propose the following steps to increase the cycle of information training students of tourist profile:

1. In the development of training plans and programs for training tourism professionals should be widely consider industry-specific special courses on information technology.
2. Provide a comprehensive approach to the study of tourism information technology in the formation of the qualification requirements and standards.
3. Enhance information component in the special courses not related to the information cycle.
4. Strengthen the practical training component of the information through the introduction of learning demos of common tourist software, new methodological and didactic approaches to the study of information technologies in tourism.
5. To encourage the publication of specialized tourism industry textbooks recommended by the Ministry of Education, Science, Youth and Sports for training program «Information Technologies in Tourism», «ARM manager tourism,» etc.
6. Expand intercollegiate, interstate exchange of experience-based programs to support the European Commission.

References:

1. Afanasyeva N.A. Workstation Manager tourism: the manual. - Donetsk: DITB, 2001.
2. Amadeus in Ukraine : <http://www.amadeus.com/ua/x60424.html>
3. Information on Tempus IV projects [E resource] / - Mode of access: http://eacea.ec.europa.eu/tempus/results_compendia/projects_description_en.php
4. Semichastny I.L. The main directions of the organization of information to support the development of tourism in the region, using the information system of tourist information centers (TIC) - Vestnik DITB, 2011.

გურამ უფლისაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული
პროფესორი, ქუთაისის უნივერსიტეტი

ფიქსირებული დაბეგვრის რეჟიმი საქართველოში

2011 წლის 1 იანვრიდან ამოქმედდა საქართველოს ახალი საგადასახადო კოდექსი, რომელმაც შემოიტანა საკმაოდ მნიშვნელოვანი ნოვაციები. სიახლე, რომლითაც ახალი საგადასახადო კოდექსი განსაკუთრებით გამოირჩევა წინამორბედი კოდექსისაგან, არის დაბეგვრის სპეციალურ რეჟიმები, რომლებიც წარმოადგენ ცალკეული კატეგორიის ფიზიკური პირების საშემოსავლო გადასახადით დაბეგვრის ალტერნატივას:

– **მიკრო ბიზნესის სტატუსი** შეიძლება მიენიჭოს ფიზიკურ პირს, რომელიც არ იყენებს დაქირავებულთა შრომას და რომლის წლიური ერთობლივი შემოსავალი არ აღემატება 30 000 ლარს. მიკრო ბიზნესის სტატუსი მქონე ფიზიკური პირი გათავისუფლებულია საშემოსავლო გადასახადისაგან. ის ასევე გათავისუფლებულია საკონტროლო-სალარო აპარატების გამოყენების და შემოსავლების/ხარჯების მკაცრი აღრიცხვის ვალდებულებისაგან. ამასთან, მას არ შეუძლია ცალკეული სახის საქმიანობების (მ.შ. სავაჭრო საქმიანობის განხორციელება, ხოლო მისგან შეძენილ საქონელზე/მომსახურებაზე გაწეული ხარჯების გამოქვითვა სხვა გადასახადის გადამხდელებს ეკრძალებათ;

– **მცირე ბიზნესის სტატუსი** შეიძლება მიენიჭოს მეწარმე ფიზიკურ პირს, თუ მისი წლიური ერთობლივი შემოსავალი არ აღემატება 100 000 ლარს. მას შემოსავლების და ხარჯების აღრიცხვა შეუძლია გამარტივებულ წესით. მეორე მხრივ, მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე პირი არ არის გათავისუფლებული საკონტროლო-სალარო აპარატების გამოყენების ვალდებულებისაგან. გარდა ამისა, ის იბეგრება კიდეც. ამასთან, დაბეგვრი ობიექტი მოიცავს მთელს ერთობლივ შემოსავალს (ბრუნვას) – ე.ი. ერთობლივი შემოსავალი არ მცირდება ხარჯებით. საგადასახადო განაკვეთებია 3 ან 5 პროცენტი.

უკვე მომდევნო 2012 წლის დასაწყისიდან საქართველოს საგადასახადო კოდექსში შევიდა მორიგი ცვლილებები. ამოქმედდა დაბეგვრის კიდეც ერთი სპეციალური რეჟიმი – **ფიქსირებული გადასახადი**, რომლიც არჩევა შეუძლია არა მარტო ფიზიკურ, ასევე იურიდიულ პირებსაც. ე.ი. ფიქსირებული გადასახადი არის როგორც საშემოსავლო, ისე მოგების გადასახადით დაბეგვრის ალტერნატივა.

ამ ცვლილებებს წინ უძღოდა დისკუსია წვრილი მეწარმეების და სხვების მხრიდან მცირე ბიზნესის მიმდინარე ფისკალური პრაქტიკის გამარტივების მოთხოვნით. წვრილი მეწარმეების მნიშვნელოვანი ნაწილი წლების მანძილზე მოითხოვდა ფიქსირებულ გადასახადებს და გადასახადის გადახდის პროცედურების გამარტივებას. აღნიშნული იდეის მხარდამჭერად ასევე გამოვიდა ფინანსთა სამინისტროს შემოსავლების სამსახური, რომელმაც საბოლოოდ მოამზადა კიდეც შესაბამისი კანონპროექტი მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერესების გამომხატველ რიგ ორგანიზაციებთან თანამშრომლობით.

აღნიშნული კანონპროექტის პრეზენტაციისას ეს სიახლე შეფასდა როგორც ძალიან მნიშვნელოვანი მოვლენა აღინიშნა, რომ ამ ტიპის გადასახადი სრულიად გაათავისუფლებდა მეწარმეს საკონტროლო-სალარო აპარატის გამოყენების აუცილებლობისაგან, ელემენტარული თუ სპეციალური ბუღალტერიის წარმოებისაგან, აგრეთვე დამატებითი ღირებულების გადასახადის გადახდის ვალდებულებისაგან. ასევე ითქვა, რომ ფიქსირებული გადასახადი სტიმულს მისცემს მცირე ბიზნესის განვითარებას, გამარტივებს და მინიმუმამდე დაიყვანს მის ურთიერთობას ფისკალურ სტრუქტურებთან.

მოკლედ განვიხილოთ, თუ რას წარმოადგენს საქართველოს საგადასახადო კოდექსით და შესაბამისი კანოქვემდებარე ნორმატიული აქტებით შემოღებული ფიქსირებული დაბეგვრის რეჟიმი, რა შესაძლებლობებს იძლევა და რა ნაკლოვანობები გააჩნია. ამ რეჟიმისათვის დახასიათებულია შემდეგი ძირითადი მომენტები:

– ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს პირს (მ.შ. იურიდიულ პირსაც), რომელიც არ არის დამატებული ღირებულების გადასახადის გადამხდელი და ახორციელებს ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრ საქმიანობას/საქმიანობებს. ანუ, ამ ეტაპზე ფიქსირებული გადასახადით იბეგრება მხოლოდ ზოგიერთი კონკრეტული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი;

– ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი არ ჩაირთვება ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელის ერთობლივ შემოსავალში და შემდგომ დაბეგვრას არ ექვემდებარება. აღნიშნულ შემოსავალზე საგადასახადო ორგანოს არ წარედგინება საშემოსავლო/მოგების გადასახადის შესახებ

დეკლარაცია;

- ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი უფლებამოსილია, გარდა ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობისა, განახორციელოს სხვა საქმიანობებიც. აქედან მიღებული შემოსავალი დაიბეგრება ჩვეულებრივი წესით;

- ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი არ გაითვალისწინება დღგ-ის სავალდებულო რეგისტრაციის ვალდებულების განსაზღვრისას. ე.ი. მისი ბრუნვა კიდევაც რომ გადასცდეს დადგენილ ზღვარს, დღგ-ს გადამხდელად რეგისტრაციის ვალდებულება არ წარმოიშობა;

- ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი ამ გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობის ნაწილში თავისუფლდება საკონტროლო-სალარო აპარატების გამოყენების ვალდებულებისაგან;

- ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელს არ დაეკისრებათ საგადასახადო კოდექსის 286-ე მუხლით (საქონლის დოკუმენტების გარეშე ტრანსპორტირება, რეალიზაცია და აღურიცხველობა) გათვალისწინებული სანქციები.

ამავე დროს, გარდა ზემოთაღნიშნული დადებითი მომენტებისა, ფიქსირებული გადასახადით დაბეგვრის რეჟიმს ახასიათებს ნაკლოვანობებიც, რომელთაგან ზოგიერთი მაინც წინააღმდეგობაში მოდის ფიქსირებული დაბეგვრის შემოღების გაცხადებულ მიზნებთან (მცირე მეწარმეთათვის გადასახადის გადახდის პროცედურების გამარტივება, ფისკალურ სტრუქტურებთან მისი ურთიერთობების მინიმიზაცია, მცირე ბიზნესის განვითარების სტიმულირება). კერძოდ:

- როგორც ზემოთ უკვე აღინიშნა, ფიქსირებული გადასახადით იბეგრება საქმიანობის მხოლოდ ზოგიერთი კონკრეტული სახე. ამ ეტაპზე ეს რეჟიმი ეხება მხოლოდ თონეებს, ავტოტექნიკურ მომსახურებას, სილამაზის სალონის სხვადასხვა მომსახურებებს. ე.ი. არ შეიძლება ითქვას რომ აღნიშნული ნოვაცია მოიცავს წვრილ მეწარმეთა ფართო წრეს;

- სხვა გადასახადის გადამხდელს აღარ შეეძლება ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელებისაგან შემდგომი საქონელზე/მომსახურებაზე გაწეული ხარჯების გამოქვითვა ერთობლივად შემოსავლიდან. ეს უთუოდ პრობლემატურს გახდის და მნიშვნელოვნად შეზღუდავს საშუალო და მსხვილი ბიზნესის საქმიან ურთიერთობებს ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელ პირებთან, რაც საზიანო იქნება პირველ რიგში ამ უკანასკნელთათვის;

- თუ ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელის სტატუსის მქონე პირი დამატებით ახორციელებს სხვა სახის საქმიანობასაც, ასეთ შემთხვევაში ამ საქმიანობებს შორის გაუმიჯნავი ხარჯები არ ექვემდებარება გამოქვითვას დამატებით განხორციელებული საქმიანობის ფარგლებში მიღებული ერთობლივი შემოსავლიდან;

- ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელს არ შეუძლია ამ გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობიდან მიღებული საქონლის/მომსახურების გამოყენება მის მიერ განხორციელებულ სხვა რეჟიმით დასაბეგრ საქმიანობაში;

- ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი არ თავისუფლდება გადახდის წყაროსთან გადასახადის დაკავების ვალდებულებისაგან;

- ფიქსირებული დაბეგვრის არჩევით გადამხდელი კარგავს საშემოსავლო და მოგების გადასახადებზე საგადასახადო კოდექსით დადგენილი საგადასახადო შეღავათების გამოყენების უფლებას;

- საქართველოს მთავრობის მიერ ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობის განსაზღვრის შემდეგ აღნიშნული საქმიანობების განმახორციელებელ პირებზე უკვე აღარ გაიცემა მიკრო და მცირე ბიზნესის სტატუსი. მაგალითად, ავტოტექნიკური მომსახურების გამწვევ ფიზიკურ პირს აღარ შეუძლია მიკრო ბიზნესის სტატუსის აღება (ე.ი. გადასახადისაგან გათავისუფლება). ამჟამად ის იძულებულია აირჩიოს ან ფიქსირებული გადასახადი (100 ლარი ერთ ობიექტზე თვეში) ან დარჩეს დაბეგვრის ჩვეულებრივ რეჟიმზე. ე.ი. ამ პირებს რეალურად გაუუარესდათ არჩევანი;

- თუმცა ფიქსირებული გადასახადის შემოღების უმთავრეს მოტივად დასახელდა მცირე მეწარმეთა ფისკალური პრაქტიკის გამარტივება და საგადასახადო ორგანოებთან მისი ურთიერთობების შემცირება, რეალურად რამდენადმე განსხვავებული სურათი გამოიკვეთა – მხედველობაში გვაქვს ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელის სტატუსის მინიჭების და გაუქმების, ამ გადასახადით დასაბეგრი საქმიანობის შეჩერების და განახლების, საქმიანობის სახეობის, ობიექტების რაოდენობის და მისამართის შეცვლის საგადასახადო ორგანოებში დაფიქსირების, აგრეთვე შესაბამის მაკონტროლებელ ღონისძიებათა არცთუ

მარტივი პროცედურები.

უნდა ითქვას, რომ დაბეგვრის ასეთი ფორმა, როგორც ყველაზე უფრო მარტივი და პრიმიტიული, დამახასიათებელია ეკონომიკური ურთიერთობების ისეთ დონისათვის, როდესაც სამეწარმეო სუბიექტებთან არ არსებობს ან მოშლილია ადრინცვის სისტემა, ხოლო საგადასახადო ორგანოები ვერ უზრუნველყოფენ გადასახადების განაწილების უფრო თანამედროვე და სამართლიანი მეთოდების გამოყენებას. ფიქსირებული გადასახადი გამოიყენება როგორც უფრო მოსახერხებელი დაბეგვრის ადმინისტრირებისათვის, მაგრამ ეს ჩვეულებრივ კიდევ უფრო აუარესებს ადრინცვის სისტემას პრობლემატურ გადამხდელებთან და უარყოფითად მოქმედებს მათ საადრინცვო/საგადასახადო კულტურაზე.

ამჟამად ფართოდ არის აღიარებული, რომ ფიქსირებული დაბეგვრა არის ეკონომიკურად არაეფექტიანი. რაც მთავარია, ფიქსირებული დაბეგვრა ვერ უზრუნველყოფს სამართლიანობის პრინციპს, რომლის მიხედვით გადასახადები თანაბარზომიერად უნდა განაწილდეს მოქალაქეებზე მათი შემოსავლების დონის მიხედვით. ფიქსირებული დაბეგვრისას არ არის გამოკვეთილი ურთიერთდამოკიდებულება გადასახადის გადამხდელთა შემოსავლებს და მათ კუთვნილ გადასახადებს შორის. ამიტომ მცირეშემოსავლიანები ატარებენ დაბეგვრის შეფარდებითად მეტ ტვირთს, ვიდრე მაღალშემოსავლიანები. მცირეშემოსავლიან გადამხდელთა არჩევანი იზღუდება კიდევ – მათ აღარ შეუძლიათ მიკრობიზნესის სტატუსის არჩევა (ე.ი. გადასახადისაგან გათავისუფლება), ფიქსირებული გადასახადის განაკვეთი მათთვის მაღალია, ხოლო დაბეგვრის ჩვეულებრივი რეჟიმი ნიშნავს საკონტროლო-საღარი აპარატების შეძენის აუცილებლობას, რაც დამატებით, არცთუ მცირე დანახარჯებთან არის დაკავშირებული.

აღსანიშნავია, რომ საქმიანობის სახეების მიხედვით მთელი საქართველოს მასშტაბით დაწესებულია ფიქსირებული გადასახადის არადიფერენცირებული, ერთიანი განაკვეთები (მაგ. სილამაზის სალონი იბეგრება ერთდარივე განაკვეთით – ქ.თბილისის ცენტრში და ქვეყნის სხვა დასახლებულ პუნქტებში). საგადასახადო კოდექსის ძირითადი ტექსტით გათვალისწინებული კი არის საგადასახადო განაკვეთების ფართო დიფერენცირება ობიექტების ადგილმდებარეობის (რაიონი, ქალაქი, ზონა, უბანი და ა.შ.) მიხედვით, მაგრამ ამ იდეის შემდგომი განვითარება შესაბამისი კანონქვემდებარე ნორმატიულ აქტით აღარ მომხდარა. როგორც ჩანს, ჩათვალა, რომ საგადასახადო განაკვეთების ტერიტორიული დიფერენცირება ზედმეტად გაართულებდა გადასახადების ადმინისტრირების პროცედურებს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს საგადასახადო კოდექსი (951-956 მუხლები);
2. საქართველოს მთავრობის 29.12.2010წ №415 დადგენილება სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმების შესახებ;
3. საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 31.12.2010წ №999 ბრძანება სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმების გამოყენების შესახებ;

Guram Uptisashvili

Doctor of Economics, Associate Professor. Kutaisi University

FIXED TAX REGIME IN GEORGIA

A new Tax Code of Georgia has become effective since January 1, 2011, which brought significant innovations. The innovation which significantly distinguishes new Tax Code from the previous one is special tax regimes which are an alternative of taxation of natural persons of separate categories with income tax:

- Micro business status may be conferred to natural person who doesn't enjoy labour of hired persons and the annual joint income doesn't exceed 30 000 GEL. The natural person having a micro business status is exempted from income tax. The natural person is also exempted from obligation to strictly use cash register and carry out registration of incomes/expenses. Herewith, this natural person isn't eligible to fulfill separate activities (trading), but deduction of expenses spent for purchased goods/services from the natural person is prohibited for other taxpayers.

- Small business status may be conferred to natural person if his/her annual joint income doesn't exceed 100 000 GEL. He is eligible to register incomes and expenses using the simple rule. On the other hand, the person having a small business status isn't exempted from using cash register. Besides, he is taxed either. The unit for taxation covers the entire joint income

(turnover)- i.e. joint income isn't reduced with expenses. The tax rates are 3 or 5 percentages.

At the beginning of 2012 the next modification has been already made in the Tax Code of Georgia. One more special tax regime – Fixed Tax became effective, which may be elected not only by natural person but legal entities either. i.e. fixed tax is an alternative to be taxed with income as well as profit taxes.

These changes were preceded by discussion on requirement of small entrepreneurs and others to simplify current fiscal practice of small business. For many years the most part of small entrepreneurs requested fixed taxes and simplification of payment procedures. The idea was also supported by Revenue Service of the Ministry of Finances and it finally prepared relevant draft law through collaboration with organizations expressing interests of small and medium enterprises.

During the presentation of the draft law this novelty was evaluated as a very important event. At presentation was mentioned that such type of tax would exempt the entrepreneur completely from inevitability to use cash register, to carry out elementary or special accounting, also obligation to payment of Value Added Tax. Besides, the fixed tax will stimulate small business development, simplify and minimize its relation with fiscal structures.

Let's briefly discuss the fixed tax regime approved by Georgian Tax Code and relevant legal statutory acts, what advantages and disadvantages does it have. The regime is characterized with the following principal moments:

- the status of fixed tax taxpayer may be conferred to the person (including legal entity) who doesn't pay Value Added Tax and carries out activity/activities subject to fixed tax, or at present stage only the income received from several specific activities is taxed;
- The income received from activity subject to fixed tax shouldn't be involved in joint income of the fixed taxpayer and it doesn't subject to further taxation. On the foregoing income submission of income tax/profit return isn't requested.
- The fixed tax taxpayer is authorized to fulfill other activities, except activity subject to fixed tax, the income received from such activity will be taxed as a rule.
- The income received from activity subject to fixed tax shall not be considered in determination of engagement for compulsory registration of VAT (Value added tax). i.e. if it exceeds established limit, engagement for registration as a VAT taxpayer won't be arisen.
- The fixed tax taxpayer in the part of taxable activity subject to the tax is exempted from using the cash register
- The fixed tax taxpayer shall not be imposed sanctions under the article 286 of Tax Code (transportation of cargo without documents, realization and non-registration).

At the same time besides the abovementioned advantages, fixed tax regime has disadvantages as well and they resist announced aims of established fixed tax (simplification of tax payment procedures to small entrepreneurs, minimization of their relations with fiscal structures, stimulation of small business development). Especially:

- As there is mentioned above, the fixed tax is only used for several specific types of activities. At this stage this regime only touches upon to Georgian bakeries, auto service, different services of beauty salon. i.e. there shall not be said that the innovation covers large group of small entrepreneurs;
- Other tax taxpayers won't be able to deduct expenses from joint income spent for purchased goods/service from fixed tax taxpayer. Certainly, this will make business relations of medium and large business with Fixed Tax taxpayer problematic which will be harmful for the last one;
- If the person having a fixed tax taxpayer status carries out other kind of activity in addition, in this case non-separated expenses between activities don't subject to deduction from joint income received within the frame of extra fulfilled activities;
- The fixed tax taxpayer isn't eligible to use goods/service received from the activity subject to the fixed tax in other fulfilled activity subject to other tax regime;
- The fixed tax taxpayer isn't exempted from obligation on deduction of the tax at the source of payment.
- By choosing the fixed tax, the taxpayer fails to have an access to the established preferential right under the tax Code on income and profit taxes;
- After specifying the activities subject to Fixed Tax by government of Georgia, the micro and small business statuses won't be conferred to the persons carrying out the mentioned activities. For example: the person carrying out auto service isn't able to take a micro business status (i.e. exemption from tax). Presently, he is mandatory to choose fixed tax (0100 GEL for an unit per month) or stay on a regular tax procedure. i.e. Practically, the choice of the persons became worse;
- Though, the main motive to establishing Fixed Tax is named simplification of small businessman fiscal practice and

reducing of their relations with tax authorities, in fact different picture has been highlighted- we mean not enough simple procedures for conferring and abolishment of fixed taxpayer's status, interruption and renew of activities subject to the fixed tax, fixing type of activity, number of units and changing the address at tax authority.

We should say that such form of taxation, as the most simple and primitive, is characterized for such level of economic relations, when the system of registration at industrial units doesn't exist or is disordered, and the tax authorities aren't able to provide more modern and just methods of distribution of taxes. Fixed tax is used for convenient tax administration, but it makes the system of registration worse, problematic to taxpayers and negatively affect on their registration/tax culture.

Presently, there is widely recognized, that Fixed Tax is ineffective to the economic point of view. The fixed tax isn't able to provide just principle, by which the taxes shall be equally distributed to citizens according to level of their incomes. In case of fixed tax there isn't specified interrelation between incomes of taxpayers and own taxes. Therefore, the person with little income bears relatively more burden to tax than the persons with high level of income. The choice of the persons with little income is limited- they aren't able to choose micro business status anymore (i.e. exemption from tax), the fixed tax rate is higher for them and the ordinary tax regime considers necessity to buy cash registers, which is connected to additional expenses for them.

It's significant that according to types of activity there are established undifferentiated, united rates in the whole territory of Georgia (for example: beauty salon has one and the same tax rate in the center of Tbilisi and other populated areas). According to main text of Tax Code is considered wide differentiation of tax rates according to locations of units (district, town, zone, region and etc.), but further development of the idea hasn't been done under relevant legal standard act. As it seems, its admitted that territorial differentiation of tax rates would complicate tax administration procedures.

References:

1. Georgian Tax Code (951-956 articles);
2. Resolution No. 415 of the Government of Georgia on special tax regime, 29.12.2010;
3. Order N 999 of the Minister of Finances of Georgia, on using special tax procedures, 31.12.2010.

ირაკლი ქვარაია

ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი, ასოცირებული
პროფესორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

სატენდერო შესყიდვებით განხორციელებული სამშენებლო სამუშაოების ხარისხის უზრუნველყოფის პრობლემები

საქართველოში მიმდინარე ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა რეფორმებმა დადებითი გავლენა მოახდინეს სამშენებლო სფეროში სატენდერო შესყიდვების გზით გენმოიჯარადე ორგანიზაციების შერჩევასთან დაკავშირებით ადრე არსებული არაჯანსაღი ტრადიციების აღმოფხვრაზე. სულ უფრო იშვიათია შემსყიდველსა და სამშენებლო კომპანიას შორის წინასწარი მოლაპარაკებისა და კორუფციული გარიგების ფაქტები. ნებისმიერი მსგავსი შემთხვევის გამოვლენა საკმაოდ მკაცრად ისჯება, რაც ხელს უწყობს მშენებლობისათვის გამოყოფილი ფინანსური სახსრების სწორად და ეფექტურად გამოყენებას.

სამშენებლო სამუშაოების საბიუჯეტო სახსრების გამოყენების საშუალებით შესყიდვის პროცედურებს საქართველოს კანონი „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ არეგულირებს. ადგილობრივი თუ უცხოური კერძო ინვესტიციების ან სხვა ტიპის დაფინანსების პირობებში, სამშენებლო კომპანიის შერჩევა მხოლოდ შემსყიდველის სურვილზეა დამოკიდებული, მაგრამ ყველა მათგანი ცდილობს პოტენციური შემსრულებელი რამდენიმე კონკურენტს შორის, ოფიციალური სატენდერო პროცედურების ჩატარების გზით გამოავლინოს. ასეთ შემთხვევებში სატენდერო მოთხოვნები ინდივიდუალურ ხასიათს ატარებენ და არ იზღუდებიან საქართველოს კანონით გათვალისწინებული მთელი რიგი პირობებით, მაგრამ მაინც ადგილი აქვს ჯანსაღ კონკურენციას.

მიუხედავად ზემოთქმულისა, სამშენებლო სამუშაოების შესყიდვების განხორციელების დროს, როგორც სახელმწიფო, ასევე სხვა ტიპის დაფინანსების გამოყენების შემთხვევაში, საქართველოში ერთი არასასურველი ტენდენცია გამოიკვეთა. მშენებლობისათვის გამოყოფილი სახსრების ეკონომიის მიზნით, ხშირად ისეთი სამშენებლო კომპანიების შერჩევა ხდება, რომლებიც ტენდერში გამარჯვების მისაღწევად არარეალურად ამცირებენ სამუშაოების ღირებულებას. ამ პირობებში ნაკისრი ვალდებულების შესრულება მხოლოდ მშენებლობის ხარისხის გაუარესების ხარჯზე არის შესაძლებელი, რაც ყოველად დაუშვებელია. არსებული მდგომარეობა საბჭოთა კავშირის დროს არსებულ ვითარებას წაგავს, როდესაც დასახული გეგმების შესასრულებლად მთავრი იყო ობიექტის დასრულება და ხარისხს ნაკლები ყურადღება ექცეოდა. მსგავსი სიტუაციის თავიდან ასაცილებლად საჭიროა შექმნილ ვითარებაში გარკვევა.

სამშენებლო სამუშაოების შესყიდვის პირველ ეტაპს საპროექტო-სახარჯთაღრიცხვო დოკუმენტაციის დამუშავება წარმოადგენს, როდესაც საპროექტო ორგანიზაციის გამოვლენასთან ერთად ხდება სასურველი არქიტექტურული გადაწყვეტის და განსაკუთრებით კი მინიმალური სახარჯთაღრიცხვო ღირებულების დამუშავება. ხარჯთაღრიცხვის შედგენა ტრადიციულად ხორციელდება იმ დროისთვის ყველაზე მისაღები და ნაკლები ღირებულების სამშენებლო მასალების გამოყენებით, რომელიც იმდენად ახლოსაა რეალურთან, რომ უფრო ნაკლებ ფასად მათი შეძენა შეუძლებელია. ასევე მინიმუმამდეა დაყვანილი შრომის დანახარჯების ღირებულებაც.

მეორე, უშუალოდ სამშენებლო სამუშაოების შესყიდვის ეტაპზე, მინიმიზირებულ საპროექტო-სახარჯთაღრიცხვო დოკუმენტაციაზე დაყრდნობით წარმოებს სამშენებლო კომპანიის შერჩევა ანუ დამკვეთი ცდილობს ისეთი გენმოიჯარადის მოძიებას, რომელიც ხარჯთაღრიცხვაში მითითებულ ღირებულებაზე ნაკლებ ფასად შესასრულებს სამუშაოს. რაც არ უნდა გასაკვირი იყოს შემსყიდველები, არც თუ იშვიათად აღწევენ შედეგს და ტენდერში გამარჯვებულთა ფასები ხშირად 10-15%-ით, ზოგჯერ კი 20%-ით ნაკლებია სახარჯთაღრიცხვო ღირებულებაზე.

შემსყიდველი კმაყოფილია, რომ მოახერხა საბიუჯეტო ან საკუთარი სახსრების დაზოგვა. თავის მხრივ, კმაყოფილია გამარჯვებული სამშენებლო კომპანია, რომელმაც დასაქმების არსებული პრობლემების პირობებში გარანტირებული სამუშაო მოიპოვა, მაგრამ ხარისხთან დაკავშირებული პრობლემები შენობის კარკასის მოწყობის სამუშაოების შესრულებისთანავე იწყება. მაგალითად რკინაბეტონის მონოლითური კარკასის აგების გაიაფების მიზნით გამოყენებული არაკვალიფიციური მუშახელის მიერ შესრულებული სამუშაოების ხარისხი ხშირად არააღმაკმაყოფილებელია. მდგომარეობის გამოსწორების ერთადერთ იმედს მაღალხარისხიანი მოპირკეთება წარმოადგენს, მაგრამ სამშენებლო კომპანია ვერ ახერხებს ამის გაკეთებას, რადგანაც მუშახელის პრობლემას, ხარჯთაღრიცხვაში გათვალისწინებული იაფფასიანი მასალებიც ემატება. მსგავსი მაგალითების მოყვანა მრავლად შეიძლება, მაგრამ განსაკუთრებით თვალში საცემია 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შემდეგ შეჩერებული მთელი რიგი სამშენებლო ობიექტები, რომელთა მშენებლები ტენდერების ჩატარების გზით იყვნენ შერჩეულები. მათი უმრავლესობა მოპირკეთების სტადიამდე ვერ იქნა მიყვანილი და რამდენიმე წლის შემდეგ უხარისხოდ შესრულებული კარკასების გასაგრძელებლად დამატებით საჭირო გახდა გამაგრება-გაძლიერების ძვირადღირებული სამუშაოების შესრულება.

აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ:

1. სატენდერო პროცედურების განხორციელების გზით სამშენებლო სამუშაოების შესყიდვის დროს განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს მათი შესრულების ხარისხის უზრუნველყოფა და ტენდერში მონაწილე სამშენებლო კომპანიების მიერ, სახარჯთაღრიცხვო ღირებულებაზე ნაკლები ღირებულების შემოთავაზება თავიდანვე უნდა იქცეს შემსყიდველისათვის დაეჭვების მიზეზი;
2. სამშენებლო სამუშაოების ხარისხიანად შესრულების უმთავრეს პირობას წარმოადგენს სწორად შედგენილი ხარჯთაღრიცხვა, რომელშიც აუცილებლად გათვალისწინებული უნდა იყოს სამშენებლო მასალებისა და შრომის დანახარჯების ბაზარზე არსებული რეალური ღირებულება, რაც არ მისცემს საშუალებას დაინტერესებულ სამშენებლო კომპანიებს გამარჯვების მოსაპოვებლად მკვეთრად შეამცირონ ფასები, ხოლო შემდეგ ამ მიზეზით დაუშვან სამუშაოთა უხარისხოდ შესრულების პრეცედენტები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ქვარაია ი. ეკონომიკური კრიზისი და მშენებლობა საქართველოში. „მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი და საქართველო“ - საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალები. გამომცემლობა „ევროპული უნივერსიტეტი“. თბილისი. 2011.
2. ქვარაია ი., ქუთათელაძე ქ. გლობალიზაცია და საქართველოს სამშენებლო სფეროში შექმნილი დასაქმების პრობლემები. ქუთაისის უნივერსიტეტის დაარსებიდან 20 წლისთავისათვის მიძღვნილი სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ეკონომიკის და ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების ტენდენციები“. შრომების კრებული. ქუთაისი, 2011 წლის 5-6 ოქტომბერი.

Irakli Kvariaia

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor. Georgian Technical University

QUALITY ASSURANCE PROBLEMS OF CIVIL WORKS THROUGH THE IMPLEMENTED TENDER PROCUREMENT WAY

Ongoing economic and political reforms in Georgia have had a positive influence on the elimination of pre-existing abnormal traditions in the field of building upon the tender purchasing way of selecting prime contractor organizations. Preliminary negotiations between the buyer and the construction company and dealing with the corruption cases are becoming increasingly rare. The detection of any kind of such cases leads to a strict punishment, which promotes the correct and effective use of funds allocated for construction.

Through the use of construction works' budget funds the procurement procedures are regulated by the "On State Purchases" law. In the case of local and foreign private investments, or other types of funding, construction companies will be selected depending on the willingness of a buyer, but all of them try to identify the potential doers among the competitors using the official tender procedures. In such cases tender requirements are individual and are neither limited by the law, nor by the number of conditions, but healthy competition still exists.

Despite above mentioned, during the implementation of the building workings' procurement, using republic's or other types of financing emerged an adverse trend in Georgia. To decrease the funds apportioned for the construction, often such building companies are selected that unrealistically reduce the value of the workings in order to win. Commitment to fulfill the duties in such conditions is possible only at the expense of deteriorating the quality of construction, which is absolutely unacceptable. The current situation resembles the circumstances in the Soviet Union, when to accomplish the plans it was main to finish the object and less attention was paid to the quality. In order to avoid a similar situation it is necessary to clarify the current situation.

Working on the project expenditure is the first stage of the procurement of building works, when along with identifying the project organization, desired architectural solution and especially minimum disbursement are processing. Traditionally, expenditure is done with the most suitable and less expensive building materials for that time, which is so close to reality that it's impossible to purchase them with less money. The cost of labor is also minimized.

Second, on the stage of construction procurement, based on the minimized project expenditure, selection of the building company takes place or else the client tries to find such prime contractor who can do the work for the less money than indicated on the expenditure. It might be surprising but the buyers rarely achieve their goals and the bid-winning prices are often 10-15%, sometimes even 20% less than the cost of expenditure.

Purchaser is satisfied that he has managed to save his own/budget money. The winner company is also pleased which despite the current employment problems still accomplished guaranteed job, but the quality problems are visible as soon as the building framing works twitch. For example, work done by the unskilled labors in order to decrease the prices on monolithic reinforced concrete is unsatisfying. High-quality flagging is the only hope to improve the situation, but the building company can't manage that because cheap materials foreseen on the expenditure add to the personnel problems. A lot of examples can be shown but especially highlighted are the stationary building objects as a result of August, 2008 circumstances, whose builders were selected through a tender. The majority of them hadn't reached the paving stage and after several years in order to continue workings additional expensive reinforcement-strengthening works were necessary.

Therefore we can conclude:

1. Quality assurance while the tender procedures for the construction works' procurement requires a special attention and the less than expenditure expenses offered by the participant company must be a reason for suspicion.

2. Correct expenditure is the main condition for the quality construction workings, where material and labor expenses should be necessarily foreseen, which won't let involved building companies reduce the prices in order to win which leads to unvalued workings.

References:

1. I.Kvaraia. Economic crisis and construction in Georgia. "The world economic crisis and Georgia" – international scientific conference. Publishing "European University". Tbilisi, 2011.
2. I.Kvaraia, K.Kutateladze. Globalization and employment problems in the field of building. Conference dedicated to the 20th anniversary celebration of Kutaisi's University – "Modern problems of economic and business and developmental trends." Collection of works. Kutaisi, October 5-6, 2011

ირაკლი ჯვარია

ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი, ასოცირებული
პროფესორი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ქეთევან ქუთათელაძე

ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი, ასოცირებული
პროფესორი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

მენეჯმენტის გუმჯობესების გზები მშენებლობაში ცალკეული ტექნოლოგიური პროცესების ოპტიმიზაციის საშუალებით

მშენებლობა ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი დარგია, რომლის განვითარება სისტემატიურ განახლებას მოითხოვს. სწორედ ამიტომ, მშენებლობის მენეჯმენტი ძირითადად მიმართულია ინოვაციური გარდაქმნების დროული და თანმიმდევრული განხორციელებისაკენ. იგი დიდად არის დამოკიდებული ოპტიმალური ტექნოლოგიური პროცესების სწორად შერჩევაზე და დაგეგმვაზე. როგორც წესი, სამშენებლო სამუშაოების წარმოების ხერხების უმნიშვნელო შეცვლა იწვევს სამუშაოების გამართივებას, მშენებლობის ხანგრძლივობის შემცირებას და შესრულებული სამუშაოების ხარისხის მკვეთრ გაუმჯობესებას, რაც ძალზე მნიშვნელოვანია. აქედან გამომდინარე, ნებისმიერი ტიპის მშენებლობის ეფექტურად წარმოებისათვის ხშირად მიზანშეწონილი ხდება პროექტით გათვალისწინებული სამუშაოების ოპტიმიზაცია ანუ რეალური მდგომარეობიდან გამომდინარე უფრო თანამედროვე და ბევრად უფრო მომგებიანი ტექნოლოგიების გამოყენება. ოპტიმიზაცია ყველა კონკრეტული შემთხვევისათვის ინდივიდუალურ მიდგომას და მშენებლობის სფეროში არსებული ინოვაციების ძირფესვიან შესწავლასთან ერთად, მათი წარმოებაში დანერგვის შესაძლებლობის აუცილებლობასაც მოითხოვს. ზემოთთქმულის საილუსტრაციოდ საინტერესოა განვიხილოთ რამდენიმე ძირითადი სამშენებლო ტექნოლოგიური პროცესის ოპტიმიზაციის მაგალითები, როგორცაა მიწის სამუშაოები, შენობების მონოლითური რკინაბეტონის კარკასების მოწყობა და შიგა და გარე კედლების მოსაპირკეთებელი სამუშაოების შესრულება.

მიწის სამუშაოების წარმოების დროს შენობა-ნაგებობების მიწისქვეშა ნაწილების აგების დროს, გრუნტის ჩამოშლის თავიდან აცილების მიზნით განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება თხრილების ფერდობებისა და გამაგრების კედლების მოწყობას. ამ სამუშაოების შესრულება დამოკიდებულია გრუნტების ჰიდროგეოლოგიურ პირობებზე და ასაგები შენობის მიწისქვეშა კონსტრუქციებზე. ყველა შემთხვევაში ფერდობების მოწყობა იწვევს მიწის სამუშაოების მოცულობების გაზრდას, ხოლო ფერდობების ნაცვლად თხრილების კედლების გასამაგრებლად დამონტაჟებული სხვადასხვა კონსტრუქციული სისტემები არც თუ იშვიათად კიდევ უფრო მეტ სირთულეებს ქმნიან. ამ დროს ვერტიკალური კედლების გამბრჯენები არ იძლევიან გამაგრების

კონსტრუქციებთან უშუალო სიახლოვეში მუშაობის საშუალებას და სამშენებლო ტერიტორიაზე საკმაოდ დიდ ადგილს იკავებენ. არანაკლები პრობლემები წარმოიშვება შენობის კედლების ამოყვანის შემდეგ, აღნიშნულ კონსტრუქციების დემონტაჟთან დაკავშირებით. შექმნილი მდგომარეობის გაუმჯობესების სხვადასხვა შესაძლებლობა არსებობს, მაგრამ ოპტიმიზაციის თვალსაზრისით ყველაზე მიზანშეწონილია გრუნტების გამაგრების ხელოვნური მეთოდების გამოყენება. მათ რიცხვს მიეკუთვნება ცემენტაცია, სილიკატიზაცია, ბიტუმიზაცია, ქიმიური, ელექტროქიმიური და სხვა მეთოდები. აღნიშნული სამუშაოების ჩატარება საწყის ეტაპზე კონსტრუქციულ გამაგრებასთან შედარებით შეიძლება უფრო ძვირი დაჯდეს, მაგრამ საბოლოო შედეგების მიხედვით იმდენად ამარტივებს მიწის სამუშაოების ჩატარებას, რომ სათანადოდ შესრულებულ გათვლების ხარჯზე ბევრად უფრო ეფექტური და მომგებიანია.

არანაკლები ეფექტურია მონოლითური ბეტონისა და რკინაბეტონის მოწყობის სამუშაოების ოპტიმიზაცია, რომელთა საშუალებით ამჟამად ძირითადად ხორციელდება შენობა-ნაგებობების მზიდი კარკასების მოწყობა. ამ დროს პირველი რიგის ამოცანას წარმოადგენს მშენებლობის მაღალხარისხოვანი ბეტონით შუფერხებელი უზრუნველყოფა. მნიშვნელოვანი გაბარიტებისა და შესაბამისად დაგეგმილი დიდი მოცულობის ბეტონის სამუშაოების შესასრულებლად სამშენებლო კომპანიები ავტოსატრანსპორტო საშუალებებით ბეტონის მიღების ნაცვლად ხშირად ცდილობენ ობიექტებზე ბეტონის მწარმოებელი მინი ქარხნების ან ბეტონმრევი კვანძების მოწყობას, რომელთა დიდი არჩევანი არსებობს. აღნიშნული გადაწყვეტილების პირობებში ადგილზე ხორციელდება ბეტონის სიმტკიცის სისტემატიური შემოწმება და ხარისხთან დაკავშირებული პრობლემები მინიმუმამდე დაყვანილი. სამშენებლო პრაქტიკამ დაგვანახა, რომ ასეთ შემთხვევებში ბეტონის ღირებულება მინიმუმ 10-15%-ით მცირდება და საბოლოო ჯამში, როგორც წინა შემთხვევაში დიდ მოგებას აძლევს სამშენებლო ორგანიზაციას.

გარდა ამისა საჭიროა აღინიშნოს, რომ საქართველოში ჩვეულებრივი ბეტონების ნაცვლად მსუბუქი ბეტონების გამოყენების დიდი შესაძლებლობები არსებობს, მაგრამ ბუნებრივი რესურსების ათვისების ეს მეტად მნიშვნელოვანი პოტენციალი ქვეყანაში ჯერ-ჯერობით არასათანადოდ გამოიყენება. მსუბუქი ბეტონებით სარგებლობის შემთხვევაში საგრძნობლად მცირდება შენობის მასა, რომელიც სეისმომდევნობის ამაღლების გარდა გაცილებით ამარტივებს და აიაფებს ფუძე-საძირკვლების დაპროექტებისა და მოწყობის სამუშაოებს. საქართველო ძალიან მდიდარია მსუბუქი ბეტონების წარმოებისათვის საჭირო ვულკანური წარმოშობის ფოროვანი შემავსებლებით, რომელთა მარაგები ქვეყანაში თითქმის ამოუწურავია. საინტერესოა, რომ გასული საუკუნის სამოცდაათიან-ოთხმოციან წლებში ადგილობრივ მსუბუქ შემავსებლებზე დამზადებული ბეტონები ფართოდ გამოიყენებოდა მსხვილბლოკოვან ბინათმშენებლობაში. დიდი მოთხოვნილებით სარგებლობდა მოსახლეობაში ასევე მსუბუქი ბეტონებისაგან დამზადებული წვრილი საკედლე ბლოკები, რომლებიც იმ დროს ყველაზე სასურველ საკედლე მასალას წარმოადგენდნენ და თავისი უნიკალური თბოსაიზოლაციო თვისებების გამო „თბილი ბეტონის“ სახელით იყო ცნობილი. აქედან გამომდინარე მსუბუქი ბეტონების გამოყენებით მრავალი ტექნოლოგიური პროცესის გამარტივების გარდა, ძალზე მნიშვნელოვანი და ეკონომიკური თვალსაზრისით მომგებიანია მათი, როგორც კარგი თბოსაიზოლაციო მასალის გამოყენება და აღარ არის საჭირო დამატებითი ღონიძირების გატარება კედლების თბოიზოლაციის მოსაწყობად.

ძალიან ამარტივებს და საგრძნობლად აიაფებს შიგა და გარე კედლების მოსაპირკეთებელ სამუშაოებს ჩვეულებრივი შელესვის ნაცვლად მშრალი შელესვის ტექნოლოგიების გამოყენება. ბოლო დროს საყოველთაო გავრცელება მოიპოვა მაგალითად თაბაშირ-მუყაოს ფილების გამოყენებამ. აღნიშნული ტექნოლოგიები სწრაფად იკიდებს ფეხს პრაქტიკაში და საკმაოდ ეფექტურ შედეგებს იძლევა. აქედან გამომდინარე ამ ტიპის სამშენებლო პროცესების ოპტიმიზაცია ძირითადად დაფუძნებულია ტრადიციული, შრომატევადი და საკმაოდ ძვირადღირებული სამუშაოების, ინოვაციური ტექნოლოგიებით ჩანაცვლებაზე და ამ ტენდენციების განვითარებას დიდი პერსპექტივები გააჩნია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ქვარაია ი., სამშენებლო-სამონტაჟო სამუშაოების ტექნოლოგია. ტექნიკური უნივერსიტეტი. თბილისი, 2005წ.
2. ქუთათელაძე ქ., ქვარაია ი. წარმოების ორგანიზაციული პროექტირება ტექნოლოგიური ინოვაციის განხორციელების დროს. აკად.თ.ლოლაძის ხსოვნისადმი მიძღვნილი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ინოვაციური ტექნოლოგიები და მასალები“. 2011 წლის 24-27 ოქტომბერი. თბილისი.

Irakli Kvaraia

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor. Georgian Technical University

Ketevan Kutateladze

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor. Georgian Technical University

MANAGEMENT IN THE CONSTRUCTION OF ROADS GUMJOBESEBIS THROUGH THE OPTIMIZATION OF TECHNOLOGICAL PROCESSES

Construction of one - one of the most important fields, which requires the development of a systematic update. Therefore, timely and consistent implementation of the Construction Management is mainly directed towards innovative transformation. It mostly depends on the correct selection of the optimal technological processes and planning. Construction methods to produce even a slight change, as a rule leads to easier jobs, and reduce the duration of the construction works to significantly improve the quality, which is very important. Therefore, any type of construction is often advisable for the efficient production of the project works to optimize the real situation is much more profitable and more modern technologies. Optimization of each specific case and the individual approach to the construction industry in innovation with dzirpesvian study, their production capacity in the implementation of necessity requires. Following illustration is interesting to consider some of the basic construction of technological process optimization, such as jobs, land, buildings and the arrangement of monolithic reinforced concrete shells of inner and outer walls facing works.

Land during the building works - installations and underground parts of the building, the ground remained uncallsed to avoid a significant meaning for strengthening the walls and trenches perdoebisa arrangement. This works depends on soil conditions and the construction of hydro building underground constructions. In all cases, the arrangement of land perdoebis works to increase the volume, while reinforcing the walls of the trenches instead of perdoebis installed in various constructive systems are rarely created even more difficulties. The vertical walls of fortification constructions gambrenebi do with the immediate proximity of work and a great place samshnebo on hold. Problems also arise from the walls of the building marks the dismantling of the structures. There are various possibilities to improve the situation, but in terms of optimizing the most appropriate methods of artificial soil strengthening. They belongs to tsementatsia, silikatizatsia, bitumizatsia, chemical, electrochemical and other methods. The initial works on strengthening the constructive cost comparison may be more expensive, but the final results of the land so much easier to carry out works to be performed calculations at the expense of a much more efficient and profitable.

Equally effective in the optimization of monolithic concrete and reinforced concrete structure, which is mainly carried out through the building - Building Buildings carrying arrangement. The primary objective is to build high-quality concrete to ensure shuperkhebeli. Important gabaritebisa and the large concrete works, construction companies often try to obtain a concrete means of transportation facilities, mini factories producing concrete or a concrete mixer arrangement, which is a great choice arsebobobs. The decision of the concrete strength khortsieldebs systematic inspection and quality-related problems are minimized. Practice showed that the cost of concrete construction in such cases as low as 10-15% - to be reduced and eventually, as the previous case, a great benefit to the construction organization.

In addition, it is necessary to note that Georgia is a lightweight concrete using concrete instead of the great opportunities there, but it is very important for the potential utilization of natural resources in the country yet - it is used improperly. The use of lightweight concrete is significantly reduced mass of the building, which is much easier than raising Earthquake Engineering and aiaprebs base - design and installation of foundations works. Georgia is rich in volcanic porous fillers for the manufacture of lightweight concrete, which is almost inexhaustible reserves in the country. It is interesting that the seventy of the last century - the turmoil in the light shemavsebleb mskhvilblokovan made of concrete was used extensively in real estate construction. Residents enjoyed a great demand in the light betonebisa thin wall made of blocks, which are the most desirable of the wall material and insulation properties due to its unique "warm concrete" was known. Hence the use of lightweight concrete is easier than many of the technological process, it is very important and economically beneficial to them as a good insulation material used for heat insulation of walls and is no longer necessary to arrange additional event handling.

It simplifies and significantly aiaprebs internal and external walls facing works rather than the usual dry shelesvis shelesvis technologies. Recently obtained universal distribution of gypsum, for example - the use of cardboard tiles. These technologies

are rapidly taking place in practice and gives very effective results. Therefore, this type of construction is based on the optimization of the traditional, time-consuming and very expensive work, and innovative technologies for replacement of these trends has great prospects for development.

References:

1. I. Kvaraia. - Construction and installation technology. Technical University. Tbilisi, 2005.
2. K. Kutateladze, I. Kvaraia. Organizational Design and manufacture of technological innovation during the implementation. Akad.t. Loladze to commemorate the International Scientific Conference "Innovative Technologies and Materials". On 24-27 October 2011. Tbilisi.

მაგლინა ყიფიანი

ასისტენტ-პროფესორი. ქუთაისის უნივერსიტეტი

ქართული სოფლის ეკო და აგროტურიზმის მაღალი პოტენციალი

ადამიანის და ბუნების ურთიერთდამოკიდებულება და სიახლოვე კაცობრიობის ისტორიის თანმხვედრი მოვლენაა, ბუნებამ თავისი ფლორითა და ფაუნით საზრდო მიაწოდა და გადარჩინა ადამიანი. სწორედ ამიტომაც საზოგადოების მუდმივ და უპირველეს საზრუნავს ბუნების მოვლა-პატრონობა წარმოადგენს.

ადამიანის მოთხოვნილების ზრდის გამო დღეს შეუძლებელი გახდა ბუნებასთან არსებული წონასწორობის შენარჩუნება, რომელიც „ეკოლოგიურ დისპარმონიად“ იქცა. იქნებ ამ წონასწორობის და ურთიერთ „კეთილდამოკიდებულების“ აღდგენის ინსტიქტმა უკარნახა ადამიანს ბუნებასთან სიახლოვე და მისი უნიკალური ღირებულებებით „ტკბობა“, რამაც ტურიზმის ტრადიციულ

სახეებში მნიშვნელოვნად გაზარდა ეკო და აგროტურიზმის წილი.

ტრადიციული ტურიზმისაგან განსხვავებით ეკოლოგიური ტურიზმი ტურისტებისათვის პრიორიტეტულად ითვლება, რადგან ტურისტი მისი წარაფიან ბუნებასთან ურთიერთობისაკენ, მისი ობიექტებისა და მოვლენების გაცნობისაკენ, უშუალოდ ბუნებაში დასვენებისაკენ. აგროტურიზმი კი ბუნებრივი რესურსების გამოვლენის, დაცვისა და რეალურად გამოყენების სტიმულია, რაც საბოლოოდ ეროვნული სიმდიდრის დაცვის სწორ გზად იქცევა. ორივე შემთხვევაში ტურიზმს საზოგადოებისათვის ეკონომიკური, სოციალური და ფსიქოლოგიური სარგებელი მოაქვს. მისი თანმხლები მოვლენებია: ალტერნატიული დასაქმება (ქალები და ახალგაზრდები); სიღარიბესთან ბრძოლა; სახელმწიფო შემოსავლების ზრდა; ინფრასტრუქტურის განვითარება; ეკონომიკის დივერსიფიკაცია; ადგილობრივი კულტურის, ტრადიციების, რეწვის, ხელოსნობის ხელშეწყობა; ყოფითი პირობების გაუმჯობესება; საერთაშორისო ურთიერთობების ჩამოყალიბება; ადამიანის ფსიქოლოგიური, სულიერი წონასწორობის აღდგენა, ჯანმრთელობის გაუმჯობესება...

თანამედროვე პირობებში ეკო და აგროტურიზმისადმი მოთხოვნის ზრდა დაძაბულმა, ინდუსტრიულად დატვირთულმა ცხოვრების წესმა გამოიწვია. ადამიანი ყოველდღიური რუტინისაგან თავის დაღწევას, ფიზიკური და სულიერი ძალების აღდგენას სწორედ ბუნებასთან სიახლოვით ცდილობს. ამიტომ ის უმეტესად სოფლის დასახლებას, ქალაქისაგან მოშორებულ გარეუბნებს ირჩევს... სოფლის ტურიზმი, როგორც ტურიზმის დამოუკიდებელი მიმართულება მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარში ევროპის კონტინენტზე ჩამოყალიბდა. დღეს მკვეთრად გამოიკვეთა ლიდერი ევროპული ქვეყნები (იტალია, შვეიცარია, ხორვატია, კვიპროსი, საბერძნეთი...), რომლებიც ამ მიმართულებით გამოირჩევიან. ფაქტია, რომ ევროპელ ტურისტებს სოფლის კოლორიტული, მშვიდი ცხოვრება იზიდავთ, რომელიც მომხიბვლელია თავისი ტრადიციებით, მრავალფეროვნებითა და თავისებურებებით. გამოირჩევა ინდივიდუალური და ეროვნული ნიშნებით. ამ მომსახურებით ევროპელები თავადაც სარგებლობენ და თავაზობენ კიდევ ტურისტთა დიდ ნაკადებს მსოფლიოს მრავალი ქვეყნიდან. ნიშანდობლივია ის ფაქტი, რომ საქართველოში შემოსული ვიზიტორების ყველაზე

დიდი ხვედრითი წილი ევროპის რეგიონზე მოდის. ე.ი. ევროპა ქართული ბაზრისათვის მზარდი რეგიონია. ძირითადი ორიენტირი საქართველოში საერთაშორისო ტურისტთა მოზიდვის მიზნით მომავალში სწორედ ამ რეგიონზე უნდა იყოს აღებული, და რადგანაც ევროპელებს (მსოფლიოსაც...) სოფლის ტურიზმი იზიდავთ, ცხადია მათ ინტერესებში პრიორიტეტულ ადგილს ქართული სოფელი დაიკავებს. ქართულ სოფელში კი ევო და აგროტურიზმის განვითარების საუკეთესო პირობებია, ქართული სოფელი ევო და აგროტურიზმის მაღალი პოტენციალის მატარებელია. სწორედ აქ შეიძლება უმტკივნეულოდ, ყოველგვარი კონკურენციისა და მონოპოლიური მეთოდების გამორიცხვით ერთმანეთს შეერწყას და განვითარდეს თანამედროვე ტურიზმის სამივე მიმართულება-სოფლის, ევო და აგრო. ისე, რომ სამივემ მნიშვნელოვანი ურთიერთსარგებელი ნახოს: გლეხი უფრო ხილდება გარემოს, არ ანადგურებს მას, უვლის, ზრუნავს მის შენარჩუნება-განახლებაზე, რადგან სათანადო მოტივაცია აქვს-იგი მისი შემოსავლის წყაროა; აგროტურიზმი კი დამატებით შემოსავალს აძლევს საკუთარი შინამეურნეობის რეწვისა და საქმიანობის შედეგად წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციით; იხვეწება მომსახურების ხარისხი, უმჯობესდება საცხოვრებელი პირობები, იქმნება კომფორტი. სოფლად დასვენებას მრავალი მოტივაცია გააჩნია, რომელიც ასე ხიბლავს და აჯადოებს ტურისტთა ნაკადებს (გაქცევა ყოველდღიურობიდან, სასიამოვნო კლიმატი და ამინდი, ძაღვების მოკრება, ერთმანეთისთვის დროის დათმობა, ბუნების განცდა, თავგადასავლები, სხვა ქვეყნების კულტურების გაცნობა, სწრაფვა ახალი აღმოჩენებისაკენ, ახალი კონტაქტები...) სოფლის ტურიზმში განსაკუთრებით ჭარბობს ოჯახური დასვენების წილი. საინტერესო მასალებს გვთავაზობს პროფესორი ნიკო კვარაცხელია უცხოეთის გამოცდილების ანალიზით, რომელიც გერმანულენოვანი ქვეყნების კვლევის შედეგებს ეხება.

საქართველოს პირობებში ამ მიმართულებით უნიკალური რესურსებია:

- მომხიბვლელი ბუნება და ლანდშაფტი
- დაცული ტერიტორიები, რელიქვიები, ხელთუქმნელი ბუნებრივი რესურსები
- კულტურული, ისტორიულ-ეთნოგრაფიული, არქიტექტურული ძეგლები, მუზეუმები, ეკლესია მონასტრები, ტრადიციული ნამოსახ-ლარები
- მთა და მთის დასახლებათა უნიკალური და გამორჩეული ცხოვ-რების წესები
- მრავალფეროვანი ტყის მასივები, წყლის რესურსები
- უნიკალური სამკურნალო მცენარეები, ტყისა და მდინარის პრო-დუქტები
- ქართველი გლეხის შრომისა და რეწვის ეროვნული ტრადიციები
- ქართული მრავალფეროვანი სამზარეულო, მკვეთრად გამორჩე-ული და განსხვავებული ყველა კუთხისათვის
- ქართული ფოლკლორის მრავალსახეობა
- სტუმრის მიღებისა და გამასპინძლების ტრადიციები.

ჩამონათვალი საკმაოდ ბევრია, რომელიც მხოლოდ ქართული სოფლისთვის არის დამახასიათებელი და რომელიც უდავოდ, დიდ ინტერესს იწვევს უცხოელებში. სწორედ ამიტომ მიგვაჩნია, რომ ქართულ სოფელში ევო და აგროტურიზმის განვითარების განსაკუთრებით მაღალი პოტენციალია. კერძოდ, ისეთ რეგიონებში როგორიცაა: სვანეთი, ფშავ-ხევსურეთი, თუშეთი, კახეთი, იმერეთი, სამხრეთ საქართველო, მთიანი აჭარა... ამ პოტენციალის გამოყენებას მნიშვნელოვანი კვლევა ჭირდება რაც შესაბამისად მისი განვითარების და გაფართოების საშუალებას მოგვცემს.

ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების პროგრამებსა და მიმართულებებში ტურიზმი ერთ-ერთ პრიორიტეტულ დარგად არის მიჩნეული. ჩვენი აზრით, გამორჩეული ყურადღება უნდა მიექცეს ქართულ სოფელს, რომელიც მრავალ დირსებებთან ერთად მყარად ინარჩუნებს ქართული ყოფისა და ცხოვრების ეროვნულ ღირებულებებს. სწორედ ესაა ევო და აგროტურიზმის განვითარების საუკეთესო რესურსი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. კვარაცხელია ნ. დასვენება სოფლად გლეხის კარმიდამოში. უცხოეთის გამოცდილების ანალიზი. ბათუმის მესამე საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალები. ბათუმი, 2012.
2. შენგელია თ. ტურისტული ბაზრის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში. ბათუმის მესამე საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალები. ბათუმი, 2012.

Mavlina Kipiani

Assistant professor. Kutaisi University

HIGH POTENTIAL OF GEORGIAN VILLAGE ECO AND AGRITOURISM

Interrelation and closeness of human and nature is a concomitant appearance. The nature gave to human food with its flora and fauna and saved him. Just that is why the society permanently takes care of nature.

Due to increasing demand of human it became impossible to keep balance with nature, which became "ecological disharmony". Maybe the instinct to restore the balance and "friendly interrelation" dictated to the man closeness to nature and "feeling pleasure" from its unique values that significantly increased the part of eco and agritourism in traditional kinds of tourism.

As distinct from traditional tourism ecological tourism is priority for tourists as they aspire to relation with nature, acquaintance with its objects and phenomena, direct relaxation in nature. Agritourism is a stimulus to display, protect and utilize natural resources which will become a right way to finally protect national wealth. In both cases tourism brings economic, social and psychological profit to society. The accompanied appearances are: alternative employment (women and youth); fighting against poverty; increasing state incomes; development of infrastructure; diversification of economics, supporting to local culture, traditions, trade, workmanship; improvement of living conditions; development of international relations; restoration of psychological and spiritual balance, improvement of healthy...

In modern conditions increasing of demand to eco and agritourism is caused due to industrially loaded lifestyle. The human tries to escape from everyday routine and restore physical and spiritual strength by way of close relation to nature. Therefore, he mostly chooses village, countries...

The village tourism as an independent direction of tourism has been established in the second part of XX century. Nowadays there are clearly distinguished the countries of Europe (Italy, Switzerland, Croatia, Cyprus, Greece...). They are distinguished in the direction. It's a fact that European tourists draw attention to calm life of the village, which is fascinating with its traditions, variety and characteristics. It's distinguished with individual and national signs. The European people use and offers service to great number of tourists from many countries of the world.

It's significant that the most part of visitors in Georgia comes on district of Europe. i.e. Europe is a growing district for Georgian market. The main orientation in Georgia for attracting international tourists shall be made to the district, as the European people (as well whole world) are attracted with the village tourism, it's clear that Georgian village will take a priority place of their interests. And there are the best conditions for development of eco and agritourism in Georgian village, as Georgian village bears high potential of eco and agritourism. So, here shall be merged and developed three directions of the modern tourism: village, eco and agro, in such way that three of them to find profit: the peasant takes care of nature, doesn't destruct it, cares of its keeping and renovation as he has a motivation- it is a source of income; agritourism gives additional income from product received as a result of economy trade and activity; it improves quality of service, living conditions and makes comfort.

Relaxation in the village has many motivations which attracts and fascinates tourists (escaping from everyday life, pleasant climate and weather, finding time for each other, feeling nature, adventures, acquaintance with cultures of different countries, aspiration to discoveries, new contacts). Family relaxation has a great portion in the village tourism. Prof. N. Kvaratskhelia offers interesting materials based on analysis of the foreign experience touching upon results of researches of German countries:

There are unique resources in Georgia:

- Fascinating nature and landscape
- Preserved territories, reliquiae, natural resources
- Cultural, historical, ethnographical, architectural monuments, museums, churches, temples, traditional old settled areas
- Mountain and unique and distinguished lifestyles of mountain settlements
- Various mountain ranges, water resources
- Unique medical plants, forest and river products
- National traditions of Georgian peasant's trade and labour
- Georgian various kitchen which is different for all regions
- Variety of Georgian folklore

- Hospitality traditions

The list is very long which isn't only typical for Georgian villages and rises great interest of foreigners. That is why we think that Georgian villages have a great potential for development of eco and agriculture, especially, such regions as are: Svaneti, Pshav-Khevsureti, Tusheti, Kakheti, Imereti, South Georgia, Adjara... Using of potential request important research that will give possibility of its development and enlargement.

Among economic development programs and directions tourism is one of the priority branches. In our opinion Georgian village deserves great attention as it preserves national values of Georgian living and life. Just this is the best resource for developing eco and agritourism.

References:

1. Kvaratskhelia N., Relaxation in the village. Analysis of foreign experience. Materials of Batumi III International Scientific Conference. Batumi, 2012.
2. Shengelia T., Tourist market development perspectives in Georgia. Materials of Batumi III International Scientific Conference. Batumi, 2012.



დავით შავიანიძე

ისტორიის აკადემიური დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი.

ქუთაისის უნივერსიტეტი. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

საქართველოს ისტორიული კუთხეების ტურისტული პროდუქტი და განვითარების შესაძლებლობები (ოკრიბის მაგალითზე)

მსოფლიოს უძველეს და უმდიდრეს ინდუსტრიათა შორის ტურიზმი დღემდე რჩება ქვეყნის შიდა, ეკონომიკური-პოლიტიკური სტაბილურობის, განვითარების ერთ-ერთი შემაპირობებელად. ამიტომაც დღესდღეობით საქართველოს განვითარების ერთ-ერთ უმთავრეს მიმართულებად სრულიად მართებულადაა გამოცხადებული ტურიზმის განვითარება. ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით ჩვენს ქვეყანაში უამრავი რამ გავითვალისწინებ, თუმცა იმისათვის, რომ საქართველოს მატერიალური და არამატერიალური კულტურა ტურისტულ პროდუქტად იქცეს, ჯერ კიდევ ბევრია გასაკეთებელი. შესაბამისი კანონმდებლობითი ქმედებები არეგულირებს საზოგადოების, მთავრობისა და უცხოელი ინვესტორების შეთანხმებულ მოქმედებას. ეს კი იწვევს ქვეყნის მყარ ეკონომიკურ განვითარებას და არა უცხოელი ინვესტორის ინტერესის დაკმაყოფილებას მიიღოს მოგება მოკლევადიან პერიოდში.

ტურისტული სფეროს განვითარების საქმეში ღირსეული ადგილი შეიძლება დაიკავოს საქართველოს ყველა რეგიონის ტურისტული პოტენციალის გამოყენებამ. ზუსტად იგივე შეიძლება ითქვას ოკრიბაზე¹. ვფიქრობთ, ოკრიბაში საკმარისი პოტენციალია იმისთვის, რომ ყურადღება მიექცეს ტურიზმის განვითარების საქმეს. თუმცა აქ ტურისტული მარშრუტების ხარისხის გაუმჯობესება არაერთ პრობლემასთანაა დაკავშირებული. საქართველოს ამ ისტორიულ თემშიც ტურისტული ღირშესანიშნაობების და სანახაობების მწელად ხელმისაწვდომობას განაპირობებს შიდა გზების ცუდი მდგომარეობა; ინფრასტრუქტურის ობიექტების (მოსაცდელი ადგილები, ავტოსერვისი, გაჭრობისა და კვების ობიექტები, ახალი ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ჯანდაცვის ობიექტები, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ცენტრები და სხვა) არარსებობა; ტურიზმის დარგში კომპეტენტური პერსონალის ნაკლებობა და ა.შ.

ოკრიბელთა მიერ ტურისტული პროდუქტის (ისტორიული ძეგლები, ბუნებრივი პირობები, რესურსები, სულიერი კულტურა, რეგიონის ფიზიკურ-გეოგრაფიული გარემოს შესაბამისი და ტურისტისთვის უთუოდ საინტერესო მდიდარი ეთნოგრაფიული ყოფა და ფოლკლორი; წეს-ჩვეულებები და ტრადიციები;

¹ კოლხეთის დაბლობზე გაშლილი ქვემო იმერეთი კი, ყვირილა-ცხენისწყლის შესართავამდე მოდის. წყალტუბოს, ხონის, სამტრედიის, ვანის, ზაღდათის, თერჯოლის, ზესტაფონის, ხარაგაულის, საჩხერის, ჭიათურის რაიონებს გარდა გამოიყოფა ოკრიბის «ქვეყანა»

სამზარეულო) მნიშვნელობის, ზოგჯერ აღნიშნული თვალსაზრისით უპირატესობის გაცნობიერება საქართველოს სხვა კონკრეტული მხარესთან მიმართებაში ყოველივე ზემოთ აღნიშნულთან ერთად იქნება ტურიზმის განვითარების სტიმულირების ეროვნული სტრატეგიის სრულყოფის საფუძველი, გაზრდის შემოსავალს სახელმწიფო ბიუჯეტში.

ფორუმის ფორმატიდან, მასშტაბიდან და რაც მთავარია შინაარსიდან გამომდინარე, პოპულარიზაციისთვის იმისთვის, რომ აქაური ტურისტული პროდუქტი აქტიურმოხმარებადი გახდეს წარმოვადგენთ ოკრიბის ტურისტული თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ადგილების მოკლე დახასიათებას:

- გელათის მონასტერი – ქართული ხუროთმოძღვრული ანსამბლი, შუა საუკუნეების საქართველოს უმნიშვნელოვანესი ცენტრი. აგებულია ქ. ქუთაისის ჩრდილოეთ-აღმოსავლეთით 11 კმ-ზე, მდინარე წყალწითელის ხეობაში. დაარსებულია 1106 წელს დავით აღმაშენებლის თაოსნობით. შემოზღუდულია გალავნით². ანსამბლში შედის სხვადასხვა დროინდელი (ძირითადად XII-XIII სს.) შენობები. შეტანილია იუნესკოს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების სიაში.

- მოწამეთა – სამონასტრო ანსამბლი ტყიბულის მუნიციპალიტეტში, სოფელ მოწამეთას მახლობლად. მდებარეობს გელათის მონასტრის მახლობლად, მდინარე წყალწითელას ხეობაში. იგი აგებულია წმინდა ძმების დავით და კონსტანტინე მხეიძეების უკვდავ საყოფად. ისინი იყვნენ არაგვათა ერისთავები, რომლებიც VIII საუკუნეში შემოსეულ არაბთა ლაშქარს მცირე რაზმით თავგანწირულად შეებრძოლნენ. დავითისა და კონსტანტინეს ნეშტი ამ ეკლესიაში ინახება. მონასტერში ყოველწლიურად იმართება სახალხო დღესასწაული სამონასტრო კომპლექსი მოწამეთა – მდებარეობს გელათის მონასტრის მახლობლად, მდინარე წყალწითელას ხეობაში. იგი აგებულია წმინდა ძმების დავით და კონსტანტინე მხეიძეების უკვდავ საყოფად. მონასტერში ყოველწლიურად იმართება სახალხო დღესასწაული მოწამეთაში.

- პალეოლითური ხანის ნასახლარი, ცუცხვათის კარსტული გამეტსართულიანი მღვიმე „მადარა“. რამდენიმე სართულში წარმოქმნილია სტალაქტები და სტალაგმიტები. მღვიმეთა შორის სჭარბობს ე.წ. „თბილი მღვიმეები“. მღვიმე საკულტო დანიშნულებისათვისაც ყოფილა გამოყენებული. მღვიმეში ნაპოვია უძველესი ნაკეთობები, რამდენიმე ათეული სახეობის ცხოველთა ძვლები. ცუცხვათის მღვიმე კიდევ სხვა მრავალ საიდუმლოებათა დასტური შეიძლება გახდეს.

- აღსანიშნავია აგრეთვე: ზენოზის მაცხოვრის სახელობის ეკლესია (X – XI სს) სოფელ კურსებში³; ადრეული შუასაუკუნეების ციხე („შეუპოვარი“) სოფელ მუხურაში; წმ. გიორგის სახელობის ეკლესია (XI - XII სს), ფრესკებით სოფელ კისორეთში; გვიანი შუასაუკუნეების კოშკი და მთავარანგელოზის კარის ეკლესია (X - XII სს), წმ. გიორგის რელიეფური გამოსახულებით, სოფელ ძირივანში; მთავარანგელოზის სახელობის ეკლესია (XIII ს), ბარელიეფი, სოფელ ბუეთში; წმ. გიორგის სახელობის ეკლესია (Xs), ლაპიდარული წარწერები სოფელ ჯონიაში; მთასყდარის წმ. გიორგის სახელობის ეკლესია (Xs)⁴, ბარელიეფი, სოფელ ძმუისში; ცხრაჯვარის წმ. გიორგის სახელობის ეკლესია, ზღვის დონიდან 1570 მეტრზე, შემორჩენილია კედლების ნაწილები; ჯვარისის და საწირის (შუა საუკუნეებში ცნობილი იყო. ამჟამად საწირის ყოფილი უბნის, ზედუბნის) ციხეები; შუა საუკუნეების ციხე და ეკლესია ციხიაში; X საუკუნის წმინდა გიორგის სახელობის ეკლესიასთან ერთად და შუა საუკუნეების ციხე ჯონიაში; გვიანი შუასაუკუნეების ციხე სოფელ ცუცხვათში.

- არქეოლოგიური ძეგლები: ქვის ხანის საკაქისა გამოქვაბული;
- ახალსოფლის ტბის მიდამოებში უძველესი ღია ნასახლარი და სხვადასხვა ღირშესანიშნაობები;
- კანიონები: ლეხიდარი, მადარა-ჭიშურა, წყალწითელა, ქვერუნა; ტაფობი: ელდათის; ჩანჩქერები: მუხურის (წყალმეჩხერზე), ძმუისში (ლეხიდარზე და მეჩხერზე);
- კორომები უთხოვარის - ცუცხვათში, დოხოვასა და ძმუისში, წაბლის - მდინარეების ტყიბულასა და ძუსას ხეობაში; ტყიბულის წყალსაცავი;
- ბალნეოლოგიური სამკურნალო წყაროები: კურსებში, ბუეთში, სოჩხეთში, მანჭიორში, მუხურასა და ლეღვაში.

- სასმელი მინერალური წყლები: ლეღვაში, მანჭიორში, ცუცხვათში, ძირივანში, ორპირში და სხვანაირ;

² იქვე, დავითის კონცხი (340 მეტრი) – უმნიშვნელოვანესი სტრატეგიული ციხე გელათის ქვეყნისათვის. „დავითის კონცხიდან“ დასავლეთით იშლება ქუთაისის, ბაგრატიის ტაძრის და კოლხეთის დაბლობის ხედი; სამხრეთით მოწამეთას ეკლესია, მდინარე ყვირის ხეობა, ბაღდათი-ვანი-ზამხაროს მთის კომპლექსი; ჩრდილოეთით ხეაბლის და სვანეთის მთების კომპლექსი; აღმოსავლეთით გელათის სამონასტრო კომპლექსი; ქვეშ კი წყალწითელას ულამაზესი ხეობა

³ ოკრიბის ქედის სამხრეთით მდებარეობს. მთის წვერიდან ჩანს აჭარა-იმერეთის ქედი, ვარციხესის წყალსაცავი და მდინარე რიონის კლავნილი ზღდათის და ვანის რაიონების გასწვრივ. ახლოს მთავარანგელოზის გორა, მის წვერზე აშენებული ეკლესიით. ჩრდილოეთის ჰორიზონტი ოკრიბის ქედს უჭირავს. ტურისტისთვის საინტერესო იქნება გოდოგნიდან გელათში, კურსებში, ნაბოსლევში, ოხოშირასა და ცუცხვათში გადასასვლელი გზა „ქვარია“ (712 მეტრი) – ქედის შუაწელში, ყველაზე მაღალი წერტილის აღმოსავლეთით 20-30 მეტრში. გზაზე საინტერესოა ზვის ტყე, „ზვარნალი“. აღმოსავლეთის მიმართულებით ჩანს მთა „თეთრი-კლდითავე“ და ოკრიბის ქედის ყველაზე მაღალი მთა „უნაგირა“ (871 მეტრი)

⁴ „მთასყდარი“ (1801 მეტრი) – მთა და ეკლესია „რაჭის ქედის“ მოხოლში. რაჭის ქედი დასაწყისიდანვე დასავლეთით მიემართება და მთა „ცხრაჯვარზე“ იღებს ჩრდილოეთის მიმართულებას. სიმაღლით „ცხრაჯვარზე“ (1569 მეტრი) მაღალია

ოკრიბის სამხრეთი საზღვარი გელათის მონასტერთან ახლოს მდებარე “დავითის კონცხიდან” იწყება და აღმოსავლეთით გოგნის მთიანეთით მთავრდება.

ქუთაისიდან (ქაბათის უბანი) მდინარე წყალწითელა ჰყოფს. “ოკრიბის ქედის” ტურისტებისათვის საინტერესო და მნიშვნელოვან ადგილთა შორისაა: “მთავარანგელოზის გორა”; “მაცხოვარი”; “ქვაურია”; “უნაგირას უღელტეხილი” და “უნაგირას მთა”. “ოკრიბის ქედის” ჩრდილო-აღმოსავლეთით მდებარეობს ახალასოფლის ხელოვნური წყალსაცავი 3 დიდი და რამდენიმე პატარა ზომის კუნძულებით.

ტურისტებისთვის საინტერესო სხვა ადგილთა შორის შეიძლება დავასახელოთ “მთაშავა” (1769 მეტრი) – მთა ხვამლის მთიდან აღმოსავლეთით, მთასაყდრის მთამდე, პირველი, ყველაზე დიდი შემადგენელია რაჭის ქედზე. იგი ლეჩხუმის სოფელ დღნორისასა და ოკრიბის ჩრდილოეთის სოფლებს –ძმუისსა და კისორეთს, რაჭის სოფელ თხმორთან აკავშირებს. ასევე “ნაქერალას უღელტეხილი” – “ცხრაჯვარის” მთის გვერდით, აღმოსავლეთით მდებარეობს და “რაჭის ქედზე” პატარა “უნაგირას” ქმნის.

ტურიზმის ინდუსტრიის მნიშვნელოვანი როლი ეკოტურიზმშია, ეკოტურისტების ინტერესის სფერო კი ბუნება. ოკრიბაში პირვითი ადგილია აღნიშნული კუთხით საინტერესო:

- ფლორა და ფაუნა წარმოდგენილია როგორც ვიწრო არეალის კოლხური, ასევე კავკასიური ენდემური სახეობებითა და ჯიშებით;

- რელიქტური მცენარეები: ბზა, უთხოვარი, შქერი, წაბლი და სხვ; 1974 წლიდან სახელმწიფო ნაკრძალადაა გამოცხადებული ცუცხვათის მღვიმოვანი და მისი მიმდებარე ტერიტორია აქ გვხვდება დაცული ტერიტორიები.

ვფიქრობთ, რომ ყოველივე აღნიშნული საკმარისი პოტენციალი იმისთვის, რომ ყურადღება მიექცეს ოკრიბაში ტურიზმის განვითარების საქმეს. ტურზმის ინდუსტრიის ოკრიბაში განვითარება, სახელმწიფოს მხარდამჭერი პოლიტიკა, ტურისტული ბაზრის მოთხოვნებთან შესაბამისი მომსახურებების განვითარება-შეთავაზებები გადაარჩენს ოკრიბის ტურისტული თვალსაზრისით გამორჩეულ პროდუქტს (ისტორიულ-რელიგიური და არქეოლოგიური ძეგლები) და იგი არა მხოლოდ რეგიონის, მთლიანდ ქვეყნის ეკონომიკური ძლიერების ერთი საფუძველი იქნება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. შავიანიძე დ. ოკრიბა (ისტორიულ-ეთნოგრაფიული ნარკვევი), 2005.
2. ka.wikipedia.org/wiki/
3. www.imereti.ge

Davit Shavianidze

Academic doctor of history. Associated professor. Kutaisi University. Akaki Tsereteli State University

TOURISM PRODUCT OF THE HISTORICAL REGIONS OF GEORGIA AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES (OKRIBA EXAMPLE)

Among the world's oldest and richest industries tourism remains one of the guarantees of the country's domestic, economic - political stability and development. Tourism development is correctly declared as one of the top priorities of Georgia. Much progress has been made in this direction in our country lately but in order to transform Georgian material and immaterial/ spiritual culture into a tourist product, there is still much to be done. The legislation regulates the coordinated activities of society, the government and foreign investors. This will lead to sustainable economic development of the country and not only to the satisfaction of the interest of foreign investors to make profits in the short terms.

In the development of the tourism sector the use of tourism potential of all regions can take its rightful place. Exactly the same can be said for Okriba1. I think Okriba has enough potential to focus on tourism development. However, there are a number of problems related to improving the quality of tourist routes in this district. Tourist sites and attractions are difficult to access due to the poor condition of internal roads and infrastructure facilities (waiting areas, Auto, Trade and Food Services, health care centers equipped with modern technological facilities, sports - recreational centers, etc.), the lack of competent staff qualified in tourism industry etc.

The realization of the value and potential of their tourism product (historical monuments, natural conditions, resources, spiritual culture, the physical - geographical environment suitable for tourists and definitely interesting and rich ethnographic

life and folklore, customs and traditions; cuisine) by the Okribans will promote the national strategy of tourism development and increase the income of the state budget.

Proceeding from the format, scale and, most importantly, contents of this forum I provide here brief description of the tourist sites in Okriba:

- Gelati Monastery - Georgian architectural ensemble and monastic complex, one of the main cultural and spiritual centers of the medieval Georgia. It is located in the north - east from the City of Kutaisi, within the distance of 11 km, in the valley of the river Tskaltsitela. Founded in 1106 by David the Builder. The cathedral is surrounded by the fence². Ensemble includes different era (mainly dated as far back as XII-XIII cc.) buildings. It is Included in the UNESCO list of world cultural heritage.

- The Motsameta Monastery (The Martyrs' Monastery) - Monastic complex in the Tkibuli municipality, near the village of Motsameta. Motsameta Monastery is located near Gelati in the valley of the Tskaltsitela river . It was built to commemorate martyr brothers, the princes of Argveti, David and Constantine Mkheidze who fought desperately against the invading Arab army. David and Constantine's remains are kept in this church. An annual public holiday 'Motsametoba' is celebrated every autumn.

- Paleolithic Age settlement, Tsutskhvati thirteen-storied carstic cave "Maghara". Several floors of stalactites and stalagmites formed. The so-called "warm caves" are prevail among others.. The cave was used as a cultic/ritual venue. Ancient artifacts and the bones of several dozen animal species have been discovered in the cave. The Tsutskhvati Cave may be hiding many other secrets and mysteries.

- The following historical monuments are also worthy of note: The Savior's Church of Zenobni (X - XI centuries) in the village of Kursebi;³ The early medieval castle ("Sheupovari") in Mukhuri; St. George's Church (XI - XII centuries) with frescoes in the village of Kisoreti; the late-medieval tower and the Archangel Door Church (X - XI centuries), with St. George's relief image in the village of Dzirovani; The Archangel church (XII century), bas-relief, in the village of Bueti; St. George's Church (X century), inscriptions on stone/lapidary inscriptions in the village of Jonia; St. George's Church (X century) of Mtasakdari⁴, bas-relief, in the village of Dzmuisi; St. George's Church of Tskhrjavari, at the altitude of 1570 meters, there are only wall units; the fortresses of Jvarisa and Satsire (well-known in the Middle Ages); medieval castle and church in Tsikhia; X century St. George's Church with medieval castle in the village of Jonia; late medieval castle in the village of Tsutskhvati.

- archaeological sites: the Stone Age Sakazhia Cave;
- Ancient open settlement and other places of interest around the lake of Akhalsopeli;
- Canyons: Lekhidari, Maghara - Chishura, Tskaltsitela, Kveruna; Formed lowland of Eldati;
- Waterfalls: Mukhuri (on Tsqalmechkheri), Dzmuis (on Lekhidari and Mechkheri);
- Utkhovari Tree stands - in Tsutskhvati, Dokhora and Dzmuisi; Tkibuli reservoir;
- Balneology springs: in Kursebi, Bueti, Sochkheti, Manchiori, Mukhura and Leghva.
- Mineral waters: Leghva in Manchiori, Tsutskhvati, Dzirovani, Orpiri and elsewhere;

The Southern border of Okriba begins from the "David's Cape" near the Gelati Monastery and ends in the Gogni mountains in the east.

It is separated from Kutaisi (Chakhata district) by the river Tskaltsitela. Major places of interest of "Okriba range" for tourists include: "Archangel Hill," "Savior," "kvauria", "Unagira Pass" and "Unagira Mountain". In the north-east from the "Okriba ridge" an artificial reservoir of Akhalsopeli with three large and several relatively smaller islands is located.

Among other places of interest for tourists can be mentioned "Mtashava" (1769 meters high), east of the Khvamli mountain, the highest point of "Racha Range", next to the Mtasakdari mountain. It connects Lechkhumi village of Dgnorisa and northern villages of Okriba (Dzmuisi and Kisoreti) with Racha village of Tkhmori. So does the "Nakerala pass" located by the "Tskhrjavari" mountain - it creates a small "saddle" on the "Racha Ridge".

An important segment of tourism industry is ecotourism and ecotourists are mainly interested in nature. In this regard there are many places of interest in Okriba:

- flora and fauna include specifically Colchian and Caucasian endemic species and varieties;
- relict plants: willow-branches, yew, rhododendron, chestnut, etc. Since 1974 Tsutskhvati cave system has been the national reserve park with protected areas.

I believe that the above-described potential is sufficient to focus on the development of tourism in Okriba. The development of the tourism industry in Okriba, government support policies, the promotion of the tourism market offering high level services will save Okriba tourism product (historical - religious and archaeological sites) and will form firm basis for the region's as well as the entire country's economic strength.

ფერმერული მეურნეობები და მათი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, მნიშვნელოვანია ფერმერული მეურნეობების შექმნა.

საქართველოში მეურნეობის ორგანიზაციული ფორმა ადეკვატურდ უნდა შეესაბამებოდეს ეკონომიკურ შინაარსს, შრომით პროცესს, მიზანს. ამისათვის მიზანშეწონილად უნდა მივიჩნიოთ, ის ფორმები რომლებიც პერსპექტიულად გვეჩვენება და რომელიც მტკიცედ დაიმკვიდრებს საკუთარ ადგილს საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში. ისე როგორც საკარმიდამო (კომლური) მეურნეობა, ფერმერული მეურნეობას შეიძლება შემდეგი განმარტება მივცეთ: „ფერმა“ არის მეურნეობა, რომელიც აწარმოებს რომელიმე სახის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას (მარცვლეული, რძე, ხორცი, კვერცხი, ყურძენი, ხილი, ციტრუსი, ჩაი და ა.შ.) როგორც საკუთარი მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად, ასევე სარეალიზაციოდ.

ფერმერული მეურნეობის კლასიფიკაცია და ზომები სხვადასხვა ქვეყანაში გასხვავებულია, რაც ადგილობრივი ბუნებრივი და კლიმატური, ეკონომიკური და სხვა პირობებით არის განპირობებული. ძირითადად ფერმერული მეურნეობები შეიძლება იყოს საოჯახო ან ინდივიდუალური, ერთობლივი, სასოფლო-სამეურნეო კორპორაცია, საიჯარო და სხვა.

ფერმერული (გლეხური) მეურნეობაც ინდივიდუალური საქმიანობის ფორმაა და კომლის (ოჯახის) ფარგლებშია წარმოდგენილი. განსხვავება იმაშია, რომ ფერმერულ (გლეხურ) მეურნეობას გადაეცემა სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების გარკვეული რაოდენობა სასაქონლო პროდუქციის წარმოების მიზნით. საკარმიდამო მეურნეობისაგან განსხვავებით, რომლის პროდუქცია ძირითადად ოჯახს ხმარდება და ბაზარზე მხოლოდ ნამატი გადის. ფერმერულ მეურნეობებში წარმოებული პროდუქცია, პირიქით, ძირითადად ბაზრისთვის არის გამიზნული.

მეურნეობრიობის ეს ფორმა ჩვენს ქვეყანაში ფართო განვითარებას ჰპოვებს და ძირითადი დასაყრდენიც იქნება სასურსათო პრობლემის გადაწყვეტის საქმეში. შემდგომში როგორც ბაზარი გაჯერდება, ჩამოყალიბდება კონკურენციის გაძლიერების პირობები, მოხდება მეურნეობათა გამსხვილება.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, სოფლის მეურნეობაში სამეურნეო ურთიერთობა არ გამორიცხავს მეურნეობრიობის კოოპერაციულ და კოლექტიურ ფორმებს პირიქით, იგი ხელს შეუწყობს მათ ყოველმხრივ განვითარებას. ამიტომ სოფლად სასურველია თავისუფალი და დამოუკიდებელი კოლექტიური მეწარმეობის, სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების არსებობა, რომელიც საბაზრო ურთიერთობის განვითარების სასიცოცხლო ინტერესებს შეესაბამება, მათი საქმიანობა უნდა წარიმართოს იმავე პრინციპით, როგორც მეურნეობრიობის კერძო ფორმებში, მაგრამ კოოპერატივების სპეციფიკური საწარმოო და საბაზრო თავისებურებათა გათვალისწინებით.

ფერმერული მეურნეობის ჩამოყალიბება და მისი სწორი ორგანიზაცია სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის საქმეა. საქართველოს სინამდვილეში, მეურნეობრიობის ეს ფორმა უძველესია და აპრობირებულია წლების მანძილზე. ფერმერული მეურნეობის მიზანია ნაკლები დანახარჯებით აწარმოოს მეცენარეობისა და მეცხოველეობის მაღალხარისხოვანი პროდუქცია.

კონკურენციის პირობებში ფერმერული წარმოების სტრუქტურაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ბუნებრივი პირობები, ოჯახის შრომითი პოტენციალი, ტექნიკა, მიწის რაოდენობა, ცხოველთა სულადობა და სხვა ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ფაქტორები.

ფერმერული მეურნეობების წარმატებით განვითარებისათვის აუცილებელია შეიქმნას სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკის გასაქირავებელი პუნქტები და საერთოდ მომსახურების სერვისი. ფერმერული მეურნეობა უნდა განვითარდეს არა მარტო წარმოების მიმართულებით, არამედ წარმოებული პროდუქციის გადამამუშავების მიმართულებითაც, რაც მთელი რიგი საკითხების მეცნიერულად გადაწყვეტას მოითხოვს.

უნდა აღინიშნოს, რომ ქვეყანაში ფერმერული მეურნეობების ჩამოყალიბების პროცესი ნელი ტემპით მიმდინარეობს. მიზანშეწონილად მიგვაჩნია ფერმერული მეურნეობების ჩამოყალიბებას მასიური სახე მიეცეს ყველა სოფელში, რომლებიც დასაქმდებიან სასოფლო-სამეურნეო და სამრეწველო პროდუქციის წარმოებით. ასეთი მეურნეობების ჩამოყალიბება ხელს შეუწყობს შრომითი რესურსების ადგილზე დამაგრებას, რაც

საწინდარი იქნება სოფლების საზოგადოებრივი წარმოების ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლებისა.

როგორც ვიცით ძლიერი, მსხვილი ფერმერული მეურნეობისა და წარმოების კონცენტრაციის დონის ამაღლება აუცილებელი ეკონომიკური პროცესია. აქვე უნდა აღვნიშნო, რომ წვრილი მეურნეობები ვერ უძლებენ მსხვილი მეურნეობების კონკურენციას და კოტრდებიან. მაგალითად, თუ აშშ-ის სოფლის მეურნეობაში 90-იან წლებში ირიცხებოდა 16 მილიონი ფერმერული (გლეხური) მეურნეობა, ამჟამად მისი რიცხვი 6 მილიონის ტოლია.

თანამედროვე ფერმერული მეურნეობის ძირითადი მამომრავებელი მოტივია წარმოება, ბაზარზე მოგების მიღების მიზნით. იგი თანდათანობით ემყარება მძლავრ ინდუსტრიულ საფუძველს. დღეს ჩვენ გვჭირდება ძლიერი მეურნეობები, რომელთა მთავარი დანიშნულება იქნება არა მარტო საკუთარ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება, არამედ ბაზრისათვის პროდუქციის მიწოდება.

ფერმერული მეურნეობები ერთ-ერთი სახეა, რომელიც ძირითადად შეესაბამება საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნებს, რადგანაც მათი ჩამოყალიბება ხელს შეუწყობს დამოუკიდებელ საქონელმწარმოებელთა მომრავლებას და ამ გზით ეკონომიკური სტრუქტურის ჩამოყალიბებას. მათ გარეშე შეუძლებელია აგრარული სფეროს დაბალანსებული განვითარება.

პრაქტიკოს მეცნიერთა აზრით ფერმერული მეურნეობების განვითარების მთავარ ამოცანას წარმოადგენს მეურნეობათაშორის ურთიერთობების რეგულირება, კოოპერატივების მოწესრიგებაში დახმარების გაწევა, ინფრასტრუქტურის, პროდუქციის გადამამუშავებისა და შენახვის ბაზის შექმნა.

სოფლად წარმოებითი ურთიერთობების სრულყოფის პროცესში განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს გლეხურ (ფერმერულ) მეურნეობათა განვითარებას. მეურნეობრიობის ამ ფორმას, როგორც ამას უცხოური გამოცდილებაც მოწმობს, მას შეუძლია უფრო მოკლევადიან პერიოდში უზრუნველყოს ქვეყანაში სასურსათო დეფიციტის შევსება.

როგორც ცნობილია, ქართული სოფლის აღორძინება და სასურსათო პრობლემის გადაწყვეტა ყოველთვის შეუძლებელია წარმოება - დაწესებულების გონივრული მოდერნიზაციის გარეშე. იმისათვის, რომ შევქმნათ სოფლის მეურნეობის პროდუქტების სიუხვე, აუცილებელია არსებული პოტენციური შესაძლებლობების რაციონალური გამოყენება. ზემოთ ჩამოთვლილ ღონისძიებათა ცხოვრებაში გატარება ხელს შეუწყობს ფერმერულ (გლეხურ) მეურნეობათა განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ქეშელაშვილი თ. ბიზნესური ეკონომიკა. თბ., 2010.
2. ქეშელაშვილი თ. ფერმერული მეურნეობის მენეჯმენტი. თბ., 2006.
3. თურმანიძე ს., ჭკადუა გ., ვაშაკიძე გ., ძირკვაძე ი. ბიზნეს მენეჯმენტი სოფლის მეურნეობაში. თბ., 2006.

Manana Shalamberidze

Candidate of Technical Sciences, Associated Professor. Akaki Tsereteli state University

FARMS AND THEIR DEVELOPMENT PROSPECTS IN GEORGIA

Market economy, agricultural development phase, an important step is to create farming.

Georgia's economy should correspond to the economic view adequate organizational form, the labor process, the goal. To do so, it must be considered, and it forms the perspective seems to firmly establish itself in a market system of relations. As homestead farm, farming can give the following explanation: 'farm' is a farm, which produces a kind of rural - agricultural products (cereals, milk, meat, eggs, grapes, fruit, citrus, tea and so on. Etc. .) as to meet the demand, as well as sales.

Farming classification and medium sizes are different in different countries. The local natural and climatic, economic and other conditions is due. Mainly family farms can be either individual, joint, rural-agricultural corporation, lease or other.

Farming (peasant) farms in the form of individual and households (families) within the framework presented. The difference is that the farmer (farmer's) economy to agriculture - farming land certain quantity of commodity production. Unlike the homestead economy, whose products are mainly used for the family and the market is going through a growth.

Produced in farms, on the contrary, is intended mainly for the market.

This form of farming in our country and the main base will be developed in a wide range of food solutions to the problem.

As be the market, competition will be established to strengthen the conditions, farming enlargement occurs.

Market economy, agriculture and farming cooperative and collective forms of economic relations does not exclude, on the contrary, it will promote their all-round development.

Therefore, it is desirable to free and independent collective entrepreneurship in rural areas, rural - agricultural cooperatives, which market relations, the development of vital interests, their work should be performed the same principle as the farming of private forms, but the cooperatives of production and the peculiarities of the market.

Farm development and organization of national importance for its proper job. Of fact, the oldest form of farming is carried out within a few years of practice. Farming is important for the development of market economy, it is less than the cost of plant and animal produce high-quality products.

Farm production has an important impact on the structure of competition in the natural conditions, the potential for labor, equipment, land views, animals, livestock, and other organization – economic factors.

It is necessary for the successful development of a rural farming - Rent agricultural machinery and general points of service. Development farming to produce not only the direction but also the production processing direction, a number of issues which need to be resolved scientifically.

It should be noted that the formation of the slow farming. I consider the massive nature farming established in every village, which will be employed in agriculture - agricultural and industrial production. Such farms will help human resource development at the site of attachment, which is a prerequisite for the production of a rural community to enhance economic efficiency.

As we all know, very strong and large farm sector and industry concentration level of the economic process, which means they are leaving the world's major developed countries. We should also note that the small farms can not stand the competition and large farms are going bankrupt. For example, if the United States - the agricultural sector 90 - Jan. 16 million in registered farms (peasant) farms, now equal to the number of 6 million. For which is our priority should be given to the development of large farms.

Modern farming is a driving motive of production, market profits. He gradually is based on the powerful industrial base. We need a strong farms, whose main purpose is not only to satisfy their own needs, but also the market for product delivery.

One of the types of farmer which is basically consistent with the requirements of the market economy, as they contribute to the formation of an increased number of manufacturers and the way in which the economic structure. Balanced development of the agricultural sector is impossible without them.

Scientists believe the main objectives of farming practicing between farming regulate, regulate the cooperative assistance, infrastructure, production processing and storage base.

Special emphasis should be given to the improvement of production relations in the rural farmer (farming) development of farming. Farming as a form of foreign experience shows, it can provide a short-term food shortages in the country to fill than the rest of the formation.

How, in the revival of the Georgian village, and it is impossible to completely solve the problem of food production - the institution's activities without reasonable. In order to create a bounty of agricultural products, it is essential to the rational use of the existing potential. Implementation of the above measures will contribute to the life of the farmer (farmer) Farming development.

References:

1. O.Qeshelashvili „Biznesuri Economy” - Tbilisi 2010.
2. O.Qeshelashvili „farming management.” - Tbilisi 2006.
3. A. Turmanidze, G. Chkadua, G. Vashakidze, I. Dzirkvadze „Business Management in Agriculture” Business Tbilisi 2006.

დაკრედიტების პროცესის რეგულირების ზოგიერთი საკითხი საქართველოში

საქართველოს საბანკო სექტორი ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში დინამიურად ვითარდება. დღეს ქვეყანაში ცხრამეტი ბანკი მოქმედებს და თავის მომსახურებას სთავაზობს მომხმარებელს. მიუხედავად იმისა, რომ სულ რაღაც ათი-თორმეტი წლის წინ ბანკთან ურთიერთობის გამოცდილება ცოტას თუ ჰქონდა, დღესდღეობით ბანკი სულ უფრო ხდება ჩვენი ყოველდღიური განუყოფელი ნაწილი. საბანკო სექტორი საქართველოში ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე უფრო განვითარებული და მოდერნიზებული სექტორია. მას, როგორც ფინანსურ შუამავალს, დიდი წვლილი შეაქვს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში.

საბანკო სექტორის სწრაფი განვითარებისა და ბანკებს შორის მზარდი კონკურენციის პირობებში საბანკო მომსახურების მრავალფეროვნებაც სწრაფი ტემპით იზრდება. თუმცა გასათვალისწინებელია, რომ ასეთ სწრაფ ზრდას უარყოფითი მხარეებიც აქვს. კლიენტებისთვის საკმაოდ რთული ხდება ურიცხვ პროდუქტსა და მომსახურებას შორის გზის გაკვლევა, საჭირო მოსახურების სწორად შერჩევა. საბანკო მომსახურების სწრაფი განვითარება მოსახლეობის ფინანსური განათლების პარალელურად არ მომხდარა, რაც ნაწილობრივ განპირობებული იყო იმით, რომ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობოდა ამა თუ იმ მომსახურების რეკლამირებას, ვიდრე მომხმარებლისათვის შეთავაზებული მომსახურების შესახებ ამომწურავი და დეტალური ინფორმაციის მიწოდებას. მომხმარებელსა და ბანკის თანამშრომელს შორის ურთიერთობისას სათანადო ყურადღება არ ეთმობა საბანკო მომსახურების გამჭვირვალედ და მარტივად ინფორმაციის მიწოდებას.

სტაბილური საბანკო სექტორის არსებობისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, ფართო საზოგადოებას ჰქონდეს ზოგადი ცოდნა საბანკო საქმიანობისა და მომსახურების შესახებ. რაც, საშუალებას მისცემს მომხმარებელს სწორად შეარჩიოს ბანკი და მიიღოს გონივრული გადაწყვეტილება საბანკო მომსახურების შესახებ. ყველა ბანკს აქვს თავისი მისია, რომელიც განსაზღვრავს ბანკის ბიზნეს ფილოსოფიას და ღირებულებას, რომელთა ცოდნაც გვეხმარება იმის გარკვევაში, თუ რა სახის საქმიანობას ეწევა ბანკი.

ბანკის მისია და ღირებულებები გავლენას ახდენს არა მარტო კლიენტებზე, არამედ თანამშრომლებსა და მთლიანად საზოგადოებაზე. ბანკი იმ საზოგადოების ნაწილია, რომელშიც საქმიანობს და ამიტომაც მისი პასუხისმგებლობა წევრი უნდა იყოს, აქტიურად მონაწილეობდეს განვითარებასა და საზოგადოების კეთილდღეობაში, და არ ამოძრავებდეს მხოლოდ საკუთარი ფინანსური ინტერესები. ბანკი, რომელსაც გრძელვადიანი სტრატეგია აქვს, ყურადღებას უნდა უთმობდეს თავისი თანამშრომლების პროფესიულ განვითარებას და რესურსებს აზანდებდეს მათი კვალიფიკაციის ამაღლებაში, რადგანაც კომპეტენტური თანამშრომლები კლიენტებისათვის მაღალი ხარისხის მომსახურების გაწევის აუცილებელი წინაპირობა და გარანტიაა.

* პასუხისმგებლობის მქონე ბანკი ყოველთვის ცდილობს კლიენტს ნათლად და მკაფიოდ განუმარტოს მომსახურების პირობები და დააზუსტოს მომსახურებასთან დაკავშირებული ხარჯები. ამავდროულად, მოერიდოს არარეალურ დაპირებებს. როდესაც ბანკის მომსახურებით სარგებლობთ, ზოგჯერ პირად და კონფიდენციალურ ინფორმაციას უმჯდვენებთ ბანკის თანამშრომელს. საბანკო საქმიანობის უმთავრესი პრინციპია კლიენტის ინფორმაციის კონფიდენციალურობა, რომლის გარეშეც საბანკო მომსახურების გაწევა შეუძლებელი იქნებოდა.

* ბანკის თანამშრომლებს უნდა შეეძლოთ ბანკის მომსახურების ტიპების პროდუქტების მარტივი და გასაგები ენით, რთული საბანკო ტერმინოლოგიის გარეშე ახსნა. პირველი ნიშანი იმისა, რომ ბანკი პასუხისმგებლობით ეკიდება თავის კლიენტს, არის მისი თანამშრომლების მზადყოფნა და უნარი, კლიენტს ყველაფერი გასაგებად აუხსნას და ინფორმაცია ნათლად და ამომწურავად მიაწოდონ. ბანკი, რომელიც საკუთარ კლიენტებს პასუხისმგებლობით ეკიდება, თავს უფლებას არ მისცემს, რომ მათ თავისი მომსახურებისა და პროდუქტების შესახებ ბუნდოვანი და გაუგებარი ინფორმაცია მიაწოდოს.

ყველა საკრედიტო დაწესებულების საკრედიტო პოლიტიკა უნდა ეყრდნობოდეს კლიენტთა დაცვის ექვს ძირითად პრინციპს:

1. ზედმეტი საკრედიტო ტვირთის თავიდან აცილება; 2. გამჭვირვალე და გონივრული ფასები; 3. სესხის ამოღების მისაღები პრაქტიკა; 4. თანამშრომლების ეთიკური ქცევა; 5. საჩივრის განხილვის მექანიზმი; 6.

კლიენტის მონაცემთა დაცულობა.

თავის მხრივ მსესხებელიც პასუხისმგებლობით უნდა მიუდგეს სესხის აღების გადაწყვეტილებას, რადგან სესხი არის ფული, რომელსაც ბანკისგან სესხულობთ და ხელშეკრულებით იღებთ ვალდებულებას, რომ ხვალ ამ თანხას პროცენტთან ერთად დააბრუნებთ. პროცენტი ამ შემთხვევაში სესხის გაცემის, მომსახურების საფასურია.

სესხი უპირველეს ყოვლისა ფინანსური ტვირთია და პასუხისმგებლობით მიდგომას მოითხოვს. სესხის აღებისას უნდა დარწმუნდეთ, რომ სწორედ იმ თანხას იღებთ, რის გადახდასაც თქვენი შემოსავლებით შეძლებთ. ცუდი არაფერია იმაში, რომ სესხს იღებთ და არც ბანკი აშავეს რამეს სესხის გაცემისას მაგრამ, როცა ბანკი ისეთ სესხს ამტკიცებს რომლის დაფარვასაც ვერ შეძლებს კლიენტი, ამით ნათელია, რომ მას ფინანსური მდგომარეობა აშკარად დაუმიმდებია.

საინტერესოა, ცდილობენ თუ არა ბანკის თანამშრომლები კარგად გაერკვნენ, რა სჭირდებათ კლიენტებს და სთავაზობენ მათ საჭიროებაზე მორგებულ მომსახურებას, თუ უბრალოდ ცდილობენ, რაც შეიძლება მეტი პროდუქტი მიჰყიდონ. ბანკში კლიენტს პროდუქტებისა და მომსახურების შესახებ გონივრული რჩევა უნდა მისცენ, რაც იმას ნიშნავს, რომ ბანკის თანამშრომლებმა აუცილებლად უნდა განსაზღვრონ და გაითვალისწინონ კრედიტის გაცემის კრიტერიუმები. ყველასთვის მექანიკურად ერთი და იმავე პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზება დაუშვებელია. პროდუქტი ინდივიდუალურად უნდა შეირჩეს და მიესადაგოს მისი საჭიროებისა და ფინანსური შესაძლებლობების მიხედვით. თუ მომსახურება თქვენს მოთხოვნას და საჭიროებას ვერ აკმაყოფილებს, თქვენზე არ არის მორგებული და ყველა კლიენტზე ერთნაირად გაიცემა, მაშინ ის მაღალი ხარისხის მომსახურებად ვერ ჩაითვლება. თითოეულმა ბანკმა, რომელიც კლიენტს მაღალი ხარისხის მომსახურებას პირდება, უნდა იზრუნოს თავისი პროდუქტების თითოეული კლიენტისთვის მაქსიმალურად მისადაგებაზე.

საინტერესოა გაითვალისწინოს კლიენტმა, რომ სესხის ასაღებად მოუწევთ გარკვეული ხარჯების გაღება. სესხის აღებისას ყველაზე დიდი ხარჯია საპროცენტო განაკვეთი, რომელსაც თქვენ მისი გამოყენებისას იხდით. თუმცა პროცენტის გარდა სესხის გაცემას და დაფარვას სხვა ხარჯებიც უკავშირდება, რომელთა გათვალისწინებითაც თავიდანვე გმართებთ, მაგალითად:

საპროცენტო განაკვეთი; *სესხის გაცემის საკომისიო; *უზრუნ-ველყოფის რეგისტრაციის ხარჯი; *დაზღვევის ხარჯი; *ვადადდე დაფარვის საკომისიო; *ვადაგადაცილების ჯარიმა.

პასუხისმგებლობის მქონე ბანკი, სანამ თქვენს სასესხო განაცხადზე გადაწყვეტილებას მიიღებს, ჯერ თქვენს ფინანსურ მდგომარეობას ამოწმებს, იგი ცდილობს დაადგინოს, გაქვთ თუ არა უნარი და სურვილი შეასრულოთ სასესხო ხელშეკრულების პირობები, რადგანაც სესხი უპირველეს ყოვლისა - ვალია.

ბანკთან ყოველი კონტაქტი იწყება ბანკის თანამშრომელთან თავაზიანი საუბრით. ამ გასაუბრების დროს, ბანკი პოტენციურ მსესხებელზე ინფორმაციის მიღებას ცდილობს. ხშირად უმნიშვნელო რაოდენობის სესხის ასაღებადაც კი უამრავ კითხვაზე პასუხის გაცემა უწევთ მომხმარებლებს. სასესხო განაცხადის შევსება შეიძლება მართლაც მომავლურებული იყოს, მაგრამ ბანკს, რომელიც პასუხისმგებლობით გასცემს სესხს დეტალური ინფორმაცია სჭირდება, რათა არ დაუშვას, რომ თქვენ სესხის დაფარვა გარკვეული დროის შემდეგ ვერ შეძლოთ.

ბანკთან, ანუ თქვენს საკრედიტო ექსპერტთან საუბრისას იყავით გულახდილი და მიაწოდეთ სწორი და ამომწურავი ინფორმაცია, რადგან თუ ბანკმა შეამჩნია, რომ არასწორ ინფორმაციას აწვდით, აღარ გენდობათ და უარს გეტყვით სესხის გაცემაზე.

საკრედიტო ექსპერტები გამოცდილი და კარგად მომზადებულნი არიან იმის ამოსაცნობათ, კლიენტები გულახდილები არიან თუ არა. მნიშვნელოვანია, რომ კრიტიკულად გაანალიზოს კლიენტმა ფინანსური მდგომარეობა საკრედიტო ექსპერტთან ერთად, რომელსაც მისთვის პრაქტიკული რჩევების მიცემა შეუძლია. მიიღეთ კონსულტაცია საკრედიტო ექსპერტისაგან, ჰქითხეთ რჩევები, გულწრფელად ესაუბრეთ, რადგან ეს უპირველეს ყოვლისა თქვენს ინტერესებს ემსახურება. თამამად იკითხეთ ყველაფერი - ეს თქვენი უფლებაა!

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. კაკულია რ., ხელაია გ., - "ფულის მიმოქცევისა და კრედიტის ზოგადი თეორია", თბ., 2003.
2. კაკულია რ., - "ფინანსების ზოგადი თეორია", თბ., 2007.
3. ვანიშვილი მ., ნოზაძე მ. "ფინანსების თეორია", თბ., 2012.
4. ქოქიაური ლ., „საბანკო საქმიანობის საფუძვლები“, თბ., 2010.

SOME OF THE LENDING PROCESS AND REGULATORY ISSUES IN GEORGIA

In the last few years banking system is developing dynamically. There are nineteen banks which operate in Georgia and offer its services to customers. Despite the fact that only ten - twelve years ago, few people had experience with the bank, the bank is increasingly becoming an integral part of our daily life. The banking sector in Georgia is one - one of the most developed and modernized sectors of economy. This sector, as a financial intermediary is a large contribution to the economic development of the country.

The banking sector's rapid growth and increasing competition among banks in terms of the variety of banking services is growing rapidly. However, it is noteworthy that such rapid growth has disadvantages as well. Among the countless products and services, it is very difficult to find the right way and to select the required service for our customers. Along with the financial education, banking services has not been developed rapidly. This was partly due to the fact that more and more attention was paid to the service advertised, rather than exhaustive and detailed information about the services offered to customers. While relationship between the customer and bank staff, the appropriate attention is not paid to banking services in giving information in transparent and easy way.

For the stable existence of the banking sector, it is vital that broad public should have general knowledge of banking activities and services, which will allow the customer to select the bank and make a reasonable decision about banking services. Every bank has its own mission, which determines the value of the bank's business philosophy and the knowledge of which will help us to find out what kinds of activities the bank does.

Bank's mission and values influence not only on customers, but also employees and society as a whole. The bank is part of the society in which it operates, and that's why it should be a responsible member of it, also actively participate in the development and well-being of society, and not only motivated by their own financial interests. The bank, which has a long-term strategy, should pay attention to its employees' professional development, invest resources in their skills, because competent employees are precondition and guarantee for high quality service for clients.

The bank with responsibility tries to explain to the customer clearly and explicitly specify the service conditions and service costs and at the same time, avoid unrealistic promises. When the bank holidays, sometimes you should say personal and confidential information to bank employee. The bank's principal activity is the principle of confidentiality of client information and without which it would be impossible to provide banking services.

The bank's employees must be able to explain the product of the types of services with a simple and understandable language, without complex banking terminology. The first sign that the bank is in a responsible manner to its customers, is the willingness and ability of its employees, customers, understand everything clearly and thoroughly explain and provide information. The first sign that the bank is in a responsible manner to its customers, is the willingness and ability of its employees, to explain everything clearly and understandable and thoroughly provide information to customers. The bank, which has clients in a responsible manner, does not allow itself to provide vague and uncertain information about their services and products to its customers.

All of the credit institution's credit policy should be based on six key principles of customer care: Avoid unnecessary credit burden; 2. Transparent and reasonable prices; 3. Acceptable loan collection practices; 4. Employees' ethical behavior; 5. Complaint review mechanism; 6. Client data security.

The borrower must apply to borrowing with responsibility, because the loan is money that you borrow from the bank and you take contractual obligations, that you return the money tomorrow with interest. In this case, the loan interest rate is service fees. The loan primarily is a financial burden and requires responsibility. Making loans you should make sure that you get the same amount of money, which can be paid from your income. There is nothing wrong in the fact that you get a loan or bank borrows you money but when the bank approves the loan, the client will not be able to pay, it is clear that the financial situation will definitely be heavy. It is interesting whether bank employees try to figure out what their clients need and offer suitable services, or simply trying to sell more product. The bank employees should give reasonable advice about bank products and services, which means that they must evaluate and take into consideration credit criteria. It is impossible mechanically offering the same product and service to everyone. The product should be selected individually and having to adapt to the needs and

financial capacity. If the service cannot meet your requirements and needs and is not fit on you and will be available to all clients at the same time it cannot be considered as a high-quality service. Each bank, promising a high level service to client must take care that its products applied to each client.

It is interesting that the client should consider that he will have to pay some expenses. The biggest expense in the process of the loan assuming is the interest rate that you used to pay. However, in addition to interest payments and other expenses associated with the issuance of the loan, it is good to take into consideration at the very beginning when handling, for example:

Interest rates; loan disbursement fee; providing registration costs, insurance costs; early repayment fee; overdue fines.

Responsible bank, while your loan application decision, first examine your financial situation, it is trying to determine whether you have the ability and willingness to comply with the terms of the loan, because the loan in the first place is doubt.

Each contact with the bank begins with polite conversation. During this interview, the bank is trying to get information about potential borrower. Often customers even have to answer a lot of questions taking a small amount of the loan. Filling the loan application can really be bothering, but the bank that issues the credit needs risk information, in order to prevent that, over time, you will not be able to repay the loan. With the bank or your loan officer be honest and give a correct and comprehensive information, because if the bank has noticed that you submit wrong information, because bank employee will not trust you and refuse.

Credit experts are experienced and well-trained to detect, clients are sincere or not. It is important to critically analyze the financial situation of the client with a credit expert, who can give a practical advice. Get tip from credit experts, ask for advice, frank talk, because it primarily serves your interests. Openly ask everything - this is your right!

References:

1. R. Kakulia., Khelaia G., - "General Theory of money and credit in circulation", Univ., 2003.
2. R. Kakulia., - "General Theory of Finance", Univ., 2007.
3. Vanishvili M., Nozadze. M. "Financial Theory", Univ., 2012.
4. Kokiauri L., "Banking Basics", Univ., 2010.

გოდერძი შანიძე

ბიზნესის და მართვის დოქტორი, ასოცირებული
პროფესორი. ქუთაისის უნივერსიტეტი

უცხოური ინვესტიციების როლი ბიზნესის განვითარებაში

საქართველოში მნიშვნელოვანი ცვლილებები მოხდა ბოლო დროის განმავლობაში. დღეისათვის ყურადღება უნდა დაეთმოს ქვეყანაში ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესებას, ეს კი შეუძლებელია გამართული საკანონმდებლო სისტემის გარეშე. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს კანონმდებლობას რომელიც უზრუნველყოფს ქვეყნის საინვესტიციო პოლიტიკის გატარებას. საქართველოს საინვესტიციო კანონმდებლობა იხვეწება და ორიენტირებულია მიმზიდველი საინვესტიციო გარემოს შექმნაზე. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ქვეყანაში ბიზნესის განვითარებას ესაჭიროება სოლიდული კაპიტალდაზანდება, შესაბამისად, როცა თავისუფალი ფინანსური ნაკადები შეზღუდულია ქვეყნის შიგნით, ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას, რათა ხელი შეეწყოს ბიზნესის განვითარებას, უმუშევართა დასაქმებას და ეკონომიკურ ზრდას.

უცხოური ინვესტიცია არის ნებისმიერი მატერიალური თუ ინტელექტუალური ფასეულობა, რომლის დაზანდება უცხოელი ინვესტორის მიერ ხდება სამეწარმეო ან სხვა სახის საქმიანობის ობიექტებში სამეწარმეო შემოსავლის (მოგების), სარგებლის ან სხვა ეფექტის მიღების მიზნით.

თანამედროვე მსოფლიოში აღინიშნება უცხოური დაზანდების განხორციელების ფორმათა და მეთოდების დიდი დივერსიფიკაცია, მაგრამ ჩვენ ყურადღება გავამახვილოთ რეალურ უცხოურ ინვესტიციებზე.

საინტერესოა იმის გარკვევა, თუ რა მოტივი ამომრავებთ უცხოელ ინვესტორებს, როდესაც ახდენენ პირდაპირ ინვესტირებას საზღვარგარეთის ქვეყნებში. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოტივაცია, პირობითად,

შეიძლება ოთხ ჯგუფად დავყოთ:

პირველი ჯგუფია ერთიანებს ინვესტორ კომპანიებს, რომლებიც უცხოეთში ახდენენ ინვესტირებას იმ მიზნით, რომ მიიღონ მათთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობის რესურსები რეალურზე უფრო დაბალი ღირებულებით, ვიდრე საკუთარ ქვეყანაში (რესურსების მაძიებელნი).

მეორე ჯგუფს წარმოადგენენ საწარმოები, რომლებიც ინვესტირებას ახორციელებენ რომელიმე კონკრეტულ ქვეყანაში ან რეგიონში, რათა უზრუნველყონ საქონლის ან მომსახურების მიწოდება ამ ქვეყნის ან მეზობელი სახელმწიფოების (რეგიონების) ბაზრებზე (ბაზრის მაძიებლები).

მესამე ჯგუფს, პირობითად, შეიძლება ეფექტიანობის მაძიებელნი ვუწოდოთ. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების საშუალებით კომპანიის ეფექტიანობის ამაღლება გულისხმობს რესურსების ისეთ განაწილებას, როგა მაქსიმალური უკუგება მიიღწევა. ინვესტორთა აღნიშნული ჯგუფი ძირითადად ახორციელებს ინვესტირებას ქვეყნებში, სადაც ეფექტიანი ინსტიტუციური ინფრასტრუქტურა, სტაბილური პოლიტიკური და ეკონომიკური სიტუაციაა.

მეოთხე ჯგუფს მიეკუთვნება ტრანსნაციონალური კორპორაციები. ისინი ცდილობენ აითვისონ ისეთი აქტივები, რომლებიც ხელს უწყობენ მათი გრძელვადიანი სტრატეგიული მიზნების მიღწევასა და კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას (სტრატეგიული აქტივების მაძიებლები).

უცხოური ინვესტირების გავლენა მიმდები ქვეყნის ეკონომიკაზე დამოკიდებულია მის ეკონომიკურ პოტენციალზე, ეკონომიკის ფუნქციონირების ხასიათზე, საბაზრო მექანიზმის განვითარების ხარისხზე. საკანონმდებლო ნორმებსა და სხვა პარამეტრებზე.

საბოლოო ჯამში, შეიძლება ითქვას, რომ უცხოური ინვესტიციების ეფექტიანობა და მოკიდებულია მოზიდული ინვესტიციების რაოდენობასა და ხარისხზე და მიმდები ქვეყნის უნარზე დროულად მოახდინოს ინვესტიციების აპრობირება; განათავსოს იგი იმ დარგებშიდა რეგიონებში, სადაც ისინი უფრო საჭიროა; უზრუნველყოს პროგრესული ტექნოლოგიების და მენეჯმენტის გამოყენება, რათა კაპიტალის მოზიდვით მიღებული იქნეს მაქსიმალური დადებითი შედეგები. ზემოთ მოყვანილი ფორმების დახასიათებიდან გამომდინარეობს, რომ მიმდები მხარისათვის ყველაზე მომგებიანია პირდაპირი ინვესტიციები.

2012 წლის პირველ კვარტალში, საქართველოში 269 მლნ. აშშ დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა, რაც 62%-ით აღემატება 2011 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. 2011 წელს საქართველოში სულ 980,6 მილიონი აშშ დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა.

2012 წლის პირველი კვარტალის მდგომარეობით, საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები წყაროების მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება: საწარმოები - 77%, საფინანსო სექტორი - 22% და პრივატიზაცია - 1.0%. (წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური).

2012 წლის პირველ კვარტალში, საქართველოში განხორციელებული ირდაპირი უცხოური ინვესტიციების უდიდესი წილი 24% ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით და მამუშავეებლმრეწველობაზე მოდის (64,5 მლნ. აშშ დოლარი). შემდეგ მოდის: საფინანსო სექტორი - 22% (62,5 მლნ. აშშ დოლარი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა - 14% (38,1 მლნ. აშშ დოლარი), უძრავი ქონება - 8% (20,9 მლნ. აშშ დოლარი), სამთო მოპოვებითი მრეწველობა - 7% (19,5 მლნ. აშშ დოლარი) და ენერგეტიკა - 7% (18,3 მლნ. აშშ დოლარი). (წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური)

უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნები

(2012 წ. I კვ.) მლნ. აშშ დოლარი

ცხრილი 1

გერმანია	131.1
თურქეთი	32.2
გაერთიანებული სამეფო	27.3
ვირჯინიის კ-ბი	21.7
იაპონია	21.6
ლუქსემბურგი	19.8
აზერბაიჯანი	19.7
კვიპროსი	17.0
საფრანგეთი	15.7
საუდის არაბეთი	9.0

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

პოლიტიკური მნიშვნელობით, საქართველო ერთადერთ ქვეყანას წარმოადგენს კავკასიის ქვეყნებს შორის, რომელსაც ინვესტიციების და სხვადასხვა სახის რეგიონალური პროექტების განსახორციელებლად ყველაზე მიმზიდველი ბაზა გააჩნია.

პოტენციური ინვესტიციებისათვის საქართველო წარმოადგენს ტერიტორიას რომელიც სხვადასხვა სახის მსოფლიო საკლასიფიკაციო სკალაზე საპატიო სტანდარტებს აკმაყოფილებს.

საყურადღებოა, რომ ბოლო წლებში მრავალი საკანონმდებლო ღონისძიებები ჩატარდა საზღვარგარეთიდან ინვესტიციების მოსაზიდად. ამ საქმის შესრულების კომპეტენცია დაეკისრა, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსთანარსებულ „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს“.

შეიძლება გამოვყოთ რამდენიმე ფაქტორი იმისათვის, რათა თვალნათელი გახდეს, თუ რატომ უნდა მოხდეს ფულის დაბანდება საქართველოში:

1. სტრატეგიული გეოგრაფიული მდებარეობა!
 2. საზღვარგარეთთან თავისუფალი ეკონომიკური ურთიერთობები!
 3. დაბალი საგადასახადო პროცენტი!
 4. ლიცენზიებისა და მოვალეობებისაგან განთავისუფლების მარტივი გზა!
 5. ინფრასტრუქტურის სწრაფი განვითარება!
 6. სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისათვის მიმზიდველი გარემო!
 7. დივერსიფიცირებული საინვესტიციო სექტორები!
 8. მსოფლიო ბანკის წინასწარი განჭვრეტით, ეკონომიკური მდგომარეობის სწრაფი განვითარება!
- საქართველოში უცხოური ინვესტიციების შემოდიანების დროს, მთავარია ქვეყნის მთავრობამ გაითვალისწინოს ეროვნული, პოლიტიკური, ეკონომიკური ინტერესები და ყველა ღონე უნდა იხმაროს იმისათვის, რათა ინვესტიციები გახდეს ქვეყნის ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების საფუძველი და არა მისი შემაბრკოლებელი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. <http://geostat.ge>
2. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. <http://www.economy.ge>
3. [http://www.economy.ge/upload-file/pdf/FDI-\(geo\)2012%20IQ.pdf](http://www.economy.ge/upload-file/pdf/FDI-(geo)2012%20IQ.pdf)

Goderdzi Shanidze

Doctor of Business and Management, Associated

Professor. Kutaisi University

THE ROLE OF FOREIGN INVESTMENTS IN BUSINESS DEVELOPMENT

Important changes have recently taken place in Georgia. For today attention should be paid on improving business environment in Georgia. And this is impossible without right legislative system. Special attention should be paid on the legislation that guarantees the country's investment policy. Georgia's investment legislation is improving and is orientated on creating an attractive investment environment. It is world-known that solid capital investments are needed for developing business in the country. Thus, when free financial streams are limited inside the country, bringing foreign investments are very much important in order to assist business development, to employ the unemployed people and to raise economics.

Foreign investment is any kind of material and intellectual value, which is invested by a foreign investor in manufacture or other any kind of objects in order to receive manufacturing income (profit) or other effects.

In the modern world a great diversification of methods and forms of making foreign investments are noted, but let us draw our attention on real foreign investments.

It is interesting to find out what is the motive of the investors when they make direct investments in foreign countries. The motivation of direct foreign investments conditionally can be divided into four groups:

The first group unites the investor companies, which make investments abroad in order to get the resources of special importance for them cheaper than real value in their own countries.

The second group is presented by the enterprises which make investments in any concrete country or region in order to

provide the offer of their goods or service to the country's or neighboring states' (regions') markets.

The third group supposedly can be called the seekers of effectiveness. To raise the company's effectiveness with the help of direct foreign investments means such kind of division of the resources when the full profit is reached. The noted group of investors mainly makes investments in the countries where there is effective institutional infrastructure and stable political and economic situation.

The fourth group consists of transnational corporations, they try to learn such kind of activities that help them in achieving their long-term strategic goals and in remaining competitiveness (seekers of strategic activities).

The influence of the investors on the economy of the receiver country depends on its economic potential, on the type of the economy's function, on the developing quality of the market mechanism, on the legislative norms and other parameters.

Finally, it can be said that effectiveness of the foreign investments depends on the quantity and quality of the brought investments and on the ability of the receiver country to appropriate investments on time and to put them in those fields and regions where they are more needed and to provide the using of progressive technologies and management, in order to receive the maximum of positive results with the help of brought capitals. Judging to the forms mentioned above it means that for the receiver country direct investments are most profitable.

In the first quarter of 2012, they made direct foreign investments of 269 million US dollars, that is 62% more than the similar index of 2011; In 2011 in Georgia totally 980.6 million US dollars direct foreign investments were made.

According to the first quarter of 2012, due to the sources, direct foreign investments in Georgia are divided in the following way: enterprises -77%, financial sector -22% and privatization- 1,0% (Source: National Statistics Office of Georgia)

In the first quarter of 2012 the most part 24% of the direct foreign investments inflow in Georgia, according to the types of economic activities comes on Manufacturing (64, 5 million USD), then comes: Financial Sector -22% (62,5 million USD), Transport and Communications 14% (38,1 million USD), Real Estate -8% (20,9 million USD), Mining 7% (19,5 million USD) and Energy Sector-7% (18,3 million USD). (Source: National Statistics Office of Georgia)

Main Investor Countries
2012, IQ . Million USD

Germany	131.1
Turkey	32.2
United Kingdom	27.3
Virgin Islands	21.7
Japan	21.6
Luxembourg	19.8
Azerbaijan	19.7
Cyprus	17.0
France	15.7
Saudi Arabia	9.0

Source: National Statistics Office of Georgia

With the political importance, Georgia is the only country among the countries of the Caucasus, which has the most attractive ground for making investments and different types of regional projects.

For the potential investments Georgia is the territory that satisfies the honorable standards on the world classification scale of different types.

It is noticeable that during last years many legislative activities have been carried out to attract investments from foreign countries. The competence of doing this work was obliged to "Georgia's national investment agency" that is situated next to the ministry of economic development.

We can define some of the factors in order to make clear why to invest money in Georgia:

1. Strategic geographic location!
2. Free economic relationship with foreign countries!
3. Low tax percent!
4. Simple way of getting free from licenses and duties!
5. Rapid growth of infrastructure!

6. Attractive environment for developing manufacturing business!
7. Diversified investment sectors!
8. Rapid development of the economic condition according to the preview of the World Bank!
9. While flowing foreign investments in Georgia, it is important for the country's government to take into consideration national, political and economic interests and to do its best to make the investments the ground of the country's economic and business development and not a obstacle for it.

References:

1. National Statistics Office of Georgia . <http://geostat.ge>
2. Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia. <http://www.economy.ge>
3. [http://www.economy.ge/upload-file/pdf/FDI-\(geo\)2012%20IQ.pdf](http://www.economy.ge/upload-file/pdf/FDI-(geo)2012%20IQ.pdf)

Леван Чихладзе

кандидат юридических наук, доцент, докторант.

Московский университет им. С.Ю. Витте; Российский университет дружбы народов

МЕСТНЫЕ БЮДЖЕТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Исторически для России был характерен довольно высокий уровень централизации в бюджетно-налоговой сфере. Начиная с 2000 г. тенденция к перераспределению налоговых доходов в пользу федерального бюджета постепенно угасала, при этом сложилась тенденция к сокращению доли налоговых поступлений, зачисляемых в доходы местных бюджетов¹.

Для федеративных государств с развитой рыночной экономикой не просматривается выраженной тенденции в распределении налоговых доходов между уровнями бюджетной системы, что является характерной чертой государств с указанной формой территориального устройства. Так, например, для федерального бюджета в налоговых доходах (без учета поступлений в социальные внебюджетные фонды) по федерациям колеблется от 77, 5% в Австралии до 49 % в Германии. Соответственно, для субъектов Федерации в налоговых доходах варьируется от 10, 89 % в Австрии до 39 % в Германии и Канаде. А доля местных бюджетов - от 3, 21 % в Австралии до 16, 6 % в Австрии².

В российской федерации доля федерального бюджета в налоговых доходах за период 1998- 2003 г. составляла 60 %. На фоне указанных Европейских государств данная цифра по Российской Федерации не выглядит чрезмерно повышенной. Это же относится и к показателям, характеризующим долю субъектов Федерации и муниципалитетов в налоговых доходах. По итогам 2007 г. налоговые доходы местных бюджетов в России оказываются на одном из самых низких (по доле в консолидированном бюджете) мест в рассматриваемой группе стран, а по итогам 2008-2009 г. этот показатель оказывается самым низким.

Такое сопоставление распределения нормативных значений налоговых доходов между уровнями бюджетной системы не очень информативно, поскольку ключевым является вопрос о соотношении имеющихся на том или ином уровне налоговых ресурсов с потребностями в финансировании и наличием иных источников финансирования расходов (в частности, федеральной финансовой помощи). Как правило, относительно невысокая доля субфедеральных и местных бюджетов в налоговых доходах компенсируется довольно высоким уровнем финансовой помощи.

Обсуждая проблемы финансовых ресурсов муниципальных образований на расширенном заседании Совета по местному самоуправлению при Председателе Государственной Думы 3 июля 2008 г, члены Совета отмечали, что «без создания эффективной системы управления муниципальными финансами невозможно повышение социально-экономической эффективности деятельности органов местного самоуправления»³. На заседании также отмечалось, что

¹ Муниципальная реформа в Российской Федерации: правовое и экономическое исследование / Под общ. ред. Т.Я. Хабриевой. – М.: Эксмо, 2010. –С. 285

² Муниципальная реформа в Российской Федерации: правовое и экономическое исследование... С. 285

³ Цит. по: Бабичев И.В., Смирнов Б.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография. –М.: Норма: ИНФРА-М, 2011. –С. 444.

«налоговые доходы не обеспечивают в полной мере самостоятельности местных бюджетов. В 2007 г. они составляли около 46 % в общем бюджете. Основную долю занимал налог на доходы физических лиц – около 67 % всех налоговых поступлений, на администрирование которого органы местного фактически не имеют возможности оказать влияние⁴. Кроме того говорилось о мизерности закрепленных за бюджетами муниципальных образований местных налогов – земельного – земельного и налога на имущество физических лиц. Их доля в доходах местных бюджетов составляла всего лишь 3,3 и 0,3 % соответственно⁵.

Представляется, что особенностью формирования доходной базы местных бюджетов пока еще остается их зависимость от безвозмездных перечислений. Следует отметить, что в Российской Федерации пока еще не произошло улучшение ситуации с обеспечением финансовыми ресурсами органов местного самоуправления.

По мнению известного российского ученого А.Н. Ершова «С одной стороны, объявленная реформа местного самоуправления должна, казалось бы, способствовать решению вопроса местного финансирования в пользу большей автономии местных бюджетов, но с другой – в стране выстроена бюджетная и налоговая вертикаль, которая прямо противоречит идее местной автономии и препятствует ее реализации на практике»⁶. На заседании Совета по местному самоуправлению при Председателе Государственной Думе 2008 году аудитор Счетной палаты РФ С. Рябухин в полное справедливо отметил, что «если посмотреть структуру расходов по муниципальным образованиям, то одного пяти процентов. Это же реальность. О каком бюджет развития мы можем говорить? Во всех странах первая обязательная задача межбюджетных отношений – выравнивание. Вторая – стимулирующая функция трансфертов. Где она? Вот над этим сейчас надо бы принципиально подумать»⁷.

В связи с этим можно выделить следующие проблемы:

- сохраняется крайне ограниченная собственная доходная база местных бюджетов;
- имеющиеся собственные налоговые доходы недостаточны для формирования эффективно функционирующего бюджета;
- модели финансовой помощи на уровне субъектов Федерации сложны и трудоемки в использовании и в большинстве случаев не позволяют решить закрепленные за ними задачи.

В аналитическом докладе «Российское местное самоуправление: итоги муниципальной реформы 2003-2008 гг.» Института современного развития (ИНСОР) обозначены основные векторы возможного совершенствования системы местного самоуправления, которые находят поддержку среди российских экспертов, среди которых можно выделить:

- создание системы стимулов для проведения муниципалитетами активной политики по наращиванию налоговой базы и повышению эффективности расходов;
- обеспечение различных подходов к территориям с высоким потенциалом развития и территориям, переживающим период сжатия;
- учет местных приоритетов при формировании финансовой политики⁸.

В этих целях как отмечают авторы доклада целесообразно осуществить следующий комплекс изменения бюджетно-налоговой системы:

- усилить роль местных налогов в формировании доходной части бюджетов муниципальных образований;
- нормы отчисления от федеральных и региональных налогов должны быть федеральным законом закреплены за муниципальными образованиями в размере, достаточном для выхода на самообеспечение подавляющего числа городских округов как наиболее обеспеченного типа муниципальных образований;
- в отличие от городских округов, применительно к районам следует совершенствовать систему межбюджетного выравнивания;
- необходимо произвести инвентаризацию сохранившихся нефинансируемых мандантов и предусмотреть на них средств;
- представляется необходимым ослабить предусмотренные статьей 136 Бюджетного кодекса РФ ограничения самостоятельности распоряжения бюджетом муниципальными образованиями, дотационными в течение последних 3 лет⁹.

⁴ Бабичев И.В., Смирнов Б.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография... С. 445.

⁵ Бабичев И.В., Смирнов Б.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография... С. 445

⁶ Ершов А.Н. Уроки и реформы местного самоуправления в России. – Казань: Центр инновационных технологий, 2009. С. 83.

⁷ Муниципальная власть. - 2008. - № 4. С. 16.

⁸ Российское местное самоуправление: итоги муниципальной реформы 2003-2008 гг. Аналитический доклад Института современного развития // <http://www.riocentre.ru>

⁹ Российское местное самоуправление: итоги муниципальной реформы 2003-2008 гг. Аналитический доклад Института современного развития // <http://www.riocentre.ru>

Levan Chikhladze

PhD in Law, Associate Professor. Moscow University of S.Y. Witte;
Peoples' Friendship University of Russia

LOCAL BUDGETS IN THE RUSSIAN FEDERATION: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PERSPECTIVE

The article discusses the main current challenges and prospects of municipal budgets development in Russia. The conclusion stresses that without an effective system of municipal finance management it is impossible to improve the socio-economic effectiveness of local governments. Moreover, it is obvious, that the budgets of municipal authorities should be independent by increasing revenues¹⁰.

Historically, a relatively high level of centralization in the fiscal sphere has characterized Russia. Since 2000, the trend to a redistribution of tax income to the federal budget has been decreasing, and the share of tax revenue credited to the income of local budgets has reduced.

Federal states with a developed market economy does not seem to have clear trend in the redistribution of tax revenues between levels of government, which is characteristic of the specified basic form of government. For example, the federal budget in tax revenues (excluding revenue of social extra-budgetary funds) by federations varies from 77, 5% in Australia and 49% in Germany. Accordingly, tax revenue in the Russian regions varies from 10, 89% in Austria to 39% in Germany and Canada. The share of local budgets varies from 3, 21% in Australia to 16, 6% in Austria¹¹.

The share of Russian federal budget in tax revenues over the period 1998 - 2003 was estimated at 60%. The figure of the Russian Federation does not seem too high on the background of the European countries. The same fact applies to the parameters characterizing the share of regional and municipal tax revenues. In 2007, tax revenues of Russian local budgets (the share of the consolidated budget) are one of the lowest places in this group of countries, and over the 2008-2009, this figure is the lowest.

This comparison of the normative values distribution of tax revenues between levels of government is not very informative, as the key is the question of the relationship existing at a given level of tax resources from the funding requirements and the availability of other financing sources (in particular, the federal financial aid). Usually relatively low share of sub-national and local budgets in the tax revenues is compensated by a fairly high level of financial assistance.

Discussing the problems of the municipalities' financial resources at the enlarged meeting of the Council for Local Government at the Chairman of the State Duma on the July 3, 2008, Council members noted that "without an effective system of municipal finance it is impossible to increase social and economic benefits of local government"¹². The meeting also stressed, that «the tax revenues do not provide the full independence of local budgets. In 2007, they accounted about 46% of the total budget. The main share was held by tax on personal income - about 67% of all tax revenues, and local government do not have the opportunity to influence on that particular tax revenue¹³. In addition, the land and personal property taxes, which are allocated to municipalities, are very small. Their share of the local budget revenues amounted to only 3.3 and 0, 3% respectively¹⁴.

It seems that the feature of the local budgets revenue formation is still the dependence on gratuitous transfers. It should be noted that the Russian Federation has not yet improved financial resources of local governments.

The well-known Russian scientist A.N. Ershov says, «On the one hand, the announced reform of local self-government should, apparently, help address issues of local funding in favor of greater autonomy for local budgets, but on the other hand, there is the budget and tax vertical in the country, which is controversial to the idea of local autonomy and prevents its implementation at practice"¹⁵. At the Council meeting on the local government under the Chairman of the State Duma in 2008 Auditor of the Russian Audit Chamber S. Ryabukhin pointed out, «if you look at the breakdown of costs for municipalities, there is only five percent. This is the reality. What is that kind of budget development? In all countries, the first legally binding intergovernmental relations task is alignment. The second task is the incentive function of transfers. Where is it? That is about we should be thinking fundamentally»¹⁶.

¹⁰ Муниципальная реформа в Российской Федерации: правовое и экономическое исследование/Подобш. ред. Т.Я. Хабриевой. – М.:Эксмо, 2010. –С. 285

¹¹ Ibid.

¹² Цит. по: Бабичев И.В., Смирнов Б.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография. –М.:Норма: ИНФРА-М, 2011. –С. 444

¹³ Бабичев И.В., Смирнов Б.В. Местное самоуправление в современной России: становление и развитие. Историко-правовые аспекты: монография. –С. 445

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ершов А.Н. Уроки и реформы местного самоуправления в России. –Казань: Центр инновационных технологий, 2009. С. 83.

¹⁶ Муниципальная власть. -2008. -№ 4. С. 16.

In this regard, there are the following problems:

- Revenue base of local budgets is very limited;
- Current tax revenues of local budgets are insufficient to form a well-functioning budget;
- Models of financial aid at the level of the Federation regions are complex and time-consuming to use, and mostly it does not resolve the problems assigned to them.

The analytical report «The Russian local government: Results of the Municipal Reform 2003-2008» of the Contemporary Development Institute (INSOR) identified the main vectors of the possible improvement of the system of local self-government, that have the support of the Russian experts, among which are:

- A system of incentives for municipalities active policy to build the tax base and improve the efficiency of spending;
- Providing different approaches to areas with high development potential and non-high areas;
- Local priorities in forming financial policy¹⁷.

To this end, as the authors of the report say, it is useful to carry out the following set of changes for fiscal systems of municipal forms:

- Strengthen the role of local tax revenues in the formation of municipal budgets;
- The standard for deductions from federal and regional taxes should be fixed by federal law to municipalities in an amount, sufficient to yield to self-sufficiency of the vast number of urban districts such as the richest municipalities;
- As opposed to urban districts, the areas should improve the budgetary alignment;
- Inventory of remaining unfunded mandates should be done and means should be provided;
- It seems to be necessary to weaken under Article 136 of the Budget Code restrictions of independent management of municipal budgets, subsidized for the past three years¹⁸.

ლამა ცაგარეიშვილი

დოქტორანტი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ფრენშაიზინგული ურთიერთობები ქართულ რეალობაში და მისი უპირატესობა

დღესდღეობით, „ფრენშაიზინგი“ მხარეთა თანამშრომლობის ერთ-ერთი, მსოფლიოში ყველაზე გავრცელებული და განსაკუთრებული მნიშვნელობის ფორმაა, რომელიც დაკავშირებულია ბიზნესის დაწყების შედარებით დაბალ რისკებთან და ამდენად საკმაოდ მომგებიანია ისეთი ქვეყნების რეზიდენტი ფირმებისთვის, როგორც საქართველოა.

„ფრენშაიზინგი“-ს სისტემა წარმოადგენს დიდი და მცირე ბიზნესის თანამშრომლობას, რომელიც დაკავშირებულია „ფრენშაიზინგი“-ს გამცემი ფირმის სარეკლამო სახელთან და მის მიერ წარმოების ან ვაჭრობის უფლების თავისი საფირმო სახელით, სხვა პირისათვის გადაცემასთან, რომლის შემდეგაც ფრენშაიზ ვაჭრობის ან მომსახურების გაწევის განსაკუთრებული უფლებები ენიჭება გარკვეულ სამოქმედო ტერიტორიაზე. ბიზნესის სამომავლო წარმატებაც სწორედ ამ უკანასკნელზეა დამოკიდებული. ფრენშაიზერის მთვარი უპირატესობა კი მდგომარეობს იმაში, რომ მის ბიზნესს საფრთხე არ ემუქრება და ის თავისი საქონლის გასაღებისას რეგულარულად იღებს მოგებიდან გარკვეულ ნაწილს.

არსებობს გარკვეული ფაქტები, რომლის თანახმადაც „ფრენშაიზინგი“ XIX საუკუნის დასაწყისიდან იწყებს ჩამოყალიბებას აშშ-ში. პირველად აღნიშნული სისტემის გამოყენება საკერავი მანქანების მწარმოებელმა კომპანია „ზინგერმა“ დაიწყო (Singer Sewing Machine), ხოლო საუკუნის მიწურულს კი „ჯენერალ მოტორსმა“, „კოკა-კოლამ“, „პეპსიმ“ და სხვა კომპანიებმა, რომლებმაც ყველაზე დიდ წარმატებას მიაღწიეს ფრენშაიზინგის სისტემაში. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ფრენშაიზინგი, როგორც სამეწარმეო საქმიანობა სათავეს იღებს XIX საუკუნიდან. ხაზგასასმელია ის ფაქტი, რომ კომპანიები დღესდღეობითაც

¹⁷ Российское местное самоуправление: итоги муниципальной реформы 2003-2008 гг. Аналитический доклад Института современного развития. www.riocentre.ru

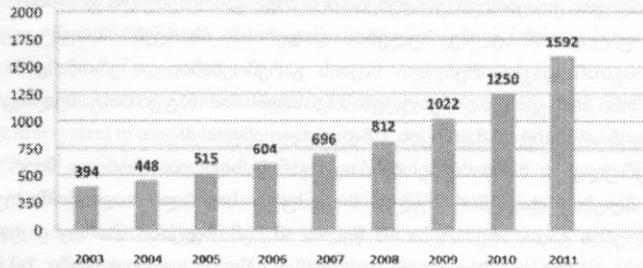
¹⁸ Российское местное самоуправление: итоги муниципальной реформы 2003-2008 гг. Аналитический доклад Института современного развития // <http://www.riocentre.ru>

უპირატეს მნიშვნელობას ანიჭებენ „ფრენშაიზინგი“-ს გამოყენებას. მაგალითისათვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ სწრაფი კვების ობიექტების ქსელი, ამერიკული კომპანია „Jack in the Box“, რომელიც 1951 წელს დაარსა რობერტ პეტერსონმა სან დიეგოში და დღეისათვის შედგება 2200 ობიექტისაგან. ქვემოთ მოცემულ ნახაზზე ნათლად ჩანს ზემოაღნიშნული რესტორნების ქსელის „ფრენშაიზინგი“ ზრდის ტენდენცია 2003-2011 ფისკალურ წლებში (იხ. ნახაზი N1).

ნახაზი N1



ფრენშაიზის ზრდის გრაფიკი
2003-2011 ფისკალურ წლებში



■ ფრენშაიზი

ტერმინის წარმოშობა საკმაოდ სადაო საკითხია. ფრანგული ლიტერატურის მიხედვით, არსებობს განმარტება, რომ „ფრენშაიზინგი“ წარმოიშვა ფრანგული სიტყვისაგან და ნიშნავს შეღავათს, პრივილეგიას. ინგლისურენოვანი ლიტერატურა კი ცალსახად მიუთითებს, რომ „ფრენშაიზინგი“ წარმოიშვა ინგლისური სიტყვისაგან „Franchising“ და ქართულად ნიშნავს უფლებას, პრივილეგიას. თუმცა ფრენშაიზინგი, როგორც კომერციული საქმიანობის მეთოდი და ხელშეკრულების სპეციფიური სახეობა, პირველად აშშ-ში წარმოიშვა და აქედან ჰპოვა გავრცელება მთელს მსოფლიოში.

ფრენშაიზინგული ურთიერთობები საქართველოში რეგულირდება საქართველოს სამოქალაქო კოდექსით¹, რომლის მიხედვითაც - „ფრენშაიზინგის ხელშეკრულება გრძელვადიანი ვალდებულებითი ურთიერთობაა, რომლითაც დამოუკიდებელი საწარმოები ორმხრივად კისრულობენ, საჭიროების მიხედვით, სპეციფიკურ ვალდებულებათა შესრულების გზით ხელი შეუწყონ საქონლის წარმოებას, გასაღებასა და მომსახურებათა განხორციელებას“.

ფრენშაიზინგის ხელშეკრულება, როგორც სამართლებრივი რეგულირების დამოუკიდებელი ობიექტი, გავრცელებული და აღიარებული იქნა მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, მაგრამ ფრენშაიზინგის შესახებ ცალკეული კანონმდებლობა მიღებულ იქნა მხოლოდ ზოგიერთ მათგანში. მაგ: ფრენშაიზინგის ხელშეკრულების რეგულირებისათვის 2004 წელს სპეციალური კანონი მიიღო იტალიამ, რომლის მიხედვითაც განისაზღვრება იტალიაში ხელშეკრულების დადების ფორმები. ფრენშაიზინგის შესახებ ცალკეული კანონი იქნა მიღებული ასევე ბელგიაშიც 2005 წელს.

ფრენშაიზინგი, უპირველეს ყოვლისა, არის კონტრაქტი, რომელშიც გამოხატულია ბიზნესის პირობები. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის თანახმად, ერთ-ერთ აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ის, რომ ხელშეკრულება გაფორმებული უნდა იქნას წერილობითი ფორმით, სადაც ისეთი აუცილებელი პირობების გარდა, როგორიც არის მხარეთა ორმხრივი ვალდებულებები, ხელშეკრულების ხანგრძლივობა, მისი მოშლა, ვადის გაგრძელება და სხვ. ხელშეკრულებაში უნდა შეიტანონ ფრენშაიზინგის სისტემის სრულყოფილი აღწერა, სწორედ ფრენშაიზინგის სისტემის განხორციელებაში შეტანილი წვლილის გათვალისწინებით გამოითვლება იმ საზღაურის ოდენობა, რომლის გადახდის ვალდებულებაც ეკისრება ფრენშაიზინგის მიმღებს. ამ უკანასკნელის ვალდებულებებს განეკუთვნება ასევე: კეთილსინდისიერად განახორციელოს საქმიანობა; მიიღოს მომსახურება და შეიძინოს საქონელი ფრენშაიზის მიმცემის ან მის მიერ დასახელებულ პირთა მეშვეობით, თუკი ეს უშუალო კავშირშია ხელშეკრულების მიზანთან.

თავის მხრივ, ფრენშაიზის მიმღების მხარდაჭერის ვალდებულება ეკისრება ფრენშაიზის მიმცემს, თუმცა

¹ სსკ - 26.07.1997 VII თავით „ფრენშაიზინგი“, მუხლი 607 – 614.

პირველ რიგში მიმცემი ახდენს შეფასებას თუ რამდენად შეეფერება ფრენშიაზის პოტენციური მიმღები მოცემულ საქმიანობას და ყოველივე ამის შემდეგ აფორმებს მასთან ხელშეკრულებას, ხოლო რაც შეეხება მხარდაჭერას იგი გამოიხატება საქმიანი ჩვევების გაზიარებით, ინფორმაციების მიწოდებითა და კვალიფიკაციის ამაღლებით ფრენშიაზის მიმღებსადმი, რაც უზრუნველყოფს იმას, რომ არ დაეცეს საქონლის ხარისხი ან/და მომსახურების დონე ფრენშიაზის მიმცემი ვალდებულია ასევე დაიცვას ერთიანი მოქმედების სისტემა მესამე პირთა ჩარევებისაგან.

ფრენშიაზინგის ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენს შემდეგი არამატერიალური ქონებრივი უფლებები: სასაქონლო (სავაჭრო) ნიშნები, ნიშნუები, შეფუთვა, საქონლის წარმოების, შეძენის, გასაღებისა და საქმიანობის ორგანიზაციის კონცეფცია, ასევე სხვა ინფორმაცია, რომელიც საჭიროა გასაღებისთვის ხელშესაწყობად ფრენშიაზური (ფრენშიაზის მიმცემი) ვალდებულია წარუდგინოს ფრენშიაზის (ფრენშიაზის მომღები) აღნიშნული არამატერიალური ქონებრივი უფლებები მის მიერ გამოყენებული ფორმით.

ნიშანდობლივია ის ფაქტი, რომ ხელშეკრულების დადებისას მხარეებმა სრულყოფილად უნდა გააცნონ ერთმანეთს ფრენშიაზინგთან დაკავშირებული საქმის გარემოებანი, და ერთმანეთს კეთილსინდისიერად მისცენ ინფორმაცია. კანონი მხარეებს ვალდებულებას აკისრებს მაშინაც კი როცა ხელშეკრულება არ დაიდება - ისინი ვალდებული არიან არ გათქვან მათთვის განდობილი ინფორმაცია.

რაც შეეხება ხელშეკრულების ხანგრძლივობას, იგი განისაზღვრება მხარეთა მიერ იმ მოთხოვნილებათა გათვალისწინებით, რომლებიც დაკავშირებულია მოცემული საქონლისა და მომსახურების გასაღებასთან. ხოლო თუ ხელშეკრულების ვადა აღემატება 10 წელს, ამ შემთხვევაში მხარეები უფლებამოსილნი არიან მოშალონ ხელშეკრულება 10 წლის გასვლიდან, მომდევნო 1 წლის განმავლობაში. იმ შემთხვევაში, თუ არც ერთი მხარე არ იყენებს ხელშეკრულების მოშლის ამ უფლებას, ხელშეკრულება გრძელდება კიდევ 2 წლის ვადით. ვადის გასვლის შემდეგ ან მხარეთა ინიციატივით ხელშეკრულების მოშლის შემთხვევაში, მხარეები ვალდებული არიან ერთმანეთს გაუწიონ ლოიალური კონკურენცია. ამ ფარგლებში ფრენშიაზის მიმღებს შესაძლებელია, მაქსიმუმ 1 წლის ვადით, განსაზღვრული ტერიტორიის ფარგლებში აეკრძალოს კონკურენციის გაწევა, მაგრამ მიუხედავად ხელშეკრულების ვადის დამთავრებისა, მას უნდა მიეცეს შესაბამისი ფინანსური კომპენსაცია თუ კონკურენციის აკრძალვამ შეიძლება საფრთხე შეუქმნას მის პროფესიულ საქმიანობას. აქვე გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ მიუხედავად სახელშეკრულებო ურთიერთობების დასრულებისა, მხარეებს შორის საქმიანი ურთიერთობა ფაქტობრივად არ იქნას დამთავრებული, ამ შემთხვევაში მხარეები უნდა შეეცადონ საქმიანი ურთიერთობების ფაქტობრივ დამთავრებამდე, ურთიერთდობის პრინციპების დაცვით, გააგრძელონ ხელშეკრულება იმავე ან შეცვლილი პირობებით.

რაც შეეხება პატივისცემის სახელშეკრულებო ვალდებულებას, ფრენშიაზის მიმღები უფლებამოსილია შეამციროს საზღაური, რომლის ოდენობასაც განსაზღვრავს მხარეების ხარჯით მოწვეული დამოუკიდებელი ექსპერტი.

ფრენშიაზინგი საშუალებას აძლევს კომპანიებს, რომლებიც ახდენენ ფრენშიაზის მიცემას, გეოგრაფიულად გააფართოონ საკუთარი ბიზნესი და ეს საფრთხეს არ უქმნის მის კაპიტალს, ამის გარანტიას კი ფრენშიაზინგის მიმღების მიზანი იძლევა, რომ შევიდეს და დამკვიდრდეს კომერციულ სისტემაში. მაშასადამე სახეზე გვაქვს ორი კომპანიის ურთიერთდამოკიდებულება, ერთის მხრივ დიდი კომპანიის ინტერესი, რომ გააფართოვდეს და მეორეს მხრივ მცირე კომპანიის დიდი მონდომება დამკვიდრდეს ბაზარზე, რაც უპირატეს მნიშვნელობას ანიჭებს ფრენშიაზინგს.

ფრენშიაზინგის ხელშეკრულებით საქართველოში მუშაობენ: „მაცდონალდისი“; „კოკა-კოლა“; „შერატონი“; „ლუკოილი“ და სხვა კომპანიები. მათგან ყველაზე ცნობილი და თვალსაჩინო მაგალითია რესტორნების ქსელი „მაცდონალდისი“, რომელიც მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში, განლაგებულ რამოდენიმე ათას ობიექტს აერთიანებს. ფრენშიაზინგის სისტემით მომუშავე კომპანიების რიცხვი, სულ უფრო იზრდება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი/Civil Code of Georgia;
2. Internet Portal - <http://www.franchiseperfection.com/about-history.htm>;
3. Internet Portal - http://en.wikipedia.org/wiki/Jack_in_the_Box ;
4. Internet Portal - <http://www.jackinthebox.com/corporate/franchising/the-power-of-our-brand/franchise-history/>;
5. Internet Portal - http://www.aboutmcdonalds.com/mcd/franchising/international_franchising.html.

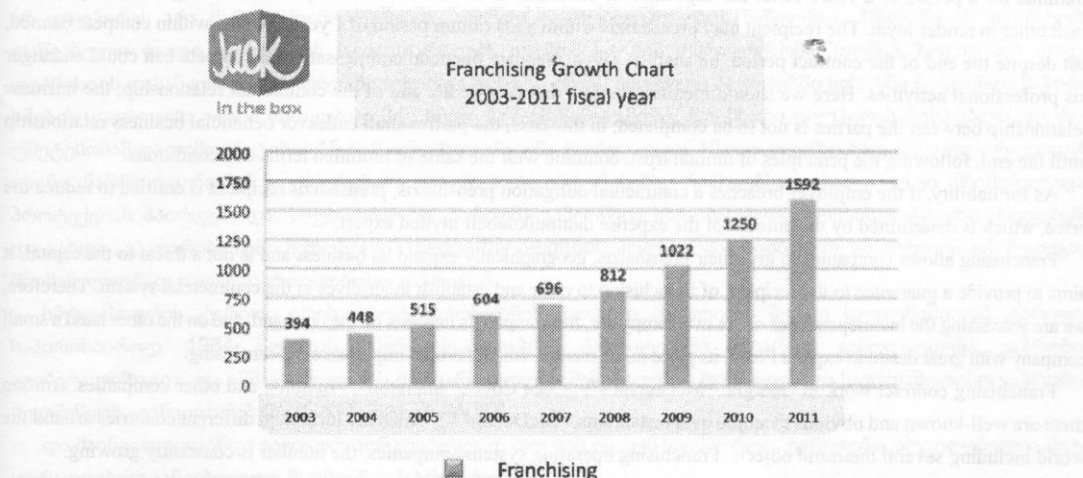
FRANCHISING RELATIONS IN GEORGIAN REALITY AND ITS ADVANTAGES

At the present time, "Franchising" is of the world's most widespread form of special importance and related to starting a business is relatively low risk, and therefore very profitable for firms resident in such countries as Georgia.

"Franchising" - a system of large and small business co-operation, which is related to the "Franchising" - the issuing firm's advertising with the name and address of the manufacture or sale of its business on behalf of another person transmission, which precludes trade or service exclusive rights to certain operational areas. In the latter depends on the future success of the business in a smart way. "Franchising" main advantage lies in the fact that his business is not in danger, and he regularly receives earnings from selling some of its goods.

There are certain instances in which the "Franchising" XIX century, starting from the beginning of the formation of the United States - in. For the first system to use the sewing machine company "Singer" started, and the end of the century, "General Motors", "Coca Cola", "Pepsi" and other companies that have achieved the greatest success in "Franchising". Therefore, we can assume that the "Franchising" as an entrepreneurial activity takes XIX century. Underlined by the fact that the companies are saying that the prevailing importance "Franchising" - the use. As an example we can cite fast food chain, an American company, "Jack in the Box", which was founded in 1951 by Robert Peterson in San Diego in 2200 and currently consists of objects. Figure below shows the restaurant chain "Franchising" growing tendency in the 2003-2011 fiscal year (see Figure N1).

Figure #1



Origin of the term is rather controversial issue. According to French literature, there is a statement that the "Franchising" derives from the French word and it means benefits, and privileges. The English-language literature to demonstrate unequivocally that the "Franchising" derives from the English word "Franchising" is literally means the right to privilege. However Franchising as a business method and the specific species, for the first time in the USA - which had emerged and spread around the world.

"Franchising" in Georgia are regulated by the Civil Code, which reads as "Franchising" - a long-term agreement with the responsibility to undertake mutually independent enterprises, as appropriate, through the implementation of specific commitments to promote the production of goods, sales and implementation services. "

Franchising Agreement as an independent object of legal regulation, widespread, and has been recognized in many countries of the world, but about the Franchising Code was adopted only in some of them. For example, a law passed in 2004 regulating labor agreements Franchising Italy, which is defined in the contract forms in Italy. About Franchising in Belgium as well as the law was adopted in 2005.

Franchising, first and foremost, a contract, which is expressed in business terms. According to the Civil Code, one - a necessary condition is that the agreement must be in writing, except where the necessary conditions, such as the mutual obligations of the parties, the contract length, the confusion, and other extensions. The contract should include a complete description of the system Franchising. Franchising system is the implementation of the reimbursement amount is calculated by taking into account the contribution of the obligation to pay the recipient lies on Franchising. The following are the responsibilities: to conduct business in good faith, to acquire goods and services prensaizis through an employer or a person nominated by him, unless it is directly linked to the goal.

On the other hand, prensaizis receiver support obligation imposed prensaizis employer, but first of all give an assessment of how well suited prensaizis potential recipients of this work, and after all signs of the agreement, and as for the support, it means business skills sharing, information provision and training of Franchising receiver, which ensures that the goods have lowered the quality and / or service level.

Franchising agreements are the subject of the following intangible property rights: trademarks (trade) marks, designs, packaging, product manufacturing, purchasing, selling the concept and activities of the organization, as well as other information necessary for the promotion of sales.

It should be noted that Fati, concluding that the parties must fully familiarize themselves with the Franchising circumstances of the case, and give the information to each other in good faith. The law imposes an obligation on the parties to the agreement will not be posted, even when - they are obliged not to disclose information.

As for the duration of the contract, it shall be determined by the needs of the parties in connection with the selling of goods and services, and if the contract period is more than 10 years, in this case, the parties are authorized to dismantle the 10-year-old after the next 1 year. In the event of cancellation of the contract if neither side uses this right, the contract will continue for a period of 2 years. After the expiration or cancellation of the contract, the parties are obliged to compete with each other to render loyal. The recipient may prensaizis within a maximum period of 1 year, the area within compete banned, but despite the end of the contract period, he shall be given adequate financial compensation to compete ban could endanger his professional activities. Here we should mention the fact that despite the end of the contractual relationship, the business relationship between the parties is not to be completed, in this case, the parties shall endeavor beneficial business relationship until the end, following the principles of mutual trust, continue with the same or modified terms and conditions.

As for liability, if the employer breaches a contractual obligation prensaizis, prensaizis recipient is entitled to reduce the price, which is determined by the amount of the expense damouikdebeli invited expert.

Franchising allows companies to give their prensaizis, geographically expand its business and is not a threat to the capital, it aims to provide a guarantee to the recipient of Franchising to enter and establish themselves in the commercial system. Therefore, we are witnessing the interdependence of the two companies, the company's interests on the one hand, and on the other hand a small company with great desire to expand Found its place in the market, which favored importance to Franchising.

Franchising contract work in Georgia: "McDonald's", "Coca Cola", "Sheraton", "Lukoil", and other companies. Among them are well-known and obvious example qvla restaurants, "McDonald's", which are located in different countries around the world including several thousand objects. Franchising operating system companies, the number is constantly growing.

References:

1. Civil Code of Georgia;
2. Internet Portal - <http://www.franchiseperfection.com/about-history.htm>;
3. Internet Portal - http://en.wikipedia.org/wiki/Jack_in_the_Box ;
4. Internet Portal - <http://www.jackinthebox.com/corporate/franchising/the-power-of-our-brand/franchise-history/>;
5. Internet Portal - http://www.aboutmcdonalds.com/mcd/franchising/international_franchising.html.

ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების სტიმულირების ფორმები და მეთოდები

საერთაშორისო პრაქტიკაში არსებობს ასეთი მოსაზრება - „რაც უფრო მაღალია ტარიფი, მით უფრო საიმედო სტიმულს აძლევს იგი საიმპორტო საქონლის კონკურენტი საქონლის მწარმოებელ სამამულო ფირმებს“. საზოგადოების ნაწილი ეთანხმება ამ მოსაზრებას, ნაწილი არა. ამის საილუსტრაციოდ მოვიყვანეთ აშშ-ს მაგალითი, როდესაც საქონლის იმპორტზე დაწესდა ქვეყნის ისტორიაში ყველაზე მაღალი ტარიფები (ე.წ. სმუთ-ჰოლეს ტარიფი), კერძოდ 1930 წლის იენისის სმუთ-ჰოლეს ტარიფის აქტით¹, აშშ-ში დაწესდა ქვეყნის ისტორიაში ყველაზე მაღალი ტარიფები. აქტს ხელი მოაწერა პრეზიდენტმა ჰუვერმა. ავტორები იყვნენ რესპუბლიკელი სენატორი რიდ სმუთი იუტას შტატიდან და რესპუბლიკელი კონგრესმენი უილის ჰოლერი ორიგონიდან. ტარიფის მიზანი იყო შიდა ფერმერების დაცვის გაძლიერება უცხოელი სასოფლო-სამეურნეო საქონლის იმპორტის საწინააღმდეგოდ. ეს აქტი მისი მიღებიდან დღემდე განსჯის მუდმივი საგანია. ბევრი მიიჩნევს, რომ სმუთ-ჰოლეს ტარიფმა სერიოზულად გააღრმავა დიდი დეპრესია და ეს უგუნური პროტექციონიზმის ნათელი მაგალითი იყო. ამ ტარიფის ისტორია ჰუვერის საპრეზიდენტო კამპანიიდან იწყება, როდესაც პრეზიდენტობის კანდიდატი დაპირდა ფერმერებს მათი საქონლის იმპორტზე ტარიფების გაზრდას.

მიუხედავად იმისა, რომ 1920-იანი წლები ზოგადად ამერიკის კეთილდღეობის პერიოდი იყო, სოფლის მეურნეობა დაცემას განიცდიდა. 1920-1929 წწ. საშუალო შემოსავლები ამ სფეროში შემცირდა. 1929 წლის მარტში, გაპრეზიდენტების შემდეგ ჰუვერმა წამოაყენა ტარიფების გაზრდის იდეა, თუმცა მას მხარი არ დაუჭირეს არა მარტო დემოკრატებმა, არამედ რესპუბლიკელების ნაწილმაც. 1929 წლის აგვისტოში დაწყებული დიდი დეპრესიის (ასე ათარიღებს ეკონომისტების უმრავლესობა, თუმცა ზოგიერთი დიდი დეპრესიის დასაწყისად ოქტომბერში საბირჟო ბაზრის კრაშს მიიჩნევს) პირობებში სენატში მოხერხდა საჭირო ხმების დაგროვება აქტის მისაღებად 245 ხმით 177-ის წინააღმდეგ. მას მხარი დაუჭირეს რესპუბლიკელების უმეტესობამ და დემოკრატების 15-მა წარმომადგენელმა, რომელთაგან 10 იყო ლიბერალიზაციის და ფლორიდიდან. ისინი წარმოადგენდნენ ციტრუსებისა და შაქრის ინტერესებს, რომლებსაც ახალი აქტი მნიშვნელოვან პროტექციას ჰპირდებოდა. სმუთ-ჰოლეს ტარიფმა გამოიწვია სხვა სახელმწიფოების საპასუხო ქმედებები და გახდა „გაადარბე შენი მეზობელი“ (beggarthy-neighbor) პოლიტიკის სიმბოლო. ამ პოლიტიკის შედეგად მნიშვნელოვნად იკლო საერთაშორისო ვაჭრობამ.

სმუთ-ჰოლეს ტარიფი არის პროტექციონიზმის ნათელი მაგალითი მეოცე საუკუნეში. ამ ტარიფის საპირისპიროდ 1934 წლიდან ამერიკის საგარეო პოლიტიკაში აშკარად გამოიკვეთება ვაჭრობის ლიბერალიზაცია, და აშშ კისრულობს მთავარი როლის შესრულებას თავისუფალი საერთაშორისო ვაჭრობის ხელშეწყობა-განვითარებაში (GATT, NAFTA, WTO).

და მაინც, თუ გვინდა გავიგოთ კონკრეტულად თუ ვის იცავენ საიმპორტო ტარიფები, აუცილებელია მეტი ყურადღებით განვიხილოთ წარმოების სტრუქტურა.

რომელიმე დარგის პროდუქტზე დაწესებული ტარიფი სტიმულს აძლევს არა მარტო თვით ფირმებს, რომლებიც ქვეყნის ტერიტორიაზე ამ საქონელს აწარმოებენ, არამედ ამ ფირმებში დასაქმებულ მუშა-მოსამსახურებს. ტარიფი სტიმულს აძლევს აგრეთვე იმ დარგების არსებობას, რომლებიც მასალებსა და ნედლეულს აწვდიან მოცემულ დარგს. მაგალითად, ველოსიპედის იმპორტზე დაწესებული ტარიფი ეხმარება არა მარტო ველოსიპედის მწარმოებელ სამამულო ფირმებს, არამედ იმ ფირმებსაც, რომლებიც ამ დარგს ფოლადის დეტალებს, რეზინსა და სხვა შუალედურ საქონელს აწვდიან. ყოველივე ეს რამდენადმე ართულებს ველოსიპედის მწარმოებელ ფირმებზე ტარიფის ზემოქმედების დონის დადგენას.

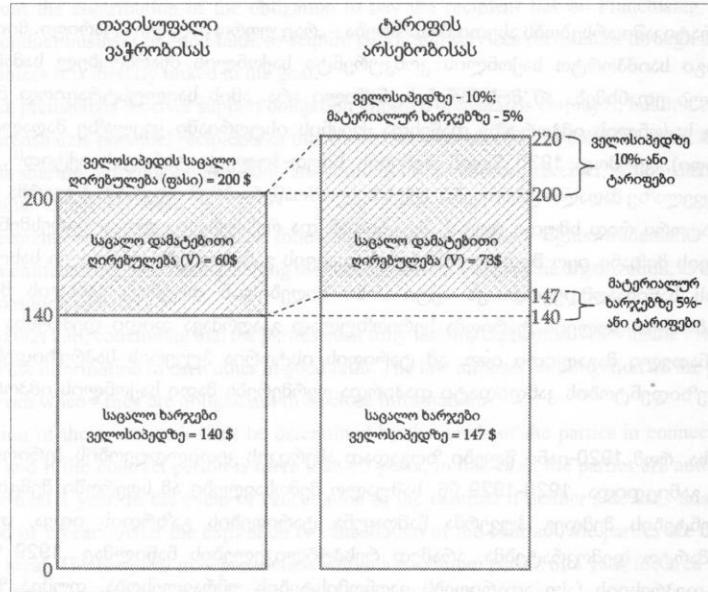
მოცემული დარგის ფირმების მდგომარეობაზე გავლენას ახდენს იმ საქონლის იმპორტზე დაწესებული ტარიფებიც, რომელიც ამ დარგისათვის ნედლეულს წარმოადგენს. კერძოდ, ველოსიპედის მწარმოებელ ფირმებზე ზეგავლენას მოახდენს საიმპორტო ტარიფის შემოღება ფოლადისა და რეზინის იმპორტზე, რაც კიდევ უფრო ართულებს ცალკეულ სამრეწველო კომპანიებზე მთელი სატარიფო სისტემის ზემოქმედების გაზომვას.

¹ ინტერნეტ პორტალი - http://future.state.gov/when/timeline/1921_timeline/smoot_tariff.html

ამ საკითხის გადასაჭრელად საჭიროა მოთხოვნა-მიწოდების ურ-თიერთქმედების სრულყოფილი მოდელი, რომელიც ერთდროულად მოიცავს რამდენიმე დარგსა და ბაზარს (იხ. ნახ. 1).

ნახ. 1

საექსპორტო წარმოების მასტიმულირებელი ტარიფის ფაქტობრივი დონის გამოთვლის მაგალითი^[2]



საექსპორტო წარმოების დამცავი ტარიფის ფაქტობრივი დონე (the effective rate of protection) ცალკეულ დარგში განისაზღვრება, როგორც სიდიდე (პროცენტებში), რომლითაც იზრდება ამ დარგში პროდუქციის ერთეულის დამატებული ღირებულება მთელი სატარიფო სისტემის ფუნქციონირების შედეგად.

საექსპორტო წარმოების მასტიმულირებელი ტარიფის ფაქტობრივი დონე ცალკეულ დარგში შესაძლოა მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს იმ ტარიფის სიდიდისაგან, რომელსაც იხდის „ტარიფის ნომინალური დონის“ მომხმარებელი. ეს სხვაობა თვალნათლივ სჩანს №1 ნახაზზე, რომელიც გვიჩვენებს მასტიმულირებელი ტარიფის ფაქტობრივ დონეს ველოსიპედებზე 10 პროცენტიანი საიმპორტო ბაჟის, აგრეთვე ფოლადის, რეზინისა და ველოსიპედის წარმოებისათვის აუცილებელი სხვა მატერიალური რესურსების იმპორტზე 5 პროცენტიანი ბაჟის დროს. 10 პროცენტიანი ტარიფი ველოსიპედებზე უკვე თავისთავად გაზრდის თითოეული ველოსიპედის ფასსა და დამატებულ ღირებულებას 20 დოლარით. 5 პროცენტიანი ტარიფი ამ დარგის მატერიალურ ხარჯებზე გაზრდის მათ შინაგან ფასებს და მას ერთ ველოსიპედზე გაანგარიშებით 7 დოლარი დაუჯდება. მთლიანად, ორივე ტარიფი ერთი ველოსიპედის დამატებულ ღირებულებას მხოლოდ 13 დოლარით გაზრდის, მაგრამ ეს 13 დოლარი წარმოადგენს ველოსიპედის დარგის დამატებული ღირებულების (და მაშასადამე შემოსავლის) არსებობის მასტიმულირებელ დონეს. იგი ტოლია დამატებული ღირებულების 21,7 პროცენტის (და არა 10%-ის ან ნაკლების, როგორც ეს მოსალოდნელი იყო თუ მხედველობაში მივიღებთ მასტიმულირებელი ტარიფის მხოლოდ ნომინალურ დონეს).

№1 ნახაზზე მოყვანილი მაგალითი პროტექციონიზმის მთლიანი ეფექტის კონცეფციის საფუძველად აღებული ორი ძირითადი პრინციპის ილუსტრირებაა: დარგის შემოსავლები ან დამატებული ღირებულება ექვემდებარება სავაჭრო ბარიერების ზეგავლენას, რომელიც აღმართულია არა მარტო იმპორტირებული კონკურენტული პროდუქციის გზაზე, არამედ ბაზარზე მზრუნავი იმ მასალების წინაშე, რომლებიც მოცემული დარგის წარმოების პროცესში გამოიყენება. ამასთან, თუ დარგის საბოლოო პროდუქცია დაცულია უფრო მაღალი ტარიფით, ვიდრე მისი შუალედური პროდუქცია, მასტიმულირებელი ტარიფის ფაქტობრივი დონე გადაჭარბებს მის ნომინალურ დონეს.

ამრიგად, იმის გასარკვევად, თუ სახელდობრ როგორ ასტიმულირებს ცალკეული ტარიფი ან სატარიფო სისტემა, აუცილებელია სამეურნეო სისტემა განვიხილოთ ამ ანალიზის კონტექსტში - ხარჯები-გამოშვება.

² Peter H. Lindert, International Economics, 2008, გვ.80

იმპორტიორ ქვეყანაზე ტარიფის ზეგავლენას რუსულია და ცარამოიწურება მომხმარებლების და მწარმოებლების კეთილდღეობის დონის ცვლილებით. სანამ ტარიფი იმპორტს მხოლოდ ნაწილობრივ ზღუდავს, ე.ი. ამკრძალავი არ არის, იგი შემოსავალს აძლევს.

შემოსავლები საბაჟო ტარიფებიდან მოგებას აძლევს ქვეყანას. სახელმწიფოს მიერ ბაჟის სახით მიღებული თანხა შემდგომში შეიძლება იქცეს სოციალური პროგრამისათვის საჭირო დამატებით ხარჯად, ხელი შეუწყოს მაგალითად საშემოსავლო თუ სხვა გადასახადის შემცირებას, ან გაუზარდოს ხელფასი საჯარო მასშტაბურებს. ჩვენი მიზნებისათვის მნიშვნელობა არ აქვს თუ რა ფორმას მიიღებს ტარიფების გზით ქვეყნის ბიუჯეტში შესული შემოსავალი, მთავარი ის არის, რომ იგი დარჩება ქვეყანაში, რაც მხედველობაში უნდა მივიღოთ მეწარმეთა მოგებასა და მომხმარებელთა დანაკარგებთან ერთად ტარიფის მოქმედების შედეგების გათვლის დროს.

Paata Tsagareishvili

Doctoral Candidate, Sokhumi State University

FORMS AND METHODS OF STIMULATING OF EXPORT-ORIENTED PRODUCTION

There is international practice for such an opinion - "The higher the tariff, the more reliable it stimulates the production of goods for import of goods to compete with domestic firms." Part of the public agrees with this opinion, some do not agree with this opinion. For illustration brought into the United States - a perfect example, when the history of the country's highest tariffs imposed on imports of goods (the so-called "Hawley-Smoot Tariff"). Hawley-Smoot Tariff act, United States - has imposed the highest tariffs in history. The act was signed by President Hoover.

U.S. legislation (June 17, 1930) that raised import duties to protect American businesses and farmers, adding considerable strain to the international economic climate of the Great Depression. The act takes its name from its chief sponsors, Senator Reed Smoot of Utah, chairman of the Senate Finance Committee, and Representative Willis Hawley of Oregon, chairman of the House Ways and Means Committee. It was the last legislation under which the U.S. Congress set actual tariff rates.

The Smoot-Hawley Tariff Act raised the United States's already high tariff rates. In 1922 Congress had enacted the Fordney-McCumber Act, which was among the most punitive protectionist tariffs passed in the country's history, raising the average import tax to some 40 percent. The Fordney-McCumber tariff prompted retaliation from European governments but did little to dampen U.S. prosperity. Throughout the 1920s, however, as European farmers recovered from World War I and their American counterparts faced intense competition and declining prices because of overproduction, U.S. agricultural interests lobbied the federal government for protection against agricultural imports. In his 1928 campaign for the presidency, Republican candidate Herbert Hoover (Hoover, Herbert) promised to increase tariffs on agricultural goods, but after he took office lobbyists from other economic sectors encouraged him to support a broader increase. Although an increase in tariffs was supported by most Republicans, an effort to raise import duties failed in 1929, largely because of opposition from centrist Republicans in the U.S. Senate. In response to the stock market crash of 1929, however, protectionism gained strength, and, though the tariff legislation subsequently passed only by a narrow margin (44-42) in the Senate, it passed easily in the House of Representatives. Despite a petition from more than 1,000 economists urging him to veto the legislation, Hoover signed the bill into law on June 17, 1930.

Smoot-Hawley contributed to the early loss of confidence on Wall Street and signaled U.S. isolationism. By raising the average tariff by some 20 percent, it also prompted retaliation from foreign governments, and many overseas banks began to fail. (Because the legislation set both specific and ad valorem tariff rates [i.e., rates based on the value of the product], determining the precise percentage increase in tariff levels is difficult and a subject of debate among economists.) Within two years some two dozen countries adopted similar "beggar-thy-neighbour" duties, making worse an already beleaguered world economy and reducing global trade. U.S. imports from and exports to Europe fell by some two-thirds between 1929 and 1932, while overall global trade declined by similar levels in the four years that the legislation was in effect.

In 1934 President Franklin D. Roosevelt (Roosevelt, Franklin D.) signed the Reciprocal Trade Agreements Act, reducing tariff levels and promoting trade liberalization and cooperation with foreign governments. Some observers have argued that by deepening the Great Depression the tariff may have contributed to the rise of political extremism. The United States undertakes

to promote the role of free international trade - the development of the (GATT, NAFTA, WTO).

And yet, if we want to understand exactly who is being protected import tariffs, it is necessary to consider more carefully the structure of production.

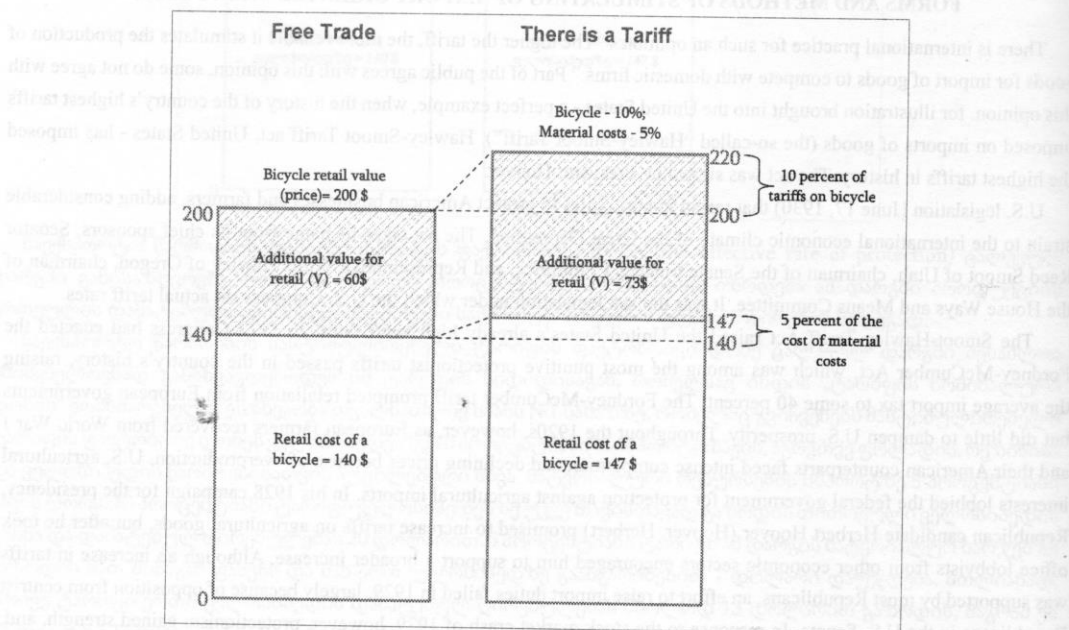
Any product on the field not only stimulates the rates established by the firms that produce goods in this country, but these firms employed workers - servants. The tariff also encourages the existence of branches, which provide raw materials and materials in this field. For example, the tariff on bicycle imports, helping not only the domestic bicycle manufacturing firms, but also those firms who are the details of this kind of steel, and other intermediate goods rezinsa provide. All of this is somewhat complicated by the influence of the level of the tariff on bicycle manufacturing firms.

Firms in this sector is affected by the tariffs imposed on imports of goods, which represent the branches of the raw material. In particular, the introduction of bicycle manufacturing companies on the impact of import tariff on import of steel and rubber, which further complicates the measurement of the impact of various production companies on the whole tariff system.

It is necessary to resolve these issues demand - supply the full interaction model, which simultaneously covers several fields and the market (see Figure 1).

Figure #1

Example of Calculating the Actual Level of Stimulating the Production of Export Bills ⁽³⁾



The the effective rate of protection in a particular field is defined as the amount (percentage), which increases the value added per unit of production in this field as a result of the tariff system.

Stimulating the production of export tariffs in certain sectors of the actual levels may differ significantly from the size of the tariff, which pays a "nominal tariff level" user. This difference clearly appears in Figure 1, which shows a 10 percent import duty on bicycle stimulating the level of actual tariff, as well as steel, rubber and other material resources necessary for producing a bicycle at the 5 percent import duty at the time. bicycle 10 percent tariff on the price and will increase the added value of 20 dollars for each bicycle. 5 percent tariff in this sector will increase the material costs are the costs and the cost of \$ 7 per velosiped calculated. A whole, both the tariff will increase by \$ 13 for a bicycle, only added to the cost, but it is 13 dollars for a bicycle in the field of value added (and therefore income) are stimulating level. The value added is equal to 21.7 percent (not 10% - or less, as expected if we take into account only in stimulating the nominal tariff levels).

Figure N1 - The following is an example of protectionism at the effect concept is based on the two basic principles of illustration, the sector's revenues or additional costs shall be subject to trade barriers influence, which stands not only for

³ Peter H. Lindert, International Economics, 2008.

imports of competitive products on the way, but the market is rotating in the materials before they are given in the field of manufacturing process used to. In addition, if the final products of the sector is protected by higher tariffs than its by-products, stimulating the actual tariff level will exceed the nominal level.

Thus, in order to find out how to stimulate a particular individual tariffs or tariff system, it is necessary to consider this analysis in the context of the economic system - costs - program.

Impact on the tariff in the importing country consumers and producers do not run out of change in the level of prosperity. While only partially restricts the import tariff, ie It is not restrictive, it provides income.

Benefit to the country's revenues from customs tariffs. The State's duty in the amount of social assistance may be needed for additional expenses, such as income support or other tax reduction, or increase the salaries of public servants. For our purposes it does not matter what the form of tariffs, adopt the budget as a means of income, the main thing is that it will remain in the country, which should take into account the employers' profit and loss of customers, together with the results of the calculation of the tariff.

გამოყენებული წყაროები/ References:

1. Peter H. Lindert, International Economics, 2008;
2. Internet Portal - http://future.state.gov/when/timeline/1921_timeline/smoot_tariff.html;
3. Internet Portal - http://universalium.academic.ru/245480/Smoot-Hawley_Tariff_Act#sel=10:1,10:134;
4. Internet Portal - http://en.wikipedia.org/wiki/Effective_rate_of_protection;
5. Internet Portal - http://en.wikipedia.org/wiki/Export-oriented_industrialization.

Tsitsino Dzotsenidze

Doctoral Candidate. Akaki Tsereteli state University

Tinatin Gugeshashvili

Doctor of Economics, Associated Professor. Akaki Tsereteli state University

FINANCIAL MARKETS AND THE NEW POLITICAL REALITY

Politics and the markets always interact. The very foundation of the market -- the limited liability corporation -- is political. What many take as natural is actually a political contrivance that allows investors to limit their liability. The manner in which liability is limited is a legal issue, not a market issue, and is designed by politicians. The structure of risk in modern society revolves around the corporation, and the corporation is an artifice of politics along with risk. There is nothing natural about a nation's corporate laws, and it is those corporate laws that define the markets.

There are times when politics leave such laws unchanged and times when politics intrude. The last generation has been a unique time in which the prosperity of the markets allowed the legal structure to remain generally unchanged. After 2008, that stability was no longer possible. But active political involvement in the markets is actually the norm, not the exception. Contemporary investors have taken a dramatic exception -- the last generation -- and lacking a historical sense has mistaken it for the norm. This explains the inability of contemporary investors to cope with things that prior generations constantly faced. Thinkers such as Adam Smith¹ and David Ricardo understood this perfectly. They never used the term "economics" by itself, but only in conjunction with politics; they called it political economy. The term "economy" didn't stand by itself until the 1880s when a group called the Marginalists sought to mathematize economics and cast it free from politics as a stand-alone social science discipline. ²The quantification of economics and finance led to a belief -- never held by men like Smith -- that there was an independent sphere of economics where politics didn't intrude and that mathematics allowed markets to be predictable, if only politics wouldn't interfere. Given that politics and economics could never be separated, the mathematics

¹ Smith, A., 1976, The Wealth of Nations edited by R.H. Campbell and A.S. Skinner, The Glasgow edition of the Works and Correspondence of Adam Smith, vol. 2a, p. 456.

² The marginalist evolution http://www.razem.waw.pl/materialy/inc/libfile.php?PHPSESSID=1495030a5570fbc33c98ad33890a57aa&path=hme%2F&filename=hme9_18.pdf&action=download

was never quite as predictive as one would have thought. The hyper-quantification of market analysis, oblivious to overriding political considerations, exacerbated market swings. Economists and financiers focused on the numbers instead of the political consequences of the numbers and the political redefinitions of the rules of corporate actors, which the political system had invented in the first place. The world is not unpredictable, and neither is Europe nor Germany. The matter at hand is neither what politicians say they want to do nor what they secretly wish to do. Indeed, it is not in understanding what they will do. Rather, the key to predicting the political process is understanding constraints -- the things they can't do. Investors' view that markets are made unpredictable by politics misses two points. First, there has not been a market independent of politics since the corporation was invented. Second, politics and economics are both human endeavors, and both therefore have a degree of predictability.

The European Union was created for political reasons. Economic considerations were a means to an end, and that end was to stop the wars that had torn Europe apart in the first half of the 20th century. The key was linking Germany and France in an unbreakable alliance based on the promise of economic prosperity. Postwar Europe evolved with Germany resuming its prewar role as a massive exporting power. For the Germans, the early versions of European unification became the foundation to the solution of the German problem, which was that Germany's productive capacity outstripped its ability to consume. Germany had to export in order to sustain its economy, and any barriers to free trade threatened German interests. The creation of a free trade zone in Europe³ was the fundamental imperative, and the more nations that free trade zone encompassed, the more markets were available to Germany. Therefore, Germany was aggressive in expanding the free trade zone. Germany was also a great supporter of Europewide standards⁴ in areas such as employment policy, environmental policy and so on. These policies protect larger German companies, which are able to absorb the costs, from entrepreneurial competition from the rest of Europe. Raising the cost of entry into the marketplace was an important part of Germany's strategy. Finally, Germany was a champion of the euro, a single currency controlled by a single bank over which Germany had influence in proportion to its importance. The single currency, with its focus on avoiding inflation, protected German creditors against European countries inflating their way out of debt. The debt was denominated in Euros; the European Central Bank controlled the value of the euro, and European countries inside and outside the euro zone was trapped in this monetary policy. So long as there was prosperity, the underlying problems of the system were hidden. But the 2008 crisis revealed the problems. First, most European countries had significant negative balances of trade with Germany. Second, European monetary policy focused on protecting the interests of Germany and, to a lesser extent, France. The regulatory regime created systemic rigidity, which protected existing large corporations. Germany was utterly dependent on its exports, and its exports in Europe were critical. The truth was that the crisis was caused by Germany's using the trading system to flood markets with its goods, its limiting competition through regulations, and that for every euro carelessly borrowed, a euro was carelessly lent. Like a good politician, Merkel created the myth of the crafty Greek fooling the trusting Deutsche Bank examiner.

The rhetoric notwithstanding, Merkel's decision-making was clear. First, under no circumstances could she permit any country to leave the free trade zone of the European Union. Once that began she could not predict where it would end, save that it might end in German catastrophe. Second, for economic and political reasons she had to be as aggressive as possible with defaulting borrowers. But she could never be so aggressive as to cause them to decide that default and withdrawal made more sense than remaining in the system.

Merkel understood that Europe, and one of the foundations of European prosperity, was cracking. Her solution was to propose a new structure in which European countries accepted Brussels' oversight⁵ of their domestic budgets as part of a systemic solution by the Germans. Some countries outright rejected this proposal, while others agreed, knowing it would never be implemented. Merkel's attempt to recoup by creating an even more powerful European apparatus was bound to fail for two reasons. First and most important, giving up sovereignty is not something nations do easily -- especially not European nations

³ C. Randall Henning, Eduard Hochreiter, Gary Clyde Hufbauer "Reviving the European union" Google books pp156-163

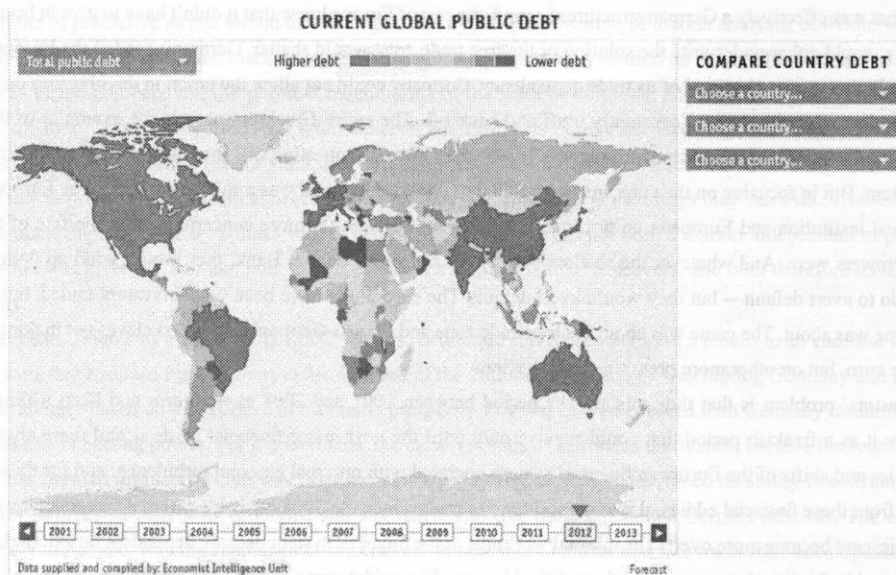
⁴ ECONOMIC COMMISSION FOR EUROPE RECOMMENDATIONS ON HARMONIZED EUROPE-WIDE TECHNICAL REQUIREMENTS FOR INLAND NAVIGATION VESSELS Resolution No. 61 pp 97-115

⁵ Brussels Wants All Eurozone Banks Under ECB Watch By: EurActiv September 1, 2012 <http://www.eurasiareview.com/01092012-brussels-wants-all-eurozone-banks-under-ecb-watch/>

and not to what was effectively a German structure. Second, the rest of Europe knew that it didn't have to give in because in the end Germany would either underwrite the solution or the free trade zone would shatter. Germany needed the European Union more than any other country because of its trade dependency. Germany could not allow the union to devolve into disconnected nations. Therefore, Germany would constantly bluff and back off. The entire Greek drama was the exemplar of this. It was Merkel who was trapped and, being trapped, she was predictable. The euro question was interesting because it intersected the banking system. But in focusing on the euro, investors failed to understand that it was a secondary issue. The European Union was a political institution and European unity came first. The lenders were far more concerned about the fate of their loans than the borrowers were. And whatever the shadow play of the European Central Bank, they would wind up doing the least they could do to avert default -- but they would avert default. The euro might have been what investors traded, but it was not what the game was about. The game was about the free trade zone and Franco-German unity. Merkel was not making decisions based on the euro, but on other more pressing considerations.

The investors' problem is that they mistake the period between 1991 and 2008 as the norm and keep waiting for it to return. I saw it as a freakish period that could survive only until the next major financial crisis -- and there always is one. Internal cycles and shifts of the European financial system operated with minimal external turbulence, and for those schooled in profiting from these financial eddies, it was a good time to trade. Once the 2008 crisis hit external factors that were always there but quiescent became more overt. The internal workings of the financial system became dependent on external forces. We were in the world of political economy, and the political became like a tidal wave, making the trading cycles and opportunities that traders depended on since 1991 irrelevant. And so, having lost money in 2008, they could never find their footing again. They now lived in a world where Merkel was more important than a sharp trader. Actually, Merkel was not more important than the trader. They were both trapped within constraints about which they could do nothing. But if those constraints were understood, Merkel's behavior could be predicted. The real problem for the hedge funds was not that they didn't understand what they were doing, but the manner in which they had traded in the past simply no longer worked. Even understanding and predicting what political leaders will do is of no value if you insist on a trading model built for a world that no longer exists. What is called high velocity trading, constantly trading on the infinitesimal movements of a calm but predictable environment, doesn't work during a political tidal wave. And investors of the last generation do not know how to trade in a tidal wave. When we recall the two world wars and the Cold War, we see that this was the norm for the century and that fortunes were made. But the latest generation of investors wants to control risk rather than take advantage of new realities. However we feel about the performance of the financial community since 2007, there must be a system of capital allocation. That can be operated by the state, but there is empirical evidence that the state isn't very good at making investment decisions. But then, the performance of the financial community has been equally unacceptable, with more than its share of mendacity to boot. The argument for private capital allocation may be theoretically powerful, but the fact is that the empirical validation of the private model hasn't been there for several years. A strong argument can be made -- corruption and stupidity aside -- that the real problem has been a failure of imagination. We have re-entered an era in which political factors will dominate economic decisions. This has been the norm for a very long time, and traders who wait for the old era to return will be disappointed. Politics can be predicted if you understand the constraints under which a politician such as Merkel acts and don't believe that it is simply random decisions. But to do that, you have to return to Adam Smith and recall the title of his greatest work, *The Wealth of Nations*. Note that Smith was writing about nations, about politics and economics -- about political economy.

We have re-entered an era in which political factors will dominate economic decisions. This has been the norm for a very long time, and traders who wait for the old era to return will be disappointed. Politics can be predicted if we understand the constraints under which a politician acts and don't believe that it is simply random decisions. But to do that, we have to return to Adam Smith and recall the title of his greatest work, *The Wealth of Nations*. Note that Smith was writing about nations, about politics and economics -- about political economy.



References:

1. Smith, A., 1976, The Wealth of Nations edited by R.H. Campbell and A.S. Skinner, The Glasgow edition of the Works and Correspondence of Adam Smith, vol. 2a, p. 456.
2. The marginalist evolution http://www.razem.waw.pl/materialy/incl/libfile.php?PHPSESSID=1495030a5570fbc33c98ad33890a57aa&path=hme%2F&filename=hme9_18.pdf&action=download
3. C. Randall Henning, Eduard Hochreiter, Gary Clyde Hufbauer "Reviving the European union" Google books pp156-163
4. **ECONOMIC COMMISSION FOR EUROPE RECOMMENDATIONS ON HARMONIZED EUROPE-WIDE TECHNICAL REQUIREMENTS FOR INLAND NAVIGATION VESSELS** Resolution No. 61 pp 97-115
5. Brussels Wants All Eurozone Banks Under ECB Watch By: EurActiv September 1, 2012 <http://www.eurasiareview.com/01092012-brussels-wants-all-eurozone-banks-under-ecb-watch/>

ციცინო ბოჭენიძე

დოქტორანტი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თინათინ გუგუშაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი,
აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ფინანსური ბაზრები და ახალი პოლიტიკური რეალობა

რეზიუმე

პოლიტიკა და ბაზრები ყოველთვის ზემოქმედებდნენ ერთმანეთზე. ბაზარი თავის მხრივ ყვრდნობა ისეთ საფუძველს, როგორიცაა შეზღუდული პასუხისმგებლობის კორპორაცია. ის რაც ხშირად აღიქმება როგორც თავისთავად, ბუნებრივად მოცემული, სინამდვილეში არის პოლიტიკური მანევრი, ხრიკი, რაც საშუალებას აძლევს ინვენსტორს შეზღუდოს თავისი პასუხისმგებლობა. თუ როგორ იზღუდება ამ დროს პასუხისმგებლობა, ამას წყვეტენ პოლიტიკოსები. კორპორატიული კანონმდებლობა სამართლებრივი აქტების კრებულაა, ის სტიქიურად და ბუნებრივად არ ჩნდება, მას სახელმწიფო აწესებს და შემდეგ სწორედ ეს კორპორაციული კანონები განსაზღვრავენ ბაზარს.

ისტორიაში ცნობილია პერიოდები, როდესაც პოლიტიკა რაღაც დროის განმავლობაში ასეთ კანონებს არ

ეხება და ტოვებს უცვლელად. მაგრამ დგება დრო, როცა პოლიტიკა აქტიურად ერთვება ეკონომიკურ მოვლენებში. მეოცე საუკუნე - ეს იყო უნიკალური პერიოდი, როდესაც ბაზარი განუხრელად ყვაოდა და სამართლებრივ ბაზასთან მიმართებაში მთლიანობაში უცვლელი იყო. 2008 წლიდან მოყოლებული სტაბილურობის შენარჩუნება შეუძლებელი გახდა. თანამედროვე ინვესტორებს წინა თაობების გამოცდილებიდან გამომდინარე გაუჭირდათ ახალი რეალობის - ბაზრებზე პოლიტიკური აქტივობის - ნორმად და არა გამონაკლისად აღქმა.

ისეთ მოაზროვნეები, როგორებიც იყვნენ ადამ სმიტი და დავით რიკარდო, არასდროს არ მოიხსენიებდნენ ცალკე ტერმინს „ეკონომიკის“, არამედ იყენებდნენ მას პოლიტიკასთან კავშირში და უწოდებდნენ შესაბამის მეცნიერებას „პოლიტიკურ ეკონომიას“. ტერმინი „ეკონომიკა“ საერთოდ არ არსებობდა, სანამ 1880 წელს, მეცნიერთა ჯგუფმა, რომლებსაც მარგინალისტები ეწოდებოდათ, არ მოახდინეს ეკონომიკის მათემატიზირება და არ მოაშორეს ის პოლიტიკას. ამ დროიდან მოყოლებული, „ეკონომიკა“ განიხილება ცალკე, როგორც ავტონომიურად არსებული სოციალური მეცნიერება. ეკონომიკის და ფინანსების დაყვანამ მხოლოდ რაოდენობრივ მაჩვენებლებზე გააჩინა ილუზია, რომ მათემატიკოსებს შეეძლოთ ბაზრების პროგნოზირება მხოლოდ პოლიტიკის ჩაურევლობის შემთხვევაში. ეს რა თქმა შეუძლებელი იყო და ბაზრის ჰიპერ-რაოდენობრივმა ანალიზმა პოლიტიკური მოსაზრებების მხედველობაში მიუღებლად კიდევ უფრო გაამყარა ბაზრის რყევები.

კაცობრიობა ისევ აღმოჩნდა ისეთ ეპოქაში, როცა პოლიტიკური ფაქტორები დომინირებენ ეკონომიკურზე. პოლიტიკის პროგნოზირება შესაძლებელია თუკი გაგებული იქნება ის წინააღმდეგობები და შეზღუდვები რომლის ფონზეც პოლიტიკოსებს უწევთ მოქმედება. ალბათ დროა დავუბრუნდეთ ადამ სმიტს და გავიხსენოთ მისი დიდი წიგნის სათაური „გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ“. სმიტი წერს ერებზე, პოლიტიკასა და ეკონომიკაზე. ანუ, პოლიტიკურ ეკონომიაზე.

იზოლდა ხასიაი

ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მანანა ჭუმბურიძე

ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ტურისტული ინტერნეტ-პროექტები და მათი განვითარების პერსპექტივები

ტურიზმი დღეს – ეს არის გლობალური კომპიუტერიზირებული ბიზნესი, რომელშიც მონაწილეობენ უმსხვილესი ავიაკომპანიები, სასტუმროთა ქსელები, და ტურისტული კომპანიები მთელი მსოფლიოდან. თანამედროვე ტურპროდუქტი ხდება უფრო მოქნილი და ინდივიდუალური, უფრო მიმზიდველი და მისაწვდომი მომხმარებლისთვის. შეიძლება ითქვას, ინტერნეტის ქსელი აწვდის მომხმარებელს ადრე წარმოდგენილ შესაძლებლობებს თავისი ტურისტული პროდუქტის წარმოდგენისა და წაწვეისთვის მსოფლიო საზოგადოებაში.

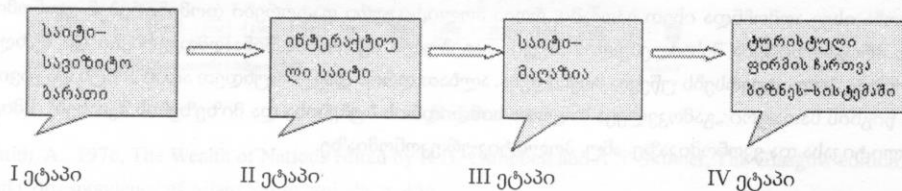
ტურიზმში ინტერნეტის უმარტივესი შესაძლებლობებია: ფირმის დამისიმონსახურებების შესახებ ინფორმაციის გავრცელება სხვადასხვა განცხადებების დაფებზე, ფორუმებზე, ფეისბუქზე და ა.შ. ქსელის ნებისმიერი მომხმარებელი შეიძლება გახდეს ტურისტული პროდუქტის მყიდველი. მაგალითად, საქართველოში ჩამოსულ ტურისტთა 10%-მა ინტერნეტიდან მიიღო ინფორმაცია საქართველოს შესახებ და მხოლოდ 1,2% ტურისტული სააგენტოდან, 4,6% – მედია საშუალებებით [2, გვ.20]. საიტებსაც, რომლებსაც მხოლოდ გაცნობითი ბუკლეტის როლი აქვთ, მოყავთ კომპანიის ოფისში (საიტის მფლობელი) 20%-მდე კლიენტი. აქ კი წარმატების გარანტიაა საერთაშორისო ქსელის მომხმარებელთა საერთო რაოდენობის მუდმივი ზრდა, რომელთაგან თითოეული პოტენციური მყიდველია ინტერნეტში გასაყიდი საქონლისა და მომსახურების.

ცხრილი 1

ინტერნეტ-მომხმარებელთა რიცხვი მსოფლიოში და საქართველოში 2000-2011წ.წ.¹

წელი	ინტერნეტ მომხმარებელი (% მოსახ.)	
	საქართველო	მსოფლიო
2000	0.5 %	5,3%
2006	7.6 %	18%
2009	22.2 %	24,7%
2010	28.3 %	32,7%
2011	30,2%	35%

შეგვიძლია გამოვყოთ ტურისტულ ბიზნესში ინტერნეტის ქსელის გამოყენების შემდეგი ძირითადი ეტაპები:



1. საიტის შექმნა მომსახურების სიით, რეკვიზიტებით, პრაის-ფურცლით, სურათებით (საიტი-სავიზიტო ბარათი) და სხვა ინფორმაციით. ამ შემთხვევაში საიტი წარმოადგენს დამატებით სარეკლამო საშუალებას, მაგრამ არ ხდება მომხმარებლის აზრის გათვალისწინება.

2. ინტერაქტიული საიტის შექმნა კლიენტების ფირმასთან სწრაფი კავშირისთვის ინტერნეტის მეშვეობით, რომელსაც შეუძლია მომხმარებლის მოთხოვნაზე ინფორმაციის გაცემა, შეკითხვებზე პასუხის გაცემა, ქონდეს ფირმასთან უკუკავშირის საშუალება (ფორუმი, პასუხი ხშირად დასმულ შეკითხვებზე, ინფორმაციის მოთხოვნის ფორმა და სხვა). ასეთი საიტი წარმოადგენს ფირმის ელექტრონულ ოფისს, ღომელიც ხელს უწყობს პოტენციური კლიენტების რიცხვის გაზრდას, მაგრამ მას არა აქვს შესაძლებლობა უშუალოდ მიიღოს მონაწილეობა ტურისტული მომსახურების რეალიზაციაში.

3. საიტ-მალაზიის შექმნა, რომელსაც შეუძლია მიიღოს ტურისტული მომსახურების გადასახადები, დაჯავშნოს საგზურები, ბილეთები, გააფორმოს ხელშეკრულება კლიენტებთან, აცნობოს მათ თავისუფალი ადგილების, საგზურების შესახებ და ა.შ. ასეთი საიტი ასრულებს ტურისტული მომსახურების რეალიზაციის სრულფასოვანი მექანიზმის ფუნქციას, იძლევა მენეჯერის განტვირთვის საშუალებას, რუტინული ოპერაციების შესრულების დაჩქარებით (გადასახადების მიღება, ქაღალდების მომზადება და ხელის მოწერა, კლიენტის მისვლა ოფისში).

4. ტურისტული ფირმის მიერთება სააბონენტო გადასახადის საფუძველზე ბიზნეს-სისტემებთან, რომლებიც ასრულებენ ზემოთ ჩამოთვლილ ფუნქციებს და არიან პასუხისმგებელი ბიზნესის უსაფრთხოებაზე. ამ შემთხვევაში სისტემა ასრულებს შუამავლურ ფუნქციას.

კვლევის შედეგები გვამლევენ შემდეგი დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობას:

1. საქართველოში 700-ზე მეტი ტურისტული კომპანიაა რეგისტრირებული, მაგრამ რეალურად მუშაობს 7-8%.

2. ტურისტული თემატიკის ქართული საიტების უმრავლესობა მუშაობს მხოლოდ კლიენტის ინფორმირებაზე. ტურისტული მომსახურების გაყიდვა ინტერნეტით ძალიან მწირია. ტურების დაჯავშნა ინტერნეტით შეადგენს არაუმეტეს 10% ტურისტული მომსახურების [1, გვ.34-38].

3. მთლიანად ტურის დაჯავშნა ინტერნეტით ყველა საჭირო საბუთების გაფორმებით საქართველოში შეუძლებელია მთელ რიგ მიზეზთა გამო:

¹ მტო 2012 წლის მონაცემების საფუძველზე - www.internetworldstats.com/stats.htm

- ვიზების გაფორმების პრობლემა მომხმარებლის ვებ-საიტების მეშვეობით ვირტუალური მომსახურების დროს. ამ დროს კლიენტი აწვდის სურათს და ხელს აწერს საელჩოს მიერ გაცემულ ანკეტას. თეორიულად ამის გაკეთება შეიძლება, ვინაიდან საქართველოში არის მიღებული კანონი ელექტრონული ციფრული ხელმოწერის შესახებ, მაგრამ საელჩოები ასეთ ხელმოწერებს არ ღებულობენ.

- ელექტრონული საგადასახადო სისტემების სუსტი გავრცელება. პლასტიკური ბარათების მფლობელები ყოველთვის არ ახორციელებენ ყიდვებს ინტერნეტით თაღლითების შიშით.

- ტურისტების უმრავლესობას ურჩევნია პირადად გასაუბრება მენეჯერთან საგზურის არჩევისას, რათა ქონდეს შესაძლებლობა მიიღოს რჩევა ტურის არჩევის დროს.

4. ტურისტული ინტერნეტ-პროექტების განვითარება ძალზე პერსპექტიულია თუ იქნება გადაწყვეტილი შემდეგი ძირითადი ამოცანები:

- უნდა ჩატარდეს გამოკითხვა კლიენტებს შორის და გაირკვეს რა სახის ინფორმაციას ეძებენ ისინი საიტზე, გასაუბრის მენეჯერს იმის შესახებ თუ რა სახის ინფორმაცია აინტერესებს კლიენტებს. ყველაზე ხშირად დასმულ შეკითხვებზე პასუხი შეიძლება განთავსდეს საიტზე (ნაწილში „ხშირად დასმული შეკითხვები“). ეს ზუსტად ის არის რაც აინტერესებს კლიენტებს როცა ისინი ცდილობენ პროდუქციის ან მომსახურების შეძენას.

- უნდა მოხდეს გაანალიზება მოგროვილი ინფორმაციის, დაიყოს ის ნაწილებად. ამ ნაწილების სათაურები იქნება ძირითადი მენიუს პუნქტები, რომლის დახმარებით მომხმარებელს შეეძლება საიტზე გადაადგილება.

- მენიუს სიის შედგენისას უნდა დავიცვათ ბალანსი „სიგანესა“ და „სიღმეს“ შორის, ანუ მენიუს პუნქტებს შორის. კვლევები გვჩვენებს, რომ „ფართო“ სტრუქტურები მუშაობენ „ღრმაზე“ ეფექტურად, აძლევენ მომხმარებელს „არა ღრმა“ სტრუქტურებში უფრო სწრაფად ინფორმაციის მოძიების შესაძლებლობას.

- მომხმარებელს რომ გაუმარტივდეს საჭირო ინფორმაციის ძიების ამოცანა, მენიუს პუნქტები საიტზე შეიძლება დავაჯგუფოთ ნაწილების (დანაყოფების) მიხედვით. ეს იძლევა საიტზე მარტივად ორიენტაციის საშუალებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ხასაია ი, ტურისტული ინტერნეტ-რესურსების გამოყენების მდგომარეობა საქართველოში. მეხუთე საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინტერნეტი და საზოგადოება“, გვ. 34-38, ქუთაისი, 2011– www.inso.ge
2. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს კვლევის შედეგები, 2010, გვ.20–http://br.librosintinta.in/biblioteca/ver-pdf/www.gnta.ge/upload/file/9_Tve_saqarTveloSi_Camosuli_saerTaSoriso_vizitorebis_statistika.pdf.htm
3. www.internetworldstats.com/stats.htm

Izolda Khasaia

Associate Professor, Akaki Tsereteli State University

Manana Chumburidze

Associate Professor, Akaki Tsereteli State University

TOURISM INTERNET - PROJECTS AND THEIR DEVELOPMENT PERSPECTIVES

Tourism Today - this is a computerized global business, which involves major airlines, hotel chains, and tour companies from around the world. Modern turproduct becomes more flexible and individualized, more attractive and accessible to the user. We can say that Internet network provides customers with the incredible abilities of its tourism product presentation and promotion for the world community.

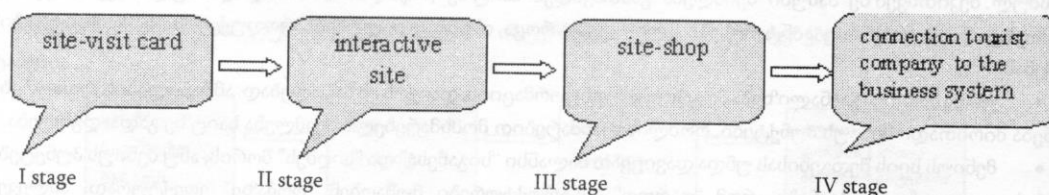
The simplest possibility of the Internet in tourism: dissemination of information about firm and its services of information boards, forums, facebook, etc. Any user may become a net buyer of the tourism product. Web-sits who have a role in the induction booklet to grow the company's office (site owner) 20% - to the client. For example, 10% of tourists who came in Georgia received information about Georgia from the Internet and only 1.2% from a travel agency, 4,6% - from media[2, p.20].

There is a constant increase in the total number of customers guarantee the success of the network, each of which is a potential buyer in the sale of goods and services over the internet.

Internet Users in the World and Georgia, 2000-2011 y. y.²

year	Internet Users (% Population)	
	Georgia	World
2000	0.5%	5.3%
2006	7.6%	18%
2009	22.2%	24.7%
2010	28.3%	32.7
2011	30.2%	35%

We can identify the main stages of the Internet using in the tourism business:



5. Create the web-site with a list of your services, requisites, price - sheet, images (site - business card), and other information. In this case, the site is an additional advertising medium, but not taken into account the views of users.

6. Site created an interactive firm for clients in a fast connection via the Internet, the user can request information, answer questions, firms have the opportunity to feedback (forums, answers to frequently asked questions, information request forms, etc.). This site is the firm's electronic office, which contributes to the increase in the number of potential clients, but it does not have the opportunity to directly participate in the sale of travel services.

7. Create a site-shop, which can make travel services taxes, booking passes, tickets, enter into an agreement with its clients, to inform them about free seats, ticket, etc. This site serves as a viable mechanism for the sale of travel services function, provides the ability to facilitate the work of the manager, speeding up the performance of routine operations (for reception, preparation and signing papers, clients visit of office).

8. The tourist firms on based subscription fees connection with business - systems that perform the functions listed above and are responsible for the security of the business. In this case, the system performs the mediation function.

Research results allow us to draw the following conclusions:

4. In Georgia, registered tour companies more than 700, but it really works 7-8%.

5. Tourist themes most of Georgian websites are working only to inform the customer. Tourist services sold over the Internet are very poor. Tour reservations on the internet is not more than 10% of tourist services [1, p.34-38].

6. In Georgia, can not be fully Reserve tour by using the Internet for a number of reasons:

- problem registration of the visa through the website of the user on the virtual service time. This time client provides a picture and signs the form issued by the embassy. Theoretically it can be done, as in Georgia's law on electronic digital signatures, but the signatures do not take embassies.

- poor distribution of electronic payment systems. Visa cardholders are not always carried out by the fear of buying over the Internet swindlers.

- Most of the tourists prefer to speak to the manager of the tour for choosing to have the opportunity to receive advice during the election run-off.

4. Development of Touristic Internet - projects is a very promising If will be decided the following main tasks:

- The survey should be conducted among the customers and find out what types of information they are looking for on the site, interview the manager about what kind of information to interested clients. The answer most frequently asked

² Based on data WTO 2012 y. - www.internetworldstats.com/stats.htm

questions can be placed on the site (part of the “frequently asked questions”). This is exactly what he needs to know his clients when they try to purchase products or services.

- Will be analyze the collected information, it is divided into parts. These parts will be the main menu of the titles, which help the user to be able to move around the site.
- compiling a list of the menu must keep a balance, “width” and “depth” of the menu points. Research has shown that “large” structures work “on Deep” effectively, give the user “not deep” structures for faster retrieval of information.
- The user information search task that required more comfortable, you can group a menu of parts (units) by. This allows for easy orientation of the site .

References:

1. I. Khasaia. Touristic Internet - resource use situation in Georgia. Fifth International Scientific - Practical Conference “Internet and Society”, Kutaisi, Georgia, 2011, p.34-38- www.inso.ge
2. http://br.librosintinta.in/biblioteca/ver-pdf/www.gnta.ge/upload/file/9_Tve_saqarTveloSi_Camosuli_saeTaSoriso_vizitorebis_statistika.pdf.htm
3. www.internetworldstats.com/stats.htm

იზოლდა ბასია

ასოცირებული პროფესორი.

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მარინა ტყეშელაშვილი

დოქტორანტი.

კიევის ნაციონალური სავაჭრო-ეკონომიკური უნივერსიტეტი

ტურისტული მომსახურების სპეციფიკა და მისი შეფასების მეთოდი

მომსახურების ბაზრის ერთერთი ყველაზე დინამიურად განვითარებადი მიმართულებაა ტურისტული მომსახურების ბაზარი. როგორც წესი აქ მომსახურება არ იძენს მატერიალურ/ნივთიერ ფორმას და ამ სპეციფიკიდან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ მომსახურება არ არსებობს მის მიწოდებამდე, ე.ი. პროდუქტი იქმნება მომსახურების გაწევის/მიწოდების პროცესში.

ტურისტული მომსახურების მრავალფეროვნების მიუხედავად, მათ გააჩნიათ საერთო მახასიათებლები:

- მიღებამდე შეუძლებელია მათი დანახვა, დემონსტრირება, დაგეგმვება ან შესწავლა;
- მომსახურების გაწევა არის შესაძლებელი მხოლოდ მაშინ როცა კლიენტიდან შემოდის შეკვეთა;
- მომსახურების ხარისხი მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული იმაზე თუ ვინ, სად და როდის აწვდის

მას;

- შეუძლებელია მომსახურების შენახვა შემდგომი გაყიდვისათვის.

მომსახურების ზემოთ აღნიშნული თავისებურებები განაპირობებენ თავის მხრივ მომხმარებლის მიერ მათი აღქმის თავისებურებებსაც და საბოლოო ჯამში ამ სფეროს მარკეტინგის თავისებურებას. მისი მთავარი ამოცანაა დაეხმაროს კლიენტს საწარმოსა და მისი მომსახურების შეფასებაში. ყველა ტურისტული მომსახურება (რომელიც აკმაყოფილებს ტურისტების სხვადასხვა მოთხოვნებს და ექვემდებარება გადახდას მათი მხრიდან) დაწყებული სატრანსპორტოდან და დამთავრებული შუამავლური მომსახურებით, შეადგენს ტურისტულ პროდუქტს.

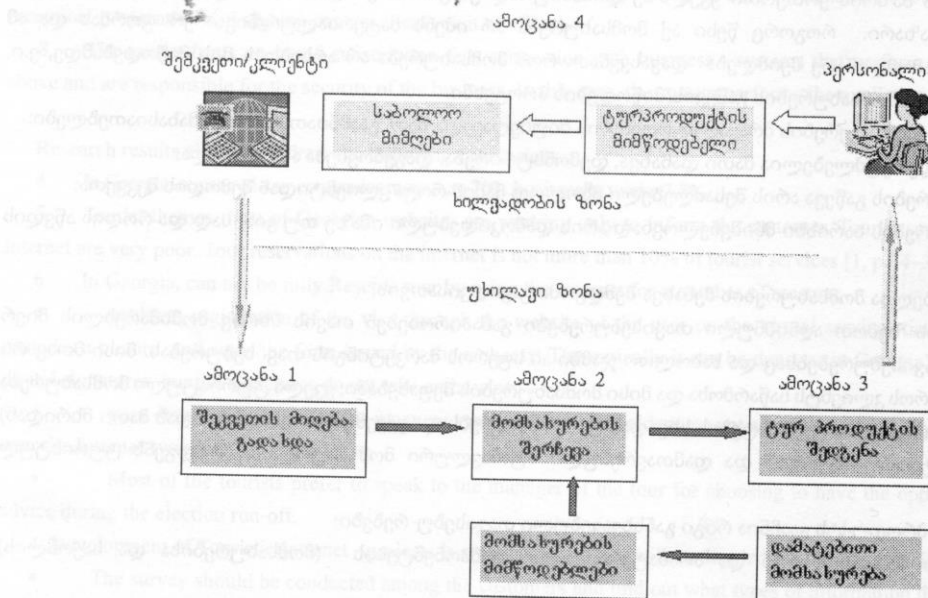
ტურისტულ პროდუქტს გააჩნია რიგი განსხვავებული თავისებურებები:

- ის არის მატერიალური და არამატერიალური კომპონენტების (მომსახურებისა და საქონლის) კომპლექსი;
- მოთხოვნა ტურისტულ მომსახურებაზე ელასტიურია შემოსავლისა და ფასების დონესთან მიმართებაში, მაგრამ ბევრად არის დამოკიდებული სოციალურ პირობებზეც;

- მომხმარებელი, როგორც წესი არ ხედავს ტურპროდუქტს მის მოხმარებამდე, მოხმარება კი უმეტეს შემთხვევაში ხორციელდება უშუალოდ ტურისტული მომსახურების წარმოების ადგილას;
- მომხმარებელმა უნდა დაძლიოს მანძილი, რომელიც აშორებს მას პროდუქტისა და მოხმარების ადგილს და არა პირიქით, აგრეთვე დამოკიდებულია დროსა და სივრცეზე;
- ტურისტული მომსახურება არ შეიძლება იყოს გადატანილი სხვა ადგილას, ის შეიძლება იყოს გამოყენებული მხოლოდ უშუალოდ ადგილზე (სეზონის ბოლოს სასტუმროს, აეროპორტის, კურორტის გადატანა სხვა რეგიონში შეუძლებელია), ე.ი. შეუძლებელია მისი მორგება მოთხოვნის ცვლილებაზე დროის მიხედვით;
- ტურისტული პროდუქტი იქმნება ბევრი საწარმოს ძალისხმევით. ყოველ მათგანს გააჩნია მუშაობის საკუთარი მეთოდები, სპეციფიური მოთხოვნები და განსხვავებული კომერციული მიზნები;
- ტურისტული მომსახურების მაღალი ხარისხი არ მიიღწევა უმნიშვნელო/მცირე ხარვეზების არსებობის შემთხვევაშიც, ვინაიდან ტურისტების მომსახურება შედგება ამ მცირე დეტალებისაგან;
- ტურისტული მომსახურების ხარისხის შეფასება განსხვავდება მნიშვნელოვანი სუბიექტურობით: მომხმარებლის შეფასებაზე დიდ გავლენას ახდენენ პირები რომლებიც უშუალოდ არ არიან კავშირში შეძენილი მომსახურების პაკეტთან, მაგალითად, ადგილობრივი მოსახლეობა, ტურისტული ჯგუფის წევრები და სხვა;
- ტურისტული მომსახურების ხარისხზე გავლენას ახდენენ გარე ფაქტორებიც, მაგალითად, ბუნებრივი პირობები, ამინდი, პოლიტიკა ტურიზმის დარგში, საერთაშორისო მოვლენები და ა.შ.

ტურისტული პროდუქტის ეს სპეციფიური თავისებურებები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ მარკეტინგზე და მის მართვაზე ტურიზმში [3].

ითვლება რომ ყველაზე მომგებიანი გზა მომსახურების მარკეტინგის წარმატებისთვის არის წარმოებისა და მომსახურების გაწევის მთელი პროცესის ვიზუალური წარმოდგენა, ე.წ. დიაგრამული პროექტირების მეთოდის (blue-printing)¹ გამოყენებით. დიაგრამული პროექტირების ტექნოლოგიის თანახმად უპირველეს ყოვლისა საჭიროა მომხმარებლისთვის მომსახურების გაწევის პროცესში შესასრულებელი ამოცანების „ხილვადობის ზოლის“ განსაზღვრა. დიაგრამის ხილვადობის ნაწილში თავსდება და ხდება ანალიზი მომსახურების გაწევის პროცესის ეტაპების და აქ გადასაწყვეტი ამოცანების. დიაგრამის უხილავ ნაწილში ხდება ამოცანების ანალიზი, რომელთა გადაწყვეტა ხდება მომსახურების წარმოების პროცესში. პროცესები ურთიერთკავშირშია, ექვემდებარებიან კონტროლს და ცვალებადია, ამოცანები კი ურთიერთშემცვლელია. ამ მეთოდის გამოყენებით ტურისტული პროდუქტის შეკვეთის (ტელეფონით ან ელ. ფოსტით) დიაგრამას ექნება შემდეგი სახე:



¹ პირველად შემოთავაზებულია მომსახურების მარკეტინგში ამერიკელი პრაქტიკოსისა და კონსულტანტის ლინ შოსტაკის მიერ,[1]

² ეს მაგალითი ანალოგია ლ.შოსტაკის „ყვავილების ტელეფონით შეკვეთის“ მაგალითის, ციტირებულია [2]-ში

ამ მეთოდის დახმარებით შეიძლება უფრო ზუსტი წარმოდგენის მიღება მომსახურების პროცესის შესახებ, ვიდრე სიტყვიერად აღწერისას. მომსახურების გაწევის გეგმა ხელს უწყობს მომსახურების შექმნას, შესწავლას და ტესტირებას ქაღალდზე, სანამ მოხდება მისი დანერგვა, შეიძლება იყოს გამოყენებული თანამშრომელთა სწავლებისას. აგრეთვე მომსახურების გაწევის გეგმა დაგეგმვის შეცდომებით გამოწვეული ხარვეზების ანალიზის საშუალებასაც იძლევა.

პრაქტიკაში მომსახურების ხარისხის ასამაღლებლად და სასურველი ეკონომიკური ეფექტის მისაღებად განხილული მეთოდის გარდა პერსონალისა და მომხმარებელთა შორის ურთიერთქმედების ანალიზის, მომსახურების პროცესის ხარისხის მოდელირებისა და შეფასებისთვის შეიძლება იყოს გამოყენებული სხვა მეთოდებიც [2]: „შეხების წერტილები“ (service encounter), სამომხმარებლო სცენარის მეთოდი, „რეინჟინირინგი“ (reengineering), სოციოგრამა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Shostack, L. G. Services positioning through structural change // Journal of Marketing 51 (January), 1987. Pp. 34-43
2. Новаторов Э.В. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 1—<http://www.dis.ru/library/market/archive/2001/1/344.html>
3. L. Shulgina, I. Khasaia, M. Tkeshelashvili. Indicators of Tourist Enterprises Marketing Management Effectiveness And Sustainable Development. XIV-th International Scientific Conference. Yundola, Bulgaria, 2012, p.84- http://oldweb.itu.bg/conferences/uur/2012/files/agenda_yundola_2012.pdf

Izolda Khasaia

Associated Professor. Akaki Tsereteli State University

Maryna Tkeshelashvili

Ph.D. Candidate. Kyiv National University of Trade and Economics

TOURISM SERVICES PECULIARITIES AND ASSESSMENT METHODS

Tourism services market is one of the most dynamically developed branches of service market. As a rule services are not here characterized by material/objective forms and according to this kind of specific character we may assume, that services actually do not exist until they are provided. Thus a product itself is created in the process of providing/delivering services.

Notwithstanding the multiplicity of tourism services they still are linked to each other according to some common features:

- services cannot be seen, demonstrated, assessed or studied until they are provided;
- service may be delivered only when a client makes an order;
- quality of services are much dependant on who, when and where delivers them;
- it's impossible to preserve services till they are sold again.

The listed peculiarities of services lead to distinctness of their assessment from their user's side, which in its turn creates idiosyncrasy of this marketing field. The primary task of the field is to assist clients in assessment of companies and their services. All tourism services (which satisfy tourists' different needs and are subject to payment by tourists) starting from transport including serving as intermediary are presented as a tourist product.

Tourist product has its own quite different singularities:

- it is a complex of material and non-material composites (services and goods);
- tourist services demands are flexible in relation to income and price level, but are much dependant on social conditions;
- a consumer, as a rule, doesn't see a tourist product until he/she uses it, while the process of consuming in large part takes place directly where the tourist service is produced;
- a consumer has to cover the distance between a product and place of consuming, not visa versa, so it also depends on time and space;
- tourist services cannot be replaced to a different place, they only can be used directly in a particular place (it's impossible to place a hotel, an airport, a resort in a different region at the end of a season), so it's impossible to adapt it according to changes in time and demands;
- a tourist product is created with participation of a variety of producers. Each of them works according to its' own methods,

specific demands and different commercial goals;

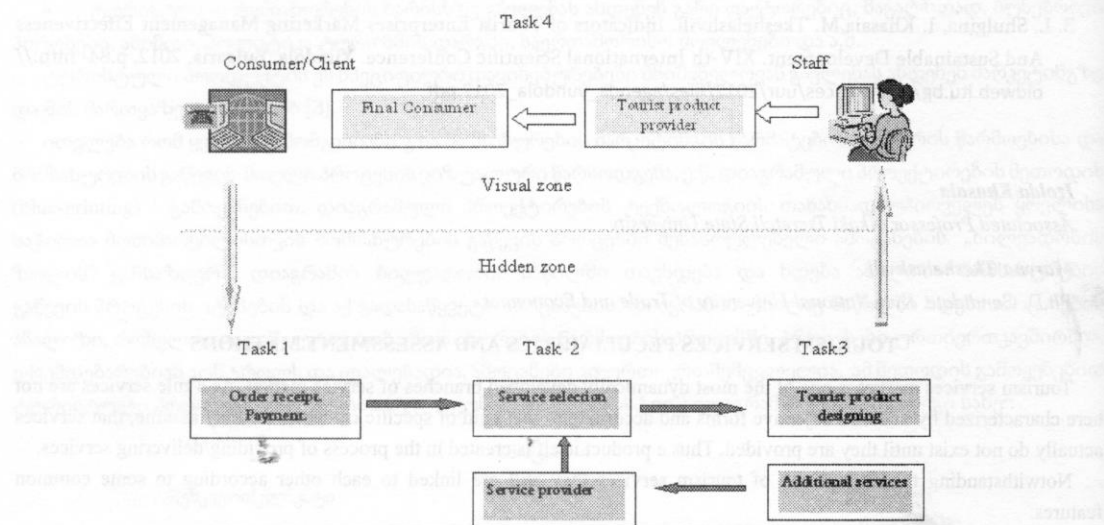
- high quality of tourist product cannot be achieved when there exist unparticular/little gaps, because tourist service consist of these small details;

- assessment of tourist services are characterized by a wide range of subjectivity: people, who are not directly connected to the consumed package, for example local population, members of a tourist group, etc., cause a considerable influence on the opinion of a consumer;

- outer factors also predetermine assessment of tourist services, for example natural conditions, weather, state policy in tourist sphere, international affairs, etc.

These specific peculiarities of tourist product considerably influence marketing and its management in tourism field [3].

It is considered that the best way for achieving success in marketing of services is a visual imagination of the whole process of production and service delivery, so called method of diagram designing (blue-printing)³. According to the technology of diagram designing the first and foremost it is necessary to foreseen a 'visual line', of tasks, which will be fulfilled in the process of providing services to a consumer. Stages of the process of providing services and appeared tasks are placed and analyzed in the visual part (Visual zone) of a diagram. Tasks that are fulfilled in the process of service production are analyzed in a non-visual (hidden zone) part of a diagram. The processes are interconnected, are controlled and flexible, wherever the tasks are interchangeable. According to this method a diagram for tourist service order (by phone or e-mail) looks like following⁴:



Thanks to the observed method it is possible to imagine the process of providing services more detailed than in case of just oral observation. A scheme of providing services help to produce services, to study them and test them theoretically before they are applied, it may be used in staff training. In addition, a scheme of providing services makes it possible to analyze the gaps which appear as a result of mistakes in scheming.

Other methods of analyzing the correlation between staff and a consumer, modeling quality of the process of serving and general assessment may also be applied in practice in order to raise the quality of services and to gain the wished economic results [2]: service encounter, method of consumer's script designing, reengineering, sociogram (diagram of groups' correlations in a society).

References:

1. Shostack, L. G. Services positioning through structural change // Journal of Marketing 51 (January), 1987. Pp. 34-43
2. E.V. Novatorov. Methods of designing and analysis of service processes in service marketing// Marketing in Russia and abroad. 2001. № 1—<http://www.dis.ru/library/market/archive/2001/1/344.html>
3. L. Shulgina, I. Khasaia, M. Tkeshelashvili. Indicators of Tourist Enterprises Marketing Management Effectiveness And Sustainable Development. XIV-th International Scientific Conference. Yundola, Bulgaria, 2012, p.84- http://oldweb.ltu.bg/conferences/uur/2012/files/agenda_yundola_2012.pdf

³ It was first suggested in service marketing by American practitioner and consultant Lin Shostack

⁴ The given is similar to L. Shostack's example of 'Ordering flowers by phone' quoted in [2]

თანამედროვე კრიზისის საერთო და სპეციფიკური თავისებურებები

კრედიტისა და ტრანსნაციონალური ბანკების თანამედროვე მდგომარეობა მაკრო დონეზე, შეიძლება შეფასდეს როგორც არაორდინალური. ზევრმა ეკონომისტმა გამოიყენა ეს არგუმენტი, რათა თანამედროვე ფინანსური კრიზისი წარმოეჩინათ, როგორც არსებულ სამეცნიერო ცოდნის მიღმა არსებული მოვლენა. თუმცა, ბაზრის არასტანდარტულობა სრულიად ექვემდებარება მეცნიერულ აღწერასა და საერთო ჯამში სრულიად შესაძლებელია მისი ახსნა არსებული სამეცნიერო გამოცდილებით. თუმცა არ უნდა გამოირიცხოს, რომ ღრმა ტრანსფორმაციების რაოდენობა კრედიტის ბუნებაში, ქმნის აუცილებლობას, რომ ეს ცვლილებები აისახოს მის თეორიაში, რაც მოითხოვს მისი მიდგომების ცვლილებას. მაგრამ ასე ხდებოდა ყოველთვის ციკლების ფაზების ცვლილებისას, როცა ირდევდა ჩვეული ტენდენციები და დგება ახალი ეტაპი კრედიტის განვითარებისა. ისტორია მოწმობს, რომ თითოეული ასეთი გადასვლისას, ხდებოდა არსებული ხედვის გადახედვა, თუმცა ეკონომიკური ციკლებისა და კრედიტის თეორია რჩებოდა უცვლელი და ამტკიცებდა მის აუცილებლობას.

საკრედიტო მეურნეობა მუშაობს „ბუნებრივი შერჩევის მეთოდით“ : მუდმივად ხდება მისი მექანიზმებისა და ინსტრუმენტების ცვლილება. მის ცალკეულ ელემენტებს, ხედვებსა და დაწესებულებებს შორის მიმდინარეობს კონკურენტული ბრძოლა, ამ პროცესში ცხოვრებას აგრძელებენ მხოლოდ ისინი, რომლებიც უკეთ შეესაბამებიან დროის მოხოვნებს. 1980-იან წლებში ჩიკაგოს სასაქონლო ბირჟის სპეციალიტებმა თავიანთი ბირჟის კონკურენტული პოზიციის შესუსტებით იყვნენ შემფოთებულნი. ამასთან თავისუფალი კაპიტალი ვერ პოულობდა ასახვას სასაქონლო ბირჟაზე და მოგების ძიების პროცესში ხდებოდა მათი გადინება სხვა მიმართულებით. ბრუნვის სტიმულირებისა და ლიდერობის შენარჩუნებისათვის, შეიქმნა და გამოიცა წარმოებული ფასიანი ქაღალდები. შედეგად მიღებულ ოქნა მოულოდნელი შედეგი : ახალმა სავაჭრო ინსტრუმენტებმა, სწრაფად ჰპოვეს გასაღება, თანაც არა მხოლოდ საბირჟო სპეკულიანტებთან. აღმოჩნდა, რომ მათ მოგვეცეს საშუალება სხვადასხვა ბაზრების ჰეჯირებისა, რამაც ბრუნვაში ჩართო არასაიმედო აქტივები, აამალა აქტივებისა და ფასიანი ქაღალდების ლიკვიდურობა, რომელთაც, საერთოდ არ ჰქონდა ლიკვიდურობა ან ჰქონდათ ძალიან დაბალი. ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, ფასიანი ქაღალდების საბირჟო ბრუნვა, გაიზარა ათჯერ. ხოლო კრიზისის გარიჟრაჟზე, ფასიანი ქაღალდების მოცულობამ გადააჭარბა მსოფლიოს შიდა პროდუქტს.¹ 2009 წლის საბირჟო ვაჭრობა და წარმოებული ფასიანი ქაღალდების არასაბირჟო ბრუნვა გახდნენ კრედიტის უმსხვილესი მომხმარებლები. მაგრამ დაკრედიტების მკვეთრი ზრდა არ განისაზღვებოდა მხოლოდ ვაჭრობითა და წარმოებული ფასიანი ქაღალდების მოცულობის ზრდით, არამედ საბოლოო მომხმარებლების ზრდით, რამაც განაპირობა საკრედიტო რესურსებზე მოთხოვნის ზრდა და შესაბამისად მოახდინა ეკონომიკური ზრდის დაჩქარება.

წარმოებული ფასიანი ქაღალდების მოცულობის მკვეთრი ზრდის მიზეზი გახდა, მიძინებული არალიკვიდური აქტივების გამოცოცხლება, რომლებიც დიდი ხნის განმავლობაში ჰქონდათ კრედიტორებს. დისკონტირება გახდა მთავარი მეთოდი სხვადასხვა ფინანსურ კონტრაქტებთან მიდგომისა, რომელმაც შედეგად შეიძინეს ლიკვიდურობა.

ახალი ფასიანი ქაღალდების ბრუნვის ზრდის პარალელურად მუშაობდა სახელმწიფო საკუთრების პრივატიზაციის მექანიზმი, რომლის ძალაც იზრდებოდა ახალი საბაზრო ეკონომიკის ფორმირების პარალელურად. ბრუნვაში ჩაერთვნენ ახალი ფასიანი ქაღალდები, რომელთა საფუძველსაც წარმოადგენდა პრივატიზებული ორგანიზაციები. ეს პროცესი ხდებოდა ყველგან – ეგვიპტიდან რუსეთამდე და ა.შ.შ.–დან დიდ ბრიტანეთამდე (სადაც პრივატიზაციის მორიგი ტალღა შეცვალა შახტებისა და საწრამო ინფრასტრუქტურის ცვლილებამ).

ახალი ფინანსური ინსტრუმენტების მკვეთრმა ზრდამ ბაზარზე განაპირობა დისპროპორცია და მეურნეობის დესტაბილიზაცია. გაიზარდა ფინანსურ და რეალურ სექტორს შორის წინააღმდეგობა. შედეგად, შეიცვალა ეკონომიკაში წამყვანი როლის მოთამაშე რეალური სექტორი, რომლის მომსახურესაც წარმოადგენდა ფინანსები. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ფინანსები ასრულებდნენ მეურნეობაში უდიდეს როლს, არა მხოლოდ რაოდენობრივი თვალსაზრისით და ზემოქმედებით წარმოებასა და ვაჭრობაზე.

მთლიანი საკრედიტო სისტემის ძირეული ტრანსფორმირება, განაპირობა საბაზრო ეკონომიკაში ახალი

ქვეყნების ჩართვამ. მეურნეობის გლობალიზაციამ და განვითარების კოორდინაციამ განაპირობა, რომ ეკონომიკური ზრდა შეჩერებული იქნა კრიზისით. კრედიტის განვითარების გადასვლამ გლობალური ციკლების ნაკადში მოითხოვა კრედიტის თეორიების გადახედვა. უწინარეს ყოვლისა, დაზუსტებას მოითხოვდა „ეკონომიკური კრიზისი“, „მსოფლიო საკრედიტო კრიზისი“ და „მსოფლიო საბირჟო კრიზისი“, ასევე „საკრედიტო ბაზარი“, „ფინანსური ინსტრუმენტები“ ცნებების დაზუსტება. შემდეგში დარჩა აუცილებლობა მოძებნილიყო საერთო ეკონომიკური და სპეციფიკური თავისებურებები კრიზისული პროცესებისა, სხვადასხვა ბაზრებზე და სხვადასხვა ქვეყნებში.

შესაბამისად, იკვეთება შემდეგი გარემოებები, რომლებიც კრედიტის ციკლს ორ სხვადასხვა ფაზად განსაზღვრავს: ორიენტირების შერწყმა კრიზისის წინა პერიოდში და რისკის სასარებლოდ კონსერვატივიზმის უკანა პლანზე გადაწევა, ხოლო კრიზისისას კონსერვატივიზმის წინა პლანზე წამოწევა. როგორც კი დაიწყება კრიზისი, სრულიად იცვლება სისტემის პოლარულობა და ავანსცენაზე გამოდის ორიენტირები, ხოლო არსებული ინაცვლებენ კულისებში.

რა არსი კრიზისი? მისი ერთერთი მნიშვნელობით იგი ნიშნავს რეალობასთან პირისპირ შეხვედრას. თანამედროვე კრიზისი სწორედ ამის ნათელი მაგალითია. რა უნდა ვისწავლოთ თანამედროვე კრიზისის საერთო და სპეციფიკური თავისებურებებისაგან? ის რაც მან მოიტანა ახალი და შეუუთვისოთ დაგროვილ ცოდნას. როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ საკრედიტო მეურნეობის მუშაობის „ბუნებრივი შერჩევის მეთოდით“ მოწმობს, რომ საკრედიტო მეურნეობა ყოველთვის შობს ისეთ ინსტრუმენტს, რომელიც ეფექტურად მოახდენს, თავისუფალი ფულადი ფონდების მობილიზებას სისტემაში, თუმცა ეს ინსტრუმენტები შეიძლება ზედმეტად რისკის შემცველიც იყოს. არა მხოლოდ საკრედიტო სისტემისათვის, ზოგადად თანამედროვე ბაზრებისათვის დამახასიათებელია, შეფუთვისა და პიარის ხარჯზე საქონლისა და მომსახურებისათვის ფასის მაქსიმალური გაზრდა. შესაბამისად ამ კანონზომიერებაში აბსოლუტურად ჯდება, წარმოებული ფასიანი ქაღალდების ხარჯზე, არალიკვიდური და ბაზრის ამ სეგმენტისათვის „მკვდარი“ აქტივების გაცოცხლება, ლიკვიდურ აქტივებთან მათი კომბინაციის ხარჯზე. რაც უფრო დიდია ბაზარი და საკვანძო ეკონომიკისათვის, მსგავსი გარიგებების შედეგები მით უფრო მტკივნეულად აისახება ეკონომიკაზე. ამასთან კრიზისის დადგომის ფაქტი, წარმოადგენს მხოლოდ დროის საკითხს, ანუ როდის მიაღწევს ბაზარი ასეთი პროდუქციით გაჯერების წერტილს. რადგან რეალურ და ნომინალურ ცვლადებს შორის დისპროპორცია დროის პარალელურად იზრდება. განსაკუთრებით მტკივნეული კი ეს მოვლენა არის ფინანსურ სეგმენტში, სადაც კრიზისული პროცესის ბაზრის ან ლოკალური გეორგაფიული მდებარეობის შიგნით ჩაკეტივის საშუალებას უკვე ადარ იძლევა. ჩვენ მივედით მეორე უმნიშვნელოვანეს საკითხამდე, რომელსაც ჰქვია გლობალიზაცია. რატომ უნდა გლობალიზაცია არ წარმოადგენს ცალსახად უარყოფით მოვლენას, თუმცა სპეკულაციური პროდუქტებისა და მისი უარყოფითი შედეგების გავრცელების თვალსაზრისით იგი ნამდვილად წარმოადგენს „მასობრივი განადგურების იარაღს“.

ასევე უმნიშვნელოვანესი ფაქტია, რომ კრედიტის განვითარებას გააჩნია ციკლური ხასიათი, რომელსაც ვერა-ვინ გაექცევა საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. შესაბამისად, ბუნებრივი შერჩევის მეთოდთან ერთად ეს ფაქტორი წარმოადგენს იმ ბუნებრივ მიზეზებს, რომლებიც კრიზისს ხდის კრედიტის განვითარებისათვის გარდაუვალ თანმდევ მოვლენად. შესაბამისად ის ილუზია და მოლოდინი, რომელიც ფინანსურ ბაზარზე, წარმოებული ფასიანი ქაღალდების გამოჩენასა და მარეგულირებელი სტრუქტურების შესაძლებლობების გადაჭარბებულად შეფასებას მოჰყვა (თითქოს სისტემამ შეძლო მოემეხნა, რისკების დაზღვევის უნივერსალური მექანიზმი) იყო აბსოლუტურად არარეალური და მოჩვენებითი, ხოლო მოსალოდნელი კრიზისი პროგნოზირებადი. შესაბამისად, არათუ აღიარება, არამედ მიზნადაც კი არ შეიძლება დასახვა იმისა, რომ საკრედიტო სისტემა შეძლებს კრიზისის გარეშე ცხოვრებას, რეალური მიზანი შეიძლება იყოს კრიზისზე მართვის არ დაკარგვა და მისი სიღრმის, გავრცელებისა და ხანგრძლივობის დაჭერა მაქსიმალურად მცირე მასშტაბებში. მსგავსი დამოკიდებულება კრედიტის მიმართ, გამორიცხავს ყოველგვარი არაჯანსაღი მოლოდინის გაბატონებას, რაც ბაზარს უკარგავს რეალობის შერყმებას და ხელ-ფეხს უხსნის სპეკულაციას.

როგორი უსაფრთხოც უნდა იყოს საკრედიტო სისტემა, იგი ვერასოდეს გაექცევა კრედიტის ბუნებას. ყოველი ინსტრუმენტიც რომელიც ამ სისტემაში დაიბადება, აუცილებლად იქნება მატარებელი მისი ბუნებრივი თვისებებისა.

GENERAL AND SPECIAL IN MODERN CREDIT CRISIS

The current state of the credit and transnational banks at household level are perceived as extraordinary. Many economists had added to the arsenal such formulation and had try to prove that financial crisis of 2008 are beyond exist scientific knowledge. However the non-standard of the market quite gave in to the scientific description and as a whole spoke by means of existed scientific knowledge. That, however, did not exclude availability of deep transformations in the credit and necessity are more their than reflected in it of the theory that demanded revision of many positions and approaches. But so occurring each time at change of phases of a cycle when habitual tendencies broken and transition to a new stage of development of the credit are planned. The history testified that at each such transition there were a revaluation of many habitual knowledge, but basic positions and conclusions of the theory of the credit and the theory of an economic cycle again and again prove to be true and key role of the value.

The credit economy acted with "a method of natural selection": it the toolkit constantly grew and the mechanism developed, there are an original competitive struggle and a choice between separate are more its elements, links and organizations during that what met the requirements of time more better survived only. In 1980th years specialists of the Chicago board of trade disturb by decrease in competitive positions of the stock exchange. Thus spare capitals did not find applications at commodity exchange and in search of profits in other places. For stimulation of turnover and preserving of leadership derivative papers have been develop and implement. The unexpected result was received: new trade instruments had quickly achieved unqualified success not only from stock exchange gamblers. It had appeared that they had allowed to hedge to (insure) various risks that had involve unreliable assets in turnover, had increase liquidity low-liquid and even completely not best-selling securities and assets. For last decade exchange turnover of new papers had grew in 10 times. On the start of crisis the volume of derivative securities had exceed a world total product. Exchange trading and off-exchange turnover of derivative papers become large consumers of the credit. But sharp growth of crediting were determined by not so much trade and growth of derivatives, how many involving in credit processes of ultimate consumers that had allow to expand demand and, accordingly, to force economic growth.

Involving in a market turnover of earlier immobilized assets – poor (or provide with assets with insufficient liquidity) debt obligations, mortgage loans who for many long years late at creditors, and the papers issued for involving in turnover of assets (financial and not financial), behind frameworks of the market becoming other party of introduction of new derivative papers. Discounting becoming the basic method of work with many financial contracts who received liquidity. In a direction of growth of turnover of new securities the flywheel of privatization of the state property which force increasing in process of formation of new market economies working. In circulation new securities of the privatized enterprises act. It occurring everywhere – from Egypt to Russia and from the USA to Great Britain (where the next wave of privatization replacing nationalization of mines, the infrastructural enterprises).

Excessively fast growth of the market of new financial tools causing disproportions and destabilizing an economy. The contradiction between financial and real sectors increasing. As a result, the habitual structure of economy with a support on material sector in which the finance carry out serve functions were deform; for the last pair decades the finance even more often become solved in an economy and in the quantitative plan, and with a position of influence on production and trade, and owing to increase of level of relative independence of development.

Radical reorganization of all system of the credit are prepared by transition for market economy of the new countries, globalization of an economy and change of co-ordinates of development – economic growth had been stop by crisis. Transition of development of the credit in a channel of global cycles had demand reconsideration of the theory of the credit. First of all, "credit crisis", «world credit crisis» and «world exchange crisis», and also "credit market", «financial tools» need specification of concept. Further there were a necessity of search of general laws and specific features of crisis processes in the different markets and floors of the credit, in the different countries.

So, the following circumstance who determined the credit on two different phases of a cycle are allocated: displacement of reference points in system "risk conservatism" for benefit of risk on the threshold of crisis and conservatism – during crisis. As soon as crisis burst, polarity of system completely changed and on a proscenium new reference points was removed, and earlier in the lead moved for side scenes.

What means a crisis? One meaning of it is, to meet reality face to face. Modern crisis is the good example of it. What we have to learn from crisis? We should get new experiences and make our knowledge more complete. The natural selection method existence in credit economy means, that the credit economy always can create instrument which can accumulate capital in the system, but this instruments can include high range of risks. In the modern market systems, maximum high prices usually are made by PR and attractive packages. According this process in the financial market was create derivatives, by combination non liquid assets with more liquid assets, and happened Resurrection of the "died" assets. As important and big is the market, as big damage can give it for economic, which can give a speculation. When the system is polluted with speculation, crisis is the issue of Time, when will be market saturated with this operation, PR and attractive packages cannot hide reality and we have a crisis. This moment especially heavy is in financial system, where we cannot lock crisis in a local market. In this job, crisis use a globalization, as a "weapons of mass destruction". Of, course globalization does not have only negative results, but it can be good conductive of this.

Credit is category with cyclical nature and this is inevitable in the market economy and it with "the method of natural selection" it gives the reasons for crisis. So crosses in the credit culture is inevitable, illusion and expectations, which born, when derivatives were established in the financial market, (as it was the universal way of securitization and diversification of risks) were unreal and the expected crisis predictable. So not only recognized should not be: "credit system without crosses", also system management should not be targeted on this. Real target in this field can be manageable crisis with small amount of loses.

Main mistake of system was unreal expectations, which was about derivatives. Nothing can change credit cycle nature.

კონსტანტინე ხმაღაძე

ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი. საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო

რეგიონული განვითარების მეთოდოლოგიური უზრუნველყოფის ასპექტები

რეგიონის ეკონომიკური განვითარების მენეჯმენტის მნიშვნელოვან მექანიზმს სტრატეგიული ტერიტორიული დაგეგმვა წარმოადგენს. იგი გულისხმობს პერსპექტივაში მართვის ობიექტის ქცევის განსაზღვრასა და ისეთი გადაწყვეტილებების შემუშავებას, რომელთა რეალიზაცია უზრუნველყოფს მის ეფექტიან ფუნქციონირებას, ობიექტის სწრაფ ადაფტაციას ცვალებად გარემო პირობებთან.

ტერმინ „სტრატეგიულ დაგეგმვასთან“ ერთად აუცილებლად მიგვაჩნია, მასთანაზრობრივად მონათესავე ცნებების განმარტება, რადგან ხშირად, პრაქტიკაში ვხვდებით მათ აღრევასა და არასწორ ფორმულირებებს.

რეგიონის ეკონომიკური განვითარების კონცეცია - ეს არის ზედგათა სისტემა სტრატეგიული მიზნებისა და განვითარების პრიორიტეტების შესახებ, სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითადი დებულებები და მიზანთა რეალიზაციის საშუალებები. კონცეპტუალური მიდგომების შედეგად ყალიბდება რეგიონის განვითარების სტრატეგიის ძირითადი დებულებები.

რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროგრამა წარმოადგენს კონცეპციისა და სტრატეგიის მიზანდასახულობათა რეალიზაციის ანალიტიკურ დოკუმენტს. იგი მოიცავს რესურსებით უზრუნველყოფილ, შემსრულებლებისა და ვადების მიხედვით გაწევილ ღონისძიებათა ერთობლიობას.

რეგიონის განვითარების სტრატეგია, თავისი არსით უნდა წარმოადგენდეს კომპლექსური, სისტემური ხასიათის დოკუმენტს. ეს ნიშნავს, რომ პრიორიტეტების ფორმირება უნდა განხორციელდეს ადმინისტრაციულ-ტერიტორიული ერთეულის განვითარების საპროგნოზო სოციალურ-ეკონომიკური მახასიათებლების მთელი ერთობლიობის გათვალისწინებით. ამასთან, განვითარების სტრატეგიული მიზნებისა და მათი რეალიზაციის მექანიზმების განსაზღვრის დროს გათვალისწინებულ უნდა იქნას მრავალი სუბიექტის ურთიერთდამოკიდებულებასხვადასხვა იერარქიულ დონეზე: ადგილობრივი (მუნიციპალური), რეგიონული, რეგიონთაშორისი და ფედერალური.

აღნიშნულიდან ნათლად სჩანს, რომ რეგიონული განვითარების ცალკეული ღონისძიებები უნდა გამომდინარეობდნენ რეგიონის კომპლექსური განვითარების საერთო ინტერესები და შეფასებულ უნდა იქნას რეგიონის როგორც ერთიანი სისტემის ფუნქციონირების ეფექტიანობის კრიტერიუმებისა და ინდიკატორების საფუძველზე.

ამ მიმართებით, სრულყოფას მოითხოვს ჩვენს ქვეყანაში მიმდინარე რეგიონული ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციის პროგრამა. მისი ინტენსივობისა და ფართო მასშტაბების მიუხედავად, ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციის ღონისძიებები ატარებენ არასისტემურ ხასიათს, რაც ამცირებს აღნიშნულ სფეროში ინვესტირებული რესურსების უკუგების პარამეტრებს.

ქვეყანაში უნდა ჩამოყალიბდეს რეგიონული ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციის პროცესის რეგულირების ერთიანი სისტემა, რაც მოიცავს დაფინანსების სხვადასხვა წყაროს ხარჯზე განხორციელებული საინვესტიციო პროექტების შერჩევას, ფინანსირების მოცულობების განსაზღვრას, კოორდინაციასა და შესრულებაზე მონიტორინგს.

ინფრასტრუქტურის თანამედროვე მოთხოვნების დონეზე სრულად მოწყობისა და მოწესრიგებით, მომზადდება საფუძველი და წინაპირობები კომპლექსური ხასიათის რეგიონული სოციალურ-ეკონომიკური ამოცანების გადასაწყვეტად.

დღის წესრიგში დადგა საკითხი ინფრასტრუქტურაში ინვესტირებული რესურსების უკუგების შესახებ, რაც გულისხმობს სამეწარმეო ბრუნვაში მათ მაქსიმალურად ჩართვასა და სარგებლიანობას წარმოების განვითარების, დასაქმების ზრდის, შემოსავლების მატებისა და სხვა სოციალური პრობლემის მოგვარების სახით.

რეგიონული განვითარების მეთოდოლოგიური საფუძვლების შესაქმნელად მუშაობა უნდა გაძლიერდეს შემდეგი მიმართულებებით:

პირველი რეგიონებში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესების ანალიზი და შეფასება.

იგულისხმება რეგიონების განვითარების დონის ანალიზი ეროვნულ ანგარიშთა სისტემის მაჩვენებელთა მიხედვით (წარმოების, შრომის, ფინანსური, საწარმოო და სოციალური ინფრასტრუქტურის სფეროთა მაჩვენებლები, სამეწარმეო სტატისტიკა). შედეგად, განისაზღვრება ცალკეული მხარის (მათ შორის მუნიციპალიტეტების) ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკაში, რეგიონული განვითარების საშუალო დონე და შესაბამისად - შედარებით განვითარებული და ნაკლებგანვითარებული, ანუ დეპრესიული რეგიონები. ანალიტიკურმა მასალამ უნდა მოიცვას:

- რეგიონის (მხარე, მუნიციპალიტეტი) ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა, საგანმანათლებლო, ჯანდაცვის, კომუნალური მომსახურებისა და სხვ. ობიექტების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა; ადგილობრივი გზების კეთილმოწყობის ხარისხი; მოსახლეობის ენერგოუზრუნველყოფა, ელექტროენერგიის მიწოდების მდგომარეობა (გამრიცხველიანება, გადახდა);

- საინვესტიციო პროექტების მიმდინარეობა და მათი განხორციელების შედეგად მიღებული სოციალური ეფექტი, გამოხატული კონკრეტულ პარამეტრებში: ელექტროენერგიის, გაზის, წყლის მომხმარებელთა რიცხვის ზრდა; გამრიცხველიანებულ აბონენტთა რაოდენობის მატება, სატრანსპორტო მიმოსვლის (მგზავრთა და ტვირთების ნაკადების) ზრდა; სკოლამდელი, ზოგადსაგანმანათლებლო, ჯანდაცვის, კულტურის, სპორტის, განმაჯანაღებელი და სხვ. ორგანიზაციების მუშაობის მაჩვენებლების გაუმჯობესება და ა. შ.

- მეწარმეობის განვითარება. ინფრასტრუქტურა, სტაბილური ენერგომომარაგება, გამართული კომუნიკაციები და სხვ. უშუალოდ აისახება მეწარმეობისა და ინვესტიციების ზრდაში. შესწავლილ უნდა იქნას რეგიონებში რეგისტრირებულ და მოქმედ სწარმოთა მახასიათებლები საქმიანობის ძირითადი სფეროების მიხედვით, მათი გადახდები ბიუჯეტში, რეგიონების წვლილი ქვეყნის მშპ-ში, მნიშვნელოვანი სამეწარმეო პროექტები, მათ შორის უცხოური კაპიტალის მონაწილეობით, საექსპორტო პოტენციალი და ა. შ.

- მოსახლეობის დასაქმება, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა. დასაქმებისა და უმუშევრობის დონე. მიგრაციის მდგომარეობა.

- სასოფლო-სამეურნეო მიწების პრივატიზებისა და დამუშავების მდგომარეობა; ფერმერთა უზრუნველყოფა სათესლე მასალებით, ტექნიკით, შხამ-ქიმიკატებით, მიწის იჯარიდან შემოსავლების მობილიზაციის მდგომარეობა და სხვ.

- ადგილობრივი ბიუჯეტი და ურთიერთობა ცენტრალურ ბიუჯეტთან; თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტების დროულად მიღების მდგომარეობა; ტრანსფერები; ადგილობრივი გადასახადი და მოსაკრებლები

(სახეების მიხედვით); გადასახადებისა და არასაგადასახადო შემოსავლების მობილიზაცია. ადგილობრივი ბიუჯეტების შესრულება; ადგილობრივი ბიუჯეტის გადასახდელები (ხარჯები).

ზემოაღნიშნული ანალიტიკური მასალა შესაძლებლობას მოგვცემს:

- რეგიონების მიმართ განხორციელდეს ეფექტიანი სელექციური მიდგომა, კერძოდ, საინვესტიციო რესურსები განაწილდეს არა პროპორციულად, ზოგადი დემოგრაფიული მაჩვენებლებისა და მნიშვნელოვანწილად სუბიექტური შეფასებების მიხედვით, არამედ, -კონკრეტული ინფრასტრუქტურული საჭიროებების მიხედვით, სამხარეო კუთვნილების მიუხედავად;

- მეტი ყურადღება დაეთმოს დეპრესიულ რეგიონებს, მათი განვითარების დონის გამოთანაბრების უზრუნველსაყოფად;

- მეტი მიზანდასახულობა და ეფექტიანობა იქნას მიღწეული დაფინანსების სხვადასხვა წყაროს ხარჯზე განხორციელებული საქმიანობის კოორდინაციის სფეროში.

მეორე, პროგრამული საქმიანობა.

აღსანიშნავია, რომ სამინისტროები და აუწყებები, სამხარეო ადმინისტრაციები და თვითმმართველობები საჭიროებენ ორგანიზაციულ და მეთოდოლოგიურ დახმარებას, რათა მათ განახორციელონ, შესაბამისად, დებულებით, „ადგილობრივი თვითმმართველობის შესახებ“ ორგანული კანონითა და საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულებით განსაზღვრული უფლებამოსილებანი ეკონომიკის რეგულირების სფეროში. აქ, უპირველეს ყოვლისა, იგულისხმება:

- სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების რეგიონული პროგრამების შემუშავება. რეგიონული პროგრამების შედგენა უნდა გახდეს ის მექანიზმი, რომლის მეშვეობითაც მოხდება რეგიონული განვითარების სტრატეგიის მიზანდასახულობათა რეალიზაცია, უწყებრივი და ტერიტორიული ინტერესების რაციონალური შეხამება და მმართველობისა და თვითმმართველობის ორგანოთა საქმიანობის კოორდინაცია.

- რეგიონების საინვესტიციო პოტენციალისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასება.

ჩვენს მიერ მომზადებულია შესაბამისი მეთოდური მასალა რეგიონული საინვესტიციო პასპორტების შესამუშავებლად. საინვესტიციო პასპორტი წარმოადგენს ერთგვარ გზამკვლევს პოტენციური ინვესტიორებისათვის. მათ მიეწოდებათ კრებსითი ინფორმაცია მხარეში არსებული რესურსების, მეწარმეობის განვითარების მდგომარეობისა და შესაძლებლობების, ინფრასტრუქტურის, საფინანსო-საბანკო, საინფორმაციო-საკომუნიკაციო და სხვ. სექტორების შესახებ. პასპორტი განსაზღვრავს რეგიონის ფარდობით უპირატესობებს და ინვესტირების შესაძლო ფეროებს.

მესამე, საანგარიშგებო სტატისტიკური ბიულეტენების მომზადება რეგიონული განვითარების შესახებ.

აუცილებელია, პერიოდულად (წელი, კვარტალი, თვე) საანგარიშგებო მასალების მომზადება რეგიონული განვითარების შესახებ. ამ მიზნით, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ შემუშავდება სათანადო სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმები, რომელთა მიხედვითაც პერიოდულად (თვე, კვარტალი, წელი) წარმოდგება ინფორმაცია თვითმმართველობის ორგანოებიდან და სამხარეო ადმინისტრაციებიდან. აღნიშნული მასალა იმავდროულად გადაეცემათ სამინისტროებისა და უწყებების ტერიტორიულ ქვეგანყოფილებს ფუნქციონალური დანიშნულებით გამოსაყენებლად.

- ყოველწლიურად, სტატისტიკურ სამუშაოთა პროგრამაში და მის დანართში (სამუშაოთა მოცულობა) ცალკე რეგიონალურ ჭრილში მონაცემების ჩამონათვალის გამოყოფა;

- სტატისტიკის რეგიონალური და მუნიციპალური სამსახურების გაძლიერება და მათი წარმოდგენა ყველა რეგიონში და ყველა მუნიციპალიტეტში; სამსახურების მატერიალურ-ტექნიკური საშუალებებით უზრუნველყოფა;

- უწყებრივი სტატისტიკის გაძლიერება და კოორდინაციის გაღრმავება; უწყებრივი სტატისტიკის მწარმოებელ ორგანიზაციებისადმი მეთოდოლოგიური მხარდაჭერის გაღრმავება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს რეგიონული განვითარების 2010-2017 წწ. სახელმწიფო სტრატეგია. თბილისი, 2010.
2. ბერიძე ლ., ხმაღაძე კ. ინოვაციური მეწარმეობის ხელშეწყობის რეგიონული პროგრამის შემუშავების მეთოდური საკითხები. „ინოვაციები ბიზნესში“ (პრობლემები, პერსპექტივები, გამოწვევები). საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალები. თბილისი, 2010.
3. The economic development of e region is the basis of self-government. Interntional Conference “Local and Regional Development in Europe – Contemporary Challenges”. COUNCIL OF EUROPE, GTZ, MRDI. July 8-9, Batumi, 2010
4. ხმაღაძე კ. რეგიონის საინვესტიციო პასპორტის არსი და სტრუქტურა. საერთაშორისო სამეცნიერო-

პრაქტიკული კონფერენციის მასალები „ეკონომიკური პოლიტიკა და ბიზნეს-პროცესების მართვა“. თბილისი, 2011.

5. ხმალაძე კ. რეგიონის განვითარების სტრატეგიის შემუშავების მეთოდური ასპექტები. ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, ოქტომბერი-ნოემბერი, თბილისი, 2011.

Konstantine Khmaladze

Doctor of economics, Professor.

Ministry for Regional Development and Infrastructure

METHODOLOGICAL ASPECTS FOR ENSURING REGIONAL DEVELOPMENT

Strategic territorial planning is an important mechanism for managing regional development. It implies defining the behavior of a management object and preparing decisions; realization of decisions will lead to effective functioning of the object and its quick adoption to the changing environment.

Apart from defining term “strategic planning” it is necessary to clarify similar terms because in practice we often face misuse of terms or their wrong definitions.

Regional economic development concept – is the system of vision about strategic objectives and development priorities, also main social-economic concepts and means for realizing objectives. After defining concepts, main provisions for regional development strategy are set.

Regional socio-economic development programme represents analytical document that realizes objectives of the strategy and the concept. It contains number of actions that are supported by resources and responsible persons and implementation time is assigned to them.

Regional Development Strategy should be complex document. It means that priorities should be defined according to the social-economic data that are projected by each administrative-territorial units. Thus, during defining strategic objectives and mechanisms for their realization, relationship among various stakeholders at different levels should be taken into consideration: at local (municipal), regional, cross-regional and federal levels.

Based on above, it is obvious that development actions should stem from the common interests of regional development that shall be assessed based on criteria and indicators that define efficiency of the functioning of the complex systems of the region.

The regional infrastructure rehabilitation programme that operates in Georgia should be improved. Despite the intensity and the scale of intervention, rehabilitation activities have non-systemic nature that decreases the return on invested resources.

The united system should be established in the country that will regulate rehabilitation of regional infrastructure. The system includes selecting investment projects financed from different sources, defining financing needs, coordination and monitoring of project execution.

Creating modern infrastructure will lead to tackle complex regional socio-economic tasks.

The return on resources invested in infrastructure became an issue that implies including it in regional business infrastructure in getting more benefits by increasing business capacities, creating employment opportunities, generating more income and addressing other social issues.

Creating the methodological basis for Regional Development should be continued in the following direction:

Firstly, analysis and assessment of economic processes in the regions.

Analysis of regional development according to national accounts (production, labor statistics, financial and social infrastructure, entrepreneurship). Hence, the role of each stakeholder (including municipalities) in the economy, average level of development for regions, more and less developed, depressed regions. Analytical material should include:

- Conditions of regional (county, municipality) infrastructure; material-technical conditions of educational, healthcare, communal infrastructure; condition of local roads, energy supplies, electricity supply (metering, payments);
- current investment projects and social effects of their implementation that is expressed in the indicators: increase of number of users of electricity, gas, water; increase of number of metering; increase of number of public transport users; increased performance of pre-school, primary school centers, healthcare, cultural and sports organizations, etc.
- Development of entrepreneurship. Infrastructure, continuous energy supply, developed communications directly effect entrepreneurship and investments. The performance of registered and active enterprises in the regions should be studied according to main criteria: tax payments, contribution of regions to GDP, important business projects, including with the

participation of foreign capital, export potential, etc.

- Employment, creating new job places. Level of employment and unemployment. Level of migration.
- Cultivation and privatization of arable land; provision of farmers with seeds, agriculture equipment, pesticides, revenues mobilized from renting the land;

- Local budget and relation with the central budget. Timeliness of approving local budgets; transfers; local taxes and fees (by types), mobilization of tax and non-tax revenues. Meeting municipal budget targets. Local budget outlays (expenditures).

Above listed analytical material will give the possibility:

- Conduct efficient selective approach towards regions. Namely, investment resources should be distributed not proportionally according to general demographic data and subjective decisions but based on specific infrastructure needs, giving neutral preferences to each region

- More attention should be given to depressed regions in order to equalize disparities

- More strategic thinking and efficiency should be achieved in coordinating activities that are financed through different sources.

Secondly, programme activities

It has to be mentioned that ministries and agencies, regional administrations and local municipalities are in need with organizational and methodological assistance. Assistance is necessary for exercising competences that are assigned by the law on Local Self Governments and by the decree of the President in the area of regulating economic activities. It implies:

- Preparation of regional socio-economic development programmes. Designing regional programmes should become a tool that will promote realization of regional development strategies. It will also ensure rational correlation of agency and territorial interests and coordination of regional and local authorities.

- Assessment of regional investment potential and competitiveness. We have developed methodological materials for preparing regional investment passports. Investment passport is the guideline for potential investors. Summarized information regarding existing resources, existing and potential entrepreneurship opportunities, existing infrastructure, financial-banking sector, information and communication capacities etc. Passport defines comparative advantages of the region and investment opportunities.

Thirdly, preparing periodic statistical brochures regarding regional development.

It is necessary to prepare periodic (yearly, quarterly, monthly) materials regarding regional development. For this purposes GeoStat will prepare specific reporting forms that will be filled out by municipalities and regional administration periodically. Information will also be provided to Ministries and territorial agencies for functional purposes.

- Annually, listing the data on regional perspective in the statistical works and the appendices of the GeoStat

- Strengthening regional and municipal statistical capacities and representation in all regions and municipalities; Providing material and technical equipment to statistical services

- Strengthening agency specific statistics and coordination. Strengthening capacities and methodological basis of organizations collecting agency specific statistics.

References:

1. Regional Development Strategy of Georgia for 2010-2017 years. Tbilisi, 2010.
2. L. Beridze, K. Khmaladze. Methodological issues of preparing regional programmes for innovational entrepreneurship. "Innovations in Business" (Problems, Perspectives, Challenges). Materials of international scientific-practical conference. Tbilisi, 2010
3. The economic development of a region is the basis of self-government. International Conference "Local and Regional Development in Europe – Contemporary Challenges". COUNCIL OF EUROPE, GTZ, MRDI. July 8-9, Batumi, 2010
4. K. Khmaladze. The essence and structure of regional investment passport. Materials of international scientific-practical conference "economic policy and management of business processes". Tbilisi, 2011
5. K. Khmaladze. Methodological aspects for preparing regional development strategies. Journal "Business and Legislation", October-November, Tbilisi, 2011.

სასურსათო ბაზრის ადგილობრივი წარმოების პროდუქციით გაჯერების შესაძლებლობათა ანალიზი

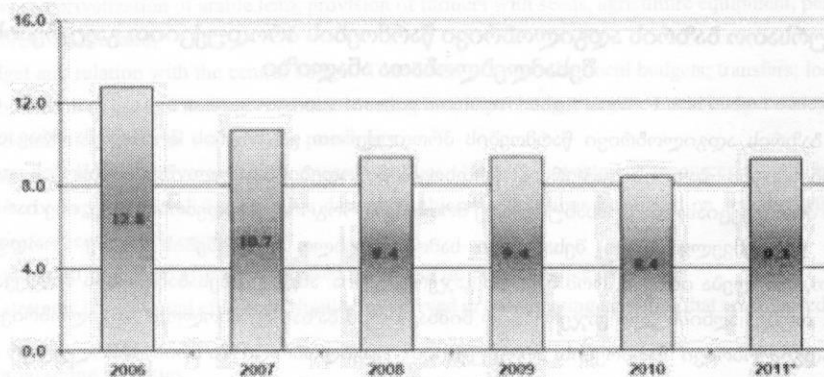
სასურსათო ბაზრის ადგილობრივი წარმოების პროდუქციით გაჯერების პრობლემა მრავალსაპექტიანო პრობლემაა. ნებისმიერი ბაზრის გაჯერება მოთხოვნა-მიწოდების სრულ შესაბამისობას გულისხმობს. მაშასადამე, თუ პროდუქციასა და მომსახურებაზე მოთხოვნა როგორც რაოდენობრივად, ისე ხარისხობრივად სრულად არის უზრუნველყოფილი შესაბამისი სამომხმარებლო თვისებების მქონე პროდუქციითა და მომსახურებით, შეიძლება ითქვას, რომ ბაზარი გაჯერებულია. ამგვარი შესაბამისობის მიღწევა არცთუ ისე ადვილი საქმეა. თუმცა აღნიშნული გაჯერება არ ნიშნავს რომ ბაზარზე მხოლოდ ადგილობრივი წარმოების პროდუქციაა. ადგილობრივი წარმოების პროდუქციით ადგილობრივი ბაზრის აბსოლუტურ გაჯერებაზე ფიქრიც კი არ შეიძლება, რადგან მსოფლიოში არ არსებობს ქვეყანა, რომელიც შეძლებს სასურსათო ბაზრის გაჯერებას მხოლოდ სამამულო წარმოების საქონელით, მისი მრავალსახეობის გათვალისწინებით. არამედ ამის აუცილებლობის საკითხი არ დგას და არც მომავალში დადგება, რადგან ეს შეუძლებელია არის და არც არის ეკონომიკურად გამართლებული. სხვა საკითხია ქვეყანამ მიზნად დაისახოს იმ დასახელების მაღალხარისხოვანი პროდუქციით საშინაო ბაზრის მოთხოვნის (თუ მთლიანი არა ძირითადი ნაწილის მაინც) უზრუნველყოფა, რომელიც ამ ქვეყნის ბუნებრივ - ეკონომიკური, საწარმოო - ტექნიკური, ეროვნული და ტრადიციული პირობებიდან გამომდინარე მის ეკონომიკურ პროფილს წარმოადგენს, რაშიც იგულისხმება იმ პროდუქციის წარმოება, რომელიც შესაძლებელია ქვეყანაში არსებული ყველა სფეროს რესურსის ეფექტიანი გამოყენების საფუძველზე და ერთეული პროდუქციის წარმოების ხარჯები და შესაბამისად მისი საბაზრო ფასი მსოფლიო ბაზრის ანალოგიურ პროდუქციის ღირებულებას ბევრად არ აღემატოს.¹ აქედან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნის სამამულო წარმოების პროდუქციით გაჯერება - დაბალანსების განმაპირობებელი ფაქტორია ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების და მისი უმთავრესი შემადგენელი ნაწილის - სასურსათო უსაფრთხოების უზრუნველყოფა.

ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების უმთავრესი მიზანი საშინაო ბაზრის ერთობლივი მოთხოვნის სრულად უზრუნველყოფასა და ექსპორტის გადიდებაში მდგომარეობს, აღნიშნული მიზნის რეალიზაცია წარმოდგენილია ეკონომიკური და საწარმოო პოტენციალის სრულად და ეფექტიანად გამოყენების გარეშე. ეკონომიკური პოტენციალი არის ქვეყნის ეკონომიკის, მისი დარგების, ორგანიზაციების ერთობლივი შესაძლებლობა განახორციელოს საწარმოო-ეკონომიკური საქმიანობა - აწარმოოს პროდუქცია, საქონელი, მოსახურება, დააკმაყოფილოს მოსახლეობისა და მთელი საზოგადოების მოთხოვნა, უზრუნველყოს წარმოებისა და მოხმარების განვითარება, იგი განისაზღვრება ქვეყნის ბუნებრივი რესურსებით, წარმოების საშუალებებით, შრომითი, ფინანსური და სამეცნიერო - ტექნიკური პოტენციალით, დაგროვილი ეროვნული სიმდიდრით. საწარმოო პოტენციალი კი ესაა პროდუქციის ის რეალური მოცულობა, რომელიც შეიძლება შეიქმნას წარმოების არსებული და პოტენციური შესაძლებლობების, კერძოდ კი ყველა სახის რესურსის (მატერიალური, ფინანსური, შრომითი, ინფორმაციული) სრული და ეფექტიანი გამოყენებით. ასევე წარმოება მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მიზნით მხოლოდ ამა თუ იმ საქონლის დამზადებას არ ნიშნავს, იგი ამავე მიზნით მომსახურების გაწევასაც გულისხმობს.

სასურსათო ბაზრის ადგილობრივი წარმოების პროდუქციით გაჯერებაზე ფიქრიც კი შეუძლებელია თუ შესაბამისად განვითარებული არ არის ქვეყნის აგრარული სექტორი. ქვეყანაში საბაზრო ურთიერთობების დამყარების პირველივე ეტაპიდან მდგომარეობა კიდევ უფრო გამწვავდა, რაც მრავალ ფაქტორთან ერთად ადრე არსებული ეკონომიკური კავშირების ერთბაშად გაწყვეტამ და ახლი კავშირების დამყარების მეტად გაჭიანურებამ განაპირობა, რომელიც დღესაც მძიმე პრობლემას წარმოადგენს, რასაც ქვემოთ მოცემული ციფრებიც ცალსახად ადასტურებენ (იხ. ნახ 1).

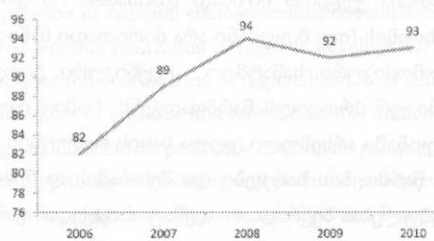
¹ ჯუღელი ნ., სამამულო წარმოების პროდუქციით საშინაო ბაზრის გაჯერების რეგულირება, თბ., 2005. გვ. 41-42.

მთლიან შიდა პროდუქტში სოფლის მეურნეობის პროდუქციის ხვედრითი წილი (%)

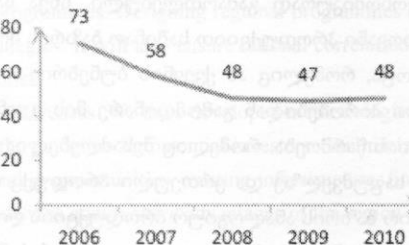


საქართველოში რძის პროდუქტებით და ხორცი თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი %-ში:

ნახ. 2: - რძე



ნახ. 3: ხორცი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის სამსახური

როგორც მე-2 ნახაზიდან ჩანს, საქართველოში რძის პროდუქტების წარმოებისათვის საჭირო ნატურალური რძის (რომელიც სეზონურობით ხასიათდება) ოდენობა ვერ აკმაყოფილებს ქართულ ბაზარზე არსებულ მოთხოვნას. დანაკლისი რძის ფხვნილით და მცენარეული ცხიმით ივსება. ქართულ ბაზარს ასევე მიეწოდება იმპორტირებული რძის პროდუქტები.

საქართველოში რძის პროდუქტების ბაზარი მათი დიფერენციაციის ზომიერი ხარისხით ხასიათდება. როგორც ცნობილია, რძის პროდუქტები მაღალი რისკის პროდუქციის კატეგორიას მიეკუთვნება. ამ ბაზარზე არსებულ პრობლემებს შორის პროდუქციის ფალსიფიკაციას და ეტიკეტირების წესების დარღვევაც ერთ-ერთი პრობლემატური საკითხია.

ხოლო როგორც მე-3 ნახაზიდან ჩანს, საქართველოში წარმოებული ხორცპროდუქტების ოდენობაც ვერ აკმაყოფილებს ქართულ ბაზარზე არსებულ მოთხოვნას და დანაკლისი იმპორტით ივსება.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ძალიან მნიშვნელოვანია ადამიანის კვებითი რაციონის, მისი ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მაჩვენებლების განსაზღვრა, რასაც სასურსათო უსაფრთხოებას ვუწოდებთ. სასურსათო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ძირითადი წყარო სასურსათო პროდუქტებია, ხოლო მათ მიწოდებას უზრუნველყოფს სასურსათო ბაზრის სტაბილურობა. სასურსათო ბაზრის სტაბილურობის რეგულირება კი სახელმწიფოს პრეროგატივაა. აღნიშნული პრინციპი ყველა ქვეყნისთვის იდენტურია, თუმცა მისი განხორციელების გზები რამდენადმე გასხვავებული. მსოფლიო რესურსების ფორმირებაში თანამედროვე და მოსალოდნელი ტენდენციების სირთულეების გათვალისწინებით, სახელმწიფოთა სასურსათო უსაფრთხოება პერსპექტივაში, ისევე როგორც ამჟამად, უზრუნველყოფილი იქნება საკუთარი წარმოების ხარჯზე, ეს ჯერ ერთი მოხსნის მსოფლიო ბაზრის კონიუნქტურისაგან დამოკიდებულებას, და მეორე უზრუნველყოფს ქვეყნის ხელთ არსებული აგროსასურსათო პოტენციალის უფრო სრულად და ეფექტიანად გამოყენებას, ამასთან, სურსათით თვითუზრუნველყოფა არ გამოირიცხავს ამ რესურსების როგორც იმპორტის, ასევე ექსპორტის შესაძლებლობას, რაც იძლევა შრომის საერთაშორისო დანაწილების უპირატესობათა სრულად გამოყენების საშუალებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

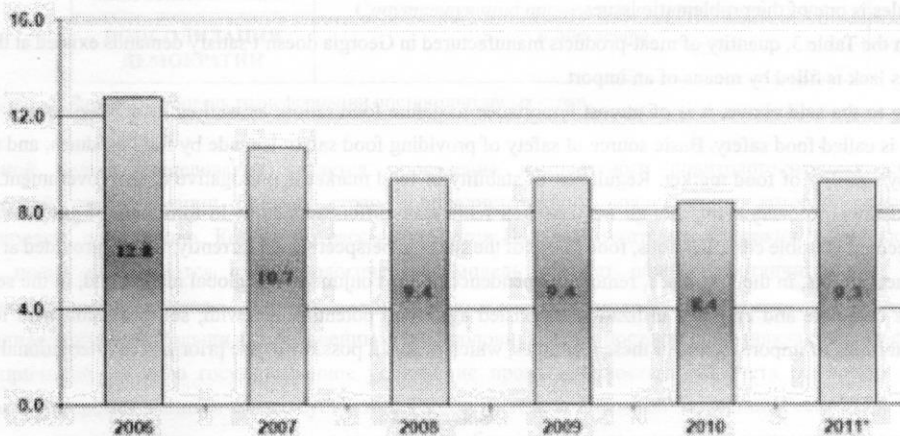
1. ვანიშვილი მ. - საქართველოს სასურსათო უსაფრთხოების საშინაო და საგარეო ეკონომიკური ასპექტები, თბილისი 2003;
2. ჯუღელი ნ., სამამულო წარმოების პროდუქციით საშინაო ბაზრის გაჯერების რეგულირება, თბ., 2005;
3. საქართველოს სტატისტიკური წელიწადი. 2011.

Shorena Khubunaia

Doctoral Candidate, Sokhumi State University

ANALYZING POSSIBILITIES OF SATURATION OF FOOD MARKET WITH THE ITEMS OF LOCAL PRODUCTS

The problem of saturation of food market with the items of local product is multi-aspect problem. Saturation of any market includes complete conformity of request and supply. Consequently, if request on the products and services is completely provided as quantitatively, so qualitatively with the products and services of consumer features, we may say that the market is saturated. Achievement of such conformity is not easy. Though mentioned saturation doesn't that there are only the items of local production at the market. It shall not even be thought about absolute saturation of modern market with locally manufactured products, as there is no state in the world to be able to saturate food market only with the goods of local production, by taking into consideration their diversity. There is no need of it and it will not be necessary in the future as well, as this is impossible and is not considered to be economically justified. Another case is if the country sets a goal of providing requests of domestic markets on high-quality products (at last part of them), which is economical profile according to the natural-economical, industrial-technical, national and traditional conditions, in which we consider production of goods, which is possible at the basis of effective usage of resources of all kinds which exist in the country and respectively so that its market price not to be more than that of analogue products at the global market.² Consequently, we may come to conclusion that provision of national security of the country and that of foods of main part of the country make the factor conditioning saturation-balancing of demands of local market with goods of local production.



Main goal of economy of each country is complete provision of total demand of domestic market and increasing export, realization of the mentioned goal is inconceivable without complete and effective utilization of economical and industrial potential. Economical potential is total ability of the economy of the country, its fields and organizations to realize industrial and economical activities – to manufacture products, goods, service, satisfy demands of population and whole society, to

² Jugheli Nikoloz, Regulation of Saturation of Domestic Market with Goods of Native Production, Tb. 2005 pg. 41-42

develop production and utilization; it is defined by natural resources of the country, means of production, labor, financial and scientific-technical potential, as well as with accumulated national wealth. Industrial potential is real capacity of products, which may be created by means of complete and effective using of existed and potential features, namely resources of all kinds (material, financial, labor, information). Production doesn't only mean production these or those goods for satisfactions of demands, it also means rendering services.

It is impossible to think about saturation of local food market with items of local production if agrarian sector of the country is not respectively developed. Situation became escalated since initial stage of establishing market relations in the country, which is still hard problem; this fact is unilaterally certified with the figures below:

Find below potential share of agriculture products in the Gross Domestic Product:

Ratio % of self provision with dairy products and meat in Georgia:

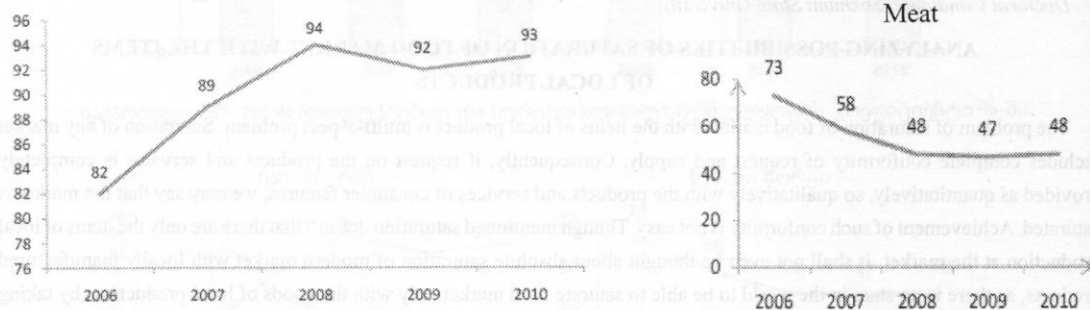


Table 3

Table 2

Source: Office of Statistics of Georgia

As seen in the Table 2, number of natural milk (characterized with seasonal character) needed for production of dairy products in Georgia doesn't satisfy demand existed at Georgian market. Lack of milk is filled with milk powder and vegetable oil. Georgian market is also supplied with imported dairy products.

Market of dairy products is characterized with mild character of differentiation in Georgia. As it is known, dairy products belong to the category of high risk products. Among other problems existed at this market falsification of products and violation of labeling rules is one of the problematic issues.

As seen in the Table 3, quantity of meat-products manufactured in Georgia doesn't satisfy demands existed at the Georgian market and its lack is filled by means of an import.

According to the said above, it is of utmost importance to define food ration, as well as its qualitative and quantitative index, which is called food safety. Basic source of safety of providing food safety is made by food products, and their supply is provided by stability of food market. Regulation of stability of food market is prerogative of the government. Mentioned principle is identical to every state, though ways of their realization differs somehow. In formation of global resources and taking into account possible complications, food safety of the states in perspective, as currently, will be provided at the expense of own production; this, in the first place, removes dependence on the conjuncture of global market and, in the second place, provide more complete and effective utilization of existed agro-food potential, herewith, self-provision with food doesn't exclude possibilities of import-export of these resources, which makes it possible to use priorities of international labor.

References:

1. M. Vanishvili – Domestic and External Economical Aspects of Food Safety of Georgia, Tbilisi 2003;
2. N. Jugheli, Regulation of Saturation of Domestic Market with Items of Domestic Production, Tbilisi 2005;
3. Statistic Year of Georgia 2011.

Гайданка Евгений

кандидат политических наук,

проректор по научной и методической работе.

Карпатский университет им. А. Волошина

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПОСТКОММУНИСТИЧЕСКИЙ ПЕРИОД КАК ЭТАП КОНСОЛИДАЦИИ ДЕМОКРАТИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬШИ, ВЕНГРИИ И СЛОВАКИИ)

Кризис ряда коммунистических режимов на рубеже XX–XXI вв. заложил начало системным преобразованиям на посткоммунистическом пространстве Центральной и Восточной Европы. Прежде всего, это установка новыми политическими элитами оптимального институционального дизайна в процессе государственного строительства и трансформации общества в целом.

Как показывает практика более чем двадцатилетнего реформирования, конечный результат демократического транзита в разных странах имеет совсем разные результаты. С одной стороны, в ряде стран установились развитые демократии в форме политического режима консолидированной демократии (страны Балтии, большинство стран Центральной и Южной Европы). С другой – значительной части постсоветских государств удалось достигнуть только развития «фасадных демократий» на основе «гибридных режимов». Поэтому неудивительно, что проблематика переходов к демократии и сопутствующих процессов остается одной из центральных в исследованиях компаративной политической (и не только) науки.

Акцентируя внимание на методологии исследования, следует отметить, что классиками транзитологии – Д.Растоу¹, С.Хантингтон², Ф.Шмиттер³, Г.О’Доннелл⁴, З.Бжезинский⁵, (политологическое направление исследования перехода политического режима из одного состояния в другое) была разработана трехфазовая модель демократического транзита, которая включает три обязательные стадии – либерализация, демократизация, консолидация демократии (См. Рис. 1).

<i>Фаза</i>	<i>Сфера</i>	Политическая	Экономическая	Социально-культурная
		<i>Сопутствующие процессы в политической сфере и обществе</i>		
ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ				
ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ				
КОНСОЛИДАЦИЯ ДЕМОКРАТИИ				

Рисунок 1. Модель трансформации поставторитарных стран.

Основной целью исследования является проведение комплексного политолого-экономического анализа экономической трансформации бывших стран «социалистического содружества», которым удалось успешно консолидировать демократию. Конкретно рассматриваются Польша, Венгрия и Словакия, поскольку эти страны наиболее полно вписываются в методологическую модель за счет общих и отличительных особенностей трансформационных процессов.

Командная экономика Польши на протяжении второй половины XX в. постоянно проявляла свою неэффективность. Главной причиной служило государственное управление промышленностью без учета реального потенциала и финансовых интересов экономических субъектов. Вместе с тем, в Польской Народной Республике политическая верхушка постоянно принимала решение о частичном обновлении экономической системы в рамках «развитого

¹ Rustow D. Transition to Democracy: Toward a Dynamics Model / Dunkart Rustow // Comparative Politics. – 1970. – Vol. 2. – № 3. – P. 337–363.

² Huntington S. The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century / Samuel Huntington. – Norman : University of Oklahoma Press, 1991. – 366 p.

³ Schmitter P. The Consolidation of Political Democracies: Processes, Rhythms, Sequences and Types / Philip Schmitter // Transition to Democracy / ed. by Geoffrey Pridham. – Dartmouth : Aldershot-Brookfield, 1995. – P. 535–568.

⁴ O'Donnell G. Transitions, Continuities and Paradoxes / Guillermo O'Donnell // Issues in Democratic Consolidation / eds. by Scott Mainwaring, Guillermo O'Donnell. – Notre Dame : University of Notre Dame Press, 1992. – P. 17–55.

⁵ Brzezinski Z. The Great Transformation / Zbigniew Brzezinski // The National Interest (Fall). – 1993. – №3. – P. 3–13.

социализма»⁶.

Несмотря на попытки модернизации социалистической экономики страны во второй половине XX в., реальный процесс либерализации польской экономики начинается с внедрением министром финансов Л.Бальцеровичем плана «шоковой терапии». Основными задачами экономической политики Л.Бальцеровича были: либерализация цен, стабилизация злота, налогообложение заработной платы, максимальная децентрализация экономического сектора в государстве.

Все эти реформы на определенный срок приводят к существенному ухудшению социально-экономической жизни граждан. Но на общеэкономическом уровне с помощью «шоковой терапии» достигнуты существенные результаты: увеличение торговых потоков между Польшей и странами Запада, увеличение иностранных инвестиций в промышленность, остановлено гиперинфляцию, начато приватизацию. В результате возникновения свободного рынка национальный валовой продукт постоянно растет, уровень безработицы и инфляции уменьшается⁷.

По результатам проведения жестких, но эффективных реформ для перехода к рыночной экономике, в Польше на высшем государственном уровне сразу обозначили стремление вступления в Европейский Союз. Переговоры о вхождении Польши в ЕС начались в 1998 г. и закончились обретением членства страны в ЕС в мае 2004 г.

С обретением членства в ЕС для Польши открылись большие перспективы в экономическом развитии страны и укреплении политической позиции в центральноевропейском регионе. Вместе с тем, «первый опыт членства в ЕС Польши ярко доказывает, что позитива от вступления в Сообщество, по крайней мере в первый период, значительно больше, что, кстати, и доказывают многочисленные опросы общественного мнения»⁸.

Начиная с конца 1950-х годов, командно-административная экономика Венгрии носит достаточно либеральный характер. Главной причиной является частичная либерализация общественно-политической жизни в период правления Я.Кадара. Но внутривластное сопротивление реформированию, вместе с коммунистическим диктатом СССР означали для Венгрии «половинчатость, незавершенность любых реформ, закономерно приводили к стагнации и застою в стране...»⁹. Перед началом системных преобразований в коммунистической Венгрии уже состоялись трансформационные процессы в экономике¹⁰.

Вместе с демократизацией политических структур в Венгрии параллельно происходит переход от социалистической командной экономики к рыночному хозяйству. В стране были проведены следующие экономические реформы: либерализация цен и заработной платы, постепенная приватизация государственной собственности, поощрение государством частного предпринимательства, существенное сокращение государственных расходов в экономике, коммерциализация банковского сектора, привлечение в экономику значительных иностранных инвестиций, внешнеэкономическая ориентация на западноевропейские рынки сбыта.

Вступление Венгерской Республики в ЕС в мае 2004 г. означало для страны успешное завершение рыночной трансформации и интеграции в западноевропейское экономическое сообщество. Но однозначно прозападная экономическая ориентация Венгрии имела и негативные последствия. Венгерская экономика начала существенно зависеть от тенденций экономического развития в Западной Европе. К тому же для венгерской экономики актуальной остается проблема адаптации в ЕС, что приводит к ухудшению макроэкономических показателей¹¹.

Трансформация экономической системы Словакии была во многом противоречивой и неоднозначной, как и демократические преобразования в других общественных сферах страны. Доказательством этому служат достаточно нестабильные основные макроэкономические показатели страны в посткоммунистический период¹².

Переход словацкой экономики на рыночные основы состоялся в четыре этапа:

I этап (1990–1993 гг.) – экономические преобразования в Словакии проходили в рамках ЧСФР. Наиболее трудный

⁶ Гайданка Е.И. Сравнительный анализ моделей перехода к демократии стран Центрально-Восточной Европы (на примере Польши, Венгрии и Словакии): дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Е.И. Гайданка. – Львов, 2012. – С. 97.

⁷ PKB, bezrobocie, inflacja, podaż pieniądza [Электронный ресурс] // Statystyka – Gospodarka (01/1998 – 07/2011). – Режим получения : // <http://www.money.pl/gospodarka/wskazniki/pkb/>.

⁸ Ларин М. Польша в ЕС: первый опыт / М. Ларин // Юридический вестник Украины. – 2005. – №13. – С. 11.

⁹ Власть – общество – реформы: Центральная и Юго-Восточная Европа. Вторая половина XX века / отв. ред. Элла Задорожнюк. – М. : Наука, 2006. – С. 187.

¹⁰ Гайданка Е.И. Сравнительный анализ моделей перехода к демократии стран Центрально-Восточной Европы (на примере Польши, Венгрии и Словакии): дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Е.И. Гайданка. – Львов, 2012. – С. 142.

¹¹ Magyarország bruttó hazai terméke (GDP) és bruttó nemzeti jövedelme (GNI) [Электронный ресурс]. – Режим получения : <http://portal.ksh.hu/>.

¹² Rast HDP na Slovensku od roku 1994 [Электронный ресурс]. – Режим получения : <http://ako-investovat.sk/index.php/hdp-slovenska-vs-inflacia/>.

период экономических реформ, приоритетом которого стал переход от централизованной системы хозяйствования к рыночной экономике.

II этап (1993–1998 гг.) – после обретения независимости экономические преобразования проходили при правлении В.Мечияра. Не будучи сторонником политической и экономической интеграции Словацкой Республики в западноевропейское пространство, В.Мечияр выступал за укрепление национального суверенитета Словакии, в том числе за счет ограничения притока иностранного капитала в отечественную экономику.

III этап (1998–2004 гг.) – переломным для трансформации словацкой экономики стал период премьерства М.Дзуринды. Главной заслугой М.Дзуринды стало создание политико-правовых условий для привлечения в словацкую экономику серьезных западноевропейских инвестиций. В мае 2004 г. Словакия вступает в ЕС, что доказывает эффективность проводимых реформ в экономической сфере и общую трансформацию экономики в сторону развитых рыночных отношений.

IV этап (2004–2012 гг.) – на современном этапе Словацкая Республика является членом ЕС и международного экономического сообщества. С 1 января 2009 г. Словакия вступила в единую монетарную зону евро. Но для Словакии как бывшей страны с социалистической моделью командно-административной экономики, в первую очередь, актуальным остается вопрос конкурентоспособности на западноевропейском рынке.

Таким образом, проанализировав процесс трансформации системы экономических отношений посткоммунистических Польши, Венгрии и Словакии, можно выделить следующие особенности:

- 1) в рамках «социалистической модели» для Польши (1969–1988 гг.) и Венгрии (1968–1989 гг.) характерной была частичная либерализация экономики;
- 2) переход к рыночной экономике в Польше состоялся путем жестких экономических реформ («шоковая терапия»), в Венгрии – за счет эффективной законодательной базы и широкому привлечению иностранных инвестиций;
- 3) сложность экономической трансформации и евроинтеграции Словакии через период авторитаризации политического режима (1992–1998 гг.);
- 4) для всех трех стран актуальной остается проблема экономической конкурентоспособности в экономической конъюнктуре ЕС.

Следует констатировать, что всем трем странам удалось консолидировать демократию (хотя и со значительными проблемами) и создать эффективный институциональный механизм функционирования демократического политического режима на основе рыночной экономики.

Haydanka Yewheniy

Carpathian university of Augustine Voloshyn,

Candidate of Political Science

TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF ECONOMIC RELATIONS IN POST-COMMUNIST PERIOD AS A PHASE OF CONSOLIDATION OF DEMOCRACY (BY EXAMPLE OF POLAND, HUNGARY AND SLOVAKIA)

The crisis of a number of communist regimes at the turn of the 20-th–21-st centuries laid the beginning of systemic changes in the post-communist Central and Eastern Europe. First of all, it is the installation of the optimal institutional design by the new political elites in the process of nation-building and the transformation of society in general.

As a practice of more than twenty years of reform shows, the end result of the democratic transition in different countries have very different results. On the one hand, some countries have established advanced democracies in the form of political regime consolidated democracy (the Baltic states, most of Central and Southern Europe). On the other hand, many of the post-Soviet states managed to achieve only «façade democracy» based on «hybrid regimes». It is not surprising that the issue of transition to democracy and associated processes remains one of the central problems in the study of comparative political (and other) sciences.

Focusing on the methodology of the study, it should be noted that the classical transitology – D.Rustow, S.Huntington, F.Schmitter, G.O'Donnell, Z.Brzezinski (the political direction of the study of the political regime transition from one state to another) developed three-phase model of democratic transition, which includes three mandatory stages – liberalization, democratization, consolidation of democracy (See Figure 1).

<i>Sphere</i> <i>Phase</i>	Political	Economic	Socio-cultural
LIBERALIZATION	<i>Related processes in the political sphere and society</i>		
DEMOCRATIZATION			
CONSOLIDATING DEMOCRACY			

Figure 1. Transformation model of post-authoritarian countries.

The main purpose of this study is to conduct a comprehensive politico-economic analysis of economic transformation of the former «socialist commonwealth» countries that have successfully consolidated democracy. The Study specifically addresses Poland, Hungary and Slovakia, as those countries most fully fit into the methodological model, through common and distinctive features of the transformation processes.

Command economy of Poland in the second half of the twentieth century, always showed its ineffectiveness. The main reason was the public administration industry, excluding the real potential and the financial interests of economic entities. However, in the Poland communist country the political leadership always made decisions for the partial renewal of the economic system in the framework of “developed socialism”.

Despite attempts to modernize the socialist economy in the second half of the twentieth century, real liberalization of the Polish economy begins with the Minister of Finance L.Baltserovich introducing a plan of “shock therapy.” The main objectives of economic policy of L.Baltserovich were: price liberalization, stabilization of zloty, the taxation of wages, maximum decentralization of the economic sector in the state.

All of these reforms for a certain period lead to a significant decline in the socio-economic life of citizens. But on the general economic level with the help of “shock therapy” significant results were achieved: an increase in trade flows between Poland and Western countries, an increase of foreign investments in the industry, halted hyperinflation, started privatization. As a result of the free market, the Gross domestic product is constantly growing, unemployment and inflation decreases.

According to the results of the tough but effective reforms for the transition to market economy in Poland at the top state level immediately identified the desire to join the European Union. Negotiations about Poland joining EU began in 1998 and ended in gaining EU membership in May 2004.

As a EU member the great prospects in the country’s economic development and strengthening the political position in the Central European region opened up for Poland. However, the “first experience of Poland’s membership in the EU clearly shows much more positive changes from entry into the Community, at least in the first period, which prove numerous public opinion polls”.

Beginning in the late 1950-s, an administrative command economy of Hungary is fairly liberal. The main reason is the partial liberalization of political life in the period of Y.Kadar. But the inner-party resistance to the reform, along with the communist domination of USSR meant for Hungary a “halfway, incompleteness of any reform, naturally leading to stagnation in the country...”. Before the beginning of systemic changes in communist Hungary transformation processes have taken place in the economy.

Along with the democratization of the political structures in Hungary parallel transition from a socialist command economy to a market economy is taking place. The following economic reforms were conducted in the country: liberalization of prices and wages, the gradual privatization of state property, the promotion of private enterprise, a significant reduction in government spending in economy, commercialization of the banking sector, attraction of significant foreign investments, foreign trade orientation to Western European markets.

The entry of Hungary to the EU in May 2004 meant for the country a successful completion of the market transformation and integration into Western European economic community. But clearly pro-Western economic orientation of Hungary

also had a negative impact. The Hungarian economy became substantially dependent on economic developments in Western Europe. In addition for the Hungarian economy remains urgent problem of adaptation to the EU, leading to a deterioration of macroeconomic indicators.

The transformation of the economic system in Slovakia has been largely inconsistent and ambiguous, as well as the democratic changes in other public areas of the country. The proof of this are quite unstable macroeconomic indicators of the country in the post-communist period.

The transition of the Slovak economy to market conditions came through four stages:

Stage I (1990–1993) – economic transformation in Slovakia took place within Czechoslovakia. The most difficult period of economic reform, the priority of which was the transition from a centralized economic system to a market economy.

Stage II (1993–1998) – post-independence economic transformation took place during the reign of V.Mechiyr. Not being a supporter of political and economic integration of the Slovak Republic in the western European space V.Mechiyr advocated the strengthening of the national sovereignty of the Slovak Republic, including the limiting of the inflow of foreign capital into the domestic economy.

Stage III (1998–2004) – crucial for the transformation of the Slovak economy was the premiership of M.Dzurinda. M.Dzurinda's main merit was the creation of political and legal environment to attract significant Western investment. In May 2004, Slovakia joins the EU, which proves the effectiveness of the reforms in the economic sector and the overall transformation of the economy towards developed markets.

Stage IV (2004–2012) – at the present stage the Slovak Republic is a member of the EU and the international economic community. January 1st 2009, Slovakia joined the single monetary euro zone. But for Slovakia as the former country with socialist model of a command economy the actual issue remains competitiveness on the Western European market.

Thus, analyzing the transformation of the system of economic relations of the post-communist Poland, Hungary and Slovakia, the following features can be pointed out:

- 1) within the “socialist model” for Poland (1969–1988) and Hungary (1968–1989) the partial liberalization of the economy was typical;
- 2) the transition to a market economy in Poland was held by the tough economic reforms (“shock therapy”), in Hungary – through effective legislation and significant attracting of foreign investment;
- 3) the complexity of the economic transformation and European integration of Slovakia through a period of authoritarian political regime (1992–1998);
- 4) for all three countries remains the problem of economic competitiveness in the economic conjuncture of the EU.

It should be stated that all three countries have been able to consolidate democracy (although with significant problems) and create an effective institutional mechanism for the functioning of a democratic political system based on a market economy.

ISBN 978-9941-429-32-3



9 789941 429323