ბიზნესი და კანონმდებლობა

2008

WWW.INOVACIA.GE

მაგომოსვემელი: სამაგომოსვემლო სახლი „ინოვაცია“

რედაქტორთა საბჭოს თავმჯდომარე:
ზაური ნაჭყებია

მთავარი რედაქტორი:
იური პაპასქუა

მთავარი რედაქტორის მოადგილე:
ელგუჯა ღებანიძე

რედაქტორი:
ჯობა ბინაძე

სარედაქციო საბჭო:
იაშა მესხია, ნოდარ ქითანავა, ლეო ჩიქავა,
ვლადიმერ ვახანია, ელგუჯა მექვაბიშვილი,
თემურ ხომერიკი, ლევან გჰიგაულაშვილი,
ანზორ აბჰაზავა, ნოდარ ბაგჰატიონი,
სოსო ცისკარიშვილი, ლამარა ქოქიაური,
თამაზ აქუბარდია, ვაჟა შუბითიძე,
ზაქარია ქუცნაშვილი, გიორგი გვენეტაძე,
ლარისა თაყაიშვილი, მარინე ჯორბენაძე.

კორესპონდენტები:
სელიჯო ფუტკარაძე, ანზორმესხიშვილი,
ირინა დადვანი, ჯემალ ლემბაძე.

მარკეტინგის სამსახურის ხელმძღვანელი:
ეკა ბალახაძე

ხელმომწერებთან ურთიერთობის კოორდინატორი:
მზია ნაჭყებია

კომპიუტერული უზრუნველყოფა:
სოფო ქილიფთარი, ნონა ჯღარკავა,

დიზაინი:
ლევან ბოჭორიშვილი, ეკა ჯენჭაძე.

საბანკო რეკვიზიტები:
საქართველოს ბანკის ცენტრალური ფილიალი;
ა/ა: №400467916;
კოდი: 220101502.
რეგისტრირებულია სასამართლოში;
რეგისტრაციის №06/4-1521

ჟურნალი ხელმძღვანელობს თავისუფალი პრესის პრინციპებით. რედაქციის აზრი შესაძლოა ყოველთვის არ ემთხვეოდეს ავტორისას. შემოსული სტატიების შინაარსზე და მონაცემთა სიზუსტეზე პასუხისმგებელია ავტორი.

რედაქციის მისამართი:
თბილისი, ძმები კაკაბაძეების ქ. №22.
ტელ: 92-25-23; 98-71-25.
ტელ./ფაქსი: 98-39-30; 8(99)79-00-34.
ვებ გვერდი: www.inovacia.ge
e-mail: inovacia@caucasus.net

ფასი 6 ლარი

♦ ნავთობის მსოფლიო ბაზარი შეიძლება „გაგიჟდეს“!
• *ილნარ გორელიშვილი* 5

♦ აგვაყვავებს თუ არა თიზ-ი?
• *თამუნა ჭეჭია* 13

♦ ლიზინგი – მზარდი ბიზნესი მსოფლიოში
• *სანდრო ამაშუკელი* 16

♦ „ბიზნესი იმ შემთხვევაშია გამართული, თუ ყველა იგებს!“
• *ილნარ გორელიშვილი* 20

♦ თუ თქვენ სასამართლოში სარჩელის შეტანა გადაწყვიტეთ
• *გიორგი გვენეტაძე* 26

♦ ხელოვნური ბარიერები და უმიზეზოდ დასჯილი გადამხდელები
• *სულიკო ფუტკარაძე* 30

♦ გაკოტრების საქმის წარმოება
• *თამარ გოგოლაშვილი* 35

♦ თუ თქვენ საგადასახადო პრობლემატიკა გაინტერესებთ
• *იური პაპასქუა* 38

♦ როგორ დავაკანონოთ ავტოფარეხი
• *ანზორ მესხიშვილი* 46

♦ რა უნდა ვიცოდეთ დაზღვევაზე
• *გიორგი გიგოლაშვილი* 49

♦ რამდენიმე რჩევა იმათ, ვინც ახალ სამსახურს იწყებს!
• *გური ჯანელია* 51

♦ ესტუმრეთ... „ZP“-ს
• *ეკა ჯიმშელაძე* 52

♦ რეკლამა და მისი სამართლებრივი რეგულირება
• *გიორგი ძარაზანიშვილი* 56

♦ სახელმწიფო გრანტების აღრიცხვა არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირებში
• ლევან გრიგალაშვილი 60

♦ არაკომერციული (არასამეწარმეო) ორგანიზაციების საქმიანობის სამართლებრივი და გულალტრული ასპექტები
• ლელა პატარაია 64

♦ რატომ არ ენდობიან ბანკები... საქმიან ქალებს!
• ეკა ჯიმშელაძე 69

♦ როგორ დავძლიოთ მასობრივი უმუშევრობა
• ლეო ჩიქავა 72

♦ წარმატების 6 საიდუმლო
• კოგა ცხრუკვეთელი 76

♦ როგორ აღმოვაჩინოთ და დავიპყროთ „ფარული“ ბაზრები
• კოგა ბიწაძე 79

♦ პროექტების მენეჯმენტი
• გიორგი შიხაშვილი, გესარიონ ხვინთელიანი 82

♦ ბიზნესი და ეკონომიკის კანონები
• აზიკო სისვაძე 92

♦ როგორ მოვეპყრათ... კომპიუტერს!
• ეკატერინე მჭედლიძე 96

♦ თხუთმეტ მილიარდიანი სიძუნწე
• ელგუჯა ლებანიძე 98

♦ მოზაიკა
• მზია გოგნიაშვილი 102

საკონდიტრო ნაწარმი



უპირატესად

ტელ/ფაქსი: 77-40-98
მობ: (899) 10-05-85
email: dzirkoki@gmail.com



ნავთობის მსოფლიო ბაზარი შეიძლება „გაგიჟდეს!..“

10 მარტის დილას ნიუ-იორკის ბირჟაზე ნავთობის ფასმა რეკორდულ მაჩვენებელს - ბარელზე 107 დოლარს მიაღწია. ექსპერტთა მტკიცებით, ფასების ზრდის ტენდენცია შენარჩუნდა მომდევნო დღეებშიც.

„შავ ოქროზე“ ფასების მატება წლის დასაწყისიდანვე შესამჩნევი გახდა, როცა ბარელი ნავთობის ფასი 87 დოლარი იყო. საერთაშორისო ექსპერტები ნავთობზე ფასების ზრდის ტენდენციას მთელი რიგი ფაქტორების კომპლექსით ხსნიან, რომელთაგან ერთ-ერთ მნიშვნელოვნად აშშ დოლარის სხვა ვალუტებთან (განსაკუთრებით, ევროსთან) მიმართებაში შესუსტებას ასახელებენ.

ევრომ, რომლის კურსიც დოლართანმიმართებაშითავისიარსებობის დასაწყისში 1,1-ს შეადგენდა (1 ევრო=1,1 დოლარს), 2 წლის განმავლობაში კი სულ ეცემოდა (2000 წელს ჩამორჩა კიდეც დოლარს), მომდევნო 7 წლის განმავლობაში გამყარება მოახერხა და დღეს იგი დოლარზე 50%-ით ძვირია.

მსოფლიოს სხვა მყარ ვალუტებთან მიმართებაში აშშ დოლარის კურსის დაცემამ მნიშვნელოვნად გაზარდა მოთხოვნა იმ ბუნებრივ ნედლეულზე, რომელთა ფასებიც სწორედ ამერიკული ვალუტით განისაზღვრებოდა. ნავთობზე ფასების ზრდაც სწორედ იმის შედეგია, რომ დოლარის დაცემით დამფრთხალმა ინვესტორებმა ფინანსური ბაზრებიდან სასაქონლო ბაზრებისკენ იწყეს აქტიური გადანაცვლება.

ნავთობზე ფასების ზრდის კიდევ ერთ ფაქტორად (ეკონომისტები შეგნებულად უვლიან მხარს ნავთობპროდუქტებზე ფასების ზრდის გამომწვევ პოლიტიკურ მიზეზებს) მწარმოებელთა მიერ ნედლეულის მოპოვება-გადამუშავებაზე გაწეული ხარჯების ზრდასაც ასახელებენ.

მიუხედავად იმისა, რომ აშშ-ს ეკონომიკის ვარდნამ შესაძლოა მნიშვნელოვნად შეამციროს მოთხოვნა ნავთობზე, მაგრამ სწრაფად განვითარებადი ეკონომიკის მქონე ქვეყნების (ძირითადად, ჩინეთი) ხარჯზე მსოფლიო ბაზარზე მოთხოვნა ნავთობპროდუქტებზე არა თუ შემცირდება, საგრძნობლად გაიზრდება კიდეც, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის უკვე არსებულ დისბალანსს მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის.

რაც შეეხება პოლიტიკას, ექსპერტები შეშფოთებით აღნიშნავენ, რომ აშშ-ს მიერ ირანის წინააღმდეგ სამხედრო ძალის გამოყენების შემთხვევაში სანავთობო ბაზარი უმძიმეს მდგომარეობაში აღმოჩნდება, რადგან ფასები ასტრონომიულ მაჩვენებელს მიაღწევს. განრისხებულმა ირანმა, შესაძლოა, საპასუხო დარტყმები სწორედ სანავთობო ინფრასტრუქტურებზე განახორციელოს ერაყის სამხრეთიდან ორმუზის ყურემდე. თუმცა, ირანს შესაძლოა სულაც არ დასჭირდეს, დარტყმები მიაყენოს საუდის არაბეთის კარგად დაცულ სანავთობო ინფრასტრუქტურულ ობიექტებს ან დაარღვიოს ორმუზის სრუტეში მოძრავი და ამერიკის მიერ პატრულირებადი ნავთობით დატვირთული ტანკერების მოძრაობის გრაფიკი. საკმარისია მან მოაგვაროს ურთიერთობები სამხრეთ ერაყის შიიტურ ძალებთან, რომ მაშინვე შეწყდეს ერაყული ნავთობის ექსპორტი. აღსანიშნავია, რომ ერაყი დღეში დაახლოებით 1,7 მლნ ბარელს მოიპოვებს. **„თუ ამ რაოდენობის დანაკარგს თავად ირანული ნავთობის ყოველდღიურ 2,5 მლნ ბარელსაც დავუმატებთ, ბაზარი შეიძლება გაგიჟდეს“,** - აღნიშნავენ ექსპერტები. შევნიშნავთ, რომ მსოფლიოს თითქმის მთელ „ჭარბ“ ნავთობს საუდის არაბეთში მოიპოვებენ. იქ დღიური მოპოვება 8,7 მლნ ბარელს აღწევს, ამასთან, არის იმის რეზერვიც, რომ ეს ციფრი კიდევ 2,5 მილიონი ბარელით გაიზარდოს.

სპეციალისტები იმასაც აღნიშნავენ, რომ ჩრდილოეთ ერაყში მცხოვრებ ქურთებსა და თურქებს შორის არსებულმა კონფრონტაციამ და „ოპეკის“ (ნავთობის ექსპორტიორი ქვეყნების



გაერთიანება) ქვეყნებში ნავთობის მოპოვების მოცულობებთან დაკავშირებით გაჩენილმა ეჭვებმაც შეუწყო ხელი ნავთობზე ფასების ზრდას. ამ მიზეზებით გამოწვეული ზრდის პროცენტმა კი 3,8% შეადგინა.

არასაიმედოა შორეული პროგნოზებიც. მოთხოვნა-მიწოდებას შორის სულ უფრო მზარდი განსხვავება და სანავთობო კომპანიების მიერ ნედლეულის მოპოვებაზე გაწეული ხარჯების ზრდა ფასზე გავლენას 2016 წლამდე მოახდენს, თუმცა, არავინ იძლევა იმის გარანტიას, რომ ამ პერიოდიდან მდგომარეობა დარეგულირდება – **მსოფლიო მარაგები ხომ ამოუწურავი არ არის**.

რა ხდება სანავთობო ბიზნესთან დაკავშირებით საქართველოში და როგორ აისახება ნავთობის მსოფლიო ბაზრის „გაგიჟება“ ჩვენზე? ამის შესახებ საქართველოში მომუშავე ნავთობის იმპორტიორ რამდენიმე ფირმას მივმართეთ.

„ბ.კ.“ – რამდენი წელიწადია თქვენი კომპანია ქართულ ბაზარზეა, რამდენად გაიზარდა (ან შემცირდა) ამ ხნის განმავლობაში შემოზიდვების მოცულობა და დღეისათვის ბაზრის რა პროცენტი აქვს ათვისებული მას?

სოსო ფხაკაძე: *კომპანია „ვისოლ პეტროლიუმ ჯორჯიას“ (**“WISSOL PETROLEUM GEORGIA”**) სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარე*

– კომპანია **„ვისოლი“** 2000 წელს დაარსდა, თუმცა, ორი წლის წინ მოხდა კომპანიის რებრენდინგი და შვეიცარული ინ-



ვესტიციებით ბაზარზე „ვისოლი“ შემოვიდა. „ვისოლი“ ნავთობპროდუქტების საცალო ბაზრის ლიდერია საქართველოში. მას ავტოგასამართი სადგურების ყველაზე ფართო ქსელი გააჩნია. ამ ეტაპზე კომპანია 100-ზე მეტ ლიცენზიას ფლობს. აქედან, დღეის მონაცემებით, ექსპლუატაციაშია 60 ავტოგასამართი სადგური. 2007 წლის მანძილზე „ვისოლმა“ 156,626 ტონა საწვავის რეალიზება მოახდინა და წლიურმა ზრდამ 40% შეადგინა. ნიშანდობლივია, რომ კომპანიის მომსახურებით დღესდღეობით უამრავ კერძო პირთან ერთად 3700-ზე მეტი კორპორატიული კლიენტი სარგებლობს.

მიმდინარე წელი გამოირჩევა იმით, რომ კომპანიამ გადაწყვიტა საკუთარი საქმიანობის დივერსიფიცირება. „ვისოლ-ჯგუფმა“, რომელიც უკვე ერთ-ერთი უდიდესი ბიზნეს-ჯგუფია საქართველოში, 2007 წლიდან ენერგეტიკის თითქმის ყველა სფერო მოიცვა. მისი ქვებრენდებია: **„ვისოლ პეტროლიუმი“, „ეარ ვისოლი“, „ვისოლ გაზი“ და „ვისოლის გაზის“ სადისტრიბუციო კომპანიები**. „ვისოლი“ ერთადერთი ნავთობკომპანიაა საქართველოს ბაზარზე, რომელიც საერთაშორისო ხარისხის მართვის სერთიფიკატის ISO 9001-2000-ს მფლობელია. „ვისოლის წილი“ საწვავის ადგილობრივ ბაზარზე ამჟამად 25%-მდეა და ამ მაჩვენებლით იგი ბაზრის ლიდერია“.

ლევან გოგიჩაძე: *კომპანია **„ლუკოილ-ჯორჯიას“** გაყიდვებისა და მარკეტინგის განყოფილების ხელმძღვანელი*

– **„ლუკოილი“** საქართველოში 1997 წლიდან საქმიანობს. 2002 წლიდან „ლუკოილ ჯორჯიამ“ დაიწყო საცალო ქსელის გაფართოება და ამ პერიოდიდან კომპანიის რეალიზაცია მუდმივად იზრდება – საშუალოდ 12%-ით. 2007 წლის მონაცემებით „ლუკოილის“ წილი საცალო ქსელში 26-27%-ია.



ჯორჯ იმანუელი: *შპს **„ეკო ჯორჯიას”** აღმასრულებელი დირექტორი*

– შპს **„ეკო ჯორჯია”** რეგისტრირებულია და ფუნქციონირებს საქართველოში 1995 წლიდან. 2007 წელს ბენზინის და დიზელის შემოზიდვების (იმპორტის) რაოდენობამ ერთად შეადგინა 15 560 ტონა. ჩვენს კომპანიას დღეისათვის ათვისებული აქვს საქართველოს ბენზინის ბაზრის 3% და დიზელის ბაზრის 2.5%.

„ბ.კ.“ – რა რისკ-ფაქტორები არსებობს საქართველოში სანავთობო ბიზნესის საწარმოებლად და რამდენად ახერხებს კომპანია მათგან თავის დაცვას?

სოსო ფხაკაძე:

– მოგეხსენებათ, საქართველო ნავთობიმპორტიორი ქვეყანაა. ნავთობზე ფასების მატება კი ბუნებრივია აჩენს საწვავის მოხმარების შემცირების რისკს.

ლევან გოგიჩაძე:

– ნავთობ-ბიზნესის წარმოების მაღალი რისკის ფაქტორია ნავთობის ფასების ზრდა. ეს, ხელს უშლის საწვავის რეალიზაციის ზრდას და შესაბამისად კომპანიის განვითარებას.

ჯორჯ იმანუელი:

– საქართველოში სანავთობო ბიზნესის საწარმოებლად გარკვეული რისკ-ფაქტორები არსებობს, კერძოდ: **ხარისხის კონტროლის არარსებობა, ბუნებრივი დანაკარგების უგულებელყოფა და სხვა.** ის ფაქტი, რომ ჩვენი კომპანია აგრძელებს დღესაც ფუნქციონირებას საქართველოში, იმის მანიშნებელია, რომ ჩვენ ზემოაღნიშნული რისკ-ფაქტორებისგან თავის დაცვას ვახერხებთ.



„ბ.კ.“ – როგორ შეაფასებთ მსოფლიოში დღეს მიმდინარე სანავთობო ძვრებს (ფასების საგრძნობი ზრდა) და როგორ აისახება იგი ქართულ რეალობაზე?

სოსო ფხაკაძე:

– ძალიან სკეპტიკური სურათი ჩანს ნავთობთან და ნავთობპროდუქტებთან დაკავშირებით მსოფლიოში. თუ აქამდე საუბრობდნენ, რომ ძირითადში ნავთობის მაღალი ფასი გამოწვეული იყო, ვთქვათ, „ოპეკის“ გადაწყვეტილებით ან სეზონური თუ სხვა ხასიათის ფაქტორებით, არანაკლებ მნიშვნელოვანი იყო პოლიტიკური ფაქტორები (ახლო აღმოსავლეთში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესები), ბოლო 3-4 თვეა ანალიტიკოსები საკმაოდ აქტიურად საუბრობენ იმაზე, რომ დაირღვა ბალანსი მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის. ასე რომ, უკვე ფუნდამენტურ ფაქტორებთან გვაქვს საქმე და წონასწორობის აღდგენას გარკვეული პერიოდი დასჭირდება, რამეთუ ძალიან მზარდი მოთხოვნაა ნავთობსა და ნავთობპროდუქტებზე. ბოლო ორი წელია ეს ძირითადად შეეხება ჩინეთსა და ინდოეთს და არა მარტო მათ. აი, ამ ყველაფრით იყო ნაკარნახევი, რომ კომპანია საკმაოდ აქტიურად ეწევა თავისი საქმიანობის დივერსიფიცირებას.



ლევან გოგიჩაძე:

– ფასების ცვლილებას განაპირობებს მსოფლიოში მიმდინარე პროცესები. საერთაშორისო ექსპერტებს თუ დავესესხებით, **ნავთობის ფასის მატებას განაპირობებს დოლარის კურსის საგრძნობი ვარდნა, მსოფლიო ბაზარზე ნავთობზე მოთხოვნილების ზრდა და ზოგადად ის პოლიტიკური სიტუაცია, რომელიც ნავთობმომპოვებელი ქვეყნების ირგვლივაა შექმნილი.**

საქართველო სრულად არის დამოკიდებული ამ პროცესებზე და ფასების ცვლილება ადექვატურად 2-3 კვირის განმავლობაში აისახება ჩვენს ბაზარზე. სწორედ 2-3 კვირაა ის პერიოდი, რომელიც საწვავის არსებული მარაგებით იფარება. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მსოფლიო ბაზარი განსაზღვრავს არა მხოლოდ ნავთობის ფასებს, არამედ კონკრეტული საწვავის ფასსაც. მაგალითად, „პრემიუმის“ ფასის ცვლილება თბილისში განპირობებულია 95 ოქტანობის ბენზინის (სხვა მახასიათებლებს არ ჩამოვთვლი) მსოფლიო ბაზრის მიერ დადგენილი ფასით.

ჯორჯ იმანუელი:

– მსოფლიოში დღეს მიმდინარე სანავთობო ძვრებთან დაკავშირებით მოგახსენებთ, რომ მსოფლიოში ფასების ზრდა საწვავზე კვლავ მოსალოდნელია და ეს შესაბამისად აისახება ქართულ რეალობაზეც.

„ბ.კ.“ – გაქვთ თუ არა ინფორმაცია საქართველოში არსებული სანავთობო რეზერვების, ე.წ. ქართული ნავთობის შესახებ (მაგ., ტარიბანის ნავთობი) და გეგმავთ თუ არა თანამშრომლობას ქართულ ნავთობგადამამუშავებელ კომპანიებთან?

სოსო ფხაკაძე:

– ჩვენ არ ვმუშაობთ ამ მიმართულებით.

ლევან გოგიჩაძე:

– **„ლუკოილ ჯორჯია“** არის „სს ლუკოილის“ შვილობილი კომპანია. „სს ლუკოილი“ კი არის ვერტიკალურად ინტეგრირებული ნავთობისა და გაზის კომპანია. ვერტიკალური ინტეგრაცია გულისხმობს მთელ საწარმოო ციკლს, ნავთობის მოპოვებიდან მომხმარებლისათვის მიწოდებამდე. შესაბამისად, „ლუკოილ ჯორჯიას“ საქართველოში შემოაქვს და რეალიზაციას უწევს მხოლოდ „ლუკოილის“ საწარმოების მიერ გადამუშავებულ პროდუქტს. ეს კორპორაციული მოთხოვნაა.

ჯორჯ იმანუელი:

– აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით შპს „ეკო ჯორჯია“ არ ფლობს კომპეტენტურ ინფორმაციას.

„ბ.კ.“ – ექსპერტთა კრიტიკის საგანი არაერთხელ გამხდარა ის ფაქტი, რომ საქართველოში ფასები ნავთობპროდუქტებზე არანაირად არ ეგმეგება მსოფლიო ბაზრის ფასებს და რომ ფასები ბენზინზე ჩვენში ხელოვნურად რეგულირდება. რა კომენტარს გააკეთებთ ამასთან დაკავშირებით?

სოსო ფხაკაძე:

– ჩვენს სექტორში ჯანსაღი კონკურენციაა. თავად განსაჯეთ – შეხედეთ ჩვენს კონკურენტებს და ნახავთ, რომ საქართველოში დღეს კვლავ ცოტაა ეკონომიკის ისეთი სექტორები, სადაც ამდენი საერთაშორისო, მულტინაციონალური კომპანიაა წარმოდგენილი. ამას ემატება ინდივიდუალური, ბრენდის გარეშე მომუშავე ავტოგასამართი სადგურები, რომელთა საერთო წილი დღეისათვის კვლავ დიდია. ამასთანავე, საქართველო ნავთობიმპორტიორი ქვეყანაა და სრული ტემპებით რომ მივყვეთ მსოფლიო ბაზარზე ფასების მატებას, დღეისათვის საწვავი 2,20 ლარი უნდა ღირდეს, თუკი შევინარჩუნებდით იმ მარჟას, რომელიც შარშან გვქონდა.

ლევან გოგიჩაძე:

– როგორც ზემოთ აღვნიშნე, საქართველოში ფასები, სრულად დამოკიდებულია საერთაშორისო ბაზარზე. თუ საქართველოში მომუშავე საწვავის რეალიზატორი კომპანიების ფასებს გადავხედავთ (და ამისათვის მხოლოდ სხვადასხვა გასამართ სადგურზე მისვლაა საკმარისი), ფასების ისეთ მრავალფეროვნებას აღმოვაჩენთ, რომ მათ ხელოვნურად აწევა-დაწევაში დადანაშაულება ცოტა უხერხულია.

ხაზს გავუსვამ, რომ საქართველოში რამდენიმე მსხვილი იმპორტიორი და გასამართი სადგურების ოპერატორი კომპანიაა, რომელთა შორის მონოპოლური საბაზრო წილი არც ერთს არ გააჩნია. ესეც, თავის მხრივ, ფასის კონკურენტუნარიანობას განაპირობებს.

არსებობს ნავთობპროდუქტების მწარმოებელთა, იმპორტიორთა და რეალიზატორთა ასოციაცია, რომლის მიზანია ხელი შეუწყოს ნავთობპროდუქტების ბაზრის გამჭვირვალობასა და განვითარებას. ამ ასოციაციის კომპეტენციაში არ შედის ფასებზე რაიმე სახის ზეგავლენის მოხდენა ან ფასების ცვლილების კოორდინირება. საქართველოში მოქმედი ყველა კომპანია საკუთარი ინტერესებიდან და რესურსებიდან გამომდინარე მოქმედებს.

ერთი რამის აღნიშვნა შემიძლია — **„ლუკოილ ჯორჯია“** არ გაზრდის ფასს, თუ ამისკენ მსოფლიო და ადგილობრივი ბაზრის კონიუნქტურა არ გვიბიძგებს.

ჯორჯ იმანუელი:

– საქართველოში მოსაკრებლები და გადასახადები საწვავზე გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე ევროპაში. აქედან გამომდინარე, საწვავის ფასები საქართველოს ბაზარზე უფრო დაბალია. საქართველოს ბაზარზე მოქმედი მსხვილი ნავთობკომპანიები ცდილობენ შეინარჩუნონ საწვავზე დაბალი ფასები, რომელიც არ არის სრულ შესაბამისობაში საერთაშორისო ფასებთან.



„ბ.კ.“ – რამდენად სრულყოფილია სანავთობო ბიზნესის მიმართულებით მოქმედი კანონმდებლობა საქართველოში და როგორ შეაფასებთ მოქმედი საგადასახადო კოდექსის ლიბერალიზაციის ხარისხს? რითი შეიძლება საქართველომ ამ ბიზნესით დაინტერესებული უცხოელი ინვესტორი მოიზიდოს?

სოსო ფხაკაძე:

– ბიზნესის მიმართულებით მოქმედი კანონმდებლობა საქართველოში ნამდვილად ლიბერალურია. მთელს მსოფლიოში საქართველო ერთ-ერთი გამორჩეულია ამ მიმართულებით. არსებული ოპტიმალური გადასახადები ბიზნესის წარმოების საშუალებას იძლევა. რაც შეეხება უცხოელი ინვესტორების მოზიდვას, საქართველოს ბაზარი დინამიურად იზრდება, გამჭვირვალეა და ორგანიზებული, შესაბამისად, მიმზიდველია ინვესტორებისათვის.

ლევან გოგიჩაძე:

– 2003 წლიდან საქართველოს ნავთობბაზარზე სერიოზული ცვლილებები მოხდა. კერძოდ, სრულად აღმოიფხვრა განუბაჟებელი (კონტრაბანდული) პროდუქტით ვაჭრობა. ამან ძალიან შეუწყო ხელი ჩვენი კომპანიის წინსვლას.

საგადასახადო კოდექსში უდავოდ ბევრი პოზიტიური ცვლილებაა, რაც ასევე ხელს უწყობს ჩვენს განვითარებას.

თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ **ნავთობპროდუქტები განსაკუთრებულ საგადასახადო რეჟიმშია მოქცეული — ექვემდებარება სააქციზო გადასახადს. ამ მხრივ მცირედი გაუმჯობესებები და გამარტივებები სასურველი იქნებოდა, რათა ნავთობპროდუქტების რეალიზატორმა კომპანიებმა მაქსიმალურად გავუმარტივოთ მომხმარებლებს საწვავის შეძენის პროცესი და შევთავაზოთ დამატებითი მომსახურება.**

ჩვენი კომპანიის საქმიანობა თავისთავად ნიმუშია უცხოური კაპიტალდაბანდებისა — „ლუკოილი“ საერთაშორისო კომპანიაა და მოქმედებს საქართველოში.

ჯორჯ იმანუელი:

– სანავთობო ბიზნესის მიმართულებით საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობა არ შეესაბამება ევროპულ კანონმდებლობას, თუნდაც საწვავის სპეციფიკაციების განხრით ან ტექნიკურ საკითხებთან მიმართებაში. რაც შეეხება საგადასახადო კოდექსს, ის მეტნაკლებად სრულყოფილია, თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნე, არის უზარმაზარი პრობლემა საწვავის ბუნებრივ დანაკარგებთან დაკავშირებით. მოქმედი საგადასახადო კოდექსით საწვავის ნებისმიერი დანაკარგი (ბუნებრივის ჩათვლით) იბეგრება როგორც რეალიზებული საწვავი. ეს ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემაა და კომპეტენტური ორგანოების მხრიდან შესაბამის რეაგირებას საჭიროებს. ეს ყველაფერი, უცხოელი ინვესტორისათვის ბიზნესის საწარმოებლად არასასურველ გარემოს ქმნის ამ სფეროში.

რატომ შეიძლება ნავთობის მსოფლიო ბაზარი „გაგიჟდეს“ და რა პერსპექტივა არსებობს ამ შემთხვევაში საქართველოში, კომენტარი ვთხოვეთ ექსპერტს ბ-ნ ***გია ხუხაშვილს****:*



– ნავთობზე ფასების კატასტროფულად ზრდის მიზეზები ძირითადად პოლიტიკურია, თუმცა, არა მარტო პოლიტიკური. მოგეხსენებათ, დინამიკაა ისეთი, რომ ნავთობპროდუქტებზე მოთხოვნა უფრო მაღალი ტემპებით იზრდება, ვიდრე ახალი საბადოების აღმოჩენა ხდება. შესაბამისად, მსოფლიო სანავთობო რესურსები მცირდება და ბუნებრივია, ეს იწვევს გარკვეულ ეკონომიკურ დაძაბულობას, ანუ მიწოდება ბაზარზე ნაკლებია, ვიდრე მოთხოვნა. აღსანიშნავია, რომ ეკონომიკური ზრდის დინამიკა ე.წ. მესამე ქვეყნებში უფრო მაღალია. გარდა ამისა, არსებობს სერიოზული პოლიტიკური დაძაბულობაც. მოგეხსენებათ, ნავთობით მდიდარ ქვეყნებსა და ძირითად მომხმარებლებს შორის ფუნდამენტალური დაპირისპირებაა მსოფლიოში, რაც გარკვეულწილად ნავთობზე ფასების ზრდას განაპირობებს. ფაქტია, **რომ ნავთობი და მისი ტრანსპორტირების საკითხები დღევანდელ გეოპოლიტიკურ თამაშებში სერიოზული პოლიტიკური ბერკეტი გახდა და ბუნებრივია, ესეც ფასების ზრდის სერიოზული ფაქტორია.**

რაც შეეხება საქართველოს, ჩვენ მომხმარებელი ქვეყანა ვართ. სამწუხაროდ, არ გვაქვს საკუთარი რესურსები, აქედან გამომდინარე, შიდა ბაზრის კონიუნქტურა მთლიანად მიბმულია საერთაშორისო ბაზარზე და ბუნებრივია, ნავთობზე ფასების ზრდა ადეკვატურად აისახება შიდა ბაზარზეც.

– რითაა გამოწვეული ბენზინზე ფასთა საგრძნო-

ბი სხვაობა საქართველოსა და სხვა, თუნდაც ევროპის ქვეყნებს შორის?

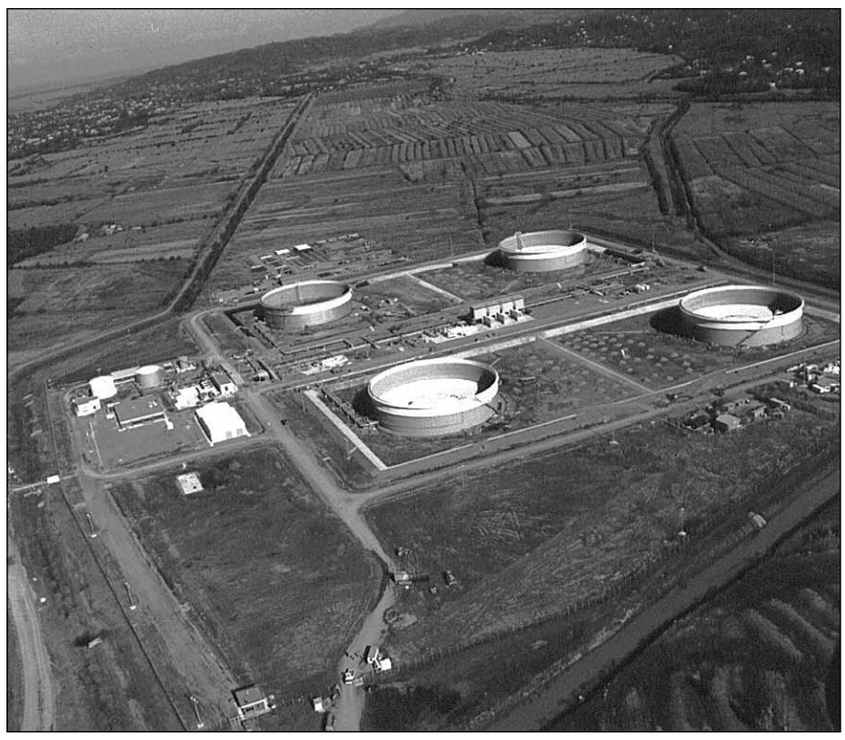
– ეს საგადასახადო პოლიტიკის ნაწილია. ნავთობზე ფასი ხომ არ შედგება მარტო ნავთობის იმპორტის ღირებულებით, ამას ემატება აქციზის გადასახადი, დღგ და სხვა. სხვადასხვა ქვეყანაში ეს გადასახადები სხვადასხვაა, შესაბამისად, სხვადასხვაა რენტაბელობაც. აქედან გამომდინარე, ფასი მხოლოდ იმპორტზე არ არის დამოკიდებული. ამა თუ იმ ქვეყანაში საგადასახადო პოლიტიკა სხვადასხვაგვარია. ევროპის ქვეყნებში გადასახადები ბევრად უფრო მაღალია, ვიდრე საქართველოში, კონკრეტულად აქციზის გადასახადს ვგულისხმობ.

– არის თუ არა ნავთობთან დაკავშირებულ კანონმდებლობაში ე.წ. „თეთრი ლაქები“ (საკანონმდებლო ხვრელები), რომელიც საშუალებას მისცემს ჩვენს იმპორტიორ კომპანიებს „რაღაც ისე არ იყოს“?

– საგადასახადო პოლიტიკა სანავთობო ბიზნესთან დაკავშირებით შეესაბამება გარკვეულ სტანდარტებს. არ შეიძლება ამასთან დაკავშირებით დიდი პრეტენზიები გვქონდეს. თუმცა, თავიდან არსებობდა პრობლემა – აქციზი იყო პროცენტის სახით მოცემული, რაც საკმაოდ მაღალ რისკებს აჩენდა. დღეს ეს ხარვეზი გამოსწორებულია. ძველი საგადასახადო კანონმდებლობის პირობებში ნავთობზე ბევრად უფრო მაღალი ფასები იქნებოდა საქართველოში, ვიდრე დღეს გვაქვს. ჩვენი მოთხოვნით (ეს ჩემ პერიოდში მოხდა, როცა ნავთობპროდუქტების იმპორტიორთა ასოციაციის თავმჯდომარე ვიყავი), მოხდა აქციზის დაფიქსირება, ანუ დაწესდა გარკვეული ოდენობის ფიქსირებული გადასახადი. ეს იყო სწორი პრინციპი, რადგან იგი გარკვეულწილად არბილებდა ნავთობზე ფასების ზრდის პირდაპირ ეფექტს შიდა ბაზარზე. მაგრამ, ეს არ არის საკმარისი. პირდაპირ გეტყვით – **ენერგეტიკული უსაფრთხოების თვალსაზრისით შეიძლება მიზანშეწონილი იყოს მცოცავი გადასახადების შემოღება, რადგან ჩვენი სუსტი ეკონომიკა ვერ უძლებს ნავთობზე მაღალ ფასებს და ეს ძალიან ცუდად აისახება ზოგადად ფასებზე ქვეყანაში. აქედან გამომდინარე, მე წავიდოდი უკუგზით, ანუ ასეთ სიტუაციებში შევარბილებდი საგადასახადო პოლიტიკას, შევამცირებდი გადასახადებს იმისათვის, რომ ფასების არასასურველი ზრდის დინამიკა არ ყოფილიყო ასეთი მტკივნეული.** ამას გავაკეთებდი, როგორც დროებით ღონისძიებას. ვფიქრობ, გადასახადები ნავთობპროდუქტებზე მიბმული უნდა იყოს იმპორტის ფასებზე, ფასების სტაბილურობის უზრუნველყოფა კი მსგავსი მეთოდებით ხდებოდეს. თუმცა, არა მგონია, ეს მთლად რეალური იყოს. ეს, უბრალოდ, ჩემი სურვილია, მეტი არაფერი.

– რამდენად დაარტყამს ეს ყველაფერი ჩვენს ისედაც მძიმე სოციალურ მდგომარეობას?

– ბუნებრივია, დაარტყამს და არტყამს უკვე. მოგეხსენებათ, ნავთობი მსოფლიო ეკონომიკის საბაზისო ელემენტია. ფაქტობრივად, ყველა პროდუქტში ამა თუ იმ სახით ნავთობი მონაწილეობს, ეს იქნება წარმოების თუ ტრანსპორტირების ნაწილში. აქედან გამომდინარე, საბაზისო ელემენტში ფასების ზრდა დომინოს პრინციპით – ყველა სხვა პროდუქტის ფასს ზრდის. რა თქმა უნდა, ეს ცუდად აისახება ყველა ქვეყანაზე, განსაკუთრებით ისეთზე, როგორიც ჩვენია, რომელსაც ფაქტობრივად ეკონომიკა არ გააჩნია. ანუ, ჩვენ დღევანდელ სიტუაციაში წმინდა მომხმარებლად ვიქეცით. აქედან გამომდინარე, ფასები იზრდება, ახალი სამუშაო ადგილები ვერ იქმნება, ეკონომიკა ვერ ვითარდება, შემოსავლები არ იზრდება, რაც იმას ნიშნავს, რომ სიღარიბის ზღვარს მიღმა სულ უფრო და უფრო მეტი ადამიანი რჩება, რაც შემდეგ გადადის უკვე პოლიტიკურ რისკებში. ყველაფერი დღევანდელ სამყაროში ერთმა-





ნეთზეა გადაჯაჭვული. ნავთობი ამ ჯაჭვის ერთ-ერთი საწყისი რგოლია.

– საერთაშორისო ექსპერტთა მოსაზრებით, ნავთობზე ფასების ზრდა 2016 წლამდე გაგრძელდება...

– 2016-მდეც და მერეც გაგრძელდება, მაინტერესებს, რა შეუშლის ხელს, 2016 წლის შემდეგ?! ჩვენ უნდა გვესმოდეს, რომ რაც უფრო დრო გადის, მსოფლიო მარაგები არ იმატებს, ეკონომიკური ზრდის დინამიკა კი სულ უფრო მაღალი ხდება, ანუ მსოფლიო ეკონომიკა უფრო მეტად ენერგოტევადი ხდება. შესაბამისად, დეფიციტი ნავთობზე წლების განმავლობაში გაიზრდება. ასე რომ, 2016 წლის შემდეგაც იგივე პროცესი გაგრძელდება, **თუმცა, არის ერთი შანსი, რომ ახალმა ტექნოლოგიებმა შემოიტანოს ჩვენს სინამდვილეში ალტერნატიული ენერგიის წყაროები – ეს არის ერთადერთი გამოსავალი. თუ სამყარო დარჩა მხოლოდ ნავთობპროდუქტებზე დამოკიდებული, ეს, რა თქმა უნდა, ძალიან სერიოზულ რისკებს დატოვებს.** საერთოდ, 21-ე საუკუნეში, თუ ასე განვითარდა მოვლენები, ომები ძირითადად ამ ნიშნით იქნება აღნიშნული, ანუ ომები იქნება ენერგეტიკული ხასიათის მატარებელი. ეს პროცესი, ფაქტობრივად, მე-20 საუკუნის ბოლოდან უკვე დაწყებულია.

– გახსოვთ ალბათ, ერთ დროს ნავთობის ქართულ საბადოზე იყო საუბარი – ტარიბანას ნავთობს ვგულისხმობთ, მაშინდელ პრეზიდენტს ედუარდ შევარდნაძეს რამდენჯერმე დააგემოვნებინეს კიდეც ე.წ. ქართული ნავთობი. რა ხდება ამასთან დაკავშირებით და რეალურად არსებობს თუ არა ქართული ნავთობი?

– ეს ძალიან სასაცილო თემაა. სამწუხაროდ, სამრეწველო ნავთობი საქართველოში არ არსებობს. ჩვენთან მუშაობენ მცირე კომპანიები, ე.წ. მზვერავები, გარკვეული რაოდენობის ნავთობი მართლაც მოიპოვება, მაგრამ, სამწუხაროდ, ეს არ არის ის რაოდენობა, რომელმაც შეიძლება მეტ-ნაკლები ზეგავლენა მოახდინოს ბაზარზე. თუმცა, ეს კომპანიები ძალიან დიდი წარმატებით იყენებენ ე.წ. „ფიარს“, მათი გარკვეული ნაწილი არის „ფაბლიკ კომპანია“, ანუ კომპანიები, რომელთა აქციებიც კვოტირებენ სხვადასხვა ბირჟაზე და პოლიტიკური ლიდერების ჩართვა ამ პროცესში ტექნოლოგიურად იწვევს მათი აქციების კურსის ზრდას. როდესაც ქვეყნის პრეზიდენტი სადღაც მიდის და ამბობს, რომ აქ 3 კილომეტრის სიღრმეზე ძალიან ბევრ ნავთობს ვხედავ (როგორც 2003 წელს აღმოჩნდა, 3 სანტიმეტრზეც ვერაფერს ხედავდა), და ასეთი რამ რომელიმე ტელევიზიით რომ დატრიალდება, ბუნებრივია, ეს ყველაფერი იმ კომპანიის აქციების კურსზე აისახება. ამ შემთხვევაში პიარტექნოლოგიების გამოყენებით ვიღაცა ფულს შოულობს არა რეალური ნავთობიდან, არამედ ნუბელონგების სამარხებიდან, რაღაცის აღმოჩენის იმიტაციიდან. დასავლელი ინვესტორი კი, ანუ აქციის მფლობელი, ძალიან მიამიტია, უცხოელები ძალიან მგრძნობიარედ რეაგირებენ ამ ყველაფერზე და მითუმეტეს სჯერათ, რომ როდესაც პრეზიდენტი ამბობს, რომ სადღაც არის ნავთობი.

- რა სიტუაციაა ქართულ ბაზარზე, ნავთობის იმპორტიორი კომპანიებიდან რომელს უჭირავთ წამყვანი პოზიციები და რამდენად წარმატებულნი არიან ისინი?

– გამოიკვეთა ოთხი-ხუთი ძირითადი კომპანია, ესენი ის კომპანიები არიან, რომლებიც თავად არიან მწარმოებლები, ანუ გადაამუშავებენ სამრეწველო ნავთობს და აწარმოებენ ნავთობპროდუქტებს. მხედველობაში მაქვს **„რომპეტროლი“, „ლუკოილი“, „სოკარი“.** საკმაოდ ძლიერი კომპანიაა **„ვისოლი“,** რომელსაც არა აქვს საკუთარი წარმოება უცხოეთში. მიუხედავად იმისა, რომ მას დღეის მდგომარეობით ყველაზე დიდი ქსელი აქვს საქართველოში, საკმაოდ რთულ მდგომარეობაშია გამომდინარე იქიდან, რომ თავისი საკუთარი პროდუქტი არ გააჩნია. სამაგიეროდ ისინი ძლიერები არიან მარკეტინგში და ჯერჯერობით ლიდერობას ინარჩუნებენ. ქართულ ბაზარზე სტაბილურობით გამოირჩევა „ეკოჯორჯია“ – ბერძნული კომპანია,



რომელსაც თავისი ნავთობგადამამუშავებელი ქარხანა გააჩნია.

- საქართველოში, როგორც წესი (ყოველ შემთხვევაში, წინა ხელისუფლების დროს ასე იყო), მსხვილი ბიზნესი ყოველთვის სახელისუფლებო მფარველობის ქვეშ ახერხებდა მუშაობას. რა ხდება დღეს ამ მიმართულებით, სანავთობო ბიზნესთან დაკავშირებით?

–ვფიქრობ,ჩვენდასამწუხაროდ, ეს სიტუაცია ქვეყანაში დღესაც გრძელდება. **მინიმუმ ლოიალური მაინც უნდა იყო ხელისუფლების მიმართ, მუშაობის საშუალება რომ მოგეცეს და დროდადრო გარკვეული მსხვერპლიც უნდა გაიღო ხოლმე სხვადასხვა ფორმით.** ეს ყველაფერი, რა თქმა უნდა, ვრცელდება ნავთობკომპანიებზეც, მეტ-ნაკლებად, რა თქმა უნდა. ალბათ არიან კომპანიები, რომლებიც მთლიანად ინტეგრირებულნი არიან ხელისუფლებსთან, ეს არ შეეხება იმ საერთაშორისო კომპანიებს, რომლებსაც იმდენად ძლიერი ზურგი აქვთ, რომ შეუძლიათ თავის თავს გარკვეული ფუფუნების უფლება მისცენ და მთლიანად ხელისუფლებაზე არ იყვნენ დამოკიდებულნი. თუმცა, ბუნებრივია, ისინიც თანამშრომლობენ ხელისუფლებასთან. სამწუხაროდ, ასეთია საქართველოში თამაშის წესები.

ილნარ გორელიშვილი

ქუვეითში ინფლაცია რეკორდული ტემპებით იზრდება



რაც არ უნდა გაგვიკვირდეს, ნავთობით უმდიდრეს ქუვეითშიც კი ინფლაცია რეკორდს რეკორდზე ხსნის. ხელისუფლება მიიჩნევს, რომ რიტეილერები ხელოვნურად ზრდიან ფასებს. თუ ეს ვარაუდი გამართლდა, მაშინ მაღაზიათა მფლობელებს სამწლიანი პატიმრობა და 8000 დოლარიანი ჯარიმა ემუქრებათ. ინფლაციამ ქუვეითში უკვე მოხსნა 15 წლის წინანდელი რეკორდი და წელიწადში 7 %- ს მიაღწია. ეს ოფიციალური მონაცემებია.

თუმცა, მთავრობის ზოგიერთი წევრი მიიჩნევს, რომ ამ ციფრმა უკვე 12%-ს გადააჭარბა. ქუვეითის ხელისუფლება ცდილობს, რომ ინფლაციით მოსახლეობა არ დაზარალდეს. ამ მიზნით ხელფასები იზრდება ყველა სექტორში. მთავრობის გადაწყვეტილებით ყველა სახელმწიფო თუ კერძო მოხელეს ხელფასი 440 დოლარით გაეზარდა. აქამდე სტატიკური ქუვეითელის საშუალო თვიური ხელფასი 3500 დოლრზე მეტი იყო. უცხოელი ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ ხელფასების ასეთი ზრდა ინფლაციას კიდევ უფრო გააძლიერებს.

ქუვეითის ხელისუფლებას მიაჩნია, რომ ინფლაცია მიმწოდებლების ერთიანი “შეთქმულების” შედეგია და არა ობიექტური ეკონომიკური ტენდენციების. ამიტომ შეიქმნა სპეციალიზირებული საგამოძიებო ჯგუფები, რომლებიც სწავლობენ ფასწარმოქმნის პროპორციებს ყველა დარგში და ფირმაში.

პირველ ეტაპზე ექსპერტებმა შეისწავლეს 800-მდე სახის პროდუქციის თვითღირებულების, ტრანსპორტირების ხარჯების და სავაჭრო ფასნამატის მონაცემები. ამის შემდეგ ჯერი კაფეებზე და რესტორნებზე მიდგა. გამოძიების შედეგები სასამართლოში გადაიგზავნა.

ფასების ზრდის მიზეზებს შეისწავლის ასევე საფრანგეთის მთავრობაც — ფრანგები შეშფოთებულნი არიან ფასების ნახტომისებური ზრდით. უმეტესობა ეჭვობს, რომ ეს ნავთობის გაძვირებაზე გადამეტებული სპეკულაციების შედეგია. ექსპერტები ამტკიცებენ, რომ ფასების ზრდა ზოგადსაკაცობრიო ტენდენციაა, რასაც მიმდინარე ეტაპზე აძლიერებს ნავთობის ფასების ზრდა. მაგრამ ბენზინის “საცალო” ფასი გაცილებით ნაკლები ტემპით იზრდება, ვიდრე ნედლი ნავთობის, რადგან ნავთობგადამამუშავებელ კომპანიებს კიდევ გააჩნიათ მოგების ნორმის შემცირების რეზერვი.

ამასთანავე, ზოგიერთ პროდუქტზე ფასი 50 და 100%-ითაც კი გაიზარდა, მაშინ, როდესაც ბენზინის “საცალო” ფასი მხოლოდ 5-10%-ით.

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ზედმეტი სპეკულაციის საწინააღმდეგო კანონი ყველაზე ეფექტურად აშშ-ში მოქმედებს. ამერიკის კანონმდებლობით, საქონელზე სავაჭრო ფასნამატი 25%-ს არ უნდა აღემატებოდეს.

ამერიკულ გამოცდილებას სხვა ქვეყნები რატომღაც ნაკლებად იყენებენ.



ემზარ ჯგერენაია

აგვაყვავებს თუ არა თიზ-ი?

საქართველოს მთავრობის ინიციატივით ქალაქ ფოთს ახლო მომავალში დამოუკიდებელი ეკონომიკური (ოფშორული) ზონის სტატუსი მიენიჭება. როგორია ქართულ ეკონომიკურ სივრცეში ოფშორული ზონის ამოქმედების პერსპექტივა, რამდენად წარმატებული და გამართლებული იქნება რეგიონში თავისუფალი და სპეციალიზებული ზონის არსებობა და რა პრობლემებთან იქნება ის დაკავშირებული... ქართული ეკონომიკის განვითარებისა და საქართველოში მომავალ ოფშორულ ურთიერთობებზე გვესაუბრება თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი, ექსპერტი ეკონომიკის საკითხებში, ბატონი ემზარ ჯგერენაია.

– ბატონო ემზარ, საქართველოში ბევრს საუბრობენ ოფშორულ ზონებზე, რას ნიშნავს ოფშორული ზონა და რა პრივილეგიებით სარგებლობს ის?

– გადასახადების აკრეფა ყოველთვის აფერხებდა მსოფლიოს ეკონომიკურ განვითარებას. ამ პრობლემამ პირველად კაცობრიობას უკარნახა ეკონომიკური განვითარებისთვის ისეთი გზები ეპოვა, რომელიც დამყარებული იქნებოდა შემდეგ პრინციპებზე – **მინიმალური გადასახადი, მაქსიმალურად გაადვილებული ტრანსპორტირება, ყოველგვარი ბიუროკრატიული ზეწოლისგან განთავისუფლებული სავაჭრო ტერიტორიები...** მეთვრამეტე-მეცხრამეტე საუკუნეების ინგლისიდან მსოფლიოში ამგვარ პრინციპებზე დაფუძნებული ახალი იდეის გატარება დაიწყო. ასე მიეცა დასაბამი **ჰონგ-კონგიზაციისა** და **სინგაპურიზაციის** სინდრომს.

სწორედ ეს ორი ქვეყანა – **ჰონგ-კონგი და სინგაპური** გახდა კლასიკური მაგალითი იმისა, თუ როგორ შეიძლება აყვავდეს ბიზნესი და ეკონომიკა ისეთ ქვეყნებში, როგორც ჩინეთი და ინდონეზიის კუნძულებია.

მეოცე საუკუნის ბოლოს კომუნიკაციების ახალმა ტალღამ, ინტერნეტმა და ელექტროკავშირებმა ფინანსური ცენტრების ჩამოყალიბებას შეუწყო ხელი. მოხდა სპეციალიზაცია იმ ადგილებისა, რასაც პირობითად თავისუფალ ეკონომიკურ ზონას ან სპეციალურ ინდუსტრიულ ზონას ვუწოდებთ. გასული საუკუნის ბოლოს ის სამი მიმართულებით ყალიბდება:

1. **თავისუფალი ეკონომიკური ზონა – ტექნო-პარკი,** რომელიც ჰონგ-კონგის ჩინურ ქალაქ შენ-ზენში არსებობს. სწორედ ეს ქალაქი გამოდგება ტექნო-პარკის მაგალითად – შენ-ზენი პერსონალური კომპიუტერების უზარმაზარი ინდუსტრიის ცენტრია;

2. **მეორე მიმართულება: - სავაჭრო ცენტრი**, ასეთი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის თვალსაჩინო მაგალითია დუბაი – უდიდესი სავაჭრო ცენტრი, სადაც მსოფლიო ბიზნესია წარმოდგენილი;

3. **მესამე მიმართულება: საფინანსო-საბანკო ზონა,** რომელსაც ხშირად **ოფშორებს** უწოდებენ. ესაა ვირტუალური ეკონომიკა, სადაც დარეგისტრირებული მსხვილი კომპანიები თუ შვილობილი ფირმები, ელექტრონული კომუნიკაციების საშუალებით საბანკო ოპერაციებს ახდენენ. მათ საშუალება ეძლევათ თავი აარიდონ მოგების, დივიდენდებისა თუ კაპიტალის გაყიდვის წესებს, გადასახადებს; მსოფლიოში უამრავი ოფშორი არსებობს, მაგრამ ერთეულებია წარმატებული; საამისოდ მას უნდა გააჩნდეს სტაბილური ეკონომიკური პირობები, სიახლოვე განვითარებულ ქვეყნებთან და ნდობის აუცილებელი მანდატი, რაც მნიშვნელოვანია ოფშორული ზონის ასამუშავებლად.

– რამ გამოიწვია საქართველოს აქტიურობა ოფშორულ ზონებთან დაკავშირებით?

– წლების განმავლობაში საქართველოში ყოველთვის მიმდინარეობდა დავა იმის შესა-

ხებ, ქვეყნის მძიმე ეკონომიკურ მდგომარეობას უშველის თუ არა თავისუფალი ეკონომიკური ზონა? ამ საკითხზე დისკუსია თავდაპირველად აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ყოფილმა ხელმძღვანელობამ წამოიწყო, მაშინ ამ თემაზე კამათი წარმოუდგენილი იყო, რადგან ოფშორული ზონის შესაქმნელად რეალური ინვესტორი არ არსებობდა.

– რამდენად რეალურია საქართველოში ე.წ. ოფშორული ზონის შექმნა და რამდენად შეუწყობს ის ხელს ინვესტორების მოზიდვას ან ტრანსნაციონალური პროექტების საქართველოში განხორციელებას? რამდენად წარმატებული იქნება იგი?

– თუ ჩვენ თავისუფალ ეკონომიკურ ზონას ყველგან გავხსნით, ის არ იქნება წარმატებული; თუ დამოუკიდებელი ეკონომიკური ზონა იქნება დახვეწილი სპეციალიზაციის და გვეცოდინება რისთვის და ვისთან ერთად ვაკეთებთ მას, თავისუფალი ზონის ოპერატორი იქნება მსოფლიოში აღიარებული ინვესტორი და წარმატებული ამ საქმეში, რომელსაც ენდობიან, თუ ასეთი ოპერატორი გვეყოლება დამოუკიდებელი ეკონომიკური ტერიტორიების მმართველად, ის აუცილებლად გახდება წარმატებული. თუ საქართველოს თავისუფალი ეკონომიკური ზონა მსოფლიოს წარმოებითი ინფრასტრუქტურისა და ინტეგრაციული ჯაჭვის შემადგენელი ნაწილი გახდა, აუცილებლად მიაღწევს წარმატებას. აქ საუბარია იმ ხელშეკრულებაზე, რომელიც უნდა დაიდოს ქვეყანასა და ოპერატორს შორის. მნიშვნელოვანია ის, თუ ვინ იქნება ოპერატორი და რა გარანტიებით, რა საკანონმდებლო ბაზაზე იმუშავებს ის, რა დროსა და სივრცეში იქნება ამოქმედებული თავისუფალი ეკონომიკური ზონა.

– დღეს ბევრს საუბრობენ ფოთში თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის ჩამოყალიბებაზე. როგორი იქნება ოფშორული ზონების რეგიონში განვითარების პერსპექტივა?

– დღეს თუ არსებობს მოთხოვნა იმაზე, რომ აზიიდან ტვირთნაკადების რეგულაციაში კონსტანსტასთან ერთად ფოთი ჩაჯდეს, მაშინ რეალური იქნება ეს პერსპექტივა. თუ ჩვენ გვინდა მხოლოდ ფოთის პორტის გაყიდვა, ეს დიდ წარმატებას ვერ მოგვიტანს, იმიტომ რომ ფოთში აუცილებლად ახალი პორტი უნდა აშენდეს. პორტი ძველია, ნიკო ნიკოლაძის დროსაა აგებული და ამავე დროს, ჭაობზე დგას, ის ნაკლებად გამტარუნარიანია – 3-5 მლნ ტონაა მისი წლიური ბრუნვა, გარდა ამისა, არსებობს 6-7 მლნ-მდე მისი ინვესტიციებით გაზრდის შესაძლებლობაც; უფრო მეტსაც გეტყვით – 11 ნახევარი მეტრი პორტისა ქვიშით ილექება და 30 ათასტონიანი გემი რომ შემოვიდეს, მას უკანა გზით უხდება შემოსვლა და პორტი იკეტება. ტერმინალებიც კი პატარაა; ძალიან მოუხერხებელი და პატარაა ფოთის პორტი. ამიტომ, უმჯობესი იქნებოდა ფოთში ახალი პორტის მშენებლობა დაგვეწყო.

თუ ფოთში ახალი პორტი აშენდა, გაკეთდება **ფრი-ზონა**, ანუ **თავისუფალი ეკონომიკური ზონა**. ამავდროულად, ტვირთბრუნვაც 200-300%-ით გაიზრდება. თუ გავყიდით მხოლოდ პორტს და მას განვავითარებთ, ტვირთნაკადების ზრდის კოეფიციენტი წელიწადში 8-10-12%-ს მიაღწევს. აქედან გამომდინარე, ძალზე მნიშვნელოვანია, როგორ გადაიჭრება ეს საკითხი და ვინ იქნება იმ ბრენდებისა თუ დიდი ინვესტორების მომზიდველი, ვინც რეალურად ამ ზონის სიცოცხლისუნარიანობას უზრუნველყოფს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ეს აბსოლუტურად ამაოდ გადადგმული ნაბიჯი იქნება.



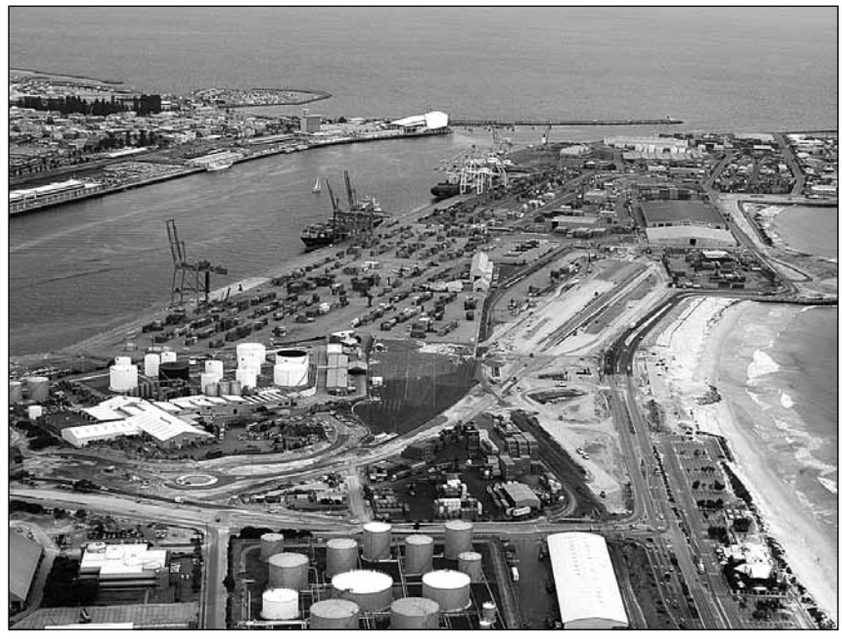
– ვინ აცხადებს ფოთის ოფშორულ ზონაზე მმართველობის პრეტენზიას?

– ძალზე მნიშვნელოვანია, **თუ ვინ დაიკავებს ამ ადგილს და შუა აზიისა და კავკასიის გასაღები ვის გადაეცემა.** მიმდინარეობს ტენდერის ბოლო ეტაპი, რის შემდეგაც გამარჯვებული შესაძლოა აპრილის შუა რიცხვებში გამოვლინდეს. დღესდღეობით **„ჯაფზა და დუბო“** ის არაბული ჯგუფია და ერთ-ერთი

პრეტენდენტი, რომელიც ალბათ ფოთის ოფშორული ზონის მართვას მოახდენს; ასევე, შესაძლებელია ის საკმაოდ ლოჯისტიკური, განვითარებული მმართველობის გერმანული კომპანიაც იყოს.

– რა სახის კანონპროექტი არსებობს ოფშორულ ზონებთან დაკავშირებით და ვინაა მისი ავტორი?

– ბოლო დროს საქართველოს მთავრობამ პრემიერ-მინისტრ **გურგენიძის** გადაწყვეტილებით ახალი „რევოლუციური საკანონმდებლო“ პაკეტი მიიღო. კანონში ჩადებული მუხლები საქართველოში ოფშორული ზონის ჩამოყალიბებასაც შეეხება – საუბარია უცხოურ ბანკებსა და 10 მლნ ღირებულების აქტივებზე, რომელიც ფოთში ფრი-ზონის გახსნას ითვალისწინებს; თავისუფლად შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ფოთში 1 მლრდ ღირებულების ბანკი გაიხსნება და მას **„კავკაზ-დეველოფმენტი“** დაერქმევა. კანონში ჩადებული მუხლების თანახმად, ბანკს 100 მლნ-მდე მოგება არ დაებეგრება და ეს იქნება ოფშორი, რაც ამ რეგიონში კაპიტალის კონცენტრაციის წინაპირობაა. ამას ამ ეტაპზე სკეპტიკურად ვუყურებ, რადგან მსოფლიოს ისეთი წამყვანი ფინანსური ცენტრები, როგორიცაა: ლონდონი, ფრანქფურტი, მილანი, ჰონგ-კონგი, სინგაპური, დუბაი კომუნიკაციების განვითარების მაღალ დონეზე არიან და სულ არ სჭირდებათ ფოთში წარმომადგენლები, მაგრამ, თუ მათ საგადასახადო ოაზისს შევთავაზებთ და ისეთ ეკონომიკურ შეღავათებს შევუქმნით, რომ 10 მლნ-იან შემოსავალზე არ დაიბეგრებიან, რა თქმა უნდა, ისინი საქართველოში თავიანთ წარმომადგენლობას გახსნიან, რასაც გარკვეული ფინანსური შემოსავლების ზრდა მოჰყვება. თუმცა, ამან საეჭვოა დიდი ინვესტირება გამოიწვიოს. საქართველოში სპეციალიზებული ზონის ჩამოყალიბება სამი მიმართულების ფრი-ზონის შეჯვარებული ვარიანტით უნდა მოხდეს: – ტექნო-პარკები, სავაჭრო-სამრეწველო ზონები და ოფშორები; ფოთში სპეციალიზებული ზონის ამოქმედება ასე წარმომიდგენია: – სავაჭრო პორტი, სავაჭრო ზონა, რომელსაც ოფშორული ზონა დაემატება.



– რა სამართლებრივი ბაზა არსებობს ოფშორული ზონებისათვის საქართველოში და რა ფორმით მოხდება ოფშორული ზონებისა და სამეწარმეო სუბიექტების დაბეგვრა?

– სამართლებრივი ბაზა სამთავრობო „რევოლუციური“ კანონის იმ მუხლებშია ჩადებული, რაზეც ზევით ვისაუბრეთ. ეს ეხება საბანკო-საფინანსო ოპერაციების დაბეგვრის წესით გატარებას, რეინვესტორების წესით დივიდენდების გატანას, კაპიტალის მოძრაობას, აქციების აღებას, მოგებას და ა.შ. ის 1000 გვერდამდე მოცულობის დოკუმენტია, რომელსაც „რევოლუციური საკანონმდებლო პაკეტი“ ჰქვია.

– ქართულ საგადასახადო კანონმდებლობას ამ შემთხვევაში რა სახის ცვლილებები ელის, როგორი იქნება მათი ოფშორული ზონების საგადასახადო განაკვეთებთან თანხვედრა?

– ქართულ საგადასახადო კანონმდებლობაში ცვლილებები, რა თქმა უნდა, მოხდება და ყველა ეს ცვლილება ეხება კაპიტალის მოძრაობას, რეინვესტირებას, დივიდენდებს, გადასახადების გადახდის საკითხს, დაბეგვრას ვაჭრობაში, ასევე ეხება შემოსავლებს, სხვაობას და ა.შ.

– ხომ არ არსებობს საქართველოს სამთავრობო სტრუქტურებში მყოფი ადამიანების ბიზნესში მონაწილეობის ალბათობა სწორედ ოფშორული ზონების მეშვეობით?

– ვერ გეტყვით, ალბათ, ეს ყოველთვის არსებობს და არცაა გამორიცხული, რადგან ნებისმიერი ადამიანი და მათ შორის, მთავრობაში მყოფიც, ადამიანია და მას ბუნებრივია, ექნება სურვილი თავისი ინტერესები ამ სფეროში ჩადოს.

ესაუბრა
თამარ ჭეჭია

ლიზინგი – მზარდი ბიზნესი მსოფლიოში



სანდრო ამაშუკელი
ექსპერტი

ლიზინგი (იგივე ფინანსური იჯარა), მსოფლიოში საწარმოო საშუალებების დაახლოებით 1/3-ის შეძენის საშუალებაა. მასზე დიდი მოთხოვნაა ახალგაზრდა საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში. ასე მაგალითად, რუსეთში 2002 წელს სალიზინგო კონტრაქტების საერთო ღირებულება 4-ჯერ გაიზარდა 2000 წელთან შედარებით და წლიურმა ბრუნვამ 2 მილიარდ დოლარს გადააჭარბა.

ლიზინგის განვითარებას აქტიურად უწყობენ ხელს საერთაშორისო ორგანიზაციები; მაგალითად, საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია მოწოდებულია დააფინანსოს სალიზინგო საკრედიტო ხაზები განვითარებად ქვეყნებში. თავის დროზე მან მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა აღმოუჩინა საქართველოს სალიზინგო ასოციაციას, რომლის წევრებიც თი-ბი-სი ლიზინგი და იმ დროს, საქართველოს სალიზინგო კომპანიად წოდებული ფირმა იყო.

სწორედ, საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციამ და ამერიკის საერთაშორისო განვითარების სააგენტომ შეუწყვეს ხელი ლიზინგის საკანონმდებლო ბაზის შექმნას, რომლის მონაწილეც ამ სტატიის ავტორიც გახლდათ. ამჟამად, საქართველოში მოქმედებს კანონი **„სალიზინგო საქმიანობის ხელშეწყობის შესახებ“,** საგადასახადო რეჟიმი, რომელიც კონკრეტულად ლიზინგს ეხება, ლიზინგის მიმღებიდან საგნის დაჩქარებული წესით ამოღების მექანიზმი, რომელიც სამოქალაქო საპროცესო კანონმდებლობაშია მოცემული და სამოქალაქო კოდექსის თავი ლიზინგის შესახებ. ამდენად, იურიდიული და საგადასახადო ბაზა საკმაოდ გაჯერებულია და მზადაა დაარეგულიროს სალიზინგო კომპანიის საქმიანობა.

მიუხედავად ამისა, საქართველოში, განსხვავებით დანარჩენი მსოფლიოსგან, იგი არც ისე პოპულარულია. საქართველოში ფუნქციონირებს 3 თუ 4 სალიზინგო კომპანია, რომლებიც სერიოზულ ბიზნესად ჯერჯერობით ვერ ჩამოყალიბდა. ამჯერად, ვიმსჯელებთ ლიზინგთან დაკავშირებულ საკონტრაქტო ურთიერთობებზე და იმაზეც, თუ რატომ არ არის ლიზინგი განვითარებული საქართველოში.

ადამიანში უცნობი ყოველთვის საშიშროებასთან ასოცირდება. არავის არ სურს აიტკივოს აუტკივარი თავი და მიმართოს სალიზინგო კომპანიას. მას ურჩევნია ნაცნობ და ამდენად, მარტივ საშუალებას – ვთქვათ, განვადებას მიმართოს. არადა, სალიზინგო კომპანიას შეუძლია უფრო მარტივი და უფრო მომგებიანი პირობებიც შესთავაზოს. მაინც რას უნდა ელოდეს მომხმარებელი კომპანიისგან?

უპირველესად, სალიზინგო კომპანია ინტერესდება რა ქონება სურს კლიენტს და რა თანხის ფარგლებში. როგორც წესი, სალიზინგო კომპანიები მუშაობენ როგორც სოლიდურ კრედიტებზე, ასევე მიკროსესხებზე. სოლიდურ თანხაში იგულისხმება რამდენიმე მილიონი დოლარის სესხი; ასეთი მოწყობილობებია საბურღი მანქანა-დანადგარები, თვითმფრინავები, გემები და ა.შ. სწორედ, იმიტომ, რომ ისინი ასე ძვირი ღირს, კლიენტი ირჩევს ისინი ლიზინგით აიღოს, ამუშაოს და თან ქირა გადაიხადოს. რაც შეეხება მიკროსესხებს, სალიზინგო კომპანია იმიტომ მუშაობს, რომ დამწყებ ბიზნესს არ გააჩნია საკმარისი თანხები სამუშაო მოწყობილობის საყიდლად. ამიტომ, დამწყები ბიზნესისთვის ხელსაყრელია სამუშაო მოწყობილობების ქირით აღება. ყველაზე დიდი ბაზარი ლიზინგისთვის სწორედ დამწყები და მცირე ბიზნესია. რა თქმა უნდა, სალიზინგო კომპანიები მუშაობენ ამ შუალედში მოქცეულ სხვა თანხებთანაც. ძირითადი საკითხები, რომელიც სალიზინგო კომპანიასთან განიხილება ესაა – ქონება, რომლის შეძენაც ან ქირაობა სურს კლიენტს და ამ ქონების დაახლოებითი ღირებულება. სალიზინგო კომპანიები და კლიენტი განიხილავენ სხვა საკითხებსაც. კერძოდ, ქონება, რომელიც უნდა იქნეს შეძენილი აუცილებლად უნდა დაიზღვეს. სალიზინგო კომპანია პასუხს აგებს ქონება-

ზე მას შემდეგ, რაც მომწოდებელი მას ამ ქონებას ჩააბარებს, მანამდე სანამ ქონებას კლიენტი მიიღებს. ხშირად ისეც ხდება, რომ ქონება პირდაპირ კლიენტს ეგზავნება. ამ შემთხვევაში ქონების დაზიანებისა და დაკარგვის რისკი მასზე გადადის ქონების მისთვის გადაცემის მომენტიდან. სალიზინგო კომპანია არ არის დაინტერესებული, რომ ქონებას რაიმე დაემართოს, ვინაიდან თუ კლიენტი ვერ გადაიხდის ქირას, სალიზინგო კომპანიის უზრუნველყოფა სწორედ ეს ქონებაა. ამიტომ იგი აუცილებლად მოითხოვს ქონება დაზღვეულ იქნას კლიენტისთვის მისი გადაცემის მომენტიდან.

ლიზინგის მთელი არსი ის არის, რომ დამქირავებელს შემოსავალი აქვს ქონებიდან. ამდენად, აუცილებელია, რომ ქონება მუშა მდგომარეობაში იყოს ლიზინგის მთელი პერიოდის განმავლობაში. ამისათვის, კი აუცილებელია ქონებას დროდადრო მომსახურება ჩაუტარდეს და დაცულ იქნას გარანტიის პირობები. ლიზინგის სპეციფიკა ის არის, რომ მომწოდებელი უშუალოდ დამქირავებელს უსრულებს ამ მომსახურებას და საგარანტიო პირობებს. ამის შესახებ ჩაიწერება გამქირავებელსა და მომწოდებელს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებაში. ეს საკმაოდ მნიშვნელოვანი მომენტია, ამიტომ უპრიანია დეტალურად შევჩერდეთ ამ საკითხზე.

როდესაც დამქირავებელი გამქირავებელთან მივა ქონების მისთვის შეძენის მოთხოვნით, გამქირავებელი დაუკავშირდება შესაბამის ფირმას, ვთქვათ, ჰევლეტ პაკარდის დისტრიბუტორს საქართველოში და მოსთხოვს მას აღნიშნულ ქონებას, ვთქვათ, 10 ცალ ნოუთბუქს თავისი პროგრამული უზრუნველყოფით. მომწოდებელი და გამქირავებელი შეთანხმდებიან შეხვედრაზე და დათქმულ დროს განიხილავენ კონტრაქტის პირობებს. სალიზინგო კომპანიასა და დისტრიბუტორს შორის ნასყიდობის ხელშეკრულებაში ჩაიწერება, რომ გამქირავებელი ქონებას იძენს ლიზინგის ხელშეკრულების პირობების შესასრულებლად, ანუ კომპიუტერულ ფირმასა და სალიზინგო კომპანიას შორის არსებობს სრული ურთიერთგაგება, რომ ქონება უნდა გადაეცეს დამქირავებელს, ვთქვათ, ინტერნეტ-კაფეს, 2 წლის ვადით. გამომდინარე აქედან, ჰევლეტ პაკარდის დისტრიბუტორმა ფირმამ უკვე იცის, რომ უახლოესი ორი წლის მანძილზე მას 10 ნოუთბუქთან დაკავშირებით ინტერნეტ-კაფე დაუკავშირდება და არა სალიზინგო კომპანია; სალიზინგო კომპანიასთან მას კავშირი არ ექნება. ნოუთბუქების დისტრიბუტორი ვერ ეტყვის უარს ინტერნეტ-კაფეს პრეტენზიის დაკმაყოფილებაზე იმ მიზეზით, რომ მას, ინტერნეტ-კაფეს არ შეუძენია ეს ქონება. სალიზინგო კომპანია



ნასყიდობის ხელშეკრულებაში დაავალებს მომწოდებელს, რომ მან ისევე შეასრულოს გარანტიისა და სერვისის პირობები ინტერნეტ-კაფეს მიმართ, როგორც ამას შეასრულებდა სალიზინგო კომპანიის მიმართ ქონების გადაცემას რომ ჰქონოდა ადგილი.

მკითხველს შეიძლება გაუჩნდეს კითხვა: სალიზინგო კომპანიამ, ხომ შეიძლება არ ჩაწეროს ეს მოთხოვნა ნასყიდობის ხელშეკრულებაში? ერთი შეხედვით, ეს ლეგიტიმური კითხვაა, მაგრამ აქ გასათვალისწინებელია ორი მომენტი; პირველი სალიზინგო კომპანია დაინტერესებულია, რომ ქონება მუშა მდგომარეობაში იყოს, რათა დამქირავებელმა საფასურის გადახდა შეძლოს და მეორე; სალიზინგო კომპანიასა და დამქირავებელს შორის დადებულ სალიზინგო ხელშეკრულებაში წერია, რომ გამქირავებელი ჯერ ინტერნეტ-კაფეს აჩვენებს ნასყიდობის ხელშეკრულებას და მხოლოდ შემდეგ მოაწერს ხელს მას; ანუ ნასყიდობის ხელშეკრულების საბოლოო ვერსიას დამქირავებელი ამტკიცებს. თუ არა, მაშინ სალიზინგო კომპანია ლიზინგის ხელშეკრულებას დაარღვევს და ქონების გადაცემამდე საქმე საერთოდ არ მივა, სალიზინგო კომპანია პროცესს წააგებს.

მას შემდეგ რაც ქონება დამქირავებელთან განთავსდება და ინტერნეტ-კაფე დაიწყებს მუშაობას, მან უნდა დაიწყოს პერიოდული ქირის გადახდა. მაგრამ ლიზინგი ამ შემთხვევაშიც საუკეთესო პირობებს გთავაზობთ. ჯერ ერთი, შეიძლება დაწესდეს საწყისი შეღავათიანი პერიოდი, როდესაც დამქირავებელი არ იხდის ქირას, ანუ ქირის გადახდა გვიან, ვთქვათ, 2-3 თვის შემდეგ იწყება. ეს იმისთვისაა საჭირო, რომ ახალმა ბიზნესმა შემოსავლის მოტანა დაიწყოს და ინტერნეტ-კაფემ თანხები ბიზნესის ამუშავებისკენ მიმართოს ქირის გადახდის ნაცვლად. ახალი საქმისთვის საჭიროა რეკლამა, მომხმარებლის მოზიდვა, ინფრასტრუქტურის მოწყობა. ყველაფერი



ეს, გარკვეულ დროს მოითხოვს და რაც არ უნდა მიმზიდველი იყოს ბიზნესი, მომხმარებელს მაინც გარკვეული დრო ესაჭიროება, სანამ ამ სერვისით სარგებლობას შეეჩვევა. ამიტომ, ქირის პირველი თვიდან გადახდის დაწესება ხშირად გაუმართლებელია. გარდა ამისა, ახალ საქმეს ბევრი სხვა ხარჯიც ახლავს თან და მისი დამძიმება ქირით ასევე მიზანშეუწონელია. ვინაიდან, ლიზინგი ქონებრივი კავშირია, სალიზინგო კომპანია და დამქირავებელი ხშირად პარტნიორების მსგავს მდგომარეობაში უფრო არიან, ვიდრე მოვალესა და კრედიტორს შორის. რუსეთში, სადაც საფუძვლიანი დაკვირვება ვაწარმოე სალიზინგო ბიზნესზე გაკვირვებული დავრჩი იმდენად მჭიდრო და ურთიერთგამგებიანი ურთიერთობაა მონაწილეებს შორის.

ყველაზე მნიშვნელოვანი დამქირავებლისთვის ლიზინგის ფასია. ამაში იგულისხმება ის ფასნამატი, რომელსაც დამქირავებელი აირიდებდა ქონება პირდაპირ რომ შეესყიდა. იმისათვის, რომ ლიზინგის ფასის შესახებ შეგვექმნას წარმოდგენა, საჭიროა ვიცოდეთ თუ როგორ აწესებს ფასს სალიზინგო კომპანია. ეს არ არის ძნელი. თუ ადამიანს წარმოდგენა აქვს, როგორ ფორმირდება საბანკო ფასი, ლიზინგის ფასსაც ადვილად გაიგებს. მაშასადამე, სალიზინგო ფასი, ისევე როგორც ბანკის ფასი, შედგება საკრედიტო რისკისგან, ადმინისტრაციული ხარჯებისგან, ინფლაციის დონისგან და სხვ. საერთო ჯამში, ჩვენ ამას საბანკო პროცენტს ვეძახით. ამჟამად, საქართველოში საბანკო პროცენტი წლიური 17-18 პროცენტია. მარტივად რომ ვთქვათ, სალიზინგო პროცენტი შეიძლება იყოს ამ პროცენტზე 1-2 პროცენტით მეტი. რატომ? შეიძლება ითქვას, რომ სალიზინგო კომპანიას საკუთარი სახსრები არ გააჩნია. მისი ბიზნესი იმაში მდგომარეობს, რომ იგი ბანკიდან თვითონ სესხულობს ფულს და შემდეგ ამ თანხას იყენებს ლიზინგის გასაცემად. ამიტომაა, რომ კომპანია, როგორც შუალედური რგოლი, თავისი სარგებლისთვის ამატებს ამ ერთ-ორ პროცენტს. ეს საკმაოდ სქემატური აღწერაა, თორემ სინამდვილეში სალიზინგო პროცენტი ბანკის პროცენტზე ნაკლებიც კი შეიძლება იყოს. თუმცა, ბუნებრივია, იბადება კითხვა, რა საჭიროა ეს შუალედური რგოლი, რატომ არ შეიძლება პირდაპირ ბანკიდან ლიზინგის აღება. საქმე ისაა, რომ მრავალ ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოშიც, ბანკს ეკრძალება ლიზინგით ქონების გაცემა. ეს საკმაო რისკთანაა დაკავშირებული, ვინაიდან ქონება შეიძლება არალიკვიდური აღმოჩნდეს, რაც ბანკს შეუქმნის პრობლემებს, ბანკის პრობლემები კი მეანაბრეთა პრობლემებია და ამიტომ, სახელმწიფო კრძალავს საბანკო ლიზინგს. სალიზინგო კომპანია ამ მხრივ თავისუფალია, იგი არ იღებს ანაბრებს, ამიტომ უფრო რისკიანი მოქმედების უფლებას აძლევს თავს. სწორედ ამ რისკის საფასურია ის ერთი-ორი პროცენტი, რომელიც საბანკო პროცენტს ემატება. ამდენად, მომხმარებლის არჩევანი შეზღუდულია და მას უწევს მეტი გადაიხადოს ლიზინგით ქონების ასაღებად.

სამაგიეროდ, ლიზინგს განვადებასთან შედარებით აქვს სხვა უპირატესობები; ვერ გადახდის შემთხვევაში, მომხმარებელი არ კარგავს ფულს, რომელიც მან უკვე გადაიხადა, როგორც ეს განვადების დროსაა. ანუ განვადების დროს მომხმარებელს ეკისრება ნივთის მთლიანი ფასის გადახდის ვალდებულება თავისი პროცენტებით და პლიუს კარგავს ნივთს, თუ ბოლომდე ვერ გადაიხადა; ხოლო ლიზინგის დროს ეს ვალი იმით მაინც მცირდება, რა ფასშიც კომპანია მეორეჯერ მოახდენს დაბრუნებული ქონების რეალიზაციას. როგორც ხედავთ, ლიზინგი განვადებაზე გაცილებით მომგებიანია და ეს იმიტომ, რომ იგი უფრო დახვეწილი მექანიზმია, განვადება კი ნაკლებ მოქნილი ბიზნესია.

ეხლა იმაზე ვისაუბროთ, სად მოუწევს მომხმარებელს მისვლა ლიზინგის გაფორმების სურვილით. ეს იქნება სალიზინგო კომპანია. იგი წარმოადგენს ბანკის ტიპის მსგავს ოფისს, სადაც საკრედიტო ოფიცრები მუშაობენ. ისინი ძირითადად, კლიენტის სანდოობას და საკრედიტო რისკს სწავლობენ. ბანკისგან განსხვავებით, ცოტა მეტი ყურადღება ექცევა თუ რა ქონება სურს მომხმარებელს. ეს იმითაა გამოწვეული, რომ დეფოლტის შემთხვევაში კომპანიას საშუალება უნდა ჰქონდეს ადვილად გაყიდოს დაბრუნებული ქონება, ანუ უნდა არსებობდეს მეორადი ბაზარი. ასეთი ქონებაა ავტომობილები, კომპიუტერები, მობილურები და სხვ. მაგრამ ძირითადი ყურადღება მაინც საკრედიტო და არა ქონებრივ რისკს ექცევა. შემდეგ კლერკი გკითხავთ, თუ ვისგან გსურთ აღნიშნული ქონების შეძენა და

რა მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს იგი. ვთქვათ, კომპიუტერის შემთხვევაში ეტყვით, რომ თქვენთვის არა აქვს მნიშვნელობა მარკას, მთავარია ჰქონდეს მეხსიერება საკმარისი, ძლიერი ვიდეო კარტა და მოცულობითი ოპერატიული მეხსიერება. ამის შემდეგ, კლერკი თვითონ შეიძენს თქვენთვის ქონებას და შემოგთავაზებთ დაათვალიეროთ, აკმაყოფილებს თუ არა თქვენს მოთხოვნებს. თუ ყველაფერი წესრიგშია, დააზღვევს მას და გადმოგცემთ ვის უნდა მიმართოთ გარანტიის შესრულების მოთხოვნით. ამის შემდეგ ქონება თქვენს მიერ მითითებულ ადგილას განთავსდება, თქვენ დაიწყებთ ამ ქონებით შემოსავლის მიღებას და გარკვეული პერიოდის შემდეგ, ქირის გადახდას.

რა საკითხები შეიძლება წარმოიშვას ლიზინგის მიმდინარეობის დროს? პირველი, ეს არის ქონების შეუსაბამობა მოთხოვნილთან. მას შემდეგ, რაც დამქირავებელი განათავსებს მოწყობილობას, ვთქვათ, კომპიუტერებს, მათთვის განკუთვნილ ადგილას და ჩართავს მათ, შეიძლება აღმოჩნდეს, რომ ისინი არ მუშაობენ გამართულად. ამ შემთხვევაში, იგი პირდაპირ ქონების დამამზადებელს მიმართავს და მოსთხოვს მას შეასრულოს გარანტიით გაცემული პირობები. სალიზინგო კომპანია ამ საკითხში არ ერევა, თუ სპეციალურად არ მოვთხოვთ.

მას შემდეგ, რაც ქონება გამართულად დაიწყებს მუშაობას, დამქირავებლის ერთადერთი ვალდებულებაა ქირა დათქმულ დროზე იხადოს. მაგრამ, თუ ბიზნესს არ მოაქვს იმდენი შემოსავალი, რამდენიც მოსალოდნელი იყო და ქირის გადახდა ჭირს, შეიძლება მოხდეს ვალის რესტრუქტურიზაცია. ამის რამდენიმე საშუალება არსებობს. ვთქვათ, სალიზინგო კომპანია დააწესებს გარკვეულ შეღავათიან პერიოდს, რომლის განმავლობაშიც დამქირავებელი შეძლებს გამოასწოროს ფინანსური მდგომარეობა. ან შეიძლება დროებით შემცირდეს ქირის ოდენობა ძირითადი ნაწილის ხარჯზე. ამგვარი თამაში ლიზინგში ფართოდ გავრცელებული პრაქტიკაა. იშვიათია შემთხვევა, რომ ქონება ჩამოერთვას და გაიყიდოს. ეს არცერთი მხარისთვის მომგებიანი არ არის. ეს არის უკიდურესი საშუალება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ დამქირავებელი არ აღმოჩნდა პატიოსანი პარტნიორი.

და ბოლოს, რითი სრულდება სალიზინგო ურთიერთობა? ქირის დროს, ქონება შეიძლება დაუბრუნდეს კომპანიას. ასეთი რამ საკმაოდ გავრცელებულია ავტომობილების შემთხვევაში; ტაქსების პარკს არ აწყობს ძველი ავტომობილებით მუშაობა, ამიტომ ყოველ 3 წელიწადში მთლიანად ანახლებს შემადგენლობას. ამ დროს გამოყენებული მანქანები ბრუნდება და ისინი მეორად ბაზარზე რეალიზირდება. რა თქმა უნდა, გავრცელებულია მთლიანი გამოსყიდვის შესაძლებლობაც. თანამედროვე ლიზინგი სხვა ბევრ ვარიანტსაც ითვალისწინებს; მაგალითად, შეიძლება უკვე გამოყენებული ქონება ახალი დეტალებით აღიჭურვოს და ლიზინგი განახლდეს.

რა პრობლემები შეიძლება შეექმნას სალიზინგო კომპანიას? ქონებაზე უფლების დაკარგვა შეიძლება მოსალოდნელი იყოს რამდენიმე გზით; ერთი მათგანი არის ქონების მიერთება სხვა ქონებაზე ისე, რომ ნაქირავები საგანი სხვა საგნის შემადგენელი ნაწილი გახდეს. ვთქვათ, ფირმას უნდა ლიზინგით აიღოს ლიფტები და დაამონტაჟოს იგი დამკვეთის შენობაში. ამ დროს შეიძლება ლიფტი შენობის განუყოფელ ნაწილად ჩაითვალოს და შესაბამისად სალიზინგო კომპანია ვეღარ დაიბრუნებს მას. მაგრამ საქართველოში ეს საფრთხე ნაკლებად არსებობს, ვინაიდან კანონი სალიზინგო საქმიანობის შესახებ პირდაპირ მიუთითებს, რომ ლიზინგით აღებული ქონება ცალკე უფლების ობიექტია, მიუხედავად იმისა, როგორ არის დაკავშირებული სხვა საგანთან; ანუ იგი ყოველთვის გამქირავებლის საკუთრებაში რჩება.

გარდა ამისა, დამქირავებელმა შეიძლება ფარულად გაყიდოს ნაქირავები ქონება. სალიზინგო კომპანიას ამ შემთხვევაშიც შეუძლია თავის დაზღვევა ქონებაზე სპეციალური აღნიშვნის დამონტაჟებით, სადაც მიუთითებს, რომ იგი ქონების მესაკუთრეა და არა დამქირავებელი; მაგრამ უფრო სანდო მექანიზმია ქონების საჯარო რეესტრში რეგისტრაცია, სადაც გამქირავებელი ყველას აუწყებს, რომ ქონება მისია და გაყიდვის შემთხვევაშიც კი შეუძლია მისი დაბრუნება, ისევე როგორც ეს გირავნობის შემთხვევაშია.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მსოფლიოს 1/3 საწარმოო კაპიტალის მფლობელები ირჩევენ საფასურის გადახდით იქირავონ საწარმოო საშუალებები, იმის ნაცვლად რომ შეიძინონ. რატომ? პასუხი მარტივია: უაზრობაა შეიძინო ის, რაც რამდენიმე წელიწადში ახლით უნდა ჩაანაცვლო. თუ დიდი ხანი მუშაობ ერთი და იგივე მოწყობილობით ჩვენს ტექნიკურ საუკუნეში, დროს ჩამორჩები და კონკურენციას ვერ გაუძლებ. სწორედ ამიტომაა ლიზინგი ერთ-ერთი ყველაზე მზარდი ბიზნესი მსოფლიოში. იგი საშუალებას აძლევს საწარმოებს მოიხმარონ ულტრათანამედროვე მოწყობილობა ყველაზე იაფად, ქირის ფასად.

რატომ უნდა იყოს ლიზინგი პოპულარული საქართველოში? საკითხი შეიძლება ასეც დაისვას; იმიტომ რომ, საწარმოებს არა აქვთ საკმარისი თანხა ქონების საყიდლად, ხალხს არა აქვს საწყისი კაპიტალი ბიზნესის დასაწყებად (ლიზინგი საშუალებას აძლევს მათ თან ამუშაონ მოწყობილობა და თან მისი საფასური იხადონ) და იმპორტთან კონკურენციისთვის საჭიროა მოწყობილობის მუდმივად განახლება.

ამ მოსაზრებებიდან გამომდინარე, მიზანშეწონილია ლიზინგმა ფართო განვითარება ჰპოვოს საქართველოში.



ანზორ ქოქოლაძე:

ბიზნესი იმ შემთხვევაშია გამართული, თუ ყველა იგებს!

უმაღლესი ციფრული ტექნოლოგიებისა და ტრანსნაციონალური კორპორაციების საუკუნეში წარმატებული ბიზნესის კეთება, ალბათ, მხოლოდ მაშინაა შესაძლებელი, თუ ვინმე ირწმუნებს (და მიაღწევს კიდეც) იმას, რომ ორს პლუს ორი ოთხი კი არა, რვაა. დიახ, როგორ დაუჯერებლადაც არ უნდა ჟღერდეს, სწორედ ეს, ერთი შეხედვით, მცდარი არითმეტიკული ტოლობა იქცა კიდეც ერთ-ერთი უმსხვილესი ქართული კომპანიის „ელიტ ელექტრონიქსის“ წარმატების მთავარ გასაღებად, კომპანიის პრეზიდენტი, განათლებით იურისტი ბატონი ანზორ ქოქოლაძე კი ის გამორჩეული ადამიანი აღმოჩნდა, რომელსაც ოდნავადაც კი არ შეჰპარვია ეჭვი ბიზნესფორმულად ქცეული ამ ტოლობის სისწორეში.



ბათუმის ბაზრის მცირე დახლიდან 360 მილიონიან წლიურ ბრუნვამდე

„ელიტ ელექტრონიქსი“ 1996 წელს დაფუძნდა, მაშინ ეს პატარა ფირმა იყო, მე და კიდევ 2 თანამშრომელი ვიყავით, ბათუმის ბაზარზე გვქონდა მცირე დახლი და აუდიო-ვიდეოკასეტების გაყიდვებით ვიყავით დაკავებული. მერე თანდათან გავიზარდეთ, 1996 წელსვე გავხსენით ბათუმში აუდიო-ვიდეო და საყოფაცხოვრებო ტექნიკის პირველი პატარა მაღაზია. დღეის მდგომარეობით კი კომპანიას ჰყავს 800-მდე თანამშრომელი, აქვს 42 მაღაზია საქართველოს მასშტაბით, წელს კი კიდევ 40 ახალი მაღაზიის გახსნას ვგეგმავთ. მოგეხსენებათ, ჩვენ 2 ქსელს ვავითარებთ, **„ელიტ ელექტრონიქსი“** და **„ელიტელი“**, ეს უკანასკნელი მობილური ტელეფონების, კომპიუტერული და ციფრული ტექნიკის მაღაზიათა ქსელია, **„ელიტ ელექტრონიქსი“** კი უფრო ორიენტირებულია საყოფაცხოვრებო ტექნიკის მიმართულებით. ფირმის საქონელბრუნვამ 2007 წლისთვის 203 მილიონ ლარს მიაღწია, წელს კი 360 მილიონ ლარს ვგეგმავთ. 2006 წლამდე **„ელიტ ელექტრონიქსი“** შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება იყო, 2007 წელს კი კომპანია სააქციო საზოგადოებად გადაკეთდა. მინდა გითხრათ ერთი საინტერესო სიახლის შესახებ – 2008-ში გვექნება ჩვენი აქციების საზოგადოების ფართო წარმომადგენლობისთვის პირველი საჯარო შეთავაზება, რის შედეგადაც ჩვენი დამფუძნებელი გახდება საქართველოს ბევრი მოქალაქე, ანუ უამრავი ფიზიკური პირი იქცევა ჩვენი აქციების მფლობელად. დღემდე ასეთი შეთავაზებები საფონდო ბირჟე-



ბის მეშვეობით ხორციელდებოდა და, შესაბამისად, იმ ფიზიკურ პირთათვის, ვისაც ბიზნესთან შეხება არა ჰქონდა, გაურკვეველი იყო, როგორ შეეძლო მას ბიზნესში მონაწილეობის მიღება. ჩვენ კი ადამიანს საშუალებას ვაძლევთ სრულიად გაიოლებული გზით მოხვდეს ბიზნესში. ამას „თი-ბი-სი“ ბანკთან ერთად ვაკეთებთ – მონდომებულ ადამიანს ამ ბანკის ნებისმიერ ფილიალში შეეძლება მისვლა და ჩვენი აქციების ყიდვა ან გაყიდვა (ერთ დღეს შეუძლია იყიდოს, მეორე დღეს გაყიდოს, რადგან აქციები ლიკვიდური იქნება). ვფიქრობ, ეს ქართული ბაზრისთვის გარკვეული სიახლე იქნება“.

„ელიტ ელექტრონიქსი“ წარმოადგენს მსოფლიოში ცნობილი შემდეგი ბრენდების ოფიციალურ დისტრიბუტორს საქართველოში: BOSCH, SAMSUNG, SIEMENS, VESTEL, PHILIPS, GAGENAU, MOTOROLA (GSM-ის მიმართულება), ELECTROLUX, TEFAL, ROVENTA, MOULINEX, KENWOOD,THERMEX, GORENJE, PIONEER, CLARION.

აქტიური მოლაპარაკება მიდის TOSHIBA-სთან, რომელთანაც შეთანხმება უკვე მიღწეულია და პროდუქციის პირველი პარტიები მალე შემოვა, ასევე მიღწეულია შეთანხმება PANASONIC-თან, შემდგომში კი კომპანია გააგრძელებს აქტიურ მოლაპარაკებას თანამშომლობაზე კომპიუტერული ტექნიკის მწარმოებელ უმსხვილეს კომპანიებთან.

360-გრადუსიანი მომხიბვლელობა

„რა არის ჩვენი წარმატების მთავარი გარანტი? – მოვახდინოთ ენერგიის სრული კონცენტრაცია და მისი სწორად მართვა. ენერგია, მოგეხსენებათ, წარმოიშობა ინტერესების თანხვედრით. ჩვენ ვცდილობთ ჩვენს ირგვლივ, 360 გრადუსის რადიუსში შევქმნათ მომხიბვლელობა. პირველ რიგში, მომხიბვლელნი უნდა ვიყოთ მომხმარებლისთვის, რადგან მომხმარებლებმა სრულყვეს ჩვენი კომპანია და არა ჩვენ, მოთხოვნას, ვიყოთ მუდამ ფორმაში, სწორედ მომხმარებელი გვიყენებს, შესაბამისად, ჩვენი მთავარი მაკონტროლებელი საზოგადოება და მომხმარებელია. გარდა ამისა, ვცდილობთ მომხიბვლელები ვიყოთ მომწოდებლისთვის, ვიყოთ სანდო პარტნიორი როგორც ინვესტორისთვის, ისე კრედიტორებისთვის და, ზოგადად, ვიყოთ მიმზიდველები და სასარგებლონი მთლიანად საზოგადოებისა და ქვეყნისთვის – მათ შორის ჩვენი თანამშრომლებისთვისაც. ერთიან ჭრილში კი ეს ყველაფერი ქმნის სწორედ იმ ენერგიას, რომელიც შემდგომში სასურველ შედეგად გარდაიქმნება. ბიზნესში ერთი სუბიექტის ინტერესი არაფერს ნიშნავს – ანუ პრინციპი, ერთმა უნდა მოიგოს და მეორემ წააგოს, არ მუშაობს. **თუ ერთ-ერთი მხარე აგებს, ეს იმას ნიშნავს, რომ რაღაც არ არის სწორად დალაგებული. ბიზნესი მხოლოდ იმ შემთხვევაშია გამართული, თუ ყველა იგებს.** ხშირად ადამიანებს ეჩვენებათ, რომ ერთი თუ იგებს, მეორემ აუცილებლად უნდა წააგოს და ამაზე არიან ორიენტირებულნი, მხარეებად არიან დაყოფილნი. ეს შეცდომაა. ამიტომაც ჩვენ **ვცდილობთ, ჩვენს ირგვლივ არავინ წააგოს და ყველა მოგებული დარჩეს,** რამდენად გამოგვდის არ ვიცი. ეს არ ვრცელდება მხოლოდ ბიზნესსფეროზე, ჩვენ ამ პრინციპით ვურთიერთობთ როგორც საკუთარ თანამშრომლებთან, ასე მომწოდებელთან და მომხმარებელთან.

ბიზნესწარმატების მთავარი საწინდარი კი გუნდია და **„ელიტ ელექტრონიქსი“** მთელი კოლექტივის წარმატებაა და არა ერთი რომელიმე ადამიანის. სწორედ ამ გუნდის დიდი შრომის შედეგია ჩვენი ქსელის ასე სწრაფი გაფართოება. თუნდაც იმ 40 ახალი მაღაზიის გახსნა, რომელსაც გვეგმავთ, ჩვენი კოლექტივისგან





უდიდეს ძალისხმევას მოითხოვს. რაც უფრო კარგად იქნება გუნდური თამაში აწყობილი (ბიზნესი გუნდური თამაშია, მოგეხსენებათ), მით უფრო უკეთესი იქნება შედეგი და ეს შემდგომში ხარისხზეც აისახება.

რას ნიშნავს „ელიტ ელექტრონიქსის“ გუნდის წევრობა?

ყველაზე მთავარია ადამიანს ჰქონდეს მოტივაცია და იყოს წარმატებაზე ორიენტირებული. ადამიანური ღირებულებების შეფასება ცოტა რთულია, თუმცა, ვფიქრობ, რომ მორალური ფასეულობები წარმატებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია და კვალიფიკაცია, ანუ პროფესიონალიზმი. თანამშრომლების შერჩევისას, კანდიდატები შესაბამის ტესტირებას გადიან, მაგრამ მთლიანად ამ ტესტებზე დაყრდნობაც არ შეიძლება. ყველა ადამიანი ინდივიდუალურია, ასე რომ, ცხოვრება თავად გვთავაზობს ამ წესებს.

წარმატება წარუმატებლობის შედეგი?!

„წარუმატებლობა წარმატების თანამდევია. **ვინც წარუმატებლობის ფასი არ იცის, ის წარმატებას ვერასოდეს მიაღწევს.** მთავარია, არ შეეგუო დროებით მარცხს. როცა ბიზნესს ვიწყებდით, 1996 წელს, ბევრჯერ წავაგეთ, შემდეგშიც ბევრჯერ განგვიცდია წარუმატებლობა და დღესაც გვაქვს რაღაც პრობლემები კომპანიაშიც და პიროვნულადაც, თუმცა, არ ვთვლი, რომ ეს საგანგაშოა. პირიქით, ასეთი მომენტები კიდევ უფრო გვაფხიზლებს და წინსვლის სტიმულს გვმატებს. **მე არ ვაღიარებ წარუმატებლობას, ჩემთვის ჩიხი არ არსებობს.** ყოველთვის არსებობს სტრატეგია, რომელიც გამოსავალს მოგვაძებნინებს. იმათ, ვინც ახლა იწყებს ბიზნესს ან რაიმე წარუმატებლობა აქვს, ვურჩევდი, რომ არასოდეს შეეგუოს მარცხს. წარმატება-წარუმატებლობა არ არის მხოლოდ ფულში ან რაიმე მატერიალურში ასახული განზომილება. წარმატება მხოლოდ შინაგანი მდგომარეობაა – შეიძლება ვიღაცას ძალიან დიდი მატერიალური მდგომარეობა ჰქონდეს, მაგრამ შინაგანად იყოს სუსტი და წარუმატებელი და ვიღაცას შეიძლება საერთოდ არაფერი ჰქონდეს, მაგრამ მაინც მდიდარი, ძლიერი და წარმატებული იყოს. ბიზნესწარმატება სრულად ნამდვილად არ ასახავს ადამიანის პიროვნულ სიძლიერესა და წარმატებას, თუმცა, ბიზნესში თუ სწორად მიდიხარ, თუ შინაგანად არ ეგუები წარუმატებლობას, აუცილებლად მიაღწევ მიზანს. თუ რაიმე მიმართულებით ნიჭი გვაქვს, წარმატება განსაკუთრებული იქნება, მაგრამ მიმაჩნია, ნიჭი რომც არ გვქონდეს, ბეჯითი შრომით შედეგი მაინც მიიღწევა. შრომით კი მთელი გულით ვერ იშრომებ, თუკი მოტივირებული და წარმატებაზე ორიენტირებული არ ხარ“.

2 + 2 = 8 (???)

„ჩვენ ვცდილობთ აქტიურად ვითანამშრომლოთ სხვა ბიზნესებთან ყველა მიმართულებით, შეჯერებულნი ვიყოთ და დრო და ენერგია ერთმანეთთან ბრძოლაში კი არა, წარმატებულ ურთიერთთანამშრომლობაში დავხარჯოთ. ანუ, ვეცადოთ, რომ 2+2 იყოს 8 და არა 4. ხშირ შემთხვევაში, ქართულ სინამდვილეში 2+2 არის ისევ 2 ან სამი და არა 4. **ვინც ახერხებს იმას, რომ 2+2 იყოს 8 და არა 4, ეს იმას ნიშნავს, რომ მისი ენერგია აბსოლუტურად კონცენტრირებული და სწორად მართულია.** ჩვენ მუდამ ვცდილობთ, ამ ფორმუ-



ლით ვიმუშაოთ, დრო და ენერგია ფუჭად არ ვხარჯოთ... ჩემთვის, პირადად, მცნება **„თავისუფალი დრო“** არ არსებობს და მგონი, არც არავისთვის. არსებობს პრიორიტეტული და ნაკლებმნიშვნელოვანი საქმეები, თუ რისთვის გაქვს დრო და რისთვის – არა. ჩემთვის გაუგებარია, როცა ამბობენ, მაგალითად, რომ, უდროობის გამო, ვთქვათ, ვარჯიშს ვერ ასწრებენ. უბრალოდ, ადამიანები არასწორად ანაწილებენ საკუთარ დროს ან მოუსწრებელი საქმეები მათთვის ნაკლებპრიორიტეტულია. პირადად მე ბიზნესისთვისაც მაქვს დრო და სპორტისთვისაც – ყოველ დილას დაახლოებით 10 კილომეტრს დავრბივარ და ვვარჯიშობ. დიდი სპორტსმენი არასოდეს ვყოფილვარ და არც სპორტზე ორიენტირებული, უბრალოდ, ვცდილობ ფორმაში ვიყო, რამდენად გამომდის, არ ვიცი“ **(მინდა გითხრათ, რომ ბატონი ანზორი მშვენიერ სპორტულ ფორმაშია)**.

„ელიტელექტრონიქსი“ – მრავალი დამსახურებული ჯილდოს მფლობელი

„წლის მეცნიერება“ (ერთ-ერთი გამოცემის მიერ ორგანიზებული კონკურსი) ალბათ ცოტა გადაჭარბებული იყო, ჩვენზე ბევრად მეტი ქველმოქმედი ორგანიზაცია და პიროვნებები არსებობენ საქართველოში **(თავმდაბლობა ბატონი ანზორის ერთ-ერთი გამორჩეული თვისებაა)**. **ერთია, იყო წარმატებული, ეს მნიშვნელოვანია, მაგრამ მეორეა, რა გააკეთე შენ იმისთვის, რომ სხვასაც მიეღწია წარმატებისთვის, რა სიკეთე მოუტანე საერთოდ ქვეყანას**. დღეს საქართველოში ბევრი პრობლემაა – ხელოვნებაში, კულტურაში, სპორტში, ბიზნესსა თუ საზოგადოებრივი ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროში, მაგრამ, ვფიქრობ, ყველაზე პრიორიტეტული (ყოველ შემთხვევაში, ჩვენ ასე ჩავთვალეთ), ჩვენთვის განათლების და დასაქმების მიმართულებებია. **ამ ქვეყანას თუ რამე უშველის, ეს განათლებული ადამიანები არიან, ყველა დანარჩენ პრობლემურ სფეროს კი რაც შეიძლება მეტი დასაქმებული ადამიანი თუ გადაარჩენს**. თუკი მოსახლეობა გადამხდელუნარიანი იქნება, შესაბამისად ხელოვნება და კულტურაც განვითარდება. ამიტომ ჩვენ აქტიურად ვართ ჩაბმული ამ მიმართულებებით, თუმცა, სხვა მიმართულებებსაც ვუჭერთ მხარს შეძლებისდაგვარად. განათლების მიმართულებით წარმატებულ მოსწავლეებს და სტუდენტებს ვეხმარებით, შემდგომში ამ თვალსაზრისით კიდევ უფრო გააქტიურდება ჩვენი პოზიციები. რაც შეეხება დასაქმების მიმართულებას, არსებობს ასეთი საერთაშორისო ორგანიზაცია WORLD VISION, რომელიც სხვადასხვა ქვეყნებში მოღვაწეობდა, მათ შორის საქართველოშიც, რომელსაც აფინანსებდა ევრობანკი. ჩვენთან 3-წლიანი პროექტი ჰქონდათ, ეს იყო ახალგაზრდების და სოციალურად დაუცველი ადამიანების მხარდაჭერის და მათი ბიზნესპროცესებში ჩართვა-დასაქმების პროექტი. ამ პროექტმა დაახლოებით 400-მდე ადამიანი დაასაქმა და 50-ზე მეტი ახალი მეწარმის ჩამოყალიბებას შეუწყო ხელი. პროექტი 2007 წლის ბოლოს წყდებოდა და საჭირო იყო უცხოურ ორგანიზაციას ქართული კომპანია ჩანაცვლებოდა. ჩვენ სიამოვნებით დავუჭირეთ ამას მხარი. ჯერჯერობით სამი ცენტრია, თელავში, ქუთაისსა და ბათუმში, მაგრამ შემდგომში ამ ქსელის მთელი საქართველოს მასშტაბით გაფართოებას ვაპირებთ. აღნიშნულ ცენტრებში საწყის ეტაპზე ტრეინინგები ტარდება დამწყები მეწარმეებისთვის, შემდგომში კი ხდება მათი ბიზნესის ხელშეწყობა. მოგეხსენებათ, დამწყები ბიზნესმენისთვის საკმაოდ რთულია კრედიტების მოძიება, ამიტომ ჩვენ ვუდგებით გარანტად, რომ მათ მოიძიონ კრედიტები და შემდგომში პროცენტსაც ვუფინანსებთ, რათა ბიზნესის საწყისი პერიოდი მათთვის არ იყოს მძიმე. ვფიქრობ, ეს მომავალშიც საკმაოდ წარმატებული პროექტი იქნება და ბევრ დამწყებ ბიზნესმენს გაუხსნის გზას, რაც თავის მხრივ ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის წინაპირობაა. ამაზე არანაირი სარეკლამო კამპანიის წარმოება არ არის საჭირო, უბრალოდ, ადამიანი მიდის შესაბამის ცენტრში და აკეთებს განაცხადს ბიზნესის დაწყების სურვილის შესახებ. იქ მას აცნობენ მოქმედების გარკვეულ წესებს. მთავარი ამ საქმეში მონდომება და საქმის კეთების სურვილია. ადრე დაწესებული იყო ასაკობრივი ცენზი, მაგრამ ჩვენ ეს ცენზი მოვხსენით და ახლა 80 წლის მოხუცსაც შეუძლია მივიდეს, ვფიქრობთ, საქმის კეთება გვიანი არასოდეს არ არის...



რაც შეეხება ზოგადად მარკეტინგს, თუ ჩვენ რეკლამა გვჭირდება, ვყიდულობთ მას რადიოში, ტელევიზიასა თუ გაზეთში, ეს ცალკე მიმართულებაა, მაგრამ როცა სოციალურ ვალდებულებებზე მიდის ლაპარაკი, ვფიქრობ, ამას დიდი რეკლამირება არ სჭირდება. აქ მთავარია შედეგზე ვიყოთ ორიენტირებულნი. ქველმოქმედებას არ უყვარს რეკლამა. არის პროექტები, რომლებსაც ჩვენ არასოდეს არ დავაფინანსებთ. მაგალითად, სერიალები, ან თუნდაც „ჯეობარის“ მსგავსი პროექტები,



თუმცა, კიდევ გიმეორებთ, არ ვარ არცერთის რადიკალური მოწინააღმდეგე. უბრალოდ ვთვლი, რომ ეს შეიძლება სასარგებლო არ იყოს საზოგადოებისთვის, რადგან გაცილებით საჭირო საქმის კეთება შეიძლება.

ქართული კანონმდებლობა საკმაოდ ლიბერალურია

„მოდით დავყოთ – კანონმდებლობა და რეალობა. კანონმდებლობასთან მიმართებაში ვერავის დავეთანხმები იმაში, რომ ჩვენ არ გვაქვს ლიბერალური კანონმდებლობა. ვფიქრობ, პირიქით, თუმცა, დახვეწას ბევრი დეტალი საჭიროებს. თუ შევადარებთ ბევრ ქვეყანას, განებავთ დასავლეთ და აღმოსავლეთ ევროპის თუ ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებს, მათთან შედარებით, გაცილებით ლიბერალური საგადასახადო კანონმდებლობა გვაქვს. **თუმცა, სახელმწიფო მოხელეების მხრიდან თავიანთი უფლებამოსილებების გადაჭარბების შედეგად შეიძლება ბიზნესს გარკვეული წნეხი ჰქონდეს. მაგრამ, იმედია, ეს თანდათანობით დაიხვეწება და დარეგულირდება. კანონმდებლობასთან მიმართებაში მე პრეტენზიები არ მაქვს, უფრო კანონის აღმსრულებლები სცოდავენ ხოლმე. ვფიქრობ, რა პრობლემაც ჩვენ გვაქვს ბიზნესში, კვალიფიციურ კადრებს ვგულისხმობ, იგივე პრობლემა დგას სახელმწიფო სტრუქტურებშიც – დაუდევრობა, თანამდებობრივი გულგრილობა, კვალიფიკაციის პრობლემა და ა.შ.**

რაც შეეხება სახელმწიფოსა და ბიზნესის ურთიერთობას, ვფიქრობ, ნორმალური ხელისუფლება ნებისმიერ ქვეყანაში ვალდებულია აქტიურად დაუჭიროს მხარი ბიზნესს, რადგან ბიზნესი არის ის ხერხემალი, რომელმაც უნდა გადაარჩინოს ქვეყანა, შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები, ინოვაციური ინფრასტრუქტურა, შეავსოს ბიუჯეტი, შემოიტანოს ახალი ტექნოლოგიები და ა.შ. ამიტომ, ადრე თუ იყო **„პოლიტიკური ეკონომიკა“**, დღეს უკვე „ეკონომიკური პოლიტიკაა“, მსოფლიოს წამყვანი სახელმწიფოების პოლიტიკა მიმართულია იქეთკენ, რომ მხარი დაუჭირონ საკუთარ მსხვილ კომპანიებს. ავიღოთ ამერიკა, იგი თავის კომპანიებს კბილებით იცავს ნებისმიერ ქვეყანაში, ასევეა ევროპულ ქვეყნებში. ამიტომ, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ **სახელმწიფო აქტიურად უჭერდეს მხარს და ხელს უწყობდეს ბიზნესის განვითარებას, რადგანაც სწორედ ბიზნესია ქვეყანაში არსებული სხვა პრობლემების მოგვარების საფუძველი, იგივე სიღარიბის დაძლევის პრობლემაც სწორედ ბიზნესის განვითარებაზე გადის. რა თქმა უნდა, არსებობს პრობლემები ბიზნესისა და სახელმწიფოს ურთიერთობაში, მაგრამ არ შეიძლება ყველაფერი პესიმისტურ ნოტაზე გადავაწყოთ და ვთქვათ, რომ ყველა გვებრძვის“.**

ფასების ზრდაზე ნაკლებმგრძნობიარენი ვართ

„ნავთობზე ფასების ზრდა გარკვეულწილად აისახება ყველა ბიზნესზე, მათ შორის ჩვენზეც, მითუმეტეს, რომ ფასებმა მოიმატა მეტალზეც. მოგეხსენებათ, გაზქურები ძირითადად მეტალისგან მზადდება და მეტალზე ფასების ზრდა ჯაჭვური რეაქციით იწვევს პროდუქციაზე ფასების ზრდასაც. იგივე ნავთობზე ფასის მომატება აისახება პლასტმასზე ფასის ზრდაში, რაც სარეცხი მანქანებისა და ტელევიზორების ფასებზე პირდაპირ აისახება. ძვირდება ტრანსპორტირებაც. მაგრამ, ეს ყველაფერი რადიკალურ ცვლილებას ჩვენი პროდუქციის ფასებში არ იწვევს, ისეთი მგრძნობიარენი არ ვართ, როგორც სხვა მიმართულებები. წელს მხოლოდ „ბოშის“ შემთხვევაში მოხდა ფასების აწევა, შარშან „სამსუნგმა“ წამოწია ფასები გარკვეულ პოზიციებზე. ვცდილობთ მასშტაბებზე გასვლის გზით მივაღწიოთ ფასების შენარჩუნებას. გაყიდვების მოცულობის ზრდა იწვევს თვითღირებულების შემცირებას და მწარმოებლებსაც როცა ვუმტკიცებთ, თუ რატომ არ უნდა წამოწიონ ფასი, ანუ თუ დავარწმუნებთ, რომ შეგვიძლია გაცილებით მეტი რაოდენობის გაყიდვა, პრობლემა იხსნება. პროდუქციის თვითღირებულების შემცირების ერთ-ერთი გზა არის მასშტაბზე გასვლა და ჩვენი ტენდენციაც, თუ აკვირდებით, აქეთკენ მიდის.

რაც შეეხება ეროვნული ვალუტის გამყარებას, ეს ფაქტორი იმპორტს არ უშლის ხელს, უფრო ექსპორტს აზარალებს. ჩვენ კი ძირითადად იმპორტიორი ქვეყანა ვართ, თუმცა, გვირჩევნია, რომ ექსპორტირებულ პროდუქტებს დაეჭიროს მხარი და ამ მხრივ იმედი გვაქვს, რომ ჩვენ წვლილს შევიტანთ ამ საქმეში“.

ეკონომიკის განვითარება მაღალ საბაჟო ტარიფებს არ ნიშნავს

„ვერ დავეთანხმები იმ ექსპერტთა შეფასებას, რომლებიც ექსპორტის გაღამეტებულ წნეხზე საუბრო-

ბენ. ტარიფების ზრდის ხარჯზე არ უნდა დავიცვათ ეროვნული ეკონომიკა. შეიძლება ბევრ პროდუქტში, რაშიც ჩვენ პერსპექტივა გვაქვს, აგრარულ სექტორში მაგალითად, გარკვეულწილად იყოს ბაზარი დაცული. მაგრამ იმ პროდუქტებში, რაშიც ჩვენ არა გვაქვს პერსპექტივა და ტრადიცია, მაგალითად, მანქანათმშენებლობაში (კი, გვქონდა ქარხანა ქუთაისში), დიდი პერსპექტივა, რომ ვთქვათ „მერსედესმა“ გახსნას ქარხანა, ან რომელიმე ახალმა მწარმოებელმა, ამის ნაკლები ალბათობაა. ჩვენ ევროკავშირის მხარდაჭერის პროგრამით ვსარგებლობთ, თუ არ ვცდები, დაახლოებით 7200 პროდუქტზე შეღავათიანი პირობებია ექსპორტისთვის. ასე რომ, ბევრი მწარმოებელი დაინტერესდება საქართველოში რაღაც პროდუქტის შექმნით და მათი ევროპაში ექსპორტირებით. მაგრამ იმისათვის, რომ ეს მოხდეს, ადგილზე უნდა მოძლიერდეს ქართული კომპანიები, მოამზადონ ახალი ბიზნესგეგმები და მოიზიდონ ახალი ინვესტორები და რესურსები“.

ადამიანმა ჯერ საქართველოში უნდა ისწავლოს!

„თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის შემოღებას დადებითად ვუყურებ. თავის დროზე, როცა ეს საკითხი ბათუმთან იყო დაკავშირებული, იქ გარკვეული პოლიტიკური რისკები იყო, მაგრამ ეკონომიკური თვალსაზრისით (მე ამ თემის პოლიტიკურ რისკებს ვერ შევაფასებ, თუმცა, დღეს ასეთ რამეს ვერ ვხედავ), ვფიქრობ, **ხელი უნდა შეეწყოს თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის შემოღებას საქართველოში. თუმცა, იმის მოლოდინი, რომ ასეთი ზონის გახსნით რაღაც სასწაულს მოვახდენთ, ცხადია, არ არის. ჩვენ არ უნდა გვქონდეს გადაჭარბებული მოლოდინი, ეს მუდმივი პროცესია და არა ერთჯერადი აქტი, რომელიც სასწაულებრივად ააღორძინებს ქვეყანას. ჩვენ უნდა ვისწავლოთ და ვიშრომოთ უკეთესად და სასურველ შედეგებსაც მივაღწევთ. კვალიფიკაციის პრობლემა რეალურად დგას ქვეყანაში, საკმაოდ დიდი არმიაა უმუშევრების და საკმაოდ დიდი მოთხოვნაა კვალიფიკაციურ კადრებზე.** აქედან გამომდინარე, ჩვენი მთავარი პრობლემაა, მოხდეს ამ პროცესის დაბალანსება, ამას კი ბიზნესმაც უნდა დაუჭიროს მხარი და სახელმწიფომაც. დღეს თუ გადავხედავთ ბიზნეს-სკოლებს, ბევრ მათგანში კურსდამთავრებულთა 99%-მდე საქმდება. ის ერთი პროცენტიც სამუშაოდან სხვა სამუშაოზე გადასვლის პროცესშია, ანუ 100%-იანი დასაქმება ხდება. ეს კი ნიშნავს, რომ ბიზნესიდან მაღალი მოთხოვნის გამო ბიზნეს-სკოლები საკმარისი არ არის. ამიტომ, ვფიქრობ, ასეთ სკოლებს მაქსიმალური მხარდაჭერა სჭირდებათ. ჩვენ ჩვენი მხრიდან ყოველთვის დავუჭერთ მხარს წარმატებულ სტუდენტებს და საერთოდ, მთლიანი ბიზნეს-სექტორი დაუჭერს მათ მხარს, თუმცა, არ იქნება ცუდი, თუ სახელმწიფოც გააკეთებს ამას. **უცხოეთში სტუდენტების გაგზავნას მე არ ვემხრობი, რადგან ვფიქრობ, რომ ჯერ საქართველოში უნდა მიაღწიოს წარმატებას ადამიანმა, ისწავლოს აქ, დაიწყოს მუშაობა და თუ სამუშაოს შესაბამისად აუცილებელი გახდება მისი კვალიფიკაციის ამაღლება, მხოლოდ ამ შემთხვევაში გაიგზავნოს უცხოეთში. არ მიმაჩნია სწორად, როცა სკოლის დამთავრებისთანავე მიდიან სასწავლებლად უცხოეთში, ეს ხალხი ფაქტობრივად იკარგება ჩვენთვის, რადგან მათი საკმაოდ დიდი ნაწილი უკან აღარ ბრუნდება.** ყველანაირად დავეხმარები, ქართველმა ახალგაზრდებმა აქ მიიღონ კვალიფიციური განათლება, რისი საშუალებაც დღეს საქართველოში ნამდვილად არის“.

ამბიციად ქცეული ჰობი

„ჩვენი ჰობია (ამისთვის სუბსიდირებამაც რომ მოგვიწიოს), საქართველოში შევქმნათ წარმოება ელექტროტექნიკის მიმართულებით. თუმცა, ეს საკმაოდ რთული საქმე იქნება და მხოლოდ იმ შემთხვევაშია შესაძლებელი, თუკი მეზობელ ქვეყნებში (ბუნებრივია, კავკასიის რეგიონი არ იქნება საკმარისი), მოხდება ჩვენი პროდუქციის ექსპორტი. ქართული ბაზრისთვის შეუძლებელი იქნება ამის გაკეთება, თუ არ ჩავთვლით მცირე საყოფაცხოვრებო ნივთებს. მაგრამ საქართველოში შევქმნათ ელექტროტექნიკის წარმოება – ეს ჩვენი ამბიცია და ჩვენი ჰობია, რომელსაც უახლოეს 2010-2011 წლებში აუცილებლად შევასხამთ ფრთებს. შესაძლოა, ეს რომელიმე სხვა ბიზნესთან ერთად, ან თუნდაც დამოუკიდებლად, ჩვენი ძალებით მოხდეს!

ილნარ გორელიშვილი



თუ თქვენ სასამართლოში სარჩელის შეტანა გადაწყვიტეთ



ცვლილებები სამოქალაქო საპროცესო კოდექსში სასამართლოში სარჩელის (განცხადების) აღძვრისა და საქმის წარმოების სხვა პროცედურებთან დაკავშირებით

გიორგი გვენეტაძე

ადვოკატი, დამოუკიდებელი ექსპერტი

საქართველოს კონსტიტუციის 42-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ყველას აქვს უფლება თავის უფლებათა და თავისუფლებათა დასაცავად მიმართოს სასამართლოს. აღნიშნული უფლება განმტკიცებულია აგრეთვე საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის მე-2 მუხლის პირველი ნაწილით, რომლის თანახმად, ყოველი პირისათვის უზრუნველყოფილია უფლების (კანონიერი ინტერესის) სასამართლო წესით დაცვა. ასეთი უფლება იურიდიული პირებისთვის ასევე გარანტირებულია საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 79-ე მუხლის პირველი ნაწილით.

აღნიშნული ზოგადი ხასიათის უფლება დეტალურადაა გაწერილი სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის შესაბამისი ნორმებით და ამ ნორმათა ზუსტი დაცვა, შესაბამისი საპროცესო დოკუმენტების (სარჩელის, შესაგებლის) სრულყოფილად მომზადება მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს საქმის შემდგომ წარმატებულ მსვლელობას.

ამავე კოდექსის მე-2 ნაწილის შესაბამისად, განცხადების მიღებასა და საქმის განხილვაზე უარის თქმა სასამართლოს შეუძლია მხოლოდ ამ კოდექსით დადგენილი საფუძვლებით და წესით.

როგორც ამ ნორმითაც ჩანს, სასამართლოსთვის მიმართვისა და საქმის განხილვის უფლება არ არის აბსოლუტური ხასიათის და მის განსახორციელებლად კანონმდებლობით დადგენილია სხვადასხვა საპროცესო და მატერიალური ნორმები, წესები, რომელთა შესაბამისად, ცალკეულ შემთხვევებში, გარკვეული პირობების არსებობისას, სასამართლო მიიღებს გადაწყვეტილებას სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის, განუხილველად დატოვების, საქმის წარმოების შეწყვეტის შესახებ და სხვა.

ასეთი ნორმებია, მაგალითად, **სარჩელის (განცხადების) წარდგენის ფორმის, ხანდაზმულობის ვადის, სახელმწიფო ბაჟის ოდენობის, სარჩელის (განცხადების) ფორმის, მისი აუცილებელი რეკვიზიტების განმსაზღვრელი საპროცესო ნორმები და ა.შ.**

ამ ნორმათა მიზანია განხორციელდეს სწრაფი და ეფექტური მართლმსაჯულება. დაცული იქნეს მოწინააღმდეგე მხარის კანონიერი ინტერესები, თავიდან იქნეს აცილებული საქმის გადაწყვეტის დაუსაბუთებლად გაჭიანურება, საქმეთა განხილვის დუბლირება, სასამართლოს კანონიერ ძალაში შესული გადაწყვეტილების აღსრულებისათვის ხელის შეშლა, საქმის განხილვასთან დაკავშირებული უსაფუძვლო ხარჯები, მხარეთა, სასამართლოს და მისი აპარატის მოხელეთა უსაფუძვლო მოცდენა და ა.შ.

აღსანიშნავია, რომ ბოლო დრომდე, სხვადასხვა ობიექტური თუ სუბიექტური მიზეზის გამო, ბევრი მოსარჩელე (იურიდიული, თუ ფიზიკური პირი) ცდილობს კვალიფიციური იურისტის დახმარების გარეშე, თავად შეადგინოს ესა თუ ის საპროცესო დოკუმენტი და წარადგინოს იგი სასამართლოში დავის დასაწყებად. ასეთი მცდელობა, როგორც წესი, წარუმატებელია

და რაც ყველაზე დასანანია, დიდი ალბათობით მოსაგები საქმე სარჩელის აღძვრის სტადიაზევე ფერხდება ან უკეთეს შემთხვევაში არ მიდის არსებითი გადაწყვეტილების გამოტანამდე. ბუნებრივია, ასეთი შედეგი გაუმართლებელ მატერიალურ დანახარჯებს, ფსიქოლოგიურ სტრესს და სხვა ნეგატიურ შედეგებს იწვევს.

ამ თვალსაზრისით, ძალზე მნიშვნელოვანია საქართველოს პარლამენტის 2007 წლის 28 დეკემბრის კანონით სამოქალაქო საპროცესო კოდექსში განხორციელებული ცვლილებები, რამაც მრავალი სიახლე შემოიტანა და საკმაოდ დახვეწა სასამართლოსთვის მიმართვისა და მხარეთა პასუხისმგებლობის მანამდე არსებული სამართლებრივი პროცედურები.

განსხვავებით ადრე არსებული წესისგან, როცა ნებისმიერ პირს შეეძლო თუნდაც ხელნაწერი ფორმით და თავისუფალი თხრობით გადმოეცა სარჩელსა თუ განცხადებაში თავისი მოთხოვნები, აღნიშნული ცვლილებების შემდეგ დადგინდა უფრო მკაცრი კრიტერიუმები, რომელსაც უნდა პასუხობდეს სარჩელი, წინააღმდეგ შემთხვევაში შესაძლოა მივიღოთ დასაბუთებული უარი სარჩელის განხილვაზე.

კერძოდ, სსსკ-ის 177-ე მუხლის მე-2 ნაწილის მოქმედი რედაქციის თანახმად, სარჩელი (განცხადება) შედგენილი უნდა იყოს წერილობითი ფორმით, როგორც წესი, ნაბეჭდი სახით და უნდა პასუხობდეს საქართველოს იუსტიციის უმაღლესი საბჭოს მიერ დამტკიცებული ფორმის ნიმუშს.

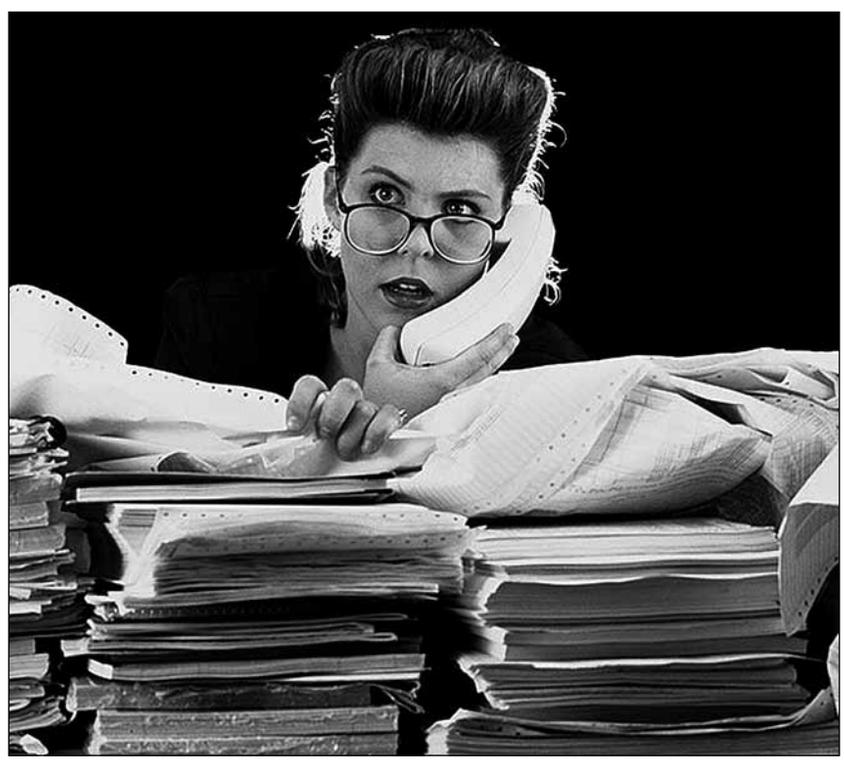
ამრიგად, საქმიანი წრეების წარმომადგენლებმა თუ ჩვეულებრივმა მოქალაქეებმა, რომლებსაც სურთ სასამართლოში საქმის წარმოების დაწყება (ან სააპელაციო და საკასაციო საჩივრის წარდგენა) სავალდებულო წესით უნდა იხელმძღვანელონ დამტკიცებული ფორმების ნიმუშებით.

აღნიშნული ნიმუშები შესაძლოა ამ ეტაპზე შორსაა სრულყოფილებისგან, მაგრამ მათში მეტ-ნაკლებად ამომწურავადაა მითითებული ყველა ის რეკვიზიტი, თუ სარჩელის (განცხადების) ელემენტი, რომელიც აუცილებელია საქმის სწრაფი და სრულყოფილი წარმოებისათვის.

შენიშვნა: საქართველოს იუსტიციის უმაღლესი საბჭოს მიერ დამტკიცებული სარჩელის, სააპელაციო და საკასაციო საჩივრების, აგრეთვე სხვა საპროცესო დოკუმენტების ფორმები ყველასათვის ხელმისაწვდომია და განთავსებულია დასახელებული საბჭოს და საქართველოს უზენაესი სასამართლოს ვებგვერდებზე.

სიახლეა ისიც, რომ ამ ნორმების დაცვის კონტროლი პირველ ეტაპზე ეკისრება სასამართლოს კანცელარიის მუშაკს, რომელსაც მიენიჭა არა მარტო ტექნიკური, არამედ წმინდა პროცესუალური სტატუსი. მას დაეკისრა ვალდებულება სარჩელის (განცხადების) მოსამართლესთან წარდგენამდე შეასრულოს გარკვეული კონტროლის ფუნქცია. სახელდობრ: სსსკ-ის 183-ე მუხლის პირველი და მე-2 ნაწილების მიხედვით, სარჩელის სასამართლოში შეტანისას სასამართლოს კანცელარია ამოწმებს სარჩელის (განცხადების) ფორმალურ (და არა შინაარსობრივ) მხარეს და ფორმალური უზუსტობის აღმოჩენის შემთხვევაში მოსარჩელეს ან მის წარმომადგენელს მიუთითებს უზუსტობის აღმოფხვრის შესახებ (გარდა იმ შემთხვევისა, როცა სარჩელი ან სხვა დოკუმენტი წარდგენილია ფოსტის საშუალებით).

სარჩელის (განცხადების) ფორმალური მხარის შემოწმებისას კანცელარიის მუშაკი აკონტროლებს ერთვის თუ არა სარჩელს სახელმწიფო ბაჟის გადახდის დამადასტურებელი დოკუმენტი, ხოლო თუ ასეთი დოკუმენტი არ ერთვის, შუამდგომლობების გრაფაში მითითებულია თუ არა შუამდგომლობა სახელმწიფო ბაჟის გადახდისაგან გათავისუფლების, მისი გადახდის გადავადების ან შემცირების შესახებ. ერთვის თუ არა სარჩელს თანდართული დოკუმენტების ნუსხაში მითითებული ყველა დოკუმენტი, არის თუ არა სარჩელი ხელმოწერილი ან თუ სარჩელი შეაქვს წარმომადგენელს, ერთვის თუ არა სარჩელს წარმომადგენლობის უფლებამო-



სილების დამადასტურებელი დოკუმენტი და ა.შ. რაიმე ხარვეზის აღმოჩენის შემთხვევაში წარმომდგენს ეძლევა შესაბამისი შენიშვნა და წინადადება მისი აღმოფხვრის შესახებ.

ზემოაღნიშნული საპროცესო დოკუმენტების ნიმუშებით განსაზღვრული ფორმის დაუცველობა, მასში არსებული სავალდებულო რეკვიზიტების უგულებელყოფა ან არასრულყოფილად შევსება გამოიწვევს პირველ ეტაპზე მოსამართლის მიერ განჩინების გამოტანას ხარვეზის შესახებ, ხოლო ამ განჩინებით დადგენილ ვადაში ხარვეზის გამოუსწორებლობა სსსკ-ის 185-ე მუხლის პირველი ნაწილის შესაბამისად, გამოიწვევს განჩინებას სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის შესახებ. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად კი, თუკი არ არის მითითებული მოსარჩელის მისამართი, გამოტანილი იქნება განჩინება სარჩელის განუხილველად დატოვების შესახებ.

ამ კონტექსტში ასევე ძალზე მნიშვნელოვანი სიახლეა მოპასუხის პასუხისმგებლობის გაზრდა შესაგებლის სავალდებულო წარმოდგენასთან მიმართებით. ცვლილებამდე არსებული რედაქციითაც საპროცესო კოდექსი ითვალისწინებდა მოპასუხის ვალდებულებას წარედგინა შესაგებელი და თავისი პოზიცია გამოეხატა სარჩელთან დაკავშირებით. თუმცა, ამ ვალდებულების შეუსრულებლობა მოპასუხისთვის არ იწვევდა რაიმე პირდაპირ სამართლებრივ შედეგს.

განსახილველი ცვლილებების შემდეგ კი დადგენილი ფორმით შესაგებლის და შესაბამისი მტკიცებულებების წარმოუდგენლობა იწვევს მოპასუხის საწინააღმდეგო პირდაპირ სამართლებრივ შედეგს — **დაუსწრებელ გადაწყვეტილებას**.

სსსკ-ის 201-ე მუხლის მოქმედი რედაქციის თანახმად, საქმის მომზადების მიზნით მოსამართლე უგზავნის მოპასუხეს სარჩელის (განცხადების) და თანდართული დოკუმენტების ასლებს და დაუნიშნავს მოპასუხეს ვადას იმისათვის, რომ მან წერილობით შეადგინოს თავისი პასუხი (შესაგებელი) სარჩელსა და მასში დასმულ საკითხებზე და წარადგინოს აღნიშნული შესაგებელი სასამართლოს დანიშნულ ვადაში. შესაგებლის წარმოდგენის ვადა ჩვეულებრივ არ უნდა აღემატებოდეს 14 დღეს, ხოლო რთული კატეგორიის საქმეებზე 21 დღეს. ამავე გზავნილით, მოპასუხე ფრთხილდება შესაგებლის წარუდგენლობის შესაძლო შედეგების შესახებ.

ისევე როგორც სარჩელის შემთხვევაში, შესაგებელიც უნდა პასუხობდეს კოდექსით დადგენილ მკაცრ მოთხოვნებს. მასში სრულყოფილად და თანმიმდევრობით უნდა აისახოს მოპასუხის მოსაზრებები სარჩელში მითითებულ თითოეულ ფაქტობრივ გარემოებასა და მტკიცებულებასთან დაკავშირებით. თუ მოპასუხე არ ეთანხმება სარჩელში მოყვანილ რომელიმე გარემოებას, იგი ვალდებულია მიუთითოს ამის მიზეზი და დაასაბუთოს შესაბამისი არგუმენტაციით.

მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მოპასუხემ შესაგებელს (პასუხს) უნდა დაურთოს ყველა მტკიცებულება ან მიუთითოს, რომ შესაგებელთან ერთად მტკიცებულებათა წარდგენა არ შეუძლია რაიმე საპატიო მიზეზით. წინააღმდეგ შემთხვევაში, მოპასუხეს ერთმევა უფლება შემდგომში წარადგინოს ეს მტკიცებულებები.

მოპასუხესთან მიმართებაში კიდევ ერთხელ განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს ის გარემოება, რომ სასამართლოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში შესაგებლის არასაპატიო მიზეზით წარუდგენლობის შემთხვევაში, მოსამართლეს სსსკ-ის 201-ე მუხლის მე-7 ნაწილის საფუძველზე გამოაქვს დაუსწრებელი გადაწყვეტილება.

აღნიშნულს აწესრიგებს სსსკ-ის 232[1] მუხლი, რომლის თანახმად, **მოპასუხის მიერ დადგენილ ვადაში პასუხის (შესაგებლის) წარმოუდგენლობისას, თუ ეს გამოწვეულია არასაპატიო მიზეზით, მოსამართლეს ზეპირი მოსმენის გარეშე გამოაქვს დაუსწრებელი გადაწყვეტილება.**



ამასთანავე, მოსამართლე დააკმაყოფილებს სარჩელს, თუ სარჩელში მითითებული გარემოებები იურიდიულად ამართლებს სასარჩელო მოთხოვნას. წინააღმდეგ შემთხვევაში, სასამართლო ნიშნავს მთავარ სხდომას. სხდომის ჩატარების შემთხვევაში მოპასუხისაგან მტკიცებულებების მიღება არ ხდება და სასამართლო მოისმენს მოპასუხის მხოლოდ სამართლებრივ მოსაზრებებს სასარჩელო მოთხოვნასთან დაკავშირებით.

მაგალითად, შპს „იბერიამ“ კანონით დადგენილი წესით აღძრა სარჩელი მოპასუხე შპს „საქართველოს“ წინააღმდეგ და მოითხოვა ამ უკანასკნელს დაეკისროს მის სასარგებლოდ 100 000 ლარის გადახდა მიწოდებული პროდუქციის ღირებულების ანაზღაურების სახით. ამასთან, შპს „იბერია“ სარჩელში ვერ ასაბუთებს შპს „საქართველოს“ მხრივ ამ ვალდებულების არსებობას. ვინაიდან სარჩელი აკმაყოფილებდა საპროცესო კოდექსით დადგენილ ყველა ფორმალურ მოთხოვნას, სასამართლომ წარმოებაში მიიღო იგი, გადაუგზავნა მოპასუხეს და დაუნიშნა მას 10 დღის ვადა შესაგებლის წარმოსადგენად.

შპს „საქართველოს“ ხელმძღვანელობა გაეცნო სარჩელს, მიიჩნია იგი უსაფუძვლოდ და იმის გათვალისწინებით, რომ რეალურად მას არავითარი ვალდებულება მოსარჩელის მიმართ

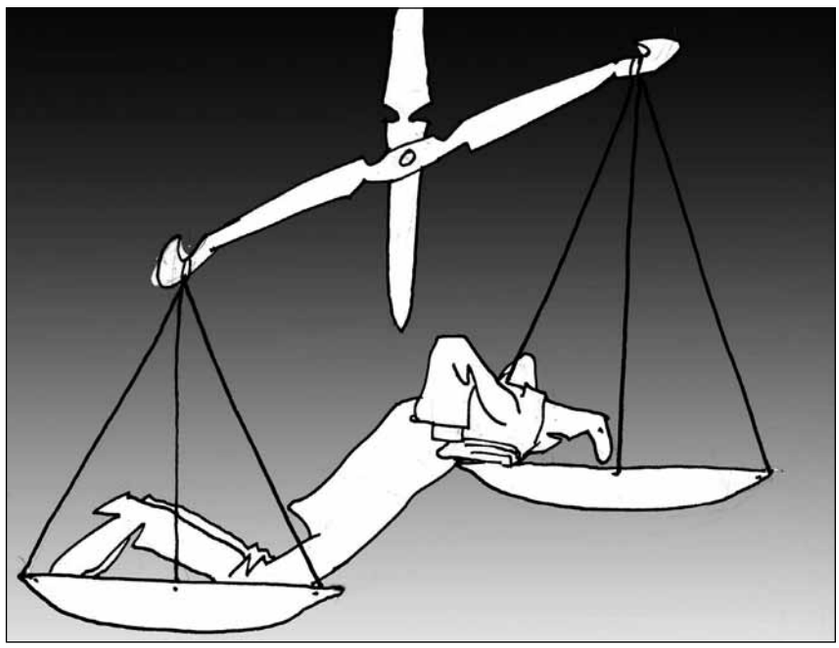
არ გააჩნდა, არ წარადგინა შესაგებელი სასამართლოში. მოპასუხემ ივარაუდა, რომ სასამართლოს მთავარ სხდომაზე ზეპირად განმარტავდა საქმის რეალურ მდგომარეობას და წარადგენდა სარჩელის უსაფუძვლობის დამადასტურებელ უტყუარ მტკიცებულებებს. შედეგად მოსამართლემ ზეპირი მოსმენის გარეშე გამოიტანა დაუსწრებელი გადაწყვეტილება სსსკ-ის 201-ე მუხლის მე-7 ნაწილის და 232[1] მუხლის საფუძველზე. ჩათვალა, რომ სარჩელში მითითებული გარემოებები იურიდიულად ამართლებდა შპს „იბერიას“ სასარჩელო მოთხოვნას და მოპასუხე შპს „საქართველოს“ მოსარჩელის სასარგებლოდ დააკისრა 100 000 ლარის გადახდა.

როგორც ვხედავთ, შესაგებლის დადგენილ ვადაში და ფორმით წარმოუდგენლობა მოპასუხისათვის, მისი რეალური პოზიციების მიუხედავად, იწვევს მძიმე სამართლებრივ შედეგებს.

სარჩელისა და შესაგებლის გარდა, ზემოთ განხილული აუცილებელი ფორმალური მოთხოვნები ასევე ვრცელდება სააპელაციო და საკასაციო საჩივრებთან მიმართებითაც და ამდენად, ვფიქრობთ, რომ განსახილველ ცვლილებათა დეტალური შესწავლა და ცალკეულ შემთხვევაში კვალიფიციური იურიდიული კონსულტაცია დაინტერესებული პირისათვის სასიცოცხლოდ აუცილებელია.

სამართალწარმოებაში მონაწილე პირებმა (მხარეებმა, მოწმემ და ა.შ.) ასევე უნდა გაითვალისწინონ კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი სიახლე, რომელიც უკავშირდება სასამართლოს მიერ გამოძახების და შეტყობინების გაგზავნის წესებს და სასამართლოს დავალებების შეუსრულებლობის სამართლებრივ შედეგებს. სსსკ-ის 73-ე მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად მხარეები, მოწმეები, ექსპერტები, სპეციალისტები და თარჯიმნები შეიძლება დაიბარონ ტელეფონით, დეპეშით, ელექტრონული ფოსტით, ფაქსით ან სხვა ტექნიკური საშუალებით, რაზედაც დგება შესაბამისი აქტი.

სასამართლო თვითონ წყვეტს შეტყობინების რომელი ფორმა გამოიყენოს და არ არის ვალდებული დაიცვას რაიმე თანმიმდევრობა გამოძახების კანონიერ ფორმათა შერჩევისას. ამდენად, ტელეფონით გამოძახება უკვე ისეთივე იურიდიული ძალის მქონე და ლეგიტურია, როგორც სასამართლოს მიერ უწყებით პირის დაბარება, რაც აუცილებლად უნდა იქნეს გათვალისწინებული, რათა თავიდან ავიცილოთ გამოცხადებით გამოწვეული შესაძლო ნეგატიური შედეგები.



სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის განსახილველი ცვლილებების შედეგად ასევე განისაზღვრა პროცესის მონაწილეთა მატერიალური პასუხისმგებლობა (ჯარიმები) ამა თუ იმ საპროცესო ვალდებულების საპატიო მიზეზის გარეშე შეუსრულებლობისთვის. მაგალითად, მოქალაქის, საწარმოს, ორგანიზაციის ან დაწესებულების მიერ წერილობითი მტკიცებულების წარმოდგენის შესახებ მოთხოვნის არასაპატიო მიზეზით შეუსრულებლობა იწვევს დაჯარიმებას 150 ლარით, ხოლო განმეორებით წარუდგენლობის შემთხვევაში - პირველადი ჯარიმის სამმაგი ოდენობით.

2007 წლის 28 დეკემბრის ცვლილებებზე საუბრისას ცალკე უნდა აღინიშნოს სსსკ-ის მე-16 მუხლის ახალი რედაქცია, რომლის შედეგად იურიდიული პირის და მისი ფილიალის ურთიერთმიმართების ზოგადი პრინციპისგან გარკვეულწილად განსხვავებული, თუმცა, პრაქტიკულად მოხერხებული რეჟიმი დადგინდა იმ დავების ტერიტორიული განსჯადობის განსაზღვრისათვის, რომელიც გამომდინარეობს იურიდიული პირის ფილიალის საქმიანობიდან.

მანამდე არსებული ნორმებით, საწარმოს ფილიალთან დაკავშირებული სარჩელი, როგორც წესი, წარდგენილი უნდა ყოფილიყო სასამართლოში არა ფილიალის, არამედ საწარმოს ადგილსამყოფლის მიხედვით. აღნიშნული მუხლის ახალი რედაქციით კი სარჩელი, რომელიც გამომდინარეობს იურიდიული პირის ფილიალის საქმიანობიდან, სასამართლოს წარედგინება მხოლოდ ფილიალის ადგილსამყოფლის მიხედვით, რაც უფრო მოსახერხებელს გახდის მოსარჩელისათვის საჭიროების შემთხვევაში დავის დაწყებას.

თუმცა, მოცემული ცვლილება არსებითად არ ცვლის მოპასუხის სამართლებრივ მდგომარეობას და ასეთ შემთხვევაშიც, ცხადია, მოპასუხედ რჩება იურიდიული პირი და არა მისი ფილიალი.

ხელოვნური ბარიერები და უმიზეზოდ დასჯილი გადამხდელები



სულიკო ფუტკარაძე
ექსპერტი

ახალი საგადასახადო კოდექსი, წინამორბედთან შედარებით, მართლაც წინ გადადგმული ნაბიჯია: მნიშვნელოვნად შემცირდა გადასახადების რაოდენობა, საგადასახადო განაჯვეთები, გადასახადების დაბეგვრის ობიექტი, დასაბეგრი ბაზა..., თუმცა, სამართლიანობა მოითხოვს და უნდა აღვნიშნოთ, რომ ძველი საგადასახადო კოდექსით გადამხდელის უფლებები უფრო დაცული იყო ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხების დაბრუნების, ან მათი გადასახადის სხვა ანგარიშზე გადატანის დროს. ამჟამად, ეს საკითხი კიდევ უფრო პრობლემურია და მის აღსრულებას ხშირად გადამხდელთა დიდი ბრძოლა და ძალისხმევა სჭირდება.

პრობლემა უფრო გასაგები გახდება, თუ ერთმანეთს შევადარებთ ადრე და ამჟამად მოქმედ შესაბამის ნორმებს: ადრე, ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხების დაბრუნების, ან მათი გადასახადის სხვა ანგარიშზე გადატანის საკითხი 1997 წლის **საგადასახადო კოდექსის 240-ე** მუხლით რეგულირდებოდა და თავდაპირველი რედაქცია ასეთი იყო: **„მუხლი 240. გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნება:**

1. თუ გადასახადის გადახდილი თანხა აღემატება დარიცხულ თანხას, საგადასახადო ორგანო:

ა. ზედმეტად გადახდილ თანხას ჩათვლის გადასახადის გადამხდელის სხვა გადასახადების გადახდის ანგარიშში;

ბ. გადასახადის გადამხდელის თანხმობის შემთხვევაში დარჩენილ ნაწილს ჩათვლის მომავალი გადასახადების ვალდებულებათა ანგარიშში;

გ. უბრუნებს გადასახადის გადამხდელს დარჩენილ თანხას 20-დღიან ვადაში მისი წერილობითი განცხადების მიღების დღიდან, თუ ამ კოდექსით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.

2. თუ გადასახადის გადამხდელის მიერ ზედმეტად გადახდილი თანხა ჩაითვლება სხვა გადასახადების ვალდებულებათა ანგარიშში, ცნობები აღნიშნული თანხის გამოყენების შესახებ უნდა აღინიშნოს შეტყობინებაში გადასახადის დარიცხული თანხის შესახებ.“

როგორც ვხედავთ, როცა გადასახადის რომელიმე სახეში გადახდილი თანხა დარიცხულ გადასახადის თანხაზე ზედმეტი აღმოჩნდებოდა, საგადასახადო ორგანო:

ა) ქვეპუნქტის თანახმად, ჩათვლიდა მას გადასახადის გადამხდელის სხვა გადასახადის ანგარიშში (რაზეც გადამხდელს გაეგზავნებოდა შეტყობინება და გადამხდელი ახდენდა შესაბამის საბუღალტრო ჩანაწერებს გადასახადის ერთ სახეში წარმოშობილ ზედმეტობის ხარჯზე სხვა გადასახადში არსებული საგადასახადო ვალდებულების დახურვის შესახებ);

ბ) ქვეპუნქტის მიხედვით კი თუ გადასახადის გადამხდელს აღარ დარჩებოდა საგადასახადო დავალიანება გადასახადის არც ერთ სახეში და მას კვლავ აღმოაჩნდებოდა გადასახადში ზედმეტად გადახდილი თანხა, დარჩენილ ზედმეტობას გადამხდელის თანხმობის შემთხვევაში, ჩაუთვლიდა მომავალ საგადასახადო ვალდებულებაში. მისი გადაფარვა მოხდებოდა მომდევნო პერიოდში გადამხდელის მიერ დეკლარირებული გადასახადებით;

გ) პუნქტის შესაბამისად კი თუ გადამხდელი არ დაეთანხმებოდა საგადასახადო ინსპექციას და იგი მოითხოვდა ზედმეტად გადახდილ თანხის უკან დაბრუნებას, საგადასახადო ინსპექცია ვალდებული იყო 20-დღიან ვადაში გადამხდელის წერილობითი მოთხოვნის მიღების დღიდან (თუ საგადასახადო კოდექსით სხვა

რამ არ იყო გათვალისწინებული), ზედმეტად გადახდილი თანხა სრულად დაებრუნებინა გადამხდელისათვის.

გადამხდელის უფლებებისა და ინტერესების დაცვას უზრუნველყოფდა, თავის მხრივ, 1997 წლის სსკ-ის 252-ე მუხლის მეორე ნაწილიც:

„2. საგადასახადო კანონმდებლობის დარღვევით გადასახადის ზედმეტად გადახდევინების შემთხვევაში პროცენტი გადახდილ უნდა იქნეს გადასახადის გადამხდელისათვის ანაზღაურების შესახებ დეკლარაციის დადგენის მომენტიდან ნამეტი თანხის დაბრუნების მომენტამდე. იმ შემთხვევაში, თუ ნამეტი თანხა ჩაითვალა, ანაზღაურებად ჩაითვლება იმ გადასახადის გადახდის თარიღი, რომლისათვისაც მოხდა ჩათვლა. ამ მიზნით ანაზღაურება ჩაითვლება განხორციელებულად, თუმცა, გადასახადის გადამხდელი დაბრუნებულ თანხას მიიღებს შვიდი დღის განმავლობაში. გადასახდელი პროცენტი ყოველი კვარტალისათვის უთანაბრდება საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ სამთავრობო სესხისათვის დადგენილ განაკვეთს.“

როგორც ვხედავთ, სიმბოლურად (რამდენადაც საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ იმ დროის სამთავრობო სესხისთვის დადგენილი განაკვეთი მეტად დაბალი იყო, გადასახადის გადამხდელის მიერ დაგვიანებით გადახდილ გადასახადზე დადგენილ საურავთან შედარებით), მაგრამ მაინც გადამხდელის მიმართ სახელმწიფოს მატერიალური პასუხისმგებლობაც ეკისრებოდა.

პრაქტიკიდან ცნობილია, რომ ეს ნორმა ფაქტობრივად არ სრულდებოდა. თუმცა, ყოველი შემთხვევისთვის, გადამხდელს კანონი აძლევდა შესაძლებლობას დაეცვა თავისი უფლებები (ებრძოლა კანონის აღსრულების უზრუნველსაყოფად). **ახალი (2004 წ.) საგადასახადო კოდექსის მიხედვით ასეთი შანსიც არ დარჩა:**

გადასახადის გადამხდელის მიერ ზედმეტად გადახდილი თანხის უკან დაბრუნების ზემოაღნიშნული წესი მოქმედებდა 2004 წლის 5 აპრილამდე (მანამ, სანამ ძალაში შევიდოდა საქართველოს **2004 წლის 24 თებერვლის №3365 რს კანონით სსკ-ის (1997 წ.) 240-ე მუხლში** შეტანილი ცვლილებები და დამატებები). შემდგომ, ეს ნორმა ასეთი რედაქციით ჩამოყალიბდა:

„მუხლი 240. საგადასასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე თანხების აკუმულირება და გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნება

1. გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების უზრუნველყოფისათვის საგადასახადო ორგანოების მიერ ადმინისტრირებადი შემოსავლებიდან ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე ფაქტობრივად ჩარიცხული თანხების არა უმეტეს 3 პროცენტისა, ირიცხება საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე ფაქტობრივად ჩარიცხული თანხების პროპორციულად რიცხავს სახელმწიფო ხაზინა.

2. ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშიდან საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე ჩასარიცხი თანხის პროცენტი განისაზღვრება საქართველოს ფინანსთა მინისტრის ბრძანებით.

3. თუ გადასახადის გადახდილი თანხა აღემატება დარიცხულ თანხას, საგადასახადო ორგანო:

ა) ზედმეტად გადახდილ თანხას სახელმწიფო ხაზინის ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე გადაიტანს გადასახადის გადამხდელის სხვა გადასახადების გადახდის ანგარიშში, კალენდარული წლის განმავლობაში გადასახადის სახეებში მობილიზებული სახსრების ფარგლებში;

ბ) გადასახადის გადამხდელის თანხმობის შემთხვევაში დარჩენილ ნაწილს გადაიტანს მომავალი გადასახადების ვალდებულებათა ანგარიშში;

გ) უბრუნებს გადასახადის გადამხდელს დარჩენილ თანხას, სახელმწიფო ხაზინის ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშის საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშიდან, ქვეანგარიშზე რიცხული ნაშთის ფარგლებში.

4. თუ გადასახადის გადამხდელის მიერ ზედმეტად გადახდილი თანხა გადაიტანება სხვა გადასახადების ვალდებულებათა ანგარიშში, ცნობები აღნიშნული თანხის გამოყენების შესახებ უნდა აღინიშნოს შეტყობი-



ნებაში გადასახადის დარიცხული თანხის შესახებ.

5. ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშის საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების წესსა და ვადებს განსაზღვრავს საქართველოს მთავრობა".

სწორედ აქ „გაფუჭდა" საქმე - ნორმის ასეთი ფორმულირებით გაჩნდა **გადამხდელის უფლებებისა და ინტერესების დარღვევის საფუძველი.** როგორც ხედავთ, აქ „ნოვაცია" ისაა, რომ გადასახადის გადამხდელზე ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნება ხდება ამისათვის შექმნილი სპეციალური ქვეანგარიშებიდან, მაგრამ არაუმეტეს ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე ჩარიცხული თანხის 3%-ისა. ამასთან, თანხის დაბრუნების წესი და ვადები რეგულირდება არა საგადასახადო კოდექსით, არამედ საქართველოს მთავრობის დადგენილებით, ანუ გამოდის, რომ **გადამხდელის მიერ გადასახადების გადახდას საგადასახადო კოდექსი განსაზღვრავს, ხოლო ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხის უკან დაბრუნებას - მთავრობის დადგენილება. ეს კი ვფიქრობ, არსებითი შეუსაბამობაა.**

მნიშვნელოვნად განსხვავებული ნორმა დაამკვიდრა ახალმა (2004 წ.) საგადასახადო კოდექსმა, რომლის მიხედვითაც გადამხდელთა მიერ ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხების დაბრუნებასთან ან სხვა გადასახადების ანგარიშებზე გადატანასთან დაკავშირებული ნორმა (71 და 72-ე მუხლები), ამჟამად უკვე ასეთი რედაქციით იკითხება:

მუხლი 71. ზედმეტად გადახდილი გადასახადის თანხის დაბრუნება.

1. თუ კონკრეტული გადასახადის ან/და სანქციის გადახდილი თანხა აღემატება დარიცხული გადასახადის ან/და სანქციის თანხას, გადასახადის გადამხდელის/საგადასახადო აგენტის, სხვა ვალდებული პირის მოთხოვნის შემთხვევაში საგადასახადო ორგანო:

ა) ზედმეტად გადახდილ თანხას გადასახადის გადამხდელს/საგადასახადო აგენტს, სხვა ვალდებულ პირს ჩაუთვლის მომავალი საგადასახადო ვალდებულებების ანგარიშში;

ბ) ზედმეტად გადახდილ თანხას გადაიტანს სახელმწიფო ხაზინის ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე გადასახადის გადამხდელის/საგადასახადო აგენტის, სხვა ვალდებული პირის სხვა გადასახადების გადახდის ანგარიშებში კალენდარული წლის განმავლობაში გადასახადის სახეებში მობილიზებული სახსრების ფარგლებში.

2. თუ გადასახადებისა და სანქციების გადახდილი თანხების ჯამი აღემატება დარიცხული გადასახადებისა და სანქციების თანხების ჯამს, გადასახადის გადამხდელის/საგადასახადო აგენტის, სხვა ვალდებული პირის მოთხოვნის შემთხვევაში საგადასახადო ორგანო მოთხოვნიდან არა უგვიანეს 3 თვისა გადასახადის გადამხდელს/საგადასახადო აგენტს, სხვა ვალდებულ პირს უბრუნებს დარჩენილ თანხას სახელმწიფო ხაზინის ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშის საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშიდან მასზე რიცხული ნაშთის ფარგლებში.

3. თუ გადასახადის გადამხდელის/საგადასახადო აგენტის, სხვა ვალდებული პირის მიერ ზედმეტად გადახდილი თანხა გადაიტანება სხვა გადასახადების ვალდებულებათა ანგარიშში, გადასახადის გადამხდელისათვის/საგადასახადო აგენტისათვის, სხვა ვალდებული პირისათვის გაგზავნილ შეტყობინებაში უნდა აღინიშნოს, რომელი გადასახადის ანგარიშზე (ანგარიშებზე) იქნა გადატანილი ზედმეტად გადახდილი თანხა.

4. გადასახადის გადამხდელის/საგადასახადო აგენტის, სხვა ვალდებული პირის მიერ ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხა სხვა პირის საგადასახადო დავალიანებების დაფარვის ანგარიშში არ გადაიტანება.

მუხლი 72. საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახ-



დილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე თანხების აკუმულირება

1. გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების უზრუნველყოფისათვის საგადასახადო ორგანოების მიერ ადმინისტრირებადი შემოსავლებიდან ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე ფაქტობრივად ჩარიცხული თანხების ნაწილი, ამ მუხლის მე-2 ნაწილით განსაზღვრული პროცენტის ოდენობით ირიცხება საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე. თანხებს ამ ქვეანგარიშზე ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიან ანგარიშზე ფაქტობრივად ჩარიცხული თანხების პროპორციულად რიცხავს სახელმწიფო ხაზინა.

2. ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშიდან საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე ჩასარიცხი თანხის პროცენტი განისაზღვრება საქართველოს ფინანსთა მინისტრის ინდივიდუალური ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტით. ეს პროცენტი იმდენი უნდა იყოს, რომ უზრუნველყოფილ იქნეს ზედმეტად გადახდილი თანხების სრულად დაბრუნება ამ კოდექსით დადგენილ ვადაში.

3. ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშის საგადასახადო შემოსავლის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშიდან ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების წესსა და ვადებს განსაზღვრავს საქართველოს მთავრობა.

აქედან აშკარაა, რომ **გადამხდელთა სასარგებლოდ ბევრი არაფერი შეცვლილა.** უფრო მეტიც, ახალი საგადასახადო კოდექსის თავდაპირველ რედაქციაში (2006 წლის 15 მაისამდე ცვლილებები შეტანილია 2006 წლის 28 აპრილის №2995-I-ს კანონით) გადამხდელზე თანხის დაბრუნების ვადა 6 თვე იყო, ბოლო ვარიანტით კი ეს ვადა 3 თვემდე შემცირდა. გარდა ამისა, გადასახადის გადამხდელს/ვალდებულ პირს ზედმეტად გადახდილი თანხა უბრუნდება სახელმწიფო ხაზინის ბიუჯეტის შემოსულობების ერთიანი ანგარიშის საგადასახადო შემოსულობების ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშიდან, მასზე რიცხული ნაშთის ფარგლებში, რაც იმას გულისხმობს, რომ თუ ამ ქვეანგარიშზე თანხის ნაშთი დასაბრუნებელზე ნაკლებია, თანხის დაბრუნება ვერ მოხერხდება. ეს კი სერიოზული ბარიერია. ამავდროულად, მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის ნებაზეა (რბილად რომ ვთქვათ, არსებულ შესაძლებლობებზეა) დამოკიდებული ამ ქვეანგარიშზე შესაბამისი (საკმარისი) სახსრების მობილიზება. ამასთან, მიაქციეთ ყურადღება, რომ საგადასახადო ორგანო ჩაუთვლის, გადაუტანს ან დაუბრუნებს თანხას გადასახადის გადამხდელს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, **თუ ის ამას მოითხოვს,** მაშინ, როცა ძველი საგადასახადო კოდექსის **240-ე მუხლის** თანახმად, აღნიშნულის აღსრულებას თავად საგადასახადო ორგანო უზრუნველყოფდა და ატყობინებდა გადამხდელს. **არსებითად ხელშემშლელია ისიც, რომ გადამხდელის მიერ ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების წესს და ვადებს განსაზღვრავს საქართველოს მთავრობა. ვფიქრობ, უფრო სწორი იქნებოდა ეს საკითხი საგადასახადო კოდექსითვე ყოფილიყო განსაზღვრული. ამ შემთხვევაში, ნორმა უფრო სტაბილურ ხასიათს მიიღებდა და შეიზღუდებოდა მისი პერიოდულად შეცვლა გადამხდელთა საზიანოდ.** სამწუხაროდ, მართლაც ასეთ დინამიკასთან გვაქვს საქმე: ბოლო ერთი წლის განმავლობაში, ამის ნათელი მაგალითია ის, რომ საქართველოს მთავრობის 2005 წლის 14 მარტის №45 დადგენილებაში **„ბიუჯეტის შემოსულობების აღრიცხვა-ანგარიშგებისა და ანგარიშსწორების განხორციელებისა და ბიუჯეტში ზედმეტად ან შეცდომით**



გადახდილი შემოსულობების თანხის დაბრუნების, აღრიცხვისა და ანგარიშგების შესახებ“ უკვე 8-ჯერ შევიდა ცვლილებები და დამატებები. საქართველოს მთავრობის **2007 წლის 21 დეკემბერის №287 დადგენილებით** კი ეს უკანასკნელი ფაქტობრივად მთლიანად ახალი რედაქციით ჩამოყალიბდა (ძალაშია 2008 წლის 1 იანვრიდან). მართალია, ინსტრუქციის ახალ რედაქციაში საკმაოდ დეტალურადაა აღწერილი, თუ რა წესით უნდა მოახდინოს გადამხდელმა ბიუჯეტში ზედმეტად გადახდილი თანხების სხვა გადასახადებში არსებული საგადასახადო დავალიანებების დასაფარავად გადატანა, ან მათი უკან დაბრუნება, მაგრამ ეს ყველაფერი დროში იწელება და კანონით დადგენილ 3 თვიან ვადაშიც ვერ ხერხდება (თუ ის საგადასახადო ორგანოს ინტერესში არ მოხვდა). საქმე ფაქტობრივად იმაში მდგომარეობს, რომ საგადასახადო სამსახურს ყოველთვიურად უგეგმავენ სხვადასხვა გადასახადების შემოსავლების გეგმას. თუ თვის ბოლოს აღმოჩნდება, რომ დაგეგმილი რომელიმე მაჩვენებელი ვერ სრულდება, საგადასახადო ორგანოს, რომელიმე გადასახადში გადაჭარბებით შემოსული თანხა, სასწრაფოდ გადააქვს შეუსრულებელი მაჩვენებლის

ანგარიშზე. ეს სწორედ ის იდეალური შემთხვევაა, როცა გადამხდელის ინტერესს ემთხვევა საგადასახადო ორგანოს ინტერესი. ამ შემთხვევაში საკითხიც სწრაფად და ოპერატიულად წყდება, სხვა შემთხვევაში კი იგი უსაშველოდ შეიძლება გაიწელოს. ამის წინაპირობას ქმნის ზემოთ აღნიშნული ინსტრუქციის **მე-6 თავი - „გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების პროცედურები.“** საგადასახადო ორგანოს, მე-4 პუნქტით გათვალისწინებული მოთხოვნების დაუცველობის მოტივით, ყოველთვის მოეძებნება შესაძლებლობა გადამხდელს დაუბრუნოს წარმოდგენილი საგადასახადო მოთხოვნა მასში **„აღმოჩენილი“** ხარვეზების გასასწორებლად. ამრიგად, გადასახადის გადამხდელს თავიდან მოუხდება საგადასახადო მოთხოვნის წარდგენა და შესაბამისად, მისი განაღდების ვადაც გადაიწევს.

არის სხვა, ასე ვთქვათ, „ნაღმიც“: ამავე ინსტრუქციის **მე-12 მუხლის მე-6 პუნქტის** თანახმად, **„სახელმწიფო ხაზინა არ აღასრულებს და უბრუნებს მოთხოვნას გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების შესახებ შესაბამის რეგიონალურ ცენტრს (საგადასახადო ინსპექციას) ან რეგიონალურ საბაჟოს იმ შემთხვევაში, თუ:**

ა) ხაზინის ერთიანი ანგარიშის გადასახადის ზედმეტად გადახდილი თანხის დაბრუნების ქვეანგარიშზე არსებული სახსრები მოცემული პერიოდისათვის არასაკმარია წარდგენილი საგადასახადო დავალების აღსასრულებლად;

ბ) დოკუმენტაცია ზედმეტად გადახდილი გადასახადის დაბრუნების თაობაზე არ შეესაბამება ამ მუხლის მე-4 პუნქტით განსაზღვრულ მოთხოვნებს და 10 დღეში არ წარედგინა სრულყოფილი დოკუმენტაცია.“

ამ, ერთი შეხედვით, **„უწყინარ“** ჩანაწერში, უთუოდ „თვლემს“ გადამხდელის მოთხოვნის საწინააღმდეგო კასკადი. თუ გადამხდელმა პირველი ინსტანცია-საგადასახადო ორგანო გადალახა, მის წინ უკვე შემდეგი ბარიერი – ხაზინა აღიმართება იმ მოტივით, რომ შესაძლოა მის შესაბამის ქვეანგარიშზე არსებული სახსრები მოცემული პერიოდისთვის არასაკმარისი აღმოჩნდეს **„წარდგენილი საგადასახადო დავალების აღსასრულებლად“**, ან კიდევ, აღნიშნული ინსტრუქციის ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, თვით ხაზინა „აღმოაჩენს“ რაღაც ხარვეზს და უკან დააბრუნებს საგადასახადო მოთხოვნას. ასე, რომ მოქმედი ნორმის პირობებში შესაძლებელია ნებისმიერ დროს მოინახოს გადამხდელის მოთხოვნის დაკმაყოფილების დროში გაწელვის, ან საერთოდ, დაუკმაყოფილებლობის არაერთი მიზეზი.

ანალოგიურად ფერხდება თანხების დაბრუნება გადამხდელის, ზოგჯერ კი - ბანკის მიერ გადასახადის შეცდომით ან არადანიშნულებით (ერთი რეგიონის სახაზინო ანგარიშის ნაცვლად, მეორე რეგიონის სახაზინო ანგარიშზე) ჩარიცხვის შემთხვევაშიც.

აღნიშნული პრობლემების გადაწყვეტა რეგულირდება ზემოთდასახელებული ინსტრუქციის **მე-15 მუხლით**, რომელიც ასევე ზედმეტად ბიუროკრატიულია და გადამხდელების ინტერესების საწინააღმდეგოდ მოქმედებს. თანაც მატერიალურ ზარალსაც აყენებს მათ, რამდენადაც გადამხდელის მიერ შეცდომით ან არადანიშნულებით გადარიცხული თანხები სანამ გადამხდელის პირადი აღრიცხვის ბარათზე არ აისახება (დაბრუნდება), ყოველ ვადაგადაცილებულ დღეზე 0,07 პროცენტი საურავიც ერიცხება. აქ თავს იჩენს სხვა უფრო მნიშვნელოვანი პრობლემაც, რომელიც დაკავშირებულია გადამხდელების მონაწილეობასთან ტენდერებსა და აუქციონებში. კერძოდ, თუ გადამხდელი დროულად იხდის გადასახადს, მას არავითარი საგადასახადო დავალიანება არ უნდა ერიცხებოდეს. მაგრამ იმ დროს, როცა მას სჭირდება ცნობა საგადასახადო ორგანოდან ბიუჯეტში დავალიანების შესახებ, თუ აღმოჩნდება, რომ ბანკის, ან სხვა მიზეზით თანხის არასწორად გადარიცხვის გამო გადამხდელის პირადი აღრიცხვის ბარათზე არ არის ასახული გადამხდელის მიერ ფაქტობრივად გადახდილი თანხა, საგადასახადო ორგანო არ იძლევა ცნობას ბიუჯეტის მიმართ დავალიანების არ არსებობის შესახებ. აღნიშნული შეცდომის გასწორებას კი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მოქმედი ნორმის შემწეობით, საკმაოდ დიდი დრო სჭირდება, ამასობაში ტენდერსა თუ აუქციონზე დოკუმენტების წარდგენის ვადა იწურება და მაძიებელი კარგავს ტენდერში მონაწილეობის უფლებას, შესაბამისად, სამუშაოს/მომსახურების შესრულების, ან საქონლის მიწოდების შესაძლებლობას.

ეს უკანასკნელი კი, დამერწმუნებით, დღეს ყველაზე მტკივნეულია.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ვფიქრობთ, უპრიანია **გადაიხედოს ზედმეტად ან შეცდომით გადახდილი თანხების დაბრუნების ან სხვა ანგარიშზე მათი გადატანის არსებული წესი და რამდენადმე მაინც მოხდეს მისი დახვეწა-სრულყოფა გადამხდელთა ინტერესების შესაბამისად.**

P.S. დაინტერესებულ პირებს ვაცნობებთ, რომ საქართველოს მთავრობის **2007 წლის 21 დეკემბერის №287** დადგენილებით დამტკიცებული ინსტრუქცია **„ბიუჯეტის შემოსულობების აღრიცხვა-ანგარიშგებისა და ანგარიშსწორების განხორციელებისა და ბიუჯეტში ზედმეტად ან შეცდომით გადახდილი შემოსულობების თანხის დაბრუნების, აღრიცხვისა და ანგარიშგების შესახებ“** გამოქვეყნებულია ჟურნალ **„ბიზნესი და კანონმდებლობის“** 2008 წლის 1-ელ ნომერში (იხ. გვ. 60-67).



თამარ გოგოლაშვილი

იურისტი

გაკოტრების საქმის წარმოება

„ბიზნესი და ჯანონმდებლობის" წინა ნომერში ვისაუბრეთ გადახდისუუნარობის საქმის წარმოებაზე, ამჯერად შევჩერდებით გაჯოტრების საქმის წარმოებაზე, წარმოვაჩენთ იმ ძირითად პროცედურებს, რომლებიც ხორციელდება წარმოების ამ ეტაპზე. წინამდებარე სტატიის მიზანია არა „გადახდისუუნარობის საქმის წარმოების შესახებ" საქართველოს ჯანონის შესაბამისი მუხლების ამომწურავი კომენტარი, არამედ დაინტერესებულ პირთათვის იმ ძირითადი პროცედურების გაცნობა, რომლებიც ხორციელდება გაჯოტრებისას.

როდის იწყება გაკოტრების საქმის წარმოება

გაკოტრების საქმის წარმოება შეიძლება დაიწყოს ორ შემთხვევაში:

I. მომრიგებელ საბჭოზე მიიღება გადახდისუუნაროობის წარმოებისათვის მნიშვნელოვანი ერთ-ერთი შემდეგი გადაწყვეტილება:

1. გადაწყვეტილება გაკოტრების შესახებ;

2. გადაწყვეტილება რეაბილიტაციის შესახებ;

3. გადაწყვეტილება გადახდისუუნაროობის საქმის წარმოების შეწყვეტის შესახებ.

მომრიგებელი საბჭოს მიერ გაკოტრების საქმის წარმოების შესახებ მიღებული გადაწყვეტილების საფუძველზე სასამართლოს გამოაქვს განჩინება გაკოტრების საქმის წარმოების დაწყების შესახებ. აღნიშნული განჩინება დაუყოვნებლივ უნდა გამოქვეყნდეს სასამართლოს დაფაზე და ჟურნალ „საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე"-ში. შეიძლება სასამართლოს მიერ დადგინდეს განჩინების დამატებით სხვა ორგანოში გამოქვეყნება. გაკოტრების საქმის წარმოება იწყება სწორედ სასამართლოს მიერ გამოტანილი განჩინების გამოქვეყნების შემდეგ.

II. საქართველოს კანონი **„გადახდისუუნაროობის საქმის წარმოების შესახებ"** ითვალისწინებს ისეთ შემთხვევასაც, როდესაც გადახდისუუნაროობის შესახებ განცხადებით თვით მოვალე სთხოვს სასამართლოს გაკოტრებას. ამ შემთხვევაში კრედიტორთა კრება ნიშნავს გაკოტრების მმართველს და იწყება გაკოტრების საქმის წარმოება კანონის შესაბამისად.

გაკოტრების მმართველი

საწარმოს გაკოტრების პროცესში საწარმოს როგორც მართვას (ანუ საწარმოს საქმის წარმართვას თვით საწარმოს შიგნით), ისე საწარმოს წარმომადგენლობას (ანუ საწარმოს ინტერესების დაცვას მესამე პირებთან ურთიერთობაში) ახორციელებს გაკოტრების მმართველი.

გაკოტრების მმართველი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფიგურაა გაკოტრების საქმის წარმოებაში. იგი შეიძლება იყოს როგორც ფიზიკური, ისე იურიდიული პირი. კანონი, გაკოტრების მმართველზე დაკისრებული ფუნქციებიდან გამომდინარე, გარკვეულ მოთხოვნებს უყენებს მას, კერძოდ კი, გაკოტრების მმართველი უნდა იყოს მხარეთაგან დამოუკიდებელი, მიუკერძოებელი, კეთილსინდისიერი (იურიდიული პირის შემთხვევაში — საქმიანი რეპუტაციის მქონე) პირი. ამასთანავე, კანონი ადგენს შეზღუდვას, რომ გაკოტრების მმართველი არ შეიძლება იყოს პირი, რომელიც ახორციელებს იმავე ან მსგავს საქმიანობას, როგორსაც მოვალე. კანონი არ ადგენს მოთხოვნას გაკოტრების მმართველის პროფესიასა და გამოცდილებასთან დაკავშირებით.

გაკოტრების მმართველი ინიშნება კრედიტორების მიერ. კრედიტორების გადაწყვეტილებას გაკოტრების მმართველის დანიშვნის შესახებ განჩინებით ამტკიცებს სასამართლო. გაკოტრების მმართველის ფუნქციებიდან გამომდინარე ძალიან მნიშვნელოვანია მისი უფლებამოსილებისა და პასუხისმგებლობის ფარგლების განსაზღვრა. აღნიშნული საკითხები რეგულირდება გაკოტრების მმართველსა და კრედიტორებს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებით. კანონი ადგენს, რომ გაკოტრების მმარ-



თველის პასუხისმგებლობის უზრუნველსაყოფად შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს საბანკო გარანტია (მაგალითად: ბანკის მიერ გაცემული გარანტია, რომლითაც გათვალისწინებული იქნება ბანკის მიერ გარკვეული თანხის გაცემა ბენეფიციარისთვის იმ შემთხვევაში, თუ გაკოტრების მმართველი არ შეასრულებს ან არაჯეროვნად შეასრულებს დაკისრებულ მოვალეობებს) ან პასუხისმგებლობის დაზღვევა. გაკოტრების მმართველსა და კრედიტორებს შორის დადებული ხელშეკრულებით განისაზღვრება ასევე გაკოტრების მმართველის ანაზღაურების საკითხები.

სამეურვეო ქონების ცნება

იმის გამო, რომ გაკოტრების საქმის წარმოებისას სწორედ მოვალის ქონების რეალიზაცია და ამონაგებით კრედიტორების დაკმაყოფილება ხდება, აუცილებელია განიმარტოს, რომელი ქონება ექვემდებარება აუქციონზე რეალიზაციას. ქონებას, რომელიც აუქციონზე უნდა გაიყიდოს, კანონი სამეურვეო ქონებას უწოდებს და ადგენს, რომ **სამეურვეო ქონება ის ქონებაა, რაც მოვალეს ეკუთვნოდა გადახდისუუნარობის საქმის წარმოების გახსნის მომენტისათვის**, ასევე ამ მომენტიდან შეძენილი ან/და წარმოებული (შექმნილი) ქონება როგორც საქართველოში, ისე საზღვარგარეთ, გარდა იმ ქონებისა, რომლებიც საქართველოს კანონმდებლობით იძულებით აღსრულებას არ ექვემდებარება. ასეთი ქონების ჩამონათვალი კი მოცემულია კანონში **„სააღსრულებო წარმოებათა შესახებ”.**

აუქციონის ჩატარება

გაკოტრების საქმის წარმოება თავისი არსით გულისხმობს, რომ მოვალის ქონება უნდა გაიყიდოს აუქციონზე და ამონაგებით დაკმაყოფილდნენ კრედიტორები. **კანონი ითხოვს, რომ სამეურვეო ქონება შეიძლება გაიყიდოს მხოლოდ აუქციონის გზით.**

აუქციონის ორგანიზებასა და ჩატარებაზე უფლებამოსილი პირი არის მხოლოდ გაკოტრების მმართველი. კანონი ადგენს აუქციონის შესახებ ინფორმაციის გამოქვეყნების წესსა და პერიოდულობას, ასევე გაკოტრების მმართველის უფლება-მოვალეობებს აუქციონის ჩატარებასთან დაკავშირებით.

იმ შემთხვევაში, თუ პირველ აუქციონზე სამეურვეო ქონება ვერ გაიყიდება, უნდა ჩატარდეს მეორე აუქციონი, ასევე, თუ მეორე აუქციონზეც ვერ გაიყიდება — ტარდება მესამე აუქციონი. მეტად მნიშვნელოვანია კანონის დათქმა იმასთან დაკავშირებით, რომ თუ საწარმოს საქმიანობის შეჩერება საფრთხეს უქმნის ადამიანთა ჯანმრთელობას ან/და სიცოცხლეს და შეუძლებელია საწარმოს საქმიანობის უწყვეტობის უზრუნველყოფა ან აუქციონით დადგენილ ვადაში ჩატარება გამოიწვევს გასაყიდი ქონების ღირებულების მნიშვნელოვან შემცირებას, შესაძლებელია სასამართლო გადაწყვეტილების საფუძველზე აუქციონის ჩატარების ვადის გონივრული შემცირება და სამეურვეო ქონების დაჩქარებული წესით გაყიდვა.

აუქციონის ჩატარების შემდეგ უნდა შედგეს ოქმი, რომელსაც ხელს უნდა აწერდეს გაკოტრების მმართველი. ისევე როგორც აუქციონის ჩატარებამდე, ასევე აუქციონის ჩატარების შემდეგ ინფორმაცია ექვემდებარება დაუყოვნებლივ გამოქვეყნებას იმავე ბეჭდვით ორგანოში, რომელშიც გამოქვეყნდა ინფორმაცია აუქციონის ჩატარების შესახებ.

კრედიტორთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების წესი

როგორც უკვე აღინიშნა, აუქციონზე ხდება მოვალის ქონების რეალიზაცია. ინტერესმოკლებული არ უნდა იყოს იმის დადგენა, თუ რომელ კრედიტორს ენიჭება უპირატესი უფლება, სხვა კრედიტორებთან შედარებით ადრე დაიკმაყოფილოს თავისი მოთხოვნა მოვალის ქონების რეალიზაციის შედეგად მიღებული ამონაგებით. ამასთან დაკავშირებით, კანონი ადგენს კრედიტორთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების ზუსტ თანმიმდევრობას ანუ რიგითობას. სულ გათვალისწინებულია შვიდი რიგი. ასე მაგალითად, **პირველ რიგში, იფარება საპროცესო ხარჯები; მეორე რიგში, გადახდისუუნარობის შესახებ განცხადების წარმოებაში მიღების თაობაზე სასამართლოს განჩინების გამოტანის თარიღიდან მოვალის მიმართ წარმოქმნილი დავალიანება; მესამე რიგში - მეურვესთან დაკავშირებული ყველა ხარჯი და ანაზღაურება, ხოლო ყველა უზრუნველყოფილი მოთხოვნა (მაგალითად, იპოთეკით ან გირავნობით უზრუნველყოფილი სესხი), ასევე საქართველოს საგა-**

დასახადო კოდექსით დადგენილი წესით უზრუნველყოფილი მოთხოვნები — მეოთხე რიგში; საგადასახადო დავალიანებები — მეხუთე რიგში, ყველა დანარჩენი აღიარებული უზრუნველყოფილი მოთხოვნა — მეექვსე რიგში, ხოლო დაგვიანებით წარდგენილი კრედიტორთა მოთხოვნები სულ ბოლოს — მეშვიდე რიგში.

კანონი ადგენს, რომ ყოველი მომდევნო რიგის მოთხოვნა დაიფარება წინა რიგის მოთხოვნათა სრულად დაკმაყოფილების შემდეგ, თუ კრედიტორთა შეთანხმებით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული; თუ თანხა საკმარისი არ არის თვით ერთი რიგის კრედიტორთა მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლადაც, თანხის სამართლიანი განაწილების მიზნით დადგენილია, რომ ასეთ შემთხვევაში ამ რიგის მოთხოვნები დაკმაყოფილდება ამ რიგის თითოეული კრედიტორის მოთხოვნის მოცულობის პროპორციულად. კანონი გაკოტრების მმართველს უფლებას ანიჭებს კრედიტორთა მოთხოვნა დააკმაყოფილოს როგორც ერთჯერადი, ასევე ნაწილ-ნაწილ გადახდით.

გაკოტრების საქმის წარმოების დასრულება

გაკოტრების საქმის წარმოება დასრულდება აუქციონის შედეგად მიღებული თანხის კრედიტორებზე განაწილებისთანავე. აუქციონზე სამეურვეო ქონების რეალიზაციის შედეგად გაკოტრების მმართველის მიერ უნდა შედგეს გაკოტრების ანგარიში და ეს უკანასკნელი წარედგინოს კრედიტორებსა და სასამართლოს, რის შემდეგაც სასამართლოს გამოაქვს განჩინება გაკოტრების საქმის წარმოების დასრულების შესახებ.

დასკვნა

როგორც აღინიშნა, **„გადახდისუუნარობის საქმის წარმოების შესახებ“** საქართველოს კანონის მიზანი, რომელიც ამავე კანონის პირველივე მუხლშია გაცხადებული, კრედიტორებისა და მოვალის ინტერესების თანაზომიერი დაკმაყოფილებაა. მართალია, გაკოტრების საქმის წარმოების დროს არ ხორციელდება მოვალის გაჯანსაღება, მაგრამ ხდება კრედიტორების მოთხოვნების დაკმაყოფილება. ცხადია, მოვალისა და კრედიტორების ინტერესები გაციცებით უფრო დაცულია რეაბილიტაციის დროს (როდესაც ხდება როგორც მოვალის ფინანსური სიძნელეების გადაჭრა, ისე კრედიტორების ინტერესების დაკმაყოფილება), მაგრამ თვით გაკოტრებასაც არ უნდა აღვიძვამდეთ, როგორც მოვალის ინტერესების უგულებელმყოფ წარმოებას.







სარედაქციო ფოსტაში ხშირია კითხვები, სამეწარმეო, საგადასახადო თუ საბუღალტრო სფეროდან. ზოგიერთი მათგანი სცილდება კონკრეტული შემთხვევის ფარგლებს და პრობლემურია ბიზნესით დაკავებული ფართო წრისათვის. ქვემოთ წარმოდგენილ აქტუალურ საკითხებზე კომენტარს აკეთებს ჟურნალ „ბიზნესი და კანონმდებლობის“ მთავარი რედაქტორი, ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი ბ-ნი იური პაპასქური.

როგორ იბეგრება ფიზიკური პირი

გაქირავებული მაქვს საოფისე (კომერციული) ფართი და მსუბუქი ავტომანქანა. ვიმყოფები აღრიცხვაზე როგორც გადამხდელი ფიზიკური პირი. გთხოვთ, განმიმარტოთ, რა გადასახადებს ვიხდი და რა ოდენობით?
(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– ასეთი შინაარსის შეკითხვა რედაქციაში არაერთხელ შემოსულა. ცხადია, შეკითხვა უპასუხოდ არ დარჩენილა და არც კვალიფიკაცია დაკლებია მას. თუმცა, როგორც ჩანს, საკითხი კვლავაც აქტუალურია და ამდენად, უფრო დეტალურად გავერკვეთ.

საგადასახადო მიზნებისათვის, **ფიზიკურ პირად** განიხილება ინდივიდუალური მეწარმე, რომელიც ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას (**მუხლი 36-1. „მეწარმე ფიზიკურ პირად ითვლება: ა) ინდივიდუალური საწარმო – ფიზიკური პირი, თუ ის „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის მიხედვით არის ინდივიდუალური მეწარმე; ბ) ფიზიკური პირი, თუ ის ახორციელებს „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველი მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრულ საქმიანობას“).** ასეთი **ფიზიკური პირი** უნდა ირიცხებოდეს **გადამხდელად** და ის **„ვალდებულია გადაიხადოს საგადასახადო კოდექსით დაწესებული საერთო-სახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი გადასახადები, რომელთა მიმართაც ეს პირი გადასახადის გადამხდელია“.** ამრიგად, მოცემულ კონკრეტულ შემთხვევაში სწორედ ასეთ ფიზიკურ პირთან (გადასახადის გადამხდელად აღრიცხულ ინდივიდუალურ მეწარმესთან) გვაქვს საქმე.

ფიზიკური პირი, („გადასახადის გადამხდელად აღრიცხული ინდივიდუალური მეწარმე“), იბეგრება საგადასახადო კოდექსის მე-9 მუხლით გათვალისწინებული ყველა გადასახადით, თუ საქმიანობიდან გამომდინარე მას წარმოექმნება დასაბეგრი ობიექტი. ჩვეულებრივ, ასეთ ფიზიკურ პირს ეკისრება საშემოსავლო და ქონების გადასახადების გადახდა, აგრეთვე, იბეგრება დღგ-ით, თუ ის რეგისტრირებულია ან ვალდებულია იყოს რეგისტრირებული დღგ-ს გადამხდელად; აქციზით - თუ ის აწარმოებს აქციზით დასაბეგრ ოპერაციას; საბაჟო გადასახადით – ამ სახის გადასახადით დასაბეგრი საქონლის ექსპორტ-იმპორტისას.

განსახილველ შემთხვევაში კი, როცა **ფიზიკური პირს** გაქირავებული აქვს საოფისე - კომერციული ფართი და მსუბუქი ავტომანქანა, **გაქირავებით მიღებული შემოსავლები ჩაირთვება ერთობლივ შემოსავალში და დადგენილი წესის შესაბამისად, დაიბეგრება საშემოსავლო გადასახადით** (აქ იგულისხმება ის, რომ 2008 წლის 1 იანვრიდან გაუქმებულია სოციალური გადასახადი და ის გაერთიანდა საშემოსავლო გადასახადში), გარდა ამისა, მოგიწევთ **ქონების გადასახადის** გადახდაც.

საგადასახადო კოდექსის მიხედვით, **„რეზიდენტი ფიზიკური პირის საშემოსავლო გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია დასაბეგრი შემოსავალი, რომელიც განისაზღვრება, როგორც სხვაობა კალენდარული წლის განმავლობაში მიღებულ ერთობლივ შემოსავალსა და ამ პერიოდისათვის ამ კოდექსით გათვალისწინებული გამოქვითვების თანხებს შორის“ (166-ე მუხლის პირველი პუნქტი);**

„ერთობლივ შემოსავალს განეკუთვნება ნებისმიერი ფორმით ან/და საქმიანობით მიღებული ყველა შემოსავალი“ (176-ე მუხლის მე-3 პუნქტი);

ფიზიკური პირის დასაბეგრი შემოსავალი კი იბეგრება 25%-ით (მუხლი 167).

„ფიზიკური პირისათვის ქონების, გარდა მიწისა, გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია მის საკუთრებაში არსებული ან ლიზინგით აღებული:

ა) უძრავი ქონება (შენობა-ნაგებობები ან მათი ნაწილი), გარდა სამეწარმეო საქმიანობისათვის გამოყენებული, აგრეთვე იჯარით, ქირით, უზუფრუქტით ან სხვა ამგვარი სახის ხელშეკრულების საფუძველზე გაცემული ქონებისა;

ბ) იჯარით, ქირით, უზუფრუქტით ან სხვა ამგვარი სახის ხელშეკრულების საფუძველზე გაცემული ქონება;

გ) საქართველოში დადგენილი წესით რეგისტრირებული მსუბუქი ავტომობილები (საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურის 8703 კოდით გათვალისწინებული საქონელი);

დ) საქართველოში დადგენილი წესით რეგისტრირებული იახტები (კატარღები), თვითმფრინავები, შვეულმფრენები.

5. მეწარმე ფიზიკური პირისათვის, გარდა ამ მუხლის მე4 ნაწილით განსაზღვრული ქონებისა და მიწისა, ქონების გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია სამეწარმეო საქმიანობისათვის, აგრეთვე „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველი მუხლის მე2 პუნქტით განსაზღვრული საქმიანობისათვის გამოყენებული ან განკუთვნილი ძირითადი საშუალებები, დაუმონტაჟებელი მოწყობილობები, დაუმთავრებელი მშენებლობა და არამატერიალური აქტივები“ (272 მუხლის მე4 და მე-5 მუხლები).

ქონების გადასახადის განაკვეთები დიფერენცირებულია, ამიტომ ინფორმაციის სისრულისთვის, გთავაზობთ ამონარიდს მოქმედი საგადასახადო კოდექსიდან იმ მოცულობით, რომელიც მეწარმე ფიზიკურ პირს შეიძლება დასჭირდეს:

მუხლი 273. გადასახადის განაკვეთები

2. ამ კოდექსის 272-ე მუხლის მე-4 ნაწილის „ბ“ ქვეპუნქტითა და მე-5 ნაწილით განსაზღვრულ დაბეგვრის ობიექტებზე გადასახადის წლიური განაკვეთი განისაზღვრება ქონების ღირებულების (გამოიანგარიშება ამ კოდექსის 211-ე მუხლის შესაბამისად განსაზღვრული აქტივების ღირებულებისა და 183-ე მუხლის მე-3 ნაწილში მოცემული ამორტიზაციის ნორმების გათვალისწინებით) არა უმეტეს 1 პროცენტის ოდენობით.

3. ამ კოდექსის 272-ე მუხლის მე4 ნაწილის „ა“ ქვეპუნქტით განსაზღვრულ დაბეგვრის ობიექტზე გადასახადის წლიური განაკვეთი დიფერენცირებულია გადასახადის გადამხდელის ოჯახის მიერ საგადასახადო წლის წინა წლის განმავლობაში მიღებული შემოსავლების მიხედვით და განისაზღვრება შემდეგი ოდენობით:

ა) 60 000 ლარამდე შემოსავლის მქონე ოჯახებისათვის – უძრავი ქონების საბაზრო ღირებულების არანაკლებ 0,05 პროცენტისა და არა უმეტეს 0,2 პროცენტისა;

ბ) 60 000 ლარიდან 100 000 ლარამდე შემოსავლის მქონე ოჯახებისათვის – უძრავი ქონების საბაზრო ღირებულების არანაკლებ 0,2 პროცენტისა და არა უმეტეს 0,4 პროცენტისა;

გ) 100 000 ლარი და მეტი შემოსავლის მქონე ოჯახებისათვის – უძრავი ქონების საბაზრო ღირებულების არანაკლებ 0,4 პროცენტისა და არა უმეტეს 0,8 პროცენტისა.

4. ამ კოდექსის 272-ე მუხლის მე4 ნაწილის „გ“ ქვეპუნქტით განსაზღვრულ დაბეგვრის ობიექტზე გადასახადის წლიური განაკვეთი დიფერენცირებულია მსუბუქი ავტომობილის სახეობის ძრავის მოცულობის და ხნოვანების მიხედვით და შეადგენს არა უმეტეს:

№	მსუბუქი ავტომობილის სახეობა ძრავის მოცულობის მიხედვით	მსუბუქი ავტომობილის ხნოვანება კალენდარული წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით	გადასახადის ოდენობა (ლარებში)
1	2000 სმ3-მდე (ჩათვლით) მოცულობის ძრავის მქონე მსუბუქი ავტომობილი	1 წლამდე (ჩათვლით)	50
		1-დან 3 წლამდე (ჩათვლით)	40
		3-დან 4 წლამდე (ჩათვლით)	30
		4-დან 5 წლამდე (ჩათვლით)	20
		5-დან 6 წლამდე (ჩათვლით)	10
		6 წელზე მეტი	5
2	2001 სმ3-დან 3000 სმ3-მდე (ჩათვლით) მოცულობის ძრავის მქონე მსუბუქი ავტომობილი	1 წლამდე (ჩათვლით)	150
		1-დან 3 წლამდე (ჩათვლით)	130
		3-დან 4 წლამდე (ჩათვლით)	110
		4-დან 5 წლამდე (ჩათვლით)	80
		5-დან 6 წლამდე (ჩათვლით)	25
		6 წელზე მეტი	5
3	3000 სმ3-ზე მეტი მოცულობის ძრავის მქონე მსუბუქი ავტომობილი	1 წლამდე (ჩათვლით)	300
		1-დან 3 წლამდე (ჩათვლით)	250
		3-დან 4 წლამდე (ჩათვლით)	200
		4-დან 5 წლამდე (ჩათვლით)	100
		5-დან 6 წლამდე (ჩათვლით)	50
		6 წელზე მეტი	5

5. ამ კოდექსის 272-ე მუხლის მე4 ნაწილის „დ“ ქვეპუნქტით განსაზღვრულ დაბეგვრის ობიექტზე გადასახადის წლიური განაკვეთები დიფერენცირებულია სატრანსპორტო საშუალების სახეობისა და ძრავის სიმძლავრის მიხედვით:

სატრანსპორტო საშუალების სახეობა	საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურის კოდი	გადასახადის განაკვეთი ძრავის 1 ცხენის ძალაზე წელიწადში
1. იახტა (კატარღა)	8903 10 900 00 8903 92 100 00 8903 92 990 00 8903 99 990 00	არანაკლებ 3 ლარისა და არა უმეტეს 7 ლარისა
2. თვითმფრინავი	8802 20 8802 30 8802 40	არანაკლებ 2 ლარისა და არა უმეტეს 5 ლარისა
3. შვეულმფრენი	8802 11 8802 12	არანაკლებ 2 ლარისა და არა უმეტეს 5 ლარისა

ზემოაღნიშნულთან ერთად, მიაქციეთ ყურადღება იმასაც, რომ ქონების გადაცემა ქირით ან იჯარით (გარდა ლიზინგით გადაცემისა), განეკუთვნება მომსახურებით საქმიანობას (18-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „ზ“ ქვეპუნქტი) და თუ წლის განმავლობაში ფიზიკური პირის შემოსავლები ასეთი ოპერაციებიდან (ან სხვა საქმიანობიდანაც) აჭარბებს 100000-იან ზღვარს, **ეს ოპერაცია დღგ-ითაც იბეგრება.**

დღგ-ის განაკვეთი შეადგენს დასაბეგრი ბრუნვის (საანგარიშო პერიოდში განხორციელებული დასაბეგრი ოპერაციების) თანხის 18 პროცენტს. დასაბეგრი ბრუნვიდან ბიუჯეტში შესატანი დღგ-ის თანხა კი განისაზღვრება, როგორც სხვაობა დასაბეგრ ბრუნვაზე დარიცხული დღგ-ის თანხასა და ჩასათვლელი დღგ-ის თანხებს შორის.

როდის დგება მიწოდების დრო დღგ-ს დაბეგვრისთვის

შპს–ს დადებული აქვს ხელშეკრულება სამშენებლო ორგანიზაციასთან მრავალბინიანი საცხოვრებელი სახლის ასაშენებლად. ხელშეკრულების თანახმად სამუშაოები უნდა დამთავრდეს 2 წლის შემდეგ. განსაზღვრულია სახელშეკრულებო თანხა ავანსური გადახდების გათვალისწინებით. სახლის მთლიანად დამთავრების შემდეგ ხდება შესრულებული სამუშაოების მიღება-ჩაბარება. გთხოვთ, განგვიმარტოთ. როდის არის მიწოდების დრო დღგ-ს გადახდისათვის?
(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

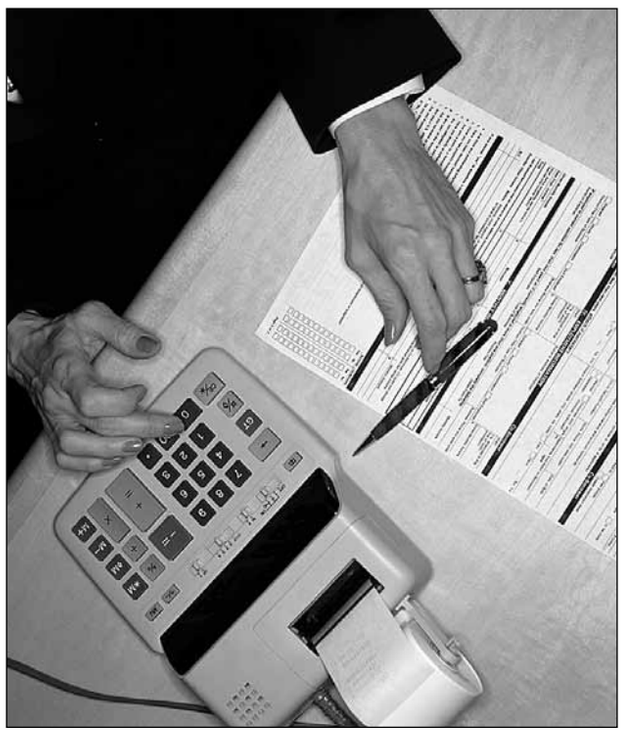
– განსახილველი მაგალითი ეხება უძრავ ქონებასთან დაკავშირებულ ოპერაციებს (დამკვეთისადმი მრავალბინიანი საცხოვრებელი სახლის–უძრავი ქონების მიწოდების დღგ–თი დაბეგვრის დროის განსაზღვრას).

მოდით, მივმართოთ საგადასახადო კოდექსს. თუ თვალს მივადევნებთ მე–18 მუხლის 1–ლი პუნქტს და მე–20 მუხლის 1–ლ ნაწილს, მასში აღნიშნულია, რომ:

„საქონლის მიწოდებად ითვლება პირის მიერ სხვა პირისთვის საქონელზე საკუთრების უფლების გადაცემა სასყიდლით (მათ შორის, საქონლის რეალიზაცია, გაცვლა, ხელფასის ან ნატურალური ფორმით ანაზღაურება) ან უსასყიდლოდ, თუ ამ მუხლით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული“.

„მომსახურებად ითვლება საქმიანობა, რომელიც არ არის საქონლის მიწოდება. თუ საგადასახადო კანონმდებლობით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული, მომსახურებას განეკუთვნება შემდეგი საქმიანობა“.

ა) სამშენებლო-სამონტაჟო;



ეს ნორმები ვრცელდება განსახილველ შემთხვევაზეც (სახლის აშენება ანუ მასთან დაკავშირებული სამშენებლო–სამონტაჟო სამუშაოები მიეკუთვნება მომსახურებას; მრავალბინიანი საცხოვრებელი სახლი–უძრავი ქონება წარმოადგენს საქონელს).

დავაზუსტოთ კიდევ ერთი დეტალიც: პირისთვის საქონელზე (ამ შემთხვევისთვის, უძრავ ქონებაზე) საკუთრების უფლების გადაცემა **„გულისხმობს გარიგების წერილობითი ფორმით დადებას და შემძენზე ამ გარიგებით განსაზღვრული საკუთრების უფლების რეგისტრაციას საჯარო რეესტრში“** (იხ. სამოქალაქო კოდექსის 183–ე და 210–ე მუხლები).

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, გვაქვს საფუძველი დაბეჯითებით ვთქვათ, რომ საცხოვრებელი სახლი მიწოდებულად ითვლება, თუ დამკვეთსა და სამშენებლო ორგანიზაციას შორის გაფორმდება შესაბამისი დოკუმენტაცია (მიღება–ჩაბარების აქტი და ა.შ.) და საკუთრების უფლება დარეგისტრირდება საჯარო რეესტრში.

ამრიგად, ჩვენ უკვე გავარკვიეთ, რას ნიშნავს საცხოვრებელი სახლის (დამკვეთისთვის ხელშეკრულებით განსაზღვრული საქონლის/მომსახურების) მიწოდება. ახლა ვნახოთ, როდის დგება დღგ–თი დაბეგვრის დრო.

საგადასახადო კოდექსის 238–ე მუხლის 1–ლი ნაწილის თანახმად, **„დასაბეგრი ოპერაციის განხორციელების დროდ ითვლება:**

ა) საქონლის/მომსახურების მიწოდების მომენტი;

ბ) საქონლის მიწოდებისას, რომელსაც თან ახლავს გადატვირთვა – საქონლის გადატვირთვის მომენტი“.

ამავე მუხლის მე–3 პუნქტში აღნიშნულია, რომ **„თუ მომსახურების გაწევა ხდება რეგულარულად ან უწყვეტად, მომსახურების გაწევა შესრულებულად ითვლება ამ ოპერაციის ნებისმიერი ნაწილისათვის ყოველი საგადასახადო ანგარიშფაქტურის გამოწერის ან გადახდის მომენტში, მაგრამ არა უგვიანეს საანგარიშო თვის ბოლო სამუშაო დღისა“.**

როგორც თავადვე ხედავთ, ზემოაღნიშნული ნორმიდან განსახილველ მაგალითს ესადაგება საგადასახადო კოდექსის 238–ე მუხლის 1–ლი ნაწილის „ა“ პუნქტი ანუ მოცემული შემთხვევისათვის

დღგ–თი **„დასაბეგრი ოპერაციის განხორციელების დროდ ითვლება საქონლის/მომსახურების მიწოდების მომენტი“.**

კითხვიდან გარკვევით ჩანს, რომ **„სამუშაოები უნდა დამთავრდეს 2 წლის შემდეგ“** ანუ მომსახურების/საცხოვრებელი სახლის მიწოდება მოხდება აღნიშნულ დროს. ყველა ნიშნის მიხედვით, **„მიწოდების დრო დღგ-ს გადახდისათვის“** დგება 2 წლის შემდეგ **-დამკვეთისათვის საკუთრების უფლების გადაცემისა და საჯარო რეესტრში დარეგისტრირების მომენტისათვის.**

,,ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების რეგულირების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე–10 და მე–11 მუხლების თანახმად, შპს და სხვა სამეწარმეო ორგანიზაციულ–სამართლებლივი წარმონაქმნები ვალდებულნი არიან სააღრიცხვო საქმიანობა აწარმოონ საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად, რაც გულისხმობს იმას, რომ ბუღალტრულ აღრიცხვაში გამოიყენონ დარიცხვის მეთოდი.

საკითხი უფრო გასაგები რომ გავხადოთ, ვნახოთ, ამ მხრივ, რას ადგენს საგადასახადო კოდექსი:

მუხლი 203. შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვა დარიცხვის მეთოდით

გადასახადის გადამხდელის მიერ აღრიცხვაში დარიცხვის მეთოდის გამოყენებისას შემოსავლები და ხარჯები აღირიცხება გადასახადის გადამხდელის მიერ ამ შემოსავლების მიღების უფლების მოპოვების და ასეთი ხარჯების აღიარების მომენტის მიხედვით, შემოსავლების ფაქტობრივად მიღებისა და ხარჯების გაწევის მომენტის მიუხედავად.

მუხლი 204. დარიცხვის მეთოდით შემოსავლების მიღების მომენტი

1. გადასახადის გადამხდელის მიერ შემოსავლების (მათ შორის, საჯარიმო სანქციების) მიღების უფლება მოპოვებულად ითვლება, თუ შესაბამისი თანხა ექვემდებარება გადასახადის გადამხდელისათვის გადახდას, ან თუ მან შეასრულა გარიგებით (ხელშეკრულებით) გათვალისწინებული ყველა ვალდებულება.

2. თუ გადასახადის გადამხდელი ეწევა მომსახურებას, ამ მუხლის პირველ ნაწილში აღნიშნული უფლება ითვლება მოპოვებულად მის მიერ გარიგებით (ხელშეკრულებით) გათვალისწინებული მომსახურების გაწევის დამთავრების მომენტში.

ამრიგად, **„სახელშეკრულებო თანხების ავანსური გადახდები“**, არ ცვლის ვითარებას–მომსახურების/მრავალბინიანი საცხოვრებელი სახლის მიწოდება ხდება სამუშაოების დასრულების (2 წლის) შემდეგ (და არა ეტაპების მიხედვით), შესაბამისად, **„მიწოდების დრო დღგ-ს გადახდისათვის“** დგება **„გარიგებით (ხელშეკრულებით) გათვალისწინებული მომსახურების გაწევის დამთავრების მომენტში“.**

თუ საზოგადოებიდან ქონებას ნატურით გაიტანთ

სააქციო საზოგადოების აქციონერთა ნაწილმა აქციონერთა კრების გადაწყვეტილებებით საზოგადოებიდან ნატურით გაიტანა ქონება (არასაცხოვრებელი ფართი) – კუთვნილი აქციების შესაბამისად. ეკისრება თუ არა რაიმე გადასახადი რომელიმე მხარეს და როდის?

(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– წარმოდგენილი საკითხის განხილვისთვის, არსებითი მნიშვნელობა აქვს, თუ რა შემთხვევასთან გვაქვს საქმე. ცხადია, საქმე არ ეხება აქციონერთა ნაწილის მიერ დივიდენდის მიღებას ნატურის სახით. როგორც ჩანს, სააქციო საზოგადოებიდან აქციონერთა ნაწილმა (ვთქვათ, ფიზიკურმა პირებმა) ნატურით გაიტანა თავისი აქციების შესაბამისი წილი–არასაცხოვრებელი ფართი (უძრავი ქონება). სააქციო საზოგადოება აგრძელებს ფუნქციონირებას, გასულმა აქციონერებმა კი შექმნეს სხვა ორგანიზაციულ–სამართლებრივი ფორმები ან საკუთარი ინტერესების შესაბამისად გამოიყენეს მიღებული ქონება (შეიძლება ითქვას, ეს უკვე არაარსებითია).

მოკლედ, ასეთ შემთხვევისთვის, თუ აქციონერი (ან აქციონერები) წილის (აქციების) ღირებულების შესაბამისად ღებულობს საწარმოს ქონებას (არასაწარმოო ფართის) და მისი (მათი) წილი ამ საზოგადოებაში არის 50 პროცენტზე ნაკლები, საზოგადოებისთვის ამ ქონების გადაცემა განიხილება აქტივების მიწოდებად და საზოგადოებიდან გასულ პირს (პირებს) წარმოეშობა საგადასახადო კოდექსით დაწესებული შესაბამისი საგადასახადო ვალდებულებები. საკუთრივ, სააქციო საზოგადოებას საგადასახადო ვალდებულება არ აკისრია.

საზოგადოებიდან გასული პირისთვის (პირებისთვის) წილის (აქციების) სანაცვლოდ მიღებულ მატერიალური აქტივების საბაზრო ღირებულებასა და მის ნომინალურ ღირებულებას (საწესდებო კაპიტალში შესატანს) შორის სხვაობა (ნამეტი თანხა) უნდა ჩაირთოს ამ პირის (პირების) ერთობლივ შემოსავალში და აქტივის მიწოდებისას იბეგრება საშემოსავლო გადასახადით, საგადასახადო კოდექსის შესაბამისი თავით გათვალისწინებული პირობების მიხედვით.

როგორ ავიღოთ საგადასახადო სესხი

გთხოვთ აგვიხსნათ, რა არის საგადასახადო სესხი, როგორ უნდა ვისარგებლოთ ამ სესხით, რა უპირატესობები და პერსპექტივები გააჩნია მას? დღეს ბევრს საუბრობენ ამ „სიკეთეზე“, სათანადო ინფორმაცია კი ვერ მოვიპოვეთ.
(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– საგადასახადო სესხის შესახებ ინფორმაციას, თუ მოიძიებთ, მას ყველგან ნახავთ, საგადასახადო კოდექსში, *საგადასახადო აღრიცხვის ადგილის მიხედვით შემოსავლების სამსახურის რეგიონალურ ცენტრებში (საგადასახადო ინსპექციებში) ან თუნდაც, შემოსავლების სამსახურის მომსახურების სამმართველოს საკონტაქტო ცენტრში, თუმცა,* ეს ცნება ქართულ საკანონმდებლო სივრცეში ახლახან გაჩნდა (საქართველოს პარლამენტმა შესაბამისი ცვლილებები და დამატებები საგადასახადო კოდექსში 2007 წლის 28 დეკემბერს მიიღო, კანონი მოქმედებაში შვიდა 2008 წლის 1 იანვრიდან). ამდენად, შესაძლოა გარკვეულ ვაკუუმს მართლაც აქვს ადგილი.

კვლავაც რომ არ შეფერხდეთ, მივყვეთ დინამიკას:

ზემოაღნიშნული ცვლილებებისა და დამატებების თანახმად, საგადასახადო კოდექსის მე-12 მუხლს (კოდექსში **გამოყენებულ ტერმინთა განმარტება)** დაემატა შემდეგი შინაარსის 47-ე ნაწილი: **„საგადასახადო სესხი - ამ კოდექსის XL[1] თავის შესაბამისად გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე გაცემული სესხი, რომელიც გაიცემა “მეწარმეთა შესახებ” საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ პირებზე“.** ამასთან, საგადასახადო კოდექსში გაჩნდა ახალი - **კარი XIII[1], თავი XL[1], მუხლი 280[1] - საგადასახადო სესხი, რომელშიც აღნიშნულია:**



1. საგადასახადო სესხით სარგებლობის უფლება აქვს 2008 წლის 1 იანვრიდან რეგისტრირებულ პირს, რომელიც აღნიშნული მიზნით სახელმწიფო რეგისტრაციიდან 12 თვის ვადაში მიმართავს შესაბამის საგადასახადო ორგანოს.

2. საგადასახადო სესხი პირზე გაიცემა მხოლოდ ერთხელ, მისი მოთხოვნის შემთხვევაში. აკრძალულია პირის (მათ შორის, რეორგანიზაციის შედეგად ჩამოყალიბებული პირის) მიერ ერთზე მეტი სესხით სარგებლობა.

3. საგადასახადო სესხის გაცმის წესი, ხელშეკრულების ფორმა და ანგარიშგების პროცედურები განისაზღვრება საქართველოს ფინანსთა მინისტრის ბრძანებით.

4. საგადასახადო სესხის ზღვრული ოდენობაა 2000 ლარი, რომელიც გაიცემა არა უმეტეს 10 წლისა და 3 თვის (123 თვის) ვადით, წლიური 4%-იანი სარგებლით; პირველი 10 წლის (120 თვის) განმავლობაში საგადასახადო სესხით მოსარგებლე პირს უფლება აქვს არ მოახდინოს სესხზე დარიცხული პროცენტის და ძირითადი თანხის გადახდები. აღნიშნული პერიოდის გასვლის შემდეგ სესხზე დარიცხული პროცენტის და ძირითადი თანხის გადახდის ვალდებულებები პირს ეკისრება ყოველთვიურად თანაბარი ოდენობით.

5. პირის ინიციატივით სასესხო ხელშეკრულება შეიძლება ვადამდე შეწყდეს შესაბამისი პერიოდისათვის არსებული ვალდებულებების დაფარვის შემდეგ.

6. საგადასახადო სესხით მოსარგებლე პირზე, სასესხო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების დარღვევის შემთხვევაში, გავრცელდება ამ კოდექსით გათვალისწინებული სანქციები და ვალდებულებების შესრულების უზრუნველყოფის ღონისძიებები.

7. საგადასახადო სესხის თანხები არ გაითვალისწინება ამ კოდექსის 71-ე მუხლით გათვალისწინებული ზედმეტად გადახდილი თანხების დაბრუნებისას.

როგორც ხედავთ, აქ გასაგებადაა წარმოდგენილი, თუ რა არის საგადასახადო სესხი, მისი მო-

ცულობა, ვისზე გაიცემა, რა პროცენტით და რა ვადით, მოკლედ, ყველაფერი რაც ამ „სიკეთეს“ უკავშირდება და მაინც, ვფიქრობ, საკითხი უფრო აღქმადი გახდება, თუ დავსძენთ, რომ ამ საკანონმდებლო ინიციატივის თანახმად, სესხით სარგებლობის უფლება მიიღო „მეწარმეთა შესახებ“ კანონის შესაბამისად ახლად შექმნილმა და მოქმედმა ყველა სამეწარმეო სუბიექტმა (ინდივიდუალური საწარმომ, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებამ, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებამ, კომანდიტურმა საზოგადოებამ, სააქციო საზოგადოებამ, კოოპერატივმა), რომელმაც სახელმწიფო (პირველადი) რეგისტრაცია გაიარა 2008 წლის 1 იანვრის შემდგომ და აღნიშნული მიზნით მიმართა საგადასახადო ორგანოს საგადასახადო აღრიცხვის ადგილის მიხედვით. საგადასახადო სესხი მკაცრად მიზნობრივია და განკუთვნილია არა მანქანა–დანადგარების, საყოფაცხოვრებო ტექნიკის ან პირადი მოხმარების საგნების შესაძენად, არამედ საგადასახადო ვალდებულებების შესასრულებლად ანუ სესხით ისარგებლებენ მხოლოდ 2008 წელს რეგისტრირებული გადამხდელები (რეგისტრაციიდან არაუგვიანეს 12 თვისა), რომელთაც ფინანსური პრობლემების გამო, ბიუჯეტის მიმართ წარმოექმნათ საგადასახადო ვალდებულება.

ასეთ მდგომარეობაში მყოფმა დაინტერესებულმა პირებმა საგადასახადო სესხის მიღებისთვის განცხადებით უნდა მიმართოს შესაბამის ტერიტორიულ საგადასახადო ორგანოს. განცხადებაში უნდა მიეთითოს: გადასახადის გადამხდელის დასახელება და საიდენტიფიკაციო ნომერი; საგადასახადო სესხის ოდენობა, მისი დაფარვის ვადა; საგადასახადო სესხის მიღების თარიღი (მაგრამ არაუადრეს განცხადების საგადასახადო ორგანოში წარდგენის თარიღისა და არაუგვიანეს სახელმწიფო რეგისტრაციიდან 12 თვისა). ამ მონაცემებზე დაყრდნობით, თუ მაძიებელი აკმაყოფილებს საგადასახადო კოდექსით განსაზღვრულ პირობებს, გადამხდელთან ფორმდება სათანადო ხელშეკრულება.

საგადასახადო სესხით სარგებლობის პერიოდში (123 თვე) და სესხის თანხის (2000 ლარი) ფარგლებში პირს არ ეკისრება დარიცხული გადასახადის გადახდის ვალდებულება და არ დაერიცხება საურავიც.

სესხით მოსარგებლე პირს უფლება აქვს რეგისტრაციიდან პირველი 10 წლის (120 თვის) ვადაში არ მოახდინოს სესხზე დარიცხული პროცენტისა და ძირითადი თახის გადახდები. აღნიშნული ვადის გასვლის შემდეგ სესხზე დარიცხული პროცენტი და სესხის ძირითადი თანხა უნდა დაფაროს ყოველთვიურად, თანაბარი ოდენობით, 3 თვიან ვადაში.

თუ სასესხო ხელშეკრულება ითვალისწინებს სხვა ვადებს, სესხი და სესხზე დარიცხული პროცენტი უნდა დაიფაროს ხელშეკრულებით განსაზღვრულ ვადებში. ამასთან, სასესხო ხელშეკრულება, სესხით მოსარგებლის ინიციატივით, შეიძლება შეწყდეს ვადამდე, მხოლოდ შესაბამისი პერიოდისთვის არსებული სასესხო ვალდებულების სრული დაფარვის შემდეგ.

თუ სესხით მოსარგებლე პირი დაარღვევს სასესხო ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ პირობებს, მის მიმართ გავრცელდება საქართველოს საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებული შესაბამისი სანქციები და ვალდებულების შესრულების უზრუნველყოფის ღონისძიებები.

როგორ დავიბრუნოთ დამატებითი შესატანი

2007 წლის ივნისიდან ძალაში შევიდა ცვლილებები საქართველოს კანონში „მეწარმეთა შესახებ“. შეიცვალა 46-ე მუხლის 46.7 პუნქტიც, რომელიც ეხება პარტნიორების დამატებით შესატანებს. შესაძლებელია თუ არა წესდებაში მითითების გარეშე და წილის პროპორციის დაუცველად ოთხი პარტნიორიდან მხოლოდ ერთმა განახორციელოს დამატებითი შესატანის სახით საწარმოს სამეურნეო საჭიროებისათვის თანხის შეტანა. ასევე, 47-ე მუხლის 47.3 „ო“ პუნქტის მიხედვით, დამატებითი შესატანის უკან დაბრუნების რომელი წესი შეიძლება დაადგინოს პარტნიორთა კრებამ?

(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– ვიდრე უშუალოდ კონკრეტულ საკითხს შევეხებით, ვფიქრობ, აუცილებელია რამდენიმე მნიშვნელოვან ასპექტზე გავამახვილოთ ყურადღება.

სადამფუძნებლო დოკუმენტების პაკეტში წესდება საზოგადოების საქმიანობისა და პარტნირთა ურთიერთობის მარეგულირებელი ძირითადი აქტია, თუმცა მეწარმეთა უმეტესობა მას ფორმალურ მნიშვნელობას ანიჭებს.

სინამდვილეში წესდება პარტნიორებს შორის დადებული ხელშეკრულებაა. მასში პარტნიორთა ურთიერთობის ყველა საკითხი განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა იყოს ჩამოყალიბებული.

წესდებასთან ერთად დასაშვებია მოქმედებდეს ცალკე ხელშეკრულებაც და დამფუძნებლებს აქ შეუძლიათ ჩამოაყალიბონ პირველადი და დამატებითი შესატანის განხორციელების წესი, საწესდებო კაპიტალი გაზრდის ან შემცირების (შესატანის უკან დაბრუნების) პირობები, ხელშეკრულებით განსაზღვრულ შეთანხმებათა შეუსრულებლობის შემთხვევაში

პასუხისმგებლობის მოცულობები და ამ პროცესებთან დაკავშირებული სხვა გარიგები (რაც მხოლოდ პარტნიორების გადასაწყვეტია და დამოკიდებულია მათ გათვლებზე თუ რისკებზე. შეთანხმების პირობები თავისუფალია და ამ საკითხებში განსაკუთრებული შეზღუდვები დაწესებული არ არის). ასეთი ხელშეკრულება ერთვის წესდებას და მათში ჩამოყალიბებული შეთანხმების დეტალები სავალდებულოა შესასრულებლად. ამასთან, აღნიშნულ დოკუმენტებს იურიდიულთან ერთად, წმინდა პრაქტიკული მნიშვნელობაც აქვს და პარტნიორის პასუხისმგებლობაზე ზემოქმედების შესაძლებლობაცაა.

პრაქტიკაში ძალზედ ხშირია შემთხვევები, როცა შპს-ის პარტნიორებს უწევთ დამატებითი შესატანების მობილიზება. ასეთი აუცილებლობა წარმოიშობა იმ დროს, როდესაც საზოგადოების საწესდებო კაპიტალი საკმარისი არაა დასახული მიზნების მისაღწევად, საბრუნავი სახსრების დეფიციტი არ იძლევა კომერციული ოპერაციების განხორციელების შესაძლებლობას ანდა არსებული კაპიტალი ვერ უზრუნველყოფს ინვესტიციის მოზიდვის გარანტებს. რა მიზეზებითა და მიზნებითაც არ უნდა იყოს განპირობებული, **დამატებითი შესატანის გადახდა შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა ის წინასწარი შეთანხმების საგანი იყო და შესაბამისად, წესდებაში ან დამატებითი ხელშეკრულებითაა გათვალისწინებული**. თუ კი პარტნიორებს შორის შპს-ის დაფუძნების დროს ასეთი შეთანხმება არ ყოფილა ან ის წესდებაში ასახული არაა, აუცილებელია დამატებითი შესატანის განხორციელებაზე თანხმობის მიღწევა. აღნიშნულზე „მეწარმეთა შესახებ“ კანონის 46.7 მუხლი ადგენს შემდეგ წინაპირობას: **„საზოგადოების საწესდებო კაპიტალის გაზრდის შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს პარტნიორთა კრება პარტნიორთა ხმების 2/3-ის უმრავლესობით, თუ საზოგადოების წესდებით ან პარტნიორთა ხელშეკრულებით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული. საწესდებო კაპიტალის გაზრდა შეიძლება პარტნიორთა მიერ უშუალოდ ან/და საზოგადოებაში ახალი პარტნიორის მიღებით. საწესდებო კაპიტალის გაზრდის შედეგად პარტნიორთა წილები და შესატანების ოდენობა განისაზღვრება საზოგადოების წესდებით ან პარტნიორთა მიერ, მათ შორის, ახალი პარტნიორის მონაწილეობით, დადებული ხელშეკრულებით“.** აღნიშნული მუხლის წარმოდგენილი რედაქცია მოქმედებაში შევიდა მეწარმეთა შესახებ საქართველოს კანონში 2007 წლის ივნისში შესული ცვლილებების შემდგომ. მანამდე აღნიშნულ ნორმაში ჩართული იყო შემდეგი: **„საზოგადოების წესდებით შეიძლება განისაზღვროს პარტნიორთა მიერ შესატანის გარდა დამატებითი შესატანების გადახდაც. დამატებითი შესატანები წილის პროპორციული უნდა იყოს.**

საზოგადოების წესდებით გათვალისწინებული იმ გადასახდელის გაზრდა, რომელიც ეკისრება პარტნიორს, დაიშვება მხოლოდ დანარჩენი პარტნიორების თანხმობით“. ამით ვითომ ხაზგასმული იყო პარტნიორებს შორის ჩამოყალიბებული წილობრივი თანაფარდობის დაცვა. მაგრამ ფაქტობრივად, მას განსაკუთრებული დატვირთვა არ გააჩნდა, რამდენადაც ეს პარტნიორთა შეთანხმების საგანია და აღნიშნული წესდებაში ან დამატებით ხელშეკრულებაში დაფიქსირებული გარიგების შესაბამისად უნდა წყდებოდეს.



როგორც ჩანს, ამჟამად მოქმედი ნორმის მიხედვით სიახლე ისაა, რომ უკვე არაა სავალდებულო **„დამატებითი შესატანები წილის პროპორციული უნდა იყოს“.** როგორც აღინიშნა, ეს პარტნიორთა გადასაწყვეტია. დამფუძნებლებს არ ეკრძალებათ წესდებაში ან ხელშეკრულებაში თავიდანვე ჩამოაყალიბონ საწესდებო კაპიტალის გაზრდის ან შემცირების, წილების გადანაწილების კონკრეტული პირობები, მათ შორის, დაუშვან ახალი პარტნიორის მიღების და ამ გზით დამატებითი შენატანის მოზიდვის შესაძლებლობა. თუ ეს პროცედურა წინასწარ არაა გაწერილი და ასეთ შემთხვევაში წარმოიშვა შესატანის მოზიდვის (საწესდებო კაპიტალის გაზრდის) აუცილებლობა, შესაბამის **„გადაწყვეტილებას იღებს პარტნიორთა კრება პარტნიორთა ხმების 2/3-ის უმრავლესობით“.**

თუ დამატებით ხელშეკრულებაში ან **„წესდებაში მითითების გარეშე და წილის პროპორციის დაუცველად ოთხი პარტნიორიდან მხოლოდ ერთმა განახორციელა დამატებითი შესატანის სახით საწარმოს სამეურნეო საჭიროებისათვის**

თანხის შეტანა“, ასეთ შემთხვევაში, უფრო ფინანსური სირთულეების გამო, პარტნიორის თავისუფალი თანხის დროებით შემოტანასთან (სესხებასთან) გვაქვს საქმე და არ შეიძლება ის განხილულ იქნეს როგორც **დამატებითი შესატანი,** მით უმეტეს, წილობრივი თანაფარდობის შეცვლის, გადანაწილების, ან ამ პარტნიორისთვის განსაკუთრებული პრივილეგიის დაწესების საფუძველი.

ასეთი ფორმით **თანხის შემოტანის** მიზანშეწონილობაც პარტნიორების გადასაწყვეტია და ხელშეკრულების საფუძველზე უნდა განხორციელდეს, ოღონდაც არა როგორც პარტნიორთან, არამედ როგორც უცხო ფიზიკურ პირთან, სესხის აღებისთვის დასაშვები პირობების და აქედან გამომდინარე, საგადასახადო ვალდებულებების უზრუნველყოფის გათვალისწინებით.

როგორ გავანაწილოთ ნარჩენი ღირებულება?

შპს-მ, რომელიც რამდენიმე წელია რაც პროდუქციას არ ქმნის და გაჩერებულია, გასული წლის მიწურულს გაყიდა ძირითადი საშუალებების ნაწილი (მორალურად მოძველებული მანქანა-დანადგარები). გაყიდვიდან მიღებული შემოსავალი (ვთქვათ, პირობითად, 300000 ლარი) წლის განმავლობაში იყო ერთადერთი და დადგენილი წესის შესაბამისად, მთლიანად აისახა ერთობლივ შემოსავალში, საიდანაც გამოიქვითა რეალიზებული ძირითადი ქონების ნარჩენი ღირებულება (40000 ლარი), აგრეთვე, ამ ქონების დემონტაჟთან დაკავშირებული ხარჯები (20000 ლარი) და საბალანსო მოგებიდან (300000–40000–20000=240000 ლარი) 20% (48000) დანიშნულებისამებრ გადაირიცხა ბიუჯეტში. საწარმოს განკარგულებაში დარჩენილი მოგება (192000 ლარი), პარტნიორთა კრების გადაწყვეტილების შესაბამისად, განაწილდა დივიდენდის სახით. დარიცხული დივიდენდი დაიბეგრა კუთვნილი განაკვეთით (10%). ამრიგად, განხორციელებული ოპერაციიდან და წლის განმავლობაში მიღებული შემოსავლიდან, შპს-ს ბიუჯეტის მიმართ დავალიანება არ გააჩნია. მთლიანი შემოსავლიდან საწარმოს ანგარიშზე ირიცხება რეალიზებული მანქანა-დანადგარების ნარჩენი ღირებულება (40000 ლარი).

პარტნიორებს სურთ, ეს თანხაც (რეალიზებული მანქანა-დანადგარების ნარჩენი ღირებულება - 40000 ლარი) გაინაწილონ. სპეციფიკიდან გამომდინარე, საწარმო ახლო მომავალში პროდუქციას ვერ გამოუშვებს. პროფილის შეცვლა პერსპექტივაც მინიმალურია.

გთხოვთ გვიპასუხოთ, ანალოგიურ შემთხვევაში, რამდენად შესაძლებელია პარტნიორთა მოთხოვნის დაკმაყოფილება და რა ფორმით შეიძლება ამ თანხის გაცემა?

(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– შპს „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული სამეწარმეო მოწყობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმაა და კერძო სამართლის სუბიექტს წარმოადგენს. მასში, თუ საზოგადოების წესდება სხვა წესებს არ შეიცავს, ხმების უბრალო უმრავლესობით, პარტნიორთა კრება იღებს გადაწყვეტილებებს ყველა მნიშვნელოვან, მათ შორის, უძრავი ქონების შეძენა-გასხვისების, წლიური შედეგების დამტკიცება-გამოყენების და ა.შ. საკითხებზე. პარტნიორთა გადასაწყვეტია ანგარიშზე რიცხულ თანხას რაში გამოიყენებს: შეუძლია დააბანდოს ახალ საქმეში და წარმოება განაახლოს, შეუძლია მოიხმაროს საკუთარი სხვა ინტერესების უზრუნველსაყოფად - ცხადია, კანონმდებლობით ნებადართულ ფარგლებში. ერთია ოღონდ, თუ საწარმო არ მუშაობს და ამოქმედების შანსიც მინიმალურია, პრაქტიკულად, შპს-ის არსებობაც აზრს კარგავს. კაპიტალდაბანდება და სამეწარმეო ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არსებობა მხოლოდ მაშინაა გამართლებული, თუ კი ის ფუნქციონირებს და დამფუძნებელთა ინტერესებს ემსახურება. სხვა შემთხვევაში, უქმად (მით უმეტეს, ხანგრძლივი დროით) და უპერსპექტივოდ გაჩერებული ძირითადი საშუალებები ქარსგატანილი (გადაყრილი) ფულია. უფრო უპრიანია ასეთი საწარმოს ლიკვიდაცია. ცხადია, ესეც პარტნიორთა გადასაწყვეტია.

უშუალოდ განსახილველ საკითხთან დაკავშირებით შეიძლება ვთქვათ, რომ პარტნიორებს შეუძლიათ მიიღონ გადაწყვეტილება რეალიზებული მანქანა-დანადგარების ნარჩენი ღირებულების ოდენობით (40000 ლარი) საწესდებო კაპიტალის შემცირების შესახებ და საწარმოს ანგარიშზე რიცხული შესაბამისი თანხა გაინაწილონ წილის პროპორციულად. ამით ისინი დაიბრუნებენ საწესდებო კაპიტალში ჩადებულ შესატანის ნაწილს ნომიმალური ღირებულებით, რაც დაბეგვრას არ ექვემდებარება.

როგორ დავაკანონოთ ავტოფარეხი



ანზორ მესხიშვილი

„პროფესიონალ კონსულტანტთა ჯგუფის"მთავარი კონსულტანტი, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი

1 989 წლის თბილისის ერთ-ერთი რაიონის აღმასკომის გადაწყვეტილებით უფლება მომეცა ავტოფარეხის მოწყობის შესახებ. მიუხედავად არაერთი მიმართვისა საჯარო რეესტრისადმი, ავტოფარეხის დაკანონების შესახებ ჩემი მოთხოვნა არ დაკმაყოფილდა. გთხოვთ განმიმარტოთ, როგორ დავიკანონო კაპიტალურად აშენებული ავტოფარეხი?

(სარედაქციო ფოსტიდან)

კომენტარი:

– თქვენს შემთხვევაში, დასაზუსტებელია აღმასკომის გადაწყვეტილების შემდეგ ავტოფარეხის პროექტი გაგაჩნდათ თუ არა. ეს პროექტი იყო თუ არა დამტკიცებული, მიღებული გქონდათ თუ არა მშენებლობის ნებართვა და ავტოფარეხის მშენებლობის დამთავრების შემდეგ მიღებული იქნა თუ არა ის ექსპლუატაციაში. თუკი თქვენ ყველა ზემოაღნიშნული დოკუმენტი გაგაჩნიათ, თბილისის სარეგისტრაციო სამსახური ვალდებულია, ყოველგვარი დაბრკოლების გარეშე მოახდინოს თქვენი ავტოფარეხის რეგისტრაცია. იმ შემთხვევაში, თუ ზემოთ აღნიშნული დოკუმენტი არ გაგაჩნიათ, თქვენ უნდა დააზუსტოთ თქვენი ავტოფარეხი მოქცეულია თუ არა თქვენი საცხოვრებელი სახლის კორპუსის წითელ ხაზებში. თუკი თქვენი ავტოფარეხი მოქცეულია თქვენი კორპუსის წითელი ხაზების ფარგლებში, ასეთ შემთხვევაში, საკითხი უნდა განიხილოს კორპუსის მაცხოვრებელთა ბინის მესაკუთრეთა ამხანაგობის კრებამ, თუ კორპუსში ამხანაგობა არაა შექმნილი, კანონმდებლობით განსაზღვრული პროცედურის შესაბამისად, უნდა შეიქმნას ასეთი. კერძოდ, ამისთვის საჭიროა კრებას დაესწროს მობინადრეთა სულ მცირე 2/3. შედგეს ამხანაგობის დამფუძნებელთა კრების ოქმი, აირჩეს თავმჯდომარე, მდივანი და დამტკიცდეს წესდება, კრებაზე ირჩევენ საკონსულტაციო საბჭოს წევრებსაც, რაც შემდგომ საჭიროებს მის სანოტარო წესით დამოწმებას და ამის შემდეგ – რეგისტრაციას ქ. თბილისის მერიის სამოქალაქო სამსახურში – მონაწილეობისა და ინტეგრაციის საქალაქო სამსახურში – ქ. თბილისის კორპუსში. ამხანაგობა უფლებამოსილია განიხილოს საკითხი ავტოფარეხის თქვენს საკუთრებაში გადაცემის შესახებ. საკითხის დადებითად გადაწყვეტის შემთხვევაში, რაც ნიშნავს იმას, რომ მობინადრეთა სულ ცოტა 2/3-მა კრებაზე დადებითად უნდა გადაწყვიტოს დღის წესრიგში დაყენებული საკითხი, რაზეც უნდა შედგეს კრების ოქმი და დამოწმდება ნოტარიულად. კრების ოქმი, ნოტარიულად დამოწმებული, მობინადრეთა ამხანაგობის დაფუძნების კრების ოქმი, ასევე ნოტარიულად დამოწმებული, ავტოფარეხისა და ავტოფარეხით დაკავებული მიწის ნაკვეთის საკადასტრო აზომვითი ნახაზი შესრულებული UTM საკოორდინატო სისტემაში, თქვენი პირადობის მოწმობის ასლი, განცხადება და სარეგისტრაციო მომსახურების საფასურის ქვითარი (50 ლარი) წარდგენილ უნდა იქნას თბილისის სარეგისტრაციო სამსახურში (საჯარო რეესტრში), რომელიც მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად უზრუნველყოფს თქვენი ავტოფარეხის რეგისტრაციას და ამონაწერის თქვენს სახელზე გაცემას (თუკი საჭიროდ ჩათვლით საკადასტრო რუკის აღებას, დამატებით სარეგისტრაციო სამსახურს უნდა წარუდგინოთ 5 ლარიანი ქვითარი).

იმ შემთხვევაში, თუკი ავტოფარეხი არაა მოქცეული კორპუსის წითელ ხაზებში, თქვენ უნდა მიმართოთ ქალაქ თბილისის საკრებულოს ფიზიკური და კერძო სამართლის იურიდიული პირების მფლობელობაში (სარგებლობაში) არსებული მიწის ნაკვეთებზე საკუთრების უფლების აღიარების მუდმივმოქმედი კომისიას და წარუდგინოთ დოკუმენტები "ფიზიკური და კერძო სამართლის იურიდიული პირების მფლობელობაში (სარგებლობაში) არსებულ მიწის ნაკვეთებზე საკუთრების უფლების აღიარების შესახებ" საქართველოს კანონისა და საქართველოს პრეზიდენტის 2007 წლის 15 სექტემბრის №525 ბრძანებულების შესაბამისად.

რა საფასური უნდა გადავიხადოთ

– ქ. თბილისის მე-8 ზონაში (მიწაზე ქონების გადასახადის განაკვეთების ქვეზონების მიხედვით) უფლების დამადასტურებელი დოკუმენტის გარეშე დაკავებული მაქვს 700 კვ.მ. მიწის ნაკვეთი. თუ თბილისის საკრებულოსთან არსებული მუდმივმოქმედი კომისია დამიკანონებს აღნიშნულ მიწის ნაკვეთს, რა საფასური უნდა გადავიხადო? *(სარედაქციო ფოსტიდან)*

კომენტარი:

– პირველ რიგში, დასაზუსტებელია, რომელი წლიდან ფლობდით (სარგებლობდით) თქვენს მიერ მითითებული მიწის ნაკვეთით. თუ კომისიას წარუდგენთ შესაბამის დოკუმენტებს და დაუმტკიცებთ, რომ მიწის ნაკვეთს ფლობდით (სარგებლობდით) 1994 წლამდე, უნებართვოდ დაკავებული მიწის ნაკვეთი გადმოგეცემათ უსასყიდლოდ. თუ კომისია დაადგენს, რომ მიწის ნაკვეთი დაკავებული გქონდათ 1994 წლის შემდეგ – 2007 წლამდე, ამ შემთხვევაში მოგიწევთ მიწის საფასურის გადახდა, რაც შეადგენს თქვენს მიერ დაკავებული ერთ კვ.მ. მიწაზე ქონების გადასახადის ოცმაგ ოდენობას. 0.312 არის ერთი კვ.მ. მიწის ქონების გადასახადი. **სულ გადასახდელი გექნებათ 4368 ლარი (0.312X20X700).**

რა ჯდება სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კატეგორიის გადაყვანა არასასოფლო-სამეურნეო მიწის კატეგორიაში

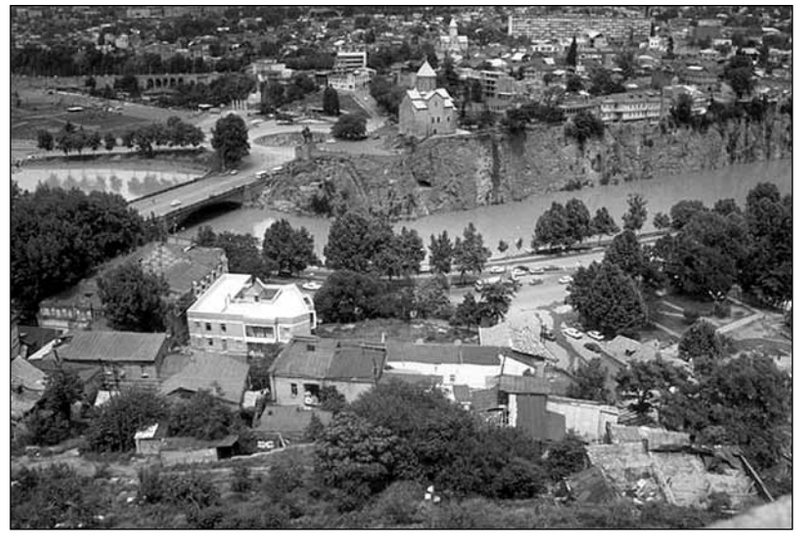
– სოფელ დიღომში მაქვს სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი, სურვილი მაქვს ავაშენო სასტუმრო, აუცილებელია თუ არა სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კატეგორიის გადაყვანა არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწ ის კატეგორიაში და, თუ აუცილებელია, რა დამიჯდება 1000 კვ.მ. გადაყვანა სასოფლო-სამეურნეო კატეგორიიდან არასასოფლო-სამეურნეო კატეგორიაში? *(სარედაქციო ფოსტიდან)*

კომენტარი:

– ქ. თბილისისა და ქ. ბათუმის ადმინისტრაციულ საზღვრებში და რეკრეაციულ ზონებში სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის გადაყვანა არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების კატეგორიაში ფასიანია, სხვა შემთხვევებში – უფასო. საკუთარ ნაკვეთზე რომ აშენებდეთ საცხოვრებელ სახლს, საჭირო არ იქნებოდა მიწის კატეგორიის შეცვლა. ამ შემთხვევაში კი (სასტუმროს ასაშენებლად) აუცილებელია სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწა გადაყვანილი იქნას არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კატეგორიაში. **მიწის სანაცვლოდ საკომპენსაციო თანხა შეადგენს 3400,1 ლარს**.

რამდენია მიწაზე ქონების გადასახადი ქ. თბილისში

– გთხოვთ განმიმარტოთ, ქ. თბილისში მიწაზე ქონების გადასახადი რამდენი ლარია?



კომენტარი:

– არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწაზე ქონების გადასახადის საბაზისო განაკვეთი შეადგენს: ერთ კვ.მ-ზე წელიწადში 0.24 ლარს. თბილისის არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთები (ურბანული მიწები) დაყოფილია 3 ზონად და 53 ქვეზონად. ყველაზე მინიმალური გადასახადია წელიწადში 1 კვ.მ.-ზე 0.12 ლარი, ხოლო მაქსიმალური – 0.36 ლარი. რაც შეეხება სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწებს, ერთ ჰა-ზე წლიური გადასახადი შეადგენს: კარგი მიწის 57 ლარს, მწირი მიწისა – 31 ლარს.



კითხვა:

– ვცხოვრობ კორპუსის ბინაში, მიშენებული მაქვს ლოჯი და ოთახი, რომელიც არ არის მიღებული ექსპლოატაციაში, შეიძლება თუ არა მისი საჯარო რეესტრში რეგისტრაცია და რა არის საამისოდ საჭირო?

პასუხი:

– პირველ რიგში, უნდა გააკეთოთ თქვენი ძირითადი და მიშენებული ფართის შიდა აზომვითი ნახაზი. პირადობის მოწმობის ასლი, აზომვითი ნახაზი, სარეგისტრაციო მომსახურების ქვითარი და თქვენი ბინის ამონაწერი უნდა წარადგინოთ თბილისის სარეგისტრაციო სამსახურში. შეგიძლიათ ისარგებლოთ „პროფესიონალ კონსულტანტთა ჯგუფის“ მომსახურებით (ქ. თბილისი, მარჯანიშვილის ქ. №4, ტ. 96 34 43; 45 19 00).

კითხვა:

– მიწის ნაკვეთი გამაჩნია ვარკეთილის ყოფილი მეურნეობის ტერიტორიაზე, რომელიც ამჟამად ქ. თბილისის ადმინისტრაციულ საზღვრებში შედის. სად გავაკეთო რეგისტრაცია, გარდაბნის რაიონში, თუ ქ. თბილისში?

პასუხი:

– რეგისტრაცია უნდა გააკეთოთ გარდაბნის სარეგისტრაციო სამსახურში (საჯარო რეესტრში).

კითხვა:

– ვარ საბერძნეთის მოქალაქე. საქართველოში მყავს ბევრი ნათესავი, მინდა თეთრიწყაროს რაიონში შევიძინო სახნავი მიწის ნაკვეთი ათ ჰექტრამდე. რა არის საჭირო ამისათვის?

პასუხი:

– საქართველოს კანონმდებლობით უცხოეთის მოქალაქეს საქართველოში სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთის შეძენა არ შეუძლია.

კითხვა:

– ჩემი საცხოვრებელი სახლის ფართი საჯარო რეესტრში რეგისტრირებულია 117კვ.მ. სინამდვილეში ვფლობ 155კვ.მ-ს როგორ მოვიქცე?

პასუხი:

– უნდა გააკეთონ თქვენი საცხოვრებელი სახლის შიდა აზომვითი ნახაზი. ამისათვის შეგიძლიათ მიმართოთ „პროფესიონალ კონსულტატთა ჯგუფის“ ამზომველებს (მარჯანიშვილის ქ. №4). აზომვითი ნახაზის გაკეთების შემდეგ უნდა მიბრძანდეთ შესაბამისი რაიონის (ქალაქის) სარეგისტრაციო სამსახურში.

კითხვა:

– თბილისის შემოგარენში 15 წელია დაკავებული მაქვს მიწის ნაკვეთი, რომელიც არსად არ არის რეგისტრირებული, ამ მიწის ნაკვეთზე აშენებული მაქვს პატარა ფიცრული შენობა. სურვილი მაქვს დავიკანონო ეს მიწის ნაკვეთი. როგორ მოვიქცე?

პასუხი:

– აღნიშნული მიწის დაკანონებისათვის განცხადებით უნდა მიმართოთ ქ. თბილისის საკრებულოსთან არსებულ ფიზიკური და კერძო სამართლის იურიდიული პირების მფლობელობაში (სარგებლობაში) არსებული მიწის ნაკვეთებზე საკუთრების უფლების აღიარების მუდმივმოქმედი კომისიის თავმჯდომარეს ბატონ **მამუკა ახვლედიანს**. განცხადებას უნდა დაურთოთ შემდეგი დოკუმენტები:

პირადობის მოწმობის ასლი, მიწის ნაკვეთის საკადასტრო აზომვითი ნახაზი, რომელიც უნდა იყოს შესრულებული UTM 38N პროექციაში, საკოორდინაციო სისტემა WGS 84. ქ. თბილისის სარეგისტრაციო სამსახურიდან (საჯარო რეესტრიდან) ცნობა, რომ აღნიშნული მიწის ნაკვეთი არავისზე არ არის რეგისტრირებული, რისთვისაც თბილისის სარეგისტრაციო სამსახურს უნდა წარუდგინოთ განცხადება და აღნიშნული ნაკვეთის სქემატური გეგმა, ცნობა (თუკი ასეთ ცნობას სადმე მოიძიებთ) იმის თაობაზე, თუ თქვენს მიერ დაკავებული მიწის ნაკვეთი რომელ კატეგორიას განეკუთვნება – სასოფლო თუ არასასოფლო-სამეურნეოს, თქვენს მიერ დაკავებული ნაკვეთის აეროგადაღების ფოტო. სასურველია განცხადებასთან ერთად წარადგინოთ მეზობლების ნოტარიულად დამოწმებული ცნობა, რომ თქვენ მართლაც 15 წელია აღნიშნულ მიწის ნაკვეთს ფლობთ, ნაკვეთის ფოტოსურათი, სადაც უნდა ჩანდეს თქვენს მიერ აშენებული სახლი, ასევე, თუ ხელთ გაგაჩნიათ რაიმე ქვითრები, რომლებითაც დასტურდება, რომ იხდიდით მოხმარებული ელექტროენერგიის, ბუნებრივი აირის საფასურს (თუ ასეთი გაგაჩნიათ).

ზემოაღნიშნული მასალების მოსაპოვებლად და დოკუმენტების მოსაწესრიგებლად შეგიძლიათ მიმართოთ „პროფესიონალ კონსულტანტთა ჯგუფს“ **(ქ. თბილისი, მარჯანიშვილის ქ. №4, ტელ.: 45 19 00; 96 34 43).**



რა უნდა ვიცოდეთ დაზღვევაზე

რედაქციაში შემოსულ შეკითხვებს პასუხობს ექსპერტი სადაზღვევო საკითხებში, ბ-ნი გიორგი გიგოლაშვილი.

კითხვა:

– სადაზღვევო ხელშეკრულებებში გვხვდება ტერმინები „ზარალი“ და „ზიანი“, რომლებიც ხშირად თითქოს ერთი და იგივე მნიშვნელობით გამოიყენება. დაზღვევის თვალსაზრისით, რა პრინციპული განსხვავებებია მათ შორის და რამდენად მნიშვნელოვანია ამის გათვალისწინება სადაზღვევო ურთიერთობებში?

პასუხი:

– ქართული ენის განმარტებით ლექსიკონში სიტყვები **„ზარალი“** და **„ზიანი“** განმარტებულია შემდეგნაირად:

• **„ზარალი**: ქონებრივი დანაკლისი, დანაკარგი. ზარალი მიაყენა, ზარალი აუნაზღაურეს“.

• **„ზიანი:** ვნება, ზარალი, დანაკლისი. წყალდიდობას ზიანი მოაქვს, მტერს ზიანი მიაყენეს“.

• **„დააზარალებს**: ზარალს მიაყენებს. სეტყვამ მეურნეობა დააზარალა“.

• **„დააზიანებს:** ზიანს მიაყენებს — წაახდენს, გააფუჭებს“.

• **„დაზარალებული**: ვინც, რაც დაზარალდა. დაზარალებული ოჯახი — წყალდიდობისგან დაზარალებული რაიონები“.

• **„დაზიანებული:** რაც, ვინც დაზიანდა; რაც დაუზიანდათ. დაზიანებული შენობა“.

ზიანი არის ის დანაკარგი, დანაკლისი, რაც შეიძლება რისკის შედეგად მიადგეს ობიექტს, რომლისადმი ინტერესიც აქვს რომელიმე პირს (ადამიანს, ორგანიზაციას, საზოგადოებას), ხოლო ზარალი არის დანაკლისი, დანაკარგი, რომელსაც იღებს პირი (ადამიანი, ორგანიზაცია, საზოგადოება) მის ინტერესში არსებული ობიექტის დაზიანების გამო.

წყალდიდობამ შეიძლება დააზიანოს სახლი, ხოლო მისი პატრონი მიიღებს ზარალს დაზიანებული სახლის რისკის დადგომამდე და დადგომის შემდეგ ფასებს შორის სხვაობის (ან დაზიანებული სახლის აღდგენის ღირებულების) ოდენობით. უბედურმა შემთხვევამ შეიძლება ზიანი მიაყენოს ადამიანის სხეულს, ჯანმრთელობას, ხოლო ამ ადამიანის (დაზარალებულის) ზარალი იქნება ამ ზიანის თანმდევი დანახარჯები (მკურნალობის ხარჯი, შრომისუუნარობის გამო დაკარგული შემოსავალი). აქვე აღვნიშნავთ, რომ ასეთ შემთხვევაში ძნელია ზარალის ცნება მივუსადაგოთ უბედური შემთხვევით გამოწვეულ ადამიანურ, მორალურ, ემოციურ განცდებს.

ზიანი, ისევე, როგორც განადგურება, დაკარგვა, გარდაცვალება, არის რისკის ობიექტზე ზემოქმედების ერთ-ერთი სახე. ამიტომ არ შეიძლება ზიანი და ზარალი, ისევე, როგორც დაკარგვა და ზარალი, გარდაცვალება და ზარალი, გამოიყენებოდეს სინონიმებად და შეიცავდეს ერთსადაიმავე აზრს.

ზიანი, ისევე, როგორც განადგურება ან დაკარგვა, არის ის, რაც მოსდის ობიექტს, ხოლო ზარალი არის ის დანაკარგი, რაც მიადგება ამ ობიექტისადმი ინტერესის მქონე პირს.

კითხვა:

– რას ნიშნავს „რისკ-მენეჯმენტი“? რისკების მართვის რა ინსტრუმენტებს მოიცავს იგი?

პასუხი:

– ზოგადად, **რაც უფრო დიდია მოულოდნელობა, მით მეტი რესურსია საჭირო მისი თავიდან აცილებისა, თუ მისი შედეგების გამოსწორებისათვის.**

რისკი არაა განყენებული ცნება. იგი შეადგენს ადამიანის ცხოვრების ყოველდღიურ შემადგენელ ნაწილს. რისკს ახასიათებს მოულოდნელობა და დაკავშირებულია გაურკვევლობასთან, მაგრამ ადამიანი (ორგანიზაცია), აცნობიერებს რა საფრთხეს, რისკს, მის შედეგებს, ცდილობს დაუპირისპიროს მას სხვადასხვა ღონისძიება, რათა თავიდან აიცილოს საფრთხე და მისი შედეგები, შეამციროს შედეგების სიმძიმე ან მოახდინოს მიღებული ზარალის კომპენსირება.

ხანძრის ჩაქრობის სისტემების დამონტაჟება შენობაში, თანამედროვე სიგნალიზაციის სისტემის დაყენება ავტომობილზე, ქოლგის თან ქონა მოღრუბლულ ამინდში, პროფილაქტიკური აცრები, უბედური შემთხვევისაგან დაზღვევა — რისკის მართვის ელემენტარული მაგალითებია.

შემთხვევითი მოვლენები თანმიმდევრული, სრული და საიმედო ინფორმაციის დამუშავების შემდეგ წარმოჩინდება როგორც კანონზომიერებები.

რამდენადაც ზუსტადაა შესწავლილი რისკის არსი და მახასიათებლები, ალბათობა, მოსალოდნელი შედეგები, ადამიანის, საზოგადოების შესაძლებლობები და პრიორიტეტები, იმდენად ეფექტურადაა შესაძლებელი საფრთხის თავიდან აცილება ან მასთან ღირსეული შეხვედრა.

რაც მეტია ცოდნა რისკის შესახებ, მით მეტი საშუალება აქვს ადამიანს, საზოგადოებას მისი მართვისათვის.

რისკის და მისი შედეგების თავიდან აცილების ან შემცირებისათვის საჭირო ღონისძიებათა ერთობლიობა წარმოადგენს რისკის მართვის – **რისკ-მენეჯმენტის** საგანს.

რისკ-მენეჯმენტი ცალკე მეცნიერებაა, მისი არსებობა და განვითარება რეალური საჭიროებებითაა ნაკარნახევი და იგი მჭიდროდაა დაკავშირებული რეალურ ცხოვრებასთან. რისკის მართვის, რისკ-მენეჯმენტის მექანიზმები აქტიურად გამოიყენება ადამიანის, საზოგადოების საქმიანობაში. ზოგადად აღვნიშნავთ რისკის მართვისათვის გამოყენებულ მეთოდებს:

• რისკის აღმოფხვრა

თვითმფრინავში იარაღის შეტანის აკრძალვა, ბენზინგასამართ სადგურთან სიგარეტის მოწევის აკრძალვა, სიგარეტის მოწევაზე თავის დანებება რისკის აღმოფხვრის საშუალებებია: თუ არ არსებობს მიზეზი, არ იარსებებს შედეგიც. პროფილაქტიკური აცრები: ეს რისკის შედეგების აღმოფხვრის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია.

• რისკის შემცირება

ავტომობილის ავტომატური ბლოკირების სისტემა, შენობაში ხანძრის საქრობი სისტემა, საკრედიტო ბარათებზე პერსონალური კოდის დადება სრულად არ აღმოფხვრის ავტომობილის ქურდობის, შენობაში ხანძრის გაჩენის ან მოპარული საკრედიტო ბარათით სარგებლობის რისკს, მაგრამ ამცირებს რისკის (და შესაძლო ზარალის) სიდიდეს.

• რისკის დაკავება

მცირე რისკების საკუთარი დატოვება, თვითდაზღვევა — რისკის დაკავების მაგალითებია.

• რისკის გადაცემა

გარკვეული საფასურის ნაცვლად რისკის შედეგების კომპენსირების ვალდებულების გადაცემა სხვა პირისათვის — **დაზღვევა** — რისკის გადაცემის ყველაზე ეფექტური, ოპტიმალური მექანიზმია.

დაზღვევა ზარალების კომპენსირების, გაქვითვის, ანაზღაურების ერთ-ერთი (თუ არა ერთადერთი) საუკეთესო მექანიზმია მათ შორის, რაც კი კაცობრიობას ამ სფეროში ოდესმე შეუქმნია.

კითხვა:

– რა არის "სადაზღვევო ღირებულება", როგორ განისაზღვრება იგი?

პასუხი:

– სადაზღვევო ღირებულება დაზღვევის ობიექტის რეალური ღირებულებაა.

სადაზღვევო ღირებულების განსაზღვრა შესაძლებელია სხვადასხვა მეთოდით. ეს მეთოდები შესაძლებელია განსხვავდებოდეს ერთმანეთისგან სხვადასხვა სახის ობიექტისთვის (შენობა, ავტომობილი, ტვირთი), ასევე სხვადასხვა ქვეყანაში მის დასადგენად შესაძლებელია გამოიყენებოდეს სხვადასხვა საკანონმდებლო, თუ ისტორიულად დამკვიდრებული კრიტერიუმები.

ტვირთის დაზღვევაში სადაზღვევო ღირებულების დადგენა სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვა წესით ხდება: მაგ.: ინგლისის სადაზღვევო ბაზარზე ტვირთის სადაზღვევო ღირებულებად ითვლება თანხა, რომელიც ტოლია ტვირთის ჩატვირთვამდე დამზღვევის მიერ ამ ტვირთის შესაძენად გადახდილი ფასისა (პირველადი ღირებულება) და ჩატვირთვისა და დაზღვევის ხარჯების ჯამისა; აშშ-ში ტვირთის სადაზღვევო ღირებულება განისაზღვრება ამ ტვირთის საბაზრო ღირებულებით რეისის დაწყების მომენტისთვის; საფრანგეთში ტვირთის სადაზღვევო ღირებულება განისაზღვრება შემდეგი ჯამით: **ტვირთის ჩატვირთვის დროისთვის ამ ადგილზე ამ ტვირთის გაყიდვის ფასი + დანიშნულების ადგილზე ტვირთის ჩატანისთვის საჭირო ხარჯები + მოსალოდნელი მოგება;** გერმანიაში ტვირთის სადაზღვევო ღირებულება განისაზღვრება სადაზღვევო შემთხვევის დადგომის მომენტში ამ ტვირთის რეალური გასაყიდი ღირებულების ოდენობით.

დღეისთვის მიმდინარეობს ობიექტის შეფასების მეთოდების სტანდარტიზაციის პროცესი, რომელშიც გათვალისწინებულია როგორც შეფასების ზოგადი პრინციპები, ასევე მისი გამოყენების არეალის სპეციფიკური მახასიათებლები.

სადაზღვევო ღირებულების დადგენის მეთოდიკასთან დაკავშირებით საინტერესოა შეფასების სტანდარტების საერთაშორისო კომიტეტის განმარტებები:

საბაზრო ღირებულებაა ის თანხა ან საქონელი, რომლის მიღებაც შეიძლება მოცემული საქონლის სანაცვლოდ ღია ბაზარზე. ესაა შეფასების მეთოდების საფუძველზე განსაზღვრული ღირებულება, გამოთვლილი იმ გარემოებების გათვალისწინებით, რომელთა მოქმედების შემთხვევაში საქონელი ყველაზე ადვილად გაიყიდებოდა ღია ბაზარზე: **„საბაზრო ღირებულება არის გამოთვლების შედეგად მიღებული ფულადი თანხა, რომელზეც გაიცვლება მოცემული შესაფასებელი ქონება შეფასების თარიღისათვის ნებაყოფლობით მყიდველსა და გამყიდველს შორის დადებული სამართლიანი გარიგების შედეგად, როდესაც თითოეული მხარე მოქმედებს კომპეტენტურად, გააზრებულად და ყოველგვარი ძალდატანების გარეშე".**

გარდა საბაზრო ღირებულებისა, სადაზღვევო ღირებულების განსაზღვრისას ორიენტირად შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას ობიექტის **საბალანსო ღირებულება** (მაგ.: შენობა-ნაგებობებისთვის, საწარმო დანადგარებისთვის), ინვოისით განსაზღვრული ღირებულება (ტვირთი) და სხვ.

ერთი სიტყვით, სადაზღვევო ღირებულება დაზღვევი ობიექტის რეალური ღირებულებაა და იგი არ უნდა აღემატებოდეს ამ ობიექტის შესაძლო დაზიანებით, განადგურებით ან დაკარგვით გამოწვეული მოსალოდნელი რეალური ზარალის სიდიდეს.



რამდენიმე რჩევა იმათ, ვინც ახალ სამსახურს იწყებს!

ფსიქოლოგები ამბობენ, რომ მუშაობაში წარმატების ნახევარი ჯოლექტივში თბილ ურთიერთობას მოაქვს. ასეთი ურთიერთობების დამყარება განსაკუთრებულ ყურადღებას და შემოქმედებით მიდგომას მოითხოვს.

აი, თქვენ სამსახურს იწყებთ ახალ კოლექტივში, ან, სულაც, თქვენთვის უცნობი ადამიანი უნდა შემოგემატოთ. თითქოს ისეთი არაფერი ხდება, არა? სინამდვილეში ორივე მხარისათვის ეს სტრესული სიტუაციაა, ამიტომ **ურთიერთობათა ჩამოყალიბება თავის ნებაზე არ უნდა მივუშვათ**. ისევე, როგორც ყველა საქმე, ესეც განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს – რესურსებს, დროს, მორალურ ძალისხმევას. შედეგსაც იმისდამიხედვით მიიღებთ, როგორც თქვენ მიუდგებით საქმეს: **კოლექტივი, სადაც სამსახურს აპირებთ, აუცილებლად დაგეხმარებათ, რომ სამუშაო სიამოვნებას განიჭებდეთ და გარჯაც ეფექტური იყოს.** ეს უკანასკნელი განაპირობებს თქვენი შრომის ანაზღაურებასაც – სრულიად დაიხარჯებით? გასამრჯელოც შესაბამისი იქნება!

მაგრამ მაინც ფრთხილად უნდა იყოთ: **ნუ აჩქარდებით და ქვეყანას ნუ შეჰყრით, ესა და ეს შემიძლია, მე ვარ და ჩემი ნაბადიო.** ღმერთმა ნუ ქნას, ხელი მოგეცაროთ ერთხელ, ორჯერ... წარმოიდგინეთ, როგორ უხერხულ მდგომარეობაში აღმოჩნდებით, როგორ შეირყევა თქვენდამი ნდობის ფაქტორი! მაგრამ თუ მონდომებით, პატიოსნად გაირჯებით, თქვენი ტალანტი და შესაძლებლობები შეუმჩნეველი არავის დარჩება – არც ხელმძღვანელსა და არც ხელქვეითს.

თავისი ხელოვნება აქვს **კოლეგებთან პირად დამოკიდებულებას**. სულაც არ არის აუცილებელი, რომ პირველივე საუბრები უშუალოდ საქმეს ეხებოდეს. ყველაფერს აჯობებს, ისეთი თემა შეარჩიოთ, რომელიც თქვენს პროფილთან ახლოს იქნება. მაშინ ადამიანებიც იოლად განთავისუფლდებიან კომპლექსისაგან, ადვილად აგყვებიან საუბარში და შეიძლება საქმისათვის სასარგებლო ბევრი იდეაც შემოგთავაზონ. მაგრამ თუ საუბრები უინტერესოდ მოგეჩვენებათ, ან, უბრალოდ, ვერ ჩასწვდებიან მათ არსს, აჯობებს, მეტი ინტერესი გამოიჩინოთ თქვენი კოლეგებისათვის აქტუალური საკითხების მიმართ. **ნუ მოგერიდებათ – რაც შეიძლება მეტი ჰკითხეთ, დაე, მიხვდნენ, რომ გულწრფელი ხართ და საქმეში სწრაფად ჩართვა გსურთ.** ეს უეჭველად დაგეხმარებათ, მალე დაუახლოვდეთ ადამიანებს, ხოლო ისინი ირწმუნებენ თქვენს კომპენტენტურობას და ინტერესთა მრავალმხრივობას. ასე, რომ ურთიერთობათა უშუალობას თავისი ხელოვნება აქვს.

არც ახალი ხელმძღვანელისათვის არის იოლი ახალ კოლექტივთან ურთიერთობათა აწყობა. იმასაც ჰაერივით ესაჭიროება თქვენი მხარდაჭერა და ყურადღება. ყველაზე გაუმართლებელი ის იქნება, თუ თანამშრომლები ოპოზიციაში გადავლენ, აქაოდა ადრინდელი უფროსი უკეთესი იყოო. **აცალეთ კაცს, მიიხედ – მოიხედოს, კარგად გაერკვეს სიტუაციაში და შედეგიც არ დააყოვნებს.** ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ პირველივე შეხვედრისას გუდას პირი მოხსნათ და ყველაფერი „გადმოალაგოთ“. კორექტული და დინჯი საუბარი იმაზე, რის გაკეთებასაც აპირებთ, უთუოდ დაგიცავთ ზედმეტი თავსატეხისაგან: დაე, საქმემ აჩვენოს, რისი მაქნისი ხართ! ეს კოლექტივისთვისაც კარგი იქნება და პირადად თქვენთვისაც!

თქვენს შინაგან განწყობილებას – „ახალი ადამიანი კოლექტივში – ახალი შესაძლებლობებია“, უეჭველად მიხვდება ხელმძღვანელობაც. ისიც გაითვალისწინეთ, რომ კოლექტივთან ურთიერთობის გამყარებაში დიდი წვლილი შეაქვს **არასამუშაო დროის რაციონალურად გამოყენებას**. ხელიდან ნუ გაუშვებთ შესაძლებლობას, რომ თანამშრომლებთან ერთად წახვიდეთ ქალაქგარეთ და მათთან ერთად იმხიარულოთ. ასეთ დროს ადამიანები უფრო გულგახსნილნი, კეთილგანწყობილნი არიან. ამისათვის შეგიძლიათ წარმატებით გამოიყენოთ სპორტიც. მოაწყეთ რეგულარული ტურნირები თუნდაც ჭადრაკში, მაგიდის ჩოგბურთში, კალათბურთში, მინიფეხბურთში...

ყოველივე ეს შექმნის იმის განწყობას, რომ **სამუშაო სასჯელი კი არა, სასიამოვნო რამ არის. და რომ კოლექტივი შენი მეორე ოჯახია, სადაც შრომასთან ერთად დასვენებაც შესაძლებელია...**

გური ჯანელია



თბილისის ისტორიულ უბანში, ბეთლემის ქუჩაზე ამ სამიოდე თვის წინათ ერთი სასტუმრო ამოქმედდა. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ საქართველოში ტურიზმის ბუმია, ასეთი ამბით თითქოსდა, ვერავის გააკვირვებ, მაგრამ თუკი ერთხელ მაინც მოხვდებით ამ სასტუმროში, იქ გამეფებული საოცარი სიმშვიდე და სიმყუდროვე აუცილებლად მოგხიბლავთ.

ესტუმრეთ... „ZP“-ს

იქ გულისხმიერება და თბილი ღიმილი დაგხვდებათ

„ZP“ – ამ ერთი შეხედვით უცნაური სახელწოდების უკან ყველასათვის საყვარელი ადამიანის – საქართველოს ეროვნული ნაკრებისა და NBA-ს კლუბ „ატლანტა ჰოუქსის“ წამყვანი კალათბურთელის ზაზა ფაჩულიას ინიციალები იმალება.

„ZP“-ში დაბინავებული, თბილისის ღირსშესანიშნაობების სანახავად ჩამოსული ტურისტი ფეხით სულ რამდენიმე წუთში მოხვდება თავისუფლების მოედანზე, რუსთაველის გამზირზე, ერეკლე II-ს ქუჩასა თუ უცხოელებისათვის გამორჩეულად საყვარელ შარდენზე. აქვეა მუზეუმები, თეატრები, გალერეები და პატარ-პატარა თბილისური კაფეებიც. მაგრამ, რაც მთავარია, **„ZP“-**ის მახლობლად 13 ეკლესიაა თავმოყრილი – სასტუმროს ნომრებიდან საოცარი ხედი იშლება და ხელისგულივით მოჩანს წმინდა სამების სახელობის საპატრიარქო ტაძარი, თუ ნარიყალას ნანგრევები.

სასტუმროში განსაკუთრებით კომფორტულად იგრძნობენ თავს სხვადასხვა რელიგიური აღმსარებლობის წარმომადგენლები, რადგან, გარდა იმისა, რომ მეჩეთიცა და სინაგოგაც ორი ფეხის ნაბიჯზეა, **„ZP“-**ის მეპატრონეები მათთვის განსაკუთრებული მენიუს შედგენაზეც ზრუნავენ.

სასტუმროს ღვინის სადეგუსტაციო მარანიც გააჩნია, სადაც **„ZP“-**ის სტუმრებს რაჭიდან საგანგებოდ ჩამოტანილი **„ხვანჭკარისა“** და **„ალექსანდრეულის“** დაგემოვნებას შესთავაზებენ. განსაკუთრებით აღსანიშნავია იუდეველებისთვის საგანგებოდ დამზადებული კოშერული ღვინო, რომელიც რაბინატის უმკაცრეს მოთხოვნებს აკმაყოფილებს: როგორც წესი, ამგვარი ღვინო 4 წელზე ახალგაზრდა ვაზიდან მოკრეფილი ყურძნისაგან არ უნდა დაიწუროს; თუკი ვენახი ბიბლიურ მიწაზე არ არის გაშენებული, ყოველ მეშვიდე წელს უნდა „დაისვენოს“ და ვაზებიდან ყურძენი არ უნდა ჩამოიკრიფოს; ვენახში მხოლოდ ვაზი უნდა იყოს გაშენებული და რიგებს შორის მარცვლოვანი და ბოსტნეული კულტურების დარგვა დაუშვებელია, მოწე-



ული მოსავალიცა და დაწურული ღვინოც მხოლოდ შაბათის მკაცრად შემნახველ იუდეველთა ხელში უნდა ინახებოდეს. კოშერული პროდუქტის ღვინის რუქაში შეტანა კიდევ ერთხელ მიანიშნებს **„ZP“-**ის სტუმრებს, რომ ნებისმიერი რელიგიის წარმომადგენლების ინტერესებს სასტუმრო მაქსიმალურად გაითვალისწინებს. ღვინის მარანი ასორტიმენტს თანდათან გააფართოებს და სასმელის დასაგემოვნებლად “გარე სტუმრებსაც” მიიპატიჟებს.

მარნის გარდა, სასტუმროში თანამედროვე ბარიც მუშაობს, სადაც ალკოჰოლურ თუ გამაგრილებელ სასმელებს გამოცდილი ბარმენი სასიამოვნო მუსიკის ფონზე შემოგთავაზებთ.

„ZP“-ში კონდიციონერებითა და გათბობის სისტემით აღჭურვილი 14 ნომერია. ინტერიერში თბილი ფერები სჭარბობს. სტუმართა განკარგულებაშია ტელეფონი, ტელევიზორი, DVD-პლეერი, ინტერნეტი, მინი-ბარი, საშხაპე. სატელიტური ტელევიზია 80-მდე არხიდან სასურველის არჩევის საშუალებას იძლევა. საჭიროების შემთხვევაში სტუმრებს ქიმწმენდითა და სამრეცხაოს მომსახურებით სარგებლობაც შეუძლიათ.

სასტუმროს მენიუში, უმთავრესად, ქართული კერძებია თავმოყრილი, თუმცა, სტუმარს მისთვის სასურველი კერძის შეკვეთაც შეუძლია, რომელსაც სასტუმროს მაღალკვალიფიციური მზარეულები ოსტატურად მოამზადებენ. გემრიელი და ნოყიერი საუზმე ნომრის ღირებულებაში შედის. როგორც **„ZP“-**ის მმართველი ამბობს, მათთან წინასწარ არაფერი არ მზადდება, რათა სტუმარმა მხოლოდ ახლადმომზადებული კერძები მიირთვას. ლოდინი კი შემკვეთს ისეთ სასიამოვნო გარემოში მოუწევს, რომ კერძის მომზადებისათვის საჭირო დრო შეუმჩნევლად გაირბენს.

საქმიან ადამიანებს სასტუმრო საკონფერენციო დარბაზის მომსახურებასაც სთავაზობს, სადაც







პრესკონფერენციისა თუ სემინარის ჩასატარებლად ყველა პირობაა შექმნილი: 60 კაცზე გათვლილი დარბაზი აღჭურვილია მობილური მიკროფონებით, საპროექციო ეკრანით, საპრეზენტაციო დაფებითა და საკომუნიკაციო საშუალებებით. განსაკუთრებულ სიმყუდროვეს საქმიან შეხვედრებს იქვე მოწყობილი ბუხარი და დარბაზის კედლებზე გამოფენილი სურათები და პანოები შესძენს, რომლებიც ორიგინალური ტექნოლოგიითაა შესრულებული.

სტუმრების უსაფრთხოებაზე 24 საათიანი დაცვის სამსახური ზრუნავს, ხანძარსაწინააღმდეგო სისტემა და საევაკუაციო გასასვლელი კი კლიენტების მშვიდი ძილის კიდევ ერთი წინაპირობაა.

რაც შეეხება ფასებს, სასტუმრო საშუალო სეგმენტზეა გათვლილი და ნომრების ღირებულება 75-დან 150 დოლარამდე მერყეობს.

„ZP“-ს ორი მომხიბვლელი ქალბატონი მართავს, რომლებიც სასტუმროში განუმეორებელი აურის შექმნასა და თითოეული სტუმრისათვის ოჯახური სიმყუდროვის შექმნაზე ზრუნავენ და ერთი შეხედვით უმნიშვნელო დეტალებშიც კი ქალური სინაზისა და სითბოს ჩადებას ცდილობენ. **„უპირველესი, რასაც კლიენტს ნამდვილად ვპირდებით, ეს არის მშვიდი გარემო. თუ გსურთ, თავი დააღწიოთ ქალაქის ხმაურს თბილისის ცენტრიდან გაუსვლელად, „ZP“ სწორედ ის ადგილია, თქვენ რომ ეძებთ“,** – ამბობს სასტუმროს მმართველი **მარინე კოდუა**.

მაღალკვალიფიციური პერსონალის შერჩევაზე მენეჯერი **ნინო კოდუა** ზრუნავს. იგი თვლის, რომ სასტუმროს აურას, უპირველესად, პერსონალი ქმნის.

„ZP“-ის მმართველები კლიენტებს ზაფხულისთვის სასიამოვნო სიახლეს უმზადებენ: სასტუმროში მოეწყობა სპორტული ბარი შესაბამისი სატელევიზიო არხებით, რომლის ინტერიერს მსოფლიოს გამოჩენილი სპორტსმენების ხელმოწერილი ნივთები დაამშვენებს. ქალბატონმა მარინემ **NBA**-ს კლუბ **„ატლანტა ჰოუქსის“** კალათბურთელების მაისურები და ბურთები უკვე ჩამოიტანა და ახლა საქართველოს ცნობილი სპორტსმენების ხელმოწერილ ნივთებს აგროვებს.

ერთი სიტყვით, თუ გსურთ, დაისვენოთ მშვიდ გარემოში ქალაქის ცენტრიდან გაუსვლელად, დააგემოვნოთ შესანიშნავი ღვინო და კერძები, ისარგებლოთ გულისხმიერი და კეთილგანწყობილი პერსონალის მომსახურებით, ეწვიეთ სასტუმრო **„„ZP“-**ს, სადაც გულისხმიერი და თბილი ღიმილი არ მოგაკლდებათ!

ეკა ჯიმშელაძე





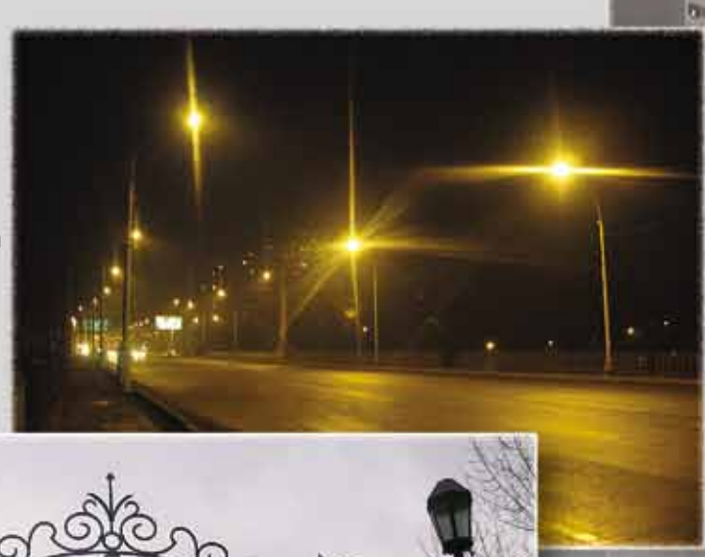
სააქციო საზოგაოდება „ერისიმედი“

ს.ს. “ერისიმედს” დამყარებული აქვს პარტნიორული ურთიერთობები რუსეთის, უკრაინის, პოლონეთის, გერმანიის, იტალიის და თურქეთის უდიდეს მწარმოებელ-ქარხნებთან (“Philips”; “Osram”; “Aga-Light”; “Lanzini”; “Art-Metal”; “Troll”; “ares”; ОАО «Электроаппарат», ОАО «Севкабель», ОАО «ЗЗВА», ОАО «ЗМГТ»).

მხოლოდ ს.ს. “ერისიმედს” შეუძლია შემოგთავაზოთ უმაღლესი ხარისხის პროდუქცია თქვენთვის სასურველ პირობებში.

თქვენი ინტერესის შემთხვევაში, მზად ვართ მოგაწოდოთ კომპანიის მიერ შესრულებული კონტრაქტების (საქართველოს ტერიტორიაზე) სრული ჩამონათვალი.

ქ. თბილისი 0119,
სამტრედიის ქუჩა 2ა.
ტელ: 35-40-20,
35-46-26,
ტელ./ფაქსი: 35-46-26
მობ.: 895 58-21-25
erisimedi@yahoo.com







რეკლამა და მისი სამართლებრივი რეგულირება



გიორგი ქარაზანიშვილი
იურისტი

„რეკლამა ადამიანებს ეუბნება: აი, რა გვაქვს ჩვენ; აი, რისი გაჯეთება შეუძლია ამას თქვენთვის; აი, როგორ და სად შეგიძლიათ მისი შოვნა," – ამბობს ლეო ბარნეტი, ამერიკული სარეკლამო ინდუსტრიის პიონერი.

როგორც კანადელი განმანათლებელი, მწერალი და სოციალური რეფორმატორი **მარშალ მაკლუჰანი** ამბობდა: **„რეკლამა არის მე-20 საუკუნეში შექმნილი ხელოვნების უდიდესი დარგი".** რეკლამა[1] წარმოადგენს შეტყობინებას, რომლის მიზანია მიაწოდოს პოტენციურ მომხმარებელს ინფორმაცია საქონლისა და მომსახურების და მათი გამოყენების წესის და შეძენის საშუალებების შესახებ. საბაზრო ურთიერთობათა და კონკურენციის ნორმალური განვითარება შეუძლებელია რეკლამის, როგორც ბაზარზე საქონლის, სამუშაოსა და მომსახურების გასაღების ერთ-ერთი ძირითადი საშუალების გარეშე. რეკლამის გავლენა მრავალმხრივი და მრავალგვარია და მისი უმთავრესი ამოცანა მდგომარეობს გასაღებითი ფუნქციის შესრულებაში, ხოლო მიზანი – მოთხოვნის აქტივირებასა და ბაზრის გაფართოებაში.

მომხმარებელთა შეგნებაზე აქტიური ზემოქმედებით და ამა თუ იმ საქონლის უპირატესობის პროპაგანდით რეკლამა დიდ გავლენას ახდენს მთლიანად მომხმარებელთა ფორმირებაზე: **მოხმარების დონეზე და სტილზე, მოდაზე, ცხოვრების წესზე და სხვა**. ამავე დროს, საქონლის მრავალფეროვანი ასორტიმენტის შემთხვევაში, რეკლამა წარმოადგენს გზამკვლევს, რომელიც მომხმარებელს აძლევს აუარებელ საქონელში ორიენტირების შესაძლებლობას.

რეკლამა თან ახლავს საქონელს **„მთელი მისი სიცოცხლის განმავლობაში",** ბაზარზე პირველად გამოჩენიდან მასში ყოფნის უკანასკნელ დღემდე. ამასთან, რეკლამა არის სხვადასხვა ფუნქციის მატარებელი: **გაცნობითი, დარწმუნებითი, გახსენებითი, განმარტებითი, მასტიმულირებელი.** კონკრეტული საქონლის რეკლამირების საბოლოო მიზანია ისეთი სიტუაციის შექმნა, როდესაც მომხმარებელი შეგნებულად, და არა შემთხვევით ირჩევს ამ საქონელს, როდესაც მაღაზიაში საქონლის დროებითი არ ყოფნის შემთხვევაში, მომხმარებელი მზად არის, დაიცადოს, მოვიდეს სხვა დროს ან გაემგზავროს მის საყიდლად სხვა მაღაზიაში ისე, რომ არ დასთანხმდეს მისთვის უკვე შეჩვეული და საყვარელი საქონლის სხვა მსგავსი ან ანალოგიური საქონლით შეცვლაზე.

როგორც ჰენრი ფორდი აღნიშნავს: „რეკლამირების შეწყვეტა ფულის დაზოგვის მიზნით იგივეა, რაც საათის შეჩერება დროის დაზოგვის მიზნით." ამერიკული Ford Motor Company-ს დამაარსებელი.

დღესდღეობით ყველა ძირითადი საკომუნიკაციო საშუალებაა გამოყენებული რეკლამის გასავრცელებლად: **ტელევიზია, რადიო, ფილმები, ჟურნალ-გა-**

1 **რეკლამა - საქონელზე, მომსახურებასა და სამუშაოზე, ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური და იურიდიული პირების, საქონლის, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ", მე-3 მუხლის პირველი პუნქტი).**

ზეთები, ვიდეო თამაშები, ინტერნეტი, ბილბორდები და სხვა.

ჩამოთვლილთაგან, როგორც ყველაზე აქტუალურს, წინამდებარე სტატიაში შევეხები სატელევიზიო რეკლამას და მოკლედ მიმოვიხილავ მისი სამართლებრივი რეგულირების საერთაშორისო პრაქტიკას.

სატელევიზიო რეკლამა[2] რეკლამირების ისეთ ფორმაა, რომელიც ხელს უწყობს სხვადასხვა საქონლის, მომსახურების, ორგანიზაციების, აზრებისა და იდეების და ა. შ. პოპულარიზაციას ტელევიზიის მეშვეობით. სატელევიზიო რეკლამების უმეტესობა მზადდება სარეკლამო სააგენტოების მიერ და საეთერო დროის შეძენა ხდება მედია სააგენტოების მეშვეობით ან უშუალოდ ტელეარხებისგან.

პირველი სატელევიზიო რეკლამა გადაიცა ამერიკის შეერთებულ შტატებში 1941 წლის 1 ივლისს, 14 საათსა და 29 წუთზე, როდესაც ნიუ-იორკში დაფუძნებულმა ერთ-ერთმა საათების მწარმოებელმა კომპანიამ (Bulova Watch Company) გადაუხადა 9 დოლარი NBC-ის[3] ნიუ-იორკის წარმომადგენლობას 20-წამიანი სარეკლამო შეტყობინებისთვის, რომელიც გავიდა ეთერში ბეისბოლის ერთ-ერთი მატჩის წინ.

დღესდღეობით სატელევიზიო რეკლამების დიდი უმრავლესობა მოკლე სარეკლამო შეტყობინებებისგან შედგება, რომელთა მოცულობა შეიძლება იყოს რამდენიმე წამიდან რამდენიმე წუთამდე. ამ კატეგორიის რეკლამა უკვე წლების განმავლობაში გამოიყენება ნებისმიერი სახის პროდუქციის გასასაღებლად, რისი წარმოდგენაც კი შეიძლება, ადამიანი უყურებდა) ერთი ნახევარწუთიანი სარეკლამო შეტყობინების განთავსების ღირებულებამ 2.700.000 (ორი მილიონ შვიდასი ათასი) ამერიკული დოლარი შეადგინა!

თანამედროვე ეკონომიკური ურთიერთობები, რომლებიც იძლევიან თავისუფალი სამეწარმეო საქმიანობის შესაძლებლობას, მოითხოვენ სარეკლამო ბაზრის სამართლებრივ რეგულირებას. რეკლამის სამართლებრივი



დაწყებული ოჯახისთვის საჭირო ინვენტარით და დამთავრებული პოლიტიკური კამპანიით.

სატელევიზიო რეკლამა ითვლება რეკლამის ყველაზე ეფექტურ სახედ და ეს შესაბამისად აისახება მაღალ ფასებში, რასაც იღებენ სატელევიზიო არხები პოპულარულ ტელეგადაცემებში კომერციული რეკლამის განთავსებისთვის. ასე მაგალითად, ამერიკული ფეხბურთის ყოველწლიური საფინალო მატჩი, ე.წ. Super Bowl, ამერიკის შეერთებულ შტატებში ითვლება ყველაზე ღირსშესანიშნავ მოვლენად არა მხოლოდ ამერიკული ფეხბურთის სამყაროში, არამედ მისი გადაცემის დროს განთავსებული კომერციული სატელევიზიო რეკლამების თვალსაზრისითაც. 2007 წელს, ასეთი მატჩის განმავლობაში (რომელსაც 90 მილიონი რეგულირება დაკავშირებულია სხვადასხვა კანონებსა და წესებთან, რომლებიც განსაზღვრავენ, თუ როგორი სახით უნდა მოხდეს საქონლის რეკლამირება ამა თუ იმ კონკრეტულ რეგიონში. ასეთი წესები შეიძლება მოიცავდეს მრავალ ასპექტს, მათ შორის, რეკლამის განთავსებას, დროის დაგეგმვას და შინაარსს. მრავალ ქვეყანაში, კერძოდ, ახალ ზელანდიაში, სამხრეთ აფრიკაში, კანადაში და ევროპის უმეტეს სახელმწიფოებში სარეკლამო ინდუსტრია ფუნქციონირებს თვითრეგულირებადი სისტემის ფარგლებში. რეკლამის მწარმოებლები[4], სარეკლამო სააგენტოები და მედია საშუალებები

2 **სამაუწყებლო რეკლამა – მაუწყებლის მიერ გავრცელებული (გადაცემული) კომერციული, სოციალური ან წინასაარჩევნო რეკლამა, გარდა მაუწყებლის მიერ საკუთარ ან დამოუკიდებელ პროგრამასთან დაკავშირებით გაკეთებული განცხადებისა, რომელიც არის ფიზიკურ ან იურიდიულ პირზე, საქონელზე, მომსახურებაზე, სამუშაოზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებულ ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისთვის და ემსახურება ფიზიკური ან იურიდიული პირის, საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-15 პუნქტი).**

3 **NBC _ National Broadcasting Company – ეროვნული სამაუწყებლო კომპანია, ამერიკული სატელევიზიო ქსელი.**

4 **რეკლამის მწარმოებელი – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც სარეკლამო ინფორმაციას მზა სახეს აძლევს განთავსებისა და გავრცელებისათვის (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-9 პუნქტი).**



(რეკლამის გამავრცელებლები[5]) თანხმდებიან სარეკლამო სტანდარტების დამდგენი კოდექსების მიღებაზე და შემდგომ ცდილობენ მათ დაცვას. ამგვარი კოდექსების ძირითად მიზანს წარმოადგენს იმის უზრუნველყოფა, რომ რეკლამა იყოს **„კანონიერი, თავაზიანი, პატიოსანი და მართალი“**! ზოგიერთი თვითრეგულირებადი ორგანიზაცია ფინანსდება სარეკლამო ინდუსტრიის მიერ, თუმცა, ამისდა მიუხედავად, ინარჩუნებს დამოუკიდებლობას და მიისწრაფვის კოდექსით დადგენილი სტანდარტების ურყევი დაცვისაკენ (ასეთია, მაგალითად, რეკლამის სტანდარტების დამდგენი უფლებამოსილი ორგანო – Advertising Standards Authority – დიდ ბრიტანეთში).

ამერიკის შეერთებულ შტატებში მკაცრად რეგულირდება ყალბი რეკლამა[6] და ჯანმრთელობასთან დაკავშირებული რეკლამა. ზოგიერთი ევროპული სახელმწიფო კრძალავს საბავშვო პროგრამების სპონსორობას[7], დაუშვებელია, რომ რეკლამა გამიზნული იყოს 12 წლამდე ასაკის ბავშვებზე და აკრძალულია რეკლამის გაშვება საბავშვო პროგრამის დაწყებამდე და დასრულებიდან 5 წუთის განმავლობაში.

რეკლამის ყველაზე უფრო მკაცრად რეგულირებულ სახეებს მთელს მსოფლიოში წარმოადგენს თამბაქოს ნაწარმის რეკლამა[8] და ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა[9]. თამბაქოს ნაწარმის რეკლამის ირგვლივ გამართული მრავალრიცხოვანი დებატების განმავლობაში, თამბაქოს მწარმოებლები ძირითადად ამტკიცებდნენ, რომ თამბაქოს რეკლამა არ უბიძგებს თამბაქოს მოწევისკენ ისეთ ადამიანს, რომელიც რეკლამის გარეშეც არ იქნებოდა თამბაქოს მომხმარებელი. ხოლო ასეთი სახის რეკლამის მოწინააღმდეგეები (რომლებმაც შემდგომში ამ დებატებში წარმატებას მიაღწიეს) საპირისპიროდ ამტკიცებდნენ, რომ რეკლამა ზრდის თამბაქოს მომხმარებელთა რაოდენობას. 1970-იანი წლებიდან ამერიკულ ტელევიზიებს საერთოდ აეკრძალათ თამბაქოს ნაწარმის რეკლამის ჩვენება. ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა კვლავაც ნებადართულია, თუმცა, აკრძალულია სატელევიზიო რეკლამაში ნაჩვენები იყოს ალკოჰოლური სასმელის მოხმარების პროცესი. დიდ ბრიტანეთში აგრეთვე აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის რეკლამირება ტელევიზიით, ბილბორდების მეშვეობით და სპორტულ ღონისძიებებზე, ხოლო ალკოჰოლური სასმელის რეკლამის გამავრცელებლებს უფლება არა აქვთ ხაზი გაუსვან ალკოჰოლის სასარგებლო თვისებებს. ამიტომ, ისინი კონცენტრირებას აკეთებენ სამარკო იმიჯზე და მასთან დაკავშირებულ უპირატესობაზე, განსხვავებით მოხმარების უპირატესობისგან. თამბაქოს ნაწარმის რეკლამირება, ასევე აკრძალულია მრავალ ქვეყანაში. ბევრგან, მაგალითად, თამბაქოს მწარმოებლებს კანონი ავალებს გამოაქვეყნონ განცხადებები, რომლებიც მომხმარებლებს აფრთხილებენ, რომ მათი პროდუქცია საშიშია ჯანმრთელობისათვის.

სამართლებრივი რეგულირების ქვეშ აგრეთვე მოქცეულია რეკლამის განთავსების დრო, ანუ, დღის რომელ მონაკვეთში,

---

5 **რეკლამის გამავრცელებელი – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც განათავსებს და/ან ავრცელებს რეკლამას ქონების (მათ შორის, რადიო- და ტელემაუწყებლობის ტექნიკური საშუალებების, კავშირგაბმულობის არხების, საეთერო დროის და სხვა საშუალებების) გამოყენებით (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-10 პუნქტი).**

6 **აშკარად ყალბი რეკლამა – რეკლამა, რომლის მეშვეობითაც რეკლამის დამკვეთს (რეკლამის მწარმოებელს, რეკლამის გამავრცელებელს) განზრახ შეჰყავს შეცდომაში რეკლამის მომხმარებელი (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-6 პუნქტი).**

7 **სპონსორობა – პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება პირის მიერ, მისი სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით (2004 წლის 23 დეკემბრის საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“, მე-2 მუხლის „ჰ“ პუნქტი).**

8 **თამბაქოს ნაწარმის რეკლამა – რეკლამა, რომელიც შეიცავს თამბაქოს ნაწარმის ან თამბაქოს ნაწარმის მწარმოებელი ფირმის სასაქონლო ნიშანს, ლოგოტიპს, თამბაქოს ნაწარმის, მისი კოლოფის, ყუთის, მოხმარების პროცესის ან მასთან დაკავშირებული ქმედების დემონსტრირებას (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-12 პუნქტი).**

9 **ალკოჰოლიანი სასმელის რეკლამა – რეკლამა, რომელიც შეიცავს ალკოჰოლიანი სასმელის ან ალკოჰოლიანი სასმელის მწარმოებელი ფირმის სასაქონლო ნიშანს, ლოგოტიპს, ალკოჰოლიანი სასმელის, მისი ტარის, მოხმარების პროცესის ან მასთან დაკავშირებული ქმედების დემონსტრირებას (1998 წლის 18 თებერვლის საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, მე-3 მუხლის მე-13 პუნქტი).**

რამდენჯერ, დროის რა ინტერვალებს შორის შეიძლება განთავსდეს და რამდენი ხანი შეიძლება გაგრძელდეს რეკლამა. ასეთი რეგულირების შინაარსი მკვეთრად განსხვავდება ქვეყნებისა და მათი სატელევიზიო ქსელების სპეციფიკის მიხედვით. ძირითადი თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ სატელევიზიო ქსელები, რომლებიც ფინანსდება სალიცენზიო გადასახადის მეშვეობით (საზოგადოებრივი მაუწყებლობების მსგავსი ორგანიზაციები), კომერციულ რეკლამას უთმობენ გაცილებით ნაკლებ საეთერო დროს, ვიდრე დამოუკიდებელი ტელეკომპანიები.

მოცემულ სტატიაში შევეცადე მოკლედ წარმომეჩინა რეკლამის (სატელევიზიო რეკლამის) ძირითადი მახასიათებლები და მისი სამართლებრივი რეგულირების ზოგადი პრაქტიკა, ამასთან, სხვადასხვა ტერმინების განსამარტად მოვიშველიეთ საქართველოს კანონები **„რეკლამის შესახებ“** და **„მაუწყებლობის შესახებ“**. ვფიქრობთ, მომავალში მკითხველისთვის ინტერესმოკლებული არ იქნება რეკლამის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის შედარებით კონკრეტული ანალიზის გაცნობა და მისი უცხოეთის გამოცდილებასთან შედარება.



„სახალხო ბანკის“ ჯანსაღი ინიციატივა

„სოციალური სახლი“ — სოციალურად გაჭირვებულთათვის

„სახალხო ბანკმა“ საზოგადოებას ინოვაციური პროექტი – **„სოციალური სახლი“** წარუდგინა. ერთობლივი პროექტის ინიციატორებმა – ბანკის გენერალურმა დირექტორმა **გიორგი გოგუაძემ** და **„სახალხო აფთიაქის“** დირექტორმა **ვალერი კვარაცხელიამ** სასტუმრო **„ქორთიარდ მარიოტში“** შესაბამისი მემორანდუმი გააფორმეს, რომლის საფუძველზეც **„სახალხო ბანკი“ „სახალხო აფთიაქის“** თანადამფუძნებელი გახდა.

„სოციალური სახლი“ „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით მოქმედი სტრუქტურაა, რომლის ფილიალებში მოქალაქეები მიიღებენ **ჯანმრთელობის დაზღვევას, „სახალხო აფთიაქში“ სასურველ მედიკამენტს მაქსიმალური ფასდაკლებით შეიძენენ, უფასოდ ისარგებლებენ ამბულატორული მომსახურებით, ხოლო თუ „სახალხო ბანკის“ კლიენტს პრეპარატების შესაძენი თანხა არ აღმოაჩნდება, ბანკი მას „სოციალური სესხის“ აღების საშუალებას მისცემს**.

პროექტის მიზანი, უპირველესად იმ კატეგორიის მოქალაქეებზე ზრუნვაა, რომლებიც, სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გამო, საჭირო მედიკამენტებითა და ამბულატორული მომსახურებით სარგებლობას ვერ ახერხებენ. **„სახალხო ბანკმა“** გადაწყვიტა, ხალხის მომსახურე ბანკის გარდა, მასზე მზრუნველ ბანკადაც იქცეს, ამისათვის საჭირო ქსელს კი თავად შექმნიან.

რაც შეეხება მოსახლეობის იმ ნაწილს, რომელსაც ჯანმრთელობის მდგომარეობის გამო, **„სოციალური სახლის“** ფილიალებამდე მისვლა არ შეუძლია, მათ **„სახალხო ბანკის“** შვილობილი კომპანია **„სახალხო ფოსტა“** ბინაზე მომსახურების სერვისს შესთავაზებს.

ახალი პროექტი ფარმაცევტული ბიზნესის განვითარებასაც შეუწყობს ხელს და რაც კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, მოსახლეობას კვალიფიციურ და ხელმისაწვდომ სამედიცინო დახმარებას შესთავაზებს.

პირველი **„სოციალური სახლი“** უახლოეს მომავალში სიღნაღში გაიხსნება, წლის ბოლომდე კი მათი რიცხვი 50-ს მიაღწევს.

თბილისში, ისნის რაიონში, ე.წ. **„არამიანცის“** საავადმყოფოს მიმდებარე ტერიტორიაზე **„სახალხო ბანკი“** მრავალპროფილიანი, 300 საწოლზე გათვლილი ჰოსპიტლის აშენებას გეგმავს. **გიორგი გოგუაძის** განმარტებით, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად მოწყობილი ჰოსპიტალი სოციალურად შეჭირვებულ მოსახლეობას უპრეცედენტო შეღავათებით მოემსახურება, თუმცა, ხარისხი, დაბალი ფასების მიუხედავად, უმაღლესი იქნება. ჰოსპიტლის მშენებლობა 14 მილიონი დოლარი დაჯდება.

სახელმწიფო გრანტების აღრიცხვა არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირებში



ლევან გრიგალაშვილი

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი

არასამეწარმეო იურიდიულ პირებს თავიანთი ფუნქციების შესასრულებლად შეიძლება გამოეყოთ გარკვეული სახსრები, როგორც სახელმწიფო, ასევე ადგილობრივი ბიუჯეტიდან. ასეთი სახსრები თავისი ეკონომიკური შინაარსით გრანტებს წარმოადგენენ.

არასამეწარმეო იურიდიულ პირთა ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტის შესაბამისად **სახელმწიფო გრანტები** გულისხმობს როგორც სახელმწიფოს (მთავრობის) მიერ დაფინანსებას, ასევე ადგილობრივი ორგანოების მიერ გამოყოფილ სახსრებს (გრანტებს). გრანტები პრაქტიკაში სხვა სახელითაც შეიძლება მოხსენიებული იყოს, როგორც სუბსიდია, დოტაცია, სახელმწიფო პრემია, დახმარება და სხვ.

არასამეწარმეო იურიდიული პირების ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტი გრანტად არ განიხილავს სახელმწიფოს მხრიდან ორგანიზაციისათვის მინიჭებულ პრივილეგიებს, საგადასახადო შეღავათებს და სხვა ანალოგიურ დახმარებას, რომელთა ღირებულების საიმედოდ განსაზღვრა შეუძლებელია.

გრანტის ფორმა გავლენას არ ახდენს აღრიცხვის მეთოდოლოგიაზე. ფულადი ფორმით ან სახელმწიფო ვალდებულების შემცირების სახით მიღებული გრანტი ერთნაირად აღირიცხება.

გრანტი შეიძლება მიღებული იყოს არაფულადი აქტივის, მაგალითად, ძირითადი საშუალებების ან სხვა სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობათა სახით.

არასამეწარმეო იურიდიული პირების ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტი მოითხოვს, რომ მიღებული გრანტი უნდა აღიარდეს ორგანიზაციის ფონდის სახით. ფონდის სახით აღიარებული გრანტი ხარჯების გაწევის პროპორციულად (ანუ დახარჯული გრანტის თანხით) უნდა აღიარდეს შემოსავლებად, ისე, რომ დაცული იქნეს თანაფარდობა გაწეულ ხარჯებსა და მიღებულ გრანტებს შორის. აქედან გამომდინარეობს, რომ ხარჯის ოდენობა იმდენივე უნდა იყოს, რა თანხის გრანტიცაა მიღებული.

მაგალითი:

არასამეწარმეო იურიდიულ პირს ადგილობრივი თვითმმართველობის ბიუჯეტიდან გამოეყო 50000 ლარი, საიდანაც წლის განმავლობაში აითვისა 40000 ლარი. მათ შორის: დახარჯული ხელფასი — 24000 ლარი, ძირითადი საშუალებების ცვეთა – 2000 ლარი, რემონტის ხარჯები – 14000 ლარი.

ზემოაღნიშნულზე შედგება შემდეგი გატარებები:

1. გრანტის მიღება

დებეტი 1210 „ეროვნული ვალუტა ბანკში“	50000	
კრედიტი 5110 „დაგროვილი საერთო ფონდი“		50000

2. ხარჯების გაწევა

ა) დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“	240	
კრედიტი 3120 „გადასახდელი ხელფასები“		24000

ბ) დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“ 2000
კრედიტი 2200 „ძირითადი საშუალებების ცვეთა“ 2000

გ) დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“ 14000
კრედიტი 3120 „ვალდებულებები მიწოდებიდან 14000

3. გრანტის ათვისება
დებეტი 5110 „დაგროვილი საერთო ფონდი“ 40000
კრედიტი 6130 „ათვისებული გრანტები“ 40000

4. ათვისებული გრანტების შემოსავლებში ასახვა
დებეტი 6130 „ათვისებული გრანტები“ 40000
კრედიტი 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი 40000

5. ხარჯების ჩამოწერა საქმიანობის შედეგებზე
დებეტი 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი 40000
კრედიტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“ 40000

ზემოაღნიშნული გატარებების შემდეგ, წლის ბოლოს, „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგების“ 5120 ანგარიშზე დებეტსა და კრედიტში ერთი და იგივე თანხა – 40000 ლარი ჩაიწერება და ეს ანგარიში დაიხურება, რაც იმას ნიშნავს, რომ გაწეული ხარჯები და ათვისებული გრანტები პროპორციულია.

როგორც მაგალითიდან ჩანს, ბიუჯეტიდან გამოყოფილი გრანტებიდან აუთვისებელი დარჩა 10000 ლარი, რომელიც 5110 ანგარიშის („დაგროვილი საერთო ფონდი“) კრედიტში იქნება ნაშთის სახით და შესაბამისად, წლიურ ბალანსშიც ამ თანხით გადავა.

გრანტი შეიძლება მიღებული იყოს **ამორტიზებადი აქტივების სახითაც**. მაგალითად, ძირითადი საშუალებების ფორმით. ამ შემთხვევაში გრანტი თავდაპირველად აისახება, როგორც ფონდი. ხოლო, შემდგომ პერიოდში ამ ძირითად საშუალებებზე დარიცხული ამორტიზაციის თანხით მოხდება გრანტის შემოსავლად აღიარება.

მაგალითი:
არასამეწარმეო იურიდიულ პირს გრანტის სახით გადაეცა 15000 ლარად ღირებული ავტომობილი. მისი საექსპლუატაციო ვადა განისაზღვრა 10 წლით, ე.ი. წლიური ამორტიზაცია 10% (1500 ლარი). ზემოაღნიშნულ ოპერაციაზე შედგება შემდეგი ბუღალტრული გატარებები:

1. ამორტიზებადი აქტივის სახით მიღებული გრანტის შემოსავალში აღება
დებეტი 2140 „სატრანსპორტო საშუალებები“ 15000
კრედიტი 5220 „გრძელვადიანი აქტივების ფონდი“ 15000

2. ცვეთის (ამორტიზაციის) დარიცხვა
დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“ 1500
კრედიტი 2240 „სატრანსპორტო საშუალებების ცვეთა 1500

3. გრანტის აღიარება შემოსავლად (დარიცხული ამორტიზაციის თანხით; გრანტის ათვისება)
დებეტი 5220 „გრძელვადიანი აქტივების ფონდი“ 1500
კრედიტი 6130 „ათვისებული გრანტები“ 1500

4. წლის ბოლოს დარიცხული ამორტიზაციის თანხა, როგორც ხარჯი, ჩამოიწერება საქმიანობის შედეგებზე.
დებეტი 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი“ 1500
კრედიტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“ 1500

5. წლის ბოლოს ათვისებული გრანტების შემოსავალში აღება
დებეტი 6130 „ათვისებული გრანტები“ 1500
კრედიტი 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი“ 1500
არასამეწარმეო იურიდიული პირის ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტში მითითებულია, რომ

მიღებული გრანტის მაშინვე აღიარება შემოსავლის სახით მიზანშეწონილი არ არის. ეს დასაშვებია მხოლოდ მაშინ, როდესაც გრანტით დასაფარავი დანახარჯები უკვე გაწეულია.

მაგალითი:

არასამეწარმეო იურიდიულმა პირმა გასწია ხარჯები, რომელთა დასაფარავად ადგილობრივი თვითმმართველობის ბიუჯეტიდან გამოყოფილი იქნა 12000 ლარი. ზემოაღნიშნული ოპერაცია აიპ-ის ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტის შესაბამისად მიღებისთანავე აისახება შემოსავლებში, რაც უკვე გაწეული ხარჯების დაფარვის წყარო გახდება. ყოველივე ეს ანგარიშებზე შემდეგნაირად აისახება:

დებეტი 1210 „ეროვნული ვალუტა ბანკში“		12000	
კრედიტი 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი			12000

შემოსავლად აღიარებული გრანტები აისახება არასამეწარმეო იურიდიული პირის „საქმიანობის შედეგების ანგარიშგებაში“ შემოსავლების შემადგენლობაში სახელწოდებით - „ათვისებული გრანტები“.

პრაქტიკაში შეიძლება იყოს შემთხვევები, როდესაც მიღებული გრანტის დაბრუნება გახდება საჭირო. **გრანტი, რომელიც უკვე შემოსავალშია ასახული და მისი დაბრუნება აუცილებელია, პირველ რიგში, უნდა დაუპირისპირდეს ამ გრანტიდან წარმოშობილ ფონდს. თუ დასაბრუნებელი თანხა უფრო მეტია, ვიდრე ფონდი, გადანამეტი თანხა უნდა დაეწეროს ხარჯებს.**

მაგალითი 1.

არასამეწარმეო იურიდიულმა პირმა მიიღო 50000 ლარის გრანტი. აქედან შემოსავლებში უკვე ასახული და დახარჯულია 40000 ლარი. დასაბრუნებელია მთლიანი თანხა – 50000 ლარი. ამ შემთხვევაში ფონდის სახით დარჩენილი იქნება 10000 ლარი. ამიტომ უკან დასაბრუნებელი 50000 ლარიდან 10000 ლარი დაეწერება ფონდს, ხოლო 40000 ლარი ხარჯებს, რაზედაც შედგება გატარება:

დებეტი 5110 „დაგროვილი საერთო ფონდი“		10000	
დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“		40000	
კრედიტი 3150 „ვალდებულებები დონორების წინაშე“			50000

ზემოთ ჩვენ განვიხილეთ ფულადი გრანტის დაბრუნების შემთხვევა და ბუღალტრულ ანგარიშებზე მისი ასახვის წესი. არაკომერციულ იურიდიულ პირს შესაძლებელია აქტივთან დაკავშირებული გრანტის დაბრუნება მოუხდეს. ამ შემთხვევაში ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტი მოითხოვს, რომ **დასაბრუნებელი გრანტის თანხით შემცირდეს შესაბამისი ფონდის ნაშთი, ხოლო დაგროვილი ცვეთის თანხა ჩამოიწეროს ხარჯებში.**

მაგალითი 2.

არასამეწარმეო იურიდიულმა პირმა მატერიალური აქტივის (ძირითადი საშუალებების) სახით მიიღო 20000 ლარის გრანტი, რომელიც შემდეგ დასაბრუნებელი გახდა. დაბრუნების ვალდებულების წარმოქმნის მომენტში ძირითად საშუალებებზე დარიცხულმა ცვეთამ შეადგინა 5000 ლარი. შესაბამისად, უკან დასაბრუნებელი 20000 ლარიდან 15000 ლარი დაეწერება ძირითადი საშუალებების ფონდს, ხოლო 5000 ლარი აიპ-ის ხარჯებს, რაზედაც შედგება გატარება:

დებეტი 5220 „გრძელვადიანი აქტივების ფონდი“		15000	
დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“		5000	
კრედიტი 3150 „ვალდებულებები დონორების წინაშე“			20000

არასამეწარმეო იურიდიულმა პირმა თავისი საქმიანობის პროცესში შეიძლება სხვადასხვა სახის ხარჯი გაწიოს. ხარჯების ისეთი კატეგორიები, როგორიცაა: **მატერიალური მარაგები, ძირითადი საშუალებების ამორტიზაცია, წარმოების დანახარჯები, რემონტის ხარჯები**. სანამ ცალკეული კატეგორიების დანახარჯებს განვიხილავდეთ, საჭიროა განვმარტოთ, რომ დანახარჯების აღრიცხვის მეთოდოლოგიაში შეიძლება გამოვიყენოთ **ორი მიდგომა**. **პირველი, დანახარჯების აღრიცხვა ფუნქციური დანიშნულების მიხედვით და მეორე, აღრიცხვა ეკონომიკური შინაარსის მიხედვით.**

ფუნქციური დანიშნულების მიხედვით დანახარჯების აღრიცხვის შემთხვევაში ყველა დანახარჯი თავს იყრის ერთ ანგარიშზე. არასამეწარმეო იურიდიული პირის ბუღალტრული აღრიცხვის ანგარიშთა

გეგმის მიხედვით ასეთი ფუნქცია შეიძლება დაეკისროს დანიშნულებიდან გამომდინარე ანგარიშებს: **7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“, 7120 „სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“, 7210 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები“, 7220 „სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებული საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები“, 7300 „არასაოპერაციო ხარჯები“, 8100 „განსაკუთრებული ხარჯები“.** ამგვარად, ყველა სახის დანახარჯი (ხელფასი, ნედლეულისა და მასალის ხარჯი, მცირეფასიანი საგნების ხარჯი, ძირითადი საშუალებების ამორტიზაცია, საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები, გაუთვალისწინებელი ხარჯები და სხვ.) შესაბამისად თავს მოიყრის ზემოთ ჩამოთვლილი ანგარიშების დებეტში სხვა ანგარიშებთან კორესპონდენციით.

საანგარიშო პერიოდის ბოლოს ეს ანგარიშები დაიხურება, რაც აისახება **5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი“** ანგარიშის დებეტში და ხარჯების ამსახველი შესაბამისი ანგარიშების კრედიტში.

არასამეწარმეო იურიდიული პირის მუშა-მოსამსახურეთა ხელფასი ხარჯების ერთ-ერთ ძირითად კატეგორიას მიეკუთვნება. აქ იგულისხმება ძირითადი ხელფასი, ხელფასზე წანამატები, პრემიები და სხვა სახის გაცემები. ხელფასის პრემიისა და სხვა გაცემების დარიცხვაზე შედგება გატარება:

დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“
კრედიტი 3120 „გადასახდელი ხელფასები“

ხელფასის გაცემა აისახება **3120 ანგარიშის „გადასახდელი ხელფასები“** დებეტში და **1110 ანგარიშის „ეროვნული ვალუტა სალაროში“** კრედიტში.

თუ ხარჯების აღრიცხვაში ეკონომიკური შინაარსის მიხედვით აღრიცხვის მეთოდს გამოვიყენებთ, მაშინ დანახარჯის თითოეული სახისათვის შესაბამისი დასახელების ანგარიში უნდა გაიხსნას. მაგალითად, „ხელფასის ხარჯი“, „ცვეთა და ამორტიზაცია“, „რემონტის ხარჯები“ და სხვ. თითოეული სახის ხარჯი აისახება შესაბამისი ანგარიშების დებეტში და მოკორესპონდენტო ანგარიშების კრედიტში. საანგარიშო პერიოდის ბოლოს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ანგარიში დაიხურება 5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი“ ანგარიშთან კორესპონდენციით.

საერთო და ადმინისტრაციული სახის დანახარჯებს მიეკუთვნება ის ხარჯები, რომლებიც დაკავშირებულია ორგანიზაციის მმართველობასთან. იგი მოიცავს ადმინისტრაციის ხელფასს, საერთო დანიშნულების ძირითადი საშუალებების ცვეთას და რემონტის დანახარჯებს, ტელესაკომუნიკაციო მომსახურებისა და ელექტროენერგიის ხარჯებს, კომუნალურ ხარჯებს, იურიდიულ, საკონსულტაციო და აუდიტორული მომსახურების ხარჯებს და სხვ.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, თუ გამოყენებული იქნება ხარჯების ფუნქციონალური დანიშნულებით აღრიცხვის მეთოდი, ყველა დანახარჯი თავს მოიყრის **7210 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები“, 7220 „სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებული საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები“** ანგარიშების დებეტში და წლის ბოლოს მოხდება ამ ანგარიშების დახურვა, რაც შესაბამისად აისახება ხარჯების ანგარიშების კრედიტში და **5120 „საანგარიშო პერიოდის საქმიანობის შედეგი“ ან 5150 „მოგება-ზარალი სამეწარმეო საქმიანობიდან“ ანგარიშების დებეტში.**

მაგალითი:

წლის განმავლობაში არასამეწარმეო იურიდიული პირის მიერ გაწეულმა საერთო და ადმინისტრაციულმა ხარჯებმა შეადგინა 30000 ლარი. მათ შორის: ხელფასის ხარჯმა – 10000 ლარი, პრემიამ –5000 ლარი, ძირითადი საშუალებების ცვეთამ (ამორტიზაცია) – 2000 ლარი, ელექტროენერგიის ხარჯმა –1000 ლარი, კომუნალური ხარჯებმა – 1500 ლარი, მივლინების ხარჯებმა –500 ლარი, რემონტის ხარჯებმა 5000 ლარი, იჯარის ხარჯებმა 3000 ლარი, სხვადასხვა საგადასახადო ხარჯმა – 2000 ლარი. ზემოაღნიშნული ოპერაციები ბუღალტრულ ანგარიშებზე შემდეგნაირად აისახება:

დებეტი 7110 „ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯები“	30000	
კრედიტი 3120 „გადასახდელი ხელფასები“		15000 (10000+5000)
კრედიტი 2200 „ძირითადი საშუალებების ცვეთა“		2000
კრედიტი 3110 „ვალდებულებები მიწოდებიდან“		2500
კრედიტი 1420 „მოთხოვნები პერსონალის მიმართ“		500
კრედიტი 1610 „ნედლეული და მასალები“		5000
კრედიტი 3130 „საიჯარო გადასახდელები“		3000
კრედიტი 3390 „სხვა საგადასახადო ვალდებულებები“		2000.

არაკომერციული (არასამეწარმეო) ორგანიზაციების საქმიანობის სამართლებრივი და ბუღალტრული ასპექტები



ლელა პატარაია
ეკონომიკის მაგისტრი

თანამედროვე მსოფლიო არაკომერციული, იგივე არასამეწარმეო (არამომგებიანი) ორგანიზაციების სიჭრელით გამოირჩევა, რომლებიც არასამთავრობო, საზოგადოებრივი თუ სამოქალაქო ორგანიზაციების სახელწოდებებითაა ცნობილი. ასეთ ორგანიზაციებს თითქმის ყოველ ფეხის ნაბიჯზე ვხვდებით - ეს იქნება პროფესიული ჯავშირები, თუ ასოციაციები, სპორტული ფედერაციები, სხვადასხვა სოციალურ საკითხებზე მომუშავე საზოგადოებრივი ორგანიზაციები (ე.წ. „ველფეარ" ორგანიზაციები) და სხვ. არასამეწარმეო ორგანიზაციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ საზოგადოებების ფორმირებასა და განვითარებაში, ამ ორგანიზაციების მიერ გაწეული მომსახურება საზოგადოების სწორედ იმ მოთხოვნილებებს აკმაყოფილებს, რომლებზეც სხვა სექტორებს ხელი ვერ, ან არ მიუწვდებათ. არაკომერციული ორგანიზაციები ელასტიურობითაც გამოირჩევიან - ისინი წარმატებით აკონტროლებენ ცალკეულ სფეროებს, იქნება ეს ჯანდაცვა, გარემოს დაცვა, კულტურა, მეცნიერება, უპატრონო ბავშვთა, მოხუცებულთა, ინვალიდთა, ყრუ-მუნჯთა და უსინათლოთა სოციალური უზრუნველყოფა თუ სხვა.

ნებისმიერი ქვეყნის ცივილიზებული ფორმით განვითარებისათვის ხელსაყრელი გარემოს ჩამოყალიბებაში საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს თავიანთი კვალიფიკაციით, ავტორიტეტითა და მიუკერძოებლობით მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლიათ. **„მესამე სექტორი",** როგორც მას ხშირად ეძახიან, შუამავალი რგოლის ფუნქციას კისრულობს საზოგადოებაში სოციალური ინვესტიციების მიზნობრივი განხორციელებისათვის. სწორედ ამიტომაა, რომ თანამედროვე საზოგადოება სამოქალაქო ორგანიზაციების მრავალფეროვნებით ხასიათდება.

დღესდღეობით, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ფუნქციონირებს ათასობით საზოგადოებრივი (არასამთავრობო) ორგანიზაცია, რომელთა რიცხვიც დღითი-დღე იზრდება. ასეთი ტიპის ორგანიზაციები შეიძლება არსებობდეს როგორც ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციების სახით, ასევე, საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციების სახითაც. ასეთი ტიპის ორგანიზაციები ვალდებულებას იღებენ განახორციელონ საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი, ასე ვთქვათ, „სასიცოცხლო ფუნქციები". უფრო კონკრეტულად, მესამე სექტორი თავის თავზე იღებს პასუხისმგებლობას უზრუნველყოს იმ ფუნქციების შესრულება, რომლებიც მიუწვდომელია დანარჩენი სექტორებისათვის (სწორედ აქედან მოდის ტერმინი „მესამე სექტორი").

საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად, **არაკომერციულ ორგანიზაციად მოიაზრება არასამეწარმეო მიზნებისათვის შექმნილი, წევრობაზე დაფუძნებული, წევრთა მდგომარეობაზე დამოკიდებული ან მისგან დამოუკიდებელი კერძო სამართლის იურიდიული პირი - საკუთარი ქონების მქონე ორგანიზაციული წარმონაქმნი, რომელიც თავისი ქონებით დამოუკიდებლად აგებს პასუხს, საკუთარი სახელით იძენს უფლე-**

ბებსა და მოვალეობებს, დებს გარიგებებს და სასამართლოში შეუძლია გამოვიდეს მოსარჩელედ და მოპასუხედ. მიუხედავად იმისა, რომ ასეთი ორგანიზაციის დანიშნულებას საზოგადოებრივი ცხოვრების ცალკეული სფეროს განვითარება წარმოადგენს, არაკომერციულ ორგანიზაციას, ამავე დროს, უფლება აქვს განახორციელოს დამხმარე ხასიათის სამეწარმეო საქმიანობა და მიიღოს მოგება, თუმცა, მოგება მთლიანად უნდა მოხმარდეს ორგანიზაციის არაკომერციული მიზნების განხორციელებას.

არაკომერციული ორგანიზაციების ბუღალტრული აღრიცხვის მარეგულირებელ ერთადერთ ნორმატიულ აქტად გვევლინება საქართველოს პარლამენტთან არსებული ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტების კომისიის მიერ 2005 წლის 5 აპრილის №10 დადგენილებით დამტკიცებული **„არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების ბუღალტრული აღრიცხვის დროებითი სტანდარტები და ბუღალტრული აღრიცხვის ანგარიშთა გეგმა“,** თუმცა, ალტერნატივის სახით, არასამეწარმეო ორგანიზაციებს შეუძლიათ გამოიყენონ ასევე ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტებიც.

იქიდან გამომდინარე, რომ არაკომერციული ორგანიზაციების საქმიანობა განსხვავდება სამეწარმეო სექტორის სუბიექტების საქმიანობისგან, რაც გამოხატულებას ჰპოვებს შემოსავლების ფორმირებასთან დაკავშირებულ ისეთ სპეციფიკურ ოპერაციებსა და მოვლენებში, როგორებიცაა: **გრანტები, შემოწირულობები, ქველმოქმედებები, საწევროები და ერთჯერადი შენატანები** და ა.შ. შესაბამისად, ბუღალტრული აღრიცხვის წარმოებაც გარკვეული თავისებურებებით ხასიათდება.

ზოგადად, არაკომერციული ორგანიზაციის ფუნქციონირებისათვის საჭირო შემოსავლები წყაროების მიხედვით შეიძლება განვიხილოთ როგორც **საკუთარი** და **მოზიდული სახსრები**.

დაფინანსების საკუთარი წყარო ორგანიზაციის ფინანსური სტაბილურობის გარანტიაა, ვინაიდან, ამ შემთხვევაში, იგი ნაკლებადაა დამოკიდებული დონორებსა და მათ მრავალფეროვან მოთხოვნებზე. თუმცა, უნდა ითქვას ისიც, რომ **დღეისათვის საქართველოში, ორგანიზაციული განვითარების თვალსაზრისით, იშვიათი გამონაკლისის გარდა, ყველაზე ძლიერი არასამეწარმეო ორგანიზაციებიც კი მნიშვნელოვნად არიან დამოკიდებულნი დონორების მიერ გაცემულ გრანტებზე.**

საერთოდ, არასამეწარმეო ორგანიზაციების საკუთარი ფინანსური რესურსების ფორმირების სამი ძირითადი წყარო არსებობს. ესენია: **საწევრო და გაწევრიანებისთვის საჭირო ერთჯერადი შენატანები, საქველმოქმედო ღონისძიებებიდან მიღებული სახსრები და ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები.**

*** საწევროები და ერთჯერადი შენატანები** - წევრობაზე დაფუძნებული ორგანიზაციის საქმიანობა შესაძლებელია ითვალისწინებდეს საწევროების და ერთჯერადი შენატანების არსებობას, რაც ხშირ შემთხვევაში, წევრი ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის განსხვავებული ოდენობით დგინდება. თუმცა, უნდა ითქვას ის, რომ საწევროებითა და ერთჯერადი შენატანებით მეტ-ნაკლებად სერიოზული რესურსის შექმნა მხოლოდ მრავალწევრიანი ორგანიზაციების ხვედრია. ამასთან, საქართველოში არაპერსპექტიულად ითვლება ისეთი მაღალი საწევროების და ერთჯერადი შენატანების დაწესება, რომელიც საშუალებას მისცემდა ორგანიზაციას განეხორციელებინა თავისი მიზნები. მიუხედავად ყველაფრისა, საწევროებითა და ერთჯერადი შენატანებით მიღებული მცირეოდენი თანხებიც კი შეიძლება ძალზე ეფექტურად იქნეს გამოყენებული — ორგანიზაციის სწორი მენეჯმენტის პირობებში.

ბუღალტრულ აღრიცხვაში, ზოგადად, განასხვავებენ სამი ტიპის საწევროს: **პერიოდულ საწევრო შენატანს, გაწევრიანებისთვის საჭირო ერთჯერად შენატანს და განსაკუთრებულ საწევრო შენატანს. პირველი** უკავშირდება ორგანიზაციის წევრობისათვის აუცილებელ მიმდინარე გადასახდელებს, **მეორე** - ესაა ორგანიზაციის წევრობის მსურველი პირის მიერ ორგანიზაციაში განხორციელებული ერთჯერადი ხასიათის შენატანი, ხოლო **მესამე** —ორგანიზაციის წევრის მიერ თავისი საწევრო ვალდებულების შესასრულებლად ორგანიზაციაში განხორციელებული ერთჯერადი შენატანია, რომელიც ორგანიზაციის წევრს ანიჭებს მუდმივი წევრობის უფლებას, შემდგომი საწევრო ვალდებულების გარეშე.

გაწევრიანების ერთჯერადი შენატანები შემოსავლად აღიარდება პრეტენდენტის წევრად მიღებისთანავე, ხოლო პერიოდული საწევრო შენატანები - გადახდის ვალდებულების წარმოშობისთანავე, შემდეგი გატარებით:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე
კ — საწევრო შენატანები 6110

რაც შეეხება განსაკუთრებულ საწევრო შენატანს, თავდაპირველად მისი აღრიცხვა ხდება წინასწარ შესრულებული საწევრო ვალდებულების სახით, ხოლო მისი შემოსავლად აღიარება ხდება ამორტიზაციის საფუძველზე — წრფივი მეთოდით, 10 წლის განმავლობაში. მოცემული ოპერაციები ბუღალტრულად გატარდება:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე
კ - განსაკუთრებული საწევრო შენატანები 4410;

პირველი წლისთვის დარიცხული შემოსავალი აისახება შემდეგნაირად:

დ - განსაკუთრებული საწევრო შენატანები 4410

კ - განსაკუთრებული შემოსავლები 8110

*** საქველმოქმედო ღონისძიებებიდან მიღებული სახსრები** - საქველმოქმედო ტიპის ღონისძიება შეიძლება ატარებდეს სხვადასხვა სახის აქციის, მარათონის და ა. შ. ხასიათს. აღნიშნული მეთოდით გარკვეული ეფექტის მისაღწევად - რაც, პირველ რიგში, გულისხმობს თანხების სათანადო რაოდენობით მოზიდვას - აუცილებელია საქველმოქმედო ღონისძიება მიმართული იყოს როგორც მთლიანად საზოგადოებისათვის, ასევე პოტენციურ დონორთა ყურადღების მისაპყრობად.

საქველმოქმედო ღონისძიებებიდან მიღებული შემოსავლები ბუღალტრულად აისახება შემდეგნაირად:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე

კ - სხვა საოპერაციო შემოსავლები 6190

შემოსავლის მიღების ეს გზა შესაძლებელია ეფექტური აღმოჩნდეს მხოლოდ რომელიმე კონკრეტული პროგრამის დასაფინანსებლად. რაც შეეხება მიმდინარე და ადმინისტრაციულ ხარჯებს, სასურველია, რომ სხვა უფრო სტაბილური შემოსავლის წყაროდან დაიფაროს, მით უფრო, რომ მოქმედი კანონმდებლობით არაკომერციულ ორგანიზაციებს აქვთ უფლება მიიღონ შემოსავლები მათ მიერ განხორციელებული ეკონომიკური საქმიანობიდან;

*** ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები** - საქართველოს კანონმდებლობით, ეკონომიკურ საქმიანობად მიიჩნევა ნებისმიერი საქმიანობა, რომელიც წარიმართება მოგების, შემოსავლის, ან კომპენსაციის მისაღებად, მიუხედავად ასეთი საქმიანობის შედეგებისა. ამასთან, ვინაიდან არაკომერციული ორგანიზაციის საქმიანობა, როგორც ასეთი, ეკონომიკურ საქმიანობად არ მოიაზრება, საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებულია მთელი რიგი შეღავათები. ამავე დროს, თუკი არასამეწარმეო ორგანიზაცია განახორციელებს ეკონომიკურ საქმიანობას, ამ შემთხვევაში ის მოექცევა ჩვეულებრივ საგადასახადო პირობებში და ამ გზით მიღებული შემოსავლები დაექვემდებარება ჩვეულებრივი წესით დაბეგვრას. ბუნებრივია, ეს გამოიწვევს შესაბამის შედეგებს დაბეგვრის რეჟიმში. ასე, რომ ორგანიზაციამ თავად უნდა გადაწყვიტოს - რამდენად მიზანშეწონილი იქნება მისთვის ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელება და შეძლებს თუ არა იგი ამ გზით სათანადო სახსრების მიღებას მიმდინარე თუ სხვა ხარჯების დასაფარად.

ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების შედეგად მიღებული შემოსავლები ბუღალტრულად აისახება შემდეგნაირად:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე ან

დ - სხვა მოკლევადიანი მოთხოვნები 1490

კ - სხვა არასაოპერაციო შემოსავალი 6290

პროდუქციის ან მომსახურების თვითღირებულება კი ჩამოიწერება გატარებით:

დ - სხვა არასაოპერაციო შემოსავალი 6290

კ - სხვა მატერიალური ფასეულობა 1610 ან

კ - სხვა არასაოპერაციო ხარჯები 7190

რაც შეეხება გარე წყაროებიდან მიღებულ დაფინანსებას, ე.წ. „მოზიდულ სახსრებს“, უნდა ითქვას ის, რომ აღნიშნული ტიპის სახსრები საქართველოს პირობებში არასამეწარმეო (არაკომერციული) ორგანიზაციებისთვის დაფინანსების არც თუ იოლად ხელმისაწვდომ, მაგრამ რეალურ გზას წარმოადგენს. დაფინანსების გარე წყაროებს განეკუთვნება: შემოწირულობები როგორც ბიზნეს სტრუქტურებიდან, ასევე კერძო პირებიდან, გრანტები და სახელმწიფო დაფინანსება (სუბსიდია, გრანტები, სახელმწიფო შეკვეთა).

*** შემოწირულობა** - ქველმოქმედება მესამე სექტორის ორგანიზაციათა დაფინანსების შედარებით ნაკლებად გავრცელებული ფორმაა საქართველოში. შემოწირულობები შეიძლება მიღებულ იქნეს როგორც ბიზნეს სტრუქტურებიდან, ასევე კერძო პირებიდან. შემოწირულობების სახით მიღებული თანხა შესაძლებელია გამიზნული იყოს როგორც რომელიმე კონკრეტული ღონისძიების დასაფინანსებლად, ისე გარკვეულ პრობლემაზე ორიენტირებული არასამთავრობო ორგანიზაციის საპროგრამო ამოცანათა განსახორციელებლად. თუმცა, უნდა ითქვას ისიც, რომ მსგავსი პრაქტიკა ჩვენში არ არსებობს, რაც ძირითადად რამდენიმე ფაქტორის არსებობითაა განპირობებული. უმთავრესი მათ შორის სათანადო საკანონმდებლო ბაზის არარსებობაა ქველმოქმედებისთვის გარკვეული საგადასახადო შეღავათების დაწესებასთან დაკავშირებით, რასაც შეიძლება დაემატოს პოტენციურ ქველმოქმედთა მოკრძალებული რიცხვიც.

ბუღალტრული აღრიცხვის თვალსაზრისით, შემოწირულობების სახით მიღებული ფულადი აქტივები აისახება **შემოსავლებად** მათი მიღებისთანავე, ხოლო, არაფულადი აქტივები — **ფონდებად**, მათ განკარგვაზე უფლების მოპოვებისთანავე, შემდეგი გატარებებით:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე

კ - შემოწირულობები **6120**

ან

დ - ძირითადი საშუალებები

კ - გრძელვადიანი აქტივების ფონდი **5220/5320**

*** გრანტები** - გვევლინება დაფინანსების უპირველეს და უმეტეს შემთხვევაში, ერთადერთ წყაროდ, რომელმაც, შეიძლება ითქვას, ძლიერი სტიმული მისცა მესამე სექტორის ორგანიზაციების შექმნასა და განვითარებას საქართველოში. მოქ-

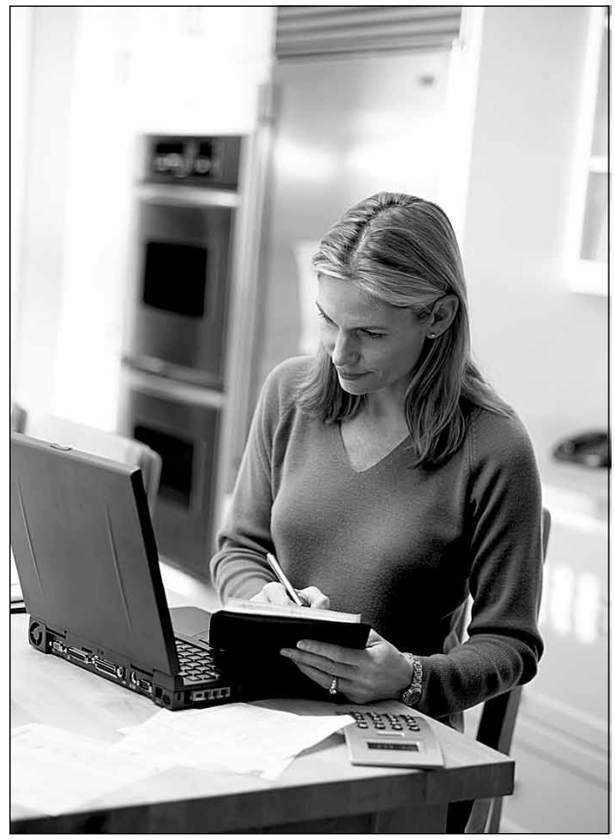
მედი კანონმდებლობით **„გრანტი არის გრანტის გამცემის (დონორის) მიერ გრანტის მიმღებისათვის უსასყიდლოდ გადაცემული მიზნობრივი სახსრები ფულადი ან ნატურალური ფორმით, რომლებიც გამოიყენება კონკრეტული ჰუმანური, საგანმანათლებლო, სამეცნიერო-კვლევითი, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურული, სპორტული, ეკოლოგიური და სოციალური პროექტების, აგრეთვე სახელმწიფოებრივი ან საზოგადოებრივი მნიშვნელობის პროგრამების განხორციელებისათვის“.** ამასთან, გრანტად არ შეიძლება ჩაითვალოს სამეწარმეო და პოლიტიკური მიზნების მისაღწევად გაცემული სახსრები.

გრანტების შესახებ საქართველოს კანონით, გრანტის გამცემი, იგივე დონორი, შეიძლება იყოს:

– საერთაშორისო საქველმოქმედო, ჰუმანიტარული და სხვა საზოგადოებრივი ორგანიზაციები (მათ შორის საერთაშორისო სპორტული ასოციაციები, ფედერაციები და კომიტეტები); საფინანსო-საკრედიტო ინსტიტუტები; უცხოეთის ქვეყნების მთავრობები და მათი წარმომადგენლობები; უცხოეთის ცალკეული სამეწარმეო იურიდიული პირები თუ გრანტის მიმღებია სახელმწიფო ან საქართველოს მთავრობა; უცხოეთის ცალკეული არასამეწარმეო იურიდიული პირები; – საქართველოს ის არასამეწარმეო იურიდიული პირი, რომლის ძირითადი საწესდებო მიზანია ქონების დაგროვება საქველმოქმედო, სოციალური, კულტურული, საგანმანათლებლო, სამეცნიერო-კვლევითი ან საზოგადოებრივად სასარგებლო სხვა საქმიანობის ხელშეწყობისათვის.

მიუხედავად იმისა, თუ ვინ იქნება გრანტის გამცემი, კანონის თანახმად, მისი მიღება უნდა განხორციელდეს გრანტის გამცემსა და გრანტის მიმღებს შორის წერილობით გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე. გრანტის ხელშეკრულება აუცილებელია შეიცავდეს მონაცემებს გაცემის მიზნების, მოცულობის, მიმართულებებისა და სახსრების ათვისების ვადების შესახებ.

გრანტებთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია განისაზღვროს ორი ამოსავალი ტერმინი: **მიზნობრივი შემოსავლები** და **მიზნობრივი დანახარჯები**. არაკომერციული ორგანიზაციის მიერ გრანტების სახით მიღებულ შემოსავლებს უნდა ემთხვეოდეს აღნიშნული თანხის გასავლები. თუმცა, ეს სავსებით არ ნიშნავს იმას, რომ **მთელი მიზნობრივი თანხები წლის ბოლოსთვის გახარჯული უნდა იყოს, პირიქით, შესაძლებელია იმგვარი სიტუაციის არსებობაც, როცა მიზნობრივი პროგრამები გათვლილია რამდენიმე წელზე.** ამ შემთხვევაში, მიზნობრივი სახსრების ხარჯვა განხორციელდება პროგრამის მიმდინარეობის მთელი პერიოდის მანძილზე, თუმცა, უნდა ითქვას, რომ გრანტის სახით კონკრეტული მიზნებისათვის მიღებული სახსრები მხოლოდ ამ მიზნებისათვის უნდა გაიხარჯოს.



მიზნობრივი დანიშნულების შეცვლა მხოლოდ დონორის წერილობითი თანხმობის შემთხვევაშია შესაძლებელი. თუ წერილობითი თანხმობა ვერ იქნა მიღებული და გრანტის ხელშეკრულებით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული, სახსრები უკანვე უნდა იქნეს დაბრუნებული.

გრანტებთან დაკავშირებით შეიძლება აღინიშნოს შემდეგი:

– არასამეწარმეო ორგანიზაციას შეიძლება ჰქონდეს ერთზე მეტი მიზნობრივი პროგრამა, შესაბამისად, პროგრამების რეალიზაციის პერიოდები შეიძლება განსხვავებული იყოს;

– არაკომერციულმა ორგანიზაციამ მიზნობრივი პროგრამის ბიუჯეტი უნდა შეუთანხმოს მხოლოდ დონორებს (გრანტის გამცემებს).

ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტებით „გრანტი არ უნდა იქნას აღიარებულ მანამ, სანამ არ იარსებებს დამაჯერებელი რწმენა იმისა, რომ: საწარმო შეასრულებს მასთან დაკავშირებულ პირობებს; და გრანტი იქნება მიღებული“.

გრანტის მიღების შემთხვევაში გვექნება გატარებები:

დ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე

კ - ფონდები 5110/5210/5310

(ფულადი სახსრების მიღებისას)

ან:

დ - ძირითადი საშუალებები
კ - გრძელვადიანი აქტივების ფონდი 5220/5320

შეიძლება ითქვას, რომ ამორტიზებადი აქტივების შემთხვევაში გრანტის შემოსავლად აღიარება ხდება ნაწილ-ნაწილ, ცვეთის შესაბამისად, არაამორტიზებადი აქტივების შემთხვევაში (როგორიცაა: მიწა და ა.შ.) კი გრანტის მიღების სანაცვლოდ ორგანიზაციისგან მოითხოვება გარკვეული ვალდებულების შესრულება. აქედან გამომდინარე, გრანტის აღიარება შემოსავლის სახით ხდება ამ ვალდებულების შესრულების შესაბამისად.

გრანტის ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შეუსრულებლობის შემთხვევაში შეიძლება დღის წესრიგში დადგეს მათი უკან დაბრუნების საკითხი. გრანტის დაბრუნების შემთხვევაში, ხდება კაპიტალის შემადგენლობიდან (ფონდების ანგარიშიდან) მისი ჩამოწერა უკუგატარებით:

დ - ფონდები 5110/5210/5310
კ - ფული სალაროში/ფული საბანკო ანგარიშებზე
(ფულადი სახსრების შემთხვევაში)
ან:
დ - გრძელვადიანი აქტივების ფონდი 5220/5320
კ - ძირითადი საშუალებები
(არაფულადი სახსრების შემთხვევაში)

*** სახელმწიფო დაფინანსება -** სახელმწიფო მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში წარმოადგენს არაკომერციული (არასამეწარმეო) ორგანიზაციების შემოსავლების ფორმირების ერთ-ერთ ძირითად წყაროს. საერთოდ, მსოფლიო პრაქტიკაში განასხვავებენ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების დაფინანსების შემდეგ ალტერნატიულ მოდელებს:

– ერთპროცენტიანი მოდელი — როდესაც გადასახადის გადამხდელების მიერ გადახდილი გადასახადებიდან ერთი პროცენტი მიიმართება არაკომერციული ორგანიზაციების დასაფინანსებლად;

– სახელმწიფო სუბსიდიები და გრანტები — როდესაც სახელმწიფო არაკომერციულ ორგანიზაციებზე გასცემს თანხებს სუბსიდიის ან გრანტების სახით;

– სახელმწიფო შესყიდვები – როდესაც სახელმწიფო საქონლისა და მომსახურების (ძირითადად, სოციალური ხასიათის მომსახურებების) შეძენას ახორციელებს არაკომერციული ორგანიზაციებისგან.

ჩვენდა სამწუხაროდ, უნდა ითქვას ის, რომ საქართველოში სახელმწიფოს მიერ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების დაფინანსების წილი მიზერულია. დღევანდელი საქართველოს სინამდვილეში არაკომერციულ ორგანიზაციებს ნაკლებად მიუწვდებათ ხელი სახელმწიფოს ფულად დახმარებებსა და დაფინანსების წყაროებზე. ეს იმიტომ, რომ ქვეყანა ჯერ კიდევ ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პროცესში იმყოფება, არ არსებობს შესაბამისი საკანონმდებლო გარემო, სახელმწიფო სათანადო დონეზე ვერ უზრუნველყოფს მოსახლეობის ელემენტარული სოციალური თუ საყოფაცხოვრებო მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, რომ აღარაფერი ვთქვათ მაღალ მატერიებზე, არ არსებობს არც იმის საშუალება, რომ სახელმწიფომ ესა თუ ის პროექტი დააფინანსოს, განსხვავებით საზღვარგარეთის ქვეყნებისგან, სადაც ნებისმიერი ხელისუფლების პრეროგატივად მესამე სექტორის განვითარებისათვის ხელშეწყობა და მატერიალური მხარდაჭერის აღმოჩენა ითვლება.



ვინაიდან, არასამეწარმეო სექტორის არსებობას საქართველოში არც თუ ისე დიდი ხნის ისტორია გააჩნია, შესაბამისად, მოუწესრიგებელია არაკომერციული ორგანიზაციების საფინანსო-სამეურნეო საქმიანობასთან დაკავშირებული ურთიერთობებიც, რაც სათანადო საკანონმდებლო ბაზისა და მეთოდოლოგიის არარსებობაში გამოიხატება. ეს, უპირველეს ყოვლისა, განპირობებულია იმით, რომ თანამედროვე მსოფლიოსთვის კარგად ნაცნობი და ჩვენთვის ჯერ კიდევ უცხო სტრუქტურული ერთეულის არსებობისთვის შესაბამისი ნიადაგი ჯერჯერობით არ არსებობს. სწორედ ამიტომ, მიმდინარე ეტაპზე სახელმწიფომ რაც შეიძლება მეტი ყურადღება უნდა დაუთმოს არასამეწარმეო სექტორის განვითარებას - კანონიერების ჩარჩოში მოქცევით, ამ სფეროში მისი მხრიდან დაფინანსების გაზრდით და აღრიცხვა-ანგარიშგების მოწესრიგებით, რამაც შეიძლება ბიძგი მისცეს საზოგადოებრივი სექტორის განვითარებას, რაც საბოლოო ჯამში, სამართლებრივი სახელმწიფოს ჩამოყალიბებას შეუწყობს ხელს.



ეკა ჯიმშელაძე

რატომ არ ენდობიან ბანკები... საქმიან ქალებს!

ეკლესია, ბავშვები და სამზარეულო - დიდი ხანი არაა, რაც ქალები გასცდნენ ათასწლეულების განმავლობაში შემოფარგლულ ამ წრეს, საქმიანი ურთიერთობების სადავეების ხელში ჩაგდება მოისურვეს და გარკვეულ წარმატებებსაც მიაღწიეს. საინტერესოა, როგორ შეეგუა ამ მოვლენას მამაკაცი, რომელიც საუკუნეების მანძილზე ფიქრობდა, რომ ქალი მხოლოდ ოჯახში საფუსფუსოდ იყო გაჩენილი? ან როგორ გრძნობს თავს თავად ემანსიპირებული ქალი ახალ ამბლუაში და რა სახის პრობლემებს აწყდება იგი და რაც მთავარია, ხომ არ ეწინააღმდეგება ბიზნესში ქალის ასეთ აქტიურ ჩართვას ეკლესია?

ისტორიულად, ოჯახში შემომტანი მამაკაცი იყო, რაც, უმთავრესად, ოჯახის წევრების გამოკვების აუცილებლობამ განაპირობა. მართალია, საქმიანი ქალების მიზანიც მატერიალური შემოსავალია, მაგრამ მანდილოსნების ბიზნესში ჩართვის არც თუ ისე უმნიშვნელო, ზოგჯერ კი, უმთავრესი მიზეზი საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაციის მძაფრი სურვილი და საკუთარი თავისადმი რწმენის განმტკიცებაა. გულახდილად რომ ვთქვათ, **საქართველოში მცხოვრები ქალების ერთ ნაწილს „კარგ ცხოვრებად“ ჯერ კიდევ „სარფიანი გათხოვება“ წარმოუდგენია.** თუმცა, მანდილოსნების მეორე ნაწილი თვითრეალიზაციამდე ოჯახის შექმნას არ ჩქარობს და მიიჩნევს, რომ წარმატებული და თვითდაჯერებული ქალი ოჯახშიც და საზოგადოებაშიც გაცილებით ღირსეულ ადგილს დაიმკვიდრებს.

თუმცა, თვითრეალიზაცია იქით იყოს და, ბევრ ქალბატონს საკუთარი საქმე გამოუვალმა მდგომარეობამ და თვითგადარჩენის სურვილმა დააწყებინა. თამამად შეიძლება ითქვას, რომ სწორედ ქართველი ქალის შრომამ და თავდადებამ გადაარჩინა ერი დიდ დეპრესიას და არაერთი ეკონომიკური კრიზისი ასე თუ ისე გადაატანინა ქვეყანას. ეკონომიკური გაჭირვების გამო იძულებით წამოწყებული მცირე ბიზნესი მანდილოსნების გარკვეულმა ნაწილმა შესანიშნავად ააწყო. არაერთხელ მსმენია: ზოგიერთ ქალბატონს მეწარმეობის ისეთი ნიჭი და ალღო აღმოაჩნდა, რომ აღარც კი ახსოვთ დრო, როდესაც თავიანთ უმაღლესი განათლების დამადასტურებელ დიპლომს მისტიროდნენ, თავს უბედურ არსებებად მიიჩნევდნენ და ასკვნიდნენ, რომ ცხოვრებაში არ გაუმართლათ...

ისე, არც თუ ისე დიდი ხნის წინათ საქმიანი და აქტიური ქალბატონი ბევრ ქართველ მამაკაცს აღიზიანებდა. უკანასკნელ პერიოდში კი, ასეთი მამაკაცების რიცხვი შემცირდა და ძლიერი სქესის წარმომადგენლები, საჭიროების შემთხვევაში, ამა თუ იმ ბიზნეს-ლედის სერიოზულ და ანგარიშგასაწევ პარტნიორად აღიარებასაც კი არ ერიდებიან. ექსპერტთა ნაწილი მიიჩნევს, რომ **მეწარმე ქალები მამაკაცებთან შედარებით გაცილებით კანონმორჩილები არიან, ხელქვეითებზეც უკეთ ზრუნავენ და, ამავე დროს, კრიმინალური სტრუქტურების მხრიდან ნაკლებ ზეწოლას განიცდიან.**

საქართველოში ბიზნესის სფეროში გენდერული ბალანსის საკითხი სულ ახლახან საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციამაც წამოწია. დისკუსიისას ერთ-ერთ ყველაზე პრობლემატურ საკითხად ბანკების მიერ ქალბატონებზე სესხების ნაკლები ენთუზიაზმით გაცემა გამოიკვეთა, **რადგან ბანკები, რატომღაც, უსამართლოდ მიიჩნევენ, რომ ქალებს მამაკაცებთან შედარებით წარმატების მიღწევის ნაკლები შანსი გააჩნიათ.**

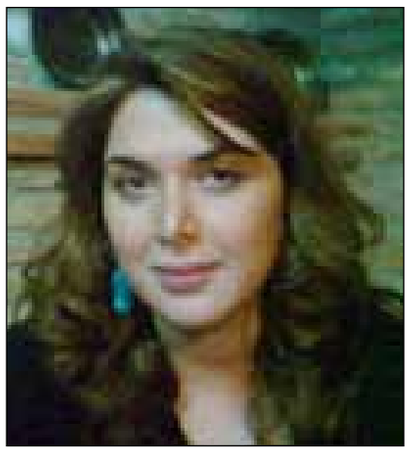
ერთ-ერთი კვლევის თანახმად, პრივატიზაციის შედეგად საქართველოში მცხოვრებ ქალთა მხოლოდ 25 პროცენტი ითვლება მესაკუთრედ, ისიც მხოლოდ მცირე საწარმოებისა. ხოლო, მსხვილმასშტაბიან პრივატიზაციაში, რომელიც უცხოელი ინვესტორების მოზიდვით მიმდინარეობს, ქალები იშვიათად ფიგურირებენ. მსხვილი ბიზნესის მფლობელიც მხოლოდ რამდენიმე ქალბატონია. სხვათა შორის, ამ მასალის მომზადებამდე ერთგვარი მინი-გამოკითხვა ჩავატარეთ და რესპონდენტებს (არა საქმიანი წრეების წარმომადგენლებს) ვთხოვეთ, ჩამოეთვალათ მათთვის ცნობილი ბიზნესმენი ქალები. გამოკითხულთა აბსოლუტურმა უმრავლესობამ სამშენებლო

კომპანია **„ცენტრ პოინტის“** ხელმძღვანელი **მაია რჩეულიშვილი** დაასახელა. აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტებმა ასევე ერთხმად აღიარეს, რომ მაია რჩეულიშვილი წარმატებული საქმიანი ქალის კლასიკური მაგალითია, ასე რომ, ქართველი ბიზნეს-ლედის ერთგვარი საიმიჯო პორტრეტიც გამოიკვეთა.

მაგრამ, ნუ დაგვავიწყდება, რომ დასაქმებულ ქალბატონს ნაკლებად რჩება დრო ოჯახის წევრების ან, თუნდაც, საკუთარი თავისთვის. მართალია, გაზრდილი შემოსავალი ბავშვისთვის ძიძის დაქირავების ან სილამაზის სალონებსა და სპა-ცენტრებში თავის მოვლის საშუალებას იძლევა, მაგრამ საქმიანი ქალის ცხოვრების რიტმი ძალიან დაძაბულია და, შესაძლოა, სერიოზული სტრესისა და გადაღლის, ხშირად კი მძიმე დეპრესიის მიზეზადაც იქცეს. მაგალითად, სექსოპათოლოგები აცხადებენ, რომ მათ დახმარებისთვის ყველაზე ხშირად სწორედ საქმიანი ქალები მიმართავენ. ბიზნესი ხომ აზარტული თამაშივითაა, რომელიც აგრერიგად იზიდავს ყველას, თუმცა, უზარმაზარ ენერგიას, დროსა და ყურადღებას მოითხოვს. დახარჯულ ენერგიას კი აღდგენა სჭირდება, რისთვისაც ბიზნეს-ლედიმ საკუთარი დასვენება, აქედან გამომდინარე კი, ჯანმრთელობაც, უმნიშვნელოვანეს საქმიან გარიგებასავით აწონილ-დაწონილად უნდა დაგეგმოს. დასვენებული გონებითა და აღდგენილი ძალებით კი კვლავ დაუმტკიცოს მამაკაცებსა და, უპირველესად, საკუთარ თავს, რომ პროფესიონალიზმს სქესი არ გააჩნია...

სალომე ჭელიძე, რესტორან „გორგასლის” მფლობელი:

– მამის დანატოვარ რესტორანს ვმართავ და საკმაოდ კომფორტულად ვგრძნობ თავს ჩემს ბიზნესში. თუმცა, საქმე ნამდვილად ბევრი მაქვს, რადგან 20 წლის რესტორანი, რომელიც უძველეს ნაგებობაშია განთავსებული, განსაკუთრებით პოპულარული გახდა მას შემდეგ, რაც საქართველოსა და ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტებმა მიხეილ სააკაშვილმა და ჯორჯ ბუშმა სწორედ “გორგასალში” ივახშმეს. მხოლოდ ერთადერთი პრობლემა მაქვს: ძალიან დიდ დროს მართმევს ბიზნესი და ჩემს სამი წლის შვილთან ურთიერთობისთვის საკმარის დროს არ მიტოვებს. რამდენიმე ჩემი მეგობარი გოგონაც თავადაა დაკავებული ბიზნესით და ისინიც დროის ნაკლებობას უჩივიან. მოდუნების უფლება კი ნამდვილად არ მაქვს!.. მამა არაჩვეულებრივად სწორად მართავდა ამ ბიზნესს და მეც მსურს, კარგად გამომივიდეს, შემდეგ კი ჩემს შვილს გადავაბარებ. კონკურენცია ძალიან დიდია, ამიტომ განსაკუთრებული ძალისხმევა მმართებს: თითქმის ყველა სტუმართან თავად მივდივარ და ვეკითხები, ხომ არ აქვთ შენიშვნები, რადგან ზოგჯერ, შეიძლება, ოფიციანტმა ჩემამდე არ მოიტანოს რაიმე ამბავი. სიამაყით მინდა აღვნიშნო, რომ აქამდე ჯერ შენიშვნებით არც ერთ კლიენტს არ მოუმართავს...



ის, რომ მე ვარ ქალი, საკმაოდ მიადვილებს ურთიერთობას საქმიან პარტნიორებთანაც და კლიენტებთანაც. მით უმეტეს, რომ ჩვენი რესტორნის სტუმრები, უმთავრესად, დიპლომატები, მთავრობისა და პარლამენტის წევრები არიან. საქმიან შეხვედრებზეც უპირატესობას ვგრძნობ: უკეთ მისმენენ. ერთი სიტყვით, ქართველ გოგონებს ბიზნესი არაჩვეულებრივად გამოსდით!

თამარ გორგოძე, კომპანია „რიკო ექსპრესის“ დირექტორი:

– ამ ბოლო დროს დამკვიდრდა ის ტენდენცია, რომ ქალი ნელ-ნელა წამყვან ადგილს იკავებს ბიზნესში. სხვათა შორის, მამაკაცები დიდი სიამოვნებით გვითმობენ ასპარეზს, რა თქმა უნდა, შესაბამისი განათლების, მონდომებისა და შრომისმოყვარეობის საფუძველზე. ხელს კი ჩემი საქმე ნამდვილად არაფერში არ მიშლის, მიუხედავად იმისა, რომ ორი შვილის დედა ვარ. როდესაც ახლობლების ხელშეწყობასა და თანადგომას გრძნობ, ოჯახსაც დაუთმობ სათანადო დროს და კარიერის გაკეთებასაც მოახერხებ! ჩემს ირგვლივაც უამრავი წარმატებული მანდილოსანია, ასე რომ, ნამდვილად გზა გაგვეხსნა!.. ისე, ალბათ, ქართველი მამაკაცის ხასიათის დამსახურებაცაა, რომ ქალებს მეტად გვისმენენ, გვეთანხმებიან და ანგარიშსაც გვიწევენ...



გოგი თოფაძე, ბიზნესმენი:

– ქალების ემანსიპაცია დღეს მისაღებია საქართველოში!.. მე უამრავ ქალს ვიცნობ, რომელიც წარმატებულ ბიზნესს ეწევა: ქართველი ქალი ხომ ყოველთვის აქტიური იყო! დღეს, ჩვენდა სამწუხაროდ, ყველა მისჩერებია ტელევიზორს და ქართველი ქა-



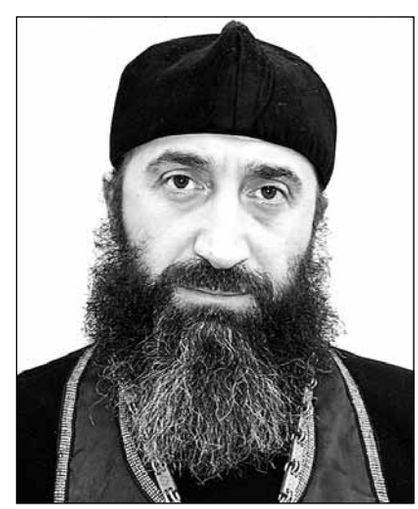
ლების უმეტესი ნაწილი, როგორც მინიმუმი, მარგარეტ ტეტჩერივით ერკვევა პოლიტიკაში. არადა, ნამდვილად აჯობებდა, ასეთი აქტიურობა ბიზნესში გამოეჩინათ, რადგან ქართველი ქალის გონება, მისი ვალდებულებები ოჯახისა და ქვეყნის წინაშე ძალიან მაღალია. საოცრად მსიამოვნებს, როდესაც ვხვდები წარმატებულ ბიზნესმენ ქალბატონებს და ვისურვებდი, რომ მათი რიცხვი გაიზარდოს. არ დაგავიწყდეთ, რომ ქართველი მამაკაცი მანდილოსანს ყოველთვის გამორჩეულად ექცეოდა და ბიზნესშიც ბევრს დაუთმობს. ასე რომ, თავს ნუ იჩაგრავთ! მერწმუნეთ, წარმატებულები იქნებით, თქვენი ქალური თვისებები კი ამაში მხოლოდ დაგეხმარებათ!

მამა გიორგი (სხირტლაძე), წმინდა იოანე ღვთისმეტყველის სახელობის ტაძრის დეკანოზი:

– ღმერთმა ადამიანი შექმნა ქალად და კაცად, თანასწორუფლებიან სულებად. მათ შორის კნინობითი ხარისხი არ არსებობს: უბრალოდ, პირველად კაცი შეიქმნა. ადამის შეცოდების შედეგად ქალსა და კაცს შორის დარღვეული კავშირი ქრისტეს განკაცების შემდეგ ჯვრისწერის საიდუმლოში აღდგა. ამგვარად, ჯვრისწერის შემდეგ, ქალი ემორჩილება მამაკაცს, როგორც უფალს – ისევე, როგორც ეკლესია – უფალს. მართალია, ცოლი ემორჩილება ქმარს და უპირატესი ქმარია, მაგრამ ისინი ერთი ორგანიზმის ორი „მე“ არიან. ამიტომ, ქალს, როგორც საზოგადოების სრულუფლებიან წევრს, იგივე ქრისტიანული ძალისხმევის უფლება აქვს, როგორც მამაკაცს. მანდილოსანსაც ისევე ევალება ღვთის ხატებისა და მსგავსების მიღწევა და თავისი თავისუფალი ნების წაღმა გამოყენება, როგორც ეს ევალება კაცს.

ნებისმიერი საქმიანობა კი, იქნება ეს ბიზნესი, მეცნიერება თუ ხელოვნება, რასაკვირველია, სწორად, ქრისტიანულად გამოყენებისას ღვთის სადიდებლად და სულის საცხონებლად ქალისათვის ისევე უპრიანია, როგორც კაცისათვის.

არ შეიძლება ადამიანების დაყოფა ბიზნესმენ კაცებად და ბიზნესმენ ქალებად. არიან მორწმუნე და ურწმუნო ადამიანები, რომლებიც წაღმა ან უკუღმა, კეთილად თუ ბოროტად იყენებენ ღვთის მიერ ბოძებულ იმ ნიჭებს, რომელიც სულიწმინდამ მათ ნათლობის საიდუმლოს დროს მისცა: 7 ნიჭი (შიში ღვთისა, ღმრთისმსახურება, ძლიერება, ზრახვა, მეცნიერება, გულისხმიერება და სიბრძნე), რომელიც მათ 9 ნაყოფის (სიყვარული, სიხარული, მშვიდობა, სულგრძელობა, სიტკბოება, სიკეთე, სარწმუნოება, მყუდროება და მოთმინება) სახით უნდა გამოიღონ. ნათლობის დროს მიცემული ამ 7 ნიჭის სულიწმინდის 9 ნაყოფად გადაქცევა სავალდებულოა ქალისთვისაც და მამაკაცისთვისაც. არა აქვს მნიშვნელობა, რა სახის ჯვარმტვირთველობას გადის ადამიანი მიწიერ ცხოვრებაში – ბიზნესმენია იგი, პოლიტიკოსი, ხელოვანი, მზარეული, დამლაგებელი, თუ დიასახლისი... მთავარია, რასაც იგი აკეთებს, გააკეთოს თავისი უფლის სადიდებლად და სულის საცხონებლად და სამშობლოს, ოჯახის, მოყვასის სასიკეთოდ, ხოლო თვითონ გახდეს უკეთესი, ვიდრე არის და მიიღოს განღმრთობით ანუ თეოზისის გლობალურ პროცესში მონაწილეობა: **აღასრულოს ღვთის ნება მის ცხოვრებაში, რომლითაც ის ჯვარმტვირთველობას განახორციელებს, შეძლოს თავისუფალი ნების სწორი რეალიზაცია. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დღეს, როდესაც თანამედროვეობაში ქალის პოზიცია კიდევ უფრო გაძლიერდა და წინა პლანზე გადმოვიდა, სწორედ დღეს ევალება ქრისტიან მანდილოსანს ღვთის მცნებების სწორად განხორციელება თავის ცხოვრებაში, მით უმეტეს, ბიზნესში**. ქრისტიანი და მორწმუნე ადამიანები არა მხოლოდ ბიზნესში, არამედ პოლიტიკაში და ნებისმიერ სხვა, ვითომდა “ბინძურ” სფეროში უფრო საჭიროა. არ არსებობს ბინძური და ცუდი სპეციალობა ქალისათვის ან მამაკაცისათვის, არამედ არსებობს ადამიანი, რომელიც თავისი გაფუჭებულობის ან წესიერების მიხედვით იღებს რეალობას. ასე რომ, ეკლესია სულაც არ ებრძვის და არ ეწინააღმდეგება ქალის აქტიურ ჩართვას ბიზნესში, თუკი მანდილოსანი ამას იყენებს ღვთის სადიდებლად და სულის საცხონებლად და არა მარტო თავისი მესაკუთრული ინსტინქ-



ტების დასაკმაყოფილებლად. პირიქით, წარსულშიც და თანამედროვეობაშიც მდიდარი ქალბატონების ქველმოქმედების უამრავი მაგალითი არსებობს, როდესაც მანდილოსანმა თავისი დედობრივი, ნაზი სულითა და შეგრძნებებით უამრავი სიკეთე გააკეთა იქ, სადაც მამაკაცმა ვერ იგრძნო და ვერ განახორციელა. ეკლესია სიკეთეს ქალშიც აკურთხებს და კაცშიც, თუკი იგი ღვთის სადიდებლად და სულის საცხონებლად იქნება მიმართული.

როგორ დავძლიოთ მასობრივი უმუშევრობა



ამ ქვეყნად ყველაზე ფასეული ადამიანისეული ჯაპიტალია. მნიშვნელოვანწილად სწორედ მისი გამოყენების ეფექტიანობა განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიკურ სიძლიერესა და მოსახლეობის კეთილდღეობის დონეს. დღეისათვის როგორი ვითარებაა ამ მხრივ საქართველოში? - ცხადია, სრულიად არადამაკმაყოფილებელი.

ეს დასტურდება ფაქტობრივი მონაცემებით. 2006 წელს საქართველოში უმუშევარი იყო, შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (შსო) მკაცრი კრიტერიუმით,[1] 274,5 ათ., ხოლო შერბილებული კრიტერიუმით[2] – 326,4 ათ. კაცი, რაც შეადგენდა: 15 წელზე უფროსი ასაკის მოსახლეობის მიმართ, შესაბამისად, 84%-სა და 10%-ს, მკაცრი კრიტერიუმით გაანგარიშებული ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის მიმართ – 13,6-სა და 16,1%-ს, ხოლო შერბილებული კრიტერიუმით გაანგარიშებული ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის მიმართ – 13,2-სა და 15,7%-ს.

უმუშევართა გადაადგილება რეგიონების მიხედვით მკვეთრი უთანაბრობით ხასიათდება. 2006 წელს მათი 41,4% ქ. თბილისზე მოდიოდა. მეორე ადგილზე იყო იმერეთი (რაჭა-ლეჩხუმ-ქვემო სვანეთის ჩათვლით) – 14,9%. დანარჩენ რეგიონებში უმუშევრობის დონე ასეთი თანმიმდევრობით წარმოგვიდგებოდა: ქვემო ქართლი – 9,3%, კახეთი – 7,7%, აჭარა – 7,5%, სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 5,8%, შიდა ქართლი – 5,5%, მცხეთა-მთიანეთი – 3,4%, სამცხე-ჯავახეთი – 2,8% და გურია 1,8%.[3]

როგორც ამ მონაცემებიდან ჩანს, ქ. თბილისში გაცილებით მეტი უმუშევარია, ვიდრე აჭარაში, გურიაში, კახეთში, სამცხე-ჯავახეთში, სამეგრელო-ზემო სვანეთში, ქვემო ქართლსა და შიდა ქართლში ერთად აღებული. ეს, ქვეყნის მოსახლეობის საერთო რიცხოვნობაში, თბილისის მოსახლეობის ხვედრითი წონის გათვალისწინებით, თითქოს კანონზომიერია, მაგრამ რეალურ მდგომარეობაზე სრულ წარმოდგენას მაინც ვერ იძლევა. საკითხის არსში უფრო ღრმად გარკვევისთვის მიზანშეწონილია უმუშევრობის დონის რეგიონულ ჭრილში განხილვა. 2006 წელს იგი შეადგენდა (%-ობით): ქ. თბილისში 18,2, აჭარაში – 12,3, გურიაში – 2,5, იმერეთში (რაჭა-ლეჩხუმ-ქვემო სვანეთის ჩათვლით) – 7,2, კახეთში – 4,8, სამცხე-ჯავახეთში – 3,7, სამეგრელო-ზემო სვანეთში – 7,1, ქვემო ქართლში – 9, მცხეთა-მთიანეთში – 11,5. ამ მონაცემებიდან შეიძლება დავასკვნათ, რომ 15 წლისა და უფროსი ასაკის ყოველ ათას კაცზე ქ. თბილისში ბევრად უფრო მეტი უმუშევარია, ვინემ საქართველოს ნებისმიერ სხვა რეგიონში.

რაც შეეხება უმუშევართა სქესობრივი ნიშნის მიხედვით დაყო-

1 **შსო-ს მკაცრი კრიტერიუმით, უმუშევრად ითვლება 15 წლისა და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც გამოსაკვლევი კვირის განმავლობაში არ არის დასაქმებული, ბოლო ოთხი კვირის განმავლობაში აქტიურად ეძებს სამუშაოს და შოვნის შემთხვევაში მზად არის შეუდგეს მუშაობას უახლოესი ორი კვირის განმავლობაში. ამასთან, რეგისტრირებულია დასაქმების სამსახურში საცხოვრებელი ადგილის მიხედვით და სახელმწიფოსგან ღებულობს უმუშევრობის შემწეობას.**

2 **შსო-ს შერბილებული კრიტერიუმით, უმუშევრად ითვლება 15 წლისა და უფროსი ასაკის არა მარტო ის პირი, რომელიც გამოსაკვლევი კვირის განმავლობაში არ არის დასაქმებული და ბოლო ოთხი კვირის განმავლობაში აქტიურად ეძებს სამუშაოს, არამედ ისიც, რომელიც გამოსაკვლევი კვირის განმავლობაში არ არის დასაქმებული და ბოლო ოთხი კვირის განმავლობაში არ ეძებს სამუშაოს, რადგანაც გადაეწურა შოვნის იმედი, მაგრამ მისი შოვნის შემთხვევაში მზად არის შეუდგეს მუშაობას უახლოესი ორი კვირის განმავლობაში.**

3 **საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით.**

ფას: 2005 წელს საქართველოში უმუშევარი იყო 159,2 ათ. მამაკაცი (57%) და 120,1 ათ. (43%) – ქალი. უმუშევრობის დონე კი შეადგენდა: მამაკაცებში 14,8-ს, ხოლო ქალებში – 12,6%-ს.[4] ამ საშუალო მაჩვენებლებს 13,7 პროცენტით, აღემატებოდა მამაკაცების მიხედვით თბილისის შესაბამისი მაჩვენებელი აჭარისა – 7,1, და მცხეთა-მთიანეთისა – 1,3 პროცენტით, დანარჩენი რეგიონების მაჩვენებლები საგრძნობლად დაბალი. ქალთა უმუშევრობის დონე ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელს აღემატებოდა მხოლოდ თბილისსა და აჭარაში, სხვაგან კი მნიშვნელოვნად ჩამორჩებოდა მას.

ფაქტობრივი მასალის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ უმუშევრობა უფრო ქალაქისთვისაა დამახასიათებელი, ვიდრე სოფლისთვის. ასე, მაგალითად, 2005 წელს საქართველოში უმუშევარი იყო 58,7 ათ. (21%) სოფლის, ხოლო 220,6 ათ. (79%) ქალაქის მოსახლე. ეს ძირითადად იმით აისახება, რომ სოფლის მოსახლეობა უფრო ადვილად აკმაყოფილებს დასაქმებულის სტატუსისათვის წაყენებულ მოთხოვნებს, ვიდრე ქალაქისა.

როგორც ირკვევა, უმუშევართა შორის ყველაზე მაღალი ხვედრითი წონითაა წარმოდგენილი 20-დან 49 წლამდე ასაკის, ანუ განსაკუთრებით მაღალშრომისუნარიანი ნაწილი მოსახლეობისა, შემდეგ მოდის 50-დან 59 წლამდე ასაკის მოსახლეობა. საგრძნობლად დაბალია ხვედრითი წონა 20 წლამდე, 65 წლისა და უფროსი ასაკის მოსახლეობისა, რაც კანონზომიერი მოვლენაა.

უმუშევართა კვალიფიკაციაზე გარკვეულ წარმოდგენას იძლევა მათი დაყოფა განათლების დონის მიხედვით. 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის მონაცემებით, ქვეყნის მასშტაბით უმუშევართა (619 ათ. კაცი) შორის უმაღლესი და დაუმთავრებელი უმაღლესი განათლება ჰქონდა 32,7%-ს (მ.შ. მეცნიერებათა დოქტორი იყო 82, ხოლო მეცნიერებათა კანდიდატი 740), საშუალო პროფესიული განათლება – 10%-ს, საშუალო სრული ზოგადი განათლება – 35,3%-ს.[5]

აღსანიშნავია, რომ აღწერის მონაცემებით, უმუშევართა საერთო რიცხოვნობიდან შრომისუნარიანი ასაკისა იყო 97,1%, ხოლო არაშრომისუნარიანი ასაკის 2,9%. დასაქმებული არაშრომისუნარიანები (არასრულწლოვანები, პენსიონერები და სხვ.), როგორც წესი, უმუშევართა კატეგორიას არ განეკუთვნებიან, მაგრამ შსო-ს მოქმედი მეთოდიკით, ისინი რატომღაც უმუშევრებში არიან ჩათვლილი.

სტატისტიკის დეპარტამენტის ოფიციალური მონაცემები, ჩემი აზრით, ხელოვნურადაა შემცირებული და რეალურ მდგომარეობას ვერ ასახავს. ასეთი რადიკალური დასკვნის საფუძველს მაძლევს შემდეგი გარემოებანი: **ჯერ-ერთი,** თვითდასაქმებულთა კატეგორიაში (განსაკუთრებით სოფლად) **ბევრი ფაქტიურად უმუშევარიცაა** ჩათვლილი, რამდენადაც, შსო-ს მოქმედი მეთოდიკით, **„თვითდასაქმებად ითვლება მესაკუთრის საქმიანობა გამოსაკვლევ პერიოდში მოგების ან ოჯახური შემოსავლის (ფულით ან ნატურით) მიღების მიზნით“.** სხვა რა ახსნა შეიძლება მიეცეს იმ ფაქტს, რომ 2006 წელს დასაქმებულთა შორის თვითდასაქმებულთა ხვედრითი წილი ქ. თბილისში შეადგენდა 17,6%-ს, გურიაში კი – 86,7%-ს; **მეორე, ფარული** (ჩრდილოვანი) უმუშევრობის სოლიდური მასშტაბები. საქართველოში ბევრია უმოქმედო და ნაწილობრივ ფუნქციონირებაში მყოფი საწარმოები, რომელთა თანამშრომლები **უვადო და უხელფასო შვებულებაში იმყოფებიან**. ისინი ფორმალურად დასაქმებულად ითვლებიან (ოფიციალურად არ არიან დათხოვილი სამუშაოდან), მაგრამ სინამდვილეში უმუშევრები არიან; **მესამე,** შსო-ს მეთოდიკით, დასაქმებისკენ აქტიურად მსწრაფი **შრომისუნარიანი მოქალაქეც კი არ ითვლება უმუშევრად**, თუ ის ოფიციალურად არაა რეგისტრირებული სახელმწიფო სტრუქტურებში და არ ღებულობს უმუშევრობის შემწეობას (დახმარებას). სამწუხაროდ, ეს შემწეობა და დასაქმების სამსახურის მომსახურება იმდენად უმნიშვნელო და არაეფექტური იყო, რომ უმუშევრები ნაკლებად მიმართავდნენ მას (მაგალითად, მოსახლეობის უკანასკნელი აღწერის მომენტისათვის საქართველოში იმათ შორის, ვინც უმუშევრად მიიჩნევდა თავს, შესაბამის შემწეობას მხოლოდ 0,7% ღებულობდა). დღეისათვის ეს სამსახური გაუქმებულია (ჩემი ღრმა რწმენით, გაუქმებას მისი ქმედუნარიანობის ამაღლება აჯობებდა!); მეოთხე, ასევე შსო-ს მკაცრი კრიტერიუმით, უმუშევართა რიცხოვნობაში **არ შეჰყავთ ის დაუსაქმებელი პირები, რომლებიც ბოლო ოთხი კვირის განმავლობაში არ ეძებდნენ სამუშაოს**, რადგან გადაეწურათ შოვნის იმედი, მაგრამ მისი შოვნის შემთხვევაში მზად არიან შეუდგნენ მუშაობას უახლოესი ორი კვირის განმავლობაში. ოფიციალური სტატისტიკით, უმუშევართა ასეთი კატეგორია საქართველოში 2006 წელს 51,9 ათ. კაცს შეადგენდა.

ადამიანისეული კაპიტალის არარაციონალურ გამოყენებას, ე.ი. მოსახლეობის მასობრივ დაუსაქმებლობასა და უმუშევრობის მაღალ დონეს, ჩვეულებრივ, თან სდევს რიგი ნეგატიური შედეგებისა:

– ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის არასრული გამოყენება. უწარმოებელი პროდუქცია. მაშინ არის, როცა ეკონომიკას არ ძალუძს საკმარისი სამუშაო ადგილების შექმნა. ეკონომისტები ამ **უწარმოებელ პროდუქციას** გამოხატავენ როგორც მთლიანი შიგა პროდუქტის დანაკარგს. ეს დანაკარგი ის მოცულობაა, რომლითაც ფაქტიური მთლიანი შიგა პროდუქტი ნაკლებია პოტენციურზე, ანუ რეალურად შესაძლებელზე.

მაკროეკონომიკის აღიარებულმა სპეციალისტმა **არტურ ოუკენმა** მათემატიკურად გამოხატა თანაფარდობა უმუშევრობის

4 **შრომის ბაზარი, 2003-2005, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2006, გვ.55.**

5 **საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის შედეგები, ტ. III, ნაწ, თბილისი, 2004 წ. გვ.4.**

დონესა და მთლიანი შიგა პროდუქტის დანაკარგს შორის. ეს თანაფარდობა ცნობილია **ოუკენის კანონის** სახელწოდებით და გვიჩვენებს: **თუ უმუშევრობის ფაქტიური დონე ბუნებრივ დონეზე 1 პროცენტით მეტია, მთლიანი შიგა პროდუქტის დანაკარგი 2,5%-ს შეადგენს.** მაშასადამე, უმუშევრობის ფაქტიური დონე ისე შეეფარდება შიგა ეროვნული პროდუქტის დანაკარგს, როგორც 1:2,5, ანუ 2:5-ს.

ამ თანაფარდობის მიხედვით შეიძლება გამოვთვალოთ მთლიანი შიგა პროდუქტის აბსოლუტური დანაკარგები. მაგალითად, თუ გავიზიარებთ (და ამის სრული საფუძველი არსებობს) იმ აზრს, რომ უმუშევრობის ფაქტიური დონე საქართველოში 2005 წელს შეადგენდა 40%-ს, მაშინ იგი 34 პროცენტული პუნქტით იქნებოდა მეტი უმუშევრობის ბუნებრივ დონეზე (6%). ამ ნამეტს (34%-ის) ოუკენის კოეფიციენტზე (2,5) გამრავლებით მივიღებთ 85%-ს, რაც შეადგენს 2005 წელს მთლიანი შიგა პროდუქტის დანაკარგს – 9,9 მლრდ ლარს, რამდენადაც ამ წელს ფაქტიურად წარმოებული იქნა სულ 11,6 მლრდ ლარის მთლიანი შიგა პროდუქტი;

– ოჯახის შემოსავლის მკვეთრი შემცირება და სიღარიბე უმუშევრობის განუყრელი თანამგზავრია, მათი დაძლევის მთავარი პირობა დასაქმებაა.

უმუშევრობა ამცირებს არა მარტო უმუშევრის, არამედ სახელმწიფოს შემოსავალსაც, ვინაიდან სახელმწიფოს მიერ იბეგრება და ბიუჯეტის შევსებას ემსახურება მუშაკის შემოსავალი და არა უმუშევრის მიერ მიღებული დახმარება;

– მუშაკთა დისკვალიფიკაცია. უმუშევრობის გამო თავის პროფესიულ საქმიანობას თუნდაც რამდენიმე თვით (მით უმეტეს, წლობით) მოწყვეტილ ადამიანს საკმაოდ დიდი დრო სჭირდება ადაპტირებისათვის, რათა შრომის მწარმოებლურობის რეალურად შესაძლებელ დონეს მიაღწიოს. დანაკარგები უნდა ვიანგარიშოთ არა მარტო უმუშევრობის, არამედ ადაპტირებისათვის საჭირო პერიოდის მიხედვითაც. ეს იმ შემთხვევაში, როცა წარმოების ტექნოლოგიური პროცესები უცვლელია. თუ წარმოებაში მეცნიერულ-ტექნოლოგიური პროგრესის სიახლეთა დანერგვასაც გავითვალისწინებთ, მისი კვალიფიკაცია აშკარად დაბალი იქნება წარმოების ახალ მოთხოვნებთან შედარებით და მან ხანგრძლივი გადამზადება უნდა გაიაროს;

– ადამიანის ფსიქიკის შერყევა. უმუშევრობა, მედიკოსთა დასკვნით, საგრძნობლად არყევს ადამიანის ფსიქიკას. უმუშევარი (მითუმეტეს, თუ იგი ოჯახის მარჩენალია) მძიმე სტრესულ მდგომარეობაშია. მას, მატერიალურ სიდუხჭირესთან ერთად, მორალური მხარეც აფორიაქებს, დღედაღამ ამ მდგომარეობიდან თავის დაღწევაზე ფიქრობს, ნერვიულობს და, თუ დიდხანს გაგრძელდა ეს პროცესი, ფსიქიური ტრავმის გარდა, საერთოდ ეთიშება მოქმედი სამუშაო ძალის შემადგენლობას. უმუშევრობა ოჯახში მეუღლეებს შორის კონფლიქტების წარმოშობის წყაროცაა;

– მიგრაციის პროცესის დაჩქარება და მასშტაბების გაფართოება. გასული საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისიდან დღემდე საქართველოდან მიგრაციამ ერთ მილიონ კაცს გადააჭარბა და ადვილი მოსალოდნელია, რომ მათი გარკვეული ნაწილი უკან საცხოვრებლად ისიც მობრუნდება. და ეს მაშინ, როცა, აკად. პ. გუგუშვილის სიტყვებით რომ ვთქვათ, ქართველი ერი თავისი სამშობლოდან ყველაზე ნაკლებ მიგრირებად ერადაა ცნობილი მთელს მსოფლიოში;

– დემოკრატიული კრიზისი და მისი გაღრმავება. უმუშევრობა და სიღარიბე ხელს უწყობს, ერთი მხრივ, შობადობის შემცირებას, ხოლო, მეორე მხრივ, მოკვლადობის ზრდას, რაც აპირობებს დეპოპულაციას, ანუ მოსახლეობის ბუნებრივ კლებას. 1990-2006 წლებში, ყოველ ათას კაცზე გაანგარიშებით, შობადობა შემცირდა 17,1-დან 12 პრომილებამდე, ხოლო მოკვლადობა გაიზარდა 8,3-დან 11 პრომილემდე. მოსახლეობის ბუნებრივმა მატებამ 1 პრომილე შეადგინა.[6]

თუ გავითვალისწინებთ იმ გარემოებას, რომ შობადობის ჯამური კოეფიციენტი ან აღემატება 1,5-ს, მაშინ როცა მოსახლეობის თუნდაც მარტივი აღწარმოებისთვის აუცილებელია არანაკლებ 2,1-ისა, ეს მაჩვენებელი (1 პრომილე) არსებითად დეპოპულაციის გამომხატველია, განსაკუთრებით ქართულ ეთნოსთან მიმართებაში. აი, რატომ ვამბობთ, რომ დღეისათვის საქართველო ერთადერთი



6 **მსოფლიოს მოსახლეობის ბიუროს (ნიუ-იორკი) მონაცემებით.**

ქვეყანაა აზიის კონტინენტზე, ხოლო ერთ-ერთი (11 სახელმწიფოს შორის) ევროპაში, სადაც დაწყებულია დეპოპულაცია და იგი დამოკლეს მახვილივით აქვს დამიზნებული ქართველი ერის ფიზიკურ უწყვეტობას;

– დამნაშავეობის ზრდა. უმუშევრობა (მით უმეტეს, თუ მას ქრონიკული ხასიათი აქვს) ფრიად ხელსაყრელ ნიადაგს ქმნის დამნაშავეობისათვის. დამნაშავეთა უდიდესი უმრავლესობა უმუშევართა რიგებიდანაა. მარტო 2005 წელს დარეგისტრირდა 43,3 ათ. სხვადასხვა სახეობის დანაშაული, რაც 2000 წლის შესაბამის მაჩვენებელს 2,8-ჯერ აღემატება.

ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის, უმუშევრობის ბუნებრივ დონემდე დაყვანისა და საერთოდ ადამიანისეული კაპიტალის მაღალეფექტიანად გამოყენების უზრუნველმყოფ ფაქტორთა შორის აღსანიშნავია:

– ქვეყნის ეკონომიკის აღორძინება და როგორც მატერიალური, ისე არამატერიალური წარმოების სფეროების დაჩქარებული ტემპებით განვითარება. ამისთვის კი აუცილებელია: ადგილობრივი სპეციფიკური პირობების გათვალისწინებით, ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მეცნიერულ პრინციპებზე დამყარებული და კარგად გააზრებული კომპლექსური პროგრამის შემუშავება; პოლიტიკური კლიმატის გაჯანსაღება და, ადგილობრივთან ერთად, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისთვის მასტიმულირებელი გარემოს შექმნა; მეწარმეობის (პირველ რიგში, მცირე და საშუალო ბიზნესის), ქვეყნის ინტერესების შესაბამისად, სწრაფი განვითარების მაქსიმალური წახალისება; ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბება და კონკურენტუნარიანი საექსპორტო წარმოების ასორტიმენტის გაფართოება; ინოვაციური ეკონომიკის მიღწევების დანერგვა, წარმოების აღჭურვა უახლესი ტექნიკითა და ტექნოლოგიებით; საგადასახადო სისტემის სრულყოფა და ფარული (ჩრდილოვანი) ეკონომიკის ლეგალიზებისათვის



პირობების შექმნა; კანონის უზენაესობის დამკვიდრება, სრული წესრიგის დამყარება, დაუსჯელობის სინდრომი მოხსნა და კორუფციის მავნე შედეგებისგან განთავისუფლება;

– შრომის ანაზღაურების სისტემის სრულყოფა და მომუშავეთა ხელფასის, უწინარეს ყოვლისა, საარსებო მინიმუმთან მიახლოება, ხოლო შემდეგ კიდევ უფრო გაზრდა. დაქირავებით დასაქმებულთა დიდი უმრავლესობის შრომის ანაზღაურება ჯერჯერობით ძალიან დაბალია: 2006 წლის სექტემბერში დაქირავებით დასაქმებულ იმ პირთა ხვედრითი წონა, რომელთა ხელფასი თვეში აღემატებოდა 100 ლარს, 24,9%-ს შეადგენდა (მ.შ. 20 ლარზე დაბალი ხელფასის მქონეთა – 4,3%-ს)[7], რაც ვერანაირად ვერ ჩაითვლება დასაქმებულთა პოტენციალის სრულად გამოვლინების მასტიმულირებელ გარემოებად;

– დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის ანაზღაურებაში არსებული მკვეთრი უთანაბრობის გარკვეული ზემოთ ურთიერთმოახლოება. ამ მხრივ რეალურად არსებულ ვითარებაზე ერთგვარ წარმოდგენას იძლევა ასეთი მონაცემები. 2006 წლის სექტემბერში, ქვეყნის მასშტაბით, საშუალო თვიური ხელფასი დაქირავებით დასაქმებული იმ კატეგორიის მუშაკებისა, რომლებმაც გამოიმუშავეს 20 ლარზე ნაკლები, 11 ლარს შეადგენდა, ხოლო იმათ, რომლებმაც გამოიმუშავეს 2000 ლარზე მეტი – 3483,3 ლარს ანუ 316,6-ჯერ მეტს;

– კადრების მომზადების სისტემის სრულყოფა და არსებული (როგორც დასაქმებული, ისე უმუშევართა) **კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება** დღევანდელი გაზრდილი მოთხოვნების გათვალისწინებით;

– მუშაკთა დასაქმება მათი განათლების, სპეციალობისა და კვალიფიკაციის შესაბამისად. ეს მოთხოვნა, სამწუხაროდ, მნიშვნელოვანწილად უგულვებელყოფილია.

აღნიშნული და რიგი სხვა გარემოებები ჩვენს ქვეყანაში ადამიანისეული კაპიტალის გამოყენების სოლიდური რეზერვების არსებობაზე მიგვანიშნებს. სწორედ მათ გამოვლინებასა და პრაქტიკულ რეალიზაციას თვალსაჩინო წვლილის შეტანა შეუძლია სიღარიბის დაძლევის უაღრესად დიდმნიშვნელოვანი ამოცანის გადაწყვეტაში.

ლეო ჩიქავა,
საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი, მეცნიერების დამსახურებული მოღვაწე

7 **საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით.**

წარმატების 6 საიდუმლო

ჯონ ჩამბერსი – სტრატეგიული გადაჯგუფების დიდოსტატი



*ბიზნესის ის ლიდერები, რომლებმაც წარმატებით გადალახეს კრიზისული პერიოდები, ძირითადად ორ სტრატეგიას ეყრდნობოდნენ. ბიზნესის ფილოსოფიის სტრატეგიას ყველაზე ეფექტურად **ჯეკ უელჩი** იყენებდა.*

*სტრატეგიული გადაჯგუფების დიდოსტატად კი **„სისკო სისტემს“**-ის სახელგანთქმული მმართველი **ჯონ ჩამბერსი** ითვლება.*

სტრატეგიული გადაჯგუფება არა მხოლოდ კომპანიის განვითარების მიმართულებების კორექტირებას გულისხმობს, არამედ ასევე ოპტიმალური ბალანსის დამყარებას მწარმოებლურობასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის.

ჯონ ჩამბერსის მთავარ პრობლემას წარმოადგენდა ცოდნა იმისა, თუ როდის მოეხდინა მწარმოებლურობის სტიმულირება და როდის კონცენტრირებულიყო ზრდის ინიციატივაზე. ამ პრობლემის თავისებურება გამოწვეული იყო იმით, რომ „სისკო სისტემს“-ს განსხვავებული სპეციფიკის ბარიერები ჰქონდა გადასალახი, ვიდრე **„ჯენერალ ელექტრიკს“**.

„სისკო სისტემს“-ი იმდენად ეფექტური პროდუქტებით შევიდა ინტერნეტ-ბაზარზე, რომ თავიდანვე მყარი პოზიციები დაიკავა. ხედავდნენ რა კონკურენციის დაბალ დონეს, კომპანიის მესვეურები კონცენტრირებულნი იყვნენ სწრაფი ზრდის სტრატეგიაზე. მაგრამ ზრდის პროპორციულად ნაკლებად უმჯობესდებოდა მწარმოებლურობა. ამიტომ კომპანია მოუმზადებელი შეხვდა 2001 წლის სტრუქტურულ კრიზისს. **დიდი მოცულობის ბრუნვის მიუხედავად, „სისკო სისტემსის“ მოგების ნორმა არ აღმოჩნდა ისეთი მაღალი, რომ კომპანიას გაყიდვების შემცირებისთვის გაეძლო.**

ჯონ ჩამბერსის ამოცანა ამ პრობლემის სწრაფად აღმოფხვრა იყო. ეს კი არც ისე ადვილი აღმოჩნდა, რადგან კომპანია „მიჩვეული“ იყო სწრაფ ზრდას. 2001 წლისათვის „სისკო სისტემსის“ ასაკი მხოლოდ 15 წელს შეადგენდა. მისი ზრდის ტემპი კი ზოგიერთ წელს 70%-ს აღწევდა. **უცებ ასეთი კომპანია გაყიდვების შემცირების პრობლემას წააწყდა და თან საერთო მაკროეკონომიკური კრიზისის გამო და არა იმდენად საკუთარი არაკონკურენტულობის მიზეზით.**

2000 წელს “სისკო სისტემსი” წარმატების მწვერვალზე იმყოფებოდა — კომპანიის პროდუქცია, პროგრამული უზრუნველყოფა და ქსელური მექანიზმი უზრუნველყოფდნენ მთელი ინტერნეტის ინფრასტრუქტურას.

2000 წლის 27 მარტს “სისკო სისტემსი” გახდა ყველაზე მომგებიანი კომპანია მსოფლიოში, რომლის საბაზრო კაპიტალი ინვესტორებმა 531 მილიარდად შეაფასეს. მართალია, კომპანიის ასეთი ლიდერობა მხოლოდ ერთ დღეს გრძელდებოდა, მაგრამ ეს ფაქტი მაინც განსაკუთრებულ მოვლენად მიიჩნიეს.

ერთი წლით ადრე კომპანიას მხოლოდ მეცხრე პოზიცია ეკავა მსოფლიო გიგანტებს შორის.

როდესაც 1995 წელს ჯონ ჩამბერსი სათავეში ჩაუდგა კომპანიას, „სისკო სისტემსის“ კაპიტალი მხოლოდ 9 მილიარდ დოლარს შეადგენდა. სულ რაღაც სამ წელიწადში – 1998 წელს კომპანიის კაპიტალი უკვე 100 მილიარდამდე გაიზარდა. **„მაიკროსოფტ“-საც კი კაპიტალის ასეთ გაათმაგებისთვის 11 წელი დასჭირდა.** „სისკო-სისტემსის“ ყველაზე „ღარიბი“ აქციონერებიც კი მილიონერები გახდნენ კაპიტალის ასეთი ფანტასტიკური ზრდის შედეგად.

საგულისხმოა, რომ 1990 წელს კომპანიის აქცია მხოლოდ 18 დოლარი ღირდა, 2000 წლისათვის კი აქციის ფასმა 80 დოლარს მიაღწია. **ეს იყო ზრდის რეკორდი, რომლის მოხსნაც ჯერ-ჯერობით ვერცერთმა დიდმა კომპანიამ ვერ შეძლო.**

მაგრამ, კომპანიის ზრდის მაჩვენებლებში მაინც შეიმჩნეოდა

არც თუ ისე თვალშისაცემი დისონანსი — ეს იყო კომპანიის ერთობლივი შემოსავლებისა და მოგების ნორმის ზრდის ტემპების მნიშვნელოვანი განსხვავება. 1995 წლიდან 2000 წლამდე კომპანიის ბრუნვა გაიზარდა თითქმის **9**-ჯერ: 2,2 მილიარდიდან 18,9 მილიარდ დოლარამდე, მაგრამ სუფთა მოგების მოცულობა გაიზარდა მხოლოდ თითქმის **5**-ჯერ — 870 მილიონიდან 4,3 მილიარდ დოლარამდე. **2001 წლის კრიზისამდე მხოლოდ ერთი - 2000 წლის განმავლობაში მოგების ნორმა დაახლოებით 4%-ით შემცირდა 1999 წელთან შედარებით.**

თუმცა, ეს დისპროპორცია არავის ადარდებდა — ყველა აღფრთოვანებული იყო ზრდის სწრაფი ტემპებით და დარწმუნებულნი იყვნენ, რომ კომპანია დაპროგრამებულია მხოლოდ განვითარებაზე. მით უმეტეს რომ ინტერნეტ-ბაზარი სანახევროდაც კი არ იყო ათვისებული. ასეთ აჟურულ განწყობებს აძლიერებდა ის ფაქტიც, რომ „სისკო სისტემს“-მა 1999 წლისათვის თითქმის ყველა პოტენციური კონკურენტი შეისყიდა — საერთო ჯამში 55 კომპანია, მათ შორის საკმაოდ სოლიდური „ცერენტი“-ც.

მაგრამ უკვე 2000 წლის ბოლოსათვის ამერიკის ეკონომიკამ მოულოდნელი დაცემა დაიწყო. თითქმის ყველა კომპანიას შეექმნა მნიშვნელოვანი პრობლემები. თავიდან ჯონ ჩამბერსი ფიქრობდა, რომ „სისკო სისტემსი“ ადვილად გადაიტანდა ეკონომიკურ ქარიშხალს, მაგრამ 2001 წლის დასაწყისში მისი შეუვალი თავდაჯერებულობა შეირყა: **კლიენტებმა ერთი მეორის მიყოლებით შეწყვიტეს დაკვეთები, რადგან მათ კომპანიებს უფრო სერიოზული პრობლემები აღმოაჩნდათ, ვიდრე ბიზნესის ინტერნეტ-უზრუნველყოფაა.**

იყო რა დარწმუნებული კომპანიის განვითარების უწყვეტ ტემპებში, ჯონ ჩამბერსმა უზარმაზარი საწარმოო რესურსები დააგროვა და უცებ აღმოჩნდა, რომ ამ რესურსების დიდი ნაწილი არავის აღარ სჭირდება. დანაკარგების შემცირების ერთადერთი საშუალება უსაქმოდ დარჩენილი თანამშრომლების განთავისუფლება იყო.

ჯონ ჩამბერსი მთელი ძალებით ცდილობდა, რომ არ მიეღო ასეთი არაპოპულარული გადაწყვეტილება, მაგრამ რამდენიმე თვის შემდეგ იგი იძულებული გახდა გაეთავისუფლებინა 7900 თანამშრომელი. პარალელურად იგი ცდილობდა ჩამოეწერა **ზედმეტი** მატერიალურ-საწარმოო რესურსები, რომელთა ღირებულებამ რამდენიმე მილიარდი დოლარი შეადგინა.

ერთ დროს ტორნადოსავით მოძრავი აქციონერული კაპიტალი უცებ გაიყინა.

ჯონ ჩამბერსი მიხვდა, რომ ზრდის სტიმულირებასთან ერთად მას უნდა ეზრუნა საწარმოო ეფექტურობაზეც. მას უნდა გაეთვალისწინებინა მცირე მასშტაბიანი კონიუნქტურული ტენდენციები და დიადი, შორეული მიზნების ნაცვლად მოკლევადიანი ამოცანები უნდა დაესახა.

„სისკო-სისტემსის“ მმართველებმა მთელი ყურადღება წარმოების სფეროზე გადაიტანეს, რასაც ჯონ ჩამბერსმა **„ფუძესთან დაბრუნება“** უწოდა. ჩამბერსმა შეიმუშავა ძირეული რეფორმების გეგმა, რომელიც 6 პოზიციას მოიცავდა:

1. კომპანია შეეცადა აეთვისებინა ბაზრის ის მცირემოცულობიანი ნიშები, რომლებსაც ადრე უგულველყოფდა „დიადი“ პერსპექტივების გამო.

2. მოხდა რესურსების შესაბამისი გადანაწილება.

3. ყურადღება გაამახვილეს არამწარმოებლურ ელემენტებზე. ჩამბერსმა მოითხოვა, რომ არასაწარმოო დანახარჯები მინიმუმადე შეემცირებინათ, რადგან მარკეტინგის სტიმულირება კრიზისულ პერიოდში დიდ შედეგებს ვერ მოიტანდა. „პი-არის“ წარმოება კი აუცილებლად მიაჩნდა იმისათვის, რომ კომპანიის აქციონერები და კლიენტები დაერწმუნებინა „სისკო სისტემსის“ პერსპექტიულობაში.

4. კომპანიის ის ქვედანაყოფები, რომლებიც ვერ ქმნიდნენ სიცოცხლისუნარიან პროდუქციას — გასაყიდად გაიტანეს ან დროებით შეაჩერეს მათი ფუნქციონირება.

5. საწარმოო რესურსების სეგმენტირება მოხდა მომხმარებელთა ტიპების მიხედვით. მანამდე „სისკო სისტემს“-ს კლიენტების განსხვავება მაინცდამაინც არ სჭირდებოდა.

6. საწარმოო-მატერიალური რეფორმების შესაბამისად მოხდა კომპანიის მმართველობითი სტრუქტურების რეორგანიზაცია.

ყოველივე ამის შემდეგ, ჩამბერსმა გადაწყვიტა, რომ მომავალში არ მიანიჭებდა უპირატესობას **უპირობო** ზრდას. მთავარი პრიორიტეტი მოგების ნორმა და საწარმოო სიმძლავრეების პრო-





დუქტიულობა გახდა.

იმის ნაცვლად, რომ კომპანიას სულ უფრო მეტი კორპუსები აეშენებინა ინტერნეტ-დანადგარებისთვის, ჩამბერსმა გადაწყვიტა გაეზარდა თანამშრომელთა და არსებული სისტემების მწარმოებლურობა. ამ მიზნით მან მოიწვია ახალი პერსონალის მენეჯერები, რომლებიც გააკონტროლებდნენ, თუ რამდენად დატვირთულია თითოეული თანამშრომელი და მაქსიმალურად ასრულებენ თუ არა ისინი თავიანთ მოვალეობებს.

ჩამბერსმა მოიწვია ახალი ინჟინრები ახალი აპარატურისა და პროგრამული უზრუნველყოფის შექმნის მიზნით. მანამდე „სისკო სისტემსი“ არ იყო განებივრებული მაღალკვალიფიციური პერსონალით, მიუხედავად იმისა, რომ კომპანია ცდილობდა საუკეთესო კადრები მოეზიდა. **ჰიპერზრდის** პერიოდში კომპანია კვარტალში 3000-მდე ახალ თანამშრომელს ღებულობდა. ყოველი მათგანის კვალიფიკაციის შემოწმება კი ფაქტიურად შეუძლებელი იყო. ვარდნის პერიოდის „გამყინვარებამ“ საშუალება მისცა ჩამბერსს, რომ კომპანიიდან დაბალკვალიფიციური კადრები დაეთხოვნა და მათ ნაცვლად უფრო გამოცდილი სპეციალისტები მიეღო.

ჩამბერსმა ახალი მოთხოვნები წაუყენა კომპანიის თანამშრომლებს:

1. თანამშრომელთა რაოდენობრივი ზრდის შემცირება და ამის ნაცვლად არსებული კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება.

2. რესურსების პოტენციალისა და ზრდის შესაძლებლობების მუდმივი შედარება.

3. კომპანიის მოგების ნორმაზე ფოკუსირება.

4. მწარმოებლურობის ამაღლების სისტემის შემუშავება.

5. ყოველი თანამშრომლის ფოკუსირება მხოლოდ თავის სპეციალიზაციაზე.

6. ყოველი ქვედანაყოფის და თანამშრომლის ერთიანი სტრატეგიული მიზნებისადმი დაქვემდებარება.

დაკარგა რა ჰიპერზრდის შესაძლებლობები, კომპანია იძულებული გახდა დაბრუნებოდა ისეთ ფუნდამენტურ საფუძვლებს, როგორიცაა: **დისციპლინა, სიმკაცრე, მოგების ნორმა** და **მწარმოებლურობა**.

კრიტიკოსები ამბობდნენ: „ხომ შეიძლებოდა, რომ ჯონ ჩამბერსს დროულად დაემუხრუჭებინა? თავიდანვე ეზრუნა მწარმოებლურობაზე და მოგების ნორმის ამაღლებაზე?“

მაგრამ, ჰიპერზრდის პერიოდში აუცილებელი იყო პოტენციური კონკურენტების შესყიდვა, რაზეც იხარჯებოდა „სისკო სისტემსის“ მოგების დიდი ნაწილი. აუცილებელი იყო საწარმოო სიმძლავრეებისა და პერსონალის რაოდენობის სწრაფი ზრდა იმ მიზნით, რომ კონკურენტებს არ დაესწროთ. **ყველაფერს ერთად კი ვერ გააკეთებ.**

ამასთანავე, არავინ არ ელოდა ინტერნეტ-კომუნიკაციების ბაზრის ასეთ სწრაფ ჩავარდნას, რადგან ეს ბაზარი პრაქტიკულად აუთვისებელი იყო.

„ტრადიციული“ კრიზისის დროს კომპანიები თავიანთ ტრადიციულ სტრატეგიებს დაუბრუნდნენ და, პირველ რიგში, ინტერნეტ-კომუნიკაციებზე თქვეს უარი, რადგან მაშინდელი ინტერნეტი არ იყო იმდენად მძლავრი და სწრაფი, რომ ტრადიციული მარკეტინგი ჩაენაცვლებინა. ალბათ ცოტა ვინმე თუ ელოდებოდა კომპანიების ასეთ „ტრადიციულ“ ქცევას კრიზისულ პერიოდში.

ინტერნეტ-მარკეტინგის პერსპექტივებს დღესაც პესიმისტურად აფასებენ, რადგან თანამედროვე ადამიანის ტვინი იმდენად გადაიტვირთა ზედმეტი ინფორმაციით, რომ მას ინტერნეტ-რეკლამის წაკითხვა უფრო ეზარება, ვიდრე ტელევიზიით სარეკლამო სიტყვების მოსმენა.

თანამედროვე ინტერნეტ-პროვაიდერებსაც კი უჭირთ ვიდეო და ხმოვანი ინფორმაციის გატარება, რის გამოც, ინტერნეტი ხშირად „ეკიდება“, კლიპს კი ეწერება — **„დაელოდეთ, მიმდინარეობს ჩატვირთვა“**. ამის გამო არც ვიდეო-ხმოვანი რეკლამა არ სარგებლობს დიდი პოპულარობით. მაგრამ, ინტერნეტის გლობალიზაციამ მნიშვნელოვნად გაზარდა **„გასართობ“** მომხმარებელთა რაოდენობა. შესაბამისად, „სისკო სისტემსს“ ვარდნის პრობლემა ნაკლებად ექნება, მით უმეტეს, რომ ახალი სტრატეგიული გადაჯგუფების შედეგად კომპანიამ უკვე 2002 წლის მესამე კვარტალში გადალახა კრიზისი და მისმა მხოლოდ კვარტალურმა მოგებამ 729 მილიონი დოლარი შეადგინა. **ეს კი ზემოთ აღნიშნული სტრატეგიული გადაჯგუფების შედეგი იყო.** ასეთმა წარმატებამ კომპანიის აქციების ფასი 24%-თ გაზარდა (16,27 დოლარამდე), რის შედეგადაც „სისკო სისტემსის“ საბაზრო ღირებულებამ 20 მილიარდით მოიმატა.

მწარმოებლურობა 22%-ით გაიზრდა და კომპანიის წლიურმა სუფთა მოგებამ 1,9 მილიარდი დოლარი შეადგინა — ეს კი დიდი მიღწევა იყო წინა წლის 1 მილიარდიან ზარალთან შედარებით. **იმავე 2002 წელს, კომპანიის მოგების ზრდის პერიოდში „სისკო სისტემსის“ კონკურენტების შემოსავლები 44%-ით შემცირდა!!!**

ასე რომ, რესურსების სტრატეგიულმა გადაჯგუფებამ, უგულველყოფილი ბაზრების ათვისებამ, დაპყრობილი ბაზრების ახალი პრინციპებით სეგმენტაციამ და მომხმარებელთა დიფერენციაციამ შეიძლება სწრაფად გამოიყვანოს კომპანია ყველაზე უიმედო კრიზისიდანაც კი.

კობა ცხრუკვეთელი,
ეკონომიკის ექსპერტი



როგორ აღმოვაჩინოთ და დავიპყროთ „ფარული“ ბაზრები

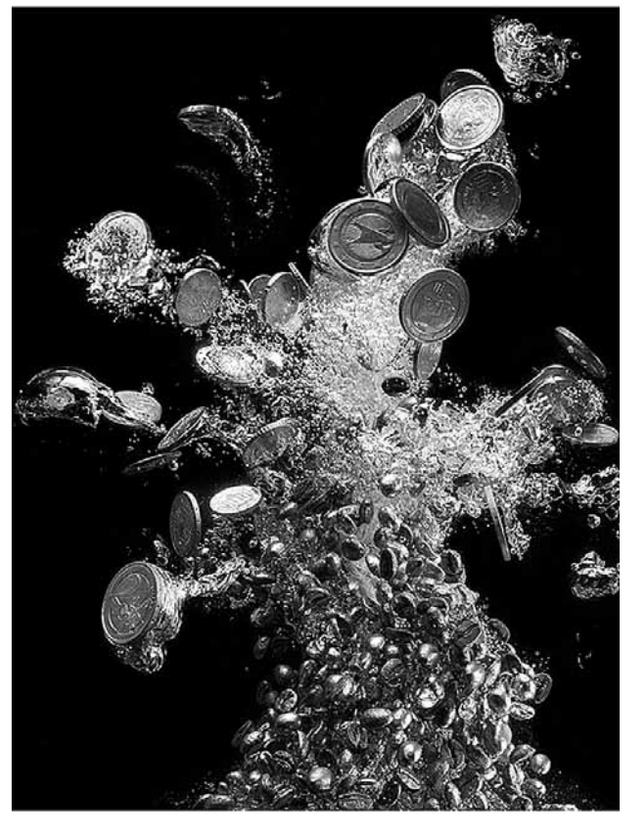
მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავების დროს კომპანიების უმეტესობა კლიენტების დაჯგუფებას საკმაოდ ერთმნიშვნელოვანი კრიტერიუმებით ახდენს, შესაბამისად, ბაზრის სეგმენტებიც მკაფიო „საზღვრებით“ მოინიშნება. კრიტერიუმების სიზუსტე და განსაზღვრებათა მკაფიობა აუცილებელი წინაპირობაა ეფექტური მარკეტინგისთვის, მაგრამ ასეთ შემთხვევაში ყურადღების მიღმა რჩება ე.წ. სუბბაზრები - ე.ი. ისეთი ბაზრები, რომელთა მოთხოვნებსაც თქვენი კომპანია ირიბად ან ნაწილობრივ აკმაყოფილებს. უმეტეს შემთხვევაში ასეთ ბაზრებზე თქვენი კომპანიის პროდუქციის შესახებ არ იციან, არ არის გამორიცხული, რომ ახალი მოთხოვნა გაჩნდეს ისეთ სეგმენტშიც, რომლებსაც თქვენი მოქმედების არეალად არ მიიჩნევდით.

ასეთ ბაზრებზე დამკვიდრებით კი დამატებითი მოგების მიღება შეიძლება. ფარული ბაზრის აღმოჩენის მიზნით შემდეგი გამოკვლევები და ღონისძიებები უნდა ჩატარდეს:

1. **შეადარეთ თქვენი კლიენტები „ფარული“ სეგმენტების კლიენტურას და შეეცადეთ მათ შორის რაც შეიძლება მეტი საერთო იპოვოთ**.

მოამზადეთ ისეთი სპეციალური რეკლამა, რომელშიც უპირატესი მნიშვნელობა მიენიჭება **ფარული ბაზრის** სპეციფიკურ მოთხოვნებს.

მაგალითად, ერთმა აუდიტორულმა კომპანიამ აღმოაჩინა, რომ მათი კლიენტების მნიშვნელოვანი ნაწილი სადაზღვევო ბაზრებზე ოპერირებდნენ. ამიტომ, ამ აუდიტორულმა ფირმამ თავის ვებ-საიტზე შექმნა დამატებითი ე.წ. **„ლინკები“,** სადაც ყოველი სფეროს ფირმებს **„თავიანთ“** სპეციფიკურ აუდიტს სთავაზობდნენ: სავაჭრო კომპანიას „სავაჭრო“ სპეციალიზაციის აუდიტორი მოემსახურებოდა, სამრეწველო კომპანიას კი „სამრეწველო“ აუდიტორი და ა.შ. აუდიტი საერთოდ უნივერსალურ მეთოდიკად ითვლება, მაგრამ ასეთმა „სპეციალიზაციამ“ კლიენტებს აფიქრებინა, რომ ეს კომპანია ყველაზე მაღალკვალიფიციური და კომპეტენტურია. ამიტომ, ამ კომპანიის კლიენტების რაოდენობა 25%-ით გაიზარდა. ამ მაგალითიდან ჩანს, თუ რა მნიშვნელოვანია კვლევის შემდეგი მიმართულება:



2. **განსაზღვრეთ, თუ როგორ შეგიძლიათ „ფარული“ კლიენტების მოთხოვნებისადმი ადაპტაცია ზედმეტი დანახარჯების გარეშე.**

შეისწავლეთ „ფარული“ კლიენტების ის ინტერესები, რომლებიც ნაწილობრივ არიან დაკავშირებული თქვენს შეთავაზებებთან. ეცადეთ, რომ ეს ირიბი თუ მომიჯნავე მოთხოვნები თქვენი ბიზნესის ფორმატში ჩასვათ. ამით თქვენ გახდებით „სპეციალისტი“ თქვენი „ფარული“ ბაზრის კრიტერიუმების მიხედვითაც და თქვენ ამ სეგმენტშიც მიგიღებენ როგორც „თავისიანს“.

მაგალითად, ჩინური და იაპონური რესტორნები შეიძლება ქართული ღვინის გასაღების ბაზრად იქცეს, რადგან თვითონ ამ ქვეყნებს ღვინის კულტურა არ გააჩნიათ. ბევრი იტყვის, რომ ჩინური კერძი იმიტომ არის ჩინური, რომ მას ღვინო არ უნდა დააყოლოო. მაგრამ ბევრს ცნობისმოყვარეობა სძლევს და მოინდომებს შეამოწმოს, თუ რამდენად უხდება „საფერავი“ პეკინურად შემწვარ იხვს, ან „მანავის მწვანე“ იაპონურ „სუში“-ს.

ასევე შეიძლება ღვინოების დაჯგუფება იმისდა მიხედვით, თუ რომელ კერძებს უხდებიან ისინი. მაგალითად, საფირმო მაღაზიაში შეიძლება, რომ ცალკე დააწყოთ ის ღვინოები, რომელიც მოსწონთ თევზეულის მოყვარულთ, ცალკე მწვადების და ქაბაბების მოტრფიალეებს და ცალკე კიდევ სალათებზე შეყვარებულ ვეგეტარიანელებს. ზოგიერთი ასეთ რანგირებას ღვინის „გასტრონომიულ“ შეურაცხყოფად ჩათვლის, მაგრამ ასეთი იდეალისტებისათვის უნდა მოეწყოს ცალკე სტენდი, რომელზედაც წარმოდგენილი იქნება „უნივერსალური“ ღვინოები ყველასათვის.

მაგრამ ახალ ბაზრებზე შესვლა დაკავშირებულია მთელ რიგ ბარიერებთან, რომელთა გამოკვლევა აუცილებელია.

ამ ბარიერების გადალახვის მიზნით უნდა გაითვალისწინოთ თანამედროვე კონიუნქტურის ახალი ფაქტორები.

პირველი ფაქტორია ის, რომ თანამედროვე ბაზარი მხოლოდ ორიგინალურ იდეებს ღებულობს დიდი აჟიოტაჟით. ხარისხების და რეკლამების ტრადიციული ჭიდილი საინტერესო აღარ არის მომხმარებლებისათვის.

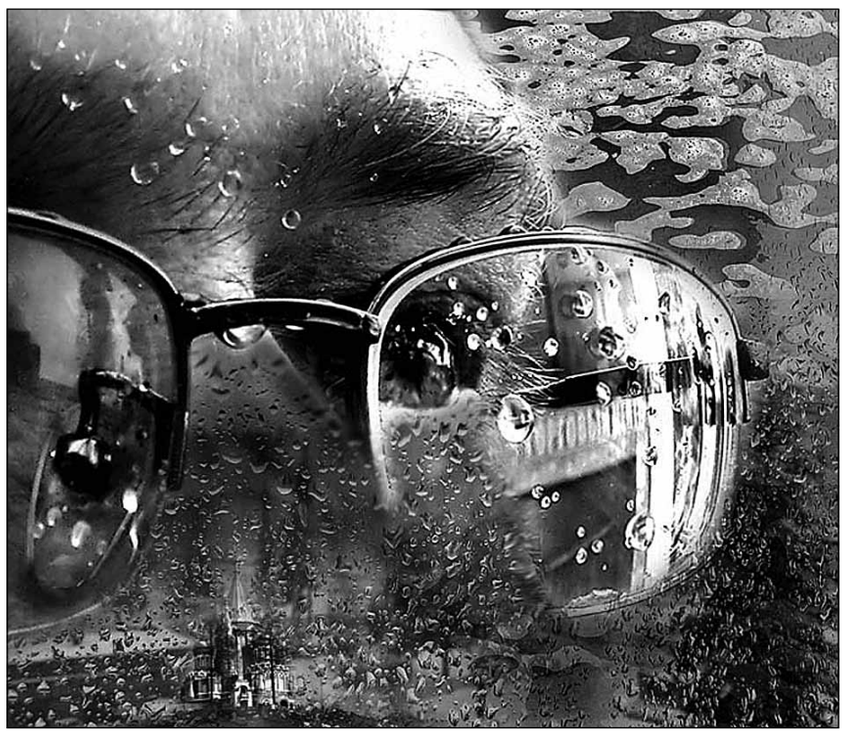
ნილს ბორი კი ამბობდა: **„თუ იდეა თავიდან სულელურად არ გამოიყურება, მაშინ იგი ვერ გახდება დიადი მომავალში“.** მაგრამ ეს არ ნიშნავს, რომ ყოველი “გიჟური” იდეა გენიალურია. ბიზნეს-ოცნებაც გონივრული უნდა იყოს.

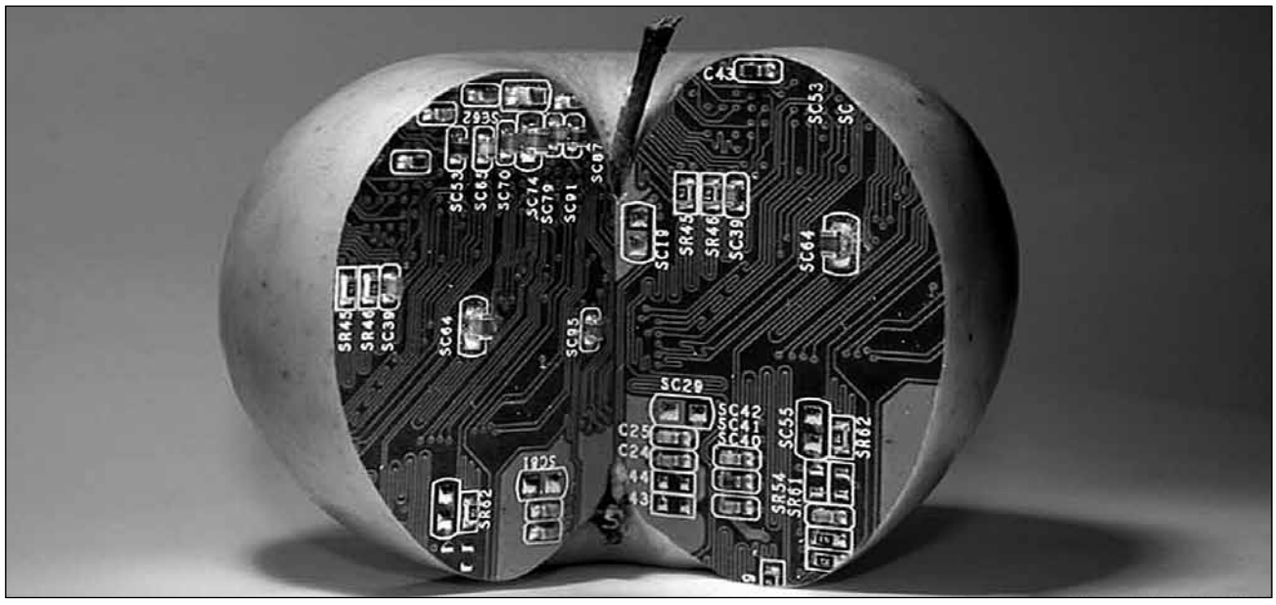
ამიტომ, პირველ რიგში, უნდა აირჩიოთ ბაზრის ის სეგმენტი, რომელიც მაქსიმალურად შეესაბამება თქვენს შესაძლებლობებს და კლიენტურის **ფარულ** მიდრეკილებებს. **მთავარი შეცდომა, რასაც გამოცდილი ბიზნესმენებიც კი უშვებენ, არის ის, რომ ისინი მიჰყვებიან თავიანთ ოცნებებს — თავისი შესაძლებლობების სპეციფიკა კი ავიწყდებათ.**

„ფარული“ ბაზრის ახალ სეგმენტზე შესვლისას თქვენ აუცილებლად წააწყდებით იქ დამკვიდრებული კომპანიების კონკურენციას და წინააღმდეგობას. მათი ურთიერთობები იმდენად ჩამოყალიბებულია, რომ ისინი უკვე სიტყვაზე ენდობიან ერთმანეთს და არ მოინდომებენ ახალი კონკურენტის მიღებას თავიანთ **„ტერიტორიაზე“.** ძველი მოთამაშეები იმდენად კარგად იცნობენ ამ სეგმენტის ნიუანსებს, რომ მათთვის ადვილი იქნება ხელი შეგიშალონ თქვენს წამოწყებაში. ამიტომ, აუცილებელია ახალი პარტნიორების და კლიენტების მასობრივი კეთილგანწყობის მოპოვება. **ავტორიტეტი და დადებითი იმიჯი ყველაზე კარგი ფარია კონკურენტების არაკეთილსინდისიერი მოქმედებების წინააღმდეგ.**

ამასთანავე, უნდა ეცადოთ კარგი ურთიერთობები დაამყაროთ თვით კონკურენტებთან და აგრძნობინოთ მათ, რომ მათთან ტოტალურ ბრძოლას არ აპირებთ — უბრალოდ ცდილობთ მზის ქვეშ თქვენი ადგილი დაიკავოთ.

თანამედროვე ეკონომიკაში მიმდინარეობს კომპანიათა შერწყმის ტენდენცია, რის შედეგადაც კონკურენტების რაოდენობა დღითიდღე მცირდება და ზოგი ბაზრის კარტელიზაციაც კი ხდება. ამიტომ ნუ ეცდებით დინების წინააღმდეგ იცუროთ. თუ კონკურენტებმა გაერთიანების ხელსაყრელი წინადადება შემოგთა-





ვაზეს – წინააღმდეგობის გაწევა არ ღირს. თქვენს ნაცვლად სხვები გაერთიანდებიან და ერთობლივი ძალებით საერთოდ სულ გაგაკოტრებენ.

მეორე მთავარი ფაქტორი – ინვესტორთა და პარტნიორთა დივერსიფიკაციაა. ეს არ არის ახალი იდეა — იგი გასული საუკუნის 70-იან წლებში გახდა პოპულარული. მაგრამ თანამედროვე ეტაპზე დივერსიფიკაციამ სხვა შინაარსი შეიძინა. თუ ადრე კომპანიები ფულს აბანდებდნენ მომიჯნავე ან მსგავს დარგებში, დღეისათვის დივერსიფიკაციის საზღვრები გაფართოვდა: კომპანიები თავიანთ რეზერვებს აბანდებენ ნებისმიერ დარგში, რომელიც პერსპექტიულია თუნდაც შორეული მომავლისთვის. მაგალითად, პარფიუმერიის წარმოებით გამდიდრებული მილიარდერები ყიდულობენ ღვინის ქარხნებს, მაღაზიებს და ა.შ. ნავთობმაგნატები ფულს აბანდებენ ახალ ტექნოლოგიებში და ალტერნატიულ ენერგეტიკაში. **ამიტომ სჯობს, რომ ახალი ბიზნეს-პარტნიორები და კლიენტები ზუსტად ასეთ „არაპროფესიონალ“ წრეებში ეძებოთ**.

დარგში ახლადშესული მოთამაშე უფრო ადვილად მიიღებს ახალ პარტნიორს, ვიდრე უკვე დამკვიდრებული **„ტრადიციონალისტი“.**

მესამე ახალი ფაქტორის შინაარსი მდგომარეობს იმაში, რომ თქვენ უნდა **„ასწავლოთ“** კლიენტს, რომ იყიდოს მხოლოდ თქვენი პროდუქცია.

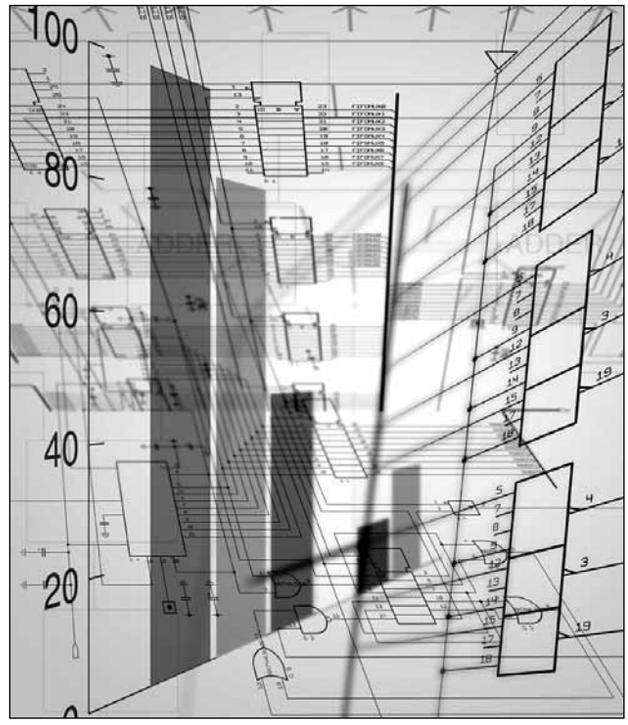
საქონლის გაყიდვა ყველამ იცის — განსაკუთრებით ჩინელებმა. მაგრამ უიაფესმა ჩინურმა პროდუქციამ მაინც ვერ გააკოტრა სხვა ქვეყნის მწარმოებლები. ღარიბი ადამიანი, რა თქმა უნდა, პირველ რიგში, საქონლის ფასს ითვალისწინებს და შეიძლება უპირატესობა ჩინურ ნაწარმს მიანიჭოს. საშუალო ფენის ადამიანი, პირველ რიგში, ხარისხით ინტერესდება და მერე ფასით. მდიდარი ადამინისთვის კი მთავარია **ბრენდი.**

ევროამერიკის ქვეყნებში საფასო კონკურენციას დიდი მნიშვნელობა აღარ ენიჭება, რადგან, ევროამერიკელთა უმეტესობას იმდენი შემოსავალი გააჩნია, რომ, პირველ რიგში, **ხარისხს** და **ბრენდს** აკვირდებიან. შეიძლება ითქვას,რომ ეკონომიკა **„ბრენდონომიკამ“** შეცვალა — სულ უფრო იზრდება დიზაინერების პერსონალური მაღაზიების რიცხვი, გამოდის ახალი ძვირადღირებული სასმელები, თუ დელიკატესები და ა.შ. მაგრამ ამ ახალი ძვირადღირებული დარგების შემოსავლები იზრდება, მიუხედავად იმისა, რომ მათ გვერდით იაფი ჩინური პროდუქცია უბრალოდ ყრია. ასე რომ, თანამედროვე ბაზარზე წარმატების მთავარი ფაქტორია **ბრენდი** და არა იმდენად ფასი, თუმცა, **ფასების ოპტიმიზაციას** დიდ მნიშვნელობა ენიჭება. თუ გინდათ, რომ ბაზარზე თავიდანვე მყარი პოზიციები დაიკავოთ, თქვენი ბრენდი უნდა იყოს მიმზიდველი და შთამბეჭდავი, სარეკლამო სლოგანი კი „პოეტური“. ბრენდის ავტორიტეტის შენარჩუნების ერთ-ერთი აუცილებელი წინაპირობაა — ხარისხი. **ამიტომ სჯობს, რომ გაფუჭებული, ვადაგასული პროდუქცია უბრალოდ გადაყაროთ, ვიდრე თქვენს ერთგულ კლიენტებზე გაყიდოთ.** დანაკარგების ამოღება დარჩენილი ხარისხიანი პროდუქციის ფასის გაზრდით შეიძლება**. ფასის გაზრდას უფრო ადვილად გაპატიებთ კლიენტი, ვიდრე უხარისხობით მისი მოლოდინების შეურაცხყოფას და თან ფასის მომატება შეიძლება პრესტიჟულადაც კი გამოიყურებოდეს — ბევრი მიიჩნევს, რომ ეს თქვენს პროდუქციაზე მოთხოვნის ზრდის შედეგია.**

თუ თქვენ „იგრძნობთ“ რა უნდა ფარულ ბაზარს და ამ გრძნობას შესაბამისი მარკეტინგული სტრატეგიით გაამყარებთ, მაშინ თქვენი სტრატეგია აუცილებლად გაამართლებს.

კობა ბიწაძე,
ეკონომიკის ექსპერტი

პროექტების მენეჯმენტი



პროექტების მართვა თანამედროვე მენეჯმენტის ერთ-ერთი უმთავრესი მიმართულებაა. იგი ცივილიზებული ქვეყნების მთელი ეროვნული მეურნეობის, ჯერჯერობით, ბიზნესის პრაქტიკულად ყველა სფეროში გამოიყენება.

აქედან გამომდინარე, საქართველოს ბიზნეს-სექტორისათვის მეტად მნიშვნელოვანია მოხერხდეს ყველა ორგანიზაციის ორიენტაცია პროექტების შემუშავება-მართვაზე და სათანადო სპეციალისტთა მომზადება-გადამზადებაზე.

1969 წელს ამერიკის პენსილვანიის შტატის ქალაქ დერბიში შეიქმნა პროექტის მენეჯმენტის ინსტიტუტი (Project Management Institute – PMI). ეს საერთაშორისო პროფესიული ასოციაციაა, რომელიც მოწოდებულია გააღრმაოს პროექტის მენეჯმენტის მეცნიერება და ხელოვნება. დღეისათვის მასში გაერთიანებულია 100 ათასზე მეტი ადამიანი მსოფლიოს მასშტაბით, რომლებიც აქტიურად მონაწილეობენ ცალკეული საკონსულტაციო-სატრეინინგო და ბიზნეს-პროექტების მომზადებისა და განხორციელების პროცესში. ინსტიტუტის დამსახურება არის ის, რომ მის მიერ შემუშავებული სტანდარტები პროექტების მართვის სფეროში აღიარებულია სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ISO _ International Organization for Standardization) მიერ ISO 9001 სტანდარტის სახით (ინსტიტუტის საინფორმაციო Web-გვერდი არის www. pmi.org).

საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული ტერმინოლოგიის მიხედვით, პროექტი განიხილება როგორც საქმიანობის სახეობათა ერთობლიობა, რომლებიც დაკავშირებულია გარკვეული დროის მანძილზე დასახული მიზნების მიღწევასთან. სხვაგვარად, პროექტი განსაკუთრებული პროდუქციის ან სერვისის შექმნაა გარკვეული დროის მანძილზე. ეს არის დროებითი გეგმა, რომელსაც აქვს დასაწყისი და დასასრული. პროექტი შეიცავს ერთმანეთთან დაკავშირებულ ქმედებებს.

პროექტის მენეჯმენტი საქმიანობის იმგვარ სახეობათა ხელმძღვანელობაა, რამაც უნდა უზრუნველყოს მიზნების მიღწევა შემოსაზღვრული დროისა და ბიუჯეტის ფარგლებში და სათანადო ხარისხით.

პროექტს სამი სპეციფიკური მახასიათებელი გააჩნია:

– მკაფიოდ განსაზღვრული მიზანი;

– იშვიათი, უნიკალური ან უცნობი საქმიანობა მისი განმხორციელებელი საწარმოსთვის;

– კომპლექსური მოღვაწეობა, რომელიც ხშირად ითვალისწინებს ტექნოლოგიური ოპერაციების და სამუშაოთა ვადების რთულ გადახლართვას.

ყველა პროექტს სიცოცხლის გარკვეული ვადა გააჩნია. ამიტომ შეიძლება ითქვას, რომ პროექტები წარმოიშობა და სრულდება, ხოლო საწარმო განაგრძობს მუშაობას. პროექტები გარკვეული დროით თავისკენ მიიზიდავენ საწარმოს რესურსებს, რაც ზოგჯერ იწვევს უთანხმოებას პროექტებში ჩაუსმელ ქვედანაყოფებთან. ამდენად, აუცილებელია მუდმივი ეფექტიანი კოორდინირება საწარმოს, პროექტის და სხვა ქვედანაყოფების ხელმძღვანელობას შორის.

ყველა პროექტს აქვს თავისი განსაზღვრული სტრუქტურა და მართვის სპეციფიკა. პროექტების სტრუქტურირება და მართვის მეთოდების განსაზღვრა ხდება სხვადასხვა პრინციპების მიხედვით. თუმცა, უმთავრესი მაინც პროექტის აღქმა უნდა იყოს, როგორც ერთიანი, ღია სისტემისა.

პროექტის ჩარჩოებში მკაფიოდაა გამოყოფილი მისი პერსონალი, ანუ მონაწილეები.

პროექტის პერსონალური შემადგენლობა დამოკიდებულია პროექტის მიზანზე, ტიპზე, სახეობაზე, სირთულეზე, მასშტაბებზე და სიცოცხლის ციკლზე.

პროექტის ყველაზე აქტიურ და სტაბილურ მონაწილეებად ითვლებიან: პროექტის ინიციატორი, შემკვეთი, ინვესტორი, პროექტის ხელმძღვანელი, პროექტის გუნდი.

პროექტის ინიციატორი – ეს არის სუბიექტი (ფიზიკური ან იურიდიული პირი), რომელიც პროექტის ძირითადი იდეის და მისი განხორციელების ინიციატივის მატარებელია. ინიციატორის როლში შეიძლება გამოდიოდეს პროექტის ნებისმიერი მომავალი მონაწილე. საქმიან ინიციატივას, პროექტის რეალიზაციის მიზნით, პრაქტიკულად ყოველთვის ფლობს რეალურად არსებული შემკვეთი.

შემკვეთი – როგორც პროექტის ერთ-ერთი სუბიექტი, დაინტერესებულია პროექტის მიზნის განხორციელებაში და კონკრეტული შედეგების მიღწევაში. იგი განსაზღვრავს პროექტის ძირითად მოთხოვნებს და საქმიანობის ჩარჩოებს, უზრუნველყოფს დაფინანსებას, აფორმებს ხელშეკრულებებს მონაწილეებთან, იღებს პასუხისმგებლობას პროექტის შედეგებზე.

ინვესტორი – შემკვეთთან ერთად ახორციელებს პროექტის დაფინანსებას და დაინტერესებულია დაგეგმილი ფინანსური შედეგებით. იგი პროექტის დასრულების შემდეგ ახდენს ანგარიშსწორებას პროექტის მონაწილეებთან.

პროექტის ხელმძღვანელი (პროექტ-მენეჯერი) უფლებამოსილია წარმართოს მთელი საქმიანობა პროექტის მიზნების მისაღწევად და პასუხისმგებელია შემკვეთის წინაშე. იმ შემთხვევებში, როდესაც პროექტი რთული და მასშტაბურია, ხელმძღვანელის როლში შეიძლება გამოვიდეს საკონსულტაციო ან მმართველობითი ფირმა. თუმცა, ამ დროსაც პროექტის ხელმძღვანელის ფუნქციას ასრულებს ერთი პიროვნება. პრაქტიკულად ყველა პროექტში ხელმძღვანელს ჰყავს ერთი ან რამდენიმე მოადგილე ცალკეული მნიშვნელოვანი მიმართულებების მიხედვით.

პროექტის ხელმძღვანელის მიმართ არსებობს მთელი რიგი მოთხოვნები, რომელთაგან აღსანიშნავია:

– სხვა პროექტების შესრულებისა და ხელმძღვანელობის გამოცდილება;

– პერსპექტივის ხედვა: ხელმძღვანელმა შეიძლება არ იცოდეს ტექნიკურ-ტექნოლოგიური დეტალები, მაგრამ უნდა შეეძლოს ამოცანების დაყენება ასეთი საკითხების მცოდნეთათვის;

– ინჟინრული ორიენტაცია და მისწრაფება იდეის ხორცშესხმისაკენ;

– მარკეტინგის ცოდნა და კომერციული უნარ-ჩვევები;

– ინფორმაციის ფლობა საკუთარი და სხვა საწარმოების მიერ განხორციელებული პროექტების შესახებ ისტორიულ, მეთოდოლოგიურ, პრაქტიკულ-შედეგობრივ და კომერციულ ჭრილში;

– მუდმივი ზრუნვა პროფესიული და მენეჯერული კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის;

– კონკრეტული პროექტის მართვის მეთოდების ცოდნა და მათი პრაქტიკული გამოყენების უნარი;

– პროექტის ფინანსური ბიუჯეტის ეფექტიანი გამოყენების გარანტია;

– პროექტის გუნდთან და ყველა მონაწილეებთან მჭიდრო და ჰარმონიული ურთიერთობების დამყარების უნარი;

– პროექტისათვის სახიფათო რისკების გააზრებისა და გამოვლენა-ჩაცხრობის უნარი.

პროექტის რეალიზაციისას, მისი სპეციფიკიდან გამომდინარე, შეიძლება შეიქმნას ხელმძღვანელის შეცვლის საჭიროება. ამიტომ, რიგი კომპანიები ახდენენ ლიდერების როტაციას. **პროექტების ისტორია გვიდასტურებს, რომ კარგი ხელმძღვანელები მოდიოდნენ კომპანიის საქმიანობის სხვადასხვა სფეროდან და დეპარტამენტიდან. მათი საერთო ძირითადი თვისებებიდან აღსანიშნავია:** ძლიერი, ენერგიული და საჭიროების შემთხვევაში, კომპრომისული პიროვნება; დიპლომატიურობა და პირადი მოსაზრებების დაცვა; საზრიანობა და დამოუკიდებელი აზროვნების უნარი; უდავო კომპეტენტურობა პროექტის უმთავრეს სფეროში მაინც; მისი სპეციალობის ფარგლებს გარეთ არსებული საკითხების ცოდნა და მთლიანი სიტუაციის აღქმის უნარი; სისხლხორცეული დაინტერესება პროექტით და მისი წარმატებით დამთავრების ხედვა; ტექნიკური სამუშაოს წარმართვის და სპეციალისტებზე დავალებების გაცემის უნარი; ფხიანობა საქმეში (ფინანსური და კომერციული საკითხები, თანამოაზრეთა მობილიზება, ხელშეკრულებების დადება და სხვ.) და მეწარმის დინამიზმი; მოუღლელობა, საზრიანობა, მოხერხებულობა, სიმარჯვე.

მართალია, კომპანიის (ორგანიზაციის) უმაღლესი ხელმძღვანელობა უშუალოდ არ მონაწილეობს პროექტის მართვაში, მაგრამ იგი ყოველთვის სათანადოდ უჭერს მხარს პროექტის მენეჯერს და მთელ პერსონალს. ამასთან, პროექტის ხელმძღვანელობა სისტემატურად ურთიერთობს საწარმოს ხელმძღვანელებთან, პროექტის წარმატებით განხორციელების მიზნით. **საწარმოს (ორგანიზაციის) ადმინისტრაციის თანადგომა პროექტისადმი გამოიხატება შემდეგში:** გადაწყვეტილებების მიღების მკაფიოდ განსაზღვრული არხები; რეაგირება თხოვნებზე; დახმარება კონფლიქტების მოგვარებაში; საჭიროების შემთხვევაში რესურსების გამოყოფა; ყველა საჭირო ინფორმაციის მიწოდება; მხარდაჭერა საწარმოს გარეთ არსებულ იურიდიულ და კერძო სუბიექტებთან ურთიერთობაში; ურთიერთობა საზოგადოებასთან; საწარმოს საქმიანობისა და პროექტის ტექნიკურ-ეკონომიკური და კომერციული პარამეტრების შეთანაწყობა; პროექტის დაზღვევა; პროექტის დაცვა კომპანიის შიგა ინტრიგებისაგან;

პროექტის ხელმძღვანელობისა და პერსონალის პიროვნული და პროფესიული სრულყოფის უზრუნველყოფა.

თავის მხრივ, კომპანიის (ორგანიზაციის) ხელმძღვანელობა პროექტ-მენეჯერისაგან მოითხოვს შემდეგს: შედეგებს და ანგარიშგებას; მკაფიო მოხსენებებს; ორგანიზაციული პრობლემების მინიმუმამდე შემცირებას; გუნდის პერსონალის უკონფლიქტო მართვას; დამოუკიდებელი საქმიანობის მაღალ დონეს; მუშაობის პროცესში პიროვნულ და პროფესიულ ზრდას; ოპტიმალურ საქმიან ურთიერთობას შემკვეთთან და ინვესტორთან.

პროექტის გუნდი (პერსონალი) მოქმედებს პროექტ-მენეჯერის ხელმძღვანელობით დასახული მიზნების მისაღწევად. გუნდის წევრები უნდა აკმაყოფილებდნენ მაღალი დონის პროფესიულ მოთხოვნებს. მათი რაოდენობა, სპეციალიზაციის სპექტრი, მოვალეობები და ანაზღაურების ოდენობა განსხვავებულია სხვადასხვა პროექტის სპეციფიკის მიხედვით. გუნდის ფორმირება ხდება ხელმძღვანელის მიერ პროექტის ინიციატორთან, შემკვეთთან, ინვესტორთან და საწარმოს ხელმძღვანელობასთან კონსულტაციების საფუძველზე.

ზემოთ ჩამოთვლილებთან ერთად პროექტის მონაწილეებს მიეკუთვნებიან: კონტრაქტორი, სუბკონტრაქტორი და პროექტის პროდუქტის მომხმარებელი.

გარდა ამისა, ტიპურ პროექტში ყოველთვის ჩართული არიან სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები: სახელმწიფო და ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები, საზოგადოებრივი ჯგუფები, არასამეწარმეო (არაკომერციული, არასამთავრობო) ორგანიზაციები, მოსახლეობა, სპონსორები, საკონსულტაციო, საინჟინრინგო, მმართველობითი და იურიდიული ორგანიზაციები.

ყოველი პროექტის (მაგალითად: ახალი ნაწარმის ათვისება; მსხვილი ელექტროსადგურის აშენება; წიგნის გამოცემა; სპორტული ღონისძიების, იუბილეს, პომპეზური შოუ-ფესტივალის ან მოკრძალებული ქორწილის ჩატარება და სხვ.) შესრულება გათვლილია გარკვეულ ვადებზე და მოიცავს თანმიმდევრულ ნაბიჯებს პროექტის დაწყებიდან მის დამთავრებამდე, რასაც პროექტის სიცოცხლის ციკლი ეწოდება.

პროექტის სასიცოცხლო ციკლი (საპროექტო ციკლი) ესაა ლოგიკურ-დროითისტრუქტურა, რომელიც შედგება ორი პერიოდისაგან (ფაზისაგან): პროექტის (სრული მოდელის) შემუშავება და პროექტის რეალიზაცია.

ყოველი პროექტისათვის აუცილებელია სრულყოფილი გეგმის შემუშავება. გეგმამ მკაფიოდ უნდა განსაზღვროს, თუ რა უნდა გაკეთდეს, რა ვადებში, ვის მიერ, რომელი რესურსებით და რა დანახარჯებით. გეგმაში ასახულია მთელი პროექტის განხორციელების სტრატეგია და იგი წარმოადგენს უმთავრეს დოკუმენტს, რომელიც უზრუნველყოფს პროექტის სხვადასხვა სამუშაო მოდელების ოპტიმალურ კოორდინაციას.

პროექტის გეგმის უმთავრესი ელემენტებია:

– პროექტის არსის მოკლე გადმოცემა, რომელშიც ასახულია სამუშაოების განხორციელების მეთოდები, რესურსები, ვადები და ჩამოთვლილია პროექტის საბოლოო პროდუქციის ან მომსახურების სახეები;

– მოქმედებათა სქემა, რომელიც დაწვრილებით განსაზღვრავს სამუშაო მოდელების, კონკრეტული სამუშაოების და შემსრულებლების ურთიერთკავშირებს;

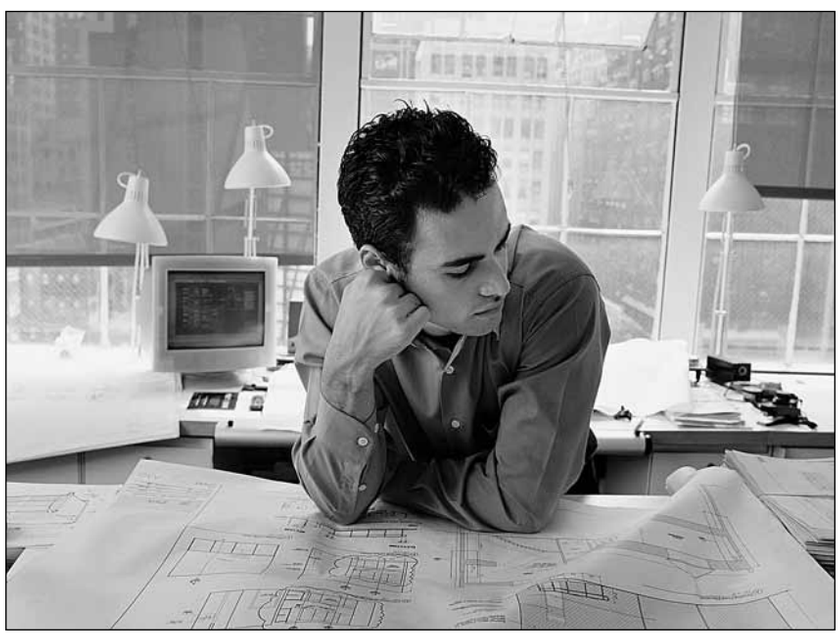
– რეალურად მიღწევადი და ბიუჯეტთან დაკავშირებული შუალედური საკვანძო შედეგების ჩამონათვალი;

– მოვლენათა ლოგიკური სქემა (ხშირად გრაფიკულად გამოხატული), რომელიც ასახავს პროექტის შემადგენელი ნაწილების (სამუშაო მოდულების) თანმიმდევრობას, პარალელურობას, ურთიერთშეხამებას და სხვ;

– ორგანიზაციულ ურთიერთქმედებათა გეგმა, რომელიც ასახავს კავშირებს პროექტის გარემოცვასთან (შემკვეთი, სუბმოიჯარეები, მიმწოდებლები და სხვ.);

– ანგარიშგების პროცედურა, რომელიც გვიჩვენებს, თუ როგორ მოხდება პროექტის ინსპექტირება, როდის, ვის მიერ და რა მიზნით;

– პროექტის პერსონალის სია თანამდებობრივი მოვალეობების მითითებით.



პროექტის რეალიზაციის ფაზაში ხდება დამტკიცებული გეგმების და კონკრეტული პროგრამების შესრულება. პროექტის სპეციფიკიდან გამომდინარე, შესაძლოა, რომ არ არსებობდეს გამოკვეთილი დროითი საზღვრები პროექტის სასიცოცხლო ციკლის აღნიშნულ ორ ფაზას შორის და შემუშავების ფაზის პროცესები თანხვდებოდეს რეალიზაციის, კონტროლისა და დამთავრების პროცესებს.

პროექტის მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა ასახავს მართვის სისტემის ელემენტების შემადგენლობას და ურთიერთკავშირს ამ ელემენტებს შორის. ასეთ ელემენტებად წარმოგვიდგება თანამდებობრივი და სტრუქტურული ერთეულები, რომელთა შორის მყარდება ვერტიკალური (ადმინისტრაციულ-ფუნქციური), ან ჰორიზონტალური (ტექნოლოგიური) კავშირები. **ვერტიკალური კავშირების მეშვეობით ხდება გადაწყვეტილებების მიღების ადმინისტრაციული პროცესების უზრუნველყოფა, ხოლო ჰორიზონტალური კავშირებით – კონკრეტული სამუშაოების შესრულების წარმართვა.**

ეფექტიანი ორგანიზაციული სტრუქტურის შექმნისათვის ხელმძღვანელობენ პრინციპებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ ასეთი სტრუქტურის შესაბამისობას: პროექტის მონაწილეთა რაოდენობასა და მათ შორის ურთიერთობების სქემასთან, პროექტის შინაარსთან, ბიუჯეტთან, ტექნოლოგიურ სპეციფიკასთან, გარესამყაროს მოთხოვნებთან და სხვ.

პროექტის მართვის პრაქტიკაში, პროექტების სპეციფიკიდან (პროექტების მოცულობა, დინამიზმი, ტექნოლოგია და სხვ.) გამომდინარე გამოიყენებენ ფუნქციურ, მატრიცულ, საპროექტო-მიზნობრივ და შერეულ ორგანიზაციულ სტრუქტურებს.

ორგანიზაციული პროექტირების პროცესი მთავრდება შემდეგი სპეციალური დოკუმენტების შემუშავებით:

– პროექტის მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა, სტრუქტურული ერთეულების დეტალური და გრაფიკული ასახვით;

– საშტატო განრიგი (თანამდებობების ჩამონათვალი მათი რაოდენობის და სათანადო ხელფასის მითითებით);

– მთელი მმართველობითი სტრუქტურის და ცალკეული ქვედანაყოფების დებულებები;

– თანამდებობრივი ინსტრუქციები;

– მეთოდური და ტექნიკური ინსტრუქციები, პროცესების ტექნოლოგიური რუკები და სხვ;

– მოთხოვნები პერსონალის მიმართ შტატების დაკომპლექტებისათვის (პროფესიოგრამები, სოციალურ-ფსიქოლოგიური პორტრეტები);

– მოთხოვნები პერსონალის მიმართ პროექტის რეალიზაციის პროცესში (შინაგანაწესები).

პროექტი რთული, კომპლექსური სისტემაა, რომლის მართვაც ასევე სისტემური მიდგომის საფუძველზე უნდა ხორციელდებოდეს. პროექტით გათვალისწინებული საქმიანობის ცალკეული სახეობები და მიმართულებები განიხილება როგორც პროექტის ქვესისტემები, რომლებიც საჭიროებენ სათანადო მართვას. ამის შესაბამისად **განასხვავებენ პროექტის მართვის შემდეგ ქვესისტემებს:** 1) პროექტის შინაარსის მართვა; 2) პროექტის ხანგრძლივობის (ვადების) მართვა; 3) ღირებულების მართვა; 4) ხარისხის მართვა; 5) პერსონალის (ადამიანური რესურსების) მართვა; 6) მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის (რესურსების) მართვა; 7) კომუნიკაციების მართვა; 8) რისკების მართვა. **ყოველი ქვესისტემისათვის იქმნება მმართველობითი მოდელი, რომლის მიხედვითაც ხორციელდება მართვის მთელი პროცესი.**

ნებისმიერი პროექტი დამთავრებულად ითვლება მაშინ, როდესაც პროექტი (მისი შედეგები) გადაეცემა შემკვეთს. პროექტის პროდუქციის სპეციფიკის მიხედვით განსხვავებულია ჩაბარებისა და მიღების პროცესები. მაგალითად, იმ შემთხვევაში, როდესაც გადასაცემია მოწყობილობა-დანადგარები, აუცილებელია მათი საცდელი გაშვება და საპროექტო დოკუმენტაციასთან მათი პარამეტრების შედარება. მსგავს პროცედურას აქვს ადგილი ტელესაკომუნიკაციო პროექტის ჩაბარებისას. სოციალური, სამეცნიერო-საგანმანათლებლო, კულტურული, სპორტული ან ეკოლოგიური ეფექტის მქონე პროექტის ჩაბარებისას შემკვეთი ნომინალურად ღებულობს პროექტს და ელოდება მისი შედეგების პრაქტიკულ გამოვლინებას.

პროექტების მართვა საქართველოს ეკონომიკისათვის მეტად მნიშვნელოვანი და პერსპექტიული მიმართულებაა, რომლის შესაფერისი განვითარებისათვის ბევრი რამ უნდა გაკეთდეს. ამისათვის კარგი იქნებოდა ცივილიზებულ ქვეყნებში არსებული გამოცდილების გათვალისწინება ბიზნეს-კადრების მომზადება-გადამზადებისა და ტრეინინგების პროცესში. მაგალითად, უცხოეთის ბიზნეს-სექტორში და საკონსულტაციო-სატრეინინგო ორგანიზაციებში მოქმედებენ სპეციალიზებული საპროექტო ბიუროები, სადაც კვალიფიციურ თანამშრომლებს და დაინტერესებულ მსმენელებს შეასწავლიან საპროექტო იდეების, კონცეფციების გენერაციას და პირველადი სახით პროექტების შემუშავებას. ასეთი დოკუმენტის საფუძველზე ორგანიზაცია ქმნის დასრულებულ საპროექტო დოკუმენტს, გამოდის პროექტის ინიციატორის, შემკვეთის ან ინვესტორის როლში, მოიძიებს დაინტერესებულ პარტნიორებს და მონაწილეობს პროექტის განხორციელების პროცესში.

გიორგი შიხაშვილი,
ეკონომიკის აკადემიური
დოქტორი, პროფესორი

ბესარიონ ხვინთელიანი,
ეკონომიკის მეცნიერებათა
დოქტორი, პროფესორი

ინტერესთა კონფლიქტი კავკასიის რეგიონში



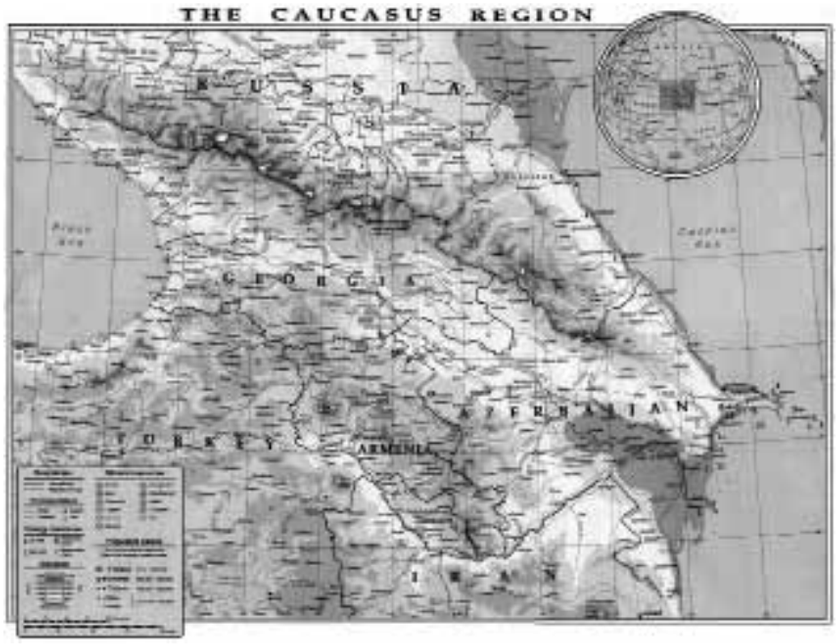
ვაჟა კაკაბაძე

თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

დამოუკიდებელი რუსეთის ხედვის ევოლუცია

1989-91 წლებში რუსეთმა უზარმაზარი პოლიტიკური ტრანსფორმაცია განიცადა: საბჭოთა კავშირის ნგრევამ, რუსეთის ეკონომიკა მთლიანად მოშალა. რუსეთში გაჩერდა უმსხვილესი მანქანათმშენებლობის ქარხნები, ნედლეულის გადამამუშავებელი საწარმოები, გაჩანაგდა სოფლის მეურნეობა. ჯერ კიდევ შემორჩენილი მანეთი 100 პროცენტით გაუფასურდა. ეკონომიკის ამგვარი დაცემის მიუხედავად რუსეთი მთელ ძალისხმევას არ იშურებდა, რომ შეენარჩუნებინა სამხედრო ინდუსტრია, გავლენა არ დაეკარგა ყოფილ მოკავშირე რესპუბლიკებზე, ეს გარემოება კიდევ უფრო ანგრევდა მის ეკონომიკას.

დამოუკიდებელი რუსეთის პირველ საგარეო საქმეთა მინისტრს **ანდრეი კოზირევს** (1992-96 წ.წ.) დიდი იმედი ჰქონდა, რომ საბჭოთა ბლოკში კომუნიზმის მშვიდობიანი მსხვრევა და ბალტიის ქვეყნების დამოუკიდებლობისათვის ხელშეწყობა სასურველ ტალღას შექმნიდა, როგორც ახლადგანთავისუფლებულ ქვეყნებში, ასევე დასავლეთში, რომელიც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობდა და გააადვილებდა რუსეთის დასავლეთთან დაახლოებას, საერთაშორისო ორგანიზაციებში ინტეგრაციას.



მაგრამ, ეს გათვლა არასწორი აღმოჩნდა – ქვეყნის ხელმძღვანელ-ორიგარქებმა ზუსტად ვერ გაიანგარიშეს ნგრევის მასშტაბები და მათი შედეგები. **ელცინის** გარემოცვა თავიდან ფიქრობდა, რომ 1991 წლის ბელოვეჟის შეთანხმებით მოაბრუნებდა ყოფილ რესპუბლიკებს ახალ გაერთიანებაში, მაგრამ, მალე გახდა ნათელი, რომ უკრაინა საკუთარი გზით სვლას აპირებდა, ასეთივე სურვილი გამოავლინეს საქართველომ და აზერბაიჯანმა. ამდენად, **რუსეთმა აგრესიული პოლიტიკა** შემოიტანა კავკასიის რეგიონში, თუმცა, მისი ეკონომიკა სულს ღაფავდა.

რუსეთის ეკონომიკის არასახარბიელო მდგომარეობა კოზირევისა და მისი მომხრეების მიერ დროებით შეფერხებად აღიქმებოდა. რუსეთში არსებობდა გადაჭარბებული რწმენა იმისა, რომ ბუნებრივი რესურსები და მოსალოდნელი დასავლური თანადგომა ეკონომიკის დაცემისა და ადაპტაციის პერიოდს მნიშვ-

ნელოვნად შეამცირებდა, რასაც სწრაფი ეკონომიკური ზრდა და მსოფლიო ბაზარზე წარმატებები მოჰყვებოდა.

რუსეთმა თავიდან დაიწყო ამერიკაზე აქცენტირებული პოლიტიკის განხორციელება, რომელიც აშშ-ს პარტნიორობას და მსოფლიოს ხელახლა გადანაწილებაში აქტიურ მონაწილეობას ითვალისწინებდა, ევროკავშირს კი მეორადი მნიშვნელობა, ანუ სათადარიგო პოლიტიკური როლი მიანიჭა. ეტყობა, რუსეთმა ვერ განსაზღვრა აშშ-ს სტრატეგიული მიზნები, არ გაითვალისწინა მსოფლიო დემოკრატიული ფრონტის მოთხოვნები, რამაც მისი პოლიტიკა თავიდანვე ჩიხში მოაქცია.

ცენტრალური ევროპის პოსტკომუნისტური, ბალტიისპირეთის და კავკასიის რეგიონების ქვეყნებში რუსეთის ქომაგობის მაგიერ უპირველეს მოწინააღმდეგეებად იქცნენ. ბელოვეჟის ხელშეკრულება დამოუკიდებლობის ტოლფასად მიიჩნია, კავკასიის სახელმწიფოებმა **(საქართველო და აზერბაიჯანი) სრული დამოუკიდებლობა გამოაცხადეს**. დასავლური დახმარება, რომელზედაც რუსი პოლიტიკოსები დიდ იმედებს ამყარებდნენ, მოსალოდნელზე გაცილებით მცირე აღმოჩნდა, რუსეთის ეკონომიკა ფეხზე ვერ წამოაყენა. ამან კიდევ უფრო გააბოროტა რუსეთი და მისი პოლიტიკა კიდევ უფრო აგრესიული გახდა, განსაკუთრებით – კავკასიის რეგიონში. ანტიდემოკრატიულმა პოლიტიკამ, რუსეთი, ევროპას და აშშ-ს დააცილა.

რუსეთისა და აშშ-ს პოლიტიკური და ,,სამხედრო სტრატეგიული პარტნიორობა“ საბოლოოდ გამოაშკარავდა 1994 წლის კონგრესის არჩევნების შემდეგ – კლინტონის ადმინისტრაციამ აზრი შეცვალა და მხარი დაუჭირა **,,ნატოს“** აღმოსავლეთით გაფართოებას. ეს გადაწყვეტილება 1993 წლის შემოდგომაზე ელცინსა და უმაღლეს საბჭოს შორის მწვავე კონფრონტაციასა და დუმის არჩევნებს მოჰყვა, როცა რუსეთის საკანონმდებლო ორგანოში კომუნისტების, ნაციონალისტებისა და შენიღბული დემოკრატების ჭრელი გუნდი მოვიდა. აშკარა გახდა, რომ რუსეთი დემოკრატიული სახელმწიფოს მშენებლობას არ აპირებდა, ხოლო მისი მოძლიერება აშშ-ს არ სურდა.

,,დასავლური პოლიტიკის“ კრახის შემდეგ რუსეთმა ,,ევრაზიული პოლიტიკის“ განხორციელება დაიწყო, რომელსაც სათავეში **ევგენი პრიმაკოვი** ჩაუდგა. ე. პრიმაკოვმა და მისმა მომხრეებმა დასავლეთზე ორიენტირება და მის სტრუქტურებში „ჩაჯდომა“ გრძელვადიან პერსპექტივად მიიჩნიეს, მათი მოსაზრებით რუსეთისათვის უმჯობესი იყო, ჯერ მოკლე და საშუალოვადიან პერ-



სპექტივაზე აეღოთ ორიენტირი და შემდგომ ემოქმედათ დიდ მასშტაბებზე.

,,ევრაზიული პოლიტიკის“ მომხრეებს მიაჩნდათ, რომ აშშ-სთან ურთიერთობა დააკარგვინებდა მათ სხვა მეგობრებს, სახელდობრ, **ჩინეთს**, რომელიც უდიდეს ბაზარს წარმოადგენდა სამხრეთ-აღმოსავლეთში.

რუსეთის ,,ევრაზიულ პოლიტიკის“ პრაქტიკულ განხორციელებას სათავე დაუდო 1994 წლის ნოემბერში ბუდაპეშტში ელცინის მუქარანარევმა მოხსენებამ, ,,ცივი მშვიდობის“ შესახებ, რომლის მიზანი **პოლონეთში, ჩეხეთსა** და **უნგრეთში** ,,ნატოს“ გაფართოების ხელშეშლა იყო. ამას **ჩრდილო, სამხრეთ კავკასიასა და უკრაინის** მიმართ მკაცრი პოლიტიკა მოჰყვა. მან კულმინაციას მიაღწია, მაშინ, როცა უკრაინაში რუსეთის ელჩმა **იური დუბინინმა** კიევში არსებული უცხო ქვეყნების საელჩოების საკონსულოებად გადაკეთების შესახებ წინადადება წამოაყენა. რუსი დიპლომატები, მათ ჩინელ კოლეგებთან ერთად, სულ უფრო ხშირად საუბრობდნენ აშშ-ს საწინააღმდეგო ,,ვექტორის“ შექმნის აუცილებლობაზე.

1996 წლისთვის ,,ევრაზიული პარადიგმა“ საბოლოოდ შეირყა. **ჩეჩნურმა განმათავისუფლებელმა ომმა რუსეთის ჭეშმარიტი სახე გამოაჩინა**, გარდა ამისა, რუსეთის ნავთობმომპოვებელი ოლიგარქები დასავლეთის ქვეყნებთან მჭიდრო ეკონომიკური ურთიერთობის მომხრეები იყვნენ, მათი მოსაზრებით, რუსეთის ბიზნესისათვის დამღუპველი იყო აშშ-სთან და სხვა დასავლეთის ქვეყნებთან ულტიმატუმის ენაზე საუბარი, რადგანაც ეს ,,იუკოსის“, ,,ლუკოილს“ და რუსეთის სხვა ენერგოგიგანტებს საერთაშორისო შესაძლებლობებს ართმევდა.

1998 წელს მსოფლიო საფინანსო კრიზისმა რუსეთის ისედაც დანგრეულ ეკონომიკას მნიშვნელოვანი ზარალი მიაყენა. რუსეთი პოლიტიკური არენიდან კულისებში გააძევეს.

1998 წლის აგვისტოში გამძაფრებული კრიზისი უკვე გადასცდა საფინანსო სფეროს და საერთოეკონომიკური ხასიათი მიიღო. ეს პროცესი მოულოდნელობა არ იყო იმ პოლიტიკოსებისა და ეკონომისტებისათვის, რომლებიც სისტემატურად აანალიზებდნენ რუსეთსა და მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკურ პროცესებს. რუსეთის მოჩვენებითი ფინანსური სტაბილიზაცია და ფინანსური ბაზრების სწრაფი განვითარება ხორციელდებოდა ფუნდამენტა-

ლური ეკონომიკური პრობლემების დონეზე: გამოიკვეთა ფისკალური და მონეტარული პოლიტიკის კრიზისი, საგადამხდელო ბალანსის მდგომარეობის საგრძნობი გაუარესება და სხვა.

რუსეთის ეკონომიკური კრიზისი გასცდა ეროვნულ საზღვრებს – იგი ამერიკის კონტინენტსაც შეეხო და საკმაო ზარალი მიაყენა: Bank America-მ რუსეთში **დაკარგა 330 მლნ დოლარი, Banker Trust – 350 მლნ დოლარი, J. P. Morgan – 200 მლნ დოლარი, Chase Manhattan – 200 მლნ დოლარი, Salomon Smith Rarney – 150 მლნ დოლარი, Credit Suiss – 500 მლნ დოლარი.**

რუსეთის ეკონომიკური კრიზისი განსაკუთრებით მწვავედ შეეხო **საქართველოს,** რომელიც გამოიხატა იმპორტის ზრდასა და ექსპორტის მნიშვნელოვან შემცირებაში. მაგალითად, თუ 1998 წლის იანვარ-ივლისში რუსეთიდან იმპორტის საშუალო თვიური მოცულობა 9.4 მლნ აშშ დოლარს შეადგენდა, აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში იგი თითქმის 115-ით გაიზარდა, რასაც მოჰყვა საქართველოდან რუსეთში დოლარის გადინება.

რუსეთის ეკონომიკური კრიზისი გარკვეულწილად პროვოცირებული იყო ხელოვნურადაც. ეს უკანასკნელი პოლიტიკური და სტრატეგიული ხასიათისაა და რაც ძალზე მნიშვნელოვანია, ითვალისწინებდა რუსეთის ხელისუფლებისა და პრეზიდენტის შეცვლას.

1999-2000 წლების ეკონომიკური და პოლიტიკური ვითარება რუსეთისათვის გარდატეხის პერიოდი გახდა. იგი მსოფლიო სცენიდან სართოდ უნდა წასულიყო ან გამხდარიყო რაფინირებული დემოკრატიული სახელმწიფო და ეპოვა თავისუფალი ადგილი საერთაშორისო პოლიტიკაში – ,,პოლიტიკური ნიშა“. პოლიტიკის შეცვლის შესახებ რუსეთის საზოგადოებას აუწყა **ვ. პუტინმა**, მან 2001 წლის 3 აპრილს სატელევიზიო მიმართვაში ხაზი გაუსვა დსთ-ს სახელმწიფოებსა და დასავლეთ ევროპაში რუსეთის სტრატეგიულ ინტერესებს, მაგრამ არ უხსენებია აშშ, ჩინეთი და ინდოეთი, თუმცა, 2007 წელს, მოსკოვის ფორუმზე, რუსეთის ვიცე-პრემიერმა **ალექსი კუდრინმა** ,,დიდი შვიდეულის“ გაფართოების წინადადება შემოიტანა. **კუდრინის წინადადება ემყარებოდა იმ გარემოებას, რომ მსოფლიო ეკონომიკაში მნიშვნელოვანი ადგილი დაიკავეს რუსეთმა, ჩინეთმა, ინდოეთმა ჩრდილოეთ კორეამ** და, ამდენად, ამ სახელმწიფოებმა მორალური და სამართლებრივი უფლება მოიპოვეს, რათა მონაწილეობდნენ მსოფლიო ეკონომიკის და პოლიტიკის მართვაში.

მართლაც, რუსეთის ეკონომიკამ შესამჩნევი აღორძინება დაიწყო. 2007 წელს რუსეთის სამრეწველო წარმოების ინდექსმა 2006 წელთან შედარებით 106.3 პროცენტს მიაღწია, 2007 წლის იანვარ-ნოემბრის მონაცემებით, სავაჭრო ბრუნვამ 514.5 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო ამავე წლის მონაცემებით, ნავთობის ექსპორტი 34.5 პროცენტი გაუტოლდა, რაც საწვავ-ენერგეტიკული საქონლის მთლიანი მოცულობის 54.1 პროცენტია.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, რუსეთი თავისი სტრატეგიული ინტერესების განხორციელებას კავკასიის რეგიონში კვლავ აგრესიული პოლიტიკით აპირებდა, ამის ნათელი მაგალითია **საქართველოსათვის ელექტროენერგიისა და საწვავი აირის შეზღუდვა**. აშკარა აგრესიული პოლიტიკის კვალობაზე რუსეთს სურს საერთაშორისო ეკონომიკური პროექტების განხორციელება (სახელდობრ: ,,სამხრეთ-ჩრდილოეთის“ სატრანსპორტო დერეფანის), რაც, მისი განცხადებით, კავკასიის რეგიონის მეზობელ სახელმწიფოთა დაახლოებას და ამ რეგიონში კონფლიქტების მოგვარებას შეუწყობდა ხელს. სინამდვილეში, რუსეთს სურს ჩამოართვას კავკასიას აზიისა და ევროპის დამაკავშირებელი ფუნქცია და ეს როლი თვითონ შეასრულოს. ეს ორმაგი სტანდარტი რუსეთის პოლიტიკას ყოველთვის ახასიათებდა. ამასთან, საერთაშორისო პროექტი, რომელიც ითვალისწინებს სარკინიგზო ხაზის გახსნას რუსეთი-საქართველო-სომხეთი-ირანი, ხელსაყრელია მხოლოდ რუსეთის და მისი ინტერესების გამტარებელი პარტნიორისათვის კავკასიაში – სომხეთისათვის. საქართველო ამ პროექტით კარგავს ზემოქმედების ბერკეტს აფხაზეთსა და ჯავახეთში (რომელზეც სომხეთს დიდი ხანია თვალი უჭირავს). პროექტის განხორციელება ასევე არახელსაყრელია აზერბაიჯანისათვის, ვინაიდან მნიშვნელოვნად იზრდება ირანის საფრთხე, რომელიც დიდი ხანია აცხადებს პრეტენზიას კასპიის აუზის ენერგორესურსებზე.

2006 წელს, როცა რუსეთმა პოლიტიკური წნეხის გასაძლიერებლად აკრძალა საქართველოს ღვინოს, მინერალური წყლების იმპორტი, გამოდევნა საქართველოს მოქალაქეები და დევნა დაუწყო აზერბაიჯანელებს, კიდევ ერთხელ დადასტურდა რუსეთის უარყოფითი განწყობა ამ ორი ქვეყნის მიმართ.

რუსეთის დაინტერესება კავკასიით და დასავლეთის კონტროლით კიდევ ერთი გამოვლინდა 2007 წლის 10 თებერვლის **მიუნხენის** კონფერენციაზე, სადაც გამოვიდა რუსეთის პრეზიდენტი. ამ არასასურველმა განაცხადებამ, აშშ და ევროპა დაარწმუნა, რომ საქართველოს გაერთიანება **NATO**-ში აუცილებელია არა მარტო კავკასიისა და აზიის, არამედ დასავლეთის უსაფრთხოების მიზნითაც.

2008 წლის 21 თებერვლიდან დაიწყო რუსეთ-საქართველოს ურთიერთობაში დათბობის პერიოდი, კერძოდ, საქართველოს და რუსეთის პრეზიდენტების შეხვედრაზე გადაწყდა შემდეგი მნიშვნელოვანი საკითხები:

1. 2008 წლის მარტის შუა რიცხვებიდან აღდგეს პირდაპირი საჰაერო მიმოსვლა საქართველოსა და რუსეთს შორის;

2. რუსეთი საქართველოს საქონელზე მოხსნის ემბარგოს;

3. დაიწყო მოლაპარაკება რუსეთ-საქართველოს საზღვ-

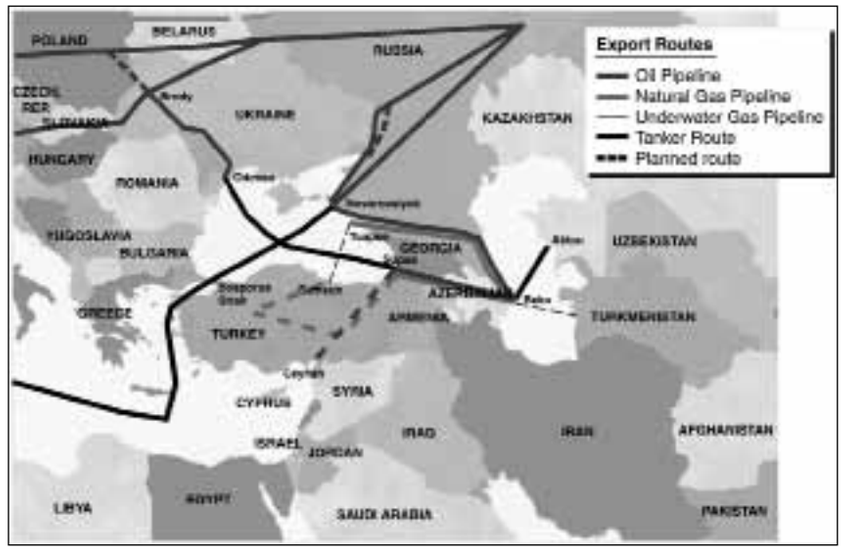
რების საკონტროლო-საბაჟო ტერიტორიების ერთობლივი გაკონტროლების შესახებ;

4. საქართველომ რუსეთს აღუთქვა, რომ აღარ დაბლოკავდა მის გაწევრიანებას მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში.

რუსეთის ურთიერთობათა პერსპექტივები კავკასიაში

რუსეთის საგარეო ეკონომიკური და პოლიტიკური ურთიერთობები თავისი არაკეთილგანწყობილებით კავკასიაში ბევრ უცხოელ ექსპერტს აკვირვებს, განსაკუთრებით აგრესიულია საქართველოს მიმართ. ეს დამოკიდებულება მაშინაც გამჟღავნდა, როცა ევროკავშირმა 2000 და 2001 **წლებში „ერთიანი საგარეო და უსაფრთხოების პოლიტიკის“** (**CFSP**) ერთობლივი ქმედების ფარგლებში საქართველოს სასაზღვრო ჯარებს 1.045 მლნ ევროს ღირებულების აღჭურვილობა გადასცა, რათა ხელი შეეშალა ჩეჩნეთის კონფლიქტის საქართველოში გავრცელებისათვის. ეს პოზიცია წარმოშობს კითხვას: რა გეგმებს ისახავს იგი საშუალო და გრძელვადიან პერიოდში კავკასიაში? კითხვაზე ზუსტი პასუხი, უდაოა, მარტო რუსეთმა იცის. ჩვენ მხოლოდ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ რუსეთის ფედერაციას კავკასიაში ფეხის მოკიდება საქართველოსთან კარგი ურთიერთობების ჩამოუყალიბებლად გაუჭირდება.

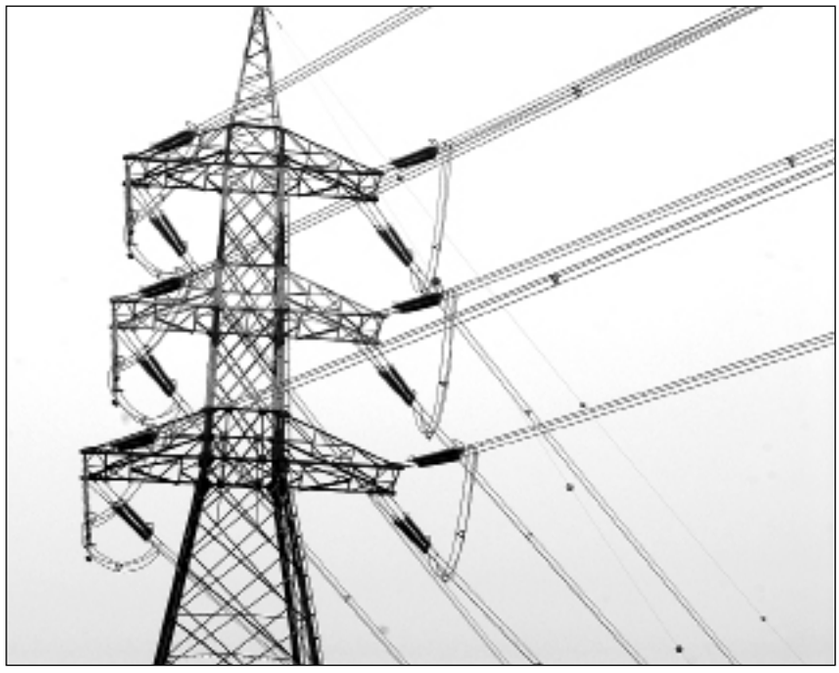
რუსეთმა უნდა გააცნობიეროს, რომ საქართველო იყო და არის **კავკასიის რეგიონის ცენტრალური სახელმწიფო**, რომ მისმა აგრესიულმა პლიტიკამ **შეესაძლოა არა მარტო შეაფერხოს რუსული კაპიტალის განთავსება საქართველოში, არამედ უკვე არსებულის განდევნა გამოიწვიოს**. რუსეთის კაპიტალის განდევნა შესაძლებელია (სავარაუდოდ) განხორციელდეს პოლიტიკური და ეკონომიკური მიზეზით.



პოლიტიკური მიზეზი უშუალოდ რუსეთის აგრესიული პოლიტიკით იქნება განპირობებული, ხოლო ეკონომიკური გამოწვეული იქნება რუსეთის კაპიტალის ნაკლებ კონკურენტუნარიანობით დასავლეთის კაპიტალთან შედარებით, რომელსაც უფრო მაღალი რეიტინგი გააჩნია პოლიტიკური თვალსაზრისითაც კი. ამ უკანასკნელი მიზეზით საქართველოში დასავლური ინვესტიციების საფუძველზე შეიქმნა სამეურნეო საქმიანობის ალიანსები. პირველი მათგანი დაკავშირებულია საერთაშორისო პროექტთან ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანი, რომელშიც მონაწილეობდნენ ბრიტანეთის, ამერიკის, იაპონიის, საფრანგეთის, იტალიის, აზერბაიჯანის, თურქეთისა და ნორვეგიის მსოფლიო დონის საერთაშორისო კომპანიები. ამ პროექტში რუსეთის წინადადება არ განიხილეს. პროექტის ღირებულებამ 2.95 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა. საქართველოს შემოსავლები შემდეგ მაჩვენებლებში განისაზღვრა: მოკლევადიან პერიოდზე (2005-2009 წ.წ.) 112 მლნ USD, საშუალოვადიან პერიოდზე (2010-2020 წ.წ.) – 566 მლნ USD, გრძელვადიან პერიოდზე (2021-2029 წ.წ.) – 568 მლნ USD. უნდა აღინიშნოს კიდევ ერთი დიდი საერთაშორისო პროექტი **ბაქო-თბილისი-ერზრუმი**. ამ პროექტში მონაწილეობის სურვილი გამოთქვეს **ბრიტანეთის, ნორვეგიის, იაპონიის, საფრანგეთის, იტალიის, რუსეთის, თურქეთის, ირანისა** და **აზერბაიჯანის** უდიდესმა კომპანიებმა. პროექტის ღირებულება 900 მლნ აშშ დოლარია. გაზსადენს შეუძლია გაატაროს 30 მლრდ კუბ.მ. აირი. პროექტის მიმართ დიდი დაინტერესება და ინვესტიციების განთავსების სურვილი გამოთქვა „ყაზტრანსგაზმა“. პროექტის დასრულების შემდეგ რუსეთი საქართველოზე და, საერთოდ, კავკასიაზე დაკარგავს ენერგორესურსებით მართვის ზემოქმედების ბერკეტებს ანუ „ენერგო-პოლიტიკის“ განხორციელების შესაძლებლობას.

საქართველოში მნიშვნელოვანი ინვესტიციები განხორციელდა მომსახურების სფეროშიც. **ფეხი მოიკიდეს საერთაშორისო კომპანიებმა – „მარიოტი“, „შერატონი“, „სილქ-როუდ ჯგუფი“. გაიხსნა საფირმო მაღაზიები „McDonalds“ და ტრანსნაციონალური კომპანიის მომსახურების ცენტრები: „SONY“, „NOKIA“, „HIUNDAI“, „TOYOTA“, „NISSAN“** და ა.შ. დაფუძნდნენ **გერმანიის, თურქეთის, ისრაელის** საფინანსო-საბანკო ორგანიზაციები. თუმცა, საბანკო სისტემაში რუსული კაპიტალის ზრდაც შეიმჩნევა.

2006-07 წლებში რუსეთის პოლიტიკური ვექტორი ნაწილობრივ შეიცვალა და კვლავ ორიენტირებული გახდა დასავლეთზე. მართალია, ორიენტაციის შეცვლამ მოსკოვს გარკვეული უპი-



რატესობები მოუტანა, მაგრამ ბევრი მიზანი მაინც განუხორციელებელი დარჩა. ,,ნატოსა“ და ევრიკავშირთან ურთიერთობების გაუმჯობესება, შეერთებულ შტატებთან ენერგეტიკული პარტნიორობა, ბირთვულ განიარაღებაში ამერიკის თანადგომა, დიდ შვიდეულში ფორმალური გაერთიანება და ჩრდილოატლანტიკური ალიანსის ზოგიერთ გადაწყვეტილებაზე გავლენის მოხდენა რუსეთის ფედერაციის სერიოზული და ძნელად მოსაგვარებელი პრობლემების გადაჭრაში მაინც ვერ დაეხმარა.

საგარეო პოლიტიკური ორიენტაციის შეცვლისა და დასავლეთთან გარკვეულწილად ურთიერთობების გაუმჯობესების სანაცვლოდ რუსეთს ირანთან და ერაყთან სარფიანი ეკონომიკური თანამშრომლობის შეწყვეტა მოუხდა. მას ასევე მოუწია პოზიციების დათმობა ჩრდილოეთ კორეაში. გარდა ამისა, ოფიციალური რუსეთი ვერც მისთვის ძალზე არასასურველი საერთაშორისო პროექტის ბაქო-თბილისი-ერზრუმის შეჩერებას და საქართველოს ,,ნატოში“ გაერთიანების აღკვეთას შესძლებს.

რუსეთმა, შესაძლოა, უახლოეს პერიოდში საგრძნობლად დათმოს პოზიციები კავკასიის რეგიონში (სომხეთის გარდა) და თავისი ეკონომიკური პრობლემებიც მოუგვარებელი დარჩეს, რადგანაც მან ვერც ვალების ჩამოწერა მოახერხა და ვერც ერთიანი ევროპული ეკონომიკური ზონა შექმნა, რაც შეეხება მისი მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში გაერთიანებას, ეს დამოკიდებულია საქართველოზე. იგი ამ შეზღუდვას მოხსნის იმ შემთხვევაში, თუ რუსეთი ოფიციალურად აღიარებს აფხაზეთსა და ცხინვალის რეგიონებს, როგორც საქართველოს განუყოფელ ნაწილს.

რუსეთის საგარეო ურთიერთობის პრაგმატიზმი

რუსეთმა ვერ იპოვა ის ურთიერთობის გასაღები, რომელსაც საერთაშორისო საზოგადოება ანგარიშს გაუწევდა და მის არსებობას კავკასიის რეგიონში დადებითად აღიქვამდა. აშკარაა ისიც, რომ **სადღეისოდ დასავლეთი რუსეთის აზრს დიდ ანგარიშს არ უწევს.** საეჭვოა ის გარემოებაც, რომ რუსეთის ურთიერთობები აშშ-სთან იმ დონემდე ავიდეს როგორიც მას **ჩინეთთან** და **ირანთან** გააჩნია, ვინაიდან თავად რუსეთი აშშ-ს განიხილავს თავის სტრატეგიულ მოწინააღმდეგედ კავკასიის რეგიონში და არ სურს, კავკასიის სახელმწიფოთა ინტეგრაციულ პროცესში აშშ იხილოს თუნდაც მესამე მხარედ. სწორედ ეს განაპირობებს მის **გაუცხოებას** მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკური ინტეგრაციული პროცესებისადმი (მას სურს და არც სურს მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში გაწევრიანება – WTO). **დღეს რუსეთისათვის გაცილებით მნიშვნელოვანია ცვალებად და პროგრესულ მსოფლიოში საკუთარი პოლიტიკური სახის შენარჩუნება, ვიდრე ინტეგრაციულ პროცესებში მონაწილეობა.**

დადგა დრო, როცა რუსეთმა რეალურად უნდა შეაფასოს საკუთარი შეცდომები კავკასიაში, რათა მართებულად წარმართოს თავისი ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესები საქართველოსა და აზერბაიჯანში, პასუხი გასცეს კითხვას: **შეუძლია თუ არა მას საერთაშორისო ასპარეზზე დემოკრატიული ფასეულობების დამკვიდრება, თუ იგი მხოლოდ იმპერიული ზრახვებით იმოქმედებს**?

საგარეო პოლიტიკის პრაგმატიზმი ობიექტურად აყენებს საკითხს, **რა სახით უნდა იმოქმედოს შემდგომში რუსეთმა დსთ-ს სივრცეში, რუსეთი აღიარებს, რომ დსთ, თავისი დღევანდელი მდგომარეობით, რუსეთის ან თანამეგობრობის სხვა ქვეყნების ინტერესებს არ პასუხობს**. თანამშრომლობის შიგნიდან რღვევის მუდმივი მცდელობებია, რის მაგალითიც სუამია, ეს ნათელს ხდის, რომ დსთ-ს პერსპექტივები არ არის სახარბიელო. მიუხედავად ამისა, რუსეთი დსთ-ს დაშლას ეწინააღმდეგება, რადგანაც მას თავისი ინტერესების შემანარჩუნებელ ორგანოდ განიხილავს.

რუსეთის ხედვა დსთ-ს მიმართ ასეთია:

1. დსთ-ს ზოგიერთი წევრი სახელმწიფოები მჭიდრო პოლიტიკურ და ეკონომიკურ კავშირს დაამყარებენ რუსეთთან და, შესაძლოა, შექმნან ახალი გაერთიანება ასეთ სახელმწიფოებად ის

განიხილავს **ბელარუსიას, მოლდოვას, უკრაინას, სომხეთს**. არ გამორიცხავს აზიური სახელმწიფოების მიერთებასაც;

2. დსთ-ის ზოგიერთი ქვეყანა თანამშრომლობიდან თავის დაღწევას და თავისუფლად ,,ცურვას“ გადაწყვეტს, რუსეთს ასეთ სახელმწიფოდ, უპირველეს ყოვლისა, **აზერბაიჯანი** მიაჩნია;

3. დსთ-ს ზოგიერთი წევრი ქვეყანა მოჩვენებითი ფორმით დარჩება დსთ-ში და ამასთან გაერთიანდება ,,ნატოში“ (საქართველო).

მესამე ვარიანტის განვითარების შემთხვევაში რუსეთის პოზიციები მნიშვნელოვნად შემცირდება კავკასიის რეგიონში.

,,ნატო“-სთან მიმართებაში რუსეთის საგარეო ურთიერთობის პრაგმატიზმი შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოყალიბდეს:

– ,,ნატო“-სთან იმ სფეროებში ურთიერთობა, სადაც ეს **გარდაუვალია;**

– ,,ნატო“-სთან ურთიერთობა ეტაპობრივად წარმართოს და გამონახოს ინტერესთა **საერთო** ჯაჭვი;

– აღიქვას ,,ნატოს“ შემოსვლა საქართველოში, როგორც მასთან ახალი **ურთიერთმომგებიანი** თანამშრომლობის საწყისად;

– აღიაროს ,,ნატო“, როგორც **არა აგრესიული** გაერთიანება.

რუსეთი და შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობა

რუსეთი შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ალიანსის ჩამოყალიბებას განიხილავს როგორც დსთ-ის საწინააღმდეგო გაერთიანებას. იგი **ბელარუსთან** და **უკრაინასთან** ეკონომიკური კავშირის გაძლიერებას ცდილობს და ამით სურს შეასუსტოს შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის რეგიონული გაერთიანება, **ეს ამოცანა მან საშუალოვადიან პერიოდში ვერ განახორციელა, მაგრამ პერსპექტივაში იმედი აქვს.** ამის საფუძველს იძლევა კაპიტალის აქტიური განთავსება საქართველოს, სომხეთის და შედარებით ნაკლები სიდიდეებით – უკრაინის ეკონომიკაში. ამასთან, რუსეთი, შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის რეგიონულ გაერთიანებას ყოფილ საბჭოთა კავშირისა და ბალკანეთის ყოფილ სოციალისტურ სახელმწიფოებს შორის **ეკონომიკური** და **პოლიტიკური** პარტნიორობის დამყარების საშუალებად განიხილავს. მართლაც, **რუსეთი, უკრაინა, საქართველო, ბულგარეთი, რუმინეთი, ალბანეთი, მოლდოვა, აზერბაიჯანი და სომხეთი ვარშავის** პაქტის წევრი ქვეყნები იყვნენ. რუსეთი ცდილობს ეს ქვეყნები ადრინდელი ალიანსის ფარგლებში მოაქციოს და ამით **არ დაუშვას ,,ნატოს“ გაფართოება შავი ზღვის მოსაზღვრე სახელმწიფოებში**.

ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით შეგვიძლია აღვნიშნოთ შავი ზღვის ეკონომიკურ თანამშრომლობის წევრი ქვეყნების, სახელდობრ, **საქართველოსა** და **უკრაინის** მიერ დაშვებული სტრატეგიული შეცდომა: მათ არ უნდა დაეშვათ ამ რეგიონულ კავშირში ისეთი ქვეყნების გაერთიანება, რომლებიც შავი ზღვის აუზში არ შედიან (მაგალითად, **სომხეთი)** და წარმოადგენენ საქართველოს და უკრაინის მიმართ **არაკეთილმოსურნედ** განწყობილი სახელმწიფოების **(ირანი, რუსეთი)** დასაყრდენს. გასათვალისწინებელია ასევე ის გარემოებაც, რომ **რუსეთი** და **თურქეთი** შავი ზღვის რეგიონს განიხილავენ, როგორც საკუთარი ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესების დასაყრდენს.

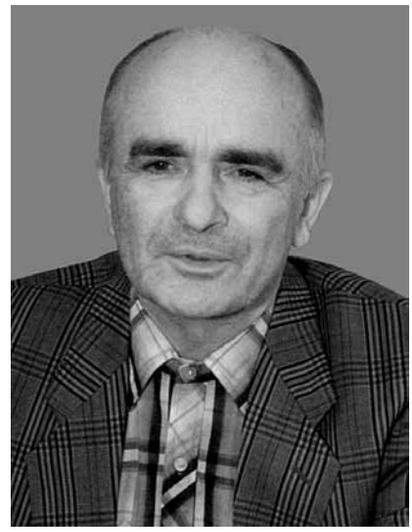
კავკასიის რეგიონში აშშ-ს ინტერესების გაძლიერებას აღფრთოვანებით რუსეთის ისტებლიშმენტი არ შეხვედრია. თუმცა, რუსეთმა საქართველოდან დაიწყო სამხედრო ბაზების გამოყვანა და ნელნელა უთმობს პოზიციებს ,,ნატოს“. ამის სანაცვლოდ მან უპირატესობა მოიპოვა ჩრდილო კავკასიაში. პუტინის აქტიურმა ძალისხმევამ ჩეჩნეთში მიმდინარე განმანთავისუფლებელი ომი წარმოაჩინა როგორც ანტიტერორისტული ღონისძიება. იგი აცხადებს, რომ კავკასიაში ებრძვის აგრესიულ ძალებს, როგორც აშშ – ავღანეთში, ერაყსა და საერთოდ, მთელს მსოფლიოში. **ამან ადამიანის უფლებათა დაცვის საკითხი უკანა პლანზე გადაწია** – ჩეჩენი პატრიოტები განიხილებიან როგორც ტერორისტები, ხოლო გალის რაიონის მოსახლეობა – როგორც აფხაზების მიმართ აგრესიულად განწყობილი ხალხი.



დაბოლოს, რუსეთის არსებობა შავი ზღვის ეკონომიკურ თანამშრომლობის რეგიონულ გაერთიანებაში ზრდის მის უფლებებს და მართვის ბერკეტებს კავკასიის რეგიონში, რომელსაც ის საჭირო მომენტში აუცილებლად გამოიყენებს.

(გაგრძელება შემდეგ ნომერში)

ბიზნესი და ეკონომიკის კანონები



აზიკო სისვაძე

თბილისის საბანკო-საფინანსო ინსტიტუტის სრული პროფესორი

ბიზნესის ეკონომიკური თავისუფლების სივრცის ერთ-ერთ შემომსაზღვრელ ფაქტორს ეკონომიკის კანონების სისტემა წარმოადგენს, რომლებიც მოქმედებენ ადამიანთა სურვილებისაგან დამოუკიდებლად და ქმნიან იმ სახიფათო „დანაღმულ ეკონომიკურ ზონას", რომლის გაუთვალისწინებლობა ბიზნესმენს სრული გაკოტრებით ემუქრება. ამ კანონთა მოქმედების მექანიზმის საფუძვლიანი ცოდნა კი, მას საშუალებას აძლევს არა მარტო უზრუნველყოს საკუთარი ბიზნესის ეკონომიკური უსაფრთხოება, არამედ გამოიყენოს ისინი თავის სასარგებლოდ, რომლის რეალური საფასური საკუთარი ბიზნესის აყვავებაა. ამდენად, ნებისმიერი წარმატების მაძიებელი ბიზნესმენისათვის ეკონომიკის კანონების არსის და მათი მოქმედების მექანიზმის ცოდნას სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს.

თუ გულდასმით დავაკვირდებით ჩვენს გარემომცველ რეალობას, ვნახავთ, რომ მასში ჰარმონია და მკაცრი წესრიგია გამეფებული, რაც არავის აოცებს. სამყაროს ეს დასაბამისეული წესრიგი ბუნების კანონების მოქმედებითაა გამოწვეული. ისინი რომ არ არსებულიყო, ყველაფერი სამუდამოდ უსახური ქაოსის მდგომარეობაში დარჩებოდა. შესაბამისად არ იარსებებდა სიცოცხლე და აზროვნება.

განსაზღვრული წესრიგი სუფევს სამყაროს იმ ნაწილშიც, რომელიც ადამიანთა სამეურნეო საქმიანობას – ბიზნესს მოიცავს, სადაც, ამ წესრიგს ეკონომიკის კანონების მოქმედება განაპირობებენ.

ეკონომიკის კანონების კვლევა ჯერ კიდევ ფიზიოკრატებმა დაიწყეს XVIII საუკუნეში. მას შემდეგ ამ პრობლემაზე იმდენი დაიწერა, რომ სათქმელი და საკამათო თითქმის აღარაფერი დარჩა. თუმცა, ეკონომიკის მეცნიერების თანამედროვე გადმოსახედიდან მიღწეულის კრიტიკული ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ეკონომიკის კანონების პრობლემას ჯერ კიდევ ბევრი თეთრი ლაქა შემორჩა. ეს, პირველ რიგში, ამ კანონთა ძირითად ნიშნებს, აგრეთვე ეკონომიკის კანონების და ეკონომიკის პრინციპების გამიჯვნის საკითხს შეეხება.

ეკონომიკის თანამედროვე მეცნიერებაში ეკონომიკის კანონების ისეთ ნიშნებს გამოყოფენ, როგორიცაა: **არსებითობა, ობიექტურობა, აუცილებლობა, მდგრადობა და განმეორებადობა.** მაგრამ ამასთან, ყურადღების გარეშეა დატოვებული მათი საყოველთაო ხასიათი. ამ თვალსაზრისით, ეკონომიკის კანონად შეიძლება მიჩნეული იქნას მხოლოდ ისეთი კონკრეტული მიზეზ–შედეგობრივი კავშირი, რომელიც მთელი ეკონომიკის მასშტაბით გამოვლინდება. ვიწრო მასშტაბებში არსებული მიზეზ-შედეგობრივი დამოკიდებულება ეკონომიკის კანონს არ წარმოადგენს, რამდენადაც ასეთი კავშირი კანონზომიერების ფორმას ღებულობს და მოქმედების შეზღუდული არეალით ხასიათდება. ასევე, თანამედროვე მეცნიერებაში ეკონომიკის ობიექტურ კანონად მიჩნეული ზოგიერთი თეორიული დებულება მხოლოდ ადამიანთა მიერ შექმნილი პრინციპია.

თანამედროვეობის ეკონომისტთა ერთი ნაწილი აღიარებს ადამიანების ნებისაგან დამოუკიდებელი ეკონომიკის ობიექტური კანონების არსებობას, ხოლო მეორე ნაწილი, მაგალითად, **კ. მაკკონელი** და **ს. ბრიუ**, იმდენად აკნინებენ მათ მნიშვნელობას, რომ პრინციპებთან, მოდელებთან და თეორიებთან აიგივებს და მათ სინონიმად მიიჩნევს. ეკონომიკის მეცნიერების ამ ფუნდამენტური ცნებების საფუძვლიანი შესწავლა გვიჩვენებს, რომ მათ შორის საკმაოდ დიდი განსხვავებაა. ამჟამად, განსაკუთრებით აქტუალურია ეკონომიკის კანონებისა და პრინციპების გამიჯვნა, გარეგნული მსგავსების გამო, ისინი ერთმანეთში არიან აღრეული, ამის გარდაუვალი შედეგი პარალოგიკური აზროვნებაა, რაც შემდეგ უარყოფითად აისახება ბიზნესის პრაქტიკაზეც.

არაპირდაპირ ამავე თვალსაზრისს იზიარებს ზოგიერთი ქართველი ავტორიც.

ეკონომიკის კანონებსა და ეკონომიკის პრინციპებს შორის

მსგავსება იმაში გამოიხატება, რომ ისინი ეკონომიკურ მოვლენათა შორის განსაზღვრულ მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს ასახავენ, ხოლო პრინციპული განსხვავება შემდეგია:

პირველი, ეკონომიკის კანონი პოზიტიური კვლევის შედეგია და პასუხობს კითხვაზე: როგორია მოვლენათა შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი **ობიექტურად,** თავისთავად, ადამიანთა ნებისა და სურვილებისაგან დამოუკიდებლად. ეკონომიკის პრინციპი ყალიბდება ადამიანთა მიერ **სუბიექტურად,** ნორმატიული კვლევის საფუძველზე და გვიჩვენებს თუ როგორი უნდა იყოს ჩვენთვის საინტერესო მოვლენათა შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი, რათა წინასწარ დასახული მიზანი იქნას მიღწეული. მოცემულ შემთხვევაში ადამიანები ხელოვნურად ქმნიან ისეთ მიზეზობრივ მოვლენას, რომელიც სასურველ ეკონომიკურ შედეგს გამოიწვევს.

აქედან გამომდინარე, ეკონომიკის პრინციპი ესაა, რაიმე მიზნის მისაღწევად სუბიექტურად ჩამოყალიბებული მოქმედების წესი. ე.ი. ეკონომიკის კანონები ობიექტურ, ადამიანთა ნებისაგან დამოუკიდებელ კავშირ-ურთიერთობებს ასახავენ, ხოლო ეკონომიკის პრინციპები სუბიექტურ, ადამიანების მიერ შემუშავებულ და დაცულ თამაშის წესებს. ამდენად, მათი გაიგივება სერიოზული მეთოდოლოგიური შეცდომაა. ამ მოსაზრების საწინააღმდეგოდ ეკონომიკის სუბიექტური კანონების არსებობის შესაძლებლობას უშვებს ქართველ მეცნიერთა ერთი ნაწილი. მათ შორის, როგორც ფილოსოფოსები, ისე ეკონომისტები, რომლებიც ეკონომიკის კანონების მთელ სისტემას ობიექტურ და სუბიექტურ კანონებად ყოფენ.

მეორე, ბუნების კანონების მსგავსად, ეკონომიკის კანონების მოქმედების შეჩერება, შეცვლა ან მათი მოქმედების მექანიზმში ჩარევა შეუძლებელია, მაშინ როდესაც ეკონომიკის პრინციპების დარღვევა რაიმე სირთულეს არ წარმოადგენს, თუმცა, ამას შეიძლება კატასტროფული შედეგებიც კი მოყვეს. მკითხველი ალბათ დაგვეთანხმება, რომ არავის ხელეწიფება მსოფლიო მიზიდულობის კანონის მოქმედების შეჩერება ან გაუქმება, მაშინ როდესაც ადამიანები თავის მიერ შემუშავებულ პრინციპებს დიდი დანაკარგების მიუხედავად, საკმაოდ ხშირად არღვევენ.

ეკონომიკის კანონებისა და პრინციპების განმასხვავებელი ნიშნების განხილვა გვიჩვენებს, რომ ეკონომიკის კანონად მიჩნეული ზოგიერთი მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის ამსახველი თეორიული დებულება მხოლოდ პრინციპია და არა კანონი. ასეთია მაგალითად, ე.წ. წარმოების საშუალებათა წარმოების უპირატესი ზრდის, ფულისა და საქონლის მასების შესაბამისობის, საშუალო ხელფასთან შედარებით შრომის მწარმოებლურობის წინმსწრები ტემპით ზრდის „ეკონომიკური კანონები“ და სხვა. ისინი ეკონომიკის კანონები არ არიან იმ უბრალო მიზეზის გამო, რომ მათი მოქმედების შეჩერება ან გაუქმება ნებისმიერ დროს შეიძლება.

იმის გამო, რომ ეკონომიკის კანონები და პრინციპები თეორიულად ერთმანეთისაგან ჯერ კიდევ არაა გამიჯნული, სწავლული ეკონომისტები, როდესაც რაიმე პრობლემის გადაწყვეტის ეფექტურ პრინციპს მიაგნებენ, მაშინვე საზეიმოდ აცხადებენ ეკონომიკის ახალი კანონის აღმოჩენის შესახებ, რაც ჩვენს მიერ წარმოდგენილი არგუმენტების მიხედვით მცდარია. თუმცა, ასეთი პრინციპის აღმოჩენა მეცნიერისათვის არანაკლებ საპატიოა.

ეკონომიკის კანონთა შემეცნების პროცესში დაშვებული მეთოდოლოგიური შეცდომები ძირითადად იმ გარემოებითაა გამოწვეული, რომ ხშირად მოვლენათა არსში წვდომის ნაცვლად მხოლოდ მათი გამოვლენის ზედაპირული ფორმების ანალიზით კმაყოფილდებიან. ეკონომიკა კი საზოგადოებრივი საქმიანობის ის განსაკუთრებული სპეციფიკური სფეროა, სადაც მიმდინარე პროცესებსა თუ მოვლენებზე ადამიანთა ცხოვრებისეული ზედაპირული და გამრუდებული წარმოდგენები მათი ჭეშმარიტი ბუნებისაგან რადიკალურად განსხვავდება. ამიტომ ასეთ წარმოდგენებზე დაფუძნებულ თეორიულ დასკვნებს და შესაბამის სამეურნეო გადაწყვეტილებებს უარყოფითი და თანაც ტრაგიკული შედეგები მოჰყვება ხოლმე როგორც მიკროეკონომიკის დონეზე, ისე მაკროეკონომიკის მასშტაბით.

არსებითად განსხვავდება ერთმანეთისაგან აგრეთვე ეკონომიკის კანონები და მოდელები. მოდელი ეკონომიკის ნებისმიერი ობიექტის, მოვლენის ან პროცესის გამარტივებული გამოსახვაა მათემატიკური, ფიზიკური ან გეომეტრიული სახით. არასწორია აგრეთვე, თეორიისა თუ ცალკეული დებულებების ეკონომიკის კანონებთან გაიგივებაც. კანონებისაგან განსხვავებით, თეორია გარემომცველი რეალობის ამა თუ იმ სფეროს და მასში მიმდინარე უამრავი პროცესის განმსაზღვრელი კანონებისა და კანონზომიერებების სისტემური სახით წარმოდგენაა.

ამრიგად, ეკონომიკის კანონები ასახავენ დოვლათის წარმოების, განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში ეკონომიკურ ობიექტებს, მოვლენებსა და პროცესებს შორის ჩამოყალიბებულ არსებით, ობიექტურ, საყოველთაო, აუცილებელ, მდგრად და განმეორებად მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს, რომელთა ხელოვნურად შექმნა, შეჩერება, შეცვლა ან გაუქმება შეუძლებელია.

ეკონომიკის კანონებს შორის უმნიშვნელოვანესია შემდეგი:

– მოთხოვნილებათა შემოუსაზღვრელობის კანონი;

– ეკონომიკის რესურსების შემოსაზღვრულობის კანონი;

– მზარდ ფარულ დანახარჯთა კანონი;

– წარმოების ფაქტორთა კლებადი უკუგების კანონი;

– კლებადი საზღვრითი სარგებლიანობის კანონი;

– მოთხოვნის კანონი;

– მიწოდების კანონი;

– მოსახლეობის პირადი მოხმარების სტრუქტურის მათ შემოსავლებთან დამოკიდებულების კანონი (ენგელის კანონი);

– ეკონომიკის ციკლური ზრდის კანონი;

– წარმოების ფაქტორული შედგენილობის ციკლური ზრდის კანონი;

– ეროვნული წარმოების ეკონომიკური ეფექტიანობის ციკლური ზრდის კანონი და სხვა.

ეკონომიკის პრინციპთა შორის, რომლებიც ბიზნესშიც შეიძლება იქნან გამოყენებული, ყველაზე არსებითია შემდეგი:

პირველი, ეფექტიანობის პრინციპი;

მეორე, სამეურნეო სუბიექტების სამეწარმეო თავისუფლებისა და ეკონომიკის დარგებს შორის წარმოების ფაქტორთა თავისუფალი გადადინების უზრუნველყოფის პრინციპი;

მესამე, კონკურენციის დაცვისა და ეკონომიკის მონოპოლიზაციის შეზღუდვის პრინციპი;

მეოთხე, ეკონომიკის თვითრეგულირების საბაზრო მექანიზმისა და სახელმწიფოებრივი რეგულირების ოპტიმალური შეხამების პრინციპი;

მეხუთე, ეკონომიკურად მიზანშეწონილ საზღვრებში სოციალური სამართლიანობის დაცვის პრინციპი;

მეექვსე, კერძო საკუთრების ხელშეუხებლობის პრინციპი;

მეშვიდე, ბიზნესში პირადი მოტივების პრიორიტეტულობის პრინციპი;

მერვე, მიმოქცევაში მყოფი ფულის მასის ქვეყნის მასშტაბით გასაყიდად გამოტანილ საქონლისა და მომსახურების ღირებულებასთან შესაბამისობის პრინციპი;

მეცხრე, შრომის მწარმოებლურობის საშუალო ხელფასთან შედარებით უპირატესი ზრდის პრინციპი და სხვა.

ეკონომიკის პრინციპების გაგების ავტორისეული მიდგომის ფონზე ეჭვს იწვევს გ. მენქიუს გახმაურებულ სახელმძღვანელოში – **„ეკონომიკის პრინციპები“,** ეკონომიკის პრინციპებად მიჩნეული თეორიული დებულებების ჩამონათვალიც, რაშიც დაინტერესებული მკითხველი თვითონვე დარწმუნდება. ამასთან, ფაქტიურად აღნიშნული ე.წ. პრინციპები ეკონომიკის თეორიის პარადიგმებადაა მიჩნეული, რის შედეგადაც პარალოგიკური აზროვნება ამ სახელმძღვანელოს თავიდან ბოლომდე გასდევს.

გ. მენქიუს მიხედვით, ეკონომიკის თეორიის ფუძემდებლური პრინციპებია:

პირველი, ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგანან;

მეორე, ნივთის დანახარჯი არის ის, რასაც ვთმობთ ამ ნივთის ხელში ჩასაგდებად;

მესამე, რაციონალური ადამიანი გადაწყვეტილების მიღებისას ზღვრულ ანალიზს იყენებს;

მეოთხე, ადამიანები სტიმულებზე რეაგირებენ;

მეხუთე, ვაჭრობას შეუძლია ყველას მდგომარეობა გააუმჯობესოს;

მეექვსე, ბაზრები, როგორც წესი, ეკონომიკური საქმიანობის ორგანიზების კარგი საშუალებაა;

მეშვიდე, მთავრობას ზოგჯერ შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება;

მერვე, ქვეყნის ცხოვრების დონე დამოკიდებულია საქონლისა და მომსახურების წარმოების უნარზე;

მეცხრე, ფასები იზრდება, როდესაც მთავრობა ძალიან ბევრ ფულს ბეჭდავს;

მეათე, საზოგადოება მოკლევადიან პერიოდში დგას ინფლაციასა და უმუშევრობას შორის ალტერნატივის წინაშე.

დებულებათა წარმოდგენილი ჩამონათვალის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ისინი ჯერ ერთი, ეკონომიკის თეორიის ჩვეულებრივი თეორიული დებულებებია და არა პრინციპები. მეორე, ეს დებულებანი არც ისეთი ფუნდამენტურნი არიან, რომ მეცნიერების ამ დარგს დაედონ საფუძვლად.

გ. მენქიუს **„ეკონომიკის პრინციპები“** ერთ-ერთი რიგითი სახელმძღვანელო რომ იყოს, საგანგაშო არაფერი იქნებოდა. მაგრამ უბედურება იმაშია, რომ ყოველგვარი კრიტიკული შეფასების გარეშე, იგი ეკონომიკის იდეალურ სახელმძღვანელოდ აღიარეს, მონოპოლიური სტატუსი მიანიჭეს და საქართველოს წამყვან უმაღლეს სასწავლებლებში უყოყმანოდ დანერგეს. ხოლო დასკვნების გამოტანა იმის შესახებ, თუ რა შედეგები შეიძლება მოჰყვეს ამ დაუფიქრებელ ნაბიჯს, როგორც ეკონომიკის მეცნიერების განვითარების, ისე სამეურნეო პრაქტიკისათვის, მკითხველისათვის მიმინდვია.

ეკონომიკის კანონებთან მჭიდროდ დაკავშირებული ცნებაა



ეკონომიკის კანონზომიერებანი. ამასთან, მათ შორის არსებობს როგორც მსგავსება, ისე განსხვავება. ზოგადად, კანონზომიერება რეალურ პირობებში რომელიმე ზოგადი კანონის ან კანონთა სისტემის გამოვლენის კონკრეტული ფორმაა. მათ შორის მსგავსება იმაში გამოიხატება, რომ კანონის მსგავსად კანონზომიერებაა ნებისმიერი მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი, რომელიც კანონისადმი წაყენებულ რომელიმე მოთხოვნას არ აკმაყოფილებს. მათ შორის არსებული ძირითადი განსხვავება ისაა, რომ ეკონომიკის კანონს საყოველთაო ხასიათი აქვს და მისი მოქმედების ველი ეკონომიკის ფართო არეალზე ვრცელდება, მაშინ როდესაც კანონზომიერება მხოლოდ შემოსაზღვრულ პირობებში გამოვლინდება.

ეკონომიკის და ბუნების კანონები ერთმანეთს ემსგავსებიან ობიექტური ბუნებით. შესაბამისად, ისინი ადამიანთა ნებისაგან დამოუკიდებლად მოქმედებენ, რომლებიც თავიანთი სურვილების მიუხედავად, ამ კანონების მოქმედებას ემორჩილებიან.

კანონთა ამ ორ ჯგუფს შორის ძირითადი განსხვავება იმაში გამოიხატება, რომ ბუნების კანონები ცხადად და მკვეთრად გამოვლინდებიან, მაგალითად, მსოფლიო მიზიდულობის კანონი. ეკონომიკის კანონები კი თავს მხოლოდ სხვა თანაბარ პირობებში, დანარჩენი ფაქტორების უცვლელობისას ამჟღავნებენ.

ეკონომიკის კანონების ობიექტური ხასიათი სრულიადაც არ ნიშნავს, რომ ისინი მოქმედებენ, როგორც უმართავი და სტიქიური ძალა. მათი მოქმედების მექანიზმის შემეცნების საფუძველზე მეწარმეებს შეუძლიათ არა მარტო თავი აარიდონ უამრავ ეკონომიკურ საფრთხეს, არამედ წარმატებით გამოიყენონ ისინი დასახული მიზნების მისაღწევად, ხოლო გაუთვალისწინებლობის შემთხვევაში მათი მოქმედების შედეგები შეიძლება კატასტროფული იყოს. ეკონომიკის თეორიასა და პრაქტიკაში ამ დებულების დამადასტურებელი არაერთი ფაქტი არსებობს.

ანალოგიისთვის შეიძლება მოვიტანოთ სამყაროს ერთ-ერთი ფუნდამენტური კანონი – მსოფლიო მიზიდულობის კანონი. თუ ადამიანი დიდ სიმაღლეზე ყოფნისას არ გაითვალისწინებს ამ კანონის მოქმედებას, მისი სიცოცხლე ტრაგიკულად დასრულდება. იგივე კანონის მოქმედება საფუძვლად უდევს ჰიდროელექტროსადგურების მუშაობას, სადაც წყლის ვარდნის ენერგია ელექტროენერგიად გარდაიქმნება და ადამიანებისათვის უამრავი შეუფასებელი სიკეთე მოაქვს.

მსგავს შედეგებს იწვევს ეკონომიკის კანონების გათვალისწინება, თუ იგნორირება ბიზნესშიც. ასე მაგალითად, **ენგელის კანონის** თანახმად, მოსახლეობის შემოსავლების დონე განსაზღვრავს მატერიალური დოვლათის მოხმარების სტრუქტურას. კერძოდ, დაბალი შემოსავლების პირობებში მოხმარების სტრუქტურაში დიდია სასურსათო პროდუქტების და ყოველდღიური მოხმარების არასასურსათო პროდუქტების ხვედრითი წილი და შესაბამისად, მცირეა ძვირადღირებული დოვლათის სახეობებისა და ფუფუნების საგნების წილი. შემოსავლების მატების კვალობაზე იზრდება ძვირადღირებული ფუფუნების საგნების წილი და მცირდება სასურსათო და ყოველდღიური მოხმარების არასასურსათო საქონლის წილი. თუ ამჟამინდელი საქართველოს პირობებში ბიზნესმენი გაითვალისწინებს ამ კანონის მოქმედებას და ორიენტაციას აიღებს მოსახლეობის ფართო ფენებისათვის ხელმისაწვდომი საქონლის მასობრივ წარმოებაზე, მისი წარმატება გარანტირებული იქნება. იმ შემთხვევაში კი, თუ იგი მთლიანად ძვირადღირებული საქონლის წარმოებაზე გადაერთვება, მისი რეალიზაცია გაუჭირდება და ამდენად შესაძლოა გაკოტრდეს.

ასევე, **ეკონომიკური რესურსების შემოსაზღვრულობის კანონის** მოქმედების უშუალო შედეგი მათი იშვიათობა და სიძვირეა, რაც ბიზნესმენებს აიძულებს რაციონალურად გამოიყენოს ისინი. რომ არ არსებულიყო აღნიშნული კანონი, ბიზნესში არ იარსებებდა ეფექტიანობის პრობლემაც. თუ ბიზნესმენი არ გაითვალისწინებს რესურსების შემოსაზღვრულობას და არაეფექტიანად გამოიყენებს მათ, იგი გარდაუვალად გაკოტრდება. სწორედ ამიტომ ეს კანონი ეფექტიანობას ბიზნესის არსებობის წესად აქცევს.

მსგავსი შედეგები მიიღება უფრო რთული შინაარსის მქონე **წარმოების ფაქტორთა კლებადი უკუგების კანონის** შემთხვევაშიც. ამ კანონის შესაბამისად, წარმოების მოცემული ფაქტორის ყოველი ერთი ერთეულით გადიდება სხვა ფაქტორების უცვლელობის პირობებში სულ უფრო ნაკლები რაოდენობით საქონლის ნამატს იძლევა. ამ კანონის ერთერთი შედეგის თანახმად, ფირმა ოპტიმალურად ფუნქციონირებს და ამდენად, მაქსიმალურ მოგებას იღებს, როდესაც მასში მუშათა ისეთი ოპტიმალური რაოდენობაა დასაქმებული, რომლებისთვისაც შრომის საზღვრითი პროდუქტი შრომის ბაზარზე წონასწორული ხელფასის ტოლია. თუ ფირმა ოპტიმალურზე ნაკლები რაოდენობით მუშახელს დაასაქმებს, მაშინ იგი პოტენციურად მისაღები მოგების ნაწილს დაკარგავს. იმ შემთხვევაში, კი როდესაც მუშათა რაოდენობა ოპტიმალურ რაოდენობას გადააჭარბებს, ყოველი ახლად მიღებული მუშის მიერ შექმნილი საზღვრითი პროდუქტი მასზე გაცემულ ხელფასზე ნაკლები აღმოჩნდება, რაც მოგების შემცირებას გამოიწვევს. დამატებით მიღებულ ყოველ მუშაზე ეს ტენდენცია კიდევ უფრო გაძლიერდება, რასაც ზარალის ზრდა და ფირმის გაკოტრება მოყვება შედეგად. იგივე დასკვნები და შედეგები მიიღება კაპიტალის საზღვრითი პროდუქტის დინამიკის შემთხვევაშიც.

ბიზნესის პრაქტიკიდან უამრავი მსგავსი მაგალითის მოყვანა შეიძლება, რაც ასაბუთებს ყოველდღიურ სამეწარმეო პრაქტიკაში ეკონომიკის კანონების შემეცნებისა და მათი გათვალისწინების აუცილებლობას.

როგორ მოვეპყრათ... კომპიუტერს!



თინეიჯერების, ანუ მოზარდებისათვის გართობის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული საშუალებაა კომპიუტერი, ინტერნეტი და ყველაფერი, რაც დაკავშირებულია მასთან. ამ მოზარდებისაგან განსხვავებით კომპიუტერთან ურთიერთობის გამოცდილება ჩვენს უფროს თაობას ნაკლებად ექნებოდა იმ უბრალო მიზეზის გამო, რომ რამდენიმე წლის წინათ, კავშირის დამყარების ეს იოლი გზა არ არსებობდა. სწორედ ამიტომ, ეს მასალა უმეტესწილად განკუთვნილია უფროსებისათვის, ალბათ მათთვის საინტერესოა, მათი შვილები და შვილიშვილები რამდენად სწორად იყენებენ ინტერნეტ-შესაძლებლობებს თავისდა სასარგებლოდ.

თინეიჯერებში ყველაზე პოპულარული ინტერნეტით **ონლაინ თამაშები** და **ჩათია**. თქვენს ყურადღებას გავამხვილებ ჩათზე.

„ჩათი“ ლაყბობას ნიშნავს, თუმცა, დღევანდელი გაგებით ეს არის საუბრები, მიმოწერები ერთდროულად ორ ან მეტ ადამიანს შორის ინტერნეტის საშუალებით. ჩათის გავრცელებული ფორმაა ონლაინ ფორუმები, რომლებზეც დიფერენცირებულია თემატიკა, აქ შეგვიძლია ჩვენი ინტერესების შესაბამისად ავირჩიოთ თემა. თავშეყრის ადგილი ხშირად ინტერნეტ-კაფე ან მეგობრის სახლია. მშობლები ხშირად ყიდულობენ კომპიუტერს მოზარდებისათვის, რადგან იციან, რომ ეს საჭირო ნივთია, ან იქნებ სულაც იმიტომ, რომ მათმა შვილმა ღამე ინტერნეტ-კაფეში არ ათიოს, იქ, სადაც ახალგაზრდობა მიდის ზოგადად კომპიუტერთან საურთიერთოდ, ანუ ისეთი კომპიუტერული თამაშებისათვის, როგორიცაა, მაგალითად, ვირტუალური **რინგი, რალი, სროლები და ნადირობა, საომარი მოქმედებები** და სხვა. სწორედ ასეთი ინტენსიური მოხმარების გამო, ყურადსაღები თემაა ინტერნეტის **სასარგებლო** და **არასასარგებლო** მხარეები.

დავიწყოთ ლაყბობით, ანუ „ჩათებით”, რომელსაც შეიძლება გლობალური თავშეყრის ადგილი ვუწოდოთ. ამ კავშირის საკონტაქტო ენა უშუალოა, ანუ ურთიერთობა საკმაოდ თავისუფალია, არავინ გზღუდავს, არავინ მოითხოვს დაეთანხმო, რადგან ეს ადამიანები ერთმანეთისთვის უცხონი არიან. რა იზიდავს ახალგაზრდას ურთიერთობის ამგვარ ფორმებში? ხშირად მოზარდი (და არა მარტო მოზარდი), საკუთარ პრობლემას თუ მისთვის გაუგებარ საკითხს არ განიხილავს ახლობლებთან ან თუნდაც მეგობართან, რადგან ისინი უმეტესწილად სუბიექტურები არიან თავიანთი ზედმეტი ემოციურობის გამო. შემდგომში ეს კომპლექსი ვლინდება გულჩათხრობილობით, გაუცხოებით, სიმორცხვით თუ სხვა ფორმით. ამიტომ ბუნებრივია გვიჩნდება მოთხოვნილება, ვისაუბროთ ჩვენს პრობლემებზე მათთან, ვინც გაცილებით ობიექტურად განსჯის. ზოგჯერ, სრულიად უცხო ადამიანმა, რომელსაც არანაირი წარმოდგენა არა აქვს ჩვენს პიროვნებასა და ცხოვრებაზე, შეიძლება უფრო სწორად შეაფასოს არსებული სიტუაცია. ამ შემთხვევაში, რა თქმა უნდა, მნიშვნელობა არა აქვს მოსაუბრის სახელს და გვარს, **მთავარი არის ურთიერთობა**. აი, მაგალითად: ზოგჯერ გვეჩვენება, რომ სხვებისაგან განვსხვავდე-

ბით, რომ თანამოაზრეების პოვნა შეუძლებელია, მაგრამ ხშირად შემთხვევაში ვცდებით, რადგან თანამოაზრე ნამდვილად შეიძლება არსებობდეს, თუმცა, ძალიან შორს იყოს ჩვენგან.

მსგავს შემთხვევებში ინტერნეტის საშუალებით უამრავი ადამიანი სარგებლობს და მეგობრებსაც კი პოულობენ. მათ შეიძლება ერთნაირი ან მსგავსი შეხედულებები ჰქონდეთ, რომლებსაც ერთმანეთს უზიარებენ. ალბათ სასიამოვნოა, როცა შეიტყობ, რომ მარტო შენ არ გაქვს გამუდმებით, თუნდაც დროის უკმარისობის შეგრძნება ან სიბერის შიში, განუხორციელებლობის კომპლექსი, თუ იმედგაცრუებები სიყვარულში. რა თქმა უნდა, იმის გაგება, რომ მარტო ჩვენ არ ვართ "ასეთები", პრობლემას ვერ გადაჭრის და წესით დარდიც ვერ უნდა შეგვიმსუბუქოს, მაგრამ საქმეც ისაა, რომ ზოგჯერ პრობლემა რჩება, დარდი კი არა.. ეს უკვე წინ გადადგმული ნაბიჯია. როცა სხვა გვეტყვის, რომ იგივე პრობლემა ჰქონდა, ან რომ ეს ბუნებრივია და ამაზე არ უნდა ვიჯავროთ, რა თქმა უნდა, ძალიან სასიამოვნოა. ანუ, სადაც წუხილი მთავრდება, იქ მიზეზიც ნაკლებად გამაღიზიანებელი ხდება, თუმცა, ეს მხოლოდ ზოგჯერ. ზოგადად კი საუბარი, მსჯელობა ხომ ყოველთვის სასარგებლოა.

მიუხედავად ზემოთქმულისა, არსებობს მედლის მეორე მხარე. დავიწყოთ ყველაზე მნიშვნელოვანით – **როგორია მედიცინის დამოკიდებულება?** ცნობილია, რომ ამ თვალსაზრისით კომპიუტერთან ხშირ ურთიერთობას ბევრი უარყოფითი შედეგი მოსდევს. ერთ-ერთი მათგანია მეხსიერების გაუარესება. **"ახალგაზრდები, რომლებიც იზრდებიან კომპიუტერული სისტემების გარემოცვაში, აღარ ავარჯიშებენ საკუთარ მეხსიერებას, იმდენად, რამდენადაც «გარე მეხსიერება» სულ ხელთ აქვთ და ამავე დროს კარგავენ იმის შეფასების უნარს, რა ესაჭიროებათ და რა არა იმ ზღვა ინფორმაციიდან, რომელზეც ხელი მიუწვდებათ. «კომპიუტერული თაობა» თანდათან კარგავს მეხსიერებას** - ამ დასკვნამდე მივიდნენ **იაპონელი** და **ინგლისელი** ექიმები ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად " (მედ.პორტალიდან).

ცნობილია ასევე **მხედველობის** გაუარესების პრობლემა: **კომპიუტერთან ხანგრძლივი მუშაობის შემდეგ მონიტორით გამოწვეული დაძაბულობის შედეგად შეიძლება წარმოიშვას ისეთი არასასიამოვნო შეგრძნებები, როგორიცაა: თვალების გაღიზიანება (სიწითლე, ცრემლდენა ან რქოვანას სიმშრალე), გადაღლა (საერთო დაღლილობა, ტკივილისა და სიმძიმის შეგრძნება თვალებისა და თავის მიდამოში), მხედველობის ფოკუსირების გაძნელება, ასევე ზურგის ტკივილი და კუნთოვანი სპაზმები**.



როგორც ვხედავთ, მედმუშაკების თვალსაზრისით, კომპიუტერთან დიდი დროით ურთიერთობის შედეგად დაავადებათა რიცხვი საკმაოდ დიდია. ცალკე ასპექტშია განსახილველი ახალი დაავადება, რომელსაც **ინტერნეტ-დამოკიდებულებად** მოიხსენიებენ. მედიკოსების აზრით, დაავადების აღმოცენების საშიშროება იქმნება თუ ადამიანი ვიდეო-თამაშებს დღეში ორ საათზე მეტ დროს უთმობს. ექიმებს სურთ, რომ სკოლის სახელმძღვანელოში შეიტანონ როგორც ასეთი გადახრების აღწერილობები, ისე მათი მკურნალობის მეთოდები. სხვათა შორის, ინტერნეტ დამოკიდებულების ხარისხი გამოიკვლიეს ჩინეთში, შემაშფოთებელი შედეგების საფუძველზე ჩინეთის მთავრობამ აკრძალა ახალი ინტერნეტ-კაფეების გახსნა და დააწესა შეზღუდვები კომპიუტერულ თამაშებზე. გასაკვირი ნამდვილად არ იქნება სულ რამდენიმე წელიწადში იგივე შედეგი რომ მივიღოთ საქართველოშიც. ჩვენს ქვეყანაში კომპიუტერთან მოზარდების ზედმეტად "მჭიდრო" ურთიერთობა ჯერ კიდევ უმნიშვნელო საფრთხედ აღიქმება და ამასთან დაკავშირებით საზოგადოება მომავალ თაობას არანაირ ინსტრუქციებს არ აწვდის. ნებისმიერ ინტერნეტ-კაფეში, დღე-ღამის ნებისმიერ დროს, აღმოაჩენთ, რომ იქ მყოფთა 90% მოზარდია და ძირითადად კომპიუტერული თამაშებით ერთობა (ამასთან, **ძალადობრივი კომპიუტერული თამაშებით)** განუსაზღვრელი დროით.

ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით, ასევე არაერთგვაროვან შეფასებებს მოისმენთ ქსელურ სამყაროსთან ხშირი შეხების შესახებ. კონკრეტულად: „ონლა-

ინ-კონსულტაციები” ყოველთვის ვერ მოგვცემს სრულფასოვან შედეგს. ონლაინ-ჩათში შეიძლება საუბარი უშუალო და გულწრფელი იყოს, მაგრამ პირი, რომელთანაც ვსაუბრობთ, ყოველთვის კომპეტენტური ვერ იქნება. არსებობს ცივილური ურთიერთობის ალტერნატივა – **მოუსმინო და არ გაიზიარო**. მაგრამ ზოგჯერ გავლენა იმდენად დიდია, რომ ადამიანები ამ ალტერნატივას ავტომატურად უარყოფენ. მაგალითად, ავიღოთ ასეთი შემთხვევა: 15 წლის ქართველმა ბიჭმა მოინდომა სახლიდან წასვლა და მარტო ცხოვრება. აშკარაა, ეს იყო გავლენის შედეგი, რომელიც ევროპულმა ცხოვრების წესმა მოახდინა მასზე. გადაწყვიტა, რომ მასაც შეეძლო ევროპულად, ანუ “მოდურად” ეცხოვრა. ის სახლიდან ჩუმად წავიდა, რამდენიმე დღე არც სკოლაში გამოჩენილა, მშობლები ყველგან ეძებდნენ. შემდეგ დედამისს სკოლაშივე შეხვდა და თავისი გადაწყვეტილება გაანდო. მისთვის ხელი არ შეუშლიათ და... დაახლოებით ორიოდე კვირაში ის თვითონ დაბრუნდა შინ – მარტო ცხოვრებისათვის ბიჭუნას ეკონომიური შესაძლებლობა არ ჰქონდა. აღმოჩნდა, რომ მუშაობა ვერსად დაიწყო: ვერც კაფეში და რესტორანში, ვერც მეეზოვედ და ვერც ბენზო-გასამართ სადგურზე. მოგვიანებით დაასკვნა, რომ საქართველოში, ევროპისაგან განსხვავებით ამ სამსახურებში შეთავაზებული ხელფასით დამოუკიდებლად ვერ იარსებებდა. ამის შემდეგ ევროპულობით აღფრთოვანებულმა ბიჭმა ქართული ცხოვრებით გააგრძელა არსებობა.

მოცემულ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია, რომ 15 წლის ადამიანმა საკუთარი შესაძლებლობები სწორად შეაფასა, მიხვდა, რომ მიზნის მისაღწევად გარკვეული ეტაპები ჰქონდა გასავლელი (თუნდაც ასაკობრივი) და რომ საამისოდ ჯერ მზად არ იყო. აქტუალური თემაა ის, თუ რით არის არასახარბიელო **მიმბაძველობა.** დამეთანხმებით, ტრადიციული ქვეყანა გვაქვს და გლობალიზაცია მხოლოდ იმ დოზით უნდა მივიღოთ, რა დოზითაც თვითმყოფადობას შევინარჩუნებთ. ანუ ეროვნული ტრადიციებისა და ქვეყნის ინტერესების დაცვა ჩვენთვის პრიორიტეტული საკითხი უნდა იყოს. სწორედ ამიტომ არის აუცილებელი განვსაზღვროთ რა გვჭირდება და რა არა იმ ინფორმაციებიდან, რომელსაც ვღებულობთ უწყვეტ ნაკადად. ის, რომ ქართველი ახალგაზრდა გარეგნულად ძალიან ჰგავს ამერიკელ ან ევროპელ თანატოლს, არის მხოლოდ **მიმბაძველობის** შედეგი, ამასობაში ქართული ინდივიდუალიზმი იკარგება. დადგენილია, როგორც გაცვია, ისეთი მანერებით დადიხარ: სპორტულ ტანსაცმელში უფრო თავისუფლად, კლასიკურში მოკრძალებულად.

ცხოვრების წესიც ასევეა დაკავშირებული ჩვენს აზროვნებასთან, შეხედულებებთან. თუ ევროპული ცხოვრების წესს ირჩევ, ავტომატურად აზროვნებაც იცვლება. სწორედ აქ უნდა რეგულირდებოდეს ის, თუ რა დავიტოვოთ საკუთარი ტრადიციებიდან და რა მივიღო ევროპულისგან. ყველაფერი მოსაწონი არც ჩვენ გვექნება და არც სხვა ნებისმიერ ქვეყანას, ამიტომ დაუფიქრებლად სხვა კულტურის აღიარება და მის მორევში გადაშვება დანაშაული თუ არა, შეცდომა ნამდვილად არის. შესაძლებელია ასეთი ტენდენცია ნაკლებად დინამიური გახდეს ქართული ტრადიციების პოპულარიზაციისა და პროპაგანდის შემთხვევაში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ქართველობა უნდა გახდეს მოდური, ხოლო თუ რა გზით, ეს ცალკე თემაა.

ახალგაზრდების ცხოვრების წესის, მათი ინტერესებისა და მიზნების მონიტორინგი, უპირველესად ევალება საზოგადოებას, შემდეგ სახელმწიფოს და კონკრეტულად – განათლების სტრუქტურებს. ალბათ, სწორედ ამას ემსახურება ცნობილი საგამოცდო საგანი “უნარ-ჩვევები”, რომელსაც რიგ შემთხვევაში აბსურდულს უწოდებს ქართული საზოგადოების ნაწილი. სამწუხაროდ, საზოგადოება ძალიან პასიურია. ის არ აკონტროლებს (და, მითუმეტეს, არ მართავს) მოზარდთა ცხოვრების წესს. სახელმწიფო თავისებურად ახორციელებს დაკისრებულ მოვალეობას. თუ ვინმეს რაიმე არ მოსწონს, წესით აქტიურად უნდა მონაწილეობდეს მთელ ამ პროცესებში, ანუ მონიტორინგის ჯაჭვს არ უნდა აკლდეს არც ერთი რგოლი იმისათვის, რომ შედეგი სრულფასოვანი მივიღოთ.





აღსანიშნავია **მიმბაძველობის** მეორენაირი ტენდენცია: ახალგაზრდები ხომ ბუნებრივად მისდევენ მოდურს, თანამედროვეს, პოპულარულს. მიმდევრობა ხშირად სხვაზე მიმსგავსებად იქცევა ხოლმე. ამის მიზეზი არასაკმარისი განათლებაა, რომ შექმნან საკუთარი "მე", იყვნენ ინდივიდუალურები. ანუ, სვამენ **„სპრაიტს"** და **„იყავი ის, რაც ხარ"** არ გამოსდით. ეს ნახევრად ხუმრობით, თუმცა (ჯერ ერთი სწორი გამოთქმაა: **„იყავი ის, ვინც ხარ"** – ეს ფრაზა გულისხმობს საკუთარი პიროვნების ძიებას, აღმოჩენას და განვითარებას. სამწუხაროდ, უმრავლესობა ამას ვერ ხვდება, საქმე გვაქვს ჩვეულებრივ სნობიზმთან, რაც მარტივად ვლინდება ხოლმე ჩაცმულობაში, ჟარგონებში, ქცევის მანერაში და სხვა. ალბათ შეგიმჩნევიათ, რომ თბილისის ქუჩებში პერიოდულად უამრავი ერთნაირი გოგო და ერთნაირი ბიჭი დადის. თუმცა, ყოველ მათგანს ჰგონია, რომ ყველაზე მაგარი „ფილტვი" და ყველაზე მაგარი „ზმანია"... ეს, ალბათ, ბუნებრივია ამ ასაკისათვის, მაგრამ ბუნებრიობასაც კი სჭირდება კონტროლი და მართვა.. ტენდენციებს ჰქმნის ინფორმაცია, რომლითაც ყოველდღიურად იკვებება ახალგაზრდა თაობა. ინფორმაცია, რომელიც მიეწოდებათ ტელევიზიით, ინტერნეტით და სხვა საშუალებებით, არის გასაკონტროლებელი ანუ გასაფილტრი. ინტერნეტთან თუ ზოგადად კომპიუტერთან მიმართებაში კონტროლი გულისხმობს შემდეგს: სასურველია განსაზღვრული იყოს კომპიუტერთან ურთიერთობის დრო, ფორმა, ხარისხი და მასზე დამოკიდებულების დონე. ეს არის მონიტორინგის ის ასპექტი, რომელიც დაკავშირებულია "ქსელურ ცხოვრებასთან", და რომელიც გაუკონტროლებელია ქართულ ოჯახებში. ზოგადად კი, არსებობს უამრავი ყურადსაღები საკითხი, რომელიც მოითხოვს დაფიქრებას, განსჯას და გადაწყვეტას. მართალია, როცა ოჯახს ეკონომიური თუ სხვა სახის პრობლემები აქვს, იქ ძნელია იზრუნო შვილის სულიერ სიმდიდრეზე, მის განათლებაზე, მაღალ-ზნეობრივი მორალის ჩამოყალიბებაზე, მაგრამ შეუძლებელი ნამდვილად არ არის. ეს დღეს უნდა გაკეთდეს, რათა ხვალ არ ვინანოთ. ამიტომ, საზოგადოებამ უნდა გამოიჩინოს სიფხიზლე და გამოავლინოს პრინციპულობა, თვითონ გადაწყვიტოს, თუ როგორი მომავლის შექმნა სურს და იაქტიუროს მიზნის მისაღწევად. სამწუხაროდ, ამ უკანასკნელის რეაქცია ვლინდება მხოლოდ არასახარბიელო შედეგებთან შეჯახებისას, ხოლო პროცესის მართვაში მონაწილეობას არ ღებულობს. ფაქტია, თეორიულად ყველამ ვიცით, რომ მომავლის შესაქმნელად უნდა ისარგებლო წარსულის გამოცდილებით და მართო აწმყო, მაგრამ პრაქტიკულად ასე მხოლოდ ერთეულები იქცევიან.

ნიჭიერი ქართველი მოზარდები ძალიან დამოუკიდებლები და ასაკთან შედარებით უფრო განვითარებულები არიან, მაგრამ ისევე, როგორც ყველა დროის ახალგაზრდობას, მათაც სჭირდებათ ძალიან ფაქიზი, ფრთხილი მოპყრობა, ზრუნვა და დაცვა. მათ საზოგადოებისაგან რჩევაც სჭირდებათ და მიმართულებაც, თუმცა, ამას არ აღიარებენ, რადგან არ იციან, მათ ასაკში ხომ ბევრი რამ ჯერ კიდევ გასააზრებელია, გასარკვევია. მაგრამ უფროსებმა ხომ უკვე გავიაზრეთ? ესე იგი ახლა მოქმედების დრო დადგა.

ეკატერინე მჭედლიძე

ი ყ ი დ ე ბ ა

საჰაერო გაზსადენი შპს **„ბრეთიგაზი"** – საერთო სიგრძით 22500მ. გაზსადენი ემსახურება ქარელის რაიონის ოთხ სოფელს (ბრეთი, წვერი, საღოლაშენი, არადეთი). ჰყავს 510 მოქმედი და 200 სარეზერვო აბონენტი. შპს-ს დღეის მდგომარეობით დავალიანება არ გააჩნია. ფასი 500 000 ლარი.

დამატებითი ინფორმაციისთვის დაგვიკავშირდით: **8(99) 56-14-57; 8(58) 39-29-08.**

თხუთმეტ მილიარდიანი სიძუნწე



*ონორე დე ბალზაკის **გობსეკი** სიძუნწის მსოფლიო კლასიკურ ნიმუშად აღიარეს, საქართველოშიც გვყავდა მისი ანალოგი ლავრენტი არდაზიანის **სოლომონ ისაკიჩ მეჯლანუაშვილის** სახით, მაგრამ უოლსტრიტელ ჰეტი გრინთან ორივე მოგონილია. ამ ქალბატონმა სიცოცხლის 82 წლის მანძილზე 15 მილიარდი დოლარი მოიხვეჭა, სიკვდილის წინ კი, რალაც ორიოდე პენსის გამო მერძევეს შავი დღე აყარა.*

უოლ-სტრიტის მპყრობელი

გენრიეტა ჰოულენდ რობინსონის, იგივე **ჰეტი გრინის** ფინანსური ტალანტი ბავშვობაშივე გამოიკვეთა. მამამისი, ნიუ-ბედფორდელი ედუარდ რობინსონი მსხვილი ვეშაპმჭერი ფლოტილიის თანამფლობელი გახლდათ და შეთავსებით კვაკერადაც მუშაობდა. ჰეტიც, როგორც მისი ოჯახის წევრი, კომპანიონი იყო. პატარა გოგონამ მომჭირნეობის პირველი გაკვეთილიც აქ მიიღო – როგორც ცნობილია, კვაკერები ხელგაშლილობას კი არა, მომჭირნეობას აღმერთებენ.

მშობლებმა გოგონა ბოსტონის კეთილშობილთა პანსიონში გააგზავნეს. სამი წლის შემდეგ ჰეტიმ დამოუკიდებელი ცხოვრება დაიწყო – ნიუ-იორკის ფინანსური წრეების „დაპყრობა“ გადაწყვიტა. ეს არ იყო მარტოოდენ ახალგაზრდული ახირება. თავისი ნიჭის წყალობით სწრაფად აითვისა საბირჟო თამაშობათა ყველა ხერხი და ორჯერ უფრო მეტი გამოიმუშავა, ვიდრე მამამისი ყოველთვიურად აძლევდა. ქალიშვილის წარმატებამ მამა აღაფრთოვანა. მან გაყიდა ვეშაპმჭერი გემები, ნიუ-იორკში გადაბარგდა და მოხერხებულ ჰეტისთან ერთად ფასიანი ქაღალდებითა და ძვირფასი ლითონებით ვაჭრობას შეუდგა.

მამა დაავადდა და მალე გარდაიცვალა, მთელი თავისი ქონება კი, 5 თუ 7,5 მილიონი დოლარი, ქალიშვილს დაუტოვა. ჰეტის ლეგენდარულმა სიძუნწემ უკვე იჩინა თავი – მეტისა და მეტის მოხვეჭა სურდა! საამისო მიზეზმაც არ დააყოვნა: გარდაცვლილმა ბიცოლამ თავისი 2 მილიონი საქველმოქმედო ფონდს დაუტოვა, ჰეტისთვის კი მხოლოდ 65 ათასი გაიმეტა! ამის მოთმენა ქალიშვილს არ შეეძლო, ამიტომ სასამართლოში სასწრაფოდ წარადგინა ანდერძის თავისი ვარიანტი, თითქოსდა იგი ბიცოლას კარნახით და ჰეტის ხელით იყო დაწერილი. ამ მაქინაციით მან თავის ქონებას კიდევ 250 ათასი წაუმატა...

მოკვეთილი ფეხი

30 წლის მისის რობინსონი ამერიკის ერთ-ერთი ყველაზე მდიდარი საპატარძლო იყო, თუმცა, პირადი ცხოვრების მოგვარება ვერ მოახერხა. გათხოვება გადაწყვიტა მხოლოდ სამი წლის შემდეგ, როცა მდიდარ ბანკირს ედუარდ გრინს გადაეყარა.

საქმიან პარტნიორობაზე აგებული ქორწინება უიღბლო გამოდგა და ოჯახი მალე გაიხლიჩა. ის კი არა, ბელოუზ ფოლზის ვერმონტის ახალი სასახლის დიასახლისმა ისიც კი მოახერხა, რომ ქმრის ყველა ნათესავი, მათ შორის მოახლეც, აიმხედრა. აღმოჩნდა, რომ ქმარი უსინდისოდ ატყუებდა: ჰეტის სახელზე შექმნილი კომპანიების მეშვეობით გაკოტრებული საფინანსო ფირმის უზარმაზარი ვალი დაედო. ამან აავსო ჰეტის მოთმინების ფიალა და მეუღლეს კარისკენ მიუთითა, თანაც, განქორწინების წინ მთელი თავისი აქტივები სხვა ბანკში გადაიტანა.

განქორწინების შემდეგ ბავშვები დედასთან დარჩნენ, რის გამოც, შემდეგ არაერთხელ მწარედ ინანეს. თოთხმეტი წლის ნედმა ციგურაობის დროს მუხლი დაიზიანა. დედამ ბიჭი სამკურნალოდ ღარიბთა უფასო საავადმყოფოში წაიყვანა. როცა იქ გაარკვიეს, როგორი ოჯახიდანაც

იყო მათი პაციენტი, უფასო მკურნალობაზე სასტიკი უარი განაცხადეს. ჰეტიმ ბავშვი შინ წამოიყვანა – მე თვითონ ვუმკურნალებო. ნედის განგრენა დაეწყო და ფეხი მოჰკვეთეს, ოპერაციის ხარჯები კი მამამ დაფარა. მულტიმილიონერის მემკვიდრემ მთელი ცხოვრება პროთეზებთან „იმეგობრა“ მხოლოდ იმის გამო, რომ დედამისმა რამდენიმე ასეული დოლარი ვერ გაიმეტა... ოპერაციის შემდეგ ნედმა მალე მიატოვა უძუნწესი დედის სახლი და მხოლოდ მაშინღა დაბრუნდა, როცა ჰეტი გრინი სიცოცხლის უკანასკნელ თვეებს ითვლიდა.

ძუნწი არასოდეს იხდის

„უოლსტრიტელი სატანა“ – ასე ეძახდნენ **ჰეტი გრინს.** ეძახდნენ კი არა, გაზეთების პუბლიკაციათა დიდ ნაწილსაც ასე ასათაურებდნენ, მაგრამ ადრესატს ეს თიკუნი სულაც ფეხებზე ეკიდა! მაინც იბადება კითხვა: რას უფრო შეიცავდა ზედსახელი, ზიზღს თუ შურს? ფულის მოხვეჭა ხომ იმ დროს ყველაზე იღბლიან ბიზნესმენს ისე შეეძლო, მისი კოლეგა-მამაკაცები სიზმარშიც რომ ვერ იოცნებებდნენ! ამ ქალბატონის ზღვარდაუდებ და საზიზღრობამდე მისულ სიძუნწეზე დიდი პათოსით მსჯელობდა მთელი ამერიკა. იმასაც იხსენებდნენ, პატარა ჰეტიმ როგორ თქვა უარი დაბადების დღეზე საჩუქრად მირთმეული სანთლების ანთებაზე, მეორე დღეს სანთლები როგორ დაუბრუნა მაღაზიას, აღებული ფული კი გადამალა.

მამის სიკვდილის შემდეგ ჰეტიმ თავი დაირწმუნა, რომ იგი მოწამლეს, ამიტომ, მთელი სიცოცხლის მანძილზე დატენილი რევოლვერით იძინებდა, ვაითუ თავს დამესხნენო.

ორმოცი წლისა რომ გახდა, ცხელი წყლით და გათბობით სარგებლობაზე უარი თქვა. გამუდმებით ატარებდა ერთსა და იმავე შავ კაბას, რომელსაც არასოდეს რეცხავდა. ზამთრობით გაზეთებს გამოაკერებდა ხოლმე და ასე ებრძოდა სიცივეს. უმეტესად ფეხით დადიოდა, რაც იმ დროს მისი წრის ხალხისათვის სამარცხვინოდ ითვლებოდა. ძირითადად იაფფასიანი კვერცხით იკვებებოდა, მერე კი 5 ცენტიან ნამცხვარზე გადავიდა. სამუშაოზე ქვაბით მიჰქონდა ჭვავის ფაფა, რომელსაც გათბობის ბატარეაზე აცხელებდა.

ხარბი კი არა, „კონსერვატორი ინვესტორი“

მიუხედავად ფულისადმი ექსცენტრიული დამოკიდებულებისა, ვერავინ უსაყვედურებდა **მისის გრინს**, ჭკუა და მახსოვრობა არა გაქვსო. ჯერ კიდევ ლონდონში ყოფნისას ჩამოიყალიბა ფინანსური სტრატეგიის ძირითადი პრინციპები, რომელთაც სიცოცხლის ბოლომდე იცავდა: **ფული საქმეში ჩადე ფრთხილად; გარიგება ყოველთვის გაამაგრე სოლიდური სარეზერვო ფონდით; რაც მთავარია, თავგზა არასოდეს აიბნიო.** სხვანაირად რომ ვთქვათ, ჰეტი თავისთვის ყიდულობდა მხოლოდ იმას, რაც აღარავის ესაჭიროებოდა, გასაყიდად კი იმას იძენდა, რაც დიდი მოთხოვნილებით სარგებლობდა. არჩევანიც დიდი ჰქონდა – უძრავი ქონება, ფასიანი ქაღალდები, რკინიგზის ინვესტირება, მევახშეობა (თვითონ მთელი სიცოცხლის მანძილზე გროშიც არავისგან უსესხნია!).

მსესხებლებს მკაცრი კრედიტორი აზრიანად არჩევდა. 1907 წლის **„ფინანსური სასოწარკვეთის“** დროს მისი მომსახურებით ნიუ-იორკის მუნიციპალური ხელისუფლებაც კი სარგებლობდა, თანაც მართლაც რომ მტაცებლურად მაღალ პროცენტს იხდიდა! მდიდარ დედაბერს თვალიც არ დაუხამხამებია, ერთხელ ისე გამოწერა მილიონ დოლარიანი ჩეკი, გარანტიად კი ქალაქის ფასიანი ქაღალდები მიიღო.

გასული საუკუნის დასაწყისში საქმიანი ქალბატონის წლიურმა შემოსავალმა 7 მილიონი დოლარი შეადგინა. ეს მაშინ, როცა საშუალო ამერიკული ოჯახის გამომუშავება 500 დოლარს არ აღემატებოდა. სიკვდილის შემდეგ შვილებს ზუსტად რამდენი დაუტოვა, დღემდე უცნობია, თუმცა რიგ საგაზეთო პუბლიკაციებში თანხა 100-დან 200 მილიონამდე მერყეობს.

საკუთარ თავსაც არ სწყალობდა

უზარმაზარი ქონება კი დააგროვა, მაგრამ უდიდესი ძუნწი საკუთარ ჯანმრთელობას ჩირადაც არ აფასებდა. თითქმის ყველაფერი აწუხებდა, რისი წარმოდგენაც კი შეგვიძლია, რადგან არასოდეს მკურნალობდა, აქაოდა ექიმები ჩემი ფულის ღირსნი არ არიანო. რამდენიმე კრიზისი კი გადაიტანა, მაგრამ ვერ დაემშვიდობა ინვალიდის სავარძელს, თუმცა თავის „იმპერიას“ აქედანაც წარმატებით მართავდა.

ყველაზე გავრცელებული ვერსია გვაუწყებს: როცა 81 წლის მოხუცს თიაქარი დაუდგინეს, ოპერაციაზე უარი განაცხადა, რათა თუნდაც ასნახევარი დოლარი დაეზოგა. დაკარგა კიდეც ყველაზე ძვირფასი, რაც სინამდვილეში გააჩნდა – სიცოცხლე. მეორე ვერსიით (რაც, სხვათა შორის, გინესის რეკორდების წიგნშია შესული), ჰეტი გრინი გარდაიცვალა აპოპლექსიკური დარტყმის სერიათა შემდეგ, რაც მერძევესთან ორიოდე პენსის გამო ჩხუბს მოჰყვა.

1916 წლის 3 ივლისს **ჰეტი გრინი** წუთისოფელს გაეყარა, თანამედროვეებს კი დაუტოვა მსოფლიოში ყველაზე დიდი ძუნწის სახელი. ამ სახელთან გობსეკი აჩრდილია, რომ არაფერი ვთქვათ სოლომონ ისაკიჩ მეჯღანუაშვილზე. მისი შვილები ფულს უფრო ფლანგავდნენ, მორჩენილი თანხა კი ქველმოქმედებას მოახმარეს.

და მაინც, ჰეტი გრინმა მოიმოქმედა სიკეთეც: ფინანსური სტრატეგიის მისი პრინციპი ბევრს გაუკაფავს გზას. ეს პრინციპი კი ასეთია: **ფული საქმეში ჩადე ფრთხილად; გარიგება ყოველთვის გაამაგრე სოლიდური სარეზერვო ფონდით; რაც მთავარია, თავგზა არასოდეს დაკარგო.**

ჭკუის სასწავლი ისტორიაა, არა? სამწუხაროდ, ალბათ ბევრი ფულიანი სათანადო დასკვნას მაინც ვერ გამოიტანს. ამისი უამრავი მაგალითი უკვე სახეზეა. შეიცვლება რაიმე თუ არა მათ ფსიქიკაში, მომავალი გვიჩვენებს!

მოამზადა
ელგუჯა ლებანიძემ

„ქართული შოუს“ ბიზნეს-მანია

ამ ბოლო პერიოდში ჩვენში ძალზე პოპულარული გახდა კონკურსები და შოუ-პროგრამები, რომლებიც ქართული ესტრადის ისედაც გადაჭედილ „ცის კაბადონს’“ მორიგი, ახალი ვარსკვლავებით ამარაგებენ!

გულწრფელად უნდა ვაღიაროთ, რომ ამგვარ შოუ-კონკურსებში, არც თუ იშვიათად, ჩნდებიან ხოლმე, მართლაც ნიჭიერი ახალგაზრდები. **სადაო, მხოლოდ გამარჯვებულის გამოვლენის ჩვენებური ფორმაა: არ შეიძლება ასეთი ღონისძიება, შემოსავლის წყაროდ ვაქციოთ და ცოცხალ ადამიანებზე, კაზინოს „ფიშკების“ მსგავსად, ფსონს ჩამოვდიოდეთ! პრინციპი ასეთია – ვინც მეტს გადაიხდის თავისი ახლობლის „გავარსკვლავებაში“ – გამარჯვებულსაც ის გამოავლენს!** ამ თემაზე საუბრისას, ნიჭიერმა მუსიკოსმა, **ზაზა მარჯანიშვილმა**, რომელიც დიდი ხანია, ამერიკაში ცხოვრობს, მითხრა, უცხოეთში, მართლაც პოპულარულია ასეთი კონკურსები, მაგრამ ჩვენგან განსხვავებით, გამარჯვებულის გამოსავლენი სატელეფონო ზარები იქ უფასოა!

ადვილი წარმოსადგენია ხმის მიცემის პროცედურის დროს, თავად კონკურსანტების ფსიქოლოგიური მდგომარეობა. რა თქმა უნდა, გაცილებით უკეთესი და სამართლიანიც იქნებოდა, მათი ნიჭი და შესაძლებლობა კომპეტენტურ და პროფესიონალ ჟიურის შეეფასებინა. ისე კი, სხვა გზა არ გაქვს, ისევ ერთგულ და შეძლებულ აბონენტებს უნდა დაეყრდნო და მათ მიანდო შენი შემოქმედების ბედ-იღბალი. სულ სხვა საქმეა, როცა ასეთი სატელეფონო გადარიცხვების საშუალებით ივსება რომელიმე საქველმოქმედო ღონისძიებისათვის საჭირო თანხა.

ცხოვრებას, ხშირად ადარებენ ხოლმე აზარტულ თამაშს. იქნებ, ზოგ შემთხვევაში მაინც შევცვალოთ ამ „თამაშის“ წესები, რათა ყველაფერი არ გადავაქციოთ შემოსავლის წყაროდ!

აკაკი ხოშტარიას საოცარი ცხოვრება

ადამიანი, რომელზეც მსურს მოგითხროთ, შესაძლოა, ჩვენდა სამარცხვინოდ, ქართული საზოგადოების დიდი ნაწილისათვის, განსაკუთრებით, ახალი თაობისათვის, სრულიად უცნობი იყოს...

აკაკი ხოშტარია ცნობილი საზოგადო მოღვაწე და გამორჩეული ქართველი კაპიტალისტი გახლდათ. გამორჩეული იყო ის გზაც, რაც მან განვლო.

დაიბადა 1873 წელს, სამეგრელოში, აბაშის მახლობელ სოფელ სუჯუნაში, ტახტის აზნაურის ოჯახში. დაამთავრა სასოფლო-სამეურნეო კოლეჯი სანკტ-პეტერბურგში. რამდენიმე წელი მოღვაწეობდა გაგრაში, პრინც-ოლდენბურგთან. სწორედ აკაკი ხოშტარიამ დაგეგმა და ფაქტიურად, მეთვალყურეობდა ყველა ბულვარისა და ბაღის რეკონსტრუქციას მთელი შავიზღვისპირეთის ტერიტორიაზე. იქნებ ბათუმელებმა არც იციან, რომ სწორედ მისი დაფინანსებითა და ხელმძღვანელობით, გაშენდა ბათუმის ზღვისპირა ბულვარი და მახინჯაურის ბოტანიკური ბაღი, გაგრაში კი, ცნობილი გაგრის პარკი. წლების მანძილზე აკაკი ხოშტარია ირანში ცხოვრობდა. იგი, საკმაოდ ახლოს იყო სპარსეთის **შაჰ მუჰამედ-ალისთან** და მის მემკვიდრესთან. ის შაჰის ნათლია ყოფილა და მისთვის საოცარი ძღვენი – როიალის ფეხების ბრილიანტის საბჯენები და ოქროს ფრთებით დამშვენებული ავტომობილი მიურთმევია!



პირველი მსოფლიო ომის წინ ხოშტარიას ბაქოში, ჩამოუყალიბებია მსხვილი სამრეწველო ამხანაგობა, რომელშიც გაერთიანებულან ნავთობის ინდუსტრიის იმ დროისათვის, ცნობილი მაგნატები. იმ პერიოდში ირანსა და ამიერკავკასიაში სავაჭრო ოპერაციებს ხელმძღვანელობდა კომპანიის მიერ დაარსებული დიდი და ფინანსურად ყველაზე ძლიერი ფირმა **„რუპეტო“**, რომლის პრეზიდენტიც თავად აკაკი ხოშტარია გახლდათ. მისი ხელმძღვანელობით მალე ეს ფირმა და კონსტანტინოპოლში დაარსებული თურქულ-სპარსული **„ხოშტარიას ბანკი“**, მსოფლიოს წამყვან სახელმწიფოთა სავაჭრო წრეების ყურადღების ცენტრში მოხვდა. 1913 წელს ქართველმა კაპიტალისტმა 99 წლიანი კონტრაქტი დადო ჩრდილოეთ ირანის მიწათმფლობელებთან. ამავე პერიოდში დაარსა კომპანია **„პერს-ლესი“**, რომლის კაპიტალიც რამდენიმე მილიონ ოქროს რუბლს მოიცავდა! ააშენა საკუთარი ელექტრონული ფაბრიკა და სპეციალური სარკინიგზო ხაზი **„ტალრუდის“** სახელწოდებით. ეს უკანასკნელი ირანისთვის პირველი სარკინიგზო მა-

გისტრალი იყო. 1923 წელს ქართველმა ბიზნესმენმა მიიღო ნავთობის კონცესიები სემნანში და დააარსა კომპანია **„ქავირეხურიანი“**, რომლის ქონების უდიდესი ნაწილი მის საკუთრებას წარმოადგენდა. კომპანიის არსებობა შეწყდა 1932 წელს ბატონი აკაკი ხოშტარიას გარდაცვალების გამო.

ქართველ ბიზნესმენს ირანში ჰქონდა მონოპოლია ხე-ტყის, საპნის, ბრინჯაოს წარმოებაზე. ასევე, მის პირად მფლობელობაში იყო ქალაქი ენზელი და მისი ელექტროფიკაცია.

საქართველოში აკაკი ხოშტარია ფლობდა მექანიკურ ქარხანას, სამიწათმფლობელო მანქანების ფაბრიკას, საპნის სახარშ ქარხანას და ა.შ. რუსეთში ითვლებოდა ტყის უდიდეს დამმუშავებლად.

ქართველი მეწარმე თავისი ქვეყნის დიდი პატრიოტი იყო. მან ამერიკასა და იტალიაში შეიძინა ოთხი გემი: **„პრეზიდენტი ჟორდანია“, „საქართველო“, „თამარ მეფე“, „რუსთაველი“** და ისინი, საჩუქრად გადასცა საქართველოს, 20-იან წლებში, ირანიდან საქართველოში გამოაგზავნა დიდი რაოდენობით პური.



პატრიოტი მეცენატის ხელშეწყობით, საზღვარგარეთ სწავლობდნენ ქართველი სტუდენტები. მან **ნიკო ნიკოლაძის** თაოსნობითა და საკუთარი ხარჯით, გაიყვანა რკინიგზა ფოთსა და აბაშას შორის. საფრანგეთში შეიძინა **ლადო გუდიაშვილისა** და **ანდრე ლოტის** სურათები და საჩუქრად გამოუგზავნა საქართველოს ხელოვნების მუზეუმს. ამაგდარი ადამიანი გარდაიცვალა 1932 წელს, დაკრძალულია პარიზში, ცნობილ პერ-ლაშეზის სასაფლაოზე.

ბიზნესი ჩინურად

დიდი ხნის წინ, ერთ ბრძენ ჩინელს უთქვამს: „სამი დღე იფიქრე და მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება მერე მიიღე“-ო. ვერ გეტყვით, ის, რომ ქართული ბაზარი (და არა მარტო ის) დაელაშქრა, რამდენი დღეს იფიქრა, მაგრამ ფაქტია (ზოგადად) დღევანდელ ჩინელს, ამ მხრივ, მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღება ნამდვილად არ გასჭირვებია. არავინ დამწამოს ნაციონალიზმი, დიდ პატივს ვცემ ჩინელი ხალხის უძველეს კულტურასა და ისტორიას, თუმცა, არა მგონია, ლაო ძის ოდესმე ექადაგოს, რასაც დღეს, მისი შთამომავლები სჩადიან საქართველოში.

აქამდე მათ მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანა „დაიპყრეს“. ეტყობა, ახლა, საქართველოს ჯერი დადგა. ესაა, ჩინელების, „დემოგრაფიული ბიზნესი“. ჩინელი, თავისი ბუნებით, ადვილად ადაპტირებადი



ნატურაა, უცხო ქვეყანაში, აქტიურად ცდილობს თავისი კულტურისა და ტრადიციების დამკვიდრებას. ერთ ჩინურ მაღაზიაში, პირადად შევესწარი, როგორ განურისხდა ჩინელი ბოსი ქართველ გამყიდველ გოგონას, ქართულად რატომ ღიღინებო. ჩვენს ტრადიციულ ტოლერანტობას არც მაშინ გამოუწვევია ჩემში სიამაყის გრძნობა, როდესაც შევიტყვე, ერთ ქართულ რაიონში როგორ გამოისტუმრეს ჩინელებმა ქართველები, – ეს ტერიტორია ნაყიდი გვაქვს, ჩვენია და თქვენს (!) მიწაზე გაისეირნეთო... ჩინური ბიზნესის გარკვეულ ნაწილად იქცა, აგრეთვე, ისიც, რომ იგი მზადაა ქართული შტამპისათვის, არც მეტი არც ნაკლები, – ექვსი ათასი ამერიკული დოლარი გადაიხადოს. ჩვენი „სასიქადულო“ თანამემამულეების დაუოკებელი მადის გამო, როგორც შევიტყვე, ეს ციფრი, დღევანდელი მონაცემებით, უკვე, ათი ათასს აღწევს! ესაა გლობალიზაციის ქართული გაგება და ჩვენებური (!) ჩინელის წარმოდგენა ბიზნესზე! სხვათა შორის, ამას წინათ, სადღაც ამოვიკითხე, რომ თურმე, ჩინურად, ერთი და იგივე იეროგლიფებით აღინიშნება, რადიკალურად განსხვავებული სიტყვები **– „შანსი“** და **„შეცდომა“**. ანუ, სადაც შეცდომას უშვებ, იქ, მისი გამოსწორების შანსიც გეძლევა! ჩვენ კი, ალბათ, ისტორია კიდევ ერთხელ (უკვე მერამდენედ) გვაძლევს იმის შანსს, რომ ანალოგიური შეცდომა აღარ დავუშვათ, – ამ სიტყვების ჭეშმარიტი გაგებით, თორემ მერე ვერ გვიშველის გაეროს ლამის ბუტაფორიული ტრიბუნა!.

ჩინურად, მონეტა, თურმე, „წინაპრებისადმი პატივისცემას“ ნიშნავს, ვიმედოვნოთ, რომ ისინი არა მხოლოდ ჩინელ წინაპრებს გულისხმობდნენ...

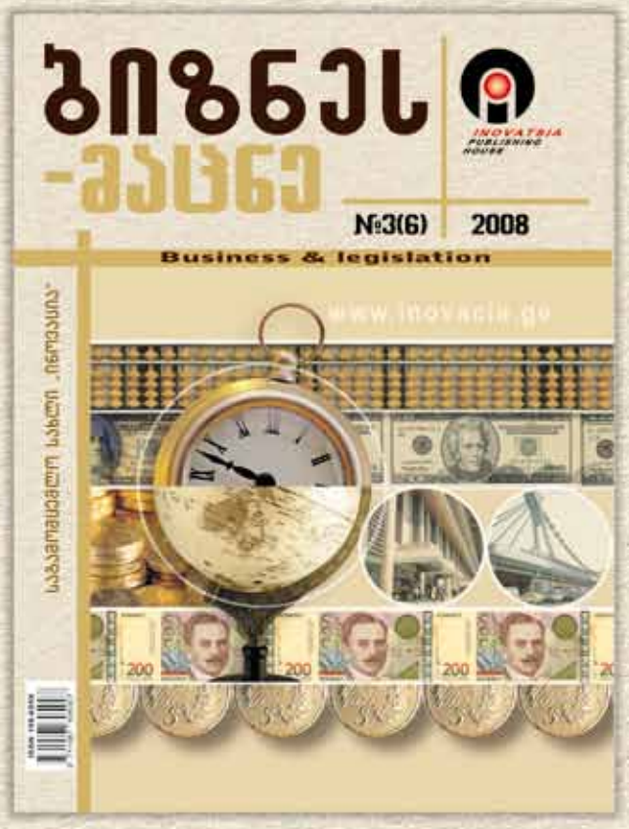
მოამზადა
მზია გოგნიაშვილმა

გამოიწერეთ, თუ გსურთ იყოთ წარმატებული!

5 მიზეზი, რატომაც უნდა გამოიწეროთ ანალიტიკურ-პრაქტიკული ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“

- არ ჩამორჩეთ იმათ, ვინც უკვე გახდა ჩვენი ჟურნალის ხელმომწერი. ისინი კი საკმაოდ ბევრნი არიან.
- იცოდეთ, რა ხდება ჩვენს საქმიან სამყაროში. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“ მოგაწვდით ამომწურავ და ობიექტურ ინფორმაციას ბიზნესის, მარკეტინგის, მენეჯმენტის, საგადასახადო-საბაჟო, ბუღალტრული აღრიცხვისა და სამართლებრივ პრობლემატიკაზე.
- გაიგებთ რა იქნება ხვალ. ამაზე ყოველ ნომერში საუბრობენ ჩვენი კომპეტენტური ექსპერტები.
- შეიტყობთ, რა ხდება თქვენს კონკურენტებთან.
- ნუ დაკარგავთ დროს „ამომაჩინოთ“ ახალი ამერიკა. ისარგებლეთ მსოფლიოს გამოცდილებით. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“ სისტემატურად მოგაწვდით ინფორმაციებს თქვენთვის პრობლემატურ და საინტერესო საკითხებზე.





გახდით ჟურნალ „ბიზნესი და კანონმდებლობის“ ხელმომწერი?

- ისარგებლეთ ექსპერტთა უფასო კონსულტაციებით, შეღავათებით რეკლამისა და საიმიჯო სტატიების განთავსებისას.
- ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, რომელიც 4 წელია გამოდის, ყოველთვიური გამოცემაა, ახლავს დამატება „ბიზნეს-მაცნე“.
- მთლიანი პაკეტი სულ 108 ლარად.

დამატებითი ინფორმაციისათვის დაგვიკავშირდით!

ქ. თბილისი, ძმები ჯაბაბაძეების ქ. №22
ტელ: 92-25-23; ტელ./ფაქსი: 98-39-30
email: inovacia@caucasus.net
ვებ-გვერდი: www.inovacia.ge