

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი  
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ალექსანდრე ხაჩიძე



საერთაშორისო კონკურენციის გავლენა ფირმის  
მწარმოებლურობაზე

სამაგისტრო პროგრამა: საერთაშორისო ეკონომიკა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ეკონომიკის მაგისტრის  
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ეკა სეფაშვილი  
ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის  
აკადემიური დოქტორი

თბილისი 2019

## ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომის „საერთაშორისო კონკურენციის გავლენა ფირმის მწარმოებლობაზე“ - პირველ თავში - განხილულია მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი, მათი მნიშვნელობა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისთვის, მათი მთავარი გამოწვევები - კონკურენტუნარიანობის და მწარმოებლობის ამაღლების მიმართულებით. ასევე, საერთაშორისო გამოცდილებით აღნიშნული გამოწვევების გადაჭრის გზა - კლასტერების შექმნით.

მეორე თავში განხილულია კონკურენციის, როგორც მონოპოლიის წინააღმდეგ ბრძოლის მთავარი იარაღის, განვითარების ისტორია, მისი როლი ეკონომიკის განვითარებაში, კონკურენციის ამერიკული და ევროპული მოდელები და შესაბამისი კანონმდებლობა. ასევე, საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს მოკლე ისტორია, მისი მნიშვნელობა და კონკურენციის შესახებ საქართველოში არსებული კანონმდებლობა.

მესამე თავში - განხილულია ბაზარზე არსებული გამოწვევები, მათი გავლენა ფირმებზე და პრობლემის რეგულირების გზები.

მეოთხე თავში განხილულია ევროკავშირის პოლიტიკა მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით, მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმი და მის მიერ საქართველოს შეფასება და საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სამთავრობო სტრატეგია, როგორც საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმების (რომლის განუყოფელი ნაწილია ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA)) შესრულების მექანიზმი.

## Annotation

In the first chapter of the thesis ‘The Impact of the International Competition on Company’s Productivity’ the essence of small and medium businesses is discussed as well as their importance for country’s economic development, their main challenges - in terms of increasing competitiveness and productivity. Also, the way of solving these challenges using international experience – creating clusters.

In the second chapter, the history of development of competition, as a main tool against monopoly, is discussed as well as it’s role in economic development, European and American models of competition and their corresponding legislation. Also a brief history of Competition Agency of Georgia, it’s purpose and existing legislation regarding competition in Georgia.

In the third chapter there are discussed challenges existing on market, their impact on firms and ways to regulate problems.

In the fourth chapter discussed topics are as follows, EU policy towards developing small and medium enterprises, world economic forum and it’s rating of Georgia as well as Georgia’s government policy of developing small and medium businesses, as the fulfilling mechanism of EU/Georgia Association Agreement (the indivisible part of which is agreement of Deep and Comprehensive Free Trade Area (DCFTA)).

Aleksandre khachidze

Impact of international competition on company’s productivity

## სარჩევი

შესავალი .....	5
თავი1. მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი, გამოწვევები და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში .....	8
1.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი და მნიშვნელობა.....	8
1.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაზღვრება ევროკავშირსა და საქართველოში.....	11
1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის გამოწვევები .....	12
1.4 კლასტერების მნიშვნელობა .....	15
თავი 2. ბაზარზე თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენცია და მისი გავლენა მცირე და საშუალო ფირმებზე.....	23
2.1 კონკურენცია ისტორიის ჭრილში.....	23
2.2. ამერიკის მოდელი (აშშ).....	25
2.3 ევროპის მოდელი.....	26
2.4 საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს მიზნები და მოკლე ისტორიული მიმოხილვა .....	28
თავი 3. ბაზარზე არსებული გამოწვევები, მათი გავლენა ფირმებზე და პრობლემის რეგულირების გზები.....	37
3.1 ანტიდემპინგი, ხელის შეშლა თუ ხელ შეწყობა .....	37
3.2 კონცენტრაცია, მონოპოლიისკენ გადადგმული ნაბიჯი თუ კონკურენციისკენ.....	39
3.3 „ერთიანი ეკონომიკური პირი“ თუ „ურთიერთდამოკიდებული პირები“ .....	44
თავი 4. საერთაშორისო და საქართველოს პოლიტიკა, პროექტები და გამოწვევები მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის მიმართულებით .....	49
4.1 ევროკავშირის პოლიტიკა მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ .....	49
4.2 მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმი და მის მიერ საქართველოს შფასება.....	55
4.3 საქართველო მისი პოლიტიკა, პროექტები და გამოწვევები .....	72
დასკვნა.....	79
გამოყენებული ლიტერატურა და ინტერნეტ წყაროები.....	80

## შესავალი

**თემის აქტუალობა** - ევროპისკენ სწრაფვა საქართველოს ისტორიული არჩევანია. დღეს საქართველოს მოსახლეობის 88% ფიქრობს, რომ საქართველო უნდა გახდეს ევროკავშირის წევრი. ევროკავშირში ინტეგრაციის საკითხი საქართველოს მიმდინარე პერიოდის საგარეო და საშინაო პოლიტიკის მთავარი მიმართულებაა.

ევროკავშირთან ურთიერთობის ახალი ეტაპი 2014 წლის 27 ივნისიდან იწყება, როდესაც ასოცირების შესახებ შეთანხმებას მოეწერა ხელი. საქართველო აგრძელებს ევროკავშირთან ინტეგრაციის პროცესს და ამ პროცესის შესაბამისად განვითარებას.

ასოცირების შესახებ შეთანხმება არის საქართველოს ევროკავშირთან დაახლოების სამოქმედო გეგმა, რომელიც ქვეყნის პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროს მოიცავს. იგი მიზნად ისახავს ევროკავშირთან პოლიტიკურ ასოცირებას და ეტაპობრივ ეკონომიკურ ინტეგრაციას. ეკონომიკის ინტეგრაციის საკითხებიდან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიმართულებაა - ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის კომპონენტი (Deep and Comprehensive Free Trade Area - DCFTA).

ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA) მოიცავს - ვაჭრობას და ვაჭრობასთან დაკავშირებულ საკითხებს, შესაბამისად იგი არის ევროკავშირთან ეკონომიკური ინტეგრაციის მთავარი მექანიზმი და საქართველოს ბიზნესის წარმომადგენლებს აძლევს საშუალებას ევროკავშირის შიდა ბაზარზე გასვლას.

ქართულ ფირმებისთვის DCFTA ხსნის ევროკავშირის შიდა ბაზარს როგორც საქონლით, ისე მომსახურებით ვაჭრობის მიმართულებით. გარდა ამისა, DCFTA მოიცავს ვაჭრობასთან დაკავშირებულ სხვა საკითხებს, მათ შორის კონკურენციის პოლიტიკას და ითვალისწინებს ვაჭრობასთან და კონკურენციასთან დაკავშირებული საქართველოს კანონმდებლობის ეტაპობრივ დაახლოებას ევროკავშირის კანონმდებლობასთან.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე ქართული ფირმებისთვის დღეის მდგომარეობით აქტუალური საკითხია ევროპულ სტანდარტებთან დაახლოება, რაც გულისხმობს - კონკურენტუნარიანობის ზრდას, მწარმოებლურობის ამაღლებას და მუდმივად განვითარებაზე ორიენტაციას.

ეს საკითხები უდიდესი გამოწვევაა განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ფირმებისთვის.

მცირე და საშუალო ბიზნესი ქვეყნის ეკონომიკის ქვაკუთხედია, შესაბამისად მისი განვითარება ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საკითხია მსოფლიოსთვის. მსოფლიოს ქვეყნების უმრავლესობა აღიარებს და შესაბამისად ცდილობს გაატაროს ხელშემწყობი პოლიტიკა მათ გასანვითრებლად. მათ შორის არც ევროკავშირია გამონაკლისი.

**მიზნები** - თემის მთავარი მიზანია საქართველოს ევროინტეგრაციის პროცესში ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების (DCFTA) ფარგლებში ქართული ფირმების გამოწვევების გამოვლენა - რამდენად მზად არიან ქართული ფირმები, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო, საერთაშორისო კონკურენციის პირობებში შეძლონ ფუნქციონირება, განვითარება და მწარმოებლურობის გაზრდა. აღნიშნულ საკითხთან მიმართებაში საქართველოს სტრატეგიული გეგმების, სხვა ქვეყნების საუკეთესო პრაქტიკის მოძიება, შესწავლა და ანალიზი.

**დასმული ამოცანები** - საქართველო ისწრაფის ევროკავშირისკენ - ერთის მხრივ ქართული ფირმები გადიან საერთაშორისო ბაზარზე, მეორეს მხრივ საერთაშორისო ფირმები შემოდის ადგილობრივ ბაზარზე. აღნიშნულ პროცესში მთავარი კითხვებია - შეძლებენ თუ არა ქართული ფირმები საერთაშორისო კონკურენციის პირობებში ფუნქციონირებას? რა გავლენას მოახდენს ეს პროცესი მათ მწარმოებლურობაზე? ყველაზე მწვავედ საერთაშორისო კონკურენციის პირობებში ფუნქციონირების საკითხი დგება მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებისთვის. რა ნაბიჯები იდგმება და რა

პრევენციული ღონისძიებები ტარდება სახელმწიფო მიერ? კონკურენციის შესახებ არსებულ კანონმდებლობა და სსიპ კონკურენციის სააგენტო არის თუ არა მზად დაიცვას მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები? რამდენად მნიშვნელოვანია ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისთვის ძლიერი მცირე და საშუალო ბიზნესი?

**საკვლევი საგნისა და ობიექტი** - თემის მიზნიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე, საკვლევ საგანს წარმოადგენს ქართული ფირმების მზაობის საკითხი ევროკავშირის ბაზარზე გასასვლელად. ამ მიმართულებით არსებული ქვეყნის პოლიტიკა და სტრატეგია. ასევე საუკეთესო საერთაშორისო გამოცდილება.

კვლევის ობიექტია მცირე და საშუალო ფირმების გამოწვევები ევროინტეგრაციის გზაზე, მათი მნიშვნელობა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისთვის.

**კვლევისათვის გამოყენებული მეთოდი/მეთოდები** - თემის დასამუშავებლად გამოყენებული იქნა საკანონმდებლო-ნორმატიული აქტები, სტატისტიკური ინფორმაცია, ვებ-საიტებზე გამოქვეყნებული ინფორმაცია, მოძიებული იქნა საერთაშორისო პრაქტიკის ამსახველი მასალები.

განხორციელდა მასალების შესწავლა, შედარებითი ანალიზი და სინთეზი.

# თავი1. მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი, გამოწვევები და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში

## 1.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი და მნიშვნელობა

ტერმინი „ბიზნესი“ მომდინარეობს ინგლისური „business“-დან, რაც ნიშნავს საქმეს, მეწარმეობას. ეკონომიკურ ლიტერატურაში პირველად მოხსენიებული იქნა 1723 წელს პარიზში გამოცემულ კომერციის მსოფლიო ლექსიკონში, სადაც მითითებულია, რომ მასში იგულისხმებოდა ობიექტის წარმოებისა და მშენებლობის ვალდებულებების საკუთარ თავზე ამღებ პირი.

ქართულენოვან ეკონომიკურ ლექსიკონებში უმეტესად ტერმინები - „ბიზნესი“ და „მეწარმეობა“ ურთიერთგაიგივებულია და განსაზღვრულია, როგორც ინიციატივანი, დამოუკიდებელი, თავისი სახელით, ქონებრივი პასუხისმგებლობით, ფიზიკური და იურიდიული პირების საქმიანობა, რომლის მიზანია შემოსავლის, მოგების სისტემატური მიღება ქონების გამოყენებით, საქონლის გაყიდვით, სამუშაოების შესრულებით, მომსახურების გაწევით.

მცირე ბიზნესის ფუნქციონირების სფერო არ შემოიფარგლება არც ეკონომიკის რომელიმე სექტორით და არც საკუთრების ამა თუ იმ ფორმისადმი მისი კუთვნილებით; მცირე საწარმოები შეიძლება შექმნას როგორც კერძო, ასევე სახელმწიფო სექტორში, ეროვნული მეურნეობის ყველა დარგსა და სფეროში. საქმიანობის ხასიათის მიხედვით მცირე ბიზნესი შეიძლება იყოს კომერციული, საწარმოო, საშუამავლო, საფინანსო-საკრედიტო, მომსახურების პროფილის და ა.შ. საკუთრების ფორმის მიხედვით - ინდივიდუალური, მუნიციპალური, სახელმწიფო, საკუთრების შერეული ტიპის საწარმოები.

მცირე ბიზნესის განვითარებას შრომის განსაკუთრებული მოტივაციაც უწყობს ხელს. იგი უკეთეს შესაძლებლობებს უქმნის ადამიანებს ინდივიდუალურ მიდრეკილებათა და მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად. თანამედროვე პირობებში

ეს მეტად საგულისხმო გარემოებაა, რადგან დღეს ბევრისთვის უპირველესი მნიშვნელობა აქვს ისეთ ფუნდამენტურ ფასეულობებს, როგორცაა: ინდივიდუალურობა, მრავალფეროვნება, თვითგამოხატვის შესაძლებლობა, ღირსების გრძნობა, მორალური კმაყოფილება, პიროვნული უნარის გამოცდა და ა.შ. ასეთ შეხედულებებს გარკვეული საფუძველი აქვს, რადგან საქმის მრავალფეროვნება, რაც მცირე მეწარმეობას ახასიათებს, არჩევანს უფართოებს მცირე ბიზნესში დასაქმებულ ადამიანებს.

გლობალიზაციის პირობებში კიდევ უფრო იზრდება მცირე ბიზნესის როლი და მნიშვნელობა, განსაკუთრებით სამუშაო ძალის დასაქმების კუთხით. ცნობილია, რომ თანამედროვე მსხვილი ბიზნესისათვის, რომელიც წარმოდგენილია ტრანსნაციონალური კომპანიებით, დამახასიათებელია უახლესი ტექნიკისა და ტექნოლოგიების დანერგვა, რაც იწვევს სამუშაო ადგილების შემცირებას. მცირე და საშუალო ბიზნესი კი, პირიქით, ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და ხელს უწყობს დასაქმების დონის ზრდას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქვეყნებისთვის დღევანდელ პირობებში, როდესაც უმუშევრობა ყველაზე მწვავე პრობლემაა.

სამწუხაროდ, ერთიანი და საყოველთაოდ აღიარებული განსაზღვრა იმისა, თუ რას წარმოადგენს მცირე საწარმო, არ არსებობს. მცირე საწარმოთა რაოდენობრივი პარამეტრები და თვით საწარმოს განმსაზღვრელი კრიტერიუმები მსოფლიოში არ არის. თითოეული ქვეყანა მათ აყალიბებს ეროვნული ეკონომიკის თავისებურებებისა და იმ სამართლებრივი ნორმების საფუძველზე, რომელებიც ქვეყნის კანონმდებლობითაა განსაზღვრული.

მაგალითად, დღესდღეობით ევროკავშირი განიხილავს მცირე და საშუალო საწარმოების სამ ტიპს: 1. მიკროსაწარმო, სადაც დასაქმებულია 1-დან 10-მდე ადამიანი და საქონელბრუნვის წლიურ მოცულობას არ აჭარბებს 2 მლნ ევროს; 2. მცირე საწარმო, სადაც დასაქმებულია 10-დან 50-მდე ადამიანი და საქონელბრუნვა წლიური მოცულობა არ აღემატება 10 მლნ ევროს; 3. საშუალო საწარმო, სადაც დასაქმებულია 50-დან 250-მდე ადამიანი და საქონელბრუნვის წლიური მოცულობა არ აღემატება 10 მლნ ევროს. გაეროს

კლასიფიკაციით: მიკროსაწარმო 10-მდე მომუშავეთ, მცირე 10-დან 110-მდე მომუშავეთ და საშუალო- 110-დან 500-მდე მომუშავეთ.

მცირე და საშუალო ბიზნეს გარკვეული ფუნქციები აკისრია ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში, რითაც მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახდენენ ეკონომიკურ განვითარებაზე. მათ შორის მთავარია 1. დინამიკურობა და მოქნილობა. მცირე საწარმოები ადვილად რეაგირებენ საბაზრო კონიუქტურის ცვლილებებზე, ე.ი. დიდი შესაძლებლობები აქვთ მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. მათ შეუძლიათ ისეთი საქონლის წარმოება, რომელიც სპეციფიკურ სამომხმარებლო მოთხოვნილებებს უპასუხებს. გარდა ამის, მცირე საწარმოებს აქვს გადაწყვეტილების სწრაფად მიღების უნარი იმ ბიუროკრატიული და ფორმალური პროცედურების თავის არიდებით; 2. კონკურენციის მექანიზმის გაძლიერება. ბაზრის ყველა მოთამაშის არჩევანი - გახდეს დამოუკიდებელი მეწარმე დიდადაა დამოკიდებული კონკურენციის ქმედუნარიანობაზე. თუკი მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართული იქნება ისე, რომ ყოველ ბაზარზე ჰყავდეს მცირე და საშუალო მეწარმეთა საკმარისი რაოდენობა, არ მოხდება ბაზრის მონოპოლიზება და ძალაუფლების კონცენტრაცია მხოლოდ რამოდენიმე სუბიექტის ხელში. ჯანსაღი კონკურენციისა და მეწარმეობის განვითარებით კი საზოგადოება სოციალურ სარგებლობას მიიღებს. 3. სოციალური ფუნქცია. მცირე საწარმოები ფართო შესაძლებლობებს ქმნის შრომითი რესურსების ეფექტიანი გამოყენებისათვის, რის საფუძველზეც შესაძლებელია დასაქმების გაზრდა. მცირე ბიზნესი ერთეული პროდუქციის წარმოებისათვის გაცილებით მეტ შრომით რესურსს გამოიყენებს ვიდრე მსხვილი ფირმები. ამდენად, მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა შესაძლებელია განვიხილოთ, როგორც სიღარიბის დაძლევის ერთ-ერთი საშუალება. მცირე ბიზნესი ხელს უწყობს დასაქმების ისეთ პროგრესიულ ღონისძიებათა დანერგვას, როგორცაა სუბიჯარა, პროფესიათა შეთავსება, მცოცავი გრაფიკით მუშაობა, შინ მუშაობა და სხვა; 4. მომსახურების ხარისხი. მცირე საწარმოებისათვის ადვილია მომხმარებლებთან ინდივიდუალური მუშაობის მოწესრიგება და გაყიდვის შემდგომი

მომსახურების ორგანიზება. 5. ინოვაციების დანერგვა. მცირე საწარმოები, განსაკუთრებით კი ისინი, რომლებიც მოქმედებენ მაღალტექნოლოგიურ ბაზრებზე, ხშირად არიან ნოვატორები წარმოების ან მარკეტინგის დარგში. ასეთი საწარმოები, როგორც წესი, სწორი სამეწარმეო სტრატეგიის ხარჯზე წარმატებით უმკლავდებიან ბაზრის ახალ მოთხოვნილებების შესაბამისად საკუთარი პროდუქციის სრულყოფის ამოცანას. ამ თვალსაზრისით მცირე საწარმოები ბაზრის ლიდერებია.

## 1.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაზღვრება ევროკავშირსა და საქართველოში

საქართველოში საწარმოები ზომის მიხედვით დაიყოფა შემდეგნაირად: მსხვილი, საშუალო და მცირე. 2017 წლამდე საწარმოთა ზომა განისაზღვრებოდა შემდეგი მეთოდოლოგიით:

მსხვილ საწარმოებს განეკუთვნება საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა აღემატება 100 კაცს ან საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა 1.5 მლნ ლარს.

საშუალო ზომის საწარმოებს მიეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა მერყეობს 20-დან 100 კაცამდე, ხოლო საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა – 0.5 მლნ ლარიდან 1.5 მლნ ლარამდე.

მცირე ზომის საწარმოებს მიეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა არ აღემატება 20 დასაქმებულს და საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა არ აღემატება 0.5 მლნ ლარს.

2017 წლიდან საწარმოთა ზომის განსაზღვრის შემდეგი მეთოდოლოგია მოქმედებს:

მსხვილ საწარმოებს განეკუთვნება საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა აღემატება 249 კაცს ან საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა 60 მლნ ლარს.

საშუალო ზომის საწარმოებს მიეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა მერყეობს 50-

დან 250 კაცამდე, ხოლო საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა – 12 მლნ ლარიდან 60 მლნ ლარამდე.

მცირე ზომის საწარმოებს მიეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა არ აღემატება 50 დასაქმებულს და საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა არ აღემატება 12 მლნ ლარს.

ევროკავშირი განიხილავს შემდეგ მცირე და საშუალო საწარმოო კატეგორიებს:

საშუალო ზომის საწარმოების კატეგორია შედგება საწარმოებისგან, რომლებიც 50-დან 250-მდე ადამიანს ასაქმებს და რომელთა წლიური ბრუნვა არ აღემატება 50 მილიონ ევროს ან საბალანსო ღირებულება არ აღემატება 43 მილიონ ევროს;

მცირე საწარმო განისაზღვრება როგორც საწარმო, რომელიც 10-დან 50-მდე დასაქმებულია და რომლის წლიური ბრუნვა ან/და საბალანსო ღირებულება არ აღემატება 10 მილიონ ევროს;

მიკრო საწარმო განისაზღვრება როგორც საწარმოს, რომელიც 10-ზე ნაკლებია დასაქმებული და რომლის წლიური ბრუნვა ან/და საბალანსო ღირებულება არ აღემატება 2 მილიონ ევროს.

### **1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის გამოწვევები**

საქმიანობის პროცესში მცირე საწარმოები ხშირად აწყდებიან სერიოზულ შეზღუდვებს, რომლებმაც შეიძლება შეაფერხონ მათი წარმატებული საქმიანობა. მცირე ბიზნესის ნაკლოვანი მხარეებია 1. გაყიდვა და მარკეტინგი. მარკეტინგის ორგანიზაცია და საკუთარი პროდუქციის გაყიდვა მცირე საწარმოებისათვის მრავალ პრობლემასთანაა დაკავშირებული. მომხმარებლები მცირე საწარმოებს ახასიათებენ, როგორც ნაკლებად სტაბილურს და საიმედოს, ვიდრე მათი უფრო მსხვილი კონკურენტებია. ნდობის ნაკლებობამ შეიძლება მნიშვნელოვნად შეამციროს საკუთარი პროდუქციის გაყიდვის უნარი. ეს პრობლემა განსაკუთრებით მწვავედ დგას ახლად შექმნილი მცირე საწარმოების წინაშე, რომლებსაც უბრალოდ დრო არ ჰქონდათ საკუთარი რეპუტაციის შესაქმნელად; 2. რესურსების უზრუნველყოფის არათანაბარი შესაძლებლობები. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ბევრი მცირე საწარმო მოქმედებს სპეციალიზებულ ბაზრებზე, მათი გადარჩენა

გრძელვადიან პერსპექტივაში შეიძლება დამოკიდებული იყოს იმ ახალი პროდუქციის შემუშავებისა და ბაზარზე გატანის უნარზე, რომელიც პასუხობს მომხმარებლის ქცევას. როგორც წესი, ეს საქმიანობა მოითხოვს მნიშვნელოვან კაპიტალდაბანდებას. მაგრამ მცირე საწარმოების უნარი - მოიზიდონ ინვესტიციები, საკმაოდ შეზღუდულია, რადგან ბევრ მათგან არ გააჩნიათ ფინანსური უზრუნველყოფის წყაროები და ხშირად ბანკები მათ მაღალრისკიანი ინვესტიციების ობიექტებს მიაკუთვნებენ; 3. მასშტაბის ეკონომია. წარმოების მასშტაბებით განპირობებული ეკონომიის მიღება, მსხვილ საწარმოებთან შედარებით, მნიშვნელოვნად შეზღუდულია. მათ, როგორც წესი, ნაკლები შესაძლებლობა აქვთ მიაღწიონ მასშტაბის ეფექტს და მასთან დაკავშირებულ საბაზრო უპირატესობებს. მათი საწარმოო ხარჯების დონე ხშირად უფრო მაღალია, ვიდრე მათი მსხვილი კონკურენტებისა. ცხადია, ეს მნიშვნელოვნად ზღუდავს მცირე საწარმოების შესაძლებლობებს ფასისმიერი კონკურენციის პირობებში.

სახელმწიფოებმა მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით შემდეგი სამი მთავარი საკითხი უნდა გადაჭრას, ესაა: 1. მცირე ბიზნესის წახალისება 2. მცირე მეწარმეთა სწავლება და 3. მცირე მეწარმეთა დახმარება გაყიდვებში. ამ ამოცანის გადაჭრას სჭირდება თანმიმდევრული მოქმედების სტრატეგიული შემუშავება რამდენიმე მიმართულებით, კერძოდ: მცირე მეწარმეობის წახალისების კუთხით:

ა) უპირველეს ყოვლისა, ძალზე მნიშვნელოვანია მაგალითის ძალა, კერძოდ, რაც უფრო მეტი ადამიანის შესახებ გავრცელდება ინფორმაცია ნულიდან დაწყებული ბიზნესი წარმატებულ მცირე საწარმოდ გადაქცევის შესახებ, მით უფრო მეტი ადამიანი იფიქრებს, რომ მასაც აქვს უნარი და გაუჩნდება სურვილი შექმნას მცირე საწარმო. ამისთვის საჭიროა ინფორმაციის მოგროვება წარმატებული მცირე მეწარმეების შესახებ და აქტიური გავრცელება საინფორმაციო საშუალებებით.

ბ) მეორე მნიშვნელოვანი საკითხია ამ მიმართულებით იდეების მიწოდება იმის თაობაზე, თუ რა შეიძლება გააკეთონ ადამიანებმა, რომლებმაც საკუთარი საქმის წამოწყება გადაწყვიტეს და რა შესაძლებლობები არსებობს. თუნდაც, მარტო ქვეყანაში

იმპორტირებული საქონლის ჩამონათვალი ავილოთ და შევთავაზოთ ხალხს ადგილზე დაიწყო იგივეს წარმოება და სახელმწიფო თავის მხრიდან დაჰპირდეს ეროვნული პროდუქციის გაყიდვების სტიმულირებას შესაბამისი კამპანიის განხორციელებით, მართლაც იქნება მნიშვნელოვანი ბიძგი მცირე მეწარმეობის განვითარებისთვის.

გ) მესამე მნიშვნელოვანი საკითხია საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრის შექმნა, რომელიც გააცნობს ახლად დამწყებ ან მცირე მეწარმეობის მსურველებს ყველა იურიდიულ და ტექნიკურ დეტალს საკუთარი საქმის დაწყების შესახებ.

მცირე მეწარმეთა სწავლების კუთხით:

ა) საქმიანობის დასაწყებად და წარმართვისთვის საჭიროა კომპეტენცია, ანუ მცირე მეწარმეთა მხრიდან მმართველობითი და ტექნიკური კომპეტენციის შექმნა საქმის დასაწყებად და მის საწარმოებლად. ამ მიზნით სახელმწიფოს შეუძლია გამოაცხადოს ტენდერები სასწავლო პროგრამების შემუშავებაზე და ყველას, ვინც ამ სასწავლო პროგრამებს გაივლის, დაჰპირდეს დახმარებებს გაყიდვებში. ასეთ პირობებში სწავლის საფასურის ნაწილს დამწყები მეწარმეები თვითონაც გადაიხდიან.

ბ) საინფორმაციო ბიულეტენების მომზადება მცირე მეწარმეთათვის, რომლებიც მოიცავს მათთვის მნიშვნელოვან ყველა მიმდინარე ინფორმაციას, რჩევებს და განმარტებებს საკანონმდებლო-საგადასახადო ნიუანსებზე. ბიულეტენი ნელ-ნელა დაეხმარება მცირე მეწარმეებს საკუთარი საქმის განვითარებაში.

მცირე მეწარმეთა დახმარება გაყიდვების კუთხით:

ა) ამ პროგრამის მთავარი მამოძრავებელი ძალა უნდა გახდეს მცირე მეწარმეთა დახმარება ადრეულ გაყიდვებში. ასეთი დახმარებისათვის ყველაზე კარგი წინაპირობა არსებობს - „იყიდება ეროვნული პროდუქტი, დაეხმარე ეკონომიკას და მცირე მეწარმეობის განვითარებას“. იგი უნდა გახდეს ეროვნული კამპანია, რომელსაც ექნება შთამბეჭდავი ეფექტი.

ბ) მეორე მნიშვნელოვანი ფაქტორია სპეციალური ბაზრობების, სავაჭრო ადგილების ორგანიზება მცირე მეწარმეთათვის და სარეკლამო კატალოგების მომზადება. ასევე საჭირო იქნება საკუთარი ინტერნეტპორტალის შექმნა, სადაც მცირე მეწარმეები შეძლებენ საკუთარი პროდუქციისა და მომსახურების შესახებ ინფორმაციის განთავსებას.

## 1.4 კლასტერების მნიშვნელობა

მოწინავე ქვეყნების ეკონომიკაში კონკურენცია ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გამოყენების ეფექტიანობას ეფუძნება. ამ თვალსაზრისით, კლასტერების მნიშვნელობა განუზომელია, რადგან სწორედ ისინი ასრულებენ ფუნდამენტურ როლს ცოდნის დაგროვებისა და გაუმჯობესების კუთხით. მათი მნიშვნელობა გლობალიზაციის გაღრმავების თანხვედნილად იზრდება. განვითარებული კომუნიკაციებისა და სატრანსპორტო საშუალებით წყალობით, ფირმები წარმოებისათვის უიაფესი და საქონლის და მომსახურების გაყიდვისთვის ყველაზე უფრო მომგებიან ადგილს მთელი პლანეტის მასშტაბით ეძებენ. ასეთ პირობებში ფირმების მიერ კონკურენციული უპირატესობების შექმნისათვის ბიზნესთან პირდაპირ კავშირის არმქონე ეროვნული ინსტიტუტები გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს. ეს შეიძლება იყოს ტექნიკური სკოლები, სპეციალიზებული ინფრასტრუქტურა, უნივერსიტეტის სამეცნიერო-კვლევითი განყოფილებები, მრეწველობის ან სხვა დარგის ასოციაციები.

„კლასტერი“ ინგლისური სიტყვაა და „მტევანს“, „კონას“ ნიშნავს. მაიკლ პირტერის განმარტების თანახმად, კლასტერი არის გარკვეულ სფეროში ურთიერთდაკავშირებული კომპანიებისა და ასოცირებული ინსტიტუტების გეოგრაფიულად ორიენტირებული ჯგუფი, რომელიც ხასიათდება ვერტიკალური (მომხმარებელი/მიმწოდებელი) ან ჰორიზონტალური (საერთო ბაზარი, მსგავსი ან მონათესავე ტექნოლოგია, შუამავლები და ა.შ.) ურთიერთობებით.

განვიხილოთ კლასტერების ფუნქციონირების პორტერისეული მექანიზმი. მის მიერ აღწერილი ფაქტორები ქმნის ე.წ. „ეროვნულ რომბს“, რაც განსაზღვრავს კლასტერის

შექმნის მექანიზმსა და მის ბუნებას. ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია ყველა ფაქტორის შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი და ურთიერთდამოკიდებულება. მიკროეკონომიკურ დონეზე შემდეგი ფაქტორები განსაზღვრავს კლასტერის დინამიკას:

მოცემული არეალის თავდაპირველი რესურსები და არსებული ეკონომიკური გარემო; თავდაპირველ რესურსებში არ იგულისხმება მხოლოდ მატერიალური რესურსები, აქ პორტერი მოიაზრებს, აგრეთვე, იმ პირობებსაც, რომელიც ხელს უწყობს ბიზნესის წამოწყებას. ხოლო ეკონომიკური გარემო ხასიათდება მოცემული სფეროში მოქმედი ფირმების რაოდენობით, ახალი ბიზნესის წამოწყების შესაძლებლობებითა და იმ გეოგრაფიული რეგიონებისათვის დამახასიათებელი მეწარმეობის კულტურით;

კომპანიების სტრატეგიები და კონკურენციული გარემო გავლენას ახდენს ფირმების ევოლუციაზე, რადგან ისინი იძულებულნი არიან ბაზარს სპეციალური მომსახურება და პროდუქტი შესთავაზონ, გაზარდონ ხარისხი და თანამშრომლობა, რათა მაღალი მოთხოვნილებები დააკმაყოფილონ. გაზრდილი კონკურენცია კომპანიებს აიძულებს განვითარდნენ და დანერგონ ინოვაციები.

ბაზრის პირობები, შემოთავაზებულ პროდუქტსა და მომსახურებაზე მოთხოვნა. კლიენტის საჭიროებების გარეშე არ იარსებებდა სამეწარმეო ინიციატივები რეგიონის შესაძლებლობების უკეთესად გამოყენებისთვის. საბოლოო ანგარიშით, თავდაპირველი ბაზარი კლასტერული კონკურენციული გარემოს წყალობით ფართოვდება.

მონათესავე და დამხმარე დარგები კლასტერის ფირმებს საშუალებას აძლევს განვითარდნენ და თავიანთი კონკურენციული უპირატესობა მყარად შეინარჩუნონ. ინოვაციების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანი ფაქტორია უნივერსიტეტები და კვლევითი ცენტრები, რომლებიც ახალი ტექნოლოგიების შემუშავებაზე არიან ფოკუსირებულნი.

კლასტერების ბუნებასა და მისი მოქმედების პრინციპების უკეთ გასაანალიზებლად განვიხილოთ ფირმების დაჯგუფების სხვადასხვა ტიპი და შევადაროთ მათი მოქმედების მექანიზმები.

მეცნიერები მალბერგი, სოლველი და ზანდერი გამოყოფენ ფირმების აგლომერატების ოთხ მოდელს:

ურბანული აგლომერატები - სხვადასხვა დარგის ფირმების დაჯგუფება;

სამრეწველო უბნები - ერთი და იგივე დარგის ფირმების დაჯგუფება;

ინოვაციური აგლომერატები - ინოვაციაზე ორიენტირებული სხვადასხვა დარგის ფირმების დაჯგუფება;

კლასტერები - ინოვაციაზე ორიენტირებული ერთი და იმავე დარგის ფირმების დაჯგუფება;

მეცნიერების, მ. პორტერისა და პ. კრუგმანის აზრით, კლასტერი ეკონომიკური აგლომერატია, რომელიც შექმნილია ერთი და იმავე დარგის ან მონათესავე დარგის ფირმების მიერ, სადაც ინოვაციები კონკურენციის გამძაფრებისა და ფირმების განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

კლასტერების წევრების როლსა და მათ შორის ურთიერთობებზე დაყრდნობით ა. მარკუზენი კლასტერის ოთხ მოდელს გამოყოფს. იგი კლასტერის ერთ-ერთ მოდელს ა. მარშალის მიერ დახასიათებულ მოდელს ადარებს. მარშალი კლასტერების დასახასიათებლად იყენებს ტერმინს „სამრეწველო რაიონი“ სადაც ფირმები შედარებით ჰომოგენურია, მცირე ფირმები ერთმანეთთან თანამშრომლობენ და ერთმანეთს უშუალო კონკურენციას უწევენ, ან მიმწოდებელი-მომხმარებლის ურთიერთობაში არიან. აქ კლასტერების გასაკონტროლებლად საკმარისი ზომა და ძალაუფლება არც ერთ ფირმას არ გააჩნია. მის ფირმასა და განვითარების მიმართულებას საერთო ბაზარი და კლასტერის დინამიკა განსაზღვრავს. მარშალი აღწერს იმ უპირატესობებს, რაც ფირმების ერთ გეოგრაფიულ არეალში განლაგებიდან გამომდინარეობს. მარშალის მიერ აღწერილი კლასტერის ფორმა განსხვავდება ურბანული აგლომერაციისაგან, რომელიც ქალაქად სხვადასხვ დარგის კომპანიებს განლაგებას გულისხმობს. მარშალის მიერ აღწერილ

მოდელში ფირმები ერთი და იმავე საქმიანობით ან ურთიერთდაკავშირებული საქმიანობით არიან დაკავებული.

ა. მარკუზენის მერ აღწერილ მეორე მოდელში „ბირთვი-სხივი“ - მცირე რაოდენობის დომინანტი ფირმები კლასტერის ბირთვს წარმოადგენს. მათ გარშემო არსებული მცირე ფირმები პირდაპირაა მათთან დაკავშირებული ნედლეულის ან სპეციალიზებული მომსახურების მიმწოდებლების, ან მათი უშუალო სავაჭრო პარტნიორების მეშვეობით. მცირე ფირმების უმრავლესობა დამოკიდებულია ამ დომინანტ ფირმებსა და მათ სტრატეგიაზე. დომინანტი ფირმები განსაზღვრავენ კლასტერის შიგნით ურთიერთობებს და მის დინამიკას. ამ მოდელის თვალსაჩინო მაგალითია ავტომრეწველობა დეტროიტში, სადაც სამი მსხვილი ფირმის გარშემო უამრავი მცირე და საშუალო ფირმაა თავმოყრილი.

ა. მარკუზენის მიერ აღწერილი მესამე „სატელიტური პლატფორმის“ კლასტერის მოდელი წარმოადგენს სხვა ქვეყნებში განლაგებული მრავალეროვნული ფირმების განშტოებების ჯგუფს, რომელიც განლაგებულია ერთ გეოგრაფიულ არეალში, რათა ისარგებლოს მთავრობის მიერ შეთავაზებული დაბალი ფასებით, ან იაფი მუშახელით. ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია ის, რომ სატელიტურ ფირმებს შორის ურთიერთობები არ არის და ისინი მთლიანად მშობლიური კომპანიების მიერ დისტანციურად კონტროლდება.

მეოთხე მოდელში, ცენტრალურ როლს მთავრობა/სახელმწიფო ასრულებს. ასეთი კლასტერი წარმოიქმნება საჯარო, სახელმწიფო ან არამომგებიანი ორგანიზაციის გარშემო, რომელიც რეგიონში დომინანტია და განსაზღვრავს ეკონომიკურ ურთიერთობებს კლასტერის წევრებს შორის. ეს ერთეული გარემოცულია უამრავი მცირე ფირმით, რომელიც საზოგადოებრივ დაკვეთებს ასრულებენ. ეს მოდელი ჰგავს „ბირთვი-სხივის“ მოდელს, ოღონდ, მისგან განსხვავებით, ცენტრალური მოთამაშე კერძო სექტორის მიერ არ კონტროლდება.

კლასტერის განვითარების ან ახალი კლასტერის შექმნისკენ მიმართული ფაქტორების დახასიათებით, კლასტერის ინიცირების მოდელს გვთავაზობს სოლვერი. მოდელში მოცემულია ურთიერთდაკავშირებული ფაქტორები, რომლებიც კლასტერული ინიციატივების ან უკვე არსებული კლასტერის წარმატებას უწყობენ ხელს. ესენია:

1.სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემო. იმის გათვალისწინებით, რომ კლასტერებს ეროვნული ან რეგიონული განვითარების ინსტრუმენტად მიიჩნევენ, ბევრი ინიციატივა სამთავრობო პროექტების ფარგლებში ხორციელდება, რაც ფინანსდება საჯარო ან საჯარო და კერძო ფონდების მეშვეობით. აღსანიშნავია, რომ რეგიონის სოციალური, კულტურული და ეკონომიკური პირობები ამგავე ინიციატივის განხორციელების საშუალებას უნდა იძლეოდეს.

2.ინიციატივის მიზნები. ისინი 6 ძირითად კატეგორიად შეიძლება დაიყოს: კვლევითი ქსელის განვითარება; კერძო ლობი და პოლიტიკურ სექტორთან ურთიერთობა; კომერციული თანამშრომლობა; განათლების ინფრასტრუქტურის განვითარება; ინოვაციები და ახალი ტექნოლოგიების განვითარება, არსებული კლასტერის განვითარება და გაფართოება.

3.განვითარების პროცესები. ეს არის კლასტერული ინიციატივის სასიცოცხლო ციკლის სტადიები: ინიციატივა და დაგეგმარება; ინიციატივის მართვა და დაფინანსება; ახალი წევრების მიზიდვის მიზნით კლასტერის წევრებისა და პოლიტიკის მართვა; ინიციატივის ადმინისტრაციული ერთეულის შექმნა; საგარეო რესურსების კონსოლიდაცია, რათა ინიციატივამ დამოუკიდებლად გააგრძელოს შემდგომი განვითარება.

ამ სამი გარემოების ურთიერთქმედებით ვითარდება და იხვეწება კლასტერი. კლასტერის ინიცირების მოდელის წარმატება შემდეგი მაჩვენებლების მიხედვით ფასდება:

მრეწველობასა და კვლევებს შორის კავშირების სიხშირე და მათი კომპლექსურობა;

ახალი ტექნოლოგიების განვითარების შედეგად მიღებული ინოვაციების ხარისხი;

საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის დონის ამაღლება;

კლასტერის განვითარება ახალი კომპანიების მოზიდვის, წარმოებისა და ბაზრის გაზრდის თვალსაზრისით.

სოლველის კიდევ ერთი მოდელი ახასიათებს კლასტერს, რომელიც აგებულია ისეთ მონაწილეებზე, რომელთა გადაწყვეტილებები და ქმედებები გავლენას ახდენს კლასტერის განვითარებაზე ეს მონაწილეებია:

მთავრობა - მისი ცენტრალური და ადგილობრივი სტრუქტურების სახით, რომლებსაც შეუძლიათ რეგიონული განვითარების პროექტის ინიცირება, ახალი ინვესტორის მოსაზიდად ფინანსური სტიმულების დაწესება, სტრუქტურებისა და სააგენტოების განსაზღვრა, რომლებიც კლასტერულ ინიციატივებს ან რეგიონული განვითარების პროექტებს უხელმძღვანელებენ.

ფინანსური სისტემა - რომელიც წარმოდგენილია ბანკებით, საინვესტიციო კომპანიებით ან სხვა ფინანსური ქსელით. ეს სისტემა უზრუნველყოფს ახალი ბიზნესის შექმნისკენ ან უკვე არსებულის გაფართოებისკენ მიმართული სამეწარმეო ინიციატივებისთვის შესაბამის დახმარებას. ამ მიდგომის საილუსტრაციოდ ორი კლასტერის - „სილიკონის ველი“ და ბოსტონის გზა 128“-ის შედარება გამოგვადგება. როგორც ერთ-ერთი მეცნიერი აღწერს, ბანკებისა და ვენჩურული კაპიტალის მიდგომა ამ აღმოსავლეთ და დასავლეთ მდებარე კლასტერებში განსხვავდებოდა. კერძოდ, დასავლეთის ღია მიდგომებმა, რომელიც რეგიონის არსებული მეწარმეობის კულტურით იყო მოტივირებული, კლასტერის განვითარებას დინამიკურად განვითარებას შეუწყობ ხელი, რომელმაც წარმატების თვალსაზრისით ბოსტონის კლასტერს მნიშვნელოვნად გაუსწრო.

განათლებისა და კვლევის სისტემა, რომელიც შედგება საუნივერსიტეტო ცენტრებისა და კვლევითი ინსტიტუტებისგან და კვალიფიციური და სპეციალიზებული მუშაკების მომზადების გზით წარმოშობს ან ხელს უწყობს ინოვაციურ პროცესებს. ტექნოლოგიისა და ცოდნის ტრანსფერი მნიშვნელოვანი ფაქტორია კლასტერის განვითარებისათვის. სილიკონის ველზე საინფორმაციო ტექნოლოგიებში ინოვაციებისა და კვლევების კატალიზატორის როლი სტენფორდის უნივერსიტეტმა შეასრულა, სადაც სტენფორდის კვლევების ინსტიტუტი და სტენფორდის სამრეწველო პარკი ფუნქციონირებდა.

მცირე და საშუალო საწარმოები, საჯარო და კერძო კომპანიები ან მრავალეროვნული კორპორაციები ნებისმიერი კლასტერის აუცილებელი შემადგენელი კომპონენტია. ამ ელემენტების ევოლუცია და მათ შორის ურთიერთობა კლასტერის განვითარების მოდელს განსაზღვრავს. მათი ზომის, კომპლექსურობისა და წარმოების პროცესის სპეციალიზაციის მიუხედავად, კლასტერის კომპლექსურობა და ზომა ასეთი ფირმების რაოდენობით განისაზღვრება.

ორგანიზაციები, რომლებიც დახმარებასა და თანამშრომლობაზე არიან ორიენტირებულები. ასეთ ფუნქციას, ძირითადად, არასამთავრობო ორგანიზაციები, სავაჭრო პალატები, დარგობრივი ასოციაციები და სამთავრობო სააგენტოები ასრულებენ. მათი მთავარი საქმიანობა კლასტერული ინიციატივის დაწყება ან უკვე არსებული კლასტერის ხელშეწყობა და დახმარებაა.

მედია საშუალებებიც უწყობს ხელს კლასტერის განვითარებას. ხშირად ისინი გამოიყენება ბრენდის შექმნისათვის, რომელიც კლასტერს წარმოადგენს. ამის მაგალითია ოპტიკური ბოჭკოს ველი შვედეთში, ავტო სპორტის ველი ინგლისში, მასალების ველი გერმანიის რაინ-მაინის რეგიონში და ა.შ.

კლასტერები ხშირად იმ რეგიონებში მდებარეობს, რომლებიც ძლიერი კვლევითი ცენტრით არის ცნობილი. ეს ცენტრები მაღალკვალიფიციური მუშა ძალის მომზადების

შესაძლებლობას იძლევა ან ინოვაციური პროცესების განვითარებას უწყობს ხელს.შესაბამისად, ის გეოგრაფიული რეგიონები, რომლებიც ცნობილია არიან მსოფლიო დონის უნივერსიტეტებით ან კვლევითი ლაბორატორიებით, მნიშვნელოვანი საბაზისო ფაქტორია კლასტერული ინიციატივისთვის. თუმცა, მხოლოდ ეს ფაქტორი საკმარისი არ არის კლასტერის განვითარებისთვის. არანაკლებ მნიშვნელოვანია რეგიონის სოციალური მაჩვენებლები და პოლიტიკური სტაბილურობა, ადგილობრივი ადმინისტრაციის ხარისხი და საერთო ეკონომიკური გარემო, რომელიც ინვესტიციების მოზიდვას უნდა უწყობდეს ხელს.

მთავრობის როლი ხშირად იმით განისაზღვრება, თუ რამდენად უწყობს იგი ხელს გეოგრაფიული რეგიონის განვითარებას. აქ იგულისხმება ინფრასტრუქტურა, განათლება, კვლევები. მკვლევარები გამოყოფენ სამ ძირითად სფეროს, სადაც მთავრობა აქტიურად მონაწილეობს კლასტერების ინიცირების თვალსაზრისით. ეს სფეროებია:

რეგიონული ან მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკა;

ინვესტიციების მოზიდვის პოლიტიკა;

კვლევების და ინოვაციების სტიმულირების პოლიტიკა.

როგორც ვხედავთ კლასტერი მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებს აძლევს უფრო სწრაფად განვითარების საშუალებას, ამაღლებს მათ მწარმოებლურობას და კონკურენტუნარიანობას და აძლევს საშუალებას ამავედროულად შეინარჩუნოს საკუთარი ინდივიდუალიზმი. ვფიქრობ საქართველოს ეკონომიკის განვითარებისთვის აღნიშნული მიმართულებით მუშაობა მნიშვნელოვანია და მთავრობის მიერ საჭიროა უფრო მეტი ყურადღების დათმობას.

## თავი 2. ბაზარზე თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენცია და მისი გავლენა მცირე და საშუალო ფირმებზე

### 2.1 კონკურენცია ისტორიის ჭრილში

კონკურენციის ისტორიის ფესვები მიდის უძველეს დრომდე. მკვლევართა დიდი ნაწილის აზრით, იგი სათავეს იღებს ძველი რომიდან და ასახულია რომის იმპერატორთა იმ დეკრეტებში, რომლითაც ცალკეულ საქონელზე მტკიცე ფასები იყო დაწესებული, რაც სპეკულაციური მონოპოლიის წინააღმდეგ ბრძოლას ისახავდა მიზნად (მაგალითად, იმპერატორი დიოკლეტიანეს დეკრეტი ფასებზე და სხვა).

სიტყვა „კონკურენცია“ ლათინური წარმოშობისა „concurrentia“ (comcurrere)-დან და სიტყვა-სიტყვით ნიშნავს-შეჯახებას, შეტაკებას.

პირველ ანტიმონოპოლიურ კანონად, რომელშიც თვით ტერმინი „მონოპოლია“ პირველადაა მოხსენიებული, ითვლება იმპერატორ ზენონის კონსტიტუცია ფასების შესახებ (483 წელი).

კონკურენციის პოლიტიკის განვითარებას ფართო გასაქანი მიეცა კაპიტალიზმის პირობებში. ის არის მდგრადი ეკონომიკური განვითარების საწინდარი.

კონკურენციას განსაკუთრებული და პირველადი მნიშვნელობა აქვს ეკონომიკაში, ის არის საბაზრო ურთიერთობების ძირითადი შემადგენელი ელემენტი და წარმოადგენს ბაზრის სიმბოლოს, რომლის გარეშე შეუძლებელია საბაზრო სისტემის საფუძვლების დაცვა, თავისუფალი ეკონომიკური არჩევანის განხორციელება, ცალკეული პერიოდისათვის სასაქონლო ბაზრებზე მოთხოვნა-მიწოდების დაბალანსება და მომხმარებლისათვის მისაღები ფასის ფორმირება.

საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნა-მიწოდების დაბალანსება ხდება უშუალოდ ბაზარზე; რომელიც რაც უფრო კონკურენციულია ბაზარი, მით უფრო მოგებულია საზოგადოება. ამდენად, კონკურენცია საბაზრო ეკონომიკაში ფასწარმოქმნის მექანიზმის ისეთ მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს, რომლის (სამართლიანი კონკურენციული გარემოს) არსებობის საჭიროება უკვე დიდი ხანია აღიარებულია მთელ

მსოფლიოში. თუმცა, ისიც ცხადია, რომ ისტორიულად ფართო გამოყენება ეკონომიკურმა კონკურენციამ მიიღო მხოლოდ მას შემდეგ, რაც მოხდა შუასაუკუნოვანი პრივილეგიების ლიკვიდაცია და კაპიტალიზმის დამკვიდრება.

კონკურენციის მთავარი მიზანი არის უპირატესობის მოპოვება ერთსა და იმავე ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის და მაქსიმალური მოგების მიღება უპირატესობის მიღწევის ხარჯზე.

კონკურენციის შესახებ კანონმდებლობის წარმოშობა განპირობებულია:

- ეკონომიკაზე მონოპოლიების დამამუხრუჭებელი ზემოქმედების განეიტრალების;
- ეკონომიკური აგენტებისთვის ბაზარზე თავისუფალი შესვლის უზრუნველყოფის და
- კეთილსინდისიერი კონკურენციის განვითარებისათვის ხელშემწყობი გარემოს ფორმირების აუცილებლობით;
- ასევე, სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებისათვის მათი მხრიდან ზედმეტი ე.წ. მარეგულირებელი ჩარევის და დაუმსახურებელ უპირატესობათა მინიჭების მოსპობის, მსხვილი ინფრასტრუქტურული ბიზნესის, არათავისუფლად ბრუნვადი საქონლის რეალიზაციით დაკავებულ საწარმოთა მიერ ბარიერების აღმართვაში ხელის შეშლის საჭიროებით.

კონკურენციის კანონები უმთავრესად ეყრდნობიან ორ ძირითად ცნებას:

- 1) ბაზრის ძალას და
- 2) დომინირებას.

„საბაზრო ძალის“ ცნება უდევს საფუძვლად აშშ-ის, ხოლო „დომინირების“ ცნება ევროპის კავშირისა და მის წევრი ქვეყნების კანონმდებლობას.

„საბაზრო ძალას“ და „დომინირებას“ შორის არსებული განსხვავება თვალშისაცემია კანონის პრაქტიკული რეალიზაციის პროცესში. კერძოდ, თუ ჩვენ განვიხილავთ ეკონომიკურ აგენტთა შერწყმის კონტროლის მექანიზმებს, დავინახავთ, რომ

კონკურენტი ეკონომიკური აგენტები ხშირად ერწყმიან ერთმანეთს, რათა მოხდეს დუბლირებული აქტივებისა და შესაბამისი პერსონალის (მუშა-მოსამსახურეთა) რაციონალიზაცია (დანახარჯების ოპტიმიზაციის მიზნით). თუ შერწყმული ეკონომიკური აგენტების ხვედრითი საბაზრო წილი მცირეა, ბაზრის ძალაზე დაფუძნებული კონკურენციის კანონი კონცენტრაციის ზრდაში ვერანაირ საშიშროებას ვერ ხედავს. უფრო მეტიც, ასეთი კანონი ამ სახის შერწყმებს სასარგებლოდაც კი მიიჩნევს, რადგანაც ის ხშირად ახალისებს შედარებით დაბალ ფასებს. კანონით ასეთი შერწყმა ნებადართულია, ხოლო კანონი რომელიც დომინირებაზეა აგებული, შეიძლება კრძალავდეს დისტრიბუტორების შერწყმას და მასთან დაკავშირებულ კონკურენციის სასარგებლო მახასიათებლებს.

კონკურენციის კანონის გატარების ეფექტურობა დამოკიდებულია კონკურენციის სააგენტოსა და სასამართლო სისტემის მუშაობაზე. განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში გამოკვლევებს კონკურენციის სფეროში მოეთხოვებათ იმის შეფასება, თუ რამდენად საკმარისია საბაზრო ძალები კონკურენციისადმი მიყენებული ზიანის აღსაკვეთად. ამასთან, თუ სხვა ყველაფერი თანაბარია (ბაზრის ბარიერები მინიმალურია), კარგად განვითარებული ბაზრის არსებობისას, კონკურენციის კანონის მოქმედების არეალი უნდა იყოს შედარებით შეზღუდული. ხშირ შემთხვევაში საბაზრო მექანიზმები მყიდველებს, მცირე ზომის საწარმოებსა და ინვესტორებს აწვდიან ბევრ კომერციულ ალტერნატივას, რაც კონკურენციას შესაძლო ზიანისგან ათავისუფლებს. ამგვარად, სადაც საბაზრო მექანიზმი ეფექტურია, კონკურენციის სააგენტო ჩარევა უნდა იყოს მინიმალური.

## **2.2. ამერიკის მოდელი (აშშ)**

საყოველთაოდ აღიარებულია, რომ კონკურენციის კანონმდებლობის საფუძველში დევს აშშ-ში 1890 წელს მიღებული პირველი ფედერალური კანონი, შერმანის აქტის სახელწოდებით, რომელიც აშშ კონგრესმა მიიღო ამერიკული საზოგადოებრიობის და უპირველეს ყოვლისა, ფერმერებისა და მცირე ბიზნესის წარმომადგენელთა მოთხოვნით.

შერმანის კანონმა ფაქტიურად საფუძველი ჩაუყარა აშშ-ში კონკურენციის პოლიტიკის რეალიზაციას ფედერალურ დონეზე. რაც შეეხება, ცალკეულ შტატებს, მათ დონეზე ანტიტრესტული კანონმდებლობა უფრო ადრეც არსებობდა. კერძოდ, ალაბამის შტატის მიერ 1883 წელს მიღებულ იქნა პირველი ანტიტრესტული კანონი, რომლის კვალდაკვალ კანზასისა და კიდევ სხვა ხუთ შტატში მიღებულ იქნა კანონები, რომლითაც უკანონოდ და დასჯადად გამოცხადდა ყოველგვარი გაერთიანება ვაჭრობის შევიწროებისა და შეზღუდვის კუთხით.

თავის მხრივ, საერთო სამართლის არასრულყოფილებამ წინ აღდგომოდა კომპანია-გიგანტების მხრიდან ბაზარზე დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას და კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების აღკვეთას, მე-19 საუკუნის ბოლოს დღის წესრიგში დააყენა ისეთი საკანონმდებლო აქტის მიღების აუცილებლობა, რომელიც მაქსიმალურად შეზღუდავდა კონკრეტულ სასაქონლო ბაზრებზე დომინანტი კომპანიების ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებას. შედეგად 1914 წელს მიღებულ იქნა კლეიტონის და ფედერალური სავაჭრო კომისიის შესახებ კანონები.

ამდენად, დღეისათვის აშშ-ში, რომელიც წარმოადგენს ანტიტრესტული კანონმდებლობის სამშობლოს, ფუნქციონირებს კონკურენციული ეკონომიკის უზრუნველყოფი სამი ძირითადი კანონი – 1) შერმანის (1890 წ.), 2) კლეიტონისა (1914 წ.) და 3) ფედერალური სავაჭრო კომისიის შესახებ. (1914 წ.)

შეიძლება ითქვას, რომ აშშ-ს ანტიტრესტული კანონმდებლობით იკრძალება არა კომპანიათა მონოპოლიური მდგომარეობა, არამედ ამ მდგომარეობის მოპოვების არაკეთილსინდისიერი გზები, რაც ძირითადად ბაზრიდან კონკურენტების მოშორებაში გამოიხატება.

## 2.3 ევროპის მოდელი

ევროკავშირი ეს არის ევროპის სახელმწიფოთა გაერთიანება, რომლის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა ომის შემდგომ ევროპაში მშვიდობის, სტაბილურობის დაცვა და ეკონომიკური ინტეგრაციის მეშვეობით წევრი ქვეყნების ერთობლივი განვითარება.

კავშირი დაასრებული იქნა ევროპის ქვანახშირის მომპოვებელი და ფოლადის მწარმოებელი ქვეყნების მიერ 1951 წლის 18 აპრილს პარიზში ხელმოწერილი ხელშეკრულების საფუძველზე. აღნიშნული ხელშეკრულება წარმოადგენს ამ გაერთიანების კონსტიტუციურ საფუძველს.

ევროპის ქვანახშირისა და ფოლადის გაერთიანების შესახებ ხელშეკრულების წარმატებამ წევრ სახელმწიფოებს უბიძგა, დაედოთ მსგავსი ხელშეკრულებები სხვა სფეროებშიც და მიღწეული შეთანხმების საფუძველზე 1957 წლის 25 მარტს, რომში ხელი მოაწერეს ევროპული ატომური ენერჯის გაერთიანებისა და ევროპის ეკონომიკური გაერთიანების შესახებ ხელშეკრულებებს. ევროპის ეკონომიკური გაერთიანების ხელშეკრულება, რომელიც ძირითადად „რომის ხელშეკრულების“ სახელწოდებითაა ცნობილი, ძალაში შევიდა 1958 წლის 1 იანვრიდან და მის საფუძველზე ბრიუსელში ჩამოყალიბდა ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის კომისია. „რომის ხელშეკრულებით“ გათვალისწინებული იყო წევრი სახელმწიფოების უფრო მჭიდრო ეკონომიკური ინტეგრაცია, რომელიც თავდაპირველად დაწყებულ იქნა თავისუფალი სავაჭრო ზონით, რაც მოგვიანებით საბაჟო კავშირში გადაიზარდა, ხოლო 1993 წლის 1 იანვრიდან უკვე შეიქმნა ერთიანი ევროპული საერთო ბაზარი, საერთო წესებითა და კანონმდებლობით, რამაც სულ სხვა სიბრტყეზე წამოსწია ამ ქვეყნებს შორის არსებული ეკონომიკური თანამშრომლობის ასპექტები.

კონკურენციის პოლიტიკა წარმოადგენს ევროკავშირის ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითად შემადგენელ ნაწილს, რომელიც დაფუძნებულია ევროპის ეკონომიკური თანამეგობრობის საკანონმდებლო ბაზაზე და ემსახურება ერთიან ბაზარზე თავისუფალ კონკურენციის დაცვას და კონკურენციის სტიმულირებას. კონკურენციის პოლიტიკა არის არა მიზანი, არამედ ინსტრუმენტი ამ მიზნის მისაღწევად.

კონკურენციის შესახებ ევროკავშირის კანონმდებლობის ძირითადი პრინციპები ჩამოყალიბებულია „რომის ხელშეკრულების“ 85 და 86 მუხლებში. კერძოდ, 85-ე მუხლის შესაბამისად აკრძალულია ანტიკონკურენციული ხელშეკრულებები, რადგანაც მას შეუძლია მნიშვნელოვანი ნეგატიური ზეგავლენა მოახდინოს კავშირის წევრ ქვეყნებს

შორის არსებულ ვაჭრობაზე და ამით ხელი შეუშალოს კონკურენციას ერთიან ბაზარზე. ამავე ხელშეკრულების 86-ე მუხლის თანახმად იგივე მიზეზით იკრძალება დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. გარდა ამისა, „რომის ხელშეკრულება“ ასევე მოიცავს კავშირის წევრი სახელმწიფოების მიერ ეროვნულ დონეზე გაწეული სახელმწიფო დახმარების რეგულირების საკითხებს.

ხელშეკრულების უმნიშვნელოვანესი დებულებებია 85 და 86 (ახალი ხელშეკრულების „ამსტერდამის ხელშეკრულების 81-ე და 82-ე ) მუხლები, რომლებიც აკონტროლებენ ხელშეკრულების მონაწილე მხარეების კონკურენციულ საქმიანობას. ამდენად, კავშირის წევრი ყველა ქვეყნის ეროვნული კონკურენციული კანონი შესაბამისობაში უნდა იყოს ამ მუხლებთან.

## **2.4 საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს მიზნები და მოკლე ისტორიული მიმოხილვა**

საქართველოს კონკურენციის სააგენტო შექმნილია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე და საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 14 აპრილის №288 დადგენილებით დამტკიცებული დებულების შესაბამისად.

კონკურენციის სააგენტო წარმოადგენს დამოუკიდებელ საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს, რომელიც ანგარიშვალდებულია საქართველოს პრემიერ მინისტრისა და საზოგადოების წინაშე.

სააგენტო პასუხისმგებელია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულებაზე, რომლის მიზანია საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაცია, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა.

კანონის მიზნებიდან გამომდინარე:

ბაზარზე უზრუნველყოფილი უნდა იყოს ეკონომიკური აგენტების თავისუფალი დაშვებისთვის სათანადო პირობები, გამოვლენილ და აღმოფხვრილ იქნას ბაზარზე შესვლის ადმინისტრაციული, სამართლებრივი და დისკრიმინაციული ბარიერები;

დაცული უნდა იყოს ეკონომიკური აგენტების საქმიანობაში თანასწორუფლებიანობის პრინციპი და მიღწეულ იქნეს კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვის დაუშვებლობა;

უზრუნველყოფილი უნდა იყოს უფლებამოსილი ორგანოს მიერ გადაწყვეტილების მიღებისას საჯაროობის, ობიექტურობის, არადისკრიმინაციულობისა და გამჭვირვალობის პრინციპების დაცვა.

კანონის აღსრულების მიზნით, სააგენტო ახორციელებს შემდეგ უფლებამოსილებებს:

დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების შემთხვევების გამოვლენა და კანონით მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში, შესაბამისი რეაგირების განხორციელება;

ეკონომიკურ აგენტებს შორის კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებების გამოვლენა და კანონით მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში, მათზე შესაბამისი რეაგირება;

დაგეგმილი კონცენტრაციების კონკურენტულ გარემოსთან შესაბამისობის შეფასება და გადაწყვეტილების მიღება კონცენტრაციის დასაშვებობის ან დაუშვებლობის თაობაზე;

ეკონომიკური აგენტების არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტების გამოვლენა და შესაბამისი რეაგირება;

სახელმწიფო ხელისუფლების, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების მიერ განხორციელებული ქმედებების კონკურენციის კანონმდებლობასთან შესაბამისობის შესწავლა;

სახელმწიფო დახმარებების კონკურენციის კანონმდებლობასთან თავსებადობის კონტროლი;

კონკურენციის შეზღუდვისა და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტების გამოსავლენად სასაქონლო და მომსახურების ბაზრების მონიტორინგი და ანალიზი.

კონკურენციის სააგენტოს 27 წლიანი პერიოდი შეგვიძლია დავყოთ 8 ეტაპად:

პირველი ეტაპი 1992 წლიდან 1996 წლამდე - ამ პერიოდში მიღებულ იქნა კანონები, „მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვისა და კონკურენციის განვითარების შესახებ“ და „არაკეთილსინდისიერი რეკლამისგან მომხმარებელთა დაცვის შესახებ“. ამ კანონების საფუძველზე დაეკისრა მონოპოლიური საქმიანობისა და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის თავიდან აცილება, კონკურენციის მეწარმეობის მხარდაჭერისა და კონკურენციის განვითარების, ასევე მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ფუნქციის აღსრულება და სარეკლამო საქმიანობის კონტროლის ფუნქციები, შეზღუდვისა და აღკვეთის ორგანიზაციული და სამართლებრივი საფუძვლები.

მეორე ეტაპი 1996 წლიდან 2002 წლამდე - ამ პერიოდში შეიქმნა ანტიმონოპოლიური სამსახურის საშტატო ერთეული თავდაპირველად 150 საშტატო ერთეულით იყო დაკომპლექტებული და მოგვიანებით კიდე 20 დაემატა. ასევე მოხდა ნორმატიული აქტების შემოღება:

- 1) „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“;
- 2) „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ ;
- 3) „რეკლამის შესახებ“;
- 4) „ბუნებრივ მონოპოლიათა სახელმწიფოებრივი რეგულირების მექანიზმების შესახებ“;
- 5) „საქართველოს სასაქონლო ბაზრებზე მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების სახელმწიფო რეესტრების შესახებ“;

6) „საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურთან არსებული ანტიმონოპოლიური საბჭოს დებულების დამტკიცების შესახებ“;

7) „საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ შემოწმების მოწყობის შესახებ“;

8) „შესაბამის (კონკრეტულ) სასაქონლო ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის (მეწარმე სუბიექტის) მონოპოლიური მდგომარეობის განსაზღვრის შესახებ“;

9) „სასაქონლო ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს შეფასებების მეთოდური რეკომენდაციები“.

ამ პერიოდში აქტიურად მუშაობდა ანტიმონოპოლიური სამსახური შეისწავლა სხვადასხვა ტიპის ბაზრები, სადაც აღმოჩნდა დარღვევები აღკვეთა და ასევე ამავე ბაზარზე წერდა რეკომენდაციებს თუ როგორ უნდა მომხდარიყო ბაზრის განვითარება.

1999 წელს ევროპის და რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკმა საკმაოდ მაღალ დონეზე შეაფასა ანტიმონოპოლიური სამსახურის საქმიანობა.

მესამე ეტაპი 2002 წლიდან 2004 წლამდე - ამ პერიოდში მოხდა გამოყოფა მისი უფლება-მოვალეობისგან რეგულირებადი ეკონომიკის სექტორები (ენერგეტიკა, კომუნიკაციები, გაზის მეურნეობა და ა.შ.) და შეიქმნა სხვადასხვა მარეგულირებელი კომისიები. მას მხოლოდ მომხმარებელთა დაცვის ფუნქცია და სარეკლამო საქმიანობის რეგულირება დარჩა.

მეოთხე ეტაპი 2004 წლიდან 2005 წლამდე - ამ პერიოდში არანაირი ცვლილება არ მომხდარა მისი შემცირებული უფლება-მოვალეობის გამო, რაც დამთავრდა მისი ლიკვიდაციით.

მეხუთე ეტაპი 2005 წლიდან 2010 წლამდე - ამ პერიოდში შემოიღეს კანონი „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“. ეს კანონი არ პასუხობდა საერთაშორისო პრაქტიკას, რის შედეგადაც ვერ ახდენდა ბაზრების შესწავლას და მონიტორინგს, რამაც გამოიწვია მისი უმოქმედობის პერიოდი.

მეექვსე ეტაპი 2010 წლიდან 2011 წლამდე - ამ პერიოდში ახალი თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტო შეიქმნა მთავრობის ქუდქვეშ, რომელსაც საჯარო სამართლის იურიდიული პირის სტატუსი ჰქონდა. მის უფლება-მოვალეობაში მოვალეობაში მხოლოდ შედიოდა სტრატეგიულ პროექტებზე მუშაობა. რას სრულებით არ პასუხობდა საერთაშორისო სტანდარტებს.

მეშვიდე ეტაპი 2012 წლიდან 2014 წლამდე - ამ პერიოდში კონკურენციის სააგენტო შეერწყა სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს რაც სრულებით ეწინააღმდეგებოდა მის უფლება-მოვალეობას საერთაშორისო სტანდარტებს. მოხდა ახალი „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ კანონი რომელიც შედარებით პასუხობდა სტანდარტებს, მაგრამ საკანონმდებლო ბაზის უქონლობის გამო ვერ ახდენდა ბაზრების შესწავლას, რაც გამოხატა მის უმოქმედობაში.

მერვე ეტაპი 2014 წლიდან დღემდე - ამ პერიოდში მოხდა ევროკავშირის კანონმდებლობასთან თითქმის სრული ჰარმონიზება, რაშიც გამოიხატა შემდგომ საკანონმდებლო ნორმატიული აქტებით:

კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის ბრძანებები:

1) „განცხადებისა და საჩივრების ფორმების, მათი წარდგენის წესი და საჩივრების დასაშვებადობასთან დაკავშირებული პროცედურები და ვადები“;

2) „თანამშრომლობის პროგრამის გავრცელებისა და პასუხისმგებლობისაგან განთავისუფლების გამოყენების წესი“;

3) „ბაზრის ანალიზური მეთოდები“;

4) კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარდგენისა და განხილვის წესი“;

„საქმის მოკვლევის წესი და პროცედურა“.

მთავრობის დადგენილებები:

1) „ინდივიდუალური სახელმწიფო დახმარების უმნიშვნელო ოდენობა და სახელმწიფო დახმარების გაცემის ზოგადი წესი“;

2) „კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების აკრძალვიდან გამონაკლისები“.

საინფორმაციო ხასიათის დოკუმენტები:

1) „ეკონომიკური აგენტების საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობით გათვალისწინებული ძირითადი ვალდებულებები“;

2) „მოკვლევის პროცესში კონკურენციის სააგენტოსა და ეკონომიკურ აგენტებს შორის ურთიერთობის პროცედურა და ვადები“;

3) „თანამშრომლობის პროგრამა“.

ამ საკანონმდებლო ბაზის შექმნის შემდგომ მოხდა სხვადასხვა ტიპის ბაზრების შესწავლა, სადაც მოხდა დარღვევების აღმოჩენა, ნაწილზე მოხდა ფულადი სანქციების გატარება, ხოლო ნაწილზე მოხდა გაფრთხილება და შემოიფარგლებოდა რეკომენდაციის სახით.

ევროკავშირის კანონმდებლობასთან ჰარმონიზაციის შედეგად ჩამოყალიბდა კონკურენციის სააგენტოს მისიები:

1) დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტების გამოვლენა და აღკვეთა;

2) კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების, გადაწყვეტილებებისა და შეთანხმებული ქმედებების გამოვლენა და აღკვეთა;

3) კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების აკრძალვიდან გამონაკლისების კონტროლის მექანიზმების სრულყოფა;

4) სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოების მიერ კონკურენციის შემზღუდველი გადაწყვეტილებების მიღების დაუშვებლობა;

5) მარეგულირებელი ქმედების კონკურენციული ეფექტის შეფასება;

- 6) კონკურენციის შემზღვეველი კონცენტრაციების დაუშვებლობა;
- 7) ეკონომიკური აგენტების არაკეთილსინდისიერი ქმედებების აკრძალვა;
- 8) კონკურენციის შემზღვეველი სახელმწიფო დახმარებების დაუშვებლობა;
- 9) კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის საქმეებზე განცხადებებისა და საჩივრების განხილვა;
- 10) ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროებში კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის საქმეების განხილვის პროცესში, კომპეტენციის ფარგლებში მონაწილეობა;
- 11) თანამშრომლობის პროგრამის დანერგვა;
- 12) კონკურენციის კანონმდებლობის გამოყენებასთან დაკავშირებით სარეკომენდაციო განმარტებების გაცემა;
- 13) ხელისუფლების ორგანოებისათვის განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციების მომზადება;
- 14) კონკურენციის ნაწილში ასოცირების ხელშეკრულების ნაკისრი ვალდებულებების შესრულება.

კონკურენციის სააგენტო თანამშრომლობს სხვადასხვა ორგანიზაციებთან, სადაც მონაწილეობას იღებს კონფერენციებსა და სესიებში. კონკურენციის სააგენტო თანამშრომლობს:

- 1) მსოფლიო ბანკთან;
- 2) ასოცირების ხელშეკრულების ფარგლებში ევროკავშირთან;
- 3) ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციასთან (OECD), ორგანიზაციის რეგიონული ცენტრის ადგილსამყოფელია უნგრეთი, ქ. ბუდაპეშტი;
- 4) გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციასთან (UNCTAD), ორგანიზაციის ადგილსამყოფელია შვეიცარია, ქ. ჟენევა;
- 5) გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოებასთან (GIZ);
- 6) საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციასთან (International Finance Corporation), ორგანიზაციის ადგილსამყოფელია აშშ, ქ. ვაშინგტონი;

- 7) შვედეთის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსთან (SIDA);
- 8) პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ოფისთან (UOKiK);
- 9) გრძელვადიანი საკონსულტაციო მომსახურების მიზნით ევროკავშირის საკონკურენციო სამართლის ექსპერტის დაქირავება;
- 10) საერთაშორისო კონკურენციის ქსელში (ICN) გაწევრიანება, ორგანიზაციის ადგილსამყოფელი საფრანგეთი;
- 11) სოფიას კონკურენციის ფორუმში, ორგანიზაციის ადგილსამყოფელია ბულგარეთი, ქ. სოფია;
- 12) აზიის კონკურენციის ასოციაციაში (Asia Competition Association), ორგანიზაციის ადგილსამყოფელია კორეა, ქ. სეული.

პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია რომელიც გაიმართა თბილისში 2017 წლის 17-18 ნოემბერს სადაც ძირითადად ადგილი დაეთმო კონკურენციის პოლიტიკის თანამედროვე გამოწვევებს და ტენდენციებს. სადაც ძირითადად ყურადღება გამახვილებული იყო კონკურენციის სააგენტოს საქმიანობასთან დაკავშირებით, კერძოდ, დიდი ნაწილი ეხებოდა ანტიდემპინგის ცნებასა და პოლიტიკაზე, ასევე, კონცენტრაციების დაშვება არ დაშვების შესახებ სადაც ერთიანი პოზიცია არ ჩანს, კონკურენციის პოლიტიკის ხარვეზების დაძლევის საკმაოდ თამამი რეკომენდაციები, სააგენტოს სამომავლო პრობლემის პარატიზმის შესახებ.

ევროკავშირისა და საქართველოს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით საქართველოს ბაზარი მისი მარეგულირებელი ჩარჩო თავსებადი უნდა იყოს ევროკავშირის სტანდარტებთან.

მხარეები აცნობიერებენ თავისუფალი და შეუზღუდავი კონკურენციის მნიშვნელობას თავიანთ სავაჭრო ურთიერთობებში. (ასოცირების შესახებ შეთანხმება, კარი IV, თავი 10, მუხლი 203) .

აღნიშნული მიმართულებით ასოცირების შეთანხმებით ნაკისრ ვალდებულების შესრულებაზე, სამოქმედო გეგმით დასახული ღონისძიებების ფარგლებში, აქტიურად მუშაობს კონკურენციის სააგენტო.

## თავი 3. ბაზარზე არსებული გამოწვევები, მათი გავლენა ფირმებზე და პრობლემის რეგულირების გზები

### 3.1 ანტიდემპინგი, ხელის შეშლა თუ ხელ შეწყობა

ანტიდემპინგი არის საერთაშორისო ვაჭრობაში ფასდადების პრაქტიკა, იმპორტირებული საქონლის უსამართლოდ დაბალ ფასად რეალიზაციის საწინააღმდეგოდ. როდესაც შემოტანილი საქონლის დემპინგურ ფასად გაყიდვა ადგილობრივ ინდუსტრიას ვნებს, სახელმწიფო ატარებს ანტიდემპინგურ ღონისძიებებს, დემპინგისგან მიყენებული ზიანის საკომპენსაციოდ.

საერთაშორისო დონეზე რეგულირდება GAAT მე-6 მუხლის მიხედვით, სადაც ერთი ქვეყნიდან მეორე ქვეყანაში პროდუქციის გაყიდვა იმ ქვეყნის პროდუქტზე ნაკლებ ფასად ჩაითვლება დემპინგად. მაგალითად, ჩილემ საქართველოში შემოიტანოს ღვინო რომელიც 4 ლარი ღირს, ხოლო ადგილობრივი პროდუქცია კი 8 ლარი ღირს სახეზეა დემპინგის ფაქტი.

დემპინგის ფაქტის დადგენა საკმაოდ რთული დასადგენია მიუხედავად თვალსაჩინოებისა. დემპინგის არსებობის დროს სახელმწიფო რთულ მდგომარეობაში აღმოჩნდება ერთის მხრივ მომხმარებლების დაცვა მეორე მხრივ ადგილობრივი ბაზრის დაცვა. თუ სახელმწიფომ არ გაატარა ანტიდემპინგური ღონისძიებები ადგილობრივი ფირმები განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ვერ უწევენ კონკურენციას შედარებით მაღალი დანახარჯების გამო და იხურება. ამას მოჰყვება უმუშევრობა, ხოლო უმუშევრობა კი საგადამხდელო უნარს აქვეითებს რაც ქვეყნის ბიუჯეტზე ცუდად აისახება. ამიტომ სახელმწიფოს უწევს ბიზნესის დაცვა მომხმარებლის ხარჯზე.

საერთაშორისო ორგანიზაციები არ ეწინააღმდეგებიან ანტიდემპინგური პოლიტიკის გატარებას თუ შესაძლებელია დასაბუთება დემპინგის შედეგად რა ზარალი მიადგა ქვეყანას, ბაზრის განვითარებას ხომ არ უშლის ხელს და ამ ორს შორის კავშირის დადგენა, რაც მარტივ საქმეს არ წარმოადგენს. უნდა მოხდეს ბაზრის შესწავლა არამარტო

ადგილობრივი არამედ მისი მეზობელი ქვეყნების და იმ ქვეყნის საიდანაც ხდება ამ პროდუქტის იმპორტი, მათი ეკონომიკური მდგომარეობის ასევე ქვეყნების სამუშაო გარემოს, გეოგრაფიული არიალის და სხვა რიგი საკითხების, რაც უშუალოდ კავშირშია ამ პროდუქტთან მიმართებაში. თუ მოხდება დემპინგის დამტკიცება, მაშინ დაზარალებულ სახელმწიფოს ნებას აძლევენ გამოიყენოს ანტიდემპინგური მექანიზმები, რომლებიც სამი სახით, გვევლინებიან:

- 1) დროებითი ღონისძიება (ძირითადად, დროებითი ტარიფის სახით);
- 2) (ნებაყოფლობითი) ვალდებულებები ფასზე;
- 3) ანტიდემპინგური ტარიფი.

არის შემთხვევები, როდესაც ფირმები აწესებენ დემპინგურ ფასებს მოკლე ვადით. ამ პოლიტიკას ახლად შექმნილი ფირმები მიმართავენ ბაზარზე ადგილის დასამკვიდრებლად, რაც საზღვარგარეთ მიღებული პრაქტიკაა და ისინი ამას აგრესიულ მენეჯმენტის პოლიტიკას უწოდებენ. კონკურენციის ორგანოები არ ერევნიან თუ ეს მოკლევადიანია და ზიანს არ აყენებს კონკურენციას. ისინი დასაშვებად მიიჩნევენ ფირმის განვითარებისათვის.

კონკურენციის სააგენტო ერთგვარად დილემაშია, რადგან მისი მიზნებიდან გამომდინარე, ის ვალდებულია მომხმარებელი დაიცვას და ასევე ანტიდემპინგური პოლიტიკა გაატაროს ადგილობრივი ბაზრის განვითარებისათვის. ფაქტიურად ეს ორი ერთმანეთთან წინააღმდეგობაში მოდის, ამიტომ კონკურენციის სააგენტოს მოუწევს სწორი გონივრული პოლიტიკის განრატება რათა არ მოხდეს დაკნინება ერთი მეორის ხარჯზე და თუ მოხდება ეს ცუდად არ აისახოს ერთიან

### 3.2 კონცენტრაცია, მონოპოლიისკენ გადადგმული ნაბიჯი თუ კონკურენციისკენ

ამაზე ზუსტი პასუხის გაცემა რთულია რადგან ერთი მხარე მიიჩნევს რომ ეს არის მონოპოლიის საწყისი ხოლო მეორე მხარე კი საერთაშორისო ბაზრებისკენ წინ გადადგმული ნაბიჯია.

კონცენტრაცია არის ორი ან რამდენიმე ეკონომიკური აგენტის საბაზრო ძალაუფლების თავმოყრა. ძირითადად გამოწვეულია შეთანხმებული მოქმედებით, სადაც ერთი ეკონომიკური აგენტი მეორეს კომპანიაზე მოიპოვებს კონტროლს და ერთი ფირმის სახელით გამოდის ბაზარზე. ეს ერთგვარად იწვევს დომინირებულ მდგომარეობას, რომელიც შეიძლება ბოროტად იქნეს გამოყენებული, რაც შემდგომ გამოიწვევს მომხმარებლების უფლებები შელახოს და თავისთავად კონკურენციასაც უქმნის საფრთხეს. კონცენტრაციად ითვლება „სრული ფუნქციური ერთობლივი საწარმო“-ს შემთხვევაში, სადაც ორი დამოუკიდებელი ეკონომიკური აგენტი ქმნის ერთიან საწარმოს, რომელიც ხანგრძლივად ასრულებს დამოუკიდებელი ეკონომიკური აგენტის ყველა ფუნქციას. თუ არ წარმოადგენს სრულ-ფუნქციურის მაშინ საქმე გვაქვს კარტელთან. კონცენტრაციის სამი სახე არსებობს.

პირველი, ეკონომიკური აგენტების გაერთიანება, რომლის შედეგადაც ერთი ეკონომიკური აგენტის სახელით გამოდის ასპარეზზე. მაგალითად „ალტა“ და „ოკ“ გაერთიანება „ალტაოკ“ სახელით.

მეორე, ერთი ეკონომიკური აგენტის მიერ მეორეს კონტროლი პირდაპირი ან ირიბი ფორმით. ძირითადად ხდება ფასიანი ქაღალდების ფორმით აქციების სახით, როდესაც საკონტროლო პაკეტით მოიპოვებს მასზე გავლენას ან სრულიად ყიდულობს მის აქციებს. მაგალითად CCIE-მ შეიძინა ხმების 19 პროცენტი და სრულებით საკმარისი აღმოჩნდა, რომ EDIL-ში კონტროლი მოიპოვა ფირმაზე. ასევე არის საქართველოშიც მსგავსი მაგალითები, ოღონდ სრული აქციების შემთხვევაში სადაც ერთ შემთხვევაში მოხდა ერთი აგენტის მიერ მეორის გამოდევნა. ამის კარგი მაგალითია „თიბისი ბანკი“-ს

მიერ „ბანკი რესპუბლიკა“-ს 100% შეძენა, რის შედეგადაც მოხდა „ბანკი რესპუბლიკა“-ს გაქრობა ბაზრიდან. კიდევ არის შემთხვევა, როდესაც ერთი ეკონომიკური აგენტი ფლობს მეორე ეკონომიკური აგენტის 100% აქციებს, მაგრამ ერთი მენეჯმენტით იმართებოდეს ორივე. მაგალითად „ნიკორა ტრეიდი“-ს მიერ „ნუგეში“-ს 100% წილის შეძენა. მიუხედავად ამისა, ორივე არიან ბაზარზე მაგრამ „ნუგეში“ იმართება „ნიკორა ტრეიდი“-ს მენეჯმენტის მიერ.

მესამე, ერთი და იმავე პირის მიერ სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტის მმართველობით ორგანოებში მონაწილეობა. ეს ხდება, როდესაც პირი იკავებს ორ ან მეტ კომპანიაში დირექტორის ან/და დირექტორთა საბჭოში ადგილს.

როდესაც კომპანიები გადაწყვეტენ კონცენტრაციას, მაშინ სახელმწიფო კანონმდებლობით გარკვეულ ვალდებულებებს აკისრებს. ეს ვალდებულებები შემდეგი სახისაა:

პირველი, კონცენტრაციის იმპლემენტაციამდე კონკურენციის სააგენტოსთვის შეყობინება მოახდინონ დაგეგმილ კონცენტრაციის შესახებ.

მეორე, დაელოდონ პასუხს კონკურენციის სააგენტოდან, თუ მათი კონცენტრაცია თავსებადია მაშინ მოახდინონ კონცენტრაციის იმპლემენტაცია.

მესამე, თუ კონკურენციის სააგენტო არ რთავს ნებას კონცენტრაცია, მათი კონცენტრაცია არათავსებადია. სააგენტო კრძალავს მათი გადაწყვეტილების უგულებელყოფას და შემდგომ კონცენტრაციის რეგისტრაცია შემდგომ ორგანოებში.

მეოთხე, კონცენტრაციაში მონაწილე ეკონომიკურ აგენტები ვალდებული არიან მიაწოდონ უტყუარი და სწორი ინფორმაცია, რათა სააგენტომ შესძლოს სრულყოფილად შეისწავლოს და შეაფასოს კონცენტრაცია.

ვალდებულებების შეუსრულებლობისთვის სხვადასხვა ოდენობის სანქციებია გათვალისწინებული ევროკავშირში, კერძოდ, ესენია:

პირველი, საერთო ბრუნვის 1% ჯარიმა, თუ განზრახ ან გაუფრფხილებლად მიაწვდიან ეკონომიკური აგენტები კონკურენციის სააგენტოს არასწორ ან შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას.

მეორე, საერთო ბრუნვის 10% ჯარიმა, შემდეგ შემთხვევებში:

- თუ ეკონომიკური აგენტები კონცენტრაციის იმპლემენტაციას მოახდენენ განზრახ ან გაუფრთხილებლად;
- თუ ეკონომიკური აგენტები არ დაელოდებიან კონკურენციის ორგანოს შეტყობინებული კონცენტრაციის კონკურენტულ გარემოზე თავსებადობის გადაწყვეტილებას და ისე მოახდენენ იმპლემენტაციას;
- ეკონომიკური აგენტები ახდენენ იმპლემენტაცია, კონკურენციის ორგანოს უარყოფითი დასკვნის მიუხედავად;
- კონკურენციის სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებაში, ვალდებულებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში.

მესამე, პერიოდული საჯარიმო გადასახადები, რომელიც ეკონომიკური აგენტის საშუალო ბრუნვის 5% არ უნდა აღემატებოდეს. ეს იმისთვისა, რომ ეკონომიკური აგენტი აიძულონ:

- სრული და სწორი ინფორმაცია მიაწოდონ კონკურენციის ორგანოს;
- კონკურენციის ორგანოს ეკონომიკური აგენტს ხელი არ შეუშალონ ინსპექტირებაში;
- კონკურენციის ორგანოს გადაწყვეტილებაში აღნიშნული ვალდებულებები შეასრულონ;
- კონკურენციის ორგანოს მიერ მითითებული ღონისძიებები შეასრულონ.

საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს მხრიდან მხოლოდ ინფორმაციის არასწორი ან არასრული ინფორმაციის შემთხვევაში შეუძლია დააკისროს ჯარიმა ათასიდან სამი ათას ლარამდე, რაც სრულებით ვერ იქნება სერიოზული სადამსჯელო

ლონისძიებად აღქმული სანქციის მიზნებიდან გამომდინარე. თუ ეკონომიკური აგენტები კონკურენციის სააგენოს არ აცნობებენ და კონცენტრაციის იმპლემენტაციას მოახევენ დაჯარიმდება წლიური ბრუნვის 1%, ფიზიკური პირების შემთხვევაში კი ხუთასი ათას ლარამდე. ხოლო კონკურენციის სააგენტოს გადაწყვეტილებას მათი კონკურენციის კონკურენტული ბაზრის თავსებადობას არ დაელოდებიან ან უარყოფის შემდეგ მაინც მოახევენ კონცენტრაციის იმპლემენტაციას დაჯარიმდებიან წლიური ბრუნვის 2%, ხოლო ფიზიკურ პირების შემთხვევაში კი 1 მილიონ ლარამდე. ამ მიმართულებით საკმაოდ დიდი სამუშაოა გასაწევი, რადგან თუ შევადარებთ ევროკავშირს თვალნათივადავ ჩანს რამხელა სხვაობა და თუ გვინდა რომ ევროკავშირის წევრი ქვეყანა გავხდეთ შესაბამისად უნდა მოვახდინოთ ევროკავშირის კანონმდებლობასთან სრული ჰარმონიზება.

ევროკავშირის შერწყმების რეგულაციის მიხედვით, კონკურენციის ორგანოში შეტყობინების ვალდებულება ეკონომიკურ აგენტებს დაგეგმილი კონცენტრაციის შესახებ მაშინ აქვთ, თუ მათი ერთობლივი წლიური ბრუნვა გარკვეულ რაოდენობას აღემატება. საქართველოს შემთხვევაში ეკონომიკური აგენტების ერთობლივი ბრუნვის გარდა, მათ აქტივებსაც ექცევა ყურადღება. საქართველოში შეტყობინების წინასწარი ვალდებულება მხოლოდ ორ შემთხვევაში არსებობს:

პირველი, საქართველოს ტერიტორიაზე ეკონომიკური აგენტების კონცენტრაციის მონაწილეების ერთობლივი წლიური ბრუნვა საქართველოს ტერიტორიაზე აღემატება 20 მილიონ ლარს ( ამასთან, თითოეულის წლიური ბრუნვა ეკონომიკური აგენტის უნდა აღემატებოდეს 5 მილიონ ლარს);

მეორე, აქტივების ჯამური ღირებულება საქართველოს ტერიტორიაზე ეკონომიკური აგენტების მხრიდან აღემატება 4 მილიონ ლარს.

ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას წარმოადგენ კუნკურენციის სააგენოს მიმართ, რომ, თუ ვერ მოასწრო 1 თვის განმავლობაში კონცენტრაციის შესახებ გადაწყვეტილება, ეს

კონცენტრაცია ჩაითვლება დადებითად. სააგენტოს შეუძლია კიდევ 2 კვირით გაზარდოს სამუშაო პროცესი თუ იგი დაამტკიცებს მის მიზებს. რაც შეეხება ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში ისინი ძირითადად ორ ეტაპად შემოიფარგლებიან, პირველ ეტაპი 1 თვიანია, რომელიც ძირითადად დადებითი პასუხით შემოიფარგლებიან, ხოლო მეორე ეტაპზე კი 4 თვიანია თუ საჭიროება მოითხოვს დამატებით კიდევ 4 თვეც შეუძლიათ იმუშაონ ამ კონცენტრაციასთან დაკავშირებით, ასევე მათ შეუძლიათ დროის ათვლა შეაჩერონ თუ დაამტკიცებენ რომ ეკონომიკური აგენტის მხრიდან ინფორმაციის ნაკლებობას აქვს ადგილი და სანამ სრულყოფილ ინფორმაციას არ მიიღებენ დროის ათვლა არ გაგრძელდება.

მეცნიერთა გარკვეული ნაწილი წინააღმდეგია დომინირებულ მდგომარეობასთან ბრძოლა, რადგან, ისინი ამით უქრობენ სტიმულს, რომ იყვნენ წარმატებული მეწარმეები. ისინი თვლიან, რომ მეწარმემ, მაგალითად ისეთი მომსახურება შესთავაზოს, რომელიც სამჯერ აიაფებს მომსახურებას რის შედეგადაც ისინი ხდებიან მონოპოლისტები, შესაბამისად კონკურენციის სააგენტო მას დამატებით ვალდებულებებს აკისრებს ან საქმიანობას უკრძალავს, რადგან ის დემპინგურ პოლიტიკას ატარებს, რაც კანონსაწინააღმდეგია. შედეგად ვიღებთ, რომ მეწარმეს აღარ აქვს სურვილი იყოს ინოვაციური. ამას მოყვება რომ აღარა ისეთი ინვეტიციები, როგორსაც ველოდით, რადგან ინვესტორებს უკვე შიში მოლოდინი აქვთ, რადგან ინვესტიციას ინოვაციის მოლოდინით დებენ.

მეცნიერთა ეს ნაწილი, აღნიშნავს, რომ მსოფლიო აღარ ებრძვის მონოპოლისტურ საქმიანობას, არამედ დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას ანუ, როდესაც მომხმარებლებს აყენებენ ზიანს.

მეცნიერთა ეს ნაწილი, წინააღმდეგია კონცენტრაციის იმპლემენტაციამდე კონკურენციის ორგანო გააფრთხილოს არსებულის შესახებ და შემდეგ ელოდოს, ნებართვას მისცემს თუ არა კონკურენციის ორგანი. ისინი თვლიან, რომ, სანამ ელოდებია ისინი კარგავენ გაზრდილ შემოსავლებს, რომელიც ამ გაერთიანების შემდეგ მიიღებდნენ. ისინი აღნიშნავენ, რომ, თუ არ მოხდება ფირმების კონცენტრაცია ვერ შესძლებენ

კონკურენცია გაუწიონ საერთაშორისო დონეზე. ამ ბოლო პერიოდში, შეიმჩნევა მსგავსი ტენდენცია, მაგალითად სილქნეტის და ჯეოსელის გაერთიანება, იმის საბაზით, რომ ისინი უკვე ის კონკურენტული ყოფილიყო საერთაშორისო ბაზარზე, რაც მისასაღმებელია, მაგრამ უფრო სასიხარულო იქნება თუ ამის უფლებას სხვა პატარა, საშუალო ან დიდ ფირმებსაც მისცემენ. ასევე, აღნიშნავენ, რომ, როდესაც ერთიანდებიან იქმნება დამატებითი სამუშაო, რაც გამოიწვევს ფირმის უფრო მომგებიანობას, რის შედეგადაც სახლემწიფო ბიუჯეტი კიდევ უფრო გაიზრდება.

მოწინააღმდეგეთა მიდგომები, მისასაღმებელია, მაგრამ ჩვენ არ ვართ ევროკავშირის წევრი ქვეყანა, რომ კონკურენციის სააგენტომ ასეთი რბილი პოლიტიკა გაატაროს ახლად შექმნილ ან უკვე ასეულ ფირმებთან, საქართველოს ბაზარი არა მდგრადია და შესაბამისად სააგენტო იძულებულია უკვე არსებულ ფირმებთან რბილი საჯარიმო სანქციებით შემოიფარგლოს, ხოლო დიდი ფირმების კონცენტრაციას უშვებს იმ მიზეზით, რომ ქვეყანა იყოს ცნობადი საერთაშორისო დონეზე, რაც მკვეთრად აისახება ქვეყნის იმიჯზე.

### **3.3 „ერთიანი ეკონომიკური პირი“ თუ „ურთიერთდამოკიდებული პირები“**

საქართველოს კანონის მოქმედის რეგულაცია კონკურენციის შესახებ ითველისწინებს რამდენიმე მნიშვნელოვან ცნებას და ინსტიტუტს, რომლებიც კანონმდებლობის სამი ძირითადი მიმართულებას განსაზღვრავენ - დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება, კონკურენციის შეზღუდველი კონცენტრაცია და კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმებები - ეფექტიან ფუნქციონირებას. ასეთია ურთიერთდამოკიდებული პირების ცნება. ზოგიერთ შემთხვევაში, კონცენტრაციის შეტყობინებას არ საჭიროებს ეკონომიკურ აგენტებს შორის, მაშინ, როცა მათ შორის კარტელი ჰიპოთეტურად ჯარიმის დაკისრების საფუძველი გახდებოდა.

საბაზრო სტრუქტურას კაპიტალის კონცენტრაციის კონკრეტული ფორმები ქმნიან, რა თქმა უნდა, აქ გასათვალისწინებელია ბევრი სხვა ფაქტორი, თუმცა, სწორედ კაპიტალის კონცენტრაცია ახდენს მნიშვნელოვან გავლენას საბაზრო სტრუქტურის ფორმირებაზე. საბაზრო სტრუქტურა მონოპოლისტურია, თუ საბაზრო კაპიტალი ერთი ეკონომიკური აგენტის ან ერთი ჯგუფის ხელშია კონცენტრირებული. მონოპოლისტური სტრუქტურა იქმნება, თუ ის რამდენიმე მსხვილ ეკონომიკურ აგენტს შორისაა კონცენტრირებული. კონკურენტული ბაზარია, როდესაც ბევრ ეკონომიკურ აგენტ შორისაა გადანაწიებული კონცენტრაცია.

ნიშანდობლივია, რომ საერთო კაპიტალის გარშემო გაერთიანებული პირები ანუ ერთი ეკონომიკური ჯგუფი ერთმანეთთან რეალურ კონკურენციაში არ იმყოფებიან, ან თუ იმყოფებიან, ისინი ბაზარს სთავაზობენ ერთმანეთის შემავსებელ საქონელს და მომსახურებას.

საქართველოს კანონი „კონკურენციის შესახებ“ მე-11 მუხლის „დ“ ქვეპუნქტით, საბაზრო ძალაუფლების კონცენტრაციად არ ჩაითვლება გათვალისწინებული ქმედებები და არ დაეკისრებათ სააგენტოსათვის წინასწარი შეტყობინების ვალდებულება შესაბამის ეკონომიკურ აგენტებს, თუ კონცენტრაცია ურთიერთდამოკიდებული პირების მონაწილეობას ეხება.

ურთიერთდამოკიდებული პირებად ითვლებიან, მაგალითად ნათესავები და ნათესავების მიერ მართული კომპანიები საგადასახადო კოდექსით. მაგალითად, ორი ძმის ორი სხვადასხვა კომპანია შეიძლება შეერწყას ნებისმიერ დროს ისე, რომ კონკურენციის დაცვის ოფისში საჭირო არ გახდეს კონცენტრაციის შეტყობინება, რაც მსოფლიოს ფონზე კონკურენციის კანონმდებლობის არსებობის მიზანს აცდენილი ჩანს. ასევე ქორწინება ორ ეკონომიკურ აგენტს ხელმძღვანელების და წამომადგენლების, ან მფლობელ პირებს შორის კონკურენციის კანონმდებლობით სამართლებრივად რელევანტური.

ქართულ კონკურენციის სამართალში ქმნის სამართლებრივ პრობლემას ურთიერთდამოკიდებულ პირებთან მიმართებაში კითხვა იმასთან დაკავშირებით, რომ კანონმდებელი თვლის, რომ ურთიერთდამოკიდებული პირები განხილულ უნდა იყოს, როგორც საბაზრო ძალაუფლების ერთიანი სუბიექტი და მათი კონცენტრაცია კონცენტრაციად არ ითვლება. მაგალითად, ჩაითვლება თუ არა კარტელად, შეთანხმება ფასზე, იმის გათვალისწინებით, ამის თაობაზე კანონში არ არსებობს პირდაპირი დათქმა? გამორიცხვის მეთოდით უნდა მივიღეთ რეალურ შეფასებმდე, რადგან არაერთგვაროვნად არის მოწესრიგებული კარტელებისა და კონცენტრაციის ნაწილში, რადგან ეს ორი ინსტიტუტი ეკონომიკური შინაარსით ახლოს დგას. უნდა ჩამოყალიბდეს ერთგვაროვანი მიდგომა ურთიერთდამოკიდებულ პირებთან მიმართებაში ან კონკურენციის შემზღვეველი ხელშეკრულების მოდელის ნაწილში მნიშვნელოვანი მოწესრიგება კანონმდებლობაში თუ განსხვავებული მიდგომის არჩევის შემთხვევაში. შედეგად ორ მოდელს ვიღებთ: 1) არსებული გამონაკლისი გავრცელდეს კონცენტრაციის ნაწილში კარტელების შემთხვევაში; 2) კონცენტრაციის ნაწილში არსებული გამონაკლისი არ გავრცელდეს კარტელებზე, მაშინ უნდა მოხდეს ნორმების განმარტება.

თუ მეორე მოდელს მივიჩნევთ მიზანშეწონილად, მაშინ ტექნიკურ-სამართლებრივად მოუწევს ტერმინების დამაზუსტებელი ჩანაწერი ხელშეკრულებების კონკურენციის შემზღვეველი რეგულირების ნაწილში. ხოლო თუ პირველს, მაშინ ურთიერთდამოკიდებული ინსტიტუტების მიზანშეწონილობაზე, რომლებიც გამონაკლისით შემოიფარგლებიან, მათი საჭიროებაზე, როდესაც ერთიანი მიდგომით შემოიფარგლებიან ორივე ინსტიტუტის შემთხვევაში, შედეგად უარის თქმა გვიწევს ურთიერთდამოკიდებულ პირებზე უარის თქმა.

კონკურენციის სააგენტოს ჰქონდა შემთხვევა, როდესაც ურთიერთდაკავშირებულ პირებს შორის კარტელის თეორიულ შესაძლებლობის საქმე. კერძოდ სმარტფონებისა და ციფრული ტექნიკის ბაზარზე, სადაც ერთ-ერთი ეკონომიკური აგენტი ბაზრის სამ სხვა მონაწილეს უჩივლა სააგენტოში, რომლებსაც ადანაშაულებდა საცალო სარეალიზაციო

ფასების შეთანხმებაში. სააგენტომ იმ გარემოებას მიაქცია ყურადღებას, რომ ურთიერთდამოკიდებულ პირებს წარმოადგენდნენ კონპანიერბი, კერძოდ, ერთი ფირმის ერთერთი დირექტორი მეორე კამპანიის 50%-იან წილის მფლობელი იყო და მისი მეუღლე კი მესამე ფირმის 28%-იანი წილის მფლობელი იყო. სააგენტომ მიიჩნია, რომ არ წარმოადგენდა განსაზღვრულ ფაქტორს პირების ურთიერთდამოკიდებულება კონკურენციის თეორიულ დონეზე შემზღველი შეთანხმებების სავარაუდო არსებობის გამოსარიცხად. ფაქტიურად, სააგენტომ განაცხადა, რომ ურთიერთდამოკიდებულება, როგორც წინაპირობა მხოლოდ კონცენტრაციის შეტყობინების ვალდებულებისგან ათავისუფლებს და ეს იმას არ ნიშნავს, რომ კარტელების შესახებ კანონმდებლობა მათაც არ ეხებათ, იმის მიუხედავად, რომ ისინი ურთიერთდამოკიდებული პირები არიან. სააგენტომ ბრძანების გამოცემით დაიწყო საქმის დეტალური შესწავლა, რის შედეგადაც, ეკონომიკური აგენტებს შორის საცალო ფასზე, როგორც კანონდარღვევა დაკვალიფიცირდა.

სააგენტომ ამ საინტერსო ფაქტის შემდეგ შემოიტანა ერთიანი ეკონომიკური სუბიექტის ცნება. ერთის მხრივ, კარგია, განსხვავებული მიდგომის პრობლემა მოგვარდება ერთიანი ეკონომიკური მიდგომის მიხედვით, მაგრამ, მეორე მხრივ, პრობლემურია, მეორე უკიდურესობამდე მიგვიყვანოს ამან, სადაც ერთმანეთს შეუთანხმონ კომერციულად სენსიტიური ნაბიჯები და შექმნან კარტელი ნათესავების მიერ შექმნილმა კომპანიებმა, როდესაც კონკურენტები უნდა იყვნენ წესით.

ევროპული სამართალი ქართულისგან განსხვავებით არ აქვთ ურთიერთდამოკიდებული პირების ცნება. ისინი ძირითადად შემთავარგლებიან კომპანიის მოქმედების კურსის დამოუკიდებლობას და რეალურ ავტონომიით. მაგალითად დედა კომპანიის მიერ შვილობილი კომპანიის 100%-იანი წილის დაარსების შემთხვევაში. დედა კომპანიას არ აქვს უფლება ჩაერიოს შვილობ კომპანიის საქმიანობაში, ეს იქნება მენეჯმენტსა, ფასების დაწესების თუ გეოგრაფიული არეალის შემთხვევაში, წინააღმდეგ შემთხვევაში კვალიფიცირდება როგორც კარტელი. ფაქტიურად შვილობილი კომპანია იმავე

უფლებებით სარგებლობს, როგორც დედა კომპანია. შედაგად კი კონკურენციის ხარისხი იზრდება.

კონკურენციის სააგენტომ სრულად უნდა მოახდინოს „ერთიანი ეკონომიკური სუბიექტის“ დოქტრინის ინკორპორირება. უარი უნდა თქვას ურთიერთდამოკიდებულ პირების ინსტიტუტებზე რადგან მათ ჰგონიათ რომ თუ კონცენტრაციის შეტყობინების ვალდებულებებისგან თავისუფალია, მაშინ ფირმები ერთიანი პოლიტიკით უნდა მართონ რაც სრულებით საწინააღმდეგოა, რადგან ეს კარტელის ჩამოყალიბებას იწვევს, რაც საზიანოა ბაზრისთვის, რადგან ჯერ კონკურენტების ჩამოშორების შემდგომ ეს იწვევს მონოპოლიას, ხოლო ამის შემდგომ კი მომხმარებლები უფლებების შეზღუდვით. ფაქტიურად ამხელა რგოლის საწყისი ურთიერთდამოკიდებული პირების ცნება, რომელიც 11<sup>2</sup> მუხლში წერია უნდა უნდა იქნეს ამოღებული.

## თავი 4. საერთაშორისო და საქართველოს პოლიტიკა, პროექტები და გამოწვევები მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის მიმართულებით

### 4.1 ევროკავშირის პოლიტიკა მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ

**მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა** - ევროკომისია ატარებს მთელ რიგ კამპანიებსა და პროექტებს, რომლებიც მიზნად ისახავს ბიზნეს-მეგობრული გარემოს შექმნას, საუკეთესო გამოცდილების გაზიარებას და მეწარმეების იდეების გაცვლას.

**ევროპის მცირე და საშუალო ბიზნესის კვირეული** - ევროპის მცირე და საშუალო ბიზნესის კვირეული არის ერთიანი ევროპული კამპანია, რომელიც მიზნად ისახავს ევროპაში მეწარმეობის განვითარებას. ეს ხელს უწყობს არსებულ მეწარმეებს ინფორმაციის მოძიებასთან დაკავშირებით და ცდილობს უფრო მეტი ადამიანის გააქტიურებას საკუთარი ბიზნესის შესაქმნელად. კომისიის მიერ კოორდინირებული, ეს კამპანია მთელი წლის განმავლობაში მოვლენებისგან შედგება.

**ევროპის საწარმოთა ხელშეწყობის ჯილდოები** - ევროპის საწარმოთა ხელშეწყობის ჯილდოების მიზანია ხელი შეუწყოს მეწარმეობის, დაჯილდოების წარმატებული ორგანიზაციების მხარდამჭერი მცირე და საშუალო ბიზნესის, და გაუჩინოს მოტივაცია სხვებს შექმნას საკუთარი ბიზნესი. კონკურსში მონაწილეობის მიღებაშემუძლიათ ყველა ქვეყნის, ეროვნული, რეგიონალური და ადგილობრივი ინიციატივების მონაწილეებს.

**დაგვიანებული გადახდის დირექტივა** - ყოველ წლიურად, ევროპის მასშტაბით ათასამდე მცირე და საშუალო საწარმოები კოტრდება თავიანთი გადაუხდელი ინვოისების გამო. შედეგად ხდება ფირმების დახურვა, რაც იწვევს უმუშევრობას, რაც ასევე მეწარმის რეპუტაციაზეც აისახება. ხოლო ქვეყნის ბიუჯეტისათვისაც მძიმეა, რადგან გადასახადები აღარ შევა, ამოტომ თანახმა არიან დაგვიანებით გადახდევინონ ვიდრე უმუშევარი ადამიანების შენახვაში დახარჯოს თანხები.

ამისათვის, ევროკავშირს, რომ დაეცვა ევროპული ბაზარი, 2011 წლის 16 თებერვალს შემოიღო დაგვიანებით გადახდის დირექტივა, რადგან მცირე და საშუალო ბიზნესი უფრო კონკურენტუნარიანი ყოფილიყო. ხოლო 2013 წლის 16 მარტს კი დირექტივების მკაცრ ზომებს მიმართა, რადგან ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს სწორად განეხორციელებინა, ამით მნიშვნელოვნად შეუწყობდა ხელ დასაქმებას, ბიზნესის ზრდას და მის ლიკვიდურობის გაუმჯობესებას.

დირექტივის ძირითადი დებულებებია:

- სახელმწიფომ საქონელსა და მომსახურებაში გადასახადები უნდა გადაახდევინონ შეძენიდან 30 დღის განმავლობაში, გამონაკლისების შემთხვევაში 60 დღის განმავლობაში;
- დაგვიანებული გადახდის უფლების სარგებლობისათვის 40 ევრო, როგორც კომპენსაცია ხარჯებისათვის;
- ევროპის ცენტრალური ბანკის საანგარიშო განაკვეთზე არანაკლებ 8%;
- ევროკავშირის წევრ ქვეყნებმა გააგრძელონ მუშაობა კანონებსა და წესებზე, რომელიც უფრო ხელსაყრელი იქნება კრედიტორებისათვის.

ამის გარდა, კიდევ არის სხვა მხარდაჭერის პროექტები, რომლებსაც კომისია აფინანსებს, რადგან მოხდეს ინფორმაციის მიწოდება და ბიზნესის ზრდა.

#### **საწარმოო ევროპოს ქსელი**

ეხმარება მცირე კომპანიებს საბაზრო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას, სამართლებრივი დაბრკოლებების გადალახვას და პოტენციურ ბიზნეს პარტნიორებს ევროპის მასშტაბით.

ქსელი გთავაზობთ მომსახურების ფართო სპექტრს. მისი მიზანია:

- დაეხმაროს მცირე და საშუალო ბიზნესის საერთაშორისო ბიზნესს, ტექნოლოგიებსა და კვლევით პარტნიორებს ევროკავშირში, მონაწილე ქვეყნებში და სხვა არაწევრ ქვეყნებში
- განავითაროს სერვისები მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში აქტიური და მის ფარგლებს გარეთ

- გაზრდის მცირე და საშუალო ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა ინტერნაციონალიზაციისა და ინოვაციების მხარდაჭერით

- მცირე და საშუალო ბიზნესის ჩართვა პოლიტიკის შემუშავების პროცესში ევროკომისიისთვის გადაცემის გზით

- მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან და შესაბამისი წინადადებების შემოთავაზება, და მცირე და საშუალო საწარმოების წახალისება

- საშუალებას მისცემს მცირე და საშუალო ბიზნესის ჩართვა რესურსების ეფექტურობის გამოწვევაში შესაძლებლობებზე, რომლებიც ხელს შეუწყობს სამომავლო კლიმატის მოქმედებას

- გაუმჯობესება მცირე და საშუალო ბიზნესის ინფორმირება

- უზრუნველყოს ქსელის შესახებ ხილვადობა, აღიარება და ადგილობრივი ცნობიერების ამაღლება.

საწარმოთა ევროპული ქსელი შედგება დაახლოებით 600 პარტნიორ ორგანიზაციად 50-ზე მეტ ქვეყანაში. იგი შედგება 3000-მდე თანამშრომლისა და მცირე ბიზნესისთვის საექსპერტო მომსახურების სფეროში.

#### **COSME ფინანსური ინსტრუმენტები**

საწარმოებისა და მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების კონკურენტუნარიანობის პროგრამა (COSME) მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების გაუმჯობესებას 2014 წლის აგვისტოდან ორი ფინანსური ინსტრუმენტის საშუალებით ახორციელებს.

COSME- ს ბიუჯეტი აქვს 1.3 მილიარდი ევროზე, რათა დააფინანსოს ეს ფინანსური ინსტრუმენტები, რომლებიც ხელს უწყობენ მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის სესხებისა და კაპიტალის დაფინანსების ხელმისაწვდომობას, სადაც განისაზღვრა ბაზრის ხარვეზები.

ამ ბიუჯეტის წყალობით, შესაძლებელი იქნება მობილიზება 25 მლრდ ევრომდე ფინანსური შუამავლებისგან დაფინანსების ეფექტურობის გზით. ფინანსური

ინსტრუმენტები მართავს ევროპის საინვესტიციო ფონდს (EIF) ევროკავშირის ქვეყნების ფინანსურ შუამავლებთან თანამშრომლობით.

### **სესხის გარანტია დაწესებულებაში**

COSME- ის ბიუჯეტის ნაწილი ფინანსურ შუამავლებზე (მაგ. გარანტიული ორგანიზაციები, ბანკები, სალიზინგო კომპანიები) გარანტიები და გარანტიები დააფინანსებს მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის სესხისა და იჯარით დაფინანსების უზრუნველყოფას. ეს ობიექტი ასევე მოიცავს მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების პორტფელის დაცვას.

რისკის გაზიარებით, COSME გარანტიები საშუალებას მისცემს ფინანსურ შუამავლებს მცირე და საშუალო საწარმოების გაფართოების და ფინანსური ოპერაციების ტიპების გაფართოება. გავლენა არსებითია - ბერკეტების ეფექტის გამო, სესხის გარანტიაში შესული ყველა ევროს სავარაუდოდ მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების 30-მდე ევროს გათავისუფლება სურს. ეს გარანტიები ხელს შეუწყობს მრავალი მცირე და საშუალო ბიზნესის, რომლებიც სხვაგვარად ვერ შეძლებენ დაფინანსების მიღებას მათი მაღალი რისკის ან საკმარისი გირაოს არარსებობის გამო. მოსალოდნელია, რომ დაახლოებით 330,000 მცირე და საშუალო ბიზნესი სესხებს მიიღებს COSME- ის გარანტიებით, სესხების საერთო ღირებულება 21 მილიარდ ევროს აღწევს.

COSME ფინანსური ინსტრუმენტები ეფუძნება კონკურენტუნარიანობისა და ინოვაციების ჩარჩო პროგრამების (CIP) ფინანსური ინსტრუმენტების გამოცდილებას, რომელიც 2007 წლიდან 2013 წლამდე გაიზარდა. 2007 წლიდან, 340,000 მცირე და საშუალო ბიზნესის სარგებლობდა გარანტირებული სესხი ან იჯარით. ამ პროგრამის შედეგების საფუძველზე, მოსალოდნელია, რომ COSME- ს ფარგლებში ბენეფიციართა 90% ექნება 10 ან ნაკლები თანამშრომელს საშუალო გარანტირებული სესხის შესახებ 65,000 ევროს ოდენობით. ეს არის SME- ების კატეგორია, რომლებიც ამჟამად ყველაზე რთულ ფინანსებს იღებენ. დაფინანსება ასევე ხელმისაწვდომია CIP ფინანსური შუამავლებისგან, რომლებიც ცოტა ხნის წინ შერჩეული და დამტკიცებული იქნა.

## სააქციო კაპიტალის ზრდა

COSME- ის ბიუჯეტის ნაწილი ეძღვნება რისკ-კაპიტალურ სახსრებში ინვესტიციებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ საწარმოს კაპიტალს და ანაზღაურებას საფინანსო სექტორის გაფართოებისა და ზრდის ეტაპზე, კერძოდ საზღვრებს მიღმა. კომერციულ ბაზაზე მომუშავე ფონდის მენეჯერები უზრუნველყოფენ, რომ ინვესტიციები ორიენტირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის პოტენციალით. მოსალოდნელია, რომ დაახლოებით 500 ფირმა მიიღებს თანხის დაფინანსებას პროგრამის მეშვეობით, საერთო ინვესტიციებით, რაც 4 მილიარდ ევროს აღწევს. ასევე მოსალოდნელია, რომ შემდგომი ფინანსები მოიზიდავს სხვა საჯარო და კერძო წყაროების თანადაფინანსებით.

COSME- ის სააქციო კაპიტალი ფინანსური ინსტრუმენტი ეფუძნება 2007 წლიდან 2013 წლამდე კონკურენტუნარიანობისა და ინოვაციების ჩარჩო პროგრამის (CIP) ფარგლებში განხორციელებული საფინანსო ინსტრუმენტის გამოცდილებას. 2007 წლიდან დღემდე CIP- ის მობილიზებულია 2,3 მილიარდი ევროზე მეტი ინვესტიციების განხორციელებაში. დაფინანსება კვლავაც შესაძლებელია CIP- დან ფინანსური შუამავლების მეშვეობით, რომლებიც ცოტა ხნის წინ შერჩეული და დამტკიცდა.

## ჰორიზონტი 2020

ჰორიზონტი 2020 არის ევროკავშირის ყველაზე დიდი კვლევისა და ინოვაციური პროგრამა, რომელიც თითქმის 80 მილიარდი ევროს ოდენობით არის დაფინანსებული 7 წელზე მეტია (2014 წლიდან 2020 წლამდე). ის უფრო გარღვევას, აღმოჩენებს და მსოფლიო პირებს ჰპირდება ლაბორატორიიდან დიდი იდეების მიღებით ბაზარზე.

ჰორიზონტი 2020 არის ფინანსური ინსტრუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს ევროპოს გლობალურ კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფას. ეკონომიკური ზრდისკენ და სამუშაო ადგილების შექმნის საშუალებით, ჰორიზონტი 2020-ს აქვს ევროპული ლიდერების პოლიტიკური მხარდაჭერა და ევროპარლამენტის წევრები. ისინი შეთანხმდნენ, რომ სამომავლო კვლევა ინვესტიციაა და ამგვარად, ევროკავშირის სამოქმედო გეგმა მდგრადი და ინკლუზიური ზრდა და დასაქმებაა.

ჰორიზონტი 2020-ს მიზანია, უზრუნველყოს ევროპული მსოფლიო დონის მეცნიერებას, აღმოფხვრას ინოვაციების ბარიერები და გაუადვილოს საზოგადოებისა და კერძო სექტორთვის ინოვაციურ რეჟიმში იმუშაონ.

ჰორიზონტი 2020 ღიაა ყველასათვის, მარტივი სტრუქტურა, რომ მონაწილეებს შეუძლიათ ყურადღება გაამახვილონ იმაზე რომ, რაც მართლაც მნიშვნელოვანია. ღონისძიებების მიზნად ისახავს ბარიერების დარღვევას ცოდნის, კვლევისა და ინოვაციების ჭეშმარიტი ბაზრის შესაქმნელად.

ჰორიზონტი 2020-ის დაფინანსებები:

ჯანმრთელობა, დემოგრაფიული ცვლილება და კეთილდღეობა 7 472;

სურსათის უვნებლობა, მდგრადი სოფლის მეურნეობა და სატყეო მეურნეობა, საზღვაო და საზღვაო და შიდა წყლის კვლევა და ბიოეკონომიკა 3 851;

უსაფრთხო, სუფთა და ეფექტიანი ენერჯია 5 931;

ჭკვიანი, მწვანე და ინტეგრირებული ტრანსპორტი 6 339;

კლიმატის მოქმედება, გარემო, რესურსების ეფექტურობა და ნედლეული 3 081;

ინკლუზიური, ინოვაციური და ამრეკლოვანი საზოგადოებები 1 310;

უსაფრთხო საზოგადოებები 1 695;

მეცნიერება და საზოგადოება 462;

სრულყოფილების გაღრმავება და მონაწილეობის გაფართოება 816

**რა მხარდაჭერა არსებობს?**

მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტრუმენტი მხარს უჭერს მჭიდრო-საბაზრო საქმიანობას, რომლის მიზანია ბაზრის შექმნის პოტენციალთან ინოვაციის გაუმჯობესების მიზნით. პრიორიტეტული მიზანი არის მაღალი ინოვაციური მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმოდგენა წმინდა კომერციული მიზნებისა და მაღალი ზრდისა და ინტერნაციონალიზაციის პოტენციალით.

მცირე და საშუალო ბიზნესის სთავაზობს მცირე და საშუალო ბიზნესის შემდეგი:

- ბიზნეს ინოვაციური გრანტები მიზანშეწონილობის შეფასების მიზნებისათვის (ფაზა I): პროექტის 50,000 (ერთჯერადი თანხა) პროექტზე (პროექტის საერთო ღირებულების 70%);
- ინოვაციური განვითარების და სადემონსტრაციო მიზნებისთვის ბიზნეს ინოვაციების გრანტები (შესაძლო ფაზა II): 500 000 ევრო და 2,5 მილიონი ევროს ოდენობის მაჩვენებელი (საერთო ჯამში საერთო ღირებულების 70%);
- ფირმის ინოვაციური შესაძლებლობების მხარდასაჭერად და გაძლიერების მიზნით, თავისუფალი ბიზნესის დაფინანსება (სურვილისამებრ) და სტრატეგიულ ბიზნეს საჭიროებებზე პროექტის გასწორება;
- ხელმისაწვდომობის სხვა ბიზნეს აჩქარება მომსახურება და ხელი შეუწყოს ხელმისაწვდომობის რისკების დაფინანსება, ხელი შეუწყოს კომერციული ექსპლუატაციის ინოვაცია.

## 4.2 მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმი და მის მიერ საქართველოს შფასება

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი (World Economic Forum) — საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციაა. იგი შეიქმნა 1971 წელს ჟენევაში სიმპოზიუმზე სადაც ევროპის 400 წამყვანი კომპანიის ხელმძღვანელი შეიკრიბა. 1971 წლიდან - 1986 წლამდე ორგანიზაციას „მენეჯმენტის ევროპული ფორუმი“ (European Management Forum) ეწოდებოდა.

ფორუმის პირველ შეხვედრებზე ძირითადი განსახილველი თემა — კონკურენტულ ბრძოლაში დასავლეთ ევროპის პოზიციების გაუმჯობესება იყო. დროთა განმავლობაში თემატიკა თანდათან გაფართოვდა, დაემატა პოლიტიკური და ეკონომიკური საკითხები, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის შედეგები, განვითარებადი ქვეყნების დავალიანების პრობლემები. 1970-იანი წლების შუა პერიოდში დავოსში მსოფლიოს გავლენიანი პირების მიწვევა დაიწყო (მთავრობების წევრებისა და ბიზნესის ლიდერებისა) და უკვე მომდევნო ათწლეულში ფორუმმა წლის ერთ-ერთი უმთავრესი მოვლენის სტატუსი შეიძინა.

დავოსის ყოველწლიური შეხვედრების მიზანია არაფორმალურ გარემოში უმნიშვნელოვანესი პოლიტიკური და ეკონომიკური პრობლემების განხილვა. დავოსი რამდენიმე დღის განმავლობაში მსოფლიოს ყველაზე გავლენიან ადამიანებს — სახელმწიფოებისა და მთავრობების მეთაურებს, მსოფლიო ბიზნესის ლიდერებს, გამორჩეულ მეცნიერებსა და ეკონომისტებს, პოლიტოლოგებს უყრის თავს.

საერთაშორისო ეკონომიკური ფორუმის სპეციალისტები 1979 წლიდან ადგენენ მოხსენებას „გლობალური კონკურენტუნარიანობა“, რომელშიც მსოფლიოს 140-ზე მეტი ქვეყანა ორი მთავარი მაჩვენებლის — პოტენციური ზრდის ინდექსისა და კონკურენტუნარიანობის ინდექსის მიხედვით ფასდება. ბოლო წლებში საერთაშორისო ეკონომიკურმა ფორუმმა ეკონომიკის ცალკეული სექტორებისა და რეგიონების დამატებითი რეიტინგების გამოშვება დაიწყო.

გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის თანახმად, საქართველოს პოზიცია 2017 წელს ერთი საფეხურით გაუმჯობესდა. ანგარიშში 140 ქვეყნის კონკურენტუნარიანობაა შესწავლილი, რომელთა შორისაც საქართველოს პოზიცია, შარშანდელთან შედარებით, გაუმჯობესებულია და ის 66-ე ადგილს იკავებს. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის 2017 წლის „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის“ მიხედვით, წინა წელთან შედარებით საქართველოს ქულა 1.1 პუნქტით გაუმჯობესდა.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმზე ხდება სხვადასხვა ქვეყნების მთავრობის და ბიზნესის სექტორის წარმომადგენლებს შორის შეხვედრები, ქვეყნდება სხვადასხვა ინდექსით ქვეყნების შეფასებები და რეიტინგები, რაცსაც უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ყოველი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებისვის და ინვესტიციების მოზიდვისთვის.

ცხრილი 4.2.1 - მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ საქართველოს შფასებები  
2014-2016წწ

#	კლასიფიკაცია	2014 წ		2015 წ		2016 წ	
		წოდება	შეფასება	წოდება	შეფასება	წოდება	შეფასება
	საქართველოს საერთო რეიტინგი	66	4.2	59	4.3	67	4,3
1	ინსტიტუტები	40	4.4	43	4.4	50	4.2
1.01	საკუთრების უფლებები	58	4.3	43	4.8	46	4.7
1.02	ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა	101	3.3	99	3.6	95	3.7
1.03	საზოგადოებრივი ფონდების დერივაცია	33	4.5	42	4.2	51	4.0
1.04	საზოგადოების ნდობა პოლიტიკოსების მიმართ	77	2.8	77	2.9	73	2.9
1.05	არარეგულარული გადასახადები და ქრთამები	23	5.7	23	5.6	30	5.4
1.06	სასამართლო დამოუკიდებლობა	56	4.1	63	4.0	87	3.6
1.07	ფავორიტიზმი ხელისუფლების წარმომადგენელთა გადაწყვეტილებებში	48	3.4	45	3.5	57	3.3
1.08	მთავრობის ხარჯების გადანაწილება	69	3.2	69	6.2	79	3.0
1.09	მთავრობის რეგულირების ტვირთი	7	4.7	8	4.8	9	4.7
1.10	სამართლებრივი ჩარჩო ეფექტურობა დავების მოგვარებაში	54	3.9	53	4.0	79	3.5
1.11	სამართლებრივი ჩარჩო ეფექტურობა	55	3.7	52	3.7	67	3.4

	რთული რეგულაციებში						
1.12	ხელისუფლების პოლიტიკის გამჭვირვალობა	31	4.7	43	4.5	46	4.5
1.13	ტერორიზმის ბიზნეს ხარჯები	14	6.2	38	4.7	54	5.3
1.14	დანაშაულისა და ძალადობის ბიზნეს ხარჯები	18	5.8	23	5.5	30	5.2
1.15	ორგანიზებული დანაშაული	17	6.2	26	5.8	38	5.4
1.16	პოლიციის მომსახურების საიმედოობა	28	5.4	40	5.3	42	5.2
1.17	ფირმების ეთიკური ქცევა	51	4.1	68	3.9	66	3.9
1.18	აუდიტისა და საანგარიშო სტანდარტების გამლიერება	65	4.6	61	4.7	78	4.5
1.19	კორპორაციული ეფექტურობა	84	4.6	77	4.8	72	4.6
1.20	უმცირესობათა აქციონერთა ინტერესების დაცვა	88	3.8	105	3.6	112	3.6
1.21	ინვესტორის დაცვის ძალა, 0-10 (საუკეთესო)	42	6.1	20	6.8	7	7.7
<b>2</b>	<b>ინფრასტრუქტურა</b>	<b>61</b>	<b>4.2</b>	<b>65</b>	<b>4.1</b>	<b>69</b>	<b>4.2</b>
2.01	საერთო ინფრასტრუქტურის ხარისხი	61	4.2	75	4.0	76	3.9
2.02	გზების ხარისხი	73	3.9	78	3.8	82	3.8
2.03	რკინიგზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	35	3.9	38	3.9	39	3.8

2.04	პორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	73	4.0	71	4.0	69	4.1
2.05	საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	90	3.9	88	4.0	69	4.3
2.06	ხელმისაწვდომი ავიაკომპანია სავარძელი მილიონობით კვირაში /	99	44.7	99	55.4	90	73.7
2.07	ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	60	4.9	66	4.9	68	5.0
2.08	მობილური-ფიჭური სატელეფონო გამოწერები / 100 პოპ.	51	124.9	48	129.0	43	129.1
2.09	ფიქსირებული სატელეფონო ხაზები / 100 პოპ.	41	25.4	46	22.1	53	19.4
<b>3</b>	<b>მაკროეკონომიკური გარემო</b>	<b>51</b>	<b>5.0</b>	<b>40</b>	<b>5.2</b>	<b>48</b>	<b>5.1</b>
3.01	სახელმწიფო ბიუჯეტის ბალანსი% მშპ	45	-1.8	24	-1.2	40	-1.6
3.02	მთლიანი ეროვნული დანაზოგი% მშპ	96	15.6	58	21.7	80	19.4
3.03	ინფლაციის წლიური% ცვლილება	53	3.1	80	4.0	1	2.1
3.04	მთავრობის დავალიანება% მშპ	50	35.1	56	41.2	59	44.9
3.05	ქვეყნის საკრედიტო რეიტინგი 0-100 (საუკეთესო)	84	37.3	83	0	81	38.5
<b>4</b>	<b>ჯანმრთელობა და დაწყებითი განათლება</b>	<b>65</b>	<b>5.8</b>	<b>64</b>	<b>5.9</b>	<b>69</b>	<b>5.8</b>
4.01	მალარიის შემთხვევების	1	0.0	1	0.0	1	0.0

	შემთხვევები / 100,000 პოპი.						
4.02	მალარიის ბიზნესის გავლენა	6	6.3	6	6.3		5.7
4.03	ტუბერკულოზის შემთხვევათა შემთხვევები / 100,000 პოპი.	95	116.0	94	106.0	93	99.0
4.04	ტუბერკულოზის ბიზნესის გავლენა	66	4.7	67	5.7	72	5.4
4.05	აივ პრევალენტობა ზრდასრული პოპ.	63	0.3	60	0.3	85	0.5
4.06	აივ / შიდსის ბიზნეს გავლენა	44	6.0	44	6.0	80	5.1
4.07	ჩვილ ბავშვთა სიკვდილიანობა / 1,000 ცოცხალი დაბადება	61	11.7	62	10.6	61	10.6
4.08	სიცოცხლის ხანგრძლივობა	73	74.1	69	74.7	67	74.8
4.09	დაწყებითი განათლების ხარისხი	90	3.4	93	3.4	106	3.1
4.10	პირველადი განათლების ჩარიცხვის კურსი net%	47	96.5	14	99.0	18	99.0
<b>5</b>	<b>უმაღლესი განათლება და სწავლება</b>	<b>87</b>	<b>4.0</b>	<b>89</b>	<b>4.1</b>	<b>87</b>	<b>4.0</b>
5.01	საშუალო განათლება ჩარიცხვის მაჩვენებელი მთლიანი%	30	100.6	49	99.4	33	103.7
5.02	უმაღლესი განათლების სწავლების განაკვეთი მთლიანი%	74	31.1	71	39.2	66	43.4
5.03	განათლების სისტემის ხარისხი	101	3.1	95	3.3	107	3.0

5.04	მათემატიკისა და მეცნიერების განათლების ხარისხი	97	3.5	100	3.5	103	3.3
5.05	მართვის სკოლების ხარისხი	97	3.8	97	3.8	113	3.6
5.06	ინტერნეტი სკოლებში	61	4.5	73	4.2	68	4.1
5.07	სპეციალიზებული სასწავლო მომსახურების ადგილობრივი ხელმისაწვდომობა	116	3.5	125	3.5	131	3.2
5.08	პერსონალის მომზადების მოცულობა	119	3.4	125	3.3	125	3.3
<b>6</b>	<b>საქონლის ბაზრის ეფექტურობა</b>	<b>48</b>	<b>4.5</b>	<b>46</b>	<b>4.6</b>	<b>50</b>	<b>4.5</b>
6.01	ადგილობრივი კონკურენციის ინტენსივობა	91	4.7	78	5.0	94	4.8
6.02	საბაზრო დომინირების მოცულობა	88	3.4	76	3.6	67	3.7
6.03	ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა	116	3.2	114	3.1	112	3.2
6.04	გადასახადების გავლენა ინვესტიციების წახალისების შესახებ	13	4.8	11	5.1	14	4.9
6.05	მოგების გადასახადი% მოგება	9	16.4	9	16.4	8	10.4
6.06	ბიზნესის დაწყების პროცედურების რაოდენობა	3	2	3	2	7	3
6.07	სამუშაო დღის დაწყების დრო	2	2.0	5	2.0	6	3.0
6.08	სასოფლო პოლიტიკის ხარჯები	72	3.7	65	3.8	104	3.3

6.09	არასატარიფო ბარიერების გავრცელება	6	5.2	14	5.0	25	4.9
6.10	სავაჭრო ტარიფები მოვალეობა	4	0.8	4	0.9	4	0.9
6.11	უცხოური საკუთრების გავრცელება	106	4.0	92	4.2	70	4.5
6.12	პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წესების ბიზნესის გავლენა	21	5.2	23	5.4	29	5.2
6.13	საბაჟო პროცედურების ტვირთი	9	5.5	12	5.4	14	5.4
6.14	იმპორტი% მშპ	40	61.5	25	66.7	29	62.7
6.15	დამკვეთის ორიენტაციის ხარისხი	114	4.0	105	4.1	111	4.0
6.16	მყიდველის დახვეწა	104	3.0	89	3.1	85	3.2
<b>7</b>	<b>შრომის ბაზრის ეფექტურობა</b>	<b>32</b>	<b>4.6</b>	<b>43</b>	<b>4.5</b>	<b>53</b>	<b>4.4</b>
7.01	თანამშრომლობა შრომით-დამსაქმებელთა ურთიერთობებში	65	4.4	89	4.2	87	4.2
7.02	ხელფასის განსაზღვრის მოქნილობა	10	5.9	20	5.7	35	5.4
7.03	დაქირავება და გათავისუფლების პრაქტიკა	12	4.8	20	4.6	28	4.4
7.04	ანაზღაურების ხარჯები კვირაში ხელფასი	20	8.6	19	8.6	20	8.6
7.05	გადასახადების ეფექტი სამუშაოების წახალისებაზე	15	4.8	10	5.2	14	5.0
7.06	გადახდა და პროდუქტიულობა	63	4.1	75	3.9	95	3.6

7.07	პროფესიული მენეჯმენტი	60	4.4	56	4.6	70	4.2
7.08	ქვეყნის უნარი, შეინარჩუნოს ნიჭი	102	2.9	100	3.0	99	3.0
7.09	ქვეყნის შესაძლებლობები ტალანტების მოსაზიდად	117	2.5	106	2.6	101	2.7
7.10	ქალი მონაწილეობის შრომის ძალაუფლების თანაფარდობა მამაკაცებთან	84	0.77	84	0.76	84	0.76
<b>8</b>	<b>ფინანსური ბაზრის განვითარება</b>	<b>68</b>	<b>3.9</b>	<b>58</b>	<b>4.2</b>	<b>63</b>	<b>4.1</b>
8.01	ბიზნეს მომსახურება ბიზნეს საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად	88	4.1	79	4.1	92	3.9
8.02	ფინანსური მომსახურების ხელმისაწვდომობა	73	4.1	82	3.6	81	3.6
8.03	ადგილობრივი სააქციო კაპიტალის მეშვეობით დაფინანსება	133	2.2	130	2.4	131	2.4
8.04	სესხების ხელმისაწვდომობის მარტივად გამოყენება	109	2.4	52	4.2	46	4.2
8.05	საწარმოს კაპიტალის ხელმისაწვდომობა	119	2.2	94	2.6	80	2.7
8.06	ბანკების სიმტკიცე	57	5.2	54	5.2	64	5.0
8.07	ფასიანი ქაღალდების რეგულირება	110	3.6	81	4.1	102	3.8
8.08	სამართლებრივი უფლებების ინდექსი 0-10 (საუკეთესო)	11	9	13	9	12	9
<b>9</b>	<b>ტექნოლოგიური მზადყოფნა</b>	<b>72</b>	<b>3.8</b>	<b>65</b>	<b>4.2</b>	<b>70</b>	<b>4.3</b>

9.01	უახლესი ტექნოლოგიების არსებობა	97	4.3	111	4.0	111	4.0
9.02	ფირმის დონის ტექნოლოგიის შთანთქმა	103	4.2	111	4.0	108	4.0
9.03	პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები და ტექნოლოგიები	109	3.8	97	4.0	94	4.0
9.04	ინტერნეტ მომხმარებლების პოპ	72	48.9	85	45.2	84	50.0
9.05	ფიქსირებული ინტერნეტის გამოწერები / 100 პოპ.	60	12.2	58	14.6	56	15.8
9.06	ინტერნეტ სიჩქარის kb / s / მომხმარებელი	42	71.0	36	101.5	46	92.1
9.07	მობილური ფართოზოლოვანი გამოწერები / 100 პოპ	97	21.8	73	50.4	72	57.7
<b>10</b>	<b>ბაზრის ზომა</b>	<b>99</b>	<b>3.0</b>	<b>101</b>	<b>3.0</b>	<b>100</b>	<b>3.1</b>
10.01	შიდა ბაზრის ზომა ინდექსი	98	2.8	99	2.7	99	2.9
10.02	საგარეო ბაზრის ზომა ინდექსი	107	3.7	104	3.7	99	3.8
10.03	მშპ \$ მილიარდობით	103	34.2	105	35.6	103	37.2
10.04	ექსპორტი% მშპ	80	35.2	57	37.6	61	37.9
<b>11</b>	<b>ბიზნესის დახვეწა</b>	<b>112</b>	<b>3.5</b>	<b>102</b>	<b>3.6</b>	<b>98</b>	<b>3.7</b>
11.01	ადგილობრივი მიმწოდებლის რაოდენობა	137	3.4	132	3.5	129	3.6
11.02	ადგილობრივი მიმწოდებლის ხარისხი	117	3.7	116	3.7	115	3.7
11.03	კასეტური განვითარების მდგომარეობა	120	3.0	122	3.0	127	2.9

11.04	კონკურენტული უპირატესობის ბუნება	75	3.4	60	3.6	57	3.8
11.05	ღირებულების ჯაჭვის სიგანე	108	3.4	75	3.7	75	3.8
11.06	საერთაშორისო განაწილების კონტროლი	95	3.5	86	3.4	86	3.4
11.07	წარმოების პროცესის დახვეწა	110	3.2	95	3.4	88	3.5
11.08	მარკეტინგის მოცულობა	89	4.1	77	4.3	85	4.2
11.09	უფლებამოსილების დელეგირების სურვილი	118	3.2	117	3.2	102	3.9
<b>12</b>	<b>ინოვაცია</b>	<b>123</b>	<b>2.7</b>	<b>116</b>	<b>2.8</b>	<b>118</b>	<b>2.8</b>
12.01	ინოვაციის მოცულობა	121	3.4	105	3.7	99	3.7
12.02	სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტების ხარისხი	119	2.8	118	3.0	127	2.7
12.03	კომპანია ხარჯავს კვლევასა და განვითარებაში	127	2.5	123	2.7	122	2.7
12.04	უნივერსიტეტის ინდუსტრიის თანამშრომლობა კვლევასა და განვითარებაში	128	2.6	119	2.7	116	2.8
12.05	მოწინავე ტექნოლოგიის შესყიდვა. პროდუქცია	95	3.0	84	3.1	78	3.2
12.06	მეცნიერებისა და ინჟინრების ხელმისაწვდომობა	113	3.3	115	3.3	125	3.0

12.07	PCT- ის აპლიკაციების განაცხადები / მილიონი პოპ.	60	1.6	59	2.1	70	1.0
-------	---	----	-----	----	-----	----	-----

2017 წლიდან მოხდა ცვლილებები კრიტერიუმში თანამედროვე ტენდეციებიდან გამომდინარე. აქაც აუცვლელად გთავაზობთ კალსიფიკაციას ქულას და შეფასებას საქართველოს მიხედვით.

ცხრილი 4.2.2 - მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ საქართველოს შფასებები 2017

#	კლასიფიკაცია	2017 წ	
		შეფასება	წოდება
	საქართველოს საერთო რეიტინგი	-	66
<b>1</b>	<b>ინსტიტუტები</b>	-	<b>40</b>
1.01	ორგანიზებული დანაშაული 1-7 (საუკეთესო)	5.6	24
1.02	მკვლელობის მაჩვენებელი / 100,000 პოპ	1.0	32
1.03	ტერორიზმის შემთხვევა 0 (მალიან მაღალი) -100 (არ არის შემთხვევები)	99.7	80
1.04	პოლიციის მომსახურების საიმედოობა 1-7 (საუკეთესო)	5.2	40
1.05	სოციალური კაპიტალი 0-100 (მაღალი)	41.0	126
1.06	ბიუჯეტის გამჭვირვალობა 0-100 (საუკეთესო)	73.1	27
1.07	სასამართლო დამოუკიდებლობა 1-7 (საუკეთესო)	3.6	83

1.08	საკანონმდებლო ბაზის ეფექტურობა რთული წესების 1-7 (საუკეთესო)	3.7	51
1.09	პრესის თავისუფლება 0-100 (ყველაზე უარესი)	27.3	49
1.10	მთავრობის რეგულირების ტვირთი 1-7 (საუკეთესო)	4.6	10
1.11	სამართლებრივი საფუძვლის ეფექტურობა დავების მოგვარების 1-7 (საუკეთესო)	3.3	86
1.12	E- მონაწილეობის ინდექსი 0-1 (საუკეთესო)	0.62	84
1.13	მთავრობის მომავალი ორიენტაცია 1-7 (საუკეთესო)	3.8	63
1.14	კორუფციის შემთხვევა 0-100 (საუკეთესო)	56.0	41
1.15	საკუთრების უფლებები 1-7 (საუკეთესო)	4.7	48
1.16	ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა 1-7 (საუკეთესო)	3.8	90
1.17	მიწის მართვის ხარისხი 0-30 (საუკეთესო)	21.5	39
1.18	აუდიტისა და საანგარიშო სტანდარტების სიმკაცრე 1-7 (საუკეთესო)	4.4	83
1.19	ინტერესთა კონფლიქტის კონფლიქტი 0-10 (საუკეთესო)	8.0	11
1.20	აქციონერი მმართველობა 0-10 (საუკეთესო)	8.3	3
<b>2</b>	<b>ინფრასტრუქტურა</b>	-	<b>72</b>
2.01	გზის კავშირის ინდექსი 0-100 (საუკეთესო)	64.8	71
2.02	გზების ხარისხი 1-7 (საუკეთესო)	3.8	80
2.03	სარკინიგზო სიმჭიდროვე კმ გზები / კვადრატული კმ	20.3	37
2.04	მატარებლის მომსახურების ეფექტურობა 1-7 (საუკეთესო)	3.9	47
2.05	აეროპორტის დაკავშირების ქულა	21457.2	81

2.06	საჰაერო ტრანსპორტის მომსახურების ეფექტურობა 1-7 (საუკეთესო)	4.4	81
2.07	ლაინერის გადაზიდვის დაკავშირებადობის ინდექსი 0-157.1 (საუკეთესო)	5.3	106
2.08	საზღვაო პორტის ეფექტურობა 1-7 (საუკეთესო)	3.8	80
2.09	ელექტროფიკაციის მაჩვენებელი პოპ.	100.0	1
2.10	ელექტროენერჯის გადამცემი და განაწილების დანაკარგების გამომავალი	6.5	37
2.11	სახიფათო სასმელ წყალს % პოპ.	12.4	74
2.12	წყალმომარაგების საიმედოობა 1-7 (საუკეთესო)	5.1	59
<b>3</b>	<b>ICT მიღება 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>45</b>
3.01	მობილური-ფიჭური სატელეფონო გამოწერები / 100 პოპ.	146.5	19
3.02	მობილური-ფიჭური სატელეფონო გამოწერები / 100 პოპ.	73.1	62
3.03	ფიქსირებული ინტერნეტის გამოწერები / 100 პოპ.	19.7	48
3.04	ბოჭკოვანი ინტერნეტ გამოწერები / 100 პოპ.	10.2	22
3.05	ინტერნეტ მომხმარებლების პოპ.	59.3	71
<b>4</b>	<b>მაკროეკონომიკური სტაბილურობა 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>72</b>
4.01	ინფლაციის წლიური% ცვლილება	4.1	77
4.02	ვალის დინამიკა 0-100 (საუკეთესო)	49.2	85
<b>5</b>	<b>ჯანმრთელობა 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>80</b>
5.01	სიცოცხლის ხანგრძლივობა წელი	65.0	79
<b>6</b>	<b>უნარები 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>45</b>

6.01	სწავლის საშუალო წლები	12.6	17
6.02	პერსონალის ტრეინინგის მოცულობა 1-7 (საუკეთესო)	3.5	112
6.03	პროფესიული მომზადების ხარისხი 1-7 (საუკეთესო)	3.1	131
6.04	კურსდამთავრებულთა უნარ-ჩვევები 1-7 (საუკეთესო)	3.4	123
6.05	ციფრული უნარები მოსახლეობის შორის 1-7 (საუკეთესო)	3.7	101
6.06	კვალიფიციური თანამშრომლების მოძიება მარტივია 1-7 (საუკეთესო)	3.6	111
6.07	სკოლის ცხოვრების ხანგრძლივობა	15.0	52
6.08	კრიტიკული აზროვნება 1-7 (საუკეთესო)	3.1	92
6.09	მოსწავლე-მასწავლებლის თანაფარდობა დაწყებითი განათლების თანაფარდობით	8.8	2
<b>7</b>	<b>პროდუქტის ბაზარი 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>42</b>
7.01	გადასახადებისა და სუბსიდიების დამახინჯება ეფექტი 1-7 (საუკეთესო)	4.4.	27
7.02	ბაზრის დომინანტების სიდიდე 1-7 (საუკეთესო)	3.6	80
7.03	კონკურენცია მომსახურებაში 1-7 (საუკეთესო)	4.7	90
7.04	არასატარიფო ბარიერების გავრცელება 1-7 (საუკეთესო)	4.9	25
7.05	სავაჭრო ტარიფები % ვალი	0.92	5
7.06	ტარიფების სირთულე 1-7 (საუკეთესო)	4.4	101
7.07	კლირენსი პროცესის ეფექტურობა 1-5 (საუკეთესო)	2.4	97
7.08	მომსახურება ვაჭრობის ღიაობა 0-100 (ყველაზე ცუდი)	11.5	6
<b>8</b>	<b>შრომის ბაზარი 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>31</b>

8.01	ანაზღაურების ხარჯები კვირაში ხელფასი	8.6	18
8.02	აყვანის და გათავისუფლების პრაქტიკა 1-7 (საუკეთესო)	4.5	21
8.03	თანამშრომლობა შრომით-მიმცემი ურთიერთობებში 1-7 (საუკეთესო)	4.2	90
8.04	ხელფასის განსაზღვრის მოქნილობა 1-7 (საუკეთესო)	5.2	41
8.05	აქტიური შრომის პოლიტიკა 1-7 (საუკეთესო)	2.9	91
8.06	მშრომელთა უფლებები 0-100 (საუკეთესო)	73.2	54
8.07	საგარეო შრომის დაქირავება 1-7 (საუკეთესო)	5.1	6
8.08	შიდა შრომის მობილობა 1-7 (საუკეთესო)	3.7	127
8.09	პროფესიული მენეჯმენტის დამოკიდებულება 1-7 (საუკეთესო)	4.2	69
8.10	გადახდა და პროდუქტიულობა 1-7 (საუკეთესო)	3.7	85
8.11	ქალი მონაწილეობის შრომის ძალა თანაფარდობა	0.85	41
8.12	შრომის გადასახადი%	0.0	1
<b>9</b>	<b>ფინანსური სისტემა 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>88</b>
9.01	შიდა კრედიტი კერძო სექტორში მშპ-ს	55.1	64
9.02	მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსება 1-7 (საუკეთესო)	3.8	69
9.03	საწარმოს კაპიტალის ხელმისაწვდომობა 1-7 (საუკეთესო)	2.6	99
9.04	საბაზრო კაპიტალიზაცია% მშპ	0.0	121
9.05	სადაზღვევო პრემია მშპ	0.5	122
9.06	ბანკების სიმტკიცე 1-7 (საუკეთესო)	4.8	76

9.07	არასაბანკო სესხები საკრედიტო პორტფელის ღირებულება	3.4	56
9.08	საკრედიტო განაღდება პროცენტული რაოდენობა	5.5	119
9.09	ბანკების მარეგულირებელი კაპიტალის კოეფიციენტი თანაფარდობა	17.3	48
<b>10</b>	<b>საბაზრო ზომა 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>102</b>
10.01	მთლიანი შიდა პროდუქტი PPP \$ მილიარდი	36	105
10.02	იმპორტი% მშპ	65.2	30
<b>11</b>	<b>ბიზნესის დინამიზმი 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>53</b>
11.01	ბიზნესის დაწყების ღირებულება GNI ერთ სულ მოსახლეზე	2.5	48
11.02	სამუშაო დღის დაწყების დრო	2.0	4
11.03	გადახდისუნარობის აღდგენის კურსი ცენტი / \$	39.4	61
11.04	გადახდისუნარობის მარეგულირებელი ჩარჩო 0-16 (საუკეთესო)	11.0	46
11.05	მეწარმეობის რისკის მიმართ დამოკიდებულება 1-7 (საუკეთესო)	4.1	52
11.06	უფლებამოსილების დელეგირების სურვილი 1-7 (საუკეთესო)	4.0	95
11.07	ინოვაციური კომპანიების ზრდა 1-7 (საუკეთესო)	3.6	104
11.08	კომპანია ეხვევა მავნე იდეებში 1-7 (საუკეთესო)	3.6	59
<b>12</b>	<b>ინოვაციური შესაძლებლობები 0-100 (საუკეთესო)</b>	-	<b>85</b>
12.01	სამუშაო ძალის მრავალფეროვნება 1-7 (საუკეთესო)	3.9	116
12.02	კასეტური განვითარების მდგომარეობა 1-7 (საუკეთესო)	3.1	117

12.03	საერთაშორისო თანამშრომლობა გამოგონებები / მილიონი პოპ.	0.24	70
12.04	მრავალპარტიული თანამშრომლობა 1-7 (საუკეთესო)	3.3	91
12.05	სამეცნიერო პუბლიკაციები H ინდექსი	141.7	74
12.06	საპატენტო განაცხადები პროგრამები / მილიონი პოპ.	0.60	72
12.07	კვლევისა და განვითარების დანახარჯები % მშპ	0.3	82
12.08	კვლევის ინსტიტუტების ხარისხის ინდექსი	0.01	75
12.09	მყიდველი დახვეწა 1-7 (საუკეთესო)	3.2	84
12.10	სავაჭრო ნიშნი განაცხადები / მილიონი პოპ.	510.0	69

### 4.3 საქართველო მისი პოლიტიკა, პროექტები და გამოწვევები

საქართველოს მთავრობა მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მხარდაჭერას ახორციელებს სისტემატიზირებული და თანმიმდევრული მიდგომებით: დამტკიცებულია „საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის“, გაწერილია სტრატეგიის შესასრულებლად ყოველი წლის სამოქმედო გეგმა, დადგენილია შესრულების ინდიკატორები, განსაზღვრულია დაფინანსების წყარო და შესრულებაზე პასუხისმგებელი ორგანიზაცია.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიის მიზანია - მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა, მათი კონკურენტუნარიანობის და ინოვაციების შესაძლებლობების ამაღლება, რაც გამოიწვევს შემოსავლების და სამუშაო ადგილების ზრდას და შესაბამისად, ინკლუზიურ და მდგრად ეკონომიკურ ზრდას.

სტრატეგიაში საგანგებო ყურადღება ეთმობა მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმების (რომლის განუყოფელი ნაწილია ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA)) კონტექსტში. DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაცია და მათი შესრულება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საქართველოსთვის,

რათა ბიზნესმა შეძლოს ექსპორტის პოტენციალის შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოყენება. შესაბამისად, გარდა საკანონმდებლო და ინსტიტუციური დაახლოებისა, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება კერძო სექტორის, მათ შორის, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ DCFTA-ის მოთხოვნების დაკმაყოფილებას.

სტრატეგია ძირითადად ეფუძნება ევროპული მცირე ბიზნესის აქტის „უპირველესად იფიქრე მცირეზე“ (Think Small First ) პრინციპს, მთავარი მიზანი არის მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის კონკურენტუნარიანობის გაძლიერება, რაც შექმნის მნიშვნელოვან საფუძველს ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური ზრდისთვის. სტრატეგიაში დასახულია მიზნები, რომელთა მიღწევა უნდა მოხდეს 2020 წლისთვის.

კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ზრდა საქართველოს მთავრობის მთავარი პრიორიტეტია, ვინაიდან იგი წარმოადგენს ინკლუზიური ეკონომიკური ზრდის მთავარ მამოძრავებელ ფაქტორს. აღნიშნული პრიორიტეტის ფარგლებში, განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის განვითარებას.

საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის „საქართველო 2020“-ის სამი ძირითადი პრიორიტეტული მიმართულება და შესაბამისი პოლიტიკის მიმართულებები:

1. კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობა;
2. ადამიანური კაპიტალის განვითარება;
3. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა.

მცირე და საშუალო საწარმოების შექმნის, განვითარების და მათი კონკურენტუნარიანობის ზრდის მხარდაჭერისთვის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში, 2014 წლის თებერვალში შეიქმნა ორი უწყება - მეწარმეობის განვითარების სააგენტო და საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო.

**მეწარმეობის განვითარების სააგენტო:** წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი პოლიტიკისა და პროგრამების განხორციელების ერთადერთ მაკოორდინირებელ სტრუქტურას საქართველოში.

**სააგენტოს ძირითადი მიზნებია:** კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება; დამწყები ბიზნესების მხარდაჭერა; თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დამკვიდრების მხარდაჭერა; საქონლისა და მომსახურების ექსპორტის დივერსიფიკაციის ხელშეწყობა.

**სააგენტოს მთავარი ფუნქციებია:** ბიზნესის მხარდაჭერა DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის პროცესში; სხვადასხვა სფეროში საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა, საექსპორტო და ადგილობრივ ბაზრებზე არსებული მოთხოვნისა და ვალდებულებების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და მეწარმეთათვის მიწოდება; მეწარმეთათვის დახმარების გაწევა ბიზნესის დაგეგმვისა და განვითარების კუთხით; მეწარმეთა დახმარება დონორებთან და ფინანსურ ინსტიტუტებთან ურთიერთობაში; ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდა სხვადასხვა სქემების გამოყენებით; საერთაშორისო ბაზრებზე მარკეტინგის პროცესში დახმარება.

როგორც ვხედავთ მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება სწორედ კომპანიებისთვის DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის ხელშეწყობაა, მნიშვნელოვანია რომ საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიით დაგეგმილია ამ სტრუქტურის შესაძლებლობების გაძლიერება DCFTA-სთან დაკავშირებული მიმართულებით.

რაც შეეხება საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს მისი ერთ-ერთი მთავარი ფუნქციაა თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების დანერგვით მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერების ხელშეწყობას წარმოადგენს.

საქართველოში ასევე მოქმედებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერის რამდენიმე ორგანიზაცია, მათ შორის:

საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა;

საქართველოს დამსაქმებელთა ასოციაცია;

საქართველოს მცირე და საშუალო საწარმოთა ასოციაცია;

მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის პროგრამა - „აწარმოე საქართველოში“.

2014 წელს ხელი მოეწერა ევროკავშირთან ასოცირების შესახებ შეთანხმებას, რომლის განუყოფელი ნაწილია DCFTA, რომელიც წარმოადგენს როგორც შესაძლებლობას, ასევე მნიშვნელოვან გამოწვევას მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის.

შეთანხმებით გათვალისწინებული რეფორმების განხორციელება ხელს შეუწყობს საქართველოში ევროპული ნორმების დანერგვას, რაც თავის მხრივ, განაპირობებს ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის ზრდას და შესაბამისად, მათი განვითარების და მწარმოებლურობის გაზრდის შესაძლებლობას.

ასოცირების შეთანხმების მე-5 თავში - „სამრეწველო და სამეწარმეო პოლიტიკა და სამთომომპოვებითი მრეწველობა“ გათვალისწინებულია მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის იმპლემენტაცია ევროპის მცირე ბიზნესის აქტის პრინციპების შესაბამისად. იმპლემენტაციის პროცესის მონიტორინგის განხორციელება დაგეგმილია ევროკავშირსა და საქართველოს შორის რეგულარული დიალოგის ფარგლებში.

სტრატეგიაში მოცემულია საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის SWOT ანალიზი. გამოვლენილ სუსტ მხრეების ანალიზის შედეგად დასახულია სტრატეგიის ძირითადი ამოცანები:

- ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება;
- სამეწარმეო უნარების ამაღლება და თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დანერგვა;
- მცირე და საშუალო საწარმოების მოდერნიზაციის და ტექნოლოგიური გაუმჯობესების ხელშეწყობა.

საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის გაძლიერებისთვის და ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე მისი კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისთვის განისაზღვრა შემდეგი სტრატეგიული მიმართულებები:

სტრატეგიული მიმართულება 1. საკანონმდებლო, ინსტიტუციური და სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესება;

სტრატეგიული მიმართულება 2. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება;

სტრატეგიული მიმართულება 3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის უნარების განვითარება და სამეწარმეო კულტურის ამაღლების ხელშეწყობა;

სტრატეგიული მიმართულება 4. ექსპორტის ხელშეწყობა და მცირე და საშუალო საწარმოთა ინტერნაციონალიზაცია;

სტრატეგიული მიმართულება 5. ინოვაციების, კვლევის და განვითარების ხელშეწყობა.

თვითეული სტრატეგიული მიმართულების განხორციელების მიზნით დაიგეგმა პრიორიტეტული ღონისძიებები, მათი მონიტორინგის სისტემა, განხორციელების ინსტიტუციონალური ჩარჩო და დაფინანსების წყაროები.

### **საქართველოს მხარდაჭერა ევროკავშირის ქვეყნების მიერ**

საქართველო აქტიურად მონაწილეობს აღმოსავლეთ პარტნიორობის მცირე და საშუალო ბიზნესის პანელში და თანამშრომლობს ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციასთან (OECD), ევროპული განათლების ფონდთან (ETF), ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკთან (EBRD) და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციებთან მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის საუკეთესო საერთაშორისო და ევროპული პრაქტიკის მიხედვით გაუმჯობესების მიზნით.

### **The EU4Business - EBRD საკრედიტო ხაზი**

EU4Business - EBRD საკრედიტო ხაზი წარმოადგენს ევროკავშირისა და EBRD-ის ერთობლივ ინიციატივას, რამელიც მიზნად ისახავს ქართული მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის ინვესტიციების დაფინანსებას, რაც მათ საშუალებას მისცემს სრულად გამოიყენონ ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმების (DCFTA) ფარგლებში არსებული შესაძლებლობები.

იმისათვის, რომ ქართულმა მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებმა სრულად ისარგებლონ აღნიშნული შესაძლებლობებით და გააფართოვონ გასაღების ბაზრები ევროკავშირის ქვეყნებში, აუცილებელია ევროკავშირის დირექტივებთან შესაბამისობა. ხშირ შემთხვევაში ეს დაკავშირებულია ახალი დანადგარებსა და ტექნოლოგიებში ინვესტიციებთან, რაც ხელს შეუწყობს წარმოებული პროდუქციის / მომსახურების ევროკავშირის დირექტივებთან შესაბამისობას.

რა მიმართულებით უნდა განხორციელდეს ინვესტიცია და როგორ უნდა მოიძიონ რესურსები ინვესტიციის განსახორციელებლად - ეს საკითხები ხშირ შემთხვევაში

შესაძლოა იქცეს დაბრკოლებად მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებისათვის. ევროკავშირისა და EBRD-ის ერთობლივი ძალისხმევით შექმნილი EU4Business - EBRD საკრედიტო ხაზი ქართულ მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებს სწორედ ამგვარი დაბრკოლების გადალახვაში დაეხმარება.

### **ავსტრიის განვითარების სააგენტო (ADA) - მხარდაჭერა და დაფინანსება მდგრადი განვითარების პროექტებისათვის**

ავსტრიის განვითარების სააგენტო (ADA), მეწარმეებს ევროპის ეკონომიკური ზონის წევრი ქვეყნებიდან და შვეიცარიიდან, მათ შორის საქართველოდან სთავაზობს მდგრადი განვითარების პროექტების განხორციელებაში მხარდაჭერას და დაფინანსებას.

სააგენტო მხარს უჭერს ისეთ მეწარმეებს და პროექტებს, რომლებიც გამოირჩევიან ინოვაციურობით, დადებით გავლენას ახდენენ სიღარიბის დაძლევაზე და შესაძლებლობების განვითარებაზე და შესაძლებელია მათი, სამაგალითო მოდელად გამოყენება.

სხვადასხვა ქვეყნების მეწარმეებს შორის პარტნიორობა და სტრატეგიული ალიანსის არსებობა პროექტის მხარდაჭერის წინაპირობას წარმოადგენს. გრანტის შესაძლო მოცულობა მერყეობს 20,000 – 200,000 ევროს ფარგლებში ბიზნეს პარტნიორობის შემთხვევაში, 200,000- 500,000 ევროს ფარგლებში სტრატეგიული ალიანსის შემთხვევაში და ჯამში შესაძლოა შეადგენდეს პროექტის მთლიანი ღირებულების მხოლოდ 50%-ს. პროექტის განხორციელების ვადა არ უნდა აღემატებოდეს სამ წელს.

ავსტრიის განვითარების სააგენტო მხარს უჭერს ბენეფიციარებს მიზანშეწონილობის კვლევის განხორციელებაში. ბიზნეს პარტნიორობის ეკონომიკური მიზანშეწონილობის და პერსპექტივების შეფასება ახალი წამოწყების წარმატებისათვის მნიშვნელოვანი წინაპირობაა, შესაბამისად სააგენტო გამოყოფს გრანტს მთლიანი პროექტის ღირებულების 50% ოდენობით, არაუმეტეს 20000 ევროსი.

ქართველ მეწარმეებს, რომელთაც ჰყავთ შერჩეული პარტნიორი ევროკავშირის ზონის ქვეყნებიდან და/ან შვეიცარიიდან, და მზად არიან თანამონაწილეობის

საფუძველზე დაიწყო ახალი ან განავითარონ უკვე არსებული ბიზნესი, შეუძლიათ მიმართონ ავსტრიის განვითარების სააგენტოს (ADA) საქართველოს ოფისს, მხარდაჭერისათვის.

### **მეწარმე ქალების მხარდაჭერის პროგრამა**

მეწარმე ქალების მხარდაჭერის პროგრამა ემსახურება ქალთა მეწარმეობისა და ბიზნესში მონაწილეობის ხელშეწყობას საწარმოებისათვის საჭირო ფინანსების ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების გზით. პროგრამის მიზანია მცირე და საშუალო ბიზნესით დაკავებული ქალების დაფინანსებაზე წვდომის უზრუნველყოფა მათი საწარმოების მდგრადი განვითარებისა და სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით; ქალების მიერ მართული მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის განკუთვნილი სპეციფიკური, მდგრადი ფინანსური პროდუქტის შექმნა; ქალების მფლობელობაში არსებული მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის საკონსულტაციო სერვისებსა და ნოუ-ჰაუზე წვდომაში დახმარების აღმოჩენა.

ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდის მიზნით, შერჩეული პარტნიორი საფინანსო ინსტიტუტები გამოყოფენ 43,4 მილიონი ევროს მოცულობის საკრედიტო ხაზს ქალების მიერ მართული მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის სესხის გასაცემად. სესხად გასაცემი თანხის საშუალო მოცულობაა დაახლოებით 15000 ევრო, ხოლო მაქსიმალური მოცულობა – ერთი მილიონი ევრო. დაგეგმილია დაახლოებით 3000 სესხის გაცემა ქალების მიერ მართული მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის 12 პარტნიორი საფინანსო ინსტიტუტის მეშვეობით.

## დასკვნა

საქართველოს სწრაფვა ევროკავშირისკენ გულისხმობს, რომ საქართველო უნდა აკმაყოფილებდეს ევროპულ სტანდარტებს, მათ შორის ბიზნესის სფეროში. ქართული ფირმების გასვლა საერთაშორისო/ევროპულ ბაზარზე წარმატებული იქნება იმ შემთხვევაში, თუ ისინი დააკმაყოფილებენ შესაბამის სტანდარტებს და იქნებიან კონკურენტუნარიანი. რაც სიძნელეს წარმოადგენს მცირე და საშუალო ფირმებისთვის.

საქართველოს მთავრობა კარგად აქვს გაცნობიერებული საკითხის მნიშვნელობა და სიმწვავე. შემუშავებულია შესაბამისი პოლიტიკა და გამოყოფილია საბიუჯეტო თანხები პრობლემის დასაძლევად. თუმცა, ჩემი მოსაზრებით სათანადო ყურადღება არ ეთმობა კლასტერების შექმნის მიმართულებას.

საერთაშორისო და მათ შორის ევროპის გამოცდილებით მცირე და საშუალო ფირმების კლასტერებად გაერთიანება მათ აძლევთ საშუალებას გაზარდონ კონკურენტუნარიანობა, ორიენტირებული იყვნენ განვითარებაზე და მწარმოებლურობის გაზრდაზე ისე რომ არ დაკარგონ საკუთარი ინდივიდუალიზმი.

**რეკომენდაცია** - მცირე და საშუალო ზომის ფირმების განვითარების და მწარმოებლურობის ამაღლების, ასევე კონკურენტუნარიანობის გაზრდის მიზნით მთავრობა/სახელმწიფო მიერ მოხდეს მსგავსი სფეროს/სექტორის ფირმების კლასტერებად გაერთიანების წახალისება ან/და მათ შექმნაში მონაწილეობის მიღება.

## გამოყენებული ლიტერატურა და ინტერნეტ წყაროები

1. ეკონომიკა და ბიზნესი N6 ISSN 1987-5789 ნოემბერი-დეკემბერი 2014
2. ეკონომიკა და ბიზნესი N5 ISSN 1987-5789 სექტემბერი-ოქტომბერი 2014
3. ECONOMICS ISSN 2587-4713 2-3 2018
4. კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები - პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია 17-18 ნოემბერი 2017 წელი
5. საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის
6. <http://www.eu4business-ebdcreditline.ge/>
7. <http://www.entwicklung.at/en/actors/businesses/business-partnerships/>
8. <http://www.ebrdwomeninbusiness.com/?s=home&country=GE&language=ka>
9. <http://www.dcfta.gov.ge/ge/home>
10. [http://ec.europa.eu/growth/smes/support\\_en](http://ec.europa.eu/growth/smes/support_en)
11. [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_2.4.2.htm](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/displayFtu.html?ftuId=FTU_2.4.2.htm)
12. [https://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/cosme-financial-instruments\\_en](https://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/cosme-financial-instruments_en)
13. <http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/>
14. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32003H0361>

15. [http://geostat.ge/cms/site\\_images/files/georgian/methodology/business/BS Methodology GEO.pdf](http://geostat.ge/cms/site_images/files/georgian/methodology/business/BS_Methodology_GEO.pdf)

16. <https://sputnik-georgia.com/spravka/20170117/234564064/msoflio-ekonomikuri-forumi-davosshi-2017.html>

17. <https://matsne.gov.ge/>