ღია საზოგადოების ფონდი

EPRC
Economic Policy Research Center
ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი

საქართველოს საექსპორტო პოლიტიკის შედეგები

ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმის ექსპორტის ხელშეწყობის კომპონენტის შეფასება

ღია საზოგადოების ფონდი

EPRC
Economic Policy Research Center
ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი

საქართველოს საექსპორტო პოლიტიკის შედეგები

ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმის ექსპორტის ხელშეწყობის კომპონენტის შეფასება

თბილისი 2019

ანგარიში მომზადებულია ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრის პროექტის "ასოცირების სამოქმედო გეგმის ეფექტიანობის შეფასება ექსპორტის დივერსიფიცირების მიმართულებით" ფარგლებში.

გამოცემულია ”ღია საზოგადოების ფონდის” ფინანსური მხარდაჭერით. ავტორის/ავტორების მიერ საინფორმაციო მასალაში გამოთქმული მოსაზრება შესაძლოა არ გამოხატავდეს ფონდის პოზიციას. შესაბამისად, ფონდი არ არის პასუხისმგებელი მასალის შინაარსზე.

© ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი

სარჩევი

კვლევის მიზანი და მეთოდოლოგია 4

საქართველოს ექსპორტის ტენდენციები 4

ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმა 7

საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა 8

სახელმწიფო პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ 9

კვლევები 10

მულტიფუნქციური მომსახურების ცენტრი 11

ვებ-გვერდი, EEN (Enterprise Europe Network) თანამშრომლობა 11

ბიზნესის გამოკითხვა 13

ბიზნესის მოლოდინები 17

დასკვნები და რეკომენდაციები 19

კვლევის მიზანი და მეთოდოლოგია

საქართველომ 2014 წელს მოაწერა ხელი საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ასოცირების შეთანხმებას, რომლის უმნიშვნელოვანესი ნაწილია ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA). DCFTA საქართველოს აძლევს საშუალებას ეტაპობრივად მიიღოს ევროკავშირის შიდა ბაზრის ოთხი თავისუფლებიდან სამი: საქონლის, მომსახურების და კაპიტალის თავისუფალი გადაადგილება. საქართველოს 2017 წლიდან მიღებული აქვს მეოთხე – თავისუფალი გადაადგილების უფლება უვიზო რეჟიმის სახით. ხელშეკრულების ხელმოწერიდან 5 წლის თავზე ლოგიკურია დაისვას კითხვები იმასთან დაკავშირებით, რამდენად ახერხებს საქართველო ამ თავისუფლებების გამოყენებას რეალობაში.

ამ პროცესში გასათვალისწინებელია მისი ეტაპობრივობა და ის, რომ DCFTA თავისუფლებების გამოსაყენებლად აუცილებელია იმ რეგულაციებისა და ვალდებულებების დაკმაყოფილება, რომელსაც საქართველო ეტაპობრივად – 2027 წლამდე აამოქმედებს. შესაბამისად, საბოლოო შედეგებზე საუბარი სწორედ ამ ვადის შემდეგ იქნება შესაძლებელი. თუმცა, მიმდინარე ღონისძიებების მონიტორინგი და ანალიზი შესაძლებლობას იძლევა შეფასდეს რამდენად სწორი აქცენტები კეთდება პროცესის სრულყოფისთვის და არის თუ არა გაწეული ძალისხმევა მაქსიმალური სარგებლის მისაღწევად.

წარმოდგენილი ანგარიშის მიზანია მოხდეს საქართველოს ხელისუფლების მიერ ევროკავშირის ბაზართან მიმართებაში წარმოებული საექსპორტო პოლიტიკის შედეგების, ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმის ექსპორტის ხელშეწყობის კომპონენტის შეფასება და რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის პროცესში გამოყენებული იყო შემდეგი მეთოდები: შესწავლილ იქნა ექსპორტის ხელშეწყობის გეგმა და მისი შესრულების მაჩვენებელი; მოხდა საქართველოს ექსპორტის მაჩვენებლების 2012-2018 წლების ანალიზი; ჩატარდა ბიზნესის გამოკითხვა, რომელშიც მონაწილეობა მიიღო 69 კომპანიის წარმომადგენელმა. გამოკითხვის მიზანი იყო ბიზნესის საჭიროებებისა და მოლოდინების კვლევა სახელმწიფოს პოლიტიკასთან მიმართებაში; ჩატარდა 10 პირისპირი ინტერვიუ ბიზნეს-ასოციაციებისა და რეგიონული ბიზნესების წარმომადგენლებთან.

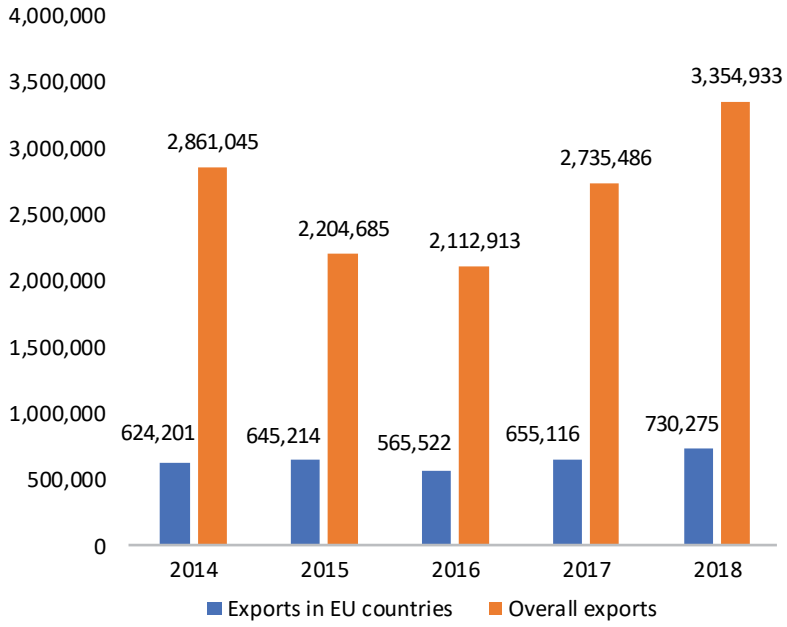
საქართველოს ექსპორტის ტენდენციები

ასოცირების ხელშეკრულების ხელმოწერიდან ჯერ მხოლოდ 5 წელია გასული. 5 წელი ნამდვილად არ არის საკმარისი ევროკავშირის ბაზრის საექსპორტო პროდუქციით ათვისების მიმართულებით კარდინალური ცვლილებების მოსახდენად. ეს ბაზარი, ერთის მხრივ – მაღალმსყიდველუნარიანი და სტაბილურია, მეორეს მხრივ კი – ერთ-ერთი ყველაზე რეგულირებული და უსაფრთხოების მაღალ სტანდარტზე ორიენტირებული. შუალედური შედეგების შესაფასებლად, პირველ რიგში, მიზანშეწონილია ექსპორტის მაჩვენებლების გაანალიზება:

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციის თანახმად, ექსპორტის დინამიკა ბოლო 4 წლის განმავლობაში, (2014 წლიდან 2018 წლამდე) კლების დინამიკით ხასიათდებოდა – 2018 წელი იყო პირველი წელი, როცა განხორციელებულმა ექსპორტმა გადააჭარბა 2014 წლის მაჩვენებელს. ჯამურად ექსპორტი ამ 4 წლის სხვაობით სულ 100 მილიონი აშშ დოლარით არის გაზრდილი, რაც საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია (დიაგრამა 1). 2015-2016 წლები ექსპორტის მნიშვნელოვანი ვარდნით გამოირჩეოდა, რაც ამ წლებში საქართველოს სამ მსხვილ საექსპორტო ბაზარზე – რუსეთში, უკრაინასა და თურქეთის ბაზრებზე არსებულმა პრობლემებმა განაპირობა. აღნიშნული პრობლემები, როგორც ცნობილია, რუსეთის პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებთან, კერძოდ რუსეთ-უკრაინის ომთან და რუსეთ-თურქეთის გართულებულ პოლიტ-ეკონომიკურ ურთიერთობებთან იყო დაკავშირებული. ამ ფონზე მით უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს ევროკავშირის ბაზრის როლი საქართველოს ექსპორტში. ევროკავშირში საქართველოს ექსპორტის დინამიკა აჩვენებს, რომ

2015 წელი, როცა ზოგადად ექსპორტი მნიშვნელოვნად შემცირდა, ევროკავშირის ბაზარი საკმაოდ პოზიტიური იყო ზრდის თვალსაზრისით. ამასთან, 2014-2018 წლებში რყევა ევროკავშირის ბაზარზე გაცილებით დაბალი ამპლიტუდისაა, ვიდრე ეს ზოგადად ექსპორტის ბაზარზე ფიქსირდება.

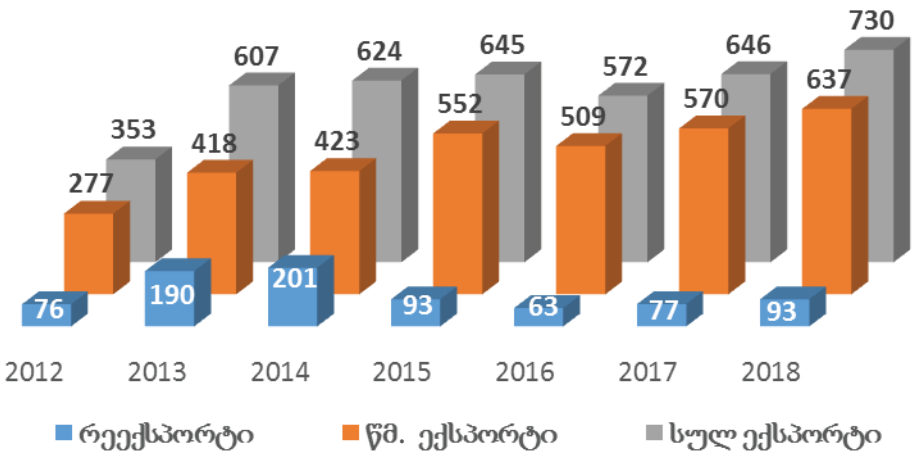
დიაგრამა 1. საქართველოს ექსპორტი 2014-2018 წლებში (ათასი აშშ დოლარი)



წყარო: Geostat.ge

თუ ექსპორტს რეექსპორტისა და წმინდა ექსპორტის ჭრილში განვიხილავთ, ევოკავშირში რეექსპორტის მოცულობა უფრო მაღალი ვარდნის დინამიკით ხასიათდება, ვიდრე წმინდა ექსპორტის, რაც პოზიტიური მაჩვენებელია და ევროკავშირში წმინდა ექსპორტის მეტ სტაბილურობაზე მოწმობს (დიაგრამა 2). ამასთან, თუ მაგალითად მთლიანი ექსპორტი ევროკავშირში 2014 წლიდან 2018 წლამდე დაახლოებით 100 მილიონი აშშ დოლარით გაიზარდა, წმინდა ექსპორტი ევროკავშირში დროის იგივე მონაკვეთში 214 მილიონით არის გაზრდილი, რაც ასევე პოზიტიური მაჩვენებელია.

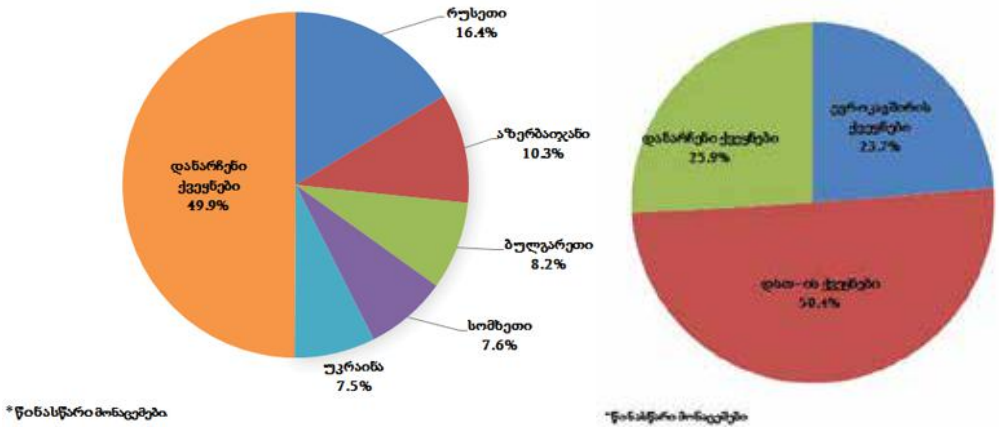
დიაგრამა 2. საქართველოს ექსპორტი ევროკავშირში 2012-2018 წლებში (მლნ აშშ დოლარი)



წყარო: MoESD

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ ევროკავშირის შედარებით სტაბილური ბაზრის წილი საქართველოს ექსპორტის მაჩვენებლებში მუდმივად მზარდი იყოს, რაც ზოგადად ექსპორტის მეტ სტაბილურობას შეუწყობს ხელს. ეს ფაქტორი საქართველოს ეკონომიკის სტაბილურობის ერთ-ერთი ელემენტიც იქნება. 2019 წლის პირველი კვარტლის ექსპორტის ანალიზი ქვეყნების ჭრილში (დიაგრამა 3-4) აჩვენებს, რომ საქართველოს საექსპორტო ქვეყნების ხუთეულში ამ ეტაპზე არის ევროკავშირის ერთი ქვეყანა – ბულგარეთი, ევროკავშირის ქვეყნების წილი კი ჯამურად არის 23,7%. თუმცა, რადგან წლის დასაწყისი სეზონურობით ხასიათდება, ზოგადი დინამიკის სანახავად მიზანშეწონილია რამდენიმე წლის შედარება.

დიაგრამა 3-4. უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნები (3) და ქვეყნების ჯგუფების წილი 2019 წლის იანვარ-მარტში (4)

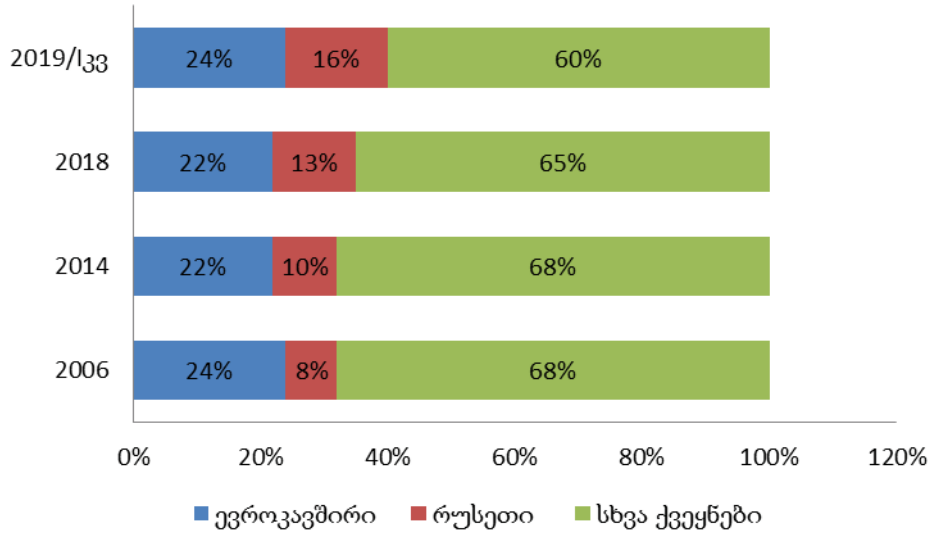


წყარო: Geostat.ge

შედარებისთვის წარმოდგენილია შემდეგი წლების მონაცემები – 2006 წელი (წელი, როცა რუსეთმა საქართველოს სავაჭრო ემბარგო გამოუცხადა), 2014 წელი (ასოცირების ხელშეკრულების ხელმოწერის წელი), 2018 წელი (რომლის წინასწარი მონაცემები არის დაჯამებული) და 2019 წლის პირველი კვარტალი. ამასთან, ქვეყნები დაჯგუფებულია 3 ჯგუფად – ევროკავშირის ქვეყნები, რუსეთი, სხვა ქვეყნები. ეს დაჯგუფება მიზანმიმართულად იქნა გამოყენებული, რადგან ეკონომიკური დამოუკიდებლობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საზომად თანამედროვე განვითარებულ მსოფლიოში, სხვა ცვლადებთან ერთად, გამოყენებულია რუსეთის სახელმწიფოზე ეკონომიკური დამოკიდებულების მაჩვენებელი. ამასთან, 2014-2018 წლების ექსპორტის დინამიკამაც ცხადყო, რომ ექსპორტის მიმართულებით წარმოშობილი მთავარი პრობლემების წყარო 2015-2016 წლებში იყო რუსეთის სახელმწიფო გადაწყვეტილებები, მიუხედავად იმისა, ეხებოდა ეს მხოლოდ რუსეთის ბაზარს თუ სხვა, რუსეთზე დამოკიდებულ ბაზრებს (ამ შემთხვევაში უკრაინასა და თურქეთს). ამასთან, საინტერესოა, რომ ამ პროცესმა ასახვა ჰპოვა არა მხოლოდ საქართველოს ექსპორტის მაჩვენებლებზე, არამედ, ცხადია, ეროვნულ ვალუტაზეც, რომელიც აღნიშნულ წლებში უცხოურ ვალუტასთან მიმართებაში რამდენიმე პუნქტით გაუფასურდა.

დასახელებული მაჩვენებლების ანალიზი საკმაოდ შემაშფოთებელ ტენდენციაზე გვამცნობს (დიაგრამა 5). 2018 წელს ევროკავშირის წილი საქართველოს ექსპორტში იყო ჯამური ექსპორტის 22%, ისეთივე, როგორც 2014 წელს და ნაკლები ვიდრე 2006 წელს. სამაგიეროდ, მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი რუსეთის წილი ექსპორტში – თუ 2006 წელს, როცა რუსეთის სახელმწიფოს მიერ გამოცხადებულმა ემბარგომ საქართველოს ეკონომიკას მძიმე დარტყმა მიაყენა, რუსეთის ბაზრის წილი საქართველოს ექსპორტში 8% იყო, 2014 წლის შემდეგ ეს მაჩვენებელი მუდმივად იზრდება და 2018 წელს ეს წილი 13%-ს, 2019 წელს კი – უპრეცედენტოდ მაღალ – 16%-ს აღწევს.

დიაგრამა 5. ქვეყნების წილი საქართველოს ექსპორტში წლების მიხედვით (%)



წყარო: Geostat.ge

როგორც ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, ასოცირების სამოქმედო გეგმის შედეგების ასახვა ექსპორტზე მოკლევადიან პერსპექტივაში, 5 წელიწადში არარეალისტური იყო. საქართველოს ხელისუფლების მიერ ექსპორტის პოლიტიკის წარმოების დროს გადადგმულ იქნა დივერსიფიცირების ნაბიჯები, მათ შორის დადებული იყო თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულება ჩინეთთან, რამაც ჩინეთი საქართველოს საექსპორტო ქვეყნების ათეულში შეიყვანა. ამ ფაქტორების მიუხედავად, ვფიქრობთ, საყურადღებო და შემაშფოთებელია ფაქტი, რომ 2018 წლის (და 2019 წლის პირველი კვარტლის) მონაცემებით, საქართველოს ექსპორტდამოკიდებულება რუსეთის ბაზარზე გაიზარდა და დღემდე უპრეცედენტო მაჩვენებელს მიაღწია, ევროკავშირის წილი საერთო ექსპორტში კი დღეს კვლავ 22-24%-ის ფარგლებშია (მიუხედავად იმისა, რომ როგორც უკვე აღვნიშნეთ, წმინდა ექსპორტი ევროკავშირში 2014-2018 წლებში 224 მლნ აშშ დოლარით გაიზარდა, რაც უდაოდ პოზიტიური ფაქტია).

ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმა

ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმაში ექსპორტის ხელშეწყობის მიმართულებით ძირითადი პასუხისმგებელი ორგანო არის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, მათ შორის სამინისტროს საჯარო სამართლის იურიდიული პირი სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“. საექსპორტო პოლიტიკის განსაზღვრის გარდა, ღონისძიებები, რომელიც 2016-2018 წლებში ექსპორტის ხელშეწყობისთვის იყო გამიზნული, რამდენიმე ძირითად მიმართულებას გულისხმობს. ეს მიმართულებები სამივე წლისთვის შეჯამებული სახით ასე შეიძლება ჩამოყალიბდეს:

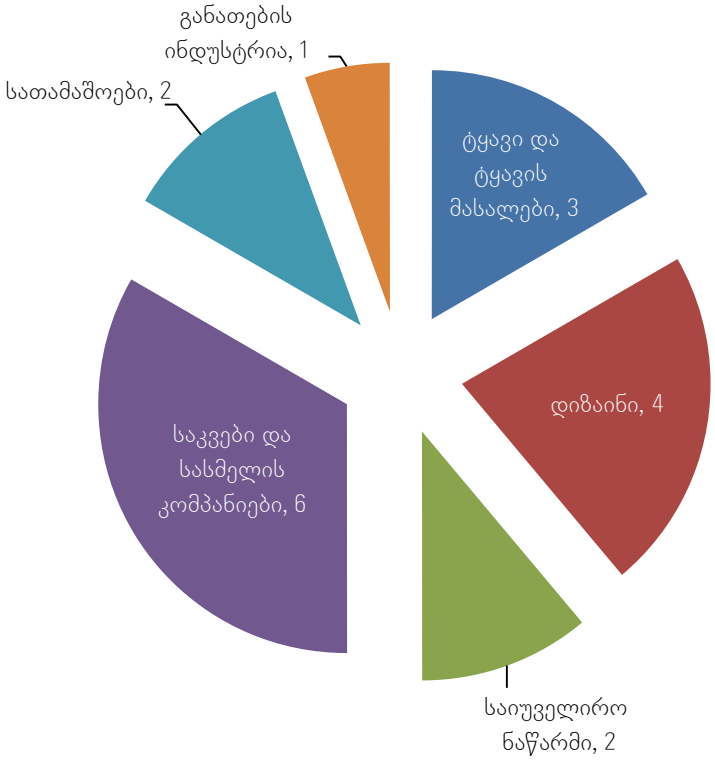
- სავაჭრო ვებ-პორტალის განვითარება და ვებ-პორტალის შემუშავება EEN-ის (Enterprise Europe Network) სახელმძღვანელოს მიხედვით და თანამშრომლობის ფარგლებში სხვა აქტივობების განხორციელება;
- ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში სავაჭრო გამოფენებში ქართველი ექსპორტიორების მონაწილეობის ხელშეწყობა;
- ფინანსური დახმარების პროექტების განხორციელება "აწარმოე საქართველოს" ფარგლებში;

- მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს ბიზნეს მომსახურების ცენტრის განვითარება იმ მიზნით, რომ გაიზარდოს ბენეფიციართა და სხვა დაინტერესებული მხარეების ცნობიერება DCFTA-სთან დაკავშირებულ საკითხებსა და მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს სხვა აქტივობებთან;
- მცირე და საშუალო საწარმოთა ტრენინგების საჭიროებათა შეფასება (Training Needs Assessment – TNA);
- მცირე და საშუალო ბიზნესის ღირებულებათა ჯაჭვის კვლევების განხორციელება.

საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა

საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ერთერთი მნიშვნელოვანი საქმიანობაა, როგორც „აწარმოე საქართველოში“-ს მიერ „ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცეტრისთვის“ გამოგზავნილი წერილიდან (5 აპრილი, 2019 წელი) ირკვევა, მაგალითად 2018 წელს სააგენტომ 18 საერთაშორისო გამოფენაში მიიღო მონაწილეობა საქართველოს ფარგლებს გარეთ. საინტერესოა, რომ გამოფენების დიდი ნაწილი საქართველოსთვის ნაკლებად ტრადიციული საექსპორტო პროდუქციის მიმართულებას მოიცავს. კერძოდ, მხოლოდ 6 გამოფენა არის საკვებისა და სასმელი კომპანიებისთვის, ჩამონათვალში კი გვხვდება ისეთი პროდუქციის გამოფენები, როგორიცაა სათამაშოები, განათების ინდუსტია, ტყავი და ტყავის მასალები, დიზაინი, საიუველირო ნაწარმი (იხილეთ დიაგრამა 6).

დიაგრამა 6. საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა 2018



დღეის მდგომარეობით, ევროკავშირში ცხოველური პროდუქტის გატანის პერსპექტივა საკმაოდ ბუნდოვანია, შესაბამისად, საკმაოდ ლოგიკურია, რომ ხელისუფლება ისეთი ტიპის ბიზნესებზე აკეთებს აქცენტს, რომელიც მცირე და საშუალო ბიზნესების სეგმენტს ფარავს და მათთვის ამ ბაზარზე გასვლის შესაძლებლობას იძლევა. ქვემოთ ბიზნესის გამოკითხვა-

ში შეგიძლიათ იხილოთ შედეგები, რომლის თანახმადაც გამოფენებში მონაწილე კომპანიების უმეტესობა სარგებლობს იმ ტიპის შესაძლებლობებით, როგორიცაა ახალი პარტნიორების აღმოჩენა, ახალი კონტაქტების დამყარება და ა.შ.

სიღრმისეულმა ინტერვიუებმა, რომელიც კვლევის ფარგლებში საერთაშორისო გამოფენებში საბავშვო ტანსაცმლის მწარმოებელ კომპანიასთან და სათამაშოების მწარმოებელ კომპანიასთან ჩატარდა, გამოიკვეთა გამოფენების შემდეგი საინტერესო შედეგი: რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ, პირველ რიგში, ამ ტიპის გამოფენებში მონაწილეობამ მათ შესაძლებლობა მისცა უფრო ფართო კონტექსტში დაენახათ საერთაშორისო ბაზრებზე არსებული მოთხოვნებისა და სტანდარტები – როგორც პროდუქციის ხარისხობრივი მაჩვენებლის, ისევე მარკეტინგული შესაძლებლობების თვალსაზრისით და გაეაზრებინათ საკუთარი ბიზნესი ამ კონტექსტში. მეორე და მნიშვნელოვანი შედეგია ის, რომ ზოგიერთმა კომპანიამ ერთჯერადი შეკვეთების მიღებაც შეძლო, ისე, როგორც მაგალითად რესპონდენტი საბავშვო ტანსაცმლის კომპანიამ.

მსგავს შემთხვევაში უკვე ახალი წინაღობები იჩენს თავს – ის, რაც ქვემოთ ქვეთავში „ბიზნესის გამოკითხვა“ შედეგებში არაერთხელ გამოიკვეთა და რაც დაკავშირებულია წარმოებული პროდუქციის მცირე მასშტაბთან და გადაიარაღების, თანამედროვე ტექნოლოგიების შემოტანის აუცილებლობასთან; კომპანიის შესაძლებლობებთან, გაზარდოს წარმოება და შეძლოს მსხვილი პარტიის მიწოდება. ამიტომ, ვფიქრობთ, რომ ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში, როცა ბიზნესის ხელშეწყობა ხდება საერთაშორისო გამოფენებში მოაწილეობის კუთხით, მნიშნელოვანია გათვალისწინებულ იქნას აღნიშნული კომპანიის ზრდის შესაძლებლობები და, ასევე, მნიშვნელოვანია მათი გაძლიერება როგორც მინიმუმ, ბიზნეს-გეგმების შექმნისა თუ სხვა იმ მიმართულებებით, რაც მათ ფინანსებზე წვდომას გაუადვილებს. ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ მაგალითად საგრანტო კომპონენტის შემთხვევაში მსგავს კომპანიებს დამატებითი პრიორიტეტი მენიჭოთ.

სახელმწიფო პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“

პროგრამა რამდენიმე კომპონენტს გულისხმობს, რომელთა შორის ექსპორტზე ირიბი ორიენტაცია (პირდაპირი დეკლარირებული მიზანია დასაქმება) აქვს შემდეგ პროგრამებს:

- ინდუსტრიული მიმართულების კომპონენტი – ახალი საწარმოების შექმნა, არსებული საწარმოების გაფართოება/გადაიარაღება; კომპონენტი გულისხმობს პირველი 24 თვის განმავლობაში საბანკო კრედიტის 10% საპროცენტო განაკვეთის თანადაფინანსებას; სესხის მინიმალური მოცულობა შეადგენს 150 000 ლარს, ხოლო მაქსიმალური 5 000 000 ლარს.

- მიკრო და მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი კომპონენტი – მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობას ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერის გზით).

2019 წლის მარტის თვის მონაცემებით, პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“, კერძოდ **ინდუსტრიული მიმართულების კომპონენტის ფარგლებში, მხარდაჭერილია 284 პროექტი, ინვესტიციის ჯამური მოცულობა 656 მლნ ლარს აღემატება.**

2018 წელს „აწარმოე საქართველოს“ დაკვეთით კომპანია BDO-მ მოამზადა პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ ინდუსტრიული ნაწილის, ტექნიკური მხარდაჭერის და ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის კომპონენტების შედეგების შეფასება[1], რომელშიც აღნიშნულია, რომ გამოყოფილი ასიგნებების ათვისება გეგმის შესაბამისად ხდებოდა; აქვე არის მონაცემები პროგრამის ეფექტიანობის კვლევის პირველად შედეგებთან დაკავშირებით 100 ბენეფიციარის კვლევის საფუძველზე – მათ მიერ შექმნილი მშპ-ს, გადახდილი გადასახადების, დასაქმების მაჩვენებლების შესახებ. კვლევის პირველადი დასკვნის თანახმად, გამოკითხულ ბენეფიციართა მიერ 2013-2018* წლებში საექსპორტო გაყიდვებიდან მიღებულმა შემოსა-

[1] „აწარმოე საქართველოში“ ინდუსტრიული ნაწილის, ტექნიკური მხარდაჭერის და ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის კომპონენტების შედეგების შეფასება, BDO, გვ 28; გვ52. http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/uploads/files/publications/5c6bebc46258e-BDO-GEO.pdf

ვალმა, 311 მლნ ლარი შეადგინა. ცხადია, კვლევაში ვერ მოხდა იდენტიფიცირება, იყო თუ არა ექსპორტის ეს მაჩვენებელი პირდაპირ კორელაციაში გაწეულ დახმარებასთან.

საქართველოს რეგიონებში ბიზნესის წარმომადგენლებთან ჩატარებული ინტერვიუების დროს გამოიკვეთა, რომ აღნიშნული კომპონენტით სარგებლობა საკმაოდ რთულია, რადგან პროცესი კერძო ბანკების მეშვეობით ხორციელდება. ისინი ხაზს უსვამდნენ, რომ მოთხოვნები, რომელიც აღნიშნულ კომპონენტში იყო წარმოდგენილი, მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენელთა ჩართვას მათში პრაქტიკულად გამორიცხავდა.

კომპონენტში მსგავსი მექანიზმების არსებობა აზღვევს პროცესს რისკებისგან (სულ 2 კომპანიას შეექმნა პრობლემები პირობების შესრულებასთან დაკავშირებით), რაც პოზიტიური შედეგია. მეორე მხრივ, უპასუხოდ რჩება კითხვა იმის შესახებ, შეძლებდნენ თუ არა აღნიშნულ კომპონენტში მონაწილე კომპანიები კრედიტის აღებას სახელმწიფო დახმარების გარეშეც და გამართლებული იყო თუ არა სახელმწიფო ბიუჯეტიდან სესხის შეღავათისთვის თანადაფინანსების გაწევა. მით უმეტეს, რომ კომპონენტში მონაწილე კომპანიებს შორის უკვე საკმაოდ ძლიერი და მსხვილი კომპანიები გვხვდება.

მიკრო და მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის პროგრამის ფარგლებში 2015-2018 წლის მონაცემებით, სააგენტოს "აწარმოე საქართველოში" ფარგლებში, მხარდაჭერილია 6 212 პროექტი, რომელთა ჯამური ინვესტიციის მოცულობა შეადგენს 61 მლნ ლარზე მეტს, ამასთანავე თანადაფინანსების სახით გაიცა 46.9 მლნ ლარი, სადაც ჯამში დაფინანსებულია 9,384 ბენეფიციარი[2]. ამ ეტაპისთვის შესწავლილი არ არის, რამდენად აისახა მიკრო და მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის პროგრამის შედეგები ექსპორტის მაჩვენებელზე. არსებობს მოსაზრება იმის თაობაზეც, რომ ეს პროექტები უფრო სოციალური მიზნების მატარებელი გახლდათ, ვიდრე უშუალოდ ბიზნესის, მით უმეტეს ექსპორტორიენტირებული ბიზნესის განვითარების. დაფინანსების მასშტაბიდან გამომდინარე (5000 ლარი ერთ ბენეფიციარზე), რომლითაც ეს პროექტები დაიწყო, ამ მოსაზრებას კიდევ უფრო ამძაფრებდა.

უნდა აღინიშნოს, რომ უკვე 2018 წლიდან სააგენტომ „აწარმოე საქართველოში“ დაფინანსებული პროექტების ფასი 20000 ლარამდე გაზარდა, რაც მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის კომპონენტის უფრო მეტად ბიზნესზე ორიენტირებას ემსახურებოდა.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, აღნიშნული კომპონენტის ეკონომიკური ეფექტიანობა, ამ ეტაპისთვის სიღრმისეულად შეფასებული არ არის, რაც, ვფიქრობთ, მნიშვნელოვანი იქნებოდა სამომავლოდ პროექტის შენარჩუნების/გაზრდის ან პირიქით − შეწყვეტის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად.

მიუხედავად იმისა, რომ ზოგადად მსგავსი სუბსიდირებების პროექტები მნიშვნელოვან დასაბუთებას და შეფასებას საჭიროებს, მათი არსებობის შემთხვევაში, ვფიქრობთ სწორი გადაწყვეტილებაა საგრანტო დახმარების მოცულობის გაზრდა 20 000 ლარამდე (შესაძლოა ეს თანხა კიდევ უფრო გაიზარდოს), რათა ეს თანხები მიახლოვებული იქნას მცირე ბიზნესის საწარმოებლად საჭირო რეალურ თანხებთან. თუმცა, თანხის ზრდის შემთხვევაში, კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი იქნება მისი ეფექტიანობის შეფასება და ამ თვალსაზრისით, ვფიქრობთ, კარგი იქნება დონორების და პარტნიორების რესურსების ჩართვა და დამოუკიდებელი შემფასებლების მოზიდვა.

კვლევები

2017 წლისთვის სააგენტოში მომზადდა მცირე და საშუალო საწარმოთა ტრენინგების საჭიროებათა შეფასება (Training Needs Assessment – TNA) სასტუმრო ინდუსტრია/ ქაღალდის, შესაფუთი მასალის წარმოების და პოლიგრაფიული მრეწველობისთვის. ამავე წელს შემუშავდა ორი კვლევა ღირებულებათა ჯაჭვის შესახებ: ქართული ავეჯის პოტენციალი ევროკავშირის ბაზარზე და Georgian ICT Cluster Potential. სააგენტოს მიერ 2018 წელს ჩატა-

[2] სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“ http://www.enterprisegeorgia.gov.ge

რებულია Colliers International Georgia-ის მიერ უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა; დონორების მხარდაჭერით ამჟამადაც მიმდინარეობს რამდენიმე კვლევა პრიორიტეტული საექსპორტო სფეროებისა და დარგების გამოკვეთის მიზნით.

მულტიფუნქციური მომსახურების ცენტრი

ცენტრი 2017 წელს „აწარმოე საქართველოში“ სააგენტოს ინიციატივით შეიქმნა; ცენტრის მიზანია დაინტერესებულ პირებს გაუწიოს კონსულტაცია ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების თაობაზე[3].

ვებ-გვერდი, EEN (Enterprise Europe Network) თანამშრომლობა

სააგენტოს მიერ ამ ეტაპზე შექნილია ვებ-გვერდი tradewithgeorgia.com. ვებ-გვერდზე რეგისტრაციის მაჩვენებელი ამ ეტაპისთვის არ არის მაღალი და ის დამატებით პოპულარიზაციას საჭიროებს. ამჟამად შვედეთის მთავრობის მხარდაჭერით სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ გაძლიერებისთვის მიმდინარე პროექტის ერთ-ერთი მიზანი ვებ-გვერდის მომხმარებელთა გაზრდაა. ვებ-გვერდის პერსპექტივა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული, თუ რამდენად შეძლებს სახელმწიფო რეალურად დაანახოს ბიზნესს მისი მნიშვნელობა, რისი შედეგიც უნდა იყოს საინფორმაციო ბაზის შექმნა. ბაზის შექმნის შემთხვევაში მეორე ეტაპია ვებ-გვერდის საერთაშორისო ბაზარზე რეკლამირება. დღეს, როცა ვებ-გვერდზე არ არის წარმომადგენლობითი ინფორმაცია, ასეთი საერთაშორისო რეკლამირება აზრსმოკლებულია. ამ ეტაპისთვის არსებული შედეგები ცხადყოფს, რომ ამ მიმართულებით აქტივობები არის გასააქტიურებელი.

კიდევ უფრო მცირეა Enterprise Europe Network-ში გაწევრიანებული ქართული ბიზნესების რაოდენობა. მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ მიერ ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრის წერილზე პასუხად ჩამოთვლილია აქტივობები, რომელიც ამ მიმართულებით განხორციელდა, გამოიკვეთა ასევე სისტემის სირთულისა და სააგენტოს რესურსების სიმწირის საკითხები. აღნიშნულ ბაზაში რეგისტრირების საშუალება, სააგენტოს გარდა, აქვს მაგალითად საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატას. პალატის წარმომადგენელთან ინტერვიუში გამოიკვეთა, რომ ბიზნესის ინტერესი Enterprise Europe Network-ის მიმართ საკმაოდ დიდია, იყო მცდელობებიც, რომ რეგისტრაცია მომხდარიყო, თუმცა ძირითადად ადგილი აქვს დროში გაწელილ პროცედურულ და ტექნიკურ პრობლემებს. საინტერესოა, რომ პალატის ინფორმაციით, ამის შესახებ საქმის კურსში არის ჩაყენებული ევროკავშირის წარმომადგენლობა საქართველოში. განსხვავებით ვებ-პორტალის tradewithgeorgia.com-ისგან, EEN-თან მიმართებაში ქართული მხარის და შესაბამისი პასუხისმგებელი ორგანოს როლი შედარებით მცირეა და, შესაბამისად, პასუხისმგებლობაც ნაკლებია.

ფაქტობრივი ინფორმაციისა და სტატისტიკური ინფორმაციის ანალიზი აჩვენებს, რომ ფორმალური თვალსაზრისით, ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმა ექსპორტის ხელშეწყობის მიმართულებით საკმაოდ აქტიურად ხორციელდება. ფინანსების ათვისების და/ან ასევე საერთაშორისო აქტივობებში ჩართულობის თვალსაზრისით სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“, რომელიც პასუხისმგებელი სახელმწიფო ორგანოა გეგმის შესრულებაზე, გეგმებს ასრულებს. ამ ფონზე, კვლევის დასაწყისში მოყვანილი ექსპორტის სტატისტიკის მაჩვენებლების გათვალისწინებით, კითხვები ძირითადად თავად ამ გეგმის ეფექტიანობასთან დაკავშირებით დგება – რამდენად ადეკვატურია იგი დასახული მიზნების; არის თუ არა საკმარისი და, ზოგადად, ეფექტიანი გზა ექსპორტის ხელშესაწყობად იმ ტიპის ფინანსური დანახარჯები, რომელიც მაგალითად პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ ფარგლებში ხორციელდება.

[3] სააგენტო „აწარმოე საქართველოს“ წერილი EPRC-ს (13 ივნისი, 2018 წელი)

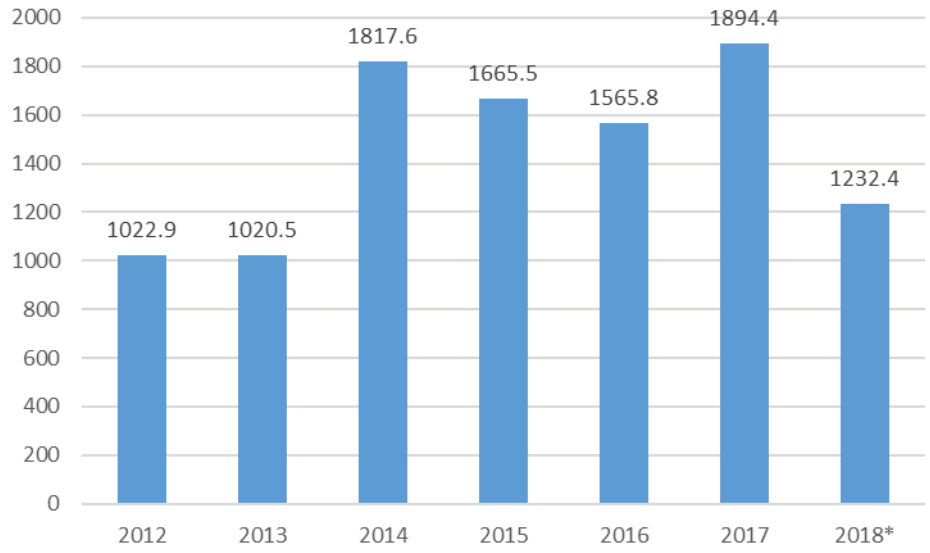
ამ საკითხის გასაანალიზებლად კვლევის შემდეგი ეტაპი გულისხმობდა ბიზნესის გამოკითხვას, მათ მიერ არსებულ შესაძლებლობებზე წვდომის, საჭიროებებისა და მოსაზრებების კვლევას, რომლის შედეგებს შემოგთავაზებთ ქვეთავში „ბიზნესის გამოკითხვა“.

ცხადია, ექსპორტის ხელშეწყობის პოლიტიკის განხილვა DCFTA რეგულაციების, შესაბამისი საკანონმდებლო დაახლოების პროცესის შესწავლის გარეშე მდგომარეობის სრულ სურათს ვერ იძლევა. სხვადასხვა კვლევები აჩვენებს, რომ ამ მიმართულებით საქართველოში შემდეგი მოცემულობაა : საერთო ჯამში DCFTA-ს ფარგლებში გათვალისწინებულია საქართველოს კანონმდებლობის ევროკავშირის 335 სამართლებრივ აქტთან დაახლოება და ეს პროცესი გაწერილია 2027 წლის ბოლომდე. არსებული გეგმის მიხედვით, 2020 წლის მდგომარეობით, საქართველოს კანონმდებლობა დაახლოებული იქნება ევროკავშირის 202 საკანონმდებლო აქტთან, რითაც DCFTA-ით განსაზღვრული საკანონმდებლო დაახლოების ვალდებულებები შესრულდება 60%-ით. ამ ეტაპისთვის მდგომარეობა კი ასეთია: სატელეკომუნიკაციო, საბაჟო და ვაჭრობის ხელშეწყობის, საერთაშორისო საზღვაო სატრანსპორტო სფეროსა და საფოსტო/საკურიერო მომსახურების მიმართულებით 2020 წლისთვის დასაახლოებელი სამართლებრივი აქტების ვალდებულება 100%-ითაა შესრულებული, ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი ამ მიმართულებით არის სურსათის უვნებლობის, ვეტერინარიისა და მცენარეთა დაცვის სფეროში (54%). რა თქმა უნდა ამ პროცესში მიღებული კანონმდებლობის აღსრულება უმნიშვნელოვანესია და სავარაუდოდ ყველაზე დიდ გამოწვევასთან სწორედ ეს პროცესი იქნება დაკავშირებული.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის ერთ-ერთი მიზანი საექსპორტო ხელშეწყობაა. სტრატეგიაში ცალკე არის გამოყოფილი უშუალოდ ექსპორტის მიმართულება, რომელიც ზემოთ მოყვანილი აქტივობების ნაწილსაც მოიცავს.

როგორც გამოკითხვაშიც გამოიკვეთა, საინვესტიციო პოლიტიკა და ფინანსებზე წვდომის პოლიტიკა ასევე მთავარი და გადამწყვეტი ელემენტია ექსპორტის ზრდისთვის. ცხადია, ეს ცალკე განხილვის საკითხია, თუმცა ბოლო წლების საინვესტიციო სტატისტიკა საკმაოდ შემაშფოთებელია ამ თვალსაზრისით. 2018 წლის მონაცემებში მნიშვნელოვანი კლებაა როგორც 2017 წლის, ისე 2014 წლის მაჩვენებლებთან შედარებით (დიაგრამა 7).

დიაგრამა 7. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2014-2018 წლები (მლნ აშშ დოლარი)



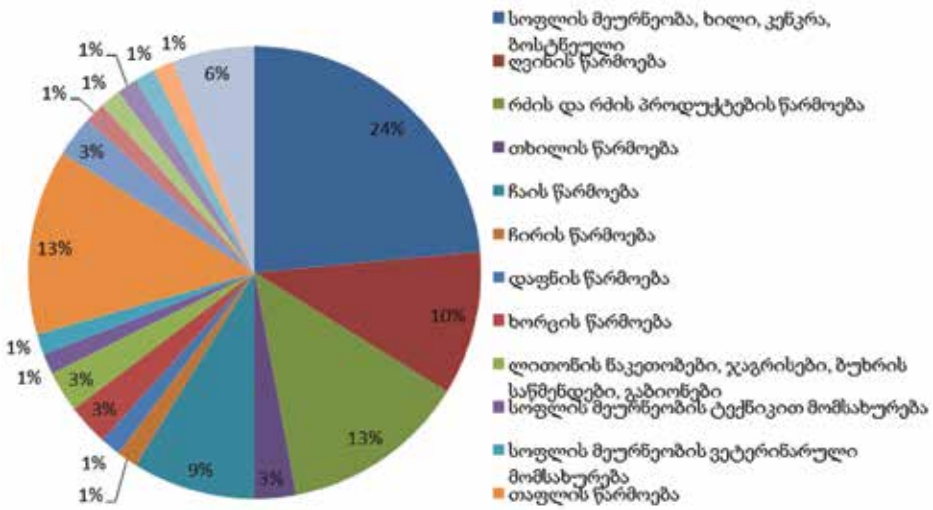
ამიტომ, ცხადია, მხოლოდ ასოცირების სამოქმედო გეგმის ექსპორტის ხელშეწყობის კომპონენტის თუნდაც 100%-იანი შესრულება ვერ უზრუნველყოფს კონკრეტული საექსპორტო ციფრების გაუმჯობესებას.

ბიზნესის გამოკითხვა

ბიზნესის გამოკითხვაში მონაწილეობა 69 მეწარმემ მიიღო. ყველა მათგანი მცირე ბიზნესის წარმომადგენელია. როგორც სამეწარმეო ფორმით, ისე დარგობრივი კუთხით მათი წარმომადგენლობა დივერსიფიცირებულია: გამოკითხულთა შორის 26 შპს, 15 ინდმეწარმე, 11 დაურეგისტრირებელი, 12 კოოპერატივი, 3 სამეწარმეო ამხანაგობა, 1 სააქციო საზოგადოება, 1 ა(ა)იპ გახლდათ.

მათი საქმიანობის სფეროები კი მრავალფეროვანია და გვხვდება არაერთი შემთხვევა, როცა ერთი მეწარმე რამდენიმე პროდუქტს აწარმოებს, მაგალითად – ღვინოსა და მურაბებს; ან თაფლს და სუვენირებს და ა.შ.

დიაგრამა 8. რესპონდენტთა საქმიანობის სახეები



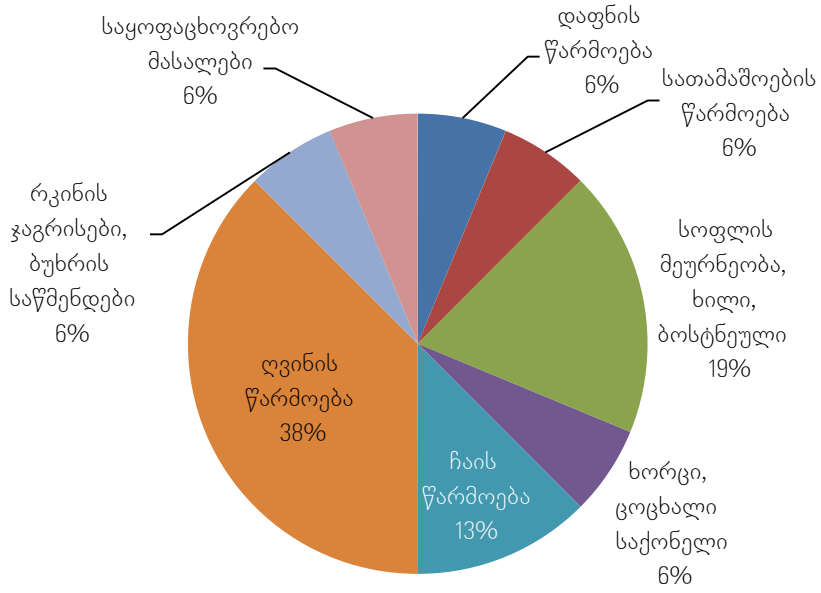
გამოკითხულთა 23,2% ამბობს, რომ აქვს ექსპორტის გამოცდილება; 76,8%-ს ასეთი გამოცდილება არ აქვს. თუმცა, ამასთანავე, რესპონდენტთა 87% ამბობს, რომ ექსპორტის წარმოება მათ სამომავლო გეგმებში შედის, და მხოლოდ 13% არ ფიქრობს ექსპორტზე.

იმ რესპონდენტებს შორის, ვისაც ექსპორტზე გააქვს საქონელი, ძირითადად სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლები არიან: ღვინის წარმოება; ხილი, ბოსტნეული, კენკრა; დაფნის წარმოება; ჩაის წარმოება; ხორცი, ცოცხალი საქონელი. ამას გარდა, სამი სხვა მიმართულებაც გვხვდება – რკინის ჯაგრისების, ბუხრის საწმენდების წარმოება; სათამაშოების წარმოება; საყოფაცხოვრებო მასალები (ძირითადად საკომპლექტაციო მასალები).

ექსპორტის ბაზრებს შორს გამოკითხულ ბიზნესს პოდუქციის გატანის გამოცდილება აქვს შემდეგ ბაზრებზე: ევროკავშირის ქვეყნები, დიდი ბრიტანეთი, დსთ, (მათ შორის რუსეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი), უკრაინა, ასევე – ახალი ზელანდია, ავსტრალია, ირანი, არაბული ქვეყნები.

ყველაზე დივერსიფიცირებული ბაზარი დაასახელა ღვინის წარმოების კომპანიის წარმომადგენელმა, რომელმაც აღნიშნა, რომ გამოცდილება აქვს შემდეგ ბაზრებზე მუშაობის: იტალია, დიდი ბრიტანეთი, დანია, საფრანგეთი, ესპანეთი, გერმანია, აშშ, იაპონია, ავსტრალია, ახალი ზელანდია; სპეციფიკურად შეზღუდული იყო ხორცისა და ცოცხალი პირუტყვის ექსპორტის ბაზარი – აზერბაიჯანი, არაბული ქვეყნები, ირანი.

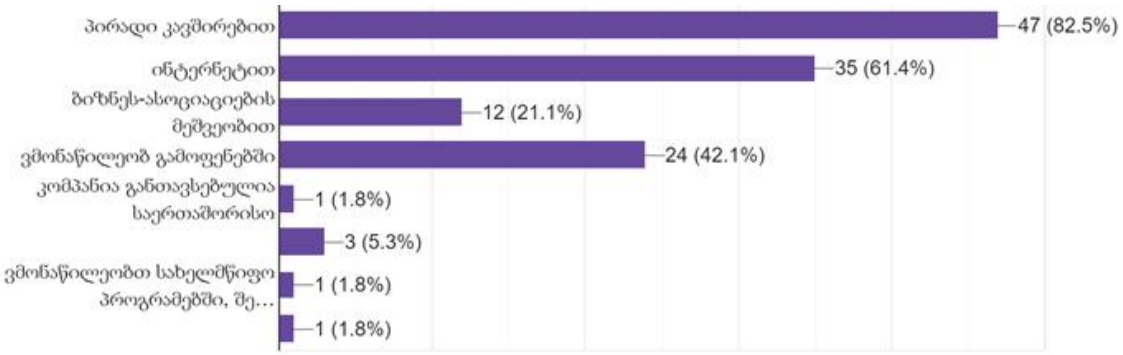
დიაგრამა 9. ექსპორტიორები დარგობრივ ჭრილში



16 ბიზნესიდან, რომელსაც გამოკითხულთა შორის ექსპორტის გამოცდილება ჰქონდა, 12-მა აღნიშნა, რომ ევროკავშირის ბაზარზე თუნდაც ერთჯერადი პარტია ჰქონდათ გატანილი, რაც მოწმობს, რომ ექსპორტის პრაქტიკის არსებობის შემთხვევაში აღნიშნული ბაზარი ბიზნესმენებისთვის განსაკუთრებულად საინტერესოა და შესაძლებლობის შემთხვევაში, ყველა მათგანი ცდილობს ევროკავშირის ბაზარზე პროდუქცია გაიტანოს.

გამოკითხულთა 82,5% ამბობს რომ ექსპორტზე გასვლის დროს პარტნიორების მოპოვებას და ბაზრების შესახებ ინფორმაციის გაგებას პირადი კონტაქტებით ცდილობს. თუმცა, საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელი აქვს ასევე ინტერნეტს (35 რესპონდენტი), გამოფენებში მონაწილეობას (24 რესპონდენტი), ბიზნეს-ასოციაციების შესაძლებლობების გამოყენებას (12) (დიაგრამა 10).

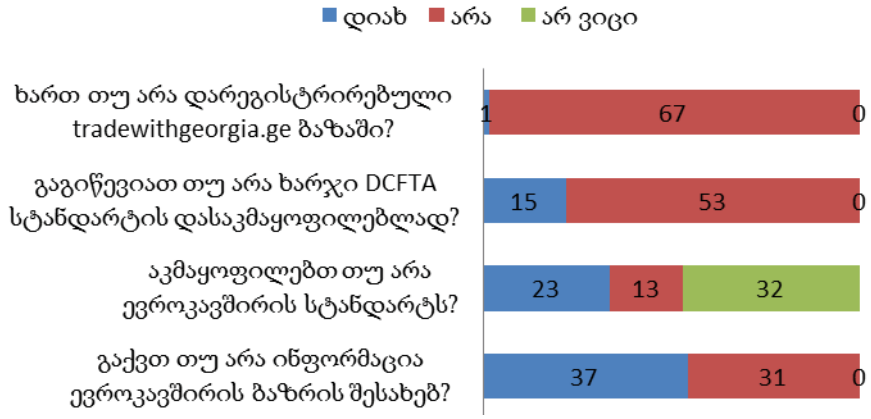
დიაგრამა 10. რა გზებით ცდილობთ პარტნიორების მოძიებას სამიზნე ბაზრებზე?



როგორც ასოცირების დღის წესრიგის ვალდებულებების განხილვის დროს აღინიშნა, სახელმწიფო პოლიტიკის ერთ-ერთი მიმართულება ვებ-გვერდის tradewithgeorgia.ge გაძლიერება და, ზოგადად DCFTA-ისა და საექსპორტო ბაზრების შესახებ ინფორმირებულობის ზრდაა. რესპონდენტთა გამოკითხვამ ამ მიმართულებით აჩვენა, რომ საიტზე დარეგისტრირების მაჩვენებელი ძალიან დაბალია და სულ 1-მა რესპონდენტმა განაცხადა, რომ დარეგისტრირებულია ამჟამად ამ საიტზე; 15 რესპონდენტი ამბობს რომ გაწეული აქვს ხარჯი DCFTA დაახლოების პროცესში. ეს თითქმის თანხვდება იმ ბიზნესის რაოდენობას, რომლებიც ექსპორტის პროცესში არიან ჩართული. საინტერესო მონაცემია, რომ ექსპორტიორთა გარდა, სხვა ბიზნესის წარმომადგენლებმაც იციან აკმაყოფილებს თუ არა მათი პროდუქ-

ცია სტანდარტებს − 23 რესპონდენტი ამბობს, რომ აკმაყოფილებს სტანდარტს, 13 ამბობს, რომ არა, 30-ზე მეტს კი ამ კითხვაზე პასუხი არ აქვს ან ამბობს რომ არ იცის. ევროკავშირის ბაზრის შესახებ ინფორმაციის ფლობის მაჩვენებელიც კორელაციაშია ამ ციფრებთან (დიაგრამა 11).

დიაგრამა 11. ინფორმირებულობა და ჩართულობა DCFTA დაახლოების პროცესში



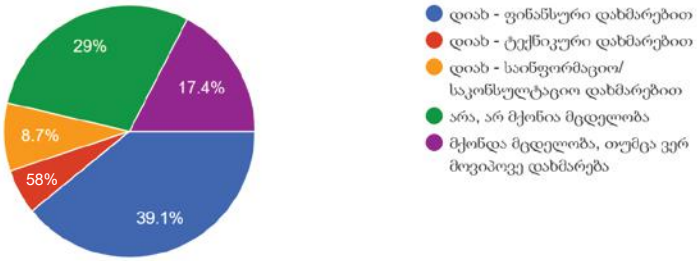
მათგან, ვინც ამბობს, რომ გაწეული აქვს ხარჯი DCFTA სტანდარტის დასაკმაყოფილებლად, ამ ხარჯის კლასიფიცირების დროს სხვადასხვა მიმართულებს გამოყოფს (დიაგრამა 12), ყველაზე მეტი ხარჯი ორი მიმართულებით − ლიცენზიებისა და სერტიფიკატების მოსაპოვებლად და ტექნიკური გადაიარაღების მიმართულებით არის გაწეული.

დიაგრამა 12. ხარჯი DCFTA სტანდარტის დასაკმაყოფილებლად

როგორც დიაგრამა 11-დან ჩანს, რესპონდენტთა პასუხები ცხადყოფს, რომ მიუხედავად საკმაოდ აქტიური კამპანიებისა, რომელსაც სხვადასხვა მხარეები ახორციელებენ ბიზნესის ინფორმირებულობის გასაზრდელად, ცოდნის დონე ამ მიმართულებით კვლავ დაბალია. კითხვაზე, თუ ვის მიერ ორგანიზებული ღონისძიებებიდან/ტრენინგებიდან იგებენ ინფორმაციას ევროკავშირის ბაზრის გახსნით შექმნილი შესაძლებლობებისა და DCFTA-ის შესახებ, ყველაზე დიდი წილი არასამთავრობო ორგანიზაციებზე მოდის (44%), შემდეგ ადგილზეა სახელმწიფო სტრუქტურები (28%), ბიზნეს-ორგანიზაციები (16%), ასევე სხვადასხვა ბიზნეს-გაერთიანებები.

გამოკითხვის საკმაოდ საინტერესო შედეგი იყო, რომ გამოკითხულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა ნახევარზე მეტი იყო ინფორმირებული სახელმწიფოს მიერ ბიზნესის ხელშეწყობისთვის გამოყოფილი დახმარებების შესახებ (დიაგრამა 13).

დიაგრამა 13. გისარგებლიათ თუ არა სახელმწიფო დახმარებით?

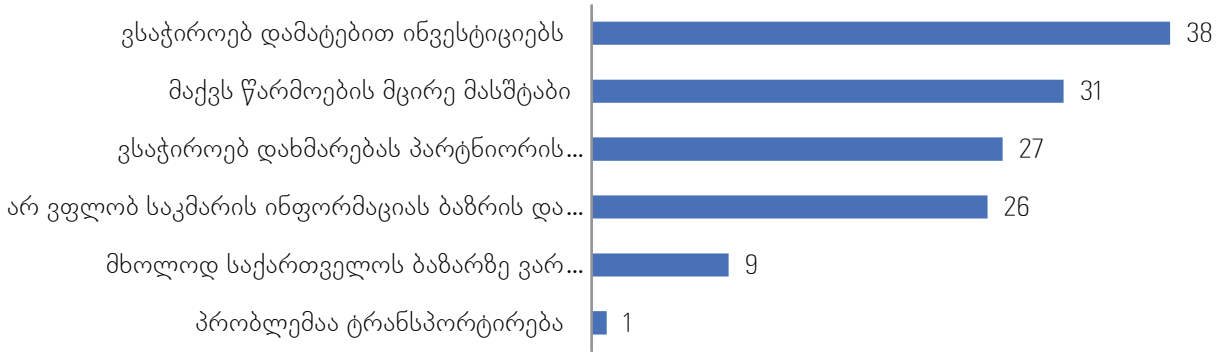


გამოკითხული მეწარმეების ნახევარზე მეტი ამბობს, რომ უსარგებლია სახელმწიფოს ფინანსური (39,1%), ტექნიკური (5,8%) ან საინფორმაციო (8,7%) დახმარებით, რაც საკმაოდ საინტერესო მონაცემია. ეს რეალურად მოწმობს სახელმწიფო აქტივობის მასშტაბზე, რაც, როგორც ჩანს, საკმაოდ დიდია. საინტერესოა, რომ ხშირ შემთხვევაში მეწარმეები სახელმწიფო დახმარებაზე საუბრისას გულისხმობენ არა მხოლოდ მაგალითად პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ პროგრამებს, არამედ დონორების მიერ გამოყოფილი საგრანტო კომპონენტების ფარგლებში გაწეულ დაფინანსებებს (მაგალითად ENPARD-ის პროგრამა, Zrda პროგრამები და ა.შ).

ასევე, საკმაოდ პოზიტიურია სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ მიერ ჩატარებულ გამოფენებში მონაწილეობის გამოხმაურება. საქართველოში ჩატარებული ასეთი გამოფენების მონაწილეთა რაოდენობა გამოკითხულთა დაახლოებით მეოთხედია (16,1%), რაც შესაძლოა არ არის ძალიან მაღალი მაჩვენებელი, თუმცა მნიშვნელოვანია, რომ მონაწილეთა უმრავლესობა (78%) გამოფენის შედეგს პოზიტიურად აფასებს – შედეგებიდან ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდა მოსაზრებას, რომ გამოფენის შედეგად მონაწილემ მოახდინა საკუთარი პროდუქციის/მომსახურების პოპულარიზაცია (50%), 11,1% კი ამბობს, რომ მოიპოვა ახალი პარტნიორები. დაახლოებით იგივე მაჩვენებელია გაყიდვების გაზრდისა და ახალი დაფინანსების მოპოვების მაჩვენებელი. ჯამურად მხოლოდ 22% ამბობს, რომ გამოფენაში მონაწილეობას მისთვის არ ჰქონია შედეგი.

მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენელთა გამოკითხვის ერთ-ერთი მიზანი მათი საჭიროებების განსაზღვრაც იყო, ექსპორტის ზრდის პრიზმიდან. ამ თვალსაზრისით, როგორც მოსალოდნელი იყო, მთავარ გამოწვევებად დაფინანსება, ანუ ინვესტიციები (38 რესპონდენტი) და წარმოების მცირე მასშტაბი (31 რესპონდენტი) (დიაგრამა 14).

დიაგრამა 14. შემაფერხებელი ფაქტორები თქვენი პროდუქციის ექსპორტისთვის



ბიზნესის მოლოდინები

ბიზნესის მოლოდინი, ცხადია, ყოველთვის არ და ვერ შეესაბამება სახელმწიფოს რეალურ შესაძლებლობებსა და უფლებამოსილებებს, ზოგ შემთხვევაში კი მთლიანად ქვეყნის საჭიროებებს, რომელიც საქართველოს ექსპორტის განვითარების ხელშემწყობი შეიძლება იყოს. თუმცა, იგი იძლევა წარმოდგენას იმ სურვილებსა და აღქმებზე, რომელიც ბიზნესის წარმოამდგენლებს აქვთ ხელისუფლების და სახელმწიფოს მიმართ.

გამოკითხვის შედეგად გამოკვეთილ ბიზნეს-მოლოდინებს შორის შემდეგი რამდენიმე ჯგუფი შეიძლება გამოვყოთ:

- **ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა** – რესპონდენტები პირველ რიგში აქცენტს აკეთებენ ფინანსებზე და მიაჩნიათ, რომ ხელისუფლებამ ხელი უნდა შეუწყოს მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის ფინანსებზე წვდომის გაუმჯობესებას. ამ მიმართულებით უფრო მეტი მოლოდინი არის გრანტების და ფინანსური დახმარებების მიმართულებით, თუმცა ასევე გვხვდება მოსაზრებები შეღავათიანი კრედიტების ხელშეწყობასთან დაკავშირებით.

  ამ მიმართულებით რესპონდენტები საუბრობენ, როგორც კონკრეტული ბიზნესების საგრანტო მხარდაჭერის აუცილებლობაზე, ასევე – მაგალითად თაფლის შემთხვევაში იყო მოსაზრებები იმასთან დაკავშირებით, რომ სახელმწიფო შესყიდვებში საექსპორტო პოტენციალის მქონე პროდუქტის ადგილწარმოშობა შეიძლება პრიორიტეტულად იქნას მიჩნეული და ამით სახელმწიფომ ამ დარგებში ფინანსების ჩადებას ირიბადაც შეუწყოს ხელი;

  დაფინანსებებთან მიმართებაში ასევე რესპონდენტებმა ხაზი გაუსვეს, რომ მათ სჭირდებათ ხარისხიანი ბიზნეს-გეგმების შექმნაში დახმარება, რომელიც გაუიოლებდათ ბანკებთან ურთიერთობას;

  იყო მოსაზრებები იმასთან დაკავშირებითაც, რომ სახელმწიფომ საექსპორტო პროდუქციის სუბსიდირება უნდა მოახდინოს;

  ასევე იყო მოსაზრებები, რომ მნიშვნელოვანია ფინანსური მხარდაჭერა თანამედროვე შეფუთვის, ბოთლის და მსგავსი წარმოებებისთვის, რათა პროდუქტის თანამედროვე და სტანდარტული შეფუთვა ნაკლებ პრობლემასთან იყოს დაკავშირებული.

- **დახმარება ლაბორატორიული კვლევების ჩატარებასა და სერტიფიცირებაში** – ერთერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება ბიზნესის მოლოდინებში, განსაკუთრებით ეს ეხება სოფლის მეურნეობის სფეროს წარმომადგენლებს, არის სახელმწიფოსგან მოლოდინი, რომ სახელმწიფო შექმნის თანამედროვე სტანდარტის ლაბორატორიების და/ან დაეხმარება ბიზნესს ფინანსურად ან ტექნიკურად ლაბორატორიული მომსახურების უფრო მეტ ხელმისაწვდომობაში, ასევე – სერტიფიცირების პროცესის გავლაში.

- **მიწის საკუთრება** – რესპონდენტთა ნაწილმა ინტერვიუების დროს წამოჭრა მიწის პრივატიზების თემა, თუმცა განსხვავებული აქცენტებით: ზოგიერთ მათგანს მიაჩნია, რომ ბიზნესის წარმოების და ინვესტიციის განხორციელების შემთხვევაში სახელმწიფომ მიწა ბიზნესს უნდა გადასცეს უფასოდ ან შეღავათიან ფასად; ზოგიერთ შემთხვევაში საუბარი იყო გამარტივებულ პრივატიზების პროცესზე; იყო გამოთქმული ქართული ბიზნესის მეტი პროტექციონიზმის მოლოდინიც.

- **მეწარმეთა საჭიროებების და პრიორიტეტული დარგების კვლევა** – ბიზნესის ნაწილი თვლის, რომ სახელმწიფომ უკეთ უნდა გამოიკვლიოს ბიზნესის საჭიროებები ექსპორტის მიმართულებებით და საექსპორტო პოტენციალის მქონე დარგები. მაგალითად იყო მოსაზრება, რომ სასურველია საექსპორტო ბაზრებზე სახელმწიფომ გამოიკვლიოს, საქართველოდან რა ტიპის პროდუქტის ექსპორტი იქნება ამ ბაზარზე კონკურენტუნარიანი, რადგან მსგავსი მარკეტინგული კვლევების შესაძლებლობა მცირე და საშუალო ბიზნესს თავად არ აქვს. ამ კვლევების საბოლოო შედეგთან დაკავშირებული მოლოდინი ისევ ფინანსებამდე და სახელმწიფო პროექტების დაგეგმვასა და განვი-

თარებამდე მიდის; მაგალითად ერთ-ერთ რეკომენდაციაში აღნიშნულია, რომ სახელმწიფომ სასურველია დაუკვეთოს კვალიფიციური კვლევები, ანალიზი საექსპორტო ბაზრებზე და შესაბამისი პროდუქციის საქართველოში წარმოების შესაძლებლობაზე, მის თვითღირებულებაზე, ხარისხის გაუმჯობესებისათვის კი გასცეს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვისათვის ფინანსური სუბსიდიები.

- **დახმარება პარტნიორების მოძიებაში** – მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები თვლიან, რომ მნიშვნელოვანია სახელმწიფომ გაუწიოს დახმარება პარტნიორების მოძიებაში ექსპორტის განსახორციელებლად. ამ მიმართულებით დასახელებულია როგორც საერთაშორისო და ადგილობრივი გამოფენებში მონაწილეობის ხელშეწყობა, ასევე სპეციალური ბაზის შექმნა, გამოცდილების გაზიარების მიზნით მსოფლიოში სხვადასხვა ცნობილ მეწარმეებთან შეხვედრა, მათი გამოცდილების გაზიარება, მათი კანონმდებლობის ცოდნაში მხარდაჭერა და ა.შ.

- **მაქსიმალურად საჭიროა ქვეყნის რეკლამირება** – ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მოლოდინი უკავშირდება თავად ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის ცნობადობის გაზრდას – გამოითქვა მოსაზრება, რომ საქართველოს არ იცნობენ, ეს კი დიდ პრობლემას ქმნის ახალ ბაზარზე.

- **ბიზნესის კოორდინირების ხელშეწყობა** – გამოკითხვის დროს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემად გამოიკვეთა ერთგვაროვანი პროდუქციის სიმცირე. ამ პრობლემის აღმოსაფხვრელად გამოთქმული იყო მოსაზრებები, რომ სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს ერთგვაროვანი პორდუქციის მწარმოებელი კომპანიების კოორდინაციას.

- **ტრანსპორტირებაში დახმარება, ევროპაში ერთიანი სასაწყობე პუნქტის შექმნა** – გადაზიდვების სიძვირე ექსპორტისთვის ერთ-ერთ შემაფერხებელ ფაქტორად იყო დასახელებული. ბიზნესი ხაზს უსვამს ამ პრობლემას, თუმცა გადაჭრის გზებს ნაკლებად ხედავს. ერთ-ერთი რეკომენდაცია უკავშირდებოდა სახელმწიფოს მიერ ევროპაში სასაწყობე ინფრასტრუქტურის მოწყობას, საიდანაც უფრო ადვილად მოხდება ტრანსპორტირება სხვადასხვა ქვეყანაში.

- **ინფორმირება და განათლება** – არცთუ მცირე ადგილი უკავია ბიზნესის მოლოდინებში ბაზრების შესახებ ინფორმირებისა და განათლების სურვილს. არის საუბარი როგორც კონკრეტული ბაზრების შესახებ ინფორმაციაზე, ასევე ბიზნეს-უნარების, საექსპორტო ბაზრების კანონმდებლობების, სტანდარტების, ბიზნეს-გეგმების და სხვა თემების შესახებ ცოდნის მიღების სურვილზე.

მიუხედავად იმისა, გაზიარებადია თუ არა ბიზნესის მოლოდინები და შეესაბამება თუ არა ყოველთვის ხელისუფლების როლსა და სახელმწიფოს შესაძლებლობებს, ეს მოლოდინები ქმნიან გარკვეულ წარმოდგენას იმ საჭიროებების შესახებ, რომელიც ბიზნესს ექსპორტის მიმართულებით გააჩნია.

დასკვნები და რეკომენდაციები

- 2014 წლიდან 2018 წლამდე საქართველოს მთლიანი ექსპორტი 100 მილიონი აშშ დოლარით გაიზარდა. 2018 წელი იყო პირველი წელი, როცა განხორციელებულმა ექსპორტმა გადააჭარბა 2014 წლის მაჩვენებელს. შესაბამისად, ექსპორტის ზრდის ზოგადი მაჩვენებელი საკმაოდ დაბალია;

- წმინდა ექსპორტი ევროკავშირში დროის იგივე მონაკვეთში 214 მილიონით არის გაზრდილი, რაც მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია და თითქმის ორჯერ აღემატება ექსპორტის ჯამური ზრდის მაჩვენებელს;

- იზრდება ექსპორტდამოკიდებულება რუსეთზე – მიუხედავად ექსპორტის დივერსიფიცირების მიმართულებით გადადგმული ნაბიჯებისა (მაგალითად, ჩინეთის ბაზრის წილის გაზრდა ექსპორტში და ევროკავშირის ექსპორტის ფინანსურ გამოხატულებაში ზრდა) 2018 წელს ევროკავშირს წილი საქართველოს ექსპორტში იყო ჯამური ექსპორტის 22%, ისეთივე, როგორც 2014 წელს და ნაკლები ვიდრე 2006 წელს. სამაგიეროდ, მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი რუსეთის წილი ექსპორტში – 2018 წელს ეს წილი 13%ს, 2019 წლის პირველ კვარტალში კი – ბოლო 20 წლის მანძილზე უპრეცედენტოდ მაღალ – 16%-ს აღწევს;

- ფაქტობრივი და სტატისტიკური ინფორმაციის ანალიზი აჩვენებს, რომ ფორმალური თვალსაზრისით, ასოცირების დღის წესრიგის სამოქმედო გეგმა ექსპორტის ხელშეწყობის მიმართულებით საკმაოდ აქტიურად ხორციელდება. ექსპორტის სტატისტიკის მაჩვენებლების გათვალისწინებით, კითხვები ძირითადად თავად ამ გეგმის და შეფასების ინდიკატორების ეფექტიანობასთან დაკავშირებით დგება – რამდენად ადეკვატურია იგი დასახული მიზნების; არის თუ არა საკმარისი და, ზოგადად, ეფექტიანი გზა ექსპორტის ხელშესაწყობად ექსპორტის ხელშეწყობის დღეს არსებული მექანიზმები.

- ამიტომ მიგვაჩნია, რომ უნდა მოხდეს გეგმის მექანიზმების ეფექტიანობის შეფასება ექსპორტის კომპონენტის მიმართულებით (მაგალითად „აწარმოე საქართველოში“ საგრანტო კომპონენტის პროგრამების და ა.შ) და მოხდეს შედეგების მიხედვით მათი კორექტირება;

- ფინანსური ხელმისაწვდომობა ექსპორტზე ორიენტირებული ბიზნესის მთავარი პრობლემაა – ერთეული საგრანტო და დახმარების პროექტები, როგორი აქტიურიც არ უნდა იყოს ისინი, ვერ მოახდენს ბიზნეს-გარემოზე გადამწყვეტ ზემოქმედებას და მათი მასშტაბის ასახვა ექსპორტის მთლიან მონაცემებზე არარეალისტურია. ამ ტიპის აქტივობები უფრო მეტად ემსახურება ცალკეული ქეისების შექმნას, ასევე ახალი საექსპორტო პროდუქტებისა და სფეროების აღმოჩენას, რომელიც უფრო გრძელვადიანი ეფექტის მატარებელია და ექსპორტის ჯამურ მაჩვენებლებში ვერ აისახება. ამიტომ, ექსპორტის მიმართულებით რეალური ძვრების მოსახდენად, დაფინანსების კუთხით მნიშვნელოვანია, რომ ქვეყანაში ფინანსური პოლიტიკა ემსახურებოდეს ბიზნეს-სესხების ხელმისაწვდომობის ზრდას და მათ გაიაფებას. ამისთვის კი აუცილებელია იაფი საკრედიტო ხაზების მოძიება, ქვეყნის საკრედიტო რეიტინგის ზრდაზე მუშაობა, ასევე – საზოგადოების და მათ შორის ბიზნესის ფინანსური განათლების ზრდა (არა მხოლოდ ტრენინგების, არამედ საგანმანათლებლო სფეროში ამ კურუკულუმების ინტეგრაციით);

- საექსპორტო პროდუქციის სიმცირე – ფინანსების ხელმისაწვდომობის პრობლემა წამოიჭრა ისეთი საჭიროებების დასაძლევად, როგორიცაა – ტექნიკური გადაიარაღება, ერთგვაროვანი პროდუქციის წარმოება და ასე შემდეგ. ანუ, ფაქტობრივად გამოიკვეთა, რომ ექსპორტის ზრდის დაბალი მაჩვენებლის მთავარი წინაპირობა ისაა, რომ ქვეყანას არ აქვს შესაბამისი მოცულობის და შესაბამისი სტანდარტის საექსპორტო პროდუქცია;

- ერთგვაროვანი პროდუქციის პრობლემის დაძლევის ერთ-ერთი გზა, ბიზნესის გამსხვილების გარდა, კოოპერატივების, სხვადასხვა დარგობრივი ასოციაციების და/ან

მაგალითად ექსპორტიორი კომპანიების განვითარებაა – თანამედროვე მსოფლიოში ექსპორტს მცირე და საშუალო მეწარმე დამოუკიდებლად არ ახდენს;

- თანამედროვე სტანდარტის სამაცივრე და სასაწყობე მეურნეობების არსებობა და მათი შექმნის ხელშეწყობა, ენერგოდამზოგავი ტექნოლოგიებით, მსხვილი, თუმცა მცირეკამერიანი მაცივრების შექმნა კიდევ ერთი მექანიზმია ექსპორტის ხელშეწყობისთვის. ამ ეტაპზე სამაცივრე მეურნეობები ძირითადად უფრო მუშაობს როგორც დამხარე ბიზნესი (საკუთარი პროდუქციის შესანახად) და მათი გამოყენება არ ხდება მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლების მიერ, რაც მათი პროდუქციის მცირე მასშტაბით და სამაცივრე მომსახურების მაღალი ფასითაა განპირობებული;

- წარმოების ზრდის მთავარი წინაპირობა ხელსაყრელი ბიზნეს და საინვესტიციო გარემოს არსებობაა. მიუხედავად იმისა, რომ სხვადასხვა ბიზნეს-რეიტინგებში საქართველოს მოწინავე ადგილები აქვს, საინვესტიციო შემოდინებების სტატისტიკა და 2018 წელს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დაახლოებით 35% ვარდნა ადასტურებს, რომ საინვესტიციო პოლიტიკა ქვეყანაში გადასახედია. მაგალითად, სოფლის მეურნეობას თუ შევეხებით, წარმოების მასშტაბების გაზრდა და ტექნოლოგიური გადაიარაღება მიწების გამსხვილების პროცესის ხელშეწყობისა და პრივატიზაციის ლიბერალური პროცესის გარეშე, პრაქტიკულად, შეუძლებელია.

- რაც შეეხება სახელმწიფო პროგრამებსა და დახმარებებს – თუ სახელმწიფო გადაწყვეტს შეინარჩუნოს მსგავსი ტიპის პროექტები, მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესის ხელშეწყობის კომპონენტში (მათ შორის მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის კომპონენტში) განსაკუთრებული აქცენტი სწორედ ექსპორტორიენტირებული ბიზნესის ხელშეწყობაზე გაკეთდეს და ამ პროექტებს ნაკლებად ქონდეს მხოლოდ სოციალური ხასიათი. ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია როგორც საგრანტო დაფინანსების „გამსხვილება“, ასევე კლასტერული მიდგომა; ასევე მნიშვნელოვანია, რომ თუ, მაგალითად გამოფენების ორგანიზების და/ან გამოფენებში მონაწილეობის შედეგად მიღწეული იქნება ერთჯერადი შედეგები, შემდგომში ამ ერთჯერადი შედეგების გამყარების მხარდაჭერის თანმიმდევრული პროცესი და შესაძლებლობები; ასევე მნიშვნელოვანია გათვალისწინებული იყოს დახმარების ეფექტიანობის პერმანენტული მონიტორინგის მექანიზმის შექმნის;

- პრობლემად რჩება ექსპორტზე ორიენტირებული კომპანიების ბაზის (მაგალითად tradewithgeorgia.ge) ფორმირება, მასში კომპანიების სრულფასოვანი წარმომადგენლობითობის უზრუნველყოფა და განსახორციელებელია ამ ბაზის აქტიური პოპულარიზაცია, როგორც საქართველოს შიგნით (ბიზნესის წარმომადგენლებს შორის), ასევე – საქართველოს გარეთ, მათ შორის ევროკავშირის ქვეყნებში. ასევე მნიშვნელოვანია EEN-ის ბაზაში ქართული ბიზნესის რეგისტრირების დამატებითი ქეისების შექმნა. ამისათვის შეიძლება საჭირო იყოს მეტი რესურსის მობილიზება ამ მიზნებისთვის სახელმწიფოს და ასევე მის პარტნიორ ორგანიზაციებში, ვისაც ამ ევროპულ ბაზაზე წვდომა აქვს.

ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი (EPRC)
ფალიაშვილის ქ. 85. მეოთხე სართული. 0162. თბილისი. საქართველო.
(995 32) 2 207 305
info@eprc.ge
@EPRC_Georgia
Economic Policy Research Center
www.eprc.ge