



„საქართველო ევროპულ გზაზე: DCFTA-ისა და მცირე და საშუალო საწარმოების სტრატეგიის იმპლემენტაციისთვის ეფექტური მოდელის შექმნა“

საქართველოში მოქმედი მცირე და საშუალო საწარმოებისა და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების კვლევის შედეგები

საქართველოს მცირე და საშუალო საწარმოებისა (SME) და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების (CSO) ინფორმირება ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის (DCFTA) შესახებ ხელშეკრულების იმპლემენტაციაზე და ამ პროცესში მათი ჩართულობის უზრუნველყოფა

ბამოკითხვის შედეგები

www.GeorgiaDCFTA.ge

წინამდებარე პუბლიკაცია წარმოადგენს პროექტის – „საქართველო ევროპულ გზაზე: DCFTA-ისა და მცირე და საშუალო საწარმოების სტრატეგიის იმპლემენტაციისთვის ეფექტური მოდელის შექმნა“ – ნაწილს. პროექტი 2017 წლის აპრილში დაიწყო და 2019 წლის გაზაფხულამდე გაგრძელდება და ევროკავშირსა და საქართველოს შორის დადებული ხელშეკრულებით – „ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცე“ – უზრუნველყოფილი შესაძლებლობების შესახებ ინფორმირებულობის ნაკლებობას ეხება. პროექტის მიზანია საქართველოს სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების (CSO) როლის გაზრდა ქვეყნის მასშტაბით DCFTA-ის/SME-ების შესახებ წარმოებულ კამპანიებში; მათი უნარების გაძლიერება ადგილობრივი მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე წვდომისთვის მოსამზადებლად საჭირო დახმარების გასაწევად.

პროექტი ხორციელდება არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და კვლევითი ცენტრების კონსორციუმის მიერ „აღმოსავლეთ ევროპის კვლევითი ცენტრის“ (EESC, ლიტვა) ხელმძღვანელობით: საქართველოს „ბიზნეს საკონსულტაციო ორგანიზაციების ასოციაცია“ (ABCO საქართველო), „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი“ (GIP, საქართველო), „გლობსეკის პოლიტიკის ინსტიტუტი“ (GPI, სლოვაკეთი), ახალგაზრდა მეცნიერთა კავშირი „ინტელექტი“ (საქართველო), „ათინათი“ (საქართველო) და ასოციაცია „კავკასიის გენეტიკა“ (საქართველო).

პროექტი დაფინანსებულია ევროკავშირის „ევროპული სამეზობლო ინსტრუმენტის“ მიერ.

ეს პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელი არიან პროექტის პარტნიორები და არ ნიშნავს რომ იგი ასახავს ევროკავშირის შეხედულებებს.

აბრევიატურები

AA – ასოცირების შესახებ შეთანხმება

Adjara A.R. – აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა

ACDA – სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტო

ACF (Action contre la Faim) – მოძრაობა შიმშლის წინააღმდეგ

BSO – ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაცია

CIPDD – მშვიდობის, დემოკრატიის და განვითარების კავკასიური ინსტიტუტი

CSO – სამოქალაქო საზგადოების ორგანიზაცია

DCFTA – ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცე

ENPARD – ევროპის სამეზობლო პროგრამა სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარებისათვის

EU – ევროკავშირი

EUR – ევრო (ვალუტა)

FAO – გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია

FDI – პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია

GEL – ქართული ლარი (ვალუტა)

HACCP – საფრთხის ანალიზისა და კრიტიკული საკონტროლო წერტილების სისტემა

HS Code – ჰარმონიზებული სისტემის კოდები

IFAD – სოფლის მეურნეობის განვითარების საერთაშორისო ფონდი

ISO – სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია

MDGs – ათასწლეულის განვითარების მიზნები

PIN – ადამიანები გაჭირვებაში

RCDA – სოფლად თემთა განვითარების სააგენტო

SMEs – მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები

UMCOR – „ამქორ-საქართველო“ – გაერთიანებული მეთოდისტური კომიტეტის ჰუმანიტარული მისია საქართველოში

USAID – ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტო

სარჩევი

შესავალი	5
გამოკითხვის მეთოდოლოგია	7
CSO-ების იდენტიფიცირება	7
SME-ების იდენტიფიცირება	8
1. საქართველოს CSO-ების იდენტიფიცირება	11
1.1. ადგილობრივი CSO-ების შესახებ ზოგადი ინფორმაცია	11
1.2. საქართველოს რეგიონებში მდებარე CSO-ების საქმიანობის არეალი	13
ძირითადი მიგნებები	16
2. საქართველოს SME-ების იდენტიფიცირება	18
2.1. საქართველოს SME-ების შესახებ ზოგადი ინფორმაცია	18
საქართველოს SME-ების წარმოების სფეროები	20
2.2. SME-ების ექსპორტის პოტენციალის შეფასება	22
2.3. DCFTA-ის შესახებ SME-ების ინფორმირებულობის დონის შეფასება	29
ძირითადი მიგნებები	35
გამოკითხული SME-ების SWOT ანალიზი	36

შესავალი

2014 წელს ევროკავშირთან „ასოციაციის შესახებ შეთანხმებაზე“ (AA), რომელიც ასევე მოიცავს „ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის“ (DCFTA) კომპონენტს, ხელის მოწერის შემდეგ, საქართველო ევროპულ ბაზარში ინტეგრაციას რამდენიმე ნაბიჯით მიუახლოვდა. ქართული პროდუქტების ხარისხის სტანდარტების ზრდა ქართულ ბიზნესსექტორს მსოფლიოს სხვადასხვა მხარეში ექსპორტისა და ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის უფრო მეტ შესაძლებლობას მისცემს. საქართველოს მთავრობამ, ევროკავშირთან და საერთაშორისო აქტორებთან თანამშრომლობით, ადგილობრივი ბიზნესსექტორისთვის რამდენიმე პროგრამისა და სერვისის წარმოება დაიწყო. მათ შორისაა: ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტისთვის საჭირო მოთხოვნებისა და სტანდარტების შესახებ კონსულტაციების გამართვა, ევროკავშირში მოღვაწე პარტნიორებთან ახალი სავაჭრო და საინვესტიციო კონტაქტების დამყარებაში დახმარება და ვაჭრობასთან დაკავშირებული რეფორმებისა და მარეგულირებელი ცვლილებების შესახებ ინფორმაციის გაზიარება.

საქართველოს მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებისთვის (შემდგომში SME), DCFTA-ი წარმოადგენს როგორც შესაძლებლობას, ისე გამოწვევას. ექსპორტისა და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციებისთვის (FDI) ბიძგის მიცემასთან ერთად, DCFTA-ი შესაძლოა ინსტიტუციური და მარეგულირებელი რეფორმების კატალიზატორიც იყოს. ეს უკანასკნელი კი საქართველოს შიდა სტანდარტების ევროკავშირის ერთიანი ბაზრის სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოსვლას შეუწყობს ხელს. მეორე მხრივ, DCFTA-ი გარკვეული ცვლილებების განხორციელებას მოითხოვს როგორც ქართველი მწარმოებლების მუშაობის, ასევე, მათი საქმიანობის დარეგულირების კუთხით. ამისათვის, წარმოების მოდერნიზებაში ინვესტიციების ჩადება და პროდუქტების უფრო მაღალი ხარისხის მიღწევა იქნება საჭირო. აქამდე ცხადი არ იყო, თუ რა დონეზე ჰქონდათ SME-ებს ამ ახალ და უფრო მკაცრ მოთხოვნებთან ადაპტირების სურვილი და შესაძლებლობა. საქართველოს SME-ების DCFTA-ისთან ადაპტირების საჭიროებების უკეთ გასაგებად, ქართული და ევროპული ორგანიზაციების კონსოციუმმა, 2017 წლის ზაფხულში, საქართველოს მასშტაბით გამოკითხვა დაიწყო პროექტის ფარგლებში – „საქართველო ევროპულ გზაზე: DCFTA-ისა და მცირე და საშუალო საწარმოების სტრატეგიის იმპლემენტაციისთვის ეფექტური მოდელის შექმნა“. გამოკითხვის მეშვეობით ადგილობრივი მწარმოებლების ევროკავშირის რეგულაციებთან ადაპტირებისა და ევროკავშირის ერთიან ბაზარში ინტეგრაციისთვის მზადყოფნა ფასდება.

DCFTA-ის იმპლემენტაციის საკითხში, კონსოციუმის მიერ სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების (შემდგომში CSO) მნიშვნელობასაც გაეცხა ხაზი. მიმდინარე საინფორმაციო კამპანიების მიუხედავად, DCFTA-ის შესახებ ბიზნესის მფლობელების, მენეჯერებისა და ფართო მოსახლეობის ინფორმირებულობა საქართველოში კვლავ დაბალ დონეზე რჩება. აღსანიშნავია, რომ ამ ფონზე, CSO-ებს შესწევთ იმის უნარი, რომ იყვნენ ე.წ. „კამპანიის აგენტები“ და ასოციაციის შეთანხმების/DCFTA-ის სარგებლიანობის შესახებ მოსახლეობის მნიშვნელოვან ნაწილს მიაწოდონ ინფორმაცია ისევე, როგორც, რეფორმებსა და იმპლემენტაციის პროცესის პროგრესს გაუწიონ ადვოკატირება.

პროექტის – „საქართველო ევროპულ გზაზე: DCFTA-ისა და მცირე და საშუალო საწარმოების სტრატეგიის იმპლემენტაციისთვის ეფექტური მოდელის შექმნა“ – საბოლოო მიზანი DCFTA-ისა და „საქართველოს მცირე და საშუალო მწარმოების სტრატეგიის“¹ იმპლემენტაციის პროცესში საქართველოს CSO-ებისა და ბიზნესის მხარდაჭერი ორგანიზაციების (BMO) უნარების გაძლიერებაა. ორივე გამოკითხვის შედეგები იმ SME-ებისა და CSO-ების² იდენტიფიცირებისთვის

¹ წყარო: „საქართველოს მცირე და საშუალო მწარმოების განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის“, ნოემბერი, 2015.

² CSO-ების შერჩევა ასევე მოიცავს ბიზნესის მხარდაჭერი ორგანიზაციებს (BMO), რომლებიც ცხრა რეგიონსა და აჭარის ა.რ-ში მოღვაწეობენ.

საქართველოს BMO-ების დიდ ნაწილს საქმიანობის ფართო სპექტრი აქვს. ბიზნესის მხარდაჭერის გარდა, ისინი საქართველოს სამოქალაქო საზოგადოების შემადგენელი ნაწილები არიან და ისეთ აქტივობებს ასორციელებენ, რომლებიც CSO-ების ექსპერტიზისა და საქმიანობის არეალში ექცევა. ფუნქციების ამგვარი გადაფარვა CSO-ებისა და BMO-ებისთვის ჩვეული მოვლენაა, რაც საქართველოს CSO-ების იდენტიფიცირებისთვის BMO-ების გამოყენებას მართებულს ხდის.

იქნება გამოყენებული, რომელთაც ამ პროექტთან თანამშრომლობისა და მასში განერილი აქტივობებით სარგებლობის პოტენციალი აქვთ. პროექტი გულისხმობს CSO-ების უნარებისა და შესაძლებლობების გაძლიერებისთვის ტრენინგების ჩატარებას იმისათვის, რომ მათ: ა) DCFTA-ის შესახებ ცნობიერების ასამაღლებელი კამპანიების წარმოებაში შეიტანონ წვლილი და ბ) ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე შესვლისა და მისით სარგებლობის საკითხზე კონსულტაციები გაუწიონ და დაეხმარონ ადგილობრივ SME-ებს.

წინამდებარე ანგარიშის პირველი ნაწილი საქართველოს CSO-ების გამოკითხვის შედეგებს ასახავს. ის, საქართველოს რეგიონებში მოქმედი იმ CSO-ების იდენტიფიცირების ათვისების წერტილად გამოიყენება, რომლებიც ეკონომიკურ და ევროკავშირთან დაკავშირებულ საკითხებზე მუშაობენ და რომლებსაც უნარების გაძლიერებისთვის სათანადო პროგრამებში ჩართვის და, აგრეთვე, DCFTA-ის/SME-ების სტრატეგიის იმპლემენტაციაში მონაწილეობის მიღებისა და მასში საკუთარი წვლილის შეტანის შესაძლებლობა და სურვილი აქვთ.

CSO-ების გამოკითხვის მიზანი იყო:

- ▶ რეგიონულ CSO-ებსა და BMO-ებზე ზოგადი ინფორმაციის შეგროვება;
- ▶ საქართველოს CSO-ებისა და BMO-ების უნარების შეფასება, თუ რამდენად შეუძლიათ მათ დახმარება გაუწიონ DCFTA-ის/SME-ების სტრატეგიის იმპლემენტაციას და ჩაერთონ DCFTA-ზე ცნობიერების ასამაღლებელ კამპანიებში ქვეყნის მასშტაბით;
- ▶ პროექტით განერილი აქტივობებში მონაწილეობისათვის CSO-ებისა და BMO-ების შესაძლებლობებისა და სურვილის იდენტიფიცირება;
- ▶ DCFTA-ის/SME-ების სტრატეგიის იმპლემენტაციის შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მიღებისა და პროექტის აქტივობებში მონაწილეობის სურვილის შეფასება.

წინამდებარე ანგარიშის მეორე ნაწილი საქართველოში მოქმედი SME-ების გამოკითხვის შედეგებს ასახავს და ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ქართველი მწარმოებლების შესვლის მზაობასა და ამ გზაზე მათთვის არსებული გამოწვევების გაანალიზებას ისახავს მიზნად. გამოკითხვის შედეგად მიღებულმა მონაცემებმა კონსორციუმს საშუალება მისცა, SME-ების გამოცდილება და SME-ების მხარდაჭერის არსებულ პროგრამებში მათი მონაწილეობა გაეანალიზებინა.

საქართველოს SME-ების იდენტიფიცირების ძირითადი მიზანი იყო:

- ▶ რეგიონულ SME-ებზე ზოგადი ინფორმაციის მიღება და მათი პროფილების განსაზღვრა (წარმოების მოცულობა და ექსპორტის პოტენციალი);
- ▶ DCFTA-ის საკითხებზე მათი ინფორმირებულობის დონის დადგენა;
- ▶ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის პოტენციალისა და მონაწილეობის შეფასება;
- ▶ იმ ძირითადი გამოწვევების განსაზღვრა, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე მათ უფრო ეფექტურად ყოფნას აბრკოლებს.

გამოკითხვის მეთოდოლოგია

CSO-ების იდენტიფიცირება

ადგილობრივი სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების იდენტიფიცირების პროცესი 2017 წლის ზაფხულში საქართველოს ცხრა რეგიონსა და აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში განხორციელდა. ადგილობრივი CSO-ების იდენტიფიცირების დროს მკვლევარებმა აღმოაჩინეს, რომ საქართველოში CSO-ების სანდო მონაცემთა ბაზა არ არსებობს; ონლაინ სიები ყოველსმომცველი არ არის და იქ რეგისტრირებული CSO-ებიდან ბევრი აღარ ფუნქციონირებს. DCFTA-ს ფარგლებში რეგიონული განვითარების მიმართ მზარდი ინტერესის გათვალისწინებით, ადგილობრივი სამოქალაქო საზოგადოებებიდან იმ პარტნიორების იდენტიფიცირებაა მნიშვნელოვანი, რომლებსაც ადგილობრივ ქსელებში აქტიური ჩართულობითა და წარმომადგენლობით განვითარების პროგრამების მხარდაჭერა შეუძლიათ.

CSO-ების შერჩევაში ჩაერთო ის ორგანიზაციები, რომლებიც შემდეგ კრიტერიუმებს აკმაყოფილებენ:

- ▶ იურიდიულად რეგისტრირებულნი არიან და საქართველოს რეგიონებში მოღვაწეობენ. შერჩევიდან გამოირიცხა თბილისში რეგისტრირებული CSO-ები, რადგან პროექტი ყურადღებას ამახვილებს რეგიონული CSO-ების უნარების განვითარებასა და მათთვის მონაწილეობის შესაძლებლობების მიცემაზე;
- ▶ თავიანთ რეგიონებში აქტიურად ახორციელებენ სხვადასხვა აქტივობებს;
- ▶ პრიორიტეტი მიენიჭათ ისეთ CSO-ებს, რომლებიც DCFTA-ისთან დაკავშირებული თემ-ატკისთვის რელევანტურ სფეროებში მუშაობენ. ასეთებია: რეგიონული განვითარება, მენარმეობის მხარდაჭერა, ევროპული ინტეგრაცია და ადვოკატირება. რეგიონული ცენტრების გარეთ მოქმედი CSO-ების სიმცირის გამო, იდენტიფიცირების პროცესში სხვა თემებზე მომუშავე CSO-ებიც იქნენ ჩართულნი.

CSO-ები 61 მუნიციპალიტეტსა და 168 ორგანიზაციაში გამოიკითხა (იხილეთ ცხრილი №1) და თითოეულ მუნიციპალიტეტში საშუალოდ სამი ორგანიზაცია იდენტიფიცირდა. მოქმედი CSO-ები არ დაფიქსირდა ზოგიერთ სამიზნე მუნიციპალიტეტში, უმეტესად, მთიან რეგიონებსა და პატარა ან რეგიონული ცენტრიდან მოშორებით მდებარე მუნიციპალიტეტებში.

ცხრილი №1.

გამოკითხული CSO-ების რაოდენობა რეგიონების და აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკის მიხედვით

რეგიონი/ავტონომიური რესპუბლიკა	გამოკითხული CSO-ების რაოდენობა
აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა (აჭარის ა.რ.) • მუნიციპალიტეტები: ბათუმი, ქობულეთი, ხელვაჩაური, ქედა, შუახევი, ხულო.	49
გურია • მუნიციპალიტეტები: ოზურგეთი, ჩოხატაური, ლანჩხუთი.	4
იმერეთი • მუნიციპალიტეტები: ქუთაისი, ზესტაფონი, საჩხერე, სამტრედია, ჭიათურა, წყალტუბო, ტყიბული, ბაღდათი, ვანი, ხარაგაული, ხონი, თერჯოლა.	7
კახეთი • მუნიციპალიტეტები: ახმეტა, საგარეჯო, დედოფლისწყარო, სიღნაღი, გურჯაანი, თელავი, ყვარელი, ლაგოდეხი.	15
ქვემო ქართლი • მუნიციპალიტეტები: მარნეული, ბოლნისი, დმანისი, გარდაბანი, თეთრიწყარო, წალკა.	15
მცხეთა-მთიანეთი • მუნიციპალიტეტები: ყაზბეგი, მცხეთა, დუშეთი, თიანეთი.	11
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი • მუნიციპალიტეტები: ამბროლაური, ონი, ცაგერი, ლენტეხი.	2
სამეგრელო-ზემო სვანეთი • მუნიციპალიტეტები: ზუგდიდი, აბაშა, მარტვილი, სენაკი, ჩხოროწყუ, ნალენჯიხა, ხობი, მესტია.	31
სამცხე-ჯავახეთი • მუნიციპალიტეტები: ბორჯომი, ახალციხე, ადიგენი, ასპინძა, ახალქალაქი, ნინოწმინდა.	16
შიდა ქართლი • მუნიციპალიტეტები: გორი, ხაშური, კასპი, ქარელი.	18
სულ:	168

SME-ების იდენტიფიცირება

SME-ს იდენტიფიცირების პროცესში, საქართველოს ცხრა რეგიონსა და აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში, იმ მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების განსაზღვრა და გამოკითხვა მოხდა, რომელთაც DCFTA-ის ფარგლებში ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის აშკარა პოტენციალი აქვთ (ახლა ან მომავალში). კვლევა ქვეყნის მასშტაბით წარმოებულ რეპრეზენტატულ გამოკითხვას გულისხმობდა. გამოკითხვისთვის SME-ების შერჩევა ხდებოდა იმ შემთხვევაში, თუკი ისინი აკმაყოფილებდნენ შემდეგ კრიტერიუმებს:

- ▶ იურიდიულად რეგისტრირებულნი არიან და საქართველოს რეგიონებში მოღვაწეობენ. თბილისში რეგისტრირებული SME-ები განზრახ იქნა გამორიცხული შერჩევიდან, რადგან აღნიშნული პროექტის მიზანი რეგიონული SME-ების ჩართულობა და მხარდაჭერაა;
- ▶ შეესაბამებიან მცირე ან საშუალო ზომის საწარმოების „საქართველოს საგადასახადო კოდექსით“³ და „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“⁴ კანონით

³ საქართველოს საგადასახადო კოდექსის მიხედვით, მცირე ბიზნესის სტატუსი ენიჭებათ მენარმეებს (ფიზიკურ პირებს), რომელთა ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული ერთობლივი შემოსავალი ერთი კალენდრული წლის განმავლობაში არ აღემატება 100,000 ლარს. მიკრო ბიზნესის სტატუსი ენიჭებათ მენარმეებს (ფიზიკურ პირებს), რომლებიც არ იყენებენ დაქირავებულ მუშახელს, დამოუკიდებლად ეწევიან ეკონომიკურ საქმიანობას და მათი წლიური, ჯამური ერთობლივი შემოსავალი არ აღემატება 30,000 ლარს. წყარო: „საქართველოს საგადასახადო კოდექსი“ (2010).

⁴ SME-ს განმარტება – „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“ კანონის მიხედვით, განისაზღვრება დასაქმებულთა რაოდენობით და [წლიური] ბრუნვით, რომელიც საქართველოს საჭიროებებზეა მორგებული. იგი SME-ს სექტორზე ოფიციალური სტატისტიკის კომპილაციისთვის გამოიყენება. მცირე ზომის საწარმოები წლიურად არაუმეტეს 100 ადამიანს ასაქმებენ და მათი წლიური ბრუნვა არ აღემატება 1,500,000 ლარს. მცირე საწარმოები წლიურად ასაქმებენ 20-მდე ადამიანს და მათი წლიური ბრუნვა არ აღემატება 500,000 ლარს. წყარო: საქართველოს კანონი „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“.

დადგენილ განსაზღვრებას;

- ▶ აწარმოებენ საქონელს, რომელიც პოტენციურად შესაძლოა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტირდეს. სერვისის მიმწოდებელი საწარმოები კვლევებიდან გამოირიცხა.

იდენტიფიცირებული კომპანიები DCFTA-ისან დაკავშირებული პროგრამების პოტენციურ პარტნიორებად ან მათ ბენეფიციარებად იქნა მიჩნეული. კვლევის გეგმა იყო გამოკითხვის ჩატარება 61 მუნიციპალიტეტში და მათგან თითოეულში 10 SME-ს გამოკითხვა. საერთო ჯამში, კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 559 SME-მ⁵, თითოეულ მუნიციპალიტეტში დაახლოებით ცხრა გამოკითხულით (იხ. ცხრილი №2). ოთხ რეგიონსა და აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში 10 ან მეტი SME იქნა გამოკითხული, მაშინ, როცა დანარჩენ რეგიონებში გამოკითხული SME-ების რაოდენობა ხუთიდან ცხრამდე მერყეობს. გამოკითხულთა რაოდენობა დაბალი იყო ზოგიერთ მთიან რეგიონში, განსაკუთრებით კი მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში, სადაც მოქმედი SME-ების შედარებით მცირე რაოდენობა შეესაბამებოდა შერჩევის კრიტერიუმებს.

ცხრილი №2. გამოკითხული SME-ების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით

რეგიონი/ავტონომიური რესპუბლიკა	გამოკითხული CSO-ების რაოდენობა
აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა (აჭარის ა.რ.) • მუნიციპალიტეტები: ბათუმი, ქობულეთი, ხელვაჩაური, ქედა, შუახევი, ხულო.	64
გურია • მუნიციპალიტეტები: ოზურგეთი, ჩოხატაური, ლანჩხუთი.	30
იმერეთი • მუნიციპალიტეტები: ქუთაისი, ზესტაფონი, საჩხერე, სამტრედია, ჭიათურა, წყალტუბო, ტყიბული, ბაღდათი, ვანი, ხარაგაული, ხონი, თერჯოლა.	112
კახეთი • მუნიციპალიტეტები: ახმეტა, საგარეჯო, დედოფლისწყარო, სიღნაღი, გურჯაანი, თელავი, ყვარელი, ლაგოდეხი.	60
ქვემო ქართლი • მუნიციპალიტეტები: მარნეული, ბოლნისი, დმანისი, გარდაბანი, თეთრიწყარო, წალკა.	55
მცხეთა-მთიანეთი • მუნიციპალიტეტები: ყაზბეგი, მცხეთა, დუშეთი, თიანეთი.	20
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი • მუნიციპალიტეტები: ამბროლაური, ონი, ცაგერი, ლენტეხი.	45
სამეგრელო-ზემო სვანეთი • მუნიციპალიტეტები: ზუგდიდი, აბაშა, მარტვილი, სენაკი, ჩხოროწყუ, წალენჯიხა, ხობი, მესტია.	62
სამცხე-ჯავახეთი • მუნიციპალიტეტები: ბორჯომი, ახალციხე, ადიგენი, ასპინძა, ახალქალაქი, ნინოწმინდა.	62
შიდა ქართლი • მუნიციპალიტეტები: გორი, ხაშური, კასპი, ქარელი.	49
სულ:	559

ორივე გამოკითხვა თვისობრივი მეთოდის გამოყენებით ჩატარდა. სუბიექტებს სთხოვეს შეეფასათ ღია და დახურული კითხვებისგან შემდგარი ელექტრონული კითხვარი. კითხვარიდან მიღებული მონაცემები „ექსელში“ დამუშავდა. მეორე ფაზაში კი სავსე კვლევა ჩატარდა – მკვლევარები რეგიონებში დადიოდნენ და კვლევის სუბიექტებთან პირისპირ ინტერვიუებს ატარებდნენ (ონლაინ მეთოდის დროს გამოყენებული იგივე კითხვარებით).

⁵ აღსანიშნავია, რომ ჩატარებული გამოკვლევის პროცესში იმაზე მეტი SME იქნა იდენტიფიცირებული ვიდრე ეს წინამდებარე ანგარიშშია მითითებული, თუმცა ზოგიერთთან გამოკითხვის ჩატარება ვერ მოხერხდა, სხვადასხვა მიზეზებით მათი დროებითი ხელმიუწვდომლობის გამო. ინტერვიუებზე იტოვებენ მათ საკონტაქტო ინფორმაციას და შერჩევის გაზრდის შესაძლებლობას გაითვალისწინებენ, რათა გამოკითხვის მეორე ეტაპზე (პროექტის საბოლოო ეტაპი), რომელიც 2019 წელსაა დაგეგმილი, აღნიშნული SME-ები კვლევაში ჩაერთონ.

CSO-ებისთვის განკუთვნილი ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი შედგებოდა 16 კითხვისგან. ის შემდეგნაირად იყო დაჯგუფებული: ადგილობრივ CSO-ების შესახებ ზოგადი ინფორმაცია (ნაწილი I); მათი საქმიანობის არეალი, მათ შორის – სამიზნე ჯგუფები, სამუშაო სფეროები და კომუნიკაციის საშუალებები (ნაწილი II). SME-ებისთვის განკუთვნილი ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, თავის მხრივ, შედგებოდა 30 კითხვისგან და სამ ნაწილად იყოფოდა: ნაწილი I – SME-ების შესახებ ზოგადი ინფორმაცია; ნაწილი II – ექსპორტის პოტენციალის შეფასება, ნაწილი III – DCFTA-ს შესახებ ინფორმირებულობის დონის განსაზღვრა.

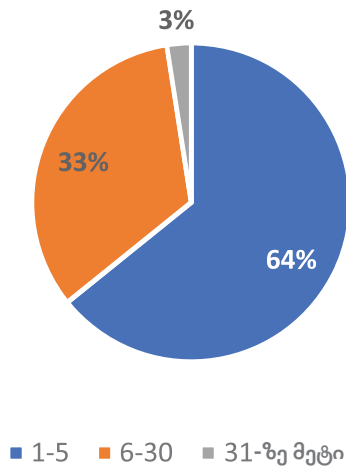
გამოკითხვის ჩატარების მეთოდოლოგია მოიცავდა:

- ▶ **სამაგიდო კვლევას:** CSO-ების შესახებ საჭირო მონაცემების, მათ შორის, სიებისა და საკონტაქტო ინფორმაციის მოპოვება ისეთი წყაროებიდან როგორცაა: csogeorgia.org, cso.ge და CIPDD-ის მიერ შედგენილი მონაცემთა ბაზა⁶; ხოლო SME-ების შემთხვევაში: სამიზნე მუნიციპალიტეტებში მდებარე „საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს“ საკონსულტაციო ცენტრები, Bia.ge და „საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა“. სამიზნე SME-ებისა და CSO-ების იდენტიფიცირების პროცესში მკვლევარებმა ასევე ჩართეს სამიზნე მუნიციპალიტეტებში მდებარე შესაბამისი სამთავრობო დეპარტამენტები და პარტნიორი ორგანიზაციების ქსელები.
- ▶ **საველე კვლევა:** სამიზნე SME-ებთან და CSO-ებთან ინტერვიუების ადგილზე ჩატარება ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარების გამოყენებით, შემდეგი პარტნიორი (ქართული) ორგანიზაციების მიერ ხორციელდებოდა: GIP, ABCO, ახალგაზრდა მეცნიერთა კავშირი „ინტელექტი“, „ათინათი“ და „კავკასიის გენეტიკა“.
- ▶ **ონლაინ გამოკითხვა:** კითხვარები ონლაინ აიტვირთა და კვლევის სუბიექტებს ისინი ინტერვიუების მიერ გაგზავნილი ლინკების საშუალებით უნდა შეევსოთ.
- ▶ **სატელეფონო გამოკითხვა:** სამიზნე SME-ებისა და CSO-ების წარმომადგენლებთან დაკავშირება და გამოკითხვა იმავე კითხვარის გამოყენებით, როგორც ეს ონლაინ- და საველე კვლევის დროს ხორციელდებოდა.

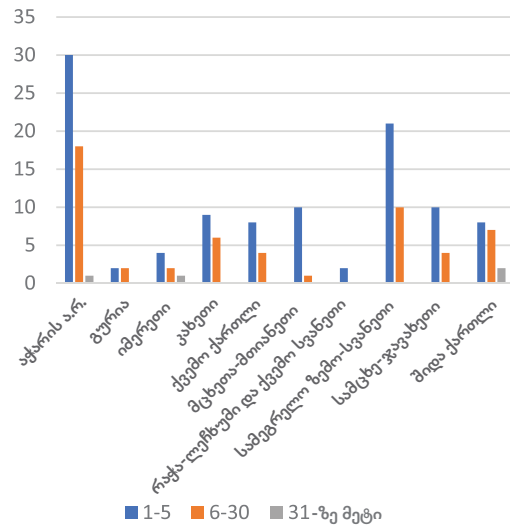
შერჩევა ცდომილების გარეშე არ არსებობს, ამდენად, როგორც CSO-ების, ასევე SME-ების იდენტიფიცირებისას ცდომილების ხარისხი 3% იყო.

⁶ წყარო: ქართული CSO-ების მონაცემთა ბაზა, „მშვიდობის, დემოკრატიის და განვითარების კავკასიის ინსტიტუტი“ (CIPDD), www.cipdd.org.

დიაგრამა №1.2. CSO-ების ზომა დასაქმებულთა რაოდენობის მიხედვით

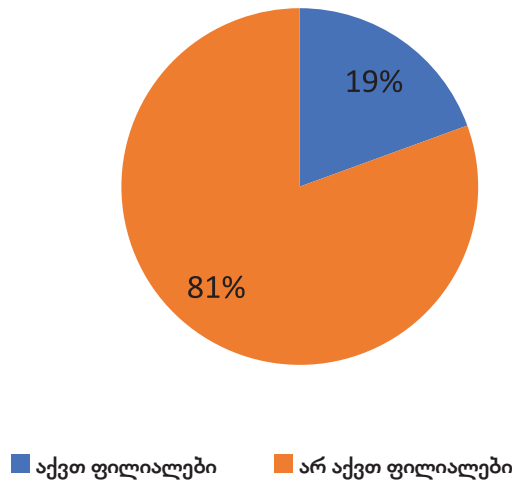


დიაგრამა № 1.3. CSO-ების ზომა დასაქმებულთა რაოდენობისა და რეგიონების მიხედვით



CSO-ების უმრავლესობა მხოლოდ იმ ერთ რეგიონში მუშაობს, სადაც დარეგისტრირებულია. გამოკითხული ორგანიზაციების 81% მიუთითებს, რომ მათ სხვა ადგილებში ფილიალები არ აქვთ, ხოლო 19% მიუთითებს, რომ აქვთ. იმ CSO-ების უმრავლესობა, რომელსაც სხვა რეგიონებშიც აქვს ფილიალები აჭარის ა.რ.-სა და შიდა ქართლში მდებარეობს. აღსანიშნავია, რომ CSO-ების უმრავლესობა, რომელიც უფრო დიდი ორგანიზაციის ნაწილს წარმოადგენს ან საქართველოს სხვა რეგიონში მქონე ფილიალის არსებობაზე მიუთითებს, თავადაა თბილისში დაფუძნებული და მოქმედი ორგანიზაციების ფილიალი⁷ (იხ. დიაგრამა №1.4.).

დიაგრამა №1.4. CSO-ები, რომლებსაც სხვა რეგიონებშიც აქვთ ფილიალები



⁷ თბილისში დაფუძნებული და მოქმედი CSO-ები აღნიშნული კვლევის საგანი არ იყო, რადგან პროექტი უშუალოდ საქართველოს რეგიონებში მდებარე CSO-ებზე ფოკუსირდება, თუმცა გამოკითხვაში თბილისში დაფუძნებული CSO-ების რეგიონული ფილიალებიც მონაწილეობდნენ.

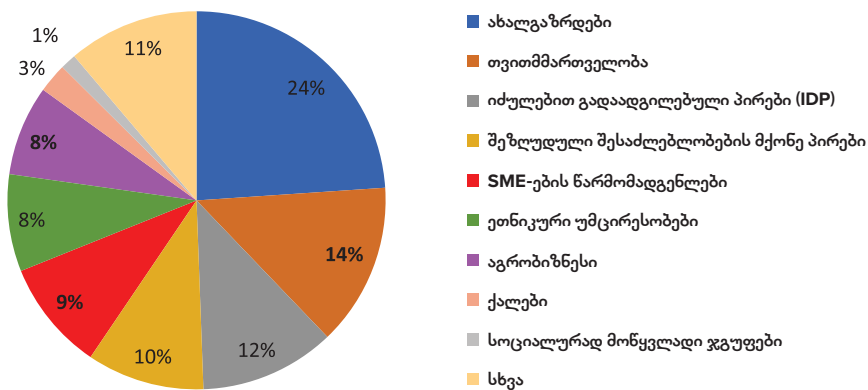
1.2. საქართველოს რეგიონებში მდებარე CSO-ების საქმიანობის არეალი

CSO-ების იდენტიფიცირების შესახებ ანგარიშის ეს ნაწილი ადგილობრივი ორგანიზაციების პროფილებზე უფრო დეტალურ ინფორმაციას იძლევა. აღნიშნულ ქვეთავი აანალიზებს CSO-ების ადგილს მათ სამიზნე ჯგუფებში, აფასებს რამდენად რელევანტურია ადგილობრივი CSO-ების საქმიანობის არეალი DCFTA-ის იმპლემენტაციისთვის და კომუნიკაციის იმ ინსტრუმენტებს აჯამებს, რომლებსაც CSO-ები სამიზნე აუდიტორიებისთვის ხმის მისაწვდენად იყენებენ.

გამოკითხვის შედეგად მიღებული მონაცემები აჩვენებს, რომ SME-ების მხარდაჭერის საქმეში საქართველოს CSO-ების მცირე რაოდენობაა ჩართული. სამიზნე ჯგუფების ჩამოთვლისას, CSO-ების მხოლოდ 9%-მა მიუთითა, რომ ისინი SME-ების წარმომადგენლებთან მუშაობენ; რაც შეეხება აგრობიზნესებს, ისინი ადგილობრივი CSO-ების 8%-ის საქმიანობის ფოკუსშია; CSO-ების 14% კი ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებთან მუშაობს. აღსანიშნავია, რომ CSO-ების მხრიდან ამ უკანასკნელთან უფრო ახლო თანამშრომლობა ადგილობრივ დონეზე SME-ების განვითარების მხარდაჭერი რეფორმების ხელშეწყობისთვის იქნებოდა სარგებლის მომტანი.

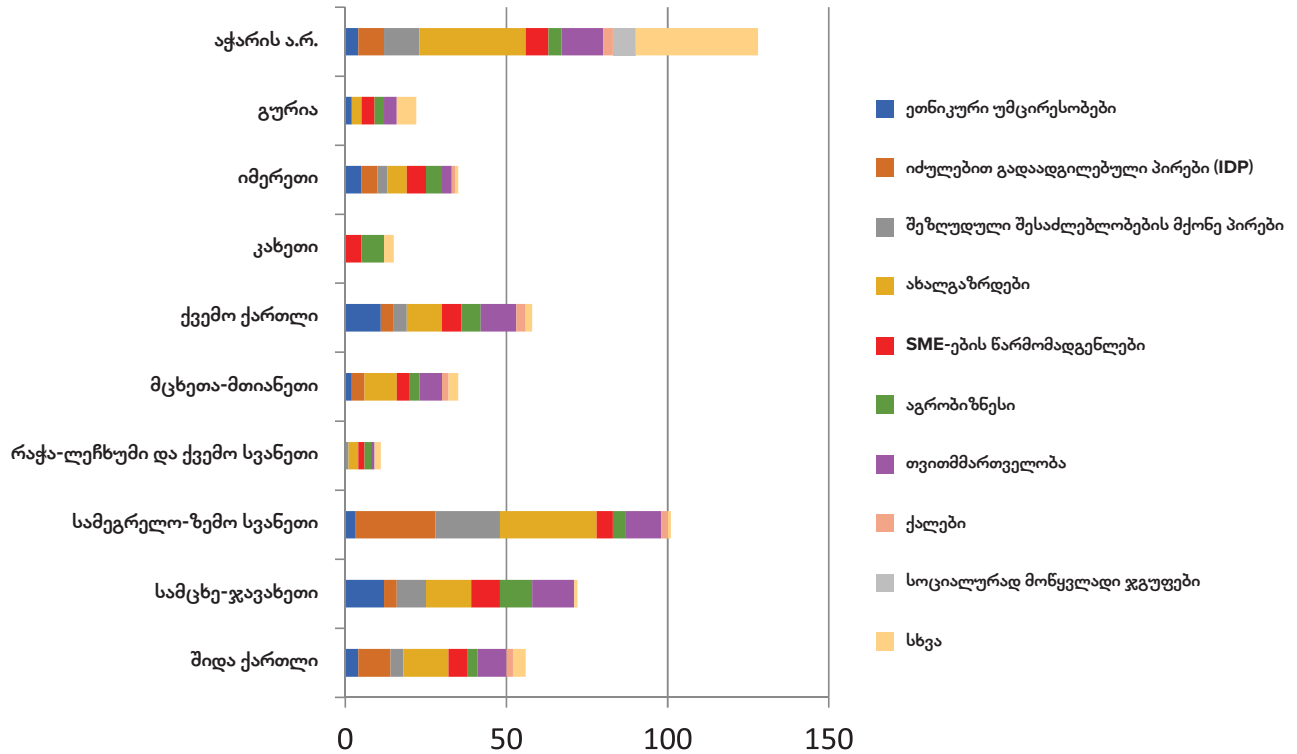
სამიზნე ჯგუფებს შორის ყველაზე პოპულარული კატეგორია ახალგაზრდობა აღმოჩნდა – ორგანიზაციების 24%-ის თქმით, ისინი ძირითადად ახალგაზრდებთან მუშაობენ. გამოკითხული ორგანიზაციების 12%-ისთვის მთავარი სამიზნე ჯგუფი იძულებით გადაადგილებული პირები არიან; 10%-ისთვის – შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები; 8%-ისთვის – ეთნიკური უმცირესობები, 3%-ისთვის – ქალები, ხოლო 1%-ისთვის სოციალურად მონწყვლადი ჯგუფები. CSO-ების 11%-მა ყურადღების საგნად სხვა სამიზნე ჯგუფები დაასახელა, მათ შორის: მაღალმთიან რეგიონში მცხოვრები მოსახლეობა, ხანდაზმულები, მასწავლებლები და სხვ. გამოკითხულთა 1 %-მა კი ორგანიზაციის ძირითადი სამიზნე ჯგუფის იდენტიფიცირება ვერ შეძლო (იხ. დიაგრამა №1.5.).

დიაგრამა №1.5. CSO-ების სამიზნე ჯგუფები

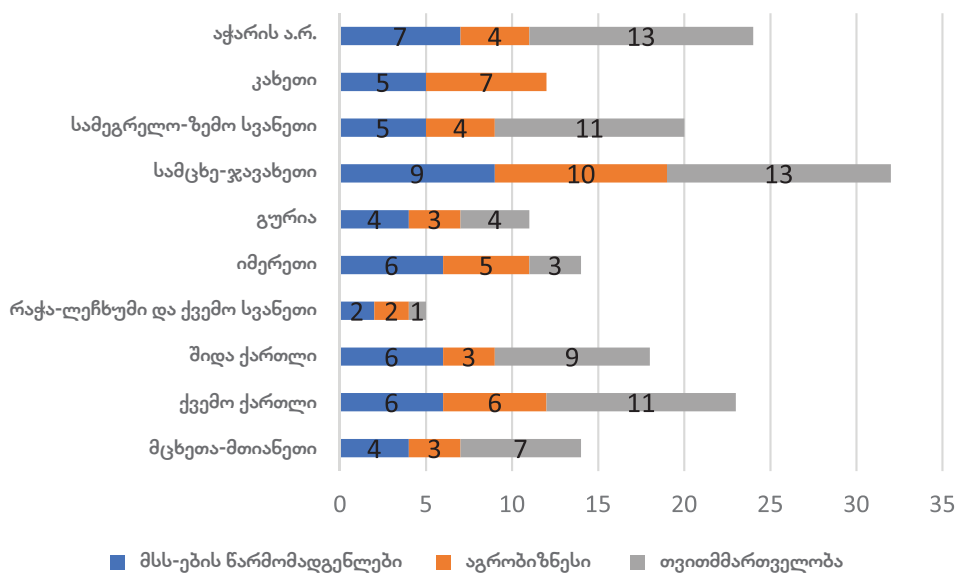


რეგიონული თავისებურებების თვალსაზრისით, SME-ებთან და აგრობიზნესებთან მომუშავე CSO-ების უდიდესი ნაწილი სამცხე-ჯავახეთშია განთავსებული, მათგან ცხრა SME-ებთან მუშაობს, ხოლო 10 – აგრობიზნესებთან; აჭარის ა.რ-ში – SME-ებთან შვიდი CSO მუშაობს, აგრობიზნესებთან კი ხუთი; კახეთში ხუთი ორგანიზაცია მუშაობს SME-ებთან, ხოლო შვიდი აგრობიზნესებთან. ამ ორი ჯგუფის მნიშვნელობა ყველა სხვა რეგიონში თითქმის იდენტურია, თუმცა, ასეთ სამიზნე ჯგუფებზე ორიენტირებული CSO-ების რიცხვი ყველა სხვა რეგიონში ორსა და ექვსს შორის მერყეობს. სხვა ჯგუფებს რაც შეეხება, CSO-ებს ყველაზე მრავალფეროვანი სამიზნე ჯგუფები აჭარის ა.რ-ში ჰყავთ. იძულებით გადაადგილებულ პირებთან მუშაობის საკითხზე სპეციალიზირებული CSO-ების უდიდესი წილი (პროპორციულად) სამეგრელო-ზემო სვანეთსა და შიდა ქართლში (აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის მოსაზღვრე ტერიტორიები) ფიქსირდება. ეთნიკური უმცირესობები კი პროპორციულად ყველაზე მაღალი რაოდენობით სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის CSO-ების ყურადღების საგანია (იხ. დიაგრამა №1.6.).

დიაგრამა №1.6. სამიზნე ჯგუფები რეგიონების მიხედვით



დიაგრამა №1.7. SME-ებთან, აგრობიზნესებთან და თვითმმართველ ორგანიზაციებთან მომუშავე CSO-ების განაწილება



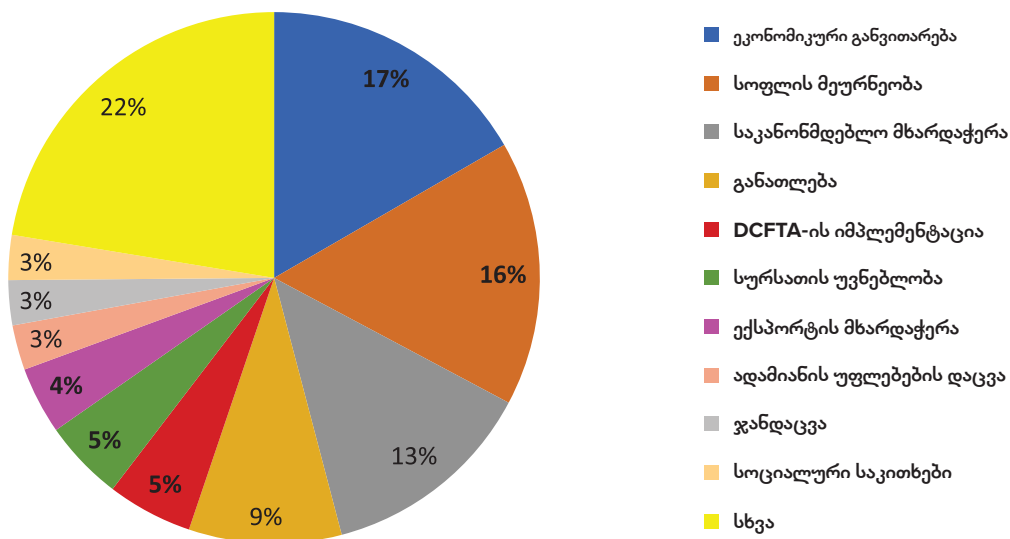
კითხვაზე, რომელიც მათი საქმიანობის არეალების იდენტიფიცირებას შეეხებოდა, გამოკითხული CSO-ების 17%-მა ეკონომიკური განვითარება, 16%-მა სოფლის მეურნეობა, 13%-მა საკანონმდებლო მხარდაჭერა, 9%-მა კი განათლება მიუთითა. აღმოჩნდა, რომ **რესპონდენტების მხოლოდ 5% მუშაობს ისეთ საკითხებზე, რომლებიც DCFTA-ის იმპლემენტაციასა და სურსათის უვნებლობას უკავშირდება. კიდევ უფრო ნაკლები CSO – 4% – მუშაობს ექსპორტის მხარდაჭერაზე** (იხ. დიაგრამა №1.8.). სხვა სფეროები, რომელსაც ადგილობრივი CSO-ების საქმიანობა მოიცავს, ადამიანის უფლებებს, ჯანდაცვასა და სოციალურ საკითხებს უკავშირდება. ასევე გამოიკვეთა, რომ ბევრი ორგანიზაცია ერთდროულად რამდენიმე სფეროზე მუშაობს (რესპონდენტებს შეკითხვაზე რამდენიმე პასუხის არჩევის საშუალება ჰქონდათ).

DCFTA-ის საკითხებზე მომუშავე CSO-ების ყველაზე დიდი რაოდენობა სამეგრელო-ზემო სვანეთში, ქვემო ქართლსა და შიდა ქართლის რეგიონებში დაფიქსირდა; ექსპორტის მხარდაჭერაზე ორიენტირებული CSO-ების უმრავლესობა სამეგრელო-ზემო სვანეთში, სამცხე-ჯავახეთსა და შიდა ქართლში მუშაობს; ეკონომიკური განვითარების თემატიკაზე მომუშავე ორგანიზაციებით კი აჭარის ა.რ., შიდა ქართლი და სამეგრელო-ზემო სვანეთი ლიდერობს (იხ. ცხრილი 1.1.).

ცხრილი 1.1. საქართველოს CSO-ების საქმიანობის არეალი რეგიონების მიხედვით (ცხრილი მიუთითებს CSO-ების რაოდენობას):

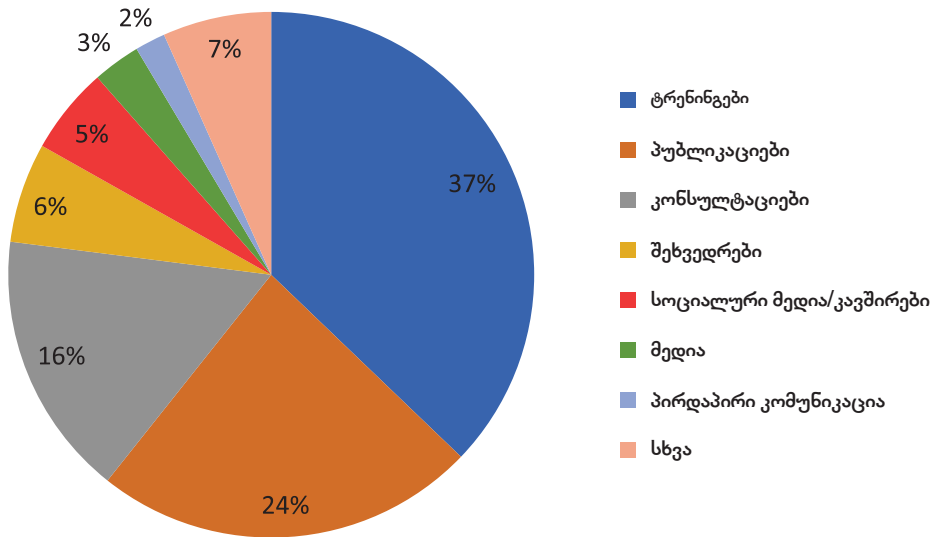
რეგიონი/საქმიანობის არეალი	ეკონომიკური განვითარება	სოფლის მეურნეობა	DCFTA-ის იმპლემენტაცია	სურსათის უვნებლობა	ექსპორტის მხარდაჭერა
აჭარის ა.რ.	12	7	2	2	2
გურია	1	1			1
იმერეთი	2				2
კახეთი	3	6	1	1	1
ქვემო ქართლი	7	7	3		2
მცხეთა-მთიანეთი	3		1		1
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	2				
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	11	9	4	7	4
სამცხე-ჯავახეთი	8	9	2	6	4
შიდა ქართლი	11	5	3	2	3

დიაგრამა №1.8. საქართველოს CSO-ების საქმიანობის არეალი:



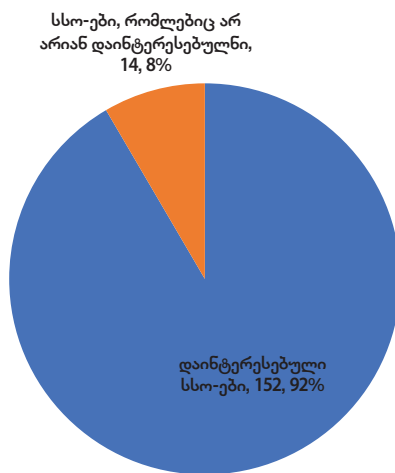
გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, რომ CSO-ები თავიანთ სამიზნე ჯგუფებთან კავშირის დასამყარებლად კომუნიკაციის სხვადასხვა ფორმასა და არხს (ხშირად რამდენიმეს ერთადაც კი) იყენებენ. ტრენინგების ჩატარება სამიზნე აუდიტორიის წევრებისთვის ერთ-ერთი ყველაზე ფართოდ გამოყენებული ინსტრუმენტია (გამოკითხული CSO-ების 37%-ის მიერ არის გამოყენებული), მას მოჰყვება პუბლიკაციები (24%) და კონსულტაციების განევა (16%). გამოკითხვაში CSO-ების მიერ ნახსენებ კომუნიკაციის სხვა საშუალებებს შორისაა: საჯარო შეხვედრები, სოციალური მედიის არხები, ღონისძიებები, მედიასაშუალებებში გამოცემები და პოსტერების შექმნა (იხ. დიაგრამა №1.9.).

დიაგრამა №1.9. გამოკითხული CSO-ების მიერ გამოყენებული კომუნიკაციის ფორმები



გამოკითხული CSO-ების 92 %-მა DCFTA-ის საკითხებზე მუშაობის სურვილი გამოთქვა. ორგანიზაციები, რომლებიც DCFTA-ით არ არიან დაინტერესებულნი (გამოკითხული CSO-ების 8%) ორიენტირებულნი არიან ისეთ მიმართულებებზე, რომელიც SME-ების განვითარებას არ უკავშირდება, მათ შორის, მაგალითად: კულტურა, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების სოციალური ინტეგრაცია და საარჩევნო მონიტორინგი (იხ. დიაგრამა №1.10.).

დიაგრამა №1.10. DCFTA-ის საკითხებზე მუშაობით დაინტერესებული CSO-ების რაოდენობა



DCFTA-ით დაინტერესებული CSO-ების 100%-მა განაცხადა, რომ DCFTA-ისთან დაკავშირებულ საკითხებზე მათ დამატებითი ინფორმაცია ან ტრენინგი სჭირდებათ.

ძირითადი მიზნაკუბი

აღნიშნული პროექტის ფარგლებში გამოკითხული სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების უმრავლესობამ DCFTA-ის იმპლემენტაციის პროგრამების მიმართ ინტერესი გამოხატა. გამოკითხული CSO-ების 92%-მა განაცხადა, რომ მათ DCFTA-ის შესახებ ტრენინგის და დამატებითი ინფორმაციის მიღებისა და DCFTA-ის საკითხებზე მუშაობის სურვილი აქვთ. თუმცა, მიუხედავად მაღალი მოტივაციისა, CSO-ების უნარი – DCFTA-ს იმპლემენტაციის პროცესში თავიანთ რეგიონებში წვლილი შეიტანონ, საკმაოდ შეზღუდულია. ასევე, CSO-ების უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ მათ DCFTA-ის იმპლემენტაციის მხარდაჭერისთვის სახელმწიფო სააგენტოების მიერ უზრუნ-

ველყოფილი სერვისების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა აქვთ.

ინფორმირებულობის კუთხით არსებული ხარვეზი შესაძლოა იმით აიხსნას, რომ **DCFTA-ისადმი ინტერესი ბევრმა ისეთმა CSO-მ გამოხატა, რომლებიც არ სპეციალიზდებიან ეკონომიკურ საკითხებზე**. ეკონომიკური განვითარება, როგორც მათი ორგანიზაციის მუშაობის ერთ-ერთი მიმართულება, გამოკითხული CSO-ების 17%-მა დააფიქსირა, ხოლო სოფლის მეურნეობა – 16%-მა. ქვეყნის მასშტაბით შერჩეული CSO-ების მხოლოდ 5%-ია ამჟამად ჩართული DCFTA-ისა და სურსათის უვნებლობასთან დაკავშირებულ პროექტებში, უფრო ცოტა – 4% კი ექსპორტის მხარდაჭერის თემატიკაზე მუშაობს. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული CSO-ების მხოლოდ 9%-მა დაასახელა SME-ები, როგორც მათი სამიზნე ჯგუფი. **ამგვარად, CSO-ების უმრავლესობის მიერ DCFTA-ის საკითხებზე მუშაობის გამოხატული სურვილის გათვალისწინებით, ბევრ მათგანს მოუწევს მასზე თავიანთი პროფილების მორგება და დამატებითი ინფორმაციის მიღება და ტრენინგების გავლა იმისათვის, რომ უფრო წარმატებულად შეძლონ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის მხარდაჭერის საკითხში ჩართვა.**

ამასთანავე, მიღებული შედეგების რეგიონული განაწილება რეგიონებს შორის არსებულ საკმაოდ მნიშვნელოვან უთანასწორობაზე მიუთითებს, შედარებისთვის: მოქმედი CSO-ების რაოდენობა საკმაოდ დაბალია ზოგიერთ რეგიონში, მაგალითად გურიაში ან რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში (თითოეული, მთლიანი რაოდენობის 4%-ს შეადგენს) მაშინ, როცა აჭარის ა.რ-ისა და სამეგრელო-ზემო სვანეთის CSO-ები, ერთად აღებული, მთლიანი რაოდენობის თითქმის ნახევარს (47%) წარმოადგენს. ამგვარად, გონივრულია, რომ იმ რეგიონებში, სადაც ადგილობრივად უფრო მეტი ორგანიზაცია მოქმედებს, DCFTA-ის იმპლემენტაციის პროცესში სამოქალაქი საზოგადოების უფრო აქტიურ ჩართულობას ველოდოთ.

2. საქართველოს SME-ების იდენტიფიცირება

2.1. საქართველოს SME-ების შესახებ ზოგადი ინფორმაცია

ქვემოთ მოცემული დიაგრამა საქართველოს 61 მუნიციპალიტეტში ჩატარებული SME-ების გამოკითხვის შედეგად მიღებულ ინფორმაციას ასახავს. შერჩევა თითოეულ მუნიციპალიტეტში საშუალოდ ცხრა SME-ს მოიცავდა და გამოკითხული საწარმოების რაოდენობაც რეგიონის ზომას შეესაბამება: იმერეთი, თორმეტი მუნიციპალიტეტით, ყველაზე დიდი რეგიონია და, შესაბამისად, რეგიონული SME-ების უდიდესი ნაწილი სწორედ აქ იქნა იდენტიფიცირებული (112 SME). გურიაში მხოლოდ სამი, რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში კი მხოლოდ ოთხი მუნიციპალიტეტია, შესაბამისად, SME-ების შერჩევის ზომაც შედარებით პატარა იყო. მეორე მხრივ, მცხეთა-მთიანეთში SME-ები უმეტესად მომსახურების სფეროზე, მაგალითად ტურიზმზე, არიან ორიენტირებულნი. მომსახურების სფერო კი აღნიშნული გამოკითხვიდან თავიდანვე გამოირიცხა. მცხეთა-მთიანეთის თითოეულ მუნიციპალიტეტში გამოკითხული SME-ების საშუალო რაოდენობა 6.7 იყო (იხ. დიაგრამა №2.1)

დიაგრამა №2.1. გამოკითხული საწარმოების განაწილება რეგიონების მიხედვით



როგორც ქვემოთ მოცემული დიაგრამა აჩვენებს, იდენტიფიცირებულ და გამოკითხულ SME-ებს შემდეგი ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმები აქვთ: ინდივიდუალური მენარმეები, კოოპერატივები⁸, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), სააქციო საზოგადოებები (სს) და პარტნიორობები⁹. ადგილობრივ SME-ებში ყველაზე გავრცელებული იურიდიული ფორმა კოოპ-

⁸ კოოპერატივი წვერთა შრომით საქმიანობაზე დაფუძნებული კომპანიაა, რომელიც მათი ბიზნესის განვითარებისა და წვერთა შემოსავლის გაზრდის მიზნით არის შექმნილი. წყარო: „მენარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონი, <http://economist.ge/img-site/upload/legislation/936519836802.pdf>.

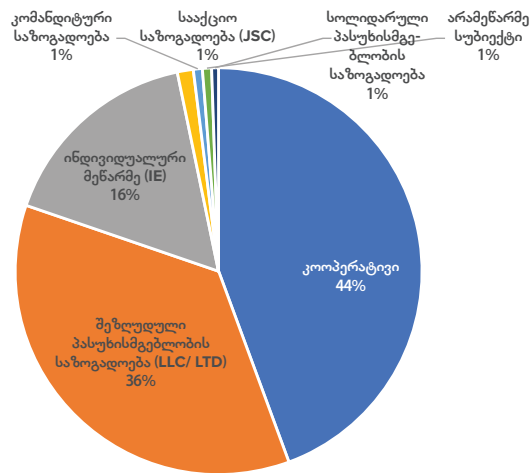
სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივი, „მენარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, სამართლებრივი ფორმით დაფუძნებული კერძო სამართლის იურიდიული პირია. იგი ახორციელებს სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობას და ამ კანონის შესაბამისად მინიჭებული აქვს სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივის სტატუსი. წყარო: „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივის შესახებ“ საქართველოს კანონი, <https://matsne.gov.ge/en/document/download/1972742/0/en/pdf>.

⁹ ტერმინი „პარტნიორობა“ (Partnership) აღნიშნავს სამენარმეო ერთეულს, რომელიც რამდენიმე „ინდივიდუალური მენარმის“ სამართლებრივი დაჯგუფების მიერ არის დაფუძნებული. ეს ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა კონკრეტულად საქართველოს მთავრობის პროგრამის „წარმოე საქართველოში“ ფარგლებში არსებული „მცირე საგრანტო პროექტის“ ბენეფიციარებისთვის შეიქმნა. სინამდვილეში, ასეთი „პარტნიორობის“ წვერები მხოლოდ „ინდივიდუალური მენარმეებად“ არიან რეგისტრირებულნი, რადგან ასეთი იურიდიული სტატუსის გარეშე პიროვნებას „პარტნიორობის“ დაარსება არ შეუძლია. წყარო: „მენარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონი, <http://economist.ge/img-site/upload/legislation/936519836802.pdf>.

ერატივია. იგი გამოკითხული SME-ების 44%-ს წარმოადგენს. კოოპერატივი იურიდიული პირის კატეგორიად 2013 წელს მას შემდეგ ჩამოყალიბდა, რაც „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივის შესახებ“ საქართველოს კანონი იქნა მიღებული. ამის შედეგად, ასევე, შეიქმნა „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტო“ (ACDA), იმისათვის, რომ საქართველოს რეგიონებში კოოპერატივების მხარდაჭერის პროგრამების – კონსულტაციები, გრანტები და სხვა სამიზნე პროექტები – მართვა გაეხორციელებინა. კოოპერატივებს ევროკავშირის მხარდაჭერის მიღების უფლებაც ეძლევათ, მაგალითად ENPARD-ის პროგრამის მეშვეობით. როგორც გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, SME-ების მნიშვნელოვანი ნაწილი კოოპერატივის მოდელს საკმარისად სასარგებლოდ მიიჩნევს იმისთვის, რომ ის მათი ოპერაციებისთვის აირჩიონ. ეს კი კოოპერატივებს რეგიონულ SME-ებს შორის ყველაზე პოპულარულ ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმად აქცევს.

კოოპერატივების შემდეგ ყველაზე გავრცელებული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია: შპს-ები (გამოკითხული SME-ების 36%) და ინდივიდუალური მენარმეობა (16%) (იხ. დიაგრამა №2.2.).

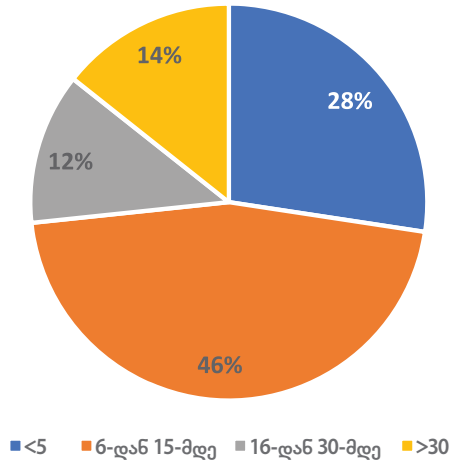
დიაგრამა №2.2. გამოკითხული საწარმოების ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები



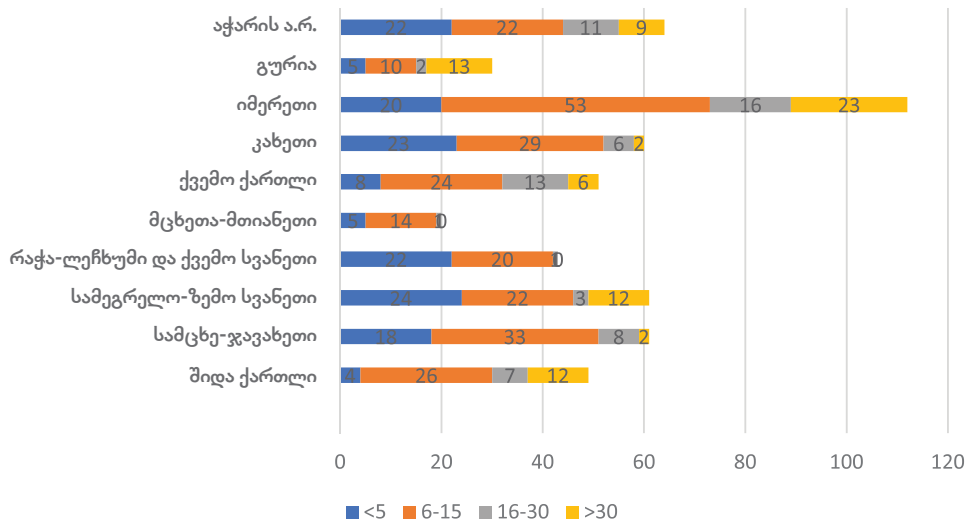
მცირე და საშუალო ზომის საწარმო საქართველოს კანონმდებლობით განიმარტება, როგორც კომპანია, რომელიც 100-მდე ადამიანს ასაქმებს და მისი წლიური ბრუნვა 1,500,000 ლარს არ აღემატება. ქვეყნის მასშტაბით გამოკითხული საწარმოების 46%-ს 6-დან 15-მდე დასაქმებული ჰყავს; 28% SME-ების ყველაზე პატარა კატეგორიას მიეუთვნება – 5 ადამიანზე ნაკლებს ასაქმებს; SME-ების 14%-ს 30-ზე მეტი, ხოლო 12%-ს 16-დან 30-მდე დასაქმებული ჰყავს (იხ. დიაგრამა №2.3.).

პროპორციულად, რეგიონების უმეტესობაში მონაცემები ერთნაირად არის განაწილებული: **SME-ების ყველაზე გავრცელებული ზომა თითქმის ყველა რეგიონში 6-დან 15-მდე დასაქმებულის მყოფი საწარმოა** – მაგალითად, მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში გამოკითხული SME-ების 70% (14) ამ კატეგორიას ეკუთვნის. გამონაკლისს რაჭა-ლეჩხუმი-ქვემო სვანეთი და სამეგრელო-ზემო სვანეთი წარმოადგენენ – SME-ების უმრავლესობა აქ შედარებით პატარაა, ხუთი დასაქმებულით, კომპანია 30-ზე მეტი დასაქმებულით კი საერთოდ არ გამოვლენილა. რაც შეეხება აჭარის ა.რ.-ს, აქ თანაბარი 34-34%-ით არის წარმოდგენილი ორივე კატეგორია – >5 და 6-15 დასაქმებული. გურიაში კი პირიქით, შერჩევის კრიტერიუმების შესაბამისი კომპანიების უმრავლესობას 30-ზე მეტი დასაქმებული ჰყავს, რაც გურიაში გამოკითხული SME-ების 43%-ს წარმოადგენს (იხ. დიაგრამა №2.4.).

დიაგრამა №2.3. SME-ების ზომა დასაქმებულთა რაოდენობის მიხედვით



დიაგრამა №2.4. SME-ების რეგიონული განაწილება დასაქმებულთა რაოდენობის მიხედვით



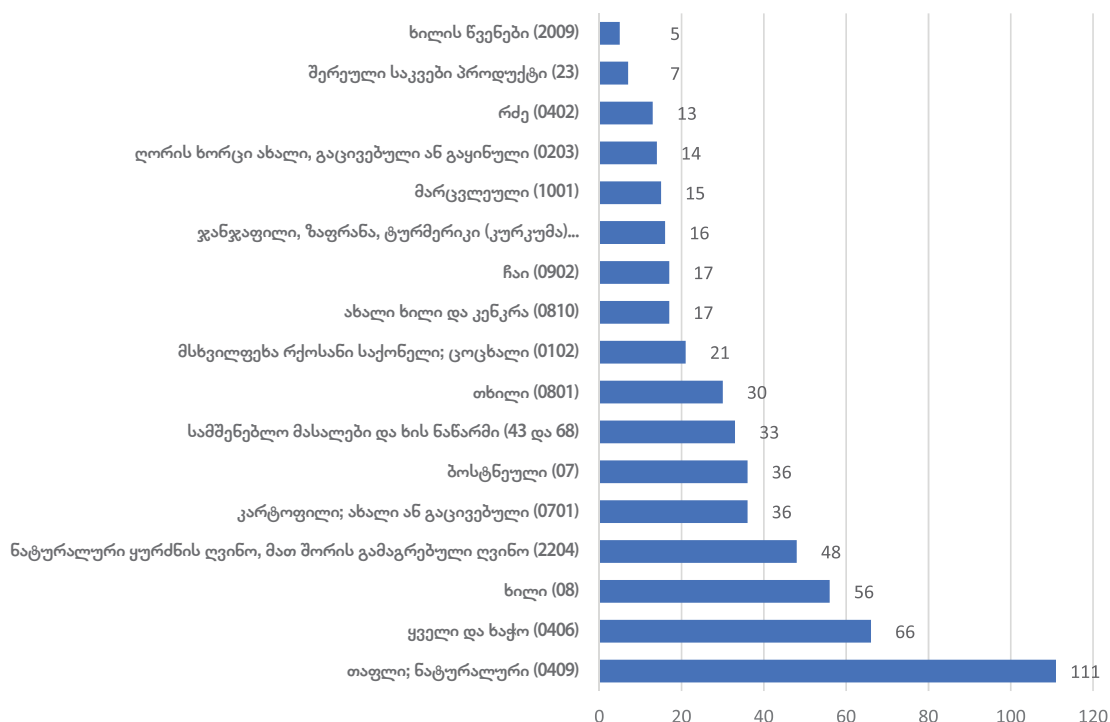
საქართველოს SME-ების წარმოების სფეროები

ქართველი მენარმეების პროდუქციის შედარება და ანალიზი უფრო მარტივი რომ იყოს, წინამდებარე ანგარიშში წარმოების სფეროების კლასიფიკაციისთვის „კოდირების ჰარმონიზებული სისტემა“ (HS Code 2017) იქნება გამოყენებული¹⁰. მაგალითად, ბოსტნეულები როგორცაა პომიდორი, კიტრი და ლობიო (კარტოფილის გამოკლებით) ცალ-ცალკე სიის შექმნის ნაცვლად ერთი კოდის (08) ქვეშ გაერთიანდა, ანუ აქ 2-ნიშნა სასაქონლო კოდი იქნა გამოყენებული. მეორე მაგალითია სამშენებლო და ხის მასალების ერთიან, 2-ნიშნა სასაქონლო კოდების (43 და 68) ჯგუფის ქვეშ გაერთიანება. სამშენებლო და ხის მასალებს შორის არსებული მრავალფეროვნების გათვალისწინებით, HS Code 2017 ანალიზისთვის ეფექტური სისტემის შესაქმნელად იქნა გამოყენებული.

დიაგრამა №2.5.-ზე მოცემულია მონინავე ადგილზე მყოფი პროდუქტების ჩამონათვალი, მათი მწარმოებელი კომპანიების რაოდენობის მიხედვით. თავლი ყველაზე გავრცელებული პროდუქტია. გამოკითხული 559 SME-დან მას 111 კომპანია აწარმოებს. მას კი ყველი/ხაჭო (66) და ხილი/ჩირეული (56) მოსდევს. რაც შეეხება ხილის წვენებს (ძირითადად ვაშლის კონცენტრანტებს), ამ შემთხვევაში მისი მწარმოებელი ხუთივე კომპანია შიდა ქართლის რეგიონში მდებარეობს და ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ხუთივე მათგანი გადის ექსპორტზე.

¹⁰ UN Comtrade – საერთაშორისო ვაჭრობის ოფიციალური სტატისტიკისა და შესაბამისი ანალიტიკური ცხრილების ბაზა. წყარო: UN Comtrade, <https://comtrade.un.org/data/>.

დიაგრამა №2.5. გამოკითხული SME-ების წარმოება



თაფლის წარმოება

ქართულ პროდუქტებს შორის თაფლი ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე შესასვლელად ერთ-ერთ ყველაზე კარგ პოზიციას იკავებს. ევროკავშირში თაფლზე მოთხოვნა ყოველწლიურად 6%-ით იზრდება. ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე მოხმარებული თაფლის 55%, დაახლოებით 150,000 ტონა, სხვა ქვეყნებიდან არის იმპორტირებული.¹¹ 2017 წელს საქართველო იმ ქვეყნების სიას მიემატა, საიდანაც თაფლის იმპორტი ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ნებადართულია. DCFTA-ი კი ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე საქართველოს ყოველწლიურად 1,500 ტონა თაფლის ექსპორტის საშუალებას აძლევს.

თუმცა, ამ დროისთვის, ქართული თაფლის ექსპორტის ძირითადი დანიშნულების ქვეყნები ახლო აღმოსავლეთისა და აზიის სახელმწიფოები არიან, ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები კი მხოლოდ მათ შემდეგ არის ჩამონათვალში. ამის ერთ-ერთი მიზეზი ევროკავშირში თაფლის შემომტანების დაკავშირებით არსებული მკაცრი მოთხოვნებია. თაფლში ანტიბიოტიკებისა და პესტიციდების დონის განსაზღვრა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის ძირითადი მოთხოვნაა.

ყველის პროდუქცია

ამჟამად, ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ქართული ყველის ექსპორტი მარტივი საქმე არ არის, რადგან, ძირითად შემთხვევებში, ქართველი ყველის მწარმოებლები ევროკავშირის მიერ დადგენილ მოთხოვნებს ვერ აკმაყოფილებენ. მეორე მხრივ, რადგან შიდა მოთხოვნაც საკმაოდ მაღალია, რძის პროდუქტების მწარმოებელი კომპანიები თავიანთ პროდუქციას, ძირითადად, ადგილობრივ ბაზარზე ყიდნიან და აქცენტს ყველის ტრადიციული, ქართული სახეობების (როგორცაა, იმერული და სულგუნი) წარმოებაზე აკეთებენ.

¹¹ წყარო: „განვითარებადი ქვეყნებიდან იმპორტის ნახალისების ცენტრი“, <https://www.cbi.eu/market-information/honey-sweeteners/trade-statistics/>.

ხილი და კენკრა

ხილის და კენკრის მოყვანა სოფლის მეურნეობის ერთ-ერთი ყველაზე ტრადიციული ფორმაა საქართველოში, რაც ქვეყნის თითქმის ყველა ნაწილშია ფართოდ გავრცელებული. რეგიონების განსხვავებული ბუნებრივი და კლიმატური პირობების გამო კი ხილის ნაირსახეობა მრავალფეროვანია. შეიძლება ითქვას, რომ ამ დროისთვის კენკრის სექტორი უფრო განვითარებულია და ევროკავშირის ერთიან ბაზარზეც მასზე მოთხოვნა სულ უფრო იზრდება. მაგალითად, 2016 წელს, ევროკავშირის ერთიანი ბაზრის წევრმა ქვეყნებმა საერთო ჯამში 1.3 მილიარდ¹² ევროზე მეტი ღირებულების კენკრის იმპორტი განახორციელა. მათ შორის, ყველაზე დიდი იმპორტიორები გერმანია და პოლონეთი არიან. ამ მხრივ, ქართველი ექსპორტიორებისთვის ერთი პოტენციური დაბრკოლება ექსპორტის მოთხოვნებს უკავშირდება: ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ხილის და კენკრის საექსპორტოდ ფერმერებს სულ უფრო ხშირად სთხოვენ GLOBAL GAP-ის სერტიფიკატს, რომელიც საქართველოში ამჟამად არსებული ექსპორტის მხარდაჭერის პროგრამების მიერ არ ფინანსდება.

ცხრილი №2.2. ძირითადი პროდუქტები რეგიონების მიხედვით

რეგიონი/საქმიანობის არეალი	პროდუქტი 1	პროდუქტი 2	პროდუქტი 3
აჭარის ა.რ.	თაფლი	სამშენებლო მასალები	ხილი
გურია	ჩაი	ღვინო	თხილი
იმერეთი	თაფლი	ღვინო	თხილი
კახეთი	ყველი	ღვინო	მსხვილფეხა საქონელი
ქვემო ქართლი	თაფლი	ყველი	კარტოფილი
მცხეთა-მთიანეთი	ხილი/ჩირი	სუნელები/სანელებლები	ხორბალი
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	თაფლი	ღვინო	ხორცი
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	თხილი	დაფნის ფოთოლი	თაფლი
სამცხე-ჯავახეთი	ყველი	თაფლი	კარტოფილი
შიდა ქართლი	ხილი	ბოსტნეული	ხილის წვენები

გამოკითხვის დროს SME-ებს წარმოების პოტენციალის მათეულ აღქმაზეც უნდა ეპასუხათ. გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, **SME-ების 45%-ს სჯერა, რომ მათ ახლანდელზე ორჯერ მეტი პროდუქტის წარმოება შეუძლიათ.**

2.2. SME-ების ექსპორტის პოტენციალის შეფასება

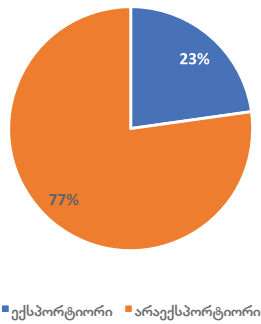
SME-ების კითხვარის მეორე ნაწილში SME-ების ექსპორტის პოტენციალი შეფასდა. SME-ებს უნდა ეპასუხათ ახორციელებდნენ თუ არა თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს. დადებითი პასუხის შემთხვევაში უნდა მიეთითებინათ თუ რომელ ქვეყნებში, ხოლო უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში შემდეგი სახის დამატებით კითხვებზე უნდა გაეცათ პასუხი: რა იყო ექსპორტის ძირითადი დამბრკოლებელი ფაქტორები; მომავალში თუ გეგმავდნენ ექსპორტზე გასვლას; თუ აკმაყოფილებდნენ ხარისხის სტანდარტებს; თუ ფლობდნენ ხარისხის სერტიფიკატებს; ან მომავალში თუ გეგმავდნენ ასეთი სერტიფიკატების აღებას.

¹² წყარო: Eurostat, ხილის და ბოსტნეულის სექტორი ევროკავშირში – სტატისტიკური მიმოხილვა, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/The_fruit_and_vegetable_sector_in_the_EU_-_a_statistical_overview.

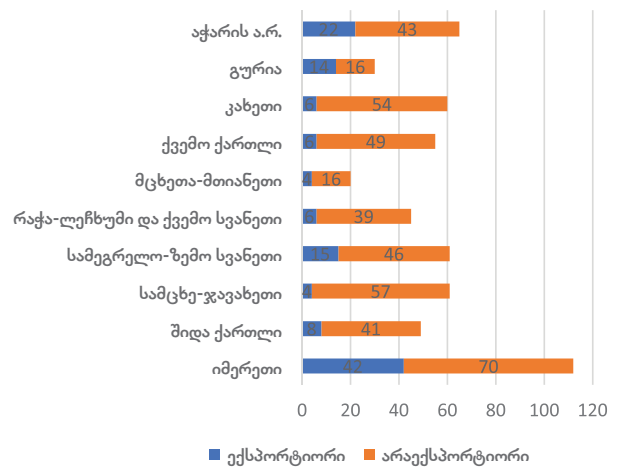
გამოკითხვის პირველი ეტაპზე ის SME-ები განისაზღვრა, რომლებიც თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს უკვე ახორციელებენ. აღმოჩნდა, რომ **ექსპორტიორი კომპანიების რაოდენობა (127; საერთო რაოდენობის 23%) არაექსპორტიორ კომპანიებთან შედარებით საგრძნობლად დაბალი იყო და რომ ეს უკანასკნელი მნიშვნელოვან უმრავლესობას წარმოადგენენ (426; საერთო რაოდენობის 77%)** (იხ. დიაგრამა №2.6).

ექსპორტზე გამსვლელი კომპანიების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი შემდეგ სამ რეგიონში დაფიქსირდა: გურია (14 SME, 47%); იმერეთი (42 SME, 37.5%); და აჭარის ა.რ. (22 SME, 33%). ყველაზე დაბალი კი – სამცხე-ჯავახეთში (ოთხი SME, 7%) (იხ. დიაგრამა №2.7.).

დიაგრამა №2.6. SME-ები, რომლებსაც საკუთარი პროდუქცია ექსპორტზე გააქვთ

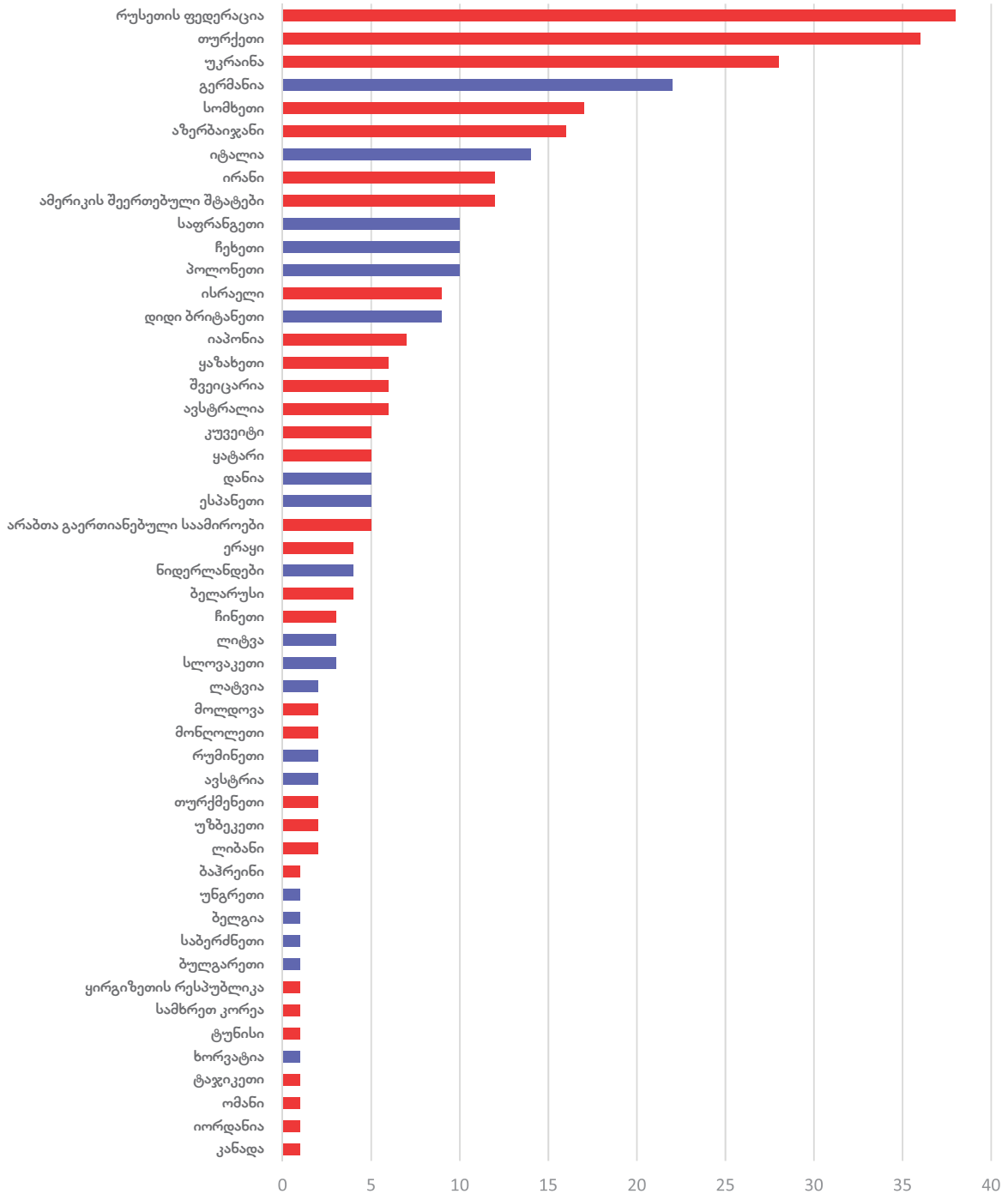


დიაგრამა №2.7. ექსპორტიორი SME-ების რეგიონული გადანაწილება



დიაგრამა №2.8.-ზე იმ ქვეყნების ჩამონათვალია მოცემული, რომლებშიც გამოკითხული SME-ები თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს ახორციელებენ. ასეთი ქვეყნების პირველ სამეულში რუსეთი, თურქეთი და უკრაინა შედიან. რაც შეეხება ექსპორტს კონკრეტულად ევროკავშირის ქვეყნებში, SME-ების მიერ პროდუქციის ექსპორტის ყველაზე მეტად მოსალოდნელი დანიშნულების ქვეყანებია: გერმანია, იტალია და საფრანგეთი. საქართველოს SME-ების საექსპორტო პროდუქციის წამყვან 10 დანიშნულების ქვეყანას შორის ევროკავშირის მხოლოდ სამი ქვეყანაა: გერმანია (მე-5 ადგილზე), იტალია (მე-7 ადგილზე) და საფრანგეთი (მე-10 ადგილზე) წარმოდგენილი.

დიაგრამა №2.8. ქვეყნები, რომლებშიც SME-ები პროდუქციის ექსპორტს ახორციელებენ



გამოკითხვისას, SME-ებს ასევე უნდა მიეთითებინათ – თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს ახორციელებდნენ ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში, ევროკავშირის არაწევრ სახელმწიფოებში თუ არცერთ მათგანში. გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, რომ SME-ების 15% მხოლოდ ევროკავშირის ქვეყნებში გადის ექსპორტზე, ხოლო 27% – როგორც ევროკავშირის წევრ, ასევე მის არაწევრ სახელმწიფოებში. გამოკითხული SME-ების უმრავლესობა კი – 58% – თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს მხოლოდ ევროკავშირის არაწევრ სახელმწიფოებში ახორციელებს (იხ. დიაგრამა №2.9.)

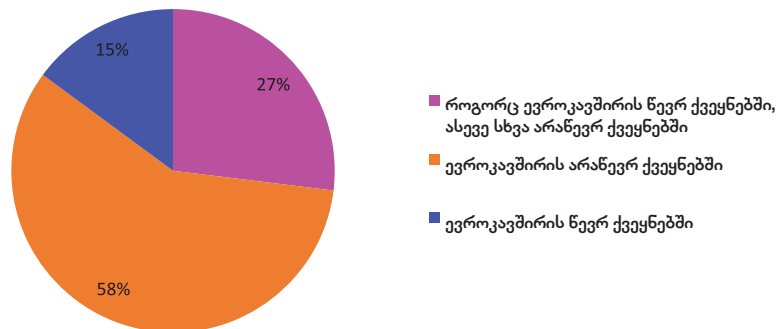
გამოკითხვის შედეგები ასევე აჩვენებს, რომ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტიორი SME-ების რიცხვი ქვეყნის მასშტაბით კვლავ დაბალია. გამოკითხულ რეგიონებს შორის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი იმერეთს აქვს. ამ რეგიონში მდებარე ხუთი კომპანია ექსპორტს მხოლოდ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ახორციელებს. იმერეთის შემდეგ მოდის გურია – ოთხი SME-ით.

მხოლოდ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტიორი კომპანიების ყველაზე დიდი წილი (პროპორციულად) კი მცხეთა-მთიანეთში ფიქსირდება (66.7%, სამიდან ორი კომპანია). რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი, თავის მხრივ, ის ერთადერთი რეგიონია, საიდანაც მხოლოდ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტს არცერთი SME ახორციელებს.

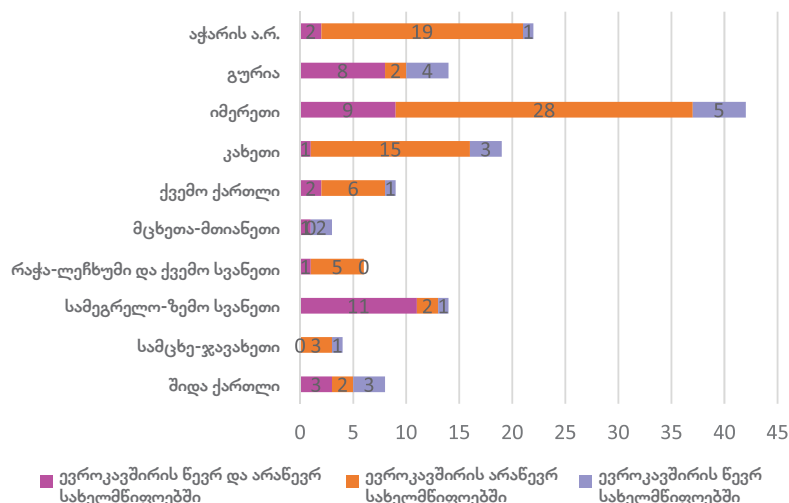
იმ კომპანიების უდიდესი ნაწილი, რომლებიც როგორც ევროკავშირის, ასევე მის არანევრ სახელმწიფოებში გადის ექსპორტზე სამეგრელო-ზემო სვანეთში მდებარეობს (11 კომპანია, ამ რეგიონში გამოკითხული SME-ების 79%). შემდეგ მოდის იმერეთი (9 კომპანია, 21%) და გურია (8 კომპანია, 57% – ამ რეგიონში მდებარე კომპანიების უმრავლესობა). ამ ტიპის კომპანიები არ იქნა იდენტიფიცირებული სამცხე-ჯავახეთში – აქ მოქმედი SME-ები ექსპორტს ან ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ახორციელებენ (მხოლოდ ერთი SME) ან მხოლოდ ევროკავშირის არანევრ სახელმწიფოებში (სამი SME).

მხოლოდ ევროკავშირის არანევრ სახელმწიფოების ბაზარზე ექსპორტიორი კომპანიების რაოდენობით ლიდერობს იმერეთი (28 კომპანია). ასეთი კომპანიების ყველაზე დიდი წილი (პროპორციულად) აჭარის ა.რ.-ში (86,4%, 23-დან 19 ექსპორტიორი კომპანია) ფიქსირდება, რაც თურქეთთან მისი (გეოგრაფიული) სიახლოვის გათვალისწინებით გასაკვირი არ არის. აღსანიშნავია, რომ ქართული SME-ების პროდუქციის ექსპორტის მხრივ, თურქეთი რიგით მეორე დანიშნულების ქვეყანაა. თითოეულ რეგიონში – გამონაკლისია გურია, სამეგრელო-ზემო სვანეთი და მცხეთა-მთიანეთი – მდებარე კომპანიების 50%-ზე მეტი მხოლოდ ევროკავშირის არანევრ სახელმწიფოებში გადის ექსპორტზე. მცხეთა-მთიანეთი კი ის ერთადერთი რეგიონია, სადაც მხოლოდ ევროკავშირის არანევრ სახელმწიფოებში ექსპორტიორი კომპანიები საერთოდ არ ფიქსირდება.

დიაგრამა №2.9. SME-ების პროდუქციის ექსპორტის დანიშნულების ქვეყნები



დიაგრამა №2.10. დანიშნულების ქვეყნები ექსპორტიორი SME-ების რაოდენობის მიხედვით

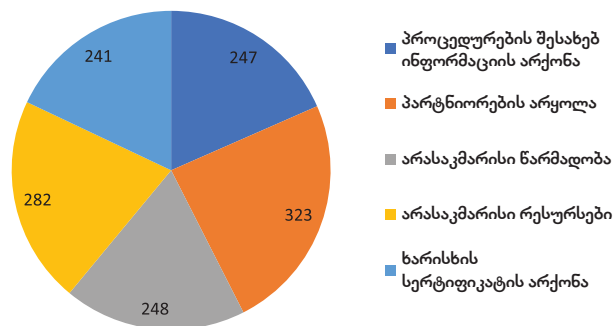


გამოკითხული SME-ების წილი, რომელიც ექსპორტზე საერთოდ არ გადის, საკმაოდ მაღალია (77%). გამოკითხვის შინაარსიდან გამომდინარე, ექსპორტისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება მნიშვნელოვანი იყო. **ევროკავშირში ექსპორტის შემდეგი ხუთი დაბრკოლება გამოიყო:**

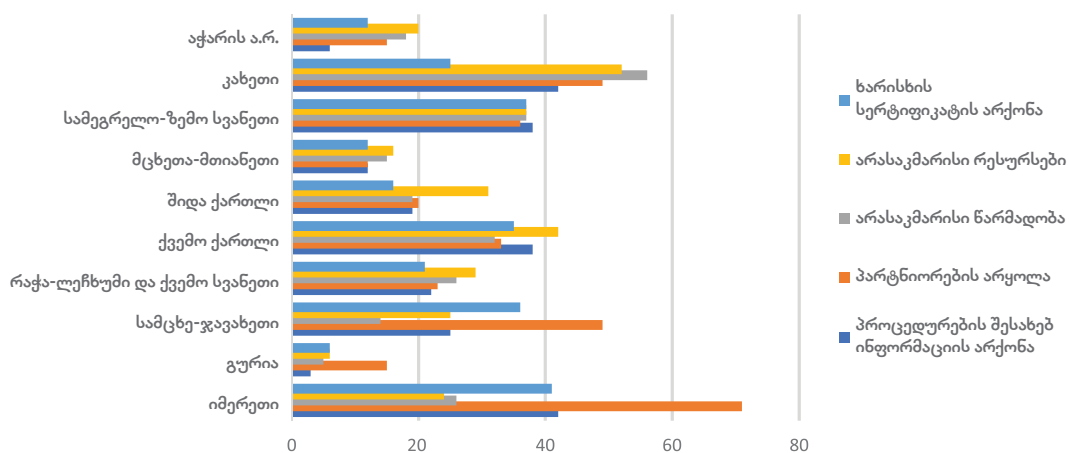
- ▶ ევროკავშირის ქვეყნებში პარტნიორების ნაკლებობა;
- ▶ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის განხორციელებისთვის საჭირო პროცედურების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა;
- ▶ წარმოების დაბალი მოცულობა და ექსპორტისთვის არასაკმარისობა;
- ▶ ექსპორტისთვის საკმარისი მოცულობის პროდუქტის საწარმოებლად რესურსების ნაკლებობა;
- ▶ ევროკავშირში ექსპორტისთვის საჭირო ხარისხის სერტიფიკატის არქონა.

გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, იმერეთის, გურიისა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონებში SME-ებისთვის ექსპორტის დამაბრკოლებელი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი ევროკავშირის ქვეყნებში პარტნიორების ნაკლებობაა. გამოკითხულმა SME-ებმა კახეთის რეგიონში ყველაზე დიდ დაბრკოლებად წარმოებისთვის საჭირო რესურსების არასაკმარისი რაოდენობა დაასახელეს. სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონში კი ძირითადი პრობლემა ექსპორტის პროცედურების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობაა. დანარჩენ ხუთ რეგიონში მთავარ პრობლემად რესურსების ნაკლებობა იქნა მიჩნეული (იხ. დიაგრამა №2.11).

დიაგრამა №2.11. ექსპორტის დამაბრკოლებელი ფაქტორები SME-ებისთვის



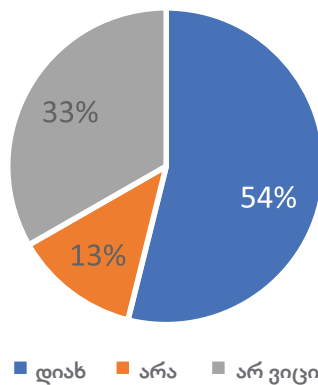
დიაგრამა №2.12. ექსპორტის დამაბრკოლებელი ფაქტორები SME-ებისთვის რეგიონების მიხედვით



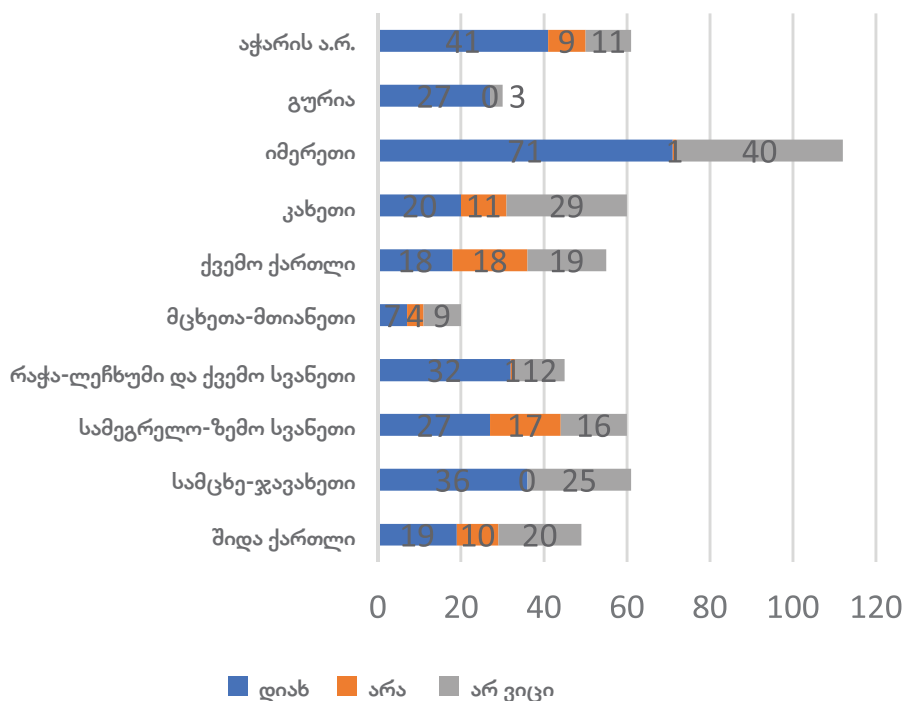
აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტების ნახევარზე მეტი მომავალში საკუთარი პროდუქციის ექსპორტზე გატანას გეგმავს ევროკავშირის წევრ ან ევროკავშირის არაწევრ სახელმწიფოებში (54%). გამოკითხული SME-ების ერთ მესამედს (33%), თავიანთ სამომავლო საექსპორტო გეგმებზე მკაფიო ხედვა არ გააჩნია, ხოლო 13% სამომავლოდ ექსპორტს საერთოდ არ გეგმავს. ძირითად შემთხვევებში, აღნიშნული იმით შეიძლება აიხსნას, რომ გამოკითხული SME-ების უმრავლესობა კოოპერატივებს წარმოადგენს და დაფინანსების დამატებით წყაროებსა თუ სხვადასხვა ინსტიტუტებიდან დახმარების მიღებას ჯერ კიდევ ელოდება (ENPARD-ის პროგრამა, სახელმწიფო პროგრამები თუ სხვა დონორები). ზოგმა კომპანიამ კი პირიქით, აღნიშნა, რომ მათ საჭიროებებს ადგილობრივი ბაზარი სრულიად აკმაყოფილებს.

გურიაში დაფიქსირდა იმ კომპანიების ყველაზე დიდი წილი (90%, პროპორციულად), რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტს გეგმავს. აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირში ექსპორტი ამ რეგიონის მხოლოდ სამი SME-სთვის არ წარმოადგენს სამომავლო გეგმას. იმ კომპანიების ყველაზე დაბალი წილი კი, რომლებიც ექსპორტზე გასვლას გეგმავენ, ორ რეგიონში – ქვემო ქართლსა (32.7%) და მცხეთა-მთიანეთშია (35%). ამ უკანასკნელში ისეთი SME-ების ყველაზე დიდი წილია, რომლებსაც ჯერ არ გადაუწყვეტიათ მომავალში გეგმავენ თუ არა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტს (45%) (იხ. დიაგრამა №2.14.).

დიაგრამა №2.13. SME-ების რაოდენობა, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს გეგმავენ



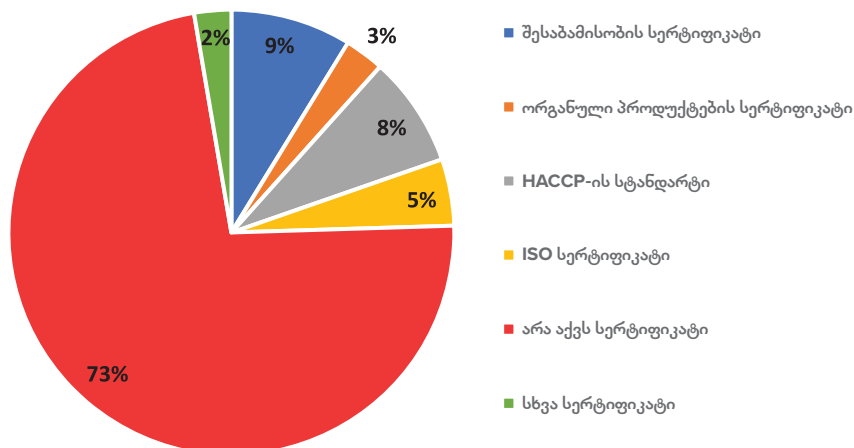
დიაგრამა №2.14. SME-ების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე თავიანთი პროდუქციის ექსპორტს გეგმავენ



ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე პროდუქციის ექსპორტისთვის საქართველოს SME-ებმა სერტიფიკატები უნდა აიღონ. სერტიფიცირება შესაბამისობის შეფასების (ტესტირება და სერტიფიცირება) გავლას მოითხოვს, რათა ევროკავშირის მარეგულირებელ მოთხოვნებთან შესაბამისობა იქნას ნაჩვენები. **გამოკითხული SME-ების 73% სერტიფიკატებს საერთოდ არ ფლობს.** სერტიფიკატის მქონე SME-ების (27%) უმეტესობას შემდეგი სერტიფიკატები აქვთ: „შესაბამისობის სერტიფიკატი“ – 9%, „საფრთხის ანალიზისა და კრიტიკული საკონტროლო წერტილების“ სტანდარტი (HACCP)¹³ – 8%; „სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია – ISO-ს სტანდარტები“¹⁴ – 5%; ორგანული პროდუქტების სერტიფიკატი – 3%; სხვა სერტიფიკატები – 2% (მათ შორის ბიო სტანდარტები და ჰალალის სერტიფიკატები).

ტენდენცია, რაც ცხრავე რეგიონსა და აჭარის ა.რ.-ში გამოჩნდა ის არის, რომ კომპანიების უმრავლესობა არცერთი სახის სერტიფიკატს და/თუ სტანდარტს არ ფლობს. აღსანიშნავია, რომ HACCP-ის სტანდარტის მქონე კომპანიების უმრავლესობა სამცხე-ჯავახეთსა (13 კომპანია) და ქვემო ქართლში (5) მდებარეობს; ISO სერტიფიკატის მქონე SME-ების უდიდესი ნაწილი – აჭარის ა.რ.-ში (10), იმერეთსა (6) და მცხეთა-მთიანეთში (2) მოღვაწეობს; „შესაბამისობის სერტიფიკატის“ მქონე კომპანიები კი ყველაზე მეტი რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში (8), შიდა ქართლში (8), სამეგრელო-ზემო სვანეთსა (3) და გურიაშია (2) განთავსებული. გურიას, ქვემო ქართლსა და მცხეთა-მთიანეთს „ორგანული პროდუქტების სერტიფიკატის“ მქონე კომპანიები არ ჰყავს. რაც შეეხება „ბიო“ სერტიფიკატს, ქვემო ქართლში მხოლოდ ერთი, მცხეთა-მთიანეთში კი სამი SME ფლობს ასეთ სერტიფიკატს (იხ. დიაგრამა №2.15.).

დიაგრამა №2.15. SME-ების მიერ მოპოვებული სერტიფიკატები და/ან სტანდარტები



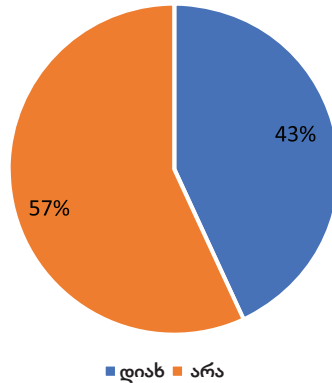
გამოკითხვამ აჩვენა, რომ გამოკითხული SME-ების მნიშვნელოვანი ნაწილი – 43% – მომავალში სერტიფიკატების აღებას გეგმავს. იმ კომპანიების ყველაზე დიდი ნილი, რომლებიც ახლო მომავალში რომელიმე სერტიფიკატის და/ან სტანდარტის ასაღებად განაცხადის გაკეთებას გეგმავს, აჭარის ა.რ.-ის რეგიონში დაფიქსირდა (62.7%). აჭარის ა.რ.-ის გარდა, კიდევ ერთი რეგიონი, სადაც კომპანიების აბსოლუტური უმრავლესობა სერტიფიკატის აღებას გეგმავს რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთია (53.3%). მცხეთა-მთიანეთს კი ასეთი კომპანიების ყველაზე დაბალი ნილი (20%) აქვს (იხ. დიაგრამა №2.16.).

რამდენიმე რესპონდენტის თანახმად, იყო შემთხვევები, როდესაც ევროკავშირელმა პარტნიორებმა ISO-ს სერტიფიკატიც კი არ მიიღეს და ამის ნაცვლად ნიმუშებიც თავად აიღეს და პროდუქტებიც

¹³ HACCP მართვის სისტემაა, სადაც სურსათის უვნებლობის უზრუნველყოფა ბიოლოგიური, ქიმიური და ფიზიკური საფრთხეების ანალიზისა და კონტროლის მეშვეობით ხორციელდება, ნედლეულიდან, მისი მიღებიდან და დამუშავებიდან დაწყებული, ნარმოებამდე, დისტრიბუციისა და საბოლოო პროდუქტის მოხმარებამდე.
¹⁴ „სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია“ (ISO) – პროდუქტებზე, სერვისებსა და სისტემებზე მსოფლიო დონის სტანდარტებს გასცემს, იმისათვის, რომ ხარისხი, უსაფრთხოება და ეფექტურობა იქნას უზრუნველყოფილი.

თვითონ შეამოწმეს. შემოწმებების შემდეგ კი, აღნიშნულ ქართულ კომპანიებს ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე პროდუქტის გასატანად მხოლოდ „შესაბამისობის სერტიფიკატი“ სჭირდებოდათ.

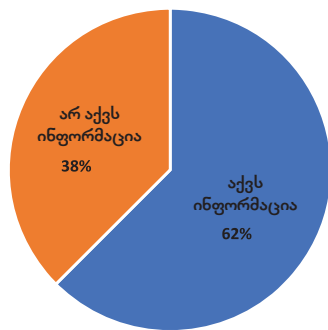
დიაგრამა №2.16. SME-ების წილი, რომლებიც სეტიფიკატის და/ან სტანდარტების მოსაპოვებლად განაცხადის შეტანას გეგმავენ



2.3. DCFTA-ის შესახებ SME-ების ინფორმირებულობის დონის შეფასება

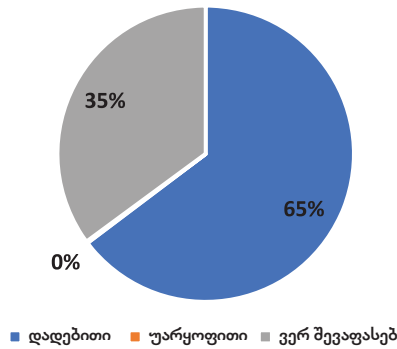
SME-ების გამოკითხვის მესამე ნაწილი DCFTA-ის შესახებ მათი ინფორმირებულობის დონეს აფასებდა. გამოკითხული SME-ების წარმომადგენლების 62%-ს DCFTA-ის შესახებ ინფორმაცია ჰქონდა, თუმცა მათ უმრავლესობას მის შესაფასებლად უფრო დეტალური ინფორმაციის მონოდება არ შეეძლო. კომპანიების ყველაზე დიდი წილი (პროპორციულად), რომლებმაც განაცხადეს, რომ მათ DCFTA-ზე ინფორმაცია ჰქონდათ, სამეგრელო-ზემო სვანეთსა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონებში მდებარეობს (72.1% თითოეულში), შემდეგ მოდიოდა რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი (66.7%), ხოლო ასეთი კომპანიების ყველაზე დაბალი წილი (პროპორციულად) ქვემო ქართლში დაფიქსირდა, სადაც გამოკითხული კომპანიების მხოლოდ 39% ფლობდა ინფორმაციას DCFTA-ზე (იხ. დიაგრამა №2.17.)

დიაგრამა №2.17. DCFTA-ის შესახებ ინფორმაციის მქონე SME-ების პროპორციული განაწილება



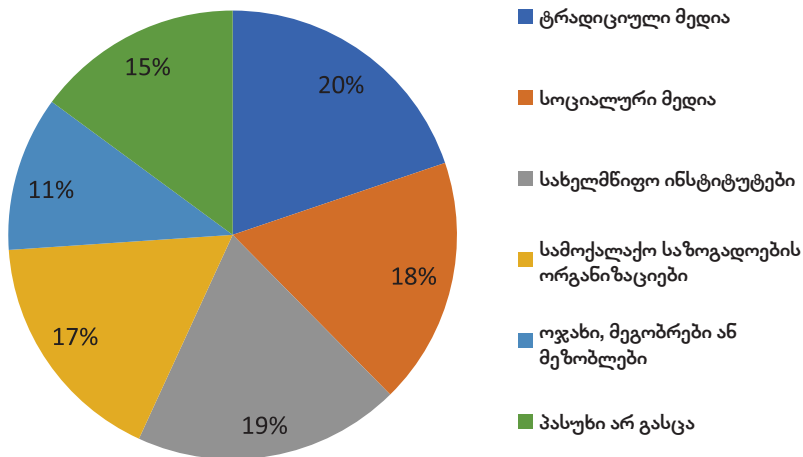
გამოკითხვის დროს, SME-ების წარმომადგენლებს DCFTA-ზე აზრიც უნდა დაეფიქსირებინათ. გამოკითხვის შედეგების თანახმად, რესპონდენტების უმრავლესობამ ის ან დადებითად შეაფასა (65%) ან ინფორმაციის არქონის თუ არცოდნის გამო შეფასება ვერ შეძლო (35%). აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული 559 კომპანიიდან SME-ების მხოლოდ ერთმა წარმომადგენელმა შეაფასა DCFTA-ი უარყოფითად. DCFTA-ზე დადებითი შეხედულების მქონე SME-ების ყველაზე დიდი წილი (პროპორციულად) სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონში (78.7%) და შემდეგ უკვე აჭარის ა.რ.-ში (76.4%) დაფიქსირდა. ის რეგიონები, სადაც გამოკითხული SME-ების წარმომადგენლების უმრავლესობას საერთოდ არ შეეძლო DCFTA-ის შეფასება, ქვემო ქართლი (60.8%) და შიდა ქართლია (55.1%) (იხ. დიაგრამა №2.18).

დიაგრამა №2.18. SME-ების წარმომადგენლების შეხედულება DCFTA-ზე



გამოკითხვის დროს SME-ების წარმომადგენლებს DCFTA-ზე ინფორმაციის მიღების ძირითად წყაროებზეც უნდა ეპასუხათ. აღმოჩნდა, რომ **გამოკითხული კომპანიების უმრავლესობას ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაცია არ ჰქონდა.** იმ SME-ების წარმომადგენლებმა, რომლებიც DCFTA-ზე ინფორმაციას ფლობდნენ, განაცხადეს, რომ ამ ინფორმაციას შემდეგი ოთხი წყაროდან იღებენ: ტრადიციული მედია (გაზეთი, ტელევიზია, რადიო) (20%); სახელმწიფო ინსტიტუტები (19%); სოციალური მედია (18%); და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციები (17%). ინფორმაციის მიღების კიდევ ერთ წყაროდ ოჯახის წევრები, მეგობრები და მეზობლები დასახელდა. ეს უკანასკნელი, SME-ების 11%-ისთვის არის DCFTA-ის შესახებ ინფორმაციის მიღების მნიშვნელოვანი საშუალება.

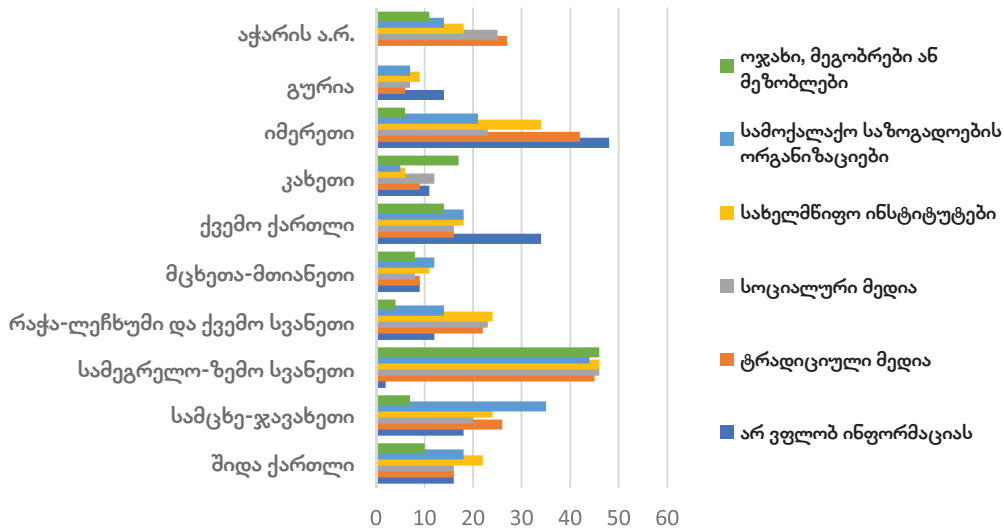
დიაგრამა №2.19. DCFTA-ის შესახებ ინფორმაციის მიღების წყაროები



რეგიონები, სადაც ტრადიციული მედია კომპანიებისთვის ინფორმაციის მიღების ყველაზე მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს არის იმერეთი (19 კომპანია) და აჭარის ა.რ. (17). SME-ებისთვის სახელმწიფო ინსტიტუტები ინფორმაციის ძირითადი წყაროა რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში (11 კომპანია), შიდა ქართლში (11), ქვემო ქართლსა (6) და მცხეთა-მთიანეთში (2). აღსანიშნავია, რომ მცხეთა-მთიანეთში სახელმწიფო ინსტიტუტები და CSO-ები ლიდერობენ. აღნიშნულ რეგიონში ინფორმაციის მიღების მხოლოდ ეს ორი საშუალება გამოიყენება. ერთადერთი რეგიონი, სადაც კომპანიების მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის სოციალური მედიაა ინფორმაციის მიღების წყარო, სამეგრელო-ზემო სვანეთია (20).

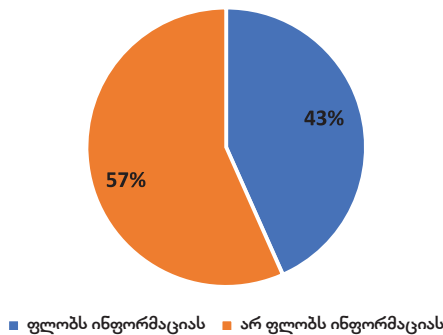
მიუხედავად იმისა, რომ ტრადიციული მედია სხვა რეგიონებში პოპულარულია, გურიაში ის არცერთი კომპანიისთვის წარმოადგენს ინფორმაციის წყაროს. შიდა ქართლშიც მსგავსი სიტუაციაა სოციალური მედიის მიმართ. რეგიონები, სადაც CSO-ები კომპანიების მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის წარმოადგენს ინფორმაციის მიღების ძირითად საშუალებას, სამცხე-ჯავახეთი (14) და გურიაა (8). დაბოლოს, ოჯახი, მეგობრები და მეზობლები ინფორმაციის მნიშვნელოვანი წყაროა კახეთში მოღვაწე კომპანიებისთვის (17) (იხ. დიაგრამა №2.20.).

დიაგრამა №2.20. DCFTA-ზე ინფორმაციის მიღების წყაროები რეგიონების მიხედვით



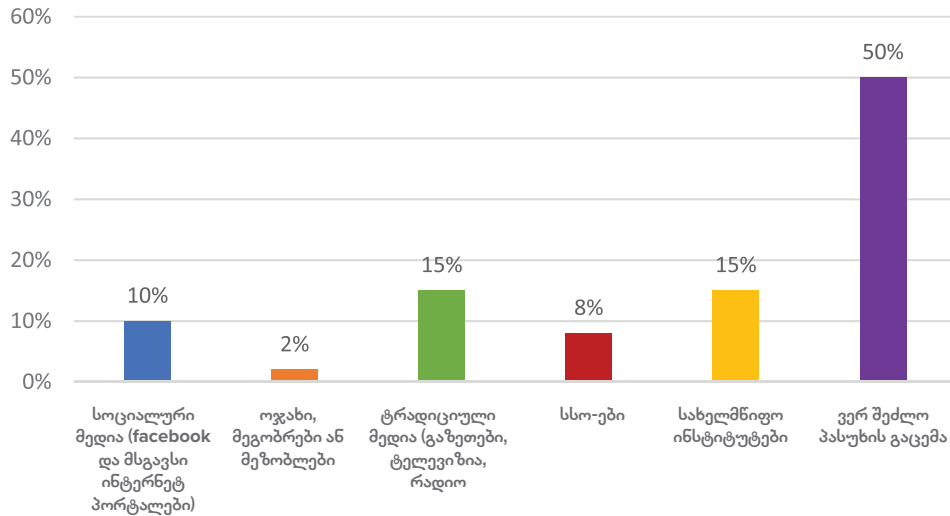
DCFTA-ისთან დაკავშირებული კითხვების გარდა, კითხვარში რესპონდენტებს ასევე უნდა ეპასუხათ, ექსპორტის შესაძლებლობებზე თუ იყვნენ ინფორმირებულნი. არაექსპორტიორი SME-ების უმრავლესობამ განაცხადა, რომ ისინი მზად არ არიან ექსპორტისთვის და ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობებზეც არ აქვთ სათანადო ინფორმაცია. **გამოკითხული SME-ების მხოლოდ 43%-მა იცოდა სად და როგორ შეეძლოთ თავიანთი პროდუქციის ექსპორტზე გატანა** (იხ. დიაგრამა №2.21).

დიაგრამა №2.21. იმ SME-ების პროპორციული განაწილება, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობებზე ინფორმაციას ფლობენ



ექსპორტის შესაძლებლობებზე ინფორმაციის მიღების ძირითადი წყაროებია – სახელმწიფო ინსტიტუტები (მათ შორის, შესაბამისი სამინისტროები, სააგენტოები და საკონსულტაციო ცენტრები) და ტრადიციული მედია (გაზეთი, ტელევიზია და რადიო). აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული SME-ების 50%-მა ასეთი წყაროების იდენტიფიცირება ვერ შეძლო; 15% შესაბამის ინფორმაციას სახელმწიფო ინსტიტუტებიდან და ტრადიციული მედიიდან იღებს; 10% – სოციალური მედიიდან, 8% – CSO-ებიდან, 2% კი ოჯახისგან, მეგობრებისა ან მეზობლებისგან (იხ. დიაგრამა №2.22.).

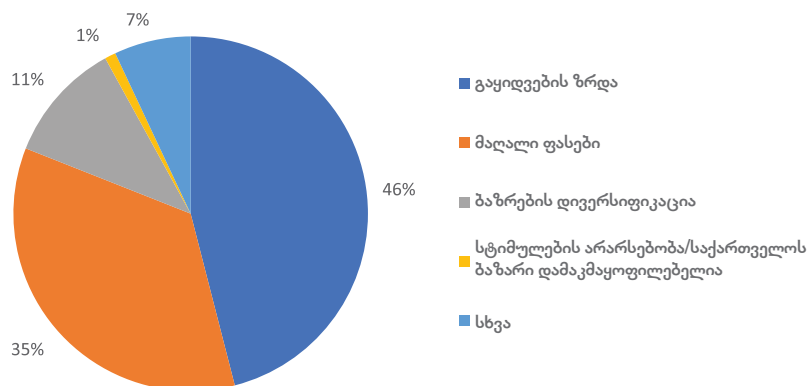
დიაგრამა №2.22. ექსპორტის შესაძლებლობებზე ინფორმაციის მიღების წყაროები



გამოკითხვისას SME-ების წარმომადგენლებს ასევე უნდა ეპასუხათ, თუ რა იყო ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტისთვის მათი ძირითადი სტიმული. **ქართული SME-ებისთვის პროდუქციის ექსპორტის ძირითადი მოტივაცია გაყიდვების ზრდას უკავშირდება – გამოკითხული სანარმოების თითქმის ნახევარმა (46%) მიუთითა მასზე, როგორც სტიმულის მომცემ ფაქტორზე;** ერთ მესამედზე მეტმა (35%) ევროკავშირის ბაზარზე არსებული მაღალი ფასები დაასახელა; 11%-მა – ექსპორტის დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა; 7%-მა – სხვა ფაქტორები, როგორცაა გამოცდილების მიღების შესაძლებლობა და ტექნოლოგიების ტრანსფერი; ხოლო 1%-მა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე იმპორტის სტიმულების დასახელება ვერ შეძლო.

ორი ფაქტორის კომბინაცია – მაღალი ფასები და გაყიდვების ზრდა, კომპანიების 80%-ზე მეტის მიერ იქნა დასახელებული, თითქმის ყველა რეგიონში (მცხეთა-მთიანეთისა და სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონებში ამ ორმა ფაქტორმა ერთად 90%-ს გადააჭარბა). გამონაკლისს წარმოადგენს შიდა ქართლი (66.7%) და აჭარის ა.რ. (55.4%), სადაც აღნიშნული ორი ფაქტორის კომბინაცია SME-ების შედარებით მცირე ნაწილის (პროპორციულად) მიერ დასახელდა. ბაზრის დივერსიფიკაცია კი მოტივაციის მიმცემ ფაქტორად განისაზღვრა კომპანიების შედარებით მცირე ნაწილის მიერ, ყველა რეგიონში. ის კომპანიები, რომლებმაც ვერცერთი სტიმულის დასახელება შეძლეს მხოლოდ შიდა ქართლსა (ორი კომპანი) და აჭარის ა.რ.-ში (ოთხი კომპანია) მდებარეობს (იხ. დიაგრამა №2.23.)

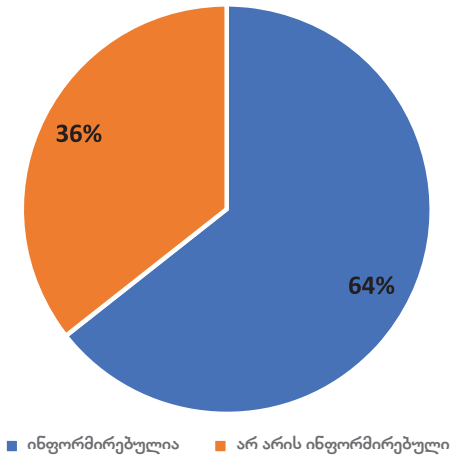
დიაგრამა №2.23. SME-ების სტიმულები, ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე პროდუქციის ექსპორტისთვის



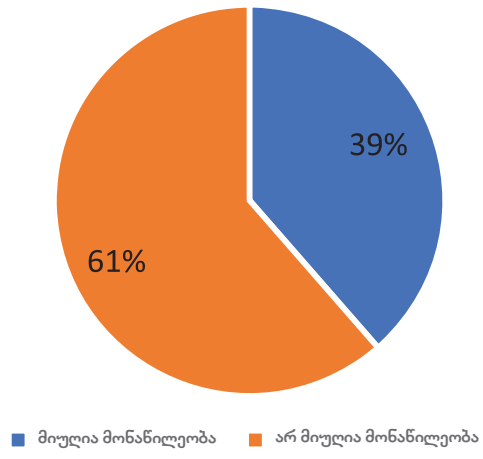
საერთო ჯამში, გამოკითხული SME-ების უმრავლესობა (64%) SME-ებისადმი მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამების შესახებ ინფორმირებულია. აგრეთვე, SME-ების 39%-მა განაცხადა, რომ ისინი ერთ ან მეტ ასეთ პროგრამაში უკვე მონაწილეობენ. მათ შორის, ყველაზე ხშირად ნახსენები პრო-

გრამები იყო: ENPARD-ის საგრანტო პროგრამა (29%), „ანარმოე საქართველოში“ და სხვა სახელმწიფო პროგრამები (35%), და დონორი ორგანიზაციების გრანტები, მათ შორის, Mercy Corps, CARE, USAID, FAO, PIN და ACF (იხ. დიაგრამები №2.24, 2.25, და 2.26.)

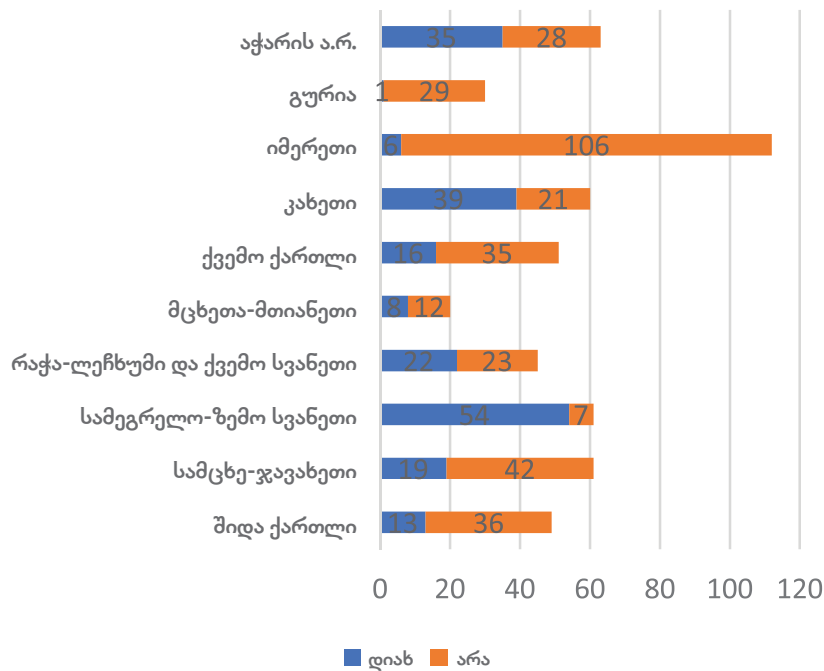
დიაგრამა №2.24. მხარდაჭერის პროგრამების შესახებ SME-ების ინფორმირებულობა



დიაგრამა №2.25. SME-ების მხარდაჭერის პროგრამებში მონაწილეობის რაოდენობა



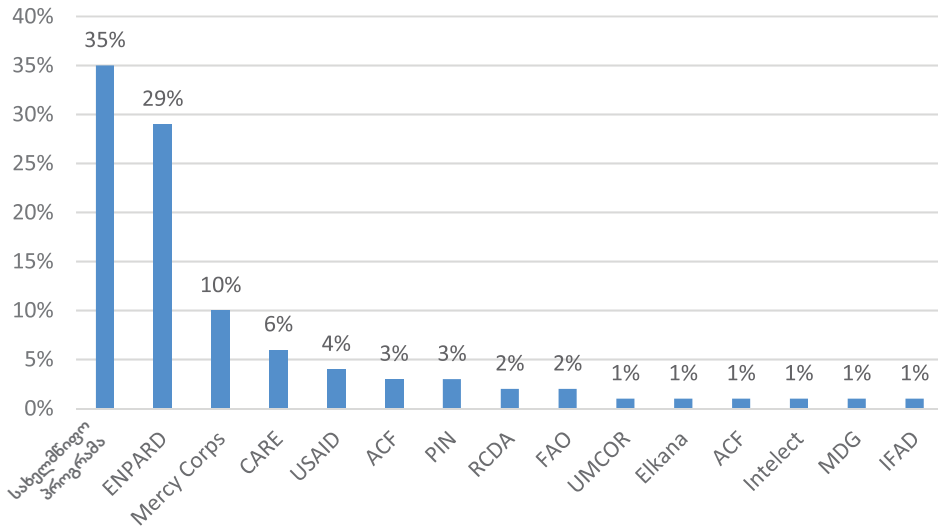
დიაგრამა №2.26. SME-ების მხარდაჭერის პროგრამებში მონაწილე SME-ების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით



SME-ების მხარდაჭერის პროგრამების შესახებ ინფორმირებული კომპანიების ყველაზე მაღალი წილი (პროპორციულად) შემდეგ სამ რეგიონშია: სამეგრელო-ზემო სვანეთი (95.1%), მცხეთა-მთიანეთი (95%) და აჭარის ა.რ. (93.8%). ინფორმირებულობის დონე ყველაზე დაბალია გურიაში, სადაც SME-ების მხარდაჭერის პროგრამებზე ინფორმირებული კომპანიების წილი მხოლოდ 3.3%-ია.

რეგიონები, სადაც კომპანიების აბსოლუტურ უმრავლესობას აქვს მონაწილეობა მიღებული SME-ების მხარდაჭერის პროგრამებში, სამეგრელო-ზემო სვანეთი (88.5%) და აჭარის ა.რ.-ია (55.6%). ხოლო იმერეთი (5.4%) და გურია (3.3%) ის რეგიონებია, სადაც SME-ების მხარდაჭერის პროგრამაში მონაწილე კომპანიების წილი ყველაზე დაბალია (იხ. დიაგრამა №2.27).

დიაგრამა №2.27. პროგრამები, რომელშიც SME-ებს მიუღიათ მონაწილეობა



მხარდაჭერის არსებული პროგრამები და მოქმედი დონორები რეგიონების მიხედვით განსხვავებულია. მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამები კომპანიების მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის იყო დონორი აჭარის ა.რ.-ში (26 კომპანია), სამეგრელო-ზემო-სვანეთში (19), რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში (11), კახეთში (8), ქვემო ქართლსა (7) და შიდა ქართლში (5). ქვემო ქართლის რეგიონში ENPARD-ის და სახელმწიფო პროგრამების მიერ მხარდაჭერილი კომპანიების რაოდენობა ერთი და იგივეა (7). ასევე, ENPARD იყო დონორი კომპანიების მნიშვნელოვანი რაოდენობისთვის კახეთში (13), სამცხე-ჯავახეთში (8), მცხეთა-მთიანეთსა (4) და იმერეთში (2). გურიაში მხოლოდ ერთმა კომპანიამ ისარგებლა დონორის მხარდაჭერის პროგრამით, ამ შემთხვევაში USAID-ის ფარგლებში. სამცხე-ჯავახეთში კი, კომპანიების ყველაზე დიდი რაოდენობისთვის (10) დონორი Mercy Corps იყო. აღსანიშნავია, რომ სამეგრელო-ზემო სვანეთში სახელმწიფო პროგრამების გარდა, მნიშვნელოვანი რაოდენობის კომპანიებს (7) გაუწია დონორობა CARE-მა.

ცხრილი №2.3. SME-ების მხარდაჭერა დონორების მიერ, რეგიონების მიხედვით

რეგიონი/საქმიანობის არეალი	მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამები	ENPARD ¹⁵	Mercy Corps ¹⁶	CARE ¹⁷	USAID ¹⁸	სსპა
აჭარის ა.რ.	26	4	4		1	
გურია					1	
იმერეთი		2				1
კახეთი	8	13			3	13
ქვემო ქართლი	7	7				2
მცხეთა-მთიანეთი		4				3
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	11	3		1		8
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	19	1		7		4
სამცხე-ჯავახეთი	1	8	10			2
შიდა ქართლი	5	2	1			
სულ	77	44	15	8	5	33

¹⁵ წყარო: „სოფლისა და სოფლის მეურნეობის განვითარების ევროპის სამეზობლო პროგრამა“ – <http://enpard.ge/ge/>.
¹⁶ წყარო: Mercy Corps საქართველო - <http://www.mercycorps.ge/>.
¹⁷ წყარო: CARE - <http://www.care-caucasus.org/ge/>.
¹⁸ წყარო: „ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტო“ (USAID) - <https://www.usaid.gov/georgia>.

ქირითაღი მიზნაუბი

SME-ების კითხვარის მეშვეობით თითოეულ რეგიონში საშუალოდ ცხრა SME იქნა შესწავლილი. შეიქმნა მათი პროფილები და იდენტიფიცირდა ექსპორტის ამჟამინდელი ფორმები და მათი მზაობა – საკუთარი პროდუქცია ევროპის ერთიან ბაზარზე გაიტანონ ექსპორტზე. ასევე, SME-ების გამოკითხვით, ამ პროცესში საქართველოს SME-ების წინაშე მდგარი გამოწვევებიც განისაზღვრა. SME-ების უმრავლესობა მცირე საწარმოების განმარტებაში ჯდება, რომელიც დასაქმებულთა რაოდენობის მიხედვით განისაზღვრება. SME-ების 74%-ში 15-მდე დასაქმებულია. რაც შეეხება ამ საწარმოების ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმას, აღსანიშნავია, რომ კოოპერატივი, საქართველოს მთავრობისა და ევროკავშირის მიერ უკანასკნელი ოთხი წლის განმავლობაში აქტიურად იყო მხარდაჭერილი. შესაბამისად, აღნიშნულმა მხარდაჭერამ საქართველოს SME-ების ლანდშაფტზეც მოახდინა გავლენა და კოოპერატივები გამოკითხული SME-ების უდიდეს ნაწილს წარმოადგენს (44%). მათ მიერ წარმოებული ზოგიერთი პროდუქტი, როგორცაა თაფლი, არამხოლოდ საქართველოშია ყველაზე პოპულარულ პროდუქტებს შორის, არამედ, ევროკავშირის მიერ აქვთ მოპოვებული აღიარება, რაც ამ პროდუქტის ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობას იძლევა.

საქართველოს SME-ების მიერ წარმოებულ სხვა პროდუქტებს ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე შესვლის განსხვავებული შანსები აქვთ: მაშინ, როცა ზოგიერთი პროდუქტი, როგორცაა ღვინო, თაფლი, ხილი და კენკრა, ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე უკვე იყიდება, სხვა პროდუქტებს, მაგალითად ყველს და ხაჭოს, იქ მოსახვედრად წარმოების ევროკავშირის მიერ დადგენილ მოთხოვნებთან და სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოსვლა ჯერ კიდევ ესაჭიროებათ.

საქართველოს რეგიონებში მოქმედი SME-ები ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის პოტენციალის მნიშვნელობის გააზრებას უკვე იწყებენ. გამოკითხვის მიხედვით, ამჟამად SME-ების მხოლოდ 23% გადის ექსპორტზე, მათი 42% კი პროდუქტს სრულად ან ნაწილობრივ ევროკავშირის ერთიანი ბაზრის წევრ ქვეყნებში ყიდის, თუმცა საქართველოში ასეთი კომპანიების რიცხვი ჯერ ისევ არც თუ ისე დიდია. აღსანიშნავია, რომ ამ მხრივ ლიდერობს იმერეთის რეგიონი, სადაც, ექსკლუზიურად, ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტს ხუთი კომპანია ახორციელებს; ხოლო იმ SME-ების უმრავლესობა, რომლებიც როგორც ევროკავშირში, ასევე ევროკავშირის არანევრ ქვეყნებში ახორციელებენ ექსპორტს, სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონში მდებარეობს (11 SME). SME-ების მიერ დასახელდა ის დაბრკოლებებიც, რომლებიც, მათი აზრით, ქართული პროდუქციის ევროკავშირში გაყიდვას უშლის ხელს. ეს დაბრკოლებებია: ევროკავშირში პარტნიორების სიმცირე; ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტისთვის საჭირო პროცედურების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა; წარმოების არასაკმარისი მოცულობა; ექსპორტისთვის საჭირო მოცულობის წარმოებისთვის საჭირო რესურსების ნაკლებობა; ევროკავშირში ექსპორტისთვის საჭირო ხარისხის სერტიფიკატების არქონა.

ექსპორტის შესაძლებლობებსა და, კერძოდ, DCFTA-ზე ინფორმირებულობის დაბალი დონე, როგორც ჩანს, საქართველოს SME-ების წინაშე მდგარი პრობლემატური და მნიშვნელოვანი საკითხია. გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, რომ SME-ების 57% ექსპორტის შესაძლებლობების შესახებ საკმარის ინფორმაციას არ ფლობს, მათ 38%-ს კი DCFTA-ს შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა აქვს. თუმცა მნიშვნელოვანია იმის ხაზგასმაც, რომ **გამოკითხულთაგან ყველა SME-მ, რომელიც DCFTA-ზე ინფორმაციას ფლობდა, ის დადებითად შეაფასა.** ეს გამოკითხული SME-ების 65%-ია. გამოკითხული 559 კომპანიიდან, მხოლოდ ერთმა SME-მ (მისმა წარმომადგენელმა) შეაფასა ნეგატიურად DCFTA – რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ მას DCFTA-ს შესახებ ინფორმაცია არ ჰქონდა; დანარჩენებმა კი ინფორმაციის არქონის ან არცოდნის გამო ვერ შეძლეს DCFTA-ს შეფასება.

დადებითად ფასდება ის შესაძლებლობებიც, რომლებსაც SME-ები ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტის შედეგად ხედავენ. გაყიდვების ზრდა, ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე არსებული უფრო მაღალი ფასები, გამოცდილების მიღებისა და ახალი ტექნოლოგიების საქართველოში შემოტანის

შესაძლებლობა – გამოკითხვისას SME-ების მხრიდან, მათთვის სტიმულის მიმცემ ფაქტორებად ყველაზე ხშირად დასახელდა.

გამოკითხული SME-ების SWOT ანალიზი

კითხვარის, სამაგიდო კვლევისა და ინტერვიუების ჩატარების შედეგები ქვემოთ SWOT ანალიზის მეშვეობით არის შეჯამებული, სადაც საქართველოს SME-ების DCFTA-ში მონაწილეობა და ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტზე გავლენის მომხდენი ფაქტორები შეფასდა. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ხაზგასმულია გამოკითხული SME-ების ძირითადი ძლიერი და სუსტი მხარეები და, ასევე, ძირითადი შესაძლებლობები და საფრთხეები მომავლისთვის (იხ. ცხრილი №2.3).

ცხრილი №2.3.

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<ul style="list-style-type: none"> ▶ შედარებით დაბალი საგადასახადო ვალდებულება და შეღავათიანი საგადასახადო სისტემა მიკრო და მცირე ბიზნესებისთვის; ▶ საქართველოს, ევროკავშირისა და სხვა საერთაშორისო დონორების მიერ დაფინანსებული SME-ების მხარდაჭერის პროგრამები; ▶ ლიბერალური სავაჭრო რეჟიმები – DCFTA, FTAs da GSP+; ▶ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე არსებული მაღალი მოთხოვნა ზოგიერთ ნიშურ პროდუქტზე, ექსპორტის განვითარების შესაძლო პერსპექტივით (როგორცაა ჩირეული, თაფლი, ხილის კონცენტრატები, ბიო ხილი და კენკრა). 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ სამეწარმეო უნარებისა და გამოცდილების ნაკლებობა; ▶ ფინანსებზე/გრძელვადიან საინვესტიციო რესურსებზე შეზღუდული წვდომა; ▶ ინოვაციისა და „კვლევის და განვითარების“ დაბალი დონე (მაგალითად, წარმოების პროცესში ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება); ▶ ევროკავშირის ერთიანი ბაზრის მოთხოვნების შესახებ არასაკმარისი ინფორმაციის ფლობა; ▶ DCFTA-ზე ინფორმაციის ნაკლებობა; ▶ სუსტი და განუვითარებელი საინფორმაციო და საკონსულტაციო სერვისები; ▶ პროდუქტების ექსპორტირების მიმართ არსებული დაბალი ინტერესი, განსაკუთრებით მიკრო და მცირე ბიზნესებში; ▶ მცირე ბიზნესების უმრავლესობას წარმადობის დაბალი მაჩვენებელი აქვს (განსაკუთრებით სოფლის მეურნეობის სფეროში); ▶ ქვეყნის შიდა დონეზე SME-ებს შორის თანამშრომლობის არარსებობა, მათ შორის, პროდუქტის ექსპორტირების თაობაზე; ▶ სოფლის მეურნეობასა და მის პროდუქტებზე ზედმეტი დამოკიდებულება; ▶ აქცენტის გაკეთება ისეთ პროდუქტებზე, რომლებსაც დაბალი დამატებითი ღირებულება აქვს; ასევე, იმ კომპანიების სიმცირე, რომლებიც პროდუქტებს უფრო მაღალი სიზუსტით აწარმოებენ.
შესაძლებლობები	საფრთხეები
<ul style="list-style-type: none"> ▶ ეფექტური საინფორმაციო და საკონსულტაციო სერვისები რეგიონებში, გან- 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ პოლიტიკური არასტაბილურობა და DCFTA-ის იმპლემენტაციისთვის პოლიტი-

<p>საკუთრებით DCFTA-ის იმპლემენტაციის თემატიკაზე;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ DCFTA-ის საკითხებში მთავრობისა და სახელმწიფო ინსტიტუტების უფრო ძლიერი ჩართულობა; ▶ საჯარო მოხელეებში DCFTA-ს საკითხებზე ინფორმირებულობის დონის ზრდა; ▶ ევროკავშირის მიერ შემუშავებული პროგრამების მეშვეობით ფინანსებზე გაზრდილი წვდომა; ▶ დაფინანსების წყაროების დივერსიფიკაცია (ევროკავშირი, USAID, UNDP, SDC, ADC, FAO და სხვა პროგრამები); ▶ იმ SME-ების რიცხვის ზრდა, რომლებიც წარმოებისა და პროცესირების საერთაშორისო სტანდარტებს აკმაყოფილებენ; ▶ ეკონომიკაზე ორიენტირებული CSO-ების გაძლიერება და მათთვის ადგილობრივი მწარმოებლებისთვის დახმარების განვების შესაძლებლობის მიცემა; ▶ ადგილობრივ და ცენტრალურ მთავრობებს, SME-ებსა და CSO-ებს შორის კავშირების გაძლიერება; ▶ SME-ებისთვის მოტივაციის მიცემა სხვა ქვეყანებში მოქმედი იმ კომპანიების წარმატების შესახებ ინფორმაციის მიცემით, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე უკვე შევიდნენ; ▶ გამოცდილების გაზიარება DCFTA-ის ხელმომწერ სხვა სახელმწიფოებთან – მოლდოვასა და უკრაინასთან; ▶ საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება, განსაკუთრებით ევროკავშირის საწარმოებთან (საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ჩათვლით); ▶ SME-ების გაძლიერების მხარდაჭერა იმისათვის, რომ მათ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე კონკურენციის განწევა შეძლონ. 	<p>კური სურვილის ნაკლებობა;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ შესაძლო გარე ეკონომიკური ფაქტორები (მათ შორის, საერთაშორისო ბაზრებიდან მომდინარე ფინანსური კრიზისი და შოკები); ▶ მესამე ქვეყნებზე ზედმეტი ეკონომიკური დამოკიდებულება (რუსეთი, თურქეთი, ჩინეთი).
--	--

საქართველოში SME-ების განვითარების მნიშვნელოვანი ძლიერი მხარეები ევროკავშირთან ინტეგრაციიდან მოდის. ლიბერალური საგარეო სავაჭრო რეჟიმები ევროკავშირთან და სხვა ქვეყნებთან/ქვეყანათა ჯგუფებთან (DCFTA, FTAs, GSP+) საქართველოს SME-ებს შეღავათიანი ვაჭრობის საშუალებას აძლევს. ევროპის სამეზობლო პოლიტიკის ფარგლებში, განსაკუთრებით ასოცირების შეთანხმების საშუალებით, SME-ების მხარდაჭერის მექანიზმები შეიქმნა და გაფარდოვდა ისეთი სააგენტოების მეშვეობით, როგორებიცაა: „აწარმოე საქართველოში“, „კონკურენციის სააგენტო“, „აკრედიტაციის ცენტრი“ და „ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო“.¹⁹ ამავდროულად, SME-ების მხარდაჭერისა და DCFTA-ის იმპლემენტაციის პროგრამები საერთაშორისო და ადგილობრივი დონორების მიერ ფინანსდება, რაც ადგილობრივ SME-ებს ახალ შესაძლებლობებს სთავაზობს. როგორც გამოკითხვამ აჩვენა, ზოგიერთმა SME-მ ამ პროგრამებით სარგებლობა და ევროკავშირის

¹⁹ წყარო: თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან – www.dcfta.gov.ge.

ერთიან ბაზარზე ექსპორტი უკვე დაიწყო. SME-ების განვითარებისთვის საკმაოდ ხელსაყრელია შიდა რეგულაცია, გამარტივებული ადმინისტრაციული პროცედურებით, მიკრო და მცირე ბიზნესებისთვის შედარებით დაბალი გადასახადებითა და შეღავათიანი საგადასახადო სისტემით. ასევე, გამოკითხვის დროს გამოიკვეთა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე მაღალი მოთხოვნის მქონე ზოგიერთი ნიშური პროდუქტიც, რომელთა განვითარება ექსპორტისთვის შესაძლებელია (ჩირეული, თაფლი, წველების კონცენტრანტები, ბიო ხილი და კენკრა). ასეთი მიმართულებები უნდა განვითარდეს, რათა ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე შელწევა მოხდეს და შედარებითი უპირატესობა შეიქმნას.

სუსტი მხარეები: SME-ების მხარდაჭერის პროგრამების და მექანიზმების არსებობის მიუხედავად, ორგანიზაციების ევროპის ბაზარზე ეფექტური შელწევადობის უნარი მცირეა. SME-ების წინაშე მდგარი ძირითადი პრობლემა სამენარმეო უნარებისა და გამოცდილების და, ასევე, ექსპორტისადმი ინტერესის ნაკლებობაა. ეს ყოველივე განსაკუთრებით მცირე და მიკრო ბიზნესებს ეხება. გამოკითხვამ ასევე აჩვენა, რომ SME-ები DCFTA-ის შედეგად მიღებულ შესაძლებლობებზე, ისევე როგორც გამოწვევებზე, საკმარის ინფორმაციას არ ფლობენ. ადგილობრივ SME-ებს წარმოების პროცესში ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების უნარიც აკლიათ და ფინანსებზეც შეზღუდული წვდომა აქვთ, რაც მათ პროდუქტიულობას აუარესებს, ეს კი ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობებზე უარყოფითად მოქმედებს. ასევე, ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემა იქიდან მომდინარეობს, რომ მცირე ბიზნესების უმრავლესობას წარმოების დაბალი შესაძლებლობები აქვს (განსაკუთრებით სოფლის მეურნეობის სფეროში) და თანამშრომლობისთვის საჭირო, ჩამოყალიბებული მექანიზმები არ გააჩნია. გამოკითხვის შედეგად DCFTA-ის სფეროში SME-ებისთვის ცნობიერების ასამაღლებლად დამატებითი საინფორმაციო კამპანიების ჩატარების საჭიროება გამოიკვეთა.

შესაძლებლობები: DCFTA-ის იმპლემენტაციამ საქართველოს მთავრობის, ევროკავშირისა და საერთაშორისო დონორი საზოგადოებების მზარდი ყურადღება მიიპყრო. ეს ყოველივე ქართველი მწარმოებლებისთვის ექსპორტის პოტენციალის გაძლიერებისკენაა მიმართული, რათა ისინი ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე შესასვლელად და კონკურენციის გასაწევად იყვნენ მზად. 2017 წლის ნოემბრის აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამიტზე „ოცი შედეგი 2020 წლისთვის“ დოკუმენტის დამტკიცებამ ეკონომიკური განვითარებისა და SME-ების საბაზრო შესაძლებლობების პრიორიტეტულობას შემდეგი ხუთი მიმართულებით გაუსვა ხაზი:

- ▶ საინვესტიციო და ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესება და SME-ებისთვის მზარდი პოტენციალის მიცემა;
- ▶ ფინანსებსა და საფინანსო ინფრასტრუქტურაზე წვდომაზე არსებული ხარვეზების აღმოფხვრა;
- ▶ ადგილობრივ და რეგიონულ დონეზე ახალი სამუშაო შესაძლებლობების შექმნა;
- ▶ ციფრული ბაზრის ჰარმონიზაცია;
- ▶ პარტნიორ ქვეყნებსა და ევროკავშირის შორის რეგიონთაშორისი ვაჭრობის მხარდაჭერა.²⁰

აღნიშნული „შედეგები“ რამდენიმე ისეთ გამოწვევას შეეხება, რომელიც გამოკითხვის დროს რესპონდენტების მიერაც გააჟღერდა. საქართველოს SME-ებს უნარიანობისა და შესაძლებლობების გაძლიერებისთვის დაფინანსების წყაროების დივერსიფიცირება და სხვადასხვა დონორების მიერ (ევროკავშირი, USAID, UNDP, SDC, ADC და FAO) მხარდაჭერილ პროგრამებზე წვდომის მოპოვება

²⁰ წყარო: ევროკომისია, „აღმოსავლეთ პარტნიორობა – 20 შედეგი 2020 წლისთვის. ძირითადი პრიორიტეტები და შედეგები.“ ერთობლივი სამუშაო დოკუმენტი, ბრიუსელი, 9.6.2017, https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/swd_2017_300_f1_joint_staff_working_paper_en_v5_p1_940530.pdf.

სჭირდება. ასევე, SME-ებს DCFTA-ზე უფრო მეტი ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს და ახლადშექმნილი საკონსულტაციო სერვისები რეგიონების მასშტაბითაც უნდა გაფართოვდეს. ეს ყოველივე კი, თავის მხრივ, DCFTA-ის მხარდაჭერისა და იმპლემენტაციის საქმეში როგორც სახელმწიფო ინსტიტუტების, ასევე ადგილობრივი სამოქალაქო ორგანიზაციების უფრო საფუძვლიან ჩართულობას მოითხოვს. გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, CSO-ები საქართველოს რეგიონებში ინფორმაციის მიწოდებისა და გავრცელების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენენ. სწორედ ამიტომ, ეკონომიკაზე ორიენტირებული CSO-ების გაძლიერება, მათი მხრიდან, ადგილობრივი მწარმოებლებისთვის უფრო ეფექტური დახმარების განევის საწინდარი იქნებოდა. დაბოლოს, საერთაშორისო და ადგილობრივი თანამშრომლობა ახალ შესაძლებლობებს შექმნიდა, განსაკუთრებით, თუკი ეს თანამშრომლობა ისეთ საკითხებს შეეხებოდა, როგორცაა: ევროკავშირის საწარმოებთან კავშირების გაძლიერება, DCFTA-ის სხვა ხელმომწერ სახელმწიფოებთან – მოლდოვა და უკრაინა – გამოცდილების გაზიარება და იმ ქვეყნების წარმატებიდან და გაკვეთილებიდან ინფორმაციის აღება, რომლებიც ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე უკვე შესულები არიან.

საფრთხეები: საქართველოს მთავრობაში არსებული მზაობისა და პოლიტიკური სურვილის გარდა, რომ ასოცირების შეთანხმებითა და DCFTA-ით აღებული ვალდებულებების იმპლემენტაცია მოახდინოს, პოლიტიკური მხარდაჭერა და პროცესის განგრძობითობა მისი წარმატებისთვის უმნიშვნელოვანესია. იმისათვის, რომ ევროკავშირის ერთიან ბაზარზე ექსპორტი გამარტივდეს და შესაძლო საგარეო დაბრკოლებები (მაგ: ფინანსური კრიზისი და საერთაშორისო ბაზრებიდან მომდინარე შოკები) დაიძლიოს, საქართველოს როგორც ახლანდელ, ასევე მომავალ მთავრობებს, SME-ებისათვის სახელმწიფო სერვისების გაძლიერების ვალდებულება ექნებათ. ეკონომიკური დამოკიდებულება მესამე ქვეყნებზე, მაგალითად რუსეთსა და თურქეთზე, ქართველი SME-ების ევროკავშირში ექსპორტის ინტერესსა და შესაძლებლობებზე ახდენს გავლენას. როგორც ანგარიში აჩვენებს, ეს უკანასკნელი, SME-ების მიერ მათთვის უკვე კარგად ნაცნობი ამ ორი ბაზრისთვის უპირატესობის მინიჭებაში გამოიხატება, მაშინ, როცა ისინი DCFTA-ის იმპლემენტაციის შესაძლო სარგებელზე სათანადოდ ინფორმირებულნი არ არიან.

პროექტის პარტნიორები



„აღმოსავლეთ ევროპის კვლევების ცენტრი“ (EESC)
ვილნიუსი, ლიტვა, www.eesc.lt



საქართველოს „ბიზნეს საკონსულტაციო ორგანიზაციების ასოციაცია“ (ABC Georgia საქართველო)
თბილისი, საქართველო, www.abco.ge



„საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი“ (GIP)
თბილისი, საქართველო, www.gip.ge



GLOBSEC
ბრატისლავა, სლოვაკეთი, www.globsec.org



ახალგაზრდა მეცნიერთა კავშირი „ინტელექტი“
ბათუმი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა, საქართველო, www.intellect.org.ge



„ატინატი“
ზუგდიდი, სამეგრელოს რეგიონი, საქართველო, www.atinati.org



„კავკასიის გენეტიკა“
სიღნაღი, კახეთის რეგიონი, საქართველო