

ბიულეტენი

№ 68
2002
მაისი

საქართველოს
სტრატეგიული კვლევებისა
და განვითარების ცენტრი



ISSN 1512-0813

☐

კომერციული ბანკების შემოსავლები
და მათი ფორმირების სპეციფიკა

☐

საქართველოს საგადასახდლო ბალანსი
(მდგომარეობა, დინამიკა, პერსპექტივები)

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG

C 03 - 00401

**საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა
და განვითარების ცენტრი**

ქახაბერი ჯაფარი
გიგა გველესიანი

კომპიუტერული განკვეთის შემოსავლები

და მათი ფორმირების სავსიფიქსი ----- 3

როინი სახაროვი
დავით ნარმანია
აპაკი ცოტაძე

საქართველოს საგადასდელო გალანსი

(მდგომარეობა, დინამიკა, პერსპექტივები) ----- 33



საქართველოს ადამიანთა განვითარების ინდექსი
საქართველოს ადამიანთა განვითარების ინდექსი

დასავლეთის კომერციულ ბანკებთან შედარებით, რომელთა საქმიანობის არეალი და შესრულებული საქმიანობის მოცულობა ძლიერ დიდია, ქართული კომერციული ბანკები დამატებით სიმძლევებს (ანუ რისკებს) აწყდებიან ქვეყანაში წარმოების არსებული დაცემის, მძიმე სოციალური ფონის, პოლიტიკური არასტაბილურობის და სხვა ფაქტორების გამო.

საქართველოს საბანკო სისტემის მდგომარეობა კარგად ჩანს ცხრილში №1. ჯერ კიდევ 1998 წელს კომერციული ბანკებისათვის მინიმალური სარეზერვო მოთხოვნის პარამეტრი 12-დან 16%-მდე გაიზარდა, რაც იმ დროს განვითარებული მოვლენების ფონზე (რუსეთის კრიზისი, ლარის დეველუაცია) პოზიტიურ მოვლენად უნდა შეფასდეს. ეს განაკვეთი არსებობდა ორი წელი. 2000 წელს მისი შემცირება მოხდა 2%-ით. მისმა ხელახალმა გაზრდამ შეიძლება გამოიწვიოს ქვეყნის ეკონომიკის დაკრედიტებისა და ინვესტიციების შემცირება, რაც საკმაოდ უარყოფითი მოვლენა იქნება დღევანდელ ისედაც რთულ სიტუაციაში.

1995-2001 წლებში კომერციული ბანკების რისკების შემცირებასთან ერთად მონეტარული აგრესიების მაჩვენებლებიც იზრდებოდა. 1995 წელთან შედარებით, 2001 წელს ფართო ფული (M3) ერთ ბანკზე 25,3 მლნ-ით, სარეზერვო ფული (M1) ერთ ბანკზე 14,4 მლნ-ით, ნაღდი ფული მიმოქცევაში (M0) ერთ ბანკზე 12,2 მლნ. ლარით გაიზარდა. ფაქტობრივად მოხდა მიმოქცევაში ფულის მასის ზრდა და დეპოზიტების მატება - როგორც ეროვნულ, ისე უცხოურ ვალუტაში. უცხოურ ვალუტაში დეპოზიტების მკვეთრი ზრდა ფაქტობრივად საბანკო სისტემისადმი ნდობის ზრდაზე მიუთითებს, თუმცა რატომ უნდა დოლარიზაციის მაჩვენებელი საკმაოდ არასახარბიელოა (იხ. დიაგრამა №1, 2).

რაც შეეხება წმინდა საბანკო აქტივების მაჩვენებელს, ერთ ბანკზე იგი 1995 წელთან შედარებით 2001 წელს 30,4 მლნ-ით, განაღდებული სანქსდებო კაპიტალი ერთ ბანკზე 7,2 მლნ-ით და საკუთარი კაპიტალი ერთ ბანკზე 9,7 მლნ-ით გაიზარდა. ამ მაჩვენებლის მატება საკმაოდ კარგია ვინაიდან იგი გულისხმობს, რომ კომერციულმა ბანკებმა გააუმჯობესეს აქტივების ხარისხი, დახვეწეს რისკებისა და დანაკარგების შეფასების კრიტერიუმები.

2001 წელს ერთ ბანკზე საკრედიტო დაბანდება 1995 წელთან შედარებით 16,6 მლნ-ით, ხოლო წინა წელთან შედარებით 3,8 მლნ. ლარით გაიზარდა. აქედან შეიძლება დავასკვნათ, რომ კომერციული ბანკების კრედიტუნარიანობის ხარისხის ზრდა განპირობებულია საკრედიტო პორტფელის მარ-

თვის ტექნოლოგიების გაუმჯობესებით. 2001 წლის მდგომარეობით ქართულ კომერციულ ბანკებს 77,608 მლნ. აშშ დოლარის, 7 მლნ. ევროს, 13,541 მლნ. გერმანული მარკის ოდენობის უცხოური საკრედიტო ხაზები ჰქონდათ გახსნილი.

რაც შეეხება მიმდინარე მოგებას, თუ ეს მაჩვენებელი ერთ ბანკზე 1995, 1996, 1997 და 2000 წლებში უარყოფითი იყო 2001 წელს მან 0,5 მლნ. ლარი შეადგინა.

განსაკუთრებით გამოირჩევა დეპოზიტების სტრუქტურის ცვლილების ტენდენცია (იხ. დიაგრამა №3, 4). 1995 წელთან შედარებით ვადანი დეპოზიტები 33,6%-ით, 2000 წელთან შედარებით კი 5,8%-ით, ხოლო დეპოზიტები უცხოურ ვალუტაში შესაბამისად 44,6%-ით და 7,8%-ით გაიზარდა. საკმაოდ არასახარბიელო მდგომარეობაა ეროვნულ ვალუტაში დეპოზიტებთან დაკავშირებით. მარტო წინა წელთან შედარებით ეს მაჩვენებელი 7,8%-ით შემცირდა. 2001 წლის განმავლობაში საქართველოს კომერციულ ბანკებში დეპოზიტების მოცულობები საგრძნობლად გაიზარდა. თუ წლის დასაწყისში სადეპოზიტო ვალდებულებების მთლიანი მოცულობა 296383 ათას ლარს შეადგენდა, წლის ბოლოსათვის მან 383595 ათას ლარს მიაღწია, ანუ 29,4%-ით გაიზარდა. ამ საანალიზო პერიოდში შედარებით მაღალი ტემპით გაიზარდა მიმდინარე ანგარიშების მოცულობები. 168355 ათასი ლარიდან 229998 ათას ლარამდე, ანუ 36,6%-ით, ხოლო იურიდიული პირების ვადანი დეპოზიტები - 28390 ათასი ლარიდან 37530 ათას ლარამდე, ანუ 32,2%-ით გაიზარდა.

შედარებით დაბალი ტემპით იზრდებოდა ფიზიკური პირების ანაბრების მოცულობა. იგი 99638 ათასი ლარიდან 116067 ათას ლარამდე, ანუ 16,5%-ით გაიზარდა. ძირითადი ზრდა უცხოურ ვალუტაში ანაბრებზე მოდის. კერძოდ, აღნიშნული წლის განმავლობაში დეპოზიტები უცხოურ ვალუტაში 36%-ით, ანუ 24168 ათასი ლარიდან 328606 ათას ლარამდე გაიზარდა. იგივე პერიოდში ძალიან უმნიშვნელო იყო ლარებში დეპოზიტების მოცულობის ზრდა - 54765 ათასი ლარიდან 54989 ათას ლარამდე.

2001 წლის განმავლობაში საქართველოს ათი უმსხვილესი კომერციული ბანკის წილი ქვეყნის საბანკო სისტემის მთლიან აქტივებში 82,8%-მდე გაიზარდა.

ეროვნული ბანკის გამოკვლევები ცხადყოფს, რომ წმინდა აქტივებისა და სააქციო კაპიტალის მიხედვით ბანკების ათეულს საქართველოს ბანკი ლიდერობს, ხოლო რაც შეეხება მთლიან ვალდებულებებს აქ პირველი ადგილი თიბისი ბანკს

უკავია. საქართველოს საბანკო სისტემაში აქტივების ხვედრითი წილის მიხედვით ლიდერობენ შემდეგი ბანკები:

საქართველოს ბანკი	15,6%
თიბისი ბანკი	13,5%
ბანკი	13,1%
საქართველოს საზღვაო ბანკი	10,7%
საქართველოს მკერდსაფინანსო ბანკი	8,3%
ბანკი ქართუ	6,0%
საქართველოს ბანკი	5,7%
ინტელექტუალური	5,4%
საქართველოს ბანკი	2,5%

ქართული კომერციული ბანკებისათვის გა-
ხსნილი საკრედიტო ხაზების მეშვეობით გაცემუ-
ლი სესხებიდან ყველაზე ნაკლები წილი, სამწუ-
ხაროდ, მოდის მრეწველობაზე (776 000 ლარი).
ყველაზე მეტი სესხაა გაცემული მომსახურებისა და
სხვადასხვა დანიშნულებისათვის, კერძოდ 42 932
000 ლარი. ასეთი სესხები შედარებით ნაკლები
სარგებლობის საპროცენტო განაკვეთით ხასიათდება
(იხ. დიაგრამა №5).

გასული წლის პირველი დეკემბრის მდგო-
მარეობით საქართველოს საბანკო სისტემის
საკრედიტო პორტფელი 428 479 000 ლარით განი-
საზღვრა. ანალოგიური მაჩვენებელი ზუსტად
ერთი წლით ადრე ამ პერიოდამდე შეადგენდა 433
373 000 ლარს. კომერციული ბანკების მიერ მოკლე-
ვადიან და გრძელვადიან სესხებზე ვადაგადა-
ცობა 2001 წლის I დეკემბრისათვის საკრედიტო
პორტფელის 8,57% იყო. იგივე მაჩვენებელი
ზუსტად ერთი წლის წინ აღნიშნულ პერიოდამდე
იყო საკრედიტო პორტფელის 7,31%.

2001 წლის I დეკემბრისათვის საქართველოს
კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სესხების
დავალინება დარგობრივი ჭრილის მიხედვით
შემდეგნაირად ნაწილდება:

საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000
საბანკო მოგების წილი	24588000	საბანკო მოგების წილი	496786000

როგორც ვხედავთ სახელმწიფო სექტორზე
გაცემული სესხების უმეტესი ნაწილი მრეწველო-
ბაზე მოდის, ხოლო არასახელმწიფო სექტორში კი
ინდივიდუალურ პირებზე. მათზე არასახელმწიფო
სექტორის მიერ მიღებული სესხების დაახლოებით
50% მოდის.

საქართველოს საბანკო სისტემის წმინდა
მოგება 2001 წელს 13,3 მლნ. ლარი შეადგინა, რაც
გასული წლის მაჩვენებელს 9,9 მლნ. ლარით აღე-
მატება. წმინდა მოგების ზრდა ძირითადად დამო-

კიდებულია პროცენტული შემოსავლების მატე-
ბზე, რომლის მოცულობაც გასულ წელს 45,3%-ით
გაიზარდა. საპროცენტო შემოსავლების ზრდას
ხელი შეუწყო საბანკო სისტემაში საკრედიტო
პორტფელის მოცულობის 53%-ით ზრდამ, რაც
საბანკო სისტემისათვის ძირითადი საპროცენტო
შემოსავლების მომტანი აქტივია.

კომერციული ბანკის საერთო შემოსავალი
ფორმირდება მრავალი შესაძლო წყაროდან.
შემოსავლების ძირითადი წყაროებია:

- შემოსავალი სააღრიცხვო-სასესხო ოპერა-
ციებიდან (სარგებელი);
- პროცენტები და დივიდენდები ფასიანი
ქაღალდების ინვესტიციებიდან;
- საკომისიო შემოსავლები მინდობილობითი;
- მოგება საბირჟო გარიგებებიდან;
- შემოსავალი უცხოური ოპერაციებიდან
(უცხოური კრედიტები, სავალუტო გარიგებები და
ა.შ.);

• საკომისიო გასამრჯელო საანგარიშსწო-
რებო, გზავნილებისა და სხვა ოპერაციებიდან.
თუ ბანკის საერთო შემოსავლიდან გამო-
ვალდებუთ ხარჯებს:

- საბანკო ოპერაციების გენსაბორციელებლად;
- ხელფასების გასაცემად;
- სარგებელი მეანბარებებს;
- ბანკის სამეურნეო და სხვა ხარჯები;

მივიღებთ კომერციული ბანკის წმინდა შემო-
სავალს. ხოლო თუ ამ წმინდა შემოსავალს გამო-
ვალდებუთ:

- ა) აქციონერების დივიდენდებს;
- ბ) ანაღრიცხვების სარგებლო კაპიტალში;

მივიღებთ ბანკის წმინდა მოგებას.
საბანკო მოგების წილი იანგარიშება შემო-
მდგომ ფორმულით:

$$\frac{\text{საბანკო მოგების წილი}}{\text{ბანკის წმინდა მოგება}} \times 100\%$$

საბანკო მოგების წილი
ბანკის საერთო
კაპიტალი

საბანკო მოგების წილი
ბანკის საერთო
კაპიტალი

„საქართველოს ბანკი“ ლიდერობს. ამ ბანკის
წმინდა მოგება შეადგინა 11 299 000 ლარი. მეორე
ადგილზეა სს „საქართველოს საზღვაო ბანკი“ - 6
632 000 ლარი, ხოლო მესამეზე სს „თიბისი ბანკი“
- 4 493 000 ლარი.

ქართული კომერციული ბანკების მიერ
განხორციელებული ოპერაციები სულ უფრო
დახვეწილ ხასიათს იღებს. აღსანიშნავია, რომ თუ
საბანკო ეტაპზე საბანკო სისტემის ფორმირებისას
საბანკო სფერო საქართველოში საკმაოდ ქაო-
ტურად ვითარდებოდა და ბანკების რაოდენობაც
საკმაოდ ძლიერ სცდებოდა ქართულ რეალობას,
უკანასკნელ პერიოდში შემოწმებული რეალობითი
ტენდენციებისა. ეროვნული ბანკის მიერ გატა-
რებული პოლიტიკა, რომელიც მიზნად ისახავდა
საბანკო სექტორის საიმედოობის ხარისხის
გაუმჯობესებას და შედარებით სტაბილური
მდგომარეობის დამკვიდრებას გამოიღო გარ-
კვეთი შედეგები.

კომერციული ბანკების რიცხვი 90-იანი
წლების განმავლობაში მცირდებოდა, რასაც,
გარკვეულწილად, ხელს უწყობდა ეროვნული
ბანკი, მოთხოვნების ეტაპობრივი გაზრდით.
გარდა ამისა ზოგადად კომერციულ ბანკებზე
ზედამხედველობის მექანიზმებიც იხვეწებოდა. ამ
ლორისივების შედეგად საბანკო სექტორში
არსებული მდგომარეობა - შემოსავლების კუ-
თხით, საგრძნობლად გაუმჯობესდა.

საქართველოში კომერციული ბანკების მიერ
განხორციელებულ საქმიანობას გარკვეული
ხინძილებები ახლავს ქვეყანაში არსებულ რთულ
ეკონომიკურ პირობებში რა თქმა უნდა კომერ-
ციულ ბანკებსაც უნდა ეხმოდებოდა სრულფასოვანი
ფუნქციონირება და მაქსიმალური შემოსავლების
მისაღებად საკუთარი პოტენციალის სრულად
გამოყენება.

იმ პირობებში, როდესაც ქვეყანაში საკმაოდ
მძიმე ვითარებაა მრეწველობაში და საკმაოდ
განვითარებულია საკრედიტო საქმიანობის მაღალი
ეფექტურობის შენარჩუნებით წარმართვა (კი-
ნაიდან სათანადო რაოდენობით მოთხოვნა კრე-
დიტებზე არ არის ქვეყანაში). ამიტომ კომერ-
ციული ბანკების მიერ დაკრედიტებული ოპერა-
ციები ხშირად ვაჭრობის სფეროზე მოდის. ქარ-
თული კომერციული ბანკების საკმაოდ კარგ შემო-
სავალს იღებენ ფულადი გზავნილების განხორ-
ციელების მეშვეობით. ეს გამოწვეულია მოსა-
ხლეობის დიდი ნაწილის საზღვარგარეთ მუშაო-
ბასთან ოჯახების შესანახად. აგრეთვე მძიმე
სოციალური ფონის გამო სალომბარდო კრედი-
ტები და მოსახლეობაზე გაცემული ამ სახის
კრედიტები საკმაოდ გავრცელებულია დღევან-
დელ საქართველოში.

სამწუხაროდ საქართველოში საკმაოდ ნელა
იკადებს ფეხს სამომხმარებლო კრედიტებით
სარგებლობა რაც მნიშვნელოვნად ხელს შეუ-
წყობდა ბანკების შემოსავლების ზრდას.

აგრეთვე მცირეა ჯერჯერობით კომერციული
ბანკების მიერ გრძელვადიანი სესხებისადმი
ინტერესი რაც ქვეყანაში არსებული არასტა-
ბილური მდგომარეობითაა გამოწვეული.

უკანასკნელ პერიოდში საკმაოდ გაიზარდა
ბანკებში განთავსებულ დეპოზიტთა მოცულობა,
რამაც ბანკებს მეტი რესურსების განკარგვის
საშუალება მისცა. დეპოზიტების ზრდა პოზიტი-
ური მომენტია, ვინაიდან იგი საბანკო სექტო-
რისადმი ნდობის ეტაპობრივ აღდგენაზე მიუთი-
თებს, რაც კარგი პროგნოზების საფუძველს
იძლევა. სამწუხაროდ, საკმაოდ დიდია ანბარებში
დოლარიზაციის მაჩვენებელი, რომელიც კვლავ
აგრძელებს ზრდას.

აგრეთვე საკმაოდ ეფექტურად სარგებლობენ
ქართული კომერციული ბანკები უცხოური ბან-
კების გახსნილი საკრედიტო ხაზებით, რომელთა
მეშვეობით სესხების გაცემა შესაძლებელი ხდება
შედარებით ნაკლები სარგებლის დანახებით. ეს
ფაქტორი ადგილობრივ მსესხებლებს საკმაოდ
ძლიერ უწყობს ხელს თავიანთ საქმიანობაში.

კომერციული ბანკების ხელში არსებული
რესურსების ზრდა იძლევა საშუალებას გაკეთდეს
დასკვნა, რომ ახლო მომავალში დღეს არსებული
კომერციული ბანკები კიდევ გაიმძლავრებენ
თავიანთ პოზიციებს საბანკო მომსახურების
ბაზარზე.

თუ გადავხედოთ უკანასკნელ მონაცემებს
კომერციული ბანკების მოგება-ზარალის სტრუქ-
ტურისა და ვინაიდან, რომ საპროცენტო შემო-
სავლები ორჯერ აღემატება არასაპროცენტო
შემოსავლებს. საპროცენტო შემოსავლებში კი
უმეტესი ნაწილი უჭირავს საპროცენტო შემო-
სავლებს სესხებიდან. განსაკუთრებით დიდია წილი
ფიზიკურ პირებზე გაცემული სესხებიდან მიღე-
ბული შემოსავლებისა და ვაჭრობის სფეროზე
გაცემული სესხებიდან მიღებული შემოსავლები.
მათ მეტი წილი უჭირავს სესხებიდან მიღებულ
შემოსავლებში, რაც უთხევბა საპროცენტო ხარ-
ჯებს აქ ყველაზე დიდი წილი მოდის ვადიან
დეპოზიტებზე გადახდილ თანხებზე.

დღესდღეობით თუ გადავხედოთ უკანასკნე-
ლი წლის მონაცემებს აშკარაა, რომ 2001 წლის
განმავლობაში მკვეთრად გაიზარდა ბანკების
საქმიანობის მთავარი შემდეგი, ანუ მათი მომე-
ბიანობა. აღსანიშნავია, რომ უმეტესი ნაწილი ამ
მოგებისა მოდის ნაშყვან ათ კომერციულ ბანკზე.
ამ შორი, მოგების მოცულობის მიხედვით ლიდე-
რობას კვლავ საქართველოს ბანკი ინარჩუნებს.

თუ მოხდება კომერციული ბანკების მენეჯმენ-
ტის სრულყოფა და დაინერგება სხვადასხვა სა-
ბანკო რისკების მუშაობა მათი გაუმჯობესების
მიზნით კომერციული ბანკების მოგება კიდევ
უფრო გაიზარდება. აგრეთვე საკმაოდ აქტუა-
ლურია უახლესი მარკეტინგული ხერხების გამო-
ყენება ბაზარზე პოზიციების გამყარებისათვის და
მოსახლეობაში ნდობის განმტკიცებისათვის.

საბანკო რისკებთან სწორი მუშაობა უზრუნველყოფს ბანკის სტაბილურ მომგებიანობას და მისი შესაძლებლობის ზრდას. განვიხილოთ ზოგიერთი სახის რისკი, რომელსაც შეიძლება წაანადგოს ბანკი თავისი საქმიანობისას. წარმოშობისა და გავლენის სფეროების მიხედვით რისკები შეიძლება იყოს გარე და შიდა. გარე რისკებს განეკუთვნება რისკები, რომლებიც არ არის დაკავშირებული ბანკის საქმიანობასთან. ეს რისკები ჩნდება სხვადასხვა პოლიტიკური ან ეკონომიკური მოვლენების გამოიწვევით. მაგალითად, ბანკმა შეიძლება განიცადოს ზარალი ნაციონალიზაციის დროს, ომის დაწყების შემთხვევაში ან რევოლუციის გამო, სტიქიური უბედურებების მოხდენისას, ეკონომიკური კრიზისის გამო, იმ შემთხვევაში თუ სახელმწიფო შეცვლის სავაჭრო პოლიტიკას და სხვ.

შიდა რისკები შეიძლება დაყვარდეს ზარალზე ბანკის ძირითადი და დამხმარე საქმიანობებიდან. პირველის მაგალითად შეიძლება დაეცასხეულით საკრედიტო რისკები, საპროცენტო რისკები, სავალუტო და სხვ. მეორის მაგალითად შეიძლება დავასახელოთ დანაკარგები დეპოზიტების ფორმირებისას, რისკები სხვადასხვა დაკავშირებულ დაკავშირებით და სხვ.

ერთი მხრივ, თუ ბანკს ეყოლება მსხვილი კლიენტი იგი შეიძლება უფრო ნაკლებად განიცდიდეს ბაზარზე მიმდინარე ცვლილებებს, მაგრამ ერთი კლიენტისათვის დიდი მოცულობის კრედიტის გაცემა ბანკის რისკს საკმაოდ ზრდის. სწორედ ამიტომ, ბანკებს ჩვეულებრივ აქვთ შეზღუდვები დანესებული ერთ კლიენტზე გასაცემი კრედიტის მოცულობაზე. საბანკო რისკი შეიძლება იყოს დიდი, საშუალო ან მცირე. რისკის გადების მიხედვით განაწილება უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ძირითადი ბანკის ოპერაციები ექვემდებარებიან წარსულ და მიმდინარე რისკებს, ნაწილი კი მომავალს. მიმდინარე რისკის ქვეშ ხდება ისეთი ოპერაციები მაგალითად, როგორიცაა ოპერაციები დაკავშირებული გარანტიებებზე, ერთი და იგივე ოპერაციის შეიძლება შეიცავდეს, როგორც მიმდინარე, ასევე მომავალ რისკს.

რეგულირების შესაძლებლობებისა და მეთოდების მიხედვით რისკები არსებობს ღია და დახურული. ღია რისკები არ ექვემდებარება რეგულირებას. დახურული რისკების რეგულირება შესაძლებელია მაგალითად კრედიტების გადახანძრებით მეტი რაოდენობის უფრო წვრილ კლიენტებზე, მსხვილი კრედიტების გაცემა სხვა ბანკების თანამონაწილეობის მეშვეობით, დეპოზიტების დაზღვევის მეშვეობით და სხვ.

კლიენტების სწორი შერჩევა ძალიან მნიშვნელოვანია ბანკის სტაბილურობის შენარჩუნებისათვის. ამ პროცესისადმი ნაკლებად კრიტიკული მიდგომა იწვევს ჩვეულებრივ ბანკის - იკვირების სერიოზულ შერყევას. მსგავს პრო-

ბლემებს შეიძლება შექონდეს ადგილი მაგალითად, იმ შემთხვევაში, როცა კლიენტს აქვს რამდენიმე ანგარიში რამდენიმე ბანკში. ამ რისკის წინააღმდეგ ბრძოლა შესაძლებელია კლიენტების ფინანსური მდგომარეობის სწორი გაანალიზების საფუძველზე.

რისკის რაოდენობრივი მზარის შეფასებისას აუცილებელია სწორი შეფასება როგორც შესაძლებელი რისკისა, ასევე იმ შესაძლო მოგების რაოდენობის მიღება შესაძლებელია. მენეჯერის მიერ გადაწყვეტილების მიღება რამდენიმე ეტაპად შეიძლება დაიყოს:

პირველი ეტაპია პრობლემის დასმა და მისი კვლევა, მისი მკვეთრად ჩამოყალიბება, ისეთ ფორმაში მოყვანა რომ იგი ექვემდებარებოდეს გაანალიზებას. ამისათვის საჭიროა პრობლემის გასაგებება ენაზე ფორმულირება, ისე რომ მოხდეს ამ პრობლემის სრულად ასახვა. ეს შეიძლება მაგალითად გავყოთ რისკის არსებობის (ფაქტორების) მდგომარეობის და სასურველის აღწერა და შედარება. ამ შემთხვევაში სწორედ ეს განსხვავება წარმოადგენს პრობლემას არსს.

მეორე ეტაპად შეიძლება პირობითად ჩავთვალოთ იმ გარკვეული ფარგლებებისა და ზღვრების დადგენა, რომლებშიც იქნება მოცემული გადაწყვეტილების მიღება. ალტერნატივების განხილვის წინ აუცილებელია შესაძლებლობის დადგენა, ვინაიდან ისინი საკმაოდ ამცირებენ ალტერნატივების რაოდენობას. გარკვეული შეზღუდვების მაგალითად შეიძლება დაგვასახელოთ შესაბამისი თანხების უქონლობა, მომუშაოების არაბა, ქარისი რაოდენობა, რომლებსაც გააჩნიათ სათანადო კვალიფიკაცია, განსაკუთრებით მწვევ კონკურენტის დონე, გარკვეული ეთიკური მოთხოვნები და სხვ.

შემდგომი ეტაპია ალტერნატივების დადგენა. რა თქმა უნდა, იდეალურ ვარიანტში სასურველია ყველა არსებული ალტერნატიული ვარიანტის განხილვა, მაგრამ რეალურად ეს შეუძლებელია. ამის მიზეზები მრავალია, თუნდაც დროის ან შესაბამისი ცოდნის არქონა. სასურველია ალტერნატივითა მაქსიმალური რაოდენობის განხილვა.

მეოთხე ეტაპია ალტერნატივების შეფასება, კერძოდ ყველა ალტერნატივის დადებითი და უარყოფითი მხარეების განხილვა, რისთვისაც დგინდება გარკვეული კრიტერიუმები. ამ დროს, როგორც წესი, ხდება არა მარტო ობიექტური კანონზომიერებების გათვალისწინება, არამედ ყურადღება გასულიყოფის გარკვეულ სუბიექტურ წარმოდგენებსაც ეთმობა.

მეხუთე ეტაპია ალტერნატივის ამორჩევა. თუ პრობლემა საკმაოდ კარგადაა წარმოჩენილი და ალტერნატიული ვარიანტების საფუძვლიანი ანალიზია ჩატარებული, მაშინ შესაძლებელი ხდება მაქსიმალურად სასურველი შედეგების უზრუნველყოფი გადაწყვეტილების ამორჩევა.

საბოლოო ეტაპად შეიძლება ჩაითვალოს მიღებული გადაწყვეტილების ხორცშესხმა და რეალიზაცია. მას შემდეგ, რაც დაიწყება მიღებული გადაწყვეტილების რეალიზაცია, საჭიროა, მის მიმდინარეობაზე მკაცრი კონტროლის დანერგვა.

ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საფრთხე და რისკი კომერციული ბანკის საქმიანობის პროცესში არის სავალუტო რისკი. ისევე როგორც სხვა სახის რისკების შემთხვევაში სასურველია მთელი რიგი ღონისძიებების გატარება, რათა მოხდეს მისი შესაძლებლობის შემცირება. უმთავრესი მომენტია სწორი ბალანსის შენარჩუნება, რომ საქმიანობას მინიმალური რისკი ახლდეს თან და იმავედროულად საქმიანი აქტივობებიც სათანადო დონეზე იყოს. რისკის დონე მატულობს რიგ შემთხვევებში: ა) პრობლემები ჩნდება უცერად და მოულოდნელად; ბ) დასებულია ახალი ამოცანები, რომლებსაც ბანკის არსებული გამოცდილება ვერ წვდება (ეს განსაკუთრებით აქტუალურია დღევანდელ საქართველოში, სადაც საბანკო სფეროს გამოცდილება ჯერ მცირეა); გ) ხელმძღვანელობას არ შესწავს უნარი, რომ გადაჭრას არსებული პრობლემები; დ) არსებული კანონმდებლობა ხელს უშლის ბანკისათვის ხელსაყრელი გარკვეული ღონისძიებების განხორციელებას.

სავალუტო რისკი - ეს არის რისკი დაკავშირებული შესაძლო ზარალთან უცხოური ვალუტის ყიდვა-გაყიდვისას. უცხოური ვალუტების კურსების ცვლილება დაკავშირებულია მრავალ ფაქტორზე. ეს მაგალითად შეიძლება მოხდეს თანხების ერთი ქვეყნიდან მეორეში მუდმივი დენადობის გამო. ნებისმიერი ვალუტის საკვანძო მახასიათებელია მისდამი ნდობის დონე, როგორც რეზიდენტების, ასევე არარეზიდენტების მხრიდან. ეს თავის მხრივ დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე (ნდობის დონე აღნიშნული ქვეყნის პოლიტიკური რეჟიმის მიმართ, ეკონომიკის ლიბერალიზაციისა და გაცვლითი კურსის რეჟიმის თავისუფლების დონე, ქვეყნის საეკსპორტო-საიმპორტო ბალანსი, ქვეყნის საბაზისო მაკრო-ეკონომიკური მაჩვენებლების დონე, ინვესტირების პოზიცია ქვეყნის მიმართ და სხვ.).

უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, რომელიც ზემოქმედებს სავალუტო რისკზე არის ინფლაცია. ფაქტია, რომ ქვეყნებში, სადაც უფრო მაღალი ინფლაციის ტემპია ადგილობრივი ვალუტის კურსის დაცემა შეტად ხდება, ვიდრე იქ სადაც ინფლაციის ტემპი დაბალია. სავალუტო რისკი ხასიათდება მერყეობით და ძნელად პროგნოზირებადობით. ეს გამომდინარეობს იქიდან, რომ სავალუტო ბაზრის მონაწილეებს გააჩნიათ საოკრად სწრაფი რეაქცია მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკურ და პოლიტიკურ მოვლენებზე. სავალუტო რისკის საფრთხის საშიშროების წინაშე ბანკი შეიძლება დადგეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მას გააჩნია ღია პოზიცია.

სავალუტო რისკების მართვა კომერციულ ბანკებში სხვადასხვა მეთოდებით ხდება. პირველი ნაბიჯი ამ მხრივ შეიძლება ჩავთვალოთ შიგნით ბანკში გარკვეული ლიმიტების დადგენა სავალუტო ოპერაციებზე. არსებობს შემდეგი სახის ლიმიტები:

• ლიმიტები უცხოურ სახელმწიფოებზე: ამ დროს ხდება იმ მაქსიმალური შესაძლებელი თანხების დადგენა, რომლის ფარგლებშიც შეიძლება ოპერაციების განხორციელება კლიენტებთან ან პარტნიორებთან ყოველი კონკრეტული ქვეყნიდან.

• ლიმიტები კონკრეტულ კლიენტებზე ან კლიენტთა გარკვეულ ჯგუფზე: ამ დროს ხდება იმ მაქსიმალური თანხის მოცულობის დანესება, რომლის ფარგლებშიც შეიძლება გარკვეულების დადგენა კონკრეტულ კლიენტთან ან მათ გარკვეულ ჯგუფთან.

• ყოველდღიური ლიმიტების დადგენა ყოველი კონკრეტული დღისათვის: ჩვეულებრივ ამ შემთხვევაში ხდება მაქსიმალურად შესაძლებელი ღია პოზიციის დადგენა, რომლის გადაჭარბებაც შეიძლება მეორე დღეზე ყოველი კონკრეტული დღისათვის.

• ლიმიტი დაწესებული შესაძლო ზარალის მაქსიმალური მოცულობაზე: ამ დროს ხდება იმ ზარალის რაოდენობის დაწესება, რომლის მოხდენის შემთხვევაშიც ყველა პოზიცია უნდა დაიხუროს.

ფინანსურ ბაზარზე მოქმედ სუბიექტს რისკის ფაქტორი ყოველთვის თან სდევს - ეს არის მისი ფინანსური შედეგების განუსაზღვრელობა, განპირობებული თვით მომავლის განუსაზღვრელობით. ბანკების საქმიანობაში მოგების მიღებისაკენ მიმსრავლებს ნამყვანი პრინციპია. რისკი იმ შესაძლო მოვლენების ღირებულებითი გამოხატულებად, რომელთაც ფინანსურ დანაკარგებამდე მიყვება. საბანკო საქმიანობა დაკავშირებულია მოგების მიღების სურვილთან და ეს ავტომატურად გულისხმობს უამრავი რისკებისადმი დაქვემდებარებას. ის ფაქტი, რომ ბანკები ერთდროულად აწარმოებენ აქტივ-პასივ და გარესსაბანკო ოპერაციებს, დამატებითი რისკის ფაქტორის არსებობის საფუძველია და განსაკუთრებულ ყურადღებას ითხოვს.

აქტივ-პასივების მართვის ძირითადი მიზანია რისკის დასაშვები რაოდენობის პირობებში ბანკის მოგების მაქსიმალიზაცია ან უკიდურეს შემთხვევაში, ბანკის მარჯის სტაბილიზაცია (სხვათა საპროცენტო შემოსავლებისა და საპროცენტო ხარჯების შორის). ბანკის დამფუძნებელთა სახსრები და ბანკის კაპიტალი საბანკო რისკისაგან დაცვის ძირითადი წყაროა, მაგრამ იმის გათვალისწინებით, რომ მთლიანი აქტივების მოცულობაში დამფუძნებელთა თანხები უმნიშვნელოა, აქტივების პორტფელის გაუარესებამ შეიძლება

ბანკის გადახდის უუნარობა გამოიწვიოს.

იმისათვის, რომ საბანკო საქმიანობა მომატებული რისკის მქონე სფეროში წარმატებული იყოს, ბანკებმა უნდა განავითარონ რისკის მართვისა და გადამწყვეტილების მიღების განსაკუთრებული მექანიზმები. ისინი უნდა იძლეოდნენ იმის განსაზღვრის საშუალებას, თუ რა რაოდენობის რისკები და დანაკარგები შეუძლია აიღოს თავის თავზე საკრედიტო დაწესებულებამ. უნდა განისაზღვროს, ამართლებს თუ არა მოსალოდნელი მოგება ბანკის მიერ განეულ შესაბამის რისკს. ამის საფუძველზე უნდა შემუშავდეს და განხორციელდეს ლაონისპირები, რომლებიც რისკის ფაქტორების გავლენის შეფასებას მოახერხებენ.

რაც შეეხება საქართველოს კომერციული ბანკების უცხოურ ვალუტასთან დაკავშირებული ოპერაციების წარმოქმნა-განვითარებას, უნდა აღინიშნოს რომ ჩვენი სავალუტო ბაზარი 90-იანი წლების დასაწყისიდან ყალიბდებოდა საკმაოდ სტიქიურ პროცესებში. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლამ და ქვეყნის დამოუკიდებლობის მოპოვებამ გამოიწვია უცხოურ ვალუტებზე ინვესტიციების წარმოების ბუნებრივი მოთხოვნის წარმოშობა.

ისევე როგორც საბაზრო ეკონომიკის პრობებში მოქმედი ნებისმიერი სხვა დანესებულებისა, საბანკო დანესებულების ფუნქციონირების ძირითადი მიზანი ბანკის მოგების მიღებაა. ფინანსურ ინსტიტუტებში ბანკები გამოირჩევა მათ მიერ შესრულებული საქმიანობების ვრცელი ნაირსახეობით და მოცულობით. ბანკი ეს არის ორგანიზაცია, რომელიც შექმნილია ფულადი სახსრების მოზიდვისა და მათი განთავსებისათვის. მისი ძირითადი ფუნქციაა ფულადი სახსრების გადაადგილებისას გამოვიდეს შუამავალი გამსახეობა და მსესხებლებს შორის.

მიღებული მოგების სტაბილურობისა და მისი განუხრელი ზრდის უზრუნველსაყოფად ბანკებმა შეიძლება გააფართოონ თავიანთი საკრედიტო ოპერაციების მოცულობა, გაზარდონ მოსახლეობისადმი განეული მომსახურების პაქეტი და სხვ. მოგების ზრდაზე ზრუნვისას, უმნიშვნელოვანესი მომენტი, რომ ბანკის ხელმძღვანელობამ შეინარჩუნოს ლიკვიდობა სათანადო დონეზე.

კომერციული ბანკის საქმიანობაში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა საკრედიტო. ეს ტერმინი ლათინური წარმოშობისაა და, ფაქტურად, ნდობის ნიშნავს. დღევანდელ საქართველოში ნდობის მომენტი საკმაოდ რთული და პრობლემურია. კერძოდ, სასესიო ურთიერთობებისას აღმოცენებული საკრედიტო რისკები სერიოზულ პრობლემებს უქმნის ბანკის ეფექტურ ფუნქციონირებას.

კრედიტის გაცემის პროცესი შედგება რამდენიმე სტადიისაგან. ნებისმიერი მათგანის თუნდაც ნაკლები ყურადღებით ჩატარება გამოიწვევს სერიოზულ ზარალს.

პირველი სტადია ეს არის დაგეგმვის პროცესი,

რომლის დროსაც ხდება ქვეყანაში მაკროეკონომიკური სიტუაციის შეფასება; რეგულაციური დონეზე პოტენციური კლიენტებზე და მომავალი დაკრედიტების დარგზე დაკვირვება. აღნიშნული ღონისძიებების შემდეგ ბანკის ხელმძღვანელობამ უნდა ჩამოაყალიბოს საკრედიტო პოლიტიკა გეგმა განსაზღვრული პერიოდისათვის. აქ ჩამოყალიბებული უნდა იყოს ის ძირითადი მიმართულებები საკრედიტო საქმიანობისა, რომლებსაც ბანკი აპირებს განახორციელოს აღნიშნულ პერიოდში, აგრეთვე ის ფარგლები რომლებშიც უნდა იყოს მოქცეული ეს საქმიანობა, რათა საფრთხის წინაშე არ აღმოჩნდეს ბანკის ლიკვიდურობა და მომგებიანობა. ეს შეიძლება იყოს მაგალითად, თანაფარდობა კრედიტების მოცულობასა და დეპოზიტების მოცულობას შორის, საკუთარ კაპიტალსა და აქტივებს შორის, ლიმიტები დანესებულ საკრედიტო პორტფელის სეგმენტებზე (აქ იგულისხმება ლიმიტების დანესება, მაგალითად ერთი დარგის საწარმოებზე გასაცემ კრედიტებზე ან ერთი სახის კრედიტზე), გეოგრაფიული ლიმიტების დანესება (ეს განსაკუთრებით აქტუალურია იმ ბანკებისათვის, რომლებიც ფლობენ უამრავ ფილიალს სხვადასხვა კვალიფიკაციის დონის მქონე პერსონალით და ა.შ.

შემდგომი ეტაპია კრედიტის მიღებაზე განაცხადების მიღება, რაც ხორციელდება სპეციალური დოკუმენტაციის თანხლებით. საკრედიტო განყოფილების თანამშრომლების მიერ ხდება წარმოდგენილი დოკუმენტაციის განახილვა და დახარისხება. მათ მიერვე ხდება წინასწარი დასკვნების გამოტანა, თუ რამდენად მიმზიდველია ეს კონკრეტული საბანკო ოპერაცია, ბანკის ინტერესების გათვალისწინებით. ამ საშუალოს განხორციელებისას თანამშრომელმა უნდა გამოავლინოს ცოდა კარგი ეკონომისტის, მარკეტოლოგისა და მთლიანად მაკროეკონომიკური სიტუაციის ცოდნისა ქვეყანაში. ჩტარებული ანალიზის შედეგად უნდა შემუშავდეს გადაწყვეტილება თუ კრედიტის რომელი ფორმაა ყველაზე მისაღები ამ კონკრეტულ შემთხვევაში. ვინაიდან განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი მომენტი კრედიტის უზრუნველყოფის ფორმის სწორი შერჩევა.

შემდგომი სტადიაა საკრედიტო ხელშეკრულების პირობების სწორი შესრულებაზე კონტროლი ანუ მონიტორინგი. რა თქმა უნდა ბანკის მომგებიანობის სტაბილურობისათვის მთავარია თავისდროულად ხდებოდეს სესხის ძირითადი თანხისა და პროცენტების დაფარვა. მონიტორინგი საკრედიტო ხელშეკრულების პირობების შესრულებაზე ხორციელდება რამდენიმე მიმართულებით.

მონიტორინგის უმნიშვნელოვანესი ნაწილია ალებული თანხის მიზნობრივი ხარჯვა, კერძოდ, საკრედიტო განყოფილების თანამშრომლებმა ყურადღებით უნდა განიხილონ კრედიტის გაცე-

მისას თანხის მიზნობრივი ხარჯვის წარმოდგენილი გეგმა, ასევე პერიოდულად უნდა აკონტროლონ მიღებული თანხების მიზნობრივად ათვისების პროცესი. მონიტორინგის სტადიაში შედის გირავნობის საგანი. ჩვეულებრივ გირავნობის საგანზე ბანკის თანამშრომლები ანესვენ კონტროლს და ზედამხედველობას. ეს აუცილებელია, რათა საჭიროების შემთხვევაში მოხდეს ბანკის მიერ გაცემული თანხის უკან უპრობლემოდ ამოღება.

საკრედიტო ხელშეკრულების მოქმედების განმავლობაში ბანკის საკრედიტო განყოფილების თანამშრომლები აუცილებლად ახორციელებენ კლიენტის ფინანსური მდგომარეობის პერიოდულ ანალიზს, რათა დროულად მოხდეს გარკვეული ფინანსური პრობლემების დაფიქსირება. უმეტეს შემთხვევებში სესხის გაცემა ეტაპობრივად და დამტკიცებული გეგმის მიხედვით ხორციელდება, რაც მსესხებელის გაკოტრების ან ვალის ვერ დაბრუნების საშიშროების წინაშე აღმოჩენის შემთხვევაში, შესაძლო ზარალის მინიმიზაციის საშუალებას იძლევა.

ბანკის მომგებიანობა პირდაპირ კავშირშია ისეთ მომენტთან, როგორიცაა მისი ლიკვიდობა (ტერმინი მომდინარეობს ლათინური სიტყვიდან - Liquidus, რაც ნიშნავს მიმდინარეს). ტერმინი გულისხმობს მატერიალური ფასეულობების ფულადი სახსრების გადაცემვის რეალიზაციის სიმარტივეს. ბანკის ლიკვიდობის ქვეშ იგულისხმება მისი უნარი, დროულად და სრულად დაფაროს საკუთარი სავალ და ფინანსური ვალდებულებები. ამისათვის, ცხადია, საჭიროა, ბანკს ჰქონდეს საკმარისი ოდენობით საკუთარი კაპიტალი, აგრეთვე სწორად და ოპტიმალურად განთავსებული საკუთარი თანხები. სხვა სიტყვებით, კომერციულმა ბანკმა ნებისმიერ კონკრეტულ მომენტში უნდა შეძლოს თავის თავზე ალებული ვალდებულებების შესრულება.

ამ მხრივ, მნიშვნელოვანია ბანკის აქტივების სწორი მართვა. არსებობს აქტივების მართვის რამდენიმე განსხვავებული თეორია. კომერციული სესხების თეორია თავის ფესვებში მიდის XVIII საუკუნის ინგლისის საბანკო პრაქტიკაში. ამ თეორიის დამტკიცები ამატციებზე, რომ ბანკი ინარჩუნებს ლიკვიდობას, სანამ აქტივები განთავსებულია მოკლევადიან სესხებში. ეს სესხები თავისთვლად უნდა იფარებოდეს საქმიანი აქტივობის ნორმალურ პროცესში. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ამ თეორიის მიხედვით ბანკებმა უნდა დააფინანსონ თანმიმდევრობით საქონლის გადაადგილება წარმოებიდან მოხმარებამდე. ადრინდელი მერიდიმ ითვლებოდა, რომ ბანკებმა არ უნდა დააკრედიტონ ფასიანი ქაღალდების და უძრავი ქონების შესყიდვები, გრძელვადიანი სესხების სოფლის მეურნეობისათვის და ა.შ.

კომერციული სესხების თეორია საკმაოდ პოპულარული იყო აშშ-ში კოლონიალური პე-

რიოდიდან დაწყებული XX საუკუნის 30-იან წლებამდე. ამ თეორიის შესრულების სიმკაცრე, დროის სვლასთან ერთად, სულ უფრო და უფრო მცირდებოდა. მთავარი მიზეზი ამის იყო ის, რომ იგი ვერ აკმაყოფილებდა სწრაფად მზრდი ეკონომიკური ურთიერთობების მოთხოვნას. საბანკო სექტორის სწორედ ამ შეზღუდვებს უნდა მივანეროთ მრავალი არასაბანკო ფინანსური ინსტიტუტის აღმოცენება, რომლებიც საკმაოდ ძლიერი კონკურენციას უწევდნენ ბანკებს, მათ მიერ შეთავაზებული მომსახურების მეშვეობით.

აგრეთვე არ ითვალისწინებდა ეს თეორია იმ მოვლენას, რომ საბანკო დეპოზიტები ბანკისთვის შეიძლება რესურსების ერთ-ერთ წყაროდ ჩაითვალოს. მართალია ეს დეპოზიტები კლიენტის მოთხოვნისთანავე უნდა განაღდოს, მაგრამ შეუძლებელია ყველა დეპოზიტის მფლობელმა ერთდროულად მოინდომოს დეპოზიტების დახურვა. აგრეთვე ეს თეორია არ ითვალისწინებდა იმ მოვლენას, რომ ეკონომიკური ვითარება შეიძლება მოკლე პერიოდში შეიცვალოს და გაცემული სესხების დაფარვა დროში გაიწელოს, ვინაიდან ქვეყნის ეკონომიკური ვითარება შესაძლებელია საკმაოდ სწრაფად ცვალებადი იყოს. აქედან გამომდინარე, ამ თეორიაზე დაყრდნობით ფუნქციონირებისას ბანკებს ეკონომიკური დაცემის პერიოდში სერიოზული პრობლემები უწინდებოდათ.

გადაადგილების თეორია (Shiftability Theory) ეფუძნება იმ მტკიცებას, რომ ბანკი ლიკვიდურია, თუ მისი აქტივები შეიძლება გადაადგილდეს ან შესყიდულ იქნეს სხვა კრედიტორების ან ინვესტორების მიერ; ანუ ამ თეორიის მიხედვით კომერციული ბანკი უნდა ფლობდეს სათანადო რაოდენობით ისეთ აქტივებს, რომლებსაც საჭიროების შემთხვევაში რეალიზაციის მეშვეობით სწრაფად გადაეცემა ფულადი სახსრებად.

ადგილად რეალიზებადი ფასიანი ქაღალდები დიდი ხნის განმავლობაში ითვლებოდა ლიკვიდური რესურსების ბრწყინვალე წყაროდ. ასეთი ფასიანი ქაღალდები ადვილად შეიძლება იქცეს ფულად სახსრებად, ამიტომ სწორედ მათ ხშირად გადისოლავენ როგორც მეორად რეზერვებს. ეს ფასიანი ქაღალდები უნდა აკმაყოფილებდნენ რიგ პირობებს: მაღალი ხარისხის, დაფარვის მოკლე ვადის ფულადი უზრუნველყოფა. ეს ფასიანი ქაღალდები არ უნდა ექვემდებარებოდეს საკრედიტო რისკს და ბაზარზე საპროცენტო განაკვეთების ცვალებადობას.

ზემოთ აღნიშნულ პირობებს შეიძლება აკმაყოფილებდეს მთელი რიგი ფასიანი ქაღალდების ნაირსახეობა. თუმცა ამ თეორიას გარკვეულ ლოგიკაზე დაფუძნებული საფუძველი გააჩნია. ბანკებმა, რომლებიც მას იყენებდნენ, ვერ აიცილეს პრობლემები 20-იან და 30-იან წლებში.

არსებობს კიდევ ერთი თეორია, რომელიც

ეფუნება პერსპექტივაში მისაღებ მოგებას. იგი არ ეწინააღმდეგება ზემოთ აღნიშნულ თეორიებს, მაგრამ აბსტრაქტებს, რომ კრედიტის გაცემისას მსახურების მომავალი შემოსავლების გათვალისწინება უფრო მნიშვნელოვანია ვიდრე სესხის უზრუნველყოფის ფორმებზე ყურადღების გამახვილება. ეს თეორია, ფაქტობრივად, უპირატესობას ანიჭებს შედარებით მოკლევადიანი სესხების გაცემას, ვინაიდან, გაცილებით უფრო უწყობს ხელს ბანკის ლიკვიდურობას და მომგებიანობას მაგალითად, სამომხმარებლო სესხების გაცემა, ვიდრე გრძელვადიანი მშენებლობების დაკრედიტება. ამ თეორიის მიხედვით სასურველია ბანკის საკრედიტო პორტფელში ბლომად იყოს სესხები, რომელთა დაფარვაც ყოველთვიური შენატანების მიხედვით ხდება, ვინაიდან სახსრების მუდმივი შემდგომი გაზრდის შემთხვევაში ბანკს, ლიკვიდობის შესანარჩუნებლად, საშუალება ექნება დახარჯოს თანხები ან მოახდინოს მათი რეინვესტირება.

ამ თეორიამ დიდი წვლილი შეიტანა კომერციული ბანკების საქმიანობის სტრატეგიის ფორმირებაში. მასზე დაყრდნობით კომერციულმა ბანკებმა დაიწყეს თავისი პორტფელის დაგეგმვისას საფეხურებრივი პრინციპის გამოყენება.

აქტივების მართვის ქვეშ იგულისხმება მართვის პრინციპი, რომლის მიხედვითაც ხდება მოზიდული და საკუთარი სახსრების მართვა და განთავსება. კომერციული ბანკების შემთხვევაში ეს არის განაწილება ნაღდ ფულზე, ინვესტიციებზე, სესხებზე და სხვა აქტივებზე. ერთი შეხედვით, ყველაზე ოპტიმალურია იმ სფეროებში თანხების განთავსება, სადაც შესაძლებელია ნორმალური დონის მოგების მიღება ისეთი მოცულობის, რაზეც ბანკი მზად არის ნაფიცად.

ბანკის მიერ მოზიდული რესურსების უმეტესი ნაწილი უნდა განაღდდეს მოთხოვნისთანავე ან მოკლე პერიოდში. ამიტომ ბანკის ხელმძღვანელობის ერთ-ერთი უმთავრესი ამოცანაა ამის უპრობლემო უზრუნველყოფა. აგრეთვე უმთავრესია საჭირო რაოდენობის თანხების მოძიება საკრედიტო საქმიანობისათვის. ეს საქმიანობა (ანუ კრედიტის გაცემა) ბანკის მოღვაწეობის ერთ-ერთი მთავარი სფეროა; თუ ბანკს არ აქვს კრედიტზე მოთხოვნის დაკმაყოფილებისათვის საჭირო თანხები, იგი ნახვას ზარალს. ეს ზარალი გამოწვეული იქნება იმ შესაძლო მომგებიანი ოპერაციების ვერ განხორციელებით, რომელთა დაფინანსებითაც ბანკი მოგებას მიიღებდა.

მართალია ბანკები განეკუთვნება კერძო კომერციულ დაწესებულებებს და მათი საქმიანობა ლიკვიდობის შენარჩუნების პირობებში უნდა იყოს მომგებიანი, მაგრამ ბანკი აგრეთვე წარმოადგენს ქვეყანაში ფულის მასის ერთ-ერთ ძირითად მიმწოდებელს, რაც ქვეყნის და საზოგადოების წინაშე გარკვეულ პასუხის-

მგებლობას წარმოშობს. ხოლო, ბანკის აქციონერების და მისი მეანაბრეების ინტერესები ერთმანეთს ეწინააღმდეგება. მეანაბრეების ინტერესებშია, რომ ბანკი მუდმივად ლიკვიდობის მაღალ დონეს ინარჩუნებდეს, მაშინ როდესაც აქციონერებისათვის მთავარია მომგებიანობის მაღალი დონე და მოგების განუხრელი, სტაბილური ზრდა.

ეს ფარული კონფლიქტი შეიძლება ჩაითვალოს ბანკის ხელმძღვანელობის ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად. ბანკის ხელმძღვანელობა მუდმივად გრძნობს ფარულ ზენოლას აქციონერების მფლობელთაგან, რომელიც დანიშნულებას არიან მოგების ზრდაში. ამის მიღწევა შეიძლება კრედიტების გაცემით სარისკო ოპერაციებზე, რეზერვის სახით ბანკში არსებულ თანხების შემცირებით და სხვა მსგავსი მოქმედებებით, მაგრამ ბანკის ხელმძღვანელობამ იცის, რომ ეს სერიოზულად შეამცირებს ბანკის ლიკვიდობის დონეს.

აქედან გამომდინარე, ბანკებმა ისე უნდა მართოს თავისი აქტივები, რომ ერთი მხრივ, არ შემცირდეს მომგებიანობა და მეორე მხრივ, შენარჩუნდეს სათანადო ლიკვიდობის დონე. სახსრების განთავსებისას ბანკებმა, შეიძლება გამოიყენონ საკმაოდ განსხვავებული მეთოდები, კერძოდ სახსრების განთავსების ერთ-ერთი მეთოდია ერთიანი ფონდის მეთოდი. ამ მეთოდის გამოყენებისას ხელმძღვანელი ახდენს ბანკის განკარგულებაში შემოსული ყველა სახსრების (ანაბრები მოთხოვნამდე, სხვადასხვა დეპოზიტები, ბანკის საკუთარი სახსრები და სხვ.) ერთ ფონდში გაერთიანებას, რის შემდეგაც თანხა ამ ერთიანი ფონდიდან ნაწილდება აქტივების სხვადასხვა სახეობებ შორის, ბანკი გასცემს სესხებს, იქნეს ფასიან ქაღალდებს, ახდენს სავალუტო ოპერაციებს და ა.შ. ამ მეთოდით ხელმძღვანელობისას არა აქვს მნიშვნელობა სახსრების წარმოშობის წყაროს, მათი განთავსება ხდება ნებისმიერ შემთხვევაში, თუ ეს ხელს უწყობს ბანკის რაიმე მიზანს.

ეს მეთოდი მოითხოვს ბანკის ხელმძღვანელობისგან როგორც მომგებიანობის, ასე ლიკვიდობის თანაბარ დაცვას. ამიტომ თანხების განთავსება ხდება იმ მიმართულებებით, რომლებიც უფრო მეტად აკმაყოფილებენ ამგვარ მოთხოვნებს. ანუ სახსრების განთავსებისას პრიორიტეტია ლიკვიდობასა და მომგებიანობას შორის გარკვეული ბალანსის დაცვა. ასეთი მიდგომისას ძალიან მნიშვნელოვანია აქტივების სტრუქტურა, კონკრეტულად კი, თუ რა წილს დაიკავებს აქტივებში პირველი ხარისხის რეზერვები, რაც კომერციული ბანკის ლიკვიდობის მთავარ გარანტიას წარმოადგენს. ჩვეულებრივ აქ მოიაზრება ბანკის განკარგულებაში არსებული ნაღდი ფული, სხვა ბანკების დავალიანება, საკორესპონდენტო ანგარიშებზე არსებული სახსრები და სხვ.

ამის შემდგომ ბანკის მიერ შემუშავდება მოკლევადიანი და მინიმალური რისკის მქონე სფეროებში დასაბანდებელი აქტივების ნაწილის საჭირო ოდენობა. მათი ფულად ფორმაში გადაქცევა შესაძლებელი უნდა იყოს ძალიან სწრაფად. ეს აქტივები გამოიყენება ზემოთ აღნიშნული რეზერვების შესავსებად. შემდგომ ეტაპად გვევლინება საკრედიტო პორტფელის ფორმირება. ნორმალურ პირობებში კრედიტები და საკრედიტო საქმიანობა წარმოადგენს ბანკის ერთ-ერთ უმთავრეს საქმიანობას და მოაქვს მოგების დიდი ნაწილი, თუმცა იმავდროულად ეს ოპერაციები ერთ-ერთი ყველაზე სარისკოცაა ბანკისათვის.

ბანკი აგრეთვე ახდენს საკუთარი ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ფორმირებას. მომგებიანი საკრედიტო ოპერაციების განხორციელების შემდეგად მიღებული თანხები ბანკმა შესაძლებელია გამოიყენოს შედარებით გრძელვადიან ფასიან ქაღალდებში დასაბანდებლად. ამ მოქმედების მიზანია მოგების მაქსიმალური ზრდა. სასურველია სახსრები, რომლებსაც მოგება არ მოაქვთ, ბანკში იყოს მინიმალური რაოდენობით.

ერთიანი ფონდის მეთოდით აქტივებთან მუშაობა ბანკს საშუალებას აძლევს საკმაოდ ფართო არეალიდან განახორციელოს ოპერაციები, მაგრამ მეორე მხრივ, იგი სათანადო დონეზე ვერ ხსნის მომგებიანობა-ლიკვიდურობის დილემას.

განსხვავებული მეთოდია აქტივების განაწილების მეთოდი. წინა განხილულ მეთოდში დიდი ყურადღება ექცეოდა ბანკის ლიკვიდობას მთლიანობაში, მაგრამ არ იყო განაწილებული ლიკვიდობაზე მოთხოვნილებებში არსებული განსხვავებები. სხვადასხვანაირი მოთხოვნები ლიკვიდობაზე, მაგალითად, დეპოზიტების მიმართ, მოთხოვნამდე ანაბრების მიმართ, საკუთარი კაპიტალის მიმართ და სხვ. სწორედ ამ ფაქტორის გათვალისწინებაზე აგებული აქტივების დანაწილების მეთოდის არსი. ამ მეთოდით მუშაობისას ხდება - ბანკის ლიკვიდობის შესანარჩუნებლად საჭირო რესურსები კონკრეტულად საიდინაზო მოზიდული - ამის დაფიქსირება. მაგალითად, უდავო ფაქტია, რომ ბანკს გაცილებით მეტი მოცულობის რეზერვები საჭიროება მოთხოვნილად ანაბრების მომსახურებისათვის, ვიდრე მაგალითად სხვა სახის ანაბრებზე. კერძოდ, ამ მეთოდის გამოყენებისას წარმოშობის მიხედვით პირობითად ცალკეულად ჯგუფდება სახსრები, რის შემდეგაც მიიღება კონკრეტული გადაწყვეტილება, თუ რა რაოდენობით სახსრები საჭირო ლიკვიდობის შესანარჩუნებლად.

აღნიშნული მეთოდის დადებითი მხარეა ის, რომ ასეთი პრინციპით მუშაობისას შესაძლებელია ლიკვიდობის შენარჩუნებისათვის საჭირო რესურსების შედარებით ზუსტად დადგენა. აქედან გამომდინარე, ხდება მუტი თანხის გამოთვ-

ვისუფლება მაგალითად, საკრედიტო ან საინვესტიციო საქმიანობისათვის, რაც თავის მხრივ იწვევს მოგების მაჩვენებლის ზრდას. ხოლო სუსტ მხარედ (როგორც წინა მეთოდისა) შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ პირველადი აქტივები კეთდება ძირითადად ლიკვიდობის დონეზე, შემდეგ კი კრედიტებზე მოთხოვნის სრულად დაკმაყოფილებათ.

ზემოთ განხილული მეთოდები შედარებით მარტივია, საუკეთესო შედეგების მისაღწევად კი ბანკმა სასურველია მიმართოს სხვადასხვა მათემატიკურ მეთოდებს. არსებობს სხვა შესუფულებაც, რომლის მიხედვითაც ლიკვიდობის პრობლემის გადაჭრა შესაძლებელია ბაზრიდან დამატებითი რესურსების მოზიდვით.

პასივების მართვის თეორია ეფუძნება რამდენიმე მსკიცხებას:

- კომერციულმა ბანკმა შეიძლება გადაწყვიტოს ლიკვიდობის პრობლემა ბაზრიდან დამატებითი რესურსების მოზიდვით, მათი შესყიდვის გზით კაპიტალის ბაზარზე.

- კომერციულმა ბანკმა შეიძლება უზრუნველყოს თავისი ლიკვიდობა ცენტრალური ბანკიდან რესურსების მოზიდვით ან ბანკი კორესპონდენტებისაგან სესხის აღების გზით.

დღესდღეობით კომერციული ბანკები, თანაგრძნობი ოპერაციების დასაფინანსებლად, ფართოდ მიმართავენ სახსრების მოზიდვის ხერხს, ზოგიერთ შემთხვევაში ამ გზით მოზიდული რესურსებით აქტიური ოპერაციების 80% ფინანსდება.

ფართო გაგებით პასივების მართვა კომერციულ ბანკში ნიშნავს საქმიანობას დაკავშირებულს თანხების მოზიდვასთან მეანაბრეებისგან ან სხვა კრედიტორებისგან იმ თანაფარდობით და რაოდენობით როგორც აკმაყოფილებს ბანკის მიზნების მიღწევას. უკანასკნელ პერიოდში ბანკები მსოფლიოში ხშირად მიმართავენ დიდი ოდენობით სესხებს ლიკვიდობის უზრუნველყოფად და ამ მეთოდმა პასივების მართვის სახელწოდება მიიღო.

რა თქმა უნდა ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში საქმიანობა კონკრეტულ ღონისძიებების ჩატარება ლიკვიდობისა და, რაც მთავარია, მომგებიანი საქმიანობის უზრუნველსაყოფად. თუ ბანკი ამ მხრივ გარკვეულ პრობლემებს განიცდის, შესაძლებელია საჭირო გახდეს პირველ რიგში სტრუქტურის გადასინჯვა და ცვლილებების შეტანა. შეიძლება ზიდა აუდიტის საშუალო გაძლიერება, მენეჯმენტის გადასხვაფერება და სხვა.

კომერციული ბანკის ლიკვიდობის შესაფასებლად არსებობს უამრავი მაჩვენებელი. ისინი შეიძლება განვიხილოთ როგორც სხვადასხვა კოეფიციენტები. ასეთი კოეფიციენტია მაგალითად, ბანკის ვალდებულებათა კოეფიციენტი. მის მისაღებად საჭიროა ბანკის საკუთარი

საშუალებების ჯამი შევადგომთ მის ვალდებულებათა ჯამს. ბანკის საკუთარ საშუალებებში შედის სანესანდო ფონდი, სარეზერვო ფონდი, სპეციალური ფონდები და სხვ. ბანკის ვალდებულებები: სახელმწიფო და კერძო სექტორის სანარმო-ორგანიზაციების ანგარიშსწორების ანგარიშზე არსებული საშუალებათა ნაშთი, აგრეთვე საზოგადოებრივ და სხვა ორგანიზაციათა მიმდინარე ანგარიშზე არსებული ნაშთი, სანარმო-ორგანიზაციათა კაპიტალური დაბანდებათა დაფინანსებისათვის განკუთვნილი საკუთარი საშუალებანი მინუს სახელმწიფო კაპიტალურ დაბანდებათა დაფინანსების თანხები, ორგანიზაციათა და კომპერატივების დეპოზიტები, მოსახლეობის ანაბრები, სხვა ბანკებიდან მიღებული სესხები და სხვ.

მოსახლეობის ანაბრების კოეფიციენტი გამოითვლება ანაბრების არსებული ნაშთების შეფარდებით ბანკის საკუთარ საშუალებებზე. ეს მაჩვენებელი არ უნდა აღემატებოდეს 1-ს, ანუ სასურველია მოსახლეობის ანაბრები არ აღემატებოდეს საკუთარი რესურსების ფარგლებს. ბანკის ბალანსის საშუალოვადიანი ლიკვიდობის კოეფიციენტი მიიღება ბანკის ერთ წელზე მეტი ხნის ხანგრძლივობის აქტივების შეფარდებით ბანკის საკუთარ საშუალებებს მიმატებული სადეპოზიტო ანგარიშების მიხედვით ბანკის ვალდებულებები მიმატებული კრედიტები ერთ წელზე მეტი ხანგრძლივობით. ეს კოეფიციენტი არ უნდა აღემატებოდეს 1-ს, ანუ გრძელვადიანი კრედიტების ჯამი არ უნდა აღემატებოდეს საკუთარ საშუალებათა ჯამს და ბანკის მიერ მოზიდულ სხვა გრძელვადიან რესურსებს.

კიდევ ერთი კოეფიციენტი ბანკის ბალანსის მიმდინარე ლიკვიდობის კოეფიციენტი. იგი გამოითვლება ბანკის ბალანსის ლიკვიდური აქტივების შეფარდებით ბანკის ვალდებულებებზე მოთხოვნამდე. ბანკის ლიკვიდური აქტივებში მოიაზრება ბანკის სალაროსა და გზაში მყოფი ფულადი საშუალებები, ქვეყნის საკრედიტო დაწესებულებულებების ანგარიშებზე არსებული ნაშთი, ბანკის კუთვნილი სახელმწიფო სესხის ობლიგაციები, კრედიტები და ფულადი გადასახდელების სხვა სახეობები, რომელთა გადახდის ვადამდე არაუმეტეს ერთ თვეა დარჩენილი. ხოლო ბანკის ვალდებულებები მოთხოვნამდე განეკუთვნება სახელმწიფო და კერძო სექტორის სანარმო-ორგანიზაციისა და სხვა სახეობების ანგარიშსწორების ანგარიშებზე არსებული ნაშთი, აგრეთვე საბიუჯეტო, საზოგადოებრივ და სხვა ორგანიზაციათა მიმდინარე ანგარიშებზე არსებული ნაშთი, მოსახლეობის ანაბრების ნაშთის ნაწილი, დეპოზიტები თვემდე დაფარვის ვადით, ბანკის მიერ ერთ თვემდე დაფარვის ვადით გაცემული გარანტიები და თავდებები.

აგრეთვე არსებობს ბანკის კაპიტალის საკმა-რისობის მაჩვენებლები. მაგალითად, მაღალი

რისკის დაბანდებად ბანკის კაპიტალი უზრუნველყოფა გამოითვლება ბანკის კაპიტალის შეფარდებით აქტივების ჯამზე გაანგარიშებული მაქსიმალური რისკის გათვალისწინებით.

ერთ მსესხებელზე მაქსიმალური რისკი გამოითვლება კრედიტებზე მსესხებლის ვალდებულებების საერთო თანხის და აგრეთვე მოცემული მსესხებლისათვის ბანკის მიერ გაცემული ბალანსგარეშე ვალდებულებების თანხის 50% შეფარდებული ბანკის კაპიტალზე. ბანკის ერთ მსესხებელზე მაქსიმალური რისკი არ უნდა აღემატებოდეს ბანკის აქტივების საერთო ჯამის 10%-ს.

კომერციული ბანკის ბალანსის ლიკვიდობის დაუბალანსებლობისა და გადახდის უზარაობის რისკის ზრდის ძირითადი ფაქტორებია:

- შეცდომები საბანკო პოლიტიკაში;
- ბაზრის არასწორი შეფასება;
- ხარვეზები ანალიტიკურ საქმიანობაში;
- სხვა სახის სუბიექტური და ობიექტური ფაქტორები;

ამ რისკის მართვა შეიძლება სხვადასხვა ღონისძიებების მეშვეობით:

- მოთხოვნამდე ბანკის ვალდებულებების შემცირება პასივების ვადების მიხედვით ხელახალი დაჯგუფების გზით;
- ლიკვიდური აქტივების გაზრდა, მათ შორის კრედიტების შესაბამისი ოდენობის დაფარვის გზით;
- ბალანსის „განმენდა“ დამოუკიდებელ ბალანსზე საბანკო საქმიანობის ცალკეული საბუღალტროების გამოყოფის გზით;
- საკუთარი საშუალებების გაზრდა;
- სხვა ბანკებიდან სესხების აღება და სხვ.

კომერციული ბანკის მმართველობამ უნდა გადაწყვიტოს მომგებიანობასა და ლიკვიდობას შორის ზღვარის გავლების ადგილი. ფაქტორად ლიკვიდობის მმართველობა მაღალ დონეზე სერიოზულად ეწევა ბანკის მომგებიანობას და ბანკის აქტივობების საკმაოდ უარყოფითად შეაფასებენ მის მოქმედებას მიუხედავად იმისა თუ როგორ იქნება მისი ლიკვიდობა.

ბანკის აქტივების მართვისას გასათვალისწინებელია შემდეგი ფაქტორები:

- ნაღდი ფულის რაოდენობის მართვისას საჭიროა მისი შესაძლო გადინებებისა და შემოდინების სწორად გათვლა, რათა არ შეიქმნას თანხის დეფიციტი, რომელიმე მომენტში;
- ბანკმა უნდა განათავსოს თავისი მოზიდული სახსრები მათი მოზიდვის ვადების მკაცრი გათვალისწინებით. არ შეიძლება ამ ვადების გადა-მეტება;
- საკრედიტო პორტფელის მართვისას აუცილებელია შემდეგი ღონისძიებების განხორციელება: ა) უნდა ხდებოდეს კონტროლირება

განთავსებული კრედიტებისა მათი რისკის ხარისხის, უზრუნველყოფის ფორმების, მომგებიანობის და სხვ. მიხედვით; ბ) გაცემული კრედიტების განაღდება მათი დაბრუნების ვადების მიხედვით (მაგალითად, შეიძლება გარკვეული პირობითი ჯგუფების შექმნა 1-დან 3 თვემდე, 3-დან 6 თვემდე, 6-დან 12 თვემდე და ა.შ.); გ) შესაძლო რესურსებისა და მოთხოვნილების პროგნოზირება და მისი შესაძლებლობის ფარგლებში დაბალანსება კრედიტებზე (ეს ინფორმაცია ძალიან სასარგებლოა ბანკისათვის ვინაიდან მასზე დაყრდნობით ბანკი იღებს გადაწყვეტილებებს მოსაზიდი რესურსების ოდენობაზე); დ) მსესხებლების კრედიტუნარიანობის ზედმიწევნით შემოწმება; ე) ერთ მსესხებელზე შესაძლო კრედიტის ოდენობის განსაზღვრა საკუთარ რესურსებთან მიმართებაში; ვ) კრედიტების დაბრუნებადობის მაღალი მაჩვენებლის უზრუნველყოფა სანდო უზრუნველყოფის ფორმებზე დაყრდნობის გზით;

• სხვადასხვა მეთოდების გამოყენებით ბანკის კლიენტების ანგარიშსწორების ანგარიშებზე თანხების ბრუნვის სისწრაფის დადგენა. ეს მონაცემები საშუალებას მისცემს ბანკს გადააჯგუფოს თავისი აქტივები, აგრეთვე შეიმუშაოს ინდივიდუალური მომსახურების ტარიფები კლიენტთა გარკვეული ჯგუფებისათვის;

• განხორციელება ოპერაციების რისკის დონის შემცირებაზე მუშაობა. ამის მიღწევა გარკვეულია და შესაძლებელია ეროვნული ბანკის ნორმებისა და ნორმატივების შესრულებით. თუმცა ეს საკმარისი არაა და საჭიროა ბანკში ყოველდღიურად ხდებოდეს აქტივების მდგომარეობის გაანალიზება და სათანადო ღონისძიებების გატარება არსებული ნაკლოვანებების გამოსასწორებლად. ამ ყველაფრისათვის კი საჭიროა საკმაოდ მძლავრ მონაცემთა ბაზის შექმნა.

რაც შეეხება პასივების მართვას, ამ კუთხით მნიშვნელოვანია შემდეგი საკითხები:

- პასივების განთავსების გაანალიზება მათი ვადების მიხედვით, რაც საშუალებას მისცემს ბანკს მოახდინოს მათი სტრუქტურის პროგნოზირება;
- ბანკის მოზიდული და საკუთარ რესურსებს შორის თანაფარდობის მუდმივად გაანალიზება;
- ბანკის დეპოზიტთა ბაზის გაანალიზება: ა) მათი სტრუქტურის შესწავლა; ბ) მარკეტინგული მეთოდების გამოყენების საშუალებით მეტი დეპოზიტების მოზიდვა კლიენტებისაგან; გ) დეპოზიტების წყაროების მიხედვით გაანალიზება (მაგალითად, დეპოზიტები ფიზიკური პირებისა შედარებით სტაბილურია ვიდრე იურიდიული პირებისაგან); დ) საკრედიტო რესურსებთან შესაბამისობაში მოყვანა; ე) სხვა საკრედიტო დაწესებულებებისაგან მიღებული დეპოზიტების ნდობის ფაქტორის გაანალიზება.

ბანკის ფუნქციონირებისას ერთ-ერთი პრობლემატური მომენტია საკრედიტო რისკის მომენტი. საკრედიტო რისკი არსებობს დაკრედიტების მთელი პროცესის განმავლობაში. ამტკიცების ქვეშ იგულისხმება იმის შესაძლებლობა, რომ ვალის დაფარვა ვერ მოხდება მთლიანად და დროულად. ვალი ძირითადად შეიძლება დაიფაროს სამი წყაროდან:

- კომპანიაში შეიძლება მიიღოს ფულადი სახსრები საკუთარი საქმიანობის შედეგად;
- კომპანიაში შეიძლება მოიძიოს თანხები საკუთარი აქტივების გაყიდვით ან რეზერვებიდან;
- დამატებითი გზებით, მაგალითად ახალი სესხის აღებით ან ახალი აქციების გამოშვებით.

კომერციული ბანკის ფუნქციონირების კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია - საქმიანობა ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე, ხოლო ამ პროცესის სისწორეზე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ბანკის შემოსავლების დონე. განვიხილოთ ბანკის ფასიანი ქაღალდებთან დაკავშირებული ძირითადი საქმიანობის სახეები:

- კომერციული ბანკის საქმიანობა დაკავშირებული საკუთარი ფასიანი ქაღალდების გამოშვებთან. საკუთარი აქციების კომერციული ბანკები უშუალოდ საკუთარი სანესანდო კაპიტალის შესაქმნელად ამ შესასცებად;
- კომერციული ბანკების საკუთარი ოპერაციები ფასიანი ქაღალდებთან. ასეთი ოპერაციები ხორციელდება თვით ბანკის ინიციატივით საკუთარი სახელით და საკუთარი ხარჯებით. ბანკებმა შეიძლება ჩადონ თანხები ფასიანი ქაღალდებში შემოსავლის მიღების მიზნით. ეს საქმიანობა შეიძლება გარკვეულ ალტერნატივად ჩავთვალოთ ბანკის საკრედიტო საქმიანობასთან მიმართებაში;

• კომერციული ბანკები შეიძლება ეწეოდნენ საბროკერო საქმიანობას თავისი კლიენტების გარკვეული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ფასიანი ქაღალდები შეიძლება შეძენილი იქნას კლიენტისათვის ბირჟაზე ან საკუთარი პორტფელიდან;

• კომერციული ბანკები შეიძლება ეწეოდნენ საინვესტიციო კომპანიების მსგავს საქმიანობას და ახორციელებდნენ სერიოზულ საინვესტიციო საქმიანობას.

ამ საქმიანობაში რა თქმა უნდა ერთ-ერთი უმთავრესია პორტფელის ფორმირება. ძირითადი პრინციპები პორტფელის ფორმირებისას შემდეგია:

- დაბანდებად უსაფრთხოება;
 - დაბანდებად უსაფრთხოება;
 - დაბანდებად უსაფრთხოება;
 - დაბანდებად უსაფრთხოება.
- სერიოზული შესაძლო დანაკარგების შემცირება შესაძლებელია ფინანსური დაბანდებად.

დივერსიფიცირების მეშვეობით, რაც გულისხმობს გარკვეულ რაოდენობის განსხვავებული ტიპის ფასიანი ქაღალდების შექმნას. პორტფელი, რომელიც შედგება მრავალი განსხვავებული ფასიანი ქაღალდებისაგან მეტწილად დაცულია პრობლემებისაგან.

საინვესტიციო სტრატეგიის შემუშავების ძირითადი მომენტებია შესაძლო შემოსავლების (დასაბანდებელი თანხების გათვალისწინებით), ინვესტირების ვადის და შესაძლო რისკების გაანალიზება. სტრატეგიის შემუშავებისას პირველ რიგში რა თქმა უნდა მოგვების მაქსიმალური რისკის პრობლემებში.

შესაძლებელია პორტფელში ინვესტირება პასიური და აქტიური მართვით. პასიური პრინციპის გამოყენებისას ფაქტობრივად ხდება ფასიანი ქაღალდების შესყიდვა და შენახვა დივერსიფიცირებული პორტფელის მეშვეობით, რომელიც შეიცავს როგორც გრძელვადიან ფასიან ქაღალდებს - შემოსავლიანობის უზრუნველ-საყოფად, ასევე მოკლევადიანებს - ლიკვიდო-ბისათვის.

პორტფელის აქტიური მართვის მეთოდი გულისხმობს ხშირ გადაჯგუფებას მისი შემო-დგენლობისა და მუდმივად იმ ფასიანი ქაღალდების განთავსებას, რომლებიც მოცემულ მომენტში ყველაზე მომგებიანია. გასაგებია, რომ ამგვარი პრინციპი ძალზედ რთულ ანალიტიკურ მუშაობას მოითხოვს. გარდა ამისა, საჭიროა საკმაოდ დიდი დანახარჯების გაწევა, რათა ხდებოდეს უახლესი ინფორმაციის მიღება და მისი სათანადო დონეზე დაშუშება.

პორტფელური ინვესტიციების განხორ-ციელებისას უნდა გვახსოვდეს, რომ საჭიროა გარკვეული პოლიტიკის გამოყენება. ამისათვის უნდა მოხდეს: ა) ინვესტირების ძირითადი მი-ზნების გამოკვეთა; ბ) საინვესტიციო პორტფელის შემადგენლობის განსაზღვრა (ანუ იმის განსა-ზღვრა თუ რომელი ფასიანი ქაღალდებია მისა-ღებო); გ) ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ხარისხის განსაზღვრა და სხვ. გარდა ამისა, საინვესტიციო საქმიანობის სტრატეგიის განსა-ზღვრებზე ზეგავლენას ახდენს ქვეყანაში არსებული სიტუაცია. საინვესტიციო პორტფელის ქვეშ იგულისხმება ფასიანი ქაღალდების გარკვეული ერთობლიობა, რომლებიც ეკუთვნის ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს.

საზღვარგარეთ ბანკები თავიანთი პორტფელის ფორმირებისას ხშირად მიმართავენ შემდეგ ხერხს: დაახლოებით 70%-ს იღებენ სახელმწიფო ფასიან ქაღალდებს, 25%-მდე მუნიციპალურ ფასიან ქაღალდებს და დარჩენილ 5%-ს კი დანარჩენი სახის ფასიანი ქაღალდებით. ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ასეთი სტრუქტურა ძირითადად ახასიათებს დიდ და ძლიერ ბანკებს. შედარებით პატარა ბანკები საკუთარ პორტფელში, როგორც წესი, უფრო

მეტად ლიკვიდურ ფასიან ქაღალდებს ათავსებენ. პორტფელური ინვესტიციების მთავარი მიზანია ინვესტირების ხარისხის ამაღლება ფასიანი ქაღალდებისადმი ისეთი საინვესტიციო თვისებების მინიჭებით, რომლებიც მიუღწევადია ერთი რომელიმე კონკრეტულ ფასიან ქაღალდს მეშვეობით და შესაძლებელია მხოლოდ მათი გარკვეული კომბინაციისას. მხოლოდ პორტფელის ფორმირებისას მიიღწევა ინვესტირების გარ-კვეული სასურველი ხარისხი, ანუ შემოსავლის გარკვეული, შედარებით სტაბილური დონე მინიმალური რისკის პრობლემებში.

პორტფელური ინვესტირების კიდევ ერთი დადებითი მხარეა ის, რომ გარკვეული კონკრე-ტული მიზნების მისაღწევად შეიძლება პორ-ტფელის შემადგენლობის სწრაფად შეცვლა. არსებობს განსხვავებული სახის პორტფელები. განსხვავება მათ შორის მდგომარეობს ძირითადად შემოსავლიანობასა და რისკის დონის თანაფარ-დობაში. განვიხილოთ ზოგიერთი ტიპის საინვეს-ტიციო პორტფელები:

ენ. ზრდის პორტფელი - ფორმირდება მზარდი ფასის აქციებისაგან. ასეთი პორტფელის მიზანია მისი კაპიტალური ფასის ზრდა. მართალია ასეთი პორტფელის შემთხვევაში დივიდენდები მიიღება, მაგრამ ისინი საგრძნობლად მცირეა.

აგრესიული ზრდის პორტფელი - იგი ორიენ-ტირებულია კაპიტალის მაქსიმალურ შესაძლო ზრდაზე. როგორც წესი, მის შემადგენლობაშია ახლად შექმნილი სწრაფად მზარდი კომპანიები. ასეთი პორტფელი ერთ-ერთი ყველაზე საარისკოა, სამაგიეროდ არის შანსი საკმაოდ დიდი მოგების მიღებისა.

კონსერვატიული ზრდის პორტფელი - ამ ჯგუფის პორტფელებში იგი ყველაზე ნაკლებად საარისკოა და შედგება, როგორც წესი, ცნობილი, დიდი კომპანიების აქციებისაგან, რომელთა აქციების ფასიც სტაბილურად ნელა იზრდება. ეს პორტფელი ორიენტირებულია მინიმალურ რისკზე და კაპიტალის შენარჩუნებაზე.

საშუალო ზრდის პორტფელი - გარკვეულ საშუალო ვარიანტს წარმოადგენს აგრესიული და კონსერვატიული ზრდის პორტფელების შორის. ასეთ პორტფელში სანდო ფასიან ქაღალდებთან ერთად ხდება საკმაოდ რისკიანი ფასიანი ქაღალ-დების განთავსებაც, რომლებიც პერიოდულად განიცდიან განახლებას. ამ დროს ხდება საშუალო დონეზე კაპიტალის ზრდა და რისკის შედარებით ზომიერი დონით არსებობა. პორტფელის ეს სახე ერთ-ერთი ყველაზე მოშუალარულია, რადგან მას რისკის მცირე დონე ახასიათებს.

შემოსავლების პორტფელი - იქმნება მაქსი-მალური მიმდინარე მოგების მისაღებად პრო-ცენტებისა და დივიდენდების სახით. ასეთი პო-რტფელი შედგება ისეთი ფასიანი ქაღალდე-ბისაგან, რომელთა ფასიც საკმაოდ ნელი ტემპით

იზრდება და მათი მიმზიდველობა მხოლოდ დიდ დივიდენდებში მდგომარეობს. ასეთი პორტფელი იქმნება მაშინ, როდესაც მთავარი მიზანია მიმდინარე შემოსავლების მაქსიმიზაცია.

რეველარული შემოსავლების პორტფელი - ფორმირდება მაქსიმალურად სანდო, სტაბი-ლური შემოსავლის მქონე ფასიანი ქაღალ-დებისაგან.

ზრდისა და შემოსავლის პორტფელი - ასეთი ტიპის პორტფელის ფორმირება ერთი მხრივ, ხდება დანაკარგებისაგან (მაგალითად, აქციების ფასის შემცირებისაგან), ხოლო მეორე მხრივ, დივიდენდების შემცირებისაგან თავის დასაცავად. ამ პორტფელში შემავალი ფასიანი ქაღალდების ერთი ნაწილი იძლევა მაღალ შემო-სავლებს, ხოლო მეორე კი - კაპიტალის ზრდას. ასეთი პორტფელის ერთი შემადგენელი ნაწილის მიერ მიღებული ზარალი შეიძლება კომპენსი-რდებოდეს მეორე ნაწილიდან მიღებული შემო-სავლით.

დაბალანსებული პორტფელი - მის მფლო-ბელს სთავაზობს როგორც შემოსავლების, ასევე რისკების დაბალანსებას. ასეთი ტიპის პორტფელი შეიძლება შეიცავდეს მაღალი რისკის მქონე ფასიან ქაღალდებსაც, როგორც წესი, ასეთ პორტფელში შედის ჩვეულებრივი და პრობლემური აქციები და ობლიგაციები. ზარალის კონტინტურის გათვალისწინებით მისი შემადგენლობის სტრუქტურა შეიძლება გარკვეულწილად იცვლებოდეს.

საინვესტიციო პორტფელის ერთ-ერთი უმნი-შვნელოვანესი თვისებაა მისი ლიკვიდურობა, ანუ თვისება მისი სწრაფად გადაქცევისა ფულად სახსრებად. აქედან გამომდინარე, სასურველია, პორტფელი შედგებოდეს მაღალი ლიკვიდობის მქონე ფასიანი ქაღალდებისაგან. გარდა ამისა, საჭიროა განსაზღვრული რაოდენობით ნაღდი ფულის რეზერვების ქონა გარკვეულ საინ-ვესტიციო საქმიანობის ოპერაციულად განსა-ხორციელებლად, თუ გაჩნდება ამის საჭიროება. თუ ეროვნული ვალუტა საკმაოდ არასტაბილური კურსით ახასიათდება, საჭიროა, რეზერვების უცხოურ ვალუტაში ფორმირება.

ასევე ერთ-ერთი გავრცელებული ხერხია პორტფელის ფორმირება გადასახადებისაგან განთავისუფლებული ფასიანი ქაღალდებისაგან. ასეთ პორტფელში, როგორც წესი, შედის სახელმწიფო საავტო ვალდებულებები და იგი მიზნად ისახავს კაპიტალის შენარჩუნებას და მზადყოფნად ლიკვიდობის მაღალი დონის უზრუნველყოფას. ასეთი პორტფელების პოპუ-ლარობას განაპირობებს ის ფაქტიც, რომ სახელმწიფო ანთავისუფლებს იმ სახის შემოსა-ვლებს გადასახადებისაგან, რითაც ხდება გარ-კვეული ნახალისება. მოკლევადიანი სახელმწიფო ფასიანი ქაღალდები პორტფელი ერთ-ერთი ყველაზე სანდო ნაწილად ითვლება, ვინაიდან

სახელმწიფო ფასიან ქაღალდებზე ვალდებუ-ლებების შესრულებაზე უარის თქმა შედარებით იშვიათია სხვა სახის ფასიან ქაღალდებთან შედარებით, ამიტომ რისკიც მინიმუმამდე დადის.

პორტფელის ფორმირება აგრეთვე შეიძლება მუნიციპალური ფასიანი ქაღალდებისაგან. ამ შემთხვევაშიც მნიშვნელოვანი ნაშაბადი ფაქტორია შეღავათები საგადასახადო დაბე-გვრისას.

იმის მიხედვით თუ რა პრიორიტეტულ მიზნებს ისახავს ფასიანი ქაღალდების პორტფე-ლის მფლობელი, მისი შემადგენლობა განსხვა-ვებულია. მაგალითად, არსებობს ე.წ. კონვერ-ტირებადი პორტფელები. ისინი შედგება მაგა-ლითა, ისეთი პრივილეგირებული აქციებისაგან, რომელთა გაცვლაც კონკრეტულ მომენტში შეიძლება გარკვეული რაოდენობის ჩვეულებრივ აქციებზე ნინანსარ ფიქსირებული ფასით. ეს კი დამატებითი შემოსავლის მიღების საშუალებას იძლევა.

ასევე არსებობს პორტფელები შედგენილი რეგიალური პრინციპის მიხედვით. ასეთ პორტფელს განეკუთვნება გარკვეული ქვე-ყნების მიხედვით შედგენილი პორტფელები.

საჭიროა იმ ფაქტორის გათვალისწინებაც, რომ ზედმეტი დივერსიფიკაცია ხშირად საკმაოდ უარყოფით ეფექტს ბადებს. საერთო ჯამში მიზანს წარმოადგენს მოგების მიღება, ამიტომ ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ფორმირებაზე და მომსახურებაზე განუღებო ხარჯები უნდა იყოს შეძლებისდაგვარად მინიმალური. პორტფელის ზედმეტი დივერსიფიკაცია იწვევს:

- პორტფელის ხარისხიანად მართვის შესა-ძლებლობის შემცირებას;
- ხშირად არასათანადო დონეზე შემოსა-ვლიანი, სანდო და ლიკვიდური ფასიანი ქაღალ-დების შექმნას;

• დანახარჯების ზრდას, ვინაიდან საკმაოდ რთულია ზედმეტად დივერსიფიცირებული პორტფელის მართვა (ძალიან მცირეა იმის შანსი, რომ შემოსავლები ასეთ შემთხვევაში პროპორ-ციულად გაიზარდოს);

ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ფორმი-რებას თან ახლავს გარკვეული რისკები:

- **სისტემატური რისკი** - ეს არის ფასიანი ქაღალდების დაცემის რისკი მთლიანობაში. იგი არ არის დაკავშირებული რომელიმე კონკრეტულ ფასიან ქაღალდთან. სისტემატური რისკის ანალიზი სავსე კითხვას - ღირს თუ არა კონკრე-ტულ არსებულ სიტუაციაში პორტფელის შექმნა; შესაძლებელია უმჯობესი იყოს არსებული სიტუა-ციაში დაბანდების განხორციელება პირდაპირ ინვესტიციებში, უძრავ ქონებაში ან თუნდაც უცხოურ ვალუტაში.
- **არასისტემატური რისკი** - აქ გაერთიან-ებულია რამე კონკრეტულ ფასიან ქაღალდთან

დაკავშირებული ყველა სახის რისკი. იგი შემცირებული და დივერსიფიცირებულია. სწორი შერჩევის მეშვეობით შეიძლება შეჩერება ისეთ ფასიან ქალაქებზე, რომელსაც ახასიათებს მისაღები დონის არასისტემატური რისკი.

• **სელექციური რისკი** - ანუ რისკი, რომელიც დაკავშირებულია პორტფელის შემადგენლობის არასწორ შერჩევასთან. მას ადგილი აქვს ფასიანი ქალაქების არასწორი განხილვისას.

• **დროებითი რისკი** - იგი ვლინდება მაშინ, როდესაც პორტფელისათვის ფასიანი ქალაქების შესყიდვს, ან მათი რეალიზაცია არასწორ პერიოდში ხდება. არსებობს გარკვეული დამდგენილი კანონზომიერებები, რომელთა გაუთვალისწინებლობა იწვევს ზარალს. ესაა გარკვეული სეზონური ცვალებადობები, ან სხვადასხვა ციკლური რყევები ბაზარზე.

• **საკანონმდებლო ცვლილებების რისკი** - იგი ითვალისწინებს ისეთ შესაძლო მომენტებს, როგორიცაა მაგალითად, ხარჯების ზრდა იძულებითი ხელახალი რეგისტრაციისას, შუამავლების საკანონმდებლო სტატუსის ცვლილება და სხვ.

• **ლიკვიდობის რისკი** - აღნიშნული რისკი განსაკუთრებით აქტუალურია მაგალითად, საქართველოში სადაც სიტუაციის ცვლილებამ ქვეყანაში შეიძლება გამოიწვიოს ფასიანი ქალაქების ლიკვიდობის მაჩვენებლის მკვეთრი ცვლილება.

• **საკრედიტო რისკი** - ეს რისკი გულისხმობს, რომ ემიტენტს შეიძლება არ აღმოაჩნდეს საშუალება, დაფაროს თავის თავზე აღებული ვალდებულებები.

• **ინფლაციური რისკი** - იგულისხმება ინვესტორის მიერ მიღებული მოგების გაუფასურების შესაძლებლობა, ქვეყანაში ინფლაციური პროცესების გაძლიერებასთან ერთად. ცნობილი ფაქტია, რომ სათანადო დონის ინფლაცია ანგრევს ფასიანი ქალაქების ბაზარს.

• **პროცენტული რისკი** - რომელიც გამოწვეულია ბაზარზე საპროცენტო განაკვეთების შესაძლო ცვლილებით.

• **პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური რისკი** - ჩნდება, როდესაც თანხების დაბანდება ხდება ისეთი ქვეყნის ფასიან ქალაქებში, სადაც არასტაბილური სოციალური და ეკონომიკური სიტუაციაა. ხშირ შემთხვევაში ადგილი აქვს პოლიტიკური რისკის, როდესაც იცვლება ქვეყანაში პოლიტიკური რეჟიმი.

• **რეგიონალური რისკი** - ეს რისკი განსაკუთრებით ახასიათებს ე.წ. მონოპროდუქტიულ რეგიონებს. მაგალითად, როდესაც 80-იან წლებში ნავთობზე ფასების ცვლილების გამო ტიხასის და ოკლახომას შტატებში გაჩნდა სერიოზული ეკონომიკური კრიზისი, რამდენიმე ადგილობრივი ბანკი გაკოტრდა, ხოლო სხვა ინვესტორებმა დიდი ზარალი ნახეს. ამ მაგალითიდან ჩანს, რომ

ორიგენტირება რომელიმე ერთ კონკრეტულ დარგზე, თუნდაც ძლიერ მომგებიანზე საკმაოდ სარისკოა.

• **დარგობრივი რისკი** - ეს რისკი დაკავშირებულია რომელიმე გარკვეული დარგის სპეციფიკურობასთან. ამ რისკის ხარისხის მიხედვით დარგები ზოგადად შეიძლება დაჯგოფდეს ჯგუფებად: ძლიერ დამოკიდებულები ციკლურ რყევებზე, სტაბილურად მომუშავეებზე, სწრაფად მზარდებზე და სხვ. ამ ფაქტორის სწორად გათვლა, ხშირად, წარმატების ერთ-ერთი მთავარი საწინდარია.

• **კონკრეტულ სანარმოთა დაკავშირებული რისკი** - ეს რისკი გარკვეულწილად მჭავს დარგობრივ რისკს. უზარალოდ ამ რისკის ხასიათი თავისი ცვლილებები შეაქვს კონკრეტული ფირმის ქვიშის ხასიათს, რაიმე კონკრეტულ სიტუაციაში. მაგალითად, სხვათაგან რისკი ახასიათებს სანარმოს, რომელიც მთავარ პროდუქტად მიიჩნევა არა ზრდას, არამედ ძლიერ სპეციალიზაციის გარკვეულ სფეროში დარღაც კონკრეტულ ნიშებზე პოზიციების გამყარებას, ვიდრე კომპანიას, რომელიც ახალი შექმნილია და მისი საქმიანობა აგრესიულ ხასიათს ატარებს.

• **სავალუტო რისკი**, ანუ რისკი დაკავშირებულია ვალუტის კურსის ცვლილებასთან.

რაც უფრო მაღალია რისკების დონე ფასიანი ქალაქების ბაზარზე, მით უფრო მაღალია მოთხოვნილებები პორტფელის მართვის მიმართ. ამ დროს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია მონიტორინგის პროცესი, ანუ საფონდო ბაზრის და სხვადასხვა ფასიანი ქალაქების მდგომარეობის უწყვეტი ანალიზი. მონიტორინგის საბოლოო მიზანია ისეთი ფასიანი ქალაქების გამოვლენა, რომლებიც აკმაყოფილებენ კონკრეტულ პორტფელის მოთხოვნილებებს. ფასიანი ქალაქების პორტფელის მართვა შეიძლება ხორციელდებოდეს როგორც აქტიური, ისე პასიური მეთოდით.

როდესაც ხდება პორტფელის მართვა აქტიური მეთოდის გამოყენებით, საჭიროა, საკმაოდ სწრაფად მოიძებნოს და შესყიდულ იქნეს მაქსიმალურად ეფექტური ფასიანი ქალაქები არსებული მომენტისათვის. ასევე ოპერატიულად უნდა ხდებოდეს ნაკლებად შემოსავლიანი აქტივებისგან განთავისუფლება. ეს საქმიანობა მოითხოვს მუდმივ პროგნოზირებას, საჭიროა უწყვეტი ზრუნვა, რომ არ შემცირდეს პორტფელის ღირებულება. ამისთვის მუდმივად უნდა ხდებოდეს პორტფელის ფასის შესაძლო ცვლილებების პროგნოზირება და გათვლა, ახალი ფასიანი ქალაქების შესყიდვისა და ძველების გაყიდვის მომენტების გათვალისწინებით. ამ პროცესების დროს აუცილებელია იმ დანახარჯების გათვალისწინება, რომლებსაც ადგილი ექნება ფასიანი ქალაქების პორტფელის შემადგენლობის ცვლილებისას.

რაც შეეხება პორტფელის პასიური მართვის მეთოდს, იგი გულისხმობს კარგად დივერსიფიცირებული პორტფელის ფორმირებას, რომელიც გათვლილია გრძელვადიან პერიოდზე. ასეთი მეთოდის გამოყენება შესაძლებელია მაშინ, როდესაც ბაზარი გაჯერებულია მაღალხარისხიანი ფასიანი ქალაქებით. ეს მეთოდი ასევე მოითხოვს სტაბილური სიტუაციის არსებობას, ვინაიდან, მაგალითად, ინფლაციის არსებობა ასეთ მეთოდს საკმაოდ არაეფექტურს ხდის.

ფასიანი ქალაქების პორტფელის მართვა შეიძლება ხორციელდებოდეს ტრადიციული ან/და თანამედროვე სტრატეგიის გამოყენებით. მათგან რომელიმეს გამოყენება დამოკიდებულია გამოცდილებაზე და საბანკო დაწესებულების სიძლიერეზე. ასე, მაგალითად, შედარებით მცირე რესურსებისა და გამოცდილების პირობებში უფრო მიზანშეწონილია პირველი სტრატეგიის გამოყენება. ამ დროს ხდება პორტფელის ფორმირება საკმაოდ დივერსიფიცირებული და ძირითადად ცნობილი კომპანიების ფასიანი ქალაქებით იმ იმედზე, რომ მათი ფინანსური მდგომარეობა არ შეიცვლება.

გარკვეული დროის შემდეგ უკვე სასურველია თანდათანობით გადასვლა შედარებით უფრო რთულ თანამედროვე სტრატეგიაზე, რომლის დროსაც ხდება მთელი რიგი მათემატიკური და სტატისტიკური მეთოდების გამოყენება. არსი ასეთი სტრატეგიისაა დამოკიდებულება იმაზე, რომ ხდება კავშირების დადგენა რისკსა და შემოსავლებს შორის. ეს სტრატეგია გულისხმობს საკმაოდ რისკიანი პორტფელის ფორმირებას საკმაოდ მაღალი მოგების მიღების მიზნით.

სამწუხაროდ, ფასიანი ქალაქების ბაზარი საქართველოში მაინდამაინც დიდი აქტიურობით არ გამოირჩევა, რაც საშუალებას არ აძლევს ქართულ კომერციულ ბანკებს მიიღონ საკმარისი რაოდენობით შემოსავლები ბაზარზე განხორციელებული ოპერაციების მეშვეობით. ფაქტურად, ფასიანი ქალაქების ბაზარზე კომერციული ბანკების მიერ განხორციელებული ოპერაციების უმეტესი ნილი ხორციელდება სახელმწიფო ფასიან ქალაქებთან, თანაც უპირატესად საკმაოდ მოკლევადიანებთან. უახლოეს პერიოდში თუ ქვეყანაში მოხდება გარკვეული დადებითი ძვრები და ზოგადად ეკონომიკური სიტუაციის სტაბილიზება, ქართული კომერციული ბანკები მოახდენენ ამ მიმართულებით ოპერაციების რაოდენობის და ხარისხის გაზრდას, რაც მათთვის დამატებითი შემოსავლის საკმაოდ სერიოზული წყარო შეიძლება გახდეს.

საქართველოში საბანკო საქმე ჯერ კიდევ XIX საუკუნის 60-იანი წლებიდან იღებს სათავეს. ილია ჭავჭავაძის თაოსნობით სათავე დაეწაფა სახელმწიფო ბანკი თბილისში უკვე 1875 წელს დაარსდა. ცნობილია, რომ ბანკი ყველანაირად ცდილობდა ეროვნული საქმიანობის ხელშეწყობას

და ამისთვის თავის მოგებას არ იშურებდა. იგი ხშირად ეხმარებოდა მინათმოქმედთა საერთო საქართველოს, ქართული კულტურის ამა თუ იმ სფეროს და სხვ. საქართველოს საბანკო სისტემა უდავოდ ერთ-ერთი საუკეთესო და სანაშრომო იქნებოდა მთელს რეგიონში, მაგრამ, სამწუხაროდ, გასაბჭოების შემდგომ ქვეყანაში დაიკარგა ის ტრადიციები და გამოცდილება, რაც მას გააჩნდა ამ სფეროში. 90-იან წლებში საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვებასთან ერთად დაიწყო საკუთარი საბანკო სისტემის ფორმირება.

საქართველოს საბანკო სისტემის ტრანსფორმაციის პროცესი დაიწყო 1991 წლიდან. ეტაპობრივად შეიქმნა სათანადო საკანონმდებლო და ნორმატიული ბაზა. ჩამოყალიბდა ორი ძირითადი საბანკო სისტემა, რომელიც შედგებოდა ერთი მხრივ, ეროვნული ბანკისაგან და მეორე მხრივ, კი კომერციული ბანკებისაგან.

საქართველოს რესპუბლიკის ეროვნული ბანკისა და სახელმწიფო კომერციული ბანკების გარდა ქვეყანაში მოქმედებდნენ კომერციული ბანკები. არასრულყოფილი საბანკო კანონმდებლობის, ბანკების ლიცენზირების სუსტი ადმინისტრირებისა და უთანაგრესად, საწესდებო კაპიტალის მინიმალური ოდენობის გამო ქვეყანაში სწრაფად დაიწყო ზრდა კომერციული ბანკების რიცხვი. 1994 წლის დასასრულში საქართველოში მოქმედებდა 229 კომერციული ბანკი. ბუნებრივია, კომერციული ბანკების სიმრავლე საბანკო სისტემის არამდგრადობის მაჩვენებელი გახლდათ. დღის წესრიგში დადგა საქართველოს საბანკო სისტემის რეფორმირების საკითხი, რომელიც საერთაშორისო სავალუტო ფონდის, მსოფლიო ბანკის, ევრობანკის და სხვა საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტების დახმარებით დაიწყო. ერთ-ერთ პირველ რიგის გადასასყვეტ საკითხად დაისვა მაშინ არსებული სამსაფეხურიანი საბანკო სისტემიდან: ეროვნული ბანკი - სახელმწიფო კომერციული ბანკები - კომერციული ბანკები; ორსაფეხურიანი სისტემაზე: ეროვნული ბანკი - კომერციული ბანკები გადასვლის საკითხი.

საქონლისა და მომსახურების რეალიზაცია ნებისმიერი სანარმოთათვის, რომელიც საბაზრო ეკონომიკის პირობებში მუშაობს, ერთ-ერთ უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს, ვინაიდან ამის გარეშე შეუძლებელია მოგების მიღება. საბანკო საქმე და კონკრეტულად კომერციული ბანკების საქმიანობაც რა თქმა უნდა არ წარმოადგენს გამონაკლისს. ნებისმიერი კომერციული ბანკის პოლიტიკის მიზანია კლიენტურის მოზიდვა, თავისი მომსახურების რეალიზაციის მოცულობის ზრდა, ბაზარზე დამკვიდრება და საბოლოო ჯამში საკუთარი მოგების გაზრდა. ამ მიზნის მიღწევას ემსახურება სწორედ საბანკო მარკეტინგი.

საწყის ეტაპზე ბანკები მარკეტინგს განიხილავდნენ, როგორც კლიენტების მოზიდვის საშუალებას. უკანასკნელ პერიოდში კი ბანკებმა

შექმნეს საკუთარი მარკეტინგული სამსახურები, რომლებიც ინფორმაციის შეკრებას და დამუშავებას არიან დაკავებული. მზარდმა კონკურენციამ და ბანკებსა და მათ კლიენტურას შორის ურთიერთობების ცვლილებამ, თავის მხრივ, გამოიწვია ცვლილებები საბანკო მარკეტინგის შინაარსობრივ და მიზნობრივ მხარეში. ადრეულ პერიოდთან შედარებით, როდესაც ბანკები ორიენტირებული იყო საკუთარ პროდუქტზე, ახლა ხდება კლიენტის რეალურ მოთხოვნილებებზე მორგება, რისთვისაც მიმდინარეობს ბაზრის გულდასმით შესწავლა.

ბანკებმა ერთ-ერთმა პირველებმა დაიწყეს მარკეტინგის ფართოდ გამოყენება თავიანთ საქმიანობაში, რაც გამომწვეული იყო მთელი რიგი გარემოებებით, კერძოდ ისეთი ფაქტორებით როგორებიცაა:

- კომერციული ბანკების მიერ უცხოურ ბაზრებზე შეღწევა და საბანკო კონკურენციის გლობალიზაცია;
- თითქმის ყველა ქვეყანაში არასაბანკო დანერგულებების გაჩენა და განვითარება, რომლებმაც დიდი კონკურენცია გაუჩინა არსებულ ბანკებს;
- საბანკო მომსახურების სექტორის მოცულობის ზრდა;
- კონკურენციის ზრდა საბანკო ბაზარზე.

როგორც წესი ბანკის ხელმძღვანელობა მიზნად ისახავს ბაზრის შესწავლას, ამისათვის აგროვებს და ანალიზებს ინფორმაციას კონკურენტებზე, სტატისტიკურ მონაცემებს და სხვა. რა თქმა უნდა მონაცემების დამუშავების ხარისხი განსხვავდება ბანკის საქმიანობის მასშტაბების მიხედვით. მარკეტინგული კვლევების შედეგების გათვალისწინება ხდება ყველა მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებისას, როგორცაა საწყისდებო კაპიტალის გაზრდა, ახალი ფილიალების ქსელის ამოქმედება ან სხვ. საბანკო მარკეტინგის ძირითად მიზანს წარმოადგენს საბანკო მომსახურების გადამადგილების ოპტიმალური სიჩქარე რეალურ გზაზე (საბანკო დანერგულებიდან კლიენტამდე). ოპტიმალური სიჩქარის ქვეშ იგულისხმება ისეთი სიჩქარე, როდესაც ხდება მაქსიმალურად მომგებიანი ბრუნვა თანხებისა და იმავდროულად მინიმალური დანახარჯები გაწეული ფულადი სახსრების შენახვაზე, ბანკის კლიენტების მომსახურების ხარისხის დაწევის გარეშე. მარკეტინგის პროცესის განმავლობაში ხდება კლიენტის მოთხოვნილებების შესწავლა.

ჩვეულებრივ, თუ ბანკი საკმარის დიდი მასივ ბაზრის კვლევის და პროგნოზირებით დაკავებულია სპეციალური განყოფილება, ან დაქირავებული მარკეტინგული სამსახური. ჩატარებული კვლევების საფუძველზე ხდება სტრატეგიის შემუშავება მომავალი ბაზრის სეგმენტაციისათვის.

ჩვეულებრივ, მარკეტინგი იწყება კონცეფ-

ციის შემუშავებით. კონცეფცია ახასიათებს არა ბანკის საქმიანობებს, არამედ მის მიზანს, იდეოლოგიას, სტრატეგიას. კონცეფციის შექმნის შემდეგ კონკრეტული ვითარების (შიდა და გარე ფაქტორების) გათვალისწინებით უკვე შეიძლება მარკეტინგის რაიმე მეთოდების გამოყენება და დაწერა. მარკეტინგის კონცეფციის შემუშავება ხდება კონკრეტული ბანკის სიდიდის, საქმიანობის სპეციფიკის, დამფუძნებლების ინტერესების და სხვ. გათვალისწინებით.

ოთხმოციან წლებში დასავლეთში გაჩნდა სტრატეგიული მარკეტინგის ცნება, რომელიც გულისხმობს აქცენტის გადანაცვლებას კლიენტიდან და საქონელიდან - არსებულ გარემოზე. თანამედროვე პირობებში ეს მიმართულება უკვე საკმარისი აღარაა. აუცილებელი ხდება კონკურენტული გარემოს, სამთავრობო პოლიტიკის და რეგულირების და მსგავსი ფაქტორების საკმარისი კარგი შესწავლა.

საბანკო მომსახურების გასაღების პრობლემები სპეციფიკურია. მისი გასაღება შესაძლებელია შემდეგი ფორმებით:

1. საკუთარი გასაღების არხები: სათაო განყოფილება, ფილიალები, განყოფილებები;
2. არასაკუთარი არხები: გასაღება შვილო-ბილი ფორმების დაარსების მეშვეობით, სხვა ბანკების კაპიტალში ნილობრივი მონაწილეობის მეშვეობით და სხვ.

საბანკო პროდუქტი ესაა მისი მომსახურების ფორმების ერთობლიობა, რომელიც მოიცავს აქტიურ და პასიურ ოპერაციებს. საბანკო მომსახურების ძირითადი სახეები:

- საავალუტო ოპერაციები: ვალუტის ყიდვა-გაყიდვა გარკვეული მოგების მიღების მიზნით, ამ სახის ოპერაციებს მეტწილად ძლიერი ბანკები ახორციელებენ, ვინაიდან ისინი დაკავშირებულია საავალუტო რისკთან;

- ვექსელების აღრიცხვა და კრედიტების გაცემა: ვექსელების აღრიცხვის დროს ბანკი ფაქტურად ყიდულობს საავალუტო ვალდებულებებს, რითაც უზრუნველყოფს ფულადი სახსრების სწრაფ მოძიებას; ან;

- დეპოზიტები: დამატებითი სახსრების მოზიდვის მიზნით ბანკები ქმნიან სხვადასხვა სახის დეპოზიტებს;

- ძვირფასეულობის შენახვა: ამ სახის მომსახურებას ბანკები სთავაზობენ თავიანთ კლიენტებს სეიფების არსების სახით. კლიენტებს შეუძლიათ სეიფებში ოქროულობის, ფასიანი ქაღალდების და სხვ. შენახვა;

- სახელმწიფოსთვის კრედიტის გაცემა: ანუ სხვადასხვა სახის სახელმწიფო ობლიგაციების შეძენა;

- ანაბრები მოთხოვნამდე: წარმოადგენს ბანკის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან პროდუქტს. მისი მეშვეობით ბანკის კლიენტებს სა-

შუალეზა ეძლევათ გადახდადონ საქონლის ან გაწეული მომსახურების საფასური და ისინი ბანკმა დაუყოვნებლივ უნდა გაანაღდოს;

- სამომხმარებლო კრედიტი: ამ სახის მომსახურებამ ფართო გავრცელება ჰპოვა თავიდან ამერიკის შეერთებულ შტატებში, ხოლო შემდეგ გავრცელდა მთელ მსოფლიოში. ამ მომსახურებაში ძირითადად ფიზიკური პირები სარგებლობენ;

- საკონსულტაციო მომსახურება: ბანკი, როგორც წესი, ტრადიციულად აძლევს თავის კლიენტებს კონსულტაციებს სხვადასხვა საკითხებზე (ინვესტიციების განხორციელება, საგადასახადო დეკლარაციის მომზადება, საბუღალტრო აღრიცხვა და სხვ.). აგრეთვე იურიდიული პირებისთვის ბანკმა შეიძლება შეაფასოს მათი მომავალი ბიზნეს პარტნიორების კრედიტუნარიობა;

- საბოკერო მომსახურების განევა ფასიან ქაღალდებთან დაკავშირებულ ოპერაციებში: ბანკებმა კლიენტის დავალებით შეიძლება განახორციელონ ოპერაციები დაკავშირებული ფასიან ქაღალდებთან. ეს შეიძლება იყოს აქციების ან ობლიგაციების შესყიდვა, რომელსაც კლიენტი განახორციელებს ბროკერის გარეშე ბაჟის დახმარებით;

- ბანკის ფინანსური მომსახურება: აქ იგულისხმება ისეთი პოპულარული მომსახურების სახეები, როგორიცაა ლიზინგი, ფაქტორინგი, სატრასტო ოპერაციები და სხვ.

როგორც ვხედავთ, კომერციული ბანკის მიერ გაწეული მომსახურების სპექტრი საკმაოდ მრავალფეროვანია. მათ გააჩნია საკუთარი სპეციფიკური ხასიათი:

1. საბანკო მომსახურების აბსტრაქტული ხასიათი;
2. გაწეული მომსახურების ძლიერი დამოკიდებულება ამ მომსახურების გამწევთა კვალიფიკაციაზე.

გარკვეულ სახის მომსახურება, როგორც წესი, მომგებიანი და აქტუალურია, მოკლად კლიენტთა გარკვეული ჯგუფისათვის. კლიენტთა სხვა ჯგუფისათვის კი ეს მომსახურება შეიძლება ან ზედმეტად ძვირი იყოს, ან არსებულ მომენტში სრულად გამოუყენებელი. კლიენტების ის ჯგუფი, რომელთაც გააჩნიათ კონკრეტული მომსახურება, წარმოადგენს ბაზრის სამიზნე სეგმენტს. ადვილი მისახვედრია, რომ ერთი კლიენტი შეიძლება იყოს რამდენიმე სეგმენტში. მარკეტინგული სამსახურის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მიზანია მიზნობრივი სეგმენტების გამოვლენა და მათი შესწავლა.

არსებობს ორი სახის მარკეტინგული სტრატეგია, რომლის მიხედვითაც ხდება ბანკის კლიენტების სეგმენტებად დაყოფა. კომერციული ბანკი შეიძლება აწეოდეს პროდუქტიდან მომხმარებელამდე, ანუ მის ხელში არსებული ინფორმაციის

გაანალიზების შედეგად დაადგინოს თუ ვის ეფაქტირება მისი კონკრეტულად ეს პროდუქტი. არსებობს მეორე ხერხიც, როდესაც კლიენტზე ერთი სახის მომსახურების განევისას ხდება სხვა სახის მომსახურების შეთავაზება. ამ დროს ბანკირი თავის თავს უსვამს კითხვას, თუ კიდევ რა სახის მომსახურება შეიძლება აინტერესებდეს ალენიშნულ კლიენტს, ანუ რომელ სეგმენტს ეკუთვნის იგი.

გასაგებია, რომ ამ თემატიკაზე პროდუქტის წარმატებული რეალიზებისათვის საჭიროა კლიენტების სწორი დიფერენცირება. ამ დროს ხდება სწორედ კონკრეტული პროდუქტის პოტენციური მომხმარებლების გამოვლენა. სხვადასხვა კლიენტებს სხვადასხვაგვანა გემოვნება და მოთხოვნილებები გააჩნიათ, ამიტომ საკმაოდ რთულია სწორი მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება.

სწორედ ამიტომ გამოიყენება ბაზრის სეგმენტაციის მეთოდი. როგორც სათაურიდან შეიძლება ჩანს, მეთოდი ეს გულისხმობს არაერთ-გვაროვანი მსხვილი ბაზრის ერთგვაროვან, უფრო მცირე სეგმენტებად დაყოფას. ეს საშუალებას იძლევა დაჯგუფდეს კლიენტები მსგავსი ინტერესებით და მოთხოვნილებებით.

ბაზრის სეგმენტაცია საშუალებას იძლევა:

- ბაზრის სამიზნე სეგმენტის უფრო ხარისხიან დაყოფას, რაც მნიშვნელოვანია კლიენტთა მოთხოვნილებების ანალიზისათვის;

- გამოიკვეთოს თვით ბანკის სუსტი და ძლიერი მხარეები, აღნიშნული სეგმენტის თავისებულებისათვის;

- უფრო ზუსტად ჩამოყალიბდეს მიზნები და შემუშავდეს მარკეტინგული სტრატეგია;

სეგმენტაცია შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა ხერხით. გეოგრაფიული პრინციპის გამოყენებით: ამ დროს ბანკის კლიენტები ჯგუფდება რეგიონის ან ტერიტორიული ერთეულის მიკუთვნების მიხედვით; ფსიქოლოგიური ფაქტორის გამოყენებით: ამ დროს შესანიშნავად მომხმარებლების ცხოვრების წესი, სხვადასხვა ცხოვრება მის რეაქციაზე რაიმე კონკრეტულ რეკლამის მიმართ, ასევე სხვა მრავალი ფაქტორის გათვალისწინება (საბანკო პროდუქტის შეძენის მიზეზები, საბანკო პროდუქტის შეძენის სიხშირე და ა.შ.); დემოგრაფიული პრინციპის მიხედვით: ამ დროს ხდება კლიენტების სქესის და ასაკის, ოჯახის ასაკობრივი სტრუქტურის, განათლების დონისა და შემოსავლის დონის გათვალისწინება. როგორც წესი, ბანკები ჩვეულებრივ კლიენტებს მარტოვე პრინციპის მიხედვით შემდეგნაირად ყოფენ: ა) მდიდარი კლიენტები; ბ) მაღალი შემოსავლის მქონე კლიენტები; გ) სპეციალისტები; დ) მენარმები; ე) მუშა-მოსამსახურეები; ვ) სტუდენტები და ახალგაზრდები; ზ) პენსიონერები.

საკუთარი კლიენტების საკმაოდ საინტერესო კლასიფიკაციის მეთოდი არსებობს საფრანგეთის ბანკებში: ა) ადამიანები, რომლებიც ცხოვრობენ

დღევანდელი დღით; ბ) ავანტიურისტები; გ) თავიანთ საქმიანობაში პასიური ხალხი, ვინც პატივს სცემს მატერიალურ ფასეულობებს; დ) პიროვნებები, რომლებსაც უყვარს ყურადღების ცენტრში ყოფნა.

ასაკის მიხედვით კლიენტების დაჯგუფებისას ხდება იმ პრინციპის გათვალისწინება, რომ ყველა ადამიანი დაბადებიდან სიკვდილამდე გადის რამდენიმე სტადიას, რომელთა ცვალებადობისას უზნდება გარკვეული მოთხოვნილებები, რაც ერთნაირი ციკლის პირობებში მყოფი კლიენტების დაჯგუფების საშუალებას იძლევა. მაგალითის სახით შეიძლება მოვიყვანოთ შემდეგნაირი დაცოფა:

ახალგაზრდები (16-22 წელი): აქ შედის სტუდენტები, ხალხი რომელიც პირველად ეწყობა სამუშაოზე ან/და ემზადება ოჯახის შესაქმნელად; **ახალგაზრდები, რომლებმაც ახალახანს შექმნეს ოჯახი (25-30 წელი):** ადამიანები, რომლებიც ახლა იწყებენ გრძელვადიანი მოხმარების საქონლის შეძენას;

„სტაჟიანი“ ოჯახები (25-45 წელი): ადამიანები უკვე არსებული კარიერით, რომელთა ძირითადი მიზნებია საყოფაცხოვრებო პირობების გაუმჯობესება, ბავშვებისათვის სათანადო განათლების უზრუნველყოფა და სხვ;

ასაკი შესული ხალხი (40-55 წელი): ამ ხალხს უკვე საკმარის დიდი შემოსავალი გააჩნიათ და მათი საზრუნავი საპენსიო უზრუნველყოფა ხდება.

ახლო მომავალში პენსიაზე გასასვლელი ხალხი (55-70 მეტი წლის): ვისაც გააჩნია დაგროვილი კაპიტალი და მათი საზრუნავი მისი შენარჩუნებაა.

კომპერტიულ ბანკს საკმაოდ ადვილად შეუძლია ასაკის მიხედვით კლიენტების სეგმენტაცია, ვინაიდან ანგარიშის გახსნისას ხდება მათი ანკეტირება. ამ მონაცემების დამუშავების შემდეგ უკვე შეიძლება კონკრეტულ ჯგუფებზე კონკრეტული საბანკო პროდუქტების „მიზმა“. მაგალითად:

ახალგაზრდები: ამ ჯგუფის წევრებისთვის დამახასიათებელია მობილურობა, ხშირი მგზავრობები, ფულის გადარიცხვები, მოკლევადიანი სესხები, ტურიზმთან დაკავშირებული მომსახურება.

ახლადღიურაგებულები: ამ ჯგუფის წარმომადგენლები საჭიროებენ ერთობლივ ანგარიშებს, საკრედიტო ბარათებს, სხვადასხვა სახის დანაშოგების ფორმირებას (მაგალითად, სახლის შესყიდვის მიზნით).

„სტაჟიანი“ ოჯახები: ეს ჯგუფი ხშირად სარგებლობს სხვადასხვა სამომხმარებლო კრედიტებით; ისინი აგრეთვე საჭიროებენ სხვადასხვა კონსულტაციებს (ინვესტიციებზე, დანაშოგის ფორმირებაზე, დაზღვევაზე და სხვ.).

ახლო მომავალში პენსიაზე გასასვლელი ხალხი: ამ ჯგუფის წევრები ბანკის ერთ-ერთ ყველაზე სტაბილურ კლიენტებს წარმოადგენენ.

ისინი საკმაოდ სოლიდურ თანხებს ინახავენ საბანკო ანგარიშებზე, ამასთან საჭიროებენ პერსონალურ მომსახურებასა და კონსულტაციებს კაპიტალის განკარგვასთან დაკავშირებულ საკითხებზე.

სეგმენტაცია და კლიენტების დიფერენცირების სხვადასხვა ხერხები საშუალებას აძლევს კომერციულ ბანკებს გამოავლინონ ახალი ბაზრები თავისი მომსახურების გასაღებისათვის, ანუ ბანკი გამოავლენს ენ. „ნიშებს“, რომელთა ათვისებითაც შეიძლება გაიზარდოს ბანკის მიერ გასაღებული მომსახურების მოცულობა, საბოლოო ჯამში კი საქმიანობის ძირითადი მიზანი - მოგება.

ბანკის საქმიანობაში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მხარეა მუშაობა იურიდიულ პირებთან. აქ საჭიროა უფრო მეტად ინიციატიული მიდგომა, ვინაიდან მასობრივი მეთოდებით მუშაობა ამ შემთხვევაში საკმაოდ არაეფექტურია. მიუხედავად ამისა სეგმენტაცია აქაც აუცილებელია და იგი მინიმუმ გვეხმარება საბოლოო მიზნის მიღწევაში. ერთ-ერთი პირველი რისი გაკეთებაც შეიძლება, ეს არის კომპანიების დიფერენცირება მათი სიდიდის მიხედვით (ეს შეიძლება გაკეთდეს საეჭირო ბრუნვის შესწავლით, დასაქმებულთა რაოდენობის შესწავლით, აქტივების მოცულობის განხილვით და სხვ.). ამის მიხედვით ფირმები იყოფიან დიდ, საშუალო და მცირე ფორმებად. განსაკუთრებით საინტერესოა ბანკისთვის კონკრეტული ფირმის საქმიანობის სახე. მაგალითად, მცირე ბრუნვა და პერსონალის დიდი რაოდენობაა ფირმაში, თუ პირიქით (მცირე პერსონალი მაგრამ საკმაოდ დიდი მოცულობის ბრუნვა). ახლა განვიხილოთ თუ კონკრეტული მოცულობის ფირმისგან რა სახის მომსახურებაზე შეიძლება ჰქონდეს ინტერესი იმედი ბანკს:

მცირე ფირმები: ამ ჯგუფის წარმომადგენლებს ხშირად ექმნებათ საჭიროება „სასტარტო“ კრედიტები. აგრეთვე შეიძლება დასჭირდეთ დახმარება უძრავი ქონების მართვაში და სხვა დასხვა სახის საქონლის შეძენა სამომხმარებლო კრედიტის მეშვეობით.

საშუალო ფირმები: ხშირი გადარიცხვები, საკრედიტო ბარათები მომსახურე პერსონალი - სათვის, სალიზინგი და ფაქტორინგი ოპერაციები, საშუალო და გრძელვადიანი ხანგრძლივობის კრედიტები ძირითადი კაპიტალის შესაცხებად.

მსხვილი ფირმები: შრომის ანაზღაურებასთან დაკავშირებული მომსახურება, ექსპორტთან და იმპორტთან დაკავშირებული მომსახურება, გრძელვადიანი კრედიტებით მომსახურება, ოპერაციები სხვადასხვა ფასიან ქაღალდებით.

საინტერესოა მომენტალის ფაქტი, რომ ფირმის პერსონალი ერთდროულად ფიზიკურ პირებსაც წარმოადგენს და მათთან სწორი მუშაობა

შეიძლება ბანკის მრავალი პროდუქტის გასაღების საწინდარი გახდეს, ვინაიდან მათ, როგორც ფიზიკურ პირებს, გააჩნიათ გარკვეული მოთხოვნილებები.

სეგმენტაცია, რომელზეც ბანკი დაინტერესებულია ახალი მომსახურების დანერგვას საკმაოდ კარგად უნდა იცოს შესწავლილი, რადგან მან უნდა გაამართლოს ბანკის დიდი დანახარჯები განუვლი ამ სამუშაოზე. მაგალითად, თუ არჩეული სეგმენტი არ იქნება საკმარისად დიდი მაშინ ბანკი უზარალოდ ვერ ამოიღებს დახარჯულ თანხებს. ამ დამრავლები სხვა მიზეზების გამო ბანკი სეგმენტის არჩევისას მრავალ ფაქტორს ითვალისწინებს (ბაზრის მოცულობა, მისი ერთგვაროვნების ხარისხი, კონკურენციის დონე, ახალი საბანკო პროდუქტის დანერგვის შესაძლებლობა და სხვ.). მარკეტინგული სამსახურები აფასებენ კონკურენციის ხარისხს და ამის საფუძველზე იღებენ გადაწყვეტილებას თუ რა ჯობია აღნიშნულ სიტუაციაში, ახალი მომსახურების სახის შეტანა ბაზარზე, თუ უკვე ტრადიციული მომსახურებით ბრძოლა კონკურენტებთან.

მას შემდეგ, რაც ბაზარის სტრუქტურა შესწავლილია, ბანკმა უნდა შეიმუშაოს მარკეტინგის ესა თუ ის სტრატეგია. კონკრეტირებული მარკეტინგი გულისხმობს ერთ ბაზრის სეგმენტზე კონცენტრირებას. ამ დროს ხდება კონცენტრირება მომხმარებლების ერთი ჯგუფის მომსახურებაზე. ამ სტრატეგიას რამდენი დადებითი მხარე გააჩნია: აღნიშნული სეგმენტის საკმაოდ მაღალ დონეზე ცოდნა და გარკვეული უპირატესობა ამის გამო კონკურენტებთან შედარებით (საკუთარი სეგმენტს ამ შემთხვევაში ბანკი საკმაოდ ძირფასიანად შეისწავლის), სარეკლამო კომპანიის უფრო მეტად მიზანმიმართული წარმოება, შემოსავლების შედარებითი სტაბილურობა. რა თქმა უნდა აღნიშნულ სტრატეგიას უარყოფითი მხარეებიც გააჩნია. თავდაპირველ ეტაპზე კონკურენტებთან პრობლემები სეგმენტზე დამკვიდრების პერიოდში. კლიენტებთან მუდმივი კონტაქტების ქონის აუცილებლობა რათა დროულად მოხდეს მათი მზარდი მოთხოვნილებების შესაგვარად ახალი მომსახურების სახეების შეთავაზება.

არსებობს სხვა ვარიანტიც, მაგალითად, როდესაც ბანკი კონცენტრირდება იმაზე, რომ დააკმაყოფილოს კლიენტების ყველა ჯგუფის ერთი და იგივე სახის მოთხოვნილება. ეს დამახასიათებელია ახლად შექმნილი ბანკებისათვის, რომლებიც ცდილობენ გამოარჩიონ თავი უამრავი კონკურენტებისაგან. გასაგებია, რომ ამ შემთხვევაში ძალიან მნიშვნელოვანია სპეციალიზაციის სფეროს სწორი შერჩევა. ეს უნდა იყოს მომსახურება, რომელიც დააინტერესოს კლიენტების ფართო წრეს, ამასთან ამ დარგში აღნიშნული ბანკი უნდა ფლობდეს გარკვეულ უპირატესობას კონკურენტებთან შედარებით. ასეთი მაგალითი

ძლიერი მხარეა, რომ ხდება საკმაოდ მაღალ დონეზე შესწავლა კლიენტების დამოკიდებულებისათვის კონკრეტული მომსახურების სახეზე. ეს კი, თავის მხრივ, საშუალებას იძლევა, რომ ამ კონკრეტულ საბანკო პროდუქტზე განუვლი მომსახურება აღინიშნოს ბანკში უფრო უკეთესი ინტენსივობით კონკურენტებთან. ასეთი მიდგომის პრობლემებიდან შეიძლება აღინიშნოს შემდეგი გარემოებები: თავდაპირველ ეტაპზე საკუთარი პროდუქტის განსხვავებული შეთავაზება კლიენტებისათვის, ვიდრე ამას კონკურენტები აკეთებენ (რათა მოხდეს კლიენტების გადაბირება); ბანკის სერვისში მუდმივი ცვლილებების შეტანისა და საკუთარი მომსახურების პაკეტის სრულყოფის საჭიროება; ბაზრის კონიუნქტურაზე საკმაოდ ძლიერი დამოკიდებულება; საკმაოდ დიდი შესაძლო დანახარჯები რეკლამაზე, ვინაიდან მან მოსახლეობის ფართო ფენები უნდა მოიკავოს.

დიფერენცირებული მარკეტინგი გულისხმობს ბანკის საქმიანობის ორიენტირებას ორ ან მეტ ბაზრის სეგმენტზე. ამ მეთოდით მუშაობისას ბანკი გაცილებით სწრაფად ერგება სიტუაციის ცვლილებას ბაზარზე. რომელიმე სეგმენტზე პრობლემების შემთხვევაში ბანკს შეუძლია შედარებით სწრაფად გადაართოს სხვა სეგმენტზე. უარყოფითი მომენტიდან შეიძლება აღინიშნოს, საკმაოდ დიდი დანახარჯების არსებობა მარკეტინგულ საქმიანობაზე და რთული ბრძოლა კონკურენტებთან, რომლებიც ამ სეგმენტებზე სპეციალური ზიზვერულობა მოქმედებს.

საბანკო პროდუქტის კლიენტები იქნენ იმიტომ, რომ ამ პროდუქტს შეუძლია დააკმაყოფილოს მისი ესა თუ ის მოთხოვნილება. აქედან გამომდინარე, ბანკისათვის უმნიშვნელოვანესია თავისი რომელიმე პროდუქტის შექმნისას მისი ისეთი თვისებებით დატვირთვა, რომ მან დააკმაყოფილოს კლიენტის გარკვეული მოთხოვნილებები. პირობითად შეიძლება ვთქვათ, რომ საბანკო პროდუქტი თავისი არსებობის ციკლის განმავლობაში გაიცვლის ოთხ სტადიას: 1) საბანკო პროდუქტის დანერგვა; 2) მისი გასაღების მოცულობის ზრდა; 3) მასზე მოთხოვნილების მაქსიმალური მოცულობა; 4) დაცემის სტადია. კომერციული ბანკი დგას საკმაოდ რთული პრობლემის წინაშე. თავისი საქმიანობის განმავლობაში მან არა მარტო უნდა მოახლოოს არსებული საბანკო პროდუქტების სტრუქტურის ოპტიმიზაციას, არამედ შეიმუშაოს სწორი თანაფარდობა ახალ და ძველ პროდუქტებს შორის. ამის სწორად განხორციელება საშუალებას მისცემს ბანკს სწრაფი რეაგირება მოახდინოს ბაზრის კონიუნქტურის ცვლილებებზე.

ბანკის მომავალი საქმიანობის დაგეგმვისას ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია ახალი საბანკო პროდუქტების შემუშავება და დანერგვა. თავდაპირველ ეტაპზე ხდება სხვადასხვა პროდუქტების განხილვა და ბანკის ინტერესებიდან გამომდინარე ამორჩევა. შემდგომ ეტაპზე ბანკი უკვე ანალიზებს

თუ რა შესაძლო დანახარჯების განევა და რასახის მოგების მიღება იქნება შესაძლებელი ამ პროდუქტის დანერგვით. თავდაპირველ ეტაპზე ბანკმა შეიძლება ახალი პროდუქტი შესაძლოს კლიენტების შეზღუდულ რიცხვს და დააკვირდეს მათ რეაქციას. თუ აღმოჩნდება, რომ ახალი საბანკო პროდუქტი ნამდვილად აკმაყოფილებს როგორც კლიენტის მოთხოვნილებებსა და ბანკის ინტერესებს, მაშინ ბანკი უკვე გაავრცელებს ამ პროდუქტს მომხმარებელთა ფართო რეგულ.

აგრეთვე უმნიშვნელოვანესი მომენტი ბანკის მიერ გატარებული ფასების პოლიტიკა. ბანკის ხელმძღვანელობას შეიძლება შემოუშავებული ჰქონდეს როგორც ძირითადი, ასევე რამდენიმე ალიტერნატიული სტრატეგია ფასებთან დაკავშირებით. ეს დამოკიდებულია ბანკის სიდიდეზე, მის რეიტინგზე, მის მიერ კონტროლირებადი ბაზრის ნაწილის მოცულობაზე, კონკრეტულ ეკონომიკურ სიტუაციაზე ქვეყანაში და სხვ.

ფასების პაკეტის შემოშავებისას ბანკმა უნდა გაითვალისწინოს გასანჯარიზების ოდენობა და აქედან გამომდინარე, ის მინიმალური ფასები, რომლებიც აუცილებელია ბანკის მომგებიანი ფუნქციონირებისათვის.

კომერციული ბანკის ფასების პოლიტიკის ობიექტებია: საპროცენტო განაკვეთები, ტარიფები, საკომისიოები, პრემიები, ფასდაკლებები, ანაზღაურებები მინიმალური სენატანების ოდენობა და სხვ.

ფასანარმოქმნის სწრაფი პარკეტირება ბანკს კლიენტებისა და ბანკის ინტერესების თანხვედრის საშუალებას აძლევს. ფასების სტრატეგიის შემოშავება რამოდენიმე ეტაპისგან შედგება. თავდაპირველ ეტაპზე ხდება საბოლოო მიზნის განსაზღვრა. კომერციული ბანკისთვის ეს მიზანი რაღა თქმა უნდა მოგების მიღებაა. მაგრამ კონკურენტის გათვალისწინებით ამ მიზნის ჩამოყალიბება სხვანაირადაც შეიძლება. მაგალითად, მაქსიმალური მოგების მიღება ბაზარზე ლიდერობის შენარჩუნების პირობებში. ამ შემთხვევაში ბანკი ანცესებს მაქსიმალურად შესაძლებელ ფასებს მომსახურებაზე ისე, რომ არ შეიქმნას საფრთხე კონკურენტების მხრიდან.

შემდგომ ეტაპად შეიძლება ჩაითვალოს იმ გარეგანი და შინაგანი ფაქტორების ანალიზი, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ ფასანარმოქმნაზე. შინაგანი ფაქტორებიდან შეიძლება აღვნიშნოთ დანახარჯების ოდენობა კონკრეტული მომსახურების განევაზე, საბანკო პროდუქტების ხარისხი, მომსახურების სისწრაფის ხარისხი, ბანკის იმიჯი, დამატებითი მომსახურების არსებობა და სხვ.

გარეგან ფაქტორებს განეკუთვნება რეალური და პროგნოზირებადი მოთხოვნა აღნიშნულ საბანკო პროდუქტზე მოცემულ სეგმენტებში და მისი ელასტიურობა, ინფლაციის დონე, კონკურენტის არსებობა და მისი დონე, კონკურენტების

ფასები აღნიშნულ პროდუქტზე, სახელმწიფოს მიერ საბანკო სფეროს რეგულირების კონკრეტული ასპექტები და სხვ. საბანკო ბაზარი ძლიერ ზემოქმედებს განიცდის სხვადასხვა ფაქტორებისგან. გარეგანი ფაქტორები ბანკის კონტროლს არ ექვემდებარება და ამიტომ მათი განხილვა უნდა მოხდეს მათი გათვალისწინების კუთხით. ამ ფაქტორების განხილვის შემდეგ ბანკი მოახდენს ანალიზს და შეიმუშავებს ფასებზე გარკვეულ პოლიტიკას.

ფასების პოლიტიკის ჩამოყალიბების შემდეგ, ბანკმა საჭიროა იზრუნოს საბანკო პროდუქტის გავრცელების მეთოდების შემოშავებაზეც. ერთ-ერთი ტრადიციული მეთოდი მომსახურების გასაღება ფილიალების ქსელის მეშვეობით. აქ შეიძლება გამოყაროთ უნივერსალური ფილიალები, რომლებიც ყველა ან თითქმის ყველა სახის საბანკო მომსახურებას ეწევიან, და სპეციალიზირებული, რომლებიც მხოლოდ გარკვეულ სახის მომსახურებას ეწევიან. საკმაოდ აქტუალურია ამ დროს პლასტიკური ბარათების გავრცელება, კომპიუტერული ტერმინალიზების გამოყენება და სხვ.

მარკეტინგულ პროგრამაში ძალიან მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბანკის ფილიალები. ბოლო დროს ნამყვანი ბანკები მსოფლიოში ფილიალების მმართველებად სულ უფრო ხშირად ნიშნავენ მარკეტინგის სპეციალისტებს. ამით ისინი უზრუნველყოფენ ბანკის ძლიერ ექსპანსიას გარკვეულ რაიონში და ამით, საბოლოო ჯამში, მოგების ზრდას. მართალია ბოლო დროს სულ უფრო იზრდება კომპიუტერიზაციის ხარისხი საბანკო სფეროში, მაგრამ საბანკო პროდუქტის გასაღების ტრადიციულ ფორმად მაინც მისი განყოფილების მეშვეობით გასაღება რჩება. ამიტომ ერთ-ერთი აქტუალური საკითხია ფილიალის ადგილმდებარეობის სწორი შერჩევა. მისი შერჩევისას უნდა გაითვალისწინოთ კონკურენცია, პოტენციური კლიენტების რაოდენობა, განლაგების მოსახერხებლობა და სხვ.

რეალური სიტუაციის გათვალისწინებით ბანკმა შეიძლება მიიღოს სხვადასხვა გადაწყვეტილებები. მაგალითად, გარკვეულ განყოფილებებს შეიძლება ევალებოდეს დასვენების დღეებში მუშაობა, რათა უზრუნველყონ კლიენტთა მოთხოვნილებები. ძირითადად ბანკის გარკვეული პროდუქტის რეალიზება ხორციელდება პერსონალური ურთიერთობისას კლიენტსა და მენეჯერს შორის. ამ პროცესში მენეჯერმა უნდა დაარწმუნოს პოტენციური კლიენტი რითაა უკეთესი აღნიშნული ბანკის პროდუქტი. ეს პროცესი უმნიშვნელოვანესია და სწორედ ამიტომ 70-80-იან წლებში ინგლისის კომერციულ ბანკებში გამოყოფილი იყო ცალკე მტატი ენ. „პერსონალური“ ბანკირებისათვის, რომლებიც პირდაპირ იყვნენ პასუხისმგებლები კლიენტების გარკვეულ ჯგუფებთან ურთიერთობაზე, კონსულტაციების განევაზე და ა.შ. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი მომენტია სტიმულირების სისტემა. ბანკი ყოველთვის

დაინტერესებულია, რომ პოტენციური კლიენტების თვალში ბანკმა და მისმა პროდუქტებმა იქონიოს მყარი იმიჯი. სტიმულირებას ბანკი შეიძლება ახდენდეს ძირითადად სამი მიმართულებით: მომხმარებლების, თანამშრომლებისა და შუამავლების საშუალებით.

კლიენტების სტიმულირება შესაძლებელია პერსონალური ურთიერთობების მეშვეობით, კლიენტებისთვის რომელიმე სახის მომსახურების უფასოდ, ან დიდი ფასდაკლების შეთავაზება გარკვეული დროის განმავლობაში, მუდმივი კლიენტებისათვის ფასდაკლებების დანესება, სემინარებისა და კონფერენციების ჩატარება გარკვეული საბანკო პროდუქტების შესახებ, კლიენტების შორის ლატარეის ჩატარება და სხვ.

ბანკის თანამშრომლების სტიმულირება გულისხმობს მათ ნახალისებას მაგალითად, გარკვეული სახის მომსახურების განევაზე, ნახალისებას არსებული მომსახურების სახეების განევის ხარისხის ამაღლებაზე, ნახალისება ახალი კლიენტების მოზიდვაზე ბანკში, პრემიების გაცემა, დამატებითი შევსებების მიცემა და სხვ.

შუამავლების სტიმულირება შესაძლებელია ერთობლივი რეკლამის შექმნით და სპეციალური ფასდაკლებების სისტემის შეთავაზებით.

უკანასკნელ პერიოდში სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს საზოგადოებასთან სწორი ურთიერთობების წარმართვა (ანუ სწორი PR კამპანიის წარმოება). უნდა განხორციელდეს იმ რეაქციის სწორი ანალიზი და პროგნოზირება, რომელიც შეიძლება აქონდეს ამა თუ იმ სუბიექტს ბანკის საქმიანობაზე. ბანკის PR კამპანიის ერთ-ერთი უმთავრესი როლია სწორად განუმარტოს საზოგადოებას ბანკის საქმიანობის პრინციპები და მათი სოციალური ორიენტირებულობა. ურთიერთობები გულისხმობს საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებას. ასეთი სახის საქმიანობა ბანკს ესაჭიროება მისათვის, რომ მომავალში ბანკმა შეძლოს გარკვეულწილად საზოგადოებრივი აზრის მართვა. თვითონ PR აშშ-ში გაჩნდა დაახლოებით XIX საუკუნის დასაწყისში. ყოველწლიურად PR-ზე აქვრკაში რამდენიმე მილიარდი დოლარი იხარჯება.

მორიგი ელემენტი რეკლამა და სარეკლამო კამპანია. ბანკების მიერ გამოყენებულად ვარგისი და შესაძლო რეკლამის ფორმების საკმაოდ მრავალ ფეროვანია. თუმცა რეკლამაზე განეული დიდი დანახარჯები ავტომატურად არ უზრუნველყოფს შემოსავლების და აქედან გამომდინარე, მოგების ზრდას. სარეკლამო პოლიტიკა ორიენტირებული უნდა იყოს ახალი ბაზრების ათვისებაზე, გახშირებული საჭიროების მოცულობისა და ბანკის ავტორიტეტის ზრდაზე, და სხვ. ფაქტორებზე. რეკლამის ერთ-ერთი მიზანია პოტენციური და რეალური ბანკის კლიენტების ინფორმირებულიობის ხარისხის ზრდა ბანკის და მის მიერ შეთავაზებული პროდუქტების შესახებ, თვითონ კონკრეტულ საბანკო მომსახურებაზე დადებითი

შთაბეჭდილებების შექმნა, უკვე არსებული ინტერესის შენარჩუნება ბანკის მომსახურების მიმართ, ინფორმაციის მინოდება არსებული მომსახურების სახეების განხორციელების პირობების ცვლილების შესახებ და სხვ.

კომერციულმა ბანკმა შეიძლება გამოიყენოს რეკლამა გაზეფება და ჟურნალებში; რადიოთი და ტელევიზიით; სარეკლამო აზრების, ფოსტის, პრეს-რელიზების, ბიულეტენებისა და კატალოგების, ბუკლეტების და სხვადასხვა სარეკლამო ხასიათის სუვენიერების მეშვეობით; აგრეთვე მრავალი არატრადიციული სარეკლამო ხერხების გამოყენებით.

ყველა სახის რეკლამას თავისი დადებითი და უარყოფითი მხარე გააჩნია. გაზეფება და ჟურნალებში რეკლამა ხასიათდება ოპერატიულობით, კლიენტების დიდი რაოდენობის მიცევის საშუალებით და ადგილი აქვს მისთვის. მისი უარყოფითი მხარეებიდან შეიძლება დავასახელოთ მისი არსებობის მცირე ვადა.

ტელევიზიით განხორციელებული რეკლამა წარმოადგენს გამოსახულების, ხმის და მოძრაობის შერწყმას; იგი ყურადღების მიქცევის საკმაოდ მაღალი ხარისხით ხასიათდება. გარეთ განთავსებული რეკლამა, ანუ ენ. გარე რეკლამა ხასიათდება შედარებით გრძელვადიანი შეჭების კოეფიციენტით, დაბალი ფასით და სხვ. რაც შეეხება უარყოფით მხარეებს აქ შეიძლება დავასახელოთ აუდიტორიის ანსოლიტური შეზღუდულობა.

რეკლამა რომ მაქსიმალურად ეფექტური იყოს, იგი უნდა ხორციელდებოდეს კომპლექსურად, განმეორებით და მიზნობრივად. რეკლამის მაქსიმალური ხარისხის მისაღწევად, ბანკმა უნდა შეიმუშაოს სარეკლამო კამპანიის გეგმა. ეს სარეკლამო კამპანია უნდა ითვალისწინებდეს ბანკის მარკეტინგულ სტრატეგიას, ხოლო მისი განხორციელება სასურველია სპეციალისტების მოწვევით. რეკლამის სახე დამოკიდებულია რეკლამის მიზანზე. იგი თითქმის ყოველთვის გათვლილია პოტენციური კლიენტების რაღაც ჯგუფზე, ხოლო მისი მიზანი შეიძლება ჩამოვადალიზოთ, როგორც პოტენციური კლიენტების თვალში ბანკის იმიჯის სწორი ფორმირება.

მასტიმულირებელი რეკლამა გამოიყენება მომხმარებლების და ინტერესებისათვის. ამ რეკლამამ პოტენციურ კლიენტებს უნდა შეუქმნას გარკვეული ცოდნა კონკრეტულ საბანკო პროდუქტზე, ანუ ამ რეკლამამ ხელი უნდა შეუწყოს და ბიძგი მისცეს გადაწყვეტილების მიღებას ამ კონკრეტულ საბანკო პროდუქტის შეძენაზე.

რეკლამა აგრეთვე შეიძლება იყოს სტაბილიზაციის ხელშეწყობი. ამ სახის რეკლამა უკვე მიღებული გრუზულტატების შენარჩუნებისთვისაა გარკვეული. იგი როგორც წესი ხორციელდება გარკვეული პრეზენტაციების მოწყობის მეშვეობით, სადაც ბანკის პოტენციურ კლიენტებს აწვდიან ინფორმაციას აღნიშნული ბანკის ფინანსურ მდგომარეობაზე (მაგალითად წლიური ანგარიშის

მეშვეობით). უნდა აღინიშნოს ფარული რეკლამის განთავსების საშუალებაც, მაგალითად ამ ბანკის საქმიანობის შესახებ პრესაში სტატიების გამოქვეყნების მეშვეობით.

სარეკლამო კამპანიის დაგეგმვისას მნიშვნელოვანი მომენტი შესაძლო ხარჯების სწორი წინასწარი გათვლა და საჭიროების შემთხვევაში მათი კორექტირება თუ არსებობს გარკვეული საბიუჯეტო შეზღუდვები. აგრეთვე მნიშვნელოვანია უკვე დაწყებული სარეკლამო კამპანიის მსვლელობისას პერიოდული დაკვირვება თუ რამდენად ეწყობა ხელი რეალურად სამიზნე პროდუქტის ბაზარზე დამკვიდრებას და მისი რეალიზაციის მოცულობის ზრდას.

მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელებისას ხდება დიდი მოცულობის ინფორმაციის გაცემა. შემდეგ ხდება მისი დამუშავება, გაანა-

ლიზება, დახარისხება და სხვ. ანალიტიკური საქმიანობის პროცესში ბანკები ქმნიან გარკვეულ სისტემას მარკეტინგული ინფორმაციისა. ბანკის მიერ გასაღების ბაზრის გაფართოებისას იქმნება მარკეტინგული ინფორმაციის ბანკი.

როგორც ვხედავთ, საბანკო მარკეტინგი შეიძლება დაეხასიათოთ როგორც კლიენტების რეალური მოთხოვნილებების გათვალისწინებით არსებული და პოტენციური გასაღების ბაზრების კვლევა. ეს პროცესი გულისხმობს მიზნების ზუსტ ჩამოყალიბებას და მათ მისაღწევად კონკრეტული საქმიანობების ნუსხის შემუშავებას. დღესდღეობით უკვე ყველასათვის ნათელია, რომ თანამედროვე მარკეტინგული მეთოდების გამოყენების გარეშე შეუძლებელია კომერციული ბანკების შემოსავლებისა და მათი მოგების სტაბილური ზრდის უზრუნველყოფა.

ეკონომიკურ ეცნიერებათა
კანდიდატი კახაბერ ჯაყელი

გიგა გველესიანი

კომერციული ბანკების დაჯგუფება განაღდება
საფულაო კაპიტალის მიხედვით*

თარიღი	3-დან 4 მილიონ ლარამდე	4-დან 6 მილიონ ლარამდე	6-დან 10 მილიონ ლარამდე	სულ
1.01.01	0	6	24	30
1.02.01	0	2	28	30
1.03.01	0	2	27	29
1.04.01	1	0	28	29
1.05.01	0	0	28	28
1.06.01	0	0	27	27
1.07.01	0	0	27	27
1.08.01	0	0	27	27
1.09.01	0	0	27	27
1.10.01	0	0	27	27

კომერციული ბანკების კრედიტული პოზიციისა
და პასივების დინამიკა 2000-2001 წლებში

(ათასი ლარი)

აქტივები და პასივები	1.01.00	1.12.00	1.01.01	1.10.01
ნაღდი ფულადი სახსრები	36750	35249	36363	48748
ფულადი სახსრები საბანკო ანგარიშებზე	126593	163324	153498	177637
ფასიანი ქაღალდები დილინგური ოპერაციებისათვის	8720	586	987	3919
საინვესტიციო ფასიანი ქაღალდები	1700	4932	5415	11945
წმინდა სესხები	295019	405756	401899	464437
სესხები სახელმწიფო ინსტიტუტებს	-	-	-	8086
სესხები კერძო სექტორს	302904	427247	424157	494294
ბანკოაშორისი სესხები	6063	7143	6158	4021
სესხების შესაძლო დანაკარგების რეზერვები	13948	28634	28416	41964
დარიცხული მისაღები პროცენტები	-	-	-	23452
ინვესტიციები საწესდებო კაპიტალში	24287	19011	18223	14810
ძირითადი საშუალებები და არამატერიალური აქტივები	61421	78100	77125	75848
სხვა წმინდა აქტივები	39482	66404	71648	31598
მოლიანი აქტივები	593973	773364	765159	852393
ვალდებულებები	391281	542981	530868	593935
ბანკების დეპოზიტები	10512	7962	7560	7954
არასაბანკო დეპოზიტები	206027	317739	304679	411370
არასაბანკო დეპოზიტები მოთხოვნამდე	109463	171511	161072	235122
თვითნებური პირების ვადიანი დეპოზიტები	26240	33430	31198	43557
ფიზიკური პირების ვადიანი დეპოზიტები	66360	107856	108405	111489
სამთავრობო სექტორის დეპოზიტები	3964	4942	4004	21201
დარიცხული გადასახდელი პროცენტები და დოვიდნდები	-	-	-	7125
ნასესხები სახსრები	135149	138086	146244	149597
სხვა ვალდებულებები	39593	79195	72385	17890
სულ საკუთარი კაპიტალი	202692	230382	234291	258458
საწესდებო კაპიტალი	150831	180300	190204	207575
კაპიტალური რეზერვები	38942	51566	53403	44787
მიმდინარე მოგება	12919	-1485	-9316	6096
მოლიანი პასივები	593973	773364	765159	852393

* იხ. „საქართველოს ეროვნული ბანკის წლიური ანგარიში“, თბ., 2000

კომერციული ბანკების კრედიტული აქტივებისა
და პასივების დინამიკა 2000-2001 წლებში

(პროცენტებში)

აქტივები და პასივები	1.01.00	1.12.00	1.01.01	1.10.01
ნაღდი ფულადი სახსრები	6,2	4,6	4,8	5,7
ფულადი სახსრები საბანკო ანგარიშებზე	21,3	21,1	20,1	20,8
ფასიანი ქაღალდები დილინგური ოპერაციებისათვის	1,5	0,1	0,1	0,5
საინვესტიციო ფასიანი ქაღალდები	0,3	0,6	0,7	1,4
წმინდა სესხები	49,7	52,5	52,5	54,5
სესხები სახელმწიფო ინსტიტუტებს	-	-	-	0,9
სესხები კერძო სექტორს	51,0	55,2	55,4	58,0
ბანკთაშორის სესხები	1,0	0,9	0,8	0,5
სესხების შესაძლო დანაკარგების რეზერვები	2,3	3,7	3,7	4,9
დარიცხული მისაღები პროცენტები	-	-	-	2,8
ინვესტიციები საწესდებო კაპიტალში	4,1	2,5	2,4	1,7
ძირითადი საშუალებები და არამატერიალური აქტივები	10,3	10,1	10,1	8,9
სხვა წმინდა აქტივები	6,6	8,6	9,4	3,7
მოთხოვნი აქტივები	100,0	100,0	100,0	100,0
ვალდებულებები	65,9	70,2	69,4	69,7
ბანკების დეპოზიტები	1,8	1,0	1,0	0,9
არასაბანკო დეპოზიტები	34,7	41,1	39,8	48,3
არასაბანკო დეპოზიტები შოთხონამდე	18,4	22,2	21,1	27,6
იურიდიული პირების ვადიანი დეპოზიტები	4,4	4,3	4,1	5,1
ფიზიკური პირების ვადიანი დეპოზიტები	11,2	13,9	14,2	13,1
სამთავრობო სექტორის დეპოზიტები	0,7	0,6	0,5	2,5
დარიცხული გადასახდელი პროცენტები და დივიდენდები	-	-	-	0,8
ნასესხები სახსრები	22,8	17,9	19,1	17,6
სხვა ვალდებულებები	6,7	10,2	9,5	2,1
სულ საკუთარი კაპიტალი	34,1	29,8	30,6	30,3
საწესდებო კაპიტალი	25,4	23,3	24,9	24,4
კაპიტალური რეზერვები	6,6	6,7	7,0	5,3
მიმდინარე მოგება	2,2	-0,2	-1,2	0,7
მოთხოვნი პასივები	100,0	100,0	100,0	100,0

კომერციული ბანკების მიერ პროცენტულ ექსპონირებაზე გაცემული სესხების
დაგეგმვა და სტრუქტურა 2001 წელს

დაგეგმვა და სტრუქტურა	1.01.01	1.10.01
დაგეგმვა და სტრუქტურა	79934	109545
ვადიანი სესხები	73873	101527
მოკლევადიანი სესხები	60276	80245
გრძელვადიანი სესხები	13597	21282
ვადაგადაცილებული სესხები	5015	6721
მოკლევადიანი სესხები	4998	6718
გრძელვადიანი სესხები	17	3
ვადაგადაცილებული გარანტიები	550	125
დარიცხული და გადაუხდელი პროცენტები მოკლევადიან სესხებზე	490	1172
დარიცხული და გადაუხდელი პროცენტები გრძელვადიან სესხებზე	6	0
დაგეგმვა და სტრუქტურა	348119	389847
ვადიანი სესხები	319459	369755
მოკლევადიანი სესხები	219376	245428
გრძელვადიანი სესხები	100083	124327
ვადაგადაცილებული სესხები	25258	24251
მოკლევადიანი სესხები	16876	19514
გრძელვადიანი სესხები	8382	4737
დარიცხული და გადაუხდელი პროცენტები მოკლევადიან სესხებზე	2224	4695
დარიცხული და გადაუხდელი პროცენტები გრძელვადიან სესხებზე	1177	1146

კომერციული ბანკების გაცხადებულ და განუცხადებულ საფასვრო კაპიტალში
განხორციელებული უცხოური ინვესტიციები

(2002 წლის 1 ანგარიშის მდგომარეობით, ლარებში)

კომერციული ბანკის დასახელება	გაცხადებული კაპიტალი	მ.შ. უცხოური ინვესტიცია	განუცხადებული კაპიტალი	მ.შ. უცხოური ინვესტიცია
შპს კბ „მერკური“	5200000	2957000	5000000	2641000
სს კბ „ალიბერტი“	5000000	950000	5000000	950000
სს კბ „ოთორი“	8000000	2000000	5000000	1250000
სს „თიბისი ბანკი“	5000000	2299000	5000000	2299000
სს კბ „საქართველოს ბანკი“	10000000	4084000	9856000	4084000
სს კბ „ქართული ბანკი“	5000000	1000000	5025000	1025000
სს „აგრომრეწველობა“	5093000	1742000	5093000	1742000
შპს კბ „გამა-ბანკი“	10088000	5145000	5191000	2699000
სს „კა“ ბანკი	5000000	377600	5000000	3776000
შპს „თბილისი ფინანსური ბანკი“	5020064	196010	5020064	196010
სს კბ „რიონი“	5002000	900000	5002000	900000
სს კბ „თბილისი კრედიტბანკი“	9475750	7408750	8964119	7335119
სს „გაერთიანებული ქართული ბანკი“	21000000	7541000	21000000	7541000
შპს კბ „ქართული კაპიტალი“	5000000	5000000	5000000	5000000
სს საბერძნეთის კბ „საქართველო“	5867000	4743000	5867000	4743000
სს „საქართველოს შიკროსაფინანსო ბანკი“	10000000	6100000	10000000	6100000
სს კბ „აბრეშუმის გზა“	5001000	319000	5001000	319000
სულ	124746814	52762360	116019183	52800129

საქართველოს კომერციული ბანკების ზოგადი
ბანკინგის დინამიკა 1995-2001 წლებში*

ბანკის სახელი	ზომის ერთეული	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
მოქმედი კომერციული ბანკები	ცალი	101	61	53	43	36	30	27
საგაღდეგო რეზერვების ნორმა	%	20	15	12	16	16	14	14
მშპ ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი		63,1	87,5	117,2	157,4	199,0	240,9
ფართო ფული (3) ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	1,8	4,2	7,0	8,6	12,3	20,6	27,1
სარეზერვო ფული (1) ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	1,5	3,4	5,2	6,0	8,6	13,0	15,9
ნაღდი ფული მიმოქცევაში (0) ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	1,3	3,0	4,8	5,2	7,2	11,0	13,5
წმინდა საბანკო აქტივები ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	2,2	3,9	6,2	10,9	16,5	25,5	32,6
განაღდეგო საწესდებო კაპიტალი ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	0,3	1,0	1,8	2,7	4,2	6,3	7,5
საკუთარი კაპიტალი ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	0,3	1,0	1,9	3,4	5,6	7,8	10,0
საკრედიტო დაბანდება ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	1,3	2,0	3,2	5,1	8,2	14,1	17,9
მ.შ. გადაგადაცილებული სესხები	მლნ. ლარი	0,5	0,1	0,2	0,3	0,5	1,0	1,5
არასაბანკო დეპოზიტები ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	0,7	1,7	2,6	3,9	5,7	10,2	15,6
ვადიანი დეპოზიტები ერთ ბანკზე	მლნ. ლარი	0,1	0,1	0,3	1,5	2,6	4,7	5,7
მიმდინარე მოგება ერთ ბანკზე	მლნ. აშშ დოლარი	-0,1	-0,1	-0,1	0,1	0,4	-0,3	0,5
საგარეო ვალი ერთ ბანკზე	მლნ. აშშ დოლარი	11,4	22,1	28,0	37,8	45,4	51,9	59,0
საკრედიტო დაბანდების სტრუქტურა:								
მოკლევადიანი	%	50,6	98,6	97,8	82,5	80,8	71,2	70,1
გრძელვადიანი	%	49,4	1,4	2,2	17,5	19,2	28,8	29,9
ეროვნულ ვალუტაში	%	51,7	62,0	52,5	32,4	23,2	18,7	18,4
უცხოურ ვალუტაში	%	48,3	38,0	47,5	67,6	76,8	81,3	81,6
დეპოზიტების სტრუქტურა:								
ვადიანი	%	6,4	18,3	36,1	40,1	35,8	34,2	40,0
მოთხოვნადი	%	93,6	81,7	63,9	59,9	64,2	65,8	60,0
ეროვნულ ვალუტაში	%	58,9	51,8	41,6	31,3	21,1	22,1	14,3
უცხოურ ვალუტაში	%	41,1	48,2	58,4	68,7	78,9	77,9	85,7
საქმიანობის ეფექტიანობა:								
წმინდა მოგება/საშუალო სააქციო კაპიტალიდან პერიოდში	%	-	22,0	21,0	18,7	13,4	1,5	5,1
წმინდა მოგება/საშუალო სააქციო კაპიტალიდან პერიოდში (გაუნაწილებელი მოგების გარეშე)	%	-	22,0	21,9	20,3	18,1	1,9	5,2
საბალანსო მოგება/საშუალო სააქციო კაპიტალიდან პერიოდში (გაუნაწილებელი მოგების გარეშე)	%	-	-	-	22,1	21,2	4,2	6,7
წმინდა მოგება/საშუალო აქტივებიდან (აქტივების ეფექტიანი გამოყენების კოეფიციენტი)	%	-	5,6	6,4	5,5	4,3	0,5	1,6
პერიოდის შემოსავლები/საშუალო აქტივებიდან	%	-	-	-	22,9	20,8	18,2	23,9

* იხ. „საქართველოს ეროვნული ბანკის წლიური ანგარიში“, თბ., 2000

კომერციული ბანკების მოგება-ზარალის სტრუქტურა*
(2002 წლის 1 მარტის მდგომარეობით, ლარებში)

შემოსავლები და ხარჯები	ლარი	უცხო ვალუტა	სულ
საპროცენტო შემოსავლები			
საპროცენტო შემოსავლები ბანკებიდან „ნოსტრო“ ანგარიშებისა და დეპოზიტების მიხედვით	696660	355503	1052163
საპროცენტო შემოსავლები სესხებიდან	4320115	13873261	18193376
ბანკთაშორის სესხებიდან	331902	96398	428300
ვაჭრობისა და მომსახურების სექტორზე გაცემული სესხებიდან	399272	3503392	3902664
ენერგეტიკის სექტორზე გაცემული სესხებიდან	175485	863753	1039238
სოფლის მეურნეობისა და მეტყვეობის სექტორზე გაცემული სესხებიდან	5094	316668	321762
მშენებლობის სექტორზე გაცემული სესხებიდან	549449	272830	822279
საბრუნველყოფის და გადამამუშავებელ სექტორზე გაცემული სესხებიდან	451145	2030612	2481757
ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის სექტორზე გაცემული სესხებიდან	11291	466599	477890
ყიჩიყურ პირებზე გაცემული სესხებიდან	1654812	5785169	7439981
დანარჩენ სექტორზე გაცემული სესხებიდან	741665	-	-
საპროცენტო და დისკონტური შემოსავლები ფასიანი ქაღალდებიდან	725364	59987	785351
სხვა საპროცენტო შემოსავლები	170161	26204	196365
მოთიანი საპროცენტო შემოსავალი	5912300	14314955	20227255
საპროცენტო ხარჯები			
მოთხოვნადი დეპოზიტებზე გადახდილი პროცენტები	97895	337521	435416
ვადიანი დეპოზიტებზე გადახდილი პროცენტები	189373	2595736	2785109
ბანკების დეპოზიტებზე გადახდილი პროცენტები	18885	50583	69468
საკუთარ საფალო ფასიანი ქაღალდებზე გადახდილი პროცენტები	-	1434	1434
ნაესხებ ხაზებზე გადახდილი პროცენტები	389117	1639919	394911
სხვა საპროცენტო ხარჯები	564095	5794	569889
მოთიანი საპროცენტო ხარჯები	1259365	4630987	5890352
წმინდა საპროცენტო შემოსავალი	4652935	9683968	14336903
არასაპროცენტო შემოსავალი			
წმინდა საკომისიო და სხვა შემოსავლები მომსახურების მიხედვით	1732203	1953414	3685617
საკომისიო და სხვა შემოსავლები გაწეული მომსახურების მიხედვით	2522402	2976694	5499096
საკომისიო და სხვა ხარჯები მიღებული მომსახურების მიხედვით	790199	1023280	1813479
მიღებული დივიდენდები	-	-	-
მოგება (ზარალი) დილინგური ფასიანი ქაღალდებიდან	-	-	-
მოგება (ზარალი) ბონიფიკაციის ფასიანი ქაღალდებიდან	(64035)	-	(64035)
მოგება (ზარალი) ვალუტის ყიდვა-გაყიდვის ოპერაციებიდან	2454320	75	2454395
მოგება (ზარალი) საფალუტო ხაზების გადაფასებიდან	2206754	-	2206754
მოგება (ზარალი) ქონების გაყიდვიდან	298750	-	298750
სხვა საბანკო ოპერაციებიდან მიღებული არასაპროცენტო შემოსავლები	253821	388942	642763
სხვა არასაპროცენტო შემოსავლები	1267523	196081	1463604
მოთიანი არასაპროცენტო შემოსავლები	8149336	2538512	10687848
არასაპროცენტო ხარჯები			
სხვა საბანკო ოპერაციების მიხედვით გაწეული არასაპროცენტო ხარჯები	143647	110332	253979
ბანკის განვითარების, საკონსულტაციო და მარკეტინგის ხარჯები	534667	89364	624031
ბანკის პერსონალის ხარჯები	5540870	-	5540870
მართვითი საშუალებების საექსპლუატაციო ხარჯები	1011525	-	1011525
ცვლილების და ამორტიზაციის ხარჯები	960723	-	960723
სხვა არასაპროცენტო ხარჯები	2689876	19020	2708896

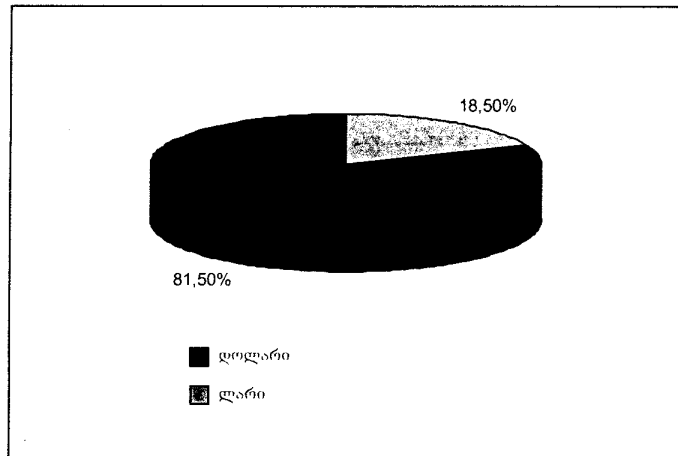
* იხ. „საქართველოს ეროვნული ბანკის ბიულეტენი“, №84, თბ., 2002

ცხრილი №7 (გაგრძელება)

მთლიანი არასაპროცენტო ხარჯები	10881308	218716	11100024
წმინდა არასაპროცენტო შემოსავალი	(2731972)	2319796	(412176)
წმინდა მოგება დარეზერვებამდე	1920963	12003765	13924728
ზარალი სესხების შესაძლო დანაკარგების მიხედვით	4366942	-	4366942
ზარალი ინვესტიციების და ფასიანი ქაღალდების გაუფასურების შესაძლო დანაკარგების მიხედვით	16045	-	16045
ზარალი სხვა აქტივების შესაძლო დანაკარგების მიხედვით	40699	-	40699
მთლიანი ზარალი აქტივების შესაძლო დანაკარგების მიხედვით	4423686	-	4423686
მოგება გადასახადის გადახდამდე და გაუთვალისწინებელ შემოსავალ-ხარჯებამდე	(2502723)	12003765	9501042
მოგების გადასახადი	555970	-	555970
მოგება გადასახადის გადახდის შემდეგ	(3058693)	12003765	8945072
გაუთვალისწინებელი შემოსავლები (ხარჯები)	(1093563)	-	(1093563)
წმინდა მოგება	(4152256)	12003765	7851509

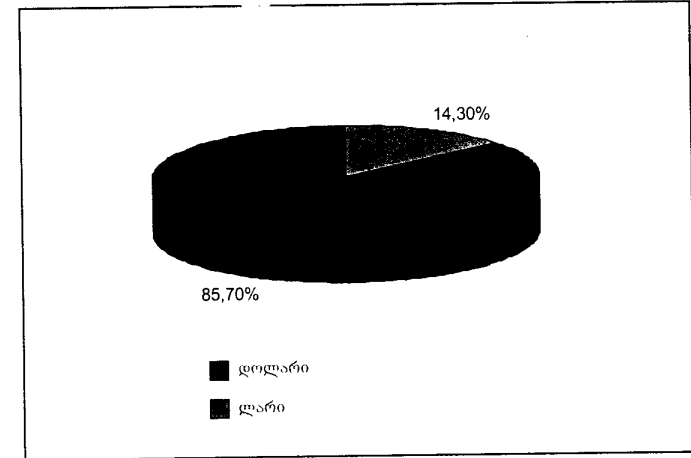
დიაგრამა №1

დეკონსტრუქციის სტრუქტურა 2001 წლის იანვარისათვის



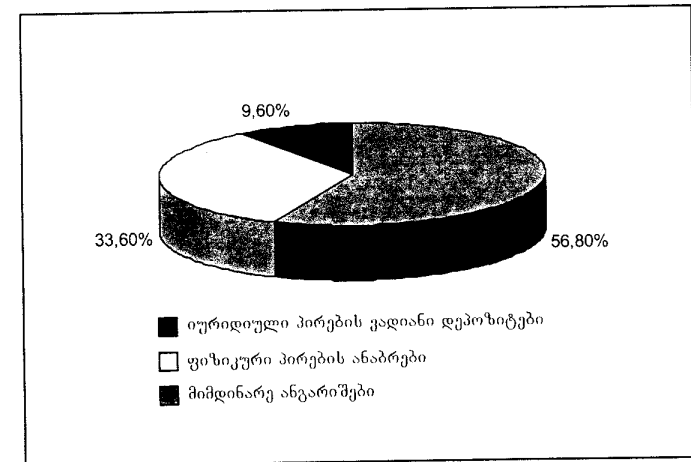
დიაგრამა №2

დეკონსტრუქციის სტრუქტურა 2001 წლის დეკემბრისათვის



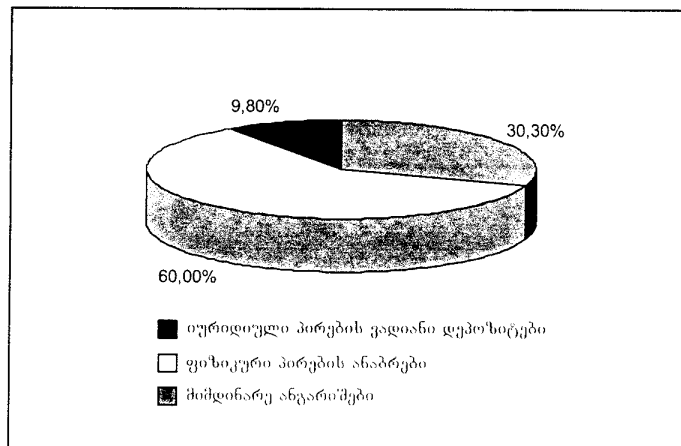
დიაგრამა №3

სადაკონსტრუქციო პალატების სტრუქტურა 2001 წლის იანვარისათვის



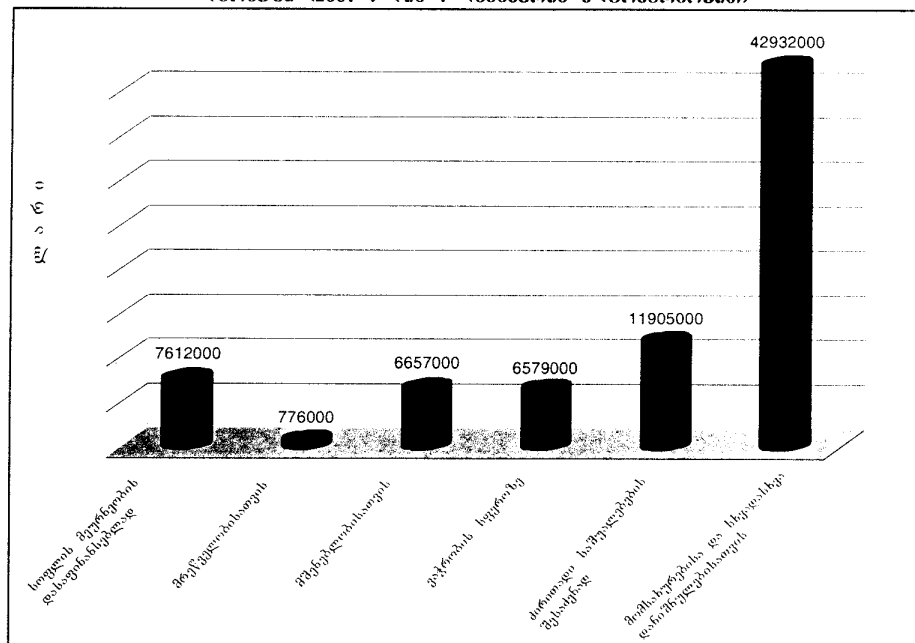
დიაგრამა №4

**სადეპოზიტო ვალდებულებების სტრუქტურა
2001 წლის დეკემბერისათვის**



დანართი №5

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისათვის საკრედიტო
ხაზებით კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სესხები
ღარაგზი (2001 წლის 1 დეკემბრის მდგომარეობით)



ԵՐԵՎԱՆԻ ԲԱՆԿԱՅԻՆ ԿԵՆՏՐԱԼԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ
 (ՆԵՓՈՒՆԵՐԿՈՒԹՅԱՆ) ԿՈՄԻՏԵ

უკანასკნელ წლებში საქართველოში მიმდინარე ძირეულ გარდაქმნათა ფონზე განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ქვეყნის საგარეო ეკონომიკურ ურთიერთობათა განვითარებას და შესაძლო გაფართოებას, რაც სამომავლოდ საქართველოს მსოფლიო ეკონომიკაში ინტეგრირების საფუძველს უნდა გაუდგეს.

საქართველოს საგარეო ეკონომიკური ურთი-
ერთობების შედეგებზე, საქონლის, მომსახუ-
რებისა და სამუშაო ძალის ექსპორტ-იმპორტის,
ინვესტიციებისა და ფულად-საკრედიტო ოპერა-
ციების განხორციელებისას, სრულ წარმოდგენას
იძლევა ქვეყნის საგადასმელო ბალანსი (იხ. და-
ნართი, ცხრილი №1).

საერთაშორისო სავალუტო ფონდმა შეიმუშავა საგადაშვლო ბალანსის შედგენის უნიფორმებილი სქემა, რომელსაც შესაძლებელი გახდა ამოთოქმ ქვეყნის საგადაშვლო ბალანსის მაჩვენებლის სრული და დეტალური ასახვა. მისი შედგენისას წესისამებრ გამოიყენება საერთაშორისო გარგებების ორმაგი ჩანერის წესი. საერთაშორისო პრაქტიკის თანახმად, ქვეყნის საგადაშვლო ბალანსში, კრედიტის სახით რევისტორდება შემდეგი ოპერაციები: ა) რეალური რესურსები - ექსპორტი; ბ) ფინანსური ოპერაციები - ოპერაციები, რომელთაც მიჰყავთ მოცემული თუ სხვა ქვეყნის რეზიდენტების კუთვნილი უცხოური აქტივების შემცირებისაკენ, ან ამ ქვეყნის საგარეო მოვალეობების გაზარდისაკენ. ხილი დეტალის სახით რევისტორდება შემდეგი ოპერაციები: ა) რეალური რესურსები - იმპორტი; ბ) ფინანსური რესურსები ასახული იმ ოპერაციებში, რომელთაც მიჰყავთ მოცემული ქვეყნის რეზიდენტების კუთვნილი უცხოური აქტივების გაზარდისაკენ, ან ამ ქვეყნის საგარეო მოვალეობების შემცირებისაკენ. ე.ი. დადებითი მაჩვენებელი (კრედიტი) გამოიხატავს მათი აქტივების შემცირებას, მაშინ როდესაც უარყოფითი მაჩვენებელი (დებიტი) - ზრდას.

საგადაშედლო ბალანსი (იხ. დანართი, სქემა №1) შედგება ორი ძირითადი ნაწილისაგან:

1. მაშინავე ანგარიშში;
2. კაპიტალი და ფინანსური ანგარიში.
მიმდინარე ოპერაციათა ანგარიშის დეფიციტმა 2000 წელს 26,2 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც მთლიანად შიდა ზრდადუქტის დაახლოებით 8%-ს. დეფიციტის შიშად ფორეიგეთი მოვლენად აღიქმება და მის მოგვარებას სამთავრობო სტრუქტურებისაგან განსაკუთრებული ძალისხმევა ესაჭიროება. მთავარ საკანს შეიძლება გააჩნდეს რაიმე

დენიშე პოლიტიკური კურსი, რომელიც შეიძლება გამოიყენოს დეფიციტის შემთხვევაში, ამასთან, პოლიტიკის შერჩევა უპირველეს ყოვლისა დამოკიდებულია მოსალოდნელი დეფიციტის მას შტაბზე, უკრძოდ დეფიციტი დროებითი ხასიათისათუ ვერაო გრძელვადიანი. დროებითი დეფიციტის პირობებში - საერთაშორისო სავალუტო ფონდისად სესხის აღება - ხშირად დაფინანსების შერჩეულ პოლიტიკას წარმოადგენს. აქამდე საკრთველო სწორედ ამ პოლიტიკას ახორციელებდა მიმდინარე ანგარიშის დეფიციტი კი უფარგრძელვადიანი ჩანს, ამიტომ ზოგიერთ დამატებით პოლიტიკური კურსის განხორციელებაა საჭირო, რომლებიც გამიზნული იქნება უწონასწორობის სტრუქტურული ხასიათისადმი.

საქონლის ექსპორტ-იმპორტი მიმდინარე ანგარიშის და საერთოდ საგადასდელო ბალანსის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია, რომელიც ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციებთან ერთად მოიცავს პირდაპირ ანგარიშშეგებას იმ ობიექტებთან, რომელთა პროდუქციაც გარკვეული მიზეზების გამო არ გადის საბაჟო კონტროლზე და არ აღირიცხება. ესენია: ელექტროენერგია, ბუნებრივი აირი, საჰაერო და საზღვაო ხომალდების შეძენა და მათ ბორტზე მიწოდებული მომხმარებლისთვის საჭირო სურსათი და სანკავი, ასევე უცხოური კრედიტებით შეძენილი ან ჰუმანიტარული დახმარების სახით შემოსული საქონელი (იხ. დანართი, ქსემა №2).

2000 წელს საქონლის ბალანსმა 506,1 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა. ეს მაჩვენებელი უკანასკნელ წლებში მეტად მერყევითა და არეულობით გამოიჩინა. მსოფლიო მასშტაბით კი განსხვავებული სურათი გვაქვს: საერთაშორისო ვაჭრობა ზრდის ტენდენციებით ხასიათდება, რაც განპირობებულია იმით, რომ საერთაშორისო ბაზრებზე რეალიზდება წინა წლებთან შედარებით გაცილებით მეტი საქონელი და მომსახურება. ამის განმაპირობებელი ერთ-ერთი მიზეზია ე.წ. „ახალი ინდუსტრიული ქვეყნების“ და განვითარებადი ქვეყნების საერთაშორისო ვაჭრობის ზრდის მაღალი ტემპები (10% და მეტი ნოველლიურად) და ასევე ის გარემოებაც, რომ ვაჭრობა უფრო სტაბილურ ხასიათს იღებს, რასაც მსოფლიო მოსახლეობის ზრდა და მათი ყოველდღიურად მზარდი მოთხოვნილებები განაპირობებს.

მსოფლიო საეჭრო ორგანიზაცია წინა წლებ-
თან შედარებით 2001 წელს მსოფლიო ვაჭრობის
მოცულობის შედარებით ნაკლებად ზრდას პრო-
გნოზირებს, დაახლოებით 7%-ით, მაშინ როცა ეს

მაჩვენებელი 2000 წელს 12%-ს შეადგენდა. ეს იყო ბოლო 10 წლის განმავლობაში ზრდის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი.

გაეროს ეგიდით გამოცემულ საერთაშორისო ვაჭრობის სტატისტიკურ მასალებზე დაყრდნობით საქართველოს ექსპორტის წილი მსოფლიო ექსპორტში 1995 წელს დაახლოებით 0,003%-ს, ხოლო იმპორტის წილი მსოფლიო იმპორტში - 0,005%-ს შეადგენდა.

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ საქართველოს ეკონომიკა არ აღმოჩნდა მზად იმისათვის, რომ საკუთარი პროდუქციით დაეკმაყოფილებინა ქვეყნის მოთხოვნილებები და არ ეწარმოებინა ყოველწლიურად მზარდი იმპორტი. ყოველივე ამის გამო რეგისტრირებული იმპორტი რამდენადმე წინ უსწრებდა რეგისტრირებულ ექსპორტს (იხ. დანართი, ცხრილი №2) და საქართველოს საგარეო ბალანსის უარყოფითი საღივო ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა (იხ. დანართი, დიაგრამა №1), თუმცა 1999 წელს წინა წელთან შედარებით მან შესაძენდა იკლო, რაც ძირითადად გამოწვეული იყო წინა წელთან შედარებით ექსპორტის 23,8%-ით გაზრდით და იმპორტის 32%-ით შემცირებით, თუმცა 2000 წელს უარყოფითი საღივო კვლავ გაიზარდა 32,5 მლნ. აშშ დოლარით. სწორედ ქრონიკულად უარყოფითი საგარეო ბალანსის საღივო წარმოადგენს საგადასახდელი ბალანსის დეფიციტის განმაპირობებელ ძირითად ფაქტორს.

საქართველოს საღივო განვითარების პოტენციალიდან გამომდინარე უარყოფითი საღივო ზრდის ტენდენცია ალბათ რამდენადმე გაგრძელდება ახლო მომავალშიც. ყოველივე ამას რამოდენიმე ძირითადი მიზეზი უდევს საფუძვლად:

1. შიდა მოთხოვნილების სწრაფი ზრდა, რომელიც პირდაპირპროპორციულ კავშირშია იმპორტზე მოთხოვნასთან;
 2. ადგილობრივი წარმოების შედარებით ნელი ზრდის მაჩვენებლები;
 3. მსოფლიო ბაზარზე გასაბიჯი პროდუქციის დაბალი კონკურენტუნარიანობა;
 4. ლარის დევალაცია, ექსპორტს ხელს უწყობს მცირე და მცოცავი ინფლაცია, რომელმაც მართალია ნაახალისა ექსპორტი, მაგრამ უარყოფით გავლენას ახდენს მაკროეკონომიკური სტაბილურობის შენარჩუნებაზე და მოსახლეობის სოციალურ მდგომარეობაზე.
- აქვე აღსანიშნავია ერთი გარემოება: უკანასკნელ წლებში კონტრაბანდული ტვირთების მოძრაობა ავტომატურად ამცირებს იმპორტის მოცულობას. რომ არა კონტრაბანდა, იმპორტის ზრდის კვალობაზე უარყოფითი საღივო გაცილებით მტკივნეულად უარყოფითი საღივო გაცილებით მტკივნეულად.
- ცალკე მსჯელობის საგანს წარმოადგენს ექსპორტ-იმპორტის სწორი აღრიცხვიანობის საკითხი და ინფორმაციის სწავარება, სადაზღვრება მათი მიღება. საქართველოში დღეისათვის

მოქმედი სააღრიცხვო სისტემის მიხედვით ექსპორტ-იმპორტის გაანგარიშება ხდება საბაჟო სამსახურის მიერ დაფიქსირებული მონაცემების საფუძველზე (საბაჟო დეკლარაციების მონაცემები), ქვეყნის შორის ელექტრონერგისა და ბუნებრივი აირის მიწოდების საფასურის შეკრებით და ასევე არარეგისტრირებული ვაჭრობიდან შემოსული ექსპორტული მონაცემების შეჯამებით. მასში შედის ასევე ჰუმანიტარული დახმარებები და უცხოური კრედიტით შეძენილი საქონელი, საპაეო და საზღვაო ხომალდების შეძენა და მათი მომარაგება.

საერთაშორისო ეკონომიკურ ურთიერთობებში და განსაკუთრებით კი ვაჭრობაში დიდია ფარული გარიგებების და აღურიცხავი ტვირთების მოცულობა, რაც სწორი ანალიზების გაცემის საშუალებას არ იძლევა და ართულებს საგადასახდელი ბალანსისა და ეკონომიკის სხვადასხვა დარგების ურთიერთგაქვანების შეუახლებს.

სწორი აღრიცხვიანობის ყველაზე დიდ ხელს შეშლელ ფაქტორად სწორედ კონტრაბანდა მოიაზრება. აფხაზეთის ენგურისპირა საზღვრები, ერგნეთის ბაზრობა, წითელი ხიდი და სხვა ტვირთოვანი ყოველდღიურად დიდძალ კონტრაბანდულ ტვირთებს ატარებენ, რაც ასევე ბოუჯების დიდძალი შემოსავლების დაკარგვის წყარო ხდება.

საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი საგარეო ვაჭრობაზე მონაცემებს აქვეყნებს ე.წ. „FOB“ ფასებში, როგორც ეს მიღებულია საერთაშორისო საგადასახდელი მიერ. ამისგან განსხვავებით, საბაჟო დეპარტამენტი მონაცემებს იძლევა „CIF“ ფასებში და მათ შორის სხვაობას საერთაშორისო ფრაზტი წარმოადგენს, რომელიც ცალკე აღირიცხება საგადასახდელი ბალანსში სატრანსპორტო მომსახურების სახით. ამასთანავე, ექსპორტი მოცემულია ნესი-სამებრ „FOB“ ფორმით, ხოლო იმპორტი „CIF“ ფორმით:

CIF = FOB + საერთაშორისო ფრაზტი

სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი მიერ გაანგარიშებული საგარეო ბალანსის სიზუსტის დასადაგენად გამოიყენება ე.წ. „სარკისებური სტატისტიკის“ მეთოდი, რომლის მიხედვითაც საქართველოს ექსპორტი უდარდება საგარეო პარტნიორის იმპორტს, ხოლო იმპორტი - პარტნიორის ექსპორტს. აქ საშუაარსზე გამოდის აღრიცხვიანობის უზუსტობა, როგორც ჩვენი, ქვეყნის, ასევე პარტნიორი სახელმწიფოების მხრიდან (დსთ-ს ქვეყნებთან შეიწინებება აღრიცხვიანობის ბევრად არასრულყოფილი სისტემა). მაგალითად, საქართველოსა და თურქეთის საგარეო ვაჭრობის მონაცემების სარკისებურად შედარებამ დაგვანახა, რომ საქართველოდან თურქეთში ექსპორტის მონაცემები შემცირებულია საშუალოდ 2-ჯერ, ხოლო თურქეთიდან იმპორტის მონაცემები - 1,2-ჯერ. ამის შედეგად სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი

მენტის მონაცემებით 2000 წელს თურქეთთან საგარეო ვაჭრობის დეფიციტმა 35 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო თურქეთის სტატისტიკის სახელმწიფო ინსტიტუტის მონაცემებით, საქართველოს თურქეთთან აქვს 25,9 მლნ. აშშ დოლარიანი დადებითი საგარეო ბალანსი (ნ. ასლამაზიშვილი, ფურხადი „ბანკი“, 2/2000).

ანალოგიურ ფაქტებს ემატება ისიც, რომ ზოგიერთი ქვეყნები გარკვეული მიზეზების გამო თავს არიდებენ ექსპორტის უზუსტ რეგისტრაციას და ხელოვნურად ამცირებენ მას. მათთან მოუწესრიგებელია რეექსპორტისა და ტრანზიტის აღრიცხვა: გარდა ამისა, ყველა ქვეყანას დანებებული აქვს გარკვეული ზღვარი, რომლის ქვემოთაც განხორციელებული საგარეო-საგარეო ნაკადი არ ქვემდებარება სტატისტიკურ აღრიცხვას. ასევე აღსანიშნავია ის გარემოებაც, რომ ქვეყნებს შორის ვაჭრობის მონაცემები განსხვავდება ინვესტ სხვადასხვა მეთოდოლოგიებით დაფუძნებული გაანგარიშებებით და განსხვავებული კლასიფიკაციების გამოყენება.

უკანასკნელ წლებში საქართველოს საგარეო პარტნიორ ქვეყანათა რაოდენობა ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, თუ მხედველობაში არ მივიღებთ 2000 წელს, როცა ის წინა წელთან შედარებით 111-დან 105-მდე შემცირდა (იხ. დანართი, ცხრილები №№3-4). ამის პარალელურად იზრდება უარყოფითი საგარეო ბალანსის მქონე პარტნიორთა რიცხვი, ხოლო დადებითის მქონე შედარებით მოკრძალებულად იზრდება, ისიც მტკივნეულად არასტაბილურ ხასიათს იღებს.

2000 წელს 105 საგარეო პარტნიორი ქვეყნიდან 78 ქვეყანასთან საქართველოს უარყოფითი საგარეო ბალანსი ჰქონდა, ხოლო 27-თან - დადებითი. გასულ წლებში (1997-1999 წ.წ.) მდგომარეობა საპირისპირო იყო: უარყოფითი საგარეო ბალანსის მქონე ქვეყნების რიცხვი გაცილებით ჭარბობდა დადებითი ბალანსის მქონე სახელმწიფოებს. ეს მოვლენა ცალსახა შეფასებით საქართველოს საგარეო ვაჭრობაში უდვებით ტენდენციას მიუთითებს, თუმცა რამდენად გაგრძელდება ეს ტენდენცია ახლო მომავალში, საკმაოდ ძნელად შესაძლებელია დადგენა.

2000 წელს საქართველოს საგარეო-საგარეო დეფიციტის 28% დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანაგებობის ქვეყნებში მოდიოდა, ხოლო წინა წელს ეს მაჩვენებელი 32,4%-ს შეადგენდა.

2000 წელს 105 საგარეო პარტნიორი ქვეყნიდან საქართველოს ერთ მლნ. აშშ დოლარზე მეტი ოდენობით უარყოფითი საგარეო ბალანსი ჰქონდა 42 ქვეყანასთან, ხოლო დადებითი - მხოლოდ 4-თან. ეს ქვეყნებია: სომხეთი, ლიტვა, სირია და კონგო; 1999 წელს 111 საგარეო პარტნიორიდან უარყოფითი ჰქონდა 40 ქვეყანასთან, ხოლო დადებითი - ისევ 4-თან. ესენია: სომხეთი, ტაჯიკეთი, სირია და კონგო.

საქართველოს საგარეო საგარეო პარტნიორ-

თაგან 20-მდე ქვეყანა არის მხოლოდ სიმბოლური პარტნიორი, ვინაიდან მათთან ბოლო ექვსი წლის მანძილზე მხოლოდ თითო-თითო წელს ჰქონდათ საგარეო გარიგებები, თანაც მცირედი მოცულობით. ასეთი ქვეყნების მიმართ საქართველოს საგარეო-საგარეო ბრუნვამ საშუალოდ წელიწადში დაახლოებით 200 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც საშუალოდ საქართველოს მთლიანი საგარეო ბრუნვის დაახლოებით 0,02%-ს შეადგენს.

საქართველოს ხუთ უმსხვილეს საგარეო პარტნიორთა რიგებში კვლავ რუსეთი ლიდერობს (2000 წელს მთლიანი საგარეო საგარეო ბრუნვის 17,5%). შემდეგ მოდის თურქეთი (17,3%), გერმანია (8,2%), აზერბაიჯანი (7,4%) და აშშ (7,3%). ამ ქვეყნებთან საქართველო უკანასკნელი წლები ქრონიკულად უარყოფითი საგარეო ბალანსით დაასრულა. რუსეთთან, თურქეთთან და აზერბაიჯანთან ასეთ ტენდენციას საქართველოს ბიუროკრატული სიახლოვე და ჩვენი ქვეყნის წარმოების განუვითარებლობა განაპირობებს, რასაც ემატება რუსეთის და აზერბაიჯანის მთავრობებთან მიღებული საქართველოს მთავრობის შეთანხმება თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ, რომლითაც იზღუდება ვაჭრობაში ზედმეტი ხელის შემშლელი ბარიერები; აშშ-სთან ჰუმანიტარული, გრანტის და ინვესტიციის სახით იმპორტირებული საქონლის დიდი მოცულობა, ხოლო გერმანიასთან - ძირითადად საქართველოს მაღალი მოთხოვნა მაქანათმშენებლობის პროდუქციაზე.

ცხადია, საკმაოდ საინტერესოა საქართველოს რამოდენიმე პარამეტრის შედარება ევროპის ქვეყნებთან, რომელთაგან გარკვეული ნაწილი ზოგიერთი მაჩვენებელი (მაგალითად, ტვირთოვანი სიდიდით, მოსახლეობის რაოდენობით, ისტორიული წარსულით და სხვა) საკმაოდ ახლოს დგას საქართველოსთან. ასეთი ქვეყნების რიცხვს განეკუთვნება სლოვენია, სლოვაკეთი, ხორვატია, სომხეთი და აზერბაიჯანი.

ევროპის ერთ-ერთი ცნობილი გამოცემული „ეკონომისტის“ მიერ გამოცემული სტატისტიკური ცნობების მიხედვით, რომელიც ითარგმნა და გამოიცა ქართულად შპს „Mosito InTernel“-ის მიერ 1998 წელს მიმდინარე ანგარიშთა ბალანსი მთლიანი შიდა პროდუქტის -7,86%-ს შეადგენდა (იხ. დანართი, ცხრილი №5). ამ მაჩვენებლით საქართველო ახლოს დგას ხორვატიასთან, რომლის მიმდინარე ანგარიშთა ბალანსმა შპს-ის 7,46% შეადგინა.

რაც შეეხება უშუალოდ მიმდინარე ანგარიშთა ბალანსს, ევროპის 41 ქვეყნიდან 31-ს ეს მაჩვენებელი უარყოფითი ჰქონდა, ასე რომ ეს პრობლემა მარტო საქართველოს წინაშე როდი დგას, ის ევროპის ისეთი მონიწივე ქვეყნებისთვისაა დამახასიათებელი, როგორებიცაა გერმანია, გაერთიანებული სამეფო, პორტუგალია, ავსტრია და სხვა, თუმცა ისინი ამაში პრობლემას

ვერხედავენ. 1998 წელს საქართველოს მიმდინარე ანგარიშთა ბალანსმა 416 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა. ამ მაჩვენებლით იგი წინ უსწრებდა ევროპის 23 ქვეყნის (მშ. გერმანიის, გაერთიანებული სამეფოს, ავსტრიის, პორტუგალიის, რუმინეთის, ნორვეგიის და სხვა) მაჩვენებელს. ექსპორტ-იმპორტის მოცულობის მიხედვით 1998 წელს ევროპის 42 ქვეყნიდან საქართველოს მე-40 ადგილი ეკავა (1,36 მლრდ. აშშ დოლარი) და ამ მაჩვენებელმა მშპ-ის 12,83% შეადგინა (იხ. დანართი, ცხრილი №6). ამ პარამეტრით საქართველო ევროპაში 41-ე ადგილზეა და ევროზონის ქვეყნების საშუალო მაჩვენებელთან საკმაოდ ახლოს დგას (12,21%).

საგარეო ვაჭრობის შეფასების საინტერესო მაჩვენებელს წარმოადგენს საგარეო საქონელბრუნვა. 1998 წელს მან 760 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა და ამ მაჩვენებლით საქართველო ევროპის 42 ქვეყნიდან მე-20 ადგილზეა. საქონელბრუნვამ მშპ-ს მიმართ 14,35% შეადგინა (იხ. დანართი, ცხრილი №7).

ყოველივე ამის შემდეგ უპრიანია ვნახოთ საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის სასაქონლო ჯგუფების მიხედვით და ისტინდენციები, რომლებიც უკანასკნელ წლებში ჩამოყალიბდა. როგორც ექსპორტის, ასევე იმპორტის სასაქონლო სტრუქტურაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს მინერალურ პროდუქტებს, მზა საკვებს, ქიმიურ და მეცანერეულ ნაწარმს.

ექსპორტის სასაქონლო სტრუქტურაში კვლავ არაპოვებელია ლითონები და მათი ნაწილები ქარბობენ 79,9 მლნ. აშშ დოლარის ოდენობით (იხ. დანართი, ცხრილი №8), რომელთა შორისაც წამყვანი პოზიციები მავლითონებს (52,5 მლნ. აშშ დოლარი) და ალუმინსა და მის ნაკეთობებს (17,2 მლნ. აშშ დოლარი) უჭირავთ. ამასთან, მათი ექსპორტი უკანასკნელი წლების მანძილზე წინა წლებთან შედარებით მკვეთრად იზრდება. ანალოგიური ტენდენციით ხასიათდება მეცანერეული ნაწარმის ექსპორტი, რომელშიც წამყვანი პოზიცია ნაყოფსა და კაკალს, ციტრუსების ან ბალჩეული კულტურების კანქერს უჭირავს. იზრდება ასევე სასუქების ექსპორტი, თუმცა ქიმიური ნაწარმი მერყევი ტენდენციებით ხასიათდება. ანალოგიური ითქმის მინერალურ პროდუქტებზე და მზა საკვებზე, თუმცა ექსპორტის სასაქონლო სტრუქტურაში 2000 წელს შესაბამისად მორე და მესამე ადგილებს ინაწილებენ.

იმპორტის სასაქონლო სტრუქტურაში წამყვანი პოზიცია კვლავ მინერალურ პროდუქტებს (მინერალურ სანავებს, ნავთობსა და ნავთობპროდუქტებს) უჭირავთ (იხ. დანართი, ცხრილი №9). მათი იმპორტის მაჩვენებელი (155,4 მლნ. აშშ დოლარი) საქართველოს მთლიანი იმპორტის 21,4%-ს შეადგენდა. მართალია, აღნიშნული მაჩვენებელი წინა წელთან შედარებით გაიზარდა, მაგრამ უკანასკნელი წლების მაჩვენებლებთან

გამომდინარე მკვეთრად შემცირებულია. მანქანებსა და მოწყობილობებს, აგრეთვე მათ სათადაურიგო ნაწილებს მთლიანი იმპორტის 17,8% უჭირავს, მზა საკვებს - 10,3%, ქიმიურ ნაწარმს - 9,7%, ხოლო მეცანერეულ ნაწარმს - 9%.

მსოფლიო ვაჭრობის მაჩვენებლებზე დასასკონლო სტრუქტურაზე დაკვირვება ცხადყოფს, რომ უკანასკნელ პერიოდში ინტენსიურად გაიზარდა მაღალტექნოლოგიურად დამზადებული პროდუქტებით ვაჭრობა. მაგალითისთვის შეიძლება მოვიყვანოთ 2000 წელს ნახევარგამტარიან მოწყობილობათა გაყიდვის მოცულობის 37%-ით, მობილური ტელეფონების - 46%-ით და პერსონალური კომპიუტერების 15%-ით გაზრდა.

აღნიშნულ მაჩვენებლებზე დატენდენციებზე (მეტად არასტაბილურზე) დაკვირვება ცხადყოფს, რომ აუცილებელია ქმედითი ნაბიჯების გადადგმა ადგილობრივი წარმოების განვითარებისთვის, რაც სამომავლოდ ექსპორტის ზრდის მთავარ გარანტიად უნდა მოგვევლინოს. ამ კუთხით ექსპერტთა გარკვეულ ნაწილს აუცილებლად მიაჩნია პროტექციონისტული სავაჭრო პოლიტიკის გატარება. 2001 წლის აპრილ-მაისის თვეში საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მიხედვით ვიზიტის დროს ფონდის წარმომადგენლებმა საქართველოს მთავრობას ურჩიეს არ გაეტარებინა პროტექციონისტული სავაჭრო პოლიტიკა, ვინაიდან მოცემულ პერიოდში საქართველოს ეკონომიკისათვის აუცილებელია ლიბერალური სავაჭრო რეგიმის არსებობა.

ამასთან, გასათვალისწინებელია ერთი გარემოება, რომ დღეს დიდი რაოდენობით გაედინება საქართველოდან ჯარი და ხეტყე. მათი გატანის შემზღუდვი პოლიტიკის გატარება მკვეთრად გაზრდის საგადასმდელო ბალანსის მიმდინარე ანგარიშთა დეფიციტს და მაკროეკონომიკური არასტაბილურობის საფუძველი გახდება, ასე რომ ამ კუთხით მრავალი ურთიერთსაწინააღმდეგო მოსაზრება არსებობს.

მიმდინარე ანგარიშიდან ჩანს, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს საგადასმდელო ბალანსში მომსახურების ვაჭრობას. ის სტრუქტურული თვალსაზრისით ყველაზე რთული ელემენტია ბალანსისა, თუმცა ჩვენი ქვეყნისათვის ზრდის მტკიცე არასტაბილური მაჩვენებლებით გამოირჩევა. მისი ძირითადი კომპონენტებია:

- სატრანსპორტო მომსახურება;
- კავშირგაბმულობა;
- დაზღვევა;
- კომპიუტერები და ინფორმაცია;
- ტურიზმი;
- მშენებლობა;
- ფინანსური მომსახურება;
- როიალტი და სალიცენზიო გადასახადები;
- კულტურული ლონისძიებები;

- სამთავრობო მომსახურება;
- სხვა სახის მომსახურება.

მომსახურების ნაწილის ინფორმაციული უზრუნველყოფის ძირითად წყაროს წარმოადგენს ურდადპირი ანგარიშებზე საერთაშორისო მომსახურებაში მონაწილე რეზიდენტ ეკონომიკურ სუბიექტებთან.

1999-2000 წლებში საქართველოს მომსახურებით ვაჭრობაში უარყოფითი საღლო გააჩნია, თუმცა წინა წლებში (მაგ. 1996-97 წ.წ.) მტკნილად დადებითი საღლო ჰქონდა. ეს არც არის გასაკვირი, ვინაიდან საქართველო დღითიდღე ავითარებს მომსახურების სფეროში და დგამს ქმედით ნაბიჯებს, რაც ძირითადად გამოითავსება ევროპაკავასია-აზიის სატრანსპორტო დერეფნის და ტურიტული სფეროს განვითარებით. აღნიშნულ საკითხებთან ერთად არანაკლები მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს კავშირგაბმულობასა და სატრანსპორტო მომსახურებას.

თუკი მომსახურების ექსპორტს სტრუქტურულად განვიხილავთ, ყველაზე მეტი შემოსავალი ტურიზმსა (96,7 მლნ. აშშ დოლარი 2000 წელს) და სატრანსპორტო მომსახურებას (96 მლნ. აშშ დოლარი) მოაქვს. მათგან შედარებით უმნიშვნელოა კავშირგაბმულობიდან შემოსავლები, თუმცა მიღებული შემოსავლების მიხედვით მესამე ადგილზე დგას (7,1 მლნ. აშშ დოლარი). გასულ წლებში სურათი განსხვავებული იყო: პირველ ადგილზე იყო სატრანსპორტო მომსახურება, შემდეგ იყო კავშირგაბმულობა და ბოლოს ტურიზმი. ამჟამად კი ტურიზმმა პირველ ადგილზე გადაინაცვლა. რამდენიმე წლის წინ ექსპერტთა დიდი ნაწილი სწორედ ტურიზმს ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად მიიჩნევდა მომსახურებაში. აღნიშნულის დადასტურება იყო 1997 წელს წინა წელთან შედარებით ტურისტული მომსახურების ექსპორტის დაახლოებით 6,2-ჯერ და 1998 წელს - 4-ჯერ ზრდა, თუმცა შემდგომ წლებში მან მკვეთრად იწყო შექცობა.

საქმიანი ტურიზმის პირად ტურიზმთან შედრებით წინმსწრები ტემპებით განვითარების კვალობაზე ტურისტული მომსახურების საღლო კვლავ უარყოფითია და ეს ტენდენცია რამდენიმე გაგრძელდება ახლო მომავალშიც, თუმცა საქართველოს გააჩნია ყველა ის პირობა, რათა ტურიზმი შემოსავლების ერთ-ერთი ძირითადი წყარო გახდეს. ამისათვის საჭიროა მოძველებული ტურისტული ბაზების აღდგენა და უცხოეთში ფართო რეკლამირება.

სატრანსპორტო მომსახურება ერთადერთი სახეობაა მომსახურებისა, რომელზეც უკანასკნელ წლებში დადებითი საღლო გააჩნდა, განსაკუთრებით კი საზღვაო და საერო ტრანსპორტით მომსახურების სფეროში, ვინაიდან ეს ორი სახეობა საფუძველი უნდა გახდეს ევროპაკავასია-აზიის სატრანსპორტო დერეფნის განვითარებაში. ამის საფუძველი კი უნდა შექმნას

ფოთისა და ბათუმის ნავსადგურებსა და საქართველოს სარკინიგზო მაგისტრალის მგზავრბრუნვისა და ტვირთბრუნვის გაზრდად.

არანაკლები მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს მომავალში საჰაერო ტრანსპორტსაც, თუმცა საღლებისად ამ სახის მომსახურების განვითარება მკვეთრად შეფერხებულია, რასაც ხელს უშლის მოძველებული საჰაერო ხომალდები, რომლებიც დასავლეთის ქვეყნებში მეტად არაპოპულარულად და სიცოცხლისათვის საშიშად აღიან მიჩნეულნი. ამას შედეგად მოჰყვა ის, რომ ევროპის ზოგიერთი ქვეყნების აეროპორტებში მკაცრად აიკრძალა მოძველებული საჰაერო ხომალდების დაშვება. აღნიშნული და სხვა გარემოებების გამო საღლიწოდ უკვე ევროპის სხვადასხვა ქვეყნებში ბრისებს ახორციელებენ თანამედროვე „აიონგის“ ტიპის ხომალდები. ამ სფეროს სერიოზული ინვესტიციები და წინ წამოწევა სჭირდება.

მნიშვნელოვანი უნდა გახდეს ასევე კავშირგაბმულობის როლი მომსახურებიდან შემოსავლების მოზიდვის საქმეში და ინფორმაციის გაცვლის თანამედროვე საშუალებების ფართოდ დანერგვა, ვინაიდან საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი საფუძველი ინფორმაციის დროული და უზარმაზრო გაცვლაა. ამ მიმართებით უკანასკნელ წლებში საქართველოში ბევრი რამ გაკეთდა, რასაც მნიშვნელოვანი საშუალებები, ელექტრონული და სატელეფონური კავშირის საღლისო განვითარება. მომავალში საჭირო გახდება ამ დარგის კიდევ უფრო მხარდაჭერა განვითარება, ვინაიდან სწორედ იგი ქმნის ბევრი სხვა დარგის განვითარების მყარ საფუძველს.

საინტერესოა ვნახოთ ევროპის ქვეყნების საგარეო მომსახურების ექსპორტ-იმპორტი და მომსახურების ბალანსი, რათა შევადაროთ ის საქართველოს მაჩვენებელს. მომსახურების ექსპორტ-იმპორტის მოცულობის მხრივ საქართველო (იხ. დანართი, ცხრილი №10) ძალიერ ჩამორჩება ევროპის ქვეყნებს და უსწრებს მხოლოდ მოლოვას, მაკედონიას, სომხეთს და ალბანეთს (36-ე ადგილი). მომსახურების ექსპორტ-იმპორტმა კი 1998 წელს მშპ-ის 8,78% შეადგინა. ამ მაჩვენებლით ის უსწრებს გერმანიას, უკრაინას, პოლონეთს, რუსეთს, საბერძნეთს, რუმინეთს, ალბანეთს და ბელარუსისა. ევროპის 40 ქვეყნიდან საგარეო მომსახურების ბალანსის ნოლობრივი რაოდენობით მშპ-ში საქართველო 1998 წელს მე-12 ადგილზე იყო და ეს მაჩვენებელი 2,56%-ს შეადგენდა, ხოლო საგარეო მომსახურების ბალანსის მიხედვით ასევე 40 ქვეყნიდან 21-ე ადგილზე იდგა და ამ მაჩვენებელმა 136 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა (იხ. დანართი, ცხრილი №11).

შემოსავლები, რომელიც მოიცავს მომსახურებას ხელფასებს და შემოსავლებს ინვესტიციებზე, მესამე ბლოკი მიმდინარე ანგარიშსა. მან 1997 წლიდან საკმაოდ სწრაფად იწყო ზრდა და 1998

ნელს 190,8 მლნ. აშშ დოლარს მიაღწია, მაგრამ უკანასკნელ წლებში ისევ კლების ტენდენციით ხასიათდება. ამის განმარტობებელ ძირითად მიზეზად გვევლინება საგარეო ვალების მომსახურების დიდი მოცულობა.

შემოსავლების ფორმირების ძირითად წყაროს მომსახურეთა ხელფასები განეკუთვნება, რომელიც მოიცავს უცხოეთში მყოფი საქართველოს რეზიდენტების მიერ მიღებულ შემოსავლებს და პირიქით, საქართველოში მყოფ უცხოელთა შემოსავლებს. სწორედ აქ იქნეს თავის პრობლემა, რომელიც მიგრაციული პროცესების მასშტაბების დადგენაში მდგომარეობს, ვინაიდან არ არსებობს მიგრაციული პროცესების მონერგებული ნორმატიული ბაზა და უცხოეთში მოღვაწეთა ზუსტი ნუსხა. მათ მიერ მიღებული შემოსავლების დადგენა კი ასევე დიდი სირთულეებითაა არის დაკავშირებული. მიგრაციის შედეგად ერთი ქვეყნის მოქალაქე ხდება მეორე ქვეყნის რეზიდენტი და მორავე მატერიალური ფასულობების ნაწილი, რომელიც ეკუთვნის მას, შეიტანება „მიმღები“ ქვეყნის საგადასახდელო ბალანსში, ხოლო უმრავლეს შემთხვევაში დაარჩენილი ქონების ნაწილი, რომელიც დარჩენილია ყოფილ ქვეყანაში, იქცევა ქვეყნის ფინანსურ მოთხოვნად იმ ქვეყნის მიმართ, რომელშიც ადრე ემიგრანტი ცხოვრობდა. სწორედ აღნიშნული რთული მეთოდიკის გამო საკმაოდ გაძნელებულია ზუსტი მაჩვენებლების განსაზღვრა.

რაც შეეხება შემოსავლების ინვესტიციებიდან, იგი ფორმირდება პირდაპირი, პორტფელური და სხვა სახის დაბანდებული ინვესტიციებიდან, რომელსაც ლეზულობის სარგებლის სახით ინვესტორი. როგორც საქართველოს საგადასახდელო ბალანსიდან ჩანს, პირდაპირი და პორტფელური ინვესტიციებიდან შემოსავლებისაგან განსხვავებით სხვა სახის ინვესტიციებიდან შემოსავლებს უფრო მნიშვნელოვანი წილი უჭირავთ, თუმცა საქართველო გაცილებით ნაკლებ შემოსავლებს იღებს, ვიდრე პარტნიორი ქვეყნები.

მიმდინარე ტრანსფერტები კი გულისხმობს ეკონომიკური ღირებულების ცალმხრივ გადაცემას ერთი სამეურნეო სუბიექტიდან მეორესთვის, ისე რომ ამის სანაცვლოდ იგი არაფერს ღებულობს. ამისგან განსხვავებით არსებობს კაპიტალური ტრანსფერტები, რომლებიც ჩართულია კაპიტალისა და ფინანსური ანგარიშის ნაწილში - კაპიტალის ანგარიშში. მიმდინარე ტრანსფერტები შეიძლება განხორციელდეს როგორც სახელმწიფო სექტორში, ასევე სხვა სექტორებში. ამ უკანასკნელში შედის მომსახურეთა გაზაფხული და სხვა ნაწილი მიმდინარე ტრანსფერტები. მიმდინარე ტრანსფერტების მოცულობა 2000 წელს და 1999 წელს წინა წლებთან შედარებით შესაბამისად 31,1%-ით და 6,1%-ით შემცირდა. 2000 წელს მან 135,3 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა.

საგადასახდელო ბალანსის მეორე ნაწილი ანუ

კაპიტალისა და ფინანსური ანგარიში მოიცავს კაპიტალის გაზაფხულებს, ასევე არასანაშრომო დანიშნულების და არასაფინანსო ხასიათის აქტივებთან დაკავშირებულ ოპერაციებს. თუ მიმდინარე ოპერაციათა ანგარიში მოიცავდა რეალურ რესურსებთან (საქონელი, მომსახურება და ა.შ.) დაკავშირებულ ოპერაციებს, კაპიტალისა და ფინანსური ანგარიში მოიცავს რეალური რესურსების მოძრაობის დაფინანსებას. სწორედ ამიტომ, საგადასახდელო ბალანსის ეს ნაწილი ყალიბდება ფინანსთა სამინისტროს განკარგულებაში არსებული უცხოური კრედიტებისა და მათი მომსახურების შესახებ ინფორმაციის საფუძველზე. საგადასახდელო ბალანსის შედგენისას სხვაობა მიმდინარე ანგარიშსა და კაპიტალისა და ფინანსურ ანგარიშს შორის ბალანსდება დამატებითი ჩანაწერით, რომელსაც საერთაშორისო პრაქტიკაში „წმინდა შეცდომები და გამოტოვებები“ ეწოდება. სწორედ ეს მაჩვენებელი წარმოადგენს საღდოს სანაწილდებელო ნიშნით, რათა შეცდომითმა ან გამოტოვებულმა მონაცემებმა ერთმანეთი დააბალანსოს. საღდოს დიდი მაჩვენებელი (მიუხედავად დადებითობისა ან უარყოფითობისა) მიგვითითებს აღრიცხვიანობის დაბალ დონეზე, რაც თავისთავად ართულებს მოცემული მაჩვენებლების ანალიზს და ინტერპრეტაციას. აღნიშნულმა მაჩვენებელმა უკანასკნელ წლებში ზრდა განიცადა და 2000 წელს 196 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა.

უკანასკნელ პერიოდში საქართველოში საგრძნობლად გაიზარდა უცხოური კაპიტალის შემოდინება, რის შედეგადაც კაპიტალური და ფინანსური ოპერაციებში ანგარიშის დადებითმა საღდომ 2000 წელს 168,3 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, საიდანაც 20 მლნ. სარეზერვო აქტივების ცვლილებაზე მოდის.

კაპიტალური ტრანსფერტები, როგორც კაპიტალის ანგარიშის ერთ-ერთი ძირითადი ნაწილი, შეიძლება განხორციელდეს როგორც სახელმწიფო, ასევე სხვა სექტორებში ფულადი ან ნატურალური ფორმით.

როდესაც სახელმწიფო ერთობა შორის მოცემული ქვეყნის კრედიტორსა და უცხოელ მეგაღეს შორის - მიიღწევა ოფიციალური შეთანხმება ვალის სრულ ან ნაწილობრივ ანუღირებაზე, ანუღირებულ დავალიანების თანხა რეგისტრირდება როგორც კაპიტალური ტრანსფერტი, გადაცემული მეგაღესთვის კრედიტორის მიერ. ეს ნიშნავს, რომ მოგებულ ქვეყნის საგადასახდელო ბალანსში ვალდებულების თანხა მცირდება, რაც განიხანსწორდება გადმოცემულ ტრანსფერტზე ჩანაწერით. რეგისტრაციის ანალოგიური პროცედურა გამოყენდება, როდესაც უცხოელი კრედიტორი ურთიერთანგარიშსწორების საფუძველზე ანუღირებას უყუთებს მოცემული ქვეყნის სახელმწიფო ერთობის ვალს.

თეორიულად წარანარმოებული არაფინან-

სური აქტივების შეძენა/გაყიდვის კატეგორიას მიეკუთვნება ოპერაციები იმ მატერიალურ აქტივებზე, რომლებიც შეიძლება იყოს გამოყენებული ან აუცილებელი საქონლის ან მომსახურების წარმოებისათვის, თუმცა თვით ეს აქტივები არ წარმოადგენს წარმოების შედეგს; ასევე ოპერაციები არამატერიალური ხასიათის არანარმოებით აქტივებზე (პატენტები, საავტორო უფლებები, საავტორო ნიშნები, სალიზინგო შეთანხმებები, გუდვილი და სხვა). არანარმოებულ არაფინანსურ აქტივებში აისახება ასევე მინის შეძენა ან გაყიდვა უცხოურ საღდოებზე, ვინაიდან ეს ეკონომიკურად გულისხმობს მინის ნაკვეთის ერთი ეკონომიკური ტერიტორიიდან მეორეზე გადასვლას.

რაც შეეხება ფინანსურ ანგარიშს, 2000 წელს დადებითმა საღდომ ეროვნული ბანკის მონაცემებით 145,8 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც ძირითადად პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინების ხარჯზე მოხდა. 2000 წელს სხვა კომპონენტებს (პორტფელის და სხვა სახის ინვესტიციები) გადამწვეტი მნიშვნელობა არ ჰქონიათ ფინანსური ანგარიშის ფორმირებაში.

საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით უცხოურმა ინვესტიციებმა ძირითად კაპიტალში (იხ. დანართი, ცხრილი №12) 118,8 მლნ. ლარი შეადგინა, რაც 48,8 მლნ. ლარით ნაკლებია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით. უცხოური კაპიტალ-დაბანდებებს ძირითადად ადგილი ჰქონდა ტრანსპორტში, სასანაწილო მეურნეობაში და კავშირგაბმულობაში (41%), სამთომომოვებით მრეწველობასა და კარიერების დამუშავებაში (19%), სასტუმროებსა და რესტორნებში (16,3%). უკანასკნელ წლებში მკვეთრად გაიზარდა უცხოური ინვესტიციები სამთომომოვებით მრეწველობასა და კარიერების დამუშავებაში: 1998 წელს - 1,9 მლნ., 1999 წელს - 2,0 მლნ., 2000 წელს - 22,6 მლნ. ლარი, ხოლო მკვეთრად შემცირდა საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში, ტრანსპორტში, სასანაწილო მეურნეობასა და კავშირგაბმულობაში.

ინვესტორი ქვეყნებისა და საერთაშორისო განვითარების მიხედვით (იხ. დანართი, ცხრილი №13) ყველაზე მსხვილ ინვესტიციებს წარმოადგენს თურქეთი (2000 წელს განხორციელებული მთლიანი ინვესტიციების 29,8%), აშშ (20,6%), კანადა (18,2%), ნიდერლანდები (10,7%), შვედეთი ბანკი (11,4%). ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ უკანასკნელ წლებში თურქეთის, კანადისა და ნიდერლანდების მიერ განხორციელებული უცხოური ინვესტიციები გაიზარდა როგორც მოცულობის მხრივ, ასევე მთლიანი ინვესტიციებში პროცენტული წილის მხრივ.

საერთაშორისო რეზერვებზე ინფორმაციული უზრუნველყოფის ძირითად წყაროს წარმოადგენს საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები. ეროვნული ბანკი ახორციელებს მისი მართვის ფულად-საკრედიტო კომისიის მიერ

განსაზღვრული მიმართულებებისა და ლიმიტების ფარგლებში.

2000 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით საქართველოს ეროვნული ბანკის საერთაშორისო რეზერვების მთლიანმა მოცულობამ 109,4 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა (საქართველოს ეროვნული ბანკი, „წლიური ანგარიში 2000“), რომელიც უცხოური ვალუტების მიხედვით შემდეგნაირად იყო განაწილებული: აშშ დოლარი - 41,23%; ევრო - 29,03%; იაპონური იენი - 17,23%; გირგანკა სტერლინგი - 11,6%; სხვა - 0,91% (იხ. დანართი, სქემა №2).

ამასთან, 1997 წელთან შედარებით მკვეთრად შემცირდა საერთაშორისო რეზერვების მოცულობა და 2000 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით თითქმის განახევრდა (იხ. დანართი, ცხრილი №14). მისი ხასიათიდან და დანიშნულებიდან გამომდინარე რეზერვების მოცულობა რამდენიმე მლნ. დოლარის ოდენობით ყოველწლიურად იცვლება (იხრდება ან მცირდება).

მთლიანი რეზერვები საგალუტო რეზერვებისა და მონეტარული ოქროსაგან შედგება. სწორედ საგალუტო რეზერვებს უჭირავს დიდი წილი (2000 წელს - 97%). მთლიანი რეზერვებში საერთაშორისო რეზერვების შემცირების ძირითადი მიზეზი იყო როგორც საგალუტო რეზერვების შემცირება, (რომელიც თავის მხრივ გამოწვეულია უცხოური ვალუტის (192,4 მლნ-დან 115,4 მლნ. აშშ დოლარამდე) და სესხების სპეციალური უფლებების მოცულობის მკვეთრი შემცირებამ (1,6 მლნ-დან 0,7 მლნ. აშშ დოლარამდე)), ასევე ოქროს მარაგის 2,5-ჯერ შემცირება.

როგორც ვხედავთ, საქართველოს საგადასახდელო ბალანსის ანალიზისა და მიმდინარე მოვლენების ფონზე ჩანს ის ძირითადი მომენტები, რომელთაც განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მდგომარეობათა გამოსწორებისა და შემდგომი სრულყოფისთვის. ამ კუთხით საკმაოდ სერიოზული პრობლემები დგას:

- მოუწევს რეგულაციის აღრიცხვიანობის მეთოდოლოგია და სისტემა. ამაზე მეტყველებს ალურციკიზა და კონტრაბანდული საქონლის მასშტაბები. ერთი რამ კი უნდა ვაღიაროთ: უცხოური წარმოშობის საქონელი, რომელიც კონტრაბანდული გზით ხვდება საქართველოს ბაზარზე, რომ მოექცეს სათანადო აღრიცხვის სისტემაში, რეგისტრირებული იმპორტი გაცილებით მეტი იქნება რეგისტრირებულ ექსპორტზე, ვიდრე ეს დღეს არის და კიდევ უფრო გაზრდიდა საავტორო ბალანსის უარყოფითი საღდოს;
- სხვადასხვა ფაქტორთა გამო მაჩვენებლები მეტად არატენდენციურია, რაც ღრმასწინააღიანი დასკვნების გაკეთების საშუალებას არ იძლევა;
- სათანადო დონეზე წარმოების განუვითარებლობა, რის გამოც ექსპორტზე გადის არა მხოლოდ უცხოური, არამედ უფრო ნედლეული და ნახევარფაბრიკატები;

• არასტაბილური პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემო, რომელიც არ იძლევა ინვესტირებას სათანადო ხელშეწყობისა და მათი მოზიდვის საშუალებას.

გამომდინარე ამ და სხვა ხასიათის პრობლემებიდან, ასევე საქართველოს აღებული ორიენტაციიდან დასავლეთის მიმართულებით, დღის წესრიგში დგება მრავალი საკითხის დარეგულირება და ისეთი სიახლეების დანერგვა, რაც სამომავლოდ გარანტი უნდა გახდეს დასახული მიზნების მიღწევისა. მსოფლიოს თვალში საქართველოს წარმოჩენის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ბერკეტი საგადასახდელი ბალანსის ნორმალური და სტაბილური მაჩვენებლები, ვინაიდან საერთაშორისო ორგანიზაციები (განსაკუთრებით საერთაშორისო სავალუტო ფონდი), დონორი და სხვა ქვეყნები სწორედ ამას აქცევენ არსებით ყურადღებას.

საამისოდ აუცილებელია მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში განცვიფრებით მიღებული „ვაჭრობაში უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის“ სათანადოდ გამოყენება ამ ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებთან. ამასთან, განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნების მხრიდან საქართველოს სავაჭრო პრეფერენციების (შეღავათების) მინიჭებას პრეფერენციათა გენერალური სისტემის (GSP) ფარგლებში და ამ შეღავათების ეფექტურად გამოყენებას. ეს უკანასკნელი ითვალისწინებს საქართველოში წარმოებულ პროდუქტაზე საიმპორტო გადასახადების შემცირებას იმ ქვეყნებში, რომლებშიც საქართველოს მხრიდან GSP-ის ბენეფიციარის სტატუსი. ასეთ ქვეყანათა რიცხვს მიეკუთვნება ევროკავშირის ქვეყნები, შვეიცარია, ჩეხეთი, სლოვაკია, კანადა და იაპონია.

ამასთან, გარკვეულწილად დასახვეწია ექსპორტის სტრატეგია, რაც საქართველოს საექსპორტო პოტენციალზე სხვადასხვა გზებით ინფორმაციის ფართო გავრცელებას და მსოფლიო ბაზრის კონიუნქტურის სისტემატურ შესწავლას გულისხმობს. მსოფლიო ბაზარზე საკუთარი ადგილის დამკვიდრების საფუძველი კონკურენტუნარიანი საქონლის წარმოებაა. ამას კი შესაძლებლობის ფარგლებში საფუძვლად უნდა დაედოს ადგილობრივი წარმოების მაღალტექნოლოგიურ დონეზე განვითარება და წარმოებული პროდუქტის საზღვარგარეთ გამოფენა-ბაზრობებზე სათანადოდ ექსპონირება.

ამასთან, გარკვეულწილად დასახვეწია ექსპორტის სტრატეგია, რაც საქართველოს საექსპორტო პოტენციალზე სხვადასხვა გზებით ინფორმაციის ფართო გავრცელებას და მსოფლიო ბაზრის კონიუნქტურის სისტემატურ შესწავლას გულისხმობს. მსოფლიო ბაზარზე საკუთარი ადგილის დამკვიდრების საფუძველი კონკურენტუნარიანი საქონლის წარმოებაა. ამას კი შესაძლებლობის ფარგლებში საფუძვლად უნდა დაედოს ადგილობრივი წარმოების მაღალტექნოლოგიურ დონეზე განვითარება და წარმოებული პროდუქტის საზღვარგარეთ გამოფენა-ბაზრობებზე სათანადოდ ექსპონირება.

როინ სახაროვი
დავით ნარმანია
აკაკი ცოტაძე

გაუმყარებული ლიტერატურა

1. „თანამედროვე ევროპა (ვიზუალური)“ – ცნობარი, თბ. 2001 წ.
2. „საქართველოს საგადასახდელი ბალანსისა და მისი მდგომარეობის შესახებ“, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ. 1997 წ.
3. საქართველოს სტატისტიკული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ბიულეტენი №14, აგვისტო 1998 წ.
4. ჟურნალი „ბანკი“, 2/2001 წ.
5. „საქართველოს სტატისტიკური წელიწადი 2000“, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.
6. საქართველოს საგადასახდელი შემოსავლების სამინისტროს საბაჟო დეპარტამენტი, „სტატისტიკური ინფორმაცია“, 2000 წ.
7. „საინვესტიციო საქმიანობა საქართველოში“, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ. 2001 წ.
8. „მონეტარული და საბანკო სტატისტიკის მიმოხილვა“, საქართველოს ეროვნული ბანკი, 4(26) 2001 წ.
9. საქართველოს ეროვნული ბანკი, „წლიური ანგარიში 2000“;
10. P. Хасбулатов, „Мировая Экономика“, М. 1997 г.
11. Дэниелс, Радеба, „Международный Бизнес“, М. 1995 г.
12. Международный Валютный фонд, „Руководство по платежному Балансу“, 1993 г.

საქართველოს საგადასახდელი ბალანსი 1996-2000 წ.წ.

ცხრილი №1

(ათას აშშ დოლარი)

საგადასახდელი ბალანსის მუხლები		1996	1997	1998	1999	2000
მიმდინარე ანგარიში		-569 528	-566 297	-275 617	-195 108	-261 991
ა. საქონელი		-587 488	-786 334	-694 556	-533 867	-506 136
კრედიტი		309 965	376 498	299 963	329 564	459 395
დებიტი		-897 453	-1 162 832	-994 518	-863 431	-965 531
ბ. მომსახურება		4 334	-103 757	19 814	-3 930	-8 683
სულ კრედიტი		98 009	145 780	365 244	216 767	206 147
სულ დებიტი		-93 675	-249 537	-345 429	-220 696	-214 831
სატრანსპორტო მომსახურება, კრედიტი		74 479	90 754	150 091	89 527	96 001
მგზავრები		9 491	27 592	40 678	12 929	9 456
ფრახტი		36 189	24 341	72 840	66 748	70 186
სხვა		18 735	38 821	27 229	9 850	16 358
საზღვლო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	236	370	2	0
	ფრახტი	21 507	9 321	0	10 284	14 693
	სხვა	15 679	16 959	14 996	7 027	12 776
საქარო ტრანსპორტი	მგზავრები	9 491	24 792	38 015	12 842	9 456
	ფრახტი	1 089	1 889	1 197	2 846	4 080
	სხვა	3 001	6 306	12 131	2 823	3 582
სარკინიგზო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	2 564	280	85	0
	ფრახტი	13 593	13 131	71 410	53 617	51 413
	სხვა	0	15 557	0	0	0
საავტომობილო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	0	2 293	0	0
	ფრახტი	0	0	233	0	0
	სხვა	55	0	102	0	0
მილადენები		10 064	0	9 065	7 386	6 250
სატრანსპორტო მომსახურება, დებიტი		-77 557	-67 181	-80 321	-81 064	-87 885
მგზავრები		0	-14 405	-13 344	-4 969	-17 147
ფრახტი		-59 415	-35 665	-32 918	-31 795	-43 423
სხვა		-18 142	-17 112	-34 059	-44 300	-27 315
საზღვლო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	0	0	0	-9 316
	ფრახტი	-38 284	-7 964	-2 377	-13 624	-16 444
	სხვა	-12 947	-7 803	-6 554	-20 988	-11 098
საქარო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	-9 241	-11 475	-4 940	-9 635
	ფრახტი	-11 883	-2 184	-2 730	-5 592	-6 783
	სხვა	-5 195	-8 631	-25 516	-23 117	-14 317

ცხრილი №1 (გაგრძელება)

სარკინიგზო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	-2 947	-1 739	0	0
	ფრაზტი	-5 880	-13 055	-24 586	-4 479	-7 154
	სხვა	0	-677	-1 989	0	0
საავტომობილო ტრანსპორტი	მგზავრები	0	-2 217	-130	-29	0
	ფრაზტი	-3 368	-12 462	-3 226	-12 579	-14 297
	სხვა	0	0	0	-195	0
მიღსადენები		0	0	0	0	0
ტურიზმი, კრედიტი		7 515	46 955	187 800	118 321	96 750
საქმიანი		7 515	33 841	116 880	82 825	67 725
პირადი		0	13 114	70 920	35 496	29 025
ტურიზმი, დებეტი		-10 010	-156 130	-226 200	-130 145	-110 329
საქმიანი		0	-146 952	-188 500	-91 102	-77 230
პირადი		-10 010	-9 178	-37 700	-39 044	-33 099
სხვა მომსახურება, კრედიტი		16 015	8 070	27 352	1 533	7 146
კავშირგაბმულობა		13 251	30 261	15 634	1 533	7 146
მშენებლობა		0	8 279	0	0	0
დაზღვევა		0	0	0	0	0
ფინანსური მომსახურება		0	0	0	0	0
კომპიუტერები და ინფორმაცია		0	0	0	0	0
როიალტი და სალიცენზიო გადახდები		0	0	0	0	0
სხვა მომსახურება		0	11 950	0	0	0
კულტურული ღონისძიებები		0	0	0	0	0
სამთავრობო მომსახურება, სხვაგან აღურიცხავი		2 764	10 032	11 718	0	0
სხვა მომსახურება, დებეტი		-6 108	-26 225	-38 908	-9 487	-16 616
კავშირგაბმულობა		-394	-238	-5 671	-419	-4 049
მშენებლობა		0	0	0	0	0
დაზღვევა		0	-21 048	-18 024	-9 068	-12 567
ფინანსური მომსახურება		0	0	0	0	0
კომპიუტერები და ინფორმაცია		0	0	0	0	0
როიალტი და სალიცენზიო გადახდები		0	0	0	0	0
სხვა მომსახურება		0	-4 158	-5 418	0	0
კულტურული ღონისძიებები		0	0	0	0	0
სამთავრობო მომსახურება, სხვაგან აღურიცხავი		-5 714	-782	-9 794	0	0

ცხრილი №1 (გაგრძელება)

გ. შემოსავლები		70 492	127 440	190 845	146 930	117 489
სულ კრედიტი		5 530	186 600	243 281	211 403	178 531
სულ დებეტი		-76 022	-59 160	-52 436	-64 473	-61 048
მომსახურეთა ხელფასები, კრედიტი		699	180 800	235 625	211 403	178 531
მომსახურეთა ხელფასები, დებეტი		-1 802	-5 750	-4 510	-16 839	-14 545
შემოსავალი ინვესტიციებიდან, კრედიტი		4 831	5 800	7 656	0	0
ინვესტიციები	პირდაპირი	0	0	0	0	0
	პორთფელის	0	0	0	0	0
	სხვა	4 831	5 800	7 656	0	0
შემოსავალი ინვესტიციებიდან, დებეტი		-74 220	-53 410	-47 926	-47 634	-46 502
ინვესტიციები	პირდაპირი	0	-2 750	0	-294	-304
	პორთფელის	0	-27	-656	0	0
	სხვა	-74 220	-50 633	-47 270	-47 340	-46 199
დ. მიმდინარე ტრანსფერტები		84 118	196 354	208 280	195 758	135 344
კრედიტი		84 118	205 394	220 061	228 781	163 664
სახელმწიფო სექტორი		51 844	25 708	8 993	31 759	12 472
სხვა სექტორები		32 274	179 686	211 068	47 514	151 192
მომსახურეთა გზავნილები		0	103 104	137 273	149 508	94 909
სხვა მიმდინარე ტრანსფერტები		32 274	76 582	73 796	47 514	56 283
დებეტი		0	-9 040	-11 781	-33 023	-28 320
სახელმწიფო სექტორი		0	-9 040	-11 781	-10 570	-8 927
სხვა სექტორები		0	0	0	-22 453	-19 394
მომსახურეთა გზავნილები		0	0	0	-22 453	-19 394
სხვა მიმდინარე ტრანსფერტები		0	0	0	0	0
კაპიტალისა და ფინანსური ანგარიშები		323 655	378 530	311 239	139 384	65 883
ა. კაპიტალის ანგარიში		46 733	-6 458	-6 051	-7 080	-4 763
სულ კრედიტი		46 733	0	0	0	0
სულ დებეტი		0	-6 458	-6 051	-7 080	-4 763
კაპიტალური ტრანსფერტები, კრედიტი		46 733	0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი		0	0	0	0	0
ვალის პატიება		0	0	0	0	0
სხვა კაპიტალური ტრანსფერტები		46 733	0	0	0	0
სხვა სექტორები		0	0	0	0	0

ცხრილი №1 (გაგრძელება)

მიგრანტების ტრანსფერტები	0	0	0	0	0
ვალის პატიება	0	0	0	0	0
სხვა კაპიტალური ტრანსფერტები	0	0	0	0	0
კაპიტალური ტრანსფერტები, დებუტი	0	-6 458	-6 051	-7 080	-4 763
სახელმწიფო სექტორი	0	0	0	0	0
ვალის პატიება	0	0	0	0	0
სხვა კაპიტალური ტრანსფერტები	0	0	0	0	0
სხვა სექტორები	0	-6 458	-6 051	-7 080	-4 763
მიგრანტების ტრანსფერტები	0	-6 458	-6 051	-7 080	-4 763
ვალის პატიება	0	0	0	0	0
სხვა კაპიტალური ტრანსფერტები	0	0	0	0	0
არაწარმოებული არაფინანსური აქტივები	კრედიტი	0	0	0	70 646
	დებუტი	0	0	0	131 670
ინვესტიციები		276 922	384 988	317 290	145 464
პირდაპირი ინვესტიციები		0	242 586	265 332	91 318
საქართველოდან საზღვარგარეთ		0	0	0	-968
საზღვარგარეთიდან საქართველოში		0	242 586	265 332	92 286
პორთფელის ინვესტიციები		0	2 408	0	6
აქტივები		0	0	0	6
პასივები		0	2 408	0	-83 770
სხვა ინვესტიციები		276 922	154 064	128 661	64 459
აქტივები		0	-24 913	-86 784	9 416
საეჭრო კრედიტები		0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი	გრძელვადიანი	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
სხვა სექტორები:	გრძელვადიანი	0	0	0	-2 706
	მოკლევადიანი	0	0	0	0

ცხრილი №1 (გაგრძელება)

სესხები	0	0	-44 964	7 225	0
ფულად საკრედიტო ორგანოები	გრძელვადიანი	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი	გრძელვადიანი	0	0	0	-1 449
	მოკლევადიანი	0	0	-44 964	-1 257
ბანკები	გრძელვადიანი	0	0	1 817	0
	მოკლევადიანი	0	0	5 407	0
სხვა სექტორები:	გრძელვადიანი	0	0	0	-2 765
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
ვალუტა და დეპოზიტები		0	-24 913	-41 820	-1 974
ფულად საკრედიტო ორგანოები		0	0	0	-2 765
სახელმწიფო სექტორი		0	0	0	0
ბანკები		0	-15 028	-23 168	-1 974
სხვა სექტორები		0	-9 885	-18 651	0
სხვა აქტივები		0	0	4 165	0
ფულად საკრედიტო ორგანოები	გრძელვადიანი	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი:	გრძელვადიანი	0	0	0	-2 342
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
ბანკები	გრძელვადიანი	0	0	4 165	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
სხვა სექტორები	გრძელვადიანი	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0
პასივები		276 922	178 978	215 445	55 043
საეჭრო კრედიტები		0	6 598	15 000	-5 253
სახელმწიფო სექტორი	გრძელვადიანი	0	0	15 000	-5 253
	მოკლევადიანი	0	1 388	0	0

ცხრილი №1 (გაგრძელება)

სხვა სექტორები	გრძელვადიანი	0	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0	0
სესხები		45 001	432 320	349 627	123 022	-144 124
ფონდის კრედიტის გამოყენება და სესხები		0	76 486	36 722	16 362	-41 486
ფულად საკრედიტო ორგანოები	გრძელვადიანი	45 001	0	0		0
	მოკლევადიანი	0	0	0		0
სახელმწიფო სექტორი	გრძელვადიანი	0	355 833	267 941	68 485	-109 291
	მოკლევადიანი	0	0	44 964	0	0
ბანკები	გრძელვადიანი	0	0	0	7 906	4 420
	მოკლევადიანი	0	0	0	30 268	2 232
სხვა სექტორები:	გრძელვადიანი	0	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0	0
ვალუტა და დეპოზიტები		0	7 360	37 325	2 493	1 038
ფულად საკრედიტო ორგანოები		0	0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი		0	0	0	0	0
ბანკები		0	7 360	37 325	2 493	1 038
სხვა სექტორები		0	0	0	0	0
სხვა პასივები		231 921	-267 300	-186 507	-65 219	67 130
ფულად საკრედიტო ორგანოები	გრძელვადიანი	0	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0	0
სახელმწიფო სექტორი	გრძელვადიანი	0	-9 439	-103 417	0	0
	მოკლევადიანი	231 921	-257 861	-83 091	-50 933	67 055
ბანკები	გრძელვადიანი	0	0	0	-14 285	0
	მოკლევადიანი	0	0	0		75
სხვა სექტორები	გრძელვადიანი	0	0	0	0	0
	მოკლევადიანი	0	0	0	0	0
სარეზერვო აქტივები ("+" - შემცირება, "-" - ზრდა)		0	-14 070	-76 702	-9 319	20 001
მონეტარული ოქრო		0	617	-5	-6	29
სესხის სპეციალური უფლებები		0	31	5 065	-3 220	5 150
სარეზერვო პოზიცია ფონდში		0	0	0	0	1
უცხოური ვალუტა		0	-14 719	-81 763	-6 093	14 822
გაერთიანებული და გაყოფილი		245 873	187 767	-35 623	55 724	196 108

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი

საპაროველოს საბარეო საგარეო ბალანსი

ცხრილი №2

(ათასი აშშ დოლარი)

წლები	1995	1996	1997	1998	1999	2000
საგარეო სავაჭრო ბრუნვა	547886,1	885556,6	1183299,3	1076677,5	840106,2	1056088,9
ექსპორტი	151662,5	198770,3	239787,1	192347,0	238167,5	329892,2
იმპორტი	396223,6	686786,3	943512,3	884330,5	601938,7	726196,7
საღირს	-244561,1	-488016,0	-703725,2	-691983,5	-363771,2	-396304,5
ექსპორტის იმპორტით დაფარვის კოეფიციენტი (%-ში)	0,38	0,29	0,25	0,22	0,40	0,45
საგარეო სავაჭრო ბრუნვის ზრდის ტემპი წინა წელთან შედარებით (%-ში)	-	61,63	33,62	-9,01	-21,97	25,71

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი

ცხრილი №3ა (გაგრძელება)

ლიბანი	5,4	540,5	-535,1	2,7	6899,7	-6897,0	0,0	8383,1	-8383,1
ლატვია	26,6	35,0	-8,4	332,6	77,0	255,6	84,0	497,1	-413,1
ლიბერია	0,0	37,2	-37,2	0,0	283,2	-283,2	0,0	108,2	-108,2
ლიბია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ლიხტენშტეინი	40,0	465,0	-425,0	252,8	253,1	-0,3	73,3	151,4	-78,0
ლიტვა	85,4	424,1	-338,7	353,5	1061,2	-707,7	219,2	2059,0	-1839,8
ლოქსემბურგი	0,0	0,0	0,0	0,0	120,3	-120,3	0,0	955,9	-955,9
მალაიზია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	200,7	0,0	200,7
მალდივი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,0	32,0	-16,0
მალტა	0,0	0,0	0,0	0,0	3760,3	-3760,3	0,0	467,2	-467,2
მავრიტანია	0,0	0,0	0,0	0,0	28,7	-28,7	0,0	0,0	0,0
მავრიკი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
მექსიკა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4902,0	-4902,0
მონაკო	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	51,7	-51,7
მონღოლეთი	203,8	6,5	197,3	188,1	0,0	188,1	414,6	14,1	400,5
მაროკო	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ომანი	0,0	1,5	-1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	8,7	-8,7
ნიდერლანდები	1135,0	4823,7	-3688,7	639,6	12438,5	-11798,9	686,2	21018,0	-20331,8
ახალი ზელანდია	0,0	0,0	0,0	0,0	24,0	-24,0	0,0	78,0	-78,0
ნიგერია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ნიგერ	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ნორვეგია	0,0	0,0	0,0	0,0	103,2	-103,2	191,0	1056,1	-865,1
პაკისტანი	0,0	9,4	-9,4	0,0	10,8	-10,8	6,9	218,4	-211,5
პანამა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	500,8	-500,8
პოლონეთი	0,0	319,6	-319,6	0,0	1023,2	-1023,2	0,0	1262,7	-1262,7
პორტუგალია	106,9	1419,1	-1312,2	197,3	1232,8	-1035,5	160,4	922,6	-762,2
რუმინეთი	0,0	30462,7	-30462,7	1774,5	40940,5	-39166,0	149,7	15231,2	-15081,5
ანგუილა	375,3	0,0	375,3	0,0	1351,1	-1351,1	6972,2	374,3	6597,9
სან-მარინო	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
საუდის არაბეთი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	38,1	-38,1
სინგაპური	35,0	1215,2	-1180,2	0,0	2117,5	-2117,5	0,0	83,7	-83,7
სლოვაკეთი	0,0	147,5	-147,5	17,9	122,8	-104,9	1,6	484,6	-483,0
ვიეტნამი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
სლოვენია	0,0	322,9	-322,9	0,0	0,4	-0,4	0,0	57,9	-57,9
სამხრეთ აფრიკა	0,0	0,0	0,0	0,0	8,4	-8,4	0,0	0,0	0,0
სიმბაბვე	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ესპანეთი	13,5	3746,6	-3733,1	0,0	302,0	-302,0	79,8	706,2	-626,3

ცხრილი №3ა (გაგრძელება)

სუდანი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
სურინამი	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	-4,2	0,0	0,0	0,0
შვედეთი	0,0	18,7	-18,7	0,0	231,5	-231,5	22,5	1030,2	-1007,7
შვეიცარია	6137,4	769,2	5368,2	7204,1	7366,1	-162,0	13848,7	8278,6	5570,1
სირია	0,0	369,3	-369,3	10,7	240,9	-230,1	2,1	566,5	-564,3
ტაილანდი	3,0	0,0	3,0	77,2	9,1	68,1	8,7	20,5	-11,8
ტონგა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	-3,3
ტრინიდადი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	0,0	439,9	-439,9	0,0	612,3	-612,3	115,7	15915,0	-15799,3
ტუნიზია	0,0	0,0	0,0	0,0	403,1	-403,1	0,0	0,0	0,0
თურქეთი	34093,4	85568,3	-51474,8	25897,2	76625,2	-50727,9	39426,2	116770,9	-77344,7
უკრაინა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,1	-25,1
უგანდა	0,0	0,0	0,0	14,5	82,4	-67,9	108,2	42,5	65,7
გაერთიანებული სამეფო	428,3	11805,1	-11376,8	8381,7	34291,6	-25909,9	4208,5	42186,3	-37977,9
მენის კუნძ.	0,0	0,0	0,0	0,0	63,6	-63,6	0,0	24,2	-24,2
ტანზანია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
აშშ	623,5	15070,1	-14446,6	1342,4	29800,3	-28457,9	4219,2	70371,8	-66152,6
ურუგუაი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ვენესუელა	0,0	0,0	0,0	0,0	152,6	-152,6	0,0	6,5	-6,5
ზამბიზია	0,0	33,6	-33,6	27,8	2560,0	-2532,1	152,7	1738,9	-1586,2
კინგო	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ვითიამი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
კაიტი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
კინდუვუა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
კენია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	103,4	0,0	103,4
მალაიკარი	0,0	0,0	0,0	17,9	0,0	17,9	0,0	0,0	0,0
ნიკარაგუა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
უგანდა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	1,2
ზამბია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.

საპარამეტრო სავაჭრო ბალანსი ქვეყნების მიხედვით 1998-2000 წ.წ. ცხრილი №33

წლები	1998			1999			2000		
	მლნ.	მლნ.	საფ.ლ.	მლნ.	მლნ.	საფ.ლ.	მლნ.	მლნ.	საფ.ლ.
სულ	191684,2	884330,5	-692646,3	237837,1	601938,7	-364101,6	328958,1	726158,6	-397200,4
დსთ-ს ქვეყნებთან	107188,2	267419,9	-160231,7	107243,9	225082,7	-117838,8	136203,3	247546,6	-111343,3
აზერბაიჯანი	18475,0	73529,3	-55054,3	19201,0	41510,7	-22309,8	21092,6	56714,2	-35621,7
ბელარუსი	922,9	2777,6	-1854,6	570,1	1200,2	-630,1	642,5	869,2	-226,7
თურქმენეთი	1366,8	10492,0	-9125,2	12905,6	22138,1	-9232,5	7904,1	9716,8	-1812,7
მოლდოვა	146,2	288,4	-142,2	125,9	154,1	-28,3	162,4	174,6	-12,2
რუსეთი	55244,0	130633,3	-75389,3	44625,1	115714,8	-71089,7	68071,9	116205,8	-48133,9
სომხეთი	17832,3	10054,9	7777,5	15008,2	11844,7	3163,4	13479,1	9574,0	3905,1
ტაჯიკეთი	521,0	13,4	507,6	1055,0	2,2	1052,8	119,8	152,9	-33,1
უზბეკეთი	1628,0	742,2	885,8	1016,6	4358,2	-3341,6	740,5	6664,7	-5924,2
უკრაინა	8434,9	31214,5	-22779,6	10902,6	27087,9	-16185,4	19473,0	37738,9	-18265,8
ყაზახეთი	2424,4	7012,7	-4588,3	1674,7	733,1	941,6	4453,5	9460,0	-5006,5
ყირგიზეთი	192,7	661,7	-469,1	159,2	338,5	-179,3	64,0	275,7	-211,7
სხვა ქვეყნებთან	84496,0	616910,6	-532414,6	130593,1	376856,0	-246262,8	192754,9	478612,0	-285857,1
ანგოლა	0,0	0,0	0,0	311,7	0,0	311,7	0,0	0,0	0,0
ავღანეთი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	3,8
ალბანეთი	0,0	0,0	0,0	110,6	0,0	110,6	0,0	5,0	-5,0
ალჟირი	0,0	257,4	-257,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ანდორა	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	-2,5	0,0	0,0	0,0
არგენტინა	1,5	1084,2	-1082,7	0,8	76,0	-75,2	0,0	432,6	-432,6
ავსტრალია	16,6	916,9	-900,4	7,9	1015,0	-1007,1	4,2	1198,7	-1194,5
ავსტრია	136,8	5984,9	-5848,0	449,1	5007,7	-4558,6	103,2	9171,8	-9068,6
ბაჰამი	0,0	71,5	-71,5	0,0	2,6	-2,6	696,1	178,1	518,0
ბაჰრეინი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ბანგლადეში	0,0	0,0	0,0	0,0	27,5	-27,5	4,3	0,0	4,3
ბელგია	2081,7	8756,2	-6674,5	687,7	5431,1	-4743,3	799,2	5493,4	-4694,2
ბერმუდა	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3	-5,3	0,0	0,0	0,0
ბურუნდი	31,3	4,9	26,4	112,8	1,6	111,2	24,1	4,0	20,1
ბოსნია-ჰერცეგოვინა	0,0	0,0	0,0	0,0	20,1	-20,1	0,5	0,0	0,5
ბოტსვანა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	1,8
ბრაზილია	0,0	140,8	-140,8	0,1	3829,4	-3829,2	187,1	5308,3	-5121,2
ბუენოს	0,0	1,4	-1,4	0,2	228,9	-228,7	0,0	0,0	0,0
ბრიტანეთის კუნძ.	0,0	0,0	0,0	0,0	880,7	-880,7	0,0	0,0	0,0
ბურუნდის კუნძ.	255,6	910,0	-654,4	0,0	240,1	-240,1	293,2	338,7	-45,4
ბულგარეთი	3067,8	27586,1	-24518,4	444,4	11546,2	-11101,7	2420,6	15310,9	-12890,3
კანადა	169,9	1211,4	-1041,5	99,1	493,3	-394,1	0,2	1050,0	-1049,8
კაბო-ვერდე	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ქრო-ლანკა	0,0	108,0	-108,0	0,0	61,3	-61,3	1,5	223,1	-221,6

ცხრილი №33 (გაგრძელება)

ნიგერ	0,0	14,7	-14,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ნიგერია	640,4	2170,0	-1529,6	229,7	2595,7	-2366,0	915,0	2916,4	-2001,4
ტაივანი	0,0	125,1	-125,1	0,0	141,4	-141,4	32,0	274,0	-242,0
ზიმბაბუვე	0,0	7,8	-7,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ქოქოსის კუნძ.	0,0	4,0	-4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
კოლუმბია	4,0	45,9	-41,9	0,0	272,0	-272,0	0,0	332,9	-332,9
კოსტა-რიკა	0,0	275,0	-275,0	0,0	70,4	-70,4	0,0	21,7	-21,7
ხორვატია	0,0	19,2	-19,2	26,7	123,4	-96,7	0,0	1106,0	-1106,0
კუიპროსი	391,0	1613,6	-1222,6	884,7	1498,3	-613,6	1053,7	8508,0	-7454,3
სეიქელი	147,4	3208,4	-3060,9	993,0	2701,6	-1708,6	748,9	2944,1	-2195,2
დანია	503,8	4815,4	-4311,6	260,7	4487,3	-4226,6	503,0	2976,1	-2473,1
ექვატორი	0,0	1157,2	-1157,2	0,0	258,5	-258,5	0,0	438,8	-438,8
მექსიკის რეპუბლიკა	0,0	4,0	-4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ესტონეთი	196,9	118,4	78,5	213,4	70,1	143,3	86,4	61,2	25,1
ფოლკლენდის კუნძ.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ფინეთი	0,0	1519,2	-1519,2	0,0	2731,5	-2731,5	5,8	1765,4	-1759,6
საფრანგეთი	6223,9	21844,8	-15620,9	789,5	15173,7	-14384,2	1325,9	11557,0	-10231,1
ფრანგული პოლინეზია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
გაბონი	0,0	3006,7	-3006,7	42,0	0,0	42,0	0,0	0,0	0,0
გამბია	0,0	0,0	0,0	35,0	0,0	35,0	0,0	6,6	-6,6
გერმანია	13237,7	82166,9	-68929,2	24530,2	44156,6	-19626,4	30858,7	55998,7	-25140,0
გობალტარი	0,0	61,2	-61,2	0,0	176,4	-176,4	0,0	621,4	-621,4
საბერძნეთი	369,4	15761,3	-15391,9	2972,6	10331,8	-7359,2	8163,4	10840,5	-2677,1
გრენალა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,4	-26,4
გრიენი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
გუინეა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,1	-5,1
ჰონკონგი	0,0	1117,3	-1117,3	0,0	41,8	-41,8	2,5	285,8	-283,3
უგანდა	330,4	8548,7	-8218,3	398,5	4156,9	-3758,3	547,6	4599,8	-4052,2
ისლანდია	0,0	30,1	-30,1	0,1	95,6	-95,6	0,0	0,0	0,0
ინდონეზია	359,1	729,5	-370,4	291,7	1447,6	-1156,0	1303,2	1249,0	54,2
ინდონეზია	0,0	75,1	-75,1	10,1	2256,6	-2246,5	28,8	5038,0	-5009,2
ირანი	2527,3	5130,8	-2603,5	2958,7	4083,7	-1125,0	6679,9	5865,4	814,6
ირაკი	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,7	14,0	0,0	14,0
ირლანდია	10,0	1511,3	-1501,3	21,9	2895,4	-2873,4	356,7	2417,4	-2060,7
ისრაელი	117,2	3899,1	-3781,9	347,4	2954,0	-2606,6	548,1	2100,7	-1552,6
იტალია	8948,4	28760,3	-19811,9	10788,9	13114,8	-2325,9	11577,9	21809,9	-10231,9
კოტ-დ'ივუარი	0,0	124,6	-124,6	0,0	1,9	-1,9	0,0	28,7	-28,7
იამაიკა	0,0	208,9	-208,9	0,0	6,6	-6,6	0,0	13,8	-13,8
იაპონია	2,5	1629,4	-1626,9	404,0	2674,7	-2270,7	380,7	7111,8	-6731,2
იორდანია	0,0	0,4	-0,4	88,7	0,0	88,7	790,1	0,0	790,1
კორეის სდრ	0,0	455,2	-455,2	0,0	103,4	-103,4	0,0	332,8	-332,8
კორეის რესპუბლიკა	0,0	4112,3	-4112,3	0,0	1820,4	-1820,4	0,0	1201,1	-1201,0
ქუვეითი	0,0	63,9	-63,9	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1

ცხრილი №38 (გაგრძელება)

ლიბანი	0,0	5283,1	-5283,1	0,0	2183,9	-2183,9	0,0	3438,6	-3438,6
ლატვია	150,0	1020,1	-870,1	301,4	339,9	-38,5	1066,0	2427,7	-1361,7
ლიბერია	0,0	359,7	-359,7	0,0	0,0	0,0	0,0	96,0	-96,0
ლიბია	0,0	0,0	0,0	0,0	640,8	-640,8	0,0	0,0	0,0
ლიხტენშტეინი	0,0	454,7	-454,7	368,5	2,4	366,1	8,8	67,9	-59,1
ლიტვა	230,1	2031,4	-1801,3	1369,0	1210,1	158,9	3082,3	1212,3	1870,0
ლუქსემბურგი	0,0	324,9	-324,9	0,0	49,7	-49,7	0,0	64,0	-64,0
მალაიზია	0,0	1321,6	-1321,6	0,0	0,1	-0,1	2,5	149,8	-147,3
მალდივი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
მალტა	0,0	166,9	-166,9	8,8	0,0	8,8	0,0	0,0	0,0
მავრიტანია	0,0	700,8	-700,8	0,0	0,0	0,0	0,0	48,2	-48,2
მავრიკი	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	-8,3	0,0	0,0	0,0
მექსიკა	0,0	72,5	-72,5	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	-3,8
მონაკო	0,0	79,3	-79,3	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0
მონღოლეთი	346,5	0,0	346,5	461,4	0,0	461,4	341,5	0,0	341,5
მაროკო	0,0	0,0	0,0	0,0	220,4	-220,4	0,0	0,0	0,0
ომანი	0,0	47,9	-47,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ნიდერლანდები	3245,4	25762,8	-22517,4	2258,4	7302,2	-5043,9	1903,2	8516,0	-6612,8
ახალი ზელანდია	2,6	321,7	-319,1	10,4	1695,7	-1685,3	3,8	260,0	-256,2
ნიგერია	2,2	6,0	-3,8	0,0	0,4	-0,4	0,0	0,0	0,0
ნიუე	0,0	1949,8	-1949,8	0,0	43,1	-43,1	0,0	2950,4	-2950,4
ნორვეგია	82,4	1535,8	-1453,4	57,7	1095,5	-1037,8	1,9	114,3	-112,4
პაკისტანი	0,0	19,4	-19,4	0,0	7,0	-7,0	13,4	8,4	4,9
პანამა	114,1	3647,2	-3533,0	356,7	520,5	-163,8	899,1	0,0	899,1
პოლონეთი	8,0	3086,2	-3078,2	0,0	4107,2	-4107,2	0,0	3454,7	-3454,7
პორტუგალია	173,2	1106,5	-933,3	90,8	422,5	-331,7	80,6	1333,9	-1253,4
რუმინეთი	80,0	18963,6	-18883,6	267,7	12498,3	-12230,6	60,6	10203,2	-10142,5
ანგოლა	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	-2,3	11,3	0,0	11,3
სან-მარინო	0,0	0,0	0,0	0,0	14,4	-14,4	0,0	17,6	-17,6
საუდის არაბეთი	0,0	43,1	-43,1	0,0	1,9	-1,9	0,0	0,0	0,0
სინგაპური	0,0	83,7	-83,7	929,0	703,0	226,0	2,5	138,5	-136,0
სლოვაკეთი	0,0	1928,6	-1928,6	29,2	257,3	-228,1	37,6	338,1	-300,5
ეივანგო	9,9	0,0	9,9	0,0	1,9	-1,9	27,2	0,8	26,4
სლოვენია	0,0	1170,7	-1170,7	54,3	2145,5	-2091,2	0,0	3688,6	-3688,6
სამხრეთ აფრიკა	0,0	26,0	-26,0	0,0	164,7	-164,7	529,3	311,9	217,4
სომხეთი	0,0	0,0	0,0	0,0	16,1	-16,1	0,0	0,0	0,0
ესპანეთი	736,3	2839,5	-2103,2	1979,4	1815,0	164,3	2201,2	2442,0	-240,8

ცხრილი №38 (გაგრძელება)

სუდანი	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	-2,6	0,0	0,0	0,0
სურინამი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
შვედეთი	13,7	4462,0	-4448,4	37,1	1200,8	-1163,7	78,1	9423,0	-9344,9
შვეიცარია	5442,8	32778,5	-27335,7	5675,2	11532,1	-5856,9	13521,5	22305,4	-8783,9
სირია	609,4	691,7	-82,3	3870,8	453,2	3417,6	3383,8	368,3	3015,6
ტაილანდი	24,0	13,7	10,3	0,1	38,6	-38,5	18,2	6,1	12,0
ტონგა	10,5	0,0	10,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ტრინიდადი	0,0	2,0	-2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	446,1	19266,1	-18820,0	2930,0	9978,1	-7048,1	592,2	10310,7	-9718,4
ტუნისი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
თურქეთი	20290,7	98438,3	-78147,6	37729,3	73261,7	-35532,4	73623,1	108633,8	-35010,7
უკრაინა	24,8	93,1	-68,3	0,0	98,3	-98,3	69,0	43,7	25,4
უგანდა	34,9	108,3	-73,4	48,2	86,3	-38,1	46,5	115,5	-69,0
გაერთიანებული სამეფო	1151,0	68130,2	-66979,2	4091,4	21143,0	-17051,6	10397,6	23321,9	-12924,3
შენის კუნძ.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ტანზანია	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,0	4,8
აშშ	11103,7	75887,9	-64784,2	9986,5	71568,0	-61581,5	6424,7	70911,2	-64486,6
ურუგვაი	0,0	2,5	-2,5	0,0	0,2	-0,2	0,0	8,8	-8,8
ვენესუელა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
იუგოსლავია	93,2	1313,2	-1220,0	378,8	711,3	-332,5	9,0	707,5	-698,5
კონგო	0,0	0,0	0,0	8000,0	0,0	8000,0	3736,1	0,0	3736,1
ეთიოპია	0,0	0,0	0,0	789,4	0,0	789,4	0,0	0,0	0,0
ჰაიტი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
ჰონდურასი	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	1,0	35,0	0,0	35,0
კენია	78,3	0,0	78,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
მალაგასკარი	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ნიკარაგუა	7,8	0,0	7,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
უგანდა	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	80,1	0,0	80,1
ზამბია	213,8	0,0	213,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.

ცხრილი №4

საპარამუნტოს საპატრო პარტნიორი მკვლევარების რაოდენობა

წლები	1995	1996	1997	1998	1999	2000
დადებითი საფუძვლის მქონე	17	12	11	12	21	27
უარყოფითი საფუძვლის მქონე	50	69	86	95	90	78
სულ:	67	81	97	107	111	105

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.

პროგნოზის შედეგების მიმოხილვა ანგარიშითა გალანსი 1998 წ. ცხრილი №5

№	ქვეყნის დასახელება	მშპ-ის %	№	ქვეყნის დასახელება	მლნ. აშშ. დოლ.
1	შვეიცარია	8,64	1	საფრანგეთი	40 160
2	ნიდერლანდები	6,18	2	შვეიცარია	25 547
3	ფინეთი	5,94	3	ნიდერლანდები	24 056
4	ბელგია და ლუქსემბურგი	4,67	4	იტალია	19 988
5	საფრანგეთი	2,74	5	ბელგია და ლუქსემბურგი	12 094
6	შვედეთი	2,05	6	ფინეთი	7 432
7	იტალია	1,73	7	შვედეთი	4 639
8	ირლანდია	1,16	8	თურქეთი	1 871
9	თურქეთი	0,93	9	რუსეთი	1 644
10	რუსეთი	0,50	10	ირლანდია	806
11	სლოვაკია	-0,02	11	სლოვენია	-4
12	გაერთიანებული სამეფო	-0,06	12	ბულგარეთი	-62
13	გერმანია	-0,16	13	ალბანეთი	-65
14	ესპანეთი	-0,29	14	მალტა	-164
15	ბულგარეთი	-0,61	15	მაკედონია	-288
16	დანია	-1,17	16	მოლდოვა	-347
17	ნორვეგია	-1,42	17	სომხეთი	-390
18	ავსტრია	-2,13	18	საქართველო	-416
19	ალბანეთი	-2,41	19	ისლანდია	-467
20	ჩეხეთის რესპუბლიკა	-2,63	20	ესტონეთი	-478
21	უკრაინა	-2,63	21	კვიპროსი	-561
22	ბელორუსია	-3,87	22	ლატვია	-713
23	საბერძნეთი	-3,94	23	გაერთიანებული სამეფო	-810
24	მალტა	-4,31	24	ბელორუსია	-862
25	პოლონეთი	-4,56	25	ბოსნია	-1 097
26	უნგრეთი	-5,04	26	უკრაინა	-1 296
27	ისლანდია	-6,14	27	ლიტვა	-1 298
28	კვიპროსი	-6,24	28	აზერბაიჯანი	-1 365
29	პორტუგალია	-6,81	29	ჩეხეთის რესპუბლიკა	-1 392
30	ხორვატია	-7,46	30	ხორვატია	-1 552
31	საქართველო	-7,86	31	ესპანეთი	-1 606
32	რუმინეთი	-9,54	32	დანია	-2 053
33	ესტონეთი	-9,75	33	სლოვაკია	-2 126
34	სლოვაკია	-10,68	34	ნორვეგია	-2 161
35	მაკედონია	-11,07	35	უნგრეთი	-2 304
36	ლატვია	-12,08	36	რუმინეთი	-2 918
37	ლიტვა	-13,81	37	გერმანია	-3 440
38	მოლდოვა	-20,43	38	ავსტრია	-4 609
39	სომხეთი	-22,96	39	საბერძნეთი	-4 860
40	ბოსნია	-26,76	40	პოლონეთი	-6 901
41	აზერბაიჯანი	-35,91	41	პორტუგალია	-7 250
42	ევროზონა	1,03	42	ევროზონა	67 550

წყარო: თანამედროვე ევროპა ციფრებში, თბ. 2001 წ.

პროგნოზის შედეგების საშუალოდ მსაპირტი და იმპორტი (ჯამი) 1998 წ. ცხრილი №6

№	ქვეყნის დასახელება	მშპ-ის %	№	ქვეყნის დასახელება	მლნ. აშშ. დოლ.
1	ირლანდია	76,97	1	გერმანია	1 000,94
2	ესტონეთი	66,28	2	გაერთიანებული სამეფო	577,58
3	სლოვაკია	59,78	3	საფრანგეთი	577,23
4	მაკედონია	58,32	4	იტალია	449,51
5	მალტა	55,80	5	ნიდერლანდები	324,19
6	ბელგია და ლუქსემბურგი	53,92	6	ბელგია და ლუქსემბურგი	300,02
7	ჩეხეთის რესპუბლიკა	52,25	7	ესპანეთი	238,34
8	ლიტვა	50,22	8	შვეიცარია	186,73
9	მოლდოვა	49,26	9	შვედეთი	152,73
10	სლოვენია	48,88	10	რუსეთი	132,75
11	უნგრეთი	47,97	11	ავსტრია	129,31
12	ლატვია	43,66	12	ირლანდია	106,68
13	ბულგარეთი	43,41	13	დანია	92,20
14	ნიდერლანდები	34,99	14	ნორვეგია	79,71
15	ბოსნია	41,34	15	პოლონეთი	77,77
16	ბელორუსია	34,99	16	თურქეთი	76,77
17	შვედეთი	33,71	17	ფინეთი	74,30
18	შვეიცარია	32,86	18	პორტუგალია	64,31
19	ხორვატია	32,16	19	ჩეხეთის რესპუბლიკა	55,38
20	აზერბაიჯანი	31,60	20	უნგრეთი	43,85
21	რუმინეთი	31,42	21	უკრაინა	29,98
22	უკრაინა	30,47	22	საბერძნეთი	26,53
23	სომხეთი	30,45	23	სლოვაკია	23,79
24	პორტუგალია	30,22	24	რუმინეთი	19,23
25	ავსტრია	29,84	25	სლოვენია	18,97
26	ფინეთი	29,69	26	ბელორუსია	15,60
27	სერბია და მონტენეგრო	28,31	27	ხორვატია	13,38
28	ისლანდია	27,67	28	ლიტვა	9,44
29	დანია	26,31	29	ბულგარეთი	8,77
30	ნორვეგია	26,22	30	სერბია და მონტენეგრო	7,70
31	პოლონეთი	25,70	31	ესტონეთი	6,50
32	კვიპროსი	25,36	32	ლატვია	5,15
33	გერმანია	22,96	33	კვიპროსი	4,56
34	გაერთიანებული სამეფო	22,84	34	მალტა	4,24
35	ესპანეთი	21,46	35	ისლანდია	4,21
36	რუსეთი	20,00	36	ბოსნია	3,39
37	საფრანგეთი	19,70	37	მაკედონია	3,03
38	იტალია	19,43	38	აზერბაიჯანი	2,40
39	თურქეთი	19,15	39	მოლდოვა	1,68
40	ალბანეთი	18,88	40	საქართველო	1,36
41	საქართველო	12,83	41	სომხეთი	1,04
42	საბერძნეთი	10,75	42	ალბანეთი	1,02
43	ევროზონა	12,21	43	ევროზონა	1 579,25

წყარო: თანამედროვე ევროპა ციფრებში, თბ. 2001 წ.

ვერობის ქვეყნების საბარეო საჰონელებზე 1998 წ.

№	ქვეყნის დასახელება	შპ-ის %	№	ქვეყნის დასახელება	მლნ. აშშ. დოლ.
1	ირლანდია	33,74	1	გერმანია	79,040
2	ფინეთი	9,99	2	იტალია	35,631
3	შვედეთი	7,78	3	საფრანგეთი	26,170
4	რუსეთი	5,08	4	ირლანდია	23,381
5	ნიდერლანდები	4,62	5	ნიდერლანდები	17,990
6	გერმანია	3,63	6	შვედეთი	17,632
7	იტალია	3,08	7	რუსეთი	16,851
8	ბელგია და ლუქს.	2,70	8	ფინეთი	12,492
9	დანია	2,13	9	ბელგია და ლუქს.	7,514
10	საფრანგეთი	1,79	10	დანია	3,723
11	ნორვეგია	1,03	11	ნორვეგია	1,566
12	შვეიცარია	0,35	12	შვეიცარია	988
13	ავსტრია	-1,69	13	ისლანდია	-352
14	გაერთ. შამეფო	-2,69	14	ბულგარეთი	-381
15	ესპანეთი	-3,37	15	მოლდოვა	-388
16	ბულგარეთი	-3,76	16	მაკედონია	-398
17	სლოვენია	-3,99	17	სომხეთი	-578
18	ისლანდია	-4,63	18	მალტა	-594
19	ჩეხეთის რესპ.	-4,89	19	ალბანეთი	-604
20	უნგრეთი	-5,15	20	საქართველო	-760
21	უკრაინა	-5,25	21	სლოვენია	-775
22	ბელორუსია	-6,09	22	აზერბაიჯანი	-1,046
23	თურქეთი	-7,15	23	ესტონეთი	-1,115
24	სერბია და მონტ.	-7,48	24	ლატვია	-1,130
25	პოლონეთი	-8,48	25	ბელორუსია	-1,359
26	რუმინეთი	-8,58	26	ლიტვა	-1,518
27	პორტუგალია	-11,54	27	ბოსნია	-1,756
28	სლოვაკია	-11,81	28	სერბია და მონტ.	-1,900
29	საბერძნეთი	-12,46	29	სლოვაკია	-2,351
30	საქართველო	-14,35	30	უნგრეთი	-2,354
31	მაკედონია	-15,29	31	კვიპროსი	-2,426
32	მალტა	-15,63	32	უკრაინა	-2,584
33	ლიტვა	-16,15	33	ჩეხეთის რესპ.	-2,595
34	ლატვია	-19,15	34	რუმინეთი	-2,625
35	ბორვატია	-20,04	35	ავსტრია	-3,654
36	ალბანეთი	-22,36	36	ხორვატია	-4,169
37	ესტონეთი	-22,75	37	პორტუგალია	-12,277
38	მოლდოვა	-22,85	38	პოლონეთი	-12,836
39	კვიპროსი	-27,01	39	თურქეთი	-14,332
40	აზერბაიჯანი	-27,53	40	საბერძნეთი	-15,375
41	სომხეთი	-33,97	41	ესპანეთი	-18,707
42	ბოსნია	-42,83	42	გაერთ. შამეფო	-34,010
	ვერობის ზონა	2,04		ვერობის ზონა	133,300

წყარო: თანამედროვე ევროპა ციფრებში, თბ. 2001 წ.

ძირითადი საექსპორტო პროდუქცია 1995-2000 წ.წ.

(ათასი აშშ დოლარი)

პროდუქტების დასახელება	1995	1996	1997	1998	1999	2000
ხორცი და ხორცის სუბპროდუქტები	144,3	250,6	381,1	958	1019,4	318,1
თევზი და ზღვის სხვა ცხოველები	98,1	294,3	379,7	22,2	230,2	139,0
რძე და რძის პროდუქტები; ფრინველის კვერცხი; ნატურალური თაფლი და ცხიველური წარმოშობის საკვები პროდუქტები	93,1	267,3	84,8	277	140,2	40,4
სხვა	0,0	22,7	0,4	6,4	3,2	8,7
სულ: ბირთვები და ცხოველური ნაწარმი	335,5	834,9	846,0	1263,6	1393,0	506,2
ნაყოფი და კაკალი, ციტრუსების ან ბალნეული კულტურების კანი-ქერქი	8467,0	10919,6	11167,0	15836,2	18099,8	25201,2
ვაკა, ჩაი, მატე (პარაგვაის ჩაი) და სანელებლები	9288,3	19232,7	16818,1	10768,4	12461,8	8103,4
პურ-მარცვლეული	144,5	4483,3	68,6	1608,9	1380,6	1039,1
ფქვილი-ბურღულეულის პროდუქტები; ქერი; სახამებელი; ინსულინი; პურის წებოვანა	275,9	967,7	640,0	571,4	553,4	1866,7
ზეთიანი ნაყოფი და თესლი; მარცვლები; სამკურნალო და ტექნიკური დანიშნულების მცენარეები; ჩაღა და ფურაჟი	591,1	1164,0	1393,7	1845,0	649,4	1248,1
სხვა	132,2	346,8	580,8	367,8	914,8	1080,1
სულ: მცენარეული ნაწარმი	18899,0	37114,1	30668,2	30997,7	34059,8	38538,6
სულ: ცხოველური და მცენარეული წარმოშობის ცხიმები და ზეთები; მათი დაშლის პროდუქტები; დამზადებული საკვები ცხიმები; ცეაღი	139,1	434,4	108,9	354,5	67,2	32,3
ხორცის, თევზისა და კიბორღების, მოლუსკებისა და ზღვის სხვა უხეხემლობითა ნაწარმი	48,9	117,1	81,2	133,6	15,0	67,3
შაქარი და შაქრის საკონდიტრო ნაწარმი	184,6	548,4	191,8	2083,5	1913,4	2844,1
კაკალი და მისი ნაწარმი	706,6	636,6	298,4	211,3	0,6	12,2
ბოსტნეულის, ნაყოფის, კაკლის და მცენარეული სხვა ნაწარმების გადამამუშავების პროდუქტები	670,4	1546,5	1893,0	2786,0	1837,0	1083,2
სხვა სახის საკვები პროდუქტები	432,0	506,3	439,6	100,1	220,0	448,4
ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო სასმელები და ძმარი	13002,2	16393,8	37981,0	31206,5	23335,4	45420,2
თამბაქო და თამბაქოს სამრეწველო შემცველები	2894,0	1773,1	6046,2	945,6	3322,0	5661,3
სხვა	11,0	87,2	705,5	120,4	88,0	4,6
სულ: მზა საკვები	17949,7	21609,0	47636,7	37587,0	30731,4	55541,3

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.

ცხრილი №8 (გაგრძელება)

მარილი; გოგირდი; მიწა და ქვა; სათაბაშირე მასალა; კირი და ცემენტი	666,0	974,6	1842,0	2013,1	1720,0	1231,2
მადანი; წიდა და ნაცარი	6046,0	13711,7	9415,4	8238,2	14096,1	37130,1
მინერალური საწვავი, ნავთობი და მათი ამოქაჩვის პროდუქტები; ბიტუმიზებული ნივთიერებები; მინერალური ცემენტი	14494,0	37451,1	50936,2	21481,8	23112,6	25175,8
სულ: მინერალური პროდუქტები	21206,0	52137,4	62193,6	31733,1	38928,7	63537,1
არაორგანული ქიმიის პროდუქტები და არაორგანული შენაერთები	2648,2	5400,7	6227,1	2671,3	3122,9	5494,6
ორგანული ქიმიის შენაერთები	711,5	204,6	1085,0	238,6	4,3	100,4
ფარმაცევტული პროდუქტები	812,3	783,1	1635,0	6408,3	2161,4	5219,6
სასუქები	8082,1	11903,8	13811,1	10733,2	11369,1	15410,2
სართიშლავი და საღებავი ექსტრაქტები; ტანინი და მისი წარმოებულები; სხვა საღებავი ნივთიერებები; მელანი	532,4	1100,3	901,6	794,2	572,2	757,1
შერეული ქიმიური პროდუქტები	32,4	217,0	249,0	170,1	129,5	1871,4
ეფერვსები და რეზინოიდები; პარფიუმერიის, კოსმეტიკისა და ტუალეტის საშუალებანი	155,2	164,0	569,1	1431,8	208,9	1100,8
საპონი, ზედაპირულად-აქტიური ორგანული ნივთიერებები, სარეცხი საშუალებები, საპონო მასალები, ხანთელი და სხვა მსგავსი ნაწარმი	47,2	113,8	199,0	354,1	42,6	53,3
სხვა	42,9	13,3	18,8	7,6	24,7	6,1
სულ: ქიმიური ნაწარმი	13064,2	19900,6	24695,7	22809,2	17635,6	30013,5
კლასტმასი და მისგან დამზადებული ნაკეთობანი	1404,8	2001,1	1201,4	661,7	993,6	1290,0
კაუნუკისა და რეზინის ნაწარმი	379,6	154,0	209,5	207,3	83,0	95,1
სულ: პოლიმერული მასალები, პლასტმასები და მათი ნაწარმი; ტყეუკი, რეზინი და მათი ნაწარმი	1784,4	2155,1	1410,9	869	1076,6	1385,1
ტყევის ნედლეული (გარდა ბეწვისა) და ტყავი	845,8	1702,7	1474,9	925,7	745,3	2038,3
სხვა	74,3	64,2	38	9,9	13,6	107,1
სულ: ტყავის ნაწარმი	920,1	1766,9	1512,9	935,6	758,9	2145,4
მერქანი და მისგან დამზადებული ნაწარმი; ხის ნახშირი	447,1	2485,0	5297,0	5785,3	758,9	7154,0
სხვა	15,0	5,0	0,4	0,0	4943,1	0,0
სულ: მერქანი	462,1	2490,0	5297,4	5785,3	5702,0	7154,0
ქაღალდი და მუყაო; ქაღალდისა და მუყაოს ნაწარმი	573,8	228,9	243,3	653,2	463,1	690,5
ნაბეჭდი წიგნები, გაზეთები; პოლიგრაფიული მრეწველობის სხვა ნაწარმი	1965,1	10112,0	412,0	114,6	105,3	101,7
სხვა	4,2	0,0	8,1	0,0	0,0	3,6

ცხრილი №8 (გაგრძელება)

სულ: ქაღალდის ნაწარმი	2543,1	10340,9	663,4	767,8	568,4	795,8
აბრეშუმი	80,8	174,8	207,8	85,3	4,0	105,9
მატყლი, ცხველების წმინდა და უხეში ბეწვი; ცხენის ძუა	197,7	204,9	193,7	2,9	0,0	5,8
ბამბა	470,9	85,4	18,3	132,2	0,0	11,7
ქამოური ძაფები	0,0	1310,0	1039,7	519,3	319,8	1,0
ქამოური შტაპელის ბოჭკოები	365,7	947,2	46,9	21,3	0,3	36,3
ბამბა, ნაბადი და უქსოვადი მასალები; სპეციალური ნართი	254,3	130,5	299,2	39,5	8,4	45,0
სპეციალური ქსოვილები; ქსოვილები ხაოიანი არშით; მაქმანი	201,9	68,8	24,5	23,7	0,3	9,0
საფეიქრო ქსოვილები	88,2	56,1	30,7	4,3	7,8	6,1
ტრიკორაის ტანსაცმელი	1090,7	954,4	349,6	573,3	100,9	97,7
ნაქსოვი ტანსაცმელი	1645,5	1676,1	1094,5	1000,8	714,8	906,0
სხვა შუა საფეიქრო ნაწარმი	621,5	83,8	394,7	262,1	455,1	599,2
სხვა	53,6	4,6	5,3	11,6	18,5	20,9
სულ: საფეიქრო მასალები და ნაწარმი	5070,8	5696,6	3704,9	2676,3	1621,9	1844,6
ფეხსაცმელი, წინები და ანალოგიური ნაწარმი; მათი ნაწილები	34,4	627,3	466,7	723,8	1499,5	1537,5
თავხაბურები და მათი ნაწილები	0,7	4,5	1,9	13,5	1,0	7,0
სხვა	0,0	0,0	0,0	2,8	0,3	1,0
სულ: ფეხსაცმელი და აქსესუარები	35,1	631,8	468,6	740,1	1500,8	1545,5
ნაკეთობანი ქვის, თაბაშირის, ცემენტის, ქარსისა და სხვა	51,8	274,3	169,6	141,1	73,3	47,0
კერამიკის ნაწარმი	750,1	270,3	1153,2	189,8	27,7	82,8
შეშა და მისი ნაწარმი	79,6	280,6	316,8	422,3	1072,5	1415,2
სულ: ქვისა და შუშის ნაწარმი	881,5	825,2	1699,6	753,2	1173,5	1545,0
სულ: ბუნებრივი ან კულტივირებული მარგალიტი, ძვირფასი ან ნახევრადძვირფასი ქვები, ძვირფასი ლითონები; ბიჟუტერია; მონეტები	1185,5	681,1	1658,3	880,1	17,2	97,8
შავი ლითონები	35406,5	11693,9	26954,2	28295,6	44822,4	52480,6
შავი ლითონების ნაწარმი	15578,8	17033,0	20122,5	5859,8	2084,4	3301,9
სპილენძი და მისი ნაკეთობანი	55,3	61,1	144,8	163,6	856,1	4260,2
ალუმინი და მისი ნაკეთობანი	4524,9	990,9	1829,4	3242,2	6998,8	17198,0
სხვა არაფერფასი ლითონები; ლითონკერამიკა; მათი ნაკეთობანი	195,5	0,2	132,9	520,2	864,7	721,8
ინსტრუმენტები, დანის ნაწარმი, კოჭები, ჩანგლები არაფერფასი ლითონებისაგან; მათი ნაწილები	9,6	39,5	147,7	191,3	220,2	1952,5
არაფერფასი ლითონებისაგან დამზადებული სხვა ნაკეთობანი	22,3	55,6	232,9	169,2	136,9	6,3
სულ: არაფერფასი ლითონები და მათი ნაწარმი	55792,9	29874,2	49564,4	38441,9	55983,5	79921,3

ცხრილი №8 (გაგრძელება)

ატომური რეაქტორები, ქვაბები, დანადგარები და მათი ნაწილები	3528,8	3392,1	7162,9	7124,2	9306,9	21084,8
ელექტრონული მანქანები და მოწყობილობები; ხმის ჩამწერი და ხმის აღმდგენი აპარატურა; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	3989,0	4331,3	4518,1	1894,0	3521,3	4407,0
სულ: მანქანები, მოწყობილობები, ელექტრონიკური მოწყობილობები; ხმის ჩამწერი და აღმქმელი აპარატურა, მათი ნაწილები და მოწყობილობები	7517,8	7723,4	11681	9018,2	12828,2	25491,8
სარკინიგზო ლოკომოტივები და მოძრავი შემაღენილობები, ტრამვაი, მათი ნაწილები; ტრამვაის და რკინიგზის ქსელის საგზაო მოწყობილობები, მათი ნაწილები	614,0	1067,7	721,6	971,5	725,2	1251,9
მისისხედა სატრანსპორტო საშუალებები; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	1685,3	2071,6	3874,5	3692,5	6776,2	1562,6
საფრენი აპარატები, კოსმოსური აპარატები, მათი ნაწილები	667,7	372,3	708,5	573,5	20201,8	9593,1
გემები, ნაუბი და სხვა მცურავი საშუალებები	0,8	3,4	527,5	329,6	1265,9	1661,5
სულ: სატრანსპორტო საშუალებები	2967,8	3515	5832,1	5567,1	28969,1	14069,1
ობიექტური, ფოტოგრაფიული, კინემატოგრაფიული, საზოგადო, საკონტროლო, პრეცეზიონული, სამედიცინო და ქირურგიული მოწყობილობები და აპარატები; მათი ნაწილები და მოწყ.	216,7	387,1	99,9	1035,8	646,1	554,6
სხვა	0,0	2,0	2,5	8,5	73,8	430,7
სულ: ობიექტური, ფოტოგრაფიული, კინემატოგრაფიული, საზოგადო, საკონტროლო, პრეცეზიონული, სამედიცინო და ქირურგიული მოწყობილობები და აპარატები; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	216,7	389,1	102,4	1044,3	719,9	985,3
სულ: იარაღი და საომარი საშუალებები; მათი ნაწილები	3,8	0,0	0,0	0,02	3649,9	2743,8

ცხრილი №8 (გაგრძელება)

ავეჯი, ქვეშაგები, ღებები, ბალიშები და სხვა ანალოგიური ავეჯის კუთვნილებები; გახანათებული მოწყობილობები და მათი ნაწილები	236,9	579,7	398,5	244,1	275,8	601,6
სათამაშოები, თამაშობები და სპორტული ინვენტარი; მათი ნაწილები	19,6	11,2	0,0	18,8	22,9	226,7
სხვადასხვა მზა ნაწარმი	16,5	41,0	10,8	81,2	444,9	745,8
სულ: სხვადასხვა სამრეწველო საქონელი	273	631,9	409,3	344,1	743,6	1574,1
სულ: ხელოვნების ნიმუშები, საკოლექციო საგნები და ანტიკვარიატი	2,3	14,1	29,1	25,3	61,1	259,1
სულ: ექსპორტი	151250,4	198765,7	250183,4	192593,4	238190,3	329726,7

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი

ქირითადად საბაზრობო პროდუქცია 1995-2000 წ.წ.

(ათასი აშშ დოლარი)

დ ა რ ე ბ ა	1995	1996	1997	1998	1999	2000
ცოცხალი პორუქები	0,0	132,1	74,8	199,5	196,6	262,0
ხორცი და ხორცის სუპერპროდუქტები	5380,6	4873,2	8208,6	9942,5	9786,4	9312,9
თევზი და კიბორჩხალასმაგვარი, მოლუსკები და წყლის სხვა უხერხემლოები	1289,5	2423,8	3244,3	2670,5	1187,4	1673,1
რძე და რძის პროდუქტები; ფრინველის კვერცხი; ხატურალური თაფლი; ცხოველური წარმოშობის საკვები პროდუქტები	5202,4	8480,1	10895,5	12375,4	10614,6	6205,5
ცხოველური დასახელების პროდუქტები, რომლებიც სხვა ადგილას არ არის დასახელებული	0,8	15,4	15,1	20,6	20,9	16,8
სულ: პორუქები და ცხოველური ნაწარმი	11873,3	15924,6	22438,3	25208,5	21805,9	17470,3
ცოცხალი ხეები და სხვა მცენარეულობა; ბოლქვები, ფესვები, და მცენარეთა სხვა ანალოგიური ნაწილები; დაკრეფილი ყვავილები და დეკორატიული ბალახი	19,4	96,6	89,5	131,8	427,6	125,5
ბოსტნეული და ზოგიერთი საკვებად ვარგისი მარცხენი და ბოლქვები	1386,8	3427,9	2421,4	2599,0	3288,2	1676,7
ნაყოფი და კაკალი; ციტრუსების ან ბალანდური კულტურების კანი და ქერტი	170,8	778,0	2641,8	3327,1	2558,0	1769,4
ყავა, ჩაი, შაქრი (პარაგაისი ჩაი) და საჩაქვებლები	1305,9	11842,2	9334,9	5954,1	5516,8	5032,4
პურ-მარცვლეული	7735,7	65044,5	59043,8	33867,7	16591,8	29011,1
ფქვილი-ბურღულეულის მრეწველობის პროდუქტები; ქერი; ხახამუხუდი; ინსულინი; პურის წებოვანა	13142,1	51313,2	40808,2	35155,8	15843,1	27315,9
ზეთოვანი ნაყოფი და თესლი; სხვა თესლი, ნაყოფი და მარცვლი; სამკურნალო და ტექნიკური დანამზღვრების მცენარეები; ჩალა და ფურაჟი	57,1	649,4	872,7	498,3	949,5	320
ფიხები და სხვა მცენარეული წიხები და ექსტრაქტები	36,4	1,5	209,1	114,5	47,0	102,8
სხვა	0,0	12,4	49,4	25,6	44,1	39,7
სულ: მცენარეული ნაწარმი	23854,2	133165,7	115470,8	81673,9	45266,1	65393,5
სულ: ცხოველური და მცენარეული წარმოშობის ცხიმები და ზეთები; მათი დაშლის პროდუქტები; დამზადებული საკვები ცხიმები; ცაფლი	10544,5	5814,4	4191,0	12708,1	3652,1	5827

ხორცის, თევზისა და კიბორჩხალას, მოლუსკებისა და ზღვის სხვა უხერხემლოთა ნაწარმი	938,7	2748,8	3233,7	4145,6	2277,4	3091,3
შაქარი და შაქრის საკონდიტრო ნაწარმი	29160,8	35361,5	43657,8	19856,3	17292,9	23159,1
კაკალი და მისი ნაწარმი	1399,8	2101,8	3139,7	1976,9	890,6	1822,4
პურის მარცვლის, ფქვილის, კრახმლის და რძის ნაწარმი; ფქვილის საკონდიტრო ნაწარმი	1979,6	2290,3	2636,7	3165,6	1660,6	2974,9
ბოსტნეულის, ნაყოფის, კაკლის და მცენარეთა სხვა ნაწილების გადამუშავების პროდუქტები	1228,1	779,8	1258,0	1287,8	2209,3	1476,4
სხვა სახის საკვები პროდუქტები	2150,5	3113,8	3679,8	3182,4	4784,6	5069,2
ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო სასმელები და ძმარი	17989,5	16786,1	19884,4	7122,4	3079,2	2988,7
გემო-კვების მრეწველობის ნარჩენები; შაქარი საკვები ცხოველებისათვის	384,7	425,9	748,1	344,5	472,9	383,8
თამბაქო და თამბაქოს სამრეწველო შემცველები	24543,3	30853,8	107941,1	7805,7	35315,8	33577,3
სულ: შაქარი საკვები	79775	94461,8	186179,3	48887,2	67983,3	74543,1
ძარილი; გოგირდი; მიწა და ქვი; საბაზარო მასალა; კირი და ცემენტი	2335,9	5914,7	7682,4	6330,8	3381,2	3895,5
შადანი; წიდა და ნაცარი	74,4	78,9	110,7	291,2	25,9	48,7
მინერალური საწვავი, ნავთობი და მათი ამოქანის პროდუქტები; ბიტუმიზებული ნივთიერებები; მინერალური ცვილი	205450,2	266272,3	258424,7	219979,4	122545,9	155442,4
სულ: მინერალური პროდუქტები	207860,5	272265,9	266217,8	226601,4	125953,0	159386,6
არაორგანული ქიმიის პროდუქტები; პერფორირებული და იშვიათი ლითონების, რადიოაქტიური ელემენტების ან იზოტოპების ორგანული და არაორგანული შენაერთები	1737,4	4385,8	5811,3	2931,8	2312,8	4980,9
ორგანული ქიმიის შენაერთები	629,9	2173,1	17142,3	1658,8	957,3	1368,5
ფარმაცევტული პროდუქტები	4243,2	15552,9	42613,0	38515,8	43205,7	48004,8
სასუქები	0,0	215,3	41,0	2361,3	175,3	605,0
სართიმლავი და საღებავი ექსტრაქტები; ტანინი და მისი წარმოებულები; საღებავები, პიგმენტები და სხვა საღებავი ნივთიერებები; მელანი	431,3	1437,8	1841,3	2162,7	983,8	1662,5
ეთერზეთები და რეზინოიდები; პარფიუმერიის, კოსმეტიკისა და ტუალეტის საშუალებანი	321,7	1392,6	3144,9	3539,6	2766,3	5481,1

ცხრილი №9 (გაგრძელება)

საპონი, ზედაპირულად-აქტიური ორგანული ნივთიერებები, სარეცხი საშუალებები, საპონი მასალები, ხელოვნური და მზა სანთლები, საწმენდი და საპრიაღებელი საშუალებები, სანთელი და მისი მსგავსი ნაწარმი, საძირკვე პასტები	1705,8	2423,3	2852,6	3921,6	3675,6	4218,6
ცილოვანი ნივთიერებები; მოდულიზებული სახამებელი; წებო; ფერმენტები	47,0	444,5	335,5	730,3	321,9	697,8
ასაფეთქებელი ნივთიერებები; პიროტექნიკური ნაკეთობები; ასანთი; პიროფორული შენადნობები; საწვავი ნივთიერებები	734,6	1077,6	970,8	408,1	281,4	184,5
ფოტო და კინო საკონფლი	138,9	456,2	92,3	159,4	258,1	238,8
დანარჩენი ქიმიური პროდუქტები	435,8	1709,2	1993,3	3675,6	2234,8	3186,9
სულ: ქიმიური ნაწარმი	10425,6	31268,3	76838,3	60065,0	57173,0	70629,4
პლასტმასი და მისგან დამზადებული ნაკეთობანი	2728,3	4877,8	10805,7	9870,3	8691,4	13229,5
კაუჩუკისა და რეზინის ნაწარმი	1313,4	3038,7	6759,1	3492,4	3580,1	3301,4
სულ: პოლიმერული მასალები, პლასტმასები და მათი ნაწარმი; კაუჩუკი, რეზინი და მათი ნაწარმი	4041,7	7916,5	17564,8	13362,7	12271,5	16530,9
ტყავის ნედლეული (გარდა ბეწვისა) და ტყავი	202,4	8,3	63,9	972,7	871,3	1426,7
ტყავის ნაწარმი; სასარგაო- საუნაგირე ნაწარმი და აკაზმულობა; სამკაურო ნივთები, ქაღის ჩანთები და მათი მსგავსი საქონელი; ცხოველების ტყავისგან დამზ. ნაწარმი	31,5	126,4	103,3	105,8	270,4	335,9
ნატურალური და ხელოვნური ბეწვი და მისი ნაწარმი	1,1	3,0	0,6	0,0	222,1	2,2
სულ: ტყავის ნაწარმი	235,0	137,7	167,8	1078,5	1363,8	1764,8
მერქანი და მისგან დამზადებული ნაწარმი; ხის ნახშირი	228,6	1308,6	2539,1	3293,0	2901,6	2706,4
კორი და მისი ნაწარმი	32,1	87,5	167,7	392,9	520,4	1188,9
ჩაღის ნაწარმი, მცენარეული და სხვა წარმოშობის დასაწავი მასალა; კალათის და სხვა წნული ნაკეთობა	0,8	0,06	0,9	1,4	0,6	0,5
სულ: მერქანი	261,5	1396,18	2707,7	3687,3	3422,6	3895,8
საქადლდე მასა მერქანის ან სხვა მცენარეული ბოჭკოვანი მასალისგან; ქაღალდისა და მუყაოს ნარჩენები	7,5	96,7	50,5	143,2	136,0	65,9
ქაღალდი და მუყაო; ქაღალდისა და მუყაოს ნაწარმი	1894,1	7205,5	9959,5	10056,8	8914,7	11814,1

ცხრილი №9 (გაგრძელება)

ნაბეჭდი წიგნები, გაზეთები, რეპროდუქციები და პოლიგრაფიული მრეწველობის სხვა ნაწარმი; ხელნაწერები, ნაბეჭდი ტექსტები და გეგმები	154,8	3596,8	2877,5	2526,6	4916,8	3665,4
სულ: ქაღალდის ნაწარმი	2056,4	10899,8	12887,5	12726,6	13967,5	15545,4
აბრეშუნი	80,6	4,6	31,8	97,1	50,9	94,8
მატყელი, ცხოველების წმინდა და უხეში ბეწვი; ცხენის ძუის ნართი და ქსოვილი	314,2	161,7	28,8	26,2	396,9	502,2
ბამბა	243,4	1885,7	677,8	334,8	299,2	186,8
სხვა მცენარეული საფეხქრო ბოჭკოები; ქაღალდის ნართი და მისი ქსოვილები	86,6	173,8	2,6	3,1	10,9	5,4
ქიმიური ძაფები	543,2	505,4	381,9	313,3	351,5	675,5
ქიმიური შტაპელის ბოჭკოები	337,3	838,3	746,3	1048,9	1163,0	976,8
ბამბა, ნაბადი და უქსოვადი მასალები; სპეციალური ნართი; ბაწარი და თიკის ნაწარმი; ბაგირი და მისი ნაწარმი	124,7	181,5	330,3	810,8	260,3	668,2
ხაღინები და სხვა საფეხქრო იატაკის საფეხები	15,8	107,4	223,7	259,8	206,9	318,3
სპეციალური ქსოვილები; ქსოვილები ზაღიანი არშით; მაქანი, გობელენი, მოსართავი მასალები, ნაქარები	228,2	114,3	370,0	49,7	107,2	69,2
საფეხქრო ქსოვილები, გაღვსითი, გაორმავებული, საფარველი; ტექსტიკური ნაწარმი მისგან	195,2	90,1	741,5	167,6	329,4	393,2
მანქანითი და ხელითი ნაქსოვი ტრიკოტაჟის ტილი	12,4	1,4	3,9	9,3	246,2	74,7
ტრიკოტაჟის ტანსაცმელი	416,5	1986,5	1602,9	1564,6	2987,3	4802,5
ნაქსოვი ტანსაცმელი (გარდა ტრიკოტაჟისა)	268,7	1796,3	2111,8	4134,3	6317,8	6480,2
სხვა მზა საფეხქრო ნაწარმი	470,8	1484,6	2547,6	2804,4	3505,1	4573,7
სულ: საფეხქრო მასალები და ნაწარმი	3337,6	9331,6	9800,9	11623,9	16232,6	19821,5
ფეხსაცმელი, წინდები და აიალოგური ნაწარმი; მათი ნაწილები	1926,3	2860,1	1952,5	4822,3	4355,2	6678,6
თავსაბურები და მათი ნაწილები	0,3	2,9	6,0	4,6	208,5	98,5
ქოლგები, ხელჯიხები, შოლტები, მათრახები და მათი ნაწილები	2,5	14,5	78,3	187,0	511,1	45,3
დამუშავებული ბუმბული და მისგან დამზადებული ნაწარმი; ხელოვნური ყვეილები	5,2	0,5	0,1	7,6	12,6	10,9
სულ: ფეხსაცმელი და აქსესუარები	1934,3	2878,0	2036,9	5021,5	5087,4	6833,3

ცხრილი №9 (გაგრძელება)

ნაკეთობანი ქვის, თაბაშირის, ცემენტის, ქარხისა და სხვა მსგავსი მასალისაგან	714,9	2825,0	1737,8	3984,8	1918,4	3061,2
კერამიკის ნაწარმი	2482,1	6522,7	6017,9	3831,8	2704,7	4393,9
შუშა და მისი ნაწარმი	1122,9	2423,9	4189,3	6359,2	4156,9	11163,8
სულ: ქვისა და შუშის ნაწარმი	4319,9	11771,6	11945,0	14175,8	8780,0	18618,9
სულ: მარბალით, ფიროფასი ან ნახევრადფიროფასი ქვები, ფიროფასი ლითონები, მარბალის ლითონებში ამოღებული ლითონები და მათი ნაკეთობანი; ბიჟუტერია; მონეტები	760,4	219,7	1606,6	748,1	51,9	2604,7
შავი ლითონები	1013,3	3548,6	8810,9	8479,5	5366,1	7346,6
შავი ლითონების ნაწარმი	382,6	4610,9	19809,4	51333,5	8038,2	17138,5
საძილენის და მისი ნაკეთობანი	440,3	725,5	3934,4	1407,4	536,6	565,1
ნიკელი და მისი ნაკეთობანი	0,0	0,0	3,2	1,6	8,6	1,8
ალუმინი და მისი ნაკეთობანი	1361,6	999,9	2013,2	2273,1	1705,8	2653,9
ტყვია და მისი ნაკეთობანი	0,0	16,7	27,7	30,3	0,9	3,6
თუთია და მისი ნაკეთობანი	0,0	72,1	90,6	152,6	15,1	55,6
კალა და მისი ნაკეთობანი	0,0	0,0	8,0	0,0	1,6	30,0
სხვა არაძვირფასი ლითონები; ლითონკერამიკა; მათი ნაკეთობანი	0,3	7,1	2001,6	3226,4	58,0	29,6
ინსტრუმენტები, დანის ნაწარმი, კოვხები, ჩანგლები არაძვირფასი ლითონებისაგან; მათი ნაწილები არაძვირფასი ლითონებისაგან	72,7	128,1	315,9	902,5	939,4	1523,7
არაძვირფასი ლითონებისაგან დამზადებული სხვა ნაკეთობანი, რომლებიც სხვა ადგილას არ არის მითითებული	504,9	1467,0	1918,1	1827,7	1053,3	1497,2
სულ: არაძვირფასი ლითონები და მათი ნაწარმი	3775,7	11575,9	38933,0	69634,6	17723,6	30845,6
ატომური რეაქტორები, ქვაბები, დანადგარები და მექანიკური მოწყობილობები; მათი ნაწილები	8203,5	24159,4	52976,1	82615,3	49213,9	54594,3
ელექტრონული მანქანები და მოწყობილობები, მათი ნაწილები; ხმის ჩამწერი და ხმის აღმდგენი აპარატურა; სატელეფონო გამოსახულებისა და ხმის ჩამწერი და აღმდგენი აპარატურა; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	11818,1	30780,6	40210,4	87123,6	40984,9	74599,5
სულ: მანქანები, მოწყობილობები და მექანიკური ელექტროტექნიკური მოწყობილობები; მათი ნაწილები	20021,6	54940,0	93186,5	169738,9	90198,8	129193,8

ცხრილი №9 (გაგრძელება)

სარკინიგზო ლოკომოტივები და მოძრავი შემადგენლობები, ტრამვაი, მათი ნაწილები; ტრამვაის და რკინიგზის ქსელის საგზაო მოწყობილობანი, მათი კვანძები და დეტალები; მექანიკური და ელექტროტექნიკური სიგნალიზაციის მოწყობილობები	601,9	523,0	1542,4	1054,2	3316,7	11901,0
მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებები, გარდა საკინიგზო მოძრავი შემადგენლობებისა და ტრამვაისა; მათი ნაწილები და მოწყობილობანი	3273,0	8344,9	53497,2	80069,0	45045,8	27901,7
საფრენი აპარატები, კოსმოსური აპარატები, მათი ნაწილები	9,6	2064,5	22,3	1780,9	18393,9	11842,3
გემები, ნაგები და სხვა მცურავი საშუალებები	0,1	0,0	155,6	12420,8	721,3	275,1
სულ: სატრანსპორტო საშუალებები	3884,6	10932,4	55217,5	95324,9	67477,7	51920,1
ობიექტური, ფოტოგრაფიული, კინემატოგრაფიული, საზოგადოებრივი, პრეცედიონული, სამედიცინო და ქირურგიული მოწყობილობები და აპარატები; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	991,2	5636,4	6751,2	17111,4	14193,6	23314,3
საათები და მათი ნაწილები	0,3	61,6	48,9	46,4	108,4	152,3
მუსიკალური ინსტრუმენტები; მათი ნაწილები	20,5	6,3	3,4	7,1	33,2	12,0
სულ: ობიექტური, ფოტოგრაფიული, კინემატოგრაფიული, საზოგადოებრივი, პრეცედიონული, სამედიცინო და ქირურგიული მოწყობილობები და აპარატები; მათი ნაწილები და მოწყობილობები	1012,0	5704,3	6803,5	17164,9	14335,2	23478,6
სულ: იარაღი და საომარი საშუალებები; მათი ნაწილები	91,5	437,5	414,9	1045,1	591,5	563,5
ავიაციის, ქვეშაგები, ლეიბები, შეზღუდვის ბალიშები და სხვა ანალოგიური ავიაციის კუთვნილობანი; გასანათებელი მოწყობილობები და მათი ნაწილები, რომლებიც სხვაგან არ არის მითითებული; შუქის მრიცხველები, ტაბლოები და ანალოგიური ნაკეთობანი	1380,8	5236,5	4838,3	12855,4	11075,2	8772,1

ცხრილი №9 (გაგრძელება)

სათამაშოები, თამაშობები და სპორტული ინვენტარი; მათი ნაწილები	78,1	286,8	874,6	659,7	1035,0	1189,3
სხვადასხვა მზა ნაწარმი	75,2	160,8	329,2	335,6	484,1	1353,8
საღებავები, სპირტი, სპირტიანი სასმელები	1534,7	5684,1	6042,1	13850,7	12594,3	11315,2
საღებავების ნიმუშები, სპირტის ნიმუშები და სხვა	0,1	27,9	16,9	0,8	3,6	14,2
საღებავების იმპორტი	391599,5	686753,06	930667,1	884328,4	495736,6	726196,2

წყარო: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი.

კვლევის შედეგების მომსახურების მსოფლიო და ევროპის (კავშირ) 1998 წ. ცხრილი №10

№	კვლევის დასახელება	მშპ-ის %	№	კვლევის დასახელება	მლნ. აშშ. დოლ.
1	ირლანდია	41,41	1	გაერთ. შამელო	519 360
2	მალტა	41,33	2	გერმანია	377 400
3	ბელგია და ლუქს.	35,36	3	საფრანგეთი	272 540
4	ესტონეთი	27,34	4	იტალია	245 883
5	კვიპროსი	27,27	5	ბელგია და ლუქს.	196 729
6	ნიდერლანდები	23,78	6	ნიდერლანდები	185 069
7	გაერთ. შამელო	20,54	7	ესპანეთი	113 556
8	ბულგარეთი	20,30	8	შვეიცარია	113 511
9	შვეიცარია	19,98	9	ავსტრია	85 303
10	ავსტრია	19,68	10	შვედეთი	78 586
11	ლატვია	18,33	11	ირლანდია	58 397
12	შვედეთი	17,35	12	დანია	53 669
13	მოლდოვა	16,43	13	რუსეთი	49 265
14	ხორვატია	16,37	14	ნორვეგია	43 394
15	ჩეხეთის რესპ.	16,12	15	თურქეთი	41 128
16	ისლანდია	15,98	16	ფინეთი	25 749
17	დანია	15,32	17	პორტუგალია	25 333
18	აზერბაიჯანი	14,77	18	პოლონეთი	23 254
19	ნორვეგია	14,27	19	საბერძნეთი	17 085
20	უნგრეთი	14,24	20	ჩეხეთის რესპ.	17 085
21	სლოვაკია	14,07	21	უნგრეთი	13 011
22	სომხეთი	13,51	22	უკრაინა	7 582
23	ლიტვა	13,20	23	ხორვატია	6 808
24	პორტუგალია	11,30	24	სლოვაკია	5 600
25	სლოვენია	11,23	25	კვიპროსი	4 898
26	იტალია	10,63	26	სლოვენია	4 358
27	ფინეთი	10,29	27	რუმინეთი	4 106
28	თურქეთი	10,26	28	ბულგარეთი	4 100
29	ესპანეთი	10,23	29	მალტა	3 141
30	მაკედონია	10,15	30	ესტონეთი	2 738
31	საფრანგეთი	9,30	31	ლიტვა	2 482
32	საქართველო	8,78	32	ისლანდია	2 429
33	გერმანია	8,66	33	ლატვია	2 163
34	უკრაინა	7,71	34	ბელორუსია	1 533
35	პოლონეთი	7,68	35	აზერბაიჯანი	1 122
36	რუსეთი	7,42	36	საქართველო	931
37	საბერძნეთი	7,29	37	მოლდოვა	559
38	რუმინეთი	6,71	38	მაკედონია	528
39	ალბანეთი	5,75	39	სომხეთი	459
40	ბელორუსია	3,44	40	ალბანეთი	311
	ევროზონა	7,48		ევროზონა	978 850

წყარო: თანამედროვე ევროპა ციფრებში, თბ. 2001.

ვერობის ქვეყნების საგარეო მოსახურების «გალანძი» 30» 1998 წ.

№	ქვეყნის დასახელება	მშპ-ის %	№	ქვეყნის დასახელება	მლნ. აშშ. დოლ.
1	კიბროსი	19,52	1	გაერთ. სამეფო	44 000
2	ესტონეთი	9,97	2	შვეიცარია	27 295
3	შვეიცარია	9,61	3	საფრანგეთი	23 080
4	მალტა	9,48	4	ესპანეთი	13 676
5	ხორვატია	9,18	5	ნიდერლანდები	13 249
6	ლატვია	5,64	6	თურქეთი	10 476
7	თურქეთი	5,22	7	ბელგია და ლუქს.	8 997
8	გაერთ. სამეფო	3,48	8	პოლონეთი	3 038
9	ნიდერლანდები	3,41	9	საბერძნეთი	3005
10	სლოვენია	3,40	10	ხორვატია	1 910
11	ბელგია და ლუქს.	3,23	11	კიბროსი	1 753
12	საქართველო	2,56	12	პორტუგალია	995
13	ესპანეთი	2,46	13	აესტრია	959
14	საბერძნეთი	2,44	14	ჩეხეთის რესპ.	795
15	პოლონეთი	2,01	15	სლოვენია	659
16	ბელორუსია	1,8	16	უკრაინა	506
17	საფრანგეთი	1,57	17	ესტონეთი	489
18	ჩეხეთის რესპ.	1,5	18	ბელორუსია	401
19	ალბანეთი	1,29	19	მალტა	360
20	უკრაინა	1,03	20	ლატვია	333
21	პორტუგალია	0,94	21	საქართველო	136
22	ბულგარეთი	0,89	22	ბულგარეთი	90
23	სომხეთი	0,58	23	ალბანეთი	35
24	აესტრია	0,44	24	სომხეთი	10
25	ლიტვა	-0,16	25	ლიტვა	-15
26	იტალია	-0,70	26	მოლდოვა	-42
27	სლოვაკია	-0,71	27	ისლანდია	-99
28	ისლანდია	-1,30	28	სლოვაკია	-142
29	ნორვეგია	-1,41	29	მაკედონია	-218
30	უნგრეთი	-2,12	30	აზერბაიჯანი	-382
31	გერმანია	-2,39	31	უნგრეთი	-969
32	დანია	-2,42	32	რუმინეთი	-1 046
33	მოლდოვა	-2,45	33	ნორვეგია	-2 136
34	ფინეთი	-3,19	34	ფინეთი	-3 993
35	რუმინეთი	-3,42	35	დანია	-4 239
36	შვედეთი	-4,22	36	იტალია	-8 147
37	რუსეთი	-4,46	37	შვედეთი	-9 554
38	მაკედონია	-8,38	38	რუსეთი	-14 793
39	აზერბაიჯანი	-10,06	39	ირლანდია	-24 063
40	ირლანდია	-34,72	40	გერმანია	-52 180
	ვერობის ზონა	7,36		ვერობის ზონა	481 738

წყარო: თანამედროვე ევროპა ციფრებში, თბ. 2001.

უცხოური ინვესტიციები პირითა და კაპიტალური პერსონის საკმაინოების სახეობების მიხედვით

ფაქტურად მოქმედ ფასებში, ათასი ლარი წელი პროცენტებში

უცხოური ინვესტიციები პირითა და კაპიტალური	1998 წ.	%	1999 წ.	%	2000 წ.	%
სულ:	400 989	100	168 606	100	118 803	100
სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და მეტეველეობა	—	—	6 010	3,6	531	0,4
სამთავროებში მუშაობის მრეწველობა და კარნაჟების დამამუშავება	1 996	0,5	2 071	1,2	22 616	19,0
გადამამუშავებელი მრეწველობა	35 323	8,8	10 104	6,0	6 885	5,8
ელექტროენერგია, გაზი და წყალმომარაგება	72 853	18,1	49 451	29,3	7 463	6,3
მშენებლობა	1 934	0,5	—	—	—	—
საბითუმო და საცალო ვაჭრობა, ავტომობილების, მოტოციკლების, საყოფაცხოვრებო საქონლის და პირადი საგნების ნივთების რემონტი	8 573	2,1	249	0,2	—	—
სასტუმროები და რესტორნები	5 943	1,5	5 467	3,2	19 307	16,3
ტრანსპორტი, სასაწყობო მეურნეობა და კავშირგაბმულობა	272 193	67,9	92 808	55,0	48 647	41,0
ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და კომერციული საქმიანობა	—	—	—	—	626	0,5
სახელმწიფოს მართვა და თავდაცვა, საჯალდებულო სოციალური დაზღვევა	1 906	0,5	1 008	0,6	7 315	6,1
განათლება	—	—	1 438	0,9	897	0,8
ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური მომსახურება	—	—	—	—	508	0,4
სხვა კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურება	268	0,1	—	—	4 008	3,4

წყარო: „საინვესტიციო საქმიანობა საქართველოში“, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ. 2001 წ.

**უცხოური ინვესტიციები ძირითად კაპიტალში
ინვესტირო ქვეყნებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების მიხედვით**

ფაქტურად მოქმედ ფასებში ათასი ლარი
წლი პერიოდებში

უცხოური ინვესტიციები ძირითად კაპიტალში	1997 წ.	%	1998 წ.	%	1999 წ.	%	2000 წ.	%
სულ	179 860	100	400 989	100	168 606	100	118 803	100
ავსტრალია	9 054	5,0	1 728	0,4	—	—	898	0,8
ავსტრია	—	—	—	—	—	—	—	—
აზერბაიჯანი	6 714	3,7	24 223	6,0	3 311	4,9	—	—
აშშ	28 981	16,1	131 150	32,7	40 881	24,2	24 484	20,6
ბელგია	1 093	0,6	1 934	0,5	—	—	—	—
გაერთიანებული სამეფო	33 958	18,9	52 054	13,0	16 698	9,9	30	—
გერმანია	11 089	6,2	17 193	4,3	37	—	753	0,6
დენმარკი	157	0,1	—	—	—	—	—	—
ფინეთი	9 711	5,4	26 338	6,6	7 618	4,5	35 460	29,8
იაპონია	3 357	1,9	9 447	2,4	7 877	4,7	3 743	3,3
ირლანდია	489	0,3	—	—	163	0,1	—	—
ისრაელი	151	0,1	189	—	2 936	1,7	—	—
იტალია	7 190	4,0	770	0,2	174	0,1	—	—
კანადა	—	—	—	—	1 277	0,8	21 640	18,2
კვიპროსი	2 388	1,3	—	—	—	—	—	—
კორეის რესპუბლიკა	21 025	11,7	—	—	3 366	2,0	—	—
ლატვია	3	—	268	0,1	—	—	—	—
ლიტვა	—	—	—	—	1 434	0,9	—	—
ლიხტენშტეინი	207	0,1	—	—	—	—	—	—
ლუქსემბურგი	—	—	—	—	—	—	—	—
ნიდერლანდები	1 331	0,7	3 017	0,8	607	0,4	12 706	10,7
ნორვეგია	5 707	3,2	20 589	5,1	7 065	4,2	—	—
რუსეთი	6 714	3,7	26 047	6,5	8 311	4,9	—	—
საბერძნეთი	1 134	0,6	323	0,1	1 923	1,2	10	—
საუდის არაბეთი	1 141	0,6	4 555	1,1	1 417	0,8	—	—
საფრანგეთი	2 345	1,3	18 563	4,6	5 664	3,4	1 435	1,2
შვეიცარია	21 404	11,9	1 540	0,4	—	—	101	0,1
ჩეხეთი	—	—	3 883	1,0	—	—	—	—
ჩინეთი	—	—	—	—	—	—	2 350	2,0
გაეროს მსოფლიო სასურსათო პროგრამა	—	—	—	—	—	—	33	—
რეკონსტრუქციისა და განვითარების ევროპული ბანკი	—	—	11 660	2,9	—	—	1 461	1,2
ევროკავშირი	—	—	—	—	—	—	110	0,1
მსოფლიო ბანკი	4 517	11,3	15 518	11,3	52 847	31,3	13 589	11,4

წყარო: „საინვესტიციო სემინარზე საქართველოში“, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ. 2001 წ.

მთლიანი საერთაშორისო რეზერვები

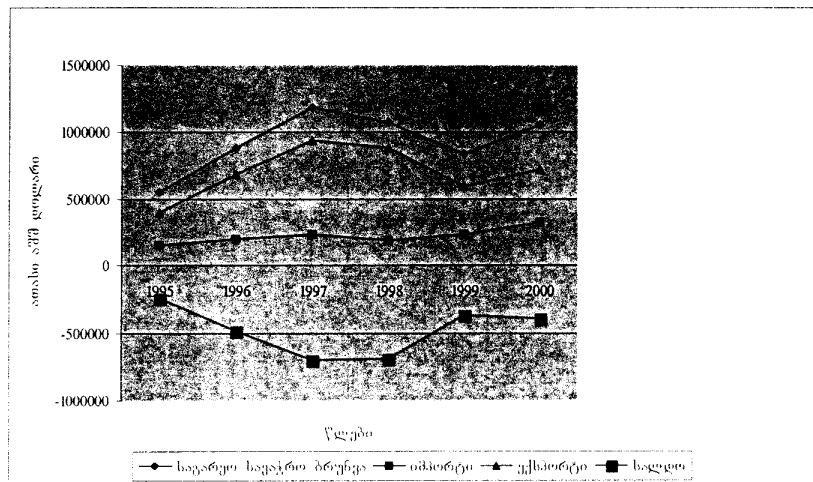
პერიოდის ბოლოსათვის
ათასი აშშ დოლარი

პერიოდი	მთლიანი საერთაშორისო რეზერვები	მთ. შორის:				
		სავალუტო რეზერვები	უზოური ვალუტა	სესხების საკრედიტო უფლება	სარეზერვო აიზიცია სსფ-ში	ოქრო
1995	195 357	194 109	192 429	1 665	15	1 248
1996	190 191	188 988	188 904	70	14	1 203
1997	200 307	199 771	199 626	131	14	536
1998	123 605	123 073	117 863	5 196	14	532
1999	132 924	132 386	123 956	8 416	14	538
2000						
31.01	124 102	123 575	122 149	1 412	14	527
29.02	120 364	119 840	119 328	499	13	524
31.03	123 519	123 007	118 182	4 812	13	512
30.04	110 752	110 250	109 185	1 052	13	502
31.05	110 874	110 373	109 990	370	13	501
30.06	110 507	109 970	101 669	8 288	13	537
31.07	110 346	109 811	108 309	1 489	13	535
31.08	121 765	121 229	120 649	567	13	536
30.09	120 547	120 038	115 568	4 457	13	509
31.10	121 771	121 264	119 010	2 241	13	507
30.11	128 758	128 251	125 992	2 246	13	507
31.12	112 922	112 413	109 134	3 266	13	509
2001						
31.01	116 684	116 187	115 412	762	13	497
28.02	112 490	111 997	111 435	549	13	493
31.03	117 949	117 461	116 913	535	13	488
30.04	120 366	119 876	119 429	437	10	490

წყარო: „მონეტარული და საბანკო სტატისტიკის მიმოხილვა“, საქართველოს ეროვნული ბანკი, 4(26) 2001 წ.

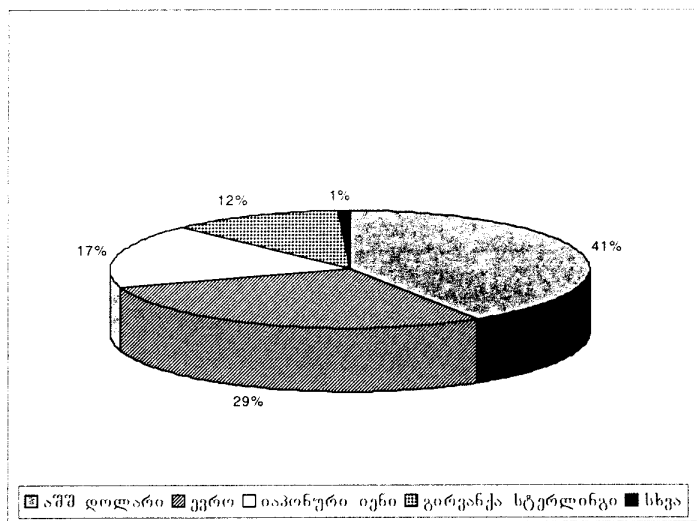
საქართველოს საგარეო სავაჭრო ბალანსი

დიაგრამა №1



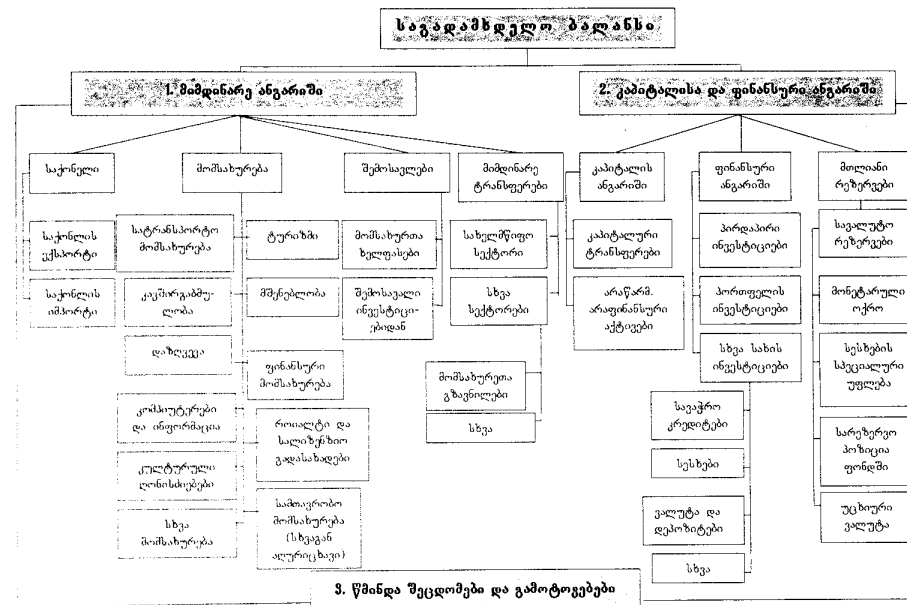
საქართველოს საერთაშორისო რეზერვები სხვადასხვა ქვეყნების ვალუტების მიხედვით

დიაგრამა №2



საგადასახადო ბალანსის სტრუქტურა

სქემა №1



მეზორეკონსტრუქციის საერთო მოცულობის განაზოგოვების სქემა

სქემა №2

საბაო დეკლარაციების მონაცემები საგარეო ეკონომიკის შესახებ	- დიპლომატიური ტერიტორიები	+ პუნქტიური აირი	= სტატისტიკური სამსახურის მონაცემები საგარეო ეკონომიკის	+ არაორგანიზებული ეკონომიკა	= მთლიანი ეკონომიკური იმპორტი
	- სატრანსპორტო ტერიტორიები	+ ელექტროენერგია		+ კომპანიური დანახარები	
	- სხვა შესწორებები	+ უცხოური კრედიტებით შეძენილი		+ საბაო და საზღვაო ხომალდების მომარაგება	
		+ საბაო და საზღვაო ხომალდების		+ კონტრაბანდა	
		+ სხვა შეფასებები		+ სხვა შეფასებები	

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი დაფუძნდა 1995 წლის ივლისში. ცენტრი წარმოადგენს არასამთავრობო ორგანიზაციას, რომელიც მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლების, პრაქტიკაზე ორიენტირებული კვლევების ჩატარებისა და გადამყვანილების მიღების პროცესში მოქალაქეთა აქტიური ჩართვით, მათი ინტერესების ლობირებისა და სამოქალაქო ინიციატივების მხარდაჭერის გზით ხელს უწყობს საქართველოში სამოქალაქო საზოგადოების აღმშენებლობას. ცენტრი ცდილობს მხარი დაუჭიროს საზოგადოების იმ ჯგუფებს და ცალკეულ პირებს, რომლებიც ხელს უწყობენ სოციალურ, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ რეფორმებს და ადამიანის უფლებების დაცვის ეფექტური ინსტიტუტის ჩამოყალიბებას.

საზ. ყველას ექსპერტთან მჭიდრო თანამშრომლობით და გამჭვირვალობის, თანასწორობისა და შემოქმედებითი მიდგომის პრინციპებზე დაყრდნობით ორგანიზაცია ცდილობს ინფორმირებული, მაღალი მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობის მქონე საზოგადოების დამკვიდრებას, რაც დემოკრატიული სახელმწიფოს ჩამოყალიბების გარანტიაა.

ცენტრის პრიორიტეტული მიმართულებები:

- სამოქალაქო განვითარება
- გარემოს დაცვა და მდგრადი განვითარება
- საგარეო პოლიტიკა და ეროვნული უსაფრთხოება
- ეკონომიკა, ფინანსები და სოციალური პოლიტიკა

თითოეული ამ პრიორიტეტული მიმართულებით ჩამოყალიბებულია და მოქმედებს სამუშაო ჯგუფები.

ცენტრის მუშაობის მეთოდები:

- პრობლემის განსაზღვრა, გამოკვლევა და შესაბამისი ინფორმაციის და რეკომენდაციების მიწოდება მომხმარებლებისათვის;
- ეფექტური სოციალ-ეკონომიკური განვითარებისათვის პროგრამებისა და მიდგომების შემუშავება-განხორციელება;
- მოქალაქეთა და სამოქალაქო ჯგუფების სამოქალაქო ინიციატივების მხარდაჭერა, მათი გადამყვანილების მღების პროცესში აქტიური ჩართვა, რათა მოხდეს მათი უფლებების უფრო ეფექტური დაცვა და საზოგადოებასა და მთავრობას შორის ურთიერთანგარიშვალდებულების ზრდა;
- ლობირების მექანიზმის შემუშავება და მათი ეფექტური ამოქმედება;
- მაღალკვალიფიციურ ექსპერტთა ქსელთან მუშაობა;
- სამუშაო შეხვედრების, სემინარების, საჯარო განხილვების მოწყობა;

➤ ცენტრის რეგულარულ გამოცემებში/ბიულეტენებში* გამოკვლევების რეგულარული გამოქვეყნება;

➤ საზოგადოებაში დემოკრატიული და სამოქალაქო მიდგომების ხელშეწყობა მასმედიის საშუალებით.

* - საქართველოს ძირითადი პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემების ირგვლივ მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლების მიზნით ცენტრი თავისი საქმიანობის პრიორიტეტული მიმართულებების მიხედვით რეგულარულად გამოცემს ბიულეტენს და ლიფლეტებს, რომლებიც მიეწოდება სხვადასხვა სამთავრობო და სამეცნიერო უწყებებს, პოლიტიკურ და არასამთავრობო ორგანიზაციებს, კერძო სტრუქტურებს, მსხვილი კორპორაციების წარმომადგენლებს - გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს.

განხორციელებული და მიმდინარე პროექტები:

- კანონპროექტი საქართველოს გარემოსდაცვითი ნებართვების შესახებ; კანონი მიღებულია პარლამენტის მიერ.
- კანონპროექტი საქართველოს პოლიტიკური ორგანიზაციების შესახებ; კანონი მიღებულია პარლამენტის მიერ.
- საქართველოს ტერიტორიული მოწყობის კონცეფცია;
- ეკონომიკური რეფორმები საქართველოში;
- ადგილობრივი დემოკრატიის განვითარების პროექტი;
- თვითმმართველობა საზოგადოებრივ სამსახურში;
- სამუშაო ჯგუფი „საგარეო პოლიტიკა და ეროვნული უსაფრთხოება“;
- შავი ზღვის არასამთავრობო გარემოსდაცვითი ორგანიზაციების ქსელის კოორდინირება.
- ადგილობრივი დემოკრატიის განვითარების შემდგომი სამწლიანი პროექტის დაგეგმვისათვის შუალედური პერიოდი;
- შავი ზღვის არასამთავრობო ორგანიზაციების ქსელის ფუნქციონირება და პოპულარიზაცია;
- ცენტრის ინსტიტუციური განვითარება.
- სამუშაო ჯგუფი „საგარეო პოლიტიკა და ეროვნული უსაფრთხოება“;
- სამუშაო ჯგუფი „ეკონომიკა, ფინანსები და სოციალური პოლიტიკა“;
- მოქალაქეთა გარემოსდაცვითი უფლებების დაცვა;
- საქართველოში სათემო მოძრაობის გაძლიერება.

ცენტრის დონორი ორგანიზაციები

- NOVIB - ნიდერლანდების ორგანიზაცია საერთაშორისო თანამშრომლობისა და განვითარებისათვის;
- FES - ფრიდრიხ ებერტის ფონდი;
- მსოფლიო ბანკის მცირე გრანტების პროგრამა;
- ბრიტანეთის საელჩოს საერთაშორისო განვითარების დეპარტამენტი;



ცენტრის მხარდაჭერები

❖ ცენტრის ინდივიდუალური „მხარდაჭერა“ მიიღებს ცენტრის ყველა გამოცემას, ცენტრის პროექტების შესახებ დაწერილებით ინფორმაციას და ყოველწლიურ (მათ შორის ფინანსურ) ანგარიშს. უფლება ექნება უფასოდ დაესწროს ცენტრის ყველა სემინარსა და საჯარო ღონისძიებას, ისარგებლოს ცენტრის ბიბლიოთეკით და ექსპერტთა ქსელით.

❖ ცენტრის პარტნიორები, სპონსორები და მხარდაჭერები მიიღებენ ცენტრის ყველა გამოცემას, ცენტრის პროექტების შესახებ დაწერილებით ინფორმაციას და ყოველწლიურ (მათ შორის ფინანსურ) ანგარიშს. კომპანიის/ორგანიზაციის ხელმძღვანელს ან მის წარმომადგენელს უფლება ექნება უფასოდ დაესწროს ცენტრის ყველა სემინარსა და საჯარო ღონისძიებას, კომპანიის/ორგანიზაციის ნებისმიერ წევრს ექნება შესაძლებლობა ისარგებლოს ცენტრის ბიბლიოთეკით და ექსპერტთა ქსელით, გარდა ამისა:

❖ ცენტრის გამოცემებში მითითებული იქნება კომპანიის სახელწოდება, როგორც ცენტრის „პარტნიორისა“. კომპანიის შესახებ ინფორმაციას დაეთმობა ერთი გვერდი ბიულეტენში და მცირე მონაკვეთი ლიფლეტში. ღონისძიების მოსაწვევებში მოხსენიებული იქნება, როგორც ცენტრის „პარტნიორი“.

❖ ცენტრის გამოცემებში მითითებული იქნება კომპანიის სახელწოდება, როგორც ცენტრის სპონსორისა, ღონისძიების მოსაწვევებში მოხსენიებული იქნება, როგორც ცენტრის სპონსორი.

❖ ცალკეული ღონისძიებების სპონსორი კომპანია ღონისძიების მოსაწვევებში მოხსენიებული იქნება, როგორც ღონისძიების „სპონსორი“ და მისი ლოგო წარმოდგენილი იქნება ღონისძიებებზე ცენტრის ლოგოსთან ერთად.

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და პანვითარების ცენტრის მხარდაჭერები

- ❖ კომპანია ზენით გამა ქონსალტინგი (Zenith Gamma Consulting)
- ❖ პროფესორი ალექსანდრე თვალჭრელიძე
- ❖ პროფესორი თეიმურაზ გოჩიაშვილი

მხარდაჭერით დაინტერესებულ პირებს გთხოვთ შეავსოთ თანდართული გამოკითხვის ბარათი და მოგვანდოთ ორგანიზაციის მისამართზე

ცენტრის საჭიანოვით დაინტერესებულ პირებს დამატებითი ინფორმაციის მისაღებად შეუძლიათ, დაგვიკავშირდნენ.

ქ.თბილისი 380094, გამსახურდიას ქ. №33, ბინა 22.

ტელ/ფაქსი: (995 32) 964124, 250711

ელექტრონული ფოსტა: csrdg@caucasus.net

<http://www.csrdg.caucasus.net>

ინდივიდუალური მხარდაჭერის გამოკითხვის ბარათი

☐ მე მსურს გავხდე ცენტრის მხარდაჭერი და მზად ვარ გავიღო 100 ლარი, გთხოვთ, დამიკავშირდეთ.

☐ გთხოვთ, გამომიგზავნოთ უფრო დეტალური ინფორმაცია და ცენტრის უახლესი გამოცემები საბოლოო გადაწყვეტილების მისაღებად.

☐ მე არ ვარ დაინტერესებული ცენტრის მხარდაჭერით, გთხოვთ, ნუღარ დამიკავშირდებით.

ჩემი კოორდინატებია:

სახელი, გვარი, _____

სამუშაო ადგილი _____

თანამდებობა _____

მისამართი _____

ტელეფონი _____ ფაქსი _____

კოლექტიური მხარდაჭერის გაყოკითხვის ბარათი

- ☐ ჩვენს კომპანიას სურს გახდეს ცენტრის პარტნიორი და მზად არის გაიღოს 5000 ლარი, გთხოვთ, დაგვიკავშირდეთ.
- ☐ ჩვენს კომპანიას სურს გახდეს ცენტრის სპონსორი და მზად არის გაიღოს 2000 ლარი, გთხოვთ, დაგვიკავშირდეთ.
- ☐ ჩვენს კომპანიას სურს გახდეს ცენტრის მხარდამჭერი და მზად არის გაიღოს 280 ლარი, გთხოვთ, დაგვიკავშირდეთ.
- ☐ ჩვენს კომპანიას სურს სპონსორობა გაუწიოს ცენტრის სხვადასხვა საჯარო ღონისძიებას, სემინარს ან კონფერენციას, გთხოვთ, დაგვიკავშირდეთ.
- ☐ გთხოვთ გამოგვიგზავნოთ უფრო დეტალური ინფორმაცია და ცენტრის უახლესი გამოცემები საბოლოო გადაწყვეტილების მისაღებად.
- ☐ ჩვენი კომპანია არ არის დაინტერესებული ცენტრის მხარდაჭერით, გთხოვთ, ნუღარ დაგვიკავშირდებით.

ჩვენი კომპანიის კოორდინატებია:

კომპანიის დასახელება _____

მისამართი _____

ტელეფონი _____ ფაქსი _____

საკონტაქტო პირი _____

(სახელი, გვარი, თანამდებობა)

✂