

დანართი 1

სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ მიერ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების
მოზიდვის 2020-2021 წლების სტრატეგია

2020 წელი

სარჩევი

შესავალი.....	3
1. არსებული სიტუაციის მიმოხილვა	4
2. პრიორიტეტული სექტორების მიმოხილვა.....	14
3. სტრატეგიის მიზნები და ამოცანები	41
მიზანი 1: ინვესტიციების პრო-აქტიურად მოზიდვა	41
ამოცანა 1.1 პრიორიტეტულ სექტორებში სამიზნე კომპანიების იდენტიფიცირება.....	42
ამოცანა 1.2 სამიზნე კომპანიებთან დაკავშირება და შეხვედრების ორგანიზება.....	42
ამოცანა 1.3 პოტენციური და არსებული ინვესტორების დახმარება ინვესტიციის განხორციელების პროცესში	43
1.4 საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავების ხელშეწყობა.....	44
მიზანი 2: საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია.....	45
ამოცანა 2.1. სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება.....	45
ამოცანა 2.2. საინვესტიციო გზამკვლევების შექმნა	46
ამოცანა 2.3. საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება	46
ამოცანა 2.4. საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, სტატიებისა და ონლაინ გამოცემების/ანგარიშების მეშვეობით	46
ამოცანა 2.5. ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა	47
4. სტრატეგიის განხორციელება	48
4.1. მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის პროგრამის (CRM) დანერგვა.....	48
4.2. საერთაშორისო მონაცემთა ბაზებზე წვდომის უზრუნველყოფა	48
4.3. თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა.....	49
4.4. 2020-2021 წლების სამოქმედო გეგმა თანდართული დოკუმენტის შესაბამისად.....	49
4.5. სტრატეგიის დაფინანსება	49
5. სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი და შეფასება.....	49

ტერმინთა განმარტება

FDI	პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები
UNCTAD	გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია
IFC	საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია
World Bank	მსოფლიო ბანკი
DCFTA	ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცე
მშპ	მთლიანი შიდა პროდუქტი
SCPX	სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტი
Efficiency-seeking FDI	ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიცია
Natural resource-seeking FDI	ბუნებრივ რესურსებზე დაფუძნებული ინვესტიცია
Market-seeking FDI	ადგილობრივი ბაზრის ათვისებაზე დაფუძნებული ინვესტიცია
Strategic asset-seeking FDI	სტრატეგიული აქტივების წვდომაზე დაფუძნებული ინვესტიცია
Merger and Acquisition (M&A) FDI	ინვესტიციის განხორციელება არსებულ მეწარმე სუბიექტში კომპანიაში წილის შესყიდვის გზით
Greenfield FDI	ინვესტიციის განხორციელება ახალ პროექტში
Roadshow	საინვესტიციო მისია კომპანიებთან პირისპირ შეხვედრების გამართვის მიზნით
BPO	ბიზნეს სერვისების აუტსორსინგი
IT	ინფორმაციული ტექნოლოგიები
Offshoring	ბიზნეს პროცესის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა/აუტსორსინგი, განსაკუთრებით შორ მანძილზე და ხშირად სხვა კონტინენტზე
Near-shoring	ბიზნეს პროცესის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა/აუტსორსინგი, თუმცა შედარებით ახლოს მდებარე ქვეყანაში ვიდრე ე.წ. Offshoring-სას
Reshoring	ბიზნეს პროცესის საზღვარგარეთიდან დაბრუნება იმ ქვეყანაში, სადაც თავდაპირველად ხდებოდა არსებული პროცესის შესრულება

შესავალი

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვანი ელემენტია განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნების განვითარების პროცესში, რადგან ის წარმოადგენს ქვეყანაში კაპიტალის, ცოდნისა და ტექნოლოგიის შემოდინების მნიშვნელოვან საშუალებას, ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას და ეკონომიკის სწრაფი ზრდის სტიმულირებას.

ინვესტიციად მიიჩნევა ყველა სახის ქონებრივი და ინტელექტუალური ფასეულობა ან უფლება, რომელიც დაბანდდება და გამოიყენება შესაძლო მოგების მიღების მიზნით სახელმწიფოს ტერიტორიაზე განხორციელებულ სამეწარმეო საქმიანობაში. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (FDI) გულისხმობს ერთი ქვეყნის რეზიდენტის მიერ სხვა ქვეყანაში ინვესტიციის განხორციელებას, როდესაც ინვესტიციის მოცულობა აღემატება საერთო წილის 10%-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ წლების განმავლობაში საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობა მაღალია, როგორც ეკონომიკის ზომასთან შედარებით (FDI/მშპ-ის თანაფარდობა), ასევე ერთ სულ მოსახლეზე, ქვეყანა ე.წ. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული (efficiency-seeking) პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკლებობას განიცდის.

საქართველოში შემოსული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების უმეტესობა მოდის ე.წ. ბუნებრივი რესურსების მაძიებელ და ბაზრის მაძიებელ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე, რომელიც ტექნოლოგიების გავრცელების დაბალი მაჩვენებლით ხასიათდება. ამასთან, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება შემცირდა 2018 წლიდან, რაც ძირითადად სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტის (SCPX) დასრულებით იყო განპირობებული.

ეფექტიანობაზე დაფუძნებული პირდაპირ უცხოური ინვესტიციებს უფრო მეტი უპირატესობები აქვს, ვიდრე მხოლოდ კაპიტალის შემოდინება და დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა, რადგან ხელს უწყობს ცოდნისა და ტექნოლოგიების გადმოტანას, ექსპორტის და დამატებული ღირებულების ზრდას, ექსპორტის დივერსიფიცირებას, ადგილობრივი სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას.

საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციასთან (IFC) თანამშრომლობით მომზადდა სექტორების შეფასების დოკუმენტი, რომელიც გულისხმობს სექტორების რანჟირებას ორი მთავარი ფაქტორით: სექტორის მიმზიდველობა (საქართველოს ეკონომიკური განვითარების მიზნების გათვალისწინებით) და პოტენციური ინვესტორისთვის საინვესტიციო შეთავაზების მიზანშეწონილობა. ამასთან, ანალიზისას შესწავლილი იყო ბოლო წლებში განხორციელებული სხვადასხვა სექტორული კვლევა და ჩატარდა ორმოცამდე ინტერვიუ არსებულ ინვესტორებთან, ბიზნეს ასოციაციებთან, დონორ ორგანიზაციებთან, საგანმანათლებლო და სახელმწიფო უწყებებთან. საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის მიერ ჩატარებული ანალიზის მიხედვით განისაზღვრა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულებით ექვსი პრიორიტეტული სექტორი.

ხსენებული ტენდენციების, ხარისხობრივი და ტექნოლოგიების გადმოტანაზე ორიენტირებული ინვესტიციების მნიშვნელობის და სექტორების შეფასების დოკუმენტის გათვალისწინებით, ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე ორიენტირებულ უწყებას, სსიპ „აწარმოე

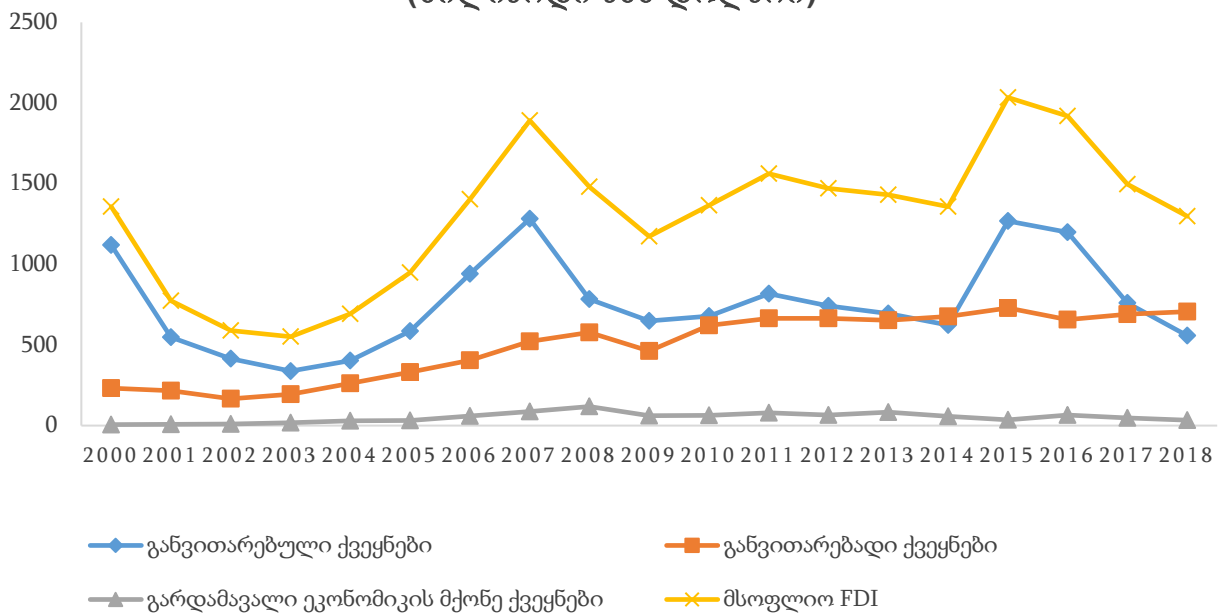
საქართველოში“, სჭირდება ახალი საინვესტიციო სტრატეგია, რომელიც მაქსიმალურად გაითვალისწინებდა საქართველოს უპირატესობებს და გამოწვევებს, ხელს შეუწყობდა ქვეყნის საინვესტიციო პოტენციალის შესახებ ცნობადობის ამაღლებას და ფოკუსირებული იქნებოდა პრიორიტეტულ სექტორებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაზე.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შემუშავდა სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ მიერ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგია და 2020-2021 წლების სამოქმედო გეგმა, რომლებიც განსაზღვრავენ მომდევნო ორი წლის განმავლობაში დასახულ მიზნებსა და მათ შესასრულებლად განსახორციელებელ აქტივობებს.

1. არსებული სიტუაციის მიმოხილვა

2019 წლის ივნისში გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) მიერ გამოქვეყნებული მსოფლიო ინვესტიციების უახლესი ანგარიშის თანახმად, 2018 წელს ინვესტიციების მსოფლიო ნაკადი 1.3 ტრილიონი აშშ დოლარი იყო, რაც წინა წელთან შედარებით 13%-ით ნაკლებია. შედეგი დიდწილად გამოწვეულია მსოფლიოს განვითარებულ ნაწილში არსებული კლებით, სადაც პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება 2018 წელს 27%-ით შემცირდა. განვითარებადი ქვეყნების შემთხვევაში, წინა წელთან შედარებით 2%-ით მატებაა, ხოლო გარდამავალი ეკონომიკების ქვეყნებში (რომელიც მოიცავს საქართველოს) პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება 28%-ით შემცირდა. ქვემოთ მოცემული გრაფიკი გვიჩვენებს უფრო დეტალურ ინფორმაციას ბოლო ორი ათწლეულის გლობალური პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ტენდენციებთან დაკავშირებით.

დიაგრამა#1: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები, 2000-2018
(მილიარდი აშშ დოლარი)



წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) World Investment Report 2019

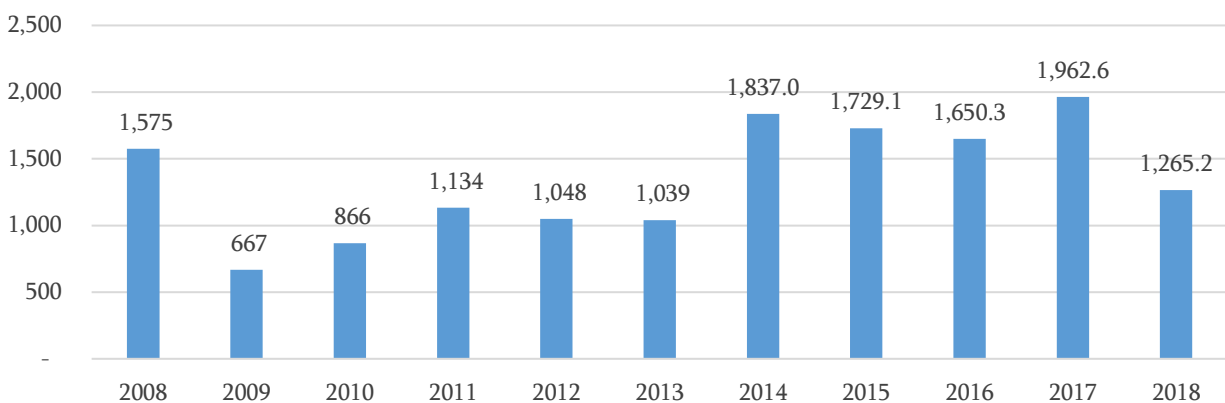
საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 2018 წელს 1,265.2 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 35.5 პროცენტით ნაკლებია 2017 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე (საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დინამიკას 2008-2018 წლების განმავლობაში დიაგრამა #2 ასახავს). შემცირების გამომწვევ ძირითად მიზეზებს შორის აღსანიშნავია სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტის (SCPX) მშენებლობის დასრულება, რამდენიმე საწარმოს გადასვლა საქართველოს რეზიდენტების საკუთრებაში, ასევე, არარეზიდენტი პირდაპირი ინვესტორის მიმართ ვალდებულებების შემცირება (სასესხო დავალიანების დაფარვა).

ამასთან, სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტი (SCPX), რომლის ღირებულება 2 მილიარდ აშშ დოლარამდეა, მიმდინარეობდა 2014-2017 წლების განმავლობაში და შესაბამისად, მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წლიურ მაჩვენებელზე (4 წლის მანძილზე).

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ანალიზისას გასათვალისწინებელია ინვესტიციების ხანგრძლივობა, ტრანშების პერიოდულობა, სექტორის მახასიათებლები და პროექტების სხვა თავისებურებები. მაგალითისათვის, გარკვეული სექტორები და პროექტები უფრო კაპიტალტევადია, ვიდრე სხვა სექტორები. ამასთან, ქვეყნის განვითარების განსხვავებულ ეტაპებზე, შესაძლოა სხვადასხვა ნაკლებად კაპიტალტევად სექტორებში მოხდეს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის განხორციელება (მაგ. სერვისის ინდუსტრია).

შესაბამისად, ანალიზისას მხედველობაში უნდა იყოს მიღებული პროექტების არა მხოლოდ კაპიტალტევადობა, არამედ სხვა მახასიათებლებიც, როგორცაა სამუშაო ადგილების შექმნის პერსპექტივა და ქვეყანაში ახალი სექტორების განვითარების შესაძლებლობა. ხსენებული პრინციპებით უნდა იხელმძღვანელოს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე პასუხისმგებელმა უწყებამ, სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, ახალი საინვესტიციო პროექტების მოზიდვის დროსაც.

დიაგრამა #2: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში 2008-2018 წლებში, მლნ აშშ დოლარი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლების მანძილზე მნიშვნელოვნად იზრდება რეინვესტირების წილი მთლიან პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში და ხსენებულმა მაჩვენებელმა 2018 წელს 34.6%-ს მიაღწია. აღნიშნულზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა 2017 წელს განხორციელებულმა საგადასახადო რეფორმამ, რომლის მიხედვითაც, გარკვეული გამოწვევების გარდა, გაუნაწილებელი მოგება აღარ იბეგრება. ქვემოთ მოცემული ცხრილი აჩვენებს საქართველოში პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს კომპონენტების მიხედვით 2013-2018 წლებში.

ცხრილი #1: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კომპონენტების მიხედვით 2013-2018 წლებში

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
სულ ინვესტიცია (მლნ აშშ დოლარი)	1,039.2	1,837.0	1,729.1	1,650.3	1,962.6	1,265.2
მათ შორის:						
სააქციო კაპიტალი	535.8	1150.7	1283.9	1805.7	1091.3	803.4
სავალო ვალდებულებები**	226.6	363.4	287.2	-466.4	254.7	24.6
რეინვესტიცია*	276.8	322.9	158.0	311.0	616.6	437.2
რეინვესტიციის წილი მთლიან პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში (%)	26.6%	17.6%	9.1%	18.8%	31.4%	34.6%

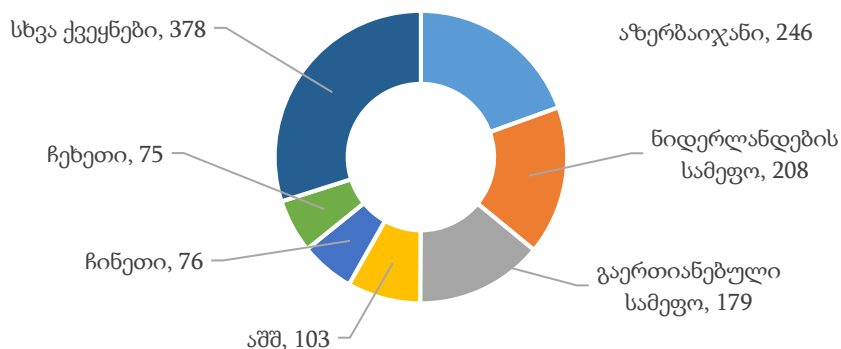
* რეინვესტიცია - სხვაობა მოგება-ზარალსა და დივიდენდებს შორის

** სავალო ვალდებულებებში აისახება სავაჭრო კრედიტები და სესხები

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2018 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნები შემდეგნაირად განაწილდა: პირველ ადგილზე აზერბაიჯანი იმყოფება 246 მლნ აშშ დოლარით (19.5 პროცენტი), მეორეზე ნიდერლანდების სამეფო 208 მლნ აშშ დოლარით (16.5 პროცენტი), ხოლო მესამეზე გაერთიანებული სამეფო 179 მლნ აშშ დოლარით (14.1 პროცენტი). 2018 წლის მონაცემებით, სამი უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნის წილმა მთლიანი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 50.1 პროცენტი შეადგინა.

დიაგრამა #3 უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნები საქართველოში 2018 წელს, მლნ აშშ დოლარი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ცხრილი#2-ში მოცემულია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ეკონომიკის სექტორების მიხედვით 2015-2018 წლებში

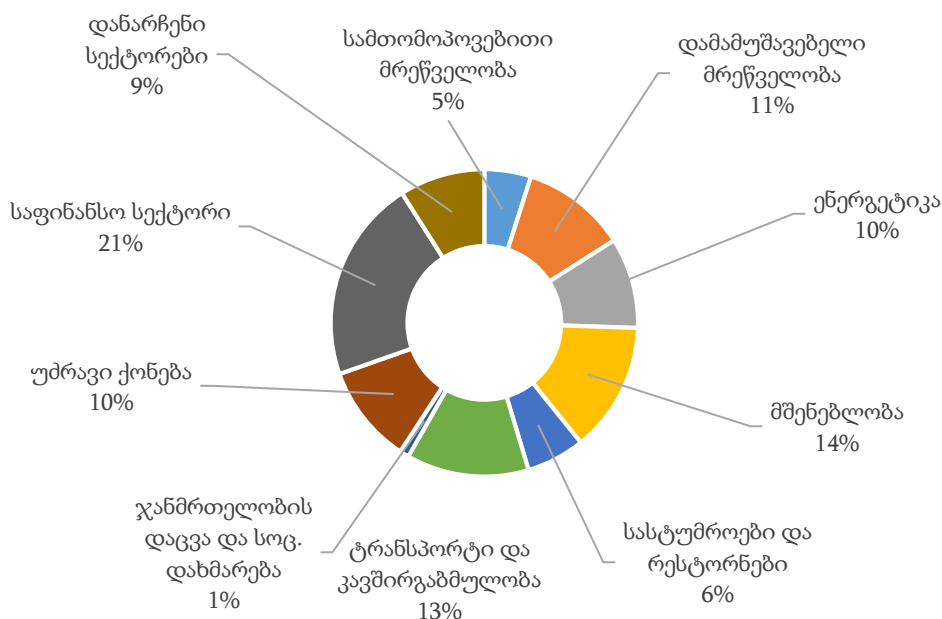
ცხრილი#2

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები, მლნ აშშ დოლარი	2015	2016	2017	2018
სულ	1,729.1	1,650.3	1,962.6	1,265.2
მათ შორის:				
საფინანსო სექტორი	202 (12%)	123.4 (7%)	307.8 (16%)	270.7 (21%)
მშენებლობა	144.4 (8%)	176.5 (11%)	172.5 (9%)	172.9 (14%)
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	608.2 (35%)	662.8 (40%)	525 (27%)	163 (13%)
დამამუშავებელი მრეწველობა	104.7 (6%)	123.4 (7%)	99.3 (5%)	140 (11%)
უძრავი ქონება	94.4 (5%)	55.4 (3%)	215.3 (11%)	131.4 (10%)
ენერგეტიკა	123.7 (7%)	145 (9%)	280.6 (14%)	120.8 (10%)
დანარჩენი სექტორები	53.3 (3%)	164.4 (10%)	197.6 (10%)	114 (9%)
სასტუმროები და რესტორნები	170.2 (10%)	120.2 (7%)	106.9 (5%)	77.9 (6%)
სამთომოპოვებითი მრეწველობა	88 (5%)	49.7 (3%)	51.8 (3%)	62.2 (5%)
ჯანმრთელობის დაცვა და სოც. დახმარება	140.3 (8%)	29.6 (2%)	5.9 (0.3%)	12.4 (1%)

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

სამი უმსხვილესი სექტორის წილმა (განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით) 2018 წელს 47.95 პროცენტი შეადგინა. ყველაზე დიდი მოცულობის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია საფინანსო სექტორში განხორციელდა და 270.7 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც მთლიანი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 21.4 პროცენტია. მეორე ადგილზე იმყოფება მშენებლობის სექტორი 172.9 მლნ. აშშ დოლარით, ხოლო მესამეზე - ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის სექტორი, 163 მლნ. აშშ დოლარით.

დიაგრამა #4: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები სექტორების მიხედვით 2018 წელს

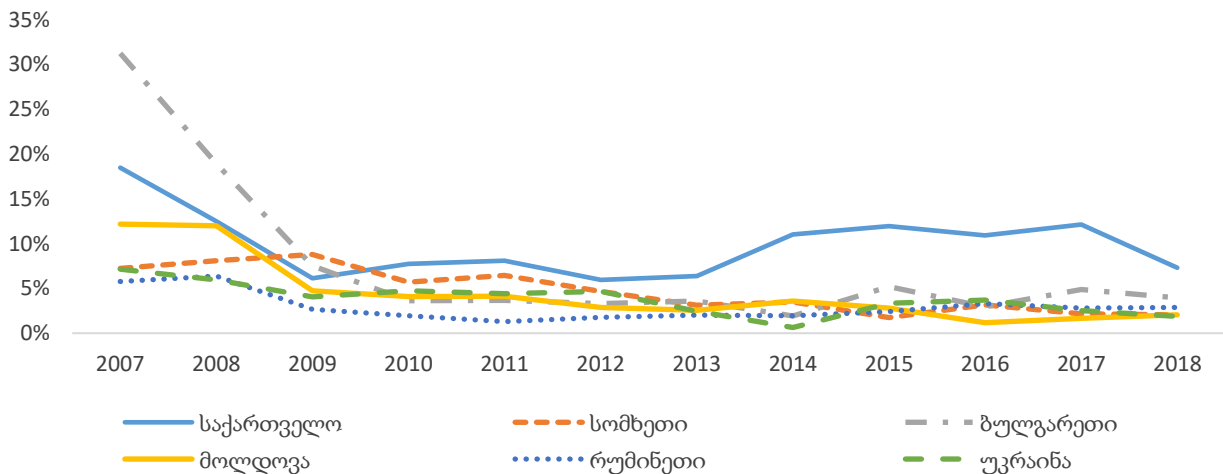


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საქართველოში წლების განმავლობაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინების მაჩვენებელი მაღალია, როგორც ეკონომიკის ზომასთან შედარებით (FDI/მშპ-ის თანაფარდობა), ასევე, ერთ სულ მოსახლეზე.

მიუხედავად იმისა, რომ აბსოლუტურ გამოსახულებაში მრავალი ქვეყანა იღებს საქართველოზე მეტ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციას, მნიშვნელოვანია ინვესტიციის მოცულობის შედარება ქვეყნის სხვა პარამეტრებთან. მაგალითისთვის, აღმოსავლეთ ევროპაში საქართველო ერთ-ერთი ლიდერია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შეფარდებათ მშპ-სთან.

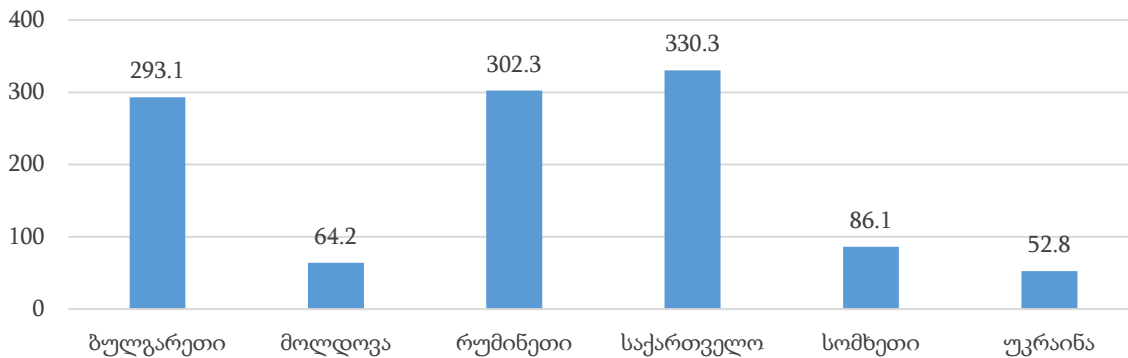
დიაგრამა #5: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შეფარდება მშპ-სთან (%) , 2007-2018 წლები



წყარო: მსოფლიო ბანკი, გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)

ასევე, საქართველოს ერთ-ერთი მოწინავე პოზიცია უკავია აღმოსავლეთ ევროპაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობით ერთ სულ მოსახლეზე.

დიაგრამა #6: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ერთ სულ მოსახლეზე 2018 წელს, აშშ დოლარი



წყარო: მსოფლიო ბანკი, გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)

თუმცა, ამ პერიოდამდე საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების უმეტესობა მოდის ე.წ. ბუნებრივი რესურსების მადიებელ და ბაზრის მადიებელ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე, რომელიც შეზღუდული პროდუქტიულობითა და ტექნოლოგიების გავრცელების დაბალი მაჩვენებლით ხასიათდება.

ამჟამად, საქართველოს გამოწვევა არის ეფექტიანობაზე დაფუძნებული (efficiency-seeking) პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წილის ზრდა, რომელიც გულისხმობს ძირითადად საექსპორტო ბაზარზე ორიენტირებული საერთაშორისო მულტინაციონალური კომპანიების საქართველოში შემოყვანას. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიციები (efficiency-seeking FDI) განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთი ქვეყნებისათვის, რომელთაც სურთ უკეთ ინტეგრირდნენ გლობალურ ეკონომიკაში და საერთაშორისო ღირებულებათა ჯაჭვში უფრო მაღალ საფეხურზე გადავიდნენ. მიუხედავად იმისა, რომ როგორც წესი ასეთი ინვესტიციების მოზიდვა უფრო რთულია, მსგავსი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები უფრო მეტია, ვიდრე მხოლოდ კაპიტალის და დამატებითი დასაქმების წყარო. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (efficiency-seeking FDI) ხელს უწყობს ცოდნისა და ტექნოლოგიების გადმოტანას, ექსპორტის დივერსიფიცირებას, ადგილობრივი სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, რაც საბოლოოდ მნიშვნელოვნად ზრდის პროდუქტიულობის დონეს და აჩქარებს ექსპორტით განპირობებულ ეკონომიკურ ზრდას.

ინვესტორის მოტივაციიდან გამომდინარე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები იყოფა რამდენიმე სახეობად:

- **Natural resource-seeking investment / ბუნებრივ რესურსებზე დაფუძნებული ინვესტიცია:** მოტივირებულია ინვესტორების ინტერესით, რომ მოიპოვონ და გამოიყენონ ბუნებრივი რესურსები
- **Market-seeking investment / ბაზრის ათვისებაზე დაფუძნებული ინვესტიცია:** მოტივირებულია ინვესტორის ინტერესით, რომ დააკმაყოფილოს ადგილობრივი და რეგიონალური ბაზრების მოთხოვნა.
- **Strategic asset-seeking investment / სტრატეგიულ აქტივებზე დაფუძნებული ინვესტიცია -** მოტივირებულია ინვესტორის ინტერესით, რომ მიიღოს წვდომა სტრატეგიულ აქტივებზე (ბრენდზე, ადამიანურ კაპიტალზე, სადისტრიბუციო ქსელებზე და ა.შ.), რომლებიც მისცემენ კომპანიას საშუალებას გახდნენ კონკურენტუნარიანები ბაზარზე. მსგავსი ინვესტიციები ძირითადად ხორციელდება შერწყმებისა და კაპიტალში ინვესტირების გზით
- **Efficiency-seeking investment / ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიცია -** ინვესტიცია, რომელიც შემოდის ქვეყანაში იმ უპირატესობებისა და ფაქტორების გამო, რომლებიც დაეხმარებიან მას საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებაში

წყარო: *The World Bank; Journal of International Business Studies (John H. Dunning)*

საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ საქართველოს ეკონომიკის მსგავსი ქვეყნები და/ან კონკურენტები ფოკუსირებულები არიან ე.წ. Efficiency-seeking ინვესტორებზე და გარკვეულწილად ე.წ. Strategic asset-seeking ინვესტორებზე. ამასთან, მსოფლიოში აღიარებული საუკეთესო გამოცდილების მიხედვით ყველა წარმატებული საინვესტიციო სააგენტო ფოკუსირებას აკეთებს სექტორებზე, რომლებიც ქმნიან ბევრ სამუშაო ადგილს, აქვთ მაღალი საექსპორტო პოტენციალი და ცოდნა შეაქვთ ქვეყანაში. ასევე, მნიშვნელოვანია ის, თუ განხორციელებული FDI-ის რა წილი იხარჯება იმპორტირებულ ნედლეულსა და დანადგარებზე - მაგალითად შეიძლება ქვეყანაში დიდი მოცულობის საინვესტიციო პროექტი განხორციელდეს, მაგრამ იმპორტირებულ დანადგარებსა და ნედლეულზე მაღალი დანახარჯის გამო, მას არ მოყვას ისეთი ეკონომიკური ეფექტი, როგორსაც პროექტის ჯამური საინვესტიციო მოცულობა აჩვენებს.

არსებული ტენდენციების და საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინებითა, IFC-სთან თანამშრომლობით მომზადდა სექტორების შეფასების დოკუმენტი, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის თვალსაზრისით პრიორიტეტული სექტორების იდენტიფიცირება.

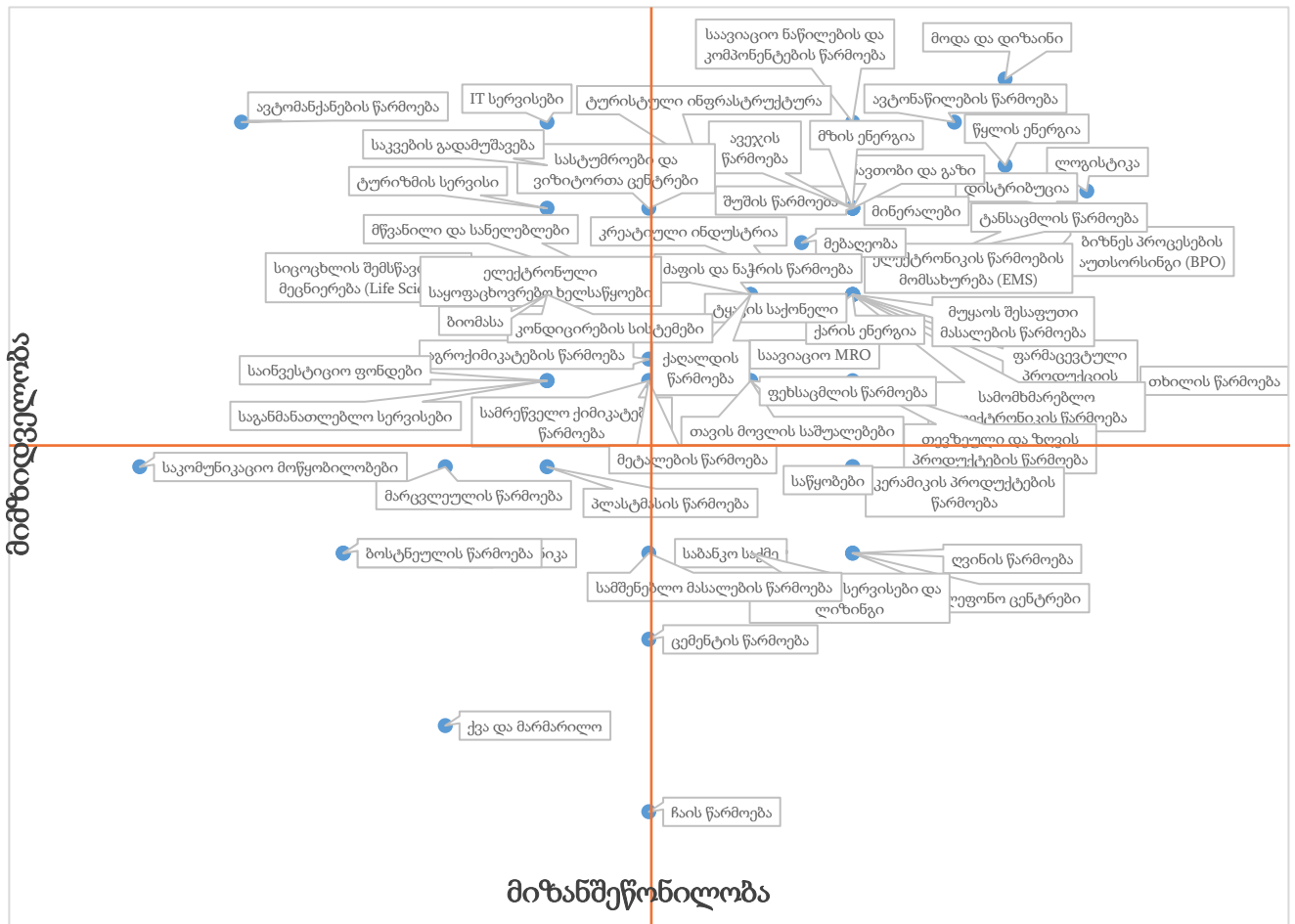
სექტორების შეფასებისას გამოყენებული იყო ორი მთავარი ფაქტორი - მიმზიდველობა (desirability) და მიზანშეწონილობა (feasibility). მიმზიდველობა გულისხმობს მოცემულ სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების პოტენციურ მნიშვნელობას საქართველოს განვითარების მიზნების გათვალისწინებით. მიზანშეწონილობა გულისხმობს პოტენციური ინვესტორი კომპანიისთვის სექტორში არსებული საინვესტიციო შეთავაზების მიმზიდველობას. სექტორების სკანირება არ გულისხმობს საუკეთესო სექტორების არჩევას, ის ეხება სექტორებისთვის პრიორიტეტების მინიჭებას და მათზე პროაქტიულ მუშაობას, რაც საშუალებას მისცემს ინვესტიციების მოზიდვაზე მომუშავე ჯგუფს, რომ შეზღუდული რესურსები მიმართოს იმ სექტორებისკენ, რომლებიც ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის განვითარებაზე, მისი სოციალურ-ეკონომიკური მიზნების გათვალისწინებით.

თითოეული სექტორი შეფასდა შემდეგი კრიტერიუმის გათვალისწინებით:

მიმზიდველობის (Desirability) ფაქტორები	მიზანშეწონილობის (Feasibility) ფაქტორები
შექმნის თუ არა ახალი პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია იმ დამატებულ ღირებულებას, რომელიც უკვე არსებულ ბიზნესსა და ინვესტორებს არ შეუქმნიათ?	მიმზიდველია თუ არა ადგილობრივი და რეგიონული ბაზარი?
შექმნის თუ არა ახალი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები სამუშაო ადგილებს - რაოდენობისა და ხარისხის გათვალისწინებით?	გლობალურად არის თუ არა დარგზე მოთხოვნა დინამიური და მზარდი?
ახდენს თუ არა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები დადებით ზეგავლენას სავაჭრო ბალანსზე?	ხომ არ აქვს საქართველოს რაიმე გამორჩეული მახასიათებელი, რომელიც მის კონკურენტუნარიანობას განსაზღვრავს მოცემულ სექტორში?
	რამდენად არის კონკურენტუნარიანი არსებული ინფრასტრუქტურა?
	ჰყავს თუ არა საქართველოს კონკურენტუნარიანი სამუშაო ძალა და აქვს თუ არა მხარდამჭერი სერვისები?
	როგორია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შეზღუდვების მოგვარების სირთულე მოკლევადიან და საშუალო ვადიან პერიოდში?

სექტორების ანალიზისას შეფასდა 60-მდე ქვე-სექტორი და გამოიკვეთა ის მიმართულებები, რომლებსაც ყველაზე მაღალი მიმზიდველობა/მიზანშეწონილობის (desirability/feasibility) თანაფარდობა ჰქონდათ. კვლევის მოკლე შედეგები მოცემულია დიაგრამაზე #7

დიაგრამა #7: სექტორების სკანირების შედეგები



I კვადრანტი (მარჯვენა ზედა კუთხეში) მოცემულია სექტორები, რომლებიც ხასიათდება მიმზიდველობის და მიზანშეწონილობის მაღალი მაჩვენებლებით.

ქვე-სექტორების საბოლოო ქულები, რომლებიც დატანილია დიაგრამაზე, ნაჩვენებია ცხრილში #3. შეფასებები მომზადებულია IFC-ის მეთოდოლოგიის მიხედვით, თითოეული ქვე-სექტორის მიმზიდველობის მაქსიმალური ქულა არის 15, ხოლო მიზანშეწონილობის 30 (სხვაობა ქულების მაქსიმალურ ოდენობებს შორის განპირობებულია იმ გამოვლით, რომ თუ სექტორს არ აქვს შესაბამისი/მაღალი მიზანშეწონილობის მაჩვენებელი - გარემო პირობები, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა, მზარდი მოთხოვნა პროდუქტზე/სერვისზე და სხვა, მას ვერ ექნება მნიშვნელოვანი პერსპექტივა FDI-ის მოზიდვის კუთხით, რაოდენ მიმზიდველი არ უნდა იყოს სექტორი ქვეყნის განვითარების მიზნების გათვალისწინებით).

ცხრილი #3:

ქვე-სექტორი	მიმზიდ-ველობა	მიზანშე-წონილობა	ქვე-სექტორი	მიმზიდ-ველობა	მიზანშე-წონილობა
მოდა და დიზაინი	14.5	22.5	მწვანელი და სანელებლები	12	19
ლოგისტიკა	13.2	23.3	თავის მოვლის საშუალებები	11	20
ავტონაწილების წარმოება	14	22	კერამიკის პროდუქტების წარმოება	10	21
დისტრიბუცია	13	23	ფეხსაცმლის წარმოება	11	20
წყლის ენერჯია	13.5	22.5	საწყობები	10	21
ბიზნეს პროცესების აუტოსორსინგი (BPO)	12.5	23	ტურიზმის სერვისი	13	18
თხილის წარმოება	11	24	აგროქიმიკატების წარმოება	11.25	19
საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების წარმოება	14	21	ღვინის წარმოება	9	21
მინერალების მოპოვება და გადამუშავება	13	22	სიცოცხლის შემსწავლელი მეცნიერება (Life Sciences)	12	18
ტანსაცმლის წარმოება	12.5	22	სატელეფონო ცენტრები	9	21
ელექტრონიკის წარმოების მომსახურება (EMS)	12.5	21.5	სამრეწველო ქიმიკატების წარმოება	11	19
ნავთობი და გაზი	13	21	ელექტრონული საყოფაცხოვრებო ხელსაწყოები	12	18
შუმის წარმოება	13	21	კონდიციონერების სისტემები	12	18
მზის ენერჯია	13	21	მეტალების წარმოება	11	19
ავეჯის წარმოება	13	21	ბიომასა	12	18
მებაღეობა	12.6	20.5	ავტომაქანების წარმოება	14	15

საავიაციო სარემონტო, შეკეთების და ტექნიკური მხარდაჭერის სერვისი (MRO)	12	21	საგანმანათლებლო სერვისები	11	18
ფარმაცევტული პროდუქციის წარმოება	12	21	საბანკო საქმე	9	20
სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება	12	21	ფინანსური სერვისები და ლიზინგი	9	20
მუყაოს შესაფუთი მასალების წარმოება	12	21	საინვესტიციო ფონდები	11	18
ქარის ენერჯია	12	21	სამშენებლო მასალების წარმოება	9	19
ტურისტული ინფრასტრუქტურა	13.5	19.5	პლასტმასის წარმოება	10	18
კრეატიული ინდუსტრია	12.25	20.25	მარცვლეულის წარმოება	10	17
თევზეული და ზღვის პროდუქტების წარმოება	11	21	ცემენტის წარმოება	8	19
IT სერვისები	14	18	ჰიდროპონიკა	9	17
ტყავის საქონელი	12	20	ხილის წარმოება	9	16
ძაფის და ნაჭრის წარმოება	12	20	ბოსტნეულის წარმოება	9	16
ქაღალდის წარმოება	12	20	ჩაის წარმოება	6	19
სასტუმროები და ვიზიტორთა ცენტრები	13	19	ქვა და მარმარილო	7	17
საკვების გადამუშავება	13.5	18	საკომუნიკაციო მოწყობილობები	10	14

ანალიზისას ასევე შესწავლილი იყო ბოლო წლებში განხორციელებული სხვადასხვა სექტორული კვლევა და ჩატარდა ორმოცამდე ინტერვიუ არსებულ ინვესტორებთან, ბიზნეს ასოციაციებთან, დონორ ორგანიზაციებთან, საგანმანათლებლო და სახელმწიფო უწყებებთან. ამასთან, დამატებითი პრიორიტეტი მიენიჭა სექტორებს, რომლებიც გამოირჩევიან ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიციისათვის დამახასიათებელი უპირატესობებით, კერძოდ: ექსპორტზე ორიენტირებულობა, ცოდნისა და ტექნოლოგიების შემოტანის შესაძლებლობა და სხვა.

კვლევისას ასევე გამოიყო მნიშვნელოვანი ფაქტორები, რომლებიც ცვლიან პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების სტრუქტურას და/ან გავლენა აქვს საქართველოზე. მათ შორის აღსანიშნავია შემდეგი:

1. თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები - თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები ევროკავშირთან, დსთ-ს ქვეყნებთან, ჩინეთთან და თურქეთთან მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს ქმნის და უნიკალურ უპირატესობას ანიჭებს საქართველოს
2. ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში შრომის ბაზრებზე გადაჭარბებული მოთხოვნა და კადრების მიწოდების სიმცირე - აღნიშნულმა გამოიწვია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების გადაადგილება ჭარბი სამუშაო ძალის მქონე ქვეყნებისკენ. საქართველო კი არის იმ ქვეყნებს შორის, რომელსაც პრო-აქტიური საინვესტიციო მიდგომით შრომის ბაზარზე შექმნილი სიტუაციიდან გამომდინარე სარგებლის მიღების საშუალება აქვს
3. მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუცია - დიჯიტალიზაციის შემდეგი ეტაპი შესაძლოა აღმოჩნდეს, როგორც მომგებიანი, ასევე დამაბრკოლებელი ქვეყნის მზაობის, კონკურენტუნარიანობის და ინსტიტუციონალური ჩარჩოდან გამომდინარე
4. „Offshoring“, „Near-shoring“ და „Reshoring“ - მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო წლებში ხელოვნური ინტელექტის განვითარების და რამდენიმე მსხვილ ბაზარზე (აშშ, დიდი ბრიტანეთი) მიმდინარე მოვლენების გამო მომსახურების სფეროს აუტსორსინგის ზრდის ტემპი შენედა, სექტორი კვლავაც ერთ-ერთი ყველაზე მეტად მზარდია. შესაბამისად, საქართველოს აქვს შესაძლებლობა, ორი მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობა, ხარჯების სიმცირე და კულტურული მსგავსება, გამოიყენოს ინვესტორებთან მოლაპარაკებებისას

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ანალიზის შედეგად განისაზღვრა შემდეგი პრიორიტეტული სექტორები (სექტორი შეიძლება მოიცავდეს ანალიზისას განხილულ რამდენიმე ქვე-სექტორს), რომლებზეც სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“ პრო-აქტიურად იმუშავებს 2020-2021 წლებში:

- სასტუმროების ინდუსტრია და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურა
- ბიზნეს სერვისების აუტსორსინგი
- ავტონაწილების წარმოება
- საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების წარმოება
- კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება
- ტანსაცმლის და ფეხსაცმლის წარმოება

ასევე, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სხვა უწყებებთან ერთად სააგენტო განაგრძობს მუშაობას ენერჯეტიკისა და ლოგისტიკის სექტორებზე.

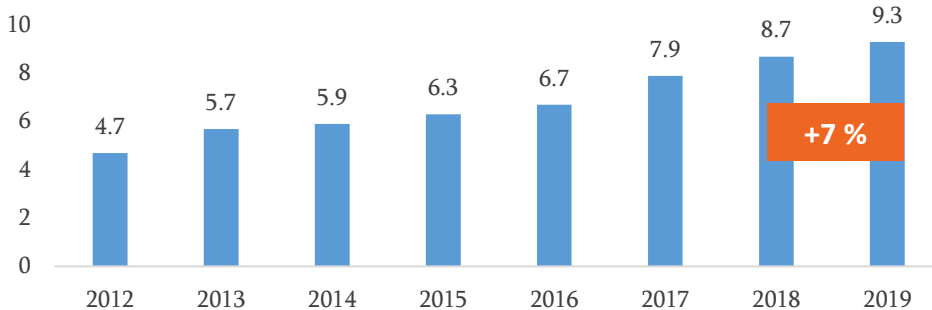
2. პრიორიტეტული სექტორების მიმოხილვა

სასტუმროების ინდუსტრია და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურა

ტურიზმი დიდ როლს ასრულებს საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში და საერთაშორისო მოგზაურების დანახარჯები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ქვეყნის საგადასახადო ბალანსზე გამომდინარე იქიდან, რომ სერვისების ექსპორტიდან მიღებული შემოსავლის დაახლოებით 71.8% ტურიზმზე მოდის. ტურიზმის წილი მშპ-ში ყოველწლიურად იზრდება და 2018 წელს 7.6%-ს მიაღწია. ასევე, მზარდია სექტორში შექმნილი დამატებული ღირებულება, რომელიც 2018 წელს 21.5%-ით გაიზარდა და 2.7 მილიარდი ლარი შეადგინა.

აღსანიშნავია, რომ ყოველწლიურად იზრდება საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა და 2019 წელს ამ რიცხვმა რეკორდულ მაჩვენებელს 9,3 მლნ-ს მიაღწია.

დიაგრამა #8: საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა (მლნ) 2012-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2018 წელს საქართველოში ერთი ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობამ (საქართველოში გატარებული დამეების საშუალო რაოდენობა) 4.2 დამე შეადგინა, რის ფარგლებშიც თითოეულ ვიზიტზე საშუალო მთლიანმა დანახარჯმა 1,099 ლარს მიაღწია. მიუხედავად იმისა, რომ 2018 წელს 2017 წელთან შედარებით საშუალო ხანგრძლივობამ (საქართველოში გატარებული დამეების საშუალო რაოდენობა) ოდნავ იკლო, 24%-ით გაიზარდა ვიზიტზე საშუალო დანახარჯის მაჩვენებელი, რამაც მნიშვნელოვნად გაზარდა ქვეყნისთვის ჯამურად ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი (2018 წ. - 7.9 მილიარდი ლარი).

ცხრილი #4: ტურისტთა წლიური ხარჯები და ქვეყანაში ყოფნის ხანგრძლივობა

წელი	მთლიანი ხარჯი (მლრდ. ლარი)	საშუალო ხარჯი ვიზიტზე (ლარი)	ხანგრძლივობა (საქართველოში გატარებული დამეების საშუალო რაოდენობა)
2015	4.058	772.1	3.4
2016	4.379	812.1	3.8
2017	5.761	888.7	4.3
2018	7.917	1099	4.2
2019 კვ.1	1.186	889.7	3.7
2019 კვ.2	2.392	1,261.6	3.9
2019 კვ.3	3.253	1,181.7	4.8

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ჯამურ დანახარჯებში და ვიზიტების რაოდენობაში ყველაზე დიდი წილი უკავიათ მეზობელ ქვეყნებს. მათ შორის, 2018 წელს რუსეთიდან შემოსული საერთაშორისო მოგზაურების მიერ განხორციელდა 1,404,757 ვიზიტი. შედეგად მათმა ჯამურმა დანახარჯებმა თითქმის 2 მილიარდი ლარი შეადგინა, რაც წლის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია.

თუმცა, ერთ ვიზიტზე გაანგარიშებით, ევროპის ქვეყნებიდან ჩამოსული ტურისტები ხარჯავენ გაცილებით მეტს და გამოირჩევიან ვიზიტების ხანგრძლივობით. ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპელი ტურისტი ერთ ვიზიტზე საშუალოდ ხარჯავს 1,888 ლარს და საქართველოში ჩერდება საშუალოდ 7.7 დამის განმავლობაში, ხოლო ევროპის სხვა ნაწილიდან ჩამოსული ტურისტი ხარჯავს საშუალოდ 2,337 ლარს და ქვეყანაში საშუალოდ 8.3 დამეს ათენებს.

აგრეთვე, საკმაოდ მაღალმხარჯველ კატეგორიას წარმოადგენენ ტურისტები ამერიკის შეერთებული შტატებიდან და სპარსეთის ყურის ქვეყნებიდან.

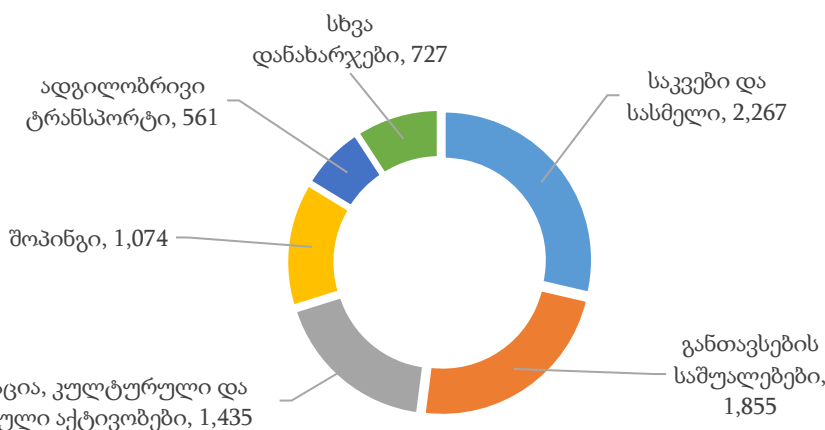
ცხრილი# 5: დანახარჯები და ვიზიტის ხანგრძლივობა ქვეყნების/რეგიონების მიხედვით

	აზერბაიჯანი	თურქეთი	რუსეთი	სომხეთი	ცენტრ. და აღმ. ევროპა	სხვა ევროპა	სხვა ქვეყნები
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები*	1,424,610	1,098,555	1,404,757	1,268,886	487,980	402,810	1,115,752
ჯამური ტურისტული ხარჯი (მლნ ლარი)	657.9	1,086.6	1,972.4	663	940.7	1,319.9	1,277
საშუალო ხარჯი ვიზიტზე (ლარი)	385	923	1,326	540	1,888	2,337	2,357
საშუალო დამისთევის მაჩვენებელი (დამე)	2.5	1.6	6.3	1.8	7.7	8.3	7.2

*არ მოიცავს სხვა/არატურისტულ ვიზიტებს
წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

2018 წელს დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი მოდიოდა საკვებსა და სასმელზე (29%), განთავსების საშუალებებზე (23%) და გართობაზე (18%).

დიაგრამა #9: ვიზიტორების ჯამური ტურისტული დანახარჯები, მლნ ლარი, 2018 წელი



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

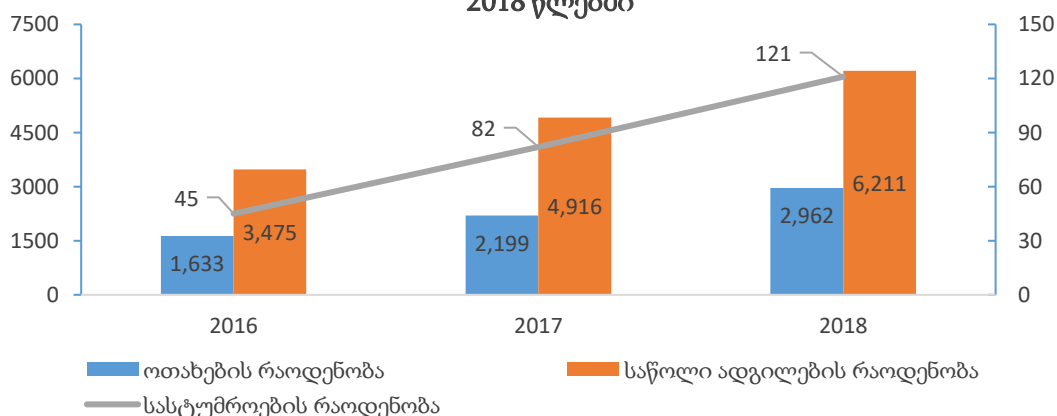
ტურისტების მიერ განთავსებაზე გაწეული დანახარჯები მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. ბოლო ხუთი წლის მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ წლიდან-წლამდე მუდმივად იზრდება ქვეყანაში განთავსების საშუალებებიდან მიღებული შემოსავალი (ცხრილი #6). 2019 წლის პირველი სამი კვარტლის მონაცემების 2018 წლის შესაბამის მონაცემებთან შედარებით ჩანს, რომ 2019 წელს სექტორში განთავსების საშუალებებიდან მიღებული შემოსავლის 10%-იანი ზრდა ფიქსირდება.

ცხრილი #6

	2015 წ.	2016 წ.	2017 წ.	2018 წ.	2018 წ. (I-III კვ)	2019 წ. (I-III კვ)
განთავსებიდან მიღებული წლიური შემოსავლები (მლრდ. ლარი)	0.802	1.027	1.326	1.854	1.539	1.696

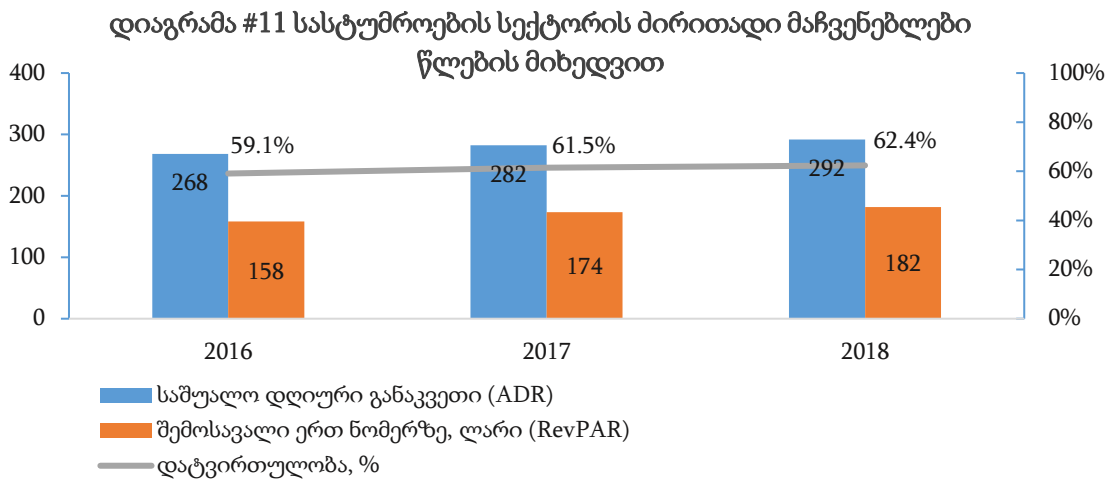
საქართველოში ვიზიტორების რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდის ფონზე, ყოველწლიურად იზრდება მოთხოვნა ტურისტულ ინფრასტრუქტურაზე. შესაბამისად, სასტუმროების ინდუსტრია იზრდება და ვითარდება დინამიურად. დიაგრამა #10 აჩვენებს 2016-2018 წლების განმავლობაში დამატებული სასტუმროების, ოთახების და საწოლი ადგილების რაოდენობას. ამჟამად, საქართველოში დარეგისტრირებული განთავსების საშუალებების რაოდენობა 2,480 ობიექტს შეადგენს, ხოლო საწოლი ადგილების რაოდენობა 90,793-ს. განთავსების ობიექტები მოიცავს 958 სასტუმროს, 975 საოჯახო სასტუმროს, 394 სასტუმრო სახლსა და 153 სხვა ტიპის განთავსების ობიექტს.

დიაგრამა #10 საქართველოში გახსნილი ახალი სასტუმროები 2016-2018 წლებში



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

სასტუმროების მიმართულების საინვესტიციო მიმზიდველობას ამყარებს სექტორის ძირითადი მაჩვენებლების ზრდა და სასტუმროების დატვირთულობის საკმაოდ მაღალი პროცენტი, განსაკუთრებით კონკურენტ აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებთან შედარების შემთხვევაში.



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

თუმცა აღსანიშნავია, რომ საწოლი ადგილების 54% განთავსებულია აჭარის რეგიონსა (26,519 საწოლი ადგილი) და თბილისში (23,072 საწოლი ადგილი), შესაბამისად, ტურისტების განთავსებიდან მიღებული შემოსავლები ძირითად ნაწილდება თბილისსა და აჭარის რეგიონს შორის.

საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში პრიორიტეტად სახელდება მაღალმხარჯველუნარიანი ტურისტების რაოდენობის ზრდა, ტურისტული ბაზრებისა და შეთავაზების დივერსიფიკაცია, რეგიონებში ახალი კურორტების და ტურისტული ინფრასტრუქტურის შექმნა.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია შეიქმნას ახალი ტიპის კურორტები და ტურისტული ინფრასტრუქტურა, რომლებსაც ექნება შესაძლებლობა მოიზიდოს და უმასპინძლოს მაღალმხარჯველუნარიან ტურისტებს რეგიონებში. ამავდროულად, ხელშეწყობა და ინვესტიციების მოზიდვა ესაჭიროება ისეთ კურორტებს, რომლებიც განიცდიან ვიზიტორების ნაკლებობას, სეზონურობას და/ან არ აქვთ მაღალი ცნობადობა, თუმცა აქვთ დიდი ტურისტული პოტენციალი.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგია ფოკუსირებულია რეგიონებში ახალი საინვესტიციო პროექტების შექმნასა და უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაზე. სასტუმროებსა და ტურიზმთან დაკავშირებულ ინფრასტრუქტურაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მნიშვნელოვანია ქვეყანაში კაპიტალის შემოდინების და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის კუთხით. ამასთან, ხელს უწყობს ახალი კურორტების და ტურისტული გასართობი ობიექტების შექმნას, რაც თავის მხრივ განაპირობებს ქვეყანაში ტურისტების ახალი სეგმენტის შემოდინებას.

სტრატეგიის ფარგლებში, შეთავაზების დივერსიფიცირებისა და ნაკლებად განვითარებული ქვე-სექტორების ხელშეწყობისათვის, პრიორიტეტად განისაზღვრა შემდეგი მიმართულებები: სპა და გამაჯანსაღებელი მიმართულება, სპორტული ტურიზმი და საწვრთნელი ბაზები, სამედიცინო და ესთეტიკური ტურიზმი.

საქართველოს აქვს შესაძლებლობა მოიზიდოს ინვესტორები სასტუმროების და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით შემდეგ კონკურენტულ უპირატესობებზე დაყრდნობით:

- იზრდება საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა და განთავსების საშუალებებიდან მიღებული წლიური შემოსავლები, რაც ასტიმულირებს სასტუმრო ინდუსტრიის ზრდასა და განვითარებას
- ბოლო რამდენიმე წლის მანძილზე მზარდია სასტუმროების საშუალო დღიური განაკვეთი (ADR) და შემოსავალი ერთ ნომერზე (RevPAR)
- კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ მაღალია სასტუმროების საშუალო დატვირთულობის კოეფიციენტი
- მრავალფეროვანი გეოგრაფიული/კლიმატური პირობები და ჯერ კიდევ აუთვისებელი პოტენციალი, რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელია ახალ ან ნაკლებად ცნობად კურორტებზე საინვესტიციო შეთავაზებების მომზადება.

სასტუმროების ინდუსტრიასა და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

სასტუმროების და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით ინვესტიციების მოზიდვა გამოირჩევა სხვა იდენტიფიცირებული პრიორიტეტული სექტორებისაგან, გამომდინარე იქიდან, რომ ტურიზმი ქვეყანაში უკვე დამკვიდრებული მიმართულებაა და მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. ამასთან, საქართველო ტურიზმის სტრატეგიის მიხედვით, მოსალოდნელია, რომ 2025 წელს საქართველოში 11 მილიონი საერთაშორისო მოგზაურის ვიზიტი განხორციელდება, ხოლო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი 6.6 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწევს. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია ახალი სასტუმროების და ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა.

ქვეყანაში უკვე არსებობს სასტუმროების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით განხორციელებული არაერთი საინვესტიციო პროექტი, რაც საერთაშორისო კომპანიების თვალში დამატებით ამყარებს სექტორის მიმზიდველობას.

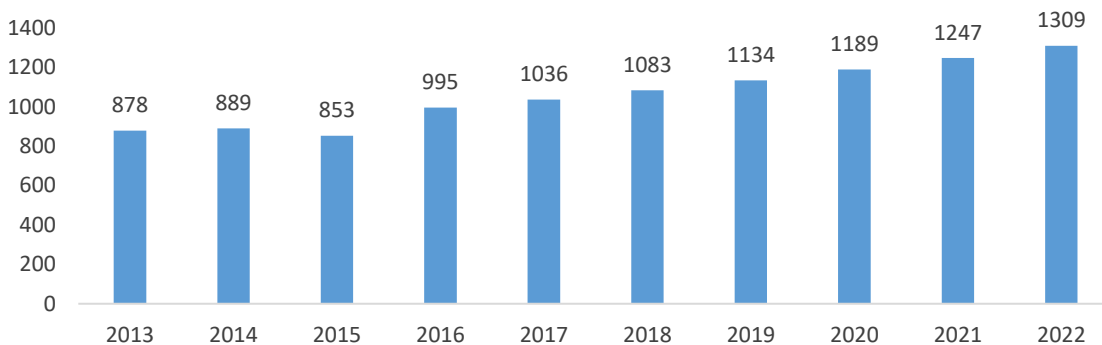
სექტორის მოთამაშეების დაინტერესება საქართველოში ინვესტიციის განხორციელების კუთხით სხვადასხვა საერთაშორისო პლატფორმაზე აქტიური და დინამიური პოზიციონირებით, საერთაშორისო აქტივობებით (პრეზენტაცია, ბიზნეს ვიზიტი და სხვა) და კერძო სექტორთან მჭიდრო მუშაობის გზით მოხდება. ამასთან, მოთამაშეების კუთხით სექტორი საკმაოდ დივერსიფიცირებული და მსხვილია, რაც უფრო მეტ შესაძლებლობას ქმნის სამიზნე კომპანიების სიის (target list) მიღმა პოტენციური ინვესტორის გამოვლენის კუთხით.

ბიზნეს სერვისების აუტოსორსინგი (BPO და IT)

ბიზნეს სერვისების აუტოსორსინგის სექტორი არის გლობალურად ერთ-ერთი ყველაზე მზარდი მიმართულება. წამყვანი საერთაშორისო კომპანიები ხარჯების ოპტიმიზაციის მიზნით გარკვეული ბიზნეს-პროცესების შესასრულებლად კონტრაქტის საფუძველზე თანამშრომლობენ ბიზნეს პროცესების აუტოსორსინგში სპეციალიზებულ გლობალურ კომპანიებთან, რომლებიც მათი დაკვეთით წარმართავენ აღნიშნულ ფუნქციებს სხვადასხვა გეოგრაფიულ არეალში და აწვდიან სერვისებს დამკვეთი კომპანიის კლიენტებს. სექტორი მოიცავს სხვადასხვა ე.წ. back-office (ინფორმაციული ტექნოლოგიები, ფინანსები და ბუღალტერია, ადამიანური რესურსების მართვა, შესყიდვები, მონაცემთა დამუშავება, კვლევა და ა.შ.) და ე.წ. front-office (ქოლ ცენტრი, მომხმარებელთა მხარდაჭერა, ტელე-მარკეტინგი და ა.შ.) ფუნქციებს.

2017 წელს ბიზნეს სერვისების აუტოსორსინგის სექტორის ბრუნვა 1.036 ტრილიონი აშშ დოლარი იყო. აღნიშნული სექტორის ნაერთი წლიური ზრდის ტემპმა (CAGR) 2013-2017 წლებში 4%-ს მიაღწია და ნავარაუდებია, რომ სექტორი საშუალოდ 5%-ით გაიზრდება 2018-2022 წლების განმავლობაში (დიაგრამა #12). ყველაზე მაღალი ზრდის ტემპი (7.6%) ექნება ინფორმაციული ტექნოლოგიების (IT) და საკონსულტაციო სერვისის აუტოსორსინგის მიმართულებას. ამასთან, ტრადიციული ბიზნეს პროცესების აუტოსორსინგის ქვე-სექტორი, როგორცაა მომხმარებლებთან ურთიერთობის მართვა (CRM), 2022 წლამდე საშუალოდ წლიურად 4.4%-ით გაიზრდება.

დიაგრამა #12: ბიზნეს პროცესების აუტოსორსინგის ბაზარი, მილიარდი აშშ დოლარი



წყარო: BPO and SSC Investment Potential Research, Deloitte & Touche

სერვისების სექტორში ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების მნიშვნელოვანი განმსაზღვრელი ფაქტორია სამუშაო ძალა და მისი მახასიათებლები. აუტოსორსინგის სექტორის განვითარება 80-იან წლებში დაიწყო ამერიკის შეერთებული შტატებიდან და გავრცელდა დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში. თუმცა, დასავლეთ ევროპაში ხელფასების გაზრდის პარალელურად 2000-იან წლებში აუტოსორსინგის სექტორის დიდმა ნაწილმა გადაინაცვლა აზიაში, ევროკავშირის წევრ ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, რომლებიც იმ დროისთვის 25-50%-ით დაბალ ხელფასებს სთავაზობდნენ პოტენციურ ინვესტორებს. მაღალი შემოსავლის მქონე ქვეყნებში, როგორებიცაა დიდი ბრიტანეთი, ირლანდია, ბელგია, ნიდერლანდების სამეფო, ესპანეთი და პორტუგალია, დარჩა აუტოსორსინგის ის ნაწილი, რომელიც სამუშაო ძალის მაღალ კვალიფიკაციას მოითხოვს და ცოდნაზე დაფუძნებული, მაგალითად კვლევა და განვითარების (R&D) აუტოსორსინგი, დიზაინი და ა.შ. ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები დღემდე რჩებიან აუტოსორსინგის სფეროს ერთ-ერთ

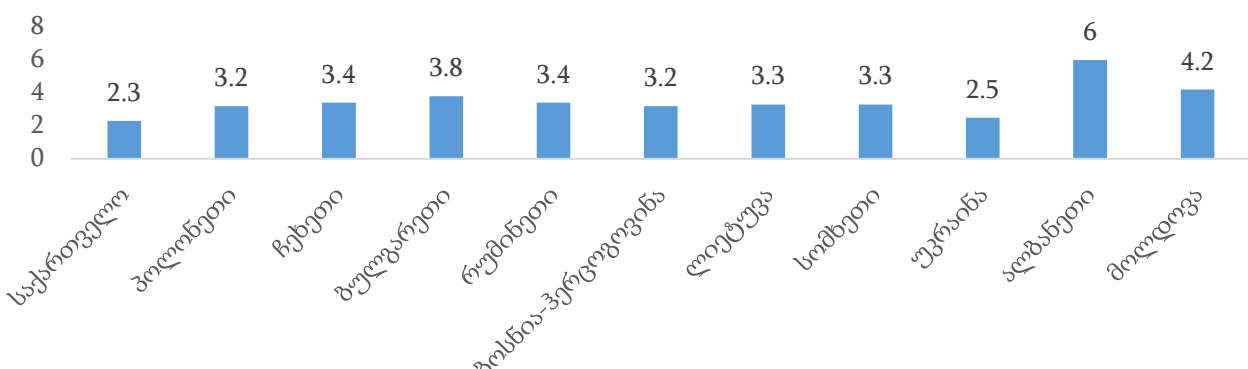
მნიშვნელოვან მოთამაშეებად კულტურული სიახლოვის, სასაათო სარტყელის, გამართული ინფრასტრუქტურის და ევროპული ენების ცოდნიდან გამომდინარე. თუმცა, აღნიშნულ ქვეყნებში სამუშაო ძალის ღირებულების გაზრდის გამო, აუტსორსინგის სფეროში მოღვაწე საერთაშორისო კომპანიებმა 5-7 წლის წინ კვლავ დაიწყეს ახალი პოტენციური საინვესტიციო ქვეყნების მოძიება. პარალელურად, იაფი და კვალიფიციური სამუშაო ძალის გამო ინდოეთი კვლავაც რჩება IT აუტსორსინგის მიმართულებით მსოფლიო ლიდერი. ასევე, სექტორი საკმაოდ განვითარებულია ჩინეთში, ფილიპინებში, მალაიზიაში, ვიეტნამსა და სხვა აზიურ ქვეყნებში.

ექსპორტზე ორიენტირებული სერვისების სექტორის განვითარება და აღნიშნულ სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია, რადგან აღნიშნულ სექტორში არსებული პროექტები არის შრომით-ინტენსიური და ქვეყანაში ქმნიან მაღალანაზღაურებად სამუშაო ადგილებს, რაც ხშირ შემთხვევაში ბევრად აღემატება ქვეყანაში არსებულ საშუალო ნომინალურ ხელფასს, არის ცოდნაზე დაფუძნებული, ექსპორტზე ორიენტირებული და ქვეყანაში ტოვებს მაღალ დამატებით ღირებულებას.

აღსანიშნავია, რომ ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქალაქებში, რომლებიც ბიზნეს სერვისების აუტსორსინგის ჰაბებად პოზიციონირდა, კომპანიები ვეღარ ფართოვდებიან სამუშაო ძალის ნაკლებობის გამო. საქართველოს შეუძლია საიმედო პარტნიორი და სერვისების აუტსორსინგის ახალი ჰაბი გახდეს სტრატეგიული მდებარეობის, სასაათო სარტყელის (GMT+4), ძირითად ბაზრებთან კულტურული მსგავსების და სამუშაო ძალის ხელმისაწვდომობის გამო.

საქართველოს ჰყავს ეკონომიკის, ბიზნესის, სოციალურ მეცნიერებათა და ბიზნეს სერვისების აუტსორსინგის ინდუსტრიაში საჭირო მონათესავე ფაკულტეტების შედარებით დიდი ოდენობის სტუდენტი და კურსდამთავრებული (ბოლო წლების განმავლობაში დაახლოებით 20,000 კურსდამთავრებული ყოველწლიურად), რომელთა მნიშვნელოვან ნაწილსაც სამუშაო ძალის ადგილობრივი ბაზარი ვერ ითვისებს. ამასთან, სექტორში უმეტესად საქმდებიან ახალგაზრდები, რომელთა მაღალანაზღაურებად სამუშაო ადგილებზე დასაქმება კვლავ რჩება გამოწვევად. შესაბამისად, პოტენციური ინვესტორი კომპანიების მოთხოვნა და საქართველოში კადრების მიწოდება თანხვედრაშია ერთმანეთთან. ასევე, საქართველოს მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობაა სექტორში არსებული საშუალო ხელფასი, რაც საქართველოში 500 აშშ დოლარის ექვივალენტს შეადგენს და სხვა ქვეყნებთან შედარებით დაბალი მაჩვენებელია. ასევე, საქართველო საკმაოდ კონკურენტულია კომუნალური ხარჯებით და ინტერნეტის ხელმისაწვდომობით - კომუნალური გადასახადები 1 კვ.მ-ზე შეადგენს 2.3 აშშ დოლარს.

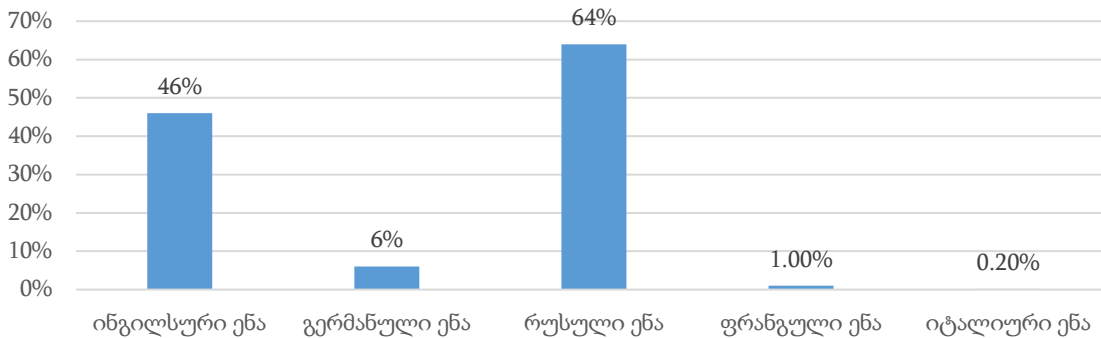
დიაგრამა #13: კომუნალური ხარჯი 1 კვ.მ-ზე (აშშ დოლარი)



წყარო: BPO and SSC Investment Potential Research, Deloitte & Touche

გარდა ამისა, სექტორისთვის მნიშვნელოვანია ენების ცოდნა და კომპიუტერული უნარ-ჩვევები. ამ დროისთვის საქართველოში ფუნქციონირებს 62 უმაღლესი სასწავლო დაწესებულება, 66 პროფესიული საგანმანათლებლო და 150-ზე მეტი ენის შემსწავლელი ცენტრი. ახალგაზრდა მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი ფლობს ინგლისურ და რუსულ ენებს, ხოლო გერმანული არის მე-3 ყველაზე გავრცელებული ენა, რაც შესაძლებლობას იძლევა მივაწოდოთ სერვისი საერთაშორისო ბაზრებს.

დიაგრამა #14: უცხო ენის ცოდნის მაჩვენებელი მოსახლეობის გამოკითხვის შედეგების მიხედვით საქართველოს 5 ქალაქში: თბილისი, ბათუმი, ქუთაისი, ზუგდიდი, თელავი*



* შენიშვნა: დიაგრამა აჩვენებს მოსახლეობის პროცენტულ რაოდენობას, რომლებმაც განაცხადეს, რომ ფლობენ უცხო ენას. გამოკითხულთა დაახლოებით ერთი მესამედი დათანხმდა საკუთარი უნარების გადამოწმებას ტესტირების გზით, რის შემდეგაც 90%-ზე მეტმა რესპონდენტმა წარმატებით ჩააბარა ტესტი

წყარო: BPO and SSC Investment Potential Research, Deloitte & Touche

Deloitte & Touche-ის მიერ განხორციელებული კვლევის თანახმად საქართველოს 5 დიდ ქალაქში (თბილისი, ქუთაისი, ბათუმი, ზუგდიდი, თელავი) უცხო ენის მცოდნე პოტენციური სამუშაო ძალა 574 ათასს უტოლდება. ასევე, 2009-2018 წლების მანძილზე ეროვნულ გამოცდებზე 340 ათასმა ახალგაზრდამ ჩააბარა უცხო ენის გამოცდა. უნივერსიტეტების უმეტესობაში ინგლისური ენა ისწავლება, თუმცა ყოველწლიურად სტუდენტების 10-15% ირჩევს გერმანულ ან სხვა ევროპულ ენას მეორე უცხო ენად.

მნიშვნელოვანია, რომ საქართველოში უკვე შემოსულია რამდენიმე დიდი საერთაშორისო კომპანია და ამჟამად, საქართველოდან 10-მდე ენაზე ხდება დისტანციურად სერვისების მიწოდება ცნობილი და მსხვილი საერთაშორისო კომპანიებისთვის. ეს სერვისები მოიცავს სატელეფონო დახმარებას, ონლაინ კომუნიკაციას, IT სერვისებს, არქიტექტურულ და საინჟინრო ნახაზების აუტოსორსინგს და სხვა.

სერვისების აუტოსორსინგის მიმართულებით აწარმოე საქართველოში ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულება ფოკუსირებულია 5 ქვე-სექტორზე: მომხმარებლებთან ურთიერთობა (CRM), ფინანსური სერვისების აუტოსორსინგი, HR აუტოსორსინგი, აპლიკაციების დამზადება, დიზაინი, არქიტექტურა და საინჟინრო სერვისები.

საქართველოს კონკურენტული უპირატესობები, რომლის დახმარებითაც შესაძლებელია საერთაშორისო ბიზნეს და IT სერვისების პროვადერი კომპანიების მოზიდვა, მოიცავს შემდეგს:

- გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა და დროითი სარტყელი (GMT+4)
- ახალგაზრდა სამუშაო ძალა უცხო ენების და კომპიუტერული უნარ-ჩვევების სათანადო ცოდნის დონით; პოტენციური სამუშაო ძალის ტრენინგის თანადაფინანსება
- კონკურენტული ბიზნეს-საოპერაციო ხარჯები: ხელფასები, კომუნალური გადასახადები, საოფისე ქირის გადასახადი
- სახელმწიფოს მიერ შეთავაზებული ხელშეწყობის მექანიზმები, როგორცაა საგადასახადო შეღავათები IT სერვისების ექსპორტისას (“ვირტუალური ზონის კომპანიის“ სტატუსი)

ბიზნეს სერვისების აუტსორსინგის (BPO და IT) სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

გლობალური ტენდენციების, საქართველოში სექტორში არსებული წარმატებული მაგალითების და ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობებიდან გამომდინარე აღნიშნული მიმართულება იქნა შერჩეული, როგორც ერთ-ერთი პრიორიტეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად.

სექტორში ახალი Greenfield FDI პროექტების უმრავლესობა ითვალისწინებს 200–დან 1000–მდე ადამიანის დასაქმებას და მსგავსი ტიპის პროექტების მოსაზიდად ინვესტორი დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ ქვეყანა შეძლებს შესაბამისი მოცულობის კადრების მიწოდებას.

საწყის ეტაპზე სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ პრიორიტეტს წარმოადგენს სერვისების აუტსორსინგის სფეროში მოღვაწე ახალი საერთაშორისო კომპანიების საქართველოში დაინტერესება და შედარებით მარტივი პროცესების აუტსორსინგის დაწყება, რომლებისთვისაც შესაძლებელია მობილიზებული იყოს დიდი რაოდენობით კვალიფიციური კადრები მოკლევადიან პერიოდში, მაგალითად: უცხოენოვან მომხმარებლებთან ურთიერთობის სერვისები, როგორცაა უცხოენოვანი ქოლ-ცენტრი და ტექნიკური მხარდაჭერის სერვისი.

შემდგომი ეტაპი იქნება საერთაშორისო კომპანიების დაინტერესება უფრო რთული (advanced) ბიზნეს & IT პროცესების საქართველოში აუტსორსინგით, რაც თანმიმდევრულად მიჰყვება სერვისების განვითარებას, როგორც ეს მოხდა აღმოსავლეთ ევროპის კონკურენტი ქვეყნების შემთხვევაში (პოლონეთი, რუმინეთი, ბულგარეთი, სერბეთი).

სექტორის მოთამაშეების დაინტერესება მოხდება საერთაშორისო აქტივობებით (პრეზენტაცია, ბიზნეს ვიზიტი და სხვა), საერთაშორისო პლატფორმაზე ინფორმაციის გავრცელებით და კერძო სექტორთან მჭიდრო მუშაობის გზით.

ასევე, დაგეგმილია თანამშრომლობა ორგანიზაციებთან, რომლებიც აქვეყნებენ სერვისის აუტსორსინგის სფეროს საერთაშორისო რეიტინგებს და აქტიური მუშაობა სექტორულ რეიტინგებში საქართველოს პოზიციების გაუმჯობესების კუთხით.

სექტორის ზრდის ტემპის გათვალისწინებით აქტიური თანამშრომლობა არის საჭირო უნივერსიტეტებთან, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან და ენის შემსწავლელ ცენტრებთან, რათა მუდმივ რეჟიმში მოხდეს პოტენციური სამუშაო ძალის მომზადება-გადამზადება.

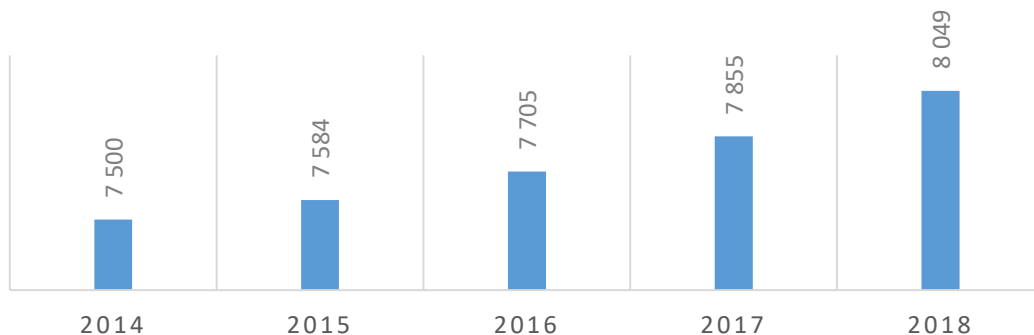
აწარმოე საქართველოში IT მიმართულებაზე მუშაობს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოსთან ერთად, რომელიც სხვა აქტივობებთან ერთად მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სამუშაო ძალის გადამზადების კუთხით. აღსანიშნავია, რომ 2020-2021 წლების განმავლობაში იგეგმება საქართველოს მასშტაბით 3000 ადამიანის გადამზადება. ძირითადი მიმართულებებია: პროგრამირება, კიბერუსაფრთხოება, მობილური აპლიკაციების შემუშავება.

წარმოება

წარმოების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია განვითარებადი ქვეყნების ინდუსტრიული განვითარებისათვის. შესაბამისად, საქართველომ აქცენტი უნდა გააკეთოს ქვეყანაში წარმოების განვითარებაზე და სამუშაო გასწიოს წარმოების სექტორში ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულებით.

2018 წელს წარმოების სექტორში გლობალურად განხორციელებულმა ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობამ მთლიანი ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობის 47.5% შეადგინა, ხოლო პროექტების რაოდენობის მიხედვით - 45.8%. ამასთან, 2014-2018 წლებში წარმოების სექტორში ე.წ. greenfield პროექტების რაოდენობა ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა, ხოლო ანალოგიურ პერიოდში ე.წ. greenfield ინვესტიციების ნაერთმა წლიური ზრდის ტემპმა (CAGR) 7.5% შეადგინა.

დიაგრამა #15: წარმოების სექტორში გლობალურად განხორციელებული ე.წ. greenfield FDI პროექტების რაოდენობა

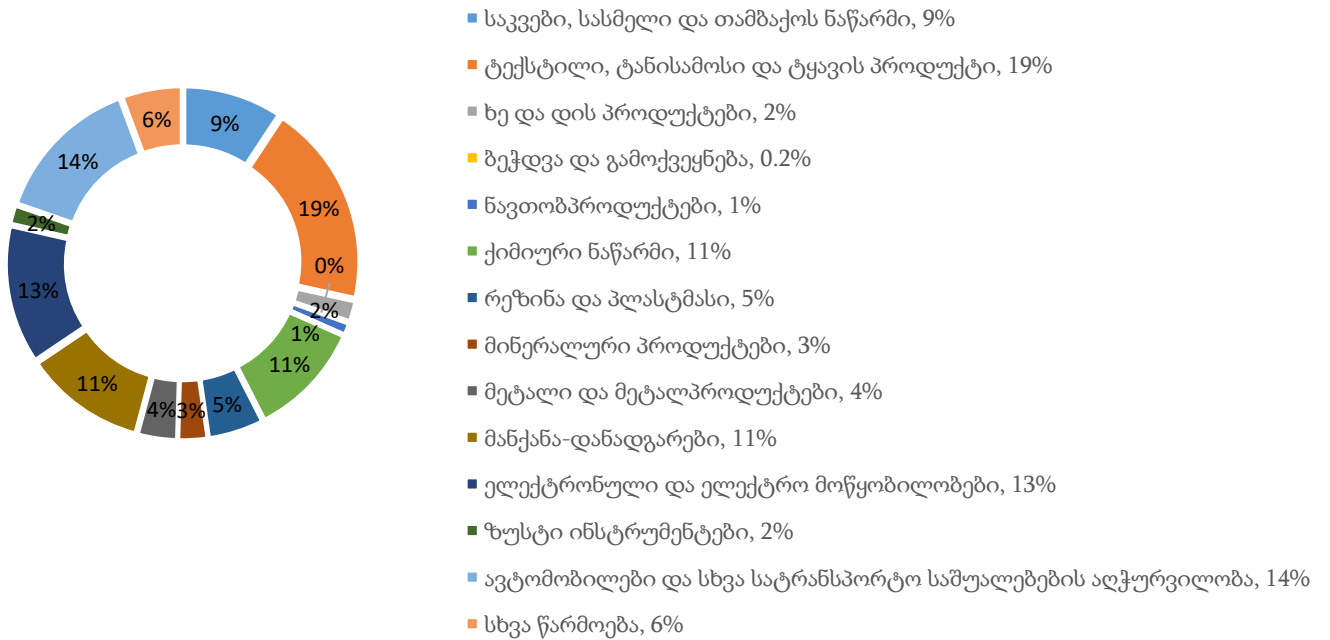


წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)

მსოფლიოში წარმოების სექტორში greenfield FDI-ის მიმართულებით ბოლო წლების განმავლობაში ყველაზე დიდი რაოდენობის პროექტები განხორციელდა შემდეგ 3 ქვე-სექტორებში: ავტომობილები და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობა, ელექტრო მოწყობილობები, ტექსტილი, ტანსაცმელი და ტყავის ნაწარმი.

როგორც დიაგრამა #16 აჩვენებს, ქვე-სექტორები განხორციელებული პროექტების რაოდენობის მიხედვით შემდეგი პროცენტული მაჩვენებლებით არიან წარმოდგენილები: ელექტრო მოწყობილობები - 13 %, ავტომობილებსა და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობა - 14%, ტექსტილი, ტანსაცმელი და ტყავის ნაწარმი - 19%.

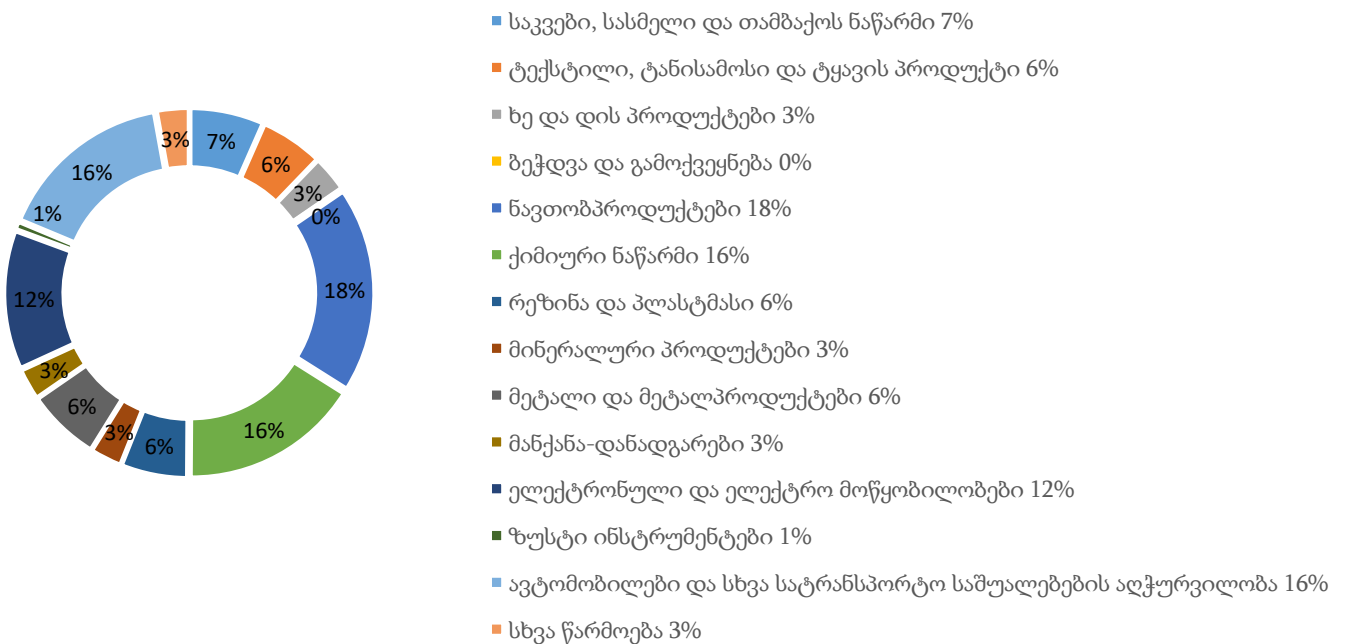
დიაგრამა #16: ქვე-სექტორები მსოფლიოში ე.წ. greenfield FDI პროექტების მიხედვით, 2018 წელი



წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)

2018 წლის მონაცემებით წარმოების სექტორში ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობის მიხედვით განაწილებული არის შემდეგნაირად: ელექტრო მოწყობილობებს უკავია წარმოების სექტორში განხორციელებული ე.წ. greenfield ინვესტიციების მთლიანი მოცულობის 12%, ავტომობილებსა და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობას - 16%, ტექსტილს, ტანისამოსის და ტყავის ნაწარმს კი - 6%.

დიაგრამა #17: ქვე-სექტორები მსოფლიოში ე.წ. greenfield FDI-ის მოცულობის მიხედვით, 2018 წელი



წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)

შესაბამისად, აღნიშნული სექტორები არის პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დიდი მოცულობის მიმღები და საქართველოს ამ სექტორებზე კონცენტრირებით შეუძლია გახდეს ახალი პროექტების მიმღები ქვეყანა.

ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების, საავიაციო ნაწილების, კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება

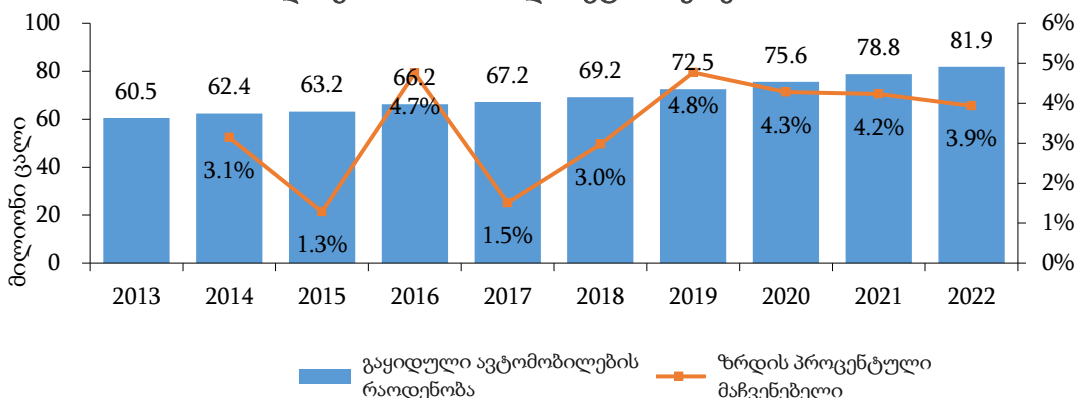
ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების, საავიაციო ნაწილების, ელექტრო ნაწილების და კომპონენტების სექტორები არის ტექნოლოგიურად მაღალგანვითარებული და ცოდნაზე დაფუძნებული ინდუსტრიები, შესაბამისად ამ ტიპის ინვესტიციების მოზიდვა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქვეყნის ეკონომიკის გაჯანსაღებისა და განვითარების ახალ დონეზე გადასასვლელად. ამასთან, აღნიშნული სექტორები არის ექსპორტზე ორიენტირებული და დამატებით მნიშვნელოვან გარანტს ქმნიან როგორც ვალუტის სტაბილურობისათვის, ასევე დამატებული ღირებულების შექმნის კუთხით.

ავტოსატრანსპორტო საშუალებების მსოფლიო ბაზარი შემოსავლების მიხედვით არის ერთ-ერთი მსხვილი (3 ტრილიონი აშშ დოლარი, 2019 წ.) და ამავდროულად მზარდი (2014-2019 CAGR- 4.5%). აღნიშნული სექტორის წარმომადგენელი დიდი საერთაშორისო კომპანიები უზრუნველყოფენ დასაქმების მაღალ დონეს, ტრენინგებით და სასწავლო პროგრამებით ადამიანური კაპიტალის განვითარებას, შესაბამისად პროდუქტიულობის ზრდას და ტექნოლოგიურ წინსვლას.

სამომხმარებლო დანახარჯები, რომელიც საავტომობილო ინდუსტრიის ზრდის ერთ-ერთი კრიტიკულად მნიშვნელოვანი და მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორია, ასევე ზრდის ტენდენციით ხასიათდება. კერძოდ, იზრდება ახალი ავტომობილების გაყიდვების მაჩვენებელი და ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ნაწილების გაყიდვები (aftermarket consumption).

Marketline-ის გაანგარიშებით, 2018-2022 წლებში ახალი მანქანების გაყიდვების მოცულობის წლიური 4%-იანი ზრდა არის მოსალოდნელი, რის შედეგადაც 2022 წელს გაყიდული მანქანების რაოდენობა 81.9 მილიონს მიაღწევს. ამავდროულად, ახალ და განვითარებად ბაზრებზე მოთხოვნის ზრდა იქნება ავტო ინდუსტრიის ზრდის ერთ-ერთი მთავარი მამოძრავებელი ძალა. აღნიშნული ფაქტორები კი პირდაპირ კავშირშია ავტომობილების ნაწილების და კომპონენტების ინდუსტრიის ზრდასა და განვითარებასთან, ვინაიდან ახალ ავტომობილებზე გაზრდილი მოთხოვნა იწვევს მზარდ მოთხოვნას საავტომობილო ნაწილების ინდუსტრიაშიც.

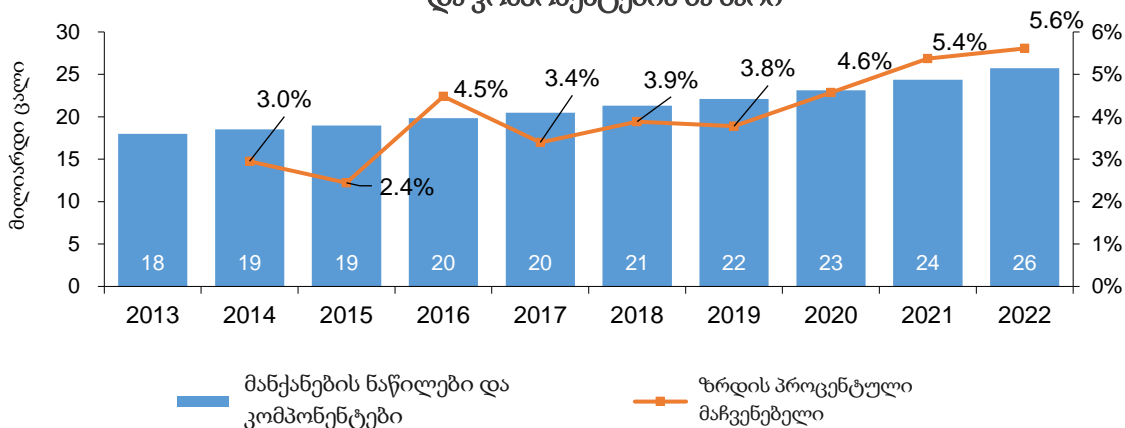
დიაგრამა #18: ახალი ავტომანქანების ბაზარი



წყარო: Industry Profile Global Automotive Aftermarket, MarketLine

აღსანიშნავია, რომ ავტომობილების მოხმარების საშუალო ხანგრძლივობა იზრდება, რაც ახალი ნაწილების საჭიროებას კიდევ უფრო ზრდის. მოსალოდნელია, რომ ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ნაწილების გაყიდვები (Aftermarket Consumption) გაიზარდება წლიური 4.6%-ით და 2022 წლის ბოლოსთვის 25,716 მილიონ ერთეულს მიაღწევს. 2017-2022 წლების პერიოდში კი ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ავტონაწილების და კომპონენტების ბაზრის წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) შეადგენს 7.4%-ს და 2022 წლისთვის მიაღწევს 1.343 მილიარდ აშშ დოლარს. განსაკუთრებით დიდი ზრდა კი მოსალოდნელია აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონში, სადაც იმავე პერიოდში წლიური ზრდა სავარაუდოდ 12%-ს შეადგენს.

დიაგრამა #19: ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ნაწილების და კომპონენტების ბაზარი



წყარო: Industry Profile Global Automotive Aftermarket, MarketLine

ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ბაზრის ორგანიზებიდან გამომდინარე, მრავალი სხვადასხვა ტიპის მწარმოებელი არის ჩართული საბოლოო პროდუქტის შექმნაში. ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლები (OEMs) უფრო მეტად ფოკუსირდებიან დიზაინის, აწყობის და მარკეტინგის ღონისძიებებზე, ხოლო საავტომობილო ნაწილების და კომპონენტების ინდუსტრია აწარმოებს თითქმის ყველა ნაწილს, გარდა ძრავისა, რომელსაც ხშირ შემთხვევაში თავად OEM კომპანიები ქმნიან. კერძოდ, ე.წ. პირველი დონის მწარმოებლები (First-tier manufacturers) უშვებენ ორიგინალ პროდუქტებს უშუალოდ ავტომობილების ასაწყობად, რომლებსაც აწვდიან OEM მწარმოებლებს და ასევე, აწარმოებენ ნაწილებს შემდგომში ავტომობილების შესაკეთებლად (aftermarket components). მეორე და მესამე დონის მწარმოებლები (Second tier, Third tier) სპეციალიზირებული არიან პირველი დონის მწარმოებლებისთვის პატარა ნაწილების წარმოებაში.

მსხვილი მულტინაციონალური კორპორაციების მიერ განვითარებად ქვეყნებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების განხორციელება მნიშვნელოვნად გაიზარდა 1980-იანი წლებიდან. თავდაპირველად, ამ ტენდენციის უკან მდგომ მიზანს წარმოადგენდა დანახარჯების შემცირება და განვითარებად ქვეყნებში წარმოებული პროდუქტის განვითარებულ ქვეყნებში ექსპორტით უკან დაბრუნება, თუმცა შემდგომში ყურადღება ასევე ადგილობრივ ბაზრებზე არსებულ მოთხოვნაზეც გამახვილდა. ასეთი ღირებულებათა ჯაჭვის განვითარების არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ჯაჭვის შემადგენელი მაღალი ღირებულების შემქმნელი - დიზაინი და ინოვაციები რჩება განვითარებულ ინდუსტრიულ ქვეყნებში, ხოლო წარმოების ნაწილი გადადის განვითარებად ქვეყნებში. საავტომობილო ინდუსტრიაში არსებულ კომპანიებს განვითარებად

ქვეყნებში წარმოების გადატანისას ორი ძირითადი მამოძრავებელი ფაქტორი აქვთ: მზარდი მოთხოვნა და იაფი საოპერაციო დანახარჯები.

შესაბამისად, დიდი საინვესტიციო დანახარჯების და მასშტაბის ეკონომიიდან გამომდინარე, ავტომანქანების მწარმოებელი მულტინაციონალური კომპანიები წარმოების ადგილად (ე.წ. Assembly plant-ებისთვის) ირჩევენ დიდ ადგილობრივ და რეგიონულ ბაზრებს, როგორებიც არის: აშშ, გერმანია, საფრანგეთი, ჩინეთი, ინდოეთი, რუსეთი, სამხრეთ აფრიკა, თურქეთი და ა.შ. პატარა ბაზრის მქონე ქვეყნები კი ავტომობილებით მარაგდებიან დიდ ბაზრებზე არსებული საწარმოებიდან. ამასთან, განვითარებად ქვეყნებში მომხმარებლები უფრო მეტად ცდილობენ რომ შეაკეთონ ავტომობილები და გააუმჯობესონ, ვიდრე შეიძინონ ახალი ავტომობილები. შედეგად, ავტონაწილების ინდუსტრიის გაფართოება და ზრდა ბევრად უფრო მოსალოდნელია განვითარებად ქვეყნებში, რომელთაც აქვს ნაკლებად განვითარებული ინფრასტრუქტურა და მეტწილად ძველი მანქანები.

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ საქართველოში განხორციელებულმა წარმატებულმა რეფორმებმა ქვეყანას საშუალება მისცა, გამხდარიყო ავტომობილების ექსპორტიორი, საკუთარი ავტომობილების წარმოების გარეშე და დღეისათვის ავტო ბიზნესი საქართველოს ეკონომიკის შემადგენელი მნიშვნელოვანი კომპონენტია.

საქართველოს შემოაქვს მანქანები სხვადასხვა ქვეყნიდან და ახდენს მათ ექსპორტს მეზობელ ბაზრებზე. ამან, თავის მხრივ, გამოიწვია ქვეყნის შიგნით ავტონაწილების გაყიდვების და ავტოსერვისის სექტორის განვითარება, ვინაიდან იმპორტირებული ავტომობილები ხშირ შემთხვევაში არის დაზიანებული, ხდება მათი შეკეთება საქართველოს ტერიტორიაზე და შემდგომში ან ადგილობრივ ბაზარზე გაყიდვა ან ექსპორტი. 2018 წელს ავტომობილების იმპორტის შედეგად აქციზით მიღებულმა საგადასახადო შემოსავლებმა შეადგინა 123 მილიონ ლარზე მეტი, მაშინ როდესაც რეექსპორტის შედეგად მიღებულმა შეადგინა 408.3 მილიონი აშშ დოლარი.

Galt & Taggart-ის კვლევის მიხედვით 2010-2018 წლებში ავტომობილების ბიზნესის ნაერთმა წლიური ზრდის ტემპმა (CAGR) საქართველოში შთამბეჭდავი 14.8% შეადგინა და 2018 წელს 2.6 მილიარდ ლარს მიაღწია. საქართველოს ავტოინდუსტრია 3 ძირითადი ქვე-სექტორისგან შედგება: ავტომობილების გაყიდვები, ავტონაწილების გაყიდვები და ავტოსერვისი (შეკეთება). ავტომობილების გაყიდვები უმსხვილესი ქვე-სექტორია, რომელიც მთლიანი სექტორის 64.7%-ს შეადგენს, რომელსაც მოყვება ავტო ნაწილები (31.9%) და მომსახურება და სერვისები (3.4%).

გამომდინარე აქედან, საქართველოს მსგავს პატარა ქვეყნებს, რომელთაც გაფორმებული აქვთ თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები მსხვილ სამომხმარებლო ბაზრებთან, აქვთ შესაძლებლობა აწარმოონ ავტონაწილები ძირითადად საექსპორტო მიზნებისათვის და ასევე მოემსახურონ ადგილობრივ მზარდ ბაზარს (aftermarket consumption/sales). შესაბამისად, საქართველოს აქვს პოტენციალი და აქცენტი უნდა გააკეთოს ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილებისა და კომპონენტების მიმწოდებელ, იგივე პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლებზე, რომლებიც ნაწილებს აწარმოებენ როგორც ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლებისათვის (OEMs), ასევე ემსახურებიან შემდგომი გაყიდვების ბაზარს (aftermarket).

2018 წელს KPMG-ის მიერ განხორციელებული კვლევის „საქართველოს პოტენციური ავტოსატრანსპორტო ნაწილების წარმოებაში“ ფარგლებში შესწავლილი და გაანალიზებული იქნა სხვადასხვა ავტონაწილი და მათი საქართველოში წარმოების შესაძლებლობები და პოტენციალი. კერძოდ, გაანალიზდა თითოეული ავტონაწილის წარმოებასთან დაკავშირებული ხარჯების სტრუქტურა (ნედლეული, მუშახელის ხარჯი, კომუნალური ხარჯი და სხვა) და ასევე თუ რამდენად მნიშვნელოვანია საბოლოო პროდუქტთან ნაწილის წარმოების გეოგრაფიული სიახლოვე, რადგან ავტონაწილების მწარმოებლები ცდილობენ წარმოების პროცესი ავტომობილების ასაწყობი საწარმოების ახლოს იყოს, (თუმცა აღნიშნული არ ეხება მაღალი ღირებულების მქონე, მაღალტექნოლოგიურ ან მსუბუქ ნაწილებს).

კვლევაში ასევე განხორციელდა ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების პრიორიტეტიზაცია შემდეგი მახასიათებლების მიხედვით: წარმოებაში გამოყენებული მაღალი დონის ტექნოლოგია (კაპიტალიზაცია/ინვესტირება), მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელის საჭიროება, გეოგრაფიული მანძილის მნიშვნელობა OEM-სა და ნაწილების მიმწოდებლებს შორის, მუშახელზე ორიენტირებული საწარმოო პროცესი, მომდევნო წლების ტენდენციები/წარმოების შესაძლო ზრდა ან შემცირება, ინდუსტრიაში საწარმოო პროცესის განვითარებად ქვეყნებში გადატანის ტენდენცია (მაგალითად, შრომა-ინტენსიური საწარმოო პროცესის შემთხვევაში საქართველოში წარმოება უფრო მიმზიდველი ხდება).

რანგირებაზე დაყრდნობით გამოიკვეთა 10 პროდუქტი (ავტონაწილი), რომელსაც საქართველოში წარმოების უფრო დიდი პოტენციალი გააჩნია. ეს ნაწილებია: სამუხრუჭე ხუნდები, წამყვანი ხიდის დიფერენციალი, უსაფრთხოების ბალიშები, კონდიციონერები, სითხის ტუმბოები, გასანათებელი მოწყობილობები, რადიატორები, ბამპერები, სარკეები და აალების სანთლები.

აღნიშნული ნაწილები გამოიკვეთა შემდეგი უპირატესობების გაანალიზების შედეგად:

- საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება და ამასთან EU-ს, EFTA-ს ქვეყნების და თურქეთის შემთხვევაში წარმოშობის სერთიფიკატის მისაღებად საჭირო მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის აუცილებელია, რომ გამოყენებული ნედლეულის მოცულობა არ აღემატებოდეს საბოლოო პროდუქტის ღირებულების 25-40 %-ს, ხოლო დსთ-ს და უკრაინის შემთხვევაში 51%-ს, რაც შესრულებადი მოთხოვნაა;
- პროდუქციის საწარმოებლად საჭირო ნედლეული მოიპოვება საქართველოს ან/და რეგიონის ქვეყნებში;
- საქართველოს აქვს შესაძლებლობა კონკურენტული და შედარებით დაბალი ფასის მქონე სამუშაო ძალა მიწოდოს ბაზარს. კერძოდ, ხელფასი საქართველოს ავტონდუსტრიაში მერყეობს 268 დოლარსა და 741 დოლარს შორის. ამასთან, ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს;
- ელექტროენერჯის ხარჯი შეადგენს 0.07 აშშ დოლარს ინდუსტრიული მიზნებისათვის, რაც კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია;
- საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული

ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

საავიაციო ნაწილები და კომპონენტები

საჰაერო ტრანსპორტის სამოქმედო ჯგუფის (ATAG) მონაცემების მიხედვით გლობალური საავიაციო ინდუსტრიის მთლიანი ეკონომიკური ეფექტი (პირდაპირი და არაპირდაპირი) შეადგენს 2.7 ტრილიონ აშშ დოლარს, რაც მსოფლიოს მთლიანი შიდა პროდუქტის 3.6 პროცენტს უტოლდება. საჰაერო ტრანსპორტის ინდუსტრია მსოფლიოს მასშტაბით ქმნის 65.5 მილიონ სამუშაო ადგილს (10.2 მილიონი არის ინდუსტრიის მიერ შექმნილი პირდაპირი სამუშაო ადგილი).

საავიაციო ნაწილების წარმოების ბაზრის ზომამ 2018 წელს 877.0 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა. 2018-2025 წლებში კი მოსალოდნელია, რომ ნაერთი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) შეადგენს 3.9 %-ს და 1.14 ტრილიონ აშშ დოლარს გაუტოლდება. კომერციულ თვითმფრინავებზე მოთხოვნის მაღალი ზრდა გამოწვეულია ძველი საჰაერო ფლოტის ახალი თაობის, მსუბუქ წონიანი და საწვავის მიხედვით ეფექტური თვითმფრინავებით ჩანაცვლებით, რაც მომდევნო წლებში კიდევ უფრო გაიზრდება. პროგნოზის მიხედვით, მომდევნო 20 წლის პერიოდში, საჰაერო ბაზარი 2.5-ჯერ გაიზრდება, ხოლო 2038 წლისათვის მსოფლიოში არსებული თვითმფრინავების ფლოტი გაორმაგდება. შესაბამისად, გაიზრდება შესაძლებლობები საავიაციო ნაწილების ბაზრის მოთამაშეებისათვის, ვინაიდან აუცილებელი გახდება მძიმე ნაწილების მსუბუქი ნაწილებით ჩანაცვლება და პროდუქციის მოცულობის მნიშვნელოვნად გაზრდა.

საავიაციო წარმოება, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ბაზრის მსგავსად, შედგება ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლებისა (OEMs) და ნაწილების მიმწოდებელი პირველი, მეორე და მესამე დონის კომპანიებისგან (Tier 1-2-3 suppliers). OEM კომპანიები უზრუნველყოფენ თვითმფრინავების აწყობას, პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლები კი თავის მხრივ აწარმოებენ ნაწილებს, რომელიც თვითმფრინავის ასაწყობად გამოიყენება.

უკანასკნელი წლების განმავლობაში, დიდი საერთაშორისო კომპანიების მიერ ახალი სტრატეგიების საფუძველზე საავიაციო წარმოება სტრუქტურულად შეიცვალა. აღნიშნული მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან ცვლილებას, მათ შორის:

- გამარტივდა სერტიფიცირების პროცესი ევროპის გარეთ მყოფი კომპანიებისათვის, რის შედეგადაც გაუმჯობესდა მათი ბაზარზე წვდომა;
- კონკურენციის ზრდამ უფრო აქტუალური გახადა წარმოების ხარჯების ოპტიმიზაციის საკითხი;
- გაუმჯობესდა წვდომა ადამიანურ კაპიტალსა და ნედლეულზე.

შედეგად, ნაწილების მიმწოდებლები კონცენტრირდნენ ხარჯების შემცირებაზე და არაეფროპული წარმოების პროდუქციის შესყიდვა გაიზარდა. ეს მიუთითებს განვითარებადი ქვეყნების, როგორც საავიაციო ნაწილების ექსპორტიორების როლის ზრდაზე, რაც აჩენს დამატებით შესაძლებლობასა და პოტენციალს, რომ ამ ქვეყნებმა მოიზიდონ პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლები და დანახარჯების შემცირების მიზნით გადმოიტანონ საწარმოები ხსენებულ ქვეყნებში.

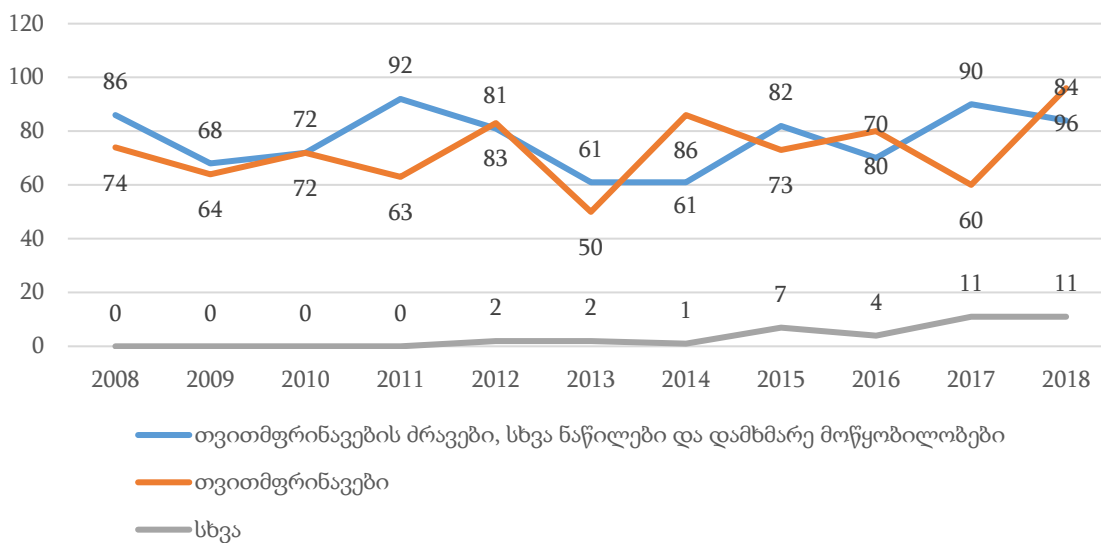
ცხრილი #7: საავიაციო ნაწილების მწარმოებლების მიერ განხორციელებული ინვესტიციები 2003-2019 წლებში

სექტორი	პროექტების რაოდენობა	კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი)	ინვესტიცია საშუალოდ ერთ პროექტში (მლნ აშშ დოლარი)	შექმნილი სამუშაო ადგილები	სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე	კომპანიების რაოდენობა
თვითმფრინავის ნაწილები	1 159	49 617,1	42,8	183 832	158	485
თვითმფრინავები	1 043	40 703,5	39,0	173 787	166	378
სხვა (საჰაერო წარმოება)	43	1 865,9	43,4	4 778	111	34
ჯამი	2 245	92 186,4		362 397		825

წყარო: FDI Markets

2003 წლიდან 2019 წლამდე საავიაციო ნაწილების მწარმოებელი კომპანიების მიერ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის განხორციელებით 1159 საწარმო შეიქმნა, რის საფუძველზეც 183 832 ადამიანი დასაქმდა. ამასთან, საშუალო კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა შეადგენს 42,8 მილიონ აშშ დოლარს, რაც სხვა სექტორებთან შედარებით ინვესტიციის საშუალო მოცულობის მაღალი მაჩვენებელია. ასევე აღსანიშნავია, რომ 2018-2019 წლებში საავიაციო ინდუსტრიაში განხორციელებული FDI პროექტების ტენდენცია დინამიურია და ინარჩუნებს ახალი პროექტების მაღალ მაჩვენებელს.

დიაგრამა #20: საავიაციო წარმოების მიერ განხორციელებული FDI პროექტები 2008-2018 წლებში



წყარო: FDI Markets

2018 წლის მონაცემების მიხედვით, ჩრდილოეთ ამერიკას საავიაციო ნაწილების ბაზრის 51.3% უკავია. მეორე ადგილს იკავებს ევროპა და შემდეგ მოდის აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი. აზია-წყნარი ოკეანე შეფასებულია, როგორც ყველაზე სწრაფად მზარდი ბაზარი, მეტწილად რეგიონში ტექნიკური მხარდაჭერის, შეკეთების და სარემონტო (MRO) აქტივობის გაზრდის მიზეზით. მოსალოდნელია, რომ რეგიონი საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების ერთ-ერთი უმსხვილესი მწარმოებელი გახდება. ამასთან, ჩინეთი განსაკუთრებით მომგებიან პოზიციაშია ქვეყანაში არსებული ნედლეულის და იაფი მუშახელის ადვილად ხელმისაწვდომობის გამო.

გამომდინარე იქედან, რომ საავიაციო ნაწილების სექტორი არის მზარდი და ფიქსირდება განვითარებად ბაზრებზე წარმოების დანახარჯების შემცირების მიზეზით წარმოების გადატანის ტენდენცია, საქართველოს აქვს შესაძლებლობა და პოტენციალი, საკუთარი ბაზარი შესთავაზოს სექტორში არსებულ ნაწილების მიმწოდებელ კომპანიებს და განავითაროს აღნიშნული ინდუსტრია ქვეყანაში. განსაკუთრებით იმ პირობებში, როდესაც ქვეყანას აქვს საავიაციო წარმოების ისტორიული გამოცდილება და ამჟამად, არსებობს წარმატებული საერთაშორისო თანამშრომლობის მაგალითი. კერძოდ, ქვეყანაში ფუნქციონირებს თვითმფრინავების კომპოზიტური ნაწილების მწარმოებელი ქარხანა, რომლის მომხმარებელს უკვე წარმოადგენს „ბონგი“ და მიმდინარეობს მოლაპარაკებები სხვა მოწინავე კომპანიებთან.

სავიაციო ნაწილების წარმოების პოტენციალი საქართველოში განპირობებულია შემდეგი კონკურენტული უპირატესობებითა და ტენდენციებით:

- საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება;
- ქვეყანა საერთაშორისო კომპანიებს სთავაზობს კონკურენტული ფასის კვალიფიციურ სამუშაო ძალას;
- ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს;
- ელექტროენერჯის ხარჯი შეადგენს 0.07 აშშ დოლარს ინდუსტრიული მიზნებისათვის, რაც კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია;
- საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება

კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების წარმოების სექტორი არის მრავალფეროვანი და მსხვილი ინდუსტრია, რომელიც მოიცავს კომპიუტერებს, საკომუნიკაციო მოწყობილობებს, ელექტროსადენებს, გაზომვის და ტესტირების ხელსაწყოებს, ოპტიკურ ინსტრუმენტებს, სამედიცინო დანადგარებს, სამომხმარებლო ელექტრონიკას, საყოფაცხოვრებო ხელსაწყოებს და ა.შ. სექტორში არსებული მწარმოებელი კომპანიები შეიძლება დაიყოს

ნაწილების/კომპონენტების და საბოლოო პროდუქციის მწარმოებლებად (ბრენდის მფლობელები, რომლებიც ქმნიან კონცეფციას, დიზაინს და აწყობენ საბოლოო პროდუქტს).

სექტორის ზრდის მთავარი მამოძრავებელი ფაქტორი არის ტექნიკის/მოწყობილობების გამოცვლის სიხშირე და მოთხოვნის ზრდა გარკვეული ტიპის პროდუქტზე, როგორცაა: სმარტფონები, ხელოვნური ინტელექტი, სამომხმარებლო ტექნიკა და ა.შ. ინდუსტრიის სწრაფი ზრდა ასევე დაკავშირებულია განვითარებადი ქვეყნების ბაზარზე მოთხოვნის ზრდასთან. სხვა სექტორებთან შედარებით საკმაოდ მზარდია კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების რაოდენობის და შექმნილი ახალი სამუშაო ადგილების დინამიკა ბოლო ათწლეულის განმავლობაში.

ცხრილი #8 აჩვენებს კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების სექტორის რამდენიმე მსხვილ ქვე-სექტორში გლობალურად განხორციელებულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს და ამ ინვესტიციების მახასიათებლებს 2003-2019 წლებში.

ცხრილი #8

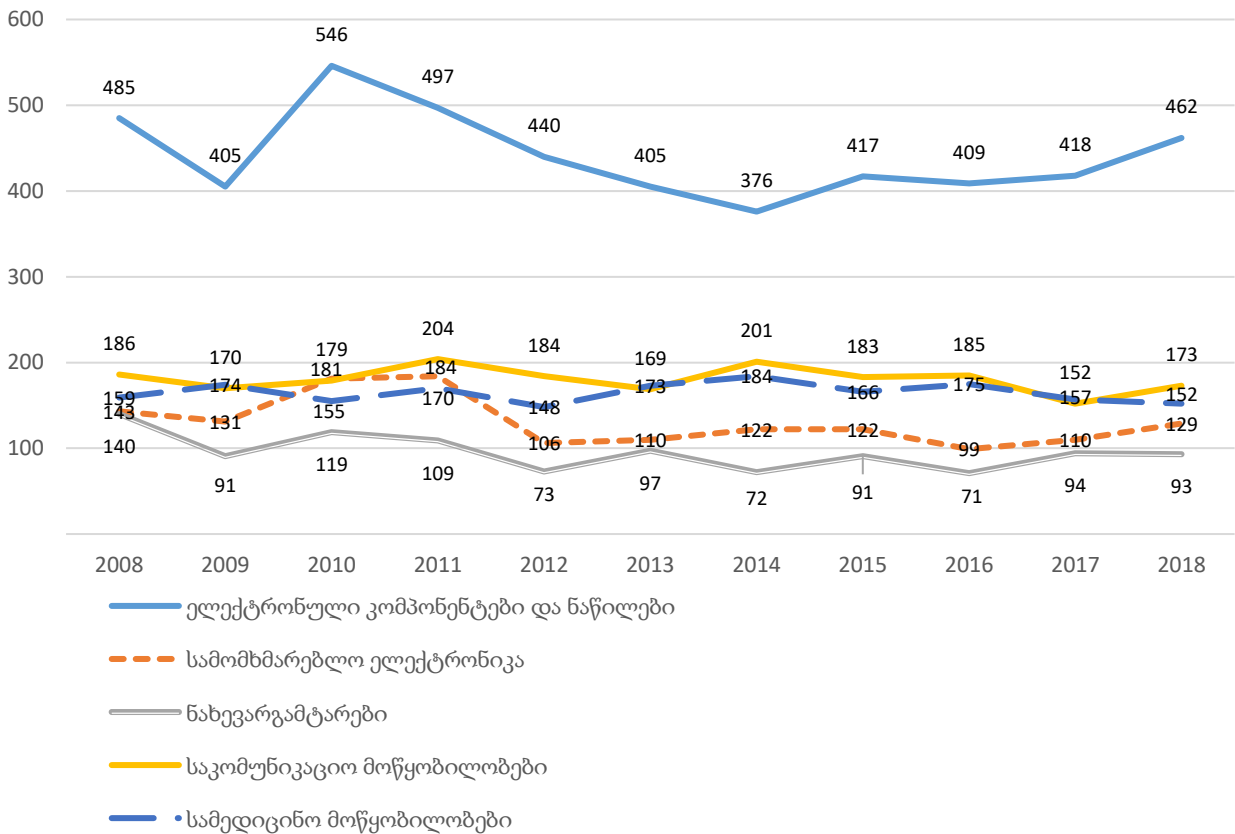
სექტორი	პროექტების რაოდენობა	კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი)	ინვესტიცია საშუალოდ ერთ პროექტში (მლნ აშშ დოლარი)	შექმნილი სამუშაო ადგილები	სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე	კომპანიების რაოდენობა
ელექტრონული კომპონენტები და ნაწილები	6,712	321,798.9	47.9	1,601,439	238	3,318
სამომხმარებლო ელექტრონიკა	2,352	71,468.1	30.4	604,858	257	944
ნახევარგამტარები	2,104	278,537.4	132.4	500,855	238	838
საკომუნიკაციო მოწყობილობები	3,059	100,639	32.9	629,934	205	1,210
სამედიცინო მოწყობილობები	2,476	45,862	18.5	225,241	90	1,302
ჯამი	16,703	818,305.4		3,562,327		7,612

წყარო: FDI Markets

საერთაშორისო კომპანია „FDI Markets“ ბაზაზე დაყრდნობით, 2003-2019 წლის განმავლობაში ყველაზე მეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა ელექტრონული კომპონენტების და ნაწილების, ნახევარგამტარების და საკომუნიკაციო მოწყობილობების წარმოების მიმართულებით. საშუალოდ ყველაზე მეტი სამუშაო ადგილი შეიქმნა სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოების საინვესტიციო პროექტებში, ხოლო საშუალოდ ერთ პროექტზე ყველაზე მსხვილი ინვესტიცია განხორციელდა ნახევარგამტარების მიმართულებით.

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში განხორციელებული პროექტების რაოდენობის დინამიკა ქვე-სექტორების მიხედვით საკმაოდ სტაბილურია. თუმცა აღნიშნული პერიოდის მანძილზე, ყოველ წელს პროექტების თითქმის ნახევარი ხორციელდებოდა ნაწილების და კომპონენტების წარმოების მიმართულებით.

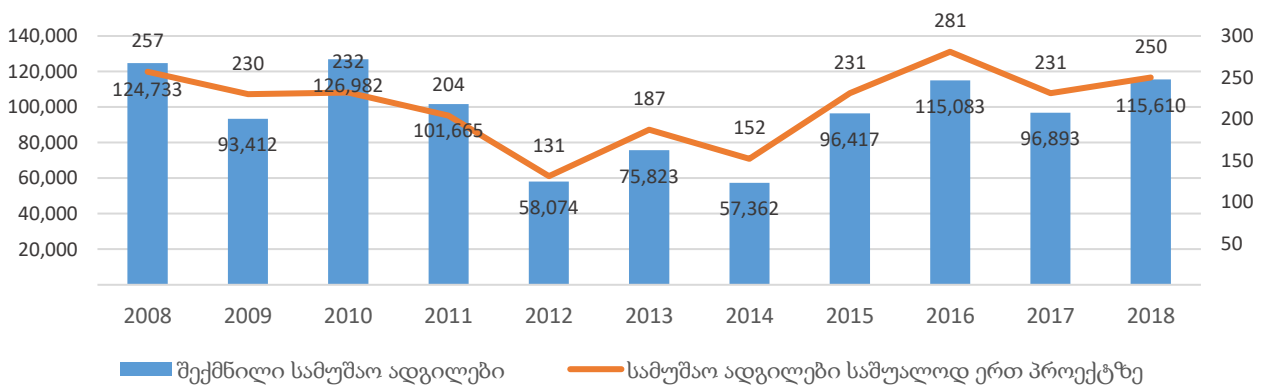
დიაგრამა #21: განხორციელებული საინვესტიციო პროექტების რაოდენობა 2008-2018 წლებში



წყარო: FDI Markets

ამასთან, ნაწილების და კომპონენტების წარმოების ქვე-სექტორში საინვესტიციო პროექტების და შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობის ტენდენცია მზარდია ბოლო 5 წლის განმავლობაში.

დიაგრამა #22: ახალი სამუშაო ადგილები ელექტრონული კომპონენტების და ნაწილების წარმოების ქვე-სექტორში 2008-2018 წლებში



წყარო: FDI Markets

გლობალური ელექტრონული კომპონენტების ბაზრის კვლევის პროგნოზის თანახმად, ელექტრონული კომპონენტების ბაზრის ნაერთი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) 2019-2024 წლებში დაახლოებით 5.6% იქნება. ამასთან, მოსალოდნელია, რომ აზიის ქვეყნების წილი გლობალური ელექტრონიკის ბაზარზე მომდევნო ათწლეულების განმავლობაში კიდევ უფრო გაიზრდება და დაიკავებს მთლიანი ბაზრის ნახევარზე მეტს.

განხორციელებული საინვესტიციო პროექტების რაოდენობის, საშუალოდ ერთ პროექტზე შექმნილი სამუშაო ადგილების და ბოლო წლებში არსებული მზარდი ტენდენციის გათვალისწინებით, ელექტრონული კომპონენტების და ნაწილების წარმოება ერთ-ერთი საინტერესო და ინვესტიციების მოზიდვის კუთხით პრიორიტეტული სექტორია.

საერთაშორისო კომპანიებისთვის ქვეყნის შეფასების და ახალი ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების რამდენიმე მთავარი კრიტერიუმი არსებობს: სამუშაო ძალის კვალიფიკაცია და ღირებულება, ლოგისტიკა, საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომა, გადასახადები და შეღავათები.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების მიხედვით, ქვეყანაში ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების წარმოების სექტორში მოღვაწეობს რამდენიმე საშუალო და მცირე კომპანია, მათ შორის ორი საწარმო, რომელიც პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით შეიქმნა. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული სექტორი მნიშვნელოვნად არ არის განვითარებული, საქართველოს აქვს რამდენიმე ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა, რაც მნიშვნელოვანია სექტორში ინვესტირების გადაწყვეტილების მიღებისას და შესაბამისად, აქვს შესაძლებლობა მოიზიდოს ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების მწარმოებელი კომპანიები. აღნიშნული კონკურენტული უპირატესობები მოიცავს შემდეგს:

- თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება;
- ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს, ხოლო საქართველოს აქვს შესაძლებლობა კონკურენტული და შედარებით დაბალი ფასის მქონე სამუშაო ძალა მიაწოდოს ბაზარს;
- საქართველოს უკავია სტრატეგიული მდებარეობა და ლოგისტიკურად ახლოს არის დიდ ბაზრებთან საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

ტანსაცმლის და ფეხსაცმლის წარმოება

გასული ათწლეულის განმავლობაში ინდუსტრიის ზრდა დიდწილად განაპირობა ტანსაცმელზე გაზრდილმა მოთხოვნამ, ხოლო ნედლეულისა და სამუშაო ძალის მზარდმა ფასებმა წარმოების გეოგრაფიული არეალის ცვლილებას და გაფართოებას შეუწყო ხელი. ყოველივე ზემოთაღნიშნულმა, წამყვან მწარმოებელ კომპანიებს უბიძგა წარმოება განვითარებული ეკონომიკებიდან განვითარებადი ეკონომიკებისკენ გადაეტანათ, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა წარმოების ხარჯები, შეამცირა ტანსაცმლის საერთო ფასი და გახადა ტანსაცმლის პროდუქტები უფრო ხელმისაწვდომი.

მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის (WTO) მიერ გამოქვეყნებული „World Trade Statistical Review 2019“ მიმოხილვის თანახმად, მსოფლიო ტანსაცმლის ექსპორტის ღირებულებამ 2018 წელს შეადგინა 505 მილიარდი აშშ დოლარი, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 11.1%-იან ზრდას წარმოადგენს. გასული წლების მსგავსად, 2018 წელს ჩინეთი, ევროკავშირი (EU 28), ბანგლადეში და ვიეტნამი მსოფლიოს უმსხვილეს ექსპორტიორებად დარჩნენ. მთლიანობაში, ტოპ ოთხეულის წილმა მსოფლიო ბაზრის 72.3% შეადგინა.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ნაჩვენებია მსოფლიოს ტოპ 10 ტანსაცმლის ექსპორტიორი ქვეყანა (ღირებულების მიხედვით)

ცხრილში #9

ქვეყანა	ექსპორტის მოცულობა, 2018 (მლრდ აშშ დოლარი)	ზრდის ტემპი, % (2017-2018)
ჩინეთი	157,8	-0,4
EU (28)	143,5	10,6
ბანგლადეში	32,5	11,1
ვიეტნამი	31,5	13,4
ინდოეთი	16,6	-10,8
თურქეთი	15,7	3,8
ჰონგ კონგი	13,9	-4,4
ინდონეზია	8,9	8,7
კამბოჯა	8,2	14
აშშ	6,0	4,9

წყარო: WTO

საფეიქრო ნაწარმზე მოთხოვნა დამოკიდებულია მოსახლეობის შემოსავლებსა და რეგიონის ეკონომიკურ კეთილდღეობაზე. 2018 წელს მომხმარებელთა მსყიდველუნარიანობის და მოსახლეობის ზომის გათვალისწინებით ევროკავშირი, ამერიკის შეერთებული შტატები და იაპონია არის ტანსაცმლის სამი წამყვანი იმპორტიორი ქვეყანა. საერთო ჯამში, ამ სამეულმა 2018 წელს მსოფლიო ტანსაცმლის 61.5%-ის იმპორტი განახორციელა. იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ განვითარებადი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში მსყიდველუნარიანობის გაუმჯობესება ასევე აისახება მოდის ინდუსტრიის ნაწარმის მოთხოვნის ზრდაზეც, მოსალოდნელია, რომ მომდევნო წლების განმავლობაში ტანსაცმლის იმპორტის ბაზარი უფრო დივერსიფიცირებული გახდება.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ნაჩვენებია მსოფლიოს ტოპ 10 ტანსაცმლის იმპორტიორი ქვეყანა (ღირებულების მიხედვით)

ცხრილში #10

ქვეყანა	იმპორტის მოცულობა (მლრდ აშშ დოლარი)	ზრდის ტემპი, % (2017-2018)
EU (28)	203,7	2,8
აშშ	92,0	0,7
იაპონია	30,3	7,8
ჰონგ კონგი	12,7	2,0
სამხრეთ კორეა	10,8	15,9
კანადა	10,6	4,9
ჩინეთი	8,3	13,7
რუსეთი	7,8	7,3
შვეიცარია	7,5	12,6
ავსტრალია	7,1	2,7

წყარო: WTO

მოდის ინდუსტრიაში ფეხსაცმლის წარმოების სექტორი, ტანსაცმლის წარმოების სექტორის შემდეგ, სიდიდით მეორე ადგილს იკავებს. ფეხსაცმლის ბაზარი მოიცავს ყველა სახის ფეხსაცმელს, რომელიც იწარმოება საბოლოო მომხმარებლისთვის.

ფეხსაცმლის წარმოება 2017-2018 წლებში ხასიათდებოდა ზრდის დადებითი დინამიკით და გაიზარდა 2.7%-ით (World Footwear Yearbook 2019, APICCAPS).

ფეხსაცმლის გლობალურმა ექსპორტმა 2018 წელს ყველა დროის მაქსიმალურ ნიშნულს, 146 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწია, რაც გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 4.5%-იან ზრდას წარმოადგენს. თუმცა, წარმოების გეოგრაფიული გადანაწილების თვალსაზრისით, სექტორი კვლავაც ძლიერ არის კონცენტრირებული აზიაში (სადაც წარმოებული 10 წყვილი ფეხსაცმლიდან თითქმის 9 მზადდება).

პროგნოზის მიხედვით, ფეხსაცმელების მსოფლიო ბაზრის ნაერთმა წლიურმა ზრდის ტემპმა (CAGR) 2018-2023 წლისთვის 3.44% უნდა შეადგინოს, რაც დაახლოებით, 2023 წლისთვის 280.61 მილიარდი აშშ დოლარის შემოსავალს უზრუნველყოფს (Footwear Market 2019 Industry Research, Brandessence Market Research).

გამომდინარე იქიდან, რომ ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის წარმოება გამოირჩევა დასაქმების მაღალი მაჩვენებლით და ძირითად შემთხვევაში ორიენტირებულია ექსპორტზე, ხსენებული სექტორი წარმოადგენს ერთ-ერთ მიმზიდველ მიმართულებას პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მოზიდვის კუთხით.

FDI Market 2019 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით 2003-2018 წლებში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კომპანიების, პროექტების და შექმნილი სამუშაო ადგილების მიხედვით მოცემულია ცხრილში #11.

ცხრილი #11

სექტორი	პროექტების რაოდენობა	კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი)	შექმნილი სამუშაო ადგილები	სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე	კომპანიების რაოდენობა
ტანსაცმლის წარმოება	1,525	31,301	531,801	348	843
ფეხსაცმლის წარმოება	313	8,281	199,495	637	205
სულ	1,838	39,582	731,296	985	1,048

წყარო: FDI Market

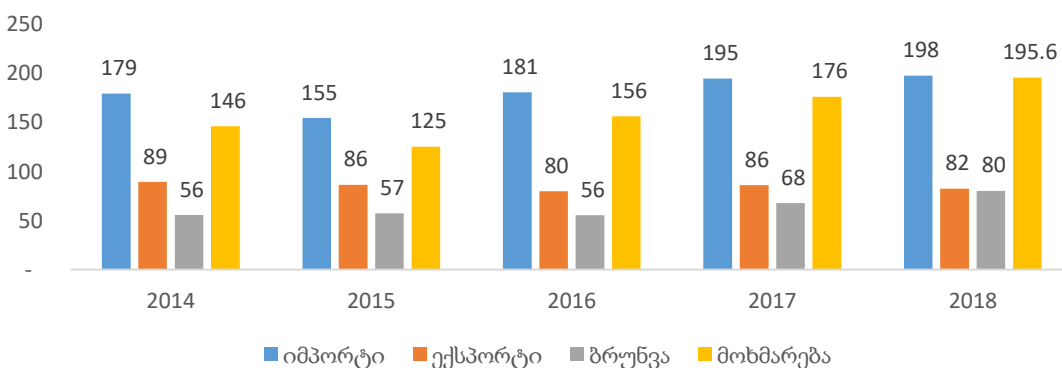
საერთაშორისო ბრენდები ხარჯების ოპტიმიზაციის მიზნით აქტიურად ეძებენ ახალ გეოგრაფიულ არეალებს საწარმოო პროცესების გადასატანად. აგრეთვე, სექტორის შრომით ინტენსიურობიდან გამომდინარე, აღმოსავლეთ ევროპაში არსებულ საწარმოებს უჭირთ დამატებითი დაკვეთების აღება უმუშევრობის დაბალი დონით განპირობებული კადრების სიმცირიდან გამომდინარე.

საქართველოში აღნიშნული პროდუქციის წარმოების მიმართულებით მრავალი ათწლეულის მანძილზე დაგროვდა ისტორიული ცოდნა და გამოცდილება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რომ ბოლო ათწლეულის მანძილზე სექტორმა განიცადა ტრანსფორმაცია და საქართველოში დაიწყო ცნობილი ბრენდების ტანსაცმლის წარმოება. ბოლო ათწლეულის განმავლობაში სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა თითქმის გაორმაგდა და 7500 ადამიანს გადააჭარბა. ქვეყანაში არსებობს ფეხსაცმელების და ტანსაცმლის მწარმოებელთა აგლომერაცია 3 გეოგრაფიულ არეალში: აჭარის რეგიონი, იმერეთის რეგიონი და ქ. თბილისი.

2014 წლიდან 2018 წლამდე ტანსაცმლის სექტორის გამოშვება და მოხმარება მზარდია და პოზიტიური ტენდენციით ხასიათდება. სექტორის ბრუნვის ნაერთმა წლიურმა ზრდის ტემპმა (CAGR) 2014-2018 წლებში 9.3% შეადგინა და 2018 წელს სექტორის ბრუნვამ 80 მლნ აშშ დოლარს მიაღწია.

2014-2018 წლებში საქართველოში ტანსაცმლის წარმოების სექტორის იმპორტი, ექსპორტი, ბრუნვა და მოხმარება მილიონ აშშ დოლარში მოცემულია დიაგრამაზე #23

დიაგრამა #23

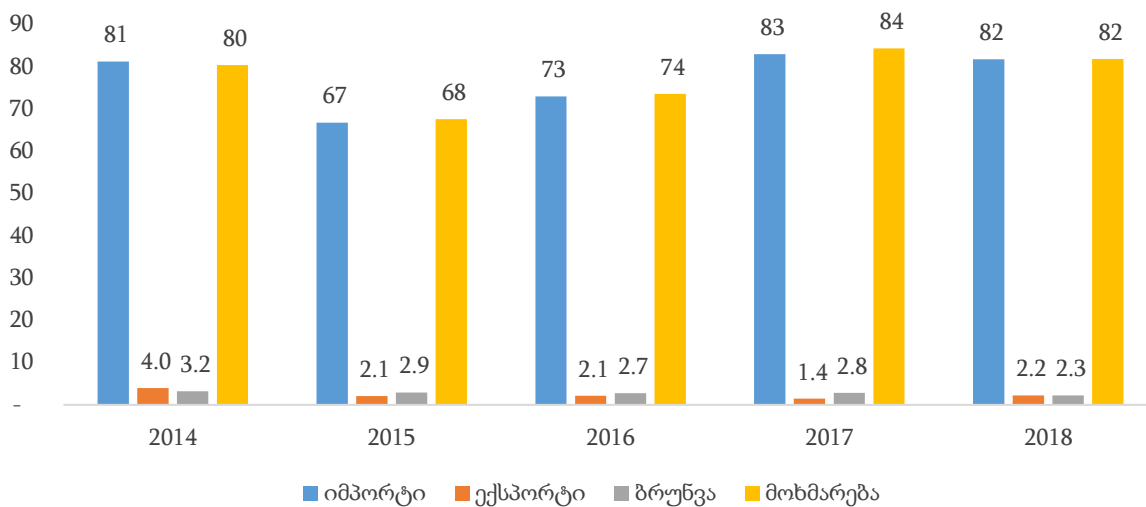


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ფეხსაცმლის სექტორის 2014-2018 წლების ტენდენციები, ტანსაცმლის სექტორის მზარდ მაჩვენებელს ჩამორჩება. თუმცა, ფეხსაცმლის სექტორისთვის, ტანსაცმლის სექტორის მსგავსად, მნიშვნელოვანია სამუშაო ძალაზე ხელმისაწვდომობა, რასთან მიმართებაშიც საქართველოს გააჩნია გარკვეული კონკურენტული უპირატესობა და შესაბამისად, პოტენციური ჩაერთოს ფეხსაცმლის წარმოების გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვში.

2014-2018 წლებში საქართველოში ფეხსაცმლის წარმოების სექტორის იმპორტი, ექსპორტი, ბრუნვა და მოხმარება მილიონ აშშ დოლარში მოცემულია დიაგრამაზე #24.

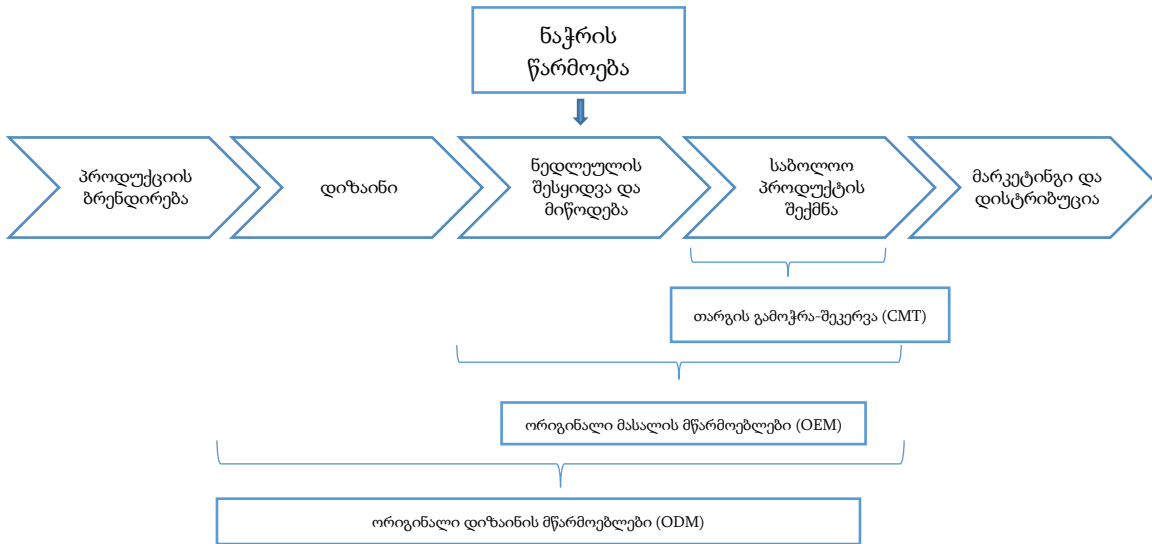
დიაგრამა #24



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ამჟამად, საქართველოში არსებული საწარმოების მიერ საერთაშორისო ბრენდებისთვის დაკვეთის შესრულება შემოიფარგლება ე.წ. „CMT“ პროცესით (“Cut-Make-Trim”), რაც გულისხმობს თარგის გამოჭრას და ტანსაცმლის შეკერვას. „CMT“ პროცესისას სამკერვალო ქარხანა ნედლეულს (ნაჭერს) იღებს დამკვეთი ბრენდისგან, კერავს პროდუქციას და აწვდის დამკვეთს. თუმცა, ქვეყანას აქვს პოტენციური წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვში ინტეგრირდეს სხვა მაღალი ღირებულების შემქმნელ საფეხურებზე, მაგალითად ორიგინალი მასალის მწარმოებელ საფეხურზე (OEM - Original Equipment Manufacturing). „OEM“ საფეხურზე, საწარმო პასუხისმგებელია ნედლეულის შესყიდვაზე, საბოლოო პროდუქციის შექმნაზე და მის მიწოდებაზე საბოლოო მომხმარებლისათვის. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ისეთი ფუნქციები, როგორიცაა პროდუქციის დიზაინი და ბრენდირება, არის დამკვეთი უცხოური ბრენდის შიდა ძირითადი კომპეტენცია (Core Competence), რის აუთსორსინგსაც ნაკლებად ახდენენ კონტრაქტორ და ქვეკონტრაქტორ კომპანიებზე.

დიაგრამა #25



წყარო: Aid for trade and value chains in textiles and apparel. OECD/WTO/IDE-Jetro

ტანსაცმლის და ფეხსაცმელების წარმოების პოტენციური საქართველოში განპირობებულია შემდეგი კონკურენტული უპირატესობებითა და ტენდენციებით:

- საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები დიდ სამომხმარებლო ბაზრებთან, როგორცაა ევროკავშირი და დსთ-ს რეგიონი
- ინვესტორისათვის გადაწყვეტილების მიღების მთავარი კრიტერიუმად სამუშაო ძალის არსებობა განისაზღვრება, რომელიც საქართველოში საკმაოდ კონკურენტულია ფასისა და კვალიფიკაციის თანაფარდობის თვალსაზრისით
- სტრატეგიული ადგილმდებარეობის გამო საქართველოში წარმოების შემთხვევაში ინვესტორებისთვის უპირატესობაა შეკვეთის შესრულების ნაკლები დრო (lead time), რაც მნიშვნელოვანია ე.წ. “Fast Fashion” ინდუსტრიის პროდუქციის მოკლე სასიცოცხლო ციკლებიდან გამომდინარე
- საქართველოს აქვს საერთაშორისო ბრენდების ტანისამოსის წარმოების გამოცდილება

წარმოების სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

მნიშვნელოვანია, რომ წარმოების კუთხით პრიორიტეტულად იდენტიფიცირებული ოთხი მიმართულებიდან სამი (ავტონაწილები, საავიაციო ნაწილები, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილები) ქვეყნისათვის საწარმოების შექმნის/გადმოტანის თვალსაზრისით ახალი მიმართულებებია. შესაბამისად, სექტორების მიხედვით ამჟამად ქვეყანაში მხოლოდ წარმატებული პროექტების ინდივიდუალური შემთხვევები არსებობს. ყოველივე ხსენებული მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს ამ სექტორებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების სწრაფად მოზიდვის კუთხით.

საავიაციო ნაწილების წარმოების სექტორის საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაციისას გასათვალისწინებელია, რომ ქვეყანაში უკვე არსებობს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით კომპოზიტური ნაწილების მწარმოებელი ქარხნის შექმნის და წარმატებულად ოპერირების ისტორია. შესაბამისად, ხსენებული მნიშვნელოვანი ფაქტორი იქნება პოტენციური

ინვესტორებისათვის ქვეყნის მიმართ ნდობის შექმნისა და სექტორის პოტენციალის წარდგენის კუთხით. ამასთან, ხსენებული წარმატების ისტორიის მასშტაბურობა, საშუალებას იძლევა, კომუნიკაცია დავამყაროთ პოტენციური ინვესტორების უფრო ფართო სპექტრთან.

ამ ეტაპისათვის, ქვეყანას არ გააჩნია მნიშვნელოვანი წარმატების ისტორია, ავტონაწილების და ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების წარმოების სექტორებში. შესაბამისად, პრიორიტეტს წარმოადგენს უმოკლეს ვადებში ამ სექტორებში, პირველი პროექტების მოზიდვა, რომ მოხდეს ქვეყანაში ამ სექტორებში პირველი წარმატებული საწარმოს ოპერირების პრეცედენტის შექმნა, რაც თავის მხრივ დაეხმარება სააგენტოს მომდევნო ეტაპზე უფრო მსხვილ და მასშტაბურ მწარმოებლებთან კომუნიკაციაში.

ტანისამოსის და ფეხსაცმლის წარმოება საკმაოდ განვითარდა ბოლო ათწლეულის განმავლობაში და ამჟამად ქვეყანაში ფუნქციონირებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით შექმნილი ათამდე საწარმო, რომელიც ძირითადად საექსპორტო ბაზრებისთვის ამზადებს პროდუქციას. სექტორის მეტად განვითარების მიზნით, ინვესტიციების მოზიდვისას აქცენტი გაკეთდება ორი ჯგუფის კომპანიებზე, კერძოდ: კომპანიებზე, რომლებიც აწარმოებენ რთულად შესაკერ პროდუქციას და შესაბამისად, მეტ დამატებით ღირებულებას ქმნიან ქვეყანაში - ასეთი პროდუქტების მაგალითია: პალტო, კაბა, პიჯაკი, პერანგი და ა.შ. ასევე, საშუალო და მაღალი კლასის ბრენდების მწარმოებელ კომპანიებზე, რომლებიც იყენებენ ევროპულ ნედლეულს და შესაბამისად, კუმულაციური წარმოშობის კრიტერიუმებით წარმოშობის სერთიფიკატის მიღება შეუძლიათ. ხსენებული ორი კრიტერიუმი სააგენტოს მიერ გამოყენებული იქნება სამიზნე კომპანიების შერჩევის დროს.

3. სტრატეგიის მიზნები და ამოცანები

წინამდებარე თავში განხილულია სტრატეგიის მიზნები და თითოეული მათგანის მისაღწევად დასახული უფრო კონკრეტული ამოცანები. აღნიშნული მიზნების, ამოცანების და აქტივობების განხორციელების შედეგად მოსალოდნელია, რომ 2020-2021 წლებში სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ ინვესტიციების მიმართულების ჩართულობით დაიწყება 25-დან 30-მდე საინვესტიციო პროექტის განხორციელება, რომელთა ჯამური საინვესტიციო მოცულობა იქნება 225 მლნ აშშ დოლარი და შექმნის 3500-მდე სამუშაო ადგილს.

ამასთან, სტრატეგიის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია საერთაშორისო მასშტაბით საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ ცნობადობის ამაღლება და საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია.

მიზანი 1: ინვესტიციების პრო-აქტიურად მოზიდვა

საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაციისთვის და პრიორიტეტულ სექტორებში ახალი საინვესტიციო პროექტების დაწყების ხელშეწყობისთვის საჭიროა საერთაშორისო პოტენციურ ინვესტორ კომპანიებთან პრო-აქტიური მუშაობა. მიზნის მისაღწევად გამოყენებული იქნება პრო-აქტიური კომუნიკაცია, რომელიც მოიცავს შემდეგ საფეხურებს:

დიაგრამა #26



ამოცანა 1.1 პრიორიტეტულ სექტორებში სამიზნე კომპანიების იდენტიფიცირება

პოტენციური ინვესტორი კომპანიების შერჩევა ხდება სექტორის, ქვე-სექტორის, კომპანიის ბიზნეს აქტივობების გეოგრაფიული გადანაწილების ფინანსური მაჩვენებლების, საჯაროდ და/ან წლიურ ანგარიშებში გაცხადებული გეგმების და სხვა კრიტერიუმების მიხედვით. კომპანიების შესარჩევად გამოყენებულ იქნება როგორც საჯარო, ასევე საერთაშორისო სპეციალური მონაცემთა ბაზები. 2020-2021 წლებში დაგეგმილია პრიორიტეტული სექტორებიდან 7,000-მდე კომპანიის პროფილის შესწავლა, რომელთაგანაც შემდგომი კომუნიკაციის მიზნებისთვის შეირჩევა 700-მდე კომპანია. 700 კომპანიაზე მომზადდება პროფილი, რომელიც მოიცავს ინფორმაციას რეგიონში არსებული აქტივობების შესახებ (მაგ: ეზრდება თუ არა გაყიდვები და აქვს თუ არა საწარმო ისეთ ქვეყნებში, რომლებთანაც საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები) და შესაბამისი მონახაზი, თუ რატომ შეიძლება ინვესტორი დაინტერესდეს საქართველოთი.

ასევე, მნიშვნელოვანია კომპანიებში სწორი საკონტაქტო პირების შერჩევა, პირის, რომელიც რეგიონში კომპანიის საქმიანობის გაფართოებაზე იღებს გადაწყვეტილებას და შესაბამისად, შესაძლებელია განიხილოს საქართველო, როგორც ახალი საინვესტიციო ქვეყანა. შესაბამისად, ინვესტიციების დეპარტამენტი კომპანიების მიხედვით შეარჩევს რამდენიმე საკონტაქტო პირს, მათთან დაკავშირების გზებს და საშუალებებს.

ამოცანა 1.2 სამიზნე კომპანიებთან დაკავშირება და შეხვედრების ორგანიზება

კომპანიებთან კონტაქტის დამყარება მოხდება როგორც პირდაპირი საკომუნიკაციო საშუალებებით (სატელეფონო კომუნიკაცია, ელ. ფოსტა, LinkedIn), ასევე სექტორული ასოციაციების, საელჩოების და საერთაშორისო ღონისძიებების დახმარებით.

პირველადი დაკავშირების მიზანია კომპანიისთვის ინფორმაციის მიწოდება და შეხვედრის ორგანიზება საერთაშორისო კონფერენციის, ბიზნეს ფორუმის და/ან სააგენტოს მიერ ორგანიზებული ე.წ. Roadshow-ს ფარგლებში. აღნიშნული მიზნის შესაბამისად, საერთაშორისო ღონისძიებების შერჩევა ხდება დამსწრე კომპანიების და კომპანიების მხრიდან წარმოდგენილი თანამშრომლების პოზიციების მიხედვით.

პოტენციურ ინვესტორებთან დაკავშირების და საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის გაცნობის მიზნით 2020-2021 წლის მანძილზე დაგეგმილია 35-40 ე.წ. Roadshow და საერთაშორისო ღონისძიება, რომლის შედეგადაც გაიმართება შეხვედრები 400-მდე კომპანიასთან.

შეხვედრებზე კომპანიას მიეწოდება ინფორმაცია საქართველოში ბიზნესის კეთების კუთხით არსებული გარემოს და სექტორის თვალსაზრისით ქვეყნის უპირატესობების შესახებ. ამასთან, განიხილება კომპანიის მხრიდან საქართველოში ვიზიტის განხორციელების შესაძლებლობა. უცხოური კომპანიის დაინტერესების შემთხვევაში, შეხვედრის შემდეგ კომპანია ხშირად ინფორმაციის მოკვლევას იწყებს სპეციალური შიდა ფორმის მიხედვით. ამ შემთხვევაში, ინვესტიციების დეპარტამენტიდან გამოიყოფა ინფორმაციის მიწოდებაზე პასუხისმგებელი პირი, რომელიც უზრუნველყოფს დაინტერესებული მხარის დახმარებას შესაბამისი ინფორმაციის მოძიების კუთხით.

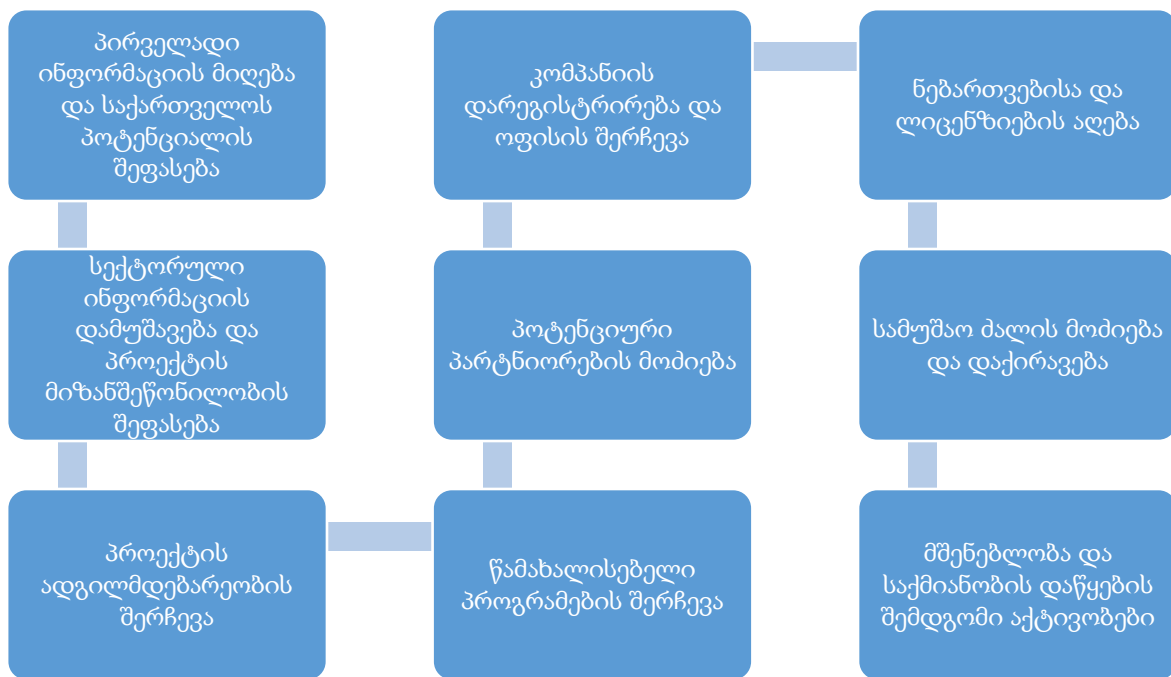
2020-2021 წლებში მოსალოდნელია, რომ ორმხრივი შეხვედრა შედგება 400-მდე შერჩეულ კომპანიასთან. შეხვედრების მიზანია საქართველოში სამუშაო ვიზიტით 100-120 კომპანიის ჩამოყვანა. ვიზიტის დროს კომპანიები ადგილზე დეტალურად ეცნობიან ქვეყანაში არსებულ ბიზნეს გარემოს, სექტორის საინვესტიციო შესაძლებლობებს და სხვა უპირატესობებს.

ამოცანა 1.3 პოტენციური და არსებული ინვესტორების დახმარება ინვესტიციის განხორციელების პროცესში

ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღება საკმაოდ ხანგრძლივი პროცესია და ინვესტიციის განხორციელების სპეციფიკიდან გამომდინარე 1-2 წელი გრძელდება. თუმცა სექტორიდან და პროექტიდან გამომდინარე, შეიძლება ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად კომპანიას გაცილებით დიდი დრო დასჭირდეს. შესაბამისად კომპანიასთან პირველი შეხვედრის შემდეგ კომპანიის მხრიდან საქართველოში დაინტერესების შემთხვევაში იწყება მოლაპარაკებები, რომლებიც ხანგრძლივ დროს მოითხოვს. ამ პერიოდის მანძილზე ინვესტიციების დეპარტამენტმა აქტიური კონტაქტი უნდა შეინარჩუნოს და ხელი უნდა შეუწყოს დაინტერესებულ ინვესტორს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების და შემდგომ უშუალოდ ინვესტიციის განხორციელების პროცესი იყოფა რამდენიმე მსხვილ საფეხურად:

დიაგრამა #27



მთელი პროცესის განმავლობაში პოტენციურ ინვესტორ კომპანიას ემსახურება ერთი გამოყოფილი საკონტაქტო პირი/თანამშრომელი ინვესტიციების დეპარტამენტიდან, რომელიც ხელს უწყობს თანმიმდევრული ნაბიჯების სწრაფ გადადგმაში - აწვდის ინფორმაციას, აკავშირებს შესაბამის კერძო თუ სახელმწიფო უწყებებთან და უწყევს სხვა სახის მხარდაჭერას.

აღსანიშნავია, რომ თითოეული კომპანიის პროექტის შესახებ ინფორმაცია აღირიცხება და დახარისხებული იქნება “CRM” ბაზაში.

ინვესტიციის განხორციელების შემდგომ ინვესტიციების დეპარტამენტი სხვა სახელმწიფო უწყებებთან ერთად პასუხისმგებელია ინვესტორი კომპანიების მუდმივ მხარდაჭერასა და რეინვესტირების წახალისებაზე - შესაბამისად, სააგენტო ითავსებს ე.წ. Aftercare ფუნქციას. ხსენებული თვალსაზრისით, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის მოადგილე უზრუნველყოფს სამინისტროს შიდა და უწყებათაშორის კოორდინაციას.

1.4 საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავების ხელშეწყობა

ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე ორიენტირებულ უწყების - სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფუნქციას წარმოადგენს საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებაში აქტიური ჩართულობა. ხსენებულის ფარგლებში, სააგენტოს ექნება მჭიდრო თანამშრომლობა საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს საინვესტიციო პოლიტიკისა და ინვესტიციების მხარდაჭერის დეპარტამენტთან.

საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესების მიზნით სააგენტო მოახდენს დეპარტამენტისათვის სხვადასხვა ინიციატივის წარდგენას შემდგომი განხილვის, კონსულტაციებისა და შესაბამისობის შემთხვევაში დანერგვისათვის. ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ საინვესტიციო გარემოსთან

დაკავშირებული ცვლილებების დაგეგმვა და განხორციელება მოხდეს სააგენტოსთან მჭიდრო თანამშრომლობით.

მიზანი 2: საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად საქართველოს ერთ-ერთ მთავარ დაბრკოლებად კვლავ რჩება დაბალი ცნობადობა და ხშირ შემთხვევაში ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს შესახებ არასწორი წარმოდგენა. შესაბამისად, აუცილებელია მსოფლიო მასშტაბით ქვეყნის საინვესტიციო იმიჯზე ზრუნვა და საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად დაგეგმილია შემდეგი აქტივობები:

- სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება
- საინვესტიციო გზამკვლევების შექმნა
- საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება
- საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, სტატიებისა და ონლაინ გამოცემების/ანგარიშების მეშვეობით
- ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა

ამოცანა 2.1. სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება

პოტენციური ინვესტორებისთვის საქართველოს შესაძლებლობების წარსადგენად იქმნება სექტორული კვლევები. სექტორული კვლევების მიზანია რეგიონის და საქართველოს პოტენციალის შეფასება, ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების გამოვლენა, საქართველოს შედარება (benchmarking) კონკურენტ ქვეყნებთან და ინვესტორებთან წარსადგენი საინვესტიციო შეთავაზებების/პროექტების მომზადება.

2020 წელს იგეგმება უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა ქვე-სექტორის კვლევას, მათ შორის: სასტუმროების, საოფისე ფართების, სასაწყობო და ინდუსტრიული ფართების, სავაჭრო ობიექტების, საყოფაცხოვრებო ფართების, სპორტული ტურიზმის და ინფრასტრუქტურის, გართობის ინდუსტრიის და MICE ტურიზმის მიმართულებას. კვლევაზე დაყრდნობით მომზადდება 12 საინვესტიციო პროექტი.

ასევე, 2020-2021 წლების განმავლობაში მნიშვნელოვანია განხორციელდეს სექტორული კვლევები შემდეგ პრიორიტეტულ მიმართულებებში: საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების წარმოება, ასევე, კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება.

პერიოდულად განახლდება საინვესტიციო პროექტების კატალოგი, რომელშიც შესულია დაახლოებით 70 კერძო და სახელმწიფო საინვესტიციო პროექტი შემდეგი სექტორებიდან: სასტუმროები და უძრავი ქონება, წარმოება, IT და ბიზნეს პროცესების ავტოსორსინგი (BPO), ენერჯეტიკა, ბუნებრივი რესურსები, ტრანსპორტი და ლოგისტიკა.

ასევე, საქართველოს საინვესტიციო შესაძლებლობების შესახებ ცნობადობის გაზრდის მიზნით სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ კვარტალში ერთხელ მოამზადებს და/ან განაახლებს პრიორიტეტულ სექტორებში არსებულ საინვესტიციო პოტენციალის ამსახველ მასალებს.

ამოცანა 2.2. საინვესტიციო გზამკვლევის შექმნა

პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად მომზადდება და ყოველწლიურად განახლდება საინვესტიციო გზამკვლევი, რომლებიც მოიცავს სხვადასხვა იურიდიულ/საკანონმდებლო საკითხებს და უხსნის ინვესტორს შრომით კანონმდებლობას, საბაჟო პროცედურებს, პრივატიზებასთან დაკავშირებულ საკითხებს, კომპანიის რეგისტრაციის პროცედურებს, სხვადასხვა ნებართვისა და ლიცენზიის აღების პროცედურებს და სხვა საკითხებს. 2020 წელს განხორციელდება ჯამში 11 გზამკვლევის მომზადება:

- კომპანიის რეგისტრაცია საქართველოში
- სამშენებლო ნებართვის აღების პროცედურა
- ინფორმაცია გარემოზე ზემოქმედების შეფასების მომზადებასთან დაკავშირებით
- საქართველოში მოქმედი ლიცენზიებისა და ნებართვების მიმოხილვა
- ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოებისთვის საჭირო ნებართვის აღების პროცედურა
- ბანკის რეგისტრაციის პროცედურა
- თავისუფალი ინდუსტრიული ზონები
- ქონების პრივატიზების რეგულაციები და პროცედურები
- საქართველოს სავაჭრო რეჟიმები და საქონლის წარმოშობის სერთიფიკატის აღების პროცედურები
- გზამკვლევი საბაჟო პროცედურების შესახებ
- შრომის კანონმდებლობა საქართველოში

ამოცანა 2.3. საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება

მნიშვნელოვანია, მუშაობის გააქტიურება ისეთ კომპანიებთან, რომლებიც ამზადებენ ქვეყნების საინვესტიციო პროფილებს და პოტენციურ ინვესტორ კომპანიებს ეხმარებიან მომავალი საინვესტიციო ადგილების შერჩევაში (ე.წ. location advisers). გამოცდილებიდან გამომდინარე, მსგავსი საკონსულტაციო კომპანიების უმეტესობას არ აქვს ინფორმაცია საქართველოზე, შესაბამისად პოტენციური ინვესტორების მხრიდან ახალი საინვესტიციო მდებარეობის შერჩევის მოთხოვნის შემთხვევაში, კონსულტანტების უმეტესობა არ განიხილავს საქართველოს.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, მსგავსი ტიპის კონსულტანტებთან მუდმივი და მჭიდრო თანამშრომლობა, რათა კომპანიებმა თავიანთ კლიენტებს მუდმივად შესთავაზონ საქართველო, როგორც ერთ-ერთი საინტერესო საინვესტიციო ალტერნატივა და ქვეყანა მუდამ იყოს წარმოდგენილი მსოფლიო საინვესტიციო რუკაზე.

ამოცანა 2.4. საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, სტატიებისა და ონლაინ გამოცემების/ანგარიშების მეშვეობით

საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაციისთვის დაგეგმილია სხვადასხვა აქტივობა, მათ შორის: საერთაშორისო ონლაინ პლატფორმებზე და ბიზნეს მედიაში საქართველოს შესახებ ინფორმაციის გავრცელება, საერთაშორისო სექტორულ რეიტინგებში და ანგარიშებში

საქართველოს დამატებაზე და/ან პოზიციების გაუმჯობესებაზე ზრუნვა, საინვესტიციოდ პრიორიტეტული სექტორების ბიზნეს ასოციაციებთან თანამშრომლობა და მათი საქართველოში ვიზიტის ორგანიზება.

საქართველოს შესახებ ცნობადობის ამაღლებისთვის მნიშვნელოვანია საერთაშორისო სექტორული ასოციაციების პლატფორმებზე განთავსდეს საქართველოს შესახებ სტატიები და ანგარიშები, რადგან ბევრი პოტენციური ინვესტორი კომპანია არის მსგავსი ასოციაციის წევრი და ყურადღებას აქცევს სიახლეებს, რომლებიც მსგავსი პლატფორმებით ვრცელდება.

გარდა ამისა, დაგეგმილია აქტიური თანამშრომლობა იმ ორგანიზაციებთან, რომლებიც ჩართული არიან სექტორული რეიტინგებისა და სხვადასხვა დაჯილდოების მომზადებაში. საქართველოს სექტორული რეიტინგების გაუმჯობესება არის ინვესტორებთან კომუნიკაციის მნიშვნელოვანი არაპირდაპირი ინსტრუმენტი, რადგან სექტორის წარმომადგენელი ინვესტორები ქვეყნის ზოგად რეიტინგებთან ერთად უყურებენ სექტორულ რეიტინგებს. ამჟამად ბევრ რეიტინგში საქართველო არ არის წარმოდგენილი და/ან ცუდი პოზიცია უკავია, შესაბამისად დაგეგმილია აქტივობები მსგავს რეიტინგებში საქართველოს შესახებ ინფორმაციის გაუმჯობესებაზე ზრუნვის მიზნით.

ასევე, მნიშვნელოვანია, ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს და პრიორიტეტული სექტორების პოპულარიზაციის მიზნით საერთაშორისო მედია არხების აქტიური გამოყენების ინიცირება. აღნიშნული მოიცავს მედია ტურების ორგანიზებას, საქართველოს საინვესტიციო შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის განთავსებას სტატიებში, ანგარიშებსა და ონლაინ გამოცემებში. მნიშვნელოვანია, პრიორიტეტული სექტორების მიხედვით ბიზნეს მედიის და ბიზნეს ასოციაციების საქართველოში ჩამოყვანა.

ამოცანა 2.5. ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა

ინვესტორებისთვის ინფორმაციის მიწოდების და საქართველოს საინვესტიციო გარემოს შესახებ ცნობადობის გაზრდის მიზნით შექმნილია საინვესტიციო ვებ-გვერდი www.investingeorgia.org/en/, რომელიც მრავალი ინვესტორისთვის ქვეყნის შესახებ ინფორმაციის მიღების პირველი წყაროა. შესაბამისად, ვებ-გვერდზე განთავსებულია საქართველოს ბიზნეს გარემოს შესახებ მიმოხილვა, სექტორული კვლევები, გზამკვლევები და სხვა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია.

ვებ-გვერდზე, ასევე განთავსებულია ქვეყნების შედარების ინსტრუმენტი (benchmarking tool), რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია საქართველოს კონკურენტ ქვეყნებთან შედარება სხვადასხვა კრიტერიუმით, მათ შორის გადასახადები, სახელფასო ხარჯი, ბიზნეს კლიმატი და სხვა.

საინვესტიციო ვებ-გვერდი, ასევე მოიცავს ე.წ. Investment Roadmap-ს, რომელიც ინვესტორებს სექტორების მიხედვით ვიზუალურად აჩვენებს რა ეტაპების გავლა მოუწევთ ინვესტირების პროცესში, საქართველოს გაცნობიდან ოპერირების დაწყებამდე.

ვებ-გვერდზე, ასევე ამუშავდება ინტერაქტიული რუკა, რომელზეც დატანილი იქნება ქვეყნის სტრატეგიული ობიექტები, ინფრასტრუქტურის რუკა, თავისუფალი ინდუსტრიული ზონები, საინვესტიციო პროექტები და ა.შ.

ამასთან, ერთ-ერთ პრიორიტეტად უნდა განისაზღვროს სოციალური ქსელების უფრო აქტიური გამოყენება და საინვესტიციო მიმართულების LinkedIn გვერდის მეტად გააქტიურება.

4. სტრატეგიის განხორციელება

სტრატეგიული სამოქმედო გეგმის წარმატებით განსახორციელებლად და სასურველი შედეგების მისაღწევად საჭიროა სათანადო რესურსები, ელექტრონული პლატფორმები და კოორდინირებული მუშაობა სხვადასხვა სახელმწიფო, არასამთავრობო და კერძო ორგანიზაციებთან.

4.1. მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის პროგრამის (CRM) დანერგვა

საინვესტიციო მიმართულების ინსტიტუციონალური მეხსიერების გაძლიერებისთვის და საინვესტიციო პროექტების მიმდინარეობის უკეთესი მონიტორინგისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია იმ ინფორმაციის შენახვა და დამუშავება, რომელიც სააგენტოში იყრის თავს პოტენციურ და არსებულ ინვესტორებზე. შესაბამისად დანერგება „CRM“ სისტემა, რომელიც საშუალებას იძლევა შენახული იყოს სრული ინფორმაცია პოტენციურ და არსებულ ინვესტორებზე, მათთან მიმდინარე მოლაპარაკებებზე, დაგეგმილ და განხორციელებულ პროექტებზე. პროგრამის ინტეგრაცია ხდება შესაბამისი ელექტრონული ფოსტის პლატფორმებზე, რაც საშუალებას იძლევა „CRM“ პროგრამაში საინვესტიციო პროექტების მიხედვით იყოს შენახული მიმოწერა. გარდა ამისა, აღნიშნული პლატფორმის მეშვეობით შესაძლებელია სხვადასხვა ჭრილში ანალიტიკის გაკეთება და გუნდის მუშაობის ეფექტურობის მონიტორინგი. მნიშვნელოვანია, რომ უცხოელი ინვესტორების ეფექტური და კოორდინირებული მომსახურებისათვის, აღნიშნულ პროგრამაში, ასევე ჩაერთვებიან ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს შემადგენლობაში შემავალი სხვა უწყებებიც, რომლებიც მონაწილეობენ ინვესტორების მოზიდვისა და მხარდაჭერის პროცესში.

4.2. საერთაშორისო მონაცემთა ბაზებზე წვდომის უზრუნველყოფა

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების (FDI) მოზიდვისთვის აუცილებელია უახლესი და მაქსიმალურად სრული ინფორმაცია საერთაშორისო კომპანიებსა და მათი აქტივობების შესახებ. ამ მიზნით სააგენტოს ექნება წვდომა კომპანიების საერთაშორისო ყველაზე მსხვილ მონაცემთა ბაზაზე D&B Hoovers. აღნიშნული ბაზა მოიცავს ინფორმაციას 105 მილიონი კომპანიის საქმიანობის შესახებ და შესაძლებელია სასურველი კრიტერიუმების მიხედვით სამიზნე კომპანიების გაფილტვრა/მოძიება.

ასევე, მნიშვნელოვანია, ინფორმაციის ფლობა თუ როგორ ედრება საქართველო სხვა კონკურენტ ქვეყნებს ისეთ კატეგორიებში, როგორებიცაა ხელფასები, კომუნალური ხარჯები და სხვა, რომლებიც საინტერესოა პოტენციური ინვესტორებისთვის. აღნიშნულის უზრუნველსაყოფად მნიშვნელოვანია ისეთ ბაზებზე წვდომა, როგორიცაა FDI Markets და FDI Benchmark (The Financial Times ჯგუფი), რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელია საქართველოს სხვა ქვეყნებთან 1000-ზე მეტ კატეგორიაში შედარების უზრუნველყოფა და ინვესტორებთან წარსადგენი საინვესტიციო შეთავაზებების დახვეწა. ამასთან, აღნიშნული ბაზა მოიცავს 95 ათასზე მეტი კომპანიის აქტივობის ანალიზს და ინფორმაციას ე.წ. საინვესტიციო სიგნალების შესახებ.

4.3. თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა

მნიშვნელოვანია საინვესტიციო მიმართულების ინსტიტუციონალური გაძლიერება და ინვესტიციების საკითხებზე მომუშავე გუნდის უნარების განვითარებაზე მუდმივი ზრუნვა. ამასთან, საქართველოს საინვესტიციო გარემოს ცნობადობის ასამაღლებლად და ინვესტიციების მოზიდვაზე პრო-აქტიური მუშაობისთვის საჭიროა თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა.

4.4. 2020-2021 წლების სამოქმედო გეგმა (დანართი #1)

სამოქმედო გეგმა მოცემული მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად დეტალურად განსაზღვრავს სტრატეგიის ფარგლებში განსახორციელებელ აქტივობებს. 2020 წლის სამოქმედო გეგმა წარმოდგენილია დანართის სახით (ექსელის ფაილი), ხოლო 2021 წლის დეტალური გეგმა (შესაბამისი ბიუჯეტის მითითებით) შემუშავდება 2020 წლის IV კვარტალში 2020 წლის აქტივობების შედეგებიდან გამომდინარე.

4.5. სტრატეგიის დაფინანსება

სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა განხორციელდება საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის საფუძველზე, ქვეყნის ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების (BDD) გათვალისწინებით. სტრატეგიის განხორციელებისთვის საჭირო ფინანსური რესურსები ასახულია სამოქმედო გეგმაში.

5. სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი და შეფასება

სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგს განხორციელებს სსიპ-ის „აწარმოე საქართველოში“ ანალიზის, მონიტორინგის და შეფასების დეპარტამენტი. სტრატეგიის მონიტორინგი და შეფასება მოიცავს სტრატეგიაში გაწერილი მიზნების შესრულების ანგარიშების შედგენას და მათ შეფასებას სამიზნე მაჩვენებლებზე დაყრდნობით. ასევე, მონიტორინგის პროცესის მიზანია გამოვლინდეს სტრატეგიასა და დეპარტამენტის საქმიანობაში არსებული ნაკლებად ეფექტიანი აქტივობები და დაისახოს მათი გაუმჯობესების გზები. სტრატეგიის განხორციელების შეფასების მიზნით მომზადდება კვარტალური და წლიური ანგარიშები, ხოლო 2022 წლის იანვარში წარმოდგენილი იქნება სტრატეგიის შესრულების საბოლოო ანგარიში და შეფასება. კვარტალური და წლიური ანგარიშები წარედგინება ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და საქართველოს პრემიერ-მინისტრის აპარატს.