

# Forbes

GEORGIA



რეიტინგი  
საქართველოს  
**100**  
მოგებიანი  
კომპანია

## შესასრულებელი მისია

საქართველოს ბანკს დღეს ბაზრის ერთი მესამედი უკავია და Forbes Georgia-ს ყველაზე მოგებიანი კომპანიების ერთ-ერთი ლიდერია. თუმცა ამაზე გაჩერებას არ აპირებს და ახალ მისიაზე აქტიურად მუშაობს.

# Forbes GEORGIA Life



## სატაშური სატაშური

ქვესატაშური ქვესატაშური ქვესატაშური ქვესატაშური  
ქვესატაშური ქვესატაშური ქვესატაშური ქვესატაშური



**MOMO/shampoo**

Moisturizing shampoo for dry or dehydrated hair. Shampoo idratante per capelli secchi o disidratati. Shampooing hydratant pour cheveux secs ou desséchés.

With yellow melon extract. Con estratto di melone giallo. Avec extrait de melon jaune. From / da / de Mrs. Simone's farm, Dattilo, Trapani, Italy

**davines** 250 ml e 8.45 fl.oz. U.S.

*ESSENTIAL HAIRCARE USES RENEWABLE ENERGY,  
CARBON-NEUTRAL PACKAGING  
AND CONTRIBUTES TO THE PROTECTION OF BIODIVERSITY  
THROUGH THE USE OF INGREDIENTS  
FROM SLOW FOOD PRESIDIA FARMS IN ITALY.*



Presidio Slow Food



**big,  
Estee**  
Professional  
Cosmetics Shop

24, I. Abashidze Str., 0179, Tbilisi, Georgia  
Tel.: + 995 (32) 2 24 24 55

**davines**

WWW.FACEBOOK.COM/DAVINESGEORGIA

• სარჩევი •



54 | შესასრულებელი მისია

საუბარი ბიზნესზე „საქართველოს ბანკის“  
გენერალურ დირექტორთან,  
არჩილ გაჩეჩილაძესთან

ავტორი: ელენე კვანცილაშვილი



[stefanoricci.com](http://stefanoricci.com)

TBILISI Hotel Ambassadors • 13 Ioane Shavteli street • T. +99 5 577 255 500

STEFANO RICCI



67 | FORBES LIFE



18 | LEADERBOARD

### ფაქტი და კომენტარი

10 | ეს წარსული მომავლისკენ არ წავიყვანს

ავტორი: სტივ ფორბსი

### LEADERBOARD

12 | 10 ქვეყანა, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმს ყველაზე დიდი წილი უჭირავს

ავტორი: ბუსო ნაშინაძე

16 | 3 გრაფიკი, რომლებიც ლარის გაუფასურებაში ფულის მასის როლზე მეტყველებს

ავტორი: შოთა ტყეშელაშვილი

18 | მრავალმხრივი ფილანთროპი

20 | თეთრი სახლის საფულები

21 | იყიდე, შეინახე, გაყიდე

22 | მიბაძვის თამაში

# თიბისი დაზღვევის ბაზრის წილი

2019 წლის I კვარტალი

## სასალო სეგმენტის

# 39.8%

არაჯანმრთელობის დაზღვევის ბაზარი



— მთლიანი ბაზარი — თიბისი დაზღვევა

## მთლიანი ბაზრის

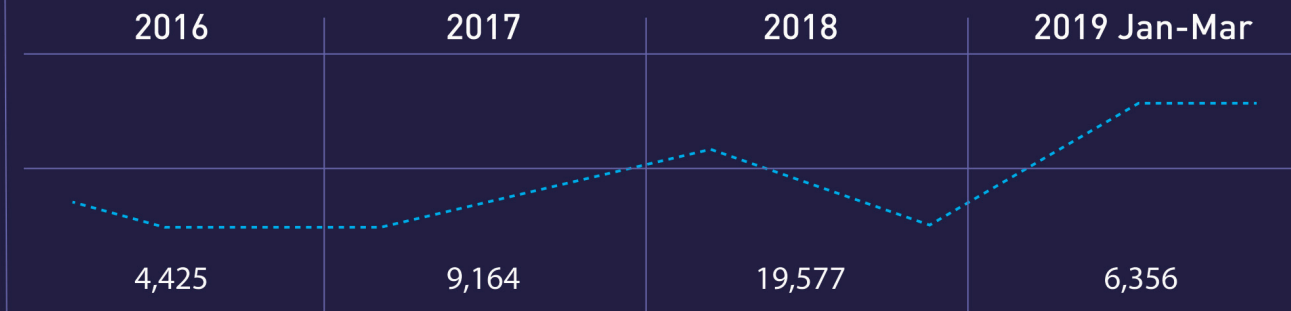
# 22.8%

არაჯანმრთელობის დაზღვევის ბაზარი



## ანაზღაურებადია

# 40 მლნ ლ



თიბისი დაზღვევა

23 | ყველაზე მალაანაზღაურებული სკორტსმენები

24 | დალალების ექსპერტები

26 | FORBES-ის მსოფლიო

მოსაზრება

28 | გაზრდილი ბიუჯეტი არ ემსახურება სწრაფ ეკონომიკურ განვითარებას

ავტორები: რევაზ ვახაჩიძე, ავთანდილ გომოლი

32 | როდესაც ყველი მხოლოდ ხაფანგშია

ავტორი: კახა ბაინდურაშვილი

36 | დონალდ ტრამპი და 25 დემოკრატი

ავტორი: ალექსი პიტირაშვილი

ინვესტიციები

38 | სახლი, რომელიც ბინაზე მეტია

435 მლნ ლარის საინვესტიციო ღირებულების პროექტი, რომელსაც „მ2 უძრავი ქონება“ მ3-ის ფარგლებში განახორციელებს, ერთი უბნის სივრცეში 3000-მდე ბინა და 21-ე საუკუნის ურბანულ საჭიროებებზე მორგებულ კომფორტულ სივრცეებს გააერთიანებს.

ავტორი: ელენე ნოზაძე

42 | „მეტრას“ სტანდარტი

დეველოპერულ ბაზარზე „მეტრას“ 12-წლიანი პოზიციონირების მონაგარი სამი დასრულებული და ერთი მიმდინარე პროექტია. 2015 წლიდან კომპანიამ კრიზის-მენეჯერის როლიც მოირგო და შეჩერებულ პროექტს ჩაუდგა სათავეში, რომლის რეაბილიტაციის ბიუჯეტი \$11 000 000-ს შეადგენდა.

ავტორი: ელენე ნოზაძე

ბიზნესი

46 | აგენტი-პროვოკატორი

United Talent Agency-ის ჰანა ტია ეხმარება ბრენდებს, რომლებსაც ახალგაზრდა გემერ გოგონებთან სურთ კონტაქტი და მყარება და თანახმა არიან, ამისთვის შვიდიფორიანი თანხა გადაიხადონ.

ავტორი: დონ შილდერსი

42 | კიბოს პერსონალიზაცია

ერიკ ლეფკოვსკიმ დიდ წარმატებას მიაღწია ხუთი სტარტაპით, რომელთა შორისაც ყველაზე ცნობილი Groupon-ია. ის ყველგან მონაცემებს ეყრდნობა. იმუშავებს კი ეს სტარტაპი და ავადებებთან მიმართებით?

ავტორები: ნოი კირში და მიკელა ტინდორა

ანტიპრენიორები

13 | მშვანე ფოლადი

როცა მისმა პარტნიორმა სასტუმროს ნომერში სული განუტევა, მსოფლიო მასშტაბის მოხეტიალე ფინანსისტი, დევიდ სტიკლერი რურალურ არკანზასში, ფოლადის ქარხნის სტარტაპის საჭეთმპყრობლად მოგვევლინა. დღეს ის ქვეყანაში საუკეთესო პატარა, მაღალტექნოლოგიურ, დიდი ვალის მქონე ფოლადის მწარმოებელს თაოსნობს.

ავტორი: ჰონათან პონსიანო

რეიტინგები

54 | შესასრულებელი მისია

საუბარი ბიზნესზე „საქართველოს ბანკის“ გენერალურ დირექტორთან, არჩილ გაჩეჩილაძესთან

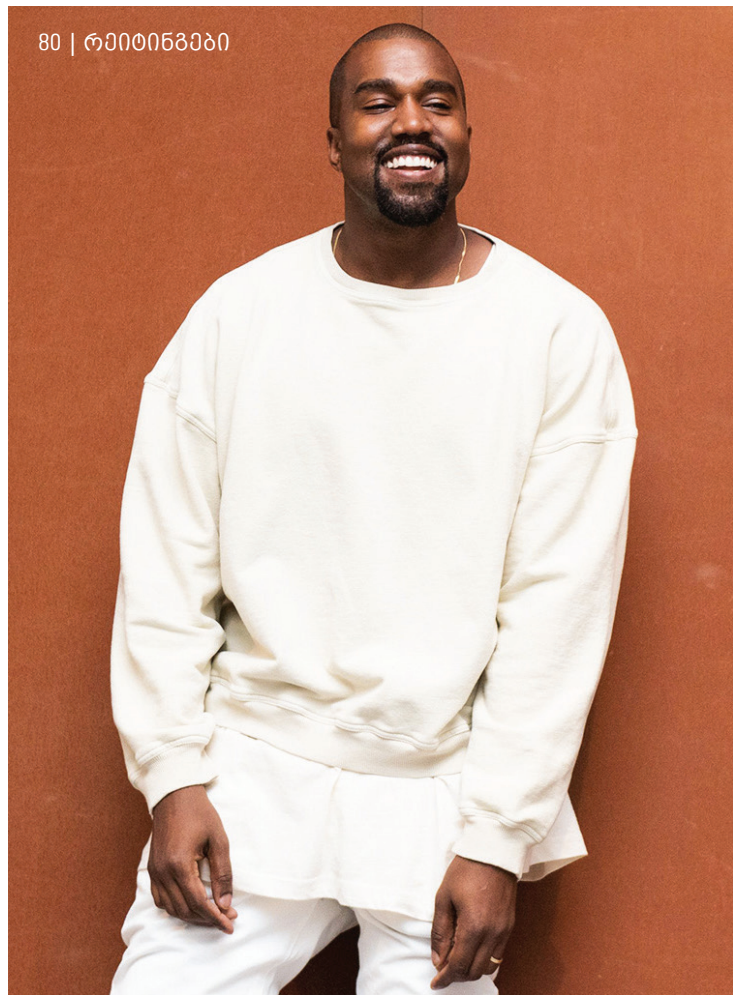
ავტორი: ანთა მუსაარია

61 |

საქართველოს ყველაზე მომავლიანი კომპანიების სია

ავტორი: შოთა ტყეშელაშვილი

80 | რეიტინგები







# საქართველოს ნამყვანი ბიზნუს- გადასვმები

**TV პირველი**

გაატარეთ სამუშაო დღეები ჩვენთან:

**ანალიტიკა**

**საქმის კურსი**

**ქვეყნის  
ნაწახივი**

**საქმიანი  
ლილა**  
07:55 AM

**ანალიტიკა**

**15:00-16:00 PM**

**22:30-23:00 PM**

(ყოველ პარასკევს)

**საქმის კურსი**

**15:00-16:00 PM**

**22:30-23:00 PM**

**ქვეყნის ნარატივი**

**11:00-12:00 PM**

**საქმიანი დილა**

**07:55-11:00 AM**

[WWW.BM.GE](http://WWW.BM.GE)

FORBES LIFE

67 | ანარმომე ჰოლივუდი საქართველოში

„ფორსაში 91 თბილისის ქუჩებში: ახალი ფურცელი ქართული კინოინდუსტრიისა და პროგრამის - „გადაიღე საქართველოში“ ისტორიაში.

ავტორი: დავით ჰალალონიძე

74 | ქართული ღვინის თავგადასავალი შვეიცარიაში

ეს გახლავთ ამბავი იმისა, თუ როგორ ჩაიტანა ქართველმა მეღვინემ შვეიცარიაში თავდაპირველად ბიოდინამიკური ღვინო, შემდეგ უკვე ქართული სამზარეულო და ნაციონალური მუსიკა, შუაგულ ვეგეში როგორ ააფრიალა ქართული დროშა და როგორ ალაპარაკა შვეიცარიელები ქართულად, თანაც ძალიან „მარტივი“ სიტყვებით - ხინკალი, ხინვი, ხაჭაპური...

ავტორი: ელენე ჩოხიანიძე

78 | ლეგალიზებული კანაფი

ქალბატონებისთვის განკუთვნილი მარიხუანის ფუფუნების პროდუქტების შექმნის გზით, Beboe-ს კლემენტ კუენი და სკოტ კემპბელი სწრაფად მიიწვევენ წინ ახალ მწვანე ეკონომიკაში.

ავტორი: ზაპ ო'შალი გრინაერი

რეიტინგები

80 | კანიუს მეორედ მოსვლა

გაუქმებული ტურნედან, ჰოსპიტალიზაციიდან და \$53-მილიონიანი დავალიანებიდან სამი წლის შემდეგ ჰიპ-ჰოპის სუპერვარსკვლავმა ათწლეულის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ჰიტი შემოგვთავაზა... და ამას არავითარი კავშირი არა აქვს მუსიკასთან. მისი მილიარდდოლარიანი YEEZY SNEAKER-ის იმპერია ამ თაობის საუკეთესო ფსონია AIR JORDAN-ის დასამარცხებლად. კონტროლფრიკობა ხანდახან კარგ ნაყოფს იძებს.

ავტორი: ზაპ ო'შალი გრინაერი

89 | ბოკულარულთა 100-ეული

რედაქტორი: ზაპ ო'შალი გრინაერი | რეპორტაჟი: კარტ ბადიკნაუზანი, მედლინი ბარტი, დონ ნიმილვესკი, ჰილი კუჩინელი, მონიკა მირაპერი, არილი შაპირო და ვლადი სორვინო

ეკონომიკა

92 | 100,000 ლარზე მაღალი წლიური ხელფასი საქართველოში მოსახლეობის მხოლოდ 0.21%-ს აქვს

ავტორი: შოთა ტყეშელაშვილი

94 | საქართველოს ნომერ პირველი პრობლემის - უმუშევრობის დაძლევის პერსპექტივა

ავტორი: ბესო ნაგრაძე

98 | 2020 წელს დაგეგმილი დღე-ის მნიშვნელოვანი ცვლილებების პირველადი ანალიზი

ავტორი: გელა ბარშოვი

ისტორია

102 | გინგერის მანქანები საქართველოში

ავტორი: მათე ავდალიანი

აზრები

104 | კარტინორობის შესახებ

ალმასრულელები რედაქტორები შოთა დიდუშელაშვილი, ელენე კვანჭილაშვილი

არტდირექტორი, ფოტორედაქტორი სერგა ნემსიწერიძე

ლიტერატურული რედაქტორი ირინა ბიაშვილი

ვიზუალური რედაქტორი გოგი ქავთარაძე

დამატარებელი ქეთა ჟორჯიანი

ფოტოგრაფი ხათუნა ხუციშვილი, ნიკა ფანიაშვილი

ჟურნალ Forbes Georgia-ს გამოსცემს სააქციო საზოგადოება Media Partners

გამომცემელი მათა მირიჯანაშვილი

გაყიდვების დირექტორი ლელი მირიჯანაშვილი

ჟურნალი Forbes დაარსდა 1917 წელს

Forbes USA Editor-In-Chief Steve Forbes

Chief Content Officer Randall Lane

Art & Design Robert Mansfield

Editorial Director, International Editions Katya Soldak

Forbes Media President & CEO Michael Federle

Senior Advisor, International Tom Wolf

Founded in 1917

B.C. Forbes, Editor-in-Chief (1917-54)

Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954-90) James W. Michaels, Editor (1961-99) William Baldwin, Editor (1999-2010)

Copyright © 2018 Forbes LLC. All rights reserved. Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

აგვისტო-სექტემბერი 2019, N 89

რედაქციის მისამართი: საბურთალოს რაიონი, თბილისი, გაბრეპლის 19, ტელ.: (+995 32) 223 77 07; ე-მეილი: info@forbes.ge Forbes Georgia არის ყოველთვიური გამოცემა. საბავშვო ფასი 7 ლარი. ჟურნალი გამოდის 2011 წლის დეკემბრიდან. Forbes Georgia დარეგისტრირებულია საქართველოს პარლამენტის პროცესული გეგმით დასაბუთებული რეგულაციების დეკლარაციის მიხედვით 2011 წლის 16 ნოემბერს. ISSN 2233-3487

დაბეჭდილია შპს „გრაფიკს დიზაინ მენდ პრინტინგ“-ში ს/კ: 205 229 812; მის: 0159 ქ. თბილისი, მ. შავშვილის 7ა ტელ/ფაქსი: + (995 32) 2 913 516

Copyright 2011 სააქციო საზოგადოება Media Partners, საავტორო უფლებები დაცულია. ჟურნალში გამოქვეყნებული მასალების ნაწილობრივ ან მთლიანად გამოყენება აკრძალულია. Copyright 2011 Forbes, as to materials published in the US Edition of Forbes. All rights reserved. სამარკო ნიშანი Forbes წარმოადგენს Forbes Inc.-ის საკუთრებას. გამოყენების უფლებით სარგებლობს სააქციო საზოგადოება Media Partners შესაბამისი სალიცენზიო ხელშეკრულებით. Forbes Georgia is published by the Media Partners JSC under a license agreement with Forbes Media LLC, 60 Fifth Avenue, New York, New York 10011. Forbes is a trademark used under the license from FORBES LLC.

UDC (UAK) 338.22 (051.2) F-75

გამოცემა იყენებს ბესარიონ გუგუშვილის BPG-InfoTech ფონტებს: „ბგ გარდიან ვეკიბტური“ და „ბგ პრინტი“.

**FM**

**ციტრუსი**



**97.3**

**citrusfm.live**

**მალა**

[heretifm.com](http://heretifm.com)  
[tbilisifm.ge](http://tbilisifm.ge)  
[relaxwebradio.com](http://relaxwebradio.com)

• ფაქტი და კომენტარი •

ავტორი: სტივ ფორბსი, მთავარი რედაქტორი

# ეს წარსული მომავლისკენ არ წაბვიყვანს

**ევროპული ეკონომიკის** ზრდის ტემპები აშშ-ისას ათწლეულებია, ჩამორჩება. ასე, მაგალითად, 2008-ის კრიზისის შემდეგ ევროკავშირის საშუალო ტემპი 0.9%-ს შეადგენს, მაშინ როცა აშშ-ში ეს მაჩვენებელი თითქმის 2%-ს უტოლდება, ეს 2% კი სტანდარტისთვის შეუფერებლად არის მიჩნეული. ევროკავშირის ამგვარმა სიზნატემ (უკონტროლო იმიგრაციასთან დაკავშირებულ სერიოზულ შემოფოტებებთან ერთად) დასაბამი მისცა არატრადიციულ, „პოპულისტურ“ პოლიტიკურ მოძრაობებს. და როგორ რეაგირებენ ამაზე არსებული პარტიები? – იმგვარი პოლიტიკის წაქეზებით, რომელიც გარანტირებულად კიდევ უარეს ეკონომიკურ სტაგნაციას მოიტანს: მეტი გადასახადები კორპორაციებისა და „მდიდრებისთვის“, მეტი ხარჯვა სოციალურ პროგრამებსა და პენსიებზე და მეტი რეგულაციები ბიზნესებს. Wall Street Journal-ის სათაურს რომ დავესესხოთ, „ევროპის პოლიტიკური პარტიები 1970-იანებში დაბრუნებას გვპირდებიან... პოპულისტა მოსაგვრიებლად, გასაჭირში მყოფი პარტიები კიდევ უფრო დიდი მთავრობისკენ მიიღებენ“.



რომელიც 1970-იანებიდან მოყოლებული, ეკონომიკურ მაჩანჩალებად არის ქცეული, სახელფასო გადასახადი 65%-ია: 45%-ს დამქირავებელი იხდის, 20%-ს – დაქირავებული.

რეგულაციები, განსაკუთრებით კი ის რეგულაციები, რომლებიც შრომას ეხება, დიდი ხანია, უფრო მძიმე და მკაცრია ევროპაში, ვიდრე აშშ-ში. დამკვირვებლები მხოლოდ სანახევროდ თუ ხუმრობენ, როცა ამბობენ, რომ ევროპის ქვეყნების უმეტესობაში უფრო ადვილია, მეუღლეს გაშორდე, ვიდრე თანამშრომელი დაითხოვო სამსახურიდან. ეს წნეხები მხოლოდ მცირედად თუ შემსუბუქდა 1970-იანების შემდეგ.

რომელიც დაითხოვო სამსახურიდან. ეს წნეხები მხოლოდ მცირედად თუ შემსუბუქდა 1970-იანების შემდეგ.

როგორც ნებისმიერი ფრანგი პრემიერდენტი დაგვემოწმება, სტრუქტურული ცვლილებები სახელმწიფო ბიუროკრატების მიერ დაწესებულ პენსიებსა თუ შრომით კანონებში უღმობელ წინააღმდეგობას აწყდება. გერმანიამ შეძლო გარკვეული რეფორმების განხორციელება 2000-იანების დასაწყისში; ამან ქვეყანა უკეთეს ზრდამდე მიიყვანა, მაგრამ კანცლერს თანამდებობად დაუჯდა ეს რეფორმები, რომლებიც მას მერე სულ უფრო კარგავს ძალას.

ქვეყნები, რომელთაც (შედარებით უფრო ბოლო პერიოდში) ეკონომიკის გასაუმჯობესებლად ოდნავ მაინც დახარჯეს ძალისხმევა, მაგალითად, შვედეთი, დანია და უნგრეთი, ანტირეიგანის/თეტჩერის მიმართულებით არ წასულან.

ის, რისი მოწმენიც ვხდებით ეტაპობრივად ევროკავშირში, სიგიჟის ერთგვარი ფორმაა – იმის პრაქტიკაში განხორციელება, რაც არ მუშაობს, და კრახის შემდეგ მისი კვლავ და კვლავ გამეორება. ეს რამდენიმე საუკუნის წინანდელ წამალს მოგვაგონებს, ექიმები რომ სისხლდენას იწვევდნენ პაციენტებში: რაც უფრო ცუდად ხდებოდნენ პაციენტები, მით უფრო მეტ სისხლს აღვრევინებდნენ.

ეს ყველაფერი დამატებითი მიზეზია ვაჭრობის/ტარიფების თანამდევრი იმ ბუნდოვანების გასაფანტად, რომელიც კორპორაციულ ინვესტიციას აკავებს. სანამ საქმეში ბოლომდე ჩაერთვებიან, ბიზნესხალხმა უნდა იცოდეს თამაშის წესები. ეს თუ მოხდება, აშშ-ის ეკონომიკა მართლაც გრავინვას ატეხს... ხოლო ამ დიდმა წარმატებამ შესაძლოა, გაკვეთილის ფუნქცია იკისროს ჩვენი გასაჭირში მყოფი საზღვარგარეთელი მეგობრებისთვის.

კი, ჩვენმა მეგობრებმა კონტინენტიდან, რონალდ რეიგანისა და მარგარეტ თეტჩერის წყალობით, რაღაცები სწორად აკეთეს: პირველ ყოვლისა, მათ გაყიდეს სახელმწიფოს საკუთრებაში არსებული ბიზნესები და ერთგვარად ჩამოაქვეითეს კორპორაციებისთვის დაწესებული ცამდე ავარდნილი საკადასახადო ტარიფები (განსაკუთრებით – ბოლო წლებში). მიუხედავად ამისა, აშშ-ის სტანდარტებს თუ შევადარებთ, ევროკავშირის სადაგადასახადო და რეგულაციური წნეხი მაინც იმედის გამაცრუებელია.

ყოველ ამ ქვეყანას შემაშინებელი ზომის ღირებულებას დამატებული გადასახადი (VAT-ი) აქვს. დანიაში VAT-ი 25%-ს შეადგენს, გაპარტახებულ საბერძნეთში – 24%-ს, დიდ ბრიტანეთში – 20%-ს, გერმანიაში კი 19%-ს. აშშ-ში VAT-ი საერთოდ არაა; შტატების უმეტესობაში ბევრებია, მაგრამ 10%-ზე მაღალი – არსად.

გაცილებით უარესად გამოიყურება სახელფასო გადასახადები. ამერიკული ვერსია, რომელსაც FICA-ს უწოდებენ, 15.3%-ს გულისხმობს შემოსავლის პირველ \$132,900-ზე და 2.9%-ს – ამაზე მაღალ შემოსავალზე. ევროკავშირის ქვეყნებში კი ამ გადასახადის დონე ჩვენსას ორ-სამჯერ აღემატება! საფრანგეთში,

# GT Group – პროფესიონალების გუნდი IT პრობლემების გადაჭრისთვის

კომპანია „ჯი-თი ჯგუფმა“ 15 წლის წინ სისტემური ინტეგრატორი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სფეროში დაიწყო ოპერირება. დღეს ის მსოფლიოს 20-ზე მეტი უმსხვილესი IT კომპანიის პარტნიორი და მომწოდებელია საქართველოში.

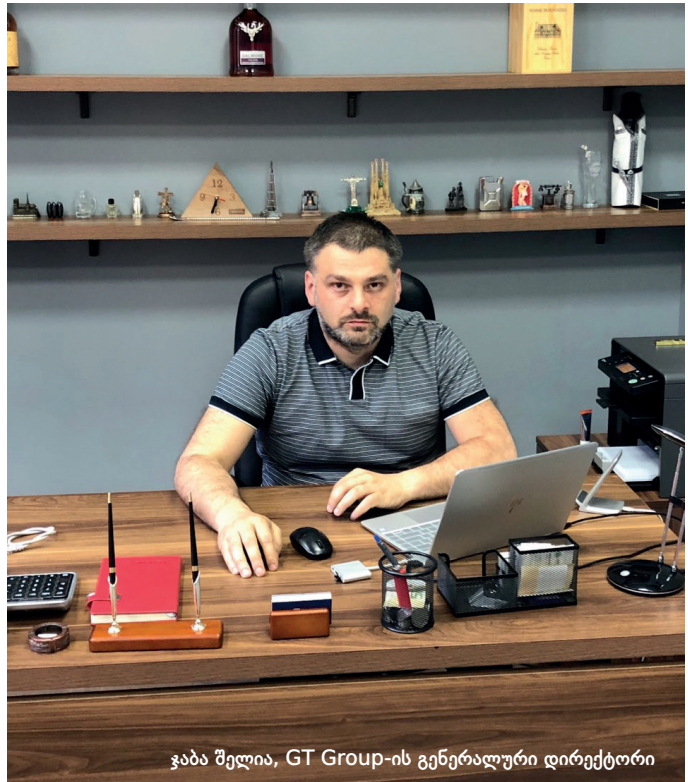
ავტორი: სალომე ჩიბაძე

**კომპანიის სანყისი** IT სფეროს აქტიური მხარდაჭერა და საქართველოში მისი განვითარების სურვილი იყო, რასაც ის მაღალტექნოლოგიური, ხარისხიანი, მოქნილი ინფორმაციული საკომუნიკაციო გადაწყვეტილებების მიწოდების გზით ახერხებს. „ჯი-თი ჯგუფი“ მომხმარებლებს სთავაზობს პროექტების დაგეგმვას, მიწოდებას, ექსპლუატაციაში გაშვებასა და მხარდაჭერას როგორც საგარანტიო, ასევე გარანტიის შემდგომ პერიოდში. ამ მიმართულებით კომპანიის პროდუქცია, გადანაცვტილებები და მომსახურებები მრავალფეროვანია და უახლესი ტექნოლოგიებისა და მეთოდოლოგიების გამოყენებით IT ინფრასტრუქტურის მიმართულებით ყველა დონის ამოცანის გადაჭრა შეუძლია.

„ზუსტად ვიცოდით, რა აკლდა ბაზარს და რა იყო საჭირო განვითარებისთვის: უნდა შექმნილიყო ახალი თამასა, კომპანია ახალი ხედვით, თუ როგორი უნდა იყოს IT ინტეგრატორი. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენი სფერო საკმაოდ გაჯერებული კომპანიების რაოდენობით, გამოცდილებამ და დაკვირვებებმა ნათლად დაგვანახვა ის დეტალები, კონკრეტული მომენტები, რაც არ იყო ან არასათანადოდ მიენოდებოდა მომხმარებლებს.

„ვფიქრობ, კომპანიამ თავდაპირველი მიზნის მიღწევა შეძლო, თუმცა ჩვენ გაჩერებას და მოცემული შედეგით დაკმაყოფილებას არ ვაპირებთ. გვაქვს კონკრეტული ხედვები. განვლილმა წლებმა დაგვანახვა ახალი შესაძლებლობები, სადაც საჭიროა, ვიყოთ ინოვატორები და დარწმუნებული ვარ, ჩვენს გუნდთან ერთად, შევქმნით IT ინტეგრატორი კომპანიის კიდევ უფრო მაღალ სტანდარტს“, – ამბობს „ჯი-თი ჯგუფის“ გენერალური დირექტორი ჯაბა შელია.

სრულყოფილი IT გადაწყვეტილებები ხელმისაწვდომია როგორც მსხვილი და საშუალო ბიზნესისათვის, ასე-



ჯაბა შელია, GT Group-ის გენერალური დირექტორი

ვე სამთავრობო ორგანიზაციებისათვის. საბოლოო ჯამში კი მათ მომხმარებელთა სიაში 100-მდე მოწინავე კომპანია ერთიანდება.

ბიზნესსექტორის ყველა წარმომადგენლისათვის ცნობილია, რომ ნებისმიერი ბიზნესის წარმატებაში უდიდესი როლი მის თანამშრომლებს ენიჭებათ. „ჯი-თი ჯგუფის“ გუნდი გამორჩეული და მაღალკვალიფიციურია. ისინი მუდმივად იღებენ მონაწილეობას პარტნიორი ორგანიზაციების სასწავლო აქტივობებში და უწყვეტ რეჟიმში იმაღლებენ კვალიფიკაციას. პროფესიონალიზმის მაღალი დონე და რთული გამოწვევების დაძლევისათვის მზადყოფნა არის ის, რაც „ჯი-თი ჯგუფის“ გუნდს გამოარჩევს.

ბევრი სხვა ანალოგისგან „ჯი-თი ჯგუფს“ გამორჩეულს, გარდა მისი გუნდისა, სერვისის სხვადასხვა მიმართულება და მომსახურების მაღალი ხარისხი ხდის. მისი მომსახურების მნიშვნელოვანი ნაწილი პროფესიონალი გუნდის კონსულტაციები, რეკომენდაციები, აუდიტი და შეფასება წარმოადგენს. მსგავსი მიდგომა მომხმარებელს IT ინფრასტრუქტურის სწორად დაგეგმვასა და მის დინამიკურ განვითარებაში ეხმარება. ეს ყველაფერი კი მომხმარებელს ათავისუფლებს ყველა იმ IT დაბრკოლებისგან, რაც ხშირად ექმნებათ ორგანიზაციებში.

კომპანიას არაერთი წარმატებული პროექტი აქვს, მათ შორის: თიბისი ბანკის, ჯანდაცვის სამინისტროს, თავდაცვის სამინისტროს, სახელმწიფო სერვისების განვითარების სააგენტოს, სს „საქართველოს რკინიგზის“, „კრისტალბეთის“, „თეგეტა მოტორსისა“ და სხვა პროექტები.

## 10 ქვეყანა, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმს ყველაზე დიდი წილი უჭირავს

2017 წელს ტურისტებმა 1.3 ტრილიონი დოლარი დახარჯეს, რაც მეტია, ვიდრე ნავთობის მსოფლიო ექსპორტის ღირებულება. ტურიზმის სექტორი მზარდია, რადგან იზრდება დედამიწაზე მცხოვრები ადამიანების რაოდენობა და შემოსავლები. ტურისტებს ყველაზე მეტად ზღვის სანაპიროები იზიდავთ. ამას ადასტურებს იმ ქვეყნების სტატისტიკა, რომლებსაც დასვენებისთვის კეთილმოწყობილი და ბუნებრივად ხელსაყრელი საზღვაო ან საოკეანო სანაპიროები აქვთ. ტურიზმზე ყველაზე მეტად მცირე კუნძულოვანი ქვეყნებია დამოკიდებული, რაც მათი ეკონომიკების სიმცირით, კლიმატით და ძალიან კარგი ზღვის სანაპიროებით არის განპირობებული. ტურიზმზე დამოკიდებული ტოპ-10 ქვეყნიდან მხოლოდ ერთი ქვეყანა – ბელიზი არ არის კუნძულოვანი სახელმწიფო. ტურიზმის წილად მიჩნეულია ტურიზმის დარგის კონტრიბუცია ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში (მშპ) და არა ტურისტების მიერ დახარჯული თანხის თანაფარდობა მშპ-თან. მაგალითად, 2018 წელს ტურიზმის სექტორის წილი საქართველოს მშპ-ში 7.6% იყო, როცა უცხოელი ტურისტებისგან მიღებული შემოსავალი საქართველოს მშპ-ის მიმართ 20%-მდე იყო.



### 10. მალტა

**მოსახლეობა:** 467 ათასი  
**მშპ:** \$14.5 მილიარდი  
**ტერიტორია:** 316 კმ<sup>2</sup>

მალტის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 14.08%-ია, რაც დაახლოებით 2 მილიარდ დოლარს უდრის. 2017 წელს მალტაში 2.3 მილიონმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე თითქმის 5-ჯერ მეტია.

მალტა პატარა კუნძულია ხმელთაშუა ზღვაში, იტალიასთან ახლოს. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 46 000 (PPP) დოლარია. მალტა 1964 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, 2004 წლიდან კი – ევროკავშირის წევრი. გარდა იმისა, რომ მალტის თითქმის მთლიანი სანაპირო საზღვაო კურორტია, ის მდიდარია ისტორიული ძეგლებითაც. მას ქვეყანა-მუზეუმადაც კი მოიხსენიებენ. მთელი წლის განმავლობაში ტემპერატურა საშუალოდ 12-31 გრადუსს შორის მერყეობს, ზღვის სეზონი 6 თვეს გრძელდება.

ფოტო: SHUTTERSTOCK



## 9. ფიჯი

**მოსახლეობა:** 890 ათასი

**შპ:** \$5.1 მილიარდი

**ტერიტორია:** 18 274 კმ<sup>2</sup>

ფიჯის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 14.09%-ია, რაც დაახლოებით 720 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს ფიჯიში 843 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც თითქმის ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობის ტოლია.

ფიჯი არქიპელაგზე განლაგებული კუნძულოვანი სახელმწიფოა წყნარი ოკეანის სამხრეთ-დასავლეთით. ფიჯი ღარიბი ქვეყანაა, ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 10 000 (PPP) დოლარია. ფიჯი 1970 წლიდან დამოუკიდებელი სახელმწიფოა, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ფიჯიში ტურისტებს ძირითადად ოკეანის საოცარი სანაპირო იზიდავს, თეთრი ქვიშით, პალმებითა და ძალიან სუფთა წყლით. ასევე საინტერესოა ტროპიკული ტყეები და სოფლები მრგვალი ქოხებით, დღესასწაულები და ტრადიციები. ფიჯიში ტროპიკული კლიმატია, ყველაზე ცივ პერიოდში კი ტემპერატურა საშუალოდ 22 გრადუსია, თუმცა ხშირია წვიმები.

## 8. ბელიზი

**მოსახლეობა:** 396 ათასი

**შპ:** \$1.9 მილიარდი

**ტერიტორია:** 22 966 კმ<sup>2</sup>

ბელიზის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 15%-ია, რაც დაახლოებით 285 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს ბელიზში 427 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობაზე 8%-ით მეტია.

ბელიზი კარიბის ზღვის ნაპირას, მექსიკის სამხრეთით მდებარეობს. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 8 500 (PPP) დოლარია. ბელიზი ღარიბი ქვეყანაა, ის 1981 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ვერ ვიტყვით, რომ ბელიზში ბევრი ტურისტია ჩადს, მის ეკონომიკაში ტურიზმის მაღალი წილი ეკონომიკის მცირე ზომით და სხვა დარგების განუვითარებლობით არის განპირობებული. ტურისტებს ძირითადად ზღვის სანაპირო, მაის ტომის უძველესი ტაძრები და ცნობილი „ცისფერი ხვრელი“ იზიდავთ. ბელიზში საშუალო ტემპერატურა მთელი წლის განმავლობაში 24-28 გრადუსს შორის მერყეობს.



## 7. სენტ-ლუსია

**მოსახლეობა:** 177 ათასი

**შპ:** \$1.9 მილიარდი

**ტერიტორია:** 617 კმ<sup>2</sup>

სენტ-ლუსიას ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 15.6%-ია, რაც დაახლოებით 300 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს სენტ-ლუსიაში 386 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე თითქმის 2.2-ჯერ მეტია.

სენტ-ლუსია კარიბის ზღვაში მდებარეობს. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 14 400 (PPP) დოლარია. სენტ-ლუსია 1979 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ოფიციალური ენა ინგლისურია. სენტ-ლუსია ვულკანური წარმოშობის, მაღალმთიანი რელიეფის მქონე ქვეყანაა. ტურისტებს იზიდავს ზღვის სანაპირო, მთები, ჩანჩქერები და ბოტანიკური ბაღები. მთელი წლის განმავლობაში ტემპერატურა 23-31 გრადუსს შორის მერყეობს, თუმცა დეკემბერი-მაისი ტურისტებისთვის ხელსაყრელი, რადგან დანარჩენ პერიოდში ხშირად წვიმს.



ფოტო: SHUTTERSTOCK

## LEADERBOARD

### 6. კაბო-ვერდე

მოსახლეობა: 553 ათასი

მშპ: \$2 მილიარდი

ტერიტორია: 4 033 კმ<sup>2</sup>

კაბო-ვერდის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 17.7%-ია, რაც დაახლოებით 350 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს კაბო-ვერდეში 668 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე თითქმის 21%-ით მეტია.

კაბო-ვერდე ატლანტის ოკეანეში, აფრიკის დასავლეთ სანაპიროდან 570 კმ-ში მდებარეობს. ქვეყანა ვულკანური წარმოშობის 10 კუნძულს მოიცავს. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 7 300 (PPP) დოლარია. კაბო-ვერდე 1975 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე პორტუგალიის კოლონია იყო. ოფიციალური ენა პორტუგალიურია. ტურისტებს საზღვაო კურორტები იზიდავთ. მთელი წელი ზღვის სემონია, ტემპერატურა 20-40 გრადუსს შორის მერყეობს.



### 5. ვანუატუ

მოსახლეობა: 285 ათასი

მშპ: \$0.9 მილიარდი

ტერიტორია: 12 189 კმ<sup>2</sup>

ვანუატუს ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 18.2%-ია, რაც დაახლოებით 165 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს ვანუატუში 109 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე ნაკლებია.

ვანუატუ წყნარ ოკეანეში მდებარეობს, ავსტრალიის კონტინენტიდან 3 600 კმ-ითაა დაშორებული. ქვეყანა 83 კუნძულს მოიცავს. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 2 900 (PPP) დოლარია, ლარიბი ქვეყანაა. ვანუატუ 1980 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე ინგლისისა და საფრანგეთის კოლონია იყო. ტურისტებს საზღვაო კურორტები იზიდავთ. ზღვის სემონი 9 თვეს გრძელდება. ვანუატუში ძირითადად ავსტრალიიდან და ახალი ზელანდიიდან ჩადიან. პოპულარული ადგილია ქორწინების ცერემონიების აღნიშვნისთვის.



### 4. ბაჰამა

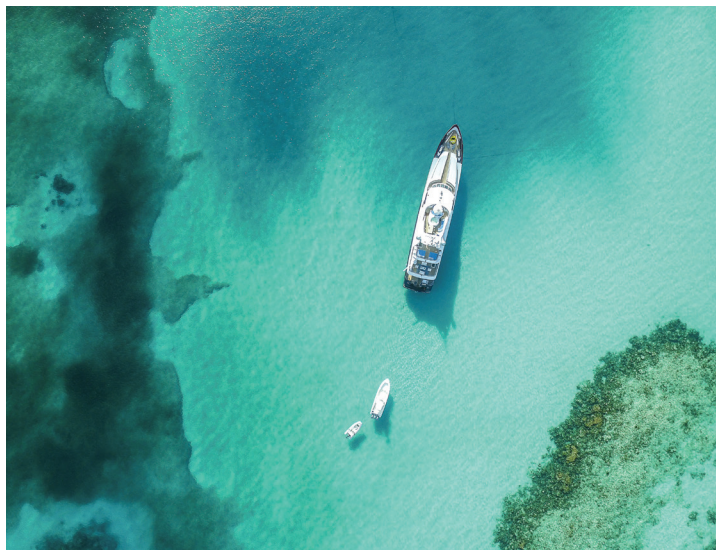
მოსახლეობა: 337 ათასი

მშპ: \$12.8 მილიარდი

ტერიტორია: 13 878 კმ<sup>2</sup>

ბაჰამის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 19.2%-ია, რაც დაახლოებით 2.5 მილიარდ დოლარს უდრის. 2017 წელს ბაჰამის კუნძულებზე 1.4 მილიონმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე 3.8-ჯერ მეტია.

ბაჰამა კარიბის ზღვაში მდებარეობს, კუბასთან ახლოს, ჩრდილოეთით. ქვეყანა 700-ზე მეტი დიდი და მცირე კუნძულისგან შედგება. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 33 500 (PPP) დოლარია, მდიდარი ქვეყანაა. ბაჰამა 1973 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ოფიციალური ენა ინგლისურია. ის მსოფლიოში ერთ-ერთ საუკეთესო საზღვაო კურორტად ითვლება თეთრი ქვიშისა და ძლიან სუფთა წყლის გამო. ტემპერატურა მთელი წელი 17-32 გრადუსს შორის მერყეობს.



ფოტო: SHUTTERSTOCK





### 3. სეიშელი

**მოსახლეობა:** 95 ათასი

**შპ:** \$1.6 მილიარდი

**ტერიტორია:** 459 კმ<sup>2</sup>

სეიშელის ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 25.7%-ია, რაც დაახლოებით 412 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს სეიშელის კუნძულებზე 350 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე 3.7-ჯერ მეტია.

სეიშელი ინდოეთის ოკეანეში მდებარეობს, კუნძულ მადაგასკარის ჩრდილოეთით. ქვეყანა 100-ზე მეტი მცირე კუნძულისგან შედგება, საიდანაც 33-ია დასახლებული. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 30 500 (PPP) დოლარია, მდიდარი ქვეყანაა. სეიშელი 1976 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ოფიციალური ენები ფრანგული და ინგლისურია. შეიძლება ითქვას, რომ სეიშელის კუნძულებზე სულ ზაფხულია, ტემპერატურა 24-30 გრადუსს შორის მერყეობს. სეიშელის სანაპიროებზე ყველაფერია, რაც იდეალურ საზღვაო ტურიზმს სჭირდება.

## 2. ბრიტანეთის ვირჯინის კუნძულები

**მოსახლეობა:** 32 ათასი

**შპ:** \$1 მილიარდი

**ტერიტორია:** 153 კმ<sup>2</sup>

ბრიტანეთის ვირჯინის კუნძულების ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 33%-ია, რაც დაახლოებით 330 მილიონ დოლარს უდრის. 2017 წელს ვირჯინის კუნძულებზე 335 ათასმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე 3.7-ჯერ მეტია.

ვირჯინის კუნძულები კარიბის ზღვაში მდებარეობს, ბუერტო-რიკოსთან ახლოს. ქვეყანა 50-ზე მეტი მცირე კუნძულისგან შედგება. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 34 000 (PPP) დოლარია, მდიდარი ქვეყანაა. ბრიტანეთის ვირჯინის კუნძულები დიდი ბრიტანეთის ტერიტორიაა, თითქმის სრული ადგილობრივი ავტონომიით. ვირჯინის კუნძულებზეც სულ ზაფხულია, ტემპერატურა 20-36 გრადუსს შორის მერყეობს. აქაც ყველაფერია, რაც იდეალურ საზღვაო კურორტს სჭირდება, თუმცა ხასიათდება ხშირი წვიმებით.



## 1. მალდივები

**მოსახლეობა:** 366 ათასი

**შპ:** \$5.3 მილიარდი

**ტერიტორია:** 298 კმ<sup>2</sup>

მალდივების ეკონომიკაში ტურიზმის წილი 39%-ია, რაც დაახლოებით 2 მილიარდ დოლარს უდრის. 2017 წელს მალდივის კუნძულებზე 1.4 მილიონმა უცხოელმა იმოგზაურა, რაც ადგილობრივ მოსახლეობაზე 3.8-ჯერ მეტია.

მალდივის კუნძულები ინდოეთის ოკეანეში, ინდოსტანის ნახევარკუნძულის სამხრეთით მდებარეობს. მალდივების არქიპელაგი 1 192 მცირე კუნძულისგან შედგება, საიდანაც 220-ია დასახლებული. ერთ მოსახლეზე საშუალო წლიური შემოსავალი 22 000 (PPP) დოლარია, მდიდარი ქვეყანაა. მალდივები 1965 წლიდან არის დამოუკიდებელი სახელმწიფო, მანამდე დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო. ტემპერატურა მთელი წლის განმავლობაში 25-32 გრადუსს შორის მერყეობს. აქ ყოველთვის საზღვაო სეზონია, თუმცა დასვენება ძვირი ჯდება. მაგალითად, არის სასტუმროები, სადაც ერთი დღე-ღამის გატარება 35-40 ათასი დოლარი ღირს.

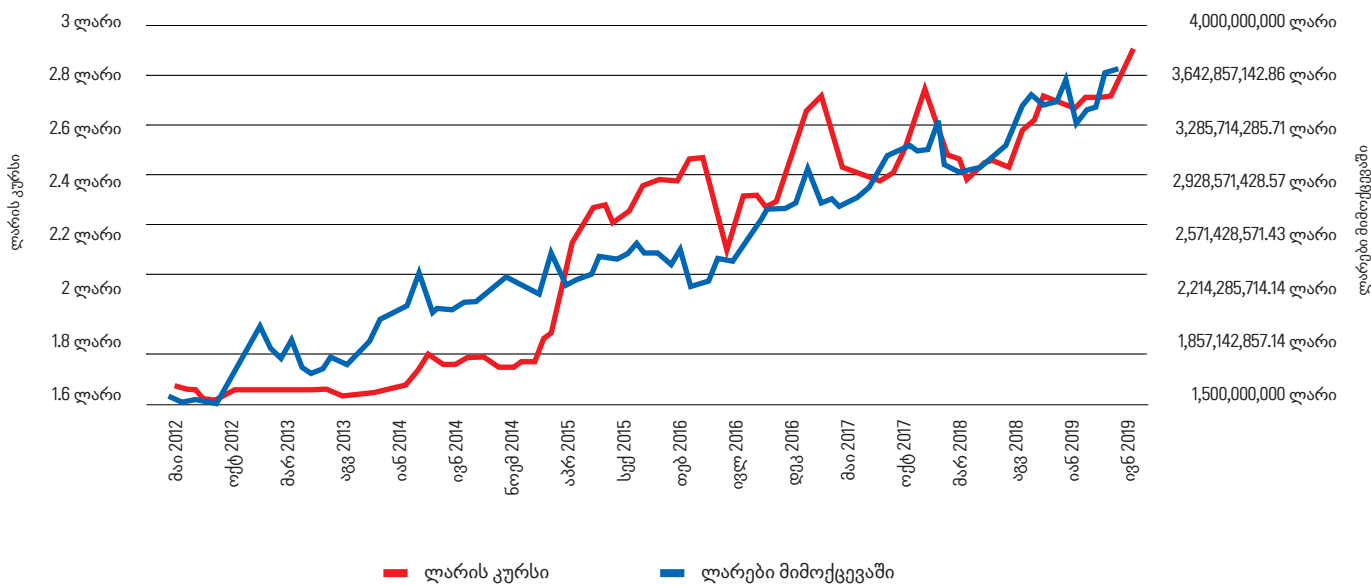
# LEADERBOARD

ავიორი: შოთა ტყეშელაშვილი

## 3 ბრავიკი, რომლების ღარის გაუფასურებაში ფულის მასის როლზე მუშაობენ

დღეს საქართველოს ეროვნული ვალუტა - ლარი - იმაზე უფრო გაუფასურებულია, ვიდრე მისი 23-წლიანი არსებობის განმავლობაში ოდესმე ყოფილა. ამ ვითარებას საქართველოს მთავრობა, როგორც ყოველთვის, არა საკუთარ პოლიტიკას, არამედ მის კონტროლს გარეთ არსებულ საგარეო ფაქტორებს მიაწერს. თუმცა რეალურად კურსზე ერთდროულად მოქმედებენ ფაქტორები, რომლებიც ექვევინ როგორც საქართველოს სახელმწიფოს კონტროლის ფარგლებში, ისე მის გარეთ. საქართველოს ეროვნული ბანკის სტატისტიკა აჩვენებს, რომ დღეს ქვეყანაში არსებული ფულის მასა პიკურ ნიშნულზეა.

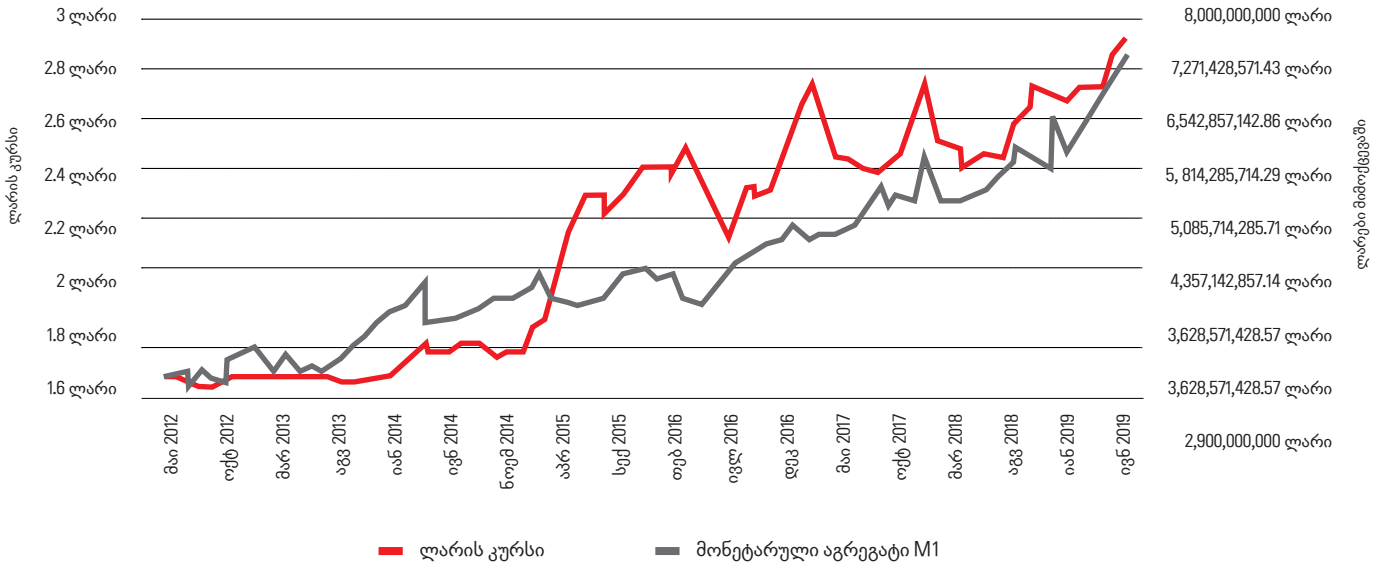
ღარის კურსი და ღარები მიმოქცევაში



ე.წ. MO, ანუ მიმოქცევაში არსებული ნაღდი ფული დღეს 3.7 მილიარდ ღარს აჭარბებს, როდესაც ის 12 თვის წინ 3.1 მილიარდ ღარს შეადგენდა. თავად მიმოქცევაში არსებული მასის მოცულობის ცვლილებისა და საქართველოს ეროვნული ვალუტის გაცვლით კურსს შორის კორელაცია კი გასული წლების განმავლობაში 0,9-ს შეადგენდა. უფრო მარტივად, ეს ნიშნავს, რომ როდესაც იზრდებოდა ფულის მასა, ღარს 10-დან 9 შემთხვევაში გაუფასურების ტენდენცია ჰქონდა, ხოლო როდესაც ფულის მასა მცირდებოდა, ღარს 10-დან 9 შემთხვევაში გამყარების ტენდენცია ჰქონდა.

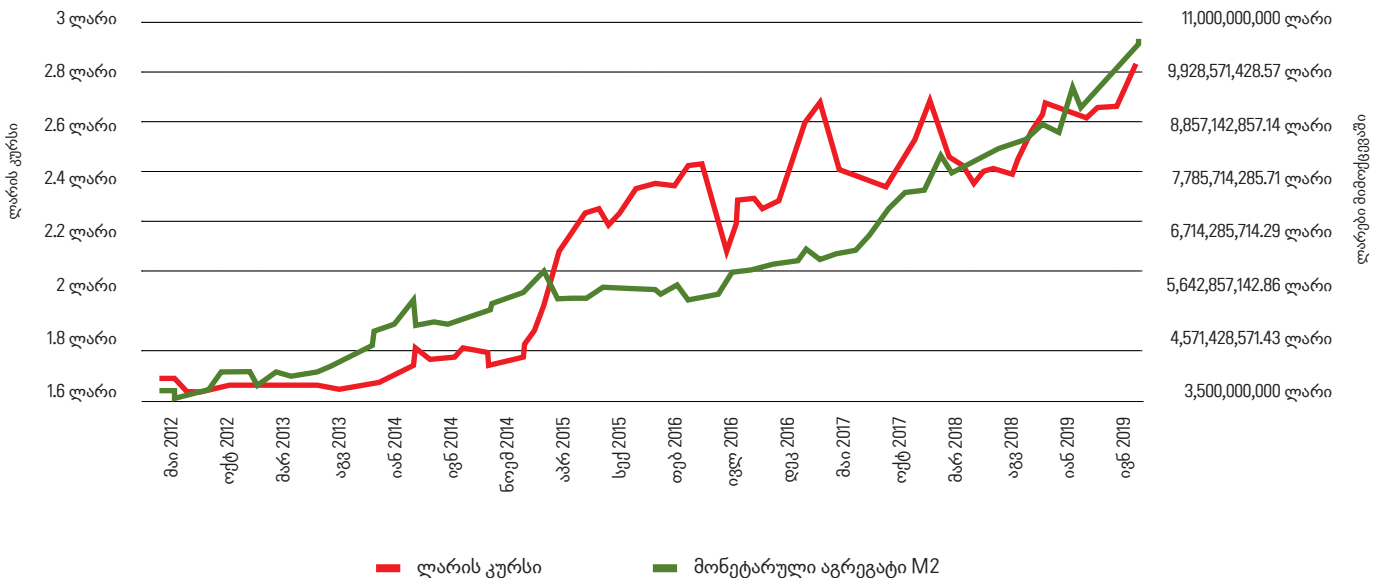
გრაფიკზე ლურჯი ტეხილი წლების განმავლობაში ფულის მასის მოცულობის ცვლილებას, ხოლო წითელი ტეხილი დოლართან მიმართებით ღარის კურსს ასახავს.

## ლარის კურსი და M1



ასეთივე თვალსაჩინო კავშირი შეიმჩნევა ე.წ. სარეზერვო ფულსა (M1) და ლარის გაცვლით კურსს შორის. M1 აერთიანებს როგორც მიმოქცევაში არსებულ ნაღდ ფულს, ასევე კომერციული ბანკების დეპოზიტებს ეროვნულ ბანკში. დღეს სარეზერვო ფულის მოცულობა 7.3 მილიარდ ლარს შეადგენს.

## ლარის კურსი და M2



ასევეა გაზრდილი ე.წ. ფართო ფულიც (M2), რომელიც მიმოქცევაში არსებულ ეროვნულ ვალუტას და კომერციულ ბანკებში საბანკო და სამთავრობო სექტორების გარდა, ლარის სრულ დეპოზიტებს მოიცავს. M2-ის მოცულობა დღეს 10.7 მილიარდ ლარს შეადგენს და ისიც, ისევე როგორც სხვა მონეტარული აგრეგატები, უკანასკნელი პერიოდის განმავლობაში საკმაოდ მაღალი ტემპით არის გაზრდილი.

რა არის  
ახალი?

# LEADERBOARD

ვინ არის  
შემდეგი?

მონახაზი

# მრავალმხრივი ფილანთროპი

Microsoft-ის თანადამფუძნებელი პოლ ალენი გასულ ოქტომბერს გარდაიცვალა და, სიკვდილის შემდგომ, Forbes 400-ის პრემია მიიღო განსაკუთრებული ღვან-ლისთვის ქველმოქმედებაში. ბილ გეიტსი გულის ამა-ჩუყებლად მიაგებს პატივს თავის ბავშვობის მეგობარს და ალენის მიერ 21-ე საუკუნეში განხორციელებული ქველმოქმედების მოკლე შეჯამებას გვთავაზობს.

პოლის ქველმოქმედების-  
თვის დამახასიათებელი ფი-  
ლოსოფია ჯეროვნად რომ  
დავაფასოთ, მასზე ერთი რამ  
უნდა ვიცოდეთ: პოლს მთელი  
ცხოვრება დაუშრეტელი ცნობის-  
მოყვარეობა ამოძრავებდა.

ჯერ კიდევ მაშინ, როცა ბავშ-  
ვები ვიცავით, პოლს უკვე ლამის  
ყველაფერი აინტერესებდა. მოგვი-  
ანებით მან უამრავი, ერთი შეხედ-  
ვით, ერთმანეთთან დაუკავშირე-  
ბელი მიზნისთვის გასცა თანხები.

სპილოებზე ბრაკონიერობის აღ-  
მოფხვრა სურდა, ოკეანის მდგო-  
მარეობის გაუმჯობესება და ე.წ.  
ჭკვიანი ქალაქების მხარდაჭერა.  
შექმნა საცხოვრებელი კომპლექსი  
უსახლკაროებისათვის და სახე-  
ლოვნებო განათლება პიუჯეტ-სა-  
უნდის რეგიონში. ჯერ მარტო 2014  
წელს მან დააფინანსა პოლიომი-  
ელიტის კვლევები და დასავლეთ  
აფრიკაში ებოლას ეპიდემიის  
შემაკავებელი მცდელობები, პარა-  
ლელურად კი ბრწყინვალე ახალ  
ინსტიტუტს აშენებდა ხელოვნუ-  
რი ინტელექტის შესასწავლად.

ის, ვინც პოლს იცნობდა, მი-  
სი პორტფოლიოს ლოგიკა არ  
ჩააგდებდა საგონებელში.

თანხებს იმ საკითხებს სწი-  
რავდა, რომლებიც ყველაზე  
მეტად აინტერესებდა, და იმ  
ადგილებს, სადაც, მისი აზრით,  
ყველაზე მეტად შეეძლო და-  
დებითი გავლენის მოხდენა.

ნეტავ, შეეძლოს ყველა იმ სი-  
კეთის ნახვა, მისი გულუხვობა  
რომ მოიტანს. პოლა ერთ-ერთი  
ყველაზე გულისხმიერი, ცნობის-  
მოყვარე და ბრწყინვალე გონების  
კაცი იყო, ვისაც კი ოდესმე შევხ-  
ვედრივარ. გაცილებით, გაცილე-  
ბით მეტს იმსახურებდა, ვიდრე  
მოუსწრო... თუმცა ვერავინ იტყვის,  
ცხოვრებაში ამაოდ დაშვარაო.



**შაკერების ალტაცება**

ჩვენმა სკოლამ ეს ტელეგაიბი რომ იყიდა, მისით სრულიად მოცულები ვი-  
ყავით. ძალიან ძვირი ჯდებოდა გამოყენება – საათში 540! ერთადერთი გზა,  
რითაც კომპიუტერისთვის დროის მოპოვება შეგვეძლო, სისტემაში შევდომის  
შეყვანა იყო. რაღაც მომენტში გამოვჩივრეს, თუმცა ამას პირველი ოფი-  
ციალური თანამშრომლობა მოჰყვა პოლსა და ჩემ შორის: კომპანიასთან  
კონტრაქტი დავდეთ, რომლის თანახმადაც, პრობლემების იდენტიფიცირების  
სანაცვლოდ, კომპიუტერის გამოყენებას უსასყიდლოდ შევძლებდით.



**ხმის აწყობა**

პოლი ჩემზე მაგარი ტიპი იყო. ვიფარებოდი ივოლ დაკვრა და ჯიმი ჰენდრიქს-  
სით იყო ძალიან გატაცებული. მასსოვს, როგორ უკრავდა ხოლმე ჩემთვის  
Are You Experienced?-ს. იმდენად უყვარდა ეს ალბომი, რომ უნდოდა,  
ჩემთვისაც გაეზიარებინა. მისმა ამ გატაცებამ მუსიკით (და, ზოგადად, პოპ-  
კულტურით) მოგვიანებით მის ქველმოქმედებაზე იქონია მნიშვნელოვანი  
გავლენა.

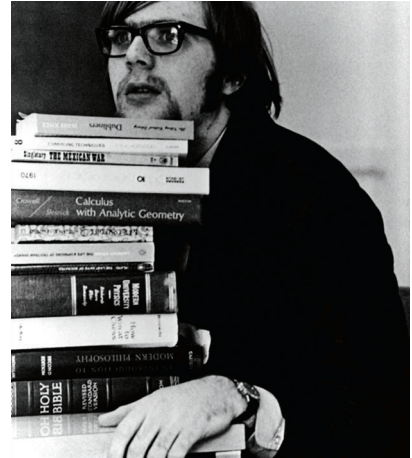


**ჩემბიონების!**

პოლი ამერიკული ფეხბურთის დიდი მოტრფიალე არ ყოფი-  
ლა, Seahawks-ი როცა იყიდა. მაგრამ Seattle-ის დახმარება  
უნდოდა... პოდი, რისკზე წავიდა და მის ახალ მფლობელად  
მოგვევლინა. რისკმა ამაკრად გაამართლა.

**წიგნის ფასი**

ეს მისი დამამთავრებელი კლასის სურათია. კითხვა მუდამ  
უყვარდა, სურათზე გამოსახული კოლექცია კი ჯეიმს ჯოსის  
„დუბლინელებს“, ფილოსოფიისა და ფიზიკის სახელმძღვანე-  
ლოებს და ბიბლიას აერთიანებს.



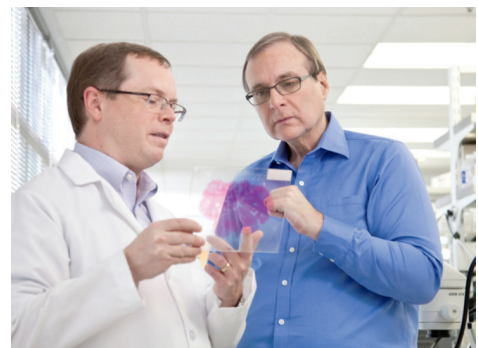
**Microsoft-ის შავი**

ეს სწორედ მაშინა გადაღებული, როცა კომპანიამ ზრდა  
დაიწყო და ალბუერკიდან სიეტლში გადასახარვდით. ფოტოზე  
ასახული მანქანები სწორედ ისინია, რომლებიც Microsoft-  
ის პირველ პროგრამულ უზრუნველყოფას ვწვდით.



**გონება და ფული**

როცა პირველად შევიტყვე, რომ ტვინის მეცნიერებისთვის  
ორგანიზაციას, Allen Institute-ს, ქმნიდა, არ გამკვირვებია.  
პოლი ბავშვობიდანვე უაღრესად გატაცებული იყო ადამიანის  
გონების ამოხსნით.



ბილ ბილიტი უილიამ ჰარისი

# თეთრი სახლის საფულები

გსურთ სტაბილური სახელმწიფო სამსახური? ნუ შეუერთდებით დონალდ ტრამპის კაბინეტს. სულ რაღაც ორწელიწად-ნახევარში პრეზიდენტმა თავისი 16 დეპარტამენტის უფროსებიდან 7 გამოცვალა. აშუამინდელ მოხელეთა რიცხვში გახლავთ 11 მილიონერი, ორი ასნიშნა მილიონერი და ერთი მილიარდერი. ჯამში, მათი ქონება დაახლოებით \$3.1 მილიარდს შეადგენს – იმდენს, რამდენსაც თავად პრეზიდენტისა.



**ბეტსი დევოსი, 61**  
განათლების მინისტრი  
(2017-ის თებერვლიდან)  
ქონება  
\$2 მილიარდი<sup>1</sup>



**ჟილბურ როსი, 81**  
ვაჭრობის მინისტრი  
(2017-ის თებერვლიდან)  
\$600 მილიონი



**სტივენ მნუჩინი, 56**  
ხაზინის მინისტრი  
(2017-ის თებერვლიდან)  
\$400 მილიონი



**ჟილიამ ბარი, 69**  
გენერალური  
პროკურორი  
(2019-ის თებერვლიდან)  
\$40 მილიონი



**ბენ კარსონი, 67**  
ბინადრობისა  
და ურბანული  
განვითარების მინისტრი  
(2017-ის მარტიდან)  
\$20 მილიონი



**ელეინ ჩაო, 66**  
ტრანსპორტის მინისტრი  
(2017-ის იანვრიდან)  
\$20 მილიონი



**ალექს აბარი, 52**  
ჯანმრთელობისა და  
ადამინაური სერვისების  
მინისტრი  
(2018-ის იანვრიდან)  
\$15 მილიონი



**მარკ მსპერი, 55**  
თავდაცვის მინისტრი  
(2019 წლის ივნისიდან)<sup>2</sup>  
\$5 მილიონი



**სონი პერდიუ, 72**  
სოფლის მეურნეობის  
მინისტრი  
(2017-ის აპრილიდან)  
\$5 მილიონი



**დევიდ  
ბერნჰარდი, 50**  
საშინაო საქმეთა  
მინისტრი  
(2019-ის აპრილიდან)  
\$3 მილიონი



**რიკ პერი, 69**  
ენერჯეტიკის მინისტრი  
(2017 წლის მარტიდან)  
\$3 მილიონი



**რობერტ  
უილკი, 57**  
ვეტერანების საქმეთა  
მინისტრი  
(2018-ის ივლისიდან)  
\$2 მილიონი



**ალექსანდერ  
აკოსტა, 50**  
შრომის მინისტრი  
(2017-ის აპრილიდან)  
\$1 მილიონი



**მაიკ პენსი, 60**  
ვიცე-პრეზიდენტი  
(2017-ის იანვრიდან)  
\$1 მილიონი



**კევინ  
მაქალინანი, 47**  
ქვეყნის უსაფრთხოების  
მინისტრი  
(2019-ის აპრილიდან)<sup>2</sup>  
\$800,000



**მაიკლ  
პომპეო, 55**  
სახელმწიფო მდივანი  
(2018-ის აპრილიდან)  
\$800,000

<sup>1</sup>ფართან და ვილიამთან გაზიარებული <sup>2</sup>შოპალეობის მისრულებული

Forbes-ის აღმოჩენები

გოლფის დრო



TAG Heuer-ის Connected Modular 45 Golf Edition-ი თუ გავქვთ, თითქმის იგივეა, გოლფის ბურთების დამტარებელი რომ „გეკეთოთ“ მაჯაზე. Android-ზე მომუშავე ეს ჭკვიანი საათი, Golf Edition-ი (\$1,850), GPS-ტექნოლოგიას იყენებს, წინასწარ ჩამოტვირთულ აპლიკაციას მსოფლიოს 39,000 გოლფის მოედანთან აკავშირებს და ცოცხალ რეჟიმში უზრუნველყოფს ინფორმაციას მანძილისა და სათამაშო დაბრკოლებების შესახებ, ამისთვის კი საათის ორგანომილებიან კარტოგრაფიას ეყრდნობა, რომელიც ტელეფონში სამგანზომილებიანი სახით გარდაქმნება. ამასთან, საათი ანგარიშებსაც აღრიცხავს დაახლოებით ოთხი მოთამაშისთვის... თუმცა მეორე შანსს არ გვთავაზობს.

მილიარდერები

ყველაზე  
მდიდარი  
ადამიანი შტატის  
მიხედვით



ყოფილი მსკავრდებული, რომელიც შემდეგ მორეული მანქანების გამოიდგველად იქცა, დღეს \$5.4 მილიარდის პატრონი და არიზონის უმდიდრესი ადამიანია, ამისთვის კი ონლაინ ავტო-დილერ Carvana-ში 42%-იან წილს უნდა უმადლოდეს. ერნესტ გარსია II-მ ალია-რა საბანკო თაღლითობის დანაშაული და მოვიანებით გაკორტეზულად გამოაცხადა თავი (Carvana მისმა ვაჟმა, ერნესტ III-მ დააფუძნა, რომელიც ასევე მილიარდერია). შტატის სრულად ხანა-ხავად და ყოველი შტატის უმდიდრესი ადამიანების რუკის გასაცნობად, ეწვიეთ ვებგვერდს: [forbes.com/richestbystate](http://forbes.com/richestbystate).

# LEADERBOARD

## იყიდე, შეინახე, გაყიდე

### დაფნი ლინგონი

სამკაულების ხელმძღვანელი, Christie's Americas



#### უფრო ალმასები

10 კარგადმდე უფრო ალმასების ციბე-ცხელება მიცხრა; კლასიკა, როგორც ზურმუხტის ან მარკიზის ბრილიანტებია, დღეს უფრო ხელმისაწვდომია, ვიდრე ოდესმე. ამასთან, 5 კარგადმდე ჩინებული ქვების პოვნა \$50,000-ზე იაფად შეიძლება.



#### 10 მმ-დე დამუშავებული მარგალიტები

მეორეულ ბაზარზე ისეთივე ყურადღებას როდი მიიქცევენ, როგორც ბუნებრივები, თუმცა ეს პანანინა საოვრებები (ლამაზი ნაკეთობების პოვნა \$5,000-მდე შეიძლება) ნამდვილ კლასიკას წარმოადგენს.



#### Bulgari-ს ანტიკური მონეტის სამკაული

ერთ-ერთი ასეთი, \$5,000-ად რომ იყო შეფასებული, დაახლოებით ხუთჯერ უფრო ძვირად გაიყიდა. როულია, ამგვარ მცოდურ მოგებას გულგრილად ჩაუარა, რაც უნდა ისტორიის დიდი ენთუზიასტი იყო.

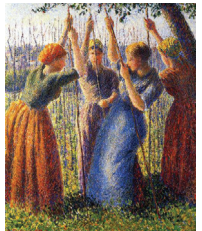
### მოტი შნიბერგი

ონლაინ არტბაზრის აომ-სურავი საინფორმაციო გამკვლევის, MutualArt-ის, თავმჯდომარე



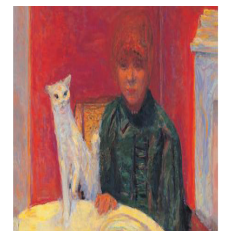
#### ფრანსის პიკაბია (1879-1953)

პიკაბიას ნამუშევრებს წყნარი ათწლეული ჰქონდა, მაგრამ ჩანს, რომ სიტუაცია იცვლება. მისი ნამუშევრების ფასები (შედიანური მაჩვენებელი \$80,000-ს შეადგენს), მათ შორის, კუბისტურის და დადაისტურისა, ზრდას იწყებს.



#### კამილ პისარო (1830-1903)

როული 2016-ის შემდეგ, პატივსაცემი დანიელ-ფრანგი მხატვრის ნამუშევრები შესანიშნავი გამოქანალების მოწმეა. პისაროს ქანალებათა უმეტესობის ღირებულება ჯერ მანც \$100,000-ზე ქვემოთაა. შეინახეთ... შესაძლოა, გაგიმართლოთ.



#### პიერ ბონარი (1867-1947)

ნუ გაგაბითურებთ ამ პოსტიმ-რესიონისტთან დაკავშირებული რიცხვები: მიუხედავად იმისა, რომ მისი მიხი "La Terrasse ou Une terrasse à Grasse" (1912) ბლოკბასტერული \$19.6 მილიონად გაიყიდა, 2015 წლიდან ბონარის ნამუშევართა შედიანური ფასი სტაბილურად ეცემა.

### კენ გროსი

ავტორი, Petersen Automotive Museum-ის ყოფილი დირექტორი



#### 1978-1995-ის Porsche 928/928 S

იმ პერიოდისთვის ტექნიკურად წინ წასულები, Porsche-ს პირველი V-8 კუპები, სწრაფები, მოქნილები და კვლავაც მოდურები. \$60,000-ის სანაცვლოდ, წლების მანძილზე უგულებელყოფილები, აუცილებლად იქცვიან მომდევნო ძვირად ღირებულ ძველ საკოლექციო Porsche-ებად.



#### 1963-1965-ის Buick Riviera

ინდივიდუალიზმულ მანქანებზე მომუშავეთა შორის საგანი, GM-ის ეს ელექტანტური კუპე, თავისი ექობის ყველაზე ლამაზი სახურავიანი მანქანაა. მოქმენთ 425-CID-ის, ორმაგი Over-ის V-8 ძრავის მქონე Gran Sport-ი: \$55,000-ად შეფასებული, ღირებულების გაბრუნების არის „კანონიერი“.



#### 1928-1931-ის Ford Model A

მართალია, კოხტა და პოპულარულია, Model A-ს ღირებულებას პიკი უკვე ჰქონდა და, დიდი ალბათობით, მესს აღარ იმევეს. გაიყიდა \$20,000-ად და უფრო ახალი ძველი მანქანა იყიდეთ, რომელსაც უსაფრთხოდაც მართავთ.

## ფრანგენტები რეიტინგიდან ყველაზე კარგი და ცუდი ფრანშიზები

ისინი კერძების დამატებას არ თაკილობენ: Freddy's Frozen Custard & Steakburgers-მა საყიდლად ყველაზე ვარგისი და უვარგისი ფრანშიზების Forbes-ის წლიური რეიტინგში წამყვანი ადგილი გადასახლა, რაც ამ კანზასში დაფუძნებული ქსელის ისტორიაში პირველად არ ხდება. Freddy-ის სწრაფმა ზრდამ და წარუმატებლობის დაბალმა მაჩვენებელმა ბერნიდი მადისლამცერელ მენიუდ აქცია პოტენციური მეფრანშიზებისთვის. აი, სხვებიც 2019-ის რეიტინგიდან:



### მაღალი საწყისი ინვესტიცია (\$500,000 ან მეტი) ყველაზე კარგი:

Freddy's Frozen Custard & Steakburgers

### ყველაზე ცუდი:

Thrifty Car Rental

### საშუალო ინვესტიცია (\$150,001-ს \$499,999) ყველაზე კარგი:

Nothing Bundt Cakes

### ყველაზე ცუდი:

Games2U (შეუვლები ბავშვებისთვის)

### დაბალი ინვესტიცია (\$150,000 ან ნაკლები) ყველაზე კარგი:

BrightStar Care (შინ მოვლის სერვისი) ყველაზე ცუდი: Donut Connection

შედიანური ფრანშიზის ააზრის საკვლევი შირმა FRANCHISE 500-სთან თანახმობით.

# LEADERBOARD

## რიცხვებით

### ამაომების ბაზარი

ძველმოდურ საოჯახო გართობას ისე არაფერი გამოხატავს, როგორც შტატის ბაზრობა, ქვემოთ მოცემული ოთხეული კი გასული წლის ყველაზე დიდ ბაზრობებად მოგვევლინა დასწრების მიხედვით. ოფიციალური სამემოსავლო მაჩვენებლების მოპოვება უფრო რთული საქმე აღმოჩნდა, ვიდრე ბაზრობის ახლომხედვით. რიგგარეშად აღვნიშნავთ პონა ავტოსადგომზე, თუმცა ბაზრობები საკუთარ „ეკონომიკურ გავლენას“ ასობით მილიონ დოლარად აფასებენ. ეს უამრავ ადგილობრივ ნამცხვარსა და შემწვარ კარაქს უდრის.



#### 1. STATE FAIR OF TEXAS

დალასი  
28 სექტემბერი –  
21 ოქტომბერი, 2018  
დამსწრე: 2 მლნ

#### 2. MINNESOTA STATE FAIR

ფალკონ-ჰეიტსი,  
მინესოტა  
23 აგვისტო–3  
სექტემბერი, 2018  
დამსწრე: 2 მლნ

#### 3. THE BIG E

ვესტ-სპრინგფილდი,  
მასაჩუსეტსი  
14–30 სექტემბერი, 2018  
დამსწრე: 1.5 მლნ

#### 4. GREAT NEW YORK STATE FAIR

სირაკიუსი, ნიუ-იორკის  
შტატი  
22 აგვისტო–3  
სექტემბერი, 2018  
დამსწრე: 1.3 მლნ



ახალი მილიარდერი ოჯახი

## მიბაძვის თამაში

სათამაშოების ბიზნესში გიგანტი კომპანიები ბატონობენ. ZURU-მ იქ გზა თვითგაბერვადი ბუშტებითა და იაფი იმიტაციებით გაიკავა.

ნიკ მოშტრამი შინიდან მუშაობს – კოუტსვილში (ახალი ზელანდია) მდებარე 12-საძინებლიანი სახლიდან. ეს ადრე კიბერ-რენეგატის, კიმ დოტკომის სამფლობელო იყო და სწორედ აქ დააპატიმრა დოტკომი მძიმედ შეიარაღებულმა პოლიციამ 2012-ში. 34 წლის მოუბრეი უფრო მშვიდ ცხოვრებას ეწევა. გაბაფხულის მზე მის ვენახს (წელიწადში 2,000 ბოთლზე რომაა პასუხისმგებელი) ანათებს და აბრჭყვიალებს, თავად კი გვიხსნის, რა აძლევს ამგვარი ცხოვრების საშუალებას: „დამნაშავე“ სწრაფად მზარდი

სათამაშოების კომპანია Zuru-ა, რომელსაც თავის დედამამიშვილებთან, 38 წლის მეტსა და 36 წლის ანასთან, ერთად მართავს.

„ჩემი ფილოსოფია დაბალანსებულ ზრდაში მდგომარეობს“, – ამბობს მოუბრეი და 48,000 კვადრატული ფუტის სახლ-კარის ბიბლიოთეკაში დააბიჯებს – სახლ-კარისა, რომელიც ბალ-ლაბირინთებითა და შიდა აუზით იწონებს თავს.

Zuru, რომელიც მოუბრეებმა 2003-ში დააარსეს, ისეთი იაფი სათამაშოების დამზადებაში სპეციალიზდება, როგორცაა, მაგალითად, Bunch O Balloons-ი – გაჯეტი, რომლითაც 100 წყლის ბუშტის გაბერვა 60 წამში არის შესაძლებელი. კომპანია ჰონკონგშია დაფუძნებული, სადაც მეტი და ანა ცხოვრობენ და რომელიც Zuru-ს დაბალ გადასახდებთან აძლევს წვდომას. ხარჯების დამატებით დასაზოგად, ოჯახი აქტიურად აბანდებს ავტომატიზებაში.

დღეს Zuru თავის სათამაშოებს 120 ქვეყანაში ყიდის და \$300 მილიონს აკეთებს წლიური გაყიდვების სახით. კომპანიას ვალი არა აქვს და არც გარეშე დაფინანსებისთვის მიუმართავს ოდესმე, მხოლოდ საწყისი \$20,000 ისესხეს ინჟინერი და მასწავლებელი დედ-მამისაგან. მთელი ბიზნესი ტრიოს საკუთრებაა – ბიზნესი, რომელიც \$1 მილიარდზე მეტი ღირს. „როგორც ახალზელანდიელები, საკმაოდ თავმდაბალი ხალხი ვართ. მაგრამ უდავოდ გასაოცარი გზა გავიარეთ“, – ამბობს ანა, რომელიც აღმასრულებელი დირექტორად მსახურობს (ნიკი და მეტი თანააღმასრულებელი დირექტორები არიან).

Zuru სამოყვარულო პროექტის სახით დაიწყო. როცა მეტი 12-ის იყო, საჰაერო ბუშტის მოდელის დიზაინი შექმნა. ნიკთან ერთად ამ აღჭურვილობას კარდაკარ ყიდდა, ხოლო 2003-ში, როცა ნიკი 18-ის იყო, ჩინეთში გაემგზავრნენ, რათა ჰოლი ნამდვილ ბიზნესად ექციათ.

„პირველ ღამეს ბუჩქებში გვე-



ძინა, ჰონკონგის აეროპორტ-თან“, - იხსენებს ნიკი. შემდეგ ქალაქ შანტოუს რეასართულიან შენობაში, თვეში \$20-ად, ოთახი დაიქირავეს. ანა ძმებს ერთ წელიწადში შეუერთდა.

მოუბრეიებმა არსებული პროდუქტების, მაგალითად, შვეულმფრენის ფორმის ბუმერანგის, დისტრიბუცია დაიწყეს. ცოტა ხანში საკუთარი სათამაშოების, Bunch O Balloons-ის წარმოებასაც შეუდგნენ, და ბაზარზე დამკვიდრებული ისეთი ბრენდების მიბაძვასაც მიჰყვეს ხელი, როგორცაა Nerf-ის სათამაშო იარაღები.

დროთა განმავლობაში მოუბრეიებმა გზა ყველა მსხვილ ამერიკულ მაღაზიაში გაიკაფეს, მათ შორის, Walmart-ში, Target-სა და CVS-ში. „ფაქტობრივად, არსებული რეკურსებით გავვლეთ ფონს, - ამბობს ნიკი, - ეს კი დიდი იშვიათობაა“.



Forbes-ის აღმოჩენები

### მომთაბარე ობიექტები

მილანის დიზაინის კვირეულზე Louis Vuitton-ის უახლესი კოლექციის, Objets Nomades-ის დებიუტი შედგა. ამ მოდის სახლის სენია დამფუძნებლის მომთაბარე სულით შთაგონებული კოლექცია 40 ობიექტს (დაწყებული \$11,400-იანი ტაბურეტით, \$122,000-იანი ტახტით დამთავრებული) აერთიანებს, რომლებიც თანამედროვე დიზაინერებთან, მათ შორის, Atelier OI-თან, Campagna Brothers-სა (ზემოთ) და ზედამოჭრილი სახელის მქონე Marcel Wanders-თან, თანამშრომლობით შეიქმნა.

## ფული სპორტში

# ყველაზე მაღალანაზღაურებული სპორტსმენები

სპორტის რომელი ვარსკვლავები შოულობენ ყველაზე კარგ ფულს? ჩვენი ყოველწლიური რეიტინგის ახალ სახეთა უმეტესობა NFL-ში თამაშობს, რისი მიზეზიც, დიდწილად, ისაა, რომ ამერიკული ფეხბურთის კონტრაქტები მოთამაშეებს უკეთეს ბონუსებს სთავაზობენ, ვიდრე სხვა ლიგები... თუმცა ხელფასები ყოველთვის გარანტირებული არ არის. ხალხი მაკმა, მაგალითად, წინდანინ \$34 მილიონი ჩაიჯიბა.



1. **ლიონელ მესი**  
**\$92 მლნ ხელფასი**  
**\$35 მლნ სარემალბო**  
**\$127 მლნ ჯამში**



2. **კრისტიანო რონალდო**  
**65**  
**30**  
**109**



3. **ნეიმარი**  
**75**  
**30**  
**105**



4. **კანელო ჯაგარმისი**  
**92**  
**2**  
**94**



5. **როჭერ ფემდერერი**  
**7.4**  
**86**  
**93.4**

### ახალწვეულები



13. **ხალილ მაკი**  
**54**  
**1**  
**55**



22. **დემარკუს ლორენსი**  
**46.8**  
**0.15**  
**46.9**



23. **ბრანის ჰარვი**  
**38**  
**6.5**  
**44.5**



28. **ბარტ დონალდი**  
**40.9**  
**0.5**  
**41.4**



34. **ბრანდინ კუპსი**  
**37.5**  
**0.5**  
**38**

### საუკეთესო პოზიციები

დოლარის ტერმინებით თუ ვიმსჯელებთ, NBA-ის მოთამაშეები ამაყად დასცქერიან პროფესიონალ მოთამაშეებს სპორტის სხვა სახეობებთან.



აკალატაპური  
**\$1.3 მლრდ**  
**\$972 მლნ**  
**\$321 მლნ**

ამერიკული ფეხბურთი  
**\$775 მლრდ**  
**\$704 მლნ**  
**\$71 მლნ**

ფეხბურთი  
**\$607 მლრდ**  
**\$457 მლნ**  
**\$151 მლნ**

ბეისბოლი  
**\$468 მლრდ**  
**\$449 მლნ**  
**\$18 მლნ**

ჩოგბურთი  
**\$24 მლრდ**  
**\$46 მლნ**  
**\$200 მლნ**

ლეგენდა ჯამური შემოსავლები  
**ხელფასები**  
**სარემალბო**  
**აქტივობები**

**49**  
 ყველაზე ასაკოვანი: ფილ მიკელსონი



**20**  
 ყველაზე ახალგაზრდა: კილიან მბაპე



**38**  
 საერთაშორისო სპორტსმენი  
**62**  
 აშშ-ის სპორტსმენი

მოდელირებული

# LEADERBOARD

30 30-წლამდელი

## დალალების ექსპერტები

ცოტა რამ თმების შესახებ FORBES-ის 30 30-წლამდელთან ერთად, 30 სიტყვასა ან ნაკლებში.

### Forbes-ის აღმოჩენები

#### უმრუნველყოფილი ბაზარი

1897 წელს კონგრესმა ხელი მოაწერა Bottled-in-Bond Act-ს, რომელიც სამართლებრივ რეგულაციებსა და სტანდარტებს აწესებდა ვისკის წარმოებისთვის. დღეს ტრადიცია განაგრძობს არსებობას ე.წ. ფედერალურად უზრუნველყოფილ ახალ ვისკიებში, რომლებიც ამ წესებს იცავენ, მაგალითად, ბურბონისა და ჭვავის სასმელის ალკოჰოლის სიდიდერეს (ე.წ. პროფს) 100-ზე ინარჩუნებენ. და რაც ყველაზე კარგია, ეს მაღალალკოჰოლური ვისკიები ძვირი არ ღირს.



**Old Forester 1897 Bottled in Bond (\$50)**  
ამ, სულ მცირე, ოთხი წლის ბურბონში უამრავი ტკბილი ნოტი... და მისი უდავოდ არის Bottled-in-Bond Act-ი უკვდავყოფილი.



**Jim Beam Bonded (\$23)**  
ტკბილი, კარამელის არომატითა და მცირედი სანელებლით, ეს სასმელი პრემიუმ-ბურბონით ისმება, თანაც, იაფად.



**Rittenhouse Bottled-in-Bond Rye (\$30)**  
ეს არააქიური (მაგრამ მდიდარი) ჭვავის სასმელი უველაფროდაც ისმება და მისგან იდეალური კოქტილიც შეგიძლიათ, დაამზადოთ.



**ფელიქს ჰაფა, 26**  
**და სოფი ტრელეს-ტვედი, 26**

თანადამფუძნებლები, INVISIBOBLE

ტიპურმა თმის სამაგრებმა, შესაძლოა, თმები გაკვანდონ. ამ ავსტრიულ-დანიური დუეტის შემოსავალმა 2018-ში თითქმის \$20 მილიონი შეადგინა, რასაც იმეგვარ დაბატენ-ტებულ თმის სამაგრებსა და სარტებს უნდა უმაღლოდ-ნენ, რომლებიც თმაზე არავითარ კვალს არ ტოვებს.



**პოლ მიჩო, 29**

თანადამფუძნებელი, PROSE

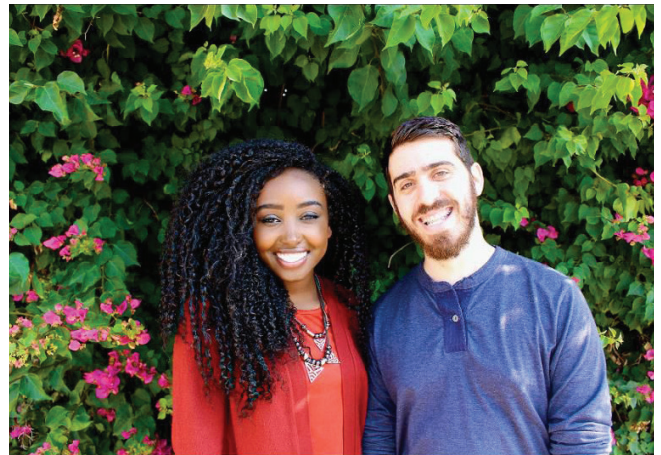
\$25-მილიონიანი დაფინანსებით, მისი თმის მოვლის პროდუქტთა მწარმოებელი პირდაპირ მოხმარებელს მიჰყიდის პროდუქტებს. მისი დიფენსიური გამოკითხვის წყალობით მზა ფორმულები იქმნება, რომლებიც ისეთ ბუნებრივ ინგრედიენტებს აერთიანებს, როგორც სოია (თმის სისხირისთვის).



**შელბი უაილდი, 28**

დამფუძნებელი, PLAYA

Vogue-ის სტილისტად მუშაობის შემდეგ უაილდმა \$2.6 მილიონი იშოვა ორგანიკული შესასხურებლების, ზეთებისა და შამპუნების ხაზისთვის, რომლებიც თმას ტალღოვანს ხდიან. მისი პროდუქტები Sephora-ში, Net-A-Porter-სა და Madewell-ში იყიდება.



**მუჰგა ელტიგანი, 28**  
**და სემ რობერტსი, 29**

თანადამფუძნებლები, NATURALL CLUB

არათეთრკანიან ქალებს უჭირთ თმის ტექსტურისთვის შამპუნის შერჩევა. ეწვიეთ ფილადელფიის NaturAll Club-ს (ჯამური დაფინანსება: \$5 მილიონი), რომლის გაყინული, ავოკადოზე დაფუძნებული პროდუქტები Instagram-ის 35,000 მიმდევრის რჩეულია.

PAYOT  
PARIS



+48%  
ჰიდრატაციის  
ზრდა

დადასტურებული  
ეფექტურობა  
8 საათის  
განმავლობაში


My Payot



ი. აბაშიძის 24, 0179, თბილისი საქართველო  
ტელ.: + 995 (32) 2 24 24 55

ესზე,  
Estée  
Professional  
Cosmetics Shop

# LEADERBOARD



## FORBES - ის მსოფლიო

პლანეტის მასშტაბით, ჩვენს 34 ლიცენზირებული გამოცემა ხუთ კონტინენტს, 27 ენასა და 24 დროის სარტყელს მოიცავს. მათ ყველას საერთო მისია აქვთ: ანტრეპრენიორული კაპიტალიზმის რწმენა მის ნებისმიერ გამოვლინებაში. აი, ზოგი რამ, რაც ამ ჟურნალებმა აღმოაჩინეს.

### ანგოლა



Wi-Connect-ის თანადამფუძნებელს, პაულუ არაუშოს დიდი ოცნება აქვს: უფასო ინტერნეტი ყველას.

### არგენტინა

„კოსმოსი არასათანადოდ განვითარებული ბაზარია უმჯობესი პოტენციალით, - ამბობს სანტიაგო ტემპონე - მონაგემთა სატელევიზიო ანტრეპრენიორი და ერთ-ერთი იმ მზარდი ოდენობის არგენტინელი-თავან, რომლებიც მიღმიერ საზღვრებზე არიან ფოკუსირებული. - ახალი ოქროს ციფრ-ცხელა მთელი პლანეტის დაკავშირების შესაძლებლობის დევნაში მდგომარეობს“.

### ჩინეთი



Qiming Venture Partners-ის ჯი პი გენ მე-ნ ადგილას დაწინაურდა ჩვენს მიდასის რეიტიგში, რომელიც წამყვან ვენჩურ-კაპიტალისტებს მოიცავს. გენს ფსონები ისეთ კომპანიებზე აქვს დადებული, როგორც Bilibili-ა - კომიქსების და ვიდეოს სტარტაპი. „როცა გავიარებო, რომდენად ახალგაზრდა აუდიტორია ჰყავს [Bilibili-ს], მიხედვით, რომ გვინდოდა მათთან მუშაობა“.

### ბრაზილია



23 წლის ასაკში, ფლავიო აუგუსტო და სილვამ \$1,000-ის ტოლფასი სესხით Wise Up-ი წამოიწყეს - განათლების კომპანია, რომელიც ექვს წელში უკვე 400-ზე მეტ სკოლას აერთიანებს.

### კოსტა-რიკა



შინამრეწველური ლუდის ბუმს ცენტრალური ამერიკაც ჰყავს მოცული, მტადარე - კოსტა-რიკა, სადაც ადგილობრივი ლუდი ლუდის ბაზრის 64%-ს შეადგენს.

### კვიპროსი



კვიპროსელ-ბრიტანელი ვაჭრობის მაგნატი თეო პაფიტიისი საკუთარ პოზიციას ბრექსიტის თანამდევ მოვლენებზე განგაშის ასახვად იყენებს, კერძოდ კი იმ გავლენაზე, რაც ბრექსიტმა ევროპულ ეკონომიკაზე შეიძლება, მოახდინოს: „საფრთხეთა არასათანადო შეფასება დაუსწავებელია“.

### ჩინეთის რესპუბლიკა



24 წლის ასაკში, ოლივერ დლოუპი ბრნოში დაფუძნებული Kiwi.com-ი ჩაუშვა - მოგზაურობისა და გაგზვნების საიტი. ახლა უკვე 31 წლისა, დლოუპი, იენსონი Kiwi.com-ის 51% კერძო სააქციო კაპიტალის ამერიკულ ფირმა General Atlantic-ს მიჰყიდა, რა დროსაც მისი სტარტაპი თითქმის 5400 მილიონად იყო შეფასებული.

### საფრანგეთი



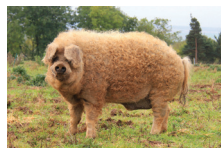
ირის მიტინერი არის სატელევიზიო წამყვანი, ავტორი, ყოფილი მის საფრანგეთი და ერთგობის მის მამარო... და სოციალური ქსელების ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული გავლენიანი ფიგურა საფრანგეთში, რომლის Instagram-ის მიმდევრთა რიცხვი 2 მილიონს აღემატება.

### საქართველო



რევაზ ვაშაკიძე Chirina-ს დამფუძნებელია - ვერტიკალურად ინტეგრირებული საკვების კომპანია, რაც საქართველოში იშვიათობას წარმოადგენს.

### უნგრეთი



პიტერ ტოთი უჩვეულო მონოპოლიას აკონტროლებს. ის ერთადერთია, ვინც უკემრიელეს მანგალიგურ ღორს (სახელი „უხაიდ ქონის მქონე ღორს“ ნიშნავს) ყიდის, რომელიც, ერთ დროს, გადაშენებულად ითვლებოდა.

### ინდოეთი

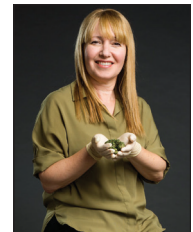


გასულ წელს რეკორდული ოდენობის - თითქმის 70-მა - აუდიტორულმა ფირმამ თქვა უარი საჯარო კომპანიებისთვის მუშაობაზე, რაც ინდოეთში ფინანსურ დეკლარაციებთან დაკავშირებული მზარდი კრიზისის თანამდევ მოვლენას წარმოადგენს.

### ინდონეზია

Samuel International-ის მმართველი დირექტორი ბარი სუ აზური კაპიტალური ბაზრების ერთ-ერთი ყველაზე გამჭრიახი დამკვირვებელია. მან კიდევ ერთი რთული სამყაროს მანევრირებაც იცის. ძალღების კონკურსები გვაქვს შეხედვით-ლობაში. მისი 28 თვის ბიზონ ფრიზე, ჯამი, 36 საერთაშორისო შეჯიბრის გამარჯვებულია.

### ისრაელი



მსოფლიოს კანაბისის ინდუსტრიის მომავალი, შესაძლოა, იქ უნდა ვეძოთ, რასაც მენიერი შინანიტ კოლტი აღმოაჩენს. „ლაბორატორიაში ნანახმა დამარწმუნა, რომ ამ მენინარესთან აუცილებლად ღირს მუშაობა“.

### საბერძნეთი



აღმოსავლეთ ხმელთაშუა ზღვაში ბოლო დროს აღმოჩენილი ბუნებრივი აირი საზღვარგარეთული მიზნებისგან დამატებითი ინვესტიციების გაჩენის იმედს იძლევა კვლავაც პრობლემურ საბერძნეთში.



## იტალია



სტეფანო ჩეკონის იტალიური GoDaddy აქვს შექმნილი – Aruba, რომელიც 2.6 მილიონზე მეტ ვებ-დომენს განკარგავს.

## იაპონია



შორეულ დასავლურ ქალაქ ჰაკატაში მდებარე სტარტაპი Musca ოთახის ბუზის საგანგებო ჯიშს ავითარებს, რომელიც, როგორც სტარტაპი იმედოვნებს, ექსტრაქტივი სასუქების შექმნის საშუალებას გააჩნის.

## ყაზახეთი



რამდენად სარსენოვი თითქმის უკვე მილიარდერი ნავთობმაგანტი და სამხრეთ ყაზახეთში მდებარე დოვლათიანი ღვინის ქარხნის, Chateau Silk Alley-ის, მფლობელია.

## კორეა



კიმ ბიუნ-ვანი, ქვეყანაში ყველაზე მსხვილი სასოფლო-სამეურნეო კომპარატის თავმჯდომარე, საშუალო ფერმის საოჯახო შემოსავლის გაზრდას ისახავს მიზნად. ბოლო სამ წელიწადში ეს შემოსავალი 15%-ით, \$42,000-მდე გაიზარდა, ბიუნ-ვანის აზრით კი ის თითქმის 20%-იანი ზრდის მომსწრე გახდება.

## პოლონეთი



არკადიუს მუშის Press Glass-ის მინის ნახვა ევროპისა და ამერიკის გათამბვრებელზე შეიძლება. დღეს ის მე-15 ქარხანას ხსნის, ამკვრად – ვირჯინიაში.

## ლატვია



სარბლო ავტომობილის წარმატებული მძღოლი, ანდრის დამბისი, დღეს ელექტრონული მიკროავტობუსის შექმნას ცდილობს.

## მექსიკა



ეუსენიო ლოპეზმა, „მექსიკის მედიუმ“, მეხიკოში, საკუთარ Jumex Museum-ში, არტისტების, ჯეფ კუნსისა და მარსელ დიუშანის (უფრო ძველი მეამბოხის) ინოვაციურ ნამუშევრებს მოუყარა თავი.

## მონტენეგრო



სახეობების ბარონ ტუმენგერელ სუმიას ახალი „სამსახური“ აქვს: ის Shark Tank-ის მონტენეგრო ვერსიის წამყვანია.

## სლოვაკეთი



პროგრამული უზრუნველყოფის ანტრეპრენიორს, მიხალ ტრნკას, მამამისთან, მორილაგთან, ერთად, ყურადღება (და ფული) თავისი მშობლიური ქალაქის, ტრნავას, რეაბილიტაციებზე გადააქვს, რომელსაც ზოჯკერ პატარა რომად მოიხსენიებენ.

## სამხრეთი აფრიკა



გაჭირვებულ იოჰანესბურგში ერთი ბიზნესი წამდვილად ყვავის: რეასართულიანი წიგნის მაღაზია Collectors Treasury კომიუნენარ-სტრიტზე, სადაც 2 მილიონზე მეტი პროდუქცია იყიდება. „ახალი უდავოდ კითხულობს, – ამბობს თანამფლობელი ჯეფრი კლასი. – უფრო და უფრო მეტს კითხულობს.“

## კოტუვალია



თავიდან, კონსერვატორული პორტუგალიური ღვინის შეცვლა „დონ-კისოტისთვის ბრძოლაში“ იყო – ამბობს ჟორჟ ბოში, რომელმაც ინდუსტრიის ტრანსფორმირებისთვის მკაცრ მენეჯერულ სულისკვეთებას მიმართა. „დიდი რევოლუცია“, – ასე მოიხსენიებს ის.

## რუმინეთი



ელექტროსკუტერებს მხოლოდ ამერიკულ ტროტაუტებზე როდის შევდებით. ბუქარესტში სკუტერის სამი სტარტაპი ჩაეშვა და რუმინელთა 20%-ის თქმით, ისინი წელს სკუტერის ყიდვას გეგმავენ.

## რუსეთი



ქონების შემცირების კვალდაკვალ, ტექნოლოგიური მილიარდერი ვლადიმირ ივტუშენკოვი ნიადგას უსინჯავს სასოფლო-სამეურნეო ინდუსტრიას, მათ შორისაა ერთობლივი ინიციატივა ლუი-დრევიუსის ფრანგულ ოჯახთან.

## შვეიცარია



ქვეყნის ერთადერთი „ზღაპრული მარტორტა“ MindMaze-ია – კომპიუტერული და ვირტუალური რეალობის სტარტაპი, რომლის ინვესტორთა რიგებში ლეონარდო დიკაპრიოს ნახავთ. სტარტაპის ამბიციური პროექტი „Cognichip“-ია – მიკროჩიპი, რომელიც ადამიანის ტვინივით აზროვნებს.

## თაილანდი



ერთ დროს ფასიანი ქალაქების უღბლო მოვაჭრის, მილიარდერ სოფოტე აპუნისის Energy Absolute-ი ალტერნატიული ენერჯის წამყვან კომპანიად იქცა თაილანდში.

## ბუნისი

„ჩვენ კოლექტიურად უნდა წარმოვიხსოთ მომავლის ადრეკული ქალაქი“, – ამბობს 39 წლის არქიტექტორი ბორჯენ დაჰაუდი. მისი Groupement DTA ეკორაიონის შექმნაზე მუშაობს ტუნისში და ყურადღებას მალე „Bizerte 2050“-ზე გადაიტანს, რაც ძველი მეტროპოლისის ქვეყნის პირველ „ჰაკიან“-ქალაქად გარდაქმნას ისახავს მიზნად.

## ვიეტნამი



ბიზნესთა უმეტესება ორ თაობას ვერ უძლებს. ახალი აღმასრულებელი დირექტორის, 42 წლის ნგუენ ვან ზოს პირობებში, ინოვაციური ტექნოლოგიების გიგანტი FPT Corp.-ი შესაძლოა თაობაში აბიჯებს ფეხს.

# გაზრდილი ბიუჯეტი არ ემსახურება სწრაფ ეკონომიკურ განვითარებას

ბიუჯეტი - როგორც მისი თანხობრივი მოცულობა, ასევე ხარჯვითი სტრუქტურა - ძალიან კარგი ინდიკატორია იმისა, თუ რაში ხედავს კონკრეტული მთავრობა სახელმწიფოს ფუნდამენტურ ფუნქციებს. კერძოდ, ბიუჯეტის მიხედვით შესაძლებელია გავიგოთ, სახელმწიფოს რომელი ფუნქციები მიაჩნია კონკრეტულ მთავრობას პრიორიტეტულად და გარდა კონსტიტუციური უფლება-მოვალეობისა, დამატებით რა ფუნქციებს იღებს კონკრეტული მთავრობა თავისივე ინიციატივით. გადასახადებისა და ბიუჯეტის მოცულობა ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტთან მიმართებით არის შედეგი, რომელსაც კონკრეტული მიზეზები აქვს. ვნახოთ, რა არის ის ფუნდამენტური მიზეზები, რაც ამ შედეგს იწვევს.



რევაზ ვაშაყიძე



ავთანდილ გოგოლი

**2019 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის** დაგეგმილი შემოსულობები განსაზღვრულია 12.9 მილიარდი ლარის ოდენობით. 75% (9.7 მილიარდი ლარი) დაფინანსდება გადასახადებით, 13% - საგარეო ვალის ზრდით, დანარჩენი 14%-ის მობილიზაცია საშინაო ვალის ზრდის, პრივატიზაციის, გრანტებისა და სხვა შემოსავლების გზით იგეგმება.

სახელმწიფო ბიუჯეტში გადასახადებიდან მისაღები თანხები შემდეგნაირად ნაწილდება: 4 მილიარდი ლარი - დღგ, 1.5 მილიარდი - აქციზი, 3.1 მილიარდი - ფიზიკური პირების საშემოსავლო გადასახადი, 0.8 მილიარდი - კომპანიების მოგების გადასახადი, 0.3 მილიარდი ლარი - სხვა გადასახადები. გავითვალისწინოთ, რომ გარდა საშემოსავლო გადასახადისა, დღგ-სა და აქციზის გადამხდელელები ძირითადად პროდუქტებისა და მომსახურების საბოლოო მომხმარებლები ანუ ფიზიკური პირები არიან. აქციზსა და დღგ-ს იხდის ყველა, კომპანიები ამ გადასახადების მხოლოდ გამტარები არიან. შესაბამისად, 2019 წელს საქართველოს მოსახლეობა ბიუჯეტში გადაიხდის 8.6 მილიარდ ლარს, რაც მთლიანი საგადასახადო შემოსავლების 88%-ია.

საქართველოს ეკონომიკის საგადასახადო ტვირთი ანუ გადასახადების ფარდობა ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტთან 25%-ზე მეტია, ხოლო მთლიანი საბიუჯეტო ხარჯები ქვეყნის ეკონომიკის 33%-ს აღემატება. განვითარებადი ქვეყნისათვის ასეთი მაღალი საგადასახადო ტვირთი და სახელმწიფოს მონაწილეობა ეკონომიკაში, ცხადია, ქვეყნის სწრაფი ეკონომიკური განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი შემაფერხებელი ფაქტორია.

მსოფლიო ბანკის მონაცემების მიხედვით,

ქვეყნის მოსახლეობის 20%-ზე მეტი აბსოლუტური სიღარიბის ზღვარს მიღმა ცხოვრობს (მსოფლიო ბანკის კრიტერიუმით დღეში 2.5 PPP დოლარზე ნაკლები შემოსავლით). შრომისუნარიანი მოსახლეობის 50%-ზე მეტი კი რეალურად უმუშევარია. ეს სოციალური ფონი, ცხადია, არასტაბილურობის დიდი რისკ-ფაქტორია. გრძელვადიანი სტაბილურობის გარანტიების გარეშე წარმოუდგენელია ეკონომიკის სწრაფი და თანამიმდევრული განვითარება.

**ბიუჯეტი და სახელმწიფო ფუნდამენტური ფუნქციები:** თუ ამოვალთ იმ მოსაზრებიდან, რომ მოსახლეობისათვის სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს შემდეგი ძირითადი ფუნქციების შესრულება: თავდაცვა და უსაფრთხოება, მინიმალური სოციალური სტანდარტები და ჯანდაცვა, ეფექტიანი საკანონმდებლო, სასამართლო და აღმასრულებელი ხელისუფლება და ხარისხიანი საბაზისო განათლების მიღების შესაძლებლობა, - ვფიქრობთ, რომ ყველაფერი ის, რაც სახელმწიფოს ამ ფუნდამენტურ ფუნქციებს სცდება, უნდა შეფასდეს კრიტიკულად, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც დამატებითი ფუნქციების შესრულება ბიუჯეტის - ანუ გადასახადის გადამხდელეების - თანხების ხარჯვას იწვევს.

საქართველოში ამჟამად ბიუჯეტიდან ისეთი სფეროები და პროექტები ფინანსდება, რომლებსაც აბსოლუტურად არაფერი აქვთ საერთო სახელმწიფოს ფუნდამენტურ ფუნქციებთან.

განვიხილოთ რამდენიმე, ერთი შეხედვით, საკამათო მაგალითი. სახელმწიფო ბიუჯეტის თვალსაზრისით, ქართული ფეხბურთის დღევანდელი მოცემულობა არის შემდეგი: 2016 წელს მთავრო-

ბის მიერ მიღებული დადგენილებების მიხედვით, 2016-2020 წლებში სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ქართული ფეხბურთის განვითარების მიზნით გამოიყო 266 მილიონი ლარი. ამ თანხაში შედის ქართული საფეხბურთო კლუბების საბაზისო დაფინანსება, მათი ფინანსური სტიმულირება, კლუბების საპრიზო და პრემიალური ფონდი და ა.შ. ვროფნული ლიგის კლუბებში ფეხბურთელის საშუალო ხელფასი 1800-დან 3000 ლარამდეა, ხოლო 25%-ზე მეტი ფეხბურთელი ხელფასის სახით ყოველთვიურად 3000 ლარზე მეტს იღებს.

ცხადია, სახელმწიფომ ფინანსურად ხელი უნდა შეუწყოს მოედნების, საბავშვო სპორტისა და ზოგადად ჯანმრთელი ცხოვრების წესის პოპულარიზაციას. თუმცა გაუგებარია, პროფესიონალი სპორტსმენი - რომელმაც სპორტი თავის პროფესიად ანუ შემოსავლის წყაროდ აირჩია - რატომ ფინანსდება მოსახლეობის მიერ გადახდილი გადასახადებით. ქართული ფეხბურთის აღორძინება, თუ არ ვცდებით, არ ემსახურება ქვეყნის არც თავდაცვასა და უსაფრთხოებას, არც მოსახლეობის მინიმალურ სოციალურ უზრუნველყოფას, არც ახალგაზრდა თაობის საბაზისო და ხარისხიან განათლებას. ვფიქრობთ, მთავარი კითხვა ის კი არ არის, სახელმწიფო ბიუჯეტიდან პროფესიონალი სპორტსმენი რატომ იღებს 15-ჯერ მეტს, ვიდრე პენსიონერი ან სოციალურად დაუცველი. არც ის არის მთავარი, ქართულ ფეხბურთში რა შედეგი მოიტანა ბიუჯეტის ამოდენა თანხების ხარჯვამ. უმთავრესია გავიხსოვოთ, რომ პროფესიონალური სპორტის დაფინანსებასთან სახელმწიფო ბიუჯეტს არაფერი ესაქმება; განსაკუთრებით იმ ქვეყანაში, სადაც მოსახლეობის 20%-ზე მეტი სიდარბის ზღვარს მიღმა ცხოვრობს.

ცხადია, როდესაც სახელმწიფო მსგავს ხარჯებს აფინანსებს, ეს ხდება ან მაღალი საგადასახადო ტვირთის

ხარჯზე, რაც ნეგატიური ფაქტორია სწრაფი ეკონომიკური ზრდისათვის, ან მნიშვნელოვანი სოციალური ფუნდამენტური პრობლემების უკუღებელყოფის ხარჯზე. ეს კი არასტაბილურობის რისკის შემცველია. შესაბამისად, ასეთი ხარჯების გაწევის ფასი ძალიან მაღალია და მათი მიზანშეწონილობა ეკონომიკური და სოციალური თვალსაზრისით დაუსაბუთებელია.

გარდა ამისა, თუ ჩვენ გრძელვადიანი სოციალური სტაბილურობა და სწრაფი ეკონომიკური განვითარება გვინდა, ეკონომიკის საგადასახადო ტვირთი არ უნდა აღემატებოდეს ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 15%-ს. ამის მისაღწევად საჭიროა უამრავი საბიუჯეტო ხარჯის საერთოდ გაუქმება და ბიუჯეტის ხარჯების მიმართვა პრიორიტეტებზე: თავდაცვაზე, უსაფრთხოებასა და სოციალურ უზრუნველყოფაზე. დაბალი საგადასახადო ტვირთი, ცხადია, სტიმულს მისცემს ეკონომიკის სწრაფ განვითარებას, რაც, თავის მხრივ, უმუშევრობის შემცირებისა და გრძელვადიანი სოციალური სტაბილურობის წინაპირობაა.

## კიდევ რამდენიმე მბაღალითი:

**სოფლის მეურნეობა** - სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დახარჯულია ასობით მილიონი ლარი, დაუზუსტებელი მონაცემებით ეს თანხა 1.5 მილიარდ ლარს აღემატება. შედეგად მივიღეთ მთლიან შიდა პროდუქტთან მიმართებით კლებადი სოფლის მეურნეობის სექტორი, რადგან მთლიანად ეკონომიკა და მისი სხვა სექტორები უფრო სწრაფად იზრდება, ვიდრე სოფლის მეურნეობა.

იგივე ეხება სახელმწიფო ბიუჯეტის დაფინანსებაზე მყოფ საზოგადოებრივ მაუწყებელს: წლიური საბიუჯეტო ხარჯვა 50 მილიონი ლარია (ანუ 250 ათასი პენსია წელიწადში), რეიტინგი კი - ფსკერზე. გადასახადების გადამხდლების ფული იხარჯება იმ სატელევიზიო

გადაცემებისა და სიუჟეტების შექმნაზე, რომელსაც მაყურებელი, უბრალოდ, არ ჰყავს.

„საპარტნიორო ფონდი“ - ამ ორგანიზაციას თავისივე მისიით განსაზღვრული აქვს ორი ძირითადი ფუნქცია: პირველი არის აქტივების მართვა. როგორც ფონდის საქმიანობის საპარლამენტო განხილვისას გავიგეთ, იმ კომპანიებში, სადაც ფონდი 100%-იან წილებს ფლობს (რკინიგზა, ნავთობისა და გაზის კორპორაცია, სახელმწიფო ელექტროსისტემა და ა.შ.) თურმე ფონდი ამ კომპანიების ვერც სტრატეგიულ და ვერც ოპერაციულ მართვაში ვერ მონაწილეობს შესაბამისი უფლებამოსილების არქონის გამო. ანუ აქტივი ფონდის ბალანსზეა, მაგრამ ის ამ აქტივებს ვერ მართავს. მაშ, რაში გამოიხატება აქტივების მართვის ფუნქცია? ან რას ნიშნავს, როდესაც რაღაც შენს ბალანსზეა, მაგრამ პასუხისმგებელი და უფლებამოსილი არა ხარ? მეორე ფუნქცია არის ინვესტიციები. საპარტნიორო ფონდმა არსებობის 8 წლის განმავლობაში ინვესტიციები სხვადასხვა კომპანიის კაპიტალში განახორციელა. გაურკვეველია, რომელი კომპანიების წილობრივი მონაწილეობიდან გამოვიდა საპარტნიორო ფონდი (ე.წ. exit) ამ რვა წლის განმავლობაში, რა ფასად შეიძინა და გაყიდა წილობრივი მონაწილეობა კონკრეტულ კომპანიებში, რამდენი იყო ინვესტირებული თანხის ეფექტიანი უკუგება თითოეულ ტრანზაქციაზე და მთლიანად პორტფელზე, რომელ კომპანიებში გამოდგა ინვესტიცია წარუმატებელი და ბიუჯეტის რა თანხა დაიკარგა - ამ კითხვებზე პასუხების მიღება შეუძლებელია, მიუხედავად იმისა, რომ საპარტნიორო ფონდი სახელმწიფო მფლობელობაშია. როგორც წესი, ამ გაუმჭვირვალობას შემდეგი გამართლება აქვს: „ასეთი ინფორმაციები კომერციულად კონფიდენციალურია და მათი გასაჯაროების უფლება არ გვაქვს“. ამა-

## საავტორო სტატიების სერია

„Forbes საქართველო“ განაგრძობს **რევამ ვაშაკიძის და ავთანდილ გოგოლის** სტატიების საავტორო სვეტს. რევამ ვაშაკიძის მიერ განხორციელებული ინვესტიციის შედეგად საქართველოში შეიქმნა უნიკალური, ვერტიკალურად ინტეგრირებული, კავკასიაში ყველაზე მსხვილი და უახლესი ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ქათმის ხორცპროდუქტების ინდუსტრიული წარმოება. „ჩირინას“ პროდუქტები იყიდება „ბიუ-ბიუს“ ბრენდით როგორც საქართველოში, ასევე ამერბაიჯანში, მესამე კვარტალიდან ექსპორტი დაიწყება სომხეთში. „ჩირინას“ კაპიტალში განხორციელებული ინვესტიცია აღემატება 100 მილიონ აშშ დოლარს. გარდა ამისა, რევამ ვაშაკიძეს აქვს ინვესტირებისა და კომპანიების მართვის მრავალწლიანი გამოცდილება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. ავთანდილ გოგოლი არის კომპანია Capital Locus-ის დამფუძნებელი, რომელიც მსხვილ კერძო კომპანიებს სთავაზობს საინვესტიციო საბანკო მომსახურებასა და ინსტიტუციონალური ინვესტორებისაგან კაპიტალისა და სესხის მოზიდვის სერვისს. დაფუძნებიდან ორი წლის განმავლობაში კომპანიამ მსხვილი კერძო ბიზნესებისათვის საქართველოსა და სომხეთში მოიზიდა 30 მილიონი აშშ დოლარის ფინანსური რესურსი უცხოური ინსტიტუციონალური ფინანსური ორგანიზაციებიდან.

სტატიების სერიაში ავტორები წარმოგიდგენენ სწრაფი ეკონომიკური ზრდისათვის მნიშვნელოვანი ფაქტორების კრიტიკულ შეფასებას. ეს შეფასებები, ერთ მხრივ, ეყრდნობა ინვესტორის მიერ საქართველოში ინვესტიციების განხორციელების, მოზიდვისა და მართვის პრაქტიკულ, რეალურ გამოცდილებას, მეორე მხრივ კი შემოთავაზებულია ის კონკრეტული რეფორმები და ცვლილებები, რომელთა განხორციელება პირდაპირ და, რაც მთავარია, მოკლე დროში პოვნებს ასახვას ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაზე, მოახდენს გარღვევას ეკონომიკური ზრდის ტემპებში და უზრუნველყოფს ეკონომიკური ზრდის სწრაფი ტემპების შენარჩუნებას ხანგრძლივ პერიოდში.

ზე პასუხი ხომ მართლაც: თუ პოტენციურ პორტფელურ კომპანიას ფონდის ფული მიღება უნდა, მან უნდა იცოდეს, რომ ეს ფული არის ბიუჯეტის და, შესაბამისად, ფონდი ანგარიშგაღებულა გადასახადების გადამხდელების წინაშე. თუ ინფორმაციის საჯაროობა პორტფელური კომპანიისათვის მიუღებელია, მან ფინანსური რესურსი სხვაგან უნდა ეძებოს.

საპარტნიორო ფონდი თავისი გაურკვეველი ფუნქციებით, სტრუქტურით, უფლებებითა და მოვალეობებით, გამჭვირვალობის ძალიან დაბალი დონითა და 575 მილიონი ლარის აკუმულირებული ზარალით - ალბათ ყველაზე ნათელი მაგალითია იმისა, თუ რა ხდება, როცა ბიუჯეტის რესურსებით სახელმწიფო კერძო სექტორის სფეროში შედის.

### ბიუჯეტის გამჭვირვალობა და ეკონომიკური მიზანშეწონილობა: ძალიან

მნიშვნელოვანია ბიუჯეტის ხარჯვის გამჭვირვალობა. იქნება ეს ინფრასტრუქტურა, თავდაცვა, განათლება, ჯანდაცვა თუ სხვა, ყველა ხარჯი უნდა იყოს საზოგადოებისათვის ხელმისაწვდომი და გამჭვირვალე. სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირების (სსიპ) დაფინანსება საბიუჯეტო ხარჯების მნიშვნელოვანი ნაწილია. უმეტეს შემთხვევაში ამ სსიპ-ების ფინანსური გამჭვირვალობის დონე ელემენტარულ კრიტიკას ვერ უძლებს - საზოგადოებას უზრალოდ ხელი არ მიუწვდება ინფორმაციაზე სსიპ-ების მიერ თანხების ხარჯვის შესახებ.

აუცილებელია საბიუჯეტო ხარჯების ეკონომიკური მიზანშეწონილობის ანალიზი. მაგალითისათვის, როგორც მნიშვნელოვანი სატრასპორტო პოტენციალის ქვეყანამ, ცხადია, სახელმწიფომ უნდა განახორციელოს საგზაო-სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურული პროექტები. ამავე დროს, ნებისმიერ

საგზაო მონაკვეთში სახელმწიფო სახსრების ინვესტირებამდე მკაფიოდ უნდა განისაზღვროს ამ კონკრეტული საგზაო მონაკვეთის ეკონომიკური მიზანშეწონილობა. სოფელი, სადაც ათი ოჯახი ცხოვრობს და ეკონომიკური აქტივობა არ არის, რა თქმა უნდა, უზრუნველყოფილი უნდა იყოს მისადგომი გზით, მაგრამ ასფალტის გზის დაგების აუცილებლობა არ არის. ასფალტის გზა აქ თავის ფუნქციას არ ასრულებს, გადასახადების გადამხდელების ფული კი გადაყრილია. შესაბამისად, ყველა ინფრასტრუქტურული პროექტი - დიდი თუ მცირე მოცულობის - ეკონომიკურად დასაბუთებული უნდა იყოს. თუ ეკონომიკური მიზანშეწონილობა არ არის ნათელი, ცხადია, ეს თანხები იმ მძიმე სოციალური პრობლემების აღმოსაფხვრელად უნდა მიემართოს, რომელთა მოგვარებაც აუცილებელია სტაბილურობისათვის.

### ბიუჯეტი და მოხელე-ბიზნესმენი:

მთავრობაში მისული ადამიანი მიიხედ-მოიხედავს და აღმოაჩენს, რომ ბევრი ფული „აქვს“. მისი აზრით, ბიუჯეტიდან უზარმაზარი თანხები რაღაც სისულელებებზე იხარჯება. თან მიაჩნია, რომ ქვეყანაში გაცილებით მნიშვნელოვანი, მძიმე და პრიორიტეტული პრობლემები არის გადასაჭრელი. ამას ემატება სამთავრობო სტრუქტურებში მდორე, არადინამიკური და მოსაწყენი სამუშაო გარემო. იწყება მოხელის შემოქმედებითი პროცესი: რაში დახარჯოს ფული და რომელი პრობლემები „გადაჭრას“. ვიღებთ მოხელეს, რომელსაც პირობითად შეიძლება დავარქვათ მოხელე-ბიზნესმენი. მას მიაჩნია, რომ ბიზნესს სხვაზე უკეთე გააკეთებს. იგი იწყებს ბიუჯეტის ფულის ხარჯვას იქ, სადაც სახელმწიფოს არაფერი ესაქმება.

მოხელე-ბიზნესმენებს შორის, როგორც ჩანს, არის კონკურენცია და



შეჯიბრი: ვის ექნება უფრო მეტი შემოქმედებითი და ინოვაციური იდეა საბიუჯეტო ახალი ხარჯების ინიცირებისათვის, ვინ დააანონსებს სახელმწიფო დაფინანსების უფრო მეტ, ახალ და ორიგინალურ პროგრამებს, ვის ექნება მეტი ინიციატივა არსებულ დაფინანსების პროგრამებში მანდატის გაფართოებისა და მასში ახალი, დამატებითი კომპონენტების შეტანის მიზნით, და ა.შ.

ცხადია, რომ იქ, სადაც საბიუჯეტო სახსრები იხარჯება, ყოველთვის არსებობს კორუფციის, ნეპოტიზმისა და კრიმინალის რისკი, ისევე როგორც ხელფასური და არაპროდუქტიული დასაქმების რისკი ელექტორატის დაშლამდისა და მათი მხარდაჭერის მოპოვების მიზნით. თუმცა, მიუხედავად ამ რისკებისა, სრულიად კეთილსინდისიერი, პატიოსანი და მონდომებული მოხელე-ბიზნესმენი თავისთავად უდიდესი პრობლემაა, რადგან: 1. მთავრობა იწყებს გადასახადების გადამხდელეების ფულის ხარჯვას იმის საკეთებლად, რაც სახელმწიფოს ფუნქცია არ არის, 2. ფული იხარჯება არაეფექტიანად - სხვისი ფული სხვისთვის პასუხისმგებლობით და ეფექტიანად ჯერ არავის დაუხარჯავს და 3. ფულის ხარჯვა ვერ უძღებს ელემენტარულ სოციალურ და პრიორიტეტების ტესტს.

კეთილსინდისიერება ავტომატურად არ ნიშნავს კომპეტენციას და გრძელვადიან პასუხისმგებლობას. ავიღოთ კონკრეტული მაგალითი: საბიუჯეტო დაფინანსების პროგრამის ერთ-ერთი კომპონენტია ბანკების მიერ ბიზნესისთვის გაცემული სესხების პროცენტის სრული სუბსიდია. მაგალითისათვის, ბიზნესი ბანკიდან სესხულობს 1,000,000 აშშ დოლარს. საშუალო საბაზრო საპროცენტო განაკვეთი დოლარის სესხზე დღეს არის 8.0%-9.0%. ამასთანავე, „აწარმოე საქართველოს“ ფარგლებში სახელმწიფო სრულად იხდის სესხის საპროცენტო ხარჯს

დოლარში დენომინირებული სესხის მაქსიმუმ 600,000 დოლარის მოცულობაზე. შედეგად ვიღებთ შემდეგ სურათს: 1,000,000 დოლარიდან 600,000 დოლარი გაიცემა „აწარმოე საქართველოს“ სუბსიდიის ფარგლებში, ხოლო 400,000 გადის როგორც ჩვეულებრივი არასუბსიდირებული სესხი. შევხედოთ საპროცენტო განაკვეთებს სესხის სუბსიდირებულ და არასუბსიდირებულ ნაწილებს. საპროცენტო განაკვეთი სესხის იმ ნაწილზე, რომელსაც იხდის „აწარმოე საქართველო“, არის წლიური 12%. თითქოს გაუგებარია, თუ საშუალო საბაზრო განაკვეთი დოლარის სესხზე არის 8%-9%, მაშინ რატომ არის ამ სუბსიდირებულ სესხებზე საპროცენტო განაკვეთი საბაზროზე 30%-ით მეტი. რაშია საქმე?

საქმე ისაა, რომ სახელმწიფო აკეთებს იმას, რაც მისი საქმე არ არის. აქ საუბარია არა კორუფციისა და ნეპოტიზმის რისკზე, არამედ იმაზე, რომ სახელმწიფო მოხელე-ბიზნესმენის კეთილსინდისიერება მის სიბრძნვეს, გულგრილობასა და არაკომპეტენტურობას არ გამოირიცხავს. გადასახადების გადამხდელეების ანუ სხვისი ფულის სხვისთვის კომპეტენტურად, ეფექტიანად და პასუხისმგებლობით ხარჯვა ჯერ არავის გამოსვლია.

ჩვენ ვართ ალბათ უნიკალური ქვეყანა, სადაც ჯაზის კონცერტებიც სახელმწიფო ბიუჯეტით ფინანსდება. ჯაზი - ბიუჯეტით. მორწყვა - ბიუჯეტით. ბიზნესის საპროცენტო ხარჯი - ბიუჯეტით. არაპროდუქტიული მასობრივი დასაქმება - ბიუჯეტით. აეროპორტი დაბებში - ბიუჯეტით. ახალი ავიანაზები - ბიუჯეტით. პროფესიონალური სპორტი - ბიუჯეტით. ეს არის მოხელე-ბიზნესმენების საცეცების შედეგი ყველგან და ყველაფერში. ვფიქრობთ, რომ მოხელე-ბიზნესმენის მენტალიტეტის მეთასთაბირება სამთავრობო სტრუქტურებში არის ერთ-ერთი უმთავრესი რისკ-ფაქტორი, რომელმაც უკვე გამოიწვია მნიშვნელოვანი აცდენა

ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო ბიუჯეტსა და სახელმწიფოს ძირითად ფუნქციებს შორის, ისევე როგორც ბიუჯეტის მზარდი არაეფექტიანი ხარჯვა. ეს ფონემენი არანაკლებ საშიშია, ვიდრე კორუფცია, ნეპოტიზმი და პოლიტიკური სტაბილურობის მიზნით არაპროდუქტიული დასაქმება.

ბიუჯეტის მნიშვნელოვანი თანხები ინვესტირდება იმ მიმართულებით, სადაც კერძო ბიზნესი უნდა ახორციელებდეს ინვესტიციას. გარდა იმისა, რომ ბიუჯეტის ასეთი ხარჯვა მნიშვნელოვანი სოციალური პრობლემების ხარჯზე ხდება და საბიუჯეტო ხარჯვა არაეფექტიანია, სახელმწიფო ინვესტიციები ქმნის არაკონკურენტულ გარემოს და ზღუდავს კერძო ინვესტიციებს. ეს მიდგომა დამახასიათებელია არა მარტო დღევანდელი მთავრობისათვის, არამედ ქვეყნის ყველა წინა მთავრობებისათვის.

## სწორი საბიუჯეტო პოლიტიკა:

საგადასახადო ტვირთის შემცირება არის მნიშვნელოვანი წინაპირობა საქართველოს ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებისათვის. სწრაფი ეკონომიკური ზრდის მისაღწევად აუცილებელია საქართველოს ეკონომიკის არსებული 25%-იანი საგადასახადო ტვირთის შემცირება 15%-ის ფარგლებში. ბიუჯეტის სახსრების ხარჯვა მკაცრად უნდა შემოიფარგლოს სახელმწიფოს ძირითადი და პრიორიტეტული ფუნქციების შესასრულებლად. ამისათვის მაქსიმალურად უნდა შეიზღუდოს სახელმწიფოს ის ეკონომიკური აქტივობები, რომლებიც ცალსახად კერძო ბიზნესის სფეროა. გარდა საგადასახადო ტვირთის შემცირებისა, ეს მიდგომა, ცხადია, შეამცირებს ეკონომიკიდან ამოღებული საბიუჯეტო თანხების არაეფექტიან ხარჯვას, რისი უამრავი მაგალითი გვაქვს ჩვენს რეალობაში. **F**

# როდესაც ყველი მხოლოდ ხაფანბშია



რამდენიმე თვის წინ ესტონეთის საპარლამენტო არჩევნებში ესტონეთის სახალხო კონსერვატორულმა პარტიამ საგრძნობ წარმატებას მიაღწია და კოალიციურ მთავრობაში რამდენიმე მინისტრის პორტფელი მიიღო. საქმე ისაა, რომ ეს პარტია რადიკალურ-მემარჯვენე იდეოლოგიის მატარებელია და ამ პლატფორმისთვის დამახასიათებელი აგრესიულობით გამოირჩევა, მათ შორის - რუსეთის მიმართ, თუმცა რუსეთის მიმართ უნდობლობა ესტონეთს ისედაც არ აკლდა.

ამის მიუხედავად, ესტონეთის ექსპორტის მიმართულებებში რუსეთს ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უკავია. ყველაზე მეტი ესტონური პროდუქცია ფინეთში იყიდება, შემდეგ შვედეთსა და რუსეთში, ამ სამეულს მოსდევნენ მისი მეზობლები ლატვია და ლიეტუვა.

ესტონეთსა და რუსეთს შორის სტაბილურად დაძაბული ურთიერთობაა, თუმცა იმის გამო, რომ ესტონეთი ნატოს და ევროკავშირის წევრია, ეს რიტორიკასა და დიპლომატიას არ სცდება.

მიუხედავად იმისა, რომ რუსული ბაზარი ესტონეთისთვის, ისევე როგორც დანარჩენი ორი ბალტიისპირეთის რესპუბლიკისთვის, რეალური საფრთხის შემცველია, რუსეთი ლატვიის ექსპორტის სიდიდით მეორე გასაღების ბაზარია, ხოლო ლიეტუვასთვის - მთავარი საექსპორტო მიმართულება.

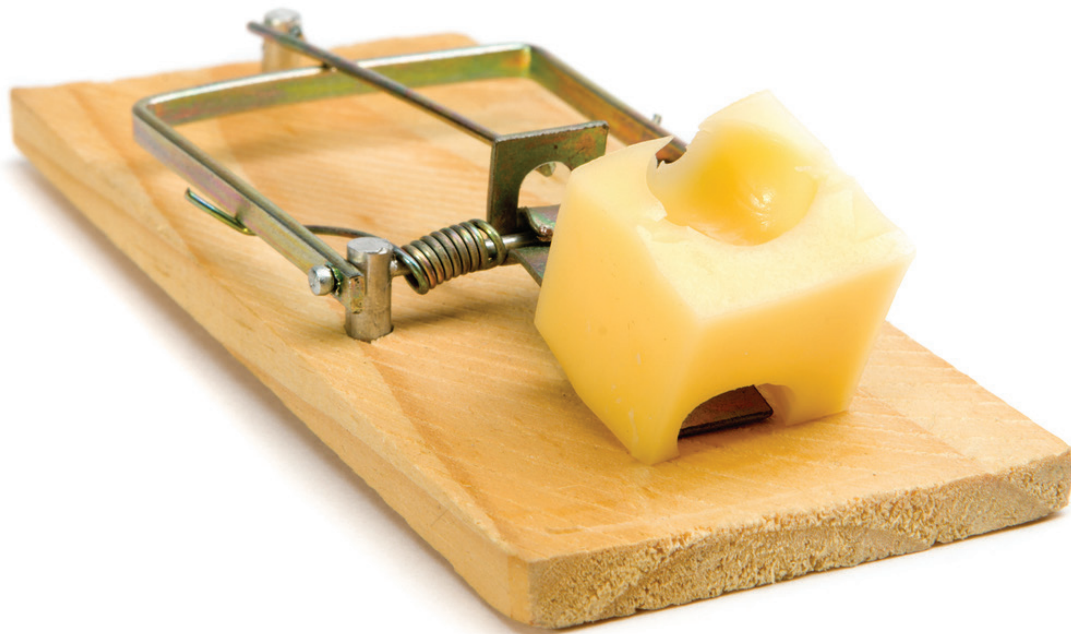
რუსულ ბაზარზე უარს არ ამბობენ, მაგრამ რუსული ბაზრის წილი ცალკეული ინდუსტრიების მიხედვით, როგორც წესი, 25 პროცენტს არ აღწერებს. ამ ქვეყნებმა იციან, რას შეიძლება მოელოდნენ. ბალტიისპირეთის რესპუბლიკებისთვის რუსული სავაჭრო სანქციები სიახლეს არ წარმოადგენს. ასე მაგალითად, 2014 წელს რუსეთმა ევროპული თევზის, რძის პროდუქტებისა და სხვა საკვები პროდუქტების იმპორტი აკრძალა. ეს ლიეტუვას ეკონომიკას დაახ.

მშპ-ის 1 პროცენტი დაუჯდა, შედარებით მცირე - ესტონეთსა და ლატვიას. განსაკუთრებით საგრძნობი დარტყმა მიიღეს ესტონეთისა და ლიეტუვას რძის პროდუქტების მწარმოებლებმა, ასევე ლატვიის თევზის პროდუქტების ინდუსტრიამ.

საქართველოსაგან განსხვავებით, ბალტიისპირეთის ქვეყნები ევროკავშირის წევრები არიან და მათი ეკონომიკები განსაკუთრებით მჭიდროდ თანამშრომლობენ ისეთ ძლიერ ევროპულ ქვეყნებთან, როგორცაა გერმანია, შვედეთი და ფინეთი. თუმცა, სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, მათ რუსული ბაზარი არ მიუტოვებიათ.

ესტონელი, ლატვიელი და ლიეტუველი მეწარმეები რუსოფილები არ არიან, ისევე როგორც - ქართველი ბიზნესმენები. რუსულ ბაზარს ვერ ელევიან კონკრეტული მიზეზების გამო, მათ შორის იმიტომ, რომ რუსეთი მე-9 ადგილზეა მსოფლიოში მოსახლეობის სიდიდით, ხოლო ევროპის ყველაზე მრავალრიცხოვანი ქვეყანა - გერმანია რუსეთზე 2-ჯერ მცირეა; მართალია, ამ მილიონობით რუსის მსყიდველობით უნარი დაბალია, მაგრამ მზარდია, ამასთან ბალტიისპირეთის რესპუბლიკების ექსპორტს რუსეთში ძირითადად საბაზისო მოხმარების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია წარმოადგენს, რომელსაც, ეკონომიკური პრობლემების მიუხედავად, მოსახლეობა მაინც ყიდულობს.

თუმცა, მართო ბაზრის სიდიდე არ არის. პოლიტიკური ეკონომიკის დამფუძნებლის, შოტლანდიელი ადამ სმიტის „აბსოლუტური უპირატესობის თეორიის“ მიხედვით, პორტუგალიას ინგლისისთვის ღვინო უნდა მიეყიდა, ხოლო ინგლისს პორტუგალიაში ტანსაცმელი გაეგზავნა. ვინაიდან პორტუგალიაში ღვინოს წარმოება უფრო იაფი ჯდება, ხოლო ინგლისში - ტანსაცმლის, ორივე ქვეყანა საკუთარ კონკურენტუნარიან უპირატესობას



გამოიყენებდა, ნაწარმოებ პროდუქციას ერთმანეთში გაცვლიდა და საბოლოო ჯამში ორივე მოგებულ რჩებოდა.

მართალია, თანამედროვე მსოფლიოში ვაჭრობა ასე მარტივი აღარ არის, მაგრამ „აბსოლუტური უპირატესობის თეორია“ მაინც მუშაობს და ქვეყნები ყიდნიან იმას, რაც უკეთესად გამოსდით და იქ, სადაც ამის დეფიციტია. ამგვარად, ის, რომ ქართული ღვინო ან ლატვიური თევზის კონსერვი რუსეთში იყიდება, გასაკვირი არაა.

საქართველოს ეკონომიკის თანამედროვე სტრუქტურა ჯერ კიდევ მეფის რუსეთის დროს ჩამოყალიბდა და მასში წამყვანი ადგილი სოფლის მეურნეობამ დაიკავა, ხოლო საბჭოთა კავშირის დროს ეს დარგი კიდევ უფრო ინტენსიური გახდა. ამ გადაწყვეტილების უკან იდგა ორივე ფაქტორი: როგორც რაციონალური, ისე „კოლონიალური“. მათი გადმოსახედიდან და იმ იმპერიულ სტრუქტურაში საქართველო რაციონალურად იყო ინტეგრირებული. რუსეთის ტერიტორიის დიდ ნაწილში კონტინენტური ცივი ჰავის, ტუნდრისა და უდაბნოს პირობებში, ცხადაა, მანდარი-

ნი ვერ მოვიდოდა, ისევე როგორც ვერც საქართველოს შავიზღვისპირეთში მოაშენებდნენ ირემს.

ეს „რაციონალური“ ფაქტორი ითვალისწინებდა საქართველოს ბუნებრივ-კლიმატურ თავისებურებებს, რაც მას გარკვეული კატეგორიის სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოებისათვის ძალზე ხელსაყრელს ხდიდა. მიუხედავად რუსული იმპერიის სიდიდისა, მაგალითისთვის, ნოტიო სუბტროპიკული ჰავა პრაქტიკულად მხოლოდ საქართველოში იყო, ასევე მცირე იყო მთის სამოვრები და ხილ-ბოსტნეულისა და ვენახებისთვის ვარგისი მიწები, თან იმგვარად, რომ არ შეზღუდულიყო ძირითადი საკვები კულტურების მასიური საწარმოო ზონები.

პრობლემა ის გახლავთ, რომ ამ ფაქტორებს ვეროკავშირის წევრობა და თავისუფალი ვაჭრობა არ შევლის. ესპანეთი, საფრანგეთი, იტალია, ბალკანეთის ქვეყნები - ყოველი მათგანი საქართველოს ტიპის ბუნებრივ-კლიმატურ სარტყელებში მდებარეობს. ყველა ამ ქვეყანაში სოფლის მეურნეობა ტრადიციულად განვითარებული დარგია. ამ ქვეყნების პრო-

დუქციას ვეროპაში საუკუნეებია, იცნობენ და რამ შეიძლება აიძულოს ავსტრიელი პენსიონერი, სუპერმარკეტში პროდუქციის შერჩევისას ესპანურ პომიდორს ჭოპორტის პომიდორი ამჯობინოს?!

ასეთი რამ ძალზე რთული მისაღწევია და ამ ტიპის „აბსოლუტური უპირატესობა“ საქართველოს ძალიან მცირე პროდუქციას ახასიათებს. ამას ემატება „ცნობადობის“ ფაქტორი. სწორედ იმ ცნობადობის გამო რუს მყიდველს მაინც ქართული ღვინისკენ მიუწევს გული, ხოლო ევროპელს - ხმელთაშუა ზღვის ქვეყნების პროდუქციისკენ. ამ ტიპის სამომხმარებლო ჩვევები საუკუნეების განმავლობაში ყალიბდება, ისინი „კულტურული ნორმის“ ნაწილია, რისი შეცვლაც ძალზე რთულია და დიდი დრო სჭირდება.

ამ ყველაფრის გათვალისწინებით, საქართველოს ექსპორტის კალათა არცთუ ცუდად გამოიყურება, ჩვენი მთავარი სავაჭრო პარტნიორები არიან: აზერბაიჯანი (500 მლნ აშშ დოლარი), რუსეთი (436 მლნ აშშ დოლარი), სომხეთი (280 მლნ აშშ დოლარი), ბულგარეთი (260 მლნ აშშ დოლარი), თურქეთი (234 მლნ აშშ დოლა-

რი), ჩინეთი (200 მლნ აშშ დოლარი); სხვა ქვეყნებთან ექსპორტის მოცულობას 2018 წელს 200 მლნ აშშ დოლარისათვის არ გადაუჭარბებია.

ეს საკმაოდ ახლოს არის ბალტიისპირეთის ქვეყნების საექსპორტო პორტფელთან, თუმცა ქართული ექსპორტის ზრდის დინამიკა მაინც საფრთხეების შემცველია. ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით, საექსპორტო კავშირები ასე გამოიყურება: დსთ (1 მლრდ 670 მლნ აშშ დოლარი), დანარჩენი ქვეყნები (955 მლნ აშშ დოლარი) და ევროკავშირი (730 მლნ აშშ დოლარი), თუმცა ევროკავშირი რომ სწორად აღვიქვათ, უნდა გავიაზროთ, რომ გერმანიაში სულ რაღაც 51 მილიონი აშშ დოლარის ექსპორტი განხორციელდა, იგივე მაჩვენებელი 2013 წელს ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების ხელმოწერამდე 73 მილიონი იყო, 2007 წელს - 56 მილიონი. 2009 წლიდან დსთ-ში ექსპორტი 4-ჯერ გაიზარდა, ევროკავშირში - 3-ჯერ და სხვა დანარჩენთან - 2-ჯერ.

ამ დინამიკის უკან სხვა გაცილებით დიდი პრობლემა დგას. საქართველო ვერ ახერხებს ეკონომიკური სტრუქტურის შეცვლას, ანუ იმ სტრუქტურის, რომელიც ჩამოყალიბდა როგორც რუსეთის იმპერიის ინტეგრირებული ნაწილი, შესაბამისად, ეკონომიკა ბუნებრივად მისწრაფვის თავისი „კომფორტული ზონისაკენ“, რომელიც ამ შემთხვევაში დსთ-ის სივრცეა. თანაც ამ ზონისკენ მიილტვის სწორედ ის პროდუქცია, რომელიც ამდენად მნიშვნელოვანია ჩვენთვის - სასოფლო-სამეურნეო.

საქართველომ გასულ წელს სულ რაღაც 200 მლნ აშშ დოლარის ღვინო გაყიდა, ეს მთლიანი ექსპორტის მხოლოდ 5 პროცენტია, მაგრამ საქმე ისაა, რომ ყველა სხვა დიდი წმინდა საექსპორტო პოზიციები მხოლოდ რამდენიმე კომპანიის შემოსავალსა და მონოპოლიებს წარმოადგენს. ასე მაგალითად, ქართული წმინდა ექსპორტის ლიდერია სპილენძის მადნები, რომელთაც ფეროშენადნობები

მოსდევს.

ამიტომ არის, რომ ქართული საზოგადოებისთვის განსაკუთრებით მტკიცუნელია სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის საექსპორტო შეზღუდვები. ამიტომაც საქართველოს საგარეო ვაჭრობის მთავარი პრობლემა მისი საექსპორტო სტრუქტურაა, რომელსაც ვერც ხვალივით ევროკავშირში გაწევრიანება უშველის.

ჩვენი გეოგრაფიული მდებარეობა არსებული ეკონომიკური სტრუქტურის პირობებში პრაგმატული მოსაზრებებით გვიბიძგებს დსთ-ის ბაზრისკენ და ეს არ გახლავთ ქართველი ბიზნესმენების პოლიტიკური არჩევანი.

თბილისიდან მოსკოვამდე საგზაო მანძილი 1975 კილომეტრია. სხვა დედაქალაქები და მნიშვნელოვანი ქალაქები 2000 კილომეტრის რადიუსში შემდეგია: თეირანი (1156 კმ), ბაქო (580 კმ), ერევანი (276 კმ), ბაღდადი (1600 კმ), ერბილი (1225 კმ), დამასკო (1642 კმ), ბეირუტი (1650 კმ), ამანი (1850 კმ), იერუსალიმი (1972 კმ), ანკარა (1400 კმ), სტამბული (1640 კმ), და კიევი (1888 კმ). სანქციებისა და ომების გამო შუა აღმოსავლეთი ჩვენთვის მიუწვდომელია, ეს კი უკვე ჩვენი გეოგრაფიული არეალის ნახევარია. ევროკავშირის დედაქალაქებიდან საქართველოსთან ყველაზე ახლოს სოფიაა (2190 კმ) და, შესაბამისად, ბულგარეთთან სავაჭრო ურთიერთობები მზარდია, მაგრამ, სამწუხაროდ, ეს ქვეყანა ევროკავშირის ყველაზე ღარიბი წევრია. ბერლინი, რომელიც თავისი ბაზრით შეიძლება მოსკოვს შეადარო, საქართველოდან 3600 კილომეტრით არის დაშორებული.

საქართველოს ექსპორტის ნახევარზე მეტი საავტომობილო ტრანსპორტით გადაიზიდება. მისი ნაირსახეობა და რაოდენობა ისეთია, რომ, ჩვენს გეოგრაფიულ მდებარეობასთან ერთად, სწორედ საგზაო ტრანსპორტი ასრულებს მნიშვნელოვან როლს ექსპორტში, თუ, რასაკვირველია, სპილენძისა და მარგანცის მადნებს არ ჩავთვლით.

ბიზნესმენები ვერ ჩამოაყალიბებენ სა-

გარეო პოლიტიკას, მათი საქმე ეკონომიკური უპირატესობების გამოყენებით მეტი შემოსავლისა და დასაქმების შექმნაა და როდესაც დსთ-ის ქვეყნებთან, მათ შორის რუსეთთან, ვაჭრობენ, სწორედ ამ საქმეს ემსახურებიან.

თუ ქართველი ხალხის არჩევანია, თავი დააღწიოს რუსეთის გავლენას, მაშინ უნდა ვაწარმოოთ იმგვარი პროდუქცია, რომელიც ბუნებრივ გეოგრაფიულ არეალს გასცდება და, ყველა სხვა ფაქტორის მიუხედავად, მსოფლიოში, მათ შორის ევროკავშირში, მოთხოვნადი იქნება. ანუ, „ახლოეუტური უპირატესობის თეორია“ მხოლოდ ქართულ ღვინოზე არ გავრცელდება.

ეს არ გახლავთ უტოპია. ამის მაგალითები არსებობს. კუბური სიგარები მთელ მსოფლიოში იყიდება. მართალია, კუბამ მისთვის ყველაზე მიმზიდველი ამერიკის ბაზარი დაკარგა, მაგრამ კუბური სიგარისთვის და კუბური რომისთვის ამას ხელი არ შეუშლია, მსოფლიოში მოთხოვნადი გამხდარიყო.

ფინურ „ნოკიას“ ასევე მთელ მსოფლიოში იცნობენ და ის არ გახლავთ ფინეთის „ტრადიციული“ პროდუქცია. ფინეთს რუსეთის იმპერიაში საქართველოს მსგავსად თავისი ადგილი ჰქონდა მინერალი და ძირითადად ხე-ტყის ნედლეული უნდა დაემზადებინა. ფინელებს, როგორც ჩანს, ეს როლი მოჰგებრდათ და „ნოკიას“ გამოშვება დაიწყეს.

შვეიცარია მთელ მსოფლიოში ყიდის დამუშავებულ ძვირფას თევებს, საათებს, დანებს, მედიკამენტებსა და სხვა. ისიც ძირითადად აგრარული ქვეყანა იყო, მაგრამ დროზე მიხვდა, რომ რძის პროდუქციით სამეზობლოს ვერ გასცდებოდა, ამიტომ სხვა დარგების განვითარებაზე იბრუნა.

იმ კალათით, რა კალათასაც ჩვენ დღეს მყიდველს ვთავაზობთ, ჩვენი ადგილი იქ არის, სადაც ვართ და მცირე გადახრების გარდა ამის ძირეული ცვლილება ვერ მოხდება, თუ კალათაში არსებული პროდუქცია არ გადავახალისეთ. **F**

# HYDRA 24+

## ახალი მიდგომა კანის დატენიანებისადმი

PAYOT- ის კანის მოვლის ოჯახის ახალი ხაზი Hydra 24+ არა მხოლოდ ატენიანებს კანს, არამედ ნაოჭების წარმოქმნის პრევენციის მკვეთრად გამოსატული ეფექტით გამოირჩევა. იდეალურია ყველა ტიპის კანისთვის. ულტრამგრძობიარე, აბრეშუმისებრი ტექსტურის კრემები დატენიანებისა და კომფორტის დაუყოვნებელ შეგრძნებას იძლევა.

დატენიანება: **+59%\***

სისუფთავის შებრძნება: **100%\***

კომფორტის შებრძნება: **100%\*\***



ესწე,  
Estée

Professional  
Cosmetics Shop

ი. აბაშიძის 24, 0179, თბილისი საქართველო, ტელ.: + 995 (32) 2 24 24 55

# დონალდ ტრამპი და 25 დემოკრატი



**შესაძლოა, აშშ-ის 2020 წლის** საპრეზიდენტო არჩევნებზე მსჯელობა ნაადრევად მოგვიწვევს, მაგრამ მერწმუნეთ, აშშ-ში, და არა მხოლოდ, უკვე აქტიურად მიდის ძალიან სერიოზული განხილვები, გარჩევები, თუ ვინ გახდება აშშ-ის 46-ე პრეზიდენტი. სამართლიანობისთვის უნდა ითქვას, რომ წინმსწრებად ფიქრის, ანალიზისა და, შესაბამისად, სტრატეგიების აწყობის მიზეზი და მთავარი „დამნაშავე“ ამჟამინდელი პრეზიდენტი დონალდ ტრამპია. წინასაპრეზიდენტო კამპანიიდან დაწყებული, ფიცის დადებიდან მოყოლებული დღემდე, ამერიკის შეერთებული შტატების 45-ე პრეზიდენტმა ნამდვილად მოახერხა, რომ სამყარო მის და მისი ტვიტების ირგვლივ ტრიალებს. მან რეალურად შეცვალა სამყარო. ბევრი ძალიან გამოცდილი და ღირსეული ადამიანი შეიძლება ფიქრობდეს, რომ უარესობისკენ შეცვალა. თითქოს გაქრა სტაბილურობის, გრძელვადიანი შეთანხმებებისა და, რაც მთავარია, ისტორიულ სამოკავშირეო ურთიერთობებში სიმყარის შეგრძნება. დონალდ ტრამპის პრეზიდენტობის პერიოდში აშშ გავიდა პარიზის კლიმატური ცვლილების შეთანხმებიდან, აგრეთვე რუსეთთან/სსრკ-თან 1987 წელს დადებული ბირთვული შეთანხმებიდან და, რაც ყველაზე აქტუალურია, კარის გაჯახუნებით დატოვა ირანთან 2015 წელს ხელმოწერილი მრავალმხრივი ბირთვული შეთანხმება. კარის გაჯახუნებაში, რა თქმა უნდა, ვგულისხმობთ მაქსიმალური წინხილვით, რომელიც უმკაცრესი ეკონომიკური სანქციების დაწესებას განაპირობებს. მისი ხელი დაეცო ტრანსატლანტიკურ ურთიერთობებსაც. აშშ-ის პრეზიდენტის პრინციპულობის შედეგია, რომ ნატო-ს წევრი ქვეყნების მიერ თავდაცვის დაფინანსება მნიშვნელოვნად გაიზარდა, თუმცა მისი სიხისტის „წყალობით“ ურთიერთობები ტრადიციულ ვეროპულ მოკავშირეებთან, რბილად რომ ვთქვათ, საგრძობად გაგრილდა. ასევე გადაჭარბების გარეშე

შეიძლება ითქვას, რომ დონალდ ტრამპმა თავდაყირა დააყენა ორმხრივი და მრავალმხრივი სავაჭრო ურთიერთობები. ჩინეთთან წარმოებული სატარიფო ომების ხსენებაც კი საკმარისია, რომ გავიგოთ, თუ რატომ ღელავს მსოფლიო სამომავლო ეკონომიკური განვითარების ტემპებზე.

ამ ყველაფრის წამკითხავ ადამიანს შეიძლება კიდევ გაუჩნდეს განცდა, რომ თუკი რამე უბედურება ხდება ამქვეყნად, ყველაფერში დამნაშავე აშშ-ის 45-ე პრეზიდენტია. რა თქმა უნდა, ეს ასე არ არის. პირველ რიგში, ასე არ არის ამერიკის შეერთებული შტატების მილიონობით ადამიანისთვის, რომლებიც ტრამპის ადმინისტრაციის ძალისხმევით გახდნენ შემსწრე ამერიკის შეერთებული შტატების ისტორიაში სარეკორდოდ დაბალი უმუშევრობის დონისა და შესაშური ტემპებით მზარდი ეკონომიკის და ამიტომაც აქტიურად უჭერენ მას მხარს. მართალია, სავაჭრო ურთიერთობები თუ არ მოწესრიგდა და ამერიკულ პროდუქტებზე საპასუხო ტარიფები იქნება დაწესებული, ეს გარემოება აუცილებლად იქონიებს ზეგავლენას სამუშაო ადგილების შექმნისა და ეკონომიკური ზრდის ტემპებზე, მაგრამ ჯერჯერობით დონალდ ტრამპის მიმართ მხარდაჭერა მყარი და სოლიდურია.

არ უნდა დაგვავიწყდეს მისი ხისტი დამოკიდებულება მიგრაციის პრობლემისადმი, მისი დაუღალავი სწრაფვა და ბრძოლა მექსიკასთან საზღვარზე კედლის აშენების მიზნით, ისევე როგორც მისი მძაფრი გამონათქვამები როგორც ამერიკელი პოლიტიკოსების, ისე უცხო ქვეყნებისა და მათი ლიდერების მისამართით (მის მიერ გამოთქმული პოზიტიური შეფასებები დიქტატორული და ავტოკრატიული რეჟიმების ლიდერებისა ხომ ცალკე თემაა). ვერავინ შემოგვედავება, თუ ვიტყვი, რომ აშკარად არაორდინარულ, არატიპურ და გარკვეულწილად არაპროგნოზირებად ლიდერთან გვაქვს საქმე. რაოდენ გასაკვირიც

უნდა იყოს, მისმა განსხვავებულობამ დანარჩენ პოლიტიკურ ისტებლიშმენტთან მიმართებით, მისმა პირდაპირობამ გამონათქვამებსა და საზოგადოებასთან ურთიერთობაში ანუ პიარ-ში დაწესებულმა მკვეთრად გამოხატულმა ინდივიდუალიზმმა მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა მის გამარჯვებაში 2016 წელს. ეს ფაქტორები ცენტრალური იქნება 2020 წლის კამპანიაშიც, ასე რომ მიღწევები ეკონომიკაში, მიგრაციული პოლიტიკის გამკაცრება და მილიონობით ამერიკელისთვის მისაღები რიტორიკა (იანვანასავით რომ ჩაესმით, ისეთი) ნამდვილად იქნება მთავარი იარაღები დონალდ ტრამპის კამპანიაში.

რას დაუპირისპირებს მას 25 დემოკრატი, რომელთა შორის არიან ჩემთვის პირადად და საერთაშორისო თანამეგობრობაში უაღრესად პატივსაცემი აშშ-ის ყოფილი ვიცე-პრეზიდენტი ჯო ბაიდენი, ახალგაზრდებში პოპულარული, გამოკვეთილი მემარცხენე ბერნი სანდერსი, ენერჯიული და მზარდი პოპულარობის მქონე ქალბატონები ელიზაბეთ უორენი და კამალა ჰარისი? ორ დუჟინაზე მეტ დემოკრატ კანდიდატს შორის არიან ნიუ-იორკის მერი ბილ დე ბლასიო, ახალგაზრდა ამომავალი ვარსკვლავები ბეტო ო'რურკე და ბიტ ბუთიჟი-ჟი, პოზიტიური კამპანიით ცნობილი კორი ბუკერი და ლათინურ-ამერიკული წარმომავლობის ამომრჩეველების სიმპათია ჰუან კასტრო, მაგრამ, როგორც კვლევები აჩვენებს, დღეის მდგომარეობით პირველ ოთხეულს სწორედ ჯ.ბაიდენი, ბ.სანდერსი, ე.უორენი და კ.ჰარისი წარმოადგენენ.

თითქოს ჯო ბაიდენის სახელისა და გვარის ხსენებით უკვე ისედაც ყველაფერი ნათქვამია, მაგრამ ასე არ ხდება ამერიკაში. როდესაც დებატები იმართება, თვით ჯო ბაიდენსაც კი უწევს მწვავე კითხვებზე პასუხების გაცემა. მართლმსაჯულება და სისხლის სამართლის სრულყოფა, უფრო კონკრეტულად კი სიკვდილით დასჯის გაუქმება ფედერალურ დონეზე იქნება ჯო ბაიდენის სავიზიტო ბარათი 2020 წლის საარჩევნო კამპანიაში. ბერნი სანდერსი



ამერიკული პოლიტიკის ასევე ვეტერანია და მისი იდეები ჯანდაცვის სისტემისა და საგადასახადო რეგულაციების ცვლილებასთან დაკავშირებით საკმაოდ პოპულარულია. საკმაოდ, მაგრამ რამდენად საკმარისად, საკითხავი ეს არის. ელიზაბეთ უორენმა უკვე დაარეგისტრირა საკანონმდებლო ინიციატივა, რომელიც 50-მდე მილიონი სტუდენტისთვის 640 მილიარდი დოლარის სასწავლო დავალიანების ჩამოწერის მექანიზმის შემუშავებას გულისხმობს. სერიოზული სვლაა. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ დემოკრატ კანდიდატებს შორის ე.უორენი პირველია, ვინც ღიად აცხადებს, რომ აშშ-ის ეკონომიკას სერიოზული სირთულეები ელის დონალდ ტრამპის საგაჭრო/საბარბო ომების პირობებში. კალიფორნიელი კანონმდებელი კამალა ჰარისი აფრიკულ-ამერიკული წარმომავლობის ძალიან გავლენიანი პოლიტიკოსია, რომელიც, სხვათა შორის, მარისუანის ლეგალიზაციის საკანონმდებლო უზრუნველყოფაზე აკეთებს აქცენტს.

როდესაც აშშ-ის პრეზიდენტობის კანდიდატებზე ვსაუბრობთ, აშშ-ის როლი

საერთაშორისო ურთიერთობებში ვერაფრით დარჩება ყურადღების მიღმა. საკუთარი სტილის დაწესებაზე უკვე ვისაუბრეთ, მაგრამ გამარჯვებისთვის მხოლოდ არაორდინარული სვლები და თამამი განცხადებები საკმარისი შეიძლება არ იყოს. უდავოა, რომ შესაძლო წარმატებას (თუნდაც მნიშვნელოვან წინსვლას) ჩრდილოეთ კორეის, ან ირანის/ახლო აღმოსავლეთის, ან ვენესუელის მიმართულებით, ისევე როგორც ჩავარდნას, მნიშვნელოვანი გავლენა ექნება ამერიკის შეერთებული შტატების მომავალი პრეზიდენტის არჩევაზე.

ასე რომ, ძვირფასო მკითხველო, თქვენ შეიძლება ამ ფორბს-მოსაზრებას შვებულების პერიოდში ეცნობით, მაგრამ იცოდეთ: რეალურად საარჩევნო კამპანია უკვე დაწყებულია და შემოდგომაზე კიდევ უფრო მეტ ძალასა და ტემპებს აკრეფს. რაც შეეხება ყველაზე მთავარ კითხვას, თუ ვინ გახდება აშშ-ის პრეზიდენტი 2020 წელს, ვფიქრობ, 2016 წლის არჩევნების შედეგებმა ყველას დააკარგინა რაიმე პროგნოზების გაკეთების სურვილი. ყველაფერი შეიძლება მოხდეს. **F**

# სახლი, რომელის ბინაზე მეტია

435 მლნ ლარის საინვესტიციო ღირებულების პროექტი, რომელსაც „m<sup>2</sup> უძრავი ქონება“ m<sup>3</sup>-ის ფარგლებში განახორციელებს, ერთი უბნის სივრცეში 3000-მდე ბინასა და 21-ე საუკუნის ურბანულ საჭიროებებზე მორგებულ კომფორტულ სივრცეებს გააერთიანებს. ამერიკელი და ქართველი ურბანისტების მიერ დაგეგმილი უბნისთვის განკუთვნილი ტერიტორია 11.5 ჰექტარია, სადაც უახლოეს მომავალში საცხოვრებელი კომპლექსების, სკოლის, საბავშვო ბაღის, სავაჭრო და ბიზნესცენტრის, 14 000 კვადრატული მეტრი ფართობის პარკისა და პლაზის მშენებლობა იგეგმება. მშენებლობას m<sup>2</sup>-ის სამშენებლო კომპანია „ბი ქეი ქონსტრაქშენი“ განახორციელებს, პროცესი ოთხ ფაზად არის დაყოფილი.



შორენა დარჩიაშვილი



**ს**ულ მალე ქალაქი არსებულისგან სრულიად განსხვავებულ, ორიგინალური იდეებით გაჯერებულ ინოვაციურ და თანამედროვე გეგმარების მქონე ახალ უბანს მიიღებს. სწორედ ასეთია  $m^2$ -ის ახალი გამოწვევა, რომლის განხორციელებასაც კომპანია უახლოესი ხუთი წლის განმავლობაში გეგმავს.

ახალი გამოწვევა, არც მეტი არც ნაკლები,  $m^2$ -ია - დეველოპმენტის ახალი განზომილება, საცხოვრებელი უბანი თბილისში, მარშალ გელოვანის გამზირზე, რომლის საძირკველიც უკვე გაჭრილია. ახალი პროექტისა და მიმართულების შესახებ Forbes Georgia-ს „ $m^2$  უძრავი ქონების“ გენერალური დირექტორის მოადგილე გაყიდვებისა და მარკეტინგის მიმართულებით **შორენა დარჩიაშვილი** ესაუბრა.

### **ბაზარზე რა ცვლილებებმა მოიტანეს $m^2$ -ის საჭიროება და კონკრეტულად რას გულისხმობთ, როდესაც ახალ განზომილებებზე საუბრობთ?**

$m^3$  არის დეველოპმენტის ახალი, სრულიად ინოვაციური ხედვა როგორც პროდუქტის მხრივ, ასევე მომსახურების თვალსაზრისით, ეს არის ახალი მასშტაბური პროექტი  $m^2$ -სგან. ამ შემთხვევაში კომპანია სცდება სამეზობლოს კონცეფციას და ქმნის ახალ განზომილებას უბნის სახით, რომელიც იდეალურად ერგება 21-ე საუკუნის ქალაქის აჩქარებულ რიტმს და მის გამოწვევებს. ახალი პროექტი მომხმარებელს ბინის გარეთ ურთიერთობებსა და კომფორტზე მორგებულ ცხოვრებას სთავაზობს, რომლის დეფიციტსაც დღეს ყველანი განვიცდით. სწორედ ამ ფაქტორზე გავაკეთეთ სწორება და მიზნად დავისახეთ ადამიანებისთვის მყუდრო საკომუნიკაციო გარემოს ახალი განზომილებით შექმნა.

### **მაინც დავაზუსტებ: ასეთ პროექტზე და ზოგადად მიმართულებებზე მოთხოვნა უკვე არსებობდა ბაზარზე, თუ ნაწილობრივ თავად ქმნით ამ მოთხოვნას?**

შეიძლება ამბიციურად ჟღერდეს, მაგრამ  $m^2$  უკვე წლებია, კარნახობს ქალაქს, რა არის დე-

ველოპმენტში სამშენებლო სტანდარტი და უკვე დიდი ხანია, თავისი ახალი პროექტებით ახალ სიტყვას ამბობს. გარკვეულწილად  $m^2$  ამინდს ქმნის დეველოპერულ ბაზარზე და ეს პროექტიც კონცეფციის თვალსაზრისით თუ არქიტექტურული კუთხით ახალი სიტყვაა დღეს ქვეყნისთვის. მოთხოვნას რაც შეეხება, როგორც უკვე ვთქვი, დადინახეთ საკომუნიკაციო სივრცეების გაჩენის აუცილებლობა საცხოვრებელ ტერიტორიაზე. ეს ჩვენთვის უბნის მშენებლობის პირველი პრეცედენტი, თუმცა - არა უკანასკნელი.

### **კონკრეტულად ამ სეგმენტში თუ ჰყავს პროექტს კონკურენტები და რამდენად გაქვთ მოსახლეობის მსყიდველუნარიანობის იმედი?**

პროექტი თავისი კონცეფციიდან, ხარისხიდან და კომპლექსურობიდან გამომდინარე ახალი სიტყვა იქნება დეველოპერულ ბაზარზე. რაც შეეხება მოსახლეობის მსყიდველუნარიანობას, აქ ბინები ყველა სეგმენტისთვის იქნება ხელმისაწვდომი. გარდა ამისა, მოცემული პროექტის შემთხვევაში პოტენციური მობინადრეებისთვის გვაქვს სპეციალური შეთავაზება, კერძოდ 12-წლიანი განვადება თანამონაწილეობის გარეშე. კომპანია გარკვეული რაოდენობის პორტფელს გამოყოფს სწორედ იმ ადამიანებისთვის, ვინც ემიგრაციაშია, ან საკუთარ შემოსავალს ვერ ამტკიცებს ბანკში და საკმარისი თანხა არა აქვს მოგროვებული.

### **ანუ, უფრო კონკრეტულად რომ ვთქვათ: ვისთვის არის ეს ახალი განზომილება და ვინ იქნება მისი მომხმარებელი?**

ეს არის უბანი ყველასთვის. აქ იქნება ბინები, რომელთა ფართიც 28 კვ/მ-დან დაიწყება, ხოლო თაუერებში პენტჰაუზის ტიპის ბინებიც გაიყიდება. ამრიგად, არჩევანი მოიცავს როგორც ახალგაზრდების - სტუდენტების, ისე ახლად შექმნილი ოჯახების საჭიროებებზე მორგებული კომპაქტური დაგეგმარების ბინებს, აგრეთვე დიდ ოჯახებზე გათვლილ კომფორტულ, ფართო საცხოვრებელს. ამასთან, ყველაზე მნიშვნელოვანი ისაა, რომ მისი ყველა მობინადრე უბანში არსებული საერთო მოხმარების სივრცეებით ისარგებლებს და შეძლებს, თამამად უმასპინ-



ძლოს სტუმრებს ღონისძიებების სივრცეში, ან იმუშაოს კომფორტულ საერთო სამუშაო ზონებში. m<sup>3</sup>-ის მომავალი მცხოვრებლებისთვის ასევე პრაქტიკულად ერთ ნაბიჯში იქნება ყველაფერი, რაც ჯანსაღი ცხოვრებისთვის სჭირდებათ: აუზი, სპორტული დარბაზი, ან, უბრალოდ, ველობილიკები

თუ ღია სპორტული ინფრასტრუქტურა.

**პრაქტიკული დეტალებიც რომ არ დაგვავიწყდეს: რამდენად ითვისავენ დასრულებული პროექტები ზოგადად მოქნილობას მომხმარებლების მოთხოვნასთან დაკავშირებით და როგორ იქნება ეს უზრუნველყოფილი ამ კონკრეტულ პროექტში?**

დეველოპმენტში, განსაკუთრებით ახლა, მთავარი საზრუნავი და ყურადღების ობიექტი ადამიანი გახლავთ. m<sup>2</sup>-ის მიდგომა ყოველთვის ასეთი იყო. როდესაც m<sup>3</sup>-ის პროექტზე დავიწყეთ მუშაობა, ავტომატურად დავიწყეთ ფიქრი ადამიანზე, მის საჭიროებებსა და სურვილებზე, იმაზე, რაც ყველა ჩვენგანს სჭირდება. ეს პროექტი სწორედ ამ საჭიროებებს მოვარგეთ. **სახლი, რომელიც ბინაზე მეტია** - ეს გახლავთ ჩვენი მთავარი გზავნილი. სიასზე იქნება ის, რომ თუ აქამდე ვაბარებდით ბინას დასრულებული რემონტითა და ტექნიკით აღჭურვილი სამზარეულოთი, ახლა მომხმარებელს ეძლევა საშუალება, სურვილის შემთხვევაში აირჩიოს ავეჯის, დეკორისა და დამატებითი ტექნიკის კომპონენტი. დღეს ადამიანების გემოვნება და მოთხოვნები სწრაფად იცვლება, ამიტომ ჩვენც არ უნდა მოვდუნდეთ და ამ პროცესს ფეხი უნდა ავუწყოთ. ჩვენ სისტემატურად ვატარებთ ბაზრის



კვლევას, ვესწრებით საერთაშორისო თუ ადგილობრივ სამშენებლო გამოწვევებს, ახალი უბნის ბინების რემონტის ტიპები 3 000-ზე მეტ მომხმარებელთან ურთიერთობის შედეგად დადგინდა. შეიქმნა სრული სურათი, რომელმაც კომპანიის დიზაინერებს დაანახვა, თუ რას ითხოვს თანამედროვე ადამიანი, რომელია მისთვის სასურველი ფერი, ფაქტურა, მასალის ტიპი და ა.შ. ამ კვლევის საფუძველზე დიზაინერებმა ხუთი უნივერსალური რემონტის დიზაინი შექმნეს. ხუთივე რემონტი განსხვავებულია როგორც ფერთა გრადაციის მხრივ, ისე შინაარსობრივადაც. დიზაინერებმა მათ სახელებიც მინიჭეს: მუსკატი, ჯინჯერი, დარიჩინი, ვანილი და ფისტაჩიო. თუმცა, მერწმუნეთ, ეს ინოვაცია მხოლოდ ამით არ შემოიფარგლება.

**შევაჯამოთ: რას მიიღებს ჯამში მომხმარებელი m<sup>2</sup>-საგან?**

ყოველთვის გვინდოდა, ისეთი უბანი შეგვექმნა, სადაც ადამიანები ბინებში არ გამოიკეტებოდნენ, თავს უცხოდ არ იგრძნობდნენ, ექნებოდათ ერთმანეთთან შეხვედრისა და კომუნიკაციის საშუალება იქვე, უბნიდან გაუსვლელად და, რაც მთავარია, მომავალ თაობას ჯანსაღ გარემოში გაზრდიდნენ. ასე ვმუშაობთ და ამ პრინციპით ვგეგმავთ ახალი უბნის განვითარებასაც. გვაქვს ამბიცია, ეზოს კულტურა გავაცოცხლოთ, რაც ციფრული ეპოქის ადამიანებისთვის აუცილებელ მოთხოვნად იქცა.

*დაბოლოს, m<sup>2</sup>-ის შექმნით ქალაქი მიიღებს ახალ, ძალიან დახვეწილ უბანს, რომელიც თავისი პარკით, საგანმანათლებლო, გამაჯანსაღებელი თუ კომერციული ობიექტებით პარმონიულად ინტეგრირდება მის დინამიკურ ცხოვრებაში. S*

# „მეტრას“ სტანდარტი

დეველოპერულ ბაზარზე „მეტრას“ 12-წლიანი პოზიციონირების მონაგარი სამი დასრულებული და ერთი მიმდინარე პროექტია. 2015 წლიდან კომპანიამ კრიზის-მენეჯერის როლიც მოირგო და შეჩერებულ პროექტს ჩაუდგა სათავეში, რომლის რეაბილიტაციის ბიუჯეტი \$11 000 000-ს შეადგენდა.



ქართულ დეველოპერულ ბაზარზე „მეტრა დეველოპმენტი“ 2007 წლიდან ოპერირებს. თავიდანვე გადაწყდა, შექმნილიყო კომპანია, რომელიც ადამიანებს გამორჩეულ საცხოვრებელ გარემოს შესთავაზებდა და განუწყვეტლივ იზრუნებდა მათ მყუდროებასა და სიმშვიდეზე. „მეტრას“ გუნდს 2014 წლიდან სათავეში ნატალია გლინსკაია უდგას, რომელიც მანამდე სამი წელი კომპანიაში ფინანსურ მიმართულებას ხელმძღვანელობდა, უფრო ადრე კი დეველოპერული კომპანია Bagebey City Group-ის ფინანსური მენეჯერი იყო. სწორედ ამ კომპანიასთან პარტ-

ნიორობით დაასრულა „მეტრა დეველოპმენტმა“ 2007 წლიდან 2014 წლამდე ორი საცხოვრებელი პროექტი ჭავჭავაძის გამზირზე. დეველოპერულ ინდუსტრიაში პირველივე ნაბიჯების გადადგმოდან „მეტრას“ გუნდს გააზრებული ჰქონდა, რომ მათ არა მხოლოდ საცხოვრებელი კომპლექსების შენება, არამედ პოტენციური მობინადრეებისთვის ცხოვრების ახალი წესის შეთავაზება სურდათ. ყველაზე უკეთ ამ ფილოსოფიის ხორცშესხმა კომპანიამ მაინც „მეტრა პარკის“ ფარგლებში მოახერხა, რომელიც, მენეჯმენტის აზრით, მათი ბიზნესპორტფოლიოს გამორჩეული პროექტი და გარკვეულწილად

სავიზიტო ბარათია.

2014 წელს „მეტრას“ ჯგუფს უკვე გაცნობიერებული ჰქონდა, რომ სწორედ კომპლექსური ტიპის დასახლებები იყო ის, რაც სჭირდებოდა თანამედროვე თბილისს და მის მცხოვრებლებს. 2015 წლიდან კომპანია სათავეში ჩაუდგა ბაგებში მრავალსახლიანი საცხოვრებელი კომპლექსის, „მეტრა პარკის“, დასრულება-განვითარებას. 2007 წლიდან პროექტს „იბერია უძრავი ქონება“ ასოციაციებდა, თუმცა 2008 წლის შემდგომი კრიზისული პერიოდის გამო კომპლექსის მშენებლობა შეჩერდა. გაყიდული ბინების მფლობელები რამდენიმე წლის განმავლობაში ელოდებოდნენ კუთვნილი ბინების ჩაბარებას და მათ შორის იყო „მეტრა დეველოპმენტის“ დამფუძნებელიც. ერთი მხრივ, პირადი მიზეზით, თუმცა ამავდროულად საინტერესო პროექტისა და გამოწვევებისადმი სწრაფვის გამო გადაწყდა, რომ „მეტრა დეველოპმენტი“ გადაიბარებდა ზემოაღნიშნული კომპლექსის ფარგლებში არსებულ ვალდებულებებს. ასე დაიწყო რეაბილიტაციის პროცესი, რომლის ბიუჯეტიც \$11 000 000-ს შეადგენდა, პროექტის საწყისი ინვესტიცია კი \$5000 000 იყო.

„მეტრას“ გუნდში ახლაც მიაჩნიათ, რომ თბილისის ცენტრთან მდებარე მრავალსახლიანი საცხოვრებელი კომპლექსი იყო და არის სახე იმ იდეისა, რომელიც ზუსტად გამოხატავს მათ წარმოდგენას სრულყოფილ სახლთან დაკავშირებით - გამორჩეული არქიტექტურის, ეკოლოგიურად სუფთა, მშვიდი გარემო ქალაქის ცენტრთან ახლოს.

„მეტრა დეველოპმენტის“ გუნდმა 5.6 ჰა ტერიტორია ჯამში 17 დაუსრულებელი კორპუსით გადმოიბარა. კომპანიის მენეჯმენტის აზრით, მისია არც ისე იოლი იყო. „მეტრა პარკი“ უნდა ყოფილიყო კომპანიის ზოგადი ფილოსოფიისა და ინოვაციური ხედვის ნაწილი, თუმცა ამავდროულად უნდა გაჩენილიყო ახალი პარადიგმა, რის საშუალებასაც ტერიტორიის მასშტაბი და კომპლექსის საინტერესო ლოკაცია იძლეოდა. ფინანსური დანახარავები ბევრად აჭარბებდა ციფრებს, რომლებიც რეაბილიტაციის საწყის ეტაპზე განისაზღვრა, თუმცა კომპანიაში დღემდე გარკვეული სიამაყის საბაბია ის, რომ დაახლოებით 100 ოჯახზე მეტმა, რომლებიც წინამორბედი დეველოპერისგან ბინას ელოდებოდნენ, უმაღლესი ხარისხის საცხოვრებელი სივრცე უმოკლეს დროში მიიღო.

რეაბილიტაციის შემდგომ ფაზაში „მეტრა პარკის“ კომპლექსს კიდევ ორი საცხოვრებელი კორპუსი



სი შეემატა, რომელთა მშენებლობაც კომპანიას \$3 000 000 დაუჯდა. ამ ეტაპზე „მეტრა პარკის“ დასახლება 19 დასრულებული საცხოვრებელი სახლისგან შედგება. კომპლექსი უკვე დასრულების ფაზაშია და დარჩენილი სამი სახლის მშენებლობის შემდეგ ის საბოლოო სახეს მიიღებს.

ზუსტად ერთი წლის წინ კომპანიამ თავისი ახალი სლოგანი დაამტკიცა - „აქ შენი ახალი ისტორიის დასაწყისია“, რაც, მათივე განმარტებით, ნიშნავს იმას, რომ მათ სურთ შექმნან ისეთი პროდუქტი, რომელიც აქ გადმოსული ადამიანების ახლებურ ცხოვრებას დაუდებს დასაბამს, ახლებურ ცხოვრებაში კი ქალაქის ხმაურისა და სტრესული გარემოსგან შორს ცხოვრებას იგულისხმება. მხოლოდ 2018 წელს „მეტრა პარკის“ ინფრასტრუქტურული განვითარების ბიუჯეტმა 350,000 ლარი შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ კომპლექსში ფუნქციონირებს „მეტრას“ საექსპლუატაციო კომპანია, რომელიც



ზრუნავს გარემოზე, დასუფთავებაზე, გამწვანებასა და მცხოვრებლების უსაფრთხოებაზე.

„მეტრა დეველოპმენტის“ მესვეურების გაცხადებული პოლიტიკის მიხედვით, ყოველი ახალი პროექტის დაწყებას წინ საფუძვლიანი კვლევა უნდა უძღოდეს. ძირითადი აქცენტი, ცხადია, კეთდება გეოლოგიურ კვლევაზე, რომელიც კომპანიის მიერ ყოველი ახალი პროექტის შემთხვევაში უზრუნველყოფილია.

იდეა, რომ 21-ე საუკუნეში საცხოვრებელი კომპლექსები გამწვანებული და ჯანსაღი უნდა იყოს, სიასლეს დიდი ხანია, აღარ წარმოადგენს, რაც ამავდროულად გარკვეულ წესად იქცა „მეტრა დეველოპმენტისთვის“, რადგან, თუ „მეტრა პარკის“ მაგალითს განვიხილავთ, ტერიტორიის 75% გამწვანებას ეთმობა და მხოლოდ 25 პროცენტზეა განთავსებული საცხოვრებელი კორპუსები. მხოლოდ 2018 წელს „მეტრა პარკში“ კომპანიის მიერ გამწვანებაზე 55 000 ლარი, სკვერების მოწყობაზე 150 000 ლარი, ხოლო სტადიონის მოწყობაზე 145 000 ლარი დაიხარჯა.

წლებთან ერთად, ცხადია, იზრდება კომპანიის სტანდარტებიცა და ამბიციებიც, რისი გამოძახილიც ე.წ. ზედა ზოლია, რომელიც „მეტრა პარკს“ მომავალი ორი წლის განმავლობაში შეემატება. პროექტი დამუშავების

პროცესშია და მისთვის \$5 600 000-ია განსაზღვრული. ზედა ზოლთან დაკავშირებით უკვე არსებობს დენდრო-პროექტიც, რომელიც მის პარალელურად უნდა განხორციელდეს, 2-3 ჰექტარზე კი მხოლოდ საარეკრეაციო ზონა იქნება, რომელზეც „მეტრა დეველოპმენტი“ იშვიათი და ძვირად ღირებული ხე-ნარგავების დარგვას გეგმავს. მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ „მეტრა დეველოპმენტის“ მიერ დაგეგმილი მომავალი მშენებლობა გამორჩეულია როგორც არქიტექტურით, ასევე ადგილმდებარეობით, რადგან ის ბაგებს გადმოკურებს. მესამე ზოლის პროექტზე კომპანია „თიმ არქიტექტურის“ არქიტექტორებმა ნიკოლოზ ლეკვეიშვილმა და ოუენ ელვერდინგმა იმუშავეს, მშენებლობისა და დაგეგმარების პროცესში კი ჩართულია ლანდშაფტის დიზაინერიც, რომელიც გამწვანებისა და მოსასვენებელი ადგილების მოწყობაზე ზრუნავს, რათა პროექტი მთლიანობაში ჰარმონიულად განვითარდეს.

„მეტრა დეველოპმენტი“, როგორც ბიზნესი, დღეს მზარდია და ამას ციფრებიც ადასტურებს. ერთი მხრივ, ბოლო ორი წლის განმავლობაში ყოველწლიურად გაყიდული ბინების რაოდენობა 40-დან 60-მდეა გაზრდილი, ხოლო მეორე მხრივ, კომპანიის მენეჯმენტის განცხადებით, ყოველწლიურად მზარდია არსებული



დეველოპერული საქმიანობიდან მიღებული მოგებას. აღნიშნული ზრდა გარკვეულწილად გამოწვეულია იმ საფასო პოლიტიკითაც, რომელიც „მეტრა დეველოპმენტს“ ბოლო ორი წლის განმავლობაში აქვს, კერძოდ, კომპანია ეტაპობრივად upper medium-სეგმენტიდან lower Premium-კლასში ინაცვლებს და, შესაბამისად, საკუთარი პროდუქტის ფასსაც ზრდის. შეიძლება ითქვას, რომ კომპანია დღეს საშუალო და პრემიალური ფასის ზღვარზეა, რაც კვადრატულ მეტრზე 1200\$-ით განისაზღვრება, ხოლო რაც შეეხება ახალ, ზედა ზოლის მშენებლობას, აქ ფასი \$1100-1600-მდე იმერყევებს, რაც, როგორც „მეტრა დეველოპმენტში“ ამბობენ, მათ პროდუქტს პრემიალურ კლასს მიაკუთვნებს. 2017-დან 2019 წლამდე პერიოდში „მეტრა დეველოპმენტის“, კერძოდ კი „მეტრა პარკის“, როგორც მიმდინარე პროექტის, ბინების საშუალო შეწონილი ფასი 20%-ით გაიზარდა, რაც ბაზარმა, როგორც ჩანს, საკმაოდ დადებითად მიიღო. კომპანიაში ამბობენ, რომ ფასების ზრდას მათი მომხმარებელი კომერციული თვალსაზრისით სტრატეგიულად უყურებს, ისინი არც ისე მცირე თანხას აბანდებენ, თუმცა იციან, რომ წლებთან ერთად მათ შენაძენს

ფასი უფრო და უფრო ემატება.

ერთ-ერთი ფაქტორი, რითაც კომპანია „მეტრა დეველოპმენტი“ საკმაოდ კონკურენტულ დეველოპერულ ბაზარზე, ასე ვთქვათ, მოგებიან პოზიციაზეა, არის ლოკაცია, რომელსაც ის ირჩევს პროექტის განსავითარებლად. ბაგების მაგალითით თუ ვიმსჯელებთ, ის იდეალურად ეხმარება თანამედროვე ადამიანის სტანდარტულ მოთხოვნებს, სტრესული დღის შემდეგ დაისვენოს სახლში, რომელიც ქალაქის ცენტრიდან ძალიან მოშორებით არ არის, თუმცა ამის მიუხედავად ჯანსაღ და მყუდრო ადგილასაა აშენებული. ასეთი ჯანსაღი და, კომპანიის წარმომადგენლების აზრით, კონკურენტული გარემოს შექმნას „მეტრა დეველოპმენტი“ ისევ აპირებს, ოღონდ ამჯერად არა მხოლოდ თბილისში, არამედ გუდაურშიც. ასეთია მომავალი ორი-სამი წლის გეგმა, თუმცა მხოლოდ საცხოვრებელი კომპლექსის მიმართულებით არა. საიდუმლოს აღარ წარმოადგენს, რომ „მეტრა დეველოპმენტმა“ უკვე დაიწყო ბუტიკური ტიპის სასტუმროს მშენებლობა, რომელიც ძველ თბილისში იქნება განთავსებული და, როგორც პროექტის ავტორები ამბობენ, იდეალურად შეერწყმება ძველი თბილისის გარემოს. **S**

• ბიზნესლოგია •

ავტორი: დონ შმილესკი

## აგენტი- პროვოკატორი

United Talent Agency-ის ჰბნბ ტიბ ეხმარება ბრენდებს, რომლებსაც ახალგაზრდა გეიმერ გოგონებთან სურთ კონტაქტის დამყარება და თანახმა არიან, ამისთვის შვიდციფრიანი თანხა გადაიხადონ.



**ბ**იგანტური ეკრანების ახლოს, რომლებიც ვიდეოთამაშების ნიაღვრით ტბორავს E3-ს (ელექტრონული გასართობების საერთაშორისო გამოფენა), წიდაბლოკის კედელს მიყრდნობილი ჰანა ტია გაშმაგებული კრეფს ტექსტს თავის ტელეფონზე. United Talent Agency-ის წარმომადგენელი ამჟამად ახდენს არაფორმალური შეხვედრების კოორდინირებას გიგანტური სათამაშო შეკრების ფარგლებში M.A.C. Cosmetics-თან, რომლის ხელმძღვანელებიც ნიუ-იორკიდან გამოფრინდნენ მისი კლიენტების, 27 წლის ვალკირასა და 23 წლის ალექსია რეის შესახებდრად.

მათ ლოდინი მოუწევთ. მინის ჯისურებში ჩაკეტილი ორი ქალი თამაშობს Borderlands 3-ს და ამგვარად სთავაზობს ამ შუტერ-თამაშის წინასწარ გაცნობას და ახლოებით 4,000-ს ადამიანს მათი 1.1 მილიონი Twitch-მიმდევრის საერთო რიცხვიდან, და ლოს-ანჯელესის შეკრებების ცენტრში თავმოყრილ სხვა მაყურებელს. მათი ერთგული მიმდევრები, რომელთაგანაც ბევრი ქალია, ელიტარული კოსმეტიკის ბრენდის ახალ ბაზარს წარმოადგენს. M.A.C.-ის ტუჩსაცხი, რომლის შთაგონების წყაროც მობილური თამაში Honor of Kings-ი იყო, უაღრესად წარმატებული აღმოჩნდა, ამბობს კომპანიის უფროსობა. განმეორებითი წარმატებისათვის, ტიას დონის აგენტის ძიებაში მათ ძირითადად გვიმერი მამაკაცების წრეში გადაინაცვლეს.

„რეკლამის დამკვეთების უმეტესობას ძალიან აინტერესებდა ეს საუბრები, რადგან, მე ვფიქრობ, გვიმერის შესახებ მათ გარკვეული სტერეოტიპი აქვთ შექმნილი და როდესაც ჩემს სიას გაეცნენ, უმეტესად ასეთი რეაქცია ჰქონდათ: 'კარგი, მაგრამ ეს ძალიან განსხვავებულია, მეტი მომიყვით'“, - ამბობს ტია. - პირველი განსხვავება ამკარაა: „ჩემი შემადგენლობის უმრავლესობა ქალია“.

26 წლის აგენტი ერთგვარ შერპის როლს ასრულებს კომპანიებისათვის Twitch-ზე ვიდეოგემ-სტრიმინგის მათთვის უცნობ გარემოში მოძრაობისას. ნილსენის თქმით, ზრდასრული ახალგაზრდა ამჟამად კვირაში რვა საათით ნაკლებ დროს უთმობს ტელევიზორს, ვიდრე ოთხი წლის წინ. ეს აიძულებს რეკლამის დამკვეთებს, სხვაგან ეძებონ წარმატება - eMarketer-ის თანახმად, მოსალოდნელია, რომ მიმდინარე წელს თამაშების რეკლამირებისთვის \$ 3.3 მილიარდი დახარჯოს, ანუ 16% -ით მეტი, ვიდრე გასულ წელს. Mastercard-ი, State Farm-ი, Honda და Nike-ი სპონსორობას უწევენ კიბერსპორტს - ახდენენ ვიდეოთამაშის კონკურსების ორგანიზებას, ზოგი მათგანი ასევე ცალკეულ მათამაშებებს უზრუნველყოფს დიდი ონლაინ აუდიტორიით. გარიგებების მოცულობამ შეიძლება \$10



**როგორ ვითამაშოთ სწორად?**

ავტორი ჯონ დ. მარკმანი

ონლაინ სათამაშო კულტურა ცვლის ჩვენს დამოკიდებულებას სპორტის, გართობისა და გენდერის მიმართ. კომპანია Advanced Micro Devices-ი ქმნის აპარატურას, რომელიც უნდა მოემსახუროს შემდეგი თაობის პროგრამულ უზრუნველყოფას. მარტში კომპანიამ განაცხადა, რომ Nintendo-მა შეარჩია მისი მაღალი წარმადობის მონაცემთა ცენტრი GPUs-ი თავისი ახალი, უკონსოლო, Cloud-ზე დაფუძნებული გემ-სტრიმინგ პლატფორმისათვის სახელწოდებით Stadia. შემდეგ, ივნისში, Microsoft-მა გამოაცხადა, რომ გადაწყვიტა, AMD-ის Zen 2 პროცესორი და Radeon RDNA არქიტექტურა გამოიყენოს მომდევნო თაობის Xbox სათამაშო კონსოლისათვის. ეს იყო შოკის მომგვრელი გამარჯვებები ჩიპების ინდუსტრიის წარუმატებელი ვებტრანს-სათვის, რომელმაც მრავალი წელი გაატარა Intel-სა და Nvidia-ს ჩრდილში. მთლიანი მოგება გაიზარდა და მომავალიც კარგად გამოიყურება.

ჯონ დ. მარკმანი არის Markman Capital Insight-ის პრეზიდენტი.

მილიონს მიაღწიოს.

რეკლამის განმთავსებლებმა აღმოაჩინეს ასევე გვიმერი ქალებიც - ხშირად უყურადღებოდ დარჩენილი ჯგუფი, მიუხედავად იმისა, რომ გვიმერების 46%-ს ქალები შეადგენენ, ამბობს გასართობი პროგრამული უზრუნველყოფის ასოციაცია (Entertainment Software Association). თამაში Fortnite-ის პოპულარობამ ორივე სქესის გვიმერთა შორის, სტრიმერი ქალები, იმეინ „Pokimane“ ენისი (3.1 მილიონი Twitch-მიმდევარი) და რეიჩელ „Valkyrae“ ჰოუსტეტერი (811 000 მიმდევარი) ვარსკვლავებად აქცია.

„არსებობს უამრავი პატარა გოგონა, რომლებსაც გვიმერობა სურთ, - ამბობს ტია, რეალითი TV-ზე გაზრდილი კანადელი. - ქალებს დიდი გავლენა აქვთ“.

ეთერ მაისურში, შავი ტყავის ქურთუკსა და ჯინსში, ტია უფრო თავის გვიმერ კლიენტებს ჰვავს, ვიდრე ჰოლივუდის ტრადიციულ აგენტს, მაიკლ ოვიცის სტილის გამოცდილ მოსაუბრეს, რომელიც The Grill-ში სადილობს ხოლმე.

ადგილები, სადაც ტია ხშირად სტუმრობს, ნაკლებად ტრადიციულია. მაგალითად, Magic Castle-ი, კერძო კლუბი, სადაც ხშირად დადიან ჯადოქრები. მომავალ კლიენტებს ტია Twitch-ში, Instagram-სა და YouTube-ზე ეძებს. თუ კლიენტში ის იპოვა, რაც აინტერესებს, იგი ასწავლის მას ჰეშტეგისა და ფოტოსესიის ნიუანსებს, დაჰყვება მას სათამაშო ტურნირებზე და ისეთ ღონისძიებებზე, როგორც არის Streamer Camp-ი - კოსტიუმირებული ბუთ-კემპის ნაირსახეობა.

სამუშაო მოგებიანია, თუმცა არა მილიონერის მასშტაბში, როგორც, მაგალითად, ოვიცი და მისი ლეგენდარული 10%-ია. ტია მუშაობს UTA- სთვის მას შემდეგ, რაც ამ უკანასკნელმა შეიძინა ფირმა, რომელიც დააფუძნა ტიას ქმარმა და მისმა პარტნიორმა სნეფიჩეტერებისა და სხვა ონლაინ გავლენების სამართავად. Forbes-ის შეფასებით, ტიას კალიბრის აგენტი წელიწადში დაახლოებით 75,000 დოლარს შოულობს, პლუს ბონუსი წლის ბოლოს. ხოლო უფროსი აგენტის შემოსავალი \$300,000-ს აღწევს (UTA უარს ამბობს კომენტარზე).

როდესაც კლიენტების შემოსავალი იზრდება, ანალოგიურად უნდა გაიზარდოს აგენტის შემოსავალიც. Mastercard-მა Pokimane და ტიას კიდევ ერთი კლიენტი Lily Ki (LilyPichu) თავისი ბრენდის ელჩებად დაასახელა League of Legends-ის ტურნირზე.

გვიმინგ-გარნიტურის მწარმოებელმა HyperX-მა, iSpotTV-ის მკვლევართა შეფასებით, 910 ათასი დოლარი დახარჯა რეკლამის სამჯერ გაშვებისათვის NBA-ის 2019 წლის ფინალის ტრანსლირების დროს და სამივე რეკლამაში Pokimane ფიგურირებდა. ტიამ გარიგებები დადო აქტიურ სოციალური ქსელე TikTok-თან (გვიმერ ლესლი ფუსთვის, იმავე Fuslie-თვის).

# კიბოს პერსონალიზაცია

ერიკ ლეფკოვსკიმ დიდ წარმატებას მიაღწია ხუთი სტარტაპით, რომელთა შორისაც ყველაზე ცნობილი GROUPON-ია. ის ყველგან მონაცემებს ეყრდნობა. იმუშავებს კი ეს სტრატეგია დაავადებებთან მიმართებით?

## მკურნალი

Tempus-ის დამფუძნებელი ერიკ ლეფკოვსკი კომპანიის ჩიკაგოს ლაბორატორიაში. Tempus-ის ინოვაციური პროექტები მოიცავს სელოვური სიმსივნების, ე.წ. ორგანოების გამრდას, რომლებზეც კიბოს მკურნალობის ტექნოლოგიებს ცდიან.



მას შემდეგ, რაც კოლეჯი დაამთავრა, ერიკ ლეფკოვსკის არ შეუსწავლია მეცნიერება, მაგრამ, როდესაც თავის სამედიცინო სტარტაპის, Tempus-ის ჩიკაგოს ლაბორატორიაში მიიკვლევს გზას, ის საექსპერტო ცოდნის ატმოსფეროს ქმნის. „რასაც მაშინვე დაინახავთ, ეს უჯრედის ის-ფერი შეფერილობა“, - ამბობს იგი და პათოლოგიაზე მიუთითებს, ჩაუვლის რა ბუფერული ხსნარით სავსე სინჯარებსა და მილიონი დოლარის ღირებულების გენომის სეკვენსერს. „Tempus-ი ცდილობს, სელოვური ინტელექტის ძალა მიაწოდოს მედიცინას, - ამბობს იგი. - ამ ყველაფერში პირველი ნაბიჯი - მონაცემებია“.

სწორედ მონაცემების შეგროვება იყო პირველი ნაბიჯი ლეფკოვსკის სხვა სტარტაპებშიც. 49 წლის ერიკმა წამოიწყო ხუთი სტარტაპი, თითოეული \$250 მილიონის ღირებულებისა, მათგან ყოველს, მონაცემთა დიდი მასივების დამუშავების გზით, მთელი დარგის ძირეული გარდაქმნის პოტენციალი ჰქონდა. მისი ყველაზე ცნობილი სტარტაპი Groupon-ია. მიუხედავად გარიგებების საიტის

აქციათა არასახარბიელო ფასებისა, ლეფკოვსკი ამჟამად \$2.7 მილიარდადაა შეფასებული.

Tempus-ი ეყრდნობა თეორიას, რომ ინფორმაცია, ბევრი ინფორმაცია, საშუალებას მისცემს ექიმებს, კიბოს მკურნალობის პერსონალიზაცია მოახდინონ და ამგვარად იგი უფრო ეფექტიანი გახადონ. ექიმი, რომელიც მკურნალობს ფილტვის კიბოს, შეძლებს, სიმსივნის ნიმუში გაუგზავნოს Tempus-ს გენომის სეკვენსირებისათვის. Tempus-ი განსაზღვრავს გენის მუტაციას ეპიდემოლოგიური ბრდის ფაქტორის რეცეპტორისთვის, რომელიც იწვევს უჯრედების არარეგულირებად ზრდასა და გაყოფას. შედეგად ექიმი შეძლებს მიზანმიმართული, პერსონალიზებული თერაპიის განსაზღვრას, რომელსაც შეიძლება უკეთესი შედეგები ჰქონდეს, ვიდრე ქიმიოთერაპიას.

ჯერჯერობით კომპანიამ, რომელშიც 700-მდე თანამშრომელია დასაქმებული, \$520 მილიონი (ლეფკოვსკიმ შეიტანა \$100 მილიონი) მოიზიდა. გამომდინარე კომპანიის მიმდინარე \$3.1 მილიარდად შე-

ფასებული ღირებულებებიდან, ინვესტორები დიდ მოგებას მოელიან: კიბოსთან ბრძოლით დაწყებული, ისეთი ქრონიკული დაავადებების მკურნალობით გაგრძელებული, როგორცაა დეპრესია და დიაბეტი. თუმცა ზუსტი მედიცინა ჩასახვის ფაზაში მყოფი დარგია. Tempus-მა, დამოუკიდებლად და პარტნიორებთან ერთად, ოთხი წლის განმავლობაში 20 რეცენზირებულ პუბლიკაციაზე ნაკლები გამოსცა, მაშინ როდესაც მისმა კონკურენტმა სეკვენსირების დარგში Foundation Medicine-მა 9 წლის განმავლობაში 400-ზე მეტი პუბლიკაცია გამოაქვეყნა.

მიუხედავად იმისა, რომ სეკვენსირების ღირებულება შემცირდა, თითოეული ანალიზი ჯერ კიდევ ღირს 1,000-დან \$ 5,000 დოლარამდე და Tempus-ი ამ საქმიანობაში ფულს კარგავს. Tempus-ი ასევე ახდენს ანონიმური მონაცემების თავისი ბიბლიოთეკის ლიცენზირებას ფარმაცევტული კომპანიებისთვის, სადაზღვევო და კვლევითი ორგანიზაციებისთვის. ლეფკოვსკი არ ამხელს შემოსავლებს, მაგრამ ამბობს, რომ იღებს შვიდიფორიან საფასურს კიბოს მედიკამენტების მწარმოებელი ათიდან შვიდი კომპანიისაგან.

ლეფკოვსკიმ ბიზნესის ვირუსი მიჩიგანის უნივერსიტეტში აიკიდა, სადაც ისტორიას სწავლობდა და თან ხალჩიებით ვაჭრობდა. 2001 წელს მან თანადააფუძნა InnerWorkings-ი (მარკეტინგში), შემდეგ კი Echo Global Logistics-ი (ტრანსპორტირება) და Mediaocean-ი (სარეკლამო პროგრამული უზრუნველყოფა). ლეფკოვსკის მიერ დაქირავებული ენდრიუ მელსონმა წამოაყენა ბიზნესზე ორიენტირებული „კოლექტიური ქმედების“ იდეა და ლეფკოვსკიმაც განახორციელა 1 მილიონი დოლარის ინვესტიცია ამ წამოწყებაში, რომელმაც Groupon-ი შექმნა. 2008 წელს, დაფუძნებიდან ერთი წლის შემდეგ, კომპანიის შემოსავალმა \$14.5 მილიონი შეადგინა; 2011 წელს კი მან 1.6 მილიარდი დოლარი გამოიმუშავა.

რამდენიმე წელი ლეფკოვსკი ასევე სხვა პროექტებითაც ერთობოდა, რომელთა შორის იყო Uptake-ი (საპროგნოზო ანალიტიკა მძიმე მრეწველობისთვის). „ყოველთვის ვიცოდი, რომ ამ ბიზნესებში დროებით ვიყავი“, - ამბობს იგი.

2014 წელს ლეფკოვსკის მეუღლე ლიზის ძუძუს კიბოს დიაგნოზი დაუსვეს. „გავოგნდი, როცა გავიგე, თუ რაოდენ მცირე მონაცემებს ეყრდნობოდა მისი მკურნალობა“, - ამბობს ერთი. სწორედ ამ გამოცდილებამ დაძრა Tempus-ი ადგილიდან (ლიზი „ყოველ ჯერზე ამას ერთ დღეში იღებდა“, - ამბობს ლეფკოვსკი).

ლეფკოვსკის კვლავ დასჭირდა მონაცემები.

მაგრამ ზოგიერთ მკვლევარს თავდაპირველად არ სურდა ამ მონაცემების გაზიარება. „მათ უნდოდათ, ჩვენ მათთვის ყველა პაციენტის ყველა ნიმუში გავგეგმავნა ხოლმე მომავალში, - ამბობს ჯონ მაკფერსონი, UC Davis Comprehensive Cancer Center-ის დირექტორის მოადგილე, - მაგრამ ჩვენ უფრო ფრთხილი მიდგომა ვარჩიეთ“. კერძოდ კი მათ გადაწყვიტეს, კუჭ-ნაწლავის კიბოს შემთხვევების Tempus-ისა და Foundation Medicine-ის მონაცემები პირისპირ შეედარებინათ. Tempus-მა თავი უკეთ წარმოაჩინა.

2017 წელს Tempus-მა მიაღწია სალიცენზიო შეთანხმებას ამერიკის კლინიკური ონკოლოგიის საზოგადოებასთან (American Society of Clinical Oncology), რათა წვდომა მიეღო და ორგანიზება გაეკეთებინა 1 მილიონი პაციენტის მონაცემებისათვის. ამჟამად კომპანია ამბობს, რომ უკვე მუშაობს აშშ-ის ონკოლოგთა 30%-თან; ბევრი გზავნის პაციენტების ჩანაწერებსა და ბიოფსიურ მასალებს ანალიზისათვის Tempus-ში. მიმდინარე წელს ტემპუსი 120,000 გენომის ნიმუშის სეკვენსირებას იმედოვნებს. და მაინც, ამ მონაცემებითაც კი, Tempus-ს მჭიდრო კონკურენცია უწევს.

შარშან შვეიცარიის ფარმაცევტულმა გიგანტმა Roche-მ \$4.3 მილიარდი დახარჯა Foundation Medicine-ისა და დიდ მონაცემთა კომპანია Flatiron Health-ის შესაძენად. კიდევ ერთ სტარტაპს, Concerto HealthAI-ს, რომელსაც მილიარდერი რომეშ ვადვანი უჭერს მხარს, აქვს წვდომა თითქმის იმდენივე მონაცემზე, რაც Tempus-ს.

UC Davis-ის ექიმებმა, ამბობს მაკფერსონი, მხოლოდ 100 ნიმუში გაუგზავნეს Tempus-ს, ბევრად ნაკლები, ვიდრე Foundation Medicine-ს. „მე მგონი, ისინი ცოტა გაოგნდნენ, როდესაც Tempus-იდან ამ მოცულობის ინფორმაცია დაბრუნდა, - ამბობს მაკფერსონი. - ექიმებს ურჩევნიათ, საქმე არ გაირთულონ და დრო დაზოგონ. თუმცა არსებობს რამდენიმე ექიმი, რომლებიც ამჟამად საკმაოდ მჭიდროდ თანამშრომლობენ Tempus-თან“.

ლეფკოვსკი კვლავ უარესად ოპტიმისტურად არის განწყობილი „რა თქმა უნდა, ისეთი გრძობა მაქვს, რომ მთელმა ჩემმა კარიერამ მომიყვანა ამ წერტილში, - ამბობს იგი. - იმედი მაქვს, რომ ეს პროექტი იქნება ჩემი მემკვიდრეობა“.

ს ა ბ ა ლ ი თ ა ზ რ ი

„ ყ ვ ე ლ ა ე ს მ ო ნ ა ც ე მ ი გ უ შ ი ნ დ ე ლ ი დ დ ი ს ს ა რ უ შ ა რ ი ბ ა , რ ო მ ე ლ ს ა ც ი ლ ე ბ დ ე მ ს , რ ა თ ა ხ ვ ა ლ ი ნ დ ე ლ ი დ ე მ უ კ ა მ ე მ ს ი გ ა ხ ა ბ ო “

- ჰონ მკაფი



როგორ ვითამაშოთ სწორად?

ავტორი უილიამ ბოლდუინი

გნებავთ პერსონალიზებული მედიცინის პატარა ნაჭერი? აი რამდენიმე დამინტრიგებელი და, რა თქმა უნდა, სარისკო შეთავაზება: Agios Pharmaceuticals-ი, რომელიც იმედოვნებს ზოგიერთი კიბოს განკურნებას სპეციფიკური დნმ-ის მუტაციის ტარგეტირებით; Illumina, რომელიც ყიდის გენომის სეკვენსირების სერვისს; Myriad Genetics-ი, რომელიც უზრუნველყოფს დაავადებების მოლეკულურ დონეზე დიაგნოსტიკის ინსტრუმენტებს და შესაბამის თერაპიებს; Precision BioSciences-ი, რომელიც ფოკუსირებულია ქიმიურული ანტიგენ-რეცეპტორი T- უჯრედების ცხელ სფეროზე. უმეტესი ინვესტორისათვის უკეთესი იქნება SPDR S & P Biotech ETF-ის მრავალფეროვანი პორტფელის აქციების ფლობა. აქ აქციებით მოვატრეფთავებ ამონაგები მეტია, ვიდრე ფონდის საოპერაციო ხარჯების დასაფარავადაა საჭირო.

# მწვანე ფოლადი

როცა მისმა პარტნიორმა სასტუმროს ნომერში სული განუტევა, მსოფლიო მასშტაბის მოხეტიალე ფინანსისტი, დევიდ სტიკლერი რურალურ არკანზასში, ფოლადის ქარხნის სტარტაპის საჭეთმპყრობლად მოგვევლინა. დღეს ის ქვეყანაში საუკეთესო პატარა, მაღალტექნოლოგიურ, დიდი ვალის მქონე ფოლადის მწარმოებელს თაოსნობს.



ლითონები მისისიპიზე

Big River-ის არკანზასულ ქარხანაში, ე.წ. უვარგისი ობლიგაციების წყალობით, კართი ფოლადის გიგანტურ ლაბლაბა გრაგნილებად იქცევა.

**1,1000** აკრის მიწაზე, რომელიც ერთ დროს მდინარე მისისიპის ნაპირებზე გაშენებულ სოიას მინდვრებს წარმოადგენდა, ვრცელ ლურჯ ანგრებს ნახავთ. შიგნით ჯართით (ძველი მანქანებისა და მაცივრების ნარჩენებით) სავსე ავზებია მოთავსებული, რომლებიც ღუმელთან თავის რიგს ელიან. სირენების გამყინავი ხმა ყურთასმენის წამღებ გრუხუნს აპობს, ნაპერწკლები კი თვალისმომჭრელად დაფრინავენ გაბრდვიალებული არხიდან წამოსული ყვითელი ალის კვალდაკვალ.

მთელ ამ მოქმედებას საკონტროლო ოთახიდან ერთადერთი ოპერატორი მეთვალყურეობს. მის წინ ათი-თორმეტი LCD მონიტორია, რომლებზეც ბრტყლად დაგლინული ფოლადის 1.76 მილიონი კვადრატული ფუტის ქარხანაში არსებული თითქმის ყველა აღჭურვილობის ყველა ნაწილის სენსორებიდან მიღებული ათასობით მონაცემი გრაფიკულად არის გამოსახული. ერთ-ერთი ეკრანი პოლუციის ოპტიკურ სპექტრომეტრს იყენებს, რათა გამდნარი ფოლადის შემადგენლობა რეალურ დროში გააანალიზოს და ნაერთში ისეთი ლითონის შენადნობთა ოდენობა განსაზღვროს, როგორც სპილენძი. წითელი ეკრანი აჩვენებს, რომ ღუმელი (რომელიც, მაქსიმუმ, 60 ფუტის მოშორებით მდებარეობს) 2,951 ფარენგეიტზე მუშაობს.

კეთილი იყოს თქვენი მობრძანება არკანზასის შტატის ქალაქ ოსეოლაში (მოსახლეობა: 6,764), რომელიც ოდესღაც ბლუზის ლეგენდარული გიტარისტის, ალბერტ კინგის სახლი იყო, დღეს კი Big River Steel-ის - პლანეტაზე ფოლადის წარმოების მომავლის - სათავო ოფისია. მინიქარხანამ, რომელიც დღემდე 4,500 ტონა ბრტყლად დაგლინულ ფოლადს



ფოლადის კაცი

ალმასრულელები დირექტორი დევიდ სტიკლერი დარწმუნებულია, რომ მისი პატარა Big River-ის ქარხანა შეძლებს, უფრო ნაყოფიერი იყოს, ვიდრე ყველაზე ეფექტიანი ქარხნები ისეთ ადგილებში, როგორც ჩინეთია.

აწარმოებს ან კი 1.65 მილიონ ტონას წელიწადში, მოღვაწეობა სულ რაღაც 31 თვის წინ დაიწყო, რაც შემდეგის დამსახურებაა: ლამის \$1 მილიარდის ტოლფასი მაღალშემოსავლიანი სესხის, Koch Industries-ის სააქციო კაპიტალის ულუფის, არკანზასის მასწავლებელთა საპენსიო ფონდის, კერძო სააქციო კაპიტალის ფირმა TPG Capital-ისა და არცთუ ცნობილი საინვესტიციო ბანკირის, დევიდ სტიკლერის, დაუღალავი ოპერაციული ერთუზიანობის.

„საკუთარ თავს ტექნოლოგიურ კომპანიად მივიჩნევთ, რომელიც, ისე დაემთხვა, რომ ფოლადს

**როგორ ვითამაშოთ სწორად**

ჯოელ გრინბლატის თანახმად

მოგებულთა შერჩევა ფოლადის ციკლურ სექტორში რთულია. ერთ-ერთი ალტერნატივა ოპაიოს Graftech-ია - მწარმოებელი გრაფიტის ელექტროდებისა, რომლებიც 3,000 გრადუსამდე ცხელდება და რომელთაც ქარხნები გადაამუშავებულ ჯართიდან ლითონის გამოსადნობად იყენებენ. Graftech-ი ვერტიკალურად ინტეგრირებული მწარმოებელია, რაც ნიშნავს, რომ ის თავისი ელექტროდებისთვის ნედლეულ მასალას ამზადებს და, დიდიწილად, იმუნურია ამ ბაზრის აიონა-დაიონა ფაზების მიმართ. 2015-ში კანადური Brookfield Asset Management-ის მიერ გადარჩენილი Graftech-ი დღეს მომხმარებელს მრავალწლიან ე.წ. აილე-ან-გადაიხადე ტიპის კონტრაქტებს სთავაზობს და მიჩქარნებს ელექტროდებით ისე ამარაგებს, რომ მენილეთათვის წლიობით მოგებასა და დივიდენდებს ფიქსირებულ დონეზე ამყოფებს. ეს აქციები უყვარს ფულად ბრუნვაზე ფოკუსირებულ ლიბერულულების გურუს, Gotham Asset Management-ის ჯოელ გრინბლატს. აქციები 2018 წლის აპრილის პირველი საგარო შეთავაზების ფასზე იაფად იყიდება და 4.5-ჯერ აღემატება ნავარაუდევ ოპერაციულ ფულად ბრუნვას.

**შეჯამება**  
**ფოლადის ქალაქები**

ინდუსტრიული რევოლუციიდან მოყოლებული, ფოლადის წარმოებას ფორმას სამი კონტინენტის სამი ქალაქი აძლევს.



**შეფილდი, ინგლისი**  
(1856-დან გვიან მე-19 საუკუნემდე)

მასობრივი წარმოება 1856 წლის შემდეგ დაიწყო, როცა ინგლისელმა პენრი ბესმერმა, მაღალი ხარისხის ფოლადის დამზადების მიზნით, დამდნარი რკინის ოქსიდირების იაფი და სწრაფი მეთოდი დააპატენტა.



**პიტსბურგი, პენსილვანია**  
(გვიანი მე-19 საუკუნიდან მე-20 საუკუნის შუამდე)

1899 წლისთვის აშშ-ის ფოლადის წარმოებამ ბრიტანეთისას აჯობა. ენდრიუ კარნეგიმ პიტსბურგში Carnegie Steel-ი დააფუძნა. 1901-ში J.P. Morgan-ს მიყიდული, ის გიგანტ U.S. Steel-ში გაერთიანდა.



**ტანშანი, ჩინეთი**  
(21-ე საუკუნე)

ჩინეთი დღეს მსოფლიოს ფოლადის ნახევარზე მეტს აწარმოებს. მხოლოდ ერთ კომპანიაში - HBIS Tangsteel-ის შობებელში, რომელიც ტანშანშია დაფუძნებული - დაახლოებით 120,000 მუშახელია დასაქმებული.

**პატარა დიდი სურათი**

**მუნიციპალიტეტის სიბიძე**

მართალია, მუნიციპალიტეტის ობლიგაციები გადაუხდელობას, პრინციპში, არ უჩივიან (თუ არ ჩავთვლით პუერტო-რიკოში 2015 წელს შთამბეჭდავი \$72 მილიარდის ვერგადახდას), საგადასახადო შეღავათების მქონე ობლიგაციების გაცემა საგრძნობლადაა დაცემული 2017-ის შემდეგ. შედეგად, ობლიგაციათა მენეჯერები შეზღუდული ინვესტირებისთვის ევინტუარის ერომანეთს. „ნებისმიერ რამეზე, რასაც ნებისმიერი სახის შემოსავალი ახლავს, ისე ხტებიან, როგორც ახალგაზრდა ქურციკი შშიერი ლომის დანახვაზე, – ამბობს მუნიციპალური ობლიგაციების ექსპერტი და Neighborly-ს ინვესტიციათა დირექტორი ბარნეტ შერმენი. – როგორც წესი, მსგავს ვითარებებში კრედიტს ფანჯრიდან ისვრიან“.



\*ფინის ჩაყვლით.   
წყარო: Bloomberg.

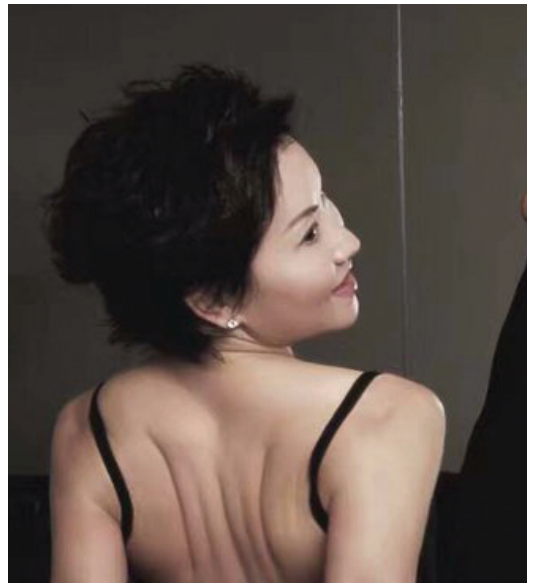
აწარმოებს,“ – ამბობს სტიკლერი და მეტი ეფექტისთვის მაგიდას მუშტს ურტყამს.

მართალია, ჩრდილო კაროლინაში დაფუძნებული Nucor-თან შედარებით პაწაწინაა, Big River-ი იოლად შეგვიძლია, ტექნოლოგიურად ყველაზე წინ წასულ და ყველაზე სწრაფად მზარდ ფოლადის მწარმოებლად ჩავთვალოთ ჩრდილო ამერიკაში. 513 თანამშრომლით ალტურვილის ფულადი ბრუნვა თითო თანამშრომელზე უშველებელ \$557,000-ს შეადგენს, მაშინ როცა ინტეგრირებული მწარმოებლისთვის, U.S. Steel-ისთვის, ეს მაჩვენებელი მხოლოდ \$61,000-ს უდრის. მეორე ყველაზე ეფექტიანი მინიქარხნის, მეტოქე Steel Dynamics-ის შემთხვევაში, იგივე მაჩვენებელი \$253,000-ს უტოლდება. Big River-ს მხოლოდ ერთი საათი სჭირდება 35 ტონა ცხელი დაგლინული ფოლადის საწარმოებლად, მაშინ როცა ინტეგრირებული ფოლადის მწარმოებლები დღეებს ხარჯავენ.

ბონუსების ჩათვლით, Big River-ის წარმოებაში მომუშავე რიგითმა თანამშრომელმა შარშან \$129,000 გამოიმუშავა – 3.5-ჯერ მეტი, ვიდრე არკანზასის მისისიპის ოლქის ოჯახის შემოსავლის მედიანური მაჩვენებელია. Big River-ს უკვე საკმარისი დაფინანსება აქვს მოპოვებული, რომ საკუთარი მწარმოებლურობა 3.3 მილიონ ტონამდე გაზარდოს 2020-ის ბოლოსთვის.

ზემოთ ხსენებულ საკონტროლო ოთახში მონიტორი ციმციმებს: ავტომატურ რეკომენდაციას იძლევა ოპერაციული პარამეტრების შეცვლასთან დაკავშირებით. „საბოლოო ჯამში, ოპერატორებს არაფერი ექნებათ გასაკეთებელი. მანქანები თავად მოერგებიან ცვლილებებს“, – ამბობს 58 წლის სტიკლერი და აღნიშნავს, რომ სენსორებიდან მიღებული ინფორმაცია მონაცემთა ცენტრს გადაეცემა, სადაც Noodle.ai-სა და Dell-ის მიერ შექმნილი ხელოვნური ინტელექტის სისტემა პროგნოსტიკულ ალგორითმებს ამუშავებს. სტიკლერი თავის ქარხანას თვითმავალ მანქანას ადარებს: „Google-ისა და Apple-ის მანქანები... რაც უფრო მეტს დადიან, მით უფრო მეტს სწავლობენ. რაც უფრო ბევრს მუშაობს ქარხანა, მით უფრო ბევრს სწავლობს ისიც“.

სტიკლერის გარდაქმნა ბანკირიდან ფოლადის კომპანიის აღმასრულებელ დირექტორად დაგვემილი არ ყოფილა. ამ კლივლენდის მკვიდრმა და ყოფილმა ბუდალტერმა ცხოვრების 15 წელიწადი საინვესტიციო ბანკირად გაატარა და, მეტ-



რიგითი პარასკევი

ერთ დროს ჰეკინის საუკეთესოდ ჩამულ ქალად დასახელებული სტიკლერის ცოლი, რებეკა ლი, არაკითარ ოფიციალურ როლს არ ასრულებს Big River-ში, მაგრამ მის ჩინურ კონტაქტებს კრიტიკული მნიშვნელობა აქვთ.

წილად, დიდი ფოლადის დაფინანსებაზე მუშაობდა, მათ შორის, \$385-მილიონიან Bain & Co.-ზე, რომელიც ინდიანის Steel Dynamics-ის ჩასაშვებად იქნა გამოყენებული.

1990-იანების შუა პერიოდში სტიკლერმა მომავალი ცოლი, რებეკა ლი გაიცნო – ჯანსაღი ცხოვრების კონსულტანტი, სიცოცხლით საცხე ჩინელი ქალი, რომელიც მეგობარს ჰავაიში უძრავ ქონებას ათვალთვლებინებდა. ლი სტიკლერს აზიური კავშირების დამყარებაში დაეხმარა და უკვე 1998-ში ტაილანდში ქარხნის ასაშენებლად ამ უკანასკნელს \$560 მილიონი ჰქონდა მოზიდული. სტიკლერი Nucor-ის აღმასრულებელი დირექტორის, ჯონ კორენტის, ყურადღების მოპოვებასაც ცდილობდა, რომელმაც 1999-ში მას Birmingham Steel-ის რესტრუქტურირება დააფინანსებინა. 2003-ში კორენტიმ, სტიკლერმა და ლიმ Global Principal Partners-ი ჩამოაყალიბეს – ფოლადზე ფოკუსირებული სავაჭრო ბანკი.

მომდევნო ათწლეულში ფირმამ დაახლოებით \$6 მილიარდი მოიზიდა არაერთი პროექტისათვის, დაწყებული ჩინეთში Tangshan Steel-ის ქარხნის მოდერნიზებით, დამთავრებული SeverCorr-ით – მისი-სიპიში მდებარე ქარხნით, რომელიც 2008-ში რუსულმა ფოლადის გიგანტმა შეისყიდა. ქარხნის ოპერაციები კორენტის ებარა, სტიკლერი და ლი კი,

ხელშეკრულებების მომპოვებელთა რანგში, მსოფლიოს გარშემო მოგზაურობდნენ და ინარჩუნებდნენ ბინებს ნიუ-იორკში, ლოს-ანჯელესში, პეკინსა და ტაილანდში. 2013-ისთვის კორენტიმ და სტიკლერმა გადაწყვიტეს, რომ მათი მომდევნო პროექტი აშშ-ში დაფუძნებული თანამედროვე მინიელექტროქარხანა უნდა ყოფილიყო.

„ერთგვარი რევოლუცია იწყებოდა“, - ამბობს სტიკლერი და აღნიშნავს, როგორ სწრაფად კარგავდნენ აშშ-ის მწარმოებლები გლობალურ საბაზრო წილს.

არკანზასისა და ადგილობრივი მუნიციპალიტეტებისგან სტიკლერისა და დაფინანსების მიღების შემდეგ სტიკლერმა არჩევანი ოსეოლაზე გააკეთა - მეფისის ჩრდილოეთით დაახლოებით 50 მილის სავალზე მდებარე პატარა ქალაქზე, რომელიც ქვემოთ, მდინარის დინების მიმართულებითაა განთავსებული ლითონის ჯართის მასიური ქარხნებიდან ისეთ ქალაქებში, როგორც ჩიკაგოა, ესაზღვრება Burlington Northern-ის რკინიგზას და მთავარ სატვირთო გზებთან, I-40-სა და I-55-თან, არის ახლო. Entergy-მ ამ ქალაქს ყველაზე დაბალი შესაძლო ენერჯოტარიფები შესთავაზა 2026-ის ჩათვლით.

ასე იყო თუ ისე, ქარხნის მშენებლობიდან 13 თვეში, 2015-ის აგვისტოში, Big River-ის აღმასრულებელი დირექტორი კორენტის, ჩიკაგოში Navistar-ის საბჭოს შეკრებაზე ჩასული, ძილში გარდაიცვალა. „ჩემი გეგმა Big River Steel-ის აღმასრულებელი დირექტორობა არ ყოფილა, - ამბობს სტიკლერი. - ჯონი სამშაბათს გარდაიცვალა. იმავე კვირის პარასკევს უკვე სრული რეორგანიზება მოვახდინეთ“.

კორენტის ერთ-ერთი სტრატეგია, რითაც სტიკლერი ამბობს, Big River-ის Wall Street-ისებრი ბონუსებია. ქარხნის თანამშრომელთა უმრავლესობის სამიზნე ბონუსები წარმოებისა და მათი ხელფასების 150%-ს შეადგენს, ამდენად, ტექნიკოსი, რომელიც საათში ფიქსირებულად \$18-ს იღებს, შესაძლოა, შინ, სულ ცოტა, საათში გამოუმუშავებელი \$45-ით დაბრუნდეს. „ისეთი კვირებიც გვქონია, როცა ხალხი 180%-ის, 200%-ის ან, სულაც, 210%-ის ბონუსებს იღებს“, - ამბობს სტიკლერი.

Big River-ის კიდევ ერთი განმასხვავებელი ნიშანი მისი LEED (Leadership in Energy and Environmental Design - „ლიდერი ენერჯისა და ეკოლოგიის დიზაინში“) სერტიფიკატია. „როგორც წესი, ეს საუნივერსიტეტო და სახელმწიფო შენობებისთვისაა, - ამბობს სტიკლერი. - ბევრს მიაჩნდა, რომ გიჟები ვიყავით, მისთვის კვალიფიცირებას რომ არ ვცდიდით“. სტიკლერი თვლის, რომ ეს სერტიფიკატი მნიშვნელოვანი იქნება, ვინც არ უნდა იყოს მყიდველი, Chrysler-ი, Volkswagen-ი თუ Walmart-ი. „ხალხი ჩვენს ფოლადში მეტს მხოლოდ იმიტომ კი არ გადაიხდის, რომ მას LEED-ის მიერ სერტიფიცირებულ ქარხანაში ვამზადებთ, არამედ იმიტომ, რომ სხვა ყველა პირობაც სათანადოა: ფასი, სერვისი, ხარისხი და ა.შ., ჩვენ ეს გვესმის“, - ამბობს სტიკლერი.

ტრამპის 25%-იანმა ტარიფმა ფოლადზე და დეფიციტით გამოწვეულმა შიშმა შარშან ძლიერი აფეთქება გამოიწვია და ფასებიც ბოლო ათ წელიწადში ყველაზე მაღალ ნიშნულზე აისროლა, რამაც Big River-ს საშუალება მისცა, \$1.4-მილიარდიან შემოსავალზე გასულიყო.

„ტარიფებთან მწყრალოდ ვარ, - შენიშნავს სტიკლერი. - ტრამპი შიდა ფოლადის ინდუსტრიას სწორ გზაზე გადასვლის შესაძლებლობას აძლევს. მაგრამ გადარჩენისა და წარმატებისთვის ჩვენ ტარიფები არ გვჭირდება“.

თუ Big River-ის მომავალს რაიმე დიდი კითხვის ნიშანი ახლავს, ეს ალბათ მხოლოდ მის უნარს უკავშირდება, \$1.5-მილიარდიანი ვალის პირობებში წარმატებას მიაღწიოს. მისში ამ ფოლადის სტარტაპმა, გაფართოების დასაფინანსებლად, Arkansas Development Finance Authority დაითანხმა და მას თავისი სახელი \$487 მილიონად ასესხა 30-წლიანი, ე.წ. უვარგისი მუნიციპალური ობლიგაციების სახით. Moody's-ის თანახმად, ობლიგაციები კომპანიის სესხისა და საკუთარი კაპიტალის მიმართების კოეფიციენტს 6.8-ჯერ გაზრდის, რაც საკმაოდ სარისკოა, პროცენტის დაფარვის კოეფიციენტს კი ერთზე ან ნაკლებზე ჩამოიყვანს.

გლობალური წარმოების ზრდამ ბრტყლად დაგვიწვლ ფოლადში ნამატი შექმნა, ფასები კი 2019-ში 25%-ითაა დაცემული. მაგრამ სტიკლერს ეს მაინცდამაინც არ აწუხებს. ის მორიგი \$500-მილიონიანი სასესხო/სააქციო დაფინანსებისთვის ემზადება, რაც Big River-ს საშუალებას მისცემს, სპეციალიზებული ფოლადი დაამზადოს, ჰიბრიდულ და ელექტრომანქანებს რომ სჭირდებოდეს. ამ გამოცდილმა ხელშეკრულებათა დამდებმა იცის, რომ დიდი ალბათობით შეძლებს Big River-ის გადაყიდვას - დიდი მოგების სანაცვლოდ და კარგა ხნით ადრე, სანამ ვალების გადახდის ვადები ამოიწურება.

მეტეც, გასულ ზაფხულს, გავრცელებული ცნობებით, Nucor-მა \$3 მილიარდი შესთავაზა Big River-ში სტიკლერს, მაგრამ ამ უკანასკნელმა ხელშეკრულებაზე უარი თქვა. ლის დახმარებით, Big River-ი მთელი მსოფლიოდან ჩასული ათეულობით კომპანიის აღმასრულებლებისთვის ტურებს მასპინძლობს. „ჩვენ პატენტებსა და IP-ს როდი ვართ ამოფარებულები“, - ამბობს სტიკლერი.

სტუმართა ერთ ასეთ ღირსშესანიშნავ წყებას აღმასრულებელთა გუნდი, მათ შორის, თავმჯდომარეც, წარმოადგენდა მსოფლიოს მეორე უმსხვილესი ფოლადის მწარმოებელიდან - სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ჩინური Shanghai Bao Steel-იდან, რომელიც წელიწადი დაახლოებით 45 მილიონ ტონას აწარმოებს. „დევიდს უთხრეს, ფოლადის სტივ ჯობსი ხარო“, - ამბობს თვალგაბრმავებული ლი.

„მოვედი რკინის სამყაროში, რათა ოქროს სამყარო შექმნა“.  
- მიხელ დე სპრანტინი

# შესასრულებელი მისია



საუბარი ბიზნესზე „საქართველოს  
ბანკის“ გენერალურ დირექტორთან,  
არჩილ გაჩეჩილაძესთან

ავტორი: ელენე კვანჭილაშვილი

ფოტო: ხათუნა ხუციშვილი





## არჩილ ბაჩეჩილაძე

„საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორის პოზიციაზე 2019 წლის იანვარში დაინიშნა. აღნიშნულ თანამდებობამდე მას არაერთი მნიშვნელოვანი პოსტი ეკავა კერძო სექტორში. მათ შორის, იყო კომპანია Georgia Global Utilities-ის გენერალური დირექტორი და ამავდროულად 2017-2018 წლებში იგი „GWP“-ის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარის პოზიციას იკავებდა. არჩილ ბაჩეჩილაძეს „საქართველოს ბანკთან“ მრავალწლიანი ურთიერთობა აკავშირებს. 2016-2017 წლებში იგი „საქართველოს ბანკის“ აღმასრულებელი დირექტორის მოადგილე გახლდათ კორპორაციული და საინვესტიციო საბანკო მომსახურების მიმართულებით; 2015-2016 წლებში არჩილი „BGEO ჯგუფის“ ფინანსური დირექტორი იყო; 2009-2015 წლებში კი „საქართველოს ბანკის“ აღმასრულებელი დირექტორის მოადგილის პოზიცია ეკავა საინვესტიციო მენეჯმენტისა და კორპორაციული საბანკო მომსახურების მიმართულებით. უფრო ადრე, 2000-2008 წლებში, არჩილი დასაქმებული გახლდათ სხვადასხვა პოზიციებზე საქართველოსა და დიდი ბრიტანეთის ისეთ ორგანიზაციებში, როგორებიცაა: Lehman Brothers Private Equity, Salford Equity Partners-ი, EBRD-ი, KPMG Barents-ი და World Bank-ი. არჩილ ბაჩეჩილაძე კორნელის უნივერსიტეტის (Ithaca, NY), Johnson Graduate School of Management-ის კურსდამთავრებულია MBA ხარისხით. ის ასევე ფლობს ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის ბაკალავრის დიპლომს.

# „21-ე საუკუნეში თუ რაზე არის მუდმივი, ეს სვლილება“, — ემეს გენერალური დირექტორი, რომელიც წელს „საქართველოს ბანკის“ გენერალურ დირექტორად დაინიშნა.

„საქართველოს ბანკში“ ინტერვიუზე მისულს, მარწმუნებს, რომ არა აქვს ამბიციი, ქვეყნისთვის სისტემურ ბანკს საკუთარი ხელწერა დაატყოს, გამუდმებით ხაზს უსვამს გუნდური მუშაობის პრინციპს და სისტემის კიდევ უფრო გამართვის აუცილებლობას. „არ უნდა ჰქონდეს მნიშვნელობა, არჩილ გაჩეჩილაძე იქნება აქ თუ სხვა, ბანკი უნდა იყოს ეფექტიანი“, – ამბობს „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორი და აქვე დასძენს, რომ ამ მიმართულებით მისი ბანკი წინ დიდი ნაბიჯებით მიდის.

თუმცა ჩემი (სუბიექტური) შთაბეჭდილება ასეთია: მას აქვს გამოკვეთილი ხელწერა და ამ ხელწერას ძალიან თანამედროვე და ორი ყველაზე საჭირო სიტყვა ჰქვია – ინოვაცია და თანამიმდევრული ხედვა.

სექტემბრიდან არჩილ გაჩეჩილაძე და „საქართველოს ბანკი“ ახალი, უფრო სწორად, განახლებული მისიის შესახებ განაცხადებს. „ჩვენ ვვხარებით ადამიანებს, რომ მათ პოტენციალს მაქსიმალურად მიღწიონ“, – ამბობს „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორი.

საზოგადოებრივი აზრის თითქმის ყველა კვლევაში, რაც ბოლო პერიოდში ჩატარებულა, ერთი ტენდენცია არის სრულიად ცალსახა და მას არც ვჭვჭვებ აყენებს ვინმე და არც კამათობს – ეს სიღარიბისა და უმუშევრობის გამოწვევაა. „სიღარიბე დღეს ჩვენი ყველაზე ძლიერი მტერია“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

ამას რიცხვებიც აჩვენებს: ბოლო მონაცემებით, მოსახლეობის 20% სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ ცხოვრობს. მაღალი შემოსავლებით არც ის ადამიანები გამოირჩევიან, რომლებიც დასაქმებული არიან და საქართველოს ბიუჯეტში გადასახადს იხდიან. შემოსავლების სამსახურის მონაცემებით, ქვეყანაში დეკლარირებული სახელფასო შემოსავალი მხოლოდ 1.13 მილიონ ადამიანს აქვს, მათი 16%-ის – ანუ 191 ათასი ადამიანის – ანაზღაურება, საშუალოდ, თვეში 100 ლარზე ნაკლებია. მოკრძალებულია მათი რაოდენობა, ვისაც 5 000 ლარზე მეტი ყოველთვიური შემოსავალი აქვს და ისინი მოსახლეობის 0.57%-ს შეადგენენ. წელიწადში 100 000 ლარზე (თვეში 8 333 ლარი) მეტი შემოსავალი კი მოსახლეობის მხოლოდ 0.21%-ს აქვს. ამასთან, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში, ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით, დასაქმებულად 1.69 მილიონი ადამიანი მიიჩნევა, რეგისტრირებული, ანუ დადასტურებული შემოსავლები მხოლოდ 1.13 მილიონს აქვს.

საკმაოდ მკაცრი დასკვნა ის არის, რომ საქართველოში საშუალო ფენა თითქმის არ არსებობს. თუ საქართველოს მაჩვენებელს შევადარებთ განვითარებული ქვეყნის ანალოგიურ სტატისტიკას, დავინახავთ, რომ იქ ყველაზე დიდი საშემოსავლო ჯგუფი არა

უღარიბესი, არამედ საშუალო ფენაა. შემოსავლების ასეთი განაწილება უფრო მეტად განვითარებული ღარიბი ქვეყნებისთვის არის დამახასიათებელი.

ამ ყველაფერს ისიც ემატება, რომ მოსახლეობას დიდად არ სჯერა, რომ საქართველოში ხალხი წარმატებას საკუთარი შრომითა და ცოდნით აღწევს – უფრო სარწმუნო ვერსიებია ნაცნობობა და იღბალი. „უიმედობა არის ჩვენი მეორე ყველაზე ვერაგი მტერი“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

ჯერ ყველა დეტალს არ გვიმხელს, თუმცა კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის სამი ძირითადი მიმართულება გამოკვეთილი აქვს და ზუსტად იცის, რა ინსტრუმენტებს გამოიყენებს იმისთვის, რომ „საქართველოს ბანკმა“ საკუთარი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის პოტენციალის მაქსიმალურად ათვისებაში.

## ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება განათლებაა:

„ცვდილობით, ისეთი ტიპის პროგრამები დავაფინანსოთ, რის მასშტაბირებაც შესაძლებელი იქნება. ეს ვრცელდება არა მხოლოდ სტუდენტებზე – სკოლის მოსწავლეებზეც, ისეთი ციფრული რესურსების შექმნა გვინდა, რაც გაზრდის ამ ადამიანების თვალსაწიერს, უნარებს, ცოდნას და მისცემს მათ შესაძლებლობას, პირველ რიგში, თავად დაინახონ საკუთარი პოტენციალი“;

## მეორე თემა დასაქმება: „აქ მთავარი საფიქრალი გვაქვს,

როგორ და რაწარად შევუწყობ ხელი ადამიანებს, რომ მათ საკუთარი თავის რწმენა გაუჩნდეთ და ამის შემდეგ უკვე საჭირო რესურსებზე ჰქონდეთ წვდომა, რომ დასაქმებულად გზა მათთვის გამარტივდეს და შემოკლდეს“

## და მესამე მიმართულება – ეს ბიზნესის მხარდაჭერაა:

„აქ არ იგულისხმება მხოლოდ საკრედიტო მიმართულებით დახმარება. ეს არის პროფესიონალური რჩევა, ტრენინგი თუ სხვა საჭირო მხარდაჭერა იმისთვის, რომ ბიზნესმა შემდეგი ნაბიჯი გადადგას“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

„საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორს სჯერა, რომ თუ მისი ბანკი ამ მისიას ეფექტიანად განახორცილებს, მაშინ საქართველო უფრო მალე მიაღწევს იმ პოტენციალს ან უფრო ახლოს მივა იმ პოტენციალთან, რომელსაც დღეს შეიძლება სრულად არ იყენებდეს. „სიღარიბეს უნდა ვებრძოლოთ არა მხოლოდ თანხის გაცემით, არამედ, პირველ რიგში, შესაძლებლობების გაჩენით. ინკლუზიურობა ჩემთვის მხოლოდ ამას ნიშნავს – თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფას. სხვა ყველაფერი – გადანაწილება, მდიდრების მეტად დაბეგვრა და ა.შ. – კონტრპროდუქტიული ნაბიჯებია“, – ასეთია „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორის მემარჯვენე ხედვა.



21-ე საუკუნეში თანაბარი შესაძლებლობები ინოვაციაზე წვდომის გარეშე წარმოუდგენელია და არც გადაჭარბება იქნება, თუ ვიტყვით – განსაკუთრებით, საბანკო სფეროში. საბანკო სფერო ინტერნეტამდე და ინტერნეტის შემდეგ ორი განსხვავებული სამყაროა და ბანკი, რომელიც ამ განსხვავებას თვალს არ უსწორებს და მხარს არ უბამს, კონკურენციაში განწირულია.

ამიტომაც არჩილ გაჩეჩილაძის კიდევ ერთი საკვანძო სიტყვა ჩვენი ინტერვიუს განმავლობაში მისიის შემდეგ, უდავოდ, ინოვაციაა.

ამბობს, რომ ამ თვალსაზრისით საქართველოს საბანკო სექტორი საკმაოდ განვითარებულია. ამის მთავარ მიზეზად კი კონკურენციას ასახელებს. „მუდმივი კონკურენცია ბადებს ინოვაციებს, – ამის მტკიცედ სჯერა არჩილ გაჩეჩილაძეს. – „ფუნდამენტი, თუ რატომ განვითარდა საქართველოში საბანკო სექტორი ასე სწრაფად, იყო კონკურენცია და ის ინოვაციები, რომლებიც პირველმა ამ ბაზარზე „საქართველოს ბანკმა“ დანერგა. ჩვენი მთავარი კონკურენტი არ იქნებოდა ის, რომ არა „საქართველოს ბანკი“ და პირიქით“.

Forbes Georgia-ს რეიტინგიც აჩვენებს, რომ ბაზარზე რეალურად ორი ყველაზე მსხვილი და განვითარებული ბანკია, თუმცა ეს არ ნიშნავს იმას, რომ სხვა ნიშებში კონკურენცია არ არის – მაგალითად, მცირე და საშუალო ბიზნესის სეგმენტში, სადაც ერთდროულად რამდენიმე წარმატებული მოთამაშეა ან საცალო მომსახურებაში, სადაც გამოკვეთილად მესამე მსხვილი ბანკია ბევრი ფილიალით. „კონკურენცია ნამდვილად მძაფრია, თუმცა ჩვენ ვახერხებთ, რომ ინოვაციებისა და მომსახურების გაუმჯობესების ხარჯზე გაგაძლიეროთ მომხმარებლის ერთგულება“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

ინოვაცია, თუკი მას პირველწყაროდან მიღებულ ინფორმაციასთან დააკავშირებ, როგორც წესი, ძალიან ძლიერ იარაღად იქცევა ხოლმე. „არ არის აუცილებელი, ყოველთვის ველოსიპედი გამოვიგონოთ“, – ეს არის „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორის მთავარი მიდგომა, როცა საქმე განვითარებისკენ სწრაფი ნაბიჯების გადადგმას მოითხოვს.

მართლაც, გლობალურადაც რომ შევხედოთ, მსხვილი განვითარებული ბანკები ერთმანეთისგან დიდად არ განსხვავდებიან. დღეს მათ წინაშე რამდენიმე საერთო ამოცანაა, რაც ინფორმაციის შეგროვებისა და გაცვლის დაჩქარებამ მოიტანა და ამ მიზნების მიღწევისთვის არა აქვს მნიშვნელობა ფიზიკურ ადგილს – საქართველო იქნება ეს, ამერიკა თუ ევროპა – განვითარებასა და თანამედროვე ტალღის დაჭერას ერთი საერთო ტრეკტორია აქვს.

ერთი მთავარი გამოწვევა, რაც გლობალურად ბანკების წინაშე დგას, ეს მომხმარებლისთვის მოსახერხებელი სერვისის, გარემოს შექმნაა. ახალი მსოფლიოს დაკვეთა ასეთია: საბანკო სერვისები მაქსიმალურად უნდა მოერგოს მომხმარებლის დატვირთულ გრაფიკს და არა – პირიქით. სათქმელად ბევრად უფრო ადვილი ჩანს, ვიდრე ამ მიზნის საქმედ ქცევაა. ბანკმა დიდი სიზუსტით უნდა შეისწავლოს, რისი მიღწევა სურს მომხმარებელს და შემდეგ ამ პერსპექტივას მთარგმნოს ის სერვისები, რაც მომხმარებელს თან მიზნის მიღწევაში დაეხმარება, თანაც, მის დროს დაზოგავს. სინამ-

დვილეში, მოსახერხებელი სერვისის მხოლოდ ფრთიანი ფრაზა კი არა, წარმატების მნიშვნელოვანი კომპონენტია.

„საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორი მეთანხმება, რომ საბანკო სფერო საგრძნობლად იცვლება. „აქამდე თუ ადამიანი იზოვიდა ბინას, მერე ეძებდა იპოთეკის სხვადასხვა ტიპის შეთავაზებებს, მერე ორი-სამი კვირა ელოდებოდა პასუხს სესხის დამტკიცების შესახებ... დღეს ჩვენგან მომხმარებელი ბევრად უკეთეს სერვისს ელოდება“, „ინფორმაციის დამუშავება და ამ მონაცემების ინტეგრირება სხვადასხვა ტიპის საბროკერო კომპანიებთან გაცილებით გაამარტივებს ამ პროცესს, რადგან მომხმარებლისთვის ავტომატურად ისეთი ბინები გახდება ხელმისაწვდომი, რომელთა ყიდვაც მას შეუძლია. საქმის 80% ციფრულად უნდა გაკეთდეს, რომ მხოლოდ ხელის ჩამორთმევა იყოს დარჩენილი“.

რაც შეეხება სხვა, შედარებით უფრო მცირე გადაწყვეტილებებს, „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორს მიაჩნია, რომ ნებისმიერი ტიპის ტრანზაქცია შეიძლება 3-10 წუთში სრულად დაიფაროს. „ეს არის ის ინოვაციები, რომლებიც იგეგმება, ინერგება და ამ მიმართულებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ბევრად წინ ვართ ჩვენს კონკურენტებზე, თუმცა გაჩერებას არ ვაპირებთ“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

მეორე გამოწვევა, რომელიც გლობალურად მსხვილი წამყვანი ბანკების წინაშე დგება, სერვისების რეფევანტურობას ეხება, რაც მომხმარებელთან კომუნიკაციის გარეშე წარმოუდგენელი იქნებოდა: თანამედროვე რეალობა ბანკისგან მოითხოვს მომხმარებელთან არა უბრალოდ კომუნიკაციას, არამედ პერსონალიზებულ და მისი კონტექსტის შესაბამის, რეფევანტურ კომუნიკაციას. მომხმარებლები მოულოდნელად, რომ ბანკი მათ, როგორც ინდივიდუალურ მომხმარებელს, ისე აღიქვამს, იცის მათი კონკრეტული საჭიროებების შესახებ და შეუძლია ისიც ივარაუდოს, მომავალში რა შეიძლება დასჭირდეთ. ეს საკმაოდ რთული მიზანია, რადგან, პრაქტიკულად, საბანკო საქმის რეალურ დროში წარმოებას მოითხოვს, თან ისე, რომ ძირითად, მეტწილად ავტომატიზებულ, საბანკო სერვისებშიც შეიტანოს პერსონალიზებული, მიზანმიმართული რჩევის კომპონენტი, როცა ეს მომხმარებელს სჭირდება.

„საქართველოს ბანკს“ 2 მილიონზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს, შესაბამისად, არჩილ გაჩეჩილაძემ ამ ამოცანას ტექნოლოგიური გადაწყვეტა მოუძებნა – Medallia. ეს მსოფლიოში ცნობილი კომპანიაა, რომელიც მომხმარებლის გამოცდილებას მართავს. 15-ზე მეტი გლობალური ოფისი აქვს, მათ შორის, ლონდონში, პარიზში, სიდნეისა და ნიუ-იორკში; 500-ზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს, მათ შორის, PayPal-ი, IBM-ი, Airbnb-ი, Best Western-ი და ა.შ. – სექტორებიც და მომხმარებლებიც მრავალრიცხოვანი და მრავალფეროვანია.

„საქართველოდან პირველები ვიქნებით“, – ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე, – „ამან ჯამში უნდა გამოიწვიოს მომსახურების ხარისხის კიდევ უფრო მეტად ზრდა“.

ამავე თემასთან მჭიდრო კავშირშია შემდეგი გამოწვევა, რაც გლობალურად მსხვილი და წარმატებული ბანკების წინაშე იჩენს თავს – ეს ეფექტიანი უკუკავშირის უზრუნველყოფაა, რაც მოკლე დროში ვერ მოხდება, თუკი თანამშრომლებს არ მიუწვდებთ ხელი

უახლეს და ყველაზე რელევანტურ მონაცემებსა და ინფორმაციაზე იმისთვის, რომ სწრაფად და გასაგებად უპასუხონ მომხმარებელს.

ამ გამოწვევის ეფექტიანად დაძლევა, თანაც, მისიის განახლების პირობებში, არჩილ გაჩეჩილაძისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან მისიის შესრულებას ის წარმატებასთან ათანაბრებს. როგორც ყველა სხვა შემთხვევაში, წარმატებაც დეტალურად აქვს გააზრებული: „საქართველოს ბანკი“ უნდა იყოს გამართული სისტემა, სამსახურში მოსვლა უხაროდეს ყველა თანამშრომელს და თან, გრძობდეს, რომ ამ ბანკში მუშაობით ის ქმნის უკეთეს საქართველოს; ბანკთან თანამშრომლობა უნდა უხაროდეს თითოეულ მომხმარებელს და მასზე აქ შექმნილი დადებითი აურა ვრცელდებოდეს. ამით ბიზნესიც სწორ ღირებულებებზე იქნება ორიენტირებული და აქციონერების კმაყოფილები დარჩებიან

იმისთვის, რომ ამ ყველაფერს მივაღწიოთ, ჩვენს მომხმარებლებამდე სრულად უნდა მივიტანოთ ჩვენი მისია. ამისათვის კი საჭიროა, რომ ყველა თანამშრომელამდე მივიტანოთ ამ მისიის სულისკვეთება და ემოცია“, - ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე. ამ მიზნის მისაღწევადაც ბანკის გენერალურმა დირექტორმა ფართოდ აპრობირებული ციფრული პლატფორმის დანერგვის გზა აირჩია. ეს Workplace-ია - როგორც არჩილ გაჩეჩილაძე უწოდებს, „ფაქტობრივად, შიდა Facebook-ი თანამშრომლებისთვის“.

ასეც არის: Workplace-ი ახალი თაობის ტექნოლოგიებსა და მარტივ ოპერაციებს იყენებს იმისთვის, რომ ნებისმიერი ზომის, ტიპის, დარგის კომპანიებში საერთოდ შეცვალოს კომუნიკაციის ხარისხი და კულტურა. ამ რამდენიმე დღის წინ არჩილ გაჩეჩილაძემ პრეზენტაცია ისე გამართა, რომ დარბაზში მსხდომი დამსწრე უფრო ნაკლები იყო, ვიდრე პირდაპირი ჩართვის მაყურებელი და კომენტარებით აქტიურ ინტერაქციაში მყოფი. „ნელ-ნელა ვრცელდება ხალხი ამ მიმდგომის გამოყენებას კორპორაციულ გარემოში“, - ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

ერთია, რომ გაუმჯობესებული კომუნიკაციისთვის ბევრი შიდა პროცესი შეიძლება გახდეს შესაცვლელი, როგორც ეს ამ კონკრეტულ შემთხვევაში მოხდა; მაგრამ არა მხოლოდ სისტემამ უნდა განიცადოს ადაპტაცია - თანამშრომლებმაც. „საქართველოს ბანკის“ თანამშრომელს სწრაფი ადაპტაციისა და მუდმივი თვითგანვითარების უნარი გამოარჩევს. „კადრის არჩევისას კანდიდატის ცვლილებებისადმი მზადყოფნას ვაქცევთ ყურადღებას. ეს ცოტა რთულია“, - ამბობს არჩილი და იქვე განმარტავს: „როცა ჩვენ ახალკურსდამთავრებულს სამსახურში ვიყვანთ, იმ ცოდნის, რომელიც მას იმ მომენტში აქვს, ათ წელიწადში აღარ იქნება რელევანტური. მნიშვნელოვანია ცვლილებებისადმი მზაობა. კარგად უნდა გვესმოდეს, რომ თითოეული ჩვენგანი ყოველთვის ვსწავლობთ“.

რაც თავად ისწავლა, პირველ რიგში, ის არის, რომ მთავარია გუნდი. ერთი ადამიანი არ ცვლის რეალობას. ლიდერმა შეიძლება დიდი როლი ითამაშოს გუნდის ფორმირებაში, თუმცა მხოლოდ გუნდი განსაზღვრავს, რამდენად წარმატებული იქნება ესა თუ ის ორგანიზაცია და თვითონ ლიდერიც“, - ამბობს არჩილ გაჩეჩილაძე.

მეოთხე, მთავარი და მუდმივი, ამოცანა, რომელიც მთელ მსოფლიოში ყველა ბანკის წინაშე დგას, ეს სანდოობის გაზრდაა:

საფინანსო ინდუსტრია სულ უფრო მეტად ფრაგმენტირებული ხდება. ბევრი მიმართულებით ბანკის კონკურენტად 21-ე საუკუნეში შეიძლება განვიხილოთ Facebook-ი, Apple-ი, PayPal-ი - ამდენად, ბანკებისთვის სანდოობა ის უმნიშვნელოვანესი და ფუნდამენტური მახასიათებელია, რომელიც გამოარჩევს ფინანსური სექტორის სხვა მოთამაშეებისგან.

„საქართველოს ბანკზე“ ამ თვალსაზრისით ძირითადი რიცხვები უფრო მეტია, ვიდრე ნებისმიერი სიტყვა, რომელიც შეიძლება მე ვიპოვო ამ ბანკის სანდოობის აღსაწერად. ამიტომ ისევე რიცხვებს მოვიშველიებ.

„საქართველოს ბანკს“ მთლიანი აქტივების (საბაზრო წილი 34.3%), მთლიანი სესხებისა (საბაზრო წილი 34.6%) და მომხმარებელთა დეპოზიტების (საბაზრო წილი 33.9%) მიხედვით, ბაზრის ერთი მესამედი უკავია.

ის საკუთარ მომხმარებლებს სთავაზობს კორპორაციული და საცალო საბანკო, დაგროვილი ქონების მართვის, საბროკერო მომსახურების ფართო სპექტრს. 2012 წლის თებერვალში „საქართველოს ბანკის“ ჰოლდინგური კომპანიის - Bank of Georgia Holdings plc-ს (LSE: BGEO) აქციები ლონდონის საფონდო ბირჟის პრემიუმსეგმენტში განთავსდა. 2012 წლის ივნისიდან BGEO ასევე შედის FTSE 250 და FTSE All Share ინდექსებში.

თუმცა როცა კომპანია ლონდონის საფონდო ბირჟაზე გადის, მაშინ არა მხოლოდ მისი სანდოობა იზომება, არამედ იმ ქვეყნისა, რომელსაც ის წარმოადგენს. არჩილ გაჩეჩილაძე ამით განსაკუთრებით ამაყობს: „2006 წლიდან მოყოლებული, როცა ჩვენ ამ ქვეყანაში კაპიტალში პირველი 100 მილიონი დოლარი მოვიზიდეთ, პირველი, რასაც ვაკეთებთ, არის ის, რომ საქართველოს წარვადგენთ ინვესტორების წინაშე და ვარწმუნებთ მათ, რომ საქართველოში ინვესტირება ღირს და ის ნამდვილად არის საინვესტიციოდ მიმზიდველი ქვეყანა... ჩვენი როლია, დადებითი იმპულსი შევქმნათ იმ მოცემულობაში, რომელიც გვაქვს. ყოველთვის მეტი გვინდა, ამიტომ ჩვენც ვმოქმედებთ და ვეხმარებით ადამიანებს და ამით მთელ საქართველოს - მიაღწიონ საკუთარ პოტენციალს“.

**„როცა ჩვენ ახალკურსდამთავრებულს სამსახურში ვიყვანთ, ვითვალისწინებთ, რომ იმ ცოდნის, რომელიც მას იმ მომენტში აქვს, 80% ალბათ ასე ათ წელიწადში აღარ იქნება რელევანტური. შუსაბამისად, კარგად უნდა გვესმოდეს, რომ თითოეული ჩვენგანი ყოველთვის ვსწავლობთ“.**

# ბლიცი „საქართველოს ბანკის“ გენერალურ დირექტორთან

## ბოლო პერიოდის წარმატებული რეფორმა

ჩვენ პირდაპირ არ შეგვხვებია ეს რეფორმა, მოგების გადასახადით სრულად ვიბეგრებით, თუმცა ესტონური მოდელის დანერგვამ ჩვენს მომხმარებლებს, ძირითადად, საშუალო და მსხვილი ზომის კორპორაციებს, მეტი თანხა დაუტოვა იმისთვის, რომ მათ გააფართოონ ბიზნესი, რაც ჯამურად შიდა ინვესტიციების ზრდაში ითარგმნება და დიდი იმპულსია როგორც ჩვენთვის, ისე მთლიანად საქართველოსთვის.

## ნაღდი ფულის ზრდის ტენდენციის გავლენა

რაც უფრო ნაკლები იქნება მიმოქცევაში ნაღდი ფული, მით უფრო დაჩქარდება საბანკო მომსახურების გაციფრულება, რაც დამოგავს დროს, ფულსა და ენერჯიას.

## კაპიტალის ბაზრის განვითარების პერსპექტივა

კაპიტალის ბაზრის განვითარება ეკონომიკის ჯამური განვითარების გარეშე ძალიან რთული წარმოსადგენია. ჩვენი ეკონომიკა რეგიონს თუ შევხედავთ პატარაა. რთულია იმის წარმოდგენა, რომ საფონდო ბირჟა ბევრად უფრო სწრაფი ტემპებით განვითარდება, ვიდრე საქართველოს ეკონომიკა, თუმცა საპენსიო რეფორმა გარკვეულ დადებით იმპულსს შექმნის ამ მიმართულებით.

## საბანკო სფეროს წარმატებისა და ზრდის მთავარი გასაღები

დღეს უკვე მგონია, რომ საბანკო სფერო ისეთ სიმწიფეს აღწევს, რომ მისი განვითარება, ზრდა და წარმატება პირდაპირ 100%-ით დაუკავშირდება საქართველოს ეკონომიკის ზრდას.

## ბიზნესის ზრდის მთავარი გამოწვევა

სასამართლო და ბიუროკრატია აქვე ვიტყვი. ვისურვებდი, რომ სასამართლო სისტემა უფრო ეფექტიანი იყოს. ამ შემთხვევაში ბევრად უფრო დაჩქარდებოდა იმ პრობლემების გადალახვა, რასაც შეიძლება აწყდებოდეს ჩვენი კორპორაციული კლიენტურა და ჩვენც, ცხადია, ეს ძალიან გავვიადვილებდა უფრო სწრაფი და ეფექტიანი გადაწყვეტილების მიღებას. დიდი პოტენციალი არსებობს, რომ საქართველო დიდი ნაბიჯებით განვითარდეს, ოღონდ ამას შექმნებს მხოლოდ გამართული სასამართლო სისტემისა და გამართული და ეფექტიანი ბიუროკრატის პირობებში.

## ლარიზაციის პოლიტიკა

ლარიზაციის ფუნდამენტი უნდა იყოს დანაზოგები ლარში. აქ უმნიშვნელოვანესია ეკონომიკური პოლიტიკა, რომლითაც იმართება ეს ქვეყანა. ამ თვალსაზრისით, მგონია, რომ გაუმჯობესების პოტენციალი არსებობს, რაც უფრო გაიზრდება რწმენა საქართველოს ეკონომიკაში, შესაბამისად გაიზრდება ლარიზაცია.

## საბანკო რეგულაციები

ბოლო ორი წლის განმავლობაში შემოღებულმა რეგულაციებმა, რომელიც მიმართული იყო დედოლარიზაციის წასახალისებლად და სამომხმარებლო სესხების სწრაფი ზრდის შესამცირებლად, გარკვეულწილად შეამცირა ბანკების აქტიურობა, თუმცა, ასევე, შეამცირა ეკონომიკის რისკები კრიზისულ პერიოდში. მთავარია, სწორი ბალანსის დაცვა ეკონომიკის ზრდასა და რისკიანობას შორის.

## ბანკი: მტერი თუ მხარდამჭერი

კონსტრუქციული კრიტიკა ჩვენთვის მნიშვნელოვანია, თუმცა ხშირად საბანკო სექტორის კრიტიკა კონსტრუქციულობის ფარგლებს სცილდება. მგონია, რომ ჯამურად აგრესიის დონე ბანკების მიმართ შემცირებულია. მოლოდინი არც გვაქვს, რომ ყველას მოვეწონებით, მაგრამ ნამდვილად გვინდა, ხალხს დავანახოთ, რომ მათი დღევანდელი მოცემულობა, თუკი მათ ეს სურთ, შეცვლადია და ჩვენ აქ ვართ იმისთვის, რომ დავეხმაროთ იმის განსაზღვრაში, თუ რა უნდა გაკეთდეს, რომ ეს მოცემულობა შეიცვალოს. ამ გზის დანახვაში, თუ სწორი როლი ვითამაშეთ, მგონია, რომ ბანკების მიმართ დამოკიდებულებაც კიდევ უფრო უკეთესისკენ შემობრუნდება. ჩვენი მისიაა, დავეხმაროთ ადამიანებს, მიაღწიონ საკუთარ პოტენციალს.





[www.forbes.ge](http://www.forbes.ge)



## ახალი ამბები / News

*ქართულად, ინგლისურად, რუსულად, თურქულად.*



[facebook.com/  
forbesgeo](https://facebook.com/forbesgeo)



[twitter.com/  
forbesgeorgian](https://twitter.com/forbesgeorgian)



[youtube.com/  
forbesgeorgian](https://youtube.com/forbesgeorgian)



[pinterest.com/  
forbesgeorgia](https://pinterest.com/forbesgeorgia)



[linkedin.com/company/  
forbes-georgia](https://linkedin.com/company/forbes-georgia)



[instagram.com/  
forbesgeorgia](https://instagram.com/forbesgeorgia)



# საქართველოს ყველაზე მოგებიანი კომპანიების ასეული

გთავაზობთ Forbes Georgia-ს რეიტინგს, რომელიც საერთაშორისო აუდიტორულ კომპანია Grant Thornton-თან პარტნიორობით მომზადდა.

3.1 მილიარდი ლარი – ეს არის საქართველოს კერძო სექტორის, მისი უმსხვილესი ბიზნესების მიერ 2017 წლის განმავლობაში მიღებული წმინდა მოგება. რეიტინგში დაჯგუფებულია ყველა კერძო კომპანია, მათ შორის საფინანსო სექტორიც, რომელსაც საკუთარი ფინანსური ანგარიშგება საჯარო აქვს და რომლის წმინდა მოგების მაჩვენებელიც პირველ ასეულში ექცევა. უმსხვილესი კომპანიების რეიტინგისგან განსხვავებით, რომელშიც კომპანიები აქტივების ღირებულების, შემოსავლებისა და წმინდა მოგების საფუძველზე შემდგარი ინდექსის მიხედვით არიან დალაგებული, ყველაზე მოგებიანი კომპანიების რეიტინგი მხოლოდ მოგების მიხედვით არის შემდგარი.

ავტორი: შოთა ტყეშელაშვილი



## 1. სს თიბისი ბანკი

მოგება ლარებში: **362,781,000**

თიბისი ბანკი საქართველოს უმსხვილესი საფინანსო ინსტიტუტია, მისი აქტივების ზომა 16,846,980,550 ლარს შეადგენს და მასში 7,000-ზე მეტი ადამიანი არის დასაქმებული. თიბისი საქართველოში ციფრული ბანკინგის დანერგვაში ერთ-ერთი მოწინავე მეთამაშეა.



## 2. სს საქართველოს ბანკი

მოგება ლარებში: **338,907,000**

“საქართველოს ბანკი” ქვეყნის მეორე უმსხვილესი საფინანსო ინსტიტუტია. მისი მომხმარებლების რაოდენობა 2.5 მილიონს შეადგენს. საქართველოს ბანკი ნომერ პირველია ქვეყანაში სერვისცენტრების (271), ბანკომატების (886) და თვითმოსახურების ტერმინალების (3152) რაოდენობით, რითაც ყველაზე მეტ ადამიანს წვდება.



## 3. მეტრო ავრასია ინვესტმენტ ჯორჯია

მოგება ლარებში: **189,393,000**

“მეტროს” პოლიტიკის საკუთარ თავში რამდენიმე მიმართულებას ბიზნესს აერთიანებს, მათ შორისაა რამდენიმე მსხვილი სასტუმრო აჭარაში, სამშენებლო მასალების მწარმოებელი ქარხანა და ავტობუსების პარკი, რომელითაც კომპანია რეგულარულ რეისებს ასრულებს.



## 4. შპს ტავ ურბან საქართველო

მოგება ლარებში: **156,652,000**

“ტავ ურბან საქართველო” თბილისისა და ბათუმის საერთაშორისო ოპერატორია. კომპანიის საქმიანობა საქართველოში 2005 წელს დაიწყო და სახელმწიფოსთან არსებული კონტრაქტით ის 2027 წლამდე გაგრძელდება. ის TAV Airports Holding-ის წევრი და საქართველოს ერთ-ერთი უმსხვილესი ინვესტორი კომპანიაა.

### მეთოდოლოგია:

რეიტინგის შედგენისთვის გამოყენებულია კომპანიების მიერ საჯაროდ გამოქვეყნებული 2017 წლის აუდიტორული ანგარიშები. მეთოდოლოგიის მიხედვით, რეიტინგში არ მონაწილეობენ კომპანიები, რომლებშიც მაკრო-რიტარი წილის მფლობელი არის საქართველოს სახელმწიფო.

საჯაროდ გამოქვეყნებული ანგარიშგებების საფუძველზე მომზადდა 200-ზე მეტი კომპანიისგან შემდგარი ლონგლისტი, რომლიდანაც სიაში მხოლოდ 100 უმსხვილესი კომპანია დარჩა.

ცალკეულ კომპანიებს, რომლებიც, საჯარაუდოდ, ყველაზე მოგებიანი კომპანიების რეიტინგში უნდა იყვნენ, საკუთარი ფინანსები - 2017 წლის აუდიტორული ანგარიშგებები - საჯაროდ გამოქვეყნებული არა აქვთ, შესაბამისად, ისინი რეიტინგში ვერ მოხვდნენ. მათ შორისაა სამთო-მოპოვებითი სექტორის მთამაშეები, ქიმიური მრეწველობის სექტორში ჩართული კომპანიები, სამშენებლო, ვაჭრობისა და სხვა სექტორებში მოღვაწე კომპანიები.

რეიტინგის არაერთ წევრს ეკუთვნის შვილობილი ორგანიზაციები. თითოეულის შემთხვევაში რეიტინგის შესადგენად გამოყენებულია ჯგუფის კონსოლიდირებული ანგარიშგება, რომელშიც ყველა შვილობილი კომპანიის ფინანსები არის გაერთიანებული. მაგალითად, „სოკარ ენერჯი

ჯორჯია” საკუთარ თავში აერთიანებს მის შვილობილ კომპანიებს - „სოკარ პეტროლეუმს”, „სოკარ ჯორჯია გაზსა” და სხვა ორგანიზაციებს. ყველა სხვა კომპანიის შემთხვევაშიც, რომლებიც ჯგუფს წარმოადგენენ, შეფასებისთვის აღებულია ჯგუფის შშობელი კომპანიის კონსოლიდირებული ანგარიშგება.

კერძო კომპანიების მიერ საჯაროდ გამოქვეყნებული აუდიტორული ანგარიშებიდან რეიტინგი 2017 წელს ნაჩვენები მოგების მიხედვით არის დალაგებული.

### მასალის გამოყენების პირობები:

ეს რეიტინგები არის სრულად საექსპერტო და ჟურნალისტური შეფასება და არ შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ოფიციალური ინფორმაციის სახით.

მოცემული რეიტინგების გამოყენება სხვა მედიასაშუალებების მიერ დასაშვებია „რერაიტის” პირობებით და 2 ლინკით: [Forbes.ge](http://Forbes.ge) და თვითონ რეიტინგის ლინკი. წყაროს მითითების გარეშე Copy-Paste - აკრძალულია.

საქართველოს ყველაზე მოგებიანი კერძო კომპანიების რეიტინგი ყოველწლიური იქნება. რედაქცია ღიაა თანამშრომლობისთვის ყველასთან, ვინც ინფორმაციას მოგვანდის.





**5. შპს „მაგთიკომი“**

მომგება ლარებში: **91,898,730**

“მაგთი” საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზრის ყველაზე მსხვილი მოთამაშეა. მისი მობილურ ქსელს 1,983,664 აბონენტი ჰყავს, ფიქსირებული ინტერნეტის ბაზარზე კი “მაგთის” მომსახურებით 400,125 აბონენტი სარგებლობს.



**6. ლისი ლეიქ დეველოპმენტი**

მომგება ლარებში: **78,289,750**

“ლისი ლეიქ დეველოპმენტი” საქართველოს ერთ-ერთი უმსხვილესი დეველოპერული კომპანიაა, ხოლო 2017 წლის მდგომარეობით მისი წმინდა მოგების მაჩვენებელი ამ სფეროში ნომერ პირველი იყო, რისი მიზეზიც საინვესტიციო აქტივის გადაფასებიდან მიღებული შემოსავალი გახლდათ.



**7. სს ენერგო - პრო ჯორჯია**

მომგება ლარებში: **362,781,000**

“ენერგო - პრო საქართველო” ქვეყნის ერთ-ერთი უმსხვილესი ენერგოკომპანიაა, მის საკუთრებაში 15 ჰიდროელექტროსადგური შედის. კომპანია თბილისის გარდა მთელ საქართველოს აწვდის ელექტროენერჯიას და მასში 6000-მდე ადამიანი მუშაობს.



**8. სს კორპორაცია ფოთის საზღვაო ნავსადგური**

მომგება ლარებში: **55,856,000**

ფოთის საზღვაო ნავსადგური ახალი ღრმანწყლოვანი პორტის აშენებამდე ქვეყნის უმსხვილეს პორტს და დანარჩენ მსოფლიოსთან საქართველოს მთავარ საზღვაო კარიბჭეს წარმოადგენს. პორტს საკონტეინერო ტერმინალი და 15 ნავმისადგომი გააჩნია. კომპანიის 100%-იან წილს APM ტერმინალსი ფლობს.



**9. ლიბერთი ბანკი**

მომგება ლარებში: **53,014,000**

“ლიბერთი ბანკი” საქართველოს საბანკო სექტორის მესამე უდიდესი მოთამაშეა. ბანკი, მისი სერვისცენტრების ფართო ქსელით, ქვეყნის ყველა კუთხეშია წარმოდგენილი. “ლიბერთის” აქტივების ზომა 1,996,556,415 ლარს შეადგენს.



**10. ქართუ ბანკი**

მომგება ლარებში: **49,718,000**

ბიძინა ივანიშვილის მიერ საქართველოში 1996 წელს დაფუძნებულ კომერციულ ბანკს 1998 წლიდან “ქართუ” ეწოდება. 2017 წლის ფინანსური ანგარიშგების მიხედვით, “ქართუ” წმინდა მოგების თვალსაზრისით საქართველოს საბანკო სისტემაში რიგით მეოთხე ადგილს იკავებს. დღეისთვის ბანკის აქტივების ზომა 1,150,307,513 ლარს შეადგენს.

# საქართველოს ყველაზე მოგებიანი კომპანიების უსაულო

# კომპანიის დასახელება მოგება ლარში

11	ატარაბეთი <small>აბარბული თაბაშვი</small>	45,723,000
12	Azfen-ის სატარტველოს ფილიალი (შპს-დენისის მილსადენის კონტრაქტორი) <small>შენიშვნა</small>	42,721,619
13	შპს „დაბი ბრუ ჯორჯია“ (სასტუმრო ბილდინგის ოპერატორი) <small>HoReCa</small>	41,215,345
14	სს „ვისოლ კაბრელოვ ჯორჯია“ <small>ნავთობპროდუქტებით ვაჭრობა</small>	40,090,000
15	შპს „დუთი ფრი ჯორჯია“ <small>საბალო ვაჭრობა</small>	38,522,495
16	„ჰიპინი“ <small>შენიშვნებით საბალო ვაჭრობა</small>	41,215,345
17	შპს „ჯემსონი“ <small>ფორმულირები მასალებისა და ფორმის ნარკობა</small>	36,279,989
18	GWP <small>მედიკამენტებისა, მენჯებისა</small>	34,778,000
19	შპს „მარსი“ (www.crystalbet.com) <small>აბარბული თაბაშვი</small>	34,060,000
20	შპს „შპს ფარმა ჯორჯია“ <small>შენიშვნებით საბალო ვაჭრობა</small>	33,097,000
21	ვიტინი <small>კომერციული ბანკი</small>	32,369,000
22	შპს „ელინი ჯორჯია“ <small>თაბაშვი ნარკობით ვაჭრობა</small>	31,631,765
23	სს „ბაზის ბანკი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	29,889,000
24	შპს „ანაბი“ <small>შენიშვნა</small>	29,385,000
25	შპს მიკროსაფინანსო ორგანიზაციის „რიკო მესკრეი“ <small>მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია</small>	28,997,000
26	„JTI კავკასუსი“ <small>თაბაშვი ნარკობით ვაჭრობა</small>	27,159,152
27	შპს „თეგეტა მოტორსი“ <small>ავტომობილებითა და ავტონარკობით ვაჭრობა, მემორი მონტაჟი</small>	26,956,000
28	შპს „ჯემსონი“ <small>ავტომობილებით</small>	25,452,916
29	ჯორჯია „კასპი ტრადინგილი მელნირება“ <small>ალკოჰოლი სასაქონლის ნარკობა</small>	23,278,568
30	სს „m <sup>2</sup> უძრავი ქონება“ <small>დემოლტორები</small>	22,854,000

31	სს „პროკრედიტ ბანკი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	22,661,000
32	შპს „აბრისი-ფარმა“ <small>მედიკამენტებით ვაჭრობა, სასაფრუოფორმის მართვა</small>	22,629,000
33	სს „თელასი“ <small>ენერჯისი, ელექტროენერჯის მარკეტინგა</small>	22,187,000
34	სს „პრემი ბანკი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	20,131,000
35	შპს „თორთა კავკასია“ <small>ავტომობილებით ვაჭრობა</small>	20,110,213
36	შპს „ბეგრელი ჯორჯია“ (ინჟინერი კომპანიები) <small>პრო-ფინანსების ნარკობა</small>	20,108,960
37	„შინაურ მანაგემენტ ჯორჯია ჯორჯია“ <small>მედიკამენტები, ფორმულირები მასალების ნარკობა</small>	19,493,838
38	სს „სილქმედი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	17,497,000
39	სს სადაზღვევო კომპანია „ალდაბი“ <small>სადაზღვევო კომპანია</small>	16,300,000
40	შპს „სანშინი“ (კაზინო ატარა) <small>ატარბული თაბაშვი</small>	16,269,125
41	შპს „რაკინი აფთაჟი დემოლტორები“ (თბილისი მოლი) <small>ვაჭრობა</small>	14,962,000
42	შპს „ფერი“ (საშენებლო კომპანია) <small>შენიშვნა</small>	14,548,000
43	სს „სამედიცინო კორპორაცია ემესი“ <small>მედიკამენტები, სასაფრუოფორმის მარკეტინგის მართვა</small>	13,654,000
44	შპს „ატარა +“ (სასტუმრო ჯორჯია ინ თბილისი) <small>HoReCa</small>	13,572,000
45	შპს „სოკარ ენერჯი ჯორჯია“ <small>ნავთობპროდუქტებით ვაჭრობა</small>	12,282,000
46	შპს „ალტა“ <small>კომერციული და ინჟინერ-ავტომობილებით ვაჭრობა</small>	12,246,466
47	შპს „მიკროსაფინანსო ორგანიზაციის კრედიტი“ <small>მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია</small>	12,161,245
48	„ბრეტი ბანკი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	14,962,000
49	„ჰელიკ ბანკი“ <small>კომერციული ბანკი</small>	11,857,000
50	შპს „იუ-ჰი-თი ჯორჯია“ <small>კომერციული და საკონსულტაციო მონტაჟი</small>	11,103,447

<b>51</b>	შპს „ჭი პრ სი“ საშენებლო მასალების წარმოება, იმპორტი	<b>11,095,000</b>
<b>52</b>	შპს „მოდუსი“ (საშენებლო მასალების ჰიპერმარკეტი) გაერთიანება	<b>11,083,126</b>
<b>53</b>	შპს „ჭი-თი გრუპი“ ავიოფრენის მატარებელი მისამართები	<b>10,970,474</b>
<b>54</b>	„გალფი საქართველო“ ნავთობპროდუქტებით გაერთიანება	<b>10,799,000</b>
<b>55</b>	შპს ჩინეთის რეინვესტი 23-ე ბიუროს ჰეპუი-ს მუდმივმოქმედი ფილიალი შენიშვნა	<b>10,396,879</b>
<b>56</b>	შპს „კორპორაციის სინოვიდროს ფილიალი საქართველოში“ შენიშვნა	<b>10,365,775</b>
<b>57</b>	PACE GEORGIA – კომპანია გარეგან ურთის პროცესის გასაქმლად მუშაობს ფინანსების მსახურით, სასაწყობო ოპერირება	<b>10,202,000</b>
<b>58</b>	შპს „ნოვა“ საშენებლო მასალების წარმოება, იმპორტი, რეალურაგების	<b>10,049,000</b>
<b>59</b>	შპს „საბრტაშორის კორპორაციის აი სი არი“ გაერთიანება, სარეკლამო საქმიანობა	<b>9,791,540</b>
<b>60</b>	სს „ელბი ელექტრონიკსი“ კომპიუტერული, საყოფაცხოვრებო და მდიდრ-ავიოფრენის მატარებელი	<b>9,786,000</b>
<b>61</b>	სს „ნიკორა“ სამაღლო მატარებელი	<b>9,632,000</b>
<b>62</b>	შპს „ბი ემ სი გორგია“ (საშენებლო მასალების ჰიპერმარკეტი) გაერთიანება	<b>9,503,291</b>
<b>63</b>	LC Waikiki სამაღლო მატარებელი	<b>9,448,000</b>
<b>64</b>	შპს „მოდულს ენდ მემბლს ჯორჯია“ მედიკალი	<b>9,248,880</b>
<b>65</b>	შპს „ორბი ჰეპუი“ ფინანსური	<b>8,549,000</b>
<b>66</b>	სს მიკროსაფინანსო ორგანიზაციის „კრისტალი“ მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია	<b>8,135,000</b>
<b>67</b>	სანდო ჰი ემ თი გრუპი რეის პროდუქტების წარმოება, ფინანსური	<b>7,940,425</b>
<b>68</b>	ნატახტარი – საბავშვო საგონადო მატარებელი სამაღლო მატარებელი	<b>7,162,000</b>
<b>69</b>	შპს „დიკლორატ ჯორჯია“ ფინანსური	<b>6,985,000</b>
<b>70</b>	შპს „ფილიპ მორის საქართველო“ თავდასაცემი ნაწარმი მატარებელი	<b>6,855,969</b>
<b>71</b>	ყვლის ნავთობპროდუქტული (შპს შავი ზღვის ტერიტორია) ფინანსების მსახურით, სასაწყობო ოპერირება	<b>6,830,000</b>
<b>72</b>	Radisson-ის სასტუმროები – ოპერატორი „ჯორჯია ჰოტელი“ HofeCa	<b>6,565,000</b>
<b>73</b>	სს „მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია სვის კაპიტალი“ მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია	<b>6,010,000</b>
<b>74</b>	იბერკომპანი ჰეპუი ფინანსური	<b>6,001,373</b>

<b>75</b>	შპს „ქართული სადისტრიბუციონ-მარკეტინგული კომპანია“ გაერთიანება, ფინანსური	<b>5,903,000</b>
<b>76</b>	შპს Bolero & Company სამაღლო მატარებელი	<b>5,852,372</b>
<b>77</b>	შპს „ჯორჯია გრუპი“ ნავთობპროდუქტებით გაერთიანება	<b>7,162,000</b>
<b>78</b>	სს „კობა-კოლა ბოთლერს ჯორჯია“ სამაღლო მატარებელი	<b>5,639,000</b>
<b>79</b>	შპს „დიუმი ფრი ბლინსი“ სამაღლო მატარებელი	<b>5,518,000</b>
<b>80</b>	ჰეპუი „მარგებელი“ სამაღლო მატარებელი, საკვები პროდუქტების წარმოება	<b>5,114,000</b>
<b>81</b>	სს „სადგომი კომპანი ჰი ბი აი ჯორჯია“ სამაღლო მატარებელი	<b>5,012,000</b>
<b>82</b>	სს ქართული ლუდის კომპანია („გედაგინი“) სამაღლო მატარებელი	<b>4,823,000</b>
<b>83</b>	შპს „მარბ ბრენდინგი“ გაერთიანება	<b>4,792,000</b>
<b>84</b>	შპს „ლუკილ-ჯორჯია“ ნავთობპროდუქტებით გაერთიანება	<b>4,576,000</b>
<b>85</b>	შპს „ციტადელი“ სამაღლო მატარებელი	<b>4,170,779</b>
<b>86</b>	შპს „დიდრიმ უნივერსალ საქართველო“ (ბრენდული სხეული „ბეთლინი“) აბრეშული მატარებელი	<b>4,137,720</b>
<b>87</b>	შპს Portal (ნავთობკომპანია) ნავთობპროდუქტებით გაერთიანება	<b>4,137,000</b>
<b>88</b>	შპს „ორი ნაბიჯი“ სამაღლო მატარებელი	<b>3,944,552</b>
<b>89</b>	„გლობალფარმ ჰეპუი“ ფარმაცევტული წარმოება	<b>3,478,000</b>
<b>90</b>	შპს Retail Group Georgia (Zara-ს, Bershka-ს და სხვა ბრენდების იმპორტიორი) სამაღლო მატარებელი	<b>3,006,000</b>
<b>91</b>	„შერბონ ბეიჯი“ – სს „შროლ ინტერნალ ტიკეტის წარმომადგენლობა საქართველოში“ HofeCa	<b>2,389,649</b>
<b>92</b>	შპს „მეგაკო“ (სადისტრიბუციონ კომპანია) ფინანსური	<b>2,024,000</b>
<b>93</b>	სადისტრიბუციონ კომპანია GDG ფინანსური	<b>1,974,557</b>
<b>94</b>	შპს „ბურჯი“ შენიშვნა	<b>1,890,558</b>
<b>95</b>	სს სადგომი კომპანია „ალფა“ სამაღლო მატარებელი	<b>1,780,000</b>
<b>96</b>	სს „სადგომი კომპანია უნივერსი“ სამაღლო მატარებელი	<b>1,360,000</b>
<b>97</b>	სს „სადგომი კომპანია ირაო“ სამაღლო მატარებელი	<b>1,138,000</b>
<b>98</b>	შპს „ბარბეკი“ კვების მრეწველობა	<b>1,050,000</b>
<b>99</b>	სს „თინის დეველპი“ სამაღლო მატარებელი	<b>855,000</b>
<b>100</b>	სს „არდი დეველპი“ სამაღლო მატარებელი	<b>776,589</b>



**გამომწერეთ ახლავე**  
ყველაზე გავლენიანი ქართული ბიზნესგამოცემა

**Forbes** GEORGIA



**6 თვე – 35 ლარი, 12 თვე – 69 ლარი**

ჟურნალის გამოწერა შეგიძლიათ TBC ბანკის  
ნებისმიერ ფილიალში: ს.ს. Media Partners  
ბანკის კოდი: TBCBGE 22  
ანგარიშის ნომერი: GE09TB722 563 608 01 00001  
ს.კ. 404408690  
ან  
ან TBC Pay Box-დან  
(სერვისი: სხვადასხვა - პრესა - ფორბსი)

დამატებითი კითხვების შემთხვევაში დაგვიკავშირდით: ტელ.: +995 (32) 223 77 07

# Forbes<sup>GEORGIA</sup>Life



## ანდრეა ჰოლივუდი საქართველოში

„ფორსაჟი 9“ თბილისის მუნიციპალიტეტის ახალი ფურცელი ქართული კინოინდუსტრიისა და კროზრამის - „გადაიღო საქართველოში“ ისტორიაში.

სცენა ერთი, დუბლი ერთი - აცხადებს რეჟისორის ასისტენტი და კასკადიორი თბილისში, ვაჟა-ფშაველას ან რუსთაველის გამზირზე ავტომანქანის სიჩქარეს მაქსიმალურად ავითარებს, გზის ერთ-ერთ მონაკვეთზე საჭეს ვერ იმორჩილებს... ეს თითქოს შინაარსობრივად მარტივი სცენის რთული ეპიზოდია ფილმიდან „ფორსაჟი 9“. აქვე უნდა ითქვას, რომ სცენარის დეტალები საიდუმლოა, ამიტომ უტრირებული ფორმით ვიწყებთ ამბავს იმის შესახებ, როგორ ჩამოართვა საქართველომ ჰოლივუდს ხელი...



**ე**პიზოდის შინაარსის გასაიდუმლოების მიუხედავად, გადასაღები მოედნები ცნობილია - ვაჟა-ფშაველასა და რუსთაველის გამზირები, ძველი თბილისის ნაწილი და ბეთანია. სწორედ ამ გეოგრაფიულ არეალში გადაიღებს „უნივერსალი“ „ფორსაჟი 9“-სთვის ბოლო, ათწუთიანი - ყველაზე დამაბულ, კვანძის გამხსნელ მონაკვეთს და ასე გაჩნდება ტოკიოს, ლოს-ანჯელესის, ლონდონის, რიო-დე-ჟანეიროსა და „ფორსაჟის“ პერსონაჟებისთვის ნაცნობი სხვა ქალაქების ჩამონათვალში თბილისი.

„ფორსაჟის“ შემქმნელების დასათანხმებლად, ქართული გეოგრაფია აეთვისებინათ, სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ დაახლოებით ერთწლიანი მოლაპარაკებები დასჭირდა. ეს ერთი წელი მოიცავდა ჰოლივუდის გავლენიანი პროდიუსერების საქართველოში ვიზიტს, ქვეყნის ლანდშაფტის, ისტორიისა და ხასიათის გაცნობას ქართული კერძების, ღვინისა და სადღეგრძელოების თანხლებით.

ახლა მკითხველი იკითხავს, რატომ ვერ აფეთქდება მანქანა იქვე, აშშ-ში, რომელიმე მაგისტრალზე? - პასუხი ერთმნიშვნელოვანი არ არის, თუმცა ერთ-ერთი ფაქტორი, რის გამოც ჰოლივუდი საქართველოსთან თანამშრომლობას დათანხმდა, არის „აწარმოე საქართველოში“ პროგრამა „გადაიღე საქართველოში“, რაც კომპანიების მიერ გაწეული კვალიფიციური ხარჯის 20-25%-ის მათთვის დაბრუნებას ითვალისწინებს. არის სხვა არგუმენტებიც, თუ რამ მოხიბლა „უნივერსალი“ თბილისის ქუჩებში და ამას ქვემოთ გვიამბობთ.

მანამდე კი „ფორსაჟის“ კომერციული დეტალების შესახებ: „ფორსაჟის“ გმირების პირველი თავგადასავალი მაყურებელმა 2001 წელს იხილა. მისი ბიუჯეტი 38 მილიონი აშშ დოლარი იყო, მსოფლიო მასშტაბით ფილმის გაქირავებამ კი მის შემქმნელებს 207 მლნ აშშ დოლარი მოუტანა. ბოლო პროექტი - „ფორსაჟი 8“ ეკრანებზე 2017 წელს გამოვიდა და მისი გადაღება პირველთან შედარებით 238 მლნ-ით მეტი, 250 მლნ დაჯდა. ამ უკანასკნელის გაქირავებიდან მიღებულმა შემოსავალმა კი მილიარდ 238 მილიონზე მეტი აშშ დოლარი შეადგინა. „ფორსაჟი 9“ „უნივერსალს“, ამ ეტაპზე არსებული მონაცემებით, 200 მლნ აშშ დოლარი დაუჯდება, საქართველოში კი სტუდია 31 მლნ ლარს დახარჯავს.

რაც შეეხება პროგრამის „გადაიღე საქართველოში“ ფარგლებში 2015 წლიდან დღემდე გადაღებულ ფილმებს - ხელშეკრულება 28 პროექტის განხორციელების თაობაზე გაფორმებული, რომელთაგან 15 უკვე დასრულდა. ჯამში, სააგენტოს კინოინდუსტრიის კომპონენტმა საქართველოში 99.8 მლნ ლარზე მეტი ინვესტიცია მოიტანა, მთლიანი კვალიფიციური ხარჯის მოცულობა კი 94.8 მლნ ლარს შეადგენს.

ჰოლივუდთან საქართველოს თანამშრომლობის დეტალებზე Forbes Georgia სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ხელმძღვანელს, მიხეილ ხიდურელს ესაუბრა:

### **შეიძლება ითქვას, რომ „აწარმოე საქართველოში“ კინოინდუსტრიის მიმართულების პროგრამისთვის 2019 წელი გარდამტეხია, რადგან ჰოლივუდთან პირველ პროექტზე თანამშრომლობა შედგა - „ფორსაჟი 9“-ის გუნდი საქართველოშია. რა სამუშაო ჩაატარა სააგენტომ ამ პროექტზე წვდომისთვის?**

ამ კონკრეტულ პროექტზე საპროდიუსერო კომპანია „ენკენი ფილმს FF9“-ს კომუნიკაცია ერთი წლის წინ ჰქონდა დაწყებული, თუმცა გამოვყოფდი იმ ფაქტს, რომ ჩვენ მოვახერხეთ და ძალიან მაღალი რანგის წარმომადგენლები ჩამოვიყვანეთ საქართველოში. ერთია, როდესაც ჩადიხარ და იქ ესაუბრები და მეორე, როცა ჩამოდიხარ და თავისი თვალთ ნახულობენ ყველაფერს.

საერთაშორისო გამოფენებზე მონაწილეობისას, ყოველთვის ისმებოდა კითხვა, არის თუ არა ჰოლივუდის რომელიმე ფილმი თქვენთან გადაღებული. ამაზე ჩვენი პასუხი ასეთი იყო ხოლმე - არა, მაგრამ ამერიკული ფილმია გადაღებული. ამიტომ ამ პროგრამის მთავარი მონაპოვარი არის ის, რომ ჩვენ გარდატეხა მოვახერხეთ. ამ ფილმის („ფორსაჟი 9“) მოზიდვას ადგილობრივი საპროდიუსერო კომპანიის („ენკენი ფილმს FF9“) ძალიან დიდი ჩართულობა სჭირდებოდა, რამაც თანაბარი როლი ითამაშა იმისთვის, რომ ეს პროექტი საქართველოში ჩამოსულიყო.

17 ქვეყანას შორის არჩევანი ჩვენზე იმიტომ გაკეთდა, რომ ჩვენ მათ მოქნილი სისტემა, სწრაფი გადაწყვეტილებები და კომფორტული cash back-პროგრამა შევთავაზეთ. ჩვენი მზაობა, დავხმარებოდით და სწრაფად გაცვევლო პროცესები, გადაწყვეტი იყო ამ პროექტის საქართველოში განხორციელების თაობაზე გადაწყვეტილების მისაღებად.

ამაში მალევე დარწმუნდნენ - გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ „უნივერსალმა“ პროცედურები რამდენიმე დღეში გაიარა. აქ ძალიან დიდი შრომა იყო გაწეული - ნებართვები, განკარგულების გამოცემა... მთავრობისა და ხელისუფლების ყველა რგოლმა უმოკლეს ვადაში იმუშავა. არ შემიძლია განსაკუთრებით არ აღვნიშნო პროგრამის მენეჯერის თათბიანი ბიძინაშვილის დამსახურება, რომელმაც ძალიან დიდი ძალისხმევა გასწია ამ წარმატების მისაღწევად. აქ ჩამოსული იყო „უნივერსალ სტუდიოს“ პირველი ციფრ-პრემიერენტი და CFO, რომელიც სტუდიაში გადაწყვეტილებებს იღებს იმის შესახებ, ფილმი სად გადაიღონ. ისინი აღნიშნავდნენ, რომ თავადაც არ სჯეროდათ, ისე სწრაფად იმუშავა სააგენტოს პროგრამის ერთი ფანჯრის პრინციპმა.

**გარდა იმისა, რომ მზაობა იყო თქვენი მხრიდან, მათ შორის პროცედურული თვალსაზრისით, რა როლი ითამაშა „უნივერსალთან“ მოლაპარაკებების წარმატებით დამთავრებისთვის თბილისის ლანდ-**

### შაფტმა?

დიახ, ამ თვალსაზრისით სცენარს ჰქონდა დიდი მნიშვნელობა. ამ ფილმს ზოგადად სხვადასხვა ლოკაციაზე იღებენ ხოლმე ბრაზილიაში, ტაილანდში და ა.შ, თუმცა რა არის აქ მნიშვნელოვანი - ფილმში თბილისი და საქართველო იდენტიფიცირებული იქნება, რაც ყოველთვის არ ხდება. მაგალითად, წინა სერიებში გადაღებები პუერტო-რიკოში იყო, მაგრამ ეწერა ბრაზილია და პუერტო-რიკოსთვის ამ პროექტში მარკეტინგული ინტერესი არ იყო. ჩვენ არა მხოლოდ ფინანსურ სარგებელს მივიღებთ, რადგან დღეში მილიონ ლარზე მეტი დაიხარჯება, არამედ ეს ფაქტობრივად ყველაზე ეფექტიანი მარკეტინგული რეკლამა იქნება, რომელსაც მონეტარულში თუ გადავიყვანთ, სხვა შემთხვევაში უდიდესი თანხა დაგვიჯდება.

### რას ახვედრებთ „უნივერსალს“ საქართველოში ტექნიკური თვალსაზრისით და რა ჩამოაქვთ მათ?

ამ შემთხვევაში ტექნიკის უმეტესობა მათია, აქ სერვისის კი ქართული კომპანია აწვდის. ის მანქანები და შეიარაღება, რაც მათ სჭირდებათ, ჩამოიტანენ. ასევე არ გვყავს კასკადიორები. არ გვყავს სპეციალისტი, რომელიც 350 კმ/სთ სიჩქარით რუსთაველის გამზირზე „პორშეში“ გაივლის, მანქანას დაამტვრევს და თვითონ გადარჩება. ცხადია, კარგად გვესმის, არ ვართ მზად იმისთვის, რომ ყველა სერვისი მივაწოდოთ და ეს არის პროცესი, თუმცა კინოწარმოებაზე მოთხოვნა გაჩნდება. კინოინდუსტრია საქართველოში წამყვანი ინდუსტრია უნდა გახდეს მშპ-ის კონტრიბუციის კუთხით. ასეა ბევრ ქვეყანაში.

### გადაღებები რამდენ დღეს გაგრძელდება? ასევე, თბილისში დაგვემთხროს გადაღებების შინაარსობრივ ნაწილზე რას გვეტყვი?

გადაღებები აგვისტოს შუა რიცხვებიდან სექტემბრის შუა რიცხვებამდე გაგრძელდება. რამდენიმე ლოკაცია შემოიძლია, დაგისახელოთ. ეს არის რუსთაველისა და ვაჟა-ფშაველას გამზირები. რამდენიმე სცენა ბეთანიასში იქნება გადაღებული. მნიშვნელოვანია ასევე ის, რომ დროის კონკრეტულ მონაკვეთში მოხდება გარკვეული გზების გადაკეტვა. აქაც ძალიან დიდი როლი აქვს იმას, რომ ზოგადად საქართველოში მოსახლეობა ფილმისადმი აგრესიულად განწყობილი არ არის. მაგალითად, რომსა და პარიზში, იქიდან გამომდინარე, რომ იქ ძალიან ხშირად იღებენ ფილმებს, მარტივი არ არის ცენტრალური ქუჩების გადაკეტვა და ამანაც დიდი როლი ითამაშა გადაწყვეტილების მიღებაში.

რაც შეეხება შინაარსობრივ მხარეს - ამ ფილმში ყოველთვის არის გმირი და დამნაშავე. მათ ორთაბრძოლაზე მთელი

ფილმი, სადაც მანქანები ერთმანეთს მისდევენ. თბილისში ბოლო ათწუთიან მონაკვეთს გადაიღებენ. ეს ნაწილი ბლოკ-ბასტერებში ყველაზე დამაბუღია და, შესაბამისად, ყველაზე მეტი ყურადღება მაყურებლის მხრიდან სწორედ ბოლო ათწუთს ენიჭება, სადაც სიუჟეტი კულმინაცია აღწევს და სრულდება. მგონია, რომ ეს უფრო მეტ შანსს აძლევს ადამიანს, დააკვირდეს, სად არის ეს სცენები გადაღებული.

გარდა ამისა, აღსანიშნავია, რომ ფილმს თავისი ძალიან მრავალრიცხოვანი ფანების ჯგუფი ჰყავს, რომელიც, როგორც „უნივერსალისგან“ ვიცი, გადაღებების შემდეგ კონკრეტულ ლოკაციებზე ჩადიან. აქ შეგვიძლია პარალელი გავავლოთ ახალ ზელანდიასა და ხორვატიასთან. ხორვატიაში ტურისტებს როდესაც ეკითხებიან, რატომ ჩავიდნენ დუბროვნიკში, პასუხობენ, რომ მათ „სამეფო კარის თამაშების“ ლოკაციების ნახვა უნდოდათ. იგივე სიტუაციაა „ბეჭდების მბრძანებელთან“ მიმართებითაც. ახალ ზელანდიაში „ბეჭდების მბრძანებლის“ გადაღების შემდეგ ტურიზმიდან შემოსავალი 6-დან 9 მილიარდ აშშ დოლარამდე გაიზარდა. დუბროვნიკში კი უკვე მოჭარბებული ტურისტების პრობლემაა.

### ამ ჯგუფს, რომელიც საქართველოში თითქმის ერთ თვეს დაჰყოფს, რაიმე განსაკუთრებული მოთხოვნები ხომ არა აქვს, რაც ვარსკვლავებს ახასიათებთ ხოლმე?

ამჯერად ვარსკვლავები არ ჩამოვლენ, თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ფილმში, თბილისის ეპიზოდში ვარსკვლავი არ გამოჩნდება. ზოგადად ეს არის პირველი ნაბიჯი. მთავარია, რომ ძალიან მაღალი კვალიფიკაციის კასკადიორები ჩამოვლენ. მათ ჩვენი მხრიდან მაქსიმალური ხელშეწყობა აქვთ, თუმცა უკვე მიდის ლაპარაკი ფილმებზე, რომელთა გადაღების ფარგლებში A კლასის მსახიობები ჩამოვლენ და აქ ძალიან რთული კონკრეტული მოთხოვნებია. სწორედ ამაზე ვმუშაობთ ახლა, რომ, რაც შეიძლება, ყველაფერი მოვამზადოთ მათ მისაღებად როგორც ინფრასტრუქტურულად, ისე - იურიდიულად.

კარგია ის, რომ ჩვენ ამ ადამიანებთან უკვე დავმეგობრდით. საქართველოში ერთი კვირით ჩამოსული ადამიანი ემოციურ კავშირს ამყარებს ქვეყანასთან, ამიტომ უკვე ვიღებთ კონკრეტულ რჩევებს, მინიშნებებს, მიდის საუბრები ახალ პროგრამებზე და ყველაზე მთავარი - „უნივერსალი“ პირდაპირ გვეუბნება, რას დაელოდება შემდეგში ჩვენგან, რომ ახალი პროექტებით ჩამოვიდნენ.

### რას ელოდებიან?

მაგალითად, ახალი ლოკაციების შერჩევას, ასევე, მათი რჩევების გათვალისწინებას პროგრამასთან დაკავშირებით



- როგორ და რა ნაწილი შეეცვალათ, რომ უფრო მორგებული იყოს A კლასის მსახიობების მიღებაზე.

**რამდენ და რა პროექტებზე მიდის ჰოლივუდთან მოლაპარაკებები? შესაძლებელია თუ არა, რომ მათთვის სამუშაოდ საქართველოს ისტორიის, ან კულტურის ელემენტები საინტერესო იყოს? თავად თუ აპირებთ ამ მხრივ შეთავაზებებს მათი პროდიუსერებისთვის?**

რა თქმა უნდა, ახალ პროექტებზე საუბარი მიდის. პირველ

როთ ანიმატორებს, ვინც რეალურად არიან ამის სპეციალისტები. ამაში კინოცენტრიც გვეხმარება. ამ სამზადისის დასრულების შემდეგ კი ჰოლივუდთან მოლაპარაკებას ვგეგმავთ, რომ მულტფილმებზე საქართველოდანაც იმუშაონ.

შეგვიძლია ვთქვათ, რომ „უნივერსალი“ ამ სეგმენტებში ჩვენი ელჩი იქნება. მე ეჭვი არ მეპარება, რომ ძალიან მალე „ნეტფლიქსს“ შევხვდებით და ჩემს გუნდთან ერთად ნოემბერში ლოს-ანჯელესში ჩავალ, სადაც ყოველწლიურად ამერიკული ფილმის ბაზარი იმართება, იქ კი როგორც „უნივერსალი“, ასევე სხვა სტუდიები დაგვეხმარებიან, რომ მივწვდეთ ყვე-

## 17 ქვეყანას შორის არჩევანი ჩვენზე იმიტომ შეჩერდა, რომ ჩვენ მათ მოქნილი სისტემა, სწრაფი გადაწყვეტილებები და კომფორტული cash back-პროგრამა შევთავაზეთ. ჩვენი ძვაობა, დავხმარებოდით და სწრაფად გაგვევლო პროცესები, გადაწყვეტი იყო ამ პროექტის საქართველოში განხორციელების თაობაზე გადაწყვეტილების მისაღებად.

რიგში, აღვნიშნავ, რომ ჰოლივუდი, მიუხედავად იმისა, რომ მონეტარულად ძალიან დიდი ინდუსტრიაა, ადამიანური რესურსების თვალსაზრისით, საკმაოდ ჩაკეტილი, პატარა სივრცეა, სადაც ყველა ერთმანეთს იცნობს და მუდმივად მიდის ასეთი ტიპის საუბარი ერთმანეთთან: თქვენ რომ გადაიღეთ ფილმი საქართველოში, ამან როგორ იმუშავა? Cash back რამდენად სწრაფად დაგებრუნეს, როგორი იყო მთავრობის, მოსახლეობის განწყობა, როგორი გუნდი დაგხვდათ საპროდიუსერო კომპანიის კუთხით და ა.შ... ბევრჯერ გვითხრეს, რომ ის პროფესიონალიზმი, რაც ვაჩვენეთ, უპასუხოდ არ დარჩება.

თავად „უნივერსალს“ რამდენიმე პროექტზე ვესაუბრებით. მოლაპარაკებები ასევე მიდის სერიალის გადაღებაზე, რაც მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებით, ჩვენ თუ შეგძლებოთ იმას, რომ საქართველოში ქართულ თემატიკაზე გადაიღონ.

გარდა ამისა, აქტიურად დავიწყეთ საუბარი ანიმაციის კუთხით და აქ პირდაპირი მინიშნებები იყო, რომ მინიონების მსგავსი მულტფილმების ძალიან დიდ ნაწილს სტუდიები „აუტსორსინგზე“ აკეთებენ სხვადასხვა ქვეყანაში, მათ შორის - აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. შესაბამისად, ძალიან დიდი შანსი გვაქვს და აქ საქეტემბრიდან აქტიურ მუშაობას ვიწყებთ, რომ ანიმაციის სახლი შევქმნათ და თავი მოვეყა-

ლას, თუმცა უკვე წელში გამართულები მივდივართ, რადგან საქართველოში ამ პერიოდისთვის უკვე გადაღებული იქნება ჰოლივუდის ფილმი.

**ქართული თემატიკა ახსენეთ. რას გულისხმობთ უფრო კონკრეტულად?**

ეს ჩემი აზრია და ვცდილობ, კინოინდუსტრიის წარმომადგენლებს, ამერიკელებს ჰოლივუდში თავს მოვახვიო - ეს არის „ვეფხისტყაოსანი“. საქართველოს ისტორიაში ბევრი რამაა საინტერესო, რაზეც სერიალის გადაღება შეიძლება. მე თუ მკითხავთ, არაფრით ნაკლები არ არის „ვიკინგების“ ისტორიაზე თუნდაც „ვეფხისტყაოსნის“ ამბავი, რადგან იქ არის სიყვარულის მომენტი, გმირები არიან, პოლიტიკა და ა.შ. ვიზუალიზაციაში რომ გადმოვიტანოთ „ქაჯეთის ციხე“ და ის სცენები, რაც არის მოყოლილი პოემაში, შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ, რამდენად დიდი და საინტერესო პროექტი შეიძლება, გამოვიდეს. ეს ყველაფერი ერთ დღეში არ ხდება. ეს ადამიანები ივლიან საქართველოში, მოუწევთ აქ ყოფნა... ქართულ წვეულებებზე დადიან, სუფრასთან ისტორიებს, სადღეგრძელოებს ისმენენ, ასე რომ ეს ბუნებრივად მოხდება. რამდენიმე წიგნი მათ „ვეფხისტყაოსნის“ შესახებ ვაჩუქე და ახლა ვფიქრობ,

მოვებნით სცენარი, თუ არსებობს უკვე.

გარდა „ვეფხისტყაოსნისა“, ჩვენ ხვესურეთსა და მთიულეთში ქართული ბრძოლის ხელოვნებები გვაქვს, რომლებზეც ცალკე დოკუმენტური ფილმის გადაღება შეიძლება. მასალა უამრავია.

**ალბათ, ჰოლივუდს თავისი სასაუბრო ენა აქვს და ეს მხოლოდ კარგი ანგარიში, ან ინგლისური არ არის. გჭირდებათ ხალხი, ვინც ამერიკულ კინოინდუსტრიაში ამ არხების გაკვალვაზე იმუშავებს, თუ თქვენი ამბიციებისა და მიზნებისთვის საკადრო რესურსი ამ ეტაპზე საკმარისია?**

მე მგონი, ერთადერთი, რისი პრობლემაც ნაკლებად არის, ეს კომუნიკაციაა. ჩვენ ჩასვლამდე ძალიან ინტენსიური საშინაო დავალება გვაქვს ხოლმე გაკეთებული. ჩვენი კუთხით, მთავარია, მათ ვანახვით ფილმის გადაღებების სიმარტივე, ქვეყნის მიდგომა, არსებული პროცედურები, ლოკაციები, ინფრასტრუქტურის კარგად ცოდნა და ამის რუკებზე დატანა... ცხადია, ჩვენ თან გვახვალავს ხოლმე საპროდიუსერო კომპანიები, რომლებიც ამ კონკრეტული საქმის სპეციალისტები არიან, ამიტომ ჩვენი პრეზენტაცია იწყება ხოლმე საქართველოში გადაღებების კუთხით არსებულ გარემოზე, რასაც საპროდიუსერო კომპანიების მხრიდან კონკრეტულ საკითხებზე საუბარი მოჰყვება.

**ჰოლივუდში მუშაობენ ქართველებიც, მაგალითად, მსახიობი თემო მელიქიძე, რომელიც „პატრიოტთა დღეში“ გადაიღეს. მათთან გაქვთ კონტაქტები? შეიძლება თუ არა მათი რესურსის გამოყენება?**

ამ კუთხით ჩვენ მეგაპროექტის განხორციელებას ვგეგმავთ. მომავალი წლის აგვისტოში Homecoming-ღონისძიების ჩატარებას ვაპირებთ, სადაც საქართველოს ფარგლებს გარეთ მოღვაწე ცნობილ და წარმატებულ ადამიანებს ჩამოვიყვანთ, რომლებიც როგორც ფილმის ინდუსტრიაში, ასევე ინვესტიციების, ბიზნესის მიმართულებით მუშაობენ. მათ კარგად დავანახვებთ საქართველოს პოტენციალს. მათ გული შესტიკავთ საქართველოზე და შეგვიძლია, ვუთხრათ, რა მიმართულებით ვეძებთ ინვესტორს. გვაქვს ბაზა, რომელსაც ვავსებთ და ყველას, მათ შორის თქვენს მკითხველს ვთხოვთ, მოგვწერონ წარმატებული ადამიანების შესახებ. ასევე გვექნება ცხელი ხაზის ნომერი.

მაგალითად, სომხები ამას ძალიან კარგად აკეთებენ და ჩვენ, მინიმუმ, უნდა ვცადოთ მაინც და ეს სქემა ავამუშაოთ. დარწმუნებული ვარ, რომ შედეგს აუცილებლად მივიღებთ. 100 ადამიანიც რომ ჩამოვიდეს, ამას უკვე ძალიან დიდი ეფექტი

ტი ექნება. სხვა თუ არაფერი, გავიცნობთ ამ ადამიანებს. ამ ღონისძიებას ვგეგმავთ და ვაპირებთ, ჰოლივუდის კუთხითაც მეტად გვექონდეს ფესვები გადგმული.

**რაც შეეხება პროგრამის „გადაიღე საქართველოში“ ფინანსურ სქემას - ახლა კვალიფიციური ხარჯის 20-25%-ს უბრუნებთ საქართველოში წარმოებული კინოპროდუქციის ავტორებს, თუმცა ეს რიცხვი სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებულია, ზოგან მეტია, ზოგან - ნაკლები. ეს დღეს მაქსიმუმია, რაც ამ სფეროთი დაინტერესებულ ინვესტორებს შეიძლება, შესთავაზოთ?**

არ ვფიქრობ, რომ ამას უნდა გადავხედოთ. მარკეტინგულად ეს საინტერესოა, მაგრამ ჩვენ ძალიან დაბალი გადასახადები და ეფექტიანი სისტემა გვაქვს. თუ შევადარებთ დუბაის, რომელმაც cash back 40%-ზე ასწია, უნდა შევხედოთ იქ არსებულ მაღალ გადასახადებს, რის გამოც მათ კვალიფიციური თანხის დაბრუნების მაღალი მაჩვენებელი აქვთ. ჩვენ, მინიმალური გადასახადებით, ძალიან მოქნილი სისტემა გვაქვს.

**უახლოეს პერიოდში რომელ კინოგამოფენებში აპირებთ მონაწილეობას?**

ბერლინალეზე ვიქნებით და გაზაფხულზე კანის კინოფესტივალზეც. ასევე, ჰონკონგსა და შანხაიში გამოფენები და რომელიმე დავესწრებით. ასევე, ევროპაში „ლონდონ ფოკუსს“ ვესწრებით ხოლმე, რადგან მნიშვნელოვანია ევროპული კინობაზარი, რომელიც მონეტარულად შეიძლება ასეთი დიდი არ იყოს, მაგრამ ხარისხობრივად საინტერესოა.

**„აწარმოე საქართველოს“ სხვა პროექტებზე გკითხავთ - 12 ბანკი ჩაერთო საკრედიტო-საგარანტიო სქემაში. მცირე და საშუალო ბიზნესიდან ეკონომიკის რა სექტორების მხრიდან ელოდებით მომართვას? როდიდან დაიწყებთ განაცხადების მიღებას?**

განაცხადების მიღება უკვე დაწყებულია და მოლოდინიც დიდი გვაქვს. სექტორები საკმაოდ გაშლილია, ბევრად მეტ მიმართულებას მოიცავს საკრედიტო-საგარანტიო სქემა, ვიდრე სუბსიდირების მექანიზმი. აქ არის სასტუმრო ინდუსტრია, საგანმანათლებლო მიმართულებები, მაღალტექნოლოგიური ლაბორატორიები და ა.შ. ბანკებიც მზად არიან პროექტების განსახილველად.

**არსებულ პროგრამებში რაიმე ცვლილებებს თუ უნდა ველოდით? რა მიმართულებით?**

კომპანიების UNIVERSAI PICTURES, HBO, ასევე, დამოუკიდებელი მენეჯერების ვიზიტი საქართველოში. პეტრას ციხე, აჭარა. 30.04.2019.



ვფიქრობთ, გადავხედოთ სექტორებს, სადა არის გაჯერებული და შემდეგ შეიძლება ცვლილებები შევიტანოთ. ჩვენ ეფექტიანობა გავზომეთ. ძალიან მაღალი ხარისხის ანგარიშვალდებულების გრძნობა გვაქვს ჩვენს მეწარმეებთან და საზოგადოებასთან. ამის შესახებ არის BDO-ს კვლევა, თუმცა ახალი მიგნებაც გვაქვს - 202 სტარტაპიდან, რომლებიც ჩვენმა სააგენტომ სუბსიდირების პროგრამით დააფინანსა, რომლის ფარგლებში 28 მლნ ლარი იყო სუბსიდირებით გაცემული, ამ 28 მლნ-ის სუბსიდირებაში გადასახადების სახით ქვეყანას 140 მლნ ლარი მოუტანა. ეს იმას ნიშნავს, რომ თითო სუბსიდირებულ ლარზე ქვეყანამ 5 ლარის, ანუ ხუთჯერ მეტი ეკონომიკური სარგებელი მიიღო. აქ არ ვთვლი არსებული ბიზნესების გაფართოებას.

რაც შეეხება ექსპორტის მიმართულებას, 7 მლნ ლარი გვაქვს დახარჯული გამოფენებზე სხვადასხვა ქვეყანაში. ამ 7 მლნ ლარმა 159 მლნ ლარის ექსპორტის წახალისება შეძლო - მინიმუმ 20-ჯერ მეტი ამონაგებია, ვიდრე დანახარჯი.

ინვესტიციების მიმართულება - მილიონ 200 ათასი ლარი, საკმაოდ მიზერული თანხა დაიხარჯა ორი წლის განმავლობაში ინვესტიციების მოზიდვაზე იმ გუნდის მეშვეობით, რომელიც ჩვენთან ერთად არის და ამ თანხის დახარჯვით 119 მლნ აშშ დოლარის ინვესტიცია მოვიზიდეთ.

### **მცირე გრანტების პროექტები როდიდან განაზღვრება?**

კომუნიკაციას შემოდგომიდან დაიწყებთ, რადგან პირველ რიგში მნიშვნელოვანია, ბევრად აქტიური კომუნიკაცია გვქონდეს, რომ ყველამ შეძლოს მონაწილეობა და გაიგოს ამის შესახებ. დაფინანსება ალბათ 2020 წელს მოხდება, რომ უფრო კარგად ვმართოთ ეს სქემა. ვფიქრობთ თანხის 30 ათას ლარამდე გაზრდას, ასევე - სპეციალურ შეღავათს მაღალმთიანი რეგიონებისთვის, სადაც თანამონაწილეობა 10% და უფრო დაბალი იქნება, რათა მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების სტიმულირება მოხდეს. **F**

# ქართული ღვინის თავგადასავალი შვეიცარიაში

ეს გახლავთ ამბავი იმისა, თუ როგორ ჩაიტანა ქართველმა მეღვინემ შვეიცარიაში თავდაპირველად ბიოდინამიკური ღვინო, შემდეგ უკვე ქართული სამზარეულო და ნაციონალური მუსიკა, შუაგულ ვეგეში როგორ ააფრიალა ქართული დროშა და როგორ ააღაპარაკა შვეიცარიელები ქართულად, თანაც ძალიან „მარტივი“ სიტყვებით – ხინკალი, ხიხვი, ხაჭაპური... შეიძლება ითქვას, შვეიცარიაში ქართულმა პროექტმა გაამართლა. არადა ქვეყანაში თამასა იმდენად მაღალია, რომ ძალიან რთულია, შენი მოხვეული ხინკლისა და ტარხუნისანი ხაჭაპურის საჭმელად რიგები დადგეს. ღვინოზე ხომ აღარაფერს ვამბობ. უფრო სწორად, ვამბობ, ოღონდ ცოტა შორიდან დავიწყებ.



**2019** წელი შვეიცარიისთვის, ისევე როგორც ქართველი მეღვინის, გიორგი ალადაშვილისთვის, განსაკუთრებულია. შვეიცარიისთვის იმიტომ, რომ წელს ზემის დიდი მიზები მიეცათ, რადგან ე.წ. „მევენახეთა საძმომ“, რომელიც აგერ უკვე მესამე საუკუნეა, „მევენახეთა ფესტივალის“ ანუ „Fête des Vignerons“-ის ორგანიზატორია, გადაწყვიტა, ღონისძიება სწორედ 2019 წელს, ტრადიციულად ქალაქ ვვევეში ჩატარებულიყო. წინა ფესტივალსა და ამჟამინდელს შორის ინტერვალი 20 წელი გამოვიდა, ზოგადად კი დადგენილია, რომ „მევენახეთა ფესტივალი“ საუკუნეში მაქსიმუმ ხუთჯერ შეიძლება ჩატარდეს. სხვათა შორის, ეს არის პირველი შვეიცარიული ცოცხალი ტრადიცია, რომელიც 2016 წლიდან UNESCO-ს არამატერიალური კულტურის მემკვიდრეობის ნუსხაშია შესული. სანახაობა მოლოდინს აჭარბებს. ეს ხომ მხოლოდ ფესტივალი არ არის, არამედ მევენახეებისთვის - დიდი პატივი, ხოლო სხვებისთვის დაუსრულებელი ზემის საბაბია. ღონისძიება მეგაშოუთი გაიხსნა და დღესასწაული მთელ 4 საათს გაგრძელდა. „Fête des Vignerons“-ი ალბათ ერთადერთი თუ არა, ერთ-ერთი იშვიათი სახალხო დღესასწაულია, რომელიც ხალხის ფულით ანუ სახელმწიფო ბიუჯეტიდან არ ფინანსდება. დიას, 100 000 000 შვეიცარიული ფრანკი სპონსორებისა და ორგანიზატორების ჯიბიდან შეგროვდა და შეიქმნა სანახაობა, რომელმაც გულგრილი არავინ დატოვა.

ალბათ გინდებთ კითხვა, რა შუაშია ამ ყოველივესთან გიორგი ალადაშვილი. ქართველმა მეღვინემ ძალიან დიდი წვლებისა და შრომის შედეგად პირველ რიგში მოიპოვა შვეიცარიელებისა და სხვა პოტენციური მომხმარებლების ნდობა და ეტაპობრივად არა მარტო ქართული ღვინო გააცნო და შეაყვარა, არამედ უფრო დიდი გემების კვალდაკვალ „მეღვინეთა ფესტივალის“ პარალელურად „ქართული კუთხე“ გახსნა ვევეს შუაგულში, შვეიცარიელი მეგობრის ეზოში. გამოიფინა დროშა, ეზო მთლიან ქართული ელემენტებით, გახურდა თონე, აშიშხინდა მწვადი და ქართულმა ტრადიციამ ვევეს წიაღში საინტერესოდ დაიწყო გაღვივება. საქმე ის არის, რომ ქართველი მეღვინისთვის, ისევე როგორც მისი შვეიცარიელი პარტნიორებისთვის, პრინციპულად და კომერციულად ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, რომ სწორედ „მევენახეთა ფესტივალის“ პარალელურად მოწყობილიყო „ქართული კუთხე“, რადგან ქალაქი ამ პერიოდში სავსეა როგორც ადგილობრივი, ისე უცხოელი ადამიანებით და ამავდროულად ფესტივალის მიმდინარეობის განმავლობაში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ღვინოსა და მეღვინეების ისტორიებს, რაც გიორგი ალადაშვილისთვის ქართული ღვინის წარმოჩენის კიდევ ერთი ხელსაყრელი საშუალება იყო.

აწ უკვე გამოცდილმა მეღვინემ მიწის ბიოდინამიკური დამუშავება წლების წინ სწორედ შვეიცარიაში ისწავლა და საქართველოში მევენახეობის დაწყების მომენტიდან ზემოთ აღნიშნული მისი ბიზნესსაქმიანობის უპირატესობად აქცია, რადგან, როგორც თავად ამბობს, ერთი მხრივ ძველი ქართული ტრადიცია ალადაშვიან, ხოლო მეორე მხრივ შვეიცარიის ბაზარზე საკუთარი ბიზნესის უფრო დიდი და სწრაფი წარმატებისთვის რთული, მაგრამ მოგებიანი და კონკურენტუნარიანი ნიში აირჩია. ეტაპობრივად გიორგი ალადაშვილი ახალგაზრდა მევენახეთა რამდენიმე გაერთიანების წევრი გახდა, მათ შორის გამორჩეული იყო და არის Renaissance des Appellations-ი საფრანგეთში, რომელსაც ნიკოლა ჟოლი ხელმძღვანელობს და ეს გაერთიანება მხოლოდ იმ მევენახეთა ჯგუფს მოიცავს, რომლებსაც ბიოდინამიკური მეურნეობა აქვთ. გიორგი ფიქრობს, რომ უმთავრესი ფაქტორი, რის გამოც მისმა ღვინომ წარმატება ნახა შვეიცარიაში, სწორედ ბიოდინამიკურობაა, რადგან, როგორც ამბობს, შვეიცარიაში ძალიან დიდ ყურადღებას აქცევენ ეკოლოგიურობას და ასეა ღვინის შემთხვევაშიც.

ნიკოლამ, იზაბელმა და პატრიკმა გიორგი ალადაშვილის შვილივით გამოზრდილი და ქართულ აკვანში დარწმუნე ღვინო ჯერ კიდევ ოთხი წლის წინ შეამჩნიეს, შეიყვარეს და მისი პოპულარიზაცია მთელი შვეიცარიის მასშტაბით განიზრახეს. დამეთანხმებით, რთულია შეამჩნიო, გამოარჩიო და მით უმეტეს დააფასო ნებისმიერი ახალი, შენტის უცხო ღვინო, როდესაც შენი ქვეყნის ბაზარი ისედაც სავსეა შვეიცარიული, ფრანგული და იტალიური ხარისხიანი ღვინოებით. ქართული ხიხვის, ქისის, რქაწითელისა და მწვანის შემთხვევაში, საბედნიეროდ, ყველაფერი საპირისპიროდ და სასიკეთოდ მოხდა. კარგ მთქმელს რომ კარგი გამგონი სჭირდება, ცხადია, თუმცა ამ შემთხვევაში უფრო მნიშვნელოვანი კარგი მთქმელი იყო. „რუსისპირის ბიოდინამიკური მეურნეობის“ დამფუძნებელმა გიორგი ალადაშვილმა თავისი



ღვინის ბოთლებით სავსე ჩანთით შვეიცარიის ქალაქების ღვინის მაღაზიების შემოვლა დაახლოებით ოთხი წლის წინ დაიწყო. თავად გვიყვება, თუ როგორ სტიკოდა მთელი სხეული დიდი ჩანთის ტარების გამო და როგორ არც ერთხელ არ დანებებულა მხოლოდ და მხოლოდ იმიტომ, რომ სჯეროდა ქართული ღვინის პოტენციალის, ისევე როგორც საკუთარი თავის. საბედნიეროდ, გვერდს შვეიცარიელი დედობილ-მამობილი, ნიკოლა და იზაბელი უმაგრებდნენ. ისინი აღმოჩნდნენ ადამიანები, რომლებმაც დაინახეს როგორც გიორგი, ისე ქართული ღვინო და ინვესტიცია ჩადეს მათ ზრდაში. ქართული ღვინის პირველი მარანი შვეიცარიაში სწორედ მათი დახმარებით გაიხსნა.

„ეს ხალხი იყო, ის ვინც მოისმინა ერთი უბრალო და ჩვეულებრივი ქართველი ბიჭის ისტორია და მიზნები, ისტორია კი იმაში მდგომარეობდა, რომ მე მქონდა მცირედი განათლება მიღებული შვეიცარიაში და ვაპირებდი დაბრუნებას საქართველოში, რათა ძველი ტრადიციული მეთოდებით ღვინის წარმოება აღმედგინა და ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტი მეწარმოებინა. მათი კონტრიბუცია უმნიშვნელოვანესია, ზოგმა 500, ზოგმა კი 1000 ფრანკი გაიღო ამ მარნის მშენებლობისთვის. ჯამში 40 000 ფრანკი მოგროვდა. მე მათი ვალი თანხობრივად არ მქონია, არამედ ღვინის ბოთლებით უნდა გავსწორებულყავით. ასე დავიწყე ჩემი ღვინის შვეიცარიაში შემოტა-



ნა“, - ამბობს ქართველი მეღვინე.

დღეს „რუისპირის ბიოდინამიკური მეურნეობის“ ღვინო ლოზანის ორ მაღაზიაში, ასევე ჟენევაში, ბერნში, ივერდონსა და ბაზელში იყიდება, არის კიდევ რამდენიმე ე.წ. ღვინის ბარი, სადაც გიორგი ალადაშვილის ღვინო ასევე შედის სარეალიზაციოდ. გიორგი გვიყვება, რომ მის პროდუქციაზე მოთხოვნა გაორმაგებული და ზოგი მაღაზიის შემთხვევაში გასამმაგებელიც კი არის. რაც შეეხება მოლოდინს, იმედოვნებს, რომ „მევენახეთა ფესტივალის“ მიმდინარეობის განმავლობაში ქართული ღვინო შვეიცარიაში უფრო პოპულარული გახდება. თუნდაც ის რამხელა საქმეა, რომ ქუჩაზე, რომელზეც ამ კვირების განმავლობაში ათასობით ადამიანი გაივლის, საქართველოს დროშა იფრიალებს.

„გამოდის, რომ წელს შვეიცარიაში ჩემი ღვინის 2600 ბოთლი გაიყიდა. უკვე ამოიწურა ხიხვისა და



ქისის მარაგი, დარჩენილი გვაქვს რქაწითელი, მწვანე და საფერავი და ბოლო, 600 ბოთლს სწორედ ამ სახეობებს გამოვგზავნი. ასეთ მოთხოვნასაც ნამდვილად არ ველოდი. ბიზნესი მზარდია წლიდან წლამდე და ეს დამატებითი მოტივაციაა ჩემთვის", - გვიყვება გიორგი ალადაშვილი.

ქართველი მეღვინე მიიჩნევს, რომ მევენახეობაში თავისი თავი ამოწურა და ახლა სხვა გამოწვევების წინაშე დგას. უნდა, რომ შვეიცარიასი ქართველი მევენახეების ჯგუფი ჩამოეყვანოს, რათა მათ ვენახში მუშაობის აქ მიღებული გამოცდილება შემდეგ საქართველოში სხვა მევენახეებს გაუზიარონ და ასე ავიდეს კიდევ უფრო მაღალ საფეხურებზე ქართული მევენახეობა. ამ ამბიციური, თუმცა განხორციელებადი გეგმის შესრულებამდე ჯერ „ქართული კუთხეა“ მისახედი, ფესტივალი ხომ 11 აგვისტომდე გრძელდება.

„ერთი უცხოელიც რომ დაინტერესდეს და ჩა-

მოვიდეს საქართველოში „ქართული კუთხის“ დამსახურებით, უკვე დიდი საქმეა და მე კმაყოფილი ვიქნები, თუმცა მე ამაზე არ გავჩერდები, რადგან კიდევ ბევრი გეგმა მაქვს ქართული ღვინის პოპულარიზაციისთვის და ვიცი, რომ განვახორციელებ. რასაც მიზნად ვისახავ, ყოველთვის ვაღწევ ხოლმე“, - დასძენს გიორგი ალადაშვილი.

რამდენიმე თვიანი სამზადისისა და შრომის შედეგი დღეს ასეთია: ქართული ქვევრის ღვინითა და „ქართული კუთხით“ უკვე დაინტერესდა შვეიცარიული მედია და მომზადდა საინტერესო რეპორტაჟი, ქართული ღვინისა და კერძების დაგემოვნების მსურველთა რაოდენობა მოსალოდნელ რიცხვს, ანუ დღეში 25-30-ს მნიშვნელოვნად აჭარბებს და შვეიცარიულ მაღაზიებში „რუისპირის ბიოდინამიკური მეურნეობის“ ღვინოს უკვე სტაბილური მომხმარებელი გაუჩნდა. და როგორც უკვე გავიგეთ, გიორგი ალადაშვილი გაჩერებას არ აპირებს. **F**

# ლეგალიზებული კანაფი

ქალბატონისთვის განკუთვნილი მარიხუანის ფუფუნების პროდუქტების შექმნის გზით, BEBOE-ს კლემენტ კუნი და სკოტ კემპბელი სწრაფად მიიწვევენ წინ ახალ მწვანე ეკონომიკაში.

**ბ**ევრლი-ჰილზის Barneys-ის მეხუთე სართულზე, Burberry-ის \$390-იანი ჩუსტებისა და კრისტიან ლაბუტენის \$1,995-იანი წვეტიანი სპორტული ფეხსაცმელების სტელაჟების შემდეგ შეგზვდება ერთი პატარა მაღაზია მაღაზიაში, სახელად High End-ი. შესაძლოა, ეს არის ყველაზე მოდური მაღაზია მსოფლიოში, იმათ შორის, რომლებიც მოსაწვევი მოწყობილობებითა და აქსესუარებით ვაჭრობენ.

აქ სტუმრებს ეგვება მარიხუანის პროდუქტების ფართო ასორტიმენტი, გამოფენილი მარმარილოს მტვრისა და კვარცის კრისტალების ფილაზე - ყველა მათგანი ორი წლის წინ გახსნილი მარიხუანის ფუფუნების ბრენდის, Beboe-ს მიერ არის დამზადებული. აქ სამოც დოლარად ნახავთ ყუთს შვიდი შეკეთებული ჯოინტით, ოცდახუთდოლარიან „კონსერვის ქილას“ სეთაივას (პლანის ბრენდი) პასტილებით და ასევე Barneys შავ-ვერცხლისფერ ვებორაიზერ THC (მძიმე „ტისკის“) -ს 120-ნაფაზიანი მუხტით, ძალიან, ძალიან მაღალ ფასად - 60 დოლარად. არ გინდათ გამოშტერება? მაშინ აქვეა კანაბიდიოლით გაჯერებული კრემი და ნიღბები სახისათვის.

„ჩვენი ყველა პროდუქტი შექმნილია საღამოს წვეულებისათვის ან კოქტეილ-ფართისთვის და რომ მათ შემდეგ გამოხვიდე“, - ამბობს კლემენტ კუნი, Dolce & Gabbana-ს ყოფილი მენეჯერი, რომელმაც Beboe ლოსანჯელესელ ტატუსისტ სკოტ კემპბელთან ერთად დააფუძნა. კომპანიის პროდუქტებს ამ უკანასკნელის დახვეწილი გრაფიკა აშშვენებს. „ჩვენ ავიტაცეთ ეს კრეატიულობა და მივაწოდეთ იგი გარემოს, რადგან საბოლოოდ ეს ტროას ცხენს ჰგავს... მომხმარებელთა შორის, რომლებიც Barneys-ში შოპინგობენ, ხშირად გვხვდება ასეთები: „პლანი დიდი ხანია არ მომიწევია, მაგრამ მოდი, კიდევ რამე მითხარი ამაზე“.

ამერიკაში კანაფის ლეგალიზაციის დაწყებასთან ერთად 11-მა შტატმა დაუშვა მარიხუანის



რეკრეაციული მოხმარება, ხოლო კიდევ 22-მა - მხოლოდ სამედიცინო გამოყენება. მარიხუანის ბიზნესი სწრაფად ვრცელდება, რასაც მისი პროპონენტები წინასწარმეტყველებდნენ. გასულ წელს მარიხუანის ლეგალურმა ბიზნესმა 10 მილიარდი დოლარი გამოიმუშავა და 250 ათასი სამუშაო ადგილი შექმნა, ამასთან, ზოგიერთი კვლევის თანახმად, მომავალ წელს გაყიდვებმა შეიძლება 26 მილიარდ დოლარს მიაღწიოს.

სწორედ აქ აქვს Beboe-ს ძლიერი პოზიციები. მაგალითად, მათ High End ბუტიკში კონსიერჟი იღებს თქვენს შეკვეთას და შემდეგ მიტანის სერვისს მიაქვს იგი ლოს-ანჯელესის ნებისმიერ წერტილში

ვაპე აქტივისტები

Beboe -ს თანადამფუძნებლები კლემენტ კუნი და სკოტ კემპბელი ბევრლი-ჰილზის High End-ში, მაღლისანი კანაფის სხვა პრემიუმ-ბრენდების პარტნიორები გახდებიან.



(კანონი ჯერ კიდევ კრძალავს პროდუქტის გატანას მაღაზიდან უშუალოდ კლიენტის მიერ). Beboe ასევე ყიდის თავის პროდუქტს ისეთ მაღაზიებში, როგორცაა MedMen-ი და Neiman Marcus-ი.

Beboe-ს ზრდასთან ერთად მან დაიწყო დარგის ისეთი დიდი მოთამაშეების ყურადღების მიქცევა, როგორც არის Green Thumb Industries-ი, აქციონერული კომპანია 2 მილიარდი დოლარის კაპიტალიზაციით. მიმდინარე წელს ამ კომპანიამ იყიდა Beboe-ს აქციები სვოპ-გარიგებით, რომელიც თებერვალში დაიხურა. გარიგების პირობები არ გასაჯაროებულა, თუმცა ბიზნესის ინსაიდერები მას \$80 მილიონად აფასებენ, ხოლო წლიურ შემოსავლებს - მილიონებად. Beboe-ს პროდუქტები ამჟამად კალიფორნიისა და კოლორადოს 125 მაღაზიაში იყიდება, მაგრამ Green Thumb Industries-ის შესაძლებლობების გათვალისწინებით, ბრენდი სავარაუდოდ ამავე წელს გავრცელდება სხვა შტატებშიც.

„თუ გინდა მოიგო, სასმელი უნდა გქონდეს და არა ბარი, - ამბობს GTI-ის გენერალური დირექტორი ბენ კოვლერი. - Beboe არის მაგალითი ისეთი ბრენდული, მომხმარებლისათვის საგანგებოდ შეფუთული პროდუქტისა, რომელიც მომხმარებელთან გულწრფელ ურთიერთობას აყალიბებს“.

Beboe-ს დამფუძნებლებს კანაფის არამხოლოდ მწვანე და მდიდრული მხარე აქვთ ნანახი. კემპბელმა, რომელიც დაქორწინებულია მსახიობ ლეიკ ბელზე, დაიწყო ტატუს სალონში, სადაც ჩუმად ნარკოტიკებითაც ვაჭრობდნენ და ამ პროცესში კავშირები ისეთ ვარსკვლავებთან დამყარა, როგორებიც არიან რობერტ დაუნი უმცროსი და ჯენიფერ ჯენისონი. ამასობაში 42 წლის კუენმა მოსწრო კალიფორნიის უნივერსიტეტის დამთავრება ბერკლიში, სადაც თან პლანი მოჰყავდა და ყიდდა, ვიდრე მოდის ინდუსტრიისკენ არ იბრუნა პირი - Diesel-სა და Net-a-Porter-ში.

კემპბელი და კუენი ერთმანეთს 2014 წელს, თვითმფრინავში შეხვდნენ და მარიხუანის ფერმის მოწყობა გადაწყვიტეს. ისინი სწრაფადვე მიხვდნენ, რომ მოგება მოაქვს ბრენდის სახელს - ისე, როგორც ეს მოდის ინდუსტრიაში ხდება. მათ თავიანთ ბრენდს დაარქვეს კემპბელის დედის მხრიდან ბების სახელი - ბერნის ბო, რომელიც მარიხუანის შემცველ ნამცხვარს უცხოდა ხოლმე კემპბელის დედას, რათა მისთვის ონკოლოგიური ტკივილი შეემსუბუქებინა, რომელსაც იგი სკოტის მთელი ბავ-



**Dandy Candy**  
Beboe-ს პასტილები შეიცავს THC-ის მხოლოდ 5 და CBD-ის 3 მილიგრამს, რომელიც არ არის ფსიქოაქტიური და ნაწილობრივ ანეიტრალურს კიდევ კაიფს.

შვობის განმავლობაში ებრძოდა. დუეტმა შეძლო 1.7 მილიონი დოლარის მოზიდვა მეგობრებისაგან და ოჯახებიდან, მაგრამ როდესაც 2017 წელს პირველი პროდუქტი გამოუშვეს, რომელიც ვიზუალით უფრო Hermès-ის ჩანთას ჰგავდა, ვიდრე დაფასობულ ნარკოტიკს, დისტრიბუტორებმა ვერ გაუგეს.

„ვიცი, რომ სიგიჟეა, მაგრამ მართლაც არიან ადამიანები, რომელთაც არ სურთ 24 საათი გაგლეჯილ კაიფში ყოფნა, - იხსენებს 42 წლის კემპბელი. - თავიდან ძალიან ძნელი იყო ხალხის დარწმუნება, რომ ნაკლები THC (ტეტრაჰიდროკანაბინოლი) ზოგს ერჩივნა კიდევ“.

პასუხად კემპბელმა და კუენმა სკეპტიკოსებს უფასო ნიმუშები დაურიგეს. ისინი ხომ უჭველად მობრუნდებოდნენ ახალი ულუფისათვის ერთი და იმავე რეფერენით: „იცი, ეს ჩემს ცოლს ევასება მაგრად“. Beboe-მ დაამკვიდრა „გამოხშირული“ და „დაქნული“ სამომხმარებლო ბაზა, რომლის 70-75%-ს ქალები შეადგენენ. კომპანიის უფროს მენეჯმენტს ასევე უპირატესად ქალები შეადგენენ (ფინანსური დირექტორის, Microsoft-ის კურსდამთავრებული კეროლ კოევანის ჩათვლით), რაც ხელს უწყობს კომპანიას მომხმარებელი ქალების უკეთეს გაგებაში. „მათ კარგი გემოვნება აქვთ და ჯანმრთელობაც არ ჰკიდიათ ფეხზე, - ამბობს მარკეტინგის დირექტორი კიანა ანვარიპური, - და მათ ასევე სურთ პროდუქტი ღამაში დიზაინით“.

რა თქმა უნდა, მდიდრული მწვანეს ოქროდ ქცევა გარანტირებული არ არის: ფედერალური რეგულირების საფრთხე არ გამქრალა - განსაკუთრებით აშშ-ში ადმინისტრაციის პირობებში. თუმცა კემპბელი და კუენი არ მოელოდნენ, რომ დარგი ჩაქვესკნელდება. GTI-ის აქციების ფლობით მათ სტიმული მიეცათ, იმის კეთება გააგრძელონ, რაც ყველაზე კარგად ეხერხებოდა პირობებში, როდესაც მარიხუანა სულ უფრო ლეგალური და სოციალურად მისაღები ხდება. „პლანის ლეგალიზაციაში ყველაზე საინტერესო ის არის, რომ იგი არ უიოლებს პლანაქტებს გზას გამოვნიებისაკენ, არამედ უბრალოდ იზიდავს მეტ ადამიანს“, - ამბობს კემპბელი.

ს ა ბ ლ ო თ ა ზ რ ი  
„ს ი თ ყ ვ ი ბ ი, რ ა თ ქ მ ა უ ნ დ ა, ყ ვ ე ლ ა ზ მ  
ძ ლ ი ე რ ი ნ ა რ კ ო ტ ი კ ი ა მ ა თ შ ო რ ი ს,  
რ ო მ ე ლ ი ც ა დ ა მ ი ა ნ ს გ ა მ ო უ ყ ე ნ ე ბ ი ა“  
- რ ა დ ი ა რ დ კ ი ა ლ ი ნ გ ი



**როგორ  
ვითამაშოთ  
სწორად**

ბრუკ დე ბუტრეს აზრით

3 მილიარდი დოლარის განმკარგავმა სიეტლის Zevenbergen Capital-მა 30 წლის განმავლობაში ბაზარზე პოზიციების შენარჩუნება მოახერხა ისეთი აქტივების ერთგულებით, როგორცაა Amazon-ი და Netflix-ი. როდესაც კანაფის აქტივებით ვაჭრობა დაიწყო, ფირმამ გადაწყვიტა, რომ ეს იყო ზრდის შესაძლებლობა, რომელზეც უარი არ უნდა ეთქვა, თუმცა Zevenbergen-ის ერთადერთი ინვესტიცია მარიხუანის აქტივებში გახდა Toronto's Tilray, სამედიცინო მარიხუანის სწრაფად მზარდი მწარმოებელი, რომლის აქციებიც Zevenbergen-მა ერთი წლის წინ შეიძინა, Tilray-ის მიერ აქტივების პირველი საჯარო გამოშვების დროს. „ჩვენ არ ვუფრთხით არასტაბილურობას, განსაკუთრებით მარიხუანის მსგავსად ჩასახვის ფაზაში მყოფ დარგში, მაგრამ აქ ჩვენ ძალზე ხანგრძლივ პერსპექტივაზე ვმუშაობთ, - ამბობს Zevenbergen-ის პორტფელის მენეჯერი ბრუკ დე ბუტრე. - ამგვარი ზრდის შესაძლებლობა ხშირად არ გივარდება ხელში, ამიტომაც გადაწყვიტეთ, შევსულიყავით საქმეში, სადაც ჩვენი რწმენით იყო ხარისხი“.

როგორ ვითამაშოთ სწორად? ნიუიორკის უნივერსიტეტის მიხედვით, FORBES-ისთვის.



**ველური, ველური ვესტი**

„დალოცვილი ვარ, ჩემს ძვლის  
ტვინში ლქროს სამურავი -  
ფარაონის სისხლი ჩქეფს“.

---

# კ ა ნ ი ე ს მ ე ო რ ე დ მ ო ს ვ ლ ა



გაუქმებული ტურნედან, ჰოსპიტალიზაციიდან და \$53-მილიონიანი დავალიანებიდან საბი წლის შემდეგ ჰიპ-ჰოპის სუპერვარსკვლავმა ათწლეულის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ჰიტი შემოგვთავაზა... და ამას არავითარი კავშირი არა აქვს მუსიკასთან. მისი მილიარდდოლარიანი YEEZY SNEAKER-ის იმპერია ამ თაობის საუკეთესო ფსონია AIR JORDAN-ის დასამარცხებლად. კონტროლ-ფრიკობა ხანდახან კარგ ნაყოფს იმკის.

ავტორი: ზაკ თ'გალი გრინბერგი

# კანიე ვესტის მოსვლა არასდროს დაგრჩებათ შეუმჩნეველი

მისი გლუვი შავი Lamborghini SUV ლოს-ანჯელესის გარეუბანში მდებარე სახლისკენ, ჭიშკრებიან კერძო გზაზე ისე მიგრიალებს, გვეგონება მიწისძვრა იყო, ხოლო როცა მანქანიდან გადმოდის, თეთრ პერანგსა და მუქ სპორტულ შარვალიში გამოწყობილი, მისი ობსესიურობა უმაღლვე იწყებს თავის გამოვლენას.

პირველ რიგში, სახლი ავიდეთ. მდიდრული ლანდშაფტის მქონე ექსტერიერი სახლისა, რომელსაც კიმ კარდაშიან ვესტთან და ოთხ შვილთან (ნორთი, სეინტი, ჩიკაგო და ფსალმი) იყოფს, დრამატულ კონტრასტს ქმნის ინტერიერის მოურთავ ალემბსტრის კედლებთან. თითქმის ყველა ზედაპირი თეთრის მონასტრულ ელფერს წარმოადგენს. იატაკები საგანგებო ბელგიური თაბაშირისგან არის დამზადებული; თუ ეს ფაქტი მასალა გაიფხაჭნა, მხოლოდ ვეროპიდან სახელდახელოდ ჩამოფრენილი გუნდი შეძლებს მის შეკეთებას. „სახლი მთლიანად მისი ხელწერაა“, - მეუბნება მოგვიანებით კარდაშიან ვესტი. - არასდროს მინახავს, ადამიანი ამხელა ყურადღებას უთმობდეს დეტალებს“.

ფოიეში რომ შევდივარ, მეგარდერობე მთხოვს, ჩემს ნაცრისფერ-შავ Air Jordan-ებზე პატარა ნაჭრის ბახილები ამოვიცვა. ჩემგან მარცხნივ ვესტის ბიბლიოთეკაა, რომლის თაროების ისეთი წიგნებითაა გადავსებული, როგორც გახლავთ „ალექსანდრ მაკქუნინი: ველური სილამაზე“

და „ტაკაში მურაკამი: ექსცენტრიკულთა წარმომავლობა“. ცდილობს, პოზიცია შეუცვალოს რამდენიმე ისეთ წიგნს, რომლებიც არცთუ კრიალა მდგომარეობაშია. ჩემ წინ საგარძელებზე მოკალათებული, თავის ინტერვიუებს დაკვირვებით ათვალიერებს. „მასხვს პირველი ფეხსაცმელი, რომლის სკენიც გავაკეთე, ის Jordan-ი იყო, თქვენ რომ ახლა გაცვიათ, - ამბობს 42 წლის ვესტი. - ღმერთი მართლაც ალაგებს ხოლმე რაღაცებს“.

ვესტი თავისმა პერფექციონიზმმა მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ მუსიკოსად აქცია. „ადგა და სულ სხვა დონეზე განახორციელა საქმე“, - ამბობს DJ Khaled-ი, რომელსაც ვესტთან ერთად სტუდიაში უმუშავია და რომელიც, ვესტის არ იყოს, წლევიანდელი ყველაზე მაღალანაზღაურებადი შოუბიზნესმენების რეიტინგის, პოპულარულთა 100-ეულის, წევრია. როგორც 1900-იანებში მაიკლ ჯორდანის შემთხვევაში, ვესტის სიმდიდრის გასაღებიც სპორტულ ფეხსაცმელში უნდა ვეძიოთ. მისი ფეხსაცმლის ხაზი, Yeezy, რომელიც Nike-თან ერთად 2009-ში ჩაუშვა, 2013-ში კი Adidas-თან დაიწყო თანამშრომლობა, სწორებას Jordan-ის 34 წლის იმპერიაზე აკეთებს - როგორც კულტურული გავლენის, ისე კომერციული ნაყოფიერების თვალსაზრისით. Jordan-ის ხაზის წლიური გაყიდვები დაახლოებით \$3 მილიარდს შეადგენს; ვესტის ახალბედა ამბიციური პროექტი, პროგნოზების თანახმად, \$1.5 მილიარდს აარტყამს 2019-ში

## კანიეს ქრონიკა

1996

19 წლის ასაკში, ჩიკაგოში, ვესტი ადგილობრივი რეპერების პროდიუსერად იწყებს მუშაობას.



1998

აგზობს ჰიტებს ჰიპ-ჰოპ ვარსკვლავებისთვის – ჯერმენ დიუბრისა და ფოქსი ბრაუნისთვის.

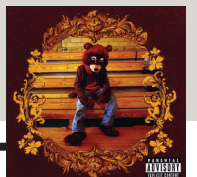


2001

დგას Jay-Z-ის გავლენიანი The Blueprint-ის უკან Roc-A-Fella Records-ში.

2004

უშვებს სადებიუტო ალბომს, The College Dropout-ს, რომელიც 3 მილიონზე მეტ ეგზემპლარად იყიდება.



და კიდევ გაიზრდება.

როგორც იატაკის, ბახილებისა და წიგნების პოზიციათა შემთხვევაში, ვესტი სპორტული ფეხსაცმლის დეტალებსაც მსგავსადვე უკირკიტებს. მისი კერპი სტივ ჯობსია და უპირატესობას ანიჭებს შეზღუდული რაოდენობის, ფრთხილად შერჩეულ პროდუქტებს ფერთა უსასრულოდ ფართო ასორტიმენტით. ვესტის სამყაროს iPod-ს სუპერპოპულარული სქელძირიანი Yeezy Boost 350 წარმოადგენს, რომელიც Yeezy-ს გაყიდვების სერიოზულ უღუფაზება პასუხისმგებელი. „ჩემი არსით, პროდუქტის ტიპი ვარ, - ამბობს ვესტი. - ისეთი პროდუქტების გაკეთებას ვცდილობ, რომელიც ხალხს უამრავ სიხარულს განაცდევინებს და ცხოვრებისეული პრობლემების გადაჭრაში დაეხმარება. პრობლემის გადაჭრის სწორედ ასეთი გზა მომწონს“.

ვესტის ობსესიურობა დაუშრეტელია. როცა Forbes-მა ის პოტენციური გარეკანისთვის გადაიღო, დაიჟინა, შავი კაპიუშონიანი მაისური უნდა მეცვასო. მომდევნო დღეს რომ დაჟინებით ვთხოვეთ, დაბრუნებულიყო და კვლავ გვეცადა გადაეღება, ვესტმა პატივი დაგვდო - იმავე კაპიუშონიანი მაისურით გამოცხადდა. ცნობილია, რომ ალბომებში ცვლილებები მათი გამოსვლის შემდეგაც შეაქვს. და როცა ჩათვალა, რომ სათანადოდ ვერ ვიაზრებდი მის ბიზნესზე მოქმედ რელიგიურ გავლენებს (ის საკუთარ თავს Yeezus-ს უწოდებს და მუშაობს ალბომზე, რომელსაც, ამ ეტაპზე, Yandhi ჰქვია), შაბათ საღამოს, სრულიად დაუგეგმავად, ჩემს რედაქტორს დაურეკა, რომ ამ საკითხზე კიდევ გამოეხატა თავისი დამოკიდებულება.

ასეა თუ ისე, ეს ყველაფერი მუშაობს. ძირითადად ფეხსაცმლის დამსახურებით, Forbes-ი მის გადასახადებამდეღე შემოსავალს, ბოლო 12 თვეში, \$150 მილიონად აფასებს, თუმცა, მისი გუნდის მტკიცებით, მარევენებელი კიდევ უფრო მაღალია - ნაწილობრივ, Yeezy-ს გამო. ნებისმიერ შემთხვევაში, მას უდავოდ კარიერის საუკეთესო ეტაპი უდგას, ყოველ შემთხვევაში, იმდენად კარგი, რომ ჩვენს პოპულარულთა 100-ეულში მე-3 ადგილი და-

იკავოს (იხ. გვ. 89).

სამი წლის წინ ვესტი აცხადებდა, რომ \$53 მილიონის ვალი ჰქონდა, ცოტა ხნის შემდეგ კი სარფიანი ტურნეს ბოლო ნაწილი ჩაშალა და დაახლოებით ერთი კვირა ლოს-ანჯელესის საავადმყოფოში დაჰყო ძილის დეპრივაციისა და დროებითი ფსიქოზის სიმპტომებით. ვითარების ხელსაყრელ ცვლილებას ვესტი რელიგიური რწმენით ხსნის („ქრისტეს მსახურებით, რადიკალური მორჩილებით“)... და, შიგადაშიგ, ბიპოლარული დეპრესიით. რაც გინდათ, დაუძახეთ, - შემოქმედებითი, ქაოსური, - მაგრამ ნუ დაუძახებთ გიჟს. ზოგი ანტრეპრენიორის მსგავსად, რომელთაც ყურადღების დეფიციტის ჰიპერაქტიური აშლილობისა და ასპერგერის ნიშნები აქვთ, ვესტიც თავის დიაგნოზს არა დაბრკოლებად, არამედ „სუპერძალად“ ხედავს, რომელიც მის წარმოსახვის უნარს კარს უხსნის.

„...გიჟი“ ის სიტყვაა, რომელსაც მომავალში ასე ხელაღებით აღარ გამოიყენებენ, - ამბობს ვესტი. - უნდა გავიგოთ, რომ ეს, რეალურად, მდგომარეობაა, რომლითაც ადამიანები ცხოვრობენ, იბადებიან, რომელიც ემართებათ და რომელიც მიდი-მოდის. და უამრავი ადამიანი არსებობს, რომელთაც გიჟებს უძახდნენ და, ბოლოს, ამ გარეკანზე აღმოჩნდნენ“.

**3**ესტის აკვიატება დიზაინით სათავეს იმავე ღრმა წარსულიდან იღებს, როგორსაც მისი გატაცება მუსიკით. ატლანტაში დაბადებულსა და ჩიკაგოში გაზრდილს, საშუალო კლასებში ხშირად პრობლემები სწორედ იმის გამო ექმნებოდა, რომ გაკვეთილზე სპორტული ფეხსაცმლის სკენებს ხატავდა. როცა დედამისმა, კოლეჯის პროფესორმა, შვილი იაპონური კიბერ-პანკ ფილმის, „აკირას“ სანახავად წაიყვანა, მასზე დიდი შთაბეჭდილება მოახდინა ფილმის ფორმებმა და ფერთა პალიტრამ - იმდენად, რომ შთაგონების წყაროდაც იქცა; ახსოვს ისიც, როგორ დაჰყავდა მამას, პოლიტიკური ორგანიზაცია Black Panther-ის ყოფილ წევრს, ავტოშოუებზე, სადაც Lamborghini



**2005**  
ათ Grammy-ზე ნომინირებულს, შინ სამი ვიდეო მიაქვს, მათ შორის, Grammy საუკეთესო რეპ-ალბომისთვის.



**2006**  
უერთდება U2-ს Vertigo Tour-ს, შოუს გამხსნელის რანგში.

**2007**  
ვესტის დედა, დონდა, კოსმეტიკური ქირურგიის გართულებათა შედეგად იღუპება.





ტში, რომელიც იმ დროის რეპერებს შორის იყო გავრცელებული, ვესტი ერთგვარ მოწყვლად პროტაგონისტად წარმოჩნდა, თავისი სამი ალბომით, რომელიც უმაღლესი განათლების თემებს აერთიანებდა. ნარკოვაჭრობისა და ქურური გარჩევების ზღაპრებს ჩაენაცვლა რეფლექსიები სტომატოლოგიურ ოპერაციებზე, რასობრივ უსამართლობასა და Gap-ში მუშაობაზე, რაც თავდაჯარებული, ქედმაღლობასთან მომიჯნავე გონებამახვილობით იყო გაჯერებული.

დიდებამ საშუა-

Countach-ი გაიყნო და შეიყვარა. „ყველაფერში, რასაც ვაკეთებ, Lamborghini ურევია ამა თუ იმ დოზით, - ამბობს ვესტი. - Yeezy ფესხსაცმლის Lamborghini-ა“.

დეტალების სიყვარული ვესტს მუსიკალურ კარიერაშიც გამოადგა, რომელიც მაშინ დაიწყო, როცა კოლეჯი მიატოვა და Jay-Z-ის Roc-A-Fella Records-ის პროდიუსერად შეუდგა მუშაობას. სწორედ ის იდგა Jay-Z-ის 2001 წლის გავლენიანი ალბომის, The Blueprint-ის უკან. როცა ორ-ნახევარი წლის შემდეგ სოლო-არტისტად დაიწყო მოღვაწეობა, ერთგვარი შერეული ჟანრი შექმნა: მის ძველ ნამუშევრებზე მარვინ გეისა და Daft Punk-ის სემპლები იყო მოყრილი; მან Coldplay-სთან ერთად გააკეთა ჩანაწერები და U2-სთან ერთად წავიდა ტურნეში. აგრესიულ მატერიალიზმთან კონტრას-

ლება მისცა, თავის პირველ სიყვარულს, სპორტულ ფესხსაცმელს მიჰბრუნებოდა. 2007-ში იაპონური ტანსაცმლის კომპანია A Bathing Ape-ისთვის ფესხსაცმელი შექმნა, დათუნიას ლოგოთი სრულქმნილი, რომელიც მის ზოგიერთ ძველ გარეკანსაც ამშვენებდა (თუ ამ ფესხსაცმელს დღეს იპოვით, რამდენიმე ასეულ დოლარსაც ჩაიჯიბებთ). ეს იყო დასაწყისი, რა დროსაც მან მოდის ინდუსტრიიდან ისეთი მეგობრები შეიძინა, როგორც ჰედი სლიმანია, რომელსაც Dior Homme-ისა და Yves Saint Laurent-ის შემოქმედებით დირექტორად აქვს ნამუშევარი. „ფესხსაცმლის სახით რაღაც ძალიან მძლავრს შექმნი“, - ახსოვს, როგორ ეუბნებოდა მას სლიმანი. ასეთმა შეგულიანებამ ვესტი თავდაჯერებით აღჭურვა და როცა ამ ამბიდან მალევე Nike-ის აღმასრულებელ დირექტორთან, მარკ პარ-



2008

შორდება საცოლეს, ალექსის ფაიფერს, გამოსცემს ალბომს 808s & Heartbreak-ს.

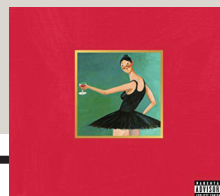


2009

უშვებს Nike-თან თანამშრომლობის პირველ პროდუქტს, Air Yeezy 1-ს.

2010

ვესტის magnum opus-ს, My Beautiful Dark Twisted Fantasy-ს, დებიუტი აქვს პირველ ადგილზე.



2012

Nike-ი Yeezy II-ს უშვებს; მისი გადასაყიდი ფასი დღეს ათასებს უტოლდება.



2013

ტოვებს Nike-ს და ახალ ხელშეკრულებას დებს Adidas-თან.

კერთან ერთად ერთ თვითმფრინავში აღმოჩნდა, არ მორიდებია ბლოკნოტის ამოღება. „როცა დანახა ჩემი სკენები, თქვა, ეს ტიპი საინტერესოა, მოდი, მასთან ერთად ფეხსაცმელს გავეკეთებო“, - იხსენებს ვესტი.

ჰოდა, Yeezy-ც დაიბადა (რაც „Kanyeezy“-ს შემოკლებას წარმოადგენს - მეტსახელისა, რომელიც Jay-Z-მ ვესტს 2003 წლის სიმღერის შესავალში შეარქვა). ვესტის თქმით, პარკერმა ის Air Jordan-ის დიზაინერ ტინკერ ჰეტფილდთან ერთად ერთ ოთახში მოათავსა, ხოლო 2008-ის შუა პერიოდში ვესტი სცენაზე უკვე საკუთარი Air Yeezy-ების პროტოტიპით იდგა, ოფიციალურად კი ეს ფეხსაცმელი 2009-ში ჩაეშვა. ჰიპ-ჰოპსა და ფეხსაცმელს შორის კავშირი ლამის იმხელაა, რამხელაც ეს ჟანრი, დაწყებული Run-D.M.C.-ის Adidas-ებით 1980-იანების შუა პერიოდში, დამთავრებული Jay-Z-ისა და 50 Cent-ის Reebok-ებით ორი ათწლეულის შემდეგ. ვესტი პირველი იყო, ვინც ეს Nike-ით გააკეთა, თანაც NBA-ს სუპერგარასკვლავის დონეზე.

საინვესტიციო ბანკ Cowen-ის ანალიტიკოსის, ჯონ კერნანის თქმით, „რასაც ის ფეხსაცმლის სამყაროში აკეთებს, ჭეშმარიტად სცდება ყველაფერს“.

**გ**უსტად იმ დროს, როცა ვესტის ბიზნესინტერესები იცვლებოდა, თავად მასშიც დაიწყო ცვლილებები. 2007-ში, არასწორად ჩატარებული კონსერტიკური პროცედურის გამო, დედამისი გარდაიცვალა; შემდეგ წელს ის საცოლეს, ალექსის ფაიფერს დასცილდა; ალბომ 808s and Heartbreak-ში რეპი მძლავრად ავტომელოდიზირებული სიმღერით ჩაანაცვლა.

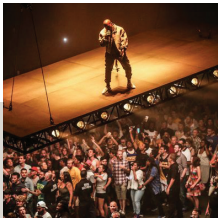
შემდეგ უცნაური რაღაც მოხდა. როცა 2009 წელს MTV VMA-ს ცერემონიაზე ტელიორ სვიფტი ქალის საუკეთესო ვიდეოსთვის მიღებული ჯილდოს საპასუხოდ სამადლობელ სიტყვას ამბობდა, ვესტი სცენაზე ახტა, სვიფტს სიტყვა შეაწყვეტინა და დაიჟინა, ეს ჯილდო Beyoncé-ს უნდა აეღო. ამ ეპიზოდმა იმდენად ინტენსიური უკურვაქცია

გამოიწვია, რომ ვესტმა გააუქმა Lady Gaga-სთან ერთად დაგეგმილი ტურნე, იტალიაში გადავიდა და Fendi-ში დაიწყო სტაჟიორად მუშაობა. ევროპიდან დაბრუნებულმა, ღვთის უწინდელი ქება-დიდება საკუთარ სიწმინდეზე ხაზგასმით ჩაანაცვლა, განსაკუთრებით, 2013-ის ალბომ Yeezus-ში, სადაც მტკიცედ განაცხადა: „მე ვარ ღმერთი“.

ვესტმა 2016 წელი Tweet-ების ნიაღვრით დაიწყო, რომლებშიც ამტკიცებდა, რომ \$53 მილიონის ვალში იყო გადავარდნილი, მერე კი მარკ ცუკერბერგს \$1 მილიარდი სთხოვა თავისი შემოქმედებითი იდეების დასაფინანსებლად. ამას მისი ყველაზე ამბიციური ტურნე მოჰყვა, სადაც დამსწრეთაგან თორმეტი ფუტით მაღლა, პლატფორმაზე შემდგარი, გრძელი სიტყვით გამოდიოდა, ეს პლატფორმა კი ისე გამოიყურებოდა, გვეონება, „მესამე ხარისხის ახლო კონტაქტებიდან“ ყოფილიყო აღებული. ტურნეს მსვლელობასთან ერთად, ვესტის ტირადები სულ უფრო უჩვეულო ხდებოდა. ერთ-ერთ გამოსვლაში, მაგალითად, მიანიშნა, Jay-Z შესადლოა, ცდილობდეს, ვინმეს ჩემი თავი მოაკლევინოსო. წელიწადი, ტურნეს გაუქმების შემდეგ, მისი ჰოსპიტალიზაციით დასრულდა. და სად გამოჩნდა მერე პირველად? პილიგრიმად Trump Tower-ში, სადაც არჩეულ პრეზიდენტთან ერთად პოზირებდა (და რითაც თავისი ძირეული აუდიტორიის დიდი ნაწილი გაანაწყენა).

ასე იყო თუ ისე, მისი კარიერა გროტესკულობისადმი იმუნური გამოდგა. საკუთარი ინტენსიურობისთვის მას სარფიანი არხი აქვს ნაპოვნი, მით უფრო, როცა საქმე სპორტულ ფეხსაცმელზე მიდგება. Nike-ში გაყიდვები იფურჩქნებოდა, განსაკუთრებით Air Yeezy II-ის გამოშვების შემდეგ 2012-ში, მაგრამ ვესტმა იგრძნო, რომ კომპანია მას იმ რიგითი პოპულარული სახესავით ეპყრობოდა, მაინცდამაინც რომ არ აინტერესებოდა საქმის არსი. „ეს პირველი ფეხსაცმელი იყო ისეთივე ხარისხის გაგლენით, რაც Air Jordan-ს ჰქონდა, და მე მეტის გაკეთება მსურდა, - ამბობს ვესტი. - ამ პერიოდში

კი Nike-ი უარს ამბობდა პოპულარული ხალხის-



**2016**  
აუქმებს Saint Pablo Tour-ის სულ ბოლო ნაწილს და ჰოსპიტალიზებულია.

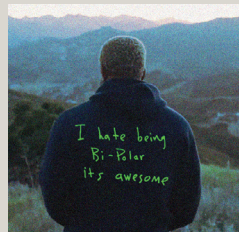


**2015**  
Adidas-თან ერთად Yeezy Boost 350-ს უშვებს.

**2014**  
ქორწინდება კიმ კარდაშიანზე ფლორენციაში (იტალია).



**2018**  
ბრუნდება ახალი ალბომით, Ye-თი, და არის Pusha T-ისა და Nas-ის ჩანაწერების პროდიუსერი.





თვის მათი ფეხსაცმლიდან საავტორო ჰონორარის გადახდაზე“ (Nike-მა უარი თქვა ამ სტატიისთვის კომენტარზე; ორი სხვა წყარო, რომელიც ხელშეკრულებას იცნობს, ასევე ამბობს, რომ ვესტს კომპანია საავტორო ჰონორარს არ უხდის).

მაგრამ ვესტს მუდამ დაჟინებული ჰქონდა, თავად ყოფილიყო თავისი ბრენდის მფლობელი. ასე რომ, როცა Adidas-ის აღმასრულებლებმა შეიტყვეს მისი უკმაყოფილების შესახებ, ის გერმანიაში მიიპატიჟეს. სკუტერ ბრაუნის დახმარებით, რომელსაც იმავე პერიოდში ვესტის თანამენეჯერად დაეწყო მუშაობა, მათ უპრეცედენტო გარიგება დაედეს: როგორც ამ გარიგებაში ჩახედული წყაროები გვეუბნებიან, საბითუმო გაყიდვებზე საავტორო ჰონორარი 15% იქნებოდა, რასაც მარკეტინგული ჰონორარიც დაემატებოდა. შედარებისთვის, გავრცელებული ცნობებით, მაიკლ ჯორდანი დაახლოებით 5%-მდე საავტორო წილს იღებს, თუმცა თავისი ბრენდის მფლობელი არ გახლავთ.

2015-ში ვესტის „Yeezy Season“-ის დებიუტი შედგა - მისი ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის პირველი ჩვენება. მომდევო წელს, თავისივე ახალი ალბომის ბერკეტად გამოყენებით, მან Madison Square Garden-ში როგორც სპორტული ფეხსაცმლის, ისე სიმღერის საპრეზენტაციო წვეულება მოაწყო,

თანაც - ანშლანგით. მისი ყველაზე დიდი ჰიტი 350-ია. თავისი დიზაინერული ალღოსა და Adidas-ის Boost-ტექნოლოგიის (რომელსაც პრეტენზია აქვს, მორბენლებს ეფექტიანად დაუბრუნოს დახარჯული ენერჯია) გაწყვილებით, ვესტმა სპორტული ფეხსაცმელი მაღალ მოდად გარდაქმნა, ხოლო დაბალყელიანი სპორტული ფეხსაცმელი კვლავ მოდურ მოვლენად აქცია. 350-ის აგრესიულმა გარეგნობამ (ისეა წინ გადახრილი, გეგონება ნებისმიერი მეტოქისთვის წინააღმდეგობის გასაწევად არის მზადო) უეცრად უამრავი ადამიანის ყურადღება მიიზიდა, რომლებიც მოწადინებულნი იყვნენ, სარბენ ფეხსაცმელში \$200 გადაეხადათ. Adidas-ს Yeezy-ის რიცხვები არასდროს გამოუქვეყნებია, მაგრამ 2016-ში ვესტს, ნებით თუ უნებლიეთ, წამოსცდა, რომ 40,000 (!) წყვილი რამდენიმე წუთში იყიდებოდა.

აქ მის ცოლსაც (ვესტი და კარდაშიანი 2014 წელს ფლორენციაში დაქორწინდნენ) არ უნდა დაეუკარგოთ ღვაწლი, რომელმაც ვესტს თავისი ოჯახის სოციალური მედიის ასობით მილიონი მიმდევრისკენ (ისინი რეგულარულად ატარებენ Yeezy-ს ფეხსაცმელსა და ტანსაცმელს) გაუხსნა კარი.

ეს პარტნიორობა ორმხრივია: კარდაშიანი



ყველაფერზე ეკითხება ქმარს აზრს, დაწყებული მობილური თამაშით - Kim Kardashian: Hollywood-ით, დამთავრებული მისი ბოლოდროინდელი ე.წ. ფორმის მიმცემი საცვლების ხაზით. როცა ცოლმა ქმარს ამ ხაზის მოდელები აჩვენა, ვესტი არ მოხიბლულა, დაჯდა და ახალი ლოგოს შექმნას შეუდგა, მერე კი პირადად შეუცვალა დიზაინი მთელ შეფუთვას. ნებისმერ შემთხვევაში, ვესტის რჩევა მხოლოდ შემოქმედებითი ნაწილით როდი შემოიფარგლება. „მასწავლა, რომ, როგორც პიროვნება, არასდროს არ უნდა წავიდე კომპრომისზე და მფლობელობაზე რეალურად განვაცხადო პრეტენზია, - ამბობს კარდაშიან ვესტი, რომელიც ჩვენს პოპულარულთა 100-ეულში 26-ე ადგილს იკავებს. - მანამდე საპირისპიროდ ვიქცეოდი. ჩემს სახელს ნებისმიერი რამისთვის ვისროდი“.

რთული გრაფიკების გათვალისწინებით, კარდაშიან ვესტი და ვესტი ხშირად უზიარებენ ერთმანეთს იდეებს ღამით, რასაც ვესტი „რეალური კრიმინალური ისტორიების ძილისპირულს“ უწოდებს; ამ „შეხვედრებზე“ კარდაშიან ვესტი პოლიციურ დრამას უყურებს, ვესტი კი მას თავის მოდელებს აჩვენებს.

ვესტის თქმით, „ღვთის წყალობით, დალოცვილი ვარ, რომ მარკ ცუკერბერგისთვის Tweet-ების წერიდან“ და მისთვის ფულის თხოვნიდან, დღეს იქ არის, სადაც არის. დღეს უკვე საკუთარ თავზე ცოტა გაცინებაც შეუძლია. „ხალხი საგონებელში იყო, რატომ წერდი მარკ ცუკერბერგს Tweet-ებსო, მე კი ვპასუხობდი, ხმები მომივიდა, რომ უცხოპლანეტელებს ეძებდა-მეთქი“.

რაც შეეხება უცხოპლანეტელებს. თუ მართლა გაინტერესებთ, როგორ მუშაობს ვესტის შემოქმედებითი პროცესი, მაშინ „ვარსკვლავური ომების“ პლანეტა ტატუინზე დაგჭირდებათ გამგზავრება. ლუკ სკაივოკერის ბავშვობის სახლით შთაგონებული, ვესტი გუნდთან ერთად წინასწარ დამზადებული ქარხნული შენობების დიზაინზე მუშაობს, რომელთაც ტატუინისავით კუშტი ესთეტიკა აქვთ, მიზანი კი მათი დაბალშემოსავლიან საცხოვრებელ ერთეულებად ქცევაა. „შუალამეს რომ გადასცდება, ვესტი თავის Lamborghini-ში მსვამს და დაუგვემავ ვიზიტზე მივყავარ. საოცრად სწრაფად მიმავალ მანქანას ბახი აზანზარებს. სადღაც 15 წუთში, ტყეში მდებარე ბუნგალოსთან მივდივართ“, - ამბობს კარდაშიან ვესტი.

ბუნგალოში ოთხკაციანი გუნდი ჯერ კიდევ ენერჯიულად მუშაობს Apple-ის ლეპტოპებთან. მომდევნო დილას სან-ფრანცისკოში პოტენციურ ინვესტორებთან შეხვედრა უნდა ჰქონდეთ. მათ

გარშემო კედლები ჩანაწერებითა და სკენებით არის დაფარული. ვესტი დაქირავებულებს ზურგიდან უყურებს და მითითებს იძლევა, რომ აქ ფონტი შეცვალონ, იქ სურათი უფრო გაამკვეთრონ და ა.შ.

„ხალხს უბიძგებს, საუკეთესოდ აკეთონ საქმე და მეტიც, მათ კომფორტის ზონიდან გასვლისკენ უბიძგებს, რაც მართლა ეხმარება ადამიანებს ზრდაში“, - ამბობს კარდაშიან ვესტი და ვესტის სურთიერთობას იხსენებს Louis Vuitton-ის დიზაინერსა და ლეიბლ Off-White-ის დამფუძნებელ ვირჯილ აბლოსთან.

დაახლოებით ნახევარი საათის შემდეგ ვესტი კმაყოფილი ჩანს პრეზენტაციის მდგომარეობით და უკანა კარისკენ მიმითითებს. ცივ, უვარსკვლავო ღამეში გავდივართ. მივყვები ტალახიან გზაზე, უფრო ღრმად ტყეში. რამდენიმე წუთის შემდეგ ღია სივრცეში ჩერდება და უსიტყვოდ ზემოთ იყურება. იქვე, რაღაც უშველებლისა და შორეულის ბუნდოვანი მნიშვნელოვნებით მოსილი, სამი ნაგებობა დგას, რომლებიც ხის კოსმოსური ხომალდების ჩონჩხებს ჩამოჰგვანან. ესენი მისი კონცეფციის ფიზიკური პროტოტიპებია - ყოველი მათგანი წაგრძალებული და ათობით ფუტის სიმაღლის. ვესტს თითოეულში შევყავარ.

მეუბნება, რომ მათი გამოყენება საცხოვრებელ სირცხებად არის შესაძლებელი უსახლკაროებისთვის, სავარაუდოდ, მიწაში ჩაფლული სახით, შუქი რომ ზემოდან დაეცეს. რამდენიმე წუთი ხმის ამოუღებლად ვდგავართ და ამ კონსტრუქციებს შევქცევით, მერე კი მის Lamborghini-ში ვსხდებით, რომელიც სიბნელეს შერევია და ძლივსღა ჩანს, და ღამის გზაზე მივქანებით.

იმ კომპანიის კვლობაზე, რომელიც Lamborghini-თ შთაგონებულ სპორტულ ფეხსაცმელს ამზადებს, Yeezy-ს სათავე ოფისი დიდად არაფრითაა გამორჩეული. ეს ლურჯ-ნაცრისფერი აგურებიანი შენობა კალაბასასის მთავარი გზის გადაღმა მდებარეობს. შორს არაა იმ ადგილიდან, სადაც თავის ბოლოდროინდელ „კვირის მსახურებებს“ მასპინძლობს - შეკრებებს, სადაც პოპულარული სიმღერები ქრისტიანულ თემებზეა მორგებული სახარების ქოროებისა და სახელგანთქმული სტუმრების მიერ - კეტი პერიოთ დაწყებული, დღევ ჩაპელით დამთავრებული.

როცა სან-ფრანცისკოდან დაბრუნებულ ვესტს შევხვდი, მას ინვესტორებთან შეხვედრა არც კი უხსენებია... უკვე რაღაც სხვაზე იყო მისი გონება გადართული. მისი ოფისის უკან, ავტოსადგომის ტერიტორიაზე, ვესტის Adidas-ში გამოვლენილი

შემოქმედებითი აქტივობის ჯამს ვხედავ, თანაც - კონცენტრირებული წრეების სახით დალაგებული: შუადღის მწველი მზის ქვეშ მოთავსებულ ფეხსაცმლის პროდუქტობა საგანძურს შორისაა 350-ის ვარიანტები, ერთგვარ ცისარტყელას რომ ქმნიან თავისი წითელი ფორთოხლისა თუ ნაღების ფერებით; მათ გვერდით კი რამდენიმე ჯერარგამოშვებული მარგალიტია, მაგალითად, თითქმის სამკუთხა კალათბურთის ფეხსაცმელი (რომელსაც, როგორც ვესტი ლამის სიამაყით აღნიშნავს, ჯერაც უნდა მისცეს ნებართვა NBA-მ... ამით თითქოს იმ ხანას ეხმარება, როცა სეხნია ფეხსაცმლის ტარების გამო, ლიგამ მაიკლ ჯორდანი დააჯარიმა, რადგან ეს ფეხსაცმელი უნიფორმის წესებს არღვევდა).

ვესტი 1050 Vortex Boot-ს იღებს, რომლის დებიუტი, პროტოტიპის ფორმატში, 2016 წელს, Madison Square Garden-ში შედგა. „ეს ხაზი ამწუთას დავინახე, - ამბობს და ლანჩაზე მიკრულ ლურჯ სკორს მაჩვენებს. - ეს ფეხსაცმლის ნაწილად უნდა ვაქციო. შიგნით ლურჯი იქნება. დანარჩენი თავისით გამოჩნდება“.

ავსტოსადგომის ტერიტორიაზე, ერთი შეხედვით, დაახლოებით 1,000 წყვილი ალაგია, მაგრამ როცა ვესტს ზუსტი რაოდენობის შესახებ ვეკითხები, შთაბეჭდილება მრჩება, თითქოს იმ აზრმაც კი გაანაწყენა, მისი ქმნილებების ციფრებზე დაყვანა რომ სცადა ვინმემ. „სიყვარულს ვერ დაითვლი, - განმარტავს ის. - სიურპრიზად ბებიისგან ნამცხვარს თუ მიიღებ და არ იცოდი, რომ ის ქალაქში იყო, ხომ არ დაუწყებ ცომის ან, კონკრეტულად, ბუმეს შესახებ კითხვების დასმას?“

ბებია?

„ესენი დაუთვლელი სინარულის მოსატანად იქმნება, - განაგრძობს ის. - ამდენად, მთხოვო, რომ ეს ყველაფერი როგორღაც რიცხვებში გადაეთარგმნო, იგივეა, რაც ბებიას ნამცხვრის ზუსტი რეცეპტი ჰკითხო“.

ვესტის მტკიცებით, ის „რიცხვების ტიპი“ არ არის. მაგრამ გადაღუნვის ისეთ წერტილს მიაღწია, რომ ვინმემ Yeezy-ს ორბიტაზე ეს საქმე უნდა იკისროს. მისმა ბრენდმა მიმდევრები შეზღუდული ოდენობით გამოშვებული ფეხსაცმელითა და სიურპრიზებით შეიძინა - პრინციპში, ისევე, როგორც Air Jordan-მა. ეს უკანასკნელი, NPD-ის სავაჭრო ანალიტიკოსის მეტ პაუელის თანახმად, ბოლო წლებში ცოტათი კარგავს თავის ექსკლუზიურობას იმის ფონზე, რომ Nike-მა თავისი საკულტო ქვე-ბრენდით ბიზნესის სხვა სფეროებში შემცირებულ მოცულობათა შევსება დაიწყო. „პოპულარული

ხალხის პროდუქტებს კი ასე კარგად სიმწირე ყიდის, - ამბობს პაუელი. - ამდენად, თუ ძალიან ფართოდ ხელმისაწვდომს გახდინა, ვფიქრობ, ეს ბიზნესმოდელს გააფუჭებს“.

როგორც ჩანს, Adidas-ი ამას აცნობიერებს. „ჩვენ განვაცდობთ მოცულობათა ძალიან დისციპლინირებულ განკარგვას ისე, რომ 2019-ში Yeezy-ს გაყიდვებმა Adidas-ის ნავარაუდები ჯამური გაყიდვების ზრდის მნიშვნელოვანი წილი არ შეადგინოს, - ამბობს კომპანიის აღმასრულებელი დირექტორი კასპერ რორსტედი. - იმიტომ კი არა, რომ ბრენდის ტემპერატურა ეცემა, არამედ იმიტომ, რომ ჩვენ დისციპლინური მიდგომა გვაქვს მოცულობებისა და პროდუქტთა ცხოვრების ციკლების მართვის მიმართ“.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მას არ სურს, გაყიდვებზე პრესტიჟის ხარჯზე ინადიროს, და, ნაცვლად ამისა, ცხელ-ცხელი მითქმა-მოთქმის აგორებას ახალ-ახალი სიურპრიზებით განაგრძობს. სიბნელეში მბრჭყვიინავი 350 v2-ები, მაისში რომ გამოვიდა, უმაღლე ვერტიკალად გაიყიდა, არადა, ზოგ ქვეყანაში, დილის 6 საათი იდგა მათი გამოსვლის მომენტში. ივნისში, მოსკოვში, მომხმარებლები კვარტალებზე გადაჭიმულ რიგში ჩადგნენ, რათა იმ „ამრეკლავი“ სპორტული ფეხსაცმლის ვერსია ჩაეგდოთ ხელში, რომლის დებიუტი აშშ-ში უკვე შემდგარიყო. დამუშავების პროცესში კიდევ უფრო არატრადიციული კონცეფციებია, მაგალითად, წყალმცენარისაგან დამზადებული ფეხსაცმელი, რომელიც ნაგავსაყრელზე სრულ ბიოდეგრადაციას განიცდის დროთა განმავლობაში... ან კი მყისვე, თუ მას კონკრეტული ტიპის ბაქტერიას შეასხურებთ.

და რაც ალბათ ყველაზე შთამბეჭდავია, Yeezy-ს 100%-ს კვლავაც ვესტი ფლობს. ამიტომაცაა, რომ მისი ქონება არაერთხელ ყოფილა ასმილიონიან რადიუსში, თანაც ცაცილებით ადრეულ ასაკში, ვიდრე ჯორდანისა. Yeezy-ს წარმატების გათვალისწინებით, ვესტი, რაღაც მომენტში, NBA-ს ლეგენდას შეუერთდება (ცოლის და კაილი ჯენერსა და მენტორ Jay-Z-სთან ერთად) და მილიარდერის სტატუსს მოიპოვებს, მიუხედავად იმისა, რომ ყოვლად არათავმდაბალი ვესტის მტკიცებით, ის უკვე იქაა. და ბევრად წინ. „ჩვენ წინ გვაქვს მთელი იმ სილამაზის ხილვის ბედნიერება, რაც ამ პარტნიორობით იქნება გამოხატული, - ამბობს ვესტი. - ჯერ სინათლის მხოლოდ მცირედი კაშკაში თუ შევიგრძენით“.

*დამატებითი რეპორტაჟი: მონიკა მერკური და ნატალი რობემედი*

# კოკულარულთა 100-ეული

შოუბიზნესის ყველაზე მაღალანაზღაურებად წარმომადგენელთა ჩვენი წლიური რეიტინგის საწვავს სუპერგმირების ფილმები და „ცოდვების ქალაქის“ რეზიდენციები ქმნიან. Marvel-ის ფილმები საშუალებად იქცა მსახიობთათვის, Hulk-ის ზომის თანხები გამოიმუშაონ, მაშინ როცა მუსიკის ყველაზე კაშკაშა ვარსკვლავები ერთ ჯერზე თვეობით მიეშურებიან ლას-ვეგასში. კოკულარულთა 100-ეულში შემოსალწვევი მინიმალური ფასი ასეთი მაღალი არასდროს ყოფილა: წინა წელთან შედარებით ის 7%-ითაა გაზრდილი და \$37.5 მილიონს შეადგენს.

რედაქტორი: ზაკ ო'მალი გრინბერგი | რეპორტაჟი: კარო ბადეჰნაუზანი, მადელინ ბერგი, დონ ჩიმიელვსკი, ჰილი კუჩინელო, მონიკა მერკური, არიელ შაპირო და ჰლი სორვინო

## 1. ტილორ სვიფტი

\$185 მილიონი მუსიკოსი

## 2. კაილი ჰენერი

\$170 მლნ მედიაციზმურა

## 3. კანიე ვესტი

\$150 მლნ მუსიკოსი

## 4. ლიონელ მესი

\$127 მლნ სპორტსმენი

## 5. ედ შირანი

\$110 მლნ მუსიკოსი

## 6. ქრიშტიანუ რონალდუ

\$109 მლნ სპორტსმენი

## 7. ნეიმარი

\$105 მლნ სპორტსმენი

## 8. THE EAGLES

\$100 მლნ მუსიკოსები

## 9. DR. PHIL

\$95 მლნ მედიაციზმურა

## 10. კანელო ალვარესი

\$94 მლნ სპორტსმენი

## 11. როჯერ ფედერერი

\$93.4 მლნ სპორტსმენი

## 12. ჰოვარდ სტერნი

\$93 მლნ მედიაციზმურა

## 13. ჯ.პ. როულინგი

\$92 მლნ ავტორი



### ტილორ სვიფტი 1-ლი ადგილი

ბოლო 12 თვეში სიმღერების დედოფალმა საკუთარ რეპუტაციას მასიური სტადიონური ტურნე შეჰმატა: 53 კონცერტი, მილიონობით დამსწრე და \$345 მილიონის ტოლფასი მთლიანი შემოსავალი. ამ ყველაფერს მისი ახალი ხელშეკრულებაც ემატება Republic Records-თან, რამაც შეიძლება, \$200 მილიონი მოუტანოს.

## 14. რასელ უილსონი

\$89.5 მლნ სპორტსმენი

## 15. დვინ ჰონსონი

\$89.4 მლნ მსახიობი

## 16. აარონ როჯერსი

\$89.3 მლნ სპორტსმენი

## 17. ლებრონ ჯეიმსი

\$89 მლნ სპორტსმენი

## 18. რაშ ლიმბო

\$87 მლნ მედიაციზმურა

## 19. ელტონ ჯონი

\$84 მლნ მუსიკოსი

20. BEYONCÉ

\$81 მლნ მუსიკოსი

20. JAY-Z

\$81 მლნ მუსიკოსი

22. ელენ დეჟენერესი

\$80.5 მლნ მედიაფიგურა

23. სტივენ კარი

\$79.8 მლნ სპორტსმენი

24. კრის ჰემსუერტი

\$76.4 მლნ მსახიობი

25. DRAKE

\$75 მლნ მუსიკოსი

26. კიმ კარდაშიან ვესტი

\$72 მლნ მედიაფიგურა

27. რაიან სიკრესტი

\$71.5 მლნ მედიაფიგურა

28. ჰიმს კატერსონი

\$70 მლნ ავტორი

28. DIDDY

\$70 მლნ მუსიკოსი

30. METALLICA

\$68.5 მლნ მუსიკოსები

31. რობერტ დაუნი უმცროსი

\$66 მლნ მსახიობი

32. კევინ დიურანტი

\$65.4 მლნ სპორტსმენი

33. აკშია კუმარი

\$65 მლნ მსახიობი

34. ტიგერ ვუდსი

\$63.9 მლნ სპორტსმენი

35. გორდონ რემგი

\$63 მლნ მედიაფიგურა

36. RIHANNA

\$62 მლნ მუსიკოსი

37. დევიდ

კოფერფილდი

\$60 მლნ ილუმინისტი

38. კევინ ჰარტი

\$59 მლნ კომიკოსი

39. ტრევის სკოტი

\$58 მლნ მუსიკოსი

39. ჰეპი ჩანი

\$58 მლნ მსახიობი

41. ჰასტინ ტიმბერლეიკი

\$57.5 მლნ მუსიკოსი

41. კეტი პერი

\$57.5 მლნ მუსიკოსი

43. ადამ სანდლერი

\$57 მლნ მსახიობი

43. PINK

\$57 მლნ მუსიკოსი

43. BTS

\$57 მლნ მუსიკოსები

43. ბრედლი კუპერი

\$57 მლნ მსახიობი

47. სკარლეტ იოჰანსონი

\$56 მლნ მსახიობი

48. ბენ როთლისბერგერი

\$55.5 მლნ სპორტსმენი

49. ენტონი ჰოპსუ

\$55 მლნ სპორტსმენი

49. ხალილ მაკი

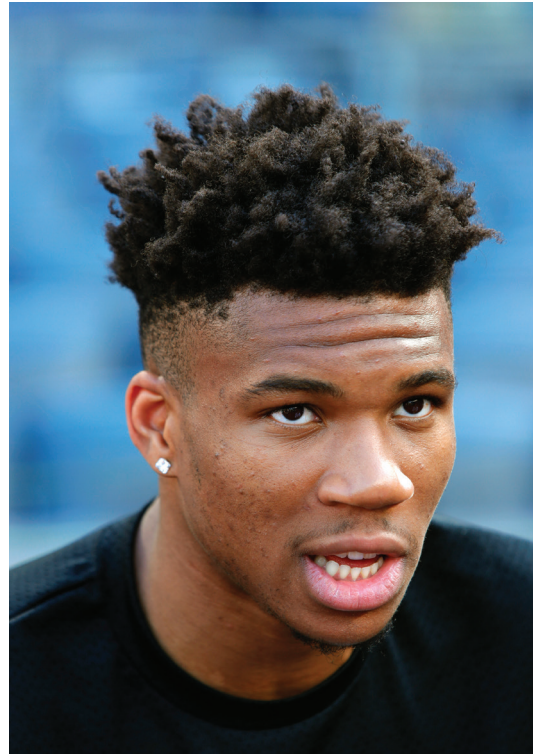
\$55 მლნ სპორტსმენი

49. ლუის ჰამილტონი

\$55 მლნ სპორტსმენი

52. რასელ ვესტბრუკი

\$53.7 მლნ სპორტსმენი



იანის ანთიმოკუნძო 75-ე ადგილი

კალათბურთელმა, რომელსაც The Greek Freak-ი შეარქვეს, NBA-ის ყველაზე ღირებული მოთამაშის გვირგვინი ახლახან დაიდგა და Nike-ის საფირმო ფეხსაცმლის, Zoom Freak 1-ის, მისაღებად ემზადება; ამ ხელშეკრულებით მას წელიწადში \$10 მილიონს გადაუხდიან.

53. ბილი ჰოელი

\$52 მლნ მუსიკოსი

54. ბრუნო მარსი

\$51.5 მლნ მუსიკოსი

55. მაიკ ტრაუტი

\$50.6 მლნ სპორტსმენი

55. ნოვაკ ჯოკოვიჩი

\$50.6 მლნ სპორტსმენი

57. EMINEM

\$50 მლნ მუსიკოსი

57. ჰიმი ბაფეტი

\$50 მლნ მუსიკოსი

59. ჯუდი შეინდლინი

\$49 მლნ მედიაფიგურა

59. FLEETWOOD MAC

\$49 მლნ მუსიკოსები

**61. ფილ მიკელსონი**

\$48.4 მლნ სპორტსმენი

**62. კოლ მაკარტნი**

\$48 მლნ მუსიკოსი

**62. არიანა გრანდე**

\$48 მლნ მუსიკოსი

**64. ჰეიმს ჰარდენი**

\$47.7 მლნ სპორტსმენი

**65. კონორ მაკგრეგორი**

\$47 მლნ სპორტსმენი

**66. დემარკუს ლოურენსი**

\$46.9 მლნ სპორტსმენი

**67. THE CHAINSMOKERS**

\$46 მლნ მუსიკოსები

**67. შონ ჰანიტი**

\$46 მლნ მედიაციონერი

**69. სტივ ჰარვი**

\$45 მლნ მედიაციონერი

**70. ბრაის ჰარპერი**

\$44.5 მლნ სპორტსმენი

**71. GUNS N' ROSES**

\$44 მლნ მუსიკოსები

**72. კრის კოლი**

\$43.8 მლნ სპორტსმენი

**73. კრის ევანსი**

\$43.5 მლნ მსახიობი

**74. კაირი ირვინგი**

\$43.3 მლნ სპორტსმენი

**75. იანის ანტიტოკუნევი**

\$43.2 მლნ სპორტსმენი

**76. ჰენიფერ ლოკისი**

\$43 მლნ მუსიკოსი

**76. სოფია ვერგარა**

\$43 მლნ მსახიობი

**78. ლუკ ბრაიანი**

\$42.5 მლნ მუსიკოსი

**79. დრიუ ბრიჯი**

\$42.4 მლნ სპორტსმენი

**80. საიმონ კოუელი**

\$42 მლნ მედიაციონერი

**81. აარონ დონალდი**

\$41.4 მლნ სპორტსმენი

**82. დემიან ლილარდი**

\$41.1 მლნ სპორტსმენი

**83. ROLLING STONES**

\$41 მლნ მუსიკოსები

**83. კოლ რადი**

\$41 მლნ მსახიობი

**83. ჰერი სეინფილდი**

\$41 მლნ კომიკოსი

**86. სებასტიან ვეიელი**

\$40.3 მლნ სპორტსმენი

**87. DJ KHALED**

\$40 მლნ მუსიკოსი

**87. THE WEEKND**

\$40 მლნ მუსიკოსი

**87. MARSHMELLO**

\$40 მლნ მუსიკოსი

**90. LADY GAGA**

\$39.5 მლნ მუსიკოსი

**91. ბლეიკ გრიფინი**

\$39.1 მლნ სპორტსმენი

**92. რორი მაკილროი**

\$39 მლნ სპორტსმენი

**92. DAVE MATTHEWS BAND**

\$39 მლნ მუსიკოსები

**94. კოლ ჯორჯი**

\$38.6 მლნ სპორტსმენი

**95. ZAC BROWN BAND**

\$38.5 მლნ მუსიკოსები

**95. კენდრიკ ლამარი**

\$38.5 მლნ მუსიკოსი

**95. ქელვინ ჰარისი**

\$38.5 მლნ მუსიკოსი

**98. ბრენდინ ქუკსი**

\$38 მლნ სპორტსმენი

**98. შონ მენდესი**

\$38 მლნ მუსიკოსი

**100. სელინ დიონი**

\$37.5 მლნ მუსიკოსი

კოკილარულ-  
თა 100-ეული  
შესახებ: 2018-ის 1  
ივნისიდან 2019-ის 1  
ივნისის რაოდენობით,  
ჩვენი რეიტინგ-  
ში „კამერებთან  
დაკავშირებული“  
შეზღვევის სპორ-  
ტსმენებს მთელი  
მსოფლიოდაც  
გადასახადებამ-  
დელი შემოსავლის  
მიხედვით აჯა-  
სებს, მენეჯერების,  
აგენტებისა და  
იურიდიკოსების  
გადასახადები  
ქონორტარების  
გამოკლების გარე-  
შე, ჩვენი რეიტინგები  
ივსება IMDB-ის,  
NIELSEN MUSIC-ის,  
NPD BOOKSCAN-ისა  
და POLLSTAR-ის  
მარკინგებს და  
ინტერვიუს შიდა  
სამსახურულ  
ხალხთან.



**კოლ რადი**  
83-ე ადგილი

„შურისმაძიებლებო,“ მოქუჩდით! პოპულარულთა 100-ეულის  
ექვსი მსახიობი წელს Marvel-ის ფილმებში თამაშობდა, მათ  
შორის, პოლ რადი, „ადამიანი-ჭიანჭველას“ რანგში. აქვე  
სპოილერები! „შურისმაძიებლები: დასასრულის“ რამდენიმე  
ფატალური ფინალის შემდეგ ეს, შესაძლოა, ბოლო შემთხვევა  
იყოს, როცა ამდენი სუპერგმირი იყრობს რეიტინგს.

# 100,000 ლარზე მაღალი წლიური ხელფასი საქართველოში მოსახლეობის მხოლოდ 0.21%-ს აქვს

## 2018 წელს საქართველოში ოფიციალური

ხელფასების სახით 13,4 მილიარდი ლარი გაიყა, რაც 1,13 მილიონ ადამიანზე განაწილდა. ეს თანხა დოლარებში \$4.9 მილიარდს შეადგენს და დაახლოებით იმდენივეა, რასაც Facebook-ი საკუთარი თანამშრომლების ანაზღაურებაზე ხარჯავს.

თუ თქვენი წლიური ხელფასი 100,000 ლარს აჭარბებს, ესე იგი თქვენ ქვეყნის ყველაზე შემოსავლიანთა ტოპ 1%-ის წევრი ხართ. საქართველოს შემოსავლების სამსახურის მონაცემებით, ამაზე უფრო დიდი წლიური ხელფასი 2018 წელს სულ 7,821 ადამიანმა აიღო, მათი ხელფასის საშუალო მოცულობა კი 285,000 ლარს, ანუ თვეში 23,750 ლარს შეადგენდა.

ეს თანხა დოლარებში \$99,000-ს, თვეში კი \$8,250 დოლარს უდრის.

შედარებისთვის, ამერიკის შეერთებულ შტატებში ადამიანი, რომელიც შემოსავლებით საქართველოს ტოპ 1%-ს მიეკუთვნება, ანალოგიური ხელფასის პირობებში არა ტოპ 1%-ის, არამედ ტოპ 20%-ის წევრი იქნებოდა. ყველაზე შემოსავლიანი 1%-ის მისაღწევად კი ამერიკაში წლიურად მინიმუმ \$450,000-ის ხელფასია აუცილებელი (თვეში \$37,500).

საქართველოში კი ტოპ 5%-ში შესასვლელად წლიურად 40,000 ლარზე მაღალი ხელფასის ქონაა საჭირო.

როგორც გრაფიკიდან ჩანს, მოსახლეობის უდიდესი ნაწილის შემოსავალი არა ოფიციალური საშუალო ხელფასის გარშემო არის კონცენტრირებული, არამედ ძირითადად თავმოყრილია გრაფიკის მარცხენა კიდეში, სადაც უკიდურესად დაბალი შემოსავლებია.

ეს სტატისტიკა კიდევ ერთ რამეზე მეტყველებს - ეს ქვეყანაში რეალური საშუალო ფენის არარსებობაა.

„საშუალო ფენა“, მისი შედარებით ფართო განმარტების მიხედვით, არის მოსახლეობის ნაწილი, რომელიც მოქცეულია ყველაზე ღარიბ 20%-სა და ყველაზე მდიდარ 20%-ს შორის. ეს პირობითად უნდა იყოს მოსახლეობის დაახლოებით 40%, რომლის შემოსავალიც არის საშუალო. თავად ამ ფენის დახასიათებიდან გამომდინარე, ეს უნდა იყოს ჯგუფი, რომელიც არ არის მოწყვლადი, არ უნდა სჭირდებოდეს სახელმწიფო სოციალური შემწეობა, უნდა ჰქონდეს გარკვეული და-

ნაზოგი, ხოლო მისი ხარჯები არ უნდა იყოს მუდმივად სეკვესტრირებული.

საქართველოს შემთხვევაში კი ასეთი ერთიანი და ჰომოგენური ჯგუფი არ არსებობს. ის ნაწილი, საშუალო ფენას რომ უნდა წარმოადგენდეს, უმეტესად თავმოყრილია ისეთი შემოსავლების ჯგუფებში, რომლებიც ახლოს არიან უღარიბეს 20%-თან.

ამის დანახვა ოფიციალური „საშუალო ხელფასითაც“ არის შესაძლებელი. საქსტატის ცნობით, 2018 წლის მდგომარეობით, საქართველოში საშუალო ხელფასი 1124 ლარია. ეს რიცხვი მოსახლეობის რეალური შემოსავლებისგან აცდენილია, რადგანაც ის მხოლოდ ყველა დასაქმებულის მიერ აღებული ხელფასის საშუალო არითმეტიკულს წარმოადგენს.

საშუალო არითმეტიკულის მეთოდით დათვლილი საშუალო ხელფასი იმ შემთხვევაში იქნებოდა არსებული სურათის ამსახველი, თუ მოსახლეობის ყველაზე დიდ ნაწილს მართლაც ექნებოდა დაახლოებით 1124 ლარის ხელფასი.

თუმცა, როგორც სტატისტიკა აჩვენებს, მოსახლეობის თითქმის 3/4-ის შემოსავალი საშუალო ხელფასზე ნაკლებია. მონაცემთა ბაზებში, სადაც საშუალო არითმეტიკული საკმაოდ აცდენილია რიცხვების იმ პოპულაციისგან, რომელიც ეს ბაზა ძირითადად არის დაკომპლექტებული, „საშუალო“ მაჩვენებელს, საშუალო არითმეტიკულთან შედარებით ამ ბაზის მათემატიკური მედიანა აჩვენებს. საქართველოში გაცემული ხელფასების მედიანა 2018 წლის მდგომარეობით, დაახლოებით 600 ლარია.

რაც შეეხება საშუალო ფენას და იმ შინაარსს, რასაც ეს ტერმინი დასავლურ ქვეყნებში ატარებს, ამ ტერმინის მსყიდველობითი გაგებით, ის საქართველოში არა საშუალოს, არამედ შემოსავლების ზედა ჯგუფებს უფრო მიესადაგება.

შემოსავლების სამსახურიდან გამოთხოვილი მონაცემები კიდევ ერთი რამის შესახებ მეტყველებს - ეს არაფორმალური დასაქმებაა.

სახელმწიფოს ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით, დასაქმებულად ითვლება 1.69 მილიონი ადამიანი. შემოსავლების სამსახურის მონაცემებით კი გა-

სულ წელს ხელფასი 1.13 მილიონ ადამიანს ჰქონდა. შესაბამისად, ნახევარი მილიონი ადამიანი, ოფიციალურად დასაქმებულად რომ ითვლება, რეალურად ცხოვრობს ისე, რომ წლის განმავლობაში ოფიციალურად არც ერთი თეთრის შემოსავალი არა აქვს. ამის მიზეზი კი არის ის, რომ ქვეყანაში არაფორმალური სექტორის მასშტაბები კვლავ დიდია.

ეკონომიკაში თვითდასაქმების ასეთი მარვენებელი საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთი მთავარი სისტემური გამოწვევაა.

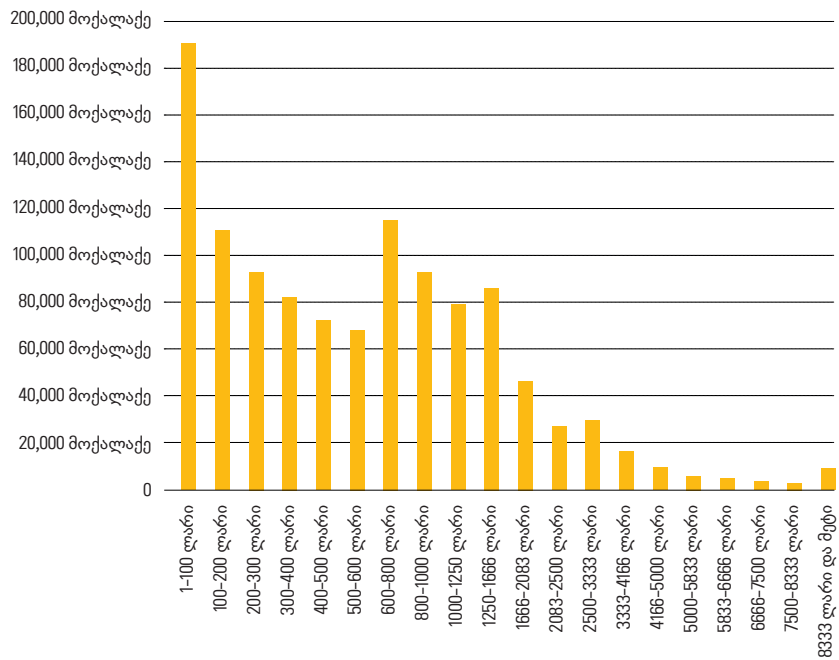
თვითდასაქმებულებს შორის დაახლოებით 80% სოფლად მცხოვრები შრომისუნარიანი მოსახლეობაა, მათ სტატისტიკა დასაქმებულებად მხოლოდ იმდენად აღრიცხავს, რომ ისინი საკუთარ ნაკვეთებში მოსავლის მიღების მიზნით მუშაობენ. მათ შესაძლოა ნატურის (მოყვანილი პროდუქციის) გარდა არანაირი ფინანსური შემოსავალი არ ჰქონდეთ, მაგრამ ისინი მაინც დასაქმებულებად ითვლებიან.

შემოსავლების სამსახურის სტატისტიკის მიხედვით, საქართველოში არაფორმალური სექტორის შემცირება დაბალი ტემპით ხდება. 2009-2012 წლებში მათი რაოდენობა, ვისაც შემოსავალი 760 ათასიდან აქვს, 1.1 მილიონამდე გაიზარდა, 2012-2018 წლებში კი რეგისტრირებული შემოსავლების მქონე პირთა რაოდენობა მცირდებოდა. მაგალითად, 2015 წელს ოფიციალური ხელფასის საფუძველზე დასაქმებულთა რაოდენობა 20 ათასით დაეცა, 2018 წელს კი შემცირებამ 55 ათასი შეადგინა.

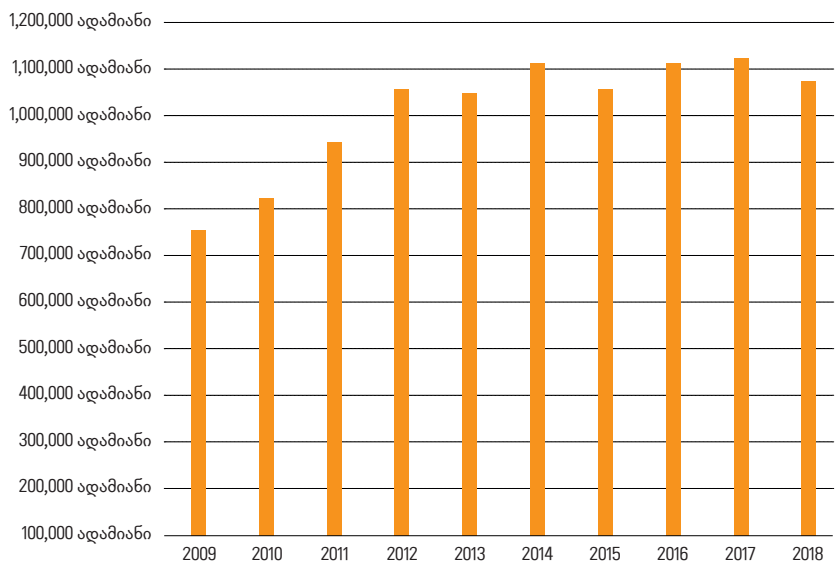
## როგორ შეიცვალა მოსახლეობის შემოსავლები 2009-2018 წლებში

2009 წლიდან დღემდე მოსახლეობის შემოსავლების გადანაწილებაში დადებითი ტენდენციები შეიმჩნევა. პირველ რიგში მნიშვნელოვანია გარემოება, რომ გაზრდილია მათი რაოდენობა, ვინც დეკლარირებულ შემოსავალს იღებს. ამავდროულად

ყველთვიური შემოსავლების ჯგუფები 2018 წლის მდგომარეობით



მოსახლეობა, ვისაც რეგისტრირებული შემოსავალი აქვს 2009 -2018 წლებში



ჩანს, რომ ყველაზე დაბალი შემოსავლების ჯგუფიდან მოსახლეობის გადანაცვლება მოხდა შედარებით მაღალ (600-800 ლარის) საშემოსავლო ჯგუფებში. ასეთივე წანაცვლება შეიმჩნევა უფრო მაღალ საშე-

მოსავლო ჯგუფებშიც. ამ ზრდის მიუხედავად, კვლავ პრობლემად რჩება ფაქტი, რომ ლეგალურ სამუშაო ბაზარს ახალი მონაწილეები საკმაოდ დაბალი ტემპით უერთდებიან. <sup>F</sup>

# საქართველოს ნომერ პირველი პრობლემის – უმუშევრობის დაძლევის პერსპექტივა



**საქართველოს მოსახლეობა ყველა-ზე** დიდ პრობლემად უმუშევრობას მიიჩნევს. მოსახლეობის დაახლოებით 60% თავს უმუშევრად თვლის. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატი) მიხედვით კი უმუშევრობის დონე 12.7%-ია. ადამიანები უფრო მარტივად თვლიან თავს უმუშევრად, ვიდრე ამას საქსტატის ოფიციალური მეთოდოლოგია ადგენს.

ოფიციალური მეთოდოლოგიის მიხედვით, უმუშევრად ითვლება 15 წლისა და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც არ მუშაობდა (ერთ საათსაც კი) გამოკითხვის მომენტის წინა შვიდი დღის განმავლობაში და აქტიურად ეძებდა სამუშაოს ბოლო ერთი თვის განმავლობაში. შესაბამისად, სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულები, რეპეტიტორები, ტაქსის მძღოლები, საცალო ვაჭრობით დაკავებული ფიზიკური პირები და ა.შ. თუ გამოკითხვის მომენტის წინა შვიდი დღის განმავლობაში ერთ საათს მაინც მუშაობდნენ შემოსავლის (ხელფასის, ნატურალური შემოსავლის, მოგებისა და ა.შ.) მიღების მიზნით, საქსტატის მეთოდოლოგიის თანახმად, დასაქმებულად ითვლებიან.

შესაძლოა ადამიანს ერთი საათიც არ უმუშავია ბოლო ერთ კვირაში, მაგრამ მაინც არ ჩაითვალოს უმუშევრად, რადგან სამსახურს არ ეძებს. თუ სახლში ზის და ელოდება, როდის დაასაქმებენ ვინმე, ან ფული ისედაც აქვს და მუშაობა არ უნდა - ამ კატეგორიის ადამიანები უმუშევრად არ ითვლებიან.

ამიტომ არის, რომ გამოკითხული 1000 ადამიანიდან დაახლოებით 600 ამბობს, უმუშევარი ვარო, ხოლო საქსტატის მონაცემებით, ამ 600-დან რეალურად 127 ადამიანია უმუშევარი.

2018 წლის ბოლოს საქართველოში 3.7 მილიონი ადამიანი ცხოვრობდა. მათგან 15 წლის და მეტი ასაკის იყო დაახლოებით 3 მილიონი. ამ 3 მილიონიდან 1.7 მილიონი დასაქმებული იყო, ხოლო 246 ათასი - უმუშევარი. დარჩა კიდევ მილიონ კაცზე

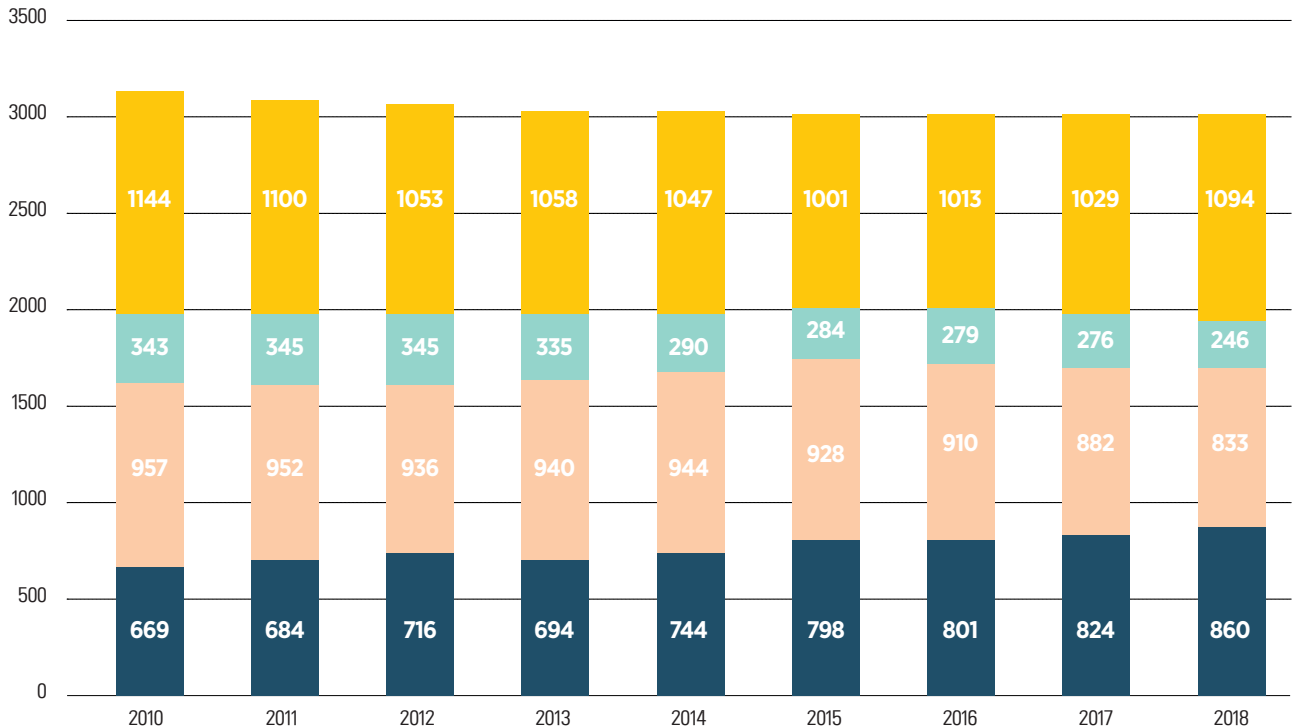
მეტი, რომელთაც 15 და მეტი წელი შეუსრულდათ, ანუ სამუშაო ასაკს მიაღწიეს, მაგრამ არც დასაქმებულები არიან და არც უმუშევრები. ეს მილიონი კაცი მოიცავს ისეთ ადამიანებს, რომლებსაც ჯანმრთელობის ან სხვა გარემოების გამო არ შეუძლიათ მუშაობა (მაგალითად, პატიმრები) ან თავიანთი ნებით არ ეძებენ სამსახურს. მათ შორის, ნახევარი მილიონი 15-19 წლისა და საპენსიო ასაკის ადამიანები არიან, რომლებიც ობიექტური მიზეზების გამო არ არიან დაინტერესებული მუშაობით. მეორე ნახევარი მილიონი კი ან დიასახლისია და ე.წ. ოჯახის საქმეებით არის დაკავებული, ან აღარ აქვს იმედი, რომ სამსახურს იშოვოს, აღარც ეძებს, ან უბრალოდ არ უნდა მუშაობა, საიდანაც ისედაც აქვს ფული.

ახლა დაგვბრუნდეთ დასაქმებულ 1.7 მილიონ ადამიანს. მათ შორის ორი კატეგორიის დასაქმებულებია: დაქირავებით დასაქმებულები და თვითდასაქმებულები. სწორედ თვითდასაქმებულების ნაწილია ის ხალხი, ვინც ამბობს, რომ უმუშევარია. 2018 წლის ბოლოს 860 ათასი ადამიანი იყო დაქირავებით დასაქმებული, ანუ იღებდა შრომის ანაზღაურებას და 833 ათასი იყო თვითდასაქმებული, სამსახური არ ჰქონდათ, მაგრამ ინდივიდუალურად შრომობდნენ. ასეთი ტიპის დასაქმებულებს მიეკუთვნებიან ზემოთ ნახსენები სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულები, რეპეტიტორები, ტაქსის მძღოლები, საცალო ვაჭრობით დაკავებული ფიზიკური პირები და ა.შ. ეს ადამიანები სასურველი სამსახურის პოვნამდე სხვადასხვა გზით ცდილობენ შემოსავლის მიღებას.

შესაბამისად, როდესაც საქართველოში ჩნდება ახალი სამუშაო ადგილები (ე.წ. ხელფასიანი სამსახური), არ ნიშნავს, რომ ამ ადგილებს აუცილებლად ოფიციალური გაგებით უმუშევრები დაიკავებენ. თეორიულად შესაძლოა, ახალი სამუშაო ადგილები თვითდასაქმებულებმა სრულად



## სამუშაო ასაკის მქონე მოსახლეობის განაწილება ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით, ათასებში



წყარო: საქსტატი

■ დაქირავებული    ■ თვითდასაქმებული    ■ უმუშევარი    ■ მოსახლეობა სამუშაო ძალის გარეთ

შეავსონ და უმუშევართა რაოდენობა არ შემცირდეს.

2012 წელთან შედარებით 2018 წელს დასაქმებულთა რაოდენობა 35 ათასით არის გაზრდილი, რაც 6-წლიანი პერიოდისთვის საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია. თუმცა, თუ ვნახავთ რეალურად, ანუ დაქირავებით დასაქმებულებს, მათი რაოდენობა 144 ათასით არის გაზრდილი, ხოლო თვითდასაქმებულების რაოდენობა 103 ათასით არის შემცირებული. უმუშევართა რაოდენობა 99 ათასით შემცირდა, მაგრამ ამავე დროს

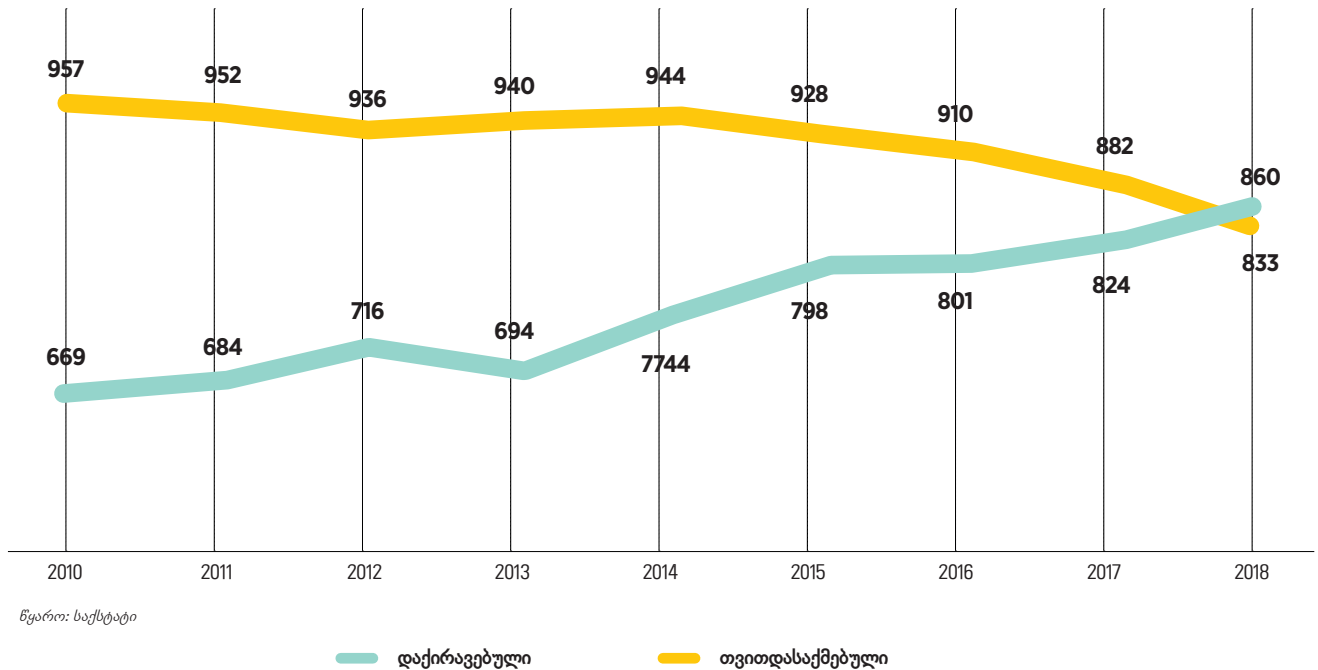
42 ათასით გაიზარდა სამუშაო ძალის გარეთ მოსახლეობის რაოდენობა ანუ, მაღალი ალბათობით, უმუშევართა ნაწილმა მუშაობა კი არ დაიწყო, არამედ სამსახურის ძებნას თავი დაანება, სამუშაო ძალიდან გავიდა.

საქსტატის ოფიციალური სტატისტიკა რომ გადავთარგმნოთ რიგითი მოქალაქის აღქმის მიხედვით, მივიღებთ, რომ საქართველოში გვეყავს დაახლოებით 1.5 მილიონი ადამიანი, რომელთაც სამსახური უნდათ. 2014-2018 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა წელიწადად საშუალოდ 33 ათასით იზრდებოდა. პრობლემაც სწორედ ამაშია: ყოველწელიწად 33 ათასი კაცის დასაქმებით, 1.5 მილიონი ადამიანის დასაქმებას 45 წელი დასჭირდება.

უმუშევრობა სამი გზით შეიძლება შემცირდეს: 1. ეკონომიკის ზრდა. საქონლისა და მომსახურების გაზრდილ წარმოებას დასჭირდება მეტი სამუშაო ძალა; 2. სამუშაო ძალის ექსპორტი. საქართველოს მოქალაქეებმა მუშაობა დაიწყონ სხვა ქვეყნებში; 3. შრომის ბაზრის ლიბერალიზაცია. დამსაქმებელს

წელიწადად საშუალოდ 33 ათასით იზრდებოდა. პრობლემაც სწორედ ამაშია: ყოველწელიწად 33 ათასი კაცის დასაქმებით, 1.5 მილიონი ადამიანის დასაქმებას 45 წელი დასჭირდება. უმუშევრობა სამი გზით შეიძლება შემცირდეს: 1. ეკონომიკის ზრდა. საქონლისა და მომსახურების გაზრდილ წარმოებას დასჭირდება მეტი სამუშაო ძალა; 2. სამუშაო ძალის ექსპორტი. საქართველოს მოქალაქეებმა მუშაობა დაიწყონ სხვა ქვეყნებში; 3. შრომის ბაზრის ლიბერალიზაცია. დამსაქმებელს

## დასაქმებულების განაწილება დაქირავებით დასაქმებულებისა და თვითდასაქმებულების მიხედვით, ათასებში

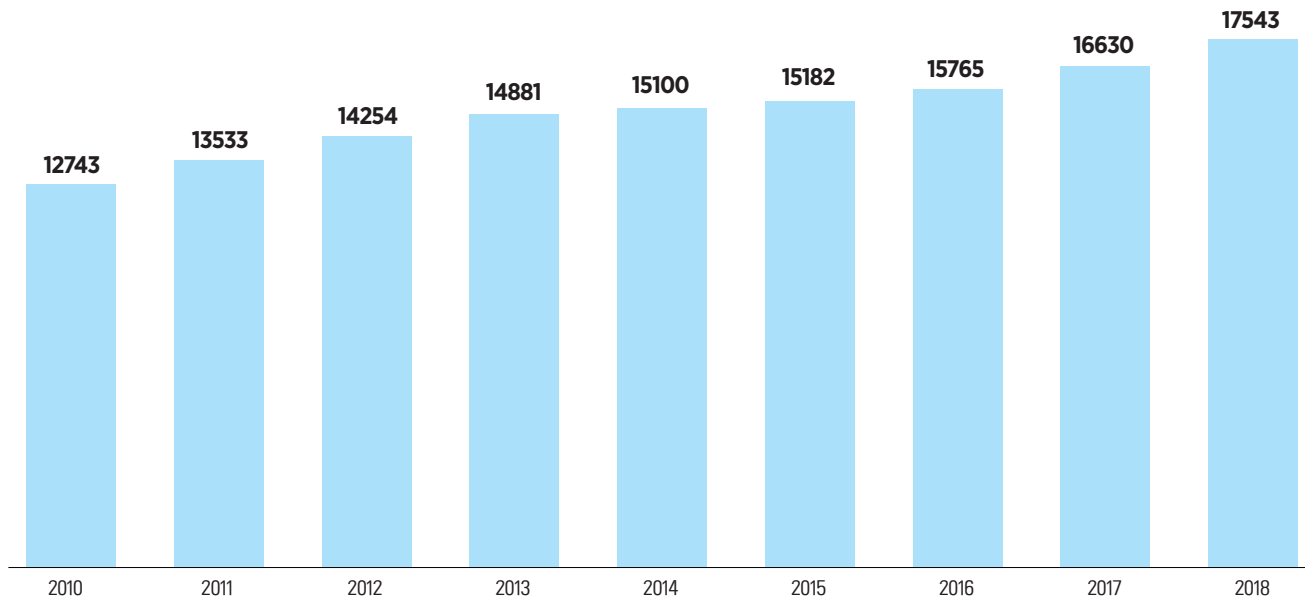


მოეხსნას ბარიერები. საქართველოს შრომის ბაზარი მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე ლიბერალურია: არ არის დაწესებული მინიმალური ხელფასის საავტორო ბედი, იოლია სამუშაოზე აყვანა, არ არის უმუშევრების დახმარება, სამუშაო საათების მაქსიმალური რაოდენობა განსაზღვრულია, მაგრამ არ კონტროლდება. ეს სიტუაცია ბევრჯერ გამხდარა ადამიანის უფლებათა დამცველი ორგანიზაციების მხრიდან კრიტიკის საგანი, მაგრამ წმინდა ეკონომიკური თვალსაზრისით და დასაქმების მაჩვენებლის ამაღლებისათვის რეგულაციებისგან თავისუფალი შრომის ბაზარი უკეთესია. ბევრი ევროპული ქვეყნისთვის შრომის ბაზრის ლიბერალიზაცია ერთ-ერთი გზაა უმუშევრობის შესამცირებლად, საქართველოში კი მეტი ლიბერალიზება ფაქტობრივად შეუძლებელია და დასაქ-

მების ზრდის მხრივ მნიშვნელოვანი გავლენა არ ექნება. საქართველოში უმუშევრობას ორი მნიშვნელოვანი მიზეზი აქვს: მცირე ეკონომიკა და სამუშაო ძალის არასასურველი კვალიფიკაცია. დღეისათვის ფიზიკურად არ არსებობს საქართველოში იმდენი სამუშაო ადგილი, რამდენი სამუშაოს მსურველიც არის გარკვეული ხელფასის სანაცვლოდ. შესაბამისად, მოკლევადიან თუ გრძელვადიან პერიოდში, უმუშევრობის შემცირების ერთადერთი გზა საქართველოს ეკონომიკის ზრდა და, აქედან გამომდინარე, სამუშაო ადგილების მატებაა. საქართველოში საშუალო და უმაღლესი განათლების არასასურველი ხარისხის გამო პრობლემაა საშუალო და მაღალკვალიფიციური კადრების მოძიება. ასიათასობით უმუშევარს არა აქვს ის კვალიფიკაცია და ცოდნა, რაც ხშირად ამა თუ იმ ვაკან-

სიის დასაკავებლად საჭირო. მთავრობას არ შეუძლია უმუშევრობის პრობლემა საჯარო სექტორში დასაქმების ზრდით გადაჭრას, ეს მხოლოდ ბიუროკრატიული ხარჯების ზრდას გამოიწვევს და ისევ ეკონომიკას დააწვება ტვირთად, რაც ნიშნავს, რომ სახელმწიფო სექტორში დასაქმების ზრდის გამო კერძო სექტორში დასაქმებულები სამუშაო ადგილებს დაკარგავენ. პოლიტიკოსების დაპირება უმუშევრობის შემცირებასთან დაკავშირებით, გააზრებულად თუ გაუაზრებულად, მაღალი ეკონომიკური ზრდის მიღწევას გულისხმობს მომავალი რამდენიმე წლის განმავლობაში. უმუშევრობის პრობლემის სრულად გადაჭრა შეუძლებელია, ხოლო მნიშვნელოვნად შემცირება შესაძლებელია, ოღონდ არა მყისიერად ან 1-2 წელიწადში. მსოფლიოს უმდიდრეს

## ერთი დასაქმებული ადამიანის წილი საქართველოს ეკონომიკაში (მშპ 2010 წლის ფასებში), ლარებში



წყარო: საქსტატი

ქვეყნებშიც კი (მაგალითად, იაპონია, სინგაპური, გერმანია) მოსახლეობის 2-3% უმუშევარია. ეს მოსახლეობის ის ნაწილია, რომელიც უკეთ ანაზღაურებად სამსახურს ან მისი პროფესიის შესაფერის სამსახურს ეძებს.

ასევე არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ დღეს უმუშევრობის შემცირებას გარკვეულწილად ტექნოლოგიური პროგრესიც აწვდის. ხელთ შრომა სულ უფრო ნაცვლდება ტექნიკით, კომპიუტერებით. მაგალითად, ფულის ჩასარიცხვა აპარატებმა გააქრო ათასობით მოლარისა და ოპერატორის სამუშაო ადგილი. დიდ ქარხნებსაც კი აღარ სჭირდებათ ათათასობით თანამშრომელი. თავის მხრივ, ახალი ტექნოლოგიების შექმნა აჩენს ახალ სამუშაო ადგილებს, მაგრამ ეს ხდება თანამედროვე ტექნიკა-ტექნოლოგიების მწარმოებელ და არა მომხმარებელ ქვეყნებში.

თუ ვნახავთ შრომის პროდუქტიულობას, ასეთი სურათია: 2010 წელს ერთი დასაქმებული საქართველოს ეკონომიკაში ქმნიდა 12 700 ლარის დამატებულ ღირებულებას, 2018 წელს კი 17 500 ლარისას (2010 წლის ფასებში, ანუ ინფლაციის ეფექტის გარეშე). ეს ნიშნავს, რომ შრომის პროდუქტიულობა 38%-ით გაიზარდა, რომ არ გაზრდილიყო, 2018 წელს ეკონომიკას 2010 წელთან შედარებით 38%-ით მეტი დასაქმებული დასჭირდებოდა, რეალურად კი 4.1%-ით მეტი დასჭირდა. თუ დასაქმებულებს თვითდასაქმებულებს გამოვაკლებთ, გამოვა, რომ ამავე პერიოდში დაქირავებით დასაქმებულების რაოდენობა 29%-ით გაიზარდა. ეს ნიშნავს, რომ ახალი სამუშაო ადგილები გარკვეულ კვალიფიკაციასა და ცოდნას მოითხოვს და ამცირებს თვითდასაქმებულების საჭიროებას.

2018 წელს დაქირავებით დასაქმებულის ერთ ერთეულ ზრდაზე საქართველოს მშპ-ის ზრდიდან დაახლოებით 37 ათასი ლარი მოდის. ამ თანაფარდობით 2019 წლისთვის მოსალოდნელი 4.5%-იანი ეკონომიკური ზრდა დაახლოებით 36 ათას სამუშაო ადგილს შექმნის, რაც ცოტა არ არის, მაგრამ თუ გავიხსნებთ, რომ 1.5 მილიონი ადამიანი ელოდება რეალურ სამსახურს, დასაქმების ზრდის გაცილებით სწრაფი ტემპი გვჭირდება. აქვე არ უნდა დაგვავიწყდეს ტექნოლოგიური პროგრესისა და შრომის პროდუქტიულობის ზრდის გავლენა. აღნიშნული შემთავისებელი ეფექტების გათვალისწინებით, საქართველოს მინიმუმ 7%-იანი ეკონომიკური ზრდა სჭირდება, რომ ყოველწლიურად დამატებითი 50 ათასი სამუშაო ადგილი შექმნას და მოსახლეობამ უმუშევრობის დამცვეს რეალური შედეგები დაინახოს. **F**

# 2020 წელს დაგეგმილი დღგ-ის მნიშვნელოვანი ცვლილებების პირველადი ანალიზი

როგორც უკვე ცნობილია, 2020 წლიდან საქართველოს საგადასახადო კოდექსში იგეგმება დამატებული ღირებულების გადასახადის (დღგ) მთლიანი კარის ცვლილება. ეს ცვლილება უმნიშვნელოვანესია თავისი მასშტაბიდან გამომდინარე და იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტში საგადასახადო შემოსავლების მთლიანი რაოდენობიდან დღგ-ზე ყველაზე მეტი წილი მოდის. ჩვენ მიერ იდენტიფიცირებულ იქნა მინიმუმ 40 მოსალოდნელი ცვლილება, ამ სტატიაში კი გაგაცნობთ მათგან რამდენიმე ყველაზე მნიშვნელოვანს პირველად ანალიზს და მათ სავარაუდო შედეგს ბიზნესის კონკრეტული დარგებისთვის, მანამდე კი მოკლედ განვიხილოთ ასეთი ცვლილებების გამომწვევი მიზეზები.



## ცვლილებების მთავარი მიზეზი ის არის,

რომ საქართველოსა და ევროკავშირს შორის 2014 წლის 27 ივნისს გაფორმებული ასოცირების შეთანხმების დანართი XXII-ის შესაბამისად: „საქართველო იღებს ვალდებულებას, განსაზღვრულ ვადებში ეტაპობრივად დაუახლოოს თავისი კანონმდებლობა ევროკავშირის კანონმდებლობასა და საერთაშორისო სამართლებრივ ინსტრუმენტებს...“ დაახლოება კი უნდა მოხდეს (კონკრეტული, ჩამოთვლილი მუხლების ნაწილში) „2006 წლის 28 ნოემბრის (ევროკავშირის) საბჭოს 2006/112/EC დირექტივასთან, დამატებული ღირებულების გადასახადის (დღგ) საერთო სისტემის შესახებ“. შესაბამისად, ჩვენს ქვეყანას ევროკავშირის წინაშე აღებული აქვს ვალდებულება დღგ-ის ქართული კანონმდებლობის ევროკავშირის დღგ-ის წესებთან დაახლოებასთან დაკავშირებით.

ასეთი დაახლოების მიზეზი კი ის არის, რომ ევროკავშირი ერთიანი სავაჭროს სივრცეა და მისი წევრი ქვეყნების ძირეულ კანონმდებლობებს შორის განსხვავებამ ხელი არ უნდა შეუშალოს ამ ერთიანი სივრცის არსებობას. ერთიანი სივრცე ვერ იარსებებდა წევრი ქვეყნების რიგი კანონმდებლობების ჰარმონიზების გარეშე. მაგალითად, წევრი ქვეყნების დღგ-ით დაბეგვრის რეჟიმებს შორის განსხვავებას შესაძლოა

გამოეწვია ევროკავშირის რეზიდენტი კომპანიების ორჯერ დაბეგვრა ერთსა და იმავე ოპერაციებზე, რაც დამაბრკოლებელი ფაქტორი იქნებოდა თავისუფალი სივრცის არსებობისთვის. ამიტომ საქართველოსთვის, როგორც ევროპული ოჯახის მომავალი წევრი ქვეყნისთვის, ევროკავშირში გაწევრიანებისთვის მოსაზრებულ გზაზე მრავალ ფაქტორს შორის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი არის ჩვენი რიგი კანონმდებლობების მაქსიმალურად მიმსგავსება ევროკავშირის კანონმდებლობასთან.

## რაც შეეხება ცვლილებებს:

ამ სტატიაში გაანალიზებული იქნება ათი ძალიან მნიშვნელოვანი საგადასახადო ცვლილება და მათი სავარაუდო ეფექტი ბიზნესის კონკრეტულ დარგებზე:

1. საქართველოს ტერიტორიაზე გაწეული მომსახურების განმარტების ახალი ფორმულირება. (შეეხება ბიზნესის ყველა დარგს როგორც დადებითად, ასევე უარყოფითად);
2. საკუთარი ძირითადი საშუალების გარემონტება 2020 წლიდან ზოგ შემთხვევაში დღგ-ით დაიბეგრება. (დამამძიმებელი ცვლილებაა და უმეტესად შეეხება

ისეთ კომპანიებს, რომლებიც ჩათვლის უფლების გარეშე გათავისუფლებულები არიან დღგ-სგან. მაგალითად, საფინანსო, სადაზღვევო, საგანმანათლებლო, სამედიცინო სფეროები);

3. აქტივის გადაყიდვა, რომლის შესყიდვაზე დღგ არ იყო ჩათვლილი, აღარ დაიბეგრება დღგ-ით. (დადებითად იმოქმედებს იმავე სფეროებზე, რომლებიც ზემოთ, #2 ცვლილებაში ჩამოვთვალეთ);

4. საკუთარი ძალებით აშენებული შენობა-ნაგებობის ბიზნესსაქმიანობაში გამოყენება ყველასთვის აღარ იქნება დღგ-ით დასაბეგრი ოპერაცია. (დადებითად შეეხება ისეთ სფეროებს, რომლებიც უმეტესად არ არიან გათავისუფლებული დღგ-სგან ჩათვლის უფლების გარეშე, მაგალითად, სავაჭრო, სამშენებლო, სადისტრიბუციო, საწარმოო, საკონსულტაციო ბიზნესებს და ა.შ.);

5. 50 ლარამდე ღირებულების საქონლის მიწოდება აღარ დაიბეგრება დღგ-ით. ასევე, საქონლის უსასყიდლო მიწოდება ბევრად უფრო იშვიათად დაიბეგრება. (დადებითად შეეხება ბიზნესის ყველა დარგს, განსაკუთრებით - სავაჭრო და სადისტრიბუციო კომპანიებს);

6. „ტუროპერატორის“ განმარტების შემოღება. (უარყოფითი ცვლილებაა ტურისტული სააგენტოებისთვის);

7. დეველოპერების მიერ ბინის მიწოდების დაბეგვრის მომენტის განსაზღვრა (შესაძლებელია, რომ დადებით ცვლილებად ჩაითვალოს სამშენებლო დეველოპერული კომპანიებისთვის);

8. რეგულარული და უწყვეტი მომსახურებისთვის გადახდილი ავანსები 2020 წლიდან დაიბეგრება. (დამამძიმებელი ცვლილებაა საიჯარო, დაცვისა და სხვა ისეთი ბიზნესსფეროებისთვის, რომლებიც უწყვეტ ან/და რეგულარულ მომსახურებას

რებას ეწევიან);

9. მომსახურების უსასყიდლოდ გაწევა ყველა შემთხვევაში აღარ დაიბეგრება დღგ-ით. (დადებითად შეეხება ბიზნესის ყველა დარგს);

10. დაბეგვრის მომენტის ცვლილება, როცა კონტრაქტი წლიდან წელში გადადის. (დამამძიმებელია როგორც ფისკალური, ასევე ადმინისტრირების თვალსაზრისით და უმეტესად შეეხება ისეთ ბიზნესებს, რომლებიც ხანგრძლივი ვადის კონტრაქტებით ხასიათდებიან).

1) ჰარმონიზების კუთხით ყველაზე მნიშვნელოვან ცვლილებად შესაძლოა ჩაითვალოს მუხლის - „მომსახურების გაწევის ადგილი“ - განსხვავებულად ფორმულირება. ეს მუხლი ჰარმონიზების კუთხით ყველაზე მნიშვნელოვანი იქიდან გამომდინარეა, რომ კონკრეტულ ქვეყანაში დღგ-ით იბეგრება მხოლოდ ისეთი მომსახურება, რომელიც ითვლება, რომ ამ ქვეყნის ტერიტორიაზე არის გაწეული. შესაბამისად, ამ მუხლის ევროკავშირის პრინციპებისგან განსხვავებულად ფორმულირების შემთხვევაში, შესაძლოა დამდგარიყო ისეთი სიტუაციები, როდესაც ერთსა და იმავე ოპერაციასთან დაკავშირებით ორივე, საქართველო და ევროკავშირის სხვა წევრი ქვეყანა მიიჩნევს, რომ ეს ოპერაცია მათ ტერიტორიაზე განხორციელდა, შედეგად, ორივე განიხილავს ამ ოპერაციას მათ ქვეყანაში დღგ-ით დაბეგვრის ობიექტად. რაც საბოლოოდ გამოიწვევდა ორმაგად დაბეგვრას და თავისუფალი სავაჭრო სივრცის არსებობისთვის დამატებითი ბარიერების შექმნას.

ახალი რედაქციით, მომსახურების გაწევის ადგილის ძირითადი წესი (რომელიც გარკვეულწილად ზუსტდება ამავე მუხლის სპეციალური წესებით) არის შემდეგი: თუ მომსახურება გაწეულ იქნა არამეწარმე ფიზიკური პირისთვის, მაშინ მომსახურების გაწევის ადგილად ითვლება მომსახურების გამწევის ადგილმდებარეობა. სხვა

შემთხვევაში - მომსახურების გაწევის ადგილია მომსახურების მიმღების ადგილმდებარეობა.

ეს წესი 2020 წლამდე არსებულ რედაქციასთან შედარებით, ზრდის დაბეგვრის ალბათობას უკუდაბეგვრის დღგ-ით, როცა არარეზიდენტი პირი საქართველოს რეზიდენტ დასაბეგრი პირს უწევს მომსახურებას. ხოლო ამცირებს დღგ-ით დასაბეგრი ოპერაციების რაოდენობას, როცა საქართველოს რეზიდენტი მომსახურებას უწევს არარეზიდენტს. კერძოდ, უმეტეს შემთხვევაში, თუ ქართული კომპანია მომსახურებას უწევს უცხოურ კომპანიას, ასეთი მომსახურება არ დაიბეგრება დღგ-ით (თან ჩათვლის მიღების უფლება შენარჩუნდება). ამასთან ერთად, მიუხედავად ზემოთ აღწერილი ზოგადი წესისა, ამავე მუხლის მე-14 ნაწილში ჩამოთვლილია მომსახურების სახეები, რომელთა არამეწარმე ფიზიკური პირისთვის გაწევის შემთხვევაში, მომსახურების გაწევის ადგილი მაინც არის მომსახურების მიმღების (და არა გამწევის) მუდმივი ადგილსამყოფელი. ეს მომსახურებებია: საკონსულტაციო, იურიდიული, ელექტრონულად გაწეული მომსახურებები და სხვა. მოკლედ, უმეტესად მომსახურების ის სახეები, რომლებიც 2020 წლამდე რედაქციის 166-ე მუხლის „დ“ ქვეპუნქტშია ჩამოთვლილი.

მაგალითად, თუ ქართულმა კომპანიამ საკონსულტაციო (ან სხვა ნებისმიერი ჩამოთვლილი) მომსახურება გაუწია უცხოელ არამეწარმე ფიზიკურ პირს, ამ შემთხვევაში ეს ოპერაცია არ იქნება დღგ-ით დასაბეგრი, მიუხედავად ზოგადი წესისა. საპირისპირო შემთხვევაში, როცა უცხოური კომპანია საქართველოს რეზიდენტ არამეწარმე ფიზიკურ პირს გაუწევს ჩამოთვლილთაგან ერთ-ერთ მომსახურებას, მომსახურება ჩაითვლება საქართველოს ტერიტორიაზე გაწეულად, თუმცა ამ შემთხვევაში მიმღებს არ დაეკისრება უკუდაბეგვრის დღგ-ის დარიცხვის ვალდებულება (რადგან აგენტის განმარტებას არ აკმაყოფილებს). ასეთ სიტუაციაში თავად არარეზიდენტი უნდა დარიცხოსტირდეს,

დღგ დაადეკლარიროს და გადაიხადოს საქართველოში (ესეც სიხლეს წარმოადგენს).

**2) შემდეგი მნიშვნელოვანი ცვლილება ძირითადად შეეხება საფინანსო, სადაზღვევო სექტორს, სამედიცინო და საგანმანათლებლო დაწესებულებებს და რამდენიმე სხვა ბიზნესსფეროს, რომლებიც დღგ-სგანაა გათავისუფლებული ჩათვლის უფლების გარეშე: ცვლილების მიხედვით, თუ ზემოთ ჩამოთვლილი კომპანიები საკუთარი შენობის რემონტს ჩაატარებენ, სარემონტო სამუშაოების დასრულებისას რემონტის მთლიან ხარჯს დაერიცხება დღგ, რადგან ეს ოპერაცია 2020 წლიდან ჩათვლება დღგ-ით დასაბეგრ ოპერაციადა.**

3) მესამე ცვლილებაც ამავე ბიზნესსფეროებს შეეხება. როგორც უკვე ვიცით, ეს სექტორები გათავისუფლებულია დღგ-სგან ჩათვლის უფლების გარეშე. შესაბამისად, როდესაც ისინი აქტივს შეიძენენ, ასეთ აქტივზე გადახდილი დღგ-ის ჩათვლის უფლება, როგორც წესი, არა აქვთ. ასეთი აქტივის გაყიდვის შემთხვევაში კი ისინი ასეთ ოპერაციას ბეგრავენ დღგ-ით (შესყიდვის დროს ვერჩათვლილი თანხის გამოკლებით). ახლანდელი ცვლილებით, ზემოთ ჩამოთვლილი კომპანიების მიერ აქტივის მიწოდება, რომელიც გამოყენებულ იქნა მხოლოდ ამ ტიპის კომპანიების ძირითადი საქმიანობისთვის, აღარ ექვემდებარება დღგ-ით დაბეგრას, თუ წარსულში ასეთ აქტივზე დღგ-ის ჩათვლა არ განხორციელებულა.

**4) დადებითი ცვლილება შეეხება ისეთ ბიზნესსფეროებსაც, რომლებიც დღგ-ით ჩვეულებრივ იბეგრებიან. მაგალითად, სადისტრიბუციო, საკონსულტაციო, სამშენებლო, საცალო და საბითუმოდ მოვაჭრე კომპანიებს. 2020 წლამდე ასეთი**

**კომპანიების მიერ საკუთარი ძალეობით აშენებული შენობის თავიანთ ბიზნესსაქმიანობაში გამოყენების დაწყება ითვლება დღგ-ით დასაბეგრ ოპერაციად (თუმცა ჩათვლის უფლებაც მაშინვე ეძლევათ, როგორც წესი). 2020 წლიდან ასეთი კომპანიებისთვის აღნიშნული ტიპის ოპერაცია, უმეტეს შემთხვევაში, აღარ დაიბეგრება ამ გადასახადით.**

ამ ცვლილებით კომპანიებმა, რომელთაც ეს ცვლილება დადებითად შეეხება, შესაძლოა ყოველთვის ვერ დაზოგონ გადასახადი, თუმცა ისინი, მინიმუმ, ადმინისტრაციულ ტვირთს შეიმცირებენ, რადგან ასეთი ოპერაციის დაბეგრის დროს მათ მომავალი ათი წლის განმავლობაში უნდა ემოწმებინათ დღგ-ის რაიმე თანხა ხომ არა აქვთ აღსადგენი.

ცნობისთვის, დღგ-ის აღდგენა ნიშნავს, როცა დასაბეგრი პირი შესყიდულ საქონელზე/მომსახურებაზე გადახდილ დღგ-ს თავდაპირველად ჩათვლის და მერე გაირკვევა, რომ დღგ-ის ეს თანხა (ან ნაწილი) არ უნდა ჩაეთვალოს. არასწორად ჩათვლილი თანხის დასაკომპენსირებლად ხდება დღგ-ის აღდგენა, ანუ წარსულში ჩათვლილი თანხის ოდენობით ხელახლა დაბეგვრა. აღდგენა ხშირად ხდება პროპორციის გამოყენებით. აღსანიშნავია, რომ 2020 წლიდან დღგ-ის პროპორციის წესებიც იცვლება, უმეტესად დადებითი კუთხით (მაგალითად, პროპორციაში აღარ გაითვალისწინება არასაოპერაციო ფინანსური შემოსავლები).

5) შემდეგი სიხლეს პოზიტიურ ზეგავლენას მოახდენს სადისტრიბუციო, საბითუმო და საცალოდ მოვაჭრე კომპანიების საქმიანობაზე და არა მხოლოდ. ამ ცვლილების მიხედვით, უსასყიდლოდ მიწოდებული 50

ლარამდე ღირებულების საქონელი აღარ იბეგრება დღგ-ით. ასევე, უსასყიდლოდ გაცემული საქონელი არ ექვემდებარება დღგ-ით დაბეგრას, თუ მასზე შესყიდვის დროს არ განხორციელებულა დღგ-ის ჩათვლა.

6) სავარაუდოდ, ტურისტულ სექტორზე უარყოფითად იმოქმედებს ცვლილება (თუ ის არ შეიცვალა 2020 წლამდე), რომელიც გულისხმობს ტერმინ „ტუროპერატორის“ განმარტებას, რომელიც არის: „პირი, რომელიც ტურისტთან ურთიერთობისას მოქმედებს საკუთარი სახელით და მისი ტურისტული პროდუქტით უზრუნველყოფას ახორციელებს მხოლოდ სხვა დასაბეგრი პირების მიერ მიწოდებული საქონლის/მომსახურების მეშვეობით“. ამავე დროს, „ტუროპერატორის მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე უცხოელი ტურისტის ორგანიზებული შემოყვანა და მისთვის საქართველოს ტერიტორიაზე ტურისტული პროდუქციის მიწოდება“ ძველებურად იქნება გათავისუფლებული დღგ-სგან ჩათვლის უფლებით.

შედეგად, როგორც ჩანაწერში იკითხება, ყველაზე კარგ შემთხვევაში, მხოლოდ ისეთი ტურისტული პაკეტის მიწოდება თავისუფლდება დღგ-სგან, რომლის ფარგლებშიც მხოლოდ სხვა დასაბეგრი პირების მიერ მიწოდებული მომსახურების/საქონლის გადაყიდვა ხორციელდება ტურისტებისთვის.

თუ, მაგალითად, ტუროპერატორი ასევე ფლობს სასტუმროს, ან კვების ობიექტს და თავად აწვდის ასეთ მომსახურებას ტურისტებს, ან გადაყიდის არადასაბეგრი პირის მიერ მისთვის მიწოდებულ მომსახურებას /პროდუქციას, ასეთი ტურისტული პაკეტის მიწოდება არ თავისუფლდება დღგ-სგან. აღსანიშნავია, რომ, ჩანაწერიდან გამოდინარე, ასეთი განმარტების უფრო ნეგატიური ინტერპრეტაციის საფუძვლებიც არსებობს. უფრო კონკრეტულად, თუ პირი ერთხელ მაინც ყიდის თავისი საკუთარი მომსახურებისგან შემდგარ (და არა სხვა დასაბეგრი პირისგან ნაყიდ) პაკეტს, ის ვერ აკმაყოფილებს „ტუროპერატორის“

განმარტებას და, შესაბამისად, არც ერთ შემთხვევაში არ თავისუფლდება დღგ-სგან.

თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნო, რომ, ჩემი ვარაუდით, ეს ნაწილი დაზუსტდება 2020 წლამდე, ანუ მანამდე, სანამ ცვლილების კანონი ძალაში შევა.

7) ცვლილება შეეხო სამშენებლო სფეროსაც, კონკრეტულად - დეველოპერებს, სადაც დაზუსტდა, როდის დაიბეგრება ბინის მიწოდება, თუ მყიდველისთვის ბინის გადაცემა (რეგისტრაცია) ბინის მშენებლობის დასრულებამდე მოხდა (დაშვება კეთდება, რომ ბინის მთლიანი ღირებულების წინასწარ, ავანსად გადახდა არ ხორციელდება).

აღნიშნული ცვლილებით, თუ დეველოპერულმა კომპანიამ მყიდველს ბინა გადაუფორმა მაშინ, როცა ბინა მთლიანად აშენებული არ იყო და რეგისტრაციის შემდეგ დეველოპერულმა კომპანიამ გააგრძელა მშენებლობის საბოლოო კონდიციამდე მიყვანა, მიუხედავად საკუთრების უფლების გადაცემისა და საჯარო რეესტრში რეგისტრაციისა, დასაბეგრი ოპერაციის დროდ განისაზღვრება ბინის მშენებლობის დასრულების მომენტი.

მაგალითად, თუ დეველოპერმა 2020 წლის ივლისში მყიდველს საკუთრების უფლება გადასცა ბინაზე, რომლის მშენებლობა დასრულებული იყო მხოლოდ 70%-ით, ხოლო მთლიანად ბინის მშენებლობა/მოწყობა დასრულდა 2021 წლის მაისში, დასაბეგრი ოპერაციის დრო იქნება 2021 წლის მეხუთე თვე, ნაცვლად 2020 წლისა (ავანსის გადახდის შემთხვევაში, დღგ-ით დაბეგვრის მომენტი ავანსის გადახდის მომენტი).

8) დაგეგმილი შემდეგი ცვლილებები ნეგატიურად შეეხება ისეთი სფეროს წარმომადგენელ პირებს, რომლებიც ეწევიან რეგულარულ და უწყვეტ მომსახურებას (მაგალითად, დაცვის, საიჯარო, საკონსულტაციო მომსახურება და სხვა).

2020 წლამდე რედაქციით, ასეთი ტიპის მომსახურებებისთვის ავანსის მიღების დრო არ წარმოადგენდა დღგ-ით დაბეგვრის მომენტს, 2020 წლიდან კი ავანსის მიღებაც დღგ-ით დაბეგვრადი გახდება რეგულარული და უწყვეტი მომსახურების სფეროსთვის.

**9) შემდეგი მნიშვნელოვანი დადებითი ცვლილება, რომელიც თითქმის ყველა სფეროს ბიზნესისთვის იქნება აქტუალური, ითვალისწინებს უსასყიდლო მომსახურების დღგ-ით დაბეგვრისგან გათავისუფლებას, თუ ეს მომსახურება გამომდინარეობს კომპანიის საქმიანობის მიზნიდან. ახლანდელი რედაქციით, უსასყიდლოდ გაწული თითქმის ნებისმიერი მომსახურება დღგ-ით იბეგრება საბაზრო ფასის გათვალისწინებით. 2020 წლიდან კი ბევრი ტიპის მომსახურების უსასყიდლოდ მიწოდება გათავისუფლდება დღგ-სგან. საყურადღებოა, რომ საბაზრო ფასის განმარტებაშიც არის შემამსუბუქებელი ცვლილებები. კერძოდ, ხშირ შემთხვევაში მისი დათვლა უფრო ნაკლები თანხიდან მოხდება 2020 წლიდან, ვიდრე მანამდე ხდებოდა (შესყიდვის ფასი გაყიდვის ფასის ნაცვლად).**

10) ბიზნესისთვის დამამძიმებელი ცვლილება, რომლის მიხედვითაც „თუ საქონლის მიწოდება/მომსახურების გაწევა (გარდა ამ კოდექსის 160-ე მუხლის პირველი ნაწილის „ბ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული შემთხვევებისა (განვადება და ლიზინგი), ერთ საგადასახადო წელში არ სრულდება და ანაზღაურება გათვალისწინებულია ეტაპობრივად, დღგ-ით დაბეგვრა ხორციელდება იმ საანგარიშო პერიოდში, რომელშიც გათვალისწინებულია შესაბამისი ანაზღაურების თანხის გადახდა“. ეს ისეთი შემთხვევა უნდა იყოს, როცა ავანსი იბეგრება არა ფაქტობრივად გა-

დახდის მიხედვით, არამედ ხელშეკრულების შესაბამისად მისი გადახდის ვალდებულების დადგომისას, თუ ხელშეკრულება წლიდან წელზე გადადის. სავარაუდოდ, ეს ნორმა ძირითადად ეხება ავანსს, რადგან საქონლის მიწოდების შემთხვევაში დაბეგვრის დრო მიწოდების მომენტში წარმოიშობოდა, თუ მიწოდება გადახდის ვალდებულებას უსწრებს წინ.

ეს ცვლილება უნდა შეეხოს სამშენებლო, საკონსულტაციო, აუდიტორულ კომპანიებს და ზოგადად ისეთ ბიზნესს, რომელიც შედარებით ხანგრძლივი კონტრაქტით და წინასწარი გადახდებით ხასიათდება.

დაბოლოს, გასაგებია, რომ დღგ-ის კარში მოსალოდნელი ზემოთ აღწერილი ცვლილებები არ არის ჩვენი კანონმდებლების თვითნებური გადაწყვეტილების შედეგი და ემსახურება ევროკავშირში გაწევრიანების მიზანს. ისიც მესმის, რომ დიდი სამუშაო იქნა შესრულებული, თუმცა კვალია ცვლილების მიხედვით, რომ დღგ-ის კარში მოსალოდნელი ზემოთ აღწერილი ცვლილებები არ არის ჩვენი კანონმდებლების თვითნებური გადაწყვეტილების შედეგი და ემსახურება ევროკავშირში გაწევრიანების მიზანს. ისიც მესმის, რომ დიდი სამუშაო იქნა შესრულებული, თუმცა კვალია ცვლილების მიხედვით, რომ დღგ-ის კარში მოსალოდნელი ზემოთ აღწერილი ცვლილებები არ არის ჩვენი კანონმდებლების თვითნებური გადაწყვეტილების შედეგი და ემსახურება ევროკავშირში გაწევრიანების მიზანს.

ეს იყო ჩემ მიერ გაკეთებული ზოგიერთი მნიშვნელოვანი საკითხის პირველადი შეფასება. ვფიქრობ, ფინანსთა სამინისტროსთან კონსულტაციების შესაძლებლობას, რათა გავიგო, კონკრეტულად რას მოიაზრებენ კანონმდებლები კონკრეტულ მუხლებში და შევადარო ისინი ჩემს ინტერპრეტაციებს. „ფორბსისა“ და BMG-ის მკითხველს კი ვპირდები განახლებულ, აქტუალურ, გაანალიზებულ ინფორმაციებს ამ უმნიშვნელოვანეს საკითხთან დაკავშირებით.

აუცილებლად გაითვალისწინეთ, რომ 2020 წლიდან ძალიან მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყარო გახდება ევროპული სასამართლოს (European Court of Justice) მიერ მიღებული დღგ-სთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებები, რომელთაც პრეცედენტული ხასიათი აქვთ ევროკავშირში და რომლებიც კანონის ინტერპრეტაციის მთავარ წყაროს წარმოადგენენ. <sup>Ⓕ</sup>

# ზინგერის მანქანები საქართველოში

მსოფლიოში ცნობილი ბრენდი, ამერიკული საკერავი მანქანა „ზინგერი“ ასევე ფართოდ იყო ცნობილი საქართველოში XIX-XX სს-ის მიჯნაზე. „ზინგერის“ ქართული ისტორია დღემდე უცნობია - ამ თემაზე მართლაც ცოტა რამ არის დაწერილი.

**ზ**ნობილი საკერავი მანქანების კომპანია ამერიკის შვერთებულ შტატებში ისააკ მერით ზინგერის (1811-1875 წწ) მიერ დააარსდა.

ზინგერი ნიუ-იორკში, 1811 წლის 27 ოქტომბერს დაიბადა, გერმანიიდან აშშ-ში გადასვნილი იმიგრანტი ებრაელების ოჯახში. ისააკ ზინგერმა უკვე 10 წლის ასაკიდან დაიწყო ფულის შოვნა. მისი პირველი შემოსავლის წყარო მექანიკოს-სტაჟიორად მუშაობა იყო. შემდეგ ზინგერმა თეატრის სცენაზე სცადა კარიერის გაკეთება, თუმცა შესაშური ფიზიკური მონაცემები წარმატების მისაღწევად საკმარისი არ აღმოჩნდა... ამავე დროს, ოჯახში პრობლემების გამო (ისააკის მამამ, ადამმა, მეორეჯერ შეირთო ცოლი) პატარა ისააკმა მიატოვა მშობლების სახლი და საცხოვრებლად ქალაქ როჩესტერში, უფროს ძმასთან გადავიდა. ეს გარდამტეხი მომენტი აღმოჩნდა მის კარიერაში, რადგან ამის შემდეგ ზინგერი მცირე, მაგრამ მტკიცე ნაბიჯებით მიდიოდა სამკერავლო ტექნოლოგიებში ახალი იდეების დანერგვისკენ.

ზინგერის პირველი გამოგონება საბურღო მოწყობილობა გახლდათ. 1839 წელს მოპოვებული პატენტი საბურღო მოწყობილობაზე მან 2000 ამერიკულ დოლარად გაყიდა. იმ დროისთვის ეს თანხა იმდენად დიდი იყო, რომ ზინგერმა გარკვეული დროით სამსახიობო კარიერის განახლება შეძლო.

ზინგერმა 1851 წელს თავისი შემოქმედების პირველი გამოფენა მოაწყო, სადაც წარმოდგენილი იყო ახალი ტიპის



ისააკ ზინგერი

საკერავი მანქანა, რომელსაც მსოფლიო მომავალში „ზინგერის“ სახელით გაიცნობს.

აღსანიშნავია, რომ „ზინგერის“ პირველი მოდელი 100 ამერიკულ დოლარად გაიყიდა. ეს იყო ისტორიაში პირველი შემთხვევა, როდესაც პირველი პროდუქტის ნიმუშმა არა მხოლოდ წინასწარი განვითარების ყველა ხარჯის დაფარვა შეძლო, არამედ მოგების მომტანიც აღმოჩნდა. ასე, ზინგერის სამანქანო ბიზნესმა სწრაფი განვითარება პოვა, რადგან მის პროდუქციაში აღმოფხვრილი იყო მანამდე არსებული საკერავი მანქანების ყველა კონსტრუქციული ხარვეზი. ის, რაც ზინგერის მანქანებს მათი

წინამორბედებისგან განასხვავებდა, უკეთესი ხარისხი და სისწრაფე გახლდათ.

ისააკ ზინგერის სახელთან, უფრო სწორად მის ბიზნესთან, ასევე არის დაკავშირებული ის, რასაც დღეს ბიზნესში „ფოკუს-ჯგუფს“ და direct marketing-ს უწოდებენ. ის პირველი იყო, ვისი მანქანების წარმოება ორიენტირებული იყო მოსახლეობის ერთ განსაზღვრულ ჯგუფზე - დიასახლისებზე. XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე ქალების აბსოლუტური უმრავლესობა დიასახლისი იყო. ზინგერის სწრაფი წარმატების ფორმულა მარტივი გახლდათ: კომპანიის კომივოიაჟერები ადვილად არწმუნებდნენ დიასახლისებს, რომ „ზინგერის“ საკერავი მანქანა საჭირო ნივთსაც წარმოადგენდა და სხვა მოდელებს შორის საუკეთესოც იყო.

ზინგერის სახელთან არის დაკავშირებული კიდევ ერთი რევოლუციური მარკეტინგული ნაბიჯი: უკვე 1854 წელს მან სა-



კერავი მანქანების გაყიდვა ლიზინგის სქემით დაიწყო.

მსოფლიო წარმატებამ არ დააყოვნა და 1880-იან წლებში კომპანიამ მთელი კონტინენტური ევროპა „დაიპყრო“.

სამკერვალო მანქანების გიგანტმა 1897 წელს რუსეთის იმპერიის დედაქალაქ პეტერბურგშიც გახსნა პირველი ოფისი. ორი წლის შემდეგ კომპანიის კიდევ ერთი წარმომადგენლობა გაიხსნა, ამჯერად მოსკოვთან ახლოს და მომდევნო გაფართოების შემდეგ „ზინგერის“ ოფისები უკვე თბილისისა და ბაქოს მომხმარებლებს ემსახურებოდა.

საინტერესოა, რომ თბილისში „ზინგერის“ წარმომადგენლობა გოლოვინის (დღევანდელი რუსთაველის)

გამზირის #9-ში მდებარეობდა, - იქ, სადაც დღეს ქართული სახვითი ხელოვნების მუზეუმი დგას.

რუსეთის იმპერიაში, კერძოდ კი მის პერიფერიაში შეღწევა პირველ რიგში საზღვარგარეთიდან შემოტანით გამოწვეულ ხარჯებთან იყო დაკავშირებული, რაც, ბუნებრივია, ფასების ზრდას იწვევდა, ამიტომაც, ზინგერის გათვლით, ადგილობრივი წარმომადგენლობების გახსნა უფრო ეფექტიანი იქნებოდა. ამასთან ერთად, საჭირო გახდა რუსეთში ადგილობრივი ქარხნის გახსნა და ასე არჩევანი პატარა ქალაქ პოდოლსკზე შეჩერდა. პოდოლსკი იმ დროს პროვინციული ქალაქი იყო, რომელიც ხუთი ათასზე მეტ მცხოვრებელს ითვლიდა.

„ზინგერი“ იყო ერთ-ერთი უმსხვილესი უცხოური საწარმო, რომელიც საქართველოში მოღვაწეობდა: ამ რაოდენობის მუშები თუ აგენტები არც ერთ სხვა კომპანიას არ ჰყავდა დაქირავებული. პირველი მსოფლიო ომის დაწყებამდე (1914 წ.) შედგენილი სტატისტიკის მიხედვით, მაშინ როდესაც ქარხანამ თავისი წარმოების პიკს მიაღწია, მთელი იმპერიის მასშტაბით „ზინგერის“ საწარმოებსა და ოფისებში 30,328 მუშა იყო დასაქმებული, მათგან 388 - საქართველოში.

„ზინგერის“ საკერავმა მანქანამ სწრაფად მოიხვეჭა პოპულარობა საქართველოში. მანქანის ფასი ასტრონომიული იყო - 75-83 მანეთი. ეს მაშინ, როდესაც რიგითი მუშის ხელფასი თვეში რამდენიმე მანეთს შეადგენდა. 1905 წელს ცნობილი გახდა პირველი სტატისტიკური მონაცემები, რომელთა მიხედვითაც სამხრეთ კავკასიაში 586,317 მანეთის ჯამური ღირებულების 8,344 საკერავი დანადგარი გაიყიდა. 1912 წლისთვის გაყიდვები სამხრეთ კავკასიაში თითქმის გაორმაგდა და 1.38 მილიონი მანეთის საერთო ღირებულებით 15,675 სამკერვალო მანქანას შეადგენდა.

საქართველოში „ზინგერის“ პოპულარობის პიკი დიდ ისტორიულ მოვლენას - პირველ მსოფლიო ომს დაემთხვა.



იმპერიის მთელი საქარხნო სექტორი რუსეთის ჯარების მომარაგებაზე გადაერთო. გამონაკლისს არც „ზინგერი“ წარმოადგენდა. სხვადასხვა ტანსაცმლისა და სხვა ნივთების ქარხანა აქტიურად ყიდულობდა „ზინგერის“ მანქანებს, რომ იმპერიის ჯარების შეკვეთები შეესრულებინა. ასე, ცნობილია 83 „ზინგერის“ სამკერვალო მანქანა, რომლებიც რაიონულ დირექტორატში გაიგზავნა; სასურსათო მაღაზიებში - ათი მანქანა; სამხედრო სარემონტო საამქროში - რვა მანქანა. უმეტესობა შეიძინა ადელხანოვის გაერთიანებულმა სააქციო საზოგადოებამ, რომელსაც 200 მანქანა გაეგზავნა.

ამავე დროს რუსეთის იმპერიაში სოციალურმა დაძაბულობამ იფეთქა, რამაც რევოლუციური გამოსვლების მატება გამოიწვია ასე, მაგალითად, 1906 წლიდან დაიწყო ტიფლისის (თბილისის) „ზინგერის“ მუშებს შორის რევოლუციური შეხედულებების ფართოდ ფეხის მოკიდებამ. „ზინგერის“ კომპანიის რამდენიმე მაღალჩინოსანს საქართველოს დატოვებაც კი მოუწია, ხოლო ერთი აღმასრულებელი დირექტორი 1906 წლის 12 დეკემბერს მოკლეს. აღნიშნულმა პრობლემებმა ჰამბურგის ცენტრალური „ზინგერის“ ოფისი აიძულა, თბილისის განყოფილება პირდაპირ კონტროლზე აეყვანა. სოციალურ დაუმორჩილებლობას შედეგად 1917 წლის რევოლუცია მოჰყვა, რამაც საგრძნობი დარტყმა მიაყენა ზინგერის აყვავებულ ბიზნესს.

იგივე ბედი ეწია კომპანიის სხვა ოფისებს თუ ქარხნებს. 1918 წელს კომპანია „ზინგერის“ პოდოლსკის ქარხანა ბოლშევიკების მიერ ნაციონალიზებულ იქნა და 1923 წლამდე პრაქტიკულად არ მუშაობდა. მოგვიანო პერიოდში საბჭოელებმა პოდოლსკში განაახლეს საკერავი მანქანების წარმოება, რომლის მოდელებიც საბჭოური იყო და განსაკუთრებული უპირატესობებით არ გამოირჩეოდა.

ასეთი იყო კომპანია „ზინგერის“ საქართველოში არსებობის მოკლე ისტორია. **F**

# პარტნიორობის შესახებ

„სხვა ცხოვრებაში უნდა შევხვდეთ. ჰაერში უნდა შევხვდეთ მე და შენ“.  
სილვია პლათი

„ადამიანის თუ არ გესმის, მას ვერ დაამცირებ. და თუ გესმის, საეარაუდოდ, არც იზამ ამას“.  
გ.კ. ჩესტერტონი

„ყოველთვის არ მეგონა, რომ მართალი იყო, არც მას ეგონა ყოველთვის, რომ მე ვიყავი მართალი. მაგრამ ერთმანეთისთვის ის ადამიანები ვიყავით, ერთიმეორეს რომ ენდობოდნენ“.  
ჯონ დიდიონი

„ორი პიროვნების შეხვედრა ორი ქიმიური ნივთიერების კონტაქტს ჰგავს: რეაქციას თუ ექნება ადგილი, ორივე ტრანსფორმირდება“.  
კარლ იუნგი

„ცეცხლის ანთებას ორი კაჟის ქვა ჰყოფნის“.  
ლუიზა მეი ელკოტი

„ალიანსები რთულია ზუსტად იმიტომ, რომ მათში არავითარ „ბოსი“ არ არსებობს. პარტნიორს განკარგულებებს ვერ მისცემ“.  
პიტერ დრაკერი

„ხელოვნება ღმერთისა და ხელოვანის თანამშრომლობაა... და რაც უფრო ცოტას აკეთებს ხელოვანი, მით უკეთესი“.  
ანდრე ჟიდი

„რეალიზებული, რაციონალური პარტნიორობა გვქონდა, ის – თავისი სოლო-სამსახურებით და მე – ჩემით. მაგრამ ამას მუდამ ახლდა ერთდროულად მუშაობაცა და თამაშიც – ორმაგი კონტროლის დამაკმაყოფილებელი სისტემის პირობებში განხორციელებული“.  
ამელია იარპარტი



## Paint It Green: 2 ოქტომბერი, 1989

The Rolling Stones-მა 80-იანების ნაწილი ცალ-ცალკე გაატარა: ჯგუფის ორი წამყვანი წევრი, კიტ რიჩარდსი და მიკ ჯაგერი საჯარო შუღლში იყვნენ ჩაბმულნი ჯგუფის კონტროლთან დაკავშირებით და თავ-თავიანთ პროექტებზე მუშაობდნენ. მაგრამ ვერც ერთმა ამ სოლო-ჩანაწერმა ვერ მოიპოვა მაინცდამაინც დიდი წარმატება. ჰოდა, „დამოუკიდებლად გატარებული რამდენიმე წლის შემდეგ, 1988-ის აგვისტოში, რიჩარდსმა და ჯაგერმა კვლავ ჩამოართვეს ერთმანეთს ხელი... მართალია, ერთმანეთისგან რადიკალურად განსხვავდებიან, როგორც ჩანს, ეფექტური, თუნდაც მყიფე, ბალანსი მაინც ნაპოვნი აქვთ“. პარტნიორობა მომდევნო ათწლეულებშიც გაგრძელდა, პერიოდში, როცა Stones-მა მათი სამად სამი Grammy მოიგო, Rock & Roll Hall of Fame-ში საპატიო ადგილი დაიმკვიდრა და – 1999-იდან მოყოლებული – \$650 მილიონზე მეტი გააკეთა ტურებიდან, ალბომების გაყიდვებიდან და მარკეტინგული პროდუქტებიდან. „ეს ამბავი რომ დავიწყებ, ვერც კი ვიოცნებებდით ამდენ ფულზე, – თქვა Marlboro-ს კვამლში გახვეულმა რიჩარდსმა 1989 წელს. – მაგრამ მერე, მოულოდნელად, შეუძლებელი მოხდა“.

წყაროები: ჯერი ლუისის „ღინი და მ: სიფხარულის ისტორია“; ვირთნიკა ბუბალევა „სასიფხარულუ აზროვნება“; არის მიქროსის „სხვაინ რაინდი“; ადრი ჩოპარის „ქმნიერბირიული მითხრობები“; ლუიზა მეი ელკოტის „კაბარა კალიბო“; QUESTLOVE-ის „მომთმედეპიითი ძიება“; ლორი გან კელოის „ამელა იარპარტი: მა არ არის საზღვარი“; ჰონ ააღაიის „ფიქლია“; სილვია პლათის „არაილი: ლიქსაპი“; ჰონ დიდიონის „ჰალონური ფიქრის ნილინადა“.

„იმ დროისთვის, როცა პარტნიორობა რღვევას იწყებს, ეს ნიშნავს, რომ უკვე დარღვეულია“.  
ჯონ აბდაიკი

„ერთი ორის ნახევარი არ არის; ორი ერთის ნახევარი“.  
ე.ე. კემინგსი

„ორნი სჯობიან ერთს, რადგან კარგი საზღაური აქვთ თავის შრომაში. თუ ერთი დაეცემა, მეორე წამოაყენებს თავის მეგობარს, მაგრამ ვაი მარტოხელას, დაეცემა და არავინა ჰყავს წამომყენებელი“.  
ეალესიასტე 4:9-10

„მიყურებდა, როგორ ვსუნთქავდი. იცნობდა ჩემს სუნთქვას“.  
ჯერი ლუისი

„დიდი ირონია იჩენს თავს: გაცილებით დაბალია შანსი, რომ ისინი, ვისაც სულიერი მეგობრების სჯერა, ასეთს მართლაც იპოვიან ცხოვრებაში“.  
ვირონიკა ტუგალევა

## საბოლოო მოსაზრება



„სამყარო ელის, რომ თითოეული ადამიანი თავის მოვალეობას შეასრულებს. თუ არ შეასრულა, ორივე დაიტანჯება“.  
– ბ.ჩ. ფორბსი