ევროკავშირი
საქართველოსთვის

EU4Business

Georgian Farmers' Association
საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების საჭიროებათა კვლევა

ISET –ის კვლევითი ინსტიტუტი

EXPORT DEVELOPMENT ASSN.
everything's covered!

ISET

სიდა 15

ათინათი

სარჩევი

შესავალი 2
მეთოდოლოგია 4
ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გამოკითხვა 4
კერძო სექტორის გამოკითხვა 6
ფოკუს-ჯგუფები და ინტერვიუები 7
ბმო-ების საჭიროებათა კვლევა 8
ბიზნეს მხარდამჭერი ორგანიზაციების ორგანიზაციული განვითარება 11
DCFTA-ით გამოწვეული შესაძლებლობები 13
სამთავრობო უწყებებთან თანამშრომლობა 16
დასკვნა 20
გამოყენებული ლიტერატურა 22
დანართი 1 : ბიზნეს ასოციაციების კითხვარი 23
დანართი 2: კერძო სექტორის კითხვარი 28
დანართი 3: სახელმწიფო სექტორის კითხვარი 32
დანართი 4: ფოკუს-ჯგუფების კითხვარი 33
დანართი 5: ბიზნესის გამოკითხვის დეტალური პასუხები 35
დანართი 6: ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გამოკითხვის დეტალური პასუხები 45

შესავალი

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების (ბმო) მხარდაჭერა და გაძლიერება მნიშვნელოვანია მათი როლიდან გამომდინარე, რაც კერძო სექტორის განვითარების ხელშეწყობას გულისხმობს. მათ ამ მიმართულებით გააჩნიათ გამოკვეთილად უპირატესი პოზიცია, რადგან ისინი არიან ინფორმაციის გამტარები ორ ძირითად სექტორს შორის, საჯარო და კერძო სექტორებს შორის. ბმო-ები, ერთის მხრივ, კარგად უნდა იცნობდნენ მცირე და საშუალო ბიზნესის და ზოგადად კერძო სექტორის პრობლემებსა და საჭიროებებს და ამისათვის მათ უნდა ჰქონდეთ ძლიერი ორგანიზაციული სტრუქტურა, რათა შეძლონ ხშირი და თანმიმდევრული, ორმხრივი კომუნიკაცია მათ წევრ თუ არაწევრ კომპანიებთან. მეორეს მხრივ, ძლიერი კვალიფიკაციითა და სწორი კომუნიკაციით, ბმო-ებმა უნდა მოიპოვონ სახელმწიფო სტრუქტურების ნდობა, რათა აწარმოონ დიალოგი საჯარო სექტორთან და მონაწილეობა მიიღონ მარეგულირებელი გარემოს ფორმირებასა და დანერგვაში. შედეგად, მათ შეუძლიათ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინონ ბიზნესის ხელშემწყობ გარემოზე და სახელმწიფოს უბიძგონ მეტად დემოკრატიული და მონაწილეობრივი მმართველობისაკენ.

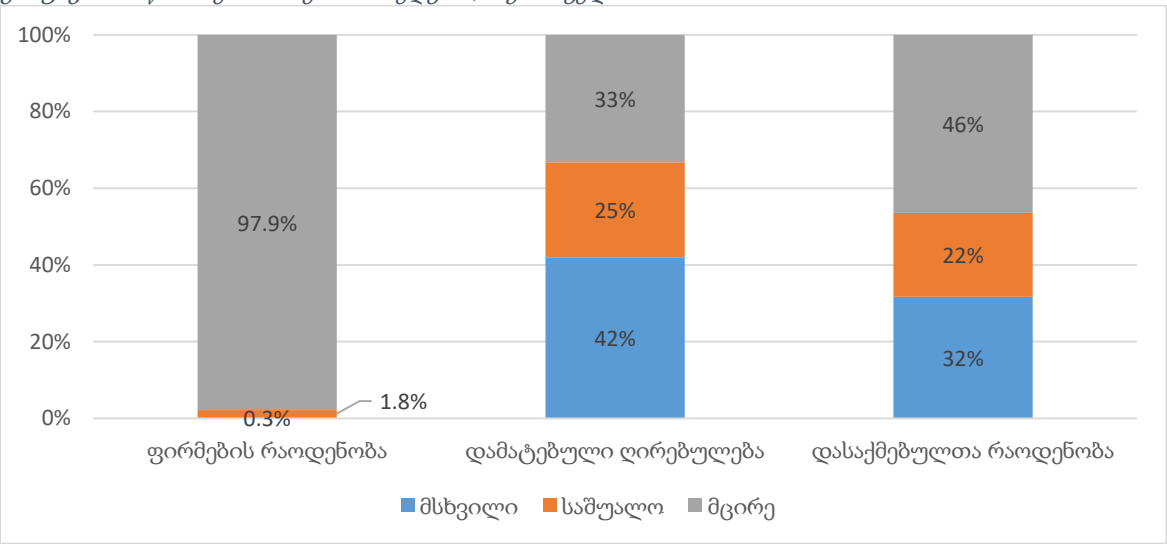
მსოფლიო ბანკის განმარტებას თუ მივყვებით, ბმო-ებს ახასიათებთ ორგანიზაციული მართვის რამოდენიმე საერთო თვისება. პირველ რიგში, ისინი არიან არამომგებიანი იურიდიული პირები. ეს იმას არ ნიშნავს, რომ მათ არ აქვთ ფასიანი ბიზნეს-სერვისების შეთავაზების უფლება, მაგრამ მათი საწყისი მიზანი რჩება მათი წევრი/არაწევრი ბიზნესების გააქტიურება და კოლექტიურ აქტივობებში ჩართვა. ასევე, წევრობაზე დაფუძნებული ასოციაციები იმართება დემოკრატიულად მისი წევრი კომპანიების მიერ (ან მათ მიერ არჩეული წარმომადგენლების მიერ). ის ღიაა ყველა ბიზნესისთვის, რომელსაც უნდა ასოციაციის წევრობა. დაბოლოს, ბიზნეს ასოციაციები თავიანთ აქტივობებს აფინანსებენ ისეთი სხვადასხვა წყაროებიდან, როგორიცაა საწევრო გადასახედები, შემოწირულობები, მომსახურეობაზე დაწესებული საფასური, სახელმწიფო ან სხვადასხვა დონორების სუბსიდიები. სწორედ ამ პრინციპენზე დაფუძნებული ორგანიზაციებია ჩვენი კვლევის ძირითადი ობიექტი.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ძლიერი ბმო-ების როლი მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემების და საჭიროებების გადაჭრაში. მცირე და საშუალო ზომის მეწარმეებს განსხვავებული შესაძლებლობები და შეზღუდვები აქვთ მსხვილი ზომის კომპანიებისგან განსხვავებით. ცხადია, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესი ნაკლებად კონკურენტუნარიანია სხვადასხვა ფაქტორის გამო როგორიცაა, მწირი რესურსები, მასშტაბის ეკონომიურობის არარსებობა, სუსტი მენეჯმენტი, მცირე ბაზარი, ასევე, ტექნოლოგიებზე ნაკლები ხელმისაწვდომობა. თუმცა ბმო-ების საშუალებით მათ ეძლევათ შესაძლებლობა, რომ გაზარდონ საკუთარი შესაძლებლობები და გახდენენ უფრო კონკურენტუნარიანები ბაზარზე.

მიუხედავად იმისა, რომ მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები საქართველოში კერძო სექტორის 99.7%-ს შეადგენს (მათ შორის 97,9% არის მცირე), მათ ეკონომიკაში შედარებით მცირე წვლილი შეაქვთ. მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების მიერ ეკონომიკაში შექმნილი დამატებული ღირებულება მთლიანი კერძო სექტორის მიერ შექმნილი

დამატებული ღირებულების დაახლოებით 33%-ია, ხოლო დასაქმებულების 46% მცირე და საშუალო ბიზნესში არის წარმოდგენილი.

გრაფიკი 1: საწარმოები ზომების მიხედვით, საქართველო 2015



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

არსებული ბმო-ების ფონზე, საქართველოში მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების კოორდინირებული საქმიანობის წარმატებული მაგალითები თითქმის არ არსებობს. არადა მათი პრობლემების და საჭიროებების გააზრების გარეშე, რთულია ეფექტური იყოს საქართველოსა და ევროკავშირს შორის დადებული ასოცირების შესახებ შეთანხმებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულება, რომელიც, ძირითადად, მარეგულირებელი გარემოს ჰარმონიზაციას გულისხმობს.

ევროკავშირის 2014 წლის კვლევაში[1] მოცემულია 5 ეტაპი, რომელსაც გადიან ბიზნეს-სუბიექტები, მას შემდეგ, რაც ქვეყანა ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებას აწერს ხელს. ეს ეტაპებია:

ეტაპი 1: ინფორმაცია და ცოდნა ხელშეკრულებით მოთხოვნილი ცვლილებების შესახებ

ეტაპი 2: ცვლილებებისა და შესაბამისობაში მოსვლის შესახებ სტრატეგიის შემუშავება

ეტაპი 3: შიდა მართვისა და პროცესების ცვლილება

ეტაპი 4: ინვესტიციები ინფრასტრუქტურასა და აღჭურვილობაში

ეტაპი 5: სერტიფიცირება

საქართველოს ბიზნეს-სექტორი, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო ზომის კომპანიები, უკრაინისა და მოლდოვას მსგავსად, ძირითადად პირველ ეტაპზე იმყოფება, გარდა მცირე გამონაკლისებისა.

[1] კერძო სექტორისთვის ევროკავშირის მხარდაჭერა ასოცირების ხელშეკრულებისა და DCFTA-ს მიმართულებით (საქართველო, მოლდოვა და უკრაინა), პროექტი No. 2014/345014

ქვემოთ მოცემული კვლევის ფარგლებში ჩატარებულმა გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ბიზნესმენების უმრავლესობას სმენია როგორც ასოცირების ხელშეკრულების, ასევე ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის (DCFTA) შესახებ, თუმცა დიდი ნაწილი არ არის მზად გასცეს პასუხები შემდეგ მნიშვნელოვან შეკითხვებს: რა გავლენას მოახდენს DCFTA-ით გამოწვეული ცვლილებები მათ წარმოებაზე და როგორ უნდა მოერგონ ამ ცვლილებებს ნაკლები დანახარჯებით? ცხადია, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს არ აქვთ შესაძლებლობა, რომ თავისი რესურსებით გაერკვნენ ასოცირების შეთანხმების დღის წესრიგში და დანერგონ შესაბამისი ცვლილებები. ამისათვის მნიშვნელოვანია, ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გაძლიერება, რათა მათ უზრუნველყონ ინტენსიური კომუნიკაცია და ბიზნესების სტიმულირება, რომ საკუთარი წარმოება დაგეგმონ DCFTA-ის მოთხოვნების გათვალისწინებით.

მეთოდოლოგია

იმისათვის, რომ გამოვლენილიყო საქართველოში არსებული ბმო-ების საჭიროებები და გამოწვევები, ჩატარდა სატელეფონო გამოკითხვა 47 ბმო-სთან. კერძო სექტორის მხრიდან ბმო-ის როლის დასანახად, ასევე გამოიკითხა 114 მეწარმე, ძირითადად, სოფლის მეურნეობის სექტორიდან. გამომდინარე იქიდან, რომ ბმო-ების თანამშრომლობა სახელმწიფო სექტორთან არანაკლებ მნიშვნელოვანია, ინტერვიუები ჩატარდა იმ ძირითად უწყებებთან, რომელთაც უწევთ სოფლის მეურნეობის სექტორის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღება და ასევე, ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის (DCFTA) დღის წესრიგის შესრულება. ქვევით დოკუმენტში მოცემულია სწორედ ამ შეხვედრებით და გამოკითხვებით მიღებული ინფორმაციის ანალიზი.

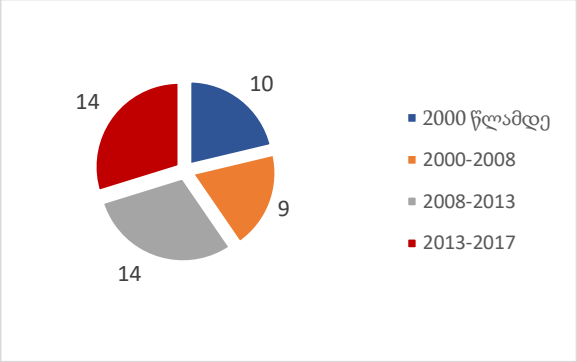
ასევე, ჩატარდა სამაგიდო კვლევა, რომლის დროსაც მკვლევართა გუნდი გაეცნო სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილებას და შესაბამის ლიტერატურას.

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გამოკითხვა

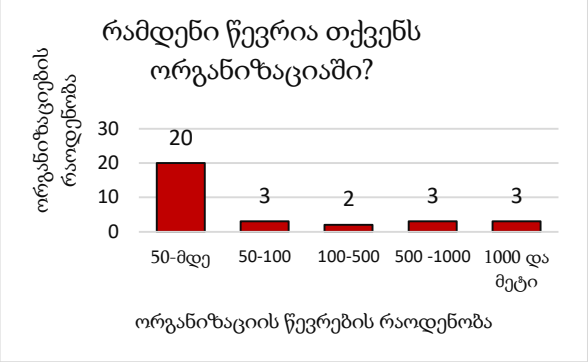
როგორც უკვე აღვნიშნეთ, გამოიკითხა 47 ბმო[2]. გამოკითხულ ორგანიზაციებს შორის არიან როგორ ახალი დაფუძნებული, ასევე 30 წელზე მეტი ხნის წინ დაფუძნებული ორგანიზაციები. (გრაფიკი 2). ორგანიზაციების უმრავლესობა (28 ბმო) ოპერირებს ერთდროულად რამოდენიმე რეგიონში ან ფარავს მთლიანად საქართველოს. რესპოდენტებიდან 9 საქმიანობას ეწევა მხოლოდ თბილისში, დარჩენილი 10 კი, სამეგრელო-ზემო სვანეთში (3), კახეთში (2), სამცხე-ჯავახეთში (2), რაჭა-ლეჩხუმში (1), გურიასა (1) და შიდა ქართლში (1).

[2] კითხვარი იხილეთ დანართში 1, პასუხები კი იხილეთ დანართში- 6

გრაფიკი 2: რომელ წელს დაფუძნდა თქვენი ორგანიზაცია?

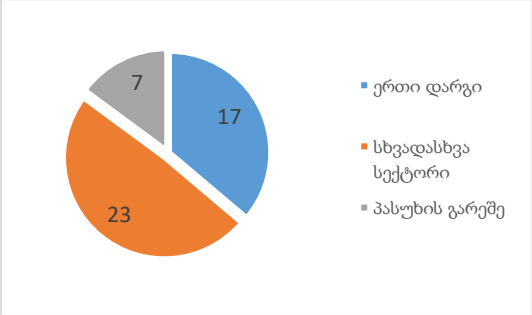


გრაფიკი 3: რამდენი წევრია თქვენს ორგანიზაციაში?

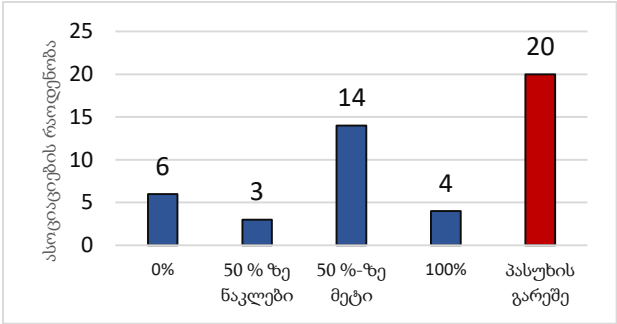


გამოკითხული 47 ორგანიზაციიდან 31 არის წევრობაზე დაფუძნებული ბიზნეს ასოციაცია, ხოლო დანარჩენები წარმოადგენენ ორგანიზაციებს, რომლებიც მუშაობენ ბიზნეს სექტორთან და სთავაზობენ სხვადასხვა ბიზნეს სერვისებს ან არიან არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებიც ახორციელებენ სოფლის მეურნეობის სექტორში ბიზნესის ხელშემწყობ პროექტებს.წევრობაზე დაფუძნებული 31 ორგანიზაციიდან, 20 ორგანიზაციას ჰყავს 50-მდე წევრი და მხოლოდ 3 ასოციაციას ჰყავს 1000-ზე მეტი წევრი (გრაფიკი 3). აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლების მანძილზე, გამოკითხული ასოციაციების უმრავლესობისთვის წევრების რაოდენობა უკანასკნელი წლების განმავლობაში იზრდებოდა (გაიზარდა 26 ორგანიზაციისთვის).

გრაფიკი 4: თქვენი ორგანიზაცია დარგობრივია, თუ ფარავს მრავალ დარგს?



გრაფიკი 5: პროცენტულად, რამდენია მცირე და საშუალო ბიზნესების წილი თქვენს ბიზნესებში?



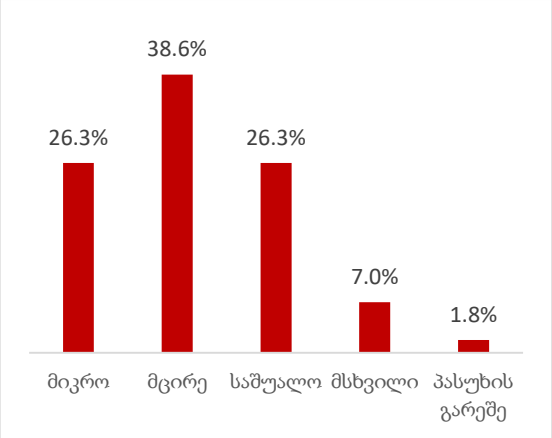
ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციებიდან 17 არის დარგობრივი (შეიძლება იყოს გაერთიანებული რომელიმე პროდუქტის, ან სექტორის, ან კომპანიის ზომის მიხედვით), ხოლო 23 მათგანი ფარავს რამდენიმე დარგს (გრაფიკი 4).

გამოკითხული 47 ორგანიზაციიდან 14-ის წევრების ნახევარზე მეტს წარმოადგენენ მცირე ან საშუალო ზომის მეწარმეები, 4 ორგანიზაციის წევრები სრულად შედგება მცირე ბიზნესისგან, ხოლო 6 ორგანიზაციას საერთოდ არ ყავს მცირე და საშუალო ზომის წევრი კომპანიები.

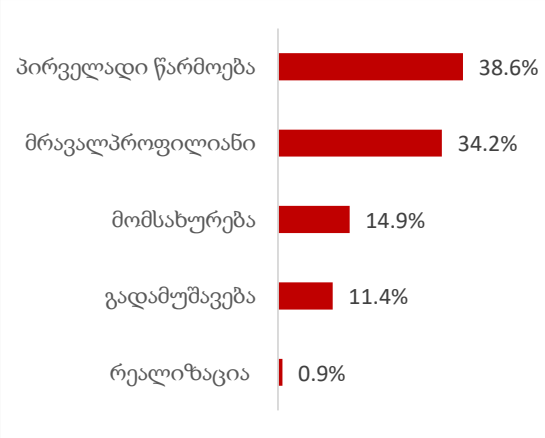
კერძო სექტორის გამოკითხვა

სულ გამოკითხულია 114 მეწარმე[3], რომელის საქმიანობის სფერო არის ან უკავშირდება სოფლის მეურნეობას. გამოკითხული კომპანიების 38.6% მცირე, 26.3% მიკრო, 26.3% საშუალო და 7% მსხვილია[4] (გრაფიკი 6).

გრაფიკი 6: მეურნეობის/კომპანიის ზომა



გრაფიკი 7: ფერმის/კომპანიის საქმიანობის სფერო



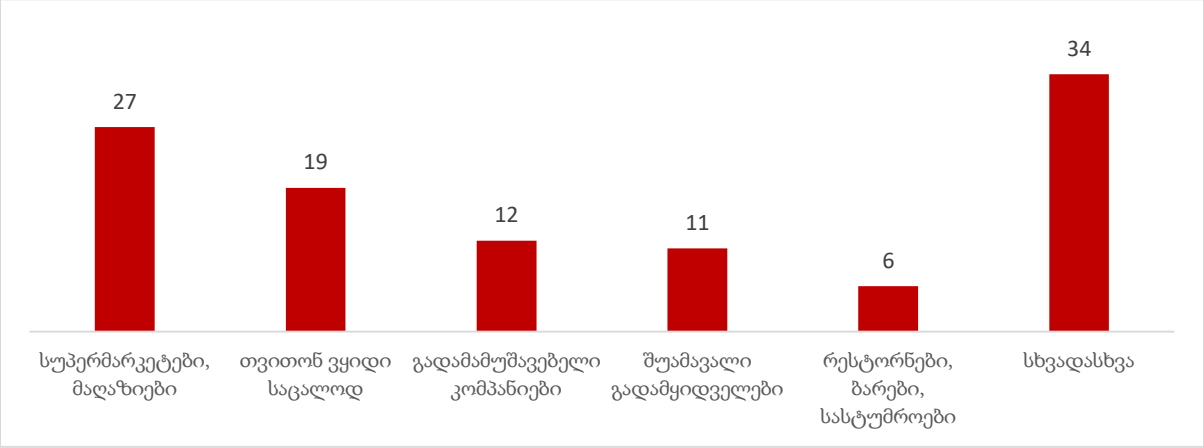
გამოკითხულთა 38.6%-ს საქმიანობა პირველადი წარმოებაა, 34.2%-ის საქმიანობა შერეულია, ხოლო დარჩენილი მეწარმეების საქმიანობა ნაწილდება მომსახურებაზე (14.9%), გადამუშავებასა (11.4%) და რეალიზაციაზე (0.9%) (გრაფიკი 7). ჯამში, კომპანიების 46% არის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება. ყველაზე მეტი ინდ.მეწარმე და ფიზიკური პირი წარმოდგენილია პირველად წარმოებაში. კერძოდ, პირველადი მწარმოებლების 25% არის ფიზიკური პირი, 22%- კოოპერატივი, 20%- ინდივიდუალური მეწარმე, ხოლო 30% არის შპს. საქმიანობის სხვა სფეროებში მოღვაწე კომპანიების უმრავლესობა წარმოადგენს შპს-ს. გამოკითხულთა 31.6% არის ქალი, რომელთაგან 39% წარმოადგენს შპს-ს, 19% არის ინდივიდუალი მეწარმე, ხოლო 25% - ფიზიკური პირი.

გამოკითხული მეწარმეებიდან 96 მხოლოდ ადგილობრივ ბაზარზე ყიდის თავის პროდუქციას. 5 კომპანია მხოლოდ ექსპორტისთვის აწარმოებს, ხოლო 13 კომპანია ახორციელებს ექპორტს და ასევე ყიდის ადგილობრივ ბაზარზე. 109 ფირმიდან, რომელიც ადგილობრივ ბაზარზე ყიდის პროდუქტს, 27 მხოლოდ სუპერმარკეტებს და მაღაზიების აბარებს მის მიერ წარმოებულ პროდუქტს. 19 მწარმოებელი ამბობს, რომ თვითონ ყიდის პროდუქტს საცალოდ, 12 გადამამუშავებელ კომპანიებთან თანამშრომლობს. 11 შუამავალი გადამყიდველის მეშვეობით ყიდის, 6 ამარაგებს რესტორნებს და სასტუმროებს, ხოლო 34 ფერმერი ამბობს, რომ ის მიმართავს სხვადასხვა გზებს პროდუქციის რეალიზაციისთვის.

[3] კითხვარი იხილეთ დანართში 2, პასუხები კი იხილეთ დანართში- 5

[4] ზომები განსაზღვრულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ახალი განმარტების მიხედვით: http://geostat.ge/?action=page&p_id=61&lang=geo

გრაფიკი 8: როგორ ყიდით თქვენს მიერ წარმოებულ პროდუქტს საქართველოში?



18 ექსპორტიორი ფირმიდან 8 ფირმა ექსპორტს ეწევა ევროკავშირში და/ან აშშ-ში. 5 თავის პროდუქტს ყიდის დსთ-ს და უკრაინის ბაზარზე, 4 - ჩინეთში, ხოლო ერთ კომპანიას ჯერ-ჯერობით შეჩერებული აქვს ექსპორტი. აღსანიშნავია, რომ მათ შორის 15 ფირმა თავის პროდუქტს შუამავლის მეშვეობით ყიდის საზღვრებს გარეთ, ხოლო 3 უშუალოდ ახორციელებს ექსპორტს. ექსპორტიორი ფირმებიდან, 4 მსხვილი, 8 საშუალო, 4 მცირე, ხოლო 2 მიკრო ზომის ბიზნესებია.

ფოკუს-ჯგუფები და ინტერვიუები

როგორც ზემოთ აღინიშნა, ჩატარდა ინტერვიუები იმ სახელმწიფო სტრუქტურებთან, რომელთაც უწევთ სოფლის მეურნეობის სექტორის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღება და ასევე, ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის (DCFTA) დღის წესრიგის შესრულება. ქვემოთ მოცემულია სწორედ ამ შეხვედრებით და გამოკითხვებით მიღებული ინფორმაციის ანალიზი. კერძოდ, პირისპირ ინტერვიუები ჩატარდა შემდეგ უწყებებთან[5]:

- ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
    - საგარეო ვაჭრობის პოლიტიკის დეპარტამენტის სავაჭრო მოლაპარაკებებისა და DCFTA-ის განხორციელების კოორდინაციის სამმართველო,
    - მეწარმეობის სააგენტო -მეწარმეობის განვითარების დეპარტამენტი,
- სოფლის მეურნეობის სამინისტრო
    - სურსათის ეროვნული სააგენტო - საერთაშორისო ურთიერთობების დეპარტამენტი
    - პროექტების მართვის სააგენტო
    - საერთაშორისო ურთიერთობების დეპარტამენტი
    - ევროინტეგრაციის დეპარტამენტი
- სახელმწიფო მინისტრის აპარატი ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში
    - სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი

[5] კითხვარი იხილეთ დანართში 3

პრობლემების უფრო ღრმად გასაგებად, ჩატარდა 2 ფოკუს-ჯგუფი თბილისსა და ბათუმში (კითხვარი იხილეთ დანართში 4), სადაც მონაწილეობდნენ როგორც ბიზნეს ასოციაციები, ასევე ექსპერტები და არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებსაც უშუალო შეხება აქვთ როგორც ბიზნეს ასოციაციებთან, ასევე სოფლის მეურნეობის სექტორის წარმომადგენლებთან.

ბმო-ების საჭიროებათა კვლევა

აღნიშნული კვლევა აფასებს იმ გამოწვევებს, რომლებიც დგას ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების წინაშე. კვლევა სწავლობს ორგანიზაციულ განვითარებასთან, არსებული სერვისების დახვეწასა და ბიზნესთან კომუნიკაციის გაუმჯობესებასთან დაკავშირებულ საკითხებს. ერთმანეთს ადარებს ბიზნესის, ბმო-ებისა და რელევანტური სახელმწიფო უწყებების ხედვებს ასოციაციების როლისა და საჭიროებების შესახებ. აღნიშნული კვლევის მიზანია გამოავლინოს ბმო-ების მზაობა დაეხმაროს ბიზნესებს DCFTA-ით გამოწვეული ვალდებულებების შესრულებაში, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებასა და საბოლოოდ ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტის პოტენციალის ათვისებაში.

ბმო-ების სერვისები და კომუნიკაციის საშუალებები

იმისათვის, რომ ბმო-ები იყვნენ ეფექტური მხარდამჭერები და გაამართლონ ბიზნესის მოლოდინები, მათ უნდა შეეძლოთ ისეთ კითხვაზე პასუხის გაცემა, როგორიცაა: აქვთ თუ არა ბიზნესის საჭიროების შესაბამისი სერვისები და თუ კი, აქვთ თუ არა ბიზნესებს ამ სერვისების შესახებ ინფორმაცია? სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მათ მუდმივად უნდა განაახლონ სერვისები ბიზნესების საჭიროებების მიხედვით და მეორეს მხრივ, უნდა ჰქონდეთ აქტიური და ეფექტური ორმხრივი კომუნიკაცია ბიზნესთან არსებული სერვისების შესახებ. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რას ფიქრობს ამ საკითხებზე თავად ბიზნეს სექტორი.

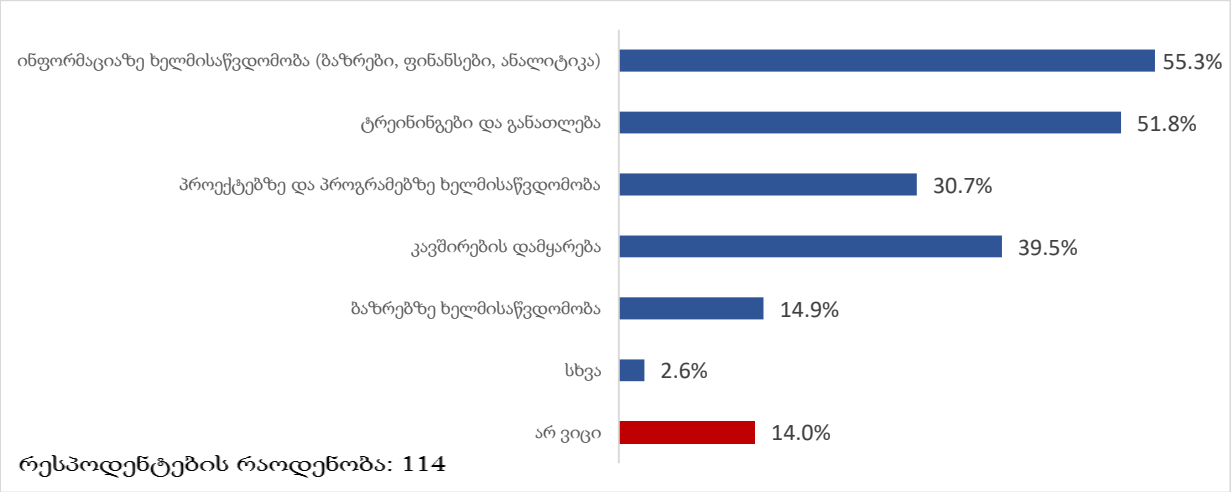
გამოკითხული 114 აგრო-ბიზნესის წარმომადგენლიდან, 54 არის რომელიმე ბიზნეს ასოციაციის წევრი და მათგან უმრავლესობამ (37 ბიზნესი) ბოლო 3 წელიწადში გადაწყვიტა ბიზნეს ასოციაციაში გაწევრიანება. აღსანიშნავია, რომ 54 ბიზნესიდან მხოლოდ 6 იხდის საწევროს, ხოლო 47-მა თქვა, რომ მათ წევრობაში არ უწევთ თანხის გადახდა. მათ ბიზნეს ასოციაციის წევრობა, ძირითადად, ახალ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის შესაძლებლობის ზრდის გამო გადაწყვიტეს. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ბიზნესების უმრავლესობა ბოლო სამი წლის განმავლობაში დარეგისტრირდა რომელიმე ასოციაციის წევრად, სავარაუდოდ, მათთვის ინფორმაციაზე ხალმისაწვდომობა სწორედ DCFTA-სთან დაკავშირებულ ახალ რეგულაციებთან და სტანდარტების დამკვიდრებასთან ასოცირდება. დღესდღეობით მათი ეს ინტერესი მხოლოდ მცირედით არის დაკმაყოფილებული, რადგან გამოკითხული ბიზნესების უმრავლესობა ამბობს, რომ მათ სმენიათ ამ ხელშეკრულების, ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობისა და სტანდარტების შესახებ, თუმცა მათი ინფორმაცია არის ზოგადი და ზედაპირული და ისურვებდნენ ამ თემებზე მეტ კონსულტაციებსა და ტრეინინგებს.

მეწარმეების ის ნაწილი, რომლებიც უკვე არიან ერთი ან რამოდენიმე ასოციაციის წევრები ამბობენ, რომ არსებული კონსულტაციებისა და ინფორმაციის მიწოდების მიუხედავად, მათთვის დამატებით სასურველი სერვისებია: დარგობრივი ინფორმაცია, მათ შორის ინფორმაცია ახალ ტექნოლოგიებზე, ფინანსებზე წვდომაში ხელშეწყობა (მათ შორის გრანტებზე), კონტაქტებში და ბაზრის სხვა მონაწილეებთან კოორდინაციაში მხარდაჭერა,

ასევე, ტრეინინგები და კონსულტაციები მათთვის საჭირო დარგობრივ თემებზე. შეიძლება ითქვას, რომ წევრი ბიზნესებისთვის უფრო ვიწრო და სპეციფიკური ინფორმაცია და ცოდნის მიწოდება არის უფრო მნიშვნელოვანი. რაც იმას ნიშნავს, რომ დარგობრივი ასოციაციების მიმართ ინტერესი არის უფრო მაღალი კომპანიების იმ კატეგორიაში, რომელიც გამოიკითხა, ვიდრე მრავალდარგობრივი ბმო-ების მიმართ. განვითარების ამ ეტაპზე დარგობრივი ასოციაციების განვითარების აუცილებლობაზე მიუთითებენ სახელმწიფო უწყებებიც, რომელთა აზრით ბიზნეს-ცნობიერების ზრდა სოფლის მეურნეობის სექტორში სწორედ სპეციფიკური ცოდნის და ინფორმაციის მიწოდებით უნდა დაიწყოს.

გამოკითხული 114 ბიზნესიდან, უმრავლესობა (55.3%) ფიქრობს, რომ ბმო-ები რეგულარულად უნდა სთავაზობდნენ განახლებულ ინფორმაციას ბაზრების და ფინანსების შესახებ, ასევე, ანალიტიკურ ინფორმაციას მათი საჭიროებებიდან გამომდინარე. 51.8%-სთვის მნიშვნელოვანია ტრეინინგები და სხვა საგანმანათლებლო აქტივობები, რომლებიც მათ საშუალებას მისცემს უფრო მარტივად და ნაკლები ხარჯით მოახდინონ ახალი სტანდარტების დანერგვა საკუთარ ბიზნესში. ბმო-ების ერთ-ერთ მთავარ როლს მეწარმეები სხვა მსგავს ან უფრო მსხვილ, პოტენციურ პარტნიორ კომპანიებთან დაკავშირებაში ხედავენ.

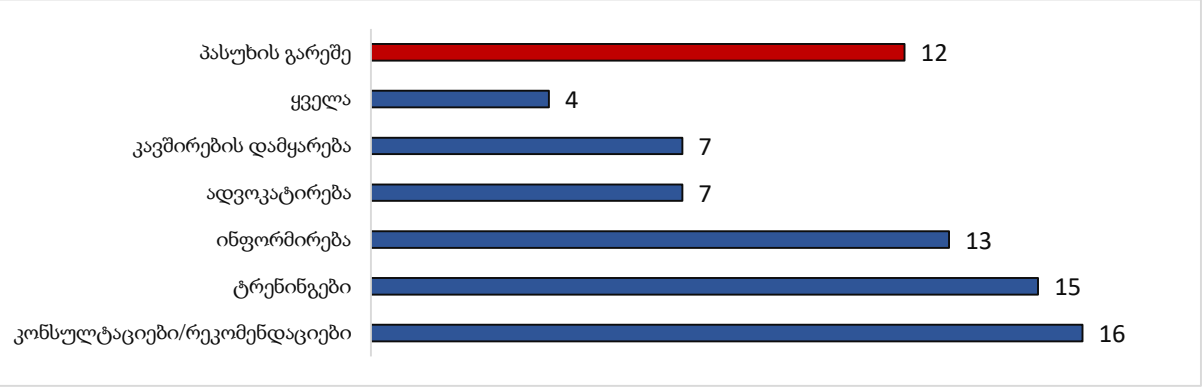
გრაფიკი 9: რა მომსახურებას უნდა გთავაზობდნენ ბიზნეს მხარდამჭერი ორგანიზაციები?



აღსანიშნავია, რომ ბმო-ების სერვისების სტრუქტურაც დაახლოებით ისეთივეა, როგორიც კერძო სექტორს სურს რომ იყოს, თუმცა პრაქტიკაში მათი თანამშრომლობა მაინც სუსტია.

ორგანიზაციების რაოდენობა, რომლებიც თავის წევრებს ერთდროულად სთავაზობენ რამდენიმე საბაზისო სერვისს, არის მხოლოდ 4. გამოკითხვიდან გამოიკვეთა, რომ ბმო-ების უმრავლესობა კონსულტაციებს და ტრეინინგებს სთავაზობს ბიზნესს, თუმცა სიხშირეს თუ გავითვალისწინებთ, ეს არ ხდება რეგულარულად და შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ბიზნესისთვის ეს არ არის ცოდნის მიღების დასაყრდენი წყარო. განახლებულ ინფორმაციას, რომელიც ყველაზე სასურველი სერვისია მეწარმეებისთვის, მხოლოდ 16 ბმო სთავაზობს. კავშირების დამყარებაში ხელშეწყობა და ადვოკატირება კი 7 ასოციაციაშია შესაძლებელი.

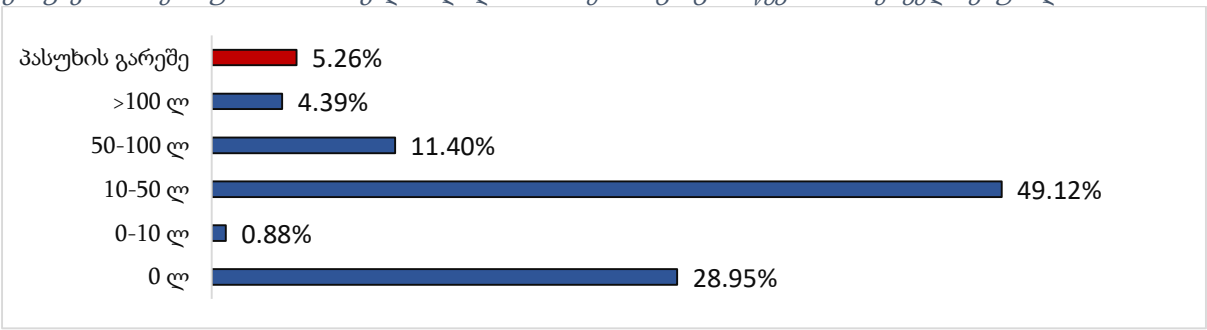
გრაფიკი 10: რა მომსახურებას სთავაზობთ ბიზნესს?



ახალი წევრების მოძიებისთვის საჭირო საკომუნიკაციო არხების არარსებობა არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემა ბიზნეს ასოციაციებისთვის. მეწარმეების 68%-ს, რომლებიც ამჟამად არცერთი ასოციაციის წევრი არ არიან, არასდროს მიუღიათ შემოთავაზება რომელიმე ასოციაციიდან რომ გამხდარიყვნენ მათი წევრი. იმ 20%-მა, რომელსაც ერთხელ მაინც მიუღია მსგავსი შემოთავაზება, უარი თქვა წევრობაზე ორი ძირითადი მიზეზის გამო: ბიზნეს ასოციაცია არ სთავაზობდა მისთვის საინტერესო სერვისებს (50% შემთხვევაში) ან საწევრო გადასახადი მათთვის მაღალი იყო (25%-ის შემთხვევაში).

მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნეს ასოციაციების აზრით, კომპანიები მზად არ არიან საწევროების გადასახდელად, ბიზნესის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ისინი მზად არიან გარკვეული საწევროს გადახდისთვის იმ შემთხვევაში, თუ ასოციაციები მათ საინტერესო და საჭირო სერვისებს შესთავაზებენ. გამოკითხულთა 49.1%-სთვის მისაღებია თვეში 10-დან 50 ლარამდე თვიური შენატანი. 11.4% მზადაა, რომ თვეში 100 ლარამდე საწევრო გადაიხადოს. 29% ამბობს, რომ ისინი საწევროს გადახდისთვის მზად არ არიან, თუმცა იმ მეწარმეების დიდი ნაწილი, რომელიც არ არის მზად გადახდისთვის მაინც გამოთქვამს სურვილს ბიზნეს ასოციაციებისგან მათთვის საჭირო აქტივობებში მიიღონ მონაწილეობა (გრაფიკი 11).

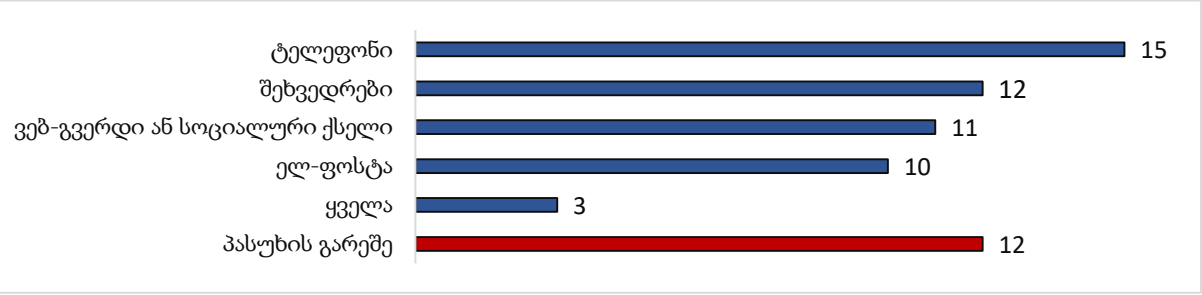
გრაფიკი 11: მაქსიმუმ რა თანხას გადაიხდიდით ბიზნეს ასოციაციის წევრობაში ყოველთვიურად?



სუსტი კომუნიკაცია, როგორც არსებულ, ისე პოტენციურ წევრებთან, შეიძლება ჩაითვალოს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევად. წევრ კომპანიებთან რეგულარული და ორმხრივი კომუნიკაცია უნდა გახდეს სერვისების დახვეწის საწინდარი, რომელსაც უკავშირდება ორგანიზაციის ფინანსური მდგრადობაც, რადგან ამ სერვისებში მეწარმეები მზად არიან გადაიხადონ თანხა.

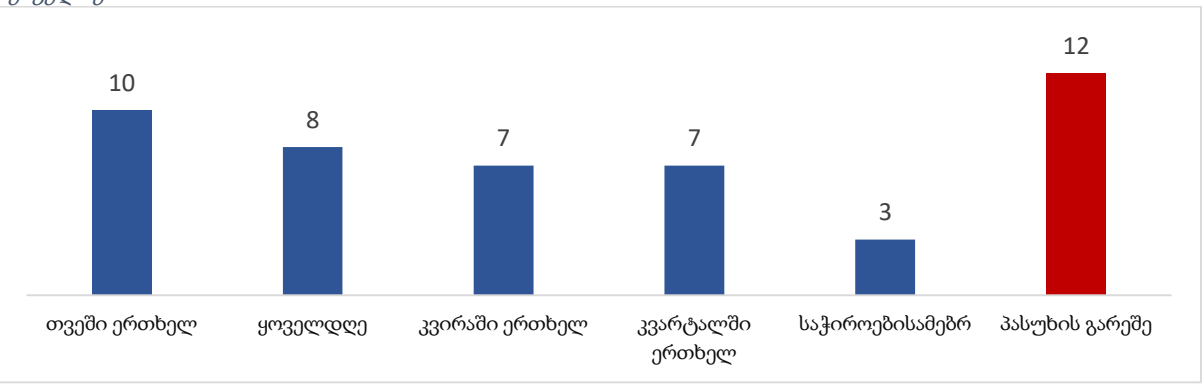
გამოკითხული 47 ბიზნეს ასოციაციის მთავარი საკომუნიკაციო საშუალება არის ტელეფონი (18 ასოციაცია), რომელთაგან 5 ყოველდღიურად უკავშირდება წევრებს საჭიროებისამებრ, 4 ასოციაცია -კვირაში ერთხელ, 4- თვეში ერთხელ, ხოლო დარჩენილი 5- კვარტალში ერთხელ.

გრაფიკი 12: კომუნიკაციის რა საშუალებებს იყენებთ ბიზნესის ინფორმირებისა და კოორდინაციისთვის?



ტელეფონის შემდეგ, პირისპირ შეხვედრა არის კომუნიკაციის ყველაზე ხშირი საშუალება. ბიზნესებთან კომუნიკაციისთვის მხოლოდ 3 ბმო იყენებს როგორც პირად შეხვედრებს, ასევე სხვადასხვა დისტანციურ საშუალებებს (ინტერნეტი, ტელეფონი).

გრაფიკი 13: რამდენად ხშირად ეკონტაქტებით ბიზნესს ტელეფონით ან/და აწყობთ რეგულარულ შეხვედრებს?

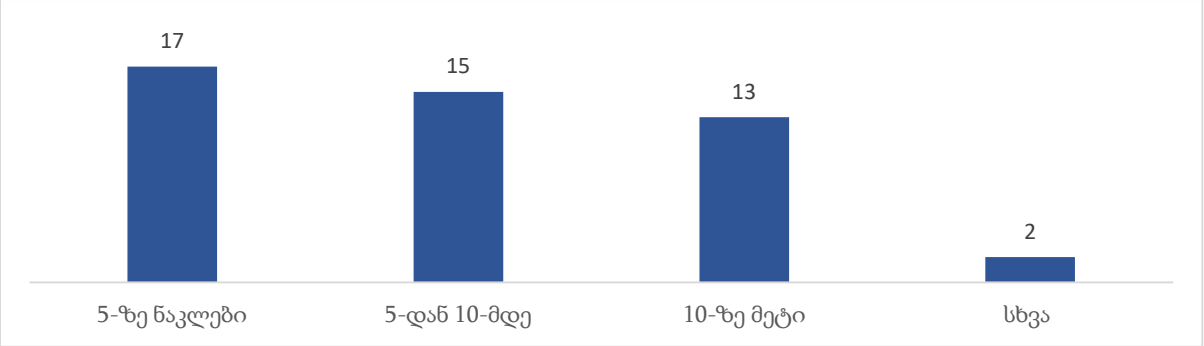


სწორი კომუნიკაციით ბმო-ები მოახერხებენ წევრი მეწარმეების ინტერესების უკეთ შესწავლას და ახალი წევრების მოზიდვას და დაინტერესებას. ორივე კომპონენტი მნიშვნელოვანია ბიზნეს ასოციაციის ფუნქციონირების სრულყოფისთვის.

ბიზნეს მხარდამჭერი ორგანიზაციების ორგანიზაციული განვითარება

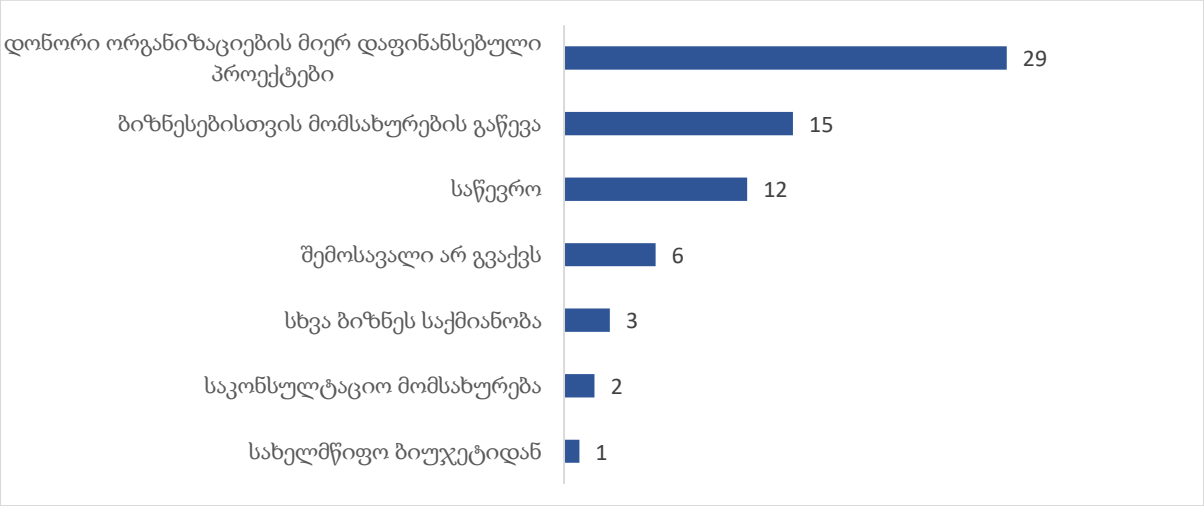
თითქმის ყველა ბმო-ს ჰყავს სულ ცოტა 1 თანამშრომელი. უმეტესობას დაქირავებული ყავს 10-მდე თანამშრომელი (მათ შორის 17 ორგანიზაციას ყავს 5-ზე ნაკლები, ხოლო 15-ს ყავს 5-დან 10-მდე თანამშრომელი). 13 ორგანიზაციას ყავს 10-ზე მეტი თანამშრომელი.

გრაფიკი 14: რამდენი თანამშრომელი გყავთ ბმო-ში?



საქართველოში ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების საქმიანობა ხშირ შემთხვევაში არ შემოიფარგლება მხოლოდ წევრი კომპანიებისთვის სერვისების მიწოდებით, რადგან წევრობაზე დაფუძნებული ორგანიზაცია არ არის ფინანსურად მდგრადი. ორგანიზაციების უმრავლესობა, ბიზნესისთვის სერვისების და კონსულტაციების გაწევის პარალელურად, მონაწილეობას იღებს დონორების მიერ დაფინანსებულ პროექტებში. 15 ბმო-ს ასევე აქვს ფასიანი საკონსულტაციო სერვისები მეწარმეებისთვის. მხოლოდ 12 ასოციაციისთვის არის საწევრო შემოსავლის ნაწილი. უნდა აღინიშნოს, რომ ის ასოციაციები, რომლებიც საწევროებს იღებენ, აღნიშნავენ, რომ მათი შემოსავლის მხოლოდ ძალიან მცირე ნაწილს შეადგენს საწევრო და საწევრო გადასახადის ერთადერთი მიზანია მოტივირებული კომპანიების ყოლა ორგანიზაციაში. 6 ორგანიზაციას საერთოდ არ აქვს ზემოთ ჩამოთვლილი არცერთი ტიპის შემოსავალი, რაც მათ სუსტ ორგანიზაციულ განვითარებაზე მიუთითებს.

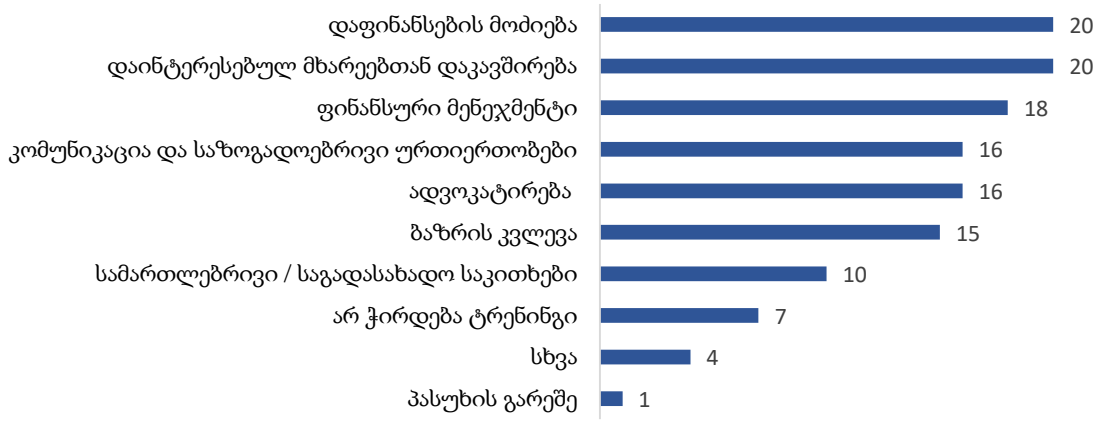
გრაფიკი 15: ბმო-ების შემოსავლის წყაროები



კითხვაზე, თუ რა მიმართულებით სჭირდებათ ბმო-ებს ცოდნის გაძლიერება და ტრეინინგები, 20-მა მათგანმა უპასუხა, რომ სწორედ ფინანსური მენეჯმენტი, ისევე როგორც, ფონდების მოძიება არის მათი სუსტი მხარე და საჭიროებს დამატებით უნარებს. გარე კომუნიკაცია და დაინტერესებულ მხარეებთან დაკავშირება, მათ შორის ახალი წევრების მოზიდვა, ასევე, არის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება, რომლის ცოდნის გაძლიერებაც სჭირდებათ ბმო-ებს. ბიზნესის საჭიროებებიდან გამომდინარე, ბიზნესები მოელიან, რომ ბმო-ები აქტიურ როლს ითამაშებენ პოლიტიკის შემუშავებასა და ადვოკატირებაში. შესაბამისად, ამ საკითხებში ბმო-ები ისურვებდნენ მეტი გამოცდილების

გაზიარებას და უნარების ამაღლებას. ასევე ბიზნესისთვის საინტერესო სერვისების შეთავაზებისთვის, მათ სჭირდებათ ბაზრის კვლევის უნარები.

გრაფიკი 16: ორგანიზაციული გაძლიერებისთვის, რა საკითხებში გესაჭიროებათ ტრეინინგები?



პროექტის ფარგლებში, სწორედ ბმო-ების გამოკითხვის საფუძველზე შედგება ის სატრეინინგო კურსები, რომელიც მათ 2017-2018 წლებში ჩაუტარდებათ.

DCFTA-ით გამოწვეული შესაძლებლობები

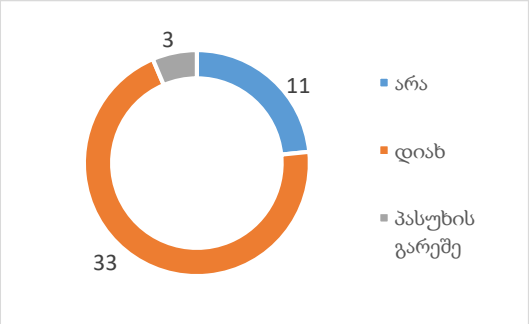
მცირე ბიზნესის განვითარება და საერთაშორისო ბაზარზე გასვლა უფრო და უფრო ექცევა სხვადასხვა ქვეყნების პრიორიტეტულ მიმართულებებში. უფრო მეტიც, თანამედროვე კვლევები (Hutchinson et al. 2007) ამსხვრევენ მითებს იმის შესახებ, რომ მხოლოდ მსხვილ კომპანიებს შეუძლიათ წარმატებულად იასპარეზონ საერთაშორისო ბაზარზე. ვინაიდან შეზღუდული რესურსებიდან გამომდინარე მცირე კომპანიები უფრო მეტ ბარიერს აწყდებიან ექსპორტის დროს, ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების ჩართვა პროცესში შეიძლება გახდეს ბარიერების დაძლევის ეფექტური გზა.

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი როლი შეიძლება იყოს მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის ინტერნაციონალიზაციაში, ან უბრალოდ ქვეყნის გარეთ პარტნიორებთან დაკავშირების პროცესებში მხარდაჭერა, მითუმეტეს, რომ უკვე 3 წელია არსებობს ევროკავშირთან უტარიფო ვაჭრობის შესაძლებლობა.

გამოკითხული 114 ბიზნესიდან, 18,4%-ს საერთოდ არ სმენია ისეთი სტანდარტების შესახებ როგორიცაა HAACP, GLOBAL G.A.P. და ISO. ხოლო იმ 81,6%-დან, რომლისთვისაც ეს სტანდარტები ნაცნობია, არცერთი არ ასახელებს ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციას, როგორც ინფორმაციის წყაროდ. მათ აღნიშნული სტანდარტების შესახებ ინფორმაცია გაიგეს მედია და ინტერნეტ-საშუალებებიდან (42%), არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული სხვადასხვა პროექტებიდან (17%), ასევე ნაწილს მონაწილეობა აქვს მიღებული საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და სახელმწიფოს მიერ ორგანიზებულ ტრეინინგებში აღნიშნულ სტანდარტებთან დაკავშირებით (15%). აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულთა 10%-მა ინფორმაციის წყაროდ დაასახელა სახელმწიფო სტრუქტურები, როგორიცაა სოფლის მეურნეობის ექსტენციის ცენტრები და სურსათის უვნებლობის

სააგენტო. მიუხედავად იმისა, რომ სხვადასხვა სტანდარტების შესახებ სმენია გამოკითხულთა 81,6%-ს, მათი უმრავლესობა (52%) ამბობს, რომ დეტალური ცოდნა და ინფორმაცია ესაჭიროება HAACP, GLOBAL G.A.P. და ISO-ს შესახებ.

გრაფიკი 17: გესაჭიროებათ თუ არა დამატებითი ცოდნა HAACP, GLOBAL G.A.P. და ISO სტანდარტების შესახებ ? (კითხვა ბიზნეს-ასოციაციებს)



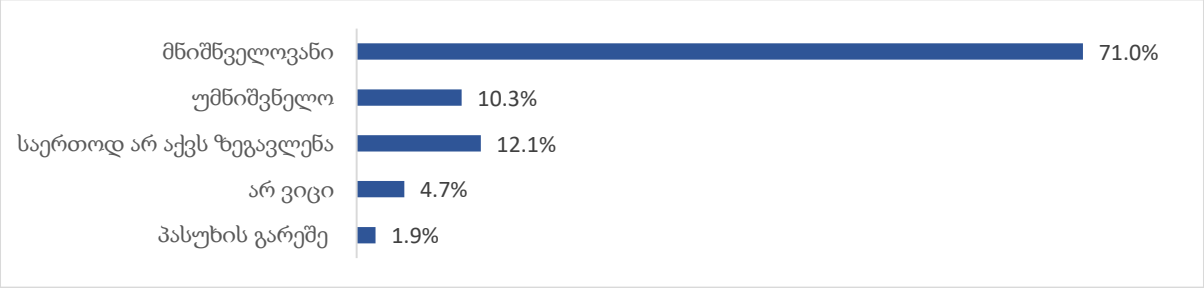
ისევე როგორც სხვადასხვა სტანდარტების შემთხვევაში, DCFTA-ს შესახებ სმენია ბიზნესის 80%-ს. გამოკითხულთა 84%-ს ასევე აქვს ინფორმაცია ისეთი მნიშვნელოვანი რეგულაციების შესახებ, როგორიცაა სურსათის უვნებლობასთან დაკავშირებული სანიტარული და ფიტოსანიტარული რეგულაციები. შედარებით ნაკლებს, 64%-ს სმენია ვეტერინარული რეგულაციების შესახებ. კვლავ, ინფორმაციის მთავარ წყაროდ ბიზნესი მედიას და ინტერნეტ-საშუალებებს ასახელებს.

გამოკითხული 47 ბმო-დან 43-სთვის ჩამოთვლილი სტანდარტები და ხელშეკრულება უცხო არ არის. ისევე, როგორც ბიზნესის შემთხვევაში, ბიზნეს ასოციაციებისთვისაც სტანდარტების, DCFTA-ს და მასთან დაკავშირებული რეგულაციების შესახებ ინფორმაციის წყარო ინტერნეტ და მედია-საშუალებებია. სწორედ ამიტომ, ბიზნეს ასოციაციების უმრავლესობა თვლის, რომ მათ დამატებითი ცოდნა და ტრეინინგი ესაჭიროებათ აღნიშნულ საკითხებთან დაკავშირებით.

იქედან გამომდინარე, რომ როგორც ბიზნესისთვის, ასევე ბიზნეს ასოციაციებისთვის ინფორმაციის ძირითადი წყარო არის მედია-საშუალებები, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მათი ცოდნა ამ თემების გარშემო არის ზოგადი და ზედაპირული, ხოლო ინტერესი არის დიდი, რადგან ბიზნესს სჭირდება დამატებითი ინფორმაცია როგორც DCFTA-ს, ასევე რეგულაციებისა და სტანდარტების შესახებ. ამიტომ, ბიზნეს ასოციაციებისთვის ამ საკითხების საფუძვლიანი ცოდნა იქნება პოტენციური წევრების მოზიდვის ერთ-ერთი მექანიზმი.

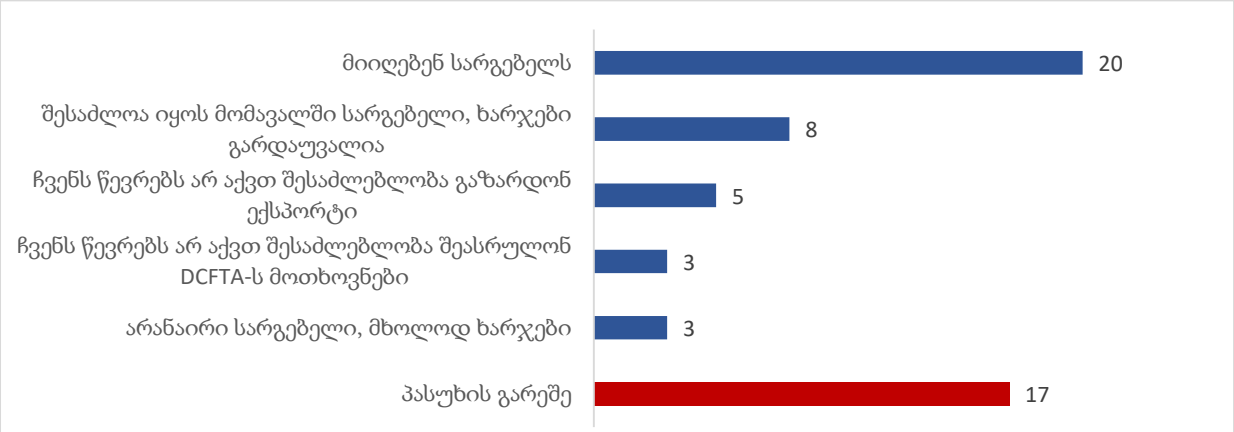
გამოკითხული მეწარმეების ნაწილს, აქამდე შესრულებული სხვადასხვა პროექტების და სახელმიწფო აქტივობის წყალობით, უკვე აქვს გააზრებული, რომ DCFTA და მასთან დაკავშირებული რეგულაციები მნიშვნელოვან როლს ახდენენ მათ ბიზნესზე (71%). ბიზნესის მცირე ნაწილი ფიქრობს, რომ დასახელებული რეგულაციები უმნიშვნელოა (10,3%) ან საერთოდ არ აქვს ზეგავლენა (12,1%).

გრაფიკი 18: რა ზეგავლენა აქვს DCFTA-ს და მასთან დაკავშირებულ რეგულაციებს თქვენს ბიზნეს-საქმიანობაზე? (კითხვა ბიზნესებს)



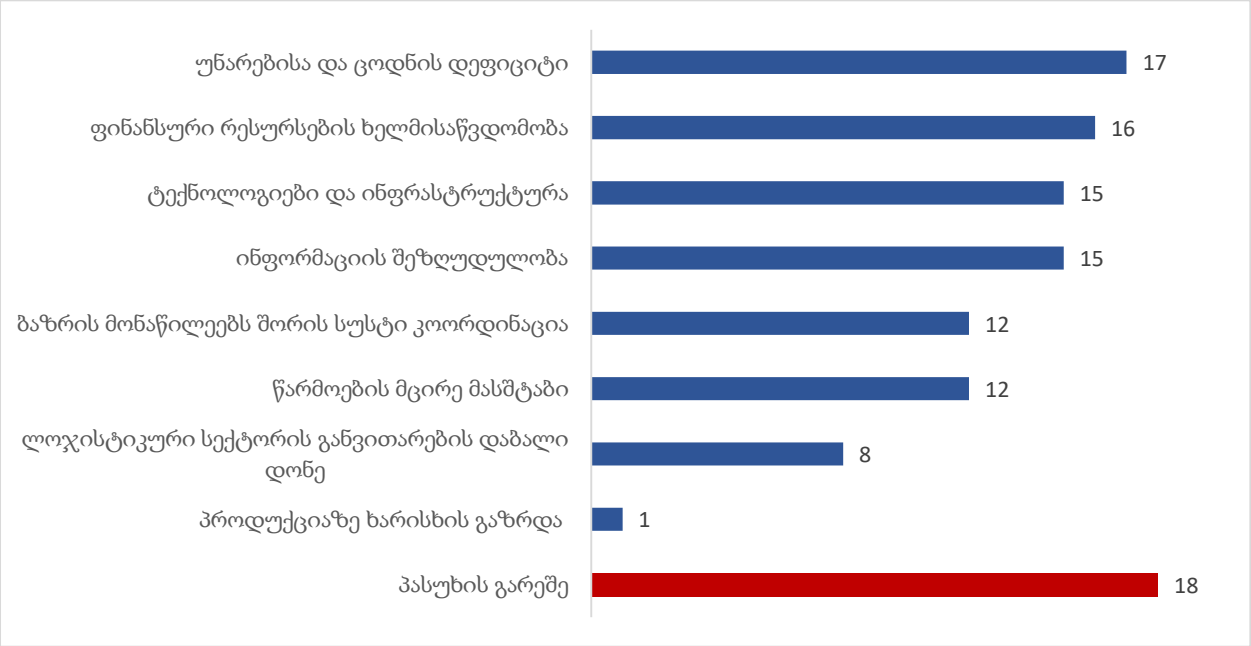
ბიზნეს ასოციაციებს DCFTA-ით გამოწვეულ შესაძლო სარგებელთან დაკავშირებით სხვადასხვანაირი შეხედულებები აქვთ. 20 მათგანი თვლის, რომ მის წევს კომპანიებს აქვს პროდუქციის ექსპორტზე გატანის შესაძლებლობა და შესაბამისად DCFTA მათთვის სარგებლის მომტანია. 8 ბმო თვლის, რომ სარგებელი ჯერ ცხადი არ არის. შესაძლოა კომპანიებმა ისრგებლონ მომავალში, თუმცა ხარჯი გარდაუვალია. 5 ბიზნეს ასოციაციის აზრით იმ მეწარმეებს, რომლებსაც იცნობენ, არ აქვთ შესაძლებლობა ექსპორტზე გაიტანონ თავიანთი ნაწარმი. დამატებით 3 თვლის, რომ ქართული კომპანიები ევროკავშირის მოთხოვნებს ვერ შეასრულებენ. კიდევ უფრო პესიმისტურია 3 ასოციაციის აზრი, რომლებიც თვლიან, რომ DCFTA მხოლოდ ხარჯის მომტანია და არანაირ სარგებელს არ უნდა ველოდოთ. სავარაუდოა, რომ პესიმისტური პასუხების ნაწილი გამოწვეულია ევროკავშირის ბაზართან დაკავშირებულ სტიგმატურ დამოკიდებულებასთან, თითქოს ის მიუწვდომელია და ამ შეხედულების გასაქარწყლებლად მნიშვნელოვანია ბიზნესებისთვის დეტალური ინფორმაციის და ცოდნის მიწოდება.

გრაფიკი 19: თქვენი აზრით მიიღებენ თუ არა თქვენი ორგანიზაციის წევრი/არაწევრი ბიზნესები სარგებელს DCFTA-სგან?



ასევე, საინტერესოა ბიზნეს ასოციაციების აზრი იმასთან დაკავშირებით, თუ რა ძირითადი ფაქტორები ზღუდავს ევროკავშირში ექსპორტს და ზოგადად ბიზნესის განვითარებას. ფაქტორების ჩამონათვალი კომპლექსური და მრავალფეროვანია. ძირითად დაბრკოლებას ბიზნეს ასოციაციები ხედავენ ქართველი მეწარმეების უნარების და ცოდნის დეფიციტსა და ფინანსებზე დაბალ ხელმისაწვდომობაში. 15 მათგანი ასევე მნიშვნელოვან დაბრკოლებად მიიჩნევს ბიზნესისთვის ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის ნაკლებობას, ასევე ტექნოლოგიების და ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალ დონეს.

გრაფიკი 20: რა არის ბიზნესებისთვის DCFTA-ით სარგებლობის ძირითადი შემზღუდველი ფაქტორები?



მიუხედავად DCFTA-ს როლის და მასთან დაკავშირებული რეგულაციებზე ინფორმაციის დეფიციტის აღიარებისა, აღმოჩნდა, რომ 47 გამოკითხული ორგანიზაციიდან მხოლოდ 19-ს აქვს ისეთი სერვისები, რომლებმაც შეიძლება მხარდამჭერი როლი შეასრულონ ბიზნესისთვის წარმოების სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანის პროცესში. ასეთი 19 ასოციაციიდან, 15 იყენებს ტრეინინგების ფორმას, ხოლო 4 მათგანი ინფორმაციის მიწოდების საშუალებად სოციალურ მედიას იყენებს. 19-ვე ასოციაცია ინფორმაციის გასაზიარებლად ხვდება კომპანიებს.

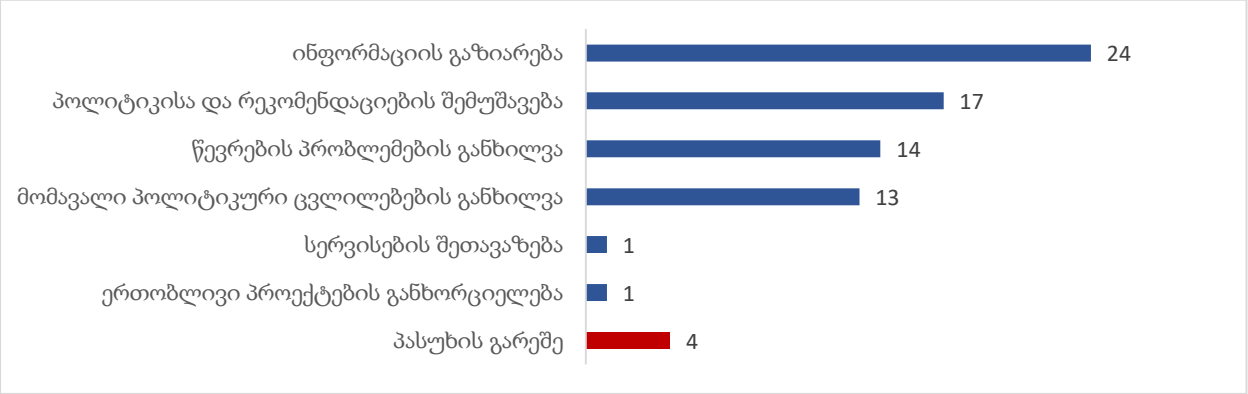
დასკვნის სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ზოგადი ინფორმირებულობის დონე როგორც ბიზნესის, ასევე ბიზნეს ასოციაციების შემთხვევაში არის მაღალი, თუმცა ვინაიდან მათი ინფორმაციის მთავარი წყარო არის მედია და ინტერნეტ-საშუალებები, მათი ინფორმაცია და ცოდნა არის ზედაპირული. საჭიროა ბიზნეს ასოციაციების ცოდნის გაძლიერება ამ მიმართულებით, რომ მოგვიანებით მათ დაამყარონ ხშირი და ინტენსიური კომუნიკაცია მცირე და საშუალო ბიზნესთან DCFTA-ის, ახალი რეგულაციებისა და სტანდარტების შესახებ.

სამთავრობო უწყებებთან თანამშრომლობა

ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულონ ბიზნეს და საინვესტიციო გარემოს ფორმირებაში. იმისათვის, რომ ბიზნეს გაერთიანებებმა შექმნან ძლიერი რეპუტაცია სახელმწიფოსთან დიალოგისათვის, მათ უნდა ჰქონდეთ იმ იდეების ადვოკატირების ძლიერი უნარი, რომელიც მათ წევრ კომპანიებს გააჩნიათ/სჭირდებთ. უნდა იყვნენ ძლიერი ორგანიზაციები სწორი საორგანიზაციო და მმართველი სტრუქტურით და უნდა შეეძლოთ მათი წევრებისთვის საჭირო სერვისების და ინფორმაციის მიწოდება.

ბმო-ებისთვის ისეთივე მნიშვნელოვანია სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობა, როგორც ბიზნესთან. გამოკითხული 47 ასოციაციიდან 35 ამბობს, რომ თანამშრომლობს სახელმწიფო უწყებებთან სხვადასხვა დონეზე, ხოლო დარჩენილ 12 ორგანიზაციას საერთოდ არ აქვს კომუნიკაცია სახელმწიფო უწყებებთან. 35-დან 13 თანამშრომლობს მხოლოდ ცენტრალურ ხელისუფლებასთან, 3 მხოლოდ ადგილობრივ ხელისუფლებასთან, ხოლო დანარჩენები ორივე დონეზე თანამშრომლობენ. თანამშრომლობაში ასოციაციები გულისხმობენ ინფორმაციის გაზიარებას, პოლიტიკისა და რეკომენდაციების შემუშავებაში მონაწილეობას და წევრი კომპანიების პრობლემების განხილვას.

გრაფიკი 21: როგორია ბიზნეს ასოციაციების სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობის ფორმა?



12 ბიზნეს ასოციაცია თვლის რომ სახელმწიფო სექტორი ღია არის დისკუსიებისა და განხილვებისთვის, თუმცა არა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, არამედ ზოგადად. თუმცა ამდენივე ამბობს, რომ ის ჩართული იყო გადაწყვეტილების მიღებაში. 16 ორგანიზაცია დადებითად ახასიათებს სახელმწიფო სექტორთან თანამშრომლობის ფორმებს. 9 მათგანი კი უარყოფითად აფასებს სახელმწიფოსთან თანამშრომლობის გამოცდილებას და თვლის, რომ სახელმწიფოს მათი პრობლემები არ აინტერესებს.

როგორც მეთოდოლოგიურ ნაწილში აღვნიშნეთ, ინტერვიუები ჩატარდა სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლებთანაც. უწყებების ნაწილი ადასტურებს ბიზნეს-ასოციაციებთან ხშირ კომუნიკაციას და თანამშრომლობას, თუმცა მათი გამოცდილებით, აქტიურები არიან მხოლოდ მსხვილი ასოციაციაციები და ხშირ შემთხვევაში, მხოლოდ თბილისში. ეკონომიკის სამინისტროს ცნობით, მსხვილ ასოციაციებს, რომლებიც ამავდროულად თბილისში ოპერირებენ, არ აქვს ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა, მაშინ როდესაც რეგიონებში არსებული შედარებით მცირე ზომის ასოციაციები ინფორმაციის მნიშვნელოვან დეფიციტს განიცდიან, რაც სხვადასხვა პროექტის ფარგლებში მათთან შეხვედრების დროს გამომჟღავნებულა. ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობასთან ერთად, ეკონომიკის სამინისტრო ძირითად დაბრკოლებად ასახელებს DCFTA-სთან დაკავშირებით ცნობიერების დაბალ დონეს და სიახლის აღქმის პრობლემას.

საქართველოში DCFTA-ს შესახებ განხორციელებული უამრავი პროექტის მიუხედავად, სახელმწიფო უწყებები ძირითად დამაბრკოლებელ ფაქტორად კვლავ ზოგადი ცოდნისა და ინფორმაციის დეფიციტს ასახელებენ. შესაბამისად, საჭიროა ამ საკითხების ცოდნის გაძლიერება ადგილობრივად და შემდგომ ხშირი და თანმიმდევრული კომუნიკაცია ამ თემაზე, რათა ზოგადი ცნობიერების დონე გაიზარდოს. განსაკუთრებით გამოყოფენ რეგიონებში მცირე და საშულო ზომის მეწარმეების ცნობიერების დაბალ დონეს DCFTA-სთან დაკავშირებით. შესაბამისად, ბიზნეს ასოციაციების როლის გაძლიერება არის

მნიშვნელოვანი ამ მიმართულებით. ბმო-ების ცოდნის გაძლიერება იმ მიზნით, რომ შემდეგ ინტენსიურ რეჟიმში დაეხმარონ მეწარმეებს, იქნება ეფექტური გრძელვადიან პერიოდში.

უფრო კონტრეტულად, სახელმწიფო უწყებებმა გამოყვეს შემდეგი საკითხები, რომლებიც დღეს წარმოადგენს პრობლემას და უნდა გადაიჭრას იმისათვის, რომ მომავალში DCFTA-ით სარგებლობა შეძლონ ადგილობრივმა მეწარმეებმა:

- ზოგადი ცნობიერების ამაღლება ევროკავშირის ბაზრის შესახებ
- ევროკავშირის მოთხოვნები პროდუქტების მიმართ
- ევროკავშირის ბაზრის ხელმისაწვდომობა და უპირატესობების ცოდნა
- ბიზნეს პარტნიორების მოძიება
- წარმოებაში საერთაშორისო სტანდარტების დანერგვა
- რეგულაციებისა და პროექტების შესახებ ინფორმაციის გაცნობა რეგულარულად
- ბიზნესის სტრატეგიული დაგეგმვა
- მარკეტინგული სტანდარტების შემოღება
- კონკურენტუნარიანობის ზრდაზე ზრუნვა

ყველა ამ საკითხის ცოდნა მნიშნვნელოვანია ბიზნეს ასოციაციებისთვის, რათა მათ კვალიფიციური კონსულტაცია გაუწიონ მეწარმეებს.

ბიზნეს ასოციაციებს შესაძლებლობა აქვთ ინფორმაცია მიიღონ სხვადასხვა პლატფორმების საშუალებით, რომელიც სახელმწიფო სტრუქტურებში არის ფორმირებული. მსხვილი ბიზნეს ასოციაციები წარმოდგენილნი არიან ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებულ DCFTA-ს მრჩეველთა საბჭოში და ცხადია, საბჭოს წევრ ასოციაციას თავად არ ექნება ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა. აღნიშნული საბჭო ასევე არის უკუკავშირის მიღების ერთადერთი ეფექტური საშუალება ეკონომიკის სამინისტროსთვის, თუმცა ეს მხოლოდ საბჭოს წევრი ასოციაციებისთვის. ბიზნეს ასოციაციების ნაწილი წარმოდგენილია სურსათის ეროვნულ სააგენტოსთან არსებულ სამოქალაქო დარბაზში, რომელთა განხილვის ძირითადი მიმართულებებია სანიტარია, ვეტერინარია და მცენარეთა დაცვა (DCFTA-ს მეოთხე თავი). ასევე, ევროინტეგრაციის სამინისტროსთან არსებობს სამოქალაქო საზოგადოების სამუშაო ჯგუფი, რომელთა ჩართულობით შემუშავდა კომუნიკაციის სატრატეგია და შესაბამისი სამოქმედო გეგმა.

რეგიონებში ბიზნეს ასოციაციების გააქტიურების მნიშნვნელოვან საშუალებად შეიძლება ჩაითვალოს ახლად ფორმირებული ე.წ. ადგილობრივი განვითარების ჯგუფები (LAG). პროექტი ხორციელდება ევროკავშირის პროექტ ენპარდის მხარდაჭერით. უკვე არსებობს ასეთი ჯგუფები ლაგოდეხში, ბორჯომსა და ყაზბეგში. მიმდინარეობს LAG-ების ფორმირება ხულოში, ქედაში, თეთრიწყაროსა და ახალქალაქში. ამ ჯგუფებში ჩართულია ადილობრივი ბიზნესი და ბიზნეს ასოციაციები, სხვა დაინტერესებულ ჯგუფებთან ერთად. ევროკავშირის სხვადასხვა ქვეყნებში, სადაც მსგავსი პროგრამები უკვე დიდი ხანია დანერგილია, სწორედ მცირე და საშულო ბიზნეს გაერთიანებები თამაშობენ წამყვან როლს ადგილობივი განვითარების სტრატეგიების შემუშავებასა და განხორციელებაში.

სახელმწიფო უწყებები კომუნიკაციისთვის იყენებენ სხვადასხვა მედია-საშუალებებს (ვიდეო რგოლები, რადიო ტელევიზია, სოციალური მედია, ბეჭდური მედია), ბუკლეტებს, შეხვედრებს. ზოგიერთ უწყებაში ხელმისაწვდომია უშუალო კონსულტაცია. სოფლის

მეურნეობის სამინისტრო გამოსცემს გაზეთს „ჩვენი სოფელი“, რომელშიც რეგულარულად აქვეყნებს ინფორმაციას ახალი რეგულაციების შესახებ.

სოფლის მეურნეობის სამინისტრო ბიზნესთან აქამდე არსებული კომუნიკაციის ფორმის არაეფექტურობაზე საუბრობს. შეხვედრები ხშირად არაეფექტურია, რადგან შეხვედრის ხანგრძლივობა და სიხშირე არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ ბიზნესებმა გაიაზრონ სიახლეები; შედეგად კი, ბიზნესი უკმაყოფილებას გამოთქვამს მოგვიანებით. ხშირად დაწესებული რეგულაციები ბიზნესს საზიანოდ მიაჩნია და აუცილებელია მათი ზოგადი ბიზნეს ცნობიერების დონის ზრდაზე მუშაობა და ხშირი კომუნიკაცია ცვლილებებთან დაკავშირებით.

სწორედ ასოციაციების ფუნქციების გაძლიერებაში ხედავს გამოსავალს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, რათა შესაძლებელი იყოს სწორი, დროული და გაანალიზებული უკუკავშირის დამყარება ფერმერებთან.

დასკვნა

სანამ ბიზნეს მხარდამჭერი ორგანიზაციები გახდებიან ძლიერი დასაყრდენი ძალა სახელმწიფოსთვის ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესების საკითხებში, მათ უნდა მოიპოვონ სანდოობა საკუთარ წევრ/არაწევრ კომპანიებს შორის. მათ უნდა შეეძლოთ ბიზნესის ხედვის მიტანა შესაბამის უწყებებთან. ამისთვის, ბიზნეს ასოციაციები უნდა იყვნენ ორგანიზაციულად ძლიერი, სტაბილური ფინანსებით და კომუნიკაციის აქტიური არხებით. ასევე, მათი ცოდნა უნდა იყოს კვალიფიციური ეკონომიკაში არსებულ საკითხებზე. რადგან კვლევა ეხებოდა სოფლის მეურნეობის სექტორში მომუშავე მეწარმეებს, გამოიკვეთა DCFTA-ის, მასთან დაკავშირებული რეგულაციებისა და საერთაშორისო სტანდარტების ცოდნის აუცილებლობა. შესაბამისად, პროექტის აქტივობები დაიგეგმება იდენტიფიცირებული საჭიროებების აღმოსაფხვრელად, როგორიცაა ორგანიზაციული და ადამიანური რესურსების გაძლიერება (ფინანსური მენეჯმენტი, ფონდების მოძიება, კომუნიკაცია და საზოგადოებასთან ურთიერთობა, კვლევა), ასოცირების შესახებ შეთანხმებისა და DCFTA-სთან დაკავშირებული საკითხები (ბაზარზე ხელმისაწვდომობა, რეგულაციები და სერთიფიცირება).

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 114 მეწარმის გამოკითხვა, 47 ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციასთან ინტერვიუ და 2 ფოკუს-ჯგუფი, ასევე, 6 ინტერვიუ სახელმწიფო სტრუქტურებთან. მიღებული ინფორმაციის ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა შემდეგი ძირითადი დასკვნები:

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები:

- ბმო-ებს ახასიათებთ არარეგულარული და არათანმიმდევრული კომუნიკაცია, როგორც წევრ მეწარმეებთან, ისე პოტენციურ წევრებთან
- ორგანიზაციების უმრავლესობისთვის შემოსავლის მთავარი წყარო არის დონორი ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული პროექტები. მხოლოდ 12 ორგანიზაციას აქვს საწევრო შემოსავალი და ისიც მთლიანი შემოსავლის მხოლოდ მცირე ნაწილს შეადგენს
- ორგანიზაციული გაძლიერებისთვის, ბმო-ებს ცოდნის გაძლიერება სურთ შემდეგი მიმართულებებით:
    - ფინანსური მენეჯმენტი, ფინანსების მოძიება
    - კომუნიკაცია, საზოგადოებრივი ურთიერთობები, დაინტერესებულ მხარეებთან დაკავშირება, ადვოკატირება
    - ბაზრის კვლევა
    - ვიწრო დარგობრივი საკითხები, როგორიცაა სამართლებრივი და საგადასახადო საკითხები
- ბმო-ის ნაწილი თვლის, რომ DCFTA-ს ახლავს ისეთი ხარჯები, რომელიც გადაფარავს პოტენციურ სარგებელს. ასევე, მათი ნაწილი თვლის, რომ ევროკავშირის ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობა არ აქვთ ქართულ ბიზნესებს
- ბმო-სთვის DCFTA-ს, რეგულაციებისა და სერტიფიცირების შესახებ ინფორმაციის წყარო არის ინტერნეტი და მასმედია
- ბიზნეს სექტორისთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდებისთვის, ბმო-ებს ცოდნის გაძლიერება სურთ DCFTA-ს, სტანდარტების (HACCP, GLOBAL G.A.P და ISO), ასევე

თანმდევი რეგულაციების (სანიტარული და ფიტოსანიტარული, სურსათის უვნებლობა, ვეტერინარული რეგულაციები) მიმართულებით.

მცირე და საშუალო ბიზნესი:

- კერძო სექტორის 2 მთავარი ინტერესი ბმო-ებში არის ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა და დარგობრივი კონსულტაციები
- ბიზნესის დიდი ნაწილი გაწევრიანდა ასოციაციებში ბოლო 3 წელიწადში, მას შემდეგ, რაც დაიწყო დარგის აქტიური რეგულირება
- მათთვის საჭირო სერვისების შეთავაზების შემთხვევაში, ბიზნესის 65% მზად არის სხვადასხვა მოცულობის საწევროს გადასახდელად
- მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესის 80% ამბობს, რომ აქვს ინფორმაცია DCFTA-ს, რეგულაციებისა და სერთიფიცირების შესახებ, მათ დიდ ნაწილს სურს უფრო კონტრეტულად იცოდეს რა გავლენას ახდენს ეს ცვლილებები უშუალოდ მათ საქმიანობაზე და როგორ მოერგონ რეგულაციებს.

სახელმწიფო სტრუქტურები:

- ასოციაციების უმრავლესობას აქვს გამოცდილება სახელმწიფო სტრუქტურებთან თანამშრომლობის როგორც ცენტრალურ, ასევე ადგილობრივ დონეზე
- მხოლოდ მცირე ნაწილი ამბობს, რომ სახელმწიფოსთან თანამშრომლობა არის პროდუქტიული გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში
- სახელმწიფო თვლის, რომ ქართველი მწარმოებლების სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოსვლის მთავარი დამაბრკოლებელი ფაქტორებია:
    - ზოგადი ცნობიერების ამაღლება ევროკავშირის ბაზრის შესახებ
    - ევროკავშირის მოთხოვნები პროდუქტების მიმართ
    - ევროკავშირის ბაზრის ხელმისაწვდომობა და უპირატესობების ცოდნა
    - ბიზნეს პარტნიორების მოძიება
    - წარმოებაში საერთაშორისო სტანდარტების დანერგვა
    - რეგულაციებისა და პროექტების შესახებ ინფორმაციის გაცნობა რეგულარულად
    - ბიზნესის სტრატეგიული დაგეგმვა
    - მარკეტინგული სტანდარტების შემოღება
    - კონკურენტუნარიანობის ზრდაზე ზრუნვა
- არსებობს რამოდენიმე პლატფორმა DCFTA-ს შესახებ სხვადასხვა უწყებებთან, სადაც სასურველია ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების მეტი აქტიურობა
- დასახვეწია სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან კომუნიკაციის არხები და საჭიროა უფრო ხშირი და ინტენსიური შეხვედრები და დისკუსიები
- ბიზნეს ასოციაციების გაძლიერებით, სახელმწიფო მიიღებს დროულ და გაანალიზებულ უკუკავშირს ბიზნეს სექტორისგან.

იმისათვის, რომ კერძო სექტორმა, განსაკუთრებით კი სოფლის მეურნეობის დარგში მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებმა შეძლონ ასოცირების შეთანხმებით და DCFTA-ით გამოწვეული ცვლილებების დანერგვა საკუთარ წარმოებაში და ევროკავშირის ბაზარზე შეაღწიონ, მათ სჭირდებათ მხარდაჭერა ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების მხრიდან. კვლევამ აჩვენა, რომ ასოციაციების შესაძლებლობის ზრდა ამ მიმართულებით არის საჭირო, რათა გაძლიერდეს მათი როლი საქართველოში.

გამოყენებული ლიტერატურა

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების შესაძლებლობების გაძლიერება: სახელმძღვანელო პროექტის მენეჯერებისთვის; მეორე გამოცემა, მსოფლიო ბანკი.

ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების როლი ვაჭრობის სექტორის ინტერნაციონალიზაციაში, Karine Hutchinson, Emma Fleck & LesterLloyd-Reason , 2009

ახალი ინსტიტუციური ეკონომიკა, ბიზნეს ასოციაციები და განვითარება, Richard F. Doner Ben Schneider, 2000

კერძო სექტორისთვის ევროკავშირის მხარდაჭერა ასოცირების ხელშეკრულებისა და DCFTA-ს მიმართულებით (საქართველო, მოლდოვა და უკრაინა), პროექტი No. 2014/345014

მცირე ბიზნეს ასოციაციების როლი ბიზნეს გარემოს რეფორმირებისას; კონფერენცია: უკეთესი ბიზნეს გარემო მეწარმეობის განვითარებისთვის, ბანგკოკი 29 ნოემბერი- 1 დეკემბერი, 2006

დანართი 1 : ბიზნეს ასოციაციების კითხვარი

1. ორგანიზაციის დასახელება

2. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა:
   - ☐ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)
   - ☐ არასამთავრობო ორგანიზაცია
   - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

3. რომელ წელს დაფუძნდა თქვენი ორგანიზაცია? ----------

4. რომელ რეგიონში საქმიანობთ?

5. საქმიანობთ სპეციფიკურ დარგში თუ მრავალ დარგში?

   - ☐ სპეციფიკური დარგი
   - ☐ სხვადასხვა დარგი
   - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

➢ ინსტიტუციონალური და ადამიანური რესურსების განვითარება

6. გაქვთ თუ არა ორგანიზაციის განვითარების სტრატეგია?

   - ☐ დიახ
   - ☐ არა

7. რამდენი წევრია თქვენს ორგანიზაციაში?----------
8. პროცენტულად რამდენია მცირე და საშუალო საწარმოები თქვენს ორგანიზაციაში?----------

9. უკანასკნელ წლებში, თქვენი ორგანიზაციის წევრების რაოდენობა
   - ☐ გაიზარდა
   - ☐ შემცირდა
   - ☐ იგივე დარჩა

10. თქვენი შემოსავლის წყარო?

    - ☐ საწევრო (დააკონკრეტეთ წლიური გადასახადი)----------
    - ☐ ბიზნესებისთვის მომსახურების გაწევა
    - ☐ დონორი ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული პროექტების განხორციელება
    - ☐ შემოსავალი არ გვაქვს
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

11. ჩაგიტარებიათ თუ არა თქვენი წევრებისთვის საჭიროებათა კვლევა? თუ დიახ, როდის იყო ბოლო კვლევა ჩატარებული?

12. რამდენი დასაქმებული გყავთ ორგანიზაციაში (ნახევარ-განაკვეთზე, სრულ განაკვეთზე)?

13. რა სახის ტრენინგები სჭირდება თქვენს ორგანიზაციას?
    - ☐ ფონდების მოძიება
    - ☐ ფინანსური მენეჯმენტი
    - ☐ სამართლებრივი და საგადასახადო საკითხები
    - ☐ კომუნიკაცია და საზოგადოებრივი ურთიერთობები
    - ☐ ადვოკატირება (პოლიტიკის შემუშავებისა და ურთიერთობების შესახებ)
    - ☐ ბაზრის კვლევა
    - ☐ დაინტერესებული მხარეების დაკავშირება
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------
14. DCFTA-სთან მიმართებით, რომელ საკითხებთან დაკავშირებით გაქვთ ცოდნის ნაკლებობა?
    - ☐ სურსათის უვნელობლობის რეგულაციები
    - ☐ სანიტარული და ფიტოსანიტარული ღონისძიებები
    - ☐ ვეტერინალური რეგულაციები
    - ☐ ევროკავშირის ბაზრებზე წვდომა
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

15. თქვენი საქმიანობიდან გამომდინარე, მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა პროექტებში/ სასწავლო პროგრამებში/ტრენინგებში DCFTA-თან დაკავშირებით? (თუ დიახ, გადადით 16 შეკითხვაზე, თუ არა 19 შეკითხვაზე).
    - ☐ დიახ
    - ☐ არა (დააზუსტეთ რატომ?)----------

16. ვის მიერ იყო ორგანიზებული პროექტები/სასწავლო კურსები/ტრენინგები, რომელშიც მიიღეთ მონაწილეობა?
    - ☐ ადგილობრივი მთავრობა
    - ☐ რეგიონალური საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრები
    - ☐ არასამთავრობო ორგანიზაციები
    - ☐ საერთაშორისო ორგანიზაციები
    - ☐ სხვა ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

17. გაქვთ სურვილი მიიღოთ მონაწილეობა მონაწილეობა პროექტებში/სასწავლო პროგრამებში/ტრენინგებში DCFTA-თან დაკავშირებით?
    - ☐ დიახ
    - ☐ არა (დააზუსტეთ მიზეზი)----------
    - ☐ არ ვიცი

18. კომუნიკაციის რა საშუალებებს იყენებთ თქვენი წევრების ინფორმირებისა და კოორდინაციისათვის?

(თუ ვებ-გვერდი ან/და სოციალური ქსელი, გადადით 19 კითხვაზე, სხვა შემთხვევაში 20 შეკითხვაზე).

- ტელეფონი
- ელ-ფოსტა
- ვებ-გვერდი და/ან სოციალური ქსელი
- შეხვედრები
- სხვა, დააკონკრეტეთ----------

19. რამდენად ხშირად ანახლებთ ვებ-გვერდსა და სოციალური ქსელში განთავსებულ ინფორმაციას?
    - ყოველდღე
    - კვირაში ერთხელ
    - თვეში ერთხელ
    - კვარტალში ერთხელ
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

20. რა მომსახურებას სთავაზობთ თქვენს წევრებს?
    - ადვოკატირება
    - ინფორმირება
    - სამართლებრივი და საგადასახადო კონსულტაცია
    - სხვა კონსულტაციები
    - რეკომენდაციები
    - ტრენინგები
    - მომწოდებლებთან, მყიდველებთან და სხვა მწარმოებლებთან დაკავშირება
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

21. როგორ უზრუნველყოფთ მომსახურებას?
    - ქოლ-ცენტრის საშუალებით
    - საინფორმაციო ბიულეტენის საშუალებით (დააზუსტეთ სიხშირე)----------
    - რეგულარული შეხვედრები (სიხშირე)----------
    - ადგილზე ვიზიტი
    - SMS და e-mail
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

- ცნობიერების დონე

22. გსმენიათ ჩამოთვლილი საერთაშორისო სტანდარტებისა და სერთიფიკატების შესახებ?
    - HACCP, საიდან? ----------
    - GLOBAL G.A.P,საიდან?----------
    - ISO, საიდან?----------
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

23. გესაჭიროებათ თუ არა დამატებითი ცოდნა ზემოთ ჩამოთვლილ სტანდარტებზე?
    - კი
    - არა

24. გსმენიათ თუ არა ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების შესახებ? თუ დიახ, საიდან?

25. მიიღებენ თუ არა სარგებელს თქვენი ორგანიზაციის წევრები DCFTA-გან ? (პასუხის დაყოვნების შემთხვევაში, ჩამოუთვალეთ)
    - არანაირი სარგებელი, მხოლოდ ხარჯები
    - შესაძლოა იყოს მომავალში სარგებელი, ხარჯები გარდაუვალია
    - ჩვენი წევრები პროდუქციას ექსპორტზე ვერ გაიტანენ
    - ისინი უკვე სარგებლობენ
    - ჩვენს წევრებს არ აქვთ შესაძლებლობა შეასრულონ DCFTA-ს მოთხოვნები
    - ჩვენ წევრებს აქვთ შესაძლებლობა გაზარდონ ექსპორტი
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

26. რა არის მთავარი შემზღუდველი პირობა, რაც ხელს უშლის თქვენს წევრ ორგანიზაციებს სრულად მიიღონ DCFTA-გან სარგებელი? შეავსოს ინტერვიუერმა

    - ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობა
    - უნარებისა და ცოდნის დეფიციტი
    - ლოჯისტიკა
    - ინფორმაციის შეზღუდულობა
    - წარმოების მცირე მასშტაბი
    - ბაზრის მონაწილეებს შორის სუსტი კოორდინაცია
    - ტექნოლოგიები და ინფრასტრუქტურა
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

27. უზრუნველყოფს თუ არა თქვენი ორგანიზაცია ისეთ მომსახურებას, რომელიც დაკავშირებულია შემდეგი რეგულაციების შესრულებასთან?
    - სურსათის უვნებლობის რეგულაციები
    - სანიტარული და ფიტოსანიტარული ღონისძიებები
    - ვეტერინალური რეგულაციები
    - არ გვაქვს მსგავსი მომსახურება
    - ჩვენს ორგანიზაციასთან არ არის კავშირში
    - სხვა, დააკონკრეტეთ----------

28. თუ დიახ, როგორ?
    - ტრენინგები
    - შეხვედრები
    - ვებ-გვერდი და/ან სოციალური ქსელი
    - სხვა, დააკონკრეტეთ

29. საიდან იღებთ ინფორმაციას ევროკავშირის რეგულაციებისა და მოთხოვნებთან დაკავშირებით?
    - ადგილობრივი მთავრობა
    - რეგიონალური საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრები
    - არასამთავრობო ორგანიზაციები
    - საინფორმაციო საშუალებები (ტელევიზია, რადიო, ბეჭდური მედია)
    - ინტერნეტი (Google, Facebook, სხვა)

- ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

30. თანამშრომლობთ თუ არა რომელიმე სამთავრობო უწყებასთან? (თუ დიახ, გადადით 31 შეკითხვაზე, თუ არა, გადადით 33 შეკითხვაზე).
    - ☐ დიახ
    - ☐ არა
31. მთავრობის რომელ უწყებასთან?
    - ☐ ადგილობრივი, დააზუსტეთ----------
    - ☐ ცენტრალური ხელისუფლება, დააზუსტეთ----------
    - ☐ ორივე, დააზუსტეთ----------

32. როგორია თანამშრომლობის ფორმა?
    - ☐ მომავალი პოლიტიკური ცვლილებების განხილვა
    - ☐ ინფორმაციის გაზიარება
    - ☐ წევრების პრობლემების განხილვა
    - ☐ პოლიტიკის რეკომენდაციების შემუშავება
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

33. როგორ შეაფასებდით მთავრობის უწყებების საჯაროობის დონეს თქვენს საქმიანობასთან მიმართებით?
    - ☐ არ არის საჯარო
    - ☐ მზადაა დისკუსიებისა და ინფორმაციის გაზიარებისათვის, მაგრამ არა საბოლოო გადაწყვეტილებებთან მიმართებაში
    - ☐ მზადაა დისკუსიებისა და ინფორმაციის გაზიარებისათვის, ასევე სულ მცირე ერთი საბოლოო გადაწყვეტილებასთან დაკავშირებით
    - ☐ რეგულარული დისკუსიები, ინფორმაციის გაზიარება, ხშირი შეხვედრები სპეციფიკური პლატფორმის საშუალებით, გთხოვთ დააზუსტეთ----------
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

დანართი 2: კერძო სექტორის კითხვარი

- საკონტროლო ცვლადები

1. ფერმერის სახელი და გვარი / ორგანიზაციის დასახელება

2. რესპოდენტის სქესი
   - ☐ ქალი
   - ☐ კაცი
3. რეგიონი---------- მუნიციპალიტეტი----------
4. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა:
   - ☐ ინდმეწარმე
   - ☐ ფიზიკური პირი
   - ☐ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)
   - ☐ კოოპერატივი
   - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------
5. საქამიანობა:
   - ☐ პირველადი წარმოება, გთხოვთ დააზუსტოთ----------
   - ☐ გადამუშავება, გთხოვთ დააზუსტოთ----------
   - ☐ მომსახურება,გთხოვთ დააზუსტოთ----------
6. თქვენი ყოველწლიური ბრუნვა?

საწარმოს ზომა	ბრუნვა
მსხვილი	>1 500 000
საშუალო	500 000–1 500 000
მცირე	30 000-500 000
მიკრო	<30 000

7. როგორ ყიდით თქვენს მიერ წარმოებულ პროდუქტს?
   ადგილობრივ ბაზარზე თუ ექსპორტზე გაგაქვთ? (თუ ადგილობრივ ბაზარზე, გადადით 8 შეკითხვაზე, თუ ექსპორტზე გაგაქვთ გადადით 9 შეკითხვაზე, თუ ორივე მაშინ კითხეთ 8 და 9 შეკითხვა)
   - ☐ ადგილობრივი ბაზარი
   - ☐ ექსპორტი
     - შუამავლის დახმარებით
     - საკუთარი საშუალებებით
   - ☐ ორივე
8. ადგილობრივ ბაზარზე როგორ ყიდით თქვენს მიერ წარმოებულ პროდუქტს?
   - ☐ გადამამუშავებელი კომპანიების საშუალებით
   - ☐ სუპერმარკეტები, მაღაზიები
   - ☐ შუამავლები
   - ☐ მე თვითონ ბაზარში, ქუჩაში და ა.შ.
   - ☐ რესტორნები, სასტუმროები

- ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

9. რომელ ქვეყნებში გაგაქვთ თქვენი პროდუქცია?
   შეავსოს ინტერვიუერმა

   - ☐ ევროკავშირი (დააკონკრეტეთ ქვეყანა)----------
   - ☐ დსთ (დააკონკრეტეთ ქვეყანა)----------
   - ☐ ჩინეთი
   - ☐ თურქეთი
   - ☐ სხვა: დააკონკრეტეთ----------

➢ ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციებთან დაკავშირებული კითხვები

10. თქვენი აზრით, ბიზნეს-ასოციაცები რა მომსახურებას უნდა გთავაზობდნენ? (პასუხის დაგვიანების შემთხვევაში, ჩამოუთვალეთ)
    - ☐ სიახლეები (ბაზრებზე, ფინანსებზე)
    - ☐ ტრენინგები
    - ☐ პროექტებზე და პროგრამებზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ ბაზრებზე გასვლაში დახმარება
    - ☐ ახალი კავშირების დამყარება
    - ☐ არ ვიცი
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------
11. მაქსიმუმ რა თანხას გადაიხდიდით ბიზნეს-ასოციაციის წევრობაში? (იგულისხმება თქვენთვის საჭირო მომსახურების მიწოდება)
    - ☐ <10 ლარი
    - ☐ <30
    - ☐ <50
    - ☐ <100
    - ☐ 0

12. ხართ რომელიმე ბიზნეს-ასოციაციის წევრი? თუ დიახ, გადადით 13-ე შეკითხვაზე, თუ არა 19-ე შეკითხვაზე.

    - ☐ დიახ
    - ☐ არა
    - ☐ არვიცი

13. გთხოვთ დააკონკრეტეთ ორგანიზაცია, რომლის წევრიც ხართ?

14. რამდენი წელია ხართ ორგანიზაციის წევრი?----------

15. იხდით თუ არა საწევროს?
    - ☐ დიახ (რამდენს?----)
    - ☐ არა
    - ☐ არ ვიცი
    - ☐ უარი პასუხზე

16. რა იყო მთავარი მიზეზი ორგანიზაციაში გაწევრიანების?
    - ☐ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ ტრენინგებზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ პროექტებზე, პროგრამებზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ ბაზრებზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა
    - ☐ არ ვიცი
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

17. ასოციაციის რა მომსახურებებით სარგებლობთ?
    - ☐ ჩემი ინტერესების დაცვა (ადვოკატირება)
    - ☐ სამართლებრივი და საგადასახადო კონსულტაცია
    - ☐ ვიღებ ახალ ინფორმაციას
    - ☐ ვიღებ სხვა კონსულტაციებს და რეკომენდაციებს
    - ☐ ვმონაწილეობ ტრენინგებში
    - ☐ ვუკავშირდები მომწოდებლებს, მყიდველებს და სხვა მწარმოებლებს
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

18. რამდენად კმაყოფილი ხართ თქვენი ასოციაციის მომსახურებებით? გადადით 21 შეკითხვაზე.

სრულიად უკმაყოფილო				სრულიად კმაყოფილი
1	2	3	4	5

19. როდისმე გქონიათ შემოთავაზება, რომ გამხდარიყავით ბიზნეს-ასოციაციის წევრი? თუ დიახ, გადადით 20 შეკითხვაზე, თუ არა 22 ზე.
    - ☐ დიახ
    - ☐ არა
    - ☐ არვიცი/ უარი პასუხზე

20. თუ დიახ, რატომ თქვით უარი შემოთავაზებაზე?
    - ☐ მაღალი საწევრო გადასახადი
    - ☐ შემოთავაზებული მომსახურებები არ შეესაბამებოდა ჩემს საჭიროებებს
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

21. დაასახელეთ დამატებითი სერვისები, რომლებიც გსურთ რომ მიიღოთ ბიზნეს-ასოციაციიდან?

22. რა უშლის ხელს თქვენი ბიზნესის განვითარებას? (არ ჩამოუთვალოთ, შეავსოს ინტერვიუერმა)
    - ☐ პროდუქციაზე დაბალი ფასი
    - ☐ დაბალი მოთხოვნა
    - ☐ ადამიანური კაპიტალის ნაკლებობა

- ☐ ფინანსების ნაკლებობა
- ☐ ტრენინგების, პროექტების, პროგრამებზე ინფორმაციის ნაკლებობა
- ☐ ინფრასტრუქტურისა და აღჭურვილობის შეზღუდული რაოდენობა
- ☐ ცოდნისა და გამოცდილების ნაკლებობა
- ☐ საერთაშორისო ბაზრებზე შეზღუდული წვდომა
- ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

23. გსმენიათ ჩამოთვლილი საერთაშორისო სტანდარტებისა და სერთიფიკატების შესახებ?
    - ☐ HACCP, საიდან? ----------
    - ☐ GLOBAL G.A.P,საიდან?----------
    - ☐ ISO, საიდან?----------
    - ☐ სხვა: დააკონკრეტეთ----------

24. გესაჭიროებათ თუ არა დამატებითი ცოდნა ზემოჩამოთვლილ სტანდარტებზე?
    - ☐ კი
    - ☐ არა
25. გსმენიათ თუ არა ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების შესახებ? თუ დიახ, საიდან?

26. ქვემოთ ჩამოთვლილ რეგულაციებზე თუ გაქვთ ინფორმაცია?
    - ☐ სურსათის უვნებლობა
    - ☐ სანიტარული და ფიტოსანიტარული ღონისძიებები
    - ☐ ვეტერინალური რეგულაციები
    - ☐ არ მსმენია მსგავსი რეგულაციების შესახებ
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

27. თუ წინა კითხვაზე თქვენი პასუხი იყო დიახ, რა ზეგავლენა აქვს ამ რეგულაციებს თქვენს ბიზნესზე?
    - ☐ მნიშვნელოვანი
    - ☐ უმნიშვნელო
    - ☐ საერთოდ არ აქვს ზეგავლენა

28. ინფორმაციის მთავარი წყარო ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების რეგულაციებთან/მოთხოვნებთან დაკავშირებით.

    - ☐ ადგილობრივი მთავრობა
    - ☐ რეგიონალური საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრები
    - ☐ არასამთავრობო ორგანიზაციები
    - ☐ ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები
    - ☐ ფერმერთა მომსახურების ცენტრები
    - ☐ ფერმერები
    - ☐ საინფორმაციო საშუალებები (ტელევიზია, რადიო, ბეჭდური მედია)
    - ☐ ინტერნეტი (Google, Facebook, Wikipedia, Applications)
    - ☐ სხვა, დააკონკრეტეთ----------

დანართი 3: სახელმწიფო სექტორის კითხვარი

კითხვები დისკუსიისთვის:

1. DCFTA-თან (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა) დაკავშირებული მარეგულირებელ ცვლილებების სტრატეგიული დოკუმენტი ან სამოქმედო გეგმა, რომლის მიხედვითაც ხდება კერძო სექტორთან კომუნიკაცია?
2. DCFTA-ს (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა) განხორციელების პროცესებთან დაკავშირებით მიმდინარე და დაგეგმილი კომუნიკაციისა და ცნობიერების ამაღლების პროექტების (მთავრობა, სხვა დონორები) შესახებ ინფორმაცია.
3. კომუნიკაციის რა არხებს იყენებთ ინფორმაციისთვის ძირითად მხარეებთან, რომლებზეც გავლენას ახდენს DCFTA-ს მარეგულირებელი ცვლილებები (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა)? არის თუ არა ეს კომუნიკაციის არხები შესაბამისი ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, საშუალო და მცირე მეწარმეებისთვის და ა.შ.?
4. რა მექანიზმებს იყენებთ რომ მოაგროვოთ ინფორმაცია კერძო სექტორისგან (ბიზნესი და ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები) DCFTA-ს (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა) განხორციელების პროგრესსა და გამოწვევებთან დაკავშირებით?
5. როგორ არის შესაძლებელი მთავრობის კომუნიკაციის საშუალებების გაუმჯობესება, კერძო სექტორის ცნობადობის მაქსიმალურად გაზრდის მიზნით DCFTA-ს (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა) ჰარმონიზაციის პროცესთან დაკავშირებით? ხელშემშლელი ფაქტორი?
6. კერძო ბიზნესისთვის რა საშუალებებია ხელმისაწვდომი რომ მიიღოს ინფორმაცია DCFTA-ს (სურსათის უვნებლობა და ბაზარზე ხელმისაწვდომობა) მოთხოვნების შესრულებასთან დაკავშირებით (მთავრობა, სხვა დონორები)?
7. კერძო ბიზნესის (კერძოდ მცირე და საშუალო მეწარმეები) ცოდნის მთავარი ხარვეზები DCFTA-ს შესაძლებლობებთან და გამოწვევებთან დაკავშირებით?
8. გთხოვთ, დაასახელოთ სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემის ცოდნა, რაც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს კერძო ბიზნესის შესაძლებლობებს, რათა ეფექტურად შეასრულოს რეგულაციები და შევიდეს შიდა და უცხოურ ბაზრებზე?
9. თქვენი გამოცდილებით, როგორ ახდენენ ბიზნეს-ასოციაციები კერძო ბიზნესის ადვოკატირებას, ცნობიერების ამაღლებას, შესაბამისობას მხარდაჭერას DCFTA-თან დაკავშირებით?
10. როგორი უნდა იყოს ბიზნეს-ასოციაციების (მრავალსექტორული თუ სპეციალიზებული) როლი შესახებ DCFTA-ს განხორციელების პროცესში?
11. იცით თუ არა/ ჩართული ხართ თუ არა პროგრამებში, რომელიც ემსახურება ბიზნეს-ასოციაცების გაძლიერებას?

დანართი 4: ფოკუს-ჯგუფების კითხვარი

ქვემოთ მოცემულია კითხვები 3 კატეგორიად: შესავალი, ძირითადი და შემაჯამებელი კითხვები. ზოგიერთ კითხვას თან ახლავს შენიშვნები მოდერატორისთვის იმ შემთხვევაში, თუ მონაწილეები ზუსტად ვერ გაიგებენ მთავარი შეკითხვის არსს ან გადაუხვევენ საკითხს. ასეთ დროს მოდერატორი აკონკრეტებს კითხვებს.

შესავალი კითხვები (10 წთ)

1. მოდერატორი: მისალმება და ფოკუს ჯგუფისათვის განსახილველი საკითხის მოკლე მიმოხილვა
   ფოკუს ჯგუფის მთავარი მიზანია მნიშვნელოვანი საკითხების განხილვა, რომელიც ხელს შეუწყობს ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების (BSO) გაძლიერებას, ისინი დაეხმარებიან მცირე და საშუალო მეწარმეებს DCFTA-თან დაკავშირებული სურსათის უვნებლობის რეგულაციების დაკმაყოფილებასა და პროდუქციის ევროკავშირში ექსპორტზე გატანაში. გაუმჯობესებული იქნება კოორდინაცია და თანამშრომლობა BSO-ებს, SME-ებს, ბიზნესებს, სხვა ორგანიზაციებსა და საქართველოს მთავრობას შორის.

2. შეგიძლიათ, მოკლედ წარადგინოთ თავი?
   მოდერატორი აკონკრეტებს: რამდენიმე წინადადებით 1 წუთში თქვით მთავარი თქვენს შესახებ. (**BSO-ს სახელი, საქმიანობა, რეგიონი)**

ძირითადი კითხვები

3. ორგანიზაციის მისია, მიზანი, ხედვა, ფუნქციები (10 წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: რისთვის არსებობს თქვენი ორგანიზაცია?
4. ორგანიზაცია და მისი წევრები (10 წთ)
   ახალი წევრების მოძიება (წევრების მოზიდვის ხერხები)
   ძველი წევრების შენარჩუნება
   მოთხოვნები წევრობისათვის
   მოდერატორი აკონკრეტებს: რატომ ირჩევენ ორგანიზაციები მათთან გაწევრიანებას?
5. ორგანიზაციის ძირითადი სერვისები (15 წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: ჩაგიტარებიათ თუ არა თქვენი წევრებისათვის საჭიროებათა კვლევა, რა ძირითად კომუნიკაციის არხებს იყენებთ თქვენს წევრებთან თანამშრომლობისას?
6. სხვა BSO-თან თანამშრომლობა (5 წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: თანამშრომლობის ფორმას (რეგულარული შეხვედრები, ელ-ფოსტა, ტელეფონი, სოციალური ქსელი და ა.შ)
7. სახელმწიფოსთან თანამშრომლობა (5წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: სახელმწიფოს როლის მნიშვნელობას, რა ურთიერთობა გაქვთ სახელმწიფოსთან (ცენტრალური და ადგილობრივი)?

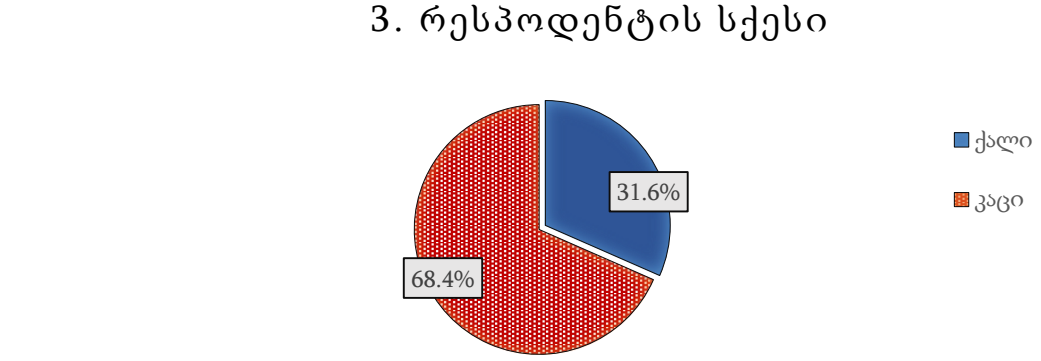
8. გამოწვევები და პრობლემები (15 წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: რა უშლის ხელს თქვენი ორგანიზაციის ფუნქციონირებას? (ფინანსური მდგრადობა, წევრების რაოდენობა, კვალიფიკაციური მუშახელი და ა.შ)
9. ტრენინგების საჭიროება, როგორც ორგანიზაციის განვითარების საშუალება (10 წთ)
   მოდერატორი აკონკრეტებს: საჭიროებთ თუ არა ტრენინგებს და რა მიმართულებით? (სურსათის უვნებლობის რეგულირება და ბაზრის ხელმისაწვდომობა, ორგანიზაციული მართვა და შესაძლებლობები...)
10. DCFTA (10 წთ)
    მოდერატორი აკონკრეტებს: რა არის DCFTA, ინფორმაციის წყარო DCFTA-ს შესახებ, რამდენად გჭირდებათ თქვენი საქმიანობისათვის? რაზე მოახდენს გავლენას?
11. პრაქტიკული მაგალითები DCFTA-სთან დაკავშირებით, დაბრკოლებები, რომლებიც გხვდებათ თქვენ და თქვენს წევრებს DCFTA-სთან დაკავშირებით. (10წთ)
12. ტრეინინგების საჭიროება DCFTA-ს მიმართულებით ცოდნის გასაძლიერებლად (სურსათის უვნებლობის რეგულაციები, სანიტარული და ფიტოსანიტარული ღონისძიებები, ვეტერინალური რეგულაციები, ევროკავშირის ბაზრებზე წვდომა და ა.შ) (8წთ)
13. ევროკავშირთან თანამშრომლობა (8 წთ)
    მოდერატორი აკონკრეტებს: გაქვთ თუ არა ურთიერთობა ევროკავშირის ქვეყნებთან და იქ არსებულ ბიზნეს ასოციაციებთან, თანამშრომლობის ფორმა და მიმართულებები.

შემაჯამებელი კითხვები

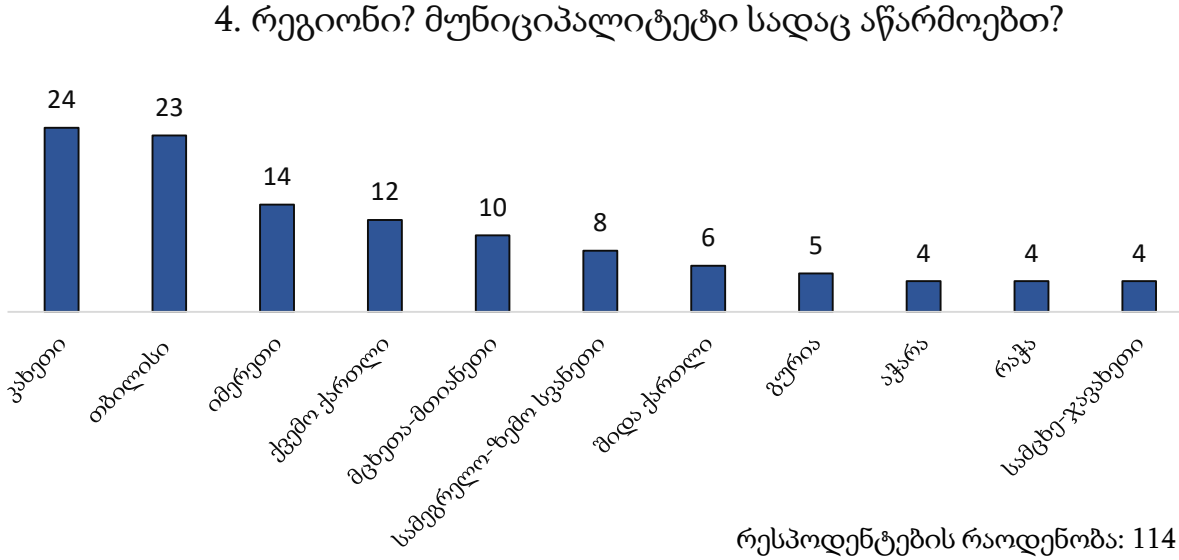
14. თქვენი აზრით, მსჯელობისას ხომ არ გამოგვრჩა რაიმე მნიშვნელოვანი საკითხი? *კომენტარი მოდერატორისთვის: კითხვის დასმამდე, მოდერატორმა მოკლედ უნდა შეაჯეროს დისკუსია. (5 წთ)*

    შემაჯამებელი კითხვების მიზანია, კიდევ ერთხელ ხაზი გაუსვას მთავარ მოსაზრებებს და დაადგინოს, რამდენად ზუსტია შეჯამება და იქნა თუ არა მნიშვნელოვანი თვალსაზრისი გამოტოვებული.

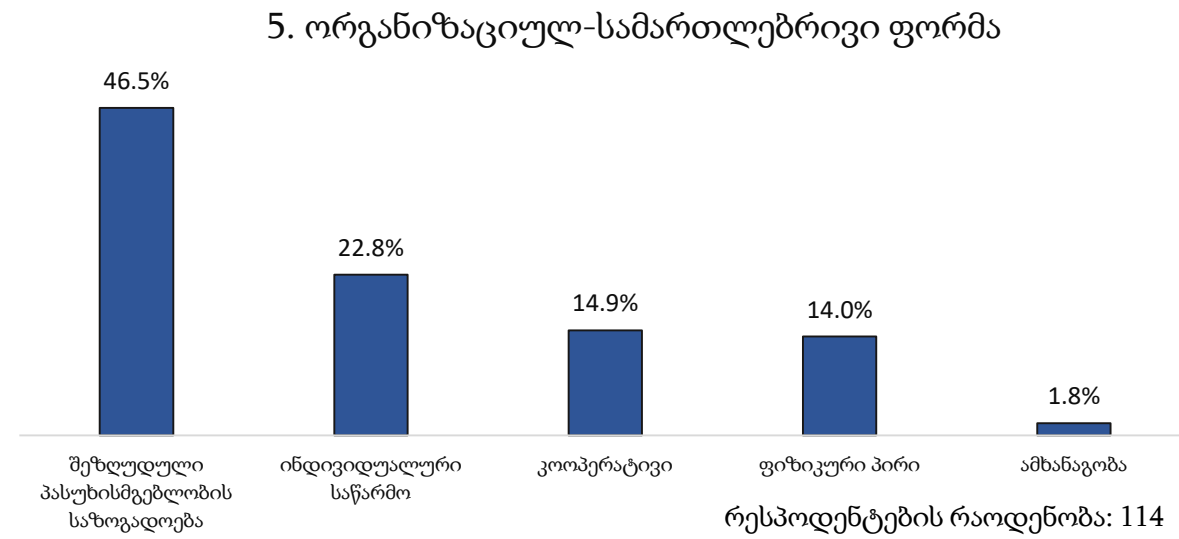
დანართი 5: ბიზნესის გამოკითხვის დეტალური პასუხები



რესპოდენტების რაოდენობა: 114

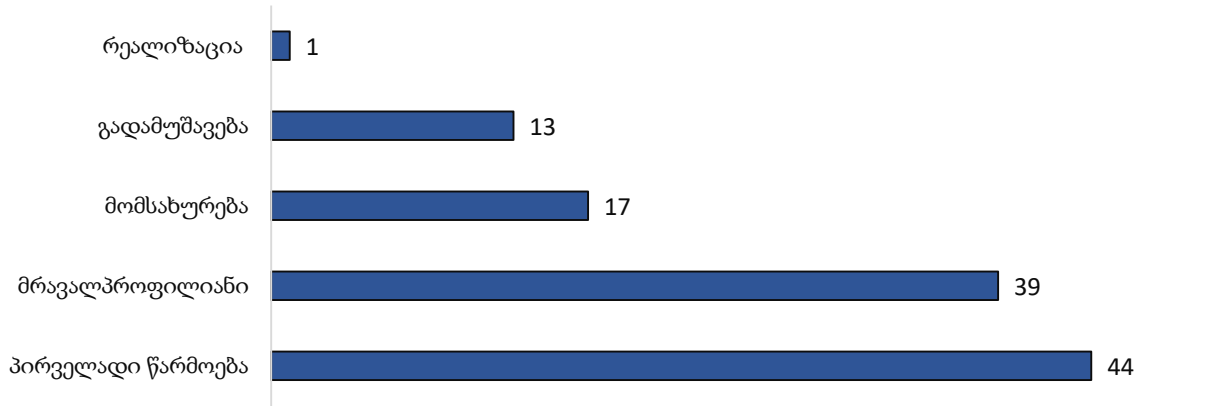


რესპოდენტების რაოდენობა: 114



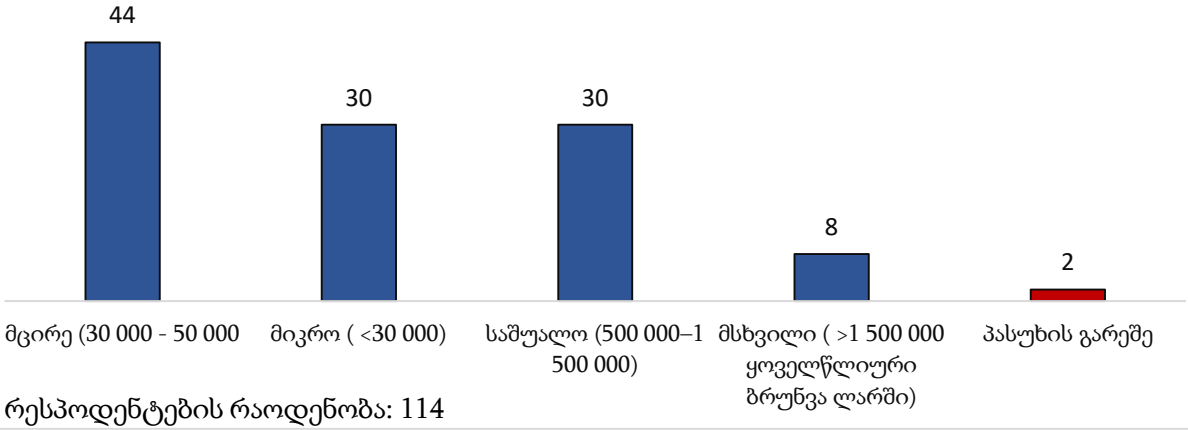
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

6. საქმიანობის სფერო



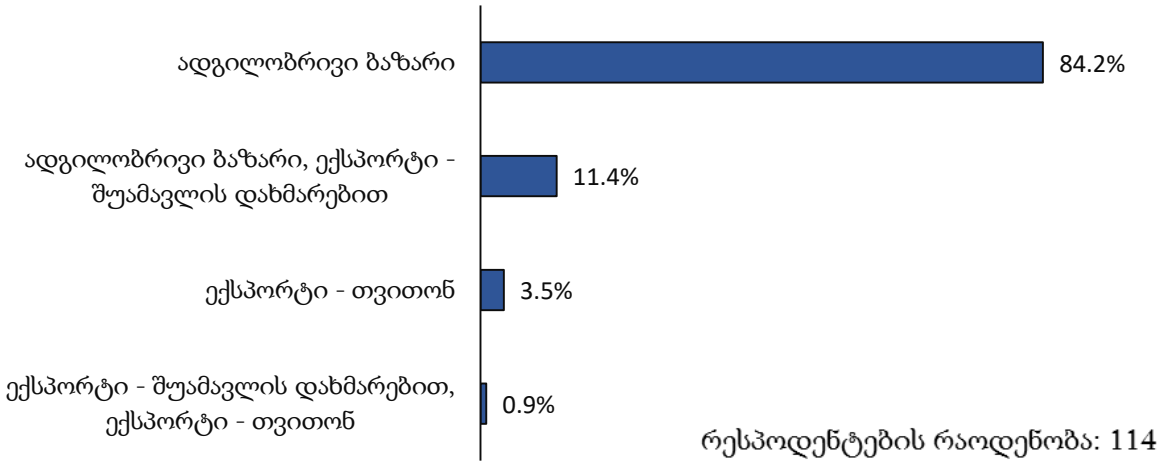
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

7. თქვენი ფერმა/კომპანია არის?



რესპოდენტების რაოდენობა: 114

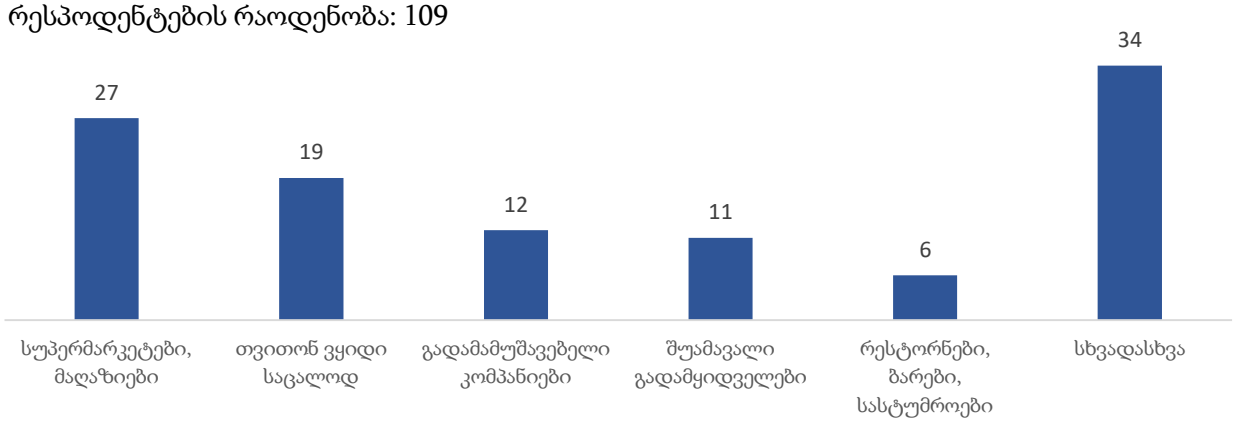
8. როგორ ყიდით თქვენს მიერ წარმოებულ პროდუქტს?



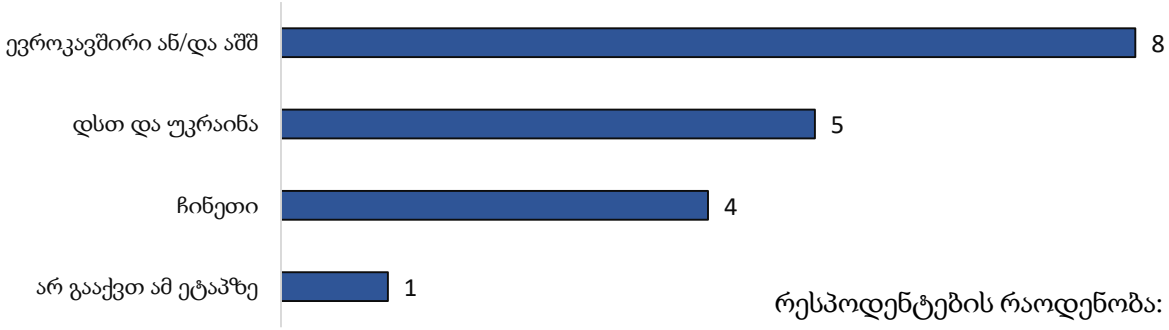
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

9. როგორ ყიდით თქვენს მიერ წარმოებულ პროდუქტს ადგილობრივ ბაზარზე?

რესპოდენტების რაოდენობა: 109

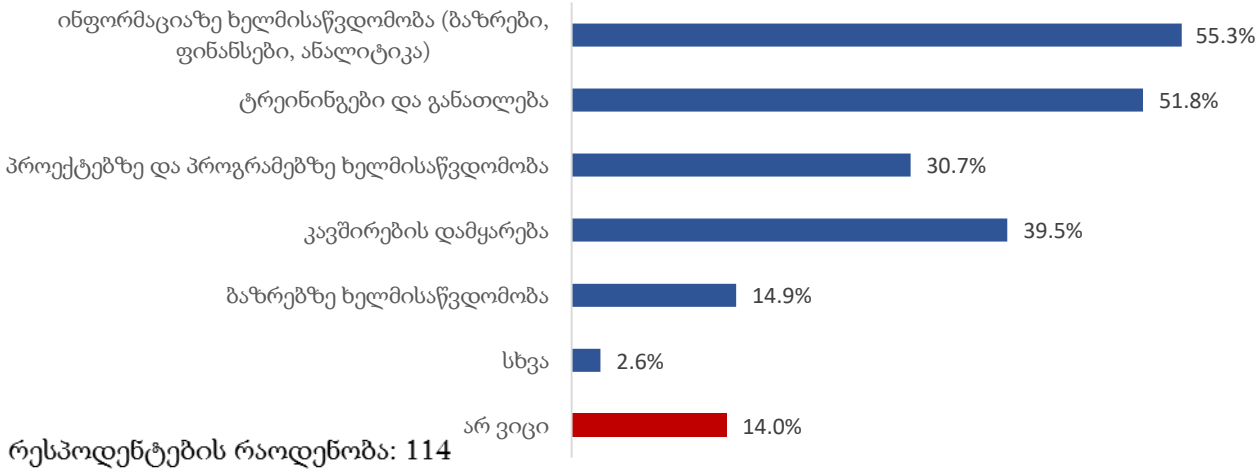


10. რომელ ქვეყნებში გაგაქვთ თქვენს მიერ წარმოებული პროდუქტი?



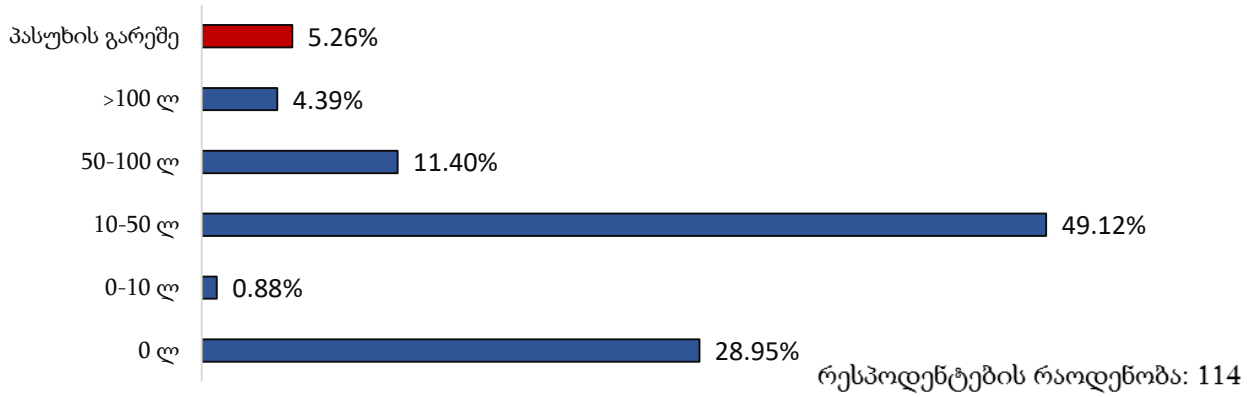
რესპოდენტების რაოდენობა: 18

11. რა მომსახურებას უნდა გთავაზობდნენ ბიზნეს ასოციაციები?



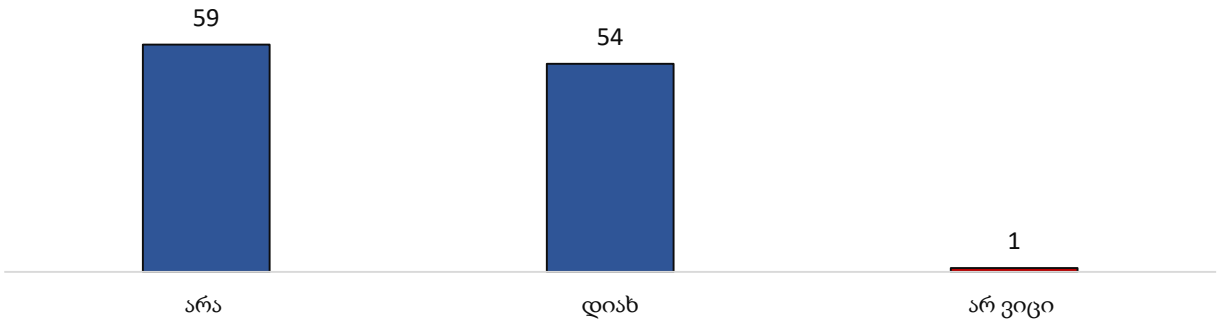
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

12. მაქსიმუმ რა თანხას გადაიხდიდით თვეში ბიზნეს ასოციაციის წევრობაში?



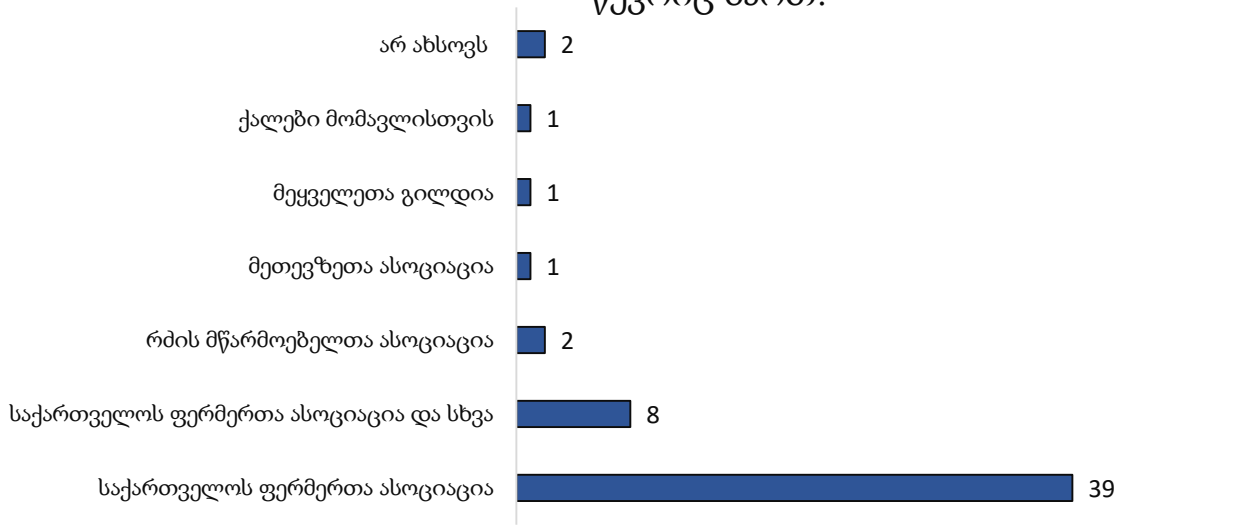
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

13. ხართ რომელიმე ბიზნეს ასოციაციის წევრი?



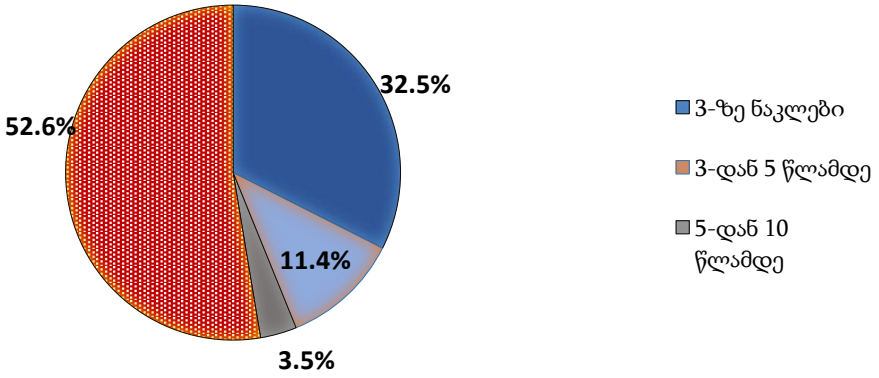
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

14. გთხოვთ დააკონკრეტეთ ორგანიზაცია, რომლის წევრიც ხართ?



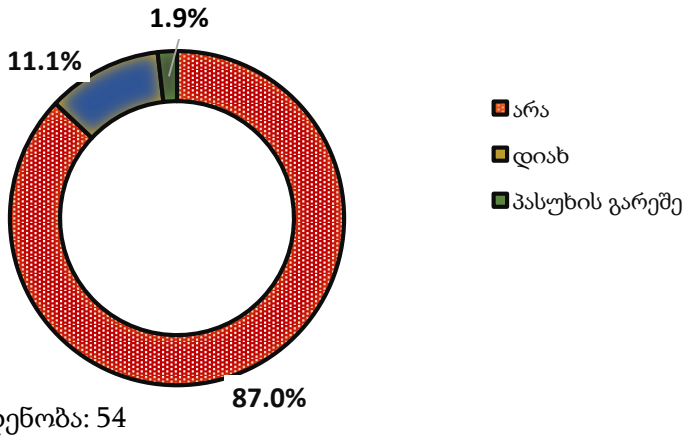
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

15. რამდენი წელია ხართ ორგანიზაციის წევრი?



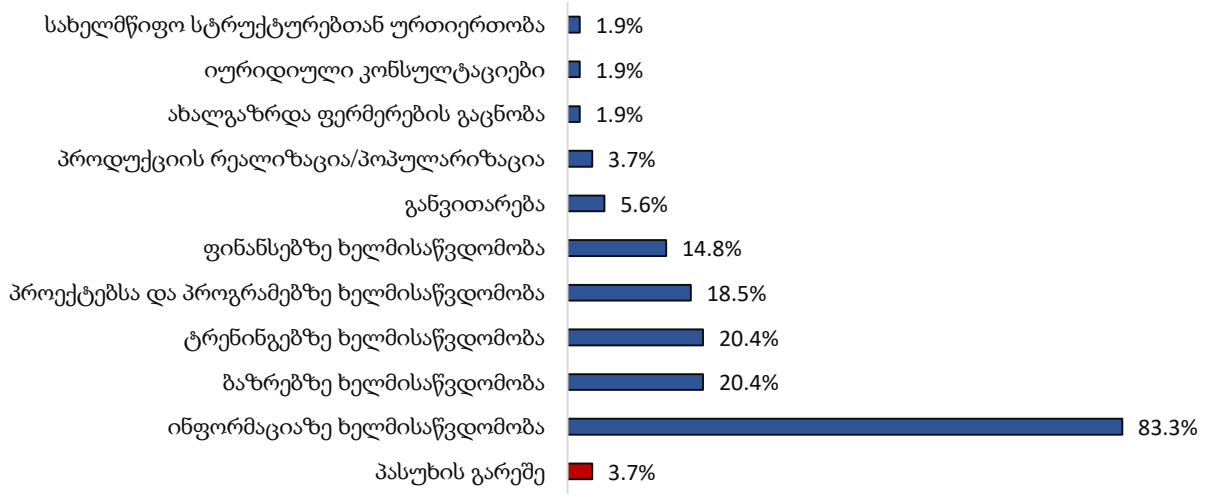
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

16. იხდით თუ არა საწევროს?



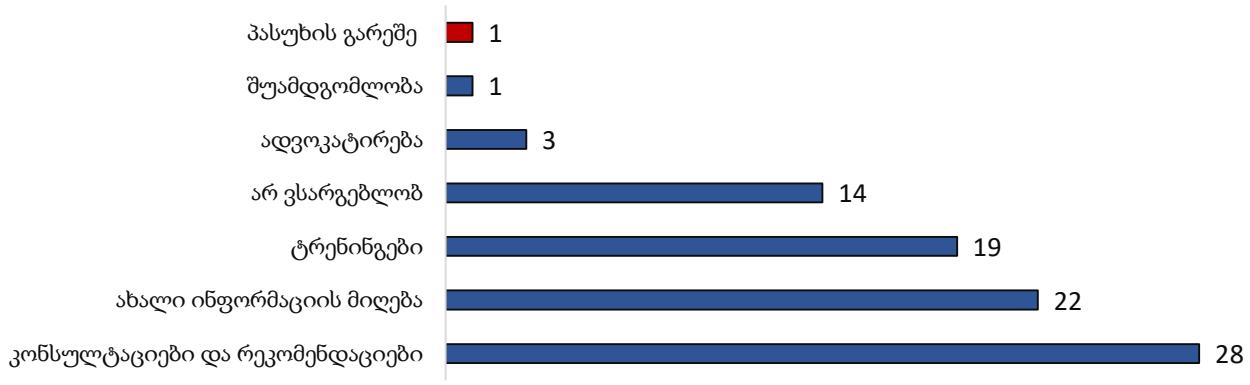
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

17. რა იყო ორგანიზაციაში გაწევრიანების მთავარი მიზეზი?



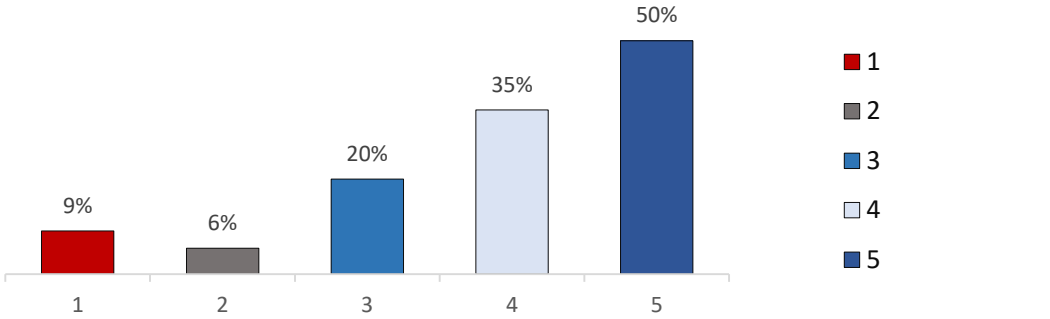
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

18. ასოციაციის რა მომსახურებებით სარგებლობთ?



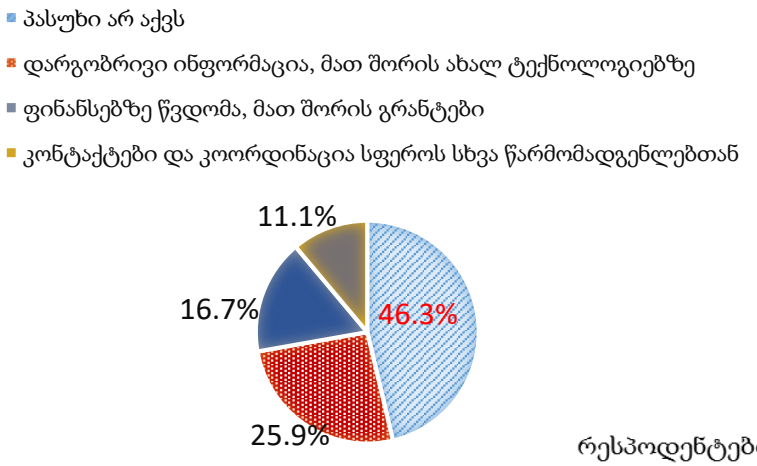
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

19. რამდენად კმაყოფილი ხართ თქვენი ასოციაციის მომსახურებით? (1- ძალიან უკმაყოფილო, 5 - ძალიან კმაყოფილი)



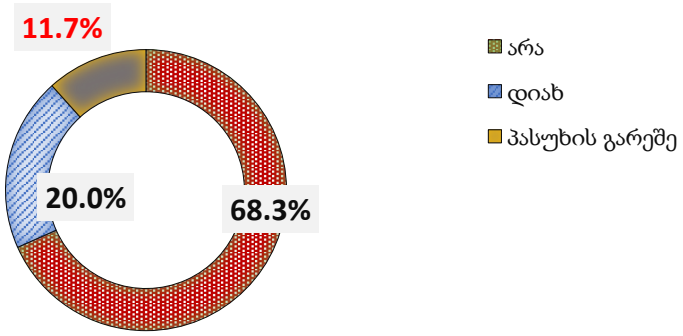
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

20. დაასახელეთ დამატებითი სერვისები, რომლებიც გსურთ რომ მიიღოთ ბიზნეს ასოციაციიდან?



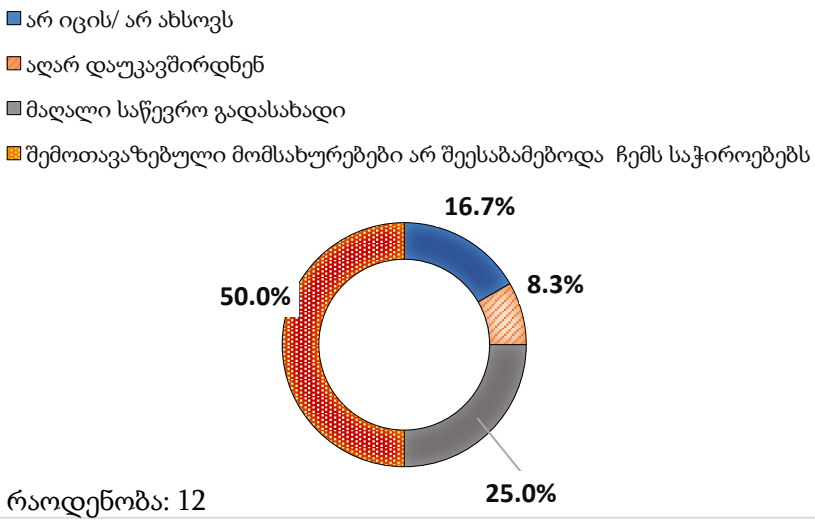
რესპოდენტების რაოდენობა: 54

21.როდესმე გქონიათ შემოთავაზება, რომ გამხდარიყავით ბიზნეს ასოციაციის წევრი? (თუ დიახ, გადადით 22-ე შეკითხვაზე, თუ არა ან არ ვიცი 23 ზე).



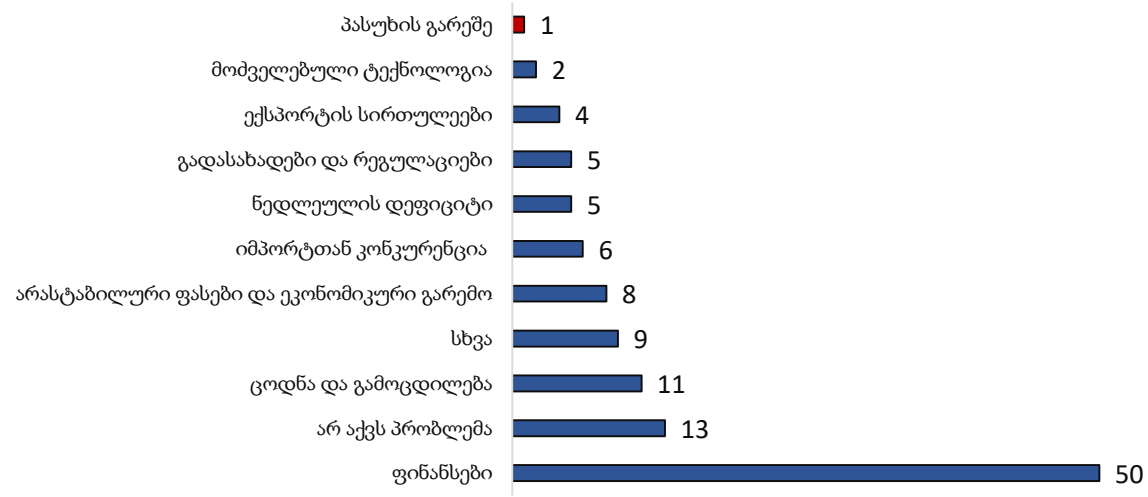
რესპოდენტების რაოდენობა: 60

22. თუ დიახ, რატომ თქვით უარი შემოთავაზებაზე?



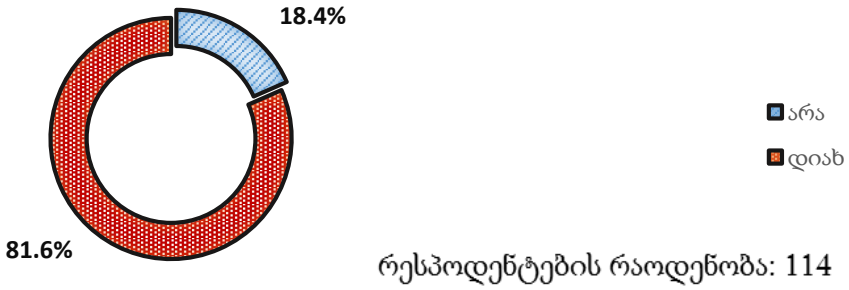
რესპოდენტების რაოდენობა: 12

23. რა უშლის ხელს თქვენი ბიზნესის განვითარებას?



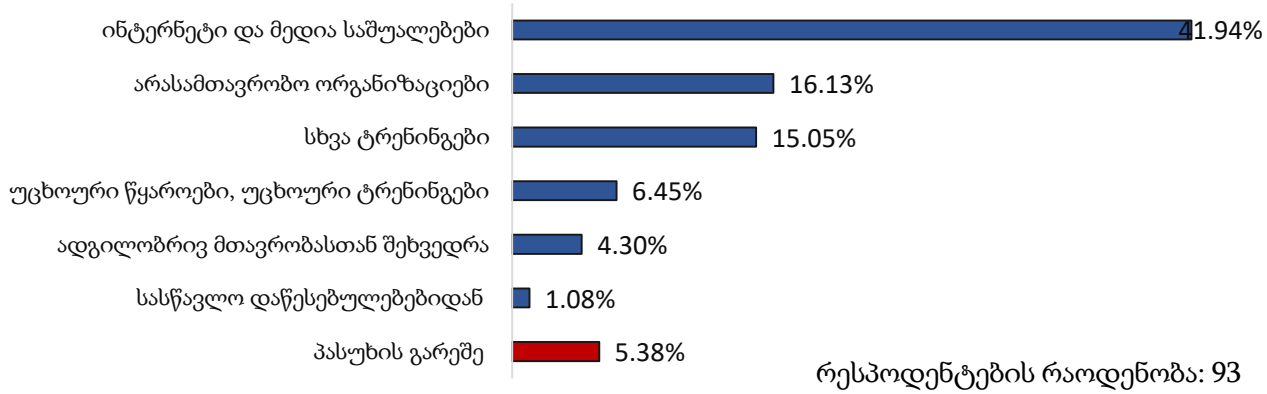
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

24. გსმენიათ ისეთი საერთაშორისო სტანდარტებისა და სერთიფიკატების შესახებ, როგორიცაა HAACP, GLOBAL G.A.P. და ISO? (თუ დიახ, გადადით შემდეგ კითხვაზე. თუ არა, გადადით 26-ე შეკითხვაზე).



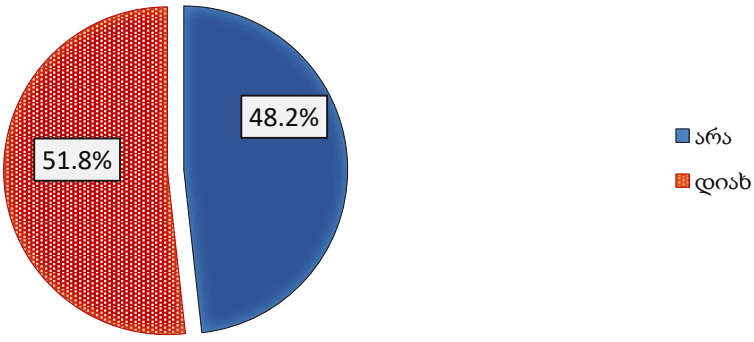
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

25. წინა კითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში მიუთითეთ ინფორმაციის წყარო



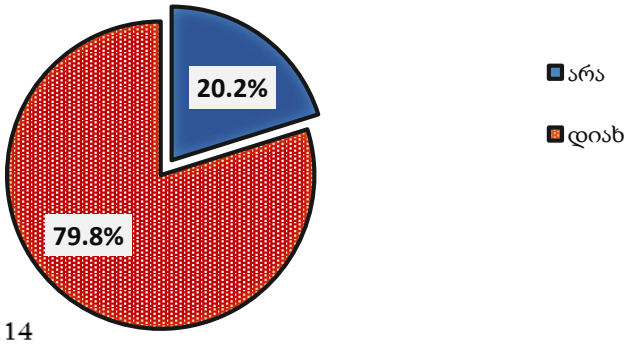
რესპოდენტების რაოდენობა: 93

26. გესაჭიროებათ თუ არა დამატებითი ცოდნა ზემოთჩამოთვლილ სტანდარტებზე?



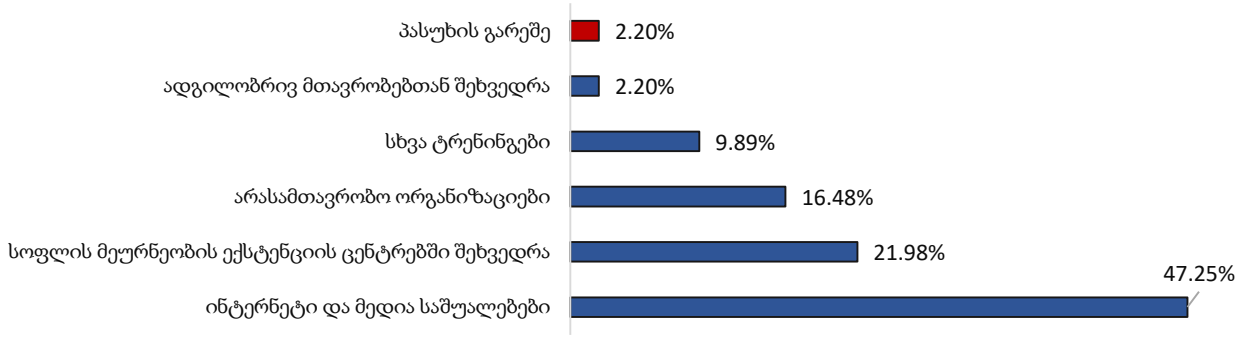
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

27.გსმენიათ თუ არა ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების შესახებ? თუ დიახ, გადადით შემდეგ შეკითხვაზე. (თუ არა, გადადით 29-ე შეკითხვაზე).



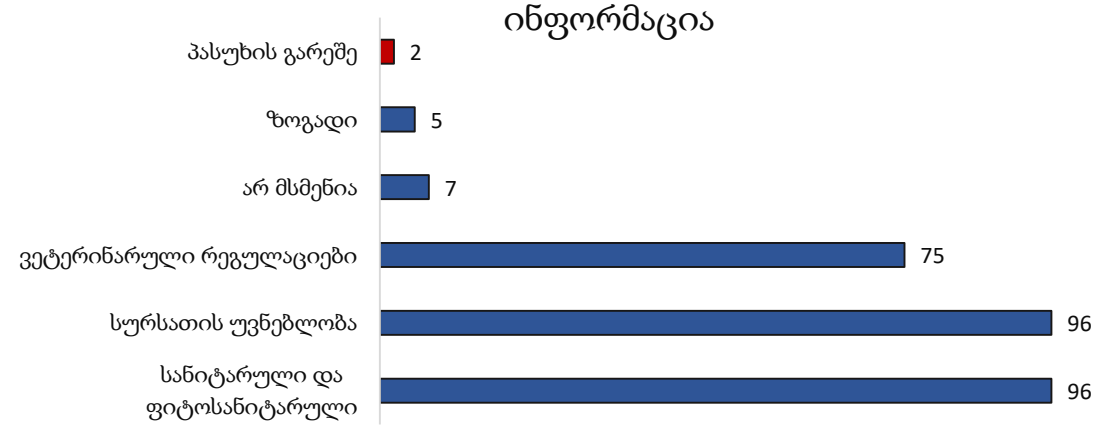
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

28. წინა კითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში, მიუთითეთ ინფორმაციის წყარო



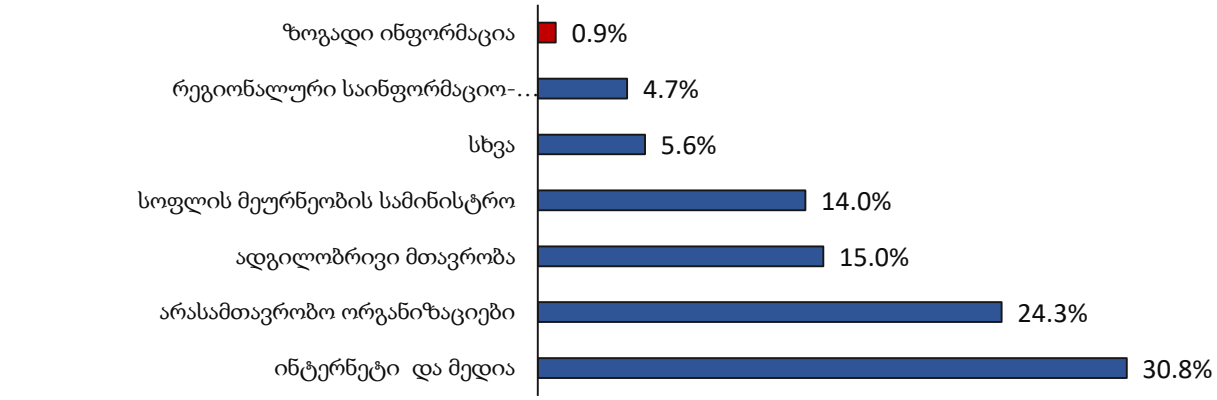
რესპოდენტების რაოდენობა: 91

29. ქვემოთ ჩამოთვლილ რომელ რეგულაციებზე გაქვთ ინფორმაცია



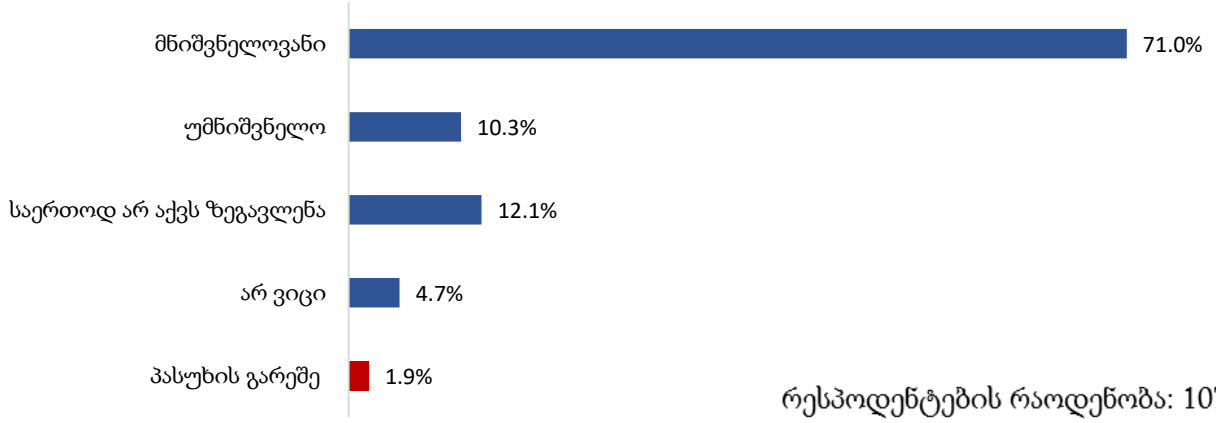
რესპოდენტების რაოდენობა: 114

30. საიდან იღებთ ინფორმაციას წინა კითხვაში ჩამოთვლილ რეგულაციებსა და მოთხოვნებთან დაკავშირებით?



რესპოდენტების რაოდენობა: 107

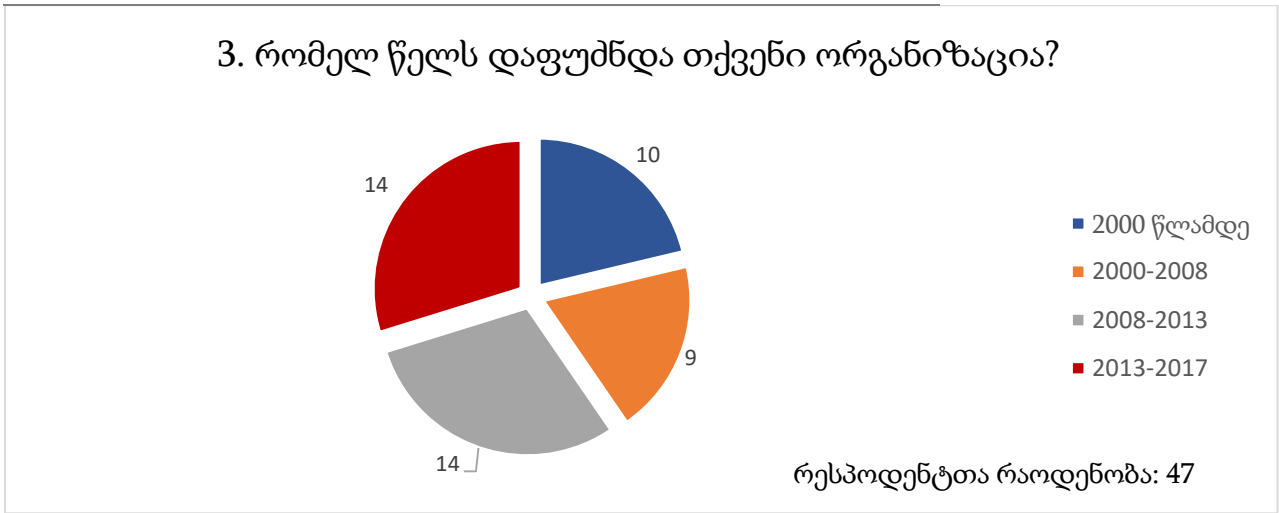
31. რა ზეგავლენა აქვთ ასოცირების ხელშეკრულებით გამოწვეულ რეგულაციებს თქვენს საქმიანობაზე

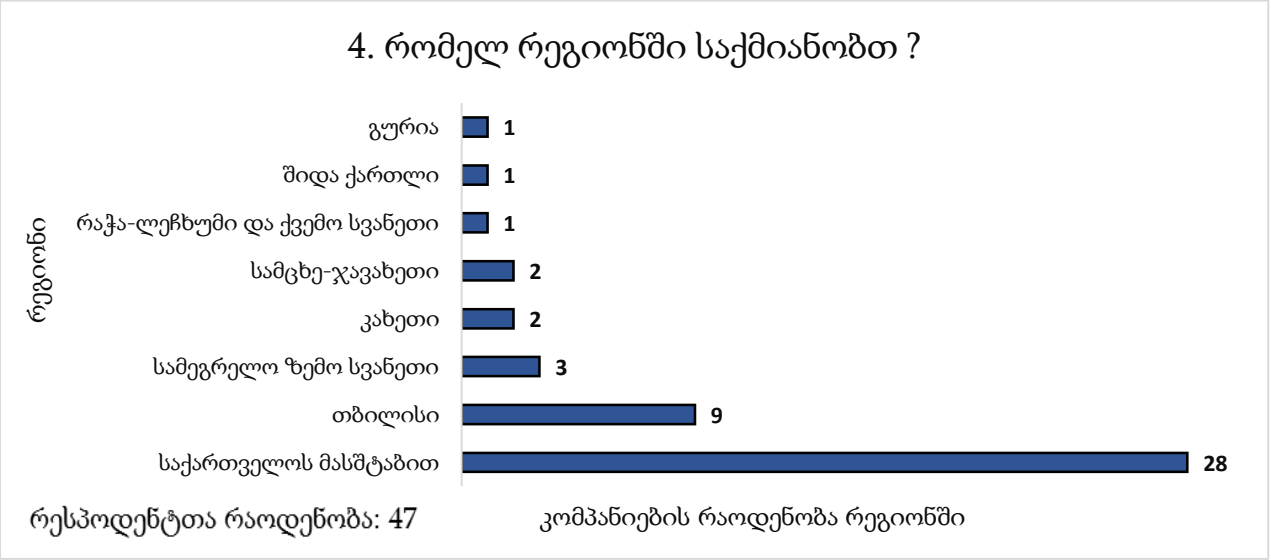


რესპოდენტების რაოდენობა: 107

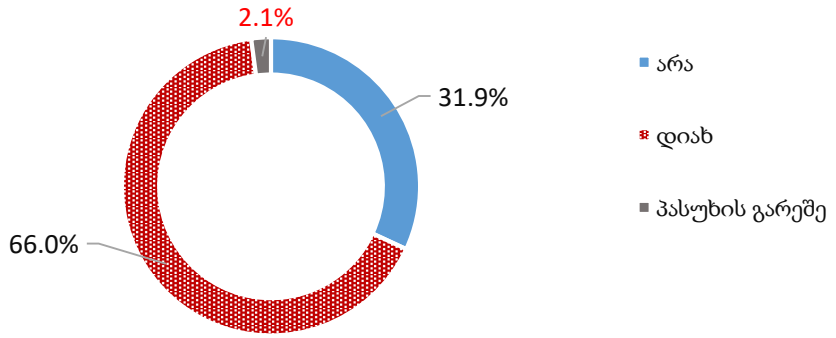
დანართი 6: ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გამოკითხვის დეტალური პასუხები

2. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა:	
არასამთავრობო ორგანიზაცია	40
შპს	7
სულ	47



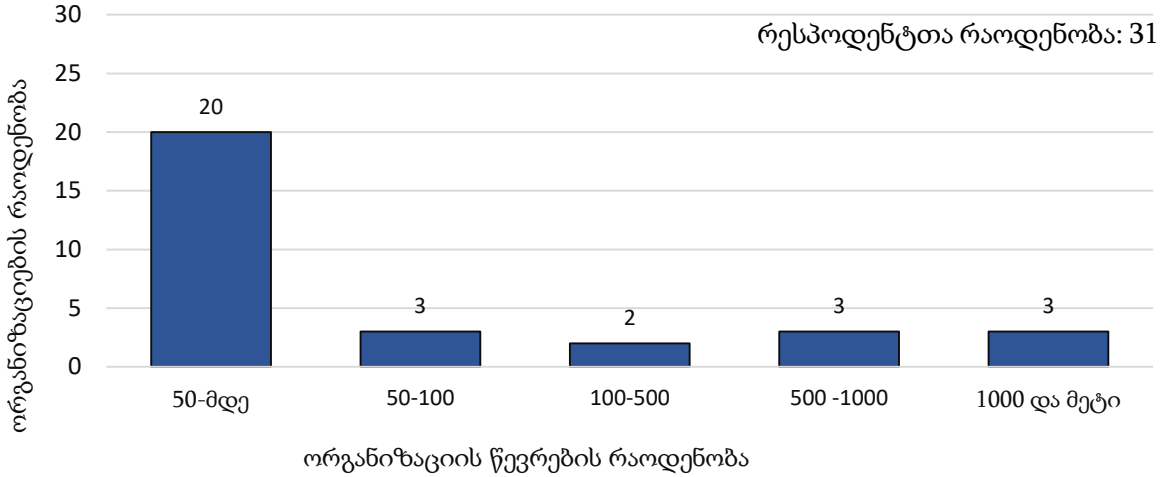


5. გყავთ წევრები? (თუ დიახ გადადით 6 შეკითხვაზე, თუ არა 17 შეკითხვაზე)

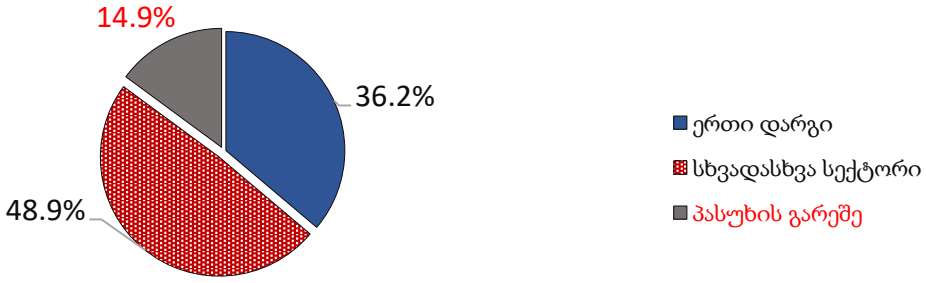


რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

6. რამდენი წევრია თქვენს ორგანიზაციაში?



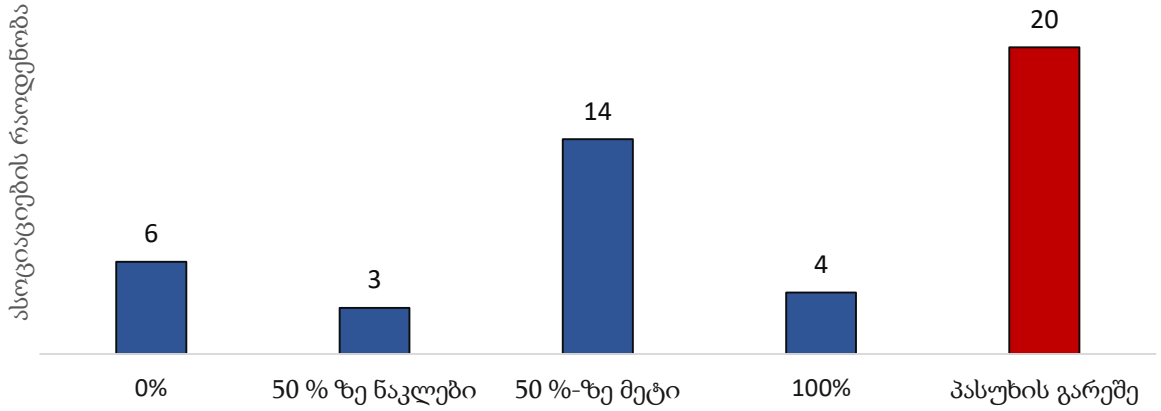
7. თქვენი წევრი ორგანიზაციები ოპერირებენ რომელიმე ერთ დარგში, თუ წარმოადგენენ სხვადასხვა სექტორებს?



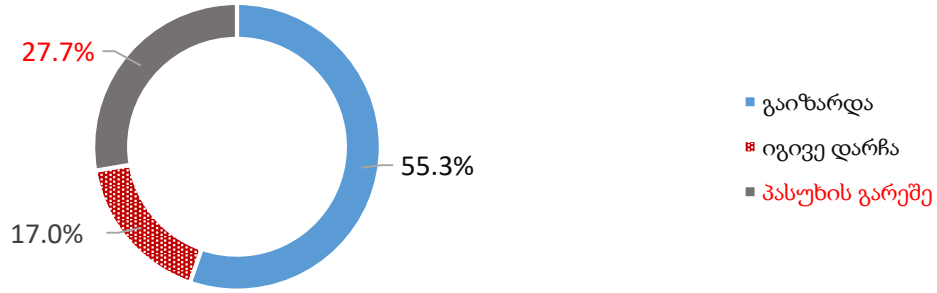
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

8. პროცენტულად, რამდენია მცირე და საშუალო ბიზნესები თქვენს ორგანიზაციაში?

რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

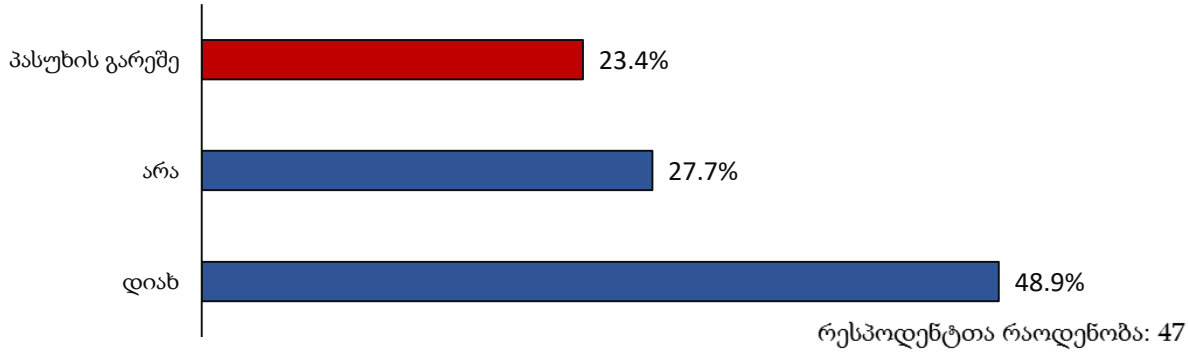


9. უკანასკნელ წლებში, თქვენი ორგანიზაციის წევრების რაოდენობა



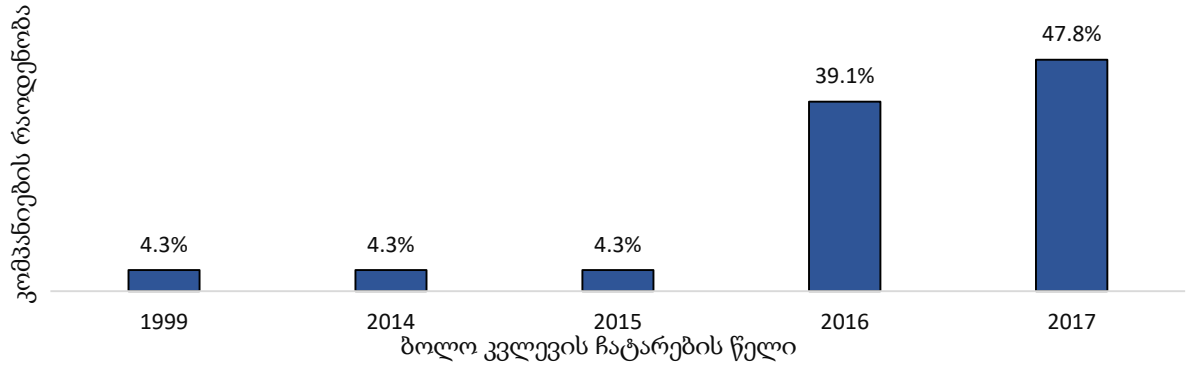
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

10. ჩაგიტარებიათ თუ არა თქვენი წევრებისთვის საჭიროებათა კვლევა ?



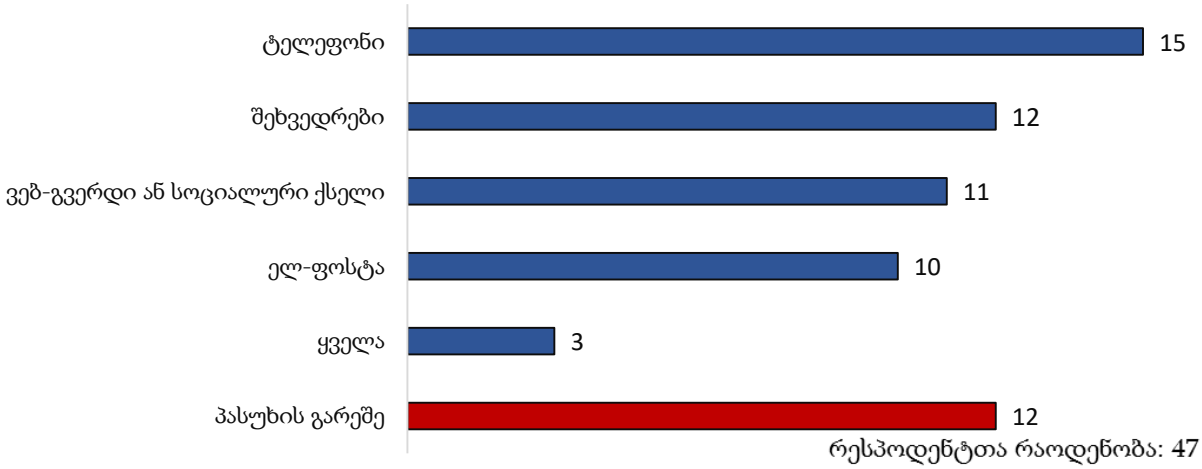
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

11. როდის იყო ბოლო კვლევა ჩატარებული?



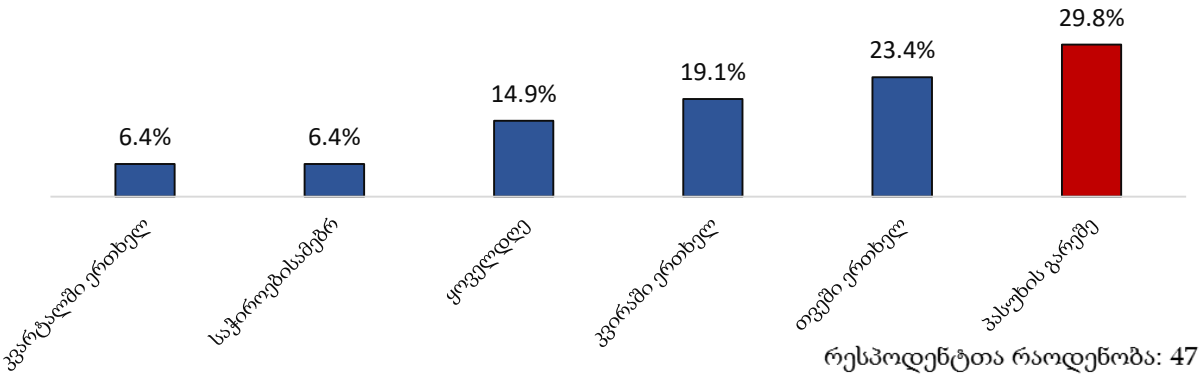
რესპოდენტების რაოდენობა: 23

12. კომუნიკაციის რა საშუალებებს იყენებს თქვენი წევრების ინფორმირებისა და კოორდინაციისათვის



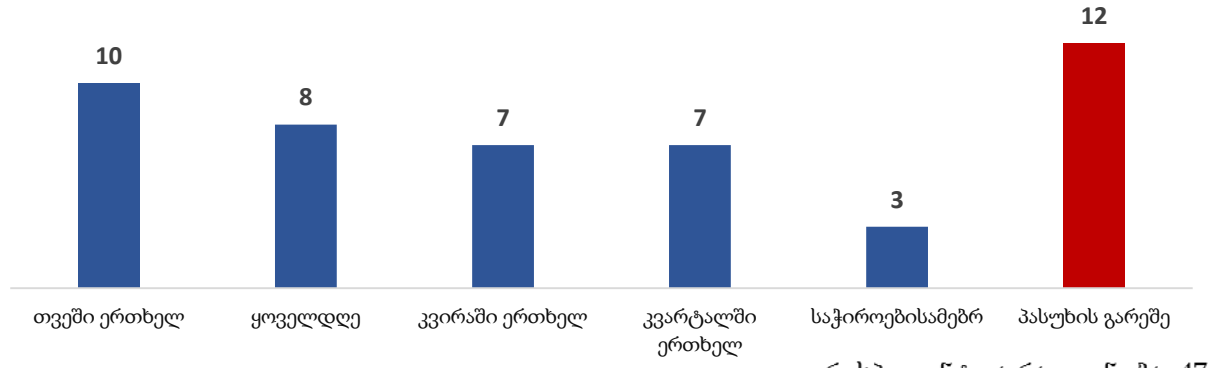
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

13. რამდენად ხშირად აახლებთ ვებ-გვერდსა და სოციალურ ქსელში განთავსებულ ინფორმაციას ან/და აწვდით ინფორმაციას ელ-ფოსტით?



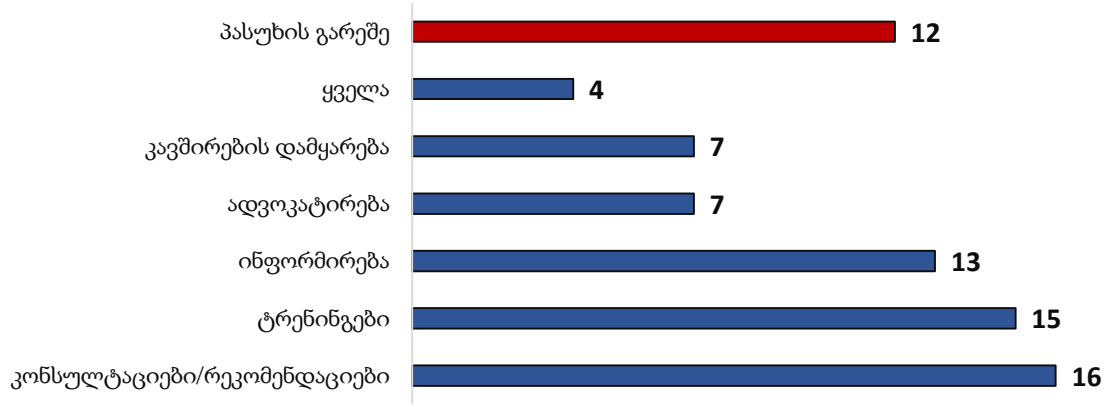
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

14. რამდენად ხშირად ეკონტაქტებით ტელეფონით ან/და აწყობთ რეგულარულ შეხვედრებს ?



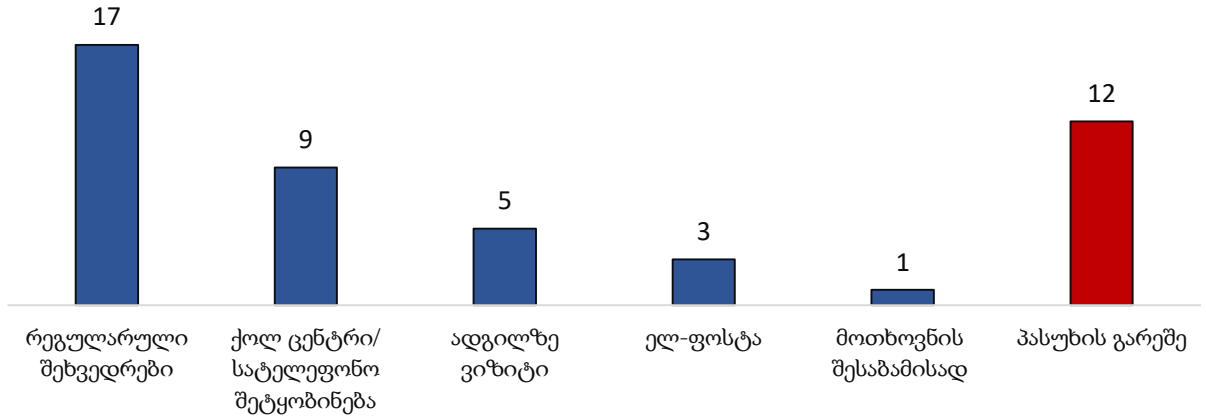
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

15. რა მომსახურებას სთავაზობთ თქვენს წევრებს?



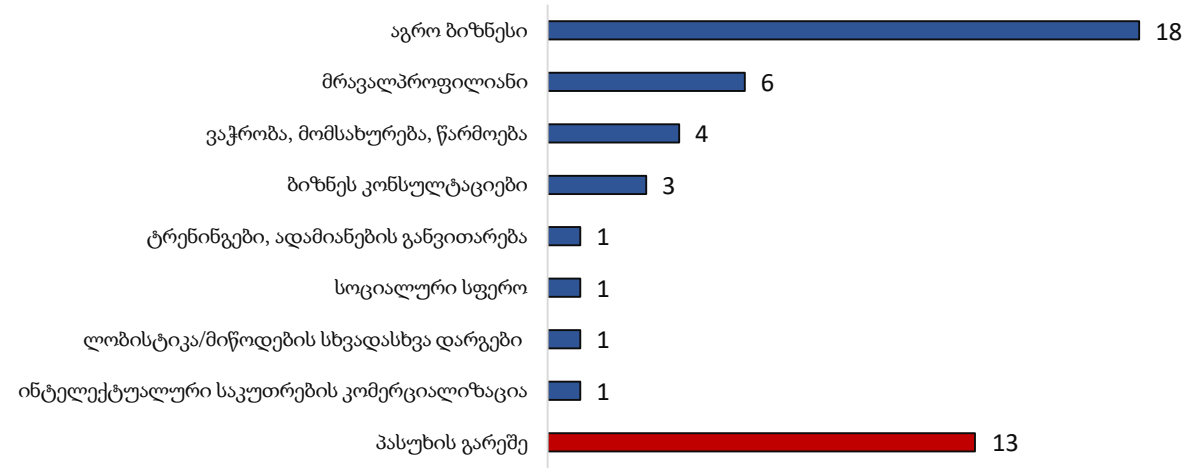
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

16. როგორ უზრუნველყოფთ ზემოთ ჩამოთვლილ მომსახურებას ?



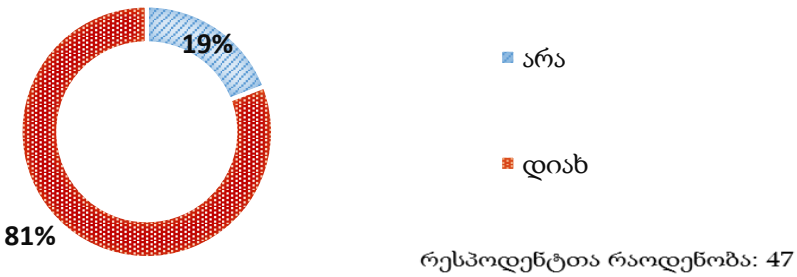
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

17. რომელ სექტორებს ფარავთ?



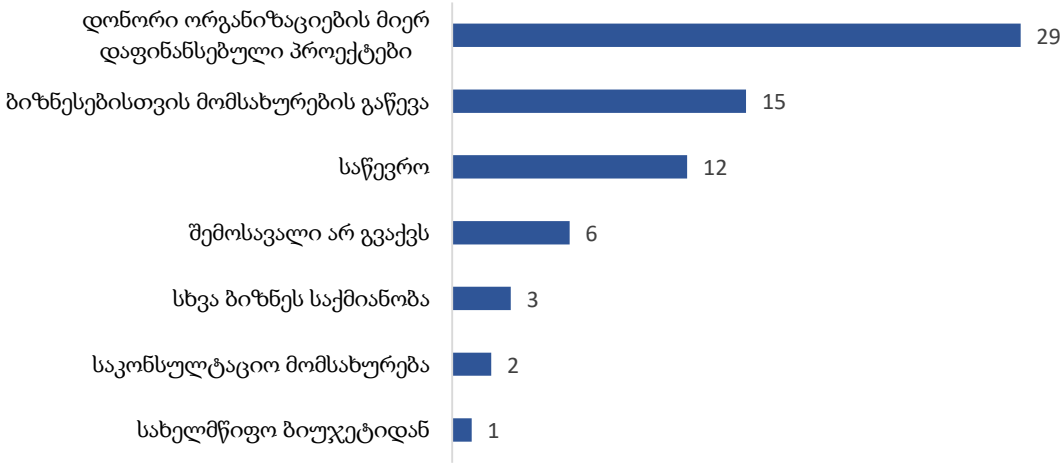
რესპოდენტების რაოდენობა: 31

18. გაქვთ თუ არა ორგანიზაციის განვითარების სტრატეგია ?

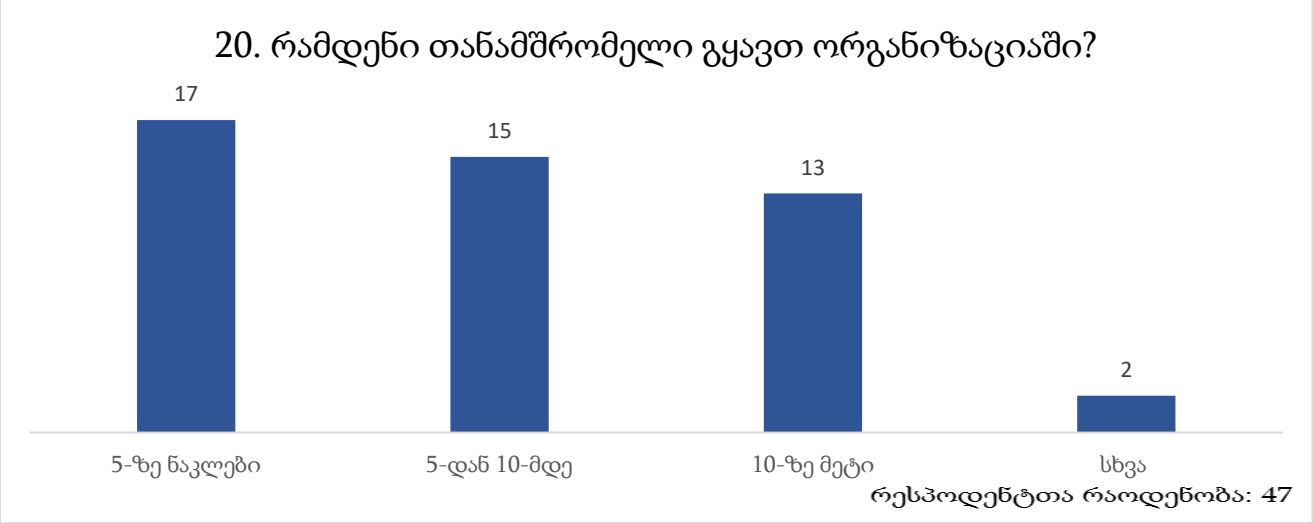


რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

19. ბიზნეს ასოციაციების შემოსავლის წყარო

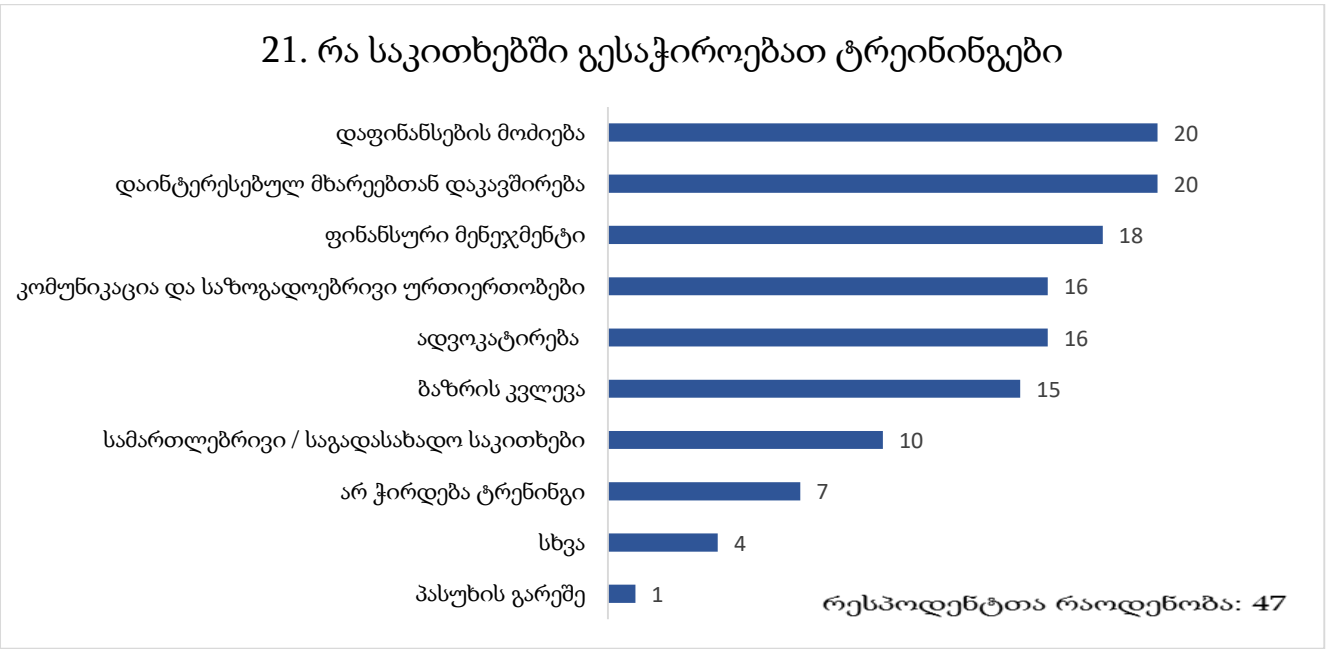


რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

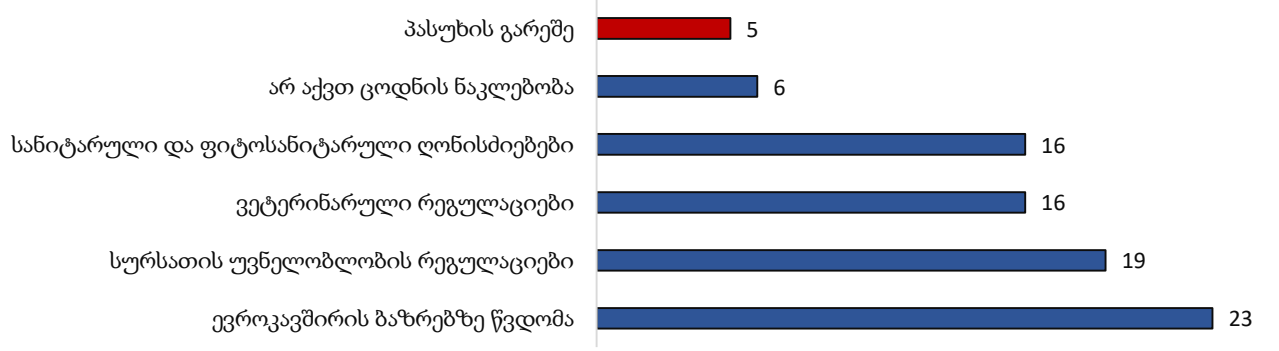


შენიშვნა (კითხვა 20), კატეგორია „სხვა“ მოიცავს :

- დასაქმებულების რაოდენობა იცვლება გრანტების შესაბამისად
- მხოლოდ მოხალისეები გვყავს

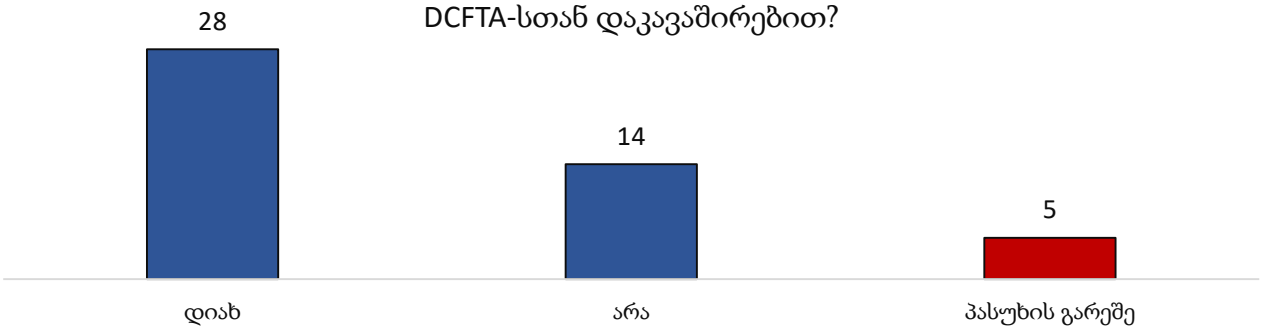


22. DCFTA-სთან მიმართებით, რომელ საკითხებთან დაკავშრებით გაქვთ ცოდნის ნაკლებობა ?



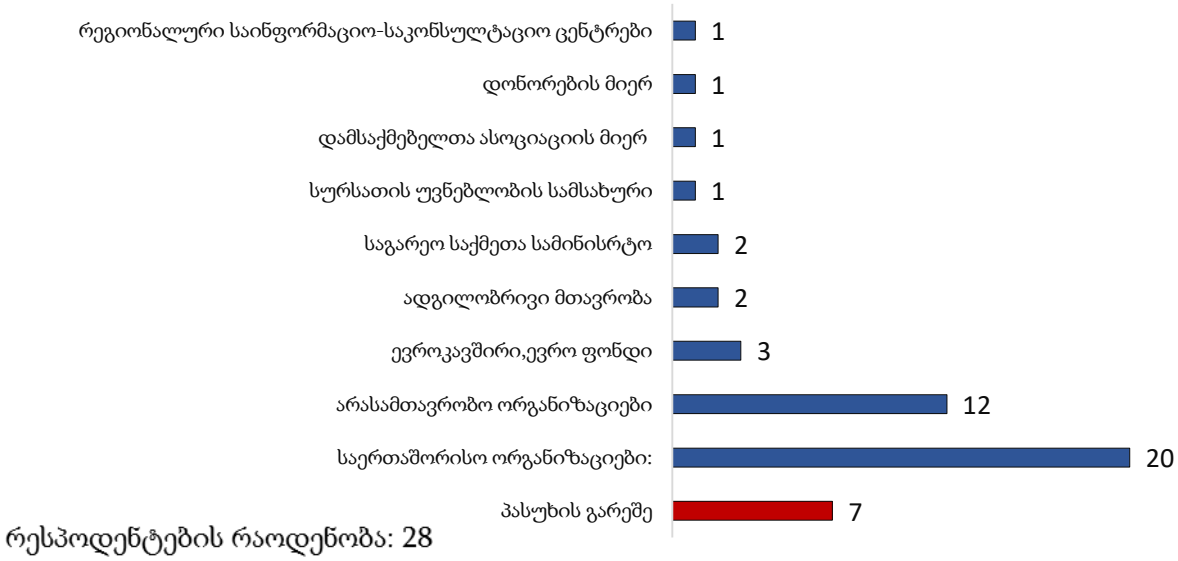
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

23. თქვენი საქმიანობიდან გამომდინარე, მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა პროექტებში/სასწავლო პროგრამებში/ტრენინგებში DCFTA-სთან დაკავაშირებით?



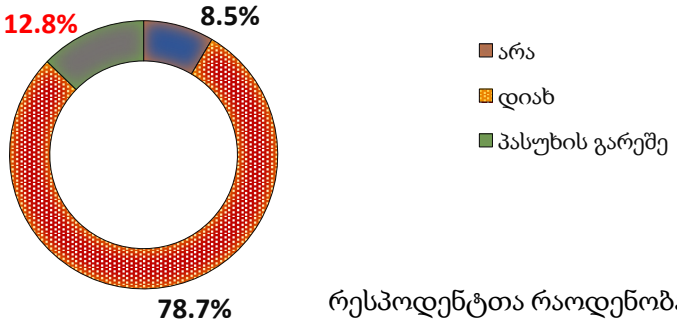
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

24. ვის მიერ იყო ორგანიზებული პროექტები/სასწავლო კურსები/ტრენინგები, რომელშიც მიიღეთ მონაწილეობა?



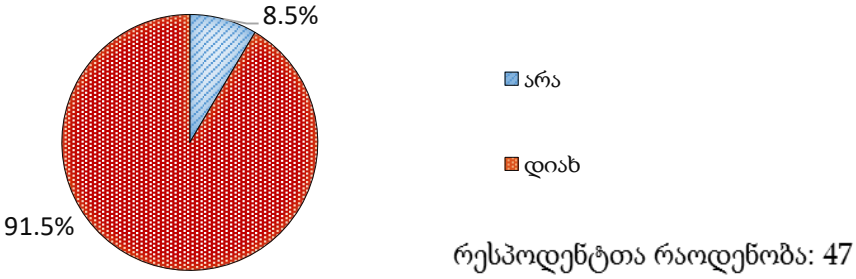
რესპოდენტების რაოდენობა: 28

25. გაქვთ სურვილი მიიღოთ მონაწილეობა პროექტებში/სასწავლო პროგრამებში/ტრენინგებში DCFTA-თან დაკავშირებით?



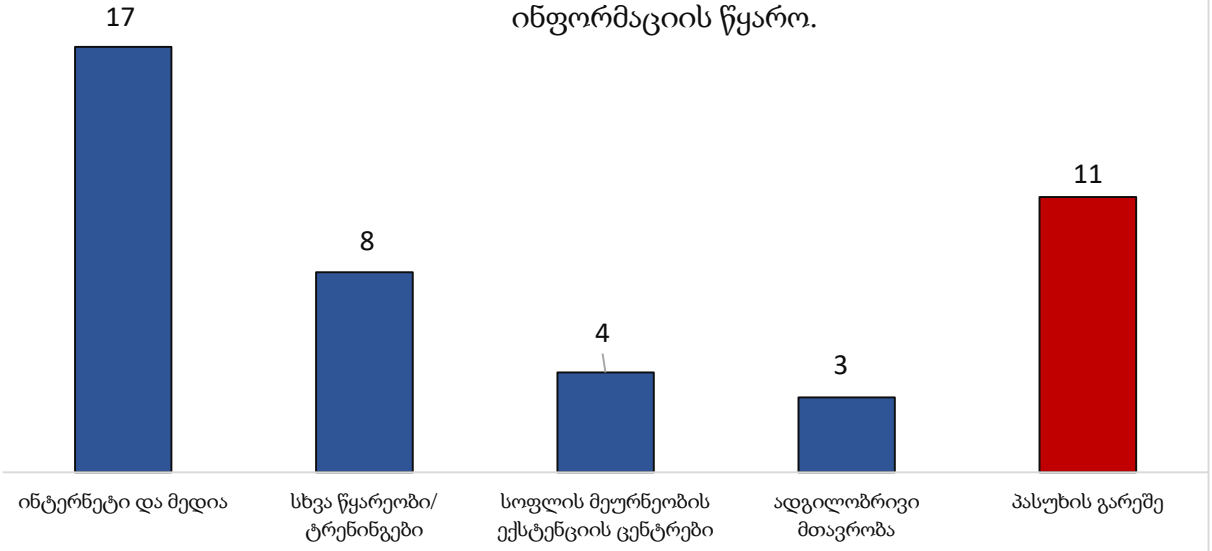
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

26. გსმენიათ ისეთი საერთაშორისო სტანდარტებისა და სერთიფიკატების შესახებ, როგორიცაა HAACP, GLOBAL G.A.P. და ISO

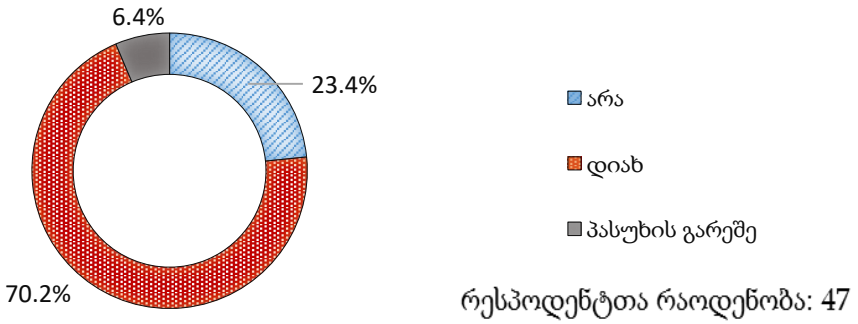


რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

27. წინა კითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში, მიუთითეთ ინფორმაციის წყარო.

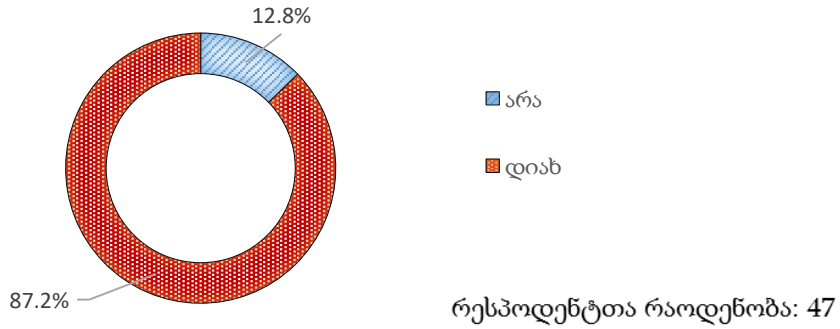


28. გესაჭიროებათ თუ არა დამატებითი ცოდნა ზემოთ ჩამოთვლილ სტანდარტებზე?



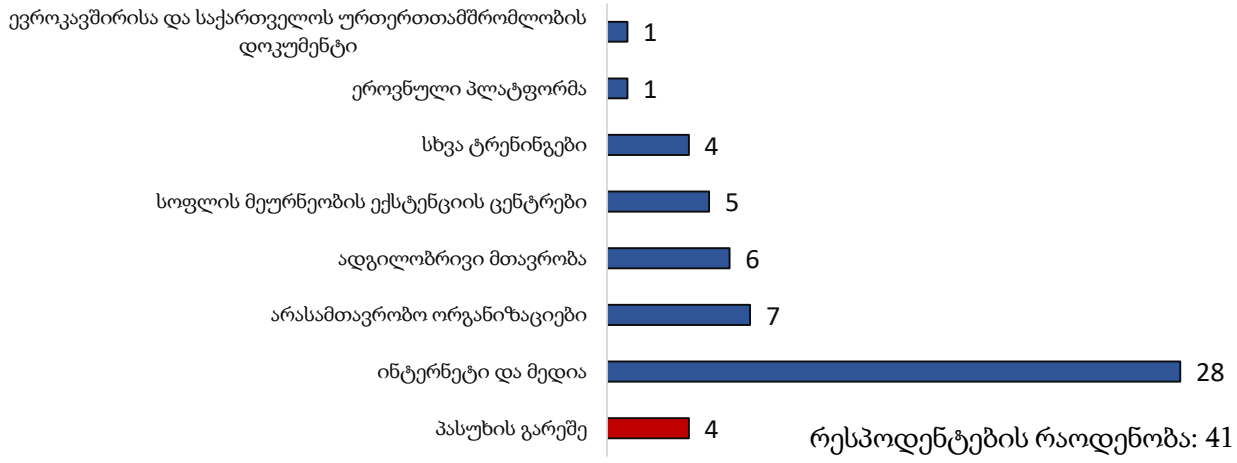
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

29. გსმენიათ თუ არა ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების შესახებ



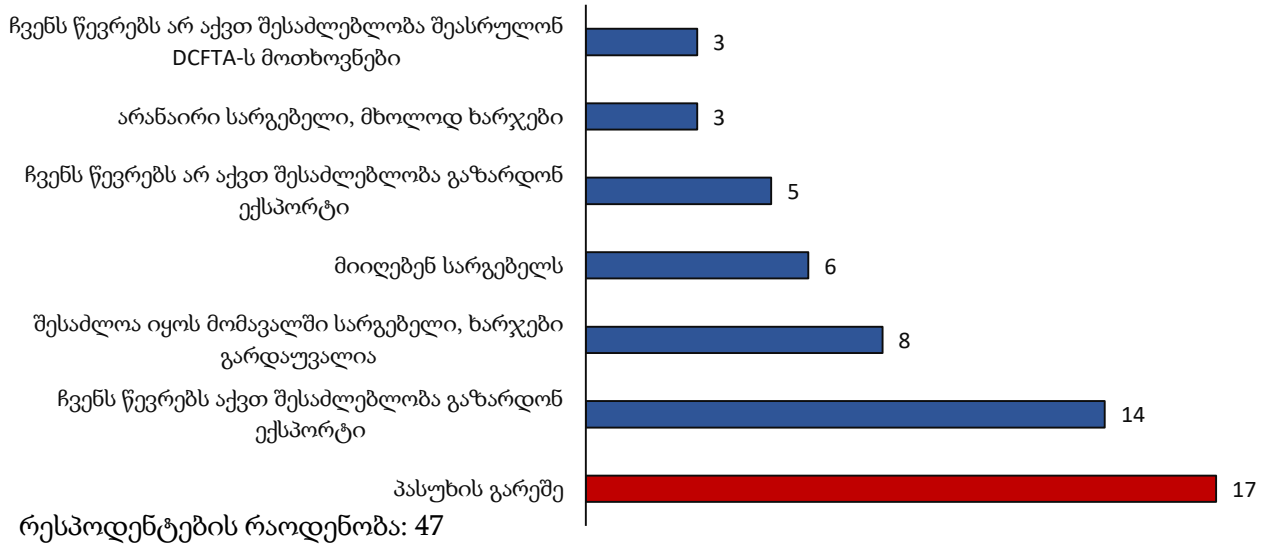
რესპოდენტთა რაოდენობა: 47

30. წინა კითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში, მიუთითეთ ინფორმაციის წყარო



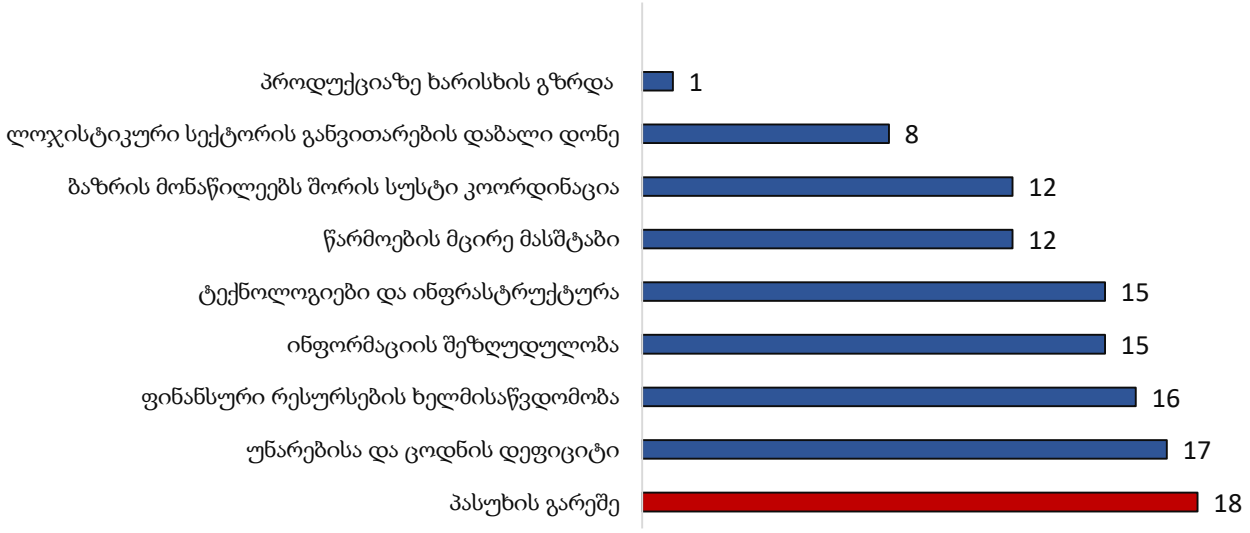
რესპოდენტების რაოდენობა: 41

31. თქვენი აზრით, მიიღებენ თუ არა სარგებელს თქვენი ორგანიზაციის წევრები DCFTA-სგან ?



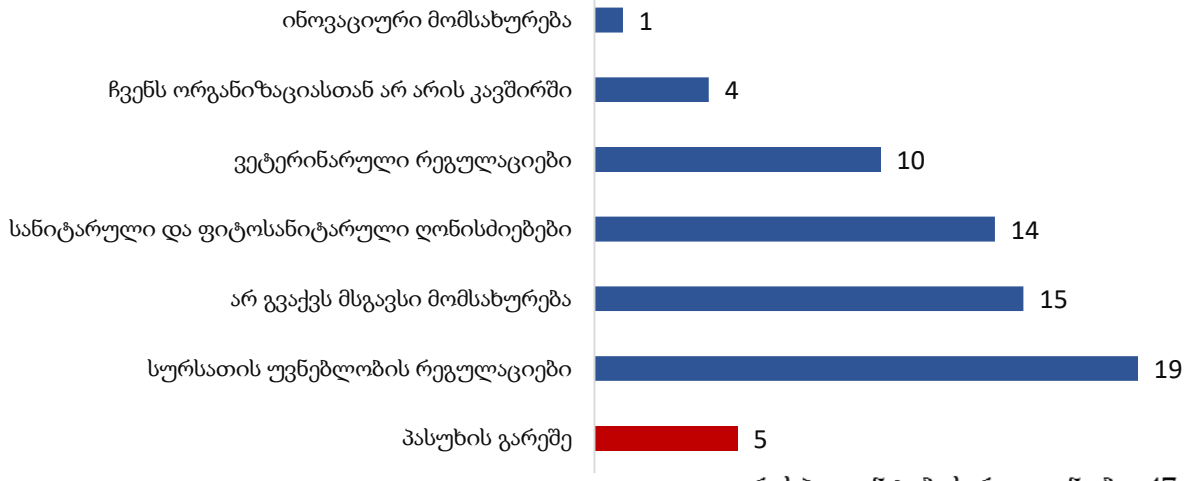
რესპოდენტების რაოდენობა: 47

32. რა არის მთავარი შემზღუდველი პირობა, რაც ხელს უშლის თქვენს წევრ ორგანიზაციებს სრულად მიიღონ DCFTA-სგან სარგებელი? (შეავსოს ინტერვიუერმა).



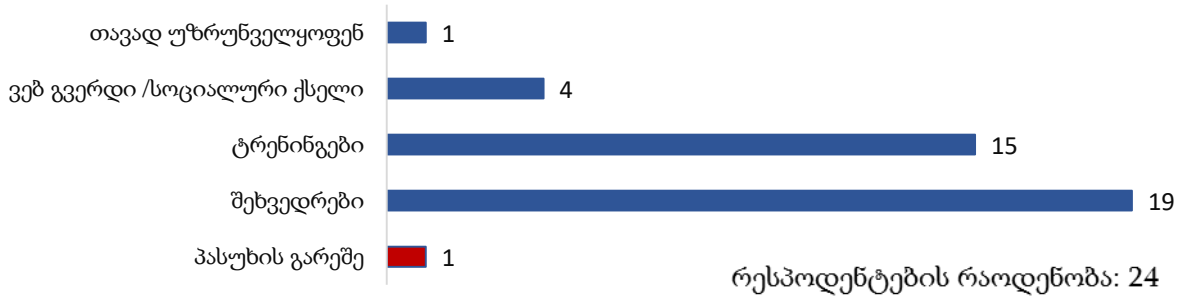
რესპოდენტების რაოდენობა: 47

33. უზრუნველყოფს თუ არა თქვენი ორგანიზაცია ისეთ მომსახურებას, რომელიც დაკავშირებულია შემდეგი რეგულაციების შესრულებასთან



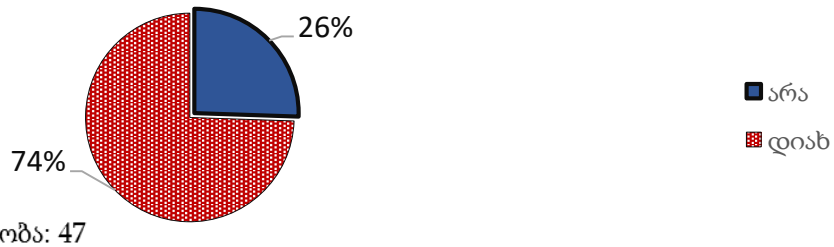
რესპოდენტების რაოდენობა: 47

34. თუ დიახ, როგორ?



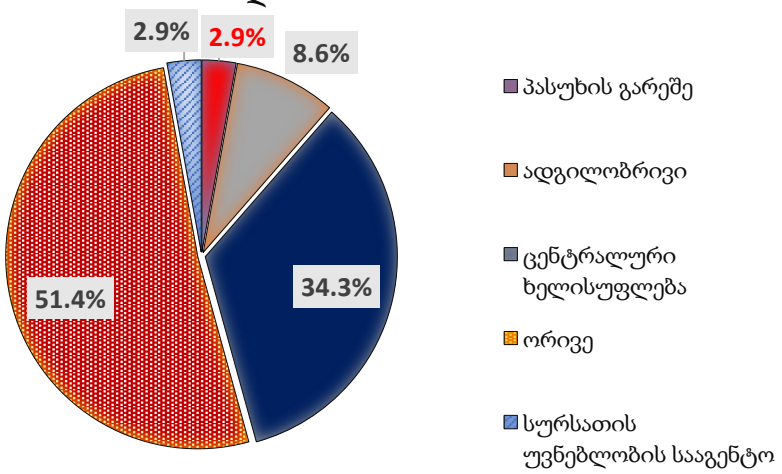
რესპოდენტების რაოდენობა: 24

35.თანამშრომლობთ თუ არა რომელიმე სამთავრობო უწყებასთან? (თუ დიახ, გადადით 36 შეკითხვაზე. თუ არა, გადადით 38 შეკითხვაზე).?



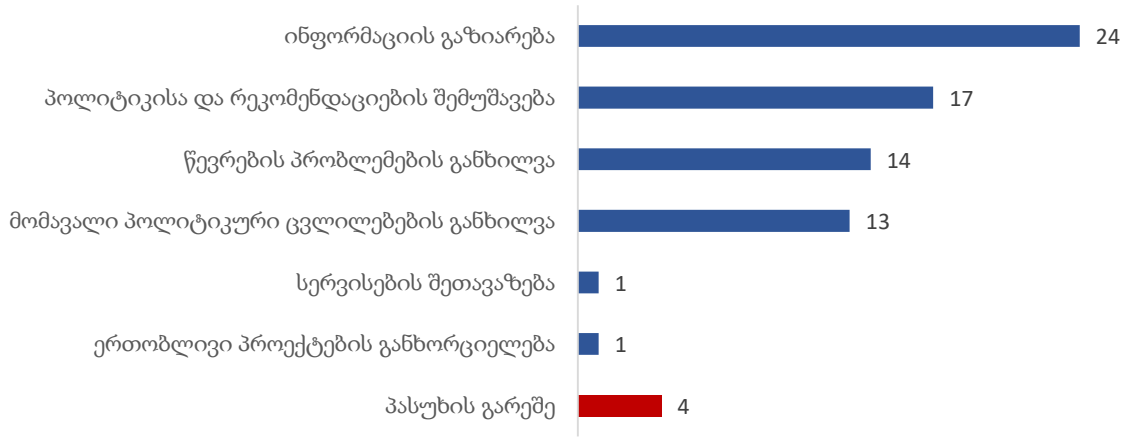
რესპოდენტების რაოდენობა: 47

36. მთავრობის რომელ უწყებასთან თანამშრომლობთ?

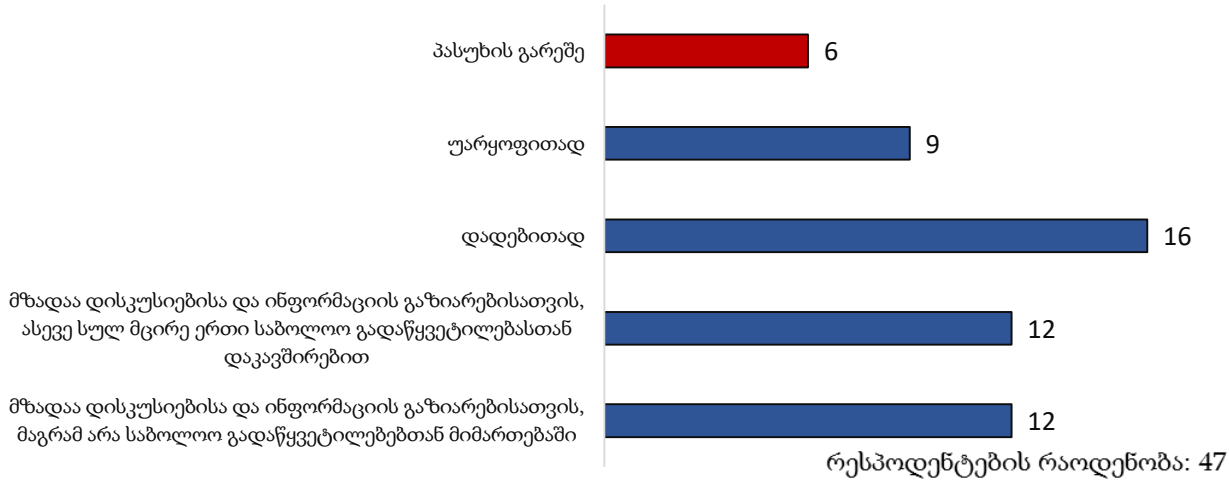


რესპოდენტების რაოდენობა: 35

37. როგორია სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობის ფორმა?



38. როგორ შეაფასებდით მთავრობის უწყებების საჯაროობის დონეს თქვენს საქმიანობასთან მიმართებით?



რესპოდენტების რაოდენობა: 47