

საერთაშორისო სალიზინგო მომსახურების და ქართულ სალიზინგო ბაზარის შედარებითი ანალიზი

დავითი პიტიურიშვილი, სტუ-ს დოქტორანტი

რეზიუმე

დღეისათვის, როცა მსოფლიო წარმოებაში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა საწარმოთა ძირითადი საშუალებებით აღჭურვას და წარმოების პროცესში ბევრი ფირმა შეიძლება ითქვას, რომ ეფიზიენტურადაა კიდევ ერთმანეთს წარმოების გადაიარაღებასა და საწარმოო ნოვაციების დანერგვაში, განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა წარმოების საშუალებათა (როგორც საგადასახადო კოდექსი უწოდებს-ძირითად საშუალებათა) განახლებასა და ახალ-ახალი დანადგარების დროის შედარებით მცირე ინტერვალებით შეძენას. ამ მხრივ, სალიზინგო მომსახურება ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს საქმიანობას წარმოადგენს, რომელსაც განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს განვითარებული მსოფლიოს მცირე და საშუალო ბიზნესი სექტორი.

საქართველოს სალიზინგო ბაზარი დაბალ დონეზე განვითარებული. ლიზინგით არ ფინანსდება ის სეგმენტი, რომელიც უნდა ფინანსდებოდეს. (უცხოურ ბაზარზე დაყრდნობით ვიძახით ამას). საერთაშორისო და ქართული სალიზინგო ბაზრების შედარებისას გამოიკვეთა რამოდენიმე ფაქტი, რაც შეიძლება შემაფერხებელ გარემოებად მივიჩნიოთ საქართველოში.

საკვანძო სიტყვები: ლიზინგი, ლიზინგის მიმღები, მომწოდებელი, ლიზინგის გამცემი, ლიზინგი

Comparative Analysis of International Leasing Service and Georgian Leasing Market

Daviti Pitiurishvili, PHD Student of Gtu

Summary

Nowadays, while in a world of manufacturing there is paid a special attention to the capital asset equipment of enterprises, we might say that in the process of production a plenty of enterprises are competing in an implementation of manufacturing innovations and enterprise re-equipment, the special importance is given to the renewal of manufacturing facilities (due to tax code called – fixed assets) and the purchases of new equipment at small intervals. In this regard, leasing service is one of the most important and for this the small and medium business sector of developed world pays a special attention to this activity.

The Georgian Leasing market is less developed. The lease financing segment is not funded (relying on foreign

market statistics). While comparing the Georgian and international lease markets, there were revealed several factors, which might be considered as impending factors for Georgia.

Keywords: Leasing, Lessee, Supplier, Lessor.

* * * * *

ლიზინგი არის სამმხრივი მომსახურება. ამ მომსახურების პროცესში მონაწილე მხარეები არიან: სალიზინგო კომპანიები, მომწოდებლები და ლიზინგის მიმღებები. იგი არის ერთგვარი სამკუთხედი, სადაც თითოეული მონაწილის როლი მნიშვნელოვანია. აუცილებელია, რომ სამკუთხედის სამივე მხარე ვითარდებოდეს, რათა იგი შეკრული და ძლიერი იყოს. ლიზინგის სუბიექტები არიან მხარეები, რომლებიც მონაწილეობენ სალიზინგო ურთიერთობებში:

1. ლიზინგის საგნის მომწოდებელი - საწარმოო სიმძლავრეების მწარმოებლები ან მომწოდებლები. ლიზინგის მომწოდებლად გვევლინებიან უშუალო მწარმოებლები ან სავაჭრო კომპანიები.

2. ლიზინგის გამცემი - მხარე, რომელიც ყიდულობს ძირითად საშუალებებს მომწოდებლებისგან და ხდება მისი მესაკუთრე, ხოლო შემდეგ გადასცემს ლიზინგის მიმღებს იჯარით, გარკვეული ვადით.

3. ლიზინგის მიმღები - მხარე, რომელიც იღებს საწარმოო სიმძლავრეებს ლიზინგის გამცემისგან იჯარით გარკვეული ვადითა და პირობებით.

საერთაშორისო სალიზინგო მომსახურების და ქართულ სალიზინგო ბაზარის შედარებითი ანალიზი საქართველოში ყოველწლიურად იზრდება ბიზნესი სექსზე მოთხოვნა. ეს თანხები ხშირ შემთხვევაში მიმართულია: საბრუნავი კაპიტალის დასაფინანსებლად, (ნედლეულის ან მარაგების შევსება) ბიზნესის გაფართოების დასაფინანსებლად (ფიქსირებული აქტივების შეძენა, ან არსებულის გაუმჯობესება). ბიზნესის დასაფინანსებლად რამოდენიმე ალტერნატიული საშუალება არსებობს. ესენია: ბანკები, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციები და სალიზინგო კომპანიები. საქართველოში, თითოეულ სეგმენტს თავისი მომხმარებელი ჰყავს. ლიზინგი ძირითადი საშუალებების დაფინანსების ალტერნატიული საშუალებაა. მსოფლიოს განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში სალიზინგო მომსახურება საგრძნობლად იზრდება. განვითარებად ქვეყნებში, ძირითადი კაპიტალის განახლებისთვის საჭირო ინვესტიციების 3-15 % ლიზინგით ფინანსდება, განვითარებულ ქვეყნებში, კი ეს მაჩვენებელი 30%-ს აღწევს. საქართველოში, რომელიც წარმოადგენს განვითარებად ქვეყანას, ლიზინგით ფინანსდება

მთელი აქტივების დაახლოებით 2%, დანარჩენი 98 % ძირითადი საშუალებების შეძენისას სარგებლობს საბანკო ან მიკროსაფინანსო სესხით ან საკუთარი ფინანსური სახსრებით. პრობლემა, რაზეც ჩვენ გვსურს საუბარი, ეხება საქართველოს სალიზინგო ბაზრის განვითარების დაბალ დონეს. ლიზინგი, როგორც საერთაშორისო სალიზინგო კომპანიების მომსახურებოდან ირკვევა, იაფი და მარტივი დაკრედიტების საშუალებაა. განსაკუთრებით დიდი მომხმარებელი, მცირე ბიზნესის წარმომადგენლებში ყავს. ლიზინგის საშუალებით ფინანსდება ისეთი ბიზნესები, რომელთაც არ აქვთ საჭირო რესურსი საბანკო სესხის მისაღებად. არსებული გარემოებები გვაძლევს გონივრულ საბაბს, რომ საქართველოს ბიზნეს ინდუსტრიას ამგვარი დაკრედიტების საშუალება მნიშვნელოვნად წაადგება. მოკლედ რომ გადავვლოთ საქართველოს სალიზინგო ბაზარს თვალი დავინახავთ არსებულ პრობლემებს. ჩვენს ქვეყანაში, 13-14 წელია, რაც ლიზინგით დაფინანსება არსებობს, მაგრამ საქართველოს ბაზრის მხოლოდ 2%-ს აფინანსებს, ეს ნამდვილად არის პრობლემა. მნიშვნელოვანია კიდევ იმის აღნიშვნა, რომ საერთაშორისო სალიზინგო კომპანიების ძირითადი მომხმარებლები, მცირე და საშუალო ბიზნეს სექტორია. რამოდენიმე მიზეზი შეიძლება დასახელდეს, თუ რატომ არის ლიზინგი საქართველოში ასე მცირედ მოხმარებადი.

1. დაბალი ცნობადობა- ლიზინგი საქართველოში ჯერ კიდევ ახალ პროდუქტად ითვლება, მენარმეების უმეტესობამ არ იცის რა პროდუქტია და რას სთავაზობს მომხმარებელს ლიზინგი. საქართველოში არსებული ოთხი დიდი სალიზინგო კომპანიიდან ორი არის ბანკის შვილობილი კომპანია. ამიტომ მომხმარებელი აიგივებს საბანკო მომსახურებასთან და შესაბამისად საბანკო სესხსა და სალიზინგო მომსახურებას შორის განსხვავებასაც ვერ ხედავს.

2. ძვირი მომსახურება- მენარმეებს, რომელთაც აქვთ ზედაპირული ინფორმაცია სალიზინგო მომსახურების შესახებ და პირდაპირ საპროცენტო განაკვეთს ადარებენ ერთმანეთს, ფიქრობენ რომ სალიზინგო მომსახურება ძვირია. პირდაპირ ამ კუთხით თუ შევხედავთ საშუალოდ საბანკო ბიზნეს სესხი 12% ია, სალიზინგო მომსახურება 16%, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების მიერ გაცემული სესხი კი 36%. მაგრამ ეს პროცენტებიც ცვალებადია კომპანიის რისკიანობიდან გამომდინარე. ლიზინგი, როგორც ძირითადი საშუალებების დაფინანსების წყარო, საგადასახდო შეღავათების მიღების საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს და შესაბამისად საბოლოო ჯამში აღარც ისეთი ძვირის გადახდა უწევს როგორც ეს მხოლოდ საპროცენტო განაკვეთის შედარებისას ჩანს. მიუხედავად არსებული საგადადასახადო შეღავათებისა, ცალსახად ჩანს რომ საქართველოში სალიზინგო მომსახურება კონკურენციას ვერ უწევს საბანკო სესხს.

საერთაშორისო პრაქტიკიდან ჩანს, რომ ლიზინგი, თავისი რთული სტრუქტურით შეღავათიანი

დაფინანსების წყაროა მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის. ამ ფაქტს მოწმობს არაერთი კვლევა, რომლებსაც ატარებენ თვითონ სალიზინგო კომპანიები და ასევე სხვადასხვა უნივერსიტეტის სტუდენტები. საინტერესოა იგივე ეფექტი აქვს თუ არა, საქართველოშიც სალიზინგო მომსახურებას და მცირე და საშუალო ბაზარს ეხმარება თუ არა განვითარებაში. იმისათვის, რომ უკეთ იქნეს განხილული სალიზინგო მომსახურება, საჭიროდ ჩავთვალეთ მიმოგვეხილა უცხოური სალიზინგო ბაზარიც. საერთაშორისო სალიზინგო კომპანიების სალიზინგო მომსახურება და უპირატესობები სხვა ალტერნატიულ დაკრედიტების საშუალებებთან შედარებით. რა თქმა უნდა შევხებით, ქართულ სალიზინგო ბაზარს, შევისწავლით ქართულ „ლიზინგს“, საქართველოში რა მომსახურებას სთაზობენ სალიზინგო კომპანიები მომხმარებლებს, ვინ არიან სალიზინგო კომპანიების მომხმარებლები და რა ტემპებით ვითარდება საქართველოს სალიზინგო ბაზარი. ძირითადი აქცენტი გაკეთდება ლიზინგის საგადასახდო მხარეზე, რადგან სწორედ ამ კუთხით განსხვავდება ლიზინგი, სხვა ალტერნატიული დაფინანსების წყაროებისგან. ჩვენს მიერ, ძირითადად განხილული იქნება მცირე და საშუალო ბიზნესი, როგორც ლიზინგის ძირითადი მომხმარებლები, ასევე შევეცდებით დაგანახაოთ, მცირე და საშუალო ბიზნესის როლი, ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში.

საერთაშორისო სალიზინგო ბაზარი განვითარების პიკს აღწევს, დღითი დღე იზრდება სალიზინგო კომპანიების რაოდენობა და მათი მომხმარებლები უცხოეთში. ასევე იზრდება ძირითადი საშუალებების წარმოება და შესაბამისად მათი მომხმარებლების რაოდენობა. საერთაშორისო სალიზინგო კომპანია ორი სახის არსებობს. პირველი: დამოუკიდებელი სალიზინგო კომპანია. როდესაც ნებისმიერი მონოდებლისგან ყიდულობს სალიზინგო კომპანია ძირითად საშუალებას და შემდეგ გადასცემს მომხმარებელს ამ აქტივს. ასეთი სალიზინგო კომპანიები არსებობენ საქართველოშიც, სწორედ ესარის ის სამხრივი ურთიერთობა, რომლითაც ლიზინგი ხასიეთდება, ასევე არსებობს მეორე სახის სალიზინგო კომპანია, ეს არის სანარმო და მასთან დაკავშირებული სალიზინგო კომპანია, რომელთაც საერთო მმართველობა ყავთ. ანუ თვითონ ტექნიკის მწარმოებელი ეწევა სალიზინგო მომსახურებასაც, მხოლოდ მშობელი მწარმოებლისგან ალიზინგებს აქტივებს.

საერთაშორისო სალიზინგო ბაზარზე სალიზინგო საზღაურები მორგებულია კომპანიის საქმიანობას, ზომას. არსებობს სამი სახის სალიზინგო საზღაური: მზარდი, კლებადი და უცვლელი საზღაურები. თითოეულ მიდგომას საკუთარი მომხმარებელი ყავს. მცირე ბიზნესებს, დამწყებ ბიზნესებს ძირითადად ურჩევენიათ მზარდი სალიზინგო საზღაური. იწყება მცირე გადახდებით და პერიოდის ბოლოს იმატებს. ეს ფაქტი მათ ხელს უწყობს ბიზნესის ამუშავებაში და პროცესში ჩართვაში. სანყის ეტაპზე „cash out“ ნაკლები აქვთ. არსებული ბენეფიტი არ აქვს საბანკო

სესხს. ძირითადად საბანკო სესხის პროცენტი საგადახდო გრაფიკში, პერიოდის დასაწყისში მაღალია და შემდგომ იკლებს. კვლევის ჩატარების დროს, საქართველოს სალიზინგო კომპანიებთან, ამასაც გავარკვევთ სთავაზობენ თუ არა მომხმარებლებს ამ სერვისს.

კიდევ ერთი უპირატესობა რაც საერთაშორისო სალიზინგო კომპანიებს აქვთ არის: „Software Leasing“. დღეს-დღეისობით პროგრამული უზრუნველყოფის გარეშე ბიზნესის განვითარება შეუძლებელია. კარგად გამართული პროგრამა ფინანსური რისკებისგან, ხარვეზებისგან იცავს კომპანიებს. საქართველოში ნელ-ნელა აქტუალური ხდება ეს ტენდენცია და უფრო და უფრო მეტი კომპანია უზრუნველყოფს თავის ბიზნესს სათანადო პროგრამებით. სალიზინგო კომპანიებმაც რომ შეთავაზონ მსგავსი პროდუქტი მომხმარებლებს არ იქნება ურიგო. მიზეზი იმისა, თუ რატომ ვერ ხდება საქართველოში იგივე პროდუქტის შეთავაზება არის, ის რომ საქართველოს საგადახდო კოდექსი არ გვაძლევს ამის საშუალებას. კოდექსში წერია, რომ ლიზინგით გაცემა მხოლოდ მატერიალური აქტივები. არამატერიალური აქტივების, რომლებსაც არ ერიცხება ცვეთა, ლიზინგით გაცემა არ შეიძლება. ვინაიდან და რადგანაც პროგრამული უზრუნველყოფა არამატერიალური აქტივია, მისი ლიზინგით გაცემა შეზღუდულია. უცხოურ მაგალითებზე ვნახეთ, რომ სალიზინგო მომსახურების განვითარებაში დიდი წვლილი მიუძღვის სახელმწიფოს. სახელმწიფოს ჩარევით ხდება ლიზინგისთვის სწორი და გამართული კანონმდებლობის შექმნა, რათა სალიზინგო მომსახურებაში მონაწილე ყველა სუბიექტი თანაბარუფლებიანი იყოს. უცხოურ მაგალითებზე ასევე ჩანს, რომ ლიზინგი, როგორც მარტივი და იაფი დაფინანსების წყარო ხელმისაწვდომი იყო და არის მცირე და საშუალო ბიზნესის მქონე პირებისთვის. შესაბამისად ზემოთ ხსენებული სექტორის განვითარება და სალიზინგო ბაზრის განვითარება პირდაპირკავშირშია. დღევანდელ საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტემპებიც შესუსტებულია, ვერც ლიზინგია მონოდების სიმაღლეზე, ვერ ქმნის სათანადოდ მიმზიდველ პროდუქტს და ცალსახად ვერც სახელმწიფოს დააბრალე ყველაფერს. ეს იმდენად გადამწყვეტი ფაქტია, რომ სამივეს ჩართულობა, სამივე მხარის მონდომება და წინსვლაზე, გარკვეულ დათმობებზე ნასვლის გარეშე არაფერი გამოუვათ.

დასკვნა

საქართველოს ბაზარზე არსებული კომპანიების უმეტესობა ძირითადი საშუალებების განახლებას, გადაიარაღებას მხოლოდ დანადგარის მწოიდან გამოსვლის შემთხვევაში ახერხებს. ის კომპანიების რაოდენობა, რომლებიც ფიქსირებულ აქტივებს ცვლიან, ძალიან ცოტაა. შესაბამისად ლიზინგით მომსახურება უმეტეს კომპანიებს იშვიათად ჭირდებათ.

გამოიკვეთა, ის ფაქტი, რომ ლიზინგი ძვირი მომსახურებაა, რეალურად ისეთი ძვირი არ არის როგორც ამას მომხმარებელი აღიქვამს. საბანკო სესხთან შედარებით საპროცენტო განაკვეთი, რამოდენიმე პროცენტით მაღალია, მაგრამ თუ შევადარებთ მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებს, ამ დროს ნამდვილად აღმოვაჩინოთ, რომ ლიზინგი იაფი დაკრედიტების წყაროა.

საქართველოში ბიზნეს ხშირ შემთხვევაში მართავს არაკომპეტენტური პირი, ზოგადად საქართველოს მენეჯმენტს აქვს პრობლემა. არ აქვთ აკმარისი განათლება, არ აქვთ მენეჯერისთვის დამახასიათებელი პიროვნული თვისებები, რომლის გარეშეც ძნელია, თითქმის წარმოუდგენელია სწორად მართო კომპანია. ამ მოსაზრებას ამყარებს, ჩვენი კვლევა, საიდანაც ჩანს, რომ დაფინანსების მოპოვებისა და არჩევის პროცესში, ასევე აქტივის შეცვლის პროცესში ჩართულები და გადაწყვეტილების მიმღებები არიან დამფუძნებლები. ანუ არ ხდება საქმეების სათანადოდ გადაბარება.

მნიშვნელოვანია, ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლები მიხვდნენ, რომ მოძველებული ტექნიკითა და მოძველებული ინფრასტრუქტურით, კონკურენტულ ნაწარმს ვერ შექმნიან, ვერ გაუწევენ კონკურენტის საერთაშორისო ბაზარს, ვერ გახდებიან ტურისტებისათვის მიმზიდველი.

საერთაშორისო პრაქტიკიდან ჩანს, რომ ლიზინგს აქვს ერთ-ერთი დადებითი თვისება „flexible“-მორგებადი, ანუ სალიზინგო მომსახურება ერგება მომხმარებლის მდგომარეობას. იგივე უნდა ხდებოდეს საქართველოშიც, ამით სალიზინგო კომპანიები შეძლებენ მოიზიდონ მეტი მომხმარებლები და კამყოფილების დონეც გაზარდონ. განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ბიზნესს ჭირდებათ მორგებული საგადახდო გრაფიკები, რადგან ბიზნესის დაწყების პროცესში მაღალ საზღაურებს ვერ გადაიხდიან. გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ კი შესაძლებლობა ექნებათ, გადაიხადონ სრული თანხა.

USAID-ის მიერ საქართველოში ჩატარდა კვლევა სალიზინგო ბაზრის 2011 წელს. ამ კვლევის რეკომენდაციებშიც მკაფიოდ არის დასკვნა გაკეთებული, რომ საქართველოს სალიზინგო ბაზარი ფოკუსირებული უნდა იყოს მცირე და საშუალო ბიზნეს სექტორზე.

ჩვენი ერთ-ერთი რეკომენდაცია არის ის რომ სალიზინგო კომპანიებმა მომხმარებლებს უნდა შეთავაზონ ახალი პროდუქტები, ასევე უნდა იყვენენ ჩართულნი სხვადასხვა პროგრამებში. პრიორიტეტი კი მაინც საპროცენტო განაკვეთის შემცირება რჩება.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. გამსახურდია, გ. (2002). მსოფლიო ფინანსები. თბილისი: თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა
2. გველესიანი, რ. (1999). მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების სტრატეგია და კულტურა. თბილისი
3. გოგიაშვილი, ო. (2009). მცირე და საშუალო ბიზნესების პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში. თბილისი
4. კაკულია, რ. ხელაია, ხ. (2000). ფულის მიმოქცევისა და კრედიტის ზოგადი თეორია. თბილისი
5. კოვზანაძე, ი. კონტრიძე გ. (2005) თანამედროვე საბანკო საქმე: თეორია და პრაქტიკა, ლიზინგი: გუშინ, დღეს, ხვალ.
6. მაღლაკელიძე, თ. ჯგერენაია, ე.(1996) ლიზინგის საერთაშორისო გამოცდილება და მისი მნიშვნელობა საქართველოსათვის
7. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკა საქართველოში. (2012). აღმოსავლეთის პარტნიორობა
8. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია.(2009), პროექტის მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა
9. სმიტი ა.(1983) გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შახებ
10. ყამარაული ს. (2002), უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი, თბილისი