

ლიზინგის ბაზრის კვლევის მეთოდოლოგია Methodology of Leasing Market Research

ზურაბ ტალახაძე - სტუ-ის დოქტორანტი, zuratalakhadze@gmail.com
ალეკო კუტათელაძე - სტუ-ის პროფესორი, a.kutateladze@banklabonline.com

Zurab Talakhadze - Doctoral student GTU, zuratalakhadze@gmail.com

Aleko Kutateladze - Professor GTU, a.kutateladze@banklabonline.com

აბსტრაქტი. მსოფლიო პრაქტიკამ ჩამოაყალიბა სალიზინგო ოპერაციათა მრავალრიცხოვანი ვარიანტები, ფორმები და მათი რეალიზაციის მეთოდები. ეკონომიკური პროცესების მკვლევარები თავისებურად აყალიბებენ სალიზინგო ოპერაციებს, დღემდე არ არსებობს მათი ზუსტი სისტემა, ასევე კარგად არაა გამოჩენილი საზღვრები ლიზინგის სხვადასხვა სახეებს შორის. სალიზინგო ოპერაციათა ჩვენ მიერ შემოთავაზებული შესაძლო კლასიფიკაციაც არაა სრულყოფილი და შემდეგ დახვეწას ექვემდებარება.

ჩვენ გათვალისწინებული გვაქვს პირველადი და მეორადი მონაცემების დამუშავება, რაც გულისხმობს ჩატარებული კვლევების ანალიზს და გაცნობას. სალიზინგო კომპანიებსა და ბანკებში გამოკითხვების ჩატარებას, ასევე სამეწარმეო სექტორის გამოკითხვას.

საკვანძო სიტყვები: ლიზინგი, სამოქალაქო კოდექსი, ბიზნესი, კრედიტი, დაფინანსება, საფინანსო ორგანიზაცია, მსოფლიო ბანკი, სალიზინგო ოპერაციები, ლიზინგის ხელშეკრულება.

Abstract. World practice established numerous options of leasing operations, forms and methods of their realization. Researchers of economic processes form leasing operations in their own way, their exact system doesn't exist yet, also the boundaries aren't separated between different types of leasing. Our proposed leasing classification is incomplete and subject to refinement.

We have provided processing of primary and secondary data, which involves the analysis and study of the conducted researches. Surveys in leasing companies and banks, as well as studies in enterprise sector.

Keywords: Leasing, Civil Code, Business, Credit, Financing, Financial Organization, World Bank, Leasing Operations, Leasing Agreement.

ძირითადი ტექსტი: ლიზინგით არ სარგებლობის განმაპირობებელი ფაქტორების გამოვლენა საშუალებას მოგვცემს ამ მომსახურების შეთავაზება მოხდეს სწორი მესიჯის მიწოდებით. მეორეს მხრივ ამ ფაქტორების გამოვლენა საშუალებას მოგვცემს რათა გაიზარდოს ინფორმირებულობა საზოგადოებაში.

ჩვენი შემოთავაზებული ჰიპოთეზა მდგომარეობს იმაში, რომ საქართველოს საფინანსო ბაზარზე 10 წელიწადში ლიზინგის ბაზრის წილი გაიზარდება 10-15%-ით კრედიტთან მიმართებაში. აღნიშნული შესაძლებელი იქნება კრედიტების წილის შემცირების ხარჯზე.

შემოთავაზებული კვლევა ამ სფეროთი დაინტერესებული პირებისათვის მიმზიდველი იქნება იმით, რომ პოტენციური ლიზინგის მომხმარებლები მეტად ინფორმირებული იქნებიან მომსახურების შესახებ

და შეძლებენ სწორი არჩევანი გააკეთონ დაფინანსების ალტერნატივებს შორის.

ჩავატარეთ გამოკითხვა იმ კომპანიებში, რომლებიც სარგებლობენ ლიზინგით და რომლებსაც არასდროს უსარგებლიათ ლიზინგით, გამოკითხეთ 200 მცირე და საშუალო ბიზნესით დაკავებული მეწარმე. აგრეთვე ჩამოვართვით ინტერვიუ სალიზინგო კომპანიების მენეჯერებს. კვლევის ეს ეტაპი ითვალისწინებს მოსახლეობისა და დარგის ექსპერტების მოსაზრებებს და შეხედულებებს.

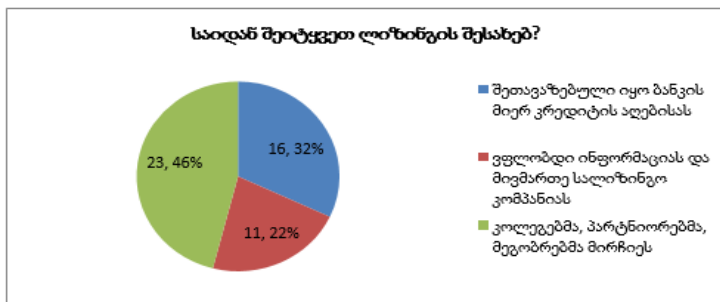
ეს კითხვარი იქნება სწორედ კვლევის შემადგენელი ნაწილი. გამოკითხვის ძირითადი მიზანია მცირე ბიზნესით დაკავებული მოსახლეობისა და დარგის ექსპერტების დამოკიდებულების და შეხედულებების გამოვლენა ამ სფეროს შესახებ; ამასთან ერთად შესწავლილი იქნება სხვა საკითხებიც.

კითხვარში ძირითადად ჩადებულია დივერსიფიცირებული ტიპის კითხვები, რათა უფრო სიღრმისეულად შევისწავლოთ ზემოაღნიშნული საკითხი.

კითხვარი კომპანიებისათვის, რომლებიც იყენებენ ლიზინგს:

1. საიდან შეიტყვეთ ლიზინგის შესახებ? პასუხები კი ასე განაწილდა:

- შეთავაზებული იყო ბანკის მიერ კრედიტის აღებისას - 16 მომხმარებელი (რესპოდენტების 32 %)
- ვფლობდი ინფორმაციას და მივმართე სალიზინგო კომპანიას - 11 მომხმარებელი (რესპოდენტების 22 %)
- კოლეგებმა, პარტნიორებმა, მეგობრებმა მირჩიეს - 23 მომხმარებელი (რესპოდენტების 46 %).

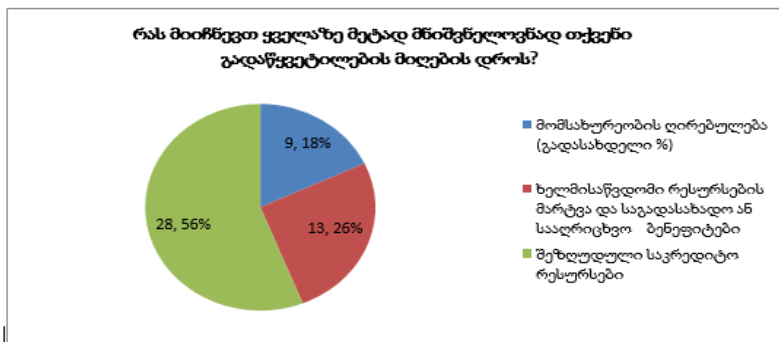


გამოკითხვის შედეგებით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ სალიზინგო კომპანიები არ აწვდიან სათანადო ინფორმაციას თავისი საქმიანობა შესახებ პოტენციურ კლიენტებს. ინფორმაცია ძირითადად ვრცელდება იმ პირებისგან, რომლებიც უკვე სარგებლობდნენ ან სარგებლობენ ლიზინგით. თუმცა ამავე შედეგებით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ ვინაიდან არსებული

კლიენტები ლიზინგის მომსახურებას ურჩევენ თავის ახლობლებს, ნაცნობებს, ისინი თავად კმაყოფილები არიან ლიზინგის პირობებით.

2. რას მიიჩნევთ ყველაზე მეტად მნიშვნელოვნად თქვენი გადაწყვეტილების მიღების დროს?

- მომსახურების ღირებულება (გადასახდელი %) – 9 მომხმარებელი (რესპოდენტების 18 %)
- ხელმისაწვდომი რესურსების მართვა და საგადასახადო ან სააღრიცხვო ბენეფიტები - 13 მომხმარებელი (რესპოდენტების 26 %)
- შეზღუდული საკრედიტო რესურსები - 28 მომხმარებელი (რესპოდენტების 56 %).



გამოკითხულ კლიენტთა ძირითადმა ნაწილმა, 56%-მა ყველაზე მნიშვნელოვნად გადაწყვეტილების მიღების დროს მიიჩნია შეზღუდული საკრედიტო რესურსი. აღნიშნული ცხადყოფს ლიზინგის აუცილებლობას და მისი პოპულარობის ზრდას. საქართველოში არსებული ბიზნესების თითქმის 100 % გადაკრედიტებულია ან მას აღარ გააჩნია დამატებითი უზრუნველყოფა ახალი კრედიტის აღებისას. აგრეთვე ბანკებისგან განსხვავებით ლიზინგი მარტივად აფინანსებს საწყის ბიზნესს.

3. ურჩევთ თუ არა თქვენ კოლეგებს ლიზინგით სარგებლობას?

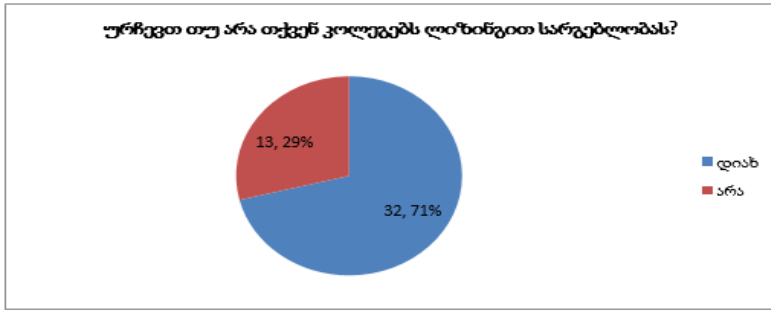
- დიახ - 32 მომხმარებელი (რესპოდენტების 71 %)

არა - 13 მომხმარებელი (რესპოდენტების 29 %).

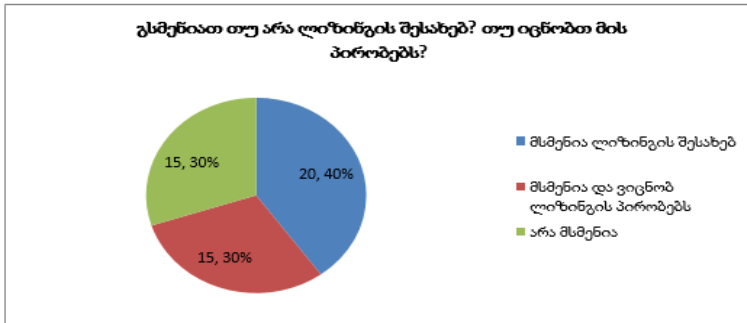
კითხვარი კომპანიებისათვის, რომლებიც არ იყენებენ ლიზინგს:

4. გსმენიათ თუ არა ლიზინგის შესახებ? თუ იცნობთ მის პირობებს?

- მსმენია ლიზინგის შესახებ - 20 მომხმარებელი (რესპოდენტების 40 %)



- მსმენია ლიზინგის შესახებ და ვიცნობ მის პირობებს - 15 მომხმარებელი (რესპოდენტების 30 %)
- არ ვფლობ ინფორმაციას ლიზინგის შესახებ - 15 მომხმარებელი (რესპოდენტების 30 %).



ამგვარი კვლევა დაგვეხმარება გამოვააშკარაოთ ის სუსტი მხარეები, რომლებიც ნეგატიურად მოქმედებენ ლიზინგზე და მის პოპულარობაზე საქართველოში. აგრეთვე კვლევა მოგვცემს საშუალებას გამოვავლინოთ ლიზინგის უპირატესობები, რათა ისინი ვაქციოთ ძლიერ მხარედ და გავზარდოთ ცნობადობა საქართველოში.

ლიზინგის სახეები.

ლიზინგი კლასიფიცირდებოდა სხვადასხვა ნიშნების მიხედვით:

- სალიზინგო საგნის გამოყენების ვადის და ლიზინგამცემის ვალდებულებების მოცულობების მიხედვით.
- სალიზინგო გარიგებების, ხელშეკრულებების მონაწილეთა სუბიექტების შემადგენლობის მიხედვით
- სალიზინგო მომსახურების წარმოდგენილი მოცულობების მიხედვით
- სალიზინგო საგნის სახეების მიხედვით
- ბაზრის სექტორის მიხედვით
- სალიზინგო საზღაურის ფორმებით
- გასაღების ბაზრის მიხედვით

- მიზნობრივი ჯგუფების ურთიერთდამოკიდებულებით
- გამოსყიდვის ვადები
- საგადასახადო შეღავათებთან ურთიერთდამოკიდებულებით.

სალიზინგო გარიგებათა საკმაოდ დიდი მრავალფეროვნების მიუხედავად, მიღებულია ლიზინგის დაყოფა ორ ძირითად სახეობად: საფინანსო და ოპერატიულ ლიზინგად, რომლებიც მოდიფიცირდნენ დროთა განმავლობაში და ბიძგი მისცეს სხვა უფრო მოქნილი სახეების ჩამოყალიბებას.

საფინანსო ლიზინგი წარმოადგენს სალიზინგო საგნის სპეციალურად საკუთრებაში შეძენის ოპერაციას, შემდგომ მისი დროებით გამოყენებასა და მფლობელობაში გადაცემას, ამ საგნის ქმედითუნარიანობას ნორმატიულ პერიოდზე მიახლოებული ვადით და ამ საგნის ღირებულების სრული ან უდიდესი ნაწილის ამორტიზაციით. საფინანსო ლიზინგის დროს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, როგორც სალიზინგო ქონების შეძენის პროცედურას, ასევე გარანტიებს, გირაოს, სალიზინგო საგნის რემონტს, ტექნიკურ მომსახურებას, დაზღვევას და ა.შ.

საფინანსო ლიზინგით სალიზინგო საგნის შეძენის სამი ვარიანტი არსებობს:

- ლიზინგის მიმღები დამოუკიდებლად ირჩევს მისთვის სალიზინგო საგანს, ასევე მის გამყიდველს და მხოლოდ ამ გარიგების ანაზღაურების საფუძველზე ხელშეკრულებით მას გადაეცემა ლიზინგის საგნით სარგებლობის უფლება.
- ლიზინგის გამცემი ირჩევს სალიზინგო საგნის გამყიდველს და ლიზინგის მიმღების წინაშე ქონების მიწოდების პირობებზე პასუხისმგებლობას იღებს საკუთარ თავზე.
- ლიზინგის გამცემი უფლებამოსილებას აძლევს ლიზინგის მიმღებს, სალიზინგო საგნის გამყიდველთან გამოვიდეს აგენტის როლში.

საფინანსო ლიზინგი ითვალისწინებს სალიზინგო პერიოდის განმავლობაში დადგენილი, მყარად განსაზღვრული თანხის გადახდას, რომელიც საკმარისი უნდა იყოს გაცემული სალიზინგო საგნის სრული ამორტიზაციისათვის. სწორედ მან უნდა განსაზღვროს ფიქსირებული მოგება.

საფინანსო ლიზინგი ითვალისწინებს სალიზინგო საგნის გაცემას შედარებით ხანგრძლივი პერიოდით და გამოყენების მთელი დროის განმავლობაში მისი ღირებულების სრულ დაფარვას. არსობრივად იგი გრძელვადიანი კრედიტია ფუნქციონირებადი კაპიტალის სახით. აღნიშნული ტიპის ლიზინგის რეალიზაცია ითვალისწინებს პოტენციური ლიზინგმიმღების მიერ აუცილებელი სალიზინგო საგნის შერჩევას, საგნის მწარმოებელთან ფასებზე და მიწოდების ვადებზე შეთანხმებას,

ლოზინგგამცემისთვის შემოთავაზებული სალიზინგო საგნის ანაზღაურებას და საბანკო სესხების მიღებას.

საფინანსო ლიზინგის შემთხვევაში სალიზინგო ხელშეკრულების ვადის გასვლის შემდეგ ლიზინგმიმღები უფლებამოსილია:

- შეისყიდოს სალიზინგო საგანი ნარჩენი ღირებულებით, ხშირად ეს ღირებულება სიმბოლურია.
 - უკან დააბრუნოს სალიზინგო საგანი.
 - გააგრძელოს სახელშეკრულებო პერიოდი
 - გააფორმოს ხელშეკრულება ხელახლა
- ეკონომისტ-მკვლევართა დასავლური ხედვა საფინანსო ლიზინგის შესაძლო სამ ვარიანტს გვთავაზობს:
- მომსახურებითი ლიზინგი, რომელიც წარმოადგენს საფინანსო ლიზინგის შეთანწყობას რიგით ხელშეკრულებასთან.

„ლივერიჯ“ ლიზინგი საფინანსო ლიზინგის განსაკუთრებული სახეა, რომლის დროსაც სალიზინგოდ წარმოდგენილი საგნის ღირებულების დიდი ნაწილი აიღება სესხის მესამე მხრიდან – ინვესტორიდან. სალიზინგო პერიოდის პირველ ნახევარში ხორციელდება მოწყობილობებისათვის აღებული სესხების დაფარვა. „leverage“ ლიზინგს მიეკუთვნებიან ის სალიზინგო გარიგებები, რომლებიც თავისი მასშტაბურობით არ ინვესტირდებიან ერთ ან თუნდაც ორი ლიზინგგამცემით, მათი დაფინანსებისთვის საჭიროა 5-6 ან უფრო მეტი ლიზინგგამცემის სახსრების მოზიდვა. ძირითადი ლიზინგგამცემი აანაზღაურებს მხოლოდ სალიზინგო საგნის ღირებულების ნახევარს. ლიზინგი „კონვერტში“ საწარმოთა დაფინანსების ისეთი სისტემაა, რომლის დროსაც შენობები და ნაგებობები წარმოგვიდგებიან კრედიტში, ხოლო მოწყობილობები ეძლევათ ლიზინგმიმღებებს სალიზინგო ხელშეკრულებიდან გამომდინარე.

ტერმინი „საფინანსო ლიზინგი“ მსოფლიოს მასშტაბით დამკვიდრდა ორ ოფიციალურ აქტში მოხსენიების შემდეგ: დიდი ბრიტანეთის ახალი საფინანსო ანგარიშიანობის წესების შემოღება SAAPAAP 21-ის სტანდარტებით და 1982 წელს აშშ-ში საგადასახადო დაბეგვრის ახალი კანონის შემოღებისას.

აღნიშნული დოკუმენტების შესაბამისად ლიზინგის საგანი უნდა გადაიქცეს კაპიტალად (კაპიტალიზირდეს) ლიზინგმიმღების მიერ. მათში დეტალურადაა ახსნილი ლიზინგ გამცემის მიერ საფინანსო ანგარიშისა და აღრიცხვის ჩატარების წესები.

საოპერაციო, ანუ სერვის-ლიზინგი (Service, Operating Lease) ითვალისწინებს მრავალჯერადი გამოყენების ქონების გადაცემას, მისი ქმედების ეკონომიკურ პერიოდთან შედარებით ნაკლები დროით, ანუ საოპერაციო ლიზინგს მიეკუთვნება გარიგება, რომლის მიხედვითაც

სალიზინგო პერიოდი მცირეა მოწყობილობათა ქმედების ეკონომიკურ პერიოდთან შედარებით. აღნიშნული კონტრაქტი მოკლევადიანია (3-დან 5 წლამდე) და ითვალისწინებს ამ პერიოდში მოწყობილობათა არასრულ ამორტიზაციას, საქართველოში აღნიშნული პერიოდი მოიცავს 1-3 წელს.

საოპერაციო ღირებულების შემადგენლობაში შედის:

1. რენტინგი (სახელშეკრულებო პერიოდი განისაზღვრება ერთი დღიდან ერთ წლამდე).
2. ჰაირინგი (სახელშეკრულებო პერიოდი განისაზღვრება ერთი წლიდან სამ წლამდე).

საოპერაციო სალიზინგო ხელშეკრულების ვადის გასვლის და ამ პერიოდში სალიზინგო ქირის მთლიანად გადახდის შემდეგ, სალიზინგო საგანი სრულიად ექვემდებარება ღირებულებების დაბრუნებას, რის შემდეგაც საგნის მფლობელს შეუძლია რამდენჯერმე წარადგინოს იგი ღირებულებების სალიზინგო ღირებულების სახელშეკრულებო ვადა დგინდება მხარეების ურთიერთშეთანხმების საფუძველზე. საოპერაციო ღირებულების საგნად ხშირად წარადგენენ მორალურად სწრაფად მოძველებად, სეზონურ, ერთჯერად ან მოკლევადიანი სამუშაოს შესასრულებელ ტექნიკას. საოპერაციო ღირებულების დროს სასურველი სალიზინგო საგნის არჩევის უფლება ღირებულებების ეკუთვნის, მაგრამ არჩევანის შესაძლებლობები იზღუდება ღირებულებების "სასაწყობო მარაგიდან" გამომდინარე. მეორე მხრივ, საოპერაციო ღირებულების დროს სალიზინგო კომპანია ისე შეიძენს საგანს, რომ შეიძლება იმ მომენტში არ არსებობდეს კონკრეტული მოხმარებელი, ამიტომ საოპერაციო ღირებულების სქემის რეალიზაცია აუცილებლად ითვალისწინებს მუდმივ ინფორმაციას საბაზრო კონიუნქტურაზე და საინფორმაციო ბანკის შექმნას ქონების მეორადი ბაზრიდან პოტენციურ კლიენტებზე.

საოპერაციო ღირებულების დროს ღირებულებების საკუთარ თავზე იღებს სალიზინგო საგნის მოულოდნელი გაფუჭების ან განადგურების რისკს, ამიტომ წინასწარ გაუთვალისწინებელი გარემოებიდან გამომდინარე, თუ სალიზინგო საგანი აღმოჩნდა გამოუსადეგარი, ღირებულებების შეუძლია შეწყვიტოს, გააუქმოს სალიზინგო ხელშეკრულება, ეს მომენტი უმნიშვნელოვანესია ღირებულებებისათვის. სწორედ ამ ფორმით იგი თავს იზღვევს ტექნიკის გაუთვალისწინებელი მორალური მოძველებისაგან და ასევე დროულად თავისუფლდება ღირებულებით აღებული საგნიდან, თუ მასზე მოთხოვნილება დაეცა.

მეორე მხრივ, ღირებულებებისათვის ხელშეკრულებაში ვადაზე ადრე სალიზინგო საგნის უკან დაბრუნების პირობის ჩართვა ითვლება კლიენტისათვის მოქნილი და მიმზიდველი პირობების შეთავაზებად, ამით იგი ზრდის თავის კონკურენტუნარიანობას და აფართოებს გასაღების