

საინვესტიციო ბაზარი და სტრატეგიული ბიზნეს-პროექტების შემუშავება

საინვესტიციო ბაზრების დახასიათება მოთხოვნების და კონკურენციის ანალიზის შედეგად მიიღწევა. მოთხოვნის ანალიზი ასახავს სამომხმარებლო მოთხოვნას, ბაზრის პოტენციურ სეგმენტებსა და პროდუქციის რეალიზაციის პროცესს.

საინვესტიციო ბაზრის მარკეტინგული ანალიზის საფუძველზე მუშავდება მარკეტინგული გეგმა, რომელშიც აისახება საინვესტიციო პროექტის მარკეტინგული სტრატეგია – მიზნობრივი ჯგუფები, პროექტის სტრატეგია, ფასწარმოქმნა, საქონლის წინსვლა ბაზარზე და სხვა. მარკეტინგულ გეგმაში უნდა იყოს გაანალიზებული საწარმოს მიერ გამოშვებული პროდუქციის ასორტიმენტი, ასევე პერსპექტიული ახალი პროდუქციის ათვისების შესაძლებლობები და კონკურენტების რეაქციები.

საინვესტიციო ბაზრის მარკეტინგული ანალიზი მოიცავს წარმოებული პროდუქციაზე მოთხოვნილების პროგნოზირებას. ვინაიდან გადაწყვეტილების მიღება ხდება განუსაზღვრელობისა და რისკის პირობებში, სწორმა ანალიზმა შეიძლება შეამციროს მათი მოქმედების ხარისხი. მარკეტინგული ანალიზის ძირითადი ელემენტები საინვესტიციო პროექტების დამუშავების კუთხით ასეთია:

- ბაზრის ანალიზი;
 - კონკურენტული გარემოს ანალიზი;
 - პროდუქტის მარკეტინგული გეგმის შემუშავება;
 - ინფორმაციის სისწორე.
- საინვესტიციო პროექტის მომზადება საკმაოდ რთული პროცედურაა და იგი შედგება შემდეგი ეტაპებისაგან:
- საინვესტიციო პროექტის ფორმულირება;
 - საწყისი ინფორმაციის შეგროვება პროექტის დასამუშავებლად;
 - პროექტის ტექნიკური ნაწილის დამუშავება;
 - მარკეტინგული ანალიზი;
 - კომერციული ანალიზი;
 - ფინანსური ანალიზი;
 - ინსტიტუციონალური ანალიზი;

მარინე კობალავა
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის მარკეტინგის
ფაკულტეტის ასოცირებული
პროფესორი, ეკონომიკის
მეცნიერებათა დოქტორი

- ეკოლოგიური ანალიზი;
- რისკის ანალიზი;
- პროექტის ექსპერტიზა.

საინვესტიციო პროექტის ფორმულირების ეტაპზე ფირმის ხელმძღვანელობა სახავს სამომავლო ამოცანებს და განვითარების პერსპექტივებს. იმ შემთხვევაში, თუ ასეთი პერსპექტივები რამდენიმეა, საინვესტიციო პროექტები მუშავდება თითოეულ მიმართულებაზე და ბოლოს ირჩევენ ყველაზე რაციონალურს შესაბამისი გათვლებით.

საწყისი ინფორმაციის შეგროვება უნდა მოხდეს პროექტების დამტკიცებამდე და მკაფიოდ უნდა განისაზღვროს, თუ რა სახის საწყისი ინფორმაციაა საჭირო, სად შეიძლება ამ ინფორმაციის პოვნა და რა სახის ხარჯები იქნება გასაწევი ინფორმაციის მოპოვებასთან დაკავშირებით. რიგ შემთხვევებში ფინანსური ხარჯები საკმაოდ დიდია და ამიტომ ზუსტადაა გასათვლელი. ზოგი ინფორმაცია მიუღწეველია, ან ფასიანია, ზოგჯერ საჭიროა სპეციალურ საინფორმაციო ფირმებთან დაკავშირება და ყოველ კერძო შემთხვევაში საწყისი ინფორმაციებიც სხვადასხვაა. საჭირო ინფორმაციის წყაროებად მოიაზრება:

მონაცემები საწარმოს შესახებ - ბუღალტრული აღრიცხვის ანგარიშები, არსებული ბიზნესგეგმის ასლები, საწარმოს დამფუძნებელი დოკუმენტები, წესდება, რეგისტრაციის ფურცელი, საგადასახადო აღრიცხვიანობის ფურცელი, სტატისტიკური კოდები, შვილობილო კომპანიების სია და სხვ;

საფინანსო ინფორმაცია - საბანკო ანგარიშების სია, დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებები, საწარმოს სააღრიცხვო პოლიტიკა,

საწარმოს ძირითადი ფონდების სია, საწარმოს საკრედიტო ისტორია, გაყიდვების გრაფიკი, მსხვილი ხარჯების სია, სახელფასო ხარჯები, აქციონერთა სია და სხვ;

მონაცემები პერსონალის შესახებ - ორგანიზაციული სტრუქტურა, წამყვან სპეციალისტთა სია, ინფორმაცია კადრების შესახებ, კვალიფიკაციის ამაღლების გრაფიკი და სხვ;

იურიდიული დოკუმენტაცია - აქციონერთა შეკრების ოქმები, დირექტორთა საბჭოს კრების ოქმები, სარევიზიო კომისიის გადაწყვეტილებათა ასლები, საიჯარო და სალიზინგო შეთანხმებათა ასლები, სახელშეკრულებო დოკუმენტაციის ასლები, სასამართლო პროცესების დოკუმენტები და სხვ;

ინფორმაცია არამატერიალურ აქტივებზე - ლიცენზიები, პატენტები, საავტორო უფლებები, სასაქონლო ნიშნები; **ეკონომიკური მონაცემები** - ქვეყნის ეკონომიკის მაკროეკონომიკური მონაცემები, რეგიონული და ადგილობრივი მაჩვენებლები, დარგობრივი ეკონომიკური ზრდის მონაცემები, სადაც საწარმოს უწევს ფუნქციონირება, საბაზრო ინფორმაცია ფასების შესაძლო ცვლილების შესახებ, მოგების საბაზრო ნორმა, ინფორმაცია სამეურნეო საქმიანობიდან გამოდინარე, ფასნამატებისა და ფასდაკლებების შესახებ და სხვ;

პროექტის ტექნიკური ნაწილის დამუშავებაში შედის - საწარმოს ხასიათი (მომოქმედებელი, გადამამუშავებელი, მწარმოებელი), საწარმოში გამოყენებული ტექნოლოგიები და მათი თავისებურებანი, საწარმოს განლაგება, წარმოებული პროდუქციის და მომსახურების სახე, ინფორმაცია საწარმოს პოტენციალის შესახებ; პროექტის ტექნიკური ნაწილის დამუშავება მოიცავს:

- ტექნოლოგიების განსაზღვრასა და ტექნოლოგიების შერჩევას;
- სიახლეების დანერგვას საწარმოს პოტენციალს შეფასებისათვის;
- წარმოების შიდა და გარე ფაქტორების ანალიზს;
- საჭირო რესურსების შესაბამისობის შემოწმებას, რომელშიც აკუმულირდება ლიცენზიების ყიდვა, ლიცენზიის გამცემთან ერთობლივი საწარმოს შექმნა, ტექნოლოგიური ნოუ-ჰაუსათვის მოწყობილობათა შეძენა და საინჟინრო ტექნოლოგიების შეძენა;
- წარმოებული პროდუქციის თვითღირებულების განსაზღვრას;
- პროექტის მართვის სტრუქტურასა და ორგანიზაციას;

უმნიშვნელოვანესი ნაწილია მარკეტინგული ანალიზი. მარკეტინგული ანალიზის დროს საინვესტიციო პროექტების ჩარჩოებში უნდა გაიცეს პასუხი შემდეგ კითხვებზე:

რომელ ბაზარზე ხდება პროექტის ფოკუსირება?

გაიყიდება თუ არა მიღებული პროექტით წარმოებული პროდუქტი?

მივიღებთ თუ არა მოგებას და რა ოდენობით იქნება იგი?

ბაზრის ანალიზი მოითხოვს სამომხმარებლო მოთხოვნების განსაზღვრას, ბაზრის სეგმენტაციას, მარკეტინგულ გადაწყვეტილებათა ხარისხის ამაღლებას. რელევანტურად პასუხობს საწარმოს მოთხოვნას თუ ვინ არის პოტენციური მყიდველი? რა არის შესყიდვების მიზეზები? როგორ იქნება ორგანიზებული გაყიდვების პროცესი? და რა ინფორმაცია გვჭირდება და როგორ მოხდება მისი მოპოვება?

ბაზრის ანალიზი მოიცავს კონკურენტული გარემოს ანალიზს, რადგან აუცილებელია კონკურენტული ბაზრის შესწავლა, რომელიც გამოავლენს პოტენციალურ კონკურენტებს (სახელმწიფო თუ კერძო სტრუქტურებიდან, საერთაშორისო არენაზე და სხვა) და ამავედროულად, იმ ახალ მონაწილეებს, რომელიც განსაზღვრავს კონკურენტულ უპირატესობებს. იგი მუდმივი რეჟიმით უნდა პასუხობდეს შემდეგ შეკითხვებს: როგორია მოცემული პროდუქტის ბაზრის სტრუქტურა? როგორია კონკურენცია და მისი საფუძველი არსებულ ბაზარზე? როგორ მოქმედებს ამ გარემოზე ინსტიტუციონალური შეზღუდვები?

კომერციული ანალიზი ეყრდნობა შემდეგ პრინციპებს: გამოიყენება პროექტით გათვალისწინებული მიმდინარე და საპროგნოზო ფასები; ფულის ნაკადების ანგარიში წარმოებს იმ ვალუტაში, რომელიც პროექტით იყო გათვალისწინებული; სახელფასო ანარიცხები ემთხვევა პროექტით გათვალისწინებულს; წარმოდგენილია კანონმდებლობით გათვალისწინებული გადასახადების და მოსაკრებლების ნუსხა; თუკი პროექტი ითვალისწინებს რამდენიმე საოპერაციო მოქმედებას, დანახარჯებში გაითვალისწინება ყოველი მათგანი.

ფინანსური ანალიზი თან ახლავს საინვესტიციო პროექტის დამუშავების პროცესს ყველა ეტაპზე. პროექტის საფინანსო ნაწილი შედგება შემდეგი პუნქტებისაგან:

- საწარმოს საფინანსო ანალიზი უახლოესი რამდენიმე წლის მანძილზე;
- საწარმოს ფინანსური მდგომარეობა

პროექტის დამუშავების პროცესში;

- მოგებისა და ფულადი ნაკადების პროგნოზი;

- საინვესტიციო პროექტის საფინანსო ეფექტურობის შეფასება.

- საინვესტიციო პროექტის რეალიზაციისათვის მოზიდული კაპიტალის ღირებულების შეფასება;

- პროექტის აქტივებისა და პასივების ბალანსის შედგენა;

- მოგება/წაგებისა და ფულადი ნაკადების პროგნოზირება;

- პროექტის საფინანსო ეფექტურობის მაჩვენებელთა შეფასება.

ცალკე აქციონერებისათვის გაიანგარიშება ფულადი სახსრების მოდინების და გადინების საკითხები. თუმცა მათი გაანგარიშება ბუნდოვანია, რადგან საწყის ეტაპზე საწარმოს დივიდენდური პოლიტიკა უცნობია. დივიდენდების გაცემას ხმარდება მთელი წმინდა მოგება, როცა გასწორდება ანგარიშები კრედიტორებთან, შეიქმნება მარაგები, ფონდები და ა.შ. მოდინება ეს არის დივიდენდები, რასაც მათ აქციაზე იძლევიან საანგარიშო პერიოდის ბოლოს – გამოუყენებელი საამორტიზაციო ანარეზების, გაუნაწილებელი ადრინდელი მოგების და ქონებრივი აქტივების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლებით. გადინება კი არის ხარჯები აქციების შეძენაზე და ასევე გადასახადები გაკორტრებული საწარმოს ქონების რეალიზაციიდან მიღებულ შემოსავლებზე.

ინსტიტუციონალური ანალიზი – მოიცავს:

- საინვესტიციო პროექტის მართვის ანალიზს - მენეჯერთა გამოცდილება, მათი მოტივაცია, მათი შესაბამისობა პროექტთან;

- პერსონალის ანალიზი;

- ორგანიზაციული, სამართლებრივი, პოლიტიკური და ადმინისტრაციული სტრუქტურა და ანალიზი.

ინსტიტუციონალური ანალიზის მიზანია შეფასდეს ყველა შიდა და გარე ფაქტორების მოქმედება და გავლენა: ნედლეული და საქონლის ექსპორტ-იმპორტი, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, სამუშაო ძალის მოზიდვის პირობები, საფინანსო და საბანკო მდგომარეობების რეგულირება, გადასახადების გადახდის პირობები, ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური რეჟიმი, საინვესტიციო პროექტი არის თუ არა სახელმწიფოსთან შეთანხმებული.

ეკოლოგიური ანალიზი – მოიცავს შემდეგ მაჩვენებლებს: ტოქსიკური მასალების გამოყენების შესაძლებლობები; ბუფერული

ზონის არსებობა საცხოვრებელ რაიონებსა და საწარმოს შორის; ეკოლოგიური დაზღვევა; ტექნოლოგიის გავლენა გარემოზე; შესაძლო შემთხვევითობისაგან დაზღვევა; ეკოლოგიურ დაცვაზე დანახარჯების გაწევა; ნარჩენების მეორადი გადამუშავების შესაძლებლობა; ეკოლოგიური გადასახადების გადახდა; გადასახადები ცხოველთა სამყაროს, წყლის და ბიოლოგიური რესურსების გამოყენებასა და დაცვაზე.

რისკების ანალიზი – გულისხმობს ყველა სახის შიდა და გარე ფაქტორების რეალიზაციის ანალიზს, რომელიც მოიცავს პოლიტიკური, ეკონომიკური, ადმინისტრაციული, ნორმატიული, ფინანსური, სოციალური, ეკოლოგიური და სხვა სახის რისკების ერთობლიობას.

აღსანიშნავია, რომ პროექტის რეალიზაციის პროცესში შეიძლება შეიცვალოს: ნედლეულისა და მასალების ღირებულება, კაპიტალის დანახარჯების ღირებულება, მომსახურების ღირებულება, გაყიდვების ღირებულება, ფასები და ა.შ. ამის შედეგად მოგება შეიძლება მიიღოს ან ვერ მიიღოს. რაც მეტია ზემოთ მოყვანილი ფაქტორების ცვლილების დიაპაზონი მით მეტია რისკი. ამიტომ საინვესტიციო პროექტის დამუშავებისას განვითარების სამ სცენარს ამუშავებენ: საბაზისოს, პესიმისტურს და ოპტიმისტურს.

საინვესტიციო პროექტის ექსპერტიზა – უმნიშვნელოვანესია პროექტის სიცოცხლისუნარიანობის ციკლის ხანგრძლივობისათვის. თუ პროექტის დაფინანსება ხდება სტრატეგიული ინვესტიციის (პირდაპირი ან კრედიტორული) მიერ, იგი კიდევ გაიღებს გარკვეულ დამატებით ხარჯებს ავტორიტეტული კონსალტინგური კომპანიისათვის, რათა მათ გაუკეთონ ექსპერტიზა საინვესტიციო პროექტს. ეს დაიცავს ინვესტორს უფრო გაცილებით დიდი თანხების დაკარგვისაგან. ამით მოიმატებს პროექტის საიმედოობა. ეს ყოველივე მოითხოვს ხარჯებს ინფორმაციის მოპოვებისათვის, ხარჯებს ექსპერტების მოწვევისათვის, საკუთარი პერსონალის მუშაობის ასანაზღაურებელ ხარჯებს და სხვა დამატებით ხარჯებს. ამ სამსახურებს ევალებათ საინვესტიციო პროექტის აქტუალობის დადგენა მისი რეალიზაციის შესაბამისად. ხდება ასევე შედეგების შეფასება, როგორც პროექტის დასრულების შემდეგ, ასევე მისი მიმდინარეობის პროცესში. ამით ხდება პროექტში ჩადებული იდეებისა და მათი განხორციელების ხარისხის შეფასება.

საინვესტიციო ბაზრის სტრატეგიული ბიზნესპროექტების შემუშავება უნდა იყოს საინ-

მარინე კობალავა

ვესტიციო პროექტის შემადგენელი ნაწილი. მარკეტოლოგმა უნდა განსაზღვროს:

როგორია ფასწარმოქმნის მექანიზმები?

სწორად განხორციელდა თუ არა საქონლის წინსვლა ბაზარზე?

როგორია ორგანიზებული სამომხმარებლო ქსელი და სავაჭრო ქსელი გამყიდველი-მყიდველი?

საინვესტიციო ბაზრის სტრატეგიული ბიზნეს-პროექტის შემუშავების მარკეტინგული ნაწილი უადრესად მნიშვნელოვანია ვინაიდან, იგი იძლევა ამომწურავ ინფორმაციას ბაზრისა და შესაბამისად, პროდუქტის სიცოცხლისუნარიანობის შესახებ. აღსანიშნავია, რომ მარ-

კეტინგული ანალიზის დანახარჯები შედის საინვესტიციო პროექტების საერთო დანახარჯების ნუსხაში. უადრესად მნიშვნელოვანია, რომ თავად ბიზნესგეგმა უნდა პასუხობდეს საინვესტიციო პროექტის სუბიექტის (ინვესტორის) მოთხოვნებს, რომელზეც საბოლოოდ არის დამოკიდებული პროექტის განხორციელება.

საბოლოოდ, საინვესტიციო ბაზრის სტრატეგიული ბიზნესპროექტის შემუშავებისას

მარკეტინგული გათვლებით საინვესტიციო პროექტი დებულობს ბიზნესგეგმის სახეს და შედეგების იმპლიმენტაციისათვის მასში დეტალურად უნდა განიხილებოდეს ყველა შემოთავაზებული საკითხი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Duncan W.R. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMI Standards Committee – Project Management Institute, 1996.
2. Бузов И.А., Маховиков Г.А., Терехов В.В. – „Коммерческая оценка инвестиций“, М. 2004.
3. გიტმანი ლ. ჯ., ჯონკი მ. დ. ინვესტირების საფუძვლები, ქართული თარგმანი შესრულებულია ლ. ქოქიაურის მიერ, თბილისი, 2001.
4. ქოქიაური ლ. ინვესტიციების თეორიული გენეზისი. თბილისი, თსუ-ს გამომცემლობა, 2007.
5. ქოქიაური ლ., ბებიაშვილი ნ. საინვესტიციო პროექტები. (თეორია, ანალიზი, მართვა), თბილისი, 2010.
6. ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, 2007, №9,10. 2008, №1.
7. არმსტრონგი გ., კოტლერი ფ. მარკეტინგის საფუძვლები, მე-7 გამოცემა, 2006.

INVESTMENT MARKET AND ELABORATION OF STRATEGIC BUSINESS PROJECTS

MARINE KOBALAVA - asoc. professor

In the report is discussed investment business marketing analyze which presents the demand on production in future.

The theme is actual with its principle elements of marketing analyze such as: marketing analyze, analyze of competitive environment, elaboration marketing plans of products and consideration of giving the real information.

In this report is determined the most difficult procedure of investment projects which consists of principle stages: formation of investment projects, gathering the initial information for project's treatment, treatment of the project's technical part, marketing analyze, commercial analyze, financial analyze, ecological analyze, risk analyze, examine the projects.

Elaboration of the marketing part of investment market's strategic business is very important, as it shows the exact information about the market and the capacity of product.

It's very important that business-plan is in accordance with investment project investors' demands, on which depends the realization of the project.

And at last investment market turns into a business plan in which all suggested questions must be discussed.