



საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
საქსტატი

0180 თბილისი, ცოტნე დადიანის ქ. №30, ტელ: (995 32) 236 72 10/209,
ფაქსი: (995 32) 236 72 13
ელ-ფოსტა: info@geostat.ge. ვებ-გვერდი: www.geostat.ge

საწარმოების ინოვაციური აქტივობა

კითხვარი № 05.2.13.1 (წლიური)

დამტკიცებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საბჭოს 19.02.2019 №4 დადგენილებით

* კითხვარი ივსება ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოზე, განურჩევლად ეკონომიკური საქმიანობის სახისა, საკუთრების ფორმისა და საწარმოს ზომისა, არა უგვიანეს მიმდინარე წლის **8 აპრილისა**.

* „ოფიციალური სტატისტიკის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად მეწარმე სუბიექტი ვალდებულია საქსტატის წერილობითი მოთხოვნის (მათ შორის, ელექტრონული სახით) მიღების შემთხვევაში საქსტატს, საქსტატის მიერ დადგენილი ფორმით, მატერიალური ან ელექტრონული სახით, წარუდგინოს მის ხელთ არსებული ინფორმაცია, მათ შორის, კონფიდენციალური ინფორმაცია. კანონის თანახმად სტატისტიკურ გამოკვლევაში მონაწილეობა შერჩეული რესპონდენტისთვის სავალდებულოა (25-ე მუხლის მე-3 პუნქტი). **ინფორმაციის წარმოდგენლობის შემთხვევაში დაეკისრება პასუხისმგებლობა საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსით დადგენილი წესით (177¹² მუხლი).**

* ინდივიდუალური მონაცემები ითვლება კონფიდენციალურად და დაცულია „ოფიციალური სტატისტიკის შესახებ“ საქართველოს კანონის 34-ე მუხლით და „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ საქართველოს კანონით“.

* აღნიშნული კითხვარის საშუალებით ხორციელდება მონაცემთა შეგროვება **გასული 2025 წლის განმავლობაში** საწარმოს ინოვაციური აქტივობის შესახებ.

საიდენტიფიკაციო მონაცემები

ინტერვიუერის სახელი, გვარი	
საწარმოს (ორგანიზაციის) სრული დასახელება	
გადასახადის გადამხდელის საიდენტიფიკაციო ნომერი	
სტატისტიკური რეესტრის საიდენტიფიკაციო ნომერი	
რესპონდენტის სახელი და გვარი	
რესპონდენტის ტელეფონის ნომერი	
ძირითადი ეკონომიკური საქმიანობის სახე	

ფაქტობრივი მისამართი

მუნიციპალიტეტი	
ქალაქი, დაბა, თემი	
სოფელი	
ქუჩა და სხვა მისამართი	

2. სტრატეგიები და ბიზნეს გარემო					
2.1	2025 წლის განმავლობაში, რამდენად მნიშვნელოვანი იყო შემდეგი სტრატეგიები თქვენი საწარმოს ეკონომიკური საქმიანობისთვის?	მნიშვნელოვნების დონე			
		მაღალი	საშუალო	დაბალი	არ იყო მნიშვნელოვანი
2.1.1.	ფოკუსირება არსებული საქონლის/მომსახურების გაუმჯობესებაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.2	ფოკუსირება ახალი საქონლის/მომსახურების შემოღებაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.3	ფოკუსირება დაბალ ფასებზე	1□	2□	3□	4□
2.1.4	ფოკუსირება მაღალ ხარისხზე	1□	2□	3□	4□
2.1.5	ფოკუსირება საქონლის/მომსახურების ფართო ასორტიმენტზე	1□	2□	3□	4□
2.1.6	ფოკუსირება ერთ ან მცირე რაოდენობის საკვანძო საქონელზე ან მომსახურებაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.7	ფოკუსირება არსებულ მომხმარებელთა ჯგუფების დაკმაყოფილებაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.8	ფოკუსირება მომხმარებელთა ახალი ჯგუფების მოზიდვაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.9	ფოკუსირება სტანდარტულ საქონელზე/მომსახურებაზე	1□	2□	3□	4□
2.1.10	ფოკუსირება მომხმარებლის სპეციფიკურ გადაწყვეტილებებზე	1□	2□	3□	4□

2.2	რამდენად აღწერენ შემდეგი გარემოებები იმ გამოწვევებს, რომლის წინაშეც აღმოჩნდა თქვენი საწარმო 2025 წელს?	მონიშნეთ მხოლოდ ერთი			
		სრულად აღწერს	საშუალოდ აღწერს	მცირედ აღწერს	არ აღწერს სრულად
2.2.1.	საქონლის/მომსახურების სწრაფი მორალური დაძველება (შეუსაბამობა თანამედროვე მოთხოვნებთან)	1□	2□	3□	4□
2.2.2	მომავალი ტექნოლოგიური პროგრესის პროგნოზირება რთულია	1□	2□	3□	4□
2.2.3	თქვენი საწარმოს საქონელი/მომსახურება მარტივად ჩანაცვლდება კონკურენტების საქონლით/მომსახურებით	1□	2□	3□	4□
2.2.4	ახალი კონკურენტების გამოჩენა დიდ საფრთხეს უქმნის თქვენი საწარმოს საბაზრო პოზიციას	1□	2□	3□	4□
2.2.5	კონკურენტების ქმედებების პროგნოზირება რთულია	1□	2□	3□	4□

2.2.6	მომხმარებელთა მოთხოვნების ცვლილების პროგნოზირება რთულია	1□	2□	3□	4□
2.2.7	ძლიერი კონკურენცია უცხოეთიდან	1□	2□	3□	4□
2.2.8	ფასების ზრდა იწვევს კლიენტების დაკარგვას	1□	2□	3□	4□

2.3	2025 წლის განმავლობაში, შესთავაზა თუ არა თქვენმა საწარმომ შემდეგი ტიპის საქონელი/მომსახურება მომხმარებელთა მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად? <i>მომხმარებელი შეიძლება იყოს ან საბოლოო მომხმარებელი ან საწარმო, რომელიც იყენებს პროდუქტს, როგორც შუალედური მოხმარების პროდუქტს.</i>			
		დიახ	არა	
2.3.1.	მომხმარებლებთან ერთად შექმნილი* საქონელი/მომსახურება, ანუ მომხმარებელი აქტიურად მონაწილეობდა პროდუქტის იდეის, დიზაინის შემუშავებასა და/ან განვითარებაში (თანაშემოქმედება)	1□	2□	
2.3.2	საქონელი ან მომსახურება, რომელიც შექმნილი და შემუშავებულია* სპეციალურად კონკრეტული მომხმარებლების საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად. <i>ეს გამორიცხავს მასობრივ პერსონალიზაციას ანუ სტანდარტული პროდუქტების პერსონალურად მორგებულ ვერსიებს.</i>	1□	2□	
2.3.3	სტანდარტული საქონელი/მომსახურება შეთავაზებული სხვადასხვა მომხმარებლისთვის ერთი და იმავე გზით. <i>ეს მოიცავს მასობრივ პერსონალიზაციას.</i>	1□	2□	

*განსხვავება პერსონალიზაციასა და თანაშემოქმედებას შორის არის ის, რომ "პერსონალიზაციისთვის" საწარმომ მარტომ შექმნა და განავითარა პროდუქტი, ხოლო "თანაშემოქმედებისთვის" საწარმომ შექმნა და შეიმუშავა პროდუქტი მომხმარებელთან ერთად.

2.4	2025 წელს თქვენმა საწარმომ იყიდა დანადგარები, მოწყობილობა ან პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც დაფუძნებულია:			
		დიახ	არა	
2.4.1	იგივე ან გაუმჯობესებულ ტექნოლოგიაზე, რაც უკვე გამოიყენებოდა მანამდე საწარმოში	1□	2□	
2.4.2	ახალ ტექნოლოგიაზე, რომელიც არ გამოიყენებოდა მანამდე თქვენს საწარმოში	1□	2□	

2.5	2025 წლის განმავლობაში, რამდენად მნიშვნელოვანი იყო თქვენი ბიზნესისთვის კლიმატის ცვლილებით გამოწვეული შემდეგი შედეგები?					
		მნიშვნელოვნების დონე				
		მაღალი	საშუალო	დაბალი	არ იყო მნიშვნელოვანი	არ ვიცი
2.5.1.	კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული მთავრობის პოლიტიკა/დონისძიებები	1□	2□	3□	4□	5□

2.5.2	კლიმატის ცვლილების შესახებ მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლება (მაგ. მოთხოვნა დაბალნახშირბადიან (Low-carbon) პროდუქტებზე და კლიმატის ცვლილებებზე უკეთესად ადაპტირებულ პროდუქტებზე)	1□	2□	3□	4□	5□
2.5.3	კლიმატის ცვლილების შედეგად ხარჯების ან ფასების ზრდა ნედლეულზე (მაგ. გაზრდილი სადაზღვევო მოსაკრებელი, წყლის უფრო მაღალი ფასები და ა.შ.)	1□	2□	3□	4□	5□
2.5.4	ექსტრემალური ამინდის პირობების ზემოქმედება (მაგ. დაზიანებები/დარღვევები)	1□	2□	3□	4□	5□

3. ინოვაციები

პროდუქტის ინოვაცია არის ახალი ან გაუმჯობესებული საქონელი ან მომსახურება, რომელიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება საწარმოს წინა საქონლის ან მომსახურებისგან და რომელიც შეტანილია ბაზარზე. **მოიცავს:**

- მნიშვნელოვან ცვლილებებს პროდუქტის დიზაინში,
- ციფრულ საქონელს ან მომსახურებას.

გამოირიცხება: ახალი საქონლის უბრალოდ გადაყიდვა და მხოლოდ ესთეტიკური ხასიათის ცვლილებები.

3.1	2025 წლის განმავლობაში თქვენმა საწარმომ შემოიტანა თუ არა:		
		დიახ	არა
3.1.1	ახალი ან გაუმჯობესებული საქონელი?	1□	2□
3.1.2	ახალი ან გაუმჯობესებული მომსახურება?	1□	2□

შენიშვნა: თუ კითხვებზე 3.1.1 და 3.1.2 დაფიქსირდა პასუხი „არა“, ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.5 კითხვიდან. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.2 კითხვიდან

3.2	2025 წლის განმავლობაში, თქვენმა საწარმომ შემოიტანა თუ არა ახალი ან არსებითად გაუმჯობესებული საქონელი/მომსახურება, რომელიც იყო:		
		დიახ	არა
3.2.1	ახალი თქვენი ბაზრისთვის (ინოვაციური პროდუქცია (საქონელი/მომსახურება) შეტანილი გაქვთ ბაზარზე თქვენს კონკურენტებზე ადრე, თუმცა იგი შეიძლება უკვე წარმოდგენილი იყოს სხვა ბაზრებზე)	1□	2□
3.2.2	ახალი თქვენი საწარმოსთვის (თქვენმა საწარმომ შემოიტანა ინოვაციური პროდუქცია (საქონელი/მომსახურება), რომელიც თქვენს კონკურენტებს უკვე ჰქონდათ შემოტანილი ბაზარზე)	1□	2□

3.3	3.2 კითხვაში დაფიქსირებული პასუხების საფუძველზე, გთხოვთ, შეაფასოთ თქვენი საწარმოს 2025 წლის მთლიანი ბრუნვა პროცენტებში:			
3.3.1	2025 წელს თქვენი საწარმოს მიერ შემოტანილი თქვენი ბაზრისთვის ახალი ან არსებითად გაუმჯობესებული პროდუქტების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლების წილი მთლიან ბრუნვაში (გაეცით პასუხი თუ 3.2.1-ში დაფიქსირდა „დიახ“)	%	/____/	/____/
3.3.2	2025 წელს თქვენი საწარმოს მიერ შემოტანილი, თქვენი საწარმოსთვის ახალი ან არსებითად გაუმჯობესებული პროდუქტების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლების წილი მთლიან ბრუნვაში (გაეცით პასუხი თუ 3.2.2-ში დაფიქსირდა „დიახ“)	%	/____/	დაწერეთ მიახლოებითი ჯამური პროცენტი, თუ შეუძლებელია გარჩევა 3.3.1-სა და 3.3.2-ს შორის
3.3.3	დანარჩენი პროდუქტების (რომლებიც არ შეცვლილა ან უმნიშვნელოდ გაუმჯობესდა 2025 წელს) რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლების წილი მთლიან ბრუნვაში	%	/____/	
3.3.4	სულ 2025 წლის ბრუნვა		%	100

3.4	ვინ შეიმუშავა ეს ინოვაციები პროდუქციაში? (მონიშნეთ სათანადო პასუხი)		
		საქონლის ინოვაცია	მომსახურების ინოვაცია
3.4.1	უშუალოდ თქვენმა საწარმომ	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.4.2	თქვენმა საწარმომ სხვა საწარმოებთან ან დაწესებულებებთან* ერთად	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.4.3	თქვენმა საწარმომ განახორციელა სხვა საწარმოების ან დაწესებულებების* მიერ შეიმუშავებული საქონლის/მომსახურების ადაპტირება - მოდიფიცირება	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.4.4	სხვა საწარმოების ან დაწესებულებების* მიერ	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
* ჩართეთ დამოუკიდებელი საწარმოები, ასევე თქვენი საწარმოს ჯგუფის სხვა ნაწილები (შვილობილი კომპანიები, დობილი-საწარმოები, სათავო ოფისი და ა.შ.). დაწესებულებების ქვეშ იგულისხმება - უნივერსიტეტები, კვლევითი ინსტიტუტები, არაკომერციული ორგანიზაციები და ა.შ.			

ბიზნეს პროცესების ინოვაცია - ეს არის ახალი ან გაუმჯობესებული ბიზნეს პროცესი ერთი ან მეტი ბიზნეს ფუნქციისთვის, რომელიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება საწარმოს წინა ბიზნეს პროცესებისგან და რომელიც დაინერგა საწარმოს შიგნით.			
3.5	2025 წელს თქვენმა საწარმომ დანერგა თუ არა შემდეგი ტიპის ახალი ან გაუმჯობესებული პროცესები, რომლებიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება თქვენი წინა პროცესებისგან:		
		დიახ	არა
3.5.1	საქონლის წარმოების, განვითარების ან მომსახურების მიწოდების ახალი ან გაუმჯობესებული მეთოდები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.5.2	ლოჯისტიკის, მიწოდებისა და დისტრიბუციის ახალი ან გაუმჯობესებული მეთოდები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.5.3	ინფორმაციის დამუშავების ან კომუნიკაციის ახალი ან გაუმჯობესებული მეთოდები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3.5.4	ბუღალტრული აღრიცხვის ან სხვა ადმინისტრაციული ოპერაციების ახალი ან გაუმჯობესებული მეთოდები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>

3.5.5	პროცედურების ან გარე/მესამე პირებთან (საწარმოებთან/ორგანიზაციებთან) ურთიერთობების ორგანიზების ახალი ან გაუმჯობესებული ბიზნეს პრაქტიკა	1□	2□
3.5.6	სამუშაო პასუხისმგებლობის ორგანიზების, გადაწყვეტილების მიღების ან ადამიანური რესურსების მართვის ახალი ან გაუმჯობესებული მეთოდები	1□	2□
3.5.7	გაყიდვების შემდგომი მომსახურების, რეკლამირების, შეფუთვის, ფასების, პროდუქტის განთავსების ახალი ან გაუმჯობესებული მარკეტინგული მეთოდები	1□	2□
შენიშვნა: თუ ზემოთ მოცემულ ყველა კითხვაზე დაფიქსირდა პასუხი „არა“, ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.7 კითხვიდან. წინააღმდეგ შემთხვევაში ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.6 კითხვიდან.			

3.6	ვინ შეიმუშავა ზემოთ ხსენებული ინოვაციები პროცესებში? (მონიშნეთ სათანადო პასუხი)		
3.6.1	უშუალოდ თქვენმა საწარმომ	1□	
3.6.2	თქვენმა საწარმომ სხვა საწარმოებთან და/ან დაწესებულებებთან* ერთად	2□	
3.6.3	თქვენმა საწარმომ განახორციელა სხვა საწარმოების ან დაწესებულებების* მიერ შემუშავებული საქონლის/მომსახურების ადაპტირება - მოდიფიცირება	3□	
3.6.4	სხვა საწარმოების და/ან დაწესებულებების* მიერ	4□	
* ჩართეთ დამოუკიდებელი საწარმოები, ასევე თქვენი საწარმოს ჯგუფის სხვა ნაწილები (შვილობილი კომპანიები, დობილი-საწარმოები, სათავო ოფისი და ა.შ.). დაწესებულებების ქვეშ იგულისხმება - უნივერსიტეტები, კვლევითი ინსტიტუტები, არაკომერციული ორგანიზაციები და ა.შ.			

ინოვაციური საქმიანობა მოიცავს საწარმოს მიერ განხორციელებულ ყველა იმ განვითარების, ფინანსურ და კომერციულ საქმიანობას, რომელიც მიზნად ისახავს ან იწვევს ინოვაციას. კვლევა და განვითარება (R&D) მოიცავს კრეატიულ და სისტემატურ სამუშაოებს არსებული ცოდნის გაუმჯობესების, გაღრმავების მიზნით, მათ შორის ახალი, ინოვაციური პროდუქტებისა და მომსახურებების დასაწარმოებლად ან არსებულის გასაუმჯობესებლად. კვლევა და განვითარება წარმოადგენს პოტენციური ახალი პროდუქტის ან მომსახურების შემუშავების პირველ ეტაპს. R&D-ის პროცესი მოიცავს იდეის ჩამოყალიბებისა და თეორიებით მისი გამტკიცების, იდეის კვლევისა და შემოწმების პროცესებს, დიზაინის შემუშავებას და განვითარებას, რაშიც იგულისხმება იდეიდან პროდუქტის ან მომსახურების შექმნა, მისი დიზაინი, პროტოტიპირება, გამოცდა, დატესტვა და დახვეწა. R&D პროექტებმა საწარმოებს შესაძლოა მოუტანოს პატენტები, სავაჭრო უფლებები, სავაჭრო ნიშნები ან სხვა ინტელექტუალური საკუთრების უფლებები.			
3.7	2025 წლის განმავლობაში, თქვენს საწარმოს ჰქონდა თუ არა ინოვაციური საქმიანობის შემდეგი ტიპები (საქმიანობა, რომელიც იწვევს ხარჯებს)?		
		დიახ	არა
3.7.1	იმ ახალი ან გაუმჯობესებული პროდუქტების/პროცესების შესაქმნელად დასრულებული საქმიანობები, რომელიც ჯერ არ დაწერგია	1□	2□
3.7.2	მიმდინარე ინოვაციური საქმიანობები 2025 წლის ბოლოსათვის	1□	2□
3.7.3	შეწყვეტილი ინოვაციური საქმიანობები	1□	2□
3.7.4	საკუთარი კვლევები და განვითარება (R&D):	1□	2□
	<i>თუ „დიახ“, ახორციელებდა თუ არა თქვენი საწარმო საკუთარ კვლევებსა და განვითარებას 2025 წელს:</i>		
3.7.5	უწყვეტად (გყავდათ მუდმივი თანამშრომლები კვლევებსა და განვითარებაზე)	1□	

3.7.6	ზოგჯერ (საჭიროების მიხედვით)	2□	
3.7.7	გარე კვლევები და განვითარება კვლევებისა და განვითარებისათვის გარე რესურსების ჩართვა / სხვისთვის გადაბარება (outsource) ახალი ან არსებითად გაუმჯობესებული პროდუქტებისა და პროცესების შესაქმნელად, რომლებიც განხორციელდა სხვა საწარმოებში (მაგ. თქვენი საწარმოთა ჯგუფის სხვა საწარმოში ან სახელმწიფო ან კერძო კვლევით ორგანიზაციაში)	1□	2□
შენიშვნა: თუ 3.1, 3.5 და 3.7-ის ყველა კითხვაში დაფიქსირდა პასუხი „არა“, ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.10-დან. წინააღმდეგ შემთხვევაში ინტერვიუ გააგრძელეთ 3.8 კითხვიდან.			

3.8	გთხოვთ შეაფასოთ, 2025 წელს რამდენი ლარი დახარჯა თქვენმა საწარმომ ინოვაციებსა და კვლევებსა და განვითარებაზე მონიშნეთ ყველგან „არა“, თუ თქვენს საწარმოს არ ჰქონია შესაბამისი ხარჯი 2025 წელს.		
		ხარჯები ინოვაციებსა და კვლევებსა და განვითარებაზე (R&D) 2025 წელს	
		გთხოვთ, შეაფასოთ მიახლოებით, თუ არ გაქვთ ზუსტი საბუღალტრო მონაცემები	გთხოვთ, მონიშნოთ, თუ ასეთი ხარჯები არ ყოფილა 2025 წელს
3.8.1	საკუთარი კვლევები და განვითარება (მოიცავს მიმდინარე ხარჯებს, მათ შორის შრომით ხარჯებსა და კაპიტალურ ხარჯებს (შენობების, მანქანა-დანადგარების, პროგრამული უზრუნველყოფისთვის და ა.შ) სპეციალურად კვლევებისა და განვითარებისთვის)	(_____)	1□
3.8.2	გარე კვლევები და განვითარება (მოიცავს საწარმოებს საკუთარი საწარმოთა ჯგუფიდანაც)	(_____)	1□
3.8.3	ყველა სხვა ხარჯები ინოვაციური საქმიანობისთვის¹ (კვლევებისა და განვითარებისთვის (R&D) განკუთვნილის გარდა) მათ შორის:	(_____)	1□
3.8.4	ინოვაციაზე მომუშავე საკუთარი პერსონალის ხარჯი	(_____)	1□
3.8.5	მომსახურება, მასალები, მარაგები შეძენილი სხვებისგან ინოვაციისთვის	(_____)	1□

¹ მოიცავს:

- მანქანა-დანადგარების, პროგრამული უზრუნველყოფის, შენობების შექმნას ინოვაციური საქმიანობისთვის, გარდა R&D-სა
- გარე ცოდნის შექმნას ინოვაციური საქმიანობისთვის, გარდა R&D-სა (პატენტები, ლიცენზიები, სავაჭრო ნიშნები)
- საქონლის/მომსახურების დიზაინს, მზადებას დისტრიბუცია/მიწოდებისთვის ინოვაციური საქმიანობისთვის, გარდა R&D-სა
- ტრენინგსა და პროფესიულ განვითარებას ინოვაციური საქმიანობისთვის, გარდა R&D-სა (მაგ. დასაქმებულთა ტრენინგი და ა.შ)
- ინოვაციების მარკეტინგს (მარკეტინგული საქმიანობა, რომელიც პირდაპირ უკავშირდება ინოვაციებს, მათ შორის ბაზრის კვლევა)

3.8.6	კაპიტალური საქონელი ინოვაციისთვის (მანქანების, აღჭურვილობის, პროგრამული უზრუნველყოფის, ინტელექტუალური საკუთრების უფლების (IPR), შენობების და ა.შ. შექმენა)	(_____)	1□
-------	--	---------	----

3.9	ჩამოთვლილთაგან რომელი აღწერს საუკეთესოდ მიზეზს, რის გამოც თქვენს საწარმოს არ ჰქონია უფრო მეტი ინოვაციური აქტივობა 2025 წელს?	
3.9.1	რესურსების ნაკლებობამ შეგვიშალა ხელი უფრო მეტი ინოვაციური აქტივობის განხორციელებაში (მაგ. ფინანსების, კვალიფიციური პერსონალის ან მასალების ნაკლებობა)	1□
3.9.2	გადავწყვიტეთ, არ განგვეხორციელებინა მეტი ინოვაციური აქტივობა სხვა მიზეზების გამო და არა რესურსების ნაკლებობის გამო (მაგ. სტრატეგიული მიზეზები; ინოვაციებისთვის შეუფერებელი დრო; სხვა პრიორიტეტები; ზედმეტად მაღალი რისკები; მოსალოდნელი დაბალი ამონაგები)	2□
3.9.3	არ განგვიხორციელებია დამატებითი ინოვაციური აქტივობები, რადგან ამის საჭიროება არ არსებობდა	3□

შენიშვნა: 3.10 კითხვა ივსება იმ შემთხვევაში თუ 3.1, 3.5 და 3.7-ის ყველა კითხვაში დაფიქსირდა პასუხი „არა“, წინააღმდეგ შემთხვევაში გააგრძელებთ 3.11 კითხვიდან.

3.10	ჩამოთვლილთაგან რომელი აღწერს საუკეთესოდ მიზეზს, რის გამოც თქვენს საწარმოს არ ჰქონია ინოვაციური აქტივობა 2025 წელს?	
3.10.1	რესურსების ნაკლებობამ შეგვიშალა ხელი ინოვაციური აქტივობის განხორციელებაში (მაგ. ფინანსების, კვალიფიციური პერსონალის ან მასალების ნაკლებობა)	1□
3.10.2	გადავწყვიტეთ, არ განგვეხორციელებინა ინოვაციური აქტივობა სხვა მიზეზების გამო და არა რესურსების ნაკლებობის გამო (მაგ. სტრატეგიული მიზეზები; ინოვაციებისთვის შეუფერებელი დრო; სხვა პრიორიტეტები; ზედმეტად მაღალი რისკები; მოსალოდნელი დაბალი ამონაგები).	2□
3.10.3	არ განგვიხორციელებია ინოვაციური აქტივობები, რადგან ამის საჭიროება არ არსებობდა	3□

3.11	2025 წელს ცდილობდა თუ არა თქვენი საწარმო შემდეგი სახის დაფინანსების მოპოვებას? თუ დაფინანსება წარმატებით მოიპოვეთ, გამოიყენეთ თუ არა ის კვლევებისა და განვითარების ან სხვა ინოვაციური საქმიანობისთვის?					
		ცდილობდა დაფინანსების მოპოვებას			თუ თქვენმა საწარმომ მოიპოვა დაფინანსება, იყო თუ არა ის ნაწილობრივ ან მთლიანად გამოყენებული R&D-ის ან სხვა ინოვაციური საქმიანობისთვის?	
		დიახ, წარმატებით მოიპოვა	სცადა, მაგრამ წარუმატებლად	არ უცდია	დიახ	არა
3.11.1	კაპიტალის დაფინანსება (დაფინანსება, რომელიც გაიცემა საწარმოს საკუთრებაში არსებული წილის სანაცვლოდ)	1□	2□	3□	4□	5□

3.11.2	სესხის დაფინანსება (დაფინანსება, რომელიც საწარმომ შემდგომში უნდა დაფაროს)	1□	2□	3□	4□	5□
--------	--	----	----	----	----	----

3.12	2025 წელს თქვენს საწარმოს მიღებული ჰქონდა თუ არა რაიმე სახის ფინანსური მხარდაჭერა სახელმწიფოსგან ან საზღვარგარეთიდან ინოვაციური აქტივობისთვის? ფინანსური მხარდაჭერა შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა ფორმით: გრანტები, სუბსიდირებული სესხები, სესხის გარანტიები და ა.შ. ფინანსურ მხარდაჭერაში არ შედის კვლევითი და სხვა ინოვაციური ღონისძიებების დაფინანსება, რომლებიც სრულდება სამთავრობო				
				თუ თქვენმა საწარმომ მიიღო ფინანსური მხარდაჭერა 2025 წელს: ნაწილობრივ იყო თუ არა ის გამოყენებული R&D-ის ან სხვა ინოვაციური საქმიანობისთვის ამავე, 2025 წელს?	
		დიახ	არა	დიახ	არა
3.12.1	ადგილობრივი ხელისუფლებისგან*	1□	2□	3□	4□
3.12.2	საქართველოს მთავრობისგან (ცენტრალური ხელისუფლებისგან) *	1□	2□	3□	4□
3.12.3	ფინანსური დახმარება ევროკავშირის ინსტიტუტისგან *	1□	2□	3□	4□
3.12.4	სხვა ფინანსური ინსტიტუტებისგან *	1□	2□	3□	4□

* მოიცავს ფინანსურ დახმარებას გრანტების, სუბსიდირებული სესხებისა და სესხების გარანტიების სახით. არ შედის საჯარო სექტორის მიერ ხელშეკრულებით გათვალისწინებული საქმიანობის დაფინანსება. საჯარო სექტორში შედის სამთავრობო ორგანიზაციები, როგორცაა ადგილობრივი, რეგიონული და ეროვნული ადმინისტრაციები და სააგენტოები, სკოლები, საავადმყოფოები და სახელმწიფო მიმწოდებელი ისეთი სერვისებისა, როგორცაა უსაფრთხოება, ტრანსპორტი, საცხოვრებელი, ენერჯია და ა.შ.

3.13	2025 წელს გამოიყენა თუ არა თქვენმა საწარმომ საგადასახადო შეღავათები ან შემწეობები შემდეგი მიზნებისთვის?			
			დიახ	არა
3.13.1	საგადასახადო კრედიტები ან შემწეობები კვლევებისა და განვითარებისათვის (R&D) ან სხვა ინოვაციური საქმიანობისთვის		1□	2□
3.13.2	საგადასახადო კრედიტები ან შემწეობები ყველა სხვა ტიპის საქმიანობისთვის		1□	2□

3.14	2025 წელს თანამშრომლობდა* თქვენი საწარმო სხვა საწარმოებთან ან ორგანიზაციებთან?			
			დიახ	არა
3.14.1	კვლევებსა და განვითარებაზე (R&D)		1□	2□
3.14.2	სხვა ინოვაციურ საქმიანობასთან დაკავშირებით (გარდა R&D-ისა)		1□	2□
3.14.3	სხვა ნებისმიერ ბიზნეს საქმიანობასთან დაკავშირებით		1□	2□

შენიშვნა: თუ 3.14.1-ზე ან 3.14.2-ზე დაფიქსირდება პასუხი „დიახ“, გააგრძელეთ 3.15-დან. წინააღმდეგ შემთხვევაში გადადით 3.16-ზე.

*თანამშრომლობა არის აქტიური მონაწილეობა სხვა საწარმოებთან ან ორგანიზაციებთან. პარტნიორები არ საჭიროებენ კომერციული სარგებლის მიღებას. გამოირიცხება სუფთა საკონტრაქტო საქმიანობა, აქტიური თანამშრომლობის გარეშე.

3.15 გთხოვთ მიუთითოთ ინოვაციური თანამშრომლობის პარტნიორის ტიპი ადგილმდებარეობის მიხედვით: (მონიშნეთ ყველა შესაძლო ვარიანტი)				
	პარტნიორის ტიპი	საქართველო	EU* ან EFTA** ან დიდი ბრიტანეთი	სხვა ქვეყნები
3.15.1	კერძო ბიზნეს საწარმოები თქვენს საწარმოთა ჯგუფს გარეთ მათ შორის:			
3.15.2	კონსულტანტები, კომერციული ლაბორატორიები ან კერძო კვლევითი ინსტიტუტები	1□	2□	3□
3.15.3	მანქანა-დანადგარების, მასალების ან პროგრამული უზრუნველყოფის მომწოდებლები	1□	2□	3□
3.15.4	საწარმოები, რომლებიც თქვენი მომხმარებლები/კლიენტები არიან	1□	2□	3□
3.15.5	საწარმოები, რომლებიც თქვენი კონკურენტები არიან	1□	2□	3□
3.15.6	სხვა საწარმოები	1□	2□	3□
3.15.7	საწარმოები თქვენი საწარმოთა ჯგუფიდან	1□	2□	3□
3.15.8	უნივერსიტეტები ან სხვა უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები	1□	2□	3□
3.15.9	სამთავრობო თუ საჯარო კვლევითი დაწესებულებები	1□	2□	3□
3.15.10	მომხმარებლები/კლიენტები საჯარო სექტორიდან***	1□	2□	3□
3.15.11	არაკომერციული ორგანიზაციები	1□	2□	3□

*-ევროკავშირის წევრი ქვეყნები: ავსტრია, ბელგია, ბულგარეთი, ხორვატია, კვიპროსი, ჩეხეთი, დანია, ესტონეთი, ფინეთი, საფრანგეთი, გერმანია, საბერძნეთი, უნგრეთი, იტალია, ირლანდია, ლატვია, ლიტვა, ლუქსემბურგი, მალტა, ნიდერლანდები, პოლონეთი, პორტუგალია, რუმინეთი, სლოვენია, სლოვაკეთი, ესპანეთი, შვედეთი.

**-ისლანდია, ლიხტენშტაინი, ნორვეგია, შვეიცარია.

***-საჯარო სექტორი მოიცავს სახელმწიფო საკუთრებაში არსებულ ორგანიზაციებს, როგორცაა ადგილობრივი, რეგიონული და ეროვნული ადმინისტრაციები და სააგენტოები, სკოლები, საავადმყოფოები და სახელმწიფო მიმწოდებელი ისეთი სერვისებისა, როგორცაა უსაფრთხოება, ტრანსპორტი, საცხოვრებელი, ენერჯია და ა.შ.

ეკოლოგიური სარგებლის მქონე ინოვაციები

ეკოლოგიური სარგებლის მქონე ინოვაციები არის ახალი ან არსებითად გაუმჯობესებული საქონელი/მომსახურება ან პროცესები, რომლებმაც მოიტანა ეკოლოგიური სარგებელი.

- ეკოლოგიური სარგებელი შეიძლება იყოს ინოვაციის მთავარი მიზანი.
- ინოვაციის ეკოლოგიური სარგებელი შეიძლება წარმოიშვას საქონლის ან მომსახურების წარმოების დროს, მისი მოხმარების ან პროდუქტის საბოლოო მომხმარებლის მიერ გამოყენების დროს. საბოლოო მომხმარებელი შეიძლება იყოს ფიზიკური პირი, სხვა საწარმო, მთავრობა და ა.შ.

3.16	2025 წელს თქვენს საწარმოს ჰქონდა თუ არა ინოვაციური საქმიანობა ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელიმე ეკოლოგიური სარგებლით და თუ კი, მაშინ მნიშვნელოვანი იყო თუ უმნიშვნელო მათი წვლილი გარემოს დაცვაში?				
თქვენი საწარმოს შიგნით მიღებული ეკოლოგიური სარგებელი		დიახ, მნიშვნელოვანი	დიახ, უმნიშვნელო	არა	
3.16.1	პროდუქციის ერთ ერთეულზე გამოყენებული მასალის ან წყლის შემცირებული რაოდენობა	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.2	შემცირებული ენერჯის მოხმარება ან CO2-ის „კვალი“ (ე.ი CO2-ის საერთო ემისიის შემცირება)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.3	შემცირებული წყლის, ხმაურის, ნიადაგის, ჰაერის დაბინძურება	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.4	მასალების ჩანაცვლება ნაკლებად დამაბინძურებელი ან ნაკლებად საშიში ჩამნაცვლებებით	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.5	წიაღისეული ენერჯის შეცვლა განახლებადი ენერჯის წყაროებით	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.6	გადამუშავებული ნარჩენების, წყლის, მასალების გამოყენება საკუთარი გამოყენებისთვის ან გასაყიდად	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
საბოლოო მომხმარებლის მიერ საქონლის ან მომსახურების მოხმარების დროს მიღებული ეკოლოგიური სარგებელი		დიახ, მნიშვნელოვანი	დიახ, უმნიშვნელო	არა	
3.16.7	შემცირებული ენერჯის მოხმარება ან CO2-ის „კვალი“ (ე.ი CO2-ის საერთო ემისიის შემცირება)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.8	შემცირებული წყლის, ხმაურის, ნიადაგის, ჰაერის დაბინძურება	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.9	გამოყენების შემდეგ პროდუქტის ხელახალი გადამუშავების ხელშეწყობა	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
3.16.10	პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის გახანგრძლივება უფრო ხანგრძლივი მოხმარების, უფრო გამძლე პროდუქციის საშუალებით	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
შენიშვნა: ყველა კითხვაზე უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში, გააგრძელეთ სექცია 4-დან. წინააღმდეგ შემთხვევაში გააგრძელეთ 3.17-დან.					
3.17	რამდენად მნიშვნელოვანი იყო შემდეგი ფაქტორები გადაწყვეტილების მიღებაში, რომ გეწარმოებინათ ინოვაციები ეკოლოგიური სარგებლით?				
		მნიშვნელოვნების დონე			
		მაღალი	საშუალო	დაბალი	ფაქტორს არ ჰქონდა ზეგავლენა
3.17.1	არსებული გარემოსდაცვითი რეგულაციები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
3.17.2	არსებული გარემოსდაცვითი გადასახადები და მოსაკრებლები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
3.17.3	მომავალში მოსალოდნელი გარემოსდაცვითი რეგულაციები ან გადასახადები	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

3.17.4	მთავრობის გრანტები, სუბსიდიები ან სხვა ფინანსური წახალისება ეკოლოგიური ინოვაციებისთვის	1□	2□	3□	4□
3.17.5	მიმდინარე ან მოსალოდნელი მოთხოვნა ბაზარზე ეკოლოგიურ ინოვაციებზე	1□	2□	3□	4□
3.17.6	თქვენი საწარმოს რეპუტაციის გაუმჯობესება	1□	2□	3□	4□
3.17.7	ნებაყოფლობითი ქმედებები ან ინიციატივები თქვენს სექტორში გარემოსდაცვითი კარგი პრაქტიკისთვის	1□	2□	3□	4□
3.17.8	ენერჯის, წყლის ან მასალების მაღალი ღირებულება	1□	2□	3□	4□
3.17.9	სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ ხელშეკრულებების მოთხოვნების შესრულება	1□	2□	3□	4□

4. ძირითადი ინფორმაცია საწარმოს შესახებ		
		დასაქმებულთა საშუალოწლიური რაოდენობა, კაცი
4.1	თქვენს საწარმოში დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა, კაცი* 2025 წელს?	

* საწარმოში მომუშავე პირთა საერთო რაოდენობა (ძირითადი პერსონალი, დასაქმებულები, თვითდასაქმებულები, პარტნიორები, რომლებიც რეგულარულად მუშაობენ საწარმოში) და ასევე საწარმოს გარეთ მომუშავეები, რომლებსაც ანაზღაურებას უზდის აღნიშნული საწარმო (მაგალითად, გაყიდვების წარმომადგენლები, ადგილზე მიტანის სერვისის პერსონალი, სარემონტო და ტექნიკური მომსახურება).

4.2	გთხოვთ შეაფასოთ პროცენტებში, რამდენი უმაღლესი განათლების მქონე (არანაკლებ ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული ხარისხის მქონე) თანამშრომელი ჰყავდა თქვენს საწარმოს 2025 წელს. (მონიშნეთ მხოლოდ ერთი)
	0% 1□
	1%-დან 5%-მდე 2□
	5%-დან 10%-მდე 3□
	10%-დან 25%-მდე 4□
	25%-დან 50%-მდე 5□
	50%-დან 75%-მდე 6□
	75% და მეტი 7□

		ბრუნვა, ლარი
4.3	რა მოცულობის ბრუნვა ჰქონდა თქვენს საწარმოს 2025 წელს?	

4.4	2025 წელს, ბრუნვის დაახლოებით რამდენი პროცენტი იყო მიღებული	
4.4.1	მომხმარებლებისგან საქართველოდან	_____%
4.4.2	ევროკავშირის, EFTA-სა და დიდი ბრიტანეთის ქვეყნებიდან მომხმარებლებისგან	_____%
4.4.3	სხვა ქვეყნებიდან მომხმარებლებისგან	_____%
	სულ	100%

4.5	რამდენი დახარჯა თქვენმა საწარმომ 2025 წელს შემდეგ საგნებზე?		
		2025 წლის მთლიანი ხარჯები	
		გთხოვთ დაწეროთ მიახლოებით, თუ არ იცით ზუსტი თანხა.	მონიშნეთ უჯრა, თუ მსგავსი ხარჯი არ ყოფილა.
4.5.1	მანქანა-დანადგარების, შენობების და სხვა მატერიალური მასალების შეძენა	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>
4.5.2	მარკეტინგი, რეკლამა, ბრენდინგი (მოიცავს შიდა და ასევე შეძენილი მომსახურების ხარჯებს)	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>
4.5.3	საკუთარი პერსონალის ტრენინგი (მოიცავს ყველა შიდა ხარჯს, მათ შორის ხელფასებს ტრენინგის დროს და სხვებისგან შეძენილი მომსახურების ხარჯებს)	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>
4.5.4	პროდუქტის დიზაინი (მოიცავს შიდა და ასევე შეძენილი მომსახურების ხარჯებს)	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>
4.5.5	პროგრამული უზრუნველყოფა, მონაცემთა ბაზასთან მუშაობა, ანალიზი(მოიცავს შიდა და ასევე შეძენილი მომსახურების ხარჯებს)	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>
4.5.6	საკუთარი ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების (IPRs) აღრიცხვა, შედგენა, მონიტორინგი და სხვა პირებისგან IPR-ების შეძენა ან ლიცენზირება	_____ლარი	1 <input type="checkbox"/>

შენიშვნა: შემდეგი კითხვები შეავსეთ, თუ თქვენი საწარმო არის საწარმოთა ჯგუფის წევრი.

საწარმოთა ჯგუფი შედგება ერთიანი მფლობელობის ქვეშ გაერთიანებული ორი ან მეტი იურიდიული ერთეულისაგან, რომლებსაც აქვთ სამართლებრივი ან ფინანსური ურთიერთდამოკიდებულება. საწარმოთა ჯგუფში შემავალ ერთეულებს შორის შეიძლება მოქმედებდეს გადაწყვეტილების მიმღები მკონტროლებელი ცენტრი. ჯგუფში შემავალი თითოეული საწარმო შეიძლება მოქმედებდეს განსხვავებულ ბაზრებზე ნაციონალური ან რეგიონალური ფილიალების მეშვეობით. სათავო ოფისი წარმოადგენს საწარმოთა ჯგუფის ნაწილს.

4.6	2025 წელს, თქვენი საწარმო იყო:		
		დიახ	არა
4.6.1	საწარმოთა ჯგუფში, რომლის სათავო ოფისი საქართველოშია	1□	2□
4.6.2	თუ დიახ: ყველა საწარმო ამ საწარმოთა ჯგუფიდან მდებარეობს საქართველოში?	1□	2□
4.6.3	საწარმოთა ჯგუფში, რომლის სათავო ოფისიც საზღვარგარეთაა	1□	2□
4.6.4	თუ დიახ: მიუთითეთ ქვეყანა, სადაც მდებარეობს სათავო ოფისი	(_____)	
თუ 4.6.1 და 4.6.3-ში დაფიქსირდა პასუხი „არა“, დაასრულეთ ინტერვიუ.			

4.7	2025 წელს, თქვენი საწარმო ჩაერთო თუ არა თქვენი საწარმოთა ჯგუფის სხვა საწარმოსთან ქვემოთ ჩამოთვლილ რომელიმე საქმიანობაში? (მონიშნეთ ყველა შესაძლო ვარიანტი)		
	დიახ, სხვა საწარმო საქართველოდან	დიახ, სხვა საწარმო საზღვარგარეთიდან	არა
შემოდინება სხვა საწარმოდან:			
4.7.1	ტექნიკური ცოდნის მიღება	1□	2□
4.7.2	ფინანსური რესურსების მიღება	1□	2□
4.7.3	სამუშაო ძალის მიღება	1□	2□
4.7.4	ბიზნეს საქმიანობის ინსორსინგი	1□	2□
გადინება სხვა საწარმოში:			
4.7.5	ტექნიკური ცოდნის გაცემა	1□	2□
4.7.6	ფინანსური რესურსების გაცემა	1□	2□
4.7.7	სამუშაო ძალის გაცემა	1□	2□
4.7.8	ბიზნეს საქმიანობის აუტოსორსინგი	1□	2□

5.1	რესპონდენტის სახელი და გვარი	
5.2	რესპონდენტის ტელეფონის ნომერი	

5.3	კითხვარის შევსებაზე დახარჯული დრო	სთ. ...	წთ....
------------	-----------------------------------	---------	--------

მადლობას გიხდით თანამშრომლობისათვის!