

საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის
სასწავლო უნივერსიტეტი

ავრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტი

ბესარიონ მარკოიძე

ბიზნესპროცესების ბულალტრული აღრიცხვა და მათი როლი
მოგების ფორმირებაში

სპეციალობა: ბიზნესის ადმინისტრირება

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელი: ასისტენტ-პროფესორი
სონია ჩეჩელაშვილი

ბიჭაური

2019

ანოტაცია

თანამედროვე მსოფლიოს ეკონომიკური გამოწვევების მიღება და გათავისება, ცალკეული ეკონომიკური სუბიექტის მოქმედების მნიშვნელოვანი ამოცანაა. მისი გადაჭრის ოპტიმალური გზების ძიება ბიზნესადმინისტრირების მაგისტრატურის კურსდამთავრებულებს გვავალებს ძირეულად ჩაწვდეთ და შევისწავლოთ ყველა ის ბიზნეს-პროცესი, რომელშიც უხდებათ საქმიანობა ქვეყნის მოსახლეობას, სწორად მოწყობილი ბიზნესი საფუძველია ეკონომიკური სიძლიერის როგორც ქვეყნისათვის, ასევე მისი მოსახლეობისათვის. ამ მიზნით წარმოდგენილი მაქვს მითითებული ნაშრომი, რომელიც შესდგება შესავლისაგან, სამი თავისაგან, დასკვნებისა და შესაბამისი წინანდადებისაგან. პირველ თავში საუბარია ბიზნესში მონაწილე სუბიექტებსა და ბიზნესის სამყაროზე, ფინანსური რესურსების მოძიების წყაროებზე; მეორე თავში განხილულია ბიზნესის საქმიანობის მიმდინარეობისას დამზადება-მომარაგებისა და წარმოების პროცესში განხორციელებული ბუღალტრული აღრიცხვის წარმოება, აგრეთვე, დახასიათებულია წარმოების პროცესი, როგორც მნიშვნელოვანი ხარჯწარმომქმნელი ეტაპი, ხოლო მესამე თავში განხილულია რეალიზაციის პროცესი მისი ბუღალტრული აღრიცხვით, რომელიც გვიჩვენებს საქმიანობის საბოლოო ფინანსურ შედეგს. ახსნილია ბუღალტრის პროფესიის მნიშვნელობა სააღრიცხვო საქმიანობის წარმართვაში და მოძიებულია მნიშვნელოვანი აზრები და ცნებები ბიზნესპროცესების წარმართვის გაუმჯობესებისათვის.

ANNOTATION

Accepting and understanding the economic challenges of the modern world is an important task of acting as a separate economic entity. Searching the optimal ways of solving it, oblige us, the graduates of business administration to get a deep knowledge and learn all those business processes in which residents of the country are involved, properly arranged business is the foundation of economic strength for both the country and its population. For this reason I present my thesis paper, which consists of an introduction, three chapters, conclusions and relevant statements. The first chapter deals with business entities and the business world, sources of finding financial resources; the second chapter discusses accounting carried out in the course of business activities -manufacturing, supply and production, chapter also covers the manufacturing process as an important cost-generating stage. The third chapter discusses Realization process with its accounting which shows the final financial result of the activity. Moreover, it explains the importance of the accounting profession in conducting accounting, and explores important ideas and concepts for improving the management of business processes.

Accounting for business processes and their role in the formation of profits.

Besarion Markoidze

შესავალი-----	5
თავი 1. ბიზნესში მონაწილეები და მათი ინტერესები	
1.1. სახელმწიფოს როლი ბიზნესის რეგულირებაში ბიზნესში მონაწილე სუბიექტები და ობიექტები-----	9
1.2. ბიზნესის საზოგადოებრივი ინტერესები და მისი კრეატიული ორიენტირები -----	21
1.3. ბიზნესის დანაშაულის ფინანსური უზრუნველყოფა -----	32
თავი 2. დამზადება-მომარაგებისა და წარმოების პროცესი ბიზნესში და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა	
2.1. დამზადება-მომარაგების პროცესის არსი და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა----	35
2.2. წარმოების პროცესში წარმოქმნილი დანახარჯების აღრიცხვა -----	41
2.3. ხარჯების შემცირების გზები-----	44
თავი 3. რეალიზაციის პროცესი ბიზნესში და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა	
3.1. რეალიზაციის პროცესის მოკლე აღწერა და პროცესში გამოყენებული გატარებები-----	56
3.2. ბიზნესსაქმიანობის საბოლოო შედეგი : ანგარიშგება სრული შემოსავლების შესახებ-----	64
3.3. ბუღალტრის პროცესის როლი საწარმოთა საქმიანობის ბიზნესპროცესების წარმართვაში-----	70
3.4. დიადი აზრები და მცნებები ბიზნესში - საწარმოთა ეფექტური საქმიანობის სრულყოფისათვის-----	75

თემის აქტუალობა - თანა კლიო უდიდესი ეკონომიკური გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა. განვითარებული საბაზრო ეკონომიკა არა მხოლოდ ბაზრის სუბიექტების მოქმედებით შემოიფარგლა, არამედ იმ უმნიშვნელოვანესი „ვეშაპის“ ზეგავლენის ქვეშ მოექცა, რასაც ეკონომიკა ჰქვია, რომელიც თავის მხრივ მიკრო და მაკროეკონომიკური მოქმედებების მთელი სერიაა, რათა ნებისმიერი ქვეყანა იყოს ეკონომიკურად ძლიერი. ეკონომიკურ სიძლიერეს ძირითადად განაპირობებს ქვეყნების ხელთ არსებული ეროვნული თუ ბუნებრივი სიმდიდრეების სწორი გამოყენება ბიზნესის მიზანმიმართული, მორგებული, მოთქმებული პროცედურებით მართვის ჩამოყალიბებით. ყოველ მოქმედებას, რასაც ადგილი აქვს საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, სჭირდება დაფიქსირება, ე.წ. „თავისი ისტორიის“ შექმნა, რათა ეკონომიკის სფეროში ჩართულმა სუბიექტებმა გაითვალისწინონ წარსული, მიუსადაგონ დღევანდელობას და მათზე დაყრდნობით ააგონ მომავალი, რისთვისაც საჭიროა მიიღონ სწორი გადაწყვეტილებები.

ყოველივე აღნიშნული მოქმედებები ძირითადად ბიზნესის სწორმა წარმართვამ უნდა განაპირობოს. სწორედ ბიზნესის წყალობით მიიღწევა ქვეყნის ეკონომიკური სიძლიერე. ბიზნესის სწორ წარმართვაში აქტუალურ საკითხად რჩება ბიზნესის თვით-ოეული პროცესის განხორციელების აღწერა და საამისოდ განკუთვნილი სპეციალური ფორმატებით გადმოცემა, რაც წარმატებით სრულდება ბუღალტრული აღრიცხვის მეშვეობით, რომელსაც „ბიზნესის ენას“ უწოდებენ. სწორედ ამიტომ მივიჩნით

აქტუალურ თემად ნაშრომში წარმოგვედგინა ქვეყნად ბიზნესის როლი, მისი პროცესების განხორციელების აღრიცხვა ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად.

საკითხის უფრო მეტი სიცხადისათვის ნაშრომში დახასიათებულია ბიზნესის სამყარო - მასში მონაწილე სუბიექტები თავისი ინტერესებით - დანყებული სახელმწიფოდან, დამთავრებული ნებისმიერი ფიზიკური პირით.

საკითხის აქტუალობას განაპირობებს ისიც, რომ არა მხოლოდ თანამედროვე პირობებში, არამედ უძველესი პერიოდიდანვე, ბიზნესის დანყებას განაპირობებს ფინანსური რესურსების მოძიების სათანადო წყაროების გამონახვა, რომელთა ფორმირება-მოძიება უნდა გაფორმდეს და ასახვა ჰპოვოს პროდუქციის, მომსახურებისა და სამუშაოთა შესრულების თანმიმდევრობაში, რაშიც ხელს გვინყობს ისეთი პროცესების დახასიათება და შესწავლა, როგორცაა ეკონომიკაში საყოველთაოდ ცნობილი ეკონომიკური წრებრუნვა - დამზადება-მომარაგების, წარმოებისა და რეალიზაციის პროცესი. წრებრუნვის აღნიშნული სტადიები თავის ასახვას და ციფრებით ჩანერას ჰპოვებს სპეციალურ ანგარიშებზე, რასაც ფინანსურ ანგარიშებს უწოდებენ.

მიზნები და ამოცანები - საკითხის წარმოჩენის მიზანი მისი აქტუალობიდან გამომდინარეობს და აღვნიშნავთ, რომ დღეისათვის ნებისმიერ ქვეყანას აქვს უფლება შეიმუშაოს ბუღალტრული აღრიცხვის ეროვნული სისტემა, რაც უამრავი ობიექტური ფაქტორებითა და სხვადასხვა პირობებითაა განპირობებული, კერძოდ: დაფინანსების წყაროებით, საკანონმდებლო სისტემებით, ბუღალტრული პროფესიის განვითარებით, ინფლაციის დონით, აღრიცხვის თეორიის დონის განვითარებით, კულტურული ტრადიციებით, ბიზნესის ორგანიზაციით, ეგზოგენური ანუ გარე ფაქტორებით და ა.შ.

რომელი ფაქტორიც არ უნდა ავიღოთ, თუ ქვეყანას პრეტენზია აქვს მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციაში ჩართვისა, აუცილებლობას წარმოადგენს საერთო დონეზე ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტიზაცია. სწორედ ამ კუთხით განისაზღვრა ნაშრომის წარმოჩენის მიზანიც, რომ ეს უალტერნატივო პროცესი - ეკონომიკის გლობალიზაცია დაიწყოს გასული საუკუნის მეორე ნახევარში, რამაც წარმოშვა

კაპიტალის ახალი მსოფლიო ბაზრები, გაიზარდა უცხოური ინვესტიციების მოცულობა, საექსპორტო საქონლისა და მომსახურების მიწოდება. ამ პროცესმა მეტ-ნაკლებად გაართულა ოპერაციები საერთაშორისო საკრედიტო ბაზარზე, ხოლო გაძლიერდა ტრანსაციონალური კომპანიების როლი, ანუ მოხდა ეკონომიკის ინტერ-ნაციონალიზაცია, რამაც დიდი ზეგავლენა მოახდინა სააღრიცხვო მაჩვენებლების შედგენასა და მიღებაზე. ამიტომ სხვა ჭრილში უნდა დავინახოთ ბუღალტრული აღრიცხვა მისი ნებისმიერი საკითხით.

მე, როგორც ბიზნესის ადმინისტრირების ფინანსების სპეციალისტის მაგისტრის ხარისხის მაძიებელმა, ნაშრომის მიზნიდან გამომდინარე, დავისახე მნიშვნელოვანი ამოცანები:

1. ბიზნესის სამყაროში მონაწილე სუბიექტების განხილვა საკუთარი და საზოგადოებრივი ინტერესების განვითარებისათვის;
2. ყურადღების გამახვილება ბიზნესის დანებისათვის აუცილებელი ფინანსური რესურსების მოძიების წყაროებზე;
3. ბიზნესის პროცესების მიმდინარეობის ბუღალტრული აღრიცხვის ისეთი მნიშვნელოვანი საკითხების შესწავლა და წარმოდგენა, როგორცაა დამზადებამომარაგების, წარმოებისა და რეალიზაციის პროცესთან დაკავშირებული საქმიანობის ბუღალტრული აღრიცხვა თანამედროვე სტანდარტების გამოყენებით;
4. აღნიშნულ პროცესებთან დაკავშირებული აღრიცხვის მეთოდებისა და შესაბამისი ბუღალტრული გატარებების შესრულება;
5. ხარჯების იმ ძირითადი ჯგუფების ჩვენება, რომლებიც წარმოიქმნება წარმოების პროცესში;
6. შეძლებისდაგვარად ხარჯების შემცირების გზების ჩამოყალიბება, რომელიც ხელს შეუწყობს მოგების ფორმირებასა და მისი მიღწევის მაქსიმიზაციას;
7. უდავოა, რომ აღნიშნული ამოცანის შესრულებაში ფასდაუდებელი როლის შესრულება შეუძლია ბუღალტერს, ამიტომ ერთ-ერთ ძირითად ამოცანად მივიჩნიეთ ყურადღება გაგვემხვილებინა თანამედროვე სტანდარტების ცოდნით აღჭურვილი ბუღალტრის პროფესიაზე, მისი ფუნქციების გაფართოებაზე;

8. იმ მნიშვნელოვანი აზრებისა და მცნებების შეგროვება, რომელთა გათვალისწინებაც ფასდაუდებელ როლს ასრულებს სანარმოთა ბიზნესსაქმიანობის საბოლოო ფინანსურ შედეგზე - მოგებაზე ან ზარალზე, რაც განაპირობებს მათ ეფექტურ თუ არაეფექტურ მუშაობას.

კვლევის საგანი: კვლევის მიზნებიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე, კვლევის საგანად ავიღეთ ბიზნესის პროცესები მასში მონაწილე სუბიექტებით და მათთან დაკავშირებული საქმიანობის ბუღალტრული აღრიცხვა.

კვლევის ობიექტი: ჩემს მიერ მოძიებული მასალები, რომელზე დაყრდნობითაც შევეცდებით ნათელვყოთ განსახილველი საკითხი.

კვლევითი ხასიათის მუშაობის პროცესში ვეყრდნობოდი რა მნიშვნელოვან მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას ჩვენს ხელთ არსებული მეცნიერთა მიერ დამუშავებული სახელძღვანელოების სახით, პარალელურად ვსარგებლობდი ინტერნეტ-რესურსებით, ფინანსური ხასიათის ჟურნალებით, უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკით და შევეცადეთ ბუღალტრული და სტატისტიკური მეთოდების ერთობლიობის, ეკონომიკური ანალიზის ჩატარების ძირითადი მიმართულებების დახმარებით გაგვეცა პასუხი ნაშრომის ძირითად მიზნებსა და ამოცანებზე.

თავი 1. ბიზნესის მონაწილეები და მათი ინტერესები

1.1. სახელმწიფოს როლი ბიზნესის რეგულირებაში

დღეისათვის მთელი მსოფლიოს ეკონომიკის წარმატებით განვითარების მნიშვნელოვანი საწინდარი არის ბიზნესის განვითარება. ბიზნესი თავისი შინაარსით უამრავ სფეროს მოიცავს, სადაც იქმნება პროდუქცია ან ეწევიან მომსახურებას, ის უბრალო საქმიანობა არ არის და ვინც ეწევა ბიზნესს, მოითხოვს მრავალმხრივ ცოდნას, გამოცდილებას, განჭვრეტის უნარს, თუ როგორ იმოქმედოს, რომ მიღწეული იყოს დასახული მიზანი-მაქსიმალური მოგებით დააკმაყოფილოს როგორც საზოგადოების, ისე პირადი მოთხოვნილებები. ე.ი. ბიზნესი საქმიანობაა, ხოლო პირი, რომელიც ეწევა ამ საქმიანობას ბიზნესმენია. ჩვენ შემთხვევაში ბიზნესმენი საკმაოდ მნიშვნელოვანი კაპიტალის მფლობელია და ბაზრის მოთხოვნილებიდან გამომდინარე, აბანდებს კაპიტალს მიზნის მიღწევისათვის.

ბიზნესის განვითარების პირობები განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიკის განსაზღვრის დონეს და აქედან გამომდინარე, ბიზნესი ხდება ქვეყნის ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი.

ბიზნესი სისტემაა, რომელსაც ახასიათებს ოთხი თვისება:

1. **მიზანშეწონილობა** - რაც იმას ნიშნავს, რომ ბიზნესმენის მიერ წამოწყებულმა საქმიანობამ მიმართულება უნდა მისცეს მოგების მიღების რაციონალური გზების განვითარებას, ვინაიდან ბიზნესის უმაღლესი მიზანი გამომდინარეობს საბაზრო კანონებიდან და ის დამოკიდებულია თავისუფალ კონკურენციაზე. ამდენად საქმიანობა მიზანშეწონილი უნდა იყოს, რომლის მიღწევა განსაზღვრული ტექნოლოგიების არსებობას და ქონას გულისხმობს. ტექნოლოგიების განვითარება კონკრეტული მიზანია ბიზნესში, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყოს ყველა სფეროს.

2. **მთლიანობა** - ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი იკავებს ეკონომიკის ყველა სფეროს იმ ზომით, რა ზომითაც საჭიროა ის, ანუ სხვა სიტყვებით ბიზნესი თავისუფლად შედის იმ სფეროებში, რომლებიც კონკრეტულ შემთხვევაში განსაზღვრავს მის სიცოცხლის უნარიანობას.

როგორც ეკონომიკის თეორიდანაა ცნობილი, საქონელსა და მომსახურეობას თავისი სიცოცხლის უნარიანობის გარკვეული ფაზები გააჩნია, რომელ ფაზებსაც გადის ბიზნესის ნებისმიერი ფორმა. არსებული ფაზების ხანგრძლივობა დამოკიდებულია ბაზრის, მოთხოვნასა და ბიზნესმენის უნარზე, თუ როგორ მიაწვდის ბაზარს საქონელსა და მომსახურეობას.

3. **წინააღმდეგობრიობა**-ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი ყალიბდება წინააღმდეგობების ბაზაზე და ზუსტად აქ არის განვითარების წყარო. წინააღმდეგობები ვლინდება ბიზნესმენსა და დაქირავებულ მუშაკებს შორის, ბიზნესმენსა და სახელმწიფოს შორის, ბიზნესმენსა და მომხმარებელს შორის, რაც დაპირისპირებულთა ერთიანობის კანონს ემორჩილება. ბიზნეს სიტუაციები არ არსებობს ამ წინააღმდეგობების გარეშე, რომელსაც სჭირდება მართვა. წინააღმდეგ შემთვევაში გარდაუვალი იქნება ბიზნესის ნგრევა.

უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნესის პროცესში წინააღმდეგობა ვლინდება არა მხოლოდ ჩვენს მერ ჩამოთვლილ სუბიექტებს შორის, არამედ ადილი აქვს სამოქალაქო ომს, პოლიტიკურ გადატრიალებას, რელიგიურ დაპირისპირებას, ეკონომიკურ კატასტროფას, რომელიც გონებრივ კონტროლს აღარ ემორჩილება და დამანგრეველ დარტყმას აყენებს მიზნებს, რაც სპობს მოქალაქეთა ეკონომიკურ თავისუფლებას და ძირს უთხრის კონკურენციას.

4. **აქტიურობა** - გულისხმობს იმას, რომ ბიზნესი არის სოციალური მოვლენა და ის მჭიდროდ უკავშირდებოდა ქვეყნის სოციალურ სისტემას, ვინაიდან ბიზნესი ხელს უწყობს მოქალაქეთა დასაქმებას და დასაქმების დონის მაჩვენებელი განსაზღვრავს მოსახლეობის ცხოვრების დონეს. ბიზნესის ხელის შეწყობაში

სახელმწიფომ უნდა შეასრულოს მნიშვნელოვანი როლი, სახელმწიფოს მიერ მიღებულმა კანონებმა, რომლის დახმარებითაც ნებისმიერმა პიროვნებამ უნდა შეძლოს საქმის დაწყება ისე, რომ სხვას ზარალი არ მიაყენოს. [ბიზნესი, მართვის უმაღლესი სკოლა, ტომი1 გვ. 18-37]. ამიტომ, მოკლე ექსკურსი სახელმწიფოს როლის შესახებ ბიზნესში.

საბაზრო სისტემა მართალია, ხასიათდება სრულყოფილებით, მაგრამ, ამასთან, ის ძალიან შორს დგას უკონტროლობასთან. საბაზრო ძალები მოითხოვენ რეგულირებას და ამ ფუნქციას სახელმწიფო ასრულებს. სახელმწიფოს საბაზრო რეგულირება შეუძლია მოახდინოს შემდეგი ბერკეტებით: 1) შეზღუდვებისა და წესების დადგენით; 2) მოსახლეობისადმი საზოგადოებრივი სიკეთეების და სატრანსფერო გადასახადის განსაზღვრით; 3) კონკურენციის გაფართოებით; 4) ეკონომიკური სტაბილიზაციის მხარდაჭერით.

ყოველწლიურად აშშ ფედერალური სახელმწიფო კონგრესის მიერ მტკიცდება 400-ზე მეტი ახალი კანონი თუ დებულება. საქართველოსათვის ამ მხრივ რეკორდული იყო 2005 წელი, როდესაც წლის ბოლოს დამტკიცდა 100 - მდე კანონი. გარდა ამისა, ადგილობრივი ხელისუფლება გამოსცემს დამატებით ნორმატიულ აქტებს, რომლებიც ორიენტირებულია მენარმეების სამენარმეო ქცევის წესებზე. სახელმწიფო და მენარმე ერთმანეთთან ამყარებენ კავშირს მაშინ, როდესაც ოფიციალურად ხდება სამენარმეო საქმიანობის რეგისტრაცია. შემდგომ მთელი მისი საქმიანობის პერიოდში მენარმე ანგარიშვალდებულია საგდასახადო, საბაჟო, სახანძრო, სანიტარული თუ სხვა სახელმწიფო ხელმძღვანელობის ორგანოების წინაშე იმ ნორმებისა და ნორმატივების დაცვაზე, რომელიც მის მიერაა დაწესებული. ბაზარი არ გულისხმობს ვაჭრობის სრულ თავისუფლებას. ასე მაგალითად, შეუძლებელია ცალკეული სახეობის წამლის ყიდვა რეცეპტის გარეშე. თავის მხრივ, კომპანიები ვალდებული არიან, თავიანთი მოგების ნაწილი უწილადონ სახელმწიფოს გადასახადების სახით. ამდენად, მყარდება ორმხრივი ურთიერთობა სახელმწიფოსა და ბიზნესს შორის. არსებული საკანონმდებლოს ბაზის ფარგლებში სახელმწიფო იძლევა თავისუფალი ბიზნესის მყარ გარანტიებს, ხოლო ბიზნესი საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულია გადასახადების ფორმით.

იმდენად, რამდენადაც კონკურენცია არის ეკონომიკურად სასარგებლო მოვლენა, სახელმწიფო ვერ დაუშვებს მის შეზღუდვას. ბაზრის იდეალური მოდელის თეორიაში ყველაზე სრულყოფილი არის წმინდა კონკურენციული ბაზარი. ამ თეორიის შესაბამისად, ნებისმიერმა ფირმამ ვერ უნდა მიაღწიოს ისეთ მასშტაბებს, რომ

მოიპოვოს დარგში მონოპოლიზებული მდგომარეობა და დაარღვიოს თავისუფალი ფასწარმოქმნის მექანიზმი, ანუ დააწესოს არაკონკურენციული - მონოპოლისტური ფასები.

პრაქტიკაში ეს კანონზომიერება ხშირად ირღვევა. ის დამოკიდებულია დარგის სპეციფიკასა და წარმოების მასშტაბებზე. მაგალითად, თუ ქიმიკატის საწარმოს კონცენტრაციის მასშტაბები არ მოითხოვს ამ ბიზნესის ზრდას, საავტომობილო წარმოება კი პირიქით, შეიძლება შეამციროს კონცენტრაციის მასშტაბები. რაც უფრო დიდია უკანასკნელი მასშტაბები, მით მეტია წარმოების მოცულობა და შესაბამისად, ბაზრის გაკონტროლების შესაძლებლობანი. იმ ტიპის დარგებს, სადაც დომინირებენ მწარმოებლების პატარა ჯგუფები, ეწოდება ოლიგოპოლიური დარგები. მიუხედავად იმისა, რომ ოლიგოპოლიური კავშირი არ იკრძალება, სახელმწიფო ზღუდავს ამ ტიპის ფირმების გაერთიანებას, რადგანაც ისინი უარყოფითად მოქმედებენ კონკურენციაზე და ხელს უწყობენ ოლიგოპოლიური ფირმების დანესებას.

სახელმწიფო აგრეთვე იყენებს ყველა ღონეს, რათა არ წარმოიშვას მონოპოლისტური კავშირები. მონოპოლია ეს არის დარგში ან ბაზრის ცალკეულ სეგმენტში, ფუნქციონირებადი კომპანია, რომელიც მთლიანად აკონტროლებს საქონლის წარმოებას და ფასებს. ამასთან ის არ აძლევს სხვა კომპანიებს მონოპოლისტურ ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობას და ამით ზღუდავს კონკურენციული გარემოს წარმოქმნის პირობებს. არსებობს ხელოვნური მონოპოლიები. მაგალითად, სახელმწიფოს მიერ შექმნილი კომუნალური მომსახურების მონოპოლიები, სადაც სახელმწიფო მკაცრად აკონტროლებს ბაზარზე მათი ქცევის ნორმებს. XX საუკუნის დასაწყისიდან მონოპოლისტური კომპანიების საქმიანობა იკრძალება მრავალი ქვეყნის კანონით.**[თ.შენგელია, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები, გვ. 43-45]**

ეკონომიკური სისტემა არ ხასიათდება სტაბილურობით. მისთვის დამახასიათებელია, როგორც აღმავლობა ასევე, დაღმავლობა და რეცესია, ანუ ის პერიოდი, როდესაც მიმდინარეობს ეროვნული შემოსავლის მკვეთრი დაცემა, ეცემა წარმოება და დასაქმება. 1954 წლიდან აშშ-ს ეკონომიკაში ეკონომისტები ითვლიან აღმავლობისა და

დაღმავლობის, ეკონომიკური ციკლის 34 შემთხვევას. საშუალო აღმავლობის პერიოდი გრძელდება 3 წელი, მაშინ როდესაც რეცესიის პერიოდი - 11 თვეა. საქართველოში უკანასკნელ წლებში ეკონომიკური დაცემის პერიოდი გრძელდება 1992-1996 წლებში, 1997-1999 ეკონომიკამ დაიწყო გამოცოცხლება, ხოლო 2003 წლიდან იგრძნობა აღმავლობა.[თ. შენგელია, სამეცნიერო შრომა-ეკონომიკური ციკლები და საქართველოს რეალობა, სფ-ის შრომა, ტ.VIII, თბ., 2004 წ.]

მიუხედავად იმისა, რომ ეკონომიკური ციკლები პროგნოზირებადია, მათ ახლავთ ეკონომიკისთვის როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი მოვლენები. დაცემის პერიოდში მომხმარებლის მიერ საქონლის შესყიდვა მცირდება, ამას თან ახლავს უმუშევრობის ზრდა და კომპანიების დახურვა, რაც კიდევ უფრო ამცირებს მოხმარებას. იმისათვის, რომ ეს ეკონომიკური პრობლემები დარეგულირდეს, სახელმწიფო მიმართავს კონტრზომებს. მანიპულირებს გადასახადით, საპროცენტო განაკვეთით, ფულადი მასის საერთო მოცულობით. ეკონომიკურ სიტემაზე ზემოქმედების მიზნით, ის იყენებს საგადასახადო (ფისკალურ), ფულად-საკრედიტო და მონეტარულ პოლიტიკას. საგადასახადო (ფისკალური) პოლიტიკის არის მდგომარეობს სახელმწიფოს შემოსავლებისა და გასავლების რეგულირებაში, ეკონომიკური ზრდის, როგორც სტიმულირების, ასევე შეჩერების მიზნით. ფულად-საკრედიტო (მონეტარული) პოლიტიკა გამოიყენება ფულადი მასის ზრდის შემცირებისთვის, მთლიანად ეკონომიკურ სისტემაზე ზემოქმედების მიზნით.[თ. შენგელია, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები, გვ.46]

იმ შემთხვევაში, თუ სამეწარმეო აქტივობა ეცემა და იზრდება უმუშევრობა, ხელის-უფლება იძულებულია, აიღოს სახელმწიფოს სესხი, რაც მიიღწევა ობლიგაციების ან სხვა სახელმწიფო ქალაქდების გამოშვებით, რათა ამ გზით ამოღებული სახსრები ბიზნესის მხარდაჭერასა და უმუშევრობის შეკავებას მოახმაროს. აქ თავისი სიტყვა უნდა თქვას საგადასახადო პოლიტიკამ.

მიუხედავად იმისა, რომ საგადასახადო პოლიტიკამ დაამტკიცა თავისი ეფექტიანობა, ხშირად ეკონომიკაში ჩამოყალიბებული სიტუაცია აძნელებს მის ზემოქმედებას ეკონომიკურ ციკლებზე. საგადასახადო პოლიტიკას გააჩნია პირდაპირი კავშირი

მეორე მოვლენასთან, რომელიც მოითხოვს ასევე სახელმწიფოს მხრიდან რეგულირებას. ეს არის ინფლაცია, რომელიც აისახება საქონლისა და მომსახურების ფასების მკვეთრ ზრდაში. ინფლაცია შეიძლება გამოიწვიოს მრავალმა ფაქტორმა (მაგალითად იმპორტირებულ საქონელზე ფასების ზრდამ), მაგრამ მათ შორის ყველაზე არსებითია სახელმწიფო სესხები, ბრუნვაში მყოფი ფულის საერთო მასა იზრდება. თუ დიდი ფულადი მასა მოდის საქონლისა და მომსახურების უცვლელ რაოდენობაზე, ინფლაცია ზრდის ტენდენციით ხასიათდება.

თეორიულად, სახელმწიფომ ინფლაციის ტემპის ზრდის შემთხვევაში უნდა დათუროს თავისი ვალი ეკონომიკურად ზედმეტი ფულის მასის ამოღების გზით, რის საფუძველზეც, ინფლაციის ტემპები ეცემა საშუალო ინფლაციის დონემდე. ეს სისტემა წარმატებულად მუშაობდა XX საუკუნის 50-იან 60-იან წლებში, მაგრამ 90-იან წლებში ამ დონისძიებათ მიუხედავად, ინფლაცია მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში კვლავაც გამოცოცხლდა და 14%-ს მიაღწია.

ინფლაციის ასეთი დონე იწვევს საზოგადოების ეკონომიკური აქტივობის შემცირებას. ადამიანები მარაგების შექმნის მიზნით, „ინფლაციური მოლოდინის“ რეჟიმში ყიდულობენ მეტ საქონელს, ისინი არ ერიდებიან კრედიტის აღებასაც. კრედიტების მოპოვებისათვის კონკურენციულ ბრძოლაში იზრდება საპროცენტო განაკვეთები, რაც სარისკოს ხდის მწარმეების მხრიდან საკრედიტო რესურსების ათვისებას და ამცირებს საქმიან აქტივობას.

ფირმები და მოსახლეობა, იმის მაგივრად, რომ ფული ჩადონ ახალი სანარმოების მშენებლობაში, ანუ ისეთ სფეროში, რომელიც უფრო მნიშვნელოვანია ეკონომიკისათვის, ზრდის ფულის ხარჯვას, მიმდინარე საჭიროებისათვის.

ამ ფსიქოლოგიური თავისებურების გამო, ძნელი ხდება ინფლაციის ტემპების მოთოკვა, რაც ამცირებს მოსახლეობის ბიზნესაქტიურობას.

ეკონომიკრი სტაბილიზაციის ერთ-ერთი მეთოდი არის დოლარის კურსის რეგულირება. დოლარის ფასის მანიპულირებით, მთავრობას შეუძლია, ასტიმულიროს ან პირიქით - შეაკოვოს იმპორტისა და ექსპორტის მოცულობა. იმდენად, რამდენადაც

საერთაშორისო ვაჭრობა დღეს შეადგენს ევპ-ს მნიშვნელოვან ნაწილს, ის არსებით ზეგავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკური სტაბილურობის დონეზე.

ლარის მაღალი კურსის შემთხვევაში, შესაძლებელია, ვიყილოთ მეტი დოლარი, იენი, ინგლისური ფუნტი-სტერლინგი და სხვა. ეს აიაფებს საზღვარგარეთიდან შემოსატან პროდუქციას და პირიქით - საზღვარგარეთ აძვირებს ქართულ პროდუქციას. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ, „ძვირი“ ლარი ასტიმულირების იმპორტს და აკავებს საქონლის ექსპორტს. ლარის დაბალი კურსის შემთხვევაში, ექსპორტზე ორიენტირებული კომპანიები განიცდიან ზარალს, ხოლო ქვეყანა განიცდის სასაქონლო ბალანსის დეფიციტს. როცა ლარი „ძვირია“ შეიმჩნევა საპირისპირო სიტუაცია. ეს პროცესიც ართულებს ბიზნესის თავისუფლებას და ბუნებრივია, ბიზნეს-პროცესების სტადიაზე იქმნება ერთგვარი ცარიელი სივრცე ხარჯების განევასა და შესაბამისი შემოსავლების მიღებას შორის.

ერთ-ერთი ფაქტორი, რომელიც განსაზღვრავს საერთაშორისო გაცვლებში ლარის ფასს, არის სახელმწიფოს ფულად-საკრედიტო პოლიტიკა. როდესაც სახელმწიფო ამცირებს ფულად მასას, საპროცენტო განაკვეთები იზრდება, ხოლო ინფლაციის ტემპი მცირდება. ასეთი პირობები იზიდავს ინვესტორებს. საქართველოში ფული შემოედინება, რაც ზრდის ლარის „ფასს“ სხვა ვალუტასთან შედარებით. უკანასკნელს შეიძლება გააჩნდეს ორი მნიშვნელოვანი შედეგი: ჯერ ერთი, საზღვარგარეთის კომპანიები განიცდიან საინესტიციო კაპიტალის დეფიციტს, რადგანაც ფული, რომელიც მათ გააჩნიათ ბანდდება საქართველოს ეკონომიკაში; მეორეს მხრივ - ქართველი ექსპორტიორები არ აწყდებიან სიძნელეებს საქონლის საზღვარგარეთ გაყიდვის პროცესში, რის გამოც იზრდება წარმოების მოცულობა და მცირდება უმუშევრობა.

და პირიქით, როდესაც სახელმწიფო ზრდის დაფინანსების მოცულობას, როგორც ეს იყო საქართველოში 2004-2006 წლებში, საპროცენტო განაკვეთები იზრდება. ეს იწვევს საქართველოს ეკონომიკაში საზღვარგარეთის დაბანდებისა და ლარის შემცირებას. ექსპორტი მცირდება, ხოლო იმპორტი იზრდება. ლარის ფასსა და სხვა ვალუტების ოპტიმალური თანათარდობის დადგენა ერთობ რთულია, რადგანაც ის

დამოკიდებულია არა მარტო საქართველოზე, არამედ სხვა ქვეყნებზეც. რეალობა ასეთია - როგორც არ უნდა გვინდოდეს იდეალური ფინანსური კლიმატის შექმნა, არავითარ ძალებს, მათ შორის სახელმწიფოს, არ შეუძლია ეკონომიკური განვითარების სრული გაკონტროლება, რაც თავის მხრივ დარტყმას აყენებს ქვეყნის ბიზნესს და მოსახლეობას.

ნებისმიერი ბიზნესის წარმართვაში სახელმწიფოსთან ერთად მონაწილეობენ ბიზნესის სუბიექტები და ობიექტები. ბიზნეს-საქმიანობის **ობიექტს** წარმოადგენს ის სამეურნეო-ეკონომიკური საქმიანობა, რომელსაც ეწევა ბიზნესმენი. მას შეუძლია განახორციელოს სამეურნეო საქმიანობის ნებისმიერი სახეობა, რომელიც არაა კანონით აკრძალული: კომერციული შუამავლობა, სავაჭრო-საშემსყიდველო, ინოვაციური, საკონსულტაციო და სხვა საქმიანობა, ფასიან ქაღალდებთან დაკავშირებული ოპერაციები.

ამასთანავე, ბიზნესის ზოგიერთი სახეობის განხორციელებისათვის საჭიროა სახელმწიფოსა და ადგილობრივი მმართველობის ორგანოების ან სპეციალური ორგანოების ნებართვა. არის მენარმეობის ზოგიერთი სახეობა, რომელიც საჭიროებს საკვალიფიკაციო ატესტატის ან სხვა სპეციალური განათლების დამადასტურებელი დოკუმენტის ქონას. ამ სახის ბიზნესში დასაქმებულისთვის გაიცემა სპეციალური ნებართვა.

ბიზნეს-საქმიანობის ნებართვაში აისახება მისი მოქმედების ვადა. ნებართვა შეიძლება არ იქნეს გაცემული თუ საქმიანობა არ შეესაბამება ქვეყნის კანონმდებლობის მიერ დადგენილ ეკოლოგიურ ან სამეცნიერო ნორმებს, ან კანონით გათვალისწინებულ სხვა მოთხოვნებს. ნებართვაზე უარის შემთხვევა შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში.

სახელმწიფო კანონებში ჩამოთვლილია ნუსხა იმ სამეწარმეო საქმიანობათა სახეობებისა, რომელთა შესრულება მხოლოდ სახელმწიფო საწარმოებს შეუძლიათ. ასეთ სახეობებს განეკუთვნება იარაღის, საბრძოლო საშუალებების, აგრეთვე საბრძოლო იარაღის შეკეთება, ნარკოლოგიური პრეპარატების წარმოება და

რეალიზაცია, ძვირფასი ლითონების გადამუშავება, რადიოაქტიური ელემენტების წარმოება და ა.შ.

სამენარმეო საქმიანობის ცალკეული სახეობები შეიძლება განხორციელდეს სპეციალური ლიცენზიის საფუძველზე, რომელთა გაცემის წესი და საქმიანობათა ჩამონათვალი განისაზღვრება ქვეყნის მთავრობის ან სხვა უფლებამოსილი ორგანოების მიერ (მაგ, საბანკო, სადაზღვეო, საბირჟო, სამშენებლო და ა.ს> საქმიანობები).

საქართველოში სამენარმეო საქმიანობაზე *ლიცენზიები* და *ნებართვები* გაცემა ისეთ სახეობებზე, რომელიც ხასიათდება ადამიანის სიცოცხლისათვის ან ჯანმრთელობისათვის მომეტებული საფრთხით, შეიცავს სახელმწიფოსა და საზოგადოების განსაკუთრებულ ინტერესებს ან დაკავშირებულია სახელმწიფო რესურსებით სარგებლობასთან.

ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვავოთ ლიცენზია და ნებართვა. ლიცენზია - არის სახელმწიფო ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ, ადმინისტრაციული აქტის საფუძველზე, ფიზიკური და იურიდიული პირისათვის კანონით დადგენილი პირობების დაკმაყოფილების საფუძველზე მინიჭებული განსაზღვრული საქმიანობის განხორციელების უფლება. *ნებართვა* - არის განსაზღვრულია ან განუსაზღვრელი ვადით ქმედების განხორციელების უფლება, რომელიც უკავშირდება მენარმეობის ობიექტს და ადასტურებს ამ განზრახვის კანონით დადგენილ პირობებთან შესაბამისობას.

ფართო გაგებით, სამენარმეო საქმიანობის ობიექტებს წარმოადგენს ყველაფერი რასაც შეუძლია მოგების მოტანა. ეს არის ქონება, საქონელი (სამუშაო და მომსახურება), ფული და ფასიანი ქაღალდები, ინფორმაცია, ინტელექტუალური საქმიანობის შედეგები (პატენტები, ლიცენზიები, მეცნიერების მიღწევები, „ნოუ-ჰაუ“). სამენარმეო საქმიანობის ობიექტები, როგორც წესი, შეიძლება იყოს თავისუფალი ყიდვა-გაყიდვის საგანი.

განასხვავებენ უძრავ და მოძრავ ქონებას. უძრავ ქონებას განეკუთვნება ის ობიექტები, რომელთა გადაადგილება შესაძლებელია მათთვის ზიანის მიყენების

გარეშე ან საერთოდ არ გადაადგილდებიან. ესენია შენობები, დანადგარები, მიწის ნაკვეთები, ნარგავები, წიაღისეულის საბადოები, და ა.შ. **მოდრავ** ქონებას განეკუთვნება ყველაფერი, რაც არ განეკუთვნება უძრავ ქონებას. ასეთებია მაგალითად, ავეჯი, საყოფაცხოვრებო ტექნიკა, ფული, ფასიანი ქაღალდები სა ა.შ.

ბიზნეს-საქმიანობის ობიექტს წარმოადგენს ასევე *საწარმო - ქონებრივი კომპლექსი*, რომლითაც ხდება მენარმეობრივი საქმიანობის გახორციელება. საწარმო ან მისი ნაწილი წარმოადგენს უძრავ ქონებას და შეიძლება იყოს ყიდვა-გაყიდვის ობიექტი.

საწარმოს ქონებაში შედის ყველაფერი, რაც საჭიროა მისი საქმიანობისათვის: მიწის ნაკვეთი, შენობები, მონყობილობები, ნაგებობები, ნედლეული, მზა პროდუქცია, საფირმო დასახელება, სავაჭრო ნიშნები, ინტელექტუალური საკუთრება (პატენტები, ლიცენზიები, „ნოუ-ჰაუ“ და სხვა.).[**ი.მესხია, თბ., 2012 წ. გვ.70-75**]

სამენარმეო საქმიანობის სუბიექტებს წარმოადგენს პირები, რომლებსაც შეუძლიათ მოცემული საქმიანობის განხორციელება. სამენარმეო საქმიანობით შეუძლია დაკავდეს ნებისმიერი მოქალაქე შეუზღუდავი უფლებით, ნებისმიერი უცხოელი მოქალაქე და მოქალაქეობის არამქონე პირი კანონით დადგენილი წესით, აგრეთვე მოქალაქეთა გაერთიანება - კოლექტიური მენარმეები (პარტნიორები).

ბიზნესის სუბიექტები იყოფიან *ფიზიკური* და *იურიდიულ პირებად*.

ფიზიკური პირი - არის მოქალაქე, რომელიც ხასიათდება უფლებაუნარიანობით და ქმედითუნარიანობით. *უფლებაუნარიანობაში* იგულისხმება ადამიანის უნარი გააჩნდეს სამოქალაქო უფლება და მოვალეობები. ასეთ უფლებას წარმოადგენს ქონებაზე უფლება, უფლება განახორციელოს მენარმეობა და სხვა კანონით ნებადართული საქმიანობა, შექმნას საწარმო, განახორციელოს ნებისმიერი კანონიერი გარიგება (მათ შორის, გარიგებები შესყიდვა-გაყიდვაზე), აიღოს თავის თავზე შესაბამისი ვალდებულება და ა.შ. *ქმედითუნარიანობა* გულისხმობს ადამიანის უნარს თავისი ქმედებებით მოიპოვოს და შექმნას იურიდიული ვალდებულებები, პასუხი აგოს

კანონდარღვევებზე. საქართველოს კანონმდებლობით ქმედითუნარიანად ითვლება მოქალაქე, რომელმაც მიაღწია სრულ ასკს. ჩვენს ქვეყანაში ნებისმიერ მოქალაქეს აქვს უფლება იქონიოს ნებისმიერი ქონებრივი უფლება და ნებისმიერი ვალდებულება, გარდა კანონით აკრძალულისა. ქმედითუნარიანობისა და უფლებაუნარიანობის ჩამორთმევა მოქალაქისთვის ხდება სასამართლო წესით.

იურიდიული პირი - არის ორგანიზაცია (ადამიანთა ჯგუფი, რომელთა საქმიანობა კოორდინირდება საერთო მიზნის მისაღწევად), რომელსაც საკუთრებაში, სამეურნეო განკარგვაში ან ოპერატიულ მართვაში გააჩნია გამოცალკევებული ქონება და ამ ქონებით პასუხობს თავის ვალდებულებებს. იურიდიულ პირს შეუძლია თავისი სახელით შეიძინოს ქონებრივი და არაქონებრივი უფლებები, აიღოს ვალდებულებები და იყოს მოსარჩელე და მოპასუხე სასამართლოში. იურიდიულ პირს უნდა გააჩნდეს დამოუკიდებელი ბალანსი და ხარჯთაღრიცხვა (ბიუჯეტი).

ბიზნეს-საქმიანობაში მონაწილეობენ *აქტიური* და *პასიური* სუბიექტები. ასეთი კლასიფიკაცია ფორმალური ხასიათისაა, რადგან ორივე მათგანი ბიზნესის აუცილებელი ელემენტია. ბიზნესის პასიური მხარეა ყველა ის წარმოების საშუალებები (შრომის საშუალებები და შრომის საგნები), რომლებიც გამოიყენებიან მატერიალური და სულიერი სიკეთის შექმნის პროცესში. მაგალითად, ბიზნესისათვის პასიური მხარეა შენობები, ნაგებობები, მასალები, სათბობები, ტექნიკური მოწყობილობანი და ა.შ. მოკლედ, რომ ვთქვათ, პასიურია ყოველივე ის, რომელიც ადამიანის ზემოქმედების შედეგად გამოიყენება ან გარდაიქმნება წარმოების პროცესში.[*ი.მესხია, თბ., 2012 წ. გვ.76-77*]

გავიხილოთ ბიზნესის აქტიური სუბიექტები, მათი როლი და ამოცანები ბიზნეს-საქმიანობაში.

თავიდანვე შევნიშნოთ, რომ ბიზნესის აქტიური სუბიექტია ის, ვისაც ეკისრება პასუხისმგებლობა და ვინც უფლებამოსილია აწარმოოს ესა თუ ის ბიზნეს-საქმიანობა, უფრო გასაგებად რომ ვთქვათ, ბიზნესის სუბიექტია - ბიზნესმენი, რომელსაც ეკისრება ბიზნეს საქმიანობის ხელმძღვანელობა და მართვა.

ბიზნესში მონაწილე სუბიექტების კლასიფიკაცია შეიძლება აგრეთვე მათი ფუნქციონალური სპეციალიზაციის ნიშნების მიხედვით:

- **მენარმეები** - ისინი, ვინც ახორციელებენ ინიციატივიან საქმიანობას თავისი რისკით და თავისი იურიდიული და ეკონომიკური პასუხისმგებლობით. ასეთი საქმიანობა შეიძლება განახორციელოს როგორც ფიზიკურმა და იურიდიულმა პირებმა, ასევე მენარმეთა გაერთიანებამ და სამენარმეო ასოციაციებმა;

- **ინდივიდუალური და კოლექტიური მომხმარებლები** - ისინი, ვინც მოიხმარს ბიზნესის მიერ შექმნილ საქონელს და მომსახურებას. მათ რიცხვში შედის აგრეთვე მომხმარებელთა კავშირები და ასოციაციები. მომხმარებლის გარეშე ბიზნეს-საქმიანობა კარგავს თავის მიზანს, ამიტომაც ისინი უნდა იქნენ განხილული ბიზნესში მონაწილე სუბიექტებად;

- **მომუშავეები (დასაქმებული შრომითი რესურსები)** - ისინი, ვინც ეწევა თავისი შრომით საქმიანობას ქირავნობის (დროებით მომუშავე, კონტრაქტით მომუშავე) ან სხვა ტიპის გარიგებების საფუძველზე. მათ რიცხვს განეკუთვნება აგრეთვე სხვადასხვა დარგობრივი და გაერთიანებული პროფესიული კავშირები;

- **სახელმწიფო და რეგიონული (მუნიციპალური) მართვის ორგანოები** - ისინი, ვინც მენარმებს აძლევს სახელისუფლებო დაკვეთას, განსაზღვრავს ტარიფებს, აწესებს გადასახადებს, საბაჟო რეჟიმებს და ა.შ. მაგალითად, ქვეყნის თავდაცვის სამინისტრო შეისყიდის ფერმერებისგან სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას ჯარისკაცების კვებისთვის, რითაც აღნიშნული სახელმწიფო ორგანო ხდება ბიზნესის მონაწილე. ამ ჯგუფს მიაკუთვნებენ აგრეთვე სახელმწიფო მოხელეებს, თუმცა თუ მათ ფუნქციებში არ შედის ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირებასთან დაკავშირებული საკითხების გადანაცვება, ისინი ჩვეულებრივ ინდივიდუალურ მომხმარებელთა კატეგორიაში უნდა გაერთიანდეს. ნებისმიერ შემთხვევაში საჯარო მოხელე ბიზნესში მონაწილე სუბიექტია;

- **საერთაშორისო და ეროვნული საზოგადოებრივი ორგანიზაციები** - ისინი, ვინც ამ ორგანიზაციების ეგიდით ხელს უწყობენ ბიზნესის განვითარებას, იღებენ ამ კუთხით დირექტიულ გადანაცვებებს ან გამოდიან საქონლისა და მომსახურების მყიდველის როლში. მაგალითად, ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია ბიზნესში

მონაწილე სუბიექტია, რადგან იგი ადგენ საერთაშორის ვაჭრობის (ბიზნესის) თამაშის წესებს;

- **არაკომერციული ორგანიზაციები, ფონდები, დანესებულებები** - ისინი, ვინც არ ითვალისწინებს მოგების მიღებას, მაგრამ მონაწილეობენ კომერციულ ურთიერთობებში. მართალია, ისინი სუფთა სახით მოგებაზე არ არიან ორიენტირებული, მაგრამ მათი მეშვეობით ხდება სხვადასხვა სამუშაოების შესრულება, რომლისათვისაც მათ უხდებათ ბიზნესთან ურთიერთობა. მეორე მხრივ, ისინი, მსგავსად სახელმწიფო ორგანოებისა, არიან ბიზნესის მიერ წარმოებული საქონლისა და მომსახურების მომხმარებლები.

ბიზნესში მონაწილე სუბიექტების სტრუქტურა სქემატურად შეიძლება

წარმოვიდგინოთ შემდეგნაირად:

ბიზნეს	მენარმეები
	დაქირავებული მუშაკები
	მომხმარებლები
სუბიექტები	სახელმწიფო და რეგიონული მართვის ორგანოები
	საერთაშორისო ორგანიზაციები
	არაკომერციული ორგანიზაციები, ფონდები, დანესებულებები

1.2. ბიზნესის საზოგადოებრივი ინტერესები და მისი კრეატიული ორიენტები

ცალკე ავტონომიურად აღებული არცერთი ბიზნესი არ ხორციელდება საზოგადოებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე. ავტონომიური ბიზნესის ამოცანაა მაქსიმალური მოგების მიღება, რაც საზოგადოებრივ ინტერესში არ შედის. საზოგადოებრივი ინტერესების არეალში შედის მთლიანად სახელმწიფოს და მისი თითოეული მოქალაქის, მისი თითოეული წევრის მატერიალურ და სოციალურ მოთხოვნილებათა რაც შეიძლება მაქსიმალური დაკმაყოფილება. ერთი სიტყვით, საზოგადოებრივი ინტერესის საგანია ბიზნესის მიერ მატერიალური და სულიერი დოვლათის, სიუხვის შექმნა და ამ ინტერესის სარეალიზაციოდ სახელმწიფომ ბიზნესს უნდა შექმნას მისი ფუნქციონირებისა და განვითარებისათვის საჭირო ხელსაყრელი პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური გარემო.

თუ ჩვენ ბიზნესს განვიხილავთ არა იზოლირებულად და განცალკევებულად, არამედ ინტეგრირებულად, ერთიანად, მაშინ შეიძლება ითქვას, რომ იგი ემსახურება საზოგადოებრივ ინტერესებს, რადგან ბიზნესი ერთიანობაში ქმნის იმ მატერიალურ და სულიერ პროდუქტებს, რომლის მომხმარებელია საზოგადოება. მთლიანობაში ბიზნესის ინტერესები, რომლის მამოძრავებელია მოგების მიღება, თანხვედრია საზოგადოებრივი ინტერესების. აქ ერთ მნიშვნელოვან გარემოებას უნდა მივაქციოთ ყურადღება. საზოგადოება კაცობრიობის განვითარების არცერთ ეტაპზე არ წარმოადგენს არც ადამიანებისა და არც ბიზნესის მექანიკურ გაერთიანებას. საზოგადოება ეს არის სისტემა, სადაც თითოეული ინდივიდის (ადამიანის) მოთხოვნილება სპეციფიკურია და განსხვავებულია ერთმანეთისგან ზოგადად. ასევე, საზოგადოებაში (სახელმწიფოში) ბიზნესი არაა ერთგვაროვანი, ერთი სახის ან ერთი რომელიმე საქონლის მწარმოებელი, არამედ იგი წარმოდგენილია მრავალფეროვნებით. ბიზნეს-საქმიანობის არაერთგვაროვნება თვით საზოგადოების მოთხოვნილების არაერთგვაროვნებითა განპირობებულია.[ი.მესხია, ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2012 წ. გვ.77-78]

განსხვავებული საზოგადოებრივი მოთხოვნილების დაკმაყოფილება შესაძლებელია ერთმანეთისგან განსხვავებული ბიზნეს-საქმიანობის შედეგად წარმოებული, ასევე ერთმანეთისგან განსხვავებული საქონლისა და მომსახურების

შექმნით. ეს ნიშნავს, რომ ბიზნესის ერთი სახეობის მიერ შექმნილი საქონელი საზოგადოების მოთხოვნილებას მხოლოდ ამ საქონელზე აკმაყოფილებს, მეორე სახეობის ბიზნესის მიერ შექმნილი კი საზოგადოების მეორე მოთხოვნილებას აკმაყოფილებს და ა.შ. მაგალითად, პურის ბიზნესი აკმაყოფილებს საზოგადოების მოთხოვნილებას პურზე, ტანსაცმლის ბიზნესი - ტანსაცმელზე და ა.შ. მაგრამ, აქ საქმე გვაქვს ადამიანისთვის დამახასიათებელ ერთ მნიშვნელოვან მოთხოვნასთან, რომელსაც ჰქვია პროდუქტების გაცვლისაკენ მიდრეკილება. ადამიანთა ურთიერთობების ნებისმიერი ფორმისათვის დამახასიათებელია გაცვლის თვისება. გაცვლითი ურთიერთობა არა მხოლოდ ბიზნესის, არამედ მთელი საზოგადოებისათვის დამახასიათებელი უმნიშვნელოვანესი თვისებაა. გაცვლის ფენომენი მხოლოდ გონიერი ცოცხალი არსებისთვისაა დამახასიათებელი და ასეთი ბუნებამ მხოლოდ ადამიანი შექმნა. ამიტომაც ადამიანთა ერთი ნაწილი ქმნის ბიზნესის ერთ სახეობას, მეორე - მეორე სახეობას და ა.შ., რომელთა მიერ წარმოებული საქონელი და მომსახურება იცვლება ადამიანების სხვადასხვა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. გაცვლის თვისება არის ის მთავარი მოტივაცია, რომელმაც შესაძლებელი გახადა ბიზნესის საქმიანობის დანაწილება და სპეციალიზაცია ცალკეული სახეობების მიხედვით. საქონლის გაცვლის შესაძლებლობამ ბიზნესი იმდენ მიმართულებებად და სახეობებად დაანაწილა, რამდენ საქონელსა და მომსახურებაზეც არსებობს მოთხოვნილება საზოგადოებაში. რამდენადაც მოთხოვნილება არაა შემოსაზღვრული და კაცობრიობის განვითარების კვალდაკვალ წარმოიშობა ახალ-ახალი მოთხოვნილებები, ბიზნესიც შეაბამისად უფრო მრავალფეროვანი, დინამიური და განვითარებადი ხდება.

ბიზნესის იდეოლოგია დაფუძნებულია შრომის საზოგადოებრივ დანაწილებაზე. ეს უკანასკნელი კი, თავის მხრივ, განპირობებულია ადამიანების ბუნებრივი თვისებებით - ერთმანეთში გაცვალონ პროდუქტები (საქონლისა და მომსახურების) შრომის დანაწილებაში სინთეზირდება თითოეული ადამიანის ეგოისტური და საზოგადოებრივი ინტერესები. ადამიანი მუშაობს რა თავისთვის, ის უპირველესყოვლისა აკმაყოფილებს თავის პირად მოთხოვნილებას. ამ მიზნით კი სპეციალიზირდება საქმიანობის ერთ

რომელიმე ცალკეულ საქმიანობაზე. მაგრამ ადამიანი თავისი შრომის შედეგად აკმაყოფილებს არა მხოლოდ საკუთარ მოთხოვნილებებს მატერიალურ და სულიერ დოვლათზე, არამედ სხვებსაც, მაგრამ არა მუქთად, უფასოდ, არამედ მან სხვებზე გაცემული დოვლათის (ფასეულობის) სანაცვლოდ უნდა მიიღოს საზღაური ფულის ან სხვა სახის დოვლათის სახით, რათა დაიკმაყოფილოს საკუთარი მოთხოვნილება სხვა სახის დოვლათზე.

მარტივი მაგალითი: ფერმერმა თავის საოჯახო მეურნეობაში მოიყვანა ხილის მოსავალი, რომლის ნაწილი მოიხმარა თვითონ, ხოლო მეორე ნაწილი გაყიდა ბაზარზე. ამით მან თავისი ხილი გაცვალა სხვა პროდუქტებზე, რა თქმა უნდა, ფულის მეშვეობით. ხილის გაყიდვიდან მიღებული თანხით მან შეიძინა სამრეწველო საქონელი: ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და ა.შ. ამრიგად, შედგა ბიზნესი, საქონლის ერთი სახეობა გაიყვალა საქონლის სხვა სახეობაში. ამ ბიზნეს-ურთიერთობაში გამოვლინდა მისი ეგოისტური ხასიათი. ხილი მყიდველს (მომხმარებელს) მიეწოდა არა ფერმერის შეწყალებით, არამედ ეგოისტური ინტერესით. მან მიიღო ხილის საზღაური, რომელშიც შედის მოგება (ხილის მოყვანაზე დანახარჯებს პლიუს რაღაც დანამატი, რომელსაც საალრიცხვო ლიტერატურაში მოგების მარჟა ეწოდება). ერთი სიტყვით, მენარეებს უნდათ „ფულის კეთება“, ხოლო მომხმარებლებს - ჭამა, ჩაცმა, დახურვა და ა.შ.

ბიზნეს-ურთიერთობებს ახლა შევხედოთ სხვა კუთხით. ჩვენ უკვე ვიცით, რომ ბიზნესს თან ახლავს ეგოისტური ინტერესი, მაგრამ არ ვიცით შეიცავს თუ არა იგი საზოგადოებრივ ინტერესს. ჩვენ უნდა დავამტკიცოთ, რომ ბიზნესის მიერ მიღებული მოგება არაა უშრომელად მიღებული სიდიდე. ნებისმიერი ბიზნესი მოითხოვს ადამიანის გააზრებულ მოქმედებას, შემოქმედებით მიდგომას. ბიზნესი აერთიანებს წარმოების ფაქტორებს, ამას კი სჭირდება შემოქმედებითი, კრეატიული მიდგომა, ანუ ადამიანების გონების და ენერჯის ხარჯვა. ბიზნესს რომ მოკიდო ხელი, უპირველეს ყოვლისა, უნდა შეისწავლო საზოგადოებრივი მოთხოვნილება იმ საქონელზე, რომლის წარმოებასაც აპირებ. ამის შესწავლას (ანუ ბაზრის გამოკვლევას) სჭირდება ცოდნა, ანალიზი, პროგნოზირება ანუ გარკვეული კვალიფიკაცია. შემდგომ ეტაპებზე

უნდა მოიძიო რესურსები, წარმოების ფაქტორები, შრომითი რესურსები და ა.შ. ყველაფერს ამას სჭირდება ცოდნა, ინდივიდუალური მიდგომა, გონებრივი, ინტელექტუალური ენერჯის ხარჯვა. მაშასადამე, ბიზნესმენი, მეწარმე, გარდა მატერიალურისა, საქონლის წარმოების მთელ ეტაპებზე ხარჯავს თავის გონივრულ, შემოქმედებთ ენერჯიას, მაქსიმალურად იყენებს თავის ცოდნას და გამოცდილებას. ისმება ლოგიკური კითხვა - ამ ინტელექტუალური, შემოქმედებითი შრომისათვის მას ეკუთვნის თუ არა საზღაური? პასუხი ცალსახაა. ეკუთვნის და ღებულობს კიდევაც მოგების სახით. ბუნებრივია, რაც უფრო წარმატებულად და საზოგადოების ინტერესების შესაბამისად წარმართავს ბიზნესს, მით მეტ მოგებას მიიღებს.

ბიზნესმენის, მეწარმის შრომა, რომლითაც შეიქმნა საზოგადოებისათვის საჭირო მატერიალური და სულიერი დოვლათი, ეგოისტურთან ერთად საზოგადოებრივი ინტერესების მატარებელია. რომ არ შექმნიყო ასეთი პროდუქტი, საზოგადოება ვერ დაკმაყოფილდებოდა მასზე მოთხოვნილებით, რაც გამოიწვევდა შიმშილს, სიცივეს და ა.შ. ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ბიზნესის ეგოისტური ინტერესები და საზოგადოებრივი ინტერესების თავსებადობა და სწორედ მათი ერთიანი უკომპრომისო თანაარსებობით მიიღწევა საზოგადოებრივი პროგრესი, მოსახლეობის მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება. საზოგადოებას გათვითცნობიერებული აქვს, რომ ბიზნესის გარეშე შეწყდება ადამიანთა არსებობა, ამიტომ იგი შეგუებულია ბიზნესის ეგოისტურ ინტერესებს. ასევე, ბიზნესს გაცნობიერებული აქვს, რომ მისი საქმიანობის საბოლოო პროდუქტის (საქონლისა და მომსახურების) მომხმარებელია საზოგადოება, ადამიანები, ამიტომაც მათი ორიენტაცია მიმართულია შექმნან ისეთი დოვლათი, რომელზედაც იქნება საზოგადოებრივი მოთხოვნილება, გამომდინარე აქედან, შეიძლება ითქვას, რომ ბიზნესსა და საზოგადოების ინტერესები, მიუხედავად მათი იდეოლოგიური არათანხვედრისა, ისინი პრაქტიკულად თანარსებობენ, ბალანსდებიან როგორც საბაზრო კანონმდებლობის თანახმად, ასევე სახელმწიფოს ეგზოგენური ჩარევით, რათა უზრუნველყონ საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება მატერიალურ და სოციალურ დოვლათზე.

თითოეული ადამიანი სხვასთან საქმიან ურთიერთობაში შედის გარკვეული ეკონომიკური ინტერესების ზემოქმედებით, რაც განპირობებულია პიროვნების სხვადასხვა მოთხოვნილებით. ინტერესები, თავის მხრივ, განსაზღვრავს მიზნებს, რომელიც ძირითადად არის ორი ტიპის:

- შედარებით ხელსაყრელი პირადი მდგომარეობის უზრუნველყოფა;
- საზოგადოებრივი უზრუნველყოფა საჭირო საქონლით და მომსახურებით.

საზოგადოების უზრუნველყოფა საქონლით და მომსახურებით შეიცავს შემდეგ საზოგადოებრივ მიზნებს: პარტნიორულ ურთიერთობათა შენარჩუნება და განმტკიცება; კლიენტის მოთხოვნილების დაკმაყოფილება; იმიჯის შექმნა და მხარდაჭერა.

ბიზნესის წარმატება გრძელვადიან პერიოდში შეუძლებელია მხოლოდ ეგოისტური მიზნების რეალიზაციით. მხოლოდ პირად კეთილდღეობაზე ზრუნვა, ისე რომ არ იქნას გათვალისწინებული საზოგადოებრივი გარემოს მოთხოვნილებები, ბიზნესისათვის დამლუპველია. ამიტომაც ბიზნესი ითვალისწინებს აგრეთვე საზოგადოებრივ მოთხოვნებსაც.[ი.მესხია, თბ., 2012 , გვ.82]

ბიზნესის საზოგადოებრივი და ეგოისტური ინტერესები უნდა იქნას დაბალანსებული. თუ პრიორიტეტი მიენიჭა მხოლოდ სოციალურ ორიენტირების მენარმეობის ინტერესების საზიანოდ, მაშინ ბიზნესი იწყებს რყევას და დეგრადაციას. თუ ეგოისტურმა ინტერესებმა დაჩრდილეს საზოგადოებრივი ინტერესები, წარმოიქმნება დისბალანსი და კონფლიქტური სიტუაცია სამენარმეო საქმიანობასა და საზოგადოებას შორის. იდეალურ შემთხვევაში ადგილი ექნება წონასწორობის ორივე მხარეს შორის, რაც არის საზოგადოების შემდგომი განვითარებისა და პროგრესის მამოძრავებელი ინდიკატორი.

ბიზნესს თავისი შემოქმედებითი ინტერესები აქვს, რაც ბიზნესში ცნობილია როგორც ბიზნესის კრეატიული ორიენტირები

მსოფლიოს ეკონომიკური გლობალიზაციის პროცესის გაღრმავებისა და კონკურენციის გამწვავების შედეგად ბიზნესის ტრადიციული ფორმები თანდათანობით კარგავენ მიმზიდველობას და მის ადგილს იკავებს კრეატიული ბიზნესი. ტერმინი „კრეატიული“ ინგლისურად - creative, ლათინურად - creations -

ნიშნავს შემოქმედებითს, შემქმნელს, ანუ „არაფრისგან შექმნას“. დასავლეთში კრეატიულობა აღნიშნავს შემოქმედების ტექნოლოგიურ ელემენტს. ქართულ ენაში კრეატიულობა თითქმის არ გამოიყენება, ან თუ გამოიყენება ბევრისათვის მისი შინაარსი გაუგებარია. აღნიშნული ტერმინი ბიზნესის კუთხით ახალი წარმოშობისაა. ინფორმაციული ეპოქის დაწყებამდე იგი ფაქტობრივად არ გამოიყენებოდა. საზოგადოებისათვის საკმარისი იყო ცნება „შემოქმედება“, რომელიც ცნობილია ჯერ კიდევ ანტიკური ეპოქიდან. შემოქმედების კულტი შენარჩუნდა შუა საუკუნეებშიც. შემოქმედებას თავისი მნიშვნელობა არ დაუკარგავს XX საუკუნეშიც, თუმცა თანამედროვე ეტაპზე იგი ფართოდ შემოიჭრა არა მხოლოდ საზოგადოებრივი ცხოვრების ინტელექტუალურ სფეროში, არამედ მატერიალური წარმოების, ბიზნესისა და მენარმეების სფეროებშიც.

მართალია, ტერმინი „კრეატიული“ პრაქტიკაში იხმარება როგორც „შემოქმედების“ სინონიმი, მაგრამ ისინი მაინც განსხვავდებიან ერთმანეთისგან. საქმე იმაშია, რომ შემოქმედება, შემოქმედებითი პროცესი ეფუძნება ავტორის, ანუ შემოქმედის შთაგონებას, მის უნარს, ტრადიციებს, ხოლო კრეატიული პროცესის მთავარი შემადგენელია პრაგმატული, გამოყენებითი ელემენტი. კერძოდ, კრეატიული მიდგომისას თავიდანვე გაიაზრება რატომ უნდა შექმნას და შექმნილ პროდუქტზე იქნება თუ არა მოთხოვნილება, ანუ გაიყიდება თუ არა იგი ბაზარზე. როგორც წესი, პროფესიონალი მხატვრები, კომპოზიტორები, მწერლები და დანარჩენი შემოქმედებითი სფეროს ადამიანები თავიანთ პროდუქტს ქმნიან საკუთარი განწყობისა და ემოციების საფუძველზე და არანაირ კითხვებს არ სვამენ იმაზე, მათი შრომის შედეგი გაიყიდება თუ არა ბაზარზე. საუბარია ისეთ ინტელექტუალურ შრომაზე, რომელიც ახალ, გენიალურ, უნიკალურ საგანძურს მატებს მსოფლიო კულტურას, ხელოვნებას, მწერლობას, მეცნიერებას და ა.შ. და არა იმათზე, რომლებიც მართალია ამ სფეროებში წარმატებით მოღვაწეობენ, მაგრამ მათი შრომის შედეგი უპირატესად ორიენტირებულია მხოლოდ საკუთარი მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესებისაკენ. პირველ შემთხვევაში შემოქმედება ნამდვილად არაა კრეატიული, ხოლო მეორე შემთხვევაში იგი ატარებს კრეატიულობის ნიშანს. აქედან გამომდინარე,

შეიძლება ითქვას, რომ შემოქმედება და კრეატიულობა ყოველთვის არააერთმანეთის ტოლფასი.

უკანასკნელი ორი ათეული წლის განმავლობაში მოხდა საზოგადოებრივ-ეკონომიკური განვითარების **პარადიგმის** რადიკალური შეცვლა, მსოფლიოში ჩამოყალიბდა ახალი მიმართულება - ცოდნის ეკონომიკა. დღევანდელი სწრაფი გლობალიზაციის პირობებში მაღალი ტემპებით ვითარდება ის ქვეყანა, რომელსაც შესწევს უნარი სწრაფად მოიპოვოს ინფორმაცია მსოფლიოში დაგროვილ ცოდნაზე და მისი პრაქტიკული რეალიზაციის საფუძველზე უზრუნველყოს კონკურენტუნარიანი საქონლისა და მომსახურების წარმოება. ცოდნა ცვლის ეკონომიკასაც, ტექნოლოგიასაც, ადამიანსაც და სოციუმსაც. ცოდნის უშუალოდ რაოდენობრივი შეფასება შეუძლებელია, პრაქტიკაში ამისთვის გამოიყენება ირიბი შეფასება, რომლის თანახმადაც განვითარებული ქვეყნების მთლიანი შიდა პროდუქტის დაახლოებით 80%-ი შეადგენს ცოდნას. ეს ნიშნავს, რომ წარმოების საერთო მოცულობაში მაღალი ტექნოლოგიების და ინფორმაციის სფეროში შექმნილი პროდუქცია და მომსახურების წილი შეადგენს 80%. -ს. ცოდნის წილი სწრაფი ტემპებით იზრდება ახალი პროდუქტების ღირებულებაში. მაგალითად, თანამედროვე ავტომობილის ღირებულებაში 80%-ზე მეტი მოდის მასში ჩადებულ ცოდნაზე.

სწორედ ცოდნის ეკონომიკა, ანუ ცოდნაზე დაფუძნებული ეკონომიკა გამოდის დღეს მსოფლიო არენაზე, რომელმაც მიიღო კრეატიული კრეატიული ბიზნესის სახელწოდება. დღეს „იდევები“ წარმოადგენენ ახალ ეკონომიკას და მათი შექმნა ხდება წარმოების ძირითადი საგანი, ხოლო კრეატიულობა - ბიზნესის განუყოფელი ნაწილი.

თანამედროვე ეტაპზე კატეგორია „კრეატიულობა“ ფართოდ გამოიყენება ბიზნესის შემოქმედებით სფეროებში - რეკლამაში, ბრენდინგში, მარკეტინგში, ტურიზმში და ა.შ. ამ სფეროების ჩარჩოში კრეატიულობის ტერმინი ნიშნავს, შემოქმედებით, ორიგინალურ იდეებს, რომლებიც ხელს უწყობენ ბიზნესის განვითარებას, საქონლისა და მომსახურების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. მაგალითად, ტურიზმში კრეატიულობა ნიშნავს სასტუმროების ინტერიერის არასტანდარტულ გაფორმებას, რეკლამაში - დასამახსოვრებელ ლოზუნგებს და გამოსახულებებს, რომლებიც

მომხმარებლებში აღძრავენ ინტერესს და შესაბამისად იზიდავენ მათ. მენეჯმენტში კრეატიულობაზე საუბრობენ როგორც ახალი და ორიგინალური მიდგომების შექმნაზე არასტანდარტული შემოქმედებითი გადაწყვეტილებებისა და მართვის პროცესში. დღევანდელი ინტენსიური კონკურენციის პირობებში მმართველობაში, ისევე როგორც ყველგან, საჭიროა ახალი იდეების გამოყენება. სტრატეგიული მენეჯმენტი შეუძლებელია შემოქმედებითი აზრის გარეშე. ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება არის შემოქმედებითი პროცესი, უფრო მეტიც, შეიძლება ითქვას - იგი ხელოვნებაა. ინოვაციური მენეჯმენტი კი, რომელიც თანამედროვე ბიზნეს-საქმიანობის მთავარი წარმმართველი სექტორია, წარმოუდგენელია კრეატიული გადაწყვეტილებების გარეშე, ხელმძღვანელთა და შემსრულებელთა ინიციატივის გარეშე.

თანამედროვე საზოგადოებამ შეიძინა ახალი კლასობრივი სტრუქტურა. მისი საფუძველია „კრეატიული ბიზნესი“, ხოლო პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური ბირთვი - კრეატიული კლასი. აუღიარებელი, მაგრამ დე-ფაქტო არსებულ ახალ კლასს გააჩნია თავისი სტრუქტურა, რომლის ცენტრში დგანანსუპერკრეატიული მოღვაწეები - მეცნიერები და ინჟინრები, უნივერსიტეტის პროფესორები, პოეტები და მწერლები, მხატვრები და მსახიობები, დიზაინერები და არქიტექტორები, პუბლიცისტები, რედაქტორები, კულტურის ცნობილი მოღვაწეები, ანალიტიკური ცენტრების ექსპერტები, მიმომხილველები და ა.შ. ცენტალურ კრეატიული ჯგუფში შეღწევას ახერხებენ სპეციალისტებიც, რომლებიც საქმიანობენ მაღალი ტექნოლოგიების, ფინანსების, სამართლის, ჯანმრთელობის დაცვის და ბიზნესის მართვის სფეროებში. ეს ადამიანები მონაწილეობენ პრობლემების შემოქმედებით გადაწყვეტაში. მათი განათლების მაღალი დონე იძლევა საშუალებას ორიგინალური მიდგომებით სრულყოფ ახალი ტექნოლოგიები, შექმნან მენეჯმენტის ახალი სტრატეგიები. ამ კლასის ირგვლივ განლაგებულია მაღალკვალიფიციური ტექნიკური პერსონალი, რომელთაც გააჩნიათ კონკრეტული პრობლემის შემოქმედებითად გადაწყვეტის უნარი და გადაწყვეტილებათა დამოუკიდებლად მიღების გამბედაობა.

[ი.მესხია, 2012 წ.თბ., გვ. 87]

თანამედროვე ეტაპზე უკიდურესად რთული გახდა წარმატებული ბიზნეს-საქმიანობა. ეკონომიკის გლობალიზაციამ განირობა მკაცრი კონკურენტული გარემო და შექმნა გაჯერებული ბაზარი. ამიტომაც საჭიროა კონკურენტებს შორის თავის გამოჩენა, მომხმარებლისათვის პრობლემის ახალი კრეატიული გადაწყვეტილების შეთავაზება, რომელიც მისცემს მათ საშუალებას იცხოვრონ უკეთესად და საინტერესოდ.

ბიზნესი შეიძლება წარიმართოს სხვადასხვაგვარად. შეიძლება ისეთი შერჩევა, მასზე დაყრდნობა და მცირედი რისკით მოგების მიღება. მაგრამ შეიძლება აგრეთვე ახალი იდეის, არასტანდარტული მიდგომის მოფიქრება, თუმცა მათზე დაყრდნობამ შეიძლება საერთოდ არ მოგვეცს მოგება. საქმე იმაშია, რომ მეტისმეტად ძლიერი კრეატივი მაღალრისკიანია, მაგრამ საერთოდ კრეატივზე უარის თქმა ზარალიანია: ძნელია კლიენტის მოზიდვა ისეთ საქონელზე და მომსახურებაზე, რომელიც ბაზრზე ათასობით კონკურენტს აქვთ გატანილი.

ასეთ ვითარებაში საჭირო ხდება „ოქროს შუალედის“ მოძებნა. თუ მოვიშველიებთ ისტორიას, ადვილად დავრწმუნდებით, რომ მსხვილი კომპანიები წარმატებებამდე უცბად არ მისულან. მათი წარმატება მიღწეულ იქნა დროში განვლილი დაუღალავი შრომით და კრეატიული აზროვნების გამოყენებით. კრეატივის მეშვეობით ბიზნესში წარმოიშობა სინერგიული ეფექტი, როდესაც ერთიანი კრეატიული ბიზნეს-იდეების ზემოქმედება უფრო მეტია ცალკეული იდეების ჯამური ზემოქმედებისგან. მნიშვნელოვან კრეატიულ იდეას შეუძლია რადიკალურად შეცვალოს ბიზნესი და მიგვიყვანოს სტრატეგიულ წარმატებამდე.

დღევანდელ ეტაპზე მრავალი განვითარებული სახელმწიფოს, რომლებიც მიისწრაფვიან მსოფლიო არენაზე კონკურენტული უპირატესობისაკენ, მნიშვნელოვან პრიორიტეტულ ამოცანს შეადგენს კრეატიული ინდუსტრიის განვითარება. დიდი ბრიტანეთი ერთ-ერთი პირველი ქვეყანაა, სადაც სამთავრობო დონეზე განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა კრეატიული ინდუსტრიის განვითარებას. შედეგად ამისა, 1998 წელს გაერთიანებული სამეფოს კულტურის, მედიისა და სპორტის სამინისტროში ჩამოყალიბდა კრეატიული ინდუსტრიის პროგრამების განვითარების დეპარტამენტი. აღნიშნულმა სამსახურმა შეიმუშავა ბიზნესის კრეატიული სექტორის

ჩამონათვალი და ოფიციალურად ჩამოაყალიბა კრეატიული ინდუსტრიის საქმიანობის საზღვრები. კერძოდ, კრეატიულ ბიზნეს-საქმიანობას წარმოადგენს ისეთი საქმიანობა, რომელსაც საფუძვლად უდევს ინდივიდუალური შემოქმედებითი საწყისი, სიახლე, ტალანტი და რომელიც ატარებს დამატებულ ღირებულებისა და სამუშაო ძალის შექმნის პოტენციალს ინტელექტუალური საკუთრების წარმოებისა და ექსპლუატაციის საფუძველზე.

აღსანიშნავია, რომ კრეატიული დარგების განსაზღვრაში გარკვეული განსაზღვრება არსებობს ამერიკულ და ბრიტანულ მიდგომებში. მაგალითად, ამერიკული მიდგომით კრეატიულ დარგებს განეკუთვნებიან: სამეცნიერო-კვლევითი და საკონსტრუქტორო-ექსპერიმენტული დამუშავებები; საგამომცემლო საქმე; პროგრამული უზრუნველყოფა; ტელევიზია და რადიო; დიზაინი; მუსიკა; კინო; სათამაშოები და თამაშები; რეკლამა; არქიტექტურა; საშემსრულებლო ხელოვნება; ვიდეოთამაშები; მოდა და ხელოვნება. ბრინაული მიდგომით კი კრეატიული ბიზნესის ძირითადი დარგებია: რეკლამა; არქიტექტურა; ხელოვნება; ავეჯის დიზაინი; ტანსაცმლის მოდელირება (დიზაინი); კინო და ვიდეო; გრაფიკული დიზაინი; გასართობი პროგრამული უზრუნველყოფა (კომპიუტერული თამაშები); ცოცხალი და ჩანერილი მუსიკა; საშემსრულებლო ხელოვნება; ტელევიზია; რადიო და ინტერნეტი; ვიზუალური ხელოვნება და ანტიკვარიატი; სამწერლო და საგამომცემლო საქმე; მუზეუმები და მემკვიდრეობა.

არსებობს აგრეთვე კრეატიული საქმიანობის კლასიფიკაციის პროფესიული მიდგომა, რომელიც ეფუძნება ზემოხსენებულ სუპერკრეატიულ ბირთვს და კრეატიულ პროფესიონალებს. სუპერკრეატიულ ბირთვს განეკუთვნება პროფესიები შემდგომ სფეროებში:

- პროგრამირება და მათემატიკა;
- არქიტექტურა და საინჟინრო საქმე;
- საბუნებისმეტყველო და სოციალური მეცნიერება;
- განათლება, აღზრდა, გართობა, სპორტი, მასმედია.

კრეატიული პროფესიონალურ ქვეკლასს შეადგენენ:

- მმართველობითი პროფესიები;

- პროფესიების ბიზნესისა და ფინანსების სფეროში;
- პროფესიების სამართლის სფეროში;
- პროფესიები ჯანმრთელობის სფეროში (ექიმები და ტექნიკური სპეციალისტები)

მკვლევართა გაანგარიშებით აშშ-ში კრეატიული კლასი შეადგენს მთელი მომუშავე მოსახლეობის 30%-ს, რომელიც აღემატება მუშებისა და აგრარულ კლასს ერთად აღებულს. ყველაზე მრავალრიცხოვანია მომსახურეთა კლასი, თუმცა 1980-იან წლებიდან კრეატიული კლასის ზრდამ მომსახურების კლასის მნიშვნელოვანი შემცირება გამოიწვია. შემოსავლების მიხედვით კრეატიული კლასი ლიდერია, რამდენადაც ამ სექტორში ილექება შემოსავლების უდიდესი ნაწილი (2-ჯერ მეტი მომსახურე კლასთან შედარებით).

კრეატიულობის შეფასების სხვა მიდგომებიც არსებობს. მაგალითად, გაეროს კონფერენცია ვაჭრობასა და განვითარებაზე (UNCTAD) ქვეყნების, ჯგუფებისა და რეგიონებისათვის იყენებს კრეატიული პროდუქტების ექსპორტისა და იმპორტის მოცულობის მაჩვენებლებს. კრეატიული დარგების საქმიანობა, ისევე როგორც მომსახურების სფეროს, დაკავშირებულია არამატერიალურ სანცისებთან, მაგრამ განსხვავება მაინც არსებობს. კერძოდ, მომსახურებისაგან განსხვავებით კრეატიულობის შედეგები შესაძლებელია რეალიზებულ იქნას როგორც განუყოფელი ნაწილი საბოლოო მატერიალური პროდუქტისა. გამომდინარე აქედან, ფორმირებულ იქნა კრეატიული დარგების პროდუქტების ჩამონათვალი, სადაც ძირითადად დამატებულ ღირებულებაში შეადგენს შემოქმედებითი ნაწილი. შესაბამისად, კრეატიული პროდუქტის ექსპორტისა და იმპორტის მონაცემების საფუძველზე შეიძლება შეფასდეს ამა თუ იმ ქვეყნის წვლილი კრეატიული ეკონომიკის მსოფლიო მოცულობაში. სათანადო ანალიზით დგინდება, რომ ამ კრიტერიუმით ლიდერობს აშშ, რომელიც უზრუნველყოფს კრეატიული პროდუქციით მსოფლიო ვაჭრობის თითქმის მეოთხედს. კრეატიული პროდუქტით ვაჭრობის მაღალი მაჩვენებელი აქვს იაპონიას, ხოლო ამ მხრივ სუსტად გამოიყურებიან იტალია და კანადა.

ამრიგად, თანამედროვე ეტაპზე მთელს მსოფლიოში და განსაკუთრებით განვითარებულ ქვეყნებში, ძალას იკრებს სტრატეგიული აზროვნება ბიზნესში,

რომელმაც მიიღო კრეატივის სახელწოდება. კრეატიული ბიზნესის ტრადიციულისაგან განმასხვავებელი თავისებურება მდგომარეობს იმაში, რომ მასში მთავარ მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს ცოდნა, რესურსს - ინფორმაცია, ხოლო შედეგს - კრეატიული პროდუქტი. იმავედროულად, კრეატიული ბიზნესის კონცეფცია ერთად აერთიანებსდაცალკევებულ კატეგორიებს: „ინფორმაციული ეკონომიკა“, „ცოდნის ეკონომიკა“ და „ინოვაციური ეკონომიკა“. ბიზნესი კრეატიულ ხასიათს ატარებს იმ შემთხვევაში, თუ მის მიერ წარმოებული პროდუქტის ღირებულებაში უმეტესი ნაწილი მოდის შემოქმედებით მდგენელზე.

1.3. ბიზნესის დაწყების ფინანსური უზრუნველყოფა

მას შემდეგ, რაც ბიზნეს-გეგმა შედგენილია, აუცილებელია ბიზნესის დაფინანსების წყაროების ძიება, რომლებიც იყოფა ორ ნაწილად: საკუთარი (სააქციო კაპიტალი) და ნასესხები (ბანკის კრედიტი) წყაროებად. ბანკის კრედიტი მოთოვს დაბრუნებადობას, აუქციონერული კაპიტალი არ მოითხოვს დაბრუნებადობას, რაც ინვესტორს აძლევს შესაძლებლობას, კომპანიის მოგებიდან შემდგომ წლებში მიიღოს შედარებით დიდი შემოსავლის წილი. კომპანიათა უმრავლესობა თავის საქმიანობას აფინანსებს, როგორც სააქციო, ასევე სასახო კაპიტალის ხარჯზე.

მას შემდეგ, რაც საწარმო დაიწყებს საქმიანობას. მას მუდმივად ესაჭიროება ფულადი ინვესტიციები. კრედიტების მიღება საფინანსო ბაზარზე, როგორც წესი, ერთჯერადი ძალისხმევით შეუძლებელია. რიგი ფირმებისა ახერხებენ თვითგანვითარებას საკუთარი საფინანსო რესურსების ხარჯზე, თუმცა უმრავლესობა მოითხოვს გარეგან დაკრედიტებას და დაფინანსებას. [თ.შენგელია, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები. გვ.87]

როგორია ბიზნესის დაწყებისათვის ოპტიმალური თანხა? ამ შეკითხვაზე პასუხი, რასაკვირველია, დამოკიდებულია ბიზნესის სფეროზე და მის მასშტაბებზე. მომსახურების ბიზნესი მოითხოვს ნაკლებ ფინანსებს, გადამამუშავებელი მრეწველობა, საკვლეფ-საკონსტრუქტორო ფირმები - უფრო მეტს. აშშ-ის გამოცდილებით, მცირე ფირმების საქმიანობის სასტარტო კაპიტალი ამ ქვეყნებში არ აღემატება 20 ათას დოლარს. საშუალო კომპანიების დაფუძნებისათვის აშშ-ში აუცილებელია არანაკლებ 50 ათასი დოლარის სასტარტო კაპიტალი. [თ. შენგელია, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები, 158]

მცირე ბიზნესის დაფინანსების უფრო მეტად განვითარებული წყარო არის საბანკო კრედიტი. ამასთან, გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ ბანკები, როგორ წესი, არცთუ მარტივად გასცემენ სესხს დამწყები მენარმეებისათვის. მრავალი ბანკის პირობით, მოცემულ ბიზნესში უნდა ჩაიღოს საკუთარი ფინანსური სახსრების 25-დან 50%-მდე. ამასთან, დამატებით გარანტად ბანკები მოითხოვენ კრედიტზე უძრავობის ჩადებას. ბანკები, როგორ წესი, კრედიტს მცირე სანარმოებზე უფრო მაღალი პროცენტით გასცემენ, ვიდრე მსხვილ კორპორაციებისთვის. იმ წლებში, როდესაც საპროცენტო განაკვეთი იზრდება, ფერხდება მცირე სანარმოების განვითარება. ყველა ბანკი მუშაობს განსხვავებული პირობებით, საპროცენტო განაკვეთებიც განსხვავებულია, ამიტომაც არის აუცილებელი ამ პირობების საფუძვლიანად შესწავლა. ზოგიერთი ბანკი ასტიმულირებს მცირე ბიზნესს. მაგალითად, „პროკრედიტ ბანკი“ საქართველოში. უპრიანია, კრედიტზე მოთხოვნა ერთდროულად რამდენიმე ბანკს გადაეცეს. მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის მიზნით, აშშ-ში დაფუძნებულია მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის სამმართველო (მბმს). აშშ-ის სამმართველო არის ბანკის წინაშე იმის გარანტი, რომ ის გადაიხდის ვალის 85-90%-ს. ის გასცემს 100-დან 750 ათას დოლარამდე სესხებზე გარანტიებს. ამასთან ერთად, სამმართველოში გახსნილია სპეციალური პროგრამები ომის ვეტერანთა, ქალთა, ნაციონალურ უმცირესობათა პირდაპირი დაფინანსების მიზნით. უპრიანია ამ გამოცდილების შესწავლა და მისადაგება საქართველოს რეალობისადმი.

სესხის აღების ერთ-ერთი ყველაზე მისაღები ფორმა არის მიმწოდებლების კრედიტი. მაგალითად, მაღაზიის გახსნის შემთხვევაში არსებობს შესაძლებლობა დავარწმუნოთ მიმწოდებელი, გასცეს საქონელი კრედიტში. ამ შემთხვევაში, მიმწოდებლის რისკი მინიმალურია და თუ მიმწოდებლის საქონელი არ გაიყიდა, ის შეიძლება დაუბრუნდეს მას. ეფექტურია საქონლის რეალიზაციის შემდეგ ანგარიშსწორება და ამ საფუძველზე მიმწოდებელთან ხელშეკრულების დადება.[თ. შენგელია, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები, 160]

მცირე ბიზნესის ზოგიერთი წარმომადგენელი ვერ გებულობს, თუ რატომ არ აძლევენ მას სესხებს საკრედიტო დაწესებულებები. ასეთი მენეჯერების შეცდომა იმაში მდგომარეობს, რომ ისინი ვერ აცნობიერებენ იმ ფაქტს, რომ ბანკები და სხვა საკრედიტო ორგანიზაციები ხელმძღვანელობენ გარკვეული პრინციპებით, ისევე როგორც ბიზნესის სხვა წარმომადგენლები. ამიტომ, აუცილებელია, დავადგინოთ კრედიტის აღებასთან დაკავშირებული შემდეგი ძირითადი საკითხები: 1) ფირმის ფინანსური მონაცემები; 2) კრედიტუნარიანობა; 3) კრედიტის სახეები; 4) სესხის მოცულობა; 5) გირაო; 6) საკრედიტო შეზღუდვები; 7) კრედიტის მიღების განაცხადი. აღნიშნული საკითხების ეკონომიკურ არსში უნდა ერკვეოდეს არა მხოლოდ კრედიტის აღების მსურველები, არამედ მთლიანად საზოგადოება. აქვე მოკლედ შევნიშნავთ, რომ კრედიტის აღებასთან დაკავშირებული საკითხები ისე უნდა იყოს შერჩეული, რომ მკვეთრად არ ეწინააღმდეგებოდეს ქვეყნის, მენარმე სუბიექტების პირად და საზოგადოების ინტერესებს, რაც ვფიქრობთ, რომ მარტივი არ არის, მაგრამ ისინი თანხვედრაში უნდა მოდიოდეს ეკონომიკის ობიექტურ კანონებს, სახელმწიფოს მიერ მიღებულ კანონებსა და კერძო ინტერესებით აღსავსე ბიზნესმენებს შორის. არც თანხვედრაა მარტივი, რადგან მასში უამრავი ფაქტორია ჩართული: პირველ ყოვლისა, ქვეყნის ადგილი საერთო გლობალურ ეკონომიკურ სივრცეში, მოცემული ქვეყნის საწარმოო ძალთა განვითარების დონე, ქვეყნის მოსახლეობის ხასიათი და დამოკიდებულება გლობალურ მოთხოვნებთან, რელიგიური მრწამსი, ფინანსური სიძლიერე და მისი ხარჯვის მიმართულებები, მენეჯმენტის პრინციპებთან

დამოკიდებულება, მოსახლეობის ჩართულობა ქვეყნის მიერ მიღებული კანონების ობიექტურად აღქმაში და ა.შ.

ასე, რომ შევთანხმდეთ - ბიზნესის დანყება ურთულესი პროცესია, ის უამრავ ფაქტორს უკავშირდება, საჭიროებს შემოქმედებით მიდგომას, მაგრამ მისი განვითარება გარდაუვალია და იმისათვის რომ ვმართოთ, ხელთ უნდა გვექონდეს ინფორმაცია, რაშიც ფასდაუდებელ როლს ასრულებს აღრიცხვა მისი სახეებით: ბუღალტრული აღრიცხვის, სტატისტიკური აღრიცხვისა და ყოველდღიური ოპერატიული აღრიცხვის სახით, რომლის წარმოჩენის მკდელობასაც განიხილავთ შემდგომ თავებში და დავრწმუნდებით, რომ ბიზნესში ბიზნესმენის ქონება მუდმივ წრებრუნვაში ექცევა, სისტემატურად იცვლის სტადიებს და ქმნის ახალ ღირებულებას, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ქვეყნის წინსვლა.

თავი 2. დამზადება - მომარაგებისა და წარმოების პროცესი ბიზნესში და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა

2.1. დამზადება-მომარაგების პროცესის არსი და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა

ყოველდღიურად უამრავი მოვლენა ხდება, რომელიც ბუღალტრულ აღრიცხვას ექვემდებარება. იქმნება ახალი საწარმოები, მფლობელები ბიზნესში აბანდებენ თავიანთ კაპიტალს. ეს საწარმოები ყიდულობენ და ყიდიან აქტივებს, აწარმოებენ

პროდუქციას და ყიდიან მას, ყიდულობენ და ყიდიან საქონელსა და მომსახურებას და ა.შ. თითოეული ასეთი ცვლილება ოპერაციად ითვლება და იგი აუცილებლად უნდა აისახოს ბუღალტრულ აღრიცხვაში.

მაშასადამე, თვითოეულ სანარმოს საქმიანობა ბიზნესში სამეურნეო ოპერაციათა სიმრავლისაგან შესდგება. ამასთან, სანარმოების აქტივები და მათი წყაროები მუდმივ მოძრაობაში იმყოფებიან. სანარმოს განუწყვეტელი საქმიანობისათვის საჭიროა გააჩნდეს აქტივები. მათი წყაროა პროდუქციის (საქონლის, მომსახურების) რეალიზაციის შედეგად მიღებული ამონაგები, რომლის ხარჯზეც ხდება აქტივების შევსება, ასევე სამუშაო ძალისშენახვა. რეალიზაციის შედეგად სანარმო წარმოებაში შექმნილ პროდუქტს გადააქცევს ფულად ფორმად, ე. ი. სანარმოები განახორციელებენ მომარაგება-დამზადების, წარმოებისა და რეალიზაციის პროცესს. ამასთან, ისინი ხორციელდება განუწყვეტლივ და ერთდროულად. აქტივები განუწყვეტლივ იცვლიან თავიანთ ფორმას.

მომარაგება-დამზადების პროცესის დროს სანარმოს რესურსები ფულადი ფორმიდან გადადის სანარმოო მარაგის ფორმაში. ამ პროცესის დროს სანარმო მარაგდება ნედლეულით, ძირითადი და დამხმარე მასალებით, სათბობით, საქონლით და წარმოებისათვის საჭირო სხვა აქტივებით. ანუ ეკონომიკური საქმიანობის განსახორციელებლად სანარმოებს უნდა გააჩნდეთ განსაზღვრული სიდიდის სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობები. სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობები წარმოადგენს აქტივებს, კერძოდ, მიმდინარე აქტივებს. მათი ფინანსურ ანგარიშგებაში ასახვა წარმოებს ბასს 2 „სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების“ მიხედვით. მაშასადამე, სანარმო ვალდებულია მოძებნოს მომწოდებელი, პარტნიორი სანარმო და შეიძინოს მისი ბიზნესის წარმართვისათვის საჭირო ნედლეული. პარტნიორებს შორის საქმიანობის კანონიერად წარმართვისათვის ფორმდება ხელშეკრულება, რომელშიც ჩადებულია გარიგების პირობები, კერძოდ, ნედლეულისა და მასალების მიწოდების პირობები, გადახდის ფორმა, საქონლის უკან დაბრუნება, მიღებული ფასდათმობები და ა.შ. განვიხილოთ როგორ ხდება აღნიშნული პროცესის ბუღალტრული აღრიცხვა.

როგორც პირველი თავის მესამე საკითხში ვიმსჯელებთ, საწარმო საქმიანობისათვის უზრუნველყოფს ფინანსური რესურსების მოძიებას, რომელიც ორი გზით კმაყოფილდება: საკუთარი და მოზიდული. დავეუბნათ, რომ საწარმომ მისი საქმიანობიდან გამომდინარე, დაგეგმა 30 000 ლარის სასაქონლო მატერიალური ფასეულობის შექმნა. საბანკო ანგარიშზე გააჩნია მხოლოდ 17 000 ლარი. ხელმძღვანელობამ მატერიალური რესურსებით უზრუნველყოფისათვის 13 000 ლარი უნდა მოიძიოს, ვთქვათ, მიმართა საბანკო მოკლევადიან სესხს. ბანკს შეუძლია საწარმოს უზრუნველყოფა მისი გადახდისუნარიანობიდან გამომდინარე, 10 000 ლარის მოცულობით დაკრედიტება. საწარმოს ხელმძღვანელობამ მომწოდებელს გაუფორმა ხელშეკრულება, რომელშიც აღინიშნა, რომ 3000 ლარის საქონელი (საჭირო მატერიალური ფასეულობა) უნდა მიანოდოს შემდგომი გადახდის პირობით, რაც წარმოშობს მყიდველი საწარმოს მხრიდან მოკლევადიან ვალდებულებას. ხელშეკრულებაში ჩაიღო პირობა: 3/ 20 და n/30. პარალელურად, მყიდველი საწარმო იტოვებს უფლებას მატერიალური ფასეულობის უხარისხობის(ან რაიმე სხვა გაუთვალისწინებელი) პირობების შემთხვევაში, მოხდეს მისი უკან დაბრუნება. პირობა ძალიან მარტივი გასაგებია და მას პრაქტიკაში ყოველი ბიზნესსაქმიანობის პროცესში ვხვდებით, ახლა საკითხი უნდა განვიხილოთ, როგორ უნდა მოხდეს მისი ბუღალტრული აღრიცხვა. გავითვალისწინოთ, რომ ბუღალტრული აღრიცხვა ქრონოლოგიური და სისტემატურია დროში, ბუღალტრული აღრიცხვის შესწავლის ერთ-ერთი შესწავლის საგანი არის ბიზნესში მიმდინარე ფაქტების დაფიქსირება. მომხდარი ფაქტი იწოდება სამეურნეო ოპერაციებად, რომელთა ქრონოლოგიური და სისტემატიური ჩანერისათვისაც გამოიყენება ბუღალტრული ანგარიშები. ვსარგებლობთ ბუღალტრული აღრიცხვის ერთიანი ანგარიშთა გეგმით (იხ.დანართი

უნაღლო ფორმით ფულადი სახსრების აღრიცხვისათვის გამოიყენება ანგარიში 1210 - ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში;

ბანკის მოკლევადიანი კრედიტის აღსარიცხავად გამოიყენება ანგარიში 3210 - ბანკის მოკლევადიანი კრედიტი;

სასაქონლო მატერიალური ფასეულობებისათვის გამოიყენება 1600 - იანი ჯგუფის ანგარიშები:

1610-საქონელი

1620- ნედლეული და მასალები

1630- დაუმთავრებელი წარმოება

1640-მზა პროდუქცია

1690- სხვა სასაქონლო-მატერიალური მარაგები;

ხოლო მოკლევადიანი ვალდებულების აღსარიცხავად ვიყენებთ ანგარიშს 3110 - მონოდებიდან და მომსახურებიდან წარმოქმნილი მოკლევადიანი ვალდებულებები.

ჩვენს მიერ მოყვანილი მაგალითის მიხედვით ადგილი ექნება შემდეგ ბუღალტრულ გატარებებს:

1. სასაქონლო მატერიალური ფასეულობის (ნედლეულის და მასალების) შექცნა: (განგარიშების გამარტივების მიზნით, მივიღოთ, რომ საწარმო არ არის დღგ-ს გადამხდელი)

დებეტი 1620 - ნედლეული და მასალა 30 000 ლარი

კრედიტი 1210 - ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 17 000 ლარი

კრედიტი 3210 - ბანკის მოკლევადიანი სესხი 10 000 ლარი

კრედიტი 3110 -მონოდებიდან და მომსახურებიდან წარმოქმნილი ვალდებულება 3000 ლარი

2. ავხსნათ, რას ნიშნავს 3/20 და n/30. თუ მყიდველი საწარმო მომწოდებელს 20 დღეში დაუფარავს 3000 ლარიან ვალდებულებას, მიიღებს ნედლეულისა და მასალის ღირებულების 3%-იან ფასდათმობას და გადაიხდის 2910 ლარს, რაც ბუღალტრულად ჩაინერება შემდეგი გატარებით:

დებეტი - 3110 მონოდებიდან და მომსახურებიდან წარმოქმნილი ვალდებულება - 3000 ლარი

კრედიტი - 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში - 2910 ლარი

კრედიტი - 8190 სხვა არასაოპერაციო შემოსავალი - 90 ლარი

თუ მყიდველმა საწარმომ ვერ უზრუნველყო მოკლევადიანი ვალდებულების დაფარვა 20 დღეში, მაშინ გამყიდველისაგან გამოიყენება პირობა n/30, რაც გულისხმობს ფასდათმობის გარეშე ვალდებულების დაფარვას ყოველგვარი ფასდათმობის გარეშე, გატარებით:

3. დებეტი - 3110 მონოდებიდან და მომსახურებიდან წარმოქმნილი ვალდებულება 3000 ლარი

კრედიტი - 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში - 3000 ლარი

ბუნებრივია, საწარმოს ხელმძღვანელობა სწორი მენეჯმენტის შემთხვევაში დაინტერესებული უნდა იყოს ვალდებულება გაისტუმროს ვადაზე ადრე ფინანსური რესურსების დაზოგვისათვის.

როგორც ვხედავთ, დამზადება-მომარაგების პროცესში წამყვანი ადგილი უკავია სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობებს, რომელთა მეშვეობითაც ხორციელდება პროდუქციის წარმოება, ან მომსახურების გაწევა, ან სხვა სახის სამუშაოების შესრულება, ამიტომ ყურადღებას შევაჩერებთ სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების ბუღალტრულ აღრიცხვაზე. [დოლიაშვილი თ., ლილუაშვილი გ., ბუღალტრული აღრიცხვა, გვ 127]

ფინანსური ანგარიშგების მომზადების დროს მნიშვნელოვანი საკითხია საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოსათვის ფასეულობის სწორი გამოთვლა. თუმცა ფასეულობის სიდიდის ცოდნა საჭიროა არა მხოლოდ პერიოდის ბოლოს, არამედ ნებისმიერი თარიღისათვის, რაც აუცილებელია ფასეულობის ოპერატიული კონტროლისა და მართვისათვის. აქედან გამომდინარე, ფინანსური აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტის (ფასს) 2-ის მიხედვით სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების აღრიცხვა წარმოებს ორი მეთოდით: უწყვეტი (მუდმივი) და პერიოდული აღრიცხვის მეთოდებით. მარაგის პერიოდული აღრიცხვის მეთოდს უწოდებენ **ძირითადს**, ხოლო უწყვეტი აღრიცხვის მეთოდს - **ალტერნატიულს**.

უწყვეტი (მუდმივი) აღრიცხვის მეთოდი ნიშნავს, რომ სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობების მოძრაობა (მიღება და გასვლა) ფასეულობების ამსახველ ანგარიშებზე აღრიცხება მუდმივად, ყოველდღიურად, ქრონოლოგიური

თანმიმდევრობით. ეს საშუალებას იძლევა საბოლოო ნაშთი განისაზღვროს აღრიცხვის მონაცემებით, როგორც თანხობრივად, ისე რაოდენობრივად, შემდეგი ფორმულით:

საბოლოო ნაშთი = საწყისი ნაშთი + ფასეულობების შექენა - ფასეულობების გასვლა (ხარჯვა)

სასაქონლო - მატერიალური ფასეულობების უწყვეტ აღრიცხვას ახასიათებს შემდეგი უპირატესობანი:

- 1) იძლევა დეტალურ და ვრცელ ინფორმაციას მარაგის ცვლილების შესახებ;
- 2) საჭიროებს შრომის ნაკლებ დანახარჯებს პერიოდის ბოლოს მარაგის გასაანგარიშებლად;
- 3) დაწვრილებითი და დროული ინფორმაცია აადვილებს მარაგის კონტროლს.

მიუხედავად ამისა, უწყვეტი აღრიცხვის მეთოდს მაინც აქვს ნაკლი ინფორმაციის საიმედოობის შესამოწმებლად აუცილებელია მარაგის ფიზიკური დათვლა(ინვენტარიზაციის ჩატარება).

სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების პერიოდული აღრიცხვის მეთოდის გამოყენების დროს ფასეულობების მოძრაობის აღრიცხვა ამ ფასეულობათა (მარაგის) ამსახველ ანგარიშებზე წარმოებს არა ყოველდღიურად, არამედ პერიოდის ბოლოს, ანგარიშების შედგენისას.

ამდენად, მატერიალური ფასეულობების საწყისი ნაშთი პერიოდის დასაწყისიდან ბოლომდე უცვლელია. პერიოდის ბოლოს კი მარაგის სიდიდე დგინდება ინვენტარიზაციით. იგი შეიძლება მეტი ან ნაკლები აღმოჩნდეს საწყის ნაშთზე, რის გამოც აუცილებელია საწყისი ნაშთის დაყვანა საბოლოო ნაშთამდე , კორექტირების გზით, მაშასადამე.

საბოლოო ნაშთი = საწყისი ნაშთი + (-) კორექტირების თანხა.

სასაქონლო - მატერიალური ფასეულობების პერიოდული აღრიცხვის მეთოდის ძირითადი უპირატესობა უწყვეტ მეთოდთან შედარებით არის მისი სიიაფე და სიმარტივე ჩანაწერების სიმცირის გამო. სწორედ დეტალური ინფორმაციის ნაკლებობა მიმდინარე პერიოდში საშუალებას არ აძლევს , ხელმძღვანელს

ოპერატიულად მოახდინოს, რეაგირება მყიდველთა მოთხოვნებზე, ეფექტიანად მართოს საქონლის მარაგი და აგრეთვე გააკონტროლოს ფინანსური რესურსები.

სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების პერიოდული აღრიცხვის მეთოდის თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ შეუძლებელია განისაზღვროს რეალიზებული საქონლის თვითღირებულება, სანამ არ დამთავრდება ინვენტარიზაცია. საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების შეძენა აღიარდება ხარჯად, ე.ი. ითვლება დახარჯულად, რეალიზებულად, ამიტომ პერიოდის ბოლოს იგი უნდა დაზუსტდეს.

რეალიზებული საქონლის (პროდუქციის) თვითღირებულება = საწყისი ნაშთი +შესყიდვა - საბოლოო ნაშთი.

პერიოდული აღრიცხვის მეთოდის გამოყენების დროს სასაქონლო-მატერიალური მარაგის ამსახველ ანგარიშებზე საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში არავითარი ჩანაწერები არ წარმოებს, მათ ნაცვლად გამოიყენება „საოპერაციო ხარჯების“ განაყოფის შემდეგი ანგარიშები:

- 7110- ძირითადი მასალის დანახარჯი (შეძენა)
- 7140- დამხმარე მასალების დანახარჯი (შეძენა)
- 7185- სასაქონლო-მატერიალური მარაგის კორექტირება
- 7210- გაყიდული/ შეძენილი საქონელი
- 7220 - შეძენილი საქონლის უკან დაბრუნება და ფასდათმობა
- 7290- სასაქონლო-მატერიალური მარაგის კორექტირება

პერიოდული აღრიცხვის მეთოდის გამოყენების დროს სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების შეძენა, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ითვლება რა ხარჯად, აისახება საოპერაციო ხარჯების, კერძოდ, მარაგის ხარჯის ანგარიშგების დებეტში ფულადი საშუალებების ან ვალდებულებების ამსახველ ანგარიშების კრედიტთან კორესპონდენციით:

- დებეტი - ძირითადი მასალების დანახარჯები / შეძენა**
- ან დებეტი - გაყიდული / შეძენილი საქონელი**
- კრედიტი - ფულადი საშუალებების ამსახველი ანგარიშები**

ან კრედიტი - მოწოდებიდან და მომსახურებიდან წარმოქმნილი ვაკდებულებები
მატერიალური ფასეულობების შეძენის ყველა სხვა ოპერაცია აისახება აღნიშნული თავისებურებების გათვალისწინებით.

2.2. წარმოების პროცესში წარმოქმნილი დანახარჯების აღრიცხვა

საწარმოს ბიზნესსაქმიანობის დამზადება-მომარაგების პროცესის დასრულების შემდეგ უნდა მოხდეს შეძენილი სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების გადაცემა წარმოებაში ახალი მზა პროდუქციის დასამზადებლად, რასაც გარდაუვალად თან სდევს ხარჯების წარმოქმნა, ამიტომ ბუღალტრულ აღრიცხვაში წარმოების პროცესი ხარჯწარმოქმნილი პროცესია. ხარჯების სწორი ბუღალტრული აღრიცხვა თხოულობს ხარჯების ბუნებისა და ქცევის შესწავლას, რასაც მმართველობითი აღრიცხვის ძირითად საგანს უწოდებენ. წარმოების პროცესში ერთმანეთს უკავშირდება ბუღალტრული აღრიცხვის ორი უზარმაზარი სფერო - ფინანსური და მმართველობითი აღრიცხვა. [ჭილაძე ი. მმართველობითი აღრიცხვა, გვ.219]

როგორც უკვე აღინიშნა, ფინანსური ანგარიშგების შედგენისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების შეფასებას. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ხშირია ფასების ცვლილება. ასე. რომ ერთი და იგივე მატერიალური ფასეულობები შეიძლება შეძენილი იქნეს სხვადასხვა ფასებით. მიუხედავად ამისა, ბევრად უფრო ადვილია შეძენილი სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების, ვიდრე დახარჯული მატერიალური-ფასეულობების თვითღირებულების განსაზღვრა. ხშირად შეუძლებელია განისაზღვროს, კონკრეტულად რომელი მატერიალური-ფასეულობები იქნება რეალიზებული (დახარჯული) და რომელი დარჩა ნაშთად საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს, ამიტომ აუცილებელია განისაზღვროს მატერიალური ფასეულობების გასვლის თანმიმდევრობა. სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების თვითღირებულების გაანგარიშება სახვადასხვა მეთოდით შეიძლება განხორციელდეს, მაგრამ ყველა შემთხვევაში უნდა მოგვცეს უტყუარი ინფორმაცია საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს მარაგად დარჩენილ და რეალიზებულ ფასეულობებს შორის ხარჯების განაწილების შესახებ.

ბასს 2-ის შესაბამისად რეალიზებული ფასეულობების თვითღირებულება ხარჯად უნდა იქნეს აღიარებული, მაშინ როცა სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობები გაიყიდება, მათი საბალანსო ღირებულება უნდა აღიარდეს იმ პერიოდის ხარჯად, როდესაც მიღებული იქნა შესაბამისი შემოსავლები. ამით შესაბამისობაში მოდის საანგარიშგებო პერიოდის ხარჯები და მიღებული ამონაგები.

ბასს 2-ის თანახმად დადგენილია სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების თვითღირებულების (მარაგის შეფასების) შემდეგი ფორმულები (მეთოდები):

1. ინდივიდუალურად განეული დანახარჯების (იდენტიფიცირებული ფასების) მიხედვით შეფასების მეთოდი.

2. ფიფო (FIFO) მეთოდი (პირველი შემოსავალი - პირველი გასავალი);

3. საშუალო შენონილი ღირებულების მეთოდი.

4. ლიფო (LIFO) მეთოდი (პირველი შემოსავალი - ბოლო გასავალი)

ბასს 2-ის მიხედვით სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების თვითღირებულების გასანგარიშებლად პრაქტიკული მოსასზრებით შეიძლება გამოყენებული იქნეს ისეთი მეთოდები როგორცაა: **ნორმატიული დანახარჯების მეთოდი და საცალო ფასების მეთოდი.** პრაქტიკაში რომელ მეთოდს აირჩევს საწარმოს ხელმძღვანელობა, დამოკიდებულია მათ სააღრიცხვო პოლიტიკაზე. [ჭი-ლაძე ი. მმართველობითი აღრიცხვა, გვ. 220]

სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების თვითღირებულების აღრიცხვა ვრცელი საკითხია და მოცემულ ნაშრომში მათი დეტალური დახასიათება საკმაოდ შორს წაგვიყვანს, ამიტომ შემოვიფარგლეთ მხოლოდ მათი ინტერპრეტაციით და მივანიშნებთ, რომ დახარჯული ფასეულობანი საწარმოს საქმიანობისათვის წარმოადგენს ძირითად ხარჯს, რომელიც მნიშვნელოვანი კომპონენტია პროდუქციის თვითღირებულებაში, როგორც ხარჯი, რომელიც მოგების ფორმირების კომპონენტია. ამიტომ, ხელმძღვანელობა საწარმოს მენეჯმენტის პრინციპებიდან გამომდინარე, ყოველთვის უნდა ხელმძღვანელობდეს მისი შემცირების ძიების გზებზე, რომელსაც მოკლედ შევცხებით შემდეგ ქვეთავში.

განვიხილოთ წარმოების პროცესის ბუღალტრული აღრიცხვა. ვიხელოვანვანელოთ წინა ქვეთავში განხილული მაგალითით, როცა საწარმომ მომწოდებლისაგან შეიძინა 30 000 ლარის ფასეულობა, რომელიც გამიზნულია აქვს პროდუქციის საწარმოებლად და მოახდინა მისი წარმოებაში გადაცემა ახალი პროდუქტის საწარმოებლად. შესდგება ბუღალტრული მუხლი ანუ გატარება: (საწარმო იყენებს სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების აღრიცხვის საშუალო შეწონილ მეთოდს)

დებეტი - 1630 დაუმთავრებელი (ძირითადი წარმოება) 20 000 ლარი

კრედიტი - 1620 ნედლეული და მასალა 20 000 ლარი

წარმოების პროცესის დასრულების შემდეგ მიიღება მზა პროდუქცია, რაზეც შესდგება ბუღალტრული გატარება:

დებეტი - 1640 მზა პროდუქცია - 25 000 ლარი

კრედიტი - 1630 დაუმთავრებელი (ძირითადი) წარმოება - 25 000 ლარი

შენიშვნა: მზა პროდუქციის ღირებულებაში მხოლოდ დახარჯული სასაქონლო მატერიალური ფასეულობის ღირებულება არ შედის, ის მოიცავს სხვა დანარჩენ პირდაპირ და არაპირდაპირ ხარჯებს, რომელთა გათვლასაც ბუღალტერი აწარმოებს მენეჯერული ანუ მმართველობითი აღრიცხვის პრინციპებზე დაყრდნობით, რომლის მთავარი მიზანია ხარჯების შემცირების გზების ძიება, რომელიც უამრავ ფაქტორზე დამოკიდებული და საბოლოო ჯამში ყოველი ფაქტორი, რომელიც საქმიანობის პროცესში დაწყებული დამზადება-მომარაგების პროცესიდან, შემდგომ წარმოების ან მომსახურების, ან სამუშაოს შესრულების პროცესიდან დამთავრებული მისი რეალიზაციით, ყოველ ეტაპზე წარმოშობს სხვადასხვა ხარჯებს და რომლებიც საჭიროებენ შესაბამის ანგარიშებზე ჩაწერას და კონტროლს, რათა ერთეული საქმიანობა ბაზარზე კონკურენტული გახდეს. ვიდრე რეალიზაციის პროცესს შევეხებით, განვიხილოთ ხარჯების შემცირების გზები და მათი კლასიფიკაცია, რომელიც აღიარებულია საერთაშორისო საკლასიფიკაციო კლასიფიკატორის მიხედვით და მათი გათვალისწინება სავალდებულოა ერთეული პროდუქციის თვითღირებულების გამოანგარიშებას, რადგან ეს უკანასკნელი პირდაპირ ზეგავლენას ახდენს საქმიანობის საბოლოო შედეგზე.

2.3 ხარჯების შეცირების გზები

ერთ-ერთი ცნობილი ეკონომისტი რალფ კანტერი ბრძანებდა: „კომპანიებს სჭირდებათ პროფესიონალი ფინანსისტები, რომლებმაც იციან არა მარტო იმის ჩვენება, თუ რა ხარჯები გასწია კომპანიამ, არამედ იმისა, თუ როგორ იქნა ისინი გამოყენებული და ამ დანახარჯებმა მოიტანა თუ არა შესაბამისი სარგებელი სტრატეგიასთან მიმართებაში. ფინანსური უნარები არის ის აუცილებელი რამ, რაც საშუალებას მოგვცემს ფოკუსირება მოვახდინოთ მომავალზე, ისევე როგორც წარსულზე ღირებულების შესაქმნელად“.

- საწარმოს წარმატებას, ხშირ შემთხვევაში, დაზოგილი თანხა განაპირობებს, ანუ მოგების გაზრდის ყველაზე ადვილი გზაა, როგორც ცვლადი (გაყიდვების პროპორციულად ცვალებადი), ისე ფიქსირებული ხარჯების (ხარჯები, რომლებიც არ იცვლება გაყიდვების პროპორციულად) შემცირება. როგორ უნდა შეამციროთ მზარდი ხარჯები? განსაზღვრეთ თქვენი ძირითადი ხარჯები და გამოიკვლიეთ რა ალტერნატიული ვარიანტები გაქვთ ფასისა და ხარისხის თვალსაზრისით. მაგალითად, გსურთ, რომ მეიჯარემ იჯარის გადასახადი შევიმციროთ. ამას ვერ შეძლებთ, თუ არ გამოიკვლევთ ადგილობრივ ბაზარზე იჯარის ფასებს. გახსოვდეთ, მობილური კავშირის ოპერატორის, სატრანსპორტო კომპანიის ან ნებისმიერი სხვა

მომწოდებლის მიერ შემოთავაზებული დაბალი ფასი შეიძლება უფრო დაბალ ხარისხს გულისხმობდეს. შესაბამისად, გადანყვეტილების მიღებამდე მნიშვნელოვანია განსაზღვროთ თქვენი კომპანიის პრიორიტეტები, რათა გაგიადვილდეთ არჩევანის გაკეთება ფასსა და ხარისხს შორის. [მმართველობითი აღრიცხვა ატკინსონი, ენტონია.;კაპლანი, რობერტს.;მათსუმურა, ელამეა;იანგი, მარკს

როგორ შევამციროთ ხარჯი? ამისათვის საჭიროა:

მოვითხოვთ ფასდაკლება

ეცადეთ ყველა მომწოდებლისგან ფასდაკლება მიიღოთ. სავარაუდოდ, წარმატებას ყველასთან ვერ მიაღწევთ თუმცა, ამ ბარიერის გადალახვის შემდეგ შეამჩნევთ, რომ ფასდაკლების მოთხოვნა ჩვევაში გადადის. შედეგად კი დაზოგილ ხარჯებსა და გაზრდილ მოგებას მიიღებთ.

მენარმეების ძირითადი ხარჯებია:

საქონლის ღირებულება (ნედლეული და მასალები, რომლებიც საქონლის პირდაპირ ხარჯს წარმოადგენს)

- მარაგების შენახვის ხარჯი
- ხელფასები და საკომისიოები
- ელექტროენერგია, ბენზინი, ბუნებრივი აირი და ა.შ.
- იჯარა
- სატრანსპორტო გადაზიდვები
- გადასახადები
- მარკეტინგი

თანამშრომლები თუ გარე კონტრაქტორები

გარე კონტრაქტორი თუ თანამშრომელი — ამ არჩევანმა შესაძლოა მნიშვნელოვანი ზეგავლენა მოახდინოს ჩვენს ხარჯებზე.

მარაგების შენახვის ხარჯები

მოახდინეთ მარაგების ოპტიმიზაცია და შეამციროთ მათი შენახვის ხარჯები. ეს ძალიან მარტივად, რამაც შეიძლება განაპირობოს ხარჯების დაზოგვა. მაგრამ არსებობს ხარჯების ეკონომიის ყველაზე საუკეთესო გზა - რასაც მთლიანობაში საწარმოს (კორპორაციის, ფირმის) მოქნილი მართვა განაპირობებს. საწარმოში

დანახარჯების დაზოგვა მათი წარმოქმნისთანავე უნდა ხდებოდეს. ანუ აქ ერთმანეთს ერწყმის ეკონომიკისა და მენეჯმენტის მეთოდების ცოდნა. წინდახედული მმართველობითი მენეჯერი საწარმოს პირველადი ზრდის პარალელურად უნდა ცდილობდეს ჩაეთიოს არსებული სიმძლავრეების საზღვრებში, მუდმივად აკონტროლოს პროდუქციის ასორტიმენტი და მოიძიოს მეტი რესურსი, ხშირად გადასინჯოს ბიზნესი: ხომ არა აქვს ადგილი ისეთი ხარჯების არსებობას, რომელსაც შეიძლება აარიდო თავი, მითუმეტეს, თუ საკითხი საწარმოს მუდმივ ზრდას ეხება, ხშირად უნდა გაკონტროლდეს დანახარჯთა სტრუქტურა. განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა გაკონტროლდეს პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების ცალკეული ეტაპები:

1. ერთეულზე დამოკიდებული საქმიანობა;
2. პარტიასთან დაკავშირებული საქმიანობა;
3. საქმიანობა საქონლის მდგრადობისათვის;
4. საქმიანობა მომხმარებლის შენარჩუნებისათვის;
5. საქმიანობა ბიზნესის მდგრადობისათვის.

თვითთელი ეტაპი შესაბამის ხარჯს მოიცავს, რომელსაც გეგმაზომიერი მართვა და კონტროლი ესაჭიროება, რათა საბოლოო შედეგზე - მოგებაზე გავიდეს. მაშასადამე, ხარჯების ეკონომიას გააზრებული და მიზანდასახული საქმიანობა სჭირდება. ამიტომ მესაკუთრის ინტერესებშია, ფლობდეს ზუსტ ინფორმაციას როგორც რესურსების შექმნის, ასევე მათი გამოყენების შესახებ, რათა დაადგინოს, რესურსები რამდენად ეფექტიანად გამოიყენება. ამიტომ, საწარმოს ხალმძღვანელობამ პირველ რიგში უნდა იცოდეს რა მიზნით გაიწევა ხარჯები. დანახარჯების მიზანი (ანუ ობიექტი) არის ნებისმიერი საქმიანობა, რომლის მიხედვითაც დანახარჯები განცალკავებულად გამოიანგარიშება. მაგალითად, კონკრეტული საქმიანობის ან განყოფილებების მიხედვით. მენეჯმენტს აინტერესებს იცოდეს დანახარჯების მოცულობა ამა თუ საქმიანობაზე, პროდუქციაზე მთლიანად და ერთეულ პროდუქტზე. დანახარჯების დეტალური ანალიზისა და შესაბამისად, მაღალი ხარისხის კონტროლის საშუალებას იძლევა დანახარჯთა ერთეულები. დანახარჯთა

ერთეული არის პროდუქციის და მომსახურეობის ისეთი უმცირესი რაოდენობრივი ერთეული, რომლის მიხედვით დანახარჯების აღრიცხვა და დადგენა შესაძლებელია და მიზანშეწონილი. დანახარჯთა ერთეული შეიძლება იყოს: კილოგრამი, ტონა, მეტრი, საათი, ცალი, სანოლ/დღე და ა.შ.

ამრიგად, დანახარჯთა ერთეულის არჩევა დამოკიდებულია ბიზნესის ტექნოლოგიურ თავისებურებებზე და იმაზე, რამდენად ხარტევადია პროდუქტი (ან მომსახურეობა). დანახარჯთა ერთეულის ცოდნა არსებითია ფასდადგენისა და პროდუქციის ასორტიმენტის შესახებ გადანყვეტილების მიღებისას, მარაგის შეფასებისა და ბიუჯეტირების (დაგეგმვის) მიზნით. დანახარჯების ეფექტური და ორგანიზებული კონტროლი მოითხოვს დანახარჯების დადგენას როგორც საქმიანობის შედეგის (პროდუქტების), ისე საქმიანობის ადგილის (ანუ დანახარჯთა ცენტრების) მიხედვით. დანახარჯთა ცენტრი არის სანარმოს განყოფილება, ფუნქცია ან მონყობილობა, რომლის საქმიანობა დაკავშირებულია მხოლოდ ხარჯების განწევასთან, ხოლო მენეჯერის მუშაობა ფასდება დანახარჯების ბიუჯეტის დაცვით. დანახარჯთა ცენტრი შეიძლება იყოს სანარმოო საამქროები, შემრევი საამქრო, სანყობი, ადმინისტრაცია და ა.შ. დანახარჯთა ყოველი ცენტრისათვის დანახარჯების დადგენა აუცილებელია, რათა განისაზღვროს დანახარჯების ცენტრის დამოკიდებულება დანახარჯთა ერთეულთან მიმართებაში, დანახარჯთა დაგეგმვისა და კონტროლისათვის. მომგებიანი ბიზნესი არის მისი მფლობელების, მასში დასაქმებული პერსონალის, მომხმარებლების და თვით სახელმწიფო ბიუჯეტის ფინანსური ძლიერების წყარო. ამასთან, რესურსები ბუნებაში ამონურვადია და მათი რაციონალური და უდანაკარგო გამოყენება მთელი საზოგადოების იმტერესებშიც შედის. ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ნებისმიერი სახის ბიზნესის ხელმძღვანელობა არა მხოლოდ დაინტერესებულია, არამედ ვალდებულიცაა, მის ხელთ არსებული რესურსები მაღალ დონეზე მართოს და აკონტროლოს. ამ მიზნით, მმათველები მუდამ უნდა ფლობდნენ ინფორმაციას დანახარჯების შესახებ, რომელსაც მმართველობითი აღრიცხვა ამზადებს. დანახარჯების აღრიცხვის მონესრიგებისა და შესაბამისად, დაგეგმვისა და მართვისათვის, ხდება დანახარჯების კლასიფიკაცია. დანახარჯების კლასიფიკაცია

ნიშნავს სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით, ერთგვაროვანი ხარჯების ლოგიკურ დაჯგუფებას. თეორიასა და პრაქტიკაში გავრცელებულია დანახარჯთა კლასიფიკაცია შემდეგი ნიშნების მიხედვით:

1. ხარჯის მიმართულების მიხედვით;
2. საქმიანობის სფეროების მიხედვით;
3. ეკონომიკური შინაარსის მიხედვით;
4. ეკონომიკური ელემენტების მიხედვით;
5. ფუნქციური დანიშნულების მიხედვით;
6. პროდუქციის თვითღირებულებისადმი დამოკიდებულების მიხედვით;
7. ცალკეული სახის პროდუქციის თვითღირებულებაზე მიკუთვნების წესის მიხედვით;
8. პროდუქციის მოცულობაზე დამოკიდებულების მიხედვით;
9. გადანყვეტილებების მიღებაზე დამოკიდებულების მიხედვით;
10. საქმიანობის შეცვლაზე დამოკიდებულების მიხედვით;
11. პასუხისმგებლობის ცენტრების მიხედვით;
12. პერიოდულობის მიხედვით.

განვიხილავთ თითოეულ საკითხს ცალკე-ცალკე.

თანამედროვე საერთაშორისო ეკონომიკურ აზროვნებასა და პრაქტიკაში ხარჯების უპირველესი კლასიფიკირება ხდება შემავალ და გამავალ ხარჯებად. ნებისმიერი ტიპის საწარმოს მართვის მიზნით, აუცილებელია იმის დანახვა, თუ როგორ მოძრაობენ მასში დანახარჯები. საწარმო ერთი მხრივ იძენს სხვადასხვა სახის რესურსებს, რომელთა შესყიდვაზე სათანადო ფულად ხარჯებს ეწევა. პარალელურად, საწარმოს შიგნით, საწყობებიდან გაედინება მრავალი სახის მასალა, რომელიც შესაბამისი ტექნოლოგიების მეშვეობით გადამუშავდება, წარმოებაში იხარჯება და მზაპროდუქტად გარდაიქმნება. ამდენად, ჩვენი აზრით, ხარჯის მიმართულების მიხედვით, საწარმოს გააჩნია შემავალი და გამავალი ხარჯები. შემავალი ხარჯები ის დანახარჯებია, რომლებიც რესურსების მომარაგება- შესყიდვაზე იქნა განხორციელებული. გამავალი ხარჯები ის დანახარჯებია, რომლებიც პროდუქციის დამზადებაზე დაიხარჯა, მზა პროდუქციაში “განივთდა” და მეორედ წარმოებაში ვეღარ შევა. ამიტომ მათ

ამონერულ ხარჯებსაც უნოდებენ, მიუხედავად იმისა, რომ პროდუქციის რეალიზაციიდან მიღებულ ფულად შემოსავლებში, გამოყენებული რესურსების ღირებულების წილიც არის და მენარმეს უკან კვლავ ფულის სახით უბრუნდება.

გამავალი ხარჯები იგივე წარმოების დანახარჯებს წარმოადგენენ და დანახარჯების შემდგომი კლასიფიკაცია, მართვა და კონტროლი, როგორც ასეთი, სწორედ ამ ხარჯებზე ვრცელდება. პოლემიკა: არსებობს თვალსაზრისი, რომ ერთმანეთისაგან გაიმიჯნოს ტერმინები: “ხარჯები” და “დანახარჯები”. კერძოდ, შემავალ ხარჯებს ანუ იმფულად ხარჯებს, რასაც მენარმე რესურსების შესყიდვაზე ხარჯავს, ეწოდოს – ხარჯები, ხოლო, პროდუქციის წარმოებაზე განეულ ხარჯებს ანუ გამავალ ხარჯებს ეწოდოს – დანახარჯები. ან პირიქით. ცნებები – “წარმოებისდანახარჯები” და “წარმოებისხარჯები” – ერთიდაიგივე შინაარსის შემცველნი არიან და მათი განსხვავების დაწესება ძალიან ხელოვნური იქნება და პრაქტიკულ ეკონომიკურ სამყაროში მრავალ გაუგებრობას გამოიწვევს. ვფიქრობთ, საწარმოს, ფირმის დანახარჯები და საწარმოს (ანფირმის) ხარჯები – სინონიმებია. ასევე, წარმოების დანახარჯები და წარმოების ხარჯები – სინონიმებია. პირველი საწარმოს – შემავალი და მეორე – გამავალი ხარჯია (ანუ დანახარჯი).. აღრიცხვის სტანდარტების განმარტებით, ხარჯები არის საწარმოს ეკონომიკური სარგებლის შემცირება საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში აქტივების საწარმოდ ან გასვლის ან ვალდებულებების ზრდის საფუძველზე, რაც გამოიხატება საწარმოს საკუთარი კაპიტალის შემცირებით, რომელიც დაკავშირებულია რა ამ მესაკუთრეთათვის კაპიტალის განაწილებასთან. პოლემიკა: ჩვენი აზრით, ბუღალტრული აღრიცხვის სტანდარტებში მოცემული განმარტება ზარალის კატეგორიის განმარტებას უფრო წარმოადგენს, ვინაიდან წარმოებაზე განეული ხარჯები არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება ჩაითვალოს “საწარმოს ეკონომიკური სარგებლის შემცირებად”. პირიქით, თუ კი ადგილი არეწნება რესურსების ხარჯვას, არც შემოსავლები იარსებებენ, ვინაიდან, სწორედ რესურსების ხარჯვა ამზადებს სამომავლოდ შემოსავლების ზრდას. აგრეთვე, ხარჯვას ყოველთვის არმოსდევს საწარმოდან აქტივების გასვლა. მაგალითად, მასალის ხარჯვა იწვევს მასალის გადაადგილებას საწყობიდან წარმოებაში. როგორც ცნობილია, საწარმოთა

ეკონომიკაში არსებობს შინაგანი ეკონომიკური წონასწორობის კანონზომიერება, რომლის თანახმად, საწარმოს ეკონომიკაში (ასევე მაკროეკონომიკაშიც) არაფერი იკარგება. საწყობიდან მასალის გამოტანა, მისი გადამუშავების მიზნით, მართალია ამცირებს მარაგს საწყობში, მაგრამ საწარმოდან არ გადის, მხოლოდ იმავე საწარმოში – წარმოების პროცესში გადაადგილდება შემოსავლების მომტანი პროდუქციის დასამზადებლად, რითაც უზრუნველყოფს ეკონომიკური სარგებლის ზრდას ანუ შემოსავლების მიღებას მომავალში. შეიძლება ვიფიქროთ, რომ მასალის შესყიდვაზე საწარმოდან ფულის გასავლ აამცირებს მის ეკონომიკურ სარგებელს, მაგრამ, ამ აზრსაც ვერ ვეთანხმებით, ვინაიდან, გასული ფულის ტოლფასი მასალის მარაგი შედის საწარმოში. ხოლო, თუ კი ზემოთმოტანილ განმარტებაში ფირმის მოგების მაჩვენებელზე გავლენა იგულისხმება, გამომდინარე იქედან, რომ მოგება = შემოსავლებს – ხარჯები, მაშინ, გაუმართლებლად მიგვაჩნია მითითება «საწარმოდან აქტივების გასვლასა და ვალდებულებების ზრდაზე». ვფიქრობთ, ხარჯები არის საწარმოს ეკონომიკური სარგებლის მიღების მიზნით, პროდუქციის დამზადებასა და მომსახურების განწევაზე მოხმარებული რესურსების ღირებულება, რომლებიც შემოსავლების მიღებას უზრუნველყოფენ მომავალში. ჩვენი აზრით, ბასს-ის განმარტებაში შემავალი და გამავალი ანუ ამონურული ხარჯები ერთ კონტექსტში მოიაზრება, რაც მართებულად არ მიგვაჩნია. დანახარჯების კლასიფიკაცია საქმიანობის სფეროების მიხედვით, გულისხმობს მათ დაჯგუფებას საქმიანობის სექტორების მიხედვით ანუ გაითვალისწინება, ხარჯები მოცემულ საწარმოში ძირითად ანუ მაპროფილებელ საქმიანობაზე გაიწევა თუ დამხმარე ან არაორდინარულ ღონისძიებებზე. საქმიანობის სფეროების მიხედვით, დანახარჯები იყოფა: საოპერაციო, არასაოპერაციო და განსაკუთრებული სახის დანახარჯებად. საოპერაციო დანახარჯები ისეთი ხარჯებია, რომლებიც საწარმოთა ძირითადი ანუ მაპროფილებელი საქმიანობის განხორციელებაზე იხარჯება. საოპერაციო ხარჯებს მიეკუთვნება პროდუქციის დამზადებაზე ან მომსახურების განწევაზე განეული მატერიალური და შრომითი დანახარჯები, კომერციული (მარკეტინგის) ხარჯები და საერთო ადმინისტრაციული ხარჯები. არასაოპერაციო ხარჯები ისეთი დანახარჯებია, რომლებიც მოცემული

საწარმოსათვის დამხმარე ხასიათის საქმიანობაზე გაიწევა. სამრეწველო ფორმებში ასეთ ხარჯებს მიეკუთვნება გადახდილი საიჯარო ქირის თანხები, სესხებზე გადახდილი პროცენტები, სასამართლო პროცესებზე განეული ხარჯები და სხვა. ხარჯების ასეთი დაჯგუფების დროს აუცილებლად გასათვალისწინებელია ბიზნესის სფეროს თავისებურებები. მაგალითად, ბანკებში აღებული სესხების საპროცენტო ხარჯები საოპერაციო ხარჯებია, რადგან მათი ძირითადი საქმიანობა სესხების აღებ-მიცემობაა. განსაკუთრებული ხარჯები ისეთი ხარჯებია, რომლებიც გამონეული იყო ჩვეულებრივი საქმიანობისაგან განსხვავებული სამეურნეო მოვლენებისა და ოპერაციებისაგან, რომლებიც რეგულარულად არ ხდებიან და შემთხვევითი ხასიათისაა. ასეთია, აქტივების ექსპროპრიაცია, ზარალი სტიქიური უბედურებისაგან (მიწისძვრა, ხანძარი დასხვა), გადახდილი ჯარიმები. საოპერაციო ხარჯები ეკონომიკური შინაარსის მიხედვით ძირითად და ზედნადებ ხარჯებად იყოფა. ძირითადია ისეთი ხარჯები, რომლებიც პროდუქციის დამზადების ან მომსახურების განევის პროცესში უშუალოდ მონაწილეობენ. ძირითადი ხარჯები ყოველთვის რომელიმე ერთი კონკრეტული სახის პროდუქციასთანაა მიბმული. ძირითად ხარჯებს მიეკუთვნება იმ ნედლეულისა და მასალის ხარჯი, რომელიც უშუალოდ პროდუქციის დამზადებაზე იხარჯება. აგრეთვე იმ მუშების ხელფასის ხარჯი, რომლებიც პროდუქციის დამზადებაზე მუშაობენ. ზედნადები ხარჯები წარმოების მართვისა და მომსახურების ხარჯებია. ისინი თავის მხრივ ორ ჯგუფად იყოფიან:

1. საწარმოო ზედნადებ იხარჯები
2. არასაწარმოო ზედნადებ იხარჯები.

საწარმოო ზედნადები ხარჯები ისეთი ხარჯებია, რომლებიც უშუალოდ პროდუქციის დამზადების პროცესის მომსახურებასა და მართვაზე იხარჯება. ასეთია: ძირითადი მანქანა-დანადგარების ცვეთისა და მოვლის ხარჯები, ძირითადი განყოფილებების მმართველი პერსონალის ხელფასი, საწარმოო დანიშნულების შენობის ცვეთისა და ექსპლოატაციის ხარჯები. არასაწარმოო ზედნადები ხარჯები საწარმოს საერთო მმართველობითი ხარჯებია, როგორცაა მარკეტინგის და საერთო_ადმინისტრაციული ხარჯები. წარმოების დანახარჯები მრავალი სახისა და დანიშნულების ხარჯებისაგან

შედგება. ეკონომიკური ელემენტების მიხედვით გამოიყოფა ერთგვაროვანი სახის ხარჯები: მასალის ხარჯი, ნაყიდი ნახევარფაბრიკატები და მაკომპლექტებელი ნაწარმის ხარჯი, შრომითი ხარჯები, ცვეთის ხარჯი დანარჩენი ფულადი ხარჯები. დანახარჯთა ეკონომიკური ელემენტი პასუხობს კითხვაზე, თუ საწარმოში მოცემული სახის ხარჯი სულ რა რაოდენობითაა დახარჯეული. ფუნქციური დანიშნულების მიხედვით დანახარჯების კლასიფიცირება პასუხობს კითხვაზე: რა მიზნითაა გაწეული ხარჯი. ამ ნიშნით, გამოიყოფა შემდეგი ფუნქციური მუხლები: საწარმოო, მარკეტინგის, ადმინისტრაციული. პროდუქციის თვითღირებულებისადმი დამოკიდებულების მიხედვით ხარჯები ორ ჯგუფად იყოფა: 1. თვითღირებულებაში შემავალი ანუ პროდუქტის ხარჯი

2. თვითღირებულებაში არ შემავალი ანუ პერიოდის ხარჯი დამზადებული პროდუქციის ან გაწეული მომსახურების თვითღირებულებაში შემავალი ხარჯებია:

- ძირითადი მასალის ხარჯი
- ძირითადი შრომითი ხარჯი
- საწარმოო ზედნადები ხარჯები

მოგება/ზარალის ანგარიშგების შედგენის დროს, საწარმოებმა საქონლის ან გაწეული მომსახურების თვითღირებულებაში სხვადასხვა სახის ხარჯი არ უნდა შეიტანონ. პერიოდის ხარჯები იმ ხარჯებს ეწოდება, რომლებიც პროდუქციის თვითღირებულებაში არ შეიტანება. ესენია:

- მარკეტინგის ხარჯები
- საერთო-ადმინისტრაციული ხარჯები
- არასაოპერაციო ხარჯები
- განსაკუთრებული ხარჯები

მხოლოდ, პროდუქციის თვითღირებულების შიდა ანგარიშგების შედგენის დროს, როცა ხელმძღვანელობა გეგმავს ცალკეული სახის პროდუქციის გასაყიდ საორიენტაციო გეგმურ ფასებს ან ატარებს ყოველი სახის პროდუქციის მომგებიანობის ანალიზს, მაშინ პროდუქციის (ან მომსახურების) თვითღირებულებაში შეიტანება მარკეტინგის და საერთო-ადმინისტრაციული ხარჯებიც. ამრიგად, თინანსური

ანგარიშგების შედგენის მიზნებისათვის პერიოდის ხარჯები პროდუქციის თვითღირებულებაში არ შეიტანება და მოგება/ზარალის ანგარიშიდან ჩამოიწერება. განსხვავება პროდუქტისა და პერიოდის ხარჯებს შორის აუცილებელია მარაგის ღირებულებისა და მოგების მაჩვენებლის გამოსათვლელად. საწარმოში, როდესაც რამდენიმე სახის პროდუქცია მზადდება, არსებობს ხარჯები, რომლებიც კონკრეტულად რომელიმე სახის პროდუქტზე იხარჯება და ხარჯები, რომლებიც ერთდროულად რამდენიმე სახის პროდუქტის დამზადებაზე იხარჯებიან. ამიტომ განსხვავდება, ცალკეული სახის პროდუქციის თვითღირებულებაზე, მათი მიკუთვნების წესი. პროდუქციის (ან მომსახურების) თვითღირებულებაზე მიკუთვნების წესის მიხედვით გამოიყოფა პირდაპირი და არაპირდაპირი (ანუ ირიბი) ხარჯები. პირდაპირია ისეთი დანახარჯები, რომლებიც განვევის მომენტიდანვე ცნობილია რომელი სახის პროდუქციის (ან მომსახურების) თვითღირებულებას მიეკუთვნოს. ამდენად, პირდაპირი დანახარჯები უშუალოდ დაკავშირებულია კონკრეტულ დანახარჯთა ერთეულთან ან დანახარჯთა ცენტრთან. პირდაპირი დანახარჯებია:

- ძირითადი მასალის ხარჯი
- ძირითადი შრომითი ხარჯი

არაპირდაპირია (ანუ ირიბია) ისეთი დანახარჯები, რომლებიც ერთდროულად რამდენიმე სახის პროდუქციაზე იხარჯება, ამიტომ განვევის მომენტში ცნობილია რა რომელი სახის პროდუქციის თვითღირებულებას მიეკუთვნოს და მხოლოდ განაწილების გზით (ანუ არაპირდაპირი გზით) შეიტანება პროდუქციის თვითღირებულებაში. ამრიგად, არაპირდაპირი ხარჯების მიხედვით უშუალოდ დანახარჯების ერთეულთან ან დანახარჯთა ცენტრთან, შეუძლებელია. მათ მიეკუთვნება საწარმოო და არასაწარმოო ზედნადები ხარჯები. საწარმოო ზედნადები ხარჯებში შედის:

- არაპირდაპირი მასალის ხარჯი
- არაპირდაპირი შრომითი ხარჯი
- დანარჩენი არაპირდაპირი ხარჯები

დანახარჯების დაყოფა პირდაპირ და არაპირდაპირ ხარჯებად აუცილებელია ცალკეული სახისპ როდუქციის თვითღირებულების კალკულაციისათვის. მაშასადამე, დანახარჯთა ერთეულის თვითღირებულება მოიცავს პირდაპირ ხარჯებს და საწარმოო ზედნადები ხარჯების წილს, რომელიც სათანადო მეთოდებით გამოითვლება. წარმოების დანახარჯები სხვადასხვა სახის ხარჯებისაგან შედგება, რომლებიც პროდუქციის გამოშვების ან წარმოების მოცულობის ცვლილებაზე სხვადასხვგვარად რეაგირებენ. დანახარჯების ექვევა არისის, თუ როგორ რეაგირებენ დანახარჯები წარმოების მოცულობის ცვლილებაზე. წარმოების მოცულობის ცვლილებაზე დამოკიდებულების მიხედვით არსებობს შემდეგი სახის ხარჯები:

- ცვლადი ხარჯები
- მუდმივი ხარჯები
- ნახევრად ცვლადი ხარჯები

საფეხურებრივად ცვლადი დანახარჯები ცვლადია დანახარჯები, რომელთა საერთო სიდიდე, წარმოების ცვლილების პირდაპირ პროპორციულად იცვლება. ესენია: 1) პირდაპირი (ძირითადი) მასალის ხარჯი 2) პირდაპირი (ძირითადი) შრომითი ხარჯი.

მუდმივია ისეთი დანახარჯები, რომელთა საერთო სიდიდე არ იცვლება პროდუქციის წარმოების ზრდის პროპორციულად. დაგეგმვის სტადიაზე, როცა ხარჯთაღრიცხვა დგება, ცვლადი დანახარჯები პროდუქციის ერთეულზე და მუდმივი დანახარჯების საერთო სიდიდე უცვლელად იგულისხმება.

ნახევრად ცვლადი დანახარჯები ისეთ ხარჯებს ეწოდება, რომელიც მუდმივ და ცვლად ხარჯებს შეიცავენ. ასეთია სატელეფონო დანახარჯი, რომელიც შეიცავს მუდმივ სააბონენტო გადასახადის ხარჯს და წუთობრივი გადასახადის ხარჯს. აგრეთვე – საწარმოო ზედნადები ხარჯები, რომლის შემადგენლობაში ცვეთის ხარჯი და დაზღვევის ხარჯი მუდმივია, შეკეთების ხარჯები კი ცვლადია. საფეხურებრივად ცვლადი დანახარჯები ეწოდება ისეთ ხარჯებს, რომლებიც მუდმივი რჩებიან წარმოების ერთ დიაპაზონში, შემდეგ ნახტომისებურად იცვლება და მუდმივია წარმოების ახალ დიაპაზონში. გადანყვეტილებების მიღებისას, მენეჯერები დაინტერესებული არიან იმ ფაქტორებით, რომლებიც არჩევანის გაკეთებაზე გავლენას ახდენენ. რამდენიმე

ალტერნატივიდან ერთ-ერთი ვარიანტის არჩევა ცვლის ხარჯებსა და შემოსავლებს. ამიტომ, გადაწყვეტილებების მიღებაზე დამოკიდებულების მიხედვით განასხვავებენ რელევანტურ და ირელევანტურ ხარჯებს. რელევანტურია დანახარჯი, რომელიც იცვლება გადაწყვეტილების მიღების შედეგად, არარელევანტურია ხარჯი, რომელიც არ იცვლება გადაწყვეტილების მიღების შედეგად. რადგან წარსულის შეცვლა შეუძლებელია, ამიტომ რელევანტური ხარჯები მომავლის ხარჯებია. წარსულის დანახარჯი შეუქცევად დანახარჯად განიხილება და არასოდეს არ იქნება რელევანტური გადაწყვეტილების მიღებისას. ვინაიდან რელევანტური ხარჯები გადაწყვეტილებების შედეგად იცვლებიან, ამიტომ ეს ხარჯები გასათვალისწინებელი ხარჯებია, ხოლო არარელევანტური ხარჯების გათვალისწინება გადაწყვეტილების მიღებისას საჭირო არაა. ამასთან, უნდა გვახსოვდეს, რომ რელევანტური ხარჯი შეიძლება იყოს როგორც მუდმივი, ისე ცვლადი ხარჯი.

საქმიანობის შეცვლაზე დამოკიდებულების მიხედვით ხარჯები აგრეთვე აღმოფხვრად და არააღმოფხვრად ხარჯებად იყოფა. აღმოფხვრადია ხარჯი რომელიც გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ აღარ იარსებებს. ამიტომ ეს ხარჯები გადაწყვეტილების მიღების დროს გაითვალისწინება. არა აღმოფხვრადია ხარჯი, რომელიც გადაწყვეტილების მიღების მიუხედავად მაინც იარსებებს, ამიტომ გადაწყვეტილების მიღების დროს იგი არაარსებითია. ამრიგად, ხარჯი აღმოფხვრადია თუ არააღმოფხვრადი, დამოკიდებულია გადაწყვეტილების მიღებაზე და დროის პერიოდზე. მაგალითად, თუ ორგანიზაცია განიხილავს წარმოების შეჩერების საკითხს, მაშინ პირდაპირი და არაპირდაპირი ხარჯები აღარ იარსებებენ. შენობისი იჯარა კინულოვანი წარმოების დროსაც იარსებებს. ამდენად, აღმოფხვრადი ხარჯები რელევანტური ხარჯებია. ხოლო, არა აღმოფხვრადი დანახარჯები არარელევანტური ხარჯებია. პასუხისმგებლობის ცენტრების მიხედვით დანახარჯები _ რეგულირებად და არა რეგულირებად დანახარჯებად იყოფა. რეგულირებადია დანახარჯი, რომელიც კონტროლდება მოცემული განყოფილების მენეჯერის მიერ მოცემულ დროში. არარეგულირებადია დანახარჯი, რომელიც არ წარმოადგენს მოცემული განყოფილების კონტროლის სფეროს და ამიტომ არ რეგულირდება მის მიერ.

დანახარჯების ასეთი კლასიფიკაცია გამოიყენება მენეჯერების მუშაობის შესაფასებლად. ყველა დანახარჯი რეგულირებადია მმართველობის რომელიმე დონეზე. მენეჯერებს პასუხი მოეთხოვებათ იმ ხარჯებზე, რომლებიც მათი კონტროლის ქვეშ იმყოფებიან. მენეჯერმა შეიძლება დაკარგოს ინტერსი დანახარჯების რეგულირებაზე, თუ აღმოაჩენს, რომ მისი მუშაობა ფასდება იმ დანახარჯების მიხედვით, რომლებიც მისი კომპეტენციის საზღვრებს შორდება.

თავი 3. რეალიზაციის პროცესი ბიზნესში და მისი ბუღალტრული აღრიცხვა

3.1. რეალიზაციის პროცესის მოკლე აღწერა და პროცესში გამოყენებული გატარებები

ვიდრე საკითხის ბუღალტრულ აღრიცხვაზე გადავიდოდეთ, დავინტერესდით აქვს თუ არა განმარტება თვით სიტყვა „რეალიზაციას“, რადგან იმდენად დამკვიდრდა ის ქართულ მეტყველებაში, რომ შეიძლება არც დავიჯეროთ მისი წარმომავლობა ინგლისური ტერმინიდან „realizacion“ რომ მოდის და ქართული შესატყვისი თარგმანი გულისხმობს ნივთიერის რისამე განხორციელებას, სისრულეში მოყვანას, ცხოვრებაში გატარებას, საქონლის გაყიდვას; ფასიანი ქაღალდების, ქონების ფულად

ქცევას, განაღდებას, სესხის რეალიზაცია- გავრცელებას. ასეა განმარტებული განმარტებითი სიტყვათა ლექსიკონში, უცხო სიტყვათა , საქართველოს საკანონმდებლო ტერმინთა, იურიდიულ, ქართულ-ინგლისურ, ონლაინ (VOOV) ლექსიკონებში და მსოფლიო კულტურისა და ხელოვნების ინსტიტუტის პრომეში. შესაბამისად, ბუღალტრულ აღრიცხვაშიც იგივე შინაარსის მატარებელია სიტყვა „რეალიზაცია“ და ამავე დროს ბიზნესსაქმიანობის წრებრუნვის დამამთავრებელი სტადიაა, რაც საწარმოებისათვის უნდა აისახოს შემოსავლის ასახვაში ფულადი ფორმით ნაღდი ან უნაღდო ანგარიშსწორებით, განსაკუთრებულ შემთხვევაში- ნივთიერი ფორმით, ხოლო თუ რეალიზაცია მოხდება შემდგომი გადახდის პირობით, წარმოიქმნება მოთხოვნა ანუ დებიტორული დავალიანება ანუ საწარმოს ექნება მისაღები ანგარიში.

ღარიცხვის პრინციპის თანახმად შემოსავალი რეალიზაციიდან აღიარებული უნდა იქნეს ოპერაციის მოხდენისთანავე, მიუხედავად იმისა, თუ როდის მოხდა მისი გადახდა. ამ პროცესს მეორე მხრივ უკავშირდება მოთხოვნების აღიარება, თუ საქონლის მიწოდებიდან ან მომსახურების გაწევა წარმოებს შემდგომი განაღდებას პირობით ანუ კრედიტით, მაშინ როგორც აღვნიშნეთ, წარმოიქმნება მოთხოვნა, რომელიც **სავაჭრო მოთხოვნის** სახელითაა ცნობილი. იგი საწარმოო პროცესის ნორმალური ციკლის შემადგენელი ნაწილია და უფრო ფართოდაა გავრცელებული წარმოებისა და ვაჭრობის სფეროში. [ხორავა ა. კვატაშიძე ნ. სრესელი ზ. გოგრიჭიანი ზ. **ბუღალტრული აღრიცხვა გვ. 251**]

ჩვერთოთ პირდაპირ ბუღალტრულ აღრიცხვაში ფინანსური აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტების მოთხოვნებიდან გამომდინარე პრინციპების გამოყენებაში და ვიმსჯელოთ მზა პროდუქციის და მომსახურების რეალიზაციის პირობებზე. შევნიშნოთ, რომ წარმოების პროცესიდან მიღებული მზა პროდუქცია მზა პროდუქციის ანგარიშიდან სასურველია გადავიდეს სასაქონლო ანგარიშზე გატარებით: დებეტი - 1610 საქონელი, კრედიტი - 1640 მზა პროდუქცია (გამომდინარე იმ განმარტებიდან, რომ საქონელი არის ის, რაც იყიდება).

საქონლის რეალიზაცია და მომსახურება შეიძლება სხვადასხვა პირობით განხორციელდეს: ჩვეულებრივ, ფასდათმობით, განვადებით და თამასუქით.

ჩვეულებრივ მოკლევადიანი სავაჭრო დებიტორული დავალიანება განასაკუთრებული პირობების შესრულებას არ ითვალისწინებს.

საქონლის მიწოდებიდან და მომსახურების განწვევიდან წარმოქმნილი მოთხოვნების პირველადი აღრიცხვა მიწოდების დამადასტურებელი დოკუმენტის საფუძველზე წარმოებს გაყიდვის ჟურნალებში. გაყიდვის ჟურნალიდან და სალაროს წიგნიდან ჩანაწერები კეთდება დებიტორული დავალიანების წიგნში თითოეულ მომხმარებელზე გახსნილ ინდივიდუალურ ანგარიშებზე. საერთაშორისო პრაქტიკით დებიტორული დავალიანების წიგნიდან ჯამობრივი მონაცემები გადაიტანება მთავარ საბუღალტრო წიგნში, კერძოდ, დებიტორული დავალიანების საკონტროლო ანგარიშზე.

დებიტორული დავალიანების საკონტროლო ანგარიშიდებეტი კრედიტი

01.01 საწყისი ნაშთი	X		
საანგარიშგებო პერიოდის რეალიზაცია	X	ბანკი ან ნაღდი ფული	X
		გაცემული ფასდათმობა	
		გაყიდულისაქონლის უკან დაბრუნება	X
		კრედიტორული დავალიანების საკონტროლო ანგარიში (კონტრა)	X
		უიმედო ვალი	X
ბრუნვა	X	ბრუნვა	
31.12. საბოლოო ნაშთი	X		

საქონლის მიწოდებიდან და მომსახურების განწვევიდან , ერთი მხრივ, წარმოექმნება მოთხოვნა და მეორე მხრივ –შემოსავალი რეალიზაციიდან, რომელიც შემდეგნაირად გატარდება:

დებეტი–1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან

კრედიტი– 6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან

მოთხოვნის ფულით დატარვა აისახება გატარებით:

დებეტი– 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში

ან დებეტი– 1110 ნაღდი ფული ეროვნული ვალუტით

კრედიტი– 1410 მოთხოვნები მოწოდებიდან და მომსახურებიდან, ხოლო თუ საქონლის რეალიზაცია მოხდება ნაღდი ან უნაღდო ფულით, მაშინ მოთხოვნის ანგარიში ამოვარდება და ადგილი ექნება შემდეგი სახის გატარებას:

დებეტი - 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში

დებეტი - 1110 ნაღდი ფული ეროვნული ვალუტით.

1. საქონლის გაყიდვის ოპერაციები ეროვნულ ი ვალუტის გარდა ხორციელდება უცხოური ვალუტითაც, რაც განაპირობებს წარმოქმნილი მოთხოვნების ნაწილობრივ განსხვავებულ აღრიცხვას. ბასს–ის თანახმად ასეთი ოპერაციები თავდაპირველად უნდა აისახოს საანგარიშგებო ვალუტით ოპერაციის შესრულების დღისათვის არსებული ოფიციალური კურსით, ოპერაციის შესრულების დღისათვის არსებული გასაცვლელი სავალუტო კურსის მიხედვით, ხოლო ბალანსის შეგენისათვის – საბოლოო სავალუტო კურსით.[ხორავა ა. კვატაშიძე ნ. სრესელი ზ. გოგრიჭიანი ზ. ბუღალტრული აღრიცხვა , გვ.254]

მოთხოვნის წარმოქმნასა და განაღდებას შორის დროში განსხვავებისას შეიძლება მოხდეს გასაცვლელი ვალუტის კურსის ცვალებადობა, რაც გამოიწვევს საკურსო სხვაობას, რომელიც აღიარებული უნდა იქნეს შემოსავლის ან ხარჯის სახით.

მაგალითი: კონტრაქტის საფუძველზე უცხოელ მყიდველს კრედიტით მიეყიდა 2.000 დოლარის ღირებულების საქონელი 60 დღეში გადახდის პირობით. საქონლის მიწოდება მოხდა 20X18 წლის 5 დეკემბერს, ამ დროისათვის დოლარის გაცვლითი კურსი იყო 2,0 ლარი

ა) მოთხოვნის წარმოქმნა აისახება გატარებით:

დებეტი– 1410 მოთხოვნა მოწოდებიდან და მომსახურებიდან 4000 ლარი

კრედიტი–6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 4000 ლარი

ბ) 31 დეკემბრისათვის 1 აშშ დოლარის გასაცვლელი კურსი შეადგენდა 2,10 ლარს, ვალუტის გასაცვლელი კურსის ცვალებადობით უნდა მოხდეს მოთხოვნის კორექტირება, რაც გამოიწვევს ბალანსში შესატანი დებიტორული დავალიანების ცვლილებას ამ შემთხვევაში გაზრდას:

დებეტი– 1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 200 ლარი(2000\$ x 2.10)

კრედიტი –8140 მოგება სავალუტო კურსს შორის სხვაობიდან 200 ლარი

ან კრედიტი– 8190 სხვა არასაოპერაციო შემოსავლები

თუ ცალკე ანგარიში არ იქნებოდა გამოყოფილი.

აღნიშნული ოპერაციის შემდეგ დებიტორული დავალიანება ბალანსში აისახება 4200 ლარის ოდენობით. იგივე თანხა შეიტანება მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში გაყიდვიდან ამონაგების მუხლით 4000 ლარი და კურსთა შორის სხვაობიდან შემოსავლის მუხლით 200 ლარი.

გ) მყიდველის მიერ ანგარიშის განაღდება მოხდა 20X19 წლის 25 იანვარს . 1 აშშ დოლარის გასაცვლელი კურსი იყო 2,05 ლარი. თანხა ჩაირიცხა სავალუტო ანგარიშზე:

დებეტი– 1220 უცხოური ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 4.100 ლარი (2000\$ x 2.05)

დებეტი–8240 ზარალი კურსთა შორის სხვაობიდან 100 ლარი

კრედიტი– 1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 4.200 ლარი

საქონლის კრედიტით გაყიდვისას გარიგების მონაწილე ორივე მხარეს

ზუსტი ინფორმაცია უნდა ჰქონდეს გადასახდელ თანხასა და ვადებზე, რაც ასხულია ანგარიშ–ფაქტურაში. ზოგიერთი საწარმო კლიენტს სთავაზობს ფასდათმობას ანგარიშის ვადაზე ადრე განაღდების სტიმულირებისათვის. ფასდათმობის პირობა ანგარიშ–ფაქტურაში ასე შეიძლება აისახოს: 3/10 ან 2/20, სრულად 30 ან 60. ეს იმას ნიშნავს, რომ კლიენტს ეძლევა 3% დათმობა ანგარიშის 10 დღეში ან 2% დათმობა ანგარიშის 20 დღეში განაღდებისათვის. წინააღმდეგ შემთხვევაში სრული თანხა გადახდილი უნდა იქნეს რეალიზაციის თარიღიდან 30 ან 60 დღეში. მართალია, ამ შემთხვევაში გასანაღდებელი თანხა მცირდება, მაგრამ მისი ვადაზე ადრე დათმობა აჩქარებს გამყიდველი საწარმოს ფულადი სახსრების მოძრაობას, რითაც საბოლოოდ უმჯობესდება მისი ფინანსური მდგომარეობა. ფასდათმობის პირობით განორციელებული მიწოდება და მომსახურება, ისევე როგორც სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობების მოძრაობა, შეიძლება აისახოს ორი მეთოდით:

მთლიანი თანხის ან წმინდა თანხის მეთოდით. ფასდათმობის პირობით ოპერაციების აღრიცხვის დროს გამოიყენება ის მიდგომა, რომელიც მოცემული მომენტისათვის უფრო რეალურია. აღნიშნული მეთოდის შედარებისათვის მოვიყვანოთ მაგალითები:

20X19 წლის 20 ივნისს კლიენტს მიენოდა 5,000 ლარის საქონელი 3/10 სრულად 30 პირობით. ოპერაციების ასახვა **მთლიანი თანხის მეთოდით.**

მოთხოვნის წარმოქმნა და შემოსავლის აღიარება;

დებეტი– 1410 მოთხოვნა მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 5,000 ლარი

კრედიტი– 6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 5,000 ლარი

1) კლიენტმა არ ისარგებლა ფასდათმობით და მომწოდებლის ანგარიშზე თანხა გადარიცხა 20 ივლისს:

დებეტი–1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 5,000

2) კლიენტმა ისარგებლა ფასდათმობით და 30 ივნისს გაანაღდა მომწოდებლის ანგარიში:

დებეტი–1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 4,850

დებეტი–6120 გაყიდული საქონლის დაბრუნება და ფასდათმობა 150

კრედიტი– 6120 გაყიდული საქონლის დაბრუნება და ფასდათმობა 150

იგივე მაგალითი განვიხილოთ **წმინდა თანხის მეთოდით.**

საქონლის მიწოდება:

დებეტი–1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 4,850

კრედიტი–6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 4,850

1) კლიენტმა ისარგებლა ფასდათმობით და დავალიანება გაანაღდა დათმობის გამოკლებით:

დებეტი–1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 4,850

კრედიტი–6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 4,850

2) კლიენტმა არ ისარგებლა ფასდათმობით და სრული თანხით გაანაღდა მიმწოდებლის ანგარიში:

დებეტი–1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში 5,000

კრედიტი–1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 5,000

გამოყენებული ფასდათმობის თანხის ასახვა:

დებეტი—1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 150

კრედიტი—6190 სხვა საოპერაციო შემოსავლები 150

ან კრედიტი—6125 გამოყენებული ფასდათმობა 150

ამ მაგალითში პირობითად გამოყენებული ანგარიში 6125 გამოყენებული ფასდათმობა არის შემოსავალი რეალიზაციიდან ანგარიშის დამატებითი ანგარიში, რომელითაც საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს იზრდება შემოსავალი:

დებეტი—6190 სხვა არასაოპერაციო შემოსავლები 150

ან დებეტი— 6125 გამოყენებული ფასდათმობა 150

კრედიტი—6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 150

საწარმოსა და მყიდველს შორის გარიგების პირობები ფასდათმობის გარდა შეიძლება ითვალისწინებდეს საქონლის უკან დაბრუნებასაც. [ხორავა ა. კვატაშიძე ნ. სრესელი ზ. გოგრიჭიანი ზ. „ბუღალტრული აღრიცხვა, გვ. 257]

სშირად განსაკუთრებით საცალო ვაჭრობაში, საქონლის მფლობელობის რისკებისა და სარგებლის გადაცემა ემთხვევა მყიდველისათვის საკუთრების ან ქონებრივი უფლების გადაცემას. თუმცა მფლობელობის უმნიშვნელო რისკის შენარჩუნებას აქვს აქვს ადგილი, როდესაც დაშვებულია მომხმარებლისათვის საქონლის ღირებულების უკან დაბრუნება მისი უხარისხობის შემთხვევაში. გამყიდველს შეუძლია საიმედოდ განსაზღვროს უკან დაბრუნებული საქონლის შესაძლო რაოდენობა და მოსალოდნელი ვალდებულების თანხა. მაშასადამე, თუ ხელშეკრულებით გათვალისწინებული იქნება საქონლის უკან დაბრუნება, მაშინ ამონაგების აღიარება მოხდება ამ პირობის გათვალისწინებით.

მაგალითი:

შ.პ.ს „სამგორის“ მიერ საცალო ვაჭრობის საწარმოს შემდგომი გადახდის პირობით მიეყიდა 8,

000 ლარის საქონელი. ხელშეკრულებით გათვალისწინებული იყო საქონლის მიწოდებიდან ორ თვეში გაუყიდავი საქონლის დაბრუნება.

აღნიშნული ოპერაცია გატარდება შემდეგნაირად:

საქონლის მიწოდება:

- 1) დებეტი-1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 8,000
- 2) კრედიტი-6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 8,000
- 3) ხელშეკრულების პირობების დაცვით მყიდველის მიერ დაბრუნებულია 1,500

ლარის გაუყიდავი საქონელი და იმავდროულად დაფარულია დავალიანება -6,500 ლარი.

- ა) დებეტი -6120 გაყიდული საქონლის დაბრუნება 1,500
დებეტი- 1110 მალდი ფული ეროვნული ვალუტით 6,500
კრედიტი-1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 8,000

ამონაგების დაზუსტება წლის ბოლოს კონტრა ჩანაწერით:

- ბ) დებეტი-6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 1,500
კრედიტი- 6120 გაყიდული საქონლის დაბრუნება 1.500

პრაქტიკაში ხშირია შემთხვევები, როდესაც ერთი საწარმო მეორესაგან ყიდულობს ერთი სახის სასაქონლო – მატერიალურ ფასეულობას და ამავე დროს მასზე ყიდის სხვა სახის ფასეულობას ან უწევს მომსახურებას. მაშასადამე, ერთის მხრივ, წარმოიქმნება კრედიტორული დავალიანება და მეორე მხრივ, დებიტორული დავალიანება. ასეთი დავალიანებების ურთიერთჩათვლა დასაშვებია, თუ საწარმოებს შორის არსებობს შეთანხმება ურთიერთჩათვლაზე.

ამის თაობაზე ბასს 32 მოითხოვს, რომ უნდა მოხდეს ფინანსური აქტივისა და ფინანსური ვალდებულებების ურთიერთგადაფარვა და ბალანსში აიასახოს ნეტო თანხით, როდესაც:

ა) საწარმოს აქვს აღიარებული თანხების ურთიერთგადაფარვის კანონმდებლობით მინიჭებული უფლება და

ბ) საწარმო ვარაუდობს, რომ დაფარვა განახორციელოს ნეტო საფუძველზე, ან აქტივის რეალიზაცია და ვალდებულების დაფარვა ერთდროულად განახორციელოს.

დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებების ურთიერთჩათვლას კონტრას უწოდებენ და იგი აისახება გატარებით:

დებეტი– კრედიტორული დავალიანების ანგარიში

კრედიტი– დებიტორული დავალიანების ანგარიში.

მაგალითი:

ელექტრონული საქონლის მაღაზიამ ელექტროენერჯის გამანაწილებელ კომპანიას მიანოდა 4,000 ლარის ღირებულების კაბელი. თავის მხრივ, მაღაზიას მისთვის უნდა გადაეხადა 3,000 ლარი მოხმარებული ენერჯის საფასური.

მაღაზიის მიერ კაბელის გაყიდვა:

დებეტი–დებიტორული დავალიანების ანგარიში 4000

კრედიტი– შემოსავალი რეალიზაციიდან 4000

ელექტროენერჯის მიღება:

დებეტი– ელექტროენერჯის ხარჯები 3000

კრედიტი–კრედიტორული დავალიანების ანგარიში 3000

მაღაზიისა და ელექტროენერჯის გამანაწილებელ კომპანიას შორის შეთანხმებით მოხდა დავალიანებების ურთიერთჩათვლა:

დებეტი– კრედიტორული დავალიანების ანგარიში 3,000

კრედიტი–დებიტორული დავალიანების ანგარიში 3,000

ამის შემდეგ ელექტრომაღაზიას მყიდველისგან კიდევ ეკუთვნის 1,000 ლარი, რომლის ფულით დაფარვა აისახება გატარებით:

დებეტი–ფულადი საშუალებების ანგარიში 1,000

კრედიტი – დებიტორული დავალიანების ანგარიში 1,000 [ხორავა ა. კვატაშიძე ნ.

სრესელი ზ. გოგრიჭიანი ზ. ბუღალტრული აღრიცხვა, გვ.260-261]

მაშასადამე, ბიზნესის საქმიანობაში რეალიზაციის პროცესი წარმოადგენს წრებრუნვის დამამთავრებელ სტადიას, საიდანაც მენარმე-სუბიექტი თავისუფლად აკონტროლებს მისი საქმიანობის შედეგს, რომელიც ფიქსირდება სპეციალური საბუღალტრო ანგარიშგების სახით.

3.2 ბიზნესის საქმიანობის საბოლოო შედეგი: ანგარიშგება სრული შემოსავლების შესახებ

ბიზნესში ნებისმიერი საქმიანობა იძლევა საბოლოო ფინანსურ შედეგს-მოგებას ან ზარალს, რომელსაც სჭირდება შესაბამის დოკუმენტში ჩანერა, დარეგისტრირება. ასეთი ბუღალტრული დოკუმენტი გახლავთ ფინანსური ანგარიშგების მეორე უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი - ანგარიშგება მოგება-ზარალის შესახებ ანუ ბასს-ით ანგარიში სრული შემოსავლების შესახებ. მოკლე ექსკურსი ფინანსური ანგარიშგების ფუნქციებისა და მითითებული კომპონენტის შესახებ.

ფინანსური ანგარიშგება სამ მნიშვნელოვან ფუნქციას ასრულებს:

ფინანსური ანგარიშგება ფირმის მფლობელებსა და კრედიტორებს აწოდებს ინფორმაციას ფირმის მიმდინარე ფინანსური მდგომარეობისა და გავლილ პერიოდში მისი საქმიანობის ეფექტურობის შესახებ.

ფირმის ფინანსური ანგარიშგება იშვიათად შეიცავს მათი საქმიანობის ეფექტურობის შესახებ საბოლოო დასკვნის ფორმირებისათვის საჭირო სრულ ინფორმაციას, მაგრამ მას შეუძლია დაინტერესებული პირნი უზრუნველყოს ცნობებით იმის შესახებ, თუ განსაკუთრებული გულმოდგინებით კომპანიის საქმიანობის რომელი ასპექტები უნდა გაანალიზდეს. ფინანსური ანგარიშგების დეტალური ანალიზი საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს ფირმის მართვაში დაშვებული შეცდომები, ზოგჯერ თალღითობის შემთხვევებიც კი.

ფინანსური ანგარიშგება ფირმების მფლობელებსა და კრედიტორებს საშუალებას აძლევს განსაზღვრონ კომპანიის ეფექტურობის ძირითადი გეგმიური მაჩვენებლები და მენეჯერების საქმიანობის ჩარჩოები.

ფინანსური ანგარიშგების საფუძველზე იქმნება მოსახერხებელი მოდელი-შაბლონები, რომლებიც ფინანსურ დაგეგმვაში გამოიყენებიან. [თ. გამსახურდია „ფინანსური მენეჯმენტი“ თბ., 2014 წ. სალექციო კურსი, გვ. 2]

ანგარიშში სრული შემოსავლების შესახებ მოცემულია ფირმის საერთო ეფექტურობის შეფასება დროის გარკვეული პერიოდის მანძილზე, კონკრეტულად ერთი წლის მიხედვით. ამისათვის გამოყენებულია ისეთი საკვანძო ფინანსური

მაჩვენებელი, როგორცაა მოგება, რაც თავისთავად ფირმის შემოსავალსა და დანახარჯს შორის განსხვავებას წარმოადგენს. მისი მნიშვნელოვანი ელემენტებია შემოსავლები და ხარჯები. ბასს-ის მიხედვით შემოსავლები ფინანსური ანგარიშგების ის ძირითადი ელემენტია, რომლებიც მოგებასთან ერთად საწარმოს საფინანსო-ეკონომიკური საქმიანობის მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია. ბასს-ის განმარტებით: **შემოსავალი არის** საწარმოს მიერ ეკონომიკური სარგებლის ზრდა საანგარიშგებო პერიოდში აქტივების ზრდით ან ვალდებულებების შემცირებით, რაც გამოიხატება საწარმოს საკუთარი კაპიტალის გადიდებით და ის არ არის დაკავშირებული იმ კაპიტალის გადიდებასთან, რომლებსაც დამატებით შემოიტანენ მესაკუთრეები. ე.ი. შემოსავლები მოგებისა და საკუთარი კაპიტალის ზრდის ძირითად წყაროს წარმოადგენს. შემოსავლების ქვეშ იგულისხმება ამონაგები და შემოსულობა. ამონაგები წარმოიქმნება საწარმოს ჩვეულებრივი საქმიანობის პროცესში, რასაც განსაზღვრავს მათი ძირითადი საქმიანობა, ასეთი საქმიანობები შეიძლება იყოს ამონაგები საქონლის რეალიზაციიდან, მიღებული პროცენტები, როიალტი, დივიდენდი, შემოსულობის ქვეშ იგულისხმება დანარჩენი შემოსავლები, რომლებსაც შეიძლება ადგილი ქონდეს საწარმოს ჩვეულებრივი ან არაორდინალური საქმიანობის პროცესში. ის მიიღება აქტივების, ფასიანი ქაღალდების გადაფასების შედეგად.

მაშასადამე, შემოსავლები = ამონაგები + შემოსულობა

ამონაგების კლასიფიკაცია ასე ეწყობა: ის არის საწარმოში შემოსული ეკონომიკური სარგებლის საერთო თანხა, რომელიც მიიღება საწარმოს ჩვეულებრივი საქმიანობიდან. **ჩვეულებრივი საქმიანობა ეწოდება** ნებისმიერ საქმიანობას, რომელიც უკავშირდება საწარმოს ძირითადი საქმიანობის ნაწილს ან გამომდინარეობს მისგან. საწარმოში არსებობს აგრეთვე, არაორდინალური ანუ განსაკუთრებული საქმიანობა, რომელიც ჩვეულებრივი საქმიანობისაგან განსხვავდება იმით, რომ ისინი არარეგულარული ხასიათისანი არიან, ამიტომ ისინი ბალანსსა და მოგება-ზარალის ანგარიშგებაში აისახება როგორც განსაკუთრებული მუხლები, რომელთა წარმოქმნაც ხდება აქტივების ექსპროპრიაციის, სტიქიური უბედურების (მიწისძვრა, ხანძარი)

ზარალის საკომპენსაციოდ მიღებული სადაზღვევო თანხებით. მათი დეტალური გაშიფვრა უნდა მოხდეს ახსნა-განმარტებით შენიშვნებში.

შემოსულობა მოიცავს დანარჩენ შემოსავლებს, რომლებიც გულისხმობენ ეკონომიკური სარგებლის შემოდინებას და ამ თვალსაზრისით ამონაგებისაგან არ განსხვავდებიან. შემოსულობები ფინანსურ ანგარიშგებაში მათ მისაღებად გაწეული დანახარჯების გამოკლებით (ნეტო თანხით) აისახება. [ბოლქვაძე ბ. ფინანსური მენეჯმენტი, გვ.416]

ბასს-ის მიხედვით, ხარჯები ცნების ქვეშ იგულისხმება ზარალი და სანარმოს საქმიანობის პროცესში წარმოქმნილი სხვა ხარჯები, როგორცაა რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება, ხელფასი, ცვეთა. ნებისმიერი ხარჯი იწვევს სანარმოდან ფულის და მისი ექვივალენტების, სასაქონლო მატერიალური ფასეულობების, ძირითადი საშუალებების შემცირება-გადინებას.

ხარჯების აღიარება ასახავს ფინანსურ ანგარიშგებაში ხდება მაშინ, როდესაც ადგილი აქვს აქტივების შემცირებას და ვალდებულებების ზრდას, ამავე დროს შესაძლებელია ამ ხარჯების საიმედო გაზომვა და შეფასება. ხოლო ამავე დროს შემოსავლების აღიარება პირდაპირ არის დაკავშირებული მზა პროდუქტზე, საქონელსა და მომსახურებაზე, საკუთრების უფლების მყიდველისათვის გადაცემაზე, აღიარების ეს კრიტერიუმები ბუღალტრულ აღრიცხვაში ცნობილია დარიცხვის მეთოდის სახელწოდებით.

ხარჯები სრული შემოსავლები შესახებ ანგარიშგებაში აღიარებული უნდა იქნეს, თუ მომავალი ეკონომიკური სარგებლის გასვლა სანარმოდან გამოიწვევს აქტივების შემცირებას ან ვალდებულებების ზრდას და შესაძლებელია მისი საიმედოდ შეფასება. [ბ.ბოლქვაძე, ფინანსური მენეჯმენტი, გვ.418]

ცვეთის დარიცხვა გულისხმობს მატერიალური ან არამატერიალური გრძელვადიანი აქტივების ღირებულების შემცირებას. ცვეთის თანხა, რომელიც დაკავშირებულია აქტივების შემცირებასთან, აღიარებული უნდა იყოს როგორც ხარჯი. მუშაკებისათვის კუთვნილი ხელფასის დარიცხვა გულისხმობს მის მიმართ

ვალდებულების წარმოქმნას ან მათ ზრდას, შესაბამისად, ხელფასი, რომელიც იწვევს ვალდებულების ზრდას, ექვემდებარება ხარჯებად აღიარებას.

სრული შემოსავლი შესახებ ანგარიშგებაში ხარჯების აღიარება ემყარება შესაბამისობის პრინციპს, რომელიც მოითხოვს ერთი და იმავე სამეურნეო ოპერაციით ან მოვლენით გამონვეული ხარჯების და შემოსავლის ერთდროულად აღიარებას. სწორედ დანახარჯებისა და შემოსავლების პრინციპს ემყარება ის პირდაპირი კავშირები, რომლებიც არსებობენ დანახარჯების განწევსა და შემოსავლების გამომუშავების პროცესებს შორის და რომლებიც ხარჯების აღიარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან კრიტერიუმებს წარმოადგენენ.

თუ ეკონომიკური სარგებლის შემოსვლა საწარმოში მოსალოდნელია რამდენიმე საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში, ხარჯების აღიარება უნდა ემყარებოდეს სისტემატიური და ნორმატიული განაწილების პრინციპს. მაგალითად, გრძელვადიანი აქტივები, ძირითადი საშუალებები და არამატერიალური აქტივები, ხარჯებად აღიარდება სისტემატიურად, დადგენილი ნორმების შესაბამისად, მათი სასარგებლო მომსახურების მთელ პერიოდში ცვეთისა და ამორტიზაციის დარიცხვის გზით.

სრული შემოსავლების შესახებ ანგარიშგებაში ხარჯებად აღიარებას ექვემდებარება ის დანახარჯებიც, რომელთა განწევითაც საწარმომ ვერ მიიღო ეკონომიკური სარგებელი. მისი შედგენის პროცესში, როდესაც ადგილი აქვს შემოსავლებისა და ხარჯების დაპირისპირებას, აუცილებელია, რომ ერთმანეთისაგან გაიმიჯნოს ცნებები: პროდუქციის თვითღირებულება და საანგარიშგებო პერიოდის ხარჯები.

პრაქტიკაში, მთელი საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში, წარმოების დანახარჯები ჩამოიწერება პროდუქციის თვითღირებულებაში. წარმოებული პროდუქციის თვითღირებულება მოიცავს სამ ძირითად კომპონენტს: პირდაპირ მასალებს, პირდაპირ ხელფასს და საწარმოო ზედნაღებ ხარჯებს. ეს დანახარჯები მონაწილეობენ კონვენსიის პროცესში, უშუალოდ უკავშირდებიან პროდუქციის

ერთეულის წარმოებას და წარმოადგენს მზა პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულების გაანგარიშების საფუძველს.

რეალიზებული პროდუქციის მოცულობის მიხედვით გაანგარიშებული დანახარჯები აყალიბებს რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულებას. იმ შემთხვევაში, თუ პროდუქციის წარმოების მოცულობა ტოლია რეალიზაციის მოცულობისა, მაშინ წარმოებული და რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება ემთხვევა ერთმანეთს და წარმოების დანახარჯები ტოლი იქნება სრული შემოსავლის შესახებ ანგარიშგებაში რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულების სახით აღიარებული ხარჯებისა. როდესაც წარმოების მოცულობა აჭარბებს რეალიზაციას, მაშინ წარმოების დანახარჯების ის ნაწილი, რომელიც მიეკუთვნება არარეალიზებულ პროდუქციას, აყალიბებს მარაგების (მზა პროდუქციის) საწარმოო თვითღირებულებას და საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს აისახება აქტივების შემადგენლობაში.

ამგვარად, საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში განეული საწარმოო დანახარჯების ერთი ნაწილი, როგორც რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება, აღიარებული იქნება ხარჯებად და აისახება სრული შემოსავლის შესახებ ანგარიშგებაში, მეორე ნაწილი კი, როგორც სასაქონლო-მატერიალური მარაგების თვითღირებულება, აღიარებული იქნება აქტივად და აისახება ბალანსში როგორც მომავალი ეკონომიკური სარგებლის მიღების საფუძველი და ხარჯებად აღიარებას დაექვემდებარება მზა პროდუქციის ნაშთების რეალიზაციის სესაბამისად.

რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულებასთან ერთად საოპერაციო ხარჯების შემადგენელ ელემენტს წარმოადგენს კომერციული, საერთო და ადმინისტრაციული ხარჯები, რომლებიც ექვემდებარებიან აღიარებას იმ საანგარიშგებო პერიოდში, რომელშიც ისინი განხორციელდნენ (წარმოიშვა) და ინოვაციის პერიოდის ხარჯებად. ისინი პირდაპირ არ მიეკუთვნებიან არც პროდუქციის წარმოების(სამრეწველო საწარმოებში), არც საქონლის შექმნის (სავაჭრო საწარმოებში) ოპერაციებს და შესაბამისად არ ხდება მათი შეტანა სასაქონლო-მატერიალური მარაგების თვითღირებულებაში.

ხარჯების ასეთი მრავალფეროვნებიდან და ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, სრული შემოსავლების შესახებ ანგარიშგება უნდა შესდგეს ორი მიმართულებით: ეკონომიკური შინაარსის მიხედვით ხარჯების კლასიფიკაციით და ფუნქციური ნიშნების მიხედვით. (იხ. დანართი 2 და 3). მათი შედგენა ხდება ბასს-ი 1-ის „ფინანსური ანგარიშგების წარდგენა“ მოთხოვნათა შესაბამისად და „ფინანსური ანგარიშგების მომზადებისა წარდგენის სტრუქტურული საფუძვლების მიხედვით“. საბოლოოდ, ამ ორი მნიშვნელოვანი სტანდარტის გათვალისწინებით ფინანსური ანგარიშგება არის საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის და მის მიერ განხორციელებული სამეურნეო ოპერაციების სტრუქტურულად ჩამოყალიბებული სურათი.

თუ დავუბრუნდებით მეორე თავის 2.2 -ში განხილულ მაგალითს, რომ საწარმომ დაუმთავრებელი (ძირითადი) წარმოებიდან მიიღო 25 000 ლარის მზა პროდუქცია, გააკეთა ფასნამატი, ვთქვათ, 15%-ანი, რომელიც შეადგენს 3750 ლარს და მოახდინა მისი რეალიზაცია, სრული შემოსავლის შესახებ ანგარიშგებას ფუნქციური ნიშნის მიხედვით ექნება შემდეგი სახე:

ანგარიშგება სრული შემოსავლების შესახებ ფუნქციური ნიშნების მიხედვით
კლასიფიკაციით

2019 წლის 01.01-დან 2019 წლის 01.02-მდე შპს ანანია” ე. ბათუმი. გორგილაძის 77

	ლარი	ლარ
შემოსავალი რეალიზაციიდან		28 750
რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება :		
სასაქ. მატ. ფას. საწყის ნაშთს+შესყიდვები -		
-სასაქ.მატ.ფას.საბ.ნაშთი	(25 000)	(25 000)
საერთო მოგება მინუს -		3750
სხვა საოპერაციო ხარჯები		(1550
)მოგება დაბეგვრამდე მინუს		2 200
მოგების გადასახადი 15%		(330)
წმინდა მოგება		1870

მოცემული გაანგარიშებები აღებული უნდა იქნას საბუღალტრო ანგარიშებზე წარმოებული ჩანაწერებიდან. კერძოდ:

რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლის აღრიცხვა:

დებეტი - 1110 ნაღდი ფული ეროვნულ ვალუტაში - 28 750 ლარი

ანდებეტი - 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში - 28 750 ლარი

ან დებეტი - 1410 მოთხოვნები მიწოდებიდან და მომსახურებიდან 28 750 ლარი

კრედიტი - 6110 შემოსავალი რეალიზაციიდან 28 750 ლარი

პარალელურად უნდა მოხდეს გაყიდული სასაქონლო მატერიალური ფასეულობის (საქონლის) თვითღირებულების ჩამოწერა გატარებით:

დებეტი - 7110 გაყიდული საქონლის თვითღირებულება 25 000 ლარი

კრედიტი - 1610 საქონელი 25 000 ლარი

სხვაობა შემოსავალსა და თვითღირებულებას შორის წარმოადგენს საერთო მოგებას, რაზედაც შესდგება ბუღალტრული გატარება:

დებეტი - 9210 გადასახდელი მოგების გადასახადის ხარჯი $2\,200 \times 15\% = 330$

ლარკრედიტი - 3310 გადასახდელი მოგების გადასახადი - 330 ლარი

მისი დაფარვა მოხდება საბანკო ანგარიშიდან გატარებით:

დებეტი - 3310 გადასახდელი მოგების გადასახადი 330 ლარი

კრედიტი - 1210 ეროვნული ვალუტა რეზიდენტ ბანკში

3.3 ბუღალტრის პროფესიის როლი საწარმოთა საქმიანობის ბიზნესპროცესების წარმართვაში

აღბათ ყველასათვის ცნობილია, რომ ბუღალტერი არის ერთ-ერთი ყველაზე გაყიდვადი და მოთხოვნადი პროფესია თანამედროვე კონკურენტულ სივრცეში, რასაც ვერ ვიტყვით 20-30 -იოდე წლის წინათ. როგორი ისტორიული ფესვები აქვს მის წარმოშობას, საკმაოდ ცნობილია ეკონომიკურ ლიტერატურაში და რა საკვირველია, აღარ გავიმეორებთ მისი აუცილებლობის მრავალსაუკუნოვან ისტორიაზე, მაგრამ ერთი რამ ცხადია, ის კიდევ ვითარდება საუკუნის მოთხოვნების შესაბამისად. მისი განვითარების ამა თუ იმ ეტაპზე სხვადასხვა დროისა და ეპოქის თეორეტიკოსები და პრაქტიკის მკვლევარები სხვადასხვანაირად ხსნიდნენ ამ მეცნიერების საგანს, მეთოდოლოგიას, მიზნებს, ამოცანებსა და ფუნქციებს. მაინც ჩნდება კითხვა: **რატომ გვჭირდება ბუღალტერი?** ბუღალტერს, როგორც წესი, საქმე აქვს ბიზნესის ციფრებთან, სამენარმეო, საგადასახადო და სააღრიცხვო დოკუმენტებში ამ ციფრების დაფიქსირებასთან. ეს ციფრები აღებულია საწარმოში მიმდინარე რეალური გრძელვადიანი და მოკლევადიანი სამეურნეო ოპერაციებიდან, ოფიციალურად დადასტურებული ფაქტებიდან. ესენია: ფულის მოძრაობა საღარიბოში, ფულის მოძრაობა ბანკში, ინვესტიციების აღრიცხვა, მოთხოვნების აღიარება, საქონლის შეძენა/რეალიზაცია, ძირითადი საშუალებების შეძენა და მათი ცვეთა, ვალდებულებების აღრიცხვა, კაპიტალის გაზრდა/შეფასება, შემოსავლებისა და ხარჯების განაწილება, მოგება-ზარალის გაანგარიშება და სხვ. ერთი შეხედვით, ეს სრულიადაც არ არის ფინანსური მენეჯმენტისა და სამენარმეო-სააღრიცხვო პოლიტიკის განსაზღვრა. გარდა ამისა, ბუღალტერი თავის საქმიანობას ასრულებს საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად. ესაა: საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, საქართველოს საბაჟო კოდექსი, საქართველოს შრომის კოდექსი, საქართველოს კანონი მენარმეთა შესახებ, საქართველოს კანონი “ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების, აუდიტის შესახებ”. ამიტომ ნებისმიერი მენარმე-სუბიექტი, რომელიც ერთის მხრივ, არის გადასახადის გადამხდელი და ეწევა სამენარმეო საქმიანობას წარმოების, ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროში, ხოლო მეორეს მხრივ, ჩვეულებრივი კომერსანტის გულისხმიერებითა და კეთილსინდისიერებით ხელმძღვანელობს თავის საწარმოს

და ახორციელებს წესდებითა და კანონმდებლობით მინიჭებულ წარმომადგენლობით ფუნქციებს, ვალდებულია დაიქირაოს პროფესიონალი ბუღალტერი. მენარმე-სუბიექტი, თავის ბუღალტერთან ერთად, ასევე ვალდებულია გარკვეულწილად გაერკვეს ბუღალტრის პროფესიისა და მუშაობის სპეციფიკაში, მხედველობაში გვაქვს ანგარიშთა გეგმისა და კლასიფიცირებული ანგარიშების შინაარსი, ანგარიშთა მიხედვით თანხების დებეტირებისა და კრედიტირების ობიექტური შერჩევა, საწარმოს ბალანსი, მოგება-ზარალის (ანგარიში სრული შემოსავლების\0 ზუსტი განსაზღვრა და სხვ. საბუღალტრო დოკუმენტაციის შედგენა და მოწესრიგება. მაგრამ მენარმე-სუბიექტი, კიდევ უფრო მეტად, ვალდებულია საკმაოდ მყარად და სიღრმისეულად იცოდეს საგადასახადო წესები და მოთხოვნები, გადასახადის გადამხდელის უფლებები და ვალდებულებები, საგადასახადო ორგანოთა ფუნქციები, უფლებები და ვალდებულებები, საგადასახადო განაკვეთები და გადასახადების გამოანგარიშებისა და გადახდის კანონით დადგენილი ნორმები.ის მენარმე-სუბიექტები, ვინც არ ქირაობენ ფინანსურ მენეჯერებს, იურისტებს, ყველაფრის პასუხისმგებლობას ხომ ბუღალტრებს აკისრებენ, ამიტომ ჩნდება კითხვა: **და როგორი უნდა იყოს ბუღალტერი?** თანამედროვე ბუღალტერი, მთავარი ბუღალტერი, აღრიცხვის რიგითი მუშაკი პირველ რიგში, უნდა იყოს პრინციპული, რაც იმას ნიშნავს, რომ მან არ უნდა შეასრულოს ხელმძღვანელის უკანონო მითითება და არ უნდა მიიღოს იგი შესასრულებლად და ამის შესახებ მკაცრად, ხოლო აუცილებლობის შემთხვევაში წერილობითაც, უნდა განუმარტოს საწარმოს ხელმძღვანელს. ამავე დროს იგი უნდა იყოს კეთილსინდისიერი, მოწესრიგებული და დაკვირვებული. ბუღალტერს უნდა შეეძლოს დააფიქსიროს აღრიცხვის წესების დაცვით არა მხოლოდ მომხდარი მოვლენები და ფაქტები, არამედ უნდა ჰქონდეს ანალიტიკური უნარი ფინანსური ანალიზისათვის. მას ხომ ტყუილად არ მიაკუთვნებენ აღრიცხვის სპეციალისტთა კომპეტენციას. როგორც წესი, იგი არ შედის აღრიცხვის რიგითი სპეციალისტის მოვალეობებში; თუმცა, ზოგ შემთხვევაში, იქმნება აუცილებლობა, ფინანსური ანალიზი ბუღალტერმა ჩაატაროს. ჩვენი ქვეყნისთვის დამახასიათებელი ერთ-ერთი თავისებურება ისიც არის, რომ

ხშირად ურთიერთობები ერთმანეთისადმი ნდობას ეფუძნება, თუნდაც საქმე ეხებოდეს ბიზნესს. ამგვარი დამოკიდებულებები მანამდე გრძელდება-ხოლმე, სანამ სიტუაცია კრიტიკული არ გახდება.

შემიძლია ასეთი საინტერესო ისტორია შემოგთავაზოთ ბუღალტრის ცხოვრებიდან: ერთ-ერთი, არც თუ დიდი ტურისტული ფირმის მთავარი ბუღალტერი სტაბილური შემოსავალის მომტანი იყო საწარმოსათვის. აღრიცხვის ყველა საქმეს სწორად უძღვებოდა, ანგარიშსაც დროულად ახარებდა. კომპანიის დაარსებიდან ორი წლის შემდეგ, მისმა დამფუძნებელმა მოულოდნელად მოითხოვა ამომწურავი ფინანსური ანალიზის ჩატარება, რათა მიეღო სრული ინფორმაცია ფირმის მუშაობის, ასევე – მისი განვითარების მეთოდებისა და პერსპექტივების შესახებ. ბუღალტერი კარგად ვერ მიხვდა, ეს ყველაფერი რა საჭირო იყო იმ კომპანიაში, სადაც აღრიცხვა მკაცრად წარმოებს და არც საგადასახადო სამსახურს აქვს აქვს რაიმე პრეტენზია. მაგრამ, სამსახური სამსახურია და ბუღალტერს მოუწია მისთვის ნაკლებად ნაცნობი საქმის გაკეთება. ამ დავალების შესრულებისას გაირკვა, რომ ყველაფერი არც ისე კარგად იყო, როგორც ეს ერთი შეხედვით ჩანდა – ფაქტობრივად, ფირმა განვითარების იმავე დონეზე იდგა, რასაც ფუნქციონირების დაწყებიდან ექვს თვეში მიაღწია. ეს გასაოცარი ფაქტი იყო, რადგან ფირმის განვითარებაზე თანხებს მუდმივად გამოყოფდნენ. ეს თანხები, როგორც შემოწმებით გაირკვა, აუცილებელ რეკლამაზე იხარჯებოდა. თუმცა, არსებობდა ვარაუდები, რომლებიც მალე დადასტურდა კიდევ. გამოიკვეთა ასეთი სურათი: გაყიდვების მენეჯერები, რომლებიც ფირმაში დაარსების დღიდან მუშაობდნენ, ქურდობდნენ: აწყობდნენ ტურებს, ასევე თქვათ, სალაროს გვერდის ავლით. კერძოდ, კლიენტი მოდიოდა, იხდიდა მგზავრობის თანხას, რომლიდანაც 10 პროცენტი ილექებოდა მენეჯერის ჯიბეში; მენეჯერი ანგარიშგებას საკუთარი სურვილის მიხედვით აწარმოებდა. ამავდროულად, მოლარისა აყვანას ფირმა ზედმეტ ფუფუნებად თვლიდა. საბოლოოდ, აღმოჩნდა, რომ შემოსავლები მხოლოდ გეგმით გათვალისწინებულ ხარჯებს ფარავდა. ამაზე ზევით არ აღიოდა, ანუ, არა და არ იმატებდა.

ბუღალტრის აზრით, ამის მიზეზი ის იყო, რომ ფირმაში ყველაფერი დამყარებული იყო ნდობაზე, ხოლო კლიენტებთან დადებული ხელშეკრულება და მისი სისრულეში მოყვანა ხორციელდებოდა, ასევე თქვათ, ქალაქის მიღმა. მენეჯერებს უკვე შესწავლილი ჰყავდათ მუდმივი კლიენტები, რომლებიც არც ისე ცოტანი იყვნენ. მენეჯერებს ჰყოფნიდათ გამბედაობა, კლიენტებისთვის არ მიეცათ გამონერილი, დანომრილი ბლანკი — „ტურერთი“, რომლის მიხედვით ხდებოდა მკაცრი აღრიცხვა. თუ ბლანკები აღვილზეა, გამოდის, რომ კლიენტი არ იყო. სინამდვილეში კი, ფირმის გვერდის ავლით მნიშვნელოვანი თანხები „კეთდებოდა“.

უმჯობესია, ფინანსური მდგომარეობა დროულად გავარკვიოთ, სანამ ჯერ კიდევ შესაძლებელია დადებითი და ოპტიმალური ცვლილებების განხორციელება, მდგომარეობის უკეთესობისკენ შემობრუნება.

ზოგჯერ, თვითონ ხელმძღვანელსაც უჩნდება სურვილი, გავარკვიოს, რამდენად გამართლებულია სანარმოს მიერ არჩეული პოლიტიკა. მაგალითად, როგორ მოვიქცეთ, რომ სანარმოს შემოსავლები მნიშვნელოვნად გაიზარდოს. ფინანსური ანალიზის ამოცანაა, კომპლექსურად შემოწმდეს სანარმოს რენტაბელობა, ფინანსური მდგრადობა, ჩადებული კაპიტალის ეფექტური გამოყენება და ბევრი სხვა საკითხი, რათა გაირკვეს კომპანიის ძლიერი და სუსტი მხარეები, შეირჩეს საიმედო გზა კომპანიის ოპტიმალური განვითარებისთვის. საამისოდ საჭირო ინფორმაციების წყაროს კი სწორედ ბუღალტრული აღრიცხვა წარმოადგენს. როგორც წესი, სანარმოს ხელმძღვანელებს აინტერესებთ ხოლმე ნებისმიერი სახის ინფორმაცია, რომელიც კომპანიის უკეთ მართვაში დაეხმარებათ.

მსგავსი ტიპის ანალიზი კეთდება იმ შემთხვევაშიც, როდესაც იცვლება გენერალური ან ფინანსური დირექტორი, იურიდიული პირი, ასევე — ყიდვა-გაყიდვის დროს. ნებისმიერ შემთხვევაში, ფინანსური ანალიზი არის სასარგებლო და ეფექტური საშუალება სანარმოში არსებული ფარული პროცესების დასაანახად. ვინ ატარებს ფინანსურ ანალიზს? — პრაქტიკულად ყველა. როგორც აღვნიშნეთ, მსხვილ ფირმებში არსებობს ეკონომიკური ან ფინანსური განყოფილება, რომელიც ფინანსურ ანალიზს ატარებს. თუ ფირმა დიდი არაა, ამ მიზნით მიიწვევენ ხოლმე ეკონომისტს

აუდიტორული კომპანიიდან. მსგავს სამუშაოს სპეციალისტი საშუალოდ ორ დღეში ანხორციელებს. სამუშაოს ღირებულება გამოითვლება ფირმის ბალანსისა და იმის მიხედვით, რა სახის საქმიანობას ეწევა.

ისე კი, როგორც წესი, მსგავსი სამუშაოს შესრულებას მთავარ ბუღალტერს ავალებენ, ამიტომ ბოლო წლებში, ეს პროფესია ჩვენს ქვეყანაში უნივერსალური გახდა. ბუნებრივია, ბუღალტრებს არ ევალებათ ფირმის პოლიტიკის განსაზღვრა; მათ ვალდებულებებში მხოლოდ ფულადი სახსრების აღრიცხვა შედის; თუმცა, სინამდვილეში, მათი საქმიანობი სწრე გაცილებით ფართოა, — განსაკუთრებით მაშინ, როცა საქმე ეხება პატარა კომპანიებს, სადაც ბუღალტერი ყველა ფინანსურ საკითხს წარმართავს. ზოგჯერ, ფირმის დამფუძნებელი, გენერალური დირექტორი და მთავარი ბუღალტერი ერთი და იგივე პრიოვნებაა. ამ შემთხვევაში, მართლაც მნიშვნელოვანი იქნებოდა იმის გარკვევა, ამ ერთმა ადამიანმა როგორ უნდა ჩაატაროს ფინანსურია ნალიზი ისე, რომ ფულიც დაზოგოს და კომპანიის მდგომარეობაც კომპლექსურად შეისწავლოს. თუ ფირმის ზღურბლს გადააბიჯებს აღრიცხვის სპეციალისტი და ფირმის ხელმძღვანელთან, თავის სხვა ღირსებებთან ერთად, იმასაც იტყვის, რომ საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის შიდა ანალიზის ჩატარება შეუძლია, ეს იქნება უდაოდ სერიოზული პლიუსი მისთვის. გარდა იმისა, რომ გამოცდილებას გაიმდიდრებს, შესრულებული სამუშაო ჯეროვნად აუნაზღაურდება კიდევ.

ტყუილად როდი ამბობენ: ვინც ფლობს ინფორმაციას, ის მართავს კიდევ სიტუაციას. სწორი ინფორმაციის მიღება საკუთარი კომპანიის ფინანსური მდგომარეობის შესახებ არის საუკეთესო გზა და საშუალება კომპანიის განვითარებისა და აყვავებისკენ, რაშიც სწორედ ბუღალტერი დებს მნიშვნელოვან ძალისხმევას მითუმეტეს, როცა საკითხი ეხება საწარმოში ხარჯების კონტროლს, საქმიანობის თვითოეული პროცესი გარკვეულ ხარჯს საჭიროებს, რადგან ძირითადი მიზანი სარგებლის გამომუშავებაა, ბუღალტერმა უნდა შესძლოს მიანოდოს ხელმძღვანელობას სისტემატიური ინფორმაცია არა მარტო უკვე განეული ხარჯების შესახებ, არამედ მოსალოდნელი ხარჯების შესახებაც.

3.4. დიადი აზრები და მცნებები ბიზნესში - სანარმოთა ეფექტური საქმიანობის სრულყოფისათვის

როგორც ნაშრომის შესავალში აღვნიშნეთ, საბაზრო ეკონომიკის განვითარებას საფუძველი კერძო ბიზნესის ხელშეწყობასა და დამკვიდრებაში უდევს, რაშიც სახელმწიფოს ხელშეწყობი როლი მნიშვნელოვნად იკვეთება და ერთმანეთს ბიზნესში მონაწილე სუბიექტებისა და ობიექტების ინტერესები მჭიდროდ ერწყმის. ბიზნესის დაწყების მნიშვნელოვანი დილემა - მოვიძიოთ ფინანსური რესურსები, აღვრიცხოთ და ვმართოთ, საჭიროებს უამრავი პროცესისა და ამ პროცესების განხორციელებისათვის სხვადასხვაგვარი პროცედურების გამოყენებას, რაც ბიზნესმენ მენარმეებს შეუმსუბუქებს უამრავი მიმართულების რისკებს, ეს იქნება გადაწყვეტილების მიღების, საალიცხოვო, საფინანსო, საგადასახადო თუ სხვა კუთხით. ამიტომ მიზანშეწონილად ჩავთვალეთ დამერთო ნაშრომისათვის ის დიადი აზრები და მცნებები ბიზნესში, რაც მსოფლიოს უამრავ ქვეყანას გამოუყენებია მეცნიერთა, ბიზნესმენტა და სამეწარმეო საქმიანობით დაკავებულ ადამიანთა მოქმედებას, რაც ვფიქრობთ არც ჩვენი ქვეყნის ბიზნესით დაკავებულ სანარმოთა საქმიანობას დადებითად წაადგება და საქმიანობა იქნება უფრო მიმზიდველი და ეფექტური.

1.1. დაიწყე მცირედით, იაზროვნე მასშტაბურად - ეს აზრი ხელს გვიწყობს ბიზნესის განვითარებაში.

* თუ ამაზე ოცნება შეგიძლია, ესე იგი, ამის გაკეთებაც შეგიძლია. (უთანასწორობის დაძლევა სტარტაპისას).

- * ბაზარზე დეფიციტია, მაგრამ არის კი თავისუფალ ადგილზე ვაჭრობა?
(მომგებიანი ნიშის პოვნა).
 - * კონკურენტების სანაგვე ყუთის დათვალიერებით ყველაფერი შეგიძლია გაიგო, რისი ცოდნაც გჭირდება მათ შესახებ. (კონკურენტების შესწავლა).
 - * ბიზნესის საიდუმლო - იცოდე ის, რაც სხვებმა არ იცის (ბაზარზე გამორჩეულობა)
 - * იყავი პირველი ან უკეთესი. (უპირატესობის მოპოვება).
 - * ჩაალაგე ყველა კვერცხი ერთ კალათაში და თვალი არ მოაცილო. (რისკების მართვა).
 - * იღბალი ოფლის ღვრის დივიდენდია. რაც უფრო მეტს შრომობ, მით უფრო იღბლიანი ხდები. (იღბალი და როგორ გახდე იღბლიანი).
 - * გაათართოვე თვალთახედვა და შეინარჩუნე სტაბილურობა წინსვლასთან ერთად. (გადადგი მეორე ნაბიჯი).
 - * დიადი არაფერი იქმნება უცხად. (რამდენად სწრაფად უნდა გაიზარდო)
 - * აღმასრულებელი ხელმძღვანელის ვალია, თანამშრომლებს გაუმჯობესებაში დაეხმაროს. (მენარმიდან ლიდერამდე)
 - * ჩვევის ბორკილები საგრძნობლად, მეტისმეტად მსუბუქია, სანამ გასატეხად ძალზედ მძიმე არ გახდება. (განავითარეთ საქმიანი ურთიერთობები).
 - * კორპორაცია ცოცხალი ორგანიზმია, მან კანის ცვლა უნდა განაგრძოს.
(განახლება და ადაპტირება).
 - * მუდმივი ზრდისა და განვითარების გარეშე წარმატებას აზრი არ აქვს.
(გრეინერის მრუდი).
 - * თუ რაიმესი გჯერა, დღე და ღამე გაასწორე, შაბათ-კვირასაც იმუშავე - მაგრამ იმის შეგრძნება, რომ მუშაობ, არ გექნება. (ბუმბულივით მსუბუქი სტარტაპი).
- 1.2. ამუშავე ფული - პირდაპირ ეხება ფინანსურ მართვას.
- * არ მისცე თავს ყალთაბანდურ ბიზნესში ჩართვის უფლება. (ითამაშე წესების მიხედვით)
 - * აღმასრულებელი არ უნდა იყოს გაუმაძღარი. (მოგება პრივილეგიების წინ უნდა იდგეს).

* აწარმოე საუკეთესო ხარისხის საქონელი მინიმალური დანახარჯებით და გადაიხადე მაღალი ხელფასები. (შენი თანამშრომლები შენი მომხმარებლები არიან).

* იცურე დინების სანინალმდეგოდ, წადი სხვა გზით. არ გაითვალისწინო საყოველთაოდ მიღებული სიბრძნე. (ყურადღება არ მიაქციო ბრბოს).

* მხოლოდ ტალღის მიქცევისას თუ დაინახავ, ვინ ბანაობდა შიშველი. (ბალანსგარეშე რისკები).

* ხარჯები მოხმარებული რესურსის მიხედვით გადაანაწილე. (აქტივობაზე დაფუძნებული ხარჯთაღრიცხვა).

1.3. მიზანმიმართულად მუშაობა ეხება სტრატეგიებსა და ოპერაციებს.

* აქციე თითოეული მარცხი შესაძლებლობად. (შეცდომამ ჭკუა უნდა გასწავლოს).

* ადამიანებისთვის რომ მეკითხა, რა უნდოდათ, მეტყობდნენ - „უფრო სწრაფი ცხენები“. (ბაზარზე ლიდერობა).

* მთავარია დაიმახსოვრო - მთავარია მთავარი. (დაიცავი ძირითადი საქმიანობა).

* შენ არ გჭირდება უზარმაზარი კომპანია, ერთი კომპიუტერი და ნახევარ განაკვეთზე მომუშავე თანამშრომელიც საკმარისია. (სილამაზე წვრილმანებშია).

* ჩინური სიტყვა „კრიზისი“ ორი იეროგლიფისგან შედგება: „საფრთხე“ და „შესაძლებლობა“. (კრიზისი მართვა).

* ბიზნესის მომავალი მეტის ნაკლებად გაყიდვაა. („გრძელი კუდი“).

* გეგმები გამოუსადეგარია, მაგრამ დაგეგმვა აუცილებელია. (სცენარული დაგეგმვა).

* ქაოსს არეულობა მოაქვს, თუმცა შემოქმედებითობისა და ზრდის საშუალებასაც იძლევა. (ქაოსთან გამკლავება).

* ყოველთვის გააკეთე ის, რაც სწორია. ეს კმაყოფილებას მიანიჭებს კაცობრიობის ერთ ნახევარს და გააოცებს მეორეს. (მორალი ბიზნესში).

1.4. წარმატებული გაყიდვები ეხება მარკეტინგის მართვას.

* მომხმარებელს ისე კარგად უნდა იცობდე, რომ პროდუქტი მას თავისით მოერგოს და საკუთარი თავი გაყიდოს. (ბაზრის შესწავლა).

- * თუ განსხვავებული ხარ, გამოჩნდები. (ბრენდის შექმნა).
- * არსებობს მხოლოდ ერთი უფროსი: მომხმარებელი. (შეაყვარე თავი მომხმარებელს)
- * ყველას მოსწონს არაფრის სანაცვლოდ რაიმე დამატებითის მიღება. (წამახალისებელი და მასტიმულირებელი აქტივობები).
- * კარგ პერიოდში ადამიანებს სურთ რეკლამირება, ცუდ პერიოდში რეკლამა მათთვის აუცილებელია. (რატომ არის რეკლამა საჭირო?)

1.5. საქონლის მიწოდება - წარმოება და წარმოების შემდეგი პროცესები.

- * იცოდე, რამდენად მეტის გაცემა შეგიძლიათ ერთ დოლარად და არა რამდენად ნაკლების. (მომხმარებლის სარგებლის მაქსიმიზაცია).
- * ხარჯები დასათვლელად კი არაა, შესამცირებლად არსებობს. (ეკონომიური წარმოება).
- * თუ ღვებელი საკმარისად დიდი არ არის, უფრო დიდი უნდა გამოაცხოთ. (მოთხოვნის დაკმაყოფილება).
- * ყველაზე უკმაყოფილო მომხმარებელი სწავლის ყველაზე დიდი წყაროა. (უკუკავშირი და ინოვაცია).
- * ჩაუგდე პროდუქტი მომხმარებელს ხელში და ის იმაზე თავად ილაპარაკებს. (ხარისხი იყიდება).
- * დრო ფულია. (დროზე დაფუძნებული მართვა).
- * მიჰბაძე საუკეთესოთა შორის საუკეთესოს. (ბეჩმარკინგი).

აქვე მოვიყვანთ იმ მნიშვნელოვან ბიზნესის მცნებებს, რაც საყოველთაოდ აღიარებულია და ანგარიშგასაწევია ბიზნესის ნებისმიერ სტადიაზე მყოფი სანარმოებისათვის:

1. ბიზნესში კლიენტი ღმერთია;
2. ბიზნესში ხარისხი რელიგიაა;
3. გაყიდეთ, ვიდრე იყიდით;
4. სწრაფი თევზები ზანტ თევზებს ჭამენ;

5. ნუ გასცემთ ანაბრებს გარანტიის გარეშე;
6. ყველაფერს ერთ გარიგებაში ვერ ჩადებთ;
7. გარიგებებში პატიოსნება კანონია;
8. თვალყური ადევნეთ ბაზარსა და კონკურენციას;
9. მოიგეთ ბრუნვიდან და არა ფასიდან;
10. დაათვასეთ ადამიანები, დრო და ინფორმაცია.

ისიც ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ ბიზნესპროცესების შეუფერხებელი წრებრუნვის მნიშვნელოვანი წინაპირობაა ინფორმაცია, რომლის მიღების ერთ-ერთ ძირითადი წყაროც არის ბუღალტრული აღრიცხვა საკუთარი მეთოდების გამოყენებით.

დასკვნა

სულ უფრო და უფრო მზარდი ხდება ლტოლვა საკუთარი საქმიანობის ქონისა, რადგან საბაზრო ეკონომიკის კანონები იმდენად მკაცრი და შეუქცევადია, რომ მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებისაკენ სვლას თითქმის ვეღარ უმკლავდება ქვეყანაში არსებული ცხოვრების წესები არა მხოლოდ რეგიონალურ, არამედ მსოფლიო დონეზეც კი. ეს თვითოეულ ქვეყანას და მის მაცხოვრებლებს აიძულებს შექმნან ძლიერი ეკონომიკა, რაც ბიზნესის განვითარებაზე გადის და სახელმწიფოს მხრიდან თხოულობს ხელშეწყობას ისეთი მოქნილი საკანონმდებლო ბაზით, რაც ხელს შეუწყობს ქვეყნისა და თვითოეული მოქალაქის პირადი კეთილდღეობის ზრდას. მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესი ეს მთელი სისტემაა და ის წინააღმდეგობრივია, ამავე დროს მიზანმიმართული, მთლიანი და აქტიურია, რაც უნდა გამოიხატოს ქვეყნის ძლიერებაში. როგორადაც არ უნდა შეიცვალოს ცხოვრების წესი, სახელმწიფოს წინაშე უცვლელი რჩება პრინციპი - შეუქმნას საკუთარი ქვეყნის მოსახლეობას შრომისა და დასვენების ნორმალური პირობები. ეს ერთი შეხედვით მარტივი ფრაზა სახელმწიფოსა და მისი საზოგადოების ერთიანი ინტერესების მთელი სისტემაა, რომელიც მოიცავს საქმიანობაში ჩართულ სუბიექტებსა და ობიექტებს, მათ კრეატიულ ორიენტირებს, რომელიც მიმართულია ფულადი რესურსებით უზრუნველყოფისაკენ, მათი მოძიების შემდეგ მოწესრიგებული მართვის მეთოდებით სარგებლობისაკენ, ზუსტი ინფორმაციის ფლობისაკენ, რათა დროული ინფორმაცია წინ გადადგმული ნაბიჯია მნიშვნელოვანი რისკების თავიდან აცილებისათვის. როგორც დავინახეთ, ასეთი საკითხების გადაჭრა არც თუ ისე მარტივია და მასში ერთვება მთელი ეკონომიკა ისეთი წამყვანი დისციპლინებით, როგორცაა ბიზნესის საფუძვლები, ეკონომიკური თეორია, ბუღალტრული აღრიცხვა, მენეჯმენტი, მარკეტინგი, ფინანსური ანალიზი, რომელთა ცოდნაც ასე ვთქვათ „არბილებს“ ბიზნესის ცალკეული რთული ეტაპების განუწყვეტელ წრებრუნას, რასაც მოაქვს საბაზრო ეკონომიკის განვითარებისათვის ერთ-ერთ მძლავრი მექანიზმი - ფულადი რესურსი.

ვიმუშავებთ რა სამაგისტრო ნაშრომზე და მოვიძიებთ. შევისწავლეთ რა სხვადსხვა მეცნიერთა შეხედულებები ბიზნესის განვითარებაზე და ზოგადად მის ორიენტირებზე, აღრიცხვის მეთოდებსა და ფორმებზე, საკანონმდებლო ბაზასა და ბიზნესის ცალკეულ სტადიებზე დანახარჯების წარმოქმნის შესაძლო ვარიანტებზე, რომლებიც გადამწყვეტ როლს თამაშობენ მოგების ფორმირებაში, შეგვიძლია გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

1. ბიზნესის არა მხოლოდ პირადი, არამედ საზოგადოებრივი ინტერესები უფრო მეტად გახდეს უპირატესი და მათი მიღწევა მოქნილი;

2. სახელმწიფოს მხრიდან მოხდეს გონივრული ხელშეწყობა ბიზნესმა მუშაობა დაიწყო დიდი წილით საკუთარი სახსრებით;

3. ხელი შეეწყოს მენარმე-ბიზნესმენტა ინფორმირებულობის დონეს დროის ნებისმიერ პერიოდში ხელთ ქონდეთ ინფორმაცია საკანონმდებლო, საბანკო, სააღრიცხვო დონეზე;

4. სააღრიცხვო ინფორმაცია მაქსიმალურად გამომდინარეობდეს და აგებული იქნას ბასს-ისა და ფასს-ის მოთხოვნათა შესაბამისად, რათა ნაკლები პრობლემებით მოხდეს საერთო გლობალურ სივრცეში ჩართვა;

5. სასურველი იქნებოდა ბიზნესის იმგვარად გაძლიერება, რომ მთელი სააღრიცხვო პროცესი მოერგოს საერთაშორისო სტანდარტებით აღრიცხვას, რომელი სტანდარტიც უმეტესწილად განერილია კომპანიებზე და მსხვილ კორპორაციულ წარმონაქმნებზე, რაც საქართველოს პირობებში ჯერ კიდევ საჭიროებს საკმაო დონეზე დახვეწას. ჩვენს ქვეყანაში ფინანსური ანგარიშგების მთლიანი პაკეტის შედგენას მხოლოდ I და II კატეგორიის სანამოები ახერხებენ, რომელთა წლიური ბრუნვაც 100 მლნ. ლარზე ზევითაა;

6. აუცილებლად უნდა გაძლიერდეს ყურადღება ბუღალტრის პროფესიისადმი, როგორც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეკონომიკური ინსტიტუტი კერძო სექტორში მომხდარი სამეურნეო ფაქტების დაფიქსირებისათვის, როგორც საყრდენი შემდგომი დირექტიული, მმართველობითი თუ სააღრიცხვო გადანწყვეტილებების მისაღებად;

7. სასურველია გაძლიერდეს ფინანსური ანალიტიკოსების ინსტიტუტი, რომლებიც ბუღალტრული აღრიცხვის მონაცემებზე დაყრდნობით შეისწავლიან სანარმოთა

საქმიანობას და არსებული ფინანსური კრიზისების გამოსწორების რეკომენდაციებს შესთავაზებენ მომხმარებლებს;

8. ბიზნესის სექტორის გაძლიერებაში მნიშვნელოვანი ადგილი უნდა დაიკავოს მუდმივი სწავლების პროცესმა ტრენინგების სახით;

9. სასურველია საწარმოთა ხელმძღვანელებმა ხშირად მოახერხონ ბიზნესსექტორში ანალოგიების განხილვა და იმსჯელონ მათი დანერგვის შესაძლო ღონისძიებების გატარებაზე;

10. სააღრიცხვო მიმართულებით აუცილებლად უნდა ჩამოყალიბდეს კავშირის შესაძლებლობები არსებულ წარმოება-დანესებულებებსა და სასწავლო დანესებულებებს შორის, რაც შექმნის ერთგვარ სინთეზს თეორიულ და პრაქტიკულ სწავლებას შორის.

ვიმედოვნებთ, ჩვენს მიერ ჩამოყალიბებული დასკვნების გათვალისწინება გაზრდის ნდობის ატმოსფეროს და ინფორმაცია, რომლებსაც გამოიყენებენ ბიზნესის სუბიექტები, იქნება ზუსტი, საიმედო და შედეგიანი.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ატკინსონი, ენტონია.;კაპლანი, რობერტს.; მათსუმურა, ელამეა; იანგი, მარკს.; მმართველობითი აღრიცხვა, 2014
2. ბოლქვაძე ბ. ფინანსური მენეჯმენტი, ბათუმი., 2018
3. გამსახურდია თ. ფინანსური მენეჯმენტი, სალექციო კურსი თბ., 2014
4. გრიგალაშვილი ლ. ფინანსური აღრიცხვის საფუძვლები, თბ., 2012
5. დოლიაშვილი თ. ლილუაშვილი გ. ბუღალტრული აღრიცხვა, თბ., 2015
6. მესხია ი. ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2012
7. ჯალაღანია გ. სავარჯიშოების კრებული ბუღალტრულ აღრიცხვაში, თბ., 2016
8. ხარაბაძე ე. ფინანსური აღრიცხვის საფუძვლები, თბ., 2014
9. ჭილაძე ი. მმართველობითი აღრიცხვა, თბ., 2016
10. ხორავა ა. კვატაშიძე ნ. სრესელი ზ. გოგრიჭიანი ზ. ბუღალტრული აღრიცხვა, თბ.,2014
11. ხორავა ა. კვატაშიძე ნ. გოგრიჭიანი ზ. სავარჯიშოების კრებული ფინანსურ აღრიცხვაში, თბ.,2014
12. ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტები ბასს-ი
13. ფინანსური აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტები ფასს-ი
14. საქართველოს კანონი „ბუღალტრული აღრიცხვისა და აუდიტის შესახებ” 2016
15. ინტერნეტრესურსი