



ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი  
ფინანსები და საბანკო საქმე

**გიორგი ბერიძე**

მცირე და საშუალო ბიზნესში არსებული ფინანსური პრობლემები და  
მათი გადაჭრის გზები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის

*აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად*

მეცნიერ - ხელმძღვანელი: მოწვეული ასოც.  
პროფესორი ნათია კახნიაშვილი

თბილისი  
2020

## ანოტაცია

მნიშვნელოვანი საკითხი და პრობლემა რასაც მცირე და საშუალო ბიზნესში ვაწყდებით ეს მისი სიცოცხლის უნარიანობა, მეწარმეებისთვის საწარმოო უნარების, ცოდნის სიმწირე ან არქონა, ფინანსურ კაპიტალზე წვდომის სირთულე და ბიზნესის წახალისების არარსებობაა. წახალისება მცირე და საშუალო ბიზნესის დგება ექვექვემ როდესაც ხდება მისი განხილვა გრძელვადიან პერიოდში, თუ რას იზამს ესა თუ ის მცირე და საშუალო საწარმო გრძელვადიან პერიოდში, რადგან ეკონომიკის კეთილდღეობის საკითხში მოკლევადიანი საწარმოების არსებობა საერთო ფონზე ვერ შექმნის სასურველ სურათს, ისეთ გავლენას ვერ მოახდენს ეკონომიკური განვითარების კუთხით რამაც შეიძლება ზოგადად ფონი შეცვალოს ბიზნეს გარემოდან დაწყებული ქვეყნის განვითარებით დამთავრებული. თუმცა პრაქტიკამ აჩვენა რომ იმ პირობებში, სადაც მცირე და საშუალო ბიზნესის შეზღუდვა ნაკლებად ხდება ისინი ავლენენ სიცოცხლის უნარიანობას გრძელ პერიოდში, იზრდებიან და საკუთარ სათქმელს ამბობენ ეკონომიკის განვითარებაში.

საქართველოს მსგავს განვითარებად ქვეყნებში და მსგავს რეგიონებში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება წარმოადგენს უაღრესად მნიშვნელოვან საკითხს, ეს არის გამოწვევა მეწარმეებისთვის და შესაძლებლობა ქვეყნისთვის. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას, შესაბამისად, მოყვება ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების განვითარება, მაგალითად როგორცაა სამუშაო ადგილების შექმნა, მთლიანი შიდა პროდუქტის ფორმირება, მოსახლეობისა თუ დიდი ორგანიზაციების ბიზნესების, კორპორაციების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, შიდა წარმოების განვითარება, რაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი და გამოწვევა გახდა ქვეყნებისთვის მიმდინარე, 2020 წლის პანდემიის პირობებში, სადაც საკითხი დადგა ქვეყნის სასურსათო თუ პირველადი,

აუცილებადი მოხმარების პროდუქტის წარმოებაზე და სიახლეების შემოტანა ბიზნესის მხრივ ქვეყანაში.

კონკრეტულად საქართველოსთვის მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, რადგან სტატისტიკურად საქართველოს დამატებით ღირებულების 20 %-ამდე და სამუშაო ადგილების 45%-ამდე შექმნას სწორედ მცირე და საშუალო ბიზნესი ახდენს. გარდა იმისა რომ საქართველოს ეკონომიკა მორგებულია ბიზნესის კეთების სიმარტივეზე, ეს მაინც არ არის საკმარისი. მას სჭირდება უფრო დახვეწილი და მორგებული ეკონომიკის ჩამოყალიბება რომელიც კიდევ უფრო კონკურენტუნარიან, განვითარებად ფონს შექმნის საქართველოში. ამის მიღწევა მცირე მეწარმეობის ფორმატის ცვლილებითაა შესაძლებელი, რომელიც იქნება ერთგვარი ძალა ეკონომიკაში ახალი სტრუქტურული ცვლილების განხორციელებისთვის. ბიზნესზე მორგებული კანონმდებლობა და საგადასახადო კოდექსი, თავიდან ააცილებს ქვეყანას ჩრდილოვანი ეკონომიკის განვითარებას და იმ მეწარმეების რომლებიც საქმიანობას გადასახადების გვერდის ავლით ახლორციელებენ თავიანთ საქმიანობას. რასაკვირველია მცირე და საშუალო წარმოება ვერ შეითავსებს ისეთ საქმიანობას რასაც მსხვილი ბიზნესი აკეთებს მაგრამ მას შესწევს ძალა მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეასრულოს რეგიონალურ დონეზე და დარგობრივ სფეროში.

## Annotation

# Financial problems in small and medium businesses and ways to solve them

By

Giorgi bridze

An important issue and problem that we encounter in small and medium business is its ability to live, lack of production skills, lack of knowledge for entrepreneurs, difficulty in accessing financial capital and lack of business incentives. Encouragement of small and medium-sized businesses is questioned when it comes to the long-term, what this or that small and medium-sized enterprise will do in the long run, because the existence of short-term enterprises in terms of economic well-being will not create the desired picture. In general, change the background from the business environment to the development of the country. However, practice has shown that in conditions where small and medium-sized businesses are less restricted, they demonstrate life skills over a long period of time, grow, and have a say in the development of the economy.

The development of small and medium-sized businesses in developing countries and regions like Georgia is a very important issue, it is a challenge for entrepreneurs and an opportunity for the country. The development of small and medium-sized businesses is usually followed by the development of important issues for the country, such as the formation of GDP, job creation, meeting the needs of the population or large businesses, corporations, domestic production, which has become one of the most important issues and challenges for countries. , In the context of the 2020 pandemic, where the question has arisen about the production of the country's food or primary, essential consumer product and the introduction of news in terms of business in the country.

For Georgia in particular, the development of small and medium-sized businesses is vital, as statistically small and medium-sized businesses make up to 20% of Georgia's additional value and up to 45% of jobs. Although Georgia's economic policy is tailored to the ease of doing business, it is still not enough. It needs to develop a more sophisticated and adjusted economy that will create an even more competitive, developing background in Georgia. This can be achieved by changing the format of small business, which will be a kind of force for the implementation of new structural changes in the economy. Business-friendly legislation and the Tax Code will prevent the country from developing a shadow economy and those entrepreneurs who are tax-exempt. Of course, small and medium-sized enterprises cannot combine the activities that big business does, but it has the power to make significant changes at the regional and sectoral levels.

## სარჩევი

შესავალი.....	1
თავი 1. მცირე და საშუალო ბიზნესის როლი ბაზარზე.....	5
1.1 ბიზნეს გარემოს მიმოხილვა.....	5
1.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრატეგიული მნიშვნელობა და როლი მდგრადი ეკონომიკის განვითარებაში.....	9
1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის ბენეფიტები და გამოწვევები .....	17
1.4 სამართლებრივი და ინსტიტუციონალური გარემო. ....	21
თავი 2 მცირე და საშუალო ბიზნესში არსებული პრობლემები. ....	26
2.1 მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების კლასიფიკაცია ევროპული ქვეყნების მაგალითზე .....	26
2.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივები.....	32
2.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური პრობლემები.....	38
თავი 3 ფინანსური პრობლემების გადაჭრის გზები მცირე და საშუალო ბიზნესში.....	44
დასკვნა. ....	50
გამოყენებული ლიტერატურა.....	53
დანართი.....	54

## შესავალი

**თემის აქტუალობა.** ნებისმიერ ქვეყანაში, საზოგადოება წარმოდგენილია მატერიალური წარმოების გარეშე. საზოგადოების არსებობისთვის და მისი განვითარებისთვის აუცილებელია მატერიალური დოვლათი, რაც იქმნება მატერიალური წარმოების პროცესში და რაც წარმოადგენს ქვეყნის მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მთავარ წყაროს. წარმოების პროცესი, ქმნის დოვლათს საზოგადოებისთვის და ამავდროულად მთავარ წყაროს წარმოადგენს ქვეყნის მოსახლეობის კეთილდღეობის, სოციალური გარემოსა და ეკონომიკის განვითარებაში, ეკონომიკის განვითარება კომერციის, ფინანსური ინსტიტუტების, საწარმოების გარეშე წარმოდგენილია. საქმიანი ურთიერთობა წამოადგენს მოსახლეობის ცხოვრების სტილის განუყოფელ ნაწილს, სხვაგვარად მას ბიზნესს უწოდებენ, სადაც მნიშვნელოვანი წილი უკავია მცირე და საშუალო ბიზნესს.

ყველა განვითარებული ქვეყნების მთავრობში დიდი ყურადღების ქვეშ ექცევა მცირე და საშუალო ბიზნესის გამართვა, განვითარება და საკმაოდ დიდი ბენეფიტები კეთდება მათთვის. განვითარებულ ქვეყნებში შესაბამისად მცირე და საშუალო ბიზნესის მაღალი განვითარების ტემპია და იგი წამოადგენს ეკონომიკის მამოძრავებელ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ნაწილს. მაგალითად აშშ-ში მცირე და საშუალო ბიზნესი წარმოადგენს მთლიანი ბიზნესის 99%-ს, რაც 30.2 მილიონ მცირე და საშუალო საწარმოს უდრის. გასათვალისწინებელია ის საკითხიც რომ მცირე ბიზნესი აშშ-ში ითვლება საწარმო რომელსაც დასაქმებული ჰყავს არაუმეტეს 500 ადამიანისა, ევროკავშირის კანონმდებლობით კი მცირე ბიზნესს განეკუთვნება ის საწარმო რომლის დასაქმებულთა რაოდენობა 50 არ აღემატება. აღსაღნიშნავია, რომ ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციაში (OECD)

შემაჯავალი ქვეყნების მნიშვნელოვანი ნაწილი კერძოსექტორში საქმიანობს და მსგავსად აშშ-სი მთლიანი ბიზნეს სექტორის 99 %-ს წარმოადგენ. იგი ქმნის ევროკავშირის ქვეყნების მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) 2/3-ს. მაგრამ აღსანიშნავია რომ ევროპის განვითარებად ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის წილი ახლოსაა განვითარებული ქვეყნების სტატისტიკურ მონაცემებთან და 90% შეადგენს, მაგრამ მათ იმხელა სარგებელი ვერ მოაქვთ ქვეყნისთვის როგორც განვითარებულ ქვეყნებშია, ევროპის ასეთ რეგიონებში საშუალო სტატისტიკური მონაცემებით მთლიან შიდა პროდუქტში ამ საწარმოების წილი 20%-ზე ნაკლებს შეადგენს. ადსოციალური თვალსაზრისით მცირე და საშუალო ბიზნესი წარმოადგენს მოსახლეობის მნიშვნელოვანი კლასის, საშუალო კლასის ფორმირების საფუძველს, ამავდროულად წამოადგენს ეკონომიკის სტაბილურად განვითარების ბაზას. განვითარებული ქვეყნების 50 – 70% მშპ-ს, ბოლო ათწლეულების მანძილზე მცირე და საშუალო ბიზნესი აწარმოებს. (SBA.gov, n.d.) (საქართველოს მთავრობა, 2016)

მცირე ბიზნესები გამოირჩევიან ეფექტურობით არა მარტო სამომხმარებლო საქონლის წარმოებაში არამედ სამრეწველო წარმოებაში, დაწყებული მექანზმებიდან და დიდი საწარმოებისთვის საჭირო დეტალების დამთავრებული ნახევარფაბრიკატების წარმოებით. ამას ისინი მსხვილ საწარმოებთან შედარებით უკეთ ახერხებენ. მცირე ბიზნესს თავისი ეფექტური წარმოებისთვის სჭირდება რომ მისი წარმოების მასშტაბი არ შეიზღუდოს. წარმოების მასშტაბი და წარმოების მოქნილობა საშუალებას აძლევს მწარმოებელს, თავისი მწარმოებლუნარიანობიდან გამომდინარე დააკმაყოფილოს ბაზარზე არსებული მოთხოვნები და ამით მაქსიმალური შუალედი დაიჭიროს წარმოების დანახრჯსა და რეალიზაციიდან მიღებული ამონაგებისა და იყოს მომგებიანი და ამასთანავე კონკურენტუნარიანი სხვა უცხოურ მწარმოებელთან მიმართებაში.

თავისუფალ და ღია ეკონომიკაში მცირე და საშუალო ბიზნესს აქვს პოტენციალი იქცეს მსხვილ კორპორაციად, მოახდინოს ბაზრის დივერსიფიკაცია კომპლექსურ დონეზე და სამომხმარებლო ბაზარი დააკმაყოფილოს. გრძელვადიან პერიოდში მცირე და საშუალო ბიზნესს შეუძლია მოაგვაროს ისეთი პრიორიტეტული პრობლემები საქართველოსთვის როგორცაა სოციალური სიდუხჭირე, ეკონომიკური პრობლემები, საშუალო ფენის არარსებობა, ბიუჯეტის შემოსავალი, გარე კონკურენცია, ინფლაცია, ეროვნული ვალუტის დევალვაცია და უმუშევრობა.

**ნაშრომის მიზნები და ამოცანები.** ჩემს მიერ წარმოდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ძირითადი მიზანია მცირე და საშუალო ბიზნესში არსებული ფინანსურ პრობლემებს და მათი გადაჭრის გზებს, ანუ რა შეიძლება გაკეთდეს მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის, რათა მათი ერთ-ერთი მთავარი ასპექტი, ფინანსური ასპექტი, რომელიც განაპირობებს კონკურენტუნარიანი საწარმოს ჩამოყალიბებასა და ბაზარზე შექმნილი მოთხოვნის დაკმაყოფილებას, შემდგომში კი ამ საწარმოს გაფართოებას, საწარმოო უნარების ოპტიმიზაციას და ა.შ.

შემდეგი მიზნებია დასახული, ნაშრომის შედეგის მისაღებად:

- მცირე და საშუალო საწარმოს როლის დადგენა ქვეყნების ეკონომიკისთვის;
- მცირე და საშუალო საწარმოს საგადასახადო კუთხით განხილვა, საგადასახადო ტვირთის მნიშვნელობის გამოკვეთა;
- მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური პრობლემების გამოკვეთა;
- გამოკვეთილი პრობლემების მნიშვნელობა და ბიზნეს გარემოზე ზეგავლენის მოხდენის შესაძლებლობების გამოკვეთა;



### **კვლევის მეთოდოლოგია:**

გამოკვლევულ იქნა სტატისტიკური მონაცემები ბიზნეს გარემოსთან დაკავშირებით; კვლევაში გამოყენებულია კვლევის როგორც რაოდენობრივი და ისე თვისებრივი მეთოდები. ეს კვლევები ეფუძნება როგორც ქართველ ენოვანი, ასევე უცხოელი მკვლევრების კვლევებს და ნაშრომებს, ასევე გამოყენებული იქნა საკანონმდებლო აქტების და სამინისტროების განკარგულებები. კითხვარის საფუძველზე გამიკითხამცირე და საშუალო ბიზნესში მოქმედი მეწარმეები.

## თავი 1. მცირე და საშუალო ბიზნესის როლი ბაზარზე.

### 1.1 ბიზნეს გარემოს მიმოხილვა

სიტყვა „ბიზნესი“ (ინგლ. Business - მეწარმეობას, საქმიანობას) განმარტებით წარმოადგენს საქმიანობას რომელიც წარმოადგენს მოგებაზე ორიენტირებულ საქმიანობას, საკუთარი თუ ნასესხები კაპიტალით. ბიზნესი არის საქმიანობა რომელიც თავისში მოიცავს წარმოებას, ვაჭრობას, მრეწველობას, იდეის ან აზრის შექმნას და ა.შ.. ბიზნესის ფორმებია: ინდივიდუალური მეწარმე, ფიზიკური პირი, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, საააქციო საზოგადოება, კოოპერატივი.

როდესაც ბიზნესზე ვსაუბრობთ, არ ვგულისხმობთ მარტო იმ ხალხს რომელიც ამ ბიზნესს ქმნის და მართავს. თანამედროვე საზოგადოების დღის ნორმად იქცა საქმიანი ურთიერთობები. სწორად ეს ურთიერთობები წარმოშობს სარგებელს ანუ დოვლათს რომელიც აკმაყოფილებს საზოგადოების მოთხოვნილებებს. საქმიანი ურთიერთობები ქმნის წარმოების პროცესის, კომერციას, ფინანსურ ინსტიტუტებს, სოციალურ ბენეფიტებს, რომელიც მნიშვნელოვან ასპექტს წარმოადგენს ეკონომიკის განვითარებაში, რაც ამავდროულად მოსახლეობის ცხოვრების სტილისა და დონის განვითარებასა და ამაღლებაზეა მიმართული. ყველა ეს პროცესი ჯანმრთელ საზოგადოებაში ცხოვრების სტილის ნაწილია და ეს ყველაფერი, იწოდება ბიზნესად.

ბიზნესის წარმოშობა იდეოლოგიურად ძალიან ძველ პერიოდს უკავშირდება. სწორად ვაჭრობა, რომელიც ბიზნესის ერთ-ერთ სახეობას წარმოადგენს არის უდიდესი ისტორიის უძველესი პროფესია. ბიზნესი როგორც საქმიანობის სახელი უფრო ახალი პერიოდისაა. ბიზნესმა განვითარების დიდი გზა განვლო, ამ გზის სამ პერიოდად დაყოფა შეიძლება:

1. საქმიანი ურთიერთობა, ინსტიტუტი, რა დროსაც ხალხი ჯერ კიდევ გამოქვაბულებში ტომებად ცხოვრობდა, მოიპოვებდა საკვებს თუ სხვადასხვა მოხმარების ნივთებს და შემდგომ უზიარებდნენ ან ცვლიდნენ მას. პირველყოფილური წყობილების პერიოდი.

2. მეორე პერიოდი უკავშირდება საკუთრების უფლების გაჩენას, რა დროსაც საზოგადოებამ დაიწყო საკუთარი ქონების გამოყენება, დამუშავების წარმოების ან სულაც გაყიდვა გაქირავების მიზნით. ამან შექმნა საქმიანი ურთიერთობების მრავალი პრეცედენტი. საერთო ჯამში ამ ურთიერთობამ სამყარო კაპიტალიზმის ეპოქამდე მიიყვანა.

3. მესამე პერიოდი უკავშირდება კომუნიზმს, როდესაც კერძო საკუთრება გადასულია სახელმწიფოს ხელში, აქედან გამომდინარე კერძო ბიზნესი გადასულია სახელმწიფოს ხელში და დოვლათი რასაც ის ქმნის წარმოადგენს საყოველთაოს და ნაწილდება თანაბრად, იდეაც სწორად ესა სოციალური წყობის.

ნეწარმეობის განვითარება საერთო იდეის ადამიანების დაყოფას საქმიანობის მიხედვით ახორციელებდნენ და ამით ზრდიდნენ ეფექტიანობის ზრდას, შესაბამისად ამისა იზრდებოდა დოვლათის მოცულობა და ჯერ კიდევ ტომურ და გვაროვნულ გაერთიანებებში ადამიანები იყენებდნენ სამუშაო იარაღებს და ამით იმსუბუქებდნენ შრომას. ასევე აღსანიშნავია ფაქტი, რომ იმ დროიდან ხდებოდა შრომის დანაწილება. მამრობითი სქესის წარმომადგენლები ნადირობას მიმართავდნენ ხოლო მდდრობითი სქესის წარმომადგენლები მომპოვებლობას, მოხუცები და ბავშვები კი ცეცხლის კერას არ ამღებდნენ ჩაქრობის საშუალებას.

ადამიანის განვითარებასთან ერთად იხვეწებოდა პროფესიული მიმართულებები და ხდებოდა ბიზნესის საფუძვლების ჩამოყალიბება, ჩნდებოდა ახალი პროფესიები. საქმიანმა ურთიერთობებმა განვლო რამოდენიმე პარადიგმა: ეს იყო ბატონ-ყმური, ფეოდალი, სოციალური ა.შ.

თანამედროვე სამყაროში ბიზნესმა, როგორც ზემოთ ავლნიშნე, ადამიანის ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი გახდა. მისი კვლევა სხვადასხვა პროფესორებმა ამ დარგში მრავლად დაიწყეს, შესაბამისად მისი განმარტებაც მრავალია:

მეწარმეობა სუბიექტის ან სუბიექტთა ჯგუფის მიერ განხორციელებული საქმიანობაა, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს მატერიალური მოგების, მომსახურების, ინტელექტის, იდეების წარმოქმნის და რეალიზაციაა და აქედან მატერიალური სარგოს მიღებაა (ადეიშვილი გ., 1998)

ალან ხოსკინგი, ბიზნესი არის საქმიანობა, რომელსაც ახორციელებენ კერძო პირები ან ორგანიზაციები. წარმოებიდან ან მომსახურებიდან შექმნან პროდუქტი და გაცვალონ ის მომსახურებაზე ან ფულზე, რაც ხელსაყრელი იქნება პირებისთვის თუ ორგანიზაციებისთვის. (A., 1993)

ბიზნესი საქონლით და მომსახურების მიღება ნებისმიერი მიზნით, უზრუნველყოფს საზოგადოებას მოგების მიზნით და იღებს აქედან მოგება. მეწარმეებს უწევთ შექმნან ისეთი ბიზნესი და შემდგომ პროდუქტი რაც სხვა ბიზნესებს ჯერ არ გააჩნიათ. ზოგიერთი დამწყები ბიზნესმენი ფიქრობს, რომ მათ უკეთ შეუძლიათ, როგორც პროდუქტის წარმოება ისე მისი რეალიზაცია ვიდრე სხვა ბიზნესს. შანსი იმისა რომ მოგება ნახოს დიდია და ლოგიკურიც.

მეწარმეობაში აუცილებლადაა ბიზნეს იდეების განვითარების და ამასთან წარმოშობილი რისკების განმკლავების უნარი. მეწარმეები ნვითარდებიან, ეს ნიშნავს რომ ისინი მოიპოვებენ სულ ურო ახლა და ინოვაციურ საშუალებებს და გზებს ათა არსებული რესურსები როგორიცაა მაგალითად, კაპიტალი, შრომითი ძალა და მიწის რესურს, უფრო ოპტიმალურად გამოიყენონ. მეწარმეები იღებენ ნედლეულს, იხმარენ მუშახელს, არსებულ ან მოძიებულ კაპიტალს აბანდებენ საქმიანობაში რათა

შესაბამისი პირობები შექმნან საწარმოებლად და ამით შექმან უფრო განვითარებული და კონკურენტუნარიანი პროდუქტი. წარმატებული ბიზნეს საქმიანობის დასაწყებად აუცილებელია იმ შესაძლებლობების დანახვა ბაზარზე რაც აუთვისებელია, აღმოაჩენენ თუ არა ამ შესაძლებლობას ისინი დებენ თავიანთ რესურსებს ამ საქმეში, იმ მოლოდინით რომ ისინი აქედან აიღებენ იმის საფასურს რაც მათ ჩასდეს ამ საქმეში. (J, 2007)

მეწარმე ადამიანი არის გონიერი, საქმიანი, მოწესრიგებული, ის მართავს თავის საქმიანობას და გავლენას ახდენს სიმდიდრის განაწილებაზე. იგი ასრულებს შუამავლის როლს მომხმარებელსა და ბიზნესს შორის და ცდილობს შექმნას ისეთი პროდუქტი რომელიც დააკმაყოფილებს მომხმარებლის მოთხოვნებს. (Жид III., 1995)

მეცნიერ შუნპეტერს ეკუთვნის მეწარმეობის ინოვაციური თეორია „შემოქმედებით ნერგვა“. ის აღწერს ამ თეორიას, როგორც ეკონომიკის სტაბილური განვითარების წინაპირობას. ის თავის თეორიაში აღწერს თუ როგორ შეიძლება წარმოების ფაქტორთა სხვადასხვა ვარიაციით და კომბინაციებით მეტი ეკონომიკური ეფექტიანობა შეიქმნას. შუმპეტერი განიხილავს 5 შემთხვევას, პროცესებისა რომელიც შეიძლება მოხდეს:

1. მომხმარებელს შესთავაზო ახალი პროდუქტი ან არსებული პროდუქტის გაუმჯობესებული ვარიანტი;
2. ინოვაციურობით აწარმოო არსებული პროდუქტი უფრო ეფექტიანად;
3. აითვისო არსებულ ან ახალ ბაზარზე ახალი სეგმენტი;
4. გამოიყენო ახალი, სხვა ნახევარპროდუქტის წყარო;
5. დანერგო ახალი მეთოდები ორგანიზაციის შრომის პროცესში; (И, 2007)

## 1.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრატეგიული მნიშვნელობა და როლი მდგრადი ეკონომიკის განვითარებაში

მთელ მსოფლიოში, მზარდია მტკიცებულება იმისა, რომ მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობას სერიოზული წვლილი შეაქვს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში, მიუედავად ქვეყნის ზომის, პოლიტიკური წყობისა თუ ეკონომიკური მოდელისა. მცირე და საშუალო საწარმოს როლი განვითარებად ქვეყნებში ბევრად მნიშვნელოვანია, გარდამავალ ქვეყნებში, განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი უკვე მაღალ საფეხურზე დგას, თავისი მნიშვნელობით.

საბაზრო ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში, მცირე და საშუალო ბიზნესი ძრავია ეკონომიკური განვითარებაში. ბიზნესის პირადი საკუთრების, სამეწარმეო სულისკვეთების, მათი მოქნილობისა და ადაპტირების, აგრეთვე გამოწვევებისა და ცვალებად გარემოზე რეაგირების შესაძლებლობით, მცირე და საშუალო ბიზნესის საკმაოდ დიდი წვლილი შეაქვს მდგრადი ეკონომიკის განვითარების და დასაქმების წარმოქმნაში.

ბოლოს და ბოლოს, მრავალი განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნების კერძო სექტორს აკლია განვითარების საშუალო დონე. ინვესტორებმა, პოლიტიკოსებმა და პროფესიონალებმა თავიანთი ძალისხმევით უმეტესი ნაწილი მიუძღვნეს დიდ კომპანიებს, უფრო დიდ საწარმოებს ან მულტინაციონალურ კომპანიებს. ხშირ შემთხვევაში მსხვილი მსხვილი საწარმოები განებივრებულები არიან მთავრობებისგან სხვადასხვა სტიმულირებით და სუბსიდიებით, ხოლო ორგანიზაციები, როგორცაა მსოფლიო ბანკი და გაეროს განვითარების პროგრამა, ორიენტირებული იყვნენ მიკრო საწარმოთა მხარდაჭერაზე, რომლებიც ჩვეულებრივ

5 თანამშრომელზე ნაკლებია. ამ ორ უკიდურეს მდგომარეობას შორის, არის მცირე და საშუალო ბიზნესი. წარსულში, მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა ითვლებოდა, რომ ის არ წარმოადგენდა ეკონომიკის მართვის მთავარ ელემენტს, ამიტომ მიჩნეული იყო, რომ ის არ იყო ღირსი მთავრობის პოლიტიკის მხრიდან მათზე ორიენტირების. მაგრამ, კვლევებიდან გამომდინარე ტენდენციები შეიცვალა და მცირე და საშუალო საწარმოს მნიშვნელოვანი როლი გამოიკვეთა, ბოლო პერიოდში არაერთი პერსპექტიული გადაწყვეტილება იქნება მიღებული, რომ ხელი შეუწყონ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას, განვითარებადი ეკონომიკის გადამწყვეტ სეგმენტებში, არა მხოლოდ ინვესტიციებით, არამედ ბიზნეს განვითარების ხელშემწყობი სისტემების ჩამოყალიბებით, გამოიკვეთნენ ასევე ლიდერები, რომლებიც ამკარად აღიარებენ მცირე და საშუალო ბიზნესის როლს მდგრადი ეკონომიკის განვითარებაში.

საინტერესოა მცირე და საშუალო საწარმოების საბაზრო წილი როგორაა წამყვანი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში წარმოდგენილი: მცირე და საშუალო ბიზნესების წილი მთლიან ბიზნეს ბაზარზე, ბიზნესების რაოდენობის 99%-ზე მეტია იაპონიაში, აშშ-ში, გერმანიასა და ჩინეთში; სამუშაო ძალის დასაქმებულთა რაოდენობა SME-ში 66%-ია იაპონიაში, 53% აშშ-ში და 68% გერმანიაში. ასევე მნიშვნელოვანია SME-ს წვლილი დამატებითი ღირებულების რაოდენობაში: 55% იაპონიაში, 51% აშშ-ში და 45% გერმანიაში.

მცირე და საშუალო ბიზნესი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეროვნულ ეკონომიკაში სხვადასხვა საქონლისა და მომსახურების მიწოდებით, სამუშაო ადგილების შექმნით, რეგიონალური ეკონომიკებისა და თემების განვითარებით, ბაზარზე კონკურენციის დახმარებით და ინოვაციების შეთავაზებით.

მათი ყოფნის ძირითადი სფეროებია წარმოების ინდუსტრია, დისტრიბუციის ინდუსტრია და მომსახურების ინდუსტრია.

საწარმოო ინდუსტრიაში ისინი აწარმოებენ საქონელს ისტორიულად განვითარებული და ინდივიდების მიერ დაგროვილი უნარების გამოყენებით; აწარმოებენ პროდუქტებს, რომელთა რიგის მასალები და საქონელი შეზღუდულია გაცვლის დროს (საკვები და ა.შ.); მოქმედებენ იმ სფეროებში, რომლებშიც არსებობს მრავალი გადამამუშავებელი და წარმოების მეთოდი, რომელთა ეკონომიკის ეფექტურობის გაზრდა შესაძლებელია პროფილურ სფეროებში (ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილები და დამხმარე ინდუსტრია, სახლის ელექტრო მოწყობილობები); აწარმოებს პროდუქტს, რომლის ბაზრის ზომა ძალიან მცირეა მსხვილ კომპანიებში შესასვლელად; მოქმედებენ ისეთ ბაზრებზე, სადაც ინოვაციური მეწარმეები რისკავენ, ახალი ტექნოლოგიების კომერციალიზაციას და ახალი ბიზნესის განვითარებას.

სადისტრიბუციო ინდუსტრიაში მცირე და საშუალო ბიზნესები მოქმედებენ მწარმოებლებისგან მომხმარებლებისთვის პროდუქციის ეფექტურად განაწილების მიზნით და იმ მიზეზისა და საჭიროების გათვალისწინებით, რომ აუცილებელია მცირე და საშუალო ბიზნესის რგოლის არსებობა სხვადასხვა მხარეების დასაკავშირებლად ან კავშირის გასაძლიერებლად და მეტი ეფექტიანობის მოსატანად.

მომსახურების ინდუსტრიაში ისინი ფუნქციონირებენ მრავალი მომსახურებით, რომლებიც მიეწოდებათ როგორც ბიზნესს, ისე ფიზიკურ პირებს, სადაც დროისა და მანძილის შეზღუდვის გამო, მცირე და საშუალო ბიზნესის საჭიროება თვალნათლივი ხდება, რადგან დიდი ბიზნესები ხშირ შემთხვევაში სწორად და დროულად ვერ ახდენენ იმის როგანიზებას რომ სწორ დროს და სწორ ადგილზე მიაწოდონ თავიანთი პროდუქტი მომხმარებლებამდე და ამაში რაც შეიძლება ნაკლები რესურსი დახარჯონ. ხშირ შემთხვევაში მახალი დანახარჯების



გამო ამბობენ უარს ამა თუ იმ ბაზარში შესასვლელად ან ფუნქციონირებაზე, რაშიც მცირე და საშუალო ბიზნესის მშველელად ევლინებათ მსხვილ საწარმოებს.

ეკონომიკის სიცოცხლისუნარიანობა და მისი განვითარება ქვეყნისვის აუცილებელია, მისი მიღწევა სამუშაო ადგილების შექმნით, ეკონომიკური სტაბილურობით და კონკურენტუნარიანი პროდუქტის შექმნითაა შესაძლებელი და ამ ჩამოთვლილში მცირე და საშუალო ბიზნესი თავის საქმეს, სხვა ტანაზარ პირობებში იდეალურად ასრულებს, ისინი ასხავენ საწვავს ეკონომიკურ წინსვლაში, ხელს უწყობს კონკურენციას და თანამშრომლობას და აწარმოებს დამატებული ღირებულების შექმნას პროდუქტები. დიდი რაოდენობით ადამიანი ეყრდნობა მცირე თუ საშუალო საწარმოებს პირდაპირ ან არაპირდაპირ. ეს ბიზნესები კრიტიკულ როლს თამაშობენ ისეთი პრობლემების შემსუბუქებაში როგორცაა სიღარიბე, უმუშევრობა და სოციალური პრობლემები, ამისთვის მათ და მასთან დაკავშირებულ დაინტერესებულ პირებს დიდი ყურადღება მოეთხოვებათ.

მცირე და საშუალო საწარმოები პოულობს თანამშრომელს, მომხმარებელს და მიმწოდებელს და საქონელსა და მომსახურებას მათი დახმარებით ანაწილებს ადგილობრივ ბაზარზე. ისინი აგრეთვე უზრუნველყოფენ მეწარმეების უმრავლესობის საჭიროებებს.

მცირე და საშუალო საწარმოები ხელს უწყობენ ეკონომიკის განვითარებას და ინდუსტრიალიზაციას. ძირითადად მცირე საწარმოების წარმოშობა სწორედ მსხვილი საწარმოების მიერ ხდება.

ინდუსტრიული განვითარების მქონე ქვეყნებში ბოლო რამოდენიმე წლის ზრდა სწორად მცირე და საშუალო ბიზნეს მიეწერება. არსებობს ასეთი საფუძვლიანი შეხედულება რომ საბაზრო ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში თავდაპირველად ხდება მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმოება და შემდგომ აქედან ნვითარდება ბაზარი.

მეწარმეები ქმნიან კომპანიებს, იწყებენ ბიზნესს, რათა შეიძინონ ან შეცვალონ არსებული რესურსები, დააგროვონ დოვლათი და გააფართოონ თავიანთი ბიზნესი. მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა წარმოადგენს მნიშვნელოვან მამოძრავებელ ძალას ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისთვის.

მაგალითები შეგიძლიათ ნახოთ განვითარებულ ან განვითარებად ქვეყნებში. აშშ-ს სილიკონის ველში მაღალტექნოლოგიური კომპანიების შემთხვევამ აჩვენებს, რომ ეს კომპანიები ინვესტორების მიერ დაფუძნებულები არიან, როგორც საინფორმაციო ტექნოლოგიების სფეროში ინჟინრები და მკვლევარები და ეს უკანასკნელი მხოლოდ რამდენიმე წელიწადში დიდ ბიზნესებად იქცნენ. ისინი დღეს დიდ როლს თამაშობენ აშშ-ში კონკურენციის გაძლიერებაში და ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის ტემპის ამაღლებაში.

ამის კიდევ ერთი მაგალითია იაპონიაში წარმოშობილი გლობალური კომპანიები, რომლებიც თავდაპირველად დაარსებულ იქნა როგორც მცირე და საშუალო საწარმოები ინჟინრების მიერ მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ, შემდეგ კი გადაიზარდა გლობალურ დიდ საწარმოებში, როგორებიცაა Sony, Panasonic ან Honda.

ტაივანის მიღწევები არის კარგი მაგალითი იმისა, თუ რა როლი ითამაშა მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა ქვეყნის ეკონომიკაში, შეზღუდული ბუნებრივი რესურსებით. ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, ტაივანმა ჩამოაყალიბა ჰაბი, როგორც მსოფლიო დონის მიმწოდებელი ელექტრონული ტექნიკის პროდუქციის ფართო სპექტრისთვის. ტაივანის მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა ამ შთამბეჭდავი წარმატების ცენტრშია. 1993 წელს მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები შეადგენდნენ კომპანიების მთლიანი რაოდენობის 96 პროცენტს, მთლიანი დასაქმების 69 პროცენტს და ტაივანის წარმოების 55 პროცენტს. ტაივანის ამჟამინდელი 400 ელექტრონული კომპანიმ დაიწყო როგორც მცირე ბიზნესი.

ზემოაღნიშნული სტატისტიკისა და ფაქტების საფუძველზე, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპანიები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ქვეყნების ეკონომიკაში, რადგან ისინი წარმოადგენენ ბიზნეს გარემოში მოქმედი კომპანიების უმრავლესობას, დღემდე მცირე და საშუალო საწარმოები პასუხისმგებელი არიან დასაქმების უფრო დიდი მოცულობისთვის და წარმოქმნილ პროდუქტებზე და წარმოადგენს განვითარების კატალიზატორი, ინოვაციის და მდგრადობას.

მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრატეგიული მნიშვნელობა დღეს აღიარებულია მთელ მსოფლიოში შემდეგი ძირითადი მიზეზების გამო:

მცირე და საშუალო ბიზნესის სტიმულირება ხელს შეუწყობს მსხვილი საწარმოების რესტრუქტურისაციას საწარმოო კომპლექსების გამარტივებით, რადგან ცალკეულ ნაწილებს, რომელთაც უშუალო კავშირი არ აქვთ პირველადი საქმიანობის შესახებ. ამ პროცესის საშუალებით შესაძლოა გაიზარდოს დარჩენილი საწარმოს ეფექტურობა.

მსხვილი საწარმოების მონოპოლიაზე, დამატებით მომსახურებაზე და თანამედროვე ეკონომიკის რყევებზე მცირე და საშუალო ბიზნესს დიდი გავლენა აქვს.

მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპანიებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი სარგებელი მოიტანონ გამოცდილი ინდუსტრიული ბაზის და ინდუსტრიების შექმნის თვალსაზრისით და კარგად მომზადებული სერვისის დარგის შემუშავებით, რომელსაც შეუძლია წვლილი შეიტანოს მშპ-ში, დამატებით ღირებულების დამატებით.

ყოფილი მსხვილი სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული საწარმოებიდან კერძო მცირე და საშუალო ბიზნესზე სტრუქტურული გადასვლა გაზრდის

მესაკუთრეთა რაოდენობას, ჯგუფი, რომელიც უფრო მეტ პასუხისმგებლობასა და ვალდებულებას წარმოადგენს, ვიდრე ყოფილ ცენტრალიზებულ დაგეგმილ ეკონომიკებში.

ექნოლოგიურ ინოვაციებზე ხელშეწობა და უფრო მოქნილი საზოგადოების და ეკონომიკის შექმნა შეუძლია მცირე და საშუალო ბიზნესის ზრდას

მცირე და საშუალო ბიზნესები ზირითადად ქმიან შიდაბაზარს ქვეყანაში რადგან იყენებენ ადგილობრივ რესურსებს და ტექნოლოგიებს და უნარებს და ამასთან ანვითარებენ მას.

ახალი ბიზნესის განვითარება უმთავრესი ფაქტორია რეგიონალური რეკონსტრუქციის წარმატებისთვის, სადაც ჩვეულებრივ მძიმე ინდუსტრის მოუწევს ეტაპობრივად ამოღება ან რეკონსტრუქცია (განსაკუთრებით მეტალურგიის, კოალიმინგის, მძიმე სამხედრო აღჭურვილობის და ა.შ.).

გლობალურ ეკონომიკაში ინტეგრაცია ეკონომიკური ლიბერალიზაციის, დერეგულირებისა და დემოკრატიზაციის გზით, განიხილება, როგორც გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში სიღარიბის და უთანასწორობის გამარჯვების უმთავრესი გზა. ამ პროცესისათვის მნიშვნელოვანია ციფრული კერძო სექტორის განვითარება, რომელშიც მცირე და საშუალო საწარმოებს ცენტრალური როლის შესრულება შეუძლიათ. მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპანიებს აქვთ მიდრეკილება დასაქმდნენ უფრო შრომისმოყვარე წარმოების პროცესებზე, ვიდრე მსხვილი საწარმოები. შესაბამისად, ისინი მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანენ პროდუქტიული დასაქმების შესაძლებლობების უზრუნველყოფაში, შემოსავლის გამომუშავებასა და, საბოლოოდ, სიღარიბის შემცირებაში.

ქვეყნებში სახელმწიფო საწარმოები იძულებულნი იყვნენ რეკონსტრუქცია ჩაეტარებინათ საბაზრო ეკონომიკის ახალ გარემოსთვის, ხოლო ბევრი მათგანი ქვეყნის ეკონომიკის ამ რგოლებს გამოეთიშა და არსებობა შეწყვიტა.

იმავედროულად, მეწარმეებმა დაარსეს საწარმოები საკუთარი რესურსების, ძალისხმევითა და საკუთარი პასუხისმგებლობის საკითხის დასადგენად, რათა მათთვის და მათი თანამშრომლებისთვის შეექმნათ ყველა პირობა უკეთესი ცხოვრებისთვის.

გარდამავალი ეკონომიკისთვის მნიშვნელოვანია, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ანაზღაურებდეს სახელმწიფო საწარმოების რეკონსტრუქციით გამოწვეულ სირთულეებს და უზრუნველყოფდეს შესაფერის შემოსავალს საზოგადოებისთვის, განვითარების შესანარჩუნებლად.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება უცხოურ ინვესტიციებთან ერთად, როგორც ჩანს, ამ ეტაპზე მხოლოდ ორი ალტერნატივაა, მაგრამ მეორე ალტერნატივა უნდა ვაღიაროთ, ეს არ არის მიზანშეწონილი, რადგან შეიძლება ეკონომიკაში დომინირებდეს უცხოური ინვესტიციები და ეს დამოკიდებულია უცხოური კაპიტალის კომპანიების მიერ განსაზღვრული ბიზნესის პირობებიდან ან პოლიტიკიდან. აქედან გამომდინარე, მცირე და საშუალო ბიზნესის როლი, რომლებიც ქმნიან კორპორაციებს და ახდენენ საქმიანობას, ძალიან მნიშვნელოვანია. ამრიგად, მთავარი მიზანია ასეთი საქმიანობის განხორციელების სტიმულირება, ბიზნეს პრაქტიკის გაღრმავებისას, რაც ხელს შეუწყობს მათ შორის სამართლიან კონკურენციას.

გარდა ამისა, მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა მნიშვნელოვან წვლილს ასრულებს სოფლის მეურნეობის ეკონომიკის განვითარებულ ინდუსტრიაში გადასვლაში, რაც მოიცავს შესაძლებლობებს გადამამუშავებელ საქმიანობას, რამაც

შეიძლება წარმოქმნას შემოსავლის მდგრადი წყარო და ხელი შეუწყოს განვითარების პროცესს.

ასეთ ქვეყნებში საბაზრო ეკონომიკის დამყარება დიდ სიდუხჭირეს ქმნის პოლიტიკის შემქმნელების მხრიდან, ხოლო ამავდროულად პატარა დრო სჭირდება მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტისა და თანამშრომლებს შეიძინონ ნოუ-ჰაუს მენეჯმენტი, ტექნოლოგია და უნარები.

### 1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის ბენეფიტები და გამოწვევები

მცირე კორპორატიული და მობილურ კომპანიების, შედარებით მსხვილ კორპორაციებთან, უფრო მეტად აქვთ თავიანთი თემებისადმი დამოკიდებულება და სიახლოვე, რაც უზრუნველყოფს მათ დაცვას თავიანთი რეპუტაციის და მომხმარებლებთან და მეზობლებთან ურთიერთობების გამყარებას. ევროპული მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე შესწავლა გვიჩვენებს, რომ მათი 67,5% რეგულარულად ახორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის ფორმებს, როგორცაა ადგილობრივი საქველმოქმედო საქმიანობის მხარდაჭერა.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება უკავშირდება რამდენიმე ეკონომიკურ ფაქტორს, მათ შორის ეროვნული მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდას. მცირე და საშუალო ბიზნესის სარგებელი დიდია აღიარებული ეკონომიკის განვითარებაში. მკვლევარებმა აჩვენეს მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე შედეგები:

- შრომისმოყვარეობა, რაც ქმნის სამუშაო ადგილის შექმნის შესაძლებლობებს დაბალი კვალიფიკაციის მქონე თანამშრომლებისთვის;
- შემოსავლიან განაწილებაში უფრო დაბალი უთანასწორობით არის დაკავშირებული;

- აუცილებელია ქვეყნებისთვის, რომლებიც იმყოფებიან გადასვლის ეტაპზე, სოფლის მეურნეობიდან ინდუსტრიულ და მომსახურებაზე ორიენტირებულ ეკონომიკებზე;
- შესანიშნავია ინოვაციისა და მდგრადი ინიციატივებისთვის, მათი მოქნილობისა და რისკის აღქმის თვისებების გამო;
- ემსახურება როგორც ცოდნის გადინების მატარებელს;
- აფართოვებს ახალ, კონკურენტულ იდეებისა და ადამიანური კაპიტალის;
- აფართოვებს ბაზრის მრავალფეროვნებას და პროდუქტიულობას;

მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორს შეიძლება ძალიან სარგებლიანი იყოს განვითარებად ქვეყნებში, თუმცა განვითარებადი ეკონომიკის მქონე კერძო სექტორებში დომინირებს მსხვილი საწარმოები საწარმოები, რომლებმაც დიდი რაოდენობით სამუშაო ძალის მობილიზება მოახდინეს და ამით ქმნიან მნიშვნელოვან ბარიერებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ზრდისთვის.

მცირე და საშუალო ბიზნესის სახეები და ბიუროკრატიული პრაქტიკაა, რომლებიც აძლიერებენ მსხვილი კორპორაციების დომინირებას ოფიციალურად რეგულირებულ ეკონომიკაში. ეს ფაქტორი ქმნის სტიმულს მეწარმეებისთვის, რომ არაფორმალურად იმოქმედონ მთავრობის რეგულირების მიღწევამდე.

მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე საქმიანობა უარს ამბობს ორგანიზაციის გარემოსდაცვითი სტანდარტების ათვისებაზე, არაადეკვატური მხარდაჭერის, დროში შრომატევადი, დოკუმენტური ტვირთისა და გარეგანი შეჭრის ზოგადი უნდობლობის გამო. სამთავრობო რეგულაციები, რომლებიც შექმნილია დიდი კორპორაციებისთვის, არ შეიძლება მოერგოს მცირე კორპორაციებს, მან შეიძლება შეზღუდოს მათი ბაზარზე გასვლისა და განხორციელების უნარი.

მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელოვნად დაფინანსებაა წარმოადგენს პრობლემას, რაც გამოწვეულია მცირე ბიზნესისთვის ფულადი სესხის აღებასთან დაკავშირებული ლოჯისტიკური სირთულეებით. ბანკები ტენდენციას, შესთავაზონ მცირე და საშუალო ბიზნესის სესხებს არასახარბიელო პირობებით ართულებს გარიგებებთან დაკავშირებული მაღალი ფიქსირებული ხარჯები.

მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპანიებს აქვთ მარცხის უფრო დიდი რისკი, რადგან კომპანიის დირექტორებს ნაკლები გამოცდილება აქვთ.

ამასთან, მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე განვითარება და მათი წვლილი ეროვნულ ეკონომიკაში მჭიდრო კავშირშია გლობალიზაციასთან და მის ეფექტებთან. გლობალიზაცია, რასაც ხელი შეუწყო ინფორმაციისა და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ, სატრანსპორტო საშუალებების გაუმჯობესებამ, საზღვრის მარეგულირებელი რეფორმის მიღებამ და ტარიფის შემცირებამ განსხვავებულად იმოქმედა მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოებლად. გლობალიზაციის მიმდინარე ფაზას, რომელიც ხასიათდება წარმოების პროცესების გლობალიზაციით, საჭირო გახდა მნიშვნელოვანი ცვლილებები პარტნიორთა შორის ურთიერთობაში, ღირებულებითი ჯაჭვის ჩამოყალიბება.

გლობალური ღირებულების ქსელებში მონაწილეობამ შეიძლება მცირე და საშუალო ბიზნესის სტაბილურობა მოუტანს და მათ საშუალებას მისცემს გაზარდონ პროდუქტიულობა და გააფართოვონ თავიანთი ბიზნესი. ეს ხშირად მიიღწევა მათი ტექნოლოგიური და ადამიანური კაპიტალის განახლებით, მათი დიდი ექსპოზიციის შედეგად და ინფორმაციის გააქტიურებით, ახალი ბიზნეს პრაქტიკის და უფრო მოწინავე ტექნოლოგიების საშუალებით. ახლანდელ და ძველ პარტნიორ ქსელთან თანამშრომლობამ შეიძლება გაზარდოს ფირმის სტატუსი, ინფორმაციის ნაკადები და



სწავლის შესაძლებლობები და გაზარდოს მცირე ფირმების წარმატების შანსები ღირებულების ქსელში.

ამასთან, მცირე და საშუალო ბიზნესის მონაწილეობა ღირებულების ჯაჭვში, ჩვეულებრივ, იწვევს უფრო მეტ მოთხოვნას მათი მენეჯერული და ფინანსური რესურსების მიმართ და წნებს ახდენს მათი განახლების, ინოვაციების და შიდა ტექნოლოგიის დაცვაზე. მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა შეიძლება შემოიფარგლოს თავიანთი შესაძლებლობის გარეშე, განახორციელონ კვლევებისა და განვითარების საქმიანობა და პერსონალის მომზადება და დააკმაყოფილონ სხვების მიერ მოთხოვნილი პროდუქციის ხარისხის სტანდარტების მოთხოვნების მზარდი რაოდენობა.

არასაკმარისი მოქმედი კაპიტალი ასევე შეიძლება გახდეს დაბრკოლება მცირე და საშუალო ბიზნესის მონაწილეობისთვის გლობალური ღირებულების ქსელებში, ტექნოლოგიების და მომსახურების განახლების შესაძლებლობის თვალსაზრისით. ფულადი სახსრების მოძრაობა ასევე შეიძლება უარყოფითად იმოქმედოს საერთაშორისო პარტნიორების დაგვიანებული გადახდებით. უფრო მეტიც, ღირებულების ჯაჭვში თავისი პოზიციის განახლების მიზნით, მცირე ფირმას შეიძლება დასჭირდეს დავალებების უფრო დიდი და რთული კომპლექსის აღება: მაგალითად, პროდუქტის დამზადების ან მომსახურების გაწევის გარდა, მასში შესაძლოა მონაწილეობდეს პროდუქტის შემუშავება, ქვე-მომწოდებლების ქსელის ორგანიზება და მონიტორინგი, ხარისხის კონტროლის შიდა სისტემების დანერგვა და სტანდარტების მზარდი სტანდარტების დაცვა და კონკურენტულ ფასებში მიწოდებისა და ხარისხის უზრუნველყოფა.

## 1.4 სამართლებრივი და ინსტიტუციონალური გარემო.

გადასახადებს, სახელმწიფოში დიდი როლი აკისრია ბიზნეს გარემოს შექმნაში და ამავდროულად ბიზნეს წარმოების კუთხით გადასახადები წარმოადგენს ქვეყნის მიმზიდველობის, კონკურენტუნარიანობისა, წარმოებლურობასა და ბიზნეს გარემოს მრავალფეროვნულობაში. სხვა კუთხით გადასახადები და კერძოდ გადასახადების იმ ნაწილით რასაც კომპანიები იხდიან, იგი წარმოადგენს ერთ-ერთ მსხვილ წყაროს ქვეყნის ეკონომიკისთვის და კერძოდ ბიუჯეტისთვის.

ბიზნესის წარმოების კუთხით რომ შევხედოთ, სხვადასხვა საშუალებებით ხდება წარმოების წამოწყება ან/და განვითარება, მაგალითად როგორცაა პირდაპირი ან პორტველური უცხოური ინვესტიციები, ეკონომიკური კუთხით თუ შევხედავთ ფულის ბრუნვის და ახალი ფულადი ნაკადების შემოდინებით ეს სისტემა წარმოადგენს არა მარტო ქვეყნის მოქალაქეების კეთილდღეობის ამაღლები უდავო საშუალებას არამედ ქვეყნის ვალუტის გამყარებისა და სხვა მრავალი ბენეფიტების საშუალებას.

იმისათვის რომ ქვეყანაში მოხდეს უცხოური ინვესტიციების შემოდინება, საჭიროა გარკვეული პირობების არსებულობა, პოზიტიურ კონტექსტში, მათ შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი, საგდასახადო პოლიტიკის არსებობა, ისეთის რომ მომხიბლავი და მიმზიდველი იყოს სხვადასხვა ინვესტორებისთვის აქ ბიზნესის წარმოება ან/და განვითარება.

იურიდიული და სამართლებრივი მზადყოფნა, იმისთვის რომ ბიზნესებს ქონდეს გასაქანი წარმოების მასშტაბების გაზრდის და წარმოების უნარების განვითარების, საშუალებას მისცემს საწარმოებს თავიანთი პოტენციალის ბოლომდე

გახსნის და ამით პროდუქტის წამოების განვითარების, ხარისხის გაზრდის და კონკურენტუნარიანი გარემოს ჯაჭვის გაძლიერების საშუალებას.

გადასახადების დონე ძალიან მნიშვნელოვანია ქვეყანაში ბიზნესგარემოს შესაფასებლად. ჩვეულებრივ, ბიზნეს საქმიანობაში ჩართული ინვესტორები ეძებენ ისეთ გარემოს სადაც მათთვის მისაღები საგადასახადო სისტემას და მასთან დაკავშირებულ ბიუროკრაციას, აფასებენ ამ გარემოს და ადარებენ სხვა ქვეყნის მდგომარეობას. ინვესტორისთვის იდეალური გარემო რათქმა უნდა შეუძლებელია არსებობდეს ნებისმიერ ქვეყანაში ამიტომ ძირითად შემთხვევაში ხდება შედარებითობის პრინციპით ყველაზე ოპტიმალური ვარიანტის ამორჩევა.

ქვეყნების განხილვა და შემდგომ მათი შედარება გადასახადების დონის მიხედვით ძალიან დიდ სირთულეს წარმოადგენს რადგანაც არ არსებობს რაიმე ფორმულა რაც მათ შედარებას მათივე კომპლექსურობის გამო შეძლებს, ქვეყნების დალაგება გადასახადის მიხედვით, ყველაზე დაბალი გადასახადის მქონე ქვეყნიდან ყველაზე დაბალი გადასახადის მქონე ქვეყნამდე თითქმის შეუძლებელია, შემდეგი მიზეზების გამო:

რეალობაში ყველაფერი, როგორც ერთი შეხედვით ჩანს მარტივი არაა და იმის შედარება თუ რომელ ქვეყანაშია უკეთესი საგადასახადო სისტემა, საკმაოდ რთული თემაა. არ არსებობს რაიმე საზომი, კონკრეტულად გაწერილი კრიტერიუმები, რის მიხედვითაც მოხდება ქვეყნების დალაგება, სიტყვაზე ყველაზე დაბალი გადასახადების განაკვეთების კუთხით და მსგავსი. არის სირთულეები რამაც შეიძლება ახსნას ეს მდგომარეობა:

სირთულეების განხილვა შეიძლება დაიწყოს ამ სისტემის კომპლექსურობის საკითხით, ანუ არის ასეთი კრიტერიუმები რომლებიც არანაკლებ მნიშვნელოვანია ძირითადი კრიტერიუმებისგან, მაგ. ე.წ. საგადასახადო ბაზა, რომელიც გულისხმობს

იმ კონკრეტულ გადასახადებს რომლების კონკრეტულ დაბეგვრის ობიექტებზე ვრცელდება, ანუ ეს დაბეგვრის არეალი სხვადასხვა ქვეყნისთვის სხვადასხვანაირია. არ არსებობს ორი ისეთი ქვეყანა რომელსაც ერთი და იგივე საგადასახადო ბაზა ქონდეს. მაგალითად დამატებითი ღირებულების გადასახადე (დღგ) ერთ ქვეყანაში შეიძლება იყოს 10 % და მეორეში 15% და ამასთან ერთ ქვეყანაში შეიძლება დღგ ვრცელდებოდეს რაიმე კონკრეტულ დარგებზე, მეორე შემთხვევაში ყველა დარგზე და ა.შ. აქედან გამომდინარე რთული საგადასახადო ტვირთზე საუბარი და იმის შედარება თუ რომელ ქვეყანაშია ის დიდი და რომელში პატარა. აქედან გამომდინარე თუ ქვეყნებს ერთმანეთთან შევადარებთ საგადასახადო განაკვეთით, ეს საგადასახადო კუთხით ზუსტ სურათს ვერ მოგვცემს;

- გადასახადები თავისი გაგებით ყველა ქვეყანაში ერთმნიშვნელოვნად არ აღიქმევა. ერთ ქვეყანაში შეიძლება გადასახადს მოსაკრებელი, საფასური ან/და სხვა რაიმე სახელი ერქვას, აქედან გამომდინარე საგადასახადო ტვირთში ეს გადასახადი თუ მოსაკრებელი არ ჩანდეს;
- გადასახადების ადმინისტრირება წარმოადგენს კიდევ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საკითხს. ხშირ შემთხვევაში, ზოგიერთ ქვეყანაში სუსტი ადმინისტრირების დროს ხდება კორუფციის დადგომის შანსი, რა დროსაც იმისმიუხედავად თუ როგორია გადასახადების ტვირთი, ზოგიერთი კომპანია, რომელიც შეიძლება დაახლოვებული იყოს ქვეყნის მთავრობასთან, იხდიდეს მცირედს იმ ტვირთისგან რაც მას რეალურად შეიძლება ეკისრებოდეს;
- ხშირ შემთხვევებში, ქვეყანაში სოციალური გადასახადები როგორცაა მაგალითად საპენსიო შენატანები არ მიიჩნევა გადასახადად და საგადასახადო ლიტერატურით შენატანად ყალიბდება და არ ითვლება გადასახადებში. შესაბამისად ვიღებთ ჩვეულებრივ გადასახადს, ანუ ისინი გადაიხდება

როგორც ჩვეულებრივი გადასახადები მაგრამ მისი ფორმულირება ხვდება სხვანაირად. შედეგად ვიღებთ იმას რომ, ინვესტორები აფასებენ გადასახადებს, მაგრამ საქმიანობის დროს იხდიან იმაზე მეტს ვიდრე მათ გათვლილი ქონდათ; (ნამჩავაძე, 2017)

საქართველოში გადასახადები 2006 წლის შემდეგ 6 გადასახადამდე დავიდა რამაც ბიზნესის კეთების გამარტივება ამოიწვია. ეს გადასახადებია : საშემოსავლო, მოგების, ქონების, დღგ, აქციზი და იმპორტის გადასახადი.

ზემოთ საუბარი იყო შედარებითობის პრინციპზე სადაც გადასახადების რაოდენობით და გადასახადების განაკვეთებზე. ამ პუნქტები ხდება შეფასება ქვეყნის საგადასახადო სისტემის შედარება სხვა ქვეყნებთან და მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმზე რომელიც 2005 წელს გაიმართა, ყველაზე დაბალგადასახადიანი ქვეყნები დაასახელეს სადაც საქართველომ მე-9 ადგილი დაიკავა, პირველ 18 ქვეყანაში, მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას რომ ბიზნესები ყვავის საქართველოში. აქ შეიძლება დაისვას კითხვა რატომ? ამას ქვემოთ ჩავუღრმავდებით.

გადასახადები, საგადასახადო ტვირთი და მისი ოდენობა პირობითია და ყველა ქვეყნისთვის ინდივიდუალური. არ არსებობს რაიმე ფორმულა რითიც ყველა ქვეყანა იხელმძღვანელებს და ყველასთან ერთნაირად წარმატებულად იმუშავებს.

მაგალითად საშემოსავლო გადასახადი, არიან ქვეყნები რომლებიც საერთოდ არ იხდიან საშემოსავლო გადასახადს, ასეთი ქვეყნების სიას მიეკუთვნება ისეთი მდიდარი ქვეყნები როგორცაა მაგალითად: ყატარი, საუდის არაბეთი, კუვეიტი და სხვანი. არის შემთხვევები როდესაც საშემოსავლო გადასახადები ფიქსირებულია, მაგალითად საქართველოში და მიუხედავად ფოზიკური ან იურიდიული პირის შემოსავლისა ისინი იხდიანერთი და იგივე პროცენტით. ზოგიერთ ქვეყნებში ეს პროგრესული ტიპისაა და იშვიათად რეგრესულიც.

ასეა სხვა დანარჩენგადასახადებზეც და მაგალითად დღგ-ზე, რა დროსაც გადასახადები შეიძლება რაღაც კატეგორიაზე გავრცელდეს და რაღაც კატეგორიაზე არა და ამიტომ რთულია მისი რაღაც საერთო სახის, ფორმულის მიცემა, ისე რომ ყველაზე გავრცელდეს და ამავდროულად ყველაზე იდეალურად იმოქმედოს (ნამჩავაძე, 2017)

საბაჟო სფეროში, შესაბამისად იმისა თუ რა პროცედურებთანაა დაკავშირებული ეს საქმიანობა და რა მოცულობასთან გვაქვს საქმე ტარიფებიც შესაბამისად სხვადასხვა კატეგორიით გვხვდება. საქართველოს შემთხვევაში ეს ტარიფებიც შესაბამისად სამ კატეგორიადაა დაყოფილი და გვხვდება 12%-იანი 5%-იანი და 0%-იანი განაკვეთები. ეს გადასახადი ვრცელდება ძირითადად სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციაზე და ზოგიერთ ინდუსტრიულ საქონელზეც. საქართველოში იმპორტ-ექსპორტზე რაოდენობრივი შეზღუდვა ანუ ქვოტა არ გვხვდება. 2014 წლის პირველი სექტემბრიდან კი ევროკავშირთან საქართველო ვაჭრობას ნულოვანი ტარიფით ანხორციელებს. (მთავრობა, 2016)

საქართველოში მციდე ბიზნესების დაბეგვრა 3%-ით ან 5%-ით ხდება. ეს ტარიფები ნაწილდება მცირე ბიზნესის შემოსავლებისა და ხარჯების თანაფარდობის მიხედვით, იმ შემთხვევაში თუ თანაფარდობა ხარჯებსა და შემოსავალს შორის 60%-ია, ანუ ხარჯების წილი შემოსავალში 60%-ს უდრის, მაშინ მცირე ბიზნესი იბეგრება 3%-ით, სხვა შემთხვევაში 5%-ით/. (მთავრობა, 2016)

„მცირე ბიზნესის სტატუსი (შემდგომში – მცირე ბიზნესი) შეიძლება მიენიჭოს მეწარმე ფიზიკურ პირს, რომლის ეკონომიკურ საქმიანობიდან მიღებული ერთობლივი შემოსავალი კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 100 000 ლარს, გარდა ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული შემთხვევისა.“ (ბაინდურაშვილი, 31/12/2010)

## თავი 2 მცირე და საშუალო ბიზნესში არსებული პრობლემები.

### 2.1 მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების კლასიფიკაცია ევროპული ქვეყნების მაგალითზე

გლობალურ სივრცეში ათვისებულ ბიზნეს სახეობას, მცირე და საშუალო ბიზნესს, რომელიც უკვე დიდი ხანია არსებობს ბიზნეს სივრცეში კიდევ არ აქვს ერთმნიშვნელოვანი და სტანდარტული განსაზღვრება. სხვადასხვა ქვეყანა სხვადასხვაგვარად განსაზღვრავს მას. შედარებით ჩამოყალიბებულად და შეჯერებულად საუბარი შეუძლიათ მხოლოდ იმ თემაზე რომ მცირე და საშუალო ბიზნესი ხასიათდებიან თავიანთი არამდგრადობით და მათი ხარისხობრივი მახასიათებლების ცვალებადობით განვითარებად ქვეყნებში.

მცირე საწარმო არის საწარმო, რომლისთვისაც „დამახასიათებელია დამოუკიდებელი მფლობელობა და სამეურნეო საქმიანობის დამოუკიდებელი ორგანიზაცია. მცირე ბიზნესს მიეკუთვნება საწარმო, რომელიც პასუხობს ქვემოთ ჩამოთვლილი ნიშან-თვისებებიდან ორს მაინც:

1. დამოუკიდებელი მართვა;
2. საკუთარი კაპიტალი;
3. მოქმედების ლოკალური რაიონი;
4. შედარებით მცირე ზომა დარგების მიხედვით“ (E B. , 2001)

როგორც ზემოთ აღინიშნა, მცირე და საშუალო ბიზნესი გამოირჩევიან თავისი მოქნილობითა და ცვლილებებთან შეგუების, ადაპტაციის სიმარტივით, სადაც მათ მარტივად შეუძლიათ შეიტანონ სიახლეები, როგორც ტექნოლოგიური ისე

ტექნიკური საშუალებით და არ გახდნენ საზოგადოების გემოვნებისა და მოთხოვნილებების ცვლილების პრობლემის მსხვერპლი.

ევროპის ქვეყნებში ბიზნესის ეს კატეგორიები სამ ნაწილად იყოფა და მცირე და საშუალო ბიზნეს მიკრო ბიზნესის კატეგორია ემატება, რაც შედარებით ზემოთ განხილული ბიზნეს კატეგორიების კიდევ უფრო მცირე ფორმატს შეადგენს. ევროკომისია ამ ბიზნეს სახეობებს ანიჭებს კრიტერიუმებს, რის მიხედვითაც ისინი იყოფიან და განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, ესენია: დასაქმებულთა მაქსიმალური რაოდენობა, მაქსიმალური წლიური შემოსავალი, ბალანსის მაქსიმალური თანხა და დამოუკიდებლობა. (იხ. ცხრ. 1.2)



მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების კლასიფიკაცია

ევროკომისიის მიხედვით (II, 2011)

კრიტერიუმები	მიკრო	მაკრო	საშუალო
დასაქმებულთა მაქსიმალური რაოდენობა	9	49	249
მაქსიმალური წლიური ბრუნვა	2 მლნ. ევრო	10 მლნ. ევრო	50 მლნ. ევრო
ბალანსის მაქსიმალური თანხა	-	-	43 მლნ. ევრო
დამოუკიდებლობა	კაპიტალისა და ხმის უფლების მქონე აქციების არაუმეტეს 25% ერთ ან რამდენიმე კომპანიას ეკუთვნის, რომლებიც არ წარმოადგენენ მცირე და		

განვითარებულ ქვეყნებში „ჯანსაღი საბაზრო ეკონომიკის“ მნიშვნელოვანი მომენტი არის მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა, არასამთავრობო ორგანიზაციების მხრიდან რომლებიც მსგავს ბიზნესებს აფინანსებენ მიკროკრედიტებით და ინვესტიციებით, ასეთი ორგანიზაციების როლი მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისთვის მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს და ასეთი ორგანიზაციების რაოდენობა დღეს ევროპაში 5000-ზე მეტს შეადგენს. ამ ორგანიზაციების რაოდენობა 2004 წლიდან 2008 წლამდე 30 %-ით გაიზარდა. ამ ორგანიზაციების რაოდენობა განვითარებულ ქვეყნებში სხვადასხვაა და ძირითად მასას შეადგენს გერმანული კომპანიები 17%-ით, ფრანგული 15%-ით, ნიდერლანდების

12%-ით. ხოლო რაც შეეხება აშშ-ს და კანადას მსგავსი ორგანიზაციების რაოდენობა 24 000-ამდეა. (მცირე ბიზნესის დაკრედიტების საკონსულტაციო ვებგვერდ, თ. გ.)

ცნობილი რუსი მეცნიერი ე. შკრებელა დაბეგვრის განსხვავებული რეჟიმების გამოყენებისას შემდეგ ამოცანებს გამოყოფს:

1. საგადასახადო კანონმდებლობის შესრულების ხარჯების შემცირება. თუ მისგადასაწყვეტად არჩეულია ანგარიშგების გამარტივება მათთვის, ვისთვისაც საგადასახადო ანგარიშგება შედარებით მაღალ დანახარჯებს იწვევს, დაქირავებული მუშახელის მქონე იურიდიული პირებისა და მეწარმეების სასარგებლოდ საერთორეჟიმის გამოყენებას ამართლებს ის, რომ ხელფასზე გადასახადების ვალდებულების განსაზღვრა გარკვეულ კვალიფიკაციას მოითხოვს. ასეთ დროს სამეწარმეოსაქმიანობისაგან შემოსავლების განსაზღვრა გარკვეულ, მაგრამ არაარსებით, სირთულესწარმოადგენს, რამეთუ მისი განსაზღვრა ტექნიკური კუთხით ოდნავ რთულია, ვიდრე შრომის ანაზღაურების განსაზღვრა.

2. ყველაზე წვრილი ბიზნესის რეგისტრაციის წახალისება. მისი ლეგალიზაციაც

ასევე არ მოითხოვს სპეციალური რეჟიმების გამოყენებას იურიდიული პირების მიმართ.

ასეთი ბიზნესი შეიძლება ხორციელდებოდეს ინდივიდუალური მეწარმეებისა და საოჯახო ბიზნეს-პარტნიორების ფორმით.

3. დაბეგვრისაგან შემოსავლების დაფარვის შემცირება უკვე დარეგისტრირებული

პირებისაგან, უფრო სწორად, ბიუჯეტის შემოსავლების დანაკარგების შემცირება დასახელებულის თავიდან ასაცილებლად. ასეთ შემთხვევაში, დროებითი

რეჟიმებისგამოყენება შესაძლოა გამართლებული იყოს, თუ საგადასახადო ბაზის გაანგარიშებაგართულებულია (E III. , 2008)

სახელმწიფოს ჩარევა ბიზნეს გარემოში წარმოადგენს პრობლემას, მის მიერ დადგენილი საგადასახადო სისტემის გაუფრთხილებელი და აუწონავ დაუწონავი გადაწყვეტილებები ქმნის იმის შესაძლებლობას რომ მცირე და საშუალო ბიზნესები ერთმანეთთან მიმართებაში აღმოჩნდნენ არაკონკურენტულ მდგომარეობაში რა დროსაც მცირე ბიზნესში დამწყები კომპანიები რთულად შევლენ კონკურენციაში იგივე ბიზნეს მოცულობი კომპანიებთან რომლებმაც ბაზარზე უკვე გაიდგეს ფეხი. ასევე ყურადსაღებია სახელმწიფოს მხრიდან შეღავათების გაკეთება მცირე ბიზნესზე დანახარჯების მხარეს. არსებული საშეღავათო პირობები არ უნდა იყოს ძალიან დაბალი რათა ადრე დაწყებულმა ბიზნესმა სტაბილურმა ბიზნესმა მაღალი კონკურენციის პირობებში არ ამყოფოს სეზონური ბიზნესი. ამისთვის საჭიროა ცალკეულად გამოიყოს, ბიზნესების ის კატეგორია რომებსაც საქმიანობის პერიოდულობიდან გამომდინარე და მათი მასშტაბებიდან გამომდინარე დანახარჯები მაღალი აქვთ და სწორედ ამ კომპანიებზე მოხდეს დანახარჯებიდ დონის დაწევა.

მცირე მეწარმეების დაბეგვრის განსაკუთრებული წესების გამოყენება შემდეგფაქტორებს ეფუძნება:

1. შედარებით მაღალი დანახარჯები, რომლებიც დაკავშირებულია საგადასახადოკანონმდებლობისა და სახელმწიფოს სხვა მოთხოვნების შესრულებასთან, მაღალზეგავლენასთან მცირე ბიზნესზე, ბაზრის, ასევე სასამართლო და სამართალდამცავისისტემების არასრულყოფილებასთან. ეს ზეგავლენა განსაკუთრებით შესამჩნევიშიეძლება იყოს ახლადშექმნილი მცირე საწარმოებისათვის;

2. კონკურენციის გაზრდა წარმოების ფაქტორებისა და მზა პროდუქციის ბაზრებზე მცირე საწარმოების რიცხვის ზრდით და ბუნებრივი მიდრეკილება ამპროცესის სტიმულირებისა, მათ შორის საგადასახადო ზომებით.

3. მცირე ბიზნესის მონაწილეობა ინოვაციურ პროცესში;

4. მცირე ბიზნესის მნიშვნელოვანი სოციალური როლი (ზემოქმედება დასაქმებაზე, მოსახლეობის შემოსავლების გამოთანაბრება შრომის ბაზარზე კონკურენციის ხარჯზე);

5. დიდი მობილურობის გამო, მცირე ბიზნესის მასტაბილიზირებელი როლი დივერსიფიცირებული ეკონომიკის ხარჯზე;

6. დაბეგვრისაგან თავის აცილების მისწრაფება, რაც დამახასიათებელია ძნელად დასაბეგრი საქმიანობის სახეებისათვის (ე.წ. hard-to-tax). მათი გათვალისწინება ზოგიერთ შემთხვევაში მიზანმიმართულია ასეთი საწარმოებისაგან გადასახადების ნაწილის ამოღებისაკენ (ამ პრობლემების გადაწყვეტის მიზნით, ალკეული ქვეყნების სპეციალურ გადასახადებს).

ნებისმიერი პოლიტიკის განხორციელება არ შეიძლება დამაკმაყოფილებელი იყოს ნათლად დასახული მიზნებისა და მათი მიღწევის გზების განსაზღვრის გარეშე. საგადასახადო პოლიტიკის ნათლად განსაზღვრულ მიზნად არ შეიძლება ჩაითვალოს მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა ან განვითარება, თუ გაკეთებული არ არის არსებითი დაზუსტებანი. ამის მიზეზი არის სხვადასხვა:

1. ყოველთვის და წარმოების ყველა დარგში არ არის ეფექტური წარმოების განხორციელება სწორედ მცირე საწარმოების ძალებით, ხოლო მცირე ბიზნესის დამატებითმა ხელოვნურმა სტიმულირებამ შეიძლება მიგვიყვანოს საწარმოების დანაწევრებამდე ან მათი ზრდის შემცირებამდე;

2. დამატებითმა ხელოვნურმა სტიმულირებამ შესაძლოა გამოიწვიოს რესურსების არაეფექტური გამოყენება მაშინაც კი, როცა წარმოების მინიმალური ეფექტური სიდიდეს არის დიდი

3. გაურკვეველია, რას ნიშნავს მცირე მეწარმეობის განვითარება. თუ კრიტერიუმად გამოიყენება მცირე საწარმოების, მათი ბრუნვის ან დასაქმებულთა რაოდენობის სტატისტიკა. სტიმულირებადი პოლიტიკის პირობებში შესაძლოა აღმოჩნდეს, რომ ამ მაჩვენებლის ნაწილი განპირობებულია მსხვილ ბიზნესთან მჭიდროდ დაკავშირებული მცირე საწარმოების შექმნით, ან საწარმოების იურიდიული გაყოფით საგადასახადო შეღავათების ან უპირატესობების მისაღებად. (გოგიაშვილი, 2013)

## 2.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივები.

დღევანდელი გადმოსახედით, თანამედროვე მსოფლიოში ეკონომიკური სისტემა, განსხვავებით წინა ეპოქებიდან, შერეული ეკონომიკური სისტემით არის წარმოდგენილი. ის წონასწორობაშია წმინდა კაპიტალიზმსა და საკომანდორო ეკონომიკას შორის. შერეული ეკონომიკა დღეს-დღეისობით წარმოდგენილია, როგორც ოპტიმალური და იდეალურთან მიახლოებული სისტემა რომლის გაზომვაც შესაძლებელია მეწარმეობის თავისუფლებით. თუმცა არ შეიძლება არ აღინიშნოს სახელმწიფოს ჩართულობა. სახელმწიფო ფართოდ ერევა თანამედროვე ბიზნეს გარემოში, სადაც არის მწარმოებელი იქვეა მარეგულირებელიც. აქვე უნდა აღინიშნოს რომ მცირე და საშუალო ბიზნესი დიდ და გადამწყვეტ როლს ასრულებს თანამედროვე ბიზნეს გარემოში და წარმოადგენს მსხვილ მწარმოებელ ძალას მშპ-ში.

მცირე და საშუალო ბიზნესის როლი, სიღრმისეულად წარმოადგენს ქვეყნის მამოძრავებელ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ძალას და მისი მნიშვნელობა როგორც

განვითარებულ ისე განვითარებად და გარდამავალი ქვეყნების ეკონომიკაში მნიშვნელოვანია. გამოიყოფა მისი როლი ეკონომიკაში შემდეგი გარემოებებით:

1. ქმნის ახალ პროდუქტს. მცირე და საშუალო ბიზნესის პლათფორმები მოქნილი და ბევრად უფრო თავისუფალია ბაზარზე მოქმედებისათვის. მას მსხვილი ბიზნესიდან განსხვავებით შეუძლია გასწიოს უფრო მეტი რისკი და შექმნას ინოვაციური, ახალი პროდუქტი, შექმნას თავისი სეგმენტი ან ნიშა და მოარგოს მათ მოთხოვნილებებს. ამით ამრავალფეროვნებს ბაზარს და ქმნის უფრო კონკურენტუნარიანს. სიახლეების დანერგვა და მარკეტინგულად სწორი შეფუთვა კი ქმნის ახალ ტექნოლოგიას, შესაბამისად მას ეძლევა შესაძლებლობა გააფართოვოს საკუთარი კომპანიის საქმიანობა, ჯერ ქვეყნის ბაზარზე ხოლო შემდგომ გავიდეს გლობალურ დონეზე და შეეჭიდოს სხვა კიდევ უფრო მსხვილ გამოწვევებს. ეს მას აძლევს კიდევ უფრო მეტ შანს განვითარების საშუალებას. ყველაფერთან ერთად ის შეიძლება გახდეს მსხვილი ბიზნესი ან კორპორაცია.

2. ქმნის სამუშაო ადგილებს. საბაზრო ეკონომიკაში მცირე და საშუალო ბიზნესი სერიოზულ ძალას წარმოადგენს. განვითარებულ ბიზნესში ის წარმოადგენს სამუშაო ძალის შექმნის თვალსაზრისით დომინანტ ბიზნეს ტიპს. საშუალოდ მცირე და საშუალო ბიზნესი ქმნის მთლიანი სამუშაოების 2/3 ადგილს და წარმოადგენს ქვეყნის შემოსავლების მსხვილ დონორს, წყაოს. ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა აშშ, კანადა, გერმანია და კიდევ ბევრი განვითარებული ქვეყანა, მცირე და საშუალო ბიზნესი სარგებლობს დიდი შეღავათებით, აქედან გამომდინარე მისი განვითარების სისწრაფეც დიდია და წარმოადგენს მდგრად ბიზნეს სფეროს, რომელიც ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია.

3. მცირე და საშუალო ბიზნესი ხშირ შემთხვევაში მუშაობს არა ერთეულ მომხმარებელზე არამედ დიდ ორგანიზაციაზე და აკმაყოფილებს მის მოთხოვნებს,

იგი წარმოადგენს შუა რგოლს იმ საბაზრო წრებრუნვაში რომელიც ეკონომიკას ატრიალებს.

4. მცირე და საშუალო ბიზნესი ხშირ შემთხვევაში გადის იმ სპეციფიურ მომხმარებელზე, მარკეტინგულად, ნიშაზე, რომელსაც საკმაოდ დიდი შემოსავლების მოტანა შეუძლია და მსხვილი მეწარმეები ვერ ან არ აკმაყოფილებენ მათ მოთხოვნილებებს. ეს კონკრეტული სეგმენტი წარმოადგენს განსაკუთრებული მოთხოვნილებების საზოგადოებას, თავისი მწირე წილით მთლიან საზოგადოებასთან, ვისაც ესა თუ ის გლობალურად აპრობირებული პროდუქტი არ მოსწონს და უნდა თავის სტილზე ან გემოვნებაზე მორგებული, განსაკუთრებული პროდუქტი.

ძალიან ხშირად, მცირე და საშუალო ბიზნესები, მსხვილი ბიზნესებისგან განსხვავდებიან იმით რომ მათ მარტივად შეუძლიათ რეაგირება მოახდინონ ბაზრის ცვლილებებზეთუ ახლად გაჩენილ ამა თუ იმ გამოწვევებზე. მცირე და საშუალო ბიზნესის მოქნილობის ხარჯზე, მათ შეუძლიად მთლიანად შეცვალონ, შექმნან და შემდგომ მარტივად დაწერგონ ახალი ტექნოლოგიები, ინოვაციები ბაზის სიახლეებიდან გამომდინარე, ანუ ისინი არიან უფრო მარტივად გამოსაძერწი ბაზარზე. ამ ყველაფრიდან გამომდინარე მათ მარტივად შეუძლიათ წამოაყენონ ინიციატივები. კიდევ ერთი ასპექტი რაც მცირე და საშუალო ბიზნესში იკვეთება არის საქმიანი ურთერთობა შიგნით, ბიზნესში, თანამშრომლებს შორის. მენეჯერული ურთიერთობების მთავარი ფუნქია გარდა სამუშაოს ეფექტური შესრულებისა, წარმოადგენს თავად თავისივე კომპანიის თანამშრომლების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, ვინაიდან და რადგანაც მცირე და საშუალო ბიზნესი წარმოადგენს ბიზნესის ისეთ პლათფორმას, რომელიც არ არის თანამშრომელთა სიმრავლით გამორჩეული, მენეჯერებს აძლევს საშუალებას, თავიანთ დაქირავებულებს მიუდგნენ უფრო მრავალი კუთხიდან, არა როგორც მსხვილ კომპანიებში, სადაც მენეჯერებს არ

აქვთ იმდენი დრო ათასობით და ათი ათასობით თანამშრომლის მოთხოვნილებები გაიგონ, მცირე ბიზნესში მენეჯერებმა კარგად იციან თავიანთი თანამშრომლების გამოკვეთილი და ზოგად მოთხოვნილებებთან ერთად, ბევრად უფრო საჭირო სურვილების შესახებ. ანუ მათ შეუძლიან დაქირავებულს შეუქმნან ბევრად უფრო კომფორტული გარემო, რაც თანამშრომლის მოტივაციის და სამუშაოსადმი კეთილგანწყობას აამაღლებს. ხოლო პროდუქტის ხარისხს შესაბამისად გაზრდის. ფსიქოლოგიური მომენტია, როდესაც თანამშრომელი გრძნობს ყურადღებას დამქირავებლისგან, მისი პასუხისმგებლობა დამქირავებლის და ზოგადად კომპანიის მიმართ ზრდის.

ხშირად მცირე და საშუალო ბიზნესი წარმოადგენს ეროვნული პროდუქტის წარმოებელს, რომელსაც ლოკალური წარმატების შემდგომ თავისი საქონელი გააქვს გლობალურ ბაზარზე. კონკრეტული ქვეყნის ეროვნული საქონელი კი წარმოადგენს გლობალურ ბაზარზე წარმოდგენილი მომხმარებლებისთვის საინტერესოს და მიმზიდველს. ეროვნული პროდუქტი უცხო ქვეყნის მომხმარებლისთვის ხდება ქვეყნის სახე და პროდუქტის ინტერესთან ერთად ჩნდება ინტერესი ამ პროდუქტის სამშობლოსი, შესაბამისად ქვეყნის ცნობადობა იზრდება და ხშირ შემთხვევაში იწვევს ტურისტების დონის ზრდას. ანუ მიმზიდველი და საინტერესო პროდუქტი ერთგვარად წარმოადგენს ქვეყნის რეკლამას და ხდება ტურისტების ინტერესის საგანი.

მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციონირების ანალიზი საფუძველზე გვეძლევა წარმოდგენა მისი ძლიერი და სუსტი მხარეები დავინახოთ და გამოვყოთ ისინი. (იხ. ცხრ.1)



მცირე და საშუალო ბიზნესის ძლიერი და სუსტი მხარეები

ძლიერი	სუსტი
<ul style="list-style-type: none"> <li>• შეუძლია დანერგოს სხვადასხვა სიახლეები სწრაფად;</li> <li>• გაზარდის კონკურენცია ბაზარზე;</li> <li>• შექმნას გამოწვევები მსხვილი კომპანიებისთვის;</li> <li>• უფრო მეტ ადამიანს ასაქმებს;</li> <li>• სთავაზობს მომხმარებელს ბევრად უფრო მასზე მორგებულ საქონელსა და მომსახურებას;</li> <li>• გადასახადებისგან შემოსულობების ერთ-ერთი მთავარი დონორია;</li> <li>• მარტივად ერგება ბაზრის ცვილებებს;</li> <li>• შეუძლია მოერგოს ნიშას და იყოს თავის საქმეში ლიდერი;</li> <li>• მონოპოლიის ჩამოყალიბებას უშლის ხელს;</li> <li>• წარმატებულ და განვითარებად ქვეყნებში იქმნება პირობები სპეციალურად მცირე და</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• საკრედიტო რესურსებთან აქვს ნაკლები წვდომა;</li> <li>• არის დიდი შანსი წარმოების წარუმატებლობის;</li> <li>• პარტნიორების, ინვესტორების ნაკლები ნდობა;</li> <li>• მსხვილ კონკურენტებთან, იდენტური პროდუქტით კონკურენცია;</li> <li>• წარმოების უფრო მაღალი ხარჯი;</li> </ul>

<p>საშუალო ბიზნესებისთვის, განსაკუთრებით რომ მოხდეს ბიზნესის კეთება მარტივად;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• მენეჯმენტის კუთხით, ბევრად მარტივია თანამშრომლის მოთხოვნილებების უფრო მაღალ დონეზე დაკმაყოფილება;</li> <li>• მარტივად ეგუება გლობალური ბაზრის სტანდარტებს;</li> </ul>	
--	--

ბიზნესის მაღალი დაინტერესებიდან გამომდინარე მოხდა მისი ცალკეული მიმართულებების გამიჯვნა. განასხვავებენ ბიზნეს კონცეფციის სამ მიმართულებას, ესენია: პოზიტიური, კრიტიკული და პრაგმატული.

პოზიტიური მიმართულებით ბიზნესი განიხილება, როგორც საქმიანობა რომელსაც ადამიანები ნებაყოფლობით ეწევიან რათა შექმნან დოვლათი და და დააკმაყოფილონ მთლიანად მოსახლეობის მოთხოვნილებები. ანუ ბიზნესი ეწევა საქმიანობას, რომელიც მიმართულია საზოგადოების კეთილდღეობისთვის. ბიზნესი იქმნება მოსახლეობის მოთხოვნილებებიდან გამომდინარე და წარმოადგენს როგორც მომხმარებლის ისევე ბიზნესის წამომწყების საერთო ინტერესების კვეთას სადაც ორივე მხარე რჩება მოგებული და კმაყოფილია.

კრიტიკული მიმართულების კონცეფცია წარმოადგენს იდეოლოგიას, სადაც განხილულია ის საკითხები, რომ სუბიექტებს გააჩნიათ მიმართულების კვეთა, ანუ ისინი ქმნიან ბიზნესს იმიტომ რომ სხვის ხარჯზე გამდიდნენ. ყველა თანხმდება იმაზე რომ ბიზნესის მთავარი იდეოლოგია და მიზანი მწარმოებლისთვის მოგების მიღებაა. თუმცა ამ იდეოლოგიის მიმდევრები წარმოადგენენ აზრს იმის შესახებ რომ

თუ მწარმოებელს სურს მოგების მიღება მაშინ მან ეს პროდუქტი უნდა გაყიდოს იმაზე ძვირად რაც ეს პროდუქტი ფაქტობრივად ღის. ამ თეორიის აფურულობის მიუხედავად არის საზოგადოების ნაწილი რომელიც ამ იდეოლოგიას ამართლებ, მათ სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიები, ანტიგლობალისტები კომუნისტები და ა.შ. წარმოადგენენ.

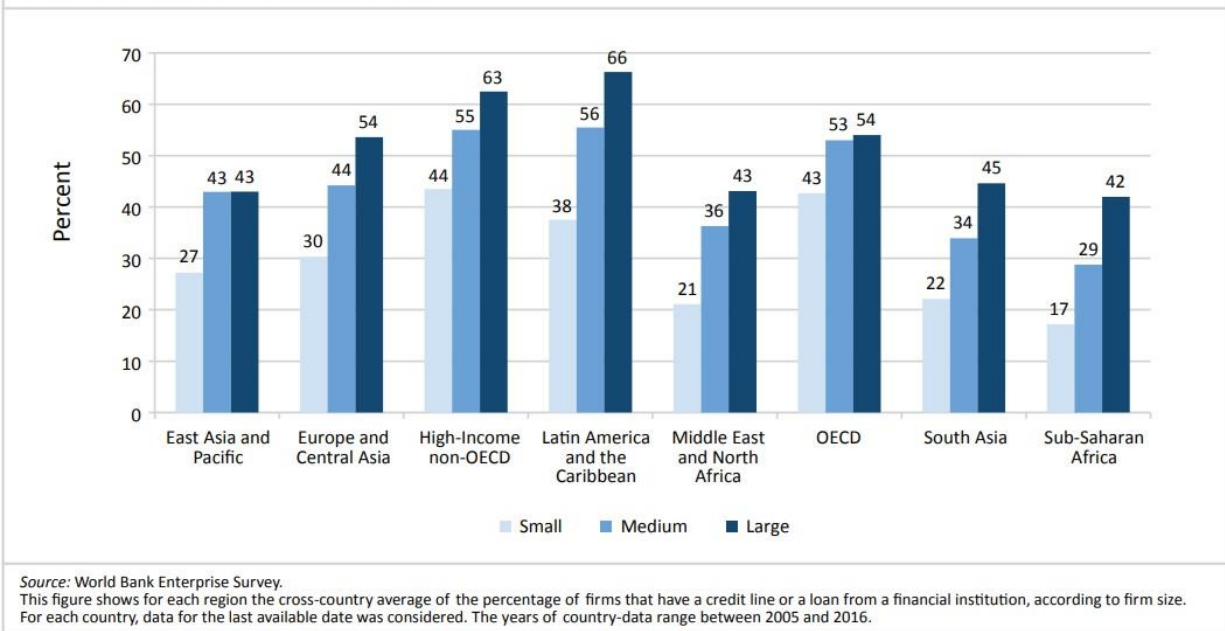
კრიტიკული იდეოლოგიის ერთ-ერთი მთავარ დებულებას წარმოადგენს ის რომ, ბიზნესი მხოლოდ საბაზრო ეკონომიკაში გვხვდება. კომპანიები კი ყველაფერს გააკეთებენ და იკადრებენ რათა ბიზნესმა მოგება ნახოს, თუნდაც არაკანონიერი ქმედება ჩაიდინოს. ისინი ხაზს უსვამენ იმ შესაძლო საფრთხეებზე, რაც სხვადასხვა კომპანიების არაეთიკურ ქმედებებს შეიძლება მოყვეს.

ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის თანახმად კი ბიზნესი წარმოადგენს საზოგადოებისთვის აუცილებელ მოცემულობას და ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისთვის უმთავრეს ნაწილს. ამ კონცეფციის თანახმად, როგორც მწარმოებელი ისე მომხმარებელი თანახმაა ბიზნეს ურთიერთობაზე, ანალიზებს ორივე მხარის ბენეფიტებს და ამავდროულად მის მნიშვნელობას ზოგადად ცხოვრების დონის ამაღლების კუთხით. (გ, 2009)

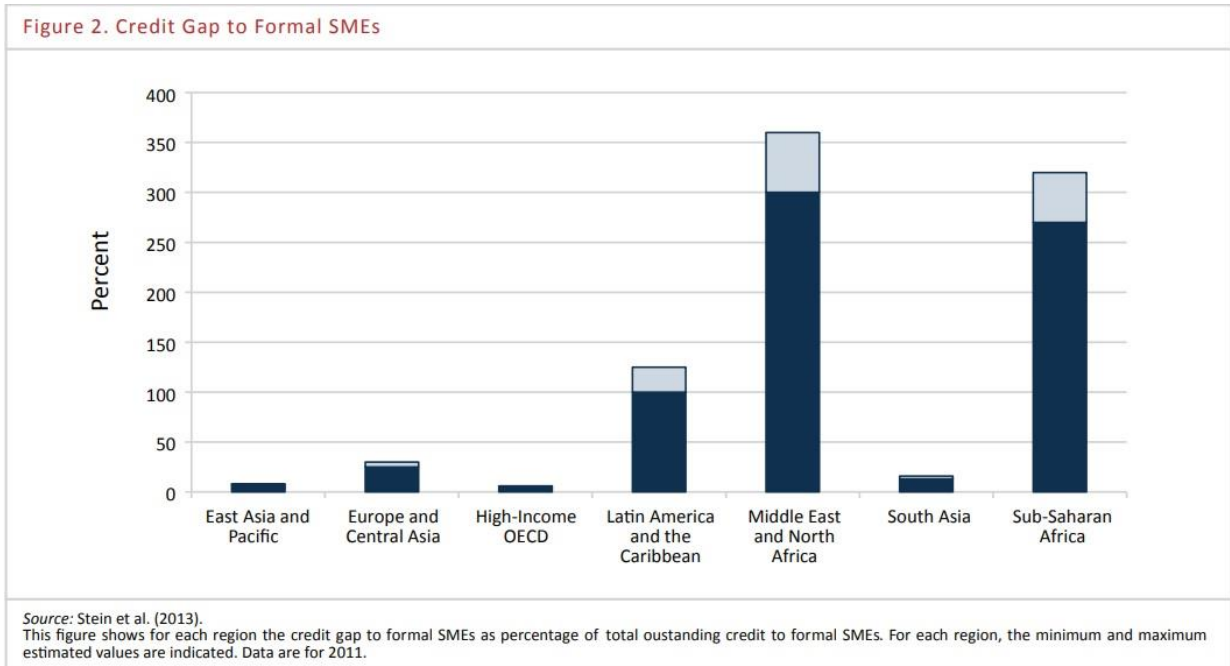
### 2.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური პრობლემები.

მიუხედავად იმისა, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესი უზრუნველყოფს დასაქმების დიდ ნაწილს სამუშაო ძალისა განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში, ისინი იღებენ შეზღუდული გარე დაფინანსებას მსხვილ ფირმებთან აშედარებით. ეს პრობლემა სპეციფიკური არ არის განვითარებადი ქვეყნები, მცირე და საშუალო ბიზნესი განვითარებულ ქვეყნებშიც დაფინანსების ანალოგიურ ხარვეზს განიცდის. მსოფლიო ბანკის კვლევაც ადასტურებს ამას (სურათი 1).

Figure 1. Use of Formal Credit by Firm Size



საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის (IFC) შეფასებით, საერთო ჯამში ვითარდება რეგიონებში, ოფიციალური მცირე და საშუალო ბიზნესის საკრედიტო ხარვეზი მერყეობს 900 აშშ დოლარიდან 1,100 მილიარდ დოლარამდე, 2011 წელს ამ მონაცემებს შორის წარმოდგენილია ოფიციალური მცირე და საშუალო ბიზნესის საერთო კრედიტის 26 და 32 პროცენტი (სურათი 2).



აქ ჩნდება კითხვები თუ, რატომაა მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა უფრო ფინანსურად შეზღუდულია, ვიდრე მსხვილი ფირმები? რა გზებითაა და ინოვაციური გადაწყვეტილებებითაა შესაძლებელი მცირე და საშუალო ბიზნესის დახმარება ფინანსებზე უკეთესი წვდომის მისაღებად? მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების პრობლემის გაგება გადამწყვეტია, რადგან ფინანსების მოპოვების სირთულეებმა შეიძლება შეაფერხოს არსებული მცირე ფირმების შესაძლებლობები ინვესტიციების ზრდა და ახალი ფირმების ოპერაციების წამოწყება, ეკონომიკური საქმიანობისა და დასაქმების საერთო ზრდის შეფერხება.

როგორც მიწოდების, ასევე მოთხოვნის ფაქტორებმა შეიძლება ახსნას მცირე და საშუალო ბიზნესის საბანკო სერვისების ნაკლებად გამოყენება. მიწოდების მხარის პრობლემა ჩნდება მაშინ, როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპანიებს აქვთ მომგებიანი ინვესტიცია პროექტებში, მაგრამ ვერ იღებენ საკმარის გარე სახსრებს დასაფინანსებლად. ბაზრის ნაკლოვანებებმა, მაგალითად, ინფორმაციულმა ასიმეტრიამ ან კრედიტორის სუსტმა დაცვამ, შესაძლოა ეს პრობლემა კიდევ უფრო გაზარდოს, ფინანსური შუამავლებისთვის რთულია მცირე და საშუალო ბიზნესის

სესხების სანდოობის შეფასება, მათი მოქმედებების მონიტორინგი და შესრულება. ამ ტიპის ნაკლოვანებებმა შეიძლება შეზღუდოს სესხის გაცემა ფირმებზე, მათ შორის, ვისაც აქვს მომგებიანი ინვესტიციის შესაძლებლობა. მოთხოვნის მხარის პრობლემაა, როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესი არ არის სანდო. ამ შემთხვევაში, თუ დაკრედიტების სუბსიდირება არ განხორციელდება, კრედიტორები არ გაახანგრძლივებენ კრედიტს, რადგან მცირე და საშუალო ბიზნესები განიცდიან დანაკარგებს.

მართალია მოთხოვნილებასთან დაკავშირებული პრობლემები წარმოიქმნება, მაგრამ მიწოდების მხრივ შეზღუდვები გაცილებით მეტია. მტკიცებულებები აჩვენებს, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე ნაწილს სჭირდება სესხი, მაგრამ თავს იკავებენ კრედიტის მოთხოვნისგან. პროცენტულად რომ შევხედოთ სხვადასხვა მდგომარეობის ქვეყნებზე, შედეგი ასეთია მაღალი შემოსავლის მქონე ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის პროცენტული მაჩვენებლების 20 პროცენტზეა, საშუალო შემოსავლიან ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის 28 პროცენტზე, ხოლო დაბალ შემოსავლიან ქვეყნებში კი მცირე და საშუალო ბიზნესის მაჩვენებელი 44 პროცენტამდეა (BankWorld, 2013). მიუხედავად იმისა, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესები ვერ იღებენ კრედიტს, რადგან მათ არ აქვთ მომგებიანი საინვესტიციო პროექტი, ზოგიერთს მიაჩნია, რომ მათი საკრედიტო განაცხადი წარმატებას ვერ აღწევს, რადგან, მაგალითად, მათ არ აქვთ საკმარისი აქტივები გირაოსთვის ან ვერ უზრუნველყოფენ ყველა საჭირო ინფორმაციას ინვესტორებისთვის.

მცირე დაბრკოლებები დგას მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების გზაზე. მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოები, როგორც წესი, უფრო "გაუმჭირვალეა", ვიდრე მსხვილი ფირმები, რადგან მათ აქვთ ნაკლებად ხელმისაწვდომი ინფორმაცია და ქვეყნის პოლიტიკიდან გამომდინარე ხშირ შემთხვევებში მათ არ მოეთხოვებათ ისეთი ანგარიშების წარმოდგენა სადაც კომპანიის ფუნქციონირების დოკუმენტების წარმოების და ფინანსური

მდგომარეობის ამსახველი იქნება. შედეგად, ბანკებს უფრო მეტი სირთულე აქვთ მცირე და საშუალო ბიზნესის სესხების შეფასებისას, რამაც შეიძლება ხელი შეუშალოს ამ ფორმებზე სესხის გაცემას.

ახალი ტენდენციები ასევე მოითხოვს ბანკებისან უფრო მეტად დაეყრდნონ საბანკო ისტორიას სესხების გაცემისას მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობასთან ურთიერთობისას. ეს ნიშნავს, რომ სესხი უფრო მეტად არის დამოკიდებული სესხის ოფიცრების მიერ შეგროვებული „რბილი ინფორმაციის“ პერსონალიზირებულ კონტაქტებზე. ურთიერთობის სესხებს შეუძლიათ შეასუსტონ სესხები მსხვილი და უცხოური ბანკებისგან, რაც უფრო მეტ პერსონალურ ურთიერთობას ინარჩუნებს კლიენტებთან. ამასთან, ახალი ტექნოლოგიები ამცირებს ურთიერთობების დაკრედიტების საჭიროებას და ხელს უწყობს მცირე და საშუალო ბიზნესის სესხის აღებას, ”რთული (უფრო რაოდენობრივი) ინფორმაციის” გამოყენებით (de la Torre, 2010).

გამსესხებლებს შეუძლიათ მცირე და საშუალო ბიზნესის შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა შეცვალონ უფრო მეტის მოთხოვნის გირაოთი. მაგრამ ბანკები მზად არ არიან გირაოზე გასცენ სესხების იმ შემთხვევაში, როდესაც არსებობენ შესაბამისი ინსტიტუტები, მიუხედავად იმისა შეუძლიათ თუ მათ ბანკების საქმიანობაზე გავლენის მოხდენა. ამ ინსტიტუტებმა უნდა ამკარად დაადგინონ, რომელი აქტივების შეუძლიათ უზრუნველყოფა, რათა დაიცვან კრედიტორთა უფლებებს და უზრუნველყოს სწრაფი სასამართლო პროცესები, იმ შემთხვევაში როდესაც კრედიტორი ვერ შეძლებს თავისი ვალდებულებების გადახდას. შედეგად, როდესაც საკუთრების უფლებები სათუთა, მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური შეზღუდვა უფრო დიდი იქნება ვიდრე მსხვილი ფორმების (Beck, 2008).

მაკროეკონომიკურ გარემოს ასევე შეუძლია შეაფერხოს მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსება. მაგალითად, თუ მთავრობა ფისკალური დეფიციტით გამოირჩევა, ბანკები შეიძლება უფრო მომგებიანი ან ნაკლებად სარისკო აღმოჩნდნენ

მთავრობის დაფინანსებაზე, კერძო სექტორისთვის სესხის გასაცემად. ამან შეიძლება შეამციროს მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის ხელმისაწვდომი კრედიტი.

ფინანსურმა რეგულაციებმა, რომლებიც ბანკებს სთხოვს კლიენტებთან დაკავშირებით დეტალური ინფორმაციის შენახვას და სესხის წარმოშობის ინფორმაციის შემოწმებას, ასევე შეიძლება შეზღუდოს მცირე ფირმებზე სესხების გაცემა. მაგალითად, ფულის გათეთრების საწინააღმდეგო რეგულაციები, რომლებიც ბანკებს ავალდებულებს, დეტალური ინფორმაცია ჰქონდეთ თავიანთ მომხმარებლებზე, მცირე და საშუალო ბიზნესს სესხის ბაზარზე.

მცირე და საშუალო ბიზნესის ბუნებას ასევე შეუძლია შეაფერხოს სესხის გაცემა. მცირე და საშუალო ბიზნესის ტენდენცია ახალგაზრდაა, ბანკებს კი, როგორც წესი, სჭირდებათ მინიმუმ ორი წლის სააღრიცხვო ჩანაწერი. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციური პროექტები დამატებითი ფინანსური შეზღუდვების წინაშე დგას, რადგან ბანკები არ სურთ მათთვის უცნობ სექტორებს ფული ასესხონ. ბევრი მცირე და საშუალო ბიზნესის ასევე არაფორმალურია (იურიდიულად არ არის რეგისტრირებული ან ლიცენზირებული), რაც ბანკებს ხელს უშლის მათ მომსახურებაში.



## თავი 3 ფინანსური პრობლემების გადაჭრის გზები მცირე და საშუალო ბიზნესში.

საკრედიტო გარანტი არის მექანიზმი, რომლის მეშვეობითაც გარე მესამე მხარე, პირდება გამსესხებელს რომ ის დაფარავს სესხის მთლიანი ან ნაწილს იმ შემთხვევაში, თუ მსესხებელი ვერ შეძლებს ამ ვალდებულების გადახდას. როდესაც კრედიტს აქვს გარანტია, კრედიტორს ემუქრება უფრო დაბალი რისკი და შეუძლია შესთავაზოს სესხის უკეთესი პირობები და მოითხოვოს უფრო დაბალი გირაო.

სახელმწიფო საკრედიტო გარანტიები გახდა პოპულარული ინსტრუმენტი, რომელსაც მთავრობები იყენებენ მცირე და საშუალო ბიზნესის კრედიტისკენ. საკრედიტო გარანტიის სქემების მასშტაბით ჩატარებულმა გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ამ სქემების 30 პროცენტზე მეტს აქვს სახელმწიფო საკუთრების გარკვეული ფორმა. სახელმწიფო საკრედიტო გარანტიის სქემები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია განვითარებად ქვეყნებში, სადაც სახელმწიფოები არიან მთავარი გარანტიების სქემა ნაწილი (Mendoza, The Typology of Partial Credit Guarantee Funds around the World, 2010). მთავრობები ხშირად მონაწილეობენ ამ სქემებში ორი განსხვავებული გზით: კერძო გარანტიის სქემების მხარდაჭერით (პირდაპირი დაფინანსებით, კონტრ გარანტიებით და/ან საგადასახადო სტიმულირებით) ან უშუალოდ საკუთარი სქემების ადმინისტრირებით.

მათი პოპულარობის მიუხედავად, საკრედიტო გარანტიების გავლენის შესახებ მტკიცებულებები შერეულია. არსებობს გარკვეული მტკიცებულება, რომ ამ მექანიზმებმა შეიძლება გაზარდოს სესხები და ასევე გაართულოს დაფინანსების პირობები მიზნობრივი ფირმებისთვის. ამასთან, ამ მექანიზმებთან ასევე შეიძლება ასოცირდებოდეს ინვესტორები უფრო დაბალი საკრედიტო უნარით და უფრო მაღალი სტანდარტებით. ბანკები შეიძლება უბრალოდ გადავიდნენ გარანტიით უზრუნველყოფილ სესხზე, რომ არ წარმოქმნან ახალი და შეზღუდული სესხების

პირობები. ამასთან, ზოგიერთ ქვეყანაში ფირმებმა, რომლებიც იღებენ გარანტირებულ სესხს, გააუმჯობესეს მათი ხრიკები გარანტორის თემაზე, რათა უფრო მარტივად აღონ სესხები, მაგრამ ამით ზოგიერთ შემთხვევაში მცირე და საშუალო ბიზნესის საქმიანობა არ შეცვლილა და უბრალოდ გაუარესდა ის (Schmukler, 2015)

საპირისპირო ფაქტორული ოპერაციების წარმოების ონლაინ პლატფორმები ხელს უწყობს მცირე და საშუალო ბიზნესის მიწოდების ქსელის დაფინანსებას. გაყიდვის განხორციელების შემდეგ, მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები ხშირად იღებენ ანგარიშის თანხას დებეტად მათი მყიდველებისგან, რომელსაც, როგორც წესი, იხდიან საქონლის მიწოდებიდან თვეების შემდეგ. ონლაინ პლატფორმები მცირე და საშუალო ბიზნესს საშუალებას აძლევს შეამცირონ ამ გადახდების დაფარვის ვადა, რაც გაუადვილებს, რომ ფირმებს ფულადი სახსრების მოძრაობის პრობლემა და შესაბამისად სანდროობის პრობლემაც უმსუბუქდებათ, ამასთან ისინი ხდებიან სასურველი და სანდო კრედიტორები. მსხვილ, ცნობილ მყიდველებს შეუძლიათ ონლაინ განათავსონ ანგარიში, რომელსაც რაღაც დორის შემდეგ გადაიხდიან მცირე და საშუალო ბიზნესის მომწოდებლებთან. დაინტერესებული ფინანსური ინსტიტუტები შემდეგ წარადგენენ შეთავაზებებს, რომ შეიძინონ ფასდაკლებით. მცირე და საშუალო ბიზნესის მომსახურებები იღებენ ყველაზე მოსახერხებელ შეთავაზებას და ავტომატურად იღებენ გადახდის თავიანთ პირობას საბანკო ანგარიშზე. ონლაინ პლატფორმების გამოყენება ამცირებს გარიგების ხარჯებს და ხელს უწყობს კონკურენციას. გარდა ამისა, იმის გამო, რომ მყიდველები ინფორმაცია შეაქვთ დებიტორული სისტემის პლატფორმაზე, მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებს არ შეუძლიათ წარუდგინონ ყალბი ან არასწორი დებიტორული თანხები, რაც ამცირებს თაღლითობის რისკს. საკრედიტო რისკი ასევე შემცირებულია, რადგან ფინანსური ინსტიტუტები რისკი მცირე და

საშუალო ბიზნესის ნაცვლად მყიდველების (ჩვეულებრივ, სანდო ფირმების) რისკის შემცველია და შესაბამისად ბიზნესების რისკიც შემცირებულია.

მთავრობებმა შეიმუშავეს წარმატებული ონლაინ პლატფორმები. წამყვანი მაგალითია განვითარების ბანკი მექსიკაში, NAFIN (Nacional Financiera), რომელიც 2001 წლიდან ფუნქციონირებს საკუთარი ონლაინ პლატფორმით მომარაგების დაფინანსებისთვის. NAFIN მხოლოდ ადმინისტრირებას უწევს პლატფორმას და პირდაპირ სესხს არ იძლევა, რასაც კერძო ბანკები უზრუნველყოფენ. 2015 წლის მდგომარეობით, პროგრამაში შედიოდა დაახლოებით 12,000 მომწოდებელი, 600-ზე მეტი მყიდველი და დაახლოებით 40 კერძო დაფინანსების ინსტიტუტი. წარმატების გამო, NAFIN-მა შეადგინა ბაზა ხელშეკრულებების ლათინური ამერიკის სხვა განვითარების ბანკებთან, რათა შეემუშავებინა საპირისპირო ფაქტორინგის სისტემები ცენტრალურ ამერიკაში, კოლუმბიასა და ეკვადორში (დე ლა ტორე, გოზი და შმუკლერი 2017). დღესდღეობით, ამ ავტომატიზირებულ სისტემებს აგრეთვე სთავაზობენ როგორც fintech (ფინანსური ტექნოლოგია) კომპანიები, ასევე ტრადიციული ბანკების მიერ შექმნილ ახალ საწარმოს, როგორც განვითარებულ, ისე განვითარებად ქვეყნებში (Economist, 2017).

მოდრავი აქტივები (მაგალითად, მანქანები და დებიტორული სახსრები) წარმოადგენს ფირმის აქტივების უმეტესობას, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებში. ამასთან, სუსტი იურიდიული და მარეგულირებელი გარემოების გამო, ბანკები ხშირად თავს არიდებენ ამ აქტივების გირაოში მიღებას, განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში. ამ კონტექსტში, ბანკები უპირატესობას ანიჭებენ უძრავ აქტივებს, რომელთა დამალვა უფრო რთულია და ნაკლებად სავარაუდოა, რომ გირაოს წარმოება ექვემდებარებოდეს საკუთრების დავებს.

ამ კონტექსტში, რამდენიმე ქვეყანამ გაატარა მათი უსაფრთხო გარიგების სისტემის რეფორმები, ანუ იურიდიული და ინსტიტუციური სტრუქტურები, რომლებიც განისაზღვრება, თუ როგორ შეუძლიათ აგენტებს შექმნან უსაფრთხოების

ინტერესები მოძრავი ქონების მიმართ (Campa, 2013). რეფორმები, რომლებიც მიზნად ისახავს მოძრავი აქტივების გამოყენებას ხელი შეუწყოს მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსებას. მოძრავი გირაოს კანონების გაუმჯობესება ზრდის ფირმებს სესხის აღებას, რომლებიც უფრო მეტად ეყრდნობიან მოძრავ აქტივებს (Campello, 2015). ამასთანავე, გირაოს რეგისტრაციების შემოღების შემდეგ, როგორც ინიციატივების ნაწილი, მოძრავი გირაოს გამოყენებას შეუწყობს ხელს, ფირმები უფრო მეტ დაფინანსებას იღებენ უფრო დაბალ ფასად (Love, 2016).

მექანიზმები, რომლებიც კრედიტორებს აძლევთ საშუალებას გააზიარონ ინფორმაცია მსესხებლების სანდოობის შესახებ, ასევე გამოიყენეს მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების ხელშესაწყობად სხვადასხვა არხებით. გამსესხებლების საშუალებით, მსესხებლებისთვის შესაბამისი ინფორმაციის გაცემა სხვა გამსესხებლებთან, ეს მექანიზმები ამცირებს ინფორმაციის ასიმეტრიას მცირე და საშუალო ბიზნესის სესხში. გარდა ამისა, ისინი ზრდიან საბანკო კონკურენციას, რადგან ამცირებენ კრედიტორების მონოპოლიას საკრედიტო ინფორმაციის შესახებ (OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), 2012)

საკრედიტო ინფორმაციის გაზიარების მექანიზმებს შეუძლიათ მიიღონ საკრედიტო რეესტრების და საკრედიტო ბიუროების ფორმა. საკრედიტო რეესტრებს მართავს სახელმწიფო სექტორი (ჩვეულებრივ, ბანკის ზედამხედველები ან ცენტრალური ბანკები) და აგროვებს ინფორმაციას ზედამხედველ ფინანსურ ინსტიტუტებზე. ამის საპირისპიროდ, საკრედიტო ბიუროები არის კერძო ბიზნესი, რომელიც აგროვებს კომერციული კრედიტორების მიერ მოთხოვნილ ინფორმაციას. საკრედიტო ბიუროებს აქვთ გარკვეული უპირატესობები, რადგან, როგორც მომგებიან ორგანიზაციებს, მათ აქვთ სტიმულირება უზრუნველყონ ფართო გაშუქება, ინფორმაციის შეგროვება და დამატებითი ღირებულების სერვისების შეთავაზება. ერთი ნაკლი ის არის, რომ ინფორმაცია შესაძლოა ყველასთვის ხელმისაწვდომი არ იყოს.

მტკიცებულებები აჩვენებს, რომ ამ მექანიზმებით ყველაზე მეტად სარგებლობენ მცირე და საშუალო ბიზნესისები. ინფორმაციის გაზიარების მექანიზმების გაუმჯობესება ამცირებს დაფინანსების დაკარგვას მსხვილ და მცირე ფირმებს შორის და აფართოებს კრედიტს მცირე ფირმებზე, რომლებსაც კრედიტის შეზღუდვა ემუქრებათ (Berger, 2005)

მთავრობები ცდილობდნენ ბანკების ცოდნითადა და გამოცდილებით მცირე და საშუალო ბიზნესის მიზნობრივი კაპიტალის ბაზრების შემუშავებას. ეს ბაზრები გვთავაზობს ჩამონათვალს და მარეგულირებელ მოთხოვნებს, რომლებიც მორგებულია მცირე ზომის ფირმებზე, როგორცაა დაბალი საფასური, უფრო დაბალი მომგებიანობის მოთხოვნები და მცირე ემისიები.

მიუხედავად ამ ენერგეტიკული ბაზრების პოპულარიზაციისა პირველადი ენთუზიაზმის მიუხედავად, ეს ბაზრები მცირე ზომის ფირმების მიღწევად ჩანს (Harwood, 2015). აზია ამ სირთულეების კარგ მაგალითს იძლევა. 90-იანი წლების ბოლოდან რეგიონის სხვადასხვა ქვეყნებმა ჩამოაყალიბეს კაპიტალის კონკრეტული ბაზრები, რომლებიც გამიზნულია მცირე ფირმების მიმართ. ამასთან, ზოგადად, ამ ბაზრებმა მიმართა მხოლოდ მცირე და საშუალო ბიზნესის მცირე რაოდენობამ. მაგალითად, 2014 წლის მდგომარეობით, მხოლოდ 4 ფირმა იყო ჩამოთვლილი მცირე და საშუალო ბიზნესის კაპიტალის ბაზრებზე ფილიპინებში, 88 ინდოეთში, 107 მალაიზიაში და 111 ტაილანდი. მსგავსი ნიმუშები შეიძლება შეინიშნოს სხვა რეგიონების განვითარებად ქვეყნებში (WFE (World Federation of Exchanges), 2015). ამ წარუმატებელი გამოცდილების შუაში, ჩინეთის შემთხვევა გაანალიზებულია, იმის გათვალისწინებით, რომ იგი ცდილობს ამ ბაზრების დამკვიდრებას.

ამ ბაზრების განუვითარებლობა შეიძლება გამოწვეული იყოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური ცოდნის არარსებობის გამო, რაც მათ აფერხებს კაპიტალის ბაზრებზე სახსრების მოძიებაში. სხვა მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებმა შეიძლება იგრძნონ, რომ ჩამონათვალის სარგებელი

ანაზღაურდება ამ ბაზრების მოკლევადიანი და არამდგრადი ხარისხით და მათი ფირმების კონტროლის დაკარგვით შეიძლება გარდაიქმნას. ამ ბაზრებს ასევე გაუჭირდათ ინსტიტუციური ინვესტორების მოზიდვა, რომლებიც კაპიტალის ბაზრებზე მთავარი მონაწილეები არიან, მაგრამ უპირატესობა მიანიჭეს მსხვილ, ლიკვიდურ კომპანიებს, რომელთა ფასიანი ქაღალდების განთავსება შესაძლებელია მოკლე დროში, მათ ფასზე გავლენის მოხდენის გარეშე (OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), 2012).

## დასკვნა.

საქართველოში დღეის მდგომარეობით კერძო ბიზნესი, ეკონომიკის ბრუნვის მთავარი მექანიზმია სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით. კერძო ბიზნესის განვითარება ქვეყანას აძლევს შესაძლებლობას და საკმაოდ მსხვილ ბენეფიტებს. ამ კუთხით ქვეყანაში პრობლემები ბევრია, სოციალური ფონი დაბალია და ამ პრობლემებს აგვარებს კერძო ბიზნესი. საქართველოში დარეგისტრირებული ორგანიზაციების 95%-ზე მეტი კერძოა, ამასთან წარმოებული პროდუქციის 90 % მას ეკუთვნის და დასაქმებულთა 80% კერძო სექტორშია. ბიზნესების უმრავლესობა მცირე და საშუალო ბიზნესებია.

სხვადასხვა განვითარებულ ქვეყნებში არსებობს უამრავი პრაქტიკა სახელმწიფოს მხრიდან ბიზნესის წარმოების ხელშეწყობისა, რაც ამართლებს და ფაქტი იმ ქვეყნებზე დაკვირვებით ნათელია. სახელმწიფომ უნდა გადმოიღოს ის პრაქტიკები და დანერგოს საქართველოში რათა მოხდეს მცირე და საშუალო საწარმოების წახალისება, განვითარება და ხელშეწყობა.

სახელმწიფოს მხრიდან ბიზნესების ხელშეწყობის სხვადასხვა საშუალება არსებობს, კერძოდ სახელმწიფომ უნდა ხელი შეუწყოს მცირე და საშუალო ბიზნესებს სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობის მიღებაში, ვენჩურული ფონდების მოზიდვა და ამით სხვადასხვა რისკიანი სტარტაფების დაფინანსება, საექსპორტო საქმიანობის განვითარება, საკრედიტო რესურსებით დახმარება ბიუჯეტიდან, საგადასახადო სისტემის განვითარება, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება რეგიონებში რაც ბიზნესების თავმოყრის დეცენტრალიზაციას მოახდენს.

განხილული ინიციატივები ასახავს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებს, მათ ხელთ არსებულ მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების განსახორციელებლად. ეს ინიციატივები ავსებს მთავრობის სხვა მცდელობებს მცირე და საშუალო ბიზნესის

მხარდაჭერისთვის, მაგალითად, ტექნიკური დახმარების გაწევა ბიზნესის პრაქტიკის გასაუმჯობესებლად.

ეფექტური პოლიტიკის ინტერვენციების შემუშავება მოითხოვს ზუსტი და ვრცელი ინფორმაციის მიწოდებას მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების მდგომარეობის შესახებ და მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური პრობლემის შესახებ თითოეულ ქვეყანაში. უკეთესი ინფორმაცია მთავრობებს საშუალებას აძლევს დაადგინონ ის შემთხვევები, როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური სექტორი არ ემსახურება სათანადო მომსახურებას. ინფორმაცია ასევე დაგეხმარებათ იმის განსაზღვრაში, თუ რამდენად არის მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების არარსებობა გამოწვეული მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები ან მოთხოვნის მხრივ პრობლემები, რომელი ტიპის ჩარევა შეიძლება იყოს უფრო შესაფერისი და ამ ინტერვენციების გავლენა. მეტი ინფორმაცია ასევე ეხმარება ტრადიციულ ფინანსურ ფორმებს, ისევე როგორც fintech სექტორს მცირე და საშუალო ბიზნესის დახმარებისთვის. მთავრობებს სურთ დაეხმარონ ამ ძალისხმევას მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების საჭიროებების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებასა და გამოყენებაში და ალტერნატიული დაფინანსების მექანიზმების მხარდაჭერაში.

პოლიტიკის ინიციატივები, რომლებიც მიზნად ისახავს მცირე და საშუალო ბიზნესის საკრედიტო დაშვების გაღრმავებას, სარგებელს მოუტანს ექსპერიმენტებს, ასევე სისტემატური და მკაცრი ზემოქმედების შეფასებას მიმდინარე ძალისხმევისგან. გამოწვევა კარგად იქნა გამოვლენილი მთელ მსოფლიოში, მაგრამ გადაწყვეტილებები ჯერჯერობით არ არის სწორად შემოწმებული და მუდმივად მონიტორინგს მოითხოვს.

უმჯობესი იქნებოდა მცირე და საშუალო ბიზნესს თავიანთი პირველი რამოდენიმე წელი სანამ მისი ბრუნვა საშუალო სტატისტიკურ მაჩვენებელს არ მიუახლოვდება, საგადასახადო პრეფერენციები ქონდეთ.



ასევე მნიშვნელოვანი დახმარება იქნება კერძო და საშუალო ბიზნესებისთვის საკრედიტო შეღავათებით სარგებლობა რაც მათ რთულ პირველ რამოდენიმე წელს დაეხმარებოდა.

**ნაშრომის მიგნება.** განვითარების ბანკი მექსიკაში, NAFIN (Nacional Financiera), რომელიც წარმოადგენს ონლაინ პლათფორმას, იმით განსხვავდება ჩვეულებრივი ბანკებისგან რომ, ის არ გასცემს პირდაპირ სესხებს და ეხმარება ერთმანეთს დააკავშიროს მწარმოებელი, მყიდველი და კერძო დამფინანსებელი, რათა მათ მარტივად შეძლონ აქტივების გაცვლა ერთმანეთში. ეს პლათფორმა საინტერესოა იმ თვალსაზრისითაც, რომ ის ქმნის სანდო გარემოს დაინტერესებულ მხარეებს შორის და ამით წყვეტს იმ ერთ-ერთ სერიოზულ პრობლემას რაც ფულადი სახსრების მოძიებასთან არის დაკავშირებული.

## გამოყენებული ლიტერატურა

- 1 ადგიშვილი გ., ა. რ. (1998). *ეკონომიკური თეორია*. თბილისი.
- 2 ბაინდურაშვილი, კ. .. (31/12/2010). *საშემოსავლო გადასახადის სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმების გამოყენების შესახებ*. თბილისი: საქართველოს მინისტრის ბრძანება.
- 3 გ, ი. (2009). *სტრატეგიული მენეჯმენტი მცირე და საშუალო საწარმოებში*. თბილისი: ტექნიკური უნივერსიტეტი.
- 4 გოგიაშვილი, თ. (2013). *მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი*. ქუთაისი.
- 5 მთავრობა, ს. (2016). *საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია*. თბილისი.
- 6 *მცირე ბიზნესის დაკრედიტების საკონსულტაციო ვებგვერდი*. (n.d.). Retrieved from kreditbusiness.ru: [www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness.html](http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness.html)
- 7 ნამჩავაძე, ბ. (2017). რომელ ქვეყნებშია ყველაზე დაბალი გადასახადები? *Forbes georgia*.
- 8 საქართველოს მთავრობა, ფ. ს. (2016). <http://www.economy.ge/>. Retrieved from [http://www.economy.ge/uploads/ecopolitic/%E1%83%9B%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%94\\_%E1%83%93%E1%83%90\\_%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A8%E1%83%A3%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%9D\\_%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%A1\\_%E1%83%92%E1](http://www.economy.ge/uploads/ecopolitic/%E1%83%9B%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%94_%E1%83%93%E1%83%90_%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A8%E1%83%A3%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%9D_%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%A1_%E1%83%92%E1)
- 9 BankWorld. (2013). *Rethinking the Role of the State in Finance*. Washington, DC: Global Financial Development Report 2013:.
- 10 Beck, T. A.-K. (2008). Financing Patterns around the World: Are Small Firms Different? *Journal of Financial Economics* 89 , 467–487.
- 11 Berger, A. W. (2005). Credit Scoring and the Availability, Price and Risk of Small Business Credit. *Money, Credit, and Banking* 37, 191–222.
- 12 Campa, A. d. (2013). Secured Transactions and Collateral Registries Program . *Presentation at International Finance Corporation*. San Jose, Costa Rica.
- 13 Campello, M. a. (2015). *The Review of Financial Studies*. Oxford : Oxford University Press.
- 14 de la Torre, A. M. (2010). Bank Involvement with SMEs: Beyond Relationship Lending. *Journal of Banking and Finance* , 34.
- 15 Economist. (2017). How Fintech Firms Are Helping to Revolutionize Supply-Chain Finance. *Economist*.

- 16 Harwood, A. a. (2015). *SME Exchanges in Emerging Market Economies: A Stocktaking of Development Practices*. Washington, DC: World Bank.
- 17 J, M. (2007). *Introduction To Business*. Florida: Fourth Edition.
- 18 Love, I. M. (2016). Collateral Registries fo Movable Assets: Does their Introduction Spur Firms' Access to Bank Finance? *Financial Services Research* 49, 1–37.
- 19 Mendoza, B. T. (2010). The Typology of Partial Credit Guarantee Funds around the World. *Journal of Financial Stability* 6 , 10–25.
- 20 Mendoza, B. T. (2010). The Typology of Partial Credit Guarantee Funds around the World. *Journal of Financial Stability* 6, 10–25.
- 21 OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2012). *Facilitating Access to Credit. Discussion Paper on Credit Information Sharing*. OECD.
- 22 SBA.gov. (n.d.). Retrieved from SBA.gov: <https://www.sba.gov/article/2016/apr/25/office-advocacy-releases-pennsylvania-small-business-profile>
- 23 Schmukler, G. J. (2015). European Economy: Banks, Regulation, and the Real. *Public Credit Guarantees and Access to Finance* 2, 101–117.
- 24 WFE (World Federation of Exchanges). (2015). *SME Exchanges*. London: WFE.
- 25 А., Х. (1993). «Международные отношения». moscou.
- 26 Е, Б. (2001). Малое предпринимательство в переходной экономике Юга. *Мировая экономика и международные отношения*.
- 27 Е, Ш. ( 2008). *Налогообложение малого бизнеса в России: проблемы и перспективы*. Москва: ИЭПП.
- 28 Жид Ш., Р. Ш. (1995). *История экономических учении*. Moscou: Экономика.
- 29 Й, Ш. (2007). *Теория экономического развития*. Moscou: Эксмо.
- 30 П, Г. (2011). *Критерии определения размеров малого и среднего бизнеса*. Brusel: №10.