



ა(ა)იპსაქართველოს საპატრიარქოს წმიდატბელაბუსერისძის სახელობის სასწავლო
უნივერსიტეტი

აგრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტი

გიორგი ხინკაძე

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივები

საქართველოში

ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: **ლია ბერიძე**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,

ასოცირებული პროფესორი

ხიჯაური

2019

ანოტაცია

საქართველოში საბაზრო ეკონომიკის მნიშვნელობისა და თავისუფალი მენარმეობის განვითარებისათვის გადაგებული მნიშვნელოვანი ნაბიჯების მიუხედავად შექმნილი ურთულესი ეკონომიკური და ფინანსური პრობლემებისა და წინააღმდეგობების ფონზე სერიოზული მსჯელობის საგანს წარმოადგენს მოსახლეობის დაბალშემოსავლიანი ფენებისათვის შემოსავლების გარკვეული დონის მიღწევა, რაც უზრუნველყოფას საზოგადოებაში სოციალური პრობლემებით გამონჭვეული უარყოფითი მუხტის შესუსტებას და ძლიერი საშუალო ფენის ფორმირებას.

ამ მხრივ გასატარებელ ღონისძიებებს ბოლომდე უნდა გასდევდეს დასაქმებისა და შემოსავლების დონეების გადიდებით და არა შემოსავლის დონეებში არსებული უთანაბრობის განწინასწორება ან ტრანსფერების მექანიკური ზრდით მათი შემოსავლების ამაღლების მცდელობა.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში დასაქმების პრობლემების მოგვარებაში უდიდესი როლი ენიჭება მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას, რადგანაც მან შეიძლება დაასაქმოს მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი და გაზარდოს მათი შემოსავლები. ეს დასტურდება იმითაც, რომ განვითარებულ სახელმწიფოებში ამ სფეროში დასაქმებულთა რიცხვი დაახლოებით 60-65% შეადგენს.

აღსანიშნავია, აგრეთვე, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ორი მიმართულებით ზემოქმედებს სახელმწიფო ბიუჯეტზე. ისევე როგორც შემოსავლების ასევე ხარჯების ნაწილში. შემოსავლების მხრივ იმდენად - რამდენადაც მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ქმნის ახალ საგადასახადო ბაზას, რაც ბიუჯეტში აისახება დამატებითი შემოსავლების სახით. ხარჯით ნაწილში იმდენად - რამდენადაც მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ზრდის ამ სფეროში დასაქმებულთა შემოსავლებს, რაც ამცირებს ბიუჯეტიდან შესაბამის სოციალურ ტრანსფერების გამოყოფის შესაძლებლობას.

ANNOTATION

Georgia importance of the market economy and free enterprise Development, for being important steps in spite of the very difficult economic and financial problems and contradictions in light of the serious concern for low-income segments of the society to reach a certain level of income, which resulted in the provision of ogadoeba the social problems caused by the weakening of the negative charge and the formation of a strong middle class.

The measures to be taken in this regard must be fully endorsed by increasing employment and income levels and not balancing equality in income levels or attempting to increase their revenue by mechanical growth of transfers.

In the context of market economy, the role of small and medium business in the settlement of employment problems is given because it can employ most of the population and increase their income. This is confirmed by the fact that in developed countries the number of employees in this field is about 60-65%.

It should also be noted that the development of small and medium business in both directions affects the state budget. As well as in revenues and expenses. In terms of income - as small and medium-sized businesses create a new tax base, which is reflected in the budget as additional income. In spending as much as small and medium business growth increases the income of the employed people in this field, thus reducing the possibility of allocating relevant social transfers from the budget.

შესავალი -----	5
თავი I. თანამედროვე საბაზრო სისტემა და მცირე და საშუალო ბიზნესში -----	11
1.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ადგილი და როლი თანამედროვე ეკონომიკაში-	11
1.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ეტაპები-----	20
1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესი საზღვარგარეთის ქვეყნებში-----	25
თავი II. მცირე და საშუალო ბიზნესის კავშირი ეკონომიკურ და სამართლებრივ ფორმებთან საქართველოში -----	36
2.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი გარემო საქართველოში-----	36
2.2. მცირე ბიზნესის განვითარების ეტაპები საქართველოში-----	46
თავი III. მცირე ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობის ანალიზი კონკრეტული პრაქტიკული პროექტის საფუძველზე -----	56
3.1 მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგია და სახელმწიფოს როლი -----	56
3.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრაქტიკული მოდელი -----	69
დასკვნა-----	78
გამოყენებული ლიტერატურა-----	82

შესავალი

თანამედროვე მსოფლიოს წამყვან სახელმწიფოთა გამოცდილება ნათლად ამტკიცებს ნებისმიერ ეკონომიკაში მაღალგანვითარებული და ეფექტიანი მცირე და საშუალო მენარმეობის არსებობის აუცილებლობას. ეკონომიკის ეს სექტორი წარმოადგენს იმ მძლავრ რგოლს, რომელსაც შემდგომში მნიშვნელოვნად ეფუძნება საზოგადოების ეკონომიკური და სოციალური განვითარება. ზოგიერთ ქვეყნაში მცირე და საშუალო ბიზნესის სანარმოები აწარმოებენ მშპ-ის ნახევარზე მეტს. აშშ-სა და გერმანიაში მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება მშპ-ის 50-52%, იაპონიაში – 52-55%, საფრანგეთში – 55-62%, დიდ ბრიტანეთში – 50-53%, იტალიაში - 57-60%, ევროკავშირის ქვეყნებში – 63-67%; ამ სექტორში აწარმოებენ როგორც სანარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვან პროდუქციას, ასრულებენ მომსახურებასთან დაკავშირებულ სამუშაოებს და ა.შ. აღნიშნულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო სანარმოებზე მოდის მრეწველობის პროდუქციის გაყიდვათა საერთო მოცულობის 50%, მომსახურების სფეროს 67%, მშენებლობისა და ვაჭრობის – 90%. არანაკლებ საყურადღებოა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულია მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი. გერმანიაში მცირე სანარმოებში მუშაობს სამუშაო ძალის 46%, დიდ ბრიტანეთში – 49%, საფრანგეთსა და აშშ-ში -54%, იტალიაში – 73%, იაპონიაში – 78,8%. საქართველოში ეკონომიკური რეფორმების უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს მცირე და საშუალო სანარმოთა განვითარება. სწორედ ამ სექტორის ეფექტიან ფუნქციონირებაზეა დამოკიდებული საბაზრო კონკურენცია, სამომხმარებლო ბაზრის გაჯერების ხარისხი, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა. საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის დაჩქარებული

განვითარების აუცილებლობას ის გარემოებაც განაპირობებს, რომ მცირე ბიზნესი ავლენს მოქნილობას, სიცოცხლისუნარიანობას, რადგანაც ხასიათდება რა ბაზრის მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების უნარით, სპეციალიზაციის მაღალი ხარისხით, რესურსების მობილიზაციის მეტი შესაძლებლობებით. ის წარმოადგენს საგადასახადო შემოსულობათა მნიშვნელოვან წყაროს, ასევე განსაკუთრებული როლი აკისრია ინოვაციური განვითარების თვალსაზრისით. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საკვლევი თემის აქტუალობა განპირობებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის ისეთი სოციალურ-ეკონომიკური ხასიათის ფუნქციებით, როგორცაა:

- მესაკუთრეთა რიცხვის ზრდა, რაც განაპირობებს საშუალო კლასის ფორმირებას და წარმოადგენს დემოკრატიულ საზოგადოებაში პოლიტიკური სტაბილურობის უმთავრეს გარანტს;

- ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის გაზრდა, რაც ზრდის მოქალაქეთა შემოსავლებს და ათანაბრებს სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების კეთილდღეობაში არსებულ დისპროპორციებს;

- ყველაზე ენერგიული, საქმის შემძლე ინდივიდთა წარმოჩენა, რომელთათვისაც მცირე ბიზნესი ხდება თვითრეალიზაციის პირველი საფეხური;

- შედარებით დაბალი დანახარჯებით ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, განსაკუთრებით მომსახურების სფეროში;

- პროფესიათა შეთავსების უზრუნველყოფა;

- სახელმწიფო სექტორიდან გამოთავისუფლებული, ასევე სოციალურად სხვებზე დამოკიდებული მოსახლეობის ჯგუფების (ლტოლვილები, ინვალიდები, ახალგ-ზრდები, ქალები) წარმომადგენელთა დასაქმების მასშტაბური შესაძლებლობა. ასევე შესწავლას საჭიროებს მცირე ბიზნესის სექტორის როლი საქართველოს ეკონომიკაში, ეროვნულ მეურნეობაში, საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში საბაზრო ეკონომიკის განვითარებაში, რომლის ფორმირების პროცესშიც იმყოფება საქართველო.

საკვლევი თემის აქტუალობას ზრდის ისიც, რომ მიუხედავად მცირე მენარმეობის, როგორც უმნიშვნელოვანესი სექტორის მსოფლიო აღიარებისა, საქართველოში მისი

სრულყოფილად განვითარებისათვის ჯერ კიდევ არ გამოიყენება ყველა შესაძლებლობა. ამას მოწმობს მშპ-ში მისი ხვედრითი წილი, რომელიც ბოლო ათწლეულში 10%-ს არ აღემატება. ასევე მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობა, რომელიც 2000-2010 წლების განმავლობაში მთლიანი დასაქმებულების მხოლოდ 18-25%-ს შეადგენს.

საქართველოში ეკონომიკის მოცემული სექტორი ჯერ კიდევ ვერ ახდენს სისტემურ ზეგავლენას როგორც რეგიონულ ისე ეროვნული ეკონომიკის სტრუქტურულ ცვლილებებზე, რაც განაპირობებს მცირე მენარმეობის განვითარების პროცესის გააქტიურებისაკენ მიმართული ახალი პოლიტიკის შემუშავების აუცილებლობას. კვლევის მიზანი და ამოცანები. წინამდებარე გამოკვლევის მთავარი მიზანია საქართველოში მცირე სანარმოთა ფუნქციონირების შესწავლა და მათი ფორმირებისა და განვითარების ეფექტური მიმართულებების შემუშავება.

საკვალიფიკაციო ნაშრომის გამოკვლევის ძირითადი ამოცანებია:

– მცირე და საშუალო ბიზნესის ეკონომიკური არსისა და გაგების თაობაზე არსებული შეხედულებების ანალიზი;

– მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ეტაპების დადგენა და მათი თავისებურებების გამოვლენა;

– მცირე და საშუალო ბიზნესის ადგილის განსაზღვრა თანამედროვე საბაზრო სისტემაში;

– საბაზრო ეკონომიკის გარემოს ფაქტორთა ზეგავლენის ანალიზი მცირე ბიზნესის მდგომარეობასა და განვითარებაზე;

– მცირე და საშუალო ბიზნესის წინაპირობების, მდგომარეობის, განვითარების ტენდენციებისა და მათი გამოვლენის თავისებურებების შესწავლა ეროვნულ და რეგიონულ ჭრილში;

საკანონმდებლო აქტები. სადისერტაციო ნაშრომში გამოყენებულია მცირე ბიზნესის სფეროში არსებული მეცნიერული გამოკვლევები და პუბლიკაციები, მეცნიერ-ეკონომისტთა კონფერენციებისა და სამეცნიერო სესიების მიერ მიღებული პრაქტიკული რეკომენდაციები. კვლევის დროს გამოყენებული იქნა ეკონომიკურ კვლევათა სხვადასხვა მეთოდები: აბსტრაქტულ-ლოგიკური, ფუნქციონალური და შედარებითი ანალიზი, მეთოდები, მეცნიერული კლასიფიკაციის, სტატისტიკური, ექსპერტული და გრაფიკული, ასევე მათემატიკური, დაჯგუფების, ანალიზის და ა.შ. მეთოდები. სადისერტაციო ნაშრომის ინფორმაციული წყაროა საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მონაცემები, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სტატისტიკური კრებულები, პუბლიკაციები, ბიზნესის სფეროში მომუშავე სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების სამეცნიერო შრომები, მეთოდური მითითებები და რეკომენდაციები, გამოკითხვის მასალები, ბიზნესსუბიექტების ანგარიშები.

ნაშრომი წარმოადგენს მცირე ბიზნესის განვითარების ტენდენციების ახლებურ კომპლექსურ გამოკვლევას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. სიახლეთა შორის აღსანიშნავია შემდეგი:

– განსაზღვრულია ბიზნესის საქმიანობის, როგორც ურთიერთობათა ერთობლიობის არსი, ინდივიდის მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისათვის გარკვეული შემოსავლის წყარო, საშუალება. ბიზნესურთიერთობები განხილულია, როგორც საზოგადოების ეკონომიკური პროგრესის, განვითარების წყარო;

– წარმოდგენილია ჩვენი მოსაზრება მენარმეობისა და ბიზნესის, მენარმისა და ბიზნესმენის ძირითადი თავისებურებებისა და განმასხვავებელი ნიშნების შესახებ;

– ნაჩვენებია მცირე ბიზნესის როლისა და ეფექტიანობის ძირითადი მახასიათებლები ქვეყანაში არსებული პოტენციალის რაციონალურად გამოყენებაში, საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტაში.

– დადგენილია საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარების ძირითადი ეტაპები. ასევე ეკონომიკური, სამართლებრივი და სოციალურ-კულტურული ფაქტორების თავისებურებების ზეგავლენა თანამედროვე ეკონომიკური სისტემის ფორმირებაზე;

– წარმოდგენილია საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერის, ექსპორტის რეგულირების, სამეცნიერო კვლევების წახალისების, საკადრო მხარდაჭერის აპრობირებული მოდელები და მექანიზმები;

– გაანგარიშებულია მცირე ბიზნესის მოსალოდნელი განვითარების ძირითადი პროგნოზები ახლო და შორეულ პერსპექტივაში. კერძოდ, პროდუქციის წარმოების, დასაქმებულთა რაოდენობის, ერთ დასაქმებულზე წარმოებული პროდუქციის ხვედრითი წილის, ასევე მოსალოდნელი ფისკალური ეფექტის შესახებ და ა.შ.

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. კვლევის შედეგები და რეკომენდაციები შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას სფეროს განვითარების ახალი კონცეფციის შემუშავებისას სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ, რომლებიც აქტიურად მონაწილეობენ ამ სექტორის მხარდაჭერის საქმეში. კვლევის შედეგები საინტერესოა ასევე მენარმეებისათვის, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან თავიანთი საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლებაში.გამოკვლევის მასალები და მეთოდოლოგიური მიდგომები გამოიყენება რსუ-ს სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტის ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტში დისციპლინის „ბიზნესის საფუძვლები“ სწავლებისას.

თავი I. თანამედროვე საბაზრო სისტემა და მცირე და საშუალო ბიზნესში

1.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ადგილი და როლი თანამედროვე ეკონომიკაში

“ბიზნესის” სამშობლოდ აღიარებულია ამერიკის შეერთებული შტატები. დღეისათვის ამ ტერმინმა მთელი მსოფლიო მოიცვა და ჩვენის აზრით, უამრავ მონათესავე ტერმინთა მნიშვნელობა შეითავსა; ის არის პროფესია, საქმე, მწარმეობა, გარიგება, საქმიანი წრეები, საქმიანი ცხოვრება, უბრალოდ შემოსავლის წყარო და ა.შ. ამდენად “ბიზნესი” (ბუსინესს) ნიშნავს საქმიანობას, რომელიც ეფუძნება მრავალმხრივ ურთიერთობებს და იძლევა მოგებას, შემოსავალს.

სამამულო და საზღვარგარეთულ ეკონომიკურ ლიტერატურაში მოცემულია ბიზნესის სხვადასხვაგვარი ინტერპრეტაცია. ზოგიერთი მოსაზრების თანახმად:

– ბიზნესი, ეს არის შემოსავლის მიღების მიზნით ადამიანის საქმიანობა, რისთვისაც იყენებს თავის ცოდნას, გამოცდილებას და თავის კაპიტალს. ეს არის ადამიანის პოტენციალის რეალიზაცია ეკონომიკურ ასპექტში. ბიზნესმენის საქმიანობის ძირითადი მოტივია მოგების მიღება, რომლის მიღწევაც შეიძლება

მომსახურების განვითარებით, სამუშაოს შესრულებით, პროდუქციის წარმოებით. მოგება გვიჩვენებს ბიზნესმენის საქმიანობის ეფექტიანობას.

სხვა მოსაზრებათა თანახმად:

ბიზნესი – ეს არის საქმის გაძლოლის სისტემა და ადამიანებისათვის საჭირო პროდუქციისა და მომსახურების წარმოება.

ბიზნესი – ეს არის წარმოების სისტემა, რომელიც ჩვენ შევქმენით ჩვენი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად.

ბიზნესი ეს არის ფულისაგან ფულის კეთების უნარი, მაგრამ აუცილებლად სასარგებლო მწარმოებლური შრომის გამოყენების მეშვეობით.

ბიზნესი - სხვა არაფერია, თუ არა სამრეწველო, სასოფლო-სამეურნეო, ვაჭრობის, საყოფაცხოვრებო მომსახურების, საბანკო, იურიდიული კონსულტაციის, სამეცნიერო კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტურო დაწესებულების, საგამომცემლო, სასწავლო-სააღმზრდელო და სხვა სახის საწარმოს თუ დაწესებულების შექმნა.

“ბიზნესი არის საქონლისა და მომსახურების წარმოება (განაწილება, გაცვლა, მოხმარება) მოგების მიღების მიზნით”. (ოთინაშვილი 2010:133).

“ბიზნესი არის საქმიანობა, რომელიც მიმართულია გარკვეული სამომხმარებლო თვისებების მქონე საქონლის წარმოებასა და რეალიზაციაზე მოგების მიღების მიზნით. ბიზნესი უკავშირდება ორ ძირითად სტიმულსა და მოტივაციას: ადამიანის თავისუფლებასა და დამოუკიდებელ საქმიანობას და მოგების მიღებას. ბიზნესი წარმოების ორგანიზაციის, მართვისა და ანალიზის ახალი საფეხურია, წარმოების ორგანიზაციის უახლესი სტადიაა, რომელიც დაკავშირებულია კერძო საკუთრების არსებობასთან, ხორციელდება კონკურენციის პირობებში და დაკავშირებულია რისკთან”. (ერქომაიშვილი 2007: 14).

“ბიზნესი არის სამეურნეო საქმიანობა, რომლის შედეგად დოვლათი ან მისი ნაწილი იწარმოება არა საკუთარი მოხმარებისათვის, არამედ გასაცვლელად და ამ გზით რაიმე სარგებლის მიღებისათვის. უფრო მოკლედ, ბიზნესი ფართო გაგებით არის საქონელწარმოება”. (სამადაშვილი 2009: 19).

“ბიზნესი არის ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოს მხრიდან ისეთი ინდივიდუალური ან ჯგუფური სამენარმეო (კომერციული) საქმიანობა, რომელიც ეფუძნება თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს, საკუთრებისა და მეურნეობრიობის ფორმების მრავალგვარობას, ხორციელდება ეკონომიკური საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში, უზრუნველყოფს მრავალფეროვან პროდუქციაზე საზოგადოებრივი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას და ცალკეული

ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოსათვის მოგების მიღების წყარ-ოს წარმოადგენს.” (შურლაია 2010: 23).

“ბიზნესი არის დამოუკიდებელი, საკუთარი რისკით განხორციელებული საქმიანობა, რომელიც მიმართულია მოგების სისტემატიურ მიღებაზე ქონების გამოყენების, საქონლის გაყიდვის, სამუშაოს შესრულების ან მომსახურების გაწევის გზით იმ პირების მიერ, რომლებიც დარეგისტრირებულნი არიან დადგენილი წესის თანახმად.”(მესხია 2011:21).

ბიზნესი მყარი გარანტიაა იმისა, რომ მისი მფლობელისათვის, დასაქმებულ-სათვის, მთელი საზოგადოების არსებობისათვის შექმნას ღირსეული ცხოვრების პირობები.

ბიზნესში ყველაზე მნიშვნელოვან კომპონენტებს შეადგენენ მისი სუბიექტები, რომლებშიც, იურიდიული თვალსაზრისით, იგულისხმებიან ბიზნესის უფლებებისა და მოვალეობების მატარებლები:

მენარმეები, ანუ ის პირები, რომლებიც ახორციელებენ ინიციატივიან-ინოვაციურ საქმიანობას, თავიანთი რისკით, იურიდიული და ეკონომიკური პასუ-ხისმ-გებლობით;

სამენარმეო ასოციაციები და მენარმეობრივი კოლექტივები;

პროდუქციისა და მომსახურების ინდივიდუალური და კოლექტიური მომხ-მარებლები, მომხმარებელთა კავშირები და ასოციაციები;

სახელმწიფოს ის სტრუქტურები, რომლებიც ბიზნესის პროცესში შემკვეთის როლში გამოდიან. (შენგელია 2008:32)

უნდა აღინიშნოს, რომ ტერმინები “ბიზნესი” და “მენარმეობა” შინაარსობრივად ერთმანეთთან ახლოს დგანან. აამასთან, ცნება “ბიზნესი” გაცილებით უფრო ფართოა, ვიდრე “მენარმეობა”. ბიზნესის ამოსავალი წერტილია მენარმეობა. დღეისათვის ძალზედ რთულია და თითქმის არც არსებობს მენარმეობის აღიარებული განსაზღვრება. ზოგადად კი მენარმეობა არის რაღაც ახლის შექმნის პროცესი, რომელსაც აქვს ღირებულება, ხოლო მენარმე კი არის ადამიანი რომელიც ამისათვის ხარჯავს დროს და ენერგიას, თავისთავზე იღებს ფინანსურ, ფსიქოლოგიურ და სოციალურ რისკს, ჯილდოს იღებს ფულის სახით და მიღწეულით კმაყოფილდება. შუმპეტერის აზრით “იყო მენარმე ნიშნავს აკეთოს ის, რასაც სხვები აკეთებენ და არა ისე, როგორც სხვები აკეთებენ, არამედ, მენარმე არის შემოქმედი, მნგრეველი, რომელიც ამსხვრევს ძველ წესებს, მაგრამ ამავედ-როულად ქმნის ახალს.” (შუმპეტერი 2007: 48)

თანამედროვე მენეჯმენტის მამის პ. დრუკერის აზრით მენარმეობა არაა არც მეცნიერება და არც ხელოვნება. ესაა კონკრეტული საქმიანობა, რომლის მიზანია მოგებასთან ერთად სიახლეების დანერგვა, მისი მოღვაწეობის ყველა სფეროში. (დრუკერი 1992:36). მან გამიჯნა ერთმანეთისაგან ცნებები მენარმეობა და ბიზნესი. თუ პირველს მან მიაკუთვნა შემოქმედებითი, სიახლეების მატარებელი საქმიანობა, მეორეს მიაკუთვნა შაბლონური რუტინული საქმიანობა.

მენარმეობა, მართალია ადამიანების საქმიანობაა, მაგრამ რამდენადმე შეზღუდული ფორმით, რომელიც მატერიალური დოვლათის წარმოების, გაცვლის, განაწილებისა და მოხმარების პროცესს გულისხმობს.

ბიზნესი ადამიანის საქმიანობის ფართო სფეროს მოიცავს. ის გულისხმობს ეკონომიკის ყველა სუბიექტს შორის ურთიერთობებს, არა მარტო მენარმეებს, არამედ მომხმარებლებსაც, დაქირავებულ მუშაკებს, სახელმწიფო სტრუქტურებს. ბიზნესი მოიცავს როგორც სამენარმეო ბიზნესს, ისე სამომხმარებლო ბიზნესს და ბიზნესის სხვა სახეობებს.

ზოგიერთ ქვეყანაში (გერმანია, რუსეთი და სხვა) ტერმინები “ბიზნესი” და “მენარმეობა” გაიგივებულია. ასევეა საქართველოშიც. საქართველოს

კანონმდებლობაში არ არსებობს ცნება ბიზნესის შესახებ და მის ნაცვლად გამოყენებულია ტერმინი "მენარმეობა", რომლის თანახმადაც "მენარმეობა" არის მართლზომიერი და არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, ორგანიზებულად და დამოუკიდებლად. (ჭანტურია. . . 1998: 22).

ეკონომიკურ ლიტერატურაში განიხილება ბიზნესის სამი ძირითადი ზომა: მცირე, საშუალო და მსხვილი, თუმცა მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციამ შექმნა ბიზნესის სრულიად ახალი ფორმა, საერთაშორისო, ანუ გლობალური ბიზნესი. ამდენად, დღეს საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ბიზნესი ფუნქციონირებს მცირე, საშუალო, მსხვილი და გლობალური ბიზნესის ფორმით. ბიზნესის ამ ფორმებს შეესაბამება მცირე, საშუალო, მსხვილი საწარმოები და ტრანსნაციონალური კორპორაციები. (ახესაძე . . . 2008: 9)

ბიზნესის მოცემულ ფორმათაგან მცირე ბიზნესი თავისი მოცულობით ეკონომიკის ერთ-ერთ უმსხვილეს სექტორს წარმოადგენს. იგი როგორც ბიზნეს-სისტემის, ასევე მთელი ეკონომიკური სისტემის ფორმირების, განვითარებისა და სტაბილურობის ერთ-ერთი პირველწყაროა.

თანამედროვე მსოფლიოს სახელმწიფოთა გამოცდილება ნათლად ამტკიცებს ნებისმიერ ეკონომიკაში მაღალგანვითარებული და ეფექტიანი მცირე სამენარმეო სექტორის არსებობის აუცილებლობას. ამიტომაც ნებისმიერი ქვეყნის აღორძინება შეუძლებელია ეკონომიკის მოცემული სექტორის შესაბამისი განვითარების გარეშე, რადგანაც მცირე მენარმეობა წარმოადგენს იმ მძლავრ სეგმენტს, რომელიც შემდგომში იწვევს ქვეყნის ეკონომიკურ და სოციალურ განვითარებას.

მცირე ბიზნესი, როგორც ტერმინი, წარმოდგება არა იქიდან, რომ მცირე ბიზნესი ერთობლიობაში პროდუქციის მცირე რაოდენობას ქმნის, არამედ იქიდან, რომ მის ორგანიზაციულ ფორმას წარმოადგენს მცირე საწარმო. განვითარებული ქვეყნების მონაცემები მოწმობს, რომ მცირე ბიზნესში იწარმოება ამ ქვეყნების მშპ-ის ნახევარზე მეტი. საკმარისია აღინიშნოს, რომ ამჟამად აშშ-სა და გერმანიაში

მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის 50-52%, იაპონიაში – 52-55%, საფრანგეთში – 55-62%, დიდ ბრიტანეთში – 50-53%, იტალიაში - 57-60%, ევროკავშირის ქვეყნებში – 63-67%; ამ სექტორში მზადდება და რეალიზდება დიდი მოცულობის როგორც საწარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვანი პროდუქცია, სრულდება სხვადასხვაგვარი სახეობის მომსახურებასთან დაკავშირებული სამუშაოები და ა. შ. კერძოდ, მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდის მრეწველობის გაყიდვათა საერთო მოცულობის

50%, მომსახურების სფეროში 67%, მშენებლობასა და ვაჭრობაში – 90%. არანაკლებ საყურადღებოა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულია მოსახლეობის საგრძნობი ნაწილი. კერძოდ გერმანიაში მცირე საწარმოებში მუშაობს სამუშაო ძალის 46%, დიდ ბრიტანეთში – 49%, საფრანგეთსა და აშშ-ში -54%, იტალიაში – 73%, იაპონიაში – 78,8%. (შურლაია 2010:141).

პირველი წერილობითი წყარო მცირე ბიზნესის შესახებ გაჩნდა 4000 წლის წინ. ეს იყო იმის აღწერა, თუ როგორ იძლეოდნენ ბანკირები სესხს პროცენტით. ამ დროიდან მოყოლებული მენარმეებმა უთვალავი დრო დახარჯეს, რათა თავიანთი პროდუქცია და მომსახურება მიეწოდებინათ მომხმარებლისათვის. (სიროპო-ლისი 1996: 37)

მცირე ბიზნესი თითქმის ყველა უძველეს კულტურაში ყვაოდა. არაბები, ბაბილონელები, ეგვიპტელები, ებრაელები, ბერძნები, ფინიკიელები და რომაელები განსაკუთრებით გამოირჩეოდნენ ამ საქმეში.

1980-იანი წლების განმავლობაში მცირე ბიზნესის პრესტიჟმა მთელს მსოფლიოში დაიწყო ამაღლება, რაც გამოწვეული იყო მის მიერ ახალი ტექნოლოგიებისა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის უნარით. ამის შედეგად კი უკანასკნელ წლებში სულ უფრო მეტად დაიწყეს ყურადღების მიქცევა მის მიღწევებსა და შესაძლებლობებზე, პერსპექტივებსა და პრობლემებზე.

ზოგადად შესაძლებელია მცირე ბიზნესის განსაზღვრისადმი რაოდენობრივი, ხარისხობრივი და კომბინირებული მიდგომები.

რაოდენობრივი განსაზღვრისას ხშირად იყენებენ ისეთ ადვილად მისაღწევ კრიტერიუმებს, როგორცაა დასაქმებულთა რაოდენობა, ბრუნვა და აქტივების საბალანსო ღირებულება. მიუხედავად იმისა, რომ რაოდენობრივი პარამეტრებით მცირე ბიზნესის განსაზღვრა ფართოდაა გავრცელებული, მისი ცვლილება საკმაოდ ხშირია ერთი ქვეყნის ფარგლებშიც კი. ეს აიხსნება როგორც ამოცანათა ფართო სპექტრით, რომელთათვისაც გამოიყენება ფორმალური განსაზღვრებები, ისე სხვადასხვა ქვეყნებსა და რეგიონებში ეკონომიკის განვითარების სხვადასხვა დონითაც. ამ ობიექტურ ფაქტორებს შეიძლება დაემატოს ამა თუ იმ მკვლევართა ან პოლიტიკოსთა სუბიექტური წარმოდგენები მცირე ბიზნესზე. რაოდენობრივი კრიტერიუმების მთავარი დადებითი მხარე არის მათი გამოყენების სიმარტივე. უარყოფითი მხარეა თეორიული ბაზის არქონა, რომელიც განსაზღვრავს ამა თუ იმ კრიტერიუმის არჩევსა და მისი გაზომვის საზღვრებს. ამასთან დაკავშირებით რთულდება მათი შედარებითი ანალიზი.

მცირე ბიზნესის განსაზღვრის ხარისხობრივ მაჩვენებლებს შეიძლება მივაკუთვნოთ: წარმოებული პროდუქციის (ტექნოლოგიის, მომსახურების, ნოუ-ჰაუ) შედარებით მცირე რაოდენობა; შედარებით შეზღუდული რესურსები და სიმძლავრეები (კაპიტალი, ადამიანური რესურსები და ა.შ.); მართვის შედარებით ნაკლებად განვითარებული სისტემები, ადმინისტრაციული პროცედურები და ტექნოლოგიები, რაც აუცილებელია კომპანიის სტრატეგიული შეფასებისა და კონტროლისათვის; არა სისტემური მენეჯმენტი. ამ მიდგომის დადებითი მხარეებია მისი თეორიული დასაბუთებულობა და სხვადასხვა ხარისხობრივი კრიტერიუმების მხედველობაში მიღების შესაძლებლობა. უარყოფითი მხარე პრაქტიკაში გამოყენების სირთულეს უკავშირდება, რაც შიდასაფირმო ინფორმაციის მიღების სირთულეებთანაა გამოწვეული.

კომბინირებული მიდგომის დამახასიათებელ მაგალითს წარმოადგენს მცირე ფირმების განსაზღვრა, რომელიც დიდ ბრიტანეთში 1971 წელს შემოთავაზებულ იქნა ბოლტონის კომიტეტის მიერ. ამ ანგარიშში მოცემული იყო მცირე ფირმების განსაზღვრის პირველი სერიოზული მცდელობა. კომიტეტის თანახმად მცირე

ფირმებს უნდა დაეკმაყოფილებინათ შემდეგი პირობები: საქმიანობის სფეროთი ბაზარზე უნდა დაეკავებინათ შედარებით მცირე წილი; ფირმის მართვა უნდა განხორციელდებულყო მისი მფლობელის მიერ პირადად; ფირმა უნდა ყოფილიყო დამოუკიდებელი და არა მსხვილი საწარმოს ნაწილი.

მცირე საწარმოს განსაზღვრასთან დაკავშირებული პრობლემების გადაჭრის კიდევ ერთი მცდელობაა ამერიკელი მკვლევარების მიერ შემოთავაზებული მცირე საწარმოს განმარტება, რომლის მიხედვითაც, ისინი არ უნდა წარმოადგენდნენ დომინანტს თავიანთ სფეროში, ამასთან მათი წლიური რეალიზაციის მოცულობა და დასაქმებულთა რაოდენობა უნდა იყოს მცირე ამავე დარგის სხვა ფირმებთან მიმართებაში.

ამჟამად აშშ-ში “მცირე ბიზნესის შესახებ” ფედერალური კანონის თანახმად მცირე საწარმო არის ფირმა, რომელსაც ერთი ან რამდენიმე მეპატრონე ჰყავს, დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატება 500 კაცს, აქტივების მოცულობა 5 მლნ აშშ დოლარს და წლიური მოგება 2 მლნ აშშ დოლარს. დასაქმებულთა რაოდენობის მიხედვით საწარმოები შემდეგნაირად იყოფა:

1 – 24 დასაქმებული – უმცირესი;

25 – 99 დასაქმებული – მცირე;

100 – 499 დასაქმებული – შუალედური;

500 – 999 დასაქმებული – მსხვილი;

1000 და მეტი დასაქმებული – უმსხვილესი. (ჩუთლაშვილი 2006:3)

უნდა აღინიშნოს, რომ ამერიკაში ზოგიერთ დარგში მცირე ბიზნესის ზომის განმსაზღვრელი პარამეტრია დასაქმებულთა რაოდენობა, ხოლო ზოგიერთისათვის ბრუნვის მოცულობა. მაგალითად, ასეთი დარგებია მშენებლობა, ვაჭრობა, მომსახურების სფერო.

საქართველოში 2002 წლის 4 ივლისს მიღებული კანონით “მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ” მცირე საწარმოდ ითვლებოდა ყველა სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელში დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატებოდა 20 კაცს და წლიური ბრუნვა შეადგენდა 500 000

ლარს. აღნიშნული კანონი გაუქმდა 2006 წელს და 2011 წლამდე საქართველოში არ მოქმედებდა ნორმატიული აქტი, რომელიც გაითვალისწინებდა მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობას. თუმცა კანონში “საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ” მოცემული იყო მხოლოდ მცირე ბიზნესის დეფინიცია.

2011 წლის პირველი იანვრიდან საქართველოს საგადასახადო კოდექსში შეტანილი ცვლილებების თანახმად, მცირე ბიზნესს მიეკუთვნება ფიზიკური პირის საქმიანობა, რომლის წლიური ბრუნვაც არ აღემატება 100 ათას ლარს.

ყველა განვითარებულ ქვეყანაში მცირე სამეურნეო სუბიექტად სანარმოს მიკუთვნების ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს მომუშავეთა რაოდენობა. 2003 წლის 6 მაისს ევროკომისიამ მიიღო მიკრო, მცირე და საშუალო ბიზნესის გარჩევის ახალი კრიტერიუმები, რომლებიც ძალაში 2005 წლის 1 იანვრიდან შევიდა და რომლის თანახმადაც ჩამოყალიბდა შემდეგნაირი კლასიფიკაცია:

საშუალო სანარმო _ დასაქმებულთა ზღვარი 50-249 ადამიანი, ბრუნვა 50 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 43 მლნ ევრომდე;

მცირე სანარმო _ დასაქმებულთა ზღვარი 10-49 ადამიანი; ბრუნვა 10 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 10 მლნ ევრომდე;

მიკრო სანარმო _ დასაქმებულთა რაოდენობა 10 კაცზე ნაკლები; ბრუნვა 2 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 2 მლნ ევრო.

ყველა განვითარებულ ქვეყანაში მცირე სამეურნეო სუბიექტად სანარმოს მიკუთვნების ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს მომუშავეთა რაოდენობა. 2003 წლის 6 მაისს ევროკომისიამ მიიღო მიკრო, მცირე და საშუალო ბიზნესის გარჩევის ახალი კრიტერიუმები, რომლებიც ძალაში 2005 წლის 1 იანვრიდან შევიდა და რომლის თანახმადაც ჩამოყალიბდა შემდეგნაირი კლასიფიკაცია:

საშუალო სანარმო _ დასაქმებულთა ზღვარი 50-249 ადამიანი, ბრუნვა 50 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 43 მლნ ევრომდე;

მცირე სანარმო _ დასაქმებულთა ზღვარი 10-49 ადამიანი; ბრუნვა 10 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 10 მლნ ევრომდე;

მიკრო საწარმო – დასაქმებულთა რაოდენობა 10 კაცზე ნაკლები; ბრუნვა 2 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 2 მლნ ევრო.

საქართველოში დღეისათვის ეკონომიკური განვითარებისა და სოციალური მდგომარეობის არსებული დონიდან გამომდინარე, დაგ-ვიანებულიც კი იყო “მიკრო საწარმოს” ცნების შემოღება. ჩვენი შეხედულებით საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების და ეკონომიკური ზრდის

დონიდან გამომდინარე უმჯობესი იქნებოდა მიკრო საწარმოს დაეკმაყოფილებინა შემდეგი კრიტერიუმები: დასაქმებულთა რაოდენობა 1-5 ადამიანი და წლიური ბრუნვა 100-150 ათასი ლარი. ეს სახელმწიფოს დაეხმარებოდა მცირე ბიზნესთან დაკავშირებით სწორი ეკონომიკური პოლიტიკისა და მხარდამჭერ ღონისძიებათა კომპლექსის გატარებაში, რათა მცირე ბიზნესმა რეალურად შეძლოს თავისი წვლილის შეტანა ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის სტრუქტურაში.

საბაზრო მექანიზმის სფეროში მცირე ბიზნესის როლი იმაში ვლინდება, რომ იგი ახერხებს ბრძოლას მონოპოლიასთან, რასაც აღწევს ცვალებად საზოგადოებრივ მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების შესაძლებლობით.

მცირე ბიზნესის ამოცანაა, ხელი შეუწყოს საქონლისა და მომსახურების სრულყოფილი ბაზრის ჩამოყალიბებას. იგი უყარის საბაზრო სისტემის პირველ-წყარო, რომელიც ფუნქციონირებს ეკონომიკის ნებისმიერ სექტორში და მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ეკონომიკური ზრდის ტემპებს, მთლიანი ეროვნული პროდუქტის სტრუქტურას, დასაქმების ზრდას, საქონლისა და მომსახურების ახალი სახეების წარმოშობასა და მომხმარებელზე მიწოდებას.

1.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ეტაპები

ეკონომიკური რეფორმების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს მცირე საწარმოთა განვითარება, რაც განაპირობებს საბაზრო კონკურენციული გარემოს განვითარებას, სამომხმარებლო ბაზრის შევსებას

საქონლითა და მომსახურებით, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, მესაკუთრეთა ფართო წრის ფორმირებას.

მცირე ბიზნესს აქვს იმდენად სასიცოცხლო მნიშვნელობა, რომ ეკონომიკის მხოლოდ უმნიშვნელო ნაწილს შეუძლია მისი პროდუქციისა და მომსახურების გარეშე არსებობა.

მცირე ბიზნესი ახორციელებს რიგ ეკონომიკურ და სოციალურ ამოცანებს. სხვადასხვა დონის ბიუჯეტებში გადასახადების ჩარიცხვის გარდა, მცირე ბიზნესი ავითარებს ეკონომიკურ სექტორს, ქმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს, განაპირობებს კონკურენციას.

მცირე მენარმეობის ადგილი და როლი ცივილიზებულ საბაზრო ეკონომიკაში განისაზღვრება შემდეგი ფუნქციებით:

მცირე ბიზნესი გვევლინება ეკონომიკის მნიშვნელოვან სექტორად. მცირე ბიზნესის საწარმოები უფრო მდგრადია გარე ცვლილებებთან. 90-იანი წლების დასაწყისში ეკონომიკის საერთო დაცემის პერიოდში სწორედ მცირე ბიზნესისაგან იქნა გაწეული მხარდაჭერა ქვეყნის ეკონომიკისათვის, როდესაც საჭირო იყო ახალ საბაზრო პირობებთან ადაპტაცია. მსხვილმა სახელმწიფო საწარმოებმა ვერ გაუძლეს კონკურენციას, მოხდა მათი დაშლა და პრივატიზება. ამდენად მცირე ბიზნესი ავლენს თავის მოქნილობას, სიცოცხლისუნარიანობას, ახასიათებს რა ბაზრის მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების უნარი, სპეციალიზაციის მაღალი ხარისხი, პერსპექტიული მიმართულებით რესურსების მობილიზაციის შესაძლებლობა.

მცირე ბიზნესი წარმოადგენს საგადასახადო შემოსულობათა ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს წყაროს; მცირე ბიზნესი მონაწილეობს ყველა დონის ბიუჯეტების ფორმირებაში. გვარდა იმისა, რომ მცირე საწარმოები თავიანთი შემოსავლებიდან ბიუჯეტში რიცხავენ თანხებს, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნით, რაც წარმოადგენს მოსახლეობის შემოსავლის წყაროს, ხელს უწყობენ ფიზიკური პირებიდანაც გადასახადების ამოღებას.

მცირე ბიზნესი მნიშვნელოვანია ორგანიზაციული კულტურისა და უნარ-ჩვევების დაუფლების თვალსაზრისით. მცირე საწარმოში ყალიბდება ფასეულობათა სისტემა, რაც ბიზნესის ფილოსოფიისა და მრწამსის საფუძველია. სოციალური ფაქტორები, პრინციპები, ტრადიციები, სამუშაო პროცედურები მიმართულია ორგანიზაციის მიზნების განხორციელებისა და სტრატეგიის რეალიზაციისაკენ.

მცირე ბიზნესი მეტად მნიშვნელოვან ფუნქციას ასრულებს ეკონომიკის ინოვაციური განვითარების თვალსაზრისით. თანამედროვე პირობებში ინოვაციები მიჩნეულია ეკონომიკის განვითარების სტრატეგიის ერთ-ერთ უმთავრეს ელემენტად, როგორც ნაციონალურ, ისე საერთაშორისო დონეზე.

მცირე ბიზნესს აქვს დიდი სოციალურ-ეკონომიკური როლი. ამ მხრივ შეიძლება გამოვყოთ მისი შემდეგი უპირატესობები:

- მესაკუთრეთა რიცხვის ზრდა, რაც განაპირობებს საშუალო კლასის ფორმირებას და რაც წარმოადგენს დემოკრატიულ საზოგადოებაში პოლიტიკური სტაბილურობის უმთავრეს გარანტს;

- ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის გაზრდა, რაც ადიდებს მოქალაქეთა შემოსავლებს და ათანაბრებს სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების კეთილდღეობაში არსებულ დისპროპორციებს;

- ყველაზე ენერგიულ, საქმის შემძლე ინდივიდთა წარმოჩენა, რომლებიც სთვისაც მცირე ბიზნესი ხდება თვითრეალიზაციის პირველი საფეხური;

- შედარებით დაბალი დანახარჯებით ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა; განსაკუთრებით მომსახურების სფეროში;

- პროფესიათა შეთავსების უზრუნველყოფა;

- სახელმწიფო სექტორიდან გამოთავისუფლებული, ასევე სოციალურად სხვებზე დამოკიდებული მოსახლეობის ჯგუფების (ლტოლვილები, ინვალიდები, ახალგაზრდები, ქალები) წარმომადგენელთა სამუშაოზე მონაცობა.

ჩვენის აზრით მცირე ბიზნესის საწარმოებში შედარებით მცირე პერსონალი განაპირობებს მსხვილ კომპანიებთან შედარებით შრომითი კოლექტივის დიდ

ერთსულოვნებას. ეს კიდევ უფრო აძლიერებს მოტივაციას და დადებითად აისახება კომპანიის პრომის შედეგებზე. უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად მცირე ბიზნესში პრომის მწარმოებლურობის შედარებით მაღალი ტემპებისა, პრომის ანაზღაურების დონე მსხვილ საწარმოებთან შედარებით დაბალია, რაც გამომწვეულია მწარმეთა ეკონომიურობითა და შედარებით დაბალი შემოსავლიანობით. მცირე საწარმოთა მესაკუთრეები უფრო ილტვიან ფულის შენახვისა და ინვესტირებისაკენ, მათ ყოველთვის აქვთ მოტივაციის მაღალი დონე წარმატების მიღწევაში.

თუმცა, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, მცირე საწარმოთათვის დამახასიათებელია ნაკლოვანებებიც, რომელთაგან შეიძლება გამოიყოს შემდეგი:

- რისკის მაღალი დონე, რის გამოც მაღალია ბაზარზე არამდგრადი მდგომარეობის ხარისხი;

- მსხვილ კომპანიებზე დამოკიდებულება;
- საკუთარი საქმის მართვაში ნაკლოვანებები;
- ხელმძღვანელთა სუსტი კომპეტენტურობა;
- მეურნეობრიობის პირობების ცვლილებებზე მაღალი მგრძობელობა;
- სიძნელები დამატებითი ფინანსური საშუალებებისა და კრედიტების

მიღე- ბაში;

- ხელშეკრულებათა დადებისას სამეურნეო პარტნიორების დაურწმუნებლობა და გაუფრთხილებლობა და ა.შ.

როგორც გამოკვლევები გვიჩვენებს, ძირითადი გამოგონებები ერთნაირი სიხშირით ხდება როგორც მცირე საწარმოებში და ცალკეული პირების მიერ, ასევე მსხვილ საწარმოებში. საწარმოთა ზომები ნაკლებ გავლენას ახდენს გამოკვლევათა ინტენსიურობაზე. მაგალითად მსოფლიოში საყოფაცხოვრებო ელექტრო მონყობილობათა უმსხვილესი მწარმოებელი “ჯენერალ ელექტრიკი” მცირე საწარმოებს მიაკუთვნებს მრავალ იდეას, მათ შორის ელექტროტოსტერების, სამზარეულოს ქურების, მაცივრების, ჭურჭლის სარეცხი მანქანის, მტვერსასრუტის გამოგონებას. მცირე საწარმოებმა და ცალკეულმა

პირებმა შექმნეს პერსონალური კომპიუტერი, უჟანგავი ფოლადის საპარსი საშუალება, ტრანზისტორული მიმღები, ფოტომაკოპირებელი მანქანა, რეაქტიული ძრავა, მომენტალური ფოტოგრაფია. მათმა გამოგონებებმა მოგვცა ჩვენ ვერტმფრემი, კონდიციონერი, ცელოფანი და ბურთულიანი კალამიც კი.(სიროპოლისი 1996: 27).

მსხვილი საწარმოები იშვიათად ითვისებენ გამოგონებებსა და სიახლეებს. ისინი აღიარებენ მათ, მაგრამ არ შეუძლიათ ყოველი ახალი გამოგონების დანერგვა საწარმოში მხოლოდ იმიტომ, რომ ის არსებულზე უკეთესია. ისინი ცდილობენ დაიცადონ მანამდე სანამ ახალი ხერხები და პროდუქცია არ გამოიწვევს ფასების მკვეთრ ზრდას. მათთვის უფრო მისაღებია ფუნდამენტური კვლევადამუშავებები ახალი ტექნოლოგიების სფეროში, ორიგინალური იდეების მატერიალური ხორცშესხმა კი შედარებით მომცრო ნოვატორი ფირმების საქმე უფროა. საყოველთაო ტენდენციას წარმოადგენს ის, რომ სიახლეთა რაოდენობის შეფარდება დანახარჯებისადმი სამეცნიერო კვლევებზე მცირე და საშუალო ფირმებში

3-4-ჯერ უფრო მაღალია, ვიდრე მსხვილ ფირმებში. ხშირად სიახლეები, რომლებსაც იყენებენ მსხვილი საწარმოები არის წვრილი და საშუალო, მათ შორის ინჟინირინგული, ვენჩურული და დამნერგავი ფირმების ინოვაციური საქმიანობის შედეგი. (მასურაშვილი 2008:23)

მცირე ბიზნესს შეუძლია სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა შედეგების დანერგვა მაღალი რისკის ფონზე. პერსპექტიულ ტექნოლოგიებზე საკუთრების უფლების წყალობით მცირე მენარმეებს შეუძლიათ ამ უფლების მიყიდვა მსხვილ დაინტერესებულ კომპანიებზე, ან შეთანხმების შედეგად მათთან შერწყმა. მოქნილობისა და ცვალებად პირობებთან ადაპტირების უნარის წყალობით მათ შეუძლიათ ინოვაციური პროცესის სანყისი ეტაპის ათვისება და მსხვილი ბიზნესისათვის, რომელსაც გააჩნია ფინანსური და საწარმოო შესაძლებლობები, ახალი ინოვაციების დასანერგად ნიადაგის მომზადება.

ყველაფერი ეს ერთის მხრივ, ქმნის მსხვილი და მცირე ბიზნესის შეთანხმების პირობებს, მეორეს მხრივ, კი მცირე საწარმოებს უყალიბებს იმის რწმენას, რომ მათი პროდუქცია, მათი ნოუ-ჰაუ აუცილებლად იქნება მოხმარებული. დღა რამდენადაც მსხვილი კომპანიები წარმოადგენენ მსოფლიო ბაზრის ოპერატორებს, ბუნებრივია ისინი ღებულობენ ინოვაციურ იმპულსებსა და ცდილობენ მათ ტრანსლირებას. ამდენად მცირე ბიზნესს უჩნდება იმის მოთხოვნილება, რომ ღრვის მოთხოვნების შესაბამისად გამართული ნაბიჯი შეინარჩუნოს, განაახლოს თავისი ტექნოლოგიები და ა.შ.

მსხვილი და მცირე საწარმოების კოორდინაციის სისტემის ფუნქციონირება შესაძლებელია “მენარმეობითი ქსელებით”, რომლებიც ფირმებს შორის ურთიერთქმედებისას გამოირჩევიან ორგანიზაციულ-მმართველობითი პრინციპების ერთობლიობით. ქსელური მოდელის გამოყენებისას შეთანხმების ნიადაგზე გამოიყოფა და განისაზღვრება ხელმძღვანელი რგოლი. თუმცაღა პასუხისმგებლობა გადანაწილდება ყველა რგოლს შორის. ხელმძღვანელი რგოლი ახორციელებს პარტნიორთა საქმიანობის კოორდინაციას. “მენარმეობითი ქსელების” ფუნქციონირების ეს ფორმა ხელს უწყობს, ერთის მხრივ, მასში ჩართულ სუბიექტებს შორის კონკურენციას, მეორეს მხრივ, კი ძლიერდება ყველა მონაწილის საქმიანობის კოორდინაცია, რათა ამაღლდეს სისტემის საერთო კონკურენტუნარიანობა გარე ფირმებთან შედარებით. შესაბამისად ასეთი ქსელების უპირატესობებია: ახალ ბაზრებზე გასვლა, გარიგებებთან დაკავშირებული დანახარჯების შემცირება, საწარმოო დანახარჯების შემცირება გადამწყვეტ ოპერაციაზე სპეციალიზაციითა და კონცენტრაციით.

მსოფლიო მეურნეობის პრაქტიკაში მსხვილი და მცირე ბიზნესის ურთიერთობის ძირითადი ფორმებია: ლიზინგი, სუბარენდა, ფრანჩაიზინგი; ლიცენზიური შეთანხმებანი და ვენჩურული დაფინანსებები.

ამდენად, მცირე საწარმოები ხელს უწყობენ მსხვილი საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებას და ამით მთელი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საერთაშორისო არენაზე. მცირე ფირმათა დიდი რიცხვი იმითაც

არის განპირობებული, რომ ისინი აკმაყოფილებენ მომხმარებელთა მოთხოვნილებებს ისეთ სპეციალიზებულ საქონელსა და მომსახურებაზე, რომელთა მსხვილსერიული წარმოება ეკონომიკური თვალსაზრისით გაუმართლებელია. ასეთი საქონლის ბაზარი დიდი არ არის, მაგრამ უნიკალური სახის საქონლის მიმწოდებლები პოულობენ თავიანთ ნიშას ბიზნესის სამყაროში და თავიანთი წვლილი შეაქვთ ჯანსაღი ეკონომიკური სისტემის ჩამოყალიბების საერთო საქმეში.

1.3. მცირე და საშუალო ბიზნესი საზღვარგარეთის ქვეყნებში

მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ფართო ქსელის შექმნა, მისი სახელმწიფოებრივი განვითარება, მისი ჩართვა ეკონომიკის შემადგენელ და განუყოფელ ნაწილად - ყველა ეს პრობლემა უკვე რამდენიმე ათეული წელია წარმატებით წყდებოდა განვითარებულ ქვეყნებში.

დასავლეთში მცირე ბიზნესის განვითარების დონე განსაზღვრავს სახელმწიფოში ეკონომიკის განვითარების ხარისხს. მცირე ბიზნესის განვითარება მიმდინარეობს სწრაფი ტემპებით, რადგანაც განვითარებული ქვეყნების ხელისუფლება დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს მცირე საწარმოებს და მხარს უჭერს ფედერალურ დონეზე. მცირე ბიზნესი დასავლეთში განაპირობებს საშუალო კლასის არსებობას, რომელიც ამავდროულად წარმოადგენს ბაზას ეკონომიკის სტაბილური განვითარებისათვის. უფრო მეტიც, ყოფილმა განვითარებულმა ქვეყნებმა (ტაივანი, სინგაპური, ინდონეზია) მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებით მოახდინეს დიდი ეკონომიკური ნახტომი.

მცირე ბიზნესის საწარმოები ძირითადად საბითუმო ვაჭრობაში (ფირმების საერთო რაოდენობის 17%), კომპიუტერული ტექნიკის მომსახურებასა (ფირმების საერთო რაოდენობის 17%) და ვაჭრობაში (ფირმების საერთო რაოდენობის 12%) სპეციალიზდებიან. ყველაზე დინამიურად განვითარებად სექტორად ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობაა მიჩნეული.

მცირე მენარმეობის განვითარებას ბიძგი მისცა 1974-1975 წლების ეკონომიკურმა კრიზისმა, რამაც განაპირობა ეკონომიკის განვითარების პარადიგმების ცვლილება, საწარმოს რაოდენობრივი მაჩვენებლებიდან ხარისხობრივ მაჩვენებლებზე გადასვლის პრიორიტეტულობა, რაც ახასიათებდა პროდუქტს, მომსახურებას, სიახლეს. ასეთ პირობებში ინდუსტრიული გიგანტების მკაცრი სტრუქტურები წაგებული დარჩნენ მცირე საწარმოთა მოქნილობასთან შედარებით, რომლებსაც შეეძლოთ რეაგირება კონიუნქტურის, მომხმარებელთა მოთხოვნის მცირე ცვლი-ლებებზეც კი.

მცირე საწარმოებს ყოველთვის ეჭირათ დომინირებული მდგომარეობა ეკონომიკაში, მიუხედავად წარმოებაში მიმდინარე კონცენტრაციისა და გამსხვილების პროცესებისა. (იხ.ცხრილი 1.3.1)

ცხრილი 1.3.1 სამრეწველო საწარმოთა ჯგუფები 1902-1907 წლებში.

საწარმოთა ზომები	საწარმოთა რაოდენობა აბსოლ.	საწარმოთა რაოდენობა % ში	დასაქმებულთა რაოდენობა	დასაქმებულთა რაოდენობა % ში
მცირე				
გერმანია 1907წ.	1 882 234	90.0	3 166 731	29.1
საფრანგეთი 1906წ.	531 958	87.4	916 441	24.9
ავსტრია 1902წ.	913 472	94.2	1 552 065	46.8
შვეიცარია 1905წ.	1 976 618	92.7	285 985	39.9
საშუალო				
გერმანია 1907წ.	176103	8.7	2 526 135	23.2
საფრანგეთი 1906წ.	72 209	11.9	1 291 348	35.1
ავსტრია 1902წ.	53 392	5.5	840 354	25.4
შვეიცარია 1905წ.	12 177	6.4	167 424	23.3
მსხვილი				
გერმანია 1907წ.	27 205	1.3	5 180 831	47.6
საფრანგეთი 1906წ.	4 485	0.7	1 471 999	40.0
ავსტრია 1902წ.	3 140	0.3	920 877	27.8
შვეიცარია 1905წ.	1 819	1.0	264 052	36.8

ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციისა და ევროპის თანამეგობრობის ქვეყნებში მცირე ბიზნესის გაზრდილმა როლმა ის გამოიწვია, რომ ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში აღიარებულ იქნა სპეციალური პოლიტიკის შემუშავების აუცილებლობა, რომლის ძირითად მიზნებადაც იქცნენ:

- ეროვნული მცირე საწარმოების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის განვითარება;

- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- უცხოური კომპანიებისა და ინვესტიციების მოზიდვა;
- წარმოების მოდერნიზაცია;
- ინოვაციური მოღვაწეობა;
- ტექნოლოგიების ტრანსფერტი.

მცირე ბიზნესის რეგულირებისა და მხარდაჭერის სისტემა ევროპაში ჩამოყალიბდა გასული საუკუნის 70-იან წლებში. მცირე და საშუალო ბიზნესის სტიმულირებისათვის ევროპაში შემუშავდა ღონისძიებები, რომლებიც ხელს უწყობდა მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის ადმინისტრაციული ბარიერების აღმოფხვრას. პირველ რიგში ცვლილებები შეეხო გადასახადებსა და დამატებულ ღირებულებას, კორექტირებებს ფინანსირების პირობებში და სახელმწიფოს სოციალურ ღონისძიებათა საკითხებში.

მცირე ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირება ევროპაში ძირითადად ხორციელდება ფინანსური, ტექნოლოგიური, საინფორმაციო და საკადრო მიზნობრივი პროგრამების შემუშავებითა და რეალიზაციით. მცირე ბიზნესის სტიმულირებისათვის შემუშავებულ იქნა ახალი იურიდიული მოდელები (ევროპული აქციონერული კომპანია), რომლებიც სხვადასხვა ქვეყნის სამართლებრივ სისტემებს მისცემს საშუალებას გადაჭრან პრობლემები სხვადასხვა ქვეყნის სამართლებრივ სისტემებს შორის შეხედულებათა განსხვავებულობისას.

ევროპაში მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა ხორციელდება სახელმწიფოს და ევროკავშირის ეგიდით. მცირე ბიზნესის ფინანსური მხარდაჭერა ხორციელდება

ევროკავშირის ისეთი სტრუქტურული ფონდებიდან, როგორცაა რეგიონალური განვითარების ფონდი, სოციალური ფონდი და სხვა.

საქართველოსათვის განსაკუთრებით საყურადღებოა მცირე მენარმეობის განვითარების სინგაპურული გამოცდილება. სინგაპური წარმოადგენს ნავთობპროდ-უქტების გადამუშავებისა და ნახევარგამტარების წარმოების მსოფლიო ცენტრს. ბევრი სპეციალისტი ფიქრობს, რომ სინგაპური წარმოადგენს სამენარმეო საქმია-ნობის განხორციელებისათვის საუკეთესო ადგილს. ეს არის ქვეყანა განვითარე-ბული საბაზრო ეკონომიკითა და თინანსური ინფრასტრუქტურით, რომელშიც განთავსებულია მსოფლიოს 3000 უმსხვილესი კომპანიის წარმომადგენლობები.

სინგაპურში მცირე მენარმეობის საფუძველს წარმოადგენს მომსახურების სხვადასხვა სახეების არსებობა. ესენია: სავაჭრო, საკომუნიკაციო, საფინანსო, ტურისტული და სხვა სახის მომსახურეობები. ეს სფეროები სთავაზობენ სამუშაო ადგილებს ქვეყნის მოსახლეობის 70-80%-ს. სინგაპურის მცხოვრებთა უმრავლესობა ეწევა ინდივიდუალურ სამენარმეო საქმიანობას, ზოგი ფლობს აქციებსა და სხვადასხვა კომპანიათა ფასიან ქაღალდებს. ამდენად სინგაპურის მოსახლეობის 80% მიეკუთვნება საშუალო კლასს.

ამ ქვეყანაში შექმნილია პირობები მცირე მენარმეობისათვის, რომლებიც აღწერილია საკანონმდებლო აქტებში. განსაკუთრებული შეღავათები გაიწევა დამწყები მცირე და საშუალო საწარმოების მიმართ.

სინგაპურში მცირე და საშუალო მენარმეობა ერთ ჯგუფშია გაერთიანებული, რომელიც თავის მხრივ იყოფა ორ კატეგორიად. პირველი კატეგორია მოიცავს სარესტორნე, სასტუმრო, ტურისტული, სამშენებლო და სხვა სერვისის ორგანიზაციასა და განვითარებას, ხოლო მეორე კატეგორიაში შემავალი სუბიექტები კი დაკავებული არიან წარმოების სფეროთი და საინოვაციო შემუშავებებითა და მათი დანერგვით. სინგაპურის ეკონომიკა მიმართულია საწარმოებს შორის თანამშ-რომლობაზე და მათ გაერთიანებაზე სპეციალურ კავშირებში, რომლის მიზანია შრომის ეფექტიანი განაწილება საუკეთესო

შედგის მიღწევა ახალი ტექნოლოგიებისა და პროდუქციის ახალი სახეების დანერგვისას. სინგაპურში ფუნქციონირებს 140 ათასამდე მცირე და საშუალო ფირმა, რაც შეადგენს მთელი საწარმოების 90%-ს.

მცირე მენარმეობის ასეთი განვითარება შეუძლებელი იქნებოდა, რომ არა სახელმწიფოს მხარდაჭერა. სინგაპურის ხელისუფლება დაინტერესებულია მისი განვითარებით და ხელს უწყობს მისი კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საერთაშორისო ბაზარზე.

სინგაპურის ხელისუფლება ზრუნავს მცირე საწარმოებში დასაქმებული კადრების კვალიფიკაციის ამაღლებაზე, რისთვისაც შექმნილია სახელმწიფო და კე- რძო სასწავლო დაწესებულებები.

სამხრეთ კორეაში ეკონომიკის განვითარების ისტორია ნათლად გვიჩვენებს მასში მცირე მენარმეობის წვლილს. 50-იან წლებში სამხრეთ კორეა იყო ყველაზე ჩამორჩენილი ქვეყანა მსოფლიოში. ეს განაპირობა ომმა და კორეის გაყოფამ ორ ნაწილად, რომლის ჩრდილოეთ ნაწილშიც აღმოჩნდა სამრეწველო და სამეცნიერო-ტექნიკურ ორგანიზაციათა მნიშვნელოვანი ნაწილი. ქვეყნის ბიუჯეტი ძირითადად სოფლის მეურნეობის ხარჯზე ივსებოდა და მცირე საწარმოებზე სწორედ ამ დარგში ფუნქციონირებდა. წარმოიშვა მცირე ფერმერულ მეურნეობათა დიდი რაოდენობა, რომლებიც განუხრელად ვითარდებოდნენ და უზრუნველყოფდნენ როგორც ადგილობრივ ისე საგარეო ბაზრების მოთხოვნილებებსაც. 60-იან წლებში წარმოიშვა ქვეყნის განვითარების ახალი პოლიტიკა, რომელიც აშშ-თან თანამშრომლობას ეფუძნებოდა. შეიქმნა უდიდესი კორპორაციები და კონცერნები, გაიზარდა ექსპორტი, რამაც გამოიწვია პროდუქციის გამოშვებისა და ბრუნვის ზრდა და ქვეყანაც მალე განვითარებულთა რიგებში ჩაენერა. ხელისუფლება მფარველობდა მსხვილ ბიზნესს. კრედიტებიც შესაბამისად გაიყვმოდა მსხვილ საწარმოებზე, ხოლო მცირე საწარმოები კი არანაირი შეღავათებით არ სარგებლობდნენ და იღვევებოდნენ მსხვილი ბიზნესის მხრიდან.

მსხვილი ბიზნესის განუხრელმა ზრდამ გამოიწვია ფინანსური კრიზისი. 1997 წელს ბანკებმა შეწყვიტეს მსხვილ საწარმოთა დაკრედიტება დავალიანებათა გადაუხდელობის გამო, რამაც ბევრი საწარმოს დაბანკოტებაც კი გამოიწვია.

1998 წელს ფინანსური კრიზისის დამთავრების შემდგომ გაამახვილა ხელისუფლებამ ყურადღება მცირე ბიზნესზე, შეიგნო რა მისი დიდი როლი ეკონომიკის განვითარებაში. ბანკებმა აქტიურად დაიწყეს მცირე ბიზნეს-სუბიექტების დაკრედიტება. შეიცვალა მცირე საწარმოთა საქმიანობის მიმართულებაც და აგრარული სფეროდან გადმოვიდა ინოვაციურ და მეცნიერებატევად დარგებში. მცირე საწარმოთა რიცხვის ზრდამ შეამცირა უმუშევრობა, გაზარდა ბიუჯეტში შენატანები და მთლიანი შიდა პროდუქტის ოდენობა.

დღეს სამხრეთ კორეაში 1 მილიონზე მეტი მცირე საწარმოა¹, რაც წარმოების 98,6%-ს შეადგენს. ამ სფეროში დასაქმებულია მომუშავეთა 62%. ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის ნახევარი და ექსპორტის 43% ამ საწარმოებზე მოდის.

ესპანეთში მცირე მენარმეობის განვითარება სათავეს ღებულობს გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან. მცირე ბიზნესის განვითარების მაღალი დონე განაპირობებდა ქვეყნის ეკონომიკის მაღალ დონეს. მისი მემკვიდრით აღმოიფხვრა უმუშევრობა და გაუმჯობესდა ეკონომიკური მდგომარეობა. ესპანეთში მცირე საწარმოთა დიდი ნაწილი, 80%-მდე – თავმოყრილია სოფლის მეურნეობაში. 25-30% კი ისეთ დარგებში, როგორცაა მშენებლობა, მრეწველობა, გემთმშენებლობა.

ესპანეთში მოქმედებს არაერთი პროგრამა, რომლებიც მიმართულია მენარმეობის განვითარებასა და მხარდაჭერაზე. ქვეყნის მთავრობა დიდ ყურადღებას ამახვილებს მცირე ბიზნესის იმ სუბიექტებზე, რომლებიც განაპირობებენ დაბალი ეკონომიკური მაჩვენებლების მქონე რეგიონების განვითარებას და რომლებიც აქტიურ მონაწილეობას ღებულობენ ქვეყნის სოციალურ პოლიტიკაში დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნით სოციალურად დაუცველი მოქალაქეებისათვის, როგორც არიან სტუდენტები, ქალები, ემიგრანტები და ა.შ.

სახელმწიფო მცირე ბიზნესის მხარდაჭერისათვის ქმნის დიდი რაოდენობის ფონდებსა და ორგანიზაციებს, რომლებიც იყოფა ორ ჯგუფად, რომლებშიც შედიან

ასევე ევროკავშირის ტერიტორიაზე არსებული მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები. პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება ურთიერთგარანტიის საზოგადოებები, რომლებიც მცირე ბიზნესის განვითარების მიზნით თავიანთ ქონებას ღებენ გარანტად გირაოს სახით ან კიდევ ხდებიან თავდებები. მეორე ჯგუფში შედიან ურთიერთდაფინანსების საზოგადოებები, რომლებიც ახორციელებენ მცირე მენარმეობის დაფინანსებას, ინვესტირებას და სუბსიდირებას. ამ ჯგუფში შედის ესპანეთის დაკრედიტების სახელმწიფო ინსტიტუტი.

აშშ-ში მცირე ბიზნესის სფეროში პოლიტიკის შემუშავება ხანგრძლივი პროცესის შედეგია. მისი საწყისები ჯერ კიდევ XIX საუკუნიდან მომდინარეობს რიგი ანტიმონოპოლიური საკანონმდებლო აქტების მიღებით. მათი შექმნა მოამზადა ეკონომიკური და სამართლებრივი ხასიათის მიზეზებმა. ეკონომიკური თვალსაზრისით ანტიმონოპოლიური (ანტიტრესტული, კონკურენციული) კანონმდებლობის წარმოქმნა განაპირობა კაპიტალისტური მეურნეობის განვითარებაში მომხდარმა ხარისხობრივმა ცვლილებამ - თავისუფალი კონკურენციის ეპოქის მონოპოლიურით შეცვლამ. მონოპოლიური გაერთიანებების - ტრესტების შექმნისა და საქმიანობის დასაწყისში ცხადი გახდა მათი დამანგრეველი ზემოქმედება, როგორც ეკონომიკაზე, ისე საზოგადოების პოლიტიკურ მდგომარეობაზე. კანონი აშშ-ს კონგრესმა მიიღო ამერიკული საზოგადოებრიობის და უპირველეს ყოვლისა ფერმერებისა და მცირე ბიზნესის წარმომადგენელთა მხრიდან ძლიერი ზეწოლის შედეგად, რომელთაც გაუჩნდათ საფუძვლიანი შიში კომპანიათა მცირე ჯგუფის ხელში საბაზრო ძალაუფლების კონცენტრაციის გაძლიერების მიმართ, რაშიც ხედავდნენ საფრთხეს მენარმეობისა და საერთოდ დემოკრატიისათვის. (გოგიაშვილი 2009:18).

მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ფილოსოფია და პრინციპები აშშ-ში ჩამოყალიბდა დიდი დეპრესიის (1929-1932წწ.) და მეორე მსოფლიო ომის დროს. ბევრი პროგრამა, რომლებიც სხვადასხვა ქვეყნებში ახლა შეიმუშავება აშშ-ში 1932 წელს იქნა დანერგილი. იმ დროისათვის მთავრობა სუბსიდიებს აძლევდა ომით დაზარალებულ მცირე ბიზნესის სუბიექტებს. მცირე საწარმოებში იქმნებოდა სამუშაო ადგილები, რაც ამტკიცებდა მის დიდ სოციალურ მნიშვნელობას. 1953 წელს კონგრესმა მიიღო მცირე

ბიზნესის მხარდამჭერი ფედერალური კანონი, რომელმაც განსაზღვრა სახელმწიფოს პრიორიტეტები მცირე მენარმეობის მხარდაჭერის საქმეში. ამ კანონის თანახმად ჩამოყალიბდა მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია. იგი თავისი სტატუსით აშშ-ს მთავრობის ფედერალური სააგენტოა, რომლის ხელმძღვანელს თანამდებობაზე ნიშნავს პრეზიდენტი და ამტკიცებს სენატი. ადმინისტრაციის ვალდებულებაა დაეხმაროს მცირე ბიზნესს, აღმოუჩინოს მას მხარდაჭერა სამთავრობო დონეზე, ყოველმხრივ განავითაროს თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკა. მცირე ბიზნესის ინტერესების სამართლებრივი დაცვის მიზნით შექმნილია ადვოკატურის განყოფილება, რომლის თანხმობის გარეშეც არ მიიღება არც ერთი სამართლებრივი ნორმა მცირე საწარმოების მდგომარეობის შესახებ. ფაქტობრივად აღნიშნული სამსახური მცირე მენარმეების ინტერესებს წარმოადგენს სასამართლოში და კონგრესში, რომელიც სამართლებრივი ზეწოლისაგან იცავს მათ. ამჟამად მცირე ბიზნესის საქმეთა ადმინისტრაცია ითვლის 3700 თანამშრომელს. თითოეულ შტატში მოქმედებს მისი რეგიონული განყოფილება 30-40 კაცის შემადგენლობით. ადმინისტრაციას თავისი განყოფილებები გააჩნია 90 დიდ ქალაქში, რომლებიც ერთმანეთთან დაკავშირებულია ერთიანი მკომპიუტერული ქსელით. მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საქმიანობას წარმოადგენს საინფორმაციო მხარდაჭერა და გადამზადება. ამ მიზნით ყოფილ და ახლანდელ მცირე მენარმეებს უტარდებათ ტრენინგები, კონსულტაციები. ასევე აღნიშვნის ღირსია ქალ მენარმეთათვის ცენტრების ფუნქციონირება, სადაც მუშაობის ტრადიციული მიმართულებაა ბიზნეს-ლედის მომზადება და გადამზადება. ეს პროგრამა აღმოჩნდა მეტად შედეგიანი – 9 მილიონზე მეტი ადამიანია დაკავებული საწარმოებში, რომლებსაც ქალვებატონები ფლობენ, მათი წვლილი ეკონომიკაში 1,15 ტრილიონს შეადგენს, ხოლო ეკონომიკური ზრდის ტემპები აქ უფრო მაღალია ვიდრე საშუალოდ ქვეყანაში. აშშ-ში თვლიან, რომ მცირე ბიზნესზე დახმარება აუცილებელია, რადგან ის ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გადასახადებს იხდის შესაბამის ბიუჯეტებში. მცირე ბიზნესი ხშირად გადაიზრდება დიდში, რაც ერის ეკონომიკურ სიცოცხლისუნარიანობას ზრდის. ამერიკის ტექნიკურ სიახლეთა 55% მცირე და საშუალო ბიზნესის მიერაა შექმნილი. ის თავისი

შემოქმედებითი აქტივობით, ახლის ძიებით და კონკურენტუნარიანობით ახალ ძალას მატებს ამერიკის ეკონომიკას. (ამერიკის 1998:75.)

აშშ-ს პრაქტიკა ადასტურებს, რომ სახელმწიფო პოლიტიკა ბიზნესის სფეროში ეფექტურია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც მას აქვს საერთო ეროვნული ხასიათი და პასუხობს მთელი საზოგადოების ინტერესებს და არა მხოლოდ ამა თუ იმ სოციალური ჯგუფისას, როგორც მძლავრი და გავლენიანი არ უნდა იყოს ის, ე.ი. თუ დაცულია ჯანსაღი კონკურენციის პრინციპები.

აშშ-ში მცირე ბიზნესი ეკონომიკისათვის ახალი სამუშაო ადგილების 75%-ზე მეტს უზრუნველყოფს, მათში ჭარბობს ახალგაზრდათა და ხანდაზმულთა რიცხვი, რაც კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს მცირე ბიზნესის სოციალურ მნიშვნელობას. დღეს მცირე ბიზნესი აშშ-ში მთლიანი ეროვნული პროდუქტის 40,9%-ს უზრუნველყოფს, ეს 22,9 მლნ. სანარმოა და ექსპორტიორი ფირმების 97%.

იაპონია ომის შემდგომ პერიოდში ტექნიკურ სფეროში დიდი მიღწევებისა და ეკონომიკის ზრდის გამო შევიდა ყველაზე განვითარებულ ქვეყანათა სამეულში. ეს განაპირობა სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესის დიდმა მხარდაჭერამ. მიუხედავად ქვეყანაში არსებული მრავალრიცხოვანი მსხვილი სამეცნიერო კორპორაციებისა და მსხვილი კონცერნებისა, რომლებიც უშვებენ ავტომობილებს, აუდიო და ვიდეოტექნიკასა და სხვა სახის პროდუქციას, მცირე მენარმეობის წილი იაპონიის ეკონომიკაში შეადგენს დაახლოებით 40%-ს. უნდა აღინიშნოს, რომ მეცნიერებატევადი პროდუქციის დამზადებითა და ინოვაციური ტექნოლოგიების შემუშავებით დაკავებულია უმთავრესად მსხვილი სანარმოები, ხოლო მცირე სანარმოები კი ფუნქციონირებენ მშენებლობის, მსუბუქი მრეწველობისა და მომსახურების სფეროებში. ამიტომაც იაპონიის ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართულია მცირე მენარმეობაში მეცნიერებატევადი და ტექნიკური წარმოების განვითარებისაკენ.

სამენარმეო საქმიანობა იაპონიაში რეგულირდება მთავრობის მიერ, ის ანიჭებს მცირე სანარმოს სტატუსს და საქმიანობის სახეების მიხედვით განსაზღვრავს შეღავათებს. მცირე ბიზნესის საქმიანობას უშუალოდ არეგულირებს მცირე სანარმოთა სამმართველო, რომელიც ექვემდებარება იაპონიის ვაჭრობისა და მრეწველობის

სამინისტროს. ის აკონტროლებს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შესრულებას, მცირე მეწარმეობის ინტერესთა სახელმწიფოებრივ დაცვას, მომწოდებლებისა და დამკვეთების პასუხისმგებლობის განსაზღვრას მათ შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობებისას და ა.შ.

მცირე მეწარმე სუბიექტებისათვის სესხების მიღების გამარტივების მიზნით იაპონიაში, მსგავსად აშშ-ს, ჩინეთისა და სხვა ქვეყნებისა, შეიქმნა მცირე და საშუალო სანარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო ორგანიზაციები. ასეთია მაგალითად, მცირე ბიზნესის საფინანსო კორპორაცია, რომელიც მცირე სანარმოებს ძირითადი და საბრუნავი კაპიტალის გასაზრდელად სთავაზობს გრძელვადიან სესხებს შეღავათიანი პირობებით. ასევე, იაპონიის ნაციონალური საფინანსო კორპორაცია ყოველწლიურად 500 მილიარდ იენზე მეტს გასცემს მცირე სანარმოთა დასაკრედიტებლად. ბანკი “სოკო-ჩუკინი” აფინანსებს მცირე და საშუალო სანარმოების კოოპერატივების საქმიანობებს. ამასთან, იაპონიის სახელმწიფო მცირე და საშუალო სანარმოებისათვის უზრუნველყოფს კომერციული საფინანსო კომპანიებიდან კრედიტების აღების გარანტიასა და დაზღვევას “დამატებითი საზოგადოებრივი დაკრედიტების სისტემის მეშვეობით. ეს სისტემა უზრუნველყოფს კაპიტალის გადადინებას კომერციული საფინანსო ინსტიტუტებიდან მცირე და საშუალო კომპანიებისაკენ. (აბესაძე. . .2008:47).

ქვეყანაში 9 მლნ-მდე წვრილი სანარმოა, რომელთაგან 6 მლნ-ზე მეტი ფუნქციონირებს გადამამუშავებელ მრეწველობაში, სადაც დასაქმებულია მრეწველობაში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 75%-ზე მეტი, საერთოდ კი ქვეყნის შრომისუნარიანი მოსახლეობის სამი მეოთხედი მცირე ბიზნესის სფეროში მუშაობს. გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესზე მთლიანი შიდა პროდუქტის 50%-ზე მეტი მოდის. აქ 3,5 მლნ. მცირე და საშუალო სანარმოა, ისინი გადასახადის გადამხდელი ფირმების 99%-ს შეადგენენ. ეს სანარმოები სამუშაო ადგილების 80%, ბრუნვის გადასახადის 45% და ექსპორტის 30% უზრუნველყოფენ. (ჩუთლაშვილი 2005:16) გერმანიის ეკონომიკისა და ტექნოლოგიების ფედერალური სამინისტროს მონაცემებით მცირე და საშუალო სანარმოების თანამშრომლები და თავისუფალი პროფესიების წარმომადგენელთა (ექიმების, ფარმაცევტების, ადვოკატების)

ერთობლიობა განეკუთვნებიან გერმანიის საშუალო კლასს. ეს არის გერმანიის საზოგადოების ძირითადი შემადგენელი ნაწილი საშუალო შემოსავლებითა და კერძო საკუთრების ფლობით.

გერმანიის მთავრობა შელავათიან კრედიტებს გასცემს შემდეგ ობიექტებზე:

- მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოებზე, რომლებიც დაკავებულნი არიან სამეცნიერო გამოგონებათა სფეროში;

- საწარმოებზე, რომლებიც შეიმუშავენ პროექტებს, მიმართულთ გარემო პირობებისა და ეკოლოგიური სიტუაციის გაფრთხილებისაკენ.

- საწარმოებზე, რომლებიც მონაწილეობენ ეკონომიკური თვალსაზრისით სუსტად განვითარებული რეგიონების განვითარების გაუმჯობესებაში;

- საწარმოებზე, რომლებიც საქმიანობენ მშენებლობის სფეროში და წყვეტენ საცხოვრებელი პირობების საკითხებს.

- მცირე საწარმოებზე, რომლებიც მუშაობენ წარმოების პირობების გასაუმჯობესებელ პროექტებზე. ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შესაძლებელია დასკვნების გაკეთება, რომლებიც ასახავს მცირე ბიზნესის განვითარების ტენდენციებს:

1. მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერა უნდა წარმოადგენდეს ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტს. საქართველოს შეუძლია ამ კუთხით დაგროვილი მსოფლიო გამოცდილების გამოყენება, მცირე ბიზნესის განვითარებისა და მხარდაჭერის წარმატებული მოდელების გაანალიზება და მათი ტრანსფორმაცია ეროვნული, ტერიტორიული, კლიმატური, საწარმოო, ასევე დაგროვილი ცოდნის თავისებურებათა მხედველობაში მიღებით.

2. საქართველოსათვის განსაკუთრებით სასარგებლოა განვითარებულ ქვეყნებში მცირე ბიზნესის ევოლუციის ეტაპების შესწავლა;

3. ჩვენს ქვეყანაში მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის პრიორიტეტული მიმართულებები უნდა გახდეს:

მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის ინტეგრაციაში თანამონაწილეობა. ლიზინგის, ფრანჩაიზინგისა და სუბმენარდების განვითარება;

მცირე საწარმოთა დაინტერესება საინოვაციო და მეცნიერული კვლევების განსახორციელებლად. მათთვის შეღავათიანი კრედიტების შეთავაზება;

მცირე ბიზნესის სფეროში საგანმანათლებლო საქმიანობა. საგანმანათლებლო ქსელების შექმნა, როგორც სახელმწიფო ასევე კომერციულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან ერთად;

მცირე მენარმოების დაფინანსების ალტერნატიული წყაროების დანერგვისათვის პირობების შექმნა;

თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება ზოგად მონაცემთა ბაზების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად.

მცირე ბიზნესის რეგიონული მხარდაჭერა, მათი თავისებურებებისა და პრიორიტეტების გათვალისწინებით.

თავი II. მცირე და საშუალო ბიზნესის კავშირი ეკონომიკურ და სამართლებრივ ფორმებთან საქართველოში

2.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი გარემო საქართველოში
საქართველოს ეკონომიკაში საბაზრო პრინციპების მასშტაბებთან ერთად იზრდება ბაზრის მონაწილეთა პრაგმატიზმი. იცვლება ბიზნესის ძირითადი სუბიექტების სახელმწიფოსთან, საზოგადოებასთან, საფინანსო-საკრედიტო სისტემასა და ბიზნეს კონტრაგენტებთან ურთიერთ დამოკიდებულებათა სისტემის ხასიათი. წინა პლანზე იწევს ცივილურ საბაზრო ურთიერთობებსა და ჯანსაღ კონკურენ-ციანზე დამყარებული ბიზნესის ორგანიზაცია-განვითარების ცოდნის საჭიროება. იზრდება ბიზნეს სუბიექტების ეკონომიკური საქმიანობის შედეგების შესახებ ინფორმაციით როგორც გარე, ისე შიდა მომხმარებელთა დაინტერესება.

სამეურნეო საქმიანობის განხორციელების დროს ყოველი ფირმა აწყდება მრავალ ეკონომიკური ხასიათის პრობლემას, რომელთა შორის ჩვენის აზრით ძირითადია: ბაზრის მდგომარეობის შესწავლის სირთულე, საკუთარი სამეურნეო

ადგილის მოძებნა, შესაძლო წინააღმდეგობებისა და შეზღუდვების გათვალისწინება, ბიზნესის მასშტაბების ადეკვატური ფინანსური რესურსების ფორმირება და სხვა.

ჩვენ ვთვლით, რომ ყოველმა სუბიექტმა, ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად უნდა გამოძებნოს თავისი განვითარების მიმართულება, რისთვისაც აუცილებელია კაპიტალის გამოყენების ახალი ფორმების, წარმოების ეკონომიკურად ეფექტური ტექნოლოგიების, პროდუქციით ბაზრის უზრუნველყოფის ახალი ფორმების დანერგვა, რაც მოითხოვს ბაზრის კონიუნქტურის კარგად ცოდნას და ორგანიზაციის მიერ თავისი განვითარების ადეკვატური ეკონომიკური სტრატეგიის ჩამოყალიბებას.

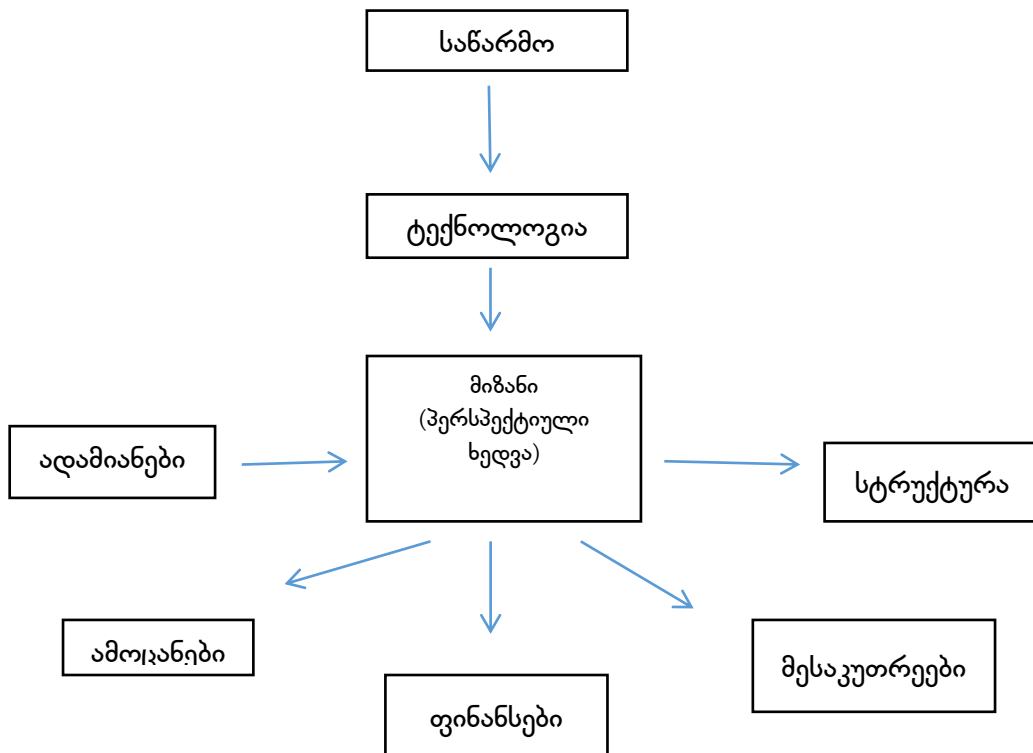
ბიზნესის გარემო, ეს არის იმ ფაქტორების ერთობლიობა, რომლებიც განსაზღვრავენ სუბიექტების ქცევის წესებს ბაზარზე. ბიზნესის გარემოზე ზემოქმედების თვალსაზრისით, შესაძლებელია გამოვყოთ განსხვავებულ ფაქტორთა ნუსხა, რომლებიც ერთიანდებიან ბიზნესის მიკრო, მაკრო და საერთაშორისო ფაქტორებში. (შენგელია 2008:57)

ბიზნესის გარემო ორნაწილიანია და მოიცავს შიდა გარემოსა და გარეთა გარემოს, რომელთა მართვის შესაძლებლობები საკმაოდ განსხვავებულია. ნებისმიერი ბიზნესი, როგორც წესი, მისი შიდა გარემოს შემეცნებით, დაპროექტებითა და შექმნით იწყება, რაც ბიზნესმენისაგან შესაბამის ცოდნასა და გამოცდილებას მოითხოვს. ამ პრობლემის ეფექტურად გადაწყვეტის ძირითად გზას პრობლემისადმი სისტემური მიდგომა წარმოადგენს, რაც გულისხმობს ფირმის შიდა სივ-

რცის ერთიან ცოცხალ ორგანიზმად წარმოდგენას, სადაც განიხილება მისი ყველა ძირითადი შემადგენელი ელემენტი, ასევე პროცესები მათ შორის არსებული კავშირებითა და კანონზომიერებებით.

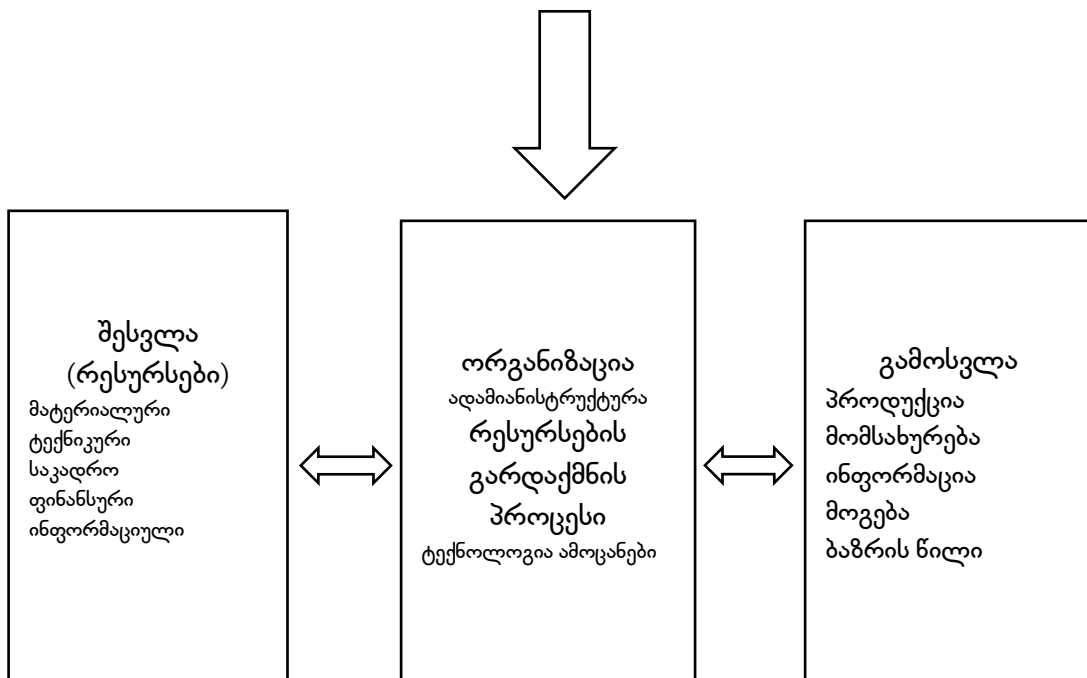
შიდა გარემოს მართვა ერთი შეხედვით რთული არ უნდა იყოს, მაგრამ “შუა-ცრი რეალობა სულ სხვაზე მეტყველებს, რადგან იგი თავისი ბუნებით საკმაოდ პარადოქსულია. (იხ. სქემა 2.1.1.)

სქემა 2.1.1 ბიზნესის შიდა გარემოს ფაქტორების ურთიერთდამოკიდებულება



კერძოდ, მიუხედავად იმისა, რომ მესაკუთრეები ფირმის შიდა გარემოს თავისი შეხედულებებისამებრ თვითონვე ქმნიან, მასში თავს იჩენს მათი სურვილებისაგან დამოუკიდებლად მოქმედი ობიექტური ფაქტორები და კანონზომიერებანი, მათ შორის საკმაოდ საშიში რისკები, რომლებიც თავიდან გათვალისწინებული არ იყო. ამ უკანასკნელთა იგნორირებას შეუძლია ბიზნესის სრული კატასტროფა გამოიწვიოს. ამდენად, ფირმის შიდა გარემოს სტრუქტურის და ფუნქციონირების კანონზომიერებათა ცოდნას როგორც ბიზნესის წამოწყების წინა სტადიაზე, ისე მისი შემდგომი მომგებიანი წარმართვისათვის სასიცოცხლო მნიშვნე ლობა აქვს”. (სისვაძე 2009: 34).

სქემა 2.1.2. ორგანიზაციის ფუნქციონირების მოდელი.
გარე გარემო



გლობალიზაციისა და ტექნოლოგიური პროგრესის მაღალმა ტემპებმა ფუნდამენტურად შეცვალეს

ბაზრისა და კონკურენტული სტრატეგიების პირობები, ასევე შეიცვალა საერთაშორისო და შიგა ბაზრების სტრუქტურები, ბიზნესისა და წარმოების სისტემები. დღეისათვის ბიზნესის პოტენციალი დამოკიდებულია პროდუქციის ხარისხზე, ტექნიკურ უპირატესობასა და განსაკუთრებით მომხმარებელთა ორიენტაციაზე. ეკონომიკურმა ლიბერალიზაციამ და დარეგულირებამ შიგა და საგარეო ბაზრების კიდევ უფრო მჭიდრო ინტეგრაციამდე მიგვიყვანა. ამის შედეგად ორგანიზაციებს უნევთ კონკურენციასთან გამკლავება არა მარტო საერთაშორისო, არამედ ეროვნულ ბაზრებზეც.

კონკურენტუნარიანობის თემა მთელ მსოფლიოში, მათ შორის საქართველოშიც, განსაკუთრებული აქტუალურობით გამოირჩევა, რადგან იგი არის ქვეყნების ეკონომიკური ზრდისა და სოციალური განვითარების სასიცოცხლო გზა.

ბოლო ორი ათეული წლის მანძილზე კონკურენტული ბიზნესის განვითარების ეროვნული სტრატეგიისათვის ძირეულ კომპონენტს წარმოადგენს ტექნოლოგიები. ახალ ტექნოლოგიას შეუძლია შეემციროს დანაკარგები და დააჩქაროს მომხმარებელთა მოთხოვნებზე რეაქციის გამოვლენის დრო. ახალი ტექნოლოგიები ამალღებენ მობილურობას და ხელს უწყობენ პროდუქტებისა და მომსახურების მრავალფეროვნების შექმნას.

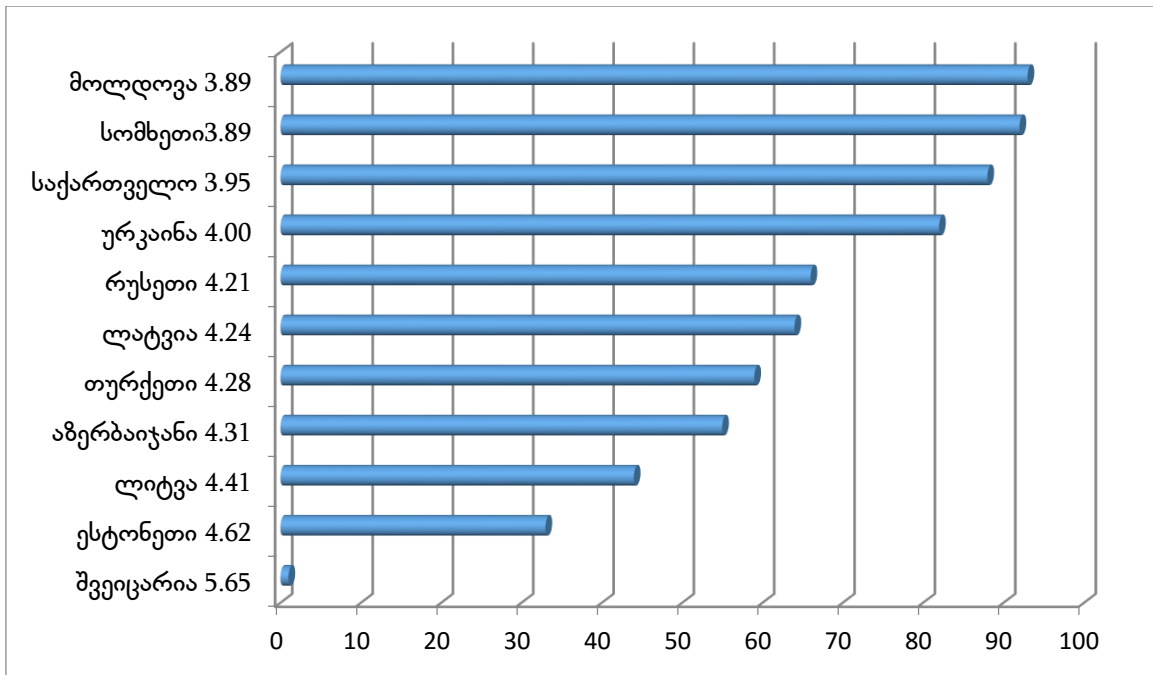
ბიზნეს გარემოს განვითარების შესახებ რეკომენდაციებს ამზადებენ სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციები. მათ ქვთ საკუთარი ხედვა იმასთან დაკავშირებით თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს ბიზნესი საქართველოში. გლობალურ კონკურენტუნარიანობას იკვლევენ ავტორიტეტული საერთაშორისო ორგანიზაციები – მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, მსოფლიო ბანკი,

განვითარებისა და მენეჯმენტის საერთაშორისო ინსტიტუტი, ჰარვარდის უნივერსიტეტთან არსებული სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის ინსტიტუტი; ამ ორგანიზაციებისადმი საზოგადოების ნდობის ფაქტორი დღითი დღე იზრდება მათ მიერ წარმოდგენილი დასკვნები ეფუძნება რეალურ ინფორმაციას (პოლიტიკაში, ეკონომიკასა და სოციალურ სფეროში), გამოირჩევა საიმედოობის მაღალი ხარისხით, ატარებს სარეკომენდაციო ხასიათს და ეროვნული სახელმწიფოები წარმატებით იყენებენ ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავების პროცესში.

ყოველ წელს მსოფლიო ბანკი აფასებს ეკონომიკას ბიზნეს გარემოს მიხედვით. მსოფლიო ბანკის 2011-2012 წწ. ანგარიშის მიხედვით, ლუიგ ბუსინესში საქართველოს ბიზნეს გარემო მსოფლიოში მე-16 ადგილზეა. ამ მხრივ ის რეგიონულ კონკურენტებზე ბევრად წარმატებულია. მაგალითად სომხეთს 183 ქვეყნიდან 55-ე ადგილი უკავია, აზერბაიჯანს – 66-ე, ხოლო რუსეთი კი 120-ე ადგილზეა.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი 1979 წლიდან იკვლევს ქვეყნების კონკურენტუნარიანობას. ეს სამუშაოები მიმართულია ქვეყნების დასახმარებლად, რათა მათ კარგად გააანალიზონ ის მიზეზები თუ რატომ ვითარდება ზოგი ქვეყანა წარმატებულად, ხოლო ზოგიერთი კი ჩამორჩება. ის ზომავს მაკროეკონომიკური გარემოს ხარისხს, ქვეყნის საჯარო ინსტიტუტების მდგომარეობას და ტექნოლოგიური მზაობის დონეს. რეიტინგი ეყრდნობა საჯაროდ ხელმისაწვდომ (სტატისტიკურ) მონაცემებსა და მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის აღმასრულებელ პირთა მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგებს. აღნიშნული ყოველწლიური კვლევა ხორციელდება პარტნიორი ინსტიტუტების ხელშეწყობით (სამეცნიერო ინსტიტუტები და ბიზნეს-ორგანიზაციები).

დიაგრამა 2.1.1 ზოგიერთი ქვეყანა „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის“ რეიტინგში



წყარო: ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. პუბლიკაცია „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში“ (www.economy.ge)

ეს ინდექსი ახდენს იმ ფაქტორების ანალიზს, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ქვეყანაში ბიზნეს-კლიმატის შექმნისათვის და მნიშვნელოვანია მწარმოებლურობისა და კონკურენტუნარიანობის თვალსაზრისით. ასევე განიხილავს ქვეყნის ძლიერ და სუსტ მხარეებს, ახდენს პრიორიტეტების იდენტიფიცირებას პოლიტიკური რეფორმების განხორციელების ხელშეწყობისათვის.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის “გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის” მიხედვით, საქართველოში ბიზნესის კეთებისა და განვითარებისათვის ყველაზე ხელისშემშლელ ფაქტორებად დასახელდა ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა, არაკვალიფიციური სამუშაო ძალა, ინფლაცია, სუსტი სამუშაო ეთიკა ეროვნულ სამუშაო ძალაში, საგადასახადო რეგულაციები, ხელისუფლების არასტაბილურობა, გაუმართავი ინფრასტრუქტურა, საგადასახადო განაკვეთები, პოლიტიკური არასტაბილურობა.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის რეკომენდაციით, გარდამავალი ეკონომიკის სტატუსის მქონე ქვეყნებმა, მათ შორის საქართველომაც, საწარმოს დონეზე უნდა გააუმჯობესოს საწარმოო პროცესები ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის,

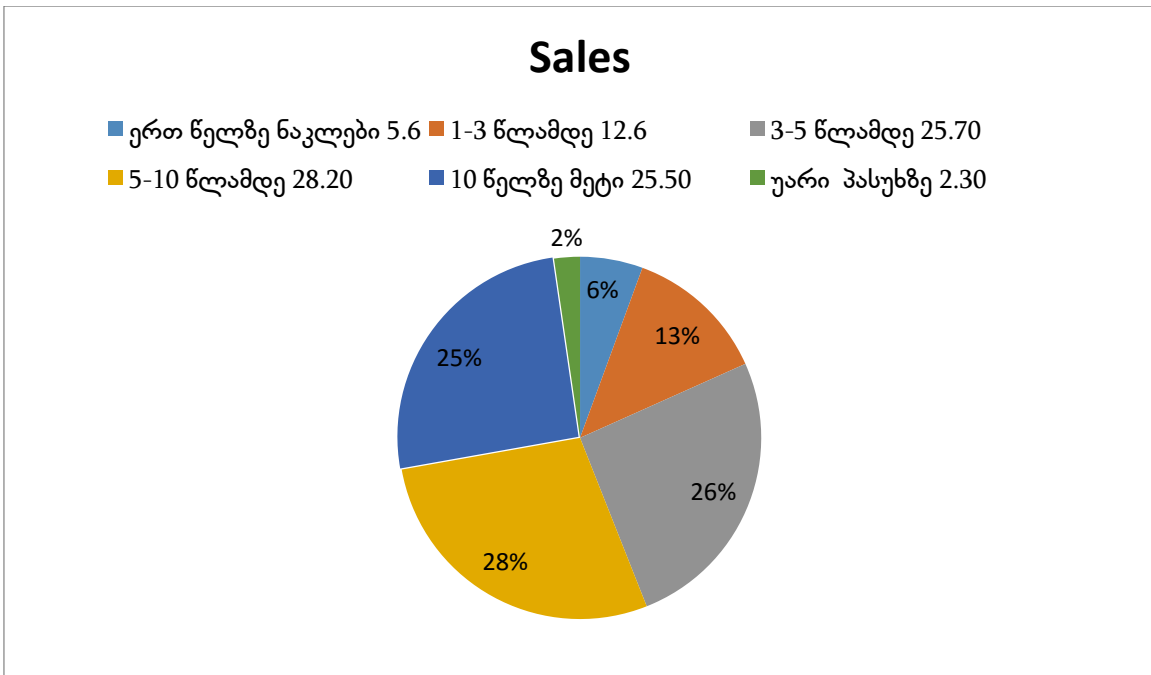
მარკეტინგული კვლევების გააქტიურებისა და გრძელვადიანი დაგეგმვის სრულყოფის გზით; მაკროდონეზე კი საქართველოს სჭირდება ეკონომიკური პოლიტიკისა და ინფრასტრუქტურის სრულყოფა

ეროვნული სახელმწიფოების განვითარების შედარებითი ანალიზი საქართველოს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ტენდენციებისა და სოციალურ სფეროში არსებული პრობლემების ობიექტური შეფასების შესაძლებლობას იძლევა. კერძოდ, საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ამაღლებით ჩვენს ქვეყანას შეუძლია მიაღწიოს სტაბილურ ეკონომიკურ ზრდას, დასაქმების დონის ზრდას, უმუშევრობის, სიღარიბის დონის შემცირებას.

”მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში”, რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა ბიზნეს გარემოს ჯეროვნად დახასიათება, მათი საქმიანობის ტენდენციების შესახებ მონაცემების მოპოვება.

გამოკვლევის შედეგების მიხედვით 2008 წლის მეოთხე კვარტალში მცირე და საშუალო საწარმოთა უდიდესი ნაწილი 25,5% სამენარმეო საქმიანობას ეწევა 10 წელზე მეტია, 5-დან 10 წლამდე – 28,2%, 3-დან 5 წლამდე – 25,7%, 1-დან 3წლამდე – 12,7%, ერთ წელზე ნაკლები ვადით 5,6%. (დიაგრამა 2.1.3.)

დიაგრამა 2.1.3 გთავაზობთ სამენარმეო საქმიანობით დაკავებულ საწარმოთა დაჯგუფება საქმიანობის ხანგრძლივობის მიხედვით



უნდა აღინიშნოს, რომ საინტერესო განსხვავებები არსებობს საზღვარგარეთის ქვეყნებში მცირე მენარმეობის არჩევის მოტივებსა და საქართველოსა და ყოფილ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში არსებულ იმავე საკითხს შორის. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში უმუშევრობა არ არის ძირითადი, გადამწყვეტი ფაქტორი ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროსაკენ ადამიანების ლტოლვისა. ეს უფრო ნაკარნახევია გრძელვადიანი, მყარი მოტივებით, შრომითი ფასეულობების უფრო ახლებურად გააზრებით. განვითარებულ ქვეყნებში სულ უფრო იზრდება წვრილ, არაკორპორირებულ ფერმათა რიცხვი, რომლებშიც შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე ოჯახის წევრებთან, ან დაქირავებულ მუშაკთა გვერდით თვითონ მესაკუთრეებაც მუშაობენ, რომელთა მიერ მიღებული შემოსავალი ამ საწარმოებში დაბანდებული კაპიტალის მეშვეობით, ზოგჯერ კი მხოლოდ საკუთარი შრომისა

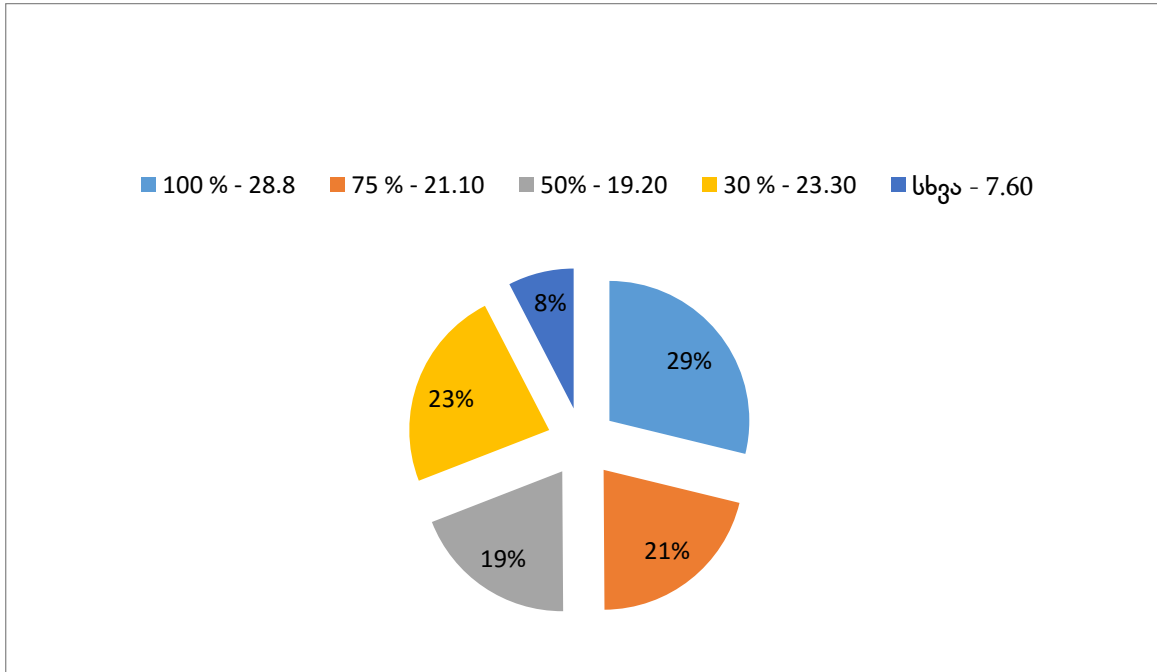
და მენარმეობრივი ნიჭის უკუგებით მიიღება. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად "მიმზიდველი" ფაქტორებით განისაზღვრება, განვითარებად ქვეყნებში გადამწყვეტია "იძულებითი" ფაქტორები, რომელთა მიხედვითაც მცირე ბიზნესით თავის დასაქმების მოტივია სამუშაოს ვერ პოვნა, ან კიდევ ოჯახის რჩენის მიზნით მეტი შემოსავლის მიღება.

მსგავსი სურათი მივიღეთ ჩვენს მიერ ჩატარებული გამოკითხვის შედეგებით: მენარმეთა 19,9%-ს უნდოდა, რომ მეტი შემოსავალი ჰქონოდა, 35,7%-მა სამუშაო ვერ იშოვა, 32,5%-ს სურდა თავისი საქმისა და საკუთარი იდეების განხორციელება, ხოლო 11,9% თვლის, რომ მისი წინანდელი საქმიანობა უპერსპექტივო იყო. ამასთან მენარმეების ძირითადი ნაწილი საქმიანობის იმ სახეს ირჩევს, რომელშიც აქვს გამოცდილება.

მცირე ბიზნესის როლისა და ადგილის შეფასებისათვის მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილის დადგენა ოჯახის ბიუჯეტში. გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ მცირე ბიზნესით დაკავებული მენარმეების 28,8%-ის ოჯახების რჩენის ერთადერთი გზა (100%) მცირე ბიზნესში დასაქმებით მიღებული შემოსავლებია, მენარმეთა 21,1%-ი საოჯახო ბიუჯეტის 75%-ს ავსებს ასევე საკუთარი მცირე ბიზნეს საქმიანობიდან მიღებული ფინანსური სახსრებით, 19,2 %-ისათვის მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს საოჯახო ბიუჯეტის

50%-ს, ხოლო 23,3%-ისათვის 30%-ს. (იხ. დიაგრამა 2.1.6.).

მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილი საოჯახო ბიუჯეტში



წყარო: საკუთარი კვლევები

გამოკვლევებით ჩანს, რომ მენარმეებისათვის დღესაც აქტუალურია ისეთი ხელისშემშლელი ფაქტორები, როგორცაა: ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა, კრედიტის მაღალი საპროცენტო განაკვეთი, მაღალი საგადასახადო განაკვეთები. მტკივნეულ საკითხს წარმოადგენს ასევე ფალსიფიცირებული პროდუქციისაგან ბაზრისა და საკუთრების უფლების დაუცველობა. მენარმეები თვლიან, რომ მათი ბიზნესის წარმატებული განვითარებისათვის ზემოთ აღნიშნულ პრობლემებთან ერთად არანაკლები მნიშვნელობა აქვს მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობას. აქედან გამომდინარე ზოგადად ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია მოსახლეობის კეთილდღეობა, რომელზეც ჯაჭურად არის მიბმული ბიზნესის გაფართოების შესაძლებლობები.

ამრიგად, ქვეყანაში წარმატებული ბიზნეს გარემოს ფორმირებისათვის აუცილებელია ძლიერი ინსტიტუტების, სტაბილური საკანონმდებლო რეგულირებისა და ბიზნესის ოპერირების ძლიერი კულტურისა და ტრადიციების არსებობა. გრძელვადიან პერსპექტივაში აუცილებელია სტაბილურობის უზრუნველყოფა,

რაც მსხვილი ფინანსური რესურსების მოზიდვის მთავარი წინაპირობაა. რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, თუ ქვეყანაში არ იქნება სტაბილური საკანონმდებლო და პოლიტიკური გარემო, შეუძლებელი იქნება განვითარებულ და მიმზიდველ ეკონომიკაზე საუბარი.

2.2. მცირე ბიზნესის განვითარების ეტაპები საქართველოში

ისტორიული წყაროებიდან ცნობილია, რომ საქართველოში მენარმეობა სათავეს მონათმფლობელური წყობილებიდან იღებს და ისევე როგორც სხვა ქვეყნებში, აქაც ვაჭრობით იწყება.

ფეოდალური წყობის დროს მამულებში იქმნებოდა მიწათმოქმედების დამატებითი პროდუქცია, რაც ვაჭრობის განვითარებასთან ერთად ხელს უწყობდა ხელოსნობის განვითარებას.

ხელოსნური წარმოების პირველი და უძველესი ფორმა იყო ოჯახური მრეწველობა, რომლისგანაც შემდეგ სხვა ფორმებიც განვითარდა. ამზადებდნენ სხვადასხვა სახის ხელოსნურ პროდუქტს, ქსოვილებსა და ტანისამოსს, ნედლეულად კი იყენებდნენ გლეხებისაგან გადასახადების სახით მიღებულ მატყლს, ბამბას, სელს, კანაფს, აბრეშუმს. განვითარებული იყო რკინის, სპილენძის, ვერცხლის, ოქროს მჭედლობა. (ერქომაიშვილი 2007: 33).

შრომის დანაწილების გაღრმავებასთან ერთად სულ უფრო მეტი შინამეურნეობა ფართოვდებოდა და ერთვებოდა სავაჭრო ბრუნვაში. საუკეთესო საქონელი საზღვარგარეთაც გადიოდა. XII-XIII საუკუნეებში საქართველო ითვლებოდა ევროპა-აზიის უდიდეს სახელმწიფოდ, რომელსაც გააჩნდა სავაჭრო ურთიერთობები ბიზანტიასთან, ეგვიპტესთან, ერაყთან, სირიასთან, ირანთან, ინდოეთთან, რუსეთთან და ა.შ. საექსპორტო საქონელს შეადგენდა მაშინდელი საყოფაცხოვრებო ნივთები, აგრეთვე ბამბა, აბრეშუმი, ძვირფასი სამოსელი, ღვინო, თაფლი და ა.შ.

XIII საუკუნის დასაწყისში ეკონომიკური ურთიერთობები იმდენად განვითარებული იყო, რომ “შეიქმნა პირობები საბაზრო ურთიერთობებისა და

სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტების ჩასახვისათვის, მაშინ როდესაც დასავლეთ ევროპაში აღნიშნული ურთიერთობები მკვიდრდება ოთხი საუკუნის შემდეგ, XVII ს-დან. სამწუხაროდ, საქართველოში საბაზრო ურთიერთობების ფორმირებას ხელი შეუშალა მონღოლების შემოსევებმა. მტრების შემოსევები ანადგურებდა კულტურულ მემკვიდრეობას, ასუსტებდა ქვეყნას ეკონომიურად და ამცირებდა მოსახლეობის რაოდენობას.” (ოთინაშვილი 2010: 149).

მეწარმეობის განვითარების ახალი ეტაპი საქართველოში XIX ს-ის 30-იანი წლების შემდგომი პერიოდიდან იწყება. ამ პროცესში დიდი როლი შეასრულა 1821 წელს სამხრეთ კავკასიაში შეღავათიანი საგარეო-სავაჭრო ტარიფების დაწესებამ, ამით სრული თავისუფლება მიენიჭა ევროპული კაპიტალის შემოსვლას რეგიონში.

საქონლის ექსპორტ-იმპორტის ხელშეწყობის მიზნით 1831 წელს ჩამოყალიბდა “კავკასიის სავაჭრო ღეპო”, 1833 წელს “სოფლის მეურნეობის მანუფაქტურული მრეწველობისა და ვაჭრობის წახალისების საზოგადოება”, 1836 წელს დაარსდა “ქართული ღვინის კომპანია”, 1847 წელს შეიქმნა “ამიერკავკასიის საბითუმო ვაჭრობის საზოგადოება”, მანუფაქტურული საქონლის მაღაზია.

როგორც მთლიანად საქართველოში, ისე მის ქალაქებში დიდ როლს თამაშობდა ხელოსნური წარმოება. ხელოსნური წარმოების მაღალი დონე არ იყო შემთხვევითი მოვლენა. მას განაპირობებდა პირველხარისხიანი ნედლეულის სიუხვე. თითქმის ყველა რეგიონში უხვად მოიპოვებოდა მაღალხარისხიანი შალი, აბრეშუმი, სელი, ხის ჯიშები, გიშერი, ვერცხლი, სპილენძი, თიხა და სხვა.

ქვეყანაში საწარმოთა უმრავლესობა მცირე საწარმოებს წარმოადგენდა. ხელოსნობის ყველა ჯგუფიდან დასაქმებულ მუშათა რაოდენობის მიხედვით პირველ ადგილზე იყო გემოკვების მრეწველობა, შემდეგ ტყავისა და ხის დამამუშავებელი ინდუსტრია, ქვისა და თიხის დამუშავება და ა.შ.

XIX საუკუნის 30-იან წლებში საქართველოში შექმნილმა გარკვეულმა პოლიტიკურმა სტაბილურობამ ხელი შეუწყო მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის მთელი რიგი დარგების განვითარებას. ამ პროცესებს ხელს უწყობდა

უცხოეთიდან შემოტანილი გაუმჯობესებული მანქანა-იარაღები, უცხოელი სპეციალისტების დაქირავება და მათ მიერ ადგილობრივი კადრების მომზადება. ყალიბდებოდა კაპიტალისტურ ყაიდაზე მონყობილი მანუფაქტურული ტიპის საწარმოები.

მთიან რაიონებში, სადაც განვითარებული იყო მეცხვარეობა, მისდევდნენ მატყლის შინამრეწველურ დამუშავებას, ხოლო ბარში, მიწათმოქმედების რაიონებში – აბრეშუმის და სხვა ბოჭკოვანი მცენარეების – ბამბის, სელის, კანაფის გადამუშავებას. საქართველოში განვითარებული იყო აგრეთვე ხის დამამუშავებელი შინამრეწველობა, წნულების წარმოება, მეკასრეობა, მენახშირეობა, რძის პროდუქტების გადამამუშავებელი შინაწარმოებები და სხვა.

მე-20 საუკუნის დასაწყისისათვის წვრილმრეწველურ საწარმოთა შორის მომრავლდნენ ახალი დარგები, კერძოდ საკერავი მანქანების შემკეთებელი, ოპტიკურ-მანქანური, ფიტულების, ლიმონათის, საძეხვე, სამსხმელო, სამრეცხაო და სხვა სახელოსნოები. 1880-იან წლებში წვრილხელოსნურ საწარმოთა სახით უკვე საქმე გვაქვს გამსხვილებასთან. ე.ი. ჩნდებიან ისეთი სახელოსნოები. სადაც 2-3 კაცის ნაცვლად მუშაობს ხუთი, ექვსი და მეტი მუშა. ხელოსნური წარმოების ასეთი დარგები იყო მეკასრეობა, მეაგურეობა, მეძეხვეობა, მკერაობა, მრეცხაობა, ზეინკლობა, ღურგლობა და სხვა. ამგვარად, აქ შედის როგორც კვების, ისე მშენებლობის, ტანსაცმლის წარმოებისა და სხვა დარგები.

1883 წელს ბათუმ-სამტრედიის სარკინიგზო ხაზის გაყვანამ ბათუმი დააკავშირა ბაქოსთან, რამაც ძალზედ გაზარდა საპორტო-სამრეწველო ქალაქის ზრდისა და განვითარების პერსპექტივები. ამ პროცესებს ასევე ხელი შეუწყო ბერლინის სამშვიდობო კონგრესმა და ბათუმის ”პორტო-ფრანკოდ” გამოცხადებამ. ბათუმში კონცენტრირდებოდა ნობელების, როტშილდების, ინგლისური თუ გერმანული კაპიტალი. “1899 წლისათვის ბათუმის ნავსადგურში ექსპორტ-იმპორტის საქონლის ბრუნვამ 91 100 000 მანეთი შეადგინა. ამ წლის განმავლობაში ბათუმის პორტში შემოსულა 1309 გემი”. (ლიპარტელიანი. . . 2009:22)

1904 წელს სანარმოთა საერთო რაოდენობაში ყველაზე მეტი ხვედრითი წონით გამოირჩეოდა სანარმოები, სადაც დასაქმებული იყო 20-მდე და 21-დან 50- მდე მუშა, შესაბამისად ასეთი სანარმოების რაოდენობა იყო 36-34, 50-დან 100- მდე და 100-დან 500-მდე მუშით დასაქმებული სანარმო იყო 10-11, ხოლო 500-დან

1000-მდე და 1000-ზე მეტი მუშით დასაქმებული იყო შესაბამისად 3 და 2. მომდევნო წლებში აღინიშნება მცირე სანარმოთა ხვედრი წონის კიდევ

უფრო გაზრდა სანარმოთა საერთო რაოდენობაში, სადაც დასაქმებული იყო 20- მდე და 21-დან 50-მდე მუშა. უფრო მეტი დასაქმებული მუშებით წარმოდგენილი სანარმოები აღარ არსებობდა. მოხდა მათი დაშლა და საშუალო სანარმოებად ტრანსფორმაცია. (ერქომანიშვილი 2007:38).

ამრიგად, XIX საუკუნის მეორე ნახევრიდან საქართველოში წინააღმდეგობრივად, მაგრამ თანდათანობით ფეხს იკიდებს საბაზრო ურთიერთობები. ამას ხელი შეუწყო 60-იან წლებში ბატონყმობის გაუქმებამ და საგლეხო რეფორმამ. კაპიტალიზმის აღმოცენებამ ფეოდალური ცხოვრებით დაბეჩავებული გლეხი ცხოვრების ახალ სარბიელზე გამოიყვანა. ამას ხელი მნიშვნელოვნად შეუწყო რკინიგზის განვითარებამ. აღმოსავლეთ საქართველოს დაკავშირებამ დასავლეთ საქართველოსთან დინამიური გახადა სავაჭრო-სამრეწველო პროცესები და იათვი ნედლეულითა და სასარგებლო წიაღისეულით მდიდარ მხარეში აღორძინება დაიწყო წარმოებამ.

შეიცვალა ქვეყნის ეკონომიკური სტრუქტურა, რომლის მიზმიც იყო საქართველოს ეკონომიკაში გაბატონებული საზღვარგარეთული კაპიტალი. მაგალითად, “თბილისში ქართული კაპიტალის წილი წარმოებსა და ვაჭრობაში მხოლოდ 13,5%-ს შეადგენდა” (ასათიანი 2009:24). აღნიშნულთან დაკავშირებით დიდ წუხილს გამოთქვამდა ილა ჭავჭავაძე. მას ქვეყნის გამდიდრების წყაროდ წარმოების განვითარება მიაჩნდა და თვლიდა, რომ ეს შესაძლებელი იქნებოდა კაპიტალდაბანდებათა გაძლიერების გზით, რომელსაც ჩვენი შეძლებული ადამიანები გვერდს უვლიან, ”გვიჩვენეთ, რომ ერთ ვინმე მათგანს თითი

განძროს ქვეყნის სიმდიდრის წასამატებლად. ამ ყოვლად და მრავალგვარად მდიდარ ქვეყანაში საცა ათასგვარი ფაბრიკა, ქარხანა და ერთობ ამის მაგვარი მრეწველობა დიდს ხელს მისცემს მრეწველობასაც და ქვეყანასაც გაამდიდრებს, რაც ერთ ფულიან კაცს გუნებაშიც არ გაუტარებია, აზრადაც არ მოსვლია, რომ შეიძლება კაცმა თვითონაც იხიროს და ქვეყანასაც არგოს რამე. ფულს მხოლოდ მევახშეობისათვის იყენებენ და თვითონ ხირობენ ცოტაოდენი სარგებლით” (ხარითონაშვილი 1997:37).

მიუხედავად იმისა რომ, მენარმეობა გარკვეულ დონეზე განვითარებული იყო საქართველო მაინც ეკონომიკურად ჩამორჩენილი ქვეყანა იყო, რომელსაც ცალმხრივად განვითარებული მრეწველობა და ნაკლებ პროდუქტიული, წვრილგლეხური სოფლის მეურნეობა ჰქონდა. ის თანდათან ერთვებოდა მსოფლიო საქონელ-მიმოქცევაში, თუმცა ამ პროცესს ხელი შეუშალა მბრძანებლურ-საბჭოური ეკონომიკური სისტემის დამყარებამ, რომლის დროსაც არათუ მცირე ბიზნესის წინსვლა-განვითარებაზე, არამედ საერთოდ ”კერძო მენარმეობაზე” ნეგატიური წარმოდგენა დამკვიდრდა. საბჭოთა წარმოების ზრდის ტემპები 60-იან წლებამდე საკმაოდ წარმატებული იყო. მან გაიარა წარმოების განვითარების ურთულესი გზა მინასთან გასწორებული ქვეყნიდან ატომის მწარმოებელ ქვეყნამდე, მაგრამ საბოლოოდ მაინც ვერ შეძლო გლობალიზაციის პოზიტიურ პროცესებთან ადაპტირება და ცივილიზებული სამყაროსაგან რკინის ფარდით იზოლირებული ქვეყანა დაშლის გზაზე დადგა.

80-იანი წლების მეორე ნახევრიდან საბჭოთა კავშირში დაიწყო ე.წ. „გარდაქმნა”. 1987 წელს მიღებული კანონით „სახელმწიფო საწარმოს შესახებ“ გზა მიეცა კერძო მენარმეობის განვითარებას. თავდაპირველად გავრცელდა საიჯარო ურთიერთობები, სოფლის მეურნეობაში – ფერმებზე და ბრიგადებზე; საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში – მცირე სავაჭრო საწარმოებზე, კაფეებზე და ა.შ. იმავე

1987 წელს ძალაში შევიდა კანონი “კოოპერაციის შესახებ”, რითაც შეიქმნა კოოპერატივების სამეურნეო დამოუკიდებლობისა და თვითმმართველობის

იურიდიული პირობები. მათ შეეძლოთ ხარჯების შეხედულებისამებრ განევა, ჰქონდათ ანგარიში ბანკში და ა.შ. შედეგად კოოპერატივები მაღალი ტემპებით იზრდებოდა. სამეურნეო ეფექტურობაც 7-8 ჯერ არემატებოდა ანალოგიურ დარგში სახელმწიფო სექტორის მაჩვენებლებს. (ოთინაშვილი 2010:155).

ამრიგად მე-XX ს-ის 80-იანი წლების მეორე ნახევარში მიღებულმა გადაწყვეტილებებმა დააჩქარა მცირე მენარმეობის ფართოდ განვითარება. ამას ხელი შეუწყო ქართულ მოსახლეობაში არსებულმა მენარმეობის განვითარების, როგორც მორალურ-ფსიქოლოგიურმა, ისე ისტორიულმა შესაძლებლობებმა. სახელმწიფო საკუთრებაზე დამყარებული სანარმოების რესურსების ბაზაზე მასობრივად ჩამოყალიბდა მცირე სანარმოები. პრაქტიკამ დაადასტურა, რომ მეურნეობის გაძლოლის ჩვევებსა და ტრადიციებზე ნაკლებ გავლენას ახდენს როგორც პოლიტიკური ისე სხვა ხასიათის ფაქტორები და ისინი ახალ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებთან შეგუების მაღალი უნარით გამოირჩევიან. სწორედ ამით იყო განპირობებული, რომ სოციალისტური ეკონომიკის პირობებშიც კი არ ჩამკვდარა მოსახლეობაში თავისუფალი მენარმეობისაკენ, შემოქმედებითი, ინდივიდუალ-ლური მეურნეობისაკენ სწრაფვა. სახელმწიფო ეკონომიკაში არსებული სიძნელები ხელს უწყობდა მენარმეთა საქმიანი აქტიურობის გაზრდას. სწორედ ამიტომ საგრძნობლად გაიზარდა ჩრდილოვანი ეკონომიკის მასშტაბები. მენარმეები განსაკუთრებულ პირობებში აღმოჩნდნენ; იაფი ნედლეული, მასალები, შრომის საშუალებები, შეღავათიანი სატრანსპორტო ტარიფები, იაფი კრედიტები, სავადასახადო მექანიზმების ზეგავლენიდან გამოსვლა, ყველაფერი ეს წარმოადგენდა ფაქტორთა ერთობლიობას, რომელმაც გზა გაუხსნა მენარმეობას და მასთან ერთად კრიმინალური ეკონომიკის შექმნას. 3-4 წელიწადში დაგროვდა მნიშვნელოვანი კერძო კაპიტალი. ცალმხრივად განვითარდა საცალო ვაჭრობა, განსაკუთრებით საზოგადოებრივი კვება. დაჩქარდა მცირე სანარმოების სტიქიურად შექმნის პროცესი. (ჭითანავა. . . 2008:411).

საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ მცირე ბიზნესის ფორმირებას განსაკუთრებით შეუწყო ხელი იმ გარემოებამ, რომ განსახელმწიფოებრიობისა და პრივატიზაციის პროცესი პირველად საბჭოური მცირე საწარმოებით დაიწყო. მხოლოდ 1993 წელს პრივატიზებული საწარმოების საერთო რაოდენობიდან მცირე იყო 98,4%, სულ 1993-2000 წლებში პრივატიზებულ საწარმოთა საერთო რიცხვში მცირე საწარმოების ხვედრითმა წილმა შეადგინა 92,7%. (წელიდწლეული 2001). მიუხედავად რაოდენობრივი სიდიდისა მათი მნიშვნელოვანი ნაწილი (15-17%) უმოქმედოდ იყო, ხოლო 40-45% უმნიშვნელო დატვირთვით მუშაობდა. ამის მიზეზი იყო ძველი კავშირურთიერთობების მოშლა, ურთიერთ დაპირისპირებება, ტერიტორიული მთლიანობისათვის ბრძოლა, ასევე ეკონომიკური ხასიათის ისეთი პრობლემები, როგორცაა ფინანსური სახსრების უკმარისობა, კონკურენციულ ბრძოლაში ჩართვის უუნარობა, საბანკო სფეროს განუვითარებლობა, სასურველი საინვესტიციო გარემოს უქონლობა, საწარმოთა მართვის საქმეში გამოუცდელობა და სხვა.

ქვეყანაში არსებული მძიმე ეკონომიკური მდგომარეობის გამო მოსახლეობა იძულებული გახდა კვლავ მიბრუნებოდა მისთვის ძველ საქმიანობას: ოჯახურ წარმოებას, ხელოსნობას, ვაჭრობას. მათმა დიდმა ნაწილმა თავი მოიყარა ცენტრალურ ქალაქებში, სადაც ხალხმრავალ ადგილებში მომრავლდა სავაჭრო ჯიხურები, დახლები, ჰიგიენური სალონები, წვრილი სავაჭრო მაღაზიები, სახელოსნო წარმოებები და ა.შ.

ამდენად, ლეგალური თუ არალეგალური ფორმით, მოსახლეობის დიდმა ნაწილმა ხელი მოჰკიდა “სიცოცხლის უზრუნველყოფ” მცირე ბიზნესს. სწორედ ამ წლებში ვლინდება მცირე ბიზნესის უნარი, ეკონომიკური კრიზისის დროს ხელი შეუწეოს სოციალური და პოლიტიკური სტაბილიზაციის დამყარებას, მოსახლეობის დასაქმებას (კაკულია . . . 2008:58).

წვრილი მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები იქნა შეტანილი 1999 წლის 23 ივლისს საქართველოს კანონით “მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ”, რომლის მიხედვით, მცირე საწარმოების

შეფასების კრიტერიუმად დასაქმებულთა რიცხოვნობასთან ერთად, აღიარებულ იქნა საწარმოს წლიური ბრუნვის მაჩვენებელი, რომელთა სტატისტიკური სიდიდე დარგობრივ ჯრილში არ აღემატებოდა შემდეგ ზღვრულ ოდენობას: მრეწველობაში – 40 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს, მშენებლობაში – 20 დასაქმებულსა და 300 ათას ლარს, ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში – 20 დასაქმებულსა და 150 ათას ლარს, განათლებაში, ჯანმრთელობის დაცვასა და კულტურაში – 25 დასაქმებულსა და 60 ათას ლარს; სხვა სახის ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას – 15 დასაქმებულსა და 100 ათას ლარს. აღნიშნულ კანონში ცვლილებების შეტანის შემდეგ 2002 წლის 4 ივლისიდან დასაქმებულთა რაოდენობა განისაზღვრა 20 კაცით, ბრუნვის მაჩვენებელი კი – შეადგენდ 500 ათას ლარს. მცირე საწარმოებს მოცემული კანონი უფლებას აძლევდა კერძო მენარმეობისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერასა და განვითარებასთან დაკავშირებული ერთობლივი ამოცანების გადანყვეტის მიზნით შეექმნათ კავშირები და ფონდები.

სახელმწიფოს მხრიდან შეღავათები მცირე მენარმეებს ეძლეოდათ ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების გამარტივებული სისტემის გამოყენებაში. ამასთან, სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობისას სარგებლობდნენ კანონით გათვალისწინებული შეღავათებით.

მცირე საწარმოებს შეეძლოთ ბალანსისა და მოგება-ზარალის ანგარიშის ნაცვლად ინვენტარიზაციის საფუძველზე შეედგინათ ქონებისა და ვალდებულებების ჩამონათვალი და შემოსავლების ანგარიში საგადასახადო კანონმდებლობის შესაბამისად. 2006 წლის 22 ივლისს ამ კანონის გაუქმებასთან ერთად, აღნიშნული შეღავათები გაუქმდა. შესაბამისად აღარ არსებობდა მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი არც საკანონმდებლო ბაზა და არც სხვა რომელიმე სტრუქტურა. მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესი თანაბარ პირობებში მოექცა, რამაც ხელი შეუშალა მცირე ბიზნესის გაფართოებას და მშპ-ში მისი წილის ზრდას.

ახალი კანონით მცირე ბიზნესის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს მენარმე ფიზიკურ პირს, რომლის ჯამური შემოსავალი არ აღემატება 100 000 ლარს. მცირე

ბიზნესის დასაბეგრი შემოსავალი იბეგრება 5%-ით. მცირე ბიზნესის დასაბეგრი შემოსავალი იბეგრება 3%-ით თუ:

ა) მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე მენარმე ფიზიკურ პირს აქვს ერთობლივი შემოსავლის მიღებასთან დაკავშირებული ერთობლივი შემოსავლის 60%-ის ოდენობის ხარჯების (გარდა დაქირავებულზე დარიცხული ხელფასის ხარჯისა) დამადასტურებელი დოკუმენტები.

ბ) მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე ფიზიკური პირი საქმიანობს სპეციალურ სავაჭრო ზონაში. (საქართველოს საგადასახადო კოდექსი 2011წ)

ჩვენს მიერ მოძიებული ინფორმაციის თანახმად საქართველოში 2011 წლის 1 იანვრიდან 9 დეკემბრამდე მიკრო ბიზნესის სტატუსი მინიჭებული აქვს 17 149 გადამხდელს, ხოლო მცირე ბიზნესის სტატუსი – 8 136 გადამხდელს.

სამაგისტრო თემაში მუშაობის პერიოდში გამოიკვეთა მცირე და საშუალო მენარმეობის განვითარების ევატები და მათი თავისებურებები:

1. მონათმფლობელური ეკონომიკური ფორმაციიდან დაწყებული XIX საუკუნემდე, როდესაც დასაბამი მიეცა წვრილ ხელოსნობას, ვაჭრობას, მევახშეობას და სხვა;

2. XIX ს-დან XX ს-ის 20-იან წლებამდე, როდესაც განვითარდა კაპიტალისტური მენარმეობა, გაღრმავდა სპეციალიზაცია და მანუფაქტურები შეიცვალა ფაბრიკა-ქარხნებით; რასაც მოჰყვა შრომის დანაწილება, საერთაშორისო ურთიერთობებში ჩართვა და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება.

3. 1921-1991 წწ, როცა საბჭოთა ეკონომიკური სისტემის პირობებში კერძო მენარმეობა აკრძალული იყო, თუმცა ზოგიერთ დარგებში “ჩრდილოვანი” ფორმით არსებობას მაინც არ წყვეტდა; მე-20 ს-ის 80-იანი წლების მეორე ნახევარში საბჭოთა კავშირში მიღებულმა კანონებმა, რომლებიც შეეხებოდა მცირე მენარმეობის (კოოპერატივებისა და სხვა) განვითარებას, იჯარის პრინციპების გამოყენებას, დააჩქარა მცირე საწარმოების სტიქიურად შექმნის პროცესი.

4. 1991 - 1995 წწ. გარდამავალი პერიოდი, როცა პრივატიზაციისა და შოკური პოლიტიკურ-ეკონომიკური რეფორმების ფონზე მცირე ბიზნესი წინააღმდეგობრივად ვითარდებოდა. მიუხედავად ამისა ის სოციალურ-ეკონომიკური თვალსაზრისით მაინც უმნიშვნელოვანესი დატვირთვის მატარებელი იყო. შეიცვალა საქართველოს განვითარების კურსი არა მხოლოდ პოლიტიკური, არამედ ეკონომიკური და იდეოლოგიური თვალსაზრისით.

5. 1996-2003 წწ. როცა მოხდა საკუთრების დარეგულირება; გაჩნდა მესაკუთრეთა ფართო წრე; დაიწყო საქართველოს ეკონომიკის ზრდა; დაფიქსირდა ინფლაციის ზომიერი დონე; შეიცვალა ფულად-საკრედიტო სისტემა; გაიზარდა დამოკიდებულება მსოფლიო საფინანსო ორგანიზაციებზე; აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ამ პერიოდში უმოქმედო სანარმოთა რიცხვმა მიაღწია 80%-ს. არ არსებობდა სათანადო რესურსები ძირითადი კაპიტალის განახლებისათვის, შეიქმნა საკმაოდ მძიმე საინვესტიციო გარემო. ინვესტიციების წილი ძირითად კაპიტალში 9,6%-ს შეადგენდა. ამავდროულად შეიქმნა რიგი კანონები, რომლებსაც ამ სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება და განხორციელება უნდა უზრუნველყოს.

6. 2003 წლიდან დღემდე პერიოდი, როცა შესამჩნევია ეკონომიკური სტაბილურობა, შეიქმნა ერთობლივი სანარმოები; ღრმავდება ტექნოლოგიური კავშირები. ამასთან მცირე მენარმეობის მნიშვნელოვანი პოტენციალი კვლავ გამოუყენებელია. ის მშპ-ში წარმოდგენილია დაბალი ხვედრითი წილით და წლების განმავლობაში 10%-ს ვერ გადააჭარბა. (იხ. დანართი 1.)

მცირე ბიზნესის განვითარების ისტორიის შესწავლას ჩვენ მივყავართ დასკვნამდე, რომ მეურნეობრიობის მცირე ფორმები ამა თუ იმ სახით ყოველთვის ასრულებდნენ შესამჩნევ როლს ქვეყნის ეკონომიკაში, მათი ეფექტიანობა იყო მაღალი, ხოლო რაოდენობა იცვლებოდა ქვეყნის პოლიტიკაში გატარებული ნაციონალიზაციის ან დენაციონალიზაციის, მეურნეობის გამსხვი-ლების ან დეკონცენტრაციის პოლიტიკის მიხედვით.

თავი III. მცირე ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობის ანალიზი კონკრეტული პრაქტიკული პროექტის საფუძველზე

3.1 მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგია და სახელმწიფოს როლი

მცირე მეწარმეობის თანამედროვე შეფასება განსხვავებულია ხარისხობრივი ასპექტით: მცირე და საშუალო საწარმოები აღიარებულია სამეურნეო სტრუქტურის მნიშვნელოვან ნაწილად, რომელიც ამაღლებს მის მოქნილობას, ადაპტიურობას, სადაც საშუალო ძალის მნიშვნელოვანი მასის მოზიდვა განაპირობებს სოციალურ სტაბილურობას. ბოლო პერიოდამდე შეისწავებოდა მცირე საწარმოთა როლი მხოლოდ საშინაო ბაზრებზე, მაგრამ ეროვნულ ეკონომიკათა მსოფლიო სამეურნეო პროცესებში ჩართულობის გაღრმავება და მათი გლობალიზაცია ცვლის თამაშის წესებს მისი ყველა მონაწილესათვის. ქვეყნებისა და ფირმების დონეზე მიღებული გადანაცვლებები მძლავრად განიცდის

საგარეო ზემოქმედებას, როცა შეუძლებელია იმ ტენდენციათა იგნორირება, რომლებიც ყალიბდება ეროვნულ საზღვრებს გარეთ.

მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიასთან დაკავშირებული საკითხები მჭიდროდ უკავშირდება სამეურნეო საქმიანობის ახალ ფილოსოფიასა და ეკონომიკის გლობალიზაციის პროცესებს.

საქართველოში საბაზრო პრინციპებზე გადასვლის სანყისი ეტაპიდან იწყება ადამიანური კაპიტალისა და რესურსული ბაზის ადექვატურ ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემის მშენებლობა, სტრატეგიული მიდგომების ჩამოყალიბება. გლობალიზაციის ურთულეს გარემოში საჭიროა საკუთარი ეკონომიკური შესაძლებლობების შესაბამისი კონკურენტუნარიანი მოდელის შექმნა. "გლობალიზაცია უჩვენოდაც მოდის, მაგრამ მოდის როგორც უხეში ძალა და ანგარიშს არ უწევს ჩვენს შესაძლებლობებს, ჩვენს უნიკალურობას და ჩვენს განკარგულებაში არსებული რესურსების გამოყენების ჩვენეულ ხედვას. ეს ობიექტური პროცესია და ხორციელდება, როგორც აუცილებლობა. ისე, როგორც ზამთარი ვერ გაითვალისწინებს ღარიბი ან ზარმაცი კაცის მიერ შეშის თავის დროზე მოუტანლობის ფაქტს, ისე გლობალიზაციის შეუქცევადი პროცესიც ვერ გაითვალისწინებს საერთო კანონზომიერებათა შეუცნობლობის მიზგმით ცალკეული ქვეყნების მოუმზადებლობას ამ პროცესისადმი. ამიტომ თითოეული მაკროეკონომიკური სტრუქტურის ვალია თვით ნავიდეს გლობალიზაციისაკენ, შევთავაზოთ მას საკუთარი შესაძლებლობები და აქტიურად ჩაებას გლობალური პროცესების მართვის არეალში." (იაკობიძე 2010: 22)

მსოფლიოში კონკურენტული ბრძოლის გამწვავების კვალობაზე მცირე და საშუალო ბიზნესით ქვეყანების დაინტერესება იზრდება. საქართველოში მცირე ბიზნესის სფეროში სტრატეგიული ცვლილებების გარეშე შეუძლებელია საერთაშორისო ეკონომიკური ინტეგრაცია და ერთობლივი მენარმეობა, ასევე შეუძლებელია საშუალო კლასის არსებობა და შესაბამისად პირობები უკონფლიქტო საერთაშორისო ეკონომიკური ინტეგრაციისათვის და საბაზრო პროცესების გლობალიზაციისათვის.

თანამედროვე მსოფლიოში არაერთი ქვეყანა გამოიყენებს სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ისეთ მახასიათებლებს, როგორცაა:

– წარმოებისა და ბაზრების გლობალიზაცია; ტექნოლოგიური განვითარებისა და მოდერნიზაციის მაღალი ტემპები, ბაზარზე მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის წილის გაზრდა;

– საქონლისა და მომსახურების ხანმოკლე სასიცოცხლო ციკლი, დივერსიფიკაციის მაღალი ხარისხი, ცალკეული სახის პროდუქციაზე მოთხოვნის მკვეთრი ცვლილება;

– გლობალურ ეკონომიკაში არამატერიალური წარმოების “კრეატიული კაპიტალისა” და “ცოდნის ეკონომიკის” მნიშვნელობის გაზრდა;

– მატერიალური რესურსების შეზღუდულობა და ეკოლოგიურად უსაფრთხო პროდუქციის გამოშვებაზე მაღალი მოთხოვნები;

– საქონელსა და მომსახურების ხარისხზე გაზრდილი მოთხოვნა, ხარისხის ერთიანი საერთაშორისო სტანდარტების შემოღება.

მცირე ბიზნესის სუბიექტები მუდმივად ცვალებად საბაზრო კონიუნქტურაზე უფრო მოქნილად რეაგირებენ, უზრუნველყოფენ კაპიტალდაბანდებათა მაღალ ეფექტიანობას. ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის გაზრდა, რომელთაც შეუძლიათ საკუთარი თავის და ოჯახების უზრუნველყოფა, იწვევს მოსახლეობის თვითგამორკვევის ჩამოყალიბებას, ამალღებს საზოგადოების შემოქმედებითი პოტენციალს და სოციალური თანამშრომლობისათვის მზადყოფნას, ამცირებს საბიუჯეტო სოციალურ დატვირთვას, ზრდის რა განვითარებაში დაბანდებაების შესაძლებლობებს.

მცირე ბიზნესი ფუნქციონირებს განსაკუთრებულ გარემოში. თუკი სანყისი პროდუქცია ან მომსახურება უნიკალურია მცირე ბიზნესში, ვიდრე მსხვილში, ჩნდებიან კონკურენტები. სწორედ კონკურენცია აიძულებს სუბიექტებს უპირატე-

სობების მუდმივად ძიებას საკუთარ ბიზნესში. ამდენად კონკრეტულ ბაზარზე საერთო სტანდარტების არსებობისას ყოველთვის მოიძებნება განსხვავებული თავისებურება, რითაც შეიძლება გაუმკლავდე კონკურენტებს.

მკვლევართა დიდი ნაწილი, მცირე მენარმეობის პრობლემათა “ფესვებს” ეძებენ ისეთ გარე ფაქტორებში, როგორცაა ადმინისტრაციული ბარიერები, საკანონმდებლო ბაზის არასტაბილურობა, ფინანსებზე შეზღუდული ხელმისაწვდომობა. მცირე ბიზნესის თავისებურებათა შორის მკვლევარები გამოყოფენ დამოუკიდებლობას და მცირე საწარმოთა ორიენტაციას ნახევრადპროდუქტიულ მოდელზე, მმართველობითი ტექნოლოგიების, ასევე საინფორმაციო კონსალტინგური და საგანმანათლებლო უზრუნველყოფისა და საერთო ინფრასტრუქტურის განვითარებლობას. მცირე ბიზნესის არსებული მიდგომების პრობლემები იმაში მდგომარეობს, რომ ყურადღება გამახვილებულია ახალი მცირე საწარმოების სტიმულირებაზე, მაშინ, როცა უკვე მოქმედ სამენარმეო სუბიექტთა განმტკიცებასა და განვითარების საკითხს მცირე ყურადღება ეთმობა. ამავე დროს ძირითადი პრობლემა მდგომარეობს ახლად შექმნილი მცირე საწარმოების კონკურენტუნარიანობასა და არაეფექტურობაში, რაც ვერ ქმნის მათი გრძელვადიანი ფუნქციონირებისა და მნიშვნელოვანი ეფექტების მიღების საფუძველს. ყველა ეს ფაქტორი სხვადასხვა ხარისხით გავლენას ახდენს მცირე ბიზნესის შედეგიანობაზე, მაგრამ ისინი სრულიად ხსნიან ზემოთ აღწერილ პრობლემის მიზეზებს, თუმცა შესაძლებელია ფაქტორების წარმოჩენაც, რომელიც ავლენს საქართველოს ეკონომიკაში მცირე ბიზნესის პოტენციალის მიუღწევლობის მიზეზებს. ეს არის მცირე ბიზნესის სუსტი ინტეგრაცია საბაზრო სფეროში. ე.ი. ფაქტიურად მცირე ბიზნესი, რომელსაც აქვს მოქნილობისა და საბაზრო გარემოსთან სწრაფი შეგუების უნარი, საქართველოს რეალობაში პრაქტიკულად ვერ პასუხობს საგარეო პირობების ცვლილებებს, რის შედეგადაც, ბუნებრივია უთმობს ადგილს და პოზიციებს საშუალო და მსხვილ კომპანიებს.

მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის რეალიზაციისათვის აუცილებელია როგორც გარე პირობების უზრუნველყოფა, ისე ზემოქმედება შიდა პრობლემებზეც. მცირე ბიზნესის ძირითად შიდა პრობლემას წარმოადგენს არაეფექტური მენეჯმენტი. მაგალითად, აშშ-ში ყოველწლიურად 600 ათასი ახალი საწარმო

ინცებს საქმიანობას, მაგრამ მათგან მხოლოდ ნახევარი აღწევს 18 თვის ასაკს,

10 წელს კი – ხუთიდან ერთი. სპეციალისტთა დაკვირვებით მილიონობით ფირმის საქმიანობაში ერთი და იგივეა წარუმატებლობის მიზეზები: კერძოდ, გაკოტრების შემთხვევაში 44% გამონვეულია არაკომპეტენტურობით, 17% – სამმართველო გამოცდილების უქონლობით, რაშიც იგულისხმება საქმის დაწყებამდე მუშაკებისა და სხვა რესურსების მართვის მცირე გამოცდილება ან საერთოდ უქონლობა, 16% – გამოცდილების დაუბალანსებლობით, მარკეტინგის, ფინანსების, მომარაგებისა და წარმოების სფეროში გამოცდილების უქონლობით, 2% – გამონვეულია სხვა მიზეზებით (სიროპოლისი 1996:28). ყოველივე ეს იმაზე მეტყველებს, რომ საკუთრივ საქმის დაწყებამდე აუცილებელია პიროვნული და საქმიანი თვისებების გადაუჭარბებლად და ობიექტურად თვითშეფასება და ბიზნესში ჩართვაზე გადაწყვეტილების მიღება.

თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის განვითარების და ბაზარზე პოზიციების გამყარებისათვის მნიშვნელოვან შიდა ფაქტორს წარმოადგენს მართვის სისტემის სრულყოფა. მან უნდა მოიცვას პროგნოზირების, დაგეგმვის, აღრიცხვის, ანალიზისა და კონტროლის პროცესები. შიდა გარემოს მონიტორინგის მაჩვენებლებმა უნდა მისცეს საწარმოს ხელმძღვანელობას საშუალება მიიღოს სტრატეგიული გადაწყვეტილებები. ამიტომაც მცირე საწარმოებში მსგავსი სისტემის შემუშავება და დანერგვა წარმოადგენს საკმაოდ აქტუალურ საკითხს.

მარკეტინგული სტრატეგია აუცილებელია რეალიზაციის პროცესის მართვისათვის. ეს არის შეთანხმებულ გადაწყვეტილებათა ერთობლიობა ბაზრის სეგმენტის არჩევისას, ამ ბაზარზე საქონლის პოზიციონირებისას, რეალიზაციის ფასის განსაზღვრისას, განაწილების არხებზე გადანაწილებისას და გაყიდვათა სტიმულირებისას.

ცხრილი 3.1.1 დასაქმების სააგენტოს მარკეტინგული სტრატეგია

ბაზრის სეგმენტი	პროდუქტი	ფასი	გასაღების არხები	სტიმულები
აჭარაში	დასაქმება	სააგენტოს მიერ	რეკლამა და	დასაქმებაზე

მცხოვრები უმუშევრები		დასაქმებულთა წლიური შემოსავლის 15%	დასაქმებულები	მზარდი მოთხოვნა
----------------------	--	------------------------------------	---------------	-----------------

დღეისათვის გამძაფრებული კონკურენციის პირობებში საწარმოს წარმატება-წარუმატებლობა დიდად არის დამოკიდებული მარკეტინგული კვლევათა ხარისხზე, კვლევის ჩატარება მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ საწარმოს ფუნქციონირების დაწყებამდე, არამედ შემდეგაც, სისტემატიურად მუშაობის პერიოდში. “ბაზრის შესწავლა მოსაზრებების ნაცვლად ფაქტებზე დაყრდნობის საშუალებას იძლევა, რაც დიდად ამცირებს ბაზრის ცვლილებებთან დაკავშირებულ რისკებს” (შურლაია 2010:263).

საკუთარი საქმის დაწყება ხდება იდეით, სიახლეებით, გამოცდილებითა და სურვილით. როგორც წესი ეს ეხება საწარმოო საქმიანობის მხარეს, მაგრამ ხშირად დამწყები მენარმე არ ფლობს ბუღალტრულ აღრიცხვას, დაბეგვრას, დაკრედიტებას. ამ შემთხვევაში საჭირო ხდება კონსულტანტის მომსახურება, რომელთანაც ერთად ხდება ფინანსური სექციების გამოძებნა და შერჩევა. მეტად მნიშვნელოვანია სასტარტო კაპიტალის გამოვლენასთან დაკავშირებული უპირატესობების (პირადი სახსრები, ქონების გაყიდვა, პარტნიორების შერჩევა, კრედიტი, ლიზინგი, ფრანჩაიზინგი და ა.შ.), ასევე მიმდინარე საწარმოო საქმიანობასთან დაკავშირებული უპირატესობების (უფრო იაფი ნედლეულის მოპოვება, ეფექტური ტექნოლოგიების მოპოვება და სხვა) გამოვლენა.

მსხვილი საწარმოები საკუთარი სტრატეგიის შემუშავებისას ცდილობენ გაზარდონ თავიანთი შეზღუდული რესურსები ან შეამცირონ პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის ხარჯები. მცირე ბიზნესი გაცილებით თავისუფალია საკუთარი სტრატეგიის შემუშავებისას, რადგანაც შეუძლია ამოირჩიოს აუცილებელი რესურსები და საწარმოო მიმართულებები. ეს საშუალებას იძლევა არ გაიფლანგოს ძირითადი უპირატესობები და კომპენსირებულ იქნას მისი ნაკლოვანებები.

ბიზნესის უპირატესობებისა და უარყოფითი შედეგების გამოვლენისათვის შე-
საძლებელია გამოყენებული იქნას SWOT –ანალიზი. მაგალითად, დასაქმების
სააგენტო (ცხრილი. 3.1.2.) მას შემდეგ რაც დაადგენს ურთიერთკავშირს უპირატე-
სობებსა და სუსტ მხარეებს შორის, შეიმუშავებს ღონისძიებებს, რომლითაც
კომპენსირდება ნეგატიური შედეგები და ემატება ცალკეულ უპირატესობებს.

ცხრილი 3.1.2. უპირატესობათა SWOT ანალიზი დასაქმების სააგენტოს მაგალითზე.



ბიზნესის წარმატება დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ ესმის საკუთარი საქმე მენარმეს, სამენარმეუ უნარების გამომუშავება კი საკმაოდ რთულია ადამიანისათვის. სამენარმეო სულისკვეთების აღზრდის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია მასიური და სწორი პიარი მენარმეობის მხარდასაჭერად. აუცილებელია მოსახ-
ლეობაში სამენარმეო საქმიანობის პრესტიჟის ამაღლება და ბიზნესში სოციალ-
ურად დაუცველი მოსახლეობის ჩართვა. საზღვარგარეთის ქვეყნებში დამკვი-
დრებულია სამენარმეო უნარის ამაღლებისათვის სახელმწიფოს მხრიდან მხარდ-
ამჭერი ღონისძიებების გატარების ტრადიცია. ასეთია მაგალითად მმართველობ-

ითი დახმარების პროგრამები, რომლებიც მიმართულია საქმიანი აქტიურობის გაზრდისაკენ, მენარმეთა მმართველობითი

კვალიფიკაციის ამაღლებისაკენ, სიძნელებთან გამკლავებისათვის მზადყოფნისაკენ. დღეისათვის აშშ-ში არის დაწესებულებათა დიდი რაოდენობა, რომლებიც მენარმეებს უწევს საკონსულტაციო და სხვა მმართველობით დახმარებებს უფასოდ ან ნაწილობრივი თანხობრივი თანამონაწილეობით. ეს არის მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია, ვაჭრობის სამინისტრო, საგადასახადო სამსახური, ადგილობრივი ხელისუფლება, უნივერსიტეტები და სხვა სასწავლო დაწესებულებები, მცირე ბიზნესის განვითარების ცენტრები, ადგილობრივი განვითარების კორპორაცია, სხვადასხვა კერძო ორგანიზაციები.

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს აშშ-ში ფართოდ გამოყენებული სპეციალური პროგრამები მმართველობითი მომზადებისათვის და კონსულტირებისათვის შეღავათიანი პირობებით, რომლებიც ეფუძნება გამოცდილი მმართველებისა და მენარმეების უსასყიდლო მონაწილეობას.

კანადაში მრეწველობის, მეცნიერებისა და ტექნოლოგიის სმინისტრო და მისი რეგიონალური განყოფილებები, ასევე სხვა სამინისტროები და უწყებებიც სთავაზობენ მომსახურებას მმართველობით მხარდაჭერაში (საინფორმაციო, ტექნიკური, მარკეტინგული). საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრები მენარმეებს აწვდიან საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურებას. დასაქმების ცენტრები მცირე ფირმებს ეხმარებიან მომუშავეთა არჩევაში, კადრების დაგეგმვაში, სოციალურ დაზღვევაში, აწყობენ სემინარებს. აღნიშნული სამინისტროების რეგიონალური განყოფილებები იძლევიან შესაძლებლობებს ეროვნული და საერთაშორისო საინფორმაციო ქსელებით სარგებლობისათვის, უზრუნველყოფენ პატენტების, საავტორო უფლებების, სავაჭრო მარკებისა და ნაკეთობათა კონსტრუირების საკითხებთან დაკავშირებული ინფორმაციის მიწოდებას.

წამყვან იაპონურ ორგანიზაციას, რომელიც ახორციელებს მმართველობით და ტექნიკურ დახმარებას მცირე მენარმეებზე, ასევე სპეციალისტ-კონსულტანტებისა და ინსტრუქტორების მომზადებას მცირე და საშუალო ბიზნესის

მარტვისათვის წარმოადგენს მცირე ბიზნესის ინსტიტუტი. მისი საქმიანობა ფინანსირდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან და ნაწილობრივ სწავლის საფასურის გადახდიდან. ადგილებზე საკონსულტაციო მომსახურებას და სწავლებას ახორციელებს სხვა-დასხვა ორგანიზაციები, უპირატესად სავაჭრო-სამრეწველო პალატა. ასეთ ორგანიზაციათა საერთო რიცხვი შეადგენს 3 ათასზე მეტს. გარდა ამისა ტექნიკურ მხარდაჭერას ახორციელებს სამეცნიერო-კვლევითი ორგანიზაციები და ლაბორატორიები, რომლებიც ადგილობრივი ხელისუფლების განკარგულებაში იმყოფება. ტექნიკური მხარდაჭერა გულისხმობს კონსულტაციებს, ტექნიკურ სწავლებასა და სტაჟირებას, თანამშრომლობასა და დახმარებას სიახლეთა შემუშავებაში, ტექნოლოგიის გადაცემაში.

დიდ ბრიტანეთში მცირე საწარმოთათვის კადრების მომზადებას ორგანიზებას უკეთებს სამუშაო ძალის კომისია. ადგილობრივ დონეზე სასწავლო დაწესებულებებისათვის რიგი პროგრამებისა ხორციელდება სავაჭრო-სამრეწველო პალატების და მცირე ბიზნესის ასოციაციის მიერ. საკონსულტაციო მომსახურება ხორციელდება ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების მიერ. კლასიკური საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე მენარმეობა წარმოადგენს დინამიურობის, გახსნილობის სიმბოლოს, ყველა სოციალური ჯგუფისა და მოსახლეობის ფენების თანაბარ შანსს კეთილდღეობისათვის ბრძოლაში. საქართველოში მცირე ბიზნესის მნიშვნელოვანი ფუნქციაა საბაზრო ურთიერთობათა ჩამოყალიბების დაჩქარება.

ცალკეული ეკონომისტები და მენარმეები ამტკიცებენ, რომ თავისუფალი საბაზრო ურთიერთობების მხარდაჭერა გამოიხატება მათთვის ხელის არ შეშლაში, თუმცა ჩვენს ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური მოვლენებიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ სახელმწიფოს მიზანმიმართული მხარდაჭერის გარეშე შეუძლებელია მენარმეობის აღორძინება. სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესის რეგულირება არ გულისხმობს ადმინისტრაციულ იძულებას, თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობის შეზღუდვას მენარმეებისათვის. მისი აზრი იმაში მდგომარეობს, რომ სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს განვითარების

ინიცირება, სტიმულირება და მხარდაჭერა იმ დარგებში, სადაც წარმოიშვა ან მოსალოდნელია დისპროპორციები.

როგორც სამეცნიერო ისე საზოგადოებრივი საქმიანობის სხვადასხვა სფეროებში მყარად არის დამკვიდრებული აზრი იმის შესახებ, რომ საქართველოში აუცილებლობას წარმოადგენს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისა და

ხელშემწყობი გარემოს შექმნა, რაც ეფუძნება უცხოური გამოცდილების კარგად შესწავლა-გაზიარებას; თანამედროვე საბაზრო ურთიერთობების ჩამოყალიბებაში, ერთიანი ეკონომიკური ორგანიზმის, ახალ ფასეულობათა დამკვიდრების საქმეში, შრომითი ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების შენარჩუნება-განვითარებაში მისი გადამწყვეტი როლის შეგნებას.

მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის გაძლიერება სახელმწიფოს მხრიდან ეკონომიკური პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი ნაწილი უნდა იყოს, რისი განხორციელებაც მცირე ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირებითაა შესაძლებელი, განსაკუთრებით კი მაკროეკონომიკური რეგულირებით. სისტემატური, მიზანმიმართული მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს საკანონმდებლო ბაზის მუდმივი სრულყოფის მიმართულებით, მცირე ეკონომიკის პრიორიტეტულ, საზოგადოებრივი და სოციალური თვალსაზრისით ეფექტიან მიმართულებათა განვითარების ყოველმხრივი სტიმულირებისათვის. ეს სავსებით ბუნებრივია, ვინაიდან საბაზრო ურთიერთობათა ფორმირების გზაზე და გლობალიზაციის მოთხოვნებიდან გამომდინარე მუდმივად წარმოიშობა ახალ-ახალი პრობლემები, რომელთა მოწესრიგება მნიშვნელოვანია.

ხარვეზებს არ არის მოკლებული საქართველოს საგადასახადო კოდექსში შეტანილი ცვლილებები მიკრო და მცირე ბიზნესის მხარდასაჭერად. სტატისტიკური მონაცემების სრულყოფის თვალსაზრისით ის მართლაც მნიშვნელოვანია, რადგან აქამდე არ გვექონდა საქართველოში ე.წ. “თვითდასაქმებულთა” შესახებ ზუსტი რაოდენობრივი ინფორმაცია, ეხლა კი მიკრობიზნესის შესაბამისი სტატუსის საქმიანობით დაკავებული ადამიანები თუკი მოისურვებენ ოფიციალურად დარეგისტრირებას, ამ სექტორზეც გვექნება გარკვეული ხარისხობრივი და

რაოდენობრივი წარმოდგენა. სხვა მხრივ კი ჯერჯერობით შეუსაბამობაა "საქართველოს საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ" კანონში მოცემულ საწარმოთა მცირე მენარმეობისადმი მიკუთვნების წესსა და ახალი კანონმდებლობით მიღებულ იმავე წესს შორის. თუმცაღა ორივე კანონი ფუნქციონირებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენს ქვეყანაში არ არის პრიორიტეტული მცირე ბიზნესი და უპირატესობა ენიჭებათ მსხვილ საწარმოებს, რამაც მიგვიყვანა წარმოების მონოპოლიზაციამდე. მწვავედ დგას კონკურენციის პრობლემა. კანონმდებლობა ამ მხრივაც დასახვეწია. მხედველობაში გვაქვს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შემოღების საჭიროება, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის კონკურენციულ სანყისებს და გაუადვილებს მცირე საწარმოებს ბაზარზე დამკვიდრების საკითხს. ექსპერტების აზრით საქართველოში თითქმის ყველა სფეროში არის ფარული მონოპოლიები და ოლიგოპოლიები. ზოგადად ანტიმონოპოლიურ კანონს შეეძლება კომპანიათა წილის დარეგულირება სამომხმარებლო ბაზარზე, რათა მათ ვერ შეძლონ "ბაზრის მართვა" და "ფასების კონტროლი". დღეისათვის კი თავისუფალ კონკურენციაზე საუბარი შეუძლებელია, ამას ადასტურებს მცირე ბიზნესის ყოველწლიურად კლებადი და შემლუდული წილი პროდუქციის გამოშვებაში. მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისას განსაკუთრებული უპირატესობა უნდა მიენიჭოს მცირე ბიზნესის ინოვაციურ ხელშეწყობას, რაც მოითხოვს მეცნიერულ-ტექნიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას, ისეთი ბიზნეს-სუბიექტების მხარდაჭერას რომლებიც ორიენტირებული არიან ინოვაციებზე და მაღალ ტექნოლოგიებზე.

საქართველოს ინტელექტუალური პოტენციალის დიდი რესურსი აქვს. "სამეცნიერო სფეროში მცირე საწარმოთა შექმნა ხელს შეუწყობს ჩვენი ინტელიგენციის დასაქმებასა და მათი ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას" (ქადაგიშვილი 2010: 73). ინფორმაცია იმის შესახებ თუ როგორია სამეცნიერო საწარმოთა წილი მცირე ბიზნესში საქართველოში არ ქვეყნდება. კლასიფიკატორშიც არ არის მოცემული ცალკე სამეცნიერო საწარმოები, ამიტომაც საქართველოში მათი განვითარების შესახებ ანალიზის გაკეთება შეუძლებელია.

ფაქტურად მცირე ბიზნესის მაღალტექნოლოგიური და ინოვაციური მიმართულებების განვითარება თავიდან არის დასაწყები. აქ კი კვლავ სახელმწიფოს როლთან მივდივართ. “ჯერ უნდა დაფინანსდეს მეცნიერული იდეები და შემდეგ ამ იდეების კომერცია-ლიზაცია” (ქადაგიშვილი 2010: 73).

საქართველოში არ არის ინოვაციური განვითარების მკვეთრად განსაზღვრული სტრატეგია, რის გამოც ბიზნეს-სფეროს უმრავლეს დარგებში ძალზედ დაბალია ინოვაციური აქტივობის დონე. არ არის განვითარებული ინოვაციური ინფრასტრუქტურა. მიუხედავად იმისა, რომ მოიძებნება კერძო ფირმები, რომლებიც იყენებენ თანამედროვე კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს, ასევე ახლად იკიდებენ ფეხს ბიზნესინკუბატორები, მაინც არ არის განვითარებული ინოვაციური სტრუქტურა, რის გამოც ფერხდება ტრადიციულ და პოტენციურ დარგთა აღორძინება. არ არის კავშირურთიერთობა უნივერსიტეტებს, სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტებსა და სანარმოებს შორის ინოვაციის და ინოვაციურ-დანერგვითი საქმიანობის განხორციელების მიზნით.

ნიშანდობლივია შემდეგი სტატისტიკაც: “მსოფლიო ინოვაციის მონაცემთა ცხრილი”-ს ანგარიშში საქართველოს 149-ე ადგილი უკავია ერთ სულ მოსახლეზე განეული ხარჯების ოდენობით. დაახლოებით 500-ჯერ ჩამორჩება საქართველოს ზომის ფინეთს, 140-ჯერ საქართველოზე 5-ჯერ პატარა სლოვენიას და 40-ჯერ კვიპროსს”. (საქართველოს . . .2010:74).

ამდენად, საქართველოსათვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს პრიორიტეტს წარმოადგენს სახელმწიფოს ინოვაციური სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც უნდა აისახოს ინოვაციური განვითარების სახელმწიფო მიზნობრივ პროგრამებში. ასეთი პროგრამები ამა თუ იმ ფორმით არსებობენ განვითარებულ და განვითარებულ-ად ქვეყნებში, რომელთა გამოყენების ეფექტიანობას წრმოადგენს იაპონიის გამოცდილება. ვინაიდან იაპონიაში განლაგებულია საკუთარი ბუნებრივი რესურსების მინიმუმი, ქვეყნის მთავრობას სამეცნიერო-ტექნიკური პოლიტიკა მიაჩნია ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებისა და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების აუცილებელ საშუალებად. იაპონიის

მთავრობა გამოყოფს სუბსიდიებს მცირე მენარმე სუბიექტებისათვის განვითარების ყველა ეტაპზე, თუკი ისინი აქტიურ მონაწილეობას ღებულობენ მეცნიერებატევად და მაღალტექნოლოგიური მრეწველობის განვითარებაში.

გასათვალისწინებელია ასევე სამხრეთ კორეის გამოცდილება. გასული საუკუნის 50-იან წლებში ის წარმოადგენდა აზიისა და მთელი მსოფლიოს პრაქტიკულად ყველაზე ჩამორჩენილ ქვეყანას. 60-იანი წლებიდან შემუშავდა ეკონომიკის განვითარების ახალი პოლიტიკა, რომელიც ეფუძნებოდა აშშ-თან თანამშრომლობას. შეიქმნა მსხვილ ორგანიზაციათა და კომპანიათა დიდი რაოდენობა. გაიზარდა ექსპორტი და სამხრეთ კორეა ჩაენერა განვითარებულ ქვეყანათა რიცხვში, მაგრამ მსხვილი მენარმეობის განუხრელმა განვითარებამ ქვეყანა მიიყვანა ფინანსურ კრიზისამდე. ბანკებმა შეწყვიტეს მსხვილ საწარმოთა დაკრედიტება დიდი დვალთანებების გამო, რამაც ბევრი მსხვილი საწარმო მიიყვანა დაბანკოტებამდე. ფინანსური კრიზისის შემდეგ მთავრობამ დაიწყო მცირე ბიზნესის საკრედიტო დვალთანებების დაფარვა. მხარდაჭერის მიზნით შეიქმნა სპეციალური ასოციაციები, საინვესტიციო ფონდები და სამეცნიერო-ტექნიკური ცენტრები, რომლებიც ორიენტირებულნი იყვნენ მცირე მენარმე სუბიექტებზე. დაიწყო გადასვლა ინოვაციურ და მეცნიერებატევად წარმოების განვითარებაზე. შედეგად გაიზარდა დასაქმებულთა რიცხვი, გაიზარდა ბიუჯეტში შენატანები და ა.შ.

ჩინეთში კი მცირე მენარმეობას შეიძლება ვუნოდოთ ქვეყნის სამეცნიერო ძრავი, რომლის მეშვეობითაც მცირე საწარმოები აწარმოებენ ინოვაციური პროდუქციისა და ტექნიკური გამოგონებების უდიდეს რაოდენობას. ექსპორტისათვის განკუთვნილი წარმოებული პროდუქციის დიდი ნაწილი სწორედ მცირე საწარმოების მიერაა დამზადებული.

მცირე ინოვაციური ბიზნესის განვითარებით გამოირჩევა აგრეთვე სინგაპური, ფინეთი, დანია, ისრაელი და სხვა ქვეყნები. ამ ქვეყნებმა დროულად შეათვალისწინეს ინოვაციების მნიშვნელობა ეკონომიკისათვის და მცირე ინოვაციური მენარმეობის განვითარება დაიწყო ბიზნეს-ინკუბატორების, ტექნოპარკების, ტექნოპოლისების, ინოვაციური ფონდების ჩამოყალიბებით, რომლებიც მიეკუთვნებიან მცირე ბიზნესის

კომპლექსური მხარდაჭერის უზრუნველყოფ ინფრასტრუქტურის ელემენტებს. ამასთან ბიზნეს-ინკუბატორები ასოცირდებიან ზოგადად მცირე ბიზნესის მხარდაჭერასთან, ტექნოპარკები პირველ რიგში ასოცირდებიან ინოვაციებთან. ტექნოპარკები, როგორც წესი, იქმნება მსხვილ საუნივერსიტეტო ცენტრებთან სამეცნიერო პოტენციალის გამოყენებისა და კომერციალიზაციის მიზნით. ამ დამუშავებებს ქმნიან ტექნოპარკის ტერიტორიაზე განთავსებული მცირე ინოვაციური საწარმოები.

მცირე ბიზნესის წარმატება მნიშვნელოვნად განისაზღვრება საბ ზრო სივრცეში მისი მაინტეგრირებელი უნარით, რისთვისაც საჭიროა ეფექტიანი

ურთიერთქმედება ბაზრის მრავალრიცხოვან სუბიექტებთან. მაინტეგრირებელი ფაქტორები შეიძლება იყოს ბაზრის შესწავლა, კომუნიკაციები, საინფორმაციო სისტემები, ბაზრის სხვა სუბიექტებთან სასარგებლო ურთიერთობათა ჩამოყალიბების უნარი, ცვლილებებისათვის მზადყოფნა და სხვა. სახელმწიფო ორგანოებმა და მენარმეებმა ყურადღება უნდა გაამახვილონ მაინტეგრირებელ ფაქტორთა გაძლიერებაზე, რომლებიც ფაქტიურად წარმოადგენს დამაკავშირებელ კვანძს საბაზრო გარემოს პირობებსა და შიდა ფაქტორ-რესურსებს შორის. მცირე მენარმეობის ორგანიზაციულ ეკონომიკური მექანიზმის ეფექტიანი განვითარებისათვის საჭიროა მეთოდოლოგიური და მეთოდური პრინციპების შემუშავება და პრაქტიკაში დანერგვა. ეს საქართველოში არსებულ მცირე ბიზნესს საშუალებას მისცემს გახდეს უფრო კონკურენტუნარიანი და შეძლოს თავისი სოციალურეკონომიკური პოტენციალის რეალიზება.

გლობალიზაციის ტენდენციებიდან გამომდინარე, საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის, მცირე მენარმეობის სფეროში პრიორიტეტული მიმართულება უნდა გახდეს რადიკალურად ახალი მცირე მენარმეობის სახელმწიფო რეგულირების ინსტიტუციონალური საფუძვლების ფორმირება, რომელიც ადეკვატური იქნება ეკონომიკის ინოვაციური მოდელისა. ამასთან, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდან

მხარდაჭერის გააქტიურება ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგებში მოქმედ საწარმოებზე, რომ- ლებიც შეძლებებენ დამკვიდრებას მსოფლიო ბაზარზე.

3.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრაქტიკული მოდელი

დღესდღეობით საქართველოში არსებობს სხვადასხვა ტიპის მცირე და საშუალო ბიზნესის გამოვლენის შემთხვევები, რომელიც ეხება მრეწველობისა თუ სოფლის მეურნეობის ნებისმიერ დარგს. რადგან საქართველო ძირითადად აგრარული ქვეყანაა და ამ კუთხით ოდითგანვე ისტორიულად ჩვენი ქვეყანა ცნობილია, როგორც ღვინის წამყვანი მწარმოებელი (შესაბამისად ყურძნის ჯიშების ნაირსახეობით)

იქედან გამომდინარე, რომ უკვე წლებია დაინტერესებული ვარ ღვინის ინდურსტიით, გადავწყვიტე მწარმოებინა საკუთარი ღვინო, რაც ბუნებრივია გარკვეულ თანხებთან არის დაკავშირებული, შესაბამისად დავინყე რესურსების მოძიება და გზის გაკვალვა ღვინის დაყენების ტექნოლოგიების შესწავლით.

საქართველოში არსებობს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების წამოსაწყებად და დასაფინანსებლად უამრავი გზა, ყველამათგანს გააჩნია საკუთარი შეთავაზებები, არსებობს სახელმწიფო (ანარმოე საქართველოში-რომელიც ითვალისწინებს ახალგაზრდა მწარმეების სრუნ ან ნაწილობრივ დაფინანსებას- ე.წ. გრანტის გაცემას

სსიპ „ანარმოე საქართველოში“ ერთ-ერთი პირველი სახელმწიფო უწყებაა საქართველოში, რომლის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესება, კერძო სექტორის განვითარება, საქართველოს საინვესტიციო კლიმატის პოპულარიზაცია და ექსპორტის ხელშეწყობა. დინამიური ეკონომიკური განვითარების უზრუნველსაყოფად, სააგენტო აერთიანებს სამ კომპონენტს, ეკონომიკური განვითარების სამ ურთიერთდაკავშირებულ შრეს: ბიზნესს (აღვილობრივ წარმოებას), ექსპორტს და ინვესტიციებს.

„აწარმოე საქართველოში – ბიზნესის“ მიმართულების მიზანია საქართველოში მენარმეობის განვითარება, მენარმის მხარდაჭერა, ახალი საწარმოების/სასტუმროების შექმნისა და არსებული საწარმოს/სასტუმროს გაფართოების ან გადაიარაღების ხელშეწყობა.

„აწარმოე საქართველოში – ექსპორტის“ მიმართულების მიზანია საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის პოპულარიზაცია, ქართული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის გაზრდა საერთაშორისო ბაზრებზე, ქართული პროდუქტების ექსპორტის მოცულობის ზრდა და საქართველოს საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირება.

„აწარმოე საქართველოში – ინვესტიციის“ მიმართულების მიზანია საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, ხელშეწყობა და განვითარება. აღნიშნული მიმართულება წარმოადგენს ერთგვარ მედიატორს უცხოელ ინვესტორებსა და საქართველოს მთავრობას შორის, მუშაობს „ერთი ფანჯრის პრინციპით“ და ეხმარება დაინტერესებულ ინვესტორებს სხვადასხვა ინფორმაციის მიღებასა და ქართულ მხარესთან ეფექტური კომუნიკაციის წარმოებაში) და კერძო პროგრამები, მათ შორის დიდი პოპულარობით სარგებლობს რამდენიმე, რომელშიც დომინირებს ფონდი კრისტალის ახალგაზრდა მენარმეთა სკოლა, რომელსაც აფინანსებს აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტი (USAID). იგი ხელს უწყობს ახალგაზრდა ადამიანებს, რომლებსაც სურთ აწარმოონ, წამოიწყონ რაიმე საქმე და ეს ყველაფერი აქციონ ბიზნეს საქმიანობად. წარმატებული პროექტი ითვალისწინებს დაფინანსების მიღებას და 2 წლის შემდეგ უნდა მოხდეს ამ თანხის დაბრუნება (გრაფიკის მიხედვით - უპროცენტოდ), ან შეგიძლიათ ფონდი აქციოთ თქვენ ბიზნეს პარტნიორად (წილების ფლობით). ეს არის საუკეთესო შანსი ნებისმიერი ადამიანისათვის რომელიც ფიქრობს ბიზნეს საქმიანობის წამოწყებას ან უკვე არსებული ბიზნესის გაფართოებას.

ქვემოთ წარმოდგენილია ჩემს მიერ შექმნილი მცირე ბიზნესის მოდელი, რომელიც გახდა გამარჯვებული და კრისტალის ფონდის მიერ დაფინანსებული, მასში გამოყენებულია კვლევები და დასკვნები, ბოლო 6 წლის განმავლობაში წარმოებული

და რეალიზებული ღვინის შესახებ, გარდა ამისა პროექტის მთავარი მიზანია ბაზარზე არსებული პრობლემის შესწავლა და მისი გადაჭრის გზის მოძიება.



საინვესტიციო მემორანდუმის ფორმა

პროექტის დასახეება
ღვინის წარმოება/რეალიზაცია
ბიზნესის მოკლე აღწერა

წარმოდგენილი ბიზნეს გეგმა ეხება ქ. ქობულეთში, ქართული ჯიშის ყურძნისგან (რქაწითელი, ქედისკოლიკაური, ვანისალადასტური, მანავისმწვანე, საფერავი, ხვანჭკარადასხვა) ბრენდირებული ღვინის წარმოებას. საწარმო ფუნქციონირებს 2015 წლიდან. დაარსებიდან დღემდე რეალიზებულია 10000 ბოთლ ღემეტი ღვინო. ღვინის წარმოებაში დასაქმებული ვართ ძირითადად ლოჯის სწევრები, საჭიროების შემთხვევაში სემონურად დამატებით ვასაქმებთ 2-3 ადამიანს. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ წარმოების ადარეალიზაციის პროცესი იხვეწება დამომხმარებლის მოთხოვნებს ერგება, რაც საერთო ჯამში იასახებარო გორცადგილობრივ, ასევე რაიონის სტუმრების (ტურისტების) და ინტერესების თადაპროდუქციის რეალიზაციის ზრდით. საწარმო (მარანი) განთავსებულია იზოლირებული ადგილას, საცხოვრებელის ახლის სარდაფში და პერიოდულად დემოში მდებარე ვალკემეობაში, ამასთანავე ადგილზე ვეხდებარე ღვინის დამზადების პროცესი და მისი დასაწყობება. პროდუქციის რეალიზაცია ხდება ადგილზევე (ძირითადად ქობულეთში ჩამოსულ დამსვენებლებზე) და გაფართოვების შემთხვევაში ქალაქში არსებული ორი წარმატებული რესტორანი თანახმაა ჩვენთან ითანამშრომლოს და შეიძინოს ნატურალური ღვინო.

თქვენ და თქვენი გუნდი

სახელი და გვარი	პოზიცია	უფლება-მოვალეობები	საკონტაქტო ინფორმაცია
მარია წულუკიძე	საწარმოს თანამფლობელი	რეალიზაცია და გედამხედველობა	E-mail: mari-ka.tsulukidze@gmail.com Mob: +995593199991
გიორგი ხინიკაძე	საწარმოს მფლობელი	წარმოება, რეალიზაცია და გედამხედველობა.	E-mail: gkhinikadze91@gmail.com Mob: +995595702807
სულხან ხინიკაძე	საწარმოს თანამფლობელი	წარმოება, ტრანსპორტირება და გედამხედველობა	Mob: +995598000078

სახელი და გვარი	CE O	უფლება - მოვალეობები	მისამართი	მობილური რის ნომერი	ელ.ფოსტა	სოც.ქსელი
გიორგი ხინიკაძე		წარმოება, რეალიზაცია და	ქ. ქობულეთი, თამარ მეფის	Mob: +99559 570280	E-mail: gkhinikadze91@gmail.com	https://www.facebook.com/profil

		ზედამხედველობა.	სანაპირო N78.	7	com	e.php?id=100025903583914
--	--	-----------------	---------------	---	-----	--

გუნდის შესახებ

ღვინის წარმოება 4 წლიანგამოცდილებას ითვლის, საკმაოდ წარმატებულად, რასაც მოწმობს ჩვენისაქმიანობისსწრაფიზრდისდინამიკა.

წარმატებაკვიანპირობებულაყოველღიურრეჟიმშიახალიინფორმაციისმოძიებითადაგაცნობით.უფლება-მოვალეობებიშემდეგნაირადააგადაწინააღმდეგობით:

- ნედლეულის მოძიება, წარმოების პროცესი - გიორგი ხინიკაძე და სულხან ხინიკაძე
- დამზადებული პროდუქციის რეალიზაცია- გიორგი ხინიკაძე, სულხან ხინიკაძე და მარია წულუკიძე

ჩვენი გუნდისთვის უმნიშვნელოვანესია ყოველღიურიზრუნვაკვალიფიკაციისამაღლებაზე, რაცწარმატებისსაწინდარია. მუდმივად ვეცნობით სიახლეებს, ვესწრებით სხვადასხვა ტრენინგებს, კონფერენციებს და მუდმივად სიახლის ძიების პროცესში ვართ.

1. პრობლემის გადანყვეტა

პრობლემა / საჭიროება

ვინაიდანსაქართველოღვინისქვეყანაა, ამდარგისმიმართულელებითმრავალფეროვანიაშესაბამისადბიზნესიკ.

ადგილობრივიზაზარიარუჩივისღვინისასორტიმენტისნაირსახეობასდამწარმოებელსაწარმოებს. რათქმაუნდავიცით, რომმთავარიმაინცხარისხია,

ამიტომცდილობთჩვენმაპროდუქციამგაუნიოსკონკურენციაადგილობრივზაზარსდაჩვენიპროდუქციისრეალიზებამოხდესსარფიანად.ზაზარზეჩვენიპროდუქციაგამორჩევახარისხით, მჭიდროდდასახლებულსაკურორტოზონაშიდაბინავებულიდამსვენებელიხდებაჩვენიექტიურიომხმარებელი, ასევეგვაქვსშეკვეთისშემთხვევაშიადგილზე მიტანისსერვისიუფასოდ.

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ 1 კმ-ს რადიუსში არ არის მსგავსი ტიპის მაღაზია, რაც კიდევ უფრო ზრდის მომხმარებლების ინტერესს და მოთხოვნას პროდუქციაზე. იმის გამო, რომ არ

დავკარგოთ მუდმივი კლიენტი, ხშირად სეზონის დამთავრებამდე (შუა სეზონის შემდეგ) საკუთარი პროდუქციის ამონურვის შემდეგ გვიხდება სხვის მიერ წარმოებული ღვინის რეალიზება

საწარმოში ამ ეტაპისთვის გვაქვს რამოდენიმე პრობლემა:

1. ვინაიდან სხვადასხვა ჯიშის ყურძნისგან ვამზადებთ ღვინოს, არ გვაქვს საკმარისი რაოდენობის ჭურჭელი. აგრეთვე მზა პროდუქციის შესანახად არ გვაქვს საკმარისი მინის ბოთლები.
2. დამზადებული ღვინისთვის გვესაჭიროვება საფილტრი აპარატი. დღემდე ქობულეთის რაიონის სოფ. გვარაში მდებარე ავრო სერვის ცენტრში ვფილტრავთ ღვინოს, რისი ხარჯიც ზრდის თვითღირებულებას.
3. ამ ეტაპისთვის რეალიზაციას ვახდენთ მშობლების მფლობელობაში მყოფი საცხოვრებელი სახლიდან და ვფიქრობთ მოვანყოთ თანამედროვე დიზაინის სტენდი „ღვინის გალერეა“, სადაც გამოიფინება და გაიყიდება ღვინო, რაც კიდევ უფრო თვალსაჩინო იქნება მოსეირნე ადამიანებისა და მებობელი საოჯახო ტიპის დამესვენებლებისათვის.

გადაჭრის გზა(ები)

საწარმომ ამ ეტაპზე გამართულად რომ იმუშაოს და ბაზარზე არსებულ დღევანდელ მოთხოვნაზე მიწოდება რომ გავათანაბროთ, გვესაჭიროვება შემდეგი აქტივების დამატება:

1. ჭურჭელი: 1 მუხის კასრი (500 ლ. ტევადობის), 20 მინის ბოცა (თითო 20 ლ. ტევადობის), საფილტრი აპარატი, 1 თიხის ქვევრი, 1000 ც მინის ბოთლი 0,75 ლ ტევადობის, საცობი, ჩაჩი, 1 ელ.საწური და 1 ცალი 500 ლ. ტევადობის უჟანგავი ლითონის ავზი.
2. ღვინის საფილტრი აპარატი - წარმადობა 350-500 ლ. საათში, ელექტრო საწური. ქობულეთის ზღვის სანაპიროზე ე. წ. ბულვარზე ოჯახის საკუთრებაში არსებულ ფართზე თანამედროვე დიზაინის სტენდი „ღვინის გალერეა“

2.პროდუქტისა და ბაზრის თანხვედრა

ჰობის ბიზნესად გადაქცევა გადაწყვიტეთ სწორედ პოტენციურ მომხმარებლებთან (დამსვენებლებთან) კომუნიკაციის დროს მათ მიერ გამოთქმული სურვილებიდან გამომდინარე , რაც მდგომარეობდა იმაში, რომ სურდათ შეეძინათ ხარისხიანი ღვინო, რადგანაც საქართველო ცნობილია, როგორც ღვინის ქვეყანა და ისეთ ტურისტულ ქალაქში, როგორიც ქობულეთია ისურვებდნენ, რომ დაეგემოვნებინათ ხარისხიანი ქართული ღვინო. ყოველივე აქედან გამომდინარე გადაწყვიტეთ, რომ მომხმარებლებისთვის მიგვეწოდებინა ისეთი პროდუქტი, რომელიც დააკმაყოფილებს მათ მოთხოვნებს, რაც ამართლებს და ყოველწლიურად ზრდის

ვინ არიან ჩვენთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი მომხმარებლები?

ღვინის წარმოების დროს ვითვალისწინებთ იმას, რომ ღვინის ფასი უნდა შეესაბამებოდეს დამსვენებელთა სეგმენტს. მიუხედავად იმისა, რომ როდესაც ადამიანმა იცის კარგი ღვინის ფასი, მას არ აქვს პრეტენზია ფასთან, თუმცა ვითვალისწინებთ იმასაც, რომ ყველა მომხმარებელი უცხოელი არ არის, შესაბამისად ფასებიც არ უნდა იყოს ძალიან გაბერული.

ჩვენი მომხმარებლები არიან ძირითადად ტურისტები, რომლებიც დასაწყისში სრულიად უფასოდ აგემოვნებენ ჭიქა ღვინოს, რაც შემდეგ განაპირობებს ღვინის მიმართ კიდევ უფრო მეტი ინტერესის გამოვლენას.

რა ზომის ბაზარი არსებობს და მისი რომელი ნაწილი გვსურს მოვიზიდოთ?

ქობულეთის გამგეობის ინფორმაციით 2018 წელს ზაფხულში ქობულეთში ჩამომსვლელი უცხოელი და ადგილობრივი დამსვენებლების რაოდენობამ შეადგინა დაახლოებით 100 000 ადამიანი. ღვინის სტენდის გაკეთებას ვგეგმავთ სანაპირო ზოლზე, სადაც ძირითადად თავს იყრიან ტურისტები. იმ ადგილას, სადაც იქნება სტენდი „ღვინის გალერეა“, მინიმუმ 1 კ.მ.-ის არეალში მსგავსი ობიექტი არ არის, რაც ხელს შეუწყობს გაყიდვებს.

ვინ არიან ძირითადი კონკურენტები?

ჩემი ინფორმაციით, ღვინის მწარმოებლები ქობულეთში საკმაოდ არიან, მაგრამ კონკურენციას ვერ მიწვევენ ადგილმდებარეობის, წარმოებული პროდუქციის ხარისხის და წლების განმავლობაში მოზიდული მუდმივი კლიენტურის არსებობის გამო.

აგრეთვე აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ რასაც ვაპირებ, კერძოდ სტენდის „ღვინის გალერეა“ გახსნა, სანაპირო ზოლთან არის ინოვაცია და ვთვლი, რომ გაზრდის მომხმარებლების რაოდენობას და შესაბამისად გაყიდვებსაც.

რა იქნება ჩვენი უპირატესობა კონკურენტებთან შედარებით?

1. საკმაოდ კარგი ადგილმდებარეობა
2. პროდუქტის ხარისხი
3. მუდმივი კლიენტების არსებობა
4. 1 კმ-ის რადიუსში მსგავსი შეთავაზების არარსებობა

3. სადისტრიბუციო არხები და მომხმარებელთან ურთიერთობა

რა არხებით სურთ ჩვენს მომხმარებლებს ურთიერთობა ?

რეალიზაციამოხდება შემდეგნაირად: 1. პირდაპირი მარკეტინგი დამსვენებლებზე; 2. სანაპიროზე განთავსებული სტენდი; 3. სარესტორნო ქსელში რეალიზაცია.

როგორ ახერხებენ სხვა კომპანიები მათთან კონტაქტს ?

სხვა კონკურენტების სამუშაო სტილი არის განსხვავებული, რის გამოც კონკურენციას ვერ მიწევს. (ისინი ყიდულობენ და ყიდიან ღვინოს, არ იყიან ღვინის შესახებ ყველანაირი ინფორმაცია, შესაბამისად კლიენტებთან უჭირთ დეტალურად ღვინის დაყენებაზე არსებული დეტალების მოყოლა)

რომელი არხები მუშაობს ყველაზე კარგად?

გაყიდვებში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს უცხოელ ტურისტებს.

მომხმარებელთან ურთიერთობა

მომხმარებლის მოზიდვა ხდება პირდაპირი მარკეტინგით დამსვენებლებზე, კერძოდ სემონის დასაწყისში ახლო მდებარე საოჯახო ტიპის სასტუმროებში ვტოვებთ სარეკლამო ბროშურებს, გვაქვს საინფორმაციო (სანიშნე) სტენდი. ვახდენთ ფასდაკლებას ისეთ მომხმარებლებზე, რომლებსაც ვთვლით, რომ არიან მუდმივი მომხმარებლები და ამ გზით თავისმხრივ ისინიც გვიკეთებენ რეკლამას და მოჰყავთ ახალი მომხმარებლები.

4. შემოსავლის ნაკადები და საფასო ტაქტიკა

რა არის ჩვენი შემოსავლის მოდელი ?

ყვიდულობთ რამდენიმე ჯიშის ყურძენს და შესაბამისად ვანარმოებთ სხვადასხვა სახის ღვინოს, იქედან გამომდინარე, რომ ყურძენის ფასები სხვადასხვაა შესაბამისად ღვინის ფასებიც განსხვავდება.

როგორია საფასო ტაქტიკა ?

ფასნამატი ყოველწლიურად მერყეობს, რაც გამომწვეულია რამდენიმე ფაქტორზე: ყურძენის ფასები ყოველწლიურად არის სხვადასხვა, მაგრამ იქედან გამომდინარე რომ გვყავს მუდმივი კლიენტურა ყურძენის ფასის გაძვირების შემთხვევაში მნიშვნელოვნად ვერ ვზრდით ღვინის ფასს. აგრეთვე, ვაკვირდებით ბაზარზე კონკურენტების ფასებს და შესაბამისად ვარეგულირებთ, რადგანაც ვცდილობთ ფასებშიც ვიყოთ კონკურენტუნარიანები. ყოველივე აქედან გამომდინარე არის წლები, როცა ფასნამატი ჩამოდის 125%-ზე ან ცდება 200%-ს.

5. მნიშვნელოვანი პარტნიორები

მნიშვნელოვანი პარტნიორები

დაარსების დღიდან პარტნიორებთან არ გვითანამშრომლია, რადგან საკუთარი ძალებით ვახერხებდით ბაზრის დაკმაყოფილებას, მაგრამ ვინაიდან გაყიდვების მაჩვენებელი გაიზარდა და მთლიანობაში საწარმოს გაყიდული აქვს უკვე 10000 ბოთლზე მეტი გადავწყვიტეთ გამოგვეყენებინა შანსი და გვეთანამშრომლა თქვენს პროექტთან, ვინაიდან ვფიქრობთ, რომ ამ ეტაპზე თქვენ ხართ ჩვენი საწარმოს განვითარების საუკეთესო გამოსავალი

6. ძირითადი საქმიანობა და საკვანძო რესურსები

ძირითადი საქმიანობა და საკვანძო რესურსები

პროექტის სრული ღირებულება	
მუხის კასრი (1 ცალი)	700 ლარი
მინის ბოცა (20 ცალი)	700 ლარი
საფილტრი აპარატი	1100 ლარი
თიხის ქვევრი (1 ცალი)	500 ლარი
მინისბოთლი 0,75 ლ. (1000 ცალი)	750 ლარი
საცობი	400 ლარი
ჩაჩი	50 ლარი
ელექტრო სანური	1300 ლარი
უუანგავი მეტალის ავზი (500 ლიტრიანი)	1250
ჯამი	6750 ლარი

7. ფინანსური ნაწილი

თვითღირებულება და გასაყიდი ფასი				
- პროდუქტის/სერვისი თვითღირებულება				
- პროდუქტის/ სერვისი გასაყიდი ფასი				
მოგება-ზარალის უწყისი (12 თვე)				
თვეები	ხელშეკრულებების რაოდენობა	შემოსავალი	ხარჯი	მოგება-ზარალი
იანვარი		2000	920	1080
თებერვალი		2000	920	1080
მარტი		2000	920	1080
აპრილი		2000	920	1080
მაისი		2000	920	1080
ივნისი		3000	1630	1370
ივლისი		5000	2650	2350
აგვისტო		9000	4690	4310
სექტემბერი		5000	2650	2350
ოქტომბერი		2000	920	1080
ნოემბერი		2000	920	1080
დეკემბერი		2000	920	1080
ჯამი		38000	18980	19020

* ფინანსური უწყისების ნაწილი

8. სასურველი დანართები:

1. ბიზნეს-მოდელის ტილო

		დამატებითი დირებულება:		
პარტნიორები:	აქტივობები:	მომხმარებლებს ვანვდით პროდუქციას, რომელზეც არის მოთხოვნა. გაყიდვის წერტილი გვექნება ისეთ ადგილას, სადაც არის დამსვენებლის ძირითადი თავშეყრის ადგილი.	მომხმარებელთ ან ურთიერთობა:	მომხმარებლის სეგმენტი:
უცხოელი ტურისტები ადგილობრივი ტურისტები ადგილობრივი რესტორნები ადგილობრივი მოსახლეობა	რამდენიმე სახის ღვინო, თიხის ჭურჭელში სასაჩუქრედ გამზადებული ღვინო.		პირდაპირი მარკეტინგი, ფეისბუქ გვერდი, საინფორმაციო (სანიშნე) ბანერი და ა.შ.	უცხოელი ტურისტები ადგილობრივი ტურისტები ადგილობრივი რესტორნები ადგილობრივი მოსახლეობა

რესურსები	დისტრიბუციის არხები
ადამიანური რესურსის სახით ჩართული ვართ ოჯახის წევრები. ღვინის წარმოებისთვის საჭირო ინვენტარი ჭურჭელის სახით.	პირდაპირი მარკეტინგი, ფეისბუქ გვერდი, საინფორმაციო (სანიშნე) ბანერი და ა.შ.
ხარჯები	შემოსავლის მოდელი
ნედლეულის ხარჯი, კომუნალური ხარჯი. დასაქმებული ადამიანების შრომითი ანაზღაურება (მაღაზიის გამყიდველი). წარმოების, დისტრიბუციის და ზედამხედველობის ფუნქციას ვასრულებთ ოჯახის წევრები, რომელთა რესურსის ხარჯიც არ გვაქვს გადაყვანილი ფულად ერთეულში.	გადახდის საშუალებები არის როგორც ნაღდი, ასევე უნაღდო. რესტორნებთან ვთანამშრომლობთ ერთეულ შემთხვევაში კონსიგნაციით.

დასკვნა

1. ბიზნესი არის წინასწარ გააზრებული საქმიანობა, ურთიერთობათა ერთობლიობა, რომელსაც მოაქვს ინდივიდის მატერიალური და სულიერი¹ მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისათვის გარკვეული შემოსავალი, ის ამავდროულად საზოგადოებრივი სარგებლიანობის თვისების მატარებელიცაა, რადგანაც ყოველი ინდივიდის ინტერესების დაკმაყოფილება აუცილებლად ითვალისწინებს საზოგადოების ინტერესებსაც. ამ პროცესს თან ახლავს წინააღმდეგობები, რომლებიც შეიძლება განვიხილოთ, როგორც საზოგადოების ეკონომიკური პროგრესის, ეკონომიკური განვითარების საფუძველი.

2. მცირე ბიზნესი თავისი მოცულობით ეკონომიკის ერთ-ერთ უმსხვილეს სექტორს წარმოადგენს. იგი როგორც ბიზნესსისტემის, ასევე მთელი ეკონომიკური სისტემის ფორმირების, განვითარებისა და სტაბილურობის ერთ-ერთი პირველწყაროა.

3. მსოფლიო და სამამულო პრაქტიკა მოწმობს, რომ ძირითად მაჩვენებელს, რის საფუძველზეც წარმოებს სხვადასხვა ორგანიზაციული ფორმის საწარმოთა მცირე მენარმეობის სუბიექტებზე მიკუთვნება პირველ რიგში წარმოადგენს დასაქმებულთა რაოდენობა. თუმცა არსებობს სხვა ზოგადი მაჩვენებლები, მათ შორის: საწესდებო კაპიტალის რაოდენობა, აქტივების სიდიდე, ბრუნვის მოცულობა და სხვა. მსოფლიო ბანკის მონაცემებით ამ მაჩვენებელთა საერთო რაოდენობა აჭარბებს 50-ს. ყველაზე ხშირად გამოყენებულ კრიტერიუმს წარმოადგენს საწარმოში დასაქმებულთა საერთო რიცხვი, წლიური ბრუნვა და აქტივების სიდიდე მცირე ბიზნესის საწარმოები უფრო მდგრადია გარე ცვლილებებთან. კერძოდ, 90-იანი წლების დასაწყისში – ეკონომიკის საერთო დასაქმების პერიოდში ძირითადად მცირე ბიზნესი ქმნიდა ეკონომიკის ფორმირების შესაძლებლობებს, ამ სექტორიდან დაიწყო ახალ საბაზრო პირობებთან ადაპტაცია. პოსტკომუნისტური მოდელის საწარმოებმა ვერ გაუძლეს კონკურენციას, დაიწყო მათი ცალკეულ სეგმენტებად პრივატიზაცია. ჩვენის აზრით, ასეთ პირობებში მცირე ბიზნესმა გამოავლინა თავისი მოქნილობა, სიცოცხლისუნარიანობა, ბაზრის მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების უნარი, სპეციალიზაციის მაღალი ხარისხი, პერსპექტიული მიმართულებით რესურსების მობილიზაციის შესაძლებლობა.

4 მცირე ბიზნესი მნიშვნელოვანია ორგანიზაციული კულტურისა და უნარ-ჩვევების დაუფლების თვალსაზრისით. მცირე საწარმოში ყალიბდება ფასეულობათა სისტემა, რაც ბიზნესის ფილოსოფიისა და მრწამსის საფუძველია. სოციალური ფაქტორები, პრინციპები, ტრადიციები, სამუშაო პროცედურები მიმართულია ორგანიზაციის მიზნების განხორციელებისა და სტრატეგიის რეალიზაციისაკენ.

5 მცირე ბიზნესი მეტად მნიშვნელოვან ფუნქციას ასრულებს ეკონომიკის ინოვაციური განვითარების თვალსაზრისით. თანემედროვე პირობებში ინოვაციები მიჩნეულია ეკონომიკის განვითარების სტრატეგიის ერთ-ერთ უმთავრეს ელემენტად, როგორც ნაციონალურ, ისე საერთაშორისო დონეზე. თანამედროვე საბაზრო პროცესები ხასიათდება სეგმენტაციის მაღალი ხარისხით, რაც მცირე საწარმოთა ინოვაციურ აქტივობას განსაკუთრებით აქტიურს ხდის. მასიური ბაზრების ეპოქა უკან იხევს და დღეისათვის ბიზნესის ტენდენციათა განმსაზღვრე ლი ფაქტორები ხდება მომხმარებელთა მოთხოვნების მრავალფეროვნება და ცვალებადობა. მცირე საწარმოებს შეუძლიათ სწრაფად და მოქნილად რეაგირება მომხმარებელთა მოთხოვნაზე, ახდენენ წვრილსერიული, უნიკალური და სპეციფიკური პროდუქციის მიწოდებას ცალკეულ საბაზრო სეგმენტებზე.

6. მცირე ბიზნესს აქვს მნიშვნელოვანი სოციალურ-ეკონომიკური როლი, რაც ძირითადად გამოიხატება საზოგადოების საშუალო ფენის ფორმირების დაჩქარებაში, ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის ზრდაში; უნარიან მენარმეთა წარმოჩენაში. მათთვის მცირე ბიზნესი ხდება თვითრეალიზაციის პირველი საფეხური; შედარებით დაბალი დანახარჯებით იქმნება ახალი სამუშაო ადგილები, უზრუნველყოფა პროფესიითა შეთავსებადობა და ა.შ.

7. საინტერესო განსხვავებები არსებობს საზღვარგარეთის ქვეყნებსა და პოსტსაბჭოთა ქვეყნებს, მათ შორის საქართველოს შორის, მცირე მენარმეობის არჩევის მოტივებში. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში უმუშევრობა არ არის ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროსაკენ ადამიანების ლტოლვის ძირითადი ფაქტორი. ეს უფრო ნაკარნახევია გრძელვადიანი, მყარი მოტივებით, შრომითი ფასეულობების უფრო ახლებურად გააზრებით. განვითარებულ ქვეყნებში სულ უფრო იზრდება

წვრილ, არაკორპორირებულ ფერმათა რიცხვი, რომლებშიც შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე ოჯახის წევრებთან, ან დაქირავებულ მუშაკთა გვერდით თვითონ მესაკუთრეებიც მუშაობენ, რომელთა მიერ მიღებული შემოსავალი ამ საწარმოებში დაბანდებული კაპიტალის მეშვეობით, ზოგჯერ კი მხოლოდ საკუთარი შრომისა და მენარმეობრივი ნიჭის უკუგებით მიიღება. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად “მიმზიდველი” ფაქტორებით განისაზღვრება; მცირე ბიზნესის ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურის ფორმირებაზეა დამოკიდებული არა მარტო ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარება, არამედ სოციალური პრობლემების გადაჭრა. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მცირე ბიზნესს ადგილობრივი რესურსების გამოყენებაში. ამასთან მცირე ბიზნესის განვითარება რეგიონებში უნდა დავეუკავშიროთ აქტიურ სტრუქტურულ პოლიტიკას. ეს უმჯობესია განხორციელდეს მიზანმიმართულად, იმ პრიორიტეტების შესაბამისად, რომლებიც რეალურად უზრუნველყოფენ ეფექტიანობას. დღევანდელ პირობებში პერსპექტიულად მიგვაჩნია შემდეგი მიმართულებები: ფერმერული მეურნეობა, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის გადამუშავება, სამშენებლო მასალების წარმოება, ტურიზმი და საკურორტო მეურნეობა, მომსახურების სფერო, საექსპორტო პროდუქციის, იმპორტშემცვლელი პროდუქციის წარმოების ზრდა, ინოვაციების სფერო, ხალხური რენვა, მაღალტექნოლოგიური წარმოება.

სახელმწიფომ უნდა შექმნას ხელსაყრელი მაკროეკონომიკური და ბიზნესგარემო იმ პროდუქციის საწარმოებლად, რომელიც დღეისათვის უცხოეთიდან შემოდის და მის ადგილზე წარმოებისათვის საჭირო ბუნებრივი პირობები და სათანადო ადგილობრივი იაფი რესურსები არსებობს.

8. მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის გაძლიერება სახელმწიფოს მხრიდან ეკონომიკური პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი ნაწილი უნდა იყოს, რისი განხორციელებაც მცირე ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირებითაა შესაძლებელი, განსაკუთრებით კი მაკროეკონომიკური რეგულირებით. სისტემატური, მიზანმიმართული მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს საკანონმდებლო ბაზის მუდმივი სრულყოფის მიმართულებით, მცირე

ეკონომიკის პრიორიტეტულ, საზოგადოებრივი და სოციალური თვალსაზრისით ეფექტიან მიმართულებათა განვითარების ყოველმხრივი სტიმულირებისათვის.

9. მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისას განსაკუთრებული უპირატესობა უნდა მიენიჭოს მცირე ბიზნესის ინოვაციურ ხელშეწყობას, რაც მოითხოვს მეცნიერულ-ტექნიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას, ისეთი ბიზნეს-სუბიექტების მხარდაჭერას რომლებიც ორიენტირებული არიან ინოვაციებზე და მაღალ ტექნოლოგიებზე. ინოვაციური სტრატეგიის შემუშავება უნდა აისახოს ინოვაციური განვითარების სახელმწიფო მიზნობრივ პროგრამებში. ასეთი პროგრამები ამა თუ იმ ფორმით არსებობენ განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში, რომელთა გამოყენების ეფექტიანობას წარმოადგენს იაპონიის, სინგაპურის, ისრაელის და სხვათა გამოცდილება.

10. სამაგისტრო ნაშრომის დასასრული მიძღვნილია პროექტზე - მცირე ბიზნესის განვითარებაზე კერძო მაგალითის საფუძველზე, რაც ვფიქრობ თვალნათელს ხდის ყველა ზემოთ მოყვანილ მაგალითს, თუ თეორიულ მასალას. საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ ნებისმიერი ბიზნესის წამოწყება-განვითარებაში უდიდეს როლს ასრულებს ხელშეწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორები, ჩემს შემთხვევაში თეორიული მასალების, პრაქტიკული ცოდნის და პროექტის საშუალებით ვფიქრობ პატარა წვლილს შევიტან საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარებაში, რაც იქნება როგორც ჩემი წინ გადადგმული ნაბიჯი, ასევე ჩემს ქვეყანაში იარსებებს კიდევ ერთი ბიზნესი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ქართული ბიბლიოგრაფია

აბესაძე . 2008: აბესაძე რამაზ, კაკულია ეთერი, “მცირე ბიზნესის მაკროეკონომიკური რეგულირების მექანიზმი საქართველოში”. შაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა, თბილისი.

ასათიანი 2009: ასათიანი როზეტა, “საქართველოს ეკონომიკა”, ნაწილი I, გამომცემლობა “სიახლე”, თბილისი.

გოგიაშვილი 2009: გოგიაშვილი შალვა, “კონკურენციის ეკონომიკური პოლიტიკა და საკანონმდებლო პრაქტიკა”, გამომც. “ინოვაცია”, თბილისი;

ერქომაიშვილი 2007: ერქომაიშვილი გულნაზი, “ ბიზნესი _ ფირმის ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები”, თბილისი.

იაკობიძე 2010: იაკობიძე დავით, “საქართველოს ეკონომიკა საერთაშორისო შეფასებათა თვალსაზრისით და განვითარების შესაძლებლობები”, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სამეცნიერო შრომების კრებული.

ლიპარტელიანი . . .2009: ლიპარტელიანი ნინო, ჯოლბორდი მამუკა.

“ქართველი და უცხოელი მენარმეები და მათი საქმიანობა საქართველოში”. (XIX ს.-XXს-ის I ოცნლეული). გამომცემლობა “მერიდიანი”. თბილისი.

მასურაშვილი 2008: მასურაშვილი სოსო, “ინოვაციების ბაზრის ძირითადი მიმართულებები ბიზნესში”, უ. “ახალი ეკონომისტი” #2

მესხია 2011: მესხია იაკობ, “ბიზნესის საფუძვლები”, თბილისი

ოთინაშვილი 2010: ოთინაშვილი რამაზ, “საქართველოს ეკონომიკა”, საგამომცემლო სახლი “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი.

სამადაშვილი 2009: სამადაშვილი უმანგი, “ბიზნესის საფუძვლები”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი.

სამადაშვილი 2009: სამადაშვილი ალექსანდრე, “სამენარმეო და ტექნოლოგიურ ინოვაციათა მენეჯმენტი”, გამომც. “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი;

სისვაძე 2009: სისვაძე აზიკო, “ფირმის ფინანსური მენეჯმენტი”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი

ქადაგიშვილი 2010: ქადაგიშვილი ლლეილა, “მცირე ბიზნესის ინოვაციური პოტენციალი”, ბათუმის საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის “ინოვაციები ბიზნესში” მასალები, გამომცემლობა

შურღაია 2010: შურღაია ომარი, “მცირე ბიზნესის საფუძვლები”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი

შენგელია 2008: შენგელია თეიმურაზ, “ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები”, გამომც. “ახალი საქართველო”, თბილისი;

ჭანტურია . . . 1998: “მენარმეთა შესახებ კანონის კომენტარი”, გამომცემლობა “სამართალი”, თბილისი

ჭითანავა . . . 2008: ჭითანავა ნოდარ, თალაკანძე ლარისა, “სოციალური ეკონომიკა”, თბილისი.

ხარიტონაშვილი 1997: ხარიტონაშვილი ჯემალ “ეკონომიკურ მოძღვრებათა ისტორია” თბილისი;

უცხოური ლიტერატურა

Шумпетер И2007:.. «Теория экономического развития», М.

Друкер 2004: Петер «Энциклопедия менеджмента». Москва. Санкт Петербург. Киев. Изд. дом «Вильямс».

სიროპოლისი 1997: Сирополис К. Николас Управление малым бизнесом, "Дело"

წყაროები

1. “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში”, სტატისტიკური პუბლიკაცია. <http://www.statistics.ge/>
2. “საქართველო საერთაშორისო რეიტინგებში” საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. <http://www.economy.ge/>
3. “გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში”, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. <http://www.economy.ge/>
4. “მენარმეობა საქართველოში”, საქსტატი, 2008-2009-2010 წლების სტატისტიკური პუბლიკაციები, <https://www.geostat.ge/ka>
5. კვარტალური ბიულეტენი 2011.1. საქსტატი, <https://www.geostat.ge/ka>
6. “მენარმეობა საქართველოში”, საქსტატი, სტატისტიკური პუბლიკაცია,
7. “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”, <http://www.moa.gov.ge/>
და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. <http://www.economy.ge/>
8. “პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები”. საქსტატი, <https://www.geostat.ge/ka>
9. USAID - საქართველო <https://www.usaid.gov/georgia/history>
10. აწარმოე საქართველოში - <http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/>
11. ჩვენს მიერ ანკეტური წესით განხორციელებული კვლევები.