სსიპ გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი

დარინა მაზიაშვილი

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი:

პროფ. ნინო ორჯონიკიძე

გორი

2021

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

დ. მაზიაშვილი

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში

ჩვენს მიერ საკვლევი სამაგისტრო ნაშრომი „მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში“ შეეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიებს და სახელმწიფოს როლს ამ პროცესებში. **ჩვენი მიზანი** გახლდათ შეგვესწავლა მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები საქართველოში. შესაბამისად, ჩვენს მიერ საკვლევი თემა აქტუალურად მიმაჩნია. ჩატარებული **კვლევის ამოცანაა** ჩვენება იმისა, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია სახელმწიფო, რომელიც უზრუნველყოფს მცირე ბიზნესისათვის გასაღების ბაზრის ფორმირებას, აჩქარებს კაპიტალის დაგროვების პროცესს, ამყარებს კონკურენტუნარიანობას. ქართულ რეალობაში, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისათვის ფართოდ უნდა იქნეს გამოყენებული განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკაში კარგად აპრობირებული და ისეთი ეფექტური ინსტრუმენტები, როგორიცაა ფრანჩაიზინგი და ლიზინგი. ჩატარებული **კვლევის საგანია** განვითარებული ეკონომიკის მქონე სახელმწიფოების და პოსტსაბჭოთა სივრცეში მყოფი სახელმწიფოების გამოცდილება მცირე და საშუალო ბიზნესთან მიმართებაში. **კვლევის ობიექტია,** საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და საქსტატის ოფიციალურ ვებგვერდზე განთავსებული სტატისტიკური ინფორმაცია და სტრატეგიული გეგმები. ჩვენს მიერ ჩატარებული **კვლევის ძირითად შედეგად** ვამტკიცებთ მას, რომ ეკონომიკური საქმიანობის ხასიათის მრავალგვარობიდან, აგრეთვე, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და ორგანიზაციულ–საკუთრებითი ფორმებიდან და სხვა ნიშნებიდან გამომდინარე, მცირე და საშუალო მეწარმეობის ფუნქციონირების სფერო არ შემოისაზღვრება ეკონომიკის რომელიმე დარგით და საკუთრების ამა თუ იმ ფორმით. მცირე საწარმოები შეიძლება მოქმედებდეს ნებისმიერ დარგსა და სფეროში; ის შეიძლება შეიქმნას როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო სექტორში და ემყარებოდეს როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო და კომერციულ, ჯგუფურ ან შერეულ საკუთრებას. ჩვენს მიერ ჩატარებული **კვლევის სიახლე** გახლავთ ჩვენება იმისა, რომ საქართველოში, ისევე როგორც სხვა პოსტსაბჭოურ

ქვეყნებში ფაქტიურად ჯერ კიდევ ყალიბდება ეს სექტორი; იხვეწება მცირე და საშუალო მეწარმეობის როგორც სექტორული ისე დარგობრივი სტრუქტურაც. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ითვლება საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ პერსპექტიულ მიმართულებად. ეკონომიკის ეს სექტორი უფრო დინამიურად რეაგირებს კონიუნქტურის შეცვლაზე, ქმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს, ხელს უწყობს საშუალო კლასის ფორმირებას, ე.ი. აფართოვებს გასატარებელი რეფორმების სოციალურ ბაზას. ასეთი სოციალური ბაზის საყრდენის გარეშე საბაზრო რეფორმები განწირულია, ხოლო საკითხი მათი შეუქცევადობის შესახებ მუდამ ეჭვის ქვეშ იქნება.

A n n o t a t i o n

D. Maziashvili

Small Business Development Trends in Georgia

The master's thesis "Trends in the development of small business in Georgia" is devoted to the development of strategies for the development of small business and the role of the state in this process. Our goal was to study the structure of small business and economic characteristics in Georgia. Therefore, I believe that the topic of research is relevant to us. The task of the study is to show that state support for small businesses is an important tool that provides small businesses in the market to accelerate the process of capital accumulation, enhance competitiveness, the Georgian reality, the development of small business in the area to be used in developed countries on the door. and an effective tool, such as franchises and leasing. Study of research conducted by states with developed economies and post-Soviet countries in the field of small business. The aim of the study is the Ministry of Economy and Sustainable Development, as well as statistical information and strategic plans for the official verbs of Geostat. As a result of our research, we have proved that, because of the nature of economic activity and organizational legal and organizational-property forms and other characteristics, the function of small business is not limited to any sector of the economy and any form of property. Small enterprises can be applied in any field and on the ground; They can be created both in the private and public sectors and are based on private, public and commercial, group or mixed ownership. A study of our research has shown that this sector still appears as a factor in Georgia, as in other post-Soviet countries; Entrepreneurship in both the small and small sectors is also a sectoral and sectoral structure. The development of small business is seen as one of the prospects for a market economy. This sector of the economy dynamically reacts to changes in the situation, creates additional jobs, promotes the formation of the middle class, ie, extends the social base of reforms. Without such a social base, market reforms are doomed, and the question of their irreversibility will always be questioned.

შინაარსი

შესავალი ---------- 7

თავი I.

მცირე და საშუალო ბიზნესი გლობალურ სივრცეში

1.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის კლასიფიკაციის კრიტერიუმები და მსოფლიო გამოცდილების ანალიზი ---------- 9

1.2. მცირე და საშუალო საწარმოები გლობალიზაციის პირობებში და საერთაშორისო ბაზარზე მათი გასვლის მოდელები ---------- 17

1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესი და სახელმწიფო ---------- 22

თავი II.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიები

2.1 მცირე ბიზნესის განვითარების პრობლემები საქართველოში ---------- 25

2.2. დაგეგმვის მნიშვნელობა მცირე და საშუალო ბიზნესში ---------- 33

2.3. საშუალო ბიზნესის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები ---------- 38

თავი III.

მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის ახალი სამთავრობო პროგრამა და მისი მიმართულებები

3.1.მცირე ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები საქართველოში ---------- 41

3.2 საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის ფინანსური მექანიზმები ---------- 48

3.3.ახალი სამთავრობო პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ და განხორციელებული პროექტები ---------- 50

დასკვნა ---------- 62

გამოყენებული ლიტერატურა ---------- 64

შესავალი

ჩვენს მიერ საკვლევი სამაგისტრო ნაშრომი „მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში“ შეეხება ბიზნეს სტრატეგიის ფორმირების ეტაპებს კომპანიაში, როდესაც ხდება მიზნების იდენთიფიკაცია და ამ მიზნების მიღწევის სტრატეგიული გეგმების შემუშავება. საერთაშორისო სტრატეგიის შემუშავებისას კომპანიის მიერ მიიღება ყოველმხრივ აწონდაწონილი გადაწყვეტილება იმის შესახებ, თუ რომელ ბაზარზეა საჭირო შეღწევა, ან რომელი ბაზრები უნდა დატოვოს; აგრეთვე, როგორ უნდა უზრუნველყოს კომპანიის კონკურენტუნარობა ცალკეულ ბაზარზე. სტრატეგიის რეალიზაციის ეტაპზე კომპანიაში მუშავდება იმ მიზნების მიღწევის ტაქტიკა, რომელიც დასახულია კომპანიის წინაშე სტრატეგიის ფორმირების პროცესში. მაგალითად, საერთშორისო კომპანიის მიერ კიდევ ერთ ქვეყანაში შვილობილი კომანიის ორგანიზების შესახებ გადაწყვეტილების მიღება პროდუქციისა და მომსახურების წარმოების შემდგომი გაფართოვების მიზნით წარმოადგენს ამ კომპანიის სტრატეგიის ფორმირების ნაწილის. ხოლო გადაწყვეტილების მიღება იმის თაობაზე, თუ რა სახის პროდუქცია და მომსახურება უნდა აწარმოოს აქ კომპანიამ, რომელი თარიღიდან უნდა დაიწყოს წარმოება და რა ფასები იქნება დაწესებული პროდუქციასა და მომსახურებაზე, მიეკუთვნება სტრატეგიის რეალიზაციის ეტაპს. სხვადასხვა საერთაშორისო კომპანიაში საერთშორისო სტრატეგიის შემუშავების ეტაპები შეიძლება რამდენადმე განსხვავებული იყოს. მიუხედავად ამისა, სპეციალურ ლიტერატურაში გამოყოფენ სტრატეგიების შემუშავების პროცესის საერთო ეტაპებს. ეს ეტაპებია: კომპანიის მისიის განსაზღვრა (ფორმულირება), SWOT – ანალიზის ჩატარება, სტრატეგიული მიზნების დასახვა, ტაქტიკური მიზნების დასახვა და ტაქტიკური გეგმების შემუშავება, კომპანიის მართვის საერთო (ზოგადი სქემის) შემუშავება.

მისიის განსაზღვრა. ძირითადად საერთშორისო სტრატეგიული დაგეგმვის

პროცესი იწყება კომპანიის მისიის განსაზღვრით, რომელშიც გამომჟღავნდება კომპანიის მთავარი მიზანი, მისი ღირებულებები (ფასეულობანი) და საქმიანობის მიმართულებები. კომპანიის მისია აღნიშნავს მომხმარებელთა მიზნობრივ ბაზრებს და მიზნობრივ სეგმენტებს, ძირითად საქონელსა და მომსახურებას, საქმიანობის

გეოგრაფიულ (ტერიტორიულ) სფეროს, ძირითად ტექნოლოგიებს, კონკრეტული ბრძოლის მეთოდებს, კომპანიის ეკონომიკური ზრდის და მომგებიანობის უზრუნველყოფის გეგმებს, ბიზნესის გაძღოლის ფუძემდებლურ ფილოსოფიას, აგრეთვე კომპანიის რეპუტაციის (იმიჯის) ამაღლების გეგმებს. კონკურენცია საერთშორისო ბაზრებზე უფრო მკაცრ მოთხოვნებს უყენებს სტარტეგიების დამუშავებას, ვიდრე მეტოქეობა ბაზრებზე. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მომხმარებელთა მოთხოვნას, საქონლის გავრცელების (გასაღების) არხების ორგანიზაციას, კონკურენტების ქცევას, რომლებიც შეიძლება იყოს განსხვავებული ეროვნულ ბაზარზე არსებული ანალოგიური მახასიათებლებისაგან. საკუთრების სტრუქტურაში, მენეჯმენტის მეთოდებსა და კაპიტალის ბაზარზე განსხვავებათა გამო ფირმებს შეუძლიათ ორიენტირება გრძელვადიან ან მოკლევადიან მიზნებზე, დიდ დივიდენდებზე ან ბაზრის წილის გადიდებაზე და სხვა.

კვლევის დროს გამოვიყენეთ ზოგადმეცნიერული მეთოდები, კერძოდ: ანალიზი და სინთეზი, დაკვირვება, შედარება, ჰიპოთეზა და ანალოგია.

კვლევის პროცესში ჩვენთვის სასურველ მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას წარმოადგენდა საქართველოს დავით აღმაშენებლის უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში და საქართველოს პარლამენტის ეროვნულ ბიბლიოთეკაში განთავსებული წიგნადი ფონდი, ასევე საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინტერნეტგვერდზე და საერთაშორისო საკრედიტო-საფინანსო ორგანიზაციების ოფიციალურ ვებგვერდებზე განთავსებული ინფორმაცია.

თავი I. მცირე და საშუალო ბიზნესი გლობალურ სივრცეში

1.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის კლასიფიკაციის კრიტერიუმები და მსოფლიო გამოცდილების ანალიზი

„მცირე და საშუალო ბიზნესი თანამედროვე ეკონომიკური ურთიერთობის ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტია. იგი წარმოადგენს ეკონომიკის თანამედროვე ნეოლიბერალური მოდელის საფუძველს და საბაზრო ეკონომიკის პირობებში უზრუნველყოფს ძირითად კონკურენციულ უპირატესობას, საბაზრო მექანიზმს ანიჭებს აუცილებელ მოქნილობას და ქმნის ეკონომიკის ინოვაციური განვითარების წანამძღვრებს. ერთი მხრივ, ახდენს შესაბამისი კონკურენტული გარემოს ფორმირებას, ხოლო, მეორე მხრივ, – ახალი იდეების გენერირებას. მცირე ბიზნესი წარმოადგენს მსხვილი კორპორაციული, მონოპოლიური კომპანიების საფუძველს. ამერიკაში გავრცელებულია გამონათქვამი, რომლის მიხედვითაც ამერიკული ეკონომიკის ხერხემალს დიდი კორპორაციები წარმოადგენენ, მის კუნთებს კი, მცირე ფირმები ქმნიან. ნიშანდობლივია, რომ უკანასკნელ წლებში აშშ–ში მცირე ბიზნესს ამერიკული ეკონომიკის ტვინსაც კი ადარებენ. ეს იმიტომ, რომ მრავალი ახალი მეცნიერებატევადი საწარმო, რომელშიც ქვეყნის სამეცნიერო და ტექნიკური პოტენციალის დიდი ნაწილია ჩართული, მცირე კერძო ორგანიზაციების სახით არის წარმოდგენილი.“[1] თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის საწარმოები ფუნქციონირებენ არა მარტო ისეთ ტრადიციულ დარგებში, როგორიცაა მსუბუქი და კვების მრეწველობა, არამედ სულ უფრო ფართო მასშტაბებს იღებენ მანქანათმშენებლობაში, ოპტიკური ხელსაწყოების წარმოების, ქიმიურ და ელექტროტექნიკურ მრეწველობაში, განათლებაში, ხელოვნებაში, კულტურაში, ფიზკულტურასა და სპორტში, სამედიცინო, საკონსულტაციო, საყოფაცხოვრებო, რეკრეაციული, ტურისტული და მომსახურების ყველა სხვა სფეროში, რომელშიც კანონმდებლობით ადამიანის საქმიანობა აკრძალული

[1] მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.

არ არის. მათი კლასიფიკაცია ხდება რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლების მიხედვით. რაოდენობრივი მაჩვენებლებია: საწარმოში დასაქმებულთა რიცხოვნობა (ყველაზე გავრცელებული მაჩვენებელი); წარმოების წლიური მოცულობა; გაყიდვების წლიური მოცულობა; აქტივების საშუალო წლიური საბალანსო ღირებულება. ამასთან, რაოდენობრივი შკალა განსხვავებულია ცალკეული ქვეყნისა და დარგების მიხედვით (ზოგიერთ ქვეყანაში რეგიონების მიხდვითაც). ხარისხობრივი მაჩვენებლებია: საწარმო ფლობს ბაზრის მცირე წილს; საწარმოს მართვა ხორციელდება პირადად მისი მფლობელის მიერ; საწარმო წარმოადგენს დამოუკიდებელს, ე.ი. არ ემორჩილება მსხვილ კომპანიას. პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ აღნიშნული მაჩვენებლების რაოდენობრივი შეფასება სხვადასხვანაირია სხვადასხვა ქვეყნების, მოცემული ქვეყნის რეგიონებისა და დარგების მიხედვით. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების საერთაშორისო ორგანიზაცია, რომელშიც შედიან განვითარებული ქვეყნები, განსაზღვრავს საწარმოთა შემდეგ კლასიფიკაციას: 19 კაცამდე რაოდენობით– როგორც მეტად მცირეს, 90–მდე კაცს – როგორც მცირეს, 100–დან 499 კაცამდე– როგორც საშუალოს და 500–ზე მეტი – როგორც მსხვილს.

განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში, საბაზრო ეკონომიკის სუბიექტების კლასიფიკაციის მიზნით, გამოყენებულია სხვადასხვა კრიტერიუმები. ასე მაგალითად:

- ევროპის საბჭოში შემავალ ქვეყნებში ეკონომიკის ყველა სუბიექტი იყოფა შემდეგ ნაირად: მიკროსაწარმოები, მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოები. ამავე ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის მისაკუთვნებლად გამოყენებულია შემდეგი კრიტერიუმები:
    - მიკროსაწარმოები – 1–დან – 9–მდე ადამიანის რიცხოვნობით;
    - მცირე საწარმოები – 10–დან – 49–მდე;
    - საშუალო – 50–დან – 249–მდე;
    - მსხვილი საწარმოები – 250 და მეტი.

ამ ქვეყნებში რიცხოვნობის გარდა გამოიყენება სხვა კრიტერიუმიც – საქონელბრუნვა – არაუმეტეს 40 მილიონი ევრო. მნიშვნელოვან კრიტერიუმს წარმოად

გენს აგრეთვე მცირე საწარმოთა დამოუკიდებლობა, მაგრამ ევროპის სხვადასხვა ქვეყნებში რაოდენობრივი კრიტერიუმები მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან:

- ავსტრიაში ასეთი კრიტერიუმებია: მომუშავეთა რიცხოვნობა არაუმეტეს 50 კაცისა, ამასთან, წლიური შემოსავალი – არაუმეტეს 5 მლნ ევრო, ან აქტივების საბალანსო ღირებულება – არაუმეტეს 2 მლნ ევრო. ორივე შემთხვევაში საწარმოს საკუთრებაში გარე მესაკუთრეების ხვედრითი წილი არ უნდა აღემატებოდეს 25%–ს.

- გერმანიაში მცირე და საშუალო საწარმოს მიეკუთვნება – არაუმეტეს 500 კაცი, წლიური ბრუნვა – არა უმეტეს 100 მლნ ევრო. იტალიაში მიკროსაწარმოს აკუთვნებენ: რიცხოვნობა – არა უმეტეს 19 კაცისა, ხოლო მცირეს – 20-დან 49 კაცამდე. მცირე და საშუალო საწარმოს წარმოადგენს საწარმო, რომელშიც მომუშავეთა რიცხვი შეადგენს 100-დან 199 კაცამდე.
- შვეიცარიაში მცირე და საშუალო საწარმოს მიეკუთვნება საწარმოები მომუშავეთა რიცხოვნობით – არა უმეტეს 200 კაცისა.
- დიდ ბრიტანეთში, „კომპანიების შესახებ კანონის“ შესაბამისად (1981, 1986 და 1989 წწ.) ცვლილებებით, მცირე საწარმო უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგი სამი კრიტერიუმიდან ორს მაინც: ბრუნვა – არა უმეტეს 2,3 – მლნ ფ. სტერლინგი, აქტივი – არაუმეტეს 1,5 მლნ ფ. სტერლინგი; დასაქმებულთა საშუალო რიცხოვნობა – 50 კაცამდე. აგრეთვე გამოიყენება უფრო კონკრეტული დარგობრივი მაჩვენებლები: მომუშავეთა რიცხოვნობა, ბრუნვა, ხოლო ტვირთზიდავაში – ავტომობილების რაოდე ნობა.
- ბალტიისპირა ქვეყნებში გამოყენებული კრიტერიუმები იწვევევნ ინტერსესს. ლატვიაში, მაგარლითად, მცირე საწარმოს აკუთვნებენ საწარმოს, რომელშიც მომუშავეთა რიცხვი არ აღემატება 25 კაცს, ბრუნვა შეადგენს არაუმეტეს 200 ათასი ლატისა, ხოლო ძირითადი საშუალების საბალანსო ღირებულება არაუმეტეს 70 ათასი ლატისა. ესტონეთში – მცირე საწარმოს მიაკუთვნებენ საწარმოს მომუშავეთა რიცხვით არაუმეტეს 80 კაცისა და 15 მლნ ესტონური კრონის წლიური ბრუნვით. ლიტვაში, შესაბამისად, არაუმეტეს 100 კაცისა და 2 მლნ ლიტისა.

„საზღვარგარეთული და სამამულო გამოცდილების ანალიზის შედეგად დადგენიალია, რომ მცირე ბიზნესის საწარმოების ახასიათებს როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მხარეები. დადებითი მხარეებია: ადგილობრივ პირობებთან იოლი ადაპტაცია; მცირე საწაროთა მოქმედების დიდი დამოუკიდებლობა, მოქნილობა და მიღებულ გადაწყვეტილებათა შესრულებაში ოპერატიულობა; საქმიანობის განხორციელების (განსაკუთრებით მართვის დროს) შედარებით დაბალი ხარჯები; ინდივიდის დიდი შესაძლებლობა – რეალიზაცია გაუკეთოს თავის იდეებს, გამოავლინოს თავისი უნარი; პირველსაწყის კაპიტალზე შედარებით მცირე მოთხოვნილება და ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნის საპასუხოდ სწრაფი ცვლილებები, პროდუქციის წარმოების პროცესში საკუთარი კაპიტალის უფრო მაღალი ბრუნვადობა და სხვა.“[2]

[2] მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.

აშშ–ის საერთაშორისო ბიუროს მოხსენებაში აღნიშნულია, რომ მცირე და საშუალო საწარმოებს, მსხვილ კომპანიებთან შედარებით, გააჩნიათ მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობები: ერთ მუშაკზე გაანგარიშებით თხოულობენ ნაკლებ კაპიტალდაბანდებებს და ფართოდ იყენებენ ადგილობრივ მატერიალურ და შრომით რესურსებს. მცირე ბიზნესის მფლობელები უფრო მეტად ზოგავენ სახსრებს და ორიენტირებულნი არიან ინვესტირებაზე, წარმატების მიღწევაში მათ ყოველთვის პირადი მოტივაციის მაღალი დონე აქვთ, რაც დადებითად მოქმედებს საწარმოს საქმიანობაზე. მცირე ბიზნესი უკეთესად არის ინფორმირებული ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნაზე, ხშირად საქონელს აწარმოებს კონკრეტული მომხმარებლის შეკვეთით, მცირე ბიზნესი მსხვილ საწარმოებთან შედარებით ხელს უწყობს უმუშევარი მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, და პროფესიონალი მუშაკების მომზადებასა და პრაქტიკული ცოდნის გავრცელებას. მცირე ბიზნესს, მსხვილთან შედარებით, ცალკეულ ქვეყნებში უკავია დომინირებული მდგომარეობა, როგორც რიცხოვნობით, ისევე საქონლის (შესრულებული სამუშაოს, მომსახურების) წარმოების ხვედრითი წონის მიხედვით.

მაგრამ, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, მცირე ბიზნესს ახასიათებს გარკვეული უარყოფითი მხარეებიც, რომელთა შორისაა: რისკის უფრო მაღალი დონე, რაც განაპირობებს ბაზარზე მდგომარეობის ნაკლებ სიმყარეს; მსხვილ კომპანიებზე დიდი დამოკიდებულება; საკუთარი საქმის მართვაში დაშვებული შეცდომები; ხელმძღვანელთა სუსტი კომპეტენტურობა, მეურნეობრიობის პირობების ცვლილებებისადმი ამაღლებული მგრძნობელობა; დამატებითი ფინანსური სახსრების სესხებასა და კრედიტების მიღებაში სიძნელეები; სამეურნეო პარტნიორების ნაკლები თვითდაჯერებულობა, ხელშეკრულებების დადებისას სიფრთხილე და სხვა. მცირე ბიზნესის წარმატების შანსი იზრდება მისი მომწიფებისა და განვითარების შესაბამისად. ფირმები, რომლებიც დიდხანს არსებობენ ერთი მფლობელის ხელში, იღებენ უფრო მაღალ და სტაბილურ შემოსავალს, ვიდრე ის ფირმები, რომელბიც ხშრად იცვლიან მფლობელს. ამერიკული სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ მცირე ფირმების მფლობელი ქალები უფრო წარმატებული არიან ბიზნესში, ვიდრე მამაკაცები. კვლევების შედეგები ადასტურებს, რომ წარმატებებებს აღწევენ ის მცირე ფირმები, რომლებიც ბევრს

მუშაობენ, მაგრამ, ამავე დროს, არ გადადიან გონივრული აზრის საზღვრებს. მცირე ბიზნესის წარუმატებლობის ერთ-ერთი მიზეზია მეწარმეთა დაბალი კვალიფიკაცია. მეწარმე, რომელმაც მცირე ფირმის გაძღოლაში უკვე დააგროვა გამოცდილება, როგორც წესი, უფრო წარმატებულია. თუ ფირმის მართვაში მონაწილეობს არა ერთი ადამიანი, არამდე მეწარმეთა გუნდი, რომელიც შედგება ორი, სამი და ოთხი ადამიანისაგან, გადარჩენის შანსი უფრო მაღალია, ვინაიდან გადაწყვეტილების კოლექტიური მიღება უფრო პროფესიონალურია. მცირე ფირმების სიცოცხლისუნარიანობაზე გავლენას ახდენს, ფირმის არსებობის პირველ ეტაპზე ფინანსირების სიდიდე. რაც უფრო მეტი საწყისი კაპიტალია დაბანდებული ფირმაში, მით მეტი შანსი აქვს მას შეინარჩუნოს თავისი საქმიანობა კრიზისულ პერიოდში.

დღესდღეობით ევროკავშირი განიხილავს მცირე და საშუალო საწარმოების სამ ტიპს:

- მიკროსაწარმო, სადაც დასაქმებულია 1-დან 10–მდე ადამიანი და საქონელბრუნვის წლიური მოცულობა არ აჭარბებს 2 მლნ ევროს;
- მცირე საწარმო, სადაც დასაქმებულია 10-დან 50–მდე ადამიანი და საქონელბრუნვის წლიური მოცულობა არ აღემატება 10 მლნ ევროს;
- საშუალო საწარმო, სადაც დასაქმებული 50-დან 250–მდე ადამიანი და საქონელბრუნვის წლიური მოცულობა არ აღემატება 10 მლნ ევროს.

  გაეროს კლასიფიკაციით: მიკროა საწარმო 10-მდე მომუშავით, მცირე 10-დან 110-მდე მომუშავით და საშუალო – 110–დან 500–მდე მომუშავით.

მცირე ბიზნესი ყოველთვის და ყველგან ასრულებდა მნიშვნელოვან როლს, მაგრამ ინოვაციური ეკონომიკის პირობებში მისი როლი და მნიშვნელობა კიდევ უფრო იზრდება. მსოფლიოს მრავალმა ქვეყანამ საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა მცირე მეწარმეობის უპირატესი განვითარებით, კარგად ორგანიზებული ე.წ. მცირე ეკონომიკის შექმნით დაიწყო.

„ეკონომიკურ ლიტერატურაში არ არსებობს ,,მცირე ბიზნესის“ ერთიანი, უნიფიცირებული განმარტება. ძნელია განისაზღვროს ერთიანი კრიტერიუმები, რომელი საწარმო მივაკუთვნოთ ,,მცირე ბიზნესის“ კატეგორიას. იგი განსხვავებულია არა მარტო ქვეყნის, არამედ წარმოების დარგების მიხედვითაც. ამჟამად აშშ–ში 19

მილიონზე მეტი ფირმა არსებობს, მაგრამ მათი უმრავლესობა (80%) ძალზე პატარაა, სადაც 20 კაცზე ნაკლები მუშაობს. იაპონიაში ფუნქციონირებს სულ 9 მილიონამდე ფირმა, აქედან 85% მცირე ბიზნესს განეკუთვნება. ამ სექტორზე მოდის დასაქმებულთა საერთო რიცხოვნობის 3/4. რუსეთში მცირე ფირმად ითვლება საწარმო მრეწველობაში, მშენებლობასა და ტრანსპორტზე 100 კაცამდე დასაქმებულით, ხოლო საცალო ვაჭრობასა და მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში – 30 კაცამდე დასაქმებულით.“ [3] საქართველოს ტერიტორიაზე, პარლამენტის მიერ 1994 წლის 28 ოქტომბერს მიღებული ,,მეწარმეობის შესახებ“ კანონის შესაბამისად, მცირე საწარმოს განეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელში დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა არ აღემატება 20 დასაქმებულს, წლიური ბრუნვა კი 500 000 ლარს. საშუალო საწარმოდ ითვლება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, სადაც დასაქმებულთა რიცხვი არ აღემატება 100 დასაქმებულსა, წლიური ბრუნვა კი 1 500 000 ლარს.

ვინაიდან მცირე ფირმები გამოირჩევიან თავისუფლებით, წარმოების ეკონომიკური ეფექტიანოანობის ამაღლების მაქსიმალური დაინტერესებით, საორგანიზაციო ხარჯების დაბალი დონით, შეღავათიანი დაბეგვრით, მომხმარებელთან პირადი კონტაქტებით და ა.შ. ისინი, მეტწილად, მაღალ ეკონომიკურ შედეგებს აღწევენ.

მცირე ბიზნესის ესოდენ მაღალი ცალკეული ეკონომიკური მაჩვენებლები არ აკნინებს მსხვილი ბიზნესის საყოველთაოდ აღიარებულ როლს ინოვაციურ ეკონომიკაში. აქ უბრალოდ ყურადღება გამახვილებულია იმ დადებით ასპექტებზე, რომლითაც, ხშირ შემთხვევაში, გამოირჩევა მცირე ქვეყნებში. ინოვაციური ეკონომიკის პირობებში სულ უფრო ფართო ხასიათს იღებს ე.წ. ,,ტექნოპარკების“ ანუ მეცნიერულ–წარმოებრივი ტერიტორიული კომპლექსების წარმოქმნა და ფუნქციონირება. ტექნოპარკი–ეს კომპაქტურად განლაგებული კომპლექსია, რომელიც მოიცავს სამეცნიერო დაწესებულებებს, უმაღლეს სასწავლებლებსა და სამრეწველო საწარმოებს, აგრეთვე, ინფორმაციულ საგამოფენო კომპლექსებს, მომსახურების სფეროებს.

[3] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

მეწარმეობის განვითარების მიზნით, ისინი ყველანაირად ცდილობენ, თავიანთ სამოქმედო რეგიონში შექმნან ინოვაციური გარემო, რომელიც ხელს შეუწყობს მაღალტექნოლოგიებზე დაფუძნებული ბიზნესების ჩასახვასა და ზრდას, რომელიც კონკურენტუნარიანი იქნება როგორც ლოკალურ, ასევე გლობალურ ბაზრებზე. ტექნოპარკები ადაპტირების პროცესში მნიშვნელოვან დახმარებას უწევენ მცირე ზომის დამწყებ ინოვაციურ ფირმებს პირველი ნაბიჯის გადადგმაში, ახალი ტექნოლოგიების, ნაწარმისა და მომსახურების წარმოებასა და რეალიზაციაში, მაღალკვალიფიციური სპეციალისტებისათვის ახალი სამუშაო ადგილების შექმნაში, ინვესტიციების მოზიდვაში და სხვ

1.2. მცირე და საშუალო საწარმოები გლობალიზაციის პირობებში და საერთაშორისო ბაზარზე მათი გასვლის მოდელები

მცირე და საშულო ბიზნესის სამართლებრივი რეგულირება ხორციელდება სახელმწიფოს მხრიდან. შემცირდა ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის ხელისშემშლელი სახელმწიფო ბარიერები. განვითარებულ ქვეყნებში შექმნილია მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი სპეციალური სამთავრობო სააგენტოები, რომლებიც ხელს უწყობენ მათ საერთაშორისო გამოფენებსა და სავაჭრო ბაზრობებში მონაწილეობას, საზღვარგარეთ პარტნიორის მოძიებას, ეხმარებიან ენობრივი სიძნელეების გადალახვაში, უწევენ იურიდიულ კონსულტაციას და ა.შ. მაშასადამე, განვითარებული ქვეყნის სახელმწიფო სტრატეგიის საფუძველზე მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის საერთაშორისო ბაზრები ხდება ხელმისაწვდომი.

ზოგიერთ სახელმწიფოში მცირე და საშუალო საწარმოებს აძლევენ მიზნობრივ კრედიტს, საბანკო გარანტიებს, მათთვის ხელმისაწვდომია მარკეტინგული კვლევები, ეხმარებიან საქონლის წინ წაწევაში საზღვარგარეთ (თუმცა, რიგი ექსპერტის აზრით, პროექციონიზმის ამგვარი პოლიტიკა ნაკლებეფექტიანია).

გონივრული სახელმწიფოს მიდგომის მაგალითია აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პირველი შვეიცარული სააგენტოს გახსნა. ბიზნესის ხელშემწყობის ეს ცენტრი გაიხსნა შვეიცარიისა და ლიხტენშტეინის იმ ფირმების მხარდასაჭერად, რომლებიც თანამშრომლობენ აღმოსავლეთ ევროპის საწარმოებთან. ცენტრი საინფორმაციო და სამართლებრივ (იურიდიულ) დახმარებას უწევს მცირე და საშულო საწარმოებს.

„მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციას ასევე დახმარებას უწევს საერთაშორისო ორგანიზაციები, მათ შორის: ევროკავშირი, აზია–წყნარი ოკეანის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაცია; სამხრეთ–აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნების ასოციაცის და სხვა. მაშასადამე, განვითრებული ქვეყნების ეკონომიკური პოლიტიკის

ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი ამოცანაა გლობალური ეკონომიკის უპირატესობის გამოყენება მცირე საწარმოებისათვისაც.“[4]

სახელმწიფოს მხარდაჭერის მიუხედავად, მცირე და საშუალო ბიზნესის მოცულობა მსოფლიო ბაზარზე დიდი არ არის. განვითარებულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის ხვედრითი წილი – მშპ–ის 50%–ია. მათ მიერ წარმოებული პროდუქცია მსოფლიო ექსპორტის – 30%-ს შეადგენს, ხოლო უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებში მათი მოცულობა – 10%–მდეა. ეს გამოწვეულია შემდეგი მიზეზებით:

- საზღვარგარეთ საქმიანობა მცირე ბიზნესისათვის რთული და სარისკო, მოითხოვს დიდ (საინვესტიციო, ინტელექტუალურ) რესურსებს და გამოცდილებას, რომლებიც გააჩნიათ მსხვილ ფირმებს;
- მსოფლიოში მრავალ ქვეყანაში მაღალია ადმინისტრაციული ბარიერები და ყველა სახელმწიფო აქტიურად არ უწყობს ხელს მცირე ფირმებს (საწარმოებს).

მრავალი საწარმოებისათვის საერთაშორისო ბაზარზე გასვლა მისი კონკურენტუნარიანობის ამაღლების და შემდგომი განვითარების (ინოვაციის დანერგვა და ახალი პროდუქციის დამუშავება) საფუძველია. სწრაფად განვითარებადი ფირმებისათის გლობალურ ბაზარზე შეღწევა აუცილებელი სტრატეგიული ნაბიჯებია. ასეთი ფირმები დიდ ხარჯებს ინაზღაურებენ ახალი ბაზრის ათისებით. გლობალურ ბაზარზე გასვლას შემდეგი უპირატესობა აქვს:

- ახალი საბაზრო ნიშნისაკენ წინ წაწევა;
- ნედლეულისა და მასალების ახალ მიმწოდებლებთან ხელმისაწვდომობა;
- ნედლეულისა და მასალების შესყიდვაზე დანახარჯების მინიმიზაცია;
- წარმოების მოცულობის ზრდა
- ტექნოლოგიის განახლება;

[4] ნანი მამფორია. მცირე და საშუალო ბიზნესი-ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ფაქტორები. ბიზნეს-ინჟინერინგი ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი .საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. N1. თბილისი, 2014. გვ.64-66.

- დივერსიფიკაცია და რისკების შემცირება;
- პარტნიორებთან დანახარჯების განაწილება;
- ფინანსური რესურსების უფრო თავისუფალი ხელმისაწვდომობა.

ამრიგად, მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობის ინტერნაციონალიზაციის გზით ხელისაწვდომი ხდება საერთაშორისო ბაზარზე არსებული რესურსები, ტექნოლოგია და ,,ნოუ–ჰაუ". მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის მოტივაციის ფაქტორებია:

- ტექნოლოგიისა და ,,ნოუ–ჰაუს" ხელმისაწვდომობა;
- დიდი საწარმოო დანახარჯები საშინაო ბაზარზე;
- ახალი, დიდი ბაზრების ათვისება;
- მკაცრი კანონმდებლობა საშინაო ბაზარზე;
- დამატებითი საწარმოო სიმძლავრეების ხელმისაწვდომობა:
- კაპიტალის და სამუშაოს ძალის ხელმისაწვდომობა.

ახალი ბაზრების ათვისება მეტად მნიშვნელოვანი სამოტივაციო ფაქტორია მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ხაზით. პროდუქციის გასაღების ახალი ბაზრების ათვისება შესაძლებლობას აძლევს მათ აწარმოონ კონკურენტუნარიანი პროდუქცია შედარებით მცირე ფასებით და გააფართოვონ ასორტიმენტი.

მაგალითად გამოდგება ირლანდიური მცირე საწარმოს Dromkeen Food Ingredients (DFI) მიღწევები. ეს მცირე საწარმო აწარმოებდა საფუარს, კვების, აგრეთვე ფარმაცევტული მრეწველობისათვის. ასორტიმენტის გაფართოების მიზნით

მაგალითად გამოდგება ირლანდიური მცირე საწარმოს Dromkeen Food Ingredients (DFI) მიღწევები. ეს მცირე საწარმო აწარმოებდა საფუარს, კვების, აგრეთვე ფარმაცევტული მრეწველობისათვის. ასორტიმენტის გაფართოების მიზნით სტრატეგიული პარტნიორობა დაამყარ ბელგიურ კომპანია Tas Consult–თან (ქ. ანტვერპენი). ბელგიურმა კომპანიამ შეიმუშავა ტექნოლოგია, რომლის დახმარებით DFI-მ გააფართოვა ასორტიმენტი. გარდა ამისა Tas Consult მუდმივად ეხმარება DFI–ს გასაღების სტიმულირებაში ევროპის ქვეყნებში. ამ თანამშრომლობის შედეგად Dromkeen Food Ingredients 2-ჯერ გაზარდა გაყიდული პროდუქციის მოცულობა. მცირე ბიზნესი ღებულობს დამატებით კაპიტალს ტრანსეროვნულ კომპანიებთან თანამშრომლობით.

„ტრანსეროვნულ კომპანიებთან შედარებით მცირე და საშუალო საწარმოებისათის (შეზღუდული რესურსების გამო) გლობალიზაციის პრობლემის გადაჭრა გაცილებით ძნელია. მცირე და საშუალო საწარმოები გლობალიზაციის პროცესში ხვდებიან შემდეგ წინააღმდეგობებს:

- კონკურენციის მაღალი დონე და ახალ ბაზართან შეგუების ხარჯები;
- სტანდარტიზაციის და საერთშორისო შეთავსებადობის საკითხები;
- ინტელექტუალური საკუთრების დაუცველობის საშიშროება;
- ინტერნაციონალიზაციის ხარჯების მაღალი დონე და კაპიტალის სიმცირე;
- მკაფიოდ გამოხატული სტრატეგიის არ არსებობა;
- საერთაშორისო გარემოში მუშაობის გამოუცდელობა;
- ,,ნოუ–ჰაუს“ უქონლობა.

მაშასადამე, მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის ძირითადი წინააღმდეგობები შეიძლება დაიყოს შიგა (მენეჯმენტის თვალსაზრისით) და გარე წინააღმდეგობებად.“[5]

[5] მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.

საზღვარდარეთულ ბაზარზე გასვლისას მცირე და საშუალო ბიზნესის შიგა წინააღმდეგობებს მიეკუთვნება:

- ინტერნაციონალიზაციის ხარჯების მაღალი დონე;
- საზღვარგარეთ მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელებასთან დაკავშირებული ხარჯები;
- საერთაშორისო მოთხოვნასთან პროდუქციის ადაპტაციის ხარჯები;
- სატრანსპორტო ხარჯები;
- საკონსულტაციო მომსახურების ხარჯები;
- საფინანსო და ბიზნეს–რისკები;
- პერსონალის არასაკმარისი ხარჯები; ასეთი წინააღმდეგობები წარმოიქმნება ქვეყნის ეკონომიკის, საზოგადოებრივი ინსტიტუტების და ინფრასტრუქტურის დონეზე. წინააღმდეგობები შეიძლება გამოიწვიოს ინტელექტუალური საკუთრების დაუცველობამ, პოლიტიკურმა არასტაბილურობამ და კორუფციამ.

ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის მნიშვნელოვანი პრობლემაა. პატენტის, სავაჭრო მარკის, საავტორო უფლების დაცვის სისტემა მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის უაღრესად მნიშვნელოვანია. საავტორო უფლების დაცვის არაეფექტიანი და მცირე ბიზნესისათვის მიუწვდომელი სისტემა მნიშვნელოვანი წინააღმდეგობაა გლობალურ ბაზარზე გასასვლელად.

სავსებით ნათელია, რომ ქვეყნის მთავრობამ უნდა განახორციელოს ეკონომიკის რეგულირების ისეთი სისტემა, რომელიც ხელს არ შეუშლის ფირმებს უცხოურ ბაზარზე გასასვლელად. საერთშორისო ბაზარზე გასვლისას გარე წინააღმდეგობებს მიეკუთვნება:

- კანონები და ვითარება. კაპიტალის და ფინანსების არასაკმარისობა;
- კულტურული და ენობრივი განსხვავება;
- ინფორმაციის ნაკლებობა;
- არასათანადო მხარდაჭერა;
- სავაჭრო წინააღმდეგობები.

ინტერნეტის ქსელის ბაზაზე ელექტრონული კომერციის წარმოშობამ საშუალება მისცა მცირე და საშუალო საწარმოებს გაეფართოვებინათ მომხმარებელთა ბაზა, აეთვისებინათ ახალი ბაზრები და გაეფართოვებინათ ბიზნესი. მცირე და საშუალო საწარმოებს ელექტრონული კომერციის დახმარებით შეუძლიათ თვალსაჩინოდ წარმოადგინონ თავისი პროდუქცია, შეამცირონ პროდუქციის შეძენის და გაყიდვის დრო, გაყიდონ პროდუქცია გლობალურ ბაზარზე. ახალი ტექნოლოგიების, მათ შორის ელექტრონული კომერციის გამოყენებისას მცირე და საშუალო საწარმოებში არსებობს სერიოზული პრობლემა. შიგა წინააღმდეგობები დაკავშირებულია რთული ელექტრონული ოპერაციების არასაკამრის ცოდნასთან, თანამედროვე ტელესაკომუნიკაციო საშუალებების შესაძენად საჭირო კაპიტალდაბანდებასთან და სხვა. გარე წინააღმდეგობები დაკავშირებულია ინფრასტრუქტურის ხელმისაწვდომობასთან.

1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესი და სახელმწიფო

მცირე და საშუალო ბიზნესის მდგრადი ფუნქციონირებისთვის სახელმწიფოს გადამწყვეტი როლი ენიჭება. ბიზნეს გარემო არის ის ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი, რომელიც ზეგავლენას ახდენს ბიზნესის განხორციელებაზე და მასშტაბებზე. არსებობს ღონისძიებათა ერთობლიობა, რომლის განხორციელების შემთხვევაში ქვეყანაში არსებულ ყველა ტიპის ბიზნესს წარმატებით ფუნქციონირების საშუალებას მიანიჭებს. ესენია: ბიზნესის სამართლებრივი უზრუნველყოფა; საკუთრების უფლების დაცვა; კონკურენტული გარემოს ფორმირება; ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა.

მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის ხელსაყრელი გარემოს ჩამოყალიბებისთვის ზემოთაღნიშნულის პარალელურად უშუალოდ სახელმწიფოს მიერ მასტიმულირებელ ღონისძიებებს ენიჭება გადამწყვეტი მნიშვნელობა, კერძოდ: საგადასახადო, საკრედიტო და დაფინანსების ერთობლიობა. მნიშვნელოვან ფორმას წარმოადგენს გადასახადები ბიზნესისა და სახელმწიფოს ურთიერთობისთვის. კერძოდ, დამატებითი ღირებულების გადასახადი, მოგების გადასახადი, აქციზი, და. ა.შ წარმოადგენენ სავალდებულო გადახდის ფორმებს. ნებისმიერი იურიდიული პირი ვალდებულია სახელმწიფოს

ფუნქციონირების უზრუნველსაყოფად და თავიანთი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად გადაიხადონ კანონით გათვალისწინებული გადასახადები.

2003 წლის „ვარდების რევოლუციამდე“ ქვეყანაში კორუფციის მაჩვენებელი საკმაოდ მაღალ დონეზე იყო, რადგან მაღალი საგადასახადო ბარიერების ფონზე ბიზნესის ნაწილი გადასახადებზე თავის არიდებას სხვადასხვა ხერხებით ცდილობდნენ. „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ სურათი მეტნაკლებად შეიცვალა. ქვეყანაში ამოქმედდა ესტონური საგადასახადო მოდელი, რომელმაც ქვეყნის ეკონომიკაზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა და ინვესტორებისათვის მიმზიდველ ქვეყნად აქცია საქართველო. ამჟამად ნაცვლად 36 გადასახადისა მოქმედებს 6 გადასახადი.

საყოველთაოდ არის მიღებული, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მდგრადი ფუნქციონირებისთვის სახელმწიფოს გადამწყვეტი როლი ენიჭება. ბიზნეს გარემოს შექმნა არის ის ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი, რომელიც ზეგავლენას ახდენს ბიზნესის განხორციელებაზე და მასშტაბებზე. საქართველოსა და ევროკავშირს შორის 2014 წელს გაფორმებული ასოცირებული ხელშეკრულების ფარგლებში ქართველი მწარმოებლები ევროკავშირის ქვეყნებში პროდუქტის და მომსახურების ექსპორტის დროს თავისუფლდებიან გადასახადისგან.

მიუხედავად მრავალი რეფორმისა და ლიბერალური საგადასახადო სისტემისა, კვლავაც აქტუალურ პრობლემად ისახება მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის პროგრამების გაუმჯობესება. სახელმწიფო ბიზნესის სტრატეგიულ პარტნიორად უნდა იქცეს, რომელიც ბიზნესს ეკონომიკურ და სამართლებრივად გამართულ სისტემას შეუქმნის. ამერიკის შეერთებულ შტატებში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა უშუალოდ სახელმწიფოს აქვს თავისთავზე აღებული, შექმნილია უამრავი ფონდი თუ არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომლებიც სახელმწიფოსთან ერთად კოორდინირებულად ახორციელებს ბიზნესის მხარდაჭერის პროგრამებს. მხოლოდ სახელმწიფოს აქვს კონკურენტული გარემოს ფორმირების შექმნის ბერკეტი.

მცირე და საშუალო ბიზნესის მთავრობის განვითარების სტრატეგიის თანახმად 2020 წლისთვის აღნიშნულ სეგმენტში პროგნოზირებულია შემდეგი მაჩვენებლები: შრომის პროდუქტიულობის გაზრდა 7%-ით, მცირე საწარმოების ზრდა 10%-ით, ხოლო საუშაო ადგილების რაოდენობის ზრდა 15%-ით. ასევე ხაზგასმულია სამეწარმეო გარემოს,

საკანონმდებლო, ინსტიტუციური და ფინანსური ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების აუცილებლობა. ხსენებულ სტრატეგიაში ასევე მოცემულია რიგი ღონისძიებები, რომლებიც ფინანსური ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების მიზნით არის შემოთავაზებული. კერძოდ, დაფინანსებისთვის საინვესტიციო ფონდების შექმნა, თანამედროვე ფინანსური ანგარიშსწორების სისტემის დანერგვაში დახმარება, მცირე და საშუალო ბიზნესის თანადაფინანსების ხელშწყობა, 25 ბანკებთან ერთად, მცირე და საშუალო კომპანიების გრანტებზე წვდომის გახსნა. ასევე მცირე და საშუალო საწარმოთა ექსპორტის ხელშეწყობა. სახელმწიფოს მხრიდან იგეგმება რეგულარული კვლევების ჩატარება საექსპორტო და კონკურენტული პროდუქტების შესახებ. კერძოდ, შუამავალ პოტენციურ ინვესტორებსა და ბიზნესის წარმომადგენლებს შორის კონტაქტების დამყარებაში. დოკუმენტი ასევე სესხის უზრუნველყოფის პრობლემას ეხება და აღნიშნავს, რომ მეწარმეებს უძრავი ქონებით სესხის აღების შესაძლებლობა არ აქვთ. ასევე ნახსენებია კანონმდებლობაში არსებული ხარვეზები, კერძოდ მცირე და საშუალო ბიზნესის გრანტზე წვდომის თვალსაზრისით, რომელიც ბიზნესს აფერხებს დაფინანსების ალტერნატიული წყაროების მოძიებაში. ამ მიმართულებით ყველაზე მნიშვნელოვანი საკანონმდებლო ცვლილებების შემოღებაა, რომელიც მცირე და საშუალო ბიზნესს გრანტების შედარებით უფრო მარტივად მიღების საშუალებას მისცემს

თავი II მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიები

2.1. მცირე ბიზნესის განვითარების პრობლემები საქართველოში

ნებისმიერი განვითარებული ქვეყნის ,,ეკონომიკური ხერხემალი" მცირე ბიზნესია. ამდენად, მისი განვითარებისათვის ხელშეწყობა, მისთვის ,,სასათბურე პირობების" შექმნა, ეკონომიკური წინსვლის მთავარი ფაქტორია. მცირე ბიზნესის წარმატებით ფუნქციონირებას განვითარებულ ქვეყნებში საფუძვლად უდევს სახელმწიფოს გრძელვადიანი ეკონომიკური პოლიტიკა, სადაც ერთ-ერთი ცენტრალური ადგილი ყოველთვის უკავია მცირე ბიზნესის განვითარებას.

განვითარებული ქვეყნებისგან განსხვავებით, საქართველოში მცირე ბიზნესი არასოდეს ყოფილა სახელმწიფოს განსაკუთრებული ყურადღების საგანი. მართალია, მუშავდებოდა ცალკეული ნორმატიული აქტები ამ სფეროს განვითარების შესახებ, მაგრამ მას ჰქონდა უპირატესად ფრაგმენტული, ეპიზოდური და კამპანიური ხასიათი და შორს იყო სისტემურობისაგან, რომლის საფუძველი უნდა გამხდარიყო გრძელვადიანი ეკონომიკური პოლიტიკა. ასეთი სისტემური მიდგომის გარეშე კი, სადაც ყოველი ,,ეკონომიკური ნაბიჯი" შესაბამის დროშია გაწერილი, წარმატების მიღწევა შეუძლებელია.

მცირე ბიზნესის განუვითარებლობის შედეგია ის ფაქტიც, რომ ქვეყანაში ვერ შეიქმნა საშუალო ფენა და მთელი მოსახლეობა დაყოფილია ორ ფენად: ძალიან მდიდრები (მოსახლეობის უმცირესი ნაწილი) და ძალიან ღარიბები (მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი), რომელთა შემოსავლებს შორის განსხვავება შეადგენს 50-ს. განვითარებულ ქვეყნებში კი - მაგალითად, ევროპაში, სადაც ყვავის მცირე ბიზნესი, შესაბამისად, ჩამოყალიბებულია ძლიერი საშუალო ფენა, ასეთი განსხვავება შეადგენს მხოლოდ 4-ს.

„მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის აუცილებელია, რომ ქვეყანაში შეიქმნას ისეთი ეკონომიკური გარემო, რომელიც ადამიანს ,,უბიძგებს" სამეწარმეო

აქტიურობისაკენ–ეს ის საფუძველია, რომელსაც ეყრდნობა ,,მცირე ბიზნესის პირამიდა". სწორედ ასეთი გარემოა შექმნილი განვითარებულ ქვეყნებში. ქვეყანაში მცირე ბიზნესის განვითარების ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი ხელისშემშლელი ფაქტორია სახელმწიფოს მხრიდან ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დაუცველობა. შედეგად, ქვეყნის ეკონომიკაში გაბატონებულია ოლიგოპოლიური სტრუქტურები, რომლებიც ყოველმხრივ ეწინააღმდეგებიან მცირე ბიზნესის განვითარებას, რადგან მასში ხედავენ პოტენციურ მეტოქეს. “ [6] მცირე ბიზნესის ნომერ პირველი პრობლემა–ესაა საწყისი კაპიტალი. საქართველოში მოსახლეობის უდიდესი ნაწილის შემოსავლების დონე არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ ადამიანმა თავისი დანაზოგით წამოიწყოს საქმე, ამიტომ ძირითადი ხდება საბანკო დაკრედიტება, რაც დღესდღეობით, დამწყები მეწარმისათვის პრაქტიკულად ხელმიუწვდომელია: ჯერ ერთი, იშვიათია ისეთი სამეწარმეო საქმიანობა (თანაც მცირე ბიზნესში), რომელსაც შეეძლოს წლიური 30-36%–იანი საპროცენტო განაკვეთის გადახდა. კიდევ უფრო არარეალურია მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების წლიური საპროცენტო განაკვეთი–48-60%, მეორეც, თავად ბანკებიც ერიდებიან მეწარმეებზე კრედიტების გაცემას მაღალი რისკების გამო. გამომდინარე აქედან, მცირე მეწარმეთა ფინანსური უზრუნველყოფის ,,მძიმე ტვირთი" სწორედ სახელმწიფომ უნდა აიღოს თავის თავზე და სხვადასხვა სახელმწიფო პროგრამის ფარგლებში უნდა მოახდინოს მცირე ბიზნესის დაკრედიტება უპროცენტოდ ან მინიმალური საპროცენტო განაკვეთით. სახალხო მეურნეობის სხვა დარგებისაგან განსხვავებით, სოფლის მეურნეობაში დაკრედიტება უნდა შეიცვალოს სუბსიდირებით–ეს აუცილებელია როგორც ქვეყნის სასურსათო უსაფრთხოების, ისე სოფლის მეურნეობის აღმავლობისათვის. რესურსები ამ პროგრამების დასაფინანსებლად (500-600მლნ ლარი) სახელმწიფო ბიუჯეტში არსებობს, თუ გავითვალისწინებთ ,,უზომოდ გაბერილ“ სახელმწიფო მმართველობის და ძალოვანი სტრუქტურების ბიუჯეტებს. ასევე აქცენტები უნდა შეიცვალოს უცხოური დახმარების გამოყენებაში–უხარისხოდ და ,,გაბერილი ხარჯით" განხორციელებული ინფრასტრუქტურული ობიექტების

[6] მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.

რეაბილიტაციიდან დიდი ნაწილი უნდა ,,გადაიჩაქოს" მცირე ბიზნესში. საქართველოს რეალობაში, მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის ფართოთ უნდა იქნეს გამოყენებული განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკაში კარგად აპრობირებული და ისეთი ეფექტური ინსტრუმენტები, როგორიცაა ფრანჩაიზინგი და ლიზინგი.

ფრანჩაიზინგი, როგორც მსხვილი და მცირე ბიზნესის ეკონომიკური სიმბიოზის ეფექტური ფორმაა, გულისხმობს ფრანჩაიზის მიმცემის, ანუ გამყიდველის მიერ ფრანჩაიზმის მიმღების, ანუ მყიდველისათვის სავაჭრო მარკის გამოყენების უფლების გადაცემას ანაზღაურების სანაცვლოდ. იგი საშუალებას აძლევს დამწყებ მეწარმეს, მცირე სახსრებით (ეკონომია რეკლამაზე, საორგანიზაციო და სხვა ხარჯებზე) და ნაკლები რისკით დაიწყოს საქმე (ხარჯების გარკვეული ნაწილს კისრულობს ფრანჩაიზის მიმცემი). ფრანჩაიზის მიმცემი ვალდებულია, მყიველს გადასცეს მწარმოებლის ტექნოლოგია, ნოუ-ჰაუ, წარმოებისა და გასაღების ორგანიზაციის კონცეფცია, ასევე სხვა ინფორმაცია, რომელიც საჭიროა წარმატებული საქმიანობისთვის. იგი ეხმარება მას მომზადებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაში, აწვდის ნედლეულსა და მასალებს და სხვა. კონკრეტული პირობებიდან გამომდინარე, ქართულ მცირე ბიზნესში წარმატებულად შეიძლება იქნეს გამოყენებული ფრანჩაიზინგის სამივე ტიპი: ა) ფრანჩაიზინგი - მზა საქონლის გაყიდვა (ფრანჩაიზინგის მიმღები ყიდის ფრანჩაიზის მიმცემის სასაქონლო მარკის მისსავე საქონელს), ბ) ფრანჩაიზინგი - საქონლის წარმოებაზე (ფრანჩაიზინგის მიმღები იღებს ფრანჩაიზინგის მიმცემისგან საქონლის წარმოებისა და გასაღების უფლებას) და გ) ფრანჩაიზინგი საქმიანობს სახეზე (ფრანჩაიზინგის მიმღები ყიდულობს ფრანჩაიზინგის მიმცემისგან საკუთარი ფირმის გახსნის უფლებას, რომელიც მოქმედებს ფრანჩაიზინგის მიმცემი ფირმის სახელით).

მცირე ბიზნესის ორგანიზაციისათვის მეტად პერსპექტიულია ლიზინგიც. იგი გულისხმობს მანქანა–მოწყობილობების, სატრანსპორტო საშუალებების და უძრავი ქონების გრძელვადიან არენდას. ლიზინგის საგანი შიეძლება იყოს ნებისმიერი ამორტიზებადი ქონება. ლიზინგის პროცესში შესაძლებელია მონაწილეობდეს როგორც სამი (მიმწოდებელი, ანუ მოწყობილობის მწარმოებელი, არენდაგამცემი, ანუ ლიზინგ–კომპანია და მეწარმე, ანუ არენდატორი), ისე ორი სუბიექტი (ამ შემთხვევაში

მიმწოდებელი და არენდაგამცემი ერთი და იგივე პირია). პირველი სქემის დროს გადასახდელების გადაუხდელობის ფინანსურ რისკს თვის თავზე იღებს ლიზინგ–კომპანია, ხოლო მეორე სქემის დროს–თავად მწარმოებელი.

2021 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით წარმოდგენილია რეგისტრირებულ და აქტიურ საწარმოთა თანაფარდობა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების მიხედვით

ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა	რეგისტრირებული სუბიექტი	აქტიური სუბიექტი
სულ	**802466**	**195877**
კომერციული იურიდიული პირები	**293186**	**77388**
შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)	**281882**	**76108**
სააქციო საზოგადოება	**2898**	**881**
სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)	**2756**	**184**
კომანდიტური საზოგადოება	**187**	**18**
კოოპერატივი	**5463**	**197**
არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირები	**28938**	**3774**
ინდივიდუალური მეწარმე	**468436**	**111060**
სხვა	**6042**	**993**
საჯარო სამართლის სუბიექტები	**5864**	**2662**

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დამწყები მეწარმისათვის ასეთი სქემა ხელსაყრელია იმით, რომ მიზერული საწყისი თანხით მას შეუძლია დაიწყოს მეწარმეობა, გამოუშვას პროდუქცია და მიღებული შემოსავლიდან გადაიხადოს საარენდო და სხვა გადასახდელები. ამასთან, მეწარმეს შეუძლია კონტრაქტის ვადის გასვლის შემდეგ გამოისყიდოს ლიზინგის საგანი ნარჩენი ღირებულებით (ფინანსური ლიზინგი) ან უკან დაუბრუნოს იგი ლიზინგ–კომპანიას, რომელიც შემდგომ კვლავ გასცემს მას არენდით სხვა მეწარმეს (ოპერატიული ლიზინგი).

„მცირე ბიზნესისათვის ასევე პერსპექტიულია ქვეყნის ეკონომიკის ერთ–ერთი ძირითადი დარგი–კვების მრეწველობა. სწორედ მცირე გადამამუშავებელი საწარმოებია ის მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს მალფუჭებადი სასოფლო–სამეურნეო პროდუქციის ოპერატიულად ადგილზე გადამუშავებას და დღეისათვის არსებული მნიშვნელოვანი დანაკარგების აღმოფხვრას.“[7]

მცირე ბიზნესისათვის მოქმედების ფართო არეალს წარმოადგენს ტურიზმი–საქართველოს ეკონომიკის ერთ–ერთი ძირითადი დარგი. მცირე ბიზნესისათვის განსაკუთრებით მიმზიდველია ტურიზმის ისეთი სახეები, როგორიცაა სამთო ტურიზმი, საოჯახო ტურიზმი, სპელეოლოგიური, სამონადირეო ტურიზმი და ექსტრემალური ტურიზმი.

მცირე ბიზნესი, საქართველოს დღევანდელი ეკონომიკის უმთავრესი საყრდენი უნდა იყოს, თუმცა არასათანადო მენეჯმენტის გამო, სრულად ვერ ვლინდება ბიზნესის ამ ფორმის უპირატესობები. როგორც წესი, უმეტესწილად მცირე სამეწარმეო სტრუქტურებს მათი მეპატრონეები მართავენ, რაც ყოველთვის გამართლებული არაა. ხშირ შემთხვევაში, მცირე მეწარმეთა წარუმატებლობის მიზეზი, წარმოების პრიმიტიული ფორმით მართვაში მდგომარეობს. არადა, მცირე ბიზნესისათვის ეფექტური მენეჯმენტი ისევე აუცილებელია, როგორც საწყისი ფინანსური კაპიტალი, მატერიალური აქტივები და განვითარების სხვა ფაქტორები.

---

[7] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

განვითარებულ საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებისათის მცირე ბიზნესი ეკონომიკური სისტემის მნიშვნელოვანი ნაწილია. საკმაოდ დიდია მისი უპირატესობანი:

- მცირე საწარმოები ფართო შესაძლებლობებს იძლევა შრომითი რესურსების ეფექტიანად გამოყენებაში. ცნობილია, რომ მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში მცირე ბიზნესში დასაქმებულები მათი საერთო რაოდენობის 70-80%–ს აღწევს.
- მცირე საწარმოთა დიდ რაოდენობა ვერ უძლებს კონკურენციულ ბრძოლას და იხურება, მაგრამ მას აქვს მეტი მანევრირების საშუალება და მათ ადგილს სხვა ახალი საწარმოები იკავებენ.
- განსაკუთრებულია მცირე საწარმოთა როლი ადგილობრივი რესურსების გამოყენებაში. ასეთ საწარმოებში მიღწეულია ადგილობრივი ბუნებრივი და შრომითი რესურსების გამოყენების მაღალი დონე. როგორც ცნობილია, ადგილობრივი რესურსების პირობებში მცირე მასშტაბის მსხვილი საწარმოების შექმნა ეკონომიკურად გაუმართლებელია, სამაგიეროდ, მცირე საწარმოები ამ შესაძლებლობას ეფექტიანად იყენებენ.
- მცირე ბიზნესის ერთ–ერთი უპირატესობა იმითაც ვლინდება, რომ იგი გაცილებით უფრო სწრაფად რეგირებს ადგილობრივ საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილებებზე, ვიდრე მსხვილი საწარმოები.
- მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები, როგორც წესი, ლოკალური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე მუშაობენ და შედარებით სტაბილური კლიენტურის პირობებში უფრო მეტად ცდილობენ მომსახურების კულტურის ამაღლებას, მომხმარებელთა კონტიგენტის შენარჩუნებასა და გაფართოებას.
- მცირე საწარმოები ხელს უწყობენ დასაქმებისა და შრომის ორგანიზაციის პროცესში ისეთ პროგრესულ ღონისძიებათა დანერგვას, როგორიცაა: პროფესიათა შეთავაზება, მცოცავი გრაფიკით მუშაობა, შინ მუშაობა, არასრული სამუშაო დღისა და არასრული კვირის რეჟიმით მუშაობა და სხვა.

ამ უპირატესობათა კომპლექსმა ხელი შეუწყო მცირე ბიზნესის განვითარებას საერთაშორისო მასშტაბით, ხოლო რიგ ქვეყნებში იგი ეროვნულ ეკონომიკის ძირითადი ნაწილიც კი გახდა.

საქართველოში ბიზნესის მხარდაჭერის პროექტის ფარგლებში განხორციელებულმა გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ ამ სფეროს მეწარმეთა უმეტესობა განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორებს შორის უმთავრესად ფინანსურ რესურსებზე ნაკლებ ხელმისაწვდომობასა და საკანონმდებლო ბაზის არასრულყოფილებას ასახელებენ.

საქართველოს საგადასახადო და საბაჟო კოდექსის, მეწარმეთა კანონისა და სხვა მარეგულირებელი კანონმდებლობის სირთულისა და მცირე მეწარმეთა დაბალი პროფესიონალიზმის გამო, ხშირად იდეის დონეზე წარმატებული მცირე ბიზნესი, პრაქტიკულ განხორციელებისას კრიზისულ სიტუაციაში ვარდება. რაც, კიდევ ერთხელ ადასტურებს იმას, რომ მხოლოდ მეწარმეობის სურვილი არაა საკმარისი, თუკი მას არ მართავს კვალიფიციური მენეჯერი.

„სახელმწიფო ყოველნაირად ცდილობს დაეხმაროს ბიზნეს–სტრუქტურებს ახალი ბაზრების ათვისებასა და საექსპორტო ოპერაციების მასშტაბების გაფართოებაში. საბაზრო სტრუქტურების განვითარებისთვის სახელმწიფო იყენებს ფასწარმოქმნის სრულყოფის ღინისძიებებს, შემოსავლების გადანაწილების პოლიტიკას, მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობას და სხვა. ასევე ირიბ მეთოდებსაც გადასახადები, სუბსიდიები, სავალუტო ღონისძიებები, ქვოტები და სხვა. სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური პრაქტიკის განვითარება დიდადაა დამოკიდებული ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტიანობაზე, რომლის შესაბამისი სამსახური საქართველოში ამჟამად რეორგანიზებულია, თითქოსდა თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის განვითარების მიზნით. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა არ ნიშნავს საერთო მონოპოლიზმის წინააღმდეგ ბრძოლას, რომლებიც ანგრევენ საბაზრო სტრუქტურებს და ატარებენ საქმიანობის შეზღუდვის პრაქტიკას მცირე ბიზნესის მიმართ.“[8] მცირე ბიზნესში არა ნაკლებ მნიშვნელოვანია კვალიფიციური პერსონალის როლი, რადგან თითოეული თანამშრომლის არაეფექტიანი ქმედება მნიშვნელოვნად ზარალს აყენებს სამეწარმეო სტრუქტურას და ამცირებს მის კონკურენტუნარიანობას, რასაც ყველა აღიარებს, თუმცა ნაკლებად ზრუნავენ მისი აღმოფხვრისათვის.

[8] მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.

მაღალტექნოლოგიურ დარგში მოღვაწე კორპორაციები მასობრივი უმუშევრობის პირობებშიც კი ვერ პოულობენ სათანადო კადრებს, რადგან მათმა ნაწილმა განიცადა დეკვალიფიკაცია, ხოლო მნიშვნელოვანი ნაწილი უარს ამბობს ამჟამად შეთავაზებულ მცირე გასამრჯელოზე და ნაკლებსავარაუდო პერსპექტიულ კარიერაზე. პროფესიონალთათვის უფრო მიმზიდველია მსხვილ სტრუქტურებში მუშაობა, გარანტირებული სოლიდური ანაზღაურებით. აღნიშნულ პროცესზე გავლენას ახდენს მცირე ბიზნესში კადრების შერჩევისა და დაქირავების დამკვიდრებული პრაქტიკა, რომელიც უპირატესად არაფორმალური ხასიათისაა. მართალია, საერთაშორისო ორგანიზაციები ყველანაირად უწყობენ ხელს ბიზნეს–ინკუბატორების ჩამოყალიბებას, მაგრამ ამ სექტორისადმი მეწარმეთა დამოკიდებულება კვლავაც სკეპტიკურია.

2.2. დაგეგმვის მნიშვნელობა მცირე და საშუალო ბიზნესში

მცირე ბიზნესის, როგორც ცალკე კატეგორიის გამოყოფა ხდება იმ მიზნით, რომ სახელმწიფომ გარკვეული მხარდაჭერა გაუწიოს და დაეხმაროს მათ. მცირე ბიზნესის სექტორის განვითარება საქართველოში ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტი უნდა გახდეს, რადგან მას შეუძლია გადამწყვეტი როლი ითამაშოს საბაზრო ეკონომიკის ფორმირების და ქვეყანაში ეკონომიკური, პოლიტიკური და სოციალური პრობლემების დაძლევის საკითხში. მცირე საწარმოები გაცილებით მოქნილნი არიან, ვიდრე შედარებით მსხვილი საწარმოები, ამიტომაც მათ აქვთ საშუალება ადვილად მოახდინონ ადაპტირება საბაზრო კონიუნქტურის ნებისმიერ ცვლილებაზე დროისა და რესურსების ნაკლები დანახარჯების პირობებში; მცირე საწარმოები გამოდიან, როგორც დიდი კომპანიების მომსახურენი და მიმწოდებელები, რაც მთლიანობაში უწყობს ხელს ქვეყანაში ბიზნესის განვითარებას; ახალი და მცირე ზომის ფირმები უფრო ქმედითუნარიანნი არიან სამუშაო ადგილების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი გაუმჯობესების საქმეში, ვიდრე ძველი მსხვილი საწარმოები, ეს კი დღეისათვის მეტად აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს, რამეთუ ამ ბოლო დროს დასაქმება ფინანსურ

კრიზისთან ერთად მსოფლიო პრობლემად იქცა. გაერო–ს და უეთო–ს ანალიტიკური გამოკვლევების მიხედვით ქვეყნის ეკონომიკური ზრდა ვერ ქმნის ახალი სამუშაო ადგილების ადეკვატურ რაოდენობას. მზარდი ეკონომიკის მქონე 50 ქვეყნიდან ბოლო ათწლეულში სამუშაო ადგილების რაოდენობა მხოლოდ შვიდზე გაიზარდა. ექსპერტების აზრით ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა XXI საუკუნეებში შესაძლებელია მხოლოდ სახელმწიფოს მრიდან მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობით. როგორც პრაქტიკამ გვიჩვენა სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე მეწარმეობამ ახალი სამუშაო ადგილების 70% შექმნა. მცირე ბიზნესის ეს თვისება განსაკუთრებით უნდა შეფასდეს საქართველოს დღევანდელი ეკონომიკის, ფინანსური კრიზისისა და უმუშევრობის მაღალი დონის გათვალისწინებით. მცირე საწარმობის მართვას არ ესაჭიროება დიდი კაპიტალი, ძალზედ რთული ტექნოლოგიები, მენეჯმენტი და მარკეტინგის სრულყოფილი ან სიღრმისეული ცოდნა, ამიტომაც ყოველ ინიციატივიან ადამიანს აქვს შესაძლებლობა ხორცი შეასხას საკუთარ იდეას. მასთან მცირე საწარმო წარმოადგენს უფრო მსხვილი ფირმების ჩამოყალიმების საფუძველს. მცირე ბიზნესი განსხვავებით მსხვილისაგან, ქმნის უკეთეს პირობებს კომერციული იდეების სწრაფი რეალიზებისათის.

„კერძო სექტორის განვითარებისა და მისი კონკურენტუნარიანობის ზრდის ხელშეწყობა საქართველოს მთავრობის ერთ–ერთ მთავარ პრიორიტეტს წამოადგენს. სწორედ ძლიერი და კონკურენტუნარიანი კერძო სექტორია ქვეყნის მთავარი მამოძრავებელი ძალა. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა, რომლის წილიც ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში ჯერ კიდევ მცირეა (20%–ის ფარგლებში). ამასთან, მცირე და საშუალო ბიზნესს განვითარების დიდი პოტენციალი გააჩნია და შეუძლია, მნიშვნელოვანი როლი ითამაშოს ეკონომიკის გაძლიერებას და ინკლუზიურ ზრდის მიღწევაში.“[9] განვითარებულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი ეკონომიკის ხერხემალს წარმოადგენს. ევროკავშირის ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვას ბიზნესის ბრუნვის 50% უკავია, ხოლო სამიდან

[9] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

ყოველ ორ სამუშაო ადგილს სწორედ ეს სეგმენტი ქმნის. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის წევრ ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოები საერთო რაოდენობის 99%-ს შეადგენს და მთლიანი შიდა პროდუქტსი 2/3 სწორედ მათზე მოდის. საქართველოს მსგავს, განვითარებად ან გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოებს საწარმოთა 90%-ზე მეტი უკავია, თუმცა მათი წვლილი ეკონომიკაში მცირეა (არ აღემატება 20%-ს).

მიუხედავად უკანასკნელ წლებში საქართველოში განხორციელებული რეფორმებისა, რომლებიც მიმართული იყო ეკონომიკის ლიბერალიზაციის, ბიზნესისთვის მიმზიდველი და გამარტივებული გარემოს შექმნისკენ, მცირე და საშუალო ბიზნესი კვლავ გამოწვევების წინაშე დგას, რაც მიზანმიმართულ პოლიტიკასა და შედეგზე ორიენტირებულ ქმედებას საჭიროებს.

„საწარმოთა მხარდაჭერა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საქართველო-ევროკავშირის ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების (DCFTA რომელიც ასოცირების შეთანხმების განუყოფელი ნაწილია) ეფექტიანი იპლემენტაციისთვის, ვინაიდან, იმ შესაძლებლობებთან ერთად, რომლებსაც DCFTA საქართველოს უხსნის, არსებობს გამოწვევებიც, რომლებიც უკავშირდება ბიზნესის მხრიდან ევროპული რეგულაციების დაკმაყოფილებას.“[10] მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის მიზნით საქართველოში უკვე გადაიდგა მნიშვნელოვანი ნაბიჯი. 2014 წლის თებერვალს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ შეიქმნა მეწარმეობის განვითარების, ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოები. მეწარმეობის სააგენტოს მთავარი მიზეზია მეწარმეობის მხარდაჭერა დ ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ხელშეწყობა, რასაც სააგენტო სხვადასხვა ფინანსური და არაფინანსური ინსტრუმენტით ახორციელებს, მათ შორის, ახალი ბიზნესის დაწყებისა და არსებულის განვითარების ფინანსური დახმარება, სამეწარმეო სწავლება, ბიზნესის უნარების განვითარება, მეწარმეთა კონსულტაციები სხვადასხვა მიმართულებით, ექსპორტის მხარდაჭერა და სხვა. ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს მთავარი მიზანია ინოვაციებისა და

[10] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარების, იმავდროულად, კვლევისა და განვითარების(R&D) მხარდაჭერა, ინოვაციური დამწყები ბიზნესის ხელშეწყობა. ინოვაციებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების ნაკლებობა ბიზნესის, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო ბიზნესის, განვითარების ერთ-ერთი ხელისშემშლელი ფაქტორია, რაც ასევე უარყოფითად აისახება საწარმოთა კონკურენტუნარიანობაზე. სააგენტო ხელს შეუწყობს არსებული ბიზნესის ინოვაციურ განვითარებასა.

2014 წლის ივნისში დაიწყო სამთავრობო პროგრამა ,,აწარმოე საქართველოში". პროგრამის მთავარი მიზანია როგორც ახალი, კონკურენტუნარიანი ბიზნესის დაფუძნების მხარდაჭერა, ასევე არსებული საწარმოების განვითარება სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამამუშავებელი და ინდუსტრიული მიმართულებით. ,,აწარმოე საქართველოში" მოიცავს სამ კომპონენტს\; 1. ფინანსური დახმარება, რაც ითვალისწინებს კრედიტის საპროცენტო განაკვეთისა და ფინანსური ინსტიტუტების მიერ მოთხოვნილი კრედიტის უზრუნველყოფის თანადაფინანსებას; 2. ფიზიკური ინფრასტრუქტურით უზრუნველყოფა, რაც ითვალისწინებს მეწარმეებისთვის სახელმწიფოს მფლობელობაში არსებული უძრავი ქონების გადაცემას სიმბოლურ ფასად იმ შემთხვევაში, თუ განხორციელდება ინვესტიციები; 3. ტექნიკური დახმარება, რაც ითვალისწინებს მეწარმეთა კონსულტაციას მათთვის საჭირო სფეროებში, მათ დახმარებას ევროპულ ნორმებთან დაახლოებაში, თანამედროვე ტექნოლოგიების მოძიება-დანერგვას და სხვა.

2015 წლის მარტისთვის პროგრამის ,,აწარმოე საქართველოში" ფარგლებში სხვადასხვა მიმართულებით მხარდაჭერილია 64 პროექტი, რომელთა მოსალოდნელი საინვესტიციო ღირებულება 110 მლნ აშშ დოლარს აჭარბებს. 2015 წლის განმავლობაში პროექტების განხორციელებაში 4 000-ზე მეტი ადამიანი დასაქმდება.

2015 წლისთვის პროგრამის ,,აწარმოე საქართველოში" მიკრო და მცირე მეწარმეობის განვითარების მიმართულება ამოქმედდა, რომლის მიზანია რეგიონებში, განსაკუთრებით კი მოწყვლად რეგიონებში, ბიზნესაქტივობის წახალისება, იქ წარმოებული პროდუქტისა და მომსახურების დივერსიფიკაცია და, შესაბამისად, რეგიონების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება. პროგრამის ფარგლებში ფინანსური და საკონსულტაციო დახმარება გაეწევათ როგორც ცალკეულ მეწარმეებს, ასევე მეწარმეთა

ჯგუფებს. ფინანსური დახმარებები ითვალისწინებს ბენეფიციართათვის ბიზნესის დაწყების თანადაფინანსებას.

პროგრამის ინდუსტრიული წარმოებისა და მიკრო და მცირე მეწარმეობის ნაწილი ხორციელდება მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მიერ, ხოლო სოფლის მეურნეობის ნაწილი - საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს პროექტების მართვის სააგენტოს მიერ.

ამასთანავე, უნდა აღინიშნოს, რომ 2015 წლის დასაწყისში საქართველოში კერძო სექტორის განვითარების მიმართულებით კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადაიდგა: ხელი მოეწერა ევროკავშირის დახმარების პროგრამას (ბიუჯეტი 45 მლნ ევრო), რომელიც მიმართული იქნება DCFTA-ს იმპლემენტაციასთან დაკავშირებული ინსტიტუციების გაძლიერებისა და რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერისკენ.

„ზოგიერთი მკვლევარი თვლის, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესს სტრატეგიული დაგეგმვა და შესაბამისად მართვა საერთოდ არ სჭირდება. ასეთი მეცნიერება სტრატეგიული მენეჯმენტის კვლევისას მხოლოდ მსხვილი კორპორაციებით ინტერესდებიან, ხოლო მცირე და საშუალო საწარმოებს კი გვერდს უვლიან. მცირე და საშუალო ბიზნესში სტრატეგიული მენეჯმენტის გამოყენების მომხრეები მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ სტრატეგიული დაგეგმვის ტიპი, რომელსაც იყენებს საწარმო, ამ საწარმოს მიერ ბიზნესის სასიცოცხლო ციკლის საფეხურების გავლასთან ერთად ევოლუციას განიცდის და იღებს მიზანმიმართულ და მოწესრიგებულ სახეს. ამდენად, დიდი მნიშვნელობა აქვს დღეისათვის განვითარების რომელ საფეხურზე იმყოფება ფირმა.“[11] თავდაპირველად ისმის კითხვა – როგორია ფირმის მდგომარეობა მოცემულ მომენტში? რასაც ბუნებრივია მოჰყვება მეორე კითხვაც – რა არის მისი სასურველი მდგომარეობა? ანუ, რომელ ბაზარზე უნდა შეღწევა, რა პროდუქციის ათვისება სურს ფირმას, რა პარამეტრებზე უნდა მას გასვლა და ა.შ. შესაბამისად უნდა მომზადდეს ამოცანები სასტარტო მდგომარეობიდან მიზანთან მისასვლელად. მცირე ბიზნესში იგი შეიძლება გათვლილი იყოს 2-3 წელზე, ან მეტ ხანგრძლივობაზეც. სტრატეგიული

[11] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

მენეჯმენტი საშუალებას აძლევს ფირმებს გაატარონ პრევენციული (წინასწარ მომზადებუბლი) ღონისძიებები და არ შემოიფარგლონ მხოლოდ საპასუხო ნაბიჯებით.

პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები ეკონომიკური ზრდისა და სამუშაო ადგილების შექმნის ძირითადი კატალიზატორია. ეს ორო სფერო სტრატეგიული მენეჯმენტი და მცირე ბიზნესი, ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად ვითარდება, თუმცა ორივე გარემო პირობეზე კონცენტრირდება. ამდენად, შეიძლება ითქვას, რომ მეწარმეობა შემოქმედებოითი პროცესია, ხოლო სტარტეგიული მენეჯმენტი მენციერება იმის შესახებ, თუ როგორ შევინარჩუნოთ უპარატესობა უკვე შექმნილის საფუძველზე. ნიშანდობლივია ისიც, რომ მცირე და საშულო საწარმოებში გადამწყვეტი მნიშვნელობა ხელმძღვანელის როლს ენიჭება. ითვლება, რომ არცერთი ბიზნესი არ არის იმდენად მცირე, რომ არ საჭიროებდეს გარკვეულ სტრატეგიას. გარდა ამისა, ჩატარებული კვლევები გვიჩვენებს, რომ სტრატეგიის ეფექტიანობა დიდი ხარისხითაა დამოკიდებული მცირე საწარმოს მფლობელზე, ხოლო სტრატეგიული მენეჯმენტის გააზრება და მისი გონივრული გამოყენება კი – მის გამოცდილებაზე.

2.3. საშუალო ბიზნესის შემაფერხებელი ფაქტორები

ქვეყანაში არსებულ ბიზნეს გარემოსთან პირდაპირ კავშირშია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები. ლიბერალური საგადასახადო პოლიტიკა ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ბიზნესის წახალისებისთვის. გამარტივებული საგადასახადო გარემო ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთ ხელშემწყობ ფაქტორად შეიძლება დავასახელოთ, თუმცა საგადასახადო კუთხით შესაძლებელია უფრო ლიბერალური გარემო შეუქმნან ადგილობრივ ბიზნესს როგორც საგადასახადო ისე დაფინანსების კუთხით.

საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის პუბლიკაციაში აღნიშნულია განვითარების რამდენიმე მიმართულება კერძოდ, კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ზრდა და ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა (საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის

განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის პუბლიკაცია {გვ.7} 13.11.2019), რაც მოიცავს:

- ✓ ექსპორტის ხელშეწყობა;
- ✓ ინოვაციების და ახალი ტექნოლოგიების ხელშეწყობა;
- ✓ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება;
- ✓ საინვესტიციო და სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესება;
- ✓ ინფრასტრუქტურის განვითრება;
- ✓ საქართველოს სატრანსპორტო პოტენციალის გამოყენება.

საქართველოს სოციალურ ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიაში ნახსენებია რიგი პრობლემები რომელიც მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორებად გვევლინება. კერძოდ, რესურსების ნაკლები ხელმისაწვდომობა ადგილობრივ ვალუტაში და ასევე გრძელვადიანი სასესხო რესურსების სიმწირე. აქვე ნახსენებია რომ, საქართველოს ფინანსურ ბაზრებზე ხელმისაწვდომი უნდა გახდეს როგორც მოკლევადიანი, ასევე, გრძელვადიანი სესხები და ამით უპასუხონ სხვადასხვა ტიპისა და განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე მყოფი საწარმოების საჭიროებებს. (საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია საქართველო 2020. 10.11.2019)

მცირე და საშუალო ბიზნესის შემაფერხებელი ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორი ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა გახლავთ. კაპიტალის ან ფინანსური რესურსების ნაკლებობა უმთავრესი ბარიერია მეწარმეებისთვის, რომლებსაც ჩვეულებრივ უწევთ საკუთარი კაპიტალის ან რესურსების მობილიზება ბიზნესის შექმნისთვის ან გაფართოებისთვის.

ამასთან განვითარებად ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება სირთულეს წარმოადგენს. კერძოდ, საბანკო სესხებზე წვდომის შედეგად არსებული რისკ ფაქტორები, დაბალი მომგებიანობა და ბანკების მიერ გირაოს უზრუნველყოფა სირთულეს წარმოადგენს დამწყები ბიზნესისთვის, რადგან ისინი განიხილებიან როგორც მაღალი რისკ საწარმოები. მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსება და ფინანსებზე წვდომა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ზრდის პროცესზე და საწარმოთა განვითარებაზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტულ სეგმენტში არსებული მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითრების შემაფერხებელ ფაქტორად არასტაბილური პოლიტიკური გარემო შეიძლება ჩაითვალოს, რასაც ბოლოდროინდელი პოლიტიკური მოვლენების განვითარება ცხადყოფს, კერძოდ 2019 წლის ივნისში მომხდარი პოლიტიკური მოვლენების ფონზე, რასაც რუსეთის მხრიდან პირდაპირი ფრენების გაუქმება მოყვა. ტურისტულმა სეგმენტმა ჯავშნების მასიურად გაუქმების გამო მილიონობით ზარალი განიცადა. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მათ უმრავლესობას საოჯახო ტიპის სასტუმროები საკრედიტო ხაზით ქონდათ მოწყობილი.

თავი III მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის ახალი სამთავრობო პროგრამა და მისი მიმართულებები

3.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები საქართველოში

მცირე ბიზნესის შიდა ბაზრის თითქმის ყველა სფეროსადმი მრავალი შემგუებლობა და მასიური შეღწევადობა უზრუნველყოფს თანამედროვე მსოფლიოს ბევრი ქვეყნის ეკონომიკის მდგრად განვითარებას, ასევე წარმოადგენს პოლიტიკური მდგომარეობის სტაბილიზაციის ხელშემწყობ ფაქტორს.

ეკონომიკური საქმიანობის ხასიათის მრავალგვარობიდან, აგრეთვე, ორგანიზაციულ–სამართლებრივი და ორგანიზაციულ–საკუთრებითი ფორმებიდან და სხვა ნიშნებიდან გამომდინარე, მცირე მეწარმეობის ფუნქციონირების სფერო არ შემოისაზღვრება ეკონომიკის რომელიმე დარგით და საკუთრების ამა თუ იმ ფორმით. მცირე საწარმოები შეიძლება მოქმედებდეს ნებისმიერ დარგსა და სფეროში; ისინი შეიძება შექმნან როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო სექტორში და ემყარებოდნენ როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო და კომერციულ, ჯგუფურ ან შერეულ საკუთრებას.

ზემოაღნიშნულის საფუძველზე მცირე ბიზნესის სისტემური სტრუქტურა შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოვაყალიბოთ: ზომის მიხედვით – უწვრილესი, წვრილი, მცირე და საშუალო სამეურნეო ერთეულები; ეკონომიკური საქმიანობის მიხედვით – საწარმოო, სავაჭრო, მომსახურების, საშუამავლო საფინანსო–საკრედიტო, სადაზღვევო, მრავალპროფილიანი საწარმოები, ინდივიდთა ჯგუფის საწარმო, სახელმწიფო საწარმო, შერეული ტიპის საწარმო, მუნიციპალური საწარმო, საზოგადოებრივი ორგანიზაციის საწარმო; ეკონომიკურ–სამართლებრივი პასუხისმგებლობის მიხედვით – სოლიდური პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კოოპერატივი და სხვა.

საქართველოში, ისევე როგორც სხვა პოსტსაბჭოურ ქვეყნებში ფაქტიურად ჯერ კიდევ ყალიბდება ეს სექტორი; იხვეწება მცირე მეწარმეობის როგორც სექტორული ისე დარგობრივი სტრუქტურაც.

„საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობით მიკრო ბიზნესის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს ფიზიკურ პირს, რომელიც დამოუკიდებლად ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას და ჯამური ერთობლივი შემოსავალი კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 30 000 ლარს. მიკრო ბიზნესის სტატუსის მქონე ფიზიკური პირო არ იხდის საშემოსავლო გადასახადს, ისინი თავისუფლდებიან საკონტროლო-სალარო აპარატის გამოყენების ვალდებულებისაგან. მიკრო ბიზნესის სტატუსის მქონე პირებს ეკრძალებათ ნებართვას ან ლიცენზირებას დაქვემდებარებული საქმიანობებისა და სავალუტო ოპერაციების განხორციელება, სამედიცინო, არქიტექტურული, საადვოკატო, სანოტარო, აუდიტორული, საკონსულტაციო საქმიანობა, სათამაშო ბიზნესი და ვაჭრობა (გარდა იმ შემთხვევებისა, თუ ხორციელდება შესყიდული საქონლის გადამუშავება და მიწოდება).“ [12] საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობით მცირე ბიზნესის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს მეწარმე ფიზიკურ პირს, რომლის ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული ერთობლივი შემოსავალი კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 100 000 ლარს. მცირე ბიზნესის დასაბეგრი შემოსავალი იბეგრება 3%-ით, თუ პირს აქვს ერთობლივი შემოსავლის მიღებასთან დაკავშირებული ერთობლივი შემოსავლის 60%ის ოდენობის ხარჯების დამადასტურებელი დოკუმენტი. მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე პირისათვის სტატუსი უქმდება თუ:

- ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული ერთობლივი შემოსავალი კალენდარული წლის განმავლობაში აღმატება 100 000 ლარს;
- თუ მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე ფიზიკური პირის სასაქონლომატერიალური მარაგების ნაშთი აღემატება 150 000 ლარს;
- თუ მეწარმე ფიზიკურ პირს საკონტროლო-სალარო აპარატების გამოუყენებლობისათვის კალენდარული წლის განმავლობაში 3-ჯერ დაეკისრა სანქცია.

[12] ნანი მამფორია. მცირე და საშუალო ბიზნესი-ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ფაქტორები. ბიზნეს-ინჟინერინგი ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი .საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. N1. თბილისი, 2014. გვ.64-66

საქართველოს საგადასახადო კოდექსი განსაზღვრავს მცირე ბიზნესის კრიტერიუმებს და აგრეთვე განმარტავს მიკრო ბიზნესის კრიტერიუმებს. აღნიშნული განმარტებები გამოიყენება მხოლოდ საგადასახადო მიზნებისათვის და შემოღებულ იქნა მცირე და მიკრო ბიზნესისათვის სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმის და საგადასახადო ადმინისტრირების მიზნით.

მცირე ბიზნესის განვითარება ითვლება საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ პერსპექტიულ მიმართულებად. ეკონომიკის ეს სექტორი უფრო დინამიურად რეაგირებს კონიუნქტურის შეცვლაზე, ქმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს, ხელს უწყობს საშუალო კლასის ფორმირებას, ე.ი. აფართოებს გასატარებელი რეფორმების სოციალურ ბაზას. ასეთი სოციალური ბაზის საყრდენის გარეშე საბაზრო რეფორმები განწირულია, ხოლო საკითხი მათი შეუქცევადობის შესახებ მუდამ ეჭვის ქვეშ იქნება.

ადმინისტრაციული მმართველობის მოშლამ, ეკონომიკურმა ქაოსმა და საკანონმდებლო გაურკვევლობამ გამოიწვია ის, რომ კანონის მიმყოლი მეწარმეები მძიმე მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ ძლიერი საგადასახადო წნეხის ქვეშ და განიცდიდნენ სახელმწიფო და არასახელმწიფო ბერკეტის საფრთხეს.

მცირე ბიზნესის განვითარებაში წარმატების აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ყოველმხრივი და სტაბილური სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა, რომელიც გამოხატულია სხვადასხვა ფორმით. პირველ რიგში საგადასახადო შეღავათები, დოტაციები, შეღავათიანი საბანკო კრედიტები, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს.

საწარმოს ტიპი	დასაქმება	მრუნვა ფისკალური წლის განმავლობაში
მცირე	წლიურად 20-მდე დასაქმებული	არაუმეტეს 500,000.0 ლარისა
საშუალო	წლიურად 100-მდე დასაქმებული	არაუმეტეს 1,500,000.0 ლარისა

სახელმწიფოს მიერ მცირე მეწარმეობის თანადგომის ღონისძიებების სისტემაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს მცირე საწარმოების დაკრედიტების სისტემის სრულყოფას. ქვეყნებში, სადაც მცირე მეწარმეობა უკვე განვითარებულია, მათი განვითარებისათვის დამატებითი კაპიტალის წყაროდ შეიძლება იყოს ან საკუთარი

დანაზოგები ანდა თვით მცირე მეწარმეებისა დროებით თავისუფალი სახსრები. ჩვენთან მეწარმეობა არ არის განვითარებული და მცირე საწარმოებს საკუთარი კაპიტალი თითქმის არ გააჩნიათ, რიგ შემთხვევებში დამატებითი სახსრების მიღების ერთადერთი გზა არის საბანკო კრედიტი.

პრაქტიკიდან ნათლად ჩანს, რომ ჩვენს ქვეყანაში ბანკების როლი, პირველ რიგში კომერციული ბანკებისა, უნდა გაძლიერდეს. იმის გათვალისწინებით, რომ მცირე ბიზნესის დაკრედიტება ობიექტურად დაკავშირებულია ბანკებისათვის დიდ რისკთან და იწვევს დამატებით ხარჯებს მრავალ პატარა კლიენტის მომსახურებაზე, აუცილებელია შემუშავებული იქნეს სახელმწიფოს მხრივ ბანკების მასტიმულირებელი ღონისძიებათა სისტემა. მიზანშეწონილია შეიქმნას სპეციალიზებული ფონდი მცირე ბიზნესის დაკრედიტებისათვის, რომელიც კრედიტების გარანტიას მოგვცემდა და აიღებდა თავის თავზე მაღალ რისკს.

აუცილებელია გათვალისწინებული იქნეს რიგი სერიოზული შეღავათები კომერციული ბანკებისათვის, რომლებიც აქტიურად ჩაებმებიან მცირე წარმოების დაკრედიტებაში. ასეთი შეღავათები უნდა გავრცელდეს უპირველესად არა მარტო იმ ბანკებზე, რომლებიც აძლევენ კრედიტს მცირე საწარმოებს წარმოების მიზნებისათვის, არამედ იმ ბანკებზეც, რომლებიც გასცემენ კრედიტს პროექტებისათვის, უზრუნველყოფენ მცირე მეწარმეობის განვითარების პრიორიტეტს.

მცირე ბიზნესის სტიმულირების თვალსაზრისით სახელმწიფო პოლიტიკის რეალიზაციის რამოდენიმე ძირითადი მიმართულება არსებობს, რომელთაგანაც პირველ რიგში აღსანიშნავია:

1. მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება;
2. საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა;
3. საწარმოო და ინოვაციური მხარდაჭერა. ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
4. მცირე მეწარმეობის განვითარების ინფრასტრუქტურის ფორმირება;
5. საინფორმაციო უზრუნველყოფა;
6. სამეცნიერო- მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა;

7. ბიზნეს სუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოებისათვის პირობების შექმნა;

8. საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება.

„მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება. მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკის აღნიშნული მიმართულება საშუალებას იძლევა ფორმირებულ იქნეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის "ორდონიანი" საკანონმდებლო და ნორმატიული სტრუქტურა, რაც უზრუნველყოფს საერთო პრინციპების განსაზღვრის შესაძლებლობას მოცემულ სფეროში. სამეწარმეო მოღვაწეობის რეგულირებასთან დაკავშირებული ძირითადი საკითხები ასახულია საქართველოს სამოქალაქო კოდექსში, საქართველოს კანონში მეწარმეობის შესახებ, საგადასახადო და საბაჟო კოდექსებში, საკანონმდებლო აქტებში და ა.შ." [13] ამჟამად მცირე ბიზნესის სუბიექტებს მხარდაჭერას უწევენ კომერციული ბანკები. მაგრამ ეს მაინც არასაკმარისია. ყველა მეწარმეს ვერ მიუწვდება ხელი კრედიტზე. საპროცენტო განაკვეთებიც არც თუ ისე სახარბიელოა. რაზეც ისიც მეტყველებს, რომ მცირე მეწარმეობის ხვედრით წონა საქონლის წარმოებაში საკმაოდ დაბალია, ასევე პრობლემის გადაწყვეტაში. სახელმწიფო პოლიტიკის მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს მცირე ბიზნესში საინვესტიციო რისკის დაზღვევის სპეციალური ფონდებისა და კომპანიების შექმნა. ასევე შესაძლებელია მცირე მეწარმეობის საინვესტიციო რისკის დაზღვევის საქმეში ქვეყანაში ფუნქციონირებადი კერძო სადაზღვევო კომპანიების ფართოდ ჩართვა, რომლებიც საბანკო გარანტიით აიღებდნენ საკუთარ თავზე მცირე საწარმოთა მომსახურებას.

მცირე საწარმოები ჯერ კიდევ ხშირად ვერ ახერხებენ სახელმწიფო შეკვეთების რეალიზაციას. ამის მისაღწევად საჭიროა შემუშავდეს და განხორციელდეს ღონისძიებები, რომლებიც ხელს შეუწყობენ მცირე და საშუალო მეწარმეობაში ახალი ტექნოლოგიების ნოუ-ჰაუს დანერგვასა და გამოყენებას.

მცირე მეწარმეობისადმი სახელმწიფო საწარმოო-ტექნიკური მხარდაჭერა

[13] თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.

რეალიცებული იქნება შემდეგი მიმართულების მიხედვით:

- თვითდასაქმებულები: საქმიანობენ წვრილ ბიზნესში, ძირითადად ოჯახის პირობებში რეპეტიტორობა, კერძო გაკვეთილები, სახლის დალაგება, ბავშვის და მოხუცებულის მოვლა და ა.შ.
- დაქირავებული-კომერციული სტრუქტურების საშუალო და ქვედა რგოლის თანამშრომლები, რომელთა ანაზღაურება დამოკიდებულია მათ კვალიფიკაციაზე და შესრულებულ სამუშაოზე;
- ბიზნესწრის წარმომადგენელი მოქალაქეები საგრძნობლად უკეთ ცხოვრობენ, ვიდრე ის პირები, რომლებიც ბიზნესთან არ არიან დაკავშირებული. ასევე ბუნებრივია დაქირავებული შრომა არ იძლევა იმდენ შემოსავალს, რამდენსაც ღებულობენ მეწარმეები საკუთარი ბიზნესით.

მცირე და საშუალო საწარმოების შექმნის, განვითარებისა და მათი კონკურენტუნარიანობის ზრდის მხარდაჭერისათვის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში 2014 წლის თებერვალში შეიქმნა 2 უწყება:

- მეწარმეობის განვითარების სააგენტო;
- საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო;

მეწარმეობის განვითარების სააგენტო: წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი პოლიტიკისა და პროგრამების განხორციელების ერთადერთ მაკოორდინირებელ სტრუქტურას საქართველოში. სააგენტოს ძირითადი მიზნებია:

- კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება;
- დამწყები ბიზნესების მხარდაჭერა;
- თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დამკვიდრების მხარდაჭერა;
- საქონლისა და მომსახურების ექსპორტის დივერსიფიკაციის ხელშეწყობა

ასევე სააგენტოს ფუნქციებია:

- ბიზნესის მხარდაჭერა DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის პროცესში;

- სხვადასხვა სფეროში საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა, საექსპორტო და ადგილობრივ ბაზრებზე არსებული მოთხოვნისა და ვალდებულებების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და მეწარმეთათვის მიწოდება;
- მეწარმეთათვის დახმარების გაწევა ბიზნესის დაგეგმვისა და განვითარების კუთხით;
- მეწარმეთა დახმარება დონორებთან და ფინანსურ ინსტიტუტებთან ურთიერთობაში;
- ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდა სხვადასხვა სქემების გამოყენებით;
- საერთაშორისო ბაზრებზე მარკეტინგის პროცესში დახმარება და სხვ. საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო: წარმოადგენს ცოდნასა და ინოვაციურ ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული ეკონომიკის განვითარების მხარდამჭერ ძირითად უწყებას. სააგენტოს მთავარი მიზნებია:
- ქვეყანაში ინოვაციური ეკოსისტემის შექმნის და მისი განვითარების პროცესის კოორდინაცია;
- ინოვაციების, თანამედროვე ტექნოლოგიების, კვლევისა და განვითარების სტიმულირება, მათი კომერციალიზაციის და გამოყენების ხელშეწყობა;
- ინოვაციური დამწყები კომპანიების ფორმირების და მათი კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ხელშეწყობა;
- სამეცნიერო და ბიზნეს წრეებს შორის ურთიერთობის ხელშეწყობა;
- მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტის განვითარების და მისი გამოყენების ეფექტურობის ამაღლების ხელშეწყობა და ა.შ.

ასევე სააგენტოს ფუნქციებია:

- ინოვაციებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაბამისი უნარებისა და შესაძლებლობების განვითარების ხელშეწყობა;
- თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების დანერგვით მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერების ხელშეწყობა;

- ცოდნაზე დაფუძნებული ინიციატივების, ინოვაციური პროექტებისა და პროდუქტების მხარდაჭერა;
- საწარმოებისათვის კვლევისა და განვითარების მასტიმულირებელი პროგრამების განხორციელება და ა.შ.

3.2 საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის ფინანსური მექანიზმები

მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის არასრულყოფილი ფინანსური ბაზრების პირობებში გამოყენებული უნდა იყოს სახელმწიფო დაფინანსების მექანიზმები სწორად უნდა იქნას შეფასებული რისკ ფაქტორები და გათვალისწინებული იყოს პროექტის საიმედო კრიტერიუმები. მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური ხელშეწყობის პრობლემად ინფრასტრუქტურის ძირითადი კომპონენტების ჩამოყალიბება და განვითრება სახელდება: კერძოდ, საწარმოთა პერსონალის გადამზადება, ბანკის პერსონალის მომზადება აღნიშნულ საწარმოებთან მუშაობის კუთხით, კრედიტუნარიანობა, ლიზინგი და სხვა. საფინანსო ორგანიზაციებთან ურთიერთობა მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენელთა სწავლებას მოითხოვს, კერძოდ საწარმოთა ვალდებულებების შესრულება და სამართლებრივი რეგულირება, ბიზნესგეგმის მომზადება და შეფასება. ფინანსური ინსტრუმენტების ჩამოყალიბებამ მნიშვნელოვანი ადგილი უნდა დაიკავოს პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებსა და პროგრამებში. დასამუშავებელია ხელშეწყობის ადგილობრივი პროგრამები, ისეთი როგორიც არის კრედიტის გარანტიების სქემები. აღნიშნული გაზრდის ბანკების მცირე ბიზნესისადმი მომსახურების ეფექტიანობას.

მრავალი კომპანია თუ საწარმო, მათი განვითარების გარკვეულ ეტაპზე, იქნება ეს ახალი საწარმოს გახსნა, არსებული კომპანიის გაფართოება თუ ტექნოლოგიური განახლება, მიდიან იმ დასკვნამდე, რომ მათთვის უფრო მომგებიანია შეიძინონ გარკვეული ტექნიკა საკრედიტო ხაზით. რაც საწარმოს ხარჯების შემცირების და საჭირო ტექნიკის შეძენის საშუალებას იძლევა უმოკლეს დროში. ლიზინგი კომპანიას საშუალებას აძლევს დაზოგოს გადასახადები. მაგალითად ბევრი პერსპექტიული საწარმო ვერ ახერხებს

სრულად შეცვალოს საკუთარი მოძველებული დანადგარები, რომელიც ვერ ახერხებს ისეთი პროდუქციის წარმოებას, რომელიც აკმაყოფილებს თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნებს. ლიზინგი საშუალებას აძლევს კომპანიას განაახლოს ტექნოლოგიური აპარატურა სპეციალური გართულებების გარეშე, რაც ნიშნავს კომპანიის პოტენციალის აღდგენასა და გაზრდას. სალიზინგო მომსახურება განსაკუთრებით ხელსაყრელია მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის, როგორც დაწყებით სტადიაზე, ასევე განვითრების ეტაპზე მყოფი მეწარმეებისთვის. რადგან ხშირ შემთხვევაში უფრო მარტივია იჯარის ხელშეკრულების გაფორმება, ვიდრე გრძელვადიანი სესხის აღება, რადგან ბანკები მცირე და საშუალო ბიზნესზე სესხებს ფრთხილად გასცემენ. ძირითადი აქტივების დასაფინანსებლად დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში დაფინანსების ალტერნატიულ საშუალებად 49 ძირითადად გამოიყენება ლიზინგი. რაც ყველაზე მთავარია დაფინანსესების მისაღებად არ მოითხოვება გირაო.

საქართველოში სალიზინგო კომპანიებს ბაზრის საკმაოდ დიდი წილი უკავიათ. მაგალითად „თიბისი ლიზინგი“ აწარმოე საქართველოში პროგრამის ფარგლებში სახელმწიფო სუბსიდირების მეშვეობით აფინანსებს სტარტაპებს, საწარმოო დანადგარების შეძენის კუთხით. დაფინანსების მოცულობა შეადგენს 100,000 დან - 5,000,000 ლარამდე, პერიოდი 1 დან 7 წლამდე. დამატებით 1 წლამდე საშეღავათო პერიოდი და სახელმწიფოს მხრიდან სუბსიდირება შეადგენს 12 %. ასევე ხორციელდება სოფლის მეურნეობის სააგენტო (APMA) პროგრამის ფარგლებში, სასოფლო სამეურნეო დანიშნულების დანადგარების და ტექნიკის დაფინანსება. სტარტ-აპებისთვის სადაც დაფინანსების მინიმალური და მაქსიმალური ზღვარი 20,000 ლარიდან – 1,500,00 ლარამდე არის განსაზღვრული. აღნიშნული მიმართულებით სახელმწიფოს თანამონაწილეობა შეადგენს 12%.

3.3. ახალი სამთავრობო პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ და განხორციელებული პროექტები

2014 წლის ივნისიდან, საქართველოს პრემიერ მინისტრის ინიციატივით, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების და სოფლის მეურნეობის სამინისტროებმა ახალი სამთავრობო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში" განხორციელება დაიწყეს. სამთავრობო პროგრამა მიმართულია წარმოების განვითარებისა და წახალისებისაკენ, რომლის მთავარ მიზანს მეწარმეობის განვითარება, მეწარმე-სუბიექტების მხარდაჭერა, ახალი საწარმოების შექმნის/არსებული საწარმოს გაფართოების ან გადაიარაღების ხელშეწყობა წარმოადგენს.

პროგრამას ანხორციელებენ:

- სსიპ მეწარმეობის განვითარების სააგენტო;
- სსიპ სოფლის მეურნეობის პროექტების მართვის სააგენტო;
- სსიპ სახელმწიფო ქონების ეროვნული სააგენტო.

პროგრამა გულისხმობს საქართველოს რეგიონებში მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობას ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერის გზით. პროგრამა ხორციელდება საქართველოს რეგიონებში. პროგრამა გამიზნულია: ახალი ბიზნესის წამოწყებისათვის და არსებული ბიზნესის გაფართოება-გადაიარაღებისათვის. პროგრამა რამოდენიმე ეტაპად ხორციელდება:

- პირველ ეტაპზე ხდება ბიზნეს იდეის წარდგენა, ონლაინ აპლიკაციის შევსება, განაცხადის გადარჩევა პროგრამის კომისიის მიერ, შერჩეული ბიზნეს იდეების ავტორების გადამზადება ბიზნეს იდეის ბიზნეს გეგმად გარდასაქმნელად.
- მეორე ეტაპზე ხდება ბიზნეს გეგმის წარდგენა. ბიზნეს გეგმის განაცხადის შევსება ვებგვერდზე, განაცხადების გადარჩევა პროგრამის კომისიის მიერ, საუკეთესო ბიზნეს გეგმების გამოვლენა, საუკეთესო ბიზნეს გეგმების ავტორების

მიერ 20%-ის თანამონაწილეობის თანხის დაფარვა, საუკეთესო ბიზნეს გეგმების ავტორებზე მიკრო გრანტების გაცემა.

ახალ სამთავრობო პროგრამას „აწარმოე საქართველოში" აქვს რამოდენიმე

დაფინანსების მექანიზმი

ერთი მეწარმე სუბიექტი	თანადაფინანსების მაქსიმალური მოცულობა	5 000 ლარი
ორი მეწარმე სუბიექტი	თანადაფინანსების მაქსიმალური მოცულობა	10 000 ლარი
სამი მეწარმე სუბიექტი	თანადაფინანსების მაქსიმალური მოცულობა	15 000 ლარი

მიმართულება: ინდუსტრიული მიმართულება, სოფლის მეურნეობის მიმართულება, ინფრასტრუქტურული მხარდაჭერა, ტრენინგები და კონსულტაციები.

- ინდუსტრიული მიმართულების პრიორიტეტებია: სამშენებლო მასალების წარმოება, რეზინის, პლასტმასის, მუყაოს და ქაღალდის პროდუქციის წარმოება, ფარმაცევტული პროდუქციის წარმოება და ხის დამუშავება, საკვები პროდუქტებისა და მინერალური წყლის წარმოება და ა.შ.
- სოფლის მეურენობის პრიორიტეტებია: ბოსტნეულის, კენკროვანი კულტურების, მწვანილის და სოკოს მაღალტექნოლოგიური სასათბურე მეურნეობის შექმნა, მაღალტექნოლოგიური და ინტესნიური ტიპის მესაქონლეობის ან მეღორეობის ფერმის ჩამოყალიბება, მაღალტექნოლოგიური და ინტენსიური ტიპის ძვირფასბეწვიანი ცხოველების ფერმის დაფუძნება, თევზის წარმოება, მეფუტკრეობის პროდუქციის წარმოება, საჩითილეებისა და სანერგე მეურნეობების გამართვა, მატყლის, ტყავის გადამუშავება, დაფნის, ჩაის, თამბაქოს გადამუშავება, ეთერზეთებისა და სუნელების წარმოება, მარცვლელულის საშრობების გამართვა და ა.შ.

პროგრამის ფარგლებში სახელმწიფო მხარდაჭერა უძრავ ქონებაზე ხელმისაწვდომობის კომპონენტის ფარგლებში გამოიხატება იმაში, რომ დაინტერესებულ მეწარმე სუბიექტს სიმბოლურ ფასად 1 ლარად გადაეცემა

სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული უძრავი ქონება მთელი რიგი პირობებით, კერძოდ:

- საწარმოს შექმნისა და წარმოების დაწყების ვალდებულების შესრულების უზრუნველსაყოფად თბილისში შესაბამისი უძრავი ქონების საბაზრო ღირებულების არანაკლებ ექვსმაგი, ხოლო საქართველოს სხვა რეგიონებში არანაკლებ ოთხმაგი ინვესტიციის განხორციელება;
- პროგრამის ბენეფიციარის სტატუსის მოსაპოვებლად მეწარმე სუბიექტი წარადგენს შესაბამის განაცხადს და საინვესტიციო თანხის 10%-ის ოდენობის უპირობო და გამოუხმობ საბანკო გარანტიას, რომლის ვადა განისაზღვრება 30 თვით და ა.შ.

2015 წლის 15 მარტიდან საქართველოს რეგიონებში „აწარმოე საქართველოში" პროგრამის ფარგლებში დაწყებულია მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის პროექტის განხორციელება, რომელიც ადგილობრივ მოსახლეობას ხელს უწყობს საკუთარი საქმის წამოწყებაში და დადებით გავლენას ახდენს რეგიონის განვითარებაზე. აღსანიშნავია, რომ მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის პროგრამა ხორციელდება საქართველოს პრემიერ მინისტრის მიერ ინიცირებული სახელმწიფო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში" ფარგლებში და მიზნად ისახავს საქართველოს რეგიონებში მიკრო და მცირე ბიზნესის განვითარებას მეწარმეების დაფინანსებას და ცოდნის

2016 წლიდან სახელმწიფო პროგრამას „აწარმოე საქართველოში" ახალი კომპონენტი დაემატა, რომელიც მოსახლეობას შესაძლებლობას აძლევს რეგიონებში განავითაროს სასტუმრო ბიზნესი, შექმნას სამუშაო ადგილები, მოიზიდოს მეტი დამსვენებელი და ხელი შეუწყოს რეგიონის განვითარებას. ახალი კომპონენტი მეწარმეებიათვის ხელმისაწვდომს ხდის ფინანსებსა და საკონსულტაციო მომსახურებას და ამასთანავე ხდება წარმატებული საერთაშორისო ბრენდების გამოცდილების დანერგვა ე.წ „ფრანჩაიზინგის" ხელშეკრულებით გათვალისწინებული გადასახადების თანადაფინანსებით. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს

მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მხრიდან დაფინანსება განხორციელდება შემდეგნაირად:

„სახელმწიფო პროგრამას „აწარმოე საქართველოში" ახალი, კინოინდუსტრიის განვითარების კომპონენტი "გადაიღე საქართველოში", 2016 წლის თებერვლის თვეში

დაემატა, რომელიც ქვეყანაში გადაღებებზე გაწეული კვალიფიციური ხარჯების 20%დან 25%-მდე ანაზღაურებას გულისხმობს." კინოინდუსტრიის წახალისების კომპონენტს ახორციელებს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მეწარმეობის განვითარების სააგენტო, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს ეროვნულ კინოცენტრთან თანამშრომლობით. კინოინდუსტრიის განვითარების კომპონენტი, ქვეყანაში გადაღებებზე გაწეული კვალიფიციური ხარჯების 20%-იან ანაზღაურებას გულისხმობს. დამატებითი თანადაფინანსება 5%-მდე მოხდება იმ შემთხვევაში თუ პროდუქტი შეიცავს საქართველოს პოპულარიზაციის ელემენტებს და გაივლის ე.წ - "კულტურულ ტესტს". [14] საქართველოს მთავრობის ინიციატივით, ქვეყანაში ბიზნესის ხელშეწყობისთვის ახალი სააგენტო–სახელწოდებით "აწარმოე საქართველოში" იქმნება. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის თქმით, ძლიერი ეკონომიკური გარემოს შექმნა ქვეყნის სტრატეგიული ამოცანაა. ახალი სააგენტო კი დაეხმარება მეწარმეებს ბიზნესიდეების განხორციელებაში და წარმოების ქვეყნის საზღვრებს გარეთ გატანაში: ერთი ქოლგის ქვეშ უნდა მოვაქციოთ სამი კომპონენტი. ეს არის "აწარმოე საქართველოში – ბიზნესი" – ადგილობრივი წარმოების მხარდაჭერა. მეორე კომპონენტი – "აწარმოე საქართველოში ექსპორტი", რაც იმას ნიშნავს, რომ როდესაც ეს სამთავრობო ინიციატივა ეხმარება საშუალო ბიზნესს საქართველოში კონკურენტული პროდუქტის შექმნაში, უნდა

[14] ნანი მამფორია. მცირე და საშუალო ბიზნესი-ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ფაქტორები. ბიზნეს-ინჟინერინგი ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი .საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. N1. თბილისი, 2014. გვ.64-66

დავეხმაროთ მას საერთაშორისო ბაზარზე წვდომაში. მესამე კომპონენტი არის “აწარმოე საქართველოში – ინვესტიციები. სააგენტო გააერთიანებს ყველა იმ სერვისს, რომელიც ქვეყანაში ბიზნესის ხელშეწყობის კუთხით არსებობს. პირველი კომპონენტი ქვეყანას საწარმოო ბაზრის გაფართოებაში დაეხმარება, “აწარმოე საქართველოში – ექსპორტის” მეშვეობით კი სააგენტო დაეხმარება ქართულ პროდუქტს უცხოურ ბაზარზე თავის დამკვიდრებაში და ახალი ბაზრების აღმოჩენაში.

. პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ ემგს-ს მიერ იქნა შემუშავებული და იმართებოდა მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მიერ. პროგრამა, რომელიც 2014 წელს დაფუძნდა, საქართველოს მრეწველობის კონკურენტუნარიანობის მხარდაჭერაზე იყო ორიენტირებული და მსს-ში სამეწარმეო უნარების და საექსპორტო პოტენციალის გამომუშავებაზე იყო მიმართული. 2019 წლის ივნისისათვის არსებული მონაცემებით, „აწარმოე საქართველოში“ 503 ბიზნეს სუბიექტს დაეხმარა, საერთო ჯამში 1.18 მილიარდი ლარის (დაახლოებით 400 მილიონი აშშ დოლარი) ოდენობის ინვესტიციით და შექმნა 17 740 სამუშაო ადგილზე მეტი. ამ თანხის უმეტესი ნაწილის ინვესტირება განხორციელდა სოფლის მეურნეობასა და ტურიზმში/სასტუმროებში (Enterprise Georgia, 2019[11]).

- საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო მართავს ინოვაციებთან დაკავშირებული საგრანტო პროგრამების განხორციელებას. მინი და მიკრო გრანტები ეხმარება ქართულ კომპანიებს და მსს-ს მოახდინონ ბიზნეს იდეებისა და ტექნოლოგიების კომერციალიზაცია. (GITA, n.d.[10]). მსოფლიო ბანკის მიერ გაცემული სესხის - საქართველოს ეროვნული ინოვაციური ეკოსისტემა - ფარგლებში, სიტს-მ დაიწყო სტარტაპების საგრანტო პროგრამა. პროგრამის მიზანია გლობალური მნიშვნელობის სტარტაპების მხარდაჭერა, მათ შორის, მწვანე ტექნოლოგიებისა და სოფლის მეურნეობის სფეროში, და მათი ფინანსებზე და მსოფლიოს ბაზრებზე წვდომის გაუმჯობესება.
- გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო სოფლის მეურნეობის პროექტების მართვის სააგენტოს (სმპმს) მეშვეობით, 10-ზე მეტ პროექტს ახორციელებს სოფლის მეურნეობის სფეროში მსს-ის განვითარების მხარდასაჭერად (APMA, 2019[12]).

2017 წელს ემგს განიხილავდა ამ პროექტების გაერთიანების შესაძლებლობას ერთ სახელწოდებისა და მმართველობის სტრუქტურაში - „აწარმოე საქართველოში სწრაფი განვითარებისათვის“.

- „აწარმოე საქართველოში“ მეშვეობით, თუ კომპანია ღებს სესხს ბანკიდან, მთავრობას შეუძლია დააფინანსოს საპროცენტო გადასახადის ნაწილი. სესხის მოცულობა უნდა იყოს 150 00-დან 2 000 000 მილიონ აშშ დოლარამდე სამრეწველო პროექტებისათვის და 600 000-დან 2 000 000 მილიონ დოლარამდე სასოფლო-სამეურნეო პროექტებისათვის. საპროცენტო განაკვეთები მერყეობს 11-დან 13%-მდე და მთავრობა აფინანსებს 10%-ის ოდენობით (მხოლოდ პირველი 24 თვის განმავლობაში). ამასთან, უნდა სრულდებოდეს ერთი პირობა - სესხის 80%-ით უნდა ხდებოდეს ძირითადი კაპიტალის შეძენა.
- სოფლის მეურნეობის სამინისრო და 11 უმთავრესი ბანკი 2013 წლიდან ახდენენ აგრო-საკრედიტო პროგრამის სუბსიდირებას. სსპმს ახდენს სესხზე საპროცენტო გადასახადის ნაწილის სუბსიდირებას. განაკვეთები სუბსიდირდება 11%-ით ძირითად კაპიტალიში ინვესტირებისას (12 000 - 600 000 აშშ დოლარი) და 8%-ით - საბრუნავი საშუალებების შემთხვევაში (2 000 – 100 000 ლარი ან 740 – 37 000 აშშ დოლარი). სამინისტრო აგრეთვე იძლევა გრანტებს აგრო-პტოდუქციის გადამუშავებისათვის, თუ ინვესტირება კეთდება ძირითად კაპიტალში ან ტრეინინგებისათვის 500 000 ლარამდე (186 000 აშშ დოლარი) და მთლიანი პროექტის ღირებულების 40%-მდე ოდენობით.
- „უმასპინძლე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში, მთავრობა უზრუნველყოფს ლარში დენომინირებული სესხების საპროცენტო განაკვეთის 10%-ს და აშშ დოლარში/ევროში აღებული სესხების - 8%-ს. საპროცენტო განაკვეთების თანადაფინანსების ხანგრძლივობაა 2 წელი. ლარში განსაზღვრული მინიმალური რაოდენობა შეადგენს 500 000 ლარს (186 000 აშშ დოლარი). მთავრობა აგრეთვე იძლევა სესხის უზრუნველყოფის გარანტიას მთლიანი სესხის 50%-ზე, პირველი 4 წლის განმავლობაში. ამასთან დამატებით, იგი აფინანსებს ფრანჩიზა/მენეჯმეტის ხელშეკრულების გადასახადს, ყოველწლიურად 300 000 ლარის ოდენობითი (112 000 აშშ დოლარი), პირველი ორი წლის.

- სიტს-ოს მინი გრანტების პროგრამის ფარგლებში, მსს-ს აქვთ წვდომა გრანტებზე 100 000 ლარამდე ოდენობით (დაახლოებით 35 000 აშშ დოლარი) საკუთარი საქმიანობის კომერციალიზაციის მხარდასაჭერად და მიკრო გრანტების პროგრამის ფარგლებში - 5 000 ლარამდე (დაახლოებით 1 900 აშშ დოლარი).
- მსოფლიო ბანკის პროექტი იძლევა ე.წ. საქმიან გრანტებს 30 000-დან 250 000 აშშ დოლარამდე, რომლის დროსაც მოთხოვნილია ინოვაციებისათვის თანადაფინანსების გარკვეული დო

მცირე და საშუალო ბიზნესის SWOT ანალიზი

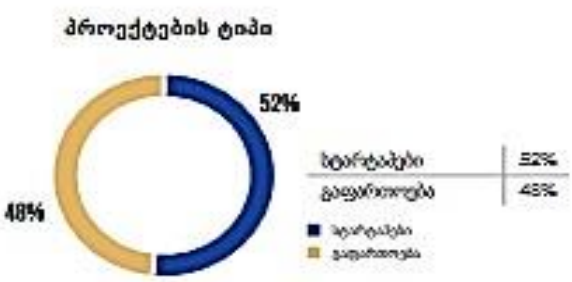
ძლიერი მხარე:	სუსტი მხარე:
-ხელსაყრელი ბიზნეს-გარემო; -გამარტივებული ადმინისტრაციული პროცედურები და განვითარებული სახელმწიფო სერვისები; -ბიზნესის დაწყების მარტივი პროცედურები; -მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის საკონსულტაციო მომსახურება; -მთავრობა კორუფციის გარეშე; -მცირე საგადასახადო ტვირთი და შეღავათიანი საგადასახადო სისტემა მიკრო და მცირე ბიზნესებისათვის; -რეგიონულ და საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის სიმარტივე და დაბალი ხარჯი; -ლიბერალური საგარეო სავაჭრო რეჟიმები; -კარგად განვითარებული ინფრასტრუქტურა; -მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის ინსტიტუტები; -მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამები და ა.შ.	-სამეწარმეო უნარების და გამოცდილების ნაკლებობა; -კონკურენტუნარიანობის დაბალი დონე; -დაბალი პროდუქტიულობა; -ფინანსებზე, გრძელვადიან საინვესტიციო რესურსებზე შეზღუდული წვდომა; -ინოვაციების და კვლევის დაბალი დონე; -კვლევისა და განვითარების ინსტიტუტების და კერძო სექტორის არასაკმარისი თანამშრომლობა; -ტექნოლოგიების დანერგვის შეზღუდული შესაძლებლობები; -ადამიანური კაპიტალის არასაკმარისი კონკურენტუნარიანობა; -უცხოური ბაზრების შესახებ ცოდნის დაბალი დონე; -ექსპორტისა და ინტერნაციონალიზაციის შეზღუდული შესაძლებლობა;

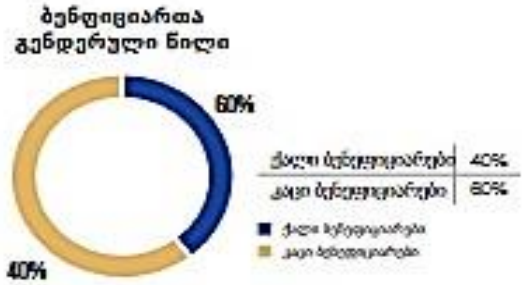
შესაძლებლობები:	საფრთხეები: -
-კარგად განვითარებული ალტერნატიული დაფინანსება; -შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე ორიენტირებული პროფესიული განათლების სისტემა; -კარგად განვითარებული ხარისხის ინფრასტრუქტურა; -შემცირებული ტექნიკური ბარიერები ვაჭრობაში; -წარმოების დივერსიფიკაცია; -საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება და საწარმოთა ინტერნაციონალიზაცია; -კარგად განვითარებული საკონსულტაციო მომსახურება; -ინოვაციების და ტექნოლოგიების დანერგვის პოტენციალის გაძლიერება; -თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დანერგვა;	საგარეო ეკონომიკური ფაქტორების გაუარესება (ფინანსური კრიზისი, საერთაშორისო ბაზრებზე მოთხოვნის შემცირება); -ეკონომიკური ზრდის შესაძლო შენელება; -პოლიტიკური არასტაბილურობა; -მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორში ინვესტიციების დაბალი დონე; -არასაკმარისი საექსპორტო შესაძლებლობები; -საერთაშორისო კონკურენციის ფონზე მცირე და საშუალო საწარმოთა დაბალი შესაძლებლობები; -ბიზნეს-საგანმანათლებლო პროგრამებში მცირე და საშუალო საწარმოების არასაკმარისი მონაწილეობა;

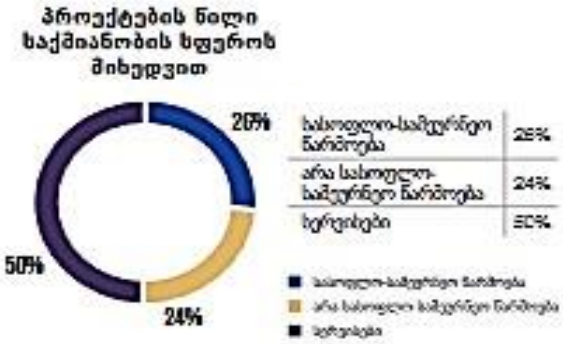
„აწარმოე საქართველოში“ ძალიან წარმატებული პროგრამაა. იმ პერიოდის განმავლობაში, რაც პროგრამა ფუნქციონირებს, 200-ზე მეტი საწარმოა შექმნილი. დღეს პროგრამამ 400 მილიონ ლარზე მეტი ინვესტიციის პოტენციალი შექმნა და 10,000-ზე მეტი ადამიანი დაასაქმა, განხორციელებულ პროექტებს შორისაა:

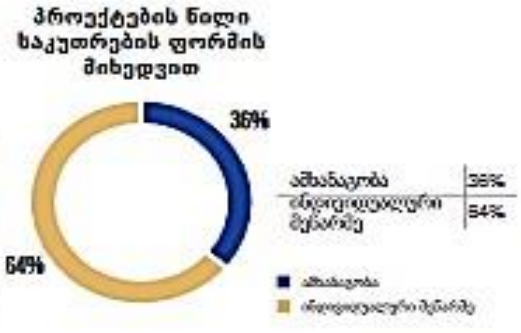
მიკრო და მცირე მენარმეობის ხელშენყობა (ყველა რაუნდი)

	სულ	%
პროექტების რაოდენობა	3,205	
გრანტის მოცულობა	22.9 მლნ. ₾	
ბენეფიციართა რაოდენობა	4,878	
ბენეფიციარი (ქალი)	1,927	40%
ბენეფიციარი (მამაკაცი)	2,949	60%
გადამზადებულ ბენეფიციართა რაოდენობა	8,880	
სასოფლო-სამეურნეო წარმოება	838	26%
არასასოფლო-სამეურნეო წარმოება	775	24%
სასოფლო და არასასოფლო სერვისები	1,592	50%
ახალი სამუშაო ადგილი	5,484	
სტარტაპი	1,658	52%
გაფართოება	1,549	48%
გრანტის საშუალო მოცულობა ერთ ბენეფიციარზე	4,705.23 ₾	
გრანტის საშუალო მოცულობა ერთ პროექტზე	7,158.41 ₾	
პროექტის ინვესტიციის საშუალო მოცულობა	8,590.09 ₾	
პროექტების საერთო ინვესტიციების მოცულობა	27.6 მლნ. ₾	









www.smeprogram.gov.ge

1. შპს „ისეკო“ ფოლადის მილებს აწარმოებს, რომლებიც, როგორც გაზისა და წყლის გაყვანილობებსა, ასევე სამშენებლო კონსტრუქციებში გამოიყენება. კომპანიას პროდუქცია ექსპორტზე უკვე გააქვს სომხეთში, თუმცა ახლო მომავალში პროდუქციის აზერბაიჯანში ექსპორტსაც გეგმავს.
2. შპს „დენოლას“ კომპანია პარალონსა და აქაფებულ პოლიურეტანის წარმოებაზეა კონცენტრირებული და ავეჯის კომპანია „ემბავუდს“ ამარაგებს, რომელსაც მზა პროდუქცია გააქვს აზერბაიჯანში.
3. შპს „შარავანდის“ საქმიანობა ეტიკეტებისა და სხვადასხვა სახის პოლიმერული შესაფუთი მასალების წარმოებას მოიცავს; კომპანია უკვე 15 წელზე მეტია არის ქართულ ბაზარზე, და სახელმწიფოს დახმარებით მოახდინა საწარმოს გადაიარაღება.
4. შპს „ჯორჯიან პროდაქტსი“ ცხოველების ავეჯის წარმოებას ახორციელებს და ახდენს წარმოებული პროუქციის 100%-ის ექსპორტს ევროკავშირის ბაზრებზე. კომპანიამ შექმნა 360 ზე მეტი ახალი სამუშაო ადგილი.
5. შპს „ჯეოკეპი“ კი კავკასიის რეგიონში პირველი, პლასტმასის საცობების, პრეფორმებისა და პლასტმასის ბოთლების მწარმოებელი მაღალტექნოლოგიური საწარმოა.
6. შპს „G & A GROUP“-ს საწარმო, რომელმაც სახელმწიფო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ ფარგლებში პროდუქციის ასორტიმენტის გაფართოება და ახალი ბაზრების ათვისება შეძლო. კომპანიის საქმიანობის ძირითად მიმართულებებს სასაწყობე-სამაცივრე მეურნეობის მართვა და გაყინული ხორცპროდუქტების, ასევე თევზის იმპორტი წარმოადგენდა, ხოლო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ მხარდაჭერით კომპანიამ ნახევარფაბრიკატებისა და თევზეულის წარმოებაც შეძლო. საწარმო, სადაც ამჟამად 70 ადამიანია დასაქმებული, ყოველთვიურად 15-20 ტონა ნახევარფაბრიკატსა და თევზს აწარმოებს, ხოლო სულ რაღაც 6 თვეში კომპანია წარმოების ზრდას გეგმავს, კერძოდ, თვეში პროდუქციის წარმადობა 100 ტონამდე გაიზრდება.
7. შპს „LG Glass“-ის განახლებული საწარმოს სახელმწიფო პროგრამაში „აწარმოე საქართველოში“ მონაწილეობამ კომპანიას ბიზნესის ახალი მიმართულების

განვითარების საშუალება მისცა. კერძოდ, შპს „LG Glass“-ი, რომლის ძირითად საქმიანობასაც მინაპაკეტის წარმოება წარმოადგენს, ბუნებრივი ქვის მოპოვებასა და გადამუშავებას იწყებს. სწორედ მოცემული მიმართულების განვითარებისათვის კომპანიამ წარმოებისათვის საჭირო ძირითადი საშუალებები შეიძინა და წარმოების ზრდას გეგმავს. შპს „LG Glass“ წარმატებით ახორციელებს მინის თერმულ დამუშავებას, კერამიკულ დაფარვას, ალუმინისა და მეტალოპასტმასის ნებისმიერი სახის ვიტრაჟების მოხატვას, ფანჯრების, კარების და სხვა სამშენებლო კონსტრუქციების აწყობასა მონტაჟს. თუკი ადრე მსგავსი პროდუქცია მხოლოდ უცხოეთიდან შემოდიოდა, დღეს მისი წარმოება ადგილზე არის შესაძლებელი. კომპანიას ასევე დაგეგმილი გაფართოება და მალე შეძლებს მინის, ქვისა და ლითონის დიდი საწარმოს შექმნას და ბაზრის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას. კომპანიაში ამჟამად 25 ადამიანია დასაქმებული.

8. სამშენებლო მასალების მწარმოებელი საწარმო „დარ კაპიტალი“, რომელმაც პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ ფარგლებში შეძლო წარმოების გაფართოება. კომპანიის საწარმოო პროფილი წყლისა და კანალიზაციის მილების, შეკიდული ჭერის, მეტალო პლასტმასის კარ-ფანჯრების წარმოებას მოიცავს. მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მხარდაჭერით განხორციელებული პროექტის ინვესტიციის ჯამური მოცულობა 5 300 000 ლარს შეადგენს, ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა 150 ადამიანს უტოლდება.

დასკვნები:

- მსოფლიო გამოცდილება ცხადყოფს, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში მნშვნელოვან როლს ასრულებს საფინანსო საკრედიტო მხარდაჭერა: გრანტები, სესხები, ინვესტიციები მცირე საწამოებში, საგადასახადო შეღავათები;
- მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ითვლება საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ პერსპექტიულ მიმართულებად. ეკონომიკის ეს სექტორი უფრო დინამიურად რეაგირებს კონიუნქტურის შეცვლაზე, ქმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს, ხელს უწყობს საშუალო კლასის ფორმირებას, ე.ი. აფართოებს გასატარებელი რეფორმების სოციალურ ბაზას. ასეთი სოციალური ბაზის საყრდენის გარეშე საბაზრო რეფორმები განწირულია, ხოლო საკითხი მათი შეუქცევადობის შესახებ მუდამ ეჭვის ქვეშ იქნება.
- საქართველოში ინფლაციის სიმწვავემ, საგადასახადო არასტაბილურობამ, მასალისა და ნედლეულის ბაზრის უქონლობამ, დამწყებ საწარმოებს უბიძგა ქუჩურ-საკარვო ვაჭრობისაკენ. ვაჭრობის ძირითად წყაროდ იქცა იმპორტული შესყიდვები, აგრეთვე სახელმწიფო ვაჭრობის საქონელი კვების პროდუქტების ჩათვლით.
- ადმინისტრაციული მმართველობის მოშლამ, ეკონომიკურმა ქაოსმა და საკანონმდებლო გაურკვევლობამ გამოიწვია ის, რომ კანონის მიმყოლი მეწარმეები მძიმე მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ ძლიერი საგადასახადო წნეხის ქვეშ და განიცდიდნენ სახელმწიფო და არასახელმწიფო რეკეტის საფრთხეს.
- მცირე ბიზნესის განვითარებაში წარმატების აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ყოველმხრივი და სტაბილური სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა, რომელიც გამოხატულია სხვადასხვა ფორმით. პირველ რიგში საგადასახადო შეღავათები, დოტაციები, შეღავათიანი საბანკო კრედიტები, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს კანონმდებლობის მიღება და მისი დაცვა. მცირე მეწარმეობის განვითარების კორექტული კომპლექსური პროგრამების შემუშავება და რეალიზაცია.
- მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია სახელმწიფო შეკვეთების სისტემა, რომელიც მოქმედებს ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში

ურთიერთობის ეს ფორმა უზრუნველყოფს მცირე ბიზნესისათვის გასაღების ბაზარს, აჩქარებს კაპიტალის დაგროვების პროცესს, ამყარებს კონკურენტუნარიანობას;

- საქართველოს რეალობაში, მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის ფართოთ უნდა იქნეს გამოყენებული განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკაში კარგად აპრობირებული და ისეთი ეფექტური ინსტრუმენტები, როგორიცაა ფრანჩაიზინგი და ლიზინგი.
- აუცილებელია მცირე საწარმოთა ხელშეწყობისთვის შეიქმნას რეგიონული და ცალკეულ ტერიტორიულ ერთეულთა პროგრამები.
- თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტებში გათვალისიწინებული უნდა იქნას სახსრები მცირე ბიზნესის განვითარებისთვის. პირდაპირი რეგიონთაშორისო და მცირე ბიზნესის სუბიექტებისათვის კოოპერირებული ურთიერთობების გაღმავების მიზნით საქართველოს მხარეებში რეგიონული მარკეტინგული ცენტრების ჩამოყალიბების საკითხის განხილვა;
- შესაძლებელია მცირე საწარმოთა უზრუნველყოფა კვალიფიციური საინფორმაციო, კონსალტინგური და საგანმანათლებლო მომსახურებით, მხარდაჭერის სპეციალური ტერიტორიული სტრუქტურების მეშვეობით (საკონსულტაციო ცენტრები, ბიზნეს–ინკუბატორები და ა.შ.);
- საქართველოს აგრარული მეურნეობა არის ქვეყანაში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ბაზა და მეურნეობის ამ სფეროში სწორი პოლიტიკის წარმართვით შესაძლებელია ამაღლდეს საქართველოს საერთო კონკურენუნარიანობა მსოფლიო ბაზარზე და ჩვენი სამეურნეო სტრუქტურა მოეწყოს ევროკავშირის მოთხოვნების საფუძვლეზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მიხეილ ჯანელიძე. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ევროპული გზა. ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატი. აპრილი. N4. თბილისი, 2015. გვ.28-31.
2. ცაავა გიორგი. მცირე ბიზნესის საინვესტიციო ანალიზის თავისებურებები, ღირებულების შეფასება და დივიდენდური პოლიტიკა. ჟურნალი-მეცნიერება და ცხოვრება. #1. თილისი 2014. გვ. 35-40.
3. ხუსკივაძე მადონა. მცირე ბიზნესის განვითარება დასავლეთ საქართველოს ხის დამამუშავებელ მრეწველობაში. ქუთაისი. 2014. გვ. 221-227
4. თამარ კილაძე, თამარ რუხაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. [ტ.] VII. თბილისი, 2014. გვ.496-500.
5. ნანი მამფორია. მცირე და საშუალო ბიზნესი-ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ფაქტორები. ბიზნეს-ინჟინერინგი ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი .საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. N1. თბილისი, 2014. გვ.64-66.
6. ხათუნა თოდუა. მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები საქართველოში და მათი გადაჭრის გზები. ბიზნეს-ინჟინერინგი. ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. N1. თბილისი, 2014. გვ.44-46.
7. ქეთი დორეული. მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობა საქართველოს რეგიონების განვითარებისათვის. სოციალური ეკონომიკა : XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები: საერთაშორისო რეცენზირებადი და რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის

ბიზნესინჟინერინგის ფაკულტეტი, თბილისის ახალი უნივერსიტეტი და ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი. ივნისი. - N2(32). თბილისი, 2014. გვ.162-164.

8. ვალერი კატუკია. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციური უზრუნველყოფა, პრობლემები და შემაფერხებელი გარემოებები. სოციალური ეკონომიკა : XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები: საერთაშორისო რეცენზირებადი და რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტი, თბილისის ახალი უნივერსიტეტი და ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი. იანვარი-თებერვალი. - N1(31). თბილისი, 2014. გვ.69-71.
9. ლალი სილაგაძე. მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა. აგრარულეკონომიკური მეცნიერება და ტექნოლოგიები : საერთაშორისო სამეცნიერომეთოდოლოგიური და პრაქტიკული ყოველკვარტალური რეფერირებული ჟურნალი. N3. - თბილისი, 2014. გვ.6-11.
10. ქადაგიშვილი ლეილა. მცირე ბიზნესის განვითარების თეორიულ-გამოყენებითი საფუძვლების სრულყოფის საკითხები. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. #5 სექტემბერ-ოქტომბერი. თბილისი 2014. გვ. 89-106.
11. სანიკიძე მაია. მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშემწყობი მექანიზმები. ჟურნალიეკონომიკა და ბიზნესი. @1 იანვარ-თებერვალი. თბილისი 2014. გვ. 162-168.
12. ადვაძე დავით. მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის მოდელები დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში. ჟურნალი-სოციალური ეკონომიკა. #3 სექტემბერი. თბილისი 2014. გვ. 104-113.
13. ცეცხლაძე ლეილა. მცირე ბიზნესის ორგანიზაციისა და მართვის სტრატეგია თანამედროვე საბაზრო სისტემაში. თბ. 2013. გვ. 61-68
14. ეთერ კაკულია. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების არსებული მდგომარეობა და პერსპექტივები საქართველოში. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი: ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული. N6. თბილისი, 2013. გვ.273-285.

15. თენგიზ თაქთაქიშვილი. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში და მისი სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის ფორმები. ეკონომიკა და ბიზნესი / ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი. იანვარი-თებერვალი.N1 . თბილისი, 2013. .გვ.99-110

16. ადვაძე დავით. მცირე ბიზნესის არსი და კლასიფიკაციის კრიტერიუმები. ჟურნალიხელისუფლება და საზოგადოება. #4 ტ-1 თბილისი 2010. გვ. 91-101

17. გენადი იაშვილი, მცირე და საშუალო ბიზნესი და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში. ქეთევან ბეთლემიძე. სოციალური ეკონომიკა : XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტი, თბილისი, 2012 გვ.53-57

18. ცეცხლაძე ლეილა. მცირე ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები. ბათუმის შ. რუსთაველის სახ. სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები. ტ-3 ბათუმი 2011. გვ. 192-197

19. შურღაია ომარ. მცირე ბიზნესის საფუძვლები. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბილისი. 2010. გვ. 532-541

20. ცომაია ნუგზარ. მცირე ბიზნესი საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები. ჟურნალი-ეკონომისტი. @2 მარტი-აპრილი. თბილისი 2010. გვ. 46-49

21. დგებუაძე გვანცა. მცირე ბიზნესის განვითარების ფაქტობრივი ანალიზი. თბილისი 2010. გვ. 100-102

22. ჯულაყიძე ემზარ. მცირე ბიზნესი და საწარმოო პერსონალის მართვის პრობლემები. ჟურნალი-ახალი ეკონომისტი. #3. თბილისი 2010. გვ. 24-27

23. ფირანიშვილი რუსუდან. სახელმწიფო და მცირე ბიზნესი. ჟურნალი-ინტელექტი. #1. თბილისი 2010. გვ. 92-94

24. 12] APMA, N. (2019), “Agricultural and Rural Development Agency”, webpage (accessed 23 September 2019), http://apma.ge/.

25. [9] Enterprise Georgia (2019), “Results of the Micro and Small Business Support Component”, webpage (accessed 23 September 2019), http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/en/News/results-of-the-micro-and-small-8.

26. [11] Enterprise Georgia (2019), “Results of the State Program ’Produce in Georgia’”, webpage (accessed 23 September 2019), http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/en/News/results-of-the-state-program-p.

27. [6] European Commission (2015), *User Guide to the SME Definition*, European Commission, Brussels, http://ec.europa.eu/growth/content/revised-user-guide-sme-definition-0_en.

28. [16] Georgia, G. (2016), *Freedom, Rapid Development, Prosperty, Government Platform 2016-2020*, Government of Georgia, Tbilisi, http://gov.ge/files/41_61087_816118_GoG_Platform_LKF_19_05_2017.pdf.

29. [14] GET Georgia (2018), “Banking sector monitoring Georgia 2018”, *Policy Study Series*, No. PS/01, German Economic Team Georgia/Berlin Economics, Tibilisi/Berlin, https://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2018/03/PS_01_2018_en.pdf.

30. [10] GITA (n.d.), “Georgia’s Innovation and Technology Agency”, webpage (accessed 23 September 2019), https://gita.gov.ge/eng.

31.

ინტერნეტ რესურსები:

1. http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/ka/საჯარო-ინფორმაცია/წლიური-ანგარიშები
2. http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/files/4/პროგრამის%20შესახებ.pdf
3. http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/uploads/files/publications/5e9ff7a844a85-Annual-Report-2019-small-pdf.pdf
4. https://www.tbcleasing.ge/offers