თამარ როსტიაშვილი

მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვის სტრატეგია

თბილისი
2010

UDC(უაკ) 338,22+338,24+005,915
რ-849

ნაშრომი ეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისა და მართვის სტრატეგიის აქტუალურ საკითხებს, მის ადგილსა და როლს ეროვნული ეკონომიკის სტრუქტურაში. მოცემულია უცხოური გამოცდილება და საქართველოში ამ მიმართულებით განვითარების პერსპექტივა. იგი განკუთვნილია ბაკალავრების, მაგისტრების და აღნიშნული პრობლემატიკით დაინტერესებულ მკითხველთა ფართო წრისათვის.

რედაქტორები:

ანზორ აბრალავა ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორი

დავით ჯალაღონია ეკონომიკის დოქტორი, სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

რეცენზენტები:

ევგენი ბარათაშვილი ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორი

ბადრი გეჩბაია ეკონომიკის დოქტორი, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

შოთა გეშაპაძე ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

რამაზ ოთინაშვილი ეკონომიკის დოქტორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორი

ნაშრომი განხილულია და დასაბეჭდად რეკომენდირებულია შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესის და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტის ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტის სხდომაზე.

ISBN 978-9941-0-2462462-7

შესავალი

საქართველოში ეკონომიკური რეფორმების წარმატებულად გაგრძელების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს ბიზნესის მხარდაჭერა წარმოადგენს. მეწარმეობის განვითარების დღევანდელი დონე და ხასიათი უკეთესის იმედს ტოვებს.

როგორც ცნობილია მცირე და საშუალო ბიზნესის ფაქტორს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ქვეყნის ეკონომიკური აღმავლობისათვის. XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან ბიზნესის მზარდი როლი წარმოადგენს თანამედროვეობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ტენდენციას. ბოლო 30 წლის მანძილზე მთელ რიგ განვითარებულ ქვეყნებში შეიმჩნევა მცირე საწარმოთა რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდა. დღეს მცირე ბიზნესში დასაქმებულია მსოფლიოს მოსახლეობის 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 72%. მასში იქმნება მსოფლიო მშპ-ს 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 65%.

საქართველოში, როგორც ერთ-ერთი უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყანაში მეწარმეობის საწყისები ჩაისახა უძველეს დროში. თავდაპირველად არსებობდა ხელოსნობის სახით. რეგულარულად დამკვიდრდა ვაჭრობის განვითარების შემდეგ. ფართო მასშტაბები მიიღო საგარეო ვაჭრობის განვითარებით. პროფესიონალური ხასიათი – საბაზრო ურთიერთობების პირობებში.

დღეს ბიზნესის განვითარების დონიდან გამომდინარე არსებობს სისტემური ხასიათის რეფორმების ახალი ტალღის დაწყების აუცილებლობა. უნდა შემუშავდეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია, რომელიც ორიენტირების განსაზღვრით გახდება სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის საფუძველი, ხოლო ეს უკანასკნელი ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების რეალიზაციის საშუალება.

საქართველოში მცირე და საშუალო ფირმების განვითარება საშუალებას მოგვცემს ეფექტურად გადაწყდეს მრავალი პრობლემა: განვითარდეს კონკურენცია; გაფართოვდეს რეფორმების სოციალური ბაზა; უზრუნველყოფილ იქნეს წარმოების ორ-

განიზაციული სტრუქტურის დივერსიფიკაცია და ოპტიმიზაცია; გადაწყვეტილ იქნეს მოსახლეობის დასაქმების და სხვა პრობლემები;

ეკონომიკური სისტემის გაჯანსაღება და მისი სტაბილური განვითარება უშუალოდ იქნება დაკავშირებული ბიზნესის სფეროში შემუშავებული სახელმწიფოს სტრატეგიული პოლიტიკის წარმატებულ რეალიზაციასთან.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გამო მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერა როგორც თეორიული ისე პრაქტიკული თვალსაზრისით საკმაოდ აქტუალური პრობლემაა.

ნაშრომის ძირითადი მიზანია საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების სტრატეგიის ძირითადი მიმართულებების შემუშავება. აღნიშნულიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია ისეთი საკითხების განხილვა, როგორიცაა:

– მცირე და საშუალო ბიზნესის ადგილის განსაზღვრა ეკონომიკურ რეფორმათა სისტემაში;

– ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის რეალიზაციის ძირითადი ასპექტების ფორმულირება;

– ბიზნესის განვითარების გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკური პრობლემების გამოკვლევა;

– მცირე და საშუალო ბიზნესის საინვესტიციო მხარდაჭერის უზრუნველყოფა;

– მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურის განსაზღვრა და ა.შ.

განსაკუთრებული ყურადღების ობიექტს წარმოადგენს საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციონირების სოციალურ-ეკონომიკური გარემო. საფუძვლიან დამუშავებას მოითხოვს ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის ეფექტიანად განხორციელების საკითხები.

ნაშრომის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველია ეკონომიკური თეორიისა და ბიზნესის საფუძვლების ძირითადი ასპექტები. ქართველ და უცხოელ მეცნიერ-ეკონომისტების

შრომები ბიზნესის განვითარების პრობლემებზე. შესაბამისი სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების, ბიზნეს სტრუქტურების და სახელმწიფო ორგანიზაციების მასალები აღნიშნულ სფეროში.

ნაშრომი საყურადღებოა იმით, რომ:

შემოთავაზებულია ფირმის კონკურენტული უპირატესობების ორი დონე: 1. დაბალი – იაფი სამუშაო ძალა, მატერიალური და ფინანსური (იაფი კრედიტი) რესურსები; 2. მაღალი – უნიკალური (გამორჩეული) ნაწარმი, ტექნოლოგია და სპეციალისტები. რესურსები და სოციალური კავშირები;

აშშ-ს და ევროპის კავშირის ქვეყნების მცირე ბიზნესის განვითარების პოლიტიკის შესწავლის შედეგად გაკეთებულია პროგნოზი: საქართველოს ეკონომიკის სწრაფი ზრდის უზრუნველსაყოფად და მოწინავე ქვეყნების განვითარების დონის მისაღწევად, ჩვენს ეკონომიკაში, მცირე და საშუალო ფირმების რაოდენობა 250-260 ათასს უნდა აღწევდეს;

მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი ინფრასტრუქტურის ფორმირება უნდა მოხდეს პრობლემურ-რესურსული რუქის შედგენის გზით. ეს საშუალებას მოგვცემს ზუსტად გავერკვეთ არსებულ მონაცემებში და გამოვყოთ განვითარების მიმართულებები, რომლებშიც სრულად შეიძლება განხორციელდეს პარტნიორ-ინვესტორების ინტერესების შეთანხმება;

ბიზნესში ჩართულ ადამიანთა წრის განსაზღვრის მიზნით შემოთავაზებული და გაანალიზებულია ტერმინი "ბიზნეს-შრე", რომელსაც მიეკუთვნება ყველა მეწარმე და პიროვნება, რომელიც ამა თუ იმ ფორმით დასაქმებულია ბიზნესში, მათ შორის დაქირავებული თანამშრომლები. ესაა კომერციული მოღვაწეობით დაკავებული სუბიექტების ერთობლიობა, რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ მოგების მიღების მიზნით. მათი შემოსავლების შეფასების შედეგად აღნიშნულია, რომ ბიზნეს-შრის წარმომადგენლების ცხოვრების დონე გაცილებით მაღალია სხვა მოქალაქეებთან შედარებით;

მოსახლეობის მეწარმეობრივი უნარის (ნიჭის) თანამედროვე სამეცნიერო გამოკვლევების ანალიზის შედეგად გაკეთებულია

ექსპერტული შეფასება – ხელშემწყობ სახელმწიფო პოლიტიკას 20-30%-ით, ხოლო ბიზნეს-განათლების სასწაელო ტრეინინგების შედეგად 8-10%-ით შესაძლებელია გაიზარდოს მოსახლეობის სამეწარმეო პოტენციალი.

ნაშრომში შემოთავაზებული წინადადებების პრაქტიკული განხორციელება ხელს შეუწყობს ზოგადად ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონის ამაღლებას და მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესებას. კონკრეტულად – მცირე და საშუალო ბიზნესის მასიურ განვითარებას. ბაზრის ინფრასტრეუქტურული ბაზის სრულყოფას. საზოგადობის დასაქმებას და მათი შემოსავლების ზრდას.

თავი I

მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობა ეკონომიკურ მანვითარებაში

1.1 ბიზნესის არსი და ადგილი ეკონომიკაში

ინგლისურენოვანი სიტყვის "ბიზნესის" (Business) სინონიმია "საქმე". მაგრამ არა უბრალოდ საქმე, არამრდ საქმე მოგების მიღების მიზნით. ბიზნესის საწყისები ჩაისახა კაცობრიობის ისტორიის დასაბამიდან და სხვადასხვა ფორმებით არსებობდა საზოგადოებრივი განვითარების ყველა ეტაპზე. მას შემდეგ რაც პირველყოფილი ადამიანი გამოეყო ველურ ბუნებას და ხელი დაიწყო სამეურნეო ცხოვრება. მაშინდელი ადამიანის საქმიანობის (ბიზნესის) პირველი სახეები იყო ნადირობა, საქონლის მოვლა, მიწათმოქმედება, მარტივი შრომის იარაღების დამზადება. მოგვიანებით, მონათმფლობელური და ფეოდალური საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ფორმაციების წიაღში ბიზნესი განვითარების შედარებით მაღალ საფეხურზე ავიდა. დაიხვეწა შრომისა და საბრძოლო იარაღების წარმოება. ნამეტი პროდუქტის შექმნით განვითარდა ვაჭრობა და მევახშეობა და ა.შ.

ბიზნესმა განვითარების უმაღლეს საფეხურს მიაღწია საბაზრო ურთიერთობების და კონკურენციის დანერგვით, როდესაც ეკონომიკურად და სამართლებრივად გაიზარდა პიროვნების თავისუფლების ხარისხი. გლეხობამ მასიურად მიაშურა ქალაქებს დაიწყო მანუფაქტურებსა და მცირე სახელოსნოებში მუშაობა.. ისტორიულად ინგლისი ითვლება კაპიტალიზმის კლასიკურ ქვეყნად, სადაც პირველად ჩაისახა თანამედროვე მეწარმეობის საწყისები.

ისტორიული განვითარების პროცესში შეიცვალა დამოკიდებულება, როგორც ბიზნესისადმი ისე ამ სფეროში დასაქმებული მოქალაქეებისადმი.. მცირე ბიზნესის როლი საბაზრო ურთიერთობების ფორმირებისა და განვითარების საქმეში სრულყოფილად მხოლოდ გასული საუკუნის 60-ან წლებში იქნა გაცნობიერებული. სწორედ მაშინ დაიწყო მოწინავე ქვეყნებში მცირე ბიზნესის კომპლექსური მხარდაჭერისა და სტიმულირების

პოლიტიკის განხორციელება, რამაც უზრუნველყო აღნიშნული ქვეყნების სწრაფი ეკონომიკური ზრდა.

დღეს მცირე ბიზნესში დასაქმებულია მსოფლიოს მოსახლეობის 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 72%. მასში იქმნება მსოფლიო მშპ-ს 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 65%.

დღემდე მცირე და საშუალო ბიზნესის მასშტაბების განსაზღვრის ერთიანი საერთაშორისო კრიტერიუმი არ არსებობს. ძირითადად გამოიყენება ორი ფაქტორი დასაქმებულების რაოდენობა და ბრუნვის მოცულობა. ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის კლასიფიკაციით საწარმოები 19 დასაქმებულით ითვლება წვრილ საწარმოებად. 99-მდე – მცირედ. 100-499 – საშუალო. 500-ზე მეტი დასაქმებულით მსხვილ საწარმოებად. ამერიკის შეერთებულ შტატებში (შემდგომში აშშ) მცირე საწარმოდ ითვლება ობიექტი 500-მდე დასაქმებულით. საფრანგეთში, გერმანიაში და იტალიაში მცირე საწარმოებში მომუშავეთა რიცხოვნობის უმაღლესი ზღვარი დადგენილია ასევე 500 კაცამდე. იაპონიაში – 300, დიდ ბრიტანეთში – 200, ჰოლანდიაში – 100, ბელგიასა და დანიაში – 70. განსხვავებაა აგრეთვე დარგებისა და სფეროების მიხედვითაც. საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში, მომსახურების სფეროში, საფინანსო და სადაზღვევო ბიზნესში აღნიშნული მაჩვენებელი საშუალოდ ორჯერ დაბალია. გერმანიაში, საფრანგეთში, ბელგიაში, დიდ ბრიტანეთში, პორტუგალიაში დამატებითი კრიტერიუმის სახით გამოიყენება კაპიტალის ბრუნვის მაჩვენებელი. იტალიაში და ირლანდიაში – უძრავი ქონების მოცულობა. მთლიანად ევროკავშირის ქვეყნებში მცირე და საშუალო ფირმებს განეკუთვნება საწარმოები, სადაც 500 კაცზე ნაკლებია დასაქმებული.

გაეროს კლასიფიკაციის მიხედვით წვრილ საწარმოდ ითვლება 10-მდე დასაქმებული, მცირედ 10-100, საშუალოდ 101-500, მსხვილად 500-ზე მეტი.

ევროპის ბევრ ქვეყანაში მცირე მეწარმეობასთან ერთად არსებობს აგრეთვე კანონი, რომელიც აწესებს სახელოსნო საწარმოს სტატუსს. საფრანგეთში მაგალითად, ხელოსანი არის შესაბამისი კვალიფიკაციის პიროვნება, რომელიც თავის სახსრებით ორგანიზებას უკეთებს წარმოებას (ბიზნესს). ხელმძღვანელობს და პირად მონაწილეობს მის მუშაობაში. ამასთან ასეთ საწარ-

მო'ში მომუშაეთა რაოდენობამ არ უნდა გადააჭარბოს ათს, მათ შორის მფლობელის, დამხმარე – ოჯახის წევრების, დაქირავებული – მუშების და მოწაფეების ჩათვლით.

მსხვილი ბიზნესისათვის დამახასიათებელია ტევადი ბაზარი სტაბილური და ხანგრძლივი მოთხოვნით, სადაც ხდება მასიური წარმოების პირობებში სტანდარტული პროდუქციის გამოშვება. მრავალრიცხოვანი სამუშაო ძალის და მნიშვნელოვანი ფინანსური სახსრების აკუმულირება. მაგრამ მსხვილ წარმოებაში რჩება ბევრი გამოუყენებელი შესაძლებლობები. მაგალითად, მსხვილი ბიზნესი აწარმოებს განსაზღვრული მოთხოვნის პროდუქციას. გარკვეულ წილად შეზღუდულია მომხმარებლების პერსონალური მომსახურება. ასევე მეცნიერებატევადი პროდუქციის წარმოება, რომლის გამოშვება დაკავშირებულია დიდ რისკთან, მოთხოვნის წინასწარ გართულებული განსაზღვრის გამო.

/ მცირე საწარმო – ესაა განსაკუთრებული „სამუშაო ლაბორატორია", რომელიც სხვა ღირსებებთან ერთად შეიძლება გახდეს მსხვილი ბიზნესის გამოსაცდელი პოლიგონი. მცირე საწარმოები უფრო ადვილად ეგუებიან და ეთვისებიან ახალ იდეებს. აქ ერთ თანამშრომელზე მოდის 2,5-ჯერ მეტი ინოვაცია, ვიდრე მსხვილი საწარმოში. მცირე ფირმები უფრო მოქნილები არიან. სწრაფად ახერხებენ ახალ მოთხოვნაზე გადართვას. ახალი პროდუქციის აპრობაციას და გამოშვებას. საქონლის და მომსახურების ახალი სახეობების ათვისების ტემპი მცირე საწარმოებს 30%-ით მაღალი აქვთ, ხოლო ეფექტიანობა, ბევრად ნაკლები დანახარჯების პირობებში, 8-ჯერ მეტია მსხვილ ბიზნესთან შედარებით.

მაღალი მობილურობის შედეგად, მცირე საწარმოები ხელს უწყობენ ეკონომიკის ცალკეული დარგების სტრუქტურულ განახლებას, მათში ტექნოლოგიების ცვლილებას. აჩქარებენ კაპიტალის გადანაწილების პროცესს, მოძველებული ტექნიკიდან უფრო პერსპექტიულ და სწრაფად განვითარებად სფეროებში.

მცირე საწარმოებს რიგი უპირატესობები ახასიათებთ მართვაშიც. ესაა კომუნიკაციების უბრალოება და სიმარტივე. მკაცრი იერარქიული სტრუქტურების არ არსებობა. ამოცანების და პასუხისმგებლობის სფეროების სწრაფი კორექტირების შესაძლებლობა. მხოლოდ სიახლეთა რეალიზაციის გზით შეუძლიათ მათ გაუძლონ თანამედროვე საქონლისა და მომსახურების ბა-

ზარზე მძაფრ კონკურენციას.

მსხვილი კომპანიები მათთვის ყველაზე უფრო მისაღები საქონლის წარმოებას ირჩევენ. რომლებმაც უკვე გაიარეს ბაზრის აპრობაცია. სერიული წარმოება მოითხოვს დიდ ინვესტიციებს, მნიშვნელოვან საწარმოო სიმძლავრეებს და სხვა მრავალრიცხოვან რესურსებს. ახალი საქონლის წარმოების შესაძლებლობა მხოლოდ ფინანსურად ძლიერ კომპანიებს გააჩნიათ.

განვითარებულ ქვეყნებში მცირე ფირმები დაკავშირებული არიან მოწინავე მეცნიერებატევად ტექნოლოგიების მქონე მსხვილი საწარმოებთან. მიუხედავად იურიდიული დამოუკიდებლობისა მცირე ფირმების ნაწილი ამა თუ იმ ფორმით მაინც იმყოფება მსხვილი კომპანიების გავლენის ქვეშ. ზოგჯერ თვით მსხვილი კომპანიების მიერ იქმნებიან. მსგავსი ყურადღება მცირე ფირმების საქმიანობისადმი მსხვილ ფირმებს საშუალებას აძლევს სწრაფი რეაგირება მოახდინონ საბაზრო მოთხოვნების ცვლილებაზე. კონკურენტული სიტუაციის შესაბამისად მოახდინოს სტრატეგიული გეგმების კორექტირება.

მოქმედების თავისუფლება. გადაწყვეტილებების ოპერატიულობა. ადგილობრივ სპეციფიურ მოთხოვნებისადმი მორგება. მეწარმეობრივი შემართება. მიზნების პრაქტიკულად რეალიზაციის შესაძლებლობა. დაბალი მმართველობითი და საექსპლოატაციო ხარჯები. კაპიტალის მაღალი ბრუნვადობა. საზოგადოებრივი სიმპატია და სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა უზრუნველყოფს მცირე ბიზნესის კონკურენტუნარიანობას.

ხშირია შემთხვევები, როდესაც მსხვილი ფირმის დაქირავებული მუშაკი აგროვებს რა საჭირო სახსრებს და კვალიფიკაციას ხსნის საკუთარ საქმეს.

მცირე ბიზნესს აქვს სუსტი მხარეებიც, რომლებსაც ანგარიში უნდა გაეწიოს. სახელდობრ:

- დაფინანსების სიძნელეები. მცირე საწარმოებს უძნელდებათ გრძელვადიანი კრედიტების მიღება. რამდენადაც აქ რისკის ფაქტორი უფრო მაღალია, ვიდრე მსხვილ ბიზნესში. ამიტომ, ხშირად მცირე ბიზნესი გამოსავალს თვითდაფინანსებაში ნახულობს. დამატებითი სახსრები, როგორც წესი, მათ ეძლევათ მაღალი პროცენტის ფასად;

- ეკონომიკური ცვლილებებისადმი (ინფლაცია, რესტრუქცი-

ული ფულად-საკრედიტო პოლიტიკა, გადასახადების ზრდა და ა.შ.) მაღალი მგრძნობიარობა;

- პირადი სახის პრობლემების სიმრავლე. ხშირად არანორმირებული სამუშაო დღე, არარეგულარული შემოსავალი. მაღალი რისკის მიზეზით, ხშირად ნერვულობა, დაძაბულობა, გადაღლა და ა.შ.

- ჯერ კიდევ სპეციალიზაციის დაბალი დონე და მენეჯერების არაკომპეტენტურობა. საექსპერტო პოტენციალის უკმარისობა და აუცილებელი საინფორმაციო ბაზის არარსებობა;

- ბიზნესისათვის ერთპიროვნული პასუხისმგებლობა, როდესაც საქმიანი შეცდომები ან კონიუნქტურის ცვლილება აისახება უშუალოდ მეწარმის ოჯახის ცხოვრების დონეზე;

აშშ-ის შესაბამისი სამსახურის მონაცემებით პატარა ფირმების წარუმატებლობის 90% (გაკოტრება, დახურვა) დაკავშირებულია:

- სამსახურეობრივ არაკომპეტენტურობასთან;

- დაუბალანსებელ გამოცდილებასთან. მაგალითად, გამოცდილია, როგორც ინჟინერი, მაგრამ გამოუცდელი როგორც კომერსანტი;

- მმართველობითი, კომერციული, ფინანსური, საწარმოო და სხვა აუცილებელი საქმიანობის ჩვევების უქონლობასთან. უნართან დაამყაროს და შეინარჩუნოს საქმიანი კონტაქტები.

მცირე ფირმების გაკოტრების 40-50% მოდის გაყიდვების უმნიშვნელო მოცულობებზე. 30-40% კონკურენციაზე, 20-30% მაღალი საექსპლოატაციო ხარჯებზე. 10% დებიტორული დავალიანების ამოღების სიძნელეებზე, ფირმის გაუმართლებელ და არახელსაყრელ განლაგებაზე, სასაწყობო მარაგების მართვის პრობლემებზე და ა.შ.

მცირე ბიზნესი – სპეციფიკური ბიზნესია. მისი წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია სახელმწიფო მხარდაჭერა. როგორც მოწინავე ქვეყნების პრაქტიკა ადასტურებს, სახელმწიფოს როლი მიმართული უნდა იყოს ეკონომიკის დემონოპოლიზაციის სტიმულირებისაკენ.

მცირე და საშუალო ბიზნესი მომსახურების სფეროში. მომსახურების სფეროში ძირითადად შედის ხუთი დარგი: 1. ვაჭრობა; 2. ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა; 3. საბინაო და საფი-

ნანსო სფერო; 4. სახელმწიფო მართვა; 5. სხვა მომსახურებანი: ჯანდაცვა, განათლება, მეცნიერება, ხელოვნება, კულტურა, მოსახლეობის ყოფითი და კომუნალური მომსახურება და ა.შ.

აშშ-ს მომსახურების სფეროში იქმნება მშპ-ს 75-80%. სადაც დასაქმებულია 85,5 მლნ. ადამიანი, რაც მთელი სამუშაო ძალის 80%. ბოლო ათწლეულში მომსახურების ბიზნესში შეიქმნა ყველა ახალი სამუშაო ადგილების 90%. დასავლეთ ევროპასა და იაპონიაში მომსახურების სფეროს წილი შეადგენს მშპ-ს 70%-ს.

უნდა აღინიშნოს, რომ თანამედროვე პირობებში განსხვავება წარმოებისა და მომსახურების სფეროებს შორის იმდენად უმნიშვნელოა, რომ მათ შორის მკვეთრი საზღვრის გავლება ყოველთვის ვერ ხერხდება. მაგალითად, მობილური ტელეფონის დამზადება განეკუთვნება წარმოების სფეროს. ამავე დროს იგი აკმაყოფილებს ჩვენს მოთხოვნილებას ინფორმაციის და სხვა სიკეთეების მომსახურების მიღებაში.

მცირე ბიზნესის განვითრება ვაჭრობაში უკავშირდება დაბალ საწყის ინვესტიციებს. პატარა სავაჭრო მაღაზიის ორგანიზებისათვის საკმარისია რამოდენიმე ათასი დოლარი. ამასთან საჭირო არ არის განსაკუთრებული პროფესიური მომზადება. მომსახურების სფეროში მცირე საწარმოთა შექმნა არც თუ იშვიათად უკავშირდება მსხვილი ბიზნესის ნაწილობრივ დივერსიფიკაციას – დაცვის სამსახური, სარემონტო სამუშაოები, ტექნიკის ექსპლუატაცია, გაყიდვის შემდგომი მომსახურება და ა.შ..

ინოვაციური ბიზნესი. მეწარმეობა ინიციატივიანი შემოქმედებითი საქმიანობაა, რომელიც მიმართულია ახალი საქონლისა და მომსახურების წარმოების ან უკვე არსებულის არსებითის გაუმჯობესებისა და რეალიზაციისაკენ. ამიტომ, განვითარებულ ქვეყნებში არსებობს მრავალი ინოვაციური ფირმა. მიუხედავად სახსრების შეზღუდულობისა ისინი ტრადიციულად მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მრავალი მიმართულებით. კონკურენციის პირობებში, როდესაც გადამწყვეტ ფაქტორს თამაშობს ასორტიმენტის განახლება, მცირე ფირმები ავლენენ განსაცვიფრებელ მოქნილობას. როგორც წესი, ასეთი ფირმების პრეროგატივაა – სიახლეთა შემოტანა, ხოლო მსხვილი ფირმების წილად რჩება ახალი წარმოებების გაშლა-გაფართოების ყველაზე უფრო მეტად კაპიტალშემცველი სტადი-

ების განხორციელება. აშშ-ის ეროვნული სამეცნიერო ფონდის მონაცემებით სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოებში ჩადებულ ერთ დოლარზე გაანგარიშებით მცირე ფირმები იძლევა ოთხჯერ მეტ სიახლეს, ვიდრე საშუალო მოცულობის კომპანიები და 24-ჯერ მეტს, ვიდრე მსხვილი კორპორაციები.

ახალი გამოგონებებზე მუშაობა წარმო ადგენს პატარა დინამიური კომპანიების სამეცნიერო-ტექნიკური საქმიანობის მნიშვნელოვან, მაგრამ არა ერთადერთ მიმართულებას. ხშირად მცირე ბიზნესი ბაზარზე გამოდის უფრო ხარისხიანი საქონელით, ვიდრე მომხმარებლისათვის ცნობილი ანალოგია. პატარა ფირმები ახდენენ გამოყენებული ტექნოლოგიების არსებით გადამუშავებას, რაც გამოიხატება უკვე ათვისებულ საწარმოო პროცესებში კორექტივების შეტანით.

1.2. ბიზნესის განვითარების თეორიული ასპექტები

როგორც წინა პარაგრაფში აღვნიშნეთ, ბიზნესი, როგორც რეალური ეკონომიკური მოვლენა კაცობრობის ისტორიის გარიჟრაჟზე წარმოშვა. მაგრამ აღნიშნული მოვლენის მეცნიერულ კვლევა და ანალიზი იწყება XVIII საუკუნიდან. პირველად მეწარმის ცნება საზოგადოებრივ ლექსიკონში შემოიტანა ფრანგმა ეკონომისტმა *რიჩარდ კანტილიონმა* ნაშრომში: "გამოცდილება ზოგადად ვაჭრობის ბუნების შესახებ". მან გამიჯნა ერთმანეთისგან მოგება და სამეწარმეო შემოსავალი. განსაზღვრა საქონლის მოცულობასა და მიმოქცევაში არსებულ ფულის რაოდენობას შორის დამოკიდებულება. მოახდინა ფორმულირება თეზისის – საბაზრო მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებული განსხვავება საშუალებას აძლევს საბაზრო ურთიერთობების მონაწილეებს იყიდონ საქონელი იაფად და გაყიდონ ძვირად. სწორედ ასეთ სუბიექტებს უწოდა მან "მეწარმეები". ფრანგულად ნიშნავს "შუამავალს". იზიარებდა რა მერკანტილისტების შეხედულებებს *კანტილიონი* უპირატესობას ანიჭებდა ვაჭრობას.[1]

ასევე ფრანგი მეცნიერის *უან ბატისტ სეის* დამსახურება იმაში მდგომარეობს, რომ თავის ცნობილ ნაშრომში "პოლიტიკური ეკონომიის ტრაქტატი" მეწარმის მთავარ ფუნქციად სამი

1. *Шамхалов ф.*, Государство и экономика. Основы взаимодействия, М.-727с

ფაქტორის – შრომა, მიწა და კაპიტალი, კოორდინაცია მიიჩნია. კანტილიონისაგან განსხვავებით *სეი* უპირატესობას ანიჭებდა წარმოებას. მისი აზრით ადამიანი არის ეკონომიკური აგენტი, რომელიც ახდენს წარმოების ფაქტორების კომბინაციას. ხელს უწყობს რა ეკონომიკური რესურსების გადაადგილებას დაბალი მწარმოებლურობიდან მაღალმწარმოებლურ დარგებში. *სეის* გამოკვლევები საფუძვლად დაედო XIX საუკუნის ცნობილი ეკონომისტის ა. *მარშალის* შრომებს. ამ უკანასკნელმა წარმოების ფაქტორების კომბინირების პრინციპის გამოყენებით განსაზღვრა ფირმის ეფექტურობა და კონკურენტუნარიანობა.

კლასიკური პოლიტეკონომიის წარმომადგენლები *ფ. კენე, ა. სმითი, დ. რიკარდო* მეწარმეში ხედავდნენ კაპიტალის მესაკუთრესა და განმკარგველს. *ადამ სმითის* მიხედვით მეწარმე არის მესაკუთრე, რომელიც კომერციული იდეის რეალიზაციის საფუძველზე, მოგების მიღების მიზნით ეწევა ეკონომიკურ რისკს, დამოუკიდებლად აწყობს წარმოებას და თავადვე განაგებს მიღებულ შედეგებს.

მეწარმეობრივი თეორიის განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს გერმანელმა პოლიტეკონომისტებმა *გ. შმოლერმა, მ. ვებერმა, ვ. ზომბარტმა*. მეწარმეობის ფორმირებაში ისინი ყურადღებას უთმობდნენ ფსიქოლოგიურ, სულიერ, ეთიკურ და სხვა ფაქტორებს. უნდა აღინიშნოს ასევე ავსტრიული სკოლის ერთ-ერთი ფუძემდებელი *ფ. ვიზერი*. მისი აზრით მეწარმე არის წარმოების საშუალებების მესაკუთრე და დამსაქმებელი. კრედიტორი და დებიტორი, მეიჯარე და მმართველი.

აღსანიშნავია *ი. ტიუნენისა და ფ. ნაიტის* წვლილი. მათი აზრით მეწარმე უნდა ხასიათდებოდეს ისეთი თვისებებით, როგორიცაა: რისკზე წასვლა, არასტანდარტული გადაწყვეტილებების მიღების შესაძლებლობა. პასუხი აგოს საკუთარ ქმედებებზე, იყოს გარკვეულწილად პრეტენზიული. შეეძლოს წინასწარგანჭვრეტა და პროგნოზირება.

მეწარმეობის თანამედროვე გაგებას საფუძველი ჩაუყარა ავსტრიელმა ეკონომისტმა *იოზეფ შუმპეტერმა*. მის მიხედვით მეწარმე არაა აუცილებელი იყოს მესაკუთრე. მენეჯერი იგივე მეწარმეა. მან უნდა ეძიოს და გამოიყენოს საბაზრო ურთიერ-

თობების მრავალმხრივი შესაძლებლობები. დანერგოს ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი მეთოდები.[1]

მეწარმეობის მაკროეკონომიკურ გარემოსთან ურთიერთკავშირის კვლევა აისახა ინსტიტუციონალისტების *ჯ. სკოტის, კ. ჰარტის, თ. შანინის* და სხვათა შრომებში. აღსანიშნავია *ა. ხოსკინგის* ნაშრომი "მეწარმეობის ეკონომიკა", სადაც ორიგინალურადაა გადმოცემული მეწარმის საზოგადოებისა და სახელმწიფოს ურთიეთობები. მნიშვნელოვანი წვლილი მეწარმეობის კვლევაში მიუძღვის ამერიკელ ეკონომისტს *ბ. კარლოფს*. მისი აზრით თანამედროვე მეწარმეს უნდა ესმოდეს მომხმარებლების ფსიქოლოგია.[2] მეორე ამერიკელი ეკონომისტის, თანამედროვე მენეჯმენტის ცნობილი სპეციალისტის *პ. დრიუკერის* აზრით მეწარმეობა არაა არც მეცნიერება და არც ხელოვნება. ესაა კონკრეტული პრაქტიკული საქმიანობა, რომლის მიზანია მოგებასთან ერთად სიახლეების დანერგვა, მისი მოღვაწეობის ყველა სფეროში. *პიტერ დრუკერმა* პირველად გამოიჯნა ერთმანეთისაგან ცნებები მეწარმეობა და ბიზნესი. თუ პირველს მან მიაკუთვნა შემოქმედებითი, სიახლეების მატარებელი საქმიანობა. მეორეს-შაბლონური რუტინული საქმიანობა.[3]

დღეს, ბევრ ქვეყანაში, აღნიშნული ტერმინები იხმარება, როგორც სინონიმები. მაგრამ მეწარმეობა უფრო დაკავშირებულია შემოქმედებით საქმიანობასთან და სიახლესთან. ბიზნესი შეიძლება იყოს ნებისმიერი ერთჯერადი კომერციული გარიგებაც. მაშინ როდესაც მეწარმეობა არაერთჯერადი, სისტემატიური საქმიანობაა.[4] ბიზნესი არის მაგალითად, მორიგი ბინის გაქირავება, მორიგი მაღაზიის გახსნა. მეწარმეობა ახალი მაღაზიის გახსნა და ა.შ.

ამერიკელი მეცნიერები *კ.მაკონელი და ს.ბრიუ* ცნობილი სახელმძღვანელოს "ეკონომიკისის" ავტორები, მეწარმეობას განიხილავენ როგორც საქმიანობის განსაკუთრებულ სახეს, რომელიც აერთიანებს წარმოების ფაქტორებს – მიწას, კაპიტალს და შრომას მეწარმეობრივი უნარით. .მეწარმეობრივი ნიჭი ასრულებს ნაპერწკლის (სანთებელას) როლს. ღებულობს საკუთარ თავზე

---

1. *Шумпетер И.*, Теория экономического развития,М.1982.-345с.
2. *Карлофф Б.*, Деловая стратегия.М.1991.-256с.
3. *Друкер П.*, Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М,1992.-432с
4. *სამადაშვილი უ.*, ბიზნესის საფუძვლები,თბ.2007.-388გვ.

საპასუხისმგებლო გადაწყვეტილებას. არის ნოვატორი. რისკავს ბიზნესით და საკუთარი კაპიტალით.

მეწარმეობის ფენომენის ფსიქოლოგიურ ახსნაში საკმაო აღიარება *მოიპოვა დ. მაკლანდის* კონცეფციამ.[1] მიღწევებზე ამაღლებული მოთხოვნილება (ნეედ ფორ აცჰიევემენტ), მისი ძირითადი იდეაა: მეწარმეობა არის ნიჭი, რომლითაც ყველა მოქალაქე ვერ იქნება დაჯილდოვებული.[2] ჰარვარდის სამეცნიერო ცენტრის მონაცემებით გამორჩეული მეწარმეობრივი უნარით დაჯილდოებულია მოსახლეობის მხოლოდ 1%. 6-10%-ს რისკის პირობებში შეუძლია საქმის მაღალ პროფესიულ დონეზე წარმართვა, 60% ამჟღავნებს შემოქმედებითი ინიციატივის უნარს. მოსახლეობის 30%-ს საერთოდ არ გააჩნია მეწარმეობრივი მონაცემები.

თანამედროვე ლიტერატურაში მეწარმის დასახასიათებლად ყველა ზემოთ აღნიშნული ტერმინი გამოიყენება – როგორც ახალი საქმის დამწყები და ორგანიზატორი, ინიციატორი და მებრძოლი, რისკის გამწევი და შემოქმედი, რომელსაც შესწევს უნარი დაძლიოს საბაზრო გარემოს წინააღმდეგობანი. მეწარმე არის დამოუკიდებელი პიროვნება, რომელიც პასუხს აგებს საკუთარი მოღვაწეობის რეზულტატებზე, მისთვის მთავარია მოგების სისტემატური (და არა ერთჯერადი) მიღება.

მას შემდეგ, რაც კერძო საკუთრება და მეწარმეობა პოსტსაბჭოთა საქართველოში გახდა ნებადართული, ისე როგორც ეკონომიკის სხვა სფეროებშიც ბიზნესის სფეროშიც გაჩაღდა აქტიური სამეცნიერო მოღვაწეობა. დაიწერა ახალი დისერტაციები, მონოგრაფია, სახელმძღვანელოები, სხვადასხვა გამოკვლევები და სტატიები. ზოგიერთ მათგანზე შევაჩერებთ თქვენს ყურადღებას.

<u>დისერტაციები. (1994-2005 წ.წ)</u>

1. ***წიკლაური ქეთევანი*** "მცირე ბიზნესის ფორმირება და განვითარება საქართველოს მთის რეგიონის მეცხოველეობაში საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში". ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორის ხარისხის მოსაპოვებლად. *პაატა გუგუშვილის* სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი თბ. 1994წ. 334გვ.

1. *Радаев В.В.*, Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие.- М.: Аспект Пресс, 2000.-368 с.
2. Рыночное хозяйство и риски.-СПб.:Наука,2000-263с.

– მცირე ბიზნესი არის შუალედური რგოლი ბაზარსა და მომხმარებელს შორის. ბიზნესი ხელს უწყობს საბაზრო დეფიციტის ლიკვიდაციის საფუძველზე, მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას საქონლის წარმოების და მომსახურეობის გაწევაში მოგების მიღების მიზნით. თუ არა აქვს საწარმოს მოგება საქმიანობის შედეგად არც არის მაშინ ეს საქმიანობა ბიზნესი. ბიზნესის განვითარებას ხელს უწყობს სტაბილური მაკრო და მიკრო გარემო, მტკიცე სახელმწიფო გარანტიები, კანონის უზენაესობის დაცვა. მყარი საგარეო კავშირები, კარგად აგებული და მოქნილი საგადასახადო სისტემა და ა.შ.;

2. ***ბალიაშვილი ელზა*** "მცირე ბიზნესის ფორმირებისა და განვითარების ძირითადი მიმართულებები საშენ მასალათა მრეწველობის საწარმოებაში". (ხელმძ. *ნ. ბიჭიაშვილი*) თსუ. თბ. 2002–162გვ. – მცირე ბიზნესის განვითარება საშუალებას იძლევა მაქსიმალურად დასაქმდეს მოსახლეობა და შეიქმნას "საშუალო ფენა", ანუ მეწარმეთა ფენა, რომელიც სოციალურ ეკონომიკური და პოლიტიკური თვალსაზრისით გარანტიაა ქვეყნის სტაბილურობის მისაღწევად;

3. ***შურღაია ომარი*** "მცირე ბიზნესი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში". ხელმძ. *ლ. ჩიქავა*. საქ. მეცნ. აკ. ეკონომიკის ინსტიტუტი. თბ. 2002–207გვ. – მცირე ბიზნესი მრავალგანზომილებიანი ცნებაა. იგი როგორც წესი შეზღუდული მასშტაბით ხორციელდება და უპირატესად კერძო მეწარმეთა სამეწარმეო საქმიანობას ემყარება. ამასთან თუმცა მეურნეობრიობის მრავალ სფეროში პროდუქციის (საქონელსა და მომსახურებაზე) წარმოებასა და რეალიზაციასთან დაკავშირებულ სამეწარმეო საქმიანობის სხვადასხვა სახეს მოიცავს. ძირითადი წარმოების ზოგიერთი სახეობისა და ფორმებისათვის, აგრეთვე ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროსთვის არის დამახასიათებელი;

4. ***ლაზვიაშვილი ლევანი*** "ბიზნესის განვითარების ძირითადი მიმართულებები საქართველოს მსხვილ რქოსან მესაქონლეობაში". (ხელმძ. გიორგაძე), საქართველოს აგრარული უნივერსიტეტიტი, თბ. 2000–175გვ.

5. ***წვერიკმაზაშვილი ავთანდილი*** "მცირე ბიზნესის მართვის ორგანიზაცია აგროსექტორში" (კახეთის რეგიონის მაგა-

ლითზე). (ხელმძ. *მ.ბახია*). საქართველოს აგრარ. უნივერ.-ტი თბ. 2001–230გვ.

6. ***კვარაცხელია რუსუდან*** "სამეცნიერო ბიზნესის განვითარების ორგანიზაციული და ეკონომიკური წინაპირობები საბაზრო ურთიერთობაზე გარდამავალ პერიოდში" (ბიოტექნოლოგიური მრეწველობის მაგალითზე). (ხელმძ. *ნ.ჭითანავა*). ეკონ. და სოც. პრობ. ს/კ. ინსტიტუტი. თბ. 2003–157გვ.

აღსანიშნავია აგრეთვე ადგილობრივი ავტორების მრავალი სახელმძღვანელო და მონოგრაფია: *ბარათაშილი ე., თაკალანძე ლ., აბრალავა ა.*, მენეჯმენტი და ადმინისტრირება, თბ.2007.-712გვ.; *ვაჩნაძე რ., თურქია გ., ლომსაძე პ.*, ბიზნესი. სახელმძღვანელო ორ ტომად ESM-თბილისის სტუდენტებისათვის, თბ. 2005.-270 გვ.; *ლობჟანიძე ე.*, მოგვიტანს ბიზნესი მოგებას? თბ. 2007.-81გვ.; *სამადაშვილი უ.*, ბიზნესის საფუძვლები, თბ. 2007.- 388 გვ.; *ერქომაიშვილი გ.*, ფირმის ეკონომიკა, თბ. 2005.; *შენგელია თ.*, თანამედროვე ბიზნესის საფუძვლები, ნაწილი I, თბ. 2007.-459 გვ.; *ძნელაძე დ., ძნელაძე ლ.*, ბიზნესი I-II ტ. თბ. 1999.-291 გვ.; *ქარჩავა ლ.*, გამოჩენილ ბიზნესმენთა სამეწარმეო ცხოვრებიდან, თბ. 2006.-296 გვ.; *ქეშელქშვილი ო.*, ვინ იცის ეკონომიკა, წიგნი I-II, თბ. .2004.-348გვ.;

ასევე უცხოელი ავტორების: *დეივიდ ნიდლი*, ბიზნესი კონტექსტში, თბ. 2003.-430 გვ.; *კოლინ ბაროუ, პოლ ბაროუ, რობერტ ბაროუ*, ბიზნეს-გეგმის სახელმძღვანელო, თბ 2003.-291 გვ.; *ფილიპი დ.*, როგორ დავიწყოთ, როგორ დავაფუძნოთ საკუთარი ბიზნესი, თბ. 2001.-158 გვ. *Лапуста М., Старостин Ю.*, Малое предпринимателство. Учебник. М.2004.-454с.; *Шишин С.*, Малое предпринимателство: сушность место и роль. М.2002.-456с; *Мелия М.*, Бизнес это психология, М.2005.-329с.; *Горемыкин В.А., Богомалов А.Ю.*, Бизнес план методика разработки, М, 2002.-864с.და ა.შ.

აღსანიშნავია ასევე სამეცნიერო სტატიები:

ჟანა თოლორდავას სტატიაში "ბიზნესის შეფასების თავისებურებები" (ჟ. ეკონომიკა, 2007, №10-12, გვ.99-106). გამოკვლეულია ბიზნესის შეფასების კრიტერიუმები. აღნიშნულია, რომ მნიშვნელოვანი მმართველობითი გადაწყვეტილებების მისაღებად და ბაზარზე კონკურენციული პოზიციების დასაკავებლად აუცილებელია შეფასების სტრატეგიის განსაზღვრა. ბიზნესის შეფასება ურთულესი საქმეა. იგი მოიცავს კომპანიის აქტივებისა

და პასივების აღრიცხვას. მისი უძრაობი და მოძრაობი ქონების, სასაწყობე მარაგების, ინვისტიციების და ა.შ. გარდა ამისა ფასდება კომპანიის საქმიანობის ეფექტურობა, მისი წარსული, აწმყო და მომავალი. შემოსავლები, განვითარების პერსპექტივები და კონკურენციული გარემო აღნიშნულ ბაზარზე. მსგავსი კომპლექსური მიდგომით განისაზღვრება ბიზნესის რეალური ღირებულება და მისი შესაძლებლობა მოიტანოს მოგება. ბიზნესის შეფასების საჭიროება ჩნდება შემდეგ შემთხვევაში: 1. ბიზნესის შეფასება ობიექტის ყიდვა-გაყიდვის დროს; 2. კომპანიის ფასიანი ქაღალდების (აქციების) შეფასება, მათი საფონდო ბირჟაზე ყიდვა-გაყიდვისათვის; 3. ინვისტიციური პროექტისათვის საწარმოს განვითარებისათვის; 4. ობიექტის შეფასება რეორგანიზაციის, შერწყმის ან შთანთქმის პირობებში; 5. ბიზნესის შეფასება ანტიკრიზისული მართვის სისტემაში; 6. შეფასება, როგორც მისი ღირებულების მართვის ინსტრუმენტი; 7. ობიექტის იჯარაზე გადაცემისათვის საიჯარო ქირის ოდენობის განსაზღვრისათვის; 8. შეფასება კრედიტისათვის გირაოში ჩასადებად; 9. ობიექტის დაზღვევა; 10. ინტელექტუალური საკუთრების შეფასება.

ბიზნესის შეფასებისთვის უნდა განისაზღვროს თუ რომელი ღირებულებით მოხდება მისი შეფასება:

– საბაზრო ღირებულება. შედარებით რეალური ფასია, რომელიც განისაზღვრება აღნიშნულ ბაზარზე ფორმირებად მოთხოვნა-მიწოდების ძალებით;

– საინვესტიციო ღირებულება არის ინვესტორისათვის მისაღები ფასი;

– სალიკვიდაციო ღირებულება – ობიექტის იძულებითი გაყიდვის შემთხვევაში მიღებული რეალური ფასი (შედარებით დაბალია);

– საგირავნო ღირებულება – ახლოსაა საბაზრო ფასთან იპეთეკური დაკრედიტების მიზნებისათვის;

– საბალანსო ღიღებულება მოიცავს ხარჯებს საკუთრების მშენებლობისა ან შეძენისათვის; ფასს განსაზღვრავს შემდეგი ძირითადი ფაქტორები:

მოთხოვნა; შესაფასებელი ბიზნესის მოგება დღეს და მომავალში; ანალოგიური ობიექტის შექმნის ხარჯები; მისაღები შემოსავლების რისკი; ბიზნესის კონტროლის და აქტივების ლიკვი-

დობის ხარისხი; საკუთრების ლიკვიდურობა და ა.შ.;

რამაზ აბესაძის და ეთერ კაკულიას სტატიაში: "მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის აქტუალური საკითხები საქართველოში" ჟ.ეკონომიკა, 2007,№5-6). საუბარია მცირე ბიზნესის მნიშვნელობაზე, განსაკუთრებით გარდამავალი ქვეყნებისათვის. აღნიშნულია, რომ საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარების დონე დაბალია. გამოშვებული პროდუქციის საერთო მოცულობაში მისი ხვედრითი წილი არ აღემატება 9%-ს[1]. დაშვებულია შეცდომები პრივატიზაციისას, სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელებისას და ა.შ. ჩამოყალიბებულია ბიზნესის განვითარების მაკროეკონომიკური რეგულირების მექანიზმის გავლენა მცირე ბიზნესის განვითარებაზე;

ოლღა ფაჩულიას სტატიაში "მცირე ბიზნესი თანამედროვე სისტემაში" (ჟ.ეკონომიკა) აღნიშნულია, რომ მცირე ბაზრების განვითარება ხელს უწყობს სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას. განსაზღვრულია მცირე ბიზნესის ადგილი საბაზრო სისტემაში. განხილულია ბიზნესის ხელშეწყობის საგადასახადო სტიმულები. აღნიშნულია ამ დროს სახელმწიფოს განსაკუთრებული ღონისძიებები.

ლარისა თაკალანძის და რუსუდან პაპასკირის სტატიაში: "ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის ევოლუცია." (ჟ.ეკონომიკა,№2007,№1-2). შესწავლილია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიული წანამძღვრები. ბიზნესმა გარდა მოგების მაქსიმალიზაციისა უნდა იზრუნოს სოციო-კულტურულ გარემოს გაჯანსაღებაზე. ბიზნესის ეთიკა გულისხმობს ბიზნესის გავლენას მოსახლეობის დასაქმებაზე, დისკრიმინაციის აღკვეთაზე, გარემომცველ გარემოს დაბინძურებისაგან დაცვაზე და ა.შ. . უნდა განვითარდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია;

ეკა ჩოხელის სტატიაში "ლიზინგი მცირე მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი" (ჟ.ეკონომიკა, 2006, №11-12). აღნიშნულია, რომ საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარების დონე ვერ აკმაყოფილებს ქვეყნის მოთხოვნილებებს. ბიზნესი განიცდის ფინანსური სახსრების დე-

1. მეწარმეობა საქართველოში 2005 წ. საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ.2005.გვ53.

ფიციტს. მსოფლიოში კარგადაა განვითარებული ლიზინგი. მოყვანილია ლიზინგის განვითარების ხელშეწყობის ასპექტები საქართველოში;

რუსუდან ავალიანის სტატიაში "მცირე და საშუალო საწარმოთა აღრიცხვის სრულყოფის პერსპექტივები" (ჟ.ეკონომიკა,2006,№9,გვ.70) საუბარისა აღრიცხვის სრულყოფის პრობლემებზე; *ნაზი ჭიკაიძის* სტატიაში "მცირე მეწარმეობა საზოგადოებრივი ტრანსფორმაციის პროცესში" (ჟ.ეკონომიკა, 2006,№1) საუბარია მოსახლეობის დასაქმების პრობლემებზე მცირე ბიზნესში;

აღსანიშნავია აგრეთვე *ლ.ქადაგიშვილის* სტატია "განვავითაროთ მცირე ბიზნესი ბიზნეს ინკუბატორების მეშვეობით (ჟ.ეკონომიკა,2003, № 9-10);

ვ.მათურელი - ბიზნესი, როგორც თვითრეგულირებადი სისტემა (ჟ.ეკონომიკა,2001, №1-2);

ნ.სამუშია - საქართველოს ბიზნეს გარემო და უცხოური ინვისტიციები (ჟ.ეკონომიკა,2000, №7-8) და ა.შ.

1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ევროკავშირის ქვეყნებში

XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან მცირე და საშუალო ბიზნესის მზარდი როლი წარმოადგენს თანამედროვეობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ტენდენციას. ბოლო 30 წლის მანძილზე მთელ რიგ განვითარებულ ქვეყნებში შეიმჩნევა მცირე საწარმოთა რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდა.

XXI საუკუნის დასაწყისისათვის ევროკავშირის კერძო სექტორში დაახლოებით 20 მილიონი მცირე და საშუალო ფირმა მოღვაწეობს. ევროკავშირის ქვეყნების ბიზნესისათვის ყველაზე უფრო ტიპიურს წარმოადგენს მიკროსაწარმოები 1-9 თანამშრომლით. მათი რაოდენობა 14,5 მლნ აღწევს. აღნიშნული პერიოდისათვის მცირე და საშუალო ბიზნესი უზრუნველყოფს სამუშაო ადგილების 70%, რითაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ევროპის თანამეგობრობის ეკონომიკურ წარმატებებში. დასაქმების სტატისტიკით 18 მილიონი ადამიანი მუშაობს საკუთარ ფირმაში, ხოლო 52 მილიონი ეწევა დაქირავებულ შრომას.

ევროპის თანამეგობრობისა და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნებში მცირე ბიზნესის გაზრდილმა როლმა დღის წესრიგში დააყენა სპეციალური პოლიტიკის შემუშავების აუცილებლობა. მისი ძირითად მიზნებია:

- მცირე ფირმების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის განვითარება;
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- მცირე საწარმოების ეკონომიკური ზრდა;
- უცხოური კომპანიებისა და ინვესტიციების მოზიდვა;
- ბიზნესის მოდერნიზაცია;
- ინოვაციური მოღვაწეობა;
- ტექნოლოგიების ტრანსფერტი.

ევროკავშირის უმეტეს ქვეყანაში მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ პოლიტიკის შემუშავება წარმოადგენს ფედერალური ხელისუფლების პრეროგატივას. კონკრეტული ღონისძიებები კი რეალიზდება რეგიონული ხელისუფლების დონეზე. რეგიონული ხელისუფლებების მხრიდან მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის ინტერესი განსაკუთრებით გაიზარდა გასული საუკუნის 80-იან წლებში, რაც განპირობებული იყო ამ პერიოდში უმუშევრობის ზრდით (10%-ზე მეტი).

აშკარაა, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერის პოლიტიკა ფედერალურ და რეგიონულ დონეზე უნდა ბალანსირებულ იქნას, რათა არ მოხდეს კონკურენტუნარიანობის დაქვეითება. ასე მაგალითად, ესპანეთში გასული საუკუნის 90-იან წლებში რიგი პრობლემები წარმოიშვა, რაც დაკავშირებული იყო სხვადასხვა დონის ხელისუფალთა ფუნქციებისა და მოქმედებების არაკოორდინირებულობასთან. მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სპეციალიზირებული სტრუქტურებისა და ფონდების ჩარევით აღნიშნული პრობლემა წარმატებით გადაწყდა.

როგორც წესი, ევროკავშირის ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესთან დაკავშირებულ პოლიტიკას წარმართავს კონკრეტული ქვეყნის ეკონომიკის ან მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო. გერმანიაში და ჰოლანდიაში ეკონომიკის სამინისტროს სტრუქტურაში ფუნქციონირებს მცირე და საშუალო ბიზნესის განყოფილება. საფრანგეთის მრეწველობის სამინისტროში შექ-

მნილია მცირე და საშუალო ბიზნესის სპეციალური განყოფილება. დიდ ბრიტანეთში არსებობს მცირე მეწარმეობის დამოუკიდებელი სამინისტრო. რაც შეეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის პროგრამებს, ისინი ნაწილდებიან რამოდენიმე სამინისტროს შორის, მათ შორის მოქმედებათა კოორდინაციის სრულყოფით.

ბოლო წლებში სწრაფი ზრდა აღინიშნება მცირე ინოვაციურ ბიზნესში, რაც დაკავშირებულია სარისკო კაპიტალის განვითარებასთან. აღნიშნული ბიზნესი გამოირჩევა ინვესტიციური აქტიურობით, ახალი ტექნოლოგიების შექმნით და ახალი პროდუქციის წარმოების ათვისებით.

მოკლედ განვაზოგადოდ ევროგაერთიანების ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკა ცალკეული მიმართულებების მიხედვით.

მცირე საწარმოების შექმნა. დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში განათლების სისტემა ისეა მოწყობილი, რომ მოქალაქეები მეწარმეობის უნარ-ჩვევებს ითვისებენ ჯერ კიდევ სკოლაში სწავლის პერიოდში. განათლების მთავარი მიზანია, ცოდნის გაფართოებასთან ერთად პიროვნებაში მეწარმეობრივი ნიჭის აღმოჩენა და განვითარება.

ამასთან შეიძლება გამოვყოთ განათლების ორი დონე. პირველი – ეგრეთწოდებული დაწყებითი განათლება, რომელიც იძლევა ცოდნისა და ჩვევების მინიმალურ დონეს. მეორე – სიღრმისეული განათლება, რომელსაც აქვს გამოყენებითი (მოღვაწეობის სპეციფიკის მიხედვით) ხასიათი. სწავლება ხორციელდება სახელმწიფო და კერძო სტრუქტურების კოორდინაციით. განსაკუთრებული პროგრამები მუშავება ქალებისა და ეთნიკური უმცირესობებისათვის.

პროგრამა ხორციელდება 26-52 კვირის მანძილზე სამუშაოსაგან დამოუკიდებლად, სრულფასოვანი სწავლების საფუძველზე. კომპანიის ბიზნესის მასშტაბების მიხედვით, რომელმაც გაააგზავნა თანამშრომელი კვალიფიკაციის ამაღლებაზე. სახელმწიფო ნაწილობრივ ანაზღაურებს სასწავლო კურსის საფასურს.

რა სიძნელეებს აწყდება დამწყები მეწარმე? ეს სიძნელეები მეტად ტიპიურია: ფინანსური სახსრების უკმარისობა. გამოკვეთილი ბიზნეს-გეგმის არ არსებობა, კანონებისა და საბაზრო სიტუაციის არ ცოდნა. აღნიშნულის გათვალისწინებით ევროპის

თანამეგობრობის ყველა ქვეყანაში ხორციელდება მიზნობრივი პროგრამები. იმ ადამიანების წასახალისებლად, რომლებმაც გადაწყვიტეს საკუთარი საქმის დაწყება. მათ უწევენ ფინანსურ, ინფორმაციულ და საკონსულტაციო დახმარებას. ორგანიზებულია მათი დამატებითი ბიზნეს-განათლება. მაგალითად, დანიაში უკვე ორი ათეული წელია მოქმედებს დამწყები მეწარმეების დახმარების პროგრამა იმ უმუშევრებისათვის, რომლებმაც გადაწყვიტეს ბიზნესის დაწყება. ასეთი ადამიანები იღებენ სხვადასხვა, მათ შორის ფინანსურ დახმარებას საქმისის ასაწყობად. გადახდის მაქსიმალური ვადით 3,5 წლამდე.

დასაქმების სფეროში სახელმწიფო მხარდაჭერის ძირითად ზომებს წარმოადგენს ფინანსური დახმარების, სპეციალური სუბსიდიების სახით, გაწევა იმ მცირე ფირმებზე, რომლებიც სამუშაოს სთავაზობენ ხანგრძლივი დროით უმუშევრად მყოფ პირებს.

საბერძნეთში მიღებულია სამუშაო ადგილების შექმნის სპეციალური პროგრამა, რომელშიც განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ახალგაზრდობისა და ქალების დასაქმებას.

ევროკავშირის ქვეყნებს შორის ყველაზე ადრე მცირე საწარმოებისათვის სუბსიდიების გამოყოფა დაიწყო ირლანდიამ, რომელიც ჯერ კიდევ გასული სუკუნის 60-იან წლებში წააწყდა უმუშევრობის მაღალ დონეს.

მცირე და საშუალო ბიზნესის რეგიონული ასპექტები.

ევროკავშირში არსებობს ეკონომიკურად ნაკლებად განვითარებული რეგიონები. მაგალითად, ყოფილი საბჭოთა კავშირის შემადგენლობაში მყოფი ბალტიისპირეთის ქვეყნები. აგრეთვე სამხრეთ საბერძნეთისა და იტალიის რეგიონები. სადაც უმუშევრობის დონე 7%-ით მაღალია ევროკავშირის საშუალო დონესთან შედარებით. ხოლო ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე 40%-ით დაბალია, ვიდრე მთლიანად ევროკავშირში. ამ რეგიონების საშუალევროპულ დონემდე ამაღლება ხორციელდება ძირითადად მცირე და საშუალო ბიზნესის აქტიური განვითარების ხარჯზე, რისთვისაც ევროკავშირმა შეიმუშავა რიგი იურიდიული, ორგანიზაციული და ფინანსური ხასიათის ღონისძიებები.

ჯერ კიდევ 1973 წელს შეიქმნა კომპანიების დაახლოების ბიურო, რომლის მიზანიც იყო სხვა ქვეყნებში პარტნიორების ძებნაში ხელშეწყობა. 1988 წლიდან ბიურო აღიჭურვა სპეციალუ-

რი ინფორმაციული ბაზით, რომელიც საშუალებას იძლევა უკეთ განხორციელდეს საქმიანი პარტნიორების მოძიება. დღეს უკვე ეროკავშირის ტერიტორიაზე გაფანტულია 50-მდე საინფორმაციო ცენტრი. შეიქმნა აგრეთვე მეწარმეობის წახალისებისა და ინოვაციური ცენტრები, რომლებიც ხელს უწყობენ და ეხმარებიან კომპანიებს მოღვაწეობის გაფართოებაში, კადრების მომზადებით, მარკეტინგით, ტექნოლოგიების გადაცემით და სხვა. განსაკუთრებით იმ მეწარმეებს, რომლებიც იწყებენ მეცნიერებატევადი პროექტების განხორციელებას.

დიდი ყურადღება ეთმობა მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის აუცილებელი ინფრასტრუქტურის ფორმირებას. დიდ ბრიტანეთში ჩამოყალიბებულია და წარმატებით მოქმედებს ორგანიზაციების ქსელი, რომლებიც დაინტერესებულ ფირმებს, მცირე საფასურის სანაცვლოდ ან სულაც უფასოდ სთავაზობენ საკონსულტაციო მომსახურებას. მეცნიერულ-ტექნიკურ ინფორმაციასა და რეკომენდაციებს მცირე ბიზნესის აქტუალურ პრობლემებზე. ასეთ ორგანიზაციებს შორის არიან - მცირე ფირმების დახმარების სამსახური, ადგილობრივი სამეწარმეო სააგენტოები, რომლებიც შედგებიან ხელისუფლების არჩევითი ორგანოებისა და საქმიანი სფეროს წარმომადგენლებისაგან. შრომის ცენტრები ეხმარებიან უმუშევრებს საკუთარი საქმის ორგანიზებაში. ინიციატივიანი ჯგუფები ხელს უწყობენ ადგილობრივი მეწარმეობის განვითარებას და სხვა.

საქართველოს განვითარების სასტარტო მდგომარეობის მქონე ქვეყანისათვის საკმაოდ საინტერესოდ გვეჩვენება ესპანური გამოცდილების გაზიარება მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის საქმეში. ამ ქვეყანაში მცირე ბიზნესის ხვედრითი წილი საქონლისა და მომსახურების საერთო მოცულობაში 60-დან 80%-მდე მერყეობს. საქართველოს პირობებისადმი უფრო ადაპტირებულად შეიძლება ჩაითვალოს ესპანეთის ზოგიერთ ქალაქებში და პროვინციებში ე.წ. „განვითარების სტრატეგიული გეგმების“ დანერგვის გამოცდილება, რომლებიც მუშავდება სპეციალიზებული ფირმების მიერ. მხედველობაში მიიღება ამა თუ იმ რეგიონის ყველა სპეციფიური თავისებურებები. მათ შორის ეკონომიკური განვითარების დონე, მრეწველობისა და სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სპეციალიზაციის ხასიათი ისტორიული

და კულტურული თავისებურებანი და ა.შ. სტრატეგიული დაგეგმვის ერთ-ერთ ძირითად ელემენტს წარმოადგენს მცირე ბიზნესის განვითარებაზე ორიენტაცია. აღნიშნული პრობლემა წყდება სხვა რეგიონებთან მჭიდრო კავშირში. ასეთი ფორმა პირველად გამოყენებულ იქნა ბარსელონის ეკონომიკური და სოციალური განვითარებისათვის (ოლიმპიური თამაშების წინ). ამ გამოცდილებამ აღიარება მოიპოვა ევროკავშირის ქვეყნების დონეზე, რამაც საშუალება შექმნა მისი რეალიზაციისათვის მიზიდული ყოფილიყო არა მარტო შიდა ფინანსური შესაძლებლობები, არამედ ევროპის კავშირის სპეციალიზებული ფონდები.

გერმანიაში 2 მილიონამდე მცირე და საშუალო მოცულობის ფირმები აწარმოებენ მთლიანი შიდა პროდუქტის თითქმის 50%-ს და უზურნველყოფენ მოსახლეობის დასაქმების 66%-ს. ეს ფირმები არაფრით ჩამორჩებიან მსხვილ ფირმებს მენეჯმენტის ორგანიზაციაში, კადრების მომზადებაში, სიახლეთა დანერგვაში. სახელმწიფო ახდენს კერძო ბანკების წახალისებას მცირე და საშუალო კომპანიების მხარდაჭერასა და განვითარებაში დახმარების მიზნით.

საფრანგეთში მცირე და საშუალო ფირმები უფრო მეტად გვხვდებიან აგრარულ-სასურსათო სექტორში, საიჯარო ურთიერთობებში, საგამომცემლო საქმეში, ავია და გემთმშენებლობაში.

პორტუგალიაში მცირე და საშუალო ფირმები აწარმოებენ სამრეწველო პროდუქციის ძირითად მასას. გასული საუკუნის 80-90-იან წლებში ფირმები, სადაც 10 კაცზე ნაკლები იყო დასაქმებული ყველა სამრეწველო კომპანიის დაახლოებით 70%-ს შეადგენდა, ხოლო ფირმები დასაქმებულთა 500 და მეტი ადამიანით, შეადგენდა კომპანიერების მხოლოდ 0,4%-ს.

იტალიაში წვრილი და საშუალო კომპანიების რაოდენობა აჭარბებს ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელს. მცირე ბიზნესი ქმნის ქვეყნის ეკონომიკის განახლების საფუძველს. მათ უკვე დაამტკიცეს უნარი უზრუნველყონ საექსპორტო პროდუქციის მაღალი კონკურენტუნარიანობა.

ერთი ქვეყნის ფარგლებში მცირე მეწარმეობის დარგობრივ სტრუქტურაზე გავლენას ახდენს ეკონომიკის განვითარების რეგიონული თავისებურებანი. ასე მაგალითად, იტალიაში მოქმედებს სამი განსხვავებული რეგიონული ეკონომიკური მოდელი.

პირველი ჩამოყალიბდა ქვეყნის ჩრდილო-დასავლეთ ნაწილში, რომლის ცენტრსაც წარმოადგენენ ქალაქები მილანი, ტურინი, გენუა. ამ რეგიონისათვის დამახასიათებელია მსხვილი სამრეწველო საწარმოების დომინირება, რომლებიც სპეციალიზირებულნი არიან მასიურ წარმოებაზე. შესაბამისად ამ რეგიონში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება შეესაბამება მსხვილ წარმოებას.

იტალიის მეორე ეკონომიკური რეგიონია – ჩრდილო-არმოსავლეთისა და ცენტრალური რაიონები – ტოსკანას (ფლორენცია), ემილია-რომანიას და ვენეტის ოლქების ჩათვლით. ამ რეგიონში მცირე და საშუალო საწარმოები ვითარდებიან შედარებით ავტონომიურად. სამრეწველო ზონები, რომლებშიც განლაგებულია იტალიისათვის ტრადიციული ასობით და ათასობით მცირე საწარმოები – ტანსაცმელის, ფეხსაცმელის, ტრიკოტაჟის და სხვა, ღრმად სპეციალიზირებულია.

მესამე ეკონომიკური რეგიონი განლაგებულია იტალიის სამხრეთში – ნეაპოლიდან სიციალიამდე ტერიტორიაზე. სადაც ტრადიციულად დაბალია ეკონომიკური განვითარების დონე და სოციალური დაუბალანსებლობა გარკვეულ წილად ამჟამადაც შენარჩუნებულია. მთავრობის ძალისხმევამ, განეხორციელებინა რეგიონის ინდუსტრიალიზაცია სახელმწიფო საწარმოების მშენებლობის გზით სასურველი შედეგი ნაკლებად მოიტანა. ახალგაზრდა და ყველაზე უფრო ენერგიული ადამიანების გამუდმებული მიგრაცია ქვეყნის სხვა ოლქებში ხელს უშლის აქ მცირე ბიზნესის უფრო ეფექტურ განვითარებას.

ამრიგად, მეწარმეობის სხვადასხვა სახეების აღორძინება და განვითარება განპირობებულია რეგიონის სპეციფიკური თავისებურებებით.

1.4. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება აშშ-ში

აშშ ეკონომიკის ხერხემალი არის მსხვილი კორპორაციები, კოლო კუნთები მცირე ფირმები, რომლებსაც მოჰყავთ მოძრაობაში დიდი ბიზნესი. მაგალითად კორპორაცია "ჯენერალ ელექტრიკი" წარმოების კოოპერაციით დაკავშირებულია 45 ათას ფირმასთან, რომელთა 90% მცირეა. აშშ-ში არის 8 მილიონი მცი-

რე ფირმა და 12 ინდივიდუალური საწარმო.[1]

გასული საუკუნის 80-იან წლებში, "რეიგანომიკის" სახელით ცნობილი ეკონომიკური პილიტიკის პირობებში, ყოველწლიურად საშუალოდ იქმნებოდა დაახლოებით 600 ათასი ახალი ფირმა, რაც 7-ჯერ აღემატება 50-60-იანი წლების ანალოგიურ მაჩვენებელს.

მცირე ბიზნესის ეფექტიანად ფუნქციონირების მიზნით ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობამ თავის დროზე შეიმუშავა ხანგრძლივვადიანი პოლიტიკა, რაც ითვალისწინებდა ერთიანი საინფორმაციო სამსახურის, კადრების მომზადებისა და გადამზადების სისტემის შექმნას. დაფინანსების სისტემის მექანიზმის დახვეწას, მათი წარმოშობისა და განვითარების სხვადასხვა ეტაპებზე.

მცირე ბიზნესის სფეროში ამერიკის სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება ხანგრძლივი პროცესის შედგია. მისი საწყისები ჯერ კიდევ XIX საუკუნიდან მომდინარეობს რიგი ანტიმონოპოლიური საკანონმდებლო აქტების მიღებით.

პირველ კანონს, რომელიც აშშ-ში მონოპოლიურ გაერთიანებებს კრძალავდა, წარმოადგენდა *შერმანის* ცნობილი კანონი (1890წ.), რომელმაც „ეკონომიკური თავისუფლების ქარტიის" სახელი მოიპოვა. 1914 წელს მიღებული *კლეიტონისა* და ფედერალური სავაჭრო კომისიის კანონი უპირატესად ორიენტირებული იყო მსხვილი ფირმების დიქტატისაგან მცირე ფირმების დაცვაზე. იკრძალებოდა ისეთი შეთანხმებები, რომლებიც ზღუდავდნენ კონტრაქტების დადების წრეს და უგულვებელყოფდნენ კონკურენციას. 1936 წელს მოქმედებაში შევიდა *რობინსონ-პეტმანის* კანონი. 1950 წელს კონგრესის მიერ მოწონებულ იქნა შესწორებები *კლეიტონის* კანონის მიმართ შერწყმისა და შთანთქმის თაობაზე, რომელიც მიმართული იყო მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის კეთილსინდისიერი კონკურენციის მხარდაჭერაზე.

1953 წელს შეიქმნა მცირე ბიზნესის საქმეთა ადმინისტრაცია, რომლის ძირითადი ამოცანაა – მცირე ბიზნესის განვითარების საერთო ეროვნული სტრატეგიის შემუშავება და მისი განხორციელების სტიმულირება. ამჟამად მცირე ბიზნესის საქმეთა ადმინისტრაცია ითვლის 3700 თანამშრომელს. თითოეულ შტატში მოქმედებს მისი რეგიონული განყოფილება 30-40 კაცის

1. *Шишин С.*, Малое предпринимательство: сушность место и роль. М.2002.-456с

შემადგენლობით. ადმინისტრაციას თავისი განყოფილებები გააჩნია ქვეყნის 90 დიდ ქალაქში. მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ყველა განყოფილება აშშ-ს ტერიტორიაზე გაერთიანებულია ერთიანი კომპიუტერული ქსელით.

1958 წელს მიღებულ იქნა კანონი, ხოლო 1977 წელს მასზე დამატებული კანონქვემდებარე აქტი, მცირე ბიზნესის ინვესტირების შესახებ, რამაც ხელი შეუწყო გრძელივადიანი პროქტების მხარდაჭერას მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესს შორის.

1980 წელს აშშ-ს მთავრობის მიერ გამოცემულ იქნა დირექტივა № 8-1 მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის საიჯარო ურთიერთობების მოწესრიგების თაობაზე. ყველა მსხვილი კორპორაცია, რომელიც მიიღებდა პროქტს ვალდებული იყო გაეთვალისწინებინა საკონტრაქტო სამუშაოები მცირე ფირმებისათვის. აღნიშნული კონტრაქტების მოცულობა არ უნდა ყოფილიყო პროექტის საერთო თანხის 10%-ზე ნაკლები.

1988 წელს ფედერალურ დონეზე მიღებულ იქნა პროგრამა სახელწოდებით „ექსპორტი დღეს". მისი მიზანი იყო ხელი შეეწყო ქვეყნის სავაჭრო ბალანსის გაუმჯობესებისათვის და მიეღწია მცირე საწარმოთა საექსპორტო პოტენციალის ზრდას.

აშშ-ში მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერა მოიცავს შემდეგ მიმართულებებს:

- ფინანსური – სარისკო კაპიტალის ხელმისაწვდომი მრავალრიცხოვანი წყაროების არსებობა (პირველ რიგში არასახელმწიფო);

- მატერიალურ-ტექნიკური – წარმოების საშუალებების იჯარით გადაცემა და შეღავათიანი პირობებით შესყიდვის შესაძლებლობა;

- კონსულტაციური – სპეციალიზებული საკონსულტაციო მომსახურების განვითარება მცირე ინოვაციური ფირმების ორგანიზატორებისათვის საგადასახადო დაბეგვრის, დაზღვევის, დაგეგმვის, მარკეტინგის, ბუღალტერიის, პატენტების გაფორმების და ა.შ. საკითხებში;

მცირე საწარმოების სახელმწიფო მხარდაჭერა რეალიზდება შემდეგი სახით:

- პირდაპირი საბიუჯეტო დოტაციით, რომელიც გამოიყოფა ვენჩურული პროექტების საწყისი სტადიების ფინანსირებისათვის. გარდა, ამისა ფირმებს დოტაციები გამოეყოფათ იმ პროდუქ-

ციის გამოშვების სტიმულირებისათვის, რომლის წარმოებასაც მსხვილი ბიზნესი უბრალოდ ხელს არ ჰკიდებს;

- მსხვილი ფირმებისათვის შეკვეთებით, რომელთა ნაწილიც, იჯარის წესით გადაეცემათ მცირე ინოვაციურ ფირმებს;

- მცირე საინფორმაციო ფირმების მიერ საბანკო კრედიტის შეღავათიან პირობებში მიღებით, რომლის გარანტადაც სახელმწიფო გამოდის;

- საგადასახადო შეღავათების მიღებით, შემოსავლის წილი, რომელიც გადასახადით იბეგრება, შეიძლება შემცირდეს. თუ ფირმა დაბანდებას ზრდის სოციალურ სფეროში ან წარმოების განვითარებაში.

მცირე საწარმოთა სრულყოფილად დაკმაყოფილების იდეამ ასახვა ჰპოვა „ინკუბატორული" პროგრამების ორგანიზაციაში, რომელთა მიზანია – მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერა. იმ მეწარმეების დახმარება, რომლებსაც სურთ, მაგრამ არ შეუძლიათ თავიანთი საქმის წამოწყება. მეცნიერებს, ანალიტიკოსებს, პროგრამისტებს, ინჟინრებს, გამომგონებლებს, რომლებსაც სურთ მოაწყონ საკუთარი ბიზნესი „ინკუბატორში" ხელმისაწვდომი აქვთ ყველაფერი აუცილებელი საკუთარი იდეების სარეალიზაციოდ. ისინი სარგებლობენ არა მარტო საწარმოო შენობებით, არამედ მოწყობილობით, ვენჩურული კაპიტალის (სარისკო) ფონდებით, სხვადასხვა სახის მომსახურებით. ამაში გამოიხატება „ინკუბატორების" განსხვავება ტრადიციული სამრეწველო პარკებისაგან, სადაც იჯარით სთავაზობენ მხოლოდ საწარმოო და ადმინისტრაციულ შენობებს, მინიმალური ბიზნეს ინფრასტრუქტურით. მომსახურების დაახლოებით 85%-ს „ინკუბატორები" ახორციელებენ მცირე ინოვაციურ ფირმებზე, რომლებიც შეიმუშავებენ პროდუქციისა და ტექნოლოგიების ახალ სახეებს. 80-იანი წლების შუა პერიოდში „ინკუბატორების" პროგრამების ორგანიზატორები გაერთიანდნენ ამერიკის შეერთებული შტატების ნაციონალურ ასოციაციაში.

„ინკუბატორები" არსებობენ შტატებისა და ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების სახსრებით, მთავრობის სუბსიდიებით, მეწარმეთა საიჯარო გადასახადებით და ა.შ.

სუბსიდიების სხვადასხვა ფორმა არსებობს. მაგალითად, აშ-შ-ში არსებობს წლიური მცირე გრანტი, წინასწარ მოკლევადიან პროექტებზე. გრანტები სამეცნიერო კარიერის სრულყოფაზე, რო-

მელიც გაიცემა როგორც ახალგაზრდა (მომავალი დამსახურების ანგარიშზე), ასევე გამოცდილ (წარსული დამსახურებისათვის) მეცნიერებზე. სუბსიდიის მისაღებ კონკურსში მონაწილეობისათვის სპეციალისტი ადგენს განაცხადს – საკვლევი პროექტის დასაბუთებას. განაცხადები ექვემდებარება დამოუკიდებელ ექსპერტიზას. სახსრების ნაწილი გამოეყოფა ორგანიზაციას და წარიმართება მაძიებლის სამუშაო დასაქმების ადგილზე აუცილებელი ადმინისტრაციული ხარჯების დასაფარავად.

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

აშშ-ი მცირე ბიზნესის მართვის სისტემა მრავალსაფეხურიანია. ის ეფუძნება ხელისუფლების დანაწილების პრინციპებს: საკანონმდებლო – კონგრესი, აღმასრულებელი ხელისუფლება – პრეზიდენტი და ფედერალური უწყებები. იურიდიული – ფედერალური და ადგილობრივი სასამართლოები. ასევე სხვადასხვა განსხვავებული ინსტანციები, შტატების ადმინისტრაციები და ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოები.

აშშ-ს კონგრესში მცირე ბიზნესის პრობლემებზე მუშაობენ ორი კომიტეტი: წარმომადგენელთა პალატა და სენატი. კონგრესის მოვალეობაში შედის მცირე ბიზნესის ინტერესებისავის ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის სტრატეგიული მიმართულებების გამომუშავება და კონტროლი. წამყვანი ეკონომისტების, სამართლის სპეციალისტებისა და ბიზნესის ცნობილი წარმომადგენლების მონაწილეობით. ეკონომიკის მდგომარეობის შესაბამისად ხორციელდება ამ პოლიტიკის კორექტირება.

აშშ-ს პრეზიდენტს მინიჭებული აქვს კანონის მიღების უფლება მცირე ბიზნესის პრობლემებზე. მისი სანქციით ხდება საერთოეროვნულ კონფერენციებზე რეგულარული ანგაიშების მოსმენა. ასეთ კონფერენციებზე პრეზიდენტს შეუძლია დანიშნოს 50 დელეგატი და ამდენივე მათი მოადგილე მცირე ბიზნესის წარმომადგენლებისაგან. გუბერნატორს ან კონგრესის წარმომადგენელთა პალატის წევრს უფლება აქვს დანიშნოს მხოლოდ

ერთი დელეგატი და ერთი მისი მოადგილე.

ამა თუ იმ კორპორაციის კომერციული პრაქტიკის კანონიერად აღიარება – სასამართლოს პრეროგატივაა, რომელიც არ არის დამოკიდებული არც კონგრესზე, არც აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოებზე. სასამართლოები, აკონტროლებენ აშშ-ს ანტიმოოპოლიურ კანონმდებლობას. ამით არსებითად ხელს უწყობენ მცირე ბიზნესის განვითარებას.

სასამართლოს მეშვეობით კონგრესის მიერ შემუშავებული მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის რეალიზაციის კოორდინირებას ახდენს მცირე ბიზნესის ადმინისტარცია, რომელიც აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოა.

მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია აგრეთვე ეხმარება მცირე საწარმოებს სამთავრობო ორგანიზაციებთან საქმიანი კონტაქტების დამყარებაში. ხელშეკრულებები კონკურსის საფუძვლებზე იდება. სამთავრობო აგენტებთან მჭიდრო ურთიერთთანამშრომლობით მცირე საწარმოთა ადმინისტრაციები მცირე ფირმებს უპირატესობას ანიჭებენ სახელმწიფო საკუთრების გამოყენებაში, რაც თავისუფლდება გადასახადების გადახდისაგან.

ბიზნესის ადმინისტარციები მუშაობენ რა მჭიდრო კონტაქტში მცირე ფირმებთან ახორციელებენ ბიზნესის განვითარების ათეულობით პროგრამას. დაინტერესებულ ორგანიზაციებთან ერთობლივად იკითხება სასწავლო კურსები, ეწყობა სემინარები. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა შემდეგ ოთხ პროგარმას: ქალბატონ მეწარმეთა მცირე ბიზნესი, ვეტერანებისა და ინვალიდების ბიზნესი, ეთნიკურ უმცირესობათა ბიზნესი, ინოვაციების სფეროს მცირე ბიზნესი.

აშშ-ს ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოები უწყობენ ხელს მცირე საწარმოებს არსებობის პირველ დღეებში ფინანსური დახმარების მიღებაში. განსაკუთრებით მაშინ, როცა მათი მოღვაწეობა მიმართულია ადგილობრივი პრობლემების გადაწყვეტაზე. შტატებში მცირე ბიზნეისისათვის მოქმედებს საკონსულტაციო სამსახურების ფართო ქსელი მარკეტინგის, მენეჯმენტის, საბანკო საქმის, საბუღალტრო აღრიცხვის აქტუალურ საკითხებზე. რომლებიც ძირითადად თავმოყრილია "ბიზნეს-ინკუბატორებში" ან რეგიონულ სპეციალურ კომპლექსურ ცენტრებში.

სახელმწიფო დანახარჯები მცირე და საშუალო საწარმოების სუბსიდირებაზე, წელიწადში საშუალოდ 5 მლრდ. დოლარს

შეადგენს. მცირე ბიზნესის პრობლემებით დაკავებულია კონგრესის ორი ფედერალური კომიტეტი, სადაც 5 ათასი თანამშრომელია დასაქმებული. სტრუქტურის სათავეში დგას მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია, რომლის აპარატში 1100 თანამშრომელია. მისი ძირითადი ფუნქციაა მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა, რომელიც ძალზე მგრძნობიარეა საბაზრო ცვლილებებისადმი. ყველა შტატში არსებობს ადმინისტრაციის ადგილობრივი განყოფილებები, მათ არც ფედერალური და არც მუნიციპალური ჩინოვნიკები არ ავიწროვებენ. მხოლოდ ეხმარებიან, აწვდიან ექსპერტულ შეფასებებს, საჭირო ინფორმაციას და ა.შ. მნიშვნელოვანია მცირე საწარმოებისათვის არსებული საგადასახადო სტიმულები. 16 ათას დოლარამდე შემოსავალი იბეგრება მინიმალური, 10%-იანი გადასახადით. 16-დან 50 ათასამდე 15%-ით, 51-დან 75-მდე 25%-ით, 75 ათასი დოლარის ზემოთ მაქსიმალური 34%-იანი განაკვეთით. ფირმების დაკრედიტებაში ბანკების დაინტერესების მიზნით, სახელმწიფო გამოდის გაცემული კრედიტების გარანტად. კომერციული ბანკის მიერ გაცემული სესხის 90%-ის გარანტიას იძლევა მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია.[1]

მცირე ფირმების წილი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებში.[2]

ცხრილი 1

ქვეყანა	მცირე და საშუალო ფირმების რაოდენობა		დასაქმებულების რაოდენობა %-ში	მცირე ფირმების წილი %-ში	
	ათასი ერთეული	ათას მოსახლეზე გაანგარიშებ.		დასაქმებულების საერთო რიცხვი	მშპ
ინგლისი	2930	46	13,6	49	50-53
გერმანია	2290	37	18,5	46	50-54
იტალია	3920	68	16,8	73	57-60
საფრანგეთი	1980	35	15,2	54	55-62
ა შ შ	19300	74,2	70,2	54	50-52
იაპონია	6450	49,6	39,5	78	52-55

1. Курс предпринимательства. Под ред. проф.. *Герфинкеля В.И* и проф. *Шавандара В.А*.. М.: Прогрес, 1997.-344с.

2. *Орлов А.*, предпринимательство в Росии: развитие или стагнация экономики/ ж. Вопросы экономики, 2001, № 10, ст. 70-80.

იაპონიაში 7 მილიონი მცირე და საშუალო საწარმოა, სადაც დასაქმებულია მოსახლეობის 80%.[1] იაპონიაში მსოფლიოში ცნობილი მსხვილი კონცერნები ეკონომიკური აისბერგის მხოლოდ მწვერვალს შეადგენენ, მისი წყალქვეშა ნაწილი მცირე და საშუალო საწარმოებია, რომელზედაც რეალიზებული პროდუქციის 55% და მრეწველობაში დასაქმებული მოსახლეობის 80% მოდის. მცირე ბიზნესის სტიმულირება, მოღვაწეობის ყველა ეტაპზე წარმოებს, რისთვისაც გამოიყენება ეკონომიკური ბერკეტების მთელი სისტემა – საგასახადო შეღავათები, საერთო და მიზნობრივი სესხები, ტექნიკური და კონსულტაციური დახმარება, ინფორმაციულ-კომპიუტერული მომსახურება, კადრების მომზადება-გადამზადება და ა.შ.

1.5. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივა საქართველოში

საქართველოში, როგორც ერთ-ერთი უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყანაში მეწარმეობის საწყისები ჩაისახა უძველეს დროში. თავდაპირველად არსებობდა ხელოსნობის სახით. რეგულარულად დამკვიდრდა ვაჭრობის განვითარების შემდეგ. ფართო მასშტაბები მიიღო, საგარეო ვაჭრობის განვითარებით, როცა ქართველი ვაჭრები საკუთარი რისკის ფასად დადიოდნენ სხვადასხვა ქვეყნებში ბიზანტიაში, შუა აზიაში, ინდოეთში, ჩინეთში და სხვაგან. პროფესიონალური ხასიათი მიიღო საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრების შემდეგ.

საქართველოს ეკონომიკური სისტემის გაჯანსაღება და მისი სტაბილური განვითარება უშუალოდ არის დაკავშირებული მცირე და საშუალო ბიზნესის სფეროში შემუშავებული სახელმწიფოს სტრატეგიული პოლიტიკის წარმატებულ რეალიზაციასთან.

საწყის ეტაპზე განსაკუთრებით აქტუალურია ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის სრულყოფა. საკრედიტო-საფინანსო დაწესებულებების განვითარება. ტექნოლოგიური ცენტრების და ტექნოპარკების, ბიზნეს-ინკუბატორების, ლიზინგური ფირმების განვითარება. მათ შორის იმ ადამიანების მომზადებისა და გადამზადებისათვის პირობების შექმნა, რომლებიც ისწრაფიან თა-

1. *Шишин С.*, Малое предпринимателство: сушность место и роль. М.2002.-456с

ვისი ცხოვრება დაუკავშირონ მცირე ბიზნესს.

საქართველოს ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება. როგორც წინა პარაგრაფში აღვნიშნეთ, ყველა განვითარებულ ქვეყანაში მცირე ბიზნესი წარმოადგენს თანამედროვე საბაზრო ინფრასტრუქტურის საფუძველს. მის წილად მოდის საქონლისა და მომსახურების საერთო მოცულობის 50-70%. ის მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს ადგილობრივი მუნიციპალური რეგიონული ერთეულის, ქვეყნის და მთლიანად მსოფლიოს ეკონომიკური განვითარების ტემპებს.

ეკონომიკური რეფორმებმა სრული სიცხადით მოახდინა იმის დემონსტრირება, რომ ეკონომიკური და სოციალურ-პოლიტიკური გარდაქმნების მთავარ მუხრუჭს წარმოადგენს სამეწარმეო მოღვაწეობისა და მცირე ბიზნესის განვითარების სრულყოფილი მექანიმზების უქონლობა.

მცირე და საშუალო ბიზნესის ცივილურად ფუნქციონირება უზრუნველყოფს მოთხოვნისა და მიწოდების დაბალანსებულ მაკროეკონომიკურ მექანიზმს. კონკურენციის განვითარება ქმნის ძლიერ მოტივაციურ სტიმულებს მოსახლეობის ენერგიისა და შრომისმოყვარეობის, მისი ცოდნისა და უნარის უფრო სრულად გამოყენებისათვის. აღნიშნული ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების საწინდარია.

ამრიგად, მეწარმეობის განვითარება საშუალებას იძლევა მაქსიმალურად ამოქმედდეს ადამიანური ფაქტორი და შეიქმნას ფართო შესაძლებლობა წარმოების ძირითადი ფაქტორების უფრო სრულად გამოყენებისათვის.

მცირე ბიზნესი ასტიმულირებს უფრო მოქნილი ორგანიზაციულ-საწარმოო სტრუქტურების განვითარებას, ახალი სამუშაო ადგილების მნიშვნელოვანი რაოდენობის შექმნას (60-80%), ეკონომიკის ინოვაციური პოტენციალის განვითარებას, წარმოების, გასაღებისა და ფინანსირების ახალი ფორმების დანერგვას.

ბოლო წლებში საქართველოში მცირე ბიზნესის სფეროში მოხდა მნიშვნელოვანი ცვლილებები: ფორმირებულია მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისა და განვითარების ინსტიტუტი. ფუნქციონირებენ სასწავლო ცენტრები, საკონსულტაციო და ლიზინგური ფირმები. ხდება შესაბამისი არასახელმწიფოებ-

რივი ინფრასტრუქტურის აღორძინება, მათ შორის საერთაშორისო პროექტების მხარდაჭერითა და თანადგომით. მცირე მეწარმეობის განვითარება უშუალო ზემოქმედებას ახდენს ლოკალური საბაზრო ურთიერთობების აღორძინებაზე: ძალიან მნიშვნელოვანია, რათა ყველა ადამიანს ქონდეს რეალური არჩევანის შესაძლებლობა - იყოს დაქირავებული მუშაკი თუ მეწარმე.

მცირე ბიზნესის განვითარების მიზეზი შეიძლება გახდეს:

1. მსხვილი წარმოებების დივერსიფიკაცია და მოდერნიზაცია. კონვერსიის და განსახელმწიფოებრიობის პროცესები. ცვლილებები დარგობრივ და დასაქმების სტრუქტურაში აქტუალურს ხდის მცირე ბიზნესის გავრცელებას;

2. ბაზრის მასშტაბების გაფართოება და დინამიზმი. გლობალური ბაზრების, სატრანსპორტო და ინფორმაციულ სისტემათა განვითარებას შედეგად, ყალიბდება გლობალური კონკურენციისა და შრომის საერთაშორისო დანაწილების ახალი სქემა. აღნიშნული პროცესი შესამჩნევად ასუსტებს ადგილობრივი ბაზრების კონკურენტუნარიანობას. აიძულებს მათ იმოქმედონ მოქნილად. სწორედ ამ დროს ვლინდება მცირე ფირმების სიახლოვე წვრილ ბაზრებთან, რაც მათ საშუალებას აძლევს სწრაფად აითვისონ თავისუფალი ადგილები ბაზარზე, რომლის მიმართ ინტერესს არ იჩენს მსხვილი კორპორაციები.

მცირე ბიზნესი სრული სიცხადით ავლენს თავის უპირატესობებს მსხვილ წარმოებებთან შედარებით. პირველ რიგში კი უნარს სწრაფად შეეგუოს სპეციფიკურ კლიენტურას და ხარისხის ტრადიციულ სტანდარტებს. უნარს შექმნას ორგანიზაციის, წარმოების, ფინანსირების და გასაღების ახალი ფორმები. მცირე საწარმოებს უზრუნველყოფს შესაძლებლობით სწრაფად და ეფექტიანად დააკმაყოფილოს სპეციალიზირებული მოთხოვნა, რომელიც დღეს სულ უფრო ხშირად განისაზღვრება ნაწარმის სიახლითა და დიზაინით.

სტრატეგიულ დაგეგმვაში შეიძლება გამოვიყენოთ საშუალო ფირმების უპირატესობებიც, რომლებიც მცირე ფირმებთან შედარებით უფრო ინერციულები არიან. ეს გარემოება მათ აქცევთ სტრატეგიულად ნიშნობრივ სპეციალიზაციაზე ორიენტირებულებად. ამ დროს განვითარების სტრატეგიის არჩევა დამოკიდებულია ფირმის ზრდის ტემპების დაბალანსებაზე და ბაზარზე

მის მიერ დაკავებულ პოზიციაზე. აღნიშნულის შესაბამისად შეიძლება გამოვყოთ საშუალო ფირმების განვითარების შემდეგი სტრატეგიები:

– პოზიციების მობილიზაცია და განმტკიცება;
– კოოპერირება ბიზნესის სიმყარის უზრუნველსაყოფად;
– საშუალო ფირმის მსხვილ ფირმად გარდაქმნა;
– პროფილის შეცვლა – სხვა სფეროში გადასვლა.

აქამდე სოციალურ-ეკონომიკური მექანიზმების დაბალი ეფექტიანობის ერთ-ერთ მთავარ მიზეზს წარმოადგენდა მონოპოლიზმი მოღვაწეობის მრავალ სფეროში. ყოფილ საბჭოთა კავშირში გაბატონებული ეკონომიკური სისტემის მიხედვით იქმნებოდა უმსხვილესი საწარმოები, რომლებსაც ჩანაფიქრის მიხედვით უნდა ეწარმოებინათ პროდუქცია მცირე დანახარჯებითა და მაღალი ხარისხით; მეურნეობრიობის გეგმიური სისტემა პრინციპში უკუაგდებდა მწარმოებლებს შორის კონკურენციულ ბრძოლას.

ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკასთან შედარება საშუალებას იძლევა გავაკეთოთ პროგნოზი, რომ მათი თანამედროვე დონის მისაღწევად საქართველოს ეკონომიკის სწრაფი ზრდისათვის საჭიროა მოქმედებდეს 300 ათასი მცირე ფირმა. შედარებისათვის აშშ-ში 300 მილიონი მოსახლეობით, 20 მილიონზე მეტი მცირე ფირმაა.

როგორც №3 ცხრილიდან ჩანს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით 2006 წელს საქართველოში ფუნქციონირებდა 177 831 ეკონომიკური სუბიექტი. მათგან მეწარმეობის ყველაზე გავრცელებული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია: ინდივიდუალური საწარმო შეადგენს საერთო რიცხვის 52%-ს; შპს 32,5%-ს დანარჩენი (სააქციო და სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები, კოოპერატივები და ა.შ.) 15,5%. მათგან 93,4% კერძო საკუთრებაშია და 6,6% სახელმწიფო საკუთრებაში.[1]

საქართველოში მცირე მეწარმეობის ფართოდ განვითარება საშუალებას მოგვცემს ეფექტურად გადაწყდეს საბაზრო ურთიერთობების ბევრი პრობლემა: განვითარდეს კონკურენცია; გაფართოვდეს რეფორმების სოციალური ბაზა; უზრუნველყოფილ იქნეს წარმოების ორგანიზაციული სტრუქტურის დიეერსიფიკა-

1. ერქომაიშვილი გ., ფირმის ეკონომიკა, თბ. 2005.-312გვ.

ცია და ოპტიმიზაცია, გადაწყვეტილ იქნეს მოსახლეობის დასაქმების და სხვა მრავალი პრობლემა. ამ სფეროში მსოფლიო და სამამულო პრაქტიკის მიღწევათა ფართოდ გამოყენება ჩვენის აზრით, უნდა გახდეს მცირე მეწარმეობის მიმართ პოლიტიკის ორიენტირი.

ბიზნესის წარუმატებლობის ძირითადი მიზეზია: არაჯანსაღი კონკურენცია და არასაკმარისი პროფესიონალიზმი. შეიძლება მეწარმემ კარგად იცოდეს ბიზნესის ერთი მხარე მაგალითად, საქონლის დამზადება. მაგრამ მოიკოჭლებდეს მარკეტინგში და გასაღებაში.

მეწარმეს უნდა შეეძლოს განსაზღვრა თუ:

– რა საქონელი და მომსახურება აწარმოოს, რა რაოდენობის როგორი ტექნოლოგიით, რომელი რესურსებით ისარგებლოს, რა ფასად გაყიდოს, როგორი მენეჯმენტი და მარკეტინგი გამოიყენოს და ა.შ.

ფირმის წარმატების პირობაა ეფექტური მენეჯმენტი და ინვესტიციები.

ფირმის კონკურენტული უპირატესობები შეიძლება დაიყოს: 1. დაბალი დონის უპირატესობებად: იაფი სამუშაო ძალა, მატერიალური და ფინანსური (იაფი კრედიტი) რესურსები. 2. მაღალი დონის უპირატესობები: უნიკალური (გამორჩეული) ნაწარმი, უნიკალური ტექნოლოგია, უნიკალური სპეციალისტები, რესურსები და სოციალური კავშირები.

"მეწარმეობის შესახებ" საქართველოს კანონის შესაბამისად "მეწარმეობა არის მართლზომიერი არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, ორგანიზებულად და დამოუკიდებლად. აღნიშნული კანონის მიხედვით მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს განეკუთვნება ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც

დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატება 20-ს. ხოლო წლიური ბრუნვა 500 000 ლარს. საშუალო საწარმოსათვის შესაბამისად 100 დასაქმებულსა და 1500 000 ლარს.

საქართველოში მეწარმეობის განვითარებას უდაოდ შეუწყობს ხელს მსოფლიოს მოწინავე ქვეყნების გამოცდილების გაზიარება, ჩვენი თავისებურებების გათვალისწინებით. ვინაიდან, ეკონომიკური განვითარება უშუალოდ უკავშირდება ეროვნული

მეურნეობის გაძღოლის მრავალსაუკუნოვან წეს-ჩვეულებებისა და ტრადიციების აღორძინება-განვითარებას.

არაადეკვატურმა რეფორმებმა გამოიწვია მოულოდნელი და დრამატული ცვლილებები. სწრაფად ვითარდება კერძო სექტორი. მაგრამ რთული მემკვიდრეობა, მძიმე საგადასახადო წნეხი, არასრულყოფილი კანონმდებლობა, სახელმწიფო მხარდაჭერისა და მოსახლეობის შესაბამისი სამოქალაქო კულტურის არქონა მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების გზაზე ქმნის მნიშვნელოვან წინაარმდეგობებს. ბიზნესის წარმართვის საქმეში ქართველი და ცივილიზებული ქვეყნების მეწარმეები სრულიად განსხვავებულ პრობლემებს აწყდებიან. თუ განვითარებულ ქვეყნებში მეწარმეს აწუხებს წმინდა ბიზნესის პრობლემები: მოგების მიღება, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, ბიზნესის მართვა, შენარჩუნება, ზრდა და ა.შ. ჩვენთან ამას ემატება და პირველ პლანზე იწევს საგადასახადო პოლიტიკა, ეროვნული ვალუტის არაკონვერტირებადობა, ბაზრის დაუცველობა, როგორც იაფასიანი იმპორტული, ასევე ადგილობრივი ფალსიფიცირებული ნაწარმისაგან და სხვა.

თავი II.

მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირება ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პირობებში

2.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის სისტემა

სწორედ თავისუფალი მეწარმეობაა მოწოდებული განახორციელოს საქართველოში ეკონომიკური რეფორმების წარმატებულად განვითარება. ამიტომ, სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიზანი უნდა იყოს ხელი შეუწყოს მცირე საწარმოებს, ჩართულ იქნან საერთო აღმშენებლობაში და სახელმწიფოებრივი პრობლემების განაწყვეტაში.

საქართველოში ბიზნესის განვითარების დღევანდელი დონე და ხასიათი უკეთესის იმედს ტოვებს. შექმნილი მდგომარეობიდან გამომდინარე დღეს არსებობს სისტემური ხასიათის რეფორმების ახალი ტალღის დაწყების აუცილებლობა. ამიტომ, უნდა შემუშავდეს ამ სფეროში სახელმწიფო სტრატეგია. აღნიშნული სტრატეგია, ორიენტირების განსაზღვრით უნდა გახდეს სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის საფუძველი, ხოლო ეს უკანასკნელი, მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების რეალიზაციის საშუალება.

საბაზრო გარდაქმნები გადამწყვეტ ფაზაში შედის. დანგრეულ იქნა მანკიერი სოციალისტური ეკონომიკური სისტემა. ფასების ლიბერალიზაციამ და მასიურმა პრივატიზაციამ უზრუნველყო კერძო საკუთრების ინსტიტუტის ფორმირებისა და განვითარებისათვის პირობების შექმნა. მეტ-ნაკლებად ფუნქციონირებს ეკონომიკური რეგულირების ძირითადი საბაზრო მექანიზმები, თანდათან იცვლება მოსახლეობის ფსიქოლოგია.

ბოლო წლებში საგრძნობლად გაიოლდა და გამარტივდა მცირე საწარმოთა შექმნა-ფორმირების პროცედურა. საწარმოთა რეგისტრაციის პროცესის გამარტივებამ ხელი შეუწყო დამწყებ მეწარმეებში, რიგი უსარგებლო დოკუმენტების მოძიება-შეგროვებისათვის დროის ფუჭად ხარჯვისა და სახელმწიფო ჩინოვნიკების კაპრიზების თავიდან აცილებას.

გაიზარდა მცირე ბიზნესის ბრუნვის მოცულობა, გამოშვებული პროდუქციის ღირებულება, ძირითადი კაპიტალის მოცულობა, დასაქმებულთა რაოდენობა ამ სფეროში, მათი ხელფასი და ა.შ. აღნიშნული დადებით ტენდენციები ქვემოთ მოტანილი ცხილიდანაც ჩანს.[1]

სამეწარმეო სფეროს ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

ცხრილი 2

	2002	2003	2004	2005	2006
ბრუნვა, მლნ. ლარი	4595.6	5523.0	7248.4	10076.3	13090.3
გამოშვებული პროდუქცია, მლნ. ლარი	3058.1	3492.6	4374.8	5838.3	7412.6
დამატებული ღირებულება, მლნ. ლარი	1375.1	1773.3	2238.6	2796.8	3479.4
შუალედური მოხმარება, მლნ. ლარი	1682.9	1719.3	2136.2	3041.5	3933.2
ძირითადი კაპიტალი, მლნ. ლარი	4294.0	4364.8	4942.8	5415.1	6040.5
დასაქმებულთა რაოდენობა, კაცი	301310	297795	322779	388946	360987
დასაქმებულთა ხელფასი და გასამრჯელო, ლარი	119.9	139.4	161.6	204.5	285.8

მაგრამ ბიზნესის ცივილური განვითარება გართულებულია მრავალი პრობლემის არსებობით. საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარებას აფერხებს: საერთო ეკონომიკური და სამართლებრივი არასტაბილურობა; ჯანსაღი კონკურენციის დაცვა, მცირე საწარმოების მიერ კრედიტების, ინვესტიციების და სუბსიდიების მიღების საქმეში არსებული სიძნელეები; კრიმინოგენული ვითარება; მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკის მექანიზმის გაუმართაობა.

საჭიროა თანამედროვე ეტაპზე ხელისუფლების ცენტრალურმა და ადგილობრივმა ორგანოებმა განსაკუთრებით გააძლიერონ მცირე ბიზნესისა და მეწარმეობისადმი მხარდაჭერა-ყურადღება. საშური საქმეა მცირე ბიზნესის რეგიონული განვითარება. თუ კი ადგილობრივი ადმინისტრაციის და შესაბამისი სამსახურების ხელმძღვანელები რეალურად დარწმუნდებიან, რომ მცირე ბიზნესი ესაა: ახალი სამუშაო ადგილები, ადგილობრივი ბაზრის

1. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის საიტი www.statistics.ge/

საქონლითა და მომსახურებით შევსების საშუალება, შემოსავლების რეგულარულად მიღების საუკეთესო გზა. მაშინ მცირე მეწარმეობა მოახერხებს გადამწყვეტი გარღვევის განხორციელებას. მცირე ბიზნესი ვითარდება უპირატესად არასაწარმოო სფეროში, რომელიც ძირითადად ორიენტირებულია ვაჭრობაზე, იმპორტული საქონელის შესყიდვაზე, საშუამავლო საქმიანობაზე და გადანაწილებაზე. წარმოებაში ინვესტიციები კვლავ რჩება სარისკო საქმედ.

მიუხედავად ასეთი არა კეთილსაიმედო და კეთილსასურველი სიტუაციისა საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესი რეალობაა. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით 2006 წელს საქართველოში ფუნქციონირებდა 177 831 ეკონომიკური სუბიექტი. მათგან 93,4% კერძო საკუთრებაშია და 6,6% სახელმწიფო საკუთრებაში.[1] ბიზნესი სულ უფრო აქტიურად იწყებს კაპიტალის შევსების ფუნქციის შესრულებას, რაც ესოდენ მნიშვნელოვანია საქართველოს ეკონომიკის გარდამავალი მდგომარეობისათვის. ამავე დროს მცირე მეწარმეობა, განიცდის რა თავის თავზე საინვესტიციო კლიმატის არასასურველ გავლენას, ნაკლებად ვითარდება საწარმოო და ინოვაციურ სფეროებში. ხოლო იქ, სადაც ასეთი განვითარებას აქვს ადგილი აშკარაა რეგიონული გადახრა ცენტრალური რეგიონების სასარგებლოდ (ცხრილი №2).

ამჟამად თანამედროვე საშუალო მეწარმე, განსაკუთრებით დამწყები, იმყოფება ინფრასტრუქტურული ვაკუუმის ატმოსფეროში. ბიზნესის რომელი ოგანიზაციულ-სამართლებრივი.

ფორმის არჩევას მიაკუთვნოს უპირატესობა? რით დაიწყოს? სად იშოვოს სახსრები სასტარტო ნახტომისათვის? სად შეიძინოს მოწყობილობა? როგორია შეღავათები? სად არის გასაღების ბაზრები? ვინ არიან კონკურენტები? ვის მიმართოს დახმარებისა და მხარდაჭერისათვის? აი ის პრობლემები, რომლებიც წამოიჭრებიან დამწყები მეწარმეების წინაშე.

მცირე და საშუალო ბიზნესის ეფექტური განვითარება, გონივრული სახელმწიფო პოლიტიკის გატარების შემთხვევაში, შესაძლებელია წარმატებით ჩაეწეროს ქვეყნის ეკონომიკური რეფორმების სისტემაში. ამ დროს გადაწყდება მრავალი პრობლემა, მათ შორის:

მოსახლეობის დასაქმების პოლიტიკა. ეკონომიკური კრიზი-

1. ერქომაიშვილი გ., ფირმის ეკონომიკა, თბ. 2005.-312გვ.

სი გაელენას ახდენს შრომის ბაზრის ტრანსფორმაციაზე. ათი ათასობით (შეიძლება ასი ათასობითაც) ადამიანს უწევს ქვეყნის შიგნით მონაწილეობის მიღება სამუშაო ძალის მასიურ გადაადგილებაში. ამას ემატება მილიონზე მეტი საზღვარგარეთ გასული საქართველოს მოქალაქე. მათი მიგრაციის ძირითადი მიზეზი დასაქმების უკეთესი პირობების მოძიებაა.

დასაქმების პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს შრომის ბაზარზე ცვლილებების სტაბილიზაციაზე და ითვალისწინებდეს პირდაპირი და პროფილაქტიკური ხასიათის სახელმწიფო რეგულირების რიგ ზომებს, რაც თავიდან აგვაცილებდა უმუშევრობის ზრდას.

ჩამოვთვლით ასეთი ხასიათის უმნიშვნელოვანეს ზომებს: ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა (ან შექმნის სტიმულირება), კადრების მასიური გადამზადება, შრომაზე არსებული მოთხოვნის გადანაწილება, დროებითი სამუშაო ადგილების შეთავაზება – მიცემა, მოსახლეობის თვითდასაქმების განვითარება, მათ შორის მცირე ბიზნესში მონაწილეობის საშუალებით.

მთლიანობაში უმუშევრობის პრობლემის გადაწყვეტა მიმართული უნდა იყოს მონოპოლიზმის დაძლევაზე; მსხვილი, საშუალო და წვრილი საწარმოების ოპტიმალური თანაფარდობის მიღწევაზე.

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების გამოცდილებიდან ცნობილია, რომ აღნიშნული პრობლემის გადაწყვეტა მნიშვნელოვანწილად დაკავშირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის მასშტაბების ზრდასთან. ამასთან სამუშაოს მიმცემები ძირითადად უნდა გახდნენ საყოფაცხოვრებო და საწარმოო მომსახურების სფეროები. როგორც პ. 13-ში აღვნიშნეთ, ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ამ სფეროში დასაქმებულთა ხვედრითი წილი საერთო რიცხვის 70%-ს შეადგენს. მაგალითად, ამერიკის ეკონომიკაში 90-იანი წლების განმავლობაში ახალი სამუშაო ადგილების 50% გაჩნდა მოსახლეობის მომსახურების სფეროს მცირე ბიზნესში. მომუშავეთა რიცხოვნობის ზრდის ნახევარზე მეტი მოდიოდა სოციალურ-საყოფაცხოვრებო მომსახურებაზე. ავტოტრანსპორტის რემონტზე, კონსულტირებაზე. დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდის თვალსაზრისით მეორე ადგილზე იყო საცალო ვაჭრობა.

ახალგაზრდული პოლიტიკა. ბოლო პერიოდში, საქართველოში, მნიშვნელოვნად იმატა მოზარდი და ახალგაზრდა თაობის

დამნაშაეობის სტატისტიკამ. აღნიშნული პრობლემის და საერთოდ ახალგაზრდობის ჰარმონიულად განვითარების და მისი შემოსაელების ზრდის გადაწყეტა პირდაპირაა დაკაშირებული მათ დასაქმებასთან. დასაქმების საუკეთესო საშუალება კი მოწინავე ტექნილოგიებით აღჭურვილი მცირე ბიზნესია. სადაც თანამედროვე მოთხოვნებით განსწაელულ ახალგაზრდას მნიშვნელოვანი უპირატესობები გააჩნია უფროსი თაობის მოქალაქეებთან შედარებით.

რეფორმების წარმატება ბევრად არის დამოკიდებული ამ პროცესში ახალგაზრდობის ფართოდ ჩართვაზე. აუცილებელია სახელმწიფოებრივ გარდაქმნებში ახალგაზრდობის პოტენციალის უფრო აქტიური და პრაქტიკული გამოყენება. საჭიროა შემუშავდეს ქვეყნის მასშტაბით განსახორციელებელი პროგრამა - „საქართველოს ახალგაზრდობა". პროგრამის ძირითადი მიმართულება უნდა გახდეს "ახალგაზრა" ბიზნესის მხარდაჭერა. პროგრამა უნდა ითვალისწინებდეს: ა) პროფორიენტაციას, კვალიფიკაციის ამაღლებასა და სპეციალიზაციას – სკოლების, უმაღლესი სასწავლებლების სასწავლო გეგმებში, მეწარმეობის საფუძვლებში საგანმანათლებლო პროგრამების საკონკურსო წესით შერჩევა და მათი ეტაპობრივად დანერგვა. საჭიროა საქართველოს სამეწარმეო სასწავლებლების ერთიანი სისტემის შექმნა. მისი სასწავლო – მეთოდური და ორგანიზაციული უზრუნველყოფა; ბ) ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის გაფართოება, რომლებიც კომპლექსურ მხარდაჭერას აღმოუჩენენ დამწყებ მეწარმეებს. მათი ინფორმაციული უზრუნველყოფა, იურიდიული და ექსპერტული კონსულტირება, ფინანსური მხარდაჭერა და გარანტიების მიცემა; გ) მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფა და მხარდაჭერა მცირე საწარმოთა სერვისული სისტემის განვითარების ფარგლებში, ლიზინგური ფირმების ქსელის შექმნა, სასწავლო-საწარმოო კომბინატების, სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების არსებული ბაზების გამოყენება.

რეგიონული განვითარების საკითხები. ეკონომიკური კრიზისის ფონზე სოციალური დაძაბულობა განსაკუთრებით იგრძნობა ნაკლებადგანვითარებული ინფრასტრუქტურის რეგიონებში, რომლებიც საეაჭრო-სამრეწველო ცენტრებისაგან და საგზაო მაგისტრალებისაგან მოშორებით მდებარეობენ. განსაკუთრებით აქტუალურია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ეთნიკონფლიქტების რეგიონებში. სადაც ეკონომიკური კრიზისის შედეგები შედარებით მწვაეედ დგას.

ადგილებზე ობიექტურად არის შექმნილი წინამძღვრები, რომლებიც ხელსაყრელია მცირე ფირმების განვითარებისათვის. მაგრამ არასტაბილური პოლიტიკური ვითარება და საინვესტიციო შეზღუდვები რეგიონებში მნიშვნელოვნად ამცირებს ან საერთოდ გამორიცხავს ეკონომიკური კრიზისიდან გამოსვლის შესაძლებლობებს.

მცირე ბიზნესს თავისი შესაძლებლობები შეუძლია დაადასტუროს სწორედ ადგილობრივ მცირემასშტაბიან ბაზრებზე. იგი შეიძლება მოგვეველინოს რეგიონული მეწარმეობის გააქტიურების და კონკურენციის განვითარების, არაეფექტური ეკონომიკური აგენტების ბაზრიდან შეზღუდვა-განდევნის, საქონლისა და მომსახურების მომხმარებლებთან მიახლოების საშუალებად, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას.

საქართველოში მეწარმეობის განვითარება რეგიონული კუთხით არასახარბიელოა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, აშკარაა გადახრა ცენტრალური რეგიონების სასარგებლოდ. [1]

რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით[2]

ცხრილი 3

	2002	2003	2004	2005	2006
საქართველო - სულ	95549	107867	122692	147926	177831
მათ შორის:					
ქ. თბილისი	39898	45872	54464	69970	89197
აფხაზეთის ა.რ.	1161	1323	1414	1433	1451
აჭარის ა.რ.	4819	5135	5643	6356	7483
გურია	2631	2737	2864	3616	4164
იმერეთი	14188	15011	15789	16423	18199
კახეთი	7115	8941	9175	9477	10085
მცხეთა-მთიანეთი	3562	3945	4373	4816	5228
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	1123	1256	1331	1377	1454
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	5938	6736	7689	10245	12719
სამცხე-ჯავახეთი	2893	3185	3353	3538	3889
ქვემო ქართლი	7900	8747	10087	13106	15520
შიდა ქართლი	4321	4979	6510	7572	8442

2007 წლის 1ოქტომბრის მდგომარეობით

1. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის საიტი www.statistics.ge/
2. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის საიტი www.statistics.ge/

მცირე ბიზნესი რეგიონებში შეიძლება განვითარდეს ფერმერული მეურნეობების სახით. აღნიშნული შეუწყობს ხელს ადგილობრივი ხელისუფლების განმტკიცებას და თვითმმართველობის მექანიზმების სრულყოფას. სოფლის მეურნეობის მასშტაბური აღორძინების პირობებში ეს შესაძლებლობები უფრო სწრაფად შეიძლება იქნეს რეალიზებული თუ გაწეული იქნება ნამდვილი მხარდაჭერა ცენტრალური და ადგილობრივი ადმინისტრაციის, ფინანსური და სამრეწველო სტრუქტურების მხრიდან.

ინოვაციური პოლიტიკის რეალიზაცია. დასავლეთის განვითარებული ქვეყნები განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ ინოვაციურ მოღვაწეობას მცირე ბიზნესის სფეროში, როგორც ინვესტირების ობიექტში. პრაქტიკა ადასტურებს, რომ დანახარჯები დაკავშირებული მცირე საწარმოების მიერ მოწინავე ტექნოლოგიების დამუშავებასთან და დანერგვასთან, გაცილებით მცირეა მსხვილი ფირმების დანახარჯებთან შედარებით, ხოლო კონკრეტული პროექტების გამოსყიდვის ვადები არსებითად დაბალია.

ყველა სამრეწველო განვითარებულ ქვეყანაში მცირე ბიზნესი მიჩნეულია ინვესტირების უმნიშვნელოვანეს ობიექტად.

მეწარმეობის ფორმებისადმი ყოველმხრივი მხარდაჭერა მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის სფეროში მიჩნეული უნდა იყოს სახელმწიფოს პოლიტიკურ მიზნად, რომელიც უზრუნველყოფს:

- მეცნიერულ-ტექნიკური ინტელიგენციის შემოქმედებითი კარიერის მხარდაჭერას, რაც იმედს აძლევს სტუდენტობას, ასპირანტებს, მეცნიერებს;

- ახალი მცირე მეცნიერებატევადი ბიზნესის დაფუძნების იურიდიული პროცედურების გაიოლებასა და გამარტივებას, რაც იქმნება უნარიანი ენთუზიასტების – მეცნიერების, გამომგონებლებისა და მენეჯერების მიერ;

- მსხვილი უნივერსიეტების ბაზაზე მცირე ფირმებისა, კომერციული ლაბორატორიების და ა.შ. შექმნას, როგორც ინვესტიციების მოზიდვის მნიშვნელოვანი ობიექტების. მეცნიერების ბიზნესთან ინტეგრაციისა და კავშირების ინტერნაციონალიზაციის საუკეთესო საშუალებას;

- კორპორატიული სექტორის ინვესტიციური აქტიურობის სტიმულირებას (როგორც შიგა, ისე გარე), ტალანტით დაჯილ-

დოებული მეცნიერებისა და ინჟინრების მოზიდვას, მიუხედავად მათი საცხოვრებელი ადგილისა, მცირე ბიზნესის ეროვნული და ეროვნებათაშორისი საინვესტიციო პროგრამების განსახორციელებად;

- მცირე სამეცნიერო, სამეცნიერო-ტექნიკური, სამეცნიერო-საწარმოო ფირმების, ორგანიზაციების ლაბორატორიების, ასოციაციების, სამეცნიერო და ტექნოლოგიურ პარკებში ცენტრების კონცენტრაციის, მსხვილ სამეცნიერო და ინდუსტრიულ ცენტრებთან ახლოს ტექნოპოლისების შექმნას. ხელშეწყობას ინვესტირებაში (უკვე 70-იან წლებში ასეთი პროგრამები მოქმედებდა აშშ-ში, ხოლო 80-იან წლებში დასაელეთ ევროპასა და იაპონიაში);

- საბიუჯეტო ასიგნებების და ახალ სამეცნიერო-ტექნოლოგიურ ინფრასტრუქტურაში ინვესიციების წახალისებას (დამხმარე და ფუნქციონალური ფორმები ფირმების, კომპანიების, ცენტრების, სააგენტოების სამეცნიერო წარმოების);

- უცხოური ინვესიციების ნაკადების მოდინების სტიმულირებას, ზემოთ ჩამოთვლილი სამეცნიერო-ტექნიკური მოღვაწეობის ყველა სახეების ფართო ინტერნაციონალიზაციასა და კავშირს, როგორც ცალკეული მეცნიერების, ინჟინრების, ასევე ფირმების, კორპორაციების;

- კანონმდებლობის ლიბერალიზაციას, ინვესტიციების სტიმულირების მიზნით ინოვაციურ მოღვაწეობაში, მსხვილი კორპორაციების ძალისხმევის გაერთიანებას ერთობივი პერსპექტირული პროექტების განხორციელებისას.

ჩამოთვლილი საშუალებების ინტეგრაცია ხორციელდება ურთიერთდაკავშირებული პირდაპირი და ირიბი რეგულირების მეთოდების დახმარებით. ღონისაძიებების არსებულ არსენალშია დაუბრუნებადი და დაბრუნებადი სუბსიდიები, კრედიტები. შეკვეთა-კონტრაქტები მზა პროდუქიის წარმოებაზე, საგადასახადო და საამორტიზაციო კანონმდებლობაზე, რაც მიმზიდველს ხდის კერძო ინვესტიციებს ინოვაციურ მოღვაწეობაში, წარმოების ტექნიკურ-ტექნოლოგიურ სრულყოფას და ბაზარზე გასვლას.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების მექანიკური კოპირება საქართველოს ეკონომიკის განვითარების თავისებურებათა გათვალისწინების და წინასწარი აპრობაციის გარეშე შეიძლე-

ბა უკუ ეფექტი იქონიოს და ხელი შეუწყოს მზარდი ბიზნესის ჩრდილოვან სექტორში გადასვლას.

მცირე მეწარმეობის სახელმწიფოებრივი საინვესტიციო მხარდაჭერა თუნდაც განვითარებულ ქვეყნებში ზარალიანია. ასე მაგალითად, აშშ-ში გასული საუკუნის 70-იან წლებში მცირე ფირმებმა ვერ მოახერხეს დაებრუნებინათ სესხები 500 მილიარდზე მეტი დოლარის ოდენობით. ფედერალური მთავრობის დანაკარგები გარანტირებულ სესხებზე უფრო მეტი იყო და მიაღწია ასეულობით მილიონ დოლაარს წელიწადში.

მიუხედავად დანაკარგებისა, სახელმწიფო აგრძელებს მცირე ბიზნესისადმი მასიურ მხარდაჭერას, რამდენადაც მცირე ბიზნესის ინფრასტრუქტურის განვითარება საშუალებას იძლევა დაძლეულ იქნეს ბაზრის წინააღმდეგობები და მიღწეული იქნეს საბაზრო გარემოს მართვადობა, რაც არბილებს ეკონომიკური კონიუნქტურის მერყეობას და ხელს უწყობს კონკურენციის განვითარებას.

დანაკარგების მინიმიზაციის მიზნით გამოიყენება მცირე ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი ფორმები. ბოლო პერიოდში ინტენსიური ვითარდება ბიზნეს-ინკუბატორები, რომელიც ტექნოპარკებთან ერთად წარმოადგენენ ეფექტურ და პერსპექტიულ ფორმას მცირე ბიზნესის განვითარების.

ტექნოლოგიების სრულყოფა, ახალი გლობალური კონკურენციის წარმოქმნა ქმნის მაღალდინამიურ საბაზრო გარემოს, რომელიც მოითხოვს პრინციპულად ახალი მეთოდების გამოყენებას კადრების ორგანიზაციისა და მართვის საქმეში. წარმოებაში, გასაღებაში, ფინანსებში. მსხვილი კომპანიების, ტერიტორიული კონგლომერატების დონეზე. ეკონომიკაში მთლიანად, ასევე მცირე და საშუალო საწარმოთა დონეზე.

ბიზნესის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა. საკუთარი საქმის უსაფრთხოებაზე მეწარმემ უნდა იზრუნოს პირველსავე დღეებიდან, ე.ი. მანამდე, ვიდრე გამოვლინდებოდეს აშაკარა მიზეზები შეშფოთებისათვის.

ბიზნესის უსაფრთხოება გათვალისწინებულ უნდა იქნეს ჯერ კიდევ ბიზნეს-გეგმის შედგენის სტადიაზე და სადამფუძნებელო დოკუმენტებში.

შენობის თუ კონკრეტული პირების დაცვა შეიძლება გაიგი-

ვებულ იქნეს მთლიანად სამეწარმეო საქმიანობის უსაფრთხოებასთან. ფიზიკური თუ პირადი დაცვის ზომები უსაფრთხოების მექანიზმის მხოლოდ მეტად შესამჩნევი ელემენტია. აღნიშნულ სისტემაში მთავარია ინფორმაციული უსაფრთხოების უზრუნველყოფა. მისი მექანიზმი გულისხმობს ისეთი ღონისძიებების გატარებას, რომლებიც სისტემატიზირებულია გარკვეული მეთოდის შესაბამისად.

ამრიგად, ბიზნეს უსაფრთხოების უზრუნველყოფა გულისხმობს ფირმაში ისეთი საიმედო დამცავი ბარიერების შექმნას, რომლებიც თავიდან აგვაცილებს შესაძლო, გარე და შიდა საფრთხეებს. უსაფრთხოების სისტემამ უნდა გამოაელინოს ყველა შესაძლო საფრთხეები და უზრუნველყოს მათი თავიდან აცილება.

ფირმის უსაფრთხოების სამსახურის ფუნქციებია:

1. კომერციული საიდუმლოების შემცველი ინფორმაციის დაცვის უზრუნველყოფა;

2. ინფორმაციის გაჟონვის შესაძლო არხების გამოვლენა და მათი აღკვეთა;

3. კონფიდენციალური ინფორმაციის დაცვის რეჟიმის კონტროლი და მისი დაცვის უზრუნველყოფა;

4. კონკრეტული ფიზიკური პირების და ფირმის პერსონალის პირადი უსაფრთხოების უზრუნველყოფა;

ბუნებრივია, რომ ყველა მეწარმეს არ ძალუძს კარდინალურად უზრუნველყოს (ობიექტური, თუ სუბიექტური მიზეზების გამო) საკუთარი უსაფრთხოების სრული მოცულობით გადაწყვეტა. ამ მხრივ არის ორი ვარიანტი:

– ექსპერტების ჯგუფის დახმარებით პრობლემების თანდათანობით და გამოვლენილი საფრთხეების მიხედვით გადაწყვეტა;

– უსაფრთხოების საკუთარი სამსახურის შექმნა ძალებით, რაც არ გამორიცხავს პროფესიონალების დამატებით მოზიდვის შესაძლებლობას;

უსაფრთხოების უზრუნველყოფა განეკუთვნება ძვირადღირებულ ხარჯებს, რომელსაც სწრაფი უკუგება არ მოაქვს, მაგრამ უსაფრთხოების სისტემის არარსებობის შემთხვევაში ზარალი შეიძლება იყოს ბევრად მაღალი. უსაფრთხოების სისტემის

შექმნის და მისი სათანადო დონეზე შენარჩუნების ხარჯები მინიმალურია იმ პოტენციურ დანაკარგებთან შედარებით, რომელიც ასეთი სამსახურის არ არსებობამ შეიძლება გამოიწვიოს.

2.2 ბიზნესის სტიმულირების ძირითადი მიმართულებები

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.

განვიხილოთ თითოეული:

1. 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. მთლიანად სახელმწიფო მასშტაბით და კონკრეტული სუბიექტების დონეზე (ადგილობრივი პირობების გათვალისწინებით). შექმნის პირობებს უზრუნველყოფილი იქნეს მათ შორის უფლებამოსილებათა გამიჯვნა.

სამეწარმეო მოღვაწეობის რეგულირებასთან დაკავშირებული ძირითადი საკითხები ასახულია საქართველოს სამოქალაქო

კოდექსში, საქართველოს კანონში მეწარმეობის შესახებ, საგადასახადო და საბაჟო კოდექსებში, საკანონმდებლო აქტებში და ა.შ.

2. მცირე მეწარმეობის საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა. ამ სფეროში მრავალი ღონისძიება იქნა დასახული და განხორციელებული მეტნაკლები წარმატებით.

ამჟამად მცირე ბიზნესის სუბიექტებს მხარდაჭრას უწევენ კომერციული ბანკები. მაგრამ ეს მაინც არასამარისია. ყველა მეწარმეს ვერ მიუწვდება ხელი კრედიტზე. საპროცენტო განაკვეთებიც არც თუ ისე სახარბიელოა. რაზეც ისიც მეტყველებს, რომ მცირე მეწარმეობის ხვედრითი წონა საქონლის წარმოებაში საკმაოდ დაბალია, ასევე დაბალია მცირე ბიზნესის როლი დასაქმების 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.

3. საწარმოო და ინოვაციური მხარდაჭერა, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა. ყურადღებას იმსახურებს ის საკითხი, რომ არასახელმწიფო საწარმოები ნაკლებად მონაწილეობენ, ხოლო ზოგჯერ სულაც არ მონაწილეობენ სახელმწიფო პროგრამების რეალიზაციაში. 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. განსაკუთრებით აქტიური საქმიანობა შეუძლიათ გაშალონ მცირე და საშუალო საწარმოებმა (სათანადო დახმარების პირობებში) სოფლის მეურნეობის პროდუქტების წარმოებაში და გადამუშავებაში. ეს ხელს შეუწყობდა, როგორც ბაზრის გაჯერებას, ისე მოსახლეობის დასაქმებას.

მცირე მეწარმეობისადმი სახელმწიფო საწარმოო-ტექნიკური მხარდაჭერა რეალიზებული იქნება შემდეგი მიმართულებების მიხედვით:

1. მცირე ფირმების აღჭურვა თანამედროვე მოწყობილობით და ტექნოლოგიებით კონვერსიული და სხვა პროგრამების ფარგლებში;
2. ადგილებზე და რეგიონებში საინფორმაციო ბანკების შექმნა, რომლებიც ორიენტირებული იქნებიან საიჯარო ბაზრის განვითარებაზე;
3. მანქანა-მოწყობილობების სალიზინგო სისტემის შექმნა;
4. მცირე საწარმოებისათვის ახალი ტექნოლოგიების, „ნოუ-ჰაუ"-ს მოპოვება და გადაცემა;
5. პროდუქციის სერთიფიკაციაში მხარდაჭერა მათი საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის მიზნით
6. მხარდაჭერის ღონისძიებათა სისტემაში ტექნიკური და სხვა სახის კონსულტირების ინსტიტუტის განვითარება;
7. ბიზნეს-ინკუბატორების, საწარმოო-ტექნოლოგიური და ინოვაციური ცენტრების, ტექნოპარკების ქსელის განვითარება.

4. მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ინფრასტრუქტურის ფორმირება. საჭიროა ზრუნვა საბაზრო ინფრასტრუქტურის ფორმირებისათვის როგორც ქვეყნის ისე რეგიონულ დონეზე. უნდა ამოქმედდეს და გაფართოვდეს მეწარმეობის მხარდაჭერის ცენტრები, ტექნოპარკები, ბიზნეს-ინკუბატორები, ლიზინგური კომპანიები, კონსალტინური და აუდიტორული ფონდები. მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის სააგენტოები, საგამოფენო და სადემონსტრაციო ცენტრები. საინფორმაციო, საკონსულტაციო და სასწავლო-საქმიანი ცენტრები, რეწვის ცენტრები და სხვა. ყველა რეგიონში უნდა შეიქმნას სტრუქტურები, რომლებიც შესთავაზებენ მეწარმეებს მათთვის აუცილებელ მომსახურებას. დაწვრილებით პ.3.2.

5. მცირე მეწარმეობის საინფორმაციო ბაზით უზრუნველყოფა. მცირე ბიზნესის ინფორმაციული უზრუნველყოფის მიზნით საჭიროა ქვეყნის მასშტაბით და რეგიონულ დონეზე ფართოდ განვითარდეს მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი ტექნიკური და სხვა სახის ინფორმაციის მიმწოდებელი სტრუქტურები. ფორმირებულ იქნეს მონაცემთა ბაზები. მიღებულ იქნეს ორგანიზაციული გადაწყვეტილებები. ბიზნესს უნდა გააჩნდეს სრულყოფილი ინფორმაცია მცირე მეწარმეობის მდგომარეობის შესახებ. შესაბამის სამსახურებს შეეძლოთ მსურველებს მიაწოდონ კო-

მერციული, იურიდიული, სტატისტიკური ინფორმაცია. აგრეთვე ინფორმაციები ინვესტიციური პროექტების შესახებ, საწარმოთა რეგისტრაციაზე. მარკეტინგის, აუდიტის, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგებისა და საქონლის რეალიზაციის შესახებ. საქმიანი თანამშრომლობის თაობაზე, ფინანსურ ოპერაციებზე, საწარმოო სიმძლავრეების ძებნაზე, საბუღალტრო ანგარიშგების წარმართვის თაობაზე და ა.შ. დაწვრილებით პ3.5.

6. მცირე ბიზნესის სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა. მცირე საწარმოთა სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური მხარდაჭერის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს მცირე მეწარმეობის განვითარების მეცნიერული კვლევის უზრუნველყოფა: ნორმატიულ-სამართლებრივი, ფინანსური, საწარმოო ინოვაციური, ინფრასტრუქტურული და ინფორმაციული მიმართულებებით. უნდა მოხდეს სახელმძღვანელოებისა და პოპულარული ბროშურების გამოცემების ორგანიზება ქართველი ავტორების მოზიდვის საფუძველზე.

მცირე და საშუალო ფირმების ეკონომიკური ეკონომიკური წარმატებები დამოკიდებულია თანამშრომლების კვალიფიკაციაზე და მათ მორალურ-ზნეობრივ თვისებებზე. კადრების შერჩევას უძველესი ისტორია აქვს, აღნიშნული პრობლემა წარმოიშვა მაშინ, როცა გაჩნდნენ პირველი დაქირავებული მუშები. აქედან მომდინარე კადრების შერჩევის მეთოდებმა მრავალი ცვლილება და სრულყოფა განიცადეს. ბოლო დრომდის აქცენტი კეთდებოდა კადრების პროფესიონალურ მომზადებაზე და განისაზღვრებოდა ისეთი ფორმალური ნიშნებით, როგორიცაა განათლება, მუშაობის სტაჟი, სპეციალობა, კვალიფიკაცია და ა.შ. მსხვილი სამრეწველო წარმოების, მაღალი ინტენსიფიკაციისა და კონცენტრაციის პირობებში ასეთი მიდგომა გარკვეულწილად გამართლებული იყო. მომუშავეს ევალებოდა კარგად ემუშავა თავის სამუშაო ადგილზე და შეესრულებინა დადგენილი გეგმა. მაგრამ კერძო ბიზნესის პირობებში, სადაც სულ უფრო მწვავდება კონკურენციული ბრძოლა, თანამშრომელს ხშირად უწევს იმ სახის კომერციულ საიდუმლოებასთან შეხება, რომელიც შეიძლება კონკურენტი ფირმების ინტერესს წარმოადგენდეს. ასეთ პირობებში მნიშვნელოვნად მატულობს თანამშრომლების პირადი თვისებების მიმართ წაყენებული მოთხოვნები. აღნიშნულმა ხელი შეუწყო,

კერძო ბიზნესის საკადრო შერჩევას მიემართა მეცნიერული ფსიქოლოგიის მეთოდებისადმი, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია მოკლე დროში საიმედოდ შეფასდეს კანდიდატის პირადი თვისებები. კომპანიის მაღალი დონის ეკონომიკური უსაფრთხოების უზრუნველყოფისათვის, გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება კადრების სწორად შერჩევის, შემოწმების, მათი გადამზადებისა და განლაგების სპეციალური ღონისძიებების კომპლექს. სპეციალისტები გამოყოფდნენ პერსონალის შერჩევის შემდეგ საერთო კრიტერიუმებს:

– პროფესიონალური მონაცემები – კვალიფიკაცია და გამოცდილება;

– ფსიქოლოგიური მონაცემები – ხასიათის თავისებურებები მუშაობასა და ქცევაში;

– მორალური მონაცემები – კეთილსინდისიერება, ერთგულება ქვეყნის, ოჯახისა და "შეფის" წინაშე.[1] იხ. აგრეთვე პ.3.3.

7. ბიზნეს სუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოება. საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარებამ აქტუალური გახადა ეკონომიკის ამ სფეროში მომუშავეთა სოციალური დაცვის პრობლემა. მსხვილი საწარმოებისაგან განსხვავებით მცირე ბიზნესის სუბიექტების უმეტესობა, განსაკუთრებით კი მათი მოღვაწეობის საწყის ეტაპზე, განიცდის აუცილებელი ფინანსური რესურსების უკმარისობას ან საერთოდ უქონლობას. საკუთარი სოციალური ინფრასტრუქტურის არარსებობას, უაღრესად დაბალია მათი საწარმოო-ტექნოლოგიური აღჭურვილობის დონე, არასაკმარისია შრომის დაცვისა და ტექნიკური უსაფრთხოების პირობები.

როგორც ცნობილია მსხვილ საწარმოებისაგან განსხვავებით, მცირე და საშუალო ბიზნესი ფუნქციონირებს მაღალი რისკის პირობებში, უფრო მეტად არიან დამოკიდებული გარე სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებზე, ბაზრის კონიუნქტურაზე. ამიტომ, მცირე საწარმოთა გაკოტრების პრობლემა საჭიროა განსაკუთრებით იქნეს განხილული.

ღონისძიებების კომპლექსში, რომლებსაც სამართალდამცავი ორგანოები და სხვა სტრუქტურები ახორციელებენ ორგანიზებული დამნაშავეობის, რეკეტის, კორუფციისა და ეკონომიკური

---

1. ოთინაშვილი რ., ეკონომიკური უსაფრთხოება, ანალიზის ანტიკრიმინალური ასპექტები, თბილისი: სგუ, 2005.- 440გვ.;

დამნაშავეობის წინააღმდეგ, საჭირო და აუცილებელიცაა უფრო მეტი დახმარება იქნეს აღმოჩენილი სპეციალიზებული დაცვის ფირმებისადმი. ამ მიზნით ფორმირებული იქნეს შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზა, გაფართოვდეს მეწარმეთა ქონების დაცვის მომსახურე ფირმების ქსელი.

8. საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება. საჭიროა დამუშავდეს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის პროგრამების კოორდინაციის მექანიზმი. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმა უფრო მეტი ყურადღება უნდა დაუთმონ მეწარმეთა საქმიანობის გაშუქებას, მათ პრობლემებსა და საჭიროებებს. უნდა გამოცხადდეს კონკურსები საუკეთესო მეწარმის და ფირმის სახელის მოსაპოვებლად მოეწყოს გამოფენა-ბაზრობები მცირე საწარმოთა პროდუქციის პოპულარიზაციისათვის.

სახელმწიფომ უნდა ჩამოაყალიბოს მეწარმის ქცევის ნორმები, რომლებსაც მას დემოკრატიული საზოგადოება უყენებს. თავის მხრივ, ცივილიზებული მეწარმე დარწმუნებული უნდა იყოს მისი შრომის სარგებლობაში, არა მხოლოდ საკუთარი თავისთვის, არამედ საზოგადოებისა და სახელმწიფოსთვის.

2.3. ბიზნესის განვითარების ძირითადი პრობლემები ტრანსფორმაციულ პერიოდში

ერთი ეკონომიკური სისტემიდან მეორეზე გადასვლა წარმოშობს ეკონომიკის განსაკუთრებულ, გარდამავალ მდგომარეობას. გარდამავალი პერიოდის ხანგრძლივობა დამოკიდებულია ცალკეული ქვეყნის თავისებურებებზე, ისტორიულ პირობებზე, მოსახლეობის მენტალიტეტზე, სამოქალაქო საზოგადოების არსებობაზე. თავის დროზე სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის ფუნქციონირების ხანგრძლივობაზე, მისი განვითარების სიმწიფეზე და ა.შ.

საქართველო დგას ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი რეგულირების როლის სრულიად ახლებურად გააზრების აუცილებლობის წინაშე.[1] გავიდა ოცი წელი. პოსტკომუნისტური ქვეყნების მაკროეკონომიკური პარამეტრების შეფასება საშუალებას

1. ჭითანავა ნ., გარდამავალ პერიოდში შერეული, სოციალური მიმართულების ეკონომიკის თავისებურება,/ გაზ. "საქ. რესპუბლიკა" №264, თბილისი 1999, გვ.6-8.

გვაძლევს, ვიმსჯელოთ რეფორმების წარმატებულობაზე.[1]

გარდამავალ პერიოდში წარმოებს სახელმწიფო ფუნქციონირების ტრანსფორმაცია. სახელმწიფო თანდათანობით უარს ამბობს მართვის ადმინისტრაციულ-მბრძანებურ მეთოდებზე და სულ უფრო მეტ უპირატესობას ანიჭებს, რეგულირების საბაზრო ინსტრუმენტებს. საქართველოში როგორც არასდროს, იგრძნობა სახელმწიფო მართვის ახალი სტრატეგიის აუცილებლობა. სახელმწიფოს როლის ზრდა აუცილებელია შემდეგი მიზეზების გამო:

– საბაზრო ურთიერთობის საწყის ეტაპზე, როდესაც ძირითადი აქცენტი გადატანილია გადანაწილებაზე, ბაზარი ვერ ახერხებს გრძელვადიანი განვითარების სტრატეგიული პრიორიტეტების გამოყოფას და რეალიზაციას;

– სანამ არ არის ჩამოყალიბებული სრულყოფილი საბაზრო ინფრასტრუქტურა და ეფექტურად ვერ მუშაობს საკანონმდებლო სისტემა, სახელმწიფომ აქტიურად უნდა შეუწყოს ხელი მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას;

ამიტომ, საბაზრო ურთიერთობების ფორმირების საწყის ეტაპზე, როდესაც ქვეყანაში ყალიბდება თამაშის ახალი წესები, სახელმწიფომ აქტიური რეგულატორის როლი უნდა შეასრულოს. სახელმწიფოს როლის ზრდის ტენდენციას ადგილი აქვს თვით განვითარებულ ქვეყნებშიც.

წამყვანი ინდუსტრიული ქვეყნების მშპ-ში სახელმწიფო დანახარჯების დინამიკა 1880–1998 წლებში[2]

ცხრილი 4

წლები / ქვეყანა	1880	1929	1960	1970	1980	1985	1990	1995	1998
ა შ შ	8,0	10,0	27,8	32,2	31.4	32,5	32,8	33,2	33,1
იაპონია	11,1	19,0	18,3	19,3	32,0	31,6	31,3	35,7	35,5
ინგლისი	10,0	24,0	32,6	39,3	43,0	44,0	39,9	43,2	39,7
გერმანია	10,0	31,1	32,0	37,6	47,9	47,0	45,1	49,5	47,4
საფრანგეთ	15,0	19,0	34,6	38,9	46,1	52,1	49,8	53,9	55,2
შვეცია	6,0	8,0	31,1	43,8	60,1	63,3	59,1	66,4	60,8

1. Доклад о мировом развитии 2000/2001г.
2. Word Development report, 1991 Washington 1991, p. 139. OECD. Economic Outlook, 1998, June P. A. 31.

გარდამავალ პერიოდში, საზოგადოებაში არ მოიპოვება სხვა ინსტიტუტი (გარდა სახელმწიფოსი), რომელსაც შეუძლია ქვეყნის განვითარების წინა პერიოდში დაგროვილი გამოცდილება აღმშენებლობის უმთავრეს ფაქტორად აქციოს. ამისათვის საჭიროა ქვეყნის განვითარების სწორი ანალიზი, სპეციფიკური პირობების გათვალისწინება და მომავალი უსაფრთხო განვითარების სტრატეგიის ობიექტად განსაზღვრა. უნდა მოხდეს შექმნილი მდგომარეობის ღრმა ანალიზი სტრატეგიული და ოპერატიული მიზნების რაციონალური კოორდინაცია. ბაზარსა და სახელმწიფოს შორის ორგანული ერთობის დამყარება. სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ცალკეული შემადგენელი ნაწილები სისტემურად, მიზეზ-შედეგობრივად უნდა იყოს დაკავშირებული ერთმანეთთან. აღნიშნულს ცხადია, თანამედროვე პირობებში, თავად ფორმირების პროცესში მყოფი საბაზრო მექანიზმები ვერ შეასრულებენ.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის თანამედროვე ეტაპის ძირითადი ამოცანა დაკავშირებულია მეწარმეობის მასშტაბების გაფართოებასთან. რესურსების დეფიციტის პირობებში ამ ამოცანის გადაწყვეტის საუკეთესო გზა მოსახლეობის სამეწარმეო აქტიურობის ამაღლებაა.

სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის პირობებში მცირე მეწარმეობა აკრძალული იყო. ქვეყნის ეკონომიკა ძირითადად იდგა მსხვილ წარმოებებზე, რომლებმაც გარდამავალ პერიოდში ვერ შეძლეს შეენარჩუნებინათ წარმოების მოცულობები.

მსხვილ საწარმოებთან კონკურენციულ ბრძოლაში მცირე ბიზნესი უპირველეს ყოვლისა იყენებს თავის უმთავრეს უპირატესობებს – მოქნილობას, მობილურობას, ტერიტორიული მანევრირების შესაძლებლობას. ამასთან დაკავშირებით შეიძლება გამოვყოთ ოთხი სტრატეგია, რომელთა მიზანია მსხვილ ფირმებთან კონკურენციის შემცირება მათთან კოორდინაციის გზით. პირველი ორი სტრატეგია უზრუნველყოფს ფირმის დამოუკიდებელ განვითარებას. შემდეგი ორი დაკავშირებულია მცირე და დიდი ბიზნესის კოოპერირებასთან:

1. კოპირების სტრატეგია. მოცემული სტრატეგიის ფარგლებში მცირე ფირმა ორი არჩევანიდან ირჩევს ერთ-ერთს:

- ლიცენზიით უშვებს დიდი ფირმის სამარკო საქონელს;

- ითვისებს და უშვებს მსგავს საქონელს ე.წ. "კოპიოს". "კოპიოს" კონკურენტუნარიანობა უზრუნველყოფილია მნიშვნელოვნად ნაკლებ ფასად, რამდენადაც პროდუქტის სამეცნიერო-კვლევითი დამუშავებას და სარეკლამო დანახარჯებს მსხვილი ფირმა თავად ანაზღაურებს;

2. ოპტიმალური სტრატეგია. წვრილმასშტაბიანი და სპეციალიზებული ბაზრების ათვისებაში მდგომარეობს. საქმიანობის იმ სფეროების ათვისებაში, რომლებშიც მსხვილი წარმოება არაეფექტურია. ოპტიმალურად ითვლება მცირე საწარმოსთვის. მაგალითად, პატარა მაღაზია, კაფე, საყოფაცხოვრებო მომსახურების ობიექტები, ცალკეული შეკვეთები, ინდივიდუალური და ელიტური საქონელი, არასტანდარტული მოწყობილობის გამოშვება და ა.შ. ორიენტირებულია ვიწროსპეციალიზებულ მოთხოვნაზე;

3. მსხვილი ფირმის პროდუქტში მონაწილეობის სტრატეგია. მსხვილი წარმოების ფარგლებში უფრო მეტი დანახარჯები მოდის წვრილი და ნაკლებტექნოლოგიური წარმოების უბნების წილად. ამიტომ, მსხვილ ფირმებს ხშირად ურჩევნიათ უარი თქვან აღნიშნული სახის სამუშაოებზე და მოახდინონ საჭირო ცალკეული დეტალებისა და მაკომპლექტებელი ნაწილების შესყიდვა მცირე ფირმებისაგან. თავის მხრივ მცირე ფირმა იღებს გარანტირებულ საიჯარო შეკვეთას;

4. მსხვილი ფირმის გასაღების სისტემაში მონაწილეობის სტრატეგია. პატარა ფირმები გამოდიან როგორც მსხვილი ფირმების პირადი წარმომადგენლები. ამასთან მონაწილეობენ მათ გამსაღებელ ქსელში (შეკვეთები, საქონლის გადაადგილება და რეალიზაცია, სერვისი და გაყიდვის შემდგომი მომსახურება). ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროებში მწარმოებელთა დანახარჯები გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე მრეწველობაში. ამიტომაც ბიზნესის ორგანიზაცია აღნიშნულ სფეროებში საჭიროებს მნიშვნელოვნად ნაკლებ სახსრებს. პატარა ფირმების კონკურენტუნარიანობა პირველ რიგში ელინდება მცირემასშტაბიან ბაზრებზე მოღვაწეობაში, ანუ მომხმარებლებთან უშუალო კონტაქტში.

მცირე და მსხვილი ფირმების წარმატებული თანამშრომლობის ფორმას ვაჭრობაში და მომსახურების სფეროში წარმოადგენს "ფრანჩაიზინგი". კონტრაქტის საფუძველზე მცირე ფირმა ღებულობს შესაძლებლობას გამოიყენოს ცნობილი სავაჭრო

მარკა, ბიზნესის დამუშავებული ტექნოლოგია და ა.შ. ეძლევა შესაძლებლობა მონაწილეობა მიიღოს ერთობლივ რეკლამაში. ამის გარდა მსხვილი ფირმა უზრუნველყოფს საბუღალტრო და სხვა კომერციული ხარჯების ცენტრალიზებულ მართვას. როგორც წესი, მცირე ფირმა უხდის მსხვილ ფირმას საწყის შენატანს, შემდეგ ურიცხავს გაყიდვების მოცულობიდან გარკვეულ პროცენტს. აკრძალულია კონკურენტი ფირმის საქონლის გაყიდვა. ბაზარზე დგინდება საკმაოდ მკაცრი ქცევის წესები. უფრო ხშირად ფრანჩაიზინგის სისტემას მიმართავენ და იყენებენ საზოგადოებრივი კვების, საცალო ვაჭრობის სფეროებში. მცირე და მსხვილი ბიზნესის ინტერესების წარმატებული შეხამება საშუალებას იძლევა გაკეთდეს დასკვნა იმის შესახებ, რომ პერსპექტივაში ფრანჩაიზინგი მიაღწევს შენდგომ განვითარებას, უპირველეს ყოვლისა, რასაკვირველია, მომსახურების სფეროში, მაგრამ მნიშვნელოვანი შედეგების მიღება შესაძლებელია ინოვაციების სფეროში.

ბიზნესში ჩართულ ადამიანთა წრის განსაზღვრის მიზნით, ვიხმაროთ ტერმინი "ბიზნეს-შრე". ბიზნეს-შრეს მიეკუთვნება ყველა მეწარმე და ადამიანი, რომელიც ამა თუ იმ ფორმით დასაქმებულია ბიზნესში, მათ შორის დაქირავებული თანამშრომლები. ეს არის კომერციული მოღვაწეობით დაკავებული სუბიექტების ერთობლიობა, რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ მოგების მიღების მიზნით.

მათ რიცხვს განეკუთვნება:

– საკუთრივ მეწარმეები არიან პიროვნებები, რომლებსაც გააჩნიათ საკუთარი ბიზნესი და ხელმძღვანელობენ მას თავად, ან მინდობილი აქვთ მენეჯერებისათვის. აღნიშნული ფენა წარმოადგენს საზოგადოების ერთ-ერთ გავლენიან სოციალურ ჯგუფს;

– ბიზნეს-მენეჯერები. ხელმძღვანელობენ ამა თუ იმ ბიზნეს ობიექტს. მაგალითად, მაგდონალდსის მენეჯერი. მენეჯერები მეწარმმებისაგან იმით განსხვავდებიან, რომ მართავენ სხვის კაპიტალს და გადაწყვეტილებებს ღებულობენ უფრო შეზღუდულ სფეროში. თავის მხრივ მენეჯერი შეიძლება მოღვაწეობდეს სახელმწიფო საწარმოში ან კერძო ფირმაში. ამ დროს სამსახურში აყვანის და მუშაობის განსხვავებული სპეციფიკაა.

– ნახევრადმეწარმეები. ნახევრად მეწარმედ ითვლება ბიზნეს-შრის ის ჯგუფი, რომლებიც სამეწარმეო საქმიანობით დაკა-

ვებული არიან შეთავსებით: სპეციალისტები, რომლებიც მაღალი კვალიფიკაციის შედეგად ღებულობენ შეკვეთებს. მაგალითად, ადვოკატები, პროგრამისტები, ანალიტიკოსები და ა.შ.

– თვითდასაქმებულები: საქმიანობენ წვრილ ბიზნესში, ძირითადად ოჯახის პირობებში რეპეტიტორობა, კერძო გაკვეთილები, სახლის დალაგება, ბავშვის და მოხუცებულის მოვლა და ა.შ.

– დაქირავებულები – კომერციული სტრუქტურების საშუალო და ქვედა რგოლის თანამშრომლები, რომელთა ანაზღაურება დამოკიდებულია მათ კვალიფიკაციაზე და შესრულებულ სამუშაოზე.

ბიზნეს-შრის წარმომადგენელი მოქალაქეები საგრძნობლად უკეთ ცხოვრობენ ვიდრე ის პირები, რომლებიც ბიზნესთან არ არიან დაკავშირებული. ასევე ბუნებრივია დაქირავებული შრომა არ იძლევა იმდენ შემოსავალს რამდენსაც ღებულობენ მაწარმები საკუთარი ბიზნესით.

პოსტსოციალისტური ქვეყნები ბიზნეს-შრის მონაცემებით შეიძლება პირობითად ორად დავყოთ. პირველს განეკუთვნება უკვე წარმატებების მქონე გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნები – უნგრეთი, ჩეხეთი. მეორეს ქვეყნები სადაც რეფორმები ჩატარდა და მიმდინარეობს ნაკლებად წარმატებით – რუსეთი და საქართველო. თუ პირველ ქვეყნებში ბიზნეს-შრე შეადგენს შესაბამისად მოსახლეობის 18,5% და 16,9%. რუსეთში არის 11,9%. სამწუხაროდ საქართველოს ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი აქვს 8,6%. აღნიშნული იმაზე მეტყველებს, რომ საჭიროა მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა. როგორც ქვემოთ ცხრილიდან ჩანს საქართველოს სხვა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებთან შედარებით, მაინცდამაინც არ გააჩნია მეწარმეობისათვის მიმზიდველი სოციალურ-ეკონომიკური გარემო. დღეს ბევრს საუბრობენ სახელმწიფოს განსაკუთრებულ როლზე გარდამავალ ეკონომიკაში. სამწუხაროდ, ჩვენთან ეს როლი ვერ ხორციელდება სათანადოდ.

საბაზრო ეკონომიკა ეფექტურია იქ სადაც შექმნილია მისი ფუნქციონირებისათვის აუცილებელი გარემო. სახელმწიფოს ჩარევამ შეიძლება ერთდროულად ორი მიმართულებით, ლეგალური ან ჩრდილოვანი გზით განავითაროს მეწარმეობა. ამიტომ გააზრებული უნდა იყოს ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევის პოლიტიკა.

ბიზნესის წარმართვის მიმზიდველობის ექსპერტული შეფასებები პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში (1998-2004 წ.წ)[1]

ცხრილი 5

№	ქვეყნები	ეკონომიკური ზრდა	კორუფცია და კრიმინალი	სტაბილიზაცია	უსაფრთხოება	მწარმოებლურობა	ინფრასტრუქტურა	ბანკები	გადასახადები
1	ჩეხეთი	7,3	8,6	8,8	9,1	8,4	9	8,9	7,1
2	სლოვენია	7,6	9,3	8,3	9,1	8,9	9,3	8,9	6,6
3	პოლონეთი	8,8	8,6	6,9	9,1	8,6	8,1	8,6	6,9
4	უნგრეთი	4,9	8,8	6	9,1	9	9,4	9,5	6,3
5	სლოვაკეთი	7,6	6,6	8,5	6,9	7,3	7,9	7	6,4
6	ესტონეთი	7,6	7,1	6	7,4	6,8	6,9	6,9	6,3
7	ლატვია	6,3	6,6	6,9	7	6,8	6,5	6,4	6,1
8	ხორვატია	5,6	6	8,9	6,9	6,3	6,8	6,3	5,3
9	ლიტვა	6,3	6,8	6,1	6,6	6,1	6	6	5,9
10	რუმინეთი	6	5	5,9	5,6	5,8	5,1	4,9	6,1
11	ბულგარეთ	5,4	5,6	4,5	5,9	5,8	6	4,9	5,1
12	მაკედონია	4,8	4,6	6,6	5,6	4,9	4,8	4,3	6,3
13	ალბანეთი	6,9	4,3	6,9	4,6	3,9	2,5	2,8	5,6
14	რუსეთი	3,9	2,3	3,6	4	4,6	4,4	5,5	3,9
15	მოლდოვა	4,1	3,5	5,3	4,3	4,5	3,8	3,6	5
16	სომხეთი	7,6	3	3,4	2,9	3,1	2,1	2,1	4,9
17	ყირგიზეთი	3,9	3,3	4,1	3	3,3	2,6	2,6	3,6
18	ყაზახეთი	2,4	2,9	3,5	3,1	3,8	3,5	3	4,1
19	იუგოსლავ.	2,9	2,6	2,3	3	4,4	4,1	4,3	3,5
20	უკრაინა	1,1	2,5	2,4	3,8	4,1	4,3	3	3
21	ბელორუსი	2	3,1	1	3,6	2,9	4,4	2	2,4
22	საქართველო	3,4	1,6	2,8	2,3	3,3	2	1,8	
23	აზერბაიჯანი	3	2,4	2	2,6	2,3	2	1,8	
24	უზბეკეთი	2,3	2	1,9	2,6	2,6	2,8	2,3	2,9
25	თურქმენეთ	2,9	2,9	0,6	2,5	2,3	2	1,8	3,1
26	ტაჯიკეთი	1,5	1,4	1,8	1,5	1,8	1.6	1,4	3

1. Central European Economic Review, December 1996. Vol. 3, № 10, P. 9.

2.4. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკა

ბოლო პერიოდში სახელმწიფო პოლიტიკა მცირე და საშუალო ბიზნესის სფეროში შესამჩნევად შეიცვალა. ცალკეულ ღონისძიებებს მცირე ბიზნესის მხარდასაჭერად მოჰყვა სოციალური პროგრამები, რომლებიც ორიენტირებულია მცირე მეწარმეობის განვითარებაზე, როგორც საზოგადოების ეკონომიკური ცხოვრების, აღორძინებისა და განვითარების პრობლემების გადაწყვეტაზე.

რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით[1]

ცხრილი 6

	2002	2003	2004	2005	2006
საქართველო - სულ	95549	107867	122692	147926	177831
მათ შორის:					
ქ. თბილისი	39898	45872	54464	69970	89197
აფხაზეთის ა.რ.	1161	1323	1414	1433	1451
აჭარის ა.რ.	4819	5135	5643	6356	7483
გურია	2631	2737	2864	3616	4164
იმერეთი	14188	15011	15789	16423	18199
კახეთი	7115	8941	9175	9477	10085
მცხეთა-მთიანეთი	3562	3945	4373	4816	5228
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	1123	1256	1331	1377	1454
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	5938	6736	7689	10245	12719
სამცხე-ჯავახეთი	2893	3185	3353	3538	3889
ქვემო ქართლი	7900	8747	10087	13106	15520
შიდა ქართლი	4321	4979	6510	7572	8442

მიუხედავად ქვეყანაში არსებული რთული ეკონომიკური სიტუაციისა მცირე ბიზნესის განვითარების დინამიკა ადასტურებს ეკონომიკის ამ სექტორის სერიოზულ პოტენციალსა და სიცოცხლისუნარიანობას

1. www.statistics.ge

მაგრამ არასწორი იქნებოდა გვემტკიცებინა, რომ ქვეყანაში მცირე მეწარმეობის განვითარებაში ყველაფერი კარგად არის. კერძოდ, საკმაოდ ხშირია შემთხვევები, როდესაც ახლად შექმნილი საწარმოები ვიდრე საქმიანობას შეუდგებოდნენ უკვე ლიკვიდაციას განიცდიან, იგივე ემართება ბევრ ფუნქციონირებად ერთეულებს ძირითადად ფინანსური სიძნელეების გამო. დაბალია მცირე ბიზნესის განვითარების ტემპი მრეწველობაში, რაც უმეტეს წილად განპირობებულია მათი პროდუქციის დაბალი კონკურენტუნარიანობით. ბოლომდე არაა გადაწყვეტილი სოციალურ-ეკონომიკური გარემოს კრიმინალიზაციის პრობლემა.

ერთი შეხედვით, ბიზნესის ისეთ სფეროებში, როგორიცაა სავაჭრო-საშუამავლო საქმიანობა, მცირე მეწარმეობა ვითარდება საკმაოდ სწრაფად. და თითქოს არც საჭიროებენ სპეციალურ სახელმწიფოებრივ მხარდაჭერას. მაშინ როდესაც საწარმოო და ინოვაციური სფეროები (განსაკუთრებით რეგიონებში), რომლებიც მნიშვნელოვან პოტენციალს ფლობენ განვითარებისათვის, განიცდიან ქვეყნის ხელისუფლების მხარდაჭერის მწვავე საჭიროებას.

ამასთან უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში ჯერ არ არსებობს სოლიდური სახელმწიფო სტრუქტურა, რომელსაც სრული პასუხისმგებლობით დაეკისრებოდა ამ სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის რეალიზაცია. სახელმწიფო პოლიტიკა გულისხმობს სრულყოფილი საკანონმდებლო უზრუნველყოფისათვის შესაბამისი სამართლებრივი "ველის" ფორმირებას. ფინანსურ-საკრედიტო და საგადასახადო პოლიტიკის შემუშავებას, კადრების მომზადებას, შესაბამისი ინფრასტრუქტურის ფორმირებას. მათ შორის საინფორმაციო ცენტრების და სხვა სტრუქტურების. დაბანდებული ინვესტიციების გამოყენების ეფექტურობას. ხელს შეუწყობს ყველა ამ საქმით დაინტერესებული უწყების კოორდინაციას მცირე ბიზნესის მხარდაჭერისათვის.

მნიშვნელოვანი პრობლემაა კონტრაბანდა, რომელიც ხელს უშლის მეწარმეობის განვითარებას, ადგილობრივი მეწარმე კონკურენციას ვერ უწევს იაფასიან, დაუბეგრავად შემოტანილი პროდუქციას. ნებისმიერი სახელმწიფო ამა თუ იმ დონით ახორციელებს ზომიერ პროტექციონისტულ პოლიტიკას, რათა დაიცვას ადგილობრივი მეწარმეობა ჩვენთან აღნიშნული პოლიტიკა თითქმის არ ხორციელდება.

შეიძლება ითქვას, რომ დღეს საქართველოს, ქვეყნის ეკონომიკური ინტერესების შესაბამისი ეროვნული საბაჟო პოლიტიკა არ გააჩნია. საბაჟო სისტემა ვერ უზრუნველყოფს ზომიერად პროტექციონისტური პოლიტიკის გატარებას. ფარული ვაჭრობის ლეგალიზაციას. ფალსიფიცირებული იმპორტული პროდუქციის აღკვეთას და ა.შ. საბაჟო პოლიტიკის ერთ-ერთი მიმართულება უნდა გახდეს სასაქონლო ნომენკლატურის ცალკეულ ჯგუფებად კლასიფიკაცია და თითოეული მათგანის მიმართ სპეციფიკური პოლიტიკის გატარება.[1] ცალკე უნდა გამოიყოს საქონლის ჯგუფი, რომლის შემოტანა (იმპორტი) საქართველოს არ ესაჭიროება. მაგალითად სოფლის მეურნეობის ძირითადი პროდუქცია. ამ ჯგუფის მიმართ უნდა განისაზღვროს მაღალი სატარიფო განაკვეთები. საქართველო ისტორიულად ითვლებოდა აგრარულ ქვეყნად. ჩვენთან არსებობს ტრადიციები უმეტესი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოების. მიუხედავად ამისა იმპორტული სასოფლო ნაწარმი საკმაოდ მრავალადაა. მათი გასაყიდი ფასი არც თუ ისე მაღალია. იაპონიაში მაგალითად ბრინჯის იმპორტზე საბაჟო გადასახადი 700%. ვინაიდან ამ ქვეყანას ძალუძს ადგილობრივი წარმოებით მოსახლეობის მთლიანი მოთხოვნის დაკმაყოფილება. განსხვავებით ენერგომატარებლების იმპორტისაგან, რომელზედაც ნულოვანი საბაჟო გადასახადი არსებობს.

მეორე ჯგუფში უნდა გაერთიანდეს საქონელი, რომლის წარმოება არ ხდება საქართველო'ში. მაგალითად, მსუბუქი ავტომობილები, რადიო და ტელე აპარატურა, კომპიუტერული ტექნიკა და ა.შ. ამ ჯგუფის საქონელზე უნდა დაწესდეს შედარებით დაბალი ტარიფები. მესამე ჯგუფში – საქონელი, რომელიც საქართველოში იწარმოება მაგრამ მოთხოვნილების სრულიად დაკმაყოფილების მიზნით საჭიროა მისი იმპორტი. მაგალითად, ნავთობი და ნავთობპროდუქტები, სამკურნალო საშუალებები, ხორბალი და ა.შ. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საბაჟო-სატარიფო განაკვეთების ისეთ დაბალანსებას, რომელიც ერთი მხრივ სტიმულს მისცემს იმპორტს, მეორე მხრივ ადგილობრივ სამამულო წარმოებას იმპორტულ პროდუქციასთან რეალური კონკურენციის გაწევის

1. მესხია ი.,რუხაია ფ.,საბაჟო პოლიტიკა როგორც ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოების ინდიკატორი,ჟ. მაკრო მიკრო ეკონომიკა,2003,№4,გვ. 37–40.

პირობები შეექმნება. საბაჟო განაკვეთები უნდა იყოს დიფერენცირებული, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყანაში ადგილობრივი წარმოების სტიმულირებას და მეცნიერებატევადი ტექნოლოგიების დანერგვას.

სოციოლოგიური გამოკვლევებით და მეწარმეებთან საუბრებით ბიზნესისი განვითარებაში მათ ყველაზე მეტად აწუხებთ:

– გადასახადების მაღალი განაკვეთები;

– საბანკო კრედიტის ნაკლებად ხელმისაწვდომობა, განსაკუთრებით ბიზნესის საწყის ეტაპზე;

– ინფორმაციის დეფიციტი: ბაზრის ანალიზის, ნედლეულის, მაკომპლექტებელი ნაწილების, ტექნიკის, ნოუ-ჰაუსა და სხვათა შესახებ;

– ნაკლებად კონკურენტული გარემო და მიზანმიმართული ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის უქონლობა;

– სააქციო კაპიტალის და საფონდო ბაზრების განუვითარებლობა;

– მარკეტინგის და მენეჯმენტის ცოდნის დაბალი დონე;

– ინტელექტუალური საკუთრების, მათ შორის საავტორო უფლებების დაუცველობა;

– საშუალო კლასის იდეურ-პოლიტიკური მხარდაჭერის არქონა;

– საზოგადოებრივი აზრისა და წარმომადგენლობითი ძალაუფლების დაბალი სტატუსი.

სახელმწიფოს ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება უნდა გახდეს ცივილური მეწარმეობის განვითარებისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა.

უნდა განისაზღვროს, თუ რა სჭირდება ადგილობრივ მეწარმეს, რათა შექმნას სიცოცხლისუნარიანი წარმოება და გაეწიოს დახმარება სამთავრობო მხარდაჭერის პოლიტიკის სახით. საქმიანობის ყოველ ეტაპზე მეწარმე სუბიექტი უნდა გრძნობდეს რეალურ მხარდაჭერას სამთავრობო სტრუქტურების მხრიდან. მთავარია სახელმწიფომ ყველა მეწარმე თანაბარ პირობებში ჩააყენოს. არ უნდა იყვნენ ე.წ. პრივილეგირებული მეწარმეები. სახელმწიფოს ძირითადი ფუნქცია სამართლიანობის დაცვა და კეთილსინდისიერი კონკურენციის უზრუნველყოფა უნდა გახდეს.[1]

---

1. ამაღლობელი დ., ჩიბუხაშვილი ა., მცირე ბიზნესი საქართველოში, თბილისი: საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ბიულეტენი №21, 1999, გვ.3-17.

რეგიონული პოლიტიკა.

მცირე საწარმოთა მოღვაწეობა ძირითადად ორიენტირებულია ადგილობრივ ბაზარზე, ლოკალური ეკონომიკის პრობლემების გადაწყვეტაზე და კარგად ეწერება ტერიტორიული განვითარების საერთო კონცეფციაში. მაგრამ, ადგილებზე ინფრასტრუქტურული მექანიზმების ფორმირების პროცესს ემატება ობიექტური წინააღმდეგობები. პირველ რიგში სოციოლ-კულტურული, რაც განპირობებულია მოსახლეობაში საბაზრო ჩვევების და გამოცდილების უქონლობით.

საწყის პერიოდში, შესაძლებელია, ბიზნეს სტრუქტურები და მექანიზმები ცალკეულ რეგიონებში თავისთავად, საბაზო მოთხოვნის და შექმნილი მდგომარეობის შესაბამისად, ჩამოყალიბდნენ. მაგრამ მომდევნო ეტაპზე, რეფორმების განვითარების კვალობაზე, სახელმწიფომ მართვის ადგილობრივი ორგანოების საშუალებით ხელი უნდა შეუწყოს მათ განვითარებას, რომ არ ამჯობინონ მათ ჩრდილოვან სექტორში საქმიანობა. უნდა გამოიყოს განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებები. გამოიყოს და შეირჩეს მართვის ყველაზე ეფექტური ფორმები, პ. -ში ჩამოყალიბებული მიმართულებების მიხედვით.

რეგიონული ორგანოები დამოუკიდებლად უნდა საზღვრავდნენ თავიანთ რეგიონში მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ძირითად მიმართულებებს. აგრეთვე იმ ღონისძიებების კომპლექსს, რომლებიც აუცილებელია მცირე საწარმოთა ადგილობრივ პრობლემებზე სტიმულირებისა და ორიენტაციისათვის.

რეგიონულ დონეზე განსახორციელებელია მცირე ბიზნესის ხელშემწყობი ინფრასტრუქტურის ფორმირება. კერძოდ ბიზნეს-პარკების, ბიზნეს-ინკუბატორების, სამეწარმეო ცენტრების, სამეცნიერო პარკების, მეწარმეობის მხარდამჭერი სააგენტოების და სხვა.

მეწარმეობის მხარდამჭერი რეგიონული ფონდების ფორმირებისათვის დაფინანსების ძირითადი წყარო უნდა გახდეს ადგილობრივი ბიუჯეტი. სახელმწიფო საწარმოთა პრივატიზაციისაგან მიღებული სახსრები, დამფუძნებელთა ქონება, დაბრუნებული საკრედიტო თანხები, იურიდიულ და ფიზიკურ პირთა ნებაყოფლობითი შენატანები.

ორგანიზაციულ-სამართლებრივი თვალსაზრისით ფონდები უნდა წარმოადგენდნენ სახელმწიფო ან არაკომერციულ ორგანიზაციას ან საზოგადოებრივ გაერთიანებას. მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის რეგიონული პროგრამები შეხამებული უნდა იყვეს მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ფორმირებად ინსტიტუციონალურ ინფრასტრუქტურასთან.

ერთიანი სისტემის ფარგლებში მეწარმეობის მხარდაჭერის ღონისძიებები, უნდა მოიცავდეს მეწარმეობის განვითარების ცენტრალურ და რეგიონულ ფონდებსა და მხარდაჭერის ცენტრებს. შედეგად, უნდა შეიქმნას ფართო ქსელი სააგენტოების, სასწავლო-საქმიანი და საინფორმაციო ცენტრების, ბიზნეს-ინკუბატორების, იურიდიული, სააუდიტო და კონსალტინგური ფირმების.

სწორედ ამიტომ მთავარ მიზანს მცირე მეწარმეობის სფეროში წარმოადგენს პირობების შექმნა მათი მყარი განვითარებისათვის, განსაკუთრებით, საწარმოო და ინოვაციურ სფეროებში, როგორც ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის მნიშვნელოვან წყაროში.

სამრეწველო წარმოების სფეროში მცირე ბიზნესის განვითარების პროგრამები ორიენტირებული უნდა იყოს სამომხმარებლო საქონლის წარმოებაზე. მშენებლობა მცირე ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი საწარმოო სფეროა. სამშენებლო სფეროში მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის მიმართულებათა განსაზღვრისას აუცილებელია ვითვალისწინებდეთ და ვიცავდეთ არსებულ სტრუქტურას და სამშენებლო მასალების რესურსების ბალანსს. საწარმოო სიმძლავრეებს, სამშენებლო ინდუსტრიის ტექნიკურ შემადგენლობას, აგრეთვე სამშენებლო სამუშაოების საკრედიტო-საფინანსო უზრუნველყოფას.

70-80% ახლად დაწყებული ბიზნესის ვერ პოულობს გაგრძელებას. ბუნებრივად ჩნდება კითხვა რატომ?

სამეწარმეო შესაძლებლობები (პოტენციალი) ესაა ეკონომიკური რესურსი, რომელსაც, ყველა ადამიანი ვერ ფლობს (პ.3.3). თანამედროვე სამეცნიერო. გამოკვლევების მიხედვით ამ უნარის ეფექტურად რეალიზაციისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პირობებს, რომელსაც ქმნის სახელმწიფო შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკით, სადაც გადამწყვეტია ჯანსაღი კონკურენციის დაცვა.

მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკით ხელი უნდა შეეწყოს კონკრეტულ ადამიანს და მთლიანად საზოგადოებას, მცირე ბიზნესისათვის კეთილსასურველი კლიმატის შექმნით. მეწარმეებზე ორიენტაცია მცირე და საშუალო ბიზნესის ეფექტური ფუნქციონირების მნიშვნელოვანი სტრატეგიული მიმართულებაა. იგი საშუალებას იძლევა წარმატებით გამოიყენებოდეს ყველაზე მთავარი რესურსი – ადამიანური ფაქტორი.

ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმი უნდა წარმოადგენდეს ლოგიკურად გამართულ ერთიან სისტემას, რომლის ელემენტებს შორის არსებობს მჭიდრო დინამიური ურთიერთკავშირი. იგი უნდა მოიცავდეს შემდეგ ელემენტებს:

1. საკანონმდებლო და ნორმატიული ბაზით უზრუნველყოფა: კონსტიტუცია, სამოქალაქო და საგადასახადო კოდექსები, სისხლის სამართლის და ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსები, კანონები მეწარმეობის, ანტიმონოპოლიური სამსახურის, დაზღვევის, რეკლამის შესახებ და ა.შ.

2. რეგულირების ინდიკატორთა (მაჩვენებელთა) სისტემა. ესაა მაჩვენებელთა ერთობლიობა, რომელთა ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელი იქნება დავადგინოთ მცირე ბიზნესში არსებული საერთო მდგომარეობა. მაგალითად, მცირე ბიზნესის ხვედრითი წილი მშპ-ში, მისი დარგობრივი სტრუქტურა და ა.შ.

3. რეგულირების ღონისძიებათა სისტემა (ეკონომიკური პოლიტიკა ამ სფეროში) გულისხმობს მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის განსაზღვრას და შესაბამისი მაკროეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავებას. ისეთი მაკროეკონომიკური კლიმატის შექმნას, რაც ხელს შეუწყობს ბიზნესის განვითარებას;

4. რეგულირების მეთოდებისა და ინსტრუმენტების ერთობლიობა მოიცავს ადმინისტრაციულ (აკრძალვა, ნებართვა, იძულება – ლიცენზირება, რეგისტრაცია) და ეკონომიკური (ფულადსაკრედიტო და საბიუჯეტო – ინვესტიციები, სხვადასხვა შეღავათები, სუბსიდიები, სახელმწიფო შესყიდვები და ა.შ.) ხასიათის ინსტრუმენტებს;

5. ბიზნესის მხარდამჭერ მაკროეკონომიკურ ინფრასტრუქტურა მოიცავს მცირე ბიზნესის განვითარების და უსაფრთხოების უზრუნველყოფის სააგენტოები და ცენტრები, დასაზღვეო

და სალიზინგო კომპანიები და ფონდები, ბიზნეს-ინკუბატორები, ტექნოპარკები და ა.შ.

6. სოციალური პოლიტიკის ფარგლებში შემოსავლების გადანაწილება და პოზიტიური საზოგადოებრივი კლიმატის შექმნა. ჯანსაღი კონკურენციის პრინციპების დაცვის უზრუნველყოფა და კეთილსასურველი საინვესტიციო პირობების შექმნა;

წარმატებული და უსაფრთხო მოღვაწეობისათვის ფირმა უნდა ახორციელებდეს გარე და შიდა სოციალური გარემოს მუდმივ ანალიზს. გარეს განეკუთვნება ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური, სამართლებრივი და სოციალური მდგომარეობა. შიდას – საწარმოს საკუთარი ეკონომიკა, რომელიც თავის მხრივ მოიცავს: ბიზნესის მართვას პროდუქციის რეალიზაციას, ფინანსურ, მატერიალურ და საკადრო უზრუნველყოფას და ა.შ.

საწარმოს მოღვაწეობის მთავარი მახასიათებელია მისი კონკურენტუნარიანობა, ესაა ფირმის რეალური და პოტენციური შესაძლებლობა აწარმოოს და რეალიზაცია მოახდინოს საქონლის და მომსახურების, რომელიც თავისი მახასიათებლებით (ფასი, ხარისხი) უფრო მისაღები იქნება მომხმარებლებისათვის ვიდრე კონკურენტის. კონკურენციის გაწევისათვის ფირმა მუდმივად უნდა ღებულობდეს საჭირო ინფორმაციას მიკროეკონომიკური უსაფრთხოების პრობლემებზე. საქართველოს სამეწარმეო გარემოს თავისებურებებზე. ასევე ჩრდილოეთ საქმიანობაზე, რაც ხელს უშლის სამოქალაქო საზოგადოების ფორმირებას.[1]

1.5 ინვესტიციების მართვა მსირე და საშუალო ბიზნესში

მიუხედავად პოზიტიური ცვლილებებისა, ბიზნესში კვლავ არსებობს პრობლემები: არასაკმარისადაა განვითარებული საბაზრო ინფრასტრუქტურა, იგრძნობა კვალიფიციური კადრების დეფიციტი. მაგრამ ყველა დროში ბიზნესის მთავარი პრობლემაა სასტარტო კაპიტალის უკმარისობა. ბოლო წლებში ამ მხრივ მდგომარეობა სასიკეთოდ იცვლება. ჩვენი ქვეყნის კომერციულ ბანკებთან ერთად კონკრეტული პროექტების დაფინანსების საქ-

1. ოთინაშვილი რ., ეკონომიკური უსაფრთხოება, ანალიზის ანტიკრიმინალური ასპექტები, თბილისი, 2005.

მეში მხარდაჭერის და მონაწილეობის სურვილს ამჟღავნებენ უცხოელი ინვესტორებიც. პოტენციური ინვესტორისათვის პროექტების წარდგენა დაფინანსებისათვის გულისხმობს ისეთი ბიზნეს-გეგმების დამუშავებას, რომლებიც პასუხობენ ერთის მხრივ საერთაშორისო სტანდარტებს, მეორე მხრივ – საქართველოს ეკონომიკის სტრატეგიული განვითარების ინტერესებს.

ფინანსები ბიზნესში იგივეა, რაც ცოცხალი ორგანიზმისთვის ჰაერი. მომგებიანი საქმის დასაწყებად აუცილებელია საწყისი კაპიტალი. ფუნქციონირებადი ფირმები მუდმუვად საჭიროებენ საბრუნავ კაპიტალს. მეწარმე მუდმივად ეწევა მიმდინარე ხარჯებს ნედლეულის, მასალების, ენერგოშემცველების და საგადასახადო ვალდებულებების ასანაზღაურებლად. შედეგად, იგი უნდა ერკვეოდეს საფინანსო მენეჯმენტის საწყისებში. შეეძლოს მიმდინარე და სამომავლო მოთხოვნების პროგნოზირება. ჯამური დანახარჯებისა და შემოსავლების განსაზვრა. შეეძლოს ძირითადი საფინანსო დოკუმენტაციის, ბალანსების, მოგება-ზარალი უწყისის, ანგარიშფაქტურების წაკითხვა.

საინვესტიციო პროექტის რეალიზაცია დამოკიდებულია ღონისძიებათა მთელი კომპლექსზე, რომლებიც საჭიროებს სათანადო კავშირების არსებობას საინვესტიციო ციკლის ყველა სტადიაზე – სახელშეკრულებო ბაზის მოწესრიგებას, დაფინანსების ყველა შესაძლო წყაროების მოზიდვას და ა.შ.

ინვესტიციური პროექტი შეიძლება განხორციელდეს სრული დაფინანსებით, ნაწილობრივი მონაწილეობით და მთლიანად დაბრუნებად საფუზველზე. გამოყოფილი სახსრების ანაზღაურება ხდება კრედიტზე პროცენტის გადახდის პრინციპით. შესაბამისად, თანხა ინვესტორს საერთოდ არ უბრუნდება, ნაწილობრივ უბრუნდება, უბრუნდება სრული მოცულობით ან მეტი ოდენობით სარგებლის პროცენტთან ერთად.

ინვესტიციების მოსაპოვებლად გარკვეული მნიშვნელობა ენიჭება საწარმოს საკუთრების ფორმას. უცხოური ინვესტორები პროექტზე საიმედო კონტროლის განსახორციელებლად უპირატესობას ანიჭებენ კერძო ფირმებს, ან ისეთ ფირმებს რომლებშიც სახელმწიფო საკუთრების წილი მინიმალურია.

ფინანსური სტრუქტურები (ბანკები) ამჯობინებენ დააფინანსონ მაღალშემოსავლიანი პროექტები უკუგების შედარებით

მოკლე ვადებით. ინტერესს იმსახურებს მაღალტექნოლოგიური პროექტები, რომლებიც გარანტირებულია უნიკალური შედეგების მიღებით. შედეგად, დასავლური პრაქტიკისაგან განსხვავებით, ბევრი ტექნოლოგიური თვალსაზრისით პროგრესული და სოციალურად მნიშვნელოვანი პროექტი ვერ პოულობს ინვესტორს. ბანკების მიერ ინვესტირება ხოციელდება ძირითადად კრედიტების სახით, რაც სხვადასხვა მიზეზით ხშირად მიუღებელია.

ინვესტიციების მიღების მსურველი პრეტენდენტები იყოფა რამდენიმე ჯგუფად:

1. ფირმა ისწრფვის მიიღოს სახსრები ნებისმიერი პირობით. ასეთი ფირმა ინვესტიციების მისაღებად მზად არის ნებისმიერი პროექტი წარადგინოს მოკლე ვადაში;

2. ფირმა წარადგენს საინტერესო და სოციალურად მნიშვნელოვან პროექტს, რომელშიც გათვალისწინებულია მხოლოდ წარმოდგენლი მხარეების ინტერესები. მაგრამ პროექტი ნაკლებად საინტერესოა პოტენციური ინვესტორისათვის. დაფინანსება ასეთ შემთხვევებში ასევე პრობლემატურია;

3. ფირმა წარადგენს ნაკლებად პერსპექტიულ პროექტს, რომელიც არის მათდამი წაყენებული მოთხოვნების თვალსაზრისით საუკეთესოდ დამუშავებული;

4. პირიქით, სავსებით მიმზიდველი პროექტები სამეწარმეო თვალსაზრისით, მაგრამ არასაკმაოდ დამუშვებული. ასეთი პროექტებისათვის აუცილებელია შემუშავებულ იქნეს სერიოზული ბიზნეს-გეგმა;

5. ფირმა, რომლის პროექტი სრულიად პერსპექტიულია, მაგრამ ბიზნეს-გეგმა ზედაპირულად არის შედგენილი;

6. ფირმა, რომლის პროექტები არა მარტო პერსპექტიულია, არამედ გაფორმებულია ბიზნეს-გეგმის სახით და პასუხობს ყველა, მათ შორის საერთაშორისო, სტანდარტებს.

ინვესტიციური პროექტის დაფინანსების წყარო შეიძლება გახდეს: ქვეყნის და ადგილობრივი ბიუჯეტები; საკუთარი და მოზიდული სახსრები ადგილობრივი და უცხოელი ინვესტორებისაგან (სახელმწიდფოებრივი და კერძო), საფინანსო ინსტიტუტებიდან და სხვა სპეციალიზებული ორგანიზაციებიდან; კერძო პირების სახსრები და ა.შ.

ბიზნეს-გეგმა გახდა პრინციპულად ახალი დოკუმენტი, ქარ-

თეელი მეწარმეების ფართო წრისათვის, რომლებიც წააწყდნენ სერიოზულ პრობლემებს, მისი შემუშავებისას სათანადო გამოცდილების და ცოდნის უქონლობის გამო. ბევრი მეწარმე, რომლებსაც წარმატებული ბიზნესი გააჩნიათ ნაკლებად ერკვევიან ფინანსურ საკითხებში.

საქართველოში ამჟამად არ არებობს სპეციალიზებული სტრუქტურა, რომელიც დაკავებულია სხვადასხვა საინვესტიციო პროექტების ექსპერტიზით მცირე და საშუალო ბიზნესის სფეროში. ამასთან ბიზნეს-გეგმების შემუშავების არსებული მეთოდები მოითხოვენ შემდგომ დახვეწას და საქართველოს პირობებთან ადაპტაციას.

შედეგად, მრავალი პესპექტიული პროექტი, რომელიც ფორმალურად არ პასუხობს მიღებულ კრიტერიუმებს, მაგრამ ტექნოლოგიურად და სოციალურ-ეკნომიკური თვალსაზრისით გამართლებულია, ხშირად დაიწუნება და რჩება ფინანსირების გარეშე. ამიტომ, საინვესტიციო პოლიტიკის ფარგლებში უნდა შეიქმნას ისეთი მექანიზმი, რომელიც ერთ მთლიანობაში მოაქცევს საინვესტიციო პროცესის ყველა სტადიას – დაწყებული ინვესტიციური პროექტის დამუშავებიდან დამთავრებული მისი ფინანსირების წყაროებით.

სისტემატიურ ხასიათს უნდა ატარებდეს ინვესტიციური პროექტების შერჩევა და ექსპერტიზა, მათი დაყვანა იმ დონემდე, რომელიც უზრუნველყოფს ივესტორების დაკმაყოფილებას. პროექტების განხილვა და შერჩევა წარმოებს სამ ეტაპად:

პირველ ეტაპზე ხდება პროექტების შერჩევა სასწავლო-საქმიანი ცენტრების და მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი რეგიონული სააგენტოების დონეზე. აღნიშნული ცენტრები ადგილებზე ავრცელებენ ინფორმაციას პროეტის შესახებ. ატარებენ კონსულტაციებს წამოჭრილ საკითხებზე. შემდეგ იგივე ცენტრები ახორციელებენ ბიზნეს-გეგმების წინასწარ ექსპერტიზას შესარჩევი კრიტერიუმებისადმი შესაბამისობის დასადგენად. შერჩეული პროექტები იგზავნება ცენტარლურ საექსპერტო საბჭოში კონკურსის მეორე ტურში მონაწილეობის მისაღებად.

მეორე ეტაპზე წინასწარი შერჩევის შემდეგ, სამეწარმეო პროექტებიდან ხდება შერჩევა ყველაზე უფრო ოპტიმალურის. ცენტრალური საექსპერტო საბჭო რეკოენდაციას აძლევს შემდეგ

ტურში მონაწილეობის შესახებ, რომელიც ტარდება სემინარის ფარგებში სათაურით "ინვესტიციური პროექტების შემუშავება და კომპლექსური ანალიზი.

სემინარზე ძირითადი აქცენტი გადატანილია გამოცდილი კონსულტანტების ინდივიდუალურ მუშაობაზე მონაწილეებთან. პროექტების შემდგომი დახვეწისათვის. შემდეგ სემინარის მონაწილეები ერთი თვის განმავლობაში წარადგენენ თავიანთ პროექტებს ცენტარლურ საექსპერტო საბჭოში, რათა რეკომენდაცია გაეწიოს საუკეთესო პროექტს კონკრეტული ინვესტორების წინაშე შემდგომი დაფინანსებისათვის.

პროექტების დათვალიერების პირველ ეტაპზე ბიზნეს-გეგმის დამუშავებისათვის და ტენქიკურ-ეკონომიკური დასაბუთებისათვის გამოიყენება განსხვავებული მეთოდები. მათი არჩევა დამოკიდებულია სხვადასხვა ფაქტორებზე. კერძოდ საჭირო ინვესტიციის სიდიდეზე. რეკომენდაცია ეძლევა შემდეგ სამუშაო სტრუქტურას:

1. მიმოხილვითი ნაწილი (რეზიუმე) – 2-3 გვერდი, რომელშიც მოკლედ გადმოცემულია საინვესტიციო პროექტის არსი;

2. ფირმის აღწერა. მისი ბიზნესის ისტორია, თანამედროვე მდგომარეობა, განვითარების მიზნები, ორგანიზაციული სტრუქტურა, დამფუძნებლები, პერსონალი, მიღწევები, წილი ბაზარზე, ძირითადი კლიენტები და პარტნიორები;

3. პროდუქციის ან მომსახურების აღწერა – პროდუქციის დახასიათება და მისი უპირატესობა კონკურენტების პროდუქციასთან შედარებით;

4. ბაზრის ანალიზი და მარკეტინგის სტრატეგია – აღნიშნული ბაზრის დახასიათება, მისი განვითარების ტენდენციები. მომხმარებელთა დახასიათება, კონკურენტუნარიანობა, ფირმის ნაწარმის გასაღების სტრატეგია;

5. საწარმოო გეგმა;

6. ორგანიზაციული გეგმა;

7. ფინანსური გეგმა;

8. დანართები.

დღეს განსაკუთრებით მძიმე მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ დამწყები ფირმები და საწარმოები, რომლებიც არ ფლობენ სოლიდურ სასტარტო კაპიტალს, ქონებას, შესაძლებლობას მიიღონ

მძლავრი საწარმოებისა და ფინანსური ორგანიზაციების თავდებობა. მცირე ფირმების განვითარებას დამატებით ამუხრუჭებს მოწყობილობაზე საბაზრო ფასების განუხრელი ზრდა, რაც თავის მხრივ ზღუდავს მათზე მოთხოვნას.

სამრეწველო სფეროში ინვესტიციების ზრდის უქონლობამ შესაძლებელია რეალურად ეჭვს ქვეშ დააყენოს ქვეყნის ეკონომიკის საერთო გაჯანსაღების საქმეც.

საქართველოში ზოგიერთი კომერციული სტრუქტურების კუთვნილებაში მნიშვნელოვანი მოცულობის ფინანსური სახსრების არსებობის მიუხედავად, რომლებიც შეიძლებოდა გამოყენებული ყოფილიყო საინვესტიციო რესურსებად, შეიმჩნევა ქვეყნის შიგნით თავისუფალი კაპიტალის უკმარისობა. ყველაზე უფრო ინვესტიციების დეფიციტი იგრძნობა წარმოებაში, გადამამუშავებელ დარგებში, რომელთა სწრაფად აღორძინების საუკეთესო პოტენციური შესაძლებლობებია საქართველოში და ამასთან წარმოების აღნიშნული სფერო საკმაოდ მიმზიდველია მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის.

საინვესტიციო კლიმატის ზოგადი შეფასება, მიუხედავად ქვეყანაში სწრაფად ცვალებადი ეკონომიკური და ფინანსური სიტუაციისა, საშუალებას იძლევა ვილაპარაკოთ ამ სფეროში შენარჩუნებულ შემდეგ ძირითად ტენდენციაზე. მომავლის მიმართ ეკონომიკური პროგნოზირების განუსაზღვრელობის შედეგად პოტენციური ინვესტორები ამჯობინებენ არსებული თავისუფალი ფინანსური რესურსები ან მოზიდული თანხები ჩადონ სწრაფად გამოსყიდვის უნარიან კონიუნქტურიან პროექტებში და ოპერაციებში, უმეტესწილად სავაჭრო-შემსყიდველ და ფინანსურ -საშუამავლო სფეროებში.

მცირე მეწარმეობის საინვესტიციო კლიმატის გაუმჯობესებას შეუძლება ხელი შეუწყოს: საკანონმდებლო ბაზის გაუმჯობესებით, რომელიც უზრუნველყოფდა მცირე საწარმოთა განვითარებისათვის ხელშემწყობი რეჟიმის შექმნას; მცირე მეწარმეობისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერის გაძლიერებას ისეთი ინვესტიციებით, რომლებიც ფორმირდებიან გეგმიური საბიუჯეტო ანარიცხებით და რეალიზდებიან მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო ფონდების სისტემის ხაზით ცენტრალური და რეგიონული ქსელით. ამასთან, როგორც წესი დაბრუნებად საფუძვლებ-

ზე. საინვესტიციო რეგიონული პროგრამებისა და კონკრეტული სამეწარმეო პროექტების ფინანსირების მექანიზმების დანერგვას, რომელიც გულისხმობს სახელმწიფო სტრუქტურებისა და კომერციული ინსტიტუტების წილობრივ მონაწილეობას (ბანკების, სხვადასხვა ფონდების და ა.შ.); მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურის ელემენტების შექმნას.

როგორც პ.1.3-ში აღვნიშნეთ ცივილურ ქვეყნებში სახელმწიფო აქტიურად მონაწილეობს მცირე ფირმების ფინანსური პრობლემების გადაწყვეტაში. კარგი იქნება თუ საქართველოშიც შეიქმნება მხარდაჭერის მსგავსი სისტემა. მაგალითად, „მეწარმეობის მხარდაჭერისა და კონკურენციის განვითარების სრულიად საქართველოს ფონდი", რომელიც განახორციელებს ურთიერთთანამშრომლობა შესაბამის ფონდებთან და მათ რეგიონულ ფილიალებთან. ფონდები იმოქმედებენ მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის პრიორიტეტების საზღვრებში, რომლებიც განისაზღვრება საქართველოს მთავრობის მიერ გამოყოფილი რესურსების ანაზღაურებისა (შეღავათიანი პროცენტით) და დაბრუნებადობის პრინციპებით.

სხვადასხვა კომერციული სტრუქტურების საინვესტიციო აქტიურობის ანალიზის შედეგები გვიჩვენებს, რომ ისინიც იჩენენ ინტერესს საწარმოო ხასიათის ბიზნეს პროექტების დაფინანსებისადმი. მაგრამ საბანკო კრედიტების ჯერ კიდევ შედარებით მაღალი საპროცენტო განაკვეთები აიძულებს მეწარმეებს უარი თქვან კომერციული ბანკების მომსახურებაზე. იმედი ვიქონიოთ, რომ მალე 2-4-ჯერ გაიზრდება მეწარმეების მხარდამჭერთა რაოდენობა. შესაბამისად გაიზრდება იურიდიულ პირთა - გადასახადის გადამხდელთა რაოდენობა; დაჩქარდება მოსახლეობის დასაქმების პრობლემის გადაწყვეტა; უფრო ფართოდ და აქტიურად წარიმართება კომერციული სტრუქტურების არასაბიუჯეტო წყაროების ჩართვა საწარმოო ბიზნესში.

ეკონომიკური განვითარების უმნიშვნელოვანეს წყაროს წარმოადგენს საქართველოს მიერ ტრანსეროვნული ბაზრების განვითარების ტენდენციებისათვის ფეხის აწყობა. ამისათვის საჭიროა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის ფორმირება. მართვის ნაწილის ფუნქციების ტრანსნაციონალური სტრუქტურებისათვის

გადაცემით ქვეყანა მიიღებს ფინანსური ნაკადების შემოდინების კარგ შესაძლებლობას. ასეთი ინვესტიციები კი, როგორც წესი, უშუალოდ არის დაკავშირებული უახლესი ტექნოლოგიებისა და მოწყობილობის იმპორტთან. შედეგად, საზღვარგარეთული ინვესტიციური პროექტების განხორციელება საშუალებას მოგვცემს საქართველოს ეკონომიკაში შეიქმნას მაღალტექნოლოგიური სფეროები, რაც ჩვენი ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გარანტიაა.

ეკონომიკური განვითარების მეორე წყარო დაკავშირებულია ინვესტიციების შინაგანი ბაზის გააქტიურებასთან, მათ ეფექტურ გამოყენებასთან. ამ სფეროში გონიერული პოლიტიკის გატარება დამოკიდებული იქნება სამრეწველო წარმოების კომპლექსურ რეორგანიზაციასთან მიკრო დონეზე და სტაბილური პოიტიკის გატარებასტან მაკრო დონეზე. შინაგანი ზრდაზე ორიენტაცია გულისხმობს უპირატესად იმ წარმოებებისა და საინვესტიციო პროექტების მხარდაჭერას, რომლებიც უზრუნველყოფენ მასიურ მოთხოვნას მაღალი ფასობრივი ელასტიურობით. ინფლაციის დაბალი ტემპების პირობებში მსგავსი პროექტების რაციონალურ შერჩევას შეუძლია უზრუნველყოს წარმოების სწრაფი ზრდა მაღალი და საშუალო ტექნოლოგიებით, რომლებიც ორიენტირებული იქნება იაფი პროდუქციის ბაზრებზე.

ხელისუფლებამ უნდა აიღოს კურსი ხანგრძლივადიანი ნაციონალური ინტერესების უზრუნველყოფაზე. ინვესტირების მიმართულებათა არჩევა უნდა განხორციელდეს ეკონომიკური განვითარების ხანგრძლივი ციკლების გათვალისწინებით და ორიენტირება უნდა მოხდეს პერსპექტიული დარგების მხარდაჭერაზე.

აქცენტი უნდა გაკეთდეს საქართველოსთვის ტრადიციულ სფეროებზე მელვინეობა, მეჩაიეობა, მეციტრუსეობა, მეხილეობა, მებოსტნეობა და მათ ბაზაზრ საკონსერვო მრეწველობის განვითარება. ინვესტიციებისათვის მხარდაჭერა და ეკონომიკის ამ სექტორში საგადასახადო შეღავათების დაწესება სახელმწიფოს უკან დაუბრუნდება განვითარებული მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი სფეროებით.

ინოვაციური განვითარების საწყის ეტაპზე, ჩვენი აზრით, საჭირო იქნება მაღალტექნოლოგიური სექტორის ლიზინგური და საიჯარო მექანიზმების გამოყენაბა. სწორედ ამ სფეროშია ხან-

გრლიევადიანი მდგრადი და კონკურენტუნარიანი ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა.

აუცილებელია მსოფლიო წარმოების წამყვანი ფირმების ბიზნეს-ორგანიზაციისა და ბიზნეს-მექანიზმების კვლევა-მონიტორინგი და ქვეყანაში არსებული ბიზნესის ეფექტური ფორმების ელიტური შერჩევა. ახალ მენეჯმენტში ინვესტიციები – ესაა ინვესტიციები ადამიანურ რესურსებში, რომლებსაც პოსტინდუსტრიულ ქვეყნებში პრიორიტეტული მდგომარეობა უკავია.

სახელმწიფომ მხარი უნდა დაუჭიროს ისეთ პროექტებს, რომლებიც პასუხობენ და შეესაბამებიან წარმოებისა და მომსახურების სფეროს სოციალურად მნიშვნელოვან მიმართულებებს (კვების პროდუქტების წარმოება, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის გადამუშავება და ა.შ.). ამასთან ასეთი მხარდაჭერის აქცენტები შესაძლებელია განსხვავებულად იქნეს გამოყენებული რეგიონულ ასპექტში.

თავი III.

მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პრაქტიკული და მაგოყენებითი ასპექტები

3.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ძირითადი დეტერმინანტები და მიმართულებები

დღეს მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის საშუალებებისადმი განსხვავებული მიდგომები არსებობს. მოწინავე გამოცდილების საქართველოს პირობებთან ადაპტაციისათვის, საჭიროა მოხდეს გადასვლა კონცეპტუალურ საფუძველზე დამყარებულ მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის შემდეგ ძირითად მიმართულებებზე:

– საბაზრო ინფრასტრუქტურის ფორმირება და განვითარება;

– საგადასახადო შეღავათების სისტემა, ხელს უწყობს მცირე ბიზნესის ლეგალურ განვითარებას;

– შეღავათიანი მიზნობრივი დაკრედიტება. ფინანსური დახმარების პროგრამები, ბიზნესის დაწყების, გაფართოებისა და მოდერნიზაციისათვის. მოწყობილობის და ნედლეულის შესაძენად და ა.შ.;

- უმუშევრობისადმი დახმარების სახელმწიფო პროგრამები, სტიმულს აძლევს მსურველებს საკუთარი საქმის დაწყებაში;

– მცირე ფირმების ინოვაციური მოღვაწეობის და სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების განვითარების პროგრამები;

– რეგისტრაციის და ლიცენზირების გამარტივებული წესის შემოღება;

– საჭირო ინფორმაციის შეგროვება, შენახვა, ანალიზი და პროგნოზირება;

– სანედლეულო, მატერიალურ-ტექნიკურ და სხვა სახის რესურსებთან მისაწვდომობის შეღავათიანი პირობების შექმნა;

– თანამშრომლების და ხელმძღვანელობის მომზადება და კვალიფიკაციის ამაღლებაში დახმარება;

- მომზადება სასწავლო კურსების, საინფორმაციო ბიულეტი-

ნების, მეთოდური გამოცემების, გამოკვლევების ჩატარება ბიზნესის მართვის პრობლემებზე;

– სახელმწიფო შესყიდვები კერძო ბიზნესიდან და მხარდაჭერა სახელმწიფო კონტრაქტების მიღებაში;

– მეწარმეობის ახალი დარგებისა და მიმართულებების განვითარების ხელშეწყობა;

- მცირე ბიზნესის განვითარების რეგიონული ცენტრების ფართო ქსელი ცენტრალური, ადგილობრივი რესურსების კოორდინაციისათვის.

- დახამარება საგარეო-ეკონომიკური მოღვაწეობის განხორციელებაში საერთაშორისო ეკონომიკურ ურთიერთობებში: ექსპორტ-იმპორტის, სამეცნიერო-ტექნიკურ, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაში მხარდაჭერა;

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ფართოდაა გავრცელებული ბიზნესის ხელშეწყობის სახეები – ლიზინგი და ფაქტორინგი. ლიზინგი წარმოადგენს მოძრავი და უძრავი ქონების იჯარას მისი ამორტიზაციის ანაზღაურებით. მცირე და საშუალო ფირმას შეუძლია ლიზინგის ვადის ამოწურვის შემდეგ განახორციელოს იჯარით აღებული ქონების გამოსყიდვა ნარჩენი ღირებულების მიხედვით.

ფაქტორინგი ნიშნავს ბანკის ისეთ შუამავლობას საწამოების მიმართ, როდესაც ფირმების პარტნიორებთან ანგარიშსწორების მოვალეობის შესრულებას ბანკი თავის თავზე ღებულობს.

მცირე და საშუალო საწარმოები იქმნებიან და ფუნქციონირებენ საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში, რაც ადასტურებს ბიზნესის შეუცვლელ როლს საზოგადოების ცხოვრებაში. ბიზნესში სულ უფრო მეტად ერთობიან ენერგიული, საქმიანი ადამიანები, პერსპექტიული იდეებითა და პროექტებით. მცირე საწარმოთა უმეტესობა იქმნება ვაჭრობაში, საყოფაცხოვრებო და კომუნალურ მომსახურებაში, გადამამუშავებელ მრეწველობაში და მშენებლობაში. სწრაფად ვითარდებიან მცირე ფირმები, რომლებიც ეწევიან საქმიან და პროფსიონალურ მომსახურებას (დაცვა, ექსპლუატაცია, რემონტი, გაყიდვის შემდგომი მომსახურება, კონსულტირება, საფინანსო მომსახურება და ა.შ.), სოციალურ (განათლება, სამართლებრივი მომსახურება და კონსულტირება, პერსონალური მომსახურება, სატრანსპორტო მომსახურება და

ა.შ.), აგრეთვე გასართობი მომსახურება (თეატრები, სპორტი, კლუბები, დისკოტეკები) და ა.შ.

ბიზნესზე მოქმედი გარე ფაქტორები. ფირმები და ორგანიზაციები მოქმედებენ გარკვეულ გარემოში, რომელიც მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს მათ საბაზრო პოზიციებს. ბიზნესის წარმატებულ ფუნქციონირებაზე მოქმედებენ შემდეგი გარე მაკრო და მეგა ეკონომიკური ფაქტორები:

- პოლიტიკური. ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური სტაბილურობა. ხელისუფლებისა და ოპოზიციის პოზიციები და ურთიერთდამოკიდებულება;

- ეკონომიკური. ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალი და ეკონომიკური განვითარების დონე. ინფლაციის მასშტაბები, ეროვნული ვალუტის კურსის სტაბილურობა, სპოცენტის სიდიდე საბანკო კრედიტზე და ა.შ.;

- სამართლებრივი გარემო. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა, სამოქალაქო, საგადასახადო, საბაჟო კანონმდებლობები და მათი შესრულების ხარისხი;

- -ბუნებრივი-კლიმატური და გეოგრაფიული პირობები. ტერიტორიული და სანედლეულო რესურსები;

- ფიზიკური მეცნიერულ-ტექნიკური სამეცნიერო-საწარმოო ბაზის დონე, ხანგრძლივვადიანი პროგრამების შესატყვისი ხასიათი, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის გავლენა და ა.შ.

- ინერციული და მემკვიდრეულობითი ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავენ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მიმართულებას;

- სოციალურ-კულტურული ცხოვრების წესი და მომხმარებლის ქცევის სტილი, ზნეობრივი და რელიგიური ნორმები, ადამიანური რესურსების შინაარსი (ხასიათი);

- მსოფლიო ეკონომიკა და გლობალური პროცესები კლიმატის დათბობა, დარგობრივი ციკლები და ა.შ.;

ჩამოთვლილი ფაქტორების რაციონალური გათვალისწინება საშუალებას იძლევა უფრო საიმედოდ იქნეს გამოყოფილი და გამოყენებული პერსპექტიული ბაზრები. დადგინდეს მათი საზღვრები, ჩატარდეს სეგმენტაცია ამა თუ იმ ნიშნების (მახასიათებლების) მიხედვით, რაც თავის მხრივ პირდაპირ ზემოქმედებს ეკონომიკური განვითარების ეფექტურობაზე. მათ შორის მცი-

რე მეწარმეობის მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურული მექანიზმის ფორმირებაზე.

სანამ გადავიდოდეთ უშუალოდ ბიზნესის გარემომცველ ინფრასტრუქტურულ გარემოზე. გავიხსენოთ ნებისმიერი საწარმოო პროცესის ძირითადი ამოცანები, რომლებიც უნდა გადაწყვიტოს ნებისმიერმა ეკონომიკურმა სისტემამ.

რა უნდა იქნეს წარმოებული და რა რაოდენობით? ეკონომიკური სიკეთეების როგორი ნაკრები უფრო სრულად დააკმაყოფილებს საზოგადოების მოთხოვნილებებს? როგორ დავგეგმოთ აღნიშნული პროცესი? ამ ამოცანების გადაწყვეტის გზების ძიება მიმდინარეობს სამი მიმართულებით:

- რა იყო ადრე. ანუ წინა ციკლის „წარმოება-მოხმარება" გათვალისწინება რაოდენობრივი დანახარჯების ოპტიმიზაციისათვის;

- რა არის დღეს. მოსახლეობისა და ორგანიზაციების მიმდინარე მოთხოვნაზე ორიენტაცია.

- რა იქნება ხვალ ანუ მომავალი შესაძლებლობების პროგნოზირება.

პირველი მიმართულების ამოცანების გადაწყვეტის მთავარ საშუალებად გამოდის სტატისტიკური მონაცემების ანალიზი. მეორეს – ფასების რეგულირება. მესამის – მომავლის პროგნოზირება.

როგორ ვაწარმოოთ? როგორ უნდა იქნეს ორგანიზებული წარმოება? როგორ გავანაწილოთ შეზღუდული მოცულობის რესურსები დარგებს შორის? რომელმა საწარმოებმა უნდა მიიღონ და მოიპოონ პრიორიტეტი თითოეულ დარგში? როგორ მოხდეს რესურსების შეერთება და როგორი ტექნოლოგიები გამოვიყენოთ?

ეკონომიკური სისტემა უნდა უზრუნველყოფდეს არსებული რესურსების ოპტიმალური გამოყენების შესაძლებლობას დეფიციტური რესურსების გადანაწილების ხარჯზე. არარენტაბელური ბიზნეს სფეროებიდან ისეთებში, რომელთა პროდუქციაზეც არსებობს მაღალი მოთხოვნა. ამასთან უნდა განისაზღვროს მინიმალური ზღვარი იმ დარგებისათვის, რომლებიც აწარმოებენ პროდუქციას, რაც აკმაყოფილებს საზოგადოების საბაზრო მოთხოვნას.

სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ინფრასტრუქტურული მხარდაჭერა მცირე და საშუალო ბიზნესის იმ სახეებისადმი, რომლებიც პასუხობენ ზემოთ ჩამოთვლილ მოთხოვნებს.

3.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინფრასტრუქტურული უზრუნველყოფა

შეზღუდვა, რომელიც სერიოზულად ხელს უშლის და ეწინააღმდგება მცირე ბიზნესის განვითარებას, წარმოადგენს საბაზრო ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობა. ბიზნესის კარგად განვითარებული ინფრასტრუქტურა საშუალებას იძლევა კომპენსირებულ იქნეს სახელმწიფოებრივ მართვასა და ბაზრის თვითგანვითარებას შორის არსებული წინააღმდეგობები.

მცოფლიო გამოცდილების მიხედვით (პ.), მცირე და საშუალო ბიზნესის ცივილური განვითარებისათვის აუცილებელია ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ფორმირება, რომელიც განვითარებულ ქვეყნებში ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 50-იანი წლების შუა პერიოდიდან იწყება.

ინფრასტრუქტურა ლათინური წარმოშობის სიტყვაა და ნიშნავს ინფრა – დაბალს, ქვეითს. სტრუქტურა – განლაგებას, ნაგებობას. ე.ი. ინფრასტრუქტურა ნიშნავს ქვესისიტემის აგებულებას, რომელიც უზრუნველყოფს ზედა სისტემის ნორმალურ ფუნქციონირებას. ინფრასტრუქტურა არსებობს:[1] საწარმოო (ტექნოლოგიური), სოციალური და ინსტიტუციონალური (ორგანიზაციული):

– საწარმოო: გზები, გვირაბები, ხიდები, ნავსადგურები, კავშირგაბმულობის საშუალებები და ა.შ.;

– სოციალური: სკოლები, ჯანსაცვის ობიექტები, კინოთეატრები და ა.შ.

– ინსტიტუციონალური: ბანკები, ბირჟები, აუდიტორული და საბროკერო ფირმები კომპანიები, საინფორმაციო კომუნიკაციის საშუალებები: ტელე-რადიოკომუნიკაცია, ანალიზური და საკონსულტაციო ფირმები და ა.შ.

საწარმოო ინფრასტრუქტურა ინსტიტუციურ ინფრასტრუქტურასთან შედარებით წარმოადგენს შედარებით კაპიტალტე-

1. *ბაკაშვილი ნ.*, საბაზრო ინფრასტრუქტურა,თბ.2004.-408გვ.

ვად ობიექტებს, რომლებიც გამოირჩევიან საკუთრების ფორმების მრავალსახეობით. ასეთი განსხვავება გვაიძულებს ყურადღებით მოვეკიდოთ მცირე ბიზნესისათვის მხარდაჭერის ინსტიტუციონალურიდან საწარმოო მხარდაჭერაზე გადასვლის საკითხებს: ერთის მხირივ, აუცილებელია უზრუნველყოფილ იქნეს განსახორციელებელი ზომების მემკვიდრეობითობა. ხოლო მეორე მხრივ, უნდა გავითვალისწინოთ იმ სტრუქტურების თავისებურება, რომლებიც უზრუნველყოფენ წარმოებას.

ინფორმაციული და ორგანიზაციული კომუნიკაციების ერთობა წარმოდგენს ინსტიტუციონალურ ინფრასტრუქტურას, რომლის დახმარებითაც ბიზნესი ამყარებს საქმიან ურთიერთობებს და ახორციელებს კომერციულ ოპერაციებს. სახელდობრ:

- ბანკების მიერ ფინანსური მომსახურების გაწევა;
  საბითუმო და საცალო გამყიდველების მომსახურება;
- შუამავლების მომმარაგებისათვის ნედლეულის, მაკომპლექტებელი მოწყობილობებით, მზა ნაწარმითა და საქონლით, პროდუქციის გასაღების მომსახურება;
- სპეციალიზებული ფირმებისა და დაწესებულებებისათვის პროფესიული მომსახურების შეთავაზება. მაგალითად, იურიდიული, ბუღალტრული, აუდიტორულის და სხვა;
- სასწავლო დაწესებულებები, მეწარმეების სწავლება და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლება;
- ბაზრის შემსწავლელი სააგენტოების (ინფორმაციის გაცემა ბაზრის შესახებ);

სარეკლამო და სატრანსპორტო სააგენტოების, სადაზღვევო კომპანიების, კომუნალური მომსახურებების გაწევა;

მცირე ბიზნესის კომპლექსური მხარდაჭერა ადგილებზე მოიცავს:

- ინფორმაციულ უზრუნველყოფას, მათ შორის რეკლამას;
  კადრების მომზადებას (საერთო და პროფესიონალური);
  პროფორიენტაციას;
- ბიზნეს-პროექტების. შერჩევას და მსვლელობის მიცემას;
- კონსალტინგს (ეკონომიკური, მმართველობითი, ტექნიკური საკითხები);
- ეკაუტინგს;
  მარკეტინგულ უზრუნველყოფას (გასაღება);

- ლიზინგს;
- ინჟინირინგს;
- კრედიტების მიღებას;
  დაზღვევას;
- ინვესტორებისათვის გარანტიების და კონტროლის განხორციელებას;

მცირე მეწარმეობისათვის კომპლექსური მხარდაჭერის ზემოთჩამოთვლილი მიმართულებები წარმოადგენს მისი ინფრასტრუქტურის ფორმირების საფუძველს.

მცირე ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ფორმირება უნდა მოხდეს პრობლემურ-რესურსული რუქის შედგენის გზით. ეს საშუალებას მოგვცემს ზუსტად გავერკვეთ არსებულ მონაცემებში და გამოვყოთ განვითარების მიმართულებები, რომლებშიც უფრო სრულად შეიძლება განხორციელდეს პარტნიორ-ინვესტორების ინტერესებისა და მცირე მეწარმეობის შესაძლებლობების შეთანხმება.

რუქის შედგენას ხელმძღვანელობს ხელისუფლების ცენტრალური ორგანოები რეგიონულ თვითმმართველობებთან კოორდინაციაში.

პრობლემურ-რესურსული რუკის ანალიზი მცირე ბიზნესის შესაძლებლობების გამოყენების თვალსაზრისით გვეხმარება გამოვიმუშაოთ ინფრასტრუქტურული განვითარების პოლიტიკა.

შესაბამისი ბიზნესის მიკრომარკეტინგული ანალიზის შედეგად, გამოვლინდება პოტენციური სამუშაო ადგილები, რომელთა შექმნაც ბუნებრივად პასუხობს ლოკალური ეკონომიკის საჭიროებას.

ინფრასტრუქტურის კონკრეტული ფორმები და ელემენტები, აგრეთვე მათი შიდა კონკურენტუნარიანობის ხარისხი დამოკიდებულია ადგილობრივი ბაზრის სპეციფიკაზე. უნდა მოხდეს რესურსების გამოყენების გამოკვლევა და მიღებული შედეგების მიხედვით შესაძლო ორგანიზაციული ფორმების დაარსება - საგამოფენო კომპლექსი, ინოვაციური ცენტრი, რეწვის განვითარების ცენტრი, საერთაშორისო ცენტრი, საგარანტიო ფონდი, ლიზინგური ფონდი, სავაჭრო კოოპერატივი, სადემონსტრაციო-დილერული ცენტრი, ურთიერთდაკრედიტების საზოგადოება, მცირე ბიზნესის არასახელმწიფოებრივი საპენსიო ფონდი და ა.შ.

მსგავსი გამოკვლევები უზრუნველყოფს ბიზნესის საჭირო ინფრასტრუქტურის შესაბამისობას ეკონომიკური განვითარების ადგილობრივ პროგრამებთან. მეწარმეობის მხარდაჭერის სტრუქტურებთან.

ბიზნესის განვიტარების რეგიონული ინფრასტრუქტურის შექმნა შეიძლება მიმდინარეობდეს ადგილებზე მეწარმეობისათვის მხარდაჭერის ცენტრების ქსელის გაფართოებით. ამ პროცესის მართვის ცენტრად შეიძლება გახდეს ერთ-ერთი რეგიონული ორგანიზაცია. მაგალითად,მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის დეპარტამენტი ან ცენტრი. დასაქმების სამსახურის სოციალური და საქმიანი ცენტრი და ა.შ.

რეგიონული ცენტრის ამოცანებში შედის: რეგიონული ქვეპროგრამების საინფორმაციო და მეთოდოლოგიური უზრუნველყოფის სისტემის ფორმირება. ახალი სამუშაო ადგილების ფორმირების ეფექტური მექანიზმის შექმნა. მეწარმეობის საკადრო მომზადება. პერსპექტიული ინოვაციური პროექტების შერჩევა და დანერგვა. ამ ამოცანების გადაწყვეტა მოითხოვს სახელმწიფო, რეგიონული და ადგილობრივი რესურსების სათანადო კოორდინაციას.

რეგიონულმა ცენტრებმა ადგილობრივ ადმინისტრაციებთან და რეგიონულ ფონდებთან, დასაქმების ცენტრებთან და სხვა დაინტერესებულ ორგანიზაციებთან ერთად უნდა კურირება გაუწიონ ადგილებზე მცირე (პატარა) ინფრასტრუქტურების ფორმირების პროცესს. ასეთი ფორმირების მექანიზმი უნდა ითვალისწინებდეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამებს, რომლებიც ითვალისწინებენ:

- ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის გაუმჯობესებას;

- ინფორმაციული ქსელების მეთოდოლოგიურ უზრუნველყოფას;

- ფინანსური სადაზღვევო და ინვესტიციური ინსტიტუტების განვითარებას;

- საწარმოო-ტექნოლოგიური და სოციალურ-საქმიანი ცენტრების, ბიზნეს-ინკუბატორების, ტექნოპარკების ქსელის გაფართოებას.

ამასთან აუცილებლად გვეჩვენება დასახელებული ინფრასტრუქტურების არა მარტო სრულიად შეერთება, არამედ რეგიო-

ნული გამოცდილების და ადგილობრივი მიღწევების ტირაჟირების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა. აუცილებელია სწავლების ახალი მეთოდები, მცირე საწარმოების ორგანიზაციის ახალი ფორმები, საინფორმაციო ქსელები, რაც საშუალებას მოგვცემს სწრაფად ავამოქმედოთ ინტელექტუალური, ორგანიზაციული, ტექნოლოგიური, ფინანსურ-კომერციული და ტერიტორიულ-სანედლეულო რესურსები.

ამ ამოცანების გადასაწყვეტად საჭიროა უფლებამოსილებათა რაციონალური გადანაწილება ცენტრალურ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეებზე. ასეთ შემთხვევაში ინფრასტრუქტურის ფორმირება დაიყვანება მცირე ბიზნესის ნამდვილი ადგილობრივი ფრაგმენტების ჩამოყალიბებამდე, რომლებიც აიგებიან ანალოგიური ორგანიზაციული სქემების მიხედვით. ეს საშუალებას იძლევა, ერთის მხრივ, ეფექტიანად შევათანხმოთ დღეს ფორმირებადი ინფრასტრუქტურები, მომავალში კი დაუკავშიროთ მათ ახლები. მეორეს მხრივ, შემდეგ ეტაპზე უზრუნველყოფილ იქნება ადგილობრივი ფრაგმენტების ბუნებრივი გაერთიანება (და თვითშეთანხმება) მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის რეგიონულ ინფრასტრუქტურაში.

მართვის ადგილობრივ დონეზე უნდა გამოვიყენოთ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურის ფორმირების შემდეგნაირი წესი:

- ბიზნეს-სკოლა, სასწავლო-საქმიანი ცენტრი;
- კონსალტინგური სამსახური;
- მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ასოციაცია;
- მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ცენტრი;
  ინფორმაციული სამსახური;
  ბიზნეს-ინკუბატორი;
  აუდიტორული ფირმა;
- ლიზინგური კომპანია;
- ურთიერთდაკრედიტების საზოგადოება;
- საწარმოო-დამნერგავი ცენტრი;
- ინვესტიციური კომპანია და ა.შ.

ინფრასტრუქტურული პოლიტიკის ფორმირებისათვის და მცირე ბიზნესის ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის შექმნის სახელშეკრულებო ბაზის უზრუნველსაყოფად მოცემულ ეტაპზე

აუცილებელია მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ასოციაციის შექმნა ან რაიმე სხვა ორგანიზაციული სტრუქტურის, რომელიც შეძლებს უზრუნველყოს ადგილობრივი ადმინისტრაციის, უწყებრივი სამსახურების და ფონდების, საეჭრო-სამრეწველო პალატის, კერძო კომპანიების, აგრეთვე მცირე ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ორგანიზაციების უფრო მჭიდრო ურთიერთობები.

ადგილებზე ინფრასტრუქტურის პროცესის მართვის ფუნქციები ხელში უნდა აიღონ მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ცენტრებმა. სხვა სტრუქტურებისაგან განსხვავებით ადგილობრივი ცენტრები ორიენტირებული არიან მეწარმეებთან და მცირე საწარმოებთან უშუალო კონტაქტებზე.

წამოჭრილ პრობლემათა ფართო წრის გადასაწყვეტად აუცილებელია ადგილობრივი ცენტრების ირგვლივ შეიქმნას (კონკურსულ საწყისებზე) 15-20 მცირე ფირმა ან ორგანიზაცია, რომლებიც ძირითადი საბაზრო ფუნქციების რეალიზებას განაახორციელებენ შემდეგი მიმართულებებით: საბაზრო ადაპტაციასა და სწავლებას, კონსალტინგს, მარკეტინგს, რეკლამას, დიზაინს, ინფორმატიკას, ვაჭრობას, ლიზინგს, ინჟინირინგს, ორგანიზაციულ-ფინანსურ და ტექნოლოგიურ თანხლებას. წარმოადგენენ რა სერვისული ქსელის რგოლებს, აღნიშნული სტრუქტურები უზრუნველყოფენ მცირე საწარმოების უშუალო მხარდაჭერასა და განვითარებას, აგრეთვე დამწყები მეწარმეების მიერ სასწავლო პრაქტიკის გავლას.

ამრიგად, ინფრასტრუქტურის ადგილობრივი ფრაგმენტები უნდა მოიცავდეს ადმინისტრაციულად მართულ ცენტრს, მის სერვისულ სისტემას და საკუთრივ თვით მცირე საწარმოებს. ინფრასტრუქტურული სფეროს შემდგომი განვითარება დაკავშირებულია მცირე ბიზნესის ინსტიტუციური მხარდაჭერის ორიენტირების შეცვლაზე.

ეკონომიკური ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობის შედეგად ეკონომიკური რეფორმები მუხრუჭდება. ამიტომ, ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ფორმირება, მისი მდგრადი განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებაა. სწორედ ინფრასტრუქტურული უზრუნველყოფა აძლევს საშუალებას ბიზნესს უკეთესად გამოიყენოს წარმოების ფაქტორები.

წარმოების ფაქტორები შეიძლება დაიყოს ორ ერთმანეთისა-

გან მკვეთრად განსხვავებულ ჯგუფად: 1. ადამიანური – აზროვნებისა და მოღვაწეობის შეუზღუდავი რესურსები. 2. შეზღუდული ბუნებრივი და ფიზიკური რესურსები. აღნიშნული რესურსები ბიზნესის კონტექსტში ტრანსორმირდებიან:

- კადრები – ადამიანები, ჯგუფები, კოლექტივები, მათი ცოდნების უშუალო პოტენციალი, უნარები, ჩვევები. საშემსრულებლო დონეები, ორგანიზაციული, სამეწარმეო და ტექნოლოგიური კულტურა;

- ინფორმაცია – ბიზნესის საინფორმაციო უზრუნველყოფა (ინტელექტუალური საკუთრება, ბიზნეს-იდეები, ბიზნეს-გეგმები, ბიზნეს-პროექტები და ა.შ.);

- ორგანიზაცია – იურიდიული და არაფორმალური ხასიათის მოლაპარაკებისა და შეთანხმების ფორმა, რომელიც განსაზღვრავს ცალკეული ადამიანების, ჯგუფებისა და კოლექტივების ქცევას, მათ შორის ურთიერთობის ფორმას;

- ტექნოლოგიები – ადამიანური რესურსების ტრანსფორმაცია ბიზნეს-მოღვაწეობის მექანიზმებში, რაც ხასიათდება ავტონომიურობით, შიდა გარემოს სიმყარითა და მუდმივობით. აღნიშნული აუცილებელია უარყოფითი საგარეო ზემოქმედებებთან წინააღმდეგობისათვის.

შეზღუდული რესურსებს განეკუთვნება კაპიტალი – საკუთრების ობიექტები და წარმოების საშუალებები, გაუსხვისებელი ბუნებრივი რესურსები, ფინანსური აქტივები, საბრუნავი ან საწარმოებისა და ორგანიზაციების თანაბარმნიშვნელოვნი საშუალებები და ა.შ.

დასახელებული ფაქტორული ჯგუფების შეერთება უზრუნველყოფს ბიზნესის პოტენციალის განვითარებას. წარმოადგენს ბიზნესის სტრატეგიული და ოპერატიული მართვის უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს. ამ პროცესისათვის სათანადო დონეზე მხარდაჭერა გულისხმობს საბაზრო ინფრასტრუქტურის ამოქმედებას.

3.3. სამენარმეო საქმიანობის ფსიქოლოგია

ამბობენ ბიზნესი ფსიქოლოგიაა. ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით, მეწარმედ შეიძლება მივიჩნიოთ ადამიანი, რომელიც მოქ-

მედებს გარკვეული მოტივებით. მათ შორის მთავარია ცხოვრებაში წარმატებების მიაღწევის სურვილი. მეწარმეობა ესაა პროცესი იდეიდან მის რეალიზაციამდე, რომლის შედეგად მიიღება მოგება.

ბიზნესის წარმატება დამოკიდებულია იმაზე კარგად გვესმის თუ არა ჩვენი საქმე. როგორ ვიცნობთ ჩვენს თანამშრომლებს, პარტნიორებს, კლიენტებს, კონკურენტებს. აღნიშნულ კითხვაზე პასუხი მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს ჩვენს წარმატებას.

სამეწარმეო უნარი (ნიჭი, შესაძლებლობები) ესაა ეკონომიკური რესურსი, რომელსაც, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ყველა ადამიანი ვერ ფლობს. ამ უნარის ეფექტურად რეალიზაციისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პირობებს, რომელსაც ქმნის სახელმწიფო შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკით (პ.2.4), სადაც გადამწყვეტია ჯანსაღი კონკურენციის დაცვა.

თანამედროვე სამეცნიერო გამოკვლევების მიხედვით გამორჩეული მეწარმეობრივი უნარით დაჯილდოებულია მოსახლეობის მხოლოდ 1%. რაც მათ საშუალებას აძლევს ასევე განსაკუთრებულ შედეგებს მიაღწიოს ბიზნესში, მეცნიერებაში, ხელოვნებაში, სპორტში და საერთოდ ცხოვრებაში.

5-6% ფლობს „მაღალ შემოქმედებით პოტენციალს" და რისკის პირობებში შეუძლია საქმის მაღალ პროფესიულ დონეზე წარმართვა. დანარჩენი 60-65% ესაა „ჩვეულებრივი ადამიანები", რომლებიც ფლობენ ზომიერ შემოქმედებით პოტენციალს. ხოლო მოსახლეობის 30%-ს საერთოდ არ გააჩნია მეწარმეობრივი მონაცემები.[1]

ჩვენი ექსპერტული შეფასებებით, ხელშემწყობ სახელმწიფო პოლიტიკას შეუძლია 20-30%-ით გაზარდოს მოსახლეობის სამეწარმეო პოტენციალი.

კონკურენცია მოითხოვს მეწარმეში განსაკუთრებული თვისებების არსებობას. ის უნდა იყოს ნათელი გონების, შრომისმოყვარე და მომჭირნე პიროვნება, რომელიც დაჯილდოებული იქნება ორგანიზატორული ნიჭით და შეეძლება:

– მიიღოს არასტანდარტული, ნოვატორული გადაწყვეტილებები ნებისმიერ, სიტუაციაში;

– შეიმუშაოს და მოამზადოს სარეალიზაციოდ ახალი კო-

1. *Мелия М.*, Бизнес это психология, М.2005.-329с.

მერციული იდეები. წინასწარ შეაფასოს ისინი. შემოსავლების პერსპექტიულობის თვალსაზრისით;

– ოპერატიულად შეაფასოს ინოვაციები მათი ეფექტურობის კუთხით. გამოამჟღავნოს და დანერგოს ახალი ტექნოლოგიები და ტექნიკა;

– გასწიოს რისკი;

– შეაგროვოს, გაანალიზოს და სისტემაში მოიყვანოს ინფორმაცია საბაზრო კონიუნქტურის შესახებ;

– შეძლოს მომხმარებელთა მოთხოვნის განსაზღვრა. შეაფასოს მათი მსყიდველობითუნარიანობა;

– გამოავლინოს ნედლეულის რესურსების და ბაზრების ახალი პერსპექტული წყაროები;

აღნიშნული საჭიროების შესაბამის ცოდნას ეკონომიკაში, ფსიქოლოგიაში, პოლიტიკაში, სოციოლოგიაში, სამართალში.

ბოლო ხანებში შემოთავაზებული მეწარმეობის მონაცემების თითქმის ყველა ჩამონათვალში საუბარია მეწარმეობის ისეთ მახასიათებელზე, როგორიცაა რისკისადმი მზადყოფნა. ამ თვისებაზე ევროპელი მეცნიერები ალაპარაკდნენ ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 60-იან წლებში. მოგვიანებით ჩამოყალიბდა მეცნიერული დისციპლინა, რომელიც აგებულია საბრთხეების დადგომის ალბათობაზე – რისკოლოგია

თანამედროვე ბიზნესი სულ უფრო დინამიური, რთული, წინასწარ გაუთვალისწინებელი და გამოუცნობი ხდება. შედეგად, მეწარმის წარმატებულობა მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია რისკზე წასვლის სურვილზე. მის უნარზე საუკეთესოდ გამოიყენოს საბაზრო ურთიერთობების მრავალმხრივი შესაძლებლობები. მის მიზანსწრაფვაზე სამეწარმეო საქმიანობის მასშტაბების გაფართოვების ახალი გზების ძიებაზე.

რისკი – საბაზრო ეკონომიკის და კონკურენციის განუყოფელი ელემენტია. ის საბაზრო მექანიზმების სირთულის, კონიუნქტურის მერყეობის, მოულოდნელი ორგანიზაციული და ტექნიკური პრობლემების წარმოქმნის შედეგია. რისკი ბუნებრივად წარმოიშვება ბაზრის ფუნქციონირების პირობებში. ახალი ბიზნეს იდეების ხორცშესხმა ზრდის რისკის დადგომის ალბათობას.

რისკის შემცირების სტანდარტულ მეთოდს წარმოადგენს მისი დანაწილება. ანუ რისკის გაერთიანებისა და კომპენსაციის

მექანიზმების გამოყენება. დაზღვევის და სხვა დამცავი ზომებისათვის მიმართვა. ამასთან სხვადასხვა რისკების მიმართ საჭიროა მართვის განსხვავებული მეთოდის გამოყენება.

ხშირად სამეწარმეო საქმიანობა დაკავშირებულია ახალი და უნიკალური პროდუქტების და მომსახურების შექმნასთან, რომელზედაც ბაზარი ჯერ არ არსებობს. ამიტომ პრაქტიკაში მეწარმეები ხშირდ ინაწილებენ რისკს, რისთვისაც ისინი ერთიანდებიან იმათთან, ვინც დაინტერესებულია ახალი საქმის წამოწყებით და განვითარებით. ამით პარტნიორები ეძიებენ დამატებითი კაპიტალის მოზიდვის გზებს თავისი წამოწყების სარეალიზაციოდ.

თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მეწარმის რისკისადმი მაღალი მიდრეკილებაც გაუმართლებელია. თუ მას არ მოჰყვება სოლიდური მოგება. რაც უფრო მეტია რისკი, მით უფრო მაღალი უნდა იყოს ჯილდო. პარტნიორთან ერთად რისკის ზომის გაყოფა-განაწილება წარმატების გაყოფასაც ნიშნავს. შედეგად, რისკისათვის ჯილდო – ესაა მეწარმის მოგების ნაწილი.

რისკის გაანალიზება და ცვლილებების ალბათობა ბევრად არის დამოკიდებული გარეგან, მეწარმისაგან დამოუკიდებელ გარემოებებზე. ამასთან ერთად მეწარმეები ყოველთვის არ ელოდებიან ცვლილებების დაწყებას. ზოგჯერ ისინი თავად ახდენენ მათთვის ხელსაყრელი ცვლილებების „პროვოცირებას": ეძებენ საქონლისა და მომსახურების გაუმჯობესების შესაძლებლობებს (ამით ზემოქმედებენ მოთხოვნაზე), შეიმუშავებენ წარმოების ორგანიზაციის და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის მეთოდებს. ზემოქმედებენ დანახარჯებზე და ეკონომიკური სიკეთის ღირებულებაზე, ქმნიან ახალი სახის საქონლის და მომსახურების, სტილს. შედეგად, ქმნიან ბაზრებს, რომლებიც ხასიათდებიან ახალი სამომხმარებლო ღირებულებით, დანახარჯების ახალი სტრუქტურით, მოგების მიღების ახალი მექანიზმით და ა.შ.

ფსიქოლოგიურმა კვლევებმა გამოავლინეს შემდეგი კანონზომიერებები: ადამიანები, რომლებიც ორიენტირებული არიან მიზნების მიღწევაზე, უპირატესობას ანიჭებენ რისკის საშუალო დონეს, ხოლო ვისაც ეშინია წარუმატებლობის, უპირატესობას ანიჭებენ მცირე (პატარა) რისკს, ან პირიქით ზედმეტად მაღალ რისკს.

პერსპექტიული მეწარმეების შერჩევა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მოსახლეობის საკმაოდ მცირე ნაწილს გააჩნია უნარი ბიზნესის წარმატებით ორგანიზებისათვის. მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ მხოლოდ ასეთ რჩეულებს შეუძლიათ ხელი მოჰკიდონ მეწარმეობას. მეწარმეობა ხელმისაწვდომია ბევრისათვის და შეიძლება წარმატებითაც დამთავრდეს, იმ შემთხვევაში, თუ დამწყები მეწარმეები ითანამშრომლებენ მცირე ბიზნესის ხელშემწყობ სტრუქტურებთან.

წარმატებული მეწარმეების შერჩევა წარმოებს სოციობიოგრაფიული ანკეტირებით, ფსიქოდიაგნოსტიკის მეთოდები, გასაუბრებისას პრეტენდენტების პირადი მახასიათებლების შესწავლის გზით, დაკვირვებით, ტესტირებით, ბიზნეს-გეგმების ანალიზით და ა.შ.

სოციობიოგრაფიული ანკეტირება გვეხმარება შევადგინოთ მეწარმის სოციალური პორტრეტი. ყველაზე უფრო მნიშვნელოვან ფაქტორებს, რომლებიც გავლენას ახდენენ პიროვნების ფორმირებაზე განეკუთვნება განათლების დონე, ასაკი, წინა სამუშაო, ოჯახი, მშობლები და ა.შ..

პერსპექტიული მეწარმეების შერჩევის ფსიქოდიაგნოსტიკური მეთოდი იყენებს შერჩევის ტესტირების წესს, რაც საშუალებას იძლევა შედარებით მოკლე ვადაში შეგროვდეს აუცილებელი ინფორმაცია და პროგნოზირებულ იქნეს კანდიდატის წარმატებულობის ალბათობა ამა თუ იმ სფეროში.

შესაძლებელია სხვადასხვანაირად ვეკიდებოდეთ ტესტირებას, მაგრამ მნიშვნელოვანი არგუმენტი ფსიქოდიაგნოსტიკური პროცედურის სასარგებლოდ იმაში მდგომარეობს, რომ ყველა ისინი სპეციალისტს აძლევენ ინფორმაციას კონკრეტული ადამიანის ინდივიდუალურ-ფსიქოლოგიურ თავისებურებების შესახებ.

უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ნებისმიერი ფსიქოლოგიური ტესტებით ჩატარებული გამოკვლევის დიაგნოზის სისწორის ალბათობა არ აღემატება 80%-ს. თვით საუკეთესო ტესტირების მეთოდის გამოყენებისას.

მეწარმის საქმიანი და პირადი მახასიათებლები. ცხადია, არ არსებობს მეწარმის განზოგადებული მაგალითი. ბევრი რამ არის დამოკიდებული კონკრეტულ სიტუაციაზე, გუნდის შემადგენლობაზე, მოღვაწეობის შინაარსზე. თითოეულ მეწარმეში არის რა-

ღაც გამორჩეული:

1) მეწარმეები, როგორც წესი, არიან კარგი ხელმძღვანელები (იგივე შეიძლება ითქვას მენეჯერების შესახებ). ემპირიული მენეჯმენტის სკოლის ცნობილი წარმომადგენელი *პიტერ დრუკერი* მიიჩნევს, რომ ხელმძღვანელებს, რომლებიც ფლობენ მმართველობითი კულტურის მაღალ დონეს, ახასიათებთ:

- სტრატეგიული აზროვნება;
- საზოგადოების, თანამშრომლების წინაშე სოციალური პასუხისმგებლობა;
- ურთიერთობების ორგანიზაციის უნარი. ანუ შექმნან ადამიანების გუნდი, რომლებიც ჰარმონიულად იმუშავებენ;
- ზომიერი რისკის გაწევის უნარი;
- შედეგების მიხედვით წახალისების (დაჯილდოვების) პრინციპის რეალიზების უნარი;
- მისწრაფება თვითგანვითარებისადმი;
- უნარი სწორად შეარჩიოს ჩანაფიქრის რეალიზაციის მომენტი;
- განვითარებული ინტუიცია;
- გამოკვეთილი ინდივიდუალურობა.

რასაკვირველია, მეწარმე უნდა დარწმუნებული იყოს თავის თავში. ცხოვრებაში არც ისე ბევრი ადამიანი გვხვდება, რომელიც შეძლებს განახორციელოს საქმე დარწმუნებით, როგორც ეს ახასიათებთ ნამდვილ გამარჯვებულებს. არსებობენ ისეთი ადამიანებიც, რომლებიც ცდილობენ თავი მოაწონონ სხვებს. ამიტომ, სრულიად ივიწყებენ საკუთარი გრძნობების, აზრების გამოხატვას. ნაკლებად ავლენენ ინდივიდუალიზმს. არიან ე.წ. აგრესიული ხელმძღვანელებიც, რაც გამოიხატება თვითდამკვიდრების მცდელობებში სხვების დამცირების ხარჯზე. აგესიული ადამიანი იყენებს ნებისმიერ მიზეზს იმისათვის, რათა მოახდინოს თავისი უპირატესობის დემონსტრირება.

გამოკვლევების მიხედვით არსებობს კავშირი მიზნის მიღწევისათვის შინაგან მოტივაციასა და წარმატებას შორის. რაც უფრო წარმატებულია მეწარმე, მით უფრო მოტივირტებულია იგი. სწორედ ეს განასხვავებს მეწარმეებს ჩვეულებრივი მოსახლეობისაგან.

სამეწარმეო მონაცემების შეფასებისას ხშირად გამოიყენება

შემდეგი ხასიათის ტესტები: რისკისადმი მიდრეკილება – ტესტი "რისკზე წასვლის მზადყოფნის შეფასება"; მიღწევის მოტივაცია – ტესტი: "მიღწევის მოტივაცია" და მოტივაცია წარუმატებლობის აცილებაზე – დაცვის ტენდენცია. ტესტი: "მოტივაცია წარუმატებლობის გამორიცხვაზე".

ზოგიერთ პიროვნებას ახასიათებს სამეწარმეო მოღვაწეობის ფსიქოლოგიური შეზღუდვები. ასეთ ფსიქოლოგიურ შეზღუდვებს შორის შეიძლება გამოვყოთ:

- დადგენილი წესებისა და წესრიგისადმი ერთგულება, თავდადება, რომელიც იმდენად ძლიერია, რომ კრიტიკულ მომენტში ადამიანი იკარგება (იბნევა) და ვერ მართავს სიტუაციას;
- ეჭვიანობა. შიშისა და მღელვარების მაღალი დონე, რაც არ იძლევა სანდო ურთიერთობების დამაყრების საშუალებას;
- პრობლემები თვითგანვითარებაში. როდესაც ადამიანი აღარ მუშაობს საკუთარ თავზე და შეჩერდება განვითარებაში, მას აღარ შეუძლია სათანადო დონეზე შეაფასოს პრობლემური სიტუაცია;
- უსახო ქცევები სხვადასხვა კომპლექსები;
- სერიოზულობისადმი მიდრეკილება, რაც ხელს უშლის იდეის კონკრეტულ საქმედ ქცევას;
- შაბლონური აზროვნება. ვეძებთ ტრადიციულ გადაწყვეტილებებს.

დღეისათვის პრაქტიკოს-ფსიქოლოგის განკარგულებაში არის მთელი არსენალი სხვადასხვა საიმედო მეთოდების, რომლებიც საშუალებას იძლევა მაღალი სიზუსტით გამოვლინდეს მეწარმის ინდივიდუალურ-ფსიქოლოგიური მონაცემები.

3.4. ბიზნეს-განათლების ორგანიზაცია

ბიზნეს-მომზადების ძირითად მიზანს წარმოადგენს ერთი მხრივ მსმენელში საბაზრო უნარ-ჩვევების ფორმირება. მეორეს მხრივ ინფორმაციის და შესაბამისი ცოდნის მიღება კონკრეტულ ბიზნესზე და მის თავისებურებებზე.

სამეწარმეო ჩვევების ფორმირება საკმაოდ რთული პროცესია. სასწავლო ტრეინინგების შედეგად, ჩვენი ექსპერტული შეფასებებით, მეწარმეობრივი მონაცემები შეიძლება გაიზარდოს

8-10%-მდე.

გამოკვლევების მიხედვით, მომზადების სამთვიანი პრაქტიკული ბიზნეს-კურსის ფარგლებში შესაძლებელია მსმენელში ფორმირებულ იქნეს სათანადო საინფორმაციო ბაზა, საქმიანი ჩვევების სრული კომპლექსით.

მაგრამ ჩვენი პირობების გათვალისწინებით.

ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემას ბიზნეს-განათლების ორგანიზაციაში წარმოადგენს მსმენელების სურვილებისა და წარმოდგენების შეუსაბამობა სწავლების ფორმებთან და შინაარსთან. როგორც წესი, მომხმარებლების მიერ პროგრამის არჩევა გართულებულია:

- დროის უკმარისობის გამო როგორც სწავლების კურსებზე დასწრებისათვის, ასევე უკვე მიღებული ცოდნის რეალიზაციისათვის;

- კვალიფიციური მასწავლებლების უკმარისობის გამო, რომელთაც შესწევთ უნარი გამოავლინონ და ზუსტად განსზღვრონ მისაღები ცოდნის კავშირი კონკრეტულ ბიზნესთან;

- საგანმანათლებლო და ტრენინგული ინსტიტუტების მიმართ საეჭვო დამოკიდებულების გამო;

- ფინანსური სახსრების უკმარისობით;

- წარმოდგენის არქონა არსებულ საგანმანათლებლო შესაძლებლობებზე და საკუთარი მოთხოვნებისადმი მათ შესაბამისობაზე;

- ორიენტაცია ნაცნობებისგან მიღებულ ინფორმაციაზე და საკუთარი გამოცდილების საფუძველზე.

სწავლების ტრადიციული მეთოდი ხასიათდება შემდეგი თავისებურებებით:

- სასწავლო დაწესებულებები ჩვეულებრივ მუშაობენ მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ფინანსების და პერსონალის მართვის სფეროში;

- ლექტორები და ექსპერტები "აწვდიან" თავიანთ ცოდნას, მაგრამ არ წყვეტენ კონკრეტულ კომპლექსურ ამოცანებს, რომლებსაც მცირე ბიზნესი აწყდება პრაქიკაში;

- პედაგოგი დომინირებს აუდიტორიაში, ხოლო მსენელთა როლი საკმაოდ პასიურია;

შედეგად, სწავლების ტრადიციული მეთოდები, როგორც წე-

სი, ნაკლებადეფექტურია მეწარმეთა მომზადებისას. ჩვენი აზრით სასწავლო პროგრამების შემუშავებისას მიზანშეწონილია:

- სასწავლო პროცესი აიგოს მეწარმის ბიზნესიდან გამომდინარე. საკითხების მაქსიმალურად პროფილირების გამოყენებით;
- ჩატარდეს სასწავლო პროგრამებზე მოთხოვნის ანალიზი კონკრეტული მსმენელების გამოკითხვის საფუძველზე;
- სწავლება ჩატარდეს (განხორციელდეს) იმ დონეზე, რომელიც შეესაბამება მეწარმეების მომზადებასა და მოთხოვნებს;
- უნდა უზრუნველყოფილ იქნეს შემუშავებული პროგრამების მჭიდრო კავშირი ბიზნესის ფუნქციონირების პრაქტიკულ სფეროებთან;
- სასწავლო პროცესი უნდა განხორციელდეს შემჭიდროებულ ვადებში. იმის გათვალისწინებით, რომ მსმენელების დრო შეზღუდულია;
- გამოყენებულ იქნეს სწავლების აქტიური მეთოდები: საქმიანი თამაშები, ჯგუფში, აზრთა გაცვლა-გამოცვლა, რამდენადაც თვითონ მეწარმეებს შეუძლიათ ბევრი რამ ასწავლონ ერთმანეთს;

ამრიგად, მეწარმეთა სწავლებისას საჭიროა გამოყენებულ იქნეს ასევე მეწარმეობრივი მიდგომა, რომლის დროსაც: რეალიზდება სწავლების არა საგნობრივ-ფუნქციონალური არამედ პრობლემურ-დისციპლინათაშორისი მიდგომა. მსმენელები მონაწილეობენ სასწავლო პროცესში არა პასიურად, არამედ აქტიურად. ცოდნის "გენერირებასთან" ერთად ითვისებენ მისი პრაქტიკული გამოყენების შესაძლებლობებს მასწავლებლების მხარდაჭერითა და დახმარებით. მეცადინეობა ტარდება მოქნილად, მსმენელთა მოთხოვნილების გათვალისწინებით. ერთობლივად განიხილება სწავლის მიზანი და მოსალოდნელი შედეგები.

სწავლების მეთოდური პროგრამების შემუშავების შინაარსობრივ ბაზას წარმოადგენს:

1. *მოდელები.* სამოდელო ბაზა საშუალებას იძლევა ეფექტურად იმუშაოთ ბიზნეს-ამოცანებთან, რომელიც ადაპტირებული იქნება საქართველოს რეალიებთან წარმოების, გასაღების, ფინანსების მართვის და სხვა საკითხებში;

2. *კადრების მომზადება.* სასწავლო პროგრამამ ხელი უნდა შეუწყოს მსმენელებში საშემსრულებლო და საორგანიზაციო

კულტურის დახვეწას. უნდა მოახდინოს აუცილებელი სამეწარმეო მახასიათებლების – გამბედაობის, მიზნობრივი მიდგომის, ნოვატორობისა და დამოუკიდებლობის ჩვევების სტიმულირება. სოციალურ-ეკონომიკურ გარემოში მიმდინარე ცვლილებებისადმი ადაპტაციის უნარის გამომუშავება;

3. *ორგანიზაცია.* სასწავლო ცენტრის სტრუქტურამ და მისმა დანაყოფებმა უნდა მისცენ დამწყებ მეწარმეებს მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის არსებულ სისტემასთან მჭიდრო ურთიერთობის საშუალება, რათა მისი სერვისული ცენტრის მეშვეობით მიიღოს რესურსებისადმი ხელმისაწვდომობა და ბიზნესის რეალიზაციისათვის საჭირო დახმარება.

რუსეთში საკმაოდ ცნობილია თავიანთი საქმიანობით ისეთი არასამთავრობო ორგანიზაციები, როგორიცაა რუსეთის მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის სააგენტო, ე.წ. *მოროზოვის* პროექტი და ასოციაცია „ტექნოპარკი".

რუსეთის მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის სააგენტო შეიქმნა დიდი ბრიტანეთისა და რუსეთის ფედერაციის მთავრობათა შეთანხმების ფარგლებში. ბრიტანულმა მხარემ დააფინანსა მოსკოვში სააგენტოს შენობის რეკონსტრუქცია. მისი პერსონალის სწავლება, მასწავლებლების დაფინანსება და სხვა.

სააგენტოს მთავარი ამოცანა – მოსახლეობის სამეწარმეო აქტიურობის განვითარებისათვის მხარდაჭერა. მისთვის აუცილებელი ინფორმაციისა და კონსულტაციების გაწევაა. აღნიშნულმა სტრუქტურამ იკისრა მომსახურებათა საკმაოდ ფართო სპექტრი, რომელთა შორის აღსანიშნავია:

- მეწარმეთა კონსულტირება ინდივიდუალური წესით ეკონომიკის, ფინანსების, ინვესტიციების, საგადასახდო, საგარეო-ეკონომიკურ, საბაჟო პოლიტიკის საკითხებში;

- კონსულტირება ბიზნესის საკითხებში, მომსახურების შეთავაზების საქმეში, სადამფუძნებლო დოკუმენტების მომზადებაში, აუცილებელი ნებართვების მიღებაში, საბუთების იურიდიულ გაძღოლაში და სხვა;

- კონსულტირება ბიზნესის დაგეგმვის საკითხებში, საინვესტიციო პროექტების ექსპერტიზა, ბიზნეს-გეგმების შედგენა, მათი ფინანსირების წყაროების მოძიება;

- საფირმო სტილის შემუშავება;

- სააგენტოს მიერ შემუშავებული საქმიან ჩვეულთა პრაქტიკული მეთოდების სწავლება, რომლებიც აუცილებელია მეწარმეთა მიერ საკუთარი საქმის განვითარებისათვის (ფინანსები, მარკეტინგი, მართვა, რეკლამა, მეწარმეობის ეთიკა და ა.შ.);
- საინფორმაციო-საცნობარო ხასიათის მომსახურება;
- ნორმატიულ-სამართლებრივი მომსახურება;
- სარეკლამო და საგამომცემლო მომსახურება.

ევროკავშირის მხრიდან პროექტში მონაწილეობდა კონსორციუმი, რომელშიც შედიოდნენ დიდი ბრიტანეთის, საფრანგეთისა და ესპანეთის ფირმები. სააგენტოების შესაქმნელად მუშაობა მიმდინარეობდა მურმანსკში, კალინინგრადში, სივტივკარში, პერმში, ორენბურგში, სამარაში, სარატოვში, ნიჟნი ნოვგოროდში, ვოლგოგრადში, ასტრახანში, პენზაში, კრასნოდარში, ვორონეჟში, ბარნაულში, ტომსკში, ნოვოსიბირსკში, კემეროვოში, ირკუტსკში, ეკატერინბურგში და სხვა ქალაქებში.

მოროზოვის პროექტი წარმოადგენს რუსეთის სინამდვილეში მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი მხარდაჭერის უმსხვილეს არასახელმწიფოებრივ სტრუქტურას. ესაა ბიზნესის მხარდაჭერის მასშტაბური ეროვნული პროგრამა, რომელიც მიმართულია მეწარმეებისა და მენეჯერების მომსახურების გაწევაზე (საგანმანათლებლო, საკონსულტაციო, საინფორმაციო, ორგანიზაციულ-პრაქტიკული) რეგიონული სასწავლო-საქმიანი და საყრდენი ცენტრების სისტემის მეშვეობით.

მისი პროგრამა საერთაშორისო განზომილებებითაც კი უნიკალურია. პროექტის ფარგლებში შექმნილია სასწავლო-საქმიანი და საკონსულტაციო ცენტრების ფართო რეგიონალური ქსელი, მოწესრიგებულია მათი საქმიანობის სასწავლო-მეთოდოლოგიური, საინფორმაციო და ტექნიკური უზრუნველყოფის სისტემა. მუდმივად ხორციელდება რიგი მიზნობრივი პროგრამები. მათ შორის ბიზნეს-პროექტების სრულიად რუსეთის კონკურსი. იქმნება ბიზნეს-ინკუბატორების რეგიონული ქსელი.

მოროზოვის პროექტის ფარგლებში ხდება პუბლიკაციათა სერიების გამოშვება, რომელთა დანიშნულებაა მცირე მეწარმეობისათვის მხარდამჭერი სახელმწიფო და არასახელმწიფო სტრუქტურებისათვის საქმიანობაში სათანადო დახმარების გაწევა. ასეთი სერიებიდან უპირველეს ყოვლისა საკითხი ეხება მცი-

რე ბიზნესის ფორმირების პრობლემებს. ეკონომიკურ რეფორმებში მცირე ბიზნესის როლს, განვითარების შესაძლო გზებს. პირველი პუბლიკაცია წარმოადგენდა მოროზოვის პროექტის მიერ ნებისმიერ სტრუქტურებისა და ორგანიზაციების მოწვევას თანამშრომლობისათვის, განსაკუთრებით იმათი, რომლებიც დაინტერესებული იყვნენ რუსეთში მცირე ბიზნესის აღორძინებით. აღნიშნული დამხმარე მასალა შედგება 4 ნაწილისაგან. პირველში "მცირე ბიზნესის როლი ეკონომიკურ რეფორმებში" აღწერილია რუსეთში მცირე ბიზნესის აღორძინების პრობლემატიკა. ნაჩვენებია მცირე ბიზნესის შესაძლებლობები, როგორც რეფორმების ხარისხიანად განვითარების წყაროს. წარმოდგენილია შინაარსობრივი ამოცანები, რომლებიც უნდა გადაწყდეს გარკვეულ ეტაპებზე მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი სტრუქტურების მიერ. მეორე ნაწილში "მცირე ბიზნესის განვითარება საზღვარგარეთის ქვეყნებში" მოცემულია უცხოეთის ქვეყნებში მცირე ბიზნესის აღორძინების მიმოხილვა. მესამე ნაწილი "რუსეთში მცირე ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების სისტემა" არის სამამულო გამოცდილების მიმოხილვა, სადაც წარმოდგენილია მცირე მეწარმეობისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერის სისტემა. ამ სფეროში მსხვილი არასახელმწიფო და საერთაშორისო სტრუქტურების მოღვაწეობის მაგალითები. მცირე მეწარმეობის მხარდამჭერი რეგიონული პრობლემები. მეოთხე ნაწილში "მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის პრაქტიკული ასპექტები" მოროზოვის პროექტის რეგიონული ცენტრების მუშაობის გამოცდილების საფუძველზე მოცემულია ადგილებზე მცირე ბიზნესის კომპლექსური მხარდაჭერის ორგანიზაციის პრაქტიკული რეკომენდაციები.

მოროზოვის პროექტის ავტორი და კოორდინატორი იყო მენეჯმენტისა და ბაზრის აკადემია, რომლის დამფუძნებლებიც იყვნენ ავტორიტეტული ეკონომიკური უმაღლესი სასწავლებლები მოსკოვში და სანქტ-პეტერბურგში. ისინი წარმოადგენდნენ პროექტის სასწავლო-მეთოდოლოგიურ და საგანმანათლებლო ცენტრს. პროექტს მხარს უჭერდნენ და მასში აქტიურად მონაწილეობდნენ სამეცნიერო-საგანმანათლებლო, სამეწარმეო, საბანკო, სახელმწიფო და კერძო, ეროვნული და საერთაშორისო სტრუქტურები.

მოროზოვის პროექტის სტრატეგიული პარტნიორები გახ-

დნენ ძირითადი ფედერალური უწყებები, რომლებიც მონაწილეობდნენ მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამაში: დასაქმების ფედერალური სამსახური, მეწარმეობის მხარდაჭერისა და კონკურენციის განვითარების ფედერალური ფონდი, ახალგაზრდობის საქმეთა სახელმწიფო კომიტეტი, მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების სახელმწიფო კომიტეტი და სხვები.

მოროზოვის პროექტის სისტემაში შემუშავებულ იქნა 40-ზე მეტი საგანმანათლებლო პროექტი, რომელიც პრაქტიკულად წარმოადგენდა ბიზნეს-განვითარების მთელ სპექტრს. ამ პროგრამების მიხედვით ჩატარდა 100-ზე მეტი სემინარი, რომლის ფარგლებშიც გადამზადება გაიარა და მოროზოვის სერტიფიკატი მიიღეს 2,5 ათასზე მეტმა მასწავლებელმა და კონსულტანტმა რეგიონული ცენტრებიდან. სპეციალისტებმა ფედერალური და რეგიონული სტრუქტურებიდან – მოროზოვის პროექტის პარტნიორებმა. აშშ-ში სტაჟირება გაიარა 360 ადამიანმა.

აღნიშნულის შედეგად მოხერხდა რეგიონული ცენტრების ბაზებში მომზადებულიყო 50 ათასზე მეტი მეწარმე და მცირე ბიზნესის წარმომადგენელი. საკონსულტაციო მომსახურება გაეწია 25 ათასზე მეტ იურიდიულ და ფიზიკურ პირს. საერთო ჯამში შეიქმნა 40 ათასი სამუშაო ადგილი.

რუსეთის რეგიონებში მეწარმეობის განვითარება და მცირე ბიზნესისათვის ხელშეწყობა კვლავ რჩება მოროზოვის პროექტის მუდმივ სტრატეგიულ პრიორიტეტად. მცირე ბიზნესის საფინანსო მხარდაჭერის სისტემის წარმატებული განვითარების მიზნით ყოველწლიურად მოროზოვის პროექტის ფარგლებში ტარდება სრულიად რუსეთის ინვესტიციური პროექტების დათვალიერება - „ინვესტპროექტი".

ბოლო წლებში ბიზნეს-განათლებაში გავრცელება ჰპოვა სწავლების ახალმა ფორმამ – "კეისმი". "კეისი" (ინგლისურად - "შემთხვევა") წარმოადგენს კონკრეტული ბიზნეს-სიტუაციის აღწერას, რომელიც საჭიროებს პრაქტიკულ გადაწყვეტას. შესაბამისი ვითარების მოდელირების შესაძლებლობამ ფოტო, აუდიო და ვიდეომასალების დახმარებით. რეალური სიტუაციების პრაქტიკული გადაწყვეტის შესაძლებლობებმა სანიმუშოდ აქციეს აღნიშნული ბიზნეს-განათლების მეთოდი.

კეიზის სტანდარტული სტრუქტურა მოიცავს შემდეგ ძირითად განყოფილებებს:

1. შექმნის ისტორია. ფირმის ჩამოყალიბებისა და განვითრების ისტორია;

2. პრობლემის აღმოცენება და ცვლილებების აუცილებლობათა მოტივაცია (ბაზარი, პროდუქტი, გასაღების სისტემა, პერსონალი, მართვა, ფინანსები);

3. ცვლიელბების ობიექტი და გარე წყაროები;

4. პრობლემის გადაწყვეტის მეთოდები და მექანიზმები;

5. გადაწყვეტილების რეალიზაციის მიზნები და კრიტერიუმები;

6. კეიზის მიხედვით საავარჯიშოები, ამოცანები და კითხვები.

კეიზის მეთოდი მიახლებულია ბიზნესის რეალურ პრაქტიკასთან და ერთდროულად საკმაოდ დემოკრატიულია მსმენელების მიმართ.

შედეგი უნდა იყოს მაღალი კომპეტენციის მქონე პიროვნების ჩამოყალიბება, რომელსაც შეეძლება წარმატებულად გაუძღვეს ბიზნესს. კომპეტენცია ნიშნავს უნარს შეგეძლოს გადაწყვიტო კონკრეტული ამოცანები, განპირობებულია განსაკუთრებული ცოდნით, უნარით, მიდგომებით და მოტივაციების არსებობით.

სწავლების დროს მნიშვნელოვანია პედაგოგის კვალიფიკაციაც. მისი კომპეტენციის ერთ-ერთი ძირითადი ელემენტი ვლინდება უნარში განახორციელოს ბიზნესის პროფილირება. გამოავლინოს არსებული პრობლემები, შეუფარდოს ისინი პერსონალის ფუნქციონირების გაუმჯობესების რეალურ მოთხოვნებს.

სწავლების ორგანიზატორებიც პრაქტიკულად უნდა ფლობდნენ იმავე უნარებსა და ჩვევებს, რაც მასწავლებლებს მოეთხოვებათ. მხოლოდ იმის გამოკლებით რაც უშუალოდ უკავშირდება სასწავლო პროცესის შინაარსს.

3.5. ბიზნესის საინფორმაციო მომსახურება

თანამედროვე ბიზნესი წარმოუდგენელია ინფორმაციის მიღების, შენახვის, დამუშავებისა და გამოყენების გარეშე. წარმატებისათვის მნიშვნელოვანია ხარისხიანი, ფასეული ინფორმაციის ფლობა, ამიტომაა, რომ ღირებული ინფორმაცია გასაიდუმლოე-

ბელია.

კომერციული ინფორმაციის აქტუალურობა დამოკიდებულია ფირმის მოღვაწეობის ხასიათზე. საჭიროა მუდმივი ანალიზი, რომლის დროსაც უნდა დადგინდეს: რომელი ინფორმაცია საჭიროებს დაცვას, როგორია მისი ფასეულობა? რომელი ნაწილია უფრო მნიშვნელოვანი? როგორია კომერციული ინფორმაციის სიცოცხლის ხანგრძლივობა?

მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის პირობებში იქმნება ახალი ინფორმაციული სისტემები აღნიშნული რესურსის წარმოება, მოხმარება და შენახვა ქმნის შესაბამის ტექნიკურ-ორგანიზაციულ სტრუქტურას. საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად განუხრელად იზრდება, მათი საინფორმაციო-ანალიტიკური და საინფორმაციო-საპროგნოზო შემადგენლების მნიშვნელობა.

ჯერ კიდევ 1973 წელს გამოსულ მონოგრაფიაში *ჩ. მიდოუ* იხილავს საინფორმაციო ძიების შემდეგ ეტაპებს:[1]

- მოთხოვნის (დაკვეთის) შედგენა და ფორმულირება;
- ინფორმაციის მასივში შეღწევა გაცნობის მიზნით;
- დაკვეთის შედარება ინფორმაციის არსებულ მასივთან;
- მიღებული ინფორმაციის გადარჩევა და ანალიზი;
- გადაწყვეტილების მიღების სტრსტეგიის შემუშავება.

ღია წყაროებიდან ინფორმაციის მოპოვებისას საჭიროა პროფესიონალი ანალიტიკოსი, რათა მოხდეს ზღვა ინფორმაციიდან მნიშვნელოვანის ამორჩევა (დაჭერა). ინფორმაცია არაა სრულყოფილი თუ ის არ გაიელის შესაბამისი სფეროს ექსპერტების ანალიტიკურ დამუშავებას. დამუშავებული მონაცემები შეიძლება არ შეიცავდეს რაიმე ინფორმაციას თუ არ შევადარეთ სხვა მასალებს ან გავითვალისწინეთ, როგორც მთლიანის ნაწილი. ანალიტიკური მუშაობის აუცილებელი ელემენტია მონაცემების ინტეგრაცია.

ანალიზი არსებობს უხსოვარი დროიდან მისი საფუძველია ადამიანის სამეცნიერო-პრაქტიკული მოღვაწეობა. როგორც დამოუკიდებელი მეცნიერული მიმართულება იგი ჩამოყალიბდა მე-17 საუკუნიდან, ფუძემდებლად ითვლება ფრანგი მეცნიერი *ჟაკ საგარი* (1622–1690წწ.) ანალიზი დღეს უკვე საკმაოდ განვითარე-

1. *Мидоу Ч.*, Анализ информационных систем: Пер. с англ., М: Прогресс, 1977-246 ст.

ბული და გამოყენებითი მოღვაწეობის სფეროა საზოგადოებაში განსაკუთრებით მოწინავე ქვეყნებში. ანალიზის ერთ-ერთი წამტევანი მიმართულებაა ეკონომიკური ანალიზი. ეკონომიკური ანალიზი ესაა ქვეყანაში (საწარმოში) მიმდინარე ეკონომიკური პროცესების სიღრმისეული გამოკვლევა, რაც საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს ობიექტის სუსტი და ძლიერი მხარეები, თუ რომელი კონკრეტული მიმართულებით უნდა წარიმართოს მუშაობა.

ინფორმაციის მიღების მნიშვნელოვანი საშუალებაა მასმედია. მედიამ ნამდვილი რევოლუცია განახორციელა, სოციალური მართვისა და საზოგადოებრივი ურთიერთობების ტრანსფორმაციაში. მასმედიის ზემოქმედების ეფექტზე მრავალი კვლევები წარმოებდა (ძირითადად ფსიქოლოგების მიერ).[1]

მასმედიის ძირითადი ფუნქციებია: [2]

– ინფორმაციის. მიაწოდოს მოსახლეობას ახალი ამბები მიმდინარე და საზოგადოებისათვის საინტერესო საკითხებზე, იქნება ეს ეკონომიკა, პოლიტიკა, კულტურა, მეცნიერება, სპორტი თუ სხვა;

– განათლების. მასმედიის საშუალებით მოსახლეობა იძენს ცოდნას მისთვის უცნობ ან ნაკლებად ცნობილ მოვლენებსა და საკითხებზე;

– მედიატორის (შუამავლის). ასრულებს შუამავლის როლს, ერთი მხრივ, ხელისუფლებასა და მოსახლეობას, მეორე მხრივ, საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფებს შორის;

– პროპაგანდის. მოსახლეობაზე ზეგავლენის ძალზედ ეფექტური იარაღია.

მცირე ბიზნესისათვის მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამა, როგორც წესი ითვალისწინებს ბიზნესის ინფორმაციული უზრუნველყოფის ქსელის შექმნას. ამ მიზნით სასურველია რეგიონებში არსებობდეს საინფომაციო-ანალიტიკური ცენტრები, რომელთა შემადგენლობაშიც შეელენ კომერციული სტრუქტურები. მათ უნდა ჰქონდეთ კლიენტებთან მუშაობის პრაქტიკული გამოც-

1. *Осипова Н. Г.*, Теории и практика «влияния» средств массовой информации современной зарубежной социологии / Вестн. Моск. ун-та, сер. социология и политология, 2001 , №1, ст. 92-101.

2. მასმედია თანამედროვე საზოგადოებაში./ თბილისი: საზოგადოების კვლევის ცენტრი,2000,ბრომურების სერია № 7,გვ.18-24.

დილება და შეეძლოთ საკუთარ თავზე აიღონ მოცემული რეგიონის მეწარმეთა ინფორმაციული მომსახურების მისია.

მეწარმეს სწორი ანალიზისათვის ესაჭიროება სრულყოფილი ინფორმაცია. მისი მოღვაწეობის წარმატება პირველ ყოვლისა განისაზღვრება ეკონომიკური ინფორმაციის დროული გამოყენებით.

დღეს მსოფლიოში რამოდენიმე ათასი კომერციული საინფორმაციო სამსახურია, რომელთა 30%-ზე მეტი მოიცავს ინფორმაციებს ეკონომიკის, ფინანსების და კომერციული მოღვაწეობის სფეროებში.

დეტალური ეკონომიკური ინფორმაცია შესაძლებელია მიღებული იქნეს სახელმწიფო სტრუქტურებიდან: ეკონომიკური პროფილის სამინისტროებში, საჯარო რეესტრში, საგადასახადო და სალიცენზიო სამსახურებში, სავაჭრო-სამრეწველო პალატაში. სახელმწიფო სტრუქტურათა უმრავლესობა ქმიან ერთიან საინფორმაციო სივრცეს, რაც საშუალბას აძლევს მეწარმეს შეაგროვოს ინფორმაცია, რომელიც საჭიროა ნებისმიერი ეკონომიკური გადაწყვეტილების მისაღებად.

წარმატებული ბიზნესისათვის ყველაზე მეტად საჭიროა შემდეგი სახის ინფორმაცია: საერთო მაკრო ეკონომიკური კონიუნქტურის ოპერატიული ინფორმაცია; ეკონომიკური სიახლეები კონკრეტულ ბაზრებზე მიმდინარე ვითარების შესახებ; სამეურნეო მოღვაწეობის სამართლებრივი პირობების შესახებ; მეცნიერებისა და ტექნიკის განვითარების შესახებ.

მითითებული ინფორმაცია მსურველებისათვის ხელმისაწვდომი უნდა იყოს კომუნიკაციების უახლესი საშუალებებით, პირველ რიგში ინტერნეტის ქსელით.

საინფორმაციო სააგენტოებისა და გაზეთებისათვის მოღვაწეობის ძირითად საგანს წარმოადგენს ინფორმაცის დამუშავება და ანალიზი. მსოფლიოში კომერციული ინფორმაციის ცნობილ სპეციალიზებულ სააგენტოს წარმოადგენს - "Financial news", საერთო პროფილის გაზეთები „New York Times", "Gardian" და ა.შ.. რუსეთში მცირე ბიზნესის საკითხებზე სპეციალიზირებულ ინფორმაციას სთავაზობს ყოველკვირეული გამოცემა „Бизнес для всех". ზოგიერთი სამამულ გაზეთიც მოიცავს სპეციალურ რუბრიკას ეკონომიკურ თემებზე. მათ შორის აღსანისნავია "ახალი

თაობა", "ალია", "რეზონანსი" და ა.შ.

ბიზნეს ინფორმაციის მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს სტატისტიკური სამსახურები და მათი გამოთვლითი ცენტრები. საქართველოს ფინანსური ბაზრის მდგომარეობაზე ინფორმაციის მომწოდებლები არიან ეკონომიკური მიმართულების სპეციალური ჟურნალები: "კაპიტალი", "ბიზნესი", "საქართველოს ეკონომიკა", "სოციალური ეკონომიკა", "ეკონომისტი" და სხვა. ასევე გაზეთები „24 საათი", "ფინანსები" და ა.შ. დაინტერესებულ ბიზნესმენს კომერციული ინფორმაცია, მაგალითად, ვალუტის კურსის შესახებ საქართველოს სავალუტო ბირჟაზე განხორციელებული ვაჭრობის შედეგების მიხედვით. შეუძლია მიიღოს სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი – 2"-ის მიერ ორგანიზებული გადაცემა "ბიზნეს კურიერში".

საქართველოს საინფორმაციო ბაზარზე არსებობს მაღალი მოთხოვნა კომპლექსურ ინფორმაციულ უზრუნველყოფაზე, რაც მნიშვნელოვნად ხელს უწყობს ანალიზს და სწორი გადაწყვეტილებების მიღებას. მეწარმეებისათვის უფრო მნიშვნელოვანია სპეციალიზირებული საინფორმაციო სამსახურები, რომლებიც შეძლებენ კომპლექსურად გადაწყვიტონ კონკრეტული ამოცანა.. მაგალითად, საიმედო პარტნიორის შერჩევა.

მსოფლიოში უმსხვილესი საინფორმაციო კორპორაციის Dun Bradstreet-ის მის მიერ შემუშავებული და განხორციელებული ტექნოლოგია ინფორმაციის შეგროვების, დამუშავებისა და მიწოდების სფეროში წარმოადგენს საფირმო ნოუ-ჰაუს და გაეროს მიერ რეკომენდირებულია როგორც საერთაშორისო სტანდარტი. გარდა ზემოაღნიშნული მონაცემებისა ფირმის ბიზნეს-ცნობა მოიცავს სპეციალურად შემუშავებულ სარეიტინგო კოეფიციენტს – გადახდისუნარიანობის იდექსს, კომპანიის მდგომარეობის საერთო შეფასებას და ა.შ. სწორი და საიმედო ინფორმაციის რეალურმა მოთხოვნამ და დასავლეთელი პარტნიორების ფინანსური მდგომარეობის შესახებ განსაზღვრა მოთხოვნა ასეთ მომსახურებაზე.

ამრიგად, მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით აუცილებელ საჭიროებას წარმოადგენს ინფორმაციული უზრუნველყოფის მწყობრი სისტემის შექმნა.

3.6. ბიზნეს-კონსალტინგი და ბიზნეს-ინკუბატორები

საქართველოს ბიზნესის ბაზარზე არსებობს მზარდი მოთხოვნილება საკონსულტაციო მომსახურებაზე. იქნება ეს მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ფინანსურ-საინვესტიციო, სამართლებრივი და სხვა საკითხები. ბიზნეს-კონსულტირებამ უნდა უზურნველყოს ცოდნისა და ჩვევების სათანადო კავშირი, რომელიც არსებობს საგანმანათლებლო ტრეინინგების ფარგლებში. დაეხმაროს მეწარმეებს თავიდან აიცილონ შეცდომები და არასასურველი შემთხვევები.

საკონსულტაციო მომსხუების ბაზარზე შეიძლება გამოვყოთ ამ მომსახურების მსურველი როგორც მინიმუმ მეწარმე-მომხმარებლების ოთხი ტიპი.

1. მეწარმე, რომელსაც ახალი დაწყებული აქვს ბიზნესი. მას აქვს სურვილი საქმის სტრატეგიული ხედვის, მაგრამ არ იცის ბიზნესის ელემენტარული საფუძვლებიც კი. ნათელია, რომ ამ კატეგორიისათვის საჭიროა არა კონსულტაციები, არამედ ჯერ ეკონომიკური განათლება.

2. მეწარმე, რომელიც ქმნის სამეწარმეო მოღვაწეობის საფუძვლებს ან ისწრაფვის მისი სრულყოფისადმი. მათთვის აუცილებელია ბიზნესის ყველა ძირითადი მიმართულების მიხედვით ინდივიდუალური კონსულტირება (ბიზნეს-კონსულტირება) შემდეგ საკითხებზე:

- გადასახადების ოპტიმიზაცია;
- ბანკებთან მუშაობა და ოპერაციები ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე;
- საბუღალტრო აღრიცხვის ორგანიზება;
- მარკეტინგული გამოკვლევების ჩატარება და ა.შ.

3. ჩამოყალიბებული ბიზნესმენები, რომლებმაც უკვე შექმნეს საკუთარი ბიზნესის მყარი საფუძვლები, მაგრამ საჭიროებენ ინვესტიციებს განვითარებისათვის ან პარტნიორებს ერთობლივი პროექტის განხორციელებისათვის. ეს არიას მეწარმეები, რომლებსაც არ ყოფნით ინფორმაცია, საქმიანი კავშირები ბიზნეს პრობლემების ეფექტურად გადაწყვეტისათვის;

მაგალითად, კონკრეტული ამოცანა შეიძლება შემდეგი სახით დაისვას: ბიზნეს-იდეის მოწონების შემდეგ, მეწარმეს სურს

მოძებნოთ მისთვის დაინტერესებული პარტნიორი (მაგალითად, დასავლეთში), რათა ერთობლივად შეიმუშაონ ბიზნეს-პროექტი და უზრუნველყონ მისი განხორციელება;

4. მსხვილი მეწარმეები, რომელთა წრე და მოთხოვნები ყოველთვის არ არის წინასწარ განსაზღვრული. მათ შეიძლება შეუკვეთონ მსხვილი სინვესტიციო პროექტის შემუშავება, აღნიშნულ სფეროში შესაბამისი ინფორმაციის ანალიზით და რეკომენდაციებით.

ზემოთ აღნიშნული კლასიფიკაცია საკმაოდ პირობითია.

სწრაფად ვითარდება *ბიზნეს-კონსალტინგის* პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს ადგილებზე დამოუკიდებელი აუდიტორული და კონსალტინგური ფირმების პარტნიორული გაერთიანების შექმნას.

ბიზნეს-კონსალტინგის მოღვაწეობის ძირითადი მიმართულებები, დაკავშირებულია საწარმოებისათვის კონსულტაციების გაწევასთან მოღვაწეობის ფართო სპექტრის მიხედვით:

- ბიზნესის სუბიექტების მოღვაწეობის ორგანიზაცია და მართვა;
- საკუთრების მართვა და გამოყენება;
  ანტიკრიზისული მართვა;
- მარკეტინგი;
- ბიზნეს-დაგეგმვა;
- ინვესტიციური პროექტირება;
- ინვესტიციური და ფინანსური მენეჯმენტი; საბუღალტრო აღრიცხვა და საფინანსო-სამეურნეო მოღვაწეობის ანალიზი;
- აუდიტი;
- გადასახადებით დაბეგვრა;
  საფონდო ბაზარი და ფასიანი ქაღალდები;
  საბანკო საქმე;
- საგარეო ვაჭრობა;
- ლიზინგი;
- საკუთრების შეფასება;
- ბიზნეს სამართალი;
- საინფორმაციო და სოციოფსიქოლოგიური მხარდაჭერა და ა.შ.

მოღვაწეობის ძირითდი მიმართულებების რეალიზაციისთვის

ბიზნეს-კონსალტინგის პარტნიორული გაერთიანება ახდენს:

- კონსალტინგური მომსახურების კოორდინირებას, მათ შორის კომპლექსური და რეგიონთაშორისი პროექტების შესრულებისას;

- კონსულტაციური მომსახურების მოთხოვნის კომპლექსური გამოკვლევის ორგანიზებას;

- შეიმუშავებს სამეცნიერო-მეთოდოლოგიურ უზრუნველყოფას, მათ შორის რეკომენდაციებს ბიზნეს-კონსალტინგის სფეროს სხავდასხვა საკონსულტაციო მხარდაჭერაზე;

- ახდენს გაერთიანების მონაწილეთა მოღვაწეობის საინფორმაციო უზრუნველყოფის ფორმირებას;

- ახორციელებს კონსულტანტ-ექსპერტების მომზადებას და სეტრიფიცირებას.

- ახდენს გერთიანების კონსულტანტ-ექსპერტების საინფრმაციო ბანკის ფორმირებას;

- ეხმარება გაერთიანების მონაწილეებს ყველაზე უფრო კვალიფიცირებული კონსულტანტ-ექსპერტების შერჩევაში კონკრეტული შეკვეთების შესასრულებლად;

- ხელს უწყობს გაერთიანების მონაწილეებს იმიჯის ფორმირებაში კონსალტინგური მომსახურების ბაზარზე;

- ახორციელებს სხვადასხვა სახის მხარდაჭერას, მათ შორის ფინანსურს, კონსალტინგური სამსახურების მიმართ (გაერთიანების მონაწილეების) საკონსულტაციო მომსახურების განვითარებასა და ახალი მიმართულებების მომსახურების ათვისებაში.

პრიორიტეტების განსაზღვრის მიზნით, იგეგმება ფართომასშტაბიანი მარკეტინგული გამოკვლევების ჩატარება კონსალტინგური მომსახურების რეგიონულ ბაზარზე. გამოკვლევების შედეგების მიხედვით განისაზღვრება სპეციალური სემინარების თემატიკა კონსულტანტებისათვის. იმ პრობლემების მიხედვით რომლებიც სარგებლობენ მაღალი მოთხოვნით რეგიონებში.

საერთაშორისო პროგრამები. რუსეთის რიგ რეგიონებში განხორციელდა ორმხრივ ურთიერთობაზე დამყარებული ფართომასშტაბიანი პროექტები, რომლებშიც მონაწილეობდნენ დიდი შვიდეულის ქვეყნები. პირველ ყოვლისა გერმანია, აშშ, იაპონია, დიდი ბრიტანეთი. ამ მხრივ საინტერესოა მათ მიერ განხორციელებული ზოგიერთი პროგრამა. ამ მხრივ აღსანიშნავია რე-

კონსტრუქციისა და განვითარების ევროპული ბანკი, რომელიც დაარსებული იქნა ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების (მათ შორის საბჭოთა კავშირის) გეგმიური ეკონომიკიდან საბაზროზე გადასვლისათვის ხელშესაწყობად. ამ ბანკმა განახორციელა რუსეთში კერძო კომერციული და სამრეწველო საწარმოების აქტიური წახალისება. პრივატიზაციის პროცესისათვის შემდგომი მხარდაჭერის გაწევის და წერილი და საშუალო საწარმოებისათვის მხარდაჭერის სრულყოფის მიზნით აღნიშნულმა ბანკმა შეიმუშავა არაპირდაპირი ფინანსირების მეთოდიკა, რაც ნიშნავდა ადგილობრივი ფინანსური დაწესებულებების გამოყენებას შუამავლების რანგში ბანკის ხაზით ფინანსირების პროცესში.

აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტო. აღნიშნული პროგრამა შემუშავებული იქნა კერძო სამეწარმეო სექტორის სტიმულირებისა და განმტკიცების მიზნით. ის ითვალისწინებს თანადგომას მცირე საწარმოების ორგანიზებაში, მეწარმეობის განვითარების სტაბილური და მყარი გარემოს ფორმირებაში.

მიუხედავად იმისა, რომ პროგრამას არ გააჩნდა რესურსები პირდაპირი ინვესტიციების განსახორციელებლად და კრედიტების გასაცემად. მჭიდრო კავშირები, რომლებიც მას ჰქონდა დამყარებული რიგ ამერიკულ, რუსულ და საერთაშორისო ფონდებთან, საშუალებს იძლევა დახმარება გაუწია მეწარმეებისათვის კრედიტების მიღებაში. თითოეული ფირმისათვის შემუშავდა დახმარების ინდივიდუალური პროგრამა, რომელიც ეფუძნებოდა საექსპერტო შეფასებებს და ითვალისწინებდა საწარმოს საჭიროებებს და მისი სპეციალისტების გამოცდილებას.

განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის შექმნის პროექტს, რომელიც მოწოდებულია უფრო ეფექტური მხარდაჭერა გაუწიოს მცირე მეწარმეებსა და თავად ფირმებს მოღვაწეობის საწყის ეტაპზე.

უცხო ქვეყნების პრაქტიკული გამოცდილება ადასტურებს ბიზნეს-ინკუბატორების ინტენსიური გავრცელების მიზანშეწონილებას. ისინი ტექნოპარკებთან ერთად წარმოადგენენ მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ყველაზე ეფექტურ ფორმას. ბიზნეს-ინკუბატორების მთავარი დანიშნულებაა მცირე საწარმოების და დამწყები მეწარმეებისათვის პირველდი დახმარების აღმოჩენა.

საკონკურსო წასით ბიზნეს-ინკუბატორში ერთიანდებიან სხვადასხვა პროფილის 10-20 მცირე ფირმა საკუთარი პროექტების რეალიზაციისათვის. მათ გააჩნიათ საერთო კომერციული ფართი, შერჩევა წარმოებს წარმოდგენილი ბიზნეს-გეგმების საფუძველზე.

ბიზნეს-ინკუბატორის შტაბი ჩვეულებრივ რამოდენიმე ადამიანისაგან შედგება. მეწარმეებს სთავაზობენ მდივან-რეფერენტის მოსმახურებას. შენობის ფართს ოფისისათვის, საოფისე ტექნიკას - ტელეფონს, ფაქსს, ქსეროქსს, კომპიტერებს და სხვა. აგრეთვე ფინანსირების სხვადასხვა წყაროებისადმი ხელმისაწვდომობას. აღნიშნულის გარდა, ბიზნეს-ინკუბატორი უზრუნველყოფს მასში გაერთიანებულ ფირმებს კონსალტინგური მომსახურებით. ინფორმაციით მაგალითად, კონკრეტულ რეგიონში ეკონომიკური სიტუაციის შესახებ. რეკომენდაციებით სხვადასხვა ბიზნესებზე, დახმარებას უწევს კადრების მომზადებაში და ა.შ.

ბიზნეს-ინკუბატორი არსებობს ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების სახსრებით, მთავრობის სუბსიდიით, მეწარმეთა მიერ გადახდილი საიჯარო გადასახადებით, აგრეთვე „ინკუბატორებიდან" გამოსული და წარმატებით ფუნქციონირებადი მცირე საწარმოების მოგების წილის (ან გაყიდვათა მოცულობის) ხარჯზე და სხვა.

თავიდან ბიზნეს-ინკუბატორების გაჩენა დაკავშირებული იყო ინოვაციურ მოღვაწეობასთან. შემდეგ პრაქტიკამ დაადასტურა, რომ მნიშვნელოვანი შედეგების მიღება საჭიროებს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვას, რაც საშუალებას იძლევა ეფექტიანად იქნეს გამოყენებული მცირე საწარმოთა პოტენციალი ადგილებზე სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ამოცანების გადასაწყვეტად.

განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნეს-ინკუბატორების წარმატებული საქმიანობა განპირობებულია იმით, რომ ამ სტრუქტურის ჩარჩოებში ხდება მცირე საწარმოთა ისეთი ფუნქციების კოოპერირება, რომელთა რეალიზაციისაგან დამოკიდებულია საწარმოთა აღორძინების სიმყარე. როგორც წესი, ბიზნეს-ინკუბატორი ზემოთჩამოთვლილი მომსახურებების გარდა ახორციელებს აგრეთვე ერთიან საბუღალტრო აღრიცხვას. წარმოადგენს მცირე საწარმოთა ინტერესებს სახელმწიფო სტრუქტურებში.

საგულისხმოა, რომ ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნა შესაძლებელია სხვადასხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით, მათ შორის როგორც არაკომერციული არამომგებიანი ორგანიზაციის სახით. შემოსავლები ფორმირდება მათ მიერ გაწეული დანახარჯების შემდეგ (მომუშავე პერსონალის სახელფასო ანაზღაურება, იჯარა, კრედიტებზე გადასახადები და სხვა) მოხმარდეს მცირე მეწარმეობის განვითარებას. ბიზნეს-ინკუბატორების დამფუძნებლად შეიძლება გამოვიდნენ: ადგილობრივი ადმინისტრაცია, დასაქმების სამსახურის რეგიონული განყოფილებები, ახალგაზრდული გაერთიანებები და ა.შ.

კონკურენციის საფუძვლებზე ბიზნეს-ინკუბატორში ერთიანდება 10-30 განსახვავებული პროფილის მცირე ფირმა საკუთარი პროექტების რეალიზაციის მიზნით. დასაწყისში ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარება ძირითადად დაკავშირებული იყო ინოვაციურ მოღვაწეობასთან, შემდგომი წლების გამოცდილება კი ადასტურებს შესაძლებლობას ამ სტრუქტურებში დაბალი და საშუალო დონის ტექნოლოგიების ეფექტურ გამოყენებას. რაც საშუალებას იძლევა წარმატებით იქნეს დაძლეული დასაქმების და მოსახლეობის შემოსავლების ამაღლების პრობლემა.

ყურადღებას იმსახურებს ბიზნეს-ინკუბატორის შექმნის ორგანიზაციულ-მეთოდოლოგიური საკითხები. როგორც პრაქტიკა ადასტურებს ბიზნეს-ინკუბატორების პროექტების უმეტესობის საერთო ნაკლს წარმოადგენს კონცეფციასა და ბიზნეს-გეგმას შორის გამყოფი ზღვრის უქონლობა.

საქართველოს პერსპექტივაში შესაძლებელია ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარება ორი სახით:

1. მსხვილ საწარმოთა ბაზაზე. ამ შემთხვევაში ძირითადი ძალისხმევა წარიმართება ტრადიციული ტექნოლოგიების გამოყენებაზე, რაც საშუალებას მისცემთ საწყისი მინიმალური ინვესტიციების ხარჯზე უზრუნველყონ სწრაფი უკუგება, ხოლო შემდეგ კი მიაღწიონ მცირე საწარმოთა შემდგომი თაობების ინტენსიურ განვითარებას;

2. არსებული სასწავლო დაწესებულებებისა და სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების ბაზაზე (სხვადასხვა დაქვემდებარების), რომლებსაც გააჩნიათ მაღალგანათლებული სპეციალის-

ტები. ასეთ ბიზნეს-ინკუბატორებში სავარაუდოდ რეალიზებული იქნება ინოვაციური მიმართულების პროექტები.

პერსპექტივაში სავარაუდოთ ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელი შეიძლება მკვეთრად გაფართოვდეს და გავრცელდეს მთელ რიგ სფეროებში. კერძოდ, შეიძლება ისინი ჩამოყალიბდნენ პროფილური მიმართულებებით – საყოფაცხოვრებო და საწარმოო მომსახურების სფეროში, მშენებლობაში, მრეწველობაში, სოფლის მეურნეობაში, ხელოსნობაში და ა.შ. მსხვილ საწარმოების ფარგლებში. წვრილი ბაზრების, სავაჭრო ქსელების, საიჯარო ბაზრების განვითარებაში და ა.შ. ამ მიმართულებით მუშაობა საშუალებას შექმნის უზრუნველყოფილი იქნეს მნიშვნელოვანი რესურსების ხელმისაწვდომობა. იგულისხმება, რომ ბიზნეს-ინკუბატორებმა პირველ რიგში ძირითადი ყურადღება უნდა დაუთმონ ადგილობრივ შესაძლებლობებსა და რესურსებს, ბიზნეს-ინკუბატორების მონაწილეობას რეგიონული სოციალურ-ეკონომიკური პროგრამების რეალიზაციაში.

რეზიუმე

საქართველოში ბიზნესის განვითარების დონე და ხასიათი უკეთესის იმედს ტოვებს. შექმნილი მდგომარეობიდან გამომდინარე დღეს არსებობს სისტემური ხასიათის რეფორმების ახალი ტალღის დაწყების აუცილებლობა. უნდა შემუშავდეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია, რომელიც ორიენტირების განსაზღვრით გახდება სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის საფუძველი, ხოლო ეს უკანასკნელი ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების რეალიზაციის საშუალება;

XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან მცირე და საშუალო ბიზნესის მზარდი როლი წარმოადგენს თანამედროვეობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ტენდენციას. ბოლო 30 წლის მანძილზე მთელ რიგ განვითარებულ ქვეყნებში შეიმჩნევა მცირე საწარმოთა რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდა. დღეს მცირე ბიზნესში დასაქმებულია მსოფლიოს მოსახლეობის 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 72%. მასში იქმნება მსოფლიო მშპ-ს 50%. ევროკავშირის ქვეყნებში – 65%;

ბიზნესის საწყისები ჩაისახა კაცობრიობის ისტორიის გარიჟრაჟზე და სხვადასხვა ფორმებით არსებობდა ყველა საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ ფორმაციაში. განვითარდა საბაზრო ურთიერთობების პირობებში. ისტორიული განვითარების პროცესში იცვლებოდა დამოკიდებულება მისდამი. მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობა სრულყოფილად გასული საუკუნის 60-ან წლებში იქნა გაცნობიერებული. მაშინ დაიწყო მოწინავე ქვეყნებში ბიზნესის კომპლექსური მხარდაჭერისა და სტიმულირების პოლიტიკის განხორციელება, რამაც უზრუნველყო აღნიშნული ქვეყნების სწრაფი ეკონომიკური ზრდა;

მცირე და საშუალო ბიზნესის მასშტაბების განსაზღვრის ერთიანი კრიტერიუმი არ არსებობს. ძირითადად გამოიყენება ორი პარამეტრი – დასაქმებულების რაოდენობა და კაპიტალის ბრუნვის მოცულობა. გაეროს კლასიფიკაციით საწარმოები 19 დასაქმებულით ითვლება წვრილ საწარმოებად. 99-მდე – მცირედ. 100 - 499 – საშუალოდ. 500-ზე მეტი დასაქმებულით მსხვილ საწარმოებად. საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში, მომ-

სახურების სფეროში, საფინანსო და სადაზღვევო ბიზნესში აღნიშნული მაჩვენებელი საშუალოდ ორჯერ დაბალია. იტალიაში და ირლანდიაში დამატებითი კრიტერიუმის სახით გამოიყენება უძრავი ქონების მოცულობა;

მცირე საწარმო შეიძლება გახდეს მსხვილი ბიზნესის გამოსაცდელი პოლიგონი. მცირე ფირმები უფრო ადვილად ეგუებიან და ეთვისებიან ახალ იდეებს. აქ ერთ თანამშრომელზე მოდის 2,5-ჯერ მეტი ინოვაცია მსხვილ საწარმოსთან შედარებით. ახალი საქონლის ათვისების ტემპი 30%-ით მაღალია, ხოლო ეფექტურობა ბევრად ნაკლები დანახარჯების პირობებში 8-ჯერ მეტი მსხვილ ბიზნესთან შედარებით;

მოქმედების თავისუფლება, გადაწყვეტილებების ოპერატიულობა, ადგილობრივ სპეციფიურ მოთხოვნებისადმი მორგება, მეწარმეობრივი შემართება. მიზნების პრაქტიკულად რეალიზაციის შესაძლებლობა. დაბალი მმართველობითი და საექსპლოატაციო ხარჯები. კაპიტალის მაღალი ბრუნვადობა. საზოგადოებრივი სიმპატია და სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა უზრუნველყოფს მცირე ბიზნესის კონკურენტუნარიანობას;

მცირე ბიზნესს აქვს სუსტი მხარეებიც, რომლებსაც ანგარიში უნდა გაეწიოს. სახელდობრ: დაფინანსების სიძნელეები; ეკონომიკური ცვლილებებისადმი მაღალი მგრძნობიარობა; პირადი სახის პრობლემების სიმრავლე; სპეციალიზაციის დაბალი დონე და ერთპიროვნული პასუხისმგებლობა. ამიტომ, საჭიროა სახელმწიფოს მხარდაჭერა, რომელიც მიმართული უნდა იყოს ეკონომიკის დემონოპოლიზაციის სტიმულირებისაკენ;

კონკურენციის პირობებში, როდესაც მნიშვნელოვანია ასორტიმენტის განახლება, მცირე ფირმები სიახლეთა დანერგვით სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოებში ჩადებულ ერთ დოლარზე გაანგარიშებით იძლევა ოთხჯერ მეტ სიახლეს, ვიდრე საშუალო მოცულობის კომპანიები და 24-ჯერ მეტს, ვიდრე მსხვილი კორპორაციები;

XXI საუკუნის დასაწყისისათვის ევროკავშირის ქვეყნებში დაახლოებით 20 მილიონი მცირე და საშუალო ფირმა მოღვაწეობს. ყველაზე უფრო ტიპიურს წარმოადგენს მიკროსაწარმოები 1-9 თანამშრომლით. მათი რაოდენობა 14,5 მილიონს აღწევს. მცირე და საშუალო ბიზნესი უზრუნველყოფს სამუშაო ადგილების

70%. დასაქმების სტატისტიკით 18 მილიონი ადამიანი მუშაობს საკუთარ ფირმაში, ხოლო 52 მილიონი ეწევა დაქირავებულ შრომას;

ევროპის კავშირში შემუშავებული ბიზნესის განვითარების სპეციალური პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებებია: მცირე ფირმების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის განვითარება; ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა; მცირე საწარმოების ეკონომიკური ზრდა; უცხოური კომპანიებისა და ინვესტიციების მოზიდვა; ბიზნესის მოდერნიზაცია; ინოვაციური მოღვაწეობა; ტექნოლოგიების ტრანსფერტი და ა.შ.;

აშშ ეკონომიკის ხერხემალს მსხვილი კორპორაციები, ხოლო კუნთებს მცირე ფირმები წარმოადგენს, რომლებსაც მოჰყავთ მოძრაობაში დიდი ბიზნესი. ყოველწლიურად საშუალოდ იქმნება დაახლოებით 600 ათასი ახალი ფირმა, რაც 7-ჯერ აღემატება გასული საუკუნის 50-60-იანი წლების ანალოგიურ მაჩვენებელს.

მცირე ბიზნესის ეფექტიანად ფუნქციონირების მიზნით აშ-შ-ის მთავრობამ შეიმუშავა ხანგრძლივვადიანი პოლიტიკა, რაც ითვალისწინებს ერთიანი საინფორმაციო სამსახურის და კადრების მომზადებისა და გადამზადების სისტემის შექმნას. დაფინანსების სისტემის მექანიზმის დახვეწას, მათი წარმოშობისა და განვითარების სხვადასხვა ეტაპებზე;

აშშ-ში მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერა რეალიზდება შემდეგი მიმართულებებით: პირდაპირი საბიუჯეტო დოტაციით; მსხვილი ფირმებისათვის შეკვეთებით; შეღავათიანი საბანკო კრედიტების მიღებით, რომლის გარანტადაც სახელმწიფო გამოდის; საგადასახადო შეღავათებით და ა.შ.;

საქართველოში, როგორც ერთ-ერთი უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყანაში მეწარმეობის საწყისები ჩაისახა უძველეს დროში. თავდაპირველად არსებობდა ხელოსნობის სახით. რეგულარულად დამკვიდრდა ვაჭრობის განვითარების შემდეგ. ფართო მასშტაბები მიიღო საგარეო ვაჭრობის განვითარებით. პროფესიონალური ხასიათი – საბაზრო ურთიერთობების პირობებში;

საქართველოს ეკონომიკური სისტემის გაჯანსაღება და მისი სტაბილური განვითარება უშუალოდ არის დაკავშირებული მცირე და საშუალო ბიზნესის სფეროში შემუშავებული სახელმწიფოს სტრატეგიული პოლიტიკის წარმატებულ რეალიზაციასთან;

საქართველოს ეკონომიკის სწრაფი ზრდისათვის მცირე და საშუალო ფირმების რაოდენობამ უნდა მიაღწიოს 250-260 ათასს. ამჟამად ფუნქციონირებს 177 831 ეკონომიკური სუბიექტი. მათგან მეწარმეობის ყველაზე გავრცელებული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია: ინდივიდუალური საწარმო, შეადგენს საერთო რიცხვის 52%-ს; შპს 32,5%-ს; დანარჩენი (სააქციო და სოლიდ. პასუხისმ.-ის საზოგად., კოოპერატივები) 15,5%. მათგან 93,4% კერძო საკუთრებაშია და 6,6% სახელმწიფო საკუთრებაში;

აქართველოში მცირე და საშუალო ფირმების განვითარება საშუალებას მოგვცემს ეფექტურად გადაწყდეს ბევრი პრობლემა: განვითარდეს კონკურენცია; გაფართოვდეს რეფორმების სოციალური ბაზა; უზრუნველყოფილ იქნეს წარმოების ორგანიზაციული სტრუქტურის დივერსიფიკაცია და ოპტიმიზაცია; გადაწყვეტილ იქნეს მოსახლეობის დასაქმების და სხვა მრავალი პრობლემა;

კონკურენციის ფენომენის მიკროეკონომიკურ დონეზე ანალიზის შედეგად მოცემულია ფირმის კონკურენტული უპირატესობების ორი დონე: 1. დაბალი – იაფი სამუშაო ძალა, მატერიალური და ფინანსური (იაფი კრედიტი) რესურსები; 2. მაღალი – უნიკალური (გამორჩეული) ნაწარმი, ტექნოლოგია და სპეციალისტები. რესურსები და სოციალური კავშირები;

გონივრული სახელმწიფო პოლიტიკა მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში წარმატებით უნდა ჩაეწეროს ქვეყნის ეკონომიკური რეფორმების სისტემაში. ამ დროს გადაწყდება მრავალი პრობლემა. უმუშევრობის პრობლემის გადაწყვეტა მიმართული უნდა იყოს მონოპოლიზმის დაძლევაზე;

ბოლო პერიოდში, საქართველოში, მნიშვნელოვნად იმატა მოზარდი თაობის დამნაშავეობამ. ახალგაზრდობის ჰარმონიულად განვითარების და მათი შემოსავლების ზრდის გადაწყვეტა პირდაპირაა დაკავშირებული მათ დასაქმებასთან მოწინავე ტექნოლოგიებით აღჭურვილ მცირე ბიზნესში. სადაც განსწავლულ ახალგაზრდას მნიშვნელოვანი უპირატესობები გააჩნია უფროსი თაობის მოსახლეობასთან შედარებით;

ეკონომიკური კრიზისის ფონზე სოციალური დაძაბულობა მეტად იგრძნობა ნაკლებადგანვითარებული ინფრასტრუქტურის რეგიონებში. განსაკუთრებით აქტუალურია მცირე და საშუალო

ბიზნესის განვითარება ეთნოკონფლიქტების რეგიონებში, სადაც ეკონომიკური კრიზისის შედეგები უფრო მწვავედ დგას;

რეგიონებში ობიექტურად არის შექმნილი წანამძღვრები მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისათვის. მაგრამ საინვესტიციო შეზღუდვები მნიშვნელოვნად ამცირებს ეკონომიკური კრიზისიდან გამოსვლის შესაძლებლობებს;

საწყის პერიოდში, შესაძლებელია, ბიზნეს სტრუქტურები ცალკეულ რეგიონებში თავისთავად, საბაზო მოთხოვნის შესაბამისად ჩამოყალიბდნენ. მაგრამ მომდევნო ეტაპზე, რეფორმების განვითარების კვალობაზე, სახელმწიფომ მართვის ადგილობრივი ორგანოების მეშვეობით ხელი უნდა შეუწყოს მათ განვითარებას. უნდა გამოიყოს პრიორიტეტული მიმართულებები და შეირჩეს მენეჯმენტის თანამედროვე ფორმები;

რეგიონული მართვის ორგანოებმა დამოუკიდებლად უნდა განსაზღვრონ მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ძირითადი მიმართულებები. აგრეთვე იმ ღონისძიებების კომპლექსი, რომლებიც აუცილებელია მცირე საწარმოთა ადგილობრივ პრობლემებზე ორიენტაციისათვის;

მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პოლიტიკის განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების მექანიკურმა კოპირებამ საქართველოს ეკონომიკის თავისებურებათა გათვალისწინების და წინასწარი აპრობაციის გარეშე შეიძლება უკუ ეფექტი იქონიოს და ხელი შეუწყოს ბიზნესის ჩრდილოვან სექტორში გადასვლას;

მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის რეალიზაციის ძირითადი მიმართულებებია: ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება; საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა; ბიზნეს -ინფრასტრუქტურის შექმნა; საინფორმაციო, სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა; ბიზნეს-სუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოებისათვის პირობების შექმნა; საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება;

ერთი ეკონომიკური სისტემიდან მეორეზე გადასვლა წარმოშობს ეკონომიკის განსაკუთრებულ, გარდამავალ მდგომარეობას.

გარდამავალი პერიოდის ხანგრძლივობა დამოკიდებულია ცალკეული ქვეყნის თავისებურებებზე. ისტორიულ პირობებზე,

მოსახლეობის მენტალიტეტზე, სამოქალაქო საზოგადოების არსებობაზე. თავის დროზე სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის ფუნქციონირების ხანგრძლ.-ზე, მისი განვითარების სიმწიფეზე და ა.შ.;

საქართველო დგას ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი რეგულირების როლის სრულიად ახლებურად გააზრების აუცილებლობის წინაშე. გარდამავალ პერიოდში წარმოებს სახელმწიფო ფუნქციონირების ტრანსფორმაცია. სახელმწიფო თანდათანობით უარს ამბობს მართვის ადმინისტრაციულ-მბრძანებურ მეთოდებზე და სულ უფრო მეტ უპირატესობას ანიჭებს, რეგულირების საბაზრო ინსტრუმენტებს;

საჭიროა ქვეყნის განვითარების სწორი ანალიზი, სპეციფიკური პირობების გათვალისწინება და ბიზნესის მომავალი უსაფრთხო განვითარების განსაზღვრა. უნდა მოხდეს სტრატეგიული და ოპერატიული მიზნების რაციონალური კოორდინაცია. ბაზარსა და სახელმწიფოს შორის ორგანული ერთობის დამყარება. სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ცალკეული შემადგენელი ნაწილები სისტემურად, მიზეზ-შედეგობრივად უნდა იყოს დაკავშირებული ერთმანეთთან;

ბიზნესში ჩართულ ადამიანთა წრის განსაზღვრის მიზნით შემოთავაზებულია ტერმინი "ბიზნეს-შრე", რომელსაც მიეკუთვნება ყველა მეწარმე და პიროვნება, რომელიც ამა თუ იმ ფორმით დასაქმებულია ბიზნესში, მათ შორის დაქირავებული თანამშრომლები. ესაა კომერციული მოღვაწეობით დაკავებული სუბიექტების ერთობლიობა, რომლებიც საქმიანობას ახორციელებენ მოგების მიღების მიზნით. მათი შემოსავლების შეფასების შედეგად აღნიშნულია, რომ ბიზნეს-შრის წარმომადგენლების ცხოვრების დონე გაცილებით მაღალია სხვა მოქალაქეებთან შედარებით;

წარმატებული მოღვაწეობისათვის ფირმა უნდა ახორციელებდეს გარე და შიდა სოციალური გარემოს მუდმივ ანალიზს. გარეს განეკუთვნება ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური, სამართლებრივი და სოციალური მდგომარეობა. შიდას – საწარმოს საკუთარი ეკონომიკა, რომელიც მოიცავს: ბიზნესის მართვას პროდუქციის რეალიზაციას, ფინანსურ, მატერიალურ და საკადრო უზრუნველყოფას და ა.შ.

ფინანსები ბიზნესში იგივეა,რაც ცოცხალი ორგანიზმისთვის ჰაერი. მომგებიანი საქმის დასაწყებად აუცილებელია საწყისი კაპიტალი. ფუნქციონირებადი ფირმები მუდმუვად საჭიროებენ საბრუნავ კაპიტალს. მეწარმე მუდმივად ეწევა ხარჯებს. ამიტომ, იგი უნდა ერკვეოდეს საფინანსო მენეჯმენტის საწყისებში. შეეძლოს მიმდინარე და სამომავლო მოთხოვნების პროგნოზირება. ჯამური დანახარჯებისა და შემოსავლების განსაზვრა;

ეკონომიკური განვითარების უმნიშვნელოვანეს წყაროს წარმოადგენს საქართველოს მიერ ტრანსეროვნული ბაზრების განვითარების ტენდენციებისათვის ფეხის აწყობა. ამისათვის საჭიროა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის ფორმირება. მართვის ნაწილი ფუნქციების ტრანსნაციონალური სტრუქტურებისათვის გადაცემით ქვეყანა მიიღებს ფინანსური ნაკადების შემოდინების კარგ შესაძლებლობას. ასეთი ინვესტიციები კი, როგორც წესი, უშუალოდ არის დაკავშირებული უახლესი ტექნოლოგიებისა და მოწყობილობის იმპორტთან;

ეკონომიკური განვითარების წყაროა ინვესტიციების შინაგანი ბაზის გააქტიურება, მათი ეფექტური გამოყენება. შინაგანი ზრდაზე ორიენტაცია გულისხმობს უპირატესად იმ ბიზნესების და საინვესტიციო პროექტების მხარდაჭერას, რომლებიც უზრუნველყოფენ მასიურ მოთხოვნას მაღალი ფასობრივი ელასტიურობით. დაბალი ინფლაციის პირობებში მსგავს პროექტებს შეუძლიათ უზრუნველყონ წარმოების სწრაფი ზრდა მაღალი და საშუალო ტექნოლოგიებით, რომლებიც ორიენტირებული იქნება იაფ ბაზრებზე;.

ინვესტიციურ პოლიტიკაში აქცენტი უნდა გაკეთდეს საქართველოსთვის ტრადიციულ სფეროებზე – მელვინეობა, მეჩაიეობა, მეციტრუსეობა, მეხილეობა, მებოსტნეობა და მათ ბაზაზე საკონსერვო მრეწველობის განვითარება. ინვესტიციებისათვის მხარდაჭერა და ეკონომიკის ამ სექტორში საგადასახადო შეღავათების დაწესება სახელმწიფოს დაუბრუნდება, განვითარებული, მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი სფეროებით;

საბაზრო ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობა ხელს უშლის მცირე ბიზნესის განვითარებას. ბიზნესის განვითარებული ინფრასტრუქტურა საშუალებას იძლევა კომპენსირებულ იქნეს სახელმწიფოებრივ მართვასა და ბაზრის თვითგანვითარებას შო-

რის არსებული წინააღმდეგობები;

მცირე ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ფორმირება უნდა მოხდეს პრობლემურ-რესურსული რუქის შედგენის გზით. ეს საშუალებას მოგვცემს ზუსტად გავერკვეთ არსებულ მონაცემებში და გამოვყოთ განვითარების მიმართულებები, რომლებშიც უფრო სრულად შეიძლება განხორციელდეს პარტნიორ-ინვესტორების ინტერესებისა და მცირე ბიზნესის შესაძლებლობების შეთანხმება;

ინფრასტრუქტურის კონკრეტული ფორმები, მათი შიდა კონკურენტუნარიანობის ხარისხი დამოკიდებულია ადგილობრივი ბაზრის სპეციფიკაზე. უნდა მოხდეს რესურსების გამოკვლევა და მიღებული შედეგების მიხედვით ობიექტების საჭირო ორგანიზაციული ფორმების დაარსება - საგამოფენო კომპლექსი, ინოვაციური ცენტრი, რეწვის და განვითარების ცენტრები, საგარანტიო და ლიზინგური ფონდები, სადემონსტრაციო-დილერული ცენტრი, ურთიერთდაკრედიტების საზოგადოება, მცირე ბიზნესის არასახელმწიფოებრივი საპენსიო ფონდი და ა.შ.;

ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით, მეწარმედ შეიძლება მივიჩნიოთ ადამიანი, რომელიც მოქმედებს გარკვეული მოტივებით. მათ შორის მთავარია ცხოვრებაში წარმატებების მიაღწევის სურვილი. მეწარმეობა ესაა პროცესი იდეიდან მის რეალიზაციამდე, რომლის შედეგად მიიღება მოგება;

სამეწარმეო უნარი (ნიჭი, შესაძლებლობები) ესაა ეკონომიკური რესურსი, რომელსაც ყველა ადამიანი ვერ ფლობს. თანამედროვე სამეცნიერო გამოკვლევებით გამორჩეული მეწარმეობრივი უნარით დაჯილდოებულია მოსახლეობის მხოლოდ 1%. რაც მათ საშუალებას აძლევს ასევე განსაკუთრებულ შედეგებს მიაღწიოს ბიზნესში, მეცნიერებაში, ხელოვნებაში, სპორტში და საერთოდ ცხოვრებაში;

მოსახლეობის 5-6% ფლობს „მაღალ შემოქმედებით პოტენციალს" და რისკის პირობებში შეუძლია საქმის პროფესიულ დონეზე წარმართვა. დანარჩენი 60-65% ესაა „ჩვეულებრივი ადამიანები", რომლებიც ფლობენ ზომიერ შემოქმედებით პოტენციალს. ხოლო მოსახლეობის 30%-ს საერთოდ არ გააჩნია მეწარმეობრივი მონაცემები;

ჩვენი ექსპერტული შეფასებებით, ხელშემწყობ სახელმწიფო

პოლიტიკას შეუძლია 20-30%-ით გაზარდოს მოსახლეობის სამეწარმეო პოტენციალი;

ბიზნეს-მომზადების ძირითად მიზანს წარმოადგენს ერთი მხრივ მსმენელში საბაზრო უნარ-ჩვევების ფორმირება. მეორეს მხრივ ინფორმაციის და შესაბამისი ცოდნის მიღება კონკრეტულ ბიზნესზე და მის თავისებურებებზე. სამეწარმეო ჩვევების ფორმირება საკმაოდ რთული პროცესია. სასწავლო ტრეინინგების შედეგად, ჩვენი ექსპერტული შეფასებებით, მეწარმეობრივი მონაცემები შეიძლება გაიზარდოს 8-10%-მდე;

მნიშვნელოვან პრობლემას ბიზნეს-განათლების ორგანიზაციაში წარმოადგენს მსმენელების მოთხოვნების შეუსაბამობა სწავლების ფორმებთან და შინაარსთან. ტრეინინგების დროს საჭიროა გამოყენებულ იქნეს მეწარმეობრივი მიდგომა, რომლის დროსაც: რეალიზდება სწავლების პრობლემურ-დისციპლინათაშორისი მიდგომა;

თანამედროვე ბიზნესი წარმოუდგენელია ინფორმაციის მიღების, შენახვის, დამუშავებისა და გამოყენების გარეშე. წარმატებისათვის მნიშვნელოვანია ხარისხიანი, ფასეული ინფორმაციის ფლობა. ამიტომ, ღირებული ინფორმაცია გასაიდუმლოებელია;

კომერციული ინფორმაციის აქტუალურობა დამოკიდებულია ფირმის მოღვაწეობის ხასიათზე. საჭიროა მუდმივი ანალიზი, რომლის დროსაც განისაზღვრება: რომელი ინფორმაცია საჭიროებს დაცვას, როგორია მისი ფასეულობა? რომელი ნაწილია უფრო მნიშვნელოვანი? როგორია კომერციული ინფორმაციის სიცოცხლის ხანგრძლივობა?;

საქართველოს საინფორმაციო ბაზარზე არსებობს მოთხოვნა კომპლექსურ ინფორმაციულ უზრუნველყოფაზე, რაც ხელს შეუწყობს ანალიზს და სწორი გადაწყვეტილებების მიღებას. მეწარმეებისათვის მნიშვნელოვანია სპეციალიზებული საინფორმაციო სამსახურები, რომლებიც შეძლებენ კომპლექსურად გადაწყვიტონ კონკრეტული ამოცანა.. მაგალითად, საიმედო პარტნიორის შერჩევა;

საქართველოს ბიზნეს ბაზარზე არსებობს მზარდი მოთხოვნა საკონსულტაციო მომსახურებაზე. იქნება ეს მენეჯმენტის,

მარკეტინგის, ფინანსურ-საინვესტიციო, სამართლებრივი და სხვა საკითხები. ბიზნეს-კონსულტირებამ უნდა უზურნველყოს ცოდნისა და ჩვევების სათანადო კავშირი, რომელიც არსებობს საგანმანათლებლო ტრეინინგების ფარგლებში. დაეხმაროს მეწარმეებს თავიდან აიცილონ არასასურველი შემთხვევები;

ბიზნეს ინფრასტრუქტურის ფარგლებში უნდა განვითარდეს ბიზნეს-კონსალტინგის პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს დამოუკიდებელი აუდიტორული და კონსალტინგური ფირმების პარტნიორული გაერთიანების შექმნას;

სახელმწიფომ უნდა ჩამოაყალიბოს მეწარმის ქცევის ნორმები, რომლებსაც მას დემოკრატიული საზოგადოება უყენებს. თავის მხრივ, პროფესიონალი მეწარმე დარწმუნებული უნდა იყოს მისი შრომის სარგებლობაში, არა მხოლოდ საკუთარი თავისთვის, არამედ საზოგადოებისა და სახელმწიფოსთვის.

Summary

Level and nature of development of business give us better hopes. Regarding the current situation, there is need of commencement of new wave of reforms of systematic nature. State strategy for development of small and medium business shall be developed which, by the definition of the organizers, would provide basis for economic politics of the country and the latter is the tool for support and development of business.

Since second half of the 20th century, the increasing role of small and medium business is one of the most significant trends of today's life. During last 30 years, in the number of developed countries there is trend of significant growth of SME number. Currently, 50% of the world's population is employed in the small business and 72% in the EU countries. 50% of world GDP is generated in this sector and in the EU countries this figure is 65%.

Business originated at the outset of the history of mankind and it existed in various forms in all socioeconomic conditions. In the process of historical development attitude towards it changed. Significance of small and medium business was fully understood only in the 60-ies for the past century. AT that time, the leading countries implemented the policies of complex support and stimulation of business, what ensured rapid economic growth of thee countries.

There are no common criteria for determination of the scales of small and medium businesses. Basically two parameters are used – number of employed and turn-over of capital. According to the UN classification, the enterprises with up to 19 employees are regarded as micro enterprises, those, with up to 99 employees – small enterprises, those, with number of employees form 100 to 499 – medium enterprises. Enterprises with over 500 employees are large enterprises. In the wholesale and retail trade, service sector, financial and insurance business, the said indicators are two times as lower, in average. In Italy and Ireland, as additional criteria, the volume of real property is applied.

Small enterprise may become the polygon for testing of large business. Generally, small firms always better adjust to the new ideas. Here, innovations per worker are 2.5 tomes greater compared with the large enterprises;

Freedom of action, prompt decisions, adjustment to local specific conditions, entrepreneurship spirit, ability to practically achieve the goals, low ad-

ministrative and operation costs, high capital turnover, kind attitude of public and state support ensure high competitiveness of the small business;

Small business has weaknesses as well and these should be taken into account. In particular: difficulties of funding; high sensitivity to the economic changes; high rate of personal problems; low specialization level and sole responsibility. Therefore, the state support is required directed towards stimulation of de-monopolization;

In the competitive conditions, when updating of the range of goods is critical, small firms, by introduction of the novelties, calculated per dollar, provide four times greater number of innovations than the medium-scale enterprises and 24 times greater than the large corporations do;

In the beginning of the 21st century, about 20 million small and medium firms operate in the EU countries. The most typical are the micro-enterprises with 1-9 employees and their number is about 14.5 millions. Small and medium scale businesses provide 70% of jobs. According to the statistical data of employment, 18 million people work in their own firms and 52 millions are hired.

Major directions of special policies of business development in the EU countries are as follows: improvement of international competitiveness of the small firms; creation of new jobs; economic growth of the small enterprises; attraction of the foreign companies and investments; business modernization; innovations; transfer of the technologies etc.;

The large corporations form the backbone of the US economy and the small forms are its muscles, which drive the large business. Annually about 600 thousand new firms are created, what is 7 times greater than the same figure for 50-60-ies of the past century.

With the purpose of effective operation of the small business US government has developed the long-term policy, what implies development of the unified information service and human resources and creation of the re-training system, improvement of the mechanisms of funding system at various stages of their formation and development.

In the United States, state support of the small business is provided in the following directions: direct budget subsidies; orders for the large firms; sift bank credits guaranteed by the state; tax exemptions etc.;

In Georgia, as the country with one of the most ancient histories, the origins of entrepreneurship emerged in the ancient times. At first, these were the

workshops, formed as regular sector after development of trade, became the large-scale sector through development of international trade and acquired professional nature – in the conditions of market relations;

Improvement of economic system of Georgia and its sustainable development is directly related with successful implementation of the strategic policies of the government developed in the sphere of small and medium business;

For rapid growth of Georgian economy, the number of small and medium firms should achieve 250-260 thousands. Currently operate 177 831 economic entities. Among them, the most widespread organizational-legal forms are: individual enterprises – 52% of total number; limited liability companies – 32.5%; and others (joints stock companies, joint liability companies, cooperatives) 15.5%, among them 93.4% are the private property and 6.6% - the state property;

Development of small and medium firms in Georgia would offer effective solutions for numerous problems: development of competition; expand the social basis for the reforms; ensure diversification and optimization of organizational structure of production; solve the problem of employment of the population and many others;

As a result of analysis of the competition phenomenon at the macroeconomic level two levels of macroeconomic advantages 1. low level – cheap labor, material and financial resources (cheap credits); 2. high level – unique (distinguished) products, technologies and professionals; resources and social contacts;

Reasonable state policies in small and medium-scale business development should be successfully placed in the system of economic reforms of the country. At this time numerous problems will be solved. Dealing with the problem of unemployment should be directed towards overcoming of monopolization;

In the recent period, in Georgia, criminality of young generation increased significantly. Harmonic development of young people and growth of their incomes is closely related to their employment in the small business equipped with the advanced technologies, where the educated young people have significant opportunities compared with the population of elder generation;

Against the background of economic crisis the social strain is more prominent in the regions with poorly developed infrastructures. Development of

small and medium business is of critical significance in the regions of ethnic conflicts, where the results of economic crisis are heavier;

In the regions, there are objective preconditions for development of medium and small business, though limited investments significantly hinder the opportunities for overcoming of the economic crisis;

In the initial period, in certain regions, the business structures were formed spontaneously, in response to market demand but at the following stage, with development of the reforms, the government, acting though local bodies, should support their development. Priority directions should be identified and up-to-date forms of management should be selected;

Regional governmental bodies should independently identify the major directions of support and development of small entrepreneurship; as well as the set of measures required for orienting of the small businesses to local problems;

Mechanical copying of the experience of developed countries in support of small and medium-scale business, without taking into consideration the characteristic features of the country and prior testing may have negative effect and contribute to shifting of the business in the shadow sector;

Major directions of implementation of the state policies for support and development of small entrepreneurship are as follows: formation of the regulatory-legal framework; financial-credit and investment support; formation of business infrastructure; information, scientific-methodological and human resources provisioning; social protection of business entities and providing proper conditions for their safety; formation of public support system;

Moving from one economic system to the other creates special transition state.

Duration of the transition period depends upon the characteristic features of individual countries; historical background; mentality of he population, existence of the civil society; duration of functioning of functioning of the socioeconomic system; its maturity etc.;

Georgia faces the critical need of new understanding of the role of state regulation of the economy. In the transition period the state functioning transforms, the government gradually rejects the administrative-ordering methods of governance and prefers the market instruments of regulation.

It is necessary to properly analyze development of the country, take into consideration the specific conditions and identifying of the ways for further

safe development of business. Strategic and operational goals should be effectively coordinated, fostering of organic relations between the market and the government; individual elements of the state economic policy should be systematically interrelated, in the cause-effect manner;

With the purpose of definition of people involved in business, the new term – "business stratum" is offered, which covers all entrepreneurs and persons, employed in business, in one or another way, including the hired labor. This is the set of subjects engaged in the commercial activities, who carry out their activities with the purpose of gaining profits. As a result of evaluation of their incomes it is clear that the life standards of business stratum representatives are much higher than those of the other citizens;

For successful operation, the firm should permanently perform analysis of internal and external social environment. External environment includes economic, legal and social situation in the country. Internal one – includes the enterprises own economy, covering: business management, distribution of the products; financial, material and HR provisioning etc.;

Finances in the business are similar to air for the live organism. For launching of the profitable business initial capital is required. Operating firms permanently need the working capital and the entrepreneur permanently pays to cover some costs and therefore, he/she should be aware in the elementary financial management; be able to estimate current and future demand, calculation of total costs and incomes;

Keeping step with the trends of development of the transnational markets by Georgia is one of the most significant sources for economic development. This requires formation of he relevant infrastructure. Some part of the functions will be vested on the transnational structures and the country will gain good opportunity of inflow of the finances. And such investments, as a rule, are directly related to imports of the state-of-the-art technologies and equipment;

Activation of the internal market of investments and their effective use is the source of economic development; orientation towards internal growth implies basically support to those businesses and investment projects, which ensure the mass demand with the high price elasticity. In the conditions of low inflation such projects can ensure rapid growth of production with the high and medium technologies oriented towers the cheap markets;

In the investment policies, the emphasis should be made on the spheres

traditional for Georgia – winemaking, tea-growing, citrus and fruit production, horticulture and on their basis, development of the packing industry. Promotion of investments and introduction of the tax exemptions in this sector of economy would return to the state in a form of well-developed sectors, competitive at the world markets;

Poor development of the market infrastructure hinders development of he small-scale business. Well-developed business infrastructure allows for compensation of the controversies between the state governance and self-development of the market;

Formation of the infrastructure should be provided through development of the problems-resources map. This would allow us to clarify the available data and identify the directions for development, which could combine the interests of the partners-investors and capacities of the small business;

Specific forms of infrastructure, degree of their internal competitiveness depend on the specific features of local market. The resources should be studies and based on the obtained results the required organizational forms should be established – exhibition complex, innovations center, mutual credit association, nongovernmental pension fund for small business etc.;

In psychological point of view, we could regard a person to be an entrepreneur, who acts with certain motivation and the key one among them is the desire of success. Entrepreneurship is the process leading from the ideals to their realization, resulting in profits generation;

Entrepreneurship skills (talents, capacities) are the economic resource, which is not available for all. Only 1 per cent of the population is gifted with the entrepreneurship skills distinguished with the up-to-date scientific researches, providing ability to achieve outstanding results in business, sciences, art, sports and generally, in life;

5-6 % of the population has the "high creative potential" and in the risk conditions they are able to do the work at high professional level. Remained 50-60% of people – these are the "common people" with moderate creative potential and 30% of the population has no entrepreneurship skills at all;

At our experts' evaluation, supporting governmental policies can increase the entrepreneurship potential of the population by 20-30%;

Major goal of business training, on one hand, is formation of the market skills and on the other hand – acquisition of the information and relevant knowledge with respect of specific business and its characteristics. Formation

of the entrepreneurship skills is a quite complicated process. As a result of trainings, according to our experts' evaluation, entrepreneurship skills could be increased up to 8-10%;

In organization of business education the major problem is non-conformity of the requirements of student with the forms and contents of training. In the training it is necessary to apply the entrepreneurship approach, when the problematic & inter-disciplinary approach is realized;

One could not see the modern business without facilities for acquisition, storage and use of information. It is necessary to gain valuable, high quality information for achievement of success and therefore, the valuable information is confidential;

Significance of commercial information depends on the nature of the firm's activities Permanent analysis is required to determine: what information should be protected, what is its value? What part is more significant? What is the lifetime of commercial information?

At the information market of Georgia there is demand for complex information supply, what is required for analysis and making proper decisions. Entrepreneurs require the specialized information services, able to give complex solutions for specific issues, e.g. selection of the reliable partners;

At the business market o Georgia there is increasing demand for advisory services, covering management, marketing, financial-investment, legal and other issues. Business consultations should ensure proper relation of the knowledge and skills, existing within the scopes of educational trainings, to assist the entrepreneurs in avoiding undesirable cases;

Within the scopes of the business infrastructures the program of business consulting should be developed, implying creation of partnerships of the independent audit and consulting firms;

The state should formulate the norms of behavior of the entrepreneurs, acceptable for the democratic society. On his side, the professional entrepreneur should be sure in that his work is beneficial, not only for himself, but for the society and for the state;

In the end of the dissertation work there are provided conclusions with respect of the research results and relevant recommendations, considering and practical implementation of which would contribute to improvement of the level of the economic development of the country and improvement of the life standards of the population; specifically, mass development of small and

medium enterprises, improvement of their infrastructural basis; employment of the population and growth of their incomes; reduction of criminalization of the young generation; improvement of business potential of the population etc.

ცხრილების ნუსხა

ცხრილი 1. მცირე ფირმების წილი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებში

ცხრილი 2. სამეწარმეო სფეროს ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

ცხრილი 3. რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა

ცხრილი 4. წამყვანი ინდუსტრიული ქვეყნების მშპ-ში სახელმწიფო დანახარჯების დინამიკა 1880–1998 წლებში

ცხრილი 5. ბიზნესის წარმართვის მიმზიდველობის ექსპერტული შეფასებები პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში (1998-2004 წ.წ.)

ცხრილი 6. რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ***ამაღლობელი დ., ჩიბუხაშვილი ა.*** მცირე ბიზნესი საქართველოში, თბილისი: საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ბიულეტენი №21, 1999,
2. ***ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ., აბრალავა ა.*** მენეჯმენტი და ადმინისტრირება, თბილისი, "ინოვაცია",
3. ბიზნესის საფუძვლები. ***გ. ბაბუნაშვილისა*** და ***ლ. ყორდანაშვილის*** რედაქციით. თბ. 2004;
4. ***გველესიანი რ.,*** მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების სტრატეგია და სტრუქტურა. თბ. "სამშობლო"1999;
5. ***გონაშვილი ა.*** ბიზნესის ფილოსოფია და ბიზნესის მეცნიერებანი. განათლება, მეცნიერება, ბიზნესი, 1996, №8;
6. ***გველესიანი რ.,*** საერთაშორისო მეწარმეობის რისკები და სადაზღვევო ბიზნესის პრინციპები. თბილისი, თსუ, 2003;
7. ***გაჩნაძე ზ., ნიკვაშვილი რ.,*** ბიზნესის საწყისები. თბ. 2005;
8. ***ერქომაიშვილი გ.,*** ბიზნესი და მისი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში. ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები, ე. ეკონომიკა, 2001, №1-2,
9. ***ერქომაიშვილი გ.*** ბიზნესის სტრატეგია და მისი მატერიალიზაცია. ე. სოციალური ეკონომიკა, 2003, №4;
10. ***ერქომაიშვილი გ.,*** ბიზნესის აღმოცენა და განვითარება საქართველოში. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის მაცნე, 2003, №4;
11. ***ერქომაიშვილი გ.,*** მეწარმეობის ფორმირებისა და განვითარების თავისებურებანი საქართველოში. თბ. 2004;
12. ***ერქომაიშვილი გ.,*** ფირმის ეკონომიკა, თბ. 2005
13. **თაკალანძე ლ.** ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და ეთიკა, თბილისი, 2006.
14. მეწარმეობა საქართველოში 2006 წ. საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი,თბ,2006;
15. ***ოთინაშვილი რ.,*** ეკონომიკური უსაფრთხოება,ანალიზის ანტიკრიმინალური ასპექტები,თბილისი: სტუ,2005

16. ***სამადაშვილი უ.*** მეწარმეობისა და მენეჯმენტის სწორად გაგებისათვის. ჟ. "მაცნე", ეკონომიკისა და სამართლის სერია. 1992, №4;

17. ***სამადაშვილი უ.*** ბიზნესის საფუძვლების საგნისა და მეთოდის საკითხისათვის. ჟ., "ახალი ეკონომისტი". 2007, №6;

18. ***სამადაშვილი უ.*** მცირე ბიზნესის პერსპექტივები საქართველოში. ჟ. საქმე, 1991, №1;

19. ***სამადაშვილი უ.*** სამეწარმეო რისკის შესახებ. ჟ. "ეკონომიკა", 1997, №5-7;

20. ***სამადაშვილი უ.*** ბიზნესის საფუძვლები. თბ.2007.-387; 21. საქართველოს კანონი "მეწარმეთა შესახებ". თბ. 1995;

22. ***სისვაძე ა.*** როგორ გავხდეთ წარმატებული მეწარმე. ჟ. "ბიზნესი და კანონმდებლობა". 2004. №6;

23. ***სადარეიშვილი ო. ხარაიშვილი ე.*** ბიზნესის ორგანიზაცია მართვა და ანალიზი. ნაწ. I და II, თბ. 1994;

22. ***შურდაია ო.*** მცირე ბიზნესი, როგორც მეურნეობრიობის სპეციფიკური ფორმა. ჟ. ეკონომიკა, 1994, №4-5;

23. ***შურდაია ო.***, მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ეკონომიკა, 2002, №3-4;

24. ***შონია ლ., პაჭკორია პ.*** ბიზნესის გარემო და მისი მნიშვნელობა. ჟ."ეკონომიკა",2002,№5-6;

25. ***ჭანტურია ლ., ნინიძე თ.*** მეწარმეთა შესახებ კანონის კომენტარი. თბილისი. 1998;

26. ***ჭითანავა ნ.*** გარდამავალ პერიოდში შერეული, სოციალურიმიმართულების ეკონომიკის თავისებურება, / გაზ. "საქ. რესპუბლიკა". №264, თბილისი 1999,

27. ***Райзберг Б.*** Основы бизнеса. М.1998;

28. ***Речмен Д. и др.*** Современный бизнес. М.1995;

29. ***Шишин С.,*** Малое предпринимателство: сущность место и роль. М.2002.

30. Small buziness in transition economies. 1996. Editid by jocob Levitsk;

31. ***Шамхалов ф.,*** Государство и экономика. Основы взаимодействия, М.

32. ***Шумпетер И.***, Теория экономического развития, М.1982.
33. ***Карлофф Б.***, Деловая стратегия.М.1991
34. ***Друкер П.***, Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М,1992.
35. ***Радаев В.В.***, Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие.- М. Аспект Пресс, 2000
36. Рыночное хозяйство и риски.-СПб.:Наука, 2000 Курс предпринимательство. Под ред. проф.. ***Герфинкеля В.И*** и проф
37. ***Швандара В.А.***. М.: Прогрес, 1997
38. ***Орлов А.***, предпринимательство в Росии: развитие или стагнация экономики/ ж. Вопросы экономики, 2001, № 10,
39. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის საიტი www.statistics.ge/
40. Доклад о мировом развитии 2000/2001г.
41. Central European Economic Review, December 1996. Vol. 3, № 10, P. 9.
42. ***მესხია ო.,რუხაია ფ.,*** საბაჟო პოლიტიკა როგორც ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოების ინდიკატორი,ე. მაკრო მიკრო ეკონომიკა,2003,№4,
43. ***ამაღლობელი დ., ბიბუხაშვილი ა.,*** მცირე ბიზნესი საქართველოში, თბილისი: საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი,ბიულეტენი №21,1999,
44. ***ბაკაშვილი ნ.,*** საბაზრო ინფრასტრუქტურა,თბ.2004.
45. ***Мелия М.***, Бизнес это психология, М.2005
46. ***Мидоу Ч.*** , Анализ информационных систем: Пер. с англ. , М: Прогрес, 1977
47. ***Осипова Н. Г.***, Теории и практика «влияния» средств массовой информации современной зарубежной социологии / Вестн. Моск. унта, сер. социология политология, 2001 , №1,
48. მასმედია თანამედროვე საზოგადოებაში,/ თბილისი: საზოგადოების კვლევის ცენტრი, 2000, ბროშურების სერია №7

შ ი ნ ა ა რ ს ი

შესავალი----5

თავი I

მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობა ეკონომიკურ განვითარებაში ---- 9

1.1 ბიზნესის არსი და ადგილი ეკონომიკაში ---- 9

1.2 ბიზნესის განვითარების თეორიული ასპექტები----15

1.3 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ევროკავშირის ქვეყნებში ---- 23

1.4 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება აშშ-ში ----29

1.5 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივა საქართველოში 36

თავი II

მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირება ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პირობებში ----42

2.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის სისტემა ----42

2.2 ბიზნესის სტიმულირების ძირითადი მიმართულებები ---- 52

2.3 ბიზნესის განვითარების ძირითადი პრობლემები ტრანსფორმაციულ პერიოდში ---- 57

2.4 მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკა----64

2.5 ინვესტიციების მართვა მცირე და საშუალო ბიზნესში ---- 71

თავი III

მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პრაქტიკული და გამოყენებითი ასპექტები ---- 80

3.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ძირითადი დეტერმინანტები და მიმართულებები ---- 80

3.2 მცირე და საშუალო ბიზნესის ინფრასტრუქტურული უზრუნველყოფა ---84

3.3 სამეწარმეო საქმიანობის ფსიქოლოგია ----90

3.4 ბიზნეს-განათლების ორგანიზაცია ---- 96

3.5 ბიზნესის საინფორმაციო მომსახურება ----103

3.6 ბიზნეს-კონსალტინგი და ბიზნეს-ინკუბატორები----108

რეზიუმე ქართულ ენაზე ---- 115

რეზიუმე ინგლისურ ენაზე ----125

ცხრილების ნუსხა ---- 133

ლიტერატურა ----134

თამარ როსტიაშვილი

მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვის სტრატეგია

Тамар Ростиашвили

Стратегия регулирования малого и среднего бизнеса

Tamar Rostiashvili

Small and Medium Business Managing Strategy

ტექნიკური რედაქტორი: *როინ გრძელიშვილი*

კომპიუტერული უზრუნველყოფა: *ბაკურ სიბარულიძე*

ქაღალდის ზომა – 60x84 1/16

ნაბეჭდი თაბახი – 8,75

ფასი ხელშეკრულებით