

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის
ფაკულტეტი

ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების
დეპარტამენტი

ლეილა ცეცხლაძე

მცირე ბიზნესის ორგანიზაციისა და მართვის სტრატეგია
თანამედროვე საბაზრო სისტემაში

(ბიზნესის ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორის ხარისხის
მოსაპოვებლად წარდგენილი)

დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა

სპეციალობა: ბიზნესის ადმინისტრირება

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი რეზო მანველიძე

ბათუმი

2012

შესავალი	3
თავი I. მცირე ბიზნესი თანამედროვე საბაზრო სისტემაში	10
1.1. ბიზნესის არსი და ადგილი ეკონომიკაში	-10
1.2. მცირე ბიზნესის განვითარების ეკონომიკური და სოციალური ასპექტები	25
1.3. მცირე ბიზნესი საზღვარგარეთის ქვეყნებში	-34
თავი II. მცირე ბიზნესის განვითარების ეკონომიკური და სამართლებრივი საფუძვლები საქართველოში	-53
2.1. ბიზნესგარემო საქართველოში	53
2.2. მცირე ბიზნესის განვითარების ეტაპები საქართველოში	70
2.3. მცირე ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები საქართველოში	89
თავი III. მცირე ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები და ტენდენციები საქართველოში	108
3.1. მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგია და სახელმწიფოს როლი	108
3.2. მცირე ბიზნესის რეგიონული განვითარების პრობლემები და მათი გადაწყვეტის გზები	-127
3.3. მცირე ბიზნესის ფინანსური უზრუნველყოფის შესაძლებლობები და საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები	-143
დასკვნები და წინადადებები	160
გამოყენებული ლიტერატურა	-170
დანართები	-179

შესავალი

თემის აქტუალობა. ეკონომიკურ და სოციალურ მეცნიერებაში საყოველთაოდ აღიარებულია, რომ მცირე ბიზნესი სამეწარმეო საქმიანობის ერთ-ერთი უძველესი და ყველაზე გავრცელებული ფორმაა.

თანამედროვე მსოფლიოს წამყვან სახელმწიფოთა გამოცდილება ნათლად ამტკიცებს ნებისმიერ ეკონომიკაში მაღალგანვითარებული და ეფექტიანი მცირე და საშუალო მეწარმეობის არსებობის აუცილებლობას. ეკონომიკის ეს სექტორი წარმოადგენს იმ მძლავრ რგოლს, რომელსაც შემდგომში მნიშვნელოვნად ეფუძნება საზოგადოების ეკონომიკური და სოციალური განვითარება.

ზოგიერთ ქვეყნაში მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოები აწარმოებენ მშპ-ის ნახევარზე მეტს. აშშ-სა და გერმანიაში მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება მშპ-ის 50-52%, იაპონიაში – 52-55%, საფრანგეთში – 55-62%, დიდ ბრიტანეთში – 50-53%, იტალიაში - 57-60%, ევროკავშირის ქვეყნებში – 63-67%; ამ სექტორში აწარმოებენ როგორც საწარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვან პროდუქციას, ასრულებენ მომსახურებასთან დაკავშირებულ სამუშაოებს და ა.შ. აღნიშნულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდის მრეწველობის პროდუქციის გაყიდვათა საერთო მოცულობის 50%, მომსახურების სფეროს 67%, მშენებლობისა და ვაჭრობის – 90%. არანაკლებ საყურადღებოა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულია მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი. გერმანიაში მცირე საწარმოებში მუშაობს სამუშაო ძალის 46%, დიდ ბრიტანეთში – 49%, საფრანგეთსა და აშშ-ში -54%, იტალიაში – 73%, იაპონიაში – 78,8%.

საქართველოში ეკონომიკური რეფორმების უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარება. სწორედ ამ სექტორის ეფექტიან ფუნქციონირებაზეა დამოკიდებული საბაზრო კონკურენცია, სამომხმარებლო ბაზრის გაჯერების ხარისხი, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა. საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის დაჩქარებული განვითარების აუცილებლობას ის გარემოებაც განაპირობებს, რომ მცირე ბიზნესი ავლენს მოქნილობას, სიცოცხლისუნარიანობას, რადგანაც ხასიათდება რა ბაზრის მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების უნარით, სპეციალიზაციის მაღალი ხარისხით, რესურსების მობილიზაციის მეტი შესაძლებლობებით. ის წარმოადგენს საგადასახადო შემოსულობათა მნიშვნელოვან წყაროს, ასევე განსაკუთრებული როლი აკისრია ინოვაციური განვითარების თვალსაზრისით.

ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საკვლევი თემის აქტუალობა განპირობებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის ისეთი სოციალურ-ეკონომიკური ხასიათის ფუნქციებით, როგორცაა:

- მესაკუთრეთა რიცხვის ზრდა, რაც განაპირობებს საშუალო კლასის ფორმირებას და წარმოადგენს დემოკრატიულ საზოგადოებაში პოლიტიკური სტაბილურობის უმთავრეს გარანტს;
- ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის გაზრდა, რაც ზრდის მოქალაქეთა შემოსავლებს და ათანაბრებს სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების კეთილდღეობაში არსებულ დისპროპორციებს;
- ყველაზე ენერჯიული, საქმის შემძლე ინდივიდთა წარმოჩენა, რომელთათვისაც მცირე ბიზნესი ხდება თვითრეალიზაციის პირველი საფეხური;
- შედარებით დაბალი დანახარჯებით ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, განსაკუთრებით მომსახურების სფეროში;
- პროფესიათა შეთავსების უზრუნველყოფა;
- სახელმწიფო სექტორიდან გამოთავისუფლებული, ასევე სოციალურად სხვებზე დამოკიდებული მოსახლეობის ჯგუფების (ღტოლვილები, ინვალიდები, ახალგაზრდები, ქალები) წარმომადგენელთა დასაქმების მასშტაბური შესაძლებლობა.

ასევე შესწავლას საჭიროებს მცირე ბიზნესის სექტორის როლი საქართველოს ეკონომიკაში, ეროვნულ მეურნეობაში, საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში საბაზრო ეკონომიკის განვითარებაში, რომლის ფორმირების პროცესშიც იმყოფება საქართველო.

საკვლევი თემის აქტუალობას ზრდის ისიც, რომ მიუხედავად მცირე მეწარმეობის, როგორც უმნიშვნელოვანესი სექტორის მსოფლიო აღიარებისა, საქართველოში მისი სრულყოფილად განვითარებისათვის ჯერ კიდევ არ გამოიყენება ყველა შესაძლებლობა. ამას მოწმობს მშპ-ში მისი ხვედრითი წილი, რომელიც ბოლო ათწლეულში 10%-ს არ აღემატება. ასევე მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობა, რომელიც 2000-2010 წლების განმავლობაში მთლიანი დასაქმებულების მხოლოდ 18-25%-ს შეადგენს.

საქართველოში ეკონომიკის მოცემული სექტორი ჯერ კიდევ ვერ ახდენს სისტემურ ზეგავლენას როგორც რეგიონულ ისე ეროვნული ეკონომიკის სტრუქტურულ ცვლილებებზე, რაც განაპირობებს მცირე მეწარმეობის განვითარების პროცესის გააქტიურებისაკენ მიმართული ახალი პოლიტიკის შემუშავების აუცილებლობას.

ჩვენის აზრით, მცირე ბიზნესის ეფექტიანობის ღონისძიებათა შემუშავება და რეალიზაცია არის ეროვნული და რეგიონული ეკონომიკის განვითარების, სოციალური გარემოს გაუმჯობესების, პოლიტიკური ხასიათის პრობლემების გადაჭრის ინსტრუმენტი. ასევე, ვთვლით, რომ სამეურნეო სუბიექტების ხელმძღვანელებს, ბიზნესის "მკეთებლებს" ესაჭიროებათ განვითარების პერსპექტივის ხედვისა და სტრატეგიული მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღების მექანიზმებზე ხელმისაწვდომობა. ეს მექანიზმები პირველ რიგში უნდა ეფუძნებოდეს კომპლექსურ და სისტემურ მიდგომებს, შიდა და გარე გარემოს ფაქტორთა ანალიზს, მისწრაფებას იმისკენ, რომ მიღწეულ იქნას „მცირე მეწარმეობის“, როგორც ერთიანი ეკონომიკური სისტემის შემადგენლისა და კონკურენტუნარიანი ეკონომიკის უზრუნველყოფის განვითარება.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. წინამდებარე გამოკვლევის მთავარი მიზანია საქართველოში მცირე საწარმოთა ფუნქციონირების შესწავლა და მათი ფორმირებისა და განვითარების ეფექტური მიმართულებების შემუშავება.

საკვალიფიკაციო ნაშრომის გამოკვლევის ძირითადი ამოცანებია:

- მცირე ბიზნესის ეკონომიკური არსისა და გაგების თაობაზე არსებული შესვლულებების ანალიზი;
- მცირე ბიზნესის განვითარების ეტაპების დადგენა და მათი თავისებურებების გამოვლენა;
- მცირე ბიზნესის ადგილის განსაზღვრა თანამედროვე საბაზრო სისტემაში;
- საბაზრო ეკონომიკის გარემოს ფაქტორთა ზეგავლენის ანალიზი მცირე ბიზნესის მდგომარეობასა და განვითარებაზე;
- მცირე ბიზნესის წინაპირობების, მდგომარეობის, განვითარების ტენდენციებისა და მათი გამოვლენის თავისებურებების შესწავლა ეროვნულ და რეგიონულ ჭრილში;
- მცირე საწარმოთა ძირითადი პარამეტრების შესწავლა და მათი შედარებითი ანალიზი, უპირატესობათა დადგენა;
- მცირე ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებისა და ძირითადი მახასიათებლების შემუშავება ახლო და უახლეს პერსპექტივაში;
- მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების თეორიული ასპექტების შესწავლა. მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის სისტემის კონცეფციის შემუშავების მცდელობა.

პრობლემის შესწავლის მდგომარეობა. მცირე ბიზნესის განვითარების პრობლემას იკვლევენ როგორც ქართველი, ისე საზღვარგარეთის ცნობილი მეცნიერ ეკონომისტები, პრაქტიკოსები, წარმატებული ბიზნესმენები.

უცხოელ მეცნიერთაგან აღსანიშნავია ვ. იაკოვლევი, ე. ბუხვალდი, ლ. აბალკინი, ა. ბლინოვი, ა. ორლოვი, ი. ხაკამანდა, ო. ზვერევა, ლ. სტაროსტინი, ე. უტკინი, ნ.კ. სიროპოლისი, ა. ლაპუსტა, პ. ბელტონი, ფ. ხეიკი, დ. ჰალდი, პ. ბესონი, პ. დრუკერი, ვ. ნიქსონი, დ. ფილიპსი, ფ. ხეიკი, რ. ფოსტერი, ი. შუმპეტერი, ვ. დეფი, ს. ნობაუერი, დ. ჰალდი და სხვები.

მცირე ბიზნესის სფეროს კვლევის საქმეში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს ასევე ქართველმა ეკონომისტებმა და პროფესორებმა რ. გველესიანმა, თ. შენგელიამ, ნ. ჭითანავამ, ა. ჩუთლაშვილმა, გ. ერქომაიშვილმა, რ. ასათიანმა, რ. აბესაძემ, ე. კაკულიამ, ო. შურღაიამ და სხვებმა.

მიუხედავად არაერთი მეცნიერული მიდგომისა და კონცეფციისა, საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესი, როგორც ქვეყნის ეროვნული მეურნეობის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილი, ჯერ კიდევ საჭიროებს გამოკვლევას.

მიგვაჩნია, რომ თანამედროვე შრომებში, მცირე ბიზნესის ეფექტიანობის შეფასების მეთოდოლოგიური პრობლემები სამეწარმეო საქმიანობასთან ზოგად კონტექსტში განიხილება; მისი ეფექტიანობა ხშირად ფასდება მიკროდონეზე, ნაკლებად არის მოცემული მცირე ბიზნესის ეფექტიანობისადმი კომპლექსური მიდგომა მაკრო და მეზო დონეზე. სწორედ მცირე ბიზნესის პრობლემატური საკითხების გააზრებისა და მისი განვითარების სტრატეგიის ოპტიმალური ვარიანტების შემუშავებისადმი მისწრაფებამ განსაზღვრა საკვლევი თემის მიზნები და ამოცანები. მასშტაბურად გამოვიყენებთ არსებულ გამოკვლევებსა და შეფასებებს, რომლებიც საფუძვლად დაედება ჩვენს კონცეფციას.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები. კვლევის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენს ეკონომიკური თეორია, საბაზრო ეკონომიკის, ბიზნესისა და მცირე ბიზნესის შესახებ სხვადასხვა ავტორთა სამეცნიერო გამოკვლევები და გამოყენებითი ხასიათის ნაშრომები, სამთავრობო პროგრამული დოკუმენტები და მცირე ბიზნესის განვითარების კონცეფციები, საკანონმდებლო აქტები.

სადისერტაციო ნაშრომში გამოყენებულია მცირე ბიზნესის სფეროში არსებული მეცნიერული გამოკვლევები და პუბლიკაციები, მეცნიერ-ეკონომისტთა კონფერენციებისა და სამეცნიერო სესიების მიერ მიღებული პრაქტიკული რეკომენდაციები.

კვლევის დროს გამოყენებული იქნა ეკონომიკურ კვლევათა სხვადასხვა მეთოდები: აბსტრაქტულ-ლოგიკური, ფუნქციონალური და შედარებითი ანალიზი, მეთოდები, მეცნიერული კლასიფიკაციის, სტატისტიკური, ექსპერტული და გრაფიკული, ასევე მათემატიკური, დაჯგუფების, ანალიზის და ა.შ. მეთოდები.

სადისერტაციო ნაშრომის ინფორმაციული წყაროა საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მონაცემები, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სტატისტიკური კრებულები, პუბლიკაციები, ბიზნესის სფეროში მომუშავე სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების სამეცნიერო შრომები, მეთოდური მითითებები და რეკომენდაციები, გამოკითხვის მასალები, ბიზნესსუბიექტების ანგარიშები.

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

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

– წარმოდგენილია ჩვენი მოსაზრება მეწარმეობისა და ბიზნესის, მეწარმისა და ბიზნესმენის ძირითადი თავისებურებებისა და განმასხვავებელი ნიშნების შესახებ;

– მოცემულია რეკომენდაციები მცირე საწარმოს, როგორც ეკონომიკური სუბიექტის პარამეტრების განსაზღვრის ხარისხობრივი და რაოდენობრივი კრიტერიუმების თაობაზე;

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

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

– შესწავლილია მცირე ბიზნესის გავრცელების მასშტაბები და დარგობრივი სტრუქტურა. გამოვლენილია საქმიანობის სფეროები, რომლებშიც მცირე მეწარ-

მეობას აქვს ზრდის მნიშვნელოვანი ტემპები. ასევე დარგები, რომლებშიც ამ სექტორს პოტენციური შესაძლებლობები გააჩნია;

- დადგენილია მაკროეკონომიკური ფაქტორები, რომლებიც ნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მცირე მეწარმეობის განვითარებაზე საქართველოში;

- სამამულო და უცხოური გამოცდილების შედარებითი ანალიზის საფუძველზე შემუშავებულია კონკრეტული რეკომენდაციები მცირე საწარმოთა ინოვაციური განვითარებისა და საინფორმაციო უზრუნველყოფის, მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ეფექტური მეთოდებისა და ინსტრუმენტების შემუშავების მიმართულებით, კერძოდ, კლასტერების, ბიზნეს-ინკუბატორების, ტექნოლოგიური ცენტრების და სხვათა სახით;

- შემუშავებულია მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისა და რეგულირების ჩვენეული კონცეფცია ცენტრალურ და რეგიონულ დონეზე. მეთოდური რეკომენდაციები მცირე ბიზნესის მარეგულირებელი საკანონმდებლო, აღმასრულებელი და ნორმატიული აქტების შემუშავებისათვის.

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

- გამოკითხვის მეთოდით გამოვლენილია მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის შემაფერხებელი ფაქტორები;

- შემუშავებულია ღონისძიებათა კომპლექსური სისტემა, რომელთა რეალიზაცია დააჩქარებს მცირე მეწარმეობის განვითარებას, გაზრდის მასშტაბებს და აამაღლებს ეფექტიანობას.

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

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. კვლევის შედეგები და რეკომენდაციები შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას სფეროს განვითარების ახალი კონცეფციის შემუშავებისას სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ, რომლებიც აქტიურად მონაწილეობენ ამ სექტორის მხარდაჭერის საქმეში. კვლევის შედეგები საინტერესოა ასევე მეწარმეებისათვის, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან თავიანთი საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლებაში.

გამოკვლევის მასალები და მეთოდოლოგიური მიდგომები გამოიყენება რსუს-სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტის ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტში დისციპლინის „ბიზნესის საფუძვლები“ სწავლებისას.

ნაშრომის აპრობაცია. სადისერტაციო კვლევის ძირითადი დებულებები, წინადადებები და რეკომენდაციები გამოქვეყნებულია რეფერირებად ჟურნალებსა და სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალებში. რეკომენდაციების მნიშვნელოვანი ნაწილი მიეწოდა და განხილულ იქნა სამეცნიერო-პრაქტიკულ კონფერენციებსა და ბიზნესფორუმებზე.

ნაშრომის სტრუქტურა და შინაარსი. სადისერტაციო ნაშრომი მოიცავს ნაბეჭდ 180 გვერდს. შედგება სამი თავის, ცხრა ქვეთავისა და დასკვნითი ნაწილისაგან; ნაშრომს თან ერთვის გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართები.

თავი I. მცირე ბიზნესი თანამედროვე საბაზრო სისტემაში

1.1. მცირე ბიზნესის არსი და ადგილი ეკონომიკაში

მსოფლიო გლობალიზაციის მიმდინარე პროცესების ფონზე, ცალკეული ქვეყნების სამოქალაქო საზოგადოებაში განსაკუთრებული ინტერესი გამოიწვია ადამიანის სოციალურ-ეკონომიკურმა პრობლემებმა და მისი გადაწყვეტისათვის აქტიურობის გამოვლენის ფორმებმა. ერთ-ერთ ასეთ ფორმას წარმოადგენს ადამიანის შრომითი საქმიანობა, სადაც ის ერთდროულად ახდენს საკუთარი თავის რეალიზებას როგორც სუბიექტი და როგორც მართვის ობიექტი.

ჯერ კიდევ უძველესი დროიდან ადამიანების მართვას მიიჩნევდნენ ყველაზე რთულ და ამაღლებულ ხელოვნებად. მართლაც დღეისათვის მეწარმისა და ბიზნესმენის პროფესია მეტად რთული საქმეა. ამ პროფესიას უწოდებენ კომპლექსურს, იმიტომ რომ ის ადამიანისაგან მოითხოვს მრავალი და განსხვავებული სიახლეების შემუშავებისა და წინასწარხედვის უნარის ფლობას. წარმატებული ბიზნესის შექმნის ამბიციის მქონე ადამიანმა უნდა იცოდეს თითქმის ყველაფერი – დაწყებული მარკეტინგისა და მენეჯმენტის საიდუმლოებებიდან – ფინანსური მეცნიერების ნიუანსებამდე, თანამედროვე წარმოების ორგანიზაციის მეთოდებიდან - ადამიანის ფსიქოლოგიის საიდუმლოებებამდე.

ადამიანთა ყოველდღიურ ყოფაში დამკვიდრდა სიტყვა „ბიზნესი“, რომელსაც აქვს მრავალი საინტერესო ეტიმოლოგიური განმარტება.

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

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

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

სახურების გაწევით, სამუშაოს შესრულებით, პროდუქციის წარმოებით. მოგება გვირგვინებს ბიზნესმენის საქმიანობის ეფექტიანობას.

სხვა მოსაზრებათა თანახმად:

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

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

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

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

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

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

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

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

ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოსათვის მოგების მიღების წყაროს წარმოადგენს.“ (შურღაია 2010: 23).

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

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

ბიზნესი მყარი გარანტიცაა იმისა, რომ მისი მფლობელისათვის, დასაქმებულისათვის, მთელი საზოგადოების არსებობისათვის შექმნას ღირსეული ცხოვრების პირობები.

ბიზნესი საბაზრო ეკონომიკის არსებით და განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. „ბიზნესი“ და „ეკონომიკა“ ურთიერთ დაკავშირებული ცნებებია. ეკონომიკური სუბიექტები ამავდროულად გვევლინება საქმიანი ურთიერთობების სუბიექტებადაც. ამასთან ბევრი მკვლევარის მსგავსად ჩვენც ვფიქრობთ, რომ „ბიზნესსა“ და „ეკონომიკას“ შორის არის საფუძვლიანი განსხვავება.

„ეკონომიკა“ უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე ”ბიზნესი”, ის მოიცავს მიკრო, მაკრო, მეზო და მეგაეკონომიკურ დონეებს, მოთხოვნა-მიწოდების მიკროეკონომიკურ, ერთობლივი მოთხოვნისა და ერთობლივი მიწოდების მაკროეკონომიკურ კონცეფციებს. „ბიზნესი“ არის ეკონომიკურ ურთიერთობათა უფრო კონკრეტული ფორმა, რომელიც ვითარდება განსაზღვრულ სუბიექტებს შორის, ინდივიდუალური და ჯგუფური კონკურენციის საფუძველზე.

„ეკონომიკისათვის“ არა აქვს მნიშვნელობა კონკურენტულ ურთიერთობაში მყოფი სუბიექტების ხასიათს. იგი ყურადღებას აფიქსირებს ამ ურთიერთობათა მხოლოდ არსებობაზე, შემოსისაზღვრება მითითებებით კონკურენციის აუცილებლობაზე. „ბიზნესისათვის“ კი მნიშვნელოვანია კონკურენციაში გასამარჯვებლად კონკრეტული ბრძოლის მეთოდების გამოყენება. „ეკონომიკა“ მხოლოდ აფიქსირებს

სირებს სამართლებრივი ნორმების არსებობას, “ბიზნესისათვის” ისინი წარმოადგენენ მოქმედების ძირითად ფაქტორს.

ბიზნესს გააჩნია სტრატეგია და ტაქტიკა. ბიზნესის სტრატეგია მდგომარეობს მოგების მაქსიმიზაციაში, მისი ეთიკური და სამართლებრივი ნორმების დაცვის გზით. ტაქტიკური მიზანია სტრატეგიული მიმართულების რეალიზაცია თითოეულ კონტრაგენტთან მიმართებაში, კონკრეტული ხერხების და მეთოდების გამოყენებით.

ჩვენ ვეთანხმებით აზრს იმის თაობაზე, რომ ბიზნესს, მრავალსახეობის მიუხედავად, გააჩნია ის საერთო ნიშნები, რომლებიც მუდამდებია საქმიან ურთიერთობებში. კერძოდ: ინტერესთა დაცვის აუცილებლობა; ეკონომიკის სუბიექტებს შორის საქმიანობის სფეროების დაცვა; მონაწილეთა მხრიდან თავიანთი ინტერესების შესაბამისი ქმედება; მონაწილეთა ინიციატივიანობა; პერსონალური რისკის გათავისება; გარიგებათა ალბათური და რეალური შედეგების შეფასების უნარი; საქმიანი ურთიერთობების დამყარების შესაძლებლობა; მაქსიმალური მოგების მიღების მიზნით, მოლაპარაკებათა მომგებიანი წარმოების უნარი; პრიორიტეტებისა და საქმიანი ურთიერთობების ლოგიკის დადგენის უნარი; საქმიანი ურთიერთობების მონაწილეთა ინტერესების რეალიზაციის შესაძლებლობა სხვა მონაწილეთა ინტერესებისაგან დამოუკიდებლად. (შენგელია 2008: 32).

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

– მეწარმეები, ანუ ის პირები, რომლებიც ახორციელებენ ინიციატივიან-ინოვაციურ საქმიანობას, თავიანთი რისკით, იურიდიული და ეკონომიკური პასუხისმგებლობით;

– სამეწარმეო ასოციაციები და მეწარმეობრივი კოლექტივები;

– პროდუქციისა და მომსახურების ინდივიდუალური და კოლექტიური მომხმარებლები, მომხმარებელთა კავშირები და ასოციაციები;

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

უნდა აღინიშნოს, რომ ტერმინები “ბიზნესი” და “მეწარმეობა” შინაარსობრივად ერთმანეთთან ახლოს დგანან. ამასთან, ცნება “ბიზნესი” გაცილებით უფრო ფართოა, ვიდრე “მეწარმეობა”. ბიზნესის ამოსავალი წერტილია მეწარმეობა. დღეისათვის ძალზედ რთულია და თითქმის არც არსებობს მეწარმეობის აღიარებული განსაზღვრება. ზოგადად კი მეწარმეობა არის რაღაც ახლის შექმნის პრო-

ცესი, რომელსაც აქვს ღირებულება, ხოლო მეწარმე კი არის ადამიანი რომელიც ამისათვის ხარჯავს დროს და ენერჯიას, თავისთავზე იღებს ფინანსურ, ფსიქოლოგიურ და სოციალურ რისკს, ჯილდოს იღებს ფულის სახით და მიღწეულით კმაყოფილდება. შუმპეტერის აზრით „იყო მეწარმე ნიშნავს აკეთო ის, რასაც სხვები აკეთებენ და არა ისე, როგორც სხვები აკეთებენ, არამედ, მეწარმე არის შემოქმედი, მნგრეველი, რომელიც ამსხვრევს ძველ წესებს, მაგრამ ამავედროულად ქმნის ახალს.“ (შუმპეტერი 2007: 48)

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

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

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

ზოგიერთ ქვეყანაში (გერმანია, რუსეთი და სხვა) ტერმინები “ბიზნესი” და “მეწარმეობა” გაიგივებულია. ასევეა საქართველოშიც. საქართველოს კანონმდებლობაში არ არსებობს ცნება ბიზნესის შესახებ და მის ნაცვლად გამოყენებულია ტერმინი “მეწარმეობა”, რომლის თანახმადაც “მეწარმეობა” არის მართლზომიერი და არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, ორგანიზებულად და დამოუკიდებლად. (ჭანტურია. . . 1998: 22).

ჩვენი აზრით „ბიზნესისა“ და „მეწარმეობის“ არსობრივი გათანაბრება არ შეიძლება მათ შორის არსებულ შემდეგ განსხვავებათა გამო:

1. მეწარმეობა ინტერესიანი, დამოუკიდებელი, შემოქმედებითი საქმიანობაა, რომელიც მიმართულია ახალი საქონლის და მომსახურეობის წარმოებასა და რეალიზაციისაკენ ან უკვე არსებულის გაუმჯობესებისაკენ. მეწარმეობა ინოვაციური საქმიანობაცაა.

ბიზნესის ქვეშ მოიაზრება მოგების მიღების მიზნით რუტინული, ერთგვარი საქმიანობა ნებისმიერ სფეროში. ქალაქის ნებისმიერ ადგილას სავაჭრო ჯიხურის საქმიანობა, პროდუქციის შესყიდვა და რეალიზაცია არის ბიზნესი მაგრამ არა მეწარმეობა.

2. ბიზნესმენი საკუთარი ფირმისათვის ქირაობს სპეციალისტებს, მათ შორის მენეჯერებსაც, ფირმის პრეზიდენტის ჩათვლით, მეწარმე თვითონ წარმართავს საკუთარ საქმეს, ასრულებს მენეჯერის ფუნქციებს, ამდენად იგი არის მისი უშუალო შემოქმედი. ყველა მეწარმე ბიზნესმენია, მაგრამ ყველა ბიზნესმენი მეწარმე არ არის.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე ერთმანეთისაგან განვასხვავებთ მეწარმეობის და ბიზნესის, სამეწარმეო უნარის და მენეჯერის ძირითადი თავისებურებები, რომელიც წარმოვადგინებთ შემდეგ სქემაში (ცხრილი №1 და №2.)

ცხრილი №1. მეწარმეობისა და ბიზნესის ძირითადი მახასიათებლები

მეწარმეობა	ბიზნესი
ინიციატივიანი, შემოქმედებითი ინოვაციური საქმიანობა.	წინასწარ გააზრებული საქმიანობა, რომელსაც ინდივიდის, კვების, ზოგადსაკაცობრიო მოთხოვნების დაკმაყოფილების მეშვეობით მოაქვს შემოსავალი და არსებობს ეროვნული მეურნეობის თითქმის ყველა დარგში.
მეწარმე თვითონ წარმართავს საკუთარ საქმეს.	ბიზნესმენი ქირაობს საკუთარი ფირმისათვის სპეციალისტებს, მათ შორის მენეჯერებსაც ფირმის პრეზიდენტის ჩათვლით და უხდის მათ ხელფასს.
მეწარმეობა არაერთჯერადი (სისტემატური) საქმიანობაა.	ბიზნესი შეიძლება იყოს ნებისმიერი ერთჯერადი კომერციული გარიგება.
მეწარმეობა არის აქტიური ეკონომიკური საქმიანობის ფორმა, რომლის დროსაც ადგილი აქვს პროდუქტის მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმით შექმნას.	ბიზნესი შეიძლება განახორციელოს პასიურმა მესაკუთრემაც, კერძოდ იჯარით გასცეს ქონება, თავისუფალი სახსრები განათავსოს ბანკში ანგარიშებში, აქტივებში და მიიღოს საიჯარო გადასახადი, სარგებელი, დივიდენდი.
მეწარმეობა თავისი არსით არის არა მარტო ბიზნესი, არამედ შემოქმედებითი ბიზნესიც.	ყველა ბიზნესმენი მეწარმე არ არის, რადგან ის ეწევა რუტინულ-ერთგვაროვან საქმიანობას.
მეწარმეობა ბიზნესის ერთ-ერთი სფეროა.	ბიზნესის სფეროებია: 1. სამეწარმეო საქმიანობა;

	<p>2. სამომსახურებლო საქმიანობა;</p> <p>3. ინტელექტუალური საქმიანობა (ნაწარმოებები ან ნაშრომები, გარიგებები, კომერციული იდეები, სავაჭრო და კომერციული საიდუმლოებები და ა.შ.)</p>
--	--

ცხრილი №2. სამეწარმეო უნარისა და მენეჯერის ძირითადი მახასიათებლები

სამეწარმეო უნარი	მენეჯერი
მეწარმე ახალი იდეების შემოქმედი, ბიზნესის სტრატეგიული მიზნების დამსახველია, ე.ი. მეწარმე-მესაკუთრე, რომელიც დასახულ მიზნებს არა მარტო ახორციელებს, არამედ მის ორგანიზაციაში (დაგეგმვა ორგანიზება, მოტივაცია, კონტროლი) აქტიურად მონაწილეობს.	მენეჯერი პროფესიონალურ მმართველს ნიშნავს, მენეჯერი ეწევა მმართველობით ფუნქციას, ე.ი. ბიზნესის სტრატეგიული მიმართულებების რეალიზატორია.
<p>მეწარმის ანაზღაურება მოიცავს:</p> <p>ა) მეწარმის საზღაურს, რომელიც მას ეძლევა მოგების მიღების მიზნით მომავალი მოთხოვნათა სწორად ორგანიზებისათვის. ეს არის წმინდა ეკონომიკური მოგება.</p> <p>ბ) სამეწარმეო პროცენტს ანუ შემოსავალს საკუთრებიდან.</p> <p>გ) მეწარმის ნორმალურ მოგებას.</p>	მენეჯერის შრომის საზღაურია ხელფასი.
მეწარმე წარუმატებლობის შემთხვევაში მიდის კაპიტალის (ქონების) დაკარგვის რისკზე	მენეჯერი წარუმატებლობის შემთხვევაში მიდის თანამდებობის დაკარგვის რისკზე.
მეწარმეს დამოუკიდებელი საქმიანობისათვის გარკვეული კაპიტალი ესაჭიროება.	მენეჯერს დამოუკიდებელი საქმიანობისათვის კაპიტალი არ ესაჭიროება.
მეწარმე დამოუკიდებელი მეურნეა	მენეჯერი მეწარმის მიერ დაქირავებული ხელმძღვანელი მუშაკია.
მეწარმე შეიძლება არ ფლობდეს მენეჯმენტის ფუნქციებს	პროფესიონალი მენეჯერი უნდა ფლობდეს მენეჯმენტის ფუნქციებს (დაგეგმვა, ორგანიზება, მოტივაცია, კონტროლი);
სამეწარმეო უნარით დაჯილდოებულია ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის 6–8%.	სამეწარმეო უნარით დაჯილდოებულ ადამიანებთან შედარებით პროფესიონალი მენეჯერები გაცილებით მეტნი არიან.

ბიზნესის ცნების მრავალფეროვნებასა და მისი არაერთგვაროვანი განმარტებების სიმრავლეს განაპირობებს თვით ბიზნესის არაერთგვაროვნება სიდიდის და პარამეტრების მიხედვით.

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

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

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

მცირე ბიზნესის განვითარება პასუხობს მოქნილი შერეული ეკონომიკის ფორმირების ზოგადმსოფლიო ტენდენციებს, საკუთრების სხვადასხვა ფორმებისა და მათი ადეკვატური მეურნეობის მოდელების შეთანაწყობას, რომლებშიც რეალიზდება კონკურენციული საბაზრო მექანიზმისა და მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოების სახელმწიფო რეგულირების რთული სინთეზი. “თუკი მსხვილი ბიზნესი – ეს არის ჩონჩხი, თანამედროვე ეკონომიკის ღერძი, მაშინ მთელი მრავალსახეობა მცირე და საშუალო ბიზნესისა წარმოადგენს კუნთებს, სამეურნეო ორგანიზმის ცოცხალ ქსოვილს.” (სიროპოლისი 1996:35).

მცირე ბიზნესი, როგორც ტერმინი, წარმოდგება არა იქიდან, რომ მცირე ბიზნესი ერთობლიობაში პროდუქციის მცირე რაოდენობას ქმნის, არამედ იქიდან, რომ მის ორგანიზაციულ ფორმას წარმოადგენს მცირე საწარმო. განვითარებული ქვეყნების მონაცემები მოწმობს, რომ მცირე ბიზნესში იწარმოება ამ ქვეყნების მშპ-ის ნახევარზე მეტი. საკმარისია აღინიშნოს, რომ ამჟამად აშშ-სა და გერმანიაში მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის 50-52%,

იაპონიაში – 52-55%, საფრანგეთში – 55-62%, დიდ ბრიტანეთში – 50-53%, იტალიაში – 57-60%, ევროკავშირის ქვეყნებში – 63-67%; ამ სექტორში მზადდება და რეალიზდება დიდი მოცულობის როგორც საწარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვანი პროდუქცია, სრულდება სხვადასხვაგვარი სახეობის მომსახურებასთან დაკავშირებული სამუშაოები და ა. შ. კერძოდ, მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდის მრეწველობის გაყიდვათა საერთო მოცულობის 50%, მომსახურების სფეროში 67%, მშენებლობასა და ვაჭრობაში – 90%. არანაკლებ საყურადღებოა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულია მოსახლეობის საგრძნობი ნაწილი. კერძოდ გერმანიაში მცირე საწარმოებში მუშაობს საშუალო ძალის 46%, დიდ ბრიტანეთში – 49%, საფრანგეთსა და აშშ-ში -54%, იტალიაში – 73%, იაპონიაში – 78,8%. (შურღაია 2010:141).

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

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

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

მცირე საწარმო არის წარმოების უძველესი ფორმა, “მაგრამ როგორც კატეგორია, პირველად გამოიყენა ბრიტანეთის ფინანსთა მინისტრმა – მ. მილანმა 1931 წელს დიდი ბრიტანეთის სამრეწველო და საფინანსო მდგომარეობის შესახებ მოხსენებით გამოსვლისას. ხოლო აშშ-ში მცირე საწარმოს პირველი განმარტება გამოჩნდა 1948 წელს კანონში “გარკვეული სახეობის მომსახურების შესახებ” და 1953 წელს კანონში „მცირე ბიზნესის შესახებ“. (აბესაძე 2008: 10).

სწორედ აღნიშნულ კანონში განისაზღვრა მცირე ბიზნესისათვის საწარმოთა მიკუთვნების შემდეგი კრიტერიუმები: საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა; წარმოების წლიური მოცულობა; აქტივების საბოლოო საბალანსო ღირებულება; საწარმოს წილი ბაზარზე.

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

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

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

კომბინირებული მიდგომის დამახასიათებელ მაგალითს წარმოადგენს მცირე ფირმების განსაზღვრა, რომელიც დიდ ბრიტანეთში 1971 წელს შემოთავაზებულ იქნა ბოლტონის კომიტეტის მიერ. ამ ანგარიშში მოცემული იყო მცირე ფირმების განსაზღვრის პირველი სერიოზული მცდელობა. კომიტეტის თანახმად მცირე ფირმებს უნდა დაეკმაყოფილებინათ შემდეგი პირობები: საქმიანობის სფეროთი ბაზარზე უნდა დაეკავებინათ შედარებით მცირე წილი; ფირმის მართვა უნდა განხორციელდებულყო მისი მფლობელის მიერ პირადად; ფირმა უნდა ყოფილიყო დამოუკიდებელი და არა მსხვილი საწარმოს ნაწილი.

სიძნელეები იმაში მდგომარეობდა, რომ მრეწველობაში მიღებული კრიტერიუმის, კერძოდ, დასაქმებულთა რაოდენობის გამოყენება შეუძლებელი იქნებოდა სხვა დარგებში, ვთქვათ საცალო ვაჭრობაში სადაც სავსებით განსხვავებული კრიტერიუმებია საჭირო. „ბოლტონის ანგარიშის“ მიხედვით, მცირე საწარმოს განსაზღვრისათვის შემდეგი კრიტერიუმები იქნა მიღებული: მრეწველობაში, მშენებლობასა და სამთო საქმე/დამუშავებაში – დასაქმებულთა რაოდენობა; საცალო ვაჭრობაში, საბითუმო ვაჭრობაში, ავტომობილებით ვაჭრობასა და მომსახურებაში – ბრუნვის მოცულობა; საგზაო ტრანსპორტში – სატრანსპორტო საშუალებათა რაოდენობა. (აბესაძე . . . 2008:11).

მცირე საწარმოს განსაზღვრასთან დაკავშირებული პრობლემების გადაჭრის კიდევ ერთი მცდელობაა ამერიკელი მკვლევარების მიერ შემოთავაზებული მცირე საწარმოს განმარტება, რომლის მიხედვითაც, ისინი არ უნდა წარმოადგენდნენ დომინანტს თავიანთ სფეროში, ამასთან მათი წლიური რეალიზაციის მოცულობა და დასაქმებულთა რაოდენობა უნდა იყოს მცირე ამავე დარგის სხვა ფირმებთან მიმართებაში. აშშ-ში განასხვავებენ ორი ტიპის მცირე საწარმოს: მცირე საწარმოებს, რომელთაც გაფართოების შესაძლებლობა არ გააჩნიათ და რომელთაც „ნიცოცხლის უზრუნველყოფ“ საწარმოებს უწოდებენ, და მცირე საწარმოებს, რომლებიც საწყის ეტაპზე იქმნება მცირე კაპიტალის დაბანდებით, შემდგომ მისი გაფართოების მიზნით. ეს უკანასკნელნი მიეკუთვნებიან “სწრაფად განვითარებად“ საწარმოებს.

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

1 – 24 დასაქმებული – უმცირესი;

25 – 99 დასაქმებული – მცირე;

100 – 499 დასაქმებული – შუალედური;

500 –999 დასაქმებული – მსხვილი;

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

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

გერმანიაში ფედერალური კლასიფიკატორის მიხედვით მცირე საწარმოდ ითვლება ფირმა, რომელსაც მართავს იურიდიულად დამოუკიდებელი მეპატრონე და რომელიც უშუალოდ მონაწილეობს წარმოების პროცესში, მთლიანად იღებს თავის თავზე ეკონომიკურ რისკებს და თვითონვე აფინანსებს თავის საქმიანობას კრედიტების მოზიდვის გარეშე.

გაერთიანებულ სამეფოში მცირე ბიზნესის სუბიექტად საწარმოს მიკუთვნების საკითხი ეფუძნება ბრუნვისა და დასაქმებულთა მაჩვენებლებს. უმცირეს საწარმოდ ითვლება ფირმა, სადაც დასაქმებულთა რაოდენობა 1-25 ადამიანია; მცირე საწარმოდ კი ითვლება ფირმა 25-50 დასაქმებულთ. ამასთან გადამამუშავებელ წარმოებაში მცირედ ითვლება საწარმო, სადაც 200-ზე ნაკლები კაცი მუშაობს, მაშინ როცა ვაჭრობაში მცირე ბიზნესს მიეკუთვნება 400 ათას ფუნტზე ნაკლები მოცულობის ბრუნვის მქონე სუბიექტი. „კომპანიების შესახებ“ კანონის თანახმად მცირე საწარმო უნდა აკმაყოფილებდეს ქვემოთ ჩამოთვლილ კრიტერიუმთაგან 2-ს მაინც:

- ბრუნვა წლის განმავლობაში;
- აქტივები – არაუმეტეს 1,5 მლნ ფუნტი;
- დასაქმებულთა რაოდენობა – 50-ზე ნაკლები.

რუსეთის ფედერაციაში მცირე საწარმოს ცნებამ გარკვეული განვითარება გაიარა. აქ მცირე მეწარმეობა ნებადართული გახდა 1988 წლიდან და მაშინ მცირე საწარმოდ ითვლებოდა სახელმწიფო საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური მაჩვენებელი არ აღემატებოდა 100 ადამიანს. შემდგომში მცირე ბიზნესის სუბიექტად მიკუთვნების კრიტერიუმები არაერთხელ შეიცვალა და ამჟამად მცირე საწარმოს კრიტერიუმად აღებულია დასაქმებულთა რაოდენობა: მრეწველობაში, ტრანსპორტსა და მშენებლობაში – 100; სოფლის მეურნეობაში – 60; საბითუმო ვაჭრობაში – 50; საცალო ვაჭრობასა და საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში – 30 კაცამდე. ამასთან მცირე ბიზნესის სუბიექტად ითვლებიან კომერციული ორგანიზაციები, რომელთა:

1. საწესდებო კაპიტალში რუსეთის ფედერაციის, ფედერაციის სუბიექტების, საზოგადოებრივი და რელიგიური ორგანიზაციების, საქველმოქმედო ორგანიზაციების და სხვათა ხვედრითი წილი არ აღემატება 25%-ს.
2. საწესდებო კაპიტალში ერთი ან რამდენიმე იურიდიული პირის საკუთრებაში არსებული საწარმოს (არ წარმოადგენს მცირე ბიზნესის სუბიექტს) ხვედრითი წილი არ აღემატება 25%-ს.

3. მომუშავეების რაოდენობა საანგარიშო პერიოდში არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ პარამეტრებს:

- 100 ადამიანი – მრეწველობა, მშენებლობა და ტრანსპორტი;
- 60 ადამიანი – სოფლის მეურნეობა და სამეცნიერო-ტექნიკური სფერო;
- 50 ადამიანი – საბითუმო ვაჭრობა;
- 30 ადამიანი – ვაჭრობა და მომსახურება;
- 50 ადამიანი – სხვა დარგები და საქმიანობა. (ჩუთლაშვილი 2006:4).

რუსეთის ფედერალური კანონის “მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის შესახებ” მიხედვით მცირე ბიზნესის სუბიექტად ითვლება აგრეთვე ის ფიზიკური პირიც, რომელიც სამეწარმეო საქმიანობას ეწევა იურიდიულ პირად დაფუძნების გარეშე.

საქართველოში 2002 წლის 4 ივლისს მიღებული კანონით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ მცირე საწარმოდ ითვლებოდა ყველა სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელში დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატებოდა 20 კაცს და წლიური ბრუნვა შეადგენდა 500 000 ლარს. აღნიშნული კანონი გაუქმდა 2006 წელს და 2011 წლამდე საქართველოში არ მოქმედებდა ნორმატიული აქტი, რომელიც გაითვალისწინებდა მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობას. თუმცა კანონში „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“ მოცემული იყო მხოლოდ მცირე ბიზნესის დეფინიცია.

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

როგორც მსოფლიო და სამამულო პრაქტიკა მოწმობს ძირითად კრიტერიულ მახვენებელს, რის საფუძველზეც წარმოებს სხვადასხვა ორგანიზაციული ფორმის საწარმოთა მცირე მეწარმეობის სუბიექტებზე მიკუთვნება არის საანგარიშო პერიოდში დასაქმებულთა საერთო რაოდენობა. თუმცა არსებობს სხვა ზოგადი მახვენებლები, რომელთა მიხედვითაც სამეურნეო საქმიანობის სუბიექტები მიეკუთვნებიან მცირე მეწარმეობის სუბიექტებს. ესენია: პერსონალის რაოდენობა, საწესდებო კაპიტალის ოდენობა, აქტივების სიდიდე, ბრუნვის მოცულობა.

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით მახვენებელთა საერთო რიცხვი, რომელთა მიხედვითაც ხდება საწარმოების მცირე სამეურნეო სუბიექტებზე მიკუთვნება,

აჭარბებს 50-ს. თუმცა ყველაზე ხშირად გამოყენებულ კრიტერიუმს წარმოადგენს შემდეგი: საწარმოში დასაქმებულთა საერთო რიცხვი, ყოველწლიური ბრუნვა და აქტივების სიდიდე. (ლაპუსტა . . .1998:5), მაგრამ ყველა განვითარებულ ქვეყანაში მცირე სამეურნეო სუბიექტად საწარმოს მიკუთვნების ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს მომუშავეთა რაოდენობა. 2003 წლის 6 მაისს ევროკომისიამ მიიღო მიკრო, მცირე და საშუალო ბიზნესის გარჩევის ახალი კრიტერიუმები, რომლებიც ძალაში 2005 წლის 1 იანვრიდან შევიდა და რომლის თანახმადაც ჩამოყალიბდა შემდეგნაირი კლასიფიკაცია:

საშუალო საწარმო – დასაქმებულთა ზღვარი 50-249 ადამიანი, ბრუნვა 50 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 43 მლნ ევრომდე;

მცირე საწარმო – დასაქმებულთა ზღვარი 10-49 ადამიანი; ბრუნვა 10 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსი 10 მლნ ევრომდე;

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

როგორც ჩანს მცირე ბიზნესის კრიტერიუმების და ამ კრიტერიუმების რაოდენობრივი სიდიდის სწორად განსაზღვრა მეტად რთულია. ჩვენ ვეთანხმებით პროფესორების რ. აბესაძისა და ე. კაკულიას შეხედულებას იმის თაობაზე, რომ მცირე ბიზნესზე საწარმოების მიკუთვნებისას უნდა ვისეგმოდვანელოთ არა რომელიმე სხვა ქვეყნის მაჩვენებლებით, არამედ აუცილებელია გავითვალისწინოთ ქვეყნის მასშტაბები და მისი ეკონომიკური განვითარების დონე, ასევე დარგობრივი თავისებურებები. „კერძოდ, უნდა გამოვიანგარიშოთ ერთ საწარმოზე მოსულ მაჩვენებელთა – დასაქმებულთა რაოდენობა, რეალიზებული პროდუქციის წლიური მოცულობა – სიდიდეები. საშუალოზე ნაკლები სიდიდის მქონე საწარმოები უნდა მივაკუთვნოთ მცირე საწარმოებს, საშუალო მაჩვენებლების მქონე საწარმოები – საშუალო საწარმოებს, ხოლო საშუალოზე მაღალი მაჩვენებლების მქონე საწარმოები – მსხვილ საწარმოებს. მცირე ბიზნესისადმი საწარმოთა მიკუთვნების კრიტერიუმების სიდიდის გადამოწმება უნდა ხდებოდეს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების, ქვეყანაში მიმდინარე სოციალურ-ეკონომიკური ცვლილებების შესაბამისად, იგი შეიძლება მოიცავდეს 5-10 წლიან ინტერვალს.“ (აბესაძე. . . 2008:16).

ამასთან მიგვაჩნია, რომ საქართველოში დღეისათვის ეკონომიკური განვითარებისა და სოციალური მდგომარეობის არსებული დონიდან გამომდინარე, დაგვიანებულიც კი იყო „მიკრო საწარმოს“ ცნების შემოღება. ჩვენი შეხედულებით საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების და ეკონომიკური ზრდის

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

ეროვნულ ეკონომიკაში მცირე ბიზნესის ადგილი განისაზღვრება მის მიერ არჩეული და განხორციელებული სტრატეგიით. სტრატეგია არის ორგანიზაციის საქმიანობის მთავარი მიმართულება, რომელიც უზრუნველყოფს დასახული მიზნების მიღწევას. ბიზნესის სტრატეგია არის იმ წესების ერთობლიობა, რომლის მიხედვითაც ყალიბდება საწარმოს დამოკიდებულება მის გარეთ არსებულ გარემოსთან, რომელიც განაპირობებს, თუ რა სახის პროდუქციასა და ტექნოლოგიას დაამუშავებს, სად და ვისთან გაასაღებს თავის პროდუქციას, როგორ მიღწევს კონკურენტულ უპირატესობას.

გამოყოფენ მცირე საწარმოთა ეკონომიკური სტრატეგიის სხვადასხვა ტიპებს. ესენია: ვიოლენტური, პატიენტური (ნიშის შემქმნელი), კომუტანტური (შემგუებლური), ექსპლერენტული (პიონერული). (აბესაძე . . . 2008: 24).

ვიოლენტური სტრატეგია ეყრდნობა კონკურენციას დაბალი წარმოების დანახარჯების საფუძველზე; ამ დროს იწარმოება საშუალო ხარისხის სტანდარტული პროდუქცია.

პატიენტურ სტრატეგიას ირჩევენ მცირე საწარმოები, რომლებსაც გადაწყვეტილი აქვთ მაღალი ხარისხის პროდუქციის წარმოებაზე დასპეციალება, რომელიც ორიენტირებულია სპეციფიკურ მოთხოვნაზე და დომინირებს ბაზრის ვიწრო სეგმენტზე.

კომუტანტური სტრატეგიის შერჩევას მცირე ფირმები ორიენტაციას იღებენ მცირე მოცულობის ხანმოკლე მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე. ამდენად მათ მოთხოვნილების ცვლილების შესაბამისად, ხშირად უწევთ საქმიანობის სახეების შეცვლა.

ექსპლერენტული სტრატეგია დამახასიათებელია ინოვაციური ფირმებისათვის. მცირე საწარმოები ასეთი სტრატეგიით ორიენტირებულნი არიან ახალი პროდუქციისა და ტექნოლოგიის შემუშავებაზე, მათ დანერგვასა და ამის საფუძველზე მაღალი მოგების მიღებაზე.

თუკი გაერთიანდებიან მცირე საწარმოები, რომლებიც იცავენ ზემოთ დასახელებული ოთხი ტიპის სტრატეგიას ერთი ბაზრის შიგნით, მაშინ კონკურენტ-

ულ გარემოს ექნება შემდეგი სახე: დარგის საფუძველს წარმოადგენს მცირე საწარმოები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მოთხოვნის ძირითად ნაწილს, საშუალო ხარისხის სტანდარტიზებული პროდუქციის წარმოებით. დიფერენცირებული მოთხოვნის საბაზრო ნიშები შეივსება მცირე საწარმოებით, რომელთა სტრატეგია პატიენტურია. დარგის ეკონომიკურ დინამიკას უზრუნველყოფს მცირე საწარმოები ექსპლერენტული სტრატეგიით, რომლებიც შეიმუშავებენ პროდუქციისა და ტექნოლოგიის ახალ სახეობას; აუიოტაჟური მოთხოვნისა და მოთხოვნა-მიწოდების დროებითი დაუბალანსებლობისას დარგში გამოჩნდება მცირე საწარმოები კომპუტანტური სტრატეგიით, რომლებიც უპირატესად სავაჭრო-საშუამავლო ფორმებია და რომელთაც იზიდავს ბაზარზე დამატებითი მოგების შესაძლებლობა.

ამდენად, დარგის დაბალანსება სხვადასხვა სტრატეგიების მქონე მცირე საწარმოებით, ქმნის ჯანსაღ კონკურენციულ გარემოს. კონკურენცია კი არის ეკონომიკის ზრდისა და განვითარების უმძლავრესი ფაქტორი. ამგვარად მცირე ფორმებს შესწევთ უნარი დარგში ჯანსაღი კონკურენციული გარემოს შექმნისა.

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

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

12. მცირე ბიზნესის განვითარების ეკონომიკური და სოციალური ასპექტები

ჩვენს ქვეყანაში ჯერ კიდევ არაერთი პრობლემაა, რომლებიც ვლინდება საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროებში, მათ შორის ეკონომიკაში.

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

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

მცირე ბიზნესის სამეურნეო პრაქტიკა იმყოფება მიზეზ-შედეგობრივ დამოკიდებულებაში თანამედროვე წარმოების სპეციალიზაციასა და საქონლისა და მომსახურების დიფერენციაციასთან. ეკონომიკური მანევრირება, გადაწყვეტილების მიღების მოქნილობა, ტერიტორიულ-სივრცითი მობილურობა მცირე ბიზნესის არსებობას აუცილებელს ხდის თანამედროვე პოსტინდუსტრიალურ საზოგადოებაში.

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

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

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

- მცირე ბიზნესი გვევლინება ეკონომიკის მნიშვნელოვან სექტორად.

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

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

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

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

საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად ინოვაცია არის ინვესტირების შედეგი ახალ გამოგონებებსა და ცოდნის მიღებაში, რომელიც ადრე არ გამოიყენებოდა ადამიანთა ცხოვრების სფეროების გასაახლებლად და მისი შემდგომი დანერგვის პროცესი, რომელსაც მოაქვს დამატებითი ფასეულობა მოგების, წინსვლის, პრიორიტეტის, ძირეული გაუმჯობესების, ხარისხობრივი ამადლების ან პროგრესის სახით. ინოვაციები გულისხმობს არა მხოლოდ ტექნიკურ-ტექნოლოგიურ სიახლეებს, არამედ სიახლეებს სოციუმის არსებობის ორგანიზაციულ ფორმებში, როგორიცაა: განათლება, მართვა, შრომის ორგანიზაცია, მომსახურება, ინფორმატიზაცია, მეცნიერება და სხვა.

თანამედროვე საბაზრო პროცესები ხასიათდება სეგმენტაციის მაღალი ხარისხით, რაც მცირე საწარმოთა ინოვაციურ აქტივობას განსაკუთრებით აქტიურს ხდის. მასიური ბაზრების ეპოქა უკან იხევს და დღეისათვის ბიზნესის ტენდენციათა განმსაზრვრელი ფაქტორები ხდება მომხმარებელთა მოთხოვნების მრავალფეროვნება და ცვალებადობა. იქმნება საქონლისა და მომსახურების ახალი ბაზრები, რომელთა ტევადობაც უმნიშვნელოა. მცირე საწარმოებს შეუძლიათ სწრაფად და მოქნილად რეაგირება მომხმარებელთა მოთხოვნაზე, ახდენენ წვრილსერიული, უნიკალური და სპეციფიკური პროდუქციის მიწოდებას ცალკეულ საბაზრო სეგმენტებზე. საბაზრო ეკონომიკისა და კონკურენციის პირობებში მცირე ბიზნესის საწარმოებს უხდებათ სიახლეების დანერგვა, რათა გაზარდონ შემოსავლები და მოგება. მეწარმეები ყოველთვის მიისწრაფვიან ინდივიდუალობისაკენ და სწორედ ეს მისწრაფება განაპირობებს მათი ცოდნის ფარგლების გაფართოებას. ყველა საწარმოს არ შეუძლია ფულადი საშუალებების დაბანდება ინოვაციურ საქმიანობაში, ამიტომაც თვითონ ცდილობენ შემდგომი განვითარების შესაძ-

ლებლობებისა და პერსპექტივების შემუშავებას. იდეები წარმოადგენს მათ “სასაქონლო მარაგებს”.

ასეთი შემუშავებების განხორციელებისათვის აუცილებელია კომპანიის შემოქმედებით პოტენციალზე დაყრდნობა, ასევე კლიენტის მოთხოვნილებათა ცოდნა და გამოცნობაც კი.

მცირე ბიზნესი შემთხვევით არ არის არჩეული ინოვაციური განვითარების ფუნდამენტად, ამას განაპირობებს შემდეგი მიზეზები:

- მეცნიერული დამუშავებები მცირე ფორმებში წარმოებს მაქსიმალური ინტენსივობით, ვინაიდან ყველა ძალისხმევა მიმართულია ერთი პროექტისაკენ;
- მცირე ფორმებში მართვის აპარატი მცირეა, რაც ამცირებს ზედნადებ ხარჯებს და თავიდან იცილებს ისეთ ბიუროკრატიულ მომენტებსა და შეთანხმებებს, რომლებიც ამცირებენ მეცნიერულ-კვლევით სამუშაოთა ეფექტიანობას მსხვილ კომპანიებში;
- მცირე ფორმები, ჩვეულებრივ, უკეთესად ხელავენ ბაზრის განვითარების ტენდენციებს, რომლებიც ახლოა მომხმარებელთა მოთხოვნებთან, რაც წარმოებას ხდის უფრო მოქნილს.

- მცირე ბიზნესს აქვს დიდი სოციალურ-ეკონომიკური როლი.

ამ მხრივ შეიძლება გამოვეყნოთ მისი შემდეგი უპირატესობები:

- მესაკუთრეთა რიცხვის ზრდა, რაც განაპირობებს საშუალო კლასის ფორმირებას და რაც წარმოადგენს დემოკრატიულ საზოგადოებაში პოლიტიკური სტაბილურობის უმთავრეს გარანტს;
- ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რიცხვის გაზრდა, რაც ადიდებს მოქალაქეთა შემოსავლებს და ათანაბრებს სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების კეთილდღეობაში არსებულ დისპროპორციებს;
- ყველაზე ენერგიულ, საქმის შემძლე ინდივიდთა წარმოჩენა, რომლებისთვისაც მცირე ბიზნესი ხდება თვითრეალიზაციის პირველი საფეხური;
- შედარებით დაბალი დანახარჯებით ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა; განსაკუთრებით მომსახურების სფეროში;
- პროფესიათა შეთავსების უზრუნველყოფა;
- სახელმწიფო სექტორიდან გამოთავისუფლებული, ასევე სოციალურად სხვებზე დამოკიდებული მოსახლეობის ჯგუფების (ღატოლვილები, ინვალიდები, ახალგაზრდები, ქალები) წარმომადგენელთა სამუშაოზე მოწყობა.

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

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

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

- რისკის მაღალი დონე, რის გამოც მაღალია ბაზარზე არამდგრადი მდგომარეობის ხარისხი;
- მსხვილ კომპანიებზე დამოკიდებულება;
- საკუთარი საქმის მართვაში ნაკლოვანებები;
- ხელმძღვანელთა სუსტი კომპეტენტურობა;
- მეურნეობრიობის პირობების ცვლილებებზე მაღალი მგრძობელობა;
- სიძნელეები დამატებითი ფინანსური საშუალებებისა და კრედიტების მიღებაში;
- ხელშეკრულებათა დადებისას სამეურნეო პარტნიორების დაურწმუნებლობა და გაუფრთხილებლობა და ა.შ.

მცირე ბიზნესით დაკავებულ საწარმოთა დაყოფა შესაძლებელია ორ ჯგუფად, რომელთაც აქვთ სხვადასხვა ფუნქციები და შესაბამისი შედეგები. ეს არის საწარმოები, რომელთა საქმიანობაც მიმართულია ეკონომიკის ინტენსიურ და ექსტენსიურ განვითარებაზე.

ინტენსიური მიმართულების მცირე საწარმოები მძლავრ იმპულსს აძლევენ მსხვილ საწარმოთა განვითარებას, სწორედ აქ ყალიბდება გლობალური სტრუქტურული ცვლილებების საფუძველი.

სახელმწიფოს მიერ მიზანმიმართულად არჩეულ პრიორიტეტულ სფეროებში მცირე საინოვაციო საწარმოთა გაფართოება მოწოდებულია მეცნიერულ-ტექნიკური გარღვევის მომზადებისათვის, გასაღების ბაზრებზე პროდუქციის ახალი სახეების აპრობირებისათვის, ტექნოლოგიური პროცესების გამართვისათვის, მსხვილი საწარმოებისათვის კადრების გადამზადების ძირითადი საკითხების შემუშავებისათვის. ინტენსიური მცირე ეკონომიკა არის პოლიგონი მეცნიერულ-ტექნიკური პოლიტიკის ყველა ასპექტის დამუშავებისათვის.

გლობალური ცვლილებებისას ეკონომიკაში ვერ ხერხდება ყველა წვრილმანის გათვალისწინება. ამ ნაკლის შევსებას უზრუნველყოფს ექსტენსიური მიმართულების მცირე საწარმოები. მოცემული მიმართულების მცირე საწარმოები ახორციელებენ პატარა დასახლებული პუნქტების, შორეული რაიონების ბაზრების ახალი საქონლით შევსებას.

ყოველ მსხვილ სტრუქტურულ ცვლილებას ეკონომიკაში თან ახლავს საწარმოებიდან თანამშრომელთა მასიური გათავისუფლება, მათი გადამზადება და ახალ სამუშაო ადგილებზე მოზიდვა. ამ პერიოდში სოციალური სახის კონფლიქტების ტვირთის მნიშვნელოვანი ნაწილი, დროებითი დასაქმების უზრუნველყოფა, ექსტენსიური ტიპის მცირე საწარმოთა პრეოგატივია. ამ შემთხვევაში ისინი გვევლინებიან საზოგადოებრივი განვითარების სტაბილიზატორის ფუნქციის შემსრულებლებად.

უნდა აღინიშნოს, რომ მსხვილი წარმოება არ უპირისპირდება მცირე მეწარმეებს, რაც წარმოადგენს განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე ბიზნესის წარმატებულად განვითარების ერთ-ერთ მიზეზს. განვითარებულ ქვეყნებში მოქმედებს მსხვილ და მცირე საწარმოთა კოოპერირების პრინციპის კულტივირება, ამასთან მსხვილი საწარმოები არ თრგუნავენ მცირე ფირმებს, უფრო მეტიც ისინი ერთმანეთს ავსებენ, განსაკუთრებით ცალკეული წარმოებებისა და ინოვაციურ შემუშავებათა სპეციალიზაციის სფეროში. შემთხვევითი არ არის, რომ მაგალითად აშშ-ში 10 ახალი გამოგონებიდან 9 იბადება მცირე ფირმებში. (სიროპოლისი 1997: 65).

უნდა აღინიშნოს, რომ მსხვილი და მცირე წარმოება თუნდაც ერთი ტერიტორიის ან დარგის ფარგლებში, როგორც წესი არ არის ურთიერთშემცვლელი. რომელიმე მათგანის გარეშე არსებობა ნიშნავს ეკონომიკის გარკვეული უჯრედის სიცარიელეს, რაც აისახება წარმოების ეფექტიანობის დაქვეითებაზე. მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოები ავსებენ ერთმანეთს და ქმნიან ეკონომიკის ერთ მთლიან ორგანიზმს.

ჩვენის აზრით რთულია გავთვალთ ეკონომიკის განვითარების მდგრადობა, თუკი მასში არ შეუძლიათ განვითარება კონკურენციულ საწყისებს, ან მსხვილი და მცირე ბიზნესის არსებობას პარალელურად. მას მცირე ბიზნესი მიჰყავს რაღაც სავაჭრო-საშუამავლო ოპერაციების შემსრულებლად, რაც დღევანდელი საქართველოსთვისაა დამახასიათებელი, ხოლო მსხვილი ბიზნესი კი პრაქტიკულად წყდება ეროვნული ეკონომიკის მოთხოვნებს და გადადის მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნილებათა მომსახურებაზე.

სულ სხვანაირი სიტუაციაა ქვეყნებში, სადაც ჩამოყალიბებულია მსხვილი და მცირე ბიზნესის მყარი კავშირები. საინტერესოა მსხვილ კომპანიათა მცირე საწარმოებად დანაწევრებისადმი შიგასაფერმო მიდგომები. ამის მაგალითად ხშირად მოყავთ გერმანიის საავტომობილო მრეწველობა, მსხვილი იაპონური კონცერნები, რომელთაც ჰყავთ სუბმონარდების განვითარებული ქსელი, რომელშიც შედიან ათასობით მცირე და უწვრილესი საწარმოები. ასე მაგალითად იაპონიის დამამუშავებელ მრეწველობაში 750 ათასი ქარხანაა, მათგან 70% - მცირე საწარმოებია, რომლებშიც 1-დან 9-მდე კაცი მუშაობს, ხოლო 10%-ში კი 10-დან 20-მდე თანამშრომელია. (სამადაშვილი ალ 2009: 142).

იაპონიის საავტომობილო გიგანტებში თოგოტა-ს და ჰონდა-ს მარკის ავტომობილებს აწვობენ, მათთვის საჭირო დეტალებისა და კვანძების დამზადება კი ათეულ ათასობით მცირე და საშუალო საწარმოში ხდება. მაგალითად იმ საწარმოში, რომელშიც ჰონდასათვის საჭირო პლასტმასის დეტალები მზადდება, სულ 9 ადამიანი ამზადებს, რომელსაც შესაბამისი საწარმო საკუთარ სახლში აქვს მოწყობილი. იგი მისი მეპატრონეცაა და ერთდროულად ერთადერთი მუდმივი მუშაკიც. მიუხადავად იმისა, რომ იგი სულ ორ ჩარხს ფლობს, ისეთ პრესფორმებს უშვებს, რომლებიც სრულად პასუხობს „ჰონდას“ ყველა მოთხოვნებს. ეს შესაძლებელია ვინაიდან დასამზადებლად საჭირო უმაღლესი ხარისხის მასალების მიწოდება ხდება შეეციიდან, სადაც მას უფრო მსხვილი ქარხნები უშვებენ. (სამადაშვილი ა. 2009: 145).

როგორც გამოკვლევები გვიჩვენებს, ძირითადი გამოგონებები ერთნაირი სიხშირით ხდება როგორც მცირე საწარმოებში და ცალკეული პირების მიერ, ასევე მსხვილ საწარმოებში. საწარმოთა ზომები ნაკლებ გავლენას ახდენს გამოკვლევათა ინტენსიურობაზე. მაგალითად მსოფლიოში საყოფაცხოვრებო ელექტრო მოწყობილობათა უმსხვილესი მწარმოებელი „ჯენერალ ელექტრიკი“ მცირე საწარმოებს მიაკუთვნებს მრავალ იდეას, მათ შორის ელექტროტოსტერების, სამზარეულოს ქურების, მაცივრების, ჭურჭლის სარეცხი მანქანის, მტვერსასრუტის გამოგონებას. მცირე საწარმოებმა და ცალკეულმა პირებმა შექმნეს პერსონალური კომპიუტერი, უჟანგავი ფოლადის საპარსი საშუალება, ტრანზისტორული მიმღები, ფოტომაკოპირებელი მანქანა, რეაქტიული ძრავა, მომენტალური ფოტოგრაფია. მათმა გამოგონებებმა მოგვცა ჩვენ ვერტმფრემი, კონდიციონერი, ცელოფანი და ბურთულიანი კალამიც კი. (სიროპოლისი 1996: 27).

მსხვილი საწარმოები იშვიათად ითვისებენ გამოგონებებსა და სიახლეებს. ისინი აღიარებენ მათ, მაგრამ არ შეუძლიათ ყოველი ახალი გამოგონების დანერგ-

ვა საწარმოში მხოლოდ იმიტომ, რომ ის არსებულზე უკეთესია. ისინი ცდილობენ დაიცადონ მანამდე სანამ ახალი ხერხები და პროდუქცია არ გამოიწვევს ფასების მკვეთრ ზრდას. მათთვის უფრო მისაღებია ფუნდამენტური კვლევა-დამუშავებები ახალი ტექნოლოგიების სფეროში, ორიგინალური იდეების მატერიალური ხორცშესხმა კი შედარებით მომცრო ნოვატორი ფირმების საქმე უფროა. საყოველთაო ტენდენციას წარმოადგენს ის, რომ სიახლეთა რაოდენობის შეფარდება დანახარჯებისადმი სამეცნიერო კვლევებზე მცირე და საშუალო ფირმებში 3-4-ჯერ უფრო მაღალია, ვიდრე მსხვილ ფირმებში. ხშირად სიახლეები, რომლებსაც იყენებენ მსხვილი საწარმოები არის წვრილი და საშუალო, მათ შორის ინჟინირინგული, კენჭურული და დამწერგავი ფირმების ინოვაციური საქმიანობის შედეგი. (მასურაშვილი 2008:23)

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

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

სამეურნეო პრაქტიკასა და მეცნიერებაში აღიარებულია, რომ მსხვილი სამეურნეო სტრუქტურების ტრანსფორმაციის რთულმა პროცესმა, რომელიც არსებითად გამოწვეული იყო კონკურენციის ზრდით, ბევრი ახალი ორგანიზაციული და ეკონომიკური პრობლემა დააყენა. ასეთ ვითარებაში მსხვილი სტრუქტურები იძულებულნი არიან ეძებონ სიტუაციურ მოთხოვნებზე სრულად მორგებისა და ადაპტირების გზები. გაურკვეველობა და ბაზრების ფრაგმენტაციის გაძლიერება მათ აიძულებს მოქნილი სამეურნეო მექანიზმებით მოქმედებას.

საბაზრო სუბიექტების “თამაშის წესებში” სერიოზული კორექტივები, რაც გამოწვეულია სამომხმარებლო ინტერესების გაფართოებით, მომხმარებელთა ინდივიდუალიზაციის პროცესის გაძლიერებით, ამდღებს ბაზარზე მცირე ფირმათა მოქმედების შესაძლებლობებს. მათ აქვთ მანევრირების საშუალება, რაც გამოიხატება პროდუქციის ახალი წერილსერიული ტიპების ათვისებაში, მოძრავ, მრავალფუნქციურ სამუშაო ძალაში, მარკეტინგში და ა.შ. მაგრამ ასეთ სიტუაციაში მცირე საწარმოთა მოქმედების მასშტაბები იზღუდება იზოლირებულ მდგომარეობაში ფუნქციონირებით. იქმნება სიტუაცია, როცა მცირე საწარმო მზად არის მოერგოს „წერტილოვან“ მოთხოვნას, მაგრამ მოქმედების ტრაექტორია და რესურსები ამის საშუალებას არ აძლევს. ამიტომ იგი ცდილობს კოორდინაციის წესით ურთიერთობის დამყარებას ბაზარზე მყარად დამკვიდრებულ მსხვილ ფირმებთან.

თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის განვითარება უშუალოდ უკავშირდება მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე გლობალურ პროცესებს. მცირე ბიზნესის ისეთი უპირატესობები, როგორცაა მოქნილობა, შემგუებლობა, სოციალური სტაბილურობის შენარჩუნება და სხვა, მხოლოდ შიდა ბაზართან ორგანულ კავშირში განიხილება, დღეისათვის კი გლობალიზაციის პროცესის გაძლიერებამ მცირე ბიზნესის მოქმედების არეალი გააფართოვა. შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკის წყალობით მცირე საწარმოებისათვის მისაწვდომი გახდა თანამედროვე ინფორმაციები, ახალი ტექნოლოგიები და კრედიტები, შეიქმნა მცირე საწარმოებისათვის შიდა ბაზარზე მუშაობისა და კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოების ხელსაყრელი გარემო.

გლობალიზაციის პირობებში მსხვილი სტრუქტურა, ბაზარზე სტაბილიზაციის შენარჩუნების მიზნით, იძულებულია უარი თქვას იაფი მუშახელის გამოყენების დღემდე ჩამოყალიბებულ ტრადიციებზე. ასეთი ორმხრივი ინტერესების გადაკვეთაზე ჩამოყალიბდა მსხვილი და მცირე სუბიექტების ურთიერთქმედების წინამძღვრები. მსხვილი სამეურნეო სტრუქტურები მცირე ბიზნესს ინტეგრაციულ პროცესებში გზას უკვალავენ და ქმნიან მისი შესაძლებლობების გამოყენების ხელსაყრელ პირობებს. (ჭითანავა. . 2008:434).

მსხვილი და მცირე საწარმოების კოორდინაციის სისტემის ფუნქციონირება შესაძლებელია “მეწარმეობითი ქსელებით”, რომლებიც ფირმებს შორის ურთიერთქმედებისას გამოირჩევიან ორგანიზაციულ-მმართველობითი პრინციპების ერთობლიობით. ქსელური მოდელის გამოყენებისას შეთანხმების ნიადაგზე გამოიყოფა და განისაზღვრება ხელმძღვანელი რგოლი. თუმცადა პასუხისმგებლობა გა-

დანაწილდება ყველა რგოლს შორის. ხალმძღვანელი რგოლი ახორციელებს პარტნიორთა საქმიანობის კოორდინაციას. „მეწარმეობითი ქსელების“ ფუნქციონირების ეს ფორმა ხელს უწყობს, ერთის მხრივ, მასში ჩართულ სუბიექტებს შორის კონკურენციას, მეორეს მხრივ, კი ძლიერდება ყველა მონაწილის საქმიანობის კოორდინაცია, რათა ამაღლდეს სისტემის საერთო კონკურენტუნარიანობა გარე ფორმებთან შედარებით. შესაბამისად ასეთი ქსელების უპირატესობებია: ახალ ბაზრებზე გასვლა, გარიგებებთან დაკავშირებული დანახარჯების შემცირება, საწარმოო დანახარჯების შემცირება გადამწვევტ ოპერაციაზე სპეციალიზაციითა და კონცენტრაციით.

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

ამდენად, მცირე საწარმოები ხელს უწყობენ მსხვილი საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებას და ამით მთელი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საერთაშორისო არენაზე. მცირე ფირმათა დიდი რიცხვი იმითაც არის განპირობებული, რომ ისინი აკმაყოფილებენ მომხმარებელთა მოთხოვნილებებს ისეთ სპეციალიზებულ საქონელსა და მომსახურებაზე, რომელთა მსხვილსერიული წარმოება ეკონომიკური თვალსაზრისით გაუმართლებელია. ასეთი საქონლის ბაზარი დიდი არ არის, მაგრამ უნიკალური სახის საქონლის მიმწოდებლები პოულობენ თავიანთ ნიშას ბიზნესის სამყაროში და თავიანთი წვლილი შეაქვთ ჯანსაღი ეკონომიკური სისტემის ჩამოყალიბების საერთო საქმეში.

1.3. მცირე ბიზნესი საზღვარგარეთის ქვეყნებში

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

მცირე ბიზნესი განვითარებულ ქვეყნებში მნიშვნელოვან სოციალურ-ეკონომიკურ ფუნქციას ასრულებს. კერძოდ, დასაქმების უზრუნველყოფა, კონკურენტული გარემოს ფორმირება, ინოვაციური აქტივობის მხარდაჭერა, სოციალური უთანასწორობის შერბილება და სხვა.

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

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

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

70-80-იან წლებში მცირე ბიზნესის განვითარების საფუძველს წარმოადგენდა ასევე მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის მომდევნო ეტაპის გაფართოება. მოხდა ცვლილებები საწარმოო ძალებში, რომლებიც პირველ რიგში უკავშირდება საინფორმაციო კომპლექსების შექმნას. გაჩნდა ტექნიკა – მიკროპროცესორები, მინიმოწყობილობები, კომპიუტერი და ა.შ., რომლებიც იყო მცირე ფირმათა ადეკვატური. წარმოიშვა დარგები სადაც არსებით როლს მცირე ფირმები თამაშობდნენ. ეს დარგებია: ბიოტექნოლოგია, აკვაკულტურა, ენერჯის ალტერნატიული წყაროების ათვისება და ა.შ.

მცირე ბიზნესის საწარმოთა როლისა და ადგილის ზრდის მნიშვნელოვანი ფაქტორია მომხმარებლის და სამუშაო ძალის ფსიქოლოგიის ცვლილება, რამაც განაპირობა ორიენტაციის აღება მომსახურების სფეროებზე, მასიური წარმოების საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის შემცირება და პირიქით, მოთხოვნის

ზრდა ინდივიდუალური თავისებურებების მქონე პროდუქციაზე. და ბოლოს, მცირე საწარმოთა ფუნქციონირების შესაძლებლობებზე მსჯელობისას უნდა აღინიშნოს, რომ მისი მცირე ზომები, სადაც არ არის მართვის ბიუროკრატიული სტრუქტურები ადამიანური პოტენციალის ოპტიმალური გამოყენების შესაძლებლობებს იძლევა. სამეურნეო ერთეულების სიახლეებზე, ორგანიზაციულ ინოვაციებზე ორიენტაციის პირობებში ადამიანის როლის ზრდა იწვევს მცირე საწარმოთა განვითარების განსაკუთრებულ პერსპექტივებს.

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

ცხრილი 1.3.1. სამრეწველო საწარმოთა ჯგუფები 1902-1907 წლებში.

საწარმოთა ზომები	საწარმოთა რაოდენობა		დასაქმებულთა რაოდენობა	
	აბსოლ.	%-ში საწ. მთელ რაოდ.	აბსოლ.	%-ში დასაქ. მთელ რაოდ.
მცირე				
გერმანია 1907წ.	1 822 234	90.0	3 166 731	29.1
საფრანგეთი 1906წ.	531 958	87.4	916 441	24.9
ავსტრია 1902წ.	913 472	94.2	1 552 065	46.8
შვეიცარია 1905წ.	176 618	92.7	285 985	39.9
საშუალო				
გერმანია 1907წ.	176 103	8.7	2 526 135	23.2
საფრანგეთი 1906წ.	72 209	11.9	1 291 348	35.1
ავსტრია 1902წ.	53 392	5.5	840 354	25.4
შვეიცარია 1905წ.	12 177	6.4	167 424	23.3
მსხვილი				
გერმანია 1907წ.	27 205	1.3	5 180 831	47.6
საფრანგეთი 1906წ.	4 485	0.7	1 471 999	40.0
ავსტრია 1902წ.	3 140	0.3	920 877	27.8
შვეიცარია 1905წ.	1 819	1.0	264 052	36.8

წყარო: გ. ნ. ფრანკოვსკაია “მცირე ბიზნესი” ვორონეჟის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2007წ.

XX ს-ის დასაწყისში გერმანიაში, საფრანგეთში, ავსტრიასა და შვეიცარიაში საწარმოთა 80-90%-ს შეადგენდნენ მცირე საწარმოები, თუმცა დასაქმებულთა რაოდენობით მსხვილი ბიზნესი გამოირჩეოდა. მცირე საწარმოებში საშუალოდ დასაქმებული იყო 2 ადამიანი. საშუალოში – 14, ხოლო მსხვილში – 190 ადამიანი.

ნი. მიუხედავად ამისა შეიძლება ითქვას, რომ ერთი საუკუნის წინათაც მცირე მეწარმეობა ეკონომიკის მნიშვნელოვან სექტორად გვევლინებოდა, დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 30-40% ეკონომიკის მცირე სექტორზე მოდიოდა ევროპის აღნიშნულ ქვეყნებში. მომდევნო 70-80 წლის მანძილზე სიტუაცია მცირედითაც არ შეცვლილა, პირიქით შეინიშნება მცირე საწარმოთა განუხრელი ზრდა. მაგალითად, აშშ-ში 1960 წელს იყო 5 მლნ მცირე საწარმო, 1970 წელს - 10 მილიონი, 1980 წელს-14 მილიონი, ხოლო 1990 წელს კი მათმა რიცხვმა მიაღწია 20 მილიონს.

2004 წლისათვის ევროკავშირის ქვეყნებში მოქმედებდა 20 მლნ-ზე მეტი მცირე და საშუალო საწარმო, რომელშიც 122 მილიონი ადამიანი იყო დასაქმებული. მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა 65 მილიონს აღწევს. საწარმოთა 90%-ში დასაქმებულთა რაოდენობა 250 კაცს არ აღემატება.

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

- ეროვნული მცირე საწარმოების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის განვითარება;
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- უცხოური კომპანიებისა და ინვესტიციების მოზიდვა;
- წარმოების მოდერნიზაცია;
- ინოვაციური მოდერნიზაცია;
- ტექნოლოგიების ტრანსფერტი.

ევროპაში მცირე ბიზნესი წარმოადგენს ევროკავშირის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების საფუძველს. ევროკავშირში არსებული 20 მილიონზე მეტი მცირე და საშუალო საწარმო იძლევა მთლიანი ბრუნვისა და დამატებული ღირებულების ნახევარს. მცირე ბიზნესის საწარმოთა უმრავლესობა შექმნილია ვაჭრობის, მშენებლობისა და კვების მრეწველობის სფეროებში. ევროპაში მცირე ბიზნესი ასტიმულირებს კონკურენციის განვითარებას, “აიძულებს” მსხვილ კომპანიებს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვასა და წარმოების ეფექტიანობის გაუმჯობესებას. ევროკავშირის მთელი ეკონომიკის ეფექტიანობა დამოკიდებულია მცირე მეწარმეობის მხარდამჭერი პოლიტიკის გატარებაზე, რომლის დროსაც ბალანსირდება სახელმწიფოსა და ბიზნესის ინტერესები, იქმნება ოპტიმალური პირობები სამეწარმეო საქმიანობისათვის, იზრდება კონკურენტუნარიანობა.

ევროკავშირის უმეტეს ქვეყნებში მცირე ბიზნესის მიმართ პოლიტიკის შემუშავება წარმოადგენს ფედერალური ხელისუფლების პრეროგატივას, ხოლო კონკრეტული ღონისძიებები რეალიზდება რეგიონული ხელისუფლების დონეზე.

ევროპაში მცირე ბიზნესის რეგულირებისა და მხარდაჭერის ძირითად მიზნებს წარმოადგენს:

- ევროკავშირის ერთიანი შიდა ბაზრის გამყარება;
- ადმინისტრაციული ბარიერების აღმოფხვრა;
- საკანონმდებლო ბაზის უნიფიკაცია, ევროკავშირის ქვეყნების ურთიერთქმედების გაძლიერება უფრო ღრმა ეკონომიკური თანამშრომლობისათვის.

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

გარდა ამისა შემუშავებულ იქნა ევროპის მცირე ბიზნესისათვის ევროპული ქარტია. მოცემულ დოკუმენტში ევროპის ქვეყნების მთავრობებმა აღიარეს მცირე საწარმოთა მნიშვნელოვანი პოტენციალი და ხაზი გაუსვეს მცირე ბიზნესისათვის კეთილსასურველი პირობების შექმნის მნიშვნელობას, ასევე პირობების შექმნას საკუთარი ბიზნესის შექმნის განმეორებითი მცდელობისას. ევროპული ქარტიის დებულებები მხედველობაში იქნა მიღებული მრავალწლიან პროგრამაში და პირველივე წელს შეიქმნა და გაიშვა 11 პროექტი მათ დასანერგავად.

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

ევროპაში მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა ხორციელდება სახელმწიფოს და ევროკავშირის ეგიდით. მცირე ბიზნესის ფინანსური მხარდაჭერა ხორციელდება ევროკავშირის ისეთი სტრუქტურული ფონდებიდან, როგორცაა რეგიონალური განვითარების ფონდი, სოციალური ფონდი და სხვა. კრიზისულ პირობებს ევრო-

პული მცირე ბიზნესი უფრო კარგად და ეფექტიანად შეეგუა მისი ბაზარზე მანერირების შესაძლებლობის გამო. მცირე საწარმოებმა საკმარისი ოპერატიულობით დაიწვეს ისეთი ნიშების დაკავება, რომლებითაც მსხვილი ბიზნესი არ იყო დაინტერესებული. ამან მნიშვნელოვანწილად ხელი შეუწყო ევროპულ ქვეყნებს დაეძლიათ ეკონომიკის სფეროში სტაგნაციის მოვლენები.

საქართველოსათვის განსაკუთრებით საყურადღებოა მცირე მეწარმეობის განვითარების სინგაპურული გამოცდილება. სინგაპური წარმოადგენს ნავთობპროდუქტების გადამუშავებისა და ნახევარგამტარების წარმოების მსოფლიო ცენტრს. ბევრი სპეციალისტი ფიქრობს, რომ სინგაპური წარმოადგენს სამეწარმეო საქმიანობის განხორციელებისათვის საუკეთესო ადგილს. ეს არის ქვეყანა განვითარებული საბაზრო ეკონომიკითა და ფინანსური ინფრასტრუქტურით, რომელშიც განთავსებულია მსოფლიოს 3000 უმსხვილესი კომპანიის წარმომადგენლობები.

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

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

სინგაპურში მცირე და საშუალო მეწარმეობა ერთ ჯგუფშია გაერთიანებული, რომელიც თავის მხრივ იყოფა ორ კატეგორიად. პირველი კატეგორია მოიცავს სარესტორნე, სასტუმრო, ტურისტული, სამშენებლო და სხვა სერვისის ორგანიზაციასა და განვითარებას, ხოლო მეორე კატეგორიაში შემავალი სუბიექტები კი დაკავებული არიან წარმოების სფეროთი და საინოვაციო შემუშავებებითა და მათი დანერგვით. სინგაპურის ეკონომიკა მიმართულია საწარმოებს შორის თანამშრომლობაზე და მათ გაერთიანებაზე სპეციალურ კავშირებში, რომლის მიზანიცაა შრომის ეფექტიანი განაწილება საუკეთესო შედეგის მიღწევა ახალი ტექნოლოგიებისა და პროდუქციის ახალი სახეების დანერგვისას. სინგაპურში ფუნქციონირებს 140 ათასამდე მცირე და საშუალო ფირმა, რაც შეადგენს მთელი საწარმოების 90%-ს.

მცირე მეწარმეობის ასეთი განვითარება შეუძლებელი იქნებოდა, რომ არა სახელმწიფოს მხარდაჭერა. სინგაპურის ხელისუფლება დაინტერესებულია მისი განვითარებით და ხელს უწყობს მისი კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საერთაშორისო ბაზარზე. მცირე ბიზნესის მხარდასაჭერად სპეციალურად შექმნილია სააგენტო “Spring”, რომელიც შეიმუშავებს მცირე მეწარმეობისათვის დასახმარებელ მიმართულებებსა და პროგრამებს. ეს მიმართულებებია:

- მეწარმეობრივი უნარის განვითარება მცირე ბიზნესის სუბიექტებისათვის;
- საკონსულტაციო, საბურალტრო და კონსალტინგური მომსახურების გაწევა;
- წარმოებული პროდუქციისა და გაწეული მომსახურების ხარისხზე კონტროლი;
- მცირე მეწარმეობის სტრუქტურის სრულყოფა;
- მცირე საწარმოების მართვისათვის კადრების მომზადება.

რაც შეეხება დაკრედიტებას, ინერგება შეღავათიანი დაკრედიტების მრავალნაირი პროგრამა, რომლებიც მოიცავს სპეციალურ სესხებს, საკრედიტო რისკების დაზღვევას, სუბსიდიების გაცემას. ისეთი მცირე საწარმოები, რომლებშიც დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატება 10 კაცს, სარგებლობენ კრედიტის მიღების სპეციალური შეღავათიანი პირობებით. ზოგადად საბანკო დაკრედიტების სისტემა სინგაპურში სარგებლობს სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერით, ამასთან მუდმივად ხდება საკრედიტო განაკვეთების შემცირება.

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

სამხრეთ კორეაში ეკონომიკის განვითარების ისტორია ნათლად გვიჩვენებს მასში მცირე მეწარმეობის წვლილს. 50-იან წლებში სამხრეთ კორეა იყო ყველაზე ჩამორჩენილი ქვეყანა მსოფლიოში. ეს განაპირობა ომმა და კორეის გაყოფამ ორ ნაწილად, რომლის ჩრდილოეთ ნაწილშიც აღმოჩნდა სამრეწველო და სამეცნიერო-ტექნიკურ ორგანიზაციათა მნიშვნელოვანი ნაწილი. ქვეყნის ბიუჯეტი ძირითადად სოფლის მეურნეობის ხარჯზე ივსებოდა და მცირე საწარმოებიც სწორედ ამ დარგში ფუნქციონირებდა. წარმოიშვა მცირე ფერმერულ მეურნეობათა დიდი რაოდენობა, რომლებიც განუხრელად ვითარდებოდნენ და უზრუნველყოფდნენ როგორც ადგილობრივ ისე საგარეო ბაზრების მოთხოვნილებებსაც. 60-იან წლებში წარმოიშვა ქვეყნის განვითარების ახალი პოლიტიკა, რომელიც აშშ-თან თანამშრომლობას ეფუძნებოდა. შეიქმნა უდიდესი კორპორაციები და კონცერნები, გაიზარდა ექსპორტი, რამაც გამოიწვია პროდუქციის გამოშვებისა და ბრუნე-

ის ზრდა და ქვეყანაც მალე განვითარებულთა რიგებში ჩაეწერა. ხელისუფლება მფარველობდა მსხვილ ბიზნესს. კრედიტებიც შესაბამისად გაიცემოდა მსხვილ საწარმოებზე, ხოლო მცირე საწარმოები კი არანაირი შეღავათებით არ სარგებლობდნენ და იღვენებოდნენ მსხვილი ბიზნესის მხრიდან.

მსხვილი ბიზნესის განუხრელმა ზრდამ გამოიწვია ფინანსური კრიზისი. 1997 წელს ბანკებმა შეწყვიტეს მსხვილ საწარმოთა დაკრედიტება დავალიანებათა გადაუხდელობის გამო, რამაც ბევრი საწარმოს დაბანკოტებაც კი გამოიწვია. 1998 წელს ფინანსური კრიზისის დამთავრების შემდგომ გაამახვილა ხელისუფლებამ ყურადღება მცირე ბიზნესზე, შეიგნო რა მისი დიდი როლი ეკონომიკის განვითარებაში. ბანკებმა აქტიურად დაიწყეს მცირე ბიზნეს-სუბიექტების დაკრედიტება. შეიცვალა მცირე საწარმოთა საქმიანობის მიმართულებაც და აგრარული სფეროდან გადმოვიდა ინოვაციურ და მეცნიერებატევად დარგებში. მცირე საწარმოთა რიცხვის ზრდამ შეამცირა უმუშევრობა, გაზარდა ბიუჯეტში შენატანები და მთლიანი შიდა პროდუქტის ოდენობა.

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

აქ დღეს მოქმედებს მცირე ბიზნესის განვითარების 10 წლიანი პროგრამა, რომლის ძირითადი მიზნებია:

- მოსახლეობის დასაქმების გაზრდა 70-78%-მდე;
- დაბალი საპროცენტო განაკვეთების უზრუნველყოფა მოზიდულ (ნასესხებ) კაპიტალზე;
- კონკურენტუნარიანი კომპანიების სტიმულირება.

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

ესპანეთში მოქმედებს არაერთი პროგრამა, რომლებიც მიმართულია მეწარმეობის განვითარებასა და მხარდაჭერაზე. ქვეყნის მთავრობა დიდ ყურადღებას ამახვილებს მცირე ბიზნესის იმ სუბიექტებზე, რომლებიც განაპირობებენ დაბალი

¹ სამხრეთ კორეაში ასეთად ითვლება მრეწველობის, ტრანსპორტისა და მშენებლობის სფეროს საწარმო, თუ იქ მუშაობს 20 ან ნაკლები ადამიანი და ვაჭრობის და მომსახურების სფეროს საწარმო, თუ იქ მუშაობს 5 ან ნაკლები ადამიანი.

ეკონომიკური მაჩვენებლების მქონე რეგიონების განვითარებას და რომლებიც აქტიურ მონაწილეობას ღებულობენ ქვეყნის სოციალურ პოლიტიკაში დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნით სოციალურად დაუცველი მოქალაქეებისათვის, როგორებიც არიან სტუდენტები, ქალები, იმიგრანტები და ა.შ.

ესპანეთის ხელისუფლება ასევე დიდ ყურადღებას ამახვილებს მეცნიერებატევადი დარგების განვითარებაზე და მეცნიერულ მიღწევებზე. მცირე მეწარმეობის განვითარების პროგრამები ეყრდნობა ევროპულ პროგრამებს, რომლებიც გავრცელებულია ევროპის ქვეყნებში: გერმანიაში, საფრანგეთში, დიდ ბრიტანეთსა და სხვა.

სახელმწიფო მცირე ბიზნესის მხარდაჭერისათვის ქმნის დიდი რაოდენობის ფონდებსა და ორგანიზაციებს, რომლებიც იყოფა ორ ჯგუფად, რომლებშიც შედიან ასევე ევროკავშირის ტერიტორიაზე არსებული მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციები.

პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება ურთიერთგარანტიის საზოგადოებები, რომლებიც მცირე ბიზნესის განვითარების მიზნით თავიანთ ქონებას ღებენ გარანტად გირაოს სახით ან კიდევ ხდებიან თავდებები.

მეორე ჯგუფში შედიან ურთიერთდაფინანსების საზოგადოებები, რომლებიც ასორციელებენ მცირე მეწარმეობის დაფინანსებას, ინვესტირებას და სუბსიდირებას. ამ ჯგუფში შედის ესპანეთის დაკრედიტების სახელმწიფო ინსტიტუტი.

გარდა ამისა ესპანეთში არის მცირე ბიზნესის ინტერესთა დაცვის ბევრი ორგანიზაცია. მაგალითის სახით შეიძლება მოვიყვანოთ მცირე ბიზნესის ასოციაცია და სავაჭრო-სამრეწველო პალატა, რომელთა ფილიალებიც განთავსებულია ყველა ქალაქში.

აშშ-ში მცირე ბიზნესის სფეროში პოლიტიკის შემუშავება ხანგრძლივი პროცესის შედეგია. მისი საწყისები ჯერ კიდევ XIX საუკუნიდან მომდინარეობს რიგი ანტიმონოპოლიური საკანონმდებლო აქტების მიღებით.² მათი შექმნა მოამზადა ეკონომიკური და სამართლებრივი ხასიათის მიზეზებმა. ეკონომიკური თვა-

² პირველი კანონი, რომელიც აშშ-ში მონოპოლიურ გაერთიანებებს კრძალავდა წარმოადგენდა შერმანის კანონი (1890წ.), რომელმაც “ეკონომიკური თავისუფლების ქარტიის” სახელი მოიპოვა. 1914 წელს მიღებულ იქნა კლეიტონისა და ფედერალური სავაჭრო კომისიის კანონი, რომელიც უპირატესად ორიენტირებული იყო მსხვილი ფირმების დიქტატისაგან მცირე ფირმების დაცვაზე. 1950 წელს შეტანილ იქნა ცვლილებები კლეიტონის კანონში შერწყმისა და შთანთქმის თაობაზე, რომელიც მიმართული იყო მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის კეთილსინდისიერი კონკურენციის მხარდაჭერაზე.

ლსაზრისით ანტიმონოპოლიური (ანტიტრესტული, კონკურენციული) კანონმდებლობის წარმოქმნა განაპირობა კაპიტალისტური მეურნეობის განვითარებაში მომხდარმა ხარისხობრივმა ცვლილებამ - თავისუფალი კონკურენციის ეპოქის მონოპოლიურით შეცვლამ. მონოპოლიური გაერთიანებების – ტრესტების შექმნისა და საქმიანობის დასაწყისში ცხადი გახდა მათი დამანგრეველი ზემოქმედება, როგორც ეკონომიკაზე, ისე საზოგადოების პოლიტიკურ მდგომარეობაზე. კანონი აშშ-ს კონგრესმა მიიღო ამერიკული საზოგადოებრიობის და უპირველეს ყოვლისა ფერმერებისა და მცირე ბიზნესის წარმომადგენელთა მხრიდან ძლიერი ზეწოლის შედეგად, რომელთაც გაუჩნდათ საფუძვლიანი შიში კომპანიათა მცირე ჯგუფის ხელში საბაზრო ძალაუფლების კონცენტრაციის გაძლიერების მიმართ, რაშიც ხედავდნენ საფრთხეს მეწარმეობისა და საერთოდ დემოკრატიისათვის. (გოგიაშვილი 2009:18).

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

1953 წელს კონგრესმა მიიღო მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი ფედერალური კანონი, რომელმაც განსაზღვრა სახელმწიფოს პრიორიტეტები მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის საქმეში. ამ კანონის თანახმად ჩამოყალიბდა მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია. იგი თავისი სტატუსით აშშ-ს მთავრობის ფედერალური სააგენტოა, რომლის ხელმძღვანელს თანამდებობაზე ნიშნავს პრეზიდენტი და ამტკიცებს სენატი. ადმინისტრაციის ვალდებულებაა დაეხმაროს მცირე ბიზნესს, აღმოუჩინოს მას მხარდაჭერა სამთავრობო დონეზე, ყოველმხრივ განავითაროს თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკა.

მცირე ბიზნესის ინტერესების სამართლებრივი დაცვის მიზნით შექმნილია ადვოკატურის განყოფილება, რომლის თანხმობის გარეშეც არ მიიღება არც ერთი სამართლებრივი ნორმა მცირე საწარმოების მდგომარეობის შესახებ. ფაქტობრივად აღნიშნული სამსახური მცირე მეწარმეების ინტერესებს წარმოადგენს სასამართლოში და კონგრესში, რომელიც სამართლებრივი ზეწოლისაგან იცავს მათ.

ამჟამად მცირე ბიზნესის საქმეთა ადმინისტრაცია ითვლის 3700 თანამშრომელს. თითოეულ შტატში მოქმედებს მისი რეგიონული განყოფილება 30-40 კა-

ცის შემადგენლობით. ადმინისტრაციას თავისი განყოფილებები გააჩნია 90 დიდ ქალაქში, რომლებიც ერთმანეთთან დაკავშირებულია ერთიანი მკომპიუტერული ქსელით.

მნიშვნელოვანია მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის გამოცდილება სხვადასხვა პროგრამების რეალიზაციის და ეფექტიანობის დადგენაში. აღნიშნული პროგრამები ყოველწლიურად ვითარდება და იქმნება ახალი მიმართულებები. დღესდღეობით მათი რაოდენობა თითქმის 50-ს აღწევს. ყოველ პროგრამას კონკრეტული მიზნები, კლიენტები, განხორციელების სეგმენტი და მონაწილეობის პირობები აქვს.

ქვეყანაში მოქმედ მრავალ პროგრამათაგან აღსანიშნავია პროგრამა “7ა”, რომლის მიხედვითაც მეწარმეს შეუძლია მიიღოს გარანტიები კრედიტის აღების უზრუნველსაყოფად. თუ თანხა 750 ათას აშშ დოლარს არ აღემატება, გარანტია სესხის 75%-ზე გაიცემა, თუ თანხა 100 ათასს არ აღემატება, გარანტია სესხის 80%-ზე გაიცემა. გარანტიის გაცემის ვადებია: საბრუნავ საშუალებებზე-10 წლამდე, ხოლო ძირითად კაპიტალზე - 25 წლამდე.

მეორე პროგრამა “504”-ის მიხედვით ხორციელდება უკვე მოქმედი საწარმოების გაფართოება და მოდერნიზაცია. ამ საწარმოების საქმიანობის ანალიზის შემდგომ პროგრამა გასცემს გრძელვადიან კრედიტს უძრავი ქონების, ტექნოლოგიების და დანადგარების შესაძენად. გარანტია გაიცემა სესხის 40%-ზე, ხოლო თანხის მაქსიმალური ოდენობა 1 მილიონს არ აღემატება.

მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საქმიანობას წარმოადგენს საინფორმაციო მხარდაჭერა და გადამზადება. ამ მიზნით ყოფილ და ახლანდელ მცირე მეწარმეებს უტარდებათ ტრენინგები, კონსულტაციები. ასევე აღნიშნის ღირსია ქალ მეწარმეთათვის ცენტრების ფუნქციონირება, სადაც მუშაობის ტრადიციული მიმართულებაა ბიზნეს-ლედის მომზადება და გადამზადება. ეს პროგრამა აღმოჩნდა მეტად შედეგიანი – 9 მილიონზე მეტი ადამიანი დაკავებული საწარმოებში, რომლებსაც ქალგებატონები ფლობენ, მათი წვლილი ეკონომიკაში 1,15 ტრილიონს შეადგენს, ხოლო ეკონომიკური ზრდის ტემპები აქ უფრო მაღალია ვიდრე საშუალოდ ქვეყანაში.

აღსანიშნავია ექსპორტის ხელშეწყობის ცენტრები, რომლებიც ვაჭრობის სამინისტროს დახმარებით შეიქმნა. აღნიშნული ცენტრები არჩევენ ექსპორტზე ორიენტირებული პროექტების დამფინანსებელთა კანდიდატურებს, ასევე აწარმოებენ მცირე ბიზნესის საგარეო ვაჭრობის დაკრედიტებას.

აღსანიშნავია მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ხერხი სახელმწიფო დაკვეთების სახით. უმსხვილეს დამკვეთს წარმოადგენს აშშ-ს სახელმწიფო მთავრობა. მაგალითად 2003 წელს მათ შეიძინეს 247 მილიარდი დოლარის საქონელი, მათ შორის მცირე ბიზნესმა მიიღო 62,7 მილიარდ დოლარზე მეტი შემოსავალი. (აბესაძე. . . 2008:37).

ამერიკის კანონმდებლობით მცირე და მსხვილ ბიზნესს შორის არსებობს სუბარენდული ურთიერთობა. მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციაში არსებობს განყოფილება, რომელიც აწარმოებს პოტენციური მომწოდებელი ფირმების რეესტრს, ის იძლევა შესაბამის სერთიფიკატებს, რომლითაც მცირე საწარმოს უფლება ეძლევა სახელმწიფო შეკვეთის შესრულებისა. მცირე ბიზნესის წილი სახელმწიფო შეკვეთების საერთო მოცულობაში შეადგენს 15-20%-ს.

აშშ-ში თვლიან, რომ მცირე ბიზნესზე დახმარება აუცილებელია, რადგან ის ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გადასახადებს იხდის შესაბამის ბიუჯეტებში. მცირე ბიზნესი ხშირად გადაიზრდება დიდში, რაც ერის ეკონომიკურ სიცოცხლისუნარიანობას ზრდის. ამერიკის ტექნიკურ სიახლეთა 55% მცირე და საშუალო ბიზნესის მიერაა შექმნილი. ის თავისი შემოქმედებითი აქტივობით, ახლის ძიებით და კონკურენტუნარიანობით ახალ ძალას მატებს ამერიკის ეკონომიკას. (ამერიკის 1998:75.)

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

სტატისტიკა მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის საქმიანობის შესახებ აჩვენებს, რომ სააგენტოს კლიენტების 85% ერთი წლის შემდეგ კოტრდება, მაგრამ „გადარჩენილთა“ წარმატებები მრავალჯერ ფარავს ყველა დანახარჯს.

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

იაპონია ომის შემდგომ პერიოდში ტექნიკურ სფეროში დიდი მიღწევებისა და ეკონომიკის ზრდის გამო შევიდა ყველაზე განვითარებულ ქვეყანათა სამეულში. ეს განაპირობა სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესის დიდმა მხარდაჭერამ. მი-

უხედავად ქვეყანაში არსებული მრავალრიცხოვანი მსხვილი სამეცნიერო კორპორაციებისა და მსხვილი კონცერნებისა, რომლებიც უშვებენ ავტომობილებს, აუდიო და ვიდეოტექნიკასა და სხვა სახის პროდუქციას, მცირე მეწარმეობის წილი იაპონიის ეკონომიკაში შეადგენს დაახლოებით 40%-ს. უნდა აღინიშნოს, რომ მეცნიერებატევადი პროდუქციის დამზადებითა და ინოვაციური ტექნოლოგიების შემუშავებით დაკავებულია უმთავრესად მსხვილი საწარმოები, ხოლო მცირე საწარმოები კი ფუნქციონირებენ მშენებლობის, მსუბუქი მრეწველობისა და მომსახურების სფეროებში. ამიტომაც იაპონიის ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართულია მცირე მეწარმეობაში მეცნიერებატევადი და ტექნიკური წარმოების განვითარებისაკენ.

სამეწარმეო საქმიანობა იაპონიაში რეგულირდება მთავრობის მიერ, ის ანიჭებს მცირე საწარმოს სტატუსს და საქმიანობის სახეების მიხედვით განსაზღვრავს შეღავათებს. მცირე ბიზნესის საქმიანობას უშუალოდ არეგულირებს მცირე საწარმოთა სამმართველო, რომელიც ექვემდებარება იაპონიის ვაჭრობისა და მრეწველობის სამინისტროს. ის აკონტროლებს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შესრულებას, მცირე მეწარმეობის ინტერესთა სახელმწიფოებრივ დაცვას, მომწოდებლებისა და დამკვეთების პასუხისმგებლობის განსაზღვრას მათ შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობებისა და ა.შ.

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

სუბსიდიების, შეღავათიანი კრედიტებისა და სხვა სახის შეღავათების გაწევა ხორციელდება შემდეგი ძირითადი მიზეზების გამო:

- მეცნიერებატევადი დარგების საწარმოთა მოდერნიზაცია და სრულყოფა;
- სამეცნიერო დაწესებულებებთან ერთად შემუშავებული ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა;
- მსუბუქი და კვების მრეწველობის მხარდაღერა;
- პროდუქციის ახალი სახეების შემუშავება და დანერგვა;
- იაპონიის შედარებით ცუდად განვითარებულ რეგიონებში ახალი მცირე მეწარმეობის სუბიექტების შექმნა და განვითარება.

უნდა აღინიშნოს, რომ იაპონიაში შექმნილია საწარმოთა ერთგვარი სტრუქტურა „მცირე პლუს მსხვილი“. იაპონური სუპერგიგანტები ემყარებიან ათასობით საოჯახო საწარმოსა და მიკროფირმას, რომლებიც სპეციალიზებული არიან ცალკეული დეტალების წარმოებასა და საწარმოო ოპერაციების შესრულებაზე. (შურღაია 2010:141). ქვეყანაში 9 მლნ-მდე წვრილი საწარმოა, რომელთაგან 6 მლნ-ზე მეტი ფუნქციონირებს გადამამუშავებელ მრეწველობაში, სადაც დასაქმებულია მრეწველობაში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 75%-ზე მეტი, საერთოდ კი ქვეყნის შრომისუნარიანი მოსახლეობის სამი მეოთხედი მცირე ბიზნესის სფეროში მუშაობს.

იაპონიაში საკანონმდებლო აქტების უმრავლესობა არეგულირებს ანტიმონოპოლიურ საქმიანობას, მკაცრად არეგულირებს გამოშვებული პროდუქციის საბაზრო ფასებს და დაუსაბუთებელი ფასდაკლების ან სპეკულაციური ფასების შემთხვევაში მცირე მეწარმეობის სუბიექტებს უწყდებათ საქმიანობის განხორციელების უფლება. ამით იაპონიის მთავრობას ფასების ზრდისა და ინფლაციის წარმოშობის გაკონტროლების საშუალება ეძლევა. ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ იაპონიაში არსებობს კარგი პირობები მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის.

გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესზე მთლიანი შიდა პროდუქტის 50%-ზე მეტი მოდის. აქ 3,5 მლნ. მცირე და საშუალო საწარმოა, ისინი გადასახადის გადამხდელი ფირმების 99%-ს შეადგენენ. ეს საწარმოები სამუშაო ადგილების 80%, ბრუნვის გადასახადის 45% და ექსპორტის 30% უზრუნველყოფენ. (ჩუთლაშვილი 2005:16) გერმანიის ეკონომიკისა და ტექნოლოგიების ფედერალური სამინისტროს მონაცემებით მცირე და საშუალო საწარმოების თანამშრომლები და თავისუფალი პროფესიების წარმომადგენელთა (ექიმების, ფარმაცევტების, ადვოკატების) ერთობლიობა განეკუთვნებიან გერმანიის საშუალო კლასს. ეს არის გერმანიის საზოგადოების ძირითადი შემადგენელი ნაწილი საშუალო შემოსავლებითა და კერძო საკუთრების ფლობით.

მცირე და საშუალო ბიზნესთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებები ფედერალურ დონეზე განიხილება. საკითხის ყუარადღებით შესწავლის შემდეგ, სპეციალიზებული კვლევითი ცენტრების რეკომენდაციით მიიღება საკანონმდებლო გადაწყვეტილება. ინვესტიციებს მცირე ბიზნესში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, რადგანაც მისი სიმცირე აფერხებს ახალი საწარმოების შექმნას და არსებული საწარმოების ადაპტირებას მსოფლიო ეკონომიკის ცვალებად გარემოსთან. ფუნქციების დიდი ნაწილი გადაცემული აქვს სპეციალიზებულ ბანკებს. საბანკო ჯგუფი უმსხვილესია მათ შორის. მის მიერ დაფინანსებული პროგრამები სხვადასხვაა, მისი მუშაობის შედეგები და ინფორმაცია კი უახლოესი გეგმების შესახებ ხელმისაწვდომია ყველა დაინტერესებული პირისათვის. სპეციალიზებულ ჟურნალებში რეგულარულად ქვეყნდება მცირე ბიზნესში განხორციელებული ინვესტიციების ეფექტიანობის შედეგებითი ანალიზი.

გერმანიის მთავრობა შეღავათიან კრედიტებს გასცემს შემდეგ ობიექტებზე:

- მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოებზე, რომლებიც დაკავებულნი არიან სამეცნიერო გამოგონებათა სფეროში;
- საწარმოებზე, რომლებიც შეიმუშავენ პროექტებს, მიმართულთ გარემო პირობებისა და ეკოლოგიური სიტუაციის გაფრთხილებისაკენ.
- საწარმოებზე, რომლებიც მონაწილეობენ ეკონომიკური თვალსაზრისით სუსტად განვითარებული რეგიონების განვითარების გაუმჯობესებაში;
- საწარმოებზე, რომლებიც საქმიანობენ მშენებლობის სფეროში და წყვეტენ საცხოვრებელი პირობების საკითხებს.
- მცირე საწარმოებზე, რომლებიც მუშაობენ წარმოების პირობების გასაუმჯობესებელ პროექტებზე.

მთლიანობაში მცირე ბიზნესის განვითარების მასშტაბები საზღვარგარეთის ქვეყნებში შემდეგნაირად გამოიყურება:

როგორც ჩანს (იხ. 1.3.2 ცხრილი) მცირე და საშუალო საწარმოთა რიცხვი სამეურნეო ერთეულთა მთელ რაოდენობიდან სხვადასხვა ქვეყანაში შეადგენს 40%-დან 99,9%-მდე. მშპ-ის მაჩვენებელიც მერყეობს 12-60%-ის ფარგლებში. ამ სექტორში დასაქმებულია შრომისუნარიანი მოსახლეობის 80%, ბრუნვა შეადგენს 20-80%-ს და მცირე ფირმებზე მოდის ექსპორტის მესამედი. არსებობს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თავისებურებები რეგიონების მიხედვით. ყველაზე მეტად ის განვითარებულია ჩრდილოეთ ამერიკასა და დასავლეთ ევროპა-

ში. ეს ტენდენცია ჩვენის აზრით დაკავშირებულია რეგიონების ისტორიულ, კულტურულ, ბუნებრივ და დემოგრაფიულ თავისებურებებთან.

ცხრილი 1.3.2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მასშტაბები საზღვარგარეთის ზოგიერთ ქვეყანაში (XX ს-ის დასასრული და XXI ს-ის დასაწყისი).

ქვეყანა	მსს წილი საწარმოთა მთელ რაოდ. %	მსს წილი მშპ-ში, %	მსს წილი ინვესტიციათა მოცულობაში %	მსს დასაქმებ. წილი, %	მსს წილი ექსპორტში %	მსს რაოდენობა 1000 მცხ. (ერთეულ)
ბელგია	99.0	46		55.0		
დიდი ბრიტ	75.8	50-53		36-49.0		46.0
უნგრეთი	99.0	50		65.0	20.0	80.0
გერმანია	99.0	50-54	46.0	70.0	30.0	37.0
ინდოეთი	70-85,0					
ესპანეთი	98.0					68
იტალია	84.0	57-60		73		68
კანადა	99.0			37-80		
ყირგიზეთი	83.3		76.0			
ჩინეთი			15,4	9.0		
კორეა				62	43	
აშშ	99.9	50-52	50.0	65	30	72.2
ტაივანი	98.0			78.0	20.0	
უზბეკეთი		12.6				
საფრანგეთი	99.9	55-62	50.0	65		35
ესტონეთი	98.6					
იაპონია	99.2	52-55		80.6		50
რუსეთი	87.5	10-11		10		6

წყარო: გ. ნ. ფრანოვსკაია “მცირე ბიზნესი” ვორონეჟის სახელმწიფო უნ. გამომც. 2007წ

ამრიგად, საზღვარგარეთის ქვეყნებში მცირე ბიზნესის განვითარების ტენდენციების შესწავლიდან გამომდინარე შეიძლება განვაზოგადოთ მცირე მეწარმეობის განმაპირობებელი ფაქტორები, რომელიც 1.3.3. ცხრილის სახით არის მოცემული.

ცხრილი 1.3.3. საზღვარგარეთის ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის განვითარების ძირითადი ფაქტორები

ფაქტორები	შინაარსი
1. საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა	1. სახელმწიფოს მხრიდან ფინანსური მხარდაჭერა მოქმედ საწარმოთა გაფართოება მოდერნიზაციისათვის; 2. ახალგაზრდა ბიზნესმენტათვის პრე-

	<p>მიების გადახდა წარმატებული ბიზნესმენების მიერ, ასევე მსხვილი კომპანიების მხრიდან ფინანსური დახმარება;</p> <p>3. კრედიტებზე ფიქსირებული დაბალი საპროცენტო განაკვეთები. დაკრედიტების 10-12 წლიანი ვადები.</p> <p>4. კრედიტების 60-80%-ზე სახელმწიფოს ან სპეციალიზებული ფინანსური ინსტიტუტების მხრიდან გარანტიის აღება;</p> <p>5. ურთიერთთავდებობის, ურთიერთდახმარების საზოგადოებების შექმნა.</p> <p>ახალგაზრდა მეწარმეებსა და სტუდენტებზე ვენჩურული კაპიტალის შეთავაზება.</p>
<p>2. საგადასახადო მხარდაჭერა</p>	<p>1. ფუნქციონირების პირველი 2-4 წლის განმავლობაში რიგი გადასახადებისაგან გათავისუფლება;</p> <p>2. საგადასახადო განაკვეთების შემცირება მცირე საწარმოებისათვის 2-ჯერ სხვა სამეწარმეო სუბიექტებთან შედარებით.</p>
<p>3. მცირე ფირმების მოზიდვა სახელმწიფო დაკვეთების შესასრულებლად</p>	<p>1. განსაზღვრული საქონლისა და მომსახურების შესასრულებელი სამუშაოების ჩამონათვალი, რომელთა შესრულებასაც კანონმდებლობა აკისრებს მცირე საწარმებს.</p>
<p>4. საექსპორტო საქმიანობის მხარდაჭერა</p>	<p>1. სხვა ქვეყნების ბაზრებზე მცირე საწარმოთა პროდუქციისათვის რეკლამირების გაწევა;</p> <p>2. უცხოეთის ბაზრებზე გამავალი ფირმებისათვის სხვადასხვა სახის შეღავათები;</p> <p>3. მსოფლიო ბაზრებზე გასვლისათვის თანმდევი საინფორმაციო ტექნოლოგიებით აღჭურვისათვის დაფინანსება.</p>
<p>5. მცირე ფირმათა სამეცნიერო კვლევების მხარდაჭერა</p>	<p>1. მხარდაჭერის სპეციალური პროგრამის შემუშავება მცირე მეწარმეებისათვის, რომლებიც ეწევიან სამეცნიერო, კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებს, მათთვის შეღავათებისა და დაბალი საკრედიტო განაკვეთების დიდი ვადების შეთავაზება;</p> <p>2. მეცნიერებატევადი მცირე საწარმო-</p>

	<p>ებისათვის საწარმოო, სავაჭრო შენობა-ნაგებობათა შეთავაზება.</p> <p>3. “ტექნოპარკების”. “ბიზნეს-ინკუბატორების” შექმნა.</p>
6. მცირე ბიზნესის საკადრო მხარდაჭერა	<p>1. ბიზნეს-განათლების განვითარებული ქსელი;</p> <p>2. იმ მცირე მეწარმეებისათვის სახელმწიფო პრემიების გაცემა, რომლებიც ზრდიან მომუშავეთა რიცხვს;</p> <p>3. მომზადების, გადამზადებისა და მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამათა ამოქმედება მცირე ბიზნესისათვის;</p> <p>4. ახალი ტექნოლოგიების ათვისებასთან დაკავშირებული პროფესიონალური სწავლება.</p>
7. მცირე ბიზნესის რეგიონული განვითარება	<p>1. დეპრესიული რეგიონებისათვის საინვესტიციო მხარდაჭერა;</p> <p>2. დეპრესიულ რეგიონებში მცირე მეწარმეებისათვის საგადასახადო შეღავათების დაწესება ან მუშაობის პირველ წლებში მათგან გათავისუფლება;</p> <p>3. რეგიონული პრემიები საწარმოებისა და სამუშაო ადგილების შექმნისათვის.</p>

ცხრილი შედგენილია ავტორის მიერ.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შესაძლებელია დასკვნების გაკეთება, რომლებიც ასახავს მცირე ბიზნესის განვითარების ტენდენციებს:

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

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

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

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

- მცირე საწარმოთა დაინტერესება საინოვაციო და მეცნიერული კვლევების განსახორციელებლად. მათთვის შედგაათიანი კრედიტების შეთავაზება;
- მცირე ბიზნესის სფეროში საგანმანათლებლო საქმიანობა. საგანმანათლებლო ქსელების შექმნა, როგორც სახელმწიფო ასევე კომერციულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან ერთად;
- მცირე მეწარმეობის დაფინანსების ალტერნატიული წყაროების დანერგვისათვის პირობების შექმნა;
- თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება ზოგად მონაცემთა ბაზების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად.
- მცირე ბიზნესის რეგიონული მხარდაჭერა, მათი თავისებურებებისა და პრიორიტეტების გათვალისწინებით.

თავი II. მცირე ბიზნესის განვითარების ეკონომიკური და სამართლებრივი საფუძვლები საქართველოში

2.1. ბიზნესგარემო საქართველოში

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

ეკონომიკური რეფორმების პირობებში ბიზნესის ეფექტიანი ფუნქციონირების ერთ-ერთი ფუნდამენტური საკითხია თითოეული ბიზნესსუბიექტის საბაზრო ურთიერთობების ადეკვატური სტრატეგიული მიზნების ფორმირება და მისი ფინანსურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ანალიზის საფუძველზე მართვის სრულყოფა. მიზნის მიღწევის შემეცნებითი საშუალებაა ბიზნეს სისტემის ფუნქციონირების კანონზომიერებათა გამოკვლევა, რაც ბიზნეს გარემოსა და მისი მართვის შესაძლებლობების შესწავლით იწყება. მნიშვნელოვანია გარემოს სირთულისა და ფაქტორთა ურთიერთკავშირის განსაზღვრა, მათი ზემოქმედების შეფასება.

სამეურნეო საქმიანობის განხორციელების დროს ყოველი ფირმა აწყდება მრავალ ეკონომიკური ხასიათის პრობლემას, რომელთა შორის ჩვენის აზრით ძირითადია: ბაზრის მდგომარეობის შესწავლის სირთულე, საკუთარი სამეურნეო ადგილის მოძებნა, შესაძლო წინააღმდეგობებისა და შეზღუდვების გათვალისწინება, ბიზნესის მასშტაბების ადეკვატური ფინანსური რესურსების ფორმირება და სხვა.

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

ეკონომიკური სტრატეგია გულისხმობს ფირმის მიზნების ფორმირებას და მათი მიღწევისათვის შესაბამისი პოლიტიკის შემუშავებას. იგი უნდა პასუხობდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

- ა) რა მეწარმეობრივი პოტენციალი გააჩნია;
- ბ) რა უნდა აწარმოოს ფირმამ, რა რაოდენობითა და როგორი ხარისხით;
- გ) რომელ ბაზრებზე უნდა იმუშაოს;
- დ) ვინ აირჩიოს პარტნიორებად;
- ე) რა და როგორ უნდა განხორციელდეს პირველ რიგში;

პოტენციური ბიზნეს-სუბიექტის მიერ კონკრეტული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევასას გასათვალისწინებელია რემდენიმე ფაქტორ-გარემოება, კერძოდ: ა) ეკონომიკის რომელ დარგში და სფეროში უნდა მოახდინოს საქმიანობის კონცენტრაციას; ბ) ეკონომიკის რომელ სექტორში აქვს გადაწყვეტილი საქმიანობის წამოწყება; გ) როგორი იქნება ბიზნესის განთავსების არეალი და ფუნქციონირების მასშტაბები; დ) ვინ იქნებიან ბიზნესის დამფუძნებელი პარტნიორები სამეწარმეო-სამართლებრივი სტატუსის მიხედვით; ე) როგორია პოტენციურ მეწარმეთა ბიზნეს გამოცდილება; ვ) თუ არსებობს შეღავათიანი საგადასახადო რეჟიმები ან საინვესტიციო მექანიზმები ბიზნესის ცალკეული ორგანიზაციული ფორმების მიმართ და სხვა.

მეწარმეს გააჩნია საბაზრო თავისუფლება, რომლის ხარისხიც განისაზღვრება სამი გარემოებით:

- ბაზრის მოთხოვნით;
- საკუთარი მეწარმეობითი უნარის არსებობით;
- იმ შესაძლებლობებით, რომელსაც ქმნის ბიზნეს-გარემო.

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

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

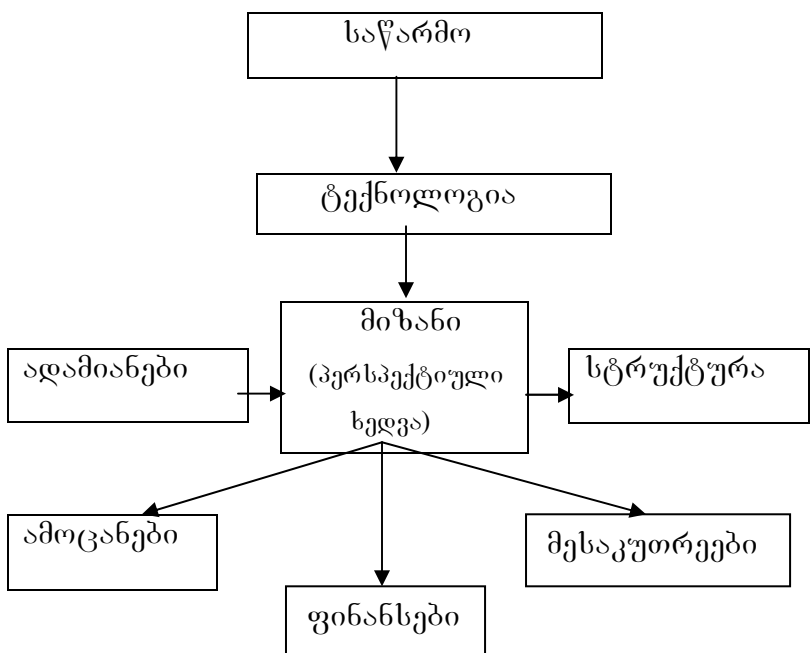
რცის ერთიან ცოცხალ ორგანიზმად წარმოდგენას, სადაც განიხილება მისი ყველა ძირითადი შემადგენელი ელემენტი, ასევე პროცესები მათ შორის არსებული კავშირებითა და კანონზომიერებებით.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში ბიზნესის შიდა გარემოს ელემენტებთან დაკავშირებით არ არსებობს აზრთა ერთიანობა. “მეცნიერ-ეკონომისტთა ერთი ჯგუფის შეხედულებით შიდა გარემოში შედის კაპიტალის მესაკუთრეები, მენეჯერები, ვისაც გადაეცემა ქონება სამართავად და დაქირავებული უშუალო მწარმოებლები. მეორე ჯგუფი შიდა გარემოში აერთიანებს: მეწარმეს, კაპიტალს, მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის სამსახურს, ადამიანური რესურსების სამსახურს, ფინანსური მენეჯმენტის სამსახურს, მარკეტინგულ სამსახურს და სხვას.” (სამადაშვილი 2009:121)

მ. მესკონის მიხედვით შიდა გარემო მოიცავს შემდეგ ელემენტებს: მიზნები, სტრუქტურა, ამოცანები, ტექნოლოგია და ადამიანები. მასში მოცემულია ფირმის როგორც მიზანი, ისე მისი მიღწევის საშუალებები. (მესკონი. . . 2002:45).

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

სქემა 2.1.1. ბიზნესის შიდა გარემოს ფაქტორების ურთიერთდამოკიდებულება



კერძოდ, მიუხედავად იმისა, რომ მესაკუთრეები ფირმის შიდა გარემოს თავისი შეხედულებებისამებრ თვითონვე ქმნიან, მასში თავს იჩენს მათი სურვილე-

ბისაგან დამოუკიდებლად მოქმედი ობიექტური ფაქტორები და კანონზომიერებანი, მათ შორის საკმაოდ საშიში რისკები, რომლებიც თავიდან გათვალისწინებული არ იყო. ამ უკანასკნელთა იგნორირებას შეუძლია ბიზნესის სრული კატასტროფა გამოიწვიოს. ამდენად, ფირმის შიდა გარემოს სტრუქტურის და ფუნქციონირების კანონზომიერებათა ცოდნას როგორც ბიზნესის წამოწყების წინა სტადიაზე, ისე მისი შემდგომი მომგებიანი წარმართვისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს”. (სისვაძე 2009: 34).

ყოველი სამეურნეო სუბიექტი, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა დინამიურ ურთიერთკავშირშია გარე გარემოსთან, რომელიც უშუალოდ ზემოქმედებს მასზე და თვითონაც ექცევა მისი გავლენის ქვეშ. საწარმოს ღია სისტემად წარმოდგენის იდეა ეკუთვნის ჩ. ბერნარდს (1930წ.), რომელიც განვითარდა სპეციალისტების თანმიმდევრულ კვლევებში.(ბარათაშვილი 2010:184)

ორგანიზაციის, როგორც მართვის ღია სისტემის ფუნქციონირების მოდელი შესაძლებელს ხდის გამოიყოს შემდეგი პარამეტრები: (სქემა 2.1.2.)

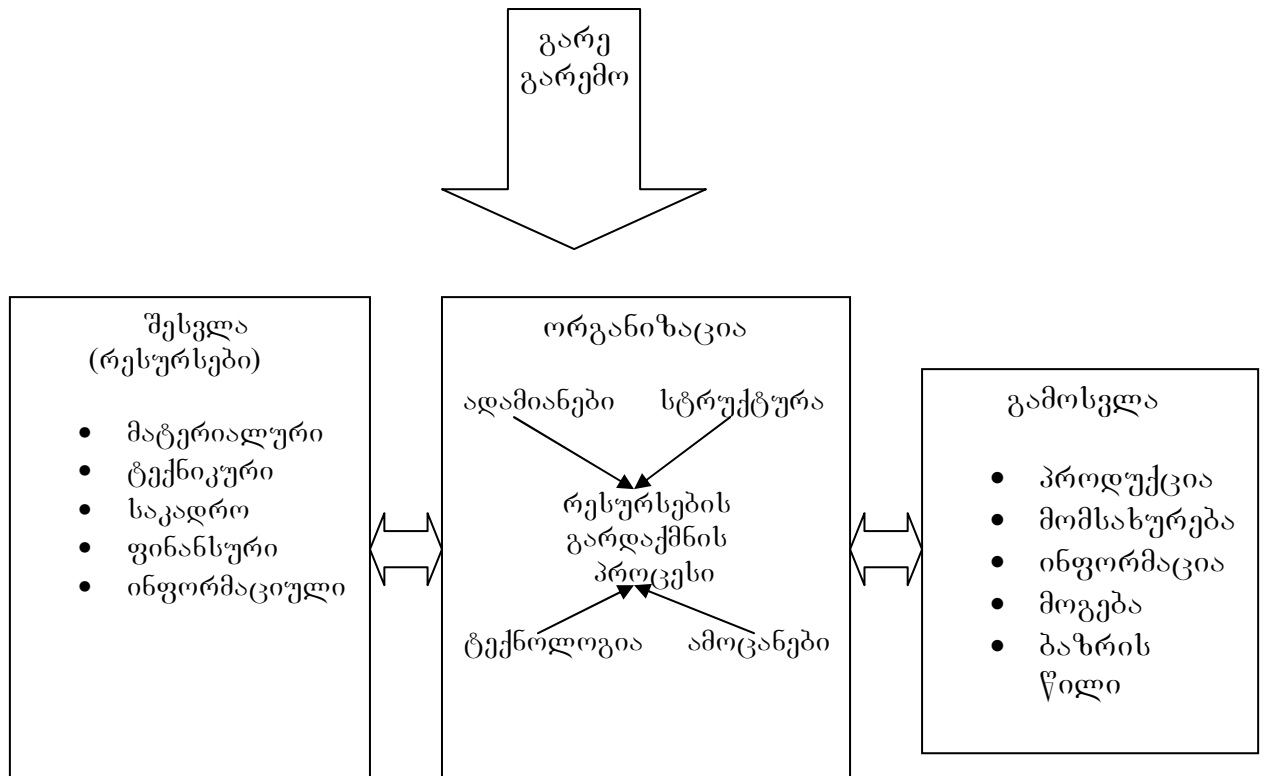
- შემავალი რესურსები;
- საქონლად გადაქცევის პროცესი;
- გამომავალი რესურსები;
- უკუკავშირი;
- შიდა და გარე გარემო.

ნებისმიერი სამეურნეო სუბიექტის შემავალი რესურსებია გარე გარემოდან აღებული ნედლეული, ფინანსები, ადამიანები, ინფორმაცია და სხვა რესურსები, რომლებიც აუცილებელია საწარმოს საცოცხლისუნარიანობისა და არჩეული მისის შესრულებისათვის.

სამეურნეო სუბიექტის შიგნით ადგილი აქვს რესურსების წარმოქმნას და მათ გარდაქმნას სისტემის საქმიანობის საბოლოო პროდუქტად, მმართველობითი და საშემსრულებლო ზემოქმედების შედეგად სამუშაო ტექნოლოგიის და მეთოდების გამოყენებას. ამის გამო ყალიბდება გამომავალი რესურსები: საწარმო აძლევს გარემოს პროდუქციას, ინფორმაციას, აღწევს ფინანსურ შედეგებს, აყალიბებს იმიჯს, ითავისებს და მოიპოვებს ბაზრის განსაზღვრულ წილს. ღია სისტემები არ არის თვითუზრუნველყოფილი. სამეურნეო სუბიექტის მართვის სისტემა, სტრუქტურა და ფუნქციონირება განისაზღვრება არა მარტო შიდა გადაწყვეტილებებით, არამედ მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია გარე გარემოს ცვალებად ფაქტორებზე. მდგრადი ფუნქციონირებისათვის საჭირო რესურსებს საწარმო დებულობს გარე გარემოდან. ასეთი დამოკიდებულება განაპირობებს მუდმივი ადაპ-

ტირების აუცილებლობას ცვალებადი ბაზრის კონიუნქტურის მიმართ. გარემოსა-
დში ადაპტირებისათვის ბიზნესსუბიექტმა თავად უნდა განსაზღვროს რომელი
ფაქტორები და რა ზომით იმოქმედებენ მისი საქმიანობის შედეგებზე ამჟამად და
პერსპექტივაში და რა ზომებია მისაღები ბიზნესის წარმატებისათვის.

სქემა 2.12. ორგანიზაციის ფუნქციონირების მოდელი.



სამეურნეო სუბიექტის შიდა დინამიკა ყალიბდება გარე გარემოებების ზემო-
ქმედებით, ამიტომ საწარმოს წარმატების ძირითადი პოტენციალი გარე გარემო-
ში იმყოფება. საწარმოს გარე გარემო მოიცავს ფაქტორების ერთიანობას, რომე-
ლიც გავლენას ახდენს მის საქმიანობაზე გარედან. აღნიშნული ფაქტორები უწყ-
ვეტად განიცდიან ცვლილებებს. ბიზნესის შიდა ცვლადებთან შედარებით ისინი
გაცილებით მრავალფეროვანია, არ გამომდინარეობენ მმართველობითი გადაწყვე-
ტილებების შედეგებიდან და ამიტომ არ ექვემდებარებიან არსებით კორექტირებ-
ას საწარმოს მხრიდან. მიუხედავად ამისა, მათი გათვალისწინება აუცილებელია
ბიზნესის ეფექტიანი წარმართვისათვის. ბიზნესის მესაკუთრეები თავიანთი საქ-
მიანობის წამოწყებისა თუ განვითარებისას უნდა განსაზღვრავდნენ გარე სამყა-
როს ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორებს, ითვალისწინებდნენ მათ ცვლილებებს
და ახდენდნენ მათდამი ადაპტირებას.

გარე გარემოს, ბიზნესზე ზემოქმედების სისწრაფისა და უშუალოდ მისხედვით ყოფენ ბიზნესზე პირდაპირი და არაპირდაპირი ზემოქმედების ფაქტორებად.

ეკონომიკური რესურსების (ნედლეული, მასალები, კაპიტალი, სამუშაო ძალა) მომწოდებლები, მომხმარებლები, კონკურენტები, ბაზარზე არსებული კონიუნქტურა, კანონები და სახელმწიფოებრივი რეგულირების ორგანოები ეს ის ცვლადებია, რომლებიც აყალიბებენ ბიზნესის პირდაპირი ზემოქმედების გარემოს ანუ გარე მიკრო გარემოს. აღნიშნული ფაქტორები ზემოქმედებენ ბიზნესის განვითარებაზე და თვითონაც პირდაპირ განიცდიან მისგან ზეგავლენას.

ბიზნესის გარე მაკრო გარემოს, ანუ არაპირდაპირი ზემოქმედების გარემოს აყალიბებენ შემდეგი ფაქტორები: პოლიტიკური და სამართლებრივი გარემო; სოციალურ-კულტურული გარემო; სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესი; ბუნებრივ-გეოგრაფიული გარემო. ჩამოთვლილი ფაქტორები არ ახდენენ ორგანიზაციაზე პირდაპირ და დაუყოვნებლივ ზემოქმედებას, მაგრამ მიუხედავად ამისა, გარკვეული შუალედური რგოლების მეშვეობით მნიშვნელოვნად ზემოქმედებენ მის ფუნქციონირებაზე.

ბიზნესის გარე გარემო შეიძლება დავახასიათოთ შემდეგი თავისებურებებით:

- ფაქტორების ურთიერთდამოკიდებულება – ერთი ფაქტორის მცირე ცვლილებამაც კი შეიძლება გამოიწვიოს ურთიერთდაკავშირებული ცვლილებების ტალღა და შეცვალოს ბიზნესზე მათი ზემოქმედების ხასიათი, სწორედ ამიტომ საჭიროა ბიზნესის სისტემური ანუ ღრმა და ყოველმხრივი ხედვა;
- სირთულე – ფაქტორთა სიმრავლისა და მრავალფეროვნების გამო მათზე რეაგირება რთულდება. სწორედ ამიტომ უნდა გამოიყოს უფრო მნიშვნელოვანი ფაქტორები და მათზე მოხდეს რეაგირება;
- დინამიურობა – გარემოს ცვლილებების შეფარდებითი სიჩქარე. ამ შემთხვევაში წარმატებული ბიზნესის აუცილებელ პირობად შეიძლება იქცეს მოქნილი საწარმოო სისტემისა და სიტუაციური მართვის დანერგვა, რომელიც უზრუნველყოფს მუდმივად ცვალებადი გარემოსადმი შეგუებას;
- გაურკვეველობა, ანუ გარემოს შესახებ ინფორმაციის რაოდენობისა და საიმედოობის არასაკმარისობა. ამ შემთხვევაში რისკების შემცირების კარგი საშუალებაა დაზღვევა. (სამადაშვილი 2009:131).

ჩვენის აზრით, სწრაფად ცვალებადი საქმიანი გარემო განსაკუთრებით დამახასიათებელი ხდება XXI საუკუნისათვის. გლობალიზაციამ შექმნა პირობები უფრო ინტენსიური კავშირებისა და თანამშრომლობისათვის. გლობალიზაციისა და ტექნოლოგიური პროგრესის მაღალმა ტემპებმა ფუნდამენტურად შეცვალეს

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

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

ქვეყნისა და ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა მნიშვნელოვანწილად სამთავრობო პოლიტიკასა და საბაზრო ძალების შედეგს წარმოადგენს. ახალმა ინდუსტრიულმა ქვეყნებმა, განსაკუთრებით სამხრეთ აღმოსავლეთ აზიაში, აჩვენა, რომ კონკურენტუნარიანობა შეიძლება მიღწეულ იქნას შეზღუდული რეგულირების გზით, საინვესტიციო სტიმულებით, ვაჭრობის განვითარებით, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გამარტივებით, საგანმანათლებლო ვალდებულებების აღებისა და ადამიანური რესურსების განვითარებით. სახელმწიფოს მიერ შესაბამისი პოლიტიკის გატარებამ შესაძლოა არსებითი გავლენა იქონიოს ბიზნესის განვითარებაზე.

სახელმწიფომ, პირველ რიგში, უნდა განახორციელოს აუცილებელი სტრუქტურული ადაპტაციები და გამოიყენოს სტაბილიზაციის პოლიტიკა, რათა თავიდან აიცილოს ინფლაცია, მოახდინოს ვაჭრობის ლიბერალიზაცია და ეკონომიკის დარეგულირება. ამასთან ერთად აუცილებელია შეიქმნას საბაზრო ოპერაციათა გატარების უზრუნველყოფი ინსტიტუტების მთელი ქსელი, რომელშიც მოიაზრება საფინანსო და იურიდიული ორგანიზაციები, განათლების სისტემა, ეფექტურად მოქმედი შრომის ბაზრები, კერძო საკუთრების ინსტიტუტი და სხვა.

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

არსებობს აზრი, რომ ბუნებრივი რესურსებით ღარიბმა ქვეყანამ, რომელსაც ამავედროულად, დაბალი ტექნოლოგიური დონე აქვს, მზარდ და კონკურენტულ ეკონომიკას ლიბერალური ბიზნეს-გარემოს შექმნით უნდა ჩაუყაროს საფუძველი. ამ მიმართებით საქართველოს ეკონომიკური გარემო ყოველწლიურად ფასდება სხვადასხვა საერთაშორისო და ადგილობრივი ორგანიზაციების მიერ.

ბიზნეს გარემოს განვითარების შესახებ რეკომენდაციებს ამზადებენ სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციები. მათ ქვეთ საკუთარი ხედვა იმასთან დაკავშირებით თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს ბიზნესი საქართველოში. გლობალურ კონკურენტუნარიანობას იკვლევენ ავტორიტეტული საერთაშორისო ორგანიზაციები – მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, მსოფლიო ბანკი, განვითარებისა და მენეჯმენტის საერთაშორისო ინსტიტუტი, ჰარვარდის უნივერსიტეტთან არსებული სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის ინსტიტუტი; ამ ორგანიზაციებისადმი საზოგადოების ნდობის ფაქტორი დღითი დღე იზრდება მათ მიერ წარმოდგენილი დასკვნები ეფუძნება რეალურ ინფორმაციას (პოლიტიკაში, ეკონომიკაში და სოციალურ სფეროში), გამოირჩევა საიმედოობის მაღალი ხარისხით, ატარებს სარეკომენდაციო ხასიათს და ეროვნული სახელმწიფოები წარმატებით იყენებენ ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავების პროცესში.

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

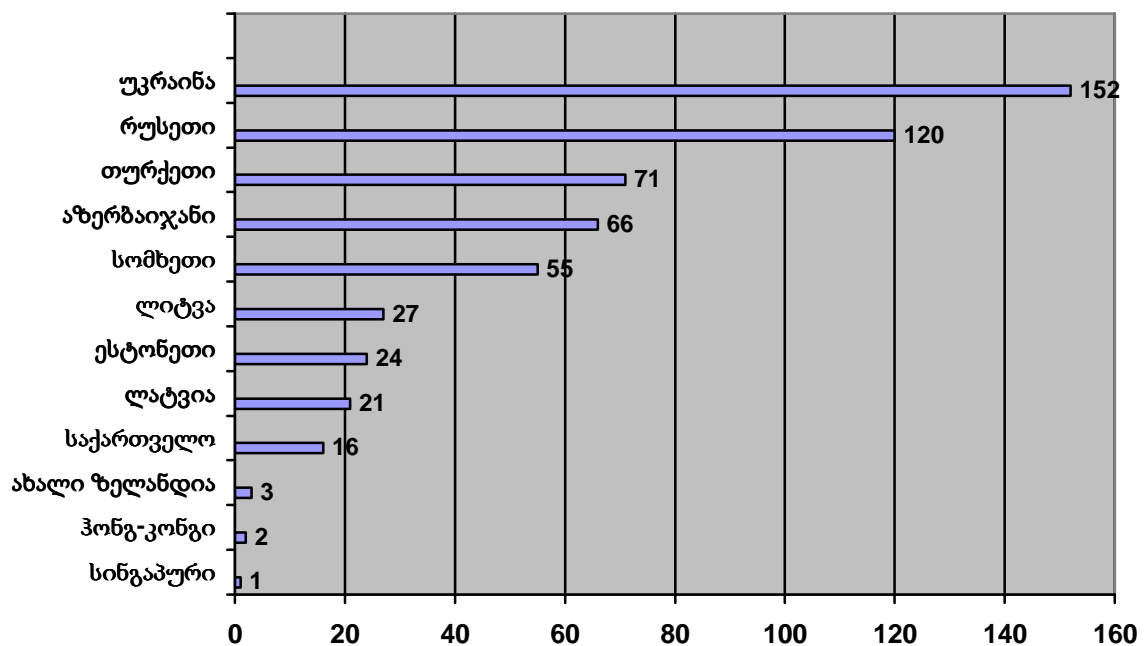
Duing Business-ში წარმოდგენილი მაჩვენებლები აფასებენ ბიზნესის რეგულირებას, ქონების უფლებების დაცვასა და მათ მნიშვნელობას ბიზნესზე, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებზე.

მთლიანი რანგირებისათვის მსოფლიო ბანკი 10 სხვადასხვა ინდიკატორს ეყრდნობა. ესენია: ბიზნესის დაწყება, მშენებლობის ნებართვები, ქონების რეგისტრაცია, დაკრედიტება, გადასახადების გადახდა, ვაჭრობა საზღვრებს შორის, კონტრაქტირება, ბიზნესის დახურვის პროცედურა, თანამშრომელთა დაქირავება, ინვესტორთა უფლებების დაცვა.

იმ კრიტერიუმების მიხედვით, რომელიც ახალი ბიზნესის დასაწყებად საჭირო დროს, პროცედურებს, ხარჯებსა და მინიმალურ საწესდებო კაპიტალს ეხება, საქართველოს 183 ქვეყანას შორის მე-7 ადგილი უკავია. სამშენებლო ნებართვების ასაღებად საჭირო პროცედურების, დროის, ხარჯებისა და შემოწმებების

მიხედვით მეოთხე, ხოლო საკუთრების დარეგისტრირების – კომერციული უძრავი ქონების გადაცემასთან დაკავშირებული პროცედურების, დროისა და ხარჯების მიხედვით პირველი. ინვესტორთა დაცვის კატეგორიაში საქართველო მე-17 პოზიციაზეა, კრედიტის აღების კრიტერიუმში კი მე-8-ზე. „ბიზნესის კეთება 2011“-ის შეფასების ათი კრიტერიუმიდან ყველაზე დაბალი შეფასება საქართველომ „ბიზნესის დახურვის“ კატეგორიაში მიიღო და 183 ქვეყანას შორის 105-ე ადგილი დაიკავა.

დიაგრამა 2.1.1. საქართველო მსოფლიო ბანკის “ბიზნესის კეთების” რეიტინგის მიხედვით, 2011წ.



წყარო: “საქართველო საერთაშორისო რეიტინგებში” 2011. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. (www.economy.ge)

იგი აფასებს რეგულირების შედეგებს, როგორცაა:

- დრო და დანახარჯები კონტრაქტების განხორციელებისა და საზღვრებს შორის ვაჭრობისათვის;
- საკუთრების სამართლებრივი დაცვის ხარისხი;
- დასაქმების რეგულირების გაზომვა;
- მაჩვენებლები, რომლებიც აწესრიგებენ გადასახადების სიმძიმეს ბიზნესზე.

საქართველოს ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის მაჩვენებელი „ფრეიზერის“ რეიტინგის მიხედვით 27-ე ადგილზეა.

„ფრეიზერის ინსტიტუტი“ წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკური თავისუფლების მიმოხილვას, ის ეფუძნება მხოლოდ ობიექტურ, მესამე მხარის მიერ წარმოდგენილ მონაცემებსა და დამოუკიდებელ კვლევას 141 ქვეყნისათვის. ამ კვლევის (კვლევა 2009 წლის სტატისტიკურ მონაცემებს ეყრდნობა) თანახმად, ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის 5 პარამეტრიდან საქართველომ ორის გაუმჯობესება შეძლო, სამი კი გაუარესდა. 2008-2009 წლებში რეიტინგის ცვლილება შემდეგი სახისაა:

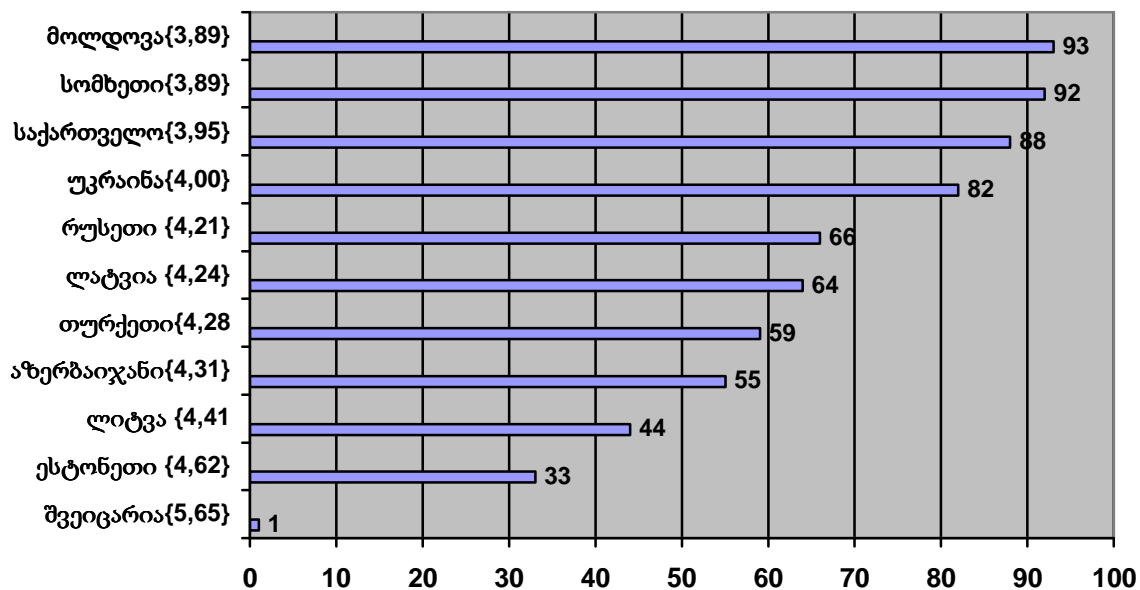
- მთავრობის ზომა – 15 (გაუმჯობესდა 11 პოზიციით);
- სამართლებრივი სტრუქტურისა და საკუთრების უფლებათა დაცვა – 86 (გაუმჯობესდა 2 პოზიციით);
- საერთაშორისო ვაჭრობის თავისუფლება – 24 (გაუარესდა 8 პოზიციით);
- კრედიტების. შრომითი და ბიზნესის რეგულირება – 56 (გაუარესდა 33 პოზიციით).

ჩვენის აზრით აღნიშნული კვლევები ძალზედ მნიშვნელოვანია, მაგრამ ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების მიღწეული შედეგები, რომელიც ფაქტიურად ბიზნესის დაწევის სიმარტივეს და არა ბიზნესის შემდგომი გაფართოების შესაძლებლობებს ასახავს, ქვეყნის წინსვლის საქმეში გასატარებელ ღონისძიებათა მხოლოდ ნაწილია და ის აზრი, რომ ბიზნესის წარმოების საკითხი მოგვარებულია გადაჭარბებულად შეიძლება ჩაითვალოს. მიუხედავად საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ ზემოთ აღნიშნული ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ტენდენციებისა, საქართველოს ბიზნესკლიმატი კვლავაც მრავალი მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას. მაგალითად, “გლობალური კონკურენტუნარიანობის” 2011 წლის ანგარიშის მიხედვით, საქართველოს 139 ქვეყანას შორის 88-ე ადგილი უკავია, ხოლო მისი სარეიტინგო ქულა შეადგენს 3,95 (ზომიერი მაჩვენებელი), აზერბაიჯანი 55-ე პოზიციაზეა, რუსეთი – 66-ე, უკრაინა – 82-ე, თურქეთი 59-ე, ხოლო სომხეთი საქართველოს ჩამორჩა ოთხი პოზიციით და 92-ე ადგილზეა.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი 1979 წლიდან იკვლევს ქვეყნების კონკურენტუნარიანობას. ეს სამუშაოები მიმართულია ქვეყნების დასახმარებლად, რათა მათ კარგად გააანალიზონ ის მიზეზები თუ რატომ ვითარდება ზოგი ქვეყანა წარმატებულად, ხოლო ზოგიერთი კი ჩამორჩება. ის ზომავს მაკროეკონომიკური გარემოს ხარისხს, ქვეყნის საჯარო ინსტიტუტების მდგომარეობას და ტექნოლოგიური მზაობის დონეს. რეიტინგი ეყრდნობა საჯაროდ ხელმისაწვდომ (სტატი-

სტიკურ) მონაცემებსა და მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის აღმასრულებელ პირთა მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგებს. აღნიშნული ყოველწლიური კვლევა ხორციელდება პარტნიორი ინსტიტუტების ხელშეწყობით (სამეცნიერო ინსტიტუტები და ბიზნეს-ორგანიზაციები).

დიაგრამა 2.12 ზოგიერთი ქვეყანა “გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის” რეიტინგში



წყარო: ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. პუბლიკაცია “გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში” 2011. (www.economy.ge)

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

„საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში“ საქართველოს 111 კომპონენტიდან შედარებითი უპირატესობა აქვს 23-ში, ხოლო შედარებით არახელსაყრელი მდგომარეობა 88-ში. მაკროეკონომიკური სტაბილურობის მიხედვით საქართველო 137-ე ადგილზეა, ინფრასტრუქტურის მიხედვით – 68-ზე, ინსტიტუტების განვითარების თვალსაზრისით მე-60-ე ადგილი უჭირავს.

ამ კვლევაში უმაღლესი განათლების დონით საქართველო 88-ე ადგილზეა, ფინანსური ბაზრის განვითარების დონით კი 99-ზე. ტექნოლოგიური მზაობის კრიტერიუმში საქართველოს მე-100 ადგილი უკავია. განსაკუთრებით არასახარბიელოა საქართველოს რეიტინგი ისეთ კრიტერიუმებში, როგორცაა: ბაზრის სიდიდე - 106-ე, ბიზნესის განვითარება-100 და ინოვაციების მხრივ კი-117.

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

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის რეკომენდაციით, გარდამავალი ეკონომიკის სტატუსის მქონე ქვეყნებმა, მათ შორის საქართველომაც, საწარმოს დონეზე უნდა გააუმჯობესოს საწარმოო პროცესები ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის, მარკეტინგული კვლევების გააქტიურებისა და გრძელვადიანი დაგეგმვის სრულყოფის გზით; მაკროდონეზე კი საქართველოს სჭირდება ეკონომიკური პოლიტიკისა და ინფრასტრუქტურის სრულყოფა;

ჩვენ ვიზიარებთ იმ მეცნიერთა (ნ. ხადური, დ. იაკობიძე, ბ. ალადაშვილი, ნ. კვარაცხელია და სხვები) შეხედულებებს, რომლებიც თვლიან, რომ საქართველომ უნდა დაამუშაოს კონკურენტუნარიანობის ეროვნული მოდელები მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმისა და მსოფლიო ბანკის რეიტინგების, რეკომენდაციებისა და დასკვნების გათვალისწინებით, (გლობალური კონკურენტუნარიანობისა და ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის მოდელების ანალოგიური ეროვნული მოდელები), რომელთა გაუმჯობესებისაკენ სწრაფვაც გამოიწვევს საქართველოში არსებული ბიზნეს კლიმატის გაუმჯობესებას, სრულყოფასა და შესაბამისად ბიზნეს სუბიექტებისათვის ხელსაყრელი საქმიანი პირობების შექმნას.

ეროვნული სახელმწიფოების განვითარების შედარებითი ანალიზი საქართველოს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ტენდენციებისა და სოციალურ სფეროში არსებული პრობლემების ობიექტური შეფასების შესაძლებლობას იძლევა. კერძოდ, საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ამაღლებით ჩვენს ქვე-

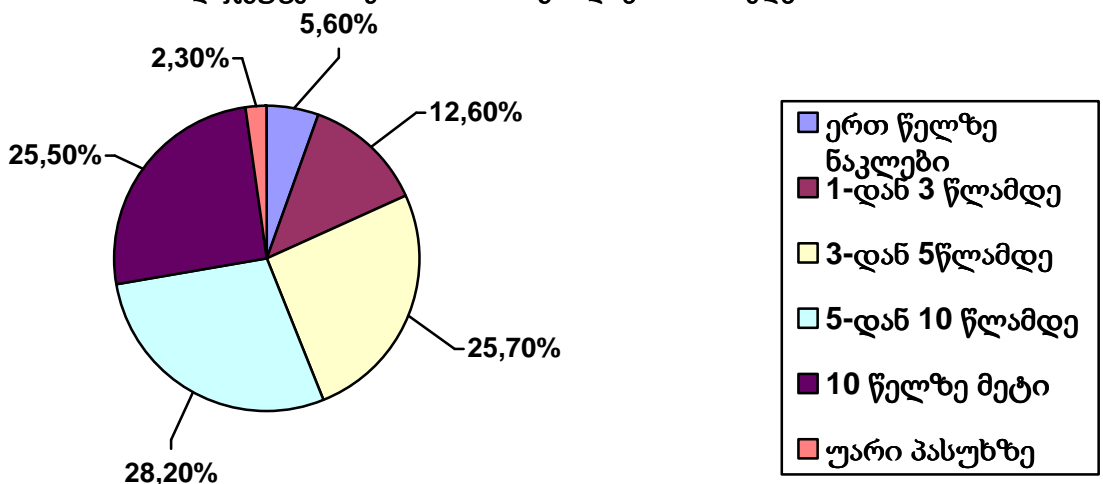
ყანას შეუძლია მიაღწიოს სტაბილურ ეკონომიკურ ზრდას, დასაქმების დონის ზრდას, უმუშევრობის, სიღარიბის დონის შემცირებას.

საერთაშორისო ორგანიზაციების შეფასებები ძირითადად ეფუძნება ანგარიშებს, ახალ კანონებსა და საკანონმდებლო ცვლილებების ანალიზს. ამ შეფასებების უკან არ დგას უშუალოდ მეწარმეების მოსაზრებები და კონკრეტული პრობლემები, რომელთა შესახებ ყველაზე ზუსტ და მნიშვნელოვან ინფორმაციას სწორედ ისინი ფლობენ. ბიზნეს-გარემოს აქტუალური პრობლემების მოსაგვარებლად და გამოწვევების წარმატებით განსახორციელებლად, აუცილებელია გამართული დიალოგის პრაქტიკის დანერგვა სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის. მნიშვნელოვანია, რომ სახელმწიფო პროგრამები, ბიუჯეტი და ბიზნესგარემოსთან დაკავშირებული ნებისმიერი გადაწყვეტილება მიღებულ იქნას შესაბამისი ბიზნესის ინტერესების გათვალისწინებით.

2009 წელს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მიერ ჩატარდა კვლევა „მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში“, რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა ბიზნეს გარემოს ჯეროვნად დახასიათება, მათი საქმიანობის ტენდენციების შესახებ მონაცემების მოპოვება.

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

დიაგრამა 2.1.3. სამეწარმეო საქმიანობით დაკავებულ საწარმოთა დაჯგუფება საქმიანობის ხანგრძლივობის მიხედვით

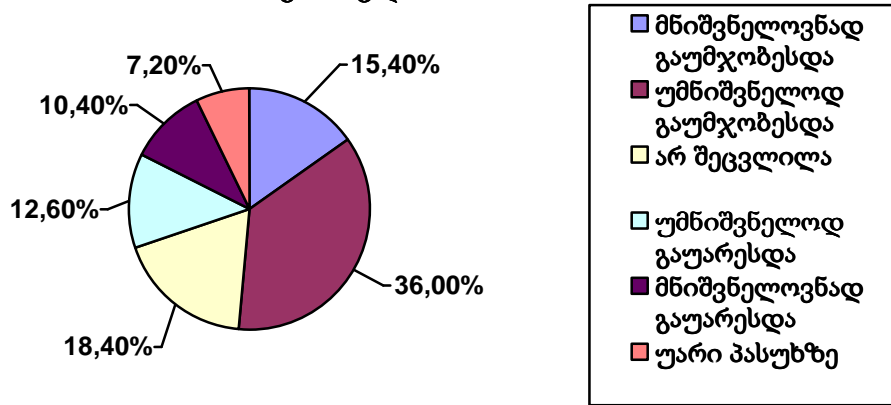


წყარო: „მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში“. სტატისტიკური პუბლიკაცია 2009.

იმავე პერიოდისათვის გამოკითხულთა 36,0% თვლის, რომ უკანასკნელი 1 წლის განმავლობაში სამეწარმეო გარემო უმნიშვნელოდ გაუმჯობესდა, 15,4%-ის

აზრით მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, ხოლო 10,4%-მდე აღწევს იმ მეწარმეთა წილი, რომლებიც მიიჩნევენ, რომ სამეწარმეო გარემო მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა. (დიაგრამა. 2.1.4.)

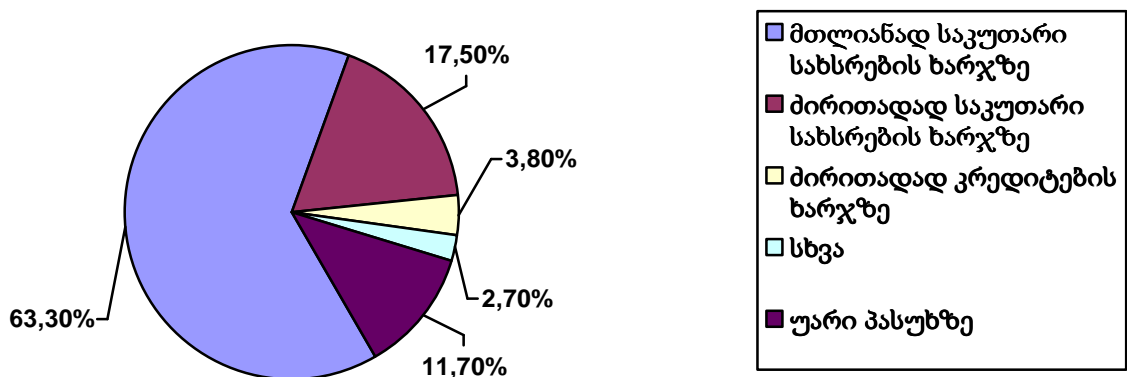
დიაგრამა 2.1.4. სამეწარმეო გარემოს ცვლილება საქართველოში ბოლო 2005-2008 წლების გამნავლობაში



წყარო: “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში” სტატისტიკური პუბლიკაცია, 2009.

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა საწარმოთა 85,1% მაინც აპირებდა საქმიანობის გაგრძელებას, თუმცა ბიზნესის შემაფერხებელ ფაქტორებად ასახელებენ საქონელსა და მომსახურებაზე ფასების მომატებას, საბანკო კრედიტის მაღალ საპროცენტო განაკვეთსა და მაღალ საგადასახადო განაკვეთებს. ისინი საქმიანობის გაფართოებას არ გეგმავენ, მაგრამ თუ დააპირებენ, მაშინ მეწარმეთა 63,8% ფინანსური სახსრების მოპოვებას საკუთარი ან პარტნიორების დანაზოგების ხარჯზე აპირებს.

დიაგრამა 2.1.5. საწარმოს ფუნქციონირების წყაროები



წყარო: “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში” სტატისტიკური პუბლიკაცია 2009.

როგორც ჩანს, მცირე და საშუალო საწარმოთა უმრავლესობა (63,3%) მთლიანად საკუთარი სახსრების ხარჯზე ფუნქციონირებს. აღნიშნული მაჩვენებელი შედარებით მაღალი იყო ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევის დარგში (71,3%), სასტუმროებისა და რესტორნების დარგში (70,0%), ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის დარგში – (66,3%).

უნდა აღინიშნოს, რომ საბანკო კრედიტით სარგებლობდა შემდეგ დარგებში მოღვაწე მცირე საწარმოები: სამთომოპოვებითი მრეწველობა – 40,6%, სასტუმროები და რესტორნები – 23,1%, ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი – 25,7%, დამამუშავებელი მრეწველობა – 23,4%, მშენებლობა 22,8% და ა.შ.

სამრეწველო საწარმოთა მიერ წარმოებული პროდუქციის 73,5% სალდება მთლიანად ადგილობრივ ბაზარზე, 10,7% თავის საქონელს ასაღებს ძირითადად ადგილობრივ ბაზარზე, 1,7% -ძირითადად საგარეო ბაზარზე, 1,7%-ს კი უჭირს გასაღების ბაზრების პოვნა. (მცირე და 2008: 212)

ბიზნეს სექტორის წარმომადგენელთა აზრით მნიშვნელოვანია გატარდეს ერთიანი პოლიტიკა როგორც სახელმწიფოს ასევე საერთაშორისო სექტორის მხრიდან, რათა რეალურად მოხდეს ბიზნესის წინაშე მდგარი პრობლემების მოგვარება. მიზანმიმართული ღონისძიებების განხორციელებისათვის კი აუცილებელია, ზუსტად მოხდეს აღნიშნული პრობლემების იდენტიფიკაცია და რანჟირება.

საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ, საერთაშორისო ექსპერტთა კორპუსისა და USAID-ის დაფინანსებით ჩატარებული კვლევების შედეგად გამოვლინდა ის პრობლემები, რომელთა წინაშეც დგას მცირე ბიზნესი. გამოკითხული კომპანიების 60% ბიზნესის საქმიანობის პროცესში ხელისშემშლელ ფაქტორად ბაზარზე გაყიდვებს ანუ პროდუქციის რეალიზაციის შესაძლებლობებს ასახელებს. მეორე მსხვილ პრობლემას წარმოადგენს ფინანსურ სახსრებზე ხელმისაწვდომობა. ხოლო რაც შეეხება სახელმწიფოს ან მესამე პირების მხრიდან ბიზნესში ჩარევას რესპოდენტების თითქმის სრული უმრავლესობის მიერ დასახელდა როგორც ყველაზე ნაკლებად პრობლემატური საკითხი. ეს მიანიშნებს ორ მნიშვნელოვან საკითხზე: სახელმწიფოს ჩარევა კომპანიების ყოველდღიურ საქმიანობაში შემცირდა ან ჩაჯდა კანონის ფარგლებში. (ახალგაზრდა . . . 2008)

მცირე ბიზნესის განვითარების ტენდენციებისა და არსებულ ბიზნეს გარემოზე მეწარმეთა შეხედულებების შეფასებისათვის ჩვენს მიერ ჩატარდა კვლევა,

რომელმაც მოიცვა აჭარის რეგიონის 200-მდე მცირე საწარმო. მათ რიცხვშიც შედიოდა, როგორც საწარმოო ისე მომსახურების სფეროში ფუნქციონირებადი საწარმოები, თუმცადა უნდა აღინიშნოს მეორეს უპირატესობა (80%) პირველთან (20%) შედარებით.

შევეცადეთ მეწარმეთა ყურადღება გაგვემახვილებინა შემდეგ საკითხებზე:

- ა) სამეწარმეო საქმიანობის გამოცდილება;
- ბ) სამეწარმეო საქმიანობის არჩევის მოტივი;
- გ) ბიზნეს გარემოს შეფასება;
- დ) ფინანსების ხელმისაწვდომობის პირობები;
- ე) გასაღების ბაზრები;
- ვ) მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილი საოჯახო ბიუჯეტში;
- ზ) მცირე ბიზნესის შემაფერხებელი ფაქტორები.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 8,5% ფუნქციონირებს ერთ წელზე ნაკლები ვადით, 3-დან 5 წლამდე – 47,2%, ხოლო 5-დან 10 წლამდე კი – 44,3%, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ მხოლოდ საწარმოთა დაფუძნების სიმარტივემ ვერ გადაწყვიტა ბიზნეს სუბიექტთა რაოდენობრივი და სამეწარმეო საქმიანობაში მოსახლეობის ჩართულობის ზრდის საკითხი.

რაც შეეხება ბიზნესგარემოს მიმზიდველობას, უნდა აღინიშნოს, რომ მეწარმეთა 15,3% თვლის, რომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში სამეწარმეო შესაძლებლობები უმნიშვნელოდ გაუარესდა, 42,3% თვლის რომ უმნიშვნელოდ გაუმჯობესდა მეწარმის სასარგებლოდ, მეწარმეთა 19,2% თვლის, რომ სამეწარმეო შესაძლებლობები გაიზარდა, ხოლო 23,2%-ის აზრით ბიზნეს გარემო მნიშვნელოვნად გაუარესდა.

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

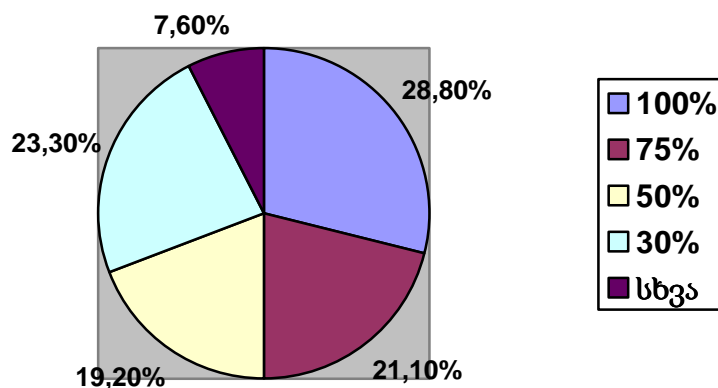
და მეწარმეობრივი ნიჭის უკუგებით მიიღება. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად „მიმზიდველი“ ფაქტორებით განისაზღვრება, განვითარებად ქვეყნებში გადამწყვეტია „იძულებითი“ ფაქტორები, რომელთა მიხედვითაც მცირე ბიზნესით თავის დასაქმების მოტივია სამუშაოს ვერ პოვნა, ან კიდევ ოჯახის რჩენის მიზნით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

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

მცირე ბიზნესის როლისა და ადგილის შეფასებისათვის მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილის დადგენა ოჯახის ბიუჯეტში. გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ მცირე ბიზნესით დაკავებული მეწარმეების 28,8%-ის ოჯახების რჩენის ერთადერთი გზა (100%) მცირე ბიზნესში დასაქმებით მიღებული შემოსავლებია, მეწარმეთა 21,1%-ი საოჯახო ბიუჯეტის 75%-ს ავსებს ასევე საკუთარი მცირე ბიზნეს საქმიანობიდან მიღებული ფინანსური სახსრებით, 19,2 %-ისათვის მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს საოჯახო ბიუჯეტის 50%-ს, ხოლო 23,3%-ისათვის 30%-ს. (იხ. დიაგრამა 2.1.6.).

აღნიშნული კიდევ ერთხელ მიუთითებს მცირე ბიზნესის დიდ სოციალურ მნიშვნელობაზე, მითუმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ ერთი ბიზნეს-სუბიექტი ან ამ სფეროში დასაქმებული თითოეული პიროვნება არჩენს ოჯახის 4-6 წევრს.

დიაგრამა 2.1. 6. მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილი საოჯახო ბიუჯეტში



წყარო: ჩვენი კვლევები

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მნიშვნელოვანი წარმატებებია ბიზნესის განვითარებასთან დაკავშირებით და ხელისუფლებაც ეტაპობრივად შეიმუშავეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის მექანიზმებს, მეწარმეები კვლავ სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესების მოლოდინში არიან. მათი უმრავლესობა - 80,2% არ ფიქრობს საქმიანობის გაფართოებაზე, თუმცა 19,8% მოპოვებული აქვს რესურსები კიდევ უფრო მასშტაბური საქმიანობისათვის.

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

ამრიგად, ქვეყანაში წარმატებული ბიზნეს გარემოს ფორმირებისათვის აუცილებელია ძლიერი ინსტიტუტების, სტაბილური საკანონმდებლო რეგულირებისა და ბიზნესის ოპერირების ძლიერი კულტურისა და ტრადიციების არსებობა. გრძელვადიან პერსპექტივაში აუცილებელია სტაბილურობის უზრუნველყოფა, რაც მსხვილი ფინანსური რესურსების მოზიდვის მთავარი წინაპირობაა. რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, თუ ქვეყანაში არ იქნება სტაბილური საკანონმდებლო და პოლიტიკური გარემო, შეუძლებელი იქნება განვითარებულ და მიმზიდველ ეკონომიკაზე საუბარი.

2.2. მცირე ბიზნესის განვითარების ეტაპები საქართველოში

ბიზნესი, როგორც რეალური ეკონომიკური მოვლენა, კავშირშია საბაზრო ეკონომიკურ სისტემასთან და მისი სუბიექტების საქმიანობასთან. სიტყვა “ბიზნესის” სამეურნეო და სამეცნიერო გაგება სწორედ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლასთან ერთად შემოვიდა და ამავე პერიოდიდან დაიწყო მისი თავდაპირველი თეორიული გააზრება. თუმცა, ჩვენის აზრით ბიზნესის მხოლოდ საბაზრო ეკო-

ნომიკურ მოვლენად აღიარებით, მნიშვნელოვანწილად ღარიბდება მისი შინაარსი და ხელოვნურად იზღუდება როგორც მისი მოქმედების ისტორიული არეალი, ასევე ეკონომიკური არსი, რაც მეცნიერული თვალსაზრისით მიუღებელია.

ამ თვალსაზრისით ბიზნესის წარმოშობა საქონელგაცვლის წარმოშობას უკავშირდება და შეიძლება ჩაითვალოს კაცობრიობის მთელი ისტორიის თანმდევად, ყველა ეკონომიკური სისტემისათვის დამახასიათებელ მოვლენად. მას ვხვდებით იმ ეპოქიდან, როცა გვარებსა და ტომებს შორის დაიწყო ურთიერთხელსაყრელი ბარტერული გაცვლები და ვაჭრობა.

ბიზნესის განვითარებას კიდევ უფრო შეუწყო ხელი ხელოსნობისა და ვაჭრობის ცალკე დარგად ჩამოყალიბებამ. მონათმფლობელური და ფეოდალური წესის წიაღში ბიზნესის არსებობაზე მეტყველებს წერილი გლეხებისა და ხელოსნების მიერ ნამეტი პროდუქციით, ნატურალური და ფულადი ფეოდალური რენტით ვაჭრობა, მევახშეობა, მონებით ვაჭრობა და სხვა.

ამდენად დასაბამიდან ჰქონდა ადგილი შრომის დანაწილებას. სხვადასხვა პროფესიების გამოჩენა განპირობებული იყო სიძნელების წარმოშობით, ახალი პირობებითა და ახალი მოთხოვნილებებით.

თავისი განვითარების თვისებრივად ახალ საფეხურს ბიზნესმა მიაღწია კაპიტალიზმის პირობებში, როდესაც წარმოების ყველა ფაქტორი მიწა, შრომა და კაპიტალი ყიდვა-გაყიდვის ობიექტია და პროდუქცია იწარმოება გასაყიდად მოგების მიღების მიზნით. (სამადაშვილი 2009: 20)

ვინაიდან ბიზნესის ჩამოყალიბებისა და განვითარების ისტორია მრავალსაუკუნოვანია, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ის თავდაპირველად მცირე ზომებით შემოიფარგლებოდა, რადგანაც იმ დროისათვის არ ჰქონდა ადგილი მასიურ წარმოებას. ამდენად მცირე ბიზნესის განვითარების წინამძღვრები სწორედ იმ პერიოდიდან იწყება, რომელიც ზემოთ იყო აღნიშნული. იმ პერიოდისათვის განვითარებული იყო მანუფაქტურული წარმოება და წროდუქციის დამზადების ტექნოლოგია ხელით შრომას ეყრდნობოდა. უფრო გვიანდელი კაპიტალიზმისათვის დამახასიათებელია ტექნოლოგიური პროცესების სრულყოფა-განვითარება, მანქანური წარმოების გაფართოება და მსხვილსერიული წარმოების დანერგვა, რამაც რამდენაღმე შეამცირა მცირე მეწარმეობის მასშტაბები.

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

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

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

არსებობდა ხელოსნური პროდუქტის გასაღების ისეთი ფორმები, როგორცაა:

1. საქონელს, ხელოსნობისა და საოჯახო მეურნეობის ნაწარმს ყიდდნენ დუქნებსა და სახელოსნოებში. მათ გვერდით გლეხობასაც გამოჰქონდა გასაყიდად თავისი ჭარბი პროდუქცია;
2. სოფლად ხელზე ვაჭრობა, რასაც მხოლოდ მამაკაცები მისდევდნენ;
3. ყოველკვირეული და წლიური ბაზრობები.

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

XIII საუკუნის დასაწყისში ეკონომიკური ურთიერთობები იმდენად განვითარებული იყო, რომ „შეიქმნა პირობები საბაზრო ურთიერთობებისა და სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტების ჩასახვისათვის, მაშინ როდესაც დასავლეთ ევროპაში აღნიშნული ურთიერთობები მკვიდრდება ოთხი საუკუნის შემდეგ, XVII ს-დან. სამწუხაროდ, საქართველოში საბაზრო ურთიერთობების ფორმირებას ხელი შეუშალა მონღოლების შემოსევებმა. მტრების შემოსევები ანადგურებდა კულტურულ მემკვიდრეობას, ასუსტებდა ქვეყნას ეკონომიურად და ამცირებდა მოსახლეობის რაოდენობას.“ (ოთინაშვილი 2010: 149).

მიუხედავად აღნიშნულისა მოსახლეობაში მაინც ხდებოდა იმ უნარ-ჩვევების შენარჩუნება, რასაც მეურნეობრიობისა და საქონელწარმოების ქართული ტრადიციები ჰქვია და რომელიც მშვიდობიანობის დროში კვლავ ვლინდებოდა მეურნეობის მართვის თანდაყოლილი ჩვევების სახით.

მეწარმეობის განვითარების ახალი ეტაპი საქართველოში XIX ს-ის 30-იანი წლების შემდგომი პერიოდიდან იწყება. ამ პროცესში დიდი როლი შეასრულა 1821 წელს სამხრეთ კავკასიაში შეღავათიანი საგარეო-სავაჭრო ტარიფების დაწესებამ, ამით სრული თავისუფლება მიენიჭა ევროპული კაპიტალის შემოსვლას რეგიონში. დასავლეთისა და აღმოსავლეთის ქვეყნებისათვის საქართველო იქცა სატრანზიტო გზად. „1822-1826 წლებში, საქართველოს გავლით დასავლეთის ქვეყნებიდან ირანში შესულა 5,5 მლნ მანეთის, ხოლო 1827-1831 წლებში კი 11 მლნ მანეთის ღირებულების პროდუქცია. ასევე მნიშვნელოვანი ოდენობით საქონელი გადიოდა ირანიდან და შუა აზიის ქვეყნებიდან საქართველოს გავლით ევროპულ სახელმწიფოებში. სავაჭრო ურთიერთობებში ბუნებრივია, მონაწილეობდა ქართული მხარეც – კერძოდ, თბილისელი, გორელი და ქუთაისელი ვაჭრები.“ (ლიპარტელიანი. . . 2009:6) სახელმწიფოთაშორის სავაჭრო ურთიერთობებში საქართველოს ჩართვა და კაპიტალის შემოდინება ხელს უწყობდა საშინაო ვაჭრობის ტვირთბრუნვის გაფართოებას და ამზადებდა ნიადაგს სავაჭრო კაპიტალის წარმოებაში დაბანდებისათვის, განსაკუთრებით ისეთ დარგებში, რომლებიც დამყარებული იყვნენ ადგილობრივი ნედლეულის, კერძოდ სასოფლო სამეურნეო ნედლეულის გადამუშავებაზე და ამზადებდნენ ისეთ პროდუქტებს, რომელთაც დიდი გასავალი ჰქონდათ რუსეთის ბაზრებზე.

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

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

XIX ს-ის 40-იან წლებში თბილისი იქცა ხელოსნური წარმოების ცენტრად. „1845 წელს აქ საქმიანობდა 2000-ზე მეტი ხელოსანი, 4000-მდე ქარგალი და შვირდი; 1853 წელს ხელოსანთა რაოდენობა 4846 კაცი იყო, 1912 წლისათვის იგი 2-ჯერ გაიზარდა“. (ერქომაიშვილი 2007: 35). სხვადასხვა დარგის თბილისელ ხელოსნებს საკუთარი გაერთიანებები ჰქონდათ შექმნილი და მათი საქმიანობის ორგანიზებას „ამქრები“ ეწოდებოდა. სხვადასხვა ხელოსნურ წარმოებაში ჩაბმული

მუშათა საერთო რაოდენობა სხვადასხვა დროს ქალაქის მთელი მოსახლეობის 5-7% შეადგენდა. მსგავსად ხელოსნობისა, ამქრებში გაერთიანებული იყვნენ წვრილი ვაჭრებიც. კერძოდ, სირაჯი, ბაყალი, თულუხჩი და სხვა.

თბილისში ჯერ კიდევ 1850-იან წლებში სხვადასხვა ამქრულ ხელობათა რაოდენობა 40-ს აღემატებოდა. მათ შორის აღსანიშნავია: ვერცხლის და ოქრომჭედლობა, თოფ-იარაღის ხელოსნობა, ზეინკლობა, მებრილიანტეობა, მექუდეობა, ფეიქრობა, მრთველობა, თერძაობა, მეჩექმეობა, ხარაზობა, დალაქობა, დურგლობა, სიგარების კეთება, მეპურეობა, მეთუნეობა, მეღვინეობა და სხვა. (ერქომაიშვილი 2007: 34).

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

XIX საუკუნის 30-იან წლებში საქართველოში შექმნილმა გარკვეულმა პოლიტიკურმა სტაბილურობამ ხელი შეუწყო მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის მთელი რიგი დარგების განვითარებას. ამ პროცესებს ხელს უწყობდა უცხოეთიდან შემოტანილი გაუმჯობესებული მანქანა-იარაღები, უცხოელი სპეციალისტების დაქირავება და მათ მიერ ადგილობრივი კადრების მომზადება. ყალიბდებოდა კაპიტალისტურ ყაიდაზე მოწყობილი მანუფაქტურული ტიპის საწარმოები.

ცვლილებათა კვალდაკვალ აღინიშნებოდა ცვლილებები შინამრეწველობაშიც. შინამრეწველობა ანუ საოჯახო მრეწველობა წარმოადგენდა გადამამუშავებელი მრეწველობის ერთ-ერთ ფორმას. ამ დროს ხდებოდა ნედლი მასალის გადამამუშავება იმავე მეურნეობაში, რომელიც მას მოიპოვებს. წარმატებული მეწარმეობის განვითარების შემთხვევაში შინამრეწველი მალე გადიოდა ბაზარზე, მუშაობდა ბაზრისათვის და ყალიბდებოდა კაპიტალისტური შინამრეწველობა. შინამრეწველებს შორის იყვნენ როგორც უცხოეთიდან მოწვეული თუ საკუთარი სურვილით გადმოსახლებული წვრილი ხელოსნები, ისე ქართველი შინამრეწველები. შინამრეწველობის სხვადასხვა დარგთა შორის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ადგილი ეჭირა საფეიქრო მრეწველობას, სხვადასხვა შალეულის, აბრეშუმის, ნოხების, ფარდაგების წარმოებას, აგრეთვე ქსოვას, ქარგვას და სხვა. შინამრეწველობის განვითარებაში გარკვეულ როლს თამაშობდა ბუნებრივ-კლიმატური პირობები.

მთიან რაიონებში, სადაც განვითარებული იყო მეცხვარეობა, მისდევდნენ მატყლის შინამრეწველურ დამამუშავებას, ხოლო ბარში, მიწათმოქმედების რაიონებში – აბრეშუმის და სხვა ბოჭკოვანი მცენარეების – ბამბის, სელის, კანაფის გა-

დამუშავებას. საქართველოში განვითარებული იყო აგრეთვე ხის დამამუშავებელი შინამრეწველობა, წნულების წარმოება, მეკასრეობა, მენახშირეობა, რძის პროდუქტების გადამამუშავებელი შინაწარმოებები და სხვა.

XIX საუკუნის ბოლოს მნიშვნელოვნად დაწინაურდა ხელოსნობის ერთ-ერთი დარგი მეკასრეობა, რაც განპირობებული იყო ღვინის ექსპორტის გაფართოებით. სოფლად მცხოვრები შინამრეწველები საღვინე კასრების დასამზადებლად მუხის, ხოლო ციმბირის კარაქისათვის წიფლის საკასრე ტკეჩებს ამუშავებდნენ. ასეთ კასრებში მოთავსებული კარაქი საკმაოდ შორეულ ქვეყნებში – ინგლისსა და დანიაშიც იგზავნებოდა. “წიფლის ტკეჩისაგან დამზადებული კასრი ჯდება 3 მან 50 კაპ, ხოლო მუხისა 2-ჯერ ძვირი. 1900-იან წლებში მეკასრეობის სახელოსნოებში დასაქმებული იყო 200 კაცზე მეტი. საისტორიო წყაროები ცხადყოფს, რომ 1909 წელს რკინიგზით საქართველოდან სხვა სახელმწიფოებში 200 000, ხოლო 1912-1913 წლებში 450 000 საკასრე ტკეჩი გაიგზავნა.” (ლიპარტელიანი . . . 2009: 14).

ახალციხისა და ახალქალაქის მაზრებში მე-19 საუკუნის ბოლოს განვითარებული ყოფილა ნოხების დამამზადებელი შინამრეწველობა, რომელიც გლეხს მისი ყოველწლიური შემოსავლის 40,9%-ით უზრუნველყოფდა. შინამრეწველობის ერთ-ერთი დარგი გიშრის ნაკეთობათა წარმოებაც, ასევე ამზადებდა პროდუქციას საზღვარგარეთ გასაყიდად.

ამ პერიოდში შინამრეწველობის უმნიშვნელოვანესი დარგი გახლდათ სამღებროები და ღებვის საქმე. ეს საქმე „ყველაზე ადრინდელი ფორმაა კაპიტალისტური შინამრეწველობისა. ადრეულ საუკუნეებში ეს საქმიანობა საეკლესიო და სამეფო ოჯახების შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენდა. მე-19 საუკუნის 60-იან წლებში სოფელ ლოჭინში გააშენეს ენდროს პლანტაციები, რომელმაც საექსპორტო მნიშვნელობა შეიძინა.“ (ლიპარტელიანი . . . 2009: 16).

1867 წლის 5 აპრილის დებულების შესაბამისად თბილისში წარმოიქმნა ხელოსნობის გამგებლობა. იგი ემყარებოდა „წოდებრივი გამგებლობის საწყისებს“. გამგეობა იხილავდა ხელოსანთა შორის წარმოშობილ სადაო საკითხებს, აგრეთვე ხელოსანთა წინააღმდეგ „ქალაქის მცხოვრებთაგან“ აღძრულ სარჩელს „სამუშაოს გაფუჭებისა და შეკვეთის ვადაზე ადრე შეუსრულებლობისათვის“. გამგებლობა დამნაშავეს ადებდა ჯარიმას და სახდელს დაზარალებულის სასარგებლოდ. (ოთინაშვილი 2010:153).

ხელოსანთა საერთო გამგებლობა ზრუნავდა ხელოსნური წარმოების ხარისხობრივი მაჩვენებლების გაუმჯობესებისათვის, რათა განემტკიცებინა ხელოსან-

ნთა კეთილდღეობა, მაგრამ თანდათანობით 1870-1880-იანი წლებიდან ზღვისა და რკინიგზის იაფი ტრანსპორტით შემოდის რუსეთისა და ევროპის ფაბრიკულ-ქარხნული ნაწარმი, რომელმაც შეავიწროვა როგორც ოჯახური ისე შინამრეწველობა, თუმცადა ჩამოაყალიბა მეწარმეობის ახალი ტრადიციები, დამზადების ტექნოლოგია, რითაც მიუახლოვა ისინი ევროპულ სტანდარტებს.

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

1883 წელს ბათუმ-სამტრედიის სარკინიგზო ხაზის გაყვანამ ბათუმი დააკავშირა ბაქოსთან, რამაც ძალზედ გაზარდა საპორტო-სამრეწველო ქალაქის ზრდისა და განვითარების პერსპექტივები. ამ პროცესებს ასევე ხელი შეუწყო ბერლინის სამშვიდობო კონგრესმა და ბათუმის „პორტო-ფრანკოდ“ გამოცხადებამ. ბათუმში კონცენტრირდებოდა ნობელების, როტშილდების, ინგლისური თუ გერმანული კაპიტალი. „1899 წლისათვის ბათუმის ნავსადგურში ექსპორტ-იმპორტის საქონლის ბრუნვამ 91 100 000 მანეთი შეადგინა. ამ წლის განმავლობაში ბათუმის პორტში შემოსულა 1309 გემი.“ (ლიპარტელიანი. . . 2009:22) ბათუმიდან ნავთობის ექსპორტის გარდა გაჰქონდათ სიმინდი, თამბაქო, ღვინო, ბეწვეული, მატყლი, აბრეშუმი, ბამბა, კაკლის ხე, კაკლის ზეთი, მუხის ტყეხი, პალმის ხე, კვერცხი, კერამიკული ნაწარმი და სხვა. (იხ. დანართი 2.2.1).

1898 წელს ინგლისში გატანილ იქნა 2447 ფუთი კაკლის ხე, საფრანგეთში 5-7 ათასი ფუთი კაკლის ზეთი, 200 000 პალმის ხე, 60 ვაგონი კვერცხი და სხვა. ბათუმის პორტში შემოჰქონდათ რკინა, ფოლადი, ცემენტი, მარსელის კრამიტი, ცეცხლგამძლე აგური, პურის ფქვილი, ჩაი, სამრეწველო საქონელი და სხვა. (ლიპარტელიანი. . . 2009:25).

ბათუმის როგორც საპორტო ქალაქის მნიშვნელობის გაზრდამ გამოიწვია მისი სამრეწველო ცენტრად გადაქცევა. 1902 წლისათვის ბათუმში ირიცხებოდა 366 საწარმო, რომელთა შორის იყო თუნუქის დამამზადებელი ქარხნები, თამბაქოს, სურინჯის და გოგირდის ქარხნები, სპილენძის ნაკეთობათა დამამზადებელი

საწარმოები, მეკასრეობის სახელოსნოები, კარტების აღკაზმულების დამამზადებელი საწარმოები, ტიპოგრაფიის და ლითოგრაფიის დამამზადებელი სახელოსნოები, ყაბალახის მწარმოებელი სახელოსნოები, ოქრო-ვერცხლის დამამზადებელი, ტყავის დამამუშავებელი სახელოსნოები და სხვა. უნდა აღინიშნოს, რომ ამ საწარმოთა დამფუძნებლებს შორის უცხოელები მაღალი ხვედრითი წილით არიან წარმოდგენილნი.

2.2.1 ცხრილში მოყვანილი მონაცემები ადასტურებს იმ აზრს, რომ საქართველოში XIX ს-ის ბოლოსა და XX ს-ის დასაწყისში აქტიურად შემოდოდა უცხოური ინვესტიციები. სამეწარმეო საქმიანობას ეწეოდნენ სომხები, რუსები, ბერძნები, თურქები, ებრაელები, გერმანელები, ინგლისელები და სხვა ეროვნების წარმომადგენლები. მაგალითად, ბათუმში მსხვილი

ცხრილი 2.2.1. ბათუმში არსებული მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოების დამფუძნებლები ეროვნების მიხედვით, 1902წ

ეროვნება	შედარებით მსხვილი საწარმოები	საშუალო სიდიდის საწარმოები	მცირე საწარმოები
ქართველების საკუთრება	1	62	232
სომხების საკუთრება	7	61	257
რუსების საკუთრება	1	13	66
ბერძნების საკუთრება	4	54	184
თურქების საკუთრება	-	4	123
ებრაელების საკუთრება	5	22	51
სპარსელების საკუთრება	1	5	65
პოლონელების საკუთრება	-	5	3
ინგლისელების საკუთრება	2	2	-
გერმანელების საკუთრება	4	5	10
იტალიელების საკუთრება	-	-	3
სერბების საკუთრება	-	1	1
ფრანგების საკუთრება	4	2	-
ჰოლანდიელების საკუთრება	-	1	-

წყარო: ნ. ლიპარტელიანი, მ. ჯოღობორდი “ქართველი და უცხოელი მეწარმეები და მათი საქმიანობა საქართველოში” თბ. 2009, გვ.27.

წარმოებით დაინტერესებულნი იყვნენ გერმანელები (4 საწარმო), ბერძნები (4 საწარმო), ფრანგები (4 საწარმო), ებრაელები (5 საწარმო), სომხები (7 საწარმო), ქართველი დამფუძნებელით კი წარმოდგენილია 1 მსხვილი საწარმო. ქართველი

მესაკუთრეების მფლობელობაში ძირითადად მცირე საწარმოები იყო (232 საწარმო), თუმცა ამ სექტორშიც უხვად იყვნენ ბერძენი, ებრაელი, თურქი, სპარსი, რუსი და განსაკუთრებით სომეხი (257 საწარმო) მეწარმეები.

უცხოელთა ასეთი აქტიურობა გამოწვეული იყო ბათუმის, როგორც საპორტო ქალაქის მნიშვნელობით, ასევე სარკინიგზო ინფრასტრუქტურის, იაფი ნედლეულისა და მუშახელის არსებობით. ვფიქრობთ, რომ იმ პერიოდისათვის საქართველოში განხორციელებულმა უცხოურმა ინვესტიციებმა უდავოდ დადებითი შედეგები მოუტანა ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას. განვითარდა წარმოების სხვადასხვა დარგები, შემოვიდა ტექნოლოგიები, რასაც მოჰყვა ფაბრიკა-ქარხნების მშენებლობა, მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლება, ცხოვრების პირობების გაუმჯობესება და რაც მთავარია საზოგადოების აზროვნების ტრანსფორმაცია უფრო პროგრესულისაკენ.

XIX საუკუნისა და XX საუკუნის დასაწყისში ბათუმში მოქმედ ფაბრიკებსა და ქარხნებს შორის მწარმოებლურობისა და დასაქმებული მუშახელის მხრივ ხისა და თუნუქის ყუთების დამამზადებელ ქარხნებს პირველი ადგილი ეკავა. პროდუქცია მზადდებოდა სპეციალური დაზგებით, რომელიც მოძრაობაში მოჰყავდათ ორთქლის ძრავებს. „1886 წლამდე ექსპორტიორების დიდი ნაწილი ყუთებს ყიდულობდა წვრილი მეწარმეებისაგან, რომლებიც მხოლოდ ხელით შრომას იყენებდნენ. ორთქლით მომუშავე ძრავების გამოყენება ყუთების დასამზადებლად პირველად შეძლო 1882 წელს პალაშოვსკისა და ბუნგეს ქარხანამ, რომელიც განთავსებული იყო ბათუმის ცენტრში, ქარხანა ამზადებდა ხისა და თუნუქის ყუთებს ნავთისათვის. ყუთების დასამზადებელი თუნუქი შემოდიოდა ინგლისიდან, მავთული და ლურსმანი – რიგიდან, ტყვია საფრანგეთიდან, ინგლისიდან და ესპანეთიდან, კალა ინგლისიდან და საფრანგეთიდან, თუთია კი ოდესიდან.“(ლიპარტიანი 2009:28).

ეკონომიკური მდგომარეობა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა ასევე ქუთაისში. „1804 წლისათვის აქ 262 სავაჭრო დუქანი და სახელოსნო საწარმო ყოფილა.“ (ლიპარტიანი 2009: 39). ამ პერიოდში ქუთაისში აქტიურად მისდევდნენ გიშრის, მინის, ალმასის, ტილოს, ნარმის, შალის ქსოვილების დამზადებას. ასევე მზადდებოდა სხვადასხვა იარაღი: თოფები, ხმალ-სატევრები, დანები, ხანჯლები. აქ აღნობდნენ საუკეთესო ფოლადსაც. „ქუთაისის გუბერნიაში სხვადასხვა დარგის ხელოსანთა დამზადებული პროდუქციის საერთო ღირებულება შეადგენდა 137 000 მანეთს. თანხის ყველაზე დიდი ოდენობა მოდიოდა ტანსაცმლის ნაწარმზე – 13 300 მანეთი, ფეხსაცმლის ნაწარმზე -11200 მანეთი, ლითონის ნაკეთობებ-

ზე – 20 175 მანეთი, პურეულზე – 23 300 მანეთი, საკონდიტრო ნაწარმზე -6300 მანეთი, ტყავეულზე -1100 მანეთი“ (ლიპარტიანი. . . 2009: 40).

რაც შეეხება მსხვილი წარმოების განვითარებას, იგი საქართველოში XIX ს-ის მეორე ნახევრიდან დაიწყო. „მანუფაქტურული, ე.ი. ხელით შრომაზე დამყარებული წარმოება ნელ-ნელა ქრებოდა და ფაბრიკულ-ქარხნულ წარმოებად იქცეოდა“. (ერქომაიშვილი 2007:36).

იმ დროინდელი მსხვილი საწარმოებიდან აღსანიშნავია ქვანახშირისა და მარგანეცის წარმოებები. ამ პროდუქციაზე გაზრდილი მოთხოვნა იზიდავდა უცხოურ კაპიტალს. მადნეულის მოპოვება ხდებოდა ადგილობრივი წვრილი მეწარმეების მიერ, მაგრამ ფულადი კაპიტალის სიმცირის გამო ვერ ახერხებდნენ მსოფლიო ბაზარზე ამ პროდუქციის გატანას, ამან გამოიწვია უცხოელი ექსპორტიორების გაბატონება ადგილობრივ ბაზარზე და ფასების კარნახიც.

XIXს-ის მიწურულიდან მარგანეცის მრეწველობაში ძლიერდებოდა კონცენტრაციის პროცესი. წვრილი მეწარმეები თანდათან ღატაკდებოდნენ. 1914 წელს წვრილ მეწარმეებზე მოდიოდა მარგანეცის მთლიანი მოპოვების 15,1%, ხოლო უმსხვილეს მრეწველებზე – მთლიანი მოპოვების 41,1%. ამ დროისათვის იქ დიდ როლს თამაშობს დასავლეთ ევროპის საბანკო კაპიტალი, რომელიც მიისწრაფოდა შეექმნა თავისთვის მონოპოლიური მდგომარეობა მარგანეცის ექსპორტის, ასევე მოპოვების სფეროშიც. XX ს-ის დასაწყისში მოპოვებული მადნის რაოდენობის მიხედვით, მარგანეცის მსოფლიო მომპოვებელი ქვეყნების სია ასე გამოიყურებოდა: საქართველოზე მოდიოდა მარგანეცის მთლიანი მოპოვების ყველაზე დიდი წილი - 35,72%, ხოლო ესპანეთზე, ურალისპირეთზე, ბრიტანეთსა და გერმანიაზე შესაბამისად 9,34%, 7,96%, 7,60% და 6,09%. (ლიპარტიანი 2009:116).

1904 წელს საწარმოთა საერთო რაოდენობაში ყველაზე მეტი ხვედრითი წილით გამოირჩეოდა საწარმოები, სადაც დასაქმებული იყო 20-მდე და 21-დან 50-მდე მუშა, შესაბამისად ასეთი საწარმოების რაოდენობა იყო 36-34, 50-დან 100-მდე და 100-დან 500-მდე მუშით დასაქმებული საწარმო იყო 10-11, ხოლო 500-დან 1000-მდე და 1000-ზე მეტი მუშით დასაქმებული იყო შესაბამისად 3 და 2.

მომდევნო წლებში აღინიშნება მცირე საწარმოთა ხვედრი წილის კიდევ უფრო გაზრდა საწარმოთა საერთო რაოდენობაში, სადაც დასაქმებული იყო 20-მდე და 21-დან 50-მდე მუშა. უფრო მეტი დასაქმებული მუშებით წარმოდგენილი საწარმოები აღარ არსებობდა. მოხდა მათი დაშლა და საშუალო საწარმოებად ტრანსფორმაცია. (ერქომაიშვილი 2007:38).

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მაშინდელ ოფიციალურ სტატისტიკას არ ჰქონდა შემუშავებული „ფაბრიკა-ქარხნების“ ცნება, ასე რომ, მრავალი წვრილი, ხელოსნური და შინამრეწველური საწარმო აღირიცხებოდა როგორც ფაბრიკა-ქარხანა. მაგალითად, წისქვილები განიხილებოდა როგორც ქარხნული საწარმო. საქართველოში სულ აღირიცხებოდა 3161 წისქვილი, სადაც 3300 კაცი მუშაობდა. საერთოდ, წისქვილები შეადგენდნენ “ფაბრიკა-ქარხნების” საერთო რაოდენობის 51,3%-ს – 1899 წელს, 1908 წელს – 71,6%, 1911 წელს- 61,3%. დროს წისქვილებში საშუალოდ 1 კაცი. (ერქომაიშვილი 2007:39).

ამავე დროს უნდა აღინიშნოს, რომ მე-19 საუკუნის საქართველოშიც ესმოდათ ინოვაციის მნიშვნელობა მაღალი შემოსავლის მიღების საქმეში. მაგალითად რეალური ინოვაციის მაგალითია ქართულ მეღვინეობაში ყიფიანის მიერ სამი ჯიშის ყურძნისაგან ახალი ღვინის დამზადება, რომელიც დღეს „ხვანჭკარას“ სახელწოდებითაა ცნობილი.³

პროგრესულად მიგვაჩნია იმ დროისათვის მცირე მეწარმეების მხარდამჭერი სახელმწიფო ინსტიტუტის „კუსტართა კომიტეტის“ არსებობა, რომელსაც გააჩნდა ფილიალური ქსელი და ნერგავდა იმ დროისათვის მოწინავე სამეურნეო გამოცდილებას. მისი მთავარი სახელმწიფო ფუნქცია იყო ადგილებზე გამოველინა ახალი პროდუქციის წარმოების პირობები, მოემზადებინა კადრები და მოეწყო წარმოება-რეალიზაციის მექანიზმი. ამ ორგანიზაციის მიერ შემუშავებულ იქნა თუშური წინდების წარმოების კოოპერაციული სისტემა.⁴

გარდა ხელოსნობისა წვრილი მეწარმეობის დახმარებისათვის კავკასიის კუსტარული კომიტეტი დიდ საქმიანობას ეწეოდა. მათი მეშვეობით შემოიტანეს მაღალმწარმოებლური ფრანგული ჯიშის ვაშლები, რომლებიც გავრცელდა საქართველოში და საექსპორტოდ იწარმოებოდა. მათ საქმიანობას უკავშირდებოდა ასევე მარალმწარმოებლური ჯიშების წარმოება იმერეთის რეგიონში, ასევე ადგილობრივი ყველის წარმოების დარაიონება და ა.შ

ვფიქრობთ, რომ მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის აღნიშნული ისტორიული ტრადიცია აღდგენას და თანამედროვე ტენდენციებზე მორგებას საჭიროებს. ის რესურსები. რომლებიც ისტორიულად გაგვაჩნია, საჭირო ძალისხმევის შედეგად,

³ მის შემადგენლობაში შედიოდა საფერავი 4%, მუჯურეთული 34% და ალექსანდროული 58%.

⁴ ეს იყო ე.წ. საოჯახო კოოპერაცია. შემდგომში ცნობილი მხატვრის ი. სტრამუას ძალისხმევით შემუშავებულ იქნა წინდა-პატიჯების დიზაინი, რომელსაც საფუძვლად დაედო გელათის მონასტერში შემორჩენილი ჩუქურთმისა და ფრესკული მოხატულობის ფრაგმენტები, აგრეთვე ყარაბაღსა და ვანის ტბის ნიკო მარის ექსპედიციის მიერ მიკვლეული არქეოლოგიურ გათხრებში ნაპოვნი მხატვრული ფორმები. ასევე აღსდგა ქართული მეხალჩეობა. სტრამუას მიერ შესრულებულმა კედლის ხაღინამ 1904 წლის პარიზის გამოფენაზე ოქროს მედალი მოიპოვა.

ჩვენი მეწარმეების აქტივობით შეიძლება გახდეს ინოვაციების საფუძველი, რაც გარანტიას შექმნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებისათვის.

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

შეიცვალა ქვეყნის ეკონომიკური სტრუქტურა, რომლის მიზეზიც იყო საქართველოს ეკონომიკაში გაბატონებული საზღვარგარეთული კაპიტალი. მაგალითად, „თბილისში ქართული კაპიტალის წილი წარმოებასა და ვაჭრობაში მხოლოდ 13,5%-ს შეადგენდა“ (ასათიანი 2009:24). აღნიშნულთან დაკავშირებით დიდ წუხილს გამოთქვამდა ილა ჭავჭავაძე. მას ქვეყნის გამდიდრების წყაროდ წარმოების განვითარება მიაჩნდა და თვლიდა, რომ ეს შესაძლებელი იქნებოდა კაპიტალიზმის დაბნელებათა გაძლიერების გზით, რომელსაც ჩვენი შეძლებული ადამიანები გვერდს უვლიან, „გვიჩვენეთ, რომ ერთ ვინმე მათგანს თითო გაენძიროს ქვეყნის სიმდიდრის წასამატებლად. ამ ყოველად და მრავალგვარად მდიდარ ქვეყანაში საცა ათასგვარი ფაბრიკა, ქარხანა და ერთობ ამის მაგვარი მრეწველობა დიდს ხელს მისცემს მრეწველობასაც და ქვეყანასაც გაამდიდრებს, რაც ერთ ფულიან კაცს გუნებაშიც არ გაუტარებია, აზრადაც არ მოსვლია, რომ შეიძლება კაცმა თვითონაც იხეიროს და ქვეყანასაც არგოს რამე. . . ფულს მხოლოდ მევახშეობისათვის იყენებენ და თვითონ ხეირობენ ცოტაოდენი სარგებლით“ (ხარიტონაშვილი 1997:37). აქედან გამომდინარე, ქართულ ბურჟუაზიას არ შეეძლო ეკონომიკის განვითარებისათვის ეროვნული ელფერი მიეცა. არსებული ეკონომიკური პოლიტიკა არ პასუხობდა საკუთარი რესურსების ხარჯზე ეროვნული ეკონომიკის შექმნასა და განვითარებას. თუმცა შეუძლებელია მხედველობიდან გამოგვრჩეს ისეთი წარმატებული ქართველი მეწარმეები, რომელთა თითზე ჩამოთვლა შეიძლება, მაგრამ რომელთაც დიდი წვლილი მიუძღვით საქართველოს ეკონომიკურ და საზოგადოებრივ-კულტურულ ცხოვრების განვითარებაში. ესენი არიან: დავით ბაქრაძე, დავით სარაჯიშვილი, ძმები ზუბალაშვილები, გიორგი ქართველიშვილი, მიტროფანე ლალიძე, აკაკი ხოშტარია და სხვები.

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

უნდა აღინიშნოს, რომ საბჭოთა კავშირში სჭარბობდა მსხვილი წარმოება, მაგრამ მცირე მეწარმეობის ეფექტიანობაზე კამათი გრძელდებოდა. ამას ამტკიცებს ცნობილი საბჭოთა მეცნიერების გამოსვლები 1961 წლის 23-25 თებერვალს მოსკოვში მიმდინარე საკავშირო თათბირზე, რომელიც ეხებოდა საბჭოთა კავშირის მრეწველობაში საწარმოთა ოპტიმალურ ზომებს. მეცნიერები აღნიშნავენ: „ზოგიერთ შემთხვევაში თანამედროვე პირობებში ნათლად იგრძნობა საწარმოთა უზომოდ გამსხვილების ნაკლოვანებები“. . . „საფეიქრო მრეწველობის გიგანტურ საწარმოებში შრომის ნაყოფიერება უფრო დაბალია, ვიდრე შედარებით მცირეებში. . . ამიტომაც მცირე და საშუალო საწარმოები არანაკლებ ეფექტურია, ვიდრე მსხვილები“. მეცნიერები მრეწველობის კონცენტრაციის პრობლემას თვლიდნენ საბჭოთა ეკონომიკის ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემად, „საშუალო და მცირე ზომის საწარმოთა არსებობა ჩვენს მრეწველობაში წარმოადგენს კანონზომიერ პროცესს, რომელიც გამოწვეულია საწარმოო ძალთა განვითარების ობიექტური პირობებით, წარმოების განთავსების ობიექტური პირობებით, შრომითი რესურსების გამოყენებით, შრომის დანაწილებით, მექანიზაციის, ავტომატიზაციისა და ელექტრიფიკაციის განვითარებით. მრეწველობის თითქმის ყველა დარგში არსებობს შესაძლებლობა მცირე და საშუალო საწარმოების ეფექტიანი განვითარებისათვის“; . . . მსხვილ საწარმოთა რაციონალური ორგანიზაცია განსაკუთრებით სპეციალიზაცია, რთულდება, თუკი მათი სამუშაოს რომელიმე ნაწილი გადატანილ არ იქნა მცირე მრეწველობაზე.” (ფრანოვსკაია 2007:43).

80-იანი წლების მეორე ნახევრიდან საბჭოთა კავშირში დაიწყო ე.წ. „გარდაქმნა“. 1987 წელს მიღებული კანონით „სახელმწიფო საწარმოს შესახებ“ გზა მიეცა კერძო მეწარმეობის განვითარებას. თავდაპირველად გავრცელდა საიჯარო ურთიერთობები, სოფლის მეურნეობაში – ფერმებზე და ბრიგადებზე; საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში – მცირე სავაჭრო საწარმოებზე, კაფეებზე და ა.შ. იმავე 1987 წელს ძალაში შევიდა კანონი “კოოპერაციის შესახებ”, რითაც შეიქმნა კოოპერატივების სამეურნეო დამოუკიდებლობისა და თვითმმართველობის იურიდიული პირობები. მათ შეეძლოთ ხარჯების შეხედულებისამებრ გაწევა, ჰქონდათ ანგარიში ბანკში და ა.შ. შედეგად კოოპერატივები მაღალი ტემპებით იზრდებოდა. სამეურნეო ეფექტურობაც 7-8-ჯერ არემატებოდა ანალოგიურ დარგში სახელმწიფო სექტორის მაჩვენებლებს. (ოთინაშვილი 2010:155).

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

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

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

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

მიუხედავად ქვეყანაში არსებული არასტაბილური ეკონომიკური და პოლიტიკური სიტუაციისა მიმდინარეობდა მეწარმეობისა და კერძო სექტორის ჩამოყალიბებისათვის საკანონმდებლო ბაზის ფორმირება. 1993 წლამდე მიღებულ კანონებსა და დადგენილებებს შორისაა კანონი “სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ” (1991წ), დადგენილებები “სახელმწიფო საწარმოთა შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე” (1992წ), “ფასიანი ქაღალდების შესახებ დროებითი დებულების დამტკიცების თაობაზე” (1992წ), “ადგილობრივი (მუნიციპალური) საწარმოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე” (1993წ), “შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაო-

ბაზე” (1993წ). 1993 წელს მიღებულ იქნა სახელმწიფო მეთაურის ბრძანებულება “საქართველოში კერძო მეწარმეობის განვითარების გადაუდებელი ღონისძიებების შესახებ”. 1993 წლის 6 აგვისტოს მინისტრთა კაბინეტის დადგენილებით “საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე საწარმოების საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ” მცირე საწარმოებს მიეკუთვნებოდა ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საარმო, რომელსაც გაბატონებული მდგომარეობა არ ეჭირა დარგში, ხოლო მომუსავეთა საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა ცალკეული დარგების მიხედვით არ აღემატებოდა: მრეწველობასა და მშენებლობაში – 50 კაცს, ტრანსპორტზე – 40 კაცს, მეცნიერებაში, სამეცნიერო და სამედიცინო მომსახურებაში – 30 კაცს, სხვა დარგებში – 20 კაცს. 1993 წელსვე ეკონომიკის სამინისტროს სისტემაში შეიქმნა “მცირე ბიზნესის განვითარების ფონდი”.

1994 წლის 28 ოქტომბერს “მეწარმეთა შესახებ” კანონის მიღებით ზემოთ აღნიშნული დებულებები და კანონები გაუქმდა. ამ კანონის მოთხოვნების შესაბამისად, კერძო სამართლებრივი წესით შექმნილი საწარმოები დაექვემდებარა ხელახალ რეგისტრაციას 1996 წლის 1 იანვრამდე. მცირედ ჩაითვალა ის საწარმოები, რომელსაც შტატში ჰყავდა არაუმეტეს 20 თანამშრომელი.

1994 წლიდან დაიწყო მცირე საწარმოთა რაოდენობის ზრდა. 1994 წელს – რეგისტრირებული იყო 12 ათასი საწარმო, 1995 წელს – 17 ათასი, 2005 წელს – 31136 ერთეული. (ნ. ჭითანავა).

წვრილი მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები იქნა შეტანილი 1999 წლის 23 ივლისს საქართველოს კანონით “მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ”, რომლის მიხედვით, მცირე საწარმოების შეფასების კრიტერიუმად დასაქმებულთა რიცხოვნობასთან ერთად, აღიარებულ იქნა საწარმოს წლიური ბრუნვის მაჩვენებელი, რომელთა სტატისტიკური სიდიდე დარგობრივ ჭრილში არ აღემატებოდა შემდეგ ზღვრულ ოდენობას: მრეწველობაში – 40 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს, მშენებლობაში – 20 დასაქმებულსა და 300 ათას ლარს, ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში – 20 დასაქმებულსა და 150 ათას ლარს, განათლებაში, ჯანმრთელობის დაცვასა და კულტურაში – 25 დასაქმებულსა და 60 ათას ლარს; სხვა სახის ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას – 15 დასაქმებულსა და 100 ათას ლარს. აღნიშნულ კანონში ცვლილებების შეტანის შემდეგ 2002 წლის 4 ივლისიდან დასაქმებულთა რაოდენობა განისაზღვრა 20 კაციით, ბრუნვის მაჩვენებელი კი – შეადგენდა 500 ათას ლარს. მცირე საწარმოებს მოცემული კანონი უფლებას აძლევდა კერძო მე-

წარმოებისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერასა და განვითარებასთან დაკავშირებული ერთობლივი ამოცანების გადაწყვეტის მიზნით შეექმნათ კავშირები და ფონდები.

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

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

მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრას დიდი თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა აქვს მათ მიმართ დიფერენცირებული სახელმწიფო მხარდაჭერისა და რეგულირების მიზნით საკანონმდებლო ბაზის განმტკიცების, აგრეთვე სხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ხასიათის ღონისძიებათა შესამუშავებლად.

2011 წლის 1 იანვრიდან მთავრობამ მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის მოტივით საგადასახადო კოდექსში მიკრო და მცირე ბიზნესის ცნებები განსაზღვრა. მიკრო ბიზნესის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს ფიზიკურ პირს, რომელიც არ იყენებს დაქირავებულ პირთა შრომას და დამოუკიდებლად ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას, რომლის მიხედვითაც მის მიერ კალენდარული წლის განმავლობაში მისაღები ჯამური შემოსავალი არ აღემატება 30 000 ლარს. ასეთ შემთხვევაში ის მთლიანად თავისუფლდება გადასახადებისაგან. მიკრო ბიზნესის წარმომადგენლებს არ ევალებათ ასევე სალაროს აპარატის გამოყენება და საბუღალტრო საქმიანობის წარმოება.

ახალი კანონით მცირე ბიზნესის სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს მეწარმე ფიზიკურ პირს, რომლის ჯამური შემოსავალი არ აღემატება 100 000 ლარს. მცირე ბიზნესის დასაბეგრი შემოსავალი იბეგრება 5%-ით. მცირე ბიზნესის დასაბეგრი შემოსავალი იბეგრება 3%-ით თუ:

ა) მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე მეწარმე ფიზიკურ პირს აქვს ერთობლივი შემოსავლის მიღებასთან დაკავშირებული ერთობლივი შემოსავლის

60%-ის ოდენობის ხარჯების (გარდა დაქირავებულზე დარიცხული ხელფასის ხარჯისა) დამადასტურებელი დოკუმენტები.

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

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

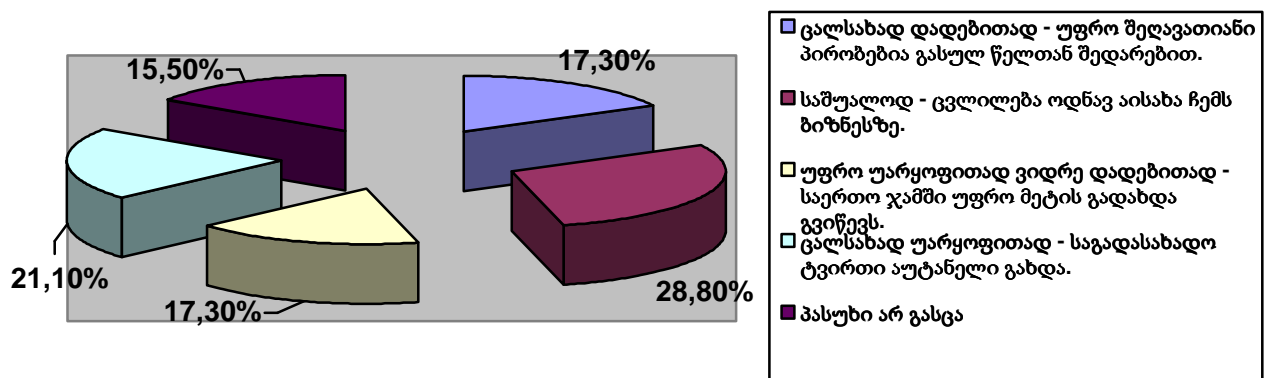
მიუხედავად იმისა, რომ საგადასახადო კოდექსში მიღებული ცვლილებები „რევოლუციურად“ ფასდება, ჩვენის აზრით ის არ არის დაზღვეული ნაკლოვანებებისაგან. უარყოფითი ფაქტორია ისიც, რომ მიკრო ბიზნესის მწარმოებლებს ეზღუდებათ მომხმარებელთა წრე, ვინაიდან მათგან შეძენილი საქონლისა და მომსახურების გამოსაქვით ხარჯებად აღიარების უფლება არა აქვთ მცირე და მსხვილი ბიზნესის სუბიექტებს. ასეთ პირობებში, ეს უკანასკნელნი თავს შეიკავებენ მიკრო ბიზნესის სტატუსის მქონე პირისაგან საქონლისა და მომსახურების შეძენაზე. აქედან გამომდინარე მიკრო საწარმოს მოაკლდება პოტენციური მომხმარებელი. მცირე ბიზნესის შემთხვევაში ბრუნვის 5%-იანი დაბეგვრა გამოიწვევს მეწარმეთა გადასახადების გაზრდას და ის უფრო მეტი იქნება, ვიდრე გადასახადი, რომელსაც იხდიდნენ წინა წლებში. 3%-იანი დაბეგვრის მიღწევას მეწარმეები ვერ ახერხებენ, რადგანაც უჭირთ 60%-იანი ხარჯის ჩვენება.

2011 წლის 20 დეკემბერს ამოქმედდა საგადასახადო კოდექსში სესული ცვლილებები. აღნიშნული ცვლილებებით კოდექსში განისაზღვრა ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელის სტატუსი და მასთან დაკავშირებული სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმი. 95¹ მუხლის მიხედვით ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი შეიძლება იყოს პირი, რომელიც არ არის დღგ-ს გადამხდელი და ახორციელებს ფიქსირებული გადასახადით დასაბეგრ ერთ ან ერთზე მეტ საქმიანობას. მთავრობის გადაწყვეტილებით, პირველ რიგში ამგვარი გადასახადი დაუწესეს თონეებს, რომლებიც თვის განმავლობაში საშუალოდ 100 ლარს გადაიხდიან. ამ უკანასკნელთათვის ფიქსირებული გადასახადის 50%-ით შემცირების ან გაზრდის უფლება თვითმმართველ ორგანოებს აქვთ. ხოლო მიკრობიზნესს, რომელიც აქამდე გადასახადებისაგან თავისუფალი იყო ფიქსირებული გადასახადი არ შეხებია.

ბუნებრივია ზემოთ აღნიშნულ საკანონმდებლო ცვლილებებთან დაკავშირებით ინტერესს იწვევდა თვითონ მცირე მეწარმეთა აზრი, ამიტომ ჩვენს მიერ შედგენილ კითხვარში შევიტანეთ ამ საკითხთან დაკავშირებული კითხვა:

„როგორ შეაფასებდით 2011 წლის 1 იანვარს საგადასახადო კანონმდებლობაში ცვლილებებს მცირე ბიზნესის 3-5%-იან დაბეგრასთან დაკავშირებით?“ გამოკითხულთა 17,3% დადებითად აფასებს ამ ცვლილებას და თვლის, რომ გასულ წლებთან შედარებით უფრო შეღავათიანი პირობებია; მცირე მეწარმეთა 28,8%-ის საქმიანობაზე ოდნავ აისახა მირებული ცვლილება; 17,3% ამ ცვლილების შედეგად უფრო მეტს იხდის ვიდრე ადრე იხდიდა; 21,1%-სათვის საგადასახადო ტვირთი აუტანელი გახდა, ხოლო გამოკითხულთა 15,5%-მა თავი შეიკავა პასუხისაგან (დიაგრამა 2.2.1.)

დიაგრამა 2.2.1. მცირე მეწარმეთა აზრი 2011 წლის 1 იანვრიდან საგადასახადო კოდექსში შეტანილ ცვლილებებთან დაკავშირებით



წყარო: ჩვენი კვლევები.

ამრიგად, კვლევაზე დაყრდნობით ჩვენ საქართველოში გამოვეყოფთ მცირე მეწარმეობის განვითარების ეტაპებს და მათ ძირითად თავისებურებებს:

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

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

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

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

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

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

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

2.3 მცირე ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები საქართველოში

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

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

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

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

სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით საქართველოში 2008 წელს მცირე საწარმოთა 5% სახელმწიფო სექტორში ფუნქციონირებდა, ხოლო 95% კი არასახელმწიფო სექტორზე მოდიოდა. ეს განპირობებულია პრივატიზაციის პროცესის ეტაპობრივი განხორციელებით, რომელიც ჯერ კიდევ არ დასრულებულა. საგულისხმოა ისიც, რომ მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან სახელმწიფო და არასახელმწიფო სექტორებში მოქმედ მცირე საწარმოთა დარგობრივი სტრუქტურა (იხ. ცხრ. 2.3.1). სახელმწიფო სექტორში მცირე საწარმოები შედარებით თანაბარზომიერად არის განაწილებული ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით, მაშინ როდესაც არასახელმწიფო სექტორში მცირე სტრუქტურები ძირითადად მომსახურების სფეროშია თავმოყრილი.

სახელმწიფო სექტორის მცირე საწარმოთა 37,7% ფუნქციონირებს ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური მომსახურების სფეროში, 42,6% – ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილების სფეროში, სოფლის მეურნეობა,

ნადირობა და სატყეო მეურნეობა იკავებს 9,5%-ს, ხოლო საქმიანობის სხვა სახეებზე მოდის სახელმწიფო საწარმოთა 15,8%; ის ყველაზე მცირე რაოდენობითაა წარმოდგენილი ვაჭრობაში – 0,3%, მშენებლობაში – 2,9%, სასტუმროებსა და რესტორნებში – 1,4% და ა. შ.

ცხრილი 2.3.1 მცირე საწარმოთა სტრუქტურა ეკონომიკური საქმიანობის სახეების, საკუთრების და სამართლებრივი ფორმების მიხედვით საქართველოში 2008 წ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეები		მცირე საწარმოები						
		იურიდიული პირები					ინდივიდუალური საწარმოები	
		სულ	სახელმწიფო	%	არასახელმწიფო	%		
სულ	%	სულ	%					
	მცირე საწარმოები სულ:	7870	397	5,4	7473	94,6	10029	100
1.	სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა	126	12	9,5	114	90,5	134	1,3
2	თევზჭერა, მეთევზეობა	21	1	4,8	20	95,2	3	0,03
3	სამთომოპოვებითი მრეწველობა	55	2	3,6	53	96,4	14	0,14
4	გადამამუშავებელი მრეწველობა	994	35	3,5	959	96,5	1025	10,2
5	ელენერჯის, აირის და წყლის წარმოება-განაწილება	54	23	42,6	31	57,4	-	-
6	მშენებლობა	486	14	2,9	472	97,1	57	0,57
7	ვაჭრობა, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმის და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი	2167	9	0,3	2158	99,6	6868	68,5
8	სასტუმროები და რესტორნები	354	5	1,4	349	98,6	726	7,2
9	ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	583	18	3,1	565	96,9	417	4,2
10	ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა	2131	67	3,1	2064	96,9	423	4,2
11	განათლება	214	6	2,8	208	97,2	11	0,1
12	ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურება	446	169	37,7	278	62,3	121	1,2
13	საქმიანობის სხვა დანარჩენი სახეები	240	38	15,8	202	84,2	229	2,3

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სტატისტიკური პუბლიკაცია “მეწარმეობა საქართველოში” 2009წ.

რაც შეეხება არასახელმწიფო სექტორს, მცირე საწარმოებიდან მაღალი ხვედრითი წილი უჭირავს ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის სფეროს, რომელზეც მოდის 99,6%, მსგავსი ვითარებაა სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში – 98,6%, ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა – 96,9%, მშენებლობაში – 97,1%. არასახელმწიფო სექტორი მაღალი ხვედრითი წი-

ლითაა წარმოდგენილი სოფლის მეურნეობაში (90,5%), სამთომოპოვეებით (96,4%) და გადამამუშავებელ მრეწველობაში (96,5%), ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში (96,9%) და სხვა დარგებში.

საქართველოში ბიზნესის დაწყების მხრივ ყველაზე ხშირად ირჩევენ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას ან ინდივიდუალურ საწარმოს. ინდივიდუალური მეწარმის შემთხვევაში დარეგისტრირების საფასური მხოლოდ 20 ლარს შეადგენს და სავარაუდოდ სულ 30 წუთი სჭირდება. ამასთან საწარმო რეგისტრირდება მხოლოდ ერთ პირზე და ნოტარიუსისა და იურისტის ჩართვას არ საჭიროებს, თუმცა მომავალში ვალდებულებების დარღვევის შემთხვევაში პასუხს აგებს მთელი თავისი ქონებით.

უნდა აღინიშნოს, რომ მცირე საწარმოთა სტრუქტურაში ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით 2008 წელს ყველაზე დიდი ხვედრითი წილით იყო წარმოდგენილი ინდივიდუალური საწარმოები, რომელთა წილი საწარმოთა მთელს რაოდენობაში 46%-ს ხოლო მცირე საწარმოთა მთელს რაოდენობაში 56,7%-ს შეადგენდა. რეგიონებში რეგისტრირებული საწარმოებიდან ინდივიდუალურ საწარმოთა მაღალი რიცხვით ყველა რეგიონი გამოირჩევა, მაგრამ განსაკუთრებით მაღალია მათი ხვედრითი წილი გურიაში, მცხეთა-თიანეთში, რაჭა-ლეჩხუმში, კახეთში. (იხ. დანართი 2).

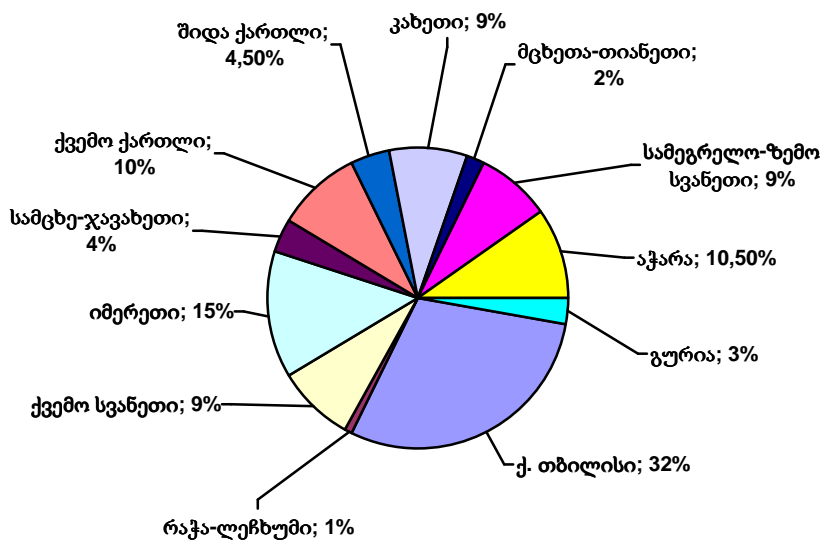
2010 წლისათვის კი რეგისტრირებულ ბიზნეს სუბიექტების მთელ რაოდენობაში 74,0% შეადგენდნენ ინდივიდუალური საწარმოები. 2011 წლის მხოლოდ ივნისის თვეში დარეგისტრირებულ ინდივიდუალურ საწარმოთა რაოდენობამ შეადგინა 3515 ერთეული, რაც 2010 წლის იმავე თვის მაჩვენებელს აღემატება 21%-ით, ანუ 626 ერთეულით. (საჯარო რეესტრი).

როგორც ცხრილიდან ჩანს, მიუხედავად იმისა, რომ მცირე ბიზნესის საქმიანობის სფეროები მეტად ფართოა, მისი დიდი ნაწილი მომსახურების სფეროში საქმიანობს. კერძოდ მცირე საწარმოთა მთელი რაოდენობის 50,5% დაკავებულია ვაჭრობით, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტით, 14,3% – ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევით, 6,1% მოდის ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაზე, 6,0% სასტუმროებსა და რესტორნებზე, ხოლო 3,2% – ჯანდაცვა-სა და სოცდახმარებაზე. სოფლის მეურნეობაზე, სამთომოპოვეებით მრეწველობაზე, გადამამუშავებელ მრეწველობასა და მშენებლობაზე მოდის შესაბამისად 1,4%, 0,4%, 11,3% და 5,8%. ეს მონაცემები კიდევ ერთხელ ადასტურებს იმ საყოველთაოდ აღიარებულ ტენდენციას, რომ საქართველო წარმოადგენს მომ-

სმარებელ ქვეყანას, არადა სწორედ წარმოების პროცესში იქმნება რეალურად ახალი ღირებულება, რაც წარმოადგენს ეკონომიკური წინსვლისა და ქვეყნის გამდიდრების საფუძველს.

საქართველოს რეგიონების მიხედვით მცირე საწარმოთა განლაგება 2008 წელს ასეთია: თბილისზე მოდის მცირე საწარმოთა მთლიანი რაოდენობის 32%, აჭარაზე - 11%, იმერეთზე - 15%, კახეთზე - 9%, ქვემო ქართლზე - 10%, სამეგრელო-ზემო სვანეთზე - 9% და ა. შ. (დიაგრამა 2.3.1.)

დიაგრამა 2.3.1. მცირე საწარმოები საქართველოს რეგიონების მიხედვით, 2008წ.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სტატისტიკური პუბლიკაცია “მეწარმეობა საქართველოში” 2009.

2009 წლისათვის საქართველოს რეგიონებში ფუნქციონირებად საწარმოთა 85-დან 96%-მდე მოდიოდა მცირე საწარმოებზე, ხოლო მცირე საწარმოთა საერთო რაოდენობის 34,6% მოდიოდა თბილისზე, რაც წინა წლის მაჩვენებელს 2,6%-ით აღემატება; აჭარაში ეს მაჩვენებელი 3,2%-ით შემცირდა და შეადგინა 7,8%; იმერეთში - 13,1%, კახეთში - 7,3%, ქვემო ქართლში - 9,5% და ა.შ. (იხ. დანართი 3).

ზოგადად მცირე ბიზნესის როლი ქვეყნის ეკონომიკაში განისაზღვრება ისეთი მაჩვენებლებით, როგორცაა: მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა წილი, მშპ-ში მცირე ბიზნესის წილი, პროდუქციის წარმოებისა და ბრუნვის მაჩვენებლები მცირე

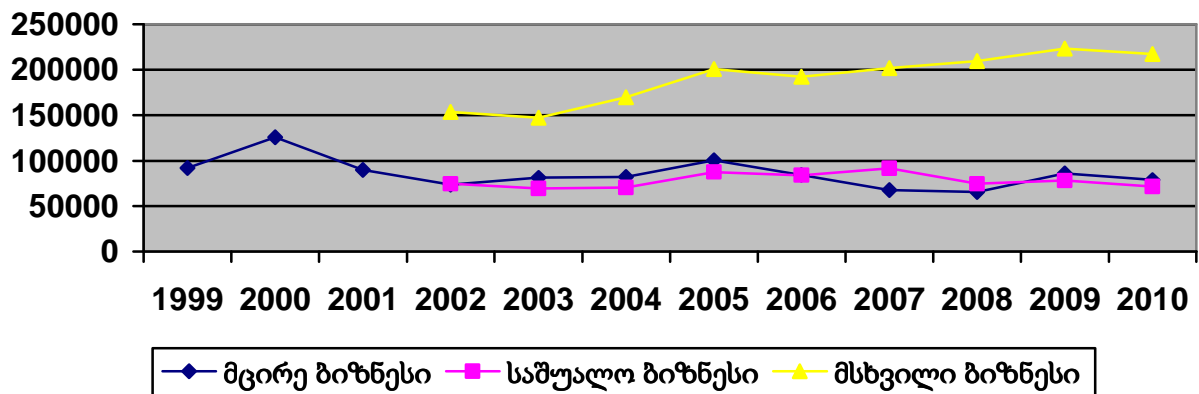
ბიზნესში, მცირე საწარმოთა რაოდენობა 1000 მცხოვრებზე გაანგარიშებით, მცირე ბიზნესის წილი ექსპორტში და ა. შ.

აღნიშნულ მაჩვენებელთაგან უმნიშვნელოვანესია მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა ხვედრითი წილი. ის ისევე როგორც მცირე ბიზნესის განლაგება რეგიონებში სოციალური კატეგორიაა, რომლის მნიშვნელობას სულ უფრო ზრდის საშუალო ფენის ჩამოყალიბების ფუნქცია.

დასაქმებულთა რაოდენობის მხრივ 2008 წელს მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა 46,2% მოდიოდა ქ. თბილისზე, 12,9% - იმერეთზე, 9,7% აჭარის არ, 7,7% სამეგრელო-ზემო სვანეთზე და ა.შ.

საქართველოში უკანასკნელ წლებში მცირე მეწარმეობის განვითარების მაჩვენებლებიდან (ცხრ. 2.3.2.) ჩანს, რომ მცირე საწარმოებში დასაქმებული იყო მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი. კერძოდ, დასაქმებულთა ყველაზე მაღალი რიცხვი შეინიშნებოდა 2000 წელს – 125 807 კაცი, რაც მთელს ბიზნეს-სექტორში დასაქმებულთა 33,3% შეადგენდა.

დიაგრამა 2.3.2. მცირე, საშუალო და მსხვილ ბიზნესში დასაქმების დინამიკა 1999-2010წწ.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

უნდა აღინიშნოს, რომ 2002-2006 წლებში მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა დინამიკა თითქმის უცვლელი იყო, თუმცა 2007-2008 წლებში ეს მაჩვენებელი მკვეთრად დაეცა 18,7%-მდე, რაც აიხსნება საქართველოში არასტაბილური პოლიტიკური თუ ეკონომიკური ფაქტორებით, აგვისტოს ომით, მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისით და არასტაბილური ბიზნეს გარემოთი, რამაც ზოგადად გაზარდა უმუშევრობის ფონი საქართველოში. 2009-2010 წლებიდან უმუშევრობის დონის შემცირებასთან ერთად, ეს მაჩვენებელი კვლავ ზრდის ტენდენციით ხასიათდება და შესაბამისად უტოლდება მთელს ბიზნეს-სექტორში დასაქმებულთა 22,2%-სა და 21,6%. 2009 წლისათვის დასაქმებულთა რაოდენობა 86 ათასამდე,

ანუ 2007 წელთან შედარებით 27%-ით გაიზარდა, ხოლო 2010 წელს 2009 წელთან შედარებით შემცირდა 9%-ით. როგორც ანალიზის შედეგები გვიჩვენებს დინამიკაში მცირე ბიზნესის ისეთი ეკონომიკური მაჩვენებლები, როგორცაა პროდუქციის გამოშვება, ბრუნვა, შრომის საშუალოთვიური ანაზღაურების დონე, მცირე ბიზნესში, ისევე როგორც მსხვილ ბიზნესში ზრდით ხასიათდება. კერძოდ 2010 წელს 2000 წელთან შედარებით მცირე ბიზნესის ბრუნვისა და პროდუქციის გამოშვების მაჩვენებლები იზრდება შესაბამისად 41%-ითა და 115%-ით, 2005 წელთან შედარებით – 155%-ითა და 92%-ით, ხოლო 2009 წელთან შედარებით მხოლოდ 22%-ითა და 20%-ით. იზრდება მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა საშუალოთვიური შრომის ანაზღაურება. ასე მაგალითად, 2010 წელს 2000 წელთან შედარებით აღნიშნული მაჩვენებელი გაიზარდა 561%-ით, 2005 წელთან შედარებით 42%-ით. (იხ.ცხრილი 2.3.2.)

ცხრილი 2.3.2. მცირე ბიზნესის ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები საქართველოში 1999-2010 წლებში

მაჩვენებელი	ბრუნვა (მლნ ლარი)			პროდ. გამოშვება (მლნ. ლარი)			დასაქმება (კაცი)			შრომ.ანაზღ. (ლარი)		
	სულ ბიზნეს სექტორი	მცირე ბიზნესი	% მილიან ბრუნვას	სულ ბიზნეს სექტორი	მცირე ბიზნესი	% მილი. პროდუქც.	სულ ბიზნეს სექტორი	მცირე ბიზნესი	% მი. დასაქმება	სულ ბიზნესსექ.	მცირე ბიზნესი	
1999	3111,3	1044,1	33.6	2091.0	424,3	20.3	379360	92202	24.3	73.6	55,9	
2000	3781.4	1265,5	33.4	2388.9	493,7	20.7	373055	125807	33.3	82.2	51,1	
2001	3975.2	1232,7	31.0	2625.4	537,6	20.4	313370	90159	28.8	108.4	66,2	
2002	4595.6	584,4	12.7	3058.1	291,0	9.5	301310	73329	24.3	119.9	59,6	
2003	5523.0	751,5	13.6	3492.6	326,8	6.4	297795	81166	27.3	139.4	58,3	
2004	7248.4	859,6	11.9	4374.8	386,3	8.8	322779	82442	25.5	161.6	66,7	
2005	10076.3	1155,8	11.5	5838.3	551,2	9.4	388946	100415	25.8	204.5	102,3	
2006	13090.3	1079,3	8.2	7412.6	588,9	7.9	360987	84554	23.4	285.8	102,3	
2007	17544.4	932,8	28.1	9645.4	513,3	5.3	361209	67677	18.7	381.6	163,2	
2008	19650.7	967,6	4.9	10248.4	527,4	5.1	349250	65276	18.7	519.8	209,1	
2009	20302.2	1464,1	7.2	11003.1	881,3	8.0	387463	86086	22.2	538.1	273,2	
2010	23193.5	1793,4	7.7	12203.0	1060,1	8.7	366151	78772	21.6	670.3	389,0	
2010 წელს	2000წ-თან	+513	+41		+411	+115		-2	-38		+715	+561
	2005წ-თან	+130	+155		+109	+92		-6	-22		+228	+281
	2009წ-თან	+14	+22		+10	+20		-6	-9		+24	+42

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. კვარტალური ბიულეტენი 2011.I

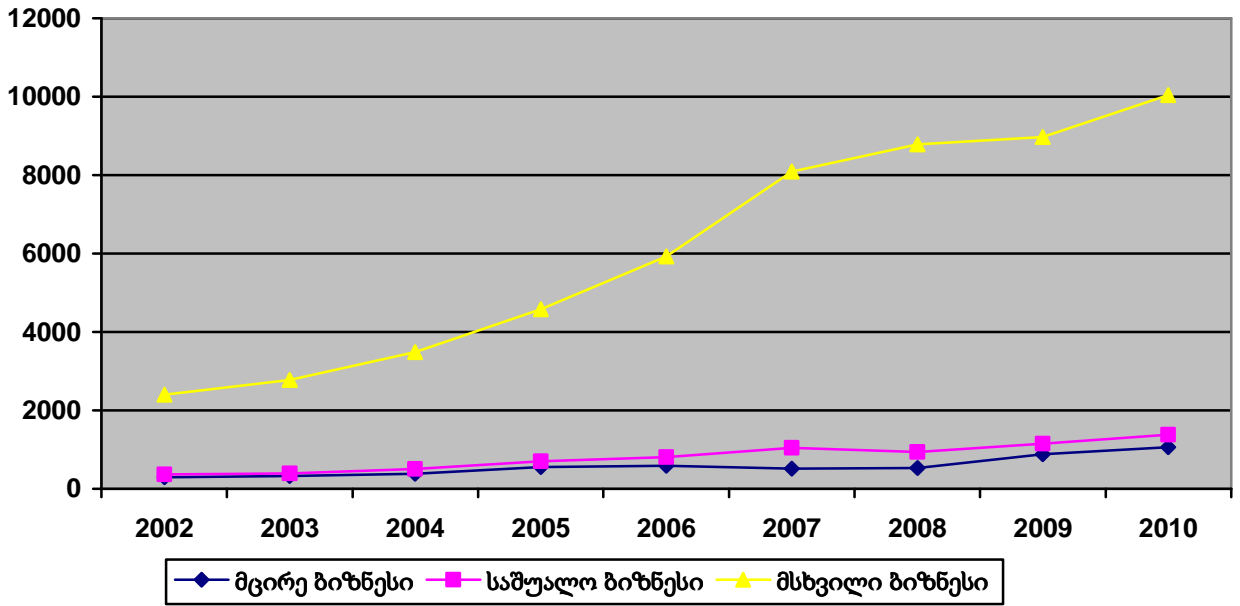
ყოველივე ეს მიუთითებს მცირე ბიზნესის მზარდ როლზე მოსახლეობის დასაქმებასა და მათი სოციალური პრობლემების გადაწყვეტის საქმეში.

თუკი გადავხედავთ საქართველოში დასაქმების ზოგად სურათს, შეიძლება გამოვიტანოთ შემდეგი დასკვნები: საქართველოში 2010 წლისათვის შრომისუნარიანი მოსახლეობის რაოდენობა შეადგენდა 1 912 817 კაცს, მათგან ბიზნესის სფეროში დასაქმებული იყო 366 151 კაცი, რაც მთელი შრომისუნარიანი მოსახლეობის 19,1%-ია, შრომისუნარიანი მოსახლეობის 4,1% მცირე ბიზნესზე მოდიოდა, რაც შეადგენს 78772 კაცს. ეს მაჩვენებელი არასახარბიელოდ გამოიყურება განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნების ანალოგიური მაჩვენებლის ფონზე, სადაც ის შეადგენს 30-60%-ს. 4,5%-ს შეადგენდა ასევე 2009 წელს შრომისუნარიან მოსახლეობაში მცირე ბიზნესის ხვედრითი წილი. აღნიშნული მაჩვენებელი პოსტსაბჭოთა ქვეყნებშიც არ არის მაღალი. “ახერბაიჯანში ის შეადგენს შრომისუნარიანი მოსახლეობის 13%, სომხეთში, ბელორუსიაში, ყაზახეთსა და უკრაინაში 5%-მდე, ყირგიზეთში- 4%, თურქმენეთსა და უზბეკეთში – 3%-ს უახლოვდება, ხოლო ტაჯიკეთში ის შეადგენს არაუმეტეს 1%.” (ლარიჩევა. .2003:56).

საქართველოში 1000 კაცზე გაანგარიშებით მცირე და საშუალო საწარმოთა რაოდენობის მაჩვენებელი შეადგენს 4,5. ანალოგიური მაჩვენებელი გაერთიანებულ სამეფოში არის 46, გერმანიაში 37, იტალიაში 68, საფრანგეთში 35, აშშ-ში 74,2, იაპონიაში 49,6, რუსეთში 5,6. საერთაშორისო პრაქტიკიდან გამომდინარე, ნორმალური კონკურენციული გარემოსათვის მცირე საწარმოთა სიმჭიდროვის ინდიკატორად მიღებულია 30-50 მცხოვრებზე ერთი მცირე საწარმო, ანუ რაც იგივეა, 20-30 მცირე საწარმო ყოველ 1000 მცხოვრებზე. ამდენად მცირე საწარმოთა სიმჭიდროვის მაჩვენებელი დაახლოებით 5-7-ჯერ ჩამორჩება ანალოგიურ საერთაშორისო მაჩვენებელს. ამასთან განვითარებული ქვეყნების ანალოგიურ მაჩვენებელთან ახლოს დგას ქვეყანაში ფუნქციონირებადი საწარმოების მთელ რაოდენობაში მცირე საწარმოთა ხვედრითი წილით, რომელიც 82-85%-ის ფარგლებში მერყეობს ბოლო წლების განმავლობაში. იგივე მაჩვენებელი “დიდ ბრიტანეთში 75,8-ის ტოლია, ესპანეთში – 98,0%, იტალიაში-84,0%, აშშ-ში – 99,9%, ტაივანში – 98%, უნგრეთში -99%, იაპონიაში 99,2%, ინდოეთში – 70%, ესტონეთში 98,6%, ხოლო ყირგიზეთში – 38,3%” (ფრანოვსკაია 2007:33)

ეკონომიკის განვითარებაში მცირე ბიზნესის როლის განსაზღვრისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს გამოშვებული პროდუქციის მოცულობას. 1999 წლიდან

დიაგრამა 2.3.3. პროდუქციის გამოშვების დინამიკა საწარმოთა ზომების მიხედვით საქართველოში 2002-2010 წწ. (მლნ.ლარი)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

მოყოლებული მცირე სამეწარმეო სექტორის მიერ წარმოებული პროდუქციის რაოდენობას აქვს კლებადი ხასიათი. თუ 1999 წელს ის შეადგენდა ბიზნეს-სუბიექტების მიერ გამოშვებული პროდუქციის 20,3%, 2002 წლიდან მერყეობს 5,1-9,5%-ის ფარგლებში.

ამის მიზეზად მიგვაჩნია სახელმწიფოს მიერ მცირე ბიზნესისა და კონკურენტული გარემოს შენარჩუნებისადმი სუსტი მხარდაჭერა, მსხვილი ბიზნესის ხელში მონოპოლიური უფლებების თავმოყრა, ასევე ინვესტიციების დიდი ნაკადების მსხვილი ბიზნესისაკენ წარმართვა. სწორედ ეს ფაქტორები ახდენს ზეგავლენას მცირე ბიზნესის წილზე მთლიან შიდა პროდუქტში მიუხედავად მსხვილ და საშუალო საწარმოებთან შედარებით რაოდენობრივად მაღალი რიცხოვნობისა მცირე ბიზნესის მიერ შეტანილი წვლილი მთლიან შიდა პროდუქტში 10%-საც არ აჭარბებს, მაშინ როცა გერმანიაში, საფრანგეთში, კორეაში და სხვა ქვეყნებში ეს მაჩვენებელი მერყეობს 45-60%-ის ფარგლებში. ეს იმაზე მიუთითებს, რომ ჩვენთან მოქმედ მცირე საწარმოთა მთავარი საზრუნავი მესაკუთრეთა ოჯახების რჩენაა და მათ გაფართოებისა და განვითარებისათვის საჭირო ფინანსური სახსრები არ გააჩნიათ.

გარდა ამისა, მშპ-ში მცირე ბიზნესის დაბალ ხვედრით წილს ჩვენ ვუკავშირებთ საქართველოში მცირე საწარმოების განსაზღვრის კრიტერიუმებს. მაშინ

როცა, საქართველოში მცირე საწარმოთა ბრუნვის რაოდენობა შეადგენს 100 ათას ლარს, ევროკომისიის მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მიკრო საწარმოთა ბრუნვა 2 მლნ ევროს უნდა შეადგენდეს, ხოლო მცირე საწარმოსათვის კი 10 მლნ ევროს. ბუნებრივია ასეთ განსხვავებათა გამო მშპ-ში შენატანის ოდენობაც შესაბამისი იქნება.

2.3.3. ცხრილში მოყვანილი მონაცემები გვიჩვენებს, რომ მცირე საწარმოთა მიერ გამოშვებული პროდუქციის წილი ბიზნეს სექტორის მიერ წარმოებულ მთელს პროდუქციაში სტაბილურ მდგომარეობას ინარჩუნებს და ზრდის ტენდენციით არ ხასიათდება. მაგალითად მრეწველობაში, ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში, სასტუმროებსა და რესტორნებში წარმოებული პროდუქციის წილი მთლიანდ ქვეყნის მასშტაბით იმავე დარგებში წარმოებულ პროდუქციაში მნიშვნელოვნად არ იზრდება, თუმცა თუ დავაკვირდებით ცალკეული დარგების ფარგლებში მცირე ბიზნესის განვითარების დინამიკას, თითქმის ყველა მათგანში ეკონომიკურ მაჩვენებლებს ზრდის ტენდენცია აქვთ

ცხრილი 2.3.3. პროდუქციის გამოშვება ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით 2002-2010წწ

წლები	მრეწველობა			მშენებლობა			ვაჭრობა			ტრანსპორტი და კავშირგაბმ.			სასტ. და რესტორ.		
	სულ	მცირე საწარმ.	%დარგის პროდ.	სულ	მცირე საწარმ.	%დარგის პროდ.	სულ	მცირე საწარმ.	%დარგის პროდ.	სულ	მცირე საწარმ.	%დარგის პროდ.	სულ	მცირე საწარმ.	%დარგის პროდ.
2002	1344.9	95.6	7.1	327.6	31.5	9.6	177.8	56.9	32.0	847.6	26.7	3.1	58.0	19.2	33.1
2003	1594.3	101.0	6.3	302.3	33.0	10.9	220.2	80.5	36.6	975.4	26.6	2.7	68.1	18.9	27.8
2004	1859.7	124.0	6.7	383.7	37.0	9.6	330.4	96.2	29.1	1278.3	28.8	2.2	88.3	26.7	30.2
2005	2285.1	158.2	6.9	768.9	63.1	8.2	533.3	120.8	21.8	1475.2	27.5	1.9	134.6	47.3	35.1
2006	2779.0	161.3	5.8	1186.0	109.9	9.2	741.1	87.2	11.7	1806.7	42.9	2.3	177.4	56.6	31.9
2007	3583.3	144.4	4.0	1718.2	41.2	2.4	1150.5	83.4	7.2	1936.2	37.0	1.9	193.5	51.5	26.6
2008	3821.8	143.0	3.7	1434.7	44.6	3.1	1464.7	97.3	6.6	2043.6	41.4	2.0	225.7	51.9	23.0
2009	3797.1	229.5	5.0	1752.6	125.5	7.1	1603.7	166.8	10.4	2016.5	41.6	2.0	271.5	61.4	22.6
2010	4566.0	286.9	6.2	1482.5	185.2	12.4	2003.1	180.2	9.0	2324.0	55.6	2.4	313.5	62.7	20.0

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. მეწარმეობა საქართველოში 2011

როგორც ცხრილი 2.3.4-დან ჩანს მრეწველობაში ბრუნვის მაჩვენებელი 2010 წელს 2006 წელთან შედარებით გაიზარდა 79%-ით, პროდუქციის გამოშვება 78%-

ით, ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა უმნიშვნელოდ 3%-ით გაიზარდა. ჩვენი აზრით ეს უკავშირდება საწარმოებში მენეჯმენტის სრულყოფას, უახლესი ტექნოლოგიების დანერგვას, კვალიფიკაციის ამაღლებისაკენ სწრაფვას და სხვა.

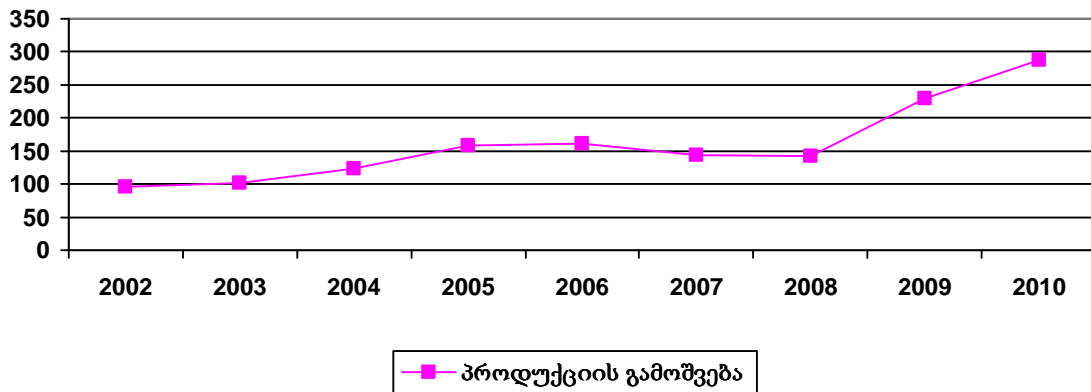
ცხრილი 2.34. მცირე ბიზნესის ეკონომიკური მაჩვენებლები საქმიანობის სახეების მიხედვით

მრეწველობა											
მაჩვენებლები	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	% 2005 წ. 2002წ-თან	% 2010 წ. 2006წ-თან
ბრუნვა	98.7	104.1	125.1	159.7	164.8	145.0	138.1	229.7	295.8	+62	+79
პროდუქციის გამოშვება	95.6	101.0	124.0	158.2	161.3	144.4	143.0	229.5	286.9	+65	+78
დასაქმებულთა რაოდენობა	14274	13520	14552	18083	15884	12501	11415	16904	16382	+27	+3
მშენებლობა											
ბრუნვა	31.3	33.6	37.2	62.8	110.2	40.3	45.4	86.1	181.9	+100	+65
პროდუქციის გამოშვება	31.5	33.0	37.0	63.1	109.9	41.2	44.6	125.5	185.2	+100	+68
დასაქმებულთა რაოდენობა	3623	3525	3716	6452	8955	4031	3930	7182	7320	+78	-18
ვაჭრობა											
ბრუნვა	355.7	511.9	572.3	733.2	557.7	490.2	525.3	781.5	864.1	+106	+54
პროდუქციის გამოშვება	56.9	80.5	96.2	120.8	87.2	83.4	97.3	166.8	180.2	+112	+106
დასაქმებულთა რაოდენობა	29370	38584	38793	39051	26542	20027	20227	25803	19787	+33	-26
სასტუმროები და რესტორნები											
ბრუნვა	19.7	18.7	28.0	48.3	57.6	52.8	52.2	59.6	63.3	+145	+9
პროდუქციის გამოშვება	19.2	18.9	26.7	47.3	56.6	51.5	51.9	61.4	62.7	+146	+10
დასაქმებულთა რაოდენობა	3882	3704	4201	6374	6105	4887	4566	4702	3324	+64	-46
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა											
ბრუნვა	26.8	30.0	34.0	56.1	49.0	54.2	56.7	72.5	108.0	+109	+120
პროდუქციის გამოშვება	26.6	28.8	27.5	42.9	37.0	41.4	41.6	55.6	69.1	+61	+84
დასაქმებულთა რაოდენობა	4008	4005	3590	5522	4008	4175	4823	4685	4099	+37	+2

წყარო: ცხრილი შედგენილია “საქსტატის” მონაცემებისა და ჩვენი გაანგარიშებების საფუძველზე.

რაც შეეხება მშენებლობას, მიუხედავად იმისა, რომ ამ დარგის მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა 2010 წელს 2006 წელთან შედარებით 18%-ით, ანუ 1635 კაცით შემცირდა, ბრუნვის მაჩვენებელი 65%-იანი ზრდით ხასიათდება, პროდუქციის გამოშვება კი გაიზარდა 68%-ით

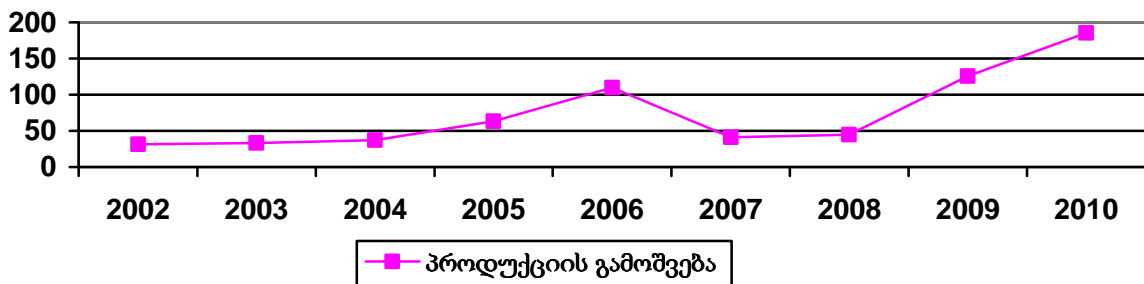
დიაგრამა 2.3.4. მრეწველობის მცირე საწარმოთა პროდუქციის
გამოშვების დინამიკა 2002-2010 წწ.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

მშენებლობის სფეროს მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირებას ვუკავშირებთ ამავე დარგის მსხვილ საწარმოებში მათ გადადინებას შედარებით მაღალი შრომის ანაზღაურების გამო. ბრუნვის მოცულობის ზრდა კი დაკავშირებულია ქვეყანაში მშენებლობის ტემპების ზრდასთან, სამშენებლო ობიექტების სიმრავლესთან. ასეთ პირობებში დაკვეთების სიმრავლის გამო მცირე საწარმოებიც სრული დატვირთვით მუშაობენ.

დიაგრამა 2.3.5. მშენებლობის სფეროს მცირე საწარმოების მიერ
გამოშვებული პროდუქცია 2002-2010 წწ.

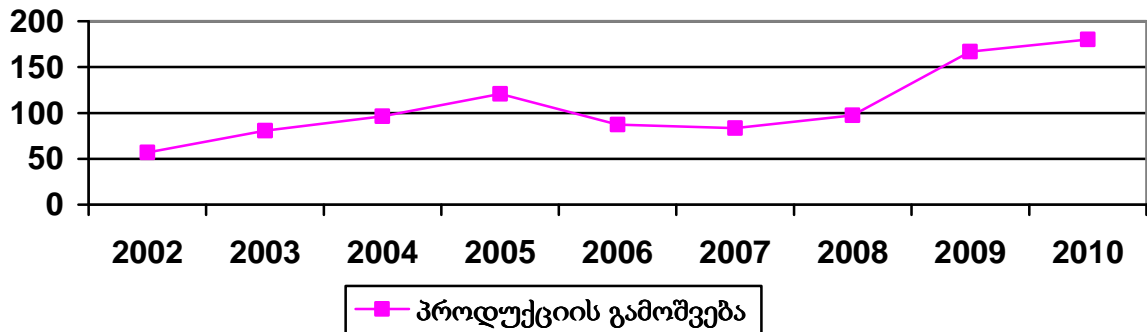


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

მსგავსი სურათია ვაჭრობაშიც. შესაძარ პერიოდში დაფიქსირდა დასაქმებულთა 26%-იანი კლება, თუმცა ამას საერთოდაც არ უმოქმედია ბრუნვისა და პროდუქციის გამოშვების მაჩვენებლებზე და ისინი გაიზარდა შესაბამისად 54%-ითა და 106%-ით. მოცემულ დარგში ამ მაჩვენებლის მაღალი მნიშვნელობა დაკა-

ვშირებულია ფასების ზრდასთან და ინფლაციური პროცესების ზრდასთან, თუმცა არ უნდა გამოირიცხოს რეალიზებული პროდუქციის ზრდის ალბათობაც.

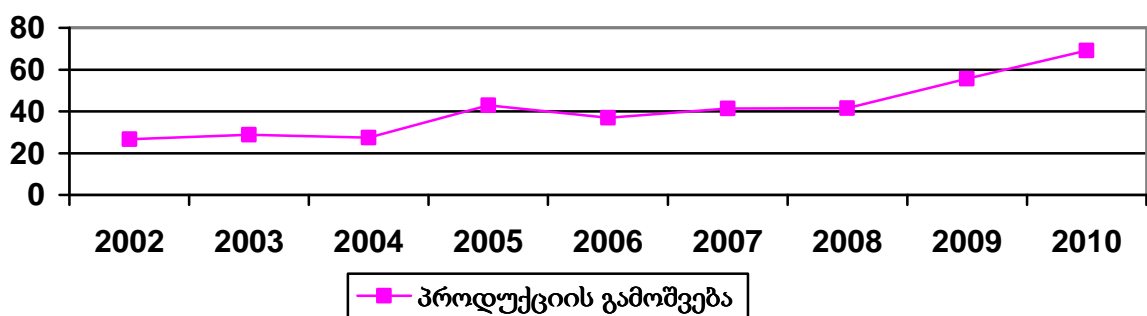
დიაგრამა 2.3.6. ვაჭრობის სფეროს მცირე საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქცია 2002-2010 წწ.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

2010 წელს 2006 წელთან შედარებით ბრუნვის მაჩვენებელი 120 %-ით გაიზარდა ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის დარგში, რაც აიხსნება საქართველოს გლობალურ პროცესებში ჩართვით, საერთაშორისო მიმოსვლებისა და კომუნიკაციების მასშტაბების ზრდით, მეზობელ და ევროკავშირის ქვეყნებთან სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების გაფართოებით. ასევე განსაკუთრებით მაღალია ტურიზმის ხვედრითი წილი, რომლის განვითარება ბუნებრივია ზრდის ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის დარგის მნიშვნელობასა და საჭიროებას. სწორედ ამით აიხსნება, რომ ამ დარგების მომსახურების მაჩვენებელი გაიზარდა 84 პროცენტით. თუმცა დასაქმებულთა რაოდენობა მხოლოდ 2%-ით იზრდება, რაც ძირითადად გამოწვეულია წარმოების ორგანიზაციული სტრუქტურის სრულყოფით.

დიაგრამა 2.3.7. ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის მცირე საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქცია 2002-2010 წწ.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.statistics.ge

თავისი მოკრძალებული წვლილი შეაქვთ ეკონომიკის განვითარებაში სასტუმროების და რესტორნების სფეროს მცირე საწარმოებს. ტურიზმის განვითარება წარმოადგენს საქართველოს ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტს. იგეგმება ტურიზმის ახალი სახეობების ეკოტურიზმის, სამთო ტურიზმის, სასოფლო ტურიზმის, სამედიცინო ტურიზმის და სხვა სახეობათა განვითარება, რაც სამომავლოდ აუცილებლად გამოიწვევს შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნის აუცილებლობას, რომლის განუყოფელ ელემენტსაც წარმოადგენს მცირე სასტუმროები და რესტორნები. ეს პროცესები ობიექტურად გამოიწვევს ამ დარგის მცირე ზომის დაწესებულებათა გაზრდას. დღეისათვის კი ამ სფეროში ბრუნვისა და პროდუქციის გამოშვების მაჩვენებლები ზემოთ განხილულ საქმიანობის სახეთა მაჩვენებლებს ვერ შეედრება, მაგრამ მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ ისინიც ზრდის ტენდენციით ხასიათდებიან და აღწევენ შესაბამისად 9 და 10%. აქვე უნდა აღინიშნოს რომ დასაქმებულთა რაოდენობა შემცირებულია 46%-ით.

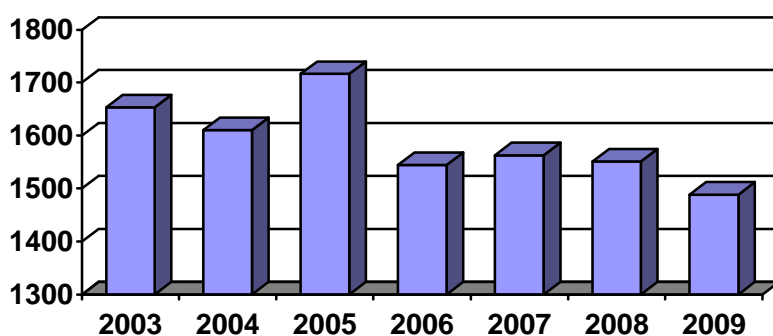
მცირე ბიზნესის ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურის ფორმირება ამ სექტორის პოტენციალის სრულად ამოქმედების უდიდეს რეზერვებს შეიცავს. სწორედ ამ პროცესზეა დამოკიდებული არა მარტო ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარება, არამედ სოციალური პრობლემების გადაჭრაც. პირველი რიგის ამოცანად გვესახება ეკონომიკური სტიმულირების ბერკეტების მეშვეობით მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურის ოპტიმიზაცია. მხედველობაში გვაქვს საქართველოში ისეთი პრიორიტეტული მიმართულებების განვითარება, როგორცაა სოფლის მეურნეობა, ტურიზმი და მრეწველობა, ამ დარგებში მცირე საწარმოთა რაოდენობისა და მათში დასაქმებულთა რიცხვის ზრდა. ამასთან ერთად ასევე უმნიშვნელოვანეს მიმართულებად მიგვაჩნია წვრილი მეწარმეობის წინმსწრები ტემპებით განვითარებისათვის ყოველმხრივი სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის აღმოჩენა საქართველოს იმ რეგიონებში, სადაც მოსახლეობის დეპოპულაცია დაიწყო და განსაკუთრებით დიდია როგორც დაუსაქმებელი მუშახელი, ისე – გამოუყენებელი ბუნებრივი რესურსები. სახელმწიფომ უნდა შექმნას ხელსაყრელი მაკროეკონომიკური და ბიზნესგარემო იმ პროდუქციის საწარმოებლად, რომელიც დღეისათვის უცხოეთიდან შემოდის და მის ადგილზე წარმოებისათვის საჭირო ბუნებრივი პირობები და სათანადო ადგილობრივი იაფი რესურსები არსებობს.

რეალურად კი სოფლის მეურნეობაში დღეისათვის შემდეგი მდგომარეობა გვაქვს. 2009 წელს სოფლის მეურნეობის წილმა მშპ-ში 9,6% შეადგინა. სოფლის

მეურნეობის დარგის მწარმოებლურობის რეალური ზრდა წინა წელთან შედარებით შემცირდა 1,3%-ით.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის პროდუქციის ექსპორტის დიდი პოტენციალი გააჩნია. ამას ადასტურებს მისი ისტორიულ-მეურნეობრივი განვითარების გზა. თუმცა დღეისათვის ამ დარგშიც სრულად არ არის გამოყენებული შესაძლებლობები და მნიშვნელოვნად ჩამორჩება მეზობელ ქვეყნებს, რის გამოც მათზე დამოკიდებულ პოზიციაში იმყოფება. ამას ადასტურებს საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მიერ 2009 წელს ჩატარებული „სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა“, რომლის თანახმადაც 2009 წელს სოფლის მეურნეობის პროდუქციით საგარეო სავაჭრო ბრუნვამ 5513 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წინა წელთან შედარებით 29,3%-ით ნაკლებია, მაგრამ ეს მოხდა არა იმპორტის შემცირების ხარჯზე, არამედ საკუთარი ძალებით წარმოებული საქსპორტო პროდუქციის შემცირების ხარჯზე.

დიაგრამა 2.3.8. სოფლის მეურნეობაში პროდუქციის წარმოება 2003-2009წწ.

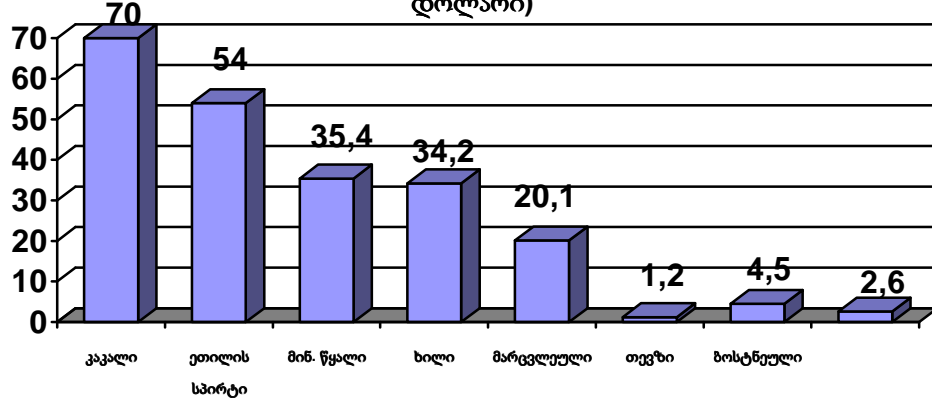


წყარო: “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”. პუბლიკაცია. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2009.

2009 წლის მონაცემებით აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტმა 340 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც მთლიანი ექსპორტის 30%-ს შეადგენს.

სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის იმპორტმა 818,5 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც მთლიანი იმპორტის 18,6%-ია. საქართველოდან ძირითადად ხორციელდება შემდეგი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის ექსპორტი: თხილი, ეთილის სპირიტი, მინერალური წყლები, ღვინო, ხილი, მარცვლეული, თევზი, ბოსტნეული. საიმპორტო საქონელიც იგივე დასახელებებს მოიცავს: პურ-ბურღულეული, ხორცი, ზეთები, თევზი, რძის პროდუქტები და სხვა.

დიაგრამა 2.3.9. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის ექსპორტი 2009წ. (მლნ აშშ დოლარი)



წყარო: “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”. პუბლიკაცია. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2009

ბოსტნეულის რეალიზაცია საკმაოდ დაბალ ფასებში მიმდინარეობს ზაფხულში, რაც პირველ რიგში გამოწვეულია ქვეყანაში ნედლი ხილისა და ბოსტნეულის შესანახი სიმძლავრეების არ არსებობით. მწარმოებლები ცდილობენ სწრაფად გაუწიონ რეალიზაცია პროდუქციას, რათა თავიდან აიცილონ მისი ხარისხის გაუარესება და დანაკარგები. სეზონის დამთავრებასთან ერთად მკვეთრად მატულობს ხილისა და ბოსტნეულის სარეალიზაციო ფასი და იწყება იმპორტი მეზობელი ქვეყნებიდან, ძირითადად თურქეთიდან და აზერბაიჯანიდან, რომლებსაც გააჩნიათ საკმაოდ მაღალი ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ხილ-ბოსტნეულის შესანახი ბაზები. საერთო მოხმარებაში ძალიან მაღალია იმპორტირებული ხახვის, ნიორის, სტაფილოს, და კარტოფილის წილი.

მიგვაჩნია, რომ იმპორტის შემცირების საკითხში მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა შეუძლიათ მცირე ფერმერულ მეურნეობებს. დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში ოჯახური ფერმა არის სოფლის მეურნეობის საფუძველი. მაგალითად, აშშ-ში მათმა რაოდენობამ 2005 წელს 2 მილიონს გადააჭარბა. ყველაზე ეფექტურია ფერმერული ბიზნესი ჰოლანდიაში, სადაც ერთ ფერმერს შეუძლია გამოკვბოს ქვეყნის 180-200 მოქალაქე. ამ ქვეყანაში ფერმერები იმყოფებიან მთავრობის ხელშეწყობისა და კონტროლის ქვეშ. განსაკუთრებით მიწების ნაყოფიერების შენარჩუნებაში, კრედიტების გამოყოფაში, დაზღვევაში და ა.შ. (ოთინაშვილი 2010: 167). ამ მხრივ საქართველოსაც შეუძლია მნიშვნელოვანი შედეგების მიღწევა, რისთვისაც ჩვენის აზრით, საჭიროა სოფლის მეურნეობის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სრულყოფა. ინვესტიციების განხორციელებით, საოჯახო ბიზნესის ახლებური ორგანიზაციით, თანამედროვე მცირე ტექნიკისა და ტექნოლოგიებ-

ის დაფუძნებით შესაძლებელი გახდება მშპ-ში მისი შენატანის მნიშვნელოვნად ამაღლება და ექსპორტში წილის გაზრდა.

ერთი შეხედვით, საქართველოში შექმნილია მრავალი პირობა იმისათვის, რომ მეწარმემ წარმატებით განახორციელოს ექსპორტი – შეიცვალოს საბაჟო კანონმდებლობა და შესაბამისად ადმინისტრირება, ასევე საქართველო სარგებლობს პრეფერენციითა განზოგადებული სისტემით, რაც მართლაც მნიშვნელოვანი შედეგათების შესაძლებლობას აძლევს ქართულ ბიზნესს, კერძოდ კი საწარმოებს შესაძლებლობა აქვთ, მოახდინონ ჯამში 9000-მდე დასახელების პროდუქტის შეღავათიანი პირობებით (მათ შორის 7200 პროდუქტზე ნულოვანი განაკვეთით) ექსპორტირება 35-მდე ქვეყანაში. თუმცა, საწარმოების უმრავლესობა არათუ საერთაშორისო ბაზრებზე, ადგილობრივ ბაზრებზეც კი ვერ ახერხებენ თავის დამკვიდრებასა და კონკურირებას. ამის ერთ-ერთი მიზეზთაგანია ინფორმირებულობის დაბალი დონე, მეწარმეთა მხრიდან ბაზრების შესწავლისა და მარკეტინგული ღონისძიებების გატარების მექანიზმებში გაურკვეველობა.

აღნიშვნის ღირსია ჩვენს მიერ ჩატარებული გამოკითხვებისას პასუხები კითხვაზე: „ახორციელებთ თუ არა საქონლის ექსპორტს?“. გამოკითხულ მეწარმეთა 17% ექსპორტს არ ახორციელებს, მაგრამ თვლის, რომ მის მიერ წარმოებულ პროდუქციას აქვს საექსპორტო პოტენციალი. ეს მეწარმეები წარმოადგენდნენ ისეთ დარგებს როგორცაა ავეჯის წარმოება, სამშენებლო მასალების წარმოება, მეთევზეობა, მემცენარეობა, მეფუტკრეობა, მეცხოველეობა, საფეიქრო წარმოება. გამოკითხულთაგან თითქმის არავის არ უცდია საექსპორტო ბაზრების შესწავლა და მით უმეტეს საქონლის უცხოეთში გატანა; მეწარმეთა 25% თვლის, რომ მის მიერ წარმოებული პროდუქცია უცხოეთში კონკურენტუნარიანი არ იქნება, ხოლო 48% კი თვლის, რომ აწარმოებს ისეთ საქონელს, რომლის ექსპორტიც ვერ განხორციელდება.

ამრიგად, საქართველოში მუდმივად აქტუალური პრობლემის, მოსახლეობის დასაქმების საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს მცირე ბიზნესი. მიუხედავად ამ სფეროს სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობის აღიარებისა, ის მაინც ვერ უახლოვდება იმ მაჩვენებლებს, რომლებიც უცხოეთის ამავე სექტორისთვისაა დამახასიათებელი, მაგრამ მას ყოველთვის ექნება საკუთარი ადგილი ბაზარზე. არსებობს ბიზნესის მრავალი მიმართულება, რომლებშიც მასშტაბური საწარმოები უბრალოდ არაა გამართლებული. ბიზნესის ეს სახეები შეიძლება იყოს როგორც წარმოებაში, ისე მომსახურებაში, ვაჭრობაში და სოფლის მეურნეობაში. ჩვენს მიერ განხილული მეურნეობის სფეროებში მცირე ბიზნესის პერსპექტიულ-

ობა დამტკიცებულია, რადგან ყველა მათგანში წარმოებული პროდუქციის ზრდა შეინიშნება.

ჩვენს მიერ განხორციელებულ კვლევებსა და სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია გავაკეთოთ მცირე ბიზნესის რამდენიმე მაჩვენებლის პროგნოზი 2015-2020, 2020-2025 წლებისათვის. ამისათვის გამოვიყენეთ საშუალოწლიური აბსოლუტური მატების გაანგარიშების შემდეგი ფორმულა:

$$\bar{\Delta} = y_n - y_1 / n - 1$$

სადაც, y_n არის დინამიკური მწკრივის ბოლო დონე,

y_1 – დინამიკური მწკრივის პირველი დონე,

n – წლების რაოდენობა. (კბილაძე . . .2008: 293).

ცხრილი 2.3.5. საქართველოში მცირე ბიზნესის პროდუქციის გამოშვებისა და დასაქმების მაჩვენებლების პროგნოზი 2015-2025 წლებისათვის

მაჩვენ./ წლები	ფაქტიური			პროგნოზი			2015 წ. %-ით		2020წ %-ით		2025წ %-ით	
	2008	2009	2010	2015	2020	2025	2008წ -თან	2010წ -თან	2010წ -თან	2015წ -თან	2015წ -თან	2020 წთან
პროდ წარმო. (მლნ ლარი)	527	881	1060	2392	3724	5056	+354	+126	+251	+56	+111	+36
დასაქმ რაოდ. (კაცი)	65276	86086	78772	112512	146252	179992	+72	+42	+85	+29	+59	+23

წყარო: პროგნოზები გაკეთებულია სტატისტიკური მონაცემებისა და ჩვენი გაანგარიშებებით.

როგორც ჩვენი ვარაუდიდან ჩანს სათანადო მხარდაჭერის შემთხვევაში მოსალოდნელია მცირე ბიზნესის ორი უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლის, პროდუქციის მოცულობისა და დასაქმებულთა რაოდენობის მკვეთრი ზრდა. მაგალითად, წარმოებული პროდუქციის მოცულობა 2015 წლისათვის 2008 წელთან შედარებით 354 %-ით გაიზრდება, ხოლო 2010 წელთან შედარებით 126%-ით. 2020 წლისათვის 2010 წლის შესაბამის მაჩვენებელს გადააჭარბებს 2664 მილიონი ლარით. ხოლო დასაქმებულთა რიცხვი კი გაიზრდება 67480 კაცით, რაც 85%-ს შეადგენს. 2025 წელს 2015 წელთან შედარებით პროდუქციის გამოშვება გაიზრდება 116%-ით, 2020 წელთან შედარებით კი 36%-ით. რაც შეეხება დასაქმების მაჩვენებელს შესაბამისად გაიზრდება 59%-ით და 23%-ით და 179992 კაცს შეადგენს, რაც 2010 წლის მაჩვენებელს 2,3-ჯერ აღემატება. (ცხრ. 2.3.5.)

საქართველოს რეალობაში მცირე ბიზნესის ეკონომიკური მახასიათებლების ოპტიმიზაციისათვის მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია:

- მცირე საწარმოთა სექტორული და დარგობრივი სტრუქტურის სრულყოფა;
- დამატებით კვლევების საფუძველზე მცირე ბიზნესის განსაზღვრის პარამეტრებში ცვლილებების შეტანა დარგობრივი კუთვნილების მოხედვით;
- მცირე ბიზნესის რეგიონალური სტრუქტურის სრულყოფა რესურსული უპირატესობების გათვალისწინებით;
- სახელმწიფო სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც ორიენტირებული იქნება იმპორტის შემცირებაზე და ამ კუთხით მცირე საწარმოთა წვლილის გაფართოება.

თავი III. მცირე ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები და ტენდენციები საქართველოში

3.1. მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგია და სახელმწიფოს როლი

მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესები შტამბეჭდავია თავისი მასშტაბებითა და დინამიზმით. ექსპერტები გლობალიზაციას განიხილავენ როგორც მსოფლიო ეკონომიკის რესტრუქტურისაციას, რომელიც ხორციელდება განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და სოციალურ-კულტურულ ღონისძიებათა ნებაყოფლობით გავრცელებით. ამ პროცესში განსაკუთრებით დიდია იმ ქვეყნების წვლილი, რომლებმაც იმ ქვეყნების წვლილი, რომლებმაც მიაღწიეს წარმოების კრიტიკულ ოდენობას და ცდილობენ გლობალური კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას. ასეთ პირობებში, ერთი შეხედვით, პარადოქსულადაც კი შეიძლება მოგვეჩვენოს მრავალ სახელმწიფოთა მთავრობებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციათა უცვლელი ინტერესი მცირე საწარმოთა ზრდის შესაძლებლობებისადმი. მარტივი ხედვა იქნებოდა თუ ამის მიზეზად ჩავთვლიდით ბოლო ათწლეულებისათვის ტიპური ტენდენციების გაგრძელებას, როცა სოციალურ-ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნების მიერ მცირე ეკონომიკის მხარდაჭერა აუცილებლობად მიიჩნეოდა.

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

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

საქართველოში საბაზრო პრინციპებზე გადასვლის საწყისი ეტაპიდან იწყება ადამიანური კაპიტალისა და რესურსული ბაზის ადექვატურ ეკონომიკურ ურთი-

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

ამდენად საქართველო, რომელიც საკუთარ განვითარებას უკავშირებს მსოფლიო დინამიზმის გლობალურ კანონზომიერებს, დამოუკიდებლად წყვეტს დასაქმებისა და ეკონომიკური ზრდის პრობლემებს. კვლავ აქტუალურია ისეთი ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება, რომელიც მიმართული იქნება მსოფლიო ბაზარზე მისი კონკურენტუნარიანობის ზრდისაკენ და ქვეყანაში სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისაკენ.

საქართველო ცდილობს შევიდეს ევროკავშირში და ორიენტირებულია ეკონომიკის გაძლიერების ევროპულ სისტემაზე. ჩვენში არსებული მსხვილი საწარმოები „არსებითად ჩართული არიან მსოფლიო შრომის დანაწილებაში და ისინი ასრულებენ რეგიონალური მნიშვნელობის საწარმოო სიმძლავრეთა როლს. მათი მნიშვნელობა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისათვის არსებითია, მაგრამ მათ საკუთარი ტექნოლოგიური შეზღუდულობისა და მსოფლიო ბაზარზე ადგილიდან გამომდინარე არ ძალუძთ საქართველოში გადაწყვიტონ დასაქმებისა და ეკონომიკური ზრდის პრობლემები. ეს ობიექტური რეალობა გასაგებია ევროპისთვისაც და ევროკავშირის მოქმედი ერთიანი ეკონომიკური პოლიტიკა, სიღარიბის დაძლევისა და დასაქმების დონის ამაღლების საქმეში, მიმართულია არა მსხვილი საწარმოებისაკენ, არამედ საშუალო და მცირე მეწარმეებისადმი. საქართველოს, ისევე როგორც ყველა სხვა ქვეყანას გლობალიზაცია უქმნის კონკურენციის უაღრესად მნიშვნელოვან პირობებს. კონკურენტული ბრძოლა მძაფრდება და ქვეყნები იძულებულნი ხდებიან დამორჩილდნენ მსოფლიო ბაზრის რეალობებს. ამ

თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია მცირე საწარმოთა სახელმწიფოებრივი ხელშეწყობა“ (იაკობიძე 2010: 32).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის რეალიზაციისათვის აუცილებელია როგორც გარე პირობების უზრუნველყოფა, ისე ზემოქმედება შიდა პრობლემებზეც. მცირე ბიზნესის ძირითად შიდა პრობლემას წარმოადგენს არაეფექტური მენეჯმენტი. მაგალითად, აშშ-ში ყოველწლიურად 600 ათასი ახალი საწარმო იწყებს საქმიანობას, მაგრამ მათგან მხოლოდ ნახევარი აღწევს 18 თვის ასაკს, 10 წელს კი – ხუთიდან ერთი. სპეციალისტთა დაკვირვებით მილიონობით ფირმის საქმიანობაში ერთი და იგივეა წარუმატებლობის მიზეზები: კერძოდ, გააკორტების შემთხვევაში 44% გამოწვეულია არაკომპეტენტურობით, 17% – სამმართ-

ველო გამოცდილების უქონლობით, რაშიც იგულისხმება საქმის დაწყებამდე მუშაკებისა და სხვა რესურსების მართვის მცირე გამოცდილება ან საერთოდ უქონლობა, 16% – გამოცდილების დაუბალანსებლობით, მარკეტინგის, ფინანსების, მომარაგებისა და წარმოების სფეროში გამოცდილების უქონლობით, 2% – გამოწვეულია სხვა მიზეზებით (სიროპოლისი 1996:28). ყოველივე ეს იმაზე მეტყველებს, რომ საკუთრი საქმის დაწყებამდე აუცილებელია პიროვნული და საქმიანი თვისებების გადაუჭარბებლად და ობიექტურად თვითშეფასება და ბიზნესში ჩართვაზე გადაწყვეტილების მიღება.

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

ნებისმიერი ბიზნესი გულისხმობს წარმოების, მარკეტინგის, ფინანსებისა და პერსონალის მართვას. მსხვილ კომპანიებში მართვის ფუნქციები დელეგირებულია სხვადასხვა დონეებს შორის, ხოლო მცირე საწარმოში პასუხისმგებლობას საკუთარ თავზე იღებს მეწარმე, რადგან მხოლოდ მან იცის მართვის ყველა სფეროში თავისი უპირატესობების შესახებ. ყოველი ასეთი უპირატესობა საბოლოო ჯამში საშუალებას იძლევა გაზარდოს სხვაობა ამონაგებსა და დანახარჯებს შორის პროდუქციის ერთეულზე, ასევე საშუალებას იძლევა მცირე ბიზნესი გახდეს ეფექტიანი საქმიანობის მცირე მასშტაბებისას. ამიტომაც მეწარმის მიერ უნდა იქნეს განხილული მართვის ყველა სფეროს უპირატესობები ტიპიურ მომენტებში.

წარმოების პროცესის განსახორციელებლად საჭიროა მოწყობილობები, ნედლეული და სათანადო სპეციალისტები. ყველა მეწარმეს არა აქვს საშუალება შეიძინოს ახალი დანადგარები და ავერ იძენს იაფად მაკომპლექტებელ ნაწილებს. მაგრამ საქმის შინაარსიანად და გულდასმით გაძღოლისას შესაძლებელია ძველი მოწყობილობები და ტრადიციული ნედლეული გახდეს უპირატესობა. ამასთან აუცილებელია საწარმოო პროცესის ყოველი მომდევნო ელემენტის განხილვა, რათა გამოვლინდეს საკუთარი ბიზნესის რეალური და პოტენციური უპირატესობები. იდეალურ შემთხვევად შეიძლება ჩაითვალოს წარმოება, რომელიც ეფუძნება “ნოუ-ჰაუს”, სპეციალურ მოწყობილობებს, სიახლეებსა და დამკვეთის

მასალების გამოყენებას. მაგრამ ამასთან შესაძლებელია გაიზარდოს ხარჯები მარკეტინგზე, რომელსაც მეწარმეები დამოუკიდებლად ეწევიან.

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

ცხრ. 3.1.1. დასაქმების სააგენტოს მარკეტინგული სტრატეგია

ბაზრის სეგმენტი	პროდუქტი	ფასი	გასაღების არხები	სტიმულები
ბათუმში მცხოვრები უმუშევრები	დასაქმება	სააგენტოს მიერ დასაქმებულთა წლიური შემოსავლის 15 %	რეკლამა და დასაქმებულები	დასაქმებაზე მზარდი მოთხოვნა.

დღეისათვის გამძაფრებული კონკურენციის პირობებში საწარმოს წარმატება-წარუმატებლობა დიდად არის დამოკიდებული მარკეტინგულ კვლევათა ხარისხზე. მეტად მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ასეთი კვლევების ჩატარება არა მხოლოდ საწარმოს ფუნქციონირების დაწყებამდე, არამედ მუშაობის პერიოდშიც, ამისათვის კი აუცილებელია ბაზრის შესწავლის მეთოდების ფლობა. “ბაზრის შესწავლა მოსაზრებების ნაცვლად ფაქტებზე დაყრდნობის საშუალებას იძლევა, რაც დიდად ამცირებს ბაზრის ცვლილებებთან დაკავშირებულ რისკებს” (შურღაია 2010:263).

მხედველობაში მისაღებია ისიც, რომ მცირე ბიზნესის ცალკეულ სუბიექტებს არ ძალუძთ მუდმივად ჰყავდეთ დასაქმებული მარკეტინგის სპეციალისტი. ამიტომ ბაზრის გამოკვლევასაც თვითონ უნდა ახდენდეს, რისთვისაც შესაძლებელია სტატისტიკური ინფორმაციის გამოყენება, რომელსაც იღებენ და ავრცელებენ სავაჭრო პალატები, სავაჭრო-სამრეწველო ასოციაციები, სხვა უწყებები. ბაზრების შესახებ მოპოვებული “თითოეული წყარო შეიძლება უმნიშვნელო იყოს ცალკე-ცალკე, მაგრამ ერთად თავმოყრისა და განზოგადებისას, ისინი ძვირფას ინფორმაციას წარმოადგენენ საკვლევი ბაზრის შესასწავლად” (შურღაია 2010:264).

მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებისას ყურადღება უნდა გამახვილდეს მცირე მეწარმის მთავარ ამოცანაზე, რაც მდგომარეობს ეფექტიანობის ამაღლებისათვის მარკეტინგული უპირატესობების გამოყენებაში. ამ თვალსაზრისით დიდი ყურადღება უნდა გამახვილდეს ისეთ მომენტებზე, როგორცაა შესაბამისი

გადახდისუნარიანი კლიენტურის შერჩევა, მათთვის სრული და ხარისხიანი მომსახურების და პროდუქციის შეთავაზება. მომხმარებლის მოსაზიდად შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას სპეციალური ფასდაკლებები, განვადებები, გადახდის ფორმები და ვადები. მცირე ბიზნესში ძირითად გამანაწილებელ არხს წარმოადგენს მეწარმის პირდაპირი კონტაქტი პოტენციურ მომხმარებელთან. ამ უპირატესობათა ეფექტის გაზრდა შესაძლებელია იმის ხარჯზე, რომ კლიენტები თვითონ გაავრცელებენ ინფორმაციას საქონლისა და მომსახურების დადებითი მახასიათებლების შესახებ, რაც სტიმულს აძლევს არა მხოლოდ გასაღების ზრდას, არამედ სარეკლამო ხარჯების დაზოგვასაც მოახდენს.

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

ფინანსური უპირატესობები დაკავშირებულია შემდეგი თანაფარდობების სწორად შერჩევაზე:

- ძირითადი და საბრუნავი კაპიტალის;
- საკუთარი და ნასესხები საშუალებების;
- რეალიზაციიდან ამონაგებისა და მუდმივი და ცვალებადი დანახარჯების;
- დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებების შესაძლო ზომების;
- ბიზნესის განვითარებასა და მიმდინარე მომსახურებაზე დანახარჯების

სიდიდის.

ასევე მნიშვნელოვანია პერსონალთან დაკავშირებული უპირატესობები:

- მართვის არავრცელი აპარატი;
- თანამშრომელთა ურთიერთშენაცვლების მაღალი დონე.

შეზღუდული რესურსები მცირე ბიზნესს აიძულებს მოიზიდოს საუკეთესო სპეციალისტები. მაშინაც კი თუ ასეთი სპეციალისტების ნაკლებობაა მეწარმე დაიქირავებს მას, ვისაც შეუძლია საწარმოს სიახლეების სწრაფად გათავისება.

ამრიგად, სტრატეგიის ჩამოყალიბებისას მნიშვნელოვანია საკუთარი უპირატესობების შერჩევა, მათი შეფასება გრძელვადიან პერსპექტივაში, კონკრეტულ სიტუაციებში მცირე საწარმოთა მუშაობისათვის მართვის სხვა სფეროების უპირატესობების კომბინირება.

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

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

ცხრილი 3.1.2. უპირატესობათა SWOT ანალიზი დასაქმების სააგენტოს მაგალითზე.

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები	შესაძლებლობები	საფრთხეები
წარმოება			
კლიენტის მოთხოვნაზე ინდივიდუალური მომსახურება	ნაკლები გამოცდილება	მოსახლეობის დასაქმების დონის ზრდა	მზავსი სააგენტოების წარმოქმნა
ფინანსები			
საკუთარი სახსრების მნიშვნელოვანი წილის ფლობა	საბანკო კრედიტზე საპროცენტო გადასახადი	დასაქმებულებიდან შემოსავლის მიღება	კრედიტებზე საპროცენტო განაკვეთის ზრდა
მარკეტინგი			
სამუშაოს მაძიებელთა მონაცემთა ბაზის ფლობა. სამომხმარებლო ბაზრის კარგად ცოდნა	სოციალური მოუძიებლობა	სააგენტოს მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდა, მომხმარებელთა მოზიდვა.	კონკურენტის უკეთესი მარკეტინგული სტრატეგია
პერსონალი			
პერსონალის საერთო მიზნისათვის ბრძოლა. ერთმონაზროვნეთა ჯგუფი	დაბალი კვალიფიკაცია	უკეთესი შედეგების მიღწევის შესაძლებლობა. სიახლეების სწრაფად გათავისება.	დამსაქმებელთან საქმიანი და პირადი კავშირების სიმცირე.

შენიშვნა: ცხრილი შედგენილია ჩვენს მიერ.

ამრიგად, ბიზნესის წარმატება დამოკიდებულია იმაზე თუ როგორ ესმის საკუთარი საქმე მეწარმეს. სამეწარმეო უნარი ესაა რესურსი, რომელსაც ყველა ადამიანი ვერ ფლობს. “თანამედროვე სამეცნიერო გამოკვლევების მიხედვით გამორჩეული მეწარმეობრივი უნართა დაჯილდოებულია მოსახლეობის მხოლოდ 1%. რაც მათ საშუალებას აძლევს ასევე განსაკუთრებულ შედეგებს მიაღწიონ 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” (მელია 2005:329). ამ უნარის რეალიზაციისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პირობებს, რომელსაც ქმნის სახელმწიფო შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკით, სადაც გადამწყვეტია ჯანსაღი კონკურენციის დაცვა. მეწარმეობის განვითარება უნდა იქცეს ჩვენი ეროვნული წინსვლის ერთ-ერთ იდეად. სწორედ ასეთი იდეოლოგია გახდა მე-19 საუკუნის აშშ-ში უმძლავრესი სახელმწიფოს აშენების საფუძველი, რომელსაც ახლა არანაკლები წარმატებით ადგას ჩინეთი.

სამეწარმეო სულისკვეთების აღზრდის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია მასიური და სწორი პიარი მეწარმეობის მხარდასაჭერად. აუცილებელია მოსახლეობაში სამეწარმეო საქმიანობის პრესტიჟის ამაღლება და ბიზნესში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის ჩართვა. ვფიქრობთ, რომ ამ მხრივ დიდი როლის შესრულება შეუძლიათ მედია საშუალებებს. სატელევიზიო გადაცემებისა და ჟურნალ-გაზეთების მეშვეობით მოსახლეობის წახალისება სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების მიმართულებით. მუდმივად უნდა იყოს შეხვედრები მეწარმეებთან, ასახულ უნდა იქნეს მათი წარმატებები, მოსახლეობა ნათლად უნდა ხედავდეს სახელმწიფოს მხარდაჭერას ამ მიმართულებით და მოიაზრებდეს მას პარტნიორად. ამგვარად შესაძლებელი გახდება მოსახლეობაში ბიზნესის დაწყებისას წარუმატებლობის შიში. ამ და სხვა შესაძლო მეთოდებით გაიზრდება მეწარმეთა რიცხვი. ექსპერტული შეფასებებით “ხელშემწყობ სახელმწიფო პოლიტიკას შეუძლია 20-30%-ით გაზარდოს მოსახლეობის სამეწარმეო პოტენციალი” (როსტიაშვილი 2010:91).

საზღვარგარეთის ქვეყნებში დამკვიდრებულია სამეწარმეო უნარის ამაღლებისათვის სახელმწიფოს მხრიდან მხარდამჭერი ღონისძიებების გატარების ტრადიცია. ასეთია მაგალითად მმართველობითი დახმარების პროგრამები, რომლებიც მიმართულია საქმიანი აქტიურობის გაზრდისაკენ, მეწარმეთა მმართველობითი

კვალიფიკაციის ამაღლებსაკენ, სიძნელეებთან გამკლავებისათვის მზა-დყოფნი-საკენ.

დღეისათვის აშშ-ში არის დაწესებულიებათა დიდი რაოდენობა, რომლებიც მეწარმეებს უწევს საკონსულტაციო და სხვა მმართველობით დახმარებებს უფასო-ოდ ან ნაწილობრივი თანხობრივი თანამონაწილეობით. ეს არის მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია, ვაჭრობის სამინისტრო, საგადასახადო სამსახური, ადგილობრი-ვი ხელისუფლება, უნივერსიტეტები და სხვა სასწავლო დაწესებულებები, მცირე ბიზნესის განვითარების ცენტრები, ადგილობრივი განვითარების კორპორაცია, სხვადასხვა კერძო ორგანიზაციები.

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს აშშ-ში ფართოდ გამოყენებული სპეცია-ლური პროგრამები მმართველობითი მომზადებისათვის და კონსულტირებისათ-ვის შეღავათიანი პირობებით, რომლებიც ეფუძნება გამოცდილი მმართველებისა და მეწარმეების უსასყიდლო მონაწილეობას. ასეთ პირობებში მოქმედებს მმართ-ველ პენსიონერთა საზოგადოება და მოქმედ მმართველთა საზოგადოება, რომ-ლებშიც მუშაობს 12 ათასი კონსულტანტი ქვეყნის 400 პუნქტში.

ამ მიზნით გატარებულ სახელმწიფო პოლიტიკაში მცირე მეწარმეობის გან-ვითარებისათვის ადგილებზე დიდ როლს თამაშობენ მცირე ბიზნესის განვითარ-ების ცენტრები. ისინი ახორციელებენ საკონსულტაციო საქმიანობას მართვის, დაგეგმვის, მიღებულ გადაწყვეტილებათა რეალიზაციაში, ასევე კრედიტის გაფო-რმებაში, პერსონალის სწავლება-მომზადებაში, ტექნოლოგიების შემუშავება-გა-დაცემაში.

კანადაში მრეწველობის, მეცნიერებისა და ტექნოლოგიის სმინისტრო და მი-სი რეგიონალური განყოფილებები, ასევე სხვა სამინისტროები და უწყებებიც სთავაზობენ მომსახურებას მმართველობით მხარდაჭერაში (საინფორმაციო, ტექ-ნიკური, მარკეტინგული). საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრები მეწარმეებს აწვდი-ან საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურებას. დასაქმების ცენტრები მცირე ფირმებს ეხმარებიან მომუშავეთა არჩევაში, კადრების დაგეგმვაში, სოცი-ალურ დახმავებაში, აწყობენ სემინარებს. აღნიშნული სამინისტროების რეგიონა-ლური განყოფილებები იძლევიან შესაძლებლობებს ეროვნული და საერთაშორი-სო საინფორმაციო ქსელებით სარგებლობისათვის, უზრუნველყოფენ პატენტების, საავტორო უფლებების, სავაჭრო მარკებისა და ნაკეთობათა კონსტრუირების სა-კითხებთან დაკავშირებული ინფორმაციის მიწოდებას.

წამყვან იაპონურ ორგანიზაციას, რომელიც ახორციელებს მმართველობით და ტექნიკურ დახმარებას მცირე მეწარმეებზე, ასევე სპეციალისტ-კონსულტანტე-

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

დიდ ბრიტანეთში მცირე საწარმოთათვის კადრების მომზადებას ორგანიზებას უკეთებს სამუშაო ძალის კომისია. ადგილობრივ დონეზე სასწავლო დაწესებულებებისათვის რიგი პროგრამებისა ხორციელდება სავაჭრო-სამრეწველო პალატების და მცირე ბიზნესის ასოციაციის მიერ. საკონსულტაციო მომსახურება ხორციელდება ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების მიერ.

კლასიკური საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე მეწარმეობა წარმოადგენს დინამიურობის, გახსნილობის სიმბოლოს, ყველა სოციალური ჯგუფისა და მოსახლეობის ფენების თანაბარ შანსს კეთილდღეობისათვის ბრძოლაში.

საქართველოში მცირე ბიზნესის მნიშვნელოვანი ფუნქციაა საბაზრო ურთიერთობათა ჩამოყალიბების დაჩქარება.

ცალკეული ეკონომისტები და მეწარმეები ამტკიცებენ, რომ თავისუფალი საბაზრო ურთიერთობების მხარდაჭერა გამოიხატება მათთვის ხელის არ შეშლაში, თუმცა ჩვენს ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური მოვლენებიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ სახელმწიფოს მიზანმიმართული მხარდაჭერის გარეშე შეუძლებელია მეწარმეობის აღორძინება. სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესის რეგულირება არ გულისხმობს ადმინისტრაციულ იძულებას, თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობის შეზღუდვას მეწარმეებისათვის. მისი აზრი იმაში მდგომარეობს, რომ სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს განვითარების ინიცირება, სტიმულირება და მხარდაჭერა იმ დარგებში, სადაც წარმოიშვა ან მოსალოდნელია დისპროპორციები.

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

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

ამ თვალსაზრისით მიზანშეწონილად მიგვაჩნია საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სახელმწიფო სტრატეგიის ფარგლებში შეიქმნას სტრატეგიული მიმართულება “მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებისა და მხარდაჭერის” სახით.

როგორც ემპირიული დაკვირვებები ცხადყოფენ, დღეს საქართველოში ბიზნეს-ერთეულებს არა აქვთ ბაზარზე შესვლის პრობლემები. მიუხედავად ამისა, მცირე ბიზნესის წილი ღირებულებათა შექმნის ჯაჭვში კვლავ უმნიშვნელოა ბიზნესის შემზღვეველი მრავალი ფაქტორის გამო, რომლებმაც ვერ შეუწყვეს ხელი და შეზღუდეს პროდუქციისა და მომსახურების განვითარება. ე.წ. “რადიკალურად ლიბერალური” ეკონომიკის პრინციპების განხორციელება, რომლის თანახმადაც, ეკონომიკის ყველა სექტორი იმართება მხოლოდ თავისუფალი საბაზრო კანონების თანახმად და სახელმწიფო არც ერთ სექტორს არ ანიჭებს პრიორიტეტს, ეფექტური არ გამოდგა. მაგალითად, 2003-2008 წლების სტატისტიკას თუ გადავხედავთ მცირე და საშუალო ბიზნესის ზრდა რეცესიულ მდგომარეობაში აღმოჩნდა. 2003 წელს ამ საწარმოებში დასაქმებული იყო მომუშავეთა 50,6% და მთლიან გამოშვებაში მათი ერთობლივი წილი 20,1%-ს შეადგენდა, შემდგომ პერიოდში იგი შემცირდა და 2008 წელს მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებული აღმოჩნდა მომუშავეთა 40,1% და მათი ერთობლივი შემოსავალი კი გაუტოლდა 17,3%-ს.

ამდენად მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის გაძლიერება სახელმწიფოს მხრიდან ეკონომიკური პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი ნაწილი უნდა იყოს, რისი განხორციელებაც მცირე ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირებითაა შესაძლებელი, განსაკუთრებით კი მაკროეკონომიკური რეგულირებით. სისტემატური, მიზანმიმართული მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს საკანონმდებლო ბაზის მუდმივი სრულყოფის მიმართულებით, მცირე ეკონომიკის პრიორიტეტულ, საზოგადოებრივი და სოციალური თვალსაზრისით ეფექტიან მიმართულებათა განვითარების ყოველმხრივი სტიმულირებისათვის. ეს სავსებით ბუნებრივიცაა, ვინაიდან საბაზრო ურთიერთობათა ფორმირების გზაზე და გლობალიზაციის მოთხოვნებიდ-

ან გამომდინარე მუდმივად წარმოიშობა ახალ-ახალი პრობლემები, რომელთა მოწესრიგება მნიშვნელოვანია.

მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანაში მცირე ბიზნესის სფეროში გარკვეული სამართლებრივი ბაზა შეიქმნა, დამატებით შესამუშავებელია საკანონმდებლო გადაწყვეტილებათა პაკეტი, რომლითაც უფრო მკაფიოდ უნდა განისაზღვროს მცირე მეწარმეობის რაობა, ადგილი და როლი ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში. მიგვაჩნია, რომ კანონმდებლობით უნდა დადგინდეს მცირე მეწარმეობის ცალკეულ მიმართულებათა უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერის ფორმები, განხორციელდეს ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების, რეგიონებისა და მოსახლეობის ცალკეული ფენების მიხედვით დიფერენცირებული ლიბერალური საგადასახადო, საბაჟო, საინვესტიციო პოლიტიკა და სხვა.

უნდა აღინიშნოს, რომ ხარვეზებს არ არის მოკლებული საქართველოს საგადასახადო კოდექსში შეტანილი ცვლილებები მიკრო და მცირე ბიზნესის მხარდასაჭერად. სტატისტიკური მონაცემების სრულყოფის თვალსაზრისით ის მართლაც მნიშვნელოვანია, რადგან აქამდე არ გვქონდა საქართველოში ე.წ. “თვითდასაქმებულთა” შესახებ ზუსტი რაოდენობრივი ინფორმაცია, ეხლა კი მიკრობიზნესის შესაბამისი სტატუსის საქმიანობით დაკავებული ადამიანები თუკი მოისურვებენ ოფიციალურად დარეგისტრირებას, ამ სექტორზეც გვექნება გარკვეული ხარისხობრივი და რაოდენობრივი წარმოდგენა. სხვა მხრივ კი ჯერჯერობით შეუსაბამობაა „საქართველოს საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“ კანონში მოცემულ საწარმოთა მცირე მეწარმეობისადმი მიკუთვნების წესსა და ახალი კანონმდებლობით მიღებულ იმავე წესს შორის. თუმცაღა ორივე კანონი ფუნქციონირებს.

ვფიქრობთ, გათვალისწინებას საჭიროებს მცირე ბიზნესისადმი საწარმოთა მიკუთვნების პარამეტრები. მიზანშეწონილი იქნებოდა მუშაკთა რიცხოვნობისა და საწარმოს წლიური ბრუნვის ნორმატივები დაგვერეგულირებინა დარგების მიხედვით. მაგალითად მატერიალური წარმოების დარგებისათვის მუშაკთა რიცხოვნობა გაგვეზარდა 50 კაცამდე, ხოლო წლიური ბრუნვა 1 მლნ ლარამდე; ვაჭრობაში კი შესაძლებელია მცირე ბიზნესის წარმოდგენა 10-მდე დასაქმებულითა და 500 ათას ლარამდე ბრუნვით.

დღეისათვის ჩვენში მიღებული პარამეტრები არ შეესაბამება განვითარებული ქვეყნების სტანდარტებს, უფრო მეტად შესაბამისობაშია მიკრო ბიზნესის სტანდარტებთან.

ჩვენში მიღებული საშეღავათო წესებიც არ არის მიმართული ბიზნესის გაფართოების წახალისებისაკენ. საქართველოში საწარმოს დაფუძნების თვალსაზ-

რისით გათვალისწინებული მხოლოდ იურიდიული შედეგათები ვერ უზრუნველყოფს მცირე ბიზნესის წარმატებულ საქმიანობას. ქართულ მცირე მეწარმეობას სჭირდება გარკვეული პერიოდის განმავლობაში სახელმწიფომ გადაახდევინოს მხოლოდ ფიქსირებული გადასახადი, რომლის შემთხვევაში მთავრობა ვერ ჩაერევა და ვერც გააკონტროლებს საწარმოს საბუღალტრო საქმიანობას. ეს განაპირობებს მის სტაბილურ განვითარებას და ხელს შეუწყობს ინვესტიციების მოზიდვას. ასევე შესაძლებელია საქმიანობის განსაზღვრულ სახეებში გამოყენებულ იქნას ერთიანი გადასახადი პოტენციურად შესაძლებელ შემოსავალზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენს ქვეყანაში არ არის პრიორიტეტული მცირე ბიზნესი და უპირატესობა ენიჭებათ მსხვილ საწარმოებს, რამაც მიგვიყვანა წარმოების მონოპოლიზაციამდე. მწვავედ დგას კონკურენციის პრობლემა. კანონმდებლობა ამ მხრივაც დასახვეწია. მხედველობაში გვაქვს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შემოღების საჭიროება, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის კონკურენციულ საწყისებს და გაუადვილებს მცირე საწარმოებს ბაზარზე დამკვიდრების საკითხს. ექსპერტების აზრით საქართველოში თითქმის ყველა სფეროში არის ფარული მონოპოლიები და ოლიგოპოლიები. ზოგადად ანტიმონოპოლიურ კანონს შეეძლება კომპანიათა წილის დარეგულირება სამომხმარებლო ბაზარზე, რათა მათ ვერ შეძლონ “ბაზრის მართვა” და “ფასების კონტროლი”. დღეისათვის კითხვისუფალ კონკურენციაზე საუბარი შეუძლებელია, ამას ადასტურებს მცირე ბიზნესის ყოველწლიურად კლებადი და შეზღუდული წილი პროდუქციის გამოშვებაში.

მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისას განსაკუთრებული უპირატესობა უნდა მიენიჭოს მცირე ბიზნესის ინოვაციურ ხელშეწყობას, რაც მოითხოვს მეცნიერულ-ტექნიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას, ისეთი ბიზნეს-სუბიექტების მხარდაჭერას რომლებიც ორიენტირებული არიან ინოვაციებზე და მაღალ ტექნოლოგიებზე.

ინოვაციური ბიზნესი მსოფლიო განვითარების მთავარი ძალაა, რაც მთელს მსოფლიოში მის პრიორიტეტულობას განაპირობებს. დღეისათვის ევროკავშირში სამეცნიერო კვლევებზე იხარჯება მშპ-ის 2%, აშშ-ში-2,65%, იაპონიაში-3,1%. (ვაშაკიძე 2009: 2)

ინოვაციური სტრატეგია მჭიდროდ უკავშირდება მცირე ბიზნესს. როგორც მსოფლიო გამოცდილება გვიჩვენებს მცირე მეწარმეობა არის საკმაოდ ეფექტიანი და დინამიურად განვითარებადი სექტორი, რომელიც ხშირად თავის საქმიანობას ახორციელებს სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სფე-

როში. თანამედროვე პირობებში ინოვაციური გარემოს წარმოდგენა შეუძლებელია მცირე საწარმოთა გარეშე, ის თავისი ბუნებით ინოვაციურია. ჯერ ერთი, მცირე მეწარმეობა გამოდის ისეთი ინსტიტუციონალური სტრუქტურის სახით, რომელიც უზრუნველყოფს ეკონომიკურ სისტემაში დინამიზმს, განაპირობებს გამოკვლევათა სწრაფ კომერციალიზაციას, ასევე ადაპტაციას საქმიანობის ყველა სფეროში, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ინოვაციური განვითარების ტემპების დაჩქარებაზე. მეორედაც, თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების წყალობით, რომლებიც არსებითად ცვლიან სხვადასხვა სტრუქტურათა ფუნქციონირების მოდელს, სწრაფად უზრუნველყოფა მცირე საწარმოთა გადასვლა საქმიანობის ახალ სახეებზე და იზრდება მცირე მეწარმეობის საქონლისა და მომსახურების წილი მსოფლიო ბაზარზე. გარდა ამისა საინფორმაციო ტექნოლოგიები ქმნიან პირობებს წარმოების დანახარჯთა შემცირებისათვის და ამადლებენ მცირე საწარმოთა კონკურენტუნარიანობას.

მცირე საინოვაციო სფეროებს შეიძლება მივაკუთვნოთ:

– ვენჩურული ორგანიზაციები. ეს არის მცირე ტექნოლოგიური ორგანიზაციები, რომლებიც ახორციელებენ სარისკო პროექტებს. მათ დასაფინანსებლად იქმნება სპეციალური ვენჩურული ფონდები. განვითარების საბაზო კონცეფციას კი წარმოადგენს “იდეა-ინოვაცია-ინვესტიციები-ინოვაციური პროდუქციის საცდელი პარტიის დამზადება-ბაზარზე ნიშის მოპოვება” – ჯაჭვის რეალიზაცია. ვენჩურული ბიზნესი წარმოედგენს ბაზას თანამედროვე ქვეყნების, პოსტინდუსტრიული ეკონომიკისა და ცოდნის ეკონომიკის განვითარებისათვის;

– მცირე ინოვაციური ორგანიზაციები, რომლებიც ახორციელებენ პროექტებს ან უშვებენ ინოვაციურ პროდუქციას. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ქვეყნების ინოვაციურად აქტიურ ორგანიზაციათა წილი შეადგენს 20-80%-მდე. ეს გამოწვეულია გლობალიზაციის მოთხოვნებით, თავისუფალი კონკურენციის პირობებში მხოლოდ ის გადარჩება, ვინც ფლობს კონკურენტულ უპირატესობას. ინოვაციურ ორგანიზაციათა საინვესტიციო სტრატეგიაა ინვესტიციათა ძირითადი ნაწილის დაბანდება პერსპექტიულ ინოვაციურ პროდუქტებში, რომლებიც დაცული იქნება პატენტით, გამოგონების მოწმობით და ა.შ.

მე-20 საუკუნის ბოლო მეოთხედიდან მსოფლიოსათვის დამახასიათებელი გახდა სამეცნიერო კვლევების კომერციალიზაციის მექანიზმების შემუშავება. ეროვნულმა და რეგიონულმა მთავრობებმა დაიწყეს მცირე ინოვაციური საწარმოების საწყისი განვითარების ხელშესაწყობად ბიზნეს-ინკუბატორების ჩამოყალიბება და ფინანსირება. ინკუბაციის ერთ-ერთ მექანიზმად შეიძლება მივ-

ინნიოთ სამეცნიერო-ტექნიკურ სფეროში მცირე ინოვაციური საწარმოების გამოყოფა კვლევითი ლაბორატორიებიდან იმ შემთხვევაში, როდესაც კვლევის შედეგი საგრძნობ კომერციულ პოტენციალს შეიცავს. მან პირველ რიგში უმაღლესი სკოლის ორგანიზაციებთან დაიღო ადგილი.

საქართველოს ინტელექტუალური პოტენციალის დიდი რესურსი აქვს. “სამეცნიერო სფეროში მცირე საწარმოთა შექმნა ხელს შეუწყობს ჩვენი ინტელიგენციის დასაქმებასა და მათი ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას” (ქადაგიშვილი 2010: 73). ინფორმაცია იმის შესახებ თუ როგორია სამეცნიერო საწარმოთა წილი მცირე ბიზნესში საქართველოში არ ქვეყნდება. კლასიფიკატორშიც არ არის მოცემული ცალკე სამეცნიერო საწარმოები, ამიტომაც საქართველოში მათი განვითარების შესახებ ანალიზის გაკეთება შეუძლებელია. ფაქტიურად მცირე ბიზნესის მაღალტექნოლოგიური და ინოვაციური მიმართულებების განვითარება თავიდან არის დასაწყები. აქ კი კვლავ სახელმწიფოს როლთან მივდივართ. “ჯერ უნდა დაფინანსდეს მეცნიერული იდეები და შემდეგ ამ იდეების კომერციალიზაცია” (ქადაგიშვილი 2010: 73).

მცირე ინოვაციური ბიზნესის ფაქტიურად განუვითარებლობის მიზეზები მრავლადაა. ჯერ ერთი არ არის კონკრეტული სამართლებრივი საფუძველი ინოვაციური საქმიანობისათვის. სათანადოდ არ არის შეფასებული ინოვაციურ საწარმოთა პოტენციალი. ინოვაციები მცირე ბიზნესში ჯერ-ჯერობით არ არის მოთხოვნადი, რაც აიხსნება მეწარმეთა მოტივაციის არ არსებობით, ამ სფეროში მოგების გარანტიების არ არსებობით. ინოვაციური საქმიანობის განვითარებისათვის იგრძნობა გამოცდილ სპეციალისტთა უკმარისობა, განსაკუთრებით კარგი მენეჯერებისა, რომელთაც შეეძლება ბაზარზე საქონლის დამკვიდრება. მცირე ინოვაციური ბიზნესი მოითხოვს არსებითი ფინანსური სახსრების დაბანდებას, რაც მეწარმეებს უბრალოდ არა აქვთ. ხოლო სავაჭრო, საბანკო და სადაზღვევო სექტორებში აკუმულირებული კაპიტალი არ შედის საწარმოო და ინოვაციურ სფეროში. გარდა ამისა არასტაბილური ეკონომიკური სიტუაცია სრულებითაც საკმარისია ინოვაციური საქმიანობის დამუხრუჭებისათვის.

ინოვაციურ სფეროში არ არსებობს კონკურენცია, რაც იმას ნიშნავს, რომ იგი არ ვითარდება. “არ ემთხვევა ახალი ტექნიკის, ტექნოლოგიის, პროდუქციის მწარმოებლებისა და მომხმარებლების ინტერესები. ამ უკანასკნელთა მიერ ორიენტაცია აღებულია უცხოურ მეცნიერებატევად ნაწარმზე, სამამულო წარმოება კი სათანადოდ არ ებმება კონკურენციულ ბრძოლაში. არადა მრავალი სიახლე არსებობს, რომლებიც დაკონსერვებულია სამეცნიერო კვლევით ორგანიზაციებსა

და საკონსტრუქტორო ბიუროებში. ამის გამო ჩვენი სამეცნიერო პოტენციალის დიდი ნაწილი იძულებულია თავი დაანებოს კვლევით სამუშაოებს და თავის გადარჩენის მიზნით იძულებით გადადის ვაჭრობის – დასაქმების ამ ერთადერთ სფეროში” (აბრალავა 2008:68).

საქართველოში არ არის ინოვაციური განვითარების მკვეთრად განსაზღვრული სტრატეგია, რის გამოც ბიზნეს-სფეროს უმრავლეს დარგებში ძალზედ დაბალია ინოვაციური აქტივობის დონე. არ არის განვითარებული ინოვაციური ინფრასტრუქტურა. მიუხედავად იმისა, რომ მოიძებნება კერძო ფირმები, რომლებიც იყენებენ თანამედროვე კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს, ასევე ახლად იკიდებენ ფეხს ბიზნეს-ინკუბატორები, მაინც არ არის განვითარებული ინოვაციური სტრუქტურა, რის გამოც ფერხდება ტრადიციულ და პოტენციურ დარგთა აღორძინება. არ არის კავშირურთიერთობა უნივერსიტეტებს, სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტებსა და საწარმოებს შორის ინოვაციის და ინოვაციურ-დანერგვითი საქმიანობის განხორციელების მიზნით. სამართლიანად აღნიშნავს პროფესორი ა. აბრალავა, რომ “ჩვენს ქვეყანას ჯერ კიდევ საკმარისი ინტელექტუალური პოტენციალი გააჩნია, მაგრამ ინოვაციური პროექტების იმ მენეჯერთა გარეშე, რომლებიც ერთმანეთთან დააკავშირებენ მკვლევართა გუნდს, სარისკო კაპიტალის ფინანსისტებსა და მწარმოებლებს, აქ ჩატარებულ კვლევა-დამუშავებათა შედეგებს გამოყენების პერსპექტივა არ გაუჩნდება. ამასთან გრძელდება სამეცნიერო დაწესებულებათა და მეცნიერ მუშაკთა რაოდენობის კლების ტენდენცია. მართო 2002 წლის შემდეგ ეს დაწესებულებები 17%-ით, შესაბამისი კადრების რაოდენობა კი 43%-ით შემცირდა. ეს ფაქტიც გახდა იმის ერთ-ერთი მიზეზი, რომ ინოვაციურობისა და კონკურენტუნარიანობის ინდექსით საქართველო 2006-2007 წლებში 83-ე ადგილს იკავებდა შესწავლილ 131 ქვეყანას შორის, მომდევნო პერიოდში – 90-ეს, მარტო ინოვაციურობით კი – 110-ეს” (აბრალავა 2010:42).

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

ამდენად, საქართველოსათვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს პრიორიტეტს წარმოადგენს სახელმწიფოს ინოვაციური სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც უნდა აისახოს ინოვაციური განვითარების სახელმწიფო მიზნობრივ პროგრამებში. ასეთი პროგრამები ამა თუ იმ ფორმით არსებობენ განვითარებულ და განვითარებ-

ად ქვეყნებში, რომელთა გამოყენების ეფექტიანობას წრმოადგენს იაპონიის გამოცდილება. ვინაიდან იაპონიაში განლაგებულია საკუთარი ბუნებრივი რესურსების მინიმუმი, ქვეყნის მთავრობას სამეცნიერო-ტექნიკური პოლიტიკა მიაჩნია ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებისა და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების აუცილებელ საშუალებად. იაპონიის მთავრობა გამოყოფს სუბსიდიებს მცირე მეწარმე სუბიექტებისათვის განვითარების ყველა ეტაპზე, თუკი ისინი აქტიურ მონაწილეობას ღებულობენ მეცნიერებატევად და მაღალტექნოლოგიური მრეწველობის განვითარებაში. სახელმწიფო მათთვის გამოყოფს სესხებს, სთავაზობს თავდებობას კრედიტის აღებისას და სხვა საკრედიტო გარანტიებს. ასეთი პოლიტიკის ძირითად მიზანს წარმოადგენს:

- მეცნიერებატევადი დარგების საწარმოთა წარმოების სრულყოფა და მოდერნიზაცია;
- სამეცნიერო დაწესებულებებთან ერთად შემუშავებული ტექნოლოგიების დანერგვა;
- პროდუქციის ახალი სახეობების შემუშავება და დანერგვა.

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

ჩინეთში კი მცირე მეწარმეობას შეიძლება ვუწოდოთ ქვეყნის სამეცნიერო ძრავი, რომლის მეშვეობითაც მცირე საწარმოები აწარმოებენ ინოვაციური პროდუქციისა და ტექნიკური გამოგონებების უდიდეს რაოდენობას. ექსპორტისათვის

განკუთვნილი წარმოებული პროდუქციის დიდი ნაწილი სწორედ მცირე საწარმოების მიერაა დამზადებული.

მცირე ინოვაციური ბიზნესის განვითარებით გამოირჩევა აგრეთვე სინგაპური, ფინეთი, დანია, ისრაელი და სხვა ქვეყნები. ამ ქვეყნებმა დროულად შეაფასეს ინოვაციების მნიშვნელობა ეკონომიკისათვის და მცირე ინოვაციური მეწარმეობის განვითარება დაიწყო ბიზნეს-ინკუბატორების, ტექნოპარკების, ტექნოპოლისების, ინოვაციური ფონდების ჩამოყალიბებით, რომლებიც მიეკუთვნებიან მცირე ბიზნესის კომპლექსური მხარდაჭერის უზრუნველყოფ ინფრასტრუქტურის ელემენტებს. ამასთან ბიზნეს-ინკუბატორები ასოცირდებიან ზოგადად მცირე ბიზნესის მხარდაჭერასთან, ტექნოპარკები პირველ რიგში ასოცირდებიან ინოვაციებთან. ტექნოპარკები, როგორც წესი, იქმნება მსხვილ საუნივერსიტეტო ცენტრებთან სამეცნიერო პოტენციალის გამოყენებისა და კომერციალიზაციის მიზნით. ამ დამუშავებებს ქმნიან ტექნოპარკის ტერიტორიაზე განთავსებული მცირე ინოვაციური საწარმოები.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში ინოვაციური პოლიტიკის დიდი მნიშვნელობის შეგნების ფონზე მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია სახელმწიფო ინოვაციური პოლიტიკის რეალიზაცია, რომლის დროსაც უმთავრესი ფუნქცია უნდა გახდეს სტიმულირება ინოვაციური ციკლის ყველა სტადიაზე, მისი ყველა მონაწილესათვის.

მსოფლიო პრაქტიკაში გამოიყენება ინოვაციური საქმიანობის სტიმულირებისა და საგადასახადო შეღავათების შემდეგი სახეები: ინოვაციებზე დანახარჯების ზრდისას გადასახადების შემცირება; ინოვაციური პროექტის რეალიზაციისას მოგებიდან საგადასახადო “არდადეგები”; მოგებაზე საგადასახადო ნორმის შემცირება; შესრულებული პრიორიტეტული პროექტების ანგარიშებზე შეღავათების დაწესება და ა.შ.

მცირე მეწარმეობის მატერიალურ-ტექნიკური საფუძვლების განმტკიცებაში სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობა დიდ ფინანსურ და მატერიალურ რესურსებს მოითხოვს. ცნობილია, რომ ერთი სამუშაო ადგილის შექმნასა და მისი ფუნქციონირების უზრუნველყოფას 10 ათასამდე აშშ დოლარი სჭირდება. ასეთი სახსრების ერთბაშად გაღება დღეისათვის სახელმწიფოს გაუჭირდება, მაგრამ ამ მიმართულებით კონკრეტული ნაბიჯების გადადგმა აუცილებლობას წარმოადგენს.

ამრიგად, მცირე ბიზნესის წარმატება მნიშვნელოვნად განისაზღვრება საბაზრო სივრცეში მისი მაინტეგრირებელი უნარით, რისთვისაც საჭიროა ეფექტიანი

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

გლობალიზაციის ტენდენციებიდან გამომდინარე, საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის, მცირე მეწარმეობის სფეროში პრიორიტეტული მიმართულება უნდა გახდეს რადიკალურად ახალი მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო რეგულირების ინსტიტუციონალური საფუძვლების ფორმირება, რომელიც ადეკვატური იქნება ეკონომიკის ინოვაციური მოდელისა. ამასთან, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერის გააქტიურება ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგებში მოქმედ საწარმოებზე, რომლებიც შეძლებენ დამკვიდრებას მსოფლიო ბაზარზე.

3.2. მცირე ბიზნესის რეგიონული განვითარების პრობლემები და მათი გადაწყვეტის გზები

საქართველო სახელმწიფოებრივი მშენებლობის ყველა ეტაპზე შეიმუშავებს მიზანმიმართულ და შედეგზე ორიენტირებულ ეკონომიკურ და სოციალურ პოლიტიკას. მისი ძირითადი მიმართულებები მთლიანად ქვეყნისა და ცალკეული რეგიონის დონეზე ითვალისწინებს ქვეყნის მშპ-ს ზრდას, რეგიონული საწარმოო პოტენციალის ოპტიმალურ გამოყენებას, მოსახლეობის მსყიდველობითი უნარის ამაღლებას, საერთაშორისო იმიჯის გაუმჯობესებას.

თანამედროვე ეტაპზე საქართველოში ხორციელდება სოციალური პროგრამები, რომლებიც სიღარიბის დაძლევისკენაა მიმართული, რაც ბუნებრივია ერთჯერადი კომპენსაციებითა და დახმარებებით შეუძლებელია. ის უნდა განხორციელდეს

აქტიური დასაქმებით, რომელიც ბიზნესის დაჩქარებულ განვითარებას და აღმავლობას უკავშირდება.

ბიზნესის წარმოება ადამიანებს შესაძლებლობას აძლევს საკუთარი შრომით, საკუთარი რისკის ფასად გამოავლინოს თავისი გონებრივი და ფიზიკური შესაძლებლობები, გახდეს საზოგადოების სრულყოფილი და აღიარებული, ღირსეული წევრი. დამოუკიდებლად მუშაობის შესაძლებლობა არა მხოლოდ „ხსნის პორიზონტებს“, არამედ გარკვეულ პასუხისმგებლობასაც აკისრებს ადამიანებს, რომელიც უბიძგებს მათ თვითგანვითარებისა და განათლების დონის ამაღლებისაკენ, დადებითად მოქმედებს მოსახლეობის ეკონომიკურ განათლებაზე, ბიზნეს ურთიერთობების კულტურის სრულყოფაზე.

ამ თვალსაზრისით ქართული სახელმწიფოს ერთ-ერთ მთავარ ფუნქციად მიგვაჩნია ბიზნესის ხელშეწყობა. ქვეყნის გეოგრაფიულ და მეურნეობრიობის თავისებურებების, ბუნებრივი რესურსების მრავალფეროვნების, ტრადიციების გათვალისწინებით პერსპექტიულად გვესახება მცირე ბიზნესის განვითარება.

რეგიონებში მცირე ბიზნესის განვითარებაზე გავლენას ახდენს მრავალი ფაქტორი, რომელთაგან აღსანიშნავია რეგიონის დემოგრაფიული თავისებურებები, რესურსების ათვისების ხასიათი, ინფრასტრუქტურის დონე, რეგიონული ხელისუფლების დამოკიდებულება და სხვა.

მცირე ბიზნესის განვითარების რეგიონული მართვის პრინციპების პერსპექტიულობას ამტკიცებს შემდეგი პირობაც: საქართველო კლასიკური მთიანი ქვეყანაა და მცირე კომლიანი დასახლებული პუნქტების (განსაკუთრებით სოფლებში) სიმრავლით ხასიათდება. აქ მცხოვრები ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დასაქმებისათვის ხელსაყრელია მცირე საწარმოთა ამოქმედება. ეს ერთის მხრივ, სასარგებლოა მეწარმესათვის, რადგან საშუალება ეძლევა დაასაქმოს ადგილზე მცხოვრები იაფი მუშახელი, ხოლო მეორეს მხრივ, თავიდან გვაცილებს მოსახლეობის გადაადგილების საჭიროებას სამუშაოს მოძებნასთან დაკავშირებით.(ჭითანავა. . . 2008:435).

განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მცირე ბიზნესს ადგილობრივი რესურსების გამოყენებაში. ამასთან მცირე ბიზნესის განვითარება რეგიონებში უნდა დაუწყავშიროთ აქტიურ სტრუქტურულ პოლიტიკას. ეს უმჯობესია განხორციელდეს მიზანმიმართულად, იმ პრიორიტეტების შესაბამისად, რომლებიც რეალურად უზრუნველყოფენ ეფექტიანობას. დღევანდელ პირობებში პერსპექტიულად მიგვაჩნია შემდეგი მიმართულებები: ფერმერული მეურნეობა, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის გადამამუშავება, სამშენებლო მასალების წარმოება, ტურიზმი და სა-

კურორტო მეურნეობა, მომსახურების სფერო, საექსპორტო პროდუქციის, იმპორტ-შემცველი პროდუქციის წარმოების ზრდა, ინოვაციების სფერო, ხალხური რეწვა, მაღალტექნოლოგიური წარმოება.

დღეს საქართველოს რეგიონებში გვაქვს მცირე ბიზნესის არარაციონალური სტრუქტურა, რაც გამოიხატება რეგიონების, მხარეების, ქალაქებისა და დაბების მიხედვით მათ არათანაბარ განვითარებაში. უპირატესობა ენიჭებათ ისეთ რეგიონებს, სადაც ინფრასტრუქტურა გაცილებით განვითარებულია, მდებარეობს გასაღების ბაზრებთან, ყავს კვალიფიციური კადრები.

რეგიონებში მცირე მეწარმეობის განვითარების დონე დამოკიდებულია ისეთ ფაქტორებზე, როგორცაა ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობა, მოსახლეობის შემოსავლების დონე, განვითარებული ინფრასტრუქტურა, ადგილობრივი ხელისუფლების დამოკიდებულება.

თბილისში მცირე საწარმოთა დიდი რაოდენობით კონცენტრირება აიხსნება იმით, რომ დედაქალაქი ფლობს განვითარებულ საწარმოო და სოციალურ ინფრასტრუქტურას, მის ტერიტორიაზე კონცენტრირებულია საწარმოო სიმძლავრეები და კვალიფიციური კადრები. სამაგიეროდ სუსტად არის განვითარებული ეკონომიკის ეს სექტორი მომცრო ქალაქებში და სოფლებში, თუმცა სწორედ ასეთ დასახლებულ პუნქტებში უფრო იგრძნობა საქონლისა და მომსახურების დეფიციტი, დასაქმებისა და კულტურული კეთილდღეობის პრობლემა. (დანართი 3).

3.2.1. ცხრილში მოყვანილი მონაცემებიდან იკვეთება ქ. თბილისის დომინირებადი ადგილი ყველა მაჩვენებლის მიხედვით. მომდევნო ადგილზეა აჭარა, ქვემო ქართლი, სამეგრელო-ზემო სვანეთი და სხვა რეგიონები. აღსანიშნავია წარმოებული პროდუქციის მაჩვენებლის მიხედვით მნიშვნელოვანი ზრდა თითქმის ყველა რეგიონში – თბილისში 92%-ით, გურიაში 97%-ით, აჭარაში 49%-ით, ქვემო ქართლსა და შიდა ქართლში შესაბამისად 77%-ითა და 69%-ით, კლება დაფიქსირდა კახეთსა (11,2%) და რაჭა-ლეჩხუმში (41%). მნიშვნელოვანი ზრდა აღინიშნებოდა დასაქმების კუთხითაც. თბილისში მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობა 2009 წელს 2008 წელთან შედარებით გაიზარდა 50%-ით, მნიშვნელოვანი ზრდა აღინიშნებოდა ქვემო ქართლში, შიდა ქართლში, აჭარასა და მცხეთა-თიანეთში (30-35%).⁵

მოყვანილი მაჩვენებლებიდან ჩანს, რომ მცირე ბიზნესში ჩართვას სულ უფრო მზარდი ხასიათი აქვს. ბრუნვისა და პროდუქციის მაჩვენებლების ზრდა,

⁵ 2010 წლის სტატისტიკურ კრებულებში არ არის გამოყოფილი რეგიონებში მცირე საწარმოების განვითარების აღმნიშვნელი მაჩვენებლები, რის გამოც ვერ მოვახერხეთ ამ პერიოდის ანალიზი.

ცხადია დაკავშირებულია ინფლაციის პროცესებთან, მაგრამ უფრო მეტად სამეწარმეო აქტივობის გაძლიერებას, საქონელსა და მომსახურებაზე მოსახლეობის გაზრდილ მოთხოვნას ვუკავშირებთ, რაც მისასაღმებელი ფაქტია. რაც შეეხება შრომის ანაზღაურების ზრდას – მთლიანად გამოწვეულია ინფლაციით და სავალდებულო მინიმუმის ზრდასათანა კავშირში.

ცხრილი 3.2.1. მცირე ბიზნესის მაჩვენებლები რეგიონების მიხედვით 2008-2009წწ.

რეგიონები	ბრუნვა (მლნ. ლარი)			პროდ. გამოშვება (მლნ. ლარი)			დასაქმება (კაცი)			შრ. ანაზღაურება (ლარი)		
	2008	2009	ცვლ. %	2008	2009	ცვლ. %	2008	2009	ცვლ. %	2008	2009	ცვლ. %
ქ. თბილისი	461.0	791.6	+71	283.0	543.5	+92	25773	38538	+50	281.9	369.6	+31
აჭარის არ	111.2	147.4	+32	48.0	71.4	+49	6705	8728	+30	184.7	205.9	+11
გურია	14.2	15.2	+7	6.1	12.0	+97	1551	1626	+5	111.2	117.4	+6
იმერეთი	107.1	145.3	+35	48.9	62.6	+28	8552	9841	+15	146.8	165.5	+12
კახეთი	56.0	56.9	+1.6	33.6	30.2	-11.2	4742	5147	+9	110.7	140.9	+27
მცხეთა-მთიან.	11.2	20.7	+84	8.7	15.3	+76	1216	1647	+35	217.6	278.8	+28
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვ.სვანეთი	9.5	8.8	-7.4	7.2	4.3	-41	754	726	-4	283.6	161.7	-43
სამეგრელო- ზემო სვანეთი	61.2	88.2	+44	31.4	47.1	+50	5240	6241	+19	171.5	191.4	+12
სამცხე-ჯავახ.	25.2	24.9	-0.2	13.6	15.4	+13	2322	2521	+9	130.9	119.5	-9
ქვემო ქართლი	69.0	115.6	+67.5	31.6	53.3	+69	5494	7274	+32	144.6	196.7	+36
შიდა ქართლი	42.0	48.9	+16	14.6	25.9	+77	2909	3781	+30	106.4	144.3	+36

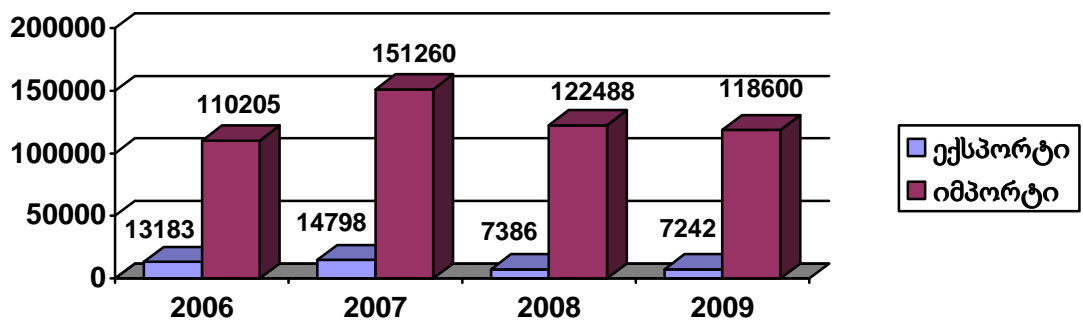
წყარო: საქსტატი. “მეწარმეობა საქართველოში” 2008-2010 წლების პუბლიკაციების მონაცემები და ჩვენი გაანგარიშებები.

საქართველოში, გამომდინარე მისი ეკონომიკის რესურსული მრავალფეროვნების და სამუშაო ძალის ისტორიულად ჩამოყალიბებულ უნარ-ჩვევებიდან, პრიორიტეტულად მიიჩნევა, მცირე ბიზნესის ხელშეწყობა უპირატესად სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის წარმოებისა და გადამუშავების სფეროში. ამ პრობლემის აქტუალიზაცია ხდება ყოველდღიურად და განსაკუთრებით თვალსაჩინოა აგფლაციისა და სურსათზე მსოფლიო კრიზისის პირობებში.

ამის დადასტურება შესაძლებელია მარტივად, ქართულ სამომხმარებლო ბაზარზე გასვლით, კერძოდ, 2009 წლის აგვისტოსთან შედარებით გაორმაგებულია კარტოფილის (60 თეთრი 2009 წ. 12 ლარი 2011 წ.), გახუთმაგებულია ნივრის (15 ლარი 2009 წ. 8 ლარი 2011 წ.), ფასი, აგრეთვე გაიზარდა პურის ფქვილის ფასი

40 პროცენტით, საკვები ზეთისა – 80 პროცენტით და ა.შ. მოსალოდნელია ფასების უფრო არსებითი ზრდა, რაც პროდუქციის წარმოების ხარჯების გადიდებას უკავშირდება და არა ფულის მიმოქცევის ხარვეზებს. ასეთივე მდგომარეობაა მსოფლიოს სხვა ქვეყნებშიც. პურის ექსპორტიორი ქვეყნები მოუსავლიანობის გამო თავადვე განიცდიან ხორბლის დეფიციტს და ეძებენ მომწოდებლებს, ე.ი. თავადვე ხდებიან იმპორტიორები. ასეთი დინამიური ცვლილებების ფონზე საქართველოსათვის მნიშვნელოვანი იქნება საკუთარ სასურსათო უზრუნველყოფაზე ზრუნვა.

დიაგრამა 3.2.1. მარცვლეულის ექსპორტ-იმპორტის დინამიკა 2006-2009 წლებში (ათასი აშშ დოლარი)



წყარო: “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”. პუბლიკაცია. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2010.

2009 წლის მონაცემებით კი მარცვლეულის ექსპორტ-იმპორტის სურათი ასეთია: 2006 წელს იმპორტი ექსპორტს აღემატებოდა 110 142 ათასი აშშ დოლარით, ხოლო 2009 წელს კი იმპორტი ექსპორტს სჭარბობდა 111 358 ათასი აშშ დოლარით. როგორც ვხედავთ ექსპორტის სასარგებლოდ არაფერი არ შეცვლილა, არადა საქართველოს თავადვე შეუძლია თავისი საჭიროებისათვის აუცილებელი ხორბლის წარმოება. მაგალითად, ”საცდელ ნაკვეთზე დათესილი ”თეთრი დოლისა” და ”კახური დატოტვილის” უხვი მოსავალი მოვიდა. ჰექტარზე გათვლით 12-14 ტონა.” (იაკობიძე 2010: 46). ამდენად აუცილებლობას წარმოადგენს სახელმწიფოს დაინტერესების გაზრდა ქვეყნის მარცვლეულით უზრუნველყოფის საქმეში, რისთვისაც აუცილებელია ტექნიკურ-ტექნოლოგიური უზრუნველყოფა და ფინანსური მხარდაჭერა.

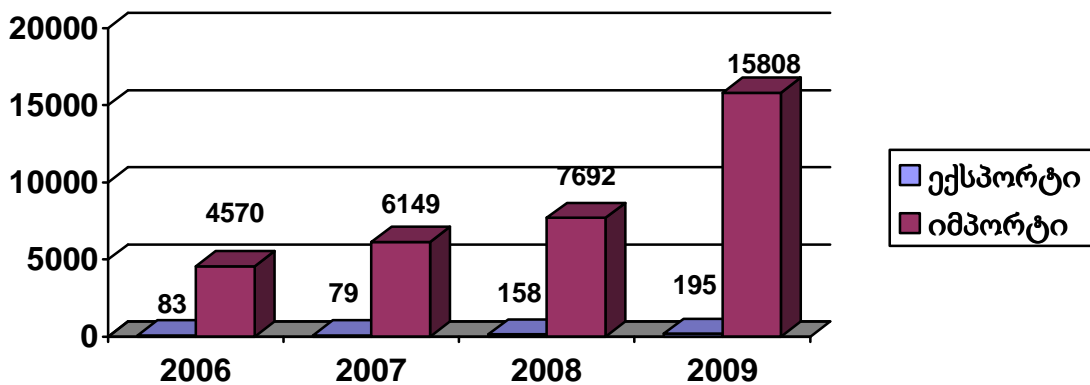
მცირე ბიზნესისათვის პრიორიტეტულია კვების მრეწველობა. სწორედ მცირე გადამამუშავებელი საწარმოებია ის მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს მალ-

ფუჭადი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის ადგილზე გადამუშავებას და დღეისათვის არსებული მნიშვნელოვანი დანაკარგების აღმოფხვრას.

საქართველოს დიდი პოტენციალი გააჩნია საკონსერვო წარმოების განვითარებისათვის. საბჭოური ეკონომიკის დროს ის მილიარდ პირობით ქილა კონსერვს ამზადებდა, დღეისათვის კი მეთაედსაც ვერ ამზადებს. უფრო მეტიც, ამ დარგში იმპორტზე ვართ დამოკიდებული.

როგორც ვხედავთ, მარტო ბოსტნეულის კონსერვების დამზადებისა და მოხმარების სფეროში 2006 წელს ექსპორტის მოცულობა ძალიან მცირეა და იმპორტზე ნაკლებია 4487 ათასი აშშ დოლარით, ანუ 98,2%-ით. 2009 წელს კი მდგომარეობა იმპორტის სასარგებლოდ მნიშვნელოვნად გაიზარდა და 15 808 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა. ეს ნათლად მეტყველებს იმაზე, რომ კვების მრეწველობაში ინვესტიციები არ ხორციელდება, რაც საჭიროა თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაძენად და მაღალხარისხიანი პროდუქციის საწარმოებლად. არადა საქართველოს რეგიონები განსაკუთრებით გამოირჩევიან როგორც კულტურული, ისე ტყის ხილის სახეობათა მრავალფეროვნებით, რომლებისგანაც დამზადებული პროდუქცია კვებითი ღირებულებებით იქნება საკმაოდ მაღალი და დაიკავებს ღირსეულ ადგილს უცხოეთის ბაზრებზე.

დიაგრამა 3.2.2. ბოსტნეულის კონსერვის ექსპორტ-იმპორტის დინამიკა 2006-2009 წლებში (ათასი აშშ დოლარი)



წყარო: “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”. პუბლიკაცია. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2010

თანამედროვე საბაზრო ტენდენციათა ანალიზი გვიჩვენებს, რომ განსაკუთრებით ბოლო ათწლეულებში გამძაფრდა კონკურენცია ყველა სახის ბაზარზე. ამ ფონზე გადარჩენისა და განვითარებისათვის მსხვილი კომპანიებიც ცდილობენ რისკების გაზიარებისა და საკუთარი კონკურენტული უპირატესობების გამყარებისათვის შექმნან ან შევიდნენ ურთიერთობათა ქსელებში. ეს გამოიწვევს ქსელ-

ური კონკურენციის ახალი ტიპის წარმოშობას. ასეთ პირობებში მცირე მეწარმე სუბიექტებმა, რომელთაც აქვთ რესურსული შეზღუდულობა სერიოზულად უნდა გადახედონ ტრადიციულ მიდგომებს და შეიმუშაონ ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი ფორმები.

რესურსების შეზღუდულობის პირობებში მცირე ბიზნესს ურთულდება სხვა კომპანიებისა და ბაზრის სუბიექტების გარეშე არსებობა. სწორედ ამიტომ მეწარმეები ცდილობენ ქსელურ გაერთიანებათა შექმნას, რომლებიც ერთმანეთთან ინდივიდუალურ ურთიერთობებს ამყარებენ. მცირე ბიზნესი თავისი მოქნილობის წყალობით წარმატებულად ინტეგრირდება ბიზნესგარემოში, ეხამება საბაზრო ცვლილებებს და თანამშრომლობს პარტნიორებთან, მაშინ როცა მსხვილ საწარმოებს ამისათვის სჭირდება ხანგრძლივი შეთანხმებები და სპეციალური მმართველობითი პროცედურები.

ასეთ ურთიერთობათა ჩამოყალიბება საქართველოსა და უცხოეთში სრულიად სხვადასხვაგვარია ინსტიტუციონალური და სხვა სახის განსხვავებათა გამო, რაც ართულებს განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების პირდაპირ გამოყენებას. საქართველოში მცირე მეწარმე-სუბიექტთა ურთიერთობების დიდი ნაწილი ეფუძნებოდა მსხვილ სახელმწიფო საწარმოებთან ისტორიულ კავშირებს ან კიდევ საწარმოს ხელმძღვანელთა არაფორმალურ კავშირებს. ამიტომაც მხოლოდ 2000-იანი წლების დასაწყისიდან შეიძლება საუბარი საბაზრო ურთიერთობათა ფორმირებაზე მცირე ბიზნესში, რომელიც ჯერ კიდევ საჭიროებს სრულყოფასა და განვითარებას. თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის ჩამოყალიბების ეტაპის დასრულება მოითხოვს მისი დარგობრივი სტრუქტურის რაციონალიზაციის, რეგიონული დისპროპორციების გათანაბრებას, ეკონომიკის ამ სექტორის ეფექტიანობის ამაღლებას

ამ მიმართულებით მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია „კლასტერების“ ჩამოყალიბებისადმი მიდგომების განვითარება საქართველოში. სტრატეგიული მართვის თეორეტიკოსის, მაიკლ პორტერის მიხედვით „კლასტერის ფორმირებისას მასში არსებული ყველა წარმოება ურთიერთმხარდაჭერას განიცდის. სარგებელი ვრცელდება კავშირების ყველა მიმართულებით. აქტიური კონკურენცია ერთ დარგში ვრცელდება კლასტერის ყველა სხვა დარგზე“. კლასტერული სტრატეგია გადაიქცა მსოფლიოში კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის მოქმედების ერთ-ერთ სტრატეგიად. „კარვარდის ბიზნეს-სკოლის მონაცემებით, აშშ-ს ეკონომიკაში დასაქმებულთა 32%-ზე მეტს კლასტერები უზრუნველყოფენ, შვედეთში - 39%-ს, შრომის მწარმოებლურობა ასეთ სექტორებში ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელზე

44%-ით მეტია. უფრო მეტიც, კლასტერული სექტორი არის ლოკალური ბაზრის მომსახურე სექტორების განვითარების მამოძრავებელი ძალა. მაგრამ ყველაზე მთავარი ისაა, რომ რაც უფრო განვითარებულია კლასტერები ცალკეულ ქვეყანაში, მით უფრო მაღალია ამ ქვეყანაში მოსახლეობის ცხოვრების დონე და კომპანიების კონკურენტუნარიანობა.”(ყორდანაშვილი 2007:52).

აგრარული კლასტერების წარმატება დადასტურებულია უცხოეთის გამოცდილებითაც. მაგალითად, გასული საუკუნის 90-იან წლებში დანია მიეკუთვნებოდა იმ ქვეყანათა რიცხვს, რომლებიც დამოკიდებულნი იყვნენ სასურსათო პროდუქციის იმპორტზე, კლასტერების შექმნის შემდეგ კი ის წარმატებით ახორციელებს სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის ექსპორტს (60%). საქართველოს აგრარული პოტენციალის ეფექტიანად გამოყენებისათვის პერსპექტიულად მიგვაჩნია რეგიონული კლასტერების შექმნა, რომლის ცენტრშიც იქნება მცირე საწარმოთა დამსაქმებელი ძლიერი საწარმო. ერთობლივი ძალისხმევით უფრო უკეთ მოხდება კონკურენტუნარიანი, ინოვაციური პროდუქციის წარმოება.

ამრიგად, სოფლის მეურნეობის რეგიონს ეფექტური განვითარებისათვის შეუძლია დამხმარე და მონათესავე დარგების დაჯგუფება და კლასტერების შექმნა. მონათესავე დარგებს შეიძლება მივაკუთვნოთ ის დარგები, რომლებიც აწარმოებენ და გადაამუშავებენ საკვებ პროდუქტებსა და სოფლის მეურნეობის ნედლეულს. დამხმარე დარგებს მიეკუთვნება ის დარგები, რომლებიც ქმნიან პირობებს მონათესავე დარგების ფუნქციონირებისათვის.

მარცვლეულის წარმოება, ხორცი და ხორცპროდუქტები, რძე, კვერცხი, კარტოფილი, ხახვი და მრავალი სხვა ისეთი სეგმენტია, რისი წარმოებაც ქვეყნის შიგნით შესაძლებელია. რა თქმა უნდა ამის ხარჯზე საქართველო ვერ განვითარდება, მაგრამ რისი შესაძლებლობაც გვაქვს პირველ რიგში ის მოთხოვნილება უნდა დაკმაყოფილდეს. ექსპორტის მაჩვენებელი 4-ჯერ ჩამორჩება იმპორტის მაჩვენებელს. ეს კი ნიშნავს მილიარდობით თანხებს, რაც საქართველოდან გაედინება.

საქართველო აგრარული ქვეყანაა და სოფლის მეურნეობა შეიძლება განვიხილოთ როგორც ქვეყნის ეკონომიკის ხერხემალი, რომლის სიძლიერესა და სიჯანსაღეზეა დამოკიდებული ეკონომიკის აღმავლობა და საზოგადოების თითოეული წევრის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა.

სოფლის მეურნეობაში სახელმწიფოს აქტიური პირდაპირი ჩარევის გარეშე კონკრეტული შედეგების მიღწევა ნაკლებად სავარაუდოა. დარგის განვითარებისათვის აუცილებელია კონცეფციის შექმნა, რომელშიც გაწერილი იქნება ის, თუ

რა მდგომარეობაა ამ სფეროში, რა პრობლემები არსებობს და რა გესურს, გვექონდეს სამი, ოთხი ან ხუთი წლის შემდეგ. ასევე უნდა შედგეს განვითარების მოკლე და გრძელვადიანი გეგმები.

განვითარებადი ქვეყნები სწორი აგრარული პოლიტიკის გარეშე ვერასოდეს გადაწყვეტენ დასაქმებისა და სიღარიბის პრობლემას. ამ თვალსაზრისით საქართველოსათვის მნიშვნელოვანია როგორ აგრარულ პოლიტიკას განახორციელებს. ამ მხრივ საერთაშორისო ორგანიზაციების დახმარება ფასდაუდებელია, რადგან ისინი ტექნიკურ დახმარებას უწევენ განვითარებად ქვეყნებს ფერმერთა განათლებისა და აგროკულტურების განვითარების თანამედროვე მეთოდების დანერგვაში. განვითარებული ქვეყნების მთავრობები დიდ ყურადღებას უთმობენ სასურსათო უსაფრთხოებისა და მათ განკარგულებაში არსებული მიწის ფონდის რაციონალურ გამოყენებას. შესაბამისად, დღის წესრიგში მუდმივად დგას სოფლის მეურნეობის წარმოების რაციონალიზაციისა და მისი დამუშავების ეფექტიანობის პრობლემა. „ისეთ ქვეყანაში კი, როგორც საქართველოა, რომლის განვითარების ისტორიული გზა აგრიკულტურის განვითარებაზე გადის, აგრარული პოლიტიკა ამოვარდა სახელმწიფოებრიობის კონტექსტიდან. მიგვაჩნია, რომ საქართველოს განსაკუთრებით ესაჭიროება განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების შესწავლა აგრარული პოლიტიკის წარმართვაში საკუთარი ჩამორჩენის მიზეზების აღმოფხვრისა და განვითარებისათვის საფუძვლების შესაქმნელად“ (იაკობიძე 2010:39).

საქართველოში მოსახლეობის 46,9% სოფლად ცხოვრობს და შესაბამისად დაკავშირებულია სოფლის მეურნეობასთან. უნდა აღინიშნოს, რომ სიღარიბის მაჩვენებელი სოფლებში განსაკუთრებით მაღალია და სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის უმეტესობა სოციალური დახმარების მომლოდინეა, ამიტომაც მის დასაძლევად ერთადერთ გზას წარმოადგენს ადგილებზე დასაქმება და წარმოებული პროდუქციისათვის სარეალიზაციო ბაზრის მოძიება.

სიღარიბესთან ბრძოლის პრობლემა და მისი დაძლევის კონკრეტული გზების დასახვა-შემუშავება კიდევ ერთხელ ადასტურებს საქართველოში აგრარული რეფორმების გატარების უაღტერნატივობას. „სოფლად სიღარიბის ლიკვიდაციისა და სოფლიდან ქალაქში მოსახლეობის მიგრაციის გონივრულ ჩარჩოებში ჩასმის ერთი საშუალებაა, ადგილებზე არსებული ბუნებრივი რესურსების რაციონალური ათვისება, მის ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნების ინტერესებში ჩაყენება და რაც მთავარია, მათ საფუძველზე კონკურენტუნარიანი საწარმოო ერთეულების ფორმირება და განვითარება.“ (იაკობიძე 2010: 43)

ამრიგად მიგვაჩნია, რომ საქართველოს აგრარული მეურნეობა არის ქვეყანაში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ბაზა და მეურნეობის ამ სფეროში სწორი პოლიტიკის წარმართვით შესაძლებელია ამდღედეს საქართველოს საერთო კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ბაზარზე და ჩვენი სამეურნეო სტრუქტურა მოეწეოს ევროკავშირის მოთხოვნების საფუძველზე.

აგრარული სტრატეგია, ჩვენი მოსაზრებით, საქართველოში უნდა წყვეტდეს შემდეგ ამოცანებს:

1. მოსახლეობის სასურსათო უზრუნველყოფა საკუთარი რესურსების ათვისებით;
2. საექსპორტო პროდუქციის მწარმოებელი დარგების განვითარება და ქვეყანაში საკვები პროდუქტების შემოტანის მინიმიზაცია;
3. ადგილებზე სამუშაო ძალის დასაქმების მიზნით მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარების სტიმულირება და მოსახლეობის სოციალური ყოფის გაუმჯობესება;
4. კონკურენტუნარიანი და ინოვაციური პროდუქციის წარმოებით მსოფლიო ბაზარზე გასვლა.

საქართველოს რეგიონებში მცირე ბიზნესის განვითარების არანაკლებ პერსპექტივას ქმნის ტურიზმი.

ტურიზმის წარმატებული განვითარება ადეკვატურად აისახება მთელი რეგიონისა თუ ცალკეული რეგიონების ეკონომიკის ისეთ საკვანძო დარგებზე, როგორებიცაა: კავშირგაბმულობა და ტრანსპორტი, ვაჭრობა, მშენებლობა, კომუნიკაციები, სოფლის მეურნეობა და ფართო მოხმარების საგნების წარმოება და სხვა. აქედან გამომდინარე ქვეყნის ეკონომიკის სტრუქტურული გარდაქმნისათვის ტურისტული ინდუსტრიის ფართო ქსელის შექმნა უმნიშვნელოვანესი მომენტია. მთელ რიგ ქვეყნებში, სადაც აქტიურად მიმდინარეობს ტურიზმის სფეროს განვითარება, სახელმწიფო სერიოზულად ეხმარება ამ დარგს – იგულისხმება როგორც პირდაპირი ინვესტიციები, ასევე საგადასახადო და საბაჟო შეღავათები, რაც დამატებით სტიმულად გვევლინება საინვესტიციო პოლიტიკის გაუმჯობესების, შიდა და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებისათვის.

ტურიზმს, ისევე როგორც სხვა ნებისმიერ დარგს ესაჭიროება დაგეგმვა და მართვა. ტურიზმში მართვის ობიექტი შეიძლება იყოს რეგიონიც, ისევე როგორც სახელმწიფო ან სახელმწიფოთა ჯგუფი.

თანამედროვე ტურიზმი მიჩნეულია სიღარიბის დაძლევის მნიშვნელოვან ფაქტორად, მისი მიზანმიმართული და კომპლექსური განვითარება სახელმწიფოს

სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულება უნდა იყოს.⁶ ტურიზმის სფეროში შექმნილი ერთი სამუშაო ადგილი ქმნის სულ მცირე ორ ახალ სამუშაო ადგილს მომიჯნავე დარგებში, როგორებიცაა ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა, ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, კულტურა, განათლება, ჯანდაცვა და სხვა.

ტურისტები არა მარტო ტურისტულ-რეკრეაციული მოთხოვნების მატარებელია, არამედ ყოველდღიური მოხმარების პროდუქტზე მოთხოვნების მქონე ადამიანიც. ამიტომ ამ პროდუქტს იგი იძენს და გაყიდული საქონელი ექსპორტირებულია იმ განსხვავებით, რომ ნაცვლად მისი გაგზავნისა ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, თვით მომხმარებელი ჩამოდის მის შესასყიდად. ეს კი ქვეყნის შემოსავალს ზრდის. ტურიზმიდან მიღებული მოგების ნაკადი ერთგვარად ეკონომიკურ ბრუნვაში და იძლევა ეფექტს.

ჩვეულებრივ ითვლება, რომ უცხოელი ტურისტები სატრანსპორტო ხარჯებთან ერთად თავისი ხარჯების დაახლოებით 40%-ს ხარჯავს კვებაზე, სასტუმროებზე – 30%-ს, ქვეყნის შიგნით მოგზაურობაზე – 8%-ს, სხვა დანარჩენზე -22%-ს.

თანამედროვე ტურისტები მიისწრაფვის მოგზაურობიდან მიიღოს ახალი შტაბეჭდილებები, რასაც მიყვარათ ტურისტული დასვენების ინტენსიფიკაციამდე, რაც მოითხოვს მის გაჯერებას სანახაობებით, ექსკურსიებით, შეხვედრებით და ა.შ. დღეისათვის სულ უფრო იზრდება მოგზაურთა რიცხვი, რომელთაც სურთ ხელუხლებელი ბუნებისა და კულტურული მემკვიდრეობის მონახულება. ამდენად მნიშვნელოვნად იზრდება ეკოტურიზმის მასშტაბები. ეკოტურის ფასი ჩვეულებრივ ტურის ფასზე საშუალოდ 11.1%-ით უფრო მაღალია, მაგრამ მომხმარებელთა უმრავლესობა მზად არის გადაიხადოს ეს ღირებულება. ამ ფაქტორის გამოყენება საქართველოს შეუძლია მნიშვნელოვანი ივესტიციების განხორციელების გარეშე, რაც ამ ეტაპზე აქტუალურია. ამაში მარტივი გაანგარიშებითაც დავრწმუნდებით. მაგალითად საქართველოში ჩამოსული ერთი მილიონი ტურისტიდან 100 000 ტურისტი თუ დაინტერესდება ეკოტურიზმით ეს ქვეყანას დამატებით 110 მილიონი ლარის შემოსავალს მოუტანს (თუკი ჩვეულებრივი ტურის ღირებულება 1000 ლარია). ამისათვის ცხადია სათანადო ინფრასტრუქტურის მოწყობაა საჭირო.

ტურიზმს აქვს შესაძლებლობა შექმნას სტიმულების მთელი სისტემა, რათა დაცული და აღდგენილი იყოს რეგიონის ეკოლოგიური მდგომარეობა. ტურიზმი

⁶ ტურიზმი, როგორც სიღარიბის დაძლევის მნიშვნელოვანი ფაქტორი, პირველად აღიარებულ იქნა 2002 წელს იოჰანესბურგში (სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკა) გამართულ სიღარიბის დაძლევის მსოფლიო ფორუმზე.

ასწავლის ადგილობრივ მოსახლეობას მათი გარემომცველი სამყაროს ღირსებებს, მისი მოვლისა და დაცვა-აღდგენის აუცილებლობას.

განსაკუთრებით ხელსაყრელია მცირე ბიზნესი მთიანი რეგიონების ტურისტულ განვითარებაში. საქართველო მთიანი ქვეყანაა რომელზეც მოდის მთელი ტერიტორიის 54,4%. მთიანეთი დღემდე წარმოადგენს კულტურული მემკვიდრეობის საგანძურს, ეს იქნება არქიტექტურის ძეგლები თუ საზოგადოებრივი ცხოვრების მოვლენები, ხალხური რეწვა თუ ფოლკლორის უნიკალური ნიმუშები. ამიტომაცაა, რომ ჩვენი ქვეყნის მთიანეთი გვევლინება შიდა და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პოტენციურ რესურსად.

მდგრადი ტურიზმის ფარგლებში ტურიზმის განვითარება კონტროლდება, იგი ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის დივერსიფიკაციას, განსაკუთრებით სოფლებში, სადაც მოსახლეობის დასაქმება სეზონურ და შემთხვევით ხასიათს ატარებს. მდგრადი ტურიზმი ხელს უწყობს მცირე და საშუალო საწარმოებს განვითარებაში, ასევე ადგილობრივი, რეგიონალური, ეროვნული და საერთაშორისო ეკონომიკური და პოლიტიკური კავშირების განვითარებას.

საქართველო, თავისი ბუნებრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე, კარგ საშუალებას იძლევა ტურიზმის ისეთი სახეების განსავითარებლად, როგორცაა: სპეციალიზებული ტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, აგროტურიზმი, ეკოტურიზმი, ახალგაზრდული ტურიზმი, სოციალური ტურიზმი, ტურიზმი კემპინგებსა და კარვებში, სამთო ტურიზმი, საოჯახო ტურიზმი, ექსტრემალური ტურიზმი, სამონადირეო ტურიზმი და სხვა.

ფერმერული ტურიზმი ძალზე პოპულარულია ევროპის რიგ ქვეყნებში. მისი არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ტურისტთა განთავსება ხდება ფერმებში, რანჩოებში ან პლანტაციების მიმდებარე, ან კიდევ სტუმრებისათვის განცალკევებულ საოჯახო სასტუმროს ტიპის სახლებში, სადაც ადგილობრივი მოსახლეობა უწევს მომსახურებას. ტურისტებს ეძლევათ საშუალება ერთდროულად დააკვირდნენ სასოფლო-სამეურნეო სამუშაოებს ან მონაწილეობა მიიღონ მასში. ამ მიზნით ფერმერები თავიანთ ტერიტორიაზე აწყობენ კემპინგებს, აგრეთვე რთავენ ტურისტებს ნადირობისა და თევზჭერის ნებას საკუთარი ტერიტორიის ფარგლებში.

საქართველოში მეტად აქტუალურია აგროტურიზმის განვითარება, ის საშუალებას აძლევს ტურისტებს გაეცნონ სოფლის ყოფას, შეითვისონ ხალხური ტრადიციები, იცხოვრონ ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში, მიიღონ ბუნებრივი პროდუქტი და სხვა.

განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს უცხოელი ტურისტების დაინტერესება საქართველოს გლეხური მეურნეობის ტრადიციებით. ”მაგალითად, აგროტურიზმის განვითარების მეტად საინტერესო რესურსს წარმოადგენს აჭარაში ქედის რაიონის მევენახეობის ცენტრი თავისი უნიკალური ყურძნის ჯიშებით. ულამაზესი მხარე გურია აგროტურიზმისათვის საინტერესო ხალხური რეწვით. მაგ. ხისა და თიხის ნაკეთობების დამზადებით, ყავარის გადახურვით, თაფლის მოხდით, ხალხური ტრადიციებით, შემოქმედებით, ფოლკლორით - მათი მრავალხმიანი სიმღერები აღტაცებას იწვევს ტურისტებში; თუშეთი, ფშავ-ხევსურეთი ცნობილია თავისი ძველი ნასახლარებით. სოფლის დიდებული ბუნება საუკუნოვანი, დღემდე შემორჩენილი, მთებზე შეფენილი აქტივტურული ძეგლები საინტერესო პეიზაჟებს ქმნის. აქ ძველი წეს-ჩვეულებები, სამზარეულო, ცხოვრების ტრადიციები, ქსოვის ხელოვნება საუკეთესო პირობებს ქმნის აგროტურიზმის განვითარებისათვის.” (ქველაძე 2010:60).

ტურიზმის ამ სახის განვითარების უპირატესობა იმაში მდგომარეობს, რომ მისი განვითარება შედარებით იოლია და სახელმწიფოს მხრიდან ნაკლებ ფინანსურ დანახარჯებს მოითხოვს. შესაბამისად ამ სფეროში მოღვაწე მცირე ბიზნესის ორგანიზატორებსაც საკუთარი დანახარჯების ან ნაკლები რაოდენობის საბანკო კრედიტის გამოყენებით შეუძლიათ შესაბამისი პირობების შექმნა ტურისტებისათვის.

აგროტურიზმის შემთხვევაში სეზონურობის პრობლემა მოხსნილია. ტურიზმი ქმნის სამუშაო ადგილებს როგორც ადგილობრივი ტურიზმის სექტორში, ისე მის მომიჯნავე სექტორებშიც. იწვევს მომგებიანი შიდა დარგების: სასტუმროებისა და განთავსების სხვა საშუალებების, რესტორნებისა და საზოგადოებრივი კვების ობიექტების, სატრანსპორტო სისტემების, ხალხური რეწვისა და საექსკურსიო-ინფორმაციული საქმის სტიმულირებას.

ახალგაზრდული ტურიზმის განვითარებისათვის საჭიროა კომპლექსური მრავალფეროვანი მარშრუტების დამუშავება და ლაშქრობების მოწყობა ასაკობრივი კატეგორიის ინტერესების გათვალისწინებით. ტურიზმის ამ მიმართულების განვითარებისათვის საჭიროა ისეთი ობიექტების მშენებლობა, როგორცაა, მაგ. სავროთო საცხოვრებელი, სასტუმროები სოფლად, კარვების ქალაქი და სხვა.

ვფიქრობთ, რომ საქართველო მსგავსი ტურისტული მომსახურების დანერგვით უნდა დაინტერესდეს, ჯერ ერთი იმიტომ, რომ მას აქვს მაღალხარისხოვანი ტურისტული პროდუქტი, მეორე ის, რომ სახელმწიფოს ხარჯი მინიმუმირებულია და მესამედაც ხელი ეწყობა მცირე და საშუალო ბიზნესის კომპლექსურ განვითარებას.

არებას რეგიონებში, სადაც ქვეყნის ხელისუფლება თავისი შესაძლებლობების რეალიზაციას პრაქტიკულად ვერ ახდენს.

აუცილებლობად გვესახება ახალი ტურისტული რეგიონების ჩართვა ტურისტულ ბრუნვაში. ასევე ნოვატორული მიდგომების გამოყენება, რაც ტურიზმში ახალი სახის ტურების აღმოჩენასა და ათვისებაში ვლინდება.

გამოცდილებით აღიარებულია, რომ ბევრ ქვეყანაში მცირე მეწარმეობის განვითარების მიზნების, პრინციპებისა და მიმართულებების დაფიქსირება ხდება შესაბამის სახელმწიფო პროგრამებში. ასეთი პროგრამა უნდა დაედოს საფუძვლად პრიორიტეტების მიხედვით ეკონომიკის დარგებსა და რეგიონებში მცირე ბიზნესის განვითარებას.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების დღევანდელ ეტაპზე ვფიქრობთ რომ უპირატესობა უნდა მიენიჭოს მცირე მეწარმეობის განვითარების რეგიონულ პროგრამებს, რომლებიც უნდა ითვალისწინებდეს განვითარების ხელშემწყობი სოციალურ-ეკონომიკური გარემოს შექმნას, რაც ბუნებრივია მხოლოდ საკანონმდებლო ბაზის ჩამოყალიბებას არ გულისხმობს. იგი ბაზარზე სწორი ორიენტაციის არჩევაშიც უნდა დაეხმაროს მეწარმეს. ამასთან ერთად დაიცვას იგი საშინაო ბაზარზე, ხელი შეუწყოს საგადასახადო, სატარიფო, საბაჟო მექანიზმების გამოყენებით და სხვა.

შემუშავდა საქართველოს რეგიონული განვითარების სტრატეგია 2011-2017 წლებისათვის, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს რეგიონული საინოვაციო სისტემის თანმიმდევრობითი განვითარების, რეგიონების შედარებითი უპირატესობის გამოყენებისა და სისტემური თანამშრომლობის საფუძველზე ქვეყნის რეგიონების კონკურენტუნარიანობისა და დაჩქარებული ეკონომიკური ზრდის ხელშემწყობა. ამ მიზნის განხორციელების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს პირობას წარმოადგენს საინოვაციო პოლიტიკის შემუშავებასა და განხორციელებაში ყველა მონაწილე სუბიექტის აქტიური ჩართულობა და ინოვაციებზე ორიენტირებული სამეწარმეო ბიზნესის განვითარება.

თანამედროვე პირობებში საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებში საჭიროა მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის საკუთარი ინფრასტრუქტურის ფორმირება. რომლის საქმიანობის მიზანიც იქნება მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის კეთილსასურველი პირობების შექმნა. ეს შეიძლება იყოს: მცირე ბიზნესის მხარდაჭერი ცენტრები და ფონდები, ტექნოპარკები, ბიზნეს-ინკუბატორები, კონსალტინგური ფირმები, საინფორმაციო სააგენტოები, ბიზნეს-ცენტრები და სხვა. ამ მხრივ უნდა აღინიშნოს აჭარის ეკონომიკური განვითარების გეგმაში შესული მცირე

ბიზნესის მხარდამჭერი ღონისძიებების განხორციელება ბათუმის ბიზნეს-ინკუბატორის შექმნის სახით. ის შეიქმნა გაეროს განვითარების პროგრამის, რუმინეთის მთავრობისა და აჭარის მთავრობის ფინანსური მხარდაჭერით. ეს არის სრულიად ახალი ინიციატივა, რომლის მიზანია ხელი შეუწყოს დამწვებ კომპანიებს და დააჩქაროს მათი განვითარება. ის ეხმარება მეწარმეებს საოფისე ინვენტარით აღჭურვილი ფართით, ასევე საკონსულტაციო მომსახურებით, ბიზნესის სხვა სფეროებთან საქმიანი ურთიერთობების დამყარებით და სხვა.

ბათუმის ბიზნეს-ინკუბატორის ჩვიდმეტი კომპანიიდან გასული წლის სექტემბერში ოთხმა მათგანმა ინკუბატორი დატოვა, როგორც წარმატებულმა ფირმებმა და დამკვიდრდენ ბაზარზე. ბიზნეს-ინკუბატორის კომპანიებში პირდაპირ დასაქმებულია 32 ადამიანი, ხოლო ირიბად მთელი წლის განმავლობაში 100-ზე მეტი. შთამბეჭდავია მათი შედეგებიც. 2011 წლის მდგომარეობით კომპანიების ჯამური ბრუნვა 300 ათას ლარს შეადგენს, აქედან სულ გაცემული ხელფასების რაოდენობა 70 ათასს, ხოლო ბიუჯეტში შენატანი 50 ათას ლარს აღემატება.

უნდა აღინიშნოს, რომ ინკუბატორის დახმარებით შექმნილი ყოველი სამუშაო ადგილის დანახარჯი დაახლოებით 1100 აშშ დოლარია, იმ დროს როცა იგივე სამუშაო ადგილის შექმნა სახელმწიფოს 10 000 აშშ დოლარი უჯდება. ყოველი 1 აშშ დოლარის გაწეული სუბსიდია თითოეული კომპანიისაგან გადახდილი ადგილობრივი გადასახადის სახით 45 აშშ დოლარის ოდენობით უბრუნდება სახელმწიფოს. 2010 წლის განმავლობაში გაეროს განვითარების ფონდიდან და ბიუჯეტიდან ინკუბატორზე ჯამურად დაიხარჯა 430 000 აშშ დოლარი, ანუ ერთი სამუშაო ადგილის ღირებულება 1350 აშშ დოლარია, რაც საშუალო სტატისტიკურზე 7-ჯერ ნაკლებია. (www.BBI.ge)

გაეროს განვითარების პროგრამისა და ბათუმის ბიზნეს-ინკუბატორის 2011 წლის 6 ივნისის შეთანხმების საფუძველზე ბიზნეს-ინკუბატორის დამატებითი ფუნქცია გახდა რეგიონში არსებული, ინკუბატორის არაწევრი კომპანიებისათვის კონსულტაციების გაწევა, დღეის მდგომარეობით ამ კონსულტაციებში მონაწილეობა მიიღო 35-მა კომპანიამ.

ამრიგად, ბიზნეს-ინკუბატორი ეხმარება ბიზნესს განვითარებისათვის საჭირო ფინანსური და ტექნიკური საშუალებების მოძიებაში, ინკუბატორის მიერ მიწოდებული საოფისე ფართი და აღჭურვილობა, კონსულტაციები შესაძლებლობას აძლევს კომპანიებს თავი აარიდონ დამატებით ხარჯებსა და პერსონალს, რაც მცირე ფირმების რაციონალური და ეფექტური ფუნქციონირების საშუალებას იძლევა. გარდა ამისა საკონსულტაციო მომსახურება, ინფორმაციული ბაზა და

საგანმანათლებლო ღონისძიებები ეხმარება მეწარმეს თანამედროვე გარემოსთან შეგუებასა და განვითარებაში. ბიზნეს-ინკუბატორი ამცირებს მცირე ბიზნესის გაკოტრების რისკებს. აშშ-ს ბიზნეს-ინკუბატორების ნაციონალური ასოციაციის (NBIA) ანგარიშის თანახმად ინკუბირებული კომპანიების 87% დღემდე წარმატებით ფუნქციონირებს. 1980 წლიდან ინკუბირებულმა კომპანიებმა შექმნეს დაახლოებით 500 000 სამუშაო ადგილი. ყოველი მე-2 სამუშაო ადგილი ხელს უწყობს დამატებით ერთი სამუშაო ადგილის შექმნას. (www.BBI.ge).

დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ასევე მცირე მეწარმეობისათვის მუნიციპალურ მხარდაჭერას, იმდენად რამდენადაც ადგილობრივმა ხელისუფლებამ უკეთ იცის მიზნობრივი უპირატესობები და ისიც თუ ვის სჭირდება დახმარება. რეგიონებში მცირე ბიზნესის განვითარების საქმეში დიდი წვლილის შეტანა შეუძლიათ მუნიციპალურ ფონდებს, რომლებმაც მცირე ბიზნესის სუბიექტთა დასახმარებლად შეიძლება გამოიყენონ დაფინანსების სხვადასხვა სახეები: გრანტები, შეღავათიანი კრედიტები, უპროცენტო სესხები და სხვა. ასევე მათ შეუძლიათ მცირე ბიზნესზე გარანტიების წარდგენა, სპეციალურ ღონისძიებათა ჩატარება (გამოფენები, კონკურსები, ბაზრობები, აუქციონები), ქონებრივი და საინფორმაციო მხარდაჭერა.

ფიქრობთ, რომ უნდა დამკვიდრდეს მუნიციპალური წარმონაქმნის ტერიტორიაზე პრიორიტეტული საქმიანობის სახის ცნება, რომელიც გამყარებული იქნება მუნიციპალურ ნორმატიული აქტებით, დამტკიცებული იქნება მუნიციპალური თვითმმართველობის წარმომადგენლობითი ორგანოების მიერ და აისახება მათი განვითარების პროგრამებში.

შესაძლებლად მიგვაჩნია მუნიციპალურ წარმონაქმნებს შორის კონკურსის ჩატარება მათ ტერიტორიაზე საქმიანობის პრიორიტეტული სახეებისათვის ფინანსური მხარდაჭერის მოსაპოვებლად.

ფიქრობთ, რომ რეგიონებში მცირე ბიზნესის სტიმულირებისათვის მეტად მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადაიდგმებოდა, თუკი სახელმწიფო მიიღებდა გადაწყვეტილებას ბიზნესიდან მიღებული გადასახადების ადგილობრივ ბიუჯეტებში წარმართვის სასარგებლოდ. ასეთ შემთხვევაში თვით ადგილობრივი ხელისუფლება იქნებოდა დაინტერესებული ბიზნეს-სუბიექტების რიცხვის ზრდითა და მათი საქმიანობის მხარდამჭერი ღონისძიებების შემუშავებით, შესაბამისად კი ადგილობრივ ბიუჯეტებში შენატანების გაზრდით. მხოლოდ ერთი ადგილობრივი გადასახადის არსებობა ვერანაირად ვერ წყვეტს იმ პრობლემებს, რაც მუნიციპალური წარმონაქმნების წინაშე დგას და სახელმწიფო ტრანსფერტების იმედზე არიან.

უცხოეთში არსებობს სახელმწიფოსა და მუნიციპალიტეტების მონაწილეობით ერთობლივი პროგრამების რეალიზაციის გამოცდილება. საქართველოშიც შესაძლებელია "მუნიციპალიტეტთაშორისი პრიორიტეტული პროგრამების" შემუშავება, რომლებიც შესაძლებელია განხორციელდეს ერთდროულად რამდენიმე მუნიციპალიტეტში, რომელთაც ექნებათ სოციალური და ეკონომიკური მნიშვნელობა და ასევე მისცემენ ეკონომიკურ ეფექტიანობას მცირე ბიზნეს-სუბიექტებს.

დღეისათვის საქართველოში მცირე ბიზნესში არსებული მდგომარეობის ანალიზის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ იგი ჯერ კიდევ ფორმირების დაბალ საფეხურზეა. მოთხოვნებს ჩამორჩება მისი ზრდის ტემპიც. ამ სფეროს რადიკალური გარდაქმნა-განვითარებისათვის აუცილებლობად გვესახება სახელმწიფო-მარეგულირებელი ფუნქციების გააქტიურება და მასშტაბების გაზრდა.

3.3. მცირე ბიზნესის ფინანსური უზრუნველყოფის შესაძლებლობები და საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები

ბიზნესის განვითარების საწყის ეტაპზე დაფინანსება წარმოადგენს არაერთი პოტენციალური ბიზნესმენისათვის სირთულეთა სათავეს. დამწყები მეწარმე მომავალი საქმიანობის ძირითად მიმართულებებს განსაზღვრავს ბიზნეს-გეგმაში. მეწარმის ფულად სახსრებზე მოთხოვნა ასახულია ბიზნეს-გეგმაში.

გამოკვლევების თანახმად საკუთარი სახსრები წარმოადგენს კაპიტალის ძირითად წყაროს როგორც დამწყები მეწარმეთათვის, ისე იმ მეწარმეებისთვისაც, რომლებიც შეიძენენ უკვე არსებულ წარმოებას. მათ მუშაობის პროცესში ასევე უწევთ ფინანსური სახსრების გარე წყაროების მოძიება. ფინანსური რესურსების გარე წყაროები იყოფა ფორმალურ და არაფორმალურ წყაროებად. თანაფარდობა დამოკიდებულია ფირმის სიდიდესა და არსებობის ვადებზე. უნდა აღინიშნოს, რომ მცირე ზომის საწარმოები, უფრო მეტად კი დამწყები საწარმოები ნაკლებად მიმართავენ ფორმალურ წყაროებს, ვიდრე მსხვილი და საშუალო საწარმოები. მაგალითად კანადაში საწარმოს მფლობელის პირადი დანაზოგები გამოიყენება საწარმოთა 57%-ის მიერ, ამასთან საწყის ეტაპზე ეს მაჩვენებელი შეადგენს 77%. (შიპოვა 2009:32)

უცხოური გამოცდილება ადასტურებს, რომ დაკრედიტება წარმოადგენს მცირე საწარმოთა დაფინანსების მნიშვნელოვან წყაროს. მაგალითად, 2003 წელს აშშ-ში საწარმოთა 60%-ს ჰქონდა კრედიტი საკრედიტო ხაზის, სესხების ან ფი-

ნანსური ლიზინგის ფორმით. ამასთან აშშ-ში მცირე საწარმოთა მფლობელების 77%-ს თავისი საქმიანობის პერიოდში მინიმუმ ერთხელ მაინც ჰქონია შეხება ბანკის საკრედიტო მომსახურებასთან. ასევე 2002 წლის მონაცემებით ევროპის ქვეყნებში მცირე საწარმოთა 76%-ს ჰქონდა საკრედიტო ხაზი ერთ ან რამდენიმე ბანკში. კანადაში კი საკრედიტო ხაზის გამოყენების მაჩვენებელი შედარებით დაბალია და 50%-ს შეადგენს. თუმცა დაკრედიტების მოცემული ფორმა წარმოადგენს ყველაზე პოპულარულს დაკრედიტების დანარჩენ წყაროებთან შედარებით. (შიპოვა 2009: 35)

ამასთან უნდა აღინიშნოს, რომ საკრედიტო ხაზის გამოყენების სიხშირე იზრდება საწარმოთა ზომის ზრდასთან ერთად, რასაც ამტკიცებს მონაცემები ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის ქვეყნებში მცირე საწარმოების მიერ საკრედიტო ხაზის გამოყენების შესახებ. (ცხრ. 3.3.1-3.3.2.).

ცხრილი 3.3.1. ევროპის მცირე და საშუალო საწარმოები, რომლებიც იყენებდნენ საკრედიტო ხაზს (საწარმოთა ზომებისა და საქმიანობის სახეების მიხედვით) 2002 წ.

ბანკების რიცხვი	მცირე და საშუალო საწარმოთა წილი							
	საწარმოს ზომების მიხედვით (მომუშავეთა რაოდენობა)				საწარმოს საქმიანობის სფეროების მიხედვით			
	0-9 კაცი	10-49 კაცი	50-249 კაცი	სულ	მრეწველობა	ვაჭრობა	მომსახურება	სულ
0(საკრ.ხაზი არ)	21%	16%	16%	21%	16%	21%	23%	21%
1 ბანკი	41%	33%	28%	41%	42%	39%	41%	41%
2 ან 3 ბანკი	30%	35%	26%	30%	31%	32%	28%	30%
4და მეტი ბანკი	5%	9%	19%	5%	7%	4%	4%	5%
პასუხი არ აქვს	3%	6%	12%	3%	4%	3%	4%	3%
სულ	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

წყარო: ა.ი. შიპოვა “მცირე და საშუალო საწარმოთა დაკრედიტება: სამამულო და უცხოური გამოცდილება”, 2009წ. გვ.21.

საზღვარგარეთული მცირე და საშუალო საწარმოები გარე დაფინანსების მისაღებად იყენებენ ასევე საკრედიტო ბარათებს, რომლებიც რეგისტრირებულია ან კომპანიის სახელზე (იურიდიულ პირზე), ან კიდევ ფიზიკური პირის – ბიზნესის მფლობელის სახელზე. საკრედიტო ბარათებს მიღებული სახსრების შეხედულებებისამებრ გამოყენების უპირატესობა აქვთ, რადგანაც კრედიტი არ ატარებს მიზნობრივ ხასიათს. საწარმოთა ზომისა და მათი არსებობის ხანგრძლივობის ზრდასთან ერთად იზრდება კომპანიის სახელზე გამოშვებული საკრედიტო ბარათების გამოყენების სიხშირე, მაშინ როცა, ფიზიკურ პირებზე გამოშვებულ

საკრედიტო ბარათთა რიცხვი მცირდება, რასაც ადასტურებს აშშ-სა და კანადის მონაცემები. (ცხრილი 3.3.2).

ცხრილი 3.3.2. აშშ-სა და კანადაში მცირე საწარმოთა წილი, რომლებიც იყენებენ საკრედიტო ბარათებსა და საკრედიტო ხაზს

ქვეყნები	დაფინანსების ფორმები		
	საკრ. ბარათ. კომპანიის სახელზე	საკრ. ბარათები ფიზ. პირ. სახელზე	საკრედიტო ხაზი
აშშ (2003 წ)			
სულ მცირე და საშუალო საწარმოები	48,1%	46,7%	34,3%
მათ შორის საწარმოთა ცალკეული კატეგორიების მიხედვით			
საწარმოები 1 დაქირავებულით	32,0%	48,6%	19,4%
საწარმოები 2-4 დაქირავებულით	45,7%	48,1%	27,2%
საწარმოები 100-დან 499-მდე დაქირავებ	71,5%	32,2%	82,3%
კანადა (2004 წ)			
სულ მცირე საწარმოები	48,4%	50,0%	50,2%
საწარმოები დაქირავებულთა გარეშე	38,2%	48,5%	41,1%
საწარმოები 100-დან-499-მდე დაქირავებულით	68,1%	94,5%
საწარმოები 1-2 წლის მუშაობის გამოცდილებით	42,3%	64,0%	48,2%
საწარმოები 3-4 წლის მუშაობის გამოცდილებით	43,9%	56,4%	45,0%
საწარმოები 5 წელზე მეტი მუშაობის გამოცდილებით	51,0%	45,9%	52,8%

წყარო: ა.ი. შიპოვა “მცირე და საშუალო საწარმოთა დაკრედიტება: სამამულო და უცხოური გამოცდილება”, 2009წ. გვ.23

ფინანსირების კიდევ ერთი წყაროა ოვერდრაფტი. ის არის შედარებით ძვირი პროდუქტი, მაგრამ მას ხშირად აძლევენ უპირატესობას მოქნილობის გამო. უნდა აღინიშნოს, რომ საკრედიტო დაწესებულებები, როგორც წესი მომხმარებელს სთავაზობენ არა სესხს, არამედ ოვერდრაფტსა და საკრედიტო ხაზს, რომლებზეც საპროცენტო განაკვეთი არსებითად მაღალია. საკრედიტო ხაზები სარისკოა, რადგანაც ისინი სიძვირესთან ერთად საკრედიტო დაწესებულებების შეხედულებისამებრ, ნებისმიერ დროს შეიძლება შეწყდეს. ამიტომაც საწარმოებს შეუძლიათ ერთდროულად კრედიტის რამდენიმე წყაროს გამოყენება. მაგალითად აშშ-ში 2001 წლის მონაცემებით მცირე საწარმოთა 58%-ს ჰქონდა როგორც სესხები, ასევე საკრედიტო ხაზი.

კომერციულ ბანკებთან ერთად, მცირე საწარმოებს აფინანსებს სალიზინგო კომპანიები. “კანადაში 2004 წელს ლიზინგი გამოიყენა მცირე და საშუალო საწარმოთა 30,4%-მა, აშშ-ში 2003 წელს 8,7%-მა. 2005 წელს კი ევროკავშირის 15 წევრ ქვეყანაში სალიზინგო კომპანიებს მომსახურებისათვის მიმართა მცირე და საშუალო საწარმოთა 24%-მა, სადაც ის არის ბანკების შემდეგ დაფინანსების ყველაზე პოპულარული წყარო. ამასთან თავისი არსებობის მანძილზე ლიზინგი გამოიყენა მცირე საწარმოთა 51%-მა. ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა გერმანია, ლუქსემბურგი, პორტუგალია, ნიდერლანდები სალიზინგო კონტრაქტთა დიდი რიცხვი მოდის სწორედ მცირე საწარმოებზე.

განვითარებული ეკონომიკის ქვეყნებში მრავალი სწრაფად მზარდი ფირმა ცდილობს მოექცეს ვენჩურული კაპიტალის ინტერესთა სფეროში. საინვესტიციო სახსრები, რომლებიც გააჩნია ფორმალურ ვენჩურულ ფირმებს მოპოვებულია კერძო კორპორაციების, სახელმწიფო საპენსიო ფონდების, საქველმოქმედო ფონდების, კერძო პირებისა და თავად ვენჩურული კაპიტალის საინვესტიციო რესურსების გაერთიანებით. არაფორმალური სექტორის მონაწილეები არიან ვენჩურული კაპიტალის კერძო ინვესტორები: ე.წ. “ბიზნეს ანგელოზები”. ესენი როგორც წესი არიან პროფესიონალები, ბიზნესში მუშაობის გამოცდილებით. არაფორმალურ ინვესტორებს აქვთ მნიშვნელოვანი ფინანსური რესურსი, რომელიც მათი შრომითი დანაზოგით არის მიღებული.

არაერთი ე.წ. “ბიზნეს ანგელოზი” პირდაპირ დებს ინვესტიციებს ახალ და მზარდ ფირმებში, შედის რა სინდიკატის შემადგენლობაში, რომელიც აერთიანებს ბიზნეს პარტნიორებს და მეგობრებს, ეს ინვესტიციების მიმღებთ საშუალებას აძლევს ისარგებლონ მსხვილი ფინანსური საშუალებებით. ფორმალური და არაფორმალური სექტორი ურთიერთშემავსებელ როლს თამაშობს. არაფორმალური სექტორის ინვესტიციები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია “სასტარტო” ფირმების განვითარების ადრეულ სტადიაზე, როდესაც ამ ფირმებს სჭირდება კაპიტალის საწყისი თანხა პროდუქტის კონცეფციის და ნიმუშის დასამზადებლად. ფორმალური სექტორი კი უფრო აქტიურია ფირმის სწრაფი ზრდის სტადიაზე, როდესაც საჭიროა სახსრები წარმოების და გაყიდვების გასაფართოებლად.

საინტერესოა მცირე ბიზნესის ვენჩურული დაფინანსების განსაკუთრებული მხარეების გამოყოფა:

1. ის განსხვავდება დაკრედიტების სხვა ტრადიციული სახეებისაგან იმით, რომ ფულადი სახსრების დაბრუნება არ ხდება წინასწარ დადგენილ ვადებში, ასევე არ ხდება პროცენტის გადახდა;

2. მცირე საწარმოთა დაფინანსება ხორციელდება ყოველგვარი ქონებრივი უზრუნველყოფის გარეშე;
3. ფირმების მიერ სარისკო კაპიტალის შეთავაზების პირობები და მიზანი განსხვავებულია სხვა ტრადიციული ინვესტორების მიზნებისაგან.

ამასთან, “ვენჩურული კაპიტალისტების მოძებნა რთულ ამოცანას წარმოადგენს. იმისათვის, რომ ვენჩურული კაპიტალისტი დავარწმუნოთ ბიზნესის წარმატებაში, აუცილებელია გაიწეროს 5-7 წელზე ფირმის გამვითარების პერსპექტივა. ვენჩურული კაპიტალის ფირმები მცირე მოგებისათვის ფულს არ აბანდებენ. ისინი ვარაუდობენ ინვესტირებული კაპიტალის 3 ან 4-მაგად გაზრდას 5-7 წელიწადში.” (შენგელია 2008:187)

უახლოეს მომავალში საქართველოსათვის სარისკო კაპიტალის ამოქმედების შესაძლებლობა ნაკლებად საიმედოა, თუნდაც იმიტომ, რომ ინოვაციების შექმნაზე არ არის კომპლექსური მოთხოვნა. ჩვენს ქვეყანაში აქტიურად დაიწყო ფრანჩაიზინგული სახელშეკრულებო ურთიერთობების ჩამოყალიბება. ეს არის უკვე აწეობილი ბიზნესის მართვის ფორმა.

პრაქტიკულად გამოიყენება ფრანჩაიზინგის ოთხი ძირითადი ფორმა:

1. სასქონლო ნიშნის გამოყენების ფრანჩაიზინგი, როდესაც ფრანჩაიზის მყიდველი კორპორაციას უხდის ფულს სასაქონლო ნიშნის გამოყენებისათვის;
2. მზა პროდუქციის გაყიდვის ფრანჩაიზინგი, როდესაც მყიდველი ყიდულობს სასაქონლო კორპორაციისაგან, ხოლო შემდგომ ახდენს მის რეალიზაციას საკუთარი ფასებით. მაგალითად ამ კატეგორიის საქონლით ვაჭრობენ ის ფირმები, რომლებიც ახდენენ ავტომობილების ან ბენზინის გაყიდვას;
3. საქონლის წარმოების ფრანჩაიზინგი, როდესაც ლიცენზიატი დედობილი კომპანიისაგან იღებს მისი საქონლის წარმოებისა და რეალიზაციის უფლებას. ამასთან, გამოიყენება კომპანიისაგან ნაყიდი ნედლეული და მასალები. მაგალითად ქარხანა “კოკა-კოლას” წარმომადგენლობა საქართველოში რომელიც ახდენს გამაგრებელი სასმელების ჩამოსხმას.
4. საქმიანობის სახეობაზე ფრენჩიზინგი, რომლის მიხედვით ლიცენზიატი ყიდულობს საკუთარი ფირმის გახსნის უფლებას კორპორაციის სა-ხელწოდების გამოყენებით, მისი საქმიანობის პროფილის შენარჩუნებით. ამის ტიპური მაგალითია “ნიკალას” ტიპის კვების ობიექტები საქართველოში. (შენგელია 2008:196).

მცირე მეწარმისათვის, როგორც წესი, უფრო უსაფრთხოა ახალი წარმოების ფინანსირება ინვესტორთა სახსრებით და არა კრედიტებით. ტიპური საფინანსო კომპანია ყოველწლიურად ღებულობს 1000-მდე მოთხოვნას დაფინანსებაზე, რომელთაგან რამდენიმეთვიანი ანალიზის შემდეგ მხოლოდ რამდენიმე მოთხოვნა კმაყოფილდება. (სიროპოლისი 1997:49)

სხვადასხვა ტიპის ფინანსურ კომპანიათა შორის აღსანიშნავია:

– ტრადიციული ამხანაგობები, რომლებიც აერთიანებენ მდიდარი ოჯახების სახსრებს მცირე საწარმოებში დაბანდებისათვის;

– ფონდები, რომელთა განკარგულებაშია სხვადასხვა ორგანიზაციათა სახსრები;

– საინვესტიციო საბანკო კომპანიები, რომლებიც პერიოდულად აყალიბებენ ინვესტორთა გაერთიანებებს მიმზიდველი ვენჩურული წინადადებებისათვის;

– სადაზღვევო კომპანიები, რომლებიც, ჩვეულებრივ უფრო კონსერვატულები არიან და მცირე საწარმოებისაგან მოითხოვენ აქციონერული კაპიტალის განსაზღვრულ წილს, როგორც ინფლაციისაგან დაცვის საშუალებას.

საფინანსო კომპანიები ცხადია არ აფინანსებენ მცირე საოჯახო საწარმოებს. მათ ინტერესს წარმოადგენს მზარდი ამონაგებისა და მოგების პერსპექტივის მქონე საწარმოები, რომელთაგან უპირატესობა ენიჭება მაღალტექნოლოგიურ დარგებს.

აშშ-ში კაპიტალის ერთ-ერთ წყაროს წარმოადგენს მცირე ბიზნესის საინვესტიციო კომპანიები, რომლებიც კონგრესის 1958 წლის კანონის “ინვესტიციები მცირე ბიზნესში” მიღების შემდეგ გაჩნდნენ. ამ კანონის მიზანი იყო კერძო ინვესტორთა სახსრებით სამეწარმეო საქმიანობის ფინანსირების სტიმულირება. კანონი ასტიმულირებდა მცირე ბიზნესის საინვესტიციო კომპანიების შექმნას, რომლებსაც ინვესტორები გამოიყენებდნენ როგორც კერძოს და ორიენტირებული საწარმოს მოგების მიღებაზე. გარდა ამისა მასში იგულისხმებოდა, რომ

– ინვესტორებს შეეძლოთ უპირატესობის მინიჭება ისეთ მცირე საწარმოებზე, რომლებიც შეიმუშავებდნენ მაღალი საბაზრო პოტენციალის კონკურენტულ ახალი სახის პროდუქციას;

– მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციას უნდა ეწარმოებინა მეთვალყურეობა და ასეთი კომპანიების საქმიანობაზე შესაბამისი ლიცენზიების გაცემაზეც ევალებოდა პასუხისმგებლობა.

საინვესტიციო პოლიტიკის ეფექტიანობის ამაღლება ჩვენი ქვეყნის უმნიშვნელოვანესი პრიორიტეტია, ამისათვის აუცილებელია ინვესტიციური საქმიანო-

ბის მუდმივი სრულყოფა და მისი მართვის გაუმჯობესება მეურნეობრიობის ყველა დონეზე.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის დაზუსტებული მონაცემებით 2010 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 814 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 24%-ით აღემატება 2009 წლის მონაცემებს და 52%-ით ჩამორჩება 2008 წლის მაჩვენებელს. (ცხრ. 3.3.3.)

ცხრილი 3.3.3. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში ეკონომიკის სექტორების მიხედვით, 2008-2010 წწ.

დარგები/წლები	2008 წელი		2009 წელი		2010 წელი	
	მლნ აშშ დოლარი	პროც. წილი	მლნ აშშ დოლარი	პროც. წილი	მლნ აშშ დოლარი	პროც. წილი
სულ:	1564.0	100	658.4	100	814.5	100
მათ შორის:						
სამთომოპ. და გად. მრეწველ.	207.3	13.3	139.8	21.2	228.8	28.1
ტრანსპორტი და კავშირგაბმ.	422.7	27.0	98.4	14.9	215.1	26.4
უძრავი ქონება	277.8	17.8	147.4	22.4	119.3	14.6
საფინანსო სექტორი	8.5	0.5	49.7	7.5	107.4	13.2
დანარჩენი სექტორები	647.7	41.4	223.1	33.9	143.9	17.7

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სტატისტიკური პუბლიკაცია „პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2010“ 15 აგვისტო 2011 წ.

როგორც ცხრილიდან ჩანს ინვესტიციათა ყველაზე დიდი რაოდენობა 2010 წელს მიმართულ იქნა ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში – 26,4%, ასევე მრეწველობაში – 28,1% და უძრავი ქონების სფეროს მიმართულებით – 14,6%.

საინვესტიციო დაბანდებათა განსაკუთრებული სიმცირით გამოირჩევა სოფლის მეურნეობა, რომელიც რეალურად სტრატეგიულ სფეროს წარმოადგენს, მაშხე 2008 წელს მოდიოდა 14,7 მილიონი ლარი, ხოლო 2009 წელს 21,4 მილიონი ლარი. (დანართი 3)

ინვესტიციების საჭიროებას განსაკუთრებით მცირე ბიზნესის სექტორი განიცდის. საკუთარი საშუალებები ხშირად არასაკმარისია კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოებისათვის. საანალიზო წლების მიხედვით ინვესტიციები მცირე საწარმოების ძირითად კაპიტალში კლების ტენდენციით გამოირჩეოდა.

როგორც №3.3.4. ცხრილიდან ჩანს, მცირე ბიზნესში ამ მაჩვენებლის მხრივაც სავალალო მდგომარეობაა. ინვესტიციების ოდენობა ძირითად კაპიტალში კლების ტენდენციით ხასიათდება. საწარმოთა ზომების მიხედვით ყველაზე დიდი წილი ამ მაჩვენებლის მიხედვით მსხვილ ბიზნესზე მოდის და თითქმის სტაბილურ

მდგომარეობას ინარჩუნებს – 2006 წელს- 86,7%, 2007 წელს-90,0%, 2008 წელს- 81,4%, ხოლო 2009 წელს-88,4%. მცირე საწარმოებში ფიქსირებულ კაპიტალში ინვესტიციათა მოცულობა კი 2009 წელს 2006 წელთან შედარებით 2,2%-ით შემცირდა და შეადგინა 12,2 მილიონი ლარი. უნდა აღინიშნოს რომ არც საშუალო ბიზნესშია დამაკმაყოფილებელი მდგომარეობა ამ კუთხით.

ცხრილი 3.3.4. მცირე საწარმოებში ინვესტიციათა მოცულობა ძირითად კაპიტალში 2006-2009 წლებში.

წლები	2006		2007		2008		2009	
	მლნ.ლარი	%	მლნ.ლარი	%	მლნ.ლარი	%	მლნ.ლარი	%
სულ	2054,7	100	2588,4	100	2229,0	100	2157,8	100
მსხვილი	1782,3	86,7	2329,9	90,0	1816,2	81,4	1899,4	88,4
საშუალო	137,6	6,7	181,6	7,0	297,5	13,3	156,2	7,2
მცირე	134,8	6,6	76,9	3,0	115,3	5,3	12,2	4,4

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, ბიზნეს სექტორი

აღნიშნული მდგომარეობის მიზეზებად მიგვაჩნია ზოგადად საინვესტიციო აქტივობის მნიშვნელოვნად შემცირება, ამას ემატება სახელმწიფოს მხრიდან მცირე სექტორის პრიორიტეტად არ მიჩნევა, რაც უარყოფით გავლენას ახდენს უცხოელ ინვესტორთა დაინტერესებაზე ამ კუთხით. აღნიშნული ტენდენცია ნათლად მიუთითებს იმაზე, რომ მცირე საწარმოთა საქმიანობის გაფართოება არ ხდება ფინანსური სახსრების სიმწირის და რეალური საინვესტიციო პროექტების არარსებობის გამო. შედეგად მცირე მეწარმეები მხოლოდ საკუთარი დანაზოგებით ვერ მართავენ საწარმოო საქმიანობის რთულ პროცესს.

ჩვენის აზრით, საქართველოში მცირე ბიზნესის ინვესტირების შედარებით განვითარებული წყარო არის საბანკო კრედიტი. აქ მცირე მეწარმეობის დაკრედიტება დაიწყო 10-12 წლის წინ განსხვავებით უცხოური ქვეყნებისაგან. საბანკო ბაზარზე გაჩნდა ბანკთა არც თუ ისე დიდი რაოდენობა და ისინიც შეზღუდულად იძლეოდნენ კრედიტს. ასეთი მდგომარეობის მიზეზი იყო ქვეყანაში არაკეთილსაქურველი ეკონომიკური სიტუაცია, ინფლაცია, მცირე მეწარმეობის განვითარების დაბალი ტემპები, შედეგად კი ნაკლები იყო მეწარმეთა მხრიდან კრედიტზე მოთხოვნა.

მცირე საწარმოთა ზრდასთან ერთად იზრდებოდა მცირე ბიზნესის დაკრედიტებაზე მოთხოვნაც. სწორედ კრედიტი წარმოადგენს ჩვენს სინამდვილეში აუცი-

ლებელ პირობას წარმოების განსავითარებლად, საქონელბრუნვის გასაუმჯობესებლად.

საქართველოში განვითარებული ეკონომიკური სფერო საბანკო სექტორია. ბუნებრივია, ქართული სამეწარმეო საქმის დღევანდელ მდგომარეობაში საბანკო სექტორის წვლილი დიდია. დღეისათვის ჩვენს ქვეყანაში 20-ზე მეტი კომერციული ბანკია. ამასთანავე მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიც ეწევიან სასესო საქმიანობას, რომელთაც ძირითდად ორიენტაცია აღებული აქვთ მცირე ბიზნესის დაკრედიტებაზე. საფინანსო სექტორი უმნიშვნელოვანეს ბიზნესპარტნიორად ეკონომიკის მცირე სექტორს მოიაზრებს, რაც კიდევ უფრო ზრდის მცირე საწარმოთა მნიშვნელობას ეროვნულ ეკონომიკაში.

თუმცა, ქართულ საბანკო სექტორს ახასიათებს გარკვეული თავისებურებები, რომლითაც განვითარებულ ქვეყნებში არსებული ტენდენციისაგან საკმაოდ განსხვავდება. საბანკო სექტორს აქვს მოტივაცია იმისა, რომ მეწარმეობის სფერო გაფართოებისაკენ წავიდეს, მაგრამ გარანტიის სიმცირის გამო მათ რისკის გაწევა უხდებათ და შესაბამისად საბანკო პროდუქტებიც ძვირდება, ასევე ნაკლებად ხელმისაწვდომია. მიგვაჩნია, რომ ჩვენთან საბანკო სექტორის მთავარი მიზანი მოკლევადიანი ეფექტებია და არა სოციალური შედეგი. ეს უკანასკნელი ბანკების მიზანი ვერ გახდება თუ არ იქნება სათანადო ხელშეწყობა და მხარდაჭერა სახელმწიფოს მხრიდან.

მცირე ბიზნესის დაკრედიტება წარმოადგენს საბანკო საქმიანობის ერთ-ერთ ურთულეს მიმართულებას, რაც გამოიხატება ოპერაციათა შემოსავლიანობისა და საკრედიტო საშუალებების ბრუნვის მცირე ვადებში. დღეისათვის საბანკო პროდუქტები მრავლად აქვთ წარმოდგენილი ბანკებს, მაგრამ მცირე ბიზნესის წარმომადგენლებს ხშირად სრულად არა აქვთ ინფორმაცია მათ შესახებ და ვერ ხედავენ განსხვავებას მათ შორის. ამის გამო წარმოიშობა სირთულეები ამა თუ იმ სახის კრედიტის არჩევასთან დაკავშირებით. ხშირად მეწარმეები უშვებენ თავიანთი ბიზნესის დაკრედიტების უფრო მისაღებ ვარიანტს და ღებულობენ უფრო ნაკლებად შესაფერის კრედიტს. ჩვენს მიერ შესწავლილი ბანკების მიერ მცირე ბიზნესის დაკრედიტების პირობებიდან (ცხრ. 3.3.5.) ჩანს, რომ საპროცენტო განაკვეთები მერყეობს 14-24%-ის ფარგლებში, ხოლო სესხის ვადები მოიცავს პერიოდს 3 თვიდან 10 წლამდე, ამასთან ზოგიერთ მათგანს, შემუშავებული აქვს საშეღავათო პერიოდის მიცემის პრაქტიკაც (მაგ. ინვესტ-ბანკი სამთვიან საშეღავათო ვადას სთავაზობს მცირე საწარმოებს), სესხის უზრუნველყოფად კი ყველასათვის უძრავ-მოძრავი ქონება და ყოველგვარი ფასეულობა მიიჩნევა.

ცხრილი 3.3.5. საქართველოში მცირე ბიზნესისათვის კრედიტების გაცემის პირობები

ბანკის დასახელ.	სესხის თანხა	საპროცენტო განაკვეთი	სესხის ვადა	უზრუნველყოფა
“რესპუბლიკა”	2000-100 000 აშშ დოლარი	16%-დან	10 წელი	უძრავ-მოძრავი ქონება
“ვთ ”	2000-150000 აშშ დოლარი	15%-დან	84 თვე	მოქმედი ბიზნესი
“თი-ბი-სი”	50000 აშშ დოლარამდე	ინდივიდუალური	10 წელი	უძრავ-მოძრავი ქონება
“ინვესტ-ბანკი”	10000-40000 ლარამდე	20-24%	36 თვე, საშელ. 3 თვე	უძრავ-მოძრავი ქონება
“ტაო-პრივატ ბანკი”	20000 აშშ დოლარი	ინდივიდუალური	36 თვე	უძრავ-მოძრავი ქონება
“კონსტანტა”	60-1200 აშშ დოლარი	ინდივიდუალური	15 თვემდე	გირაოს გარეშე
“კორ სტანდარტ ბანკი”	2500-500000 აშშ დოლარი	14%-დან	3-60 თვე	უძრავ-მოძრავი ქონება

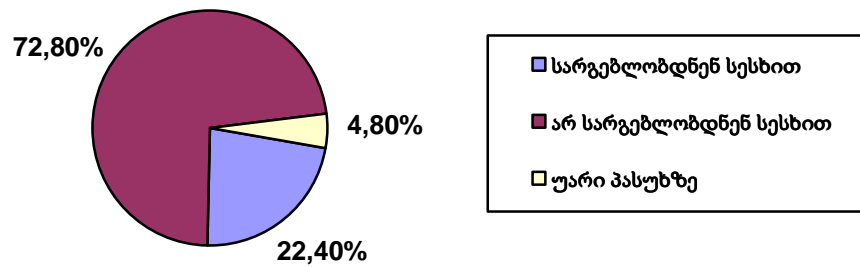
წყარო: ცხრილი შედგენილია ჩვენს მიერ ინტერნეტ წყაროებზე დაყრდნობით.

მიუხედავად საბანკო პროდუქტების მრავალსახეობისა ბოლო წლებში საგრძნობლად იკლო მცირე მეწარმეთა მხრიდან მათზე მოთხოვნის რიცხვმა. სტატი-სტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მიერ 2008 წელს ჩატარებული მცირე და საშუალო საწარმოთა გამოკვლევის შედეგების თანახმად მეწარმეთა 72,8% თავს არიდებს ბანკებიდან სესხის გამოტანას, მიუხედავად ფულადი სახსრების მწვავე საჭიროებისა. ამის მიზეზად ასახელებენ მაღალ საპროცენტო განაკვეთებს. საბანკო კრედიტით სარგებლობს მხოლოდ 22,4%. (დიაგრამა 3.3.1).

უნდა აღინიშნოს, რომ სამომავლოდ, საქმიანობის გაგრძელების შემთხვევაში საბანკო კრედიტის იმედად არ არიან ჩვენი მეწარმეები და ეყრდნობიან საკუთარ დანაზოგებს. მეწარმეთა 63,8% საქმიანობის გაფართოებას გეგმავს საკუთარი ან პარტნიორების დახმარებით, 12,2% ახალი პარტნიორების ჩართვით, 1,8% უცხოური კაპიტალის მოზიდვით და მხოლოდ 20,1%-ს აქვს საბანკო კრედიტის ან სესხის იმედი. (დიაგრამა 3.3.2).

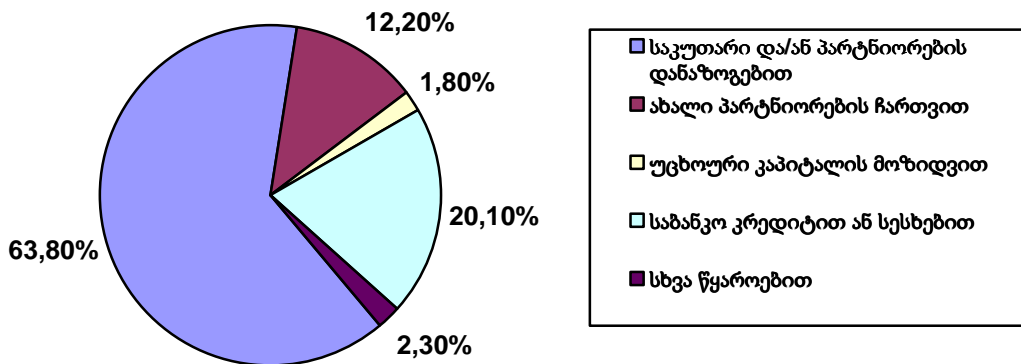
მცირე მეწარმეებსა და საბანკო სექტორს შორის ურთიერთ თანამშრომლობის დაბალი ხარისხის მიზეზად მიგვაჩნია მაღალი საპროცენტო განაკვეთები და სესხის დაბრუნებისას საშედავათო ვადის არ არსებობა, რის გამოც მეწარმეებს სწრაფად უწევთ სესხზე პროცენტების გადახდა, რაც წარმოადგენს კიდევაც უმთავრეს მიზეზს სესხით სარგებლობაზე უარის თქმისას.

დიაგრამა 3.3.1. მეწარმეების მიერ სესხით სარგებლობა 1 წლის განმავლობაში (2008)



წყარო: “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში”. სტატისტიკური პუბლიკაცია. 2009

დიაგრამა 3.3.2. მცირე ბიზნესის დაფინანსების წყაროები (2008წ.)



წყარო: “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში”. სტატისტიკური პუბლიკაცია. 2009

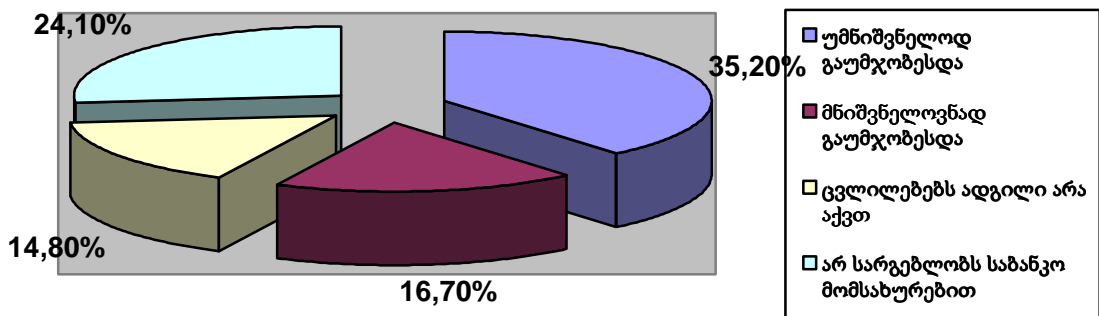
თავის მხრივ ბანკებიც თავს იკავებენ მცირე ბიზნესის დაკრედიტებაზე თუკი ისინი მყარად არ ფუნქციონირებენ და დიდი ხნის გამოცდილება არა აქვთ. ახალდამწყები მეწარმისათვის კი კრედიტთან დაკავშირებული საკითხის მოგვარება საერთოდ შეუძლებელია.

ამ საკითხთან დაკავშირებით საინტერესო სურათს იძლევა ჩვენი გამოკვლევის შედეგებიც. კითხვაზე “როგორ შეაფასებდით საკრედიტო დაწესებულებებიდან სესხის აღების პირობებს ბოლო სამი წლის განმავლობაში” გამოკითხულთა 35,2% თვლის, რომ პირობები უმნიშვნელოდ გაუმჯობესდა, 16,7%-ის აზრით პირობები მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, 14,8%-ის აზრით ცვლილებებს ადგილი არ აქვს, ხოლო 24,1% საერთოდ არ ინტერესდება ბანკის პირობებით და არც სარგებლობს მსგავსი მომსახურებით.

ამავდროულად საბანკო სესხით სარგებლობს მეწარმეთა 50%. ამასთან, საკუთარი სახსრებით ბიზნესის დაფინანსების რიცხვი მცირედება. თუკი 2008 წელს საკუთარი სახსრებით ბიზნესს ახორციელებდა 63,8% (დიაგრამა 3.3.2.), 2011

წელს ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევებით ეს მაჩვენებელი 13,8%-ით შემცირდა. სესხით მოსარგებლე მეწარმეთა 90%-ს სესხი აღებული აქვს 1-დან 3 წლამდე ვადით. გამოკვლევის შედეგების ანალიზით დავადგინეთ, რომ მეწარმეთა დიდი ნაწილი ბანკებიდან მიღებული სესხით თავიანთ ბიზნესს კი არ აფართოებენ, არამედ ეს თანხა მიმდინარე საჭიროებებს ხმარდება და სესხის მთელი ვადის განმავლობაში ბიზნეს-სუბიექტებს მძიმე ტვირთად აწვება.

დიაგრამა 3.3.3. საბანკო სესხის გამოტანის პირობების ცვლილება (შედგენილია ავტორის კვლევების საფუძველზე)



უნდა აღინიშნოს, რომ იმ უმთავრეს ფაქტორებს შორის, რომლებიც ხელს უშლიან ბიზნესის განვითარებას, მეწარმეები პირველ რიგში ასახელებენ ფინანსური რესურსების სიმცირეს, ხოლო შემდეგ კი მაღალ საგადასახადო განაკვეთებს, საბანკო კრედიტის მაღალ საპროცენტო განაკვეთებს, ხელისუფლების მხრიდან ბიზნესის ინტერესების დაუცველობასა და ბიზნესის საკონსულტაციო მომსახურების ხელმიუწვდომობას.

დაფინანსებასთან დაკავშირებული მრავალი პრობლემის გამო საქართველოს ბიზნეს საზოგადოებაში დღეისათვის მეტად აქტუალურია სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესზე დახმარების პრობლემა. დღემდე სახელმწიფო სერიოზულ დახმარებას არ უწევს მცირე ბიზნესს. ამ მხრივ უფრო მეტ დაინტერესებას იჩენენ დონორი ორგანიზაციები, რომელთა მიერ გაცემული გრანტების ხარჯზე ხდება მცირე საწარმოთა განვითარება. ამ მხრივ აღსანიშნავია ისეთი საერთაშორისო ორგანიზაციები, როგორცაა: the World Bank, Tacis, USAID, IFC, ABCO Georgia და სხვები, რომელთაც ეკუთვნით ბევრი ტექნიკური დაფინანსების პროგრამა, სწორედ ისინი გახდნენ მცირე და, საშუალო ბიზნესის წარმომადგენელთა ინფორმაციით უზრუნველყოფის წყარო.

90-იან წლებში საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში საქართველოს დამოუკიდებელი ეკონომიკის ჩამოყალიბებაში დიდი როლი შეასრულეს შ I -მა

და სხვა დონორმა ორგანიზაციებმა. ამ პერიოდში USAID-ის პროგრამები მიზნად ისახავდა ინსტიტუციური და ადამიანური რესურსების გაძლიერებას, როგორც სამთავრობო სააგენტოებში, ისე კერძო სექტორში. ასევე მცირე და საშუალო ბიზნესის და ზოდად კერძო სექტორის კაპიტალზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესებას, სოფლის მეურნეობის პროდუქტების წარმოების გაუმჯობესებას, ქართული პროდუქციის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას და სოფლად მცხოვრები საზოგადოებრივი ჯგუფებისთვის ეკონომიკური შესაძლებლობების გაფართოებას.

2004 წლის იანვარში აშშ-ს მთავრობამ გარდამავალ ეტაპზე მეოფი ქვეყნების დასახმარებლად შეიმუშავა ახალი მექანიზმი. დააარსა ათასწლეულის გამოწვევის კორპორაცია და შერჩეულ ქვეყნებში შეიქმნა სპეციალური რგოლები, რომლებიც კოორდინაციას უწევენ საქმიანობათა წარმართვას. 2004 წლის დეკემბერში საქართველოს მთავრობამ დააარსა ფონდი – “ათასწლეულის გამოწვევა საქართველო”, საჯარო სამართლის იურიდიული პირი. 2005 წლის აგვისტოში საქართველომ მოიპოვა 295,3 მილიონი აშშ დოლარი გრანტი ხუთწლიანი პროგრამის განსახორციელებლად. 2008 წელს მიიღო კიდევ დამატებითი 100 მილიონი დოლარი, რის შედეგადაც ფონდ ათასწლეულის გამოწვევის თანხა 395,3 მილიონამდე გაიზარდა. პროექტის ვადა ამოიწურა 2011 წელს. ათასწლეულის ფონდი თანამშრომლობს სხვადასხვა დონორ ორგანიზაციასთან, მათ შორისაა ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების სააგენტო და სხვა. საქართველოს ათასწლეულის პროგრამას აქვს რამდენიმე პრიორიტეტი, მათ შორისაა აგრობიზნესის განვითარების პროექტი. აღნიშნული პროექტის მიზანია არსებული წვრილი ფერმერული მეურნეობის გარდაქმნა მომგებიან აგრობიზნესად, რაც ხელს შეუწყობს რეგიონებში აგრობიზნესის განვითარებას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას. პროექტის ფარგლებში გაიცემა გრანტები პირველადი წარმოების, ფერმერთა მომსახურების ცენტრების, მცირე გადამამუშავებელი საწარმოების და უწყვეტი საწარმოო ჯაჭვის განვითარებისათვის საქართველოს ნებისმიერ რეგიონში, თანადაფინანსების პრინციპით. გრანტები გაიცემოდა შემდეგი ტიპის საქმიანობის დასაფინანსებლად: პირველადი წარმოება, ფერმერთა მომსახურების ცენტრის შექმნა, მცირე გადამამუშავება, საწარმოო ჯაჭვის შექმნა.

პირველადი წარმოება ითვალისწინებდა გრანტს მაქსიმალური 50000 აშშ დოლარის ოდენობით, თანადაფინანსების პრინციპს 1:0,5. ფერმერებს საშუალება ეძლეოდათ განეხილათ განვითარებისათვის ისეთი სახის წარმოება, როგორცაა მეცხოველეობის ფერმა, საფუტკრე მეურნეობა, სანერგე მეურნეობის განვითარება და სხვა.

ფერმერთა მომსახურების ცენტრები ითვალისწინებს სოფლის მეურნეობისთვის საჭირო წარმოების საშუალებებით ფერმერთა მომარაგებას, კონსულტაციების მიღებასა და აგროტექნიკით სარგებლობას.

მცირე გადამამუშავება ითვალისწინებდა გრანტს 50 000 აშშ დოლარის ოდენობით, დაფინანსებაში 1:1 თანამონაწილეობით. ფერმერებს საშუალება ეძლეოდათ შეექმნათ მცირე გადამამუშავებელი საწარმოები, მაგალითად რძის პროდუქტების, ბოსტნეულის გადამამუშავებელი საკონსერვო წარმოება და ა.შ.

საწარმოო ჯაჭვის შექმნა ფინანსდებოდა 150 000 აშშ დოლარით, 1:1 თანადაფინანსებით. ეს სქემა ითვალისწინებდა სოფლის მეურნეობის პროდუქციის შექმნას, შენახვას, გადამამუშავებას, მისთვის პროდუქციის სახის მიცემას და ბაზარზე ხარისხიანი პროდუქციის რეალიზაციას.

მცირე და საშუალო ბიზნესის დასაფინანსებლად საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციისა (IFC) და bp-ს მიერ გამოყოფილ იქნა 1.5 მილიონი აშშ დოლარი. პროექტს ჰქონდა სამი მიზანი:

1. ბიზნესისათვის რეგულირების ტვირთის მოხსნა;
2. მცირე და საშუალო ბიზნესგარემოს მონიტორინგი და კვლევა;
3. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინფორმაციული უზრუნველყოფა და მისაღები ნებართვებისა და ლიცენზიების პროცედურების გაუმჯობესება.

ასოციაცია ABCO-Georgia-მ სხვა წევრ ორგანიზაციებთან ერთად მრავალი პროექტი განახორციელა, მათ შორისაა სამცხე-ჯავახეთსა და გურიის რეგიონში 500 ადგილობრივი ფერმერისა და კერძო მეწარმისათვის ტრენინგების ჩატარება ტანამედროვე ბიზნესის სხვადასხვა სახეობის წარმართვასთან დაკავშირებით. ტრენინგების პროგრამა სარგებლობდა საერთაშორისო მართლმადიდებლური ეკლესიის (IOCC) საკრედიტო ხაზით.

2002 წელს 234 რეგისტრირებულ უმუშევარს ჩაუტარდა ტრენინგები და კონსულტაციები, გაეწიათ დახმარება ბიზნესდაგეგმვასთან დაკავშირებით. პროექტის შედეგად მონაწილეებმა წარადგინეს 110 ბიზნეს-გეგმა, 52-მა ადამიანმა მიიღო ბანკის სესხი და დაიწყო საკუთარი საქმე. ტრენინგებისა და კონსულტაციების პროგრამა მიბმული იყო “საქართველოს ბანკის” საკრედიტო ხაზთან.

2003 წელს კვლავ ჩატარდა ტრენინგებისა და კონსულტაციების პროგრამა უმუშევრებისათვის, რომელმაც მოიცვა 452 ადამიანი. ტრენინგების ჩატარების შემდეგ 208 მონაწილემ წარმოადგინა ბიზნესგეგმა, რომელთაგან 98-მა მოიპოვა დაფინანსება.

2003-2004 წლებში ასოციაციამ განახორციელა მარტივი კრედიტების პროგრამა, რომლის ფარგლებშიც კერძო კომპანიების დიდ ნაწილს გორის რეგიონში ჩაუტარდა ტრენინგი და ინდივიდუალური კონსულტაცია, რათა სწორად გამოეყენებინათ კრედიტის მიღების შესაძლებლობა და გაეძლიერებინა კრედიტის მართვის მექანიზმი. ამ 9 თვიანი პროექტის ორგანიზატორი და დამფინანსებელი იყო ევრაზიის ფონდი.

2004 წელს ასოციაციამ ჩაატარა ასევე ტრენინგების 7 კურსი ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ბიზნეს დაგეგმარების, მარკეტინგულ და ფინანსურ დაგეგმვაში თბილისში, კახეთში, გორსა და ახალციხეში.

2006 წელს საქართველოში ეუთოს მისიის, ეუთოს დემოკრატიული ინსტიტუტებისა და ადამიანის უფლებათა დაცვის ოფისის (OSCE) გრანტის საფუძველზე ABCO Georgia-მ განახორციელა ბიზნესის განხორციელების პროექტი სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში, რომლის მიზანიც იყო ადგილობრივ ახალგაზრდებში ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობების გაზრდა.

ეს არის არასრული ჩამონათვალი საერთაშორისო ორგანიზაციების საქმიანობისა საქართველოში, რომლებმაც ხელი შეუწვეს დამწყებ მეწარმეებს ტრენინგებითა და დაფინანსებით დაეწყათ ან გაეზარდათ თავიანთი ბიზნეს საქმიანობა. ჩვენის აზრით, მათ ღომის წილი მიუძღვით რეგიონებში ადგილობრივი მოსახლეობისათვის, სამეწარმეო აზროვნების განვითარებაში, დაფინანსებაში, ადგილობრივი წარმოების განვითარებასა და კრედიტების გონივრულად მართვის შესაძლებლობების გაზრდაში.

თუმცა მხოლოდ საერთაშორისო ორგანიზაციები ვერ გასწვდებიან იმ პრობლემებს, რომელთა გადაწყვეტასაც სახელმწიფო უფრო ადვილად განახორციელებს.

მთავრობის მხრიდან დახმარება შეიძლება გამოხატულ იქნეს უპირველესად იმ ნორმატიულ-საკანონმდებლო დოკუმენტების შემუშავებით, რომლებიც მიმართული იქნება მცირე ბიზნესის სამართლებრივ, ქონებრივ, ფინანსურ მხარდაჭერაზე. მცირე ბიზნესის ფინანსური მხარდაჭერა გამოიწვევს ეკონომიკის მცირე სექტორის გაძლიერებას და ხელს შეუწყობს მისი ისეთი ფუნქციების შესრულებას, როგორცაა: მოსახლეობის დასაქმება, კონკურენციის განვითარება, ბიუჯეტში შენატანების ზრდა და ა.შ. აქედან გამომდინარე სახელმწიფომ უნდა მიიღოს ზომები მცირე მეწარმე სუბიექტებისათვის კრედიტების ხელმისაწვდომობაში დასახმარებლად. უნდა შემუშავდეს მცირე ბიზნესის დაკრედიტების სახელმწიფო მხარდაჭერი პროგრამა, რომლის თანახმადაც სესხები უნდა გაიცეს საგ-

რძნობლად დაბალი საპროცენტო განაკვეთით. ამ მხრივ ერთადერთ გამო-ნაკ-
ლისს წარმოადგენს საქართველოში 2008 წელს გატარებული “იაფი კრედიტე-
ბის” პროგრამა.

2008 წელს პროგრამის ფარგლებში დაფინანსდა 117 პროექტი, საერთო ღირე-
ბულებით 62,4 მილიონი ლარი, ხოლო 2009 წელს დაფინანსდა 17 პროექტი და
გაცემული კრედიტის მოცულობამ 2,5 მილიონი ლარი შეადგინა. კრედიტები გა-
იცა შემდეგ სფეროებში: ჩაის მიღება-გადამუშავება; ყურძნის ჩაბარება და სას-
მელების წარმოება; რძის და ხორცის ჩამბარებელი პუნქტები; თხილის და მარ-
ცვლეულის გადამუშავება; ხე-ტყის გადამუშავება; ბრეკეტებისა და მერქან-ბურბ-
უშელოვანი ფილების წარმოება; მეფრინველობის ფაბრიკები; ფეხსაცმელების და
სპეცქსოვილის წარმოება; ტურიზმი; ხალხური რეწვა; სხვადასხვა პროექტები.

ცხადია ასეთი პროექტები სასარგებლოა, მაგრამ მისი სუსტი მხარე გახლავთ
გაუმჭვირვალობა. არ არის გამოცხადებული ვინ მიიღო კრედიტი, რამდენი დარ-
ჩა კმაყოფილი, რამდენი წარუმატებელი პროექტი გაანალიზდა.

ამავე დროს ერთჯერადი ხასიათის ღონისძიებები საკმარისი არ არის, ყოვე-
ლწლიურად უნდა ხდებოდეს მსგავსი პროგრამების შემუშავება-განხორციელება.

ასევე მიზანშეწონილად მიგვაჩნია კრედიტების შეთავაზების ვადების გაზრ-
და, კრედიტების გაცემის გამარტივებული პროცედურა, რომელიც გამოიწვევს მე-
წარმეთა უფრო ფართო წრის დაკმაყოფილებას საბანკო მომსახურებით. სესხები
მიზნობრივად უნდა მიეცეს საწარმოებს: უნდა განისაზღვროს მიზნობრივი კრე-
დიტის გაცემის შეღავათიანი დაკრედიტების პირობები, გათვალისწინებულ უნდა
იქნას ცალკეულ ქვეყნებში არსებული დაკრედიტების გამოცდილებაც. მაგალით-
ად, იტალიაში კრედიტებს აძლევენ 15 წლით ახალი ინიციატივისათვის, 10 წლ-
ით მოდერნიზაციისათვის. კრედიტის განაკვეთი შეადგენს მისი საბაზრო ღირე-
ბულების 36-60%-ს. სამხრეთ კორეაში 1,5-ჯერ მეტ კრედიტს იღებენ მცირე საწარ-
მოები, ვიდრე მსხვილები.

იაპონიაში შექმნილია მცირე საწარმოების კრედიტების გარანტიისა და საქ-
მიანობის დაზღვევის მობილური სისტემა. საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, ას-
ოციაციები, რომლებიც კომერციულ საფუძველზე არიან ჩამოყალიბებული, მცი-
რე და საშუალო საწარმოებიდან ღებულობენ კრედიტის 1%-ს და ამ საწევრო
შენატანებით ქმნიან დაზღვევის ფონდს. საზოგადოება გარანტად დგება საკრედი-
ტო ორგანიზაციის წინაშე, ფონდი იღებს საწარმოს ვალს და მისი გადახდისუ-
ნარიანობის დაკარგვის შემთხვევაში თვითონ ხდება პასუხისმგებელი კრედიტის
მიმცემის წინაშე.

რაც შეეხება გერმანიას, იქ შექმნილია სპეციალური ბანკები, რომლებიც თავდადებულად გამოდიან. სესხის მაქსიმალური თანხა შეადგენს 1 მლნ ევროს. კრედიტის დაფარვის დრო 15 წელია, მშენებლობაში კი – 23 წელი. ამ სფეროში დიდ როლს ასრულებს მთავრობა, რომელიც თავის ფუნქციებს ახორციელებს გერმანიის სტაბილიზაციის ბანკის მეშვეობით. (ორჯონიკიძე . . . 2007: 11). სახელმწიფო პოლიტიკისა და ბიზნეს-გაერთიანებათა ერთ-ერთ პრიორიტეტს წარმოადგანს მცირე ბიზნესის მიკროფინანსირება. მიკროფინანსირების ბაზარი უნდა გაიზარდოს სწრაფად. მიკროსაფინანსო ორგანიზაციათა მიზანს წარმოადგენს მცირე საწარმოთა დაკრედიტება სარფიანი პირობებით, ისეთნაირად, რომ კომპანიის ბრუნვის დამატებითი სტიმულაციით გამოიწვიოს მეტი მოგების მიღება არა მარტო მეწარმეებისათვის, არამედ მიკროსაფინანსო ორგანიზაციისათვისაც. (ორჯონიკიძე . . . 2007: 14). დღეისათვის მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების სტრუქტურა დაემსგავსა ბანკისას. ამ ორგანიზაციათა მიერ სესხების გაცემა საბანკო სესხის გაცემის სტრუქტურით ხასიათდება და საპროცენტო განაკვეთიც იგივეა. გამოსავლის ერთ-ერთი გზა არის სახელმწიფოს მხრიდან ლიბერალური მიდგომა ს

საფინანსო ორგანიზაციებისადმი დაბეგვრის მხრივ და მათთვის ფულადი სახსრების გაიაფება.

ჩვენის აზრით სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკაში უნდა აისახოს და გატარდეს მცირე ბიზნესის ფინანსურ მხარდაჭერასთან დაკავშირებული შემდეგი ღონისძიებები:

– მცირე ბიზნესის სასტარტო კაპიტალით ფინანსირების პროგრამების შემუშავება, რომლებიც მიმართული იქნება მცირე საწარმოთა დაბალი საპროცენტო განაკვეთით დაკრედიტებაზე;

– მცირე ბიზნესის დახმარების ფონდის ჩამოყალიბება, რომლებიც იკისრებს თავდებობას ბანკებთან კრედიტის მიღებისას;

– მცირე ბიზნესის საწარმოებისათვის შეღავათიანი დაბეგვრის სისტემის შემოღება და ა.შ.

ამრიგად, მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ღონისძიებები, მათი ფინანსური მდგომარეობის გაუმჯობესება და დასტაბილიზირება, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის მეფარი გარანტიები, ბუნებრივია ქვეყნის დაბალანსებული ეკონომიკის ფორმირებასა და ფუნქციონირების რეალური საფუძველი გახდება.

დასკვნები და წინადადებები

სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე ჩამოვყალიბეთ შემდეგი სახის დასკვნები და წინადადებები:

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

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

3. მცირე ბიზნესის განვითარება პასუხობს მოქნილი შერეული ეკონომიკის ფორმირების ზოგადმსოფლიო ტენდენციებს, საკუთრების სხვადასხვა ფორმებისა და მათი ადეკვატური მეურნეობის მოდელების შეთანაწყობას, რომლებშიც რეალიზდება კონკურენციული საბაზრო მექანიზმისა და მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოების სახელმწიფო რეგულირების რთული სინთეზი.

4. მსოფლიო და სამამულო პრაქტიკა მოწმობს, რომ ძირითად მაჩვენებელს, რის საფუძველზეც წარმოებს სხვადასხვა ორგანიზაციული ფორმის საწარმოთა მცირე მეწარმეობის სუბიექტებზე მიკუთვნება პირველ რიგში წარმოადგენს დასაქმებულთა რაოდენობა. თუმცა არსებობს სხვა ზოგადი მაჩვენებლები, მათ შორის: საწესდებო კაპიტალის რაოდენობა, აქტივების სიდიდე, ბრუნვის მოცულობა და სხვა. მსოფლიო ბანკის მონაცემებით ამ მაჩვენებელთა საერთო რაოდენობა აჭარბებს 50-ს. ყველაზე ხშირად გამოყენებულ კრიტერიუმს წარმოადგენს საწარმოში დასაქმებულთა საერთო რიცხვი, წლიური ბრუნვა და აქტივების სიდიდე.

5. 2011 წლის პირველი იანვრიდან საქართველოს საგადასახადო კოდექსში შეტანილი ცვლილებების თანახმად, მცირე ბიზნესს მიეკუთვნება ფიზიკური პირის საქმიანობა, რომლის წლიური ბრუნვაც არ აღემატება 100 ათას ლარს. ხოლო მიკრო ბიზნესისა კი 30 ათას ლარს. მიკრო და მცირე ბიზნესის ცნების შე-

მოღების შემდეგ 2011 წლის დეკემბრისათვის მიკრო ბიზნესის სტატუსი მინიჭებული აქვს 17 149 გადამხდელს, ხოლო მცირე ბიზნესის სტატუსი – 8136 გადამხდელს.

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

7. თანამედროვე, მსხვილი ეკონომიკური სისტემის მქონე სახელმწიფოთა გამოცდილება ნათლად ამტკიცებს მაღალგანვითარებული და ეფექტიანი მცირე სამეწარმეო სექტორის არსებობის აუცილებლობას. სწორედ მცირე მეწარმეობა წარმოადგენს იმ მძლავრ რგოლს, რომელიც იწვევს ეკონომიკურ და სოციალურ განვითარებას. ვთვლით, რომ ჩვენი ქვეყნის აღორძინების საფუძველი ეკონომიკის მოცემული სექტორის დაჩქარებული განვითარებაა.

8. შესწავლის შედეგები ადასტურებენ, რომ მცირე ბიზნესის საწარმოები უფრო მდგრადია გარე ცვლილებებთან. კერძოდ, 90-იანი წლების დასაწყისში – ეკონომიკის საერთო დაცემის პერიოდში ძირითადად მცირე ბიზნესი ქმნიდა ეკონომიკის ფორმირების შესაძლებლობებს, ამ სექტორიდან დაიწყო ახალ საბაზრო პირობებთან ადაპტაცია. პოსტკომუნისტური მოდელის საწარმოებმა ვერ გაუძლეს კონკურენციას, დაიწყო მათი ცალკეულ სეგმენტებად პრივატიზაცია. ჩვენის აზრით, ასეთ პირობებში მცირე ბიზნესმა გამოავლინა თავისი მოქნილობა, სიცოცხლისუნარიანობა, ბაზრის მოთხოვნაზე სწრაფი რეაგირების უნარი, სპეციალიზაციის მაღალი ხარისხი, პერსპექტიული მიმართულებით რესურსების მობილიზაციის შესაძლებლობა.

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

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

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

12. მცირე ბიზნესის როლისა და ადგილის შეფასებისათვის მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლების წილის დადგენა ოჯახის ბიუჯეტში. გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ მცირე ბიზნესით დაკავებული მეწარმეების 28,8%-ის ოჯახების რჩენის ერთადერთი გზა (100%) მცირე ბიზნესში დასაქმებით მიღებული შემოსავლებია, მეწარმეთა 21,1%-ი საოჯახო ბიუჯეტის 75%-ს ავსებს ასევე საკუთარი მცირე ბიზნეს საქმიანობიდან მიღებული ფინანსური სახსრებით, 19,2 %-ისათვის მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს საოჯახო ბიუჯეტის 50%-ს, ხოლო 23,3%-ისათვის 30%-ს.

აღნიშნული კიდევ ერთხელ მიუთითებს მცირე ბიზნესის დიდ სოციალურ მნიშვნელობაზე, მითუმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ ერთი ბიზნეს-სუბიექტი ან ამ სფეროში დასაქმებული თითოეული პიროვნება არჩენს ოჯახის 4-6 წევრს

13. მცირე საწარმოები ხელს უწყობენ მსხვილი საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებას და ამით ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საერთაშორისო ბაზარზე. საინტერესოა მსხვილ კომპანიათა მცირე საწარმოებად დანაწევრებისადმი შიგასაფერძო მიდგომები. ამის მაგალითად ხშირად მოყავთ გერმანიის საავტომობილო მრეწველობა, მსხვილი იაპონური კონცერნები, რომელთაც ჰყავთ სუბმონარდების განვითარებული ქსელი, რომელშიც შედიან ათ-

სობით მცირე და უწვრილესი საწარმოები. ასე მაგალითად იაპონიის დამამუშავებელ მრეწველობაში 750 ათასი ქარხანაა, მათგან 70% - მცირე საწარმოებია, რომლებშიც 1-დან 9-მდე კაცი მუშაობს, ხოლო 10%-ში კი 10-დან 20-მდე თანამშრომელია.

14. უნდა აღინიშნოს, რომ მსხვილი და მცირე წარმოება თუნდაც ერთი ტერიტორიის ან დარგის ფარგლებში, როგორც წესი არ არის ურთიერთშემცველი. რომელიმე მათგანის გარეშე არსებობა ნიშნავს ეკონომიკის გარკვეული უჯრედის სიცარიელეს, რაც აისახება წარმოების ეფექტიანობის დაქვეითებაზე. მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოები ავსებენ ერთმანეთს და ქმნიან ეკონომიკის ერთ მთლიან ორგანიზმს.

15. ეკონომიკური რეფორმების პირობებში ბიზნესის ეფექტიანი ფუნქციონირების ერთ-ერთი ფუნდამენტური საკითხია თითოეული ბიზნესსუბიექტის საბაზრო ურთიერთობების ადეკვატური სტრატეგიული მიზნების ფორმირება და მისი ფინანსურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ანალიზის საფუძველზე მართვის სრულყოფა. მიზნის მიღწევის შემეცნებითი საშუალებაა ბიზნესსისტემის ფუნქციონირების კანონზომიერებათა გამოკვლევა, რაც ბიზნეს გარემოსა და მისი მართვის შესაძლებლობების შესწავლით იწყება. მნიშვნელოვანია გარემოს სირთულისა და ფაქტორთა ურთიერთკავშირის განსაზღვრა, მათი ზემოქმედების შეფასება.

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

17. პოტენციური ბიზნეს-სუბიექტის მიერ კონკრეტული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევასას გასათვალისწინებელია რემდენიმე ფაქტორ-გარემოება, კერძოდ: ა) ეკონომიკის რომელ დარგში და სფეროში უნდა მოახდინოს საქმიანობის კონცენტრაციას; ბ) ეკონომიკის რომელ სექტორში აქვს გადაწყვეტილი საქმიანობის წამოწყება; გ) როგორი იქნება ბიზნესის განთავსების არეალი და ფუნქციონირების მასშტაბები; დ) ვინ იქნებიან ბიზნესის დამფუძნებელი პარტნიორები სამეწარმეო-სამართლებრივი სტატუსის მიხედვით; ე) როგორია პოტენციურ მეწარმეთა ბიზნეს გამოცდილება; ვ) თუ არსებობს

შელავათიანი საგადასახადო რეჟიმები ან საინვესტიციო მექანიზმები ბიზნესის ცალკეული ორგანიზაციული ფორმების მიმართ და სხვა.

18. გარემოსადმი ადაპტირებისათვის ბიზნესსუბიექტმა თავად უნდა განსაზღვროს რომელი ფაქტორები და რა ზომით იმოქმედებენ მისი საქმიანობის შედეგებზე ამჟამად და პერსპექტივაში და რა ზომებია მისაღები ბიზნესის წარმატებისათვის.

19. საინტერესო განსხვავებები არსებობს საზღვარგარეთის ქვეყნებსა და პოსტსაბჭოთა ქვეყნებს, მათ შორის საქართველოს შორის, მცირე მეწარმეობის არჩევის მოტივებში. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში უმუშევრობა არ არის ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროსაკენ ადამიანების ლტოლვის ძირითადი ფაქტორი. ეს უფრო ნაკარნახევია გრძელვადიანი, მყარი მოტივებით, შრომითი ფასეულობების უფრო ახლებურად გააზრებით. განვითარებულ ქვეყნებში სულ უფრო იზრდება წვრილ, არაკორპორირებულ ფერმათა რიცხვი, რომლებშიც შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე ოჯახის წევრებთან, ან დაქირავებულ მუშაკთა გვერდით თვითონ მესაკუთრეებიც მუშაობენ, რომელთა მიერ მიღებული შემოსავალი ამ საწარმოებში დაბანდებული კაპიტალის მეშვეობით, ზოგჯერ კი მხოლოდ საკუთარი შრომისა და მეწარმეობრივი ნიჭის უკუგებით მიიღება. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად “მიმზიდველი” ფაქტორებით განისაზღვრება;

20. განვითარებად ქვეყნებში გადამწყვეტია “იძულებითი” ფაქტორები, რომელთა მიხედვითაც მცირე ბიზნესით თავის დასაქმების მოტივია სამუშაოს ვერ პოვნა, ან კიდევ ოჯახის რჩენის მიზნით მეტი შემოსავლის მიღება. ზემოთ აღნიშნული დასტურდება ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევის შედეგებითაც. მეწარმეთა 19,9%-ს უნდოდა, რომ მეტი შემოსავალი ჰქონოდა, 35,7%-მა სამუშაო ვერ იშოვა, 32,5%-ს სურდა თავისი საქმისა და საკუთარი იდეების განხორციელება, ხოლო 11,9% თვლის, რომ მისი წინანდელი საქმიანობა უპერსპექტივო იყო. ამასთან მეწარმეების ძირითადი ნაწილი საქმიანობის იმ სახეს ირჩევს, რომელშიც აქვს გამოცდილება.

21. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მნიშვნელოვანი წარმატებებია ბიზნესის განვითარებასთან დაკავშირებით და ხელისუფლებაც ეტაპობრივად შეიმუშავეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის მექანიზმებს, მეწარმეები კვლავ სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესების მოლოდინში არიან. ჩვენს მიერ გამოკითხულ მეწარმეთა უმრავლესობა - 80,2% არ ფიქრობს საქმიანობის გაფართო-

ებაზე, თუმცა 19,8% მოპოვებული აქვს რესურსები კიდევ უფრო მასშტაბური საქმიანობისათვის.

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

23. ქვეყნისა და ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა მნიშვნელოვანწილად სამთავრობო პოლიტიკასა და საბაზრო ძალების შედეგს წარმოადგენს. ახალმა ინდუსტრიულმა ქვეყნებმა, განსაკუთრებით სამხრეთ აღმოსავლეთ აზიაში, აჩვენა, რომ კონკურენტუნარიანობა შეიძლება მიღწეულ იქნას შეზღუდული რეგულირების გზით, საინვესტიციო სტიმულებით, ვაჭრობის განვითარებით, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გამარტივებით, საგანმანათლებლო ვალდებულებების აღებისა და ადამიანური რესურსების განვითარებით. სახელმწიფოს მიერ შესაბამისი პოლიტიკის განვითარებამ შესაძლოა არსებითი გავლენა იქონიოს ბიზნესის განვითარებაზე.

24. ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების მიღწეული შედეგები, რომელიც ფაქტიურად ბიზნესის დაწყების სიმარტივეს და არა ბიზნესის შემდგომი გაფართოების შესაძლებლობებს ასახავს, ქვეყნის წინსვლის საქმეში გასატარებელ ღონისძიებათა მხოლოდ ნაწილია და ის აზრი, რომ ბიზნესის წარმოების საკითხი მოგვარებულია გადაჭარბებულად შეიძლება ჩაითვალოს. მიუხედავად საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ ზემოთ აღნიშნული ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ტენდენციებისა, საქართველოს ბიზნესკლიმატი კვლავაც მრავალი მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას. მაგალითად, გლობალური კონკურენტუნარიანობის” 2011 წლის ანგარიშის მიხედვით, საქართველოს 139 ქვეყანას შორის 88-ე ადგილი უკავია, ხოლო მისი სარეიტინგო ქულა შეადგენს 3,95 (ზომიერი მაჩვენებელი), აზერბაიჯანი 55-ე პოზიციაზეა, რუსეთი – 66-ე, უკრაინა – 82-ე, თურქეთი 59-ე, ხოლო სომხეთი საქართველოს ჩამორჩა ოთხი პოზიციით და 92-ე ადგილზეა.

25. ჩვენ ვთვლით, რომ საქართველომ უნდა დაჩქაროს კონკურენტუნარიანობის ეროვნული მოდელების დამუშავება მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმისა და მსოფლიო ბანკის რეიტინგების, რეკომენდაციებისა და დასკვნების გათვალისწინებით, (გლობალური კონკურენტუნარიანობისა და ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის მოდელების ანალოგიური ეროვნული მოდელები), რომელთა გაუმჯობესებისაკენ სწრაფვაც გამოიწვევს საქართველოში არსებული ბიზნეს კლიმატის გაუმჯობესებას, სრულყოფასა და შესაბამისად ბიზნეს სუბიექტებისათვის ხელსაყრელი საქმიანი პირობების შექმნას.

26. სახელმწიფომ, პირველ რიგში, უნდა განახორციელოს აუცილებელი სტრუქტურული ადაპტაციები და გამოიყენოს სტაბილიზაციის პოლიტიკა, რათა თავიდან აიცილოს ინფლაცია, მოახდინოს ვაჭრობის ლიბერალიზაცია და ეკონომიკის დარეგულირება. ამასთან ერთად აუცილებელია შეიქმნას საბაზრო ოპერაციათა გატარების უზრუნველყოფი ინსტიტუტების მთელი ქსელი, რომელშიც მოიაზრება საფინანსო და იურიდიული ორგანიზაციები, განათლების სისტემა, ეფექტურად მოქმედი შრომის ბაზრები, კერძო საკუთრების ინსტიტუტი და სხვა.

27. ზოგადად ქვეყნის ეკონომიკაში მცირე ბიზნესის როლის განსაზღვრისას უნდა გამოვიყენოთ ისეთი მაჩვენებლები, როგორცაა: მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა წილი, მშპ-ში მცირე ბიზნესის წილი, პროდუქციის წარმოებისა და ბრუნვის მაჩვენებლები მცირე ბიზნესში, მცირე საწარმოთა რაოდენობა 1000 მცხოვრებზე გაანგარიშებით, მცირე ბიზნესის წილი ექსპორტში და ა.შ.

28. მცირე ბიზნესისა და კონკურენტული გარემოს შენარჩუნებისადმი სუსტი მხარდაჭერა, მსხვილი ბიზნესის ხელში მონოპოლიური უფლებების თავმოყრა, ასევე ინვესტიციების დიდი ნაკადების მსხვილი ბიზნესისაკენ წარმართვა წარმოადგენს იმ ფაქტორებს, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს მცირე ბიზნესის წილზე მთლიან შიდა პროდუქტში. მიუხედავად მსხვილ და საშუალო საწარმოებთან შედარებით რაოდენობრივად მაღალი რიცხოვნობისა მცირე ბიზნესის მიერ შეტანილი წვლილი მთლიან შიდა პროდუქტში 10%-საც არ აჭარბებს, მაშინ როცა გერმანიაში, საფრანგეთში, კორეაში და სხვა ქვეყნებში ეს მაჩვენებელი მერყეობს 45-60%-ის ფარგლებში.

29. მშპ-ში მცირე ბიზნესის დაბალ ხვედრით წილს ჩვენ ვუკავშირებთ საქართველოში მცირე საწარმოების განსაზღვრის კრიტერიუმებს. მაშინ როცა, საქართველოში მცირე საწარმოთა ბრუნვის რაოდენობა შეადგენს 100 ათას ლარს, ევროკომისიის მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მიკრო საწარმოთა ბრუნვა 2 მლნ ევროს უნდა შეადგენდეს, ხოლო მცირე საწარმოსათვის კი 10 მლნ ევროს.

30. მცირე ბიზნესის ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურის ფორმირებაზე დამოკიდებული არა მარტო ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარება, არამედ სოციალური პრობლემების გადაჭრაც. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მცირე ბიზნესს ადგილობრივი რესურსების გამოყენებაში. ამასთან მცირე ბიზნესის განვითარება რეგიონებში უნდა დაუკავშიროთ აქტიურ სტრუქტურულ პოლიტიკას. ეს უმჯობესია განხორციელდეს მიზანმიმართულად, იმ პრიორიტეტების შესაბამისად, რომლებიც რეალურად უზრუნველყოფენ ეფექტიანობას. დღევანდელ პირობებში პერსპექტიულად მიგვაჩნია შემდეგი მიმართულებები: ფერმერული მეურნეობა, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის გადამამუშავება, სამშენებლო მასალების წარმოება, ტურიზმი და საკურორტო მეურნეობა, მომსახურების სფერო, საექსპორტო პროდუქციის, იმპორტ-შემცვლელი პროდუქციის წარმოების ზრდა, ინოვაციების სფერო, ხალხური რეწვა, მაღალტექნოლოგიური წარმოება.

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

31. ჩვენს მიერ განხორციელებულ კვლევებსა და სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია გავაკეთოთ მცირე ბიზნესის რამდენიმე მაჩვენებლის პროგნოზი 2025 წლამდე პერიოდისათვის. ჩვენი გათვლებით მოსალოდნელია მცირე ბიზნესის ორი უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლის, პროდუქციის მოცულობისა და დასაქმებულთა რაოდენობის მკვეთრი ზრდა. მაგალითად, წარმოებული პროდუქციის მოცულობა 2015 წლისათვის 2008 წელთან შედარებით 354 %-ით გაიზრდება, ხოლო 2010 წელთან შედარებით 126%-ით. 2020 წლისათვის 2010 წლის შესაბამის მაჩვენებელს გადააჭარბებს 2664 მილიონი ლარით. ხოლო დასაქმებულთა რიცხვი კი გაიზრდება 67480 კაცით, ანუ 85%-ით. 2025 წელს 2015 წელთან შედარებით პროდუქციის გამოშვება გაიზრდება 116%-ით, 2020 წელთან შედარებით კი 36%-ით. რაც შეეხება დასაქმების მაჩვენებელს შესაბამისად გაიზრდება 59%-ით და 23%-ით, ანუ 79992 კაცით, რაც 2010 წლის მაჩვენებელს 2,3-ჯერ აღემატება.

32. თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის განვითარების და ბაზარზე პოზიციების გამყარებისათვის მნიშვნელოვან შიდა ფაქტორს წარმოადგენს მართვის სისტემის სრულყოფა. მან უნდა მოიცვას პროგნოზირების, დაგეგმვის, აღრიცხვის, ანალიზისა და კონტროლის პროცესები. შიდა გარემოს მონიტორინგის

მაჩვენებლებმა უნდა მისცეს საწარმოს ხელმძღვანელობას საშუალება მიიღოს სტრატეგიული გადაწყვეტილებები. ამიტომაც მცირე საწარმოებში მსგავსი სისტემის შემუშავება და დანერგვა წარმოადგენს საკმაოდ აქტუალურ საკითხს.

33. დღეისათვის საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობით დაკავებულია მოსახლეობის 6%. ჩვენს მიერ შემუშავებულ პროგნოზს გარდა სოციალური მნიშვნელობისა ფისკალური ეფექტიც მოჰყვება. ასე მაგალითად, სამეწარმეო აქტივობის 12%-მდე გაზრდა, (თითოეულის 100 000 ლარიან წლიური შემოსავალი), სახელმწიფო ბიუჯეტს მისცემს მინიმუმ 13 მილიონი ლარის შემოსავალს ყოველწლიურად. 18%-მდე გაზრდა 26 მილიონით გაზრდის ბიუჯეტს და ა.შ.

34. მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის გაძლიერება სახელმწიფოს მხრიდან ეკონომიკური პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი ნაწილი უნდა იყოს, რისი განხორციელებაც მცირე ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირებითაა შესაძლებელი, განსაკუთრებით კი მაკროეკონომიკური რეგულირებით. სისტემატური, მიზანმიმართული მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს საკანონმდებლო ბაზის მუდმივი სრულყოფის მიმართულებით, მცირე ეკონომიკის პრიორიტეტულ, საზოგადოებრივი და სოციალური თვალსაზრისით ეფექტიან მიმართულებათა განვითარების ყოველმხრივი სტიმულირებისათვის.

35. ვფიქრობთ, გათვალისწინებას საჭიროებს მცირე ბიზნესისადმი საწარმოთა მიკუთვნების პარამეტრები. მიზანშეწონილი იქნებოდა მუშაკთა რიცხოვნობისა და საწარმოს წლიური ბრუნვის ნორმატივები მისადაგებელიყო დარგების სპეციფიკას. მაგალითად მატერიალური წარმოების დარგებისათვის მუშაკთა რიცხოვნობა გაგვეზარდა 50 კაცამდე, ხოლო წლიური ბრუნვა 1 მლნ ლარამდე; ვაჭრობაში კი შესაძლებელია მცირე ბიზნესის წარმოდგენა 10-მდე დასაქმებულითა და 500 ათას ლარამდე ბრუნვით. ვფიქრობთ დღეისათვის არსებული პარამეტრები არ შეესაბამება განვითარებული ქვეყნების სტანდარტებს.

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

37. თანამედროვე ტურიზმი მიჩნეულია სიღარიბის დაძლევის მნიშვნელოვან ფაქტორად. ამ სფეროში შექმნილი ერთი სამუშაო ადგილი ქმნის სულ მცირე ორ ახალ სამუშაო ადგილს მომიჯნავე დარგებში, როგორებიცაა ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა, ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, კულტურა, განათლება, ჯანდაცვა და სხვა. ტურისტის მიერ შექმნილი პროდუქცია ექსპორტირებულია იმ განსხვავებით, რომ ნაცვლად მისი გაგზავნისა ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, თვით მომხმარებელი ჩამოდის მის შესასყიდად. ეს კი ქვეყნის შემოსავალს ზრდის. ტურიზმიდან მიღებული მოგების ნაკადი ერთვება ეკონომიკურ ბრუნვაში და იძლევა ეფექტს.

38. განსაკუთრებით ხელსაყრელია მცირე ბიზნესი მთიანი რეგიონების ტურისტულ განვითარებაში. საქართველო მთიანი ქვეყანაა რომელზეც მოდის მთელი ტერიტორიის 54,4%. მთიანეთი დღემდე წარმოადგენს კულტურული მემკვიდრეობის საგანძურს, ეს იქნება არქიტექტურის ძეგლები თუ საზოგადოებრივი ცხოვრების მოვლენები, ხალხური რეწვა თუ ფოლკლორის უნიკალური ნიმუშები. ამიტომაცაა, რომ ჩვენი ქვეყნის მთიანეთი გვევლინება შიდა და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პოტენციურ რესურსად.

39. რეგიონებში მცირე ბიზნესის სტიმულირებისათვის მეტად მნიშვნელოვანი ნაბიჯია ბიზნესიდან მიღებული გადასახადების ადგილობრივ ბიუჯეტებში გამოყენება. ასეთ შემთხვევაში თვით ადგილობრივი ხელისუფლება იქნებოდა დაინტერესებული ბიზნეს-სუბიექტების რიცხვის ზრდითა და მათი საქმიანობის მხარდამჭერი ღონისძიებების შემუშავებით, შესაბამისად კი ადგილობრივ ბიუჯეტებში შენატანების გაზრდით.

40. სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკაში უნდა აისახოს და გატარდეს მცირე ბიზნესის ფინანსურ მხარდაჭერასთან დაკავშირებული შემდეგი ღონისძიებები:

- მცირე ბიზნესის სასტარტო კაპიტალით ფინანსირების პროგრამების შემუშავება, რომლებიც მიმართული იქნება მცირე საწარმოთა დაბალი საპროცენტო განაკვეთით დაკრედიტებაზე;

- მცირე ბიზნესის დახმარების ფონდის ჩამოყალიბება, რომლებიც იკისრებს თავდებობას ბანკებთან კრედიტის მიღებისას;

- მცირე ბიზნესის საწარმოებისათვის შეღავათიანი დაბეგვრის სისტემის შემოღება და ა.შ.

ჩვენი აზრით ასეთი მიდგომები ცალკეულ ბიზნეს სისტემებში ეკონომიკური, ინოვაციური მეთოდების გამოყენებასთან ერთად ხელს შეუწყობს მის მასშტაბურ გავრცელებას და ბიზნესკულტურის ამაღლებას ქვეყანაში, მის ცალკეულ რეგიონში.

გამოყენებული ლიტერატურა

ა) ქართული ბიბლიოგრაფია

1. **აბესაძე . . . 2008:** აბესაძე რამაზ, კაკულია ეთერი, “მცირე ბიზნესის მაკროეკონომიკური რეგულირების მექანიზმი საქართველოში”. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა, თბილისი.
2. **აბრალავა 2008:** აბრალავა ანზორ, “გზა მაღალტექნოლოგიური ეკონომიკისაკენ”, თბილისი.
3. **აბრალავა 2010:** აბრალავა ანზორ, “ინოვაციები თანამედროვე ბიზნესში”, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია “ინოვაციები ბიზნესში”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი.
4. **ადეიშვილი . . . 1998:** ადეიშვილი გიორგი, ასათიანი როზეტა, “ეკონომიკური თეორია”, საგამომცემლო ფირმა “სიახლე”, თბილისი;
5. **არჩვაძე . . . 2010:** არჩვაძე იოსებ, ქურხული ღია, “ეკონომიკური ფსიქოლოგია”, გამომცემლობა “მერიდიანი”, თბილისი;
6. **ასათიანი 2009:** ასათიანი როზეტა, “საქართველოს ეკონომიკა”, ნაწილი I, გამომცემლობა “სიახლე”, თბილისი.
7. **ასათიანი 2009:** ასათიანი რ., ასათიანი ს., “ბიზნეს-მენეჯმენტი და გლობალური კონკურენცია”, საგამომცემლო სახლი “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი;
8. **ამერიკის . . . 1988:** “ამერიკის ეკონომიკა” (ზოგადი საფუძვლების მიმოხილვა), გამომცემლობა “—“ .
9. **ბარათაშვილი . . . 2010:** ბარათაშვილი ევგენი, ქოქიაური ლამარა, “მენეჯმენტის პრინციპები”, თბილისი.
10. **ბარათაშვილი . . . 2011:** ბარათაშვილი ევგენი, ჯოლია გურამ, გრძელიშვილი ნოდარ და სხვები “ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირება”, წიგნი I. თბილისი;
11. **ბარათაშვილი . . . 2010:** ბარათაშვილი ევგენი, თაკალანძე ლარისა, გრძელიშვილი ნოდარი, “ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა და ადმინისტრირება”, თბილისი;
12. **ბერიძე . . . 2008:** ბერიძე ლ. ლიპარტია ზ. ციმენტია კ. “მიკროეკონომიკა”, გამომცემ. “უნივერსალი”, თბილისი;
13. **ბიწაძე . . . 2004:** ბიწაძე ბ. ლიპარტია ზ. ციმენტია კ. “მიკროეკონომიკა” “აფხაზეთის მეცნიერებათა აკადემია”, თბილისი;
14. **ბოლქვაძე 2007:** ბოლქვაძე ბესიკ, “ბიზნესის ფინანსური ანალიზი: თეორია და პრაქტიკა”. გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბ.

15. **გოგიაშვილი 2009:** გოგიაშვილი შალვა, “კონკურენციის ეკონომიკური პოლიტიკა და საკანონმდებლო პრაქტიკა”, გამომც. “ინოვაცია”, თბილისი;
16. **გველესიანი 1999:** გველესიანი რევაზ, “მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების სტრატეგია და კულტურა” გამომც. “სამშობლო”, თბ.
17. **გლობალიზაცია . . . 2008:** გლობალიზაცია და საქართველოს ეკონომიკური განვითარება: გამოწვევები და შესაძლებლობები, გამომცემლობა “უნივერსალი” თბ.;
18. **გუგუშვილი 1984:** გუგუშვილი პაატა, “საქართველოს და ამერიკის ეკონომიკური განვითარება XIX-XX საუკუნეებში. მონოგრაფია, გამომც. “მაცნე”, თბილისი;
19. **ეთერია 2009:** ეთერია ემირ, “გლობალიზაცია და ეროვნული ეკონომიკა”, თეორია და პრაქტიკა, გამომც. “უნივერსალი” თბილისი;
20. **ერქომაიშვილი 2004:** ერქომაიშვილი გულნაზი, “მეწარმეობის ფორმირებისა და განვითარების თავისებურებანი საქართველოში”, თბ.
21. **ერქომაიშვილი 2007:** ერქომაიშვილი გულნაზი, “ ბიზნესი – ფირმის ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები”, თბილისი.
22. **ვაშაკიძე 2009:** ვაშაკიძე თამაზ, “ინოვაციური მცირე საწარმოების მხარდაჭერა ევროკავშირში,” თბილისი.
23. **იაკობიძე 2010:** იაკობიძე დავით, “საქართველოს ეკონომიკა საერთაშორისო შეფასებათა თვალსაზრისით და განვითარების შესაძლებლობები”, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სამეცნიერო შრომების კრებული.
24. **იაშვილი 2009:** იაშვილი გ. “სტრატეგიული მენეჯმენტი მცირე და საშუალო საწარმოებში”, გამომც. “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი;
25. **ინოვაციები . . . 2010:** “ინოვაციები ბიზნესში”, სამეცნიერო-პრაქტიკული ონფერენციის მასალები. 16-17 აპრილი, ბათუმი.
26. **კბილაძე . . . 2008:** კბილაძე დავით, აბესაძე ნინო, მეტრეველი შორენა, “სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესში”, გამომც. “უნივერსალი”, თბილისი;
27. **კარალიძე 2009:** კარალიძე ჯემალ “აჭარა 1878-1903 წლებში”, გამომცემლობა “შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი”, ბათუმი;
28. **კეინსი 1995:** კეინსი ჯონ, “დასაქმების, პროცენტისა და ფულის ზოგადი თეორია”, გამომც. “მაცნე”, ქუთაისი;
29. **კოტლერი 1993:** კოტლერი ფილიპ, “მარკეტინგის საფუძვლები”, გამომც. “მაცნე”, თბილისი;

30. ლიპარტელიანი . . . 2009: ლიპარტელიანი ნინო, ჯოღბორდი მამუკა. “ქართველი და უცხოელი მეწარმეები და მათი საქმიანობა საქართველოში”. (XIX ს.-XX ს-ის I ოცწლეული). გამომცემლობა “მერიდიანი”. თბილისი.
31. ლომია . . . 2008: ლომია ც. ზარნაძე ნ. “მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები საქართველოში”, ჟ. “საქართველოს ეკონომიკა”, №6.
32. მაკონელი . . . 2001: მაკონელი რ. კემპბელ, სტენლი ლ. ბრიუ, “ეკონომიკისი”, I-II ტომი, თბილისი;
33. მამულაძე 2008: მამულაძე გელა “მარკეტინგი”, გამომც. “შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი”, ბათუმი;
34. მასურაშვილი 2008: მასურაშვილი სოსო, “ინოვაციების ბაზრის ძირითადი მიმართულებები ბიზნესში”, ჟ. “ახალი ეკონომისტი” №2.
35. მატეოსიანი 2010: მატეოსიანი ა. “მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პრობლემები სასომხეთში”, ჟ. “ეკონომისტი”, №2;
36. მენგერი 2006: მენგერი კარლ “ეკონომიკის საფუძვლები”, გია ქარჩხაძის გამომცემლობა;
37. მენქიუ 2008: მენქიუ გრეგორი, “ეკონომიკის პრინციპები”, გამომცემლობა “დიოგენე”, თბილისი;
38. მესხია 2011: მესხია იაკობ, “ბიზნესის საფუძვლები”, თბილისი;
39. მესხია . . . 2007: მესხია ი. ხმაღაძე კ. “მცირე და საშუალო მეწარმეობის მაკროეკონომიკური პრობლემები”, “გადასახადები” №23-24;
40. მიქელაშვილი 2008ა: მიქელაშვილი მერაბ, “მეწარმის გზამკვლევი”, გამომცემლობა “საარი”, თბილისი;
41. მიქელაშვილი 2008ბ: მიქელაშვილი მერაბ, “ბიზნესისა და მეწარმეობის საფუძვლები”, სასწავლო-მეთოდური მასალა, თბილისი;
42. მოხევიშვილი 2010: მოხევიშვილი თ. “სწრაფი კვების ბიზნესი საქართველოში”, ჟ. ეკონომიკა №3-6;
43. მცირე . . . 2007: “მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მიმართულებები რეგიონის აგროსამრეწველო კომპლექსში” გამომცემლობა “აჭარა”, ბათუმი;
44. ოთინაშვილი 2010: ოთინაშვილი რამაზ, “საქართველოს ეკონომიკა”, საგამომცემლო სახლი “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი.
45. ორჯონიკიძე . . . 2007: ორჯონიკიძე ნ., ყიფიანი ლ., ბაგდასარიანი ვ. “მცირე ბიზნესი” თბილისი.
46. პაპავა 1998: პაპავა გ. “სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა”

თბილისი;

- 47. როსტიაშვილი 2010:** როსტიაშვილი თამარ, “მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვის სტრატეგია”, თბილისი
- 48. რეგიონალიზაცია. . . 2010:** “რეგიონალიზაცია, თანამედროვე რეგიონული ეკონომიკური და სოციალური პროცესები”, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 1-2 მაისი, ქუთაისი.
- 49. სამადაშვილი 2009:** სამადაშვილი უშანგი, “ბიზნესის საფუძვლები”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი.
- 50. სამადაშვილი 2009:** სამადაშვილი ალექსანდრე, “სამეწარმეო და ტექნოლოგიურ ინოვაციათა მენეჯმენტი”, გამომც. “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი;
- 51. სისვაძე 2009:** სისვაძე აზიკო, “ფირმის ფინანსური მენეჯმენტი”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი.
- 52. ტულუში . . . 2009:** ტულუში მირონ, ყირიმლიშვილი ნაირა, “მენეჯმენტი” საგამომც. სახლი “ინოვაცია, თბ.
- 53. ტერაშვილი 2007:** ტერაშვილი ნარიმან, “როგორ ვმართოთ ინდივიდუალური საწარმო”, თბილისი;
- 54. ფაჩულია 2011:** ფაჩულია ოლღა, “ეკოტურიზმის მენეჯმენტის ზოგიერთი საკითხის შესახებ”, ჟ. ეკონომიკა, №1-2;
- 55. ფელი . . . 1998:** ფელი უილრის, “მიკროეკონომიკის საფუძვლები”, გამომც. “ხელოვნება”, თბილისი;
- 56. ფიშერი . . . 1998:** ფიშერი ს. დორნბუში რ. შმალენზი რ., “ეკონომიკა”, I, II, III, IV ტ. თბილისი;
- 57. ქადაგიშვილი 2010:** ქადაგიშვილი ლეილა, “მცირე ბიზნესის ინოვაციური პოტენციალი”, ბათუმის საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის “ინოვაციები ბიზნესში” მასალები, გამომცემლობა
- 58. ქარჩავა 2006:** “გამოჩენილ ბიზნესმენტთა სამეწარმეო ცხოვრებიდან, ბიზნესის გარშემო”, გამომც. “ლოი”;
- 59. ქემფბელი 2006:** ქემფბელი დ. “ბიზნესი”, გამომცემლობა “იუნიტი-დანა” თბილისი;
- 60. ქეშელაშვილი . . . 2010:** ქეშელაშვილი გიული, ფარესაშვილი ნინო, “პროექტების მენეჯმენტი”, გამომცემლობა “უნივერსალი” თბილისი;
- 61. ქველაძე 2010:** ქველაძე ქეთევან, “აგროტურიზმი და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში”, ჟ. “ეკონომისტი”.

62. ქირთბაია 2008: ქირთბაია მზია, “ბიზნესის ეთიკა”, გამომცემლობა “ნეკერი”, თბილისი;
63. ღლონტი 2007: ღლონტი ვლადიმერ, “რეგიონი (ანალიზი შეფასება პერსპექტივები)”, გამომცემლობა “აჭარა”, ბათუმი;
64. ყამარაული 2002: ყამარაული ს., “უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი”, გამომცემლობა “მეცნიერება”, თბილისი;
65. ყორღანაშვილი 1998: “საერთაშორისო ბიზნესი”, გამომცემლობა “იუნიტი-დანა”, თბილისი;
66. ყორღანაშვილი 2007: ყორღანაშვილი ლარისა, “კლასტერიზაცია, როგორც რეგიონებისა და მცირე ბიზნესის განვითარების საშუალება”. სტატიების კრებული “მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მიმართულებები რეგიონების აგროსამრეწველო სექტორში”, გამომცემლობა “აჭარა”, ბათუმი.
67. ყუფუნია 2010: ყუფუნია გურამ, “საქართველოს ეკონომიკა”, ეროვნული მწერლობა, თბილისი.
68. შენგელია 2008: შენგელია თეიმურაზ, “ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები”, გამომც. “ახალი საქართველო”, თბილისი;
69. შუბლაძე . . . 2007: შუბლაძე გიორგი, დოლიკაშვილი ლარისა, ქიტიაშვილი აიდა, “ტურიზმის მარკეტინგი”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი;
70. შუბლაძე . . . 2008: შუბლაძე გიორგი, დოლიკაშვილი ლარისა, ჯოლია გურამ, ჩეკურიშვილი ნინო “ტურიზმის მენეჯმენტი”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი;
71. შუბლაძე . . . 2010: შუბლაძე გიორგი, დოლიკაშვილი ლარისა, ნანიტაშვილი მანანა, “სტრატეგიული მენეჯმენტი”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი;
72. შურღაია 2010: შურღაია ომარი, “მცირე ბიზნესის საფუძვლები”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი
73. ჩაგანავა 2009: ჩაგანავა პაატა, “სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი წარმოების მართვაში”, ბათუმი;
74. ჩაგანავა 2012: ჩაგანავა პაატა, “ტურიზმის პოლიტიკა”, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი;
75. ჩიხლაძე 2009ა: ჩიხლაძე ნიკო, “ეკონომიკა და მართლმადიდებლური სწავლება”. გამომცემლობა “ინიოვაცია”, თბილისი.
76. ჩიხლაძე 2009ბ: ჩიხლაძე ნიკო, “მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის რეგიონული თავისებურებები საქართველოში”, ჟურნ. “ბიზნესი და კანონმდებლობა” №3;

- 77. ჩიქავა 2006:** ჩიქავა ლეო, “ინოვაციური ეკონომიკა”, საგამომცემლო სახლი “სიახლე”, თბილისი;
- 78. ცეცხლაძე 2009:** ცეცხლაძე ლეილა, “მცირე ბიზნესი და მისი მნიშვნელობა ეროვნული ეკონომიკის ფორმირებაში”, ჟ. “ეკონომიკა” თბილისი, №7;
- 79. ცეცხლაძე 2010:** ცეცხლაძე ლეილა, “მცირე ბიზნესის პერსპექტივები რეგიონალურ ეკონომიკურ განვითარებაში”, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის “ინოვაციები ბიზნესში” მასალები, 16-17 აპრილი, ბათუმი. გამომც. “უნივერსალი” თბ. 2010;
- 80. ცეცხლაძე 2010:** ცეცხლაძე ლეილა, “მცირე ბიზნესის დაფინანსების პრობლემები”, რსუ-ს შრომები I. 2010;
- 81. ცეცხლაძე 2010:** ლ. ცეცხლაძე, “მცირე ბიზნესის ინოვაციური პოტენციალი”. საერთაშორისო პრაქტიკული კონფერენციის “განათლება და განვითარება” მასალები, 1-2 ოქტომბერი, გორი, 2010;
- 82. ცეცხლაძე . . . 2011:** ცეცხლაძე ლეილა, ანანიძე ჯ. ჯაბინძე ნ, ლამპარაძე ლ. “საერთაშორისო საინვესტიციო თანამშრომლობა საზღვარგარეთის ქვეყნებთან და მათი როლი საქართველოს ეკონომიკაში”. საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის “ტანამედროვე ტექნოლოგიები და გამოყენებითი დიზაინი” მასალები. 19-20 მაისი. ქუთაისი 2011;
- 83. ცეცხლაძე . . . 2011:** ცეცხლაძე ლ., ლამპარაძე ლ, ცეცხლაძე ც, მაღალმთიანეთში ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების ძირითადი მახასიათებლები, საერთაშორისო პრაქტიკული კონფერენციის “ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი” მასალები, 4-5 ივნისი, ბათუმი;
- 84. ცეცხლაძე 2011:** ცეცხლაძე ლეილა, “მცირე ბიზნესის სტრუქტურა და ეკონომიკური მახასიათებლები”, რსუ-ს შრომები III, ბათუმი;
- 85. ცეცხლაძე 2012:** ცეცხლაძე ლეილა, “მცირე ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა გლობალიზაციის ფონზე”, საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის “გლობალიზაცია, საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების ტენდენციები” მასალები. თბილისი 2012.
- 86. ძნელაძე 1995:** ძნელაძე დავით, “ეკონომიკა და ბიზნესი”, თბილისი;
- 87. ხარიტონაშვილი 1997:** ხარიტონაშვილი ჯემალ “ეკონომიკურ მოძღვრებათა ისტორია” თბილისი;
- 88. ხომერიკი 2004:** ხომერიკი თ. “მიკროსაწარმოთა განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური როლი”, ჟ. სოციალური ეკონომიკა” №5;

89. ჭანტურია . . . 1998: “მეწარმეთა შესახებ კანონის კომენტარი”, გამომცემლობა “სამართალი”, თბილისი;
90. ჭითანავა . . . 2008: ჭითანავა ნოდარ, თალაკანძე ლარისა, “სოციალური ეკონომიკა”, თბილისი.
91. ჭითანავა 2001: ჭითანავა ნოდარ, არდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები”, გამომცემლობა “იუნიტი-დანა” თბილისი;
92. ცომაია 2010: ცომაია ნუგზარ, “მცირე ბიზნესი საქართველოში, პრობლემები, პერსპექტივები”, ჟ. “ეკონომისტი”, №2.

ბ) უცხოური ბიბლიოგრაფია

93. ბაიანე 1992: Бакка Б., Малые промышленные фирмы на международных рынках, "Инфра", Москва.
94. ბენეტი 1993: Bennet Roger. Small Business Survival. Pitman Publishing.
95. ბუროვი 2011: Буров В.Ю. «Основы предпринимательства» (Уч. пособ.), Чита.
96. გორფინკელი . . . 2003: Горфинкел В. Швангар В. «Малый бизнес, организация, экономика, управление», М. «ЮНИТИ»
97. გრიბოვი 2002: Грибов В. «Менеджмент в малом бизнесе», М. «Финанси и статистика»
98. დრუკერი 2004: Друкер Петер «Энциклопедия менеджмента». Москва. Санкт-Петербург. Киев. Изд. дом «Вильямс».
99. ვერულიძე 1998: Верулидзе В. “Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства в условиях рыночных преобразований”, "Ун-т", Батумი.
100. ვოლგინი 2004: Волгин Н.А. Гриценко Н.Н. Марков Ф.И. «Социальное государство», Учебник М.
101. დრუკერი 1985: Druker Peter F. “Inovaation and enterprenership” (practice and principles), Pan Books.
102. ზოიდოვი . . . 2009: Зоидов К.Х. Моргунов Е.В. Биджамова К.В. «Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве» Москва.
103. კაბატოვა 1998: Кабатова Е. Лизинг : правовое регулирование, практика
104. კოლესნიკოვა 2000: Л.А. Колесникова, “Предпринимательство и малый

105. ლარჩიევა . . . 2006: Ларичева З.М. Стрелкова Л.В. «Малый Бизнес: проблемы и перспективы его развития», Ж. «Менеджмент в росии и за рубежом» №5.
106. ლაპუსტა 1998: Лапуста М. Малое предпринимательство, Уч. пособ "Инфра",. Москва.
107. ლაპშინა 2009: Лапшина С.В. «Конкурентоспособность малого бизнеса в условиях глобализации». Вестник российской Академии естественных наук. серия экономическая. №4. <http://www.rean.info/files/17.pdf>.
108. ლევიცკი 1996: Small business in transition economies. Editid Jacob Levitsk.
109. მესკონი . . . 1998: Мескон М. Алберт М. Хедоური Ф. «Основы менеджмента» , М. Дело.
110. მელია 2005: Мелия М. «Бизнес это психология», Москва.
111. ორლოვი 2003: [А.И. Орлов](#), Менеджмент,Учебник. М.: Издательство "Изумруд", 2003.
112. სთორეი 1994: Storey D. Understanding the Small Business Sector, Routledge.
113. სიროპოლისი 1997: Сирополис К. НиколасУправление малым бизнесом, "Дело", М.
114. ფრანოვსკაია 2007: Франовская Г.Н.«Малый бизнес»,Уч. пособ. Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета.
115. შიპოვა 2009: Шипова А.И. «Кредитование малого и среднего бизнеса: отечественный и зарубежный опыт» . М.
116. შუმპეტერი 2007: Шумпетер И. «Теория экономического развития», М.
117. პორტერი 1993: Портер Майкл Международная конкуренция, "Междунар.отнош.", Москва;
118. რეჩმენ . . . 2006: Rachman D.J., Mescon C.L. Bovee. Business Tudey. Ten edition. McGraw-hill. Inc. N.Y.
119. როსსი 1996: Росс Том “Большие идеи для малого бизнеса”, "Фаир -пресс", М.
120. ცეცხლაძე 2011: Цецхладзе Л. «Стратегия развития малого бизнеса и вызовы глобализации». Материали международной научно-практической конференции «Религия, религиозность, философия и гуманитаристика, в современном информационном пространстве: национальный и интернациональный аспекты» .Украина. Г. Рубежное.

დანართები და დამატებები

ა) წყაროები:

1. “მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში”, სტატისტიკური პუბლიკაცია. 2009 წ. [www. statistikc.ge](http://www.statistikc.ge)
2. “საქართველო საერთაშორისო რეიტინგებში” საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2011. [www. economy.gov.ge](http://www.economy.gov.ge)
3. “გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2011”, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. [www. economy.gov.ge](http://www.economy.gov.ge)
4. “მეწარმეობა საქართველოში”, საქსტატი, 2008-2009-2010 წლების სტატისტიკური პუბლიკაციები, [www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)
5. კვარტალური ბიულეტენი 2011.1. საქსტატი, [www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)
6. “მეწარმეობა საქართველოში 2011”, საქსტატი, სტატისტიკური პუბლიკაცია, [www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)
7. “სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კვლევა”, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2010. [www. economy.gov.ge](http://www.economy.gov.ge)
8. “პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2010” 15 აგვისტო 2011წ. საქსტატი, [www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)
9. ჩვენს მიერ ანკეტური წესით განხორციელებული კვლევები.

ბ) დანართები

დანართი 1.

მცირე ბიზნესის წილი საქართველოს მშპ-ში¹

	მშპ (მლნ. ლარი)	მცირე ბიზნესის გამოშვებული პროდუქცია	წილი მშპ-ში, %
2004	9824.3	386.3	3.9
2005	11620.9	551.2	4.7
2006	13789.9	588.9	4.2
2007	16999.3	513.3.	3.0
2008	19074.9	527.4	2.7
2009	17986.0	881.3	4.8
2010	20791.3	1060.1	5.1

¹ ცხრილი შედგენილია “საქსტატის” მონაცემების საფუძველზე.

დანართი 2.

ინდივიდუალურ საწარმოთა წილი საწარმოთა მთელ რაოდენობაში, %¹

რეგიონები	2004	2005	2006	2007	2008
ქ. თბილისი	36.2	38.8	30.9	22.8	25.2
აჭარა	59.0	65.1	64.2	54.5	51.5
გურია	81.3	79.7	78.4	74.1	75.9
იმერეთი	69.3	70.0	65.2	58.7	53.5
კახეთი	76.0	76.9	73.6	68.1	68.1
მცხეთა-თიანეთი	72.8	65.1	59.5	63.0	68.1
რაჭა-ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი	79.5	75.2	73.6	59.6	63.0
სამეგრელო, ზემო სვანეთი	66.3	64.4	51.6	54.3	50.1
სამცხე ჯავახეთი	75.7	72.7	72.5	67.5	64.1
ქვემო ქართლი	59.9	71.1	68.1	63.6	59.0
შიდა ქართლი	68.5	67.1	63.7	60.1	58.6

¹ცხრილი შედგენილია “საქსტატის” მონაცემების საფუძველზე.

დანართი 3.

ფუნქციონირებად საწარმოთა რაოდენობა რეგიონების მიხედვით 2009 წელს.¹

რეგიონები		%	მსხვილი		საშუალო		მცირე		რეგ. მთელ საწ-იდან მცირე საწარმოთა %-ლი წილი
			სულ	%	სულ	%	სულ	%	
საწარმოები სულ:	38966	100	1853	100	3125	100	33988	100	
თბილისი	14583	39,74	1196	64,5	1622	51,9	11765	34,6	80,7%
აჭარა	3125	8,5	170	9,1	289	9,2	2666	7,8	85,3%
გურია	869	2,3	15	0,8	41	1,3	813	2,64	93,5%
კახეთი	2673	7,2	51	2,7	126	4,0	2496	7,3	93,3%
იმერეთი	4877	13,2	115	6,2	308	9,8	4454	13,1	91%
მცხეთა- თიანეთი	604	1,6	31	1,6	45	1,4	528	1,6	87,4%
ქვემო ქართლი	3591	9,7	106	5,7	237	7,5	3238	9,5	90,1%
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვ სვანეთი	388	1,0	4	0,2	30	0,9	354	1,0	91,0%
სამცხე-ჯავახ.	3344	2,9	25	1,3	81	2,5	3238	9,5	96,8%
სამეგრელო- ზემო სვანეთი	3249	8,85	95	5,1	216	6,9	2938	8,6	90,0%
შიდა ქართლი	1663	4,5	45	2,4	120	3,8	1498	4,4	90,1%

¹ ცხრილი შედგენილია ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მონაცემების საფუძველზე (www.economy.gov.ge.)