

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი



თამარ საბელაშვილი

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად  
წარმოდგენილი სადისერტაციო ნაშრომი

საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თანამედროვე  
მდგომარეობა და ევროკავშირთან ინტეგრაციის პერსპექტივები

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: პროფესორი თეიმურაზ შენგელია

თბილისი

2017

## შინაარსი

შესავალი .....	3
<b>თავი I. მცირე და საშუალო ბიზნესი თანამედროვე ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში</b>	
I.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის გენეზისი და ევოლუცია .....	7
I.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი, ნიშან-თვისებები და მნიშვნელობა .....	11
I.3. მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციები, ღირსებები, ნაკლოვანებები და სიცოცხლისუნარიანობა .....	23
I.4. საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციონალური და საკანონმდებლო უზრუნველყოფა .....	33
<b>თავი II. მცირე და საშუალო ბიზნესის ანალიზი საქართველოსა და ევროკავშირში</b>	
II.1. საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი .....	52
II.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის გარემო საქართველოში და სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა .....	63
II.3. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ევროკავშირის ქვეყნებში .....	74
II.4. მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემატიკის კვლევის პრაქტიკული კონტექსტი .....	86
II.5. მცირე და საშუალო ბიზნესის მონაწილეობა ევროკავშირთან – საქართველოს საპარტნიორო ურთიერთობებში .....	102
<b>თავი III. ევროკავშირის ქვეყნებთან საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ჰარმონიზაციის პერსპექტივები</b>	
III.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ევროპულ აქტივობებში საქართველოს ინტეგრაცია ინსტიტუციური და საკანონმდებლო ღონისძიებების გატარებით .....	113
III.2. საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების კონცეფცია ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ მესამე და მეოთხე პრინციპის კონტექსტში .....	144
III.3. ევროკავშირის ბაზრებზე საწარმოთა შესვლის ბარიერები და საქართველოს მთავრობის როლი ამ საკითხში .....	169
<b>ძირითადი დასკვნები .....</b>	<b>177</b>
<b>გამოყენებული ლიტერატურა .....</b>	<b>189</b>

## შესავალი

**ნაშრომის აქტუალობა.** XX საუკუნის პირველი ნახევარი მსოფლიოსთვის დამახასიათებელი იყო როგორც იზოლაციონიზმის და პროტექციონიზმის პერიოდი. 50-იანი წლებიდან სამეურნეო საქმიანობის ინტერნაციონალიზაცია მსოფლიო მეურნეობის განვითარების წამყვანი ტენდენცია გახდა. დაიწყო ქვეყნებს შორის ეკონომიკური თანამშრომლობის გაღრმავება, რამაც ხელი შეუწყო მსოფლიო ეკონომიკური პოტენციალის ზრდას.

დღევანდელი მსოფლიოს ანუ XXI საუკუნის დასაწყისის მსოფლიოს პოლიტიკურ-ეკონომიკურ სახეს სწორედ საერთაშორისო ეკონომიკური და ტექნოლოგიური ინტეგრაცია წარმოადგენს. მართალია, საერთაშორისო ურთიერთობებში სახელმწიფო ჩართვა ამჟამად არ დაწყებულა, იგი გარკვეული ფორმით ადრეც არსებობდა, მაგრამ დღეს საკითხი ეხება მსოფლიო მეურნეობაში მონაწილე ქვეყნების ეკონომიკური ინტეგრაციის გააქტიურებას, დანარჩენ სამყაროსთან ეკონომიკური ზემოქმედების გაძლიერებას. ასე რომ, თანამედროვე ქვეყნების ერთ-ერთი მთავარი დამახასიათებელი თავისებურება არის მათი სამეურნეო ცხოვრების პროგრესირებადი ინტერნაციონალიზაცია. დღეს ამ გამოწვევის წინაშე დგას საქართველოც.

სადისერტაციო ნაშრომში – *„საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობა და ევროკავშირთან ინტეგრაციის პერსპექტივები“*, შესწავლილია საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტეგრაცია ევროკავშირთან და მისი გაღრმავების ღონისძიებები, რაც განსაზღვრავს საკვლევი თემის აქტუალობას.

**კვლევის მიზანი და ამოცანები.** ევროპული ინტეგრაცია საქართველოს ეკონომიკის წინსვლის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულებაა, ხოლო მცირე და საშუალო ბიზნესი ითვლება ეკონომიკური ზრდის კატალიზატორად, აღნიშნულიდან გამომდინარე, მიზნად დავისახეთ შეგვესწავლა ამ სფეროს ჩართულობის დონე ევროკავშირში, გამოგვეკვთა ბარიერები და დაგვესახა ღონისძიებები ევროკავშირთან ჰარმონიზაციის და ინტერნაციონალიზაციის მიმართულებით.

ამ მიზნიდან გამომდინარე სადისერტაციო ნაშრომის წინაშე დგას შემდეგი ამოცანები:

- მცირე და საშუალო მეწარმეობის გენეზისისა და ევოლუციის შესწავლა;
- მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოთა ნიშან-თვისებების, კრიტერიუმებისა და პარამეტრების გაცნობა ევროკავშირსა და საქართველოში;
- მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციების, ღირსებების, ნაკლოვანებების

და სიცოცხლისუნარიანობის გამოკვლევა;

- საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციონალური და საკანონმდებლო უზრუნველყოფის შეფასება;
- მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი ევროკავშირში და საქართველოში;
- მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა ევროკავშირში და საქართველოში;
- საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შეფასება ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ პრინციპების კონტექსტში;
- ქართული მცირე და საშუალო საწარმოების ჩართულობის დონის გამოკვლევა საქართველო-ევროკავშირის პარტნიორულ ურთიერთობებში;
- ბიზნესის პრობლემატიკის დამოუკიდებელი კვლევა საქართველოს ბიზნეს-სუბიექტებში ევროკავშირთან მათი ინტეგრაციის კუთხით;
- საქართველოს მცირე ბიზნესის ევროპასთან დაახლოების წინადადებებისა და ბარიერების გამოვლენა;
- საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ევროპასთან ინტეგრაციის გაფართოება-გაღრმავების დონისძიებების შემუშავება.

ყველა ეს ამოცანა სადისერტაციო ნაშრომში გადაწყვეტილია.

**კვლევის საგანი და ობიექტი.** კვლევის საგანია საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი, მისი განვითარების პერსპექტივების დადგენა, კვლევის ობიექტია ის მცირე (და საშუალო) საწარმოები, რომლებიც ექსპორტს ახცორციელებენ ევროპის ბაზრებზე.

**კვლევის ინფორმაციული წყაროები, მეთოდოლოგია და ძირითადი საკვლევი საკითხების დამუშავების მდგომარეობა.** სადისერტაციო თემის დასამუშავებლად გამოყენებული იქნა ამ თემაზე არსებული ქართული და უცხოური ლიტერატურა, საკანონმდებლო-ნორმატიული აქტები, სტატისტიკური ინფორმაცია, ცალკეული კვლევების შედეგები.

კვლევა ჩატარებულია ანალიზის და სინთეზის, ინდუქციის და დედუქციის, ემპირიული დაკვირვების, სოციოლოგიური გამოკითხვის და მათემატიკური სტატისტიკის მეთოდების გამოყენებით.

მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემატიკა მრავალმხრივ არის შესწავლილი როგორც ქართველი, ისე არაქართველი მეცნიერების (რ. ასათიანი, ნ. ჭითანავა, თ. შენგელია, მ. მექვაბიშვილი, თ. შურღაია, ა. ლაპუსტა, ა. შულუსი, უ. სამადაშვილი,

ე. ბალიაშვილი, ხანს-პიხლესი, ა. ლუისი, რ. კოუზი და სხვები) და პრაქტიკოსების მიერ. თუმცა, მათი გამოკვლევები ავტონომიურ ფორმატშია ჩატარებული და არ ეხება ევროპასთან ინტეგრაციის საკითხებს. ჩვენი ძირითადი წვლილი მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემათა კვლევაში სწორედ იმაში მდგომარეობს, რომ ჩვენ ეს საკითხი ევროპასთან ინტეგრაციის კონტექსტში დაგამუშავეთ და შესაბამისი რეკომენდაციებიც შევიმუშავეთ მისი გაფართოებისთვის.

**კვლევის მეცნიერულ სიახლეებს წარმოადგენენ:**

- საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების შეფასება ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ 10 პრინციპის კონტექსტში;
- ევროკავშირი-საქართველოს პარტნიორულ ურთიერთობებში საქართველოს მცირე და საშუალო საწარმოთა ჩართულობის გამოკვლევა, ქვეყნის საერთო ბრუნვაში საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ევროპის დონემდე ამაღლების შესაძლებლობების მათემატიკური ანალიზი;
- საქართველოს და ევროკავშირის მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის შედარებითი ანალიზი; ევროპულ აქტივობებში საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტეგრაციის გზების დადგენა;
- საქართველოში „მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის შესახებ“ კანონის პროექტის ძირითადი პრინციპების შემუშავება;
- საქართველოს ქალაქებში და მუნიციპალიტეტების ცენტრებში ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნების დასაბუთება ევროკავშირის ქვეყნების მცირე და საშუალო ბიზნესთან ჰარმონიზაციის კონტექსტში;
- 10-კლიენტ საწარმოზე ბიზნეს-ინკუბატორის დაფუძნების დასაბუთება დანახარჯები / სარგებლის პრინციპით;
- ევროპასთან ინტეგრაციის ბარიერების დაძლევის ცალკეულ დონისძიებათა შემუშავება.

**გამოკვლევის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა.** ნაშრომში წარმოდგენილი კვლევის შედეგები და სიახლეები შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს:

- საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის სრულყოფისთვის;
- საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების ფორმირებისთვის, რომლებიც შეიძლება გახდნენ პრაქტიკული მეწარმული უნარის გამომუშავება-ჩამოყალიბების კერებად;

➤ ევროკავშირის ცალკეულ ქვეყნებთან საპარტნიორო ურთიერთობების გაღრმავებისთვის და მრავალი სხვა.

**აპრობაცია და პუბლიკაცია.** სადისერტაციო ნაშრომის თემაზე ჩემს მიერ დაცულია 2 კოლოკვიუმი, ერთი სემინარი და გამოქვეყნებულია 3 სტატია.

**სადისერტაციო ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა.** სადისერტაციო ნაშრომი შედგება კომპიუტერზე დაბეჭდილი 195 გვერდისგან. იგი მოიცავს შესავალს, სამ თავს, 11 პარაგრაფს და დასკვნას. მასში ასევე მოცემულია 28 ცხრილი და 12 ნახაზი. ნაშრომს თან ახლავს 108 დასახელების ლიტერატურის სია.

# თავი I. მცირე და საშუალო ბიზნესი თანამედროვე ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში

## I.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის გენეზისი და ევოლუცია

მცირე ბიზნესი ჩაისახა 40 საუკუნის წინათ ხმელთაშუა ზღვის აღმოსავლეთ ნაწილში – ბაბილონში, საბერძნეთში, ეგვიპტეში და სხვაგან.<sup>1</sup> ისტორიულად მცირე საწარმოს საწყისების ნახვა შესაძლებელია თითქმის ყველა ძველ კულტურაში. ჯერ კიდევ 2100 წელს ჩვ.წ.აღ-მდე ჰამურაბმა – ბაბილონის მეფემ – ჩამოაყალიბა მცირე ბიზნესის ერთ-ერთი კანონი, რომლის არსი მდგომარეობდა მომხმარებელთა დაცვაში სხვადასხვა ჯურის მატყუარებისგან.<sup>2</sup> ამ პერიოდიდან დაწყებული მცირე და საშუალო ბიზნესმა დიდი გზა გაიარა. შემდეგ იგი თანდათან კიდევ უფრო განვითარდა და ბიზნესის ქვესისტემის სახით მხოლოდ XVIII საუკუნის ბოლოს ჩამოყალიბდა, როცა ინგლისში ორთქლის ძრავის გამოგონებით მოხდა სამრეწველო გადატრიალება და ყველა საწარმო, რომელიც არ ეფუძნებოდა მას, ე. ი. რომელიც არ იყო მექანიზებული, წვრილ და საშუალო საწარმოდ ჩაითვადა.

მეორე ტექნოლოგიური რევოლუცია მოხდა XIX საუკუნის ბოლოს, როცა ორთქლის ძრავა შეცვალა ელექტრო და შიგაწვის ძრავამ, რომელმაც შექმნა ახალ ტექნიკო-ტექნოლოგიურ საფუძველზე მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების საფუძველი. ამ დროიდან, თუ მცირე არა, საშუალო სიდიდის საწარმო, მსხვილი საწარმოს ტიპური გახდა. მათგან განსხვავებდათ არა ხარისხობრივი მაჩვენებლები, არამედ, რაოდენობრივი, კერძოდ: წარმოების მასშტაბი, დასაქმებულითა რიცხვი, კაპიტალაღჭურვა და სხვა.

თავის განვითარებაში მცირე და საშუალო ბიზნესმა რამდენიმე ეტაპი გაიარა.

**პირველი ეტაპი** იწყება XIX საუკუნის ბოლოდან და მთავრდება XX საუკუნის 30-იან წლებამდე, ანუ მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის დაწყებამდე. ამ პერიოდში თითქმის ყველა მრეწველურად განვითარებულ ქვეყანაში განადგურდა ტრადიციული, არამექანიზებული წვრილ-წვრილი წარმოებები (სახელოსნოები). ეს მოხდა ახლად წარმოქმნილ, მექანიზებულ მცირე საწარმოებთან მათი შეჯახებით. შემდეგში თვით ამ ახლადწარმოქმნილ მცირე და საშუალო საწარმოებს მოუხდათ იგივე დარგებში და სექტორებში ფუნქციონირებად მსხვილ საწარმოებთან კონკურენცია, რომლებშიც თვითონ ფუნქციონირებდნენ. კონკურენცია იყო მწვავე და თანაც, ეს იყო პერიოდი,

<sup>1</sup> ბაღიაშვილი ე., *ბიზნესის საფუძვლები*, თბ., 2012, გვ. 81.

<sup>2</sup> ჯოზეფ პასიდი, *აღუქის სტეფანოს კომსელისი და სხვები. მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III*, თბ., 2011, გვ. 15.

როცა ეკონომიკის დარგობრივი სტრუქტურა მეტად სუსტად იყო დიფერენცირებული. შედეგად დაიწყო მცირე საქონელმწარმოებელთა გაკოტრება. მათმა ნაწილმა კი გადაინაცვლა იმ სფეროებში, სადაც კონკურენცია ან საერთოდ არ იყო, ანდა სუსტი იყო. შეიქმნა ისეთი შთაბეჭდილება, რომ მცირე და საშუალო წარმოება საერთოდ თმობდა პოზიციებს. მაგრამ ასე არ მოხდა. მცირე და საშუალო საქონელმწარმოებაში გამოჩნდა შედარებით სტაბილური უბნები, რომლებიც ლოკალურ, სპეციფიკურ ბაზრებს, ანდა მათ რომელიმე სეგმენტებს ემსახურებოდნენ.

**მეორე ეტაპზე**, რომელიც გაგრძელდა XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან 70-იან წლებამდე, მცირე და საშუალო ბიზნესმა მეტად ღრმა რაოდენობრივი და თვისობრივი ცვლილებები განიცადა.<sup>1</sup> უპირველესად აღნიშვნის ღირსია ის მომენტი, რომ ამ პერიოდში მსხვილმა საწარმოებმა დაიწყეს მსხვილი კაპიტალის შეღავათიანი ჩადება მცირე წარმოებებში, რადგან მათ უფრო იაფი უჯდებოდათ თავისი პროდუქციის წარმოების ზოგიერთი ტექნოლოგიური სტადიების შესრულება მათთან. იქ მათი შესრულება სწრაფიც იყო, ხარისხიანიც და იაფიც. მაშასადამე, ამ წლებში უკვე საფუძველი ჩაეყარა მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოების პარტნიორობას. მეორე მომენტი, რომელიც ასევე ამ წლებში მოხდა, ისიც უკავშირდება მსხვილ წარმოებას. ეს იყო მცირე და საშუალო წარმოებასთან მსხვილი წარმოებების მასიური სუბკონტრაქტული ურთიერთობების ჩამოყალიბება. ამ პროცესმა რამდენადმე მუდმივი შეკვეთები მისცა მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებს და შეუქმნა მათ სტაბილურობის დამატებითი გარანტიები. ამავე პერიოდში არნახულად გაიზარდა ეკონომიკის მომსახურების სფერო – ვაჭრობა, საზოგადოებრივი მომსახურება. ეს სფერო აღორძინდა და განვითარდა მსოფლიო მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ. ეს უკვე იმას ნიშნავდა, რომ ბიზნესის ამ სექტორმა დომინირებული მდგომარეობა დაიკავა მომსახურების ბაზარზე. ეს უნდა ჩავთვალოთ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მეორე სტადიის მესამე ნიშნად, მესამე მომენტად. ცხადია, მთელ ამ პერიოდს თან ახლდა ამ ტიპის საწარმოების ტექნიკური აღჭურვის განახლება. ამის გარეშე არ მოხერხდებოდა მსხვილ საწარმოებთან მათი ისეთი უწყვეტი, სტაბილური კავშირები, რომლებიც ჩვენ აღვნიშნეთ. მსხვილი საწარმოები ამას არ დაუშვებდნენ.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის ევოლუციის **მესამე ეტაპი** დაიწყო XX საუკუნის 70-იანი წლებიდან და იგი გრძელდება დღესაც. აქაც, მისთვის დამახასიათებელი ის ხუთი ნიშანი უნდა გამოვყოთ, რომელმაც მცირე და საშუალო

<sup>1</sup>Блинов А. О., Шапкин И. Н., Малое предпринимательство, М., 2003, გვ. 84.



მეწარმეობა აქცია მყარ, მუდმივად განვითარებად ბიზნეს-სექტორად და ყველა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ფუნდამენტად. ეს ნიშნებია:

1. მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესება.
2. უმაღლესი ტექნიკა-ტექნოლოგიების წარმოშობა და განვითარება.
3. ინტერნაციონალიზაციის და ტრანსნაციონალიზაციის განვითარება.
4. ინოვაციურ სფეროში მცირე და საშუალო მეწარმეობის როლის გაძლიერება.
5. მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ სახელმწიფოთა მთავრობების დამოკიდებულების შეცვლა.

მოსახლეობის ცხოვრების დონე რომ დღით-დღე უმჯობესდება (**პირველი ნიშანი**), ეს არავისთვის არ არის უცხო (დღეს, ევროპის საშუალო ფენის წარმომადგენელი გაცილებით მეტი მატერიალური ქონების პატრონია, ვიდრე შუა საუკუნეების რომაელი ან ბერძენი მდიდარი). ეს პროცესი განსაკუთრებით თვალსაჩინოა მრეწველურად მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში, სადაც მოსახლეობის გადამხდელუნარიანობის ამაღლებამ გამოიწვია მათში მოხმარების ინდივიდუალიზაცია. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ შექმლებულ, გადამხდელუნარიან ადამიანს არ მოსწონს ის, რაც მასიური, ტიპური. მას ყველაფერი – ბინა, ტანსაცმელი, ავტომანქანა და სხვა – არატიპური უნდა. ამით ის გამოარჩევს თავის თავს მასისგან. ამით ის საზოგადოებაში ინარჩუნებს თავის მაღალი მატერიალური მდგომარეობის სტატუსს. ჩვენს საკვლევ თემასთან მიმართებაში შექმლებულ ადამიანთა ამ თვისებამ, ანუ საქონლის პირად მოხმარებაში ინდივიდუალიზაციის ტენდენციის გაჩენამ და გაძლიერებამ, დასაბამი მისცა მასიური წარმოების მასშტაბების შეკვეცას და წვრილსერიული და ხშირად ერთეული წარმოების აღორძინება-განვითარებას. რადგან წვრილსერიული და ერთეული წარმოების შემსრულებლები იყვნენ მცირე და საშუალო საწარმოები. გასაგებია, რომ ეს მათთვის, მათი შემდგომი განვითარებისთვის იყო მეტად ძლიერი ამძრავი მუხტი.

ამავე პერიოდში ტექნიკა-ტექნოლოგიებში მომხდარმა ცვლილებებმაც (**მეორე ნიშანი**), კერძოდ, ავტომატიზაციის და კომპიუტერიზაციის წარმოშობამ, გარკვეული ბიძგი მისცა მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას. საქმე ის არის, რომ ავტომატიზაცია, კომპიუტერიზაცია და მათ ბაზაზე წარმოქმნილი მოქნილი სამრეწველო-ტექნოლოგიური სისტემები, მაინც და მაინც მეტად ხისტ პირობებს არ უყენებს საწარმოებს, არც დასაქმებულთა რაოდენობაში და არც წარმოების ფიზიკურ მოცულობაში. ამასთან, ეს ტექნიკა არა მხოლოდ ამ მხრივ არის მისაღები ბიზნესის მცირე და საშუალო სექტორისთვის, არამედ, ფასითაც. ახალი ტექნიკის სხვადასხვა

თაობათა ფასი ისე სწრაფად მცირდება, რომ მათი შექმნა მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის აღარ წარმოადგენს დიდი პრობლემას.

**მესამე ნიშანი** და შეიძლება ითქვას, ჩვენს სადისერტაციო თემასთან მიმართებაში ყველაზე მნიშვნელოვანი, ეს არის ამ პერიოდისთვის დამახასიათებელი ინტერნაციონალიზაციის და ტრანსნაციონალიზაციის განვითარება. ზოგადად ეს არის გლობალიზაციის საკითხი. იგი ინტეგრაციით დაიწყო და გლობალიზაციით დამთავრდა. გლობალიზაცია დღის წესრიგში ახალმა მსოფლიო წესრიგმა განაპირობა. წარსულში მსოფლიო არ მდგარა იმ პრობლემების პირისპირ, რომლებიც დღეს გლობალიზაციას უკავშირდება. გლობალიზაციაში არის ჩართული მთელი მსოფლიო, რაღა თქმა უნდა, მათ შორის საქართველოც. ამან გარკვეული გამოწვევების წინაშე დააყენა მთლიანად ქვეყანაც და მისი მცირე და საშუალო მეწარმეობაც, რადგანაც იგი მსოფლიო კონკურენციაში ჩაირთო. ამ პროცესს ვერავინ ვერ აუვლის გვერდს. იგი მის კანონზომიერებებს უნდა დაემორჩილოს. თუ ასე არ მოხდა, იგი დაიღუპება.

საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ევროკავშირთან ინტეგრაცია და ჰარმონიზაცია, რადგანაც საქართველოს ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების ფარგლებში, თავისუფალი სავაჭრო ურთიერთობების ხელშეკრულების დადების შედეგად ევროპული ორიენტაციით განვითარება მოეთხოვება. დღეს, საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის სუსტი განვითარება და ევროპულ დონეზე კონკურენტუნარიობა არ იძლევა ევროპულ ინტეგრაციაში მისი ჩართვის აქტიურ შესაძლებლობას, მაგრამ უახლოეს მომავალში ეს აუცილებლად უნდა მოხდეს (ამ საკითხს ეძღვნება სწორედ ჩვენი სადისერტაციო ნაშრომიც).

**მეოთხე ნიშანი** არის მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაკუთრებული როლი ინოვაციურ სფეროში. ეს პერიოდი ხასიათდება იმით, რომ მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები ახალი ტექნიკა-ტექნოლოგიის წარმატების გამომყენებელთა როლიდან გადავიდნენ მისი მწარმოებლების როლში. სწორედ საწარმოს შედარებითი სიმცირე, დასაქმებულთა მცირე რიცხვი, მათი ერთ გუნდად შეკრულობა, მართვის სიადვილე და მოქნილობა იწვევს მათთან შემოქმედებით აქტივობას, რაც საჭიროა ინოვაციების შემუშავებისთვის.

მსოფლიო გამოცდილება ადასტურებს, რომ მცირე საწარმოები (ფირმები) უმნიშვნელოვანეს როლს თამაშობენ ინოვაციური ბიზნესის განვითარებაში. ამის მაგალითებია ისრაელი, ჩილე, ფინეთი და სხვა ქვეყნები, სადაც ინოვაციურ მცირე

მეწარმეობას სახელმწიფოს მხრიდან საუკეთესო მხარდაჭერა აქვს. ინოვაციური ბიზნესის მხარდაჭერა სახელმწიფოს მხრიდან განსაკუთრებით აქტუალურია საქართველოსთვის, რადგანაც ქვეყანა ამ სფეროში ჯერ კიდევ იმყოფება პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის პროცესში.

**მეხუთე ნიშანი** არის განვითარებულ ქვეყნების სახელმწიფო მთავრობათა მიდგომების რადიკალური შეცვლა მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი. მათ გაიცნობიერეს რომ ეს სექტორი არის ქვეყნის პოლიტიკური და სოციალური სტაბილურობის საფუძველი. მისი განვითარებით იქმნება საშუალო ფენა, მოსახლეობა საქმდება და მდიდრდება და ადგილი აღარ აქვს ანტაგონიზმს.

ამ საკითხზე განსაკუთრებით მწვავე დებატები მიმდინარეობდა მცირე და საშუალო ბიზნესის გარშემო 1980-1990-იან წლებში და ჩამოყალიბდა შემდეგი აზრი: ეკონომიკური სისტემის განვითარება მხოლოდ იმ შემთხვევაშია შესაძლებელი, თუ მხარს დაუჭერენ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭებოდა მცირე და საშუალო ბიზნესს მომსახურების სფეროს განვითარების კონტექსტში, რაც გასული საუკუნის 90-იან წლებში განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის წამყვანი სექტორი გახდა. გაითავისეს რა ეს, ქვეყნების მთავრობებმა აქტიურად დაიწყეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა. იგივე პროცესი იწყება განვითარებად ქვეყნებშიც.

ასე რომ, თანამედროვე მსოფლიოს განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი საბოლოოდ ჩამოყალიბდა ეკონომიკის სტაბილურ სფეროდ და საზოგადოებრივი კვლავწარმოებისთვის აუცილებლად საჭირო მნიშვნელოვან ელემენტად.

## **12. მცირე და საშუალო ბიზნესის არსი, თვისებები და მნიშვნელობა**

მასშტაბების მიხედვით ბიზნესი მსხვილ, საშუალო, მცირე და მიკრო ბიზნესად იყოფა. მსხვილ ბიზნესში მსხვილი საწარმოები ერთიანდებიან. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი პარამეტრებით მათი უმრავლესობა სააქციო პრინციპებზეა აგებული. მეორე ჯგუფში შედიან საშუალო სიდიდის საწარმოები, მესამეში კი, მცირე სტრუქტურები, მეოთხეში კი წვრილი, ინდივიდუალური საწარმოები.

მცირე ბიზნესი ერთპიროვნულ (ინდივიდუალურ) მეწარმეთა და უმცირეს (მიკრო) და მცირე საწარმოთა ერთობლიობაა. იგი ძირითადად მეწარმეთა მცირე ჯგუფის სამეწარმეო საქმიანობას ემყარება. დასავლეთის ლიტერატურაში მას ხშირად „მცირე ეკონომიკას“ უწოდებენ.

როგორც მცირე, ისე საშუალო ბიზნესი კონკრეტული საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ხორციელდება. მას არ გააჩნია და არც შეიძლება გააჩნდეს საკუთარი თეორია და იგი მთლიანად საბაზრო ეკონომიკის ზოგად ეკონომიკურ თეორიას ეყრდნობა.<sup>1</sup> იგი მოქმედებს იმ საკანონმდებლო რეჟიმის ფარგლებში და ვითარდება იმავე კანონზომიერებებით, რომელიც ამა თუ იმ ქვეყნის ეკონომიკური სისტემისთვის არის დამახასიათებელი, სადაც ეს ბიზნესია განვითარებული.<sup>2</sup>

მცირე ბიზნესი მრავალგანზომილებიანი ცნებაა. იგივე ითქმის საშუალო ბიზნესზე. სამწუხაროდ, ეკონომიკურ ლიტერატურაში დღემდე არ არსებობს ერთიანი აზრი მათი უმთავრესი ნიშან-თვისებების შესახებ და არც ერთიანი განმარტება არის ჩამოყალიბებული. რუსი მეცნიერი ვ. გლუშენკოს აზრით, „მცირე საწარმოები არ შეიძლება განვიხილოთ, როგორც რაღაც ახალი წარმონაქმნი, საწარმოს განსაკუთრებული სახე. იგი მხოლოდ სამეწარმეო საქმიანობაში ჩართული საწარმოების პარამეტრული კატეგორიაა“.<sup>3</sup> აშშ-ს ჰარვარდის უნივერსიტეტის მცირე მეწარმეობის განვითარების ცენტრის დირექტორის უ. უაიტის აზრით, „მცირე ბიზნესის არსი და მიზანდასახულება, უწინარესად საზოგადოებრივი სარგებლიანობით განისაზღვრება, რაც გამოიხატება მომხმარებლებისთვის საჭირო საქონლის წარმოება-მიწოდებით, ადამიანების სამუშაოთი უზრუნველყოფით და ყოველივე ამის სანაცვლოდ წმინდა მოგების მიღებით“.<sup>4</sup> ჰოლანდიელი მეცნიერი ვან ხორნი მცირე საწარმოს ხუთი ნიშნით ახასიათებს:<sup>5</sup>

- წარმოებული პროდუქციის მცირე მოცულობა;
- შედარებით შეზღუდული რესურსები და სიმძლავრე;
- მართვის ნაკლებად განვითარებული სისტემა;
- მენეჯმენტის არასისტემურობა;
- მთავარი თანამდებობების დამფუძნებლებზე განაწილება.

მეცნიერების ჯ. სტონერის და ე. დოლანის აზრით, „მცირე საწარმო არის საწარმო, რომლისთვისაც დამახასიათებელია დამოუკიდებელი მფლობელობა და სამეურნეო საქმიანობის დამოუკიდებელი ორგანიზაცია. მცირე ბიზნესს მიეკუთვნება საწარმო, რომელიც პასუხობს ჩამოთვლილ ნიშან-თვისებებიდან ორს მაინც: დამოუკი-

<sup>1</sup> ლუდუშაური ზ., ბალიაშვილი ე. და სხვები, *მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა*, თბ., 2004, გვ. 78.

<sup>2</sup> შურღაია ო., *მცირე ბიზნესის საფუძვლები*, თბ., 2010, გვ. 82.

<sup>3</sup> Глушенко Е. *Основы предпринимательство*, М., 2006, *Вестник*, გვ. 149.

<sup>4</sup> Аллен Луйс, *Как преуспеть в малом бизнесе*, пер. с англ., М., 1991, გვ. 20-21.

<sup>5</sup> ჭითანავა ნ., *გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები*, ნაწილი 2, თბ., 1999, გვ. 120.

დებელი მართვა, საკუთარი კაპიტალი, მოქმედების ლოკალური რაიონი, შედარებით მცირე ზომა“.<sup>1</sup>

კარგად ახასიათებს მცირე ბიზნესს პროფესორი უ. სამადაშვილი: „მცირე ბიზნესი არის მცირე საწარმოების ერთობლიობა, რომელსაც შედარებით მცირე კაპიტალდაბანდებებით შეუძლია სწრაფად გაზარდოს ეკონომიკაში საქონელმწარმოებელთა რაოდენობა და ოპერატიულად დააკმაყოფილოს საქონელზე და მომსახურებაზე მოსახლეობის გაზრდილი და მრავალფეროვანი მოთხოვნილებანი. ...მცირე საწარმოებს შეზღუდული ბაზრის პირობებშიც კი შეუძლიათ მოძებნონ და დაიკავონ ნიშა და იმუშაონ მომგებიანად. მცირე ბიზნესის უპირატესობაა მოქნილობა და საბაზრო სიტუაციებზე სწრაფი რეაგირება“.<sup>2</sup>

ქართველი მეცნიერი ო. შურღაია არ თვლის საკმარისად ამ ნიშან-თვისებებს და წერს:<sup>3</sup> „ამით მაინც არ ამოიწურება მისი მიზანდანიშნულება, მხედველობაში გვაქვს ის, რომ, ჯერ ერთი, მნიშვნელოვანწილად, ასევე, უწინარესად, მცირე მეწარმეების პოტენციური შესაძლებლობებისა და მსხვილ ბიზნესთან შედარებით მის უპირატესობათა მაქსიმალურ რეალიზაციასთან არის დაკავშირებული საერთო-ეროვნული ეკონომიკური კეთილდღეობა, მოსახლეობის განვითარების სტაბილურობა; მეორე, ამავე დროს, მცირე ბიზნესი დიდ როლს ასრულებს მეურნეობის სხვადასხვა დარგისა და სექტორის ურთიერთშეთანაწყობილ, ურთიერთდაბალანსებულ განვითარებაში; მესამე, მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის ურთიერთთანამშრომლობა, ურთიერთზეგავლენა და ურთიერთდამოკიდებულება ხელსაყრელ პირობებს ქმნის თითოეულ სფეროში მატერიალური, შრომითი და ინტელექტუალური რესურსების მაქსიმალური ეფექტიანობით გამოყენებისათვის, პროდუქციის მიწოდებასა და მოთხოვნაში წარმოქმნილ „ვიწრო ადგილებზე“ სწრაფი რეაგირებისათვის; მეოთხე, სრულიად გამორჩეულია მისი როლი თავისუფალი, კონკურენტული ბიზნესგარემოს უზრუნველყოფის, მისი ჰარმონიზაციის თვალსაზრისითაც; მეხუთე, ამასთან ერთად, უწინარეს ყოვლისა, ეკონომიკის სწორედ ეს სექტორია მოწოდებული, შექმნას მომსახურების, საცალო ვაჭრობის, ცალკეული სამრეწველო დეტალების (მაკომპლექტებელი ნაწარმის) წარმოებისა და მიწოდების ეფექტიანი სეგმენტები, თავისუფალი „ეკონომიკური ნიშების“ ათვისებისა და ბაზრის იმ პროდუქციით (საქონლითა და მომსახურებით) გასაჯერებლად, რომლის წარმოება რიგი

<sup>1</sup> Брагина Е., Малое предпринимательство в переходной экономике, ж. "Мировая экономика и международное отношения, №1, 2001, გვ. 88.

<sup>2</sup> სამადაშვილი უ., ბიზნესის საფუძვლები, თბ., „უნივერსალი“, 2016, გვ. 186-187.

<sup>3</sup> შურღაია ო., მცირე ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2010, გვ. 83-84.

ფაქტორების გამო, არაეფექტიანია, არამომგებიანი, არახელსაყრელია მსხვილი და საშუალო ბიზნესისათვის, მაგრამ, მათგან განსხვავებით, ასევე, რიგი ფაქტორების გამო, ეფექტიანი, მომგებიანი და ხელსაყრელია მცირე საწარმოებისათვის და, ამასთანავე, აუცილებელია, სასარგებლოა მთელი საზოგადოებისათვის; მეექვსე, ფუნქციონირების ადგილის შერჩევის სიმარტივე და წარმოების შედარებით შეზღუდული მასშტაბები ხელსაყრელ პირობებს უქმნის მცირე საწარმოებს, პროდუქციის წარმოებისა და ადგილობრივი სამომხმარებლო ბაზრის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად გამოიყენონ ე. წ. არაეკონომიკური ნედლეული, რომლის წარმოებაში ჩართვა, გადამუშავებისა და მზა პროდუქციის მოხმარების ზონიდან დიდი დაშორების გამო, არაეფექტიანი იქნებოდა მსხვილი და საშუალო საწარმოებისთვის“.

მცირე ბიზნესზე ჩვენს მიერ განხილულ მეცნიერთა (და აგრეთვე სხვა მეცნიერთა) შეხედულებების განზოგადოებით შეიძლება ჩამოყალიბდეს მისი განმსაზღვრელი ნიშან-თვისებების რამდენიმე ჯგუფი, რომლებიც განპირობებულია:<sup>1</sup>ჯერ ერთი, წარმოების პროცესების ხასიათით; მეორე, მართვისა და წარმოების სპეციფიკით; მესამე, ცალკეული კომპონენტების (კადრები, ფინანსები და ა. შ.) მდგომარეობით; მეოთხე, გარე ფაქტორების ზემოქმედების თავისებურებებით.

მცირე საწარმოებისათვის დამახასიათებელ პირველ ჯგუფის ნიშან-თვისებებს მიეკუთვნება:

1. გამოყენებული წარმოების საშუალებებისა და ტექნოლოგიური პროცესების შეზღუდულობა;
2. გამოშვებული პროდუქციის ნომენკლატურის სიმცირე, ე. ი. ვიწრო სპეციალიზაცია;
3. გასაღების სისტემის სიმარტივე.

მეორე ჯგუფის ნიშან-თვისებებია:

1. საკუთრებისა და წარმოების უშუალო მართვის უფლების ერთიანობა;
2. საწარმოს ცხოვრებაში მისი ხელმძღვანელის განსაკუთრებული როლი, უშუალო მონაწილეობა პრაქტიკულად ყველა ფუნქციურ სფეროში;
3. სამმართველო გუნდისა და მრავალფუნქციური მენეჯერების კომპაქტურობა;
4. ზედმეტი სამმართველო სტრუქტურების არარსებობა, ინფორმაციული კავშირების სიმარტივე, დაგეგმვისა და კონტროლის არაფორმალური ხასიათი;
5. გადაწყვეტილების მიღების სისწრაფე.

მესამე ჯგუფის ნიშნებია:

<sup>1</sup>Шулус А., Становление системы поддержки малого предпринимательства в России, М., 2007, гл. 87.

1. მესაკუთრესა და მუშაკებს შორის ურთიერთობის პერსონიფიცირებული ხასიათი (მცირე წარმოება უფრო არის მიდრეკილი პატერნალიზმისაკენ, ვიდრე – მსხვილი);
2. ნოვაციებისადმი მოქნილი დამოკიდებულება;
3. გამოყენებული ფინანსური რესურსების მცირე მასშტაბები;
4. დაბალი კაპიტალიზაცია, რაც გამოიხატება იმით, რომ საწარმოს მესაკუთრენი წარმოების გასაფართოებლად აბანდებენ შემოსავლის, მხოლოდ მცირე ნაწილს;
5. კაპიტალის სწრაფი წრებრუნვა;
6. ოჯახური და ნათესაური კავშირების არსებითი გავლენა საკადრო პოლიტიკაზე, სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღებაზე, სამართლებრივი ფორმების არჩევასა და სამეურნეო საქმიანობის სხვა მხარეებზე.

მეოთხე ჯგუფის ნიშან-თვისებებს შეადგენს:

1. რესურსებისა და გასაღების ბაზრების ლოკალურობა;
2. მომწოდებლებისა და მომხმარებელთა ვიწრო წრეს შორის ურთიერთობის არაფორმალურობა;
3. მსხვილ და საშუალო საწარმოებს შორის კორპორაციული კავშირების სისტემაში „წამყვანის“ მდგომარეობა;
4. ეკონომიკური კონიუნქტურის, პოლიტიკური რყევებისადმი, წარმოების ცვლილებებისადმი ძლიერი მგრძობიარობა; დაფინანსების წყაროების შეზღუდულობა და კაპიტალის ქრონიკული უკმარისობა;
5. ძლიერი დამოკიდებულება სახელმწიფო მხარდაჭერაზე.<sup>1</sup>

განსხვავებები მსხვილ და მცირე (და საშუალო) საწარმოებს შორის მოცემულია ცხრილში 1.

აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაგვარია თვისებრივი და რაოდენობრივი კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც ხდება ამა თუ იმ ეკონომიკური სტრუქტურის მცირე მეწარმეობისადმი მიკუთვნება, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად განაპირობებს ამა თუ იმ სექტორში მეურნეობრიობის თავისებურებების მრავალფეროვნებასა და სპეციფიკურობას. მხედველობაში გვაქვს შრომის მოტივაცია, ფუნქციონირების ფორმები და მეთოდები, განვითარების ძირითადი ტენდენციები და მიმართულებანი, მენეჯმენტი და მარკეტინგი, შრომით საქმიანობასთან დაკავშირებული სოციოკულტურული და სოციოფსიქოლოგიური ფასეულობები და სხვ.

<sup>1</sup> Шулуз А., Становление системы поддержки малого предпринимательства в России, М., 2007, გვ. 87.

შესაბამისად, სხვადასხვაგვარია მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის სუბიექტთა მასშტაბებიც. მაგალითად, აშშ-ში მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად, მცირე ფორმად ისეთი საწარმო ითვლება, რომელიც დამოუკიდებლად ფუნქციონირებს, არ დომინირებს თავისი ბიზნესის სფეროში, ხოლო მისი მფლობელი სხვაზე არ არის დამოკიდებული.

ცხრილი 1

**მსხვილ, მცირე და საშუალო საწარმოთა მახასიათებლების ურთიერთშედარება<sup>1</sup>**

<b>საწარმოს მართვა</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები</b>
➤ მენეჯერებით მართვა	➤ საწარმოს მესაკუთრე მართავს
➤ საწარმოს მართვის პროფესიული ცოდნის ქონა	➤ საწარმოს მართვაში პროფესიული ცოდნის ნაკლებობა
➤ სპეციალისტების მაღალი დონის ტექნიკური მომზადება	➤ ტექნიკური პროფილის ზოგადი განათლების ქონა
➤ დელეგირების პრინციპით მართვა	➤ პატრიარქალური ხელმძღვანელობა
➤ ინფორმაციული უზრუნველყოფის აწყობილი ფორმალური სტრუქტურა	➤ არასაკმარისი ინფორმაციის ქონა
➤ საწარმოს მართვა წარმოების პროცესზე ორიენტირებული	➤ მართვა მომსახურების გაწევაზე ორიენტირებული
➤ ხშირია გუნდური გადაწყვეტილებები	➤ გუნდური გადაწყვეტილებები თითქმის არ არის
➤ ყველაფერი ექვემდებარება დაგეგმვას	➤ დიდ როლს თამაშობს ინტუიცია, ნაკლებს დაგეგმვა
➤ ადგილი აქვს შრომის პროფესიული დანაწილების მაღალ დონეს	➤ შრომის დანაწილება ეხება მხოლოდ ცალკეულ პროფესიებს
➤ უშუალო წარმოებიდან დიდ დაშორებას აქვს ადგილი	➤ მაღალია წარმოებაში უშუალო მონაწილეობა
➤ შეცდომის გამოსწორების კარგი შანსი არსებობს	➤ მცირეა შეცდომის გამოსწორების შანსი
➤ არის ხელმძღვანელი კადრების შეცვლის შესაძლებლობა	➤ არ არის ხელმძღვანელი კადრების შეცვლის შესაძლებლობა
<b>სამუშაოს შესრულება, მომსახურების გაწევა</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ აქვს მაღალი კაპიტალტევადობა	➤ აქვს მაღალი შრომატევადობა
➤ ჭარბობს სპეციალიზებული მოწყობილობა	➤ ჭარბობს უნივერსალური მოწყობილობა
➤ მზა პროდუქციის რაოდენობის გაზრდის შემთხვევაში ადგილი აქვს ხარჯების ძლიერ რეგრესიას	➤ მზა პროდუქციის გაზრდის შემთხვევაში ადგილი აქვს ხარჯების უმნიშვნელო დეგრესიას
➤ არ არსებობს საბაზისო ინოვაციებზე ხანგრძლივი ვადით დამოკიდებულება	➤ ხშირად საწარმო ხანგრძლივი ვადით არის დამოკიდებული საბაზისო ინოვაციებზე
<b>ორგანიზაცია</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ საქმიან ინტერესებზე ორიენტირებული კომპლექსური ორგანიზაციული	➤ მეწარმე-მესაკუთრეზე ორიენტირებული ერთიანი, სწორხაზოვანი სისტემა

<sup>1</sup>Малые и средние предприятия, под ред. И Ханс-Пухлера и других, М., 2002, гл. 40-44.



<b>სტრუქტურა</b>	
➤ განყოფილებების ფართო ქსელი	➤ თითქმის არ არსებობენ ფუნქციონალური განყოფილებები
➤ ინსტრუქციით გაწერილი საინფორმაციო არხები	➤ მოკლე, პირდაპირი ინფორმაციული არხები
➤ სუსტი პიროვნული კავშირები	➤ ძლიერი პიროვნული კავშირები
➤ კონტაქტები და კონტროლი ფორმალიზებულია	➤ კონტროლი და კონტაქტები ინსტრუქტაჟით ხორციელდება
➤ მრავალ სფეროებში ფუნქციები დელეგირებულია	➤ ფუნქციების დელეგირება შეზღუდულია
➤ კოორდინირება მრავალ პრობლემას ქმნის	➤ კოორდინირებასთან არანაირი პრობლემა არ წარმოიშვება
➤ არის ფორმალიზების მაღალი დონე	➤ ფორმალიზაციის მეტად დაბალი დონეა
➤ მოქნილობის დაბალი ხარისხი	➤ მოქნილობის, მობილობის მაღალი ხარისხი
<b>პერსონალი</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ ახასიათებს დასაქმებულთა დიდი რაოდენობა	➤ დასაქმებულთა რიცხვი მცირეა
➤ უსწავლელ (ან სწავლის პროცესში მყოფ) თანამშრომელთა რიცხვს მნიშვნელოვანი ადგილი უკავიათ	➤ უსწავლელ ადამიანთა რიცხვი, როგორც წესი, უმნიშვნელოა
➤ დიდი ხვედრითი წილით არიან წარმოდგენილი უმაღლესი განათლების მქონენი	➤ უმაღლესი განათლების მქონენი თითქმის არ არიან
➤ ადგილი აქვს მეტად ვიწრო პროფესიულ სპეციალიზაციას	➤ უფრო მეტად თანამშრომლებს აქვთ ფართო პროფესიული ცოდნა
➤ გარე კლიენტებზე ორიენტაცია	➤ შიგა კლიენტებზე ორიენტაცია
➤ თავისი შრომით ნაკლები კმაყოფილება	➤ თავისი შრომით შედარებით მაღალი დონის კმაყოფილება
<b>გასაღება</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ კარგი კონკურენციის უნარი	➤ ძალზე არარეგულარული კონკურენციის უნარი
➤ მოთხოვნის ფართომასშტაბიანი დაკმაყოფილება	➤ ბაზრის მეტად ვიწრო სეგმენტზე მუშაობა. მცირე მასშტაბის მქონე ინდივიდუალური მოთხოვნის დაკმაყოფილება
<b>კლიენტების მომსახურება</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ სტრუქტურირების და გამჭვირვალობის მაღალი დონე	➤ ნაკლები გამჭვირვალობა და ნაკლები სტრუქტურირება
➤ ცალკეული, იზოლირებული მომსახურება კომპლექსური მომსახურების ნაწილია	➤ ცალკეული მომსახურება შეთავაზდება კლიენტს იზოლირებულად
➤ სისტემაზე ორიენტაცია	➤ პიროვნებაზე ორიენტირებულია
➤ უჭირს კლიენტების მოთხოვნებზე მორგება	➤ ადვილად ერგება კლიენტების მოთხოვნილებების ცვალებადობას
➤ კლიენტების ჯგუფებზეა ორიენტირებული	➤ ორიენტირებულია ცალკეულ კლიენტზე
<b>შესყიდვები და მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგება</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ საშემსყიდველო ბაზარზე ძლიერი პოზიციები	➤ საშემსყიდველო ბაზარზე სუსტი პოზიციები

➤ მომარაგება გრძელვადიან ხელშეკრულებებზე დაფუძნებული	➤ მომარაგება ორიენტირებულია შეკვეთებზე
<b>კვლევები და შემუშავებები</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ მუდმივად აქვთ კვლევების განყოფილება	➤ არა აქვთ კვლევების და შემუშავებების განყოფილება
➤ კვლევებში და შემუშავებებში აქვთ გრძელვადიანი პროექტები	➤ კვლევები ერთეულ-შემთხვევითია და მოკლევადიანი
➤ ნაწარმის შემუშავება და ტექნოლოგია უკავშირდება ფუნდამენტურ კვლევებს	➤ ნაწარმის და ტექნოლოგიის შემუშავება მოთხოვნაზე დამოკიდებული
➤ დიდია პერიოდი აღმოჩენასა და მის სამეურნეო გამოყენებას შორის	➤ აღმოჩენასა და მის გამოყენებას შორის პერიოდი ხანმოკლეა
<b>დაფინანსება</b>	
<b>მსხვილი საწარმოები</b>	<b>მცირე და საშუალო საწარმოები</b>
➤ მესაკუთრეების ფართო წრე	➤ ოჯახური (მეგობრული) საკუთრება
➤ დაფინანსების მრავალფეროვანი ვარიანტები	➤ დაფინანსების შეზღუდული წყაროები
➤ კრიზისულ სუტუაციებში აქვთ სახელმწიფოს ფინანსური მხარდაჭერა	➤ ნაკლებ სავარაუდოა კრიზისის დროს სახელმწიფოდან ფინანსური დახმარება

საწარმოს როგორც როგორც მცირე, ისე საშუალოდ აღიარებისთვის გამოიყენება რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლები. ყველაზე ხშირად ხმარებაშია შემდეგი რაოდენობრივი მაჩვენებლები: დასაქმებულთა რიცხვი, ბრუნვის მოცულობა, აქტივების სიდიდე, საწესდებო კაპიტალის სიდიდე.

მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის განსხვავებული კრიტერიუმების მრავალფეროვნების მიუხედავად, პრაქტიკაში მეწარმეობის სუბიექტებს, უმთავრესად, მომუშავეთა რიცხოვნობისა და ბრუნვის ან (გამომშვებული პროდუქციის მოცულობის) მიხედვით აჯგუფებენ. ასე, მაგალითად, მომუშავეთა რიცხოვნობიდან გამომდინარე, აშშ-ში მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოები ხუთ ჯგუფად იყოფა: 1. უმცირესი საწარმოები (1-24 მუშაკი), 2. მცირე (25-99), 3. გარდამავალი (100-499), 4. მსხვილი (500-999) და 5. უმსხვილესი საწარმოები (1000 და მეტი მუშაკი). საბითუმო სავაჭრო საწარმოს მცირე ბიზნესს მაშინ აკუთვნებენ, თუ მისი წლიური ბრუნვა 3-18 მლნ აშშ-ის დოლარს შეადგენს. საცალო სავაჭრო საწარმოსათვის კი ეს მაჩვენებელი 1-5 მლნ აშშ-ის დოლარით განისაზღვრება.<sup>1</sup>

საფრანგეთში უმცირეს ფირმებად ითვლება საწარმოები, სადაც 10 კაცზე ნაკლები მუშაობს; საწარმოები, სადაც 10-დან 49 კაცამდეა დასაქმებული, მცირე ფირმებს მიეკუთვნება, 50-დან 500-მდე დასაქმებულით – საშუალოს, 500 კაცზე მეტი მომუშავეთ – მსხვილ ფირმებს; იტალიაში საწარმოებს, სადაც მუშაკთა რიცხოვნობა 1-დან 19-მდე კაცს შეადგენს, უმცირეს ფირმებს მიაკუთვნებენ, 20-დან 99-მდე დასაქმებულებით კი – მცირეს; დიდ ბრიტანეთში მცირე ფირმებად ითვლება

<sup>1</sup> *Жизнин С., Крупнов В., Как стать бизнесменом, Американский лпыт, Минск, 1990, гл. 18-19.*

საწარმოები, სადაც 1-დან 50-მდე კაცი მუშაობს, საშუალოს – 100-დან 499-მდე დასაქმებულთ.<sup>1</sup> იაპონიაში მცირედ ითვლება საწარმო არაუმეტეს 50 დასაქმებულისა – მომსახურების სფეროში და არაუმეტეს 200 დასაქმებულისა სხვა დანარჩენ სფეროებში.<sup>2</sup> გერმანიაში მცირედ მიიჩნევა საწარმო 9-მდე დასაქმებულთა და 1 მლნ გერმანული მარკა წლიური ბრუნვით.<sup>3</sup> ევროპის, ლათინური ამერიკის, ავსტრალიის და სკანდინავიის ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმების რაოდენობრივი პარამეტრების ზედა და ქვედა ზღვარი იხილეთ ცხრილში 2.

**ცხრილი 2**

**მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმების ზედა და ქვედა ზღვარი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში<sup>4</sup>**

ქვეყნის დასახელება	დასაქმებულთა რაოდენობა (კაცი)	
	მცირე საწარმოს ქვედა ზღვარი	საშუალო საწარმოს ზედა ზღვარი
საფრანგეთი	10	500
იტალია	1	500
პორტუგალია	5	500
ესპანეთი	6	499
კორეა	1	300
იაპონია	1	299
შვედეთი	1	200
დიდი ბრიტანეთი	1	200
მალაიზია	5	199
ტაილანდი	10	199
მექსიკა	1	175
ჰოლანდია	1	100
კანადა	1	99
ავსტრალია	1	99
ბრაზილია	1	90
დანია	6	50
ირლანდია	1	50
ბელგია	1	50
რუმინეთი	10	150
უნგრეთი	1	500
პოლონეთი	1	500
თურქეთი	5	150

ამ საკითხისადმი განსხვავებულია ევროკავშირის მიდგომა. 2005 წლის 1 იანვრიდან ევროკომისიამ მიკრო, მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოთა ახალი

<sup>1</sup> Верулидзе В., Государственное регулирование малого и среднего предпринимательство в условиях рыночных преобразований, Батуми, изд-во "Батумский университет", 1998, გვ. 8.

<sup>2</sup> Кокурин Д., Иновационная деятельность, М., Экзамен, 2001, გვ. 210.

<sup>3</sup> გველეხიანი რ., მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების სტრატეგია და კულტურა, თბ., 1999, გვ. 9.

<sup>4</sup> ბალიაშვილი ე., ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2012, გვ. 83.

პარამეტრები აამოქმედა. ამ პარამეტრების შესაბამისად მათი შემდეგი კლასიფიკაცია ჩამოყალიბდა:<sup>1</sup>

- საშუალო საწარმო: დასაქმებულთა ზღვარი – 50-249 ადამიანი; ბრუნვა – 50 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსის ჯამი – 43 მლნ ევრომდე.
- მცირე საწარმო: დასაქმებულთა ზღვარი – 10-49 ადამიანი; ბრუნვა – 10 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსის ჯამი – 10 მლნ ევრომდე.
- მიკროსაწარმო: დასაქმებულთა რიცხვი – 10 კაცამდე; ბრუნვა – 2 მლნ ევრომდე წელიწადში; ბალანსის ჯამი – 2 მლნ ევრომდე.

ამის გარდა, ამ საწარმოებისადმი არის ასეთი მოთხოვნაც: კაპიტალის ან ხმის უფლების მქონე აქციების არაუმეტეს 25% ერთ ან რამდენიმე კომპანიას ეკუთვნის, რომლებიც არ წარმოადგენენ მცირე და საშუალო საწარმოს.

საერთაშორისო ეკონომიკურ ორგანიზაციებს, კერძოდ, ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციას ამ საწარმოებში დასაქმების ასეთი პარამეტრები აქვს: საწარმო 19 კაცამდე დასაქმებულით ითვლება ძალიან პატარად, 99 კაცამდე – მცირედ, 100-დან 499-მდე საშუალოდ, 500-ზე მეტი დასაქმებულით – მსხვილად.<sup>2</sup>

**საქართველოში** დღეს მცირე და საშუალო საწარმოთა სიდიდე დასაქმებულთა რაოდენობითა და წლიური ბრუნვის მოცულობის მიხედვით ისაზღვრება. მათი ზღვრული სიდიდეები ასეთია: მცირე საწარმოში 20-მდე დასაქმებული და 500000 ლარამდე ბრუნვა, საშუალო საწარმოში 20-დან 100-მდე დასაქმებული და 1500 000 ლარამდე ბრუნვა. მაგრამ ასე არ იყო ყოველთვის.<sup>3</sup>

საქართველოს მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 6 აგვისტოს დადგენილებით „საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ“ მცირე საწარმოებს მიეკუთვნებოდა „სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ“ საქართველოს რესპუბლიკის კანონით გათვალისწინებული ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის (როგორც ახლადშექმნილი, ისე მოქმედი) საწარმოები, რომელთაც გაბატონებული მდგომარეობა არ ეჭირათ დარგში, ხოლო მომუშავეთა საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა ცალკეული დარგების მიხედვით არ აღემატებოდა: მრეწველობასა და მშენებლობაში

<sup>1</sup>European Commission, Community Research and Development Information Service – [www.cordis.europa.eu/fp7/](http://www.cordis.europa.eu/fp7/)

<sup>2</sup>გობეჯიშვილი ე., საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეების სახელმწიფო რეგულირების სრულყოფის მიმართულებები, თბ., 2013, გვ. 57.

<sup>3</sup>ჯაფარიძე დ., საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 7.

– 50 კაცს, ტრანსპორტზე – 40 კაცს, მეცნიერებაში, სამეცნიერო და სამედიცინო მომსახურებაში – 30 კაცს, სხვ დარგებში – 20 კაცს.

რაც შეეხება მრავალპროფილიან საწარმოებს, მათი ამა თუ იმ დარგისადმი მიკუთვნების საკითხი იმ სახეობის საქმიანობის მიხედვით წყდებოდა, რომელსაც მათ ჯამურ შემოსავალში უმეტესი წილი ეკავა. მოგვიანებით, საქართველოს პარლამენტის მიერ 1994 წლის 28 ოქტომბერს მიღებული საქართველოს კანონით „მეწარმეთა შესახებ“ მცირე ბიზნესს მიეკუთვნა დამოუკიდებლად მომუშავეთა ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელსაც სრულ შტატში არა უმეტეს 20 თანამშრომელი ჰყავდა.

წერილი მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები იქნა შეტანილი 1999 წლის 23 ივლისის საქართველოს კანონით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“, რომლის თანახმად, საქართველოში მცირე საწარმოებს მიეკუთვნა „მეწარმეთა შესახებ“ 1994 წლის 28 ოქტომბრის საქართველოს კანონის შესაბამისად შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა და საწარმოს წლიური ბრუნვა 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 200 ათას ლარს; საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში – 10 დასაქმებულსა და 50 ათას ლარს; განათლებაში – 25 დასაქმებულსა და 60 ათას ლარს; სხვა ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას – 15 დასაქმებულსა და 100 ათას ლარს.<sup>1</sup>

2002 წლის 4 ივლისის საქართველოს კანონით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე მნიშვნელოვნად შეიცვალა წერილი მეწარმეობის პარამეტრები, რომელთა მიხედვითაც მცირე და საშუალო საწარმოებს განეკუთვნა საქართველოს ტერიტორიაზე „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონით შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა და წლიური ბრუნვა არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ ოდენობებს: მცირე საწარმოებისათვის – 20 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს;

<sup>1</sup> საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 1999, №35(42), თბ., გვ. 25.

საშუალო საწარმოებისათვის – 100 დასაქმებულსა და 1500 ათას ლარს.<sup>1</sup>

ყოველივე ზემოთნათქვამიდან გამომდინარე, სრულიად ვეთანხმებით ქართველი მეცნიერის ო. გოგიაშვილი მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ „მსოფლიო ჯერ კიდევ ვერ შეთანხმდა მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაზღვრების ერთიან სტანდარტებთან დაკავშირებით“.<sup>2</sup>

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

ცხადია, მცირე საწარმოთა განმსაზღვრელი ნორმატივები არ არის ერთხელ და სამუდამოდ დადგენილი. კონკრეტული ვითარებიდან და ამოცანებიდან, აგრეთვე, ტექნიკურ-ეკონომიკური და ტექნოლოგიური ცვლილებებიდან გამომდინარე, ისინი შეიძლება შეიცვალოს და უნდა იცვლებოდენ კიდევაც. მთავარია, ეს ნორმატივები უზრუნველყოფდეს მცირე მეწარმეობის შემდგომ განვითარებას, მისი პოტენციალის სრულ და მაღალეფექტიან გამოყენებას.

მეტად დიდია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მნიშვნელობა მსოფლიო საზოგადოებისთვის. საქვეყნოდ ცნობილი ფრაზა, რომ „მცირე ბიზნესზეა დამოკიდებული მთელი მსოფლიოს ეკონომიკა“, შემთხვევითი ფრაზა არ არის. ეს მართლაც ასეა. უპირველესად ამის მაგალითს იძლევა ამერიკის შეერთებული შტატები, სადაც 23 მლნ მცირე საწარმოა, რომლებიც ამერიკის კერძო სექტორში სამუშაო ადგილების 53%-ს ქმნიან. აქვე იქმნება მთელ კერძო სექტორში შექმნილი ეროვნული პროდუქტის 51%.<sup>3</sup> ახლა ინოვაციები, ახლა ტექნოლოგიები! მარტო ამერიკაში XX საუკუნეში სწორედ მცირე საწარმოები იყვნენ თვითმფრინავების, ოპტიკური სკანერების, პერსონალური კომპიუტერების, ინტერნეტში ელექტრონული კომერციის და სხვა სიახლეთა პიონერები. მაშინ შექმნილ მცირე საწარმოთა უმრავლესობა ამჟამად მსხვილი საწარმოებია – ტექნოლოგიური გიგანტ „Home Depot“-ს 20 წლის წინ მხოლოდ ერთი სავაჭრო პუნქტი ჰქონდა, ეხლანდელმა „Microsoft“-მა 70-იან წლებში მეტად მოკრძალებულად დაიწყო მუშობა და ა. შ.

<sup>1</sup> საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე“. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 2002, 24 აგვისტო, №23, თბ., გვ. 25.

<sup>2</sup> გოგიაშვილი ო., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში, დისერტაცია, 2013, გვ. 37.

<sup>3</sup> *Вастуший малый и средний бизнес России и за рубежом*, М., 2010, გვ. 84.

### **I3. მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციები, ღირსებები, ნაკლოვანებები და სიცოცხლისუნარიანობა**

როგორც ქართველ, ისე უცხოელ მეცნიერთა უმრავლესობა მცირე და საშუალო ბიზნესის 4 ფუნქციას ასახელებს. ესენია:

- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია;
- კონკურენციულ-პოლიტიკური ფუნქცია;
- სტრუქტურულ-პოლიტიკური ფუნქცია;
- დასაქმებით პოლიტიკური ფუნქცია.

ჩვენ მათ ძირითადად ვიხილავთ უცხოელი მეცნიერების ჯოზეფ ჰასიდის, ალექსი-სტეფანოს კომსელისის და სხვათა შეხედულებების მიხედვით.

**საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია.**<sup>1</sup> ძალაუფლების დეცენტრალიზაცია და პიროვნული თავისუფლების „სიფრცეხის“ აღქმა, განსაკუთრებული ზომით, დამოუკიდებელ მეწარმეს მიეწერება, ვინაიდან ის არა მხოლოდ პიროვნულად, არამედ, აგრეთვე, ეკონომიკურად სხვათა პასუხისმგებლობის სფეროდან თავს აღწევს, ძალაუფლების რაღაც ნაწილს იღებს და საკუთარი განვითარების შესაძლებლობებს ქმნის. ეკონომიკურ ცხოვრებაში თავისუფლების ასპარეზი ხელშეკრულების თავისუფლებით იქმნებოდა, რაც თავის მხრივ, მეწარმეობის დამოუკიდებლობაშიც ვლინდება.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია ხშირად კავშირების ან პოლიტიკოსების მიერ სახელმწიფო დახმარების მოთხოვნების დასასაბუთებლად გამოიყენება, ამიტომ სწორედ ამ სფეროშია მნიშვნელოვანი აღნიშნული მეწარმეობის, პოლიტიკის განმსაზღვრელ „საზომ“ სიდიდეებზე ორიენტირება. ასეთ ინდიკატორებად გამოიყენება დამოუკიდებელთა რიცხვი ანდა მათი კვოტა. ამ თვალსაზრისით სასურველია, რაც შეიძლება ბევრმა მოქალაქემ აღიქვას ეკონომიკური მოქმედების თავისუფლება და, ამგვარად, თავისი წვლილი შეიტანოს ძალაუფლების დეცენტრალიზაციაში.

ეკონომიკური და საზოგადოებრივი სისტემა ასეთი ადამიანების მიერ უნდა იქმნებოდეს, მაგრამ არ არის გამორიცხული რომელიმე ქვეყანაში ან რეგიონში ეკონომიკური აქტიურობის „იმპორტირება“ გარედან, როცა მოსახლეობა თავისი ქვეყნის ან საკუთარი რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებას თვითონ უნდა გაუძღვეს და მასზე აქტიური ზემოქმედება მოახდინოს.

<sup>1</sup>ჯოზეფ ჰასიდი, ალექსის სტეფანოს კომსელისის და სხვები. მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III, თბ., 2011, გვ. 12.

**კონკურენციულ-პოლიტიკური ფუნქცია.**<sup>1</sup> ბაზრის ყოველი სუბიექტის თავისუფლება, თვითონ გადაწყვიტოს დამოუკიდებელი მეწარმეობა, დიდად არის დამოკიდებული კონკურენციის ქმედუნარიანობაზე, რადგან თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკა ხშირად დეგრადაციის ტენდენციებს (მაგალითად, მონოპოლიის შექმნას) ავლენს, ამიტომ მეწარმე სისტემის პოლიტიკურ ჩარხოს უნდა დაეყრდნოს.

დეგრადაციის ტენდენციების საპირისპირო რეკომენდაციები მოიცავს ღონისძიებებს დაწყებული ყოველგვარი ძალაუფლების კონცენტრაციის დაშლით (ატომისტური კონკურენცია) და დამთავრებული ოლიგოპოლიით, როგორც ბაზრის „იდეალური“ ფორმით (ფუნქციონირებისუნარიანი კონკურენცია). გერმანიის ეკონომიკური პოლიტიკა მისწრაფვის ყოველ ბაზარზე ჰყავდეს მცირე და საშუალო მეწარმეთა საკმარისი რაოდენობა. აგრეთვე კარტელის კანონის ფარგლებში იგი ეწინააღმდეგება მონოპოლიზებას და უფრო დიდ ძალაუფლებათა კონცენტრაციას. შეფასება, არის თუ არა კონკურენცია ბაზარზე ფუნქციონირებისუნარიანი, ხორციელდება იმ კრიტერიუმების მიხედვით, რომლებიც საშუალებას იძლევა შეჯამდეს კონკურენციის სამი იერარქიულად მოწესრიგებული განზომილება:

- ბაზრის სტრუქტურა;
- მიმწოდებლების მოქმედება ბაზარზე;
- ბაზრის შედეგი.

მცირე და საშუალო საწარმოებთან დაკავშირებით განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ბაზრის სტრუქტურა, რადგან ეს უკანასკნელი სწორედ ამ საწარმოების სიდიდეთა სტრუქტურით განისაზღვრება. გერმანიის ეკონომიკურ სისტემაში მცირე და საშუალო საწარმოებს გააჩნია ფუნქცია, რომ მიმწოდებლებისა და მომხმარებლების განსაზღვრული რაოდენობით წინ აღუდგეს ბაზრის „დაპყრობას“ და მის ბოროტად გამოყენებას. ამასთან, „განსაზღვრულით“, მცირე და საშუალო საწარმოები უბრალოდ „რაც შეიძლება დიდი რაოდენობისაკენ“ მისწრაფვის, სულ უფრო მეტად ზრუნავს ბაზარზე მცირე და დიდი საწარმოების გაწონასწორებულ დამოკიდებულებაზე. ეს მოთხოვნა აისახა აგრეთვე საწარმოთა სიდიდეებზე დამყარებულ სტრუქტურულ პოლიტიკაშიც.

რეგულაციურ ბაზრებზე კონკურენციის შესახებ გამოთქმული მოსაზრებანი შეიძლება შეგვხვდეს საწარმოების სიდიდეთა სტრუქტურასთან ან ბაზრის წილთან დაკავშირებით. აგრეთვე, შესაძლებელია საწარმოთა კონკურენციის მდგომარეობის

<sup>1</sup>ჯოზეფ ჰახიდი, *ალექსის სტეფანოს კომსელისი და სხვები. მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III, თბ., 2011, გვ. 12.*



ზოგადი აღწერა, რაც, მაგალითად, შეიცნობა საწარმოთა დაარსების ან ბაზრიდან გამოსვლის მიმდინარეობით. ამასთან, კონკურენცია ცალკეულ ბაზრებზე საწარმოების სრულიად განსხვავებულ სიდიდეთა სტრუქტურებზე და საბაზრო ურთიერთობებზე შენდება. ამის მაგალითებია, სურსათით საცალო ვაჭრობა, რაც ოლიგოპოლიის სტრუქტურას უფრო დიდი საწარმოო ერთეულებით წარმოადგენს, ან სასტუმრო საქმიანობა, რომელშიც სრულიად განსხვავებული სიდიდის მრავალი საწარმო უპირისპირდება ერთმანეთს.

**სტრუქტურულ-პოლიტიკური ფუნქცია.<sup>1</sup>** სოციალურ საბაზრო ეკონომიკაში ცხოვრების პირობების ერთიანობა აქტიური სტრუქტურული პოლიტიკით მიიღწევა. ამასთან განასხვავებენ:

სექტორულ-სტრუქტურულ პოლიტიკას, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყოს ცალკეულ დარგებში ცვალებადი მოთხოვნებისა და წარმოების პირობების შესაბამისობაში მოყვანას;

რეგიონულ-სტრუქტურულ პოლიტიკას, რომელმაც ეკონომიკური საქმიანობის გაწონასწორებული განაწილების ფარგლებში უნდა იმოქმედოს;

საწარმოთა სიდიდეებზე დამყარებულ სტრუქტურულ პოლიტიკას, რომელმაც საწარმოების განსაზღვრული სიდიდეების სტიმულირებით უნდა დააჩქაროს ადაპტაცია ცვალებად საბაზრო პირობებთან.

დიდი და მცირე საწარმოების „ჯანსაღი“ შერწყმით მცირე და საშუალო საწარმოებმა შესაძლებელი უნდა გახადონ საწარმოების სიდიდეთა სტრუქტურის სწრაფი შესაბამისობა ბაზრის ცვლილებებთან. ამასთან, არ აქვს არსებითი მნიშვნელობა ეს ცვლილებები მომხმარებლის მხრიდან მომდინარეობს, მაგალითად, მომსახურების უფრო გაძლიერებული დატვირთვით, თუ მიმწოდებლის მხრიდან, მაგალითად, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვით. ადაპტაციისუნარიანობა შეიძლება შეეხებოდეს როგორც ცალკეულ საწარმოს, ასევე, ბაზრის სტრუქტურას. დიდ საწარმოებთან შედარებით მცირე საწარმოო ერთეულების უფრო მაღალი შესაბამისობისუნარიანი მოქნილობის კვლევა მიზნად ისახავს, უწინარეს ყოვლისა, საწარმოთა ინოვაციურ მოღვაწეობას. მართალია აშშ-ში, აგრეთვე, გერმანიაშიც მცირე და საშუალო საწარმოების მოქნილობის უპირატესობანი აღიარებულია, მაგრამ კრიტიკას ვერც ისინი გადაურჩნენ. ინოვაციური მოქმედების გვერდით მეწარმის პიროვნებაც განიხილება, როგორც განსაკუთრებული შესაბამისობის უნარის მქონე. მაგრამ ამ

<sup>1</sup>ჯოზეფ პახიდი, *აღექსის სტრუქტურის კომპლექსი და სხვები. მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III, თბ., 2011, გვ. 12.*

სფეროში ჩატარებულმა გამოკვლევებმა ცხადყო, რომ სწორედ ამაშია მცირე და საშუალო საწარმოების არა მხოლოდ ერთ-ერთი განსაკუთრებული სიძლიერე, არამედ ერთ-ერთი უდიდესი სისუსტეც.

შესაბამისობის აღნიშნული პროცესები მიმდინარეობს არა მხოლოდ მთელი ეკონომიკის მასშტაბით, არამედ, უწინარეს ყოვლისა, ცალკეული დარგების შიგნით. გერმანიაში ძლიერი სტრუქტურული ცვლილებები შეიმჩნეოდა საცალო ვაჭრობის და ბეჭდვით საქმეში. ეს ცვლილებები იზომებოდა მცირე და საშუალო საწარმოების წმინდა რაოდენობრივი განვითარების ან მათი დასაქმების ამსახველი ციფრობრივი მონაცემების მიხედვით. შესაბამისობისუნარიანობის ინდიკატორად შეიძლება აღებულ იქნეს აგრეთვე საწარმოების ინოვაციისუნარიანობა, რადგან იგი გვიჩვენებს თუ რა მასშტაბით „შეეწეობა“ საწარმოები ბაზრის ცვლილებებს.

**დასაქმებით-პოლიტიკური ფუნქცია.<sup>1</sup>** დასაქმების საერთო ეკონომიკური სიტუაციისათვის, მცირე და საშუალო საწარმოების მხრივ, პირველ რიგში მხედველობაში მიიღება მათი მასტაბილიზებელი ზემოქმედება (სამუშაო ადგილების შექმნა), დიდ საწარმოებთან შედარებით მცირე და საშუალო საწარმოების დასაქმების განსხვავებული პოლიტიკის ახსნის ცდები თითქმის ისეთივე მრავალრიცხოვანია, როგორც მათი ცნებისა. დისკუსია ეხება, უწინარეს ყოვლისა, მიქნილობისა და ტექნოლოგიის ჰიპოთეზას. პირველის თანახმად, მცირე და საშუალო საწარმოები უფრო მოქნილი ორგანიზაციის საფუძველზე დროულად რეაგირებენ მოთხოვნის ცვლილებებზე და ბაზრის ნიშებს მომხმარებლებთან დიდი სიახლოვის გამო, შედარებით სწრაფად გრძნობენ. ტექნოლოგიის ჰიპოთეზა იქედან გამომდინარეობს, რომ მოთხოვნის სტრუქტურები ინდივიდუალურად და ხარისხობრივად დიფერენცირებული საქონლისა და მომსახურების სასარგებლოდ იცვლება და ამით ხდება მასობრივ წარმოებაზე უარის თქმა. ასეთმა „მოძრაობამ“ წარმოება კვლავ მცირე მეწარმეობის პირობებს უნდა მიუახლოვოს.

ამ პრობლემატიკის უფრო ახლოს გაცნობის გარეშე შეუძლებელია, საერთოდ, დასაქმებისათვის მცირე და საშუალო საწარმოების პოზიტიური როლის შეფასება. შრომის ბაზარზე ასეთ საწარმოებს მასტაბილიზებელი ეფექტი აქვს და კრიზისების დროს უფრო მეტ სამუშაო ადგილებს ქმნის, ვიდრე დიდი საწარმოები. გერმანიაში მცირე და საშუალო საწარმოები შრომისუნარიანი მოსახლეობის ორ მესამედს ასაქმებს. აღმოსავლეთ გერმანიაში მცირე და საშუალო საწარმოები ახალი სამუშაო

<sup>1</sup>ჯოზეფ პახიდი, *ალექსის სტეფანოს კომსელისი და სხვები. მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III, თბ., 2011, გვ. 13.*

ადგილების შექმნით გადაიქცენ ყოფილი სახელმწიფო საწარმოებიდან გამოთავისუფლებელი სამუშაო ძალის მიმღებ რეზერვუარად.

თუ რამდენად ახორციელებს მცირე და საშუალო მეწარმეობა ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის მიზანს ტრანსფორმაციის პროცესში, ანუ ახდენს თუ არა იგი დადებით ზემოქმედებას დასაქმების პოლიტიკაზე, პრიველ რიგში, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობით შეიცნობა. დამატებითი ინფორმაცია შეიძლება მოგვცეს აგრეთვე, პროფესიული მომზადებისათვის გამოყოფილი სამუშაო ადგილების რიცხვმა. ყოველივე ეს საშუალებას იძლევა როგორც მომავალი დასაქმების, ასევე, დარგების განვითარება გამოვიკვლიოთ. დასაქმების თვალსაზრისით მნიშვნელოვან ინდიკატორს წარმოადგენს საწარმოთა ინვესტიციები. მზარდი ინვესტიციური დანახარჯების საფუძველზე წარმოების გაფართოებას თან სდევს დასაქმების ზრდა.

საქართველოსთან მიმართებაში მცირე და საშუალო ბიზნესის ფუნქციები უფრო დაკონკრეტებული აქვს ქართველ მეცნიერს ო. შურღაიას. იგი ამ სექტორისთვის პირველ პლანზე აყენებს ისეთ ფუნქციებს, როგორცაა:<sup>1</sup>

- საზოგადოების სოციალური წონასწორობისა და სტაბილური განვითარებისათვის ხელის შეწყობა;
- მეურნეობის დარგებისა და სექტორების ურთიერთშეთანაწყობილი, ურთიერთდაბალანსებული განვითარებისა და სტრუქტურული სრულყოფისათვის ხელის შეწყობა;
- მსხვილ და საშუალო ბიზნესთან თანამშრომლობის გზით მატერიალური, შრომითი და ინტელექტუალური რესურსების მაქსიმალური ეფექტიანობით გამოყენება;
- კონკურენტული ბიზნეს-გარემოს ჰარმონიზაცია;
- თავისუფალი „ეკონომიკური ნიშების“ ათვისება და მსხვილი და საშუალო ბიზნესისათვის საწარმოებლად არამომგებიანი, მაგრამ საზოგადოებისათვის აუცილებელი პროდუქციით (საქონლითა და მომსახურებით) ბაზრის გაჯერება;
- გადამუშავებისა და მოხმარების ზონიდან დიდი დაშორების გამო, მსხვილი და საშუალო „ბიზნესისათვის ე. წ. არაეკონომიური ნედლეულისაგან პროდუქციის წარმოება და ადგილობრივი სამომხმარებლო ბაზრის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად გამოყენება;
- შრომით საქმიანობასთან დაკავშირებულ სოციოკულტურულ და სოციო-

<sup>1</sup> შურღაია ო., მცირე ბიზნესის საფუძველები, თბ., 2010, გვ. 84.

ფსიქოლოგიურ ფასეულობათა რეალიზაცია.

ამა თუ იმ ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონიდან და სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია, გარკვეულ ეტაპზე წინა პლანზე იყოს წამოწეული მცირე მეწარმეობის ესა თუ ის ფუნქცია. ამავე მეცნიერის აზრით, რასაც ჩვენც ვეთანხმებით, თანამედროვე პირობებში საქართველოში წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტულ ფუნქციებად უნდა იქნეს მიჩნეული:

- ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რაც შეიძლება მეტი რაოდენობით დასაქმება;
- მოსახლეობის შემოსავლის გადიდება;
- დემოგრაფიული მდგომარეობის გაუმჯობესება;
- მიგრაციული პროცესების შერბილება;
- საშუალო ფენის ჩამოყალიბება.

მცირე და საშუალო ბიზნესის სიცოცხლისუნარიანობა მის ღირსებების სიმრავლეზეა დამოკიდებული. ასეთი ღირსებებია:<sup>1</sup>

**1. მცირე საწარმოები იძლევიან ფართო შესაძლებლობებს შრომითი რესურსების ეფექტიან გამოყენებაში, რის საფუძველზეც, შესამჩნევია დასაქმების ზრდის საყოველთაო პროცესი.** განვითარებული ქვეყნების ამ სფეროში, მომუშავეთა ხვედრითი წილი დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში 75%-დან 80%-ის ფარგლებშია, ხოლო რიგ ქვეყნებში უფრო მაღალიც. მცირე სიდიდის საწარმოების დიდი უმრავლესობა, ვერ უძლებს საკონკურენციო ბრძოლას და ამ მიზეზით იხურება, მაგრამ მათ ადგილს დაუყოვნებლივ ახალი საწარმოები იკავებენ, რაც დასაქმების პროცესზე თითქმის არ მოქმედებს.

**2. განსაკუთრებულია, მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოების როლი ადგილობრივი რესურსების გამოყენებაში.** ასეთი ლოკალური მნიშვნელობის საწარმოში ისინი ადგილობრივი ბუნებრივი და შრომითი რესურსების გამოყენების მაღალ დონეს უზრუნველყოფენ. როგორც ცნობილია, მცირე მასშტაბის ადგილობრივი რესურსების პირობებში, მსხვილი საწარმოების შექმნა ეკონომიკურად არ არის მიზანშეწონილი, სხვა რაიონებიდან ამ რესურსების გადმოტანა კი მნიშვნელოვნად ზრდის წარმოებაზე გაწეულ დანახარჯებს. ასეთ შესაძლებლობებს მცირე საწარმოები გაცილებით უფრო ეფექტიანად იყენებენ.

**3. მცირე ბიზნესის ერთ-ერთი უპირატესობა იმაშიც მჟღავნდება, რომ**

<sup>1</sup> ლუდუშაური ზ., ბალიაშვილი ე. და სხვები, მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა, თბ., 2004, გვ. 81-83.

მთხოვნის მერყეობის პირობებში იგი გაცილებით სწრაფად და უკეთესად რეაგირებს საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილებებზე, ვიდრე მსხვილი საწარმოები. როდესაც ბაზარზე მკვეთრად იზრდება, ან მცირდება ამა თუ იმ საქონელზე მოთხოვნა, მსხვილ საწარმოებს უჭირთ მყისიერი რეაგირება. ამის მიზეზი ისაა, რომ იგი დაკავშირებულია არა მარტო ტექნიკური ხასიათის სიძნელებებთან, მანქანამოწყობილობის მოდერნიზაციასთან, არამედ, დიდ დანახარჯებთან, რის გამოც მსხვილი ფირმები ხშირად, თავს იკავებენ ასეთი ღონისძიებებისგან. ეს კი, ადგილობრივ ბაზარზე გარკვეულ დაძაბულობებს ქმნის. მცირე საწარმოებისთვის, გაცილებით უფრო მარტივია, ტექნოლოგიური ხასიათის გარდაქმნების განხორციელება და იმ პროდუქციის წარმოების გადიდება, რომელზეც მეტი მოთხოვნაა ბაზარზე.

4. მცირე ზომის საწარმოებს, თავიანთი შესაძლებლობის ფარგლებში, გაცილებით უფრო უადვილდებათ, ბაზრის საკუთარი სეგმენტის გამოძებნა და მასში დამკვიდრება, კონკურენციისთვის უკეთესი პირობების შექმნა და ეკონომიკური პირობების სტაბილიზაცია, ვიდრე ეს შესაძლებელია მსხვილი წარმოების პირობებში.

5. მცირე ბიზნესი გაცილებით მოქნილი და ოპერატიულია სამეურნეო საქმიანობაში. მას შეუძლია, სისტემატიურად გააფართოვოს მომხმარებელთა მოთხოვნების კარგად დაკმაყოფილების შესაძლებლობები, ჩამოაყალიბოს მომხმარებელთა შედარებით სტაბილური კონტინგენტი და გარკვეული ზომით მიაჯაჭვოს იგი მცირე საწარმოთა პროდუქციის ბაზარს. თვით საწარმოებს კი, მარკეტინგული სამსახურის ორგანიზაცია უფრო უადვილდებათ.

6. მცირე ზომის საწარმოებს, ხშირად ტექნოლოგიური სიახლეების დანერგვის და „ნოუ-ჰაუს“ მეტი შესაძლებლობები აქვთ, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მათი მასშტაბები არც თუ ისე დიდია და არ მოითხოვს დიდი სარეკონსტრუქციო და სამშენებლო სამუშაოების განხორციელებას, ძვირადღირებული ახალი ტექნიკის შექენასა და სხვა კაპიტალური ხასიათის რეორგანიზაციას. ასეთ ღონისძიებებს მცირე სიდიდის საწარმოები მოკლე დროში და შედარებით ნაკლები დანახარჯებით ანხორციელებენ.

7. მცირე (და საშუალო) სიდიდის საწარმოები, როგორც წესი ლოკალური მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე მუშაობენ და შედარებით, სტაბილური კლიენტურის პირობებში, უფრო მეტად ცდილობენ მომსახურების კულტურის ამაღლებას, მომხმარებელთა კონტიგენტის შენარჩუნებასა და მის გაფართოებას. ეს მნიშვნელოვნად ამტკიცებს ბაზრისა და წარმოების კონტაქტებს, ამაღლებს წარმოების იმიჯს თავისი მომხმარებლების საზოგადოებაში, რაც თავის მხრივ,

ზრდის მცირე საწარმოებში წარმოების გაფართოების საზოგადოებრივ მხარდაჭერასა და მისი ავტორიტეტის ამაღლებას.

#### **8. უზრუნველყოფენ ქვეყნის ფინანსურ სტაბილურობას და ეკონომიკურ მდგრადობას.**

ამ ღირსებებს სხვა მეცნიერები კიდევ ამატებენ: საქმიანობაში დამოუკიდებლობას, მცირე ოპერაციულ ხარჯებს, სწრაფი მატერიალური წარმატების შანსებს, პროფესიათა შეთავსების შესაძლებლობას. მცირე და საშუალო ბიზნესის უპირატესობებად მიაჩნია ქართველ მეცნიერს ო. შურღაიას აგრეთვე:<sup>1</sup> მმართველობითი სტრუქტურის სიმარტივე, რომელიც მისი აზრით ყველა პირობას უქმნის მცირე ბიზნესს თავისუფალი, ენერგიული და ინიციატივიანი მოქმედებისათვის, მოქნილი და ოპერატიული გადაწყვეტილების მიღებისთვის.

მცირე ბიზნესს შეუძლია, სწრაფად განაახლოს თავისი ძირითადი კაპიტალი, აითვისოს ახალი ტექნოლოგიები, დაახქაროს სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების პრაქტიკაში დანერგვა. მცირე საწარმოებს გაცილებით მეტი შესაძლებლობები აქვთ, თვისებრივად სრულყოფნა მოქმედი და შეიმუშაონ წარმოების ორგანიზაციისა და გაძღოლის სრულიად ახალი ფორმები და მეთოდები, შექმნან შრომის მწარმოებლურობისა და წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებისათვის უკეთესი ტექნიკურ-ეკონომიკური და მორალურ-ფსიქოლოგიური პირობები.

მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებში თანამესაკუთრეთა და დასაქმებულთა სიმცირე ხელს უწყობს ნამდვილი შრომითი კოლექტივიზმის გრძნობის განვითარებას, რაც ერთიან ორგანიზმად კრავს კოლექტივის წევრებს და უზრუნველყოფს შრომის უმაღლესი შედეგების მიღწევას. ამის მკაფიო მაგალითია აშშ-ისა და დასავლეთის სხვა ქვეყნების მცირე საწარმოები, რომელთა თანამესაკუთრენი შრომითი კოლექტივის წევრები არიან. ეს საწარმოები შრომის მწარმოებლურობის, პროდუქციის რეალიზაციისა და მოგების ზრდის ტემპებით დიდად უსწრებენ ინდივიდუალური საკუთრების პრინციპებზე დაფუძნებულ კერძო კორპორაციებს.

მცირე საწარმოებს ნაკლოვანებებიც გააჩნიათ, მაგრამ, მათი დიდი უპირატესობების ფონზე სუსტი მხარეები გაცილებით ნაკლებია, მაგრამ მათი გაუთვალისწინებლობა ხშირად წარუმატებლობის მთავარი მიზეზია. პროფესორი ე. ბალიაშვილი შედარებით პრინციპულ მნიშვნელობას შემდეგ ნაკლოვანებებს აძლევს:<sup>2</sup>

- რესურსებით უზრუნველყოფის არათანაბარი შესაძლებლობა და პირველ

<sup>1</sup> შურღაია ო., *მცირე ბიზნესის საფუძვლები*, თბ., 2010, გვ. 133-135.

<sup>2</sup> ბალიაშვილი ე., *ბიზნესის საფუძვლები*, თბ., 2012, გვ. 88.

რიგში სესხის აღების მიმე პირობები;

- მნიშვნელოვნად შეზღუდული ეკონომიის მიღება, გამოწვეული წარმოების მცირე მასშტაბით;
- შეზღუდული შიგასაწარმოო სპეციალიზაციის შესაძლებლობები.

ჩვენი მხრით ამას დავამატებდით საქმიანობის წარმართვის გამოუცდელობას, ბიზნესის ცოდნის დაბალ დონეს,<sup>1</sup> დაბალ კონკურენტუნარიანობას, დაბალ ცნობადობას ბაზარზე, კაპიტალის დაკარგვის დიდ რისკს, ბიზნესპარტნიორებთან კავშირის სიძნელეს და ნდობის ნაკლებობას.

აღნიშნული ნაკლოვანებების მიუხედავად მცირე ბიზნესის უარყოფით მხარეებს უდავოდ ფარავს დადებითი, რამაც თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკაში კანონზომიერი გახადა გიგანტებთან მცირე ფირმების თანაარსებობა.

ყოველივე ზემოთქმული საშუალებას გვაძლევს შევაჯეროთ მცირე და საშუალო ბიზნესის ღირსებები და ნაკლოვანებები და წარმოვადგინოთ ისინი ცხრილში 3 SWOT-ანალიზის სახით.

**ცხრილი 3**

**საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორის SWOT-ანალიზი<sup>2</sup>**

<b>ძლიერი მხარეები</b>	<b>სუსტი მხარეები</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ხელსაყრელი ბიზნეს გარემო;</li> <li>➤ გამარტივებული ადმინისტრაციული პროცედურები და განვითარებული სახელმწიფო სერვისები;</li> <li>➤ ბიზნესის დაწყების მარტივი პროცედურები;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის საკონსულტაციო მომსახურება;</li> <li>➤ მთავრობა კორუფციის გარეშე;</li> <li>➤ მცირე საგადასახადო ტვირთი და შეღავათიანი საგადასახადო სისტემა მიკრო და მცირე ბიზნესებისთვის;</li> <li>➤ რეგიონულ და საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის სიმარტივე და დაბალი ხარჯი;</li> <li>➤ ლიბერალური საგარეო სავაჭრო რეჟიმები: DCFTA ევროკავშირთან; თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები დსთ-ს ქვეყნებთან და თურქეთთან; GSP აშშ-თან, კანადასთან, იაპონიასთან, შვეიცარიასთან და ნორვეგიასთან;</li> <li>➤ კარგად განვითარებული ინფრასტრუქტურა;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო მეწარმეების ხელშეწყობის ახალი ინსტიტუტები;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ სამეწარმეო უნარების და გამოცდილების ნაკლებობა;</li> <li>➤ კონკურენტუნარიანობის დაბალი დონე;</li> <li>➤ დაბალი პროდუქტიულობა;</li> <li>➤ გრძელვადიან საინვესტიციო რესურსებზე შეზღუდული წვდომა;</li> <li>➤ ინოვაციების, კვლევისა და R&amp;D დაბალი დონე;</li> <li>➤ კვლევისა და განვითარების ინსტიტუტებსა და კერძო სექტორის არასაკმარისი თანამშრომლობა;</li> <li>➤ ტექნოლოგიების დანერგვის შეზღუდული შესაძლებლობები;</li> <li>➤ ადამიანური კაპიტალის არასაკმარისი კონკურენტუნარიანობა;</li> <li>➤ უცხოური ბაზრების შესახებ ცოდნის დაბალი დონე;</li> <li>➤ ექსპორტისა და ინტერნაციონალიზაციის შეზღუდული შესაძლებლობა;</li> <li>➤ ახალი ტექნოლოგიების (ძირითადი საშუალებების) მაღალი ხარჯი;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო საწარმოების საკონ-</li> </ul>

<sup>1</sup> სამადაშვილი უ., ბიზნესცოდნის როლი ხიდარების შეზღუდვაში, თსუ შრომების კრებული, I, 2008.  
<sup>2</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლისთვის, თბ., 2015, გვ. 22.

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამები;</li> <li>➤ ახალგაზრდებში ინგლისური ენის ცოდნის მაღალი დონე;</li> <li>➤ ელექტროენერგიაზე დაბალი ხარჯი.</li> </ul>	<p>სულტაციო მომსახურების მაღალი ღირებულება;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ბიზნესის დახურვის სირთულე.</li> </ul>
<p><b>შესაძლებლობები</b></p>	<p><b>საფრთხეები</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ფინანსებზე გაზრდილი ხელმისაწვდომობა;</li> <li>➤ კარგად განვითარებული ალტერნატიული დაფინანსება;</li> <li>➤ DCFTA-ის ეფექტიანი გამოყენება – ექსპორტის დივერსიფიკაციის შესაძლებლობები;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერა DCFTA-ის მოთხოვნების შესრულების სფეროში;</li> <li>➤ ძლიერი სახელმწიფო ინსტიტუტები DCFTA-ის მოთხოვნების შესრულების სფეროში;</li> <li>➤ თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები ევროპის თავისუფალი ვაჭრობის ასოციაციის (EFTA) წევრ ქვეყნებთან და ჩინეთთან;</li> <li>➤ შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე ორიენტირებული პროფესიული განათლების სისტემა;</li> <li>➤ კარგად განვითარებული ხარისხის ინფრასტრუქტურა – შემცირებული ტექნიკური ბარიერები ვაჭრობაში;</li> <li>➤ წარმოების დივერსიფიკაცია;</li> <li>➤ საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება და საწარმოთა ინტერნაციონალიზაცია;</li> <li>➤ კარგად განვითარებული საკონსულტაციო მომსახურება;</li> <li>➤ ინოვაციების და ტექნოლოგიების დანერგვის პოტენციალის გაძლიერება;</li> <li>➤ თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დანერგვა;</li> <li>➤ განგრძობითი სამეწარმეო განათლების განვითარება;</li> <li>➤ ევროპულ საწარმოთა ქსელში (Enterprise Europe Network) ინტეგრაცია – სავაჭრო კავშირები ევროკავშირში არსებულ კომპანიებთან;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუტების გაძლიერების მხარდაჭერა.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ შესაძლო სავაჭრო ეკონომიკური ფაქტორები (ფინანსური კრიზისი, საერთაშორისო ბაზრებზე მოთხოვნის შემცირება და ა. შ.);</li> <li>➤ ეკონომიკური ზრდის შესაძლო შენელება;</li> <li>➤ პოლიტიკური არასტაბილურობა;</li> <li>➤ მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორში ინვესტიციების დაბალი დონე;</li> <li>➤ არასაკმარისი საექსპორტო შესაძლებლობები;</li> <li>➤ საერთაშორისო კონკურენციის ფონზე მცირე და საშუალო საწარმოთა დაბალი შესაძლებლობები;</li> <li>➤ DCFTA-ის მოთხოვნების არასაკმარისი ცოდნა და მათთან ადაპტაციის დაბალი დონე;</li> <li>➤ ბიზნეს-საგანმანათლებლო პროგრამებში მცირე და საშუალო ბიზნესის არასაკმარისი მონაწილეობა;</li> <li>➤ საექსპორტო ბაზრებზე არსებული მოთხოვნების არასაკმარისი ცოდნა.</li> </ul>

ცხრილი 3 მართლაც გვიჩვენებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ღირსებების სიმრავლეს მის ნაკლოვანებებთან შედარებით, რაც მის კარგ მომავალზე, მის სტაბილურ სიცოცხლისუნარიანობაზე მეტყველებს.



#### I.4. საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციონალური და საკანონმდებლო უზრუნველყოფა

საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარების ინსტიტუციონალური და საკანონმდებლო სისტემის განვითარება დაიწყო 1990-ანი წლების ბოლოს. 1999 წელს მიღებული კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ განსაზღვრავდა მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების ძირითად პრინციპებს. საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულების თანახმად ჩამოყალიბდა აგრეთვე „მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი“. აღნიშნული ორგანიზაციების კომპეტენციაში შედიოდა მცირე საწარმოთა ხელშეწყობის ღონისძიებებისა და სპეციალური დახმარების პროგრამების განხორციელება. ამის გარდა, არსებობდა 1994 წელს დამტკიცებული კანონი „მეწარმეთა შესახებ“, რომელიც ზოგადად არეგულირებდა ბიზნესს, მათ შორის მცირე და საშუალო ბიზნესს.

სამთავრობო დახმარების კონცეფციისა და სპეციალური პროგრამის განხორციელების კვალობაზე მცირე საწარმოთა აქტივობების ზრდის პროცესი სტაბილური და ეფექტიანი გახდა. შესწავლილი იქნა გარდამავალ ქვეყნებში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის საერთაშორისო გამოცდილება. გამოვლენილ იქნა მცირე და საშუალო საწარმოების ხელშეწყობისათვის აუცილებელი მექანიზმები, რომლებიც მოგვიანებით დანერგილი იქნა პრაქტიკაში. მიუხედავად ამისა, 2000-იანი წლების დასაწყისში მრავალი დაბრკოლება არსებობდა, რომლებიც ხელს უშლიდნენ მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებას, კერძოდ, ქრონიკული საბიუჯეტო დეფიციტი, სისტემური კორუფცია, მოუქნელი ბიუროკრატია, უადრესად არაეფექტური და კორუმპირებული საგადასახადო და საბაჟო სისტემები.

საქართველოს პრეზიდენტის 2002 წლის 22 ივნისის №309 ბრძანებულების საფუძველზე დამტკიცებული იქნა „2002-2004 წლებში მცირე და საშუალო საწარმოების სახელმწიფო დახმარების პროგრამა“. აღნიშნული პროგრამა გულისხმობდა საწარმოთათვის სახელმწიფო დახმარების აღმოჩენას ორი ძირითადი მეთოდის გამოყენებით:<sup>1</sup>

1. საფინანსო დახმარების აღმოჩენა:

- მცირე მოცულობების პირდაპირი სესხები;
- მცირე საწარმოთათვის გარანტიების გაცემა კომერციულ ბანკებში

<sup>1</sup>ჭაფარიძე დ., საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 6.

სესხების მისაღებად;

➤ საბანკო კრედიტის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირება.

საწარმოთა ხელშეწყობის მიზნით შექმნილი სპეციალური ორგანიზაცია გასცემდა გარანტიებს შერჩეულ მცირე და საშუალო საწარმოებზე იმ შემთხვევაში, თუ ისინი ვერ აკმაყოფილებდნენ კომერციული ბანკების მოთხოვნებს გირაოს ანდა ბიზნეს რისკებთან დაკავშირებით. სუბსიდირების მიზანს წარმოადგენდა კომერციული ბანკების მაღალი საპროცენტო განაკვეთების შემცირება, რათა კრედიტის საფასური მისაღები ყოფილიყო საწარმოთათვის. საპროცენტო განაკვეთების სუბსიდირების პროგრამა გამოიყენებოდა მთავრობის მიერ წინასწარ განსაზღვრულ პრიორიტეტულ სფეროებში ეკონომიკური და სოციალური პროექტების დასაფინანსებლად.

2. საინფორმაციო, საკონსულტაციო, განათლებისა და ტრენინგის სფეროები: პროგრამა მიზნად ისახავდა მცირე და საშუალო საწარმოთა მზარდი მოთხვნების დაკმაყოფილებას საინფორმაციო-საკონსულტაციო სფეროში.

პროგრამის რეალიზაციის პროცესში მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი ასრულებდა ორ ძირითად ამოცანას:

- მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის ძირითადი საშუალებებისა და მეთოდების შესახებ ინფორმაციული უზრუნველყოფა;
- საწარმოთა პერსონალის ტრენინგისა და სამეწარმეო კულტურის ჩამოყალიბების ხელშეწყობა.

ამგვარად, საქართველოში 2006 წლამდე მიღებული იქნა მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის შემდეგი კანონები და კანონქვემდებარე აქტები:<sup>1</sup>

- „მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონი – 1999 წლის 23 ივლისს;
- „მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭოს შექმნის შესახებ“ საქართველოს პრეზიდენტის 2000 წლის 26 იანვრის ბრძანებულება;
- საქართველოს პრეზიდენტის 2000 წლის 8 აპრილის №134 ბრძანებულება „მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის დებულების დამტკიცების შესახებ“;
- საქართველოს პრეზიდენტის 2002 წლის 22 ივნისის №309 ბრძანებულება „2002-2004 წლებში საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო დახმარების პროგრამის შესახებ“;
- საქართველოს მთავრობის 2004 წლის 13 აპრილის დადგენილება №21

<sup>1</sup>ჭაფარიძე დ., საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 7.

„მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატის შექმნის შესახებ“.

კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერის შესახებ“ გაუქმებული იქნა 2006 წელს საქართველოში „ვარდების რევოლუციის“ ეგიდით 2004 წელს მოსული ახალი მთავრობის მიერ. მის მიერ ოფიციალურად დეკლარირებული იქნა ლიბერალური ეკონომიკური კურსი, რაც სხვა საკითხებთან ერთად გულისხმობდა ბიზნესში ჩაურევლობის პრინციპის დანერგვას და ამასთანავე ყველა საწარმოსათვის თანაბარი პირობების შექმნას განურჩევლად მათი ზომისა. შესაბამისად, მთავრობა ესწრაფვოდა ხელსაყრელ ბიზნეს-გარემოს, ლიბერალური საგადასახადო რეჟიმის, ლიცენზიებისა და ნებართვების გამარტივებული სისტემის ამოქმედებას. „მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერის შესახებ“ კანონის გაუქმების შემდეგ განსაზღვრებები მცირე და საშუალო საწარმოების შესახებ გადატანილი იქნა კანონში „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“. დღეისათვის საქართველოს კანონმდებლობაში მხოლოდ კანონი „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“ გვაძლევს მცირე ბიზნესის სრულფასოვან განსაზღვრებებს.

უნდა აღინიშნოს იმის თაობაზე, რომ მიუხედავად მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის კანონის გაუქმებისა, საქართველოს მთავრობის 2007 წლის 30 მაისის №110 დადგენილების საფუძველზე დამტკიცებული იქნა პროგრამა „დასაქმება მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებით“.

სახელმწიფოს მხრიდან მცირე ბიზნესისათვის დასახმარებლად ორგანიზებულ პროექტების კუთხით ასევე აღსანიშნავია თბილისის მერიის პროგრამა „დაიწყე შენი ბიზნესი მერიის დახმარებით“.

საყურადღებოა საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებული მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის ტექნიკური დახმარების პროექტებიც, რომლებიც საქართველოში ხორციელდება 1990-იანი წლების მეორე ნახევრიდან. მათ მნიშვნელოვანწილად შეუწყვეს ხელი მცირე ბიზნესის განვითარებას ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა: ბიზნეს გარემოს ფორმირება, რეგულაციების სრულყოფა, ფინანცებისადმი ხელმისაწვდომობა, მცირე საწარმოთა პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება და ა. შ. საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციებიდან აღსანიშნავია UNDP, USAID, CIZ, IFC, ათასწლეულის გამოწვევა საქართველო, შვეიცარიის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტო, ლტოლვილთა ნორვეგიის საბჭო და სხვა სამთავრობო თუ არასამთავრობო ორგანიზაციები. განხორციელებული პროექტების

შედგება მცირე ბიზნესს ხელი შეეწყო ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა ბიზნესის საკონსულტაციო ცენტრები, ფერმერთა მომსახურების ცენტრები და ა. შ.

საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციებისა და საქართველოს მთავრობის მიერ განხორციელებული მცირე ბიზნესის ხელშემწყობი პროექტები მნიშვნელოვანია და ხელს უწყობს დროის გარკვეულ მონაკვეთებში კონკრეტული საკითხების გადაწყვეტას. თუმცა, საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშემწყობის კანონის გაუქმების გამო, ეს ღონისძიებები ძირითადად ფრაგმენტული ხასიათისაა და საპროექტო ვადის ამოწურვასთან ერთად ასრულებენ სასიცოცხლო ციკლს.

2006 წელს საქართველოს კანონის „მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის შესახებ“ გაუქმებას, როგორც პრაქტიკოსები, ისე მეცნიერები მუდმივად აკრიტიკებდნენ. ისინი წერდნენ, რომ მიუღებელია მთავრობის პოლიტიკა, რომ თითქოს „ბიზნესი არის ბიზნესი და მცირე ბიზნესის ცალკე გამოყოფა არ შეიძლება“. მეტიც, ჟურნალისტი ნ. არველაძე ჟურნალ „საქართველოს ეკონომიკაში“ სტატიას სტატიაზე აქვეყნებდა<sup>1</sup> „კანონგარეშე დარჩენილი პრიორიტეტის“ ეგიდით და რა თქმა უნდა, ამ პრიორიტეტში მცირე ბიზნესს გულისხმობდა. ამას აკეთებდნენ სხვა მეცნიერებიც,<sup>2</sup> მართლაც, დაწყებული 2006 წლიდან, 2012 წლის 1 ოქტომბრამდე, საქართველოს მთავრობა სიტყვიერად მცირე ბიზნესს პრიორიტეტად მიიჩნევდა, მაგრამ არც ამ გაუქმებული კანონის აღდგენას ფიქრობდა და არც საჯარო სამართლის იურიდიული პირის ფორმით მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის შექმნას.

მართალია, „მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის შესახებ“ კანონი ჯერაც არ არის აღდგენილი, მაგრამ 2012 წლის 1 ოქტომბერს საქართველოში მოსულმა ახალმა მთავრობამ მცირე ბიზნესისთვის პირობების შექმნა 2014 წლიდან აქტიურად დაიწყო. ამ წელს დაფუძნდა „მეწარმეობის განვითარების სააგენტო“ და „საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო“.

**მეწარმეობის განვითარების სააგენტო** წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი პოლიტიკისა და პროგრამის განხორციელების ერთადერთ მაკორდინირებელ სტრუქტურას საქართველოში. **სააგენტოს ძირითადი მიზნებია:**

- კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება;
- დამწყები ბიზნესების მხარდაჭერა;

---

<sup>1</sup> არველაძე ნ., კანონგარეშე დარჩენილი პრიორიტეტი, ჟ. „საქართველოს ეკონომიკა“, №4, 2009, გვ. 19-22.  
<sup>2</sup> დანიაშვილი მ., ვინ ეხმარება მცირე ბიზნესს საქართველოში, ჟ. „საქართველოს ეკონომიკა“, თბ., 2012, №9, გვ. 30-32; კატუკია ვ., მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა, პრობლემები და შემაფერხებელი გარემოებები, ჟ. „სოციალური ეკონომიკა – XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები“, თბ., 2014, №1, გვ. 69-71.

- თანამედროვე სამეწარმეო კულტურის დამკვიდრების მხარდაჭერა;
- საქონლისა და მომსახურების ექსპორტის დივერსიფიკაციის ხელშეწყობა და ა. შ.

**სააგენტოს მთავარი ფუნქციებია:**

- ბიზნესის მხარდაჭერა DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის პროცესში;
- სხვადასხვა სფეროში საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა, საქსპორტო და ადგილობრივ ბაზრებზე არსებული მოთხოვნისა და ვალდებულებების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და მეწარმეთათვის მიწოდება;
- მეწარმეთათვის დახმარების გაწევა ბიზნესის დაგეგმვისა და განვითარების კუთხით;
- მეწარმეთა დახმარება დონორებთან და ფინანსურ ინსტიტუტებთან ურთიერთობაში;
- ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდა სხვადასხვა სქემების გამოყენებით;
- საერთაშორისო ბაზრებზე მარკეტინგის პროცესში დახმარება და ა. შ.

**საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო** წარმოადგენს ცოდნასა და ინოვაციურ ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული ეკონომიკის განვითარების მხარდამკერ ძირითად უწყებას. **სააგენტოს მთავარი მიზნებია:**

- ქვეყანაში ინოვაციური ეკოსისტემის შექმნის და მისი განვითარების პროცესის კოორდინაცია;
- ინოვაციების, თანამედროვე ტექნოლოგიების, კვლევისა და განვითარების (R&D) სტიმულირება, მათი კომერციალიზაციის და გამოყენების ხელშეწყობა;
- ინოვაციური დამწყები კომპანიების (START-UP) ფორმირების და მათი კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ხელშეწყობა;
- სამეცნიერო და ბიზნეს-წრეებს შორის ურთიერთობის ხელშეწყობა;
- მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტის განვითარების და მისი გამოყენების ეფექტურობის ამაღლების ხელშეწყობა და ა. შ.

**სააგენტოს ფუნქციებს შორისაა:**

- ინოვაციებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაბამისი უნარებისა და შესაძლებლობების განვითარების ხელშეწყობა;
- თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების დანერგვით მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერების ხელშეწყობა;
- ინოვაციებისა და R&D-ისთვის შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარება;

- ცოდნაზე დაფუძნებული ინიციატივების, ინოვაციური პროექტებისა და პროდუქტების მხარდაჭერა;
- საწარმოებისთვის კვლევისა და განვითარების მასტიმულირებელი პროგრამების განხორციელება;
- ქვეყნის მთელი ტერიტორიის დაფარვა მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტით;
- საყოველთაო კომპიუტერიზაციის პროცესის წარმართვა და ა. შ.

მეწარმეობის განვითარებისა და ინოვაციების და ტექნოლოგიების საგენტოების ინსტიტუციური გაძლიერება მნიშვნელოვანია მცირე და საშუალო საწარმოების საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად და მიზანმიმართული მომსახურების გასაწევად. გამომდინარე იქედან, რომ მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება კომპანიებისთვის DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის ხელშეწყობაა, მნიშვნელოვანია ამ სტრუქტურის შესაძლებლობების გაძლიერება DCFTA-სთან დაკავშირებულ საკითხებზე.

ამის გარდა, საქართველოში მოქმედებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის რამდენიმე ორგანიზაცია, მათ შორისაა:

**საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა.** პალატა დაფუძნებულია დამოუკიდებელი სახელმწიფო უწყების სახით. მისი მთავარი ფუნქციებია: ბიზნესებისთვის საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა, ბიზნეს-უნარების და ბიზნესის დაგეგმვის გაუმჯობესების ხელშეწყობა, ექსპორტის ხელშეწყობა, საწარმოების ინტერნაციონალიზაციის ხელშეწყობა და სხვა. პალატის წევრობა ნებაყოფლობითია. ამჟამად პალატას ჰყავს 1007 წევრი, რომელთა 90% მცირე და საშუალო მეწარმეა. წევრობის გადასახადი მერყეობს 0-ლარიდან 10000 ლარამდე და დამოკიდებულია გაწეულ მომსახურებაზე. მცირე და საშუალო საწარმოები არ იხიდიან წევრობის გადასახადს, პალატას აქვს ხუთი რეგიონული ოფისი.

**საქართველოს დამსაქმებელთა ასოციაცია.** ასოციაცია წარმოადგენს დამოუკიდებელ ორგანიზაციას, რომელიც აერთიანებს 1000-ზე მეტ მცირე და საშუალო საწარმოს. ასოციაცია უზრუნველყოფს საკონსულტაციო მომსახურების გაწევას მცირე და საშუალო მეწარმეებისთვის და ახორციელებს სხვადასხვა პროგრამას სამეწარმეო ცოდნის, სამეწარმეო უნარების განვითარებისთვის. ასოციაციის წევრობა ფასიანია და მერყეობს 600 აშშ დოლარიდან 2000 აშშ დოლარამდე საწარმოს ზომიდან გამომდინარე.

**საქართველოს მცირე და საშუალო საწარმოთა ასოციაცია.** წარმოადგენს დამოუკიდებელ ორგანიზაციას, რომლის მიზანია მცირე და საშუალო საწარმოთა

ინტერესების დაცვა და ადვოკატირება. ორგანიზაცია აქტიურად თანამშრომლობს ბიზნესთან სამეწარმეო უნარების განვითარების, სხვადასხვა მიმართულებით კონსულტაციების გაწევით და სხვა. ასოციაციას დღეისთვის 106 წევრი ჰყავს.

ბიზნეს-ასოციაციებს ესაჭიროებათ შესაძლებლობების გაძლიერება ევროკავშირის პოლიტიკასთან და DCFTA-ის მოთხოვნებთან მიმართებით, რათა ხელი შეუწყონ მცირე და საშუალო მეწარმეობას ამ მოთხოვნებთან ადაპტაციაში. ამასთან, მნიშვნელოვანია როგორც ასოციაციების მიერ მეწარმეებთან ურთიერთობის გაღრმავება, ასევე, თავად ამ ორგანიზაციებს შორის თანამშრომლობის გაღრმავება, რათა მოხდეს მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე ორიენტირებული სერვისების ეფექტიანობის გაუმჯობესება.

ყოველივე ამის პარალელურად ქვეყნის ახალმა მთავრობამ შექმნა მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი პროგრამები და წამოიწყო ინიციატივები. მათ შორისაა სახელმწიფო პროგრამა „წარმოე საქართველოში“.

ეს პროგრამა ითვალისწინებს ინდუსტრიული და სოფლის მეურნეობის მიმართულებით მეწარმე სუბიექტების მხარდაჭერას, ახალი საწარმოების შექმნას, არსებული საწარმოების გაფართოების (გადაიარაღების) ხელშეწყობას და კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობისა და საექსპორტო პოტენციალის ზრდას ფინანსებზე, უძრავ ქონებასა და ტექნიკურ დახმარებაზე ხელმისაწვდომობის საშუალებით. პროგრამას ახორციელებენ საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სსიპ-ები – მეწარმეობის განვითარების სააგენტო, საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო, სახელმწიფო ქონების ეროვნული სააგენტო და საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სსიპ – სოფლის მეურნეობის პროექტების მართვის სააგენტო. პროგრამის ეფექტიანი განხორციელების მიზნით შეიქმნა სპეციალური ვებ-გვერდი ([www.qartuli.ge](http://www.qartuli.ge)). 2015 წელს პროგრამას – „წარმოე საქართველოში“ დაემატა ორი ახალი მიმართულება: ა) სასტუმროების განვითარების ხელშეწყობა, რაც გულისხმობს ფრანჩაიზის ხარჯების დაფინანსებას და ბ) კინონდუსტრიის ხელშეწყობა.

2014 წელს გამოჩნდა საქართველოს მთავრობის ახალი ინიციატივებიც. ამ წელს შემუშავდა „საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია – საქართველო 2020“, ხოლო 2015 წელს სამთავრობო პროგრამა – „ძლიერი, დემოკრატიული, ერთიანი საქართველოსთვის“. ორივე დოკუმენტში ხაზგასმულია ძლიერი, კერძო სექტორის, მათ შორის მცირე და საშუალო მეწარმეობის მნიშვნელობა.

**საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია „საქართველო – 2020“-ში** ნაჩვენებია, ზოგადად, კერძო სექტორის მიმართ მთავრობის პოლიტიკა. მასში ვკითხულობთ: „ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის მთავარი პრინციპია კერძო სექტორის თავისუფლების უზრუნველყოფა... მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკა კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობას განიხილავს როგორც ეკონომიკის განვითარების უმნიშვნელოვანეს მამოძრავებელ ძალას. „საქართველო – 2020“-ის ძირითადი ამოცანაა აღმოფხვრას ის ბარიერები, რომლებიც აფერხებს კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის სტაბილურ ზრდას“.<sup>1</sup>

ამავე დოკუმენტში საქართველოს მთავრობა განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებს მცირე, საშუალო და დამწვები ბიზნესის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდაზე. ამ მიმართულებით ამ დოკუმენტში ჩაწერილია შემდეგი:<sup>2</sup>

„მცირე, საშუალო და დამწვები ბიზნესის ხელშეწყობის მიზნით შეიქმნება მეწარმეობის განვითარების სააგენტო, რომლის მთავარი მიზანი იქნება მცირე და საშუალო მეწარმეთა უნარების ამაღლება, ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება, დამწვები ბიზნესის დაფინანსება და ასევე, მეწარმეთა საექსპორტო პოტენციალის გაძლიერება.“

საქართველოს მთავრობა ხელს შეუწყობს ბიზნეს ინკუბატორების განვითარებას, სადაც მოხდება პოტენციური მეწარმეობის უნარების, მათ შორის, სამეწარმეო უნარების განვითარება, მათი საინვესტიციო რესურსების შესახებ გათვითცნობიერებულობის ამაღლება“.

**სამთავრობო პროგრამა „ძლიერი, დემოკრატიული, ერთიანი საქართველოსთვის“** განსაზღვრავს მთელ რიგ პრიორიტეტებს სხვადასხვა მიმართულებით, მათ შორის, ეკონომიკური პოლიტიკის მიმართულებით. უახლოებს მომავალში მისაღწევ მიზანთა შორის უმთავრესად დასახელებულია უმუშევრობის და სიღარიბის შემცირება. პროგრამაში ასევე ხაზგასმულია მეწარმეობის მხარდაჭერის, განსაკუთრებით მცირე, საშუალო და დამწვები მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობის (სამეწარმეო ცოდნისა და შესაძლებლობების გაძლიერების, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდის, საექსპორტო პოტენციალის გაძლიერების, ინოვაციებზე და ახალ ტექნოლოგიებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების გზით და სხვ.) აუცილებლობა.

<sup>1</sup> საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია – საქართველო – 2020“, თბ., 2014, გვ. 3, 17.

<sup>2</sup> იქვე, გვ. 79.



ამ დოკუმენტში ვკითხულობთ:<sup>1</sup> „მეწარმეობის, მათ შორის მცირე, საშუალო და დამწვები ბიზნესის დასახმარებლად სახელმწიფო ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო მეწარმეთა უნარების ამაღლებას, ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობას, დამწვები ბიზნესის, ასევე მეწარმეთა საექსპორტო პოტენციალის გაძლიერებას და ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების წვდომას. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის და საქართველოში ამ კუთხით საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის და პოლიტიკის დანერგვის მიზნით, შემუშავდება მცირე და საშუალო ბიზნესის სტრატეგია და შესაბამისი სამოქმედო გეგმა. ყოველივე ეს დადებითად აისახება როგორც დასაქმების შესაძლებლობების, ისე თვითდასაქმების ზრდაზე, ყურადღება მიექცევა მთიან რეგიონებში მცირე მეწარმეობის განვითარებას. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მიზნით შეიქმნება სტრატეგიის დაფინანსების მექანიზმები და ხელშეწყობის პროგრამები. მეწარმეობის განვითარების სააგენტო გააგრძელებს სამთავრობო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ ეფექტიან იმპლემენტაციას, რომელიც ითვალისწინებს როგორც ბიზნესის დაწყებისა და განვითარების მსურველთათვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ზრდას, ისე ინფრასტრუქტურით უზრუნველყოფას და ტექნიკურ დახმარებას კონსულტირების, ინოვაციებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობისა და სხვა მიმართულებებით. რეგიონებში, განსაკუთრებით კი, ეკონომიკურად მოწყვლად რეგიონებში, ეკონომიკური აქტიურობის წასახალისებლად „აწარმოე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში გაგრძელდება მიკრო- და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის პროექტი, რომელიც ითვალისწინებს მიკრო და მცირე სამეწარმეო აქტივობების ხელშეწყობას ფინანსური მხარდაჭერის და სამეწარმეო უნარების ამაღლების კუთხით“.

სხვა შესაბამისი სტრატეგიული დოკუმენტებიდან მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართებაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი დოკუმენტებია:<sup>2</sup>

**1. 2010-2017 წლების საქართველოს რეგიონული განვითარების სტრატეგია** (განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა საქართველოს რეგიონებში მცირე და საშუალო მეწარმეობის და დამწვები ბიზნესების განვითარების მხარდაჭერას ტრენინგების, ფინანსებზე და ინოვაციებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის სხვადასხვა ინსტიტუტების, მექა-

<sup>1</sup> *სამთავრობო პროგრამა – „ძლიერი, დამოუკიდებელი, ერთიანი საქართველოსთვის, თბ., დეკემბერი, 2015, გვ. 9.*

<sup>2</sup> *საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 9-10.*

ნიშნებისა და საშუალებების განვითარების, მათი ინტერნაციონალიზაციისა და საერთაშორისო სავაჭრო პარტნიორებთან თანამშრომლობის ხელშეწყობის გზით).

**2. 2015-2020 წლების საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგია** (სტრატეგია განსაზღვრავს აგრობიზნესში მოქმედი მეწარმე-სუბიექტების, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო საწარმოების და დამწყები ბიზნესის მხარდაჭერას. მცირე და საშუალო ფერმერული მეურნეობების განვითარებას. სტრატეგია ასევე მოიცავს აგრობიზნესში მოქმედი საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებას, ბაზარზე არსებული მოთხოვნების შესახებ ინფორმაციის მიწოდების, DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის მხარდაჭერის, სპეციფიკური ტრენინგების, ექსპორტის მხარდაჭერის და სხვა გზებით).

**3. DCFTA-ის განხორციელების 2014-2017 წლების სამოქმედო გეგმა** (მოიცავს მათ შორის, მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერის სპეციალურ ღონისძიებებს, როგორცაა: DCFTA-ის ფარგლებში დაახლოებული კანონმდებლობის განხორციელებისთვის ადგილობრივი მეწარმეების მომზადებას და მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერას სხვადასხვა ფინანსური და არაფინანსური საშუალებებით.

და ბოლოს, საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხაზით მიღებული ყველაზე მნიშვნელოვანი პროგრამა-დოკუმენტი არის „საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის (2015 წ.)“. ეს 6 განყოფილებიანი დოკუმენტი მთლიანად ეძღვნება საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის სამომავლო განვითარების ხედვას. იგი ასეთი სტრუქტურითაა შედგენილი: ეკონომიკისა და მთავრობის პრიორიტეტების მიმოხილვა, მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის მიმოხილვა, მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის SWOT-ანალიზი, საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიის მიზანი და ამოცანები, მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის სტრატეგიული მიმართულებები, განხორციელება და მონიტორინგი.

ცხადია, ჩვენ არ შეუძლებით ამ დოკუმენტის მთლიან განხილვას, კერძოდ, იმ ნაწილისას, რომელიც ახასიათებს მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორის დღევანდელ მდგომარეობას, რადგან იგი სხვადასხვა ინფორმაციით ყველასთვის ცნობილია, არამედ, წარმოვადგენთ და შევაფასებთ ამ ნორმატიული დოკუმენტის იმ ნაწილს, რომელიც ეხება საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებებს. ამ საკითხს მოცემულ დოკუმენტში უკავია

22 გვერდი (გვ. 24-42). საკითხის ასეთი მოცულობით წარმოდგენა უკვე იმას მიგვანიშნებს, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მნიშვნელობა მთელი სისრულით გაითავისა საქართველოს მთავრობამ და გადაწყვიტა მართლაც დაუდგეს მას მხარდამჭერ პარტნიორად და აამუშაოს იგი ქვეყნის ეკონომიკის გასაძლიერებლად და სიღარიბის დასამარცხებლად.

არ ვფიქრობთ, რომ ეს დოკუმენტი და მასში გაცხადებული საქართველოს მთავრობის მზაობა შეუქმნას სათანადო პირობები ქვეყანაში მცირე ბიზნესის განვითარებას., დარჩება „ხმა მღალადებლისა უდაბნოსა შინა“, როგორც წინა წლებში დარჩა არა ერთი და ორი სამთავრობო პროგრამა (მაგალითად, „საქართველო სიღარიბის გარეშე“ და სხვ.).

საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების 2016-2020 წლების სტრატეგიაში დასახულია შემდეგი სტრატეგიული მიმართულებები:

**სტრატეგიული მიმართულება 1: საკანონმდებლო, ინსტიტუციური და სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესება.**<sup>1</sup> მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ინსტიტუტები გადამწყვეტ როლს თამაშობენ აღნიშნული სექტორის ზრდის და განვითარების თვალსაზრისით. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში უკვე არსებობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ინსტიტუტები, ისინი გაძლიერებას საჭიროებენ. მიზანშეწონილია, ახლადშექმნილი მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს შემდგომი გაძლიერება ბიზნესისთვის მოთხოვნაზე ორიენტირებული სერვისების განვითარებისთვის.

ბიზნეს-ასოციაციებს და სამთავრობო ორგანიზაციებს ხშირ შემთხვევაში არ აქვთ სრულყოფილი ინფორმაცია მცირე და საშუალო მეწარმეთა საჭიროებებზე. ამ ორგანიზაციების მჭიდრო თანამშრომლობა და კონსულტაციები კერძო სექტორთან, ისევე როგორც ერთმანეთთან, მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს შედეგებზე ორიენტირებულ დახმარების პროგრამების შემუშავებას. ევროპული მცირე ბიზნესის აქტის პრინციპი – „უპირველესად იფიქრე მცირეზე“ ხაზს უსვამს მცირე და საშუალო მეწარმეებთან კონსულტაციების მნიშვნელობას, მათი მოთხოვნების გათვალისწინების და არაპროპორციული ტვირთის დაკისრების თავიდან აცილების მიზნით. ამ მხრივ, მნიშვნელოვან როლს ითამაშებს საჯარო და კერძო სექტორს შორის დიალოგის ეფექტური მექანიზმი. არ არსებობს მცირე და საშუალო მეწარმეებთან თანამშრომლობის ფორმალური პლატფორმა. მსგავსი პლატფორმის შექმნა

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 24-27.

მნიშვნელოვანია როგორც რეგულაციებთან დაკავშირებით მათი მოსაზრების გაზიარების და სტაბილური და პროგნოზირებადი ბიზნეს-გარემოს ფორმირების, ასევე, პოლიტიკის ეფექტიანი განხორციელების თვალსაზრისითაც.

**საქართველოში არ არსებობს რეგულაციების გავლენის შეფასების ჩამოყალიბებული სისტემა (RIA).** ხორციელდება მხოლოდ ახალი რეგულაციების შესაძლო ზეგავლენის (როგორც სამეწარმეო გარემოზე, ასევე სახელმწიფო ინსტიტუტებზე) მარტივი შეფასება. შესაბამისად, არ არსებობს სიღრმისეული ანალიზი, თუ რა გავლენა შესაძლოა მოახდინოს ახალმა რეგულაციამ ბიზნეს-სექტორზე, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებაზე. ასევე, მნიშვნელოვანია ბიზნესის დახურვასთან დაკავშირებული პროცედურების გამარტივება.

ამ დოკუმენტით ქვეყანაში საკანონმდებლო, ინსტიტუციური და სამეწარმეო გარემოს შემდგომი გაუმჯობესების მიზნით განსახორციელებელი პრიორიტეტული ღონისძიებები შემდეგია:

**პრიორიტეტული ღონისძიება 11: ბიზნესის დახურვის და გადახდისუნარობის პროცედურების გაუმჯობესება.** განხორციელდება გადახდისუნარობის შესახებ, ასევე ბიზნესის დახურვასთან დაკავშირებული კანონმდებლობის ანალიზი, რათა აღმოიფხვრას გაკოტრებასთან, რეაბილიტაციასთან და ასევე, ბიზნესის დახურვასთან დაკავშირებული ბარიერები. ბიზნესის დახურვის პროცედურების გამარტივება ასევე ხელს შეუწყობს სამეწარმეო რეესტრის და შესაბამისად – ბიზნესის სტატისტიკის გაუმჯობესებას.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 12: მცირე და საშუალო საწარმოთა გაგანმარტების განახლება.** საერთაშორისო და ევროპული პრაქტიკის შესაბამისად შემუშავდება მცირე და საშუალო საწარმოთა ახალი განმარტება.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 13: საწარმოთა სტატისტიკის გაუმჯობესება.** საერთაშორისო და ევროპული გამოცდილების შესწავლის საფუძველზე გაფართოვდება ბიზნესის სტატისტიკური მაჩვენებლების არეალი უფრო დეტალური ინფორმაციის მოგროვების (დამუშავების) თვალსაზრისით.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 14: მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ინსტიტუტების გაძლიერება.** მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ინსტიტუტების შესაძლებლობების გაძლიერება ხელს შეუწყობს ამ სექტორის შემდგომ განვითარებას. ხელი შეუწყობა ბიზნეს-ასოციაციების და სხვა არასამთავრობო ორგანიზაციების თანამშრომლობას როგორც კერძო სექტორთან, ასევე, თავად ამ ორგანიზაციებს შორის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 15: საჯარო და კერძო სექტორს შორის დიალოგის გაძლიერება.** საჯარო და კერძო სექტორს, მათ შორის, მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმომადგენელთა შორის დიალოგის და თანამშრომლობის გაღრმავების მიზნით, ინსტიტუციურ დონეზე შეიქმნება პლატფორმა, რომელიც საფუძველს ჩაუყრის რეგულარული და სტრუქტურირებული დიალოგის წარმოებას. ეს დაეხმარება მთავრობას, შეიმუშაოს ეფექტური პოლიტიკა კერძო სექტორის, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობისთვის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 16: პრიორიტეტული ეკონომიკური კანონდებლობისთვის რეგულირების გავლენის შეფასების სისტემის (RIA) შექმნა.** RIA-ს სისტემის შექმნა და გამოყენება დაეხმარება მთავრობას შეაფასოს როგორც ახალი, ასევე არსებული რეგულაციების გავლენა როგორც კერძო, ასევე სახელმწიფო სექტორზე. RIA-ს სისტემის დანერგვა ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო საწარმოებზე არაპროპორციული ტვირთის დაკისრების თავიდან აცილებას და ასევე, იმ რეგულაციების გაუქმებას (შეცვლას), რომლებიც მძიმე ტვირთად აწევა მცირე და საშუალო საწარმოებს.

**სტრატეგიული მიმართულება 2: ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება.<sup>1</sup>** ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების მიზნით განსახორციელებელი პრიორიტეტული ღონისძიებები შემდეგია:

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.1: ფინანსური განათლების გაუმჯობესება.** ფინანსური განათლების გაუმჯობესების მიზნით განხორციელდება შესაბამისი საჭიროებების იდენტიფიკაცია, რის საფუძველზეც შემუშავდება საგანმანათლებლო პროგრამები ტრენინგისთვის. ფინანსური განათლების ამაღლება ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო კომპანიების შესაძლებლობების ზრდას, უკეთესად დაგეგმონ ბიზნესი, მოიზიდონ და ეფექტიანად გამოიყენონ ფინანსური რესურსები.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.2: მცირე და საშუალო საწარმოთა ხელშეწყობა ფინანსური ანგარიშების საერთაშორისო სტანდარტების (IFRS for SMES) დანერგვაში.** IFRS for SMES-ისთან დაკავშირებით ცნობიერების ამაღლება მცირე და საშუალო მეწარმეებს ხელს შეუწყობს ამ სტანდარტების გამოყენებას ფინანსურ ანგარიშებაში, რაც თავის მხრივ, განაპირობებს კომპანიების ანგარიშების გამჭვირვალობას და შესაბამისად, გააუმჯობესებს საინვესტიციო კაპიტალსა და ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობას.

<sup>1</sup>საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 27-30.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.3: მცირე და საშუალო მეწარმეთა ცოდნის ამაღლება ფინანსების გაზრდის (Fund Raising) საკითხებში.** განხორციელება ღონისძიებები, რომელიც ხელს შეუწყობს ცოდნის გაზრდას, თუ როგორ და საიდან მოიხიდონ ფინანსური რესურსები. უზრუნველყოფილ იქნება მეწარმეთა განათლება იმ ალტერნატიულ წყაროებთან (ფონდებთან) თუ პროგრამებთან დაკავშირებით, საიდანაც შესაძლებელია ფინანსური რესურსის მოზიდვა.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.4: მცირე და საშუალო მეწარმეობის და დამწეები ბიზნესის დაფინანსებაზე ორიენტირებული კერძო საინვესტიციო და ვენჩურული კაპიტალის ფონდების მოზიდვა.** განხორციელება ღონისძიებები როგორც ზემოაღნიშნული ფონდების საქართველოში მოზიდვის, ასევე, იმ კომპანიების იდენტიფიცირებისთვის, რომელთაც გააჩნიათ შესაბამისი პოტენციალი. ხელი შეეწყობა კომპანიების შესაძლებლობების განვითარებას და ინვესტირებისთვის მზაობის ამაღლებას.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.5: მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერა კომერციული ბანკებიდან და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან დაფინანსების ზრდისთვის.** მცირე და საშუალო საწარმოთათვის კომერციული ბანკებიდან დაფინანსებაზე წვდომის გაუმჯობესების მიზნით გაუმჯობესდება და გაფართოვდება სახელმწიფო პროგრამა „წარმოე საქართველოს“ ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის მიმართულება. მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან დაფინანსების შემდგომი გაუმჯობესების მიზნით, ხელი შეეწყობა კერძო სექტორს და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებს შორის სადისკუსიო მრგვალი მაგიდების ორგანიზებას.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 2.6: მცირე და საშუალო საწარმოთა გრანტებით დაფინანსების გაუმჯობესება.** გრანტების მეშვეობით მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების გაუმჯობესების მიზნით, გადაიხედება საქართველოს გრანტებთან დაკავშირებული კანონმდებლობა და საჭიროების შემთხვევაში შემუშავდება შესაბამისი საკანონმდებლო ცვლილებები.

**სტრატეგიული მიმართულება 3: მცირე და საშუალო მეწარმეობის უნარების განვითარების და სამეწარმეო კულტურის ამაღლების ხელშეწყობა.<sup>1</sup>** მცირე და საშუალო მეწარმეობის უნარების განვითარების და სამეწარმეო კულტურის ამაღლების ხელშეწყობის მიზნით განსახორციელებელი პრიორიტეტული ღონისძიებები შემდეგია:

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 31-35.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.1: შრომის ბაზრის საჭიროების იდენტიფიცირება და შესაბამისი დასაქმების პროგრამების განვითარება.** შრომის ბაზრის ფორმირების სტრატეგის ფარგლებში განხორციელდება ერთი მხრივ, მცირე და საშუალო კომპანიების ადამიანური რესურსის მოთხოვნის საჭიროებების, ხოლო მეორეს მხრივ, სამუშაოს მაძიებელთა უნარების შეფასება (კვლევა). შემუშავდება შესაბამისი გადაწყვეტილების პროგრამები სამუშაოს მაძიებელთათვის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.2: მცირე და საშუალო საწარმოთა ტრენინგების საჭიროებათა შეფასება (Training Needs Assessment - TNA).** მნიშვნელოვანია განხორციელდეს ტრენინგების საჭიროებათა შეფასება (TNA). აქედან გამომდინარე, მეწარმეების განვითარების სააგენტო საერთაშორისო პარტნიორებთან თანამშრომლობით, შეიმუშავებს TNA-ის კონცეფციას და შესაბამის მექანიზმებს, მათ შორის კითხვარებს, რომელთა პილოტირება განხორციელდება მინიმუმ 2 პრიორიტეტულ სექტორში.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.3: უწყვეტი სამეწარმეო სწავლების დანერგვა განათლების სისტემის ყველა დონეზე.** იმისთვის რომ, უწყვეტი სამეწარმეო სწავლება დაინერგოს განათლების სისტემის ყველა დონეზე შეიქმნება სპეციალური, უწყებათაშორისი სამუშაო ჯგუფი, რომელიც მჭიდროდ ითანამშრომლებს შესაბამის საერთაშორისო ორგანიზაციებთან (მათ შორის, ETF-თან).

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.4: მეწარმეობაზე ორიენტირებული პროფესიული განათლების სისტემის განვითარება.** შრომის ბაზრის მოთხოვნაზე ორიენტირებული პროფესიული სწავლების განვითარების მიზნით, ხელი შეეწყობა სამუშაოზე დაფუძნებულ სწავლებას (Work-Based Learning), პროფესიულ სასწავლებლებსა და კერო სექტორს შორის თანამშრომლობის გაღრმავებას და ასევე, პროფესიული სასწავლებლების კურსდამთავრებულების მიერ ბიზნესის წამოწყებას.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.5: არაფორმალურ განათლებაზე ხელმისაწვდომობის ზრდა.** არაფორმალური პროფესიული განათლების აღიარებისთვის საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს მიერ შემუშავდება შესაბამისი წესები და მექანიზმები, არაფორმალური პროფესიული განათლების აღიარების სისტემის დაფუძნების მიზნით შემუშავდება და განხორციელდება პილოტური პროგრამები.

**პრიორიტეტული ქმედება 3.6: მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის ტექნიკური დახმარების უზრუნველყოფა.** მცირე და საშუალო საწარმოებს, მათი საჭიროებების შესაბამისად გაეწვიოს ტექნიკური დახმარება სახელმწიფო პროგ-

რამის „აწარმოე საქართველოში“ ფარგლებში. მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მიერ. შემუშავდება და განხორციელდება ტრენინგ-პროგრამები.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.7: საგანმანათლებლო კომპონენტის განთავსება მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს ვებ-გვერდზე.** მეწარმეობის განვითარების სააგენტო განავითარებს ვებ-გვერდს, სადაც განთავსდება სხვადასხვა სახის საგანმანათლებლო და ბიზნეს-ლიტერატურა, რაც საშუალებას მისცემს მეწარმეებს სახლიდან გაუსვლელად ჰქონდეთ წვდომა თანამედროვე ცოდნაზე.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.8: მეწარმეობის განვითარების ცენტრის მომსახურების პორტფელის გაფართოება.** მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს მეწარმეების მომსახურების ცენტრში დაინერგება ე. წ. ღია სივრცის პრინციპი, სადაც მეწარმეებს საშუალება ექნებათ ისარგებლონ როგორც კომპიუტერული მომსახურებით და ინტერნეტ-სერვისით, ასევე, გაეცნონ თანამედროვე ბიზნეს-ლიტერატურას და ანალიტიკურ მასალებს.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.9: ქალთა მეწარმეობის წახალისება.** ქალთა მეწარმეობის ხელშეწყობის და ბიზნეს – საქმიანობაში ქალების ჩართულობის მიზნით, განხორციელდება ნაკლოვანებათა შეფასება და საჭიროებათა ანალიზი. ხელი შეეწყობა ქალთა მონაწილეობას სახელმწიფო პროგრამების ფარგლებში.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 3.10: მცირე და საშუალო საწარმოებში „მწვანე პრაქტიკის“ წახალისება.** ამ მიზნით, შემუშავდება შესაბამისი ტრენინგ-პროგრამა მეწარმეთათვის და უზრუნველყოფილ იქნება კონსულტაციები, ხელი შეეწყობა გარემოსდაცვითი მმართველის (მენეჯერის) კურსების განვითარებას.

**სტრატეგიული მიმართულება 4: ექსპორტის ხელშეწყობა, მცირე და საშუალო საწარმოთა ინტერნაციონალიზაცია.<sup>1</sup>** ექსპორტის ხელშეწყობის და მცირე და საშუალო საწარმოთა ინტერნაციონალიზაციის მიზნით გათვალისწინებულია შემდეგი პრიორიტეტული ღონისძიებები:

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.1: DCFTA-ის პერსპექტივების და მოთხოვნების შესახებ ცნობიერების ამაღლება.** განხორციელდება ღონისძიებები, როგორც მცირე და საშუალო კომპანიების, ასევე, ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციების ცნობიერების ამაღლების და შესაძლებლობების განვითარების მიმართულებით.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.2: მეწარმეობის მხარდაჭერა DCFTA მოთხოვნებთან ადაპტაციაში.** შემუშავდება მხარდაჭერის სქემები (მათ შორის, ფინანსური

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 35-40.



ინსტრუმენტები), რომლებიც ორიენტირებული იქნება ევროპული ნორმების და მოთხოვნების დანერგვაზე.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.3: მცირე და საშუალო საწარმოთა ექსპორტის სტიმულირება.** გამომდინარე იქედან, რომ საექსპორტო ბაზრების კვლევა საკმაოდ ძვირადღირებულია, უმეტეს შემთხვევაში, მცირე და საშუალო მეწარმეებს მასზე ხელი არ მიუწვდებათ, რეგულარულად ჩატარდება პრიორიტეტული საექსპორტო ბაზრების კვლევა, რომლის შედეგები ხელმისაწვდომი იქნება მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.4: მეწარმეობის მხარდაჭერა საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების დამყარებაში.** ამ მიზნით, შემუშავდება შესაბამისი სერვისები, მეწარმეობის განვითარების სააგენტო ხელს შეუწყობს ადგილობრივი კომპანიების მონაწილეობას საერთაშორისო სავაჭრო გამოფენებში (Trade Fairs), ასევე, ხელი შეეწყობა საერთაშორისო სავაჭრო გამოფენების ორგანიზებას საქართველოში.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.5: ბიზნესის პასუხისმგებლიანი ქცევის (RBC) პოპულარიზაცია.** კერძო სექტორში RBC-სთან დაკავშირებით ცნობიერების ამაღლების და მისი პოპულარიზაციის მიზნით, მოხდება იმ ორგანიზაციების იდენტიფიცირება, რომლებიც მონაწილეობას მიიღებენ RBC-სთან დაკავშირებით ცნობიერების ამაღლების და პოპულარიზაციის მიზნით განსახორციელებელ ღონისძიებებში, შემუშავდება და განხორციელდება კერძო სექტორში RBC-ს პოპულარიზაციის მექანიზმი.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 4.6: უცხოელ ინვესტორებსა და მცირე და საშუალო საწარმოებს შორის კავშირების დამყარების მხარდაჭერა (FDS-SMEs Linkages).** ამ მიზნით ხელი შეეწყობა ბიზნესმენტა (B2B) შესხედრების ორგანიზებას. შეიქმნება საწარმოთა ბაზა, რომელიც მოიცავს კომპანიების პროფილებს და რომელიც იქნება განახლებადი. ჩატარდება პოტენციური მსხვილი ინვესტორების (კომპანიების) კვლევა მათი ადგილობრივ მეწარმეებთან კავშირების დამყარების ხელშეწყობის მიზნით.

**სტრატეგიული მიმართულება 5: ინოვაციების, კვლევის და განვითარების ხელშეწყობა.<sup>1</sup>** ინოვაციების, კვლევისა და განვითარების ხელშეწყობისთვის ამ დოკუმენტით განსახორციელებელი პრიორიტეტული ქმედებები შემდეგია:

**პრიორიტეტული ღონისძიება 5.1: მცირე და საშუალო საწარმოებში ინოვა-**

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, თბ., 2015, გვ. 40-42.

**ციების სტიმულირება.** განხორციელდება მცირე და საშუალო საწარმოებში ინოვაციური უნარების და ინოვაციების განვითარების ანალიზი, ინოვაციური მეწარმეობის უნარების და R&D-ს წახალისებისთვის. ჩატარდება ტრენინგები, შემუშავდება ინოვაციების და გამოგონებების წამახალისებელი ინსტრუმენტები.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 5.2: ინოვაციების და R&D დაფინანსების ეფექტიანი სქემების შემუშავება.** შემუშავდება დაფინანსების ეფექტიანი მექანიზმები, მათ შორის, მცირე და საშუალო კომპანიების გრანტებით დაფინანსებისთვის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 5.3: ინოვაციების და R&D-ის კომერციალიზაციის მხარდაჭერა.** განხორციელდება რიგი ღონისძიებები, მათ შორის, გამოყენებითი კვლევების და R&D-ის შესაძლებლობების და პოტენციალის ანალიზი ქვეყნის მასშტაბით. ასევე, შემუშავებულ იქნება მექანიზმი, რომელიც ხელს შეუწყობს სამეცნიერო და სამეწარმეო სექტორს შორის კავშირების გადრმავებას.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 5.4: მეწარმეობაში საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT) გამოყენების უნარების გაუმჯობესება.** თანამედროვე მიდგომების და საერთაშორისო საუკეთესო გამოცდილების გათვალისწინებით განხორციელდება მცირე და საშუალო საწარმოთა ტრენინგები როგორც იდეის პროდუქტად გარდაქმნის, ასევე, ინვესტირებთან ურთიერთობების დამყარების და ბიზნესის მენეჯმენტთან დაკავშირებით. განხორციელდება ტრენერთა გადამზადების პროგრამა (ToT – Training of Trainers) ექსპორტზე ორიენტირებული ICT უნარების გაუმჯობესებისთვის.

**პრიორიტეტული ღონისძიება 5.5: ინოვაციების საჭირო ინფრასტრუქტურის განვითარება (FabLabs; iLabs, TechPark, BroadBand, კომპიუტერიზაცია).** უზრუნველყოფილ იქნება ინოვაციური მეწარმეების და Start-Up-ების ტრენინგები. ყოველივე ეს ხელს შეუწყობს როგორც ინოვაციების და თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარებას, ასევე, იდეების პროდუქტად გარდაქმნას. ხელი შეეწყობა ოლიმპიადების, ჰაკატონების (Hack-a-Thon) და მეიკეტონების (Make-a-Thon) ჩატარებას. განხორციელდება საქართველოს იმ რეგიონების მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტ-ინფრასტრუქტურით დაფარვა, სადაც დღეის მდგომარეობით ეს ინფრასტრუქტურა არ არსებობს.

რადგან ამ სტრატეგიის გატარება უკვე დაიწყო და შემუშავდა და ამუშავდა პროგრამაც „მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობა საქართველოში“, უნდა ვიფიქროთ, რომ საქართველოში „მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების „ყინული გალღვა“ და ზემოთგანხილულ სტრატეგიას არ მოუწევს ქაღალდზე დარჩენა.

ჩვენი ნაშრომის ამ ნაწილის კონტექსტში არ შეიძლება არ შევეხოთ სხვადასხვა არასამთავრობო ორგანიზაციების ინტერესს და ძალისხმევას მცირე (და საშუალო) ბიზნესის შესახებ კანონის შემუშავების თაობაზე. ერთ-ერთი ასეთი ორგანიზაცია, რომელმაც შეიმუშავა „მცირე ბიზნესის შესახებ“ კანონპროექტი, ჯერ კიდევ 2008 წელს, ფრიდრიხ ებერდის ფონდის წარმომადგენლობის დახმარებით, და, საკანონმდებლო წინადადების სახით შეიტანა საქართველოს პარლამენტში, არის სამოქალაქო მოძრაობა „სოლიდარობა საქართველოში“. ეს კანონპროექტი ჯერ-ჯერობით განხილვის სტადიაშია, მას მომხრეებიც ჰყავს და მოწინააღმდეგეებიც.

ჩვენი აზრით, ერთი რამ საგსებით ნათელია: არ შეიძლება ქვეყანა იყოს მცირე (და საშუალო) ბიზნესის შესახებ კანონის გარეშე, რადგან ამ სექტორში მისი პოლიტიკა ამ კანონს უნდა დაეფუძნოს. ეს კანონი დაუყოვნებლივ უნდა იქნეს მიღებული.

**თავი II. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მდგომარეობის გამოკვლევა**  
**საქართველოში და**  
**ევროკავშირში**

**II.1. საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების**  
**თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი**

მცირე და საშუალო ბიზნესის მდგომარეობაზე საქართველოში მსჯელობა მათი რაოდენობიდან უნდა დავიწყოთ. მართალია „საქსტატი“ საწარმოთა რაოდენობას „მცირეს“ და „საშუალოს“ სტატუსით არ აქვეყნებს, მაგრამ აქვეყნებს მათ სამართლებრივი ფორმების მიხედვით. რადგან საქართველოში ინდივიდუალური საწარმოები მცირედ ან მიკროდ ითვლებიან, ხოლო სააქციო საზოგადოებები – მსხვილ საწარმოებად, ყველა დანარჩენი სამართლებრივი ფორმის საწარმოები უნდა ჩავთვალოთ საშუალოდ.

2015 წელს საქართველოში დარეგისტრირებული იყო 407010 ინდემწარმე ანუ მცირე ან მიკრო საწარმო, 2273 სააქციო საზოგადოება, ანუ მსხვილი საწარმო და 177014 გარკვეული პირობითობით საშუალო სიდიდის საწარმო (მ. შ. 168785 შპს, 2747 – სოლიდარული საწარმო, 186 – კომანდიტური საზოგადოება, 4156 კოოპერატივი).<sup>1</sup>

საწარმოთა საერთო რიცხვში ინდივიდუალურ საწარმოებს ეკავათ 69.4%, სააქციო საზოგადოებებს 0,4% და ყველა დანარჩენს – 30.2%.<sup>2</sup> მაშასადამე, მცირე და საშუალო საწარმოთა ხვედრითი წილი საწარმოთა საერთო რიცხვში საქართველოში 2015 წლის ინფორმაციით 99.6%-ია.

ეს ინფორმაცია ეხება მხოლოდ დარეგისტრირებულ საწარმოებს. ჩვენ არ ვიცით, მათგან რამდენი მუშაობს, რადგან „საქსტატი“ ასეთ მასალას არ აქვეყნებს. როგორც ამ დარგის ექსპერტები ვარაუდობენ, რეგისტრირებულ საწარმოთა 60-70% არ მუშაობს.<sup>3</sup> იქმნება ეჭვი, რომ ეს სპეციალურად კეთდება, რათა არ გამოჩნდეს ის დიდი დისპროპორცია, რაც არსებობს დარეგისტრირებულ და ამოქმედებულ საწარმოთა რაოდენობებს შორის და ქვეყნის მოსახლეობაში არ ჩამოყალიბდეს ბიზნესისადმი კიდევ უფრო მეტი ნეგატიური განწყობა, ვიდრე დღეს არის.

საწარმოთა დარეგისტრირება რომ იზრდება ეს ფაქტია. ეს ხდება იმიტომ, რომ ბიზნესის კეთების სიადვილით ერთ-ერთი მოწინავე ადგილი გვიკავია მსოფლიოში.

<sup>1</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2016, გვ. 25.

<sup>2</sup>იქვე, გვ. 25.

<sup>3</sup>ვაშაკიძე თ., მცირე ბიზნესს აუცილებლად ესაჭიროება სახელმწიფო მხარდაჭერა, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №5, 2005, გვ. 11.

მაგრამ რეგისტრაცია თვითმიზანი არ არის. რეგისტრაციას უნდა მოყვას ბიზნესის ამუშავება. ჩემი აზრით, საქართველოში ამ პროცესს ხელი ეშლება შემდეგი მიზეზებით:

1. ადამიანებში გამომუშავებულია სახელმწიფოსადმი ხელის შემყურის პოზიცია. მაშინაც კი, როცა ადამიანი ბიზნესს იწყებს, სახელმწიფოსგან ელოდება ფულად დახმარებას.
2. არ არის საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის სათანადო საკანონმდებლო და ინსტიტუციონალური მხარდაჭერა.
3. არსებობს ნიჰილიზმი, უიმედობა, გაურკვეველობის შიში.

სახელმწიფოს ხელში ყურებას და მისგან როგორც სამუშაოს, ისე სარჩოს მიღებას, ჩვენ სოციალისტურ სისტემაში ცხოვრების დროს მივეჩვიეთ. ამ სისტემაში ჩვენ 70 წელი ვიცხოვრეთ და უნდა გვცოდნოდა, რომ ამ სტერეოტიპის დამსხვრევა არ იქნებოდა ადვილი და თანაც სწრაფი. ასეც მოხდა. აგერ უკვე 26 წელიწადია, საბაზრო ეკონომიკაზე გადავდით და ამის მიუხედავად, ყოველი 10 გამოკითხულიდან (განსაკუთრებით თუ მათი ასაკი 40 წელს ზევითაა) 8-9 გამოკითხული გეტყვით, რომ მის დაუსაქმებლობაში და აქედან გამომდინარე, მის სიღატაკეში, სახელმწიფოა დამნაშავე. „საზოგადოების უდიდესი ნაწილი, – წერს ქართველი მეცნიერი თ. აქუბარდია, – წარსული სტერეოტიპებიდან ვერ განთავისუფლდა და სახელმწიფოსგან მოითხოვს სამუშაო ადგილების შექმნას, ქარხნების, ფაბრიკების ამუშავებას, ხელფასებისა და პენსიების დაუყოვნებლივ გაზრდას”.<sup>1</sup> თ. აქუბარდიას აზრით, რაც უფრო მაღე, რაც უფრო ადრე განთავისუფლდება საზოგადოება სახელმწიფოს ხელში შემყურის პოზიციებიდან, მით უფრო მაღე მოხდება მის ცნობიერებაში იმის დამკვიდრება, რომ შენც უნდა გაანძრიო ხელი“.<sup>2</sup> მე, სრულიად ვეთანხმები მეცნიერ თ. აქუბარდიას ამ მოსაზრებას, მაგრამ, სამწუხაროდ, ეს სტერეოტიპი ჯერაც აგრძელებს არსებობას და როგორც ჩანს, კიდევ დიდხანს იარსებებს. მაგრამ ამ სფეროში ერთი საიმედო წინსვლა მაინც არის. თუ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პირველ წლებში მთელი მოსახლეობა იყო სახელმწიფოს ხელშიშემყურე, ამჟამად მას საგარაუდოდ 20-30% მოაკლდა და ისინი საკუთარ საქმეს შეუდგნენ.

მცირე და საშუალო ბიზნესის არასათანადო განვითარების მეორე მიზეზი

<sup>1</sup> აქუბარდია თ., მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის გარეშე ეკონომიკური აღმავლობა შეუძლებელია, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №5, 2005, გვ. 9.

<sup>2</sup> იქვე.

სახელმწიფოს მხრიდან ქმედითი ხელშეწყობის პირობების არქონაა – საგადასახადო რეჟიმი არ არის მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მასტიმულირებელი, გართულებულია იაფ ფინანსურ რესურსზე წვდომა და ა. შ. მართალია 2012 წელს საქართველოს ხელისუფლებაში მოსულმა ახალმა მთავრობამ გარკვეული ღონისძიებები გაატარა – მიკრო და მცირე საწარმოთა სტატუსის დადგენა და მათთვის დაბეგვრაში შეღავათების მიცემა, პროგრამები „იაფი კრედიტი“, „აწარმოე საქართველოში“ და სხვა, მაგრამ ჩემი აზრით, ყველაზე ქმედითი იქნებოდა იმ უმნიშვნელოვანესი საგადასახადო შეღავათის აღდგენა, რომელიც მოქმედებდა საქართველოში 1991-1996 წლებში და რომელიც საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების დაუინტერესებული მოთხოვნით იქნა გაუქმებული 1997 წელს. ეს ეხება ახლად გახსნილი საწარმოს მიერ პირველი ორი წლის განმავლობაში მოგების გადასახადიდან განთავისუფლებას. ამ შეღავათის აღდგენა აუცილებელია, რადგან, როგორც ცნობილია, აშშ-ში, სადაც საწარმოებს დიდი შეღავათები აქვთ მიცემული, სტატისტიკურად ყოველწლიურად ყოველი ახლად გახსნილი 10 საწარმოდან პირველი წლის განმავლობაში ექვსი კოტრდება. თუ ეს ამერიკაში ხდება, ჩვენთან რა შეუშლის ხელს – გაკოტრების ალბათობა ჩვენთან მეტი იქნება.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განუვითარებლობის მეორე მიზეზი არის მეწარმული უუნარობა. საქართველოსთან, კერძოდ, ქართველებთან მიმართებაში, ეს საკითხი ისეთივე სადისკუსიოა, როგორც მთელ მსოფლიოში. 1998 წელს ინგლისის ქ. აქსეტერში ლი სტივენსონის ინიციატივით გაიმართა ეკონომიკური ფსიქოლოგიის წარმომადგენელთა სესია-კოლოკვიუმი. მასზე განხილული იყო საკითხი – „ფსიქოლოგიური ფაქტორების როლი მცირე ბიზნესის განვითარებაში“. კერძოდ, იხილებოდა საკითხი, თუ რატომ აღმოჩნდნენ ადამიანები სილატაკში უდიდესი ბუნებრივი სიმდიდრის მიუხედავად. აღმოჩნდა, რომ ამის მიზეზი იყო ადამიანთა დეპრესირებული ეკონომიკურ-ფსიქოლოგიური განწყობა. დადგინდა, რომ ადამიანებს ბიზნესში აქტიურობისკენ უბიძგებს სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოტივაცია, მისწრაფება, იყოს თავისი ბედის ბატონ-პატრონი.<sup>1</sup>

მაშასადამე, ადამიანში მეწარმული უნარის გამომჟღავნებას გარკვეული მოტივაცია სჭირდება. თუ ეს მოტივაცია არ არსებობს, ამის გარეშე ეს უნარი ადამიანებში მუდმივად მიძინებული იქნება. ქართველები არც უნიჭო ხალხია და არც უინიციატივო, მაგრამ, როგორც უკვე აღვნიშნე, აგერ 26 წელია ვადგავართ საბაზრო ეკონომიკის გზას და მეწარმეობა სათანადოდ მაინც ვერ განვავითარეთ.

<sup>1</sup> სვანიძე ლ., *ლექციები ეკონომიკურ ფსიქოლოგიაში, შემეცნებითი სწავლება, თბ., 2009, გვ. 113.*

ამის მიზეზი სწორედ ის არის, რომ ქვეყანაში არ არის ბიზნესის ხელშემწყობი, ბიზნესმენტა მასტიმულირებელი სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოტივაცია. „ჩვენი მოსახლეობის ისეთ ნაწილს, – წერს ქართველი მეცნიერი ლოდ ქარჩავა, – რომელსაც ბიზნესის მშენებლობის შესაბამისი შემოქმედებითი უნარი აქვს, ჩვენ შანსი უნდა მიეცეთ მათ გამოავლინონ იგი. ბუნებრივია, რომ ყველა ვერ იქნება ბიზნესმენი და თანაც წარმატებული, მაგრამ ხელშემწყობის შემთხვევაში მათი რაოდენობის გაზრდა ნამდვილად შეიძლება.<sup>1</sup>

სწორედ იმიტომ რომ მცირე და საშუალო ბიზნესს არა აქვს სათანადო სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა საქართველოში, იგი სათანადოდ ვერ განვითარდა, და, აგერ უკვე 25 წელია ვადგავართ საბაზრო ეკონომიკის გზას და ვერც საშუალო ფენა ჩამოვაყალიბეთ და ვერც სიღარიბიდან გამოვედით. ამის მიზეზი სწორედ მცირე (ვგულისხმობ მიკროსაც) და საშუალო ბიზნესის არასათანადო განვითარებაა (ცხრილი 4).

**ცხრილი 4**

**მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა საქართველოში<sup>2</sup>**

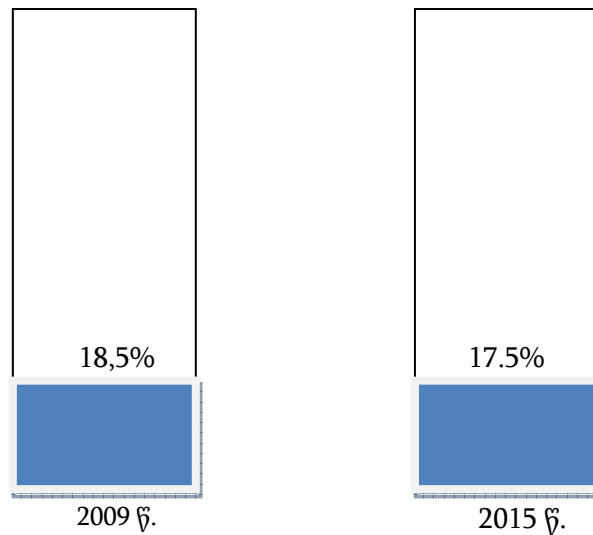
	2009		2012		2013		2014		2015		დინამიკა
	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	2015 წელი %-ად 2009 წელთან
ბრუნვა - სულ	17136,9	100	42048	100	44327,9	100	50064,7	100	56984,8	100	332.5
მათ შორის:											
მცირე ბიზნესში	1464,1	8,6	3905,3	9,3	3792,1	8,6	4660,6	9,3	4722,4	8,4	322.5
საშუალო ბიზნესში	1701,2	9,9	3223,6	7,7	4295,6	9,7	4378	8,7	5173,0	9,1	304.1
მცირე და საშუალო ბიზნესში ერთად	3165,3	18,5	7128,9	17,0	8087,7	18,3	9038,0	18,0	9965,4	17,5	312.6

ცხრილი 4 გვიჩვენებს, რომ 2009 წლიდან 2015 წლამდე პერიოდში, ე. ი. 6 წლის განმავლო ბაში საქართველოში ბიზნესის მთლიანი ბრუნვის ზრდა 332.5%-

<sup>1</sup>ქარჩავა ლ., ბიზნესგარემო საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები, უ. „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2012. გვ. 30.

<sup>2</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 27-28.

ია, აქედან, მცირე ბიზნესის – 322.5%, საშუალო ბიზნესის 304.1%, ორივეს ერთად კი – 312.6%. მართლაც გამოსაკვლევ პერიოდში მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა საკმაოდ შთამბეჭდავია (თითქმის 3-ჯერ ზრდა), მაგრამ აღმოჩნდა, რომ ეს არ არის საკმარისი. მთლიან ბრუნვაში მათ ერთად 2009 წელს უფრო მეტი ხვედრითი წონა ეკავათ (18,5%), ვიდრე 2015 წელს (17,5%). უკეთესი მდგომარეობა იყო 2013-2014 წლებში. ასე რომ, პროგრესი არ ჩანს. ამას გვიჩვენებს ნახაზი 1-ც.



**ნახაზი 1.** მცირე და საშუალო ბიზნესის ხვ. წილი ბიზნესის საერთო ბრუნვაში

თითქმის იგივე მდგომარეობა გვაქვს პროდუქციის გამოშვებაში, თუმცაღა, აქ მცირე პროგრესს აქვს ადგილი. მოცემულ შემთხვევაში 2009 წელს მცირე და საშუალო ბიზნესს ეკავა 18,5%, 2015 წელს კი, მისი წილი 19,6%-ის დონეზე დაფიქსირდა. თუ ცხრილ 5-ს დავაკვირდებით, დავინახავთ, რომ ეს მცირე ბიზნესის უკეთესი მუშაობით მოხდა. ამ პერიოდში მცირე ბიზნესის წილი 8%-დან 9,8%-მდის გაიზარდა, საშუალო საწარმოების წილი კი, შემცირებულია. უნდა აუცილებლად შევნიშნოთ, რომ ეს ის წლებია, როცა საშუალო სიდიდის საწარმოთა რაღაცა ნაწილი გავიდა საქართველოდან აზერბაიჯანში და სომხეთში. თვით აზერბაიჯანელი მეცნიერი წერდა 2010 წელს, რომ აზერბაიჯანში 100-ზე მეტი ქართული კომპანია იყო გახსნილი.<sup>1</sup> რაღა თქმა უნდა, რომ მათ მიერ წარმოებული პროდუქცია, მოაკლდა საქართველოს საშუალო ბიზნესს და ამიტომ ამ სექტორის წილი საგრძნობლად შემცირდა.

ანალოგიური მდგომარეობა აღმოჩნდა დამატებული ღირებულების შექმნაში (იხ.

<sup>1</sup> შკვლიზაძე შ., აზერბაიჯანული ბაზარი საკმაოდ მიმზიდველია ქართული ბიზნესისთვის და პირიქით. ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, 2010, ნოემბერი, გვ. 34.



ცხრილი 6). მართალია, მოცემულ შემთხვევაში მცირე და საშუალო ბიზნესის წილად 2015 წელს 20,7%-ია, ნაცვლად 2009 წლის 18,7%-სა, მაგრამ ამ მაჩვენებელს თუ სხვა ქვეყნებს ანალოგიურ მაჩვენებელს შევადარებთ, დავინახავთ, რომ აქაც დიდი ჩამორჩენა გვაქვს. მაგალითად, როგორც ამ სფეროს სპეციალისტების გამოკვლევებიდან ჩანს, იაპონიაში მათი წილი დამატებული ღირებულების შექმნაში 50%-ია, ხოლო ბელგიასა, ჰოლანდიასა და სკანდინავიის ქვეყნებში – 75-80%.<sup>1</sup> გამოდის, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესი იმის მხოლოდ მეოთხედ დამატებულ ღირებულებას ქმნის, რასაც ქმნიან ბელგიის და ჰოლანდიის მცირე და საშუალო მეწარმეები. ევროპა და ევროკავშირის ცალკეული ქვეყნები თავისი ცხოვრების და მეურნეობის წარმართვის წესით ჩვენთვის სამიზნე ქვეყნებია. ასე რომ, ორიენტაცია მათზე უნდა ავიღოთ, და, თუ გვინდა, რომ ჩვენი მოსახლეობის ცხოვრების დონე მიუახლოვდეს მათ დონეს, მათ უნდა მივბაძოთ.

**ცხრილი 5**

**პროდუქციის გამოშვება საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში<sup>2</sup>**

	2009		2012		2013		2014		2015		დინამიკა 2015 წელი %- ად 2009 წელთან
	თანხა მლნ ლარი	გვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	გვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	გვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	გვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	გვ. წონა, %	
პროდუქციის გამოშვება - სულ	11003,1	100,0	23096,0	100,0	23553,6	100,0	26068,8	100,0	29993,9	100,0	272,5
მათ შორის:											
მცირე ბიზნესში	881,3	8,0	2353,3	10,2	2280,3	9,7	2677,8	10,3	2963,6	9,8	337
საშუალო ბიზნესში	1151,5	10,5	1740,2	7,5	2242,3	9,5	2489	9,5	2923,8	9,8	254
მცირე და საშუალო ბიზნესი ერთად	2032,8	18,5	4093,5	17,7	4522,6	19,2	5166,8	19,8	5886,4	19,6	289,6

<sup>1</sup>კრიშოკაშვილი ა., გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნები, თბ., 1998, გვ. 54.

<sup>2</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 38-39.

საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში შექმნილი დამატებული ღირებულება 2009-2015 წლებში<sup>1</sup>

	2009		2012		2013		2014		2015		დინამიკა 2009 წელს %-ად 2015 წელს წილი
	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხვ. წონა, %	
დამატებული ღირებულება - სულ	5464,1	100,0	11190,7	100,0	12139,1	100,0	12899,5	100,0	14761	100,0	270,0
მათ შორის:											
მცირე ბიზნესში	427,6	7,8	1226,9	11,0	1262,3	10,4	1355,4	10,5	1533,3	10,5	359
საშუალო ბიზნესში	593,6	10,9	959,6	8,6	1243,1	10,2	1356,7	10,6	1533,1	10,2	258,0
მცირე და საშუალო ბიზნესი ერთად	1021,2	18,7	2186,5	19,6	2505,4	20,0	2712,1	21,1	3066,1	20,7	300,2

მთლიანად საქართველოში ბიზნესი მომგებიანია. სხვანაირად არც შეიძლება, რადგან საქართველოს კანონით „მეწარმეთა შესახებ“ ბიზნესი არის მოგებაზე ორიენტირებული საქმიანობა. 2009-2015 წლებში ბიზნესში მოგება 1,6-ჯერ არის გაზრდილი. საშუალო ბიზნესი 2009 წელს ზარალიანი აღმოჩნდა, რაც შემდეგ წლებში გამოსწორდა, მცირე ბიზნესს კი ზარალი არცერთ წელს არ მიუღია. ამ სფეროში პოზიტიური მომენტი ის არის, რომ დინამიკაში მეწარმეობის საერთო მოგებაში მცირე და საშუალო ბიზნესის წილი 5,1%-დან 27,4%-მდე, ანუ მთელი 22,3%-ით არის გაზრდილი. იმისათვის, რომ გამერკვია, როგორ შეძლო ქართულმა მცირე და საშუალო ბიზნესმა ერთობლივი მოგების გაზრდა 8,8-ჯერ 2009-2015 წლებში, მაშინ, როდესაც მთლიანად ბიზნესში ის მხოლოდ 64%-ით არის გაზრდილი (იხ. ცხრილი 7). ამისთვის საქართველოს „საქსტატის“ ინფორმაციაზე დაყრდნობით ჩავატარე კვლევა და ერთმანეთს შევადარე 2015 წელს გამოშვებული პროდუქციის ხარჯტევადობა მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესში და მივიღეთ ასეთი შედეგი:

<sup>1</sup> იქვე, გვ. 49-50.

საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში დარიცხული ფინანსური შედეგი (მოგება +, ზარალი -) (2009-2015 წლებში)<sup>1</sup>

	2009		2012		2013		2014		2015		დინამიკა 2015 წელი %-ად 2009 წელს
	თანხა მლნ ლარი	ხგ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხგ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხგ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხგ. წონა, %	თანხა მლნ ლარი	ხგ. წონა, %	
ფინანსური შედეგი - სულ	1200,9	100,0	3732,6	100,0	3348,6	100,0	2944,9	100,0	1967,8	100,0	164,0
მათ შორის:											
მცირე ბიზნესში	98,7	8,2	315,7	8,4	389,6	11,6	222,6	7,5	274,9	13,9	278,5
საშუალო ბიზნესში	-37,4	-	312,1	8,4	245,7	7,2	214,6	7,3	266,1	13,5	-
მცირე და საშუალო ბიზნესი ერთად	61,3	5,1	627,8	16,8	635,3	18,9	437,2	14,8	541	27,4	886,8

მსხვილ ბიზნესში:  $\frac{28026.1 \text{ (ხარჯი)}}{29993.9 \text{ (პროდუქციის გამოშვება)}} = 0.94 \text{ ლარი}$

საშუალო ბიზნესში:  $\frac{26577 \text{ (ხარჯი)}}{2923.8 \text{ (პროდუქციის გამოშვება)}} = 0.90 \text{ ლარი}$

მცირე ბიზნესში:  $\frac{2688.7 \text{ (ხარჯი)}}{2963.6 \text{ (პროდუქციის გამოშვება)}} = 0.90 \text{ ლარი}$

მაშასადამე, 2015 წელს საქართველოს მსხვილ ბიზნეს 1 ლარი პროდუქციის გამოშვება უჯდებოდა 94 თეთრი, საშუალო ბიზნესს 90 თეთრი, მცირე ბიზნესსაც ასევე 90 თეთრი. ერთი სიტყვით, მცირე და საშუალო ბიზნესის პროდუქციის ხარჯტევადობა უფრო დაბალია და სწორედ ამით შეძლეს მათ მოგების 8.8-ჯერ გაზრდა 2009 წელთან შედარებით.

ეხლა რაც შეეხება დასაქმებას. ყველა მეცნიერი და პრაქტიკოსი თანხმდება იმაზე, რომ თუ მცირე და საშუალო ბიზნესი ქვეყანაში კარგად განვითარდება, უმუშევრობის დონე, რომელიც ამჟამად საქართველოში 12%-ია, დაიწვეს ბუნებრივ დონემდე (5-7%). ასე რომ, ამ სფეროს განვითარება დაასაქმებს მოსახლეობას და გამოიყვანს მათ სიღარიბიდან. ცხრილი 8 გვიჩვენებს, რომ ამჟამად საქართველოს

<sup>1</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 85-88.

მცირე და საშუალო ბიზნესში დასაქმებულია მხოლოდ 270196 კაცი, ანუ მთელი დასაქმებულების 43,1%. ეს არ არის ცუდი მაჩვენებელი, რადგან ჩინეთში იგი მხოლოდ 31%-ია, მაგრამ ევროპის ქვეყნებს ამ მაჩვენებლითაც ჩამოვრჩებით. მაგალითად, ესპანეთში იგი 64%-ს შეადგენს. თუ ჩვენ არა ჩინეთზე, არამედ ევროპაზე გვაქვს სწორება, მაშინ ევროპის ქვეყნებს უნდა მივბაძოთ (იხ. ნახაზი 2).

რაც შეეხება შრომის ნაყოფიერებას, ეს მაჩვენებელიც საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში დაბალია მსხვილ ბიზნესთან შედარებითაც და საშუალო საქვეყნო მაჩვენებელთან შედარებითაც (იხ. ცხრილი 9). მცირე ბიზნესში იგი 30364 ლარით ნაკლებია ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელზე, საშუალო ბიზნესში კი 18863 ლარით ნაკლები. ეს ხდება იმიტომ, რომ ამ სფეროს საწარმოთა კაპიტალაღჭურვა, პირველ რიგში კი მექანოაღჭურვა არის მცირე. „საქსტატის“ მონაცემებით კაპიტალაღჭურვა მსხვილ საწარმოში 2015 წელს იყო – 60.4 ათასი ლარი, საშუალო საწარმოში – 14.4 ათასი ლარი, მცირეში კი, – 6.3 ათასი ლარი.<sup>1</sup> ცხადია, მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებს ფინანსურად არა აქვთ ისეთი შესაძლებლობა, როგორც მსხვილ საწარმოებს, რომ თავისი საწარმო აღჭურვონ უახლესი ტექნიკით.

**ცხრილი 8**

**დასაქმება საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში<sup>2</sup>**

	2009		2012		2013		2014		2015		დინამიკა 2015 წელი %-ად 2009 წელთან
	კაცი	ბგ. წონა, %	კაცი	ბგ. წონა, %	კაცი	ბგ. წონა, %	კაცი	ბგ. წონა, %	კაცი	ბგ. წონა, %	
დასაქმებულთა რიცხვი - სულ	387464	100,0	534397	100,0	550885	100,0	592147	100,0	626739	100,0	162
მათ შორის:											
მცირე ბიზნესში	86086	22,2	155396	29,1	138348	25,1	168480	28,5	169353	27	196,7
საშუალო ბიზნესში	78198	20,2	73661	13,8	97090	15,6	90937	15,4	100843	16,1	129
მცირე და საშუალო ბიზნესი ერთად	164284	42,4	229057	42,9	235438	42,7	259417	43,9	270196	43,1	164,4

<sup>1</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 133.

<sup>2</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 109-110.



(10.8%), იმერეთი (10.7%) და ქვემო ქართლი (7.4%). საქართველოს დანარჩენ რეგიონებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვაში უმნიშვნელო ხვედრითი წილი უკავიათ. ეს განსაკუთრებით ეხება რაჭა-ლეჩხუმს (0.5%), გურიას (1.9%), კახეთს (1.7%) და სამცხე-ჯავახეთს (2.2%). სწორედ ბიზნესის ამ სფეროს განუვითარებლობამ ეს რეგიონები აქცია ჩამორჩენილ, დეპრესირებულ რეგიონებად. ამიტომ ამ რეგიონებში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს და მათი მისამართით გარკვეული პრეფერენციებიც კი უნდა განხორციელდეს.

ცხრილი 10

**საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვის დარგობრივი და რეგიონული სტრუქტურა 2015 წელს<sup>1</sup>**

(%-ში)

	საშუალო ბიზნესში	მცირე ბიზნესში
<b>I დარგების მიხედვით</b>		
სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა	0.9	0.7
თევზჭერა, მეთევზეობა	0	0.1
სამთომომპოვებელი მრეწველობა	1.4	0.8
დამამუშავებელი მრეწველობა	9.7	9.6
ელექტროენერჯის, აირის და წყლის მოწოდება-განაწილება	0.3	0.1
მშენებლობა	11.9	5.8
ვაჭრობა, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმის და პირადი საგნების რემონტი	51.4	56.7
სასტუმროები და რესტორნები	4.4	4.8
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	5.7	6.7
ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომსახურების გაწევა	8.	11.5
განათლება	1.7	0.5
ჯანდაცვა და სოციალური დახმარება	2.7	1.0
კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების გაწევა	1.8	1.5
<b>II რეგიონების მიხედვით</b>		
ქ. თბილისი	56.7	50.2
აფხაზეთის ა/რ	-	-
აჭარის ა/რ	11.7	10.8
გურია	1.6	1.9
იმერეთი	8.3	10.7
კახეთი	4.0	5.2
მცხეთა-მთიანეთი	2.1	1.7
რაჭა-ლეჩხუმი	0.3	0.5
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	4.3	5.6
სამცხე-ჯავახეთი	2.1	2.2
ქვემო ქართლი	5.1	7.4
შიდა ქართლი	3.8	3.9

<sup>1</sup> მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლების გამოშვებები. გვ. 29.

ამრიგად, საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ჩემს მიერ ჩატარებული ანალიზით ვაკეთებ დასკვნას, რომ მართალია ქვეყანაში მცირე და საშუალო ბიზნესი ვითარდება, მაგრამ მისი ტემპი არ არის საკმარისი. ამის მიზეზი ის არის, რომ სახელმწიფოს მხრიდან არ არის შექმნილი სათანადო პირობები. ასეთ პირობებს კი თავის დროზე ყველა განვითარებული ქვეყანა ქმნიდა და დღესაც ქმნიან. ჩვენთან ამ მიმართულებით სახელმწიფომ მხოლოდ ორი პროგრამა – „იაფი კრედიტი“ და „აწარმოე საქართველოში“ ამოქმედდა, გერმანიაში კი ასეთი 500-ზე მეტი პროგრამა მოქმედებს.<sup>1</sup> დიდ ბრიტანეთში მხოლოდ ერთი პროგრამის – „მოქმედება ქალაქებისთვის“ ფარგლებში 16 000 მცირე საწარმომ მიიღო 650 მლნ ფუნტი სტერლინგი სუბსიდიი,<sup>2</sup> ანუ თითოეულ საწარმოზე ანგარიშით 34210 ფუნტი სტერლინგი (საქართველოში მოქმედი პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ თითოეულ მეწარმეს აძლევს მხოლოდ 5000 ლარს).

ყველაფერი ამით იმის თქმა მინდა, რომ საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას რადიკალური გარღვევა სჭირდება. ეს გარღვევა ქვეყნის მთავრობის ინიციატივით უკვე დაწყებულია, თუმცა, არც მისი ტემპია საკმარისი, არც მასშტაბი და არც „გარღვევის სიღრმე“.

## **II.2. მცირე და საშუალო ბიზნესის გარემო საქართველოში და სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა**

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები უშუალოდაა დაკავშირებული ქვეყანაში არსებულ ბიზნესგარემოსთან. „ხელსაყრელი სამეწარმეო და საინვესტიციო გარემო მნიშვნელოვნად მოქმედებს ბიზნესზე, რადგანაც პირდაპირ ზეგავლენას ახდენს კერძო სექტორში რესურსების ეფექტიან განაწილებაზე, – წერს პროფესორი თეიმურაზ შენგელია. მისივე აზრით, 2004 წლიდან დაწყებულმა რეფორმების ტალღამ შეამცირა საგადასახადო ტვირთი და აღმოფხვრა ბიუროკრატიული ბარიერები. ამის მიუხედავად ბიზნესის ცალკეულ სფეროებში დარჩა პრინციპული ხასიათის პრობლემები, რაც ხელს უშლის კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას და გრძელვადიან ეკონომიკურ ზრდას. დღეისთვის კვლავ პრობლემად რჩება ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის უზრუნველყოფა. ასევე, გამოწვევად რჩება გადახდის უუნარობასთან, კომერციული დავების გადაჭრასა და ბიზნესის წარმოებასთან დაკავშირებული საკითხები. არსებული სირთულეები, საერთო ჯამში,

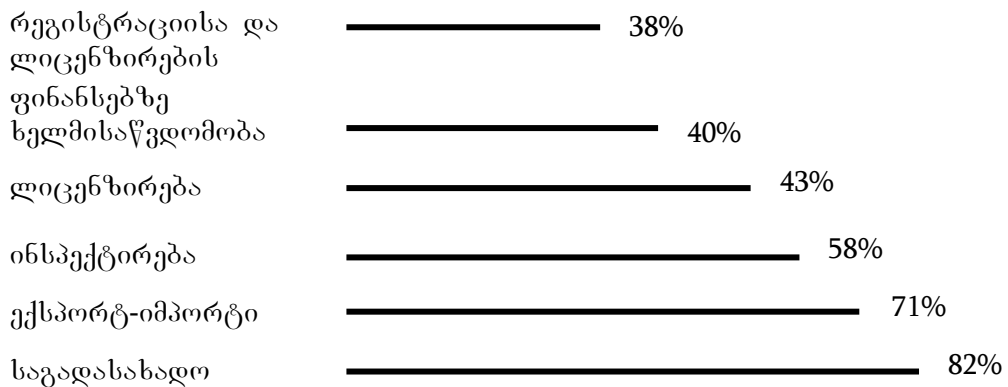
<sup>1</sup>ადვოკატი დ. მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ზოგადი კანონზომიერებანი, პრინციპები და ფორმები, ქ. „სოციალური ეკონომიკა – XXI საუკუნის პრობლემები“, №3, 2014, გვ. 171.

<sup>2</sup>იქვე, გვ. 172.

აუარესებს სამეწარმეო გარემოს, ამცირებს ინვესტორთა ნდობას და ნაკლებფექტიანს ხდის ადგილობრივ ბიზნესს“.<sup>1</sup>

დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ ქვეყანაში განვითარებულმა პროცესებმა, ქართული ბიზნეს-გარემო სავალალო მდგომარეობაში ჩააყენა. კორუფციამ, პოლიტიკურმა არასტაბილურობამ, კონკურენციის არათანაბარმა პირობებმა, ენერგორესურსების მაღალმა ღირებულებამ, არაეფექტურმა სასამართლო სისტემამ, ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალმა დონემ, სამეწარმეო საქმიანობაში არსებულმა გართულებულმა რეგულირებებმა და მრავალმა სხვა პრობლემამ, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებას მკვეთრად შეუშალა ხელი.

2003-2012 წლებში საქართველოს სახელმწიფო პოლიტიკის მთავარი პრიორიტეტები იყო ანტიკორუფციული რეფორმების გატარება, ინვესტიციების მოზიდვა და ეკონომიკის ჩრდილოვანი სექტორის რეგულირება. მიუხედავად ამ პოზიტიური ნაბიჯებისა, ამ პერიოდში კვლავ არსებობდა მნიშვნელოვანი ბარიერები, რაც მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას აფერხებდა. ამ ბარიერებიდან ყველაზე რთულ პროცედურებად გადასახადებთან და ექსპორტ-იმპორტთან დაკავშირებული საკითხები გამოვლინდა (ნახაზი 3).<sup>2</sup>



**ნახაზი 3.** პრობლემური და რთული პროცესები მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში

<sup>1</sup> შენგელია თ., ბიზნესის ატიქიფობია და მისი დაძლევის პირობები საქართველოში, საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული – ეკონომიკა და ეკონომიკური მეცნიერების განვითარების აქტუალური პრობლემები, თსუ, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2014 (27-28 ივნისი), გვ. 56.

<sup>2</sup> მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, თბ., 2009, გვ. 57.



### ამის შედეგად:

1. მცირე და საშუალო ბიზნესის მოცულობა 2002 წლიდან 2009 წლამდე მხოლოდ 2%-ით გაიზარდა.<sup>1</sup>
2. მცირე და საშუალო ბიზნესზე GDP-ის მხოლოდ 10% მოდიოდა, მაშინ როდესაც ევროპის და სხვა განვითარებულ ქვეყნებში ეს მაჩვენებელი 60%-ს აღწევს (ესპანეთში 72%-ს).<sup>2</sup>

რიგი ხარვეზების და დაშვებული შეცდომების მიუხედავად, აღსანიშნავია მეწარმეობისა და სამეწარმეო გარემოს ლიბერალიზებისა და მხარდაჭერის კუთხით განხორციელებული რეფორმების შესახებაც. რეფორმების განხორციელება შესაძლებელი გახდა საგადასახადო ადმინისტრირების სფეროში კორუფციის აღმოფხვრით, ახლებური მიდგომით და ადმინისტრირების ეფექტურობის გაზრდით. 2007 წელს გაერთიანდა საგადასახადო და საბაჟო ადმინისტრაციები და შეიქმნა შემოსავლების სამსახური.

ჯერ კიდევ 2008 წელს საქართველოს ბიზნესგარემომ მსოფლიოს 178 ქვეყანას შორის მე-18 ადგილი დაიკავა (მან უკან ჩამოიტოვა ისეთი ქვეყნები, როგორცაა თურქეთი, აზერბაიჯანი, რუსეთი). ბიზნესის კეთების სიმარტივის თვალსაზრისით, 2015 წელს კი მე-15 ადგილზე დაწინაურდა.<sup>3</sup>

დღეს მდგომარეობა მნიშვნელოვნად შეცვლილია. მსოფლიო ბანკი ზომავს და ადარებს ადგილობრივი ბიზნესის რეგულირების ხარისხსა და ეფექტურობას მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. Ease of Doing Business 2016-ში, რომელიც 2015 წლის მონაცემებს ეყრდნობა, საქართველო 189 ქვეყნიდან 24-ე ადგილს იკავებს. წინა ანგარიშში როგორც აღვნიშნეთ, საქართველო მე-15 ადგილზე იყო, თუმცა რეიტინგის გაუარესება შეფასების მეთოდოლოგიის ცვლილებით აიხსნება. განახლებული მეთოდოლოგიით ხელახლა შეფასდა 2014 წლის მონაცემებიც და საქართველომ მე-15-დან 24-ე ადგილზე გადაინაცვლა. შესაბამისად, შეიძლება ითქვას, რომ, წინა წელთან შედარებით, წელს, საქართველოს რეიტინგი არ შეცვლილა.

ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსი უკვე 20 წელია ყოველწლიურად ქვეყნდება. The Wall Street Journal The Heritage Foundation-ის კვლევის საფუძველზე 2015 წლის ანგარიშში საქართველო 22-ე ადგილს იკავებს (178-დან) 73.0 ქულით და

<sup>1</sup>მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაციები, თბ., 2010, გვ. 27.

<sup>2</sup>Два кита испанской экономики. Опыт развития молодого и среднего бизнеса, под ред. Верникова В., М., 2010, გვ. 45.

<sup>3</sup>Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency, 2015, გვ. 2.

„უმეტესად თავისუფალი“ ქვეყნების ჯგუფშია, ხოლო ევროპის რეგიონში არსებული 43 ქვეყნიდან საქართველო მე-11 ადგილს იკავებს. წინა წელთან შედარებით საქართველოს სარეიტინგო ქულა გაზრდილია 0.4-ით, კორუფციისაგან ბიზნესის თავისუფლებისა და სახელმწიფო დანახარჯების სფეროებში გაუმჯობესების შედეგად. ამასთან, გაუარესებულია შრომის თავისუფლებისა და ფისკალური თავისუფლების დონე.<sup>1</sup>

Global Competitiveness Index 2015-2016 წლების მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში შეფასებულია ბიზნესგარემო და კონკურენტუნარიანობა სხვადასხვა ქვეყანაში. ეკონომიკაში მიმდინარე ძირეული პროცესები, ვალუტის გაუფასურება, სასაქონლო ფასების მერყეობა, გეოპოლიტიკური არასტაბილურობა, უსაფრთხოების პრობლემები – ეს ყველაფერი გათვალისწინებულია რეიტინგის დათვლისას. 2015-2016 წლის ანგარიშში, რომელიც 2014 წლის მონაცემებს ემყარება, საქართველო 66-ე ადგილს იკავებს (140-დან) და მისი სარეიტინგო ქულა 4.22 (7-დან). წინა წელთან შედარებით ქვეყნის რეიტინგი გაუმჯობესებულია 3 პუნქტით. თუმცა, ეს ნაწილობრივ იმით აიხსნება, რომ წინა წლის ანგარიშში გამოკვლეული რამდენიმე ქვეყანა მიმდინარე წლის ანგარიშში აღარ მონაწილეობს. მათ შორის არის პუერტო რიკო და ბარბადოსი, რომლებიც რეიტინგით საქართველოს უსწრებდნენ. ამ ქვეყნების სარეიტინგო სიიდან ამოვარდნამ მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი საქართველოს რეიტინგის გაუმჯობესებას.

The Networked Readiness Index 2015 ქსელური მზაობის ინდექსი ქვეყნდება მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის და INSEAD-ის ანგარიშში გლობალური საინფორმაციო ტექნოლოგიების შესახებ. ეს ინდექსი აფასებს ქვეყანაში არსებულ ფაქტორებს, პოლიტიკასა და ინსტიტუტებს, რომლებიც საშუალებას იძლევა, სრულად იყოს გამოყენებული საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები კონკურენციისა და კეთილდღეობის გასაზრდელად. ქსელური მზაობის ინდექსი გვაწვდის ინფორმაციას, თუ როგორი პირობებია ბაზარზე და რამდენად განვითარებულია კავშირი მსოფლიოსთან. 2015 წლის კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საქართველოში ინტერნეტხელმისაწვდომობის კუთხით ზრდადი ტენდენციები შენარჩუნებულია, თუმცა, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა და გამოყენება ქვეყნისთვის მთავარ გამოწვევად რჩება.

The Fund for Peace-ის მიერ ყოველწლიურად მზადდება არამდგრადი სახელმწიფოების ინდექსი, რომელიც აანალიზებს პოლიტიკურ რისკს, რათა წინასწარ

<sup>1</sup> 2015 Index of Economic Freedom, გვ. 2.

გააფრთხილოს პოლიტიკოსები და მთლიანად საზოგადოება შესაძლო კონფლიქტის შესახებ. ეს ინდექსი ზომავს სტაბილურობის ან არსებული დაძაბულობის დონეს ათასობით ანგარიშებისა და სტატიების საფუძველზე გამოთვლილი რისკის ინდიკატორების საშუალებით. 2015 წლის რეიტინგში საქართველო 70-ე ადგილს იკავებს (178-დან) 79.3 ქულით. ცხადია, პოლიტიკური რისკი ბიზნესის განვითარებისთვის მეტად საშიში რისკიცაა.

საქართველოს მთავრობა და მისი ინსტიტუციონალური სტრუქტურები მუშაობენ ბიზნეს და ინვესტიციური გარემოს გასაუმჯობესებლად, მაგრამ არცოდნით თუ შემთხვევითი შეცდომით, მათ რაღაცა საკითხები მოუგვარებელი რჩებათ. მაგალითად, იმის მიუხედავად, რომ მცირე და მიკროსაწარმოებს გადასახადის სპეციალური რეჟიმები დაუწესდათ და 2017 წლის 1 იანვრიდან მოგების დაბეგვრის ესტონური მოდელიც ამოქმედდა, საგადასახადო კოდექსის სრულყოფა მაინც პრობლემად რჩება. აქ სამი საკითხია ყურადსაღებო:

1. დაბეგვრის სპეციალური რეჟიმების შემოღებით მცირე საწარმოს დაბეგვრა ბრუნვის 5%-იანი განაკვეთით, ნაცვლად შემოსავლის 20%-იანი დაბეგვრისა არავითარ მნიშვნელოვან შედეგს არ აძლევს მცირე საწარმოს. მაგალითად, თუ მცირე საწარმოს ბრუნვა 90 000 ლარია, ახალი რეჟიმის პირობებში იგი გადაიხდის  $\frac{90000}{100} \cdot 5\% = 4500$  ლარს, ძველი რეჟიმის პირობებში თუ ის შემოსავლის (მოგების) საშუალო ნორმის (15%) პირობებში მუშაობდა, იხდიდა შემოსავლის 20%-ს ანუ  $\frac{90000}{100} \cdot 15\% = 13500$ ;  $\frac{13500}{100} \cdot 20\% = 2700$  ლარს. მცირე საწარმოების დაბეგვრის სპეციალური რეჟიმი სასურველი იყო არა ბრუნვის 5%-ით, არამედ ისე როგორც სერბეთში და აზერბაიჯანში, ბრუნვის 2%-იან გადასახადით დაბეგრილიყო.<sup>1</sup>

2. დაბეგვრის სპეციალური რეჟიმები არ შეხება საშუალო სიდიდის საწარმოებს, არადა საქართველოში საწარმოთა საერთო რიცხვში მათ 30.2% უკავიათ.

3. მოგების დაბეგვრის ესტონური მოდელიც სარგებლობას ძირითადად მისცემს მსხვილ საწარმოებს, რადგან მათ აქვთ დიდი მოგება და მისი რეინვესტირებით ისინი დიდ სარგებელს მიიღებენ. საშუალო და მცირე საწარმოების მოგება არ არის მნიშვნელოვანი და მისი რეინვესტირება მათ ბანკის სესხის საჭიროებას ვერ მოუხსნით.

საგადასახადო კოდექსის არასრულყოფილებასთან ერთად მეწარმეები საქმიან-

<sup>1</sup> გოგიაშვილი ი., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში, დისერტაცია, 2009, გვ. 51-53.

ნობაში ხელისშემშლელად საგადასახადო კანონმდებლობის ხშირად ცვლას და მის მიმე ტვირთს ასახელებენ. „საგადასახადო ტვირთი, - წერს მეცნიერი თ. როსტიაშვილი, უფრო მტკივნეულია მცირე მეწარმეებისთვის, რადგან მათ სწორედ სახელმწიფო მოთხოვნების შესრულებასთან დაკავშირებით შედარებით მაღალი ხარჯების გაწევა უხდებათ, რის გამოც, საჭიროა მოვახდინოთ მათი დანახარჯების კორექცია“.<sup>1</sup> მთლიანად ვეთანხმები მეცნიერ თ. როსტიაშვილს და მიმაჩნია რომ ამ დონისძიებით ჩვენ მათ პირობებს გამოვათანაბრებთ. მაგალითად, ყველა საწარმო – მცირეც, საშუალოც და მსხვილიც დასარეგისტრირებლად იხდის 107 ლარს. ჩემი აზრით, ასეთი მიდგომა არ არის სწორი. მართალია, ეს თანხა უმნიშვნელოა, მაგრამ იგი უნდა იყოს დიფერენცირებული საწარმოთა სიდიდის მიხედვით. ასეთი მაგალითების მოყვანა მრავლად შეიძლება.

სათქმელია ისიც, რომ როცა საზღვარგარეთის საგადასახადო რეჟიმებს ვეცნობით, რატომღაც ის რეჟიმები გადმოგვაქვს ჩვენს პრაქტიკაში, რომლებიც ქვეყნის ფისკალური პოლიტიკის ინტერესებს დააკმაყოფილებს და არა მეწარმეთა ინტერესებს. მაგალითად, ხომ ვიცით, რომ ევროკავშირის ექსპერტები ესპანეთის მცირე და საშუალო მეწარმეობის მდგომარეობას სამაგალითოდ მიიჩნევენ.<sup>2</sup> ისიც ხომ ვიცით, რომ ამ სექტორში გახსნილ ყოველ ახალ საწარმოს სახელმწიფო 5 წლით გადასახადისგან ათავისუფლებს. ასეთ ვითარებაში ჩვენ ესპანეთის საგადასახადო რეჟიმი კი არ გადმოვიტანეთ საქართველოში მცირე მეწარმეებისთვის, არამედ ყირგიზეთის (მცირე მეწარმეები იხდიან 5-10%-ს ბრუნვიდან), უკრაინის (იხდიან 10%-ს ბრუნვიდან) და სხვათა სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმები. არ დავფიქრდით იმაზე, და არ გავაანალიზეთ, თუ რა მისცა ამ რეჟიმებმა ამ ქვეყნებს იმაზე მეტი, ვიდრე ესპანეთს მისცა ესპანეთის მცირე და საშუალო მეწარმეობის დაბეგვრის რეჟიმმა.

საქართველოს ბიზნესგარემოს დიდი ნაკლია „ინკუბატორული“ პროგრამების არარსებობა. იმის მიუხედავად, რომ ამ საკითხებზე სხვადასხვა დროს ბევრს წერდნენ სპეციალისტები,<sup>3</sup> დღესაც კი ამ სფეროში არაფერია გაკეთებული. არადა, ინკუბატორები სწორედ ის სტრუქტურებია, სადაც მეწარმეებმა უნდა ისწავლონ სამეწარმეო საქმე, ბიზნეს-რისკების მართვა, თავისი ვალდებულებები და

<sup>1</sup> როსტიაშვილი თ., მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის და განვითარების სტრატეგია საქართველოში, დისერტაცია, ქუთაისი, 2013, გვ. 167-168.

<sup>2</sup> გოგიაშვილი ი., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში, დისერტაცია, 2009, გვ. 69.

<sup>3</sup> ბაღიაშვილი ე., ლუღუშაური ზ., კულიანი ი. და სხვები, აჭარაში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების კონცეფცია, თბ., 2009.

პასუხისმგებლობები ქვეყნის და ერის წინაშე. ბიზნეს-ინკუბატორების სიმრავლითაც და საქმიანობის შედეგებითაც სამაგალითოა აშშ, სადაც 1250 ბიზნეს-ინკუბატორია. ისინი სახელმწიფო და ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების სახსრებით არსებობენ. ამ ინკუბატორებმა 2012 წელს 27000 დამწყები მეწარმე მოამზადეს, რომელთაც ინკუბაციის პერიოდის გასვლის (1-2 ან 2-2.5 წელი) შემდეგ 200 000 სამუშაო ადგილი შექმნეს და 17 მილიონამდე შემოსავალი მოუტანეს ქვეყანას.<sup>1</sup> ასე რომ, ჩვენი აზრით, მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში სათანადოდ რომ ვერ ვითარდება, ამის მიზეზი არის არასათანადო გარემო პირობები, პირველ რიგში კი, არასათანადო სახელმწიფო მხარდაჭერა.

აუცილებლად აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ ბიზნესის ამ სექტორისთვის უკეთესი პირობები შეიქმნა 90-იან წლებში საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვების პირველ წლებშივე, როცა ყოველ ახალგაზსნილ საწარმოს საქმიანობის დაწყების პირველ წელს გადასახადი არ გადახდებოდა, ხოლო მეორე წელს იგი უნახვერდებოდა.

საქართველოს დამოუკიდებლობის აღდგენის დღიდანვე, კერძოდ, 1993 წლის 18 მაისს, მიღებული იყო საქართველოს სახელმწიფო მეთაურის ბრძანებულება „საქართველოში კერძო მეწარმეობის განვითარების გადაუდებელ ღონისძიებათა შესახებ“, რომლის მიხედვით ბიზნესის ამ სახის განვითარება მიჩნეული იქნა ერთ-ერთ უპირველეს სახელმწიფოებრივ ამოცანად. ამავე წელს მინისტრთა კაბინეტის დადგენილებით ეკონომიკის სამინისტროსთან დაარსდა მცირე ბიზნესის განვითარების ფონდი (1993 წლის 20 ნოემბრის №326 დადგენილება).

1990-95-იან წლებში მცირე ბიზნესის განვითარებას განსაკუთრებით შეუწყო ხელი მცირე პრივატიზაციამ. 1995 წელს პრივატიზებული იყო 4977 საწარმო, რომელთა 95% იყო მცირე.<sup>2</sup> ამ წლებში მცირე მეწარმეობა საქართველოში საკმაოდ გაიზარდა. გაიხსნა მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის ცენტრიც. ასეთივე ცენტრები იყო დიდ ქალაქებში, მათ შორის ქ. თბილისში. „ვარდების რეკოლუციის“ შემდეგ მოსულმა ახალმა მთავრობამ ეს ცენტრებიც გააუქმა და კანონიც „მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის შესახებ“. გააუქმა საგადასახადო შეღავათებიც.

2012 წლის 1 ოქტომბერს საქართველოში მოსულმა ახალმა მთავრობამ

<sup>1</sup> გობეჯიშვილი ე., საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის სახელმწიფო რეგულირების სრულყოფის მიმართულებები, დისერტაცია, თბ., 2013, გვ. 113.

<sup>2</sup> ჭითანაია ნ., გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, თბ., „სეკსპსი“, 1999, გვ. 14.

შეცვალა დამოკიდებულება მცირე და საშუალო მეწარმეობის მიმართ. დაგვიანებით, მაგრამ მცირე ბიზნესისთვის პირობების შექმნა საქართველოს მთავრობამ 2014 წელს დაიწყო, შეიქმნა მეწარმეობის განვითარების სააგენტო და დაიწყო პროგრამის „აწარმოე საქართველოში“ დაფინანსება. ძალაშია და მუშაობს „იაფი კრედიტი“ პროგრამაც. მაგრამ ყველა ამ სიახლეს სრულყოფა და დახვეწა სჭირდება. ბიზნესმენებს მათ მიმართ ბევრი შენიშვნა აქვთ – ძვირი უჯდებათ კონკურსში წარსადგენი ბიზნეს-გეგმის გაკეთება, ბანკი იაფი (ბიზნესმენი იხდის მხოლოდ 2%-ს, დანარჩენს სახელმწიფო) კრედიტის გასაცემად გარანტიად ითხოვს სესხთან შედარებით 3-4-ჯერ მეტი ღირებულების ქონებას, რომლის 50% თანადაფინანსებას სახელმწიფო ახდენს, მაგრამ დამწყებ მცირე მეწარმეებს ის დარჩენილი 50%-იც არა აქვთ და მრავალი სხვა.

მისასაღმებელია საქართველოს მთავრობის პოლიტიკა მოსახლეობის სოფელში დაბრუნების ხელშესაწყობად საზღვრისპირა რაიონებში სოფლების აღდგენა-გაშენების შესახებ. ამ შემთხვევაშიც, ბიზნესმენებსაც და მოსახლეობასაც გარკვეული კითხვის ნიშნები უჩნდებათ. მაგალითად, იმის განცხადება, რომ საზღვრისპირა სოფლებში პენსიონერები დავასახლოთ, რა თქმა უნდა, არაფრის მომცემია. იქ ახალგაზრდები უნდა დავასახლოთ და როგორც მეცნიერი ლ. ქარჩავა წერს „...კარგი იქნებოდა აგვეშენებინა მათთვის სახლები, მიგვეცა შინამეურნეობისთვის საჭირო პირობები, პირუტყვი, ფრინველი და ა. შ. ამავე სოფლებში შეგვექმნა მცირე გადამამუშავებელი საწარმოები გარკვეული შეღავათებით გადასახადებთან მიმართებაში.<sup>1</sup>

საქართველოს საზღვრები, იშვიათი გამონაკლისის გარდა, მთებზე გადის. იქ სოფლების გაშენება ან დაცლილ სოფლებში მოსახლეობის დაბრუნება ცარიელი ენთუზიაზმით, პატრიოტიზმით და თუნდაც ოჯახისთვის ახლადდაბადებულ ბავშვზე 200 ლარის გაცემით, ვეღარ მოხდება. ამ საქმის დასაგვირგვინებლად დიდი სტიმულებია საჭირო. ერთჯერადი, თუნდაც მნიშვნელოვანი (2000-3000 ლარი) დახმარებაც არ იქნება ეფექტის მომცემი. ჩემი აზრით, საჭიროა, ამ სოფლების გაშენებამდე ვიფიქროთ იმაზე, თუ რა რესურსი არსებობს, რომ იქ ჩასული მოსახლეობა დავასაქმოთ. საქართველოში სანედლეულო რესურსები ძირითადად ადგილობრივი მნიშვნელობისაა, ანუ იმდენი, რამდენიც მცირე (ან საუკეთესო შემთხვევაში საშუალო) სიმძლავრის საწარმოთა მოწყობისთვის არის საკმარისი. აი, ამ

<sup>1</sup>ქარჩავა ლ., ბიზნეს-გარემო საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები, უ: „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2012, გვ. 12.

საკითხზე უნდა იზრუნოს მთავრობამ და ან თვითონ მოაწყოს ასეთი საწარმოები და იქ ჩასული მოსახლეობა დაასაქმოს, ანდა მათ ამუშავებინოს ისინი მცირე მეწარმეთა სტატუსით. მეტიც, ეს უნდა გაკეთდეს არა მხოლოდ საზღვრისპირა რაიონებში, არამედ, საქართველოს ყველა რაიონში და სოფელში და ადგილობრივ მოსახლეობას მიეცეს მათი დასაქმების შესაძლებლობა. ეს და მხოლოდ ეს გადაარჩენს საქართველოს სოფლებს მოსახლეობისგან დაცლისგან და გამოიყვანს მათ უკიდურესი გაჭირვებიდან.

მცირე საწარმოთა გაშლა-განვითარებაში აქტიური მონაწილეობა უნდა მიიღონ ადგილობრივი მართვის ორგანოებმა. ისინი აღწერენ რა, რაიონში ასამოქმედებლად არსებულ რესურსებს, მათ იქიდან უნდა გამოყონ პრიორიტეტები, შესთავაზონ მათი ამუშავება ადგილობრივ მაცხოვრებლებს სათანადო მატერიალურ-ტექნიკური, ფინანსური, საკონსულტაციო თანადგომით და თან დაუდონ ხელშეკრულება პროდუქციის (თუ მომსახურების) სახელმწიფო შესყიდვაზე. სახელმწიფო შესყიდვა მათთვის იქნება საქმიანობის სტაბილურობის გარანტი, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია ბიზნესში. ამ ყველაფრით იმის თქმა გვინდა, რომ რაც გაკეთდა არ არის საკმარისი. მეწარმეები ყველაზე მეტად მაინც უჩივიან იმას, რომ უძნელდებათ ფინანსური სახსრების მოძიება და ამასთან, აწუხებთ დიდი გადასახადები. რადგან ამას მეწარმეები ამბობენ, უნდა ვიფიქროთ, რომ ეს ასეც არის. ეს ყველაფერი იმას ნიშნავს, რომ საქართველოს მთავრობამ მცირე და საშუალო მეწარმობის განვითარების ახალი სტრატეგია უნდა შეიმუშაოს, რომელშიც სახელმწიფოს როლის საგრძნობი გაძლიერება გამოჩნდება.

ეკონომიკურ განვითარებაში სახელმწიფოს როლის საკითხი ყოველთვის სადისკუსიო თემა იყო და დღესაც არის. სადისკუსიო არ იყო იგი მხოლოდ 1929-33 წლებში, როცა აშშ-ის მთავრობამ მხოლოდ სახელმწიფოს აქტიურობით შეძლო დიდი დეპრესიიდან გამოსვლა. 2007-2008 წლებშიც აშშ-ში იპოთეკურ ბაზარზე განვითარებულმა კრიზისმა სათავე დაუდო ახალ გლობალურ ფინანსურ-ეკონომიკურ კრიზისს. აშშ-მა კვლავაც სხვადასხვა სახელმწიფო ღონისძიებებით თანდათან დასძლია იგი და ზრდის მაღალი ტემპიც უზრუნველყო. აქედან გამომდინარე, ქართველი მეცნიერი, პროფესორი ე. მექვაბიშვილი სვამს ასეთ კითხვას – „სახელმწიფოს ეკონომიკური როლის საგრძნობი გაძლიერება, რასაც გლობალური ფინანსურ-ეკონომიკური კრიზისის დროს ჰქონდა ადგილი (მეცნიერს აშშ-ს კრიზისები აქვს მხედველობაში, შენიშვნა ჩვენია, თ. ხ.), ექსტრემალური გარემოებებით ნაკარნახევი აუცილებლობა იყო თუ გრძელვადიანი პოსტკრიზისული ეკონომიკური

განვითარების კანონზომიერება?“<sup>1</sup> პროფესორ ე. მექვაბიშვილს არა მხოლოდ პოსტკრიზისულ, არამედ უფრო გრძელვადიან პერიოდში ერთ-ერთ პრიორიტეტად სწორედ სახელმწიფოს მიერ აქტიური ეკონომიკური როლის შესრულება მიაჩნია.<sup>2</sup> ამის განსაკუთრებულ აქტიურობას დღეს იგი განსაკუთრებულად ფინანსურ სექტორში (ბიზნესი, სადაზღვევო საქმე, უძრავი ქონებით ვაჭრობა, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციები და სხვები) ხედავს, სადაც მისივე სიტყვებით თუ ვიტყვით, „რეალური სექტორიდან უზარმაზარი რესურსები გადაიქაჩება და სპეკულაციურ ფულად იქცევა“.

დღეს საქართველო ისეთივე პოსტკრიზისულ პერიოდშია, როგორც სხვა ქვეყნები. საქართველოს ფინანსურმა სექტორმა, რომლის მოგებამ ზღვარი არ იცის, უკიდურეს გაჭირვებაში ჩააყენა ისედაც გადატაკებული მოსახლეობა. ბიზნესმენები ხედავენ რა ფინანსური სექტორის მაღალ მოგებას, ორიენტაციას სწორედ ამ სფეროზე იღებენ და არა წარმოებაზე. მაგალითად, 2015 წელს 2011 წელთან შედარებით საქართველოს ფინანსურ სექტორში 6479-ით მეტი ორგანიზაცია (ლომბარდები, ვალუტის გადამცვლელი პუნქტები, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციები და სხვები) გაიხსნა, სოფლის მეურნეობაში კი მხოლოდ 999 ერთეულით მეტი.<sup>3</sup>

სპეციალისტები წერენ, რომ ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ადგილი აქვს წარმოების როლის გააქტიურებას.<sup>4</sup> ეს ბუნებრივიცაა, რადგან, ქვეყანა საკუთარ მოთხოვნილებებს (განსაკუთრებით კვების პროდუქტებზე) მინიმალურ დონეზე მაინც უნდა იკმაყოფილებდეს. ასეთ დროს საქართველოში სწორედ წარმოების სექტორი, განსაკუთრებით აგრარული სექტორია კატასტროფულად ჩამორჩენილი. პროფესორი რ. ასათიანი წერს, რომ „საქართველოს აგრარულმა სექტორმა უნდა შეძლოს შიდა საწარმოო და სამომხმარებლო მოთხოვნის გარკვეულწილად დაკმაყოფილება“.<sup>5</sup> მას არ მიაჩნია მისაღებად, რომ საქართველოში კვების პროდუქტების 80-90% იმპორტირებულია. ამ აზრს იგი გამოთქვამს ქვეყნის

<sup>1</sup> მექვაბიშვილი ე., ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტები პოსტკრიზისულ პერიოდში, საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების ეკონომიკისა და ეკონომიკური მეცნიერების განვითარების აქტუალური პრობლემები, თსუ, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, თბ., 2014, 27-28 ივნისი, გვ. 41-42.

<sup>2</sup> იქვე, გვ. 42.

<sup>3</sup> მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2016, გვ. 23.

<sup>4</sup> May B., В ожиданий новой модели роста: социально-экономическое развитие России в 2013 годы, «Вопросы экономики», №2, 2014, გვ. 7.

<sup>5</sup> ასათიანი რ., ეკონომიკური უსაფრთხოება სახელმწიფო რეგულირების სისტემაში, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული - „ინოვაციური ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში“, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, თბ., 2016 (1-2 ივლისი), გვ. 22.



ეკონომიკური უსაფრთხოების უზრუნველყოფისთვის, თუმცა არ იძლევა წინადადებებს თუ როგორ, რა გზებით შეიძლება მოხდეს იმპორტჩანაცვლება.

ჩემი აზრით, მეწარმეები, კერძოდ მცირე (მ. შ. მიკრო) და საშუალო მეწარმეები უნდა შემოვებრუნოთ წარმოების სექტორისკენ. ეს არა მხოლოდ ჩვენი აზრია. იგივე აზრს გამოთქვამს პროფესორი ლ. ქადაგიშვილი, როცა წერს: „ქვეყნის ეკონომიკის განვითარება შეუძლებელია მისი რეალური სექტორის, განსაკუთრებით მრეწველობის დარგის განვითარების გარეშე“.<sup>1</sup> ეს შესაძლებელია მხოლოდ მისი ინვესტიციური მიმზიდველობის ამადლებით, საგადასახადო შეღავათებით (საწყის წლებში კი საერთოდ გადასახადების გაუქმებით) და ა. შ. აღვნიშნავთ იმასაც, რომ მართალია საწარმოო სექტორის განთავისუფლება გადახასადებისგან სწორედ საწყის წლებში მნიშვნელოვნად შეამცირებს საქართველოს ბიუჯეტს, და ეს იქნება მისი უარყოფითი შედეგი, მაგრამ სამაგიეროდ, ადგილობრივი, სამამულო წარმოება განვითარდება და საქართველოს მოსახლეობა დასაქმდება. ამასთან, გადასახადებისგან განთავისუფლება მხოლოდ ერთი ორი წელი იქნება საჭირო. ერთი სიტყვით, საქართველოს აგრარულ და სამრეწველო სექტორში ბიზნეს-გარემო კარდინალურად უნდა შეიცვალოს. ეს უნდა გაააქეთოს სახელმწიფოს მთავრობამ. სპეციალისტები წერენ და მეც ვემხრობი მათ, რომ მანამ სანამ საქართველოს ეკონომიკა არ გაძლიერდება და მოსახლეობის უმუშევრობა და სიღატაკე არ დაიძლევა, ქვეყნის მთავრობას არა აქვს უფლება საზოგადოება, მისი ბედი და იღბალი ბაზრის სტიქიურ ძალებს „მიუგდოს“ და სოციალურად არ დაიცვას იგი. ამას კი იგი შეძლებს თავისი ეკონომიკური ძალის ზრდით, რომელიც პირველ რიგში უნდა გამოიხატოს წარმოების სექტორში (აგრარული და დამამუშავებელი სფეროები) მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციური განვითარებით. ამის მაგალითს ჩვენი მეზობელი სომხეთიც კი იძლევა. სომხეთში მოქმედი „მცირე და საშუალო მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის“ კანონი, რომელიც ასეთ საწარმოებზე მნიშვნელოვან შეღავათებს ითვალისწინებს ვრცელდება ეკონომიკის რეალურ სექტორზე და არ ვრცელდება „საკრედიტო, სადაზღვევო, საინვესტიციო კომპანიებზე, სათამაშო სახლებზე, ლომბარდებზე, ფასიანი ქაღალდების ბაზრის სუბიექტებზე და სხვა“.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ქადაგიშვილი ლ., მეწარმეობის განვითარება საქართველოში: ანალიზი, შეფასება, პერსპექტივები, *ქ. „ეკონომიკა და ბიზნესი“*, ტ. IX, №2, 2016, გვ. 69.

<sup>2</sup> გოგიაშვილი ი., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში, *დისერტაცია*, 2009, გვ. 81.

### II.3. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ევროკავშირის ქვეყნებში

საერთაშორისო, განსაკუთრებით კი ევროპულ სივრცესთან კავშირების დამყარება საქართველოში ბიზნესის განვითარების მნიშვნელოვან წინაპირობას წარმოადგენს. საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების დადების შემდეგ საქართველოს მოეთხოვება ევროკავშირში მეწარმეობის განვითარების პრინციპებით მუშაობა და მათთან თავსებადობის მიღწევა. ეს ეხება საქართველოს ეკონომიკის ყველა დარგს, ქვედარგს და სექტორს. მათ შორის ერთ-ერთია მცირე და საშუალო ბიზნესი.

ამის უზრუნველსაყოფად აუცილებელია ვიცოდეთ, თუ რა პრინციპებით, რა მასშტაბებით, როგორი სტრატეგიით და პოლიტიკით ვითარდება ევროპაში მცირე და საშუალო ბიზნესი, მცირედენი გადახვევის შემდეგ ამის შესახებ ქვემოთ მექნება საუბარი.

XXI საუკუნის დასაწყისისთვის ევროპა, რომელიც მოიცავს 42 საახელმწიფოს, პოლიტიკურად ერთ-ერთ სტაბილურ და ეკონომიკურად განვითარებულ რეგიონადაა აღიარებული.

ევროპამ უდიდესი ზოგადსაკაცობრიო კულტურა შექმნა, განავითარა მეცნიერება და ტექნიკა, გახდა გამათავისუფლებელი მოძრაობისა და დემოკრატიისთვის მებრძოლთა სამაგალითო კონტინენტი. აქ დაიბადა და განვითარდა სამარადისო და სამართლიანი სამყაროს იდეები, კონტინენტის ბედისადმი ხალხთა საერთო პასუხისმგებლობა, აღმოცენდა კონსესუსის იდეა და სხვა.

ევროპაზე მოდის მსოფლიოს მთლიანი შიდა პროდუქციის 30% და მსოფლიო ტურისტთა 7%. ევროპის 13 პოსტინდუსტრიულ სახელმწიფოში მოქმედებს ერთიანი ვალუტა – ევრო.<sup>1</sup>

ევროპის 28 სახელმწიფოს შექმნილი აქვს ეკონომიკური და პოლიტიკური გაერთიანების უმაღლესი ფორმა – ევროკავშირი მმართველობის მუდმივმოქმედი ორგანიზაციებით და სტრუქტურებით.

ევროპიული ცივილიზაცია დედამიწის სხვადასხვა რეგიონში ინტენსიურად ვრცელდება. ყალიბდება ახალი სახელმწიფოებრივი კონტაქტები. ერთ-ერთი ასეთი კონტაქტია საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმება.

ევროპული ღირებულებები უნივერსალური ხასიათისაა და ყველა ეპოქას, საზოგა-

<sup>1</sup> ჯოლია გ., *ქვეყანათმცოდნეობა*, თბ., 2006, გვ. 44.

დოებას თუ სახელმწიფოს ერთნაირად მიესადაგება.<sup>1</sup> საქართველო ისწრაფვის გახდეს ევროპულ ფასეულობებზე დაფუძნებული ქვეყანა და მოახდინოს ევროპასთან ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტეგრაცია. დღეს, ევროკავშირი აღიარებს იმ დიდ როლს, რომელსაც ასრულებს მცირე და საშუალო ბიზნესი ევროპულ ეკონომიკაში. ამიტომ, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თვალსაზრისით საქართველომ უნდა გაიცნოს და გაიაზროს ამ სფეროში ევროპული გამოცდილება.

2016 წლის ინფორმაციით ევროკავშირის ქვეყნებში 22 299 323 საწარმოა, რომელთაგან 20 674 120 არის მიკრო, 1 359 071 – მცირე, 222 071 – საშუალო და 4 4061 – მსხვილი. მაშასადამე, ევროკავშირში საწარმოთა 99.6% არის მცირე და საშუალო სიდიდის. მათი უმრავლესობა, კერძოდ, 91,7% მიკროსაწარმოებია, 69% – მცირე, ხოლო 1.0% – საშუალო სიდიდის საწარმოები.<sup>2</sup> (იხ. ცხრილი 11). ევროპის მცირე და საშუალო ბიზნესში 88.8 მლნ ადამიანია დასაქმებული, ანუ მთლიანად დასაქმებულთა 67%, ეს სექტორი აწარმოებს წარმოებული საქონლის საერთო მოცულობის 59%-ს და ასრულებს მთლიანი ბრუნვის 58%-ს (2015 წლის ინფორმაციით საქართველოში ეს მაჩვენებლები შესაბამისად შეადგენდა: 43.1, 19,6 და 17.5 პროცენტს). როგორც ამ ცხრილიდან ჩანს, ევროპაში საწარმოთა საერთო რაოდენობაში საშუალო საწარმოებს მხოლოდ 1,0% უკავიათ, მაგრამ მათი ჯამური ბრუნვა ცალკე აღებულ მიკროსაწარმოების ბრუნვასაც აჭარბებს და მცირე საწარმოების ბრუნვასაც (იხ. ცხრილი 12). იგივე არ ითქმის დამატებულ ღირებულებაზე და დასაქმებაზე. დამატებული ღირებულების შექმნაში მათი წილი მხოლოდ 18%-ია, ხოლო დასაქმებაში 17.1%. ეს მაშინ როცა მიკრო და მცირე საწარმოებს ერთად უკავიათ პირველ შემთხვევაში 40% (21+19=40), ხოლო მეორე შემთხვევაში 49.2% (29+20.2). ევროკავშირის ქვეყნების მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა შრომის ანაზღაურება საკმაოდ მაღალია ერთ დასაქმებულზე საშუალო საწარმოებში წელიწადში გაიცემა 31000 ევრო, მცირე საწარმოებში 29 000 ევრო, ხოლო მიკრო საწარმოებში 25 000 ევრო.<sup>3</sup>

განვითარების ის დონე, რომელსაც მიაღწია ევროპის ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესმა ძირითადად ამ ქვეყნების და აგრეთვე საერთაშორისო ფინანსური ორგანიზაციების მხარდაჭერით არის მიღებული. ეს თანხები ცოტა არ არის, იგი მღრღ დოლარებში იზომება (იხ. ცხრილი 13).

<sup>1</sup> კეშაპიძე შ., ევროპული ღირებულებები საქართველოსთვის, ჟ. „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2013, გვ. 66.

<sup>2</sup> *Annual Report – EU SMEs 2015-2016.*

<sup>3</sup> Мицкий А., *Кредитно-финансовая поддержка функционирования и развития малого и среднего бизнеса, ставрополь, 2007. გვ. 26.*

ევროკავშირის პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებები მცირე და საშუალო ბიზნესთან მიმართულებით არის შემდეგი:<sup>1</sup>

1. ნორმატიული ბაზისა და ადმინისტრაციული პროცედურების გამარტივება;
2. მცირე და საშუალო საწარმოთა ინტერესების დამცველი ასოციაციების მონაწილეობა ევროკავშირში გადაწყვეტილებების მიღებისას;
3. ახალი სამუშაო ადგილების შემქმნელი მცირე და საშუალო საწარმოების ფინანსური მხარდაჭერა;
4. მცირე და საშუალო საწარმოების დახმარება კვლევების, ინოვაციების და კადრების მომზადების საკითხებში;
5. „ერთიანი ბაზრის“ ფუნქციონირებაში დარღვევებისა და მასში ისეთი კონკურენციის აღმოფხვრა, რომელიც ამცირებს მცირე და საშუალო საწარმოების მოქმედების ეფექტიანობას;
6. მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება, მათ შორის საგარეო ბაზრებზე მათი გასვლის მიზნით;
7. ევროკავშირის მოსახლეობას შორის მეწარმეობრივი სულის კულტივირება და მცირე და საშუალო საწარმოების შორის თანამშრომლობის სხვადასხვა ფორმების მხარდაჭერა.

**ცხრილი 11**

**ბიზნესსუბიექტების რაოდენობა ევროპის ზოგიერთ ქვეყნებში<sup>2</sup>**

ქვეყნები	მიკროსაწარმოები	მცირე საწარმოები	საშუალო საწარმოები	მსხვილი საწარმოები	სულ საწარმოები
სულ ევროკავშირი: რაოდენობა ხვ. წონა %	20674120 91.7	1359071 6,9	222071 1,0	44061 0,4	22299323 100
მათ შორის:					
ჩეხეთი რაოდენობა ხვ. წონა %	995046 96.2	31140 3.0	6430 0.6	1492 0.1	1034108 100
შვედეთი რაოდენობა ხვ. წონა %	646106 94.6	30319 4.4	5351 0.8	1015 0.1	682791 100
პორტუგალია რაოდენობა ხვ. წონა %	746474 95.2	31921 4.1	4921 0.6	754 0.1	784064 100
ირლანდია რაოდენობა ხვ. წონა %	146277 89.0	14564 8.8	2870 1.7	478 0.3	164189 100

<sup>1</sup> იქვე, 2013, გვ. 57.

<sup>2</sup> Растушин малый и средний бизнес в России и за рубежом, М., 2010, <http://www.rcsme.ru>

მცირე და საშუალო ბიზნესის ეკონომიკური მაჩვენებლები  
ევროკავშირის ქვეყნებში 2015 წელს<sup>1</sup>

		მიკრო საწარმოები	მცირე საწარმოები	საშუალო საწარმოები	მსხვილი საწარმოები	სულ
1	ბრუნვა: მლნ ევრო ხვ. წილი %	4402000 19	4504000 19	4564000 20	9917000 42	23388000 100
2	დამატებული ღირებულება: მლნ ევრო ხვ. წილი %	1251000 21	1132000 19	1070000 18	2537000 42	5990000 100
3	დასაქმებულთა რიცხვი: მლნ კაცი ხვ. წილი %	38,8 29	27,1 20,2	22,9 17,1	44,9 33,5	133,7 100

მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი საფინანსო-საკრედიტო  
მხარდაჭერის მოცულობა ევროპის ზოგიერთ ქვეყანაში<sup>2</sup>

		თანხა	გერმანია	საფრანგეთი	იტალია	დიდი ბრიტანეთი
1	ინფრასტრუქტურული მხარდაჭერა	მლრდ დოლარი	1,8	1,5	5,05	1,37
2	კრედიტები	მლრდ დოლარი	61,9	9,2	15,2	6,3
3	გრანტები	მლრდ დოლარი	-	4,7	-	6,3

ევროკავშირის წევრი-სახელმწიფოების ეროვნული პოლიტიკა მიზნად ისახავს ბიზნესისათვის უკეთესი პირობების შეთავაზებას, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, წარმოების ზრდის უზრუნველყოფას. ევროკავშირის ერთ-ერთ მთავარ ამოცანას წარმოადგენს „სოციალური და ეკონომიკური შერწყმის“ პრინციპის ცხოვრებაში გატარება, რომელიც მიმართულია იქეთკენ, რომ სხვადასხვა ეკონომიკური განვითარების მქონე რეგიონებსა და სოციალური ჯგუფების წარმომადგენლებს მიანიჭოს თანაბარი შესაძლებლობები. ეს პრინციპი გულისხმობს, რომ ყველაზე გაჭირვებულ რეგიონებსა და სოციალურ ჯგუფებს უპირველესად უნდა გაეწიოს დახმარება.

<sup>1</sup>Annual Report-EU SMEs 2015-2016.

<sup>2</sup>კოვიაშვილი ო., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები, დისერტაცია, 2013, გვ. 57.

ევროკავშირი მუშაობას არ წყვეტს მცირე და საშუალო ბიზნეს-სუბიექტების მეთოდოლოგიური დახმარებისთვის. 2008 წელს ევროკავშირმა მიიღო „მცირე ბიზნესის აქტი“, რომელშიც მოცემული პრინციპები რეკომენდებულია გასატარებლად ევროპაშიც და სხვა ქვეყნებშიც. ამ პრინციპების გაცნობა და დანერგვა პრაქტიკაში მეტად დიდ სარგებელს მოუტანს საქართველოსაც. ამ პრინციპებს შორისაა ის საკითხებიც, რომლებსაც პრობლემების რანგში ასახელებენ ქართველი მეწარმეები. ესენია: სამეწარმეო განათლების ამაღლება, ფინანსებისადმი ხელმისაწვდომობა, რეგულაციების დანერგვა, მართვის უნარის დახვეწა, საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა და სხვა.<sup>1</sup>

ევროკავშირს მცირე და საშუალო ბიზნესს დახმარების საკმაოდ მწყობრივ სტრუქტურა აქვს. ევროკავშირის ყველა წევრ-სახელმწიფოში არსებობს როგორც სახელმწიფო, ისე კერძო ორგანიზაციები, რომელთა მიზანსაც მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა და განვითარება წარმოადგენს. ამასთან ევროკავშირის თითოეულ სახელმწიფოში მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების პოლიტიკას შეიმუშავენ ძირითადად ეკონომიკის და/ან მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროები, სხვა სამინისტროები კი აქტიურად ერთვებიან მისი განვითარების მხარდაჭერის საკითხში.

დღეისათვის ევროკავშირის ქვეყნებში არის 5000-ზე მეტი მხარდამჭერი ასეთი ორგანიზაცია. მცირე ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების რაოდენობის ზრდამ 2004წლიდან 2008 წლამდე 30% შეადგინა. ორგანიზაციების რაოდენობის მხრივ ლიდერები არიან: გერმანია (17%), საფრანგეთი (15%), ნიდერლანდები (12%). კანადაში და აშშ-ში აღნიშნული ორგანიზაციების რაოდენობა 2400-ს უახლოვდება.<sup>2</sup>

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელიც ტარდება ევროპაში მცირე და ნაწილობრივ საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერისას, არის მათი შეღავათით დაბეგვრის საკითხი.

ქვემოთ წარმოვადგენთ ევროპის ქვეყნებში ასეთი შეღავათიანი დაბეგვრის მაგალითებს (ცხრილი 14).

როგორც ამ ცხრილიდან ჩანს, ევროპის უმრავლეს ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი სარგებლობს ან სპეციალური საგადასახადო რეჟიმით, ანდა სხვა სახის შეღავათებით (გამარტივებული ბუღალტერია, საინვესტიციო შეღავათები, დაჩქარებული ამორტიზაცია და სხვა).

<sup>1</sup> A “Small” Business Act (SBA) for Europa, Brussels, 25.06.2008.

<sup>2</sup> მცირე ბიზნესის დაკრედიტების ვებ-გვერდი- [www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness.html](http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness.html)

მცირე ბიზნესის სპეციალური საგადასახადო რეჟიმები ევროპის ზოგიერთ განვითარებულ ქვეყანაში და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში<sup>1</sup>

ქვეყანა	საგადასახადო რეჟიმი
ავსტრია	არ არის სპეციალური საგადასახადო რეჟიმები მცირე ბიზნესისათვის
ბელგია	საწარმოებს 13 მლნ ბელგიურ ფრანკზე ნაკლები შემოსავლით უფლება აქვთ ისარგებლონ შემცირებული საგადასახადო განაკვეთით, 25 000 ევრომდე შემოსავალზე 24,3%-ით, 90 000 ევრომდე - 31,9%-ით
სერბეთი	მეწარმეებს შეუძლიათ აირჩიონ გადასახადი მთლიან ამონაგებზე 2% განაკვეთით. პირობები: არაუმეტეს 50 დასაქმებულისა; ბრუნვა არაუმეტეს საშუალოთვიური ხელფასის 8000 - მაგი ოდენობისა; აქტივების საშუალო ღირებულება არაუმეტეს საშუალოთვიური ხელფასის 6000 - მაგი ოდენობისა.
ბელგია	ინდივიდებისათვის ბიზნესის განსაკუთრებულ სექტორებში, 75 000 ლევზე ნაკლები წლიური ბრუნვით
უნგრეთი	მცირე საწარმოებს შეუძლიათ აირჩიონ დეტალიზებული ალტერნატიული გადასახადი ნაცვლად პერსონალურ შემოსავლებზე გადასახადისა და დღგ-სა
ლატვია	სპეციალური სისტემა არ არის
ლიტვა	გადასახადს სავარაუდო შემოსავალზე ირჩევენ ფირმები, რომელთა მთლიანი შემოსავალი 100 000 ლიტზე ნაკლებია (26 000 დოლარი)
მაკედონია	ფიქსირებული თანხა
დიდი ბრიტანეთი	მცირე ბიზნესის გადასახადი (მცირე საწარმო არაუმეტეს 1,5 მლნ ფუნტის ბრუნვით). მცირე ბიზნესი 300 ათასი ფუნტზე ნაკლები ბრუნვით, იბეგრება 20%-იანი განაკვეთით. ბიზნესი ბრუნვით 300 ათასიდან 1,5 მლნ ფუნტამდე, იბეგრება მცირე ბიზნესის ზღვრული შეღავათით, რომელიც გაინგარიშება 11/400 წილით.
ღანია	არ არის სპეციალური საგადასახადო რეჟიმები მცირე ბიზნესისათვის
გერმანია	არ არის სპეციალური საგადასახადო რეჟიმი მცირე ბიზნესისათვის, თუმცა მცირე ბიზნესს ეძლევა რამდენიმე შეღავათი: საწარმოები წლიური გაყიდვებით არაუმეტეს 350 000 ევროსა ან სამეწარმეო შემოსავლით არაუმეტეს 30 000 ევროსი, სარგებლობენ გამარტივებული საბუღალტრო აღრიცხვით. საინვესტიციო შეღავათები: საწარმოები არაუმეტეს 17 500 ევროს წლიური ბრუნვით არ იხდიან დღგ-ს. დღგ ჩვეულებრივ, ინგარიშება დარიცხვის მეთოდით, მაგრამ ფირმებისათვის ბრუნვით არაუმეტეს 125 000 ევროსი, დაშვებულია საკასო მეთოდის გამოყენება.
ირლანდია	არ არის სპეციალური გადასახადები მცირე ბიზნესისათვის
ნდორლანდები	არ არის მოქმედი სპეციალური საგადასახადო რეჟიმი მცირე ბიზნესისათვის. თუმცა ვაჭრობისათვის და საცალო ვაჭრობისათვის ხელმისაწვდომია დღგ-ს გადახადის გამარტივებული მეთოდები.

ყოველივე ამის მიუხედავად ევროკავშირის მცირე და საშუალო ბიზნესსაც აქვს პრობლემები. ძირითადად ესენია:<sup>2</sup> მომხმარებელთა პოვნა – 25%. კონკურენცია –

<sup>1</sup>Englischalk M., *Creating a variable Tax Environment for Small Business Development in Transition Countries*. Paper presented at Conference on the Hard-to-Tax. Andrew Young, School of Public Policy, Georgia State University, 2003.

<sup>2</sup> *Annual Report – EU SMEs 2015-2016*.

14%. რეგულაციები – 13%. პროფესიონალიზმი – 10%. ფინანსებზე წვდომა – 10%. პროდუქციის ღირებულება – 13%. დანარჩენი – 15%.

რაც შეეხება ევროპის ცალკეულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას და სახელმწიფოს მხრიდან მათ მხარდაჭერას, აქ ასეთი მდგომარეობაა:

**დიდი ბრიტანეთი** ის ქვეყანაა, რომელშიც ჯერ კიდევ XVIII საუკუნეში ორთქლის მანქანის გამოგონებით მსხვილ, ინდუსტრიულ წარმოების განვითარებას ჩაეყარა საფუძველი. ამის მიუხედავად, არც მაშინ და არც შემდეგ, დიდი ბრიტანეთის მთავრობას არა თუ არ შეუწყვეტია მცირე და საშუალო საწარმოებზე ზრუნვა, არამედ, გააძლიერა კიდევაც.

ამჟამად დიდ ბრიტანეთში:<sup>1</sup>

- 2600 000 მცირე და საშუალო საწარმოა;
- მცირე ბიზნესში დასაქმებულია 13,6 მლნ ადამიანი;
- საწარმოთა საერთო რიცხვში მცირე და საშუალო ბიზნესს უკავია 99%;
- 1000 სულ მცხოვრებზე ანგარიშით გახსნილია და ფუნქციონირებს 46 მცირე და საშუალო საწარმო;
- 1980 წელთან შედარებით მცირე და საშუალო ფირმების რაოდენობა 200 000-დან 2600 000-მდე ანუ 13-ჯერ არის გაზრდილი.

დიდ ბრიტანეთში შექმნილია მცირე საწარმოთა განვითარების სამსახური, რომელიც მოწოდებულია უზრუნველყოს ამ საწარმოთა პოტენციალის სრულად გამოვლენა, გამოხატოს და დაიცვას მათი ინტერესები მართვის ცენტრალურ და ადგილობრივ ორგანოებში, აგრეთვე ევროკავშირში.

სახელმწიფო ხელშეწყობა ითვალისწინებს მცირე ბიზნესისათვის დახმარების პროგრამებს, რომლებიც შეიძლება დაიყოს შემდეგ ჯგუფებად:<sup>2</sup>

- ახალი და მოქმედი ფირმების კონსულტაციის პროგრამები;
- ფინანსური დახმარების განხორციელების პროგრამები;
- მცირე ფირმების საექსპორტო საქმიანობის ხელშეწყობის პროგრამები;
- მცირე ფირმების დახმარების რეგიონული პროგრამები (შოტლანდიაში, უელსში, ჩრდილოეთ ირლანდიაში).

დიდ ბრიტანეთში მოქმედებს მცირე საწარმოებზე გარანტირებული სესხების

<sup>1</sup>Растушин малый и средний бизнес России и зарубежом, М., 2010, <http://www.rcsme.ru>

<sup>2</sup>გოგიაშვილი ო., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები, დისერტაცია, 2013, გვ. 74.



პროგრამა. პროგრამის მიხედვით, მცირე ბიზნესის სამსახური კომერციულ ბანკს მცირე საწარმოს გადახდისუუნარობის შემთხვევაში კრედიტების 75%-მდე დაბრუნების გარანტიას აძლევს. სესხების კონკრეტული პირობების დადგენა არის კომერციული ბანკის პრეროგატივა, ხოლო სახელმწიფო ორგანოები ღებულობენ გადაწყვეტილებას მხოლოდ მისი გარანტიების შესრულების შესახებ.<sup>1</sup>

ბრიტანეთის მთავრობის და საზოგადოების ერთობლივი ძალისხმევით შედეგად, ბრიტანეთის მცირე საწარმოები ყველაზე საიმედონი არიან ევროპაში. ეს დადასტურებულია კვლევებით, რომელიც ჩატარდა დიდი ბრიტანეთის ვაჭრობის და მრეწველობის დეპარტამენტის მიერ ევროპის ცხრა სახელმწიფოში. დიდ ბრიტანეთში ახლად რეგისტრირებული მცირე საწარმოების 90%-ზე მეტი ერთ წელიწადზე მეტ ხანს ფუნქციონირებს, ხოლო 70% – სამი და მეტი წლის განმავლობაში.<sup>2</sup>

**გერმანიაში** საწარმოთა საერთო რაოდენობის 99% მცირე და საშუალო საწარმოებია. ამ კატეგორიის საწარმოებში მუშაობს დაქირავებულ მუშაკთა საერთო რიცხვის 60%-ზე მეტი. ამასთან მათზე მოდის ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 50%.<sup>3</sup> ისინი ძირითადად მომსახურების სფეროში ფუნქციონირებენ.

გერმანია მეწარმეთა ფენის ჩამოყალიბებას, რაც ძირითადად მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებით ხდება, ყოველთვის დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა. გერმანიამ გაანთავისუფლა მცირე ბიზნესი ბრუნვის გადასახადისგან და აპირებს შეღავათების დაწესებას საწარმოთა ერთპიროვნულ მფლობელებზე.<sup>4</sup> როცა ფირმის მოგება წელიწადში 2 მლნ მარკაზე ნაკლებია, მას უნახვევრდება მოგების გადასახადი,<sup>5</sup> გერმანიაში მოქმედებს „საწესდებო კაპიტალის შევსების პროგრამა. არსებობს საინვესტიციო გრანტიც, რომელიც, ასევე, მეწარმის სასტარტო კაპიტალის შესავსებად არის გამიზნული.

გერმანიაში ამჟამად 2,29 მლნ მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოა. 1000 მცხოვრებზე მოდის 37 საწარმო. გერმანიის მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებში 18,5 მლნ ადამიანია დასაქმებული.

გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერა შეიცავს 500-ზე მეტ ფედერალური და რეგიონული მნიშვნელობის პროგრამებს, რომლებიც

<sup>1</sup> იქვე.

<sup>2</sup> გოზიაშვილი თ., მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები, დისერტაცია, 2013, გვ. 74.

<sup>3</sup> შურდია თ., მცირე ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2010, გვ. 144.

<sup>4</sup> გობჯიშვილი ე., საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის სახელმწიფო რეგულირების სრულყოფის მიმართულებები, 2013, დისერტაცია, გვ. 49.

<sup>5</sup> ლუღუშაური ზ., ბალიაშვილი ე. და სხვები, მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა, 2004, გვ. 90.

ხელს უწყობენ ინვესტიციურ აქტივობებს. მხარდაჭერა გამოიხატება ტექნოლოგიებისა და შესაბამისი ეკონომიკური ინფორმაციის მიწოდებაში, აგრეთვე სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ეკონომიკურ და ტექნიკურ კონსულტაციებში, მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელმძღვანელების და მუშაკების კვალიფიკაციის ამაღლებასა და სწავლების დაფინანსებაში.

გარდა ამისა, ხდება დახმარების გაწევა საწარმოს საწყისი კაპიტალის ფორმირებაში, როდესაც საქმე გვაქვს უპირატესად გრძელვადიან დაბანდებასთან (მაგალითად, რაციონალიზაცია, მოდერნიზაცია, გაფართოება, საწარმოს სიმძლავრეთა გაზრდა).

მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტერესები დაცულია სპეციალური კანონებით და სამართლებრივი აქტებით (ანტიმონოპოლური კანონმდებლობის დებულებები და საბუღალტრო აღრიცხვის ნორმატიული დოკუმენტები). მათი ნაწილი უკავშირდება ინვესტიციებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინფრასტრუქტურის შესაქმნელად.

მნიშვნელოვანია აგრეთვე მცირე და საშუალო ბიზნესის ირიბი დახმარება: მოქმედებს საგადასახადო შეღავათები, რომლებიც ათავისუფლებენ ამ კატეგორიის საწარმოებს საშემოსავლო გადასახადისაგან გარკვეულ ფარგლებში და მოქმედებს ამორტიზაციის განსაკუთრებული ნორმები წარმოებაში ინვესტიციების სტიმულირებისათვის.

გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესის პირდაპირი მხარდაჭერის შემდეგი სახეები მოქმედებს:<sup>1</sup>

- სახელმწიფოში საინვესტიციო წანამატები ან სუბსიდიები, რომლებიც ძალზე იშვიათად გაიცემა დაბრუნების პირობით. მათ გაანგარიშებას საფუძვლად უდევს ინვესტიციების გეგმიური მოცულობა. წანამატები არ იბეგრება და გამოიყენება მოთხოვნის საფუძველზე. სუბსიდიები კი იბეგრება და მათი წარდგენა ხდება გამანაწილებელი ორგანოს მოთხოვნით;
- შეღავათიანი კრედიტების გაცემა, რომელიც ხშირად გამოიყენება ფედერალურ და რეგიონულ დონეზე. შეღავათიანი კრედიტებს უწოდებენ ფარულ ფინანსურ დახმარებას, რადგან ეს თანხა წარმოადგენს საბაზრო და შეღავათიან საკრედიტო განაკვეთებს შორის სხვაობას (საკრედიტო სუბსიდია).

სახელმწიფო პროგრამების ფარგლებში შეღავათიანი კრედიტების გაცემის დოტაციები შეადგენს თანხის 3-10%-ს. სპეციალიზებული ბანკების პროგრამების თანახმად, რომელთა დაფინანსება ხდება საკუთარი სახსრებით, საკრედიტო

<sup>1</sup>Institut für Mittelstandsforschung Bonn – [www.ifm-bonn.org](http://www.ifm-bonn.org)

განაკვეთები მიახლოებულია საბაზრო განაკვეთებთან, ე. ი. კრედიტების ღირებულება მნიშვნელოვნად მაღალია, ვიდრე ფედერალური ან მიწების პროგრამები.

მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის შეღავათიანი კრედიტების გაცემა წარმოებს საერთო წესების მიხედვით, ე. ი. უპირატესობა არ ეძლევა არც ერთ განმცხადებელს და ყურადღება ექცევა მხოლოდ კრედიტუნარიანობას. კრედიტის მისაღებად განაცხადები წარედგინება გერმანულ კომერციულ ბანკებს, რომლებიც ახდენენ კრედიტების გაცემას და შემდგომში მუშაობენ კლიენტებთან.

შეღავათიანი კრედიტის გაცემის პირობები გულისხმობს:

- დაბალ საპროცენტო განაკვეთს (როგორც წესი, კრედიტის გაცემის მთელ პერიოდში);
- კრედიტის გაცემის ხანგრძლივ პერიოდს (ხშირად ათი წელი, თანაც მინიმუმ პირველი ორი წლით საწარმო თავისუფალია ყველა სახის გადასახადისაგან);
- აღებული თანხების დაბრუნების შესაძლებლობას ნებისმიერ დროს (ხშირად დამატებითი გადასახადების გარეშე);
- წილობრივ დაფინანსებას (სპეციალიზებული ბანკების დაფინანსება გამოყენება საინვესტიციო პროექტის ნაწილზე, პროექტის დარჩენილი ნაწილი უნდა დაფინანსდეს ინვესტორის მიერ ან სხვა სახის სესხებით).

საწარმოს გახსნისას, ინვესტიციების 40%-მდე შესაძლებელია დაფინანსდეს გარანტიების გარეშე. მათ შორის, სესხი ურპოცენტოა პირველი ორი წლის განმავლობაში. გაიცემა 20 წლამდე და არ ექვემდებარება დაბრუნებას პირველი 10 წლის განმავლობაში (მაქსიმალური თანხა 1 მლნ მარკა ან მისი ექვივალენტი). ასეთი დაფინანსება ჩაენაცვლება დამწვები მეწარმის საწყის კაპიტალს და სახელმწიფო იღებს საკუთარ თავზე თანხის დაუბრუნებლობის რისკს. არასაკმარისი კაპიტალის უდიდესი წილი შეიძლება მიღებული იქნას სპეციალური შეღავათიანი კრედიტების სახით, რომელიც გაიცემა დამწვებ მეწარმეზე. კრედიტის გაცემა ხდება 20 წლამდე ვადით, წლიური 5%-ით და იფარება საინვესტიციო პროექტის ღირებულების 50%-მდე (მაქსიმალური თანხა 1 მლნ მარკა ან მისი ექვივალენტი). სახელმწიფო პროგრამების და სპეციალიზებული ბანკების პროგრამების საშუალებით შეიძლება მოხდეს კერძო საინვესტიციო კომპანიების წილობრივი მონაწილეობით დაფინანსება ახალ და მოქმედ მცირე და საშუალო საწარმოების კაპიტალში. შესატანი წილის მაქსიმალური ოდენობა – 1,5 მლნ მარკა 10 წლამდე ვადით. ამ შემთხვევაში სრული პასუხისმგებლობა ეკისრებათ საინვესტიციო კომპანიებს.

გერმანიაში არსებობს სპეციალიზებული საგარანტიო ბანკები, რომლებიც

იღებენ საკუთარ თავზე რისკს კრედიტის 10%-მდე დაუბრუნებლობის შემთხვევაში, ან ფლობენ კაპიტალის წილს (არა უმეტეს 1,5 მლნ მარკა). ეს მნიშვნელოვანია ისეთი მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის, რომელთაც არ აქვთ (ან თითქმის არ აქვთ) სესხის აღების შესაძლებლობა. საგარანტიო ბანკის რისკის 60%-მდე ფარავს ფედერაცია და მიწა, რომელზეც განლაგებულია ბანკი.

წანამატებისა და სუბსიდიების გარდა რეგიონული მხარდაჭერის ინსტრუმენტს წარმოადგენს ამორტიზაციის შეღავათიანი რეჟიმი. პირველ რიგში, იგი ეხება სახელმწიფო პროგრამის ფარგლებში აღმოსავლეთ მიწების ეკონომიკის აღორძინების საინვესტიციო კრედიტებს (კრედიტის მაქსიმალური თანხაა 2 მლნ მარკა 5-დან 20 წლამდე პერიოდით და პირველი 5 წლის განმავლობაში გადახდის გადავადებით. 20 წლის მყარი საპროცენტო ტარიფით – წლიურად 5%-მდე).

სახელმწიფოს მიერ აგრეთვე ხდება მცირე და საშუალო ბიზნესის სუბსიდირება საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობისას. ფედერალური მთავრობა ხელს უწყობს განვითარებად ქვეყნებში განლაგებულ გერმანულ მცირე და საშუალო საწარმოებს და იძლევა პოლიტიკური რისკების გარანტიებს.

მცირე ბიზნესის სექტორის განვითარების კუთხით ყურადღებას იქცევს **ესპანეთი**, რომელსაც ევროკავშირის ექსპერტები სამაგალითოდ მიიჩნევენ. ასეთი შეფასების მთავარი არგუმენტია ამ სახის ბიზნესისაგან მშპ-ის 72%-ის ფორმირება. ამ ქვეყანაში მცირე და საშუალო ბიზნესმა ჩამოყალიბება და აქტიური განვითარება 1970-იან წლებში დაიწყო.

ესპანეთში შემუშავებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ბევრი პროგრამა. მათთვის, ვინც საკუთარი საქმის წამოწყებას აპირებს, შემუშავებულია და წარმატებით გამოიყენება სხვადასხვა დამხმარე პროგრამები, მეწარმე პირველი ხუთი წლის განმავლობაში არ იხდის გადასახადებს, აგრეთვე, შესაძლებლობა აქვს ბიზნესის გასაფართოებლად ისარგებლოს უვადო კრედიტით. ესპანეთის მთავრობა განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს მცირე საწარმოებს, რომელთაც დიდი სოციალური მნიშვნელობა აქვთ ქვეყნისათვის: ქმნიან სამუშაო ადგილებს მოსახლეობის სოციალურად დაუცველი ჯგუფებისათვის (სტუდენტები, ქალები, იმიგრანტები და ა. შ.), ხელს უწყობენ ნაკლებად განვითარებული რეგიონების წინსვლას. ესპანეთში სახელმწიფო მრავალ ორგანიზაციასა და ფონდს ახალისებს მცირე მეწარმეობის მხარდასაჭერად.<sup>1</sup>

**საფრანგეთში** „მცირედ“ ითვლება საწარმო, რომელშიც 50-მდე კაცია დასაქ-

<sup>1</sup>Верникова В., *Два кита испанской экономики, Опыт развития малого и среднего бизнеса, М., 2010, гл. 45.*

მეზღუდული. დღეისათვის საფრანგეთში რეგისტრირებულია 3 მილიონამდე მცირე და საშუალო საწარმო. აქედან ნახევარი მუშაობს მომსახურების სფეროში, 780 ათასი – ვაჭრობაში, 350 ათასი მშენებლობაზე, 303 ათასი – მრეწველობაში. ყოველწლიურად ქვეყანაში იქმნება 250 ათასი საწარმო და კოტრდება 50 ათასი. ამასთან, საფრანგეთში შექმნილი ახალი სამუშაო ადგილების 40-50% მოდის სწორედ მცირე საწარმოებზე. 3 მილიონი მცირე საწარმოდან დაახლოებით 1,5 მილიონი ეკუთვნის ინდივიდუალურ ან საოჯახო ბიზნესს, რომელიც საქმიანობას ეწევა დაქირავებული პერსონალის გარეშე, ხოლო 1200 საწარმოში 10 კაცამდეა დასაქმებული.<sup>1</sup>

საფრანგეთში მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის საკითხში შეიძლება გამოიყოს რიგი ნიუანსები. ახალი მცირე საწარმოები ორი წელი თავისუფლდებიან ადგილობრივი გადასახადებისგან. მათთვის მცირდება საშემოსავლო გადასახადი და გადასახადი მოგების ინვესტირებადი ნაწილისაგან. სახელმწიფო განსაკუთრებით ღმობიერად ეპყრობა მათ, ვინც საკუთარი ბიზნესის გახსნა ეკონომიკურად დეპრესიულ რეგიონებში განიზრახა. ასეთ მეწარმეებზე ვრცელდება შეღავათები ან საერთოდ თავისუფლდებიან სოციალური უზრუნველყოფის ფონდებში შესატანი გადასახადებისაგან (ჯანდაცვა, უმუშევართათვის განკუთვნილი დახმარებები, საპენსიო ფონდები, ფონდები მრავალშვილიანებისათვის). უმუშევართათვის, რომლებმაც საკუთარი ბიზნესის წამოწყება გადაწყვიტეს, მოქმედებს დახმარებების სპეციალური სისტემა. ისინი სამი წლით თავისუფლდებიან გადასახადების გადახდისაგან და ერთი წელი არ იხდიან სავალდებულო სოციალურ შენატანებს სოცდაზღვევის ფონდებში.

**იტალიაში** 3,92 მლნ მცირე და საშუალო საწარმოა რეგისტრირებული. ყოველ 1000 მცხოვრებზე მოდის 68 საწარმო, იტალიის მცირე და საშუალო ბიზნესში 16,8 მლნ ადამიანია დასაქმებული. ამ ქვეყანაში მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკა საკმაოდ დიდი ხნის წინ დაიწყო. 1952 წლიდან იტალიაში არსებობს მცირე მეწარმეობის დამცველი კანონი, რომლის საფუძველზე შეიქმნა „მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის კრედიტის გაცემის ინსტიტუტი“, 1976 წელს „შეღავათიანი დაკრედიტების ეროვნული ფონდი“, 1977 წელს კი „კონსერვაციისა და რეკონსტრუქციის ფონდი“ იმ საწარმოებისთვის სესხის მისაცემად, რომლებიც იმყოფებოდნენ რეკონსტრუქცია-მოდერნიზაციის სტადიაზე. ამ ფონდის

<sup>1</sup>Калинин А., *Анализ развития и состояния малого и среднего бизнеса в мире, ж.: "Экономика, предпринимательство и право", №4, 2011, გვ. 8.*

20% მიეცემათ მცირე და საშუალო საწარმოებს 20 წლის ვადით.<sup>1</sup>

**აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებშიც** მცირე და საშუალო მეწარმეობა ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სექტორი გახდა. **ჩეხეთში** 1993 წლის ბოლოს მცირე პრივატიზებით კერძო საკუთრებაში იყო გადასული 24042 მცირე საწარმო, **უნგრეთში** 1995 წლის ბოლოს 10026 საწარმო და ა. შ. ამ ქვეყნების მძიმე ფინანსური მდგომარეობის გამო, ისინი 1990 წლიდან უკვე იღებდნენ ფინანსურ დახმარებებს საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციებიდან და ევრო საბჭოდან. მაგალითად, რუმინეთმა 2000 წელს მიიღო 5,75 მლნ ევრო (PHARE-პროგრამით), რომლის 40%-ით დაკრედიტდა მცირე და საშუალო საწარმოებზე. 2000-წლამდე გასულ 10 წელიწადში ჩეხეთმაც მცირე პროექტებისთვის საზღვარგარეთიდან მიიღო 3 მლრდ კრონი. საერთოდ ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებმა მაღალგანვითარებული ქვეყნებიდან იმდენი ფინანსური დახმარებები მიიღეს, რომ მათი ჩამოთვლაც კი ძნელია. ისინი ეხებოდა ამ ქვეყნების გადაყვანას საერთოდ საბაზრო ეკონომიკაზე და არა მხოლოდ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას. მაღალგანვითარებული ქვეყნების და საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტების ამ ძალისხმევას უკვალოდ არ ჩაუვლია. ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში ასეთი ფინანსური ხელშეწყობით სათანადოდ განვითარდა მცირე და საშუალო ბიზნესი და ჩამოყალიბდა მეწარმეთა ფენა.

#### **II.4. მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემატიკის კვლევის**

##### **პრაქტიკული კონტექსტი**

სადისერტაციო თემის ფარგლებში საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ოპტიმიზების მიზნით, და, იმ მექანიზმის მისაგნებად, რომელიც ჯერ არ არის ამოქმედებული, დავგეგმე და დამოუკიდებლად ჩავატარე ორი ურთიერთშემხვედრი კვლევა. მან მოიცვა:

- მცირე (მ. შ. მიკრო) მეწარმეები;
- საშუალო მეწარმეები.

პირველ ჯგუფში ჩართული იყო 35 მეწარმე, მეორე ჯგუფში ჩართული იყო 15 მეწარმე.

კვლევა ჩატარდა:

- სილამაზის სალონებში (თბილისი);

<sup>1</sup> *ღუდუშაური ზ., ბალიაშვილი ე. და სხვები, მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა, 2004, გვ. 90.*

- ტურისტულ კომპანიებში (თბილისი);
- კაფე-ბარებში (თბილისი);
- რესტორნებში (თბილისი);
- მარკეტებში (თბილისი, რუსთავი, მცხეთა);
- ავეჯის საწარმოებში (თბილისი);
- ტანსაცმლის მაღაზიებში (თბილისი, რუსთავი);
- ფრინველსაშენებში (მცხეთის და მარნეულის რაიონები);
- ავთიაქებში (თბილისი, რუსთავი, მცხეთა);
- პურსაცხოვებში (ძირითადად თონეებში) (თბილისი),
- ყვავილების მაღაზიებში (თბილისი);
- ბავშთა გასართობი ცენტრებში (თბილისი);
- სათამაშოების მაღაზიებში (თბილისი);
- ფეხსაცმლის სამკერვალოებში (რუსთავი);
- საკონსულტაციო კომპანიებში (თბილისი);
- საკანცელარიო საქონლის მაღაზიებში (თბილისი);
- ხილ-ბოსტნეულის მაღაზიებში (თბილისი);
- აგროფირმებში (მარნეულის რაიონი);
- სწრაფი კვების ობიექტებში (თბილისი).

კვლევის მეთოდოლოგიური აპარატის შემუშავება მოხდა კვლევის მიზნიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე. კვლევის პროცესში გამოვიყენე რაოდენობრივი მეთოდი და იგი მივიჩნიე რელევანტურად, რადგან ეს მეთოდი აბსოლუტურად მიღებულია ყველა მკვლევარის მიერ.

რაოდენობრივი მეთოდის გამოყენებით კვლევა ჩავატარეთ შემდეგი სქემით:

- შევარჩიე კვლევის ინსტრუმენტი. კერძოდ, კვლევის არსებულ ინსტრუმენტებს შორის უპირატესობა მივეცი ანკეტირებას;
- შევადგინე ანკეტის კითხვარი;
- დავაკომპლექტე ორი ფოკუს-ჯგუფი და განვახორციელეთ მათი კვლევა;
- მოვახდინე მოპოვებული ინფორმაციის კომპიუტერული დამუშავება;
- კვლევის შედეგებზე შევადგინე ანგარიშგება.

ზემოთდასახელებულ ფოკუს-ჯგუფების წარმომადგენლების ონლაინ-რეჟიმში გამოკითხვით მივიღე ასეთი შედეგები (ცხრილი 15):

საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეების სოციოლოგიური  
გამოკითხვის შედეგები (%-ში)

კითხვები	მცირე (მ. შ. მიკრო) მეწარმეები	საშუალო მეწარმეები
<b>1. რა იყო საწარმოს გახსნის მოტივი თქვენთვის?</b>		
➤ ა) საკუთარი უნარის რეალიზაცია	-	59.4
➤ ბ) უმუშევრობა	45.3	-
➤ გ) დამატებითი შემოსავლის მიღება	54.7	40.6
<b>2. რა გაქვთ დაგეგმილი უახლოეს პერიოდში?</b>		
➤ ა) არ გვაქვს დაგეგმილი	100	-
➤ ბ) ევროკავშირის ბაზრებზე გასვლა	-	71.8
➤ გ) საკუთარი პერსონალის გადამზადება საზღვარგარეთის სკოლებში	-	12
➤ დ) ინვესტიციების მოზიდვა საზღვარგარეთიდან	-	16.2
<b>3. ხართ თუ არა კმაყოფილი დასაქმებულთა კვალიფიკაციით?</b>		
➤ ა) კი	10	3.8
➤ ბ) არა	32.3	74.8
➤ გ) ნაწილობრივ	57.7	21.4
<b>4. პერსონალის სწავლების როგორი ფორმაა თქვენთვის მისაღები?</b>		
➤ ა) ტრენინგება	17	37.8
➤ ბ) დისტანციური სწავლება	11.6	20.9
➤ გ) სწავლება საზღვარგარეთ	0.8	41.3
➤ დ) სწავლება სახელმწიფო უნივერსიტეტებში საღამოს საათებში	70.6	8.9
<b>5. როგორია თქვენი განათლების დონე?</b>		
➤ ა) არასრული საშუალო	8.6	2.1
➤ ბ) საშუალო	60.4	18.7
➤ გ) უმაღლესი	17.2	50.8
➤ დ) უმაღლესი არასპეციალობით	13.8	28.4
<b>6. საქმიანობის დაწყებისას გქონდათ თუ არა შესწავლილი ბაზარზე თქვენს პროდუქტზე (მომსახურებაზე) მოთხოვნა?</b>		
➤ ა) კი	-	91.8
➤ ბ) არა	100	8.2
<b>7. სახელმწიფოსგან როგორ დახმარებას აძლევთ უპირატესობას?</b>		
➤ ა) მეთოდურს – საკონსულტაციოს	3.7	30.7
➤ ბ) ფინანსურს	90.8	25.3
➤ გ) უფასო სწავლებას და პერსონალის გადამზადებას	1.5	15.7
➤ დ) სტაბილურ კანონმდებლობას	4.0	28.3
<b>8. ვფლობთ თუ არა ინფორმაციას თქვენ კონკურენტებზე?</b>		
➤ ა) სრულად ვფლობ	-	82.8
➤ ბ) არასრულად ვფლობ	5.5	17.2
➤ გ) არ ვფლობ ინფორმაციას	94.5	-
<b>9. საქმიანობა საკუთარი კაპიტალით დაიწყო თუ ბანკის სესხით?</b>		
➤ ა) საკუთარი კაპიტალით	100.0	-
➤ ბ) ბანკის სესხით	-	100.
<b>10. საქმიანობის დაწყებისას გქონდათ თუ არა ბიზნეს-გეგმა?</b>		



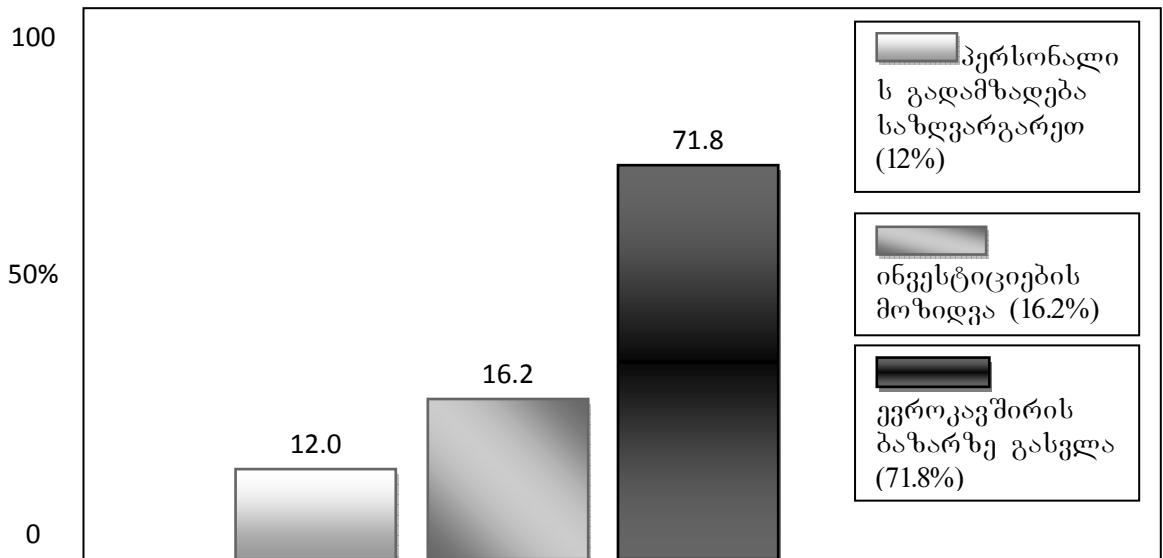
➤ ა) კი	-	97.9
➤ ბ) არა	100	2.1
<b>11. ასრულებთ თუ არა ბიზნეს-გეგმის დაგეგმვებს და თუ არა, რატომ?</b>		
➤ ა) კი	-	-
➤ ბ) არა. იმიტომ, რომ შეიცვალა გარემო და წარმოიშვა გაუთვალისწინებელი ვითარებები	-	100
<b>12. თქვენი საქმიანობის მთელ პერიოდში რა ხელშეწყობა მიიღეთ სახელმწიფოსგან?</b>		
➤ ა) არავითარი	100	85.2
➤ ბ) მივიღე თანადაფინანსებით სესხი პროგრამის „წარმოე საქართველოში“ ფარგლებში	-	14.8
<b>13. რა არის თქვენი საქმიანობის ძირითადი ხელშემშლელი ფაქტორები?</b>		
➤ ა) ცოდნის და გამოცდების ნაკლებობა	2.2	3.0
➤ ბ) ბაზრის კონიუნქტურის ცვალებადობა	-	10.6
➤ გ) არასრულყოფილი და ხშირად ცვლადი საგადასახადო კანონმდებლობა	12.0	51.3
➤ დ) არაჯანსაღი კონკურენცია	5.6	20.4
➤ ე) კრედიტის ასაღებად დიდი გირაო და სესხის მაღალი პროცენტი	80.2	14.7
<b>14. გჭირდებათ თუ არა სახელმწიფო საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრები?</b>		
➤ ა) კი	5.2	100.0
➤ ბ) არა	91.3	-
➤ გ) ნაწილობრივ	3.5	-
<b>15. გსურთ თუ არა მიიღოთ მონაწილეობა სახელმწიფო შესყიდვებში?</b>		
➤ ა) კი	98.3	100.0
➤ ბ) არა	1.7	-
<b>16. გსურთ თუ არა გქონდეთ სახელმწიფოსგან დაწესებული პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების ქვოტები?</b>		
➤ ა) კი	100.0	100.0
➤ ბ) არა	-	-
<b>17. გრძნობთ თუ არა თქვენი ბიზნესის ევროკავშირთან ინტერნაციონალიზაციის საჭიროებას?</b>		
➤ ა) კი	15.0	87.1
➤ ბ) არა	-	-
➤ გ) მაკმაყოფილებს ადგილობრივი ბაზარი	85.0	12.9
<b>18. როგორ ფიქრობთ, თქვენ დამოუკიდებლად შეძლებთ ევროკავშირის ინტერნაციონალიზაციას თუ სახელმწიფოს პარტნიორობა გჭირდებათ ამ საქმეში?</b>		
➤ ა) დამოუკიდებლადაც შეიძლება	10.2	-
➤ ბ) მხოლოდ სახელმწიფოს მეშვეობით	-	100.0
➤ გ) არ მიფიქრია მაგ საკითხზე	89.9	-
<b>19. როგორი კმაყოფილი ხართ მოგების დაბეგვრის ესტონური მოდელის საქართველოში დანერგვით?</b>		
➤ ა) კმაყოფილი ვარ	3.7	12.1
➤ ბ) არ ვარ კმაყოფილი	96.3	87.9
<b>20. საქართველოში მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს შექმნით გაგიადვილდათ თუ არა სამეწარმეო საქმიანობა?</b>		
➤ ა) არა	-	15.8

➤ ბ) კი	100.0	31.3
➤ გ) ნაწილობრივ	-	52.9
<b>21. საქართველოში უნდა მოქმედებდეს თუ არა კანონი „მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“?</b>	82.7	93.8
➤ ა) კი	17.3	6.2
➤ ბ) არ არის აუცილებელი		
<b>22. საჭიროა თუ არა საქართველოში არსებობდეს ბიზნეს-ინკუბატორები, სადაც მოხდება პოტენციურ მეწარმეთა მომზადება და მათ მომავალ საქმიანობაში დატრენინგება?</b>	45.0	87.8
➤ ა) აუცილებლად საჭიროა	3.4	12.2
➤ ბ) ამის გარეშე შეიძლება დამოუკიდებლად მომზადება		
➤ გ) არ ვიცნობთ ასეთ ორგანიზაციას	51.6	-
<b>23. როგორ ფიქრობთ მცირე და საშუალო საწარმოთა ხელმძღვანელები უნდა მონაწილეობდნენ თუ არა ამ სფეროს განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებაში?</b>	97.1	100.0
➤ ა) კი		
➤ ბ) არ არის აუცილებელი	2.9	-
<b>24. რა მიზეზებით შეიკავებდით თქვენ თავს ევროპულ ბაზართან ინტერნაციონალიზაციისგან?</b>		
➤ ა) მცირე მოცულობის ექსპორტი	8.6	11
➤ ბ) მაღალი სატრანსპორტო ხარჯები	15	31.8
➤ გ) დაბალი კონკურენტული შესაძლებლობები	7.1	47.9
➤ დ) არასათანადო კომუნიკაციის უნარი	12.3	4.3
➤ ე) ენობრივი და კულტურული ბარიერები	57.0	5.0
<b>25. როგორ ფიქრობთ, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების საქართველოს სახელმწიფო პოლიტიკა მოახდენს თუ არა რადიკალურ გარდგევას ამ სფეროს განვითარებაში ევროკავშირთან ინტეგრაციის კონტექსტში?</b>		
➤ ა) კი	-	-
➤ ბ) არა	10.0	94.4
➤ გ) არ მიფიქრია მაგ საკითხზე	90.0	6.6

პირველ კითხვაზე – „*რა იყო თქვენთვის საწარმოს გახსნის მოტივი?*“ – მცირე მეწარმეთა 54.7%-თვის იგი იყო დამატებითი შემოსავლის წყაროს გაჩენა, ხოლო 45.3%-თვის, მათ მცირე საწარმო გახსნეს, რომ დასაქმებულ იყვნენ. რადგან დასაქმება შემოსავლის მიღებას უკავშირდება. უნდა ვიფიქროთ, რომ ორივე ფაქტორის ძირი არის ერთი და იგივე, კერძოდ, დასაქმება და ამ გზით შემოსავლის მიღება. განსხვავებული აღმოჩნდა საშუალო მეწარმეთა მოტივი. მათგან 59.4%-ს საწარმო დაუფუძნებია საკუთარი უნარის (პოტენციალის) სარეალიზაციოდ, ხოლო 40.6%-ს დამატებითი შემოსავლის მისაღებად. რადგან მცირე მეწარმეთა 59.4% აცხადებს, რომ მათ საშუალო ზომის საწარმოს გახსნით თავისი უნარი გამოსცადეს, უნდა ვივარაუდოთ, რომ მათ იცოდნენ საკუთარი უნარის არსებობა. ეს რომ ასე არ ყოფილიყო, ისინი თავიდანვე საშუალო საწარმოს კი არა, არამედ, მცირე საწარმოს დააფუძნებდნენ და ამ გზით მოსინჯავდნენ თავის ძალებს. როგორც წესი,

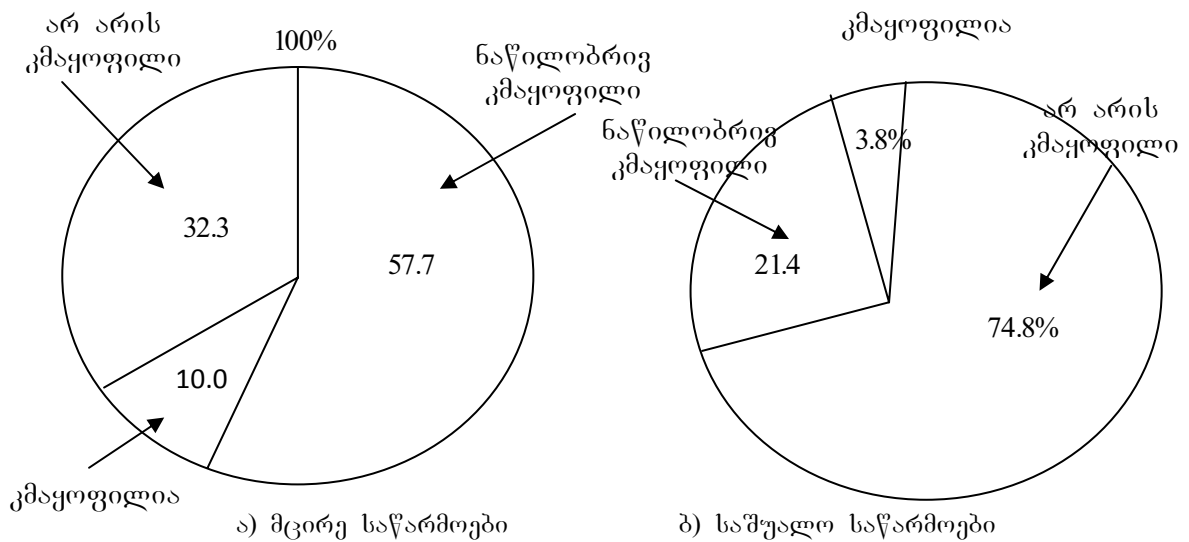
საშუალო სიდიდის საწარმო, ისე როგორც მსხვილი საწარმო, გაცილებით დიდი რისკის წინაშე დგას, ვიდრე მცირე და მიკრო-საწარმო.

მეორე კითხვაზე – „*რა გაქვთ დაგეგმილი უახლოეს პერიოდში?*“ – გამოკითხულ მცირე მეწარმეებს არაფერი მნიშვნელოვანი არა აქვთ დაგეგმილი, საშუალო საწარმოთა 71.8%-ს ევროკავშირის ბაზრებზე გასვლა, 16.2%-ს ინვესტიციების მოზიდვა, 12%-ს კი – საკუთარი პერსონალის გადამზადება აქვს დაგეგმილი საზღვარგარეთის სკოლებში (ნახაზი 4).



ნახაზი 4. საშუალო საწარმოების მიზნები სტრატეგიულ პერიოდში

მესამე კითხვაზე – „*ხართ თუ არა კმაყოფილი დასაქმებულთა კვალიფიკაციით*“ - საშუალო საწარმოთა 74.8%-მა, ხოლო მცირე მეწარმეთა 32.3%-მა, უარყოფითად უპასუხა. მეწარმეთა ორივე კატეგორიაში ამ კითხვაზე დადებითი პასუხი არის მინიმალური (3.8-10%-ის ფარგლებში). ნაწილობრივ კმაყოფილია მცირე მეწარმეთა 57.7% და საშუალო მეწარმეთა 21.4% (იხ. ნახაზი 5). ამ პასუხებში აშკარად იკვეთება საშუალო სიდიდის საწარმოთა სურვილი ჰყავდეს მაღალი კვალიფიკაციის პერსონალი, მცირე საწარმოებში ეს ნაკლებად არის შესაძლებელი. ჩემი ვარაუდით, ამას ის გარემოება იწვევს, რომ მცირე საწარმოები ადგილობრივ ბაზრებზე არიან ფოკუსირებულნი და მაინცდამაინც არ უჩივიან დასაქმებულთა ცოდნას და გამოცდილებას. საშუალო საწარმოები კი, რომელთა 71.8% პერსპექტივაში ევროკავშირის ბაზრებზე აპირებს გასვლას, ცხადია, ვერ ურიგდება დასაქმებულთა დაბალ კვალიფიკაციას და იმაზეც კი მიდის, რომ მან თავისი ხარჯით გადაამზადოს პერსონალი საზღვარგარეთ (იხ. მეორე კითხვის პასუხი).

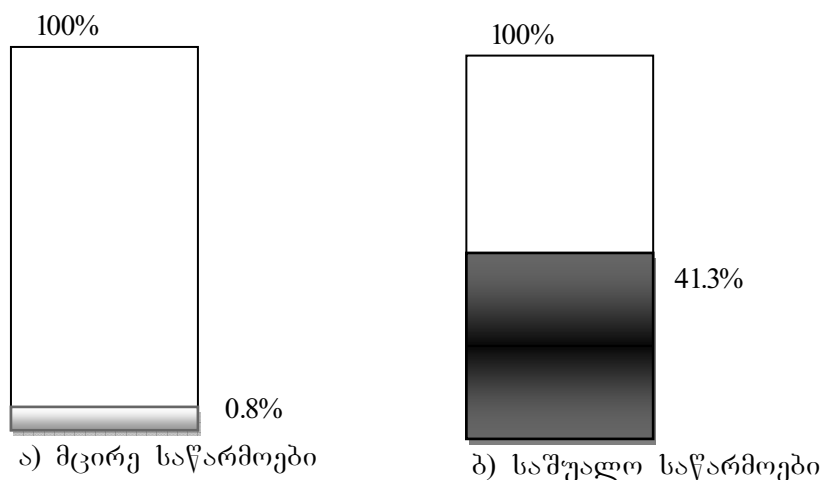


**ნახაზი 5. მცირე და საშუალო საწარმოთა კმაყოფილების დონე დასაქმებულთა კვალიფიკაციით**

მეოთხე კითხვაზე – „*პერსონალის სწავლების როგორი ფორმაა თქვენთვის მისაღები?*“ – მცირე მეწარმე – რესპოდენტთა 70.6%-ს მიაჩნია, რომ მათთვის საკმარისია სახელმწიფო კოლეჯები და უნივერსიტეტები (ჩემი ვარაუდით, ალბათ, იმიტომ რომ იქ სწავლის ფასი არის დაბალი), 17% ტრენინგებს აძლევს უპირატესობას, 11.6% კი დისტანციურ სწავლებას. საზღვარგარეთ სწავლების მომხრეა მხოლოდ მცირე მეწარმეთა 0.8%. ამის საპირისპიროა საშუალო მეწარმეთა დამოკიდებულება ამ საკითხის მიმართ. ალბათ, სწორედ იმიტომ, რომ ისინი თავის სამიზნედ თვლიან ევროპას და მასთან ინტეგრაციას, უპირატესობასაც საზღვარგარეთ სწავლებას აძლევენ (41.3%) (იხ. ნახაზი 6). მეორე ადგილზეა ტრენინგები (37.8%), მესამეზე დისტანციური სწავლება (20.9%), ხოლო ბოლო ადგილზე (8.9%) ადგილობრივ კოლეჯებში და უნივერსიტეტებში სწავლება, სადაც სწავლის ფასი დაბალია. აქედანაც ჩანს, რომ საშუალო ზომის საწარმოები არ გაურბიან ცოდნის ამაღლებაში გაწეულ ხარჯებს, საზღვარგარეთ გადამზადებით.

მეხუთე კითხვის – „*როგორია თქვენი განათლების დონე?*“ – პასუხით გავარკვეით, რომ გამოკითხულ მცირე მეწარმეთა 60.4% საშუალო სკოლადამთავრებულია, 8.6% არასრული საშუალო ცოდნითაა, ხოლო 31% უმაღლესდამთავრებულია. საშუალო საწარმოების მფლობელთა 89.2% უმაღლესდამთავრებულია (მ. შ. 50.8% სპეციალობით უმაღლესდამთავრებული), 18.7% საშუალო სკოლადამთავრებული, ხოლო მხოლოდ 2.1% არასრული საშუალო ცოდნით. საშუალო ზომის საწარმოთა მფლობელთა განათლების შედარებით მაღალი დონე, თანაც სპეციალობით, გვაფიქრებინებს, რომ ისინი უკეთ გაუძღვებიან ბიზნესს. მართლაც, როცა

მათთან მუშაობის სტაჟზე გვექონდა საუბარი მათი უმრავლესობის სტაჟი 5 წელზე მეტი აღმოჩნდა, მცირე საწარმოთა უმრავლესობა კი – 1-2 წლის დაფუძნებული იყო.



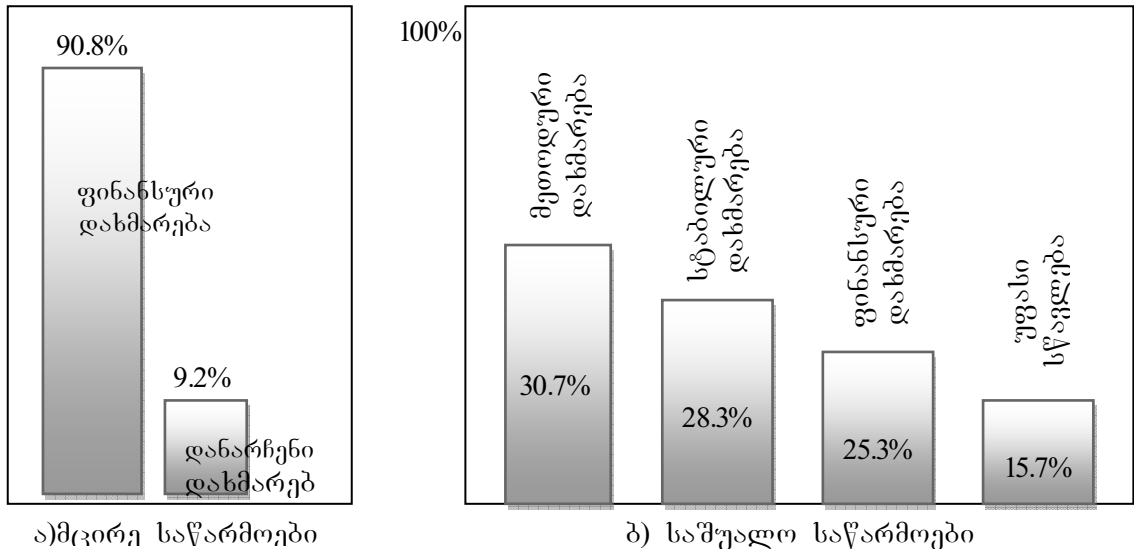
**ნახაზი 6. მცირე და საშუალო მეწარმეების დამოკიდებულება პერსონალის საზღვარგარეთ გადამზადებისადმი**

მეექვსე კითხვაზე - *„ბიზნესის დაწყებისას გქონდათ თუ არა შესწავლილი ბაზარზე თქვენ პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) მოთხოვნა?“* – გამოკითხულ მცირე მეწარმეთა ასივე პროცენტმა განაცხადა, რომ მოთხოვნა შესწავლილი არ ჰქონდათ, უბრალოდ, დაიწყეს იმით, რისი გაკეთებაც იცოდნენ. მათ ისიც კი განაცხადეს, რომ ამით არაფერი არ წაუგიათ. ბაზარი მართალია გაჯერებულია, მაგრამ მათი პროდუქცია მაინც იყიდება. ჩემი ვარაუდით ამის ახსნა მხოლოდ იმით შეიძლება, რომ ბაზარი გაჯერებულია იმპორტული საქონლით, რომლის ვარგისიანობაზე ქართველ მომხმარებელს სამართლიანი ეჭვი გაუჩნდა და ამჯობინებს ქართულ პროდუქციის ყიდვას, თუნდაც ეს პროდუქცია უფრო ძვირიც კი იყოს. რაც შეეხება საშუალო სიდიდის საწარმოებს, მათ 91.8%-ს შესწავლილი ჰქონდა მოთხოვნა თავის პროდუქციაზე.

მეშვიდე კითხვაზე - *„სახელმწიფოსაგან როგორ დახმარებას აძლევთ უპირატესობას?“* მცირე მეწარმეთა 90.8% სახელმწიფოსგან ითხოვს ფინანსურ დახმარებას, საშუალო საწარმოებიდან კი გამოკითხულთა რიცხვიდან 25.23% ფინანსურ დახმარებას აძლევს უპირატესობას, 28.3% - სტაბილურ კანონმდებლობას, 30.7% მეთოდურ-საკონსულტაციო დახმარებას და 15.7% - უფასო სწავლებას და პერსონალის გადამზადებას (ნახაზი 7).

მერვე კითხვის - *„ფლობთ თუ არა ინფორმაციას თქვენს კონკურენტებზე?“* – ვიგებთ, რომ მცირე მეწარმეთა 94.5% არ ფლობს, ხოლო საშუალო მეწარმეთა

82.8% სრულად ფლობს ამ ინფორმაციას. უნდა ვივარაუდოთ, რომ საშუალო საწარმოებს ფინანსურად უფრო მეტი შესაძლებლობა აქვთ, რომ მოიპოვონ ეს ინფორმაცია.



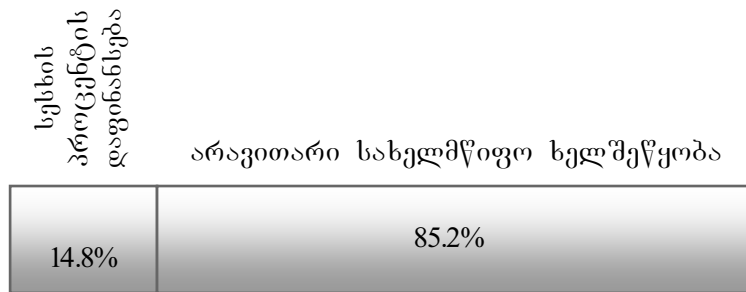
**ნახაზი 7. მცირე და საშუალო საწარმოთა დამოკიდებულება სახელმწიფო დახმარებისადმი**

მეცხრე კითხვაზე – *„საქმიანობა საკუთარი კაპიტალით დაიწყეთ თუ ბანკის სესხით?“* – გამოკითხულთა მთელმა გენერალურმა ერთობლიობამ ასეთი პასუხი გაგვცა: მცირე მეწარმეებმა საკუთარი კაპიტალით დაიწყეს საქმიანობა, საშუალო მეწარმეებმა კი ბანკის სესხით.

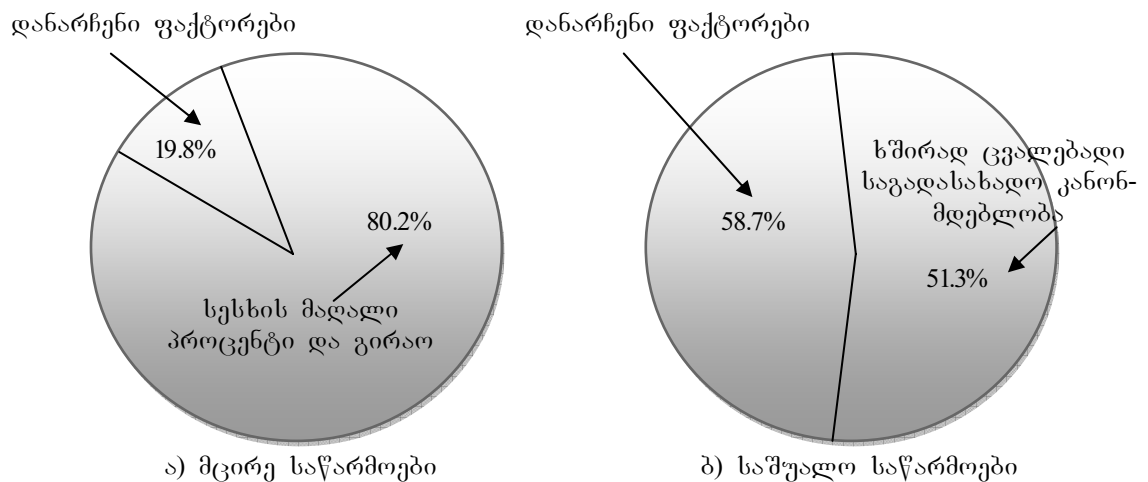
მეათე კითხვაზე – *„საქმიანობის დაწყებისას გქონდათ თუ არა ბიზნეს-გეგმა?“* გამოკითხულ მცირე მეწარმე-რესპოდენტთაგან არცერთს არ ჰქონდა ბიზნეს-გეგმა, საშუალო მეწარმეებისგან კი იგი შეუდგენია გამოკითხულთა 97.9%-ს. რადგან საშუალო საწარმოები ბიზნესის დასაწყებად სესხით სარგებლობდნენ, ისინი ბიზნეს-გეგმის გარეშე ბანკიდან სესხს ვერ მიიღებდნენ. მართალია მცირე მეწარმეებს სესხი არ სჭირდებოდათ, მაგრამ მათ მიერაც მისი შედგენის სასურველობა, ჩემი აზრით, ეჭვს არ იწვევს. პრაქტიკულად, ეს იქნებოდა მათი გზამკვლევი, რომელშიც წარმოჩინდება დასახული მიზანი და მისი მიღწევის ფაქტიური რესურსი.

მეთერთმეტე კითხვაზე - *„ასრულებდით თუ არა ბიზნეს-გეგმით დასახულ ვალდებულებებს და თუ არა, რატომ?“* – საშუალო საწარმოთა რესპოდენტთა 100%-მა უარყოფითად უპასუხეს და ეს ახსნეს სწრაფად ცვალებადი გარემო ვითარებებით.

მეთორმეტე კითხვაზე – „**თქვენი საქმიანობის მთელ პერიოდში რა ხელშეწყობა მიიღეთ სახელმწიფოსგან?**“ მცირე საწარმოებმა უპასუხოდ დატოვეს, საშუალო საწარმოთაგან კი მხოლოდ 14.8%-ს მიუღია ბანკიდან აღებული სესხის პროცენტის თანადაფინანსება პროგრამით „აწარმოე საქართველოში“ (ნახაზი 8).



ნახაზი 8. საშუალო სიდიდის საწარმოთა ხელშეწყობა სახელმწიფოსგან



ნახაზი 9. მცირე და საშუალო საწარმოების ხელისშემშლელი ფაქტორები

მეცამეტე კითხვაზე „**რა არის თქვენი საქმიანობის ძირითადი ხელშემშლელი ფაქტორები?**“ – მცირე მეწარმეთა 80.2%-ს ხელს უშლის სესხის მაღალი პროცენტი და სესხის ასაღებად ძვირადღირებული გირაოს საჭიროება, საშუალო სიდიდის საწარმოთათვის კი ყველაზე რთული ბარიერია ხშირად ცვალებადი საგადასახადო კანონმდებლობა. შემდეგ ადგილზე კი არის არაჯანსაღი კონკურენცია და მაღალ-პროცენტოვანი კრედიტები.

მეთოთხმეტე კითხვაზე – „**გჭირდებათ თუ არა სახელმწიფო საინფორმაციო-საკონსულტაციო ცენტრი?**“ – გამოკითხულ საშუალო საწარმოთა ასივე პროცენტმა დამიდასტურა მისი საჭიროება. რაც შეეხება მცირე მეწარმეებს – 91.3%-მა უარყოფითი პასუხი გამცა, 5.2%-მა – დადებითი, ხოლო 3.5%-ს ნაწილობრივ სჭირდება ისინი. ჩემი ვარაუდით, რადგან მცირე მეწარმეთა უდიდესი უმრავლესობა დაბალი განათლებითაა, ისინი ვერ აცნობიერებენ თუ რაში გამოადგებათ მათ საინფორმაციო ცენტრები. საშუალო საწარმოებს კი ამის პრობლემა არა აქვთ. მათი მეპატ-

რონეები ძირითადად უმაღლესი განათლების მქონენი არიან და იციან საინფორმაციო-ანალიტიკური ცენტრების საქმიანობა. ამის გარდა, ქვეყნის საშუალო საწარმოებს შორსგამიზნული (ევროპის ბაზრები გვაქვს მხედველობაში) ხედვები აქვთ, რომლის მიღწევაში მათ ამ ცენტრების დახმარება დასჭირდებათ. ეს დახმარება იქნება ინფორმაცია კონკურენტების შესახებ. ეს კი ის ფაქტორია, რომლის დამოუკიდებელი შესწავლა-გამოკვლევა ფაქტიურად შეუძლებელია ცალკე აღებული საწარმოებისთვის.

მეთხუთმეტე კითხვაზე – **„გსურთ თუ არა მიიღოთ მონაწილეობა სახელმწიფო შესყიდვებში?“** როგორც მცირე (98.3%), ისე საშუალო საწარმოებმა (100.0%) ერთხმად დამიდასტურეს თავიანთი თანხმობა. იურიდიულად მათ ამას არც არავინ უშლით. მაგრამ არის ერთი პრობლემა, რომელზეც სახელმწიფო შესყიდვების სფეროს სპეციალისტები მიუთითებენ. აი, ერთი ამის მაგალითი: „ტენდერების ელექტრონიზაციის შემდეგ, ტენდერში მონაწილეობა ინტერნეტის გარეშე შეუძლებელი გახდა... სლოვენის მიბაძვით 2014 წლიდან საქართველოშიც გაზეთში ტენდერის გამოცხადება აღარ არის სავალდებულო. ...ჩვენ, ეს გადაწყვეტილება საქართველოსთვის ნაადრევად გვეჩვენება, რადგანაც ჯერჯერობით საქართველოში ინტერნეტით დაფარვის დონე დაბალია და საქართველოს ინტერნეტ მომხმარებლების რიცხვის მიხედვით 73-ე ადგილი უკავია მსოფლიოში... საქართველოში იმის დათვლაც კი შეუძლებელია რამდენი ადამიანია პერსონალური კომპიუტერით აღჭურვილი... საქართველოში 4 მლნ კაცზე მეტი ცხოვრობს. მათი 10-12% ინდივიდუალური მეწარმეა, რომელთაც უფლება აქვთ მიიღონ სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობა, მაგრამ დიდია იმის ალბათობა, რომ მათ უმრავლესობას არა აქვს კომპიუტერი, ან არ აქვს ინტერნეტთან წვდომა და აქედან გამომდინარე, არ ექნება სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს საიტზე სატენდერო პირობების ნახვისა და შემდეგ ტენდერში მონაწილეობის საშუალება“.<sup>1</sup> ვიზიარებ მეცნიერის ამ აზრს და მიმაჩნია, რომ არათუ გაზეთ „24 საათში“ უნდა ქვეყნდებოდეს შესყიდვების შესახებ ინფორმაცია, არამედ იმ საქონლის ყველა მწარმოებელს, მცირე იქნება იგი, საშუალო თუ მსხვილი, რომელზეც ცხადდება შესყიდვის ტენდერი, ადრესულად უნდა დაეგზავნოს ცნობა ამის შესახებ და სატენდერო პირობები. ეს იქნება ბიზნესის განვითარების მხარდაჭერის ერთ-ერთი ქმედითი ღონისძიება სახელმწიფოს მხრიდან.

მეთექვსმეტე კითხვაზე - **„გსურთ თუ არა გქონდეთ სახელმწიფოსაგან დაწე-**

<sup>1</sup> კიკვაძე ო., *სახელმწიფო შესყიდვების სრულყოფა საჯარო ფინანსების ადმინისტრირებაში, თბ., გამომცემლობა „თეკა და კომპანია“, 2016, გვ. 137-138.*



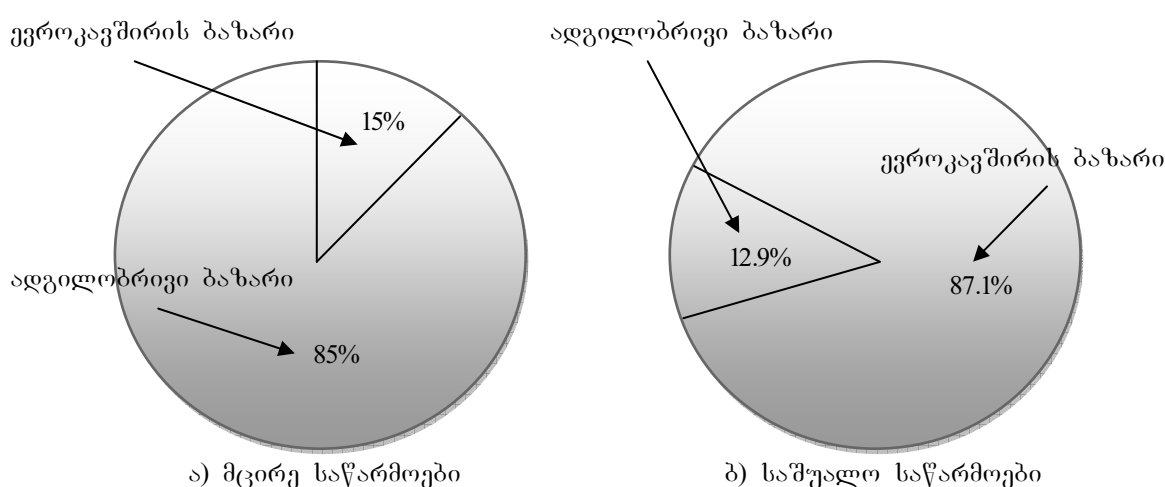
*სებული პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების ქვოტები?* – რესპოდენტი-მეწარმეები ერთხმად დათანხმდნენ ამაზე. მეწარმეებისთვის სახელმწიფოს მიერ პროდუქციის (თუ მომსახურების) წარმოების ქვოტების დაწესება საზღვარგარეთ აპრობირებული პრაქტიკაა. ეს განსაკუთრებით გავრცელებულია სოფლის მეურნეობაში და დამამუშავებელ მრეწველობაში. უცხოეთის ეს გამოცდილება საქართველოში ჯერ ექსპერიმენტის დონეზეც კი არ დანერგილა. იქმნება ისეთი შთაბეჭდილება, რომ სახელმწიფო თავს არიდებს პრობლემებს და თვლის, რომ ბიზნესისგან რაც შეიძლება გამიჯნულად უნდა იდგეს. ეს განსაკუთრებით ეხება მცირე და საშუალო ბიზნესს. რაც შეეხება მსხვილ ბიზნესს, ვინ არ ვიცით, რომ მათ ყველას ლობისტები ჰყავთ საქართველოს მთავრობაში. არადა, მცირე და საშუალო ბიზნესი ხომ ის ბიზნესია, რომლის განვითარების მასშტაბზეა დამოკიდებული მოსახლეობის დასაქმება და როცა ქვეყანაში ოფიციალურად 12%-იანი უმუშევრობაა (ბუნებრივი დონე 5%), არაოფიციალური ინფორმაციით კი – 30%-ზე მეტი, როგორ შეიძლება ქვეყნის მთავრობა თავს არიდებდეს მის პრობლემებს? რატომ ავიწყდებათ პოლიტიკოსებს, რომ „უმუშევრობა მხოლოდ არასასურველი ეკონომიკური კატეგორია კი არაა, არამედ, ის მოსახლეობის მორალური და ფსიქოლოგიური რეგრესიის მიზეზია“<sup>1</sup>, რატომ არ შეიმუშავებენ და არ ამოქმედებენ უმუშევრობის დაძლევის ეროვნულ პროგრამას, რატომ არ იწყებენ სახელმწიფოს ეკონომიკური როლის გაძლიერებას ამ სფეროში?

მცირე და საშუალო მეწარმეები მოითხოვენ მათ პროდუქციაზე დაწესდეს ქვოტები. ეს პროდუქციის ის მოცულობა იქნება, რომელსაც წინასწარ შეთანხმებულ ფასებში მათგან შეისყიდის სახელმწიფო. წარმოებული ნამეტი პროდუქციის ბედი კი დამოკიდებული იქნება ბიზნესმენზე. სხვათაშორის მსგავსი მექანიზმი მუშაობდა ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებშიც, მ. შ. საქართველოში სოციალისტური ეკონომიკის დროს. არსებობდა ე. წ. „დამზადების კანტორები“, სადაც წარმოებული პროდუქციის რაღაცა განსაზღვრული რაოდენობა უნდა ჩაებარებინათ კოლმეურნეობებს და საბჭოთა მეურნეობებს. „დამზადების კანტორისთვის“ პროდუქციის მიყიდვის უფლება ჰქონდათ ფიზიკურ პირებსაც თუ კი ისინი ამას მოისურვებდნენ. რადგან, „დამზადების კანტორებში“ ფასები დაბალი იყო, გამყიდველები მას „იძულებით გაყიდვას“ უწოდებდნენ, მაგრამ ამ გადასახედიდან ეს იყო მათთვის მინიმალური რენტაბელობის უზრუნველყოფის მექანიზმი. ეს საფუძველი აქვს

<sup>1</sup> ნარსია ლ., *საქართველოს ეკონომიკური უსაფრთხოების ასპექტები, საერთაშორისო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული – ეროვნული ეკონომიკები და გლობალიზაცია*, 2012, 28-29 ივნისი, თსუ, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, თბ., 2012, გვ. 302.

საზღვარგარეთის სოფლის მეურნეობაში ამჟამად გავრცელებულ ქვოტების სისტემასაც და ჩემი რეკომენდაცია არის, რომ იგი საქართველოშიც რაც შეიძლება დროულად დაინერგოს. სწორედ იმიტომ, რომ უცხოური პროდუქციის კონკურენციის გამო, ქართველ მეწარმეებს უჭირთ პროდუქციის რეალიზაცია, ქვოტების დაწესება მეტად საჩქარო საქმეა.

მეჩვიდმეტე კითხვაზე - **„გრძნობთ თუ არა თქვენი ბიზნესის ევროპასთან ინტეგრაციონალიზაციის საჭიროებას?“** - მცირე მეწარმეთა 85%-ს აკმაყოფილებს ადგილობრივი ბაზარი, საშუალო საწარმოთა 87.1% კი დადებით პასუხს იძლევა (ნახაზი 10).



**ნახაზი 10. ადგილობრივი ბაზარი თუ ევროკავშირის ბაზარი?**

ჩემთვის საინტერესო იყო გამერკვია ევროპასთან ინტეგრაციას მეწარმეები დამოუკიდებლად შეძლებენ თუ სახელმწიფოს მეშვეობით. გამოკითხულ საშუალო საწარმოს მფლობელებმა მთლიანად სახელმწიფოს დაუთმეს ეს ფუნქცია, მცირე მეწარმეების 89.8% საერთოდ არ ფიქრობს ამ საკითხზე, 10.2%-ს კი მიაჩნია, რომ თუ კი ის მონიღომებს, ამას დამოუკიდებლადაც შეძლებს. ჩემი ვარაუდით, მათ ამის გამბედაობას ევროპასთან ვიზა-ლიბერალიზაცია და პირადი კონტრაქტი აძლევთ.

კითხვაზე - **„როგორი კმაყოფილი ხართ მოგების დაბეგვრის ესტონური მოდელის საქართველოში დანერგვით?“** – შეიძლება ითქვას, რომ რესპოდენტებმა თითქმის ერთად (მცირე მეწარმეების 96.3%-მა და საშუალო მეწარმეების 87.9%-მა) უარყოფითი პასუხი გაგვცეს. სხვადასხვა ინტერპრეტაციებით მათ ეს ახსნეს კვლავაც და კვლავაც მთავრობის მიერ მსხვილ საწარმოთა ლობირებით, რომლის წარმომადგენლებს წილები აქვთ ამ საწარმოებში და თუ მოგება არ დაიბეგრება და რეინვესტირდება, თავიანთ წილებზე უფრო დიდი დივიდენდებს მიიღებენ. ამის

გარდა, მათივე აზრით, ეს მექანიზმი არის რთული და ძნელად გასაგები, თანაც მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებს, განსხვავებით მსხვილ საწარმოებისგან, არა აქვთ ისეთი დიდი მოგება, რომ მისი რეინვესტირებით მათ ბანკებიდან სესხის აღება აღარ დასჭირდეთ.

როგორც ვიცით საქართველოში 2012 წლის 1 ოქტომბერს მოსულმა ახალმა მთავრობამ ბიზნესის სარეგულაციოდ და მეთოდურ-ფინანსური დახმარებისთვის შექმნა „მეწარმეობის განვითარების სააგენტო“, როგორც ადმინისტრაციული ორგანო. მსგავსი სტრუქტურა შეიქმნა საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროშიც. 3-4 წელია მათ წამოიწყეს სხვადასხვა ინიციატივები ამ სფეროში. მცირე და საშუალო მეწარმეებს ჩვენ დაეუსვით კითხვა თუ რამდენად გაუადვილდათ საქმიანობა ამ სააგენტოს შექმნით. გამოკითხულ მცირე მეწარმეებმა უარყოფითად გვიპასუხეს. საშუალო მეწარმეთა ხმები კი ასე განაწილდა:

- არ გაუადვილდათ საქმიანობა –15.8%-ს;
- გაუადვილდათ საქმიანობა –31.3%-ს;
- ნაწილობრივ გაუადვილდათ – 52.9%-ს.

საშუალო საწარმოები, რომელთაც გაუადვილდათ საქმიანობა (31.3%) ისინი არიან, ვინც სახელმწიფო პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ მოხვდნენ. ესენი სწორედ ამ პროგრამის ბენეფიციარები არიან - „კოდის ფრინველთა საშენი“, „სასტუმრო – გორდა“ (თბილისი) და მარნეულის აგროფირმა - „დოვრუშ-ალი“. საწარმოთა 52.9%-ს ნაწილობრივ გაუადვილდათ საქმიანობა იმით, რომ საჭირო საკითხზე „ერთი ფანჯრის პრინციპით“ აღნიშნულ სააგენტოში აძლევენ პასუხს და აღარ სჭირდებათ სხვადასხვა ინსტანციებში (შემოსავლების სამსახური, ქონების მართვის სააგენტო, ინვესტიციების სააგენტი, საკონსულტაციო კომპანიები და ა. შ.) სირბილი.

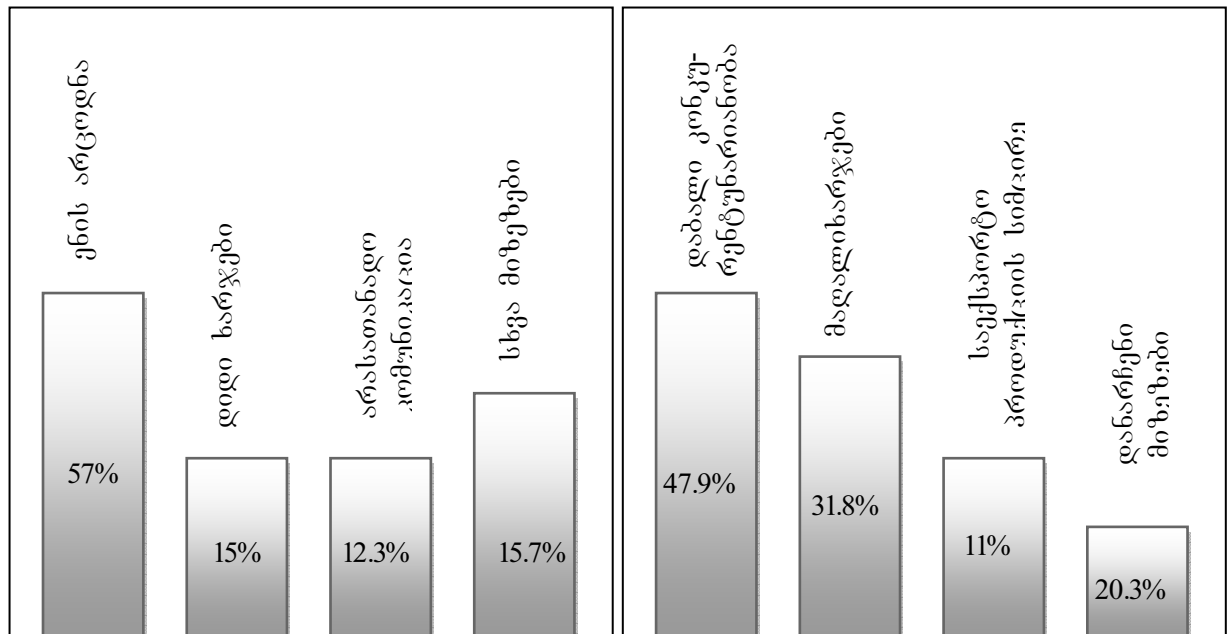
საწარმოთა 15.8%, რომელთა საქმიანობაზე არავითარი დადებითი გავლენა არ მოუხდენია მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს გახსნას, ისინი არიან, რომელთაც გარკვეული ხარჯები გასწიეს პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“ კონკრუსში მონაწილეობის მისაღებად (ბიზნეს-გეგმის შედგენა, დოკუმენტების გაფორმება და ა. შ.), მაგრამ გამარჯვებულ ბენეფიციარებში ვერ მოხვდნენ.

კითხვაზე – **„საქართველოში უნდა მოქმედებდეს თუ არა კანონი „მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ?“**, რესპოდენტთა 80%-ზე მეტმა დადებითი პასუხი გამცა. მეც ამ აზრის ვართ. ასეთი კანონი არსებობს ყველა ქვეყანაში, ვინც ზრუნავს მეწარმეების განვითარებაზე, და, უნდა არსებობდეს ჩვენთანაც.

საინტერესო იყო გამოკითხულ მეწარმეთა აზრი ბიზნეს-ინკუბატორების შესახებ. დასაინათ, რომ მცირე მეწარმეთა 51.6% საერთოდ არ იცნობს ასეთ ორგანიზაციას, 45% მიაჩნია, რომ მეწარმეთა დასატრენინგებლად მათი არსებობა აუცილებელია, მხოლოდ ტრენინგის ხარჯები სახელმწიფომ უნდა გაიღოს, ე. ი. ბიზნეს-ინკუბატორი უნდა ფუნქციონირებდეს სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯზე. იგივე აზრის არიან საშუალო საწარმოთა 87.8%. ისინი პირდაპირ დანაშაულად თვლიან აღნიშნულ სფეროში მთავრობის ინერტულობას.

ოცდამესამე კითხვაზე - „როგორ ფიქრობთ მცირე და საშუალო მეწარმეთა ხელმძღვანელები უნდა მონაწილეობდნენ თუ არა ამ სფეროს განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებაში?“ გამოკითხულმა ორივე ფოკუს-ჯგუფმა ერთხმად დამიდასტურა ამის აუცილებლობა.

ოცდამეოთხე კითხვაზე - „რა მიზეზით შეიკავებდით თქვენ თავს ევროპულ ბაზართან ინტერნაციონალიზაციისაგან?“ მცირე მეწარმეთა 57%-მა ენობრივი ბარიერი დაასახელა, 15%-მა მაღალი სატრანსპორტო ხარჯი, 12.3% - კომუნიკაციის უუნარობა და 15.7%-მა სხვა მიზეზები. საშუალო მეწარმეთაგან 47.9% ფიქრობს, რომ თავს შეიკავებდა მხოლოდ უცხოელებთან დაბალი კონკურენტული შესაძლებლობის მიზეზი, 31.8% მაღალი სატრანსპორტო ხარჯებით, 20.3% - დანარჩენი სხვა მიზეზებით (ნახაზი 11).



ნახაზი 11. ევროკავშირთან ინტერნაციონალიზაციისაგან საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეების თავშეკავების მიზეზები

და ბოლოს, გამიკითხულ მეწარმეებს დაეუსვი ასეთი დამაინტრიგებელი კითხვა: **„როგორ ფიქრობთ, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების საქართველოს სახელმწიფო პოლიტიკა მოახდენს თუ არა რადიკალურ გარღვევას ამ სფეროს განვითარებაში ევროკავშირთან ინტეგრაციის კონტექსტში?“** გამოკითხულ 50 მეწარმიდან არც ერთმა არ მიპასუხა დადებითად. მცირე მეწარმეთა 90% აღიარა, რომ სერიოზულად არ უფიქრია ამ საკითხზე, 10%-მა კი უარყოფითი პასუხი მომცა. საშუალო მეწარმეთა 94.4% კი ბიზნესის განვითარების საქართველოს პოლიტიკაში ვერ ხედავს იმ მუხტს, რომელმაც ამ სფეროს განვითარების ბუმი შეიძლება გამოიწვიოს. საშუალო მეწარმეები თვლიან, რომ ქვეყნის სათავეში ახალი მთავრობის მოსვლით თითქოს ცვლილებები დაიწყო, მაგრამ ისინი არასისტემური, ურთიერთდაუკავშირებელი, შედეგზე არაორიენტირებული ღონისძიებებია. ასეთი „წერტილოვანი“ ღონისძიებები შეიძლება გამოდგეს უკვე ბიზნესაწყობილ ქვეყანაში, რომელსაც, რომელიღაც „წერტილში“ აქვს ჩავარდნა და არა ჩვენთან. ჩვენნაირი ქვეყნის მოსახლეობა კი, რომელიც არც ეკონომიკურად და არც ფსიქოლოგიურად არ იყო მზად საბაზრო ეკონომიკაზე გადასასვლელად, ანუ ბიზნესის განსავითარებლად, ამას დამოუკიდებლად ვერ შეძლებდა. საქართველოს მთავრობას ეს უნდა გაეცნობიერებინა უკვე 90-იან წლებში და თუ თავისი რესურსი არ ჰქონდა (მაშინდელი ბიუჯეტი დეფიციტური იყო) საზღვარგარეთიდან შემოსული დიდძალი გრანტები მაინც უნდა წარემართა ბიზნესის დაწყებისთვის მოსახლეობის მოსამზადებლად. ასე გააკეთეს აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილმა სოციალისტურმა ქვეყნებმა. ასე გააკეთეს ბალტიისპირეთის ქვეყნებმაც და შუა აზიის ორმა-სამმა ქვეყანამ (უპირატესად ყაზახეთმა). მათ ეს 20-25 წელი ამისთვის გამოიყენეს და შედეგიც მიიღეს. მათ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიები გარდაქმნის დაწყებისთანავე შეიმუშავეს, რომლებშიც ჩადებული იყო მცირე და საშუალო ბიზნესის როგორც ეკონომიკის განვითარების ქვაკუთხედის განვითარების პოლიტიკა. ჩვენ კი, ასეთი სტრატეგიაც და ასეთი პოლიტიკაც მხოლოდ 2015 წელს შევადგინეთ. ის კიდევ სხვა თემაა, რამდენად მისაღებია ან ერთი, ან მეორე, რადგან მის შედგენაში არც ბიზნესმენებს მიუღიათ მონაწილეობა, არც მეცნიერებს და რელიგიის წარმომადგენლებს და არც ქვეყნის ბედზე მოფიქრალ სხვა ადამიანებს.

მეწარმეებიც აცხადებენ და მეც იმ აზრის ვარ, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში არა თუ წერტილოვანი ღონისძიებები (ისიც, მწირი დაფინანსებით), არამედ სერიოზული კორექტივებიც კი არსებულ მდგომარეობას

რობას ვერ უშველის. საჭიროა კომპლექსური ღონისძიებების შემუშავება და მათი თანამიმდევრული გატარება წინა ღონისძიების (თუ ღონისძიებების) შედეგების გათვალისწინებით. მაშასადამე, უნდა შემოვბრუნდეთ და ამ 20-25 წლის დაგვიანებით დავიწყოთ და გავაკეთოთ ის, რაც უნდა კარდინალურად გავგვეკეთებინა მაშინ, ე. ი. 90-იან წლებში, როცა დავიწყეთ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა.

ჩვენი ეს დასკვნა ეფუძნება ჩვენს მიერ ჩატარებულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა სოციოლოგიური კვლევის შედეგებს. ამაში აისახება ჩვენი ნაფიქრ-ნააზრევიც.

## **II.5. მცირე და საშუალო ბიზნესის მონაწილეობა ევროკავშირი – საქართველოს საპარტნიორო ურთიერთობებში**

როგორც ცნობილია, 2003 წლის მარტში ევროკავშირმა წარმოადგინა დოკუმენტი – „გაფართოებული ევროპა – მეზობლობა: ახალი ჩარჩო აღმოსავლეთით და სამხრეთით მდებარე ჩვენს მეზობლებთან ურთიერთობისთვის“, რომელიც ევროკავშირის საბჭომ მოიწონა და მიიჩნია სასურველ პლატფორმად პოლიტიკური მიმართულების განსაზღვრისთვის ახალ მეზობლებთან ურთიერთობაში.

2004 წლის 14 ივნისს ევროკავშირის საბჭომ ასევე მოიწონა ევროკავშირის მიერ შემუშავებული „ევროკავშირის სამეზობლო პოლიტიკის სისტემა“, რომლის საფუძველზე მოხდა სამხრეთი კავკასიის სამი ქვეყნის – საქართველო, აზერბაიჯანი, სომხეთი – ჩართვა ევროპის სამეზობლო პოლიტიკაში.

2005 წლის 16-17 ივნისს ევროკავშირის საბჭო მიესალმა გადაწყვეტილებას, რომელიც ითვალისწინებდა სამოქმედო გეგმების შემუშავებას ამ ქვეყნებისთვის. შედეგად ევროკომისიამ გამართა წინასწარი მოლაპარაკებები საქართველოსთან, რომელთა შედეგად მხარეები შეთანხმდნენ სამოქმედო გეგმაზე. აღნიშნული გეგმა მრავალმხრივ თანამშრომლობას ითვალისწინებდა. სამოქმედო პრიორიტეტებში №2 პრიორიტეტად ჩართული იყო სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესება, კერძოდ, პირობების გაუმჯობესება ბიზნესის დასაწყებად, საკუთრების რეგისტრაციის წესების გასაუმჯობესებლად, კრედიტის მიღების პირობების შესაქმნელად და ა. შ.<sup>1</sup>

საქართველო-ევროკავშირის ურთიერთობების მასშტაბების შესაფასებლად და მასში მცირე და საშუალო საწარმოთა წილის გამოსაკვეთად ვახდენთ ევროკავშირის ქვეყნებში საქართველოს ექსპორტის მაჩვენებლების ანალიზს. ექსპორტს იმიტომ მივაქციეთ ყურადღება, რომ საქართველო ღარიბი ქვეყანაა და მის გასაძ-

<sup>1</sup> ევროპის სამეზობლო პოლიტიკა. სამოქმედო გეგმა. ევროკავშირი-საქართველო, თბ., 2005, გვ. 6.

ლიერებლად და სიღარიბის დასაძლევად ქვეყანა ექსპორტზე უნდა იყოს ორიენტირებული, თანაც არა ნედლეულის ექსპორტზე, არამედ, მზა პროდუქციის ექსპორტზე. ამასთან, როგორც ქართველი მეცნიერები აღნიშნავენ, „საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური და საწარმო-ტექნოლოგიური ჩამორჩენილობის დაძლევა მხოლოდ განვითარებულ ქვეყნებთან პარტნიორული ურთიერთობების გაღრმავებით შეიძლება.<sup>1</sup>

საქართველოსთვის როგორც გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნისთვის უადრესად მნიშვნელოვანია ექსპორტის გაზრდა, თანაც უფრო სასურველია თუ ექსპორტში მაღალ ხვედრით წილს თუ არა, მნიშვნელოვან ხვედრით წილს მაინც დაიკავენ მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები. უფრო დადებითად შევაფასებთ ამ ხვედრითი წილის ცვლილების ზრდად დინამიკას.

1995-2008 წლებში საქართველოს ექსპორტის მოცულობა ევროკავშირში 46-ჯერ არის გაზრდილი (იმპორტისა 15-ჯერ).<sup>2</sup> ჩვენთვის არ არის საინტერესო იმპორტის მოცულობა, რადგან იგი მომგებიანი არ არის საქართველოსთვის, ამდენად, ნაშრომის შემდეგ ნაწილებში არც აქ, და, არც შემდეგ თავებში, იმპორტს არ მივაქცევთ ყურადღებას.

როგორც ცხრილი 16 გვიჩვენებს, რომელშიც წარმოდგენილი გვაქვს ევროკავშირის ქვეყნებში საქართველოს ექსპორტის მოცულობები 1995-2015 წლებში (2016 წელი მხოლოდ 9 თვით გვაქვს ნაჩვენები), ამ 20-წლიან პერიოდში ამ სფეროში დიდი ნახტომია გაკეთებული. თუ 1995 წელს საქართველოდან ევროპის ქვეყნებში იმპორტზე გავიდა მხოლოდ 7238,1 ათასი დოლარის პროდუქცია, 2015 წელს გავიდა 89-ჯერ მეტი, რამაც 645214,1 ათასი დოლარი შეადგინა. ეს ნამატი წლების მიხედვით ასე გამოიყურებოდა: 2000 წელს 9,5-ჯერ მეტი, 2003 წელს – 11,3-ჯერ მეტი, 2011 წელს – 58,6-ჯერ მეტი, 2012 წელს – 48-ჯერ მეტი, 2013 წელს – 84-ჯერ მეტი, 2014 წელს – 86,2-ჯერ მეტი და 2015 წელს – 89-ჯერ მეტი.

ევროკავშირის ქვეყნების მიხედვით საქართველოს ექსპორტის მოცულობები სხვადასხვანაირია (იხ. ცხრილი 17, ნახაზი 12). მაგალითად, საქართველოდან პროდუქციის ექსპორტი 2011-2015 წლებში მთლიანად ევროკავშირშიც გაზრდილია (152,3%) და ზოგიერთ ევროკავშირის ქვეყანაშიც: ნიდერლანდში – 2,3-ჯერ (234,4%), ბულგარეთში – 2,3-ჯერ (234,4%), პორტუგალიაში – 9,6-ჯერ (959,5%), ირლანდიაში – 10-ჯერ (1002,4%), კვიპროსში – 2,2-ჯერ (229,8%) და უნგრეთში – 3-ჯერ. მნიშვნელოვანი ზრდა არის დიდ ბრიტანეთში, გერმანიაში, ესპანეთში, ლიტვაში, საბერძ-

<sup>1</sup> ფუტკარაძე რ., საქართველო-ევროკავშირის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობები. პრობლემები და პერსპექტივები, თბ., 2010, გვ. 69.

<sup>2</sup> იქვე, გვ. 203.

ნეთში, სლოვაკეთში, სლოვენიაში და ჩეხეთში. ასეთ დროს 2011 წელთან შედარებით შემცირებულია ექსპორტი ბელგიაში (54,4%), დანიაში (18,9%), ესტონეთში (80,8%), იტალიაში (98,6%), რუმინეთში (53,5%), საფრანგეთში (75,7%), ჰოლანდიაში (17%), ლატვიაში (83,3%), ფინეთში (39,5%) და შვედეთში (16,6%), ანუ 29 ქვეყნიდან საქართველოდან ექსპორტი შემცირებულია 10 ქვეყანაში. რა თქმა უნდა, ამ ფაქტს დადებითად ვერ შევაფასებთ, მაგრამ მთლიანობაში მაინც ზრდას აქვს ადგილი. 2016 წლის 9 თვეშიც – 52,3%-ით მეტი პროდუქცია გავიდა ექსპორტზე ევროკავშირის ქვეყნებში, ვიდრე ეს მოხდა 2011 წელს.

**ცხრილი 16**

**საქართველოს ექსპორტი ევროკავშირის ქვეყნებში<sup>1</sup>**

(ათასი აშშ დოლარი)

წლები	ათასი დოლარი	ცვლილება წინა წელთან შედარებით (+, -)	დინამიკა	
			%-ად წინა წელთან	%-ად 1995 წელთან
1995	7238.1	-	-	-
2000	69394.0	+62155.9	2958.7	958.7
2003	81589.6	+12195.6	117.5	1127.3
2011	424459.5	+342869.9	520.2	5864.3
2012	352957.7	-71501.8	83.1	4876.4
2013	607355.2	+254397.5	172.1	8391.2
2014	624201.4	+16846.2	102.8	8624.0
2015	645214.1	+121012.7	103.3	8914.2
2016 (იანვარ-ოქტომბერი)	452804.2	-	-	-

**ცხრილი 17**

**საქართველოდან პროდუქციის ექსპორტი ევროკავშირის ცალკეულ ქვეყნებში 2011-2015 წლებში<sup>2</sup>**

(ათასი დოლარი)

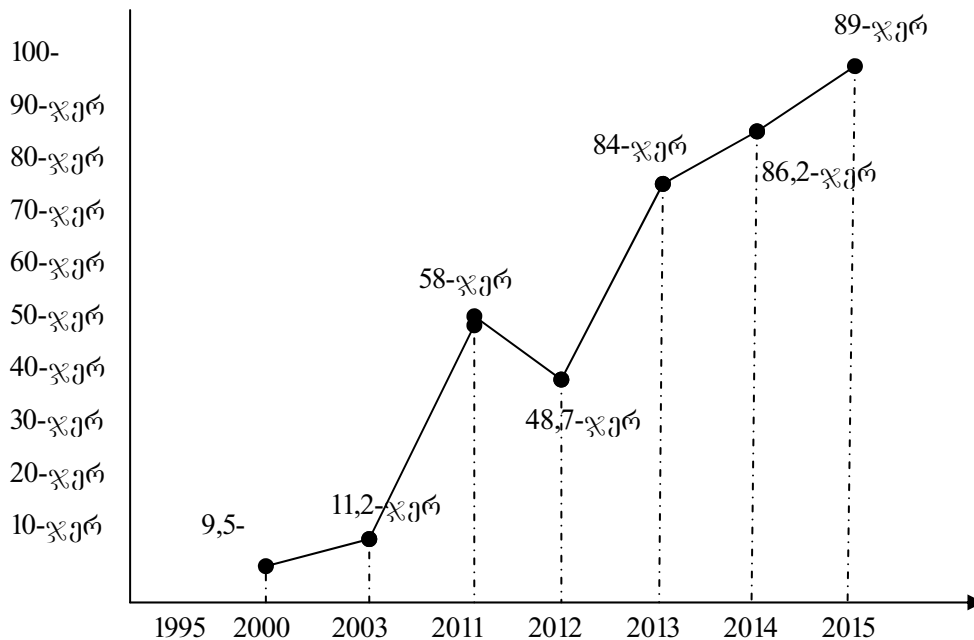
№	ქვეყნები	2011	2012	2013	2014	2015	განვითარების დინამიკა 2015 წ. %-ად 2011 წელთან
	სულ ექსპორტი ევროკავშირში სულ	424459,5	352957,7	607355,2	624201,4	645214,5	152,3
	მათ შორის:						
1	ავსტრია	1433.7	734.4	579.4	4836.8	2355.8	164.3
2	ბელგია	33647.9	60448.2	61479.8	41675.4	18305.4	54.4
3	ბულგარეთი	93699	69654.7	150753.8	167105	214247	228.6
4	ბრიტანეთი	13842.6	20853.9	29682.4	24743.1	21449.7	154.9

<sup>1</sup> საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო სამსახურის ინფორმაცია.

<sup>2</sup> საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო სამსახურის ინფორმაცია.



5	გერმანია	49092.1	38647	73181.6	69191.6	75811.3	154.4
6	დანია	2327.4	1200.4	1433.8	1052.6	440.0	18.9
7	ესპანეთი	23693	15853	66821	70335	41938	177.0
8	ესტონეთი	2775	3685.7	1932.8	2501.1	2243.1	80.8
9	ირლანდია	219	91.4	334	155.2	2195.7	1002.4
10	იტალია	75597	53270	81100.6	86095	74604	98.6
11	კვიპროსი	190.8	372	81920	537	439	229.8
12	ლატვია	7666.0	6112.6	6709	8047	6387.9	83.3
13	ლიტვა	18471.9	14140	20703	31740	33317	180.4
14	ლუქსემბურგი	25.5	3.9	16.2	-	-	-
15	მალტა	-	-	98.7	53	311.6	-
16	ნიდერლანდები	17998.5	11608	20500	31168	42188.2	234.4
17	პოლონეთი	9214.5	5310.1	2295.5	1816.1	156.6	17.0
18	პორტუგალია	2812.7	5152.5	5033	4244	26983	959.5
19	რუმინეთი	19782	3537.1	14747	3752	10589	53.5
20	საბერძნეთი	6180	2181.5	6410	11449	6899	111.6
21	საფრანგეთი	27766.1	17156.0	33856	26884	21031	75.7
22	სლოვაკეთი	4222.1	3220.4	6410	11449	6899.2	163.4
23	სლოვენია	128.7	34.9	79.2	585.7	131.2	102.5
24	უნგრეთი	2160.6	308.1	405.9	777.2	666.2	308.4
25	ფინეთი	1805.3	3625.8	1881.2	659.2	413.2	39.5
26	შვედეთი	462.4	895.5	68.9	261.5	76.8	16.6
27	ჩეხეთი	9428.4	9853.5	14777	14186	13369	14.8
28	სორვატია	11.4	7.3	39.9	190.5	2010	1763.1



ნახაზი 12. საქართველოს ექსპორტის ზრდა ევროკავშირში 1995 წელთან შედარებით

ჩვენ არ შეგუდებით იმის აღწერას თუ საქართველოდან რომელ ქვეყანაში რა საქონელი შედის, რადგან ეს ჩვენი კვლევის სფეროს სცილდება, იმას კი ზოგადად ვიტყვით, რომ ძირითადად ევროკავშირის ქვეყნებში შედის: ნატურალური ღვინოები,

თხილი და კაკალი, ლითონების ჯართი, მინერალური წყლები, ხის ნაწარმი, გამხმარი ნაყოფი (ხირი), ფეროშენადნობები, ჩაი, მინერალური სასუქი, გათრიმლული ტყავი, მცენარეული წვენები, სპილენძის მადნები, სამკურნალო საშუალებები, ნედლი ნავთობი, კერამიკის ჭურჭელი და სხვა.

საქართველოდან პროდუქციის ექსპორტში მონაწილეობას იღებენ როგორც მსხვილი, ისე საშუალო და მცირე საწარმოები. ძირითადი ექსპორტიორების სია მე-18 ცხრილში გვაქვს წარმოდგენილი.

როგორც ცხრილი 18 გვიჩვენებს ძირითად ექსპორტიორებს შორის დასახელებულია მხოლოდ მსხვილი საწარმოები, კერძოდ, სააქციო საზოგადოებები და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები. როგორც ვიცით, ყველა სააქციო საზოგადოება მსხვილ საწარმოდ ითვლება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საწარმოები კი შეიძლება იყონ მსხვილიც და საშუალო სიდიდისაც. რაღა თქმა უნდა, რომ ცხრილში მოცემულ შეზღუდული პასუხისმგებლობის კომპანიების ერთი ნაწილი მსხვილი საწარმოები იქნებიან, რაღაცა მეორე ნაწილი კი საშუალო სიდიდის.

ცხრილი 18

**ევროკავშირის ქვეყნებში პროდუქციის ძირითადი ექსპორტიორები საქართველოდან 2015 წელს**

№	ექსპორტზე გატანილი პროდუქცია	ქართული ექსპორტიორები
1	ყურძნის ნატურალური ღვინოები	შპს „ასკანელი ძმები“, შპს „კახური ტრადიციული მეღვინე“, სს „თელიანი ველი“, შპს „ვაინშენ“-I, შპს „ტილისკი ვინნი პოგრებ“, სს „შატო მუხრანი“, შპს „კორპორაცია ქართული ღვინო“, შპს „შუხმან ვაინს ჯორჯია“, შპს „ბესინი“, სს „თბილ ღვინო“, სს „ბაგრატიონი 1882“, შპს „ქართული ღვინის სახლი“, შპს „ბადაგონი“, სს „თელავის ღვინის მარანი“, შპს „ჭანდრები“, შპს „შუმი“, შპს „კახური“, შპს „წინანდლის ძველი მარანი“, სს „თელავის ღვინის მარანი“, შპს „ხოხბის ცრემლები“, სს „კორპორაცია ქინძმარაული“ და სხვები
2	ხილის და ბოსტნეულის წვენები	შპს „არომაპროდუქტი“, შპს „კულა“, შპს „სამეგობრო“ და სხვები
3	თხილი და კაკალი	შპს „ელენე“, შპს „აგროგრუპი“, შპს „ტორი“, შპს „აჩი და ანლი“, შპს „ჯორჯიან ნატურალე“, შპს „მედე“, შპს „გლობალ-ექსპორტი“, შპს „ნათინვესტი“, შპს „ნათსიელი“, შპს „ჯეო-დემო“ და სხვები
4	ტანსაცმელი	შპს „ავთანდილ ცქვიტინაძე“, შპს „ლაურა“, შპს „იმერი“
5	მინერალური და გაზიანი წყალი	შპს „ლადი“, შპს „ლომისი“, სს „წყალი მარგებელი“, შპს „კახტელ ჯორჯია“, სს „ქართული ლუდის კომპანია“ და სხვები
6	ჯართი	შპს „გეგმენტო“
7	მცენარის ნაყოფი –	შპს „არომაპროდუქტი“, შპს „აკალამი“, შპს „კულა“, შპს

	ჩირი ან დაკონსერვებული	„დიოსკურია XXI“, შპს „საგა“, შპს „მარნეულის სასურსათო ქარხანა“, შპს „დაბი“ და სხვა
8	ავეჯი და ხე-ტყის მასალა, ხის ნაწარმი	შპს „ხევი“, შპს „აპლი“, შპს „ჯორჯიან პროდუქტს“, შპს „სავარძელი“, შპს „ელია“
9	მანგანუმის ოქსიდები	შპს „ემენ ქემიკალ ჯორჯია“
10	სასუქები	შპს „რუსთავის აზოტი“
11	კერამიკული ჭურჭელი	შპს „ჯორჯიან კერამ-კომპანი“
12	თაბაშირი, კირქვა, ცემენტი	შპს „კაპაროლ ჯორჯია“
13	ფეროშენადნობები	შპს „ჯორჯიან მანგანუმი“
14	ლიტონის მიღები	შპს „რუსთავის ფოლადი“
15	ნედლი ნავთობი, ნავთობპროდუქტები	შპს „ბეგინ ენერჯი“, შპს „ზღ ნავთობის კომპანია“
16	ლუდი	სს „ქართული ლუდის კომპანია“, შპს „ყაზბეგი“, შპს „კასტელ ჯორჯია“ და სხვა
17	პლასტმასის ნაწარმი – ქლიბები, მარწუხები, საბურღი და სატკეპნი ნაწილები	შპს „კანარგო ჯორჯია“
18	ეთილის სპირტი	სს „სარაჯისვილი“, შპს „ბადაგონი“ და სხვები
19	ბოცები, ბოთლები	სს „მინა“
20	ქაღალდი და მუყაო	შპს „ოჯო“
21	საკონდიტრო ნაწარმი	შპს „ბებუკა“
22	ცხოველის ტყავი	შპს „დერი სტანდარტი“

საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო სამსახური კონფიდენციალობის მოტივით არ აქვეყნებს მათ შესახებ დამატებით ინფორმაციას, ამიტომ ჩვენ ვერ გავმიჯნეთ ისინი.

რაც შეეხება მცირე საწარმოებს, საქართველოდან ევროკავშირის ქვეყნებში განხორციელებულ ექსპორტში მონაწილეობს 15 ინდივიდუალური მეწარმე (იხ. ცხრილი 19). 2015 წელს მათ ძირითადად გერმანიაში, პოლონეთში, ჩეხეთში, ესპანეთში და იტალიაში გაიტანეს პროდუქცია. მათ მიერ ექსპორტირებული პროდუქცია არის კვების პროდუქტები – ნატურალური ღვინო, თხილი და კაკალი, დაკონსერვებული ნაყოფი, გამხმარი ბოსტნეულის ფქვილი, მტკნარი წყალი, მიხაკ-დარიჩინი, საწებლები და სხვა. ინდემწარმე ამირან ვეფხვაძემ იტალიაში გაიტანა კერამიკული ჭურჭელი, ხოლო გიორგი ვასაძემ და კახაბერ ბოჭორიშვილმა იტალიაში გაიტანეს დახერხილი ხე-ტყე. ნუგზარ ტყეშელაშვილმა პოლონეთში გაიტანა ნატურალური ღვინო, და გამხმარი ბოსტნეულის ფქვილი, ტარიელ ბახიამ და ბექა გოცაძემ ავსტრიაში და გერმანიაში გაიტანეს ყურძნის ნატურალური ღვინო, ბესიკ ვერულაშვილმა პოლონეთში გაიტანა თხილი და კაკალი, კობა ჯგუშიამ – ესპანეთში, ნოდარ ჩხაპელიამ ესპანეთსი და ა. შ. მაგრამ რომ იტვიან „ეს ყველაფერი ზღვაში წვეთია“. საქართველოს მცირე მეწარმეებს ევროკავშირის

ბაზარში ჩართვის დიდი პოტენციალი გააჩნიათ. განა დასაშვებია, რომ ქვეყანაში 407010 მცირე საწარმო ფუნქციონირებდეს (2015 წელს)<sup>1</sup> და მათგან ექსპორტზე მუშაობდეს მხოლოდ თხუთმეტი? ჩვენი აზრით, პრობლემა არა იმდენად ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის არაკონკურენტუნარიანობაშია (თუმცა, ეს ფაქტორიც, რაღა თქმა უნდა, არსებობს), რამდენადაც საზღვარგარეთის ბაზარზე გასვლის მექანიზმის არცოდნაში. ინდმეწარმეთა უმრავლესობას არა აქვს საერთაშორისო ბაზრების შესახებ ინფორმაცია, არ იცის როგორ მოძებნოს საერთაშორისო პარტნიორები, არც სათანადო ბიზნეს-ცოდნა გააჩნია, არც უცხოელებთან ურთიერთობის კულტურას ფლობს, არც მათ ენას, არც მათ სტანდარტებს, და ხარისხის მოთხოვნებს იცნობს, არც უცხო ქვეყნების მოსახლეობის ყოფით ტრადიციებს და ა. შ.

**ცხრილი 19**

**ევროკავშირის ქვეყნებში პროდუქციის ექსპორტში მონაწილე მცირე ზომის საწარმოები 2015 წელს**

საწარმოს კოდი	მცირე საწარმოს დასახელება	საქონლის კოდი	ექსპორტირებულ საქონლის დასახელება	ქვეყნის კოდი	ქვეყნის დასახელება
1006006180	ინდივიდუალური მეწარმე „ტარიელ ბახია“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	040	ავსტრია
		2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	250	საფრანგეთი
		2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	276	გერმანია
1015007564	ინდივიდუალური მეწარმე „ირაკლი ნიკოლაშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	276	გერმანია
1034007173	ინდივიდუალური მეწარმე „ბექა გოცაძე“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	276	გერმანია
1037101015	ინდივიდუალური მეწარმე „ბექა გოცაძე“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	616	პოლონეთი
1024002716	ინდივიდუალური მეწარმე „ბექა გოცაძე“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	276	გერმანია
8001005306	ინდივიდუალური მეწარმე „რევაზ პეტრიაშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	616	პოლონეთი
17001007032	ინდივიდუალური მეწარმე „ნუგზარ ტყეშელაშვილი“	0802	თხილი და კაკალი,	276	გერმანია
17001007032	ინდივიდუალური მეწარმე „ნუგზარ ტყეშელაშვილი“	1106	დაფქვილი ფქვილი გამხმარი ბოსტნეულისგან	276	გერმანია
18001016233	ინდივიდუალური	2008	ნაყოფი და მცენარის	276	გერმანია

<sup>1</sup> მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2015, გვ. 25.

	მეწარმე „ნუგზარ ტყეშელაშვილი“		დაკონსერვებული ნაწილები		
1900100927	ინდივიდუალური მეწარმე „ამირან ვეფხვაძე“	6909	კერამიკული ჭურჭელი	380	იტალია
19001006827	ინდივიდუალური მეწარმე „ნოდარ ჩხაპელია“	0802	თხილი და კაკალი	056	ბელგია
190010066827	ინდივიდუალური მეწარმე „ნოდარ ჩხაპელია“	0802	თხილი და კაკალი	203	ჩეხეთი
19001006827	ინდივიდუალური მეწარმე „ნოდარ ჩხაპელია“	1106	გამხმარი ბოსტნეულის ფქვილი	203	ჩეხეთი
19001033089	ინდივიდუალური მეწარმე „ნოდარ ჩხაპელია“	2008	დაკონსერვებული მცენარეების ნაყოფი	206	ჩეხეთი
19001033089	ინდივიდუალური მეწარმე „კობა ჯგუშია“	0802	თხილი და კაკალი	276	გერმანია
10001033089	ინდივიდუალური მეწარმე „კობა ჯგუშია“	0802	თხილი და კაკალი	724	ესპანეთი
19001033089	ინდივიდუალური მეწარმე „კობა ჯგუშია“	1106	ბოსტნეულის ფქვილი	276	გერმანია
19001033089	ინდივიდუალური მეწარმე „კობა ჯგუშია“	2008	დაკონსერვებული მცენარეების ნაყოფი	276	გერმანია
21001004569	ინდივიდუალური მეწარმე „ბესიკ ვერულაშვილი“	0802	თხილი და კაკალი	616	პოლონეთი
31001009920	ინდივიდუალური მეწარმე „იაგო ბიტარიშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	276	გერმანია
31001009920	ინდივიდუალური მეწარმე „იაგო ბიტარიშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	380	იტალია
31001009920	ინდივიდუალური მეწარმე „იაგო ბიტარიშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	705	სლოვენია
31001009920	ინდივიდუალური მეწარმე „იაგო ბიტარიშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	724	ესპანეთი
31001009920	ინდივიდუალური მეწარმე „იაგო ბიტარიშვილი“	2204	ყურძნის ნატურალური ღვინო	826	ბრიტანეთი
41001004044	ინდივიდუალური მეწარმე „კახაბერ ბოჭორიშვილი“	4407	ხე-ტყე	380	იტალია
46001003623	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი	0813	გამხმარი ნაყოფი	276	გერმანია

	ვასაძე“				
41008001721	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	0904	პილპილი		
42007171002	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	0906	ღარიჩინი		გერმანია
46001003623	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	0907	მიხაკი		გერმანია
46001003623	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	0910	თესლეები (კოჭა, ზაფრანა და სხვა)	276	გერმანია
46001003623	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	2103	საწებლები	276	გერმანია
60001012135	ინდივიდუალური მეწარმე „გიორგი ვასაძე“	4407	ხე-ტყე	380	იტალია
62004025469	ინდივიდუალური მეწარმე „თეიმურაზ კინწურაშვილი“	2201	მინერალური და მტკნარი წყალი	616	პოლონეთი
62006009019	ინდივიდუალური მეწარმე „გელა ცანავა“	0802	თხილი და კაკალი	616	პოლონეთი
6200600919	ინდივიდუალური მეწარმე „დათო ჩაფრავა“	0802	თხილი და კაკალი	703	სლოვაკეთი

ასე რომ, ევროკავშირის ექსპორტში საქართველოს მცირე (და საშუალო) საწარმოთა მონაწილეობის დაბალი დონის მიზეზი ჩვენშივე უნდა ვეძებოთ. პირველ რიგში ეს ეხება მთავრობის პოლიტიკას მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ. ერთ-ერთი მაღალი რეიტინგის ჟურნალში ერთი ქართველი მეცნიერი წერდა „სახელმწიფო მცირე ბიზნესს გერივით არ უნდა ექცეოდეს“-ო.<sup>1</sup> არადა, ხომ ფაქტია, რომ ეს ასეა. საქართველოს მოსახლეობა სრულიად მოუმზადებელი შეხვდა ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლას და ბიზნესის კეთების თავისუფლებას. ვის, თუ არა სახელმწიფოს მთავრობას თავიდანვე უნდა მოეკიდა ხელი ამ საქმისთვის, მისი სწორი განვითარებისთვის, ჩვეულებრივი საბჭოთა მუშისგან და გლეხისგან ევროპული დონის ბიზნესმენის ჩამოყალიბებისთვის. კი, ამას დროც დიდი დასჭირდებოდა და კოლოსალური თანხებიც, მაგრამ ეს დროც გავიდა, ამ მიზნით საზღვარგარეთიდან გრანტების სახით შემოსული თანხებიც უმიზნოდ

<sup>1</sup> ბაღიაშვილი ე., სახელმწიფო მცირე ბიზნესს გერივით არ უნდა ექცეოდეს, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №8, 2014.

დაიხარჯა და მივიღეთ განუვითარებელი მცირე (და საშუალო) ბიზნესი და მისგან გამოწვეული ტოტალური სიღარიბე. ჩვენნაირ ევროპის სოციალისტურმა ქვეყნებმა – პოლონეთმა, ჩეხეთმა, უნგრეთმა და სხვებმა კი – გარდაქმნის პირველსავე დღეს ამ საქმეს მაგრად მოკიდეს ხელი, გახსნეს ათობით ბიზნეს-ინკუბატორები (გერმანიაში გაიხსნა – 300, პოლონეთში – 60, რუსეთში – 80, უნგრეთში – 40 და ა. შ.),<sup>1</sup> ტექნო-პარკები და სხვა სტრუქტურები, სადაც ბიუჯეტის ხარჯზე დაიწვეს ბიზნეს-მენტა „გამოჩეკვა და გამოზრდა“. სწორედ ამის შედეგია რომ დღეს აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილი სოციალისტური ქვეყნები, ევროპის მოწინავე პოზიციებზე დგანან.

ჩვენ ვიანგარიშეთ, რომ ამ დონისძიებების გატარების გარეშე რომელიც ააჩქარებს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ტემპებს, საქართველო დღევანდელი ტემპებით ევროკავშირის დონეზე ვერ გავა.

საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის ხვედრითი წილი ქვეყნის მთლიან ბრუნვაში 2015 წელს მხოლოდ 17,5%-ს შეადგენდა, ევროპაში კი იგი 58%-ის ტოლია.

იმის დასადგენათ თუ არ გავა საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესი ევროპის ამ ნიშნულზე ზრდის იმ დღევანდელი ტემპით, რაც მას 2011-2015 წლებში საშუალოდ ჰქონდა, გამოვიყენეთ როგორც მისი, ისე მთლიანად ბიზნესის ბრუნვის 2011-2015 წლის მოცულობები (ცხრილი 20), შევადგინეთ განტოლება და მივიღეთ შემდეგი შედეგები:

**ცხრილი 20**

**ბიზნესის, მ. შ. მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვის მოცულობები საქართველოში**

	2011	2012	2013	2014	2015
ბიზნესის ბრუნვა – სულ	36726,2	42048	44328	50065	56985
მ.შ. მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა	7291,2	7127	8088	9038,6	9365,4

1. საქართველოს ბიზნესის ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა 2011-2015 წლებში.

$$36726,2 \left(1 + \frac{y}{100}\right)^{4\text{წელი}} = 56985; \left(1 + \frac{y}{100}\right)^{4\text{წელი}} = \frac{56985}{36726,2} 1,55$$

$$\left(1 + \frac{y}{100}\right) = (1,55)^{\frac{1}{4}} = 1,12; \frac{y}{100} = 1,12 - 1 = 0,12; \quad y = 12\%$$

მაშასადამე, ბიზნესის ბრუნვა საშუალოდ წელიწადში საქართველოში გაზრდილია 12%-ით.

<sup>1</sup> ბაღიაშვილი ე., დუდუშაური ზ., ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების პერსპექტივები საქართველოს რეგიონებში, თბ., 2004, გვ. 14-15.

2. მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა 2011-2015 წლებში.

$$7291,2 \left(1 + \frac{x}{100}\right)^4 = 9965,4; \quad \left(1 + \frac{x}{100}\right)^4 = \frac{9965,4}{7291,2} = 1,37; \quad \left(1 + \frac{x}{100}\right) = (1,37)^{\frac{1}{4}}$$

$$1 + \frac{x}{100} = 1,081; \quad \frac{x}{100} = 0,081; \quad x = 8,1\%$$

მაშასადამე, მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა საქართველოში საშუალოდ წელიწადში გაზრდილია 8,1%-ით. ამრიგად,  $y = 12\%$ ,  $x = 8,1\%$

3. ევროკავშირის ნიშნულზე (58%) საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვის გასვლის შესაძლებლობის დადგენა ზრდის მიმდინარე ტემპის (8,1%) პირობებში.

$$58\% = \frac{7291,2 \left(1 + \frac{x}{100}\right)^n}{367726 \left(1 + \frac{y}{100}\right)^n}$$

განტოლების გასხნა ლოგარითმულად გვაძლევს ასეთ შედეგს:

$$\log_{\left(1 + \frac{x}{100}\right)} \frac{0,58 \cdot 36726,2}{7291,2} = n; \quad \log_n \frac{2,92}{0,96} = n; \quad n = -26$$

მაშასადამე, ლოგარითმულმა ამოხსნამ მოგვცა უარყოფითი შედეგი, რაც იმას ნიშნავს, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა ზრდის არსებული წლიური ტემპით (8,1%) ვერ გავა ევროპის ნიშნულზე (58%). ამის უზრუნველსაყოფად საჭიროა საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა ბიზნესის მთლიანი ბრუნვის ზრდის (12%) ტოლი ან მეტი იყოს.



### თავი III. ევროკავშირის ქვეყნებთან საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ჰარმონიზაციის პერსპექტივები

საქართველოსთან ევროკავშირის სამეზობლო პოლიტიკას, რომლის დამამთავრებელი აქტი ვიზა-ლიბერალიზაციაა, საქართველოს საპატრიარქო ასე გამოეხმაურა:

*„მოხარულნი ვართ, რომ საქართველოს მოქალაქეებს მიეცათ შესაძლებლობა ევროკავშირის სივრცეში უვიზო მიმოსვლისა. ეს არის ჩვენი ქვეყნის დაფასება და აღიარება, მაგრამ, ამავე დროს გარკვეული გამოცდაც.*

*ჩვენმა ხალხმა უნდა იგრძნოს მეტი პასუხისმგებლობა და ვალდებულება იმისა, რომ ევროსივრცეში ღირსეულად წარმოაჩინოს თავი... ჩვენი ვალია ისიც, რომ ვეცადოთ, არა მარტო ჩვენ შევითვისოთ და გამოვიყენოთ ის ღირებულებები, რითაც ხასიათდება ევროპული გარემო, არამედ ჩვენი წვლილიც შევიტანოთ მის განვითარებაში...*

*ასე რომ, ასპარეზი დიდია და გონივრული ნაბიჯების გადადგმა გემართებას!<sup>4</sup>*

ეს ჩანართი გვამცნობს, რომ საქართველოს ერიც და ბერიც თანახმაა მიიღოს ევროპული ღირებულებები, მაგრამ მიგვითითებს პასუხისმგებლობების გაძლიერებაზეც. ევროპული ღირებულებები ჩვენ უნდა მოვარგოთ ჩვენ მეურნეობას, ჩვენს კულტურას და ჩვენს ტრადიციებს.

სწორედ ასეთი მიდგომით შევასრულე ნაშრომის ეს თავი, რომელიც „ევროკავშირთან საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ჰარმონიზაციის პერსპექტივები“ ეწოდება. ამ მიმართულებით ყველა ჩემი წინადადება საქართველოს ეროვნული მეურნეობის საჭიროებების პრიზმაშია გაფილტრული.

#### III.1. მცირე და საშუალო ბიზნესის ევროპულ აქტივობებში საქართველოს ინტეგრაცია ინსტიტუციური და საკანონმდებლო დონისძიებების გატარებით

ევროკავშირის ერთ-ერთ მთავარ მოთხოვნას პარტნიორი ქვეყნების მიმართ მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკის შემუშავება და დანერგვა წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ ევროინტეგრაცია ქვეყნის სტრატეგიულ მიმართულებადაა მიჩნეული, საქართველოში ამ სფეროში ევროკავშირის პოლიტიკის პრინციპები და ინსტრუმენტები ჯერ კიდევ არ არის დანერგილი. ეს არა მხოლოდ ჩვენი აზრია, არამედ, ამაზე სპეციალისტებიც წერენ: „...გადასახადის გადამხდელსა და ხელისუფლებას შორის პარტნიორული ურთიერთობები არ შეესაბამება ევროპულ სტანდარტებს. სახელმწიფო მხარდაჭერა მცირე და საშუალო საწარმოთა მიმართ უსისტემოა და გრძელვადიან შედეგებზე არ არის გათვლილი. მცირე და

<sup>4</sup> *ქურნალი კარიბჭე, (23 თებერვალი – 8 მარტი), №4, თბ., 2017, გვ. 48.*

საშუალო ბიზნესის სოციალური როლი და მნიშვნელობა, არა თუ წახალისებული, არამედ უკანასკნელი წლების განმავლობაში იგნორირებულია. სრულყოფას საჭიროებს, როგორც საკანონმდებლო სისტემა, ისე საგადასახადო-საკრედიტო პოლიტიკა. პრაქტიკულად არანაირ პრივილეგიებს და უპირატესობებს დღეს არსებული კანონმდებლობა ბიზნესისთვის არ ითვალისწინებს, თუ არ ჩავეთვით იმას, რომ ბიზნესის ეს სექტორი შედარებით გამარტივებული საგადასახადო რეჟიმით იბეგრება<sup>1</sup>. ეს დასკვნა საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკის არსებული მდგომარეობის შესახებ დადო საქართველოს ეროვნული პლატფორმის ეკონომიკური ინტეგრაციის და ევროკავშირის პოლიტიკასთან დაახლოების მეორე სამუშაო ჯგუფმა. მათვე განიხილეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის სამი სცენარი: პირველი დარჩეს ის, რაც დღეს არის, მეორე – მოხდეს ამ პოლიტიკის ნაწილობრივი ანუ ფრთხილი ცვლილება და მესამე – მოხდეს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პოლიტიკის სწრაფი რეფორმირება.

ის ცვლილებები, რაც დაიწყო ბიზნესის მხარდაჭერაში, 2012 წლის 1 ოქტომბრიდან საქართველოს მთავრობაში პარტია „ქართული ოცნების“ მოსვლის შემდეგ, ნათელს ხდის (ამის დასტურია პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“, საპარტნიორო ფონდის ჩამოყალიბება, კრედიტის პროცენტის თანადაფინანსება, მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს შექმნა და სხვა), რომ საქართველოს ხელისუფლებამ აირჩია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მეორე სცენარი, ანუ არსებული პოლიტიკის ნაწილობრივი ცვლილების სცენარი. დღემდე გასულ პერიოდში, მართალია, ამან „მკვდარი წერტილიდან“ დაძრა მცირე და საშუალო ბიზნესი, მაგრამ მოლოდინი იყო უფრო სხვა, უფრო დიდი. იმ ვითარებაში, როცა ქვეყანაში მოსახლეობის 50% და მეტი სიღარიბის ზღვარზეა, ბიზნესის განვითარების მხარდაჭერაში მთავრობის ასეთი ფრთხილი და ამასთან ბუნდოვანი პოლიტიკა, ჩემთვის გაუგებარია.

ჩემი აზრით, ამ სფეროში საქართველოს მთავრობამ რადიკალურად უნდა შეცვალოს პოლიტიკა და ეს უნდა მოხდეს არა დროში გაწელილად, არამედ, დღესვე. წინააღმდეგ შემთხვევაში ქვეყანაში მდგომარეობა კიდევ უფრო დამძიმდება. მაშასადამე, დღის წესრიგში დგება საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესში სწრაფ, ეფექტიან ზრდაზე ფოკუსირებული სპეციალური პოლიტიკის გადაუდებელი შემუშავების და განხორციელების საჭიროება. ჩვენ ამ პოლიტიკას „გარღვევის პოლიტიკას“ ვარქმევთ და მის შესახებ ჩვენ ხედვას ქვემოთ მოგახსენებთ.

<sup>1</sup> მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკა საქართველოში, აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის საქართველოს ეროვნული პლატფორმა (EASTERN PARTNERSHIP), გვ. 9-10.

ყველასათვის ცნობილია, რომ ქვეყანაში სამუშაო ადგილების გაზრდა და აქედან გამომდინარე, სიღარიბის დაძლევა მხოლოდ მცირე (და საშუალო) ბიზნესის განვითარება-გაფართოებით შეიძლება. იმის მიუხედავად, რომ ევროპის მოსახლეობას არც სამუშაო ადგილები აკლიათ და არც ღარიბები არიან, 2008 წელს ევროკავშირმა მაინც მიიღო „მცირე ბიზნესის აქტი“,<sup>1</sup> რომელიც ამ სექტორზე ზრუნვის კიდევ უფრო ფართოდ გაშლა-გაფართოებას ითვალისწინებს. თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს მთავრობის მიერ დეკლარირებულ მზაობას ევროკავშირთან დაახლოების თვალსაზრისით, და, აგრეთვე, იმ ქმედებებს, რაც საქართველოს ეკონომიკურ პოლიტიკაში ხორციელდება ევროკავშირის მოდელთან მიახლოების უზრუნველსაყოფად, საჭიროა ვიცნობდეთ ამ სფეროში მათ საკანონმდებლო აქტებს და ჩვენც ვნერგავდეთ იმ პრინციპებს, რომლებიც მათ აქვთ დანერგილი. ეს აუცილებლობა განსაკუთრებულად საჭირო გახდა დღეს, რადგანაც საქართველო ევროკავშირისგან ვიზა-ლიბერალიზაციის მოლოდინშია, რაც იმას ნიშნავს, რომ ევროპის ბაზარზე თავისუფლად გავლენ ქართველი მეწარმეები თავისი პროდუქციით. მაგრამ რამდენად თავსებადი ვიქნებით ჩვენ ევროკავშირის ბაზართან, ეს უკვე იმაზე იქნება დამოკიდებული, თუ რამდენად გავითავისეთ ჩვენ მათი ფასეულობები. ბიზნესის სფეროში ასეთი ევროპული ფასეულობაა საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების, DCFTA-ის და „მცირე ბიზნესის აქტის“ მოთხოვნები.

**ევროპის სამეზობლო პოლიტიკა საქართველოსთან ექსპორტის პოტენციალის გადიდების კონტექსტში.** 2006 წლის 14 ნოემბრიდან საქართველოსთვის ძალაში შევიდა სამოქმედო გეგმა „ევროკავშირი-საქართველო“. ეს გეგმა არის ევროპის სამეზობლო პოლიტიკის ერთ-ერთი გამოხატულება, რომელიც დაეხმარება საქართველოს ევროპასთან ურთიერთობების განვითარებაში და თავისი კანონმდებლობის ევროკავშირის ნორმებთან და სტანდარტებთან დაახლოების საქმეში.

აღნიშნული გეგმით ევროკავშირმა საქართველოს ინტენსიური თანამშრომლობა შესთავაზა ეკონომიკის, პოლიტიკის, უსაფრთხოების და კულტურის საკითხებში. ევროკავშირთან თანამშრომლობის ხარისხი დამოკიდებულია, საერთო ღირებულებების ერთგულებაზე საქართველოს მხრიდან და ქვეყნის უნარზე, განახორციელოს ევროკავშირთან ერთად დასახული პრიორიტეტები საერთაშორისო და ევროპული ნორმების და პრინციპების შესაბამისად. ამ ურთიერთობის განვითარების ტემპი მთლიანად არის დამოკიდებული საქართველოს მონდომებაზე ამ მიმართულებით.

სამოქმედო გეგმა „ევროკავშირი-საქართველო“-თი შეიქმნა ევროკავშირსა და

<sup>1</sup> A “Small Business Act (SBA) for Europa, Brussels, 25.06.2008.

საქართველოს შორის არსებული თანამშრომლობიდან ღრმა ინტეგრაციაზე გადასვლის პერსპექტივა, რომლის გამოხატულებაც საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმება, ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA) და ვიზა-ლიბერალიზაცია, რომელსაც საქართველო ევროკავშირიდან სავარაუდოდ 2017 წელში მიიღებს.

„საქართველო-ევროკავშირის“ ასოცირების შესახებ შეთანხმების ერთ-ერთი ძირითადი საკითხია საქართველოს და ევროკავშირს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველი სავაჭრო სივრცის ჩამოყალიბება. ევროკავშირთან თანამშრომლობა გულისხმობს ევროკავშირის და საქართველოს იმ ბიზნესების ადმინისტრაციული და მარეგულირებელი ჩარჩოების დახვეწას, რომლებიც ევროკავშირისა და საქართველოს ფარგლებში ფუნქციონირებენ და ეყრდნობიან ევროკავშირის მცირე და საშუალო საწარმოების პოლიტიკას, ამ სფეროში საყოველთაოდ აღიარებული პრინციპებისა და პრაქტიკის გათვალისწინებით. „საქართველო, – ვკითხულობთ ამ შეთანხმებაში, – უნდა მიისწრაფოდეს, რომ დააფუძნოს ქმედითი საბაზრო ეკონომიკა და ეტაპობრივად დაუახლოვოს საკუთარი ეკონომიკური და ფინანსური რეგულაციები ევროკავშირის რეგულაციებს და იმავდროულად უზრუნველყოს სწორი მაკროეკონომიკური პოლიტიკის გატარება“.<sup>1</sup>

საქართველოს მთავრობა საგანგებო ყურადღებას უთმობს ბიზნესის, კერძოდ კი, მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების ხელშეკრულების (რომლის განუყოფელი ნაწილია ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება – DCFTA) კონტექსტში. DCFTA-ს მოთხოვნებთან ადაპტაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საქართველოსთვის, რათა ქართულმა ბიზნესმა შეძლოს ექსპორტის პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენება.

DCFTA შევიდა ძალაში 2014 წლის 1 სექტემბრიდან. 2015 წელს საქართველომ დაიწყო მოლაპარაკებები ევროპის თავისუფალი ვაჭრობის ასოციაციებთან. საქართველოს ევროკავშირთან პრეფერენციათა განზოგადოებული სისტემა 2005 წლიდან გააჩნია 7200 დასახელების საქონელზე. შედეგად, 2014 წელს საქართველოს სავარეო სავაჭრო ბრუნვამ ევროკავშირის ქვეყნებთან 2999,5 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 2013 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს 4,4%-ით აღემატება (აქედან ექსპორტი 624,1 მლნ აშშ დოლარი, იმპორტი 2371,7 მლნ დოლარი). პირველი გაიზარდა 2,8%-ით, მეორე – 4,7%-ზე მეტად. ევროკავშირთან ვაჭრობის წილმა საქართველოს

<sup>1</sup> საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმება, კარი 5, მუხლი 277(2).

მთლიან საგარეო სავაჭრო ბრუნვაში 26% შეადგინა.<sup>1</sup> კიდევ უფრო გაიზარდა იგი 2015 წელს. ამ წელს მთლიანად საგარეო ვაჭრობის ბრუნვამ 3163,8 მლნ აშშ დოლარი, მ. შ. ექსპორტმა 645,2, ხოლო იმპორტმა – 2518,6 მლნ დოლარი შეადგინა.<sup>2</sup>

2015 წელს ხელი მოეწერა ევროკავშირის დახმარების პროექტს, რომელიც ითვალისწინებს DCFTA-ის და მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოების მხარდაჭერას, რომლის ბიუჯეტიც – 44,5 მლნ ევრო. ამ პროექტის მიზანია:<sup>3</sup>

- DCFTA-ს პოლიტიკის ჩარჩოს შემდგომი გაძლიერება და მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობა.
- ვაჭრობასთან და კერძო სექტორთან დაკავშირებული ინსტიტუციების გაძლიერება.
- გ) ეკონომიკური აგენტების და მცირე და საშუალო მეწარმეობის გაძლიერება DCFTA-ის პროცესების პარალელურად.

საქართველოს ექსპორტში მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხვედრითი წონა მინიმალურია. ამიტომ მათი კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის უმნიშვნელოვანესია ექსპორტის ხელშეწყობა. იმ სარგებლის მაქსიმიზაციისთვის, რომელსაც DCFTA პოტენციალურად სთავაზობს მეწარმეებს, მნიშვნელოვანია, როგორც მათი ცნობიერების ამაღლება DCFTA-ის შესაძლებლობებთან დაკავშირებით, ისე ამ მოთხოვნების ადაპტაციაში ხელშეწყობა.

DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაცია დღეისათვის გამოწვევას წარმოადგენს განსაკუთრებით მცირე და საშუალო მეწარმეებისთვის, რადგანაც მოითხოვს არა მხოლოდ საექსპორტო ბაზრის მოთხოვნების ცოდნას, არამედ, დამატებით ფინანსურ რესურსებს ამ მოთხოვნების შესაბამისად მეწარმეობის განვითარებისთვის.

DCFTA-ის მოთხოვნებთან მეწარმეთა ცნობიერების ამაღლების მიზნით საქართველოში პერმანენტულად იმართება ხელისუფლების წარმომადგენელთა შეხვედრები როგორც კერძო სექტორთან, ისე დაინტერესებულ მხარეებთან, შემუშავებულია DCFTA-ის სამოქმედო გეგმაც 2014-2017 წლებისთვის, რომელიც სხვა მიმართულებასთან ერთად მოიცავს მცირე და საშუალო მეწარმეების ცნობიერების ამაღლებას. კერძო სექტორთან ხელისუფლების წარმომადგენელთა შეხვედრების მიმართ ჩვენი შენიშვნა იმაში მდგომარეობს, რომ სამწუხაროდ, ამ შეხვედრებში მხოლოდ მხვილი

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 7.

<sup>2</sup> საქართველოს სტატისტიკური წელიწადი, თბ., 2016, გვ. 252.

<sup>3</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 17.

მეწარმეები მონაწილეობენ და არა საშუალო და მით უფრო – მცირე მეწარმეები.

მცირე და საშუალო მეწარმეების ცნობიერების ამაღლება DCFTA-ის პერსპექტივებთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია განვითარების სამომავლო გეგმის დასახვის თვალსაზრისით. ამ მიზნით საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების გეგმაში – „საქართველო-2020“ ჩაწერილია შემდეგი: „განხორციელება ღონისძიებები, როგორც მცირე და საშუალო კომპანიების, ასევე, ბიზნესის მხარდამჭერ ორგანიზაციების ცნობიერების ამაღლების და შესაძლებლობების განვითარების მიმართულებით, რაც მნიშვნელოვანია საკონსულტაციო მომსახურების განვითარებისთვის. რეგულარულად მოეწეობა მრგვალი მაგიდები, შეხვედრები, თემატური კონფერენციები...“<sup>1</sup>

ევროკავშირმა კიდევ უფრო დააკონკრეტა მოთხოვნები მცირე საწარმოებზე დოკუმენტში, რომელიც მიიღო 2008 წელს და რომელსაც ეწოდა „მცირე ბიზნესის აქტი“.

**„მცირე ბიზნესის აქტი“-ს მოთხოვნები (პრინციპები).** ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტი“ არის სამთავრობო დოკუმენტი, რომელშიც მოცემული პრინციპები რეკომენდებულია გასატარებლად. ეს პრინციპებია.<sup>2</sup>

- სამეწარმეო განათლების ამაღლება და ბიზნესში ქალების ჩართულობის გაძლიერება (პირველი პრინციპი);
- გაკოტრების რეგულირება და მეორე შანსის მიცემა გაკოტრებისას (მეორე პრინციპი);
- იფიქრე ჯერ მცირეზე (მესამე პრინციპი);
- მცირე საწარმოთა საჭიროებებზე საჯარო ადმინისტრაციების რეაგირების უზრუნველყოფა (მეოთხე პრინციპი);
- საჯარო პოლიტიკის ინსტრუმენტების მორგება მცირე ბიზნესის საჭიროებებზე (მეხუთე პრინციპი);
- მცირე საწარმოთა ფინანსებისადმი ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება, საკანონმდებლო და ბიზნეს-გარემოს სრულყოფა კომერციული ოპერაციების დროული ანგარიშსწორების უზრუნველსაყოფად (მეექვსე პრინციპი);
- სტანდარტების და რეგულაციების დანერგვა (მეშვიდე პრინციპი);
- მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა (მერვე პრინციპი);

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 38.

<sup>2</sup> A “Small Business Act (SBA) for Europa, Brussels, 25.06.2008; “Think Small First”, 2008.

- მცირე საწარმოების „მწვანე ეკონომიკაში“ ჩართვა (მეცხრე პრინციპი);
- მცირე საწარმოების წახალისება და დახმარება, რათა მათ ისარგებლონ ბაზრების ზრდით (მეათე პრინციპი).

**პირველი პრინციპის – სამეწარმეო განათლების ამაღლება და ბიზნესში ქალების ჩართულობის გაძლიერება** – ცხოვრებაში გატარება საქართველოში დაიწყო საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის დაწყების დღიდან. სახელმწიფო უნივერსიტეტების გვერდით გაიხსნა მრავალი კერძო უნივერსიტეტები, რომლებშიც ყველაზე მოთხოვნადი იყო ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობა. ეს პროცესი გრძელდება დღესაც. ამას დაემატა პროფესიული კოლეჯები, რომლებშიც ასევე, ერთ-ერთი მოთხოვნადი სპეციალობა არის „მცირე ბიზნესის მწარმოებელი“.

აუცილებლად აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ საქართველოს მცირე ბიზნესში ქალთა ჩართულობა ძალიან მაღალია. განსაკუთრებით ეს ითქმის სავაჭრო ბიზნესზე, ლომბარდებზე, სასტუმროებზე, ტურისტულ ბიზნესზე, განათლებაზე და საერთოდ მომსახურების სექტორზე.

**მეორე პრინციპი – გაკოტრების რეგულირება და მეორე შანსის მიცემა გაკოტრებისას** – ასევე დაცულია საქართველოში. შემუშავებულია და მოქმედებს კანონი „გადახდისუნარობის საქმის წარმოების შესახებ“ და ძალაშია რეაბილიტაციის ანუ გადახდისუნარობის აღდგენის 6-თვიანი პერიოდი, რომელსაც მმართველი საბჭო აძლევს გაკოტრების პროცესში მყოფ საწარმოს. ეს მისთვის ფაქტიურად არის ეკონომიკური გაჯანსაღების მეორე შანსის მიცემა. მაგრამ არის სხვა პრობლემა. ეს პრობლემა იმაში მდგომარეობს, რომ გაკოტრების შემთხვევაში დაბალია ამონაგების მაჩვენებელი, იგი შეადგენს ერთ აშშ დოლარზე 39,9 ცენტს, მაშინ, როდესაც DCFTA-ის ქვეყნებში იგივე სიტუაციაში იგი 72,1 ცენტია<sup>1</sup>

**მესამე პრინციპი – იფიქრე ჯერ მცირეზე** – ეს ხატოვანი გამოთქმა იმას ნიშნავს, რომ ქვეყანამ უპირველესად უნდა შექმნას მცირე მეწარმოების განვითარების და მხარდაჭერის პოლიტიკა, მისი ორგანიზებისთვის საჭირო სტრუქტურები და მექანიზმები და ა. შ. 2006 წლამდე საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის კანონიც არსებობდა, მცირე ბიზნესის განვითარების ფონდიც და მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ცენტრიც (დირექტორი მ. წიკლაური). მეტიც, ქ. თბილისის მერიასთანაც არსებობდა მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის ცენტრი (დირექტორი დ. ქაჯაია).

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 14.

„ვარდების რევოლუციით“ მოსულმა მთავრობამ 2006 წელს ეს ყველაფერი გააუქმა, ისე, რომ არაფრით მათი ჩანაცვლება არ მომხდარა.

2012 წლის პირველი ოქტომბრიდან მოსულმა ახალმა მთავრობამ ამ მიამართულებით გარკვეული ნაბიჯები გადადგა. შეიქმნა ორი უწყება – მეწარმეობის განვითარების სააგენტო და ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო.

მეწარმეობის განვითარების სააგენტო მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი პილიტიკის და პროგრამების განხორციელების ერთადერთი მაკოორდინირებელ სტრუქტურას წარმოადგენს საქართველოში. სააგენტოს ძირითადი მიზნებია დამწეები ბიზნესების მხარდაჭერა DCFTA-ის მოთხოვნებთან ადაპტაციის პროცესში, საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა, საერთაშორისო და ადგილობრვ ბაზრებზე არსებული მოთხოვნის შესწავლა და ინფორმაციის მიწოდება მეწარმეებზე, მეწარმეთა დახმარება დონორებთან და ფინანსურ ინსტიტუტებთან ურთიერთობების დამყარებაში და სხვა. რაც შეეხება ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს, მისი ფუნქციებია: ინოვაციების სტიმულირება, სამეცნიერო და ბიზნეს-წრეებს შორის ურთიერთობის ხელშეწყობა, მაღალსინქარიანი ინტერნეტის განვითარების ხელშეწყობა, ინოვაციების დანერგვით მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის გაძლიერების ხელშეწყობა და სხვა.

საქართველოში არსებობენ მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი რამდენიმე სხვა ორგანიზაციაც, კერძოდ: საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა, საქართველოს მცირე და საშუალო საწარმოთა ასოციაცია, დასაქმების ასოციაცია და სხვა. ისინი კონსულტაციებს უწევენ მეწარმეებს.

**მეოთხე პრინციპი – მცირე საწარმოთა საჭიროებებზე საჯარო ადმინისტრაციების რეაგირების უზრუნველყოფა.** მასში იგულისხმება სამთავრობო სერვისებით სარგებლობა, საწარმოს რეგისტრაციის წესების გამარტივება, ბიზნესზე რეგულაციების ზემოქმედების შესწავლა. ამ სფეროში საქართველოს მნიშვნელოვანი პროგრესი აქვს. შემცირებულია საწარმოების გახსნის ადმინისტრაციული ბარიერები. გამარტივებულია ბიზნესის კეთება. „Doing Buuness 2016“ კვლევის მიხედვით ამ მაჩვენებლით საქართველო მსოფლიოს 189 ქვეყანას შორის 24-ე ადგილზეა.<sup>1</sup> ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის მიხედვითაც, საქართველო 23-ე ადგილზეა, გაუმჯობესებული აქვს სუვერენული რეიტინგებიც.

მცირე საწარმოებისთვის გამარტივებულია საჯარო მომსახურება. მისი უმეტესი

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი I, თბ., 2015, გვ. 11.



ნაწილი თავმოყრილია ერთ სივრცეში (მაგალითად, ქ. თბილისში – იუსტიციის სახლში). დანერგილია ელექტრონული მომსახურება გადასახადის გადახდაზე, დეკლარაციის წარდგენაზე და ა. შ.

**მესუთე პრინციპი – საჯარო პოლიტიკის ინსტრუმენტების მორგება მცირე ბიზნესის საჭიროებებზე.** დღეს საქართველოში მცირე საწარმოებისთვის ბიზნეს-სერვისების უზრუნველყოფა შეზღუდულია. ერთ-ერთი ევროპული პრიორიტეტი სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობის წახალისება, ასევე, შეზღუდულია. მართალია ელექტრონული ტენდერების 40%-ში სახელშეკრულებო თანხის მოცულობები არ აღემატება 10000 ლარს,<sup>1</sup> რაც მისაღებია მცირე მეწარმეებისათვის, მაგრამ ინტერნეტის სივრცეში არ არის არცერთი მისამართი, სადაც მცირე მეწარმე შეძლებს ამომწურავი და განახლებული ინფორმაციის მიღებას ბიზნესის წარმოების მისთვის საინტერესო ყველა საკითხზე. ქართულ ყოფაში პრობლემაა ისიც, რომ ყველა მცირე მეწარმე არ იცის ინტერნეტის გამოყენება, ან არა აქვს წვდომა მასზე.

ქვემოთ წარმოვადგენთ ინფორმაციას თუ როგორი კარგი პრაქტიკა აქვთ ამ სფეროში სხვა ქვეყნებს.

მცირე ბიზნესისთვის სახელმწიფო შეკვეთებიდან გარკვეული პროცენტის მიღება გერმანიაში 1976 წლიდან გარკვეული დებულებით არის დამტკიცებული.<sup>2</sup> მსგავსი მექანიზმი შეიმუშავა ჩეხეთმა მცირე საწარმოთა სახელმწიფო შეკვეთების კონკურსში მოსანაწილეებლად და ჩართი იგი კანონში „საზოგადოებრივი შეკვეთების გადაცემის შესახებ“ (კანონი ამოქმედდა 1995 წელს). ეს კანონი ადგილობრივ მწარმოებლებს აძლევს უპირატესობას. მაგალითად, თუ კონკურსში უცხოელი მწარმოებელიც მონაწილეობს, ჩეს შემკვეთს უფლება აქვს მის პრეტენდენტ ადგილობრივ მწარმოებელს უცხოელის შემოთავაზებული ფასიდან 10%-ის პრეფერენცია მისცეს.<sup>3</sup> რუსეთში დადგენილება „სახელმწიფო შესყიდვებში მცირე მეწარმეების სუბიექტების მონაწილეობის შესახებ“ 1995 წლის 26 ივნისს მიიღეს და მინიმალურ ნორმად შეკვეთების 15% დაადგინეს.<sup>4</sup> საქართველოში რაიმე ამის მსგავსი არც კანონი არსებობს და არც დადგენილება. ჩვენი ხელისუფლების საყურადღებოდ გვინდა აღვნიშნოთ, რომ ჩეხეთში სახელმწიფო შეკვეთებში მცირე საწარმოს მონაწილეობის მექანიზმის შემუშავება და ამოქმედება მისი ევროკავშირში შესვლის ერთ-

<sup>1</sup> საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 32.

<sup>2</sup> Шулуз А., Мелкие и средние предприятия в народном хозяйстве ФРГ, Российский экономический журнал, 1993, №3, გვ. 88.

<sup>3</sup> Улыбышева Е., Либерализация рынков государственных заказов в ЕС, МО, №1, 1995, გვ. 126-127.

<sup>4</sup> Толмачев Е., Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в странах центральной и восточной Европы, М., 2001, გვ. 158.

ერთი პირობა იყო. ამით იმის თქმა გვინდა, რომ ევროპასთან ინტეგრაციის გზაზე, ჩვენც, ამ სფეროს სრულ მოწესრიგებაზე უნდა ვიფიქროთ.

**მეექვსე პრინციპი – მცირე საწარმოთა ფინანსებისადმი ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება, საკანონმდებლო და ბიზნეს-გარემოს სრულყოფა კომერციული ოპერაციების დროული ანგარიშსწორების უზრუნველსაყოფად –** მცირე ბიზნესში კერძო კაპიტალი არ არის საკმარისი, ხოლო ფასიანი ქაღალდების ბაზარი საქართველოში მცირე და არალიკვიდურია. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაძლიერების თვალსაზრისით ევროკავშირი მიიჩნევს ისეთი ღონისძიებების გატარებას, როგორცაა, საბანკო სექტორში კონკურენციის გაძლიერება, ადგილობრივი ინსტიტუციური საინვესტიციო ბაზის შექმნა (მაგალითად, სადაზღვევო და საპენსიო რეფორმების გზით). დღეს საქართველოში მცირე საწარმოების კაპიტალი ძირითადად ფორმირდება საკუთარი, საოჯახო და მეგობარ-ნათესავების ფულადი დანახოვებით. საბანკო დაკრედიტების კონსერვატიული მიდგომა და საგირავნო უზრუნველყოფის მაღალი მოთხოვნები მცირე საწარმოების განვითარებას აფერხებს. დღეს საქართველოში მოქმედი მიკროსაფინანსო ორგანიზაციები აძლევენ კრედიტებს მცირე საწარმოებს, მაგრამ მაღალი რისკის გამო, მათი საპროცენტო განაკვეთი კაბალურია – 36-44% წლიწადში. ბოლო წლებში საქართველოს მთავრობამ შეიმუშავა სპეციალური პროგრამები („იაფი კრედიტი“, „აწარმოე საქართველოში“) და მცირე მეწარმეები დააფინანსა ბიუჯეტის საფუძველზე ფორმირებული იაფი სესხებით (სესხის პროცენტის 2%-ს იხდის მეწარმე, 12%-ს სახელმწიფო), მაგრამ ფინანსებზე წვდომის ეს გზაც რთული აღმოჩნდა მათთვის, რადგან ამის მისაღებად მათ თავიანთი ბიზნეს-გეგმით კონკურსში უნდა გაიმარჯვონ. როგორ ფიქრობთ, ქართველი მცირე მეწარმეები, რომელთაც აგერ „გუშინ“ ისწავლეს საბაზრო ეკონომიკის ანი-ბანი, შეძლებენ კონკურსში გასამარჯვებლად ბიზნეს-გეგმის დაწერას? არის სხვა ბარიერებიც.

ყველა ამ პრობლემის მოგვარების საკითხი გათვალისწინებულია საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების 2016-2020 წლების სტრატეგიაში. მეტიც, საქართველოს მთავრობა ამ წლებში აპირებს გრანტების მეშვეობით მცირე საწარმოთა დაფინანსების გაუმჯობესებას, რისთვისაც გადაიხედება გრანტებთან დაკავშირებული კანონმდებლობა და საჭიროების შემთხვევაში შემუშავდება შესაბამისი საკანონმდებლო ცვლილებები.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 30.

**მეშვიდე პრინციპი – სტანდარტების და რეგულაციების დანერგვა.** ეს პრინციპი იძლევა სტანდარტების, ტექნიკური ნორმების და შესაბამისობის დადგენის სფეროში ევროკავშირში მოქმედ საკანონმდებლო და ადმინისტრაციულ პრაქტიკაზე გადასვლის რეკომენდაციას. კერძოდ:<sup>1</sup>

- ეფექტიანი თანამშრომლობის უზრუნველყოფა საქართველოში ტექნიკური ნორმების, სტანდარტიზაციის, მეტროლოგიის და აკრედიტაციის თანამედროვე ინსტიტუციური სისტემის შექმნის და გაძლიერების მიზნით;
- სტანდარტიზაციაზე, აკრედიტაციაზე, შესაბამისობის დადგენაზე, მეტროლოგიასა და ბაზრის მეთვალყურეობაზე პასუხისმგებელი ინსტიტუტების ინტერგირება ევროპულ და საერთაშორისო სტრუქტურებში;
- თანამშრომლობა საერთაშორისო კლასიფიკაციის საეტალონო ლაბორატორიების შესაქმნელად და სხვა.

ეს სამუშაოები საქართველოში 2006 წლიდან არის დაწყებული, მაგრამ საქართველოს სტანდარტიზაციის და მეტროლოგიის ინსტიტუტს დაფინანსების უქონლობის გამო, ამ სამუშაოების მეტად მცირე ნაწილი აქვს ჯერ შესრულებული. ძნელდება იმ ევროპული სტანდარტების და ტექნიკური ნორმების დანერგვაც ქართულ სამეწარმეო სივრცეში, რომელიც უკვე ითარგმნა ამ ინსტიტუტში, რადგან ისინი იყიდება, მათი შექმნის საშუალება კი ყველა მცირე მეწარმეებს არა აქვთ. ჩემი აზრით, სტანდარტები უფასოდ უნდა ურიგდებოდეთ მეწარმეებს, მათი თარგმნის და ბეჭდვის ხარჯებს კი სახელმწიფო ბიუჯეტი უნდა ფარავდეს.

**მერვე პრინციპი – მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა.** საქართველოს მცირე მეწარმეობაში სწორედ ამ პრინციპის გატარების დადასტურებაა „საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებში ასეთი პრიორიტეტების ჩაწერა:<sup>2</sup>

- სამეწარმეო სწავლების გაუმჯობესება ევროკავშირის პრაქტიკის შესაბამისად;
- ინოვაციური მეწარმეობის წასახალისებლად კონკრეტული მხარდამჭერი ღონისძიებების გატარება.

ამავე დოკუმენტში ვკითხულობთ, რომ „მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის

<sup>1</sup> ევროპის სამეზობლო პოლიტიკა. სამოქმედო გეგმა – „ევროკავშირი-საქართველო“, თბ., 2006, გვ. 25.  
<sup>2</sup> საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 21.

სიმწირე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დაბრკოლებაა მცირე და საშუალო საწარმოთა ზრდისა და განვითარებისთვის... ამ ეტაპზე საქართველოს განათლების სისტემაში სრულად არ არის დანერგილი სამეწარმეო განათლება საუკეთესო ევროპული და საერთაშორისო გამოცდილების შესაბამისად. ასევე არ არის დანერგილი უწყვეტი სწავლება“.<sup>1</sup> ამის სალიკვიდაციოდ სტრატეგია მრავალ სხვადასხვა დონის ძიების – ტრენინგ-პროგრამები, არაფორმალური განათლების პილოტური პროგრამები და ა. შ. – გატარებას ითვალისწინებს.

არასახარბიელო მდგომარეობა გვაქვს ინოვაციურ მეწარმეობის განვითარების კუთხით. ინოვაციურ შესაძლებლობებში საქართველოს 121-ე ადგილი უკავია, უახლეს ტექნოლოგიებზე ხელმისაწვდომობაში – 97-ე ადგილი, ფირმის დონეზე ტექნოლოგიების გამოყენებაში – 103 ადგილი, კომპანიის დანახარჯებში კვლევისა და განვითარებაზე 127-ე ადგილი.

მცირე (და საშუალო) საწარმოებს არა აქვთ შესაძლებლობა განახორციელონ ინვესტიციები ინოვაციებში და ახალ ტექნოლოგიებში. მათთან ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების შესაძლებლობაც უაღრესად დაბალია. აქედან გამომდინარე, საჭიროა სახელმწიფომ შეუწყოს ხელი მათ ინოვაციურ განვითარებას. ამ საქმეს ერთჯერადი „ინექციები“ არ უშველის, ის სისტემური და მასშტაბური უნდა იყოს.

**მეცხრე პრინციპი – მცირე საწარმოების „მწვანე ეკონომიკაში“ ჩართვა.** ეს პრინციპი მოუწოდებს მცირე საწარმოებს თავისი საქმიანობა წარმართონ მაქსიმალურ ეკოლოგიურ სისუფთავეში. მართალია, საქართველოს მთავრობაც ახალისებს ბიზნეს-საზოგადოებას, რათა მან მიაქციოს ყურადღება გარემოს დაცვის საკითხებს, მაგრამ მცირე და საშუალო საწარმოებს ასეთი ეკოეფექტურობის უზრუნველსაყოფად ფინანსური დახმარება არა აქვთ. „საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წ.წ.-ში ჩაწერილია, რომ „ამ მიზნით მეწარმეთათვის შემუშავდება შესაბამის ტრენინგ-პროგრამა და უზრუნველყოფილი იქნება კონსულტაციები, ხელი შეეწყობა გარემოსდამცველი მმართველის (მენეჯერის) კურსების განვითარებას“.<sup>2</sup> გადაუდებლად საჭიროა ამ პროგრამის მალე ამოქმედება.

**მეათე პრინციპი – მცირე საწარმოების წახალისება და დახმარება, რათა მათ ისარგებლონ ბაზრების ზრდით.** ეს ფაქტიურად არის ინტერნაციონალიზაციაზე

<sup>1</sup> *იქვე, გვ. 31.*

<sup>2</sup> *საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, დანართი 1, თბ., 2015, გვ. 35.*

რეკომენდაცია. საქართველოში ეს სიახლეც დაწყებულია. ჩამოყალიბებულია მეწარმეობის განვითარების სააგენტო, რომელიც ეხმარება ექსპორტზე ორიენტირებულ ფირმებს. მათ ასევე ხელს უწყობს საქართველოს საინვესტიციო სააგენტო. ისინი მცირე საწარმოებს აწვდიან ინფორმაციას საგარეო ბაზრების შესახებ, გამოფენების შესახებ, ეხმარებიან საერთაშორისო პარტნიორების მოძებნაში და ა. შ. ცნობიერების ასეთი ამაღლება მცირე მეწარმეებს ხელს უწყობს მათი პროდუქციის ბაზრის გაფართოებაში.

საქართველოში მცირე საწარმოთა ექსპორტის ხელშეწყობის აქტივობებში ნაკლებად ჩანს ფინანსური დახმარება. 2008 წელს სახელმწიფომ ექსპორტის დასაფინანსებლად გამოყო 34,5 მლნ ლარი რესურსი (ისიც სასესხო).<sup>1</sup> შემდგომ წლებში ექსპორტის ხელშემწყობი პროგრამა აღარ დაფინანსებულა.

„საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიაში ამ საკითხის გამოსწორებაც დაიგეგმა, კერძოდ, მეტი ყურადღება ისევ და ისევ დათმობილი აქვს საექსპორტო ბაზრების კვლევას და ონლაინ პორტალის მეშვეობით მეწარმეებისთვის ინფორმაციის მიწოდებას, მარკეტინგის გაუმჯობესებას, საერთაშორისო გამოფენებში ქართველ მეწარმეთა მონაწილეობის ხელშეწყობას და ა. შ. დასაბნაია, რომ 2020 წლამდე პერიოდშიც საქართველოს მთავრობა არ ითვალისწინებს ექსპორტზე ორიენტირებულ მცირე (და საშუალო) საწარმოებისთვის ბიუჯეტურ დაფინანსებას და რაც ყველაზე მთავარია, ამ სფეროში საქართველოს მთავრობის ღონისძიებები პრიორიტეტებად არ არის დაყოფილი და თანაც, თითოეული მათგანი ძალზე ზოგადია. ყველა ღონისძიება იწყება და მთავრდება სიტყვებით – განხორციელდება... შესრულდება... ყურადღება მიექცევა და ა. შ. არსად არ ჩანს რა მექანიზმებით, რა ინსტრუმენტებით, რა საშუალებებით და რა ფორმით განხორციელდება თითოეული მათგანი.

ამის გარდა, ჩემი ღრმა რწმენით, ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ პრინციპები რომ უნდა გავატაროთ, ეს ცხადზე ცხადია, მაგრამ ეს პრინციპები მაინც ისეთ ქვეყნებისთვის არის შემუშავებული, რომელთაც ასე თუ ისე ბიზნესი განვითარებული აქვს და ეხლა სჭირდება მისი სრულყოფა, კერძოდ, ბიზნესში ქალების ჩართულობის გაფართოება (პირველი პრინციპი), მეორე შანსის მიცემა გაკოტრებისას (მეორე პრინციპი), მართვის უნარების დახვეწა (მეორე პრინციპი), მწვანე ეკონომიკაში ჩართვა (მეცხრე პრინციპი) და ა. შ. საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესი, განსაკუთრებით მცირე ბიზნესი, ჯერ ამ დონემდე განვი-

<sup>1</sup> საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 34.

თარებულები არ არის. ამიტომ საჭიროა ამ პრინციპებიდან ჩვენ ამოვარჩიოთ პირველი რიგის პრინციპები, რომელთა დაჩქარებული გატარებით „ხვალ თუ არა ზეგ“ მივალთ ცენტრალურ თუ აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების (ჩეხეთი, უნგრეთი, პოლონეთი და სხვები) განვითარების დონემდე და მხოლოდ შემდეგ (ან პარალელურად) უნდა დავიწყოთ მისი სრულყოფა, იქნება ეს მწვანე ეკონომიკაში ბიზნესის ჩართვა, დახმარება ბაზრების ზრდაში თუ სხვა.

ასეთი მიდგომით იმ ათი პრინციპიდან, რომელსაც რეკომენდაციას აძლევს ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტი“, ამ ეტაპზე საქართველოში პირველ რიგში გასატარებლად მე გამოვყავი სამი პრინციპი:

1. **სამეწარმეო განათლების ამაღლება და ბიზნესში ქალების ჩართულობის გაფართოება.**
2. **მცირე საწარმოთა ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება ფინანსებზე და საკანონმდებლო და ბიზნეს გარემოს სრულყოფა.**
3. **მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა.**

სამეწარმეო განათლების ამაღლება მცირე ბიზნესის აქტივში პირველ პრინციპად არის დასახელებული, მხოლოდ იგი შეწყვეტილებულია ბიზნესში ქალთა ჩართულობის გაფართოებასთან. ამასთან, იქ საუბარია უკვე მიღებული განათლების ამაღლებაზე, ჩვენთან კი ჯერ ამ განათლების მიღებაზე უნდა ვიზრუნოთ და მხოლოდ შემდეგ მის ამაღლებაზე (მისასალმებელია, რომ საქართველოს მთავრობამ დაიწყო ფიქრი იმაზე, რომ საშუალო სკოლებში შემოიღოს „ბიზნესის საფუძვლების“ სწავლება). სწორედ ამიტომ, მე, ვფიქრობ, რომ საქართველოსთვის ამ პრინციპმა ამ ეტაპზე მიიღოს ასეთი სახე და ასეც გატარდეს – „მეწარმეო განათლების საყოველთაო მიღება და მეწარმეობის განვითარების რესურსული პოტენციალის გამოკვლევა“. ამასთან უნდა გვახსოვდეს, რომ ვერც სკოლები, ვერც კოლეჯები და ვერც უნივერსიტეტები პრაქტიკოს მეწარმეებს ვერ მოგვიმზადებენ. იქ ისინი მხოლოდ ბიზნესის თეორიას ისწავლიან (ბიზნესის ორგანიზაცია, მენეჯმენტი, მარკეტინგი და სხვა). ბაზარს კი სჭირდება ჩამოყალიბებული, თეორიული ცოდნით აღჭურვილი და პრაქტიკული გამოცდილების მქონე მეწარმე. ჩვენ მხოლოდ და მხოლოდ ასეთი კადრის მომზადებაზე უნდა ვიზრუნოთ. მეწარმეო განათლება არ უნდა გავიგოთ მხოლოდ თეორიულ განათლებად. თუ მეწარმეს მის პარალელურად პრაქტიკული ჩვევები არ მივეცით და თუ ის ჩვენ „შეცდომა-არშეცდომის“ მაგალითებით არ დავატრენინგებთ, ის დამოუკიდებლად მუშაობის პირობებში, პირველსავე თვეს

გაკორტდება. ასეთი სწავლების მიღების ერთადერთი გზა არის ბიზნეს-ინკუბატორები. ევროპის ქვეყნებმა ეს გზა უკვე გაიარეს, მათ ასეთი ინკუბატორები იმთავითვე, 90-იან წლებში ათეულობით დააფუძნეს და სწორედ იქ ჰქონდათ მოწყობილი ასეთი სწავლება, ამიტომ „მცირე ბიზნესის აქტში“ ისინი ინკუბატორებს აღარ ახსენებენ.

რადგან ეს „ველოსიპედი“ გამოგონილია და ევროპასა და აზიაში ბიზნესი ამ გზით განვითარდა, დაგვიანების მიუხედავად, ჩვენც ამით უნდა დავიწყოთ. ის ჩავარდნა, რაც ჩვენ დღეს მცირე ბიზნესში გვაქვს, რამაც გამოიწვია ტოტალური უმუშევრობა და სიღარიბე, სწორედ იმის ბრალია, რომ საქართველოს რეგიონებმა ადგილებზე ვერ მოაწყვეს ბიზნეს-ინკუბატორები და ვერ „გამოჩეკეს“ და „გამოზარდეს“ მეწარმეები. ამის პარალელურად თუ შეისწავლებოდა თითოეული რეგიონის ბიზნეს-ლანდშაფტი, ანუ გაირკვეოდა რომელი სახის ბიზნესის (აგრო, ტურისტული, სარესტორნო, სამრეწველო და ა. შ.) განვითარების რესურსი ჰქონდა რეგიონს, რეგიონის ხელმძღვანელობას უკვე ადგილზე შეეძლო შეთავაზებები გაეკეთებინა ინკუბატორში ნასწავლ-დატრენინგებულ მეწარმისთვის, თუ მას რომელი ბიზნესისთვის მოეკიდა ხელი. ეს სამუშაო საქართველოში დღემდე არ გაკეთებულა. დღეს ეს საქმე სრულიად ცარიელ ადგილიდან უნდა დაიწყოს, მაგრამ აუცილებლად უნდა დაიწყოს. მისი ინიციატორი ქვეყნის ცენტრალური და რეგიონული ხელმძღვანელობა უნდა იყოს.

რაც შეეხება ბიზნესში ქალების ჩართულობის საკითხს, შეიძლება ითქვას, რომ ბიზნესში ქალების ჩართულობა საქართველოში საკმარისზეც მეტია (განსაკუთრებით მცირე ბიზნესში). ქართული ტრადიციით ოჯახის შემნახველი არის მამაკაცი და არა ქალი. საბაზრო ეკონომიკამ ეს ტრადიცია თავდაყირა დააყენა, რადგან წინა პლანზე გადმოვიდა მომსახურების ეკონომიკა, სადაც ქალის შრომა უფრო გამოსაყენებელია, ვიდრე მამაკაცის (სოციალისტურ საქართველოში წარმოების ეკონომიკა იყო მთავარი, სადაც პირიქით, მამაკაცის შრომა იყო პრივილეგირებული). უმუშევარი, დაუსაქმებელი ქართველი მამაკაცი არამხოლოდ უფულო მამაკაცია, არამედ, ღირსებააყრილი კაციც არის. ამიტომ არის, რომ უსაქმურობისაგან მამაკაცთა უმრავლესობა გალოთდა, განარკომანდა, გადაიკარგა ქვეყნიდან, ნაწილმა თავი მოიკლა – სიკვდილი ამჯობინა ასეთ სიცოცხლეს. მამაკაცთა დაუსაქმებლობის მიზეზით შემცირდა ქორწინებათა რიცხვი და იმატა განქორწინებებმა. მაგალითად, 1980 წელს საქართველოში ყოველ 1000 კაცზე ანგარიშით მოდიოდა 10 ქორწინება და 1,3 განქორწინება, 2015 წელს კი – 7,8 ქორწინება და 2,5 განქორწინება.<sup>1</sup> ასეთ დროს საქართველოს არ გამოადგება ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ იმ პრინ-

<sup>1</sup> საქართველოს სტატისტიკური წელიწადეული, თბ., 2016, გვ. 23.

ცივის დანერგვა, რომელიც მოითხოვს ქალების ჩართულობის გაფართოებას ბიზნესში“. ჩვენ გვჭირდება ქართველ კაცს დაუბრუნოთ ღირსება (როგორც რუხველტმა გააკეთა 1929-33 წლებში), ოჯახის თავკაცის პრესტიჟი, ოჯახის მეთაურობის უფლება და საერთოდ ოჯახის, ცოლ-შვილის ყოლის უფლება. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ხელფასი მარტო ფული არ არის, იმის უკან დგას ღირსება. არ გაქვს ხელფასი, ე. ი. არ შეგიძლია ცოლ-შვილის რჩენა, მაშინ არც უნდა გყავდეს ისინი. ასეთი კაცი საქართველოში ღირსებააყრილი კაცია. იგი თავის პირველ ადგილს კარგავს ოჯახში, მას აღარ უჯერებენ, არ უსმენენ, არ ეპუებიან. კაცი იწყებს ლოტობას, ქურდობას, ინგრევა ოჯახი. ამას ერის დეგრადაცია ქვია. ჩვენ ეს მდგომარეობა კი არ გვემუქრება, არამედ, ეს მდგომარეობა ეხლა გვიდგას (თავის დროზე რუხველტმა სწორედ ასეთი დეგრადაციისგან დაიცვა ამერიკა). ამიტომ, არა ქალების, არამედ მამაკაცების დასაქმებაზე უნდა ვიზრუნოთ. უპირველესად მათ უნდა ვასწავლოთ მეწარმეობა და ჩვენს მიერ საქართველოს რეგიონებში გასახსნელად შემოთავაზებულ ბიზნეს-ინკუბატორებშიც (ამას შემდეგ პარაგრაფში წარმოვადგენთ) მეწარმული უნარ-ჩვევების შესასწავლად და გამოსამუშავებლად პირველ რიგში მამაკაცები უნდა მოვიწვიოთ.

„მცირე ბიზნესის აქტის“ პრინციპებიდან საქართველოს რიგით მეორე პრიორიტეტად მივიჩნევთ **მცირე საწარმოთა ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების ფინანსებზე და საკანონმდებლო და ბიზნეს-გარემოს სრულყოფას** (მეექვსე პრინციპი), ის რაც „ქართულმა ოცნებამ“ გააკეთა ფინანსებზე წვდომის კუთხით, მცირე და საშუალო მეწარმეებისთვის მიზერულია. ამ სფეროში ისეთი რადიკალური ღონისძიებების გატარება არის საჭირო, როგორც გაატარეს ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებმა – გერმანიამ, ჩეხეთმა, სლოვაკეთმა და სხვებმა და შედეგიც მიიღეს. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში ხელშესაწყობად მრავალმა ქვეყნის მთავრობამ განვითარების ბანკები შექმნა. ისინი კომერციულ ბანკებთან შედარებით დაბალ პროცენტში (წლიური 5-6%) აძლევენ კრედიტებს მცირე და საშუალო საწარმოებს. ასეთი ბანკების კაპიტალი მთლიანად სახელმწიფოსია. გერმანიაში ასეთმა ბანკმა (Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)) თავისი არსებობის მანძილზე 100 ათასი გარატია გასცა 10 მლრდ მარკის მოცულობით.<sup>1</sup>

ასეთივე დანიშნულების ბანკი 1997 წელს დაფუძნდა უნგრეთშიც (უნგრეთის განვითარების ბანკი – BBP). 1992 წელს იგივე მოხდა ჩეხეთშიც. 1992-1999 წლების პერიოდში ჩეხეთის განვითარების ბანკმა 8214 ფინანსური სუბსიდია წარადგინა 5,9

<sup>1</sup> *Авилова А., Кредитные гарантии для малого бизнеса, МэиМО, 1997, გვ. 154.*



მლრდ კრონის მოცულობით.<sup>1</sup> რუმინეთში ასეთივე ბანკი შეიქმნა 1993 წელს. იგი 3 მლრდ დოლარის ექვივალენტი 500 მლრდ ლევით დააფუძნა სახელმწიფომ. ბანკი დაბალპროცენტოვანი სესხებს აძლევს მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს და აგრეთვე გასცემს მათზე გარანტიებს.

განვითარების ბანკები მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებს აძლევენ გრძელვადიან კრედიტს, მაშინ როდესაც კომერციული ბანკები ამჯობინებენ მოკლე ვადით გასცენ კრედიტები. განვითარების ბანკების საქმიანობა შეიძლება ითქვას, რომ არის მცირე და საშუალო ბიზნესის ყველაზე დიდი ხელის შეწყობა. ევროპის ქვეყნების მთავრობები ამ პოლიტიკით ასუსტებენ კომერციული ბანკების ექსპანსიურ ფისკალურ პოლიტიკას და მცირე და საშუალო ბიზნესს, რომელსაც არ შეუძლია კომერციული ბანკების მაღალპროცენტოვანი სესხებით სარგებლობა, მსხვილ საწარმოთა თანაბარ განვითარების შესაძლებლობას აძლევენ.

გარდაქმნის დაწყების დღიდან 26 წელი გავიდა. საქართველომ უპირობოდ აირჩია განვითარების ევროპული გზა. ერთ-ერთი ნაბიჯი, რომელიც დაგვაახლოვებს ევროპასთან, ჩემი აზრით, უნდა იყოს მცირე და საშუალო ბიზნესის საფინანსო-საკრედიტო მეთოდებით რეგულირება მათი დაფუძნების საწყის წლებში, ანუ ის, რაც უკვე გააკეთეს ევროპის ქვეყნებმა. მხედველობაში გვაქვს მცირე და საშუალო ბიზნესის დამფინანსებელი განვითარების სახელმწიფო ბანკის შექმნა, რომელიც დღემდე არ არის საქართველოში შექმნილი.

ევროპისკენ სვლის გზაზე და მასთან მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტეგრაციისთვის საჭირო იქნება, ჩვენც ევროპის დარად სახელმწიფო და მუნიციპალური დონეზე შევიმუშავოთ და შევასრულოთ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პროგრამები. ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში ეს პროგრამები მეტად დინამიურად ვითარდება, განსაკუთრებით ეს ეხება ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებს.

ჩხეთში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა შემდეგი ფორმებით ხდება:<sup>2</sup>

- კრედიტებზე გარანტიები;
- კრედიტის პროცენტის სუბსიდირება (პროგრამები „სტარტი“, „განვითარება“, „რეგიონი“ და „რეგენერაცია“);
- პრობლემური ჯგუფების მოქალაქეებისთვის ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისთვის დოტაციების გაცემა (პროგრამა „სპეციალი“);
- დოტაციები სამეცნიერო-ტექნიკური პარკების დანახარჯების დასაფარავად;

<sup>1</sup> Bankovnictvi, 1999, #2, გვ. 36-37.

<sup>2</sup> Roidi L. Stejna banka – nkry pohled. Baukavnictvi, 1995, #8, გვ. 6.

➤ სამეცნიერო-კვლევითი შედეგის რეალიზაციისთვის უპროცენტო სესხის გაცემა (პროგრამა „ტექნოსი“).

თითოეულ ამ პროგრამაზე მხარდაჭერის ფორმა და მახასიათებლები ასეთია:

ცხრილი 21

**ჩეხეთში მცირე და საშუალო ბიზნესის სახელმწიფო პროგრამების მახასიათებლები<sup>1</sup>**

პროგრამის დასახელება	მხარდაჭერის ფორმა	მხარდაჭერის ღირებულება (წლიური)	ფინანსური მხარდაჭერის მაქსიმალური სიდიდე (მლნ კრონი)
„სტარტი“	პროცენტის სუბსიდირება	5%	5,0
„განვითარება“	პროცენტის სუბსიდირება	12%	6,0
„რეგიონი“	პროცენტის სუბსიდირება	4%, 4 წლით	20,0
„რეგენერაცია“	პროცენტის სუბსიდირება	3%	3,0
„სპეციალი“	დოტაცია	ერთ სამუშაო ადგილზე 1000 კაცი	3,0
„კრედიტი“	დაბალი პროცენტი	7%, 6 წლის ვადით	10,0
„პარკი“	უპროცენტო კრედიტი	დანახარჯების 50%-ზე	5,0
„ტექნოსი“	დოტაციები	დანახარჯების 50%-ზე	5,0
„მცირე კრედიტები“	რეკომენდაციების განაკვეთს პლუს 1%	-	1,0

ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს დიდი შეღავათები აქვთ დაბეგვრაში. იქ მოქმედებს ისეთი საგადასახადო შეღავათები, რომლებიც სასურველია საქართველოშიც დაინერგოს. მაგალითად, ჩეხეთში თუ მცირე კომპანია უნარშეზღუდულთა შრომას იყენებს, მაშინ მას გადასახადი 18 ათასი კრონით უმცირდება, ხოლო თუ იყენებს სერიოზულად შრომისუნარდაკარგულთა შრომას, მაშინ 60 ათასი კრონით. ამის გარდა, თუ კომპანია ახორციელებს მოსწავლეთა პროფესიულ სწავლებას, მას საგადასახადო ბაზა 30%-ით უმცირდება.<sup>2</sup> ხომ ნათელია, რომ ეს შეღავათები ჩვენთანაც რომ იყოს დანერგილი როგორც წახალისებოდნენ დამჭირაებლები შრომისუნარდაკარგულთა დასაქმებაში და მოწაფეთა პროფესიულ მომზადებაში.

სლოვაკეთში გადასახადისგან განთავისუფლებული სხვადასხვა პროფილის მრავალი ფორმაა. ერთ-ერთი ასეთი არის ნარჩენების მოგროვება, უტილიზაცია და ტრანსპორტირება. გადასახადებისგან განთავისუფლებული არიან ის ფიზიკური პირებიც, რომლებიც ბიზნესს ეწევიან სატყეო და წყალთა მეურნეობაში. ამ

<sup>1</sup> Hospadavske noviny, 1997, 2.01. EPP, 1998, #4.

<sup>2</sup> Bankovnictvi, 1999, #2, გვ. 34.

სფეროებში მეწარმე ფიზიკურ პირებს, თუ მათი შემოსავალი არ აღემატება 1,5 მლნ სლოვაკურ კრონს 7%-ით უმცირდებათ გადასახადი, დამწეებ მეწარმეებს კი 3 წლის განმავლობაში 100%-იანი საგადასახადო „არდადეგები“ ეძლევათ.<sup>1</sup>

ევროკავშირის ქვეყნებში მაღალ დონეზეა მცირე და საშუალო ბიზნესის მმართველობითი, ორგანიზაციული, ტექნიკური და ინფორმაციული მხარდაჭერა. აქ, არ არის განვითარებული ქვეყანა, რომელშიც არ იყოს შექმნილი მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სამინისტრო, ან დეპარტამენტი, აგრეთვე, მეტად მრავალრიცხოვანია ასოციაციები, გაერთიანებები, საკონსულტაციო ცენტრები, სააგენტოები და სხვა. გარდა სპეციალური სამინისტროსი, მაკროდონეზე (ზოგ ქვეყანაში მეზოდონეზეც) შექმნილი აქვთ ანტიმონოპოლიური კომიტეტები (რომელთა შექმნის მიზანს სწორედ მცირე და საშუალო მეწარმეობის დაცვა წარმოადგენს) და მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ფონდები.

ამ ფონდების შექმნა მეტყველებს იმაზე, რომ ევროკავშირის ქვეყნების მთავრობებს ესმით მეწარმეობის განვითარების პრობლემები და თავიანთი პასუხისმგებლობაც ამ სფეროს წინაშე. ამ ფონზე საქართველოში წლების მანძილზე (2004-2012 წლებში) ანტიმონოპოლიური სამსახურიც გაუქმებული იყო და მეწარმეობის განვითარების სახელმწიფო ფონდიც დახურული. მისასაღმებელია, რომ პარტია „ქართული ოცნების“ მთავრობაში მოსვლის შემდეგ ორივე აღსდგა, მაგრამ ორივეს აქვს დიდი ნაკლი. ანტიმონოპოლიური სამსახურის ნაკლი ის არის, რომ „ქაღალდზე“ ყველაფერი კარგად სრულდება, მაგრამ ყველა პროდუქტის ბაზარი (თვით საღებავი რეზინისაც კი) როგორც განაწილდა 2004-2012 წლებში, დღესაც ისე დარჩა. ამ ბაზრებზე თითოეულ ნიშას მთავრობაში ისეთი პატრონი ყავს, რომ იქ არა თუ მცირე, არამედ, საშუალო მეწარმეც უშედეგოდ შეეცდება შეღწევას. რაც შეეხება საპარტნიორო ფონდს, მასში სახელმწიფოც გარკვეული ზომით მონაწილეობს, მაგრამ მისი მოცულობა ძირითადად მსხვილ, პარტნიორ ბიზნესმენების ინვესტორულ შესაძლებლობებზე და საქველმოქმედო სურვილებზე დამოკიდებული. ასეთი სურვილები კი, შესაძლებლობების პირობებშიც კი, საქართველოს მსხვილ ბიზნესმენებს ნაკლებად უჩნდებათ. ისინი ამჯობინებენ კაპიტალის სხვა ქვეყნებში გატანას და მის იქ დაბანდებას. მაგალითად, აზერბაიჯანში დარეგისტრირებული ქართული კომპანიების რიცხვი 100-ზე მეტია.<sup>2</sup>

ევროკავშირის ქვეყნების მთავრობები აქტიურად ახორციელებენ მცირე და

<sup>1</sup> *Narodni sprava o l'udskom razwoje Slovensra Republika, 1999, Br. United Nations development nrogram, 2000, გვ. 48.*

<sup>2</sup> *მკვლევარე შოვევი, აზერბაიჯანული ბაზარი საკმაოდ მიმზიდველია ქართული ბიზნესისთვის და პირიქით, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, 2010, ნოემბერი, გვ. 34.*

საშუალო ბიზნესის ჰორიზონტალურ და ვერტიკალურ ჩართვას ეკონომიკაში. ვერტიკალურ ჩართვის ფორმატში ისინი ხელს უწყობენ სხვადასხვა დარგთა კომპლექსების შევსებას მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებით (მსხვილი საწარმოების გვერდით) და მათ პარტნიორულ ურთიერთთანამშრომლობას, ჰორიზონტალურ ჩართვის გასაკეთებლად კი თითოეულ ტერიტორიაზე (მაგალითად, გერმანიაში ცალკეულ მიწებზე) არსებული რესურსების ოპტიმალური გამოყენების და ცალკეული სპეციფიკური პრობლემების მოხსნის მიზნით იქ განათავსებენ ახალ-ახალ მცირე და საშუალო სიდიდის სამეწარმეო სუბიექტებს. ეს ხორციელდება ამ ტერიტორიების ბუნებრივ-ეკონომიკური პირობების დეტალური შესწავლის ბაზაზე. ამას აკეთებენ სახელმწიფო სტრუქტურები სახელმწიფოს დაფინანსებით და როცა დადგინდება პირობები, პროფილი, ასამოქმედებელ საწარმოთა სიდიდე და რაოდენობა, შემდეგ ცხადდება კონკურსი. ევროკავშირის ქვეყნებში ეს ღონისძიება შედის რეგიონალურ პოლიტიკაში. ამ ღონისძიების გატარებით რეგიონების მუნიციპალური მმართველობის ორგანოები აფართოებენ ადგილობრივ მცირე და საშუალო მეწარმეობის არეალს, მეწარმეობით ითვისებენ რეგიონის ყველა კუთხე-კუნჭულს, რითაც მოსახლეობასაც ასაქმებენ და მათ ცხოვრების დონესაც აუმჯობესებენ.

საქართველოში არც სახელმწიფო და არც რეგიონალ ღონეზე ასეთი ღონისძიებები არ ტარდება. სწორედ ამ პოლიტიკის არქონამ დაცალა საქართველოს სოფლები მოსახლეობისაგან. საქართველოს არცერთ რეგიონში არ მიმდინარეობს მუშაობა ბიზნესით გეოგრაფიული ლანდშაფტის სრული ათვისების მიმართულებით. ეს ღონისძიებები არც მათი სტრატეგიული განვითარების გეგმებში არის შეტანილი. არადა სწორედ ასეთი შეველა სჭირდება რაჭა-ლეჩხუმს, სვანეთს, სამცხე-ჯავახეთს, თუშეთს, ხევსურეთს, ფშავს, ხევს, სამცხე-ჯავახეთს და სხვა მხარეებს, რომელთა მოსახლეობისგან დაცლა, მათი საზღვრისპირა მდებარეობის გამო, უფრო მეტი მნიშვნელობისაა, ვიდრე უბრალოდ მოსახლეობისთვის ადგილზე სამუშაო ადგილების შექმნა.

მე იმ აზრის ვარ, რომ ეს სამუშაო ყველა რეგიონში ეხლავე უნდა დაიწყო და დაჩქარებული ტემპით განვითარდეს, რადგან რეგიონების სოფლებში ექსტრემალური სიტუაციებია შექმნილი – დაუსაქმებლობის გამო იმატა კრიმინალმა, იკლო ქორწინებათა რიცხვმა და შობადობამ, იმატა სიკვდილიანობამ, მიგრაციამ და ა. შ.

ამ ყველაფრით იმის თქმა მინდა, რომ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება მათი საფუძვლიდან უნდა დავიწყოთ. ეს საფუძველი არის საქართველოს რეგიონების რესურსები – ბუნებრივიც და შრომითიც. არ გამოგვადგება

ერთი რეგიონის შესწავლა და მისი შედეგების განზოგადოება თორმეტივე რეგიონზე, რადგან ბიზნესის განვითარებისთვის ყველგან სხვადასხვა პირობებია. ასეთი სამუშაო არა თუ არცერთ რეგიონში არ ჩატარებულა, არამედ, არც მოფიქრებულა. ამას იწვევს ცოდნის დეფიციტი. რეგიონების მუნიციპალურ სტრუქტურებში დასაქმებულები ისეთივე მოუმზადებელი შეხედნენ ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლას, როგორც მოსახლეობა, ამიტომ მათი პასიურობა გასაგებია.

ჩემი აზრით, საჭიროა ეს საქმე ქვეყნის ცენტრალური ხელისუფლებიდან – პრემიერ-მინისტრის აპარატიდან დაიწყოს და სავალდებულოდ შესასრულებელი პროგრამების სახით დაეგზავნოს რეგიონებს. საქართველოს მთავრობიდან რეგიონებს მიღებული აქვთ და ხელმძღვანელობენ „საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის“, რომელიც შემუშავდა 2015 წელს. აღნიშნული სტრატეგია მე წარმოვადგინე წინამდებარე ნაშრომის პირველ თავში და შევაფასე კიდევ. მაშინაც აღვნიშნე და კიდევ ვიმეორებ, რომ ეს სტრატეგია „მცირე ბიზნესის აქტის“ და DCFTA-ს მოთხოვნების პირდაპირი „კოპირებით“ არის შემუშავებული. სასურველი კი იყო ამ მოთხოვნების ქართულ სინამდვილის პრიზმაში გატარება და არა უკომენტაროდ მიღება.

ჩემს მიერ საქართველოსთვის მეორე პრიორიტეტად მიჩნეულ ფინანსებზე წვდომის პრინციპი, „მცირე ბიზნესის აქტში“ დაწვეილებულია საკანონმდებლო და ბიზნეს-გარემოს სრულყოფასთან. მე მიმაჩნია, რომ თუ კანონმდებლობა და ბიზნეს-გარემო საქართველოშიც არ იქნა მოწესრიგებული, ამის გარეშე აზრს კარგავს ფინანსებზე წვდომა, როგორც ფართოც არ უნდა იყოს იგი.

ის ფაქტი, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობას არა აქვს სპეციალური კანონი, რომელშიც აკადემიურ დონეზე იქნება გააზრებული ამ სფეროს არსი, საზრისი, საჭიროება, პარამეტრები, კრიტერიუმები, სახელმწიფო მხარდაჭერა და ა. შ., უკვე იმის მიმნიშნებელია, რომ უნდა მივიღოთ ევროკავშირის ეს მოთხოვნა და სასწრაფოდ შევქმნათ იგი. ნაშრომის წინა ნაწილებში აღვნიშნეთ, რომ საქართველოში ასეთი კანონი არსებობდა, მაგრამ წინა ხელისუფლებამ ეს კანონიც გააუქმა და ყველა ის ადმინისტრაციული ორგანოც, რომლებიც არეგულირებდნენ ამ სფეროს საქმიანობას. ახალმა ხელისუფლებამ დაიწყო ამ მდგომარეობის ნაწილობრივი გამოსწორება, მაგრამ ეს ხდება მეტად ფრთხილად, ნელ-ნელა და დროში გაწეულილად. ქვეყნის ამ სფეროს კი სწრაფი რეაგირება სჭირდება. მართალია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია შემუშავდა, მაგრამ ამ სფეროს მიმართ სპეციალური საკანონმდებლო მიდგომების საჭიროება არ დაფიქ-

სირდა. მიმდინარე ეტაპზე საქართველოს მთავრობას არ გააჩნია რაიმე სახის ხედვა (მოკლე ან გრძელვადიანი) მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების (თუ მხარდაჭერის) კანონის შექმნა არ შექმნაზე. 2009 წელს სამოქალაქო მოძრაობა „სოლიდარობამ“ პარლამენტს განსახილველად გადასცა კანონპროექტი „მცირე საწარმოთა შესახებ“. აღნიშნული კანონპროექტის ბედი უცნობია, იგი არ განხილულა. ასეთივე კანონი შემუშავებული და რამდენჯერმე წარდგენილი ჰქონდა საქართველოს მცირე მეწარმეთა ასოციაციას (თავმჯდომარე ა. საკანდელიძე). სამწუხაროდ, იქაც იგივე მოხდა. ასეთი ფაქტებით იქმნება ისეთი შთაბეჭდილება, რომ საქართველოს მთავრობა ვერ აღიქვამს მცირე (და საშუალო) ბიზნესის მნიშვნელობას ქვეყნის მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებაში.

მე იმ აზრის ვარ, რომ საქართველოში უნდა არსებობდეს არა მხოლოდ „მცირე და საშუალო ბიზნესის შესახებ“ კანონი, არამედ, ცალკე „მცირე ბიზნესის საფინანსო ხელშეწყობის“ კანონიც. მის ძირითად მიზანს უნდა შეადგენდეს მცირე ბიზნესის საფინანსო მოთხოვნილებების უზრუნველყოფის გარანტირება. ჩვენ მტკიცედ გვჯერა, რომ თუ არ გვექნება ასეთი კანონები ამ სფეროში, ამის გარეშე ვერ დაუუახლოვდებით ევროკავშირს. ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ამ კანონში მოცემული მცირე თუ საშუალო საწარმოთა პარამეტრები და კრიტერიუმები თუ ტოლი არა მიახლოებულნი მაინც იყოს ევროპის საშუალო მაჩვენებლებთან, ანდა ევროპის რომელიმე ჩვენი დარი (მოსახლეობით, ტერიტორიით ან სხვა პირობებით) ქვეყნის მაჩვენებლებთან.

ამის გათვალისწინებით მე დავამუშავე კანონპროექტის – „მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის შესახებ“ ძირითადი პრინციპები და ვთვლი, რომ რადგან ამ კანონში ევროპული ხედვებია მოცემული, იგი სამთავრობო ორგანოებში ყურადღებას იმსახურებს.

## **საქართველოს კანონი „მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის შესახებ (პროექტი)“**

### **თავი I. ზოგადი დებულებანი**

#### **მუხლი 1.**

1. ეს კანონი განსაზღვრავს საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებისა და მხარდაჭერის ეკონომიკურ და სამართლებრივ საფუძვლებს.

#### **მუხლი 2.**

1. საქათველოს ტერიტორიაზე მცირე და საშუალო საწარმოებს განეკუთვნება „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულია საშუალო წლიური რაოდენობა და რომლის წლიური ბრუნვა არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ ოდენობებს:
  - ა) მიკროსაწარმო – 5-მდე დასაქმებულსა და 30 000 ლარს;
  - ბ) მცირე საწარმოებისათვის – 6-20 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს;
  - გ) საშუალო საწარმოებისათვის – 21-100 დასაქმებულსა და 1500 ათასი ლარი.
2. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს განეკუთვნება მეწარმეობის განვითარების სააგენტო, ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო, განვითარების ბანკი, სხვადასხვა ფონდები და ასოციაციები.

**მუხლი 3.**

საწარმო არ ჩაითვლება მცირედ ან საშუალოდ, თუ:

- ა) მისი საწესდებო კაპიტალის 25%-ზე მეტი ეკუთვნის პირს ან პირებს, რომლებიც არ აკმაყოფილებენ მცირე და საშუალო საწარმოთა ამ კანონით განსაზღვრულ მოთხოვნებს;
- ბ) მის ძირითად საქმიანობას წარმოადგენს საბანკო, სადაზღვევო და სხვა სახის ფინანსური მომსახურება.

**მუხლი 4.**

1. მცირე ან საშუალო საწარმოში დასაქმებულია საშუალო წლიური რაოდენობა განისაზღვრება შრომის ხელშეკრულებით, მათ შორის, შეთავსებით მომუშავეთა (სეზონურად დასაქმებულია გამოკლებით), აგრეთვე იურიდიული პირის წარმომადგენლობების თანამშრომელთა გათვალისწინებით, რაც აისახება სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის რეგიონალ ორგანოებში წარდგენილ მცირე საწარმოს სამეურნეო-საფინანსო საქმიანობის წლიურ აგრეგირებულ (ნაერთ) ფორმებში.
2. წინა ფინანსური წლის არმქონე ახლად შექმნილ საწარმოებში დასაქმებულია საშუალო რაოდენობა განისაზღვრება მათ მიერ რეგისტრაციის გავლიდან წლის ბოლომდე პერიოდისათვის.
3. მე-2 მუხლით დადგენილი რაოდენობის გადამეტების დღიდან საწარმო არ ჩაითვლება მცირე ან საშუალო საწარმოდ.
4. ამ მუხლის პირველი პუნქტით მცირე საწარმოებს არ დაეკისრებათ დამატებითი ანგარიშგების წარმოების ვალდებულება, გარდა კანონმდებლობით დადგენილისა.

## **მუხლი 5.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოთა წლიური ბრუნვა წარმოადგენს მათ მიერ წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მიღებულ მთლიან ამონაგებს.

## **თავი II. მცირე და საშუალო მეწარმეობის სახელმწიფოებრივი მართვა-რეგულირების ადმინისტრაციული ორგანო**

## **მუხლი 6.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებისა და მხარდაჭერის საქმეში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებისა და განხორციელების მიზნით იქმნება მეწარმეობის სააგენტო.
2. სააგენტო არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, აქვს ცენტრალური და რეგიონული ოფისები, რომელთა მიზანია მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებისათვის დახმარება. მას მართავს და წარმოადგენს დირექტორი.
3. სააგენტოს დადგენილი წესით გადაეცემა საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტროსთან საჭირო ქონება ნაკისრი ვალდებულებების შესასრულებლად.
4. სააგენტოს დირექტორს თანამდებობაზე ნიშნავს და თანამდებობიდან ათავისუფლებს საქართველოს პარლამენტი.
5. სააგენტოს აქვს უფლება გამოსცეს მცირე მეწარმეობის მარეგულირებელი დოკუმენტი.

## **მუხლი 7.**

1. სააგენტოს ფუნქციებია:
  - ა) მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარების სტიმულირების სახელმწიფო პოლიტიკით გათვალისწინებულ ღონისძიებათა შემუშავება;
  - ბ) მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებასთან დაკავშირებული კანონებისა და საერთაშორისო ხელშეკრულებების პროექტების შემუშავება და განხორციელება;
  - გ) მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებისა და დაფინანსების პროგრამათა შემუშავებისა და განხორციელების ორგანიზება;
  - დ) მცირე საწარმოთა მუშაკებისათვის სასწავლო კურსების, ტრენინგების და სემინარების ორგანიზება;
  - ე) მცირე და საშუალო საწარმოთა ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურება;



- ვ) მცირე და საშუალო საწარმოთა სამეურნეო და საფინანსო საქმიანობის ანალიზი და შეფასება;
  - ზ) დახმარება უცხოელი, ადგილობრივი ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის მცირე და საშუალო საწარმოებში ინვესტიციების განსახორციელებლად;
  - თ) მცირე და საშუალო საწარმოებთან და მათ მხარდამჭერ ორგანიზაციებთან სისტემატური შეხვედრების მოწყობა საქართველოში მცირე მეწარმეობის ხელშემწყობი გარემოს ჩამოსაყალიბებლად;
  - ი) მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარების სტიმულირების სხვა ღონისძიებათა განხორციელება;
  - კ) ბიზნეს-ინკუბატორების მოწყობა საქართველოს რეგიონებში.
2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ ფუნქციებს სააგენტო ახორციელებს ადგილობრივი, უცხოური, საერთაშორისო, სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობით.

#### **მუხლი 8.**

1. სააგენტო ადგენს და აწარმოებს საინფორმაციო სისტემას მონაცემთა ბაზით, რომელიც მოიცავს:
  - ა) მცირე და საშუალო საწარმოებს საქართველოში;
  - ბ) მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს;
  - გ) ცნობებს მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის ინფორმაციისა და საკონსულტაციო მომსახურების გამწვევ ორგანიზაციათა და პირთა შესახებ;
  - დ) ინფორმაციას მცირე და საშუალო საწარმოთათვის პროექტების, ტენდერების, პროგრამების და სასწავლო კურსების შესახებ;
  - ე) მონაცემებს ინვესტიციების თაობაზე მცირე და საშუალო საწარმოებში ან მათ მიერ განხორციელებული ინვესტიციების შესახებ;
  - ვ) ინფორმაციას მცირე და საშუალო საწარმოთა წილის შესახებ მთლიან შიდა პროდუქტში, ბრუნვაში და დასაქმებაში.
2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული საინფორმაციო სისტემა წარმოადგენს სააგენტოს საკომუნიკაციო და საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ნაწილს.
3. სააგენტოს ამ სისტემის შექმნის პროცესში თანამშრომლობს მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდამჭერ ორგანიზაციებთან, აგრეთვე საქართველოს სამრეწველო პალატასთან.
4. მონაცემები მიიღება ოფიციალური წყაროებიდან და მცირე და საშუალო მეწარ-

მოებით დაინტერესებული ორგანიზაციების გამოკვლევათა შედეგად მოპოვებული მასალებიდან.

#### **მუხლი 9.**

1. სააგენტოსა და მისი რეგიონული ორგანოების ორგანიზაციულ სტრუქტურასა და საქმიანობის მიმართულებებს განსაზღვრავს საქართველოს პარლამენტი.

### **თავი III. ბიზნეს-ინკუბატორები**

#### **მუხლი 10.**

1. ბიზნეს-ინკუბატორი წარმოადგენს ორგანიზაციას, რომელშიც ხელსაყრელი გარემო პირობების შექმნით, მომსახურების კომპლექსის გაწევითა და რესურსების გამოყოფით, ხდება მცირე და საშუალო საწარმოთა ინკუბაცია.
2. ბიზნეს-ინკუბატორები არიან ორი ტიპის: სასტარტო და ზრდის. სასტარტო ინკუბატორებში მეწარმეები 12 თვის განმავლობაში გადიან მომზადებას.
3. ბიზნეს-ინკუბატორებში ერთდროულად შეიძლება 10-დან 100 მეწარმემდე მომზადება.
4. ინკუბატორში მოხვედრა ხდება კონკურსით. კონკურსზე წარედგინება სამეწარმეო იდეა.
5. ბიზნეს-ინკუბატორის დაფინანსების წყაროა სახელმწიფო და მუნიციპალური ბიუჯეტები, გრანტები და ქველმოქმედება.
6. ბიზნეს-ინკუბატორს მართავს მეწარმეების განვითარების სააგენტოს მიერ დანიშნული დირექტორი.

### **თავი IV. მცირე და საშუალო საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების სტიმულირების ღონისძიებანი**

#### **მუხლი 11.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოთა ჩამოყალიბებას და განვითარებას ხელი ეწყოფა:
  - ა) ფინანსური დახმარებით (დოტაციები, სუბსიდიები, შეღავათიანი კრედიტები);
  - ბ) მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამების შემუშავებითა და განხორციელებით;
  - გ) მცირე და საშუალო საწარმოთათვის საინფორმაციო და საკონუსლტაციო მომსახურების გაწევით;
  - დ) ამ საწარმოთა მუშაკების პროფესიული კვალიფიკაციის ამაღლების პროექტების განხორციელებით;

- ე) მცირე და საშუალო საწარმოთათვის ლიზინგური მომსახურების გაწევით;
  - ვ) მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდამჭერი ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბებით;
  - ზ) გადასახადებისგან განთავისუფლება (მიკრო – მთლიანად, მცირე – 5 წლით, საშუალო – 2 წლით).
1. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერა ხორციელდება შესაბამისი სახელმწიფო რეგიონული და დარგობრივი პროგრამების საფუძველზე. ამ პროგრამებში უნდა აისახოს:
    - ა) მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისა და საწარმოთა საქმიანობის პერსპექტიული მიმართულებები;
    - ბ) სამეწარმეო საქმიანობაში სოციალურად დაუცველი ფენების და უმუშევრების ჩართვისთვის საგადასახადო შეღავათები;
    - გ) მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბების ღონისძიებები;
    - დ) კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ორგანიზება;
    - ე) სახელმწიფო ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე, მეცნიერულ-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების გამოყენების შეღავათიანი პირობების შექმნის წინადადებები;
    - ვ) ინვესტიციების (მათ შორის, უცხოური ინვესტიციების) მოზიდვისა და გამოყენების სისტემის ჩამოყალიბების წინადადებები;
    - ზ) მცირე და საშუალო საწარმოთა საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის მხარდაჭერის წინადადებები;
    - თ) მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერის სპეციალური პროგრამები;
    - ი) პროდუქციის წარმოებისას ან მომსახურების გაწევისას სახელმწიფო შესყიდვების განთავსების დროს მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის პრეფერენციების და ქვოტების დადგენის წინადადებები.
  2. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამა უნდა დამუშავდეს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით და უნდა შეესაბამებოდეს მოსახლეობის დასაქმების სახელმწიფო პროგრამებს, მიგრაციის, ეკოლოგიური და სხვა პრობლემების გადაწყვეტას.
  3. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს უფლება აქვთ

დამოუკიდებლად დაამუშაონ და განახორციელონ მცირე და საშუალო საწარმოთა ხელშეწყობის პროგრამები, შექმნან მხარდაჭერის ფონდები, აგრეთვე აღმასრულებელი ხელისუფლებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებში წარადგინონ ცალკეული პროექტები და წინადადებები სახელმწიფო და რეგიონულ პროგრამებში მათი ჩართვის მიზნით.

4. მეწარმეობის განვითარების სააგენტო მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამების რეალიზაციის მიზნით წინასწარ საჯაროდ აქვეყნებს სემდეგ ინფორმაციას:

- ა) მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის განკუთვნილი ფინანსური მხარდაჭერის არსებული პროგრამების სახეობის, შინაარსისა და მიმართულებების შესახებ;
- ბ) პროგრამებში მონაწილეობის უფლების მქონე მცირე და საშუალო საწარმოთა კონკრეტული მახასიათებლების, მათ შორის, დასაქმებულთა რაოდენობისა და საწარმოთა წლიური ბრუნვის მაჩვენებელთა თაობაზე;
- გ) პროგრამების მიხედვით გასანაწილებელი სესხების მოცულობათა, საპროცენტო განაკვეთებისა და ვადების შესახებ.

**მუხლი 13.**

1. ფინანსური საქმიანობის აუდიტი ტარდება წელიწადში ერთხელ მაინც, დასკვნა აუდიტის თაობაზე წარედგინება საქართველოს პრეზიდენტს და ხელმისაწვდომია ნებისმიერი პირისათვის.

**მუხლი 14.**

1. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტმენტს ევალება ყოველწლიურად ჩაატაროს მცირე და საშუალო საწარმოთა საქმიანობის სტატისტიკური გამოკვლევა ამ კანონის მე-2 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნათა შესაბამისად და სააგენტოს მიაწოდოს შეჯამებული ინფორმაცია.
2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ კვლევისა და დაკვირვების შედეგებს, ასევე დამატებით მოპოვებულ ინფორმაციას სააგენტოს დირექტორი ყოველწლიურად წარუდგენს საქართველოს პარლამენტს განსახილველად.

**მუხლი 15.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოებს ეწევათ ფინანსური მხარდაჭერა:
  - ა) მცირე და საშუალო საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების პროგრამების შემუშავებისა და განხორციელებისათვის;
  - ბ) მცირე და საშუალო საწარმოების მუშაკებისათვის სასწავლო კურსებისა

და ტრენინგების ორგანიზებისათვის;

- გ) მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურებისათვის, მათ შორის გზისმკვლევებისა და ბროშურების გამოსაცემად;
- დ) ინოვაციების შესაძენად და დასანერგად.

2. მცირე და საშუალო საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების ფინანსური მხარდაჭერა ხორციელდება პირდაპირი ინვესტიციების გზით და/ან ტენდერის წესით.

#### **მუხლი 16.**

1. სააგენტოს დაფინანსების წყარო შეიძლება იყოს:

- ა) ცენტრალური და ადგილობრივი ბიუჯეტებიდან გამოყოფილი სახსრები;
- ბ) მეწარმეებთან ხელშეკრულებით შესრულებული სამუშაოდან მიღებული შემოსავალი;
- გ) ადგილობრივი და უცხოელი ფიზიკური და იურიდიული პირებისა და საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების მიერ გამოყოფილი სესხები და გრანტები;
- დ) საქართველოს კანონმდებლობით ნებადართული სხვა შემოსავლები.

#### **მუხლი 17.**

1. საქართველოს სამინისტროები და სხვა სამთავრობო დაწესებულებები პროგრამების განხორციელებისას თავიანთი დარგის ფარგლებში ითვალისწინებენ:

- ა) მცირე და საშუალო საწარმოთა და მათში დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდას;
- ბ) მცირე და საშუალო საწარმოების საექსპორტო საქმიანობის გაფართოებას და კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას;
- გ) მცირე და საშუალო საწარმოებში ინოვაციების და ინვესტიციების განხორციელების სტიმულირებას;
- დ) მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების გაუმჯობესებას;
- ე) ამ საწარმოთა მუშაკების პროფესიული კვალიფიკაციისა და სამეწარმეო უნარ-ჩვევების გაუმჯობესებას.

#### **მუხლი 18.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობის კონტროლი ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

#### **მუხლი 19.**

1. კერძო მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერასა და განვითარებასთან დაკავშირებული ერთობლივი ამოცანების გადაწყვეტის მიზნით მცირე საწარმოებს შეუძლიათ შექმნან კავშირები და ფონდები.

#### **მუხლი 20.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოები სარგებლობენ საქართველოს საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებული შეღავათებით.

#### **მუხლი 21.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოები სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობისას სარგებლობენ კანონით გათვალისწინებული შეღავათებით.

#### **მუხლი 22.**

1. მცირე და საშუალო საწარმოების მიმართ გამოიყენება ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების გამარტივებული სისტემა.

### **თავი V. დასკვნითი დებულება**

#### **მუხლი 23.**

1. ეს კანონი ამოქმედდეს განხილვის, მოწონების, დამტკიცების და გამოქვეყნების-თანავე.

რაც შეეხება მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსებზე წვდომის პრინციპის დაწვეილებას ბიზნეს-გარემოსთან, აქაც ჩემი შეხედულება კანონმდებლობაზე ჩემი აზრის ანალოგიურია. ანუ თუ ქვეყანაში არ იქნება მეწარმეებისთვის სასურველი მისაღები ბიზნეს-კლიმატი, ისე ფინანსებზე წვდომა აზრს კარგავს. დაბეჯითებით შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეებისთვის ბიზნეს-გარემო არ არის ხელსაყრელი.

2010 წელს ქართველი მეცნიერი, პროფესორმა დავით კბილაძემ საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მიერ 2008 წელს ჩატარებულ ბიზნესმენების გამოკითხვის შედეგებზე დაყრდნობით გამოიანგარიშა ბიზნესგარემოს მიმზიდველობის ინტეგრირებული მაჩვენებელი და მიიღო რა 67% (ეს მაჩვენებელი ვარირებს 1%-დან 100%-მდე. თუ მიმზიდველობა 0-30%-ის ფარგლებშია, მაშინ მიმზიდველობა სუსტია, 30-დან 60%-ის ფარგლებში – საშუალოდ ზომიერია, 60%-დან ზემოთ კი ძლიერია) დასკვნა, რომ ბიზნეს-გარემოს მიმზიდველობა საქართველოში ძლიერია.<sup>1</sup> ეს კვლევა ჩატარდა 2008 წლის აგვისტოს ომამდე და როგორც ვიცით იმ პერიოდში, განსა-

<sup>1</sup> კბილაძე დ., ბიზნეს-გარემოს მიმზიდველობა საქართველოში, კ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, 2010, ივლის-აგვისტო, გვ. 72-73.

კუთრებით კი 2007 წელს უცხოელი ინვესტორების მოზღვაება იყო საქართველოში. შემდეგ ვითარება შეიცვალა. რუსეთთან ომმაც და ქვეყნის შიგნით პოლიტიკურმა დაძაბულობამაც ქვეყანაში ბიზნესის წარმოებაზე ნდობა დაუკარგა უცხოელებსაც და ადგილობრივ მეწარმეებსაც. თუ წინა წლებში საქართველოში შემოსული უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები მილიარდ აშშ დოლარს აღემატებოდა 2012-2013 წლებში იგი ამ ნიშნულს ჩამოსცდა.<sup>1</sup> 2014-2015 წლებში ეს მდგომარეობა გამოსწორდა და უნდა ვიფიქროთ, რომ ეს ტენდენცია მომავალშიც შენარჩუნდება.

მე ვეთანხმები პროფესორ დ. კბილაძეს, რომ ბიზნეს-გარემო მართლაც კარგია საქართველოში, მაგრამ იგი კარგია მსხვილი ბიზნესისთვის და არა მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის. მსხვილ კომპანიებს ლობისტებიც ჰყავთ მთავრობაში, ხელისუფლების წარმომადგენლები მათთან დიალოგებს მართავენ და მათ ინტერესებს იცავენ, უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები მათთან ხორციელდება, საგადასახადო ტვირთი მათთვის მძიმე არ არის, რადგან მსხვილი საწარმოებია და მასშტაბიც, ეფექტიც აქვთ და ა. შ. და ა. შ. ამას გვიდასტურებს სხვა გამოკვლევა. 2012 წელს ექსპერტების მიერ ჩატარებული გამოკვლევით მცირე და საშუალო მეწარმე-რესპოდენტთა 43%-მა მოითხოვა კონკურენციის გამარტივება, 35%-მა საგადასახადო პოლიტიკის შეცვლა, 38%-მა საფინანსო პოლიტიკის შეცვლა და 36%-მა საკანონმდებლო ბაზის შეცვლა.<sup>2</sup> ასე არ არის მცირე (და საშუალო) ბიზნესში. იმის მაგივრად, რომ ქვეყნის მთავრობა მცირე ბიზნესზე ზრუნავდეს, ჩვენთან ეს პირიქით ხდება. ბიზნესის მცირე სექტორის განვითარებას საქართველოში სპეციალური, შეღავათიანი ბიზნეს-გარემო სჭირდება. ასეთი გარემო დღეს საქართველოში არ არსებობს.

ჩემს მიერ ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ პრინციპებიდან საქართველოსთვის რიგით მესამე პრიორიტეტად გამოყოფილ პრინციპის – **„მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა“** – საქართველოს ბიზნესცხოვრებაში გატარება, ჩემი აზრით, ბიზნეს-ინკუბატორების, ტექნოპარკების, სამეცნიერო-საწარმოო კლასტერების შექმნით და ამუშავებით უნდა განხორციელდეს. ამ საკითხს მთლიანად მივუძღვენი შემდეგი პარაგრაფი (III.2). ამთავითვე აღვნიშნავ, რომ საქართველოს მეწარმეობას ყველაზე დიდი ჩამორჩენა სწორედ ინოვაციური განვითარების კუთხით აქვს. მეწარმეობის, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო მეწარმეობის გვემები ინოვაციურ ეკონომ-

<sup>1</sup> საქართველოს სტატისტიკური წელიწადი, თბ., 2016, გვ. 265.

<sup>2</sup> ჯაფარიძე დ., საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 25.

მიკაზე არ არის დაფუძნებული. ამ თვალსაზრისით, იგი სრულ შეუსაბამობაშია ევროკავშირის პრაქტიკასთან. საქართველოს აქვს კანონი „მეცნიერების, ტექნოლოგიების და მათი განვითარების შესახებ“, „განათლების და მეცნიერების სისტემის განვითარების სტრატეგიული მიმართულებებიც“, შექმნილია „ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოც“, მაგრამ არ არის შემუშავებული მცირე და საშუალო მეწარმეობის ინოვაციური პოლიტიკა. საქართველოს ხელისუფლებამ ამ საკითხში უნდა იხელმძღვანელოს ევროკავშირის საფლაგმანო ინიციატივის – „ინოვაციური კავშირი 2020“ – სტრატეგიით და ბიზნესში დანერგოს ინოვაციური პროცესების ხელშემწყობი მექანიზმები.

ერთ-ერთი ასეთი მექანიზმი არის საქართველოში დასაწესებელი ჩემს მიერ ნაშრომის შემდეგ ნაწილში შემოთავაზებული ბიზნეს-ინკუბატორები.

### **III.2. საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების კონცეფცია ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ მესამე და მერვე პრინციპის კონტექსტში**

ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ მესამე პრინციპია – „იფიქრე ჯერ მცირეზე“, ხოლო მერვე პრინციპია *მცირე და საშუალო საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა*. საქართველოს მთავრობამ ამ ქვეყანაში ამ პრინციპების სარეალიზაციოდ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიაში (2016-2020 წლისთვის) მესამე ნომრად გაითვალისწინა სტრატეგიული მიმართულება – „მცირე და საშუალო მეწარმეობის უნარების განვითარების და სამეწარმეო კულტურის ამაღლების ხელშეწყობა. ეს მიმართულება აერთიანებს 10 პრიორიტეტულ ქმედებას. მათში საუბარია შრომის ბაზრის საჭიროების იდენტიფიცირებაზე (პრიორიტეტული ქმედება 3.1), ტრენინგების საჭიროებაზე – TNA (პრიორიტეტული ქმედება 3.2), უწყვეტ სამეწარმეო სწავლებაზე (პრიორიტეტული ქმედება 3.3), მეწარმეობაზე ორიენტირებულ პროფესიულ განათლების განვითარებაზე (პრიორიტეტული ქმედება 3.4) და ა. შ.

ქვეყანა რომ ერთ ოჯახად წარმოვიდგინოთ, ხოლო მეწარმე – სუბიექტები მის „შვილებად“, დაგვეთანხმებით, რომ მიკროსაწარმო თოთო ბავშვის როლში გამოვა, მცირე საწარმო – ბავშვის, საშუალო საწარმო – მოზრდილის, ხოლო მსხვილი საწარმო – გაზრდილი, დავაუკაცებელი კაცის როლში.

ისმება კითხვა: ვის სჭირდება აქედან ყველაზე მეტი ყურადღება? რა თქმა უნდა ჯერ თოთო ბავშვს, შემდეგ ბავშვს, შემდეგ მოზრდილს და შემდეგ, ისიც



მეტად საჭირო შემთხვევაში, გაზრდილ, დაეაქააცებულ კაცს.

ორი აზრი არ არის იმაში, რომ როცა ევროპამ „მცირე ბიზნესის აქტში“ დააფიქსირა – „ფიქრე ჯერ მცირეზე“, აუცილებლად მეწარმეობის დიდი, ევროპული ოჯახიდან მან მიკრო და მცირე საწარმოები ერთი ტერმინის – მცირეს ქვეშ მოაქცია და გვითხრა, ჯერ მცირეებზე ვიფიქროთ, გავზარდოთ და აღვზარდოთ ისინი, გამოვუმუშაოთ მეწარმული ჩვევები, გამოვცდილება (ისე როგორც ბავშვებს), ერთი სიტყვით დაგაყენოთ ფეხზე, და, მხოლოდ ამის შემდეგ მივცეთ დამოუკიდებელი მუშაობის უფლება. არ ვიცი, რატომ დაგვჭირდა ჩვენ ევროპიდან ამის მითითება, როცა თითოეულმა ჩვენთაგანმა, განურჩევლად იმისა, თუ რა სტატუსი გვაქვს, მეცნიერები ვართ, საჯარო მოხელეები თუ პრაქტიკოსი მუშაკები, კარგად ვიცით რომ მცირეს, ე. ი. პატარას, მანამ სანამ ის გაიზრდება, დიდი ყურადღება, მეტი თანადგომა სჭირდება, მერე კი იგი, სათანადო ცოდნით და ჩვევებით აღჭურვილი, თვითონ გაიკვლევს გზას.

მეცნიერები ბევრსაც წერდნენ ამის შესახებ, მაგრამ მათ ხელისუფლება არ უსმენდა. როცა მათი მოთხოვნები და შეხედულებები აზვირთდა და ქვეყნის მოსახლეობა სიღარიბის უფსკრულში გადაეშვა, საქართველოს მთავრობამ 2011 წელს, ანუ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის დაწყებიდან 20 წლის შემდეგ მიკროსაწარმოები 30 000 ლარამდე წლიური ბრუნვით გაათავისუფლა გადასახადის გადახდისაგან, ხოლო მცირე საწარმოებს 100 000 ლარამდე წლიური ბრუნვით დაუწესა (თავისუფალი არჩევანით) ბრუნვიდან 5% გადასახადი, ნაცვლად შემოსავლიდან 20% საშემოსავლო გადასახადისა (ინდივიდუალური საწარმოები), ან დასაბეგრი მოგებიდან 15% მოგების გადასახადისა (ყველა დანარჩენი მცირე საწარმოები).

ამ ცვლილებიდან გავიდა 5 წელი, მაგრამ ამ ცვლილებას არც მეწარმეობის მცირე სექტორის განვითარების ბუმი გამოუწვევია და არც სიღარიბე შემცირებულა ქვეყანაში. ასე რომ, დაკარგეთ როგორც წინა 20 წელი (1991-2011 წ.წ.), ისე ეს 5 წელი (2012-2016 წ.წ.). მეტიც, 2012 წლის 1 ოქტომბერს საქართველოში მოსულმა ახალმა მთავრობამ მეტი აქტიურობაც გამოიჩინა მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდასაჭერად (ამ საკითხზე ჩვენ ნაშრომის წინა თავებში გვქონდა საუბარი), მაგრამ ჯერ-ჯერობით არც მისი შედეგი ჩანს თვალნათლივ – რეგისტრირებულ საწარმოთა რიცხვი იზრდება, ამუშავებულ-ამოქმედებულთა – არა. სტატისტიკის დეპარტამენტი გვარწმუნებს, რომ უმუშევრობა „შემცირდა“, მოსახლეობის ცხოვრების დონეც „ამაღლდა“, მაგრამ პრაქტიკულად ეს ვითარება არ დასტურდება. ამაში დავრწმუნდი ჩემს მიერ ჩატარებული გამოკვლევითაც და სხვა კვლევებითაც.

ნაშრომის წინა ნაწილში მე აღვნიშნე, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერა საქართველოს ახალმა ხელისუფლებამ ფრთხილი, მოზომილი ცვლილებებით დაიწყო. მართალია, ეს სჯობდა წინა ხელისუფლების მიერ აღებულ კურსს ამ სფეროში, მაგრამ ეს პოლიტიკაც არ იყო შედეგის მომცემი. ეს რომ ასეა ამის მხილველები დღეს ჩვენ თვითონ ვართ.

ასე რომ, მცირე და საშუალო მეწარმეობის სფეროში, განსაკუთრებით კი მცირე ბიზნესში (აქ ვგულისხმობთ მიკრობიზნესსაც) რაღაცა სხვა, უფრო დიდი, რადიკალური ღონისძიებების გატარება არის საჭირო. ქართულ მცირე მეწარმეთა უპირველესი სუსტი მხარე არის სამეწარმეო უნარების და გამოცდილების ნაკლებობა. ამ საწარმოების ყველა დანარჩენი სუსტი მხარე – დაბალი პროდუქტიულობა, ინოვაციური კვლევების დაბალი დონე და ა. შ., ამას არის მიბმული, ეს არის ძირი და საფუძველი. ამიტომ პირველ რიგში გარღვევა ამაში უნდა მოვახდინოთ. მათ უნდა ვასწავლოთ არა მხოლოდ თეორიულად, როგორც ამჟამად ხდება კოლეჯებში და უნივერსიტეტებში, არამედ, პრაქტიკულად. ამის გაკეთება შეიძლება მხოლოდ ბიზნეს-ინკუბატორებში, რომელთა გახსნას და ამუშავებას საქართველოს არცერთმა მთავრობამ – არც ახალმა და არც ძველმა არ მიაქცია ყურადღება.<sup>1</sup>

საქართველოში ბიზნესის, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ბიზნესის თანამშრომლობა უნივერსიტეტებთან და სამეცნიერო-კვლევით დაწესებულებებთან მეტად დაბალ დონეზეა, რაც განაპირობებს კვლევებისა და განვითარების არაადაპტაციურ მათემატიკურ დონეს. ამგვარი ვითარება განაპირობებს ტექნოლოგიური ტრანსფერის სფეროში არსებულ ვაკუუმს, რაც მცირე ბიზნესის ტექნოლოგიურ აღჭურვას და ინოვაციურ შესაძლებლობების განვითარებას აფერხებს.<sup>2</sup> დღეს ინოვაციების და ტექნოლოგიების გადაცემა შეფერხებულია ამ საკითხში უმოქმედობის, გაუმჭვირვალე საფინანსო გადაწყვეტილებების და სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების სუსტი მემკვიდრეობის გამო.<sup>3</sup> სწორედ ამ მდგომარეობის გამოძახილია საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიაში მოცემული ჩვენს მიერ დასახელებული პრიორიტეტული ქმედებები და ამის გარდა, აგრეთვე „საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია – საქართველო 2020“-ში დაფიქსირებული მთავრობის მზადყოფნა, რომ იგი:

<sup>1</sup> საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლებისთვის, 2015, გვ. 22.

<sup>2</sup> საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012, გვ. 39.

<sup>3</sup> კობერიძე ბ., მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ინსტიტუციური მიმართულებები საქართველოში და ევროკავშირთან ინტერნაციონალიზაციის წინააღმდეგობები. თბ., 2015, გვ. 85.

„ინოვაციის მხარდამჭერისთვის ხელს შეუწყობს შესაბამისი ინფრასტრუქტურის (ტექნოპარკები, ინკუბატორები) განვითარებას და სათანადო კვალიფიკაციის სამუშაო ძალის მომზადებას“.<sup>1</sup> ქვეყნის განვითარების სტრატეგიულ დოკუმენტებში ასეთი ჩანაწევების არსებობა იმის ნიშანია, რომ საქართველოს მთავრობა აღიარებს თავის მზადყოფნას ხელი შეუწყოს სამეწარმეო უნარების განვითარებას და მეწარმეობაში ინოვაციურ საქმიანობას. სამთავრობო დოკუმენტები პირდაპირ მიუთითებენ, რომ ამას იგი გააკეთებს ქვეყანაში ინკუბატორების და ტექნოპარკების განვითარებით.

დანანებით უნდა აღვნიშნოთ, რომ 2004 წლის შემდეგ დღემდის განვლილ პერიოდში შექმნილ სამთავრობო დოკუმენტებში ინკუბატორების და ტექნოპარკების ხსენებაც არ იყო, თუმცა, მათი საჭიროების შესახებ ქართველი მეცნიერები ბევრს წერდნენ.

ამით იმის თქმა გვინდა, რომ ეს პრობლემა ახალი არ არის. დღეს იგი მთელი სიმწვავეით დაისვა მხოლოდ იმიტომ, რომ ევროკავშირთან ინსტიტუციური დაახლოება მოითხოვს ინოვაციური ბიზნესის განვითარებას, რომელსაც მხოლოდ მაღალი მეწარმეული უნარ-ჩვევების მქონე ადამიანები შეძლებენ. ასეთ მეწარმეებად ადამიანების ჩამოყალიბება კი მხოლოდ ბიზნეს-ინკუბატორებს შეუძლიათ.

ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ მესამე – „იფიქრე ჯერ მცირეზე“ და მერვე პრინციპის – „მცირე და საშუალო საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა“ პრაქტიკული დანერგვისთვის საქართველოში, რომელიც ჩვენი აზრით, უნდა განხორციელდეს ქვეყანაში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის მასიური გავრცელებით, და ამითაც მოხდეს საქართველოს ინტეგრირება ევროპასთან ამ სფეროში, თავს უფლებას ვაძლევთ, წარმოვადგინოთ ჩვენს მიერ შემუშავებული კონცეფცია ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების პერსპექტივების შესახებ.

საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების ჩვენს მიერ შედგენილი კონცეფციის წარმოდგენამდე, მოკლედ მიმოვიხილოთ ბიზნეს-ინკუბატორის ცნება და მისი როლი მცირე მეწარმეობის განვითარებაში.

მსოფლიო მასშტაბით ბიზნეს-ინკუბატორის უნივერსალური განმარტება არ არსებობს, მაგრამ მას მაინც იმ ორგანიზაციათა საერთო დასახელებად მიიჩნევენ (კლასიკური განმარტება), რომელიც ხელსაყრელი გარემო პირობების შექმნით, მომსახურების გაწევითა და გარკვეული რესურსების გამოყოფით ავითარებს

<sup>1</sup> საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია საქართველო – 2020“, თბ., 2013, გვ. 27-28.

მეწარმეობას მისი ჩამოყალიბების საწყის (საინკუბაციო) ეტაპზე. მიუხედავად ამისა, მსოფლიოში ბიზნეს-ინკუბატორის განმარტების მრავალნაირი ინტერპრეტაციებია გავრცელებული. მაგალითად, მოლდოვაში იგი გარკვეულ ტერიტორიად მიაჩნიათ, რომლებზეც მცირე საწარმოთა ინკუბაციის, იდეებისა და პროექტების განხორციელების კეთილმოწყობელი პირობებია შექმნილი, ლატვიაში – შენობა-ნაგებობების ფართობად, სადაც ხდება ახლადშექმნილ საწარმოებზე მომსახურების გაწევა, ჩეხეთში – ახლადშექმნილ საწარმოების კონცენტრაციის ადგილად და ა. შ.<sup>1</sup>

ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარების ისტორია 40 წელს აღემატება. მისი პირველი პრეცედენტი აშშ-ში განხორციელდა და თავად ტერმინი „ბიზნეს-ინკუბატორი“ მისგან გავრცელდა. ამჟამად, ამერიკაში 8000-ზე მეტი ბიზნეს-ინკუბატორია, გერმანიაში – 330, რუსეთში – 80, პოლონეთში – 60 და ა. შ. განვითარებულ ქვეყნებში დიდი ხანია ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნა ეკონომიკური პოლიტიკის ნაწილად იქცა, რომლის მეშვეობით მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს ეკონომიკის განვითარებაში და სოციალური სტაბილურობის უზრუნველყოფაში. განვითარებად ქვეყნებში კი, ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნა ეხლა მიმდინარეობს. მრავალფეროვან ახალ მცირე და საშუალო საწარმოთა დაფუძნებამ ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში – პოლონეთში, უნგრეთში, ჩეხეთში, სლოვენიაში – მეტად დააჩქარეს ზემოდასახელებულ სახელმწიფოებში რეფორმის და მოსახლეობის შემოსავლების ღონის ამადლების პროცესი. სწორედ ამან განაპირობა აღნიშნული ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის ზრდა და ევროკავშირში პირველი კანდიდატების რიცხვში მოხვედრა. ამ პირობებში პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, მათ შორის საქართველოში, მცირე ფირმები ჯერ კიდევ მეორეხარისხოვან როლს ასრულებენ და სამწუხაროდ, არც რეალური ღონისძიებები ტარდება ამ მდგომარეობის გამოსასწორებლად.

ბიზნეს-ინკუბატორების გრძელვადიანი მიზანი მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაა, რომლის მისაღწევად ისინი სხვადასხვა სახის საქმიანობას ანხორციელებენ. განვითარებულ ქვეყნებში ამ საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია: მაღალი ტექნოლოგიები („ნოუ ჰაუ“, დაპატენტებული გამოგონებები და ა. შ.), ინვესტიციების სტიმულირება, ახალი თაობის მანქანა-მოწყობილობის შექმნა და გადაცემა, სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების დაფინანსება და სხვა. განვითარებად ქვეყნებში კი ბიზნეს-ინკუბატორების საქმიანობაში პირველ პლანზე შემდეგი ღონისძიებები გამოდის – კლიენტ-საწარმოებისთვის უფასოდ ან შეღავათიან ფასად

<sup>1</sup> *Бизнесинкубаторы в системе поддержки малого бизнеса, под ред. Э. Маркварта, М., 2011, გვ. 27.*

შენობა-ნაგებობების გადაცემა, ტელესაკომუნიკაციო საშუალებებით (ფაქსი, ინტერნეტი, ელ. ფოსტა და სხვა) მომსახურება, საფინანსო-ეკონომიკურ საკითხებში კონსულტირება, სარეკლამო, ინჟინერინგული, მარკეტინგული მომსახურება და ყოველ დღე და ყოველ საათს ბიზნესის გაძღოლის სწავლება.

ბიზნეს-ინკუბატორების მომსახურების ერთიანი ნუსხის არარსებობის მიუხედავად მისი დაახლოებითი ჩამონათვალი ასეთია:

- კლიენტ-საწარმოთათვის იურიდიული სტატუსის მინიჭება;
- საწარმოო და საოფისე ურთიერთობების გადაცემა ფირმა-კლიენტებზე;
- ფირმა-კლიენტების განსათავსებლად ტერიტორიის მოწიკობა, მათთვის გაზაწვალ-ენერგომომარაგების უზრუნველყოფა;
- ფირმა-კლიენტების ტელესაკომუნიკაციო საშუალებებით უზრუნველყოფა;
- ინოვაციურ (ვენჩურულ) საწარმოთა ტექნიკა-ტექნოლოგიური და ინვესტიციური მხარდაჭერა;
- სამეცნიერო-კვლევითი და საპროექტი-საკონსტრუქტორო სამუშაოების დაფინანსება;
- ფირმა-კლიენტების მენეჯმენტის გუნდის მომზადება ბიზნესის ორგანიზაციისა და საწარმოო ზრდა-განვითარების საკითხებში;
- სარეკლამო მარკეტინგული, საინფორმაციო, ინჟინერინგული, კონსტალტინგური მომსახურების გაწევა;
- პრაქტიკული დახმარება ბიზნეს-გეგმების შედგენაში, კადრების მომზადება-გადამზადებაში;
- ფირმა-კლიენტებისთვის მდივან-რეფერენტული მომსახურება;
- ფირმა-კლიენტებისთვის კრედიტის მიღებაში დახმარება და გარანტად დადგომა;
- იურიდიული, აუდიტორული და საბუღალტრო მომსახურება;
- გამოფენების და კონფერენციების მოწიკობა და ა. შ.

ახლადგახსნილი ბიზნეს-ინკუბატორები კლიენტ-საწარმოებს რა თქმა უნდა, აქ ჩამოთვლილ ყველა მომსახურებას ვერ შეუსრულებენ. ისინი შეარჩევენ კლიენტ-საწარმოებისთვის ყველაზე საჭირო მომსახურების სახეებს, რომელთა განხორციელებაც მათ შეუძლიათ.

ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსის, დაფუძებისა და მუშაობის მკაცრად დადგენილი სამართლებრივი ნორმებიც არ არსებობს. იგი შეიძლება იყოს დამოუკიდებელი იურიდიული პირი – არაკომერციული (ასოციაცია, ფონდი) ან კომერციული ორგა-

ნიზაცია. ამავე დროს, შესაძლებელია იგი არა დამოუკიდებელ იურიდიულ პირს, არამედ რომელიმე ორგანიზაციის შიდა სტრუქტურულ ერთეულს წარმოადგენდეს.

ბიზნეს-ინკუბატორის ძირითადი დამფუძნებელი უპირატესად ადგილობრივი ხელისუფლება უნდა იყოს, რომლის მეშვეობით მუნიციპალიტეტს შესაძლებლობა ექნება გაატაროს ქალაქის (რაიონის) ეკონომიკაში თავისი პოლიტიკა. კერძოდ, ადგილობრივი ხელისუფლება, როგორც დამფუძნებელი მას მისცემს რჩევებს პროფილის განსაზღვრისას, რაც ცხადია, დაკავშირებული იქნება მოცემული ქალაქის (რაიონის) ეკონომიკის სფეროში მუნიციპალიტეტის მიერ განსაზღვრულ პრიორიტეტებთან. თავის მხრივ, ბიზნეს-ინკუბატორიც, როგორც სუბიექტი დაინტერესებული იქნება ითანამშრომლოს ადგილობრივ სამეურნეო ორგანოსთან, როგორც საჯარო ხელისუფლების წარმომადგენელთან, რადგან ამით მის სტატუსს და სამართლებრივ მდგომარეობას მაღალი წონა ექნება.

ბიზნეს-ინკუბატორებს დაფინანსების გარანტირებული და სტაბილური წყარო არ გააჩნიათ. მათ მოცულობას ქვეყნის სახელმწიფო და ადგილობრივი ბიუჯეტების შესაძლებლობა, საზღვარგარეთიდან შემოსული გრანტების სიდიდე, სპონსორთა სახსრები, შემოწირულობები და სხვა განსაზღვრავს. ჩეხეთში ბიზნეს-ინკუბატორების დაფინანსების წყარო კრედიტია, გერმანიაში – ისინი უპირატესად სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯზე არსებობენ, მოლდოვაში – დონორებისა და სპონსორების სახსრებით, შვედეთში – სახელმწიფო და რეგიონული ფონდებით და ა. შ.<sup>1</sup>

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორები არ არსებობს. ნორმატიული აქტის დონეზე მისი ჩამოყალიბების საკითხმა პირველად საქართველოს პრეზიდენტის 2002 წლის 23 ივლისის №309 ბრძანებულებაში გაიჟღერა, თუმცა მან შემდგომი განვითარება ვერ მიიღო. ყოფილ დემოკრატიულ ქვეყნებში ეს ინიციატივა ქვევიდან – მეწარმეებიდან წამოვიდა, მაგრამ რა თქმა უნდა შესაძლებელია ამ ინიციატივის მესვეური ქვეყნის უმაღლესი ხელისუფალნი იყვნენ. ასე მოხდა ჩეხეთსა და უზბეკეთში, რომელთაც დღეის მდგომარეობით ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარების საკმაოდ მაღალი დონე გააჩნიათ (1996-2000 წლებში უზბეკეთის ბიზნეს-ინკუბატორებში „გამოიჩეკა და გამოიზარდა“ 164 სამეურნეო სუბიექტი, რომელთაც 34 საინვესტიციო პროექტი განახორციელეს. მათ შორის ერთი საუდის არაბეთთან ერთად). ასე რომ, აუცილებელი არ არის ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნის სურვილი მეწარმეებიდან წამოვიდეს, ინიციატორი შეიძლება იყოს თავად

<sup>1</sup> დუდუშაური ზ., ბაღიაშვილი ე., სულაძე ლ. და სხვები, მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა, თბ., 2004, გვ. 137-138.

ქვეყნის პირველი პირი და მისი რეგიონული წარმომადგენელიც, აგრეთვე ქალაქის მერები. მთავარი ის კი არ არის თუ ვინ იქნება ბიზნეს-ინკუბატორის შექმნის ავტორი, არამედ ის, თუ როგორ იმუშავებს იგი და თავიდანვე დაადგება თუ არა განვითარების ცივილიზებულ გზას.

ბიზნეს-ინკუბატორის ცივილური გზით განსავითარებლად მომზადებული კადრებია საჭირო, რომელიც საქართველოში არ არსებობს. ასეთ სიტუაციაში რუსეთმა და უზბეკეთმა უცხოელებს მიმართეს და კადრების მომზადება-გადამზადება გერმანულ საკონსულტაციო ფირმის „OST-EURO CMBH“ დახმარებით განახორციელეს. ამ ქვეყნებში ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნების ორგანიზაციულ და მეთოდურ საკითხებსაც იგივე კონსალტინგური ფირმა წყვეტდა. საქართველოშიც ანალოგიური ღონისძიებების გატარებაა საჭირო, თუმცა, თუ გავითვალისწინებთ რუსეთისა და უზბეკეთის თითქმის 15-16 წლიან გამოცდილებას, კონსულტირებისთვის გერმანიის, ან სხვა მაღალგანვითარებულ ქვეყნების ნაცვლად შესაძლებელია მათ მივმართოთ, რითაც დროშიც მოვიგებთ, ხარჯებშიც და არც ენის ბარიერი გვექნება.

ამრიგად, მსოფლიოს გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ბიზნეს-ინკუბატორები მცირე მეწარმეობის ინფრასტრუქტურის ერთ-ერთი აქტიური შემადგენელი ნაწილი და მცირე სექტორის განვითარების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტიანი მექანიზმია. ***ამიტომ, თუ გვინდა, რომ საქართველოს ყველა რეგიონსა და რაიონში განვავითაროთ მეწარმეობა (განსაკუთრებით მცირე მეწარმეობა), უპირველესად ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების რეგიონული პროგრამები უნდა შევიმუშავოთ და შემდეგ იგი პრაქტიკულად განვახორციელოთ.*** ცნობისთვის: გერმანიაში 330 ბიზნეს-ინკუბატორია გახსნილი, რომელთა მეშვეობით ქვეყნის აღმოსავლეთ მიწებზე, ე. ი. ყოფილ დემოკრატიულ გერმანიაში, სადაც ამ ქვეყნის გაერთიანებამდე არცერთი მცირე საწარმო არ არსებობდა, დღეს 550000 საწარმოა გახსნილი.<sup>1</sup> საქართველოში კი, რომელიც ტერიტორიით თითქმის მისი ანალოგიურია. დღეს რეგისტრირებულ ინდუსტრიულ რიცხვი საქართველოში მართალია 407000-ია,<sup>2</sup> მაგრამ მათი 50-60% სწორედ მეწარმული ჩვევების არქონის გამო არ მუშაობს. გერმანიაში მცირე მეწარმეობა არ მოიაზრება ბიუჯეტის შევსების წყაროდ. მას, პირველ რიგში, სოციალური დატვირთვა აქვს – მცირე სექტორი ქმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს და სახელმწიფოს მეწარმეობაზე ზრუნვისგან ათავისუფლებს – განა ეს ცოტაა? ჩვენთან

<sup>1</sup> *Бизнесинкубаторы в системе поддержки малого бизнеса, под ред. Э. Маркварта, М., 2011, გვ. 68.*

<sup>2</sup> *მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2016, გვ. 25.*

კი პირიქით, უპირველეს ამოცანად არა მცირე ბიზნესის გაზრდა-განვითარებას, არამედ ბიუჯეტში მისი შენატანების, მისი წვლილის გაზრდა-გაფართოებას მიიჩნევენ – გადასახადების გადახდით, მათი ამოღების მექანიზმის სრულყოფით, საგადასახადო პოლიციის გაძლიერებით, სალაროს აპარატების დადგმით და ა. შ. მართალია, ეს ღონისძიებები პოპულარულია, მაგრამ არც თუ ეფექტიანი, რადგან ისინი ლეგალურად მომუშავე მცირე საწარმოთა დახურვას ან „ჩრდილში“ გადანაცვლებას იწვევენ, რაც კიდევ უფრო ამცირებს ბიუჯეტის შემოსავლებს.

**საქართველოს ხელისუფლებამ უნდა გაითავისოს, რომ მცირე მეწარმეობის განვითარება ბიუჯეტის შევსების მიზანს კი არ ემსახურება, არამედ უმუშევრობის შემცირებას, კონკურენტული გარემოს შექმნას, „საშუალო ფენის“ ჩამოყალიბებასა და საერთოდ ეკონომიკის სტრუქტურული რეფორმების წარმატებით განხორციელებას.** გასათავისებელია ისიც, რომ სწორედ ბიზნეს-ინკუბატორებია ის ადგილი, სათბური, სადაც დაბინავდებიან მეწარმული იდეის მქონე ადამიანები, რომელთაც ამ იდეის განსახორციელებლად არც შენობა, მანქანა-მოწყობილობა და არც წარმატებული საქმიანობის გამოცდილება გააჩნიათ. კანონიერ საქმიანობას კი ყოველგვარი ჩაწიების, მთავრობაში მფარველობისა და ქრთამების გადახდის გარეშე სწორედ ბიზნეს-ინკუბატორში ისწავლიან. ასე რომ, აღნიშნული მექანიზმის მასიური გავრცელებით და იქ მცირე მეწარმეების „გამოჩეკვით“, მანკიერი ჩვევებით დაავადებულ ეროვნულ ეკონომიკის გამოჯანმრთელებაც მოხერხდება.

საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების ჩვენს მიერ ქვემოთწარმოდგენილი რეგიონული კონცეფციის საფუძველი ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარების ევროპული გამოცდილება და საქართველოს რეგიონების გეოპოლიტიკური, ეკონომიკური და ბუნებრივ-საწარმოო პირობებია. ჩემის აზრით, იგი ფაქტიურად საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორების მთავრობისეული სტრატეგია უნდა გახდეს.

ბიზნეს-ინკუბატორების საქმიანობის მსოფლიო პრაქტიკიდან გამომდინარე, საქართველოში ამ მექანიზმის გახსნამდე საჭირო იქნება:

1. წინასაინკუბაციო პერიოდში მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება.
2. ბიზნეს-ინკუბატორების წარმატებული საქმიანობის უზრუნველყოფი წანამძღვრების შექმნა.
3. ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსისა და პროფილის განსაზღვრა.
4. ბიზნეს-ინკუბატორების ფორმირებისთვის საჭირო რესურსების განსაზღვრა და გამოყოფა.



5. ბიზნეს-ინკუბატორების მმართველი გუნდის ფორმირება.
6. კლიენტ-საწარმოების საინკუბაციო პერიოდის განსაზღვრა.
7. კლიენტ-საწარმოების შერჩევა და ბიზნეს-ინკუბატორებსა და მათ შორის ურთიერთობის ტექნოლოგიის დამუშავება.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი:

**წინასაინკუბაციო პერიოდში მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება** გულისხმობს რეგიონებში მცირე (და საშუალო) მეწარმოების განვითარების არსებული ბაზისა და დონის, რესურსებისა და შესაძლებლობების ანალიზს, ე. ი. ბიზნეს-ლანდშაფტის შესწავლას, რეგიონებისთვის ბიზნესის პრიორიტეტების გამოკვეთას სექტორულ ჭრილში და ა. შ. რა თქმა უნდა, საქართველოს თითოეულ მხარეს მცირე სექტორის განვითარების სხვადასხვა ბაზა და რესურსული შესაძლებლობები გააჩნია. აქედან გამომდინარე, მცირე მეწარმეობის განვითარების დონეები ყველა რეგიონში ურთიერთგანსხვავებულია. ბიზნეს-ინკუბატორების გახსნამდე იმის დადგენაა საჭირო, კონკრეტულ რეგიონს უპირატესად რისი რესურსი გააჩნია და რა სახის პროდუქციაზე, ან მომსახურებაზე არის მოთხოვნა. რესურსული შესაძლებლობების გარდა, ბაზრის დეტალური შესწავლაა აუცილებელი და მხოლოდ ამ ორი კომპონენტის შეჯერების შემდეგ უნდა მოხდეს რეგიონის მეურნეობაში დარგობრივი პრიორიტეტების გამოკვეთა, რაც საფუძვლად დაედება იქ გახსნილ ბიზნეს-ინკუბატორების პროფილის განსაზღვრას.

**ბიზნეს-ინკუბატორების წარმატებული საქმიანობის უზრუნველყოფი წინამძღვრების შექმნა** გულისხმობს ინკუბატორისთვის შენობა-ნაგებობების გამოყოფას, მათ მოწყობას საკომუნიკაციო საშუალებებითა და საოფისე ინვენტარით, ლიზინგით გასაცემი მანქანა-მოწყობილობის შეძენას, კადრების შერჩევას და ა. შ.

**ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსისა და პროფილის განსაზღვრაში** მისი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა და სპეციალიზაცია იგულისხმება. იგი შეიძლება იყოს სპეციალიზებული ან შერეული პროფილის (საბაზო). პროფილის არჩევა დამოკიდებულია რეგიონში მცირე (და საშუალო) მეწარმეობის პრიორიტეტებზე. მაგალიად, სასოფლო-სამეურნეო პროფილის რეგიონში შესაბამისად სასოფლო-სამეურნეო ან გადამამუშავებელი მრეწველობის ბიზნეს-ინკუბატორი უნდა გაიხსნას. რაც შეეხება ბიზნეს-ინკუბატორის სამართლებრივ ფორმას, იგი შეიძლება არაკომერციული ორგანიზაცია, კერძოდ, ასოციაცია ან ფონდი იყოს. მისი მუშაობა არ უნდა იყოს ორიენტირებული მოგების მიღებაზე, თუმცა, აუცილებელია, ინკუბატორი იღვწოდეს ხარჯების თვითანაზღაურებისთვის.

**ბიზნეს-ინკუბატორების ფორმირებისთვის საჭირო რესურსების განსაზღვრასა და გამოყოფაში** მისი დაფინანსების წყაროების ფორმირება იგულისხმება. ეს წყაროები (საბიუჯეტო სახსრები, გრანტები, სპონსორთა სახსრები და ა. შ.) თითოეული რეგიონისთვის სხვადასხვაა. ზოგან, განსაკუთრებით ეკონომიკურად ძლიერ მხარეებში, ამ საქმისათვის ადგილობრივი ბიუჯეტების სახსრებიც საკმარისია, მაგრამ ეკონომიკურად დეპრესირებულ რეგიონებში, რომელთაც მწირი ბიუჯეტი გააჩნიათ, ცხადია ადგილზე არ გამოინახება ბიზნეს-ინკუბატორების დასაფინანსებელი სახსრები. ამიტომ, მათთვის სხვა წყაროები უნდა გამოიძებნოს, კერძოდ, მოზიდულ იქნას საზღვარგარეთული გრანტები ან სპონსორთა რესურსები დევიზით: **„დაეხმარეთ საქართველოს დეპრესირებულ რეგიონებს“**. ასეთი რეგიონებია რაჭა-ლეჩხუმი, სამცხე-ჯავახეთი, სვანეთის მხარე, თუშეთის მხარე და სხვები.

**ბიზნეს-ინკუბატორების მმართველი გუნდის ფორმირება** მოიცავს კადრების შერჩევას მენეჯმენტის გასაწევად, სადაც ჩვენი აზრით, 10-20 კაცი დასაქმდება. მასში შესაძლებელია შედიოდნენ ქალაქის მმართველობის ადგილობრივი ორგანოს (თუ ბიზნეს-ინკუბატორი მმართველობის ადგილობრივი ორგანოს მიერ არის დაფუძნებული), ადგილობრივი კერძო ბიზნესის, ადგილობრივი სასწავლო და სამეცნიერო-კვლევითი დაწესებულების წარმომადგენლები (თუ ბიზნეს-ინკუბატორი მათ ბაზაზეა დაფუძნებული) და აგრეთვე დაქირავებული პროფესიონალი მენეჯერები, ექსპერტები და სხვანი.

**კლიენტ-საწარმოების საინკუბაციო პერიოდის განსაზღვრაში** იმ ვადის დადგენა იგულისხმება, რომლის განმავლობაშიც კლიენტ-საწარმო ბიზნეს-ინკუბატორში „ცხოვრობს“. ეს პერიოდი სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაა – ზოგან 6 თვეა, ზოგან – 6 წელი. იგი საშუალოდ 2,5 წელს მოიცავს, რომლის გასვლის შემდეგ ფირმა ბიზნეს-ინკუბატორიდან გადის და დამოუკიდებლად აგრძელებს მუშაობას.

**კლიენტ-საწარმოების შერჩევა და ბიზნეს-ინკუბატორებსა და მათ შორის ურთიერთობის ტექნოლოგიის დამუშავებაში** იგულისხმება, როგორც კლიენტ-საწარმოთა შერჩევის საკონკურსო პირობების, მოსამსახურებელ კლიენტ-საწარმოთა მინიმალური და მაქსიმალური რაოდენობის, კლიენტ-საწარმოთა მახასიათებლების და ა. შ. განსაზღვრა, ასევე მათ შორის სამართლებრივი და ფინანსური ურთიერთობების ნორმების დადგენა.

საქართველოში 11 რეგიონია (აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის გარეშე),

ესენია: ქ. თბილისი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა (ცენტრი ქ. ბათუმი), გურია (ცენტრი ქ. ოზურგეთი), რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი (ცენტრი ქ. ამბროლაური), სამეგრელო-ზემო სვანეთი (ცენტრი ქ. ზუგდიდი), იმერეთი (ცენტრი ქ. ქუთაისი), კახეთი (ცენტრი ქ. თელავი), მცხეთა-მთიანეთი (ცენტრი ქ. მცხეთა), სამცხე-ჯავახეთი (ცენტრი ქ. ახალციხე), ქვემო ქართლი (ცენტრი ქ. რუსთავი) და შიდა ქართლი (ცენტრი ქ. გორი). აღნიშნულ რეგიონებსა და მათში შემავალ დასახლებულ პუნქტებს განვითარების სხვადასხვა დონეები აქვთ – ზოგს მაღალი (ქ. თბილისი, ქვემო ქართლი, იმერეთი და სხვა), ზოგს დაბალი – (სამცხე-ჯავახეთი, გურია და სხვა). ბიზნეს-ინკუბატორები იმ საშუალებად გვესახება, რომელთა მეშვეობით საქართველოს რეგიონების განვითარების დონეების ერთგვარი გამოთანაბრება მოხდება. ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ, ჯერ საქართველოს რეგიონულ ცენტრებში – ქ. თბილისი, ქ. ბათუმი, ქ. ოზურგეთი, ქ. ამბროლაური, ქ. ზუგდიდი, ქ. ქუთაისი, ქ. თელავი, ქ. მცხეთა, ქ. ახალციხე, ქ. რუსთავი და ქ. გორი, შემდეგ კი ყველა მსხვილ ქალაქში (სამეგრელო – ზემო სვანეთში – ქ. ფოთი, იმერეთში – ქ. ტყიბული, ქ. წყალტუბო, ქ. ჭიათურა, ქ. ზესტაფონი და ქ. სამტრედია, კახეთში – გურჯაანი და სიღნაღი, სამცხე-ჯავახეთში – ახალქალაქი, ქვემო ქართლში – ქ. ბოლნისი, შიდა ქართლში – ქ. ხაშური) შეიქმნას თითო შერეული პროფილის ბიზნეს-ინკუბატორი. გარდა ამისა, ისეთ ქალაქებში, როგორცაა – ქ. თბილისი, ქ. ქუთაისი, ქ. ბათუმი და ქ. რუსთავი, – სადაც ჯერ კიდევ არის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტები, უნივერსიტეტები და საცდელ-საკონსტრუქტორო ლაბორატორიები, მერიების ბალანსზე მყოფი ზოგიერთი ცარიელი შენობები (მაგალითად, თბილისში ყოფილი აბრეშუმსაქსოვი ფაბრიკა და სხვა) უნდა გაიხსნას მაღალ ტექნოლოგიებზე დასპეციალიზებული ბიზნეს-ინკუბატორები, რომელთა დამფუძნებლები ზემოაღნიშნული ობიექტები იქნებიან. ამავე ქალაქებში საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორებიც უნდა არსებობდნენ, რომელთაც შერეული პროფილი ექნებათ და მათ დამფუძნებლებად ამ ქალაქების მერიებს მოვიაზრებთ. აღნიშნულ ბიზნეს-ინკუბატორებში სხვადასხვა პროფილის (მშენებლობა, საქალაქო მეურნეობა, ტურიზმი, სერვისმომსახურება და ა. შ.) საწარმოები განლაგდებიან. ჩემი ვარაუდით, აქ პირველ რიგში, საქალაქო მეურნეობის მცირე ფირმები (მაგალითად, დასუფთავების, ტურიზმის, ქალაქმშენებლობის, ნაგვის უტილიზაციის, ქალაქის კეთილმოწყობის, გამწვანების და ა. შ.) მოხვდებიან, რომლებიც სამუშაოებზე დაკვეთებს შესაბამისი ქალაქების ადგილობრივი მმართველობითი ორგანოებიდან მიიღებენ.

მაშასადამე, ქ. თბილისში, ქ. ბათუმში, ქ. რუსთავსა და ქ. ქუთაისში ორ-ორი ბიზ-

ნეს-ინკუბატორი გაიხსნება (ერთი მაღალ ტექნოლოგიებზე სპეციალიზებული, მეორე – საბაზო, ანუ შერეული პროფილის), ყველა დანარჩენ ქალაქში კი – თითო (საბაზო).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორები შერეული პროფილის იქნებიან, მაგრამ მათთან აუცილებლად გამოიკვეთება პროდუქციის წარმოებისა თუ მომსახურების გარკვეული სახე, რომელიც პრიორიტეტული იქნება მოცემულ რეგიონში და აქედან გამომდინარე, მასზე დასპეციალიზებული საწარმოები დომინირებულ მდგომარეობას დაიკავებენ რეგიონის საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორებში. აღნიშნული პრიორიტეტების განსაზღვრის საფუძველი იქნება – შიდა და გარე ბაზრებზე მოცემულ პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) არსებული მოთხოვნა, მისი წარმოების ადგილობრივი რესურსული შესაძლებლობები, რეგიონის სამეურნეო ტრადიციები და მრავალი სხვა ფაქტორი. მხედველობაში მიიღება აგრეთვე, რეგიონში იმპორტ-შემცველი და საექსპორტო პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების შესაძლებლობა.

ჩემი გამოკვლევით დადგინდა, რომ საქართველოს რეგიონები პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების მეტად ურთიერთგანსხვავებულ პირობებსა და სამეურნეო ტრადიციებს ფლობენ. მაგალითად, კახეთის მხარე მევენახეობა-მეღვინეობითაა ცნობილი, შიდა ქართლი – მეხილეობით და ხილ-ბოსტნეულის გადამამუშავებელი მრეწველობით, ქვემო ქართლი – მებოსტნეობით და სამთო-მომპოვებელი მრეწველობით, მცხეთა-მთიანეთი – საგარეუბნო მებოსტნეობით, მესაქონლეობითა და მესაქონლეობის პროდუქტების წარმოებით, გურიის მხარე – მეჩაიეობით და ჩაის მრეწველობით, მეთხილეობით, რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი – ტურიზმით, მესაქონლეობით, მინერალური და სამეურნეო წყლების ჩამოსხმით, იმერეთი – მრეწველობით (საშენ მასალათა, მსუბუქი, კვების, სამთომპოვებითი მრეწველობა და ა. შ.), სამეგრელო-ზემო სვანეთი – ტურიზმით, მესაქონლეობით, მეჩაიეობით და ჩაის მრეწველობით, აჭარის მთიანი ნაწილი – მეთამბაქეობით, მესაქონლეობით, მეციტრუსეობით, ხოლო ზღვისპირა ნაწილი – ტურიზმით, სამცხე-ჯავახეთი – მესაქონლეობით, მესაქონლეობის პროდუქტების წარმოებით და ტურიზმით. რაც შეეხება ქ. თბილისს, აქ მრეწველობაცაა განვითარებული და მომსახურებაც, განსაკუთრებით საბანკო, სავაჭრო, სადაზღვევო და სხვა.

გარდაქმნის წლებში საქართველოს რეგიონების ზემოჩამოთვლილი პრიორიტეტული დარგები მძიმე კრიზისში აღმოჩნდა. სამთავრობო ორგანოების მხრიდან არაერთხელ სერიოზულად გაიუღერა აზრმა იმის შესახებ, რომ მიმდინარე გლობალიზაციის პირობებში ჩვენი სახელმწიფო იმ პროდუქციით, რომელსაც იგი აწარმოებს (ჩაი, ღვინო და სხვა) საგარეო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი ვერ

იქნება და აქცენტი მან მომსახურების (მაგალითად, ტურიზმი) განვითარებაზე უნდა აიღოს. სხვათაშორის, ამ პოზიციის ინიციატორები ე. წ. „გლობალური“ ინსტიტუტები არიან – ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი და სხვა. ჩვენი მოსაზრება ზემოაღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით განსხვავებულია. კერძოდ:

მიგვაჩნია, რომ ქართული პროდუქცია საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი არა იმიტომ, რომ ქვეყანას მის საწარმოებლად საჭირო უვარგისი ნედლეული აქვს, არამედ იმიტომ, რომ ჯერჯერობით არ გაგვაჩნია მისი გადამუშავების მსოფლიო სტანდარტებით მიღებული უახლესი ტექნოლოგიები. ამ მხრივ საქართველო 20-30 წლით ჩამორჩება უცხოეთს. ცხადია, ისინი ჩვენ საზღვარგარეთიდან უნდა შევიძინოთ. ალბათ დაგვეთანხმებით, რომ ამ პრობლემის მოგვარებას დრო და სერიოზული ფინანსური რესურსები სჭირდება, რაც საქართველოს არ გააჩნია. ამდენად, საბაზრო ურთიერთობებზე გარდამავალ პერიოდში, ჩვენი ქვეყნის ინტერესებს შეესაბამება არა თავისუფალი ვაჭრობის პოლიტიკა, რომელიც კონკურენტუნარიანი ქვეყნებისთვისაა მისაღები, არამედ „პროტექციონიზმი“, რომელიც ქართულ წარმოებას და მის სამეურნეო სუბიექტებს ხელსაყრელ პირობებს შეუქმნის უცხოურ პროდუქციაზე გარკვეულ სავაჭრო და საბაჟო შეზღუდვათა საშუალებით. ასეთი პოლიტიკის გატარება მხოლოდ გარდამავალ პერიოდში იქნება საჭირო, ე. ი. მანამ, სანამ ქართული წარმოება ახალ თანამედროვე ტექნოლოგიებს აითვისებს და საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციას გაიტანს. მანამდე კი საქართველოში წარმოებული პროდუქციით ადგილობრივი მოსახლეობის მოთხოვნილება დაკმაყოფილდება, რომლის ტრადიცია ადრეც არსებობდა – საბჭოთა პერიოდში საქართველო მათ ჩაით, ღვინით, ხილით, დაფნის ფოთლით, ციტრუსებით, ბოსტნეულის კონსერვებით და სხვა პროდუქციით ამარაგებდა. ასე რომ, საქართველოს მიერ ტრადიციულ პროდუქციის წარმოებაზე უარის თქმა და მხოლოდ მომსახურების განვითარებაზე ორიენტაციის აღება, არასწორად (დამღუპველად) მიგვაჩნია. ჩვენი აზრით, ერთიც უნდა განვითარდეს და მეორეც, იმ მოთხოვნის და რესურსული შესაძლებლობის ფარგლებში, რომელიც საქართველოს თითოეულ რეგიონს გააჩნია. ამასთან, მხედველობიდან არ უნდა გამოვკრჩხეს ის გარემოებაც, რომ ქართული პროდუქცია ეკოლოგიურად სუფთა იქნება (რის საშუალებასაც ადგილობრივი ბუნებრივი რესურსები იძლევა), რომელზეც მსოფლიო ბაზარზე დიდი მოთხოვნილებაა.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარეობს ის საერთო დასკვნა, რომ

საქართველოს რეგიონებში მომავალშიც მეურნეობის ის დარგები და ქვედარგები (განურჩევლად იმისა, წარმოებაა იგი, თუ მომსახურება) უნდა განვითარდეს, რომელზეც მოთხოვნილებაც არსებობს და ადგილობრივი რესურსიც. ამდენად, კახეთის მხარე კვლავაც უნდა დარჩეს მევენახეობა-მელვინეობის რეგიონად, გურია – მეთხილეობის და მეჩაიეობის, რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი – ტურისტული მომსახურების, მცხეთა-მთიანეთი – საგარეუბნო მებოსტნეობის, მესაქონლეობისა და მესაქონლეობის პროდუქტების წარმოების რეგიონად და ა. შ.

ცხადია, საქართველოს თითოეულ მხარეში გახსნილი საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორები, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ძირითადად იმ მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებით უნდა დაკომპლექტდნენ, რომლებიც რეგიონისთვის პრიორიტეტულ დარგებში იმუშავენ, არ გამოვრიცხავთ გამონკლის შემთხვევებსაც.

გასახსნელად რეკომენდებულ ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსზე ჩემი რეკომენდაცია ასეთია: საქართველოს რეგიონებში გახსნილი ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსი არ უნდა იყოს რეგლამენტირებული. ისინი შეიძლება არაკომერციული ორგანიზაციებიც იყვნენ და კომერციულიც (მაგალითად, კერძო).

ქვეყნის ქალაქებში ბიზნეს-ინკუბატორების ჩამოყალიბებისა და წარმატებულად ფუნქციონირების ყველაზე დიდი შანსი მუნიციპალურ ორგანოებს, კერძოდ, ქალაქის მერიებს აქვთ, რომელთაც შეუძლიათ საამისოდ სათანადო ფართობის შენობა-ნაგებობებისა და ადგილობრივი ბიუჯეტიდან დაფინანსების (თუნდაც მინიმალური სიდიდით) გამოყოფა. საამისო პოტენციალი უდაოდ თბილისს, ბათუმს, ქუთაისს, რუსთავს, გორს, თელავსა და ზუგდიდს გააჩნიათ. რაც შეეხება მცხეთას, ამბროლაურს, ახალციხეს და ოზურგეთს, როგორც დეპრესირებული რეგიონების ადმინისტრაციულ ცენტრებს, მათ ეს ნაკლებად ძალუძთ (ან საერთოდ არ შეუძლიათ), ამიტომ ამ ადგილებში ბიზნეს-ინკუბატორების დამფუძნებლის როლში ან არასამთავრობო ორგანიზაციები უნდა მოგვევლინონ, ან კერძო ფირმები. არასამთავრობო ორგანიზაციები ამ საქმეს მიზნობრივი გრანტებით დააფინანსებენ, ხოლო კერძო ორგანიზაციები – საკუთარი სახსრებით. ეს მოსაზრება ეხება მხოლოდ საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორებს. რაც შეეხება მაღალ ტექნოლოგიებზე დასპეციალიზებულ ბიზნეს-ინკუბატორებს, რომელთა გახსნის რეკომენდაციას ქ. თბილისში, ქ. ბათუმში, ქ. ქუთაისსა და ქ. რუსთავში ვიძლევი – აქ მათ დამფუძნებლად მოვიაზრებთ საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტებსა და უმაღლეს სასწავლებლებს (სახელმწიფო და ტექნიკური უნივერსიტეტები, საკონსტრუქტორო ბიუროები), ხოლო დაფინანსებლად ქვეყნის

ხელისუფლებას. ზემოაღნიშნულ სტრუქტურებს საკმაო რაოდენობით თავისუფალი ფართობებიც (მაგალითად, ქ. თბილისში აკადემიკალაქის ტერიტორიაზე განლაგებულ სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტებს ფართობის 50%-ზე მეტი დაუტვირთავია) აქვთ და საჭირო ინტელექტუალური პოტენციალიც. მათ ახალი ტექნოლოგიების შექმნა, საზღვარგარეთიდან მისი გადმოტანა (დასესხება) და ათვისებაც შეუძლიათ.

ჩვენს მიერ რეკომენდებულმა მაღალ ტექნოლოგიებზე მომუშავე ბიზნეს-ინკუბატორებმა, პირველ რიგში, ალბათ საზღვარგარეთიდან ტექნოლოგიების გადმოტანა-ათვისებაზე და მათ დანერგვაზე უნდა იმუშაონ, შემდეგ კი ახალი ტექნოლოგიების ადგილზე შექმნაზეც. თუმცა ბიზნეს-ინკუბატორებში იმ მცირე ფირმების განთავსებასაც მივესალმებით, რომლებიც საკუთარი იდეის კომერციალიზაციას თავიდანვე დაიწყებენ.

ვინაიდან ახალ ტექნოლოგიებზე მომუშავე ფირმებს საზღვარგარეთ „ვენჩურული“ (სარისკო) ფირმები ეწოდებათ, საქართველოში ახალ ტექნოლოგიებზე მომუშავე ბიზნეს-ინკუბატორებსაც, ამ გაგებით, მეც „ვენჩურულს“, ე. ი. სარისკოს ვუწოდებ. სახელწოდებიდან გამომდინარე, ის კაპიტალიც, რომელიც ამ სახის ბიზნეს-ინკუბატორებში ჩაიდება, იქნება ძალზე მაღალი რისკის მატარებელი. ჩემთვის ცნობილია, რომ ახალი ტექნოლოგია სასურველ კომერციულ შედეგს ყოველთვის არ იძლევა, თუმცა, როცა იგი ამართლებს, ამართლებს ისეთი მოგებით, რომელიც რამოდენიმეჯერ აღემატება მოგების ნორმატიულ დონეს. ჩვენი აზრით, ეს სწორედ ის მოტივია, რომელიც ინვესტორებს აქეზებს გარისკონ და კაპიტალი მაღალ ტექნოლოგიებზე მომუშავე ფირმებში ჩადონ. იმედს გამოვთქვამ, რომ მომავალში საქართველოში უთუოდ გამოჩნდებიან ასეთი რისკიანი ინვესტორები, დღეს კი ამ რანგში მხოლოდ სახელმწიფოს მოვიაზრებ.

ქვეყანაში გასახსნელად რეკომენდებულ ბიზნეს-ინკუბატორებში მოსამსახურებელ კლიენტ-საწარმოთა ოპტიმალურ საინკუბაციო პერიოდად 3 წელს მივიჩნევთ. ამასთან, პირველ წელს მათთვის ბიზნეს-ინკუბატორის მომსახურება – ფართობის არენდით მიცემა, საკომუნიკაციო საშუალებებით სარგებლობა, კონსულტაციები და ა. შ. უფასო უნდა იყოს, მეორე წელს – საბაზრო ფასის 50%, მესამე – 70%. ჩვენი აზრით, 3 წლის შემდეგ კლიენტ-საწარმოებმა ბიზნეს-ინკუბატორი უნდა დატოვონ და მათი ადგილი კონკურსის წესით ახალმა დამწყებმა ფირმებმა დაიკავონ. არ გამოვრიცხავთ, რომ გარკვეული პრაქტიკის გავლის შემდეგ, ინკუბაციის 3-წლიანი პერიოდი 1 წლამდე შემცირდეს.

**კონკურსის ძირითად პირობებად შემდეგს მივიჩნევ:**

1. მცირე (ან საშუალო) საწარმოს მიერ წარმოდგენილ ბიზნეს-იდეის ინოვაციურ ხასიათს, ეკოლოგიურ უსაფრთხოებასა და სამუშაო ადგილების შექმნის პოტენციალს.
2. კონკურენტი მეწარმის ახალბედობას, მის საქმიანობას უპირატესად რეგიონის პრიორიტეტულ დარგებში, პირველ რიგში კი – ახალ ტექნოლოგიებში.
3. ბიზნეს-ინკუბატორის წესდებასთან მცირე (ან საშუალო) საწარმოს საქმიანობის შესაბამისობას.

საქართველოს რეგიონებში შესაქმნელად ჩვენს მიერ რეკომენდებული ბიზნეს-ინკუბატორები სტაციონალური ტიპის იქნებიან. რეგიონის ცენტრალური ქალაქების საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორები სავარაუდოდ 10-დან 100-მდე კლიენტ-საწარმოს მოემსახურებიან. თავდაპირველად მათი რიცხვი ალბათ, 50-ს არ აღემატება, შემდეგ კი გაიზრდება.

**ჩვენ ვიანგარიშეთ 10 კლიენტ-საწარმოს** (მათ შორის 5 მომსახურეობის, 5 კი – საწარმოო პროფილის) მომსახურე ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნებისა და პირველი წლის შენახვის ხარჯები საქართველოს რეგიონების ცენტრალური ქალაქებისთვის, შემდეგი დაშვებით:

- ბიზნეს-ინკუბატორი გრანტს მოიპოვებს და ხარჯებს მისი სახსრებით დააფინანსებს;
- საშტატო განწესი, ხელფასის განაკვეთები და საჭირო ფართობები ყველა ქალაქის ბიზნეს-ინკუბატორებისთვის ერთნაირი იქნება;
- დაფუძნების პირველ წელს ბიზნეს-ინკუბატორი კლიენტ-საწარმოებს ტექნიკა-ტექნოლოგიებს არ მიაწოდებს;
- ბიზნეს-ინკუბატორი კლიენტ-საწარმოებს პირველი 3 წლის ხელფასს (პრემიებით) თავად გადაუხდის;
- ბიზნეს-ინკუბატორისა და კლიენტ-საწარმოების ბუღალტერია ცენტრალიზებული იქნება.

**გაანგარიშებები შემდეგი პოზიციებითაა ჩატარებული:**

1. ბიზნეს-ინკუბატორის საშტატო განწესი და ხელფასის ფონდი (ცხრილი 22).
2. ბიზნეს-ინკუბატორის კლიენტ-საწარმოთა ხელფასის ფონდი (ცხრილი 23).
3. ბიზნეს-ინკუბატორისთვის საჭირო ფართობების ანგარიში (ცხრილი 24).
4. საჭირო ფართობების შეძენის ხარჯები საქართველოს რეგიონების ცენტრალური ქალაქების მიხედვით ვარიანტულ ჭრილში (უფასოდ მიღება, არენდა, შესყიდვა, მშენებლობა) (ცხრილი 25).



5. საჭირო მოწყობილობებისა და საოფისე ავეჯის რაოდენობა და მათი შეძენის ხარჯები (ცხრილი 26).
6. სხვადასხვა ხარჯები (კომუნალური, რეკლამის, ლიტერატურის შეძენის, საკომუნიკაციო საშუალების შენახვის, წარმომადგენლობითი, მივლინების და ა. შ. (ცხრილი 27).
7. გაუთვალისწინებელი ხარჯები.

**ცხრილი 22**

**ბიზნეს-ინკუბატორის საშტატო განწესი და ხელფასის ფონდი (აშშ დოლარებში)**

ადმინისტრაციული სამსახურების და თანამდებობების დასახელება	საშტატო ერთეულების რაოდენობა	ხელზე გასაცემი თვიური ხელფასი	ხელზე გასაცემი თვიური ხელფასის ფონდი	ხელზე გასაცემი წლიური ხელფასის ფონდი
<b>დირექცია</b>				
დირექტორი	1	500	500	6000
მოდელირება – ფინანსურ საკითხებში	1	450	450	5400
<b>საადრინტეხვო განყოფილება</b>				
მთავარი ბუღალტერი	1	300	300	3600
მოლარე	1	200	200	2400
აუდიტორი	1	250	250	3000
<b>იურიდიული განყოფილება</b>				
განყოფილების უფროსი	1	300	300	3600
მთავარი კონსულტანტი	1	ვაკანსია	-	-
<b>საწარმო-ტექნიკური განყოფილება</b>				
განყოფილების უფროსი	1	300	300	3600
მთავარი კონსულტანტი	1	ვაკანსია	-	-
<b>მარკეტინგის და ინფორმაციის განყოფილება</b>				
განყოფილების უფროსი	1	350	350	4200
მთავარი კონსულტანტი	1	ვაკანსია	-	-
<b>საკონსულტაციო-საექსპერტო და მონიტორინგის განყოფილება</b>				
განყოფილების უფროსი	1	300	300	3600
მთავარი კონსულტანტი	1	ვაკანსია	-	-
<b>სამეურნეო განყოფილება</b>				
განყოფილების უფროსი	1	250	250	3000
მდივანი	1	200	200	2400
ფსიქოლოგი	1	200	200	2400
მომმარაგებელი	1	200	200	2400
ტექპერსონალი	2	150	300	3600
მეზუფერე	1	150	150	1800
დამლაგებელი	2	120	240	2880
დაცვა	3	150	450	5400
<b>სულ საშტატო განწესით</b>	<b>21</b>	<b>-</b>	<b>4940</b>	<b>59280</b>
<b>პრემია (30%)</b>				<b>17784</b>
<b>პრემია (20%)</b>				<b>11856</b>
<b>სულ ხელფასი პრემიითა და დანამატით</b>				<b>88920</b>
<b>სოციალური დანარიცხი გრანტით დაფინანსების შემთხვევაში (2%)</b>				<b>1778</b>
<b>საშემოსავლო გადასახადი (20%)</b>				<b>17784</b>
<b>სულ დარიცხული ხელფასი</b>				<b>108482</b>

23-ე ცხრილი გვიჩვენებს, რომ საქართველოს ნებისმიერ რეგიონში გახნილ ბიზნეს-ინკუბატორს, თუ მისი მოსამსახურებელ კლიენტ-საწარმოთა რაოდენობა 10-ია, რომელთაგან 5 საწარმო პროფილისაა, ხოლო 5 – მომსახურების, ადმინისტრაციულ-მმართველობით აპარატში 21 კაცი დასჭირდება (აქედან 4 საშტატო ადგილი ვაკანსიაა, რომელიც მხოლოდ მომსახურებელ კლიენტ-საწარმოთა რიცხვის მნიშვნელოვანი ზრდის შემდეგ ამოქმედდება). ჩვენი ანგარიშით, აღნიშნული ბიზნეს-ინკუბატორის დარიცხული ხელფასის ფონდი 108482 აშშ დოლარს შეადგენს. ბიზნეს-ინკუბატორში განთავსებულ 10 კლიენტ-საწარმოში 40 კაცი იმუშავებს, თითოეული 200 აშშ დოლარი საშუალო თვიური ხელფასით (ხელზე გასაცემი). ბიზნეს-ინკუბატორის კლიენტ-საწარმოთა დარიცხული ხელფასის კვარტალური ფონდი კი – 43920 აშშ დოლარს შეადგენს (ცხრილი 23).

**ცხრილი 23**  
**ბიზნეს-ინკუბატორის კლიენტ-საწარმოთა ხელფასის ფონდი (აშშ დოლარებში)**

№	მაჩვენებლები	კლიენტ-საწარმოთა პროფილი		მაჩვენებელთა საერთო სიდიდე კლიენტ-საწარმოებში	
		მომსახურება	წარმოება		
1	კლიენტ-საწარმოთა რიცხვი	5	5	10	
2	კლიენტ-საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა	15	25	40	
3	ერთი მომუშავესთვის ხელზე გასაცემი თვიური ხელფასი	200	200	200	
4	ხელფასის თვიური ფონდი (2X3)	3000	5000	8000	
5	ხელფასის კვარტალური ფონდი	9000	15000	24000	
6	ხელფასის წლიური ფონდი (4X12)	3600	60000	96000	
7	პრემია (30%)	კვარტალი	2700	4500	7200
		წელი	10800	18000	28000
8	ხელფასზე დანამატი (20%)	კვარტალი	1800	3000	4800
		წელი	7200	12000	19200
<b>სულ ხელფასის ფონდი პრემიითა და დანამატით</b>		135500	22500	36000	
		კვარტალი	5400	90000	144000
		წელი	5400	90000	144000
<b>სოციალური ანარიცხი გრანტით დაფინანსების შემთხვევაში (2%)</b>					
		კვარტალი	270	450	720
		წელი	1080	1800	2800
<b>საშემოსავლო გადასახადი (20%)</b>					
		კვარტალი	2700	4500	7200
		წელი	10800	18000	28800
<b>სულ დარიცხული ხელფასი</b>					
		კვარტალი	16470	27450	43920
		წელი	65880	109800	175680

24-ე ცხრილიდან ირკვევა, რომ ბიზნეს-ინკუბატორს, განურჩევლად მისი დაარსების ადგილისა (რეგიონი), 10 კლიენტ-საწარმოს მომსახურებისთვის 1140 კვ.მ ფართობი სჭირდება. აქედან, 370 კვ.მ-ზე უშუალოდ ბიზნეს-ინკუბატორის ადმინისტრაციული აპარატი განთავსდება, 170 კვ.მ-ზე – მომსახურების პროფილის 5 კლიენტ-საწარმო, ხოლო 600 კვ.მ-ზე კი – საწარმო პროფილის 5 კლიენტ-საწარმო.

**ცხრილი 24**

**ბიზნეს-ინკუბატორისა და მასში განთავსებულ კლიენტ-საწარმოებისთვის საჭირო ფართობები (კვ.მ-ში)**

№	სათავსოთა დასახელება	ოთახების რაოდენობა	ფართობი (კვ.მ.)
<b>I. ბიზნეს-ინკუბატორის ოფისი</b>			
1	დირექტორის კაბინეტი	1	25
2	სამდივნო	1	15
3	ფინანსური მენეჯერი (მოადგილის) კაბინეტი	1	20
4	სააღრიცხვო განყოფილება	1	25
5	აუდიტორის კაბინეტი	1	20
6	იურიდიული განყოფილება	1	20
7	საწარმო-ტექნიკური განყოფილება	1	25
8	მარკეტინგის და ინფორმაციის განყოფილება	1	30
9	საკონსულტაციო-საექსპერტო და მონიტორინგის განყოფილება	1	30
10	<b>სამეურნეო განყოფილება</b>		
	მ. შ. განყოფილების უფროსის კაბინეტი	1	15
	ფსიქოლოგის ოფისი	1	15
	მომმარაგებლის ოფისი	1	30
	ტექსპერსონალის ოფისი	1	25
	დამლაგებლის ოფისი	1	15
	დაცვის ოფისი	1	15
11	სამზარეულო	1	30
12	საპირფარეშო	1	15
	<b>სულ ბიზნეს-ინკუბატორის ოფისისთვის</b>	<b>17</b>	<b>370</b>
<b>II. კლიენტ-საწარმოების ფართობები</b>			
<b>მომსახურების პროფილის კლიენტ-საწარმოებისთვის:</b>			
1	ოფისებისთვის (20 კვ. ერთ საწარმოზე ანგარიშით)	5	100
	დარბაზისთვის	1	70
	<b>სულ მომსახურების პროფილის კლიენტ-საწარმოთათვის</b>	<b>6</b>	<b>170</b>
<b>საწარმოო პროფილის კლიენტ-საწარმოებისთვის:</b>			
2	ოფისებისთვის (20 კვ. ერთ საწარმოზე ანგარიშით)	5	100
	საწარმოო ფართობები (100 კვ. ერთ საწარმოზე ანგარიშით)	5	500
	<b>სულ საწარმოო პროფილის კლიენტ-საწარმოთათვის</b>	<b>10</b>	<b>600</b>
	<b>მთლიანად ბიზნეს-ინკუბატორისა და კლიენტ-საწარმოებისათვის</b>	<b>33</b>	<b>1140</b>

ნაშრომში აღნიშნული ფართობის შექმნის 4 ვარიანტია განხილული:

1. უფასოდ მიღება (ასეთ დროს, მხოლოდ კაპიტალური რემონტის ხარჯები გასაწევი);
2. არენდით აღება;
3. შესყიდვა;
4. აშენება.

25-ე ცხრილიდან ირკვევა, რომ ფართობის შექმნაზე გასაწევი დანახარჯების

სიმცირის თვალსაზრისით, განხილული ვარიანტებიდან, ინკუბატორისთვის ყველაზე მეტად ფართობის უფასოდ გადაცემაა მისაღები.<sup>1</sup> როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ამ შემთხვევაში მხოლოდ კაპიტალური რემონტის ხარჯები იქნება გასაწევი, რომელიც 1 კვ.მ-ზე ანგარიშით, საწარმოო პროფილის კლიენტ-საწარმოთა ფართობისთვის (600 კვ.მ) სავარაუდოდ, 35 აშშ დოლარს შეადგენს, ყველა სხვა სახის ფართობისთვის (540 კვ.მ) კი 1 კვ.მ-ზე – 60 აშშ დოლარს. ჩვენს მიერ წარმოდგენილი გათვლებით, საქართველოს ნებისმიერ რეგიონულ ცენტრში გახსნილ ბიზნეს-ინკუბატორს, თუ იგი უფასოდ მიიღებს 1140 კვ.მ. ფართობს მუნიციპალიტეტისგან (ან სხვა სტრუქტურულიდან), რემონტისთვის დასჭირდება 53400 აშშ დოლარი.

თუ თბილისისა და ბათუმის მაგალითით ვიმსჯელებთ და ბიზნეს-ინკუბატორისთვის უფასოდ მიღებული ფართობის რემონტის ხარჯს სხვა საშუალებებით (აშენება, არენდა და შესყიდვა) მის მიღებას შევადარებთ, დავინახავთ, რომ იგი 81,3%-ით ნაკლებია აშენების ხარჯებზე (285000 აშშ დოლარი), 53,2%-ით ნაკლები შესყიდვის ხარჯებზე (171000 აშშ დოლარი) და 68,8%-ით ნაკლები ფართობის არენდით აღების ხარჯებზე (114000 აშშ დოლარი). ამასთან, ფართობის არენდით აღების ან შესყიდვის შემთხვევაში, დამატებით კიდევ მიმდინარე რემონტის ხარჯები იქნება გასაწევი, რაც ცხადია, წარმოდგენილი ვარიანტებით ფართობის შექმნის (მიღების) დანახარჯებს უფრო გაზრდის.

თუ მხედველობაში იმასაც მივიღებთ, რომ ამჟამად, საქართველოს ნებისმიერ რეგიონულ ცენტრს სახელმწიფო და მუნიციპალურ საკუთრებაში მეტ-ნაკლებად მრავლად აქვს გამოუყენებელი შენობა, რომელთა ბიზნეს-ინკუბატორებისთვის გადაცემა მხოლოდ მათ კეთილ ნებაზეა დამოკიდებული და მათი მხრიდან, აღნიშნულის განხორციელება არც დიდ დროსა და ორგანიზაციულ ხარჯებს არ საჭიროებს, მაშინ გასაგები ხდება ფართობის მიღების ამ ვარიანტის პრიორიტეტულობა ყველა დანარჩენთან შედარებით.

კლიენტ-საწარმოებსა და ბიზნეს-ინკუბატორის ოფისს ავეჯი და მოწყობილობა (კომპიუტერები, ქსეროქსი, ფაქსი, ვიდეო-აპარატურა, მაგიდები, სკამები და ა. შ.) დასჭირდება, რომლის შექმნის საერთო ხარჯები 10 კლიენტ-საწარმოს მომსახურე ბიზნეს-ინკუბატორისთვის ჩვენი ანგარიშით, სავარაუდოდ (დღგ-ს ჩათვლით) 4625 დოლარს შეადგენს (იხ. ცხრილი 26).

<sup>1</sup> შევნიშნავთ, რომ ამბროლაურსა და ახალციხეში ბიზნეს-ინკუბატორისთვის საჭირო ფართობის არენდით აღება უფრო იაფი ჯდება (455600 აშშ დოლარი), ვიდრე უფასოდ მიღება და შემდეგ მისი რემონტი (53400 აშშ დოლარი). ამდენად, აღნიშნული რეგიონების ბიზნეს-ინკუბატორისთვის ფართობის არენდით აღების ვარიანტიც მისაღები იქნება.

ბიზნეს-ინკუბატორებისა და კლიენტ-საწარმოთა საჭირო ფართობების შექმნის ხარჯები  
გარიანტული ჭრილში (აშშ დოლარი)

იპონი	I კვ.მ.ფართობის ფასი (დოლარი)				მთლიანი ფართობის შექმნის დანახარჯი				
	უფასოდ გადმოცემა (იანგარიშება რემონტის ხარჯები) (ფუ)		არენდით ალბა	შესყიდვა	აშენება	უფასოდ გადმოცემით	არენდით ალბით	შესყიდვით	აშენებით
	საერთო ფართობი	საწარმოო ფართობი							
თბილისი	60	35	100	150	250	53400	114000	171000	285000
ქუთაისი	60	35	80	150	200	53400	91200	171000	228000
ბათუმი	60	35	100	150	250	53400	114000	171000	285000
გორი	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	285000
რუსთავი	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	171000
ზუგდიდი	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	171000
თელავი	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	171000
ობურგეთი	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	171000
მცხეთა	60	35	50	100	150	53400	57000	114000	171000
ამბროლაური	60	35	40	70	100	53400	45600	79800	114000
ახალციხე	60	35	40	70	100	53400	45600	79800	114000



გამოანგარიშებული თანხა მთლიანობაში 348427 დოლარს შეადგენს, რასაც ემატება გაუთვალისწინებელი ხარჯები (მაგალითად, ფასების მომატება, პროგნოზის ცდომილება და ა. შ.) მისი 5%-ის ოდენობით, ანუ 17421 აშშ დოლარი. ამრიგად, ბიზნეს-ინკუბატორის და მასში განლაგებულ 10 კლიენტ-საწარმოს დასაფუძნებლად და პირველი წლის მუშაობის უზრუნველსაყოფად საჭირო ხარჯების საერთო სიდიდე 365848 აშშ დოლარს უტოლდება, რაც ერთ კლიენტ-საწარმოზე ანგარიშით, 36585 აშშ დოლარს შეადგენს. ხარჯების ეს თანხა ჩვენი აზრით, სავსებით მისაღებია (იხ. ცხრილი 27).

**ცხრილი 27**

**ბიზნეს-ინკუბატორებისა და მასში განთავსებულ კლიენტ-საწარმოთათვის საჭირო სხვადასხვა ხარჯების საგარაუდო სიდიდეები**

№	სხვადასხვა ხარჯების მუხლები	ხარჯების სიდიდე (აშშ დოლარებში)
1	კომუნალური მომსახურება	5000
2	საკომუნიკაციო საშუალებების	5000
3	მივლინების	15000
4	რეკლამის	8000
5	დაზღვევის	30000
6	ლიტერატურის შეძენის	5000
7	წარმომადგენლობითი	15000
8	დაფუძნება-რეგისტრაციის	5000
	სულ	88000

ნაშრომში თავიდანვე აღვნიშნეთ, რომ ბიზნეს-ინკუბატორის დაფუძნების ძირითადი მიზანი საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაა და ამ გზით, ისეთი სოციალური პრობლემის თანდათანობით მოხსნა, როგორცაა უმუშევრობა, ამასთან, ბიზნეს-ინკუბატორების გახსნა-განვითარება სოციალური ეფექტის პარალელურად, ეკონომიკურ ეფექტსაც იძლევა, რაც ბიუჯეტისა და სოციალური ფონდების შემოსავლების ზრდაში გამოიხატება. ჩვენი გათვლებით, ინკუბატორის გრანტის სახსრებით გახსნისა და ამუშავების შემთხვევაში, პირველ-სავე წელს საშემოსავლო გადასახადის სახით (ხელფასის 20%), ბიუჯეტში 56832,6 აშშ დოლარი შევა, მათ შორის ბიზნეს-ინკუბატორიდან – 21696,4 აშშ დოლარი, კლიენტ-საწარმოებიდან კი – 35136 აშშ დოლარი.

იმისათვის, რომ წინამდებარე „კონცეფციის“ დებულებები საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნება-განვითარების საფუძველი გახდეს, მართებულად მიგვაჩნია ქვეყნის რეგიონების ცენტრალური და მსხვილი ქალაქების მუნიციპალური ხელისუფლების მხრიდან, მათი აღიარება და შემდეგი ძირითადი ღონისძიებების გატარება:

1. დასახელებული ქალაქების ადგილობრივი მართვის ადმინისტრაციულ აპარატში ბიზნეს-ინკუბატორების საქმიანობის მარეგულირებელი სტრუქტურის სექმნა.
2. ბიზნეს-ინკუბატორების შესაქმნელად მეთოდისა და მუშა-პროგრამის შედგენა.
3. რეგიონის ეკონომიკური პრიორიტეტების გამოკვეთა და ბიზნეს-ინკუბატორების პროფილის შერჩევა.
4. ბიზნეს-ინკუბატორების შესაქმნელი სადამფუძნებლო დოკუმენტების პაკეტის შექმნა; ქვეყნის რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნისა და განვითარების სტიმულირების მექანიზმის შემუშავება და რეალიზაცია.
5. ბიზნეს-ინკუბატორების განსათავსებლად ვარგისი მუნიციპალური გამოუყენებელი შენობა-ნაგებობების (და საწარმოო ფართობების) ინვენტარიზაცია და მათი ბიზნეს-ინკუბატორებზე გადაცემის და გამოყენების მექანიზმის დამუშავება.
6. განცხადებისა და თხოვნების მომზადება ადგილობრივ და საერთაშორისო ფონდებსა და ორგანიზაციებში, რომლებიც საქართველოში ტექნიკური დახმარების პროგრამებს ასორციელებენ ქვეყანაში ბიზნეს-ინკუბატორებისთვის საჭირო გრანტების გამოყოფის შესახებ.
7. იმ დამატებებისა და ცვლილებების პროექტის მომზადება, რომლებიც უნდა შევიდეს საქართველოს საკანონმდებლო აქტებში ბიზნეს-ინკუბატორებთან მიმართებაში და მათი წარდგენა მთავრობაში.
8. საინოვაციო და ვენჩურული დაფინანსების წყაროების ძებნა (წინადადებათა შემუშავება და განხორციელება).
9. იმ სამეცნიერო სიახლეების (დაპანტეცებული) ნუსხის შედგენა, რომელიც შექმნილია საქართველოს სამეცნიერო პოტენციალის მიერ და რომელთა კომერციალიზაცია ძალუბთ ბიზნეს-ინკუბატორებს.
10. საქართველოს რეგიონული ცენტრებისა და მსხვილი ქალაქების ბიუჯეტის შედგენისას ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარებისთვის საჭირო თანხების გათვალისწინება.

საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის შექმნა-განვითარების წინამდებარე კონცეფციის პარტიკული რეალიზაცია ხელს შეუწყობს მეწარმეობის განვითარებასა და მოსახლეობის დასაქმებას ჩვენს ქვეყანაში. ეს კი საბოლოო ჯამში, დადებითად იმოქმედებს საქართველოს რეგიონების დღევანდელ



სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე. ყველასათვის ცნობილია, რომ ჩვენი ქვეყნის მხარეებსა და მთაში შემავალ დასახლებულ პუნქტებს განვითარების სხვადასხვა დონეები გააჩნიათ: ზოგს მაღალი (თბილისი, ქვემო ქართლი, აჭარა, იმერეთი და სხვა), ზოგს დაბალი (გურია, სამცხე-ჯავახეთი და სხვა). ბიზნეს-ინკუბატორები იმ საშუალებად გვესახება, რომელთა მეშვეობით, საქართველოს რეგიონების განვითარების დონეების ერთგვარი ამოთანაბრება მოხდება. სწორედ ამიტომ, ბიზნეს-ინკუბატორების ჩვენს მიერ წარმოდგენილი „კონცეფცია“ უნდა იქცეს ქვეყანაში ბიზნეს-ინკუბატორების განვითარების მთავრობისოეულ სტრატეგიად.

ამასთან, ჩვენი ქვეყნის მთავრობის მიერ გატარებული ეს ღონისძიება (თუ იგი გატარდა) სრულ თავსებადობაში იქნება ამ სფეროში ევროკავშირის პოლიტიკასთან და მოხდება ჩვენი და იმათი მცირე და საშუალო ბიზნესის სრული ჰარმონიზაცია. მცირე და საშუალო მეწარმეების ისეთი მომზადების გარეშე, რომელსაც ისინი ბიზნეს-ინკუბატორში მიიღებენ, ევროკავშირის მცირე ბიზნესში ჩვენი ინტეგრაცია წარმოუდგენლად მიგვაჩნია, რადგან ჩვენი მცირე და საშუალო მეწარმეები მათთან შედარებით მეტად დაბალ დონეზე დგანან (განსაკუთრებით მიკრო და მცირე მეწარმეები).

### **III.3. ევროკავშირის ბაზრებზე საწარმოთა შესვლის ბარიერები და საქართველოს მთავრობის როლი ამ საკითხში**

სხვადასხვა ქართველი მეცნიერების გამოკვლევების ანალიზმა გვიჩვენა მათი საერთო აზრი იმის შესახებ, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის წინააღმდეგობები და ბარიერები ხვდება არა მხოლოდ ევროკავშირის ბაზარზე შესასვლელად, არამედ ადგილობრივ შიდასაქვეყნო ბაზარზეც კი. აქ, ბაზარი მსხვილ კომპანიებს აქვთ დაპყრობილი. ბაზრის თითოეულ ნიშას თავისი ლობისტი ჰყავს მთავრობაში. მართალია, 2004-2008 წლებში ქვეყანაში გატარებულმა ინსტიტუციურმა რეფორმებმა შეზღუდა ბიზნესში ხელისუფლების ჩარევა, ბიუროკრატიზმი და კორუფცია, რამაც შეამცირა ტრანსაქციული ხარჯები და საქართველო გახდა ერთ-ერთი წარმატებული რეფორმატორი ქვეყანა ბიზნესში, რომლის იმიჯი ისე გამყარდა, რომ 2015 წელს მსოფლიო ბანკის „ბიზნესის კეთების“ მოხსენების თანახმად საქართველომ მე-15 ადგილი დაიკავა მსოფლიოს 189 ქვეყანას შორის, მაგრამ მიუხედავად ამისა, მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის ბაზრებზე შესვლა კვლავ შეზღუდული დარჩა. ქართველი მეცნიერების აზრით, ამის მიზეზია მსხვილი მეწარმეების დამოკიდებულება იმპორტირებულ პროდუქტებზე და მათ მიერ ადგილობრივი მცირე და საშუალო საწარმოების მომსახურებით ნაკლები სარგებლობა,

რაც არ იძლევა მათ შორის ჰორიზონტალური კავშირების და პარტნიორული ურთიერთობების დამყარების საშუალებას.<sup>1</sup>

ამის გარდა, იმის გამო, რომ საქართველოში ხელისუფლების მიერ დეკლარირებული იქნა ლიბერალური ეკონომიკური კურსი (2004 წლის ბოლოს გაუქმდა ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა), რამაც მსხვილი, მცირე და საშუალო საწარმოები ერთ რეჟიმში მოაქცია, რა თქმა უნდა, ამან გამოიწვია მონოპოლიებისგან საბაზრო კონკურენციის შეზღუდვა, რის გამოც უპირველესად დაზარალდნენ მცირე და საშუალო საწარმოები. პროფესორ ვლ. პაპავას აზრით, „ეს ნაბიჯი არასწორი იყო. საქართველოში თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმისთვის ისეთივე კანონმდებლობა უნდა არსებობდეს, როგორც არის ევროპაში“.<sup>2</sup> არა მხოლოდ საქართველოს მთავრობის ამ გადაწყვეტილებამ, არამედ კანონის – „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ – გაუქმებამაც გააუარესა ამ სფეროს საკანონმდებლო და რეგულარული გარემო, რამაც მოცემული სექტორის განვითარებაში გარკვეული სტაგნაცია გამოიწვია და ბაზარში მისი აქტიური ჩართვა გააძნელა. ამას დაემატა ისიც, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები აღმოჩნდნენ მკაცრ კონკურენციაში უცხოურ საწარმოებთან, რომელთა დაბალმა დანახარჯებმა ბაზარზე მათ პროდუქციას უპირატესობა მისცეს.

დღეს საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესი ამ რეალობის წინაშე დგას. ევროპის ბაზართან ინტეგრაციის სფეროში მათ წინ ეღობებათ მრავალი სახის ბარიერები – საკანონმდებლო (არ არსებობს კანონი მცირე (მ.შ. მიკრო) და საშუალო საწარმოთა შესახებ), საგადასახადო (საგადასახადო რეჟიმი არის ერთნაირი საშუალო და მსხვილი ზომის საწარმოებისთვის, რაც ჩვენი აზრით არასწორია), ტექნოლოგიური (ქართული მცირე და საშუალო საწარმოთა ტექნოლოგიები არ შეესაბამება ევროპულ სტანდარტებს), საკრედიტო (საქართველოში კრედიტის წლიური პროცენტი 1,5-2-ჯერ მეტია, ვიდრე ევროპაში, რაც ზღუდავს მცირე სექტორის განვითარების შესაძლებლობებს), კვალიფიციური (ნაკლებია ან საერთოდ არ არსებობს ევროპული დონის მენეჯერები და თუ არის, ისინი მცირე სექტორში არ საქმდებიან) ხარისხობრივი და ა. შ.

არის სხვა სიძნელეებიც. მცირე და საშუალო მეწარმეებს უჭირთ ხარჯების სწორად აღიარება, რადგან საქონელს ძირითადად ყიდულობენ ბაზრობებზე, სადაც უმრავლეს გამყიდველებს არა აქვთ ზედდებულები და მყიდველებსაც ვერ აძლევენ

<sup>1</sup> კობერიძე ბ., მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ინსტიტუციური მიმართულებები საქართველოში და ევროკავშირთან ინტეგრაციონალიზაციის წინააღმდეგობები, თბ., 2015, გვ. 19.

<sup>2</sup> პაპავა ვლ., რას ითხოვს ევროკავშირი საქართველოსგან. ავ ზეთი „ალია“, 2008, 6-8 სექტემბერი.

მის ასლებს. შედეგად ასეთი მცირე საწარმოები ჯარიმდებიან. აღნიშნული სანქციები კი ისეთი მაღალია, რომ მას ანალოგი ევროპაში არ მოეძებნება.<sup>1</sup> ამის გარდა, მკაცრი და რთულია საგადასახადო კოდექსის ადმინისტრაციული ნაწილი. კომპანიებს დიდი დრო ეხარჯებათ საგადასახადო ორგანოებთან ურთიერთობებზე, საჭიროა ბევრი ფინანსური დოკუმენტის წარმოება. ძალიან ხშირია კომპანიების დაჯარიმების და დალუქვის ფაქტები.<sup>2</sup> 2011 წელს მიღებულმა ახალმა საგადასახადო კოდექსმა ეს მდგომარეობა ცოტა შეარბილა. გადასახდის გადამხდელებს მოუსპო ლავირების საშუალება, მაგრამ 2017 წლის 1 იანვრიდან შემოსავლების სამსახურში ყოველთვიურად დეკლარაციების წარდგენა დაკანონდა, რომელიც წინა წლებში ყოველკვარტალურად ხდებოდა. ცხადია, ეს სიახლე აღიზიანებთ გადასახადის გადამხდელებს, რადგან ამ დოკუმენტების ყოველთვე შედგენას დრო სჭირდება. ამას თან მოჰყვა ბევრი ისეთი დებულებები, რომლებიც ბოლომდე ნათლად არ არის განსაზღვრული და ინტერპრეტირების საშუალებას იძლევა. ასეთი საკანონმდებლო დოკუმენტების გაგება განსაკუთრებით უჭირთ მცირე და საშუალო მეწარმეებს, რადგანაც მათ სახსრების ეკონომიის მიზნით ხშირად იურისტებიც არა ჰყავთ.

სწორედ ხარჯების ეკონომიის მიზნით მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები იყენებენ დაბალი ხარისხის ნედლეულს და მასალებს, ვერ სარგებლობენ რეკლამით, არ ჰყავთ პროფესიონალი კადრები და მრავალი სხვა. ეს ყველაფერი უარყოფითად აისახება მათი პროდუქციის (მომსახურების) ხარისხზე და საერთოდ მათ იმიჯზე.

მცირე და საშუალო საწარმოების განუვითარებლობას და ბაზარზე წვდომას საქართველოში ამუხრუჭებს ისეთი ფაქტორებიც, როგორცაა არასაგადასახადო საფინანსო დახმარების, კერძოდ, გრანტების და აგრეთვე, კვლევების სახელმწიფო დაფინანსების არქონა.<sup>3</sup>

კიდევ უფრო მეტია მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოთა წინაშე მდგომი ბარიერები ევროკავშირის ბაზარზე. ეს ბარიერები განსაკუთრებით ძნელად დასაძლევია მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებისთვის, ამიტომ ისინი ამ საქმეში წინ წაწევისგან თავს იკავებენ.<sup>4</sup>

საერთაშორისო ბაზრებზე შესვლის ბარიერებს აწყდებიან უცხოელი მეწარ-

<sup>1</sup> თოქმაზიშვილი გ., მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების ხელშეწყობა. [http://www.ifc.org/ifcext/home.nsf/AttachmentsByTitle/Georgia-SME-Report-F/\\$FILE/Georgia+SME+Report.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/home.nsf/AttachmentsByTitle/Georgia-SME-Report-F/$FILE/Georgia+SME+Report.pdf)

<sup>2</sup> დანიაშვილი მ., მეწარმეობის ტვირთი, ქ. საქართველოს ეკონომიკა, 2010, გვ. 6.

<sup>3</sup> შატბერაშვილი ო., EaP და ინოვაციური მცირე და საშუალო საწარმოები.

<http://www.inavden.ge/?page=pubgeo&lang=geo>

<sup>4</sup> *Institutional Barriers to Small Scale Business Development*

მეებიც. მაგრამ იმ ქვეყნებში ამ საკითხებით მთავრობები არიან დაინტერესებულნი, სპეციალური კვლევებიც ტარდება, საქართველოში კი იგი შედარებით ახალია და ფაქტიურად მეცნიერები ეხლა ჰკიდებენ მას ხელს. ეს საკითხი მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც მასზეა დამოკიდებული საქართველოს ბიზნესის ინტეგრაცია ევროპასთან. მეცნიერებმა უნდა შეისწავლონ თუ როგორ გაუმკლავდნენ ქართველი მეწარმეები ენის ბარიერს, კულტურულ სხვაობებს, ინფორმაციის ნაკლებობას, ევროპულ ადმინისტრაციულ წესებს და ა. შ.

ქართველმა მეცნიერმა ბ. კობერიძემ მოახდინა სამეცნიერო ლიტერატურაში არსებული და საზღვარგარეთის ქვეყნების მეწარმეების წინაშე მდგომი ინტერნაციონალიზაციის ბარიერების კლასიფიკაცია შიდა და გარე ბარიერებად. ასეთი შინაარსისაა ცხრილი 28.

ცხრილი 28

**შიდა და გარე ბარიერების კლასიფიკაცია<sup>1</sup>**

	<b>შიდა ბარიერები</b>
საინფორმაციო	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ბაზრების შესახებ შეზღუდული ინფორმაცია;</li> <li>➤ პრობლემური საერთაშორისო მონაცემები;</li> <li>➤ საგარეო ბიზნეს-შესაძლებლობების გამოწვევები;</li> <li>➤ საზღვარგარეთ მომხმარებელთან კავშირის სირთულეები.</li> </ul>
ფუნქციური	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ბიზნესის არასაკმარისი ხელვა;</li> <li>➤ ექსპორტის წარმოებისათვის არასაკმარისი მმართველობითი დრო;</li> <li>➤ ექსპორტის ბიზნესში არასაკმარისი გამოცდილება;</li> <li>➤ ექსპორტის საწარმოებლად არასაკმარისი კვალიფიციური კადრი (მათ შორის მენეჯერები);</li> <li>➤ შეზღუდული ფინანსური რესურსები.</li> </ul>
საწარმოო	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ რესურსების ნაკლებობა;</li> <li>➤ ახალი საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შესახებ მოთხოვნების არასაკმარისი ცოდნა;</li> <li>➤ საექსპორტო პროდუქტის წარმოებისათვის ადაპტაციის დიდი პერიოდი;</li> <li>➤ საექსპორტო პროდუქტის ხარისხის სტანდარტების არასაკმარისი ცოდნა;</li> <li>➤ საექსპორტო პროდუქციის შეფუთვის მოთხოვნების არასაკმარისი ცოდნა;</li> <li>➤ ეტიკეტირების მოთხოვნების არასაკმარისი ცოდნა;</li> <li>➤ სრული კონცენტრაცია ადგილობრივ ბაზარზე.</li> </ul>
ფასი	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ კონკურენტების ფასის არასაკმარისი ცოდნა.</li> <li>➤ მომხმარებლების ფასებით დაკმაყოფილების არასაკმარისი ცოდნა.</li> </ul>
სადისტრიბუციო	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ უცხოური სადისტრიბუციო არხისადმი არასაკმარისი ხელმისაწვდომობა;</li> <li>➤ საიმედო უცხოური წარმომადგენლების (აგენტების) არარსებობა;</li> <li>➤ საგარეო სავაჭრო აგენტზე (უცხოურ წარმომადგენლობაზე) კონტროლის შენარჩუნების შეუძლებლობა ან ბიზნეს-ოპერაციებზე</li> </ul>

<sup>1</sup> კობერიძე ლ., მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ინსტიტუციური მიმართულებები საქართველოში და ევროკავშირთან ინტერნაციონალიზაციის წინააღმდეგობები, თბ., 2015, გვ. 107-109.

	კონტროლის დაკარგვის შიში.
ლოჯისტიკური	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ საზღვარგარეთ სასაწყობო ინფრასტრუქტურაზე დაბალი ხელმისაწვდომობა;</li> <li>➤ მაღალი სადაზღვევო სატრანსპორტო ხარჯები.</li> </ul>
ხელშეწყობა, პრომოუშენი	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ სარეკლამო საქმიანობის წარმოების დიდი ხარჯი.</li> </ul>
	<b>გარე ბარიერები</b>
საპროცედურო	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ექსპორტის პროცედურები/დოკუმენტებზე მოთხოვნები;</li> <li>➤ საზღვარგარეთ მომხმარებელთან პრობლემური ურთიერთობები;</li> <li>➤ ფულადი ანგარიშსწორება საზღვარგარეთიდან.</li> </ul>
ადგილობრივი მთავრობა	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ადგილობრივი ხელისუფლების წახალისების დეფიციტი;</li> <li>➤ არასახარბიელო შიდა ბიზნეს-რეგულაციები.</li> </ul>
ეკონომიკური	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ არასახარბიელო ეკონომიკური პირობები საზღვარგარეთ;</li> <li>➤ უცხოური ვალუტის რისკი;</li> <li>➤ მძაფრი კონკურენცია საზღვარგარეთ ბაზრებზე.</li> </ul>
უცხო ქვეყნის მთავრობა	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ მკაცრი საგარეო წესები და რეგულაციები;</li> <li>➤ პოლიტიკური არასტაბილურობა უცხოურ ბაზრებზე;</li> <li>➤ მაღალი ტარიფები და არასატარიფო ბარიერები.</li> </ul>
სოციალურ-კულტურული ფაქტორები	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ სხვადასხვა სოციალურ-კულტურული თვისებების ბიზნეს-გარემო;</li> <li>➤ ენობრივი ბარიერები;</li> <li>➤ უცხო მომხმარებლის განსხვავებული ჩვევები.</li> </ul>

დაგვეთანხმებით, რომ ამ ჩამონათვალში ვერ იპოვით ისეთ ბარიერს, რომელიც ევროკავშირის ბაზრებზე შესვლისას არ დაუდგებათ წინ ქართულ მეწარმებს. ამიტომ შესამუშავებელია თითოეული ამ ბარიერის მოხსნის ალგორითმი. ამას დამოუკიდებლად ქართველი მეწარმეები ვერ გააკეთებენ, მით უფრო ვერ გააკეთებენ მცირე და საშუალო მეწარმეები.

საზღვარგარეთის ქვეყნებში ამ სამუშაოს ქვეყნების მთავრობები აკეთებენ. თუმცა, როგორც აღვნიშნეთ, ამას წინ უძღვის მეცნიერული კვლევები. კვლევები მიმდინარეობს ინტეგრაციის მოტივების დასადგენად და ინტეგრაციის საწარმოთა რესურსული შესაძლებლობების დასადგენად. კვლევები ეხება ბაზრების შერჩევას, ბაზრებზე შესვლის ინიცირებას, ბაზრებზე შესვლის შემდგომი პრობლემების გამოვლენას, რისკებს და ა. შ. თუ მეცნიერებმა დაადგინეს, რომ ქვეყნის ადგილობრივ საწარმოებს აქვთ ინტეგრაციის მოტივაცია და რესურსული პირობებიც, ეს რაპორტი წარედგინება მთავრობას, რომელიც უკვე იწყებს მცირე და საშუალო საწარმოთა საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის ხელშეწყობის ღონისძიებების დაგეგმვას და განხორციელებას. ასე ხდება ფინეთში, გერმანიაში, საფრანგეთში, ავსტრიაში, იტალიაში, იაპონიაში, კანადაში და სხვაგან და სხვაგან.

მათი ეს ღონისძიებები მცირე და საშუალო საწარმოების პროგრამებში იყრის თავს და პროგრამებიც იმ საჭიროებებზე არიან ორიენტირებულნი და ფოკუსირე-

ბუნნი, რომლის საჭიროებაც უდგას მოცემული ქვეყნის მცირე და საშუალო მეწარმეობას საზღვარგარეთთან ინტეგრაციის კონტექსტში. აღნიშნული საჭიროებების განსაზღვრის საფუძველი კი არის შიგა და გარე ბარიერები.

ჩვენთვის ცნობილია გამოკვლევა,<sup>1</sup> რომელშიც ნათლად ჩანს სხვადასხვა ქვეყნების მთავრობების დახმარებები მცირე და საშუალო საწარმოების საგარეო ბაზარზე შესვლის ბარიერების დასაძლევად. ამ ნაშრომიდან ჩვენთვის ნათელი გახდა, რომ ავსტრალიაში „Sterreichischer Exportfonds BmbH“-ი უზრუნველყოფს მცირე საწარმოების ექსპორტის დაფინანსებას, ნორვეგიაში საექსპორტო გრანტის ინსტიტუტი – GIEK სთავაზობს მეწარმეებს გამარტივებულ საექსპორტო საკრედიტო პროცედურებს, შვედეთის კორპორაცია SEK-I მცირე და საშუალო საწარმოებს აძლევს საექსპორტო კრედიტებს, ბრიტანეთში ამ მიზნით სპეციალურად საექსპორტო საკრედიტო გარანტიის დეპარტამენტი შექმნილი, იაპონია აზღვევს საექსპორტო კრედიტებს, ბელგიაში ხდება უცხოური ბაზრების ანალიზი და ამ ბაზრებზე პოტენციური კონკურენტების შესახებ ქვეყნდება რეგულარულად ანგარიში, ავსტრალია ექსპორტის პრომოუშენზე დანახარჯების 50% ანაზღაურებს და ა. შ.

ასევე ხდება აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში. ესტონეთში საკრედიტო და ექსპორტის საგარანტიო ფონდი – KredEx უზრუნველყოფს მცირე და საშუალო საწარმოების რისკებისგან დაზღვევას საექსპორტო ოპერაციებზე, პოლონეთის კორპორაცია Kyke-ს აქვს ექსპორტის მარტივი უზრუნველყოფის პროგრამა, უნგრეთის Eximbank-ი გასცემს გარანტიებს საექსპორტო ვალდებულებებზე, გარანტიებს იძლევა ამ სფეროში გერმანიის მთავრობაც, სლოვაკეთში ექსპორტისა და განვითარების ბანკი უზრუნველყოფს ექსპორტის დაფინანსებას, დაზღვევას და გარანტიებს.<sup>2</sup>

ზოგიერთ ქვეყნებს ისეთი პროგრამები აქვთ, რომელთა მეშვეობით სორციელდება უცხოეთთან ინტეგრაციის ისეთი ბარიერების შერბილება, როგორც არის ცოდნის ნაკლებობა, მენეჯერული უნარ-ჩვევების ნაკლებობა. ასე ხდება ავსტრალიაშიც (პროგრამა Austrade’s New Exporter Development), ესტონეთში (Enterprise Estonia), საფრანგეთში (UbiFrance-1 საქმიანობა), ისრაელში, საბერძნეთში, ჩეხეთში და სხვაგან.<sup>3</sup>

მთელ რიგ ქვეყნებში მუშაობს პროგრამები საინფორმაციო და საკომუნიკაციო

<sup>1</sup> Shamsuddoha A. K., M.Y.Ali, Nelson O. N. *Imnakt of Government Export Assistance on Internationalization of SMEs from Developing Nations*, *Journal of Enterprise Information Management*, 22(4), 20019, p. 408-422.

<sup>2</sup> *Top Bappies Drivers to SME Internationalization. OECD. Report by the OECD Working party on SME and Entrepreneurship. OECD, 2009, p. 18-19.*

<sup>3</sup> *Top Bappies Drivers to SME Internationalization. OECD. Report by the OECD Working party on SME and Entrepreneurship. OECD, 2009, p. 21.*

ბარიერების მოსახსნელად. მცირე და საშუალო საწარმოებს ყველაზე დიდი სირთულე უდგათ უცხოურ კლიენტებთან და პარტნიორებთან ურთიერთობის დამყარებაში. ასეთი მომსახურების უზრუნველსაყოფად კანადაში საერთაშორისო ვაჭრობის სპეციალური კომისია მუშაობს, რომელსაც მსოფლიოს 150 ქალაქში ჰყავს აგენტები, ბრიტანეთში არსებობს უცხოური ბაზრის გაცნობის სამსახური – OMIS, ჰოლანდიაში იგივე ფუნქციას ასრულებს სააგენტო EVD, ბრაზილიაში სააგენტო – APEX-BRASILIA და სხვა.

საერთაშორისო ინტეგრაციაში არსებული ბარიერების და მათი მოხსნის პროგრამების ამ მიმოხილვის წარმოდგენა იმისთვის დაგეგმილია, რომ დავრწმუნდეთ იმაში, რომ ეს სიძნელეები მარტო ქართველ მეწარმეებს არ უდგათ. მათ წინაშე ყველა ქვეყნის მეწარმე მეტ-ნაკლებად დგას და ამ ქვეყნის მთავრობები მეტად აქტიურად ეხმარებიან თავიანთ მეწარმეებს ამ ბარიერების მოხსნაში, რადგან იციან, რომ საერთაშორისო ურთიერთობებში ჩართვა მომგებიანია მეწარმეებისთვისაც და მათი წარმოშობის ქვეყნებისთვისაც. ასე რომ, დღეს მთელ მსოფლიოში (და არა მხოლოდ ევროპაში) პარტნიორობა და თანამშრომლობა წინა პლანზეა წამოწეული და მისგან მოწყვეტა ნიშნავს ჩიხში შესვლას.

ასეთ დროს საქართველოს მთავრობას არა თუ არ მიუღია შეექმნა და აემუშავებინა რაიმე მსგავსი პროგრამა, არამედ, არც უფიქრია ამაზე. ხომ ცხადია, რომ ქართველი მცირე და საშუალო მეწარმეები ევროპის გზას თავისით ვერ გაიკვლევენ, თუ გაიკვლევენ ეს იქნება „ბნელში თვალის ცეცებით გზის გაკვლევა“, რასაც დიდი დრო დასჭირდება. თუ საქართველოსთვის ევროპასთან პარტნიორობა და თანამშრომლობა გახდა განვითარების გენერალური გზა, მაშინ მთავრობის მხრიდან ამ გზაზე გასვლის მხარდაჭერის და დახმარების ინიციატივები მკაფიოდ უნდა ჩანდეს.

ის რომ საქართველოს მთავრობა იღვწის ბიზნესის გარემო პირობების გაუმჯობესებაზე (მაგალითად, რეგისტრაციის გამარტივება და ა. შ.), არ არის საკმარისი, საჭიროა რეგისტრირებული საწარმოების ქმედითი მხარდაჭერა, რომ მათ წარმატებით იმუშაონ (რეგისტრირებულ საწარმოთა ნახევარზე მეტი არ მუშაობს) როგორც შიგა, ისე გარე ბაზარზე.

ქართულმა საწარმოებმა წარმატებით რომ იმუშაონ ევროპულ ბაზარზე, საჭიროა გავსხნათ ე. წ. ევროპული საწარმოები, ანუ საწარმოები, რომლებიც ევროპულ წესებზე იქნებიან დაფუძნებულნი. ქართველი მეწარმე ამისთვის მოუმზადებელია. ეს მას უნდა ვასწავლოთ ან ტრენინგებზე, ანდა ბიზნეს-ინკუბატორებში, ევროპულ წესებზე აგებულ საწარმოებს ან საერთოდ არ ექნებათ ბარიერები

ევროპულ ბაზრებზე შესვლისას, ან ექნებათ მეტად მცირე რაოდენობით.

ჩვენი აზრით, საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის ევროპის ქსელებთან შეერთების ბარიერების და წინააღმდეგობების საკითხი სპეციალურად უნდა იქნეს გამოკვლეული და მხოლოდ შემდეგ შედგეს მათი მოხსნის თუ შემცირების სამთავრობო პროგრამები. ეს სამუშაო არ უნდა იყოს ერთჯერადი, იგი პერმანენტულად უნდა სრულდებოდეს. ამიტომ განყენებულად, ერთი და ორი მეცნიერი ამის კვლევას სრულყოფილად ვერ შეძლებს. სასურველია მეწარმეობის განვითარების სააგენტოში შეიქმნას მეცნიერ-მკვლევართა გუნდი, რომელიც მუდმივად ამ საკითხზე იმუშავებს და რეკომენდაციებს მიაწვდის საქართველოს მთავრობას თუ კერძოდ, პირველ რიგში, ამ მიმართულებით რაში დაეხმარონ მეწარმეებს.

ჩვენ ვთვლით, რომ ეს გადაუდებელი საქმეა და იგი ეხლავე უნდა დაიწყოს. მივიჩნევთ, რომ აუცილებელია მცირე და საშუალო ბიზნესში დაგროვილი პრობლემების მთელი გარემოს სრული მონიტორინგი, ქვეყნის ხელისუფლებასა და მცირე და საშუალო ბიზნესს შორის მუდმივი დიალოგი (ამჟამად დიალოგი მხოლოდ მსხვილ საწარმოთა მეპატრონეებთან ხდება), მათი პრობლემების გადაჭრაში პრაქტიკულად თანადგომა და დახმარება, გაცნობიერება იმისა, რომ ქვეყნის ეკონომიკური ზრდა ბიზნესის ზრდაზე დგას, მოსახლეობის უმუშევრობის აღკვეთა და სიღარიბის დაძლევა კი მხოლოდ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას შეუძლია.



## დასკვნა

სადისერტაციო თემის – „საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობა და ევროკავშირთან მისი ინტეგრაციის პერსპექტივები“ – დამუშავებამ საშუალება მოგვცა გაგვეკეთებინა შემდეგი დასკვნები:

1. მცირე ბიზნესი განვითარებულია ჯერ კიდევ ძველ დროში, 40 საუკუნის წინათ ხმელთაშუა ზღვის აღმოსავლეთ ნაწილის ქვეყნებში – ბაბილონში, საბერძნეთში, ეგვიპტეში და სხვაგან.

2. მცირე ბიზნესმა განვითარების რამდენიმე ეტაპი გაიარა. პირველი ეტაპი დაიწყო XIX საუკუნის ბოლოდან და დამთავრდა XX საუკუნის 30 წლებში; მეორე ეტაპი დაიწყო XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან და გაგრძელდა 70-იან წლებამდე; მესამე ეტაპი დაიწყო XX საუკუნის 70-იანი წლებიდან და იგი დღესაც გრძელდება.

3. მცირე ბიზნესისთვის დამახასიათებელია ხუთი ნიშანი, რომელმაც იგი აქცია მუდმივად განვითარებად ბიზნეს-სექტორად. ეს ნიშნებია: მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესება; უმაღლესი დონის ტექნიკა-ტექნოლოგიების წარმოშობა და განვითარება; ინტერნაციონალიზაციის და ტრანსნაციონალიზაციის განვითარება, ინოვაციურ სფეროში მცირე და საშუალო მეწარმეობის როლის გაძლიერება; მცირე და საშუალო ბიზნესის მიმართ სახელმწიფო მთავრობათა დამოკიდებულების შეცვლა.

4. ეკონომიკურ ლიტერატურაში დღემდე არ არსებობს ერთიანი აზრი არც მცირე და საშუალო ბიზნესის უმთავრესი ნიშან-თვისებების შესახებ და არც მათი განმარტების შესახებ.

5. მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოები მრავალი ნიშნებით განსხვავდებიან მსხვილი საწარმოებისგან. მათ აქვთ მცირე მასშტაბი, მართვაში პროფესიული ცოდნის ნაკლებობა, აქვთ მაღალი შრომატევადობა, ნაკლებ როლს თამაშობს დაგეგმვა, ფუნქციების დელეგირება შეზღუდულია და ა. შ.

6. საზღვარგარეთ საწარმოს სიდიდეს ძირითადად ბრუნვის მოცულობით და დასაქმებულთა რიცხვით საზღვრავენ. (არის გამონაკლისებიც). ასეა საქართველოშიც.

7. მცირე და საშუალო ბიზნესს აქვთ 4 ფუნქცია: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური; კონკურენტულ-პოლიტიკური; სტრუქტურულ-პოლიტიკური და დასაქმებით-პოლიტიკური.

8. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ღირსებებია:

➤ ფართო შესაძლებლობები მოსახლეობის დასაქმებაში;

- განსაკუთრებული როლი ადგილობრივი ნედლეულის გამოყენებაში;
- სწრაფი რეაგირება ბაზრის კონიუნქტურაზე;
- მოქნილობა და ოპერატიულობა.

მცირე ბიზნესს აქვს ნაკლოვანებებიც, მაგრამ მისი ღირსებები სჭარბობს ნაკლოვანებებს.

9. 2006 წლამდე საქართველოში მოქმედებდა 1999 წელს შექმნილი კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“. არსებობდა მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარების ცენტრიც. 2004 წელში მოსულმა მთავრობამ ეს ყველაფერი გააუქმა;

10. 2014 წელს საქართველოში დაფუძნდა „მეწარმეობის განვითარების სააგენტო“ და „საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო“. ამის გარდა, შექმნილია მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი რამდენიმე ორგანიზაცია. კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ ჯერ-ჯერობით არ არის აღდგენილი;

11. 2012 წლის ოქტომბერში საქართველოში მოსულმა მთავრობამ დიდი ყურადღება მიაქცია მცირე ბიზნესის განვითარებას. შემუშავდა ამ სფეროს განვითარების 2016-2020 წლების სტრატეგია, რომელშიც დავალებების სახით ჩაიღო დასახელებულ სფეროში ევროკავშირის რეკომენდაციები. გამოჩნდა ახალი ინიციატივები – „აწარმოე საქართველოში“ და სხვა.

12. 2009-2015 წლებში საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა ბრუნვა გაზრდილია 3,1-ჯერ (ამ სექტორის წილი მეწარმეობის საერთო ბრუნვაში 2015 წელს შეადგენდა 17,5%-ს, ნაცვლად 2009 წელს 18,5%-სა). დაახლოებით ასევეა გაზრდილი პროდუქციის გამოშვებაც, ხოლო 3-ჯერ დამატებული ღირებულება. რაც შეეხება დასაქმებას, რომელიც მცირე და საშუალო ბიზნესის როლის საკვანძო მაჩვენებელია, იგი 2009-2015 წლებში მხოლოდ 1,6-ჯერ არის გაზრდილი. ამ სექტორის განვითარების ასეთი დინამიკა არ არის საქართველოსთვის საკმარისი. ქვეყანა, რომელშიც ტოტალური სიღარიბე სუფევს, უფრო მეტად აქტიური უნდა იყოს.

13. მცირე და საშუალო ბიზნესი ევროკავშირში მაღალგანვითარებულია. რეგიონში 2007420 მიკრო, 1959071 – მცირე და 222071 – საშუალო საწარმოა. საწარმოთა საერთო რაოდენობაში მათ 91,7% უკავიათ. ევროპის ამ სექტორში 139,7, მილიონი ადამიანი, ანუ დასაქმებულთა 67% არის დასაქმებული. ეს სექტორი ევროპაში აწარმოებს საქონლის საერთო მოცულობის 59%-ს და ასრულებს ბრუნვის 58%-ს. საქართველოში ეს მაჩვენებლები შესაბამისად 19,6 და 17,5%-ს შეადგენდა.

14. ევროკავშირის ქვეყნებში მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოებში დასაქმებულითა შრომის ანაზღაურება საკმაოდ მაღალია. მცირე საწარმოებში იგი 2417 ევროა თვეში. საქართველოში კი საშუალო ხელფასი მხოლოდ 300 ლარია.

15. ევროკავშირის ქვეყნებში მაღალია მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერაც. მაგალითად, საფრანგეთში ამ სექტორმა სახელმწიფოსგან 2010 წელს მიიღო 4,7 მლრდ დოლარი გრანტი და 9,2 მლრდ უპროცენტო კრედიტი. ასეთ ფინანსურ მხარდაჭერას ძირითადად იღებენ ახალი სამუშაო ადგილების შემქმნელი საწარმოები.

16. ჩვენს მიერ მცირე და საშუალო მეწარმეთა ინდივიდუალური გამოკითხვით დადგინდა, რომ საქართველოში მოსახლეობის უმუშევრობა და აქედან გამომდინარე, ტოტალური სიღარიბე არის №1 პრობლემა და ამ პრობლემის გადაწყვეტის ერთადერთი გზა არის მცირე და საშუალო ბიზნესის მასშტაბური განვითარება.

17. საქართველოში ბიზნესბრუნვის 71.7% მოდის ქ. თბილისზე (მ. შ. მცირე ბიზნესის ბრუნვის – 50.2%, საშუალო ბიზნესის ბრუნვის – 56.7%). ქ. თბილისში ერთ სულ მცხოვრებზე ანგარიშით სრულდება 40785 ლარი ბიზნესბრუნვა, დანარჩენ რეგიონებში მცხოვრებზე კი – 580 ლარის ბიზნესბრუნვა. სწორედ ამ მიზეზით საქართველოს რეგიონები იცლება მოსახლეობისგან. ისინი ან თბილისში მოდიან საცხოვრებლად და ბიზნესის საკეთებლად, ან მიდიან საზღვარგარეთ. ასე რომ, თუ არ გვინდა, რომ ქვეყანა დაიცალოს მოსახლეობისგან, საჭიროა ბიზნესით ავითვისოთ საქართველოს მთელი გეოგრაფიული ლანდშაფტი – მთაც და ბარიც. საქართველოს ყველა რეგიონში, მის ყველა რაიონში და სოფელში მოიძებნება მინიმუმ მიკროსაწარმოს ასამუშავებელი რესურსი. საჭიროა მხოლოდ რეგიონების მუნიციპალიტეტებში ანალიტიკური სამსახურების გახსნა, რომელთა ფუნქცია საწყის ეტაპზე იქნება რეგიონის ლანდშაფტის ბიზნეს-რესურსების შესწავლა.

18. მეწარმეები კრიტიკულად აფასებენ საკუთარ ბიზნეს-ცოდნასაც და დასაქმებულითა კვალიფიკაციასაც. მათ არ იციან უცხო ენები, დაბალი აქვთ კომუნიკაციის უნარი, არა აქვთ მენეჯერული განათლება და ა. შ. ეს იმის შედეგია, რომ საქართველოში გარდაქმნის დაწყების დღიდან სახელმწიფო გავიდა „თამაშიდან“ და ბიზნესის კეთება მიანდო ამ საქმის არ მცოდნე მოსახლეობას, რომელთა ნაწილმა შიმშილით სიკვდილისაგან თავის დასაცავად, საკუთარი რისკის ფასად დაიწყო სხვადასხვა საქმე. მათი უმრავლესობა გაკოტრდა. ის ნაწილი კი, რომელიც გადარჩა, ეხლა აცხადებს, რომ დამწყებ მეწარმეებს ნუ უქმნით პირობებს, არამედ, ჩვენ მოგვხედეთ, რადგან ჩვენ, ჩვენი რისკის ფასად გადავარჩინეთო საქართველო. ისინი

არა ფინანსურ დახმარებას, არამედ, მეთოდურ, საინფორმაციო დახმარებას და სწავლებას მოითხოვენ სახელმწიფოსგან, რადგან აკადემიურ დონეზე არ იციან მენეჯმენტი, ბიზნესის ადმინისტრირება, რისკების მართვა, მარკეტინგი, ფინანსური მენეჯმენტი და სხვა. აქედან მხოლოდ ის დასკვნა კეთდება, რომ საქართველოს მთავრობის ინიციატივით ქვეყანაში უნდა დაიწყოს მასობრივი, საყოველთაო ბიზნეს-სწავლება. ეს უნდა იყოს კანონის დონეზე სავალდებულო წესით განსახორციელებელი პროცედურა, რომელიც უნდა დაფინანსდეს სათანადოდ და დაუწესდეს განხორციელების ვადები და შესრულებაზე მპასუხისმგებელი პირები.

19. რადგან მეწარმეთა უმრავლესობა (განსაკუთრებით მცირე მეწარმეებს) უჭირთ თავიანთ პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) მოთხოვნის შესწავლა, მათ ქვეყნის მთავრობამ პროდუქციის წარმოების ქვოტები უნდა დაუდგინოს. ქვოტის ფარგლებში წარმოებულ პროდუქციას მათგან სახელმწიფო შეისყიდის.

20. ქვეყანაში აუცილებლად უნდა მოიხსნას სახელმწიფო შესყიდვებში მცირე და საშუალო საწარმოთა მონაწილეობის ბარიერები. ეს სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტომ უნდა უზრუნველყოს.

21. მცირე და საშუალო საწარმოები არ ფლობენ ინფორმაციას კონკურენტების შესახებ და ხშირად ისე იწყებენ საქმეს, რომ მათი არსებობის შესახებ არაფერი იციან. ყველა მაღალგანვითარებულ (და არა მარტო მაღალგანვითარებულ) ქვეყანაში არსებობს ინფორმაციულ-ანალიტიკური ცენტრები, რომლებიც ასეთ ინფორმაციას ფლობენ და კომერციულ საწყისებზე ყიდიან. საქართველოში სასურველია ასეთი საინფორმაციო ცენტრები სახელმწიფომ შექმნას და თავდაპირველად ბიუჯეტიდან დააფინანსოს (ასე მოხდა რუსეთში).

22. მოსაგვარებელია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელის-შემშლელი ფაქტორებიც. მცირე ბიზნესისთვის უპირატესად ეს არის ბანკის სესხის მაღალი პროცენტი და ძვირადღირებული მისი უზრუნველყოფა (გირაო), საშუალო ბიზნესისთვის კი ხშირად ცვალებადი საგადასახადო კანონმდებლობა. არის სხვა ფაქტორებიც, მაგრამ ეს ორი არის ძირითადი. სესხის პროცენტების დადგენაში კომერციულ ბანკებს უნდა დაუწესდეთ პროცენტის ზედა და ქვედა ზღვრები. რაც შეეხება საგადასახადო კანონმდებლობას, ის უნდა იყოს სტაბილური. დიდ ბრიტანეთს საბაზრო ეკონომიკის 200 წლიანი ისტორია აქვს და ამ პერიოდში მან მხოლოდ სამჯერ მოახდინა გადასახადების განაკვეთების ცვლილება, საქართველომ კი გარდაქმნის შემდეგ განვლილი 26 წელიწადში 4-ჯერ შეცვალა იგი.

23. საქართველოს საშუალო სიდიდის საწარმოები განსაკუთრებულად არიან

დაინტერესებულნი ევროკავშირთან ინტეგრაციით (მცირე საწარმოებს ეს ნაკლებად აინტერესებთ), მაგრამ დამოუკიდებლად ამას ვერ შეძლებენ. აქაც მთავრობის დიდი ძალისხმევაა საჭირო.

24. გამოკვლევით დადგინდა, რომ საქართველოს ჩართულობა ევროკავშირთან საპარტნიორო ურთიერთობებში ექსპორტის კუთხით ძალზე დაბალია. კერძოდ, 2015 წელს განხორციელდა 645214,1 ათასი ლარი ღირებულების საქონლის ექსპორტი. მართალია, 1995 წელთან შედარებით ეს კოლოსალური ზრდა არის (8,9-ჯერ მეტი), მაგრამ წინა წელთან შედარებით ზრდა სულ რაღაც 3,3%-ია.

25. ევროპის 29 ქვეყნიდან საქართველოდან ექსპორტი შემცირებულია 10 ქვეყანაში. ესენია: ბელგია, დანია, ესტონეთი, იტალია, ლატვია, პოლონეთი, რუმინეთი, საფრანგეთი, უნგრეთი, ფინეთი, შვედეთი.

26. საქართველოდან ევროკავშირში ექსპორტზე ძირითადად გადის ნატურალური ღვინოები, მინერალური წყალი, ფეროშენადნობები, ლითონის ჯართი, თხილი და კაკალი, მინერალური სასუქი, წვენები, ნედლი ნავთობი, დათრიმლული ტყავი, ჩირი და სხვა. ჯერ-ჯერობით ექსპორტში წამყვან ადგილს ვერ იკავებს გადამამუშავებული მრეწველობის პროდუქცია.

27. საქართველოდან პროდუქციის ექსპორტში მონაწილეობას იღებენ როგორც მსხვილი, ისე საშუალო და მცირე საწარმოები. 2015 წელს ექსპორტიორთა სიაში 75 სააქციო საზოგადოება და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება არის ფიქსირებული. ყველა ისინი მსხვილი საწარმოებია

28. 2015 წელს საქართველოდან მხოლოდ 15 ინდმეწარმემ განახორციელა ექსპორტი. მათ გაიტანეს თხილი, ჩირი, ღვინო, მტკნარი წყალი, კერამიკული ჭურჭელი და სხვა. ინდმეწარმეების, როგორც მცირე საწარმოების ასეთი ჩართულობა ევროკავშირთან სავაჭრო ურთიერთობებში არც რაოდენობრივად არის დამაკმაყოფილებელი და არც პროდუქციის ასორტიმენტით.

29. ქვეყნის მთარობამ ქვეყნის ყველა მუნიციპალიტეტის (და მერიების) თაოსნობით საკუთარი ხარჯით ადგილებზე უნდა გახსნას ბიზნეს-ინკუბატორები და ამ ინკუბატორებში ადგილობრივი მოსახლეობისთვის პრაქტიკული ბიზნესის საყოველთაო სწავლება მოაწიოს. ეს სწავლება ერთიდან სამწლამდე შეიძლება იყოს.

30. მცირე და საშუალო მეწარმეები მათი ასოციაციების და კავშირების მეშვეობით უნდა მონაწილეობდნენ საქართველოს ბიზნესის განვითარების პოლიტიკის შემუშავებაში, დასანანია, რომ დღეს ეს საქართველოში არ ხდება.

31. ევროპასთან საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის სრული

ინტეგრაციისთვის საჭირო იქნება მოვახდინოთ მათთან ჩვენი კანონმდებლობის სრული ჰარმონიზაცია, ვასწავლოთ ბიზნესმენებს უცხო ენა (ეს შეიძლება განხორციელდეს ბიზნეს-ინკუბატორებში), განუვითაროთ კომუნიკაციის უნარი და ა. შ.

ჩვენ ვთვლით, რომ ის ფრაგმენტული ღონისძიებები და ცვლილებები, რასაც დღევანდელი მთავრობა ასორციელებს საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობაში, არ არის და ვერც იქნება რადიკალური გარდვევის მომხდენი ამ სფეროს განვითარებაში. რადიკალურ გარდვევას სჭირდება სისტემური ცვლილებები, სისტემური მიდგომა და სისტემური დაფინანსება.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ნაშრომის ამ პრობლემების მოსახსნელად და საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის სათანადო დონეზე განსავითარებლად ჩვენ შევიმუშავეთ შემდეგი წინადადებები:

1. იმისათვის, რომ ბიზნესში ევროკავშირის ღირსეული პარტნიორი ვიყოთ, საქართველოს მთავრობამ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პოლიტიკა სწრაფ, ეფექტიან ზრდაზე უნდა დააფუძნოს. ამ პოლიტიკას „გარდვევის პოლიტიკა“ უნდა ეწოდოს და ყველანაირი რესურსი – ფინანსები, დრო, კადრები და სხვა, მის უზრუნველსაყოფად უნდა წარიმართოს.

2. სამოქმედო გეგმის „ევროკავშირი-საქართველო“ ერთ-ერთი ძირითადი საკითხია საქართველოს და ევროკავშირს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველი სავაჭრო სივრცის ჩამოყალიბება. ამ სივრცის ჩამოყალიბება დაწყებულია (ამას ევროკავშირთან ექსპორტ-იმპორტის მოცულობები გვიდასტურებს), მაგრამ იგი არც ყოვლისმომცველია და არც ღრმა. სამწუხაროდ, იგი ასეთი ვერ გახდება, ვიდრე საქართველო მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორში არ დანერგავს ევროკავშირის „მცირე ბიზნესის აქტის“ 10 პრინციპს. ამ პრინციპებიდან დღევანდელ ეტაპზე საქართველოსთვის პრიორიტეტულიებია სამი პრინციპი: სამეწარმეო განათლების ამადლება და ბიზნესში ქალების ჩართულობის გაფართოება; მცირე საწარმოთა ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება ფინანსებზე და საკანონმდებლო და ბიზნეს გარემოს სრულყოფა; მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწისა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა.

3. ჩვენ მოვახდინეთ საქართველოსთვის პირველი პრიორიტეტული პრინციპის ტრანსფორმაცია ასეთი ფორმით – „მეწარმული განათლების საყოველთაო მიღება და მეწარმეობის განვითარების რესურსული პოტენციალის გამოკვლევა“. მაშასადამე, საქართველომ ჯერ მეწარმული განათლების ამადლებაზე კი არ უნდა იზრუნოს (როგორც ამას განვითარებული ქვეყნები აკეთებენ), არამედ, ჯერ-ჯერობით, ამ

განათლების საყოველთაო მიღებაზე. მისი ამადლება ჩვენთვის ცოტა უფრო მომავლის საქმეა. სამეწარმეო განათლება პრაქტიკული ჩვევების გამომუშავებით დაინტერესებულ პირებს უნდა მიეცეთ ბიზნეს-ინკუბატორებში.

4. სამეწარმეო განათლების მიღების პარალელურად საქართველოს ყველა რეგიონში უნდა განხორციელდეს ბიზნეს-ლანდშაფტის შესწავლა. მასში იგულისხმება ბიზნესის ხელშემწყობი პირობების – გეოგრაფიული, საკადრო, ბუნებრივი და ა. შ. – გამოკვლევა. ამას აკეთებენ გერმანელები თავიანთ მიწებზე და ამ გზით მეწარმეობით ითვისებენ ქვეყნის ყველა კუთხე-კუჩქულს.

5. საქართველოსთვის მეორე პრიორიტეტულ პრინციპად მივიჩნევთ „მცირე საწარმოთა ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება ფინანსებზე და საკანონმდებლო და ბიზნეს-გარემოს სრულყოფას“. ამ პრინციპის გასატარებლად საჭიროდ ვთვლით საქართველოში ისე როგორც ჩხეთში, უნგრეთში და სხვა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში, სახელმწიფომ გახსნას განვითარების ბანკი, რომლის კაპიტალი მთლიანად სახელმწიფოსი იქნება და რომელიც სესხებს გასცემს მცირე და საშუალო საწარმოებზე დაბალი პროცენტით.

6. საქართველოს მცირე და საშუალო ბიზნესის სრული ინტეგრაცია ევროპასთან ვერ მოხერხდება თუ საქართველოს მთავრობამ დღის წესრიგში არ დააყენა მცირე და საშუალო მეწარმეთა მხარდაჭერის კანონის შემუშავება და ამოქმედება. აღნიშნული კანონის ჩვენს მიერ შემუშავებული პროექტი წარმოდგენილი გვაქვს ნაშრომში. პროექტი 5-თავიანია და იგი ეფუძნება ევროკავშირის ქვეყნების ანალოგიურ კანონებს.

7. საქართველოსთვის რიგით მესამე პრიორიტეტად მივიჩნიეთ „მცირე საწარმოებში მართვის უნარების დახვეწა და საინოვაციო საქმიანობის გაუმჯობესება“. ეს პრინციპი ჩემი აზრით, ბიზნეს-ინკუბატორების ამუშავებით უნდა გატარდეს ბიზნესმენების ცხოვრებაში. იქ ისინი „შეცდომა-არშეცდომის პრაქტიკული მაგალითებით დაიხვეწავენ თავიანთ უნარებს. რაც შეეხება ბიზნესში ინოვაციური საქმიანობის გამჯობესების ხელშემწყობას, ეს პოლიტიკა საქართველოს არა აქვს შემუშავებული. ჩემი აზრით, ისიც ბიზნეს-ინკუბატორების მეშვეობით უნდა განხორციელდეს.

8. ამ კონტექსტში ჩვენ საქართველოში ბიზნეს-ინკუბატორების დაჩქარებული განვითარების საკითხი ევროკავშირის „ბიზნესის განვითარების აქტის“ მესამე პრინციპთან – „იფიქრე ჯერ მცირეზე“ დავაწყვილეთ და წარმოვადგინეთ ჩვენი ხედვა ამ მიმართულებით.

მსოფლიოს გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ბიზნეს-ინკუბატორები მცირე მეწარმეობის ინფრასტრუქტურის ერთ-ერთი აქტიური შემადგენელი ნაწილი და მცირე სექტორის განვითარების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტიანი მექანიზმია. *ამიტომ, თუ გვინდა, რომ ქვეყნის ყველა რეგიონსა და რაიონში განვითარებით მეწარმეობა (განსაკუთრებით მცირე მეწარმეობა), უპირველესად ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის განვითარების რეგიონული პროგრამები უნდა შევიმუშაოთ და შემდეგ იგი პრაქტიკულად განვახორციელოთ.*

*საქართველოს ხელისუფლებამ უნდა გაითავისოს, რომ მცირე მეწარმეობის განვითარება ბიუჯეტის შევსების მიზანს კი არ უნდა ემსახუროს, არამედ უმუშევრობის შემცირებას, კონკურენტული გარემოს შექმნას, „საშუალო ფენის“ ჩამოყალიბებასა და საერთოდ ეკონომიკის სტრუქტურული რეფორმების წარმატებით განხორციელებას.* გასათავისებელია ისიც, რომ სწორედ ბიზნეს-ინკუბატორებია ის ადგილი, სათბური, სადაც დაბინავდებიან მეწარმული იდეის მქონე ადამიანები, რომელთაც ამ იდეის განსახორციელებლად არც შენობა, მანქანა-მოწყობილობა და არც წარმატებული საქმიანობის გამოცდილება გააჩნიათ. კანონიერ საქმიანობას კი ყოველგვარი ჩაწიების, მთავრობაში მფარველობისა და ქრთამების გადახდის გარეშე სწორედ ბიზნეს-ინკუბატორში ისწავლიან. ასე რომ, აღნიშნული მექანიზმის მასიური გავრცელებით და იქ მცირე მეწარმეობის „გამოჩეკვით“, მანკიერი ჩვევებით დაავადებულ ეროვნულ ეკონომიკის გამოჯანმრთელებაც მოხერხდება.

9. ბიზნეს-ინკუბატორების საქმიანობის მსოფლიო პრაქტიკიდან გამომდინარე, საქართველოში ამ მექანიზმის გახსნამდე საჭირო იქნება:

- წინასაინკუბაციო პერიოდში მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება.
- ბიზნეს-ინკუბატორების წარმატებული საქმიანობის უზრუნველყოფი წინამძღვრების შექმნა.
- ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსისა და პროფილის განსაზღვრა.
- ბიზნეს-ინკუბატორების ფორმირებისთვის საჭირო რესურსების განსაზღვრა და გამოყოფა.
- ბიზნეს-ინკუბატორების მმართველი გუნდის ფორმირება.
- კლიენტ-საწარმოების საინკუბაციო პერიოდის განსაზღვრა.
- კლიენტ-საწარმოების შერჩევა და ბიზნეს-ინკუბატორებსა და მათ შორის ურთიერთობის ტექნოლოგიის დამუშავება.

10. საქართველოში 11 რეგიონია (აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის გარეშე),



ესენია: ქ. თბილისი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა (ცენტრი ქ. ბათუმი), გურია (ცენტრი ქ. ოზურგეთი), რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი (ცენტრი ქ. ამბროლაური), სამეგრელო-ზემო სვანეთი (ცენტრი ქ. ზუგდიდი), იმერეთი (ცენტრი ქ. ქუთაისი), კახეთი (ცენტრი ქ. თელავი), მცხეთა-მთიანეთი (ცენტრი ქ. მცხეთა), სამცხე-ჯავახეთი (ცენტრი ქ. ახალციხე), ქვემო ქართლი (ცენტრი ქ. რუსთავი) და შიდა ქართლი (ცენტრი ქ. გორი). აღნიშნულ რეგიონებსა და მათში შემავალ დასახლებულ პუნქტებს განვითარების სხვადასხვა დონეები აქვთ – ზოგს მაღალი (ქ. თბილისი, ქვემო ქართლი, იმერეთი და სხვა), ზოგს დაბალი – (სამცხე-ჯავახეთი, გურია და სხვა). ბიზნეს-ინკუბატორები იმ საშუალებად გვესახება, რომელთა მეშვეობით საქართველოს რეგიონების განვითარების დონეების ერთგვარი გამოთანაბრება მოხდება. ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ, ჯერ საქართველოს რეგიონულ ცენტრებში – ქ. თბილისი, ქ. ბათუმი, ქ. ოზურგეთი, ქ. ამბროლაური, ქ. ზუგდიდი, ქ. ქუთაისი, ქ. თელავი, ქ. მცხეთა, ქ. ახალციხე, ქ. რუსთავი და ქ. გორი, შემდეგ კი ყველა მსხვილ ქალაქში (სამეგრელო – ზემო სვანეთში – ქ. ფოთი, იმერეთში – ქ. ტყიბული, ქ. წყალტუბო, ქ. ჭიათურა, ქ. ზესტაფონი და ქ. სამტრედია, კახეთში – გურჯაანი და სიღნაღი, სამცხე-ჯავახეთში – ახალქალაქი, ქვემო ქართლში – ქ. ბოლნისი, შიდა ქართლში – ქ. ხაშური) შეიქმნას თითო შერეული პროფილის ბიზნეს-ინკუბატორი. გარდა ამისა, ისეთ ქალაქებში, როგორცაა – ქ. თბილისი, ქ. ქუთაისი, ქ. ბათუმი და ქ. რუსთავი, – სადაც ჯერ კიდევ სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტები, უნივერსიტეტები და საცდელ-საკონსტრუქტორო ლაბორატორიებია, მერიების ბალანსზე მყოფი ზოგიერთი ცარიელი შენობები (მაგალითად, თბილისში ყოფილი აბრეშუმსაქსოვი ფაბრიკა და სხვა) უნდა გაიხსნას მაღალ ტექნოლოგიებზე დასპეციალიზებული ბიზნეს-ინკუბატორები, რომელთა დამფუძნებლები ზემოაღნიშნული ობიექტები იქნებიან. ამავე ქალაქებში საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორებიც უნდა არსებობდნენ, რომელთაც შერეული პროფილე ექნებათ და მათ დამფუძნებლებად ამ ქალაქების მერიებს მოვიაზრებთ.

11. გასახსნელად რეკომენდებულ ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსზე ჩემი რეკომენდაცია ასეთია: საქართველოს რეგიონებში გახსნილი ბიზნეს-ინკუბატორების სტატუსი არ უნდა იყოს რეგლამენტირებული. ისინი შეიძლება არაკომერციული ორგანიზაციებიც იყვნენ და კომერციულიც (მაგალითად, კერძო).

ქვეყნის ქალაქებში ბიზნეს-ინკუბატორების ჩამოყალიბებისა და წარმატებულად ფუნქციონირების ყველაზე დიდი შანსი მუნიციპალურ ორგანოებს, კერძოდ, ქალაქის მერიებს აქვთ. საამისო პოტენციალი უდაოდ თბილისს, ბათუმს, ქუთაისს,

რუსთავს, გორს, თელავსა და ზუგდიდს გააჩნიათ. რაც შეეხება მცხეთას, ამბროლაურს, ახალციხეს და ოზურგეთს, როგორც დეპრესირებული რეგიონების ადმინისტრაციულ ცენტრებს, მათ ეს ნაკლებად ძალუბო (ან საერთოდ არ შეუძლიათ), ამიტომ ამ ადგილებში ბიზნეს-ინკუბატორების დამფუძნებლის როლში ან არასამთავრობო ორგანიზაციები უნდა მოგვევლინონ, ან კერძო ფირმები. ეს მოსაზრება ეხება მთლიან საბაზო ბიზნეს-ინკუბატორებს. რაც შეეხება მაღალ ტექნოლოგიებზე დასპეციალიზებულ ბიზნეს-ინკუბატორებს, რომელთა გახსნის რეკომენდაციას ქ. თბილისში, ქ. ბათუმში, ქ. ქუთაისსა და ქ. რუსთავში ვიძლევი – აქ მათ დამფუძნებლად მოვიზრებთ საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტებსა და უმაღლეს სასწავლებლებს (სახელმწიფო და ტექნიკური უნივერსიტეტები, საკონსტრუქტორო ბიუროები).

12. ქვეყანაში გასახსნელად რეკომენდებულ ბიზნეს-ინკუბატორებში მოსამსახურებელ კლიენტ-საწარმოთა ოპტიმალურ საინკუბაციო პერიოდად 3 წელს მივიჩნევთ. ამასთან, პირველ წელს მათთვის ბიზნეს-ინკუბატორის მომსახურება – ფართობის არენდით მიცემა, საკომუნიკაციო საშუალებებით სარგებლობა, კონსულტაციები და ა. შ. უფასო უნდა იყოს, მეორე წელს – საბაზრო ფასის 50%, მესამე – 70%. ჩვენი აზრით, 3 წლის შემდეგ კლიენტ-საწარმოებმა ბიზნეს-ინკუბატორი უნდა დატოვონ და მათი ადგილი კონკურსის წესით ახალმა ფირმებმა დაიკავონ. არ გამოვრიცხავთ, რომ გარკვეული პრაქტიკის გავლის შემდეგ, ინკუბაციის 3-წლიანი პერიოდი 1 წლამდე შემცირდეს.

13. **ჩვენ ვიანგარიშეთ 10 კლიენტ-საწარმოს** (მათ შორის 5 მომსახურეობის, 5 კი – საწარმოო პროფილის) მომსახურე ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნებისა და პირველი წლის შენახვის ხარჯები საქართველოს რეგიონების ცენტრალური ქალაქებისთვის, **გაანგარიშებები შედმეგი პოზიციებითაა ჩატარებული:**

1. ბიზნეს-ინკუბატორის საშტატო განწესი და ხელფასის ფონდი.
2. ბიზნეს-ინკუბატორის კლიენტ-საწარმოთა ხელფასის ფონდი.
3. ბიზნეს-ინკუბატორისთვის საჭირო ფართობების ანგარიში.
4. საჭირო ფართობების შეძენის ხარჯები საქართველოს რეგიონების ცენტრალური ქალაქების მიხედვით ვარიანტულ ჭრილში (უფასოდ მიღება, არენდა, შესყიდვა, მშენებლობა).
5. საჭირო მოწყობილობებისა და საოფისე ავეჯის რაოდენობა და მათი შეძენის ხარჯები.
6. სხვადასხვა ხარჯები (კომუნალური, რეკლამის, ლიტერატურის შეძენის,

საკომუნიკაციო საშუალების შენახვის, წარმომადგენლობითი, მივლინების და ა. შ.

14. ნაშრომში თავიდანვე აღვნიშნეთ, რომ ბიზნეს-ინკუბატორის დაფუძნების ძირითადი მიზანი საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაა და ამ გზით, ისეთი სოციალური პრობლემის თანდათანობით მოხსნა, როგორცაა უმუშევრობა. ამასთან, ბიზნეს-ინკუბატორების გახსნა-განვითარება სოციალური ეფექტის პარალელურად, ეკონომიკურ ეფექტსაც იძლევა, რაც ბიუჯეტისა და სოციალური ფონდების შემოსავლების ზრდაში გამოიხატება. ჩვენი გათვლებით, ინკუბატორის გრანტის სახსრებით გახსნისა და ამუშავების შემთხვევაში, პირველ-სავე წელს საშემოსავლო გადასახადის სახით, ბიუჯეტში 56832,6 აშშ დოლარი შევა, მათ შორის ბიზნეს-ინკუბატორიდან – 21696,4 აშშ დოლარი, კლიენტ-საწარმოე-ბიდან კი – 35136 აშშ დოლარი.

15. იმისათვის, რომ წინამდებარე „კონცეფციის“ დებულებები საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნება-განვითარების საფუძველი გახდეს, მართებულად მიგვაჩნია ქვეყნის რეგიონების ცენტრალური და მსხვილი ქალაქების მუნიციპალური ხელისუფლების მხრიდან, მათი აღიარება და გატარება.

საქართველოს რეგიონებში ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელის შექმნა-განვითარების წინამდებარე კონცეფციის პარკტიკული რეალიზაცია ხელს შეუწყობს მეწარმეობის განვითარებასა და მოსახლეობის დასაქმებას ჩვენს ქვეყანაში.

ამასთან, ჩვენი ქვეყნის მთავრობის მიერ გატარებული ეს ღონისძიება (თუ იგი გატარდა) სრულ თავსებადობაში იქნება ამ სფეროში ევროკავშირის პოლიტიკასთან და მოხდება ჩვენი და იმათი მცირე და საშუალო ბიზნესის სრული ჰარმონიზაცია. მცირე და საშუალო მეწარმეების ისეთი მომზადების გარეშე, რომელსაც ისინი ბიზნეს-ინკუბატორში მიიღებენ, ევროკავშირის მცირე ბიზნესში ჩვენი ინტეგრაცია წარმოუდგენლად მიგვაჩნია, რადგან ჩვენი მცირე და საშუალო მეწარმეები მათთან შედარებით მეტად დაბალ დონეზე დგანან (განსაკუთრებით მიკრო და მცირე მეწარმეები).

16. სხვადასხვა ქართველი მეცნიერების გამოკვლევების ანალიზმა გვიჩვენა მათი საერთო აზრი იმის შესახებ, რომ საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეებს წინააღმდეგობები და ბარიერები ხვდება ევროკავშირის ბაზარზე შესასვლელად. მათ წინაშე ყველა ქვეყნის მეწარმე მეტ-ნაკლებად დგას და ამ ქვეყნის მთავრობები მეტად აქტიურად ეხმარებიან თავიანთ მეწარმეებს ამ ბარიერების მოხსნაში. თუ საქართველოსთვის ევროპასთან პარტნიორობა და თანამშრომლობა

გახდა განვითარების გენერალური გზა, მაშინ მთავრობის მხრიდან ამ გზაზე გასვლის მხარდაჭერის და დახმარების ინიციატივები მკაფიოდ უნდა ჩანდეს.

ქართულმა საწარმოებმა წარმატებით რომ იმუშაონ ევროპულ ბაზარზე საჭიროა გაეხსნათ ე. წ. ევროპული საწარმოები, ანუ საწარმოები, რომლებიც ევროპულ წესებზე იქნებიან დაფუძნებულნი. ქართველი მეწარმე ამისთვის მოუმზადებელია. ეს მას უნდა ვასწავლოთ ან ტრენინგებზე, ანდა ბიზნეს-ინკუბატორებში, ასეთ შემთხვევებში ევროპულ წესებზე აგებულ საწარმოებს ან საერთოდ არ ექნებათ ბარიერები ევროპულ ბაზრებზე შესვლისას, ან ექნებათ მეტად მცირე რაოდენობით.

## გამოყენებული ლიტერატურა

1. **არველაძე ნ.**, კანონგარეშე დარჩენილი პრიორიტეტი, ჟ. „საქართველოს ეკონომიკა“, №4, 2009.
2. **აქუბარდია თ.**, მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის გარეშე ეკონომიკური აღმავლობა შეუძლებელია, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №5, 2005.
3. **ადვაძე დ.**, მცირე ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის ზოგადი კანონზომიერებანი, პრინციპები და ფორმები, ჟ. „სოციალური ეკონომიკა – XXI საუკუნის პრობლემები“, №3, 2014.
4. **ასათიანი რ.**, ეკონომიკური უსაფრთხოება სახელმწიფო რეგულირების სისტემაში, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული – „ინოვაციური ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში“, თბ., 2016 (1-2 ივლისი).
5. **ბაღიაშვილი ე.**, ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2012.
6. **ბაღიაშვილი ე.**, მცირე საწარმოებს სახელმწიფო გერივით არ უნდა ექცეოდეს, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №8, 2004.
7. **ბერიშვილი ხ.**, ეკონომიკის ლიბერალიზაცია და საგარეო სავაჭრო პოტენციალის ათვისების შესაძლებლობები საქართველოში, მოხსენება საერთაშორისო კონფერენციაზე – „ინოვაციების ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში, თსუ, პ. გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2016, 1-2 ივლისი.
8. ბიზნესის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ბუნება და შეზღუდულობის მიზეზები საქართველოში. კრებულში, თანამედროვე ბიზნესი: სიახლეები, პრობლემები“. თსუ, 2014.
9. **გველესიანი რ.**, მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების სტრატეგია და კულტურა, თბ., 1999.
10. **გობეჯიშვილი ე.**, საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეების სახელმწიფო რეგულირების სრულყოფის მიმართულებები, თბ., 2013.
11. **გოგიაშვილი თ.**, მცირე და საშუალო ბიზნესის პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები საქართველოში, დისერტაცია, 2013.
12. **გრიშკაშვილი ა.**, გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნები, თბ., 1998.
13. ევროპის სამეზობლო პოლიტიკა. სამოქმედო გეგმა. ევრიკავშირი-საქართველო, თბ., 2005.

14. **ვაშაკიძე თ.**, მცირე ბიზნესს აუცილებლად ესაჭიროება სახელმწიფო მხარდაჭერა, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №5, 2005.
15. **ვეშაპიძე შ.**, ევროპული ღირებულებები საქართველოსთვის, ჟ. „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2013.
16. **თოქმაზიშვილი გ.**, მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების ხელშეწყობა. <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---off-0ekonomik--00-1---0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--11-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-11-1-0utfZz-8-10&a=d&c=ekonomik&cl=CL4.2&d=HASH2ff40e4921399b171cb567.3>
17. **კატუკია ვ.**, მცირე და საშუალო ბიზნესის ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა, პრობლემები და შემაფერხებელი გარემოებები, ჟ. „სოციალური ეკონომიკა – XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები“, თბ., 2014, №1.
18. **კიკვაძე ო.**, სახელმწიფო შესყიდვების სრულყოფა საჯარო ფინანსების ადმინისტრირებაში, თბ., გამომცემლობა „თეკა და კომპანია“, 2016.
19. **კბილაძე დ.**, ბიზნეს-გარემოს მიმზიდველობა საქართველოში, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, 2010, ივლის-აგვისტო.
20. **კობერიძე ლ.**, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ინსტიტუციური მიმართულებები საქართველოში და ევროკავშირთან ინტერნაციონალიზაციის წინააღმდეგობები, თბ., 2015.
21. **კონჯარია ე.**, მცირე და საშუალო ბიზნესის (მეწარმეობის) განვითარება საქართველოში, მოხსენება საერთაშორისო კონფერენციაზე – „ინოვაციების ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში, თსუ, პ. გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2016, 1-2 ივლისი.
22. მეწარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2016.
23. **მექვაბიშვილი ე.**, ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტები პოსტკრიზისულ პერიოდში, საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრიზისული ეკონომიკისა და ეკონომიკური მეცნიერების განვითარების აქტუალური პრობლემა, თბ., 2014, 27-28 ივნისი.
24. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკა საქართველოში, აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის საქართველოს ეროვნული პლატფორმა (EASTERN PARTNERSHIP).
25. მცირე და საშუალო ბიზნესი საქართველოში, საქართველოს სტატისტიკის დეპარ-

- ტამენტი, თბ., 2009.
26. მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, თბ., 2009.
  27. მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობა საქართველოში (პროგრამის მიმოხილვა), საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2014.
  28. მულტიკულტურიზმი, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა და ბიზნესის განმსაზღვრელი დეტერმინანტი. თბილისი, „უნივერსალი“, 2016.
  29. **ნარსია ლ.**, საქართველოს ეკონომიკური უსაფრთხოების ასპექტები, საერთაშორისო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული – ეროვნული ეკონომიკები და გლობალიზაცია“, 2012, 28-29 ივნისი, თსუ, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, თბ., 2012.
  30. **პაპავა ვლ.**, რას ითხოვს ევროკავშირი საქართველოსგან. აგზეთი „ალია“, 2008, 6-8 სექტემბერი.
  31. ჟურნალი კარიბჭე, (23 თებერვალი – 8 მარტი), №4, თბ., 2017.
  32. **რუსტიაშვილი თ.**, მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის და განვითარების სტრატეგია საქართველოში, დისერტაცია, ქუთაისი, 2013.
  33. **სვანიძე ლ.**, ლექციები ეკონომიკურ ფსიქოლოგიაში, შემეცნებითი სწავლება, თბ., 2009.
  34. **სამადაშვილი უ.**, ბიზნესის საფუძვლები, თბ., „უნივერსალი“, 2016.
  35. საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, თბ., 1999, №35(42).
  36. საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე“. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, თბ., 2002, 24 აგვისტო, №23.
  37. საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2016-2020 წლისთვის, თბ., 2015.
  38. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია – საქართველო – 2020“, თბ., 2014.
  39. სამთავრობო პროგრამა – „ძლიერი, დამოუკიდებელი, ერთიანი საქართველოსთვის, თბ., დეკემბერი, 2015.
  40. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია. პროექტი – „მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა“, 2009.
  41. საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012.

42. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური და სამართლებრივი განვითარების პერსპექტივა გლობალური გამოწვევების ფონზე, თბ., 2010.
43. საქართველოს სამოქმედო გეგმა ღრმა და ყოვლისმომცველი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების (DCFTA) განხორციელებისთვის 2014-2017.
44. საქართველოს კანონი „მეწარმეობის შესახებ“, თბ., 2010.
45. „საქართველოში ბიზნესის განვითარების მეტამორფოზები და შედეგები“. კრებულში: პოსტკომუნისტური ქვეყნების ეკონომიკების აქტუალური პრობლემები თანამედროვე ეტაპზე. თსუ-ს გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2013.
46. საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმება, კარი 5, მუხლი 277(2).
47. **ფუტკარაძე რ.**, საქართველო-ევროკავშირის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობები. პრობლემები და პერსპექტივები, თბ., 2010.
48. **ქარჩავა ლ.**, ბიზნესგარემო საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები, ჟ. „ახალი ეკონომისტი“, №4, 2012.
49. **ქადაგიშვილი ლ.**, მეწარმეობის განვითარება საქართველოში: ანალიზი, შეფასება, პერსპექტივები, ჟ. „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №2. 2016.
50. **დუდუშაური ზ., ბალიაშვილი ე.** და სხვები, მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა, თბ., 2004.
51. **დანიაშვილი მ.**, ვინ ეხმარება მცირე ბიზნესს საქართველოში, ჟ. „საქართველოს ეკონომიკა“, თბ., 2012, №9.
52. **დანიაშვილი მ.**, მეწარმეობის ტვირთი, ჟ. საქართველოს ეკონომიკა“, 2010.
53. **ყარაულაშვილი ა.**, საქართველოს ევროკავშირში ეკონომიკური ინტეგრაციის შესაძლებლობები ევროპული სამეზობლო პოლიტიკის ფარგლებში, წიგნი – „გლობალიზაცია და საქართველოს ეკონომიკური განვითარება: გამოწვევები და შესაძლებლობები, შრომების კრებული, „უნივერსალი“, 2008.
54. **შურდიათა თ.**, მცირე ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2010.
55. **შენგელია თ.**, ბიზნესის ატიქიფობია და მისი დაძლევის პირობები საქართველოში, საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული – ეკონომიკა და ეკონომიკური მეცნიერების განვითარების აქტუალური პრობლემები, თსუ, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2014 (27-28 ივნისი).
56. **შეჭლიზაძე შ.**, აზერბაიჯანული ბაზარი საკმაოდ მიმზიდველია ქართული



- ბიზნესისთვის და პირიქით. ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, 2010, ნოემბერი.
57. **შატერაშვილი თ.**, EaP და ინოვაციური მცირე და საშუალო საწარმოები.  
[https://www.inovdev.ge/uploads/files/1436Satberashvili-MMC-II%20Wig\(2\).pdf](https://www.inovdev.ge/uploads/files/1436Satberashvili-MMC-II%20Wig(2).pdf)
58. **ჩიხლაძე ნ.**, მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის რეგიონული თავისებურებები საქართველოში, ჟ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №3, 2009.
59. **ცუცქერიძე მ.**, ბიზნესის სამეწარმეო სისტემის განვითარების ევროინტეგრაციული ასპექტები, მოხსენება საერთაშორისო კონფერენციაზე – „ინოვაციების ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში, თსუ, პ. გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2016, 1-2 ივლისი.
60. **ჭითანავა ნ.**, გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, ნაწილი 2, თბ., 1999.
61. **ჯოზეფ ჰასიდი, ალექსის სტეფანოს კომსელისი და სხვები.** მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები, ნაწილი III, თბ., 2011.
62. **ჯაფარიძე დ.**, საქართველოში მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის ანალიზი, თბ., 2012.
63. **ჯოლია გ.** ქვეყანათმცოდნეობა, თბ., 2006.
64. **Аллен Луйс**, Как преуспеть в малом бизнесе, пер. с англ., М., 1991.
65. **Авилова А.**, Кредитные гарантии для малого бизнеса, МэиМО, 1997.
66. Annal Report-EU SMEs 2015-2016.
67. **Блинов А. О., Шапкин И. Н.**, Малое предпринимательство, М., 2003.
68. **Брагина Е.**, Малое предпринимательство в переходной экономике, ж. "Мировая экономика и международные отношения, №1, 2001.
69. Бизнес-инкубаторы в системе поддержки малого бизнеса: Российский и зарубежный опыт, М., 2001.
70. **Верулидзе В.**, Государственное регулирование малого и среднего предпринимательство в условиях рыночных преобразований, Батуми, изд-во "Батумский университет", 1998.
71. **Верникова В.**, Два кита испанской экономики, Опыт развития малого и среднего бизнеса, М., 2010.
72. **Глушенко Е.** Основы предпринимательства, М., 2006, Вестник.
73. Два кита испанской экономики. Опыт развития молодого и среднего бизнеса, под ред. Верникова В., М., 2010.
74. **Жизнин С., Крупнов В.**, Как стать бизнесменом, Американский опыт, Минск, 1990.

75. **Кокурин Д.**, Иновационная деятельность, М., Экзамен, 2001.
76. **Калинин А.**, Анализ развития и состояния малого и среднего бизнеса в мире, ж.: "Экономика, предпринимательство и право", №4, 2011.
77. **Крутик А., Горунбургов М.**, Малое предпринимательство и бизнескоммуникации, СПб, 2008.
78. **Мау В.**, В ожиданий новой модели роста: социально-экономическое развитие России в 2013 годы, «Вопросы экономики» №2, 2014.
79. Малые и средние предприятия, под ред. И Ханс-Пихлера и других, М., 2002.
80. **Мицкий А.**, Кредитно-финансовая поддержка функционирования и развития малого и среднего бизнеса, Ставрополь, 2007.
81. Оптимальная практика организации работы бизнес-инкубаторов, Европейская экономическая комиссия, Женева, 2001.
82. Растушин малый и средний бизнес в России и за рубежом, М., 2010, <http://www.rcsme.ru>
83. **Толмачев Е.**, Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в странах центральной и восточной Европы, М., 2001.
84. **Улыбышева Е.**, Либерализация рынков государственных заказов в ЕС, МО, №1, 1995.
85. **Шулус А.**, Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. М., 2007.
86. **Шулус А.**, Мелкие и средние предприятия в народном хозяйстве ФРГ, Российский экономический журнал, 1993, №3.
87. A "Small Business Act (SBA) for Europa, Brussels, 25.06.2008.
88. A "Small Business Act (SBA) for Europa, Brussels, 25.06.2008; "Think Small First", 2008.
89. ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2014/2015. SMEs & start hiring again. Final report [http://www.pmievolution.it/wp-content/uploads/2016/04/annual-report-SME-2015.pdf\(!!!\)](http://www.pmievolution.it/wp-content/uploads/2016/04/annual-report-SME-2015.pdf(!!!))
90. Bankovnictvi, 1999, #2.
91. Brock W., & Evans D. Small Business Economics, "Small Business Economics", 1, 1998, pp. 7-20.
92. Content/uploads/imported/evens (A LOOK AT BUSINESS GROWTH AND CONTRACTION IN EUROPE).
93. Corree M. and Thurik A. Small Firms and economic Growth in Europe, Economic Journal, 1999, pp. 51.
94. Данушевская Г. Медкий бизнес в Великобритании, ж. «МЭиМОЭ», 1992, №3.
95. European Commission, Community Research and Development Information Service –

[www.cordis.europa.eu/fp7/](http://www.cordis.europa.eu/fp7/)

96. **Engtischalk M.**, Creating a favorable Tax Environment for Small Business Development in Transition Countries. Paper presented at Conference on the Hard-to-Tax. Andrew Young. School of Public Policy. Georgia State University, 2003.
97. Hospadavske noviny, 1997, 2.01. EPP, 1998, #4.
98. Institutional Barriers to Small Scale Business Development
99. Institut für Mittelstandsforschung Bonn – [www.ifm-bonn.org](http://www.ifm-bonn.org)
100. Key figures on European business with a special feature on SMEs, Eurostat pocketbooks, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5967534/KS-ET-11-001-EN.PDF>
101. Narodni sprava o ljudskom razvoju Slovenske Republike, 1999, Br. United Nations development program, 2000.
102. Roidi L. Stejna banka – nkry pohled. Bankavnictvi, 1995, #8.
103. Shamsuddoha A. K., M.Y.Ali, Nelson O. N. Impact of Government Export Assistance on Internationalization of SMEs from Developing Nations, Journal of Enterprise Information Management, 22(4), 2009.
104. **Shengelia T.**, Business Aticophobia and the Terms for Overcoming it in Georgia. **Volume 6 Issue 4 (International Journal of Science and Technology). New York, USA.** pp. 214-228. 2014
105. **Shengelia T.**, Tendencies of Small Business Development. IJST, Nova Science Publishers Inc. **Volume 2 Issue 2, New York, USA.** pp. 143-148, 2014.
106. **Shengelia T.**, Tendencies of the development of World Economy and Business. **International Center for Economic Development and Cultural Studies, Kentucky World Center, Marry State University (USA), November, pp.4-6. 2007.**
107. SME statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5967534/KS-ET-11-001-EN.pdf>
108. Top Business Drivers to SME Internationalization. OECD. Report by the OECD Working party on SME and Entrepreneurship. OECD, 2009.