

მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები

დამხმარე სახელმძღვანელო

ნაწილი I-II

ჯოზეფ ჰასიდი
ალექსის-სტეფანოს კომსელისი

(პირეუსის უნივერსიტეტი, საბერძნეთი)

რევაზ გველესიანი
ელგუჯა მემვაბიშვილი
ინეზა ბაბნიძე
ეკა ლეკაშვილი
მარინა ნაცვალაძე

(ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო)



თბილისი 2009

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტზე პირეუსის უნივერსიტეტთან (საბერძნეთი) ერთად 2007-2008 წწ. წარმატებით განხორციელდა ერთობლივი საერთაშორისო პროექტი „მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში“. პროექტი დაფინანსებული იყო საბერძნეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროსთან არსებული ფონდის HELLENIC-AID მიერ.

პროექტის ერთ-ერთი მიმართულება იყო ბერძენი და ქართველი პროფესორის ერთობლივი თანამშრომლობით სტუდენტთათვის სასწავლო მასალის მომზადება. შემუშავებული სასწავლო კურსი სათანადო წესით განიხილა თსუ ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურმა და ჩართული იქნა სასწავლო კურიკულუმში. მიღებული გამოცდილება ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტმა გაუზიარა საქართველოს ოთხ აკრედიტებულ უმაღლეს სასწავლებელს სათანადო მემორანდუმების საფუძველზე.

დამხმარე სახელმძღვანელო განკუთვნილია ეკონომიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობის სტუდენტებისა და დაინტერესებული მკითხველის ფართო წრისთვის.

ჯოზეფ ჰასიდი
ალექსის-სტეფანოს კომსელისი

(პირეუსის უნივერსიტეტი, საბერძნეთი)

რევაზ გველესიანი
ელგუჯა მეთვარიანი
ინეზა ბაბნიძე
ეკა ლეკაშვილი
მარინა ნაცვალაძე

(ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო)

რედაქტორები: პროფ. რევაზ გველესიანი,
პროფ. ჯამლეთ ჯანჯღავა

რეცენზენტები: პროფ. გულნაზ ერქომაიშვილი
პროფ. მარინე ხუბუა

ტექნიკური რედაქტორი: მაია სურგულაძე

წინასიტყვაობა

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში მიმდინარე რეფორმები სასწავლო და კვლევითი მუშაობის დასავლურ სტანდარტებზე გადასვლას ემსახურება. ადგილობრივი ძალისხმევის მობილიზების და სრულყოფის პარალელურად აღნიშნული მიზნის მიღწევაში უცხოელი პარტნიორების დახმარება შეუფასებელ როლს ასრულებს. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში განხორციელებულ მრავალ საინტერესო პროექტს შორისაა „მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში“, რომელიც ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტზე განხორციელდა 2007-2008 წლებში. პროექტი დაფინანსებული იყო საბერძნეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროსთან არსებული ფონდის HELLENIC-AID მიერ. თბილისის სახ. უნივერსიტეტის პარტნიორი საბერძნეთის მხრიდან იყო პირეუსის უნივერსიტეტის კვლევითი ცენტრი.

პროგრამის მიზანი იყო პროგრამაში მონაწილე უნივერსიტეტებს შორის პრიორიტეტულ სფეროებში თანამშრომლობის სისტემატიზაცია და სათანადო წვლილის უზრუნველყოფა სამეცნიერო სფეროს განვითარებაში; გამოცდილების გაზიარება მეწარმეობის კურსის სასწავლო მასალის და სწავლების ახალი მეთოდების შეთავაზების გზით; მდგრადი ურთიერთთანამშრომლობის უზრუნველსაყოფად პირობების შექმნა; საფუძველის მომზადება სამომავლო კოოპერაციის სამოქმედო გეგმისთვის; აკადემიური კავშირებისა და ეროვნებათაშორისი ურთიერთობების გაღრმავება.

პროგრამა სამი ფაზისგან შედგებოდა. მომზადდა ინტერნეტ-გვერდი ყველა დაინტერესებული პირისთვის ინფორმაციისა და სასწავლო მასალის მიწოდების მიზნით (იხილეთ: <http://www.unipi.gr/entrepreneurship-georgia/>).

მიღებული გამოცდილება ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტმა ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმის საფუძველზე გაუზიარა საქართველოს ოთხ აკრედიტებულ უმაღლეს სასწავლებელს: სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტს, თბილისის საერთაშორისო ურთიერთობათა უნივერსიტეტს, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტს და საქართველოს ეკონომიკისა და მართლის ინსტიტუტს,

ბერძნულმა მხარემ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში ერთობლივი კვლევითი სამუშაოების გაფართოებისადმი ინტერესი გამოიჩინა და მზადაა პროდუქტიული ინიციატივების შემთხვევაში შეიმუშავოს და განხორციელოს პროექტები ეკონომიკისა და ბიზნესის სხვადასხვა მიმართულებით.

დამხმარე სახელმძღვანელოს შემუშავების დროს ბერძნული მხარის მიერ შემოთავაზებული სასწავლო მასალა გამდიდრდა და შეივსო ქართველ თანაავტორთა მიერ საქართველოში მეწარმეობის განვითარების საკითხზე განხორციელებული კვლევების შედეგებით, შესაბამისი საკანონმდებლო დოკუმენტაციით, სტატისტიკური ინფორმაციით და რეალური მაგალითებით. იგი დამხმარე სახელმძღვანელოში ძირითად ტექსტთან ერთად მოცემულია დამატებითი საკითხავი მასალის, ცხრილების, ჩანართების და ა.შ. სახით. ქართული მხრიდან ავტორ-მთარგმნელებმა იმუშავეს შემდეგი თავების მიხედვით:

სრული პროფ. რევაზ გველესიანი (თავი: 11)

სრული პროფ. ელგუჯა მექვაბიშვილი (ქვეთავები 1.4–1.5; 9.1–9.3)

ასოც. პროფ. ინეზა გაგნიძე (ქვეთავები: 1.1–1.3; თავი: 12)

ასოც. პროფ. ეკა ლეკაშვილი (თავები: 7–8; ქვეთავები: 9.4–9.6; 10.1–10.3)

ასისტ-პროფ. მარინა ნაცვალაძე (თავები: 2–6; ქვეთავები: 10.3–10.5).

სახელმძღვანელოს თან ერთვის ქართველი პროფესორის კონსულტაციების საფუძველზე პროექტში მონაწილე თსუ სტუდენტთა მიერ შემუშავებული დეკლარაცია-მიმართვა „საქართველოში მეწარმეობის განვითარების ღონისძიებების შესახებ“ და პროექტის ამსახველი ფოტოგალერეა. ქართულ ენაზე გამოსაცემად მზადდება დამხმარე სახელმძღვანელოს მესამე ნაწილი.

ქართველი თანაავტორებისგან

PREFACE

For countries with a long history of central economic planning and an expressed desire to move to free-market economy operation, the transitional context provides unique opportunities for entrepreneurship activities to develop. At the same time, this environment presents unique challenges for entrepreneurial development, as the free-market system matures within a context of low level of small firms' activity and widespread negative views towards entrepreneurship.

In addition, the general low levels of entrepreneurship indicate that the conditions have not yet been created to maintain a vibrant entrepreneurial climate. It is for these reasons that the development of entrepreneurship education at all levels of the country's educational system is of critical importance for economic growth and productivity.

In the period 2006-2008, the University of Piraeus cooperated with the Iv. Javakhishvili Tbilisi State University, Faculty of Economics and Business for the implementation of the programme "Entrepreneurship Courses in Tbilisi State University". The courses delivered and all other associated activities were funded by the Greek Ministry of Foreign Affairs in the context of its Hellenic Aid programme.

Following the successful completion of the programme, and the incorporation of a course on Entrepreneurship in the Faculty of Economics and Business curriculum, our Georgian colleagues decided to produce this Textbook which will serve for the efficient delivery of lectures in the Faculty and, hopefully, will also facilitate the adoption of similar courses by other Georgian Higher Education institutions.

We regard the publication of this textbook as a gratification of our common efforts and we would like to congratulate all those who contributed to its production.

Professor Joseph Hassid
University of Piraeus

April 2009

შინაარსი

ნაწილი I. შესავალი მეწარმეობაში

1. თეორიული შეხედულებები მეწარმეობის შესახებ

- 1.1. ეკონომიკის თეორია და მეწარმეობა
 - 1.1.1. არბიტრაჟი და განუსაზღვრელობა
 - 1.1.2. საწარმოო ფაქტორთა კოორდინაცია
 - 1.1.3. ინოვაცია
 - 1.1.4. უნარ-ჩვევების დიფერენციაცია
 - 1.1.5. შრომითი კარიერის მობილობა
 - 1.1.6. ეკონომიკური თეორიების ზოგადი შეფასება
- 1.2. ფსიქოლოგია და მეწარმეობა
 - 1.2.1. წარმატების მიღწევის მოთხოვნა
 - 1.2.2. კონტროლის შინაგანი წყარო
 - 1.2.3. რისკისადმი მიდრეკილება
 - 1.2.4. განუსაზღვრელობისადმი ტოლერანტობა
 - 1.2.5. ქცევის წესი „A“
 - 1.2.6. დამნაშავეობისადმი მიდრეკილება
 - 1.2.7. დამოუკიდებლობა და შრომითი კმაყოფილება
 - 1.2.8. გადაჭარბებული ოპტიმიზმი
 - 1.2.9. ფსიქოლოგიური მიდგომის კრიტიკა
- 1.3. პირადი, საოჯახო და სოციალური საკითხები
 - 1.3.1. ქორწინება
 - 1.3.2. ჯანმრთელობა და უუნარობა
 - 1.3.3. ასაკი, განათლება და გამოცდილება
 - 1.3.4. ოჯახი
 - 1.3.5. უმუშევრობა
 - 1.3.6. რეგიონულობა
 - 1.3.7. იმიგრაცია და ეთნიკური უმცირესობა
 - 1.3.8. ქალი და მეწარმეობა
- 1.4. მაკროეკონომიკური ფაქტორები
 - 1.4.1. ეკონომიკური განვითარება
 - 1.4.2. ინდუსტრიული სტრუქტურა
 - 1.4.3. სამთავრობო პოლიტიკა

- 1.5. დასკვნები მეწარმეობაზე
- 2. შესავალი სამეწარმეო პროცესებში**
- 2.1. სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად მიღებული ცვლილებებისათვის საჭირო ძალისხმევა
- 2.2. სამეწარმეო პროცესები
- 2.3. სამეწარმეო აზროვნება
- 3. მეწარმეობის „აუცილებლობა“ მეწარმეობის „შესაძლებლობის“ საპირისპიროდ**
- 4. სერიული მეწარმეობა**
- 5. სამეწარმეო ქსელები**
- 6. შიდამეწარმეობა და ინოვაცია**
- 7. მცირე და საშუალო საწარმოები (Small and Medium Enterprises)**
- 7.1 განსაზღვრება
- 7.2 SME-ს მნიშვნელობა და მათი გადარჩენის გზები
- 7.3 განსხვავება მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტსა და მეწარმეობას შორის
- 8. მეწარმეობის პრობლემების კვლევის სამომავლო გამოწვევები**

I ნაწილის ბიბლიოგრაფია

**ნაწილი II. მეწარმეობა – ეკონომიკური
ზრდის მამოძრავებელი ძალა**

- 9. მეწარმეობის გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე**
- 9.1. სამეწარმეო ეკონომიკა
- 9.2. პროდუქტიული და არაპროდუქტიული მეწარმეობა
- 9.3. ეკონომიკური ზრდა და ზრდის მოდელები
- 9.4. თეორიული კავშირი ეკონომიკურ ზრდასა და პროდუქტიულ მეწარმეობას შორის
- 9.5. მეწარმეობით განპირობებული ეკონომიკური ზრდა პრაქტიკაში
- 9.6. ეკონომიკური ზრდის შედეგები
- 10. მეწარმეობა გარდამავალ ეკონომიკებში**
- 10.1. გარდამავალი ეკონომიკის განსაზღვრება
- 10.2. მეწარმეობის მოდელები გარდამავალ ეკონომიკაში

10.3 სამეწარმეო გარემოს დამახასიათებელი თავისებურებები გარდამავალ ეკონომიკაში

10.4 ინსტიტუციური ცვლილებები და მეწარმეობა

10.5. მეწარმეობის განვითარების ძირითადი პრობლემები გარდამავალ ეკონომიკაში

11. საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის

თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი

11.1 მეწარმეობის სფეროს ზოგადი მიმოხილვა

11.2 მეწარმეობის სფეროს კონკრეტული ანალიზი

11.3 მსხვილი ბიზნესი

11.4 საშუალო ბიზნესი

11.5 მცირე ბიზნესი

12. მეწარმეობის მასტიმულირებელი პოლიტიკა

12.1 რატომაა საჭირო პოლიტიკა?

12.2 მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკის მიზნები

12.3 სამეწარმეო აზროვნების მიწოდების პოლიტიკა

12.4 მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობ პოლიტიკაზე მოთხოვნა

12.5 პოლიტიკის განხორციელება

II ნაწილის ბიბლიოგრაფია

თსუ სტუდენტთა დეკლარაცია საქართველოში მეწარმეობის განვითარების ღონისძიებების შესახებ

ფოტოგალერეა

ნაწილი I

შესავალი მეწარმეობაში

მეწარმეობის შესახებ საუბრის დასაწყისში ჩვენ განვიხილავთ იმ ძირითად კონცეფციებსა და ცნებებს, რომლებიც ჩამოყალიბებულ იქნა მეცნიერთა და მკვლევართა მიერ. წინა საუკუნეებიდან დაგროვილი ცოდნის ორიგინალური წვლილი და თანამედროვე თეორიები უზრუნველყოფენ სასარგებლო ფონს მეწარმეობის თეორიის პრაქტიკაში ეფექტიანი გამოყენებისათვის. თეორიები ეკონომიკის, ფსიქოლოგიისა და რამდენიმე სხვა მიმართულებათა გარშემო, რომლებიც უკავშირდება მეწარმეობას განხილულია ქვემოთ. მათი მიზანია მეწარმეობის პროცესის სრულყოფილად გააზრება და თანამედროვე თეორიისა და პრაქტიკის უკეთ გაგება.

მეწარმეობასთან დაკავშირებული თეორიების განხილვამდე, განვსაზღვროთ თვით ტერმინი. სიტყვა „მეწარმე“ ფრანგული წარმოშობისაა და ნიშნავს „შუაკაცს“, „შუამავალს“, ადამიანს, რომელსაც უჭირავს შუა ადგილი; უფრო თავისუფალი თარგმანით ესაა ადამიანი, რომელიც მისდევს კომერციას. როგორც ს. ა. ბრუატი და პ. ა. ჟულიანი (2001) აღნიშნავენ: მეწარმეობის განსაზღვრასთან დაკავშირებით მეცნიერთა შორის დიდი დავა მიმდინარეობს და მის შესახებ ჯერ კიდევ არაა ჩამოყალიბებული მეცნიერთა ერთიანი შეხედულება. ამ პრობლემისადმი რამდენიმე მიდგომა არსებობს. ისინი გამომდინარეობენ განსხვავებული შეხედულებებიდან და აღნიშნული თეორიის საზღვრებში არიან ფესვგადგმული, რასაც თითოეული მეცნიერი თავის გამოკვლევებში საფუძვლად იყენებს.

ამ ნაშრომის მიზანს არ წარმოადგენს მეწარმეობის შესახებ დომინირებული შეხედულებებისა და მიმდინარეობების ახსნა. აღნიშნული პრობლემის მიმართ ცოცხალი დიალოგის გაცნობა მსურველს შეუძლია იმ გაზეთებსა და ჟურნალებში, რომლებიც ამ პრობლემას აქტიურად აშუქებენ. ამგვარად, მეწარმეობისათვის ჩვენ მივიღებთ, ყველაზე ფართო განსაზღვრებას, რომელიც მოიცავს და აერთიანებს ბიზნესის მფლობელებს და თვითდასაქმებულებს. გარდა ამისა, როგორც ქვემოთ ავხსნით, ადამიანები, რომლებიც დაქირავებით მუშაობის პირობებში აჩვენებენ სამეწარმეო ქცევას, მომავალში განვსაზღვრავთ, როგორც მეწარმეებს. და ბოლოს ერთადერთი განსხვავება, რომელსაც მოიცავს ეს ნაშრომი, ესაა განსხვავება

მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვასა და მეწარმეობას შორის. ეს უკანასკნელი მოიცავს ზრდასა და ბიზნესის განვითარებას, იმ დროს როცა პირველი მხოლოდ აღწერს, თუ როგორ ვმართოთ ბიზნესი.

1. თეორიული შეხედულებები მეწარმეობის შესახებ

სწავლების მიზანი

1 თავის გაცნობის შემდგომ თქვენ შეძლებთ:

- განსაზღვროთ ძირითადი ეკონომიკური თეორიები, რომლებიც ჩამოყალიბდა წლების მანძილზე მეწარმეობასთან დაკავშირებით;
- ჩამოაყალიბოთ ინდივიდუალური მეწარმეებისადმი ფსიქოლოგიური მიდგომის დამახასიათებელი ნიშნები;
- განსაზღვროთ მეწარმეობის პირად, საოჯახო და სოციალურ სტატუსთან დაკავშირებული ძირითადი შედეგები;
- განსაზღვროთ ზოგიერთი მაკროეკონომიკური ფაქტორი, რომელიც გავლენას ახდენს მეწარმეობაზე;
- მოახდინოთ მეწარმეობის შესახებ თეორიულ გამოკვლევებს შორის დიფერენციაცია და კრიტიკულად შეაფასოთ თითოეულის წვლილი ამ სფეროში.

მეწარმეობის შესახებ თეორიები გამომდინარეობენ 3 დისციპლინის კვლევებიდან: **ეკონომიკა, ფსიქოლოგია და სოციოლოგია**. ეკონომისტები სწავლობენ მეწარმეობისა და მეწარმის როლს ეკონომიკის განვითარებაში, ისევე როგორც ეკონომიკისა და განვითარების თეორიების გამოყენებას მეწარმეობის კონტექსტში. ფსიქოლოგები დაინტერესებული იყვნენ მეწარმეთა პირადი ხასიათის ნიშნების იდენტიფიკაციით (შეცნობით). სოციოლოგებმა შეისწავლეს მეწარმეთა ინდივიდუალური ქცევის ასპექტები და მათი გავლენა სხვა სოციალურ კონცეფციებზე. მიღებული შედეგები გვეხმარება გავიგოთ თუ როგორ მოქმედებენ ეს წესები და როგორ იქცევიან მეწარმეები ზოგადად. თუმცა თეორიები მეწარმეობის შესახებ, რომლებსაც გვთავაზობენ ფსიქოლოგები და სოციოლოგები, ხანდახან საკამათოა და საეჭვო. ამის გამო, მკითხველმა ისინი უნდა გამოიყენოს მეწარმის შესაცნობად და არა მისი განსაზღვრის მიზნით. და ბოლოს, დღეისათვის კვლე-

ვები მეწარმეობის შესახებ მიღებულია, როგორც განსხვავებული ასპარეზო მეცნიერთათვის, საიმისოდ, რომ ეძებონ, ჩამოაყალიბონ და საზოგადოებას შესთავაზონ ახალი თეორიები.

მეწარმეობაზე ყურადღების გამახვილება გამოწვეულია მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობით ნაციონალური ეკონომიკის ზრდასა და სამუშაო ძალის დასაქმებაში. იმისათვის, რომ მიღწეულ იქნეს ზრდა მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორში, მეწარმეებს სჭირდებათ მართონ ბიზნესი და გამოავლინონ თავისი შესაძლებლობები. ნაციონალური ეკონომიკებისათვის მცირე და საშუალო მეწარმეობა მნიშვნელოვანი გახდა მოგვიანებით, მე-20 საუკუნის შუა პერიოდიდან, და ამის გამო კვლევები ამ მიმართულებით ახალი დაწყებულია და დღესაც ინტენსიურად გრძელდება. ეს ფაქტი გვიხსნის იმას, თუ რატომ აუარა გვერდი მრავალმა კლასიკოსმა მოაზროვნე ეკონომისტმა მეწარმეობაში გამოკვლევებს და მხოლოდ ეკონომისტებმა, ვისაც იმ დროს „თამაშგარეებად“ თვლიდნენ, ჩაიხედეს მასში. ამას ჩვენ მივყავართ ეკონომიკურ აზროვნებაში მეწარმეობის შესახებ პირველ მოსაზრებებთან.

1.1 ეკონომიკის თეორია და მეწარმეობა

მეწარმეობის შესახებ ეკონომიკურ შეხედულებებში შეიძლება გამოვყოთ ორი ერა. ამ მიმართულებით ადრეული შეხედულებები მიეკუთვნება ისეთ მოაზროვნეებს, როგორებიც იყვნენ რ. კანტილონი, ჟ-ბ. სეი, ი. შუმპეტერი და სხვები. თანამედროვე შეხედულებები ეკუთვნით ს. მ. კანბურს, რ. ლუკასს და სხვებს. მეწარმეობაზე ადრეული შეხედულებები გვევლინება ეკონომისტების მიერ ჩამოყალიბებული ცნებებისა და კონცეფციების სახით, მაშინ როცა თანამედროვე თეორიები წარმოდგენილია უფრო მეტად ტექნოკრატიული და სამეცნიერო სახით.

მათ, ვინც მეწარმეობა ეკონომიკურ თეორიაში პირველად განიხილეს, ყურადღება გაამახვილეს 4 ძირითად საშუალებაზე. ქვემოთ თითოეული წამყვანი ეკონომისტის გამოკვლევა დაჯგუფებულია არა ქრონოლოგიური ნიშნით, არამედ შინაარსის მიხედვით.

მეწარმეობის შესახებ თანამედროვე თეორიები გამომდინარეობენ ნეოკლასიკური მიკროეკონომიკიდან, და ისინი, უპირველეს ყოვლისა, ცდილობენ იპოვონ ოპტიმალური არჩევანი მეწარმეობასა და დასაქმებას შო-

რის. წინანდელი შეხედულებებისაგან ისინი ძირითადად განსხვავდებიან ორი რამით:

1. ისინი იღებენ ფ. ჰ. ქნაითის მტკიცებას, რომ ადამიანები მეწარმეები ხდებიან არჩევანის გამო. არჩევანი, რომელიც ემყარება სარგებლიანობის მაქსიმიზაციის პარადიგმას, ნიშნავს, რომ ადამიანებს სურთ იყვნენ მეწარმეები იმის გამო, რომ ის მაღალანაზღაურებადი დასაქმებაა და მოსალოდნელი შემოსავალი მეტია.
2. თანამედროვე ეკონომიკური თეორიები თვლიან, რომ ბაზრებზე სრულყოფილი კონკურენციაა, ტექნოლოგია მოცემულია და მიმწოდებელთა ბაზრის ყველა მონაწილე ფასის მიმღებია. ეს ძირითადად მოცემულია გამარტივების მიზნით.

ქვემოთ ვიმსჯელებთ მეწარმეობის შესახებ თანამედროვე გამოკვლევების შესახებ.

1.1.1 არბიტრაჟი და განუსაზღვრელობა

პირველი, ვინც შემოიღო სიტყვა „მეწარმე“ და წარმოაჩინა მისი მნიშვნელობა ეკონომიკის განვითარებაში, იყო ფრანგი სწავლული **რიჩარდ კანტილონი (1755)**. მან განსზღვრა, რომ მეწარმეები იქცევიან როგორც შუამავლები (შუაკაცები), ყიდულობენ ერთ ფასში და ყიდიან განსხვავებულ ფასში. მათ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს ეკონომიკის განვითარებაში იმის გამო, რომ კერძო საკუთრების უფლება ხელმისაწვდომი გახდა მრავალი ადამიანისთვის. ამ პროცესში მეწარმეები ასრულებენ ყველა გაცვლით ოპერაციას და თავის თავზე იღებენ **რისკს იყიდონ განსაზღვრულ ფასად და გაყიდონ განუსაზღვრელ ფასში**. აღნიშნულიდან გამომდინარე, რ. კანტილონის მიერ შემოთავაზებული მეწარმე არის ნებისმიერი, ვისაც აქვს შემოსავალი, რომლის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია.

ამგვარად, წარმატებული მეწარმეები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეკონომიკაში, ვინაიდან ისინი არბილებენ რყევებს, რომლებიც უკავშირდება რისკსა და განუსაზღვრელობას. რ. კანტილონის მიდგომა გულისხმობს იმავე დოქტრინას, რასაც ჩ. დარვინის ევოლუციის თეორია, გადარჩება მხოლოდ ყველაზე ძლიერი. წარუმატებელი მეწარმეები დამარცხდებიან და გაწეული რისკი მათ აიძულებს დატოვონ ბიზნესი. რ. კანტილონის

მიერ განსაზღვრული მეწარმის მთავარი მნიშვნელობა ინოვაციურობაში კი არაა, არამედ მეწარმის, როგორც მოგების მიღების მისწრაფების მქონე ადამიანის სახით წარმოჩენაში. ალლო, განათლება და გარისკვა ეხმარება მას ერთად შეკრას ბაზრის ორი ბოლო. ამგვარად, მეწარმეები შევლენ ბაზარზე, თუ იქ მოგება ჯერ კიდევ არსებობს და შემოსავლის დონე უკავშირდება იმ რისკს, რომელიც სპეციფიკური საბაზრებო ოპერაციებიდან გამომდინარეობს.

ი. კიზნერმა (1973, 1985) განავითარა მეწარმის შუამავლის როლთან დაკავშირებული კანტილონისეული იდეები. მისი მოსაზრებით მეწარმე ხელაღს და იყენებს იმ შესაძლებლობებს, რაც ჩვეულებრივ ყველასთვის შესაძლებელია. ამის გამო, წარმატებულ მეწარმეებს აქვთ გაძლიერებული ალლო, სიფრთხილე და შეუძლიათ შეამჩნიონ ის, რასაც ბაზრის სხვა მონაწილეები შორიდან აკვირდებიან. ი. კიზნერის მეწარმე აგროვებს არასრულყოფილ ცოდნას, რომელიც მისი აზრით მას გამოარჩევს სხვებისგან. ეს ცოდნა მოდის იაფი ინფორმაციიდან, რაიმე უბრალოს შეცნობიდან, რაც იქ ყოველთვის იყო, მაგრამ სხვები ვერ ამჩნევდნენ.

ფ. ჰ. ქნაითმა (1921) ყურადღება რ. კანტილონის მეწარმეზე გაამახვილა განუსაზღვრელობის კუთხით. სამეწარმეო განუსაზღვრელობა გამომდინარეობს ბუნებრივი რესურსების შესახებ ზუსტი ცოდნის არარსებობითა და ტექნოლოგიასა და ფასებში ცვლილებებით. მოგება განუსაზღვრელია, მიუხედავად იმისა, რომ საწარმოო ფაქტორთა ფასები ცნობილია. ამის გამო, მეწარმეები უნდა იყვნენ დარწმუნებული საკუთარ თავში, სამართლიანი, რისკიანი, წინდახედული და იღბლიანი.

ფ. ჰ. ქნაითი განმარტავს, რომ ინდივიდის არჩევანი დაიწყოს მეწარმეობა და არა დაქირავებით მუშაობა დამოკიდებულია ეკონომიკის ნებისმიერ სექტორში განუსაზღვრელობის გამო არსებული სიკეთის რაოდენობაზე. ამგვარად, მეწარმეები არ იბადებიან, მაგრამ არიან ისეთი ადამიანები, რომელთა არჩევანი მეწარმედ ან დაქირავებულ მომუშავედ ყოფნას შორის, დამოკიდებულია კონკრეტული ბაზრისთვის დამახასიათებელი მოგების მიღების შესაძლებლობებზე, რაც უკავშირდება აქ არსებულ რისკს.

1.1.2 საწარმოო ფაქტორთა კოორდინაცია

მეორე გამოკვლევა მეწარმეობის შესახებ განხორციელებული იქნა ჟან-ბატისტ სეის (1828) მიერ. ჟ.ბ. სეი ფიქრობდა, რომ ეკონომიკაში მეწარ-

მის ცენტრალური როლია **საწარმოო ფაქტორთა კომბინაცია და კოორდინაცია**. მეწარმე იმყოფება შუაში, ეკონომიკურ სისტემასა და საკუთარ ბაზარს შორის, მიზანმიმართულად მართავს და წახალისებს სასარგებლო საწარმოო ფაქტორების მოქმედებას და მოგების სახით იღებს განსხვავებას ღირებულებასა და გაყიდვებს შორის. საწარმოო ფაქტორებია: მასალები, ადამიანები, ინფორმაცია და კაპიტალი. ამ ფაქტორთა საზღვრებში ჟ-ბ. სეი ამატებს პირად თვისებებს, როგორცაა გამოცდილება, სამართლიანობა და სიმტკიცე. ამის გამო, მეწარმეები, ვისაც ეს თვისებები ერთობლიობაში აქვთ, იქნებიან წარმატებული (რაც, როგორც დღეს ფიქრობენ არასაკმარისია).

ჟ-ბ. სეის გამოკვლევის მეორე მნიშვნელოვანი საკითხია, იმის აღნიშვნა, რომ მეწარმეთა უნარია გადალახონ სირთულეები, გადაჭრან მოულოდნელი პრობლემები და გამოიყენონ არსებული ცოდნა. ზოგიერთი მეცნიერი, მაგალითად რ. ფ. ჰერბერტი და ა. ნ. ლინკი (1988) აკრიტიკებენ რა ჟ-ბ. სეის ამბობენ, რომ მისი მეწარმე არაფრით განსხვავდება მუშისაგან, ორგანიზატორული თვისებების გარდა. სხვებმა, როგორც იყო მაგალითად მ. ქასონი (1982), გააგრძელეს მისი ხაზი და მოგვცეს მეწარმის უფრო თანამედროვე განსაზღვრება.

1.1.3. ინოვაცია

მე-20 საუკუნის დასაწყისში ჯოზეფ შუმპეტერმა (1934, 1939) მეწარმეობის შესახებ ლიტერატურაში შემოიტანა სიახლე. შუმპეტერის მეწარმე გარედან მართავს ტექნოლოგიას და მცირე გაუმჯობესების ნაცვლად, მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეაქვს საწარმოო პროცესში. ამგვარად, მეწარმეს ან შემოაქვს სიახლეები, ან არსებულს აკეთებს სრულიად განსხვავებულად. ი. შუმპეტერის მიხედვით აქ იგულისხმება:

- ახალი პროდუქტის შექმნა;
- წარმოების ახალი მეთოდები;
- ახალი ბაზრების აღმოჩენა;
- მიწოდების ახალი არხების დაკავება;
- წარმოების ახლებურად ორგანიზება.

ი. შუმპეტერის აზრით მეწარმე არის ექსპლოატორი (ე.ბ.სეის მსგავსად) და მისი ქმედებები პასუხობს ცვლილებებს საქმიანი ციკლისა და ეკონომიკური განვითარების ჩარჩოებში. ი. შუმპეტერი ემასხოვრებათ მისი ტერმინის მიერ განხორციელებული „შემოქმედებითი ნგრევის“ გამო, რომელიც აღწერს სამეწარმეო საქმიანობას. ინოვაციების ტალღა იჭრება ბაზარზე, იგი უარს ამბობს ტრადიციულ პროდუქტებსა და პროცესებზე. ეს იწვევს წონასწორობის ახალი დონის მიღებას და ნიშნავს, რომ სამეწარმეო მოგება შემოსაზღვრულია დროის იმ გარკვეული ინტერვალით, რომლის ფარგლებშიც ბაზარი არამყარია და მეწარმე ახდენს მოგების მაქსიმიზაციას, თუ არ გრძელდება ინოვაციების შემოღება.

ვინაიდან არსებობს ინდივიდუალური დაინტერესება, ი. შუმპეტერმა მეწარმე განიხილა, როგორც უნიკალური ინდივიდი, რომელიც ეყრდნობა ინსტიქტს და არა კალკულაციურ გამოთვლებს. ის ასევე ამტკიცებდა, რომ მოგება, არის განსხვავება და არა უკუგება არსებული საწარმოო ფაქტორების გამოყენების შედეგად, და რომ მეწარმე არასოდეს ატარებს რისკს კაპიტალისტთან შედარებით. მისი ეს ბოლო პუნქტი, კერძოდ მეწარმისა და კაპიტალისტის შედარება, ძლიერ იქნა გაკრიტიკებული თანამედროვე სწავლულების მიერ.

1.1.4. უნარ-ჩვევების დიფერენციაცია

მ. ქასონი (1982) ყველაზე ცნობილი თანამედროვე ეკონომისტია, რომელიც შეეცადა მეწარმის ცნება განემარტა ძველი ეკონომიკური ლიტერატურის მიღწევათა კომბინირების გზით. მისი თეორია ძირითადად ორგვარია.

1. მ. ქასონი მეწარმეს ხედავს, როგორც ადამიანს, რომელიც ახდენს საწარმოო რესურსების კოორდინაციას და საიმისოდ, რომ ეს ეფექტიანად გააკეთოს ფლობს ექსტრაორდინალურ ჩვევებს. ეს ჩვევები ეხმარება მეწარმეს გამოიყენოს შეზღუდული რესურსები და აწარმოოს პროდუქტი, რომელიც უნიკალურია და გამომდინარეობს მისი შესაძლებლობებიდან. მ. ქასონის მიერ განსაზღვრული სამეწარმეო პროცესის საფუძველია გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, რომელიც ახდენს რესურსების გადანაწილებას. ამგვარად, მეწარმეს კაპიტალი ესაჭიროება საიმისოდ, რომ იქონიოს და მართოს რესურსები. მ. ქასონის აზრით სამეწარმეო საქმიანობაში

რეგიონული განსხვავებები უკავშირდება კერძო საკუთრებას (როგორცაა მაგალითად სახლის ფლობა).

2. მ. ქასონი თვლის, რომ მეწარმეობისთვის ცვლილებები კომპანიონია. საიმისოდ, რომ გაამყაროს ეს შეხედულება იგი აღწერს სიტუაციას, სადაც მეწარმეებისთვის მოთხოვნა და მიწოდება მსგავსია ბაზრებისთვის დამახასიათებელი მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდების. როცა მოსალოდნელია სამეწარმეო საქმიანობის წახალისება, იზრდება მეწარმეთა რიცხოვნობაც, ვიდრე დაბალია სტიმულები, მაღალია მოთხოვნა აგენტების (ე.ი. მეწარმეების) ცვლილებაზე. მისი ნაშრომის მიხედვით მეწარმეები ახდენენ ცვლილებებს და შემდგომ ცვლილებები ზემოქმედებენ სამეწარმეო შესაძლებლობებზე. ამგვარად, მკითხველს შეუძლია შენიშნოს, რომ ყველაზე უნარიანი მეწარმე იქნება ის, ვინც პირველი შეამჩნევს მოსალოდნელ ჯილდოს.

1.1.5. შრომითი კარიერის მობილობა

თანამედროვე ეკონომეტრიკული აზროვნების მიხედვით, თეორიები ვითარდება იმ არჩევანის გამოკვლევის შესაბამისად, ინდივიდი გახდეს მეწარმე თუ დაქირავებული ე.ი. არჩევანი თვითდასაქმებასა და დაქირავებით შრომას შორის. არსებობს გამოკვლევების ორი მიმართულება, პირველი, რომელიც ფიქრობს, რომ ყველა ინდივიდი ერთნაირია („ჰომოგენური“) და მეორე, რომ აღადამიანები განსხვავდებიან („ჰეტეროგენურები“ არიან).

იმ გამოკვლევის შედეგად, რომელიც თვლის, რომ ყველა მომუშავე ერთნაირია და აქვთ ერთნაირი მახასიათებლები, ჩამოყალიბდა რამდენიმე მოსაზრება. საზოგადოდ, ამ გამოკვლევის ძირითადი არსია იმის გააზრება, თუ როდის სურთ ადამიანებს გახდნენ თვითდასაქმებულები ან დაქირავებულნი, ისეთ ფაქტორებთან კავშირში, როგორცაა: შემოსავალი, რისკი, რისკის უარყოფა და განსაზღვრულ ბაზრებზე მეწარმეთა წონასწორული რაოდენობა.

მკითხველმა შეიძლება საინტერესოდ მიიჩნიოს ზოგიერთი თეორიის შესწავლა, რომლებიც ჩამოყალიბებული იქნენ ისეთი მკვლევარების მიერ როგორცაა, ე. აპელბაუმი და ე. კათზი (1986), ს.მ. კანბური (1979), ე. შეშინსკი და ი. დრეხე (1976). გამარტივების მიზნით ეს მოდელები განიხილავენ,

რომ შრომით კარიერაში ერთი არჩევანიდან მეორეზე გადასვლა ხდება დანახარჯების გარეშე. სინამდვილეში ასეთი გადაწყვეტილებები შეიცავს როგორც პირდაპირ, ისე არადაბრუნებად დანახარჯებს. ამას გარდა, მობილობა ბაზარზე თვითდასაქმებასა და დაქირავებით მუშაობას შორის ისე პირდაპირპროპორციულ კავშირში არ არის, როგორც ამ თეორიებშია მოცემული. იმის მიზეზი, რომ მკვლევარებმა აირჩიეს ასეთი გამარტივებული მიდგომა არის ის, რომ მათ უნდა გამოეკვლიათ სამუშაო ძალაში მობილობის დინამიკა, ჩამოეყალიბებინათ ძირითადი დასკვნები და შემდგომ თანდათან გადასულიყვნენ გამოყენებითი ხასიათის გამოკვლევებზე. ამგვარად, შედეგები ჯერჯერობით არაერთგვაროვანია და ასეთმა მოდელებმა ნათელი განმარტებები ვერ მოგვცეს. თუმცა, იყო იმის მცდელობა, რომ ამ მოდელებში ჩაერთოთ კარიერის მობილობის დანახარჯები, მაგალითად, ა. დიქსითისა და რ. რობის (1994) და ასევე ს. ქ. პარკერის (1997) ნაშრომებში.

მეორე გამოკვლევა, რომელიც თვლის, რომ ადამიანები არიან განსხვავებულნი თავისი „სამეწარმეო უნარის“ მიხედვით, ეყრდნობა ადრეულ ეკონომიკურ თეორიებს. მ. ქასონი – როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, შეიძლება განვიხილოთ, როგორც თანამედროვე ეკონომისტი, რომელმაც გააერთიანა აზროვნების ეს მიმართულებები. მეწარმეობაში ჰეტეროგენული მოდელის მიმდევარი თანამედროვე თეორეტიკოსია რ. ე. ლუკასი (1978). მან განავითარა ორი ქვე-მოდელი: ერთი სტატიკური, სადაც ყველაფერი თანაბარია ინდივიდუალური მენეჯერული/სამეწარმეო უნარის გარდა, და მეორე, დინამიკური, ფირმების სიდიდე დიფერენცირებულია და ცვალებადი. რ. ლუკასის სტატიკური მოდელი გვიჩვენებს მომუშავეთა 3 კატეგორიას: მეწარმეები, ზღვრული მეწარმეები და დაქირავებულნი. ამ მოდელის ჩარჩოებში მიჩნეულია, რომ უფრო მეტად უნარიანი მეწარმეები მართავენ დიდ ფირმებს. მისი დინამიკური მოდელი გულისხმობს, როცა ნაკლებად მოსალოდნელია მეწარმეების რიცხოვნობის გაზრდა, ერთ სულ მოსახლეზე იზრდება კაპიტალის სიდიდე, შედეგად მცირდება (შეფარდებითი მაჩვენებლით) მეწარმეთა რიცხოვნობა და იზრდება ფირმების ზომა. მისი ეს ბოლო მოდელი რეალობას ვერ ასახავს. ამის გამო, მრავალი ეკონომისტი შეეცადა გაეფართოებინა ეს მოდელი და ჩამოეყალიბებინა განსხვავებული დასკვნები.

დამატებითი საკითხავი¹

შრომითი კარიერა ესაა ინდივიდუალურად გააზრებული პოზიცია და ქცევა, რომელიც დაკავშირებულია შრომით გამოცდილებასა და საქმიანობასთან ადამიანის შრომითი ცხოვრების განმავლობაში (დაკავებული თანამდებობების თანმიმდევრობა, სხვადასხვა ადგილები და პოზიციები შრომით ორგანიზაციაში). განასხვავებენ კარიერის ორ სახეს: **პროფესიული და შიდაორგანიზაციული**.

პროფესიული კარიერა ხასიათდება იმით, რომ კონკრეტული მუშაკი თავისი პროფესიული მოღვაწეობის პროცესში გადის განვითარების სხვადასხვა სტადიებს: ცოდნის მიღება, სამუშაოზე მისვლა, პროფესიული უნარის შენარჩუნება, პენსიაზე გასვლა. ეს სტადიები მუშაკს შეუძლია გაიაროს თანმიმდევრობით სხვადასხვა ორგანიზაციებში.

შიდაორგანიზაციული კარიერა მოიცავს მომუშავეის ზრდის სტადიების თანმიმდევრულ ცვლას ერთი ორგანიზაციის ჩარჩოებში.

შრომითი კარიერის დაგეგმვისა და რეალიზაციის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს ორი, ზემოაღნიშნული კარიერის ურთიერთზემოქმედების უზრუნველყოფა: პროფესიულისა და შიდაორგანიზაციულის. მომუშავემ ზუსტად უნდა იცოდეს არა მარტო თავისი პერსპექტივები მოკლევადიან და გრძელვადიან პერიოდებში, არამედ ისიც, თუ რა მაჩვენებლებს უნდა მიაღწიოს, რომ წინსვლის იმედი ქონდეს.

შრომითი კარიერა ხასიათდება ეტაპებით (მუშაკის ასაკის შესაბამისად), რომლებზეც მომუშავე იკმაყოფილებს სხვადასხვა მოთხოვნილებებს.

წინასწარი ეტაპი მოიცავს საშუალო და უმაღლესი განათლების მიღებას და გრძელდება 25 წლამდე. ამ პერიოდში ადამიანმა შეიძლება შეიცვალოს რამდენიმე სამუშაო ადგილი, ვიდრე მოძებნის იმას სადაც მოახდენს თავისი მოთხოვნილებებისა და შესაძლებლობების რეალიზაციას.

ჩამოყალიბების ეტაპი მიმდინარეობს დაახლოებით 5 წლის (25-დან 30 წლამდე) განმავლობაში. ამ დროს ინდივიდი მყარად ეუფლება პროფესიულ ჩვევებს.

¹ შრომის ეკონომიკა – დამხმარე სახელმძღვანელო ნ.ლაცაბიძის რედაქტორობით, 2004,

დაწინაურების ეტაპი უმეტესად გრძელდება შემდგომი 10-15 წლის მანძილზე (30-დან 45 წლამდე). ამ პერიოდში პიროვნება კვლავ იმაღლებს კვალიფიკაციას და აღწევს სამსახურებრივ წინსვლას. ყურადღებას ამახვილებს ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე.

შენახვის ეტაპზე (45-60 წლები) ადამიანი ცდილობს შეინარჩუნოს მიღწეული მდგომარეობა. კარიერის ამ ეტაპზე მომუშავე ეძებს შემოსავლის ისეთ წყაროებს როგორცაა: მოგებაში მონაწილეობა, აქციები, და სხვა.

დასრულების ეტაპზე (60-დან 65 წლამდე) ადამიანი ფიქრობს პენსიაზე გასვლასა და ჯანმრთელობის მდგომარეობიდან გამომდინარე, მსუბუქი სამუშაოს მოძებნას.

საპენსიო ეტაპზე კარიერა მთავრდება მოცემულ ორგანიზაციაში და ინდივიდი ცდილობს დასაქმდეს მსუბუქ სამუშაოზე, საოჯახო კოოპერატივში, საკარმიდამო მეურნეობაში და ა.შ.

1.1.6 ეკონომიკური თეორიების ზოგადი შეფასება

დასკვნითი კომენტარის სახით, მნიშვნელოვანია ხაზი გაუვსვათ, რომ ეკონომისტებმა შეცვალეს თავისი დაკვირვების ფოკუსი ეკონომეტრიკული მოდელების თეორიების შექმნიდან, მათი დეტალური ანალიზით. ისტორიულად, ეკონომიკური აზრის საფუძვლები მეწარმეობის შესახებ შეიქმნა არატრადიციული მოაზროვნეების მიერ, როგორცაა ი. შუმპეტერი, რომელიც არ იქნა მიღებული მისი თანამედროვეების მიერ. ეს იმხანად არაპოპულარული მიმდინარეობა, რომელმაც ეკონომიკა გახსნა ფსიქოლოგიისა და ბიზნესის სფეროებისთვის, დღეს საფუძველია ახალი და ძლიერი თეორიული მოდელებისთვის.

12. ფსიქოლოგია და მეწარმეობა

მრავალმა ფსიქოლოგმა მიუძღვნა თავისი გამოკვლევები მეწარმეობას. აშკარაა, რომ ფსიქოლოგები არ სწავლობენ ეკონომიკურ პარამეტრებს ან საზოგადოებაში მეწარმეთა წვლილს, მაგრამ ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, რომ გაიგონ და აღწერონ ადამიანი, რომელსაც სურს გახდეს მეწარმე. უკანასკნელ წლებში ეკონომისტებმა თავისი კვლევების ჩამონათვალში ჩართეს მეწარმეობის შესახებ ფსიქოლოგიური სკოლის

მიერ შემუშავებული პარამეტრები. ამის მიზანი იყო დისციპლინათაშორისი გამოკვლევების დიფერენცირება სამეწარმეო და თვითდასაქმების მოდულებისთვის.

რ. ამიტის, ლ. გლოსტინისა და ე. მიულერის (1993) შრომებში ხაზგასმულია ინდივიდთა ოთხი ძირითადი თვისება, რომლებმაც ფსიქოლოგიების ყურადღება მიიპყრო. ეს 4 თვისება დაკავშირებულია მეწარმესთან იმისათვის, რომ აიხსნას სამეწარმეო საქმიანობაში გარისკვის არჩევანი. საზოგადოდ, პირადი მახასიათებლების სია, რომლებიც შესწავლილ იქნა მკვლევართა მიერ გაცილებით გრძელია. მეწარმეობასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური გამოკვლევების შემდგომი საკითხები განხილულია ქვემოთ.

12.1. წარმატების მიღწევის მოთხოვნა

1961 წელს დევიდ მაკლელანდმა წარმოადგინა ერთ-ერთი პერველი სისტემატიზებული მიდგომა მეწარმის ინდივიდუალობის ასახსნელად. თავის ნაშრომში ის შეეცადა წარმოეჩინა მეწარმის პროფილი. ამას ცდილობდა ფსიქოლოგთა უმრავლესობაც. ამგვარად, თავის ორიგინალურ ნაშრომში დ. მაკლელანდმა წარმოადგინა „საქმიანი გმირები“, მეწარმეები, რომლებიც აღაფრთოვანებენ ახალ თაობებს და ანვითარებენ სამეწარმეო საქმიანობის არსს. ამ მიმართულებით მან აღწერა მეწარმის ძირითადი თვისება, კერძოდ ის, რომ მათ უფრო მეტად ახასიათებთ „წარმატების მიღწევის მოთხოვნა“, ვიდრე აკეთონ მხოლოდ ფული. მან ამ განწყობას უწოდა „*n-Ach*“ და მიიღო ინსტრუმენტი, რომლითაც შეეძლო გაეზომა იგი. ის ამტკიცებდა, რომ საზოგადოებას „*n-Ach*“-ის შედარებით მაღალი დონით შეუძლია საშუალოდ ჰყავდეს უფრო აქტიური მეწარმეები, და შესაბამისად ჰქონდეს ეკონომიკური ზრდის მაღალი ტემპები, ვიდრე იმ საზოგადოებას, რომელიც ხასიათდება საშუალოდ დაბალი „*n-Ach*“-ით. ადამიანები „*n-Ach*“-ის მაღალი მაჩვენებლებით იბრძობებენ დამოუკიდებლობისთვის და ისურვებენ უფრო რთული ამოცანების გადაჭრას. მაღალი „*n-Ach*“ წყაროებია:

- მშობლები, რომლებიც შვილებში დამოუკიდებლობას ადრეული ასაკიდან აღვივებენ;

- შექება და ჯილდო წარმატებისათვის;
- წარმატების ასოცირება დადებით გრძნობებთან;
- წარმატების ასოცირება საკუთარ კომპეტენტურობასა და ძალისხმევასთან, და არა გამართლებასთან (იღბალთან);
- სურვილი, იყო ეფექტიანი და მებრძოლი;
- პიროვნებათაშორისი ურთიერთობები.

ამგვარად, მაკლელანდის მიხედვით მეწარმისათვის ყველაზე მეტად დამაკმაყოფილებელია შინაგანი მოწოდება მიაღწიოს წარმატებას, და არა თვით წარმატება. მან ასევე შემოიღო ორი სხვა საზომი, *n-Aff* (მიერთების მოთხოვნილება – *Need for Affiliation*) და *n-Pow* (ძალაუფლების მოთხოვნილება – *Need for Power*), რომლებმაც შემდგომში თავისი წვლილი შეიტანეს ინდივიდთა საქმიანობისა და ურთიერთქმედების შესწავლის პროცესში. საზოგადოდ, მაკლელანდმა მეწარმეები აღწერა, როგორც ადამიანები ვინც მოწოდებულია:

- იყოს აქტიური და ენდობოდეს სხვებს;
- აიღოს პირადი პასუხისმგებლობა მათ გადაწყვეტილებებზე;
- უპირატესობა მიანიჭოს ისეთ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც შეიცავენ ზომიერ რისკს;
- რუტინისა და განმეორების უარყოფელი.

1.2.2. კონტროლის შინაგანი წყარო

სხვა ფსიქოლოგიური მოსაზრება მეწარმის შესახებ გვთავაზობს, რომ ადამიანებს რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ მეწარმეობას, მაღალი ანაზღაურებით დაქირავებით შრომასთან შედარებით, აქვთ თვითრწმენა, რომ მათ მიერ შესრულებული საქმიანობა არის მხოლოდ მათი მოქმედების შედეგი, და არა გარე ფაქტორების ან სხვათა შრომის ზემოქმედება. ამას ფსიქოლოგიაში უწოდებენ კონტროლის შინაგან წყაროს – იგულისხმება, რა რომ კონტროლის ცენტრი მდებარეობს უფრო მეტად ადამიანის შიგნით, ვიდრე სხვათა ან შემთხვევის (გამართლების) ხელში.

ამის გამო ამტკიცებენ, რომ ადამიანები, კონტროლის შინაგანი მდებარეობით აირჩევენ თვითდასაქმებას, დამოკიდებულ დასაქმებასთან შედარებით.

რებით. ი. ბ. როტერმა (1982) წელს მიიღო ინსტრუმენტი, რომელიც განსაზღვრავდა ინდივიდის კონტროლის შინაგანი წყაროს მდებარეობის ადგილს. ეს საზომი ერთეული კარგი ხიდი აღმოჩნდა ემპირიული ტესტების თეორიასთან დაკავშირების პროცესში. თუმცა, სხვადასხვა კვლევები, რომლებიც იყენებენ ი. ბ. როტერის ერთეულს იღებენ განსხვავებულ შედეგებს, და კონტროლის შინაგანი წყაროს თეორია, როგორც ფიქრობენ სადაოა.

დამატებითი საკითხავი¹

ადამიანებს განსხვავებული შეხედულებები აქვთ მათ გარშემო მიმდინარე მოვლენების კონტროლზე. კონტროლის წყაროს თეორიაც ზუსტად ამ შეხედულებებს ეყრდნობა. კონტროლის შინაგანი წყაროს მქონე ადამიანები დარწმუნებულნი არიან, რომ ისინი თავად არიან პასუხისმგებელი საკუთარ ბედზე; ისინი თვლიან, რომ მათი ქმედებები და ქცევები მნიშვნელოვანია და გადამწყვეტ როლს თამაშობენ ისეთი შედეგების მიღწევაში, როგორიცაა: სამუშაოს შესრულების დონის გაუმჯობესება, დაწინაურება ან სამუშაოზე დანიშვნა.

კონტროლის შინაგანი წყაროს მქონე მეწარმეები თვლიან, რომ პირადად არიან პასუხისმგებელი ახალი ბიზნესის წამოწყებაზე. მათ მსგავსად, კონტროლის შინაგანი წყაროს მქონე მენეჯერები მიიჩნევენ, რომ მთელი ორგანიზაციის წარმატება მათ მხრებზეა. კონტროლის შინაგანი წყაროს ხელს უწყობს ორგანიზაციაში ეთიკური ქცევებისა და გადაწყვეტილების მიღების პრაქტიკის დამკვიდრებას, ვინაიდან ორგანიზაციის თანამშრომლები მიიჩნევენ, რომ ისინი ვალდებული არიან პასუხი აგონ საკუთარ ქმედებებზე. კონტროლის გარე წყაროს ადამიანებს სჯერათ, რომ მათ გარშემო მიმდინარე პროცესებზე გარე ძალები ზემოქმედებენ. აქედან გამომდინარე, ისინი თვლიან, რომ მათი ქმედება ბევრს ვერაფერს შეცვლის და ცდილობენ არ ჩაერიონ და არ შეცვალონ სიტუაცია ან გადაჭრან პრობლემა. ისინი ამ ქმედებების გატარებას სხვას ანდობენ.

¹ გ.რ. ჯონსი, ჯ.მ. ჯორჯი - თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძვლები – თბილისი, 2006, გვ. 40.

1.2.3 რისკისადმი მიდრეკილება

მეწარმეები, როგორც ითვლება, არიან ადამიანები რომლებიც ნაკლებად უარყოფენ რისკს, ვიდრე ისინი ვინც ირჩევენ დასაქმებას. ამ სამეწარმეო თვისების ძირითადი ელემენტია განსხვავება რისკთან დამოკიდებულებასა და ფაქტიურ ან რისკის მისაღებ დონეს შორის. ამგვარად, სამეწარმეო ქცევა განისაზღვრება ორივე მათგანით, ადამიანის რისკთან დამოკიდებულებით და მის მიერ რთული საქმიანი გარემოს შეფასებით.

1.2.4 განუსაზღვრელობისადმი ტოლერანტობა

გარდა ამისა, მეწარმეები დახასიათებული არიან ისეთ სწავლულთა მიერ, როგორცაა ი. ა. ტიმონსი (1976) – როგორც ინდივიდები, რომლებსაც სხვებთან შედარებით შეუძლიათ უკეთესად გაუმკლავდნენ სირთულეებსა და არასტაბილურ სამუშაო გარემოს. ეს ნიშნავს, რომ ადამიანი, ვინც დაქირავებით მუშაობასთან შედარებით ამჯობინებს დამოუკიდებელ სამეწარმეო საქმიანობას, კომფორტულად გრძნობს თავს რისკის, არამყარი, დინამიკური და საქმიანი (ბიზნეს) გარემოს პირობებში.

დამატებითი საკითხავი¹

საზოგადოდ ადამიანები რისკისადმი ავლენენ 3 სახის განწყობას: რისკის მომხრე, ნეიტრალურად განწყობილი და რისკის უარყოფელი.

სარისკო გადაწყვეტილების მიღება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა შედეგი შეიძლება მოყვეს რისკზე წასვლას. იმაზე თუ რამდენად დიდი ან მცირე შეიძლება იყოს რისკზე წასვლის დამატებითი „ჯილდო“, ანუ გაურკვეველი სიტუაციის რისკის პრემია.

რისკის პრემია არის აუცილებელი სხვაობა გაურკვეველი სიტუაციის მოსალოდნელ მნიშვნელობასა და უეჭველი შედეგის მნიშვნელობას შორის.

¹ David A. Besanko Ronald R. Braeutigam – Microeconomics, An Integrated Approach, JOHN WILEY & SONS, INC. 2001

რისკის მოწინააღმდეგე ადამიანი თანაბარი მოსალოდნელი შემოსავლების შემთხვევაში უპირატესობას ანიჭებს გარკვეულობას და გარანტირებულ შემოსავალს.

რისკ-ნეიტრალური ადამიანი ერთმანეთს უდარებს გაურკვეველი და გარკვეული სიტუაციის შესაძლო შედეგების მხოლოდ და მხოლოდ მოსალოდნელ მნიშვნელობებს (მაგ. მოსალოდნელ შემოსავლებს) და მისთვის სულ ერთია გარკვეული თუ გაურკვეველი შედეგები, როცა ორივეს მოსალოდნელი შემოსავალი ერთნაირია.

რისკის მოყვარული ადამიანი გაურკვეველ სიტუაციას (რისკს) ამჯობინებს, თუკი გაურკვეველი და გარკვეული მოსალოდნელი შემოსავლების მნიშვნელობები ერთნაირია. იმ შემთხვევაში, როცა მყარი მოსალოდნელი შემოსავლის მინიმუმი ძალზე დაბალია და რისკის პრემია ძალზე მაღალი, ამ დროს რისკის უარყოფელმა ინდივიდმა კი შეიძლება მიიღოს სარისკო გადაწყვეტილება.

1.2.5 ქცევის „წესი A“

მეწარმეების ქცევისთვის დამახასიათებელია აგრესია, კონკურენტუნარიანობა, ბრძოლა წარმატებისთვის და მოუთმენლობა (დ. ფ. ბოიდი 1984).

1.2.6 დამნაშავეობისადმი მიდრეკილება

ეს მიმდინარეობა ამტკიცებს, რომ მეწარმეები არიან ადამიანები, რომლებიც არ არიან საზოგადოების დანარჩენი ნაწილის მსგავსი. ისინი აღწერილნი არიან, როგორც საზოგადოებაში გამეფებული სოციალური ტენდენციების მოწინააღმდეგენი ან უკმაყოფილო ადამიანები. გარდა ამისა, როგორც თვლიან, მეწარმეებს შეუძლიათ იმოქმედონ უკანონოდ ან დანაშაულებრივი გზით (ა. შაპერო 1975; მ. ფ. რ. კეთს დე ვრისი 1977). ეს უკანასკნელი თავის ნაშრომში თვლის, რომ ინდივიდის ბავშვობაში არსებული პრობლემები დაკავშირებული მის ავტორიტეტთან ან გუნდში ურთიერთობასთან, განაპირობებს მათ სურვილს გაზარდონ საკუთარი ღირსების გრძნობა, რაც უფრო დაბალი მოთხოვნილებაა, ვიდრე საკუთარი თავის რწმენა. ეს თეორია ძალიან დამაინტრიგებელი აღმოჩნდა მკვლევარებისთვის და მრავალი მათგანი ეცადა შეეგროვებინა ემპირიული დამადას-

ტურებელი მასალა. თუმცა, რამდენიმე ფსიქოლოგიურმა და ეკონომეტრიკულმა კვლევამ აჩვენა აღნიშნული მოსაზრება, მაგრამ სხვა მიმოხილვებში იგი უარყოფილი იქნა.

1.2.7. დამოუკიდებლობა და შრომითი კმაყოფილება

სხვა მნიშვნელოვანი პრობლემა, რომელიც უკავშირდება მეწარმის ინდივიდუალობას, ესაა სამეწარმეო საქმიანობის ყველაზე მიმზიდველი მახასიათებელი, **დამოუკიდებლობა**. თვითდასაქმებულ ადამიანს შეუძლია მართოს დრო და ძალისხმევა საიმისოდ, რომ დაიკმაყოფილოს საკუთარი მოთხოვნილებები და მოლოდინი. ამას ჩვეულებრივ უწოდებენ „იყო საკუთარი თავის ბოსი“. ეს ცნება გვაბრუნებს ფ. ჰ. ქნაითთან (1921), მაგრამ არაეკონომისტებმაც გაამახვილეს მასზე ყურადღება. ბოლო პერიოდის ეკონომიკური კვლევები მიექდვნა იმის გარკვევას, თუ რატომ რჩებიან ადამიანები თვითდასაქმებულნი, მაშინ როცა მათ შეუძლიათ მიიღონ მეტი შემოსავალი დაქირავებული შრომის პირობებში. აქედან გამომდინარე, შემოღებული იქნა ტერმინი **შრომითი კმაყოფილება**, რომელიც ყოველთვის არ უკავშირდება ანაზღაურებას და მოიცავს თითოეული ინდივიდისათვის კმაყოფილების უნიკალურ წყაროს.

ამგვარად, კვლევებმა აჩვენეს, რომ თვითდასაქმებულებისა და მეწარმეებისთვის მნიშვნელოვანია სამუშაოსთან დაკავშირებული პრობლემები, როგორცაა ინიციატივა და მუშაობა საკუთარი თავისთვის. რაც მათთვის უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ანაზღაურება და უსაფრთხოება (მ. ფ. ტეილორი, 1996). თუმცა, სხვა კვლევებმა აჩვენა, რომ შრომითი კმაყოფილება არაა აუცილებელი უკავშირდებოდეს სრულ კმაყოფილებას, მაგალითად უფრო მეტი სამუშაო საათები და პასუხისმგებლობა სამუშაოს ნებისმერი პრობლემის შემთხვევაში (ს. პარასურამანი და ც. ა. ზიმერსი 2001). ამგვარად, შრომითი კმაყოფილება უკავშირდება დანახარჯებს, რომელიც გამომდინარეობს სამუშაოდან. ასევე პირადი ცხოვრება უკავშირდება დაძაბულობას და არის იმის დამოუკიდებელი მიზეზი, რომ ინდივიდმა დაქირავება ამჯობინოს მეწარმეობას. საბოლოოდ, დამოუკიდებლობა არის ძირითადი ცვლადი დაქირავებულის სტატუსის არჩევის დროს.

1.2.8. გადაჭარბებული ოპტიმიზმი

ფსიქოლოგიამ ინტენსიურად შეისწავლა ის ადამიანები, რომლებიც მეტისმეტად ოპტიმისტები არიან, განსაკუთრებით ისეთ სიტუაციებში, როცა ყველაფერი მათ კონტროლს არ ექვემდებარება. ზოგჯერ ერთიდაიგივე ბაზრებზე მეწარმეები გამოირჩევიან სხვებთან შედარებით სისტემატური ოპტიმიზმით. რამდენიმე მეცნიერი შეეცადა ზეოპტიმიზმი მიეღო, როგორც მეწარმის ძირითადი თვისება. ის თვისება, რომელსაც შეუძლია ახსნას ასეთი ადამიანების ყველა სხვა ფსიქოლოგიური ნიშანი და განსაკუთრებით ერთი, რისკთან დამოკიდებულება. ა. ს. ქუპერმა, ს. უ. ვუშ და ვ. ს. დანკლებერგმა (1988) ასეთი ინდივიდების მაგალითზე განსაზღვრეს „სამეწარმეო ეიფორია“. კერძოდ, მეწარმის რწმენა, რომ ერთიდაიმავე ბაზარზე მისი მიზნის მიღწევის შანსი გაცილებით მაღალია, ვიდრე სხვების. თუმცა შემდგომმა კვლევებმა აჩვენა, რომ ზეოპტიმიზმი არსებობს არა მარტო თვითდასაქმებულთა ერთობის საზღვრებში, არამედ ერთ რომელიმე დაქირავებულშიც კი.

ამის გამო, ზეოპტიმიზმი, როგორც თვლიან უფრო მეტად არის კულტურული ტენდენცია, და არა პირადი თვისება (გ. არბშიებანი და სხვები 2000). მიუხედავად ამისა, ამ გამოკვლევაში, გამოჩნდა ის რომ, მეწარმეები სისტემატურად ზეოპტიმისტები არიან ვიდრე დაქირავებულები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება ჩამოგვეყალიბებინა დასკვნა, რომ ზეოპტიმისტურ საზოგადოებაში ადამიანები, რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ თვითდასაქმებას შემოსავლების მიღების სხვა წყაროებთან შედარებით, მიეკუთვნებიან ჯგუფს, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ოპტიმიზმის ყველაზე მაღალი ნორმა.

ეკონომისტები ცდილობდნენ პასუხი გაეცათ კითხვაზე: როგორ შეიძლება, რომ ზეოპტიმიზმი დომინირებდეს ბაზარზე, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ზეოპტიმიზმი გადახრილია რაციონალური ეკონომიკური ქცევისგან – განსაკუთრებით უკუგების მაქსიმიზაციის პირობებში. რაციონალურად მოსალოდნელია, რომ როცა ზეოპტიმისტები ვერ გაუძლებენ კონკურენციას, ბაზარზე დომინანტები რეალისტები იქნებიან. თუმცა არის ირაციონალური ქცევის მხარდამჭერი რამოდენიმე მიზეზი:

- როცა უკუგება სამეწარმეო საქმიანობიდან გაუტოლდება დაქირავებულთა შემოსავალს, რეალისტები ირჩევენ იმუშაონ დაქირავებით,

მაშინ როცა მეწარმეები დარჩებიან სამეწარმეო ასპარეზზე (დ. დე მეზა და ს. საუთი, 1996);

- ზეოპტიმიზტები იმუშავენ უფრო მეტი დატვირთვით და დაზოგავენ თანხებს წარუმატებელი შემთხვევებისთვის, იმ პრობლემების საკომპენსაციოდ, რომლებიც გამომდინარეობენ ბაზრისადმი გადაჭარბებული ნდობიდან (მ. მანოვე 2000);
- ზეოპტიმიზტი ადამიანები ძნელად თუ შეძლებენ ბაზარზე არსებული საქმიანი ურთიერთობების კოპირებას. ისინი ალბათ იმოქმედებენ იმის მიხედვით რასაც თავად თვლიან ინოვაციად და საიმისოდ, რომ მოძებნონ გარემოს ისეთი გამოყენება, რაც მათ თვითრწმენას გაუღვივებს. ამგვარად, არსებობს იმის დიდი ალბათობა, რომ ზეოპტიმიზტებისთვის ხელმისაწვდომი იქნება ისეთი ინფორმაცია, რომელიც უზრუნველყოფს მათ კონკურენციულ უპირატესობას (ა.ე. ბერნარდო და ი. ველჩი, 2001);
- ზეოპტიმიზმს დიდი პატივმოყვარეობის, ამბიციისა და პოტენციალის საშუალებით შეუძლია ადაფრთოვანოს ინვესტორები, კლიენტები და მიმწოდებლები.

ამგვარად, ზემოაღნიშნული ზეოპტიმიზმი, როგორც პირადი ან კულტურული ნიშანი, შეიძლება იყოს ფონი ყველა ზემოჩამოთვლილი მახასიათებლებისთვის, რომელთა საშუალებით ფსიქოლოგები ცდილობდნენ მიეღოთ ესკიზი მეწარმის დნმ-სთვის.

12.9. ფსიქოლოგიური მიდგომის კრიტიკა

სამეწარმეო თვისებების ფსიქოლოგიური თეორია ცდილობს გამოყოს ინდივიდუალური მეწარმის პროფილი, ახდენს რა იმ სფეროს იდენტიფიცირებას, სადაც მეწარმე გამოირჩევა საზოგადოების დანარჩენი ნაწილისგან. ამ მიდგომამ ძლიერი კრიტიკა მიიღო იმის გამო, რომ **თეორიები ფორმულირებულნი იქნენ წლების მანძილზე, მაგრამ თვისებების რაიმე უნიკალური ნაკრები ვერ იქნა გამოყოფილი.** კრიტიკის ძირითადი ნაწილი ეყრდნობა იმ ფაქტს, რომ სამეწარმეო ინდივიდუალობის დაშვების მიუხედავად, ბაზრის ფაქტორები და უნივერსალური გარემოებები თამაშობენ მნიშვნელოვან როლს სამეწარმეო საქმიანობაში. ამას კი, ვერ მივაწერთ ინდივიდის ერთი განსაზღვრული ტიპის წარმატებას ან წარუმატებლობას.

გარდა ამისა, მტკიცდება, რომ მეწარმეობისადმი ეს მიდგომა ახდენს იდეალური საქმიანი ადამიანის ყველა სასურველი თვისებების პერსონიფიცირებას (პ.ი. კაუფმანი და რ.პ. დანტი, 1998). ამგვარად, ვინაიდან თეორიის ეს მიმდინარეობა გვთავაზობს მეწარმის სხვადასხვა პირადი ასპექტების გაგებას, მიღებულია, რომ ფსიქოლოგიური ფაქტორები არასაკმარისია (ან აუცილებელიც კი) თვითდასაქმებულთა და მეწარმეთა ეკონომიკური საქმიანობის ასახსნელად.

1.3. პირადი, საოჯახო და სოციალური საკითხები

ეკონომიკური და ფსიქოლოგიური თეორიების გარდა, შეიძლება იმ ადამიანებზე სხვადასხვა მოსაზრებების ჩამოყალიბება, ვინც თვითდასაქმებას და მეწარმეობას ირჩევს როგორც შრომითი კარიერის ნაწილს. ეს მოსაზრებები ძირითადად ჩამოყალიბებული იქნენ სოციოლოგების მიერ და მეცნიერებმა გამოიკვლიეს იმისათვის, რომ მოეხდინათ აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებული კორელაციებისა და ტენდენციების დადგენა. ისინი, ვინც იზიარებენ ამას, თვლიან რომ საკითხი არ არის ამოწურული, მაგრამ წარმოადგენს პირადი და პიროვნებათაშორისი გარემოებების ძირითად კონცეფციებს.

1.3.1 ქორწინება

თეორიულად მტკიცდება, რომ 5 მიზეზის გამო მეწარმეები უფრო მეტი ალბათობით არიან დაოჯახებული, ვიდრე მარტოსელა:

1. მეუღლეს შეუძლია კაპიტალის დაბანდება ან ბიზნესის გაფართოება. კაპიტალი, რომელიც არის არაოფიციალური და შეიძლება მოვიდეს მეუღლის ოჯახიდან, იმ ჩვეულებრივი მოლოდინის გარეშე, რაც შეიძლება ინვესტორს გააჩნდეს კაპიტალის უკუგებასთან დაკავშირებით;
2. საოჯახო ფირმების ძირითადი უპირატესობა არის ის, რომ ბიზნესის მზარდი მოთხოვნის დაკმაყოფილების მიზნით ოჯახი უზრუნველყოფს მათ იაფი ან თავისუფალი სამუშაო ძალით, რაც ხელმისაწვდომია მათთვის საბაზროსთან შედარებით უფრო დაბალი კურსით. მეორე მხრივ, შემოსავალი არამეწარმე მეუღლესაგან ხშირად

ფასდება, როგორ უსაფრთხოების ქსელი, თუ სამეწარმეო საქმიანობა განიცდის დროებით ან გრძელვადიან პრობლემებს.

3. ვინაიდან სამეწარმეო საქმიანობა უკავშირდება დაძაბულობას, მეუღლეებს შეუძლიათ ერთმანეთს გაუწიონ ემოციური მხარდაჭერა და დაეხმარონ გადალახონ ნერვული დარღვევები;
4. მრავალ ეკონომიკურ სისტემაში დაოჯახება უკავშირდება საგადასახადო შეღავათებს;
5. საზოგადოდ, მეწარმეები არიან ასაკოვანი და ოჯახის უფროს წევრებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ დაქორწინებული;

არსებობს თეორიები, რომლებიც თვლიან, რომ დაოჯახებული ინდივიდები შეიძლება ირჩევენ გარანტირებულ და მყარ შემოსავლებს და არა სარისკო სამეწარმეო შესაძლებლობებს. საზოგადოდ, გამოკვლევებმა დაადასტურეს დადებითი კორელაცია სამეწარმეო საქმიანობასა და საქორწინო სტატუსს შორის.

1.3.2. ჯანმრთელობა და უუნარობა

ამტკიცებდნენ, რომ ადამიანები, რომლებიც საჭიროებენ თავისი შრომითი კარიერა ააგონ მნიშვნელოვანი პირადი პრობლემის ფონზე, როგორცაა მაგალითად გრძელვადიანი ავადმყოფობა ან უუნარობა (ფიზიკური ან მენტალური) აირჩევენ თვითდასაქმებას. ეს იმის გამოა, რომ მათ შეუძლიათ თავისი ყოველდღიური სამუშაო გრაფიკი ისე შეადგინონ, რომ გაითვალისწინონ დროის, ადგილისა და საქმიანობის განსაზღვრული შეზღუდვები. გარდა ამისა, გარკვეულ საზოგადოებებში მეწარმის დისკრიმინაცია ჯანმრთელობისა და უუნარობის გამო, შეიძლება მდგომარეობდეს იმაში, რომ ბაზარზე დომინირებადმა ადამიანებმა განდევნონ ისინი, ვინც ავადაა ან აქვს ხილული შეზღუდვები. ასევე ცნობილია, რომ სამთავრობო პოლიტიკამ (განსაკუთრებით ევროკავშირში), რომელიც ცდილობს შეარბილოს ასეთი დისკრიმინაცია, ყურადღება გაამახვილა მეწარმის იმ სარგებელზე, რაც უკავშირდება უნარშეზღუდული ადამიანების დაქირავებას. ასევე ადეკვატური ან სპეციალიზებული ცოდნის მქონე უნარშეზღუდული ადამიანებისთვის სამეწარმეო საქმიანობის ხელშეწყობის მიზნით „თვითდასაქმებულთა სუბსიდიების“ გაცემას.

სხვა მხრივ ნაჩვენებია, რომ თვითდასაქმება გულისხმობს დიდ ძალისხმევასა და სამუშაოს დროულ შესრულებას, რაც ზრდაზე ორიენტირებული სამეწარმეო საქმიანობის პირობებში, შეიძლება აღმოჩნდეს არასწორი არჩევანი იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც აქვთ ფიზიკური ან გონებრივი შეზღუდვები. გარდა ამისა ჯანმრთელობის პრობლემებმა შეიძლება აიძულოს ადამიანი გააკეთოს პაუზა თავის კარიერაში დროის დიდი ინტერვალით და მნიშვნელოვანი თანხები დააბანდოს ჯანმრთელობის შენარჩუნების მიზნით. თვითდასაქმებულებმა თავად უნდა იზრუნონ ჯანმრთელობაზე, მაშინ როცა დაქირავებულებზე ზრუნავენ დამქირავებლები, სახელმწიფო სოციალური და ჯანდაცვის სისტემა.

გამოკვლევებმა ვერ აჩვენა გარკვეული კორელაცია ცუდ ჯანმრთელობას, უუნარობასა და სამეწარმეო საქმიანობას შორის. ამის ახსნა შეიძლება მდგომარეობდეს იმაში, რომ ასეთი ინდივიდების ჯანმრთელობის მდგომარეობის გამო, თვითდასაქმება და სამეწარმეო საქმიანობა, შეიძლება განსხვავებული იყოს დარგებისა და უუნარობის (ინვალიდობის) სხვადასხვა სიმძიმის მიხედვით.

1.3.3. ასაკი, განათლება და გამოცდილება

ზემოთ განხილული ოჯახური მდგომარეობის ანალოგიურად, უფროსი /ან უფრო მეტად გამოცდილი ადამიანები გახდებიან მეწარმეები მეტი ალბათობით, იმიტომ, რომ:

1. რაც უფრო დიდია ადამიანის ასაკი, მით მეტია იმის ალბათობა, რომ მან განავითაროს ისეთი ქსელი, რომელიც სამეწარმეო საქმიანობას რესურსებით უზრუნველყოფს. გარდა ამისა, ამ ქსელის საშუალებით სამეწარმეო შესაძლებლობები ხდება შერჩევადი და ხელმისაწვდომი;
2. მოსალოდნელია, რომ ადამიანს ემატება რა ასაკი, გროვდება კაპიტალი, რაც შეიძლება გამოყენებული იქნეს სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების დასაფინანსებლად ან მისი ხელშეწყობის მიზნით. ასეთი კაპიტალი, როგორც თანხის, ისე არამატერიალური აქტივების (ცოდნა, გამოცდილება, ქსელი და ა.შ.) სახით, მოდის პირადი შრომიდან, სხვა ადამიანებთან ურთიერთობითა და მეგობრ-

დროებით. მრავალმა მეწარმემ მიატოვა დაქირავებულის კარიერა და მოგვიანებით გადაერთო თვითდასაქმებაზე;

3. იძულებითი გადადგომის, პენსიაზე ვადამდელი გასვლის სქემის ან შემცირების პირობებში ასაკოვანი ადამიანებს ძალზე სურთ თვითდასაქმება, როგორც გამოსავალი შექმნილი სიტუაციიდან;
4. ვადამდგარ პირებს შეიძლება არც უნდოდეთ მუშაობის შეწყვეტა, როგორც პირადი, ისე ფინანსური მიზეზების გამო. ვინაიდან მათ შეიძლება არ ქონდეთ დასაქმებისათვის აუცილებელი ფიზიკური გამძლეობა ან ცოდნა, მათ შეიძლება აირჩიონ თვითდასაქმება იმისათვის, რომ თავად მართონ შრომითი ტემპი და სამუშაო საათების ხანგრძლივობა.

სხვა მხრივ, ასაკოვანი ადამიანები შეიძლება იქნენ ნაკლებად რისკიანი და სურდეთ მისდინონ სამეწარმეო შესაძლებლობებს, ვიდრე ახალგაზრდები. გარდა ამისა, ვინაიდან მაღალი პოტენციის მქონე სამეწარმეო შესაძლებლობები მოითხოვს მარავალსაათიან შრომას და ზრდის სამუშაოსთან დაკავშირებულ დაძაბულობას, ასაკოვანი ადამიანები ვერ შეძლებენ გაუმკლავდნენ ასეთ მოთხოვნებს. ასე მაგალითად, რამდენიმე აღწერილობითი ხასიათის მსოფლიო გამოკვლევა აჩვენებს, რომ თვითდასაქმება (და ძირითადად დაწყება) ნორმალურ პირობებში აღინიშნება „შრომითი აქტივობის“ შუაში. გარდა ამისა, ჩანს რომ არსებობს განსხვავება თვითდასაქმებულობისათვის მზადყოფნასა და რაელურად თვითდასაქმებას შორის.

დ. გ. ბლანჩფლავერმა, ა. ოსვალდმა და ა. სტუპერიმ (2001), აჩვენეს, რომ თვითდასაქმებისადმი ინტერესი მცირდება ასაკის მომატებასთან ერთად, როცა რეალობაში თვითდასაქმების მაჩვენებელი იზრდება ასაკის მომატებასთან ერთად. მეწარმეობისადმი ამ მიდგომის ძირითადი საკითხია ის, თუ თითოეული ინდივიდი როგორ აღწერს და ზომავს გამოცდილებას. იმ დროს როცა ყოველთვის ჭეშმარიტი არ არის, რომ გამოცდილება უკავშირდება ასაკს. იმის გამო, რომ საზოგადოდ გამოცდილება იწვევს ინტერესს, შეიძლება დავასკვნათ, რომ წარსული თვითდასაქმების გამოცდილება (თუნდაც წარუმატებელი) დადებით კორელაციაშია ცხოვრების შემდგომ წლებში თვითდასაქმებისადმი მზადყოფნასთან.

აგრეთვე, თითქოს ჩანს, რომ გამოცდილებისა და განათლების კოპირებას სამეწარმეო საქმიანობასთან არაერთმნიშვნელოვანი დამოკიდებულება აქვს. თუკი თქვენ განათლებას განიხილავთ როგორც ინვესტიციას,

აშკარაა, რომ რაც უფრო მეტ დაბანდებას გააკეთებთ ამ სფეროში, მით უფრო მეტ შემოსავალს ელოდებით მომავალში. თუმცა სამეწარმეო საქმიანობასაც შეეძლო მოეცა მნიშვნელოვანი უკუგება, მაგრამ ის რამდენიმეწლიანი დაბალი შემოსავლების შემდეგ მიიღება. მეორე მხრივ, განათლების მაღალი დონის მქონე მომუშავეები თავის კარიერას თავიდანვე მაღალი შემოსავლებით დაიწყებენ. თუმცა განათლებულ პირებს ექნებათ უკეთესი ინფორმაცია და შეძლებენ უკეთ შეიცნონ საქმიანი შესაძლებლობები.

აღნიშნულის გარდა, განათლებული პროფესიონალები და მაღალკვალიფიცირებული ოსტატები, თავისი ცოდნითა და უნიკალური უნარებით უფრო მეტი ალბათობით შეძლებენ გადალახონ თვითდასაქმებასთან დაკავშირებული სირთულეები, თუმცა არ მტკიცდება, რომ სისტემატური განათლების პირობებში (მისი დონის მიუხედავად), ადამიანი მიიღებს აუცილებელ ცოდნას და შეძლებს მართოს სამეწარმეო რისკი.

აქედან გამომდინარე, მიუხედავად იმისა, რომ მრავალი მეცნიერი ავითარებს ახალ პროდუქტებს გამოკვლევების საშუალებით, ისინი ჩვეულებრივ უკავშირდებიან საქმიან ადამიანებს საიმისოდ, რომ გაყიდონ პროდუქტი. ასევე ცნობილია, რომ წარსული დროის მეწარმეები თავისი განათლებით განსხვავდებიან თანამედროვეებისაგან. მეწარმეებს, რომლებმაც შექმნეს ფირმები მე-20 საუკუნის დასაწყისში (განსაკუთრებით ევროპაში II მსოფლიო ომის შემდგომ) ხანდახან საერთოდ არ ქონდათ განათლება ან მხოლოდ თავისი ხელობის ფარგლებში ფლობდნენ ცოდნას. მეორეს მხრივ, თანამედროვე ეკონომიკური ზრდა აიძულებს მეწარმეებს მიმართონ თავისი ინვესტიციები და დრო განათლებაში და სცადონ მიიღონ აუცილებელი ცოდნა საკუთარი ბიზნესის სამართავად. საზოგადოდ, გამოკვლევები აჩვენებენ, რომ პირდაპირი დამოკიდებულება განათლებასა და მეწარმეობას შორის არ არის განსაზღვრული. მიღებული მონაცემებიდან ჩანს, რომ ეს ეხება მრეწველობის გარკვეულ დარგებს.

13.4. ოჯახი

ოჯახი, როგორც სოციალური ინსტიტუტი, არის წყარო, რომლის საშუალებითაც საზოგადოება გადასცემს თავის ღირებულებებს, რწმენას და სრულ კულტურულ ელემენტებს თავის უმცროს წევრებს. სოციალური სისტემის ღირებულებების გარდა ოჯახი განიხილება, როგორც მისაბაძი

მაგალითი და შვილებისათვის მეორადი გამოცდილება. მშობლები, უფროსი თაობა და ახლო ნათესავები თავისი არჩევანის საშუალებით დემონსტრირებას ახდენენ არჩევანის ეფექტისა და შედეგების შესახებ. აქედან გამომდინარე, ოჯახის როლი მეწარმეობაში, თითქოს კრიტიკულია, რომელშიც ის გადადის ერთი თაობიდან მეორეზე, როგორც ხილული მოვლენა კარიერის არჩევასა და სამუშაოს ეთიკასთან დაკავშირებით. შეიძლება ჩამოგვეყალიბებინა 2 ძირითადი ელემენტი, რომლებიც აერთიანებს მშობელთა გამოცდილების შედეგად ექსპერიმენტული სწავლების გაცვლას და საქმიან წარმატებას (თ. დანი და დ. ჰოლც-ეაკინი, 2000).

ამგვარად, თუ თქვენ შეგიძლიათ ამტკიცოთ, რომ მეწარმეობა იმართება ოჯახში, დიდია იმის ალბათობა, რომ გამოცდილება, რომელიც დააგროვეს მშობლებმა თვითდასაქმების დროს, პოზიტიურია და აღაფრთოვანებს შვილებსაც, სთავაზობს რა მათ დაპირებებს და სასარგებლო მიზანს. სხვა მხრივ უარყოფითმა სამეწარმეო გამოცდილებამ (არაა აუცილებელი, რომ აფინანსებდეს დაკავშირებულ, მაგრამ ასევე მოსალოდნელ უარყოფით ეფექტებს საოჯახო ცხოვრებაზე და ინდივიდუალურ ჯანმრთელობაზე), შეიძლება შვილები დააშოროს თვითდასაქმებულის კარიერის გადაწყვეტილებას. საზოგადოდ, თვითდასაქმებული მშობლები თავის შვილებს სთავაზობენ ბიზნესის მართვის, კაპიტალის მენეჯმენტისა და რისკის გათვითცნობიერების ცოდნის ფართო სპექტრს. ეს არაოფიციალური სწავლება შეიძლება დაგეგმილიც კი არ იყოს, მაგრამ გამომდინარეობდეს ოჯახური ცხოვრების წესიდან, მაგალითად საკვირაო საოჯახო სადილები. გარდა ამისა, თუ ბიზნესი არსებობს ოჯახში, რომელიც შეიძლება გადაეცეს მომავალ თაობას, შვილები უფრო მეტად ისრებიან თვითდასაქმებისკენ და შეიძლება ეცადონ დაამტკიცონ თავისი შესაძლებლობები, იყვნენ საოჯახო ბიზნესის ღირსეული მემკვიდრე. და ბოლოს, წარმატებული საოჯახო ბიზნესის არსებობას შეუძლია მნიშვნელოვანი კაპიტალის დაგროვება საიმისოდ, რომ შვილების მიერ განხორციელებული იქნეს ახალი სარისკო გადაწყვეტილებები.

1.3.5. უმუშევრობა

მეწარმეობის გარშემო მიმდინარე გამოკვლევები ეძებენ კორელაციას უმუშევრობასა და სამეწარმეო საქმიანობას შორის. უმუშევრობის განხილ-

ვის დროს მნიშვნელოვანია მოხდეს დიფერენციაცია სტრუქტურულ უმუშევრობასა, რომელიც გამომდინარეობს მრეწველობაში მნიშვნელოვანი ცვლილებების შედეგად, და ფრიქციულ უმუშევრობას შორის, რომელიც მოიცავს იმ ადამიანებს, რომლებიც იმყოფებიან სამუშაოთა შორის. სამთავრობო პოლიტიკა შეეცადა შეემცირებინა სტრუქტურული უმუშევრობა თვითდასაქმების სუბსიდირებით და მხარდაჭერით, ასევე ისეთი ღონისძიებების ხელშეწყობით, რასაც უწოდებენ „სამეწარმეო კულტურას“ და „სამეწარმეო აზროვნებას“. მეორე მხრივ სამთავრობო პოლიტიკა, რომელიც მოიცავს სუბსიდებს ბიზნესში საიმისოდ, რომ დაქირავებულ იქნენ ადამიანები, ცდილობს შეამციროს ფრიქციული უმუშევრობა. აქედან გამომდინარე, ნათელი ხდება, რომ უმუშევრობის მაჩვენებლები უარყოფით კორელაციაშია სამეწარმეო საქმიანობასთან, და ესაა სწორედ ის, თუ რატომ უნდა ჩაერიოს მთავრობა ეკონომიკის ფუნქციონირებაში.

გამოკვლევებით დასტურდება, რომ **უმუშევრობა არ ნიშნავს, რომ ადამიანი დაიწყებს თვითდასაქმებით მუშაობას.** განსაკუთრებით მაშინ, როცა სოციალური სისტემა უმუშევრებს და მათი ოჯახის წევრებს სთავაზობს მნიშვნელოვან შემწეობას. უმუშევართა მხრიდან სამეწარმეო სურვილების შესახებ გადაწყვეტილება მჭიდროდ უკავშირდება იმ შესაძლებლობებს, რომლებსაც ქვემოთ განვიხილავთ.

დამატებითი საკითხავი¹

ეკონომიკურ ლიტერატურაში განიხილება უმუშევრობის კიდევ რამდენიმე სახე, რომლებიც ვფიქრობთ მნიშვნელოვანია სამეწარმეო საქმიანობის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად. ესენია: ციკლური უმუშევრობა, ტექნოლოგიური უმუშევრობა, ინსტიტუციონალური უმუშევრობა, ფარული უმუშევრობა და სეზონური უმუშევრობა.

ციკლური უმუშევრობა გამოწვეულია საქონლისა და მომსახურების წარმოების დაცემით. წარმოების დონის და ინვესტიციების მკვეთრი შემცირება იწვევს სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის დაცემას და შესაბამისად, უმუშევრობის მნიშვნელოვან ზრდას.

¹ შრომის ეკონომიკა – დამხმარე სახელმძღვანელო ნ.ლაცაბიძის რედაქტორობით, 2004,

ტექნოლოგიური უმუშევრობა დაკავშირებულია ტექნოლოგიური სიახლეების დანერგვასთან, რომელიც ეკონომიკურად მიზანშეწონილს ხდის სამუშაო ადგილების შემცირებას და იწვევს სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის სტრუქტურის ცვლილებას.

ინსტიტუციონალური უმუშევრობა გამოწვეულია შრომის ბაზრის ინსტიტუტების ფუნქციონირებით, საზოგადოებრივ სექტორში მიმდინარე პროცესებით და ა.შ.

გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებისთვის დამახასიათებელია **ფარული უმუშევრობა**. მას მიეკუთვნება ის მომუშავეები, რომლებიც იძულებით დასაქმებულნი არიან არასრული სამუშაო დროით და შრომის დაბალი ინტენსიურობით.

უმუშევრობის კიდევ ერთი სპეციფიკური სახეა **სეზონური უმუშევრობა**, რომლის არსებობა დაკავშირებულია საქმიანობისა და შესაბამისად მეურნეობის ცალკეული დარგის ფუნქციონირების ხასიათთან.

1.3.6. რეგიონულობა

მეწარმეობის შესახებ სწავლების შემდგომი ინტერესია ის, რომ **სამეწარმეო საქმიანობა აჩვენებს რეგიონულ თავისებურებებს**. რომელიმე ოლქის, ქალაქების ფარგლებში, ინდივიდები თითქოს უფრო მეტად არიან მეწარმეები, ვიდრე სხვები. დიდ გეოგრაფიულ ოლქებს მოსახლეობის ერთ სულზე მეტი თვითდასაქმებული ჰყავთ, ზოგიერთი ქვეყნებიც კი უფრო სამეწარმეო ხასიათით გამოირჩევიან ვიდრე სხვები. ამ ფენომენის ასახსნელად, დიდი ხნის მანძილზე, შემუშავებული იქნა რამდენიმე მიზეზი. ისინი მოიცავენ:

- სამუშაო ძალის განათლების დონეს;
- რესურსებთან და ბაზრებთან ხელმისაწვდომობას;
- ტრადიციასა და მისაბამ მაგალითებს;
- კაპიტალის არსებობას.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია მოხდეს დიფერენციაცია ქალაქებსა და სოფლებს შორის. ეს საკითხი განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს, მაშინ როცა თითოეული სამეწარმეო საქმიანობა ითვალისწინებს მოსახლეობის მოძრაობას სოფლიდან ქალაქში. საზოგადოდ, მოსახლეობის სამეწარმეო საქმიანობის ადგილებზე ხელშეწყობა უზრუნველყოფილია სამთავ-

რობო პოლიტიკით გათვალისწინებული სუბსიდიებით. ამ დროს მეწარმეებს სოფლებში აქვთ კაპიტალის მეტი რაოდენობის ქონის უფლება, ვიდრე მათ ქალაქელ კონკურენტებს. ეს ხორციელდება იმ მიზნით, რომ შენარჩუნებულ იქნეს ადამიანური კაპიტალი სოფლებსა და ნაკლებად დასახლებულ რაიონებში.

1.3.7. იმიგრაცია და ეთნიკური უმცირესობა

ეთნიკური უმცირესობის მეწარმეობის კვლევა დღითიდღე მნიშვნელოვანი ხდება სამთავრობო სამეწარმეო სფეროს პოლიტიკის შემუშავებულთა და მკვლევარებისათვის. იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები საზოგადოების ჩარჩოებში რისკთან დაკავშირებით განსხვავებულად იქცევიან, ვიდრე ქვეყნის ძირითადი მოსახლეობა. მრავალი წლის მანძილზე ეთნიკურმა ჯგუფებმა შეადგინეს ეთნიკური უმცირესობები განვითარებულ ეკონომიკურ სისტემებში, როგორცაა აშშ, ავსტრალია და გერმანია. დღეს იმიგრანტების ახალი ნაკადი ქმნის უფრო განსხვავებულ ეკონომიკურ მოსახლეობას დასავლეთის დანარჩენ ნაწილში და განვითარებად ქვეყნებში. გარდა ამისა, აღმოსავლეთ ევროპასა და აზიაში პოსტსოციალისტური ეკონომიკური სისტემების უმრავლესობაში, მოსახლეობის მოძრაობის გამო მნიშვნელოვანი ეთნიკური ჯგუფები აღმოჩნდნენ დამოუკიდებელ ქვეყნებში. აქედან გამომდინარე, ევროპისა და განვითარებადი ქვეყნებისათვის იმიგრანტებს და ეთნიკურ ჯგუფებს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ადგილობრივი და ნაციონალური ეკონომიკის განვითარებაში.

თეორია მეწარმეობის შესახებ გულისხმობს, რომ იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები მიისწრაფიან სამეწარმეო საქმიანობისკენ, როგორც იმ გზისკენ, რომელიც განაპირობებს ეკონომიკურ წინსვლას და სიღარიბის თავიდან აცილებას (ი. მ. სანდერსი და ვ. ნიი, 1996). ასევე ფართოდაა გავრცელებული შეხედულება, რომ იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები განიცდიან დისკრიმინაციას დასაქმების დროს, როგორც სოციალური დისკრიმინაციის, ისე ლეგალურად მუშაობის უფლებით (მრავალი ფინანსური იმიგრანტი უკანონოდ ცხოვრობს მასპინძელ ქვეყანაში).

იმის გამო, რომ ინდიკატორები ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, თუ რა მიმართულებით ვითარდება სიტუაცია, შეიძლება განგვეხილა აშშ, სადაც იმიგრანტები იყვნენ ეკონომიკური ზრდის ძირითადი ინსტრუმენტი. ამ

ქვეყანაში ეთნიკურ უმცირესობებს, რომლებიც მიეკუთვნებიან არაშავკანიანთა ჯგუფებს, მაგალითად: ჩინელები, პაკისტანელები, ბერძნები, იტალიელები, აქვთ თვითდასაქმების ისეთი მანვენებელი, რომელიც აჭარბებს აშშ-ს მოსახლეობის ნახევარისთვის დამახასიათებელ მონაცემს. თუმცა ეს არ ახასიათებს ყველა ეთნიკურ ჯგუფს. ამის გამო, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ დასაქმებისადმი ლტოლვა უკავშირდება იმიგრანტების კულტურას და დასაქმების დროს დისკრიმინაციის დონეს.

იმ ქვეყნებში, სადაც ეთნიკური უმცირესობები ბოლო პერიოდში მნიშვნელოვანი პრობლემა გახდა, **ეთნიკური მეწარმეობა ძირითადად 2 ფორმას იღებს**. პირველი უკავშირდება მომსახურებას და ყოველგვარ სამეწარმეო საქმიანობას, რომელიც ფოკუსირებულია ისეთი ეთნიკური ჯგუფის წევრებზე, რომლებიც არიან საკვების ბაზრებზე, რესტორნებში, ტელეკომუნიკაციებში, თანხის გადაცემის სისტემაში, დასვენებისა და გართობის, ასევე სხვა მომსახურებაში. ამის შესაძლო ახსნაა ამ სახის ეთნიკური ჯგუფის სოციალური დისკრიმინაცია, რომელიც არ აძლევს მათ საშუალებას მოძებნონ პროდუქტები და მომსახურება და მიიღონ მონაწილეობა მასპინძელი ქვეყნის დომინირებული კულტურის (ძირითადი მოსახლეობის) ყოველდღიურ საქმიანობაში.

მეორე ფორმას ადგილი აქვს სამუშაო ადგილებსა და მოქმედებებზე, რომელთა კეთება ადგილობრივ მოსახლეობას აღარ სურს. ეს სამუშაო ადგილები ძირითადად უკავშირდება ხელით შრომას, როგორცაა, მშენებლები, ფერმერები, დასუფთავება და ა.შ. ასევე, სპეციალური ჩვევები, რომლებიც არ იყო მასპინძელი ქვეყნის სამუშაო ძალაში, როგორცაა მზარეული ან თარჯიმანი, და გახდა კონკურენციული უპირატესობა იმიგრანტებისთვის.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში განიხილება ფაქტორები, რომლებიც როგორც დადებითად, ისე უარყოფითად ზემოქმედებენ ეთნიკურ მეწარმეობაზე, ესენია:

- მეწარმის დისკრიმინაცია;
- კაპიტალის ხელმისაწვდომობის დისკრიმინაცია;
- მომხმარებლის დისკრიმინაცია;
- მეწარმეობის დადებითი უკუგება (დაკავშირებული დასაქმებასთან);

- ეთნიკური და გეოგრაფიული ჯგუფები, სადაც გარკვეული ეთნიკური უმცირესობები დასახლებულნი არიან უფრო მჭიდროდ ვიდრე სხვა ადგილებში;
- ყველა ეთნიკური ჯგუფის კულტურის სამეწარმეო მიდრეკილება;
- მისაბაძი მაგალითის არსებობა.

და ბოლოს ფიქრობენ, რომ იმის დიდი ალბათობა, რომ იმიგრანტები უფრო მეტად გახდებიან მეწარმეები ადგილობრივ მოსახლეობასთან შედარებით, გამოწვეულია შემდეგი მიზეზებით:

- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ უფრო განათლებულები, ვიდრე ადგილობრივი მომუშავეები, განსაკუთრებით განვითარებულ ქვეყნებში;
- იმიგრანტებს აქვთ დაცული ბაზარი საიმისოდ, რომ გაყიდონ თავისი პროდუქტები და მიაწოდონ თავისი მომსახურება; გარდა ამისა, მათ აქვთ შესაძლებლობა ჰქონდეთ საუკეთესო წვდომა ეთნიკურ რესურსებთან და სოციალურ ქსელებთან;
- მრავალი იმიგრანტი აპირებს დაბრუნდეს სამშობლოში იმის მერე, რაც დააგროვებს გარკვეულ დანაზოგს, და მათთვის სამეწარმეო საქმიანობა საუკეთესო საშუალებაა მიაღწიოს ამ მიზანს;
- იმიგრანტები ხვდებიან კულტურული ასიმილაციის, კომუნიკაციის, დისკრიმინაციის და/ან პროფესიული აკრედიტაციის პრობლემებს (მათ განათლების დამადასტურებელ დოკუმენტებს არ აქვთ აღიარება მასპინძელ ქვეყანაში);
- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ რისკიანი, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ სამშობლოს დატოვება თავისთავად მოიცავს მაღალ რისკს;
- არალეგალური იმიგრაციის შემთხვევაში თვითდასაქმება მათ იცავს იმისგან, რომ შემჩნეული იქნენ ხელისუფალთა მხრიდან;
- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია სამუშაო მოძებნონ ისეთ დარგებსა და პროფესიებში, რომლებიც თავისთავად ხასიათდებიან თვითდასაქმების მაღალი დონით.

დამატებითი საკითხავი:

საქართველოში 1989-2002 წწ. აღწერათაშორის პერიოდში საზღვარგარეთ გადასახლდა 1 მლნ. მიგრანტი; რუსეთში საცხოვრებლად

წავიდა მიგრანტთა 64,1%, საბერძნეთში – 16,2%, დასავლეთ ევროპაში – 5,6%, აშშ და კანადაში – 3,9%, ისრაელში – 1,7%, ამათგან ქართველია 29,5%.¹

1992-2006 წწ. არე მიგრაციის უარყოფითმა საღლომ შეფასებითი მონაცემებით 1127,6 ათასი შეადგინა ანუ 1 მილიონს გადააჭარბა.²

1.3.8. ქალი და მეწარმეობა

საზოგადოებრივ მიღებულია, რომ ყველა საზოგადოებაში არსებობს განსხვავებები იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ გამოიმუშავენ მამაკაცები და ქალები თავის შემოსავლებს. გარდა ამისა, არსებობს მიღებული ჭეშმარიტება, რომ ქალები გამოიმუშავენ ნაკლებ თანხას მამაკაცებთან შედარებით მსგავს სამუშაო ადგილებზე. იგივეა დამახასიათებელი თვითდასაქმების დროს. ქალების რიცხოვნობა ნაკლებია თვითდასაქმებულ და აქტიურ მეწარმე მამაკაცების რიცხვთან შედარებით. გარდა ამისა, ქალები აქტიური მეწარმეები არიან ძირითადად მომსახურების სექტორში, მრეწველობის ზოგიერთ დარგში, რომლებიც ჯერ კიდევ მამაკაცთა ხელშია. ამგვარად, ქალი მეწარმეები ძირითადად გვხვდებიან გაყიდვებში, პირად, ფინანსურ და სხვა მომსახურებაზე. პირიქით, ქალი მეწარმეები არ არიან მრეწველობის ისეთ დარგში როგორცაა მშენებლობა. ევროპაში ქალი მეწარმეების ხვედრითი წილი შეადგენს 20%-მდე დიდ ბრიტანეთში, 40%-მდე - ბელგიაში.

შედარებით განვითარებულ ეკონომიკურ სისტემებში ქალთა დამოუკიდებელი სამეწარმეო საქმიანობა იზრდება სწრაფად და უფრო მეტი სიჩქარით, ვიდრე მამაკაცთა თვითდასაქმება. ფიქრობენ, რომ ამან უნდა მოახდინოს ქალთა სოციალურ აგენტებად განსაზღვრა. ამას, როგორც ეკონომიკურ სისტემაზე მოქმედ ფაქტს, აქვს ტენდენცია ყურადღება გაამახვილოს მომსახურების სექტორში საქმიანობაზე. აქედან გამომდინარე, ვინაიდან ქალთა მეწარმეობა მაღალია მომსახურების სექტორის ფარგლებში, ამიტომ

¹ მ. ტუხაშვილი – საქართველოს გარემომცველი პრობლემები, თსუ მიგრაციის კვლევის ცენტრი, 2007, გვ. 5

² გ. წულაძე; შ. ჭიკლაური – “გარე მიგრაცია – საქართველოს მოსახლეობის ფორმირების კომპონენტი (1960-2035 წწ.) – “მიგრაცია-2”. თბ., 2008, გვ. 88.

წარმოებიდან მომსახურებაში გადასვლის ზოგადი ტენდენცია, ასევე ზრდის ქალთა სამეწარმეო პოტენციალის ასპარეზს.

რ. გოფიმ და რ. სქეისმა (1987) გამოსცეს დიდ ბრიტანეთში ჩატარებული გამოკვლევის შედეგები, სადაც შეისწავლეს ძირითადი განსხვავებები ქალთა და მამაკაცთა მეწარმეობას შორის. ისინი ამტკიცებენ, რომ ქალთა მეწარმეობაზე ზემოქმედებს ორი გარემოება. პირველი, მიუკუთვნება **სამეწარმეო იდეალებს**, რომლებიც ქალებს რთავს ეკონომიკაში და რომელიც უკავშირდება დიდი ხნის მანძილზე მათ მიერ პარტნიორის შერჩევის როლს. ამ აზრით ქალები მრავალი საუკუნის მანძილზე აქტიური იყვნენ შინამეურნეობაში და მხოლოდ ბოლო წლებში სოციალურმა ნორმებმა მისცა მათ უფლება დამოუკიდებლად მიეღოთ შემოსავალი. მეორე, ქალთა სამეწარმეო განწყობა ზემოქმედებს იმ ზომით, რითიც თავად ქალები ემხრობიან მას **ჩვეულებრივი გენდერული როლით**. ეს ორი პარამეტრი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს, როცა განიხილება განსხვავებული სოციალური და რელიგიური ფონები. ამ მიმართულებით ასევე მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ ბავშვების მოვლა და საოჯახო საქმეები ასევე დაკავშირებულია ქალებთან და ამიტომ ზემოქმედებენ ქალთა სამეწარმეო შესაძლებლობებსა და ხარისხზე. მძიმე საოჯახო პირობებში თვითდასაქმება შეიძლება აღმოჩნდეს იმ მომუშავე ქალთა გადაწყვეტილება, ვისაც არ შეუძლია იმუშაოს სრული საშტატო განაკვეთის პირობებში.

ქალთა მეწარმეობის შესახებ დასკვნითი შენიშვნის სახით მნიშვნელოვანია ხაზი გაესვას იმ ფაქტს, რომ ქალთა მეწარმეობის შესწავლის დროს უნდა მოხდეს დიფერენცირება თვითდასაქმებულ ქალთა რეალურ და ფიქტიურ შემთხვევებს შორის. ფიქტიური ეწოდება ისეთ ფაქტებს, როცა მრავალ ქვეყანაში მამაკაცი პარტნიორი მართავს ბიზნესს, როცა ოფიციალური ხელისუფლები თვლიან, რომ მფლობელი ქალია. ეს ხდება სხვადასხვა მიზეზების გამო, როგორცაა გადასახადები, იურიდიული ასპექტები და სარგებელი სოციალური უზრუნველყოფიდან. მრავალ ასეთ შემთხვევებში ქალებს ხშირად არაფერი აქვთ სათქმელი ბიზნესთან მათი კავშირის შესახებ, და ზოგიერთ ექსტრემალურ შემთხვევაში შეიძლება მატერიალურად და პიროვნულად დაზარალდნენ მეუღლეების არასწორი საქმიანი არჩევანის გამო.

სახოგადოდ ქალთა მეწარმეობა ხვდება შემდეგ პრობლემებს:

- დისკრიმინაცია;

- დროის მოქნილობა (ბავშვების მოვლა, საოჯახო საქმეები და ა.შ.);
- პარტნიორის საოჯახო შენატანები;
- განათლების პოტენციალი და განათლების ბარიერები;
- ბაზარზე მამაკაც მომუშავეებზე მოთხოვნა და შეფარდებითი შემოსავალი;
- თვითდასაქმების პირობებში მამაკაც კოლეგებთან შედარებით ნაკლები შემოსავალი (რ. ლ. არონსონი, 1991).

დამატებითი საკითხავი¹

საქართველოს კულტურასა და ისტორიაში ქალი განიხილება, როგორც ოჯახის სოციალური და კულტურული ღირებულებების დამცველი. ქალს უდიდესი მოწიწებით ექცევიან საქართველოში, რაც ცხადად ჩანს ისტორიულ ძეგლებში, ხელოვნებაში, ლიტერატურასა და ფოლკლორში. ამ ძეგლებში ქალი არ არის მხოლოდ ოჯახის დედა, ის გვევლინება აგრეთვე პოლიტიკოსად და სამშობლოს დამცველად.

ამავე დროს ქართულ საზოგადოებაში ტრადიციულად მამაკაცები თამაშობდნენ დომინანტურ როლს. მიუხედავად იმისა, რომ ქართულ კანონმდებლობაში არ არის დისკრიმინაციული დებულება ქალების მიმართ. საქართველოში ორივე სქესის წარმომადგენლებს აქვთ თანაბარი შესაძლებლობა მიიღონ განათლება და აირჩიონ პროფესია, სოციალური შეღავათები ერთნაირია, დედებს და მამებს შვილების აღზრდაში თანაბარი მოვალეობები აკისრიათ.

საზოგადოების გაზრდილი ინტერესი გენდერული პრობლემატიკის მიმართ აისახა ახლადშექმნილ არასამთავრობო ორგანიზაციების რაოდენობის ზრდაში. მათი რაოდენობა 60-ს აჭარბებს და მოღვაწეობის ძირითადი სფეროებია: პროფესიული ინტერესები, ჰუმანიტარული და საქველმოქმედო აქციები, ქალთა უფლებები, ბავშვთა დაცვა, ბიზნესის წახალისება და სოციალური საკითხები.

14. მაკროეკონომიკური ფაქტორები

¹ გენდერული სტრატეგია და რეგიონული განვითარების პერსპექტივები – „გენდერული განვითარების ასოციაცია“, თბილისი, 2003წ გვ. 7;9.

ეკონომიკური პერსპექტივების გარდა, სამეწარმეო აქტიურობაზე გავლენა აქვთ ისეთი სახის სხვადასხვა ფაქტორებს, როგორებიცაა ფსიქოლოგიური, პიროვნული, საოჯახო, სოციალური და სხვა. ეს ფაქტორები ზემოთმოხსენებულთაგან იმით განსხვავდება, რომ მათ ადამიანი მართავს. ეკონომიკური განვითარებისა და ინდუსტრიული სტრუქტურის შესახებ გადაწყვეტილებები, თუ სამთავრობო პოლიტიკა შედეგია ადამიანთა გეგმიური მოქმედებისა და მათ პირდაპირი შეხება აქვთ პიროვნულ, საოჯახო თუ სოციალურ საკითხებთან.

1.4.1 ეკონომიკური განვითარება

ეკონომისტები ცდილობენ დაუკავშირონ ეკონომიკური განვითარება სამეწარმეო ქატიურობას. თუმცა, ზოგიერთი თეორიის გარდა, ემპირიული მონაცემები ყოველთვის არ გვაძლევენ ამის გაკეთების საშუალებას. აქვე მნიშვნელოვანია განვსაზღვროთ სამი სხვადასხვა გზა, რომლებიც განაპირობებენ ეკონომიკურ განვითარებას. ესენია:

1. ძირითადი კაპიტალის ზრდა

კაპიტალი წარმოადგენს მეწარმეობის ერთ-ერთ მთავარ ელემენტს და რაც უფრო მეტია კაპიტალი, სამეწარმეო საქმიანობა უფრო მეტადაც შესაძლებელია.

2. ტექნიკური პროგრესი

ტექნიკური პროგრესი სამეწარმეო აქტიურობის მიმართ ასევე წარმოადგენს ენდოგენურ ფაქტორს. ახალი ტექნოლოგიები ყოველთვის არ არის მისაღები მეწარმისთვის. ხშირ შემთხვევაში ის ავითარებს წარსულ ცოდნაზე დამყარებულ სამეწარმეო საქმიანობას.

3. პერსონალური (ინდივიდუალური) ქონების ენდოგენური მატება

იმ შემთხვევაში, თუ მეწარმე ან მუშა დააგროვებს ქონებას თავისი პირადი შრომიდან, მოსალოდნელია, რომ ეს ქონება შემდგომში გამოყენებული იქნება ახალ სამეწარმეო საქმიანობაში.

1.4.2. ინდუსტრიული სტრუქტურა

პოლიტიკა ან ეკონომიკური განვითარება არამარტო ცვლის ეკონომიკის სამრეწველო სტრუქტურებს, არამედ ასევე ხელს უწყობს ახალი სამუშაო მოდელების შექმნას. აქედან გამომდინარე, სამეწამეო საქმიანობა ზიანდება, როცა ეკონომიკა ვითარდება სტრუქტურებზე დამყარებული მომსახურების მიმართულებით.

მომსახურების სექტორში თვითდასაქმება და სამეწარმეო აქტიურობა არის ყველაზე გავრცელებული, რადგან აქ გაადვილებულია შეღწევის ბარიერები და საკმარისია შედარებით მცირე საინვესტიციო რესურსები. ზოგადად, სტრუქტურები შეიცავენ „ერთი-ერთზე“ ინტენსიურ სამუშაო პერსონალურ მომსახურებას, სეზონურ სამუშაოებს და იმ სამუშაოებს, რომლებიც მოითხოვენ სხვადასხვა უნარ-ჩვევებს და მიიზიდავენ მაღალ სამეწარმეო აქტივობებს. ასე რომ, მანუფაქტურული და ინდუსტრიული საქმიანობა ნაკლებად მიმზიდველია თვითდასაქმებისათვის.

ბევრ შემთხვევაში, ქვეყნის ეკონომიკაში მომხდარი სტრუქტურული ცვლილებების შედეგია სტრუქტურული უმუშევრობა, რომელიც თავისთავად ზემოქმედებს სამეწარმეო საქმიანობაზე.

1.4.3. სამთავრობო პოლიტიკა

განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების მთავრობები იღებენ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზემოქმედებენ სამეწარმეო საქმიანობაზე.

ერთ-ერთი უმთავრესი საკითხია დასაქმების დაცვა. დასაქმების დაცვის ჩარჩოებში ჩვენ გთავაზობთ მინიმალური ხელფასის პოლიტიკას და დასაქმებულსა და დამსაქმებელს შორის კონტრაქტების მოქნილ სისტემას. იმ დროს, როდესაც არ არსებობს მინიმალური ხელფასის პოლიტიკა და სამუშაოდან დათხოვნა არ არის დაცული კანონით, არის დიდი შესაძლებლობა იმისა, რომ ვიღაც ეცდება გადაუხვიოს თვითდასაქმებისაკენ, რომლის შესაძლო ხარჯები დაბალია. მეორე მხრივ, მინიმალური ხელფასის მკაცრი პოლიტიკა და სამუშაოდან დათხოვნისაგან კანონით დაცვა ხალხს უბიძგებს დასაქმების მიმართულებით. თუმცა, ამ შემთხვევაში, დამსაქმებლები ნაკლებად არიან დაინტერესებულნი დაიქირაონ ხალხი, როცა ხარჯები მაღალია და მოუქნელი, რაც შეიძლება დამოკიდებული იყოს

გაზრდილ სამუშაო საათებზე ან არასრულ დასაქმებაზე. ეს განსაკუთრებით გამართლებულია უმეტესად სეზონური ინდუსტრიისთვის, როგორც არის მაგალითად – ტურიზმი.

აქედან გამომდინარე, მკაცრი მინიმალური ხელფასისა და სამუშაოდან დათხოვნისაგან დაცვის პოლიტიკა ითვლება ბარიერებად მეწარმეობის განვითარებისთვის.

საპენსიო პოლიტიკა, განსაკუთრებით საზოგადოებრივ სექტორში, უბიძგებს ხალხს თვითდასაქმებისაკენ. ნაწილობრივ ეს ხდება შემოსავლის მიზეზით, ნაწილობრივ კი იმ სიტუაციებიდან გამომდინარე, როდესაც პენსიაში გასვლის სტიმული წახალისებულია შედარებით ახალგაზრდა ინდივიდებისათვის. ამ შემთხვევებში პენსიაზე ნაწილობრივ გასვლა არის სამუშაოს გაგრძელების გზა. მაგრამ თუ საქმე გვაქვს წარმატებულ საყოველთაო კეთილდღეობის სახელმწიფოსთან და პენსიონერებს აქვთ საშუალება ოპტიმალურად დაიკმაყოფილონ თავიანთი საჭიროებანი, მაშინ თვითდასაქმების მოთხოვნის პროცენტი დაბალია.

საპროცენტო განაკვეთის პოლიტიკა ახდენს ზეგავლენას ფინანსურ არჩევანზე ეკონომიკური სისტემის ჩარჩოებში. მაღალი საპროცენტო განაკვეთები აძვირებენ სესხებს და დაბლა წევენ სამეწარმეო აქტიურობას, როცა დაბალი განაკვეთი ზრდის კაპიტალის ინვესტირებას. აგრეთვე, მაღალი საპროცენტო განაკვეთი ხალხს უბიძგებს ფულის დაზოგვისკენ და, აქედან გამომდინარე, ბიზნესი, რომელიც ვერ გეთავაზობს სასიცოცხლო დოვლათს ან მომსახურებას, ვერ უზრუნველყოფს საჭირო რაოდენობით გაყიდვებს, ვერ იქნება წარმატებული.

ზოგიერთმა თეორიამ გვიჩვენა ურთიერთკავშირი უარყოფით საპროცენტო განაკვეთსა და თვითდასაქმებას შორის. უფრო მეტიც, როცა საპროცენტო განაკვეთები მაღლდება, ნაკლებად ყალიბდება ახალი ბიზნესი და მატულობს გაკოტრებული ფირმების რაოდენობა.

თანამედროვე პერიოდში, ევროპის ქვეყნების მთავრობები თვალყურს ადევნებენ სამეწარმეო საქმიანობას ეკონომიკის სტრუქტურული პრობლემების გადაწყვეტის კონტექსტში. დიდ ბრიტანეთში დაწყებული „სამეწარმეო კულტურისა და რანჟირების“ პოლიტიკის ჩარჩოებში, რომელიც დღემდე გრძელდება, მთავრობები ცდილობენ ახალი ფირმების შექმნით შეამცირონ სტრუქტურული რეგიონული უმუშევრობა და შექმნან დასაქმების ახალი სესაძლებლობები. ამ მიმართულებით ევროკავშირი გეთავაზობს

ფირმების სექტორისა და ზრდის, ფირმებს სორის საქმიანი კავშირების დამყარების, კვლევების და განვითარების ინიციატივებს.

ეს ინიციატივები ფოკუსირებული იქნება სექტორებზე, რომლებიც განსხვავებულია ყოველ ქვეყანაში და თეორიულად ხელს უწყობს ეროვნულ კონკურენციული უპირატესობის მიღწევას. ეს პოლიტიკა შემდგომში მხარდაჭერას პოულობს იმ სფეროების დერეგულირების ინიციატივებში, რომლებიც მრავალი წლის მანძილზე მთავრობის მონოპოლიას წარმოადგენდა. ასეთი სფეროებია: ენერჯეტიკა, ტელეკომუნიკაციები, ტრანსპორტი და სხვა.

პოლიტიკის სხვა სახეები, რომლებიც მხარს უჭერენ მეწარმეობას, განხილული იქნება მოცემული კურსის მეორე ნაწილში.

1.5. დასკვნები მეწარმეობაზე

იმისათვის, რომ შევაჯამოთ ყოველივე ზემოაღნიშნული მაწარმეობასა და მეწარმეზე, სასურველია განვიხილოთ მეწარმეობის ორი მოდელი. ესენია რეალისტური და ემპირიული მოდელები, რომლებიც გვეხმარებიან თეორიულ ცოდნას დავუკავშიროთ პრაქტიკული გამოცდილება.

პირველად **ვებსტერმა (1977)** შემოგვთავაზა ინდმეწარმის 4 კატეგორია, რომელთაგან ზოგიერთი მათგანი გაანალიზებული იქნება ამ ტექსტში:

- კანტილონისეული მეწარმე (რომელიც ახდენს რესურსების კონცენტრირებას);
- ინდუსტრიის შემქმნელი (რომელიც აყალიბებს ახალ ინდუსტრიას);
- მეწარმე-ადმინისტრატორი;
- მცირე ბიზნესის მფლობელი.

ამას გარდა, ვებსტერი ასევე გვთავაზობს სამეწარმეო რისკების სეგმენტაციას:

- მაღალი რისკის საწარმო

ეს ისეთი ბიზნესია, როდესაც მოსალოდნელი შედეგები მნიშვნელოვანია და რისკს და შემოსავალს იყოფს ბევრი მონაწილე

- მაღალი რისკის საწარმო

იგივე, ოღონდ ძირითად რისკს წვევენ მცირე რაოდენობის ინვესტორები
 ◦ მცირე რისკის საწარმო

ეს ისეთი ბიზნესია, სადაც მოსალოდნელი შედეგები ზომიერია და მხოლოდ მცირე რაოდენობის ინვესტორები მონაწილეობენ.

◦ მცირე რისკის საწარმო

ეს ისეთი ბიზნესია, სადაც მოსალოდნელი შედეგები ზომიერია და მხოლოდ მცირე რაოდენობის ინვესტორები მონაწილეობენ.

განსხვავებულ შეხედულებას გვთავაზობს ლანდაუ (1982). მან შექმნა მატრიცა, რომელშიც ასახულია მეწარმის ტიპი რისკთან და ინოვაციებთან დამოკიდებულებიდან გამომდინარე:

- მოთამაშე (მაღალი რისკი – დაბალი ინოვაცია);
- კონსოლიდატორი (დაბალი რისკი – დაბალი ინოვაცია);
- მეოცნებე (დაბალი რისკი – მაღალი ინოვაცია);
- მეწარმე (მაღალი რისკი – მაღალი ინოვაცი).

ცხრილი: 1.1. მეწარმის ტიპები ლანდაუს კლასიფიკაციის მიხედვით

რისკის მაჩვენებელი	<i>მაღალი</i>	მოთამაშე	მეწარმე
	<i>დაბალი</i>	კონსოლიდატორი	მეოცნებე
		<i>დაბალი</i>	<i>მაღალი</i>
ინოვაციურობა			

საბოლოოდ ზემოთმოყვანილი ანალიზის შეჯამების შედეგად მკითხველმა უნდა შეძლოს მეწარმეთა სხვადასხვა ტიპების იდენტიფიკაცია მათი მახასიათებლების შესაბამისად. ამის გაგება გვიბიძგებს უფრო აქტიური მოქმედებისკენ და გვაძლევს საშუალებას უფრო ღრმად ჩავწვდეთ

მეწარმეობის არსს და დავინახოთ უფრო ნათლად ის ძალისხმევა, რომელსაც ხალხი მიჰყავს თვითდასაქმებისა და სამეწარმეო აქტიურობისაკენ.

ვიქქემის (2001) თანახმად, ბაზარზე შეგვიძლია დავინახოთ შემდეგი ტიპის მეწარმეები:

- გამომგონებელი და ტექნიკური ინოვატორი;
- უკმაყოფილო მენეჯერი;
- განთავისუფლებული მენეჯერი;
- ახალგაზრდა პროფესიონალი;
- ეთნიკური ან უმცირესობათა წარმომადგენელი მეწარმე.

იმისათვის, რომ გაავალოთ პარალელები მეწარმეობაზე თეორიულ შეხედულებებსა და რეალურ პრაქტიკას შორის, ქვემოტ გთავაზობთ მეწარმეობის შესახებ სხვადასხვა სტატისტიკურ მონაცემებს, რომლებიც ეხება ევროკავშირს და წარმოადგენს მეწარმეობაზე ევრობარომეტრის ნაწილს, რომელიც გამოქვეყნებულია ევროკომისიის მიერ 2004 წელს.

სადისკუსიოდ:

- რომელ შეხედულებას მიიჩნევთ მეწარმეობაზე ყველაზე ადეკვატურად და რატომ?
- როგორ აღიქვამთ ეკონომიკაში მეწარმეობის როლს თეორიის ევოლუციიდან გამომდინარე?
- რამდენად მისაღებია თქვენთვის მეწარმეობაზე ფსიქოლოგიური შეხედულებანი და რამდენად შეესაბამებიან ისინი მეწარმეობაზე თეორიულ მონაცემებს? შეგიძლიათ ახსნათ თქვენი პასუხი ადგილობრივი ცნობილი მეწარმის მაგალითზე?
- რა განწყობა გაქვთ რისკების მიმართ და როგორ არის იგი დამოკიდებული თქვენს კულტურულ და საოჯახო ტრადიციებზე?

- რატომ უნდა დაუჭიროს მხარი თქვენმა მთავრობამ მეწარმეობას თქვენს ქვეყანაში და თქვენ, როგორც პოლიტიკის შემმუშავებელი, როგორ დაუჭერდით მხარს მეწარმეობას?
- რა ეფექტს ახდენს ეროვნულ ეკონომიკაზე ქალთა მეწარმეობა და თვითდასაქმება?
- როგორია ადგილობრივი ეკონომიკის ინდუსტრიული სტრუქტურა და რაში მდგომარეობს მისი სამეწარმეო შესაძლებლობები?
- როგორია ეთნიკური უმცირესობების სტატუსი თქვენს ქვეყანაში და როგორია მათი სამეწარმეო აქტიურობა?

2. შესავალი სამეწარმეო პროცესებში

სწავლების მიზანი

1.2 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- მეწარმეობის გავლენის ცვლილებათა დონეების გაგებას;
- სამეწარმეო პროცესის კომპონენტების იდენტიფიცირებას;
- სამეწარმეო აზროვნების სტილის კონცეფციის გააზრებას.

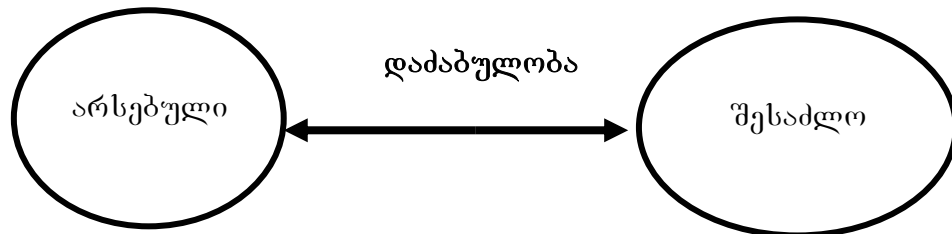
წინა ნაწილში ჩვენ განვიხილეთ მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები და ბევრი სხვა ასპექტი, რაც მკვლევარებმა სირთულეთა შესწავლის პროცესში გამოკვეთეს. მეწარმეობის არსის უკეთ გაგებისათვის აუცილებელია მოკლედ აღვწეროთ ის მთავარი ელემენტები, რომლებიც სამეწარმეო პროცესის შემადგენელ ნაწილებს წარმოადგენენ. ამავ კურსის მომდევნო ნაწილში მოცემული იქნება უფრო დეტალური და პრაქტიკული ანალიზი.

2.1. სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად მიღებული ცვლილებებისათვის საჭირო ძალისხმევა

სამეწარმეო პროცესი წარმოადგენს მექანიზმს, რომლის საშუალებითაც მეწარმე ახდენს პროდუქციის გამოშვებას მის მიერ განხორციელებული ინვესტიციის შედეგად. მას სჭირდება სხვადასხვა ელემენტებზე გარკვეული სახსრების დახარჯვა, რათა ამოსავალ მასალებს (პირველად მასალებს ან ნედლეულს) დამატებითი ღირებულება შესძინოს და მიიღოს მიიღოს მზა პროდუქტი. ამ თვალსაზრისით სამეწარმეო პროცესი არის მექანიზმი, რომლის საშუალებითაც მეწარმე გადალახავს წინააღმდეგობას არსებულ მდგომარეობასა და შესაძლო შედეგს შორის. იგი სწორედ ამ გზით ახორციელებს ცვლილებებს და ბაზარზე სიტუაციას ცვლის. როგორც შედეგი, **სამეწარმეო ხედვა** არის საკვანძო ელემენტი თვით მცირე სამეწარმეო პროექტებშიც კი, სადაც მეწარმე იყენებს ინოვაციას იმ ღირებულებათა შესაქმნელად, რომელსაც არა მხოლოდ ფინანსური ეკვივალენტი გააჩნია.

ამრიგად, მეწარმე თავის სარისკო წამოწყებას საფუძველს უყრის იქ, სადაც რეალურ და შესაძლო მდგომარეობებს შორის არსებობს დაძაბულობა. ამ დაძაბულობას ზეწოლის 3 განზომილება აქვს: **ფინანსური, პერსონალური და სოციალური**. უპირველეს ყოვლისა, მეწარმეობა ეკონომიკური აქტივობაა და უმეტესად ზრუნავს შექმნას სტაბილური, ზრდაზე ორიენტირებული და მომგებიანი ბიზნესი. ამ ბიზნესს სჭირდება საკუთარი ფინანსური რესურსების დაცვა, რათა გადარჩეს არსებულ კონკურენტულ გარემოში და გაზარდოს ბაზრის მთლიანი მოცულობა შესაძლებლობების მაქსიმალური გამოყენებით. ამრიგად, პირველი განზომილება უკავშირდება ღირებულების შექმნის პოტენციალს. მეორეც, მეწარმეს სჭირდება პოტენციალი, რათა გადარჩეს და მიაღწოს პირად მიზნებს. ამ განზომილების ფარგლებში მეწარმის მამოძრავებელ ძალად და მოტივაციად ფაქტორების ერთობლიობა გვევლინება, სადაც სიმდიდრის შექმნა მხოლოდ ერთ-ერთი ფაქტორია. ეს მოტივაციები და ფაქტორები განსხვავებულია სხვადასხვა ინდივიდების შემთხვევაში. გარკვეულ სიტუაციებში პერსონალური პოტენციალის მამოძრავებელი ძალა შეიძლება იყოს არა მიზანი, არამედ თვითონ პროცესი. მესამეც, მეწარმე მოქმედებს გარკვეული სოციალური კონტექსტის შიგნით. ამიტომ იმ მიმართულებაზე,

რომლისკენაც მიდის მეწარმე, შეიძლება მოქმედებდეს როგორც ნეგატიური, ისე პოზიტიური ძალები. შესაბამისად, სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი მნიშვნელოვანი და აუცილებელია, რათა გაიდოს ხიდი არსებულ და შესაძლო მდგომარეობებს შორის. გარკვეულ სიტუაციებში საზოგადოება არ არის მზად ან არ სურს მიჰყვეს მეწარმის ნებას.



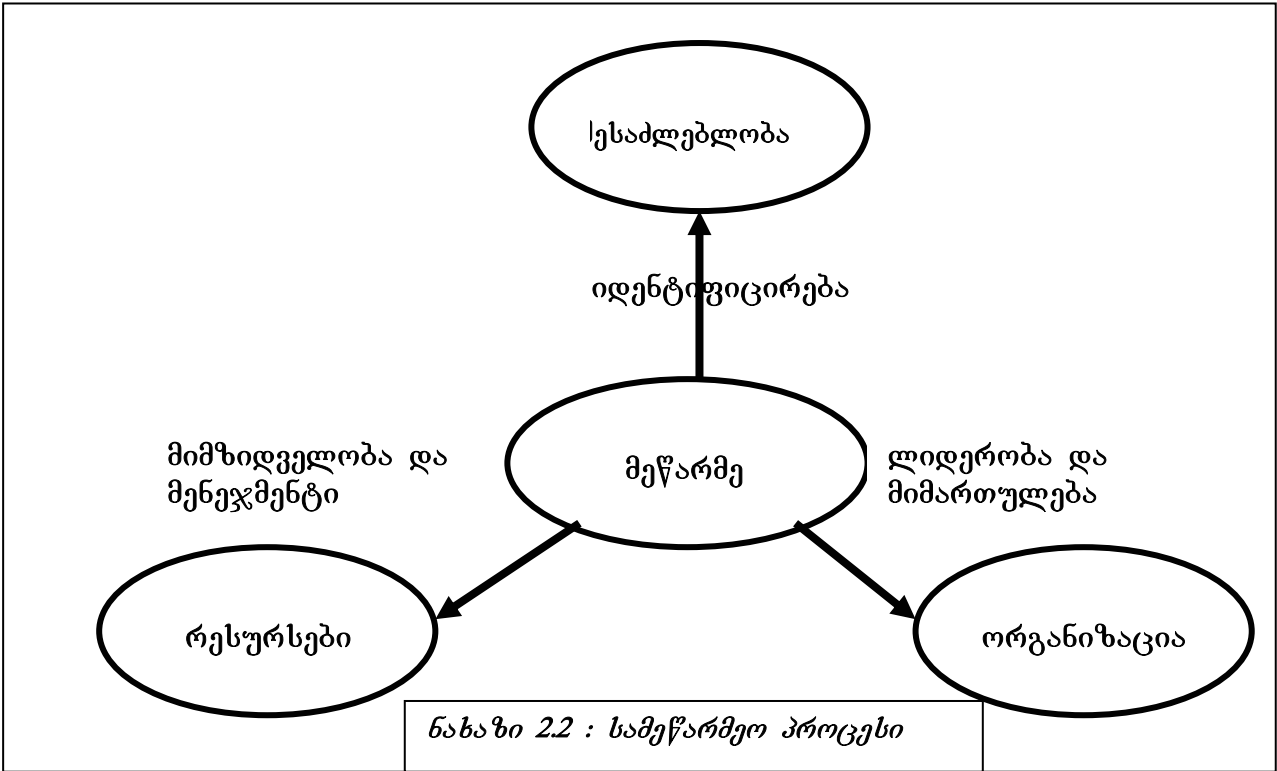
ნახაზი 2.1 : დაძაბულობა სამეწარმეო პროცესებში

2.2 სამეწარმეო პროცესები

სამეწარმეო პროცესების ცენტრში ინდივიდი დგას. მეწარმე არის ცვლილებების აგენტი და ის ეკონომიკური ფაქტორი, რომელიც ნედლეულს (პირველად მასალებს) შესაძლებლობების გამოყენების მეშვეობით დამატებით ღირებულებას სძენს. რიგი თეორიებისა ამტკიცებენ, რომ მეწარმე იყენებს სხვადასხვა ფაქტორების კომბინაციას, რათა გაზარდოს თავისი სიმდიდრე. ეს სხვადასხვა ფაქტორები ერთობლივად, ერთდროულად არსებობს ბეზნეს-გარემოში, მაგრამ **სხვა პიროვნებამ შესაძლოა ვერ გაათვითცნობიეროს მათი ერთობლივი ძალა, ან ვერ შეძლოს მათი სწორად კომბინირება.** სწორედ ამიტომ სამეწარმეო პროცესი ყოველთვის უნიკალურია. აუცილებელია განვსაზღვროთ ის სამი საკვანძო ელემენტი, რომლებსაც მეწარმე ერთმანეთს უკავშირებს იმისთვის, რომ განახორციელოს ცვლილება და წარმატება მოიპოვოს. ეს იმას ნიშნავს, რომ სამეწარმეო პროცესის განხორციელებისათვის **შესაძლებლობა, რესურსები და ორგანიზება** ერთობლივად უნდა არსებობდეს იმ ადამიანთან ერთად, რომელიც თავს მოუყრის და განახორციელებს მთელ პროცესს. გარკვეულწილად მეწარმედ შეიძლება გვევლინებოდეს არა ერთი ადამიანი, არამედ ადამიანთა ჯგუფი, რომლის შიგნითაც ყოველ მათგანს

თავისი როლი აკისრია. ასეთი გუნდის შემადგენლობაში შეიძლება შედიოდნენ ოჯახის წევრები, მეგობრები და პარტნიორები.

უპირველეს ყოვლისა, მეწარმემ უნდა გაკეთოს შესაძლებლობის იდენტიფიცირება. შესაძლებლობის მარტივი და პირდაპირი განმარტება შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოვაყალიბოთ: ეს არის გარკვეული ნიშა არსებულ ბაზარზე. ნიშის არსებობა იძლევა სიმდიდრის, ღირებულების შექმნის პოტენციალს (შესაძლებლობას) მომხმარებელთა იმ მოთხოვნების დანახვის მეშვეობით, რომლებიც არასრულად ან საერთოდ არ კმაყოფილდება. შესაძლებლობა უნდა ვეძიოთ იმ მომსახურებასა ან საქონელში, რომელიც ან არ არის წარმოდგენილი ბაზარზე, ან შეიძლება სხვაგვარად იქნას წარმოდგენილი. შესაძლებლობას საფუძვლად უდევს კონცეპტუალური იდეა, სწორედ ის იდეა, რომელსაც ხშირად ახსენებენ წარმატებული მეწარმეები. იმისათვის, რომ ეს იდეა წარმატებული იყოს, სხვა ბაზრის მოთამაშეებმა – მიმწოდებლებმა და მომხმარებელმა უნდა გაიგონ და მიიღონ იგი.



მეორე, მას შემდეგ რაც შესაძლებლობის იდენტიფიცირება მოხდება და იდეა კონკრეტულად ჩამოყალიბდება, მეწარმეს სჭირდება გამოამუშავოს ლიდერის ფუნქციები და განსაზღვროს მიმართულებები. ეს არის მეწარმის მენეჯერული შესაძლებლობის ის საკვანძო ატრიბუტები, რომელიც

შეგვიძლია ჩამოვაყალიბოთ როგორც სხვადასხვა ადამიანების კოორდინირების უნარი. ამავე დროს, სამეწარმეო პროცესი ყოველთვის განიცდის რესურსების ნაკლებობას და მუდმივ რისკს, რომ ბაზარზე გაჩნდება რაღაც ახალი, უკეთესი კომბინაცია იმისა, რის მიწოდებასაც იგი ახორციელებს. მიუხედავად იმისა, რომ მიზანი მიღწეულია ბიზნესს ხშირად პრობლემები ექმნება კაპიტალისა და ფულადი ნაკადების (Cash Flow) მენეჯმენტთან დაკავშირებით. ამიტომაც, ის თუ რა სახის ლიდერს ირჩევს მენეჯერი ბიზნესის სამართავად, პირდაპირ გავლენას ახდენს მომავალზე. როგორც წესი, ქარიზმატული ლიდერობა საჭიროა რათა მოტივაცია გაუკეთო თანამშრომლებს და დაარწმუნო მიმწოდებლები და მომხმარებლები. რესურსების ნაკლებობა მეწარმეებს აიძულებს ქსელური კავშირები გააბან და დაეხმარონ ერთმანეთს რთულ პერიოდში. ეს ქსელური ურთიერთობი შეიძლება იყოს როგორც ფორმალური ასევე არაფორმალური, ეფუძნებოდეს გარკვეულ მოლოდინს ან იყოს სრულიად ალტრუისტული, ჰქონდეს გრძელვადიანი ან მოკლევადიანი პოტენციალი.

მესამე: იმისთვის, რომ დაინახოს შესაძლებლობა და განახორციელოს იდეა, მეწარმეს უნდა შეეძლოს საჭირო რესურსების მოპოვება. რესურსებში შედის ფული, ადამიანები, მათი ცოდნა და უნარები, ასევე ნედლეული. რესურსები შეიძლება იყოს მატერიალური და არამატერიალური, მაგალითად სახელი, რეპუტაცია და მომხმარებლის ნდობა. იმისათვის, რომ ეს რესურსები აამუშაოს, მეწარმეს სჭირდება ნებისმიერი გზით კაპიტალის მოზიდვა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, რესურსები სამეწარმეო პროცესში უმეტესად ძნელად მოსაპოვებელია და ამიტომ მათ მოპოვებასთან ერთად, მეწარმეს სჭირდება მათი ფრთხილი და გააზრებული გამოყენება.

ამრიგად, სამეწარმეო პროცესის მისაღებად, საჭიროა სამი ერთობლივად მოქმედი ფაქტორი, რომლებსაც მეწარმე, ფასილიტატორი (შუამავალი) აკავშირებს.

მცირე მეწარმეობის განვითარება საქართველოში

მცირე ბიზნესის განვითარება სოციალურად ორიენტირებული ეკონომიკის განსორციელების ოპტიმალური და უმოკლესი გზაა. იგი მნიშვნელოვანი ელემენტია ეკონომიკურ-პოლიტიკური სტაბილურობის შენარჩუნებაში და სოციალური პრობლემების დაძლევაში.

სამეწარმეო საქმიანობა საფუძველს მცირე და საშუალო მეწარმეობიდან იღებს. მცირე ბიზნესს მსოფლიოს ყველა განვითარებულ ქვეყანაში უდიდესი ყურადღება ექცევა. აშშ-ში, დიდ ბრიტანეთში, საფრანგეთსა და გერმანიაში არსებობს სახელმწიფო მნიშვნელობის ინსტიტუტები, რომლებიც მცირე და საშუალო მეწარმეობის საკითხებისა და პრობლემებს სწავლობენ.

მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება ქვეყანაში მნიშვნელოვან სოციალურ-ეკონომიკურ როლს ასრულებს; პირველ რიგში უზრუნველყოფს დასაქმების პრობლემას, ასევე ზრდის კონკურენტულ გარემოს და მხარს უჭერს სოციალური უთანასწორობის შერბილებას. აქედან გამომდინარე, მცირე და საშუალო ბიზნესი.

მსოფლიო ბანკმა დაადგინა მთავარი კრიტერიუმები, რომელიც მსხვილ და მცირე ბიზნესს ერთმანეთისგან გამოყოფს: პერსონალის რაოდენობა, საწესდებო კაპიტალის ოდენობა, აქტივების მოცულობა, მოგების ან შემოსავლის ოდენობა. ხოლო ევროკომისიის მიერ შემუშავდა და 2005 წლის 1 იანვრიდან ძალაში შევიდა ამ კრიტერიუმების თანახმად, ჩამოყალიბებული შემდეგნაირი კლასიფიკაციები:

- 1) საშუალო საწარმოდ ითვლება ის ორგანიზაცია, სადაც დასაქმებულთა ზღვარი 50-249 ადამიანს აღწევს. ბრუნვა 50 მლნ. ევრომდე.
- 2) მცირე საწარმო 10-49 დასაქმებული ადამიანი, ბრუნვა 10 მლნ. ევრომდე.
- 3) მიკრო საწარმო 10 კაცზე ნაკლები, ბრუნვა 2 მლნ. ევრომდე.

¹ მომზადებულია შემდეგ ინტერნეტ-მისამართებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე:
<http://afba.ge>
<http://bpgeorgia.ge/go/doc/1335/142669/>
<http://banksandfinance.ge/society/145>
<http://www.statistics.ge/main.php?pform=210&plang=2;>

ყოველივე ეს სახელმწიფოს აძლევს იმის საშუალებას, რომ განახლებავოს მცირე და მსხვილი წარმოება და ისეთი საგადასახადო სისტემის შექმნას, რომელიც ხელს შეუწყობს ბიზნესის წარმატებას.

მცირე საწარმოების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის მთავარ მიზნებს წარმოადგენს შიდა ბაზრის გამყარება და ადმინისტრაციული ბარიერების გაუქმება. ევროკავშირის პოლიტიკა მცირე საწარმოთა მიმართ ეფუძნება ვერტიკალურ და ჰორიზონტალურ მიდგომას.

ვერტიკალური მიდგომა გამოიხატება იმ ღონისძიებებში, რომლებიც ორიენტირებულია უშუალოდ მცირე და საშუალო საწარმოებზე. ჰორიზონტალური მიდგომა – მცირე და საშუალო საწარმოების ინტერესების დაცვაზე.

განვითარებულ ქვეყნებში მცირე და საშუალო ბიზნესი სახელმწიფოს მხრიდან შედარებითი საგადასახადო სისტემით არის წახალისებული, რაც მისი პროგრესული განვითარების მაჩვენებელია. მაგალითად, გერმანიაში მცირე ბიზნესი ბრუნვის გადასახადიდან გაათავისუფლა, ფინეთში შეამცირა გადასახადების განაკვეთი მცირე შემოსავლიანი მეწარმეებისთვის. გაერთიანებულმა სამეფომ შეიმუშავა საშემოსავლო გადასახადების პროგრესული სისტემა, ხოლო აშშ-ში ის კომპანიები, რომლებსაც მოგების დაბალი მაჩვენებლები აქვს, გადასახადს უფრო დაბალი განაკვეთით იხდიან.

გადასახადიდან ნაწილობრივ განთავისუფლებული კომპანიების მიერ მიღებული დივიდენდი მის რეინვესტირებას და საწარმოს ფინანსურ ზრდას ისახავს მიზნად.

ნებისმიერი ბიზნესსაქმიანობის წარმატების მთავარი პირობა სწორი მენეჯმენტი და კვალიფიკაციაა. თავისუფალი ბაზრის პრინციპებზე გადასვლის შემდეგ ქართული მეწარმეობა არაკონკურენტუნარიანი აღმოჩნდა, როგორც საგარეო ისე, ადგილობრივ ბაზარზე. პოტენციური მეწარმე არასაკმარისი გამოცდილებითა და კვალიფიკაციითა ცუდ ბაზარზე სასტარტო პირობებში აღმოჩნდა.

ნებისმიერი სახის ბიზნესისთვის სტაბილური თამაშის წესები, პორტიკული და ეკონომიკური სტაბილურობა მეტად მნიშვნელოვანია. გასულ წელს ჩვენს ქვეყანაში განვითარებულმა არაზომიერმა ინფლაციამ სამეწარმეო საქმიანობა არაპროგნოზირებადი გახადა. ასეთ დროს იზრდება რისკები, საზოგადოებაში ფერხდება მცირე ბიზნესის მიმართ ინტერესი.

ადგილობრივ წარმოებასა და ექსპორტს მნიშვნელოვან პრობლემებს უქმნის გამყარებული და ძვირი ეროვნული ვალუტა, რომელიც თავისთავად, აძვირებს ადგილობრივ პროდუქტს. გამყარებული ლარის პირობებში ქართველ მეწარმეს ინფლაციის გარეშეც უძვირდება პროდუქტი, რაც მას არაკონკურენტუნარიანს ხდის როგორც საერთაშორისო, ისე ადგილობრივ ბაზარზე.

ზოგადად, სამეწარმეო საქმეში კრედიტი უდიდეს მნიშვნელობას ატარებს. მთავრობის ახალი გეგმა იაფი კრედიტების შესახებ, სამუშაო ადგილების შექმნისაკენ არის მიმართულია. ამ პროექტში პრიორიტეტი 50 000 დოლარამდე სესხებს ენიჭებათ.

საქართველოს მთავრობა აცხადებს, რომ უახლოესი 5 წლის განმავლობაში 10 მილიარდი დოლარის ინვესტიაციას მოიზიდავს, რომელსაც „იაფი კრედიტის“ პროგრამაში ჩადებს. იგეგმება მცირე სესხების დაბალი პროცენტით გაცემა. მთავრობა „იაფი კრედიტის“ პროგრამით, ქვეყანაში სამეწარმეო საქმიანობის აღორძინებასა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას გეგმავს.

საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობის დაწყება ადმინისტრაციულად საკმაოდ გაიოლდა, მაგრამ ჯერ კიდევ არის პრობლემები. „იაფი კრედიტის“ პროგრამასთან ერთად გათვალისწინებული უნდა იქნას საგადასახადო შედავათებიც და მთავრობამ ბიზნესის დაკრედიტების პარალელურად საგადასახადო ბაზის დახვეწაზე უნდა იმუშაოს.

2.3 სამეწარმეო აზროვნება

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, სამეწარმეო პროცესის სამი ელემენტი ერთობლივად უნდა არსებობდეს, რათა მეწარმემ შეძლოს გარკვეული ცვლილებების განხორციელება. ანუ პირველ რიგში საჭიროა იყოს ადამიანი, რომელსაც შეუძლია შესაძლებლობის დანახვა, აქვს ორგანიზების უნარი და რესურსების მოძიების შანსები. ინდივიდი მეწარმე გახდება იმ მომენტში, როდესაც იგი მიიღებს გადაწყვეტილებას გააერთიანოს ეს სამი ფაქტორი. საზოგადოებისათვის, რომელიც ინდივიდუალური ინოვაციების მეშვეობით ისწრაფვის თავისი სამეწარმეო პოტენციალის გაზრდისა და ეკონომიკური ზრდისაკენ, ძალიან მნიშვნელოვანია თავის წევრებში მოახდინოს სამეწარმეო უნარ-ჩვევების კულტივირება. საჭიროა არსებობდეს ლატენტური (ანუ თავისთავადი, თვითნაბადი) მეწარმეო-

ბის საკმაო მოცულობა, რომელიც აქტიურ ფაზაში გადავა, როგორც კი ეს სამი ფაქტორი ერთობლივად იარსებებს. ამ გზით, საზოგადოებას აღარ დარჩება გამოუყენებელი შესაძლებლობები და აქედან გამომდინარე, სამეწარმეო აქტივობა გაიზრდება.

თუ განვიხილავთ ადამიანს, რომელიც გვევლინება ფასილიტატორის (შუამავლის) როლში შესაძლებლობის, ორგანიზაციისა და რესურსების მოძიების კომბინაციის გასაერთიანებლად, ადვილად დავინახავთ განსხვავებას მეწარმესა და მენეჯერს შორის. მენეჯერი ახორციელებს ორგანიზებასა და ლიდერობას და იცის, როგორ მიაღწიოს მიზნებს მოცემული რესურსების პირობებში. მეწარმეს, კარგ მენეჯერობასთან ერთად, სჭირდება შესაძლებლობების იდენტიფიცირების, გაშიფვრის და გამოყენების უნარი. მას უნდა ჰქონდეს უნარი ჩამოაყალიბოს და მოახდინოს იდეის ფორმალიზება იმ შესაძლებლობიდან, რისი დანახვაც და რეალისტურ ბიზნეს გეგმად ჩამოყალიბება სხვებს არ შეუძლიათ. მეწარმეს სჭირდება შეძლოს ღრუბლებზე ფეხით სიარული და ამავე დროს რეალურად შეეძლოს სიტუაციის შეფასება. ოცნება და შემდეგ ამ ოცნების განხორციელება არის ის, რითაც გამოიჩევა სამეწარმეო აზროვნება.

მაკ გრანტმა და მაკ მილანმა (Mc Grant, Mc Millan) 2000 წელს ჩამოაყალიბეს სამეწარმეო აზროვნების რამოდენიმე მახასიათებელი. ესენია:

- ახალი შესაძლებლობის ძიების უნარი;
- ამ შესაძლებლობების მიღწევის გზაზე დისციპლინირებულობის გამოვლენა;
- საუკეთესო შესაძლებლობაზე არჩევანის შეჩერება;
- შესრულებაზე ფოკუსირება;
- სხვა ადამიანების ჩართვა ამ პროცესში.

შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში სამეწარმეო საქმიანობისადმი მიდრეკილება და აქტივობა განსხვავებულია. ზოგ ქვეყანაში ადამიანების უმეტესობა ამტკიცებს, რომ ურჩევნია თვითონ დასაქმდეს. სხვა ქვეყნებში შეიძლება სიტუაცია სრულიად განსხვავებული იყოს. ზოგჯერ, რიგ ქვეყნებში თვითდასაქმება და სამეწარმეო აქტივობა შეიძლება იყოს ზედმეტი ოპტიმიზმის შედეგი. ეკონომიკას კი სჭირდება ადამიანები, რომლებიც მეწარმეები გახდებიან რისკების ადეკვატური გათვლისა და შეფასების შედეგად. უცილებელია გაჩნდეს მგრძობელობა სამეწარმეო

აზროვნებაზე, რაც საზოგადოების კულტურის საკვანძო ინგრედიენტს წარმოადგენს. ეს შეიძლება მიღწეულ იქნას განათლებისა და როლების მოდელირებით. ეს არის სტრატეგია, რომელიც წარმატებული იყო ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა ირლანდია და ბრიტანეთი. ფრთხილი ნაბიჯები უნდა იქნას გადადგმული განსაკუთრებით გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, სადაც კერძო ეკონომიკური აქტივობისადმი მგრძობელობა საკმაოდ დაბალია. ამ ქვეყნებში ახალგაზრდა თაობაში სწორი სამეწარმეო აზროვნების ჩამოყალიბება არ არის კულტურის ნაწილი. როდესაც სამეწარმეო აზროვნება ოპტიმიზებულია, სახელმწიფოს შეუძლია გააფართოვოს სამეწარმეო აქტივობა სუბსიდირებისა და სხვა მხარდამჭერი ზომებით. **სამეწარმეო აზროვნება შეიძლება ჩავთვალოთ სამეწარმეო კულტურის ხერხემლად.**

სადისკუსიოდ:

- რა ძალები წარმართავს სამეწარმეო აქტივობას? გაიხსენეთ ორი ან მეტი მეწარმე და შეაფასეთ, თუ რომელი ძალა უფრო მეტად მოქმედებს ყოველი მათგანის შემთხვევაში:
- როგორ შეგიძლიათ სქემატურად წარმოადგინოთ სამეწარმეო პროცესი?
- რა შეიძლება გახდეს სამეწარმეო აქტივობის ბარიერი? როგორ შეიძლება მათი გადალახვა?
- როგორ შეიძლება აღწეროთ თქვენი სამეწარმეო აზროვნება, როგორც თქვენი ქვეყნისათვის დამახასიათებელი მაგალითი;
- როგორია განათლების როლი სამეწარმეო აზროვნების ჩამოყალიბებაში?
- რა სახის პრაქტიკული მხარდაჭერა და ინსტრუმენტები უნდა მივცეთ სკოლებს, რათა წავახალისოთ სამეწარმეო აქტივობა?

3. მეწარმეობის „აუცილებლობა“ მეწარმეობის „შესაძლებლობის“ საპირისპიროდ

სწავლების მიზანი

1.3 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- ერთმანეთისაგან განასხვავოთ „აუცილებლობით“ წამოწყებული მეწარმეობა და „შესაძლებლობის“ გამოყენებით წამოწყებული მეწარმეობა.

როგორც წინა თავში აღვნიშნეთ, სამეწარმეო პროცესის შესაქმნელად საჭიროა ოთხი ფაქტორის ერთდროული არსებობა. საკვანძო ფაქტორად ამ შემთხვევაში მეწარმე გვევლინება – ინდივიდი, რომელიც გრძნობს შესაძლებლობის გამოყენების საჭიროებას, აკეთებს პროცესის ორგანიზებას და მოიზიდავს რესურსებს. საჭიროების დანახვის გარდა აუცილებელია ძალისხმევა, რათა ეს სამი ფაქტორი გაერთიანდეს. რა თქმა უნდა ინდივიდს, რომელმაც გადაწყვიტა ამ რისკის საკუთარ თავზე აღება, საკმაოდ ძლიერი მოტივაცია უნდა ჰქონდეს, რათა გაუძლოს წინააღმდეგობებს. ამ თავში ჩვენ ორი სახის ძალას განვიხილავთ.

პირველი მათგანი არის ძალა, რომელიც მეწარმეს აიძულებს აიღოს თავის თავზე პასუხისმგებლობა. მეწარმეს შესაძლებლობას ხელში ჩაგდებისაგან თავისი სიმდიდრის გაზრდის და წარმატების მიღწევის სურვილი უბიძგებს. როდესაც ინდივიდი ან მისი ოჯახი მისთვის არასასურველ მდგომარეობაში იმყოფება და მის წინაშე შესაძლებლობა გაჩნდება, მან უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება – გამოიყენოს ეს შესაძლებლობა თუ არა. ასეთ შემთხვევაში რისკი ზოგჯერ უფრო დიდია, რადგან ინდივიდი უარს ამბობს შედარებით სტაბილურ ფინანსურ მდგომარეობაზე და სარისკო ქმედებას იწყებს, რათა წარმატებას მიაღწიოს. ფინანსური მიზნების გარდა, ეს ძალა შეიძლება იყოს ის ღერძი, რაც აიძულებს ადამიანს რაიმეს მიაღწიოს, აისრულოს ოცნებები და ა.შ. ამრიგად, ჩვენ ამ სამეწარმეო აქტივობას განვიხილავთ როგორც ერთ-ერთ შესაძლებლობას, რადგან მეწარმემ შეიძლება არც არაფერი მოიმოქმედოს.

მეორე მხრივ, ჩვენ ნათლად ვხედავთ, რომ **არსებობს რაღაც ძალა, რომელიც მეწარმეს უბიძგებს რისკისაგან.** უამრავი სხვადასხვა მიზეზის

გამო, ინდივიდი ხდება თვითდამსაქმებელი, რადგან მას სხვა ალტერნატივა არ გააჩნია. რა თქმა უნდა, ყოველი ინდივიდისთვის მიზეზები სხვადასხვაა. ერთის მხრივ, ჩვენ გვაქვს მკაცრი ეკონომიური გარემო და ძირითადი მოთხოვნილებების აუცილებელი დაკმაყოფილების სურვილი. მეორე მხრივ, ადამიანს შეიძლება ჰქონდეს დაუკმაყოფილებლობის გრძნობა, ინტერესების სიმცირეს განიცდიდეს ან ზოგადად იმედგაცრუებული იყოს. ეს უკანასკნელი შეიძლება იმდენად აუცილებელი არ არის ინდივიდის გადასარჩენად, მაგრამ საკმაოდ მნიშვნელოვანია მოტივაციის თვალსაზრისით. ეკონომიკური მდგომარეობაზე, როგორც წესი, დასაქმების სფეროში დისკრიმინაცია ახდენს გავლენას და სწორედ ეს არის ის ძირითადი მიზეზი, რის გამოც ინდივიდს არ შეუძლია საარსებო სახსრები გამოიმუშაოს. ამიტომაც თვითდასაქმება არის ერთადერთი არჩევანი, რაც კი რჩება ინდივიდს, რათა დააკმაყოფილოს პირადი და ოჯახის საჭიროებები.

ამრიგად, ამ ტიპის სამეწარმეო აქტივობაში ჩანს რომ მეწარმეს აქვს **საჭიროება** შეცვალოს არსებული ფინანსური მდგომარეობა, რომელიც მისთვის მიუღებელია. ადამიანები, რომლებიც განიცდიან შრომის დისკრიმინაციას, შეიძლება შემდეგ ჯგუფებს მიეკუთვნებოდნენ:

1. ქალები;
2. უმუშევრები, რომლებიც ეკონომიკური პროფილის შეცვლის მსხვერპლნი გახდნენ;
3. პატიმრები, რომლებიც ჩვეულებრივ ცხოვრებას დაუბრუნდნენ სასჯელის მოხდის შემდეგ;
4. ყოფილი ნარკომანები;
5. გონებრივი ან ფიზიკური ნაკლის მქონე ადამიანები;
6. ეთნიკური ჯგუფები და უმცირესობები;
7. რელიგიური უმცირესობის წარმომადგენლები;
8. არალეგალური ემიგრანტები.

ყველა ამ ჯგუფში გაერთიანებულ ადამიანებს მსგავსი პრობლემები აქვთ, რომელიც არ აძლევს მათ საშუალებას იპოვონ ნორმალური სამუშაო, აღიარებული იყვნენ საზოგადოების მხრიდან ან აქვთ სპეციფიკური პრობლემები სამუშაოსთან დაკავშირებით. პრობლემები შეიძლება გამოწვეული იყოს კომუნიკაციის დამყარებაში არსებული პრობლემებით, უნარჩვევების ნაკლებობით, წარსულში ჩადენილი შეცდომებით, კულტურული წარმოშობით, რასიზმით და ა.შ. ზემოთ ჩამოთვლილ ადამიანთა ჯგუფების

გარდა, შეიძლება კიდევ არსებობდნენ ადამიანები, რომლებსაც უმუშევრობასთან დაკავშირებით იგივე პრობლემები აქვთ და დასაქმების მხრივ დისკრიმინაციას განიცდიან. ბოლოს, ზოგიერთი ქვეყნის ეკონომიკაში შეიძლება ისეთი მდგომარეობა იყოს, რომ დასაქმების პრობლემის წინ საზოგადოების უდიდესი ნაწილი დადგეს და სწორედ მაშინ ადამიანები იძულებულნი არიან თვითდასაქმების გზას დაადგინონ. ასეთი მდგომარეობა შეიძლება ჩამოყალიბდეს ქვეყანაში ეკონომიკური კოლაფსის, ან ომის შემდგომ პერიოდში, როდესაც მთელი ინფრასტრუქტურა დარღვეულია. ასეთ პერიოდს მიეკუთვნება დიდი დეპრესიის პერიოდი აშშ-ში 1929 წელს, რომელიც ევროპის კონტინენტზე ომის დამთავრებას მოჰყვა.

თვითდასაქმებისაკენ ადამიანების მობრუნება მათ აიძულებს თავიანთი ბიზნესი გარკვეულ დონემდე განავითარონ. ეს დონე ძირითადად დამოკიდებულია პირველადი ინვესტიციის მოცულობაზე და მათ პიროვნულ თვისებებზე. კაპიტალის მოზიდვის მცდელობისას ამ კატეგორიის ადამიანები იგივე დისკრიმინაციის წინაშე დგანან. როდესაც ბიზნესი უკვე წამოწყებულია და ფუნქციონირებს, მეწარმე შეიძლება დიდ ზრდას არც გეგმავდეს. მისთვის უფრო მნიშვნელოვანი მიზანია, ისეთი შემოსავლის მიღება, რასაც იგი დაქირავებული შრომის შემთხვევაში მიიღებდა. ამრიგად, ძირითადი განსხვავება შესაძლებლობის გამო წამოწყებულ მეწარმეობასა და გარემოებათა გამო წამოწყებულ მეწარმეობას შორის არის ის საბოლოო მიზანი, რომელსაც მეწარმე ისახავს. პირველ შემთხვევაში მიზანი შეიძლება იყოს სიმდიდრის მოხვეჭა და ბიზნესის ზრდა, მეორე შემთხვევაში კი მიზანი უბრალოდ პატიოსანი ცხოვრებისათვის საჭირო სახსრების მოძიებით შემოიფარგლებოდა. ჩვენ უფრო მეტად განვიხილავთ მცირე ბიზნესის მენეჯმენტს, ვიდრე ზოგადად მეწარმეობას.

აუცილებლობის მეწარმეობამ და დასაქმების სფეროში დისკრიმინაციამ შეიძლება აიძულოს ადამიანი არალეგალური ბიზნესისკენ მიმართოს თავისი ძალები. ეს არალეგალურობა შეიძლება გამოიხატებოდეს გადასახადების გადახდისგან თავის არიდებით დაწყებული, ისეთი ბიზნესით დამთავრებული, როგორცაა ნარკოტიკების გავრცელება, ტრეფიკინგი და ა.შ.

დამატებითი საკითხავი¹

მცირე მეწარმეობის სოციალურ-ეკონომიკური როლი საქართველოში

მცირე მეწარმეობას საქართველოსთვის დიდი სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა აქვს. მცირე ბიზნესი მნიშვნელოვან სოციალურ-ეკონომიკურ ფუნქციას ასრულებს. კერძოდ, დასაქმების უზრუნველყოფა, სოციალური უთანაბრობის შერბილება, კონკურენტული გარემოს ფორმირება და სხვა. საწარმოები ზომის მიხედვით შემდეგნაირად იყოფა: მსხვილი, საშუალო და მცირე.

მცირე და საშუალო საწარმოებს მიეკუთვნება 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;
- საშუალო საწარმოებისათვის - 100 დასაქმებულსა და 1500 ათას ლარს;
- მსხვილ საწარმოებს განეკუთვნება საწარმო, სადაც დასაქმებულთა რაოდენობა აღემატება 100 კაცს და წლიური ბრუნვის მოცულობა 1500 ათას ლარს.
- მცირე მეწარმეობაში გადაწყვეტილებათა მიღება შედარებით მარტივია და შესაბამისად, დანახარჯებიც დიდ ბიზნესთან შედარებით ნაკლები. მცირე საწარმოებს ახალ იდეებთან სწრაფი შეგუება უფრო უადვილდებათ. სწორედ მცირე მეწარმეობიდან იწყება ის ინტერესები, რომელიც შემდგომ უკვე საშუალო და მსხვილ ბიზნესს უჩნდება. აქედან გამომდინარე, მცირე მეწარმეობის სრულფასოვან ფუნქციონირებას სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში მნიშვნელოვანი როლი ეკისრება.

¹ მომზადებულია შემდეგ ინტერნეტ-მისამართებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე:
<http://afba.ge>
<http://bpgeorgia.ge/go/doc/1335/142669/>
<http://banksandfinance.ge/society/145>
<http://www.statistics.ge/main.php?pform=210&plang=2;>

- მცირე მეწარმეთა სრულფასოვანი ფუნქციონირებისთვის შესაბამისი სამეწარმეო გარემოა საჭირო. საქართველოში სამეწარმეო გარემოს განვითარებისთვის ფუნქციონირებს არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებიც უშუალოდ მცირე ბიზნესის ხელშეწყობით არიან დაკავებული. ესენია: მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი, საქართველოს ექსპორტის ხელშეწყობის სააგენტო, ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი, საქართველოს საწარმოთა ხელშეწყობის პროექტი, საერთაშორისო თანამეგობრობის დახმარების ფონდის FINKA International საქართველოს ფილიალი, ღია საზოგადოება-საქართველოს ფონდი და სხვ.
- 2007 წლისთვის, საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის მონაცემებით, საქართველოში რეგისტრირებულია 500-ზე მეტი მცირე და საშუალო საწარმო და მათი რაოდენობა იზრდება (იხ. ცხრილი 1).

ცხრილი 3.1 სამეწარმეო სფეროს ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

	2002	2003	2004	2005	2006
რეგისტრირებულ საწარმოთა რაოდენობა, ერთეული	82956	93498	107163	131990	160855
გამოკვლეულ საწარმოთა რაოდენობა, ერთეული	25709	26871	27338	34934	28530
ბრუნვა, მლნ. ლარი	4595,6	5523,0	7248,4	10076,3	13090,3
გამოშვებული პროდუქცია (სუბსიდიების ჩათვლით), მლნ. ლარი	3058,1	3492,6	4374,8	5838,3	7412,6
დამატებული ღირებულება, მლნ. ლარი	1375,1	1773,3	2238,6	2796,8	3479,4
შუალედური მოხმარება, მლნ. ლარი	1682,9	1719,3	2136,2	3041,5	3933,1
ძირითადი კაპიტალი, მლნ. ლარი	4294,0	4364,8	4942,8	5415,1	6040,5
დასაქმებულთა რაოდენობა, კაცი	301310	297795	322779	388946	360987
შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება, ლარი	119,9	139,4	161,6	204,5	285,8

ცხრილი 3.2. ინდივიდუალურ საწარმოთა წილი საწარმოთა მთელ რაოდენობაში, პროცენტი

	2002	2003	2004	2005	2006
სულ	59,0	56,5	55,8	57,9	54,1
<i>ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით:</i>					
სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა	15,9	17,3	9,2	36,8	37,3
თევზჭერა, მეთევზეობა	5,3	-	-	3,7	12,5
სამთომშობვებითი მრეწველობა	3,3	8,1	12,0	29,1	24,1
დამამუშავებელი მრეწველობა	39,6	42,0	46,1	52,3	49,4
ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილება	-	0,6	0,6	1,1	0,6
მშენებლობა	2,2	2,9	2,5	15,3	15,4
ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი	81,3	74,7	73,2	72,6	72,6
სასტუმროები და რესტორნები	50,0	48,6	48,8	65,2	61,0
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	2,4	2,8	2,1	45,0	43,4
საფინანსო საქმიანობა	16,0	17,0	14,0	41,5	...
ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა	6,6	6,5	5,4	23,5	21,7
განათლება	1,7	1,6	1,3	3,0	3,8
ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება	3,4	4,1	3,6	13,7	14,1
საქმიანობის დანარჩენი სახეები	20,2	25,5	22,3	51,0	48,5
<i>რეგიონების მიხედვით:</i>					
ქ. თბილისი	43,4	37,0	36,2	38,8	30,9
აფხაზეთის არ
აჭარის არ	63,1	61,3	59,0	65,1	64,2
გურია	80,6	81,9	81,3	79,7	78,4
იმერეთი	66,8	67,8	69,3	70,0	65,2
კახეთი	75,6	75,8	76,0	76,9	73,6
მცხეთა-მთიანეთი	73,4	72,8	72,8	65,1	59,5
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	80,6	80,3	79,5	75,2	73,6
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	64,8	66,5	66,3	64,4	51,6
სამცხე-ჯავახეთი	67,6	72,2	75,7	72,7	72,5
ქვემო ქართლი	59,5	59,5	59,9	71,1	68,1
შიდა ქართლი	70,4	69,3	68,5	67,1	63,7

მცირე ბიზნესი დასაქმების კუთხით დიდ როლს ასრულებს - უზრუნველყოფს სამუშაო ადგილების შექმნას, არბილებს სოციალურ უთანაბრობას. სწორედ ამ სფეროში დასაქმებული ადამიანები ქმნიან ქვეყანაში საშუალო ფენას.

საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარების ერთი-ერთი ხელისშემშლელი ფაქტორია მეწარმეობაში კვალიფიკაციის ნაკლებობა. აუცილებელია მცირე მეწარმეთა გადამზადება, რათა მომზადებულები დახდნენ იმ

პროგრამებს, რომლებიც მთავრობამ შეიმუშავა უკანასკნელ პერიოდში, განსაკუთრებით ეს ეხება იაფი კრედიტების გაცემის არსებულ პროგრამას.

სადისკუსიოდ:

- როგორ ფიქრობთ, აქვს თუ არა საჭიროების მეწარმეობას უფრო განსხვავებული მიდგომა ბიზნესის მენეჯმენტისადმი, ვიდრე შესაძლებლობის მეწარმეობას?
- შეუძლია თუ არა საჭიროების მეწარმეობამ მნიშვნელოვანი ინოვაცია შეიტანოს ბაზარში, თუ იგი მუდმივად იქნება მიჯაჭვული მცირე პროექტებზე?
- შეგიძლიათ თუ არა დაასახელოთ პერიოდი ქვეყნის ისტორიაში, როდესაც ყველა ეკონომიკური აქტივობა შეჩერდა? თუ გადარჩა ამ პერიოდში რომელიმე კარგად ცნობილი მეწარმე?

4. სერიული მეწარმეობა

სწავლების მიზანი

14 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- გაიგოთ სერიული მეწარმეობის კონცეფცია;
- გაიგოთ, რა ძალები ამოძრავებთ სერიულ მეწარმეებს;
- ახსნათ, თუ რატომ ირჩევს მეწარმე სერიული მეწარმეობის გზას;
- გააკეთოთ სერიული მეწარმეების კლასიფიკაცია, მათი არჩევანის მიხედვით.

ზოგიერთ ეკონომიკის ფარგლებში შესაძლებელია იყვნენ მეწარმეები, რომლებიც გაცილებით უფრო აქტიურნი არიან, ვიდრე სხვა მეწარმეები. ასეთი მეწარმეები ერთ საქმეს მეორეს მიყოლებით იწყებენ და ამით მნიშვნელოვნად ზრდიან თავიანთ რისკებს. ასეთ მეწარმეებს **სერიულ მეწარმეებს** უწოდებენ. თუ შევეცდებით გამოვარკვიოთ, თუ რა ძალები აიძულებენ მეწარმეებს სერიული მეწარმეები გახდნენ დავინახავთ, რომ ეს ძალები ორ ძირითად ნაწილად შეიძლება დაიყოს. **პირველი მათგანი**

აერთიანებს იმ მეწარმეებს, რომლებიც მიყვებიან რა სტრატეგიულ ხაზს, ზრდიან თავიანთ სიმდიდრეს თავიანთი საქმიანობის თანმდევი (ახლოს მდგარი) ბიზნესების ჩართვით. ამით ისინი საკვანძო იდეას უმორჩილებენ ახალ წამოწყებებს და მთელი პროცესი არის მთლიანი სამეწარმეო ხედვის ნაწილი. მეორე ჯგუფი აერთიანებს მეწარმეებს, რომლებიც ფსიქოლოგიური თავისებურებებიდან გამომდინარე, მოტივაციას იღებენ არა ფულის მიღების პერსპექტივიდან, არამედ დიდ კმაყოფილებას იღებენ უბრალოდ ახალი ბიზნესის წამოწყებით.

ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, ჩვენ სერიული მეწარმეების ქვეჯგუფები შეგვიძლია განვსაზღვროთ შემდეგნაირად: **ჯაჭვური მეწარმე თანმიმდევრულად დაიწყებს ბიზნესს, მიიყვანს მას გარკვეულ დონემდე და შემდეგ გადაინაცვლებს ახალზე.** როგორც წესი, ისინი ერთ ბიზნესს მიჰყვებიან გარკვეული დროის პერიოდში. ეს ადამიანები უფრო მეტად სიამოვნებას პოულობენ შესაძლებლობების მოძიების და ექსპლუატაციის პროცესში, ვიდრე უკვე არსებული ბიზნესის წარმოებაში. ბევრი ახსნა შეგვიძლია ამას მოვუძებნოთ – დაწყებული ახალი რისკების აღებისას ადრენალინის გამოტყორცნით, დამთავრებული იმ ფაქტით, რომ პიროვნებას სიამოვნებას გამოწვევის მიღება, რაც ახალი ბიზნესის წამოწყებას ახლავს თან. ყველა შემთხვევაში, სერიული მეწარმე დაიწყებს ბიზნესს, კარგად ააწყობს მას, შემდეგ ყიდის მას და აღებულ სახსრებს იყენებს ახალი პროექტის წამოსაწყებად და განსახორციელებლად. ამ კონტექსტში, როგორც კი ბიზნესი უკვე აწყობილია და მუშაობს, ამ ადამიანებისათვის აქტიური მეწარმეობის ფაზა უკვე გავლილია. **პორტფოლიო მეწარმე** (ანუ სერიული მეწარმე) კი მეორეს მხრივ ინარჩუნებს თავისი არსებული ბიზნესის მენეჯმენტსა და მფლობელობას, მოძრაობს ახალი ბიზნესის შექმნისაკენ. ასეთი სერიული (პორტფოლიო) მეწარმეები მიჰყვებიან თავიანთი მზარდი ბიზნესის სტრატეგიულ გეგმას და გონებაში უკვე აქვთ თავიანთი ბიზნესის გაფართოების ვერტიკალური ან ჰორიზონტალური სქემა. ამავდროულად სამეწარმეო პორტფოლიოს გაზრდა შეიძლება გახდეს ის ერთადერთი სწორი გზა, რომლის საშუალებითაც მოხდება რისკების გადანაწილება სხვადასხვა აქტივობებს შორის.

სერიული მეწარმეობისთვის აუცილებელ უნარ-ჩვევებში შეიძლება დავასახელოთ: შესაძლებლობის დანახვის და შეფასების უნარი, ბაზრის ანალიზის უნარი, მომხმარებელთა ქცევის განჭვრეტა, კაპიტალის დაზღვევა

და გადაწყვეტილების მიღების უნარი. სწორედ ეს შეიძლება იყოს თანმიმდევრული ჯაჭვური მეწარმეობის მიზეზი. მეორეს მხრივ, პორტფილიო მეწარმეობა არსებობს იმ შემთხვევაში, როდესაც საწყის იდეას – ძირითად ბიზნესს უკავშირდება თანმდევი პროდუქტები ან მომსახურება, ან ზოგ შემთხვევაში ინდუსტრიაც კი და აქედან გამომდინარე შესაძლებლობები შეიძლება დასრულებულად გამოჩნდეს.

ოვერალმა და რაითმა (Overall, Wright et al.) 1997 წელს მოგვცეს სერიულ მეწარმეთა შემდეგი კლასიფიკაცია:

- **თავდაცვის სერიული მეწარმეები**, რომლებიც იძულებულნი იყვნენ დაეტოვებინათ საწყისი ბაზარი, რომელშიც მოღვაწეობდნენ. მიზეზები შეიძლება ყოფილიყო წარუმატებლობა, ბაზრის გაჯერება, ბიზნესის არამყარობა და ა.შ.
- **შესაძლებლობების სერიული მეწარმეები**, რომლებიც ისწრაფვიან მოკლე დროში მიიღონ ფინანსური შედეგი და მოკლევადიან ოპერირებაზე არიან ორიენტირებულნი;
- **ჯგუფის შემქმნელი სერიული მეწარმეები**, რომლებიც ისახავენ სტრატეგიას შექმნან ისეთი ბიზნესი, რომელიც თავის თავში რამოდენიმე ბიზნესს მოიცავს. შეიძლება ერთმანეთისგან განვასხვაოთ ისინი, რომლებიც ყიდულობენ სხვის ბიზნესს და ისინი, რომლებიც ყოველ ჯერზე ქმნიან ბიზნესს, რომელიც მათ სტრატეგიულ ხედვას პასუხობს.

მეტად მნიშვნელოვანია სამეწარმეო პროცესში წარუმატებლობის როლზე მსჯელობა. რადგან რისკი მუდმივად თან სდევს სამეწარმეო აქტივობას, წარუმატებლობის შესაძლებლობა ის ობიექტური რეალობაა, რასაც მეწარმემ ანგარიში უნდა გაუწიოს და მზად იყოს ამისათვის. საერთოდ, წარუმატებლობას ყველა კულტურაში, თავისი განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს. ზოგიერთი კულტურა იღებს წარუმატებლობას და იზიარებს მის მნიშვნელობას. იმისათვის, რომ წარუმატებლობა განიცადოს, ადამიანმა ჯერ გარკვეული ძალისხმევა უნდა გაიღოს, სცადოს რაიმეს გაკეთება. ამ მცდელობით მეწარმეს სჯერა უკეთესი მომავლის და ამავე დროს, თავისი სახსრების ნაწილს საზოგადოებას უბრუნებს. სხვა კულტურებში წარუმატებლობას ასე კარგად ვერ იღებენ და მეწარმე, რომელმაც წარუმატებლობა განიცადა, ადვილად ვეღარ დგება ფეხზე. სერიულ მეწარმეობაში წარუმატებლობის ფაქტორი საკმაოდ მნიშვნელოვანია იმიტომ, რომ მეწარ-

მე, რომელიც წარუმატებლობის მერე რაღაც ახალს ცდის, მიღებული გამოცდილებიდან იღებს უკუგებას. არსებობენ ინვესტორები, რომლებიც წარუმატებელ მეწარმეებს უფრო ენდობიან, ვიდრე სხვას. ისინი თვლიან, რომ მეწარმემ კარგი გაკვეთილი მიიღო. მეორე მხრივ, არსებობს ბევრი ფორმალური ორგანიზაცია (მაგალითად ბანკები), რომლებიც არ გასცემენ სესხს წარუმატებელ მეწარმეზე. ბანკოტობისადმი საკანონმდებლო ასპექტების განხილვა ნათელ სურათს გვაძლევს იმაზე, თუ რა დამოკიდებულება აქვს ქვეყანას წარუმატებლობისადმი.

და ბოლოს, საოჯახო მეწარმეობა შეიძლება სერიული მეწარმეობის კონტექსტში განვიხილოთ, რადგან ხშირად საწყისი სამეწარმეო აქტივობით მიღებული კაპიტალი ახალგაზრდა თაობას გადაეცემა, რათა მათ თავიანთი შესაძლებლობები გამოიყენონ.

სადისკუსიოდ:

- რა შემთხვევაში უნდა მეწარმეს სერიული მეწარმე გახდეს?
- რატომ სჭირდება მეწარმეს სერიულ მეწარმედ გახდომა?
- შეგიძლიათ თუ არა მოიყვანოთ ორი ან მეტი მაგალითი მეწარმეობისა, რომლებმაც სერიული მეწარმეობა განსხვავებული მიზეზით აირჩიეს?
- თქვენი აზრით, არის თუ არა საწყისი პერიოდის „ციებ-ცხელება“ და რისკის მენეჯმენტის დივერსიფიკაცია ყველაზე კარგი ახსნა სერიული მეწარმეობის მიზეზებისა?
- როგორ უკავშირებთ საწყისი სამეწარმეო აქტივობის წარუმატებლობას მომავალ ბიზნეს აქტივობას?

5. სამეწარმეო ქსელები

სწავლების მიზანი

1.5 თავის წაკითხვის შემდეგ, თქვენ შეძლებთ:

- აღწეროთ ფორმალური და არაფორმალური სამეწარმეო ქსელები;
- აღწეროთ ფორმალური სამეწარმეო ქსელები და ურთიერთობები, რომლებიც ამ ქსელების მახასიათებლებზეა დამოკიდებული;
- გაიგოთ სამეწარმეო ქსელების ფასი.

თუ გადავხედავთ მეწარმის ფსიქოლოგიურ პორტრეტს დავინახავთ, რომ ფსიქოლოგები მეწარმეს აღწერენ, როგორც ინდივიდუალისტსა და ავტონომიურ პერსონას. მაგრამ ბოლო წლებში, გაფართოებული კვლევების შედეგად, მეწარმეობის ახალი ასპექტები განვითარდა. ქსელები გახდა საკმაოდ მნიშვნელოვანი კვლევის საგანი. იმისათვის, რომ უკეთ გავიგოთ სამეწარმეო პროცესი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მეწარმემ უნდა მოახერხოს საქმის ორგანიზება ისე, რომ გამოიყენოს შესაძლებლობა მწირი რესურსების მეშვეობით. რესურსები ნედლეულის გარდა მოიცავს კაპიტალს, უნარ-ჩვევებს, ცოდნას, ტექნოლოგიებსა და სხვა კომპონენტებს, რომლებიც იცვლება ბიზნესიდან ბიზნესამდე. ამრიგად, ფორმალური და არაფორმალური ქსელები, ანუ როგორც მას უწოდებენ **სოციალური კაპიტალი** მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მეწარმის წამოწყების წარმატებასა და მისი საქმის წინსვლაში.

ძნელია განსაზღვრება მოუძებნო ქსელებს. ხალხის უმეტესობისათვის ძნელია ნათლად წარმოიდგინოს, თუ რას ნიშნავს იგი. როგორც დისკუსიის ამომავალი წერტილი ჩავთვალოთ, რომ ქსელი როგორც კონსტრუქცია, შედგება **ფორმალური და არაფორმალური** ურთიერთობებისაგან, რომელსაც ბიზნესი ამყარებს თავის გარემოსთან ან მეწარმე სხვა ინდივიდებთან. ამრიგად, ქსელები ყალიბდება ყოველი ბიზნესის გარემო, რომელიც სპეციფიკურ ბაზარზე ჩნდება და ამიტომ ვერცერთი ქსელი სტატიკური ვერ იქნება. ყოველი ახალი წევრი სხვებს ქსელის მეშვეობით უკავშირდება. ნათელია, რომ ქსელური პროცესები საკმაოდ ბევრს სთავაზობს მეწარმეს.

იგი ამ ურთიერთობებით ბევრს იძენს და ამავე დროს გაცემს კიდევ ქსელები თავის თავში ტრანზაქციულობას გულისხმობს.

მეწარმე თავისი ქსელიდან იღებს უამრავ სხვადასხვა რამეს. პირველ რიგში, მეწარმემ შეიძლება მიიღოს კაპიტალი, ინფორმაცია და რჩევა. უფრო მეტიც, ინოვაცია შეიძლება ქსელის დამსახურება იყოს, იძლევა რა საშუალებას დაინახო, თუ როგორ ეპყრობიან სიახლეს ქსელის სხვა წევრები. **ფორმალური ქსელები** მოიცავენ პროფესიულ კავშირებს, სავაჭრო პალატებს, ასოციაციებს და ა.შ. **არაფორმალური ქსელი** უამრავია და მოიცავს ურთიერთობებს, დაწყებული ახლო მეგობრულ ურთიერთობებიდან სხვა მეწარმეებთან საქმიანი შეხვედრებით დამთავრებული. ფორმალური ქსელიდან მიღებული სარგებელი აშკარაა. იგი მოიცავს ლობირებასა და მხარდაჭერას, მაშინ როდესაც არაფორმალური ქსელები სხვა ტიპის მხარდაჭერას სთავაზობენ მეწარმეს: სტრატეგიული კომპეტენტურობის და ხედვის გაფართოებას, შესაძლებლობის იდენტიფიცირებას, ექსტრაორდინალური სიტუაციების დროს რესურსებით დახმარებას. ამ თვალსაზრისით შეიძლება დავინახოთ, რომ იმ მეწარმეებს, რომლებსაც ნაკლებად მიუწვდებათ ხელი არაფორმალურ ქსელებამდე, უფრო მცირე რაოდენობის უფასო ინფორმაციას იღებენ და ამიტომ იძულებულნი არიან ოპერირება მოახდინონ უფრო მცირე კაპიტალით (ლეონარდ ბარტონი, 1984). ხშირ შემთხვევაში იმ ეტაპზე, როდესაც მეწარმე ეძიებს შესაძლებლობებს, ჩათრეულია არაფორმალურ ქსელში გაცილებით ადრე, ვიდრე იგი თავის ბიზნესს წამოიწყებს.

სამეწარმეო ქსელებს აქვთ რიგი მახასიათებლები, რომლებიც ძირითადად მცირე ფირმებს შეეხება და ქვემოთ მოკლედ არის ჩამოთვლილი:

1. მორფოლოგიური მახასიათებლები (სტრუქტურა და ფორმა),
(მიტჩელი 1973).

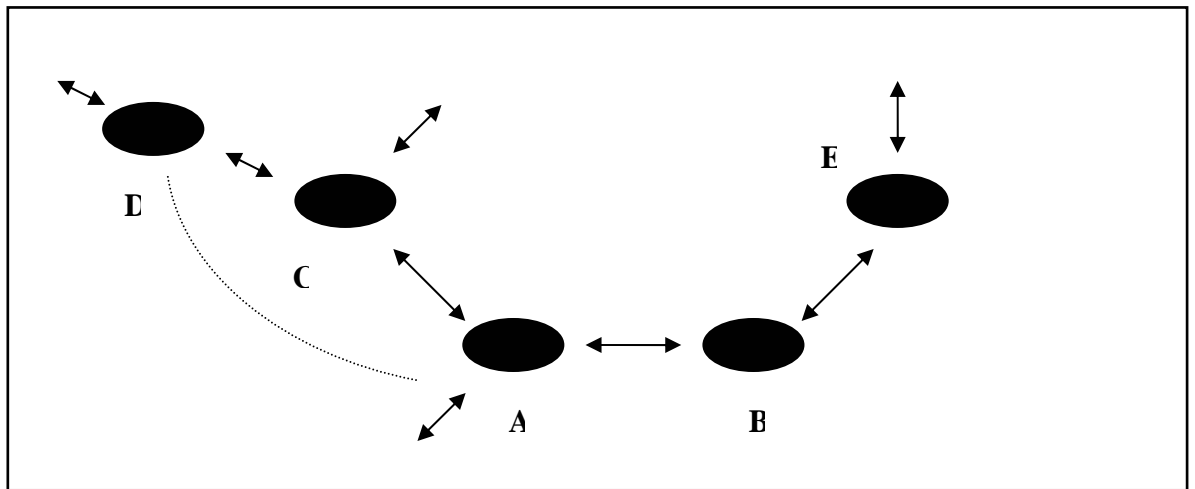
ა) ღუზა (საკვანძო პოზიცია).

ქსელის ფოკუსი შეიძლება იყოს ბიზნესი ან მეწარმე იმის მიხედვით, თუ რამდენად გამოცდილია მეწარმე ან რამდენი წელია ბიზნესი არსებობს.

ბ) მიწვდომადობა.

ქსელის ღუზა, როგორც ზემოთ ითქვა, ქსელის სოციალური კონსტრუქციის ფარგლებში ურთიერთობაშია სხვა ელემენტებთან. იმის საზომს, თუ რამდენად შორია და რამდენად ადვილად შედის იგი ინტერაქტიულ ურთიერთობაში, **მიწვდომადობა** ეწოდება. შეიძლება დათვლილი

იქნას ქსელის შიგნით ინტერაქტიული კავშირების რაოდენობა, რაც საჭიროა სასურველი წევრის მისაწვდომად. რაც ნაკლებია ინტერაქტიული კავშირები, მით მაღალია მიწვდომადობა. ამ თვალსაზრისით, შეიძლება განისაზღვროს ბიზნესის ვიწრო და ფართო ქსელები და გავიგოთ, თუ რა ძალისხმევაა საჭირო ქსელის შიგნით რესურსების მისაღებად. ასევე, ამგვარ გამოკვლევაში შეიძლება იდენტიფიცირება გავუკეთოთ ქსელის წევრებს, რომლებიც ერთ ქსელს მეორესთან აკავშირებენ.



გასაღები:
 ● საზოგადოების წევრი: ინდივიდუმი, საოჯახო მეურნეობა, ჯგუფი, ორგანიზაცია
 ↔ პირდაპირი ურთიერთობები წევრებს შორის, ინტერაქტიული ურთიერთობები
 ----- პირდაპირი ურთიერთობები (გავლენა) იმ წევრებს შორის, რომლებიც თითო ნაბიჯზე მეტით არიან დაშორებულნი ერთმანეთისგან.

ნახაზი 5.1: სოციალური ქსელის რუკის მაგალითი

გ) სიმჭიდროვე

ქსელები შეიძლება იყოს მჭიდრო ან თავისუფალი (არამჭიდრო) იმის მიხედვით, თუ რამდენად ახლოს არიან ქსელის წევრები ერთმანეთთან. სიმჭიდროვე ყველაზე მაღალია ისეთი ქსელის შემთხვევაში, როდესაც თითოეული წევრი ქსელის სხვა წევრთან არის ურთიერთობაში. მეორე მხრივ, თუ ქსელის წევრმა სასურველი მიზანის მისაღწევად უნდა გაიაროს რამდენიმე სხვა წევრი, ქსელი არამჭიდროა. მჭიდრო ქსელი, როგორც წესი შედგება ოჯახის ან მეგობართა წრისაგან.

დ) ამპლიტუდა, დიაპაზონი.

სამეწარმეო ქსელის დიაპაზონი ღუზის მიმართ წევრების პეტროგენურობას (არაერთგვაროვნებას) ასახავს. თუკი პირდაპირი კონტაქტისას რამოდენიმე სხვადასხვა რესურსის მიწვდომა შეიძლება, ჩვენ გვაქვს ფართო ქსელი.

2. ინტერაქტიული მახასიათებლები:

ა) არსი, მნიშვნელობა.

არსი ფაქტიურად მიუთითებს, თუ რა მნიშვნელობა ენიჭება ყოველ ურთიერთობას სამეწარმეო ქსელის შიგნით. ყოველ ურთიერთობას აქვს გარკვეული ინტიმურობის დონე და მნიშვნელობა. ყოველ წევრს უხდება სხვადასხვანაირად ააწყოს ურთიერთობები ყოველ ინტერაქტივში. ისეთი ფასეულობები, როგორცაა ოჯახი, მეგობრობა და ა.შ. აღწერს არსის დონეს.

ბ) ინტენსივობა

ქსელის შიგნით ყოველი წევრისათვის ყოველ ურთიერთობას აქვს განსხვავებული წონა. ეს წონა განსაზღვრავს ურთიერთობისათვის მზადებას, კომუნიკაციაზე პასუხს, მოვალეობების პატივისცემას და იმ უფლებების გამოყენებას, რომელსაც ურთიერთობები იძლევა.

გ) სიხშირე

სიხშირე იზომება დროით, რომელსაც მეწარმე ხარჯავს ან ინვესტირებას აკეთებს იმისათვის, რომ ურთიერთობა ჰქონდეს თავის ქსელთან და მოახერხოს ურთიერთობების კულტივირება, აუცილებელია გავლენას ახდენდეს გაცვლის ხარისხზე ან ინტენსივობაზე.

დ) ხანგრძლივობა (ხანმედევობა)

რადგან ქსელი დინამიურია და მონაწილეობა ნებაყოფლობითია, ხანგრძლივობა (ხანმედევობა) აღწერს დროს, რომლის განმავლობაშიც არსებობს ურთიერთობა. თუკი ორივე მხარე ხედავს, რომ ურთიერთობა ფასეულია, მაშინ არსებობს მაღალი ალბათობა იმისა, რომ ურთიერთობა გაგრძელდება. ეს უმეტეს წილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად აქვს ორივე მხარეს დროის ამ ურთიერთობებში ინვესტირების გაკეთების სურვილი.

ე) მიმართულება

მიმართულება გვიჩვენებს ურთიერთობებში ძალაუფლების მიმართულებას. ერთი წევრი შეიძლება უფრო სუსტი იყოს, ვიდრე მეორე და ამ

შემთხვევაში სუსტი იღებს მხარდაჭერას ძლიერისგან. სამეწარმეო ქსელის მიმართულება შეიძლება იცვლებოდეს დროდადრო, მაგრამ ისეთ ძლიერ სოციალურ ურთიერთობებში, როგორცაა მეგობრობა, მიმართულებას არა აქვს მნიშვნელობა.

მნიშვნელოვანია ამოვიცნოთ, თუ რა წვლილი შეაქვს ქსელებს სამეწარმეო პროცესში. რადგან არცერთი ბიზნესი არ არსებობს ვაკუუმში, აუცილებელია ურთიერთობების ინტენსიური გამოყენება, რათა მიზნები მიღწეული იქნეს. ქსელური პროცესები გარკვეულ გრაფიკს არ ექვემდებარება, მაგრამ გამოცდილი მეწარმეები ცდილობენ გაითვალისწინონ ურთიერთობებისათვის საჭირო დრო თავის გრაფიკში. ბოლოს, საჭიროა ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ ქსელებს ორმხრივ მიმართული დინება ახასიათებს, ანუ ყოველი წევრი იღებს და სარგებლობს ქსელის ურთიერთობებით, მაგრამ ამასთან ერთად ყოველმა წევრმა რაღაცა უნდა გაიღოს კიდევ.

სადისკუსიოდ:

- დახაზეთ თქვენი ოჯახის, მეგობრების და ნაცნობების ქსელი. ჩამოთვალეთ რესურსები, რისი მიწვდომაც შეგიძლიათ თქვენ ქსელის მეშვეობით, რათა თქვენი მიზნები მიღწეული იქნეს.
- თქვენს გარემოში დაასახელეთ ფორმალური ბიზნეს-ქსელის მაგალითი და აღწერეთ, თუ რა მომსახურების და სარგებლის მიღება შეუძლიათ მის წევრებს.

6. შიდამეწარმეობა და ინოვაცია

სწავლების მიზანი

1.6 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- განასხვაოთ მეწარმეობა და შიდამეწარმეობა (Intrapreneurship).
- აღწეროთ დაშვებები და ბარიერები, რასაც შიდა მეწარმე ხვდება კორპორაციულ გარემოში.

ამ მომენტამდე ჩვენ მეწარმეობას განვიხილავდით, როგორც მოვლენას ან პროცესს, რომელიც ხდება ყველა არსებულ ბიზნესს და დაკავშირებუ-

ლია ახალ წამოწყებასთან. ჩვენ ვახსენებთ სერიული მეწარმეები, როგორც ინდივიდის განმეორებითი სამეწარმეო აქტიობის სუბიექტები. ახლა განვიხილოთ შიდა მეწარმეობა (Intrapreneurship), რომელიც უკავშირდება დიდ და ჩამოყალიბებულ ორგანიზაციის უნარს, გამოიყენოს მის განკარგულებაში მყოფი ადამიანური რესურსების უნარები, ჯანსაღი და კარგად განვითარებული სამეწარმეო საქმიანობის მიმართ. შიდა მეწარმე (Intrapreneur) არის კორპორაციული აღმასრულებელი მუშაკი, რომელიც კორპორაციის შიგნით ახალ სამეწარმეო ხაზს ქმნის და ავითარებს.

დიდი ბიზნესი ცდილობს, გაერიდოს ბიუროკრატიულ სტრუქტურას და დაიჭიროს ინოვაციები მის წყაროსთან, გამოიყენოს თანამშრომლების ლატენტური სამეწარმეო თვისებები.

ყველა ინოვაციურ დიდ ბიზნესში, როგორცაა 3M, ჯენერალ მოტორსი და yahoo შეიძლება გამოვარჩიოთ თანამშრომლები, რომლებიც ცვლილებების ინიციატორები არიან და შეუძლიათ ეს ინოვაციები აღექვატურად წარმოადგინონ. ეს ინდივიდები შეიძლება თვითონ დამოუკიდებლად გახდნენ მეწარმეები და ბაზარზე იმოქმედონ როგორც ცვლილებების აგენტებმა. მაგრამ დიდმა კომპანიებმა „გამოიჭირეს“ სამეწარმეო ტალანტები და მათ სათანადოდ აფასებენ. ამრიგად, იმის მაგიერ, რომ თანამშრომელს „დაუკმაყოფილებელი“ მენეჯერის როლი შესთავაზონ, კომპანია მას შიდა მეწარმის როლს სთავაზობს. ამრიგად, შიდა მეწარმეები არიან მეწარმეები ბიზნეს-კონსტრუქციის შიგნით. მათ განკარგულებაში არის კომპანიის რესურსები, რომელთა გამოყენება შეუძლიათ მათ მიერ იდენტიფიცირებული შესაძლებლობების გამოსაყენებლად. ახალი საქმის წამოსაწყებად რისკის გარდა საჭიროა კაპიტალი, რესურსები, ცოდნა, უნარ-ჩვევები და გამომდინარე სიტუაციიდან, სხვა ელემენტები. ინდივიდმა შეიძლება აირჩიოს მეწარმედ გახდომის გზა თუ იგი თვლის, რომ მას შეუძლია იტვირთოს შესაძლებლობების გამოყენებისთვის საჭირო რესურსების მოძიება და აქედან მიღებულმა მოგებამ უნდა გადაფაროს გაწეული რისკის ფასი. შიდა მეწარმეობის ბიზნესის შემთხვევაში კი, მეწარმის ნიჭით დაჯილდოებული ადამიანი იყენებს მის წინაშე გახსნილ შესაძლებლობებს იმ სიტუაციაში, როდესაც იგი უკვე ჩამოყალიბებული ბიზნესის სტრუქტურის შიგნითაა. იგი ასევე იყენებს იმ რესურსებს, რომელიც გაცილებით ადვილი მისაწვდომია უკვე ჩამოყალიბებული დიდი ბიზნესის შიგნით და დამქირავებლისაგან იღებს ანაზღაურებას მისი ბიზნესის წინსვლისათვის. გარკვეული

მოსაზრებით შიდა მეწარმეობა არის მეწარმეობა დაცვითი ქსელის შიგნით. თუმცა უკუგება შეიძლება გაცილებით ნაკლები იყოს, ვიდრე თავისუფალი მეწარმეობის შემთხვევაში, მაგრამ რისკებიც შესაბამიად ნაკლებია.

შიდა მეწარმეს შეუძლია იარსებოს როგორც ბიზნესის ორგანიზაციული კულტურის ნაწილმა იმ შემთხვევაში, თუ იგი პოულობს **მხარდაჭერას, დაცვასა და ანაზღაურებას**. გაფართოების მიზნით შიდა მეწარმის ბიზნესს შეუძლია რამოდენიმე იარაღის გამოყენება:

- შედა მეწარმეობის სპონსორობა – უნდა დასპონსორდნენ ის ინდივიდები, რომლებიც ეძებენ ინოვაციებს და სამუშაო გრაფიკში აქვთ საკმარისი დრო მათი განხილვისათვის;
- სათავეში მდგომი მეწარმის ჩართვა ბიზნესის ყოველ შემდგომ ეტაპზე – რიგ ორგანიზაციებში საწყისი კონცეფციის მატარებელი ადამიანი გამოიღვენება პროექტის ახალ დონეზე გადასვლასთან ერთად. მაგრამ მოტივაციური ფაქტორებიდან და საქმისადმი ერთგულებიდან გამომდინარე, უკეთესი გადაწყვეტილება იქნება, რომ საწყისი მეწარმე დარჩეს და ჩართული იყოს მზარდი პროექტის შედგომ დინეზე;
- ავტონომიური სამეწარმეო ჯგუფები – შიდა ჯგუფები უნდა მოქმედებდნენ როგორც მეწარმეები. მათ უნდა გააჩნდეთ რესურსების ფლობისა და გადაწყვეტილების მიღების თავისუფლება;
- ბიუროკრატიის დაბალი დონე – შიდა მეწარმეს სჭირდება ორგანიზაციის შიგნით, პროექტის ნებისმიერ ეტაპზე, ჰქონდეს რესურსების მიწვდომის თავისუფლება. კონცეპტუალური იდეებიდან რეალურ დონემდე ბიუროკრატიის მაღალი დონე კი შეანელებს ამ პროცესს და შეიძლება ისე მოხდეს, რომ მისი განხორციელების მომენტისთვის იდეა დაგვიანებული აღმოჩნდეს.
- რისკების, შეცდომებისა და წარუმატებლობის შესაძლებლობის აღიარება – როდესაც ხდება ახალ პროექტებში ინვესტირება, ორგანიზაციას უნდა შეეძლოს თვალი გაუსწოროს წარუმატებლობას სწორედ ისევე, როგორც თავისუფალ მეწარმეს. ეს წარუმატებლობა შეიძლება იყოს შედეგი შიდა მეწარმეობის ჯგუფის შეცდომებისა. და თუკი წარუმატებლობა ისჯება კომპანიის მხრიდან, შემ-

დეგ გამოჩენილი შესაძლებლობების გამოყენების შანსი მინიმალური ხდება.

- ხანგრძლივ ვადაზე გთვლილი წარმატების ფილოსოფიისადმი ერთგულება – შემჭიდროებულ დროის მონაკვეთში (რომელზედაც ორიენტირებას არის მიჩვეული ორგანიზაცია) შიდა მეწარმეობის აქციონერებმა რეალური საგრძნობი შედეგები შეიძლება ვერ მოახდინონ. ერთი იდეის მომგებიანად ქცევას შეიძლება მეტი დრო დასჭირდეს ვიდრე მეორეს. ამრიგად, ამ პროცესს სრული განვითარებისათვის სჭირდება დრო და ხანგრძლივ პერიოდზე გათვლილი ინვესტიციები.
- იდეებისთვის საჭირო რესურსების არსებობა – შიდა მეწარმეს და მის გუნდს სჭირდება რესურსები. იდეა უფრო სწრაფად მიაღწევს ბაზაარს, რაც უფრო სწრაფად მიწვდომადია რესურსები.
- ანაზღაურების სისტემა შიდა მეწარმეობის პროცესისათვის – ნებისმიერ ორგანიზაციას, რომელსაც სურს გააფართოოს მეწარმეობა და გამოიყენოს ინოვაციები, უნდა გააჩნდეს ამის ხელშემწყობი ანაზღაურების სისტემა. იმისათვის, რომ მოხდეს აქტივობის წახალისება, შიდა მეწარმეს სჭირდება მის მიერ შეტანილი წვლილისათვის ანაზღაურების მიღება. ანაზღაურების სისტემები შეძლება მოიცავდეს მოკლევადიან და გრძელვადიან გადახდის სისტემებს, განათლებისა და ჯანმრთელობის დაზღვევის სისტემებს და სხვ.

მეორეს მხრივ, შიდა მეწარმეობის ბარიერები მოიცავს:

- ტრადიციული დიდი ბიზნესის ორგანიზების იერარქიულ სისტემას, რომელსაც ბევრი გამყოფი აქვს მენეჯმენტის ქვედა და ზედა რგოლებს შორის;
- არასასურველი კორპორაციული კულტურა, რომელიც არ განააწყოთ კომუნიკაციებისაკენ და მოქნილი სამუშაო ადგილის აღწერისადმი;
- მოქმედების სტანდარტები და გაზომვის სტანდარტები, რაც მორგებულია დიდ ბიზნესზე, როგორც მოკლევადიანი შემოსავლები ან ხარჯების კონტროლი;
- ხისტი და დროის მფლანგველი დაგეგმარების პროცედურები;

- მფლობელობის საზღვრები;
- ადამიანური რესურსების მაღალი გადაღინება;
- არაეფექტიანი ანზღაურების სისტემა;

ბოლოს, სწორედ ასევე, როგორც ჩვენ შევეცადეთ მეწარმეობის დამახასიათებელი მომენტების განსაზღვრა, იგივე შეგვიძლია გავაკეთოთ შიდა მეწარმეობისთვის. ამრიგად, შიდა მეწარმეობა მეწარმეობისაგან ორი ძირითადი მომენტით განსხვავდება: პირველი, შიდა მეწარმე ნაკლები რისკის მიმღებია და მოცემული იდეის ექსპლუატაციიდან გამომდინარე შეიძლება ხელავდეს თავისუფალი მეწარმეობის უპირატესობას, მაგრამ არ თვლის, რომ საჭიროა ამას თავისი კარიერა შესწიროს. ამასთანავე, შიდა მეწარმეს გააჩნია აკუმულირებული მენეჯერული გამოცდილება, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იქნას ახალ პროექტში. უფრო მეტიც, შიდა მეწარმეს აქვს არჩევანი – გახდეს მეწარმე თავისი კარიერის ნებისმიერ ეტაპზე, მაშინ როდესაც მეწარმეობისთვის კარიერის შეცვლა შეიძლება პრობლემური იყოს. მენეჯერული უნარ-ჩვევებიდან გამომდინარე შიდა მეწარმეს შეუძლია მრავალი როლი შეითავსოს, გაიგოს და შეაფასოს გარემო, გამოიყენოს ღია დისკუსიის ტექნიკა პრობლემების გადასაწყვეტად და შესაძლებლობების გამოსაყენებლად. მას აგრეთვე შეუძლია გამოიყენოს ის ორგანიზაციული კულტურა, რომლის ნაწილსაც იგი წარმოადგენს და შექმნას შიდა მეწარმეობის მსგავსი გუნდი. უფრო მეტიც, სამეწარმეო უნარ-ჩვევებიდან გამომდინარე, შიდა მეწარმეს სჭირდება ხედვა, მოქნილობა, მოქმედებაზე ორიენტირება, წარუმატებლობის მენეჯმენტის და წარუმატებლობის გადალახვის და თვით დასმული მიზნების მიღწევის უნარი.

შიდა მეწარმეობა, როგორც კონცეფცია არის ისეთი საზოგადოების აშენების უნარი, რომელსაც შეუძლია ინოვაციის ნებისმიერი ფორმით დანერგვა. სოციალური შიდა მეწარმეობის აზროვნების სტილი, რომელიც წარმოადგენს შესაძლებლობის იდენტიფიცირების და გამოყენების საშუალო უნარს, შეიძლება გავრცელდეს და განვითარდეს ორგანიზაციის შიგნით. კარგმა მენეჯერმა შეიძლება ისე შეარჩიოს თანამშრომლები და ისეთი გუნდი შექმნას, რომლის ინოვაციების გაცნობისა და განხორციელების საშუალო უნარი გაცილებით მეტი იყოს, ვიდრე მთლიანად საზოგადოებაში. თუკი ინოვაცია მხოლოდ

ტექნიკური არ არის, იგი აუცილებლად საჭიროებს სხვადასხვა ცოდნისა და უნარ-ჩვევების ადამიანების ძალისხმევას, რომლებსაც უნარი აქვთ დაინახონ შესაძლებლობები და ჩამოაყალიბონ ახალი ბიზნესის კონცეფცია.

დამატებითი საკითხავი¹

სახელმწიფო პოლიტიკა როლი მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაში

მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარება ეკონომიკის სტაბილური ზრდის საფუძველს ქმნის. საქართველოს როგორც ეკონომიკური, ისე პოლიტიკური განვითარება ბევრად არის დამოკიდებული მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებისათვის დღეს გაწეულ ძალისხმევაზე. მცირე ბიზნესის მნიშვნელოვანი სოციალურ-ეკონომიკური როლის გამო, მსოფლიოს ყველა წამყვან ქვეყანაში მათ ხელს სახელმწიფო სტრუქტურები უწყობს, რომლებიც სპეციალურად მცირე ბიზნესის განვითარებისთვის არიან დაფუძნებულნი. სახელმწიფო პოლიტიკა მიმართულია იმ პრობლემების გადაჭრისკენ, რომლებიც საწარმოს მცირე შესაძლებლობების გამო წარმოიშვება და არათანაბარ კონკურენტულ პირობებში აყენებს მსხვილ საწარმოსთან მიმართებაში.

განვითარებულ ქვეყანათა უმეტესობაში მცირე და საშუალო საწარმოები (მათი განსაზღვრება სხვადასხვაგვარია) ბიზნესის თითქმის 90%-ს მოიცავს, წარმოქმნის სამუშაო ადგილების 3/4-ს და მთლიანი შიდა პროდუქტის დაახლოებით ნახევარს ქმნის. ამას შედეგად მოსდევს ძლიერი საშუალო კლასის წარმოშობა, რომლის ხერხემალსაც მცირე და საშუალო მეწარმეები შეადგენენ. ერთმანეთისაგან ისეთ განსხვავებულ ქვეყნებში, როგორცაა არგენტინა, სამხრეთ კორეა და უნგრეთი, დემოკრატიული

¹ მომზადებულია შემდეგ ინტერნეტ-მისამართებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე:
<http://afba.ge>
<http://bpgeorgia.ge/go/doc/1335/142669/>
<http://banksandfinance.ge/society/145>
<http://www.statistics.ge/main.php?pform=210&plang=2;>

ცვლილებების ცხოვრებაში დანერგვა სწორედ საშუალო კლასის ძალისხმევით გახდა შესაძლებელი.

მსოფლიო ბანკის ჯგუფის წევრმა და კერძო სექტორის მიმართულებით მომუშავე საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციამ (IFC) 2007 წელს საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა ფართომასშტაბიანი კვლევის შედეგები გამოაქვეყნა. კვლევა "ბიზნეს-გარემო საქართველოში 2006" განახორციელა IFC-ის სამეწარმეო გარემოს ხელშეწყობის პროექტმა BP-ს, მისი ნავთობისა და გაზის პარტნიორების, აგრეთვე კანადის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (CIDA) ფინანსური მხარდაჭერით.

კვლევამ 880 მცირე, საშუალო საწარმო და ინდივიდუალური მეწარმე მოიცვა. დაადასტურა, რომ ქვეყანაში ბიზნეს-გარემო საგრძნობლად გაუმჯობესდა. კვლევის თანახმად, მცირე და საშუალო საწარმოთა რიცხვი, რომლებიც პოლიტიკურ არასტაბილურობას ბიზნესის განვითარებისათვის დაბრკოლებად მიიჩნევენ 90,4%-დან (2003 წ.) 66%-მდე (2005 წ.) შემცირდა. იმ მცირე და საშუალო საწარმოთა რიცხვი, რომლებიც კორუფციას ბარიერად მიიჩნევენ 2003 წელს დაფიქსირებული 69,1%-დან 2005 წელს 38%-მდე შემცირდა. 2003 წელს გამოკითხულ საწარმოთა 73,6%-მა გადასახადების დონე და საგადასახადო ადმინისტრირება დაბრკოლებად დაასახელა, მაშინ, როდესაც 2005 წელს აღნიშნული ფაქტორები ბარიერად - მხოლოდ 47%-მა დაასახელა.

საქართველოს რეიტინგის ზრდა საერთაშორისო შეფასებების მიხედვითაც დასტურდება. მსოფლიო ბანკის და საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის ერთობლივი ანგარიში "ბიზნესის წარმოება 2007: როგორ განვახორციელოთ რეფორმები" საქართველოს №1 რეფორმატორად აფასებს. საერთო მონაცემებით, ბიზნესის წარმოების სიმარტივის თვალსაზრისით, საქართველო 37-ე ადგილზეა, რის შედეგადაც, ქვეყანა, უპრეცედენტოდ, 75 ქულით დაწინაურდა გასულ წელთან შედარებით, როდესაც მას 112-ე ადგილი ეკავა.

მიუხედავად ამისა, მეწარმეებს ჯერ კიდევ ბევრი პრობლემური საკითხი რჩებათ, მათ შორის, საგადასახადო ადმინისტრირება, არასტაბილური კანონმდებლობა, სასამართლო სისტემისა და ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე და არათანაბარი კონკურენცია.

კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ დადებითი ხასიათის ცვლილებების მიუხედავად, 2003 წლის მონაცემებთან შედარებით, მეწარმეთა ოპტიმიზმი მომავლის მიმართ იკლებს. 2003 წელს გამოკითხული ბიზნეს-სუბიექტების 75% ოპტიმისტურად იყო განწყობილი, ხოლო 2005 წელს, კომპანიების მხოლოდ 40%-ს მიაჩნდა, რომ ბიზნეს-გარემოს გაუმჯობესება მომდევნო წელსაც გაგრძელდებოდა.

კვლევა საქართველოს მთავრობას აძლევს რეკომენდაციებს ბიზნესის განვითარების შემაფერხებელი ბარიერების მოხსნის მიზნით. განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება მარეგულირებელი სფეროს რეფორმების შეფასებაზე, მათ გავლენაზე და იმ ნაბიჯებზე, რომლებიც უნდა გადაიდგას ქვეყანაში ბიზნესის აქტივობის ამაღლების მიზნით.

მსოფლიო პრაქტიკამ აჩვენა, რომ მცირე ბიზნესი იდეალურად ლიბერალურ პირობებში ვერ განვითარდებოდა.

მცირე ბიზნესის დახმარების გადაწყვეტილება პირველად მსოფლიოში ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა მიიღო. 1932 წელს ეკონომიკური კრიზისის დროს ამერიკამ შეიმუშავა სესხების გაცემის ფედერალური პროგრამა. ამჟამად ამერიკაში ეს პროგრამა კიდევ უფრო დაიხვეწა. სახელმწიფო კერძო საფინანსო სამსახურს სესხის ნაწილის დაფარვის გარანტიას აძლევს. კერძოდ, თუ მცირე მეწარმის აღებული სესხი არ აღემატება 750 ათას ამერიკულ დოლარს, მეწარმის გადახდისუნაროდ შექმნის შემთხვევაში სახელმწიფო ფარავს კრედიტის 75%-ს. ხოლო თუ კრედიტი 100 ათას დოლარს არ აღემატება გარანტია 80 %-ზე გაიცემა.

დაფინანსების მოპოვების შემდეგ მცირე მეწარმის პრობლემას არსებული კაპიტალის რაციონალურად გამოყენება წარმოადგენს. გამოცდილების არ არსებობის და სხვადასხვა პრობლემების გაუთვალისწინებლობის გამო აშშ-ში ყოველწლიურად ახალი გახსნილი მცირე საწარმოების 85% კოტრდება. ამ პრობლემის გადასაჭრელად მუშაობს „აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია“ რომელიც ამერიკის კონგრესმა 1953 წელს დააარსა. მის ხელმძღვანელს ნიშნავს პრეზიდენტი და ამტკიცებს სენატი.

მთელ ქვეყანაში ფუნქციონირებს ამ ორგანიზაციის 1000-მდე ფილიალი, სადაც 50-მდე სახის პროგრამა ფუნქციონირებს. ერთ-ერთ მთავარ საქმიანობად საინფორმაციო მხარდაჭერა და გადამზადება ითვლება. სხვადასხვა ფილიალებში ტრენინგები და კონსულტაციები მიმდინარეობს, რომლებიც აერთიანებენ 10 000-ზე მეტ ყოფილ და ახლად დაარსებულ

საწარმოს. ასევე არსებობს ინდივიდუალური მიდგომის კონსულტაციის და დახმარების პროგრამებიც.

ბიზნესის დასაცავად ამერიკის შეერთებული შტატები ყოველწლიურად ჯამში დაახლოებით 12 მილიარდ დოლარს ხარჯავს.

მსავსი პროგრამა მოქმედებს დიდ ბრიტანეთშიც. მცირე მეწარმის სესხის აღების გამარტივების მიზნით სახელმწიფო აქაც აზღვევს სესხის 75%. ამასთან, ბანკი კრედიტის გაცემის პირობებს სახელმწიფოსგან დამოუკიდებლად ყოველგვარი ჩარევის გარეშე აყენებს. ამ პროგრამისთვის გაერთიანებულ სამეფოს ბიუჯეტიდან ყოველწლიურად 50 000 000 ფუნტი სტერლინგი გამოიყოფა.

გერმანიაში მცირე საწარმოების ინვესტირებისთვის სახელმწიფო უსასყიდლო სუბსიდიებს გასცემს, რომელიც მთლიანი კაპიტალის ძალიან მცირე ნაწილს წარმოადგენს. ძირითადი დაფინანსება კი შეღავათიანი კრედიტების გაცემის გზით ხდება, რომლის დაფარვაც 10 წლის შემდეგ არის შესაძლებელი. მეწარმე კრედიტის დაფარვას იწყებს მე-11 წელს. დაფარვის ვადა კი მაქსიმუმ 20 წელია. კრედიტის წლიური საპროცენტო განაკვეთი 5%-ს არ აღემატება. შეღავათიანი კრედიტის ასაღებად აუცილებელია საერთო კაპიტალში კრედიტის წილი არ აღემატებოდეს 50%-ს, ხოლო კრედიტის ოდენობა ერთ მილიონ ევროს.

საფრანგეთში მცირე ბიზნესის დაკრედიტებაზე 50-მდე ორგანიზაცია მოქმედებს. მათ შორის „მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების ბანკი“ 1996 წლიდან არსებობს. დღეისათვის ეს ბანკი სრულიად უპროცენტო სესხებს გასცემს. ხოლო 30 000 ევროს ფარგლებში კი სუბსიდიები გაიცემა. ბანკს, ერთის მხრივ, აფინანსებს სახელმწიფო, ხოლო დარჩენილ ნახევარს თავის თავზე იღებს ნახევრად სახელმწიფოებრივ დეპოზიტებისა და აქტივების მართვის საღარო.

2003 წლიდან საფრანგეთში ამოქმედდა კანონი, რომლის მიხედვითაც ანაბრის 25% თავისუფლდება გადასახადისგან დივიდენდზე, თუ იგი წარმოებაში ჩაიდება.

დიდ ბრიტანეთში არსებობს "მცირე ბიზნესის სამსახური", რომელიც ვაჭრობისა და მრეწველობის სამინისტროს სპეციალიზირებული სააგენტოა. ზემო აღნიშნული სააგენტოს ფარგლებში მიმდინარეობს შემდეგი სახის პროგრამები:

1. ახალი და მოქმედი ფირმების საკონსულტაციო პროგრამები;

2. მცირე საწარმოს საექსპორტო საქმიანობის წახალისების პროგრამები;
3. მცირე საწარმოს დახმარების რეგიონალური დახმარების პროგრამები;
4. კვალიფიკაციის ასამაღლებელი კურსები.

სახელმწიფოს ხელში ერთ ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან ბერკეტს გადასახადები წარმოადგენს. მოგესხენებათ რაც უფრო პატარაა საწარმო ერთეულ პროდუქტზე ხარჯი მით უფრო დიდია და მით უფრო გადახდისუნარიო ხდება მეწარმე. შესაბამისად რაც უფრო პატარაა საწარმო მით უფრო ნაკლებ გადასახადს უნდა იხდიდეს. ამ პრინციპზეა გაერთიანებულ სამეფოში საგადასახადო სისტემა აწყობილი. კერძოდ საწარმოები, რომელთა ბრუნვა 10 000 ფუნტი სტერლინგზე ნაკლებია, მოგების გადასახადისგან გათავისუფლებულები არიან. 50 000 ზე ნაკლები ბრუნვის მქონე საწარმო პირველ 10 000-ზე 10%-ს, ხოლო დანარჩენ მოგებაზე დაახლოებით 23%-ს იხდიან. 50 000 – 300 000 19%-ია გადასახადი 300 000 -1500 000 ბრუნვის მქონე საწარმოებს პირველ 300 000 ფუნტი სტერლინგზე რჩებათ 19 %, ხოლო დანარჩენ მოგებაზე დაახლოებით 33% იხდიან. 1 500 000 ზე მეტი მოგების მქონე საწარმოები კი 30 % იხდიან.

მცირე ბიზნესისათვის საბანკო კრედიტები სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა. მისი განვითარება შეუძლებელია კაპიტალის გარეშე. მცირე ბიზნესში კაპიტალის შევსების ყველაზე მთავარი წყარო საბანკო კრედიტებია. ამაზეა დამოკიდებული მეწარმის წარმატებული სააქმიანობა, ანუ მეწარმის კეთილდღეობა. მცირე ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური სიკეთე დიდწილადაა დამოკიდებული ბანკების საქმიანობაზე. შეიძლება ითქვას, საქართველოში დასაქმების პრობლემის მოგვარებისა და სიღარიბის დაძლევის თემა პირდაპირაა დაკავშირებული საბანკო მომსახურებების სიტუაციასთან შესაბამისობასა და ხარისხთან.

ისეთ ქვეყნებში, სადაც მცირე ბიზნესს სახელმწიფოს მხრიდან ყურადღება ექცევა, მეწარმეობის ამ სფეროში თავისი საქმიანობის გაღრმავების მნიშვნელოვანი მოტივაცია საბანკო სექტორსაც უჩნდება. რაც მეტია სახელმწიფოს პასუხისმგებლობა, მით უფრო ნაკლები რისკის გაწევა უხდებათ ბანკებს კრედიტების გაცემისას, შესაბამისად, სესხები გაცილებით დაბალპროცენტიანი და ადვილად ხელმისაწვდომი შეიძლება გახდეს. მაგალითად, გერმანიაში არსებობს პრაქტიკა, რომლის მიხედვითაც მეწარმეს საკუთარი მოთხოვნის მიღება ინტერნეტითაც შეუძლია.

ისეთ ქვეყნებში, რომლებსაც ჩვენ წარმატებულად ვთვლით, მცირე მეწარმეობას დიდი ყურადღება ექცევა. ასეთ სახელმწიფოებში მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა 60-70% მუშაობს. გაერთიანებულ სამეფოში, გერმანიაში, საფრანგეთში და სხვა ქვეყნებში არსებობს სახელმწიფო მნიშვნელობის ლობისტური ორგანიზაციები, რომლებიც მცირე ბიზნესის საქმიანობას სხვადასხვა ფორმით უწყობს ხელს. საქართველოს მთავრობათვის, რომ ნებისმიერი სამეწარმეო საქმიანობისათვის სახელმწიფო ხელშეწყობა და პრიორიტეტების მინიჭება არღვევს თავისუფალი ბაზრის პრინციპს.

სადისკუსიოდ:

- დაასახელეთ შიდა მეწარმეობის ორგანიზაცია და ახსენით, თუ როგორ პოულობს და იყენებს იგი ინოვაციას;
- როგორ შეიძლება შიდა მეწარმეობის პრინციპების დანერგვა საზოგადოებრივ სექტორში ან სოციალურ სქემებში?
- რატომ ამჯობინებდი შიდა მეწარმეობის გარემოში მუშაობას თქვენი საკუთარი ბიზნესის წამოწყებასთან შედარებით?

7. მცირე და საშუალო საწარმოები (Small and Medium Enterprises)

სწავლების მიზანი

7 თავის გაცნობის შემდეგ, თქვენ შეძლებთ:

- განსაზღვროთ მცირე და საშუალო საწარმოების ცნება;
- ახსნათ მცირე და საშუალო საწარმოების როლი და მნიშვნელობა ეკონომიკაში;
- გაიგოთ SMEs-ის პრობლემები და სასიცოცხლოდ აუცილებელი პირობები;
- ერთმანეთისგან განასხვავოთ მეწარმეობა და მცირე ბიზნესის მენეჯმენტი.

მოცემული კურსები მიზნად ისახავს მეწარმეობის საფუძვლების შესწავლას. მცირე და საშუალო საწარმოები კი მეწარმეობის შინაარსს მნიშვნელოვნად ავსებენ. მცირე ბიზნესი და მისი მენეჯმენტი მეწარმეობასთან არ არის გაიგივებული და, მაინც, ყველა მეწარმის საქმიანობა მცირე ან საშუალო ბიზნესით იწყება. ახალი წამოწყება დიდ ბიზნესად მხოლოდ წარმატების მიღწევის შემდეგ გადაიქცევა. გამონაკლისს მხოლოდ სერიული მეწარმეები წარმოადგენენ.

მცირე და საშუალო საწარმოები (SMEs) თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის ხერხემალია, ამიტომ სახელმწიფოსთვის მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობა ყოველთვის აქტუალურია ნებისმიერი ეკონომიკური რეფორმის, თუ საწარმოთა რესტრუქტურისაციის პროცესში.

დასასრულს უნდა აღვნიშნოთ, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები მსხვილ საწარმოების ზუსტი ანალოგები არ არიან. მათი ქცევა განსხვავებულია და არ შეიძლება იმის მტკიცება, რომ მცირე ბიზნესი იგივე დიდი ბიზნესია, მხოლოდ სხვა მასშტაბში.

7.1 განსაზღვრება

ისტორიულად, მცირე ბიზნესის არსებობა ანტიკური კულტურიდან დასტურდება. ჯერ კიდევ ქრ.შ-მდე 2100 წელს, ბაბილონის მეფე ჰამურაბმა მცირე ბიზნესის შესახებ პირველი კანონები შექმნა. ეს კანონები მომხმარებლებს თაღლითებისგან იცავდა.

XVIII საუკუნის II ნახევრიდან მომზადდა პირობები მსოფლიო სამრეწველო რევოლუციისთვის. მეწარმეობის ნიჭით დაჯილდოვებული და ინიციატივიანი ადამიანები ახალ პროდუქციას და წარმოების ახალ ტექნოლოგიებს ქმნიდნენ, რამაც საფუძველი ჩაუყარა მეწარმეობის ეპოქას. ამ პერიოდიდან თვითდასაქმება და ვენჩურული საქმიანობა ადამიანის აქტიური ცხოვრების ნაწილად იქცა. მომხმარებელთა საჭიროებების დაკმაყოფილების მიზნით გაჩნდა მცირე ბიზნესი. ამავე მიზეზით გამოჩნდნენ ბაზარზე მეწარმეებიც.

მეწარმე ცდილობს შექმნას ახალი პროდუქცია და ეძებს საწარმოთა უკეთ მართვის გზებს, რის გამოც ის სამეწარმეო რისკს ეწევა. მეწარმეები

არიან დიდ და მცირე საწარმოებში. მათ მხოლოდ ეკონომიკური თავისუფლების პირობებში შეუძლიათ განახორციელონ ცვლილებები, შემოქმედებითი იდეები აქციონ რეალობად, შექმნან ახალი საქონელი და მომსახურება, დააკმაყოფილონ ადამიანთა მოთხოვნილებები და ხელი შეუწყონ ქვეყნის და მსოფლიო ეკონომიკის ზრდას. მეწარმეთა ინდივიდუალური ბუნება და შემოქმედებითი თავისუფლების მაღალი ხარისხი უკეთვლინდება მცირე და საშუალო საწარმოების წარმატებულ ფუნქციონირებაში. კომპანიები, რომლებსაც მეწარმეები აარსებენ, ხშირ შემთხვევაში მცირე ზომისაა. მცირე საწარმოებში მოღვაწე მეწარმეებს შემოქმედებითი წარმოსახვის უნარი და საწარმოთა მოქნილობა საშუალებას აძლევს სწრაფად და წარმატებულად მოახდინონ რეაგირება მიმდინარე ცვლილებებზე.

დღეს ბიზნეს-ანალიტიკოსთა დიდი ნაწილი მცირე და საშუალო საწარმოებს განვითარებული და განვითარებადი ეკონომიკების პრობლემების მოგვარების საშუალებად მიიჩნევს.

1980-90-იან წლებში განსაკუთრებით მწვავე დებატები იმართებოდა მცირე და საშუალო საწარმოების საკითხზე იმ თვალსაზრისზე დაყრდნობით, რომ წამატების მისაღწევად განვითარებულ და განვითარებად ეკონომიკებში SME-ის განვითარებას სახელმწიფომ ხელი უნდა შეეწყოს. ინდუსტრიული წარმოების, მომსახურების ეკონომიკის და მსხვილი ორგანიზაციების პრობლემების პირობებში, დასავლეთის მთავრობებმა აღიარეს SME-ს უპირატესობა. ამის შედეგად ჩამოყალიბდა „სამეწარმეო კულტურის“ ახალი თეორია, რომლითაც ახსნილია გაერთიანებული სამეფოს, ირლანდიის, აშშ-ს და სხვა ქვეყნების ეკონომიკური წარმატების საფუძვლები.

SME-ს პირველი განმარტება შემუშავებული იქნა გაერთიანებულ სამეფოში ბოლტონის კომიტეტის მიერ (1971 წ.). გაერთიანებული სამეფოს მთავრობამ დააფინანსა კვლევითი პროექტი, რომლის ფარგლებშიც განისაზღვრა მცირე ბიზნესის სექტორის და მისი შესაძლებლობების შესწავლა იმ სოციალურ და ეკონომიკურ პრობლემებთან მიმართებაში, რომელიც პრივატიზაციას და დეინდუსტრიალიზაციას უკავშირდებოდა. ნაშრომში SMEs-ს დახასიათება განხორციელდა სამ პარამეტრზე დაყრდნობით, როგორებიცაა: დასაქმება, შემოსავალი და სხვა მახასიათებელი. შესაბამისად, მკვლევარებს სურდათ ჩამოეყალიბებინათ უფრო ზუსტი განმარტება მრავალი საწარმოს პრობლემატიკის შესწავლის საფუძველზე.

კომიტეტის კვლევითი ნაშრომის განმარტებით, მცირე და საშუალო საწარმო

- წარმოებაში არაუმეტეს 200 და მშენებლობაში – არაუმეტეს 25 კაცს ასაქმებს;
- წლიური შემოსავალი არ აღემატება (1971 წლის მდგომარეობით) 50,000-ს ფუნტ-სტერლინგს;
- მცირე საბაზრო წილით ხასიათდება, მესაკუთრის (ან მესაკუთრეების) მიერ იმართება და დამოუკიდებლად ფუნქციონირებს.

აშკარაა, რომ ეს პირველი განმარტება საზოგადოებას მნიშვნელოვნად დაეხმარა SME-ს არსის გაგებაში. ამ განმარტებამ წარმოების სხვადასხვა სფეროებში ეკონომიკური საქმიანობის მიხედვით მუშახელის რაოდენობასა და შემოსავლების დონეებში განსხვავებების არსებობა უფრო თვალსაჩინო გახადა. SME-ს თანამედროვე განმარტებები მოცემულ განსაზღვრებას ემყარება.

აშშ-ს მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის განსაზღვრებით, მცირე საწარმოდ ითვლება ისეთი საწარმო, რომლის გასაღების წლიური მოცულობა 3,5 მილიონ დოლარამდეა და რომელშიც 500 კაცზე ნაკლები მუშაობს.

დღეს ევროკავშირი SME-ს განიხილავს სამ განსხვავებულ დონეზე(1/1/2005):

ცხრილი 7.1. SME-ს ევროკავშირისეული განსაზღვრა (1/1/2005)

SME-ს ტიპი	მუშახელი	შემოსავალი ან საბალანსო ფურცელი	მახასიათებლები
მიკრო	0-9	€2 მილიონი ან €2 მილიონი	ავტონომიური
მცირე	10-49	€10 მილიონი ან €10 მილიონი	ავტონომიური

საშუალო	50-249	€50 მილიონი ან €43 მილიონი	ავტონომიური
---------	--------	----------------------------------	-------------

ეს განსაზღვრება SME-ის უკეთეს სეგმენტაციას ახდენს და გვიჩვენებს, რომ მიმართულებების იდენტიფიკაცია შეიძლება დამოკიდებული იყოს მხოლოდ ერთი ქვეჯგუფზე. განმარტება შესაძლებელია ზოგიერთი სხვა დეტალის საფუძველზე გაღრმავდეს, მაგრამ არ იყოს მოცემული თვალსაზრისით საყურადღებო.

უნდა შეფასდეს მუშახელის რაოდენობა და შემოსავალი. შემდეგ კი განხორციელდეს საწარმოს ჩასმა განსაზღვრულ ქვეჯგუფში. დამოუკიდებლობის მაჩვენებელი ხელსაყრელია ყველა სახის ბიზნესისათვის, რადგან ახდენს იმ ფაქტის კონსტატაციას, რომ არც ერთი SME არ არის დაკავშირებული სხვა ბიზნესთან. იმისათვის, რომ SME სხვა ბიზნესზე დამოკიდებულად ჩაითვალოს, პირველი უნდა ფლობდეს მეორის 25%-ს, ან პირიქით.

ცხრილის მონაცემების მიხედვით, ევროკავშირში დაახლოებით 19 მილიონი SME-ა, რაც წარმოადგენს ევროკავშირის მთელი ბიზნეს-საქმიანობის 99,9% და მათში დასაქმებულია 97 მილიონი კაცი.

თანამედროვე პირობებში წამყვან ეკონომიკებში SME-ი ბიზნეს-საქმიანობის 90 %-ს უზრუნველყოფენ. მათ მიერ დასაქმებულია სამუშაო ძალის ნახევარზე მეტი და მშპ-ს 50%-ს იწარმოება.

ცხრილში №2 მოცემულია SME სექტორის მოკლე მიმოხილვა, სადაც შედარებულია ევროკავშირის ფარგლებში მოქმედი ბიზნესის სხვადასხვა ფორმები. მონაცემები ეყრდნობა ევროკავშირის 19 ქვეყანას (2003 წლის პუბლიკაცია) და მომზადებულია ევროპის კომისიის მიერ (2004 წელს).

ყველა განვითარებულ და განვითარებად ეკონომიკაში SME-ის რაოდენობა 1980 წლიდან მნიშვნელოვნად გაიზარდა. ზემოთ მოცემული ცხრილიდან ჩანს, რომ SME-ი წარმოების სფეროში დომინირებენ. მიკრო საწარმოები უპირატესად მშენებლობის, საბითუმო, საცალო ვაჭრობის და პერსონალური მომსახურების სფეროში გვხვდება; მეორე მხრივ, უფრო მსხვილი კომპანიები-ენერჯის წარმოებაში, მომპოვებელ მრეწველობაში, სატრანსპორტო, საკომუნიკაციო და საწარმოო მომსახურებაში.

ცხრილი 7.2. ევროკავშირის SMEs-ის მონაცემები 2003 წელს

	მიკრო	მცირე	საშუალო	სულ SME	სხვა	სულ
ბიზნესის რაოდენობა	17,820,000	1,260,000	180,000	19,270,000	40,000	19,310,000
მთელის %	92%	7%	1%	100%	(<0.25%)	100%
მთლიანი დასაქმება	55,040,000	24,280,000	18,100,000	97,420,000	42,300,000	139,710,000
საშუალო დასაქმება	3	19	98	5	1,052	7
მთელის %	39%	17%	13%	70%	30%	100%
თითოეულის შემოსავალი	€440,000	€3,610,000	€25,680,000	€890,000	€126,030,000	€540,000
ექსპორტის % შემოსავალში	9%	13%	17%	12%	23%	17%

საქართველოს კანონების „საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ“ (თბ., 2002 წლის 19 ივნისი, № 1519-II ს) და „მეწარმეთა შესახებ“ (თბ., 1994 წელი, 28 ოქტომბერი, №557-1ს) საფუძველზე განისაზღვრება საწარმოთა ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმები, დადგენილია მცირე და საშუალო საწარმოთა იდენტიფიცირების ორი ძირითადი მაჩვენებელი (იხ.ცხრილი3).

ცხრილი 7.3. SME-ს განსაზღვრა საქართველოში

SME-ს ტიპი	მუშახელი	საშუალო წლიური
------------	----------	-------------------

		ბრუნვა, ლარი
მცირე	20 ლა <	500 000
საშუალო	100 ლა <	1 500 000

აღსანიშნავია, რომ მცირე და საშუალო საწარმოთა წლიური ბრუნვა განმარტებულია, როგორც მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მიღებული მთლიანი ამონაგები. ამასთან, საწარმო არ ჩაითვლება მცირედ და საშუალოდ, თუ მისი საწესდებო კაპიტალის 25 %-ზე მეტი ეკუთვნის პირს (პირებს), რომელიც არ აკმაყოფილებს მცირე და საშუალო საწარმოთათვის განსაზღვრულ მოთხოვნებს; ასევე, თუ მის ძირითად საქმიანობას წაარმოადგენს საბანკო, სადაზღვევო და სხვა სახის ფინანსური მომსახურება.

საქართველოს კანონით „მეწარმეთა შესახებ“ მოწესრიგებულია სამეწარმეო საქმიანობის მონაწილეთა მოწყობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები. „სამეწარმეო საქმიანობად მიიჩნევა მართლზომიერი და არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიზნით, დამოუკიდებლად და ორგანიზებულად“.

მსოფლიო ბანკის 2007 წლის მონაცემების მიხედვით, ბიზნესის წამოწყების თავისუფლების დონის მაჩვენებლით საქართველომ 112-დან 37-ე ადგილზე გადმოინაცვლა, რაც გვიჩვენებს, რომ გამარტივდა პირობები ბიზნესის მათ შორის, მცირე და საშუალო ბიზნესის, წამოსაწყებად.

7.2 SME-ს მნიშვნელობა და მათი გადარჩენის გზები

SME-ს ეროვნული ეკონომიკისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ბევრი მიზეზის გამო. SME-ი ძირითადად მსხვილი კომპანიების წამმართველ ძალას წარმოადგენენ. როდესაც მცირე ბიზნესი იზრდება, ის მეტ ადამიანს ასაქმებს, ეროვნული შემოსავალი იზრდება და მიმდინარეობს სიმდიდრის განაწილება.

ასევე მნიშვნელოვანია SME-ის როლი ცოდნის პროგრესში, ინოვაციების განვითარებასა და იზოლირებული ბაზრების ნიშების დაპყრობაში.

შეფასებულია, რომ SME-ი 2.4-ჯერ მეტად ნოვატორები არიან მსხვილ კომპანიებთან შედარებით (აშშ-ს მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია, 1995 წ.). გარდა ამისა, SME-ი ფასდაუდებელ გამოცდილებას აძლევს ახალ-გაზრდა ადამიანებს, რომლებიც განათლების მიღების შემდეგ შრომის ბაზარზე გადიან. და ბოლოს, SME-ი უკეთ აკმაყოფილებენ სპეციალური მუშა-ჯგუფების მოთხოვნილებებს. დასასრულს, SME არის სივრცე, სადაც სამეწარმეო აქტივობა იბადება.

სამწუხაროდ, SME-ს ბევრი პრობლემა აქვთ, რომლებიც ფირმების გაკოტრებას იწვევენ. ჩვეულებრივ, ყოველ წელს დახურული ფირმების რაოდენობა უთანაბრდება იმ წელს დაარსებულთა რაოდენობას. ლიკვიდირებული და დაფუძნებული ფირმების რიცხვი მაღალია SME სექტორში, ეს განსაკუთრებით მიკრო და მცირე საწამოებს ეხება.

SME-ს ბევრი ძლიერი მხარე აქვთ. მათ რიცხვში შედის:

- **ფინანსური მდგრადობა და სპეციფიკურ ბაზრებზე შეღწევა.** დიდ ბიზნესთან შედარებით, SME-ს მფლობელები იღებენ უფრო მაღალ შემოსავლებს საკუთარი კაპიტალდაბანდებიდან. ამ მიზეზით არის განპირობებული ის მდგომარეობა, როცა ზოგიერთი წარმოება უკეთ არის მორგებული მცირე და არა მსხვილ ბიზნესს.
- **ინოვაცია და ცვლილებებთან ადაპტაციის უნარი.** SME-ი მსხვილ ბიზნესთან შედარებით უფრო მოქნილი არიან და სიახლის ათვისებაც სწრაფად შეუძლიათ.
- **დიდი ბიზნესის SME-ზე დამოკიდებულება.** ბაზარზე დიდი კომპანიების უმრავლესობა SME-ზე დამოკიდებულია რესურსების მიწოდების, მომსახურების და წარმოების პროცესთან დაკავშირებული სხვა საკითხებიდან გამომდინარე.
- **დასაქმება.** როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, SME-ი ხელს უწყობენ დასაქმების დონის ზრდას. მათ აქვთ დასაქმების მარტივი პოლიტიკა და მარტივად შეუძლიათ მოიძიონ ის საჭირო კომპეტენციები, რომელიც სჭირდებათ ბაზარზე შეღწევისთვის.

მეორე მხრივ, SME-ს რამდენიმე სუსტი მხარე ახასიათებთ. მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია *წარუმატებლობის მაღალი დონე* და *ინოვაციური მენეჯმენტის გამოცდილების ნაკლებობა*. რაც მეტია მენეჯერული გამოცდილება, მით მეტია ინოვაციური მენეჯმენტის შესაძლებლობა. გლობალიზაცია და საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება SME-ისთვის შეიძლება მოგვევლინოს ან საფრთხედ, ან ახალ შესაძლებლობად, რაც დამოკიდებულია მათ მოქნილობასა და ხედვაზე. გლობალიზაცია ახალ პირობებში აყენებს SME-ს, რადგან მტკიცე კავშირი მყარდება SME-სა და მსხვილ კომპანიებს შორის. ნაკლები საწარმოო დანახარჯების, შესაბამისი სტანდარტებისა და ხარისხის მოთხოვნით, მსხვილი კომპანიები ხელს უწყობენ SME-ს, მათთვის ახალი ტექნოლოგიების და ცოდნის გადაცემის გზით. მეტად მნიშვნელოვანია ტრანსნაციონალური კომპანიებისა (ტნკ) და SME-ის თანამშრომლობა იმ შემთხვევაში, თუ SME-ი ტნკ-ების მიმწოდებლებად გვევლინებიან. მრავალი საერთაშორისო ორგანიზაცია (UNECE, ITC, UNIDO) ეხმარება SME-ს რომ გაიკვალონ გზა და გახდნენ ტნკ-ების მიმწოდებლები. მთავარი პრობლემა SME-სა და ტნკ-ებს შორის სუსტი კავშირების არსებობასა და SME-ის დაბალ სამეწარმეო კულტურაში მდგომარეობს. თუმცა მეორე მხრივ, იზრდება კონკურენცია და რისკი, რაც არახელსაყრელ პირობებში აგდებს SME-ს. SME-ი მრავალ პრობლემას ეჯახებიან, მათზე უარყოფითად მოქმედებს ჩრდილოვანი ეკონომიკა, არარეალისტურად მაღალი გადასახადები, ბიუროკრატია და კორუფცია.

გარდა ამისა, ტრადიციული SME-ი შეიძლება ბევრი სხვა პრობლემის წინაშე აღმოჩნდნენ. სწორედ ეს განასხვავებს მსხვილ და მცირე კომპანიებს ერთმანეთისგან. კერძოდ:

- SMEs-ს მესაკუთრეს, რომელიც არის ერთი ადამიანი, უდიდესი გავლენა აქვს ბიზნესზე და ბიზნესი მასზე დამოკიდებული ხდება. ხშირად ჩნდება საწარმოთა არასრულყოფილი მართვის პრობლემები;
- მცირე ბიზნესს არ შეუძლია ზემოქმედება მოახდინოს გარემოზე, მაშინ როცა თვითონ მთლიანად მისი გავლენის ქვეშ შეიძლება მოექცეს;

- ჩვეულებრივ, მცირე ბიზნესი არის ბაზრის მარტოხელა მოთამაშე და ბაზარს პროდუქციას და მომსახურებას სთავაზობს მხოლოდ განსაზღვრულ სეგმენტში;
- მცირე ბიზნესის საწარმოები, უმეტეს შემთხვევაში, ენდობიან შეზღუდული რაოდენობის მომხმარებლებს. განსაკუთრებით ეს ეხება „ბიზნესი ბიზნესისთვის“ სექტორს. ასეთ შემთხვევაში მცირე ბიზნესს შეიძლება ერთადერთი მომხმარებელიც კი ჰყავდეს.
- სიძნელეები მცირე ბიზნესში ჩნდება კაპიტალის ზრდასთან, დაფინანსებასთან დაკავშირებით და აქედან გამომდინარე, მათ უხდებათ ისეთ პრობლემებთან გამკლავება, როგორებიცაა საქმიანობის გაფართოება და სტრატეგიის ფორმირება;
- მცირე საწარმოებს აქვთ მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის დაქირავების პრობლემები, რადგან ისინი კვალიფიციურ მუშაკებს ვერ სთავაზობენ მაღალ ანაზღაურებას და შესაბამის სოციალურ პირობებს.

7.3 განსხვავება მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტსა და მეწარმეობას შორის

„მეწარმეობა“ და SME-ის მენეჯმენტს ხშირად ერთმანეთთან აიგივებენ, თუმცა ისინი იდენტური ცნებები არ არის. აქედან გამომდინარე, განათლებულ ინდივიდს, რომელსაც აქვს სამეწარმეო კულტურის ცოდნის ამბიცია, უნდა შეეძლოს განასხვავოს მეწარმე მცირე ბიზნესის მენეჯერისაგან. იმისათვის, რომ თავიდან ავიცილოთ გაუგებრობები, საჭიროა დასაწყისშივე აღვნიშნოთ, რომ როგორც სამეწარმეო ბიზნესი, ისე მცირე ბიზნესი საზოგადოებისათვის და მთლიანად ეკონომიკისათვის აუცილებელი და სასიცოცხლო მნიშვნელობის მატარებელია. ისინი თითქმის თანაბრად მნიშვნელოვანი არიან. ორივე მათგანი შემოსავლით ამარაგებს და უზრუნველყოფს ეკონომიკას და ზრდის ქვეყნის ერთობლივ სიმდიდრეს. ასევე, ისინი წარმოების გაფართოების გზით ხალხს სამუშაო ადგილებს სთავაზობენ და ამსუბუქებენ ისეთ მნიშვნელოვან სოციალურ პრობლემას, როგორიც უმუშევრობაა. მიუხედავად ამისა, ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან არსებითი თვალსაზრისით, ვინაიდან თითოეული მათგანი არსებობს და ქმნის ახალ შესაძლებლობებს განსხვავებული გზით. ასე

რომ, მათგან მიღებული ეკონომიკური სარგებელი მთლიანობაში ერთიანია, მაგრამ ისინი განსხვავებულ ეკონომიკურ ფუნქციებს ასრულებენ.

მთავარი განსხვავება სამეწარმეო და მცირე ბიზნესს შორის იმაში მდგომარეობს, რომ ისინი ახალ შესაძლებლობებს განსხვავებულად აყალიბებენ და სისრულეში მოჰყავთ მათი მეპატრონეების პერსონალური ამბიციები. მათ შორის განსხვავება შეიძლება იდენტიფიცირებული იქნას პერსონალურ დონეზე: მეწარმე მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯერის საპირისპიროდ, ისე ბიზნესის დონეზე: მეწარმეობა მცირე ბიზნესის საპირისპიროდ. ამასთან, პირველი განსხვავება უფრო მეტად სუბიექტურია და მგრძობიარეა. ბიზნესის თითოეული სახე შეიძლება მოითხოვდეს განსხვავებულ ინდივიდუალურობას და, ასევე, განსხვავებულ სამეწარმეო მცდელობებს. აღნიშნულის გამო, აღნიშნულ საკითხში ჩადრმავეების მიზნით ჩვენ უნდა დავეყრდნოთ პერსონალური თვისებების თეორიას. ასე რომ, უფრო სწორი იქნება განვასხვავოთ მეწარმეობა და მცირე საწარმოები ერთმანეთისგან. მათ შორის განსხვავება ემყარება მათი მფლობელი-მეპატრონეების პერსონალურ თვისებებს შორის სხვადასხვაობას. იმისთვის რომ, კარგად დავინახოთ მათ შორის განსხვავება, საჭიროა განვიხილოთ ბიზნესის სამი განსხვავებული ძირითადი ელემენტი: 1. ინოვაცია; 2. ზრდა; 3. სტრატეგია.

ინოვაცია. მცირე ბიზნესისგან განსხვავებით, წარმატებული ვენჩურული ბიზნესი მნიშვნელოვან ინოვაციას ემყარება. შესაძლებლობა ამ შემთხვევაში უფრო მეტად განივთებულია აუთვისებელ, დაუმუშავებელ კონცეფციაში, მაშინ როდესაც, მცირე და საშუალო ბიზნესის შემთხვევაში, შესაძლებლობა ან არსებული კონცეფციის იდენტურია ან მისგან უმნიშვნელოდ განსხვავდება. ამასთან ერთად, მცირე ბიზნესის საწარმო შეიძლება აცნობდეს ინოვაციას ბაზრის იმ ნაწილს, რომელსაც ამ ინოვაციაზე ხელი არ მიუწვდება. ყოველივე ამის მიუხედავად, იგი არ ითვლება სიახლის დანერგვად, ის აღიქმება ინოვაციის გამავრცელებლად.

ზრდა. ჩვენ არ შეგვიძლია განვსაზღვროთ ბიზნესი სიდიდის მიხედვით სამეწარმეო ბიზნესს მიეკუთვნება, თუ მცირე ბიზნესს. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაზღვრება მუდმივი დებატების საგანია მკვლევარებისა და ეკონომიკური პოლიტიკის შემმუშავებელთა წრეში. მიუხედავად ამისა, არსებობს ერთი საერთო დამახასიათებელი მიდგომა, რომელიც უკავშირდება თვალსაზრისს ზრდის

პოტენციალის შესახებ. ფაქტია, რომ სამეწარმეო ბიზნესის საწარმოებს ზრდის უფრო მაღალი პოტენციალი გააჩნიათ, ვიდრე მცირე ბიზნესის საწარმოებს და ეს პოტენციალი ზუსტად შეესაბამება გამოყენებული ინოვაციის დონეს. ეს ასევე გულისხმობს იმას, რომ მსხვილი ვენჩურული საწარმოები შეიძლება უფრო მეტად რისკიანები იყვნენ, ვიდრე მცირე საწარმოები. ამასთან, სამეწარმეო ბიზნეს-საწარმო შეიძლება შეიქმნას ახალი წარმოების განვითარებისთვის და მულტინაციონალურ საწარმოდაც გარდაიქმნას. მეორე მხრივ, მცირე ბიზნესი, როგორც წესი, ბაზარზე ეჯახება წინააღმდეგობებს, რაც მას განასხვავებს სამეწარმეო ბიზნესის საწარმოთაგან.

სტრატეგია. ნებისმიერი სახის მენეჯერული საქმიანობა თავის მიზნებსა და ამოცანებს მოითხოვს. ეს მიზნები და ამოცანები ახასიათებენ ბიზნესის სტრატეგიულ მსოფლმხედველობას. მცირე ბიზნესის საწარმოები, როგორც წესი, არაფორმალურ სტრატეგიას აყალიბებენ იმ მიზნებთან დაკავშირებით, რომლებიც მიმართულია გაყიდვების მოცულობის ზრდის და დანახარჯების შემცირებისკენ. სამეწარმეო ბიზნესის სტრატეგია უკავშირდება წარმოების გაფართოებას და საბაზრო წილის გაზრდას, რამდენადაც ეს საკითხები ბიზნესის სამომავლო და გრძელვადიანი განვითარების ამოსავალ წერტილებს წარმოადგენენ.

როგორც მეწარმეობას, ისე მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტს შეუძლია მნიშვნელოვანი სიმდიდრე შექმნას მათი დამაარსებლებისთვის. აგრეთვე, სამეწარმეო რისკი საყურადღებოა მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის. შეიძლება ითქვას, რომ საქმიანობის ორივე სახე მიეკუთვნება თვითდასაქმების კატეგორიას და უფრო მაღალი რისკის მატარებელია, ვიდრე დაქირავებულის შრომა.

ამგვარად, იმისთვის რომ განვასხვავოთ მეწარმე მცირე ბიზნესის მფლობელის/მენეჯერისაგან, მართებულია ითქვას, რომ მეწარმეობა ბიზნესის მართვის განსხვავებული გზაა. ვენჩურული ბიზნესი მოითხოვს შემოქმედებით მენეჯმენტსაც, რათა მოიცვას ინოვაცია, ზრდა და სტრატეგია. მცირე ბიზნესის მენეჯერმა ყოველდღიურად უნდა აამაღლოს მართვის ეფექტიანობა, მაგრამ მას არ შეიძლება ჰქონდეს იმის შესაძლებლობა, რომ მომავალში საკუთარი ბიზნესი წარმართოს უფრო რთულ და დინამიკურ გარემო-პირობებში. ასე რომ, სამეწარმეო მენეჯმენტი შეიძლება გაგვივივოთ ცვლილებების, შესაძლებლობათა ოპტიმალური გამოყენებისა და

დიდი ბიზნესის მართვის შემადგენელი ნაწილების ერთიანობად. აღნიშნული განსხვავებები მეწარმეებსა და ადმინისტრატორებს შორის შეფასებულია სტივენსონის მიერ (1999). მისი ანალიზი ეფუძნება 6 ამოსავალ ფუნდამენტურ პრინციპს:

1. სტრატეგიული ორიენტაცია:

მეწარმე: „მე ვეძებ ახალ შესაძლებლობებს და ჩემი ფუნდამენტური ამოცანაა რესურსების მოპოვება მიზნის მისაღწევად“.

ადმინისტრატორი: „მე შევამცირებ ჩემი შესაძლებლობებს, რომელიც ჩემს კონტროლქვეშ არსებულ რესურსებს ემყარება. მე არ შევეცდები, გავუსწრო უკვე მიღწეულ ახლანდელ მდგომარეობას“.

2. შესაძლებლობებთან დაკავშირებული ვალდებულებები:

მეწარმე: რევოლუცია-რისკის კალკულაციაა.

ადმინისტრატორი: ევოლუცია-რისკის მოძულეობაა.

3. რესურსებთან დაკავშირებული ვალდებულებები:

მეწარმე: „გააკეთე ცოტათი მეტი შედარებით ნაკლებით“.

ადმინისტრატორი: „ვრცელი ვალდებულებები რესურსებთან მიმართებაში“.

4. რესურსების კონტროლი:

მეწარმე: „რესურსებით სარგებლობა, მაგრამ არა მათი მესაკუთრეობა“;

ადმინისტრატორი: „რესურსების მოპოვება და მათი დაცვა“.

5. მენეჯმენტის სტრუქტურა:

მეწარმე: არაფორმალური ურთიერთობებით თვითკონცენტრირებული;

ადმინისტრატორი: ფორმალური და სტრუქტურული ორგანიზაცია.

6. ღირსების ფილოსოფია:

მეწარმე: ღირებულებებს შემოქმედებითად უდგება.

ადმინისტრატორი: საკუთარი პოზიციის და უსაფრთხოების დაცვა.

სადისკუსიოდ:

1. რამდენად მნიშვნელოვანია მცირე და საშუალო ბიზნესი თქვენს ქვეყანაში?

(საკითხის განხილვის დროს ისარგებლეთ ქვემოთმოცემული ცხრილებით: 7 და 8)

2. რატომ აქვთ მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოების უმეტესობას სუსტი პოზიციები? ეს მდგომარეობა მისაღებია თუ შეიძლება მისი შეცვლა?

3. შეგიძლიათ თუ არა განასხვავოთ სამეწარმეო ბიზნესი მცირე და საშუალო ბიზნესისგან? რომელი ძირითადი ნიშნებით განასხვავებთ მათ ერთმანეთისგან?

4. გადმოეცით ზრდის პოტენციალის კონცეფციის არსი.

5. როგორ შეაფასებთ საკუთარ თავს – ბუნებით უფრო მეტად მეწარმე ხართ, თუ ადმინისტრატორი? რატომ?

6. თქვენი აზრით, რომელი უფრო მნიშვნელოვანია მეწარმეობრივი ქცევა თუ ადმინისტრაციული კომპეტენციები (უნარ-ჩვევები)?

7.4. ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

7.4.1 სამეწარმეო სფეროს ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები

	2003	2004	2005	2006	2007
რეგისტრირებულ საწარმოთა რაოდენობა, ერთეული	91982	39	129583	157881	207598
გამოკვლეულ საწარმოთა რაოდენობა, ერთეული	26871	8	34934	28530	23137
ბრუნვა, მლნ. ლარი	5523.0	4	10076.3	13090.3	17544.4
გამოშვებული პროდუქცია, მლნ. ლარი	3492.6	8	5838.3	7412.6	9645.4
დამატებული ღირებულება, მლნ. ლარი	1773.3	6	2796.8	3479.4	4541.8
შუალედური მოხმარება, მლნ. ლარი	1719.3	2	3041.5	3933.1	5103.7
ძირითადი კაპიტალი, მლნ. ლარი	4364.8	8	5415.1	6040.5	7935.9
დასაქმებულთა რაოდენობა, კაცი	297795	79	388946	360987	361209
შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება, ლარი	139.4	161.6	204.5	285.8	381.6

7.4.2. საწარმოთა რაოდენობა

რეგისტრირებულ საწარმოთა რაოდენობა ეკონომიკური საქმიანობის სახეებისა და რეგიონების მიხედვით, ერთეული

	2003	2004	2005	2006
--	------	------	------	------

	სულ	10533	12958		20759
	91982	9	3	157881	8
პროგნოზური საქმიანობის					
სახეების მიხედვით:					
სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა	2453	2534	2594	2766	3030
თევზჭერა, მეთევზეობა	107	114	124	134	148
სამთომშობვეებითი მრეწველობა	275	295	323	369	456
დამამუშავებელი მრეწველობა	10181	11039	11714	12579	13389
ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება	250	272	302	348	413
მშენებლობა	2136	2334	2656	3196	3961
ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოსხმარების საგნების რემონტი	59678	69869	91562	11467 8	15918 6
სასტუმროები და რესტორნები	2758	3064	3393	3777	4058
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	5192	5714	5913	6573	6963
საფინანსო საქმიანობა ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა	877	922	966	1055	1168
განათლება	3329	3726	4151	4808	5524
ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება	706	736	815	912	1031
საქმიანობის დანარჩენი სახეები	1248	1327	1484	1706	2011
	2792	3393	3586	4980	6260
რეგიონების მიხედვით:					
					10249
ქ. თბილისი	39294	47102	62019	80144	0
აფხაზეთის არ	1000	1072	1081	1093	1297
აჭარის არ	4094	4484	5102	6120	10121
გურია	2165	2264	3005	3541	4982
იმერეთი	13284	13936	14521	16225	22194
კახეთი	7599	7751	7996	8560	10817
მცხეთა-მთიანეთი	3467	3863	4283	4661	5252
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	990	1058	1100	1165	1230
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	5554	6438	8968	11356	17516
სამცხე-ჯავახეთი	2568	2658	2799	3123	4335
ქვემო ქართლი	7771	9017	11973	14315	17549
შიდა ქართლი	4196	5696	6736	7578	9815

7.4.3 რებისტრირებულ საწარმოთა რაოდენობა ორბანიზაციულ-სამართლებრივი და საკუთრების ფორმების მიხედვით, erTeuli

	2003	2004	2005	2006	2007
სულ	9198	10533	12958	15788	20759
ორბანიზაციულ-სამართლებ-რივი ფორმების მიხედვით:	2	9	3	1	8
სოლიდარული პასუხის-მგებლობის საზოგადოება კომანდიტური საზოგადოება	2064	2118	2202	2310	2391
შეზღუდული პასუხის-მგებლობის საზოგადოება	141	145	150	167	178
შეზღუდული პასუხის-მგებლობის საზოგადოება	2755			4368	
სააქციო საზოგადოება	7	30997	36061	1	54216
კოოპერატივი	1262	1348	1495	1701	1907
ინდივიდუალური საწარმო	951	971	990	1041	1131
	6000			1089	14777
	7	69760	88685	81	5
საკუთრების ფორმების მიხედვით:					
არასახელმწიფო	9069	10396	12793	1558	20522
კერძო პირი-	8	3	3	81	4
საქართველოს მოქალაქე	8925	10226	12587	1532	20169
უცხოელი კერძო პირი	0	2	3	34	7
კერძო	437	561	738	1033	1495
შერეული	1011	1140	1322	1614	2032
სახელმწიფო	1284	1376	1650	2000	2374

7.4.4 ბრუნვა

მლნ. ლარი

	2003	2004	2005	2006	
სულ	5523.0	7248.	10076.	13090.	17544.
ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით:		4	3	3	4
სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა	18.1	27.1	40.0	46.7	77.6

თევზჭერა, მეთევზეობა	0.6	0.5	1.6	1.2	1.4
სამთომოპოვებითი					
მრეწველობა	134.0	136.0	167.8	279.1	477.3
დამამუშავებელი		1243.			
მრეწველობა	1042.7	5	1608.1	1935.0	2734.3
ელექტროენერჯის, აირისა					
და წყლის წარმოება-					
განაწილება	685.6	740.2	785.3	1014.6	1150.5
მშენებლობა	309.0	387.4	778.8	1125.3	1604.6
ვაჭრობა; ავტომობილების,					
საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა		2649.			
და პირადი მოხმარების					
საგნების რემონტი	1920.9	0	4018.0	5399.1	7617.8
სასტუმროები და					
რესტორნები	62.1	81.3	126.7	179.0	192.8
ტრანსპორტი და		1617.			
კავშირგაბმულობა	1080.3	0	2008.4	2442.0	2766.4
საფინანსო საქმიანობა	2.1	5.4	19.2
ოპერაციები უძრავი					
ქონებით, იჯარა და					
მომსახურებისათვის					
მომსახურების გაწევა	94.4	133.6	215.9	353.6	459.7
განათლება	38.8	44.9	68.7	43.5	69.8
ჯანმრთელობის დაცვა და					
სოციალური დახმარება	84.6	121.9	154.7	152.8	206.0
საქმიანობის დანარჩენი					
სახეები	49.9	60.6	83.1	118.3	186.1

8. მეწარმეობის პრობლემების კვლევის სამომავლო ბამოწვევები

სწავლების მიზანი

მე-8 თავის გაცნობის შემდეგ თქვენ გეცოდინებათ, სად მოიძიოთ კვლევები მეწარმეობის შესახებ.

მოცემული კურსის საწყის ეტაპზე ჩვენ გამოვიკვლიეთ და შევისწავლეთ სამეწარმეო ბიზნესის თეორიის განვითარება, ევოლუცია; მოვახდინეთ მრავალფეროვანი თეორიული მიდგომების განსაზღვრა და ვისარგებლეთ ინტერდისციპლინარული მიდგომით მოცემული სფეროს არსის შესწავლისას. ჩვენ ასევე გამოვიკვლიეთ სამეწარმეო ბიზნესის რამოდენიმე სხვა ასპექტი, რომელმაც წლების მანძილზე იჩინა თავი და მკვლევართა ინტერესის საგანი გახდა. ერთადერთი საკამათო საკითხი, რომელიც ჩვენ ჯერ არ განვიხილეთ, ეს არის ეკონომიკური ზრდა სამეწარმეო ბიზნესის პირობებში და სამეწარმეო ბიზნესის გამოყენება სხვადასხვა ტიპის ეკონომიკურ სისტემებში. ეს საკითხები შემდეგ ნაწილშია განხილული.

სამეწარმეო ბიზნესის განვითარების კვლევები სულ უფრო და უფრო დინამიკური ხდება. ალმა და ბუსენიტზმა (2003) მიმოიხილეს ყველა მნიშვნელოვანი აკადემიური გამოცემა ამ სფეროში და განსაზღვრეს სამეწარმეო ბიზნესის კვლევის სამომავლო პერსპექტივები და გამოწვევები. ისინი ამტკიცებდნენ, რომ აღნიშნული სფეროს საზღვრები უკვე დადგენილია და აქედან გამომდინარე, დადგა დრო, რომ მკვლევარებმა სხვადასხვა თეორიებისა და მიდგომების კომბინირება მოახდინონ და შეეცადონ ჩამოაყალიბონ ინტერდისციპლინარული კვლევის პროფილი. ასეთი პროფილის ძირითადი ელემენტები შესაძლოა მოიცავდეს ისეთ საკვლევ თემებს, რომლებიც იქნება პრობლემათა ურთიერთგადაკვეთის წერტილზე. ასეთი საკითხებია:

- ბიზნეს-გარემო;
- ინდივიდები და გუნდები;
- შესაძლებლობები (აუთვისებელი რესურსები);
- ორგანიზაციის მოწყობა.

ზემოჩამოთვლილთან ერთად შეიძლება სხვა თემების გაერთიანებაც. მათ შორის:

- გადაწყვეტილების მიღების თეორიები;
- წარმოების საწყისი ფაქტორები;
- ინფორმაციის დამუშავება;
- ქსელური თეორია (ქსელის თეორია);
- განათლება და ტრენინგი.

აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით მსგავსი სხვა მრავალი წინადადება იქნა წამოყენებული. მაშასადამე, აშკარა გახდა, რომ მეწარმეობამ, როგორც კვლევის დარგმა, სიმწიფეს უკვე მიაღწია და პროგრესის მიზნით მოითხოვს უფრო მეტი და ახალი გამოსაკვლევი საკითხების მოძიებას.

მკითხველი შესაძლოა დაინტერესდეს იმ სტატიებით, რომლებიც არსებობს აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით და რომლებიც ქვეყნდება სხვადასხვა სამეცნიერო ჟურნალებსა და სხვა წყაროებში. გამოჩენილი მეცნიერები გამოკვლევებს სამეწარმეო ბიზნესზე აქვეყნებენ ისეთ ცნობილ ჟურნალებში, როგორებიცაა:

- ვენჩურული ბიზნესის ჟურნალი;
- მცირე ბიზნესის მენეჯმენტის ჟურნალი;
- მცირე ბიზნესის ეკონომიკის;
- სამეწარმეო ბიზნესის კვლევა და განვითარება;
- სამეწარმეო ბიზნესი: თეორია და პრაქტიკა;
- საერთაშორისო მცირე ბიზნესის ჟურნალი;
- საოჯახო ბიზნესის მიმოხილვა;
- კრეატიული და ინოვაციური მენეჯმენტი.

ამასთან ერთად, არსებობს სხვა მნიშვნელოვანი აკადემიური გამოცემები, რომლებშიც ხშირად ქვეყნდება სტატიები სამეწარმეო ბიზნესის პრობლემატიკაზე. ასეთ ჟურნალებს მიეკუთვნება:

- მენეჯმენტის აკადემიის ჟურნალი;
- მენეჯმენტის აკადემიის მაცნე;
- განათლების მენეჯმენტის ჟურნალი;
- სტრატეგიული მენეჯმენტის ჟურნალი.

გარდა ამისა, დაინტერესებულ პირს შეუძლია მოიძიოს უამრავი თეორიული და პრაქტიკული მასალა აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით. მაგალითად, სიტყვა Entrepreneurship-ზე მარტო საძიებო სისტემა Google გვთავაზობს 23 400 000-ზე მეტ შედეგს. თუმცა აქვე უნდა ითქვას, რომ საჭიროა სიფრთხილე ინტერნეტით ხელმისაწვდომი ინფორმაციის რაოდენობასთან დაკავშირებით. საერთოდ რეკომენდირებულია არ გამოვიყენოთ ისეთი მასალები, რომლებიც ადვილად ხელმისაწვდომია სხვადასხვა საიტებიდან, მაგრამ ეს საიტები არ მიეკუთვნება გამოჩენილ და კარგად ცნობილ ინსტიტუტებს, ორგანიზაციებსა და უნივერსიტეტებს.

საქართველოში მეწარმეობისა და ბიზნესის პრობლემატიკა განხილულია სამეცნიერო-პრაქტიკული ხასიათის ჟურნალებში:

- ეკონომიკა და ბიზნესი;
- საქართველოს ეკონომიკა;
- ბიზნესი და კანონმდებლობა;
- ეკონომიკა;
- სტრატეგია და მენეჯმენტი;
- კაპიტალი და ა.შ

ამგვარად, სამეწარმეო ბიზნესზე უამრავი აკადემიური და პრაქტიკული გამოცემა არსებობს. თითოეული მათგანი აღნიშნული დარგის თავისებურ გაგებას გვთავაზობს და აფართოებს მკითხველის თვალსაწიერსა და ჰორიზონტს. ამის მიუხედავად, მკითხველმა ყურადღებით უნდა განსაზღვროს, თუ სად და როგორ დახარჯავს საკუთარ ბიუჯეტს.

სადიკუსიოდ:

1. ჩამოაყალიბეთ ერთი საკვლევი პრობლემა სამეწარმეო ბიზნესის ფარგლებში და დაასაბუთეთ, თუ რატომ არის იგი მნიშვნელოვანი. თქვენ როგორ გამოიკვლევდით თქვენს მიერ მნიშვნელოვნად მიჩნეულ საკითხს?
2. მოიძიეთ მსოფლიოს წარმატებული მცირე და საშუალო მეწარმის ბიოგრაფიული მონაცემები და ახსენით მისი წარმატების საიდუმლო.

I ნაწილის ბიბლიოგრაფია

- Amit, R., Glostein, L. and Muller, E. (1993) Challenges to theory development in entrepreneurial research, *Journal of Mathematical Sociology*, 30, pp. 815-34
- Appelbaum, E. and Katz, E. (1986) Measures of risk aversion and comparative statistics of industry equilibrium, *American Economic Review*, 76, pp. 524-29
- Arabsheibani, G., de Meza, D., Maloney, J. and Pearson, B. (2000) And a vision appeared unto them of a great profit: evidence of self-deception among the self-employed, *Economic Letters*, 67, pp. 35-41
- Aronson, R.L. (1991) *Self Employment: A Labour Market Perspective*, Ithaca, New York, NY, ILR Press
- Bernardo, A.E. and Welch, I. (2001) On the evolution of over confidence and entrepreneurs, *Journal of Economics and Management Strategy*, 10, pp. 301-30
- Blanchflower, D.G., Oswald, A. and Stitzer, A. (2001) Latent entrepreneurship across nations, *European Economic Review*, 45, pp. 680-91
- Bolton, J.E. (1971) *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*, Cmnd.4811, London, HMSO
- Boyd, D.P. (1984) Type A behaviour, financial performance and organisational growth in small business firms, *Journal of Occupational Psychology*, 57, pp. 137-40
- Bruyat, C.A. and Julien P.A. (2001) Defining the field of research in entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 165-80
- Burns, P. and Dewhurst, J. eds (1996) *Small Business and Entrepreneurship*, 2nd ed., NY, Palgrave
- Leonard-Barton, D. (1984) Interpersonal communication patterns among Swedish and Boston area entrepreneurs, *Research Policy*, 13, pp. 101-14
- Busenitz, L.W., West, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N. and Zacharakis, A. (2003) Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions, *Journal of Management*, 29, pp. 285-308
- Cantillon, R. (1755) *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*, 1931 edn. Ed. and tran. By H. Higgs, London, Macmillan
- Carter, S. and Jones-Evans, D. eds (2000) *Enterprise and Small Business*, London, Prentice Hall
- Casson, M. (1982) *The Entrepreneur: An Economic Theory*, Oxford, Robertson
- Cooper, A.C., Woo, C.Y. and Dunkelberg, W.C. (1988) Entrepreneurs' perceived chances for success, *Journal of Business Venturing*, 3, pp. 97-108
- de Meza, D. and Southey, C. (1996) The borrower's course: optimism, finance and entrepreneurship, *Economic Journal*, 106, pp. 375-86

- Deakins, D. (1999) *Entrepreneurship and Small Firms*, 2nd ed., Berkshire, McGraw-Hill
- Dixit, A. and Rob, R. (1994) Switching costs and sectoral adjustments in general equilibrium with uninsured risk, *Journal of Economic Theory*, 62, pp. 48-69
- Dunn, T. and Holtz-Eakin, D. (2000) Financial capital, human capital and the transition to self-employment: evidence from intergenerational links, *Journal of Labour Economics*, 18, pp. 282-305
- European Commission (2004) *SMEs in Europe*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities
- European Commission (2004) *Flash Eurobarometer; Entrepreneurship*, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl160_en.pdf (May 20, 2007)
- Goffee, R. and Scase, R. (1987) Patterns of business proprietorship among women in Britain, in Goffee, R. and Scase, R., eds, *Entrepreneurship in Europe*, London, Croom Helm
- Hebert, R.F. and Link, A.N. (1988) *The Entrepreneur – Mainstream Views and Radical Critiques*, 2nd ed., New York, NY, Praeger
- Kanbur, S.M. (1979) Of risk taking and the personal distribution of income, *Journal of Political Economy*, 87, pp. 769-97
- Kaufmann, P.J. and Dant, R.P. (1998) Franchising and the domain of entrepreneurship research, *Journal of Business Venturing*, 14, pp. 5-16
- Kets de Vries, M.F.R. (1977) The entrepreneurial personality: a person at the crossroads, *Journal of Mathematical Sociology*, 14, pp.34-57
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press
- Kirzner, I. (1985) *Discovery and the Capitalist Process*, Chicago, University of Chicago Press.
- Knight, F.H. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*, New York, Houghton-Mifflin
- Landau, R. (1982) The innovative milieu, in Lundstedt, S.B. and Colglazier, E.W. Jr , eds, *Managing Innovation: The Social Dimensions of Creativity, Invention and Technology*, New York, NY, Pergamon Press
- Lucas, R.E. (1978) On the size distribution of business firms, *Bell Journal of Economics*, 9, pp. 508-23
- Manove, M. (2000) *Entrepreneurs, optimism and the competitive edge*, Boston University, Mimeo
- McClelland, D.C. (1961) *The Achieving Society*, Princeton, Van Nostrand
- McGrath, R.G. and MacMillan, I. (2000) *The Entrepreneurial Mindset*, Boston, MA, Harvard Business Review
- Mitchell, J.C. (1973) Networks, norms and institutions, in Boissevain, J. and Mitchell, J. C., eds, *Network Analysis: Studies in Human Interaction*, London, Mouton and Company
- Parasuraman, S. and Simmers, C.A. (2001) Type of employment, work-family conflict and well being: a comparative study, *Journal of Occupational Behaviour*, 22, pp. 551-68

- Parker, S.C. (1997) The effects of risk on self-employment, *Small Business Economics*, 9, pp. 515-22
- Porter, P. (2001) *Innovation and Entrepreneurship*, Boston, MA, Butterworth-Heinemann
- Rotter, J.B. (1982) *The Development and Application of Social Learning Theory: Selected Papers*, New York, NY, Praeger
- Sanders, J.M. and Nee, V. (1996) Immigrant self employment: the family as social capital and the value of human capital, *American Sociological Review*, 61, pp. 231-49
- Say, J.B. (1828) *Cours Complet d'Economie Politique Pratique*, Paris
- Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA, Harvard University Press
- Schumpeter, J.A. (1939) *Business Cycles*, New York, McGraw-Hill
- Schumpeter, J.A. (1947) The creative response to economic history, *Journal of Economic History*, 1, pp. 149-59
- Shapiro, A. (1975) The displaced uncomfortable entrepreneur, *Psychology Today*, pp. 83-8
- Sheshinski, E. and Drèze, J. (1976) Demand fluctuations, capacity utilisation, and costs, *American Economic Review*, 66, pp. 731-42
- Stevenson H.(1999) A perspective on entrepreneurship in Sahlmann, W. *et al*, eds, *The Entrepreneurial Venture*, 2nd ed., Ohio, Harvard Business School Press
- Storey, D.J. (2000) *Understanding the Small Business Sector*, London, Thomson Learning
- Taylor, M.P. (1996) Earnings, independence or unemployment: why become self-employed?, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 58, pp. 253-66
- Timmons, J.A.. (1976) Characteristics and role demands of entrepreneurship, *American Journal of Small Business*, 3, pp. 5-17
- Webster, F.A. (1977) Entrepreneurs and ventures: an attempt at classification and clarification, *Academy of Management Review*, 2, pp. 11-22
- Wickham, P.A. (2001) *Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management*, Essex, Prentice Hall
- Wright, M., Robbie, K. and Ennew, C. (1997) Serial Entrepreneurs, *British Journal of Management*, 8, pp.251-68

ნაწილი II

მეწარმეობა – ეკონომიკური ზრდის მამოძრავებელი ძალა

მეწარმეობისა და საწარმოო პროცესების გაცნობამ საშუალება მოგვცა შევისწავლოთ მეწარმეობის მნიშვნელოვანი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში, თუმცა ჩვენ უკვე წარმოვადგინეთ მეწარმე, როგორც ინდივიდი, რომელიც მიისწრაფის პირადი მოგებისაკენ ბაზარზე სხვადასხვა შესაძლებლობათა გამოყენების გზით. აშკარაა, რომ სამეწარმეო საქმიანობის შედეგები აქტიურ ზეგავლენას ახდენენ ადგილობრივ და ეროვნულ ეკონომიკაზე. მიგვაჩნია, რომ ეროვნულ ეკონომიკაში მეწარმეობის როლის გაგება ყველაზე თვალსაჩინო იქნება, თუ განვიხილავთ მის გავლენას ეკონომიკურ ზრდაზე.

იმისათვის, რომ უკეთესად ჩავწვდეთ მეწარმეობის მნიშვნელობას როგორც ეროვნულ, ასევე მსოფლიო ეკონომიკაში, საჭიროა გავეცნოთ ეკონომიკური ზრდის თეორიის საფუძვლებს, რომლებიც დაკავშირებულია მეწარმეობასთან. ასევე, ჩვენ განვიხილავთ მეწარმეობის როლს, როგორც განვითარებულ, ასევე გარდამავალ ეკონომიკაში. საბოლოოდ, ჩვენ გავაანალიზებთ ეროვნულ ეკონომიკაში მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობ სამთავრობო პოლიტიკას.

9. მეწარმეობის გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე

სწავლების მიზანი:

მე-9-ე თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- ✓ გაიგოთ სამეწარმეო ეკონომიკის თეორიის არსი;
- ✓ ერთმანეთისგან განასხვავოთ „პროდუქტიული“ და „არაპროდუქტიული“ მეწარმეობა;
- ✓ ახსნათ ეკონომიკური ზრდის საბაზისო მოდელები და მიმართულებები;
- ✓ განსაზღვროთ კავშირი ეკონომიკურ ზრდასა და მეწარმეობას შორის.

მეწარმეობის გავლენის უმთავრესი შედეგი ადგილობრივ, რეგიონალურ და ეროვნულ ეკონომიკაზე არის ეკონომიკური ზრდა. როცა მეწარმე ეწევა რისკს იმისათვის, რომ მიიღოს მოგება გაწეული დანახარჯებიდან, მას მიზნად აქვს დასახული პერსონალური ეკონომიკური ზრდის მიღწევა. მაშინაც კი, როცა საქმე გვაქვს თვითდასაქმებასთან, სადაც აშკარად არ ჩანს სამეწარმეო საქმიანობის ტრანსფორმირება ინოვაციებში, ინდივიდი ცდილობს მიიღოს ისეთი შემოსავალი, რომელიც აუცილებელია თუნდაც პირველადი მოხმარების საგნების შესაძენად. აშკარაა, რომ ინდივიდუალური შემოსავლების ერთობლიობა შეადგენს ეროვნული ეკონომიკის შემოსავალს, თუმცა ზოგიერთი შეიძლება შემოგვედაოს, რომ ეს ასე არ არის. იმისათვის, რომ გავეცნოთ მეწარმეობასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის ურთიერთკავშირს, უნდა გავაანალიზოთ სამეწარმეო ეკონომიკის სხვადასხვა კონცეფციები.

9.1. სამეწარმეო ეკონომიკა

მეწარმეობის თეორიულ გაგებაში მთავარია განსხვავების პოვნა “მენეჯერულ” და “სამეწარმეო” ეკონომიკას შორის. დიდხანს მიმდინარეობდა დავა იმის შესახებ, რომ სამეწარმეო საქმიანობა აუცილებელია ეკონომიკური ზრდის მისაღწევად. თუმცა ყველა ეკონომისტი დღესაც არ ეთანხმება ამ მოსაზრებას. ზოგიერთი ეკონომისტი

კი მეწარმეობას ეკონომიკური ზრდის მამოძრავებელ ძალად განიხილავს (Holcombe, 1998). სამართლიანია თუ არა ეს დებულება ყველა შემთხვევაში?

თანამედროვე ეკონომიკური ისტორიის მიხედვით, ქვეყნები ზრდას სხვადასხვა საფეხურზე განიცდიდნენ. ყველაზე ცნობილი ამ საფეხურებიდან არიან მენეჯერული ეკონომიკა და სამეწარმეო ეკონომიკა. თუმცა მოგვიანებით გაირკვა, რომ სამეწარმეო ეკონომიკა არის მენეჯერული ეკონომიკის განვითარების შედეგი. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მენეჯერული ეკონომიკის საფეხური მოსამზადებელი ეტაპია სამეწარმეო ეკონომიკის შესაქმნელად.

იმისათვის, რომ განვსაზღვროთ მენეჯერული ეკონომიკა, უნდა გავაკეთოთ ისტორიული ექსკურსი, ან განვიხილოთ თანამედროვე ეკონომიკა განვითარების ისტორიულ პროცესში. ჩანდლერმა (Chandler, 1990) აღწერა ეკონომიკა, რომელიც ინდუსტრიულ ეპოქაში ჩამოყალიბდა წარმოებაში, განაწილებასა და მენეჯმენტში ინვესტიციების ჩადების გზით.

აქედან გამომდინარე, მენეჯერული ეკონომიკის მიზანი იყო მასშტაბის ეკონომიიდან და განაწილების ქსელების ოპტიმიზაციიდან მაქსიმალური უკუგების მიღება. მენეჯერული ეკონომიკის შედეგი იყო მასობრივი და დიფერენცირებული პროდუქციის მწარმოებელი კომპანიების კონკურენცია იმისათვის, რომ შექმნილიყო მონოპოლისტური კონკურენციის გარეშე. მენეჯერულ ეკონომიკაში მეწარმე ცდილობს გამოეყოს მსხვილ ფირმებს და ფოკუსირება მოახდინოს შედარებით მცირე აქტიურობაზე, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ინოვაციურობა და მოქნილობა. სამეწარმეო ეკონომიკის განმსაზღვრელი ელემენტია ცოდნა და ამ ცოდნის თანმდევი გაურკვეველობა (Audretsch *et al*, 2006). სამეწარმეო ერაში ეკონომიკური გამოცდილება იზრდებოდა ცოდნისა და მცირე ორგანიზაციული სტრუქტურების მოქნილობის გამოყენებით.

გაურკვეველობა არის ზრდის პროცესის მნიშვნელოვანი ელემენტი, რომელიც თავისთავად შეიცავს რისკებს, რაც თან ახლავს მოგების მაქსიმიზაციას რესურსებში ინვესტირების პროცესში და ეს რისკები უმეტეს შემთხვევაში ემყარება წინასწარ გათვლებს. ამის საწინააღმდეგოდ, როგორც უკვე ზემოთ ავღნიშნეთ, მენეჯერული ეკონომიკა ფოკუსირებას აკეთებდა მასშტაბის ეკონომიიდან გამომდინარე მოგების გენერაციაზე დაბალი დონის ინვესტიციური რისკის პირობებში.

ასე რომ, წარმოების ძირითადი ფაქტორები მენეჯერულ ეკონომიკაში

არის კაპიტალი, არაკვალიფიციური შრომა და ნედლეული, მაშინ როცა სამეწარმეო ეკონომიკაში-ცოდნა (კვალიფიციური შრომა და ტექნოლოგიები) და მოქნილობა (Karlsson *et al*, 2004)

მენეჯერული ეკონომიკიდან სამეწარმეო ეკონომიკაზე გადასვლის მთავარი მიზეზებია გლობალური კონკურენციის გაძლიერება, დემოგრაფიული ხასიათის მოთხოვნა, მზარდი გაურკვეველობა და სწრაფი ტექნოლოგიური განვითარება. მთელი ამ მიზეზების გასაღებია ცოდნის ტრანსფერი, რომელიც უკანასკნელ წლებში განვითარდა ინტერნეტისა და კომუნიკაციების გაადვილების საშუალებით.

ამრიგად, ევროპაში მენეჯერული ეკონომიკა დომინანტური იყო მსოფლიო რამდენიმე დეკადის განმავლობაში, გარდამავალ ეკონომიკაში კი იგი წარმოადგენდა იმ ზოგადი პოლიტიკის შემადგენელ ნაწილს, რომელიც მხარს უჭერდა ეკონომიკური ზრდის სამეწარმეო საფეხურს.

9.2. პროდუქტიული და არაპროდუქტიული მეწარმეობა

მეწარმეობის საშუალებით ეკონომიკური ზრდის პრობლემის მეორე მნიშვნელოვანი საკითხია სამეწარმეო საქმიანობის პროდუქტიულობის იდენტიფიკაცია. ბოუმოლმა (Boumol, 1990) აღწერა სიტუაცია, სადაც მან ერთმანეთისაგან განასხვავა მეწარმეობის ორი სახე.

იმისათვის, რომ მივაღწიოთ მეწარმეობის საშუალებით ეკონომიკურ ზრდას, საჭიროა ორი წანამდღვარი. პირველი, სამეწარმეო ფირმის შემოსავალი უნდა ექვემდებარებოდეს გადასახადის გადახდას, და მეორე, სამეწარმეო საქმიანობამ უმთავრესი რესურსები უნდა მიმართოს ბაზრისაკენ. პროდუქტიული სამეწარმეო საქმიანობა მოიცავს ინოვაციებს, ცოდნის მენეჯმენტს, ტექნოლოგიურ სრულყოფას და სერიულ წარმოებას. არაპროდუქტიული სამეწარმეო საქმიანობა მოიცავს რენტის ძიებას (როდესაც სამეწარმეო საქმიანობის ქვედა ზღვარის სოციალური შედეგები ნეგატიურია), ან ორგანიზებულ დანაშაულს. მას აგრეთვე შეიძლება დაემატოს გადასახადებისაგან თავის არიდება ან არარეგისტრირებული ბიზნეს-საქმიანობა, როგორც არაპროდუქტიული სამეწარმეო საქმიანობის შედეგი. წარსულში არაპროდუქტიული საქმიანობა მოიცავდა ძალადობრივ ფორმებს, როგორებიც იყო ომები ქვეყნებსა და ცივილიზაციებს შორის.

თანამედროვე პირობებში სამეწარმეო საქმიანობის ასეთი არაპროდუქტიული ფორმები შეცვლილ იქნა კონკურენტული ბრძოლის შედარებით ნაკლებად ძალადობრივი ფორმებით: სასამართლო პროცესებით, ემბარგოებით, ნეგატიური რეკლამით, რენტის ძიებით და სხვ.

ბოუმილი (1990) თავის ნაშრომში არაპროდუქტიული მეწარმეობის ძირითად მიზეზად პოლიტიკას მიიჩნევს. ამის მთავარი არგუმენტია ის, თუ მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში სამეწარმეო საქმიანობის დაყოფა პროდუქტიულად თუ არაპროდუქტიულად რამდენად გამომდინარეობს თავად ეკონომიკური სისტემის შინაგანი ბუნებიდან. თუკი ეკონომიკურ სისტემაში მეწარმეობა ისჯება სახელმწიფოს მხრიდან, მაშინ მეწარმე ბუნებრივია, თავის საქმიანობას წარმართავს არაპროდუქტიული სამეწარმეო საქმიანობის სახით. ასე რომ, იმ ექსტრემალურ შემთხვევაში, როცა სამეწარმეო საქმიანობა არალეგალური ხდება, წარმოიშობა შავი ბაზარი, სამეწარმეო უკუგებებს გააჩნიათ მაღალი საგადასახადო განაკვეთები და გადასახადებიდან თავის არიდება ფართოდ ინერგება პრაქტიკაში.

სამეწარმეო საქმიანობის წამახალისებელი სისტემები იცვლებიან ეკონომიკების და ქვეყნების მიხედვით. ცვლილებები შეიძლება მოხდეს რეგიონალურადაც, თუ ეს წახალისება არ არის მხოლოდ მონეტარული, მაგრამ არის პოლიტიკური, სოციალური ან კულტურული.

ზოგადი “თამაშის წესები” განსაზღვრავენ სამეწარმეო საქმიანობის განაწილებას პროდუქტიულსა და არაპროდუქტიულს შორის. ეკონომიკური ზრდისათვის ეკონომიკას ჭირდება პროდუქტიული მეწარმეობა, რომელიც უზრუნველყოფს უწყვეტ ეკონომიკურ ზრდას და არ საჭიროებს არაპროდუქტიულ მეწარმეობას, რომელიც ფოკუსირდება ბაზრის დომინირებაში და ქონების აკუმულაციაში. ზემოთაღნიშნული გათვალისწინებულ უნდა იქნას სამეწარმეო პოლიტიკაში. მაშასადამე, ეკონომიკური ზრდა ეს არის “ბრძოლა” ინოვაციურ მეწარმეობასა და რენტის ძიებას შორის (Dejardin, 2000).

9.3. ეკონომიკური ზრდა და ზრდის მოდელები

ქვემოთმოყვანილ დისკუსიაში ჩვენ განვიხილავთ ეკონომიკური ზრდის უმნიშვნელოვანეს მოდელებს. ჩვენ არ შევეხებით მთლიანად თითოეული მოდელის ეკონომიკურ საფუძვლებს, ვინაიდან ეს არ წარმოადგენს ჩვენს მიზანს, მაგრამ ყოველ მოდელს დაეუკავშირებთ ეკონომიკურ საფეხურს. უპირველეს ყოვლისა, განვსაზღვროთ ეკონომიკური ზრდის დეფინიცია.

ყოველი ეკონომიკა აწარმოებს სიმდიდრეს, რომელიც შეიძლება გაიზომოს მთლიანი შიდა პროდუქტით (GDP). ასე რომ, ეკონომიკური ზრდა პირობითად იზომება წარმოებული საქონლის ან მომსახურების ღირებულების შემცირების ან გადიდების მაჩვენებლით მთელი ქვეყნის ეკონომიკის მასშტაბით. შესაბამისად, ეს არის შედარებითი საზომი დროის სპეციფიკურ მონაკვეთებს შორის. ეკონომისტები თეორიულ მოდელებში ამ ზრდას გვიჩვენებენ სრული დასაქმების პირობებში, რომელიც, სხვათაშორის, რეალურ ცხოვრებაში ძალიან იშვიათია. ზოგიერთ სხვა მოდელში ეკონომიკური ზრდა შეიძლება გაზომილ იქნას სხვა გზით, როგორც კაპიტალზე ან თითოეულ მუშაკზე შემოსავლის ამაღლება. ამ დისკუსიაში მცირე მნიშვნელობა ენიჭება იმას, თუ როგორ ვზომავთ ეკონომიკურ ზრდას, ვინაიდან მთავარ ყურადღებას ვამახვილებთ მის მთავარ მამოძრავებელ მიზეზებზე.

ეკონომიკური ზრდის შესახებ მოსაზრებები დიდი ხნის მანძილზე მოსვენებას უკარგავდა ბევრ თეორეტიკოს ეკონომისტს. ზრდის შესახებ ეკონომიკური აზრის სხვადასხვაობა მკაცრად არის მიბმული თანამედროვე საზოგადოების ისტორიულ პროგრესზე და მის ჩარჩოში ინდივიდების გაერთიანებაზე. ვინაიდან მეწარმეობა არის არა მხოლოდ ეკონომიკური, არამედ სოციალური ელემენტიც, როცა ის სოციალურად მისაღები ხდება, ეკონომიკური ზრდა საკუთარ თავში მოიცავს მეწარმეობას, როგორც მამოძრავებელ ძალას. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ მეწარმეობა არ არის წარმოჩენილი თანამედროვე ეკონომიკურ ისტორიაში. ის გვიჩვენებს სამეწარმეო საქმიანობის გადასვლას მარჟინალური თეორიიდან

მეინსტრიმისაკენ¹ და ხაზს უსვამს ცოდნის, როგორც წარმოების ფაქტორის მნიშვნელობას.

ეკონომიკური ზრდის ადრეული კვლევები მას განიხილავდნენ როგორც სიმდიდრის აკუმულირების და ღირებულების შექმნის უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს, რომელიც შეიძლება გამოყენებული ყოფილიყო მოხმარებისათვის, ომის წარმოებისათვის, რელიგიისათვის და საზოგადოებრივი საჭიროებებისათვის. ამ საფეხურზე ფიქრობდნენ, რომ ზრდა მოხდებოდა მოსახლეობის ან გადასახადების გადიდებით. მერკანტილიზმი ემსრობოდა იმ აზრს, რომ ეს ზრდა უნდა ყოფილიყო შინაგანი, მაშინ როცა ბულონიზმი ფოკუსირებას ახდენდა გარეგან ფაქტორებზე, რომელშიც იგულისხმებოდა კოლონიები და მეტროპოლიური სახელმწიფოები. აზროვნების ამ სტადიაზე მთავარ კონცეფციას წარმოადგენდა ყველა შესაძლო გზებით ბაზრების თავმოყრა. მაგ.: გზების აშენებით ან თუნდაც მოგზაურობის ხარჯების გაუქმებით.

მაშასადამე, ყოველივე ეს შეიძლება მიჩნეულ იქნას პირველ ნაბიჯად გლობალიზაციის მიმართულებით.

მოგვიანებით, შოტლანდიური განმანათლებლობის ეპოქაში, ფართოდ გავრცელდა თვალსაზრისი წარმოების მოცულობის შესახებ. “ერთა სიმდიდრეს” წარმოადგენდა არა მოსახლეობა, არამედ წარმოების მოცულობის გაზრდაში ჩადებული კაპიტალი. ეკონომიკური აზრის ამ მიმართულებაში ვაჭრობამ დაიკავა უპირატესი როლი და ჩამოყალიბებულ იქნა შეფარდებითი უპირატესობის თეორია, რომელიც გვიჩვენებს, რომ წარმოების მოცულობა ქვეყანაში უნდა ფოკუსირდეს იმაზე, რისი წარმოებაც ქვეყანას ყველაზე უკეთესად შეუძლია. ამ თვალსაზრისით, თავისუფალი ვაჭრობის თეორია წარმოადგენდა ეკონომიკური ზრდის უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს.

სხვა თვალსაზრისით, ზრდა წარმოდგენილი იქნა როგორც კაპიტალის ერთეულზე შემოსავლის ფუნქცია. მერკანტილიზმის საწინააღმდეგოდ, მალთუსიანური ერა ავრცელდება აზრს იმის თაობაზე, რომ ეკონომიკას ჭირდება ნაკლები მოსახლეობა მეტი ხარჯვითი შესაძლებლობებით (მაგ: მაღალი შემოსავლით კაპიტალის ერთეულზე), როგორც ეკონომიკური ზრდის მთავარი ფაქტორი. ეს თეორია წარმოიშვა იმ დროს, როდესაც საზოგადოების წევრთა უფრო მეტი ნაწილის

¹ მეინსტრიზმი – ეკონომიკური მიმდინარეობა ნეოლიბერალურ თეორიაზე დაყრდნობით

ცხოვრების ხარისხი გაუმჯობესდა. სამედიცინო მომსახურების ხელმისაწვდომობამ გაადიდა სიცოცხლის ხანგრძლივობა და შეამცირა ბავშვთა სიკვდილიანობა. აგრეთვე, განათლება გახდა საზოგადოების ყველა წევრის ცხოვრების უმნიშვნელოვანესი ნაწილი. აქედან გამომდინარე, მშობლები შვილების აღზრდის ხარისხს უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებდნენ, ვიდრე მათ რაოდენობას.

აქედან ჩვენ შეგვიძლია გადავიდეთ ეკონომიკური ზრდის თანამედროვე თეორიებზე. სოლოუმი (Solow, 1956) ნობელის პრემია მიიღო ეკონომიკური ზრდის მოდელის დამუშავებაში შეტანილი წვლილისათვის. ამ მოდელს “სოლოუს მოდელი” ეწოდება. სოლოუს მოდელში ეკონომიკური ზრდა აღწერილია როგორც ფიზიკური კაპიტალის და არაკვალიფიციური შრომის ფუნქცია. მაშასადამე, მისი მოდელი ემთხვევა კაპიტალის ეკონომიკის იდეას, ან მენეჯერული ეკონომიკის პირველ საფეხურს, როგორც ეს ზემოთ იყო აღწერილი. ამ მოდელში ითვლება, რომ ინოვაციები წარმოადგენენ ეგზოგენურ ფაქტორს. შესაბამისად სამეწარმეო საქმიანობა არ არის ჩართული სოლოუს მოდელში. ამ მოდელზე დაყრდნობით ზოგიერთმა მკვლევარმა ჩათვალა, რომ მცირე ფირმები არაეფექტიანია ეკონომიკური ზრდისათვის.

სოლოუს შემდეგ, რომერმა (Romer, 1990), და ლუკასმა (Lucas, 1988) ცოდნა განიხილეს როგორც ეკონომიკური ზრდის ფუნქციის ნაწილი. ინკორპორატიული ცოდნა, როგორც წარმოების ფუნქციის მნიშვნელოვანი ელემენტი, ამაღლებს კვალიფიციური შრომის მნიშვნელობას და დისკუსია გადააქვს კაპიტალის ეკონომიკიდან ცოდნის ეკონომიკისაკენ. აქამდე ეს ცოდნა ვითარდებოდა მსხვილ ბიზნესში კვლევების, განვითარების და სხვ. შიდა პროცედურების საშუალებით. ინვესტირება კვლევებსა და განვითარებაში არის უმნიშვნელოვანესი და მათი საშუალებით ჩვენ შეგვიძლია ვიმოძრაოთ ცოდნის ეკონომიკისაკენ, თუმცა კაპიტალი ცოდნასთან ერთად ჯერ კიდევ თამაშობს მნიშვნელოვან როლს. შესაბამისად, მცირე ბიზნესს არ ენიჭება უპირატესობა, ვინაიდან მას არ შეუძლია შექმნას ინოვაციებში ჩასადები კაპიტალის აუცილებელი რაოდენობა. რომერის მოდელის შედეგია ენდოგენური ზრდის თეორიის შექმნა, რომელიც გვიხატავს ტექნოლოგიური პროგრესის დიდ მნიშვნელობას ეკონომიკის განვითარებისათვის. ამასთანავე ეს მოდელი ახალ როლს ანიჭებს სამეწარმეო ეკონომიკას ეკონომიკური ზრდის

პროცესში. ჭარბი ცოდნის გამოყენება, რომელიც აღწერს დიდი ორგანიზაციების (ბიზნესის ან უნივერსიტეტის მსგავსი ინსტიტუციების) უუნარობას სრულად გამოიყენონ კვლევითი საქმიანობიდან მიღებული ცოდნა და გააერთიანონ ის მეწარმეობის ძირითად ელემენტთან, გაითავისონ თითოეული მეწარმის ინდივიდუალური წარმატების როლი (Audretsch *et al.*, 2006). თუკი მეწარმე აცნობიერებს, რომ ახალი ცოდნა მისთვის გამოუსადეგარია, მაშინ ახალი, უფრო მცირე ბიზნესის წამოწყება არის ის გზა, რომელიც განაპირობებს ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებას ეროვნულ ეკონომიკაში.

ეკონომიკური ზრდის ამ თანამედროვე მოდელებმა არაერთი მეცნიერის მხრიდან საკმაოდ მკაცრი კრიტიკა დაიმსახურა. განსაკუთრებით ავსტრიული სკოლა და შუმპეტერი აკრიტიკებდნენ ამ მოდელებს მეწარმის როლის არასათანადო შეფასების გამო. ავსტრიული სკოლისა და მეინსტრიმელ ეკონომისტებს შორის ყველაზე მწვავე დავის საგანი იყო პირველთა კონცენტრირება ფიქციურ მოდელებზე, ვიდრე სამყაროს რეალური საგნების ასახვაზე. ამ გაგებით, ავსტრიული სკოლის ეკონომისტების თვალსაზრისი ეკონომიკაზე არის უფრო “ინდივიდუალისტური”, ხოლო მეინსტრიმელი ეკონომისტებისა კი “კოლექტიური”. ასე რომ, ავსტრიული სკოლის ეკონომისტები ეკონომიკურ განვითარებას განმარტავენ როგორც ზოგადად ევოლუციურ პროცესს და არა როგორც მხოლოდ ეროვნული ეკონომიკის ზრდას.

9.4 თეორიული კავშირი ეკონომიკურ ზრდასა და პროდუქტიულ მეწარმეობას შორის

დადგინდა რა სამეწარმეო საქმიანობის არსებითი როლი ეკონომიკურ ზრდასა და განვითარებაში, შეგვიძლია მოკლედ აღვწეროთ თეორიული კავშირი ეკონომიკურ ზრდასა და პროდუქტიულ მეწარმეობას შორის. მეწარმეობის განვითარებით განპირობებული ეკონომიკური ზრდის დახასიათებისას ვინიკერსმა (Wennekers) და ტიურიკმა (Thurik) 1999 წელს თავიანთ შრომებში გამოაცალკევეს სამი წამყვანი ელემენტი, რომლებიც მათი წინამორბედების მიერ, იგულისხმება კარლსონი და სხვები (Karlsson *et al.*), იყო განხილული. ესენია: ახალი ბიზნეს-საქმიანობით განპირობებული

მზარდი კონკურენცია, სიახლეების (ინოვაციების) და დასაქმების ზრდა. ბაზარზე ეკონომიკური ზრდის თეორიიდან გამოყენებით ეკონომიკაზე (ეკონომიკსზე) გადასვლით ავტორები ცდილობდნენ დაედგინათ ამ ორი თეორიიდან რომელი ახასიათებს ზედმიწევნით ზუსტად ან ნაწილობრივ მოცემულ თეორიულ საკითხებს. მეწარმობის შესახებ ჩვენს მიერ წინა თავებში განხილულ ყველა ეკონომიკურ თეორიაში კონკურენცია და ინოვაცია ძირითადი ელემენტების სახით წარმოგვიდგება. ამასთან შუმპეტერისეულ და ნეოკლასიკურ თეორიებში არაფერია ნათქვამი ფირმების წარმოშობის შესახებ. სწორედ სოლოუს მოდელში, რომლის განვითარებაშიც დიდი წვლილი მიუძღვით რომერს და ლუკასს, ზედმიწევნით არის დადგენილი, რომ ცოდნა(ანუ ინოვაცია) მნიშვნელოვანია. მიუხედავად ამისა, მეწარმის ფუნქცია იგნორირებულია. მეორე მხრივ, ენდოგენური ზრდის თეორიის მიხედვით, იმ შემთხვევაშიც კი, როცა მეოცნებე ადამიანი ავითარებს პროცესს, რომელშიც ვერ ერკვევა, ახალი ცოდნა წარმოებისა და ეკონომიკური ზრდის ცენტრში ინაცვლებს.

მეორე საინტერესო მოსაზრება მეწარმეობასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის კავშირის შესახებ ემყარება აზრს, რომ პროდუქტიული მეწარმეობა ქმნის ახალ შესაძლებლობებს და მათი მეშვეობით ავითარებს ბაზარს და, მაშასადამე, ზრდის სამეწარმეო აქტივობას (ჰოლკომბი - Holcombe, 1998). გარდა ამისა, უიტზმენმა (Weitzman 1998), რეკომბინირებული ზრდის კონცეფცია წარმოადინა შუმპეტერის ინოვაციათა თეორიაზე დაყრდნობით, რომლის მიხედვითაც ინოვაცია არსებული ელემენტების ახალი კომბინაციებით არის განპირობებული. ამ თეორიის მიხედვით, ზრდა გამოძლინარეობს მოქმედი საბაზრო ძალების გადაადგილებიდან, ან კომბინაციის შეცვლიდან; განსხვავებული გზით მოქმედების ფონზე შესაძლებლობების დადგენიდან. ამრიგად, არსებობს განსხვავებული მიდგომები, რომლებიც მეწარმეობას აკავშირებენ ეკონომიკურ ზრდასთან. მაგალითად, თუ განვიხილავთ ეკონომიკის თეორიას და კონკურენციულ უპირატესობას დარვინის ბუნებრივი გადარჩევის თეორიის მიხედვით, მივდივართ დასკვნამდე, რომ ყველაზე ნიჭიერი (უნარიანი) მეწარმე გადარჩება და თავისი ეკონომიკური პროდუქტის (გამოშვების) ოპტიმიზაციას მოახდენს. შედეგი კი იქნება ეროვნული ეკონომიკის საყოველთაო ზრდა.

9.5 მეწარმეობით განპირობებული ეკონომიკური ზრდა პრაქტიკაში

თეორიასთან ერთად, საინტერესოა გამოვიკვლიოთ კავშირი ეკონომიკურ ზრდასა და მეწარმეობას შორის პრაქტიკაში. უინიკერსის და ციურიკის (1999) სამ ელემენტოვანი მიდგომაზე დაყრდნობით, რომელზეც ზემოთ იყო საუბარი, კარლსონმა(2004) შეაჯამა ემპირიული კვლევები კონკურენციის, ინოვაციების და სამუშაო ადგილების შექმნის შესახებ. კონკურენციასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის კავშირის შესახებ აშშ-ში და გაერთიანებულ სამეფოში ჩატარდა რამდენიმე კვლევა, რომლის მიხედვითაც გაზრდილი კონკურენცია ხელს უწყობს ფირმების ჩამოყალიბებას და ეკონომიკურ ზრდას. იქმნება ახალი ბიზნეს-საქმიანობები, ხოლო მონოპოლიური პირობები გამოიყენება შემოსავლის ოპტიმიზაციის წესის მიხედვით. სპეციალიზაციას და ბაზრის სეგმენტაციას ბიზნესი ინოვაციისკენ მიჰყავს. თვალსაჩინოა, რომ ბიზნესი კონკურენციული ბრძოლის პირობებში უფრო ეფექტიანად მოქმედებს და ამცირებს საორგანიზაციო ხარჯებს.

ინოვაცია მიჩნეულია მცირე ფირმების წარმატების უმნიშვნელოვანეს ელემენტად. ინოვაცია და ცოდნა ასევე მზარდი ეკონომიკების წამყვან ძალებად მოიაზრება. ემპირიული მონაცემები ამ აზრს ამყარებენ, თუმცა ხსნიან სპეციფიკურ სივრცეს, რომელშიც მცირე ფირმებს შეუძლიათ ინოვაციების მიწოდება. მცირე ფირმების მნიშვნელობა ინოვაციურ აქტიუობასთან მიმართებაში დამახასიათებელია სპეციფიკური სექტორებისთვის. მაგალითად, ახალი ფირმები გვათავაზობენ მნიშვნელოვან სიახლეებს (ინოვაციებს) იმ სფეროებში, რომლებიც დამოკიდებულნი არიან კომპიუტერულ და ბიოტექნოლოგიურ მეცნიერებებზე. ასევე, თუ მივიყვებით ცოდნის განვრცობის ეფექტის ძიებას, მცირე ბიზნესის წარმომადგენლები კავშირში არიან უნივერსიტეტებთან, რომელთაც მზარდი ინოვაციური შესაძლებლობები გააჩნიათ. საბოლოოდ უნდა ითქვას, რომ ინოვაცია, განხილული მცირე ბიზნესის თვალსაზრისით, უფრო მნიშვნელოვანია გამოუკვლევ სფეროებში, მსხვილი ბიზნესის ნაკლებად მნიშვნელოვან და რუტინულ ინოვაციებთან შედარებით.

ახალი ფორმების შექმნა მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახდენს ეროვნული ეკონომიკის ზრდაზე, რაც აღწერილია ევროპული ბაზრების კვლევისადმი მიძღვნილ ორ მნიშვნელოვან ნაშრომში. ორივე გამოკვლევის მიხედვით, მსხვილ ბიზნესში დასაქმების წილის ზრდა უარყოფითად აისახება ეკონომიკური ზრდის დონეზე. ასევე, სწრაფად მზარდი ახალი ფორმები, რომლებიც ახალ სამუშაო ძალას შთანთქავენ ან დასაქმების მაღალი დონე ახასიათებთ, ძირითადად ის ფორმები არიან, რომელთაც ბაზარზე შეღწევის გამოცდილება გააჩნიათ. მიუხედავად ამისა, ყველა კვლევა ეთანხმება იმ ფაქტს, რომ ახალი და მცირე ფორმები ცვალებადი და მერყევი არიან. მაშასადამე, სამუშაო ადგილების შექმნის მაღალი დონის შენარჩუნება ხასიათდება მეტ-ნაკლები მუდმივობით.

დასკვნის სახით უნდა ითქვას, რომ ვან სტელი და სხვები(Van Stel *et al* 2004) გამოკვლევაში, რომელიც ემყარებოდა მეწარმეობის გლობალური მონიტორინგის (Global Entrepreneurship Monitor - GEM) მონაცემებს, შეეცადნენ დაედგინათ, როდის აქვს მეწარმეობას გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე. მათ 36 ქვეყნის მონაცემების მომცველ GEM-ის მოხსენებებზე დაყრდნობით გაზომეს ერთობლივი სამეწარმეო აქტივობა (Total Entrepreneurship Activity - TEA), იმის გამოსაკვლევადაც, თუ რა გავლენას ახდენს სამეწარმეო აქტივობა მთლიან შიდა პროდუქტზე. ამ ძალიან საინტერესო ანალიზში ნათლად ჩანს, რომ ერთობლივი სამეწარმეო აქტივობას დიდი გავლენა აქვს მშპ-ზე. ამასთან, ეს ეფექტი GEM-ის წლიურ გამოკვლევაში მონაწილე ყველა ქვეყნისთვის ერთნაირი არ იყო. აღმოჩნდა, რომ მდიდარ ქვეყნებში ერთობლივი სამეწარმეო აქტივობის ზრდა მათი ეკონომიკური ზრდის დონეზე დადებითად აისახება, მაშინ როდესაც ღარიბ ქვეყნებში - უარყოფითად. მშპ-ს დონეზე ერთობლივი სამეწარმეო აქტივობის გავლენა დაკავშირებულია ეროვნულ ეკონომიკაში ერთ სულ მოსახლეზე შემოსავლის დონესთან. მოცემული განმარტება უკან გვაბრუნებს მენეჯერულ და სამეწარმეო ეკონომიკას შორის არსებულ განსხვავებასთან. ეს ორ რამეს გულისხმობს: პირველი, არ არსებობს ეკონომიკის ხელსაყრელი მდგომარეობა(პირობები), მაგრამ არის მიზანი. მეორეც, იმისთვის, რომ ეკონომიკამ მოახდინოს მეწარმეობის კაპიტალიზება ეკონომიკური ზრდის პირობებში, აუცილებელია მოერგოს არსებულ მოთხოვნებს. მეწარმეობაზე მოთხოვნას სჭირდება მეწარმეების ჭარბი მიწოდება. ასევე, შემოთავაზებული განმარტებით, ღარიბ ქვეყნებს

შეიძლება ჰქონდეთ საერთო სამეწარმეო აქტივობის მზარდი დონე, მაგრამ ბევრ მსხვილ ბიზნესს არ შეუძლია ეკონომიკური ზრდის მხარდაჭერა. ბოლოს, აუცილებელია ხაზი გავუსვათ, რომ მცირე და მსხვილი ბიზნესი, სამეწარმეო და სარისკო წამოწყებებით, ერთმანეთს ავსებენ.

9.6 ეკონომიკური ზრდის შედეგები

ჩვენ განვიხილეთ ეროვნული ეკონომიკის ზრდაზე პროდუქტიული მეწარმეობის გავლენის შედეგები. პროდუქტიული მეწარმეობის არსის განსაზღვრა ძირითადია, იმდენად რამდენადაც ინდივიდუალური საქმიანობის შემოსავლები ეროვნულ აქტივობაში ჩართვას საჭიროებს. აქედან გამომდინარე, გადასახადების მეშვეობით კეთილდღეობის სახელმწიფოში ინდივიდუალური სამეწარმეო აქტივობიდან მიღებული შემოსავლები ეკონომიკაში განაწილებულია სამართლიანად. ასევე, წარმატებული მეწარმეები ფილანტროფიულ საქმიანობასა და ქველმოქმედებას ეწევიან.

ამგვარად, მეწარმეობის განვითარების საფუძველზე სამუშაო ადგილების შექმნის, ინოვაციებისა და კონკურენციის მეშვეობით მიღებული სარგებლის ეფექტებს ემატება ეკონომიკური ზრდიდან მიღებული შემოსავლები, რომელთა გადანაწილებას და მართვას სახელმწიფო ახორციელებს. უნდა გვახსოვდეს, რომ თამაშის წესები, ერთის მხრივ, მოითხოვს პროდუქტიული მეწარმეობის წახალისებას და არაპროდუქტიული მეწარმეობის კონტროლს, ხოლო, მეორე მხრივ, ყველა ეკონომიკა გულისხმობს წრებრუნვას და მაშასადამე, განიცდის რეცესიის პერიოდს.

სადისკუსიოდ:

მოიყვანეთ არაპროდუქტიული მეწარმეობის მაგალითი და შემოგვთავაზეთ გზა, რომ ის პროდუქტიული გახდეს;

- ✓ ახსენით, რა განსხვავებაა მენეჯერულ და სამეწარმეო ეკონომიკას შორის. განსაზღვრეთ როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისობრივი განსხვავებები;
- ✓ ეკონომიკური ზრდის რომელ თეორიას აირჩევდით თქვენი ქვეყნის მიმდინარე ეკონომიკური სტატუსის დასახასიათებლად?

- ✓ გლობალიზაცია რა გზებით ახდენს გავლენას აგრარულ და სამრეწველო ეკონომიკებზე ეკონომიკური ზრდის პირობებში?
- ✓ გჯერათ თუ არა, რომ მეწარმეები რას ანიჭებენ უპირატესობას - პროდუქტიულ თუ არაპროდუქტიულ სამეწარმეო აქტივობას? რაზეა დამოკიდებული პოლიტიკა?

10. მეწარმობა გარდამავალ ეკონომიკებში

სწავლების მიზანი:

მე-10-ე თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეგეძლებათ:

- ✓ განსაზღვროთ გარდამავალი ეკონომიკის არსი;
- ✓ გამოაცალკევოთ(დაახასიათოთ) SME-ის და სამეწარმეო აქტივობის ცალკეული საფეხურები გარდამავალ პერიოდში;
- ✓ განსაზღვროთ გარემოსა და მეწარმეების სპეციფიკური მახასიათებლები, რომლებიც გავლენას ახდენენ სამეწარმეო აქტივობაზე გარდამავალ ეკონომიკაში;
- ✓ გავიგოთ ურთიერთკავშირი ეკონომიკურ ინსტიტუტებსა და მეწარმეებს შორის;
- ✓ ჩამოვყალიბოთ პრობლემები, რომლებიც გარდამავალ ეტაპზე ჩნდებიან მეწარმეობის წინაშე.

როგორც ვნახეთ, მეწარმეობა დამოკიდებულია როგორც მეწარმე ინდივიდზე, ისე ბიზნეს ან ეკონომიკურ გარემოზე. ხაზგასასმელია ის, რომ ეკონომიკური წესრიგის მიხედვით, სამეწარმეო აქტივობის კაპიტალიზაცია პროდუქტიული მეწარმეობის განვითარებისათვის საჭირო გარემოს ჩამოყალიბებას მოითხოვს. ეკონომიკებში, სადაც მეწარმეობის შემზღვეველ პოლიტიკას ატარებდნენ, მას უკანონო საქმიანობად აცხადებდნენ და ამუშად ცდილობენ იგი ჩართონ ეკონომიკურ აქტივობაში. როგორც ჩვენ ვნახავთ შემდგომ, ამგვარი ეკონომიკური პოლიტიკის მიერ სამეწარმეო საქმიანობა გათანაბრებული იყო ან არაპროდუქტიულ, ან უკანონო საქმიანობასთან. ე.წ. გარდამავალი პერიოდის მთავარი მიზანი მეწარმეობასთან მიმართებაში არის ის, რომ არაპროდუქტიული

მეწარმეობა გარდაიქმნას პროდუქტიულად და გამოიწვიოს ეკონომიკური ზრდა.

10.1 გარდამავალი ეკონომიკის განსაზღვრება

თავდაპირველად, საჭიროა განვსაზღვროთ თუ რა არის გარდამავალი ეკონომიკა. გარდამავალი ეკონომიკა არის ცვლილებები, რომლებიც არსებული ცენტრალიზებული გეგმიანი ეკონომიკიდან ლიბერალურ წყობაზე გადასასვლელად ხორციელდება, ჩვეულებრივ თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბების მიზნით. ეს განსაზღვრა აღმოსავლეთ ევროპის და კავკასიის რეგიონის უმრავლეს ყოფილ საბჭოთა და სოციალისტურ ქვეყნებს ეხება. საზგასასმელია, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში გარდამავალ პირობებში უკუპროცესებს აქვთ ადგილი, რისი თვითმხილველებიც გავხდით სამხრეთ ამერიკის ზოგიერთ ქვეყანაში.

გარდამავალ ეკონომიკაში ცენტრალიზებული გეგმიდან თავისუფალ საბაზრო სტრუქტურებზე გადასვლისას მიმდინარეობს ეკონომიკის ლიბერალიზაცია, ისეთი მაკროეკონომიკური პოლიტიკის გატარება, რომელიც დაძლევს ინფლაციას და ხელს შეუწყობს კერძო საფინანსო სექტორის ჩამოყალიბებას. ეს სამი ელემენტი არის ახალი ეკონომიკის პირობებში ჩამოყალიბებული სამი ბირთვი, რომლებზეც ბევრად არის დამოკიდებული მეწარმეების პრივატიზაციის პროცესში მონაწილეობა. გარდამავალი პერიოდის საწყისი ეტაპის ერთ-ერთი თანმხლები პროცესია გაუწონასწორებლობა და ქაოსში წარმოშობილი ახალი შესაძლებლობების სიმრავლე. ზოგიერთ ქვეყანაში შემოსავლებისა და სიმდიდრის უთანაბრობამ გამოიწვია ინფლაციის ზრდა და ქვეყნის მშპ-ს შემცირება. შესაბამისად, გარდამავალი პროცესების დაწყებიდან შეიძლება გავიდეს წლები და ადგილი ჰქონდეს მხოლოდ გვერდით ეფექტებს ეკონომიკის მოწესრიგების ნაცვლად. გარდამავალ პერიოდს არ ახასიათებს სპეციფიკური მიმდინარეობა და დიდად არის დამოკიდებული ცალკეული საზოგადოების კულტურულ თავისებურებებზე, რაც მთელ რიგ

შემთხვევებში აისახება ფინანსურ, თუ პოლიტიკურ არასტაბილურობაში, განუვითარებელ ინფრასტრუქტურაზე და „ზოგიერთ შემთხვევაში, იწვევს სამოქალაქო ომსაც.

10.2 მეწარმეობის მოდელები გარდამავალ ეკონომიკაში

გარდამავალი პროცესების დაწყებისას, როგორც აჩვენა აიდისის (Aidis, 2005) მიერ ჩატარებულმა უმრავლესი პოსტსოციალისტური ეკონომიკების კვლევებმა, სამეწარმეო საქმიანობა შემოიფარგლებოდა მხოლოდ მცირე მაღაზიების და რესტორნების პრივატიზაციით. ასევე, მეტად მნიშვნელოვანია აგრარული რეფორმის საკითხი. მიწაზე სახელმწიფო საკუთრება კერძო საკუთრებით და განკარგვის უფლებით შეიცვალა. სამეწარმეო საქმიანობის მცირე მასშტაბი გაიზარდა კერძო სექტორის ზრდის დონის შესაბამისად, რადგანაც ბაზარი ცდილობდა დაექმყოფილებინა მზარდი მოთხოვნა საქონელსა და მომსახურებაზე, რაც საწყის ეტაპზე შეუძლებელი იყო. სანამ მოთხოვნას მართავს მომხმარებელი და არა ბიზნესი – ბიზნესისთვის და მეწარმე მზარდ ზეწოლას განიცდის საერთაშორისო კონკურენციის პირობებში ბიზნესის მხრიდან, რომელიც ეკონომიის მასშტაბს ეფუძნება, ეროვნული სამეწარმეო აქტივობა რეცესიით ხასიათდება. ამ თვალსაზრისით, მიღებულია, რომ მთავრობამ უნდა ჩამოაყალიბოს ისეთი პოლიტიკა, რომელიც მიმართული იქნება ეკონომიკის სამეწარმეო აქტივიზაციისკენ რაციონალური ზრდის პირობებში.

SME-ბისთვის ეს პოლიტიკა პირველადია, ძირითადია. უდიდესი მნიშვნელობა აქვს გარდამავალ პროცესს. SME-ბი ექსპერიმენტს ასორციელებენ და აგროვებენ გამოცდილებას, რეაგირებენ ბაზრის ცვლილებებზე, ინარჩუნებენ სამუშაო ადგილებს და ავითარებენ (ხელს უწყობენ) დასაქმებას.

10.3 სამეწარმეო გარემოს დამახასიათებელი თავისებურებები

გარდამავალ ეკონომიკაში

აიდისმა (2005) წარმოადგინა გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში მეწარმობის სფეროს კვლევის მიმოხილვა, რომელშიც წინა პლანზე წამოწეულია სამი ელემენტი: გარემო, სახელმწიფო და მეწარმე.

გარდამავალი გარემო მოიცავს უამრავ სოციალურ-ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ცვლილებას და ასევე, საზოგადოების შრომასთან მიმართებაში დამოკიდებულების შეცვლას. თავისუფალი მეწარმეობის და თვითდასაქმების დანერგვა ბაზარზე სხვადასხვა ინსტიტუტების სრულყოფას მოთხოვს. ასევე, არალეგალური სამეწარმო საქმიანობიდან რეგისტრირებულ SME-ად გარდაქმნა საბაზრო წესების დამკვიდრებაზე მიგვიტოვებს. ზოგიერთ შემთხვევაში, დაძაბული ეკონომიკური გარემო ყალიბდება ინფლაციის მაღალი დონის გაგლენით, სახეზეა დანახარჯების შემცირება უმუშევრობის ზრდის პარალელურად, შემოსავლების შემცირება და ა.შ. გარდამავალი პროცესის საწყის ეტაპს ფინანსური რესურსების და მცოდნე მეწარმეების ბიზნეს-საქმიანობის დეფიციტი ახასიათებს. შედეგად, არ არის წარმოების ფაქტორების ოპტიმალური შესაბამისობა და ძვირფასი რესურსები იფლანგება. უნდა ავლნიშნოთ, რომ ბიზნესის ინფრასტრუქტურა და დამხმარე მომსახურებები უნდა არსებობდეს, თუმცა წარმატება პრაქტიკულად მხოლოდ მათზე არ არის დამოკიდებული რესურსების არაოპტიმალური ხარჯვის გამო.

გარდამავალ ეკონომიკაში სახელმწიფო მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, რადგანაც ის ცვლილებების ინიციატორი და გამტარებელია. ინტერვენციების და სპეციალური ღონისძიებების გატარების შედეგად, ნეოლიბერალი პოლიტიკოსები ინტერვენციაზე უარს ამბობენ და უპირატესობას ანიჭებენ თავისუფალ საბაზრო განვითარებას. შედეგად, არ ტარდება პოლიტიკა, რომელიც ხელს შეუწყობს პროდუქტიული მეწარმეობის განვითარებას. მეორეს მხრივ, მთავრობას არ აქვს გამოცდილება, თუ როგორ განახორციელოს ბიზნესიდან გადასახადების ამოღება და ლეგალიზაცია. ეს ქმნის არასტაბილურ გარემოს, რაც საბოლოო ჯამში ადგილობრივ წარმოებას ვნებს, თუმცა ხელს უწყობს საერთაშორისო ინვესტორების შემოსვლას. მართალია, ქვეყნის ახალი მთავრობა ელოდება სამეწარმეო აქტივობის ზრდას, მაგრამ სახელმწიფო სტრუქტურებში არიან ადამიანები, რომლებიც ფიქრობენ, რომ მეწარმეობა

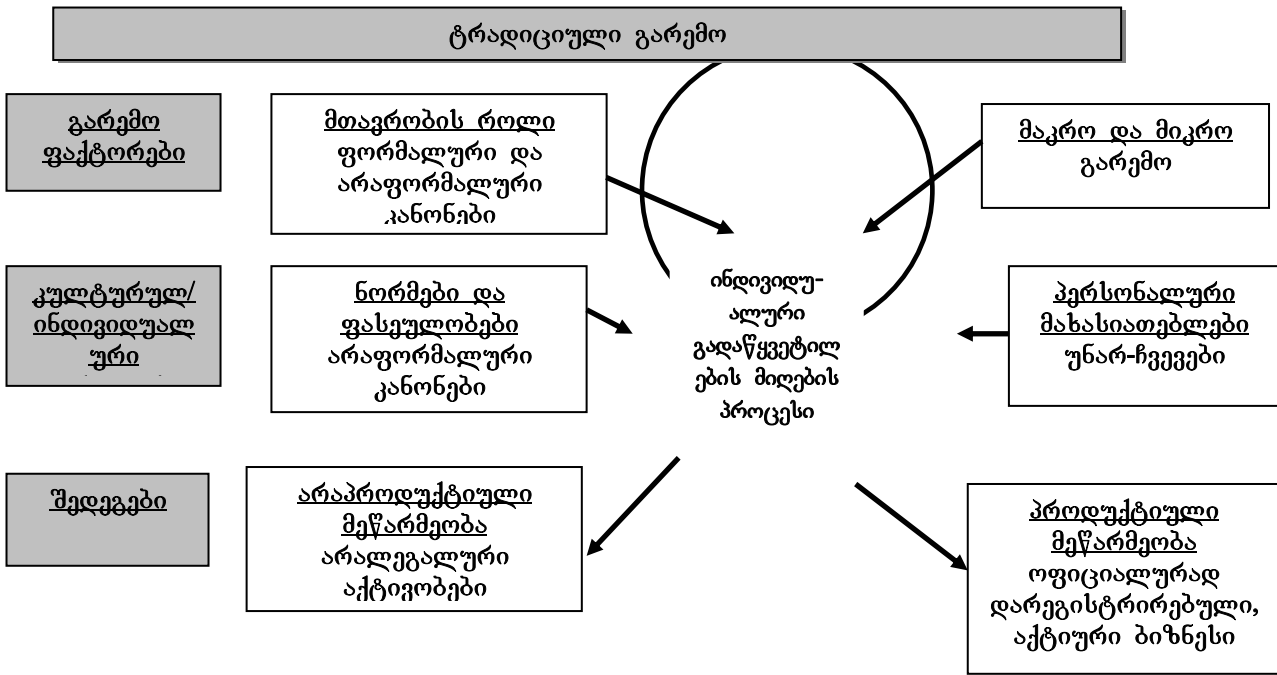
ლეგალურობის შემთხვევაშიც კი მარგინალური საქმიანობაა. საბოლოოდ, აშკარაა, რომ ზემოთხამოთვლილი პრობლემებიდან გამომდინარე, სახელმწიფო მიდის იმ აზრამდე, რომ უკეთესია გარდამავალ პირობებში რეგულირება და ჩარევა კერძო სექტორში. ბაზრისა და სახელმწიფოს ინტერესთა კონფლიქტი იწვევს კორუფციის დონის ზრდას და განსხვავებული პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბებას.

გარდამავალი ეკონომიკის სივრცეში მოქმედ მეწარმეს კიდევ სხვა განმასხვავებელი თვისებები აქვს. კერძოდ ის, რომ თითქმის არცერთ მათგანს არ აქვს თავისუფალი ბაზრის პირობებში ოპერირების გამოცდილება. ასევე მათ სხვადასხვა სოციალური წარმოშობა და განსხვავებული განათლება აქვთ. ცოდნისა და მხარდამჭერი სერვისის ნაკლებობა ახალი ბიზნესის მფლობელებს აიძულებს თვითონვე აღმოაჩინონ ბიზნესის წარმართვის ხერხები და ფაქტიურად ველოსიპედს თავიდან იგონებენ. როგორც წესი, ისინი, თავიანთი ბიზნესის სამართავად მენეჯმენტის უმარტივეს ფორმებს მიმართავენ არა მხოლოდ იმიტომ, რომ არასაკმარისი ცოდნა აქვთ, არამედ იმის გამოც, რომ არ არის განვითარებული ტექნოლოგიური ინფრასტრუქტურა (ტელეკომის მომსახურება, ელექტროენერჯის მიწოდება, გზები და ა.შ.). გარდამავალი ეკონომიკის კიდევ ერთი დამახასიათებელი თავისებურებაა არალეგალური ბიზნესის გამოცდილების ლეგალურში გადატანის პრაქტიკა. უფრო მეტიც, მეწარმეები ეჭვით უყურებენ მთავრობას და ძნელად ხვდებიან იმ გარემოს შექმნის სიკეთეს, რომლის პირობებშიც შეიძლება თავისუფალმა ბაზარმა იარსებოს. ეს მიდგომა არაპროდუქტიულ მეწარმეებს საშუალებას აძლევს წამყვანი პროზიციები დაიმკვიდრონ.

ძალიან მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ გადამავალ ეკონომიკაში მეწარმეობა უფრო მეტად „აუცილებლობის ნაყოფია“, ვიდრე ბაზრის „შესაძლებლობების“ დანახვისა და გამოყენების შედეგი. იმ ქვეყნებშიც, სადაც განსაკუთრებით თვალშისაცემია სიმდიდრის განაწილების უთანასწორობა და მაღალია უმუშევრობა, მცირე ბიზნესის ფორმირება უმეტესწილად იმისათვის ხდება, რომ თავიდან აიცილონ სიღარიბე და არა იმიტომ, რომ გამოიყენონ ბაზრის მიერ შეთავაზებული შესაძლებლობები. მეორეს მხრივ, ისეთ მეწარმეობას, რომელიც ცოდნას და ინოვაციას ეფუძნება, დიდი სიძნელეები ექმნება გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში, იმის გამო, რომ არ არსებობს გამოცდილი მუშახელი და ბიზნესის

ხელშემწყობი ინფრასტრუქტურა. როგორც წესი, ასეთ გარდამავალ ეკონომიკაში საწარმოების უმეტესობა მეორად ან დაბალი ტექნოლოგიის შემცველ მომსახურების ფარგლებში ოპერირებს.

ზემოთ ჩამოთვლილმა პუნქტებმა ასახვა ჰპოვა გარდამავალი ეკონომიკის მოდელში, რომელიც Aidis-მა შემოგვთავაზა (2003). იგი ნაჩვენებია ქვემოთ მოცემულ ნახაზზე. მოდელში ნაჩვენებია, რომ მეწარმეობა შეიძლება იყოს როგორც პროდუქტიული, ასევე არაპროდუქტიული. მეწარმეობაზე მოქმედი ფაქტორებიდან გამოყოფენ გარემო ფაქტორებს და კულტურულ/პერსონალურ ფაქტორებს (ბიზნესის მფლობელის თვისებები). ეს მოდელი ამტკიცებს, რომ ამ ელემენტებიდან გამომდინარე გადაწყვეტილების მიღების პროცესი მეწარმეს უბიძგებს პროდუქტიულ ან არაპროდუქტიული მეწარმეობისაკენ. სრულიად ნათელია, რომ ზოგიერთი ფაქტორი შეიძლება უფრო სწრაფად შეიცვალოს, ვიდრე სხვები და მთავრობას გადამწყვეტი როლი აკისრია გადაწყვეტილების მიღების საქმეში, რადგან სწორედ მასზეა დამოკიდებული ახლად ფორმირებული ბაზრის ეკონომიკური გარემოს შექმნა.



10.4. ინსტიტუციური ცვლილებები და მეწარმეობა

გარდამავალ ეკონომიკაში მოქმედი მეწარმეობისადმი მეორე განსხვავებული მიდგომა ეყრდნობა ეკონომიკურ თეორიას ინსტიტუციონალიზმის შესახებ და კერძოდ ისეთი მეცნიერის ნაშრომებს, როგორცაა დუგლას ნორტი (Douglas North) (1997). იგი ამტკიცებს, რომ გარდამავალი ეკონომიკის პარალელურად პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში მიმდინარეობს ეკონომიკური ინსტიტუტების ცვლა. გარდამავალი ინსტიტუტები არ არიან სრულად ოპტიმალური და ეკონომიკაში ისეთი წვლილი ვერ შეაქვთ როგორც განვითარებული ეკონომიკის ქვეყნებში. კუზნეცოვი და კუზნეცოვა (2003) თვლიან, რომ გარდამავალი ეკონომიკის მქონე მთავრობას უნდა ჰქონდეს ჩამოყალიბებული გეგმა, თუ როგორ უნდა შეუწყოს ხელი ინსტიტუციური ცვლილებების განვითარებას. მსოფლიო გამოცდილება და ცოდნა გვიჩვენებს, რომ ასეთი ინსტიტუტების მხარდაჭერის გარეშე განვითარება არ იქნება მართებული. სწორედ, დაგეგმილი ინსტიტუციური ცვლილებები საშუალებას აძლევს და აჩქარებს გარდამავალ პერიოდს ეკონომიკის განვითარებას.

კალანტარიდისმა (2007) (Kalantaridis) თავის ნაშრომში სცადა რა დაეკავშირებინა მეწარმეობა ინსტიტუციურ ცვლილებებთან, სხვადასხვა მეცნიერთა ნაშრომები შეაჯამა და დაინახა, რომ მეწარმეს ინსტიტუტების განვითარებაში საკვანძო როლი აკისრია. ეს როლი იმაზეა დამოკიდებული, თუ რომელი ტიპის აქტივობას ირჩევს მეწარმე, პროდუქტიულს თუ არაპროდუქტიულს. თეორიულად, მეწარმე ცვლილებებს ახორციელებს ახალი ტექნოლოგიების წარდგენით და დანერგვით. დინამიური ტექნოლოგიები კი თავის მხრივ, იწვევენ სტატიკური ინსტიტუტების ცვლილებებს და აქედან გამომდინარე, მეწარმე თანამედროვე ინსტიტუტების ფორმირებას ახდენს. მაგრამ, მიუხედავად ამისა, პოსტსოციალისტურ ეკონომიკაზე და ამ დროს ფორმირებული ბაზრების შიგნით, ძლიერი მეწარმეები ინსტიტუტებზე გავლენას ახდენენ და ამას „სახელმწიფო (ძალაუფლების) დაპყრობის“ გზით ახერხებენ, ანუ ზემოქმედებენ პოლიტიკურ ძალებზე, რათა ისეთი ინსტიტუტები ჩამოაყალიბონ, როგორც უფრო მომგებიანია მათი აქტივობებისათვის. ეს არის არაპროდუქტიული მეწარმეობის მოქმედების ერთ-ერთი ფორმა. იგი ქმნის „მანკიერ წრეს“, რომელშიც პოლიტიკურ წრეებს სჭირდებათ გავლენიანი მეწარმეების მხარდაჭერა და რომლებიც, თავის მხრივ, აიძულებენ მათ ისეთი კანონშემოქმედებითი აქტივობისაკენ, რაც

მეწარმეთა წისკვილზე დაასხამს წყალს. ეს ასევე მართებულია ძლიერი საერთაშორისო კონკურენციისათვისაც. მეორე მხრივ, ნაკლები ძალაუფლების მქონე მეწარმეები განიდევენებთან ინსტიტუტებიდან და ისინი ცდილობენ დამოუკიდებლად გადარჩნენ. ამრიგად, პროდუქტიული მეწარმეობის კონტექსტში ინსტიტუტები თანდათანობით იცვლება მიკრო დონეზე და ყოველი საქმიანობის სფეროში. კაპიტალისა და საიმედო მომწოდებლების (და მომხმარებლების) ძიების პროცესში ყალიბდება ინსტიტუტები ადგილობრივი ან სპეციფიკური ინდუსტრიის დონეზე. განუხრელად იზრდება ამ პროცესში ინსტიტუციონალიზაციისა და ბიზნეს-კოოპერატივების (ბიზნეს-ერთიერთობების) გავლენის წილი.

დამატებითი საკითხავი¹

თავისუფალი ეკონომიკური ზონები

მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთი ძირითადი მახასიათებელი განსაკუთრებული ეკონომიკური ზონების რაოდენობის სწრაფი ზრდაა. 2006 წლის დასაწყისისათვის მსოფლიოს 120 ქვეყანაში მოქმედებდა 2000-ზე მეტი ხვადასხვა სახის თავისუფალი ეკონომიკური ზონა, რომელთა ჯამური წლიური ბრუნვა 60 მილიარდ დოლარს აღემატებოდა.

გაეროს ექსპერტთა განმარტებით „თავისუფალი ეკონომიკური ზონა არის ქვეყნის ტერიტორიის ნაწილი, განსაკუთრებული ეკონომიკური, სამართლებრივი, ადმინისტრაციული და საგადასახადო რეჟიმით, რომელიც უზრუნველყოფს საგარეო პოლიტიკური კავშირების გაფართოებას, უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების მოზიდვას და ახალი ტექნოლოგიების განვითარებას, ძირითადად ექსპორტზე ორიენტირებული თანამედროვე საწარმოების შექმნას“. სპეციფიკური სამეწარმეო, საბაჟო და სავაჭრო რეჟიმი თავისუფალ ზონაში კაპიტალის, საქონლისა და მუშახელის შეუზღუდავ გადაადგილებას უზრუნველყოფს.

¹ მომზადებულია შემდეგ ინტერნეტ-მისამართებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე:
<http://afba.ge>
<http://bpgeorgia.ge/go/doc/1335/142669/>
<http://banksandfinance.ge/society/145>
<http://www.statistics.ge/main.php?pform=210&plang=2;>

თავისუფალი ეკონომიკური ზონის ძირითადი მახასიათებლებია: ფისკალური, ფინანსური, ადმინისტრაციული და სხვადასხვა სახის საგარეო ეკონომიკური პრეფერენციებისა და სტიმულების გამოყენება, ზონის მართვის განსაკუთრებული ფორმა, ეკონომიკური საკითხების ფართო სპექტრის დამოუკიდებლად გადაწყვეტის უფლებით, ცენტრალური ხელისუფლების ყოველმხრივი მხარდაჭერა.

თავისუფალი ეკონომიკური ზონის ერთ-ერთი ნაირსახეობა - თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა - შემოფარგლული ტერიტორია, რომელზეც მყარდება ეკონომიკურ-ფინანსური საქმიანობის განსაკუთრებული რეჟიმი, მეწარმეობის სტიმულირების, მეურნეობის პრიორიტეტულ სფეროებში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისა და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის მიზნით.

თავისუფალი ინდუსტრიული ზონები იქმნება ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების განვითარებისა და სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით, ძირითადად განვითარებადი ქვეყნების ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებში. ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში თავისუფალი ზონები ქვეყნის საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის გასააქტიურებელი ეფექტიანი ინსტრუმენტია.

თავისუფალი ზონების შექმნას თან ახლავს უარყოფითი გამოცდილებაც: უცხოელი ინვესტორები თავისუფალი ზონით ინტერესდებიან იმ შემთხვევაში, თუ იქ არსებობს სათანადო ინფრასტრუქტურა.

ზოგიერთ ქვეყანაში თავისუფალი ინდუსტრიული ზონების შექმნა წარმოშობს კორუფციას. გარიგების საფუძველზე მთავრობის მიერ უცხოური კომპანიებისათვის დაწესებული შეღავათები ზოგჯერ ადგილობრივი მეწარმეობისა და მთლიანად ქვეყნის ინტერესების საზიანოდ მოქმედებს.

მნიშვნელოვანი პრობლემაა თავისუფალ ზონაში გარემოს დაბინძურება, მუშახელის აუტანელ სამუშაო პირობები, რაზეც ქვეყნის მთავრობა, ხშირ შემთხვევაში, თვალს ხუჭავს და ინვესტიციის მოზიდვის მიზნით უცხოელ მეწარმეებს მაინც ათავისუფლებს გადასახდებისაგან გარკვეული ვადით.

თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონებში იმპორტ-ექსპორტზე საბაჟო მოსაკრებელი მოხსნილია. მრავალ ქვეყანაში მეწარმეები თავისუფლდებიან საშემოსავლო გადასახადისაგანაც. თუმცა ზოგიერთ ქვეყანაში ეს შეღავათები მხოლოდ პირველი 10 წლის განმავლობაში მოქმედებს.

10.5. მეწარმეობის განვითარების ძირითადი პრობლემები

გარდამავალ ეკონომიკაში

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, აუცილებელია გამოვყოთ ის მთავარი პრობლემები, რომელთაც მეწარმეები აწყდებიან გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში. ამ პრობლემების და რეალური გარდამავალი გარემოს არსებობით ძალიან ბევრი ახალი ბიზნეს-შესაძლებლობები იჩენენ თავს. მაგრამ როგორ პარადოქსულადაც არ უნდა ჟღერდეს ეს, ადგილობრივი მეწარმეებისათვის ძალიან რთულია ამ შესაძლებლობების გამოყენება.

როდესაც ვსაუბრობთ პროდუქტიულ და არაპროდუქტიულ მეწარმეობათა შორის განსხვავებაზე, არ შეიძლება გვერდი ავუაროთ გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკაში კიდევ ერთ პრობლემას. მეწარმეობა სრულიად განსხვავდება პრივატიზაციისაგან. პრივატიზაციის ქვაკუთრედი არის ნაციონალური რესურსების კერძო სექტორში გადაღინება, რადგან გარდამავალ პერიოდამდე ყველაფერი სახელმწიფოს ეკუთვნოდა. მაგრამ ეს ძლიერ განსხვავდება სამეწარმეო აქტიობისაგან. ინიდივიდმა, რომელიც რესტორნის, მაღაზიის, შენობის ან ბუნებრივი რესურსის მფლობელი გახდა, უნდა შეძლოს მოახდინოს მის მფლობელობაში არსებული ქონების მზარდი და ორიენტირებული სახით ექსპლუატაცია. მხოლოდ ამის შემდეგ მას მეწარმე შეიძლება ვუწოდოთ. ამრიგად, პრივატიზაციის ტემპების ზრდა არ ნიშნავს სამეწარმეო აქტივობის პირდაპირ გაზრდას. ამას გარდა, ბაზრის წარმატებული ფუნქციონირებისა და უმუშევრობის გამო ბიზნესის დიდ ნაწილი არის უფრო „აუცილებლობის შედეგი“, ვიდრე „შესაძლებლობებისა“. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, პირველს ყოველთვის როდი მივყავართ ბიზნესის ზრდისაკენ, უფრო ხშირად იგი არის ყოველთვიური შემოსავლის გარანტი.

ამრიგად, გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში მეწარმეობის დახასიათებისას აიდისმა (Aidis) და საუკამ (Sauka) (2004წ) გამოყვეს შემდეგი ბარიერები, რომლებიც ასევე გარდამავალი პერიოდისთვისაა დამახასიათებელი:

ფორმალურ ბარიერებში შედის:

- საბაჟო და სავაჭრო რეგულირების წესები;
- კანონში ხშირი ცვლილებები;
- პოლიტიკური არასტაბილურობა;
- სამთავრობო პოლიტიკაში გამჭვირვალობის ნაკლებობა;
- სოციალურ დაზღვევის გადასახადები;
- სპეციალიზებული დახმარების და რჩევების ნაკლებობა;
- არაეფექტიანი საბანკო სისტემა;
- ინფორმაციის ნაკლებობა;
- ფორმალური ბარიერების სიმცირე.

არაფორმალურ ბარიერებში შედის:

- ინფლაცია და მაკროეკონომიკური არასტაბილურობა;
- კერძო მეწარმეობისადმი მთავრობის დამოკიდებულება (საგადასახდო შემწევობები და რეგულირება);
- ბიზნესის უსაფრთხოება;
- ორგანიზებული დანაშაული, მაფია და არაპროდუქტიული მეწარმეობა;
- პოლიტიზირებული სასამართლოები;
- კაპიტალის სიმცირე;
- არასანდო მომხმარებლები და მიმწოდებლები;
- ინფრასტრუქტურის სიმცირე, ნაკლებობა (ენერჯია, ტელეკომუნიკაციები, საგზაო სისტემა, ფოსტა);
- კორუფცია;
- არასამართლიანი (ნაციონალური და ინსტიტუციური) კონკურენცია;
- კვალიფიციური თანამშრომლების სიმცირე;
- საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის სიძნელებები;
- უმუშევრობა და დაბალი მსყიდველობით უნარიანობა.

ყველა ზემოთხამოთვლილი ბარიერი მეტ-ნაკლებად ახასიათებს გარდამავალ ეკონომიკას. მაგრამ რადგან თვითონ გარდამავალი პერიოდი და მეწარმეობა დიდადაა დამოკიდებული ადგილობრივ კულტურაზე, არის ნაციონალური დიფერენციაცია (განსხვავებები).

და ბოლოს, ზემოთქმულის ილუსტრაციისა და ქვეყნებისათვის სპეციფიკური პირობების წარსადგენად, გაერომ (2003) SME-ს ანგარიშში აღწე-

რა საქართველო და ყოველივე ეს მოცემულია SWOT ანალიზის ცხრილში 10.1:

ცხრილი 10.1. საქართველოში SME-ს შესახებ ანგარიში

<u>კლიერი მხარეები</u>	<u>სუსტი მხარეები</u>
<ul style="list-style-type: none"> - კანონის SME (1999) -სთან შესაბამისობაში მოყვანა და SME სახელმწიფო დახმარების პროგრამა 2002-2004; - საერთაშორისო ორგანიზაციების დახმარება SME პოლიტიკის პარმონიზებაში, EU SME პოლიტიკისა და მხარდაჭერის პროგრამების შესაბამის მოხდენაში; - იაფი რესურსები და დიდი მოცულობის ბაზარი; - სამეწარმეო უნარების მაღალი დონე და სურვილი ჰქონდეს საკუთარი ბიზნესი; - მაღალი ხარისხის SME სერვისის დარგში. 	<ul style="list-style-type: none"> - ბიზნესის განათლებისა და ინფორმაცია/კონსულტაციების სერვისების დაბალი ეფექტურობა; - საკრედიტო რესურსების ხელმისაწვდომობის დაბალი ალბათობა; - ბიზნესის დაწყებისას დახმარების სიმცირე (ნაკლებობა); - ბიზნესის გამოცდილების და SME დამხმარე ინსტიტუტების სიმცირე; - საბიუჯეტო რესურსების სიმცირე;
<u>შესაძლებლობები</u>	<u>საშრობეები</u>
<ul style="list-style-type: none"> - საგადასახადო სისტემის განვითარება; - ადმინისტრაციული ბარიერების გაუქმება. - SME ინფრასტრუქტურის შექმნა; - პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა; - გარანტირებული სასესხო ფონდების შექმნა; - კოოპერაციისა და ბიზნესი წარმართვის შესაძლებლობა მეზობელ ქვეყნებთან. 	<ul style="list-style-type: none"> - დანაშაულებრივი სამყაროს წნეხი და კორუფცია; - არასტაბილური ენერჯის მიწოდება; - უხარისხო პროდუქტების დიდი წილი ბაზრებზე, რომელიც ამცირებს მხარდაჭერის ეფექტურობას; - SME-ს დაბალ ხარისხზე ორიენტირება; - დაბალი გადახდისუნარიანობა მოსახლეობის მხრიდან.

დამატებითი საკითხავი¹

სტატუსი: „აკრძალულია მოსკოვის მიერ“

¹ მომზადებულია შემდეგ ინტერნეტ-მისამართებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე:
<http://afba.ge>
<http://bpgeorgia.ge/go/doc/1335/142669/>
<http://banksandfinance.ge/society/145>
<http://www.statistics.ge/main.php?pform=210&plang=2;>

ქართულმა ღვინომ, რომელიც ცნობილია დამზადების მდიდარი ტრადიციებითა და შესანიშნავი საგემოვნო თვისებებით, 2006 წელს მსოფლიოს ყურადღება მიიპყრო, როგორც დიდი რუსეთის მიერ პატარა საქართველოს მიმართ განხორციელებული აგრესიისა და მცირერიცხოვანი ქვეყნის მიერ თვითმყოფადობის შენარჩუნებისათვის ბრძოლის სიმბოლო.

ბლოკადის წნეხში მოყოლილმა სხვა დარგებმა ზარალი მტკივნეულად განიცადეს, თუმცა ეკონომისტები მიიჩნევენ, რომ ქვეყნის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებელზე მომხდარს დიდი გავლენა არ ჰქონია. საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მუდმივი წარმომადგენელი საქართველოში რობერტ კრისტიანსენი ამბობს, რომ ეკონომიკის გარკვეულ დარგებზე ემბარგოს უარყოფითი ზემოქმედების მიუხედავად, ქვეყნის საერთო მაკროეკონომიკური მაჩვენებელი ბევრად არ გაუარესებულა. ის აღნიშნავს, რომ მეღვინეობის სექტორიდან, – დარგიდან, რომელიც ყველაზე მეტად დაზარალდა – ბიუჯეტში 100 მილიონი აშშ დოლარის შემოსვლა ივარაუდებოდა, მაგრამ საქართველოს ეკონომიკის საერთო ბრუნვა 7 მილიარდ აშშ დოლარს შეადგენს, ამიტომ დარტყმა სასიკვდილო არ ყოფილა.

„2005 წლის პირველი სამი კვარტლის მონაცემებით, ღვინის ექსპორტმა 55 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. 2006 წლის იმავე პერიოდისათვის – 33 მილიონი. ამრიგად, ღვინის წილი ექსპორტის საერთო მოცულობასთან მიმართებაში 2005 წლის პირველი 9 თვის განმავლობაში შეადგენდა 9%-ს, ხოლო 2006 წლის ანალოგიური პერიოდისათვის – 5%-ს. ვფიქრობ, ეს მონაცემი ყურადღებას იმსახურებს,“ აცხადებს კრისტიანსენი.

საქართველოს სტრატეგიული კვლევის ფონდის წარმომადგენლის, ეკონომისტი ლადო პაპავას აზრით „ქართველი მეწარმეები იძულებულნი იქნებიან, გაიდრმავონ ცოდნა ცივილიზებულ ბაზარში ჩართვისა და ოპერირების შესახებ. ყოველივე ეს გრძელვადიანი პერსპექტივის თვალსაზრისით მხოლოდ დადებით შედეგს მოიტანს და ქართველ მომხმარებელსაც ასარგებლებს,“ – ამბობს ლადო პაპავა.

ბლოკადა სხვა დარგებზე ადრე ქართველი ფერმერებისათვის დაიწყო. სოფლის მეურნეობის პროდუქტები რუსეთმა ჯერ კიდევ 2005 წლის ზამთარში დაბლოკა. ემბარგო სხვაზე მეტად შეეხო მანდარინის, თხილისა და მწვანილის ექსპორტს. მანდარინის ექსპორტმა, რომელიც 30

მილიონ აშშ დოლარს აღწევდა, ბაზრის 60% დაკარგა, მწვანის 20 მილიონიანმა ექსპორტმა – 80-85%, თხილის – 50-60%.

რუსეთის მიერ საზღვრის ჩაკეტვით ყველაზე მეტად დაზარალებულია ექსპორტი დაზარადა, რომელმაც მომხმარებელთა 60% დაკარგა. დარგის ზრდის ტენდენციის პირობებში – 2001-2002 წლებში 1000 ტონიდან 2006 წელს - 3000 ტონამდე – ეს მიმდინარეობს იყო. ამ დრომდე მიმდინარეობს პოტენციური ბაზრების მოძიება პოლონეთის, ბალტიისპირეთის, გერმანიისა და აშშ-ს სახით. მუშაობა მიდის ხარისხის გაუმჯობესებაზე.

სახელგანთქმულმა ქართულმა ბრენდმა „ბორჯომმა“ რუსეთის მიერ ემბარგოს შემოღებიდან, გაყიდვების 65% დაკარგა.

მნიშვნელოვნად დაზარალებულნი კამის ექსპორტიორებიც, რომელთაც ბიზნესის 80-85% დაკარგეს. კამის ექსპორტის დიდი ნაწილი რუსული ბაზრისათვის იყო გამიზნული, სადაც ეს მცენარე ფართოდ გამოიყენება კვების მრეწველობაში, თუმცა ამ ქვეყანაში იგი არ ხარობს. გეთიას თქმით, ამ დარგში ყურადღება უნდა მიექცეს პოლონეთისა და ბალტიისპირეთის ბაზარს.

სადისკუსიოდ:

- როგორ შეაფასებდით თქვენი ქვეყნის ეკონომიკას? არის თუ არა იგი გარდამავალი?
- შეადარეთ ორი ქვეყნის ეკონომიკური სისტემები და განსაზღვრეთ განსხვავებები სახელმწიფო დონეზე.
- რა არის გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში ერთადერთი და ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა სამეწარმეო საქმიანობისათვის? რატომ?
- როგორ მოქმედებს გადაწყვეტილების მიღების პროცესი სამეწარმეო ეფექტზე? მოიყვანეთ მაგალითი.
- აღწერეთ ბარიერები, რომლის წინაშეც შეიძლება დადგეს თქვენს მხარეში არსებული ადგილობრივი კომპანია. რას გააკეთებდით ამის დასაძლევად?

11. საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი

11.1 მეწარმეობის სფეროს ზოგადი მიმოხილვა

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში საწარმოთა მთლიანმა ბრუნვამ 3423.0 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2006 წლის I კვარტლის შესაბამის მაჩვენებელს 36.9 პროცენტით აღემატება.

2006 წლის I კვარტალთან შედარებით ბრუნვის მაჩვენებელი განსაკუთრებით გაზრდილია სოფლის მეურნეობის, ნადირობისა და სატყეო მეურნეობის დარგში (დაახლოებით 3.4-ჯერ), სამთომპოვებითი მრეწველობის დარგში (2.1-ჯერ), კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების დარგში (2-ჯერ), მშენებლობაში (2-ჯერ), ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის დარგში (55.6 პროცენტით).

ბრუნვის მოცულობა შედარებით უმნიშვნელოდაა გაზრდილი სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში (4.0 პროცენტი), ხოლო რაც შეეხება თევზჭერისა და მეთევზეობის საქმიანობით დაკავებული საწარმოების ბრუნვის მოცულობას - 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით დაახლოებით 3.5-ჯერაა შემცირებული.

2007 წლის I კვარტალში ბრუნვის მოცულობაში ყველაზე დიდი ხვედრითი წილით გამოირჩევა: ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი (44.9 პროცენტი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (17.5 პროცენტი), დამამუშავებელი მრეწველობა (12.5 პროცენტი). 2006 წლის I კვარტალში პირველ სამეულს იკავებდა იგივე დარგები, ოღონდ განსხვავებული პროცენტული წილებით: ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი (39.5 პროცენტი),

ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (21.7 პროცენტი), დამამუშავებელი მრეწველობა (15.0 პროცენტი).

გამოშვებული პროდუქციის მოცულობამ 2007 წლის I კვარტალში 1832.4 მლნ ლარი შეადგინა, რაც წინა წლის შესაბამისი პერიოდის მაჩვენებელს 34.4 პროცენტით აღემატება.

2006 წლის I კვარტალთან შედარებით პროდუქციის გამოშვების მაღალი ზრდის ტემპით ხასიათდება შემდეგი დარგები: კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების გაწევა (გაზრდილია დაახლოებით 2-ჯერ), მშენებლობა (90 პროცენტით), ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი (62.9 პროცენტით). კლების მაჩვენებელი მხოლოდ თევზჭერისა და მეთევზეობის დარგში ფიქსირდება (შემცირებულია დაახლოებით 3.3-ჯერ)

პროდუქციის გამოშვებაში დიდი ხვედრითი წილით გამოირჩევა დამამუშავებელი მრეწველობა (მასზე მოდის გბიზნეს სექტორში გამოშვებული პროდუქციის 24.3 პროცენტი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (24.1 პროცენტი), მშენებლობა (13.6 პროცენტი). 2006 წლის I კვარტალში პირველ სამეულ იკავებდა შემდეგი დარგები: დამამუშავებელი მრეწველობა (27.3 პროცენტი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (27.1 პროცენტი), ელექტროენერჯის, აირის, წყლის წარმოება და განაწილება (10.9 პროცენტი).

2007 წლის I კვარტალში ბიზნეს სექტორში დასაქმებული იყო 324366 კაცი, აღნიშნული მაჩვენებელი 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით გაიზარდა 0.5 პროცენტით.

დასაქმებულთა შედარებით დიდი ხვედრითი წილებით ხასიათდება შემდეგი დარგები: დამამუშავებელი მრეწველობა (მასზე მოდის დასაქმებულთა 16.6 პროცენტი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (15.6 პროცენტი), ჯანდაცვა და სოციალური დახმარება (15.4 პროცენტი), ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი (15.3 პროცენტი).

2006 წლის I კვარტალთან შედარებით დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდის ტენდენცია შეინიშნა შემდეგ დარგებში: ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისთვის მომსახურების გაწევა (გაიზარდა 15.1 პროცენტით), მშენებლობა (8.1 პროცენტით), კომუნალური,

სოციალური და პერსონალური მომსახურების გაწევა (7.5 პროცენტით), დამამუშავებელი მრეწველობა (4.5 პროცენტით).

დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირება ფიქსირდება სამთომოპოვებითი მრეწველობის დარგში (შემცირებულია 42.6 პროცენტით). აღნიშნული გარემოების მიზეზს წარმოადგენს ის, რომ 2007 წლიდან მეტალურგიულ მრეწველობაში ჩამოყალიბდა ერთ-ერთი მსხვილი სუბიექტი, რომელმაც გააერთიანა (შეიერთა) სამთომოპოვებითი მრეწველობისა და დამამუშავებელი მრეწველობის ორი მსხვილი საწარმო. ამჯერად მის ძირითად საქმიანობას წარმოადგენს დამამუშავებელი მრეწველობა და არა სამთომოპოვებითი მრეწველობა (საწარმოთა სტატისტიკაში, გამოკვლეული საწარმოები კლასიფიცირდებიან ძირითადი საქმიანობის მიხედვით).

დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირება შეინიშნა აგრეთვე სასტუმროებისა და რესტორნების (7.8 პროცენტი), ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის დარგებში (5.6 პროცენტი).

მატებაა დასაქმებულთა საშუალოთვიურ ხელფასში. 2007 წლის I კვარტალში აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 336.1 ლარი შეადგინა, მაშინ როცა 2006 წლის I კვარტალში 242.2 ლარს არ აღემატებოდა.

მთლიანმა შრომითმა დანახარჯებმა დასაქმებულ პერსონალზე 371.5 მლნ ლარი შეადგინა (2006 წლის I კვარტალთან შედარებით 38.4 პროცენტით მეტი), ხოლო დანახარჯებმა შესყიდვებზე – 2713.8 მლნ ლარი.

გაზრდილია ინვესტიციების მოცულობაც ფიქსირებულ აქტივებში (ძირითად კაპიტალში). თუ აღნიშნული მაჩვენებელი 2006 წლის I კვარტალში 43.5 მლნ ლარს არ აღემატებოდა, 2007 წლის I კვარტალში 129.7 მლნ ლარი შეადგინა.

მრეწველობა

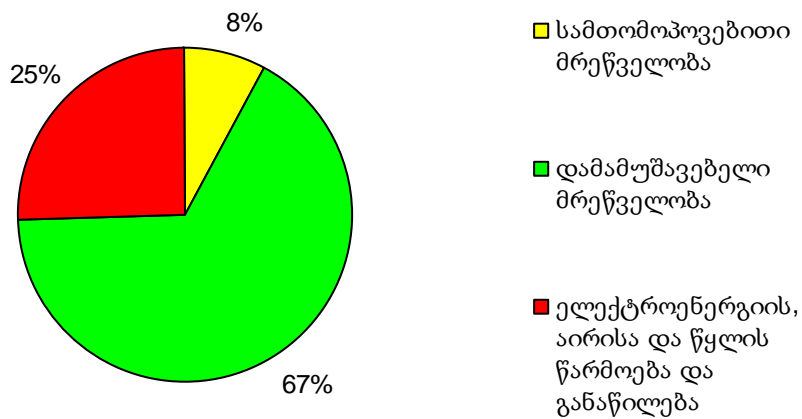
სამთომოპოვებით მრეწველობაში - 2007 წლის I კვარტალში ენერგეტიკული სასარგებლო წიაღისეულის მოპოვება გასული წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით – 49.2 პროცენტით გაიზარდა; ნახშირის მოპოვება – 3-ჯერ, ნედლი ნავთობისა და ბუნებრივი აირის მოპოვება – 47.9 პროცენტით გაიზარდა;

დამამუშავებელ მრეწველობაში – 2007 წლის I კვარტალში 2006 წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით გვაქვს პროდუქციის მოცულობის 19.6 პროცენტის ზრდა.

აღნიშნულ დარგში 2007 წლის I კვარტალში, წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით, ზრდის უმნიშვნელო ტენდენცია შეინიშნება საკვები პროდუქტების (სასმელების ჩათვლით) და თამბაქოს წარმოებაში (გაზრდილია 2.2 პროცენტით). 33.3 პროცენტით გაიზარდა ტყავისა, ტყავის ნაწარმისა და ფეხსაცმლის წარმოება, 52.1 პროცენტით – ქაღალდის მრეწველობა და საგამომცემლო საქმიანობა, 23.6 პროცენტით – ქიმიური წარმოების მოცულობა, 50 პროცენტით – რეზინისა და პლასტმასის წარმოება.

ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილებაში –15.1 პროცენტის ზრდა შეინიშნება, საიდანაც უდიდესი ნაწილი ელექტროენერჯის წარმოება-განაწილებაზე მოდის.

საქმიანობის ძირითადი სახეების მიხედვით 2007 წლის I კვარტალში მრეწველობის პროდუქციის სტრუქტურა შემდეგნაირად გამოიყურება:



ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი

2007 წლის I კვარტალში საქართველოში ვაჭრობით დაკავებული საწარმოების მიერ რეალიზებულია 1537,4 მლნ. ლარის ღირებულების

საქონელი. ამ საწარმოებში 49,6 ათასი დასაქმებულის მიერ გამოშვებულია 237,6 მლნ. ლარის პროდუქცია.

2007 წლის I კვარტალში პროდუქციის 58,2 პროცენტი შექმნილია საბითუმო ვაჭრობით დაკავებული საწარმოების მიერ, 25,4 პროცენტი – საცალო ვაჭრობის, 16,4 პროცენტი – ავტომობილების ვაჭრობით დაკავებული საწარმოების მიერ. ვაჭრობაში დასაქმებულთა 57,1 პროცენტი დაკავებულია საცალო ვაჭრობით; 28,2 პროცენტი – საბითუმო ვაჭრობით, 14,7 პროცენტი – ავტომობილებით მოვაჭრე საწარმოებში.

სავაჭრო ბრუნვის მოცულობა 2007 წლის I კვარტალში გასული წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით შემდეგნაირად ხასიათდება(იხ. ცხ. 11.1):

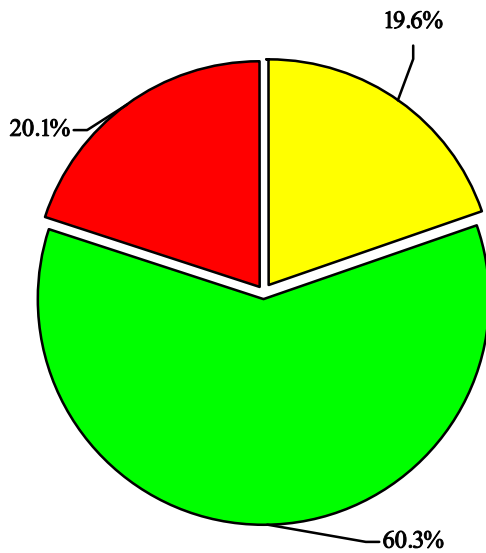
ცხ. 11.1 სავაჭრო ბრუნვის მოცულობა 2007 წლის I კვარტალში გასული წლის შესაბამის პერიოდთან

	2007 წლის I კვარტალი, მლნ. ლარი	2006 წლის I კვარტალი, მლნ. ლარი	2007 წლის I კვარტალი პროცენტობით 2006 წლის I კვარტალთან (ფაქტობრივ ფასებში)
ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი	1537,4	987,8	155,6
ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობა; მათი ტექნიკური მომსახურება და რემონტი	301,4	200,4	150,4
საბითუმო ვაჭრობა და ვაჭრობა აგენტების საშუალებით, ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობის გარდა	926,9	566,4	163,6
საცალო ვაჭრობა, ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობის გარდა; საყოფაცხოვრებო	309,1	221,0	139,9

	2007 წლის I კვარტალი, მლნ. ლარი	2006 წლის I კვარტალი, მლნ. ლარი	2007 წლის I კვარტალი პროცენტობით 2006 წლის I კვარტალთან (ფაქტობრივ ფასებში)
ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი			
მათ შორის:			
საცალო ვაჭრობა სასურსათო საქონლით მაღაზიებში ¹	84,9	68,8	123,4
საცალო ვაჭრობა არასასურსათო საქონლით მაღაზიებში	222,7	151,6	146,9
საცალო ვაჭრობა მაღაზიების გარეთ	0,7	0,3	233,3
საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი	0,8	0,3	266,7

სავაჭრო ბრუნვის მოცულობის სტრუქტურა 2007 წლის I კვარტალში შემდეგნაირად ხასიათდება:

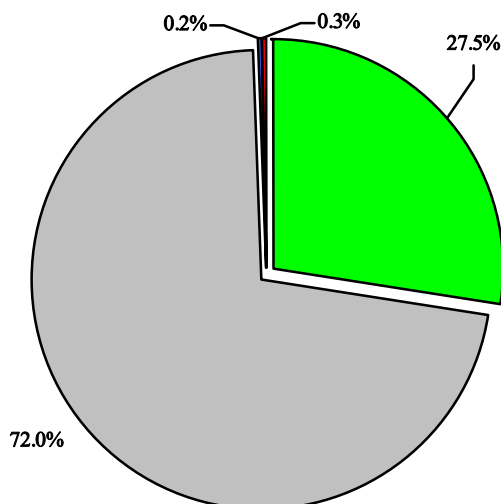
¹ არასპეციალიზებულ მაღაზიებში საცალო ვაჭრობის (სეკ – 52.1) ჩათვლით.



- ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობა; მათი ტექნიკური მომსახურება და რემონტი
- საბითუმო ვაჭრობა და ვაჭრობა აგენტების საშუალებით, ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობის გარდა
- საცალო ვაჭრობა, ავტომობილებითა და მოტოციკლებით ვაჭრობის გარდა; საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი

2007 წლის I კვარტალში არასასურსათო საქონლით საცალო ვაჭრობის მოცულობის ხვედრითი წილი საცალო ვაჭრობის მოცულობაში 72,0 პროცენტს შეადგენს, სასურსათო საქონლით საცალო ვაჭრობის მოცულობის – 27,5 პროცენტს. დანარჩენი მაღაზიების გარეთ საცალო ვაჭრობასა და საყოფაცხოვრებო ნაწარმის რემონტზე მოდის.

2007 წლის I კვარტალში საცალო სავაჭრო ბრუნვის მოცულობის სტრუქტურა საქმიანობის სახეების მიხედვით შემდეგნაირად ხასიათდება:



- საცალო ვაჭრობა სასურსათო საქონლით მაღაზიებში
- საცალო ვაჭრობა არასასურსათო საქონლით მაღაზიებში
- საცალო ვაჭრობა მაღაზიების გარეთ
- საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი

2007 წლის I კვარტალში საქრთველოს ბაზრებსა და ბაზრობებზე საცალოდ მოვაჭრე ეკონომიკური სუბიექტების მიერ რეალიზებულია 670,4

მლნ. ლარის ღირებულების საქონელი¹, რაც ფაქტობრივ ფასებში 9,8 პროცენტით მეტია 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით (შესადარ ფასებში 1,2 პროცენტით მეტი).

სასტუმროები და რესტორნები

2007 წლის I კვარტალში, წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით სასტუმროებისა და რესტორნების გამოშვებული პროდუქციის მოცულობა გაიზარდა 5.6%-ით, ბრუნვის მოცულობა კი 4%-ით.

დასაქმებულთა რიცხოვნობამ, 2007 წლის I კვარტალში – 9383 კაცი შეადგინა, რაც წინა წლის შესაბამისი პერიოდის მაჩვენებელს 7.8 პროცენტით ჩამორჩება.

სასტუმროებისა და რესტორნების დარგი ხასიათდება სპეციფიკით: საწარმოთა საქმიანობაზე მოქმედი ძირითადი ფაქტორია სეზონურობა. საწარმოთა საქმიანობის ძირითადი მაჩვენებლები საანგარიშო წლის I კვარტალში ყოველთვის მცირეა, გარდა იმ რეგიონებისა, სადაც მდებარებს ზამთრის კურორტები, ზრდა ძირითადად დამსვენებელთა ნაკადის (როგორც ქ. თბილისიდან და საქართველოს სხვა რეგიონებიდან, ასევე საზღვარგარეთის ქვეყნებიდან) ხარჯზე ხდება.

განათლება

2007 წლის I კვარტალში, 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით განათლების დარგის (კომერციული სექტორი) პროდუქციის გამოშვება 51.7 პროცენტით გაიზარდა, ხოლო ბრუნვის მოცულობა გაზრდილია 51.4 პროცენტით. რაც შეეხება დასაქმებულთა რიცხოვნობას, შემცირებულია 2.2 პროცენტით.

პროდუქციის მოცულობის ზრდა ძირითადად გამოწვეულია ამ სფეროს საქმიანობით დაკავებულ საწარმოებში კონტიგენტის მოცულობის გაზრდით და სწავლის საფასურის მკვეთრი მომატებით.

¹ზარბეზსა და ბაზრობებზე მოვაჭრე ეკონომიკური სუბიექტების სტატისტიკური გამოკვლევის შედეგების მიხედვით (სეზონურობის ინდექსის გათვალისწინებით).

ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება

2007 წლის I კვარტალში ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური დახმარების სფეროს (კომერციული სექტორი) ბრუნვის მოცულობამ შეადგინა 45,5 მილიონი ლარი, რაც წინა წლის შესაბამისი პერიოდის მაჩვენებელს 30,4 პროცენტით აღემატება, ხოლო გამოშვებული პროდუქციის მოცულობამ 45,4 მილიონი ლარი (წინა წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით 30,7 პროცენტით მეტი).

2007 წლის I კვარტალში საწარმოთა საქმიანობის ძირითადი მაჩვენებლების ზრდა 2006 წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით განპირობებული იყო 2007 წელს შესაბამის საწარმოებში პაციენტთა რიცხოვნობის ზრდით, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვით და ახალი პროგრამების განხორციელებით.

მშენებლობა

სამშენებლო საწარმოების დეკლარირებული მონაცემებით 2007 წლის I კვარტალში მშენებლობის პროდუქციის მოცულობამ 248,4 მლნ. ლარი შეადგინა - რაც 2006 წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით 90,9 პროცენტით მეტია.

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, შაჰ-დენიზის გაზსადენის სამშენებლო-სამონტაჟო სამუშაოების მოცულობამ 2007 წლის I კვარტალში შეადგინა 41,2 მლნ.ლარი (2006 წლის I კვარტალში – 39,0 მლნ. ლარი)

სამშენებლო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობამ 31,6 ათასი კაცი შეადგინა. (8.1 პროცენტით მეტი 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით). ამ პერიოდისათვის დეკლარირებული მაჩვენებლებით, მშენებლობის სექტორში საქმიანობების სახეების მიხედვით შესრულებული სამშენებლო-სამონტაჟო სამუშაოები შემდგენაირად ნაწილდება (ცხ. 11.2):

**ცხ. 11.2 პროდუქციის მოცულობა მშენებლობის სექტორში
[საქმიანობის სახეების მიხედვით]**

	პროდუქციის მოცულობა (ათასი ლარი) 2007 წლის I კვარტალი	პროდუქციის მოცულობის სტრუქტურა, პროცენტი
მშენებლობა, მთლიანად	248412,2	100,0
სამშენებლო მოედნის მომზადება	11003,2	4,4
შენობებისა და ნაგებობების მშენებლობა	224000,3	90,2
შენობებისა და ნაგებობების საინჟინრო მოწყობილობების დაყენება	12474,5	5,0
მოსაპირკეთებელი სამუშაოები	104,1	0,1
მოწყობილობების იჯარა	830,1	0,3

იმას, რომ ქვეყანაში სამშენებლო სამუშაოები ფართო მასშტაბებს იძენს მიუთითებს ის ფაქტიც, რომ გასულ წელთან შედარებით გაიზარდა მსხვილ სამშენებლო საწარმოთა რიცხვი.

მიმდინარე წელი მშენებლობის დიდ მოცულობებს გვპირდება, ამას მიანიშნებს გასულ წელთან შედარებით სამშენებლო მოედნების მოსამზადებელი სამუშაოების მოცულობის 10-ჯერ გაზრდილი მაჩვენებელი.

კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების გაწევა

2007 წლის I კვარტალში კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების სფეროს საქმიანობით დაკავებული საწარმოების დეკლარირებული სტატისტიკური მონაცემებით, გამოშვებული პროდუქციის მოცულობამ 38.9 მლნ. ლარი შეადგინა, ბრუნვის მოცულობამ 39.0 მლნ. ლარი. მსხვილ საწარმოებზე მოდის გამოშვებული პროდუქციის 74.0%, საშუალოზე 13.1%, მცირეზე 12.9%.

2006 წლის I კვარტალთან შედარებით პროდუქციისა და ბრუნვის მოცულობა დაახლოებით 2-ჯერაა გაზრდილი, რაც განპირობებულია

როგორც რადიომაუწყებლობისა და ტელევიზიის, ისე სათამაშო ბიზნესის სფეროს საწარმოთა ეკონომიკური მაჩვენებლების ზრდის ტენდენციით.

როგორც ცნობილია, 2006 წლიდან არსებითად შეიცვალა ქალაქის დასუფთავების სამსახურების მუშაობა, საგრძნობლად გაიზარდა აღნიშნულ საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა, მოხდა ქალაქის რაიონული სამსახურების გაერთიანება-გამსხვილება და მკვეთრად გაფართოვდა მათი საქმიანობა. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვნად გაიზარდა შესაბამისი საწარმოების ეკონომიკური მაჩვენებლებიც.

ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის

მომსახურების გაწევა

ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევით დაკავებული საწარმოების ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში მთლიანმა ბრუნვამ 95.0 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით 49.1 პროცენტით მეტია.

გამოშვებული პროდუქციის მოცულობამ 2007 წლის I კვარტალში 84.6 მლნ ლარი შეადგინა, რაც წინა წლის შესაბამისი პერიოდის მაჩვენებელს 56.4 პროცენტით აღემატება.

ამავე დროს, ამ სფეროში სტატისტიკურ გამოკვლევას დაქვემდებარებული მოქმედი საწარმოების მთლიან რაოდენობაში მსხვილი საწარმოების ხვედრითი წილი 2.7%, საშუალო საწარმოების 9.4%, მცირე საწარმოებისა კი 87.9%-ს შეადგენს. მსხვილი საწარმოების პროდუქციის გამოშვებამ მთლიანი გამოშვების 40.2% შეადგინა, საშუალო საწარმოების 27.4%, მცირე საწარმოების 32.4%.

2007 წლის I კვარტალში ამ სფეროში დასაქმებული იყო 23873 კაცი, აღნიშნული მაჩვენებელი 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით 15 პროცენტითაა გაზრდილი.

მატებაა დასაქმებულთა საშუალო თვიურ ხელფასში 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით. მიმდინარე წლის I კვარტალში აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 398.3 ლარი შეადგინა, მაშინ როცა გასული წლის შესაბამის პერიოდში 316.7ლარს შეადგენდა.

ქვეყანაში აღრიცხვა-ანგარიშების მოწესრიგებასთან დაკავშირებით, სულ უფრო და უფრო იზრდება საბუღალტრო აღრიცხვისა და აუდიტის მომსახურებაზე მოთხოვნა, ჩვენი ყოველდღიურობიდან გამომდინარე სამართლის სფეროს მომსახურებით სარგებლობა, ასევე კონსულტირება და დახმარების გაწევა კომერციული და სახელმწიფო სამსახურებისათვის დაგეგმვის, მართვის, კონტროლის და სხვა საკითხებში. ამის დასტურია ის გარემოება, რომ მომსახურების ამ ნაწილში 2007 წლის I კვარტალში, გასული წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით პროდუქციისა და ბრუნვის მოცულობები შესაბამისად 4.4 მლნ.ლარით (63.4%-ით) და 4.5 მლნ.ლარით (64.6%-ით) გაიზარდა.

კომპიუტერული ქსელის ფართოდ დანერგვასთან დაკავშირებით, მუშაობის მნიშვნელოვანი გაუმჯობესება შეინიშნება მომსახურების სფეროს ამ ნაწილში, სადაც 91.6%-ით გაიზარდა როგორც პროდუქციის, ასევე ბრუნვის მოცულობები გასული წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით.

ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა

ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის საწარმოთა ბრუნვის მოცულობამ 2007 წლის I კვარტალში 598,7 მლნ. ლარი შეადგინა, პროდუქციის გამოშვების მოცულობამ კი 440,8 მლნ. ლარი. წინა წლის I კვარტალთან შედარებით ბრუნვის მოცულობა ფაქტობრივ ფასებში 10,2 პროცენტით, ხოლო პროდუქციის მოცულობა 19,4 პროცენტით გაიზარდა.

2006 წლის IV კვარტალში რუსეთის მხრიდან საქართველოს მიმართ სატრანსპორტო ემბარგოს გამოცხადებამ დიდი ზარალი მიაყენა საქართველოს ავიაკომპანიების მუშაობას, რაც იმაში გამოიხატა, რომ მნიშვნელოვნად შემცირდა საჰაერო ტრანსპორტით გადაყვანილი მგზავრების რაოდენობა (25,4 პროცენტით) და შესრულებული მგზავრთბრუნვის მოცულობა (17,5 პროცენტით), რამაც საჰაერო ტრანსპორტის ბრუნვისა და პროდუქციის მოცულობის 9,1 პროცენტით შემცირება გამოიწვია.

2007 წლის I კვარტალში ტრანსპორტის დარგში დასაქმებულთა რაოდენობა 2006 წლის I კვარტალთან შედარებით 6.7 პროცენტით

შემცირდა, რაც ძირითადად ქ. თბილისში ტრავაი-ტროლეიბუსების სამმართველოს გაუქმებითა და ცალკეულ საწარმოებში მუშაკთა შემცირებითაა გამოწვეული. დასაქმებულთა შედარებით უმნიშვნელო შემცირება დაფიქსირდა კავშირგაბმულობისა და ფოსტის საწარმოებში (2,0 პროცენტი).

11.2 მეწარმეობის სფეროს კონკრეტული ანალიზი

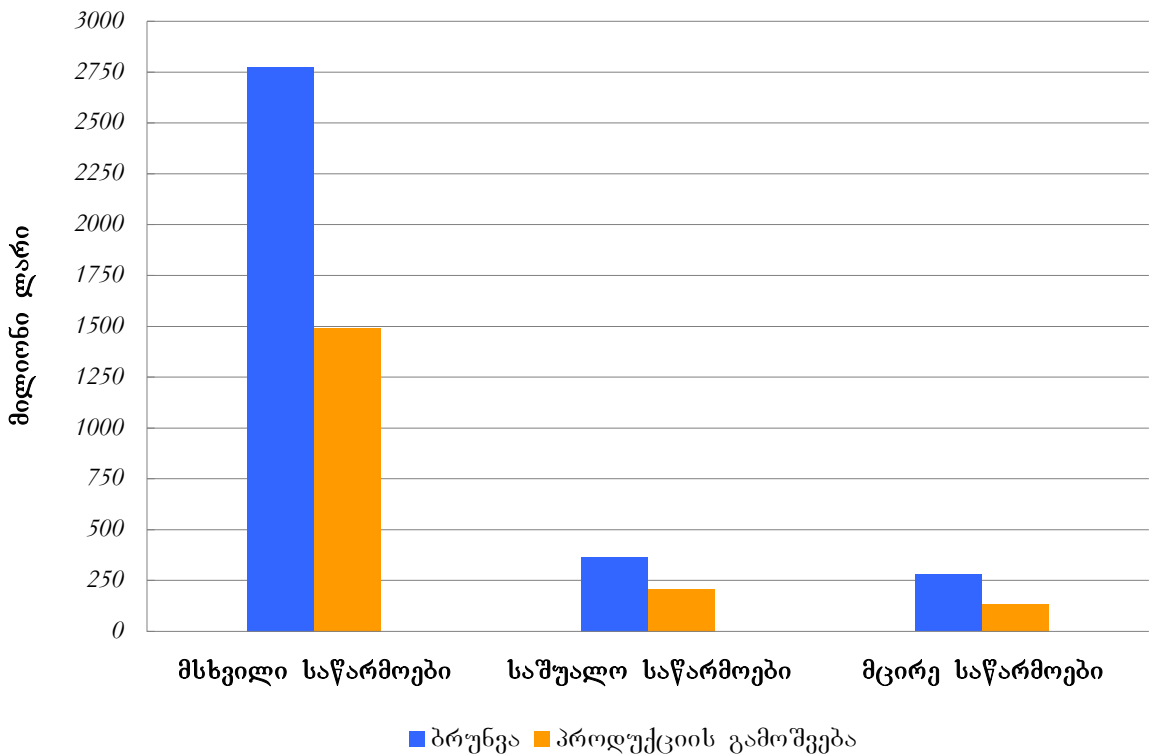
ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში საწარმოთა მთლიანმა ბრუნვამ 3423.0, ხოლო პროდუქციის მთლიანმა გამოშვებამ – 1832.4 მილიონი ლარი შეადგინა.

მთლიანი ბრუნვა საწარმოს ზომის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 81.1 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 10.7 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 8.2 პროცენტი.

დაახლოებით იგივე მდგომარეობაა პროდუქციის მთლიანი გამოშვების შემთხვევაში:

- მსხვილი საწარმოები – 81.5 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 11.3 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 7.3 პროცენტი.



საწარმოთა მიერ საქონლისა და მომსახურების მთლიანმა ყიდვებმა კვარტლის განმავლობაში 2713.8, ხოლო გადასაყიდად განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების ყიდვებმა - 1776.5 მილიონი ლარი შეადგინა.

საქონლისა და მომსახურების მთლიანი ყიდვები საწარმოს ზომის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 81.8 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 10.1 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 8.1 პროცენტი.

თითქმის იდენტური ვითარებაა გადასაყიდად განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების ყიდვებზეც:

- მსხვილი საწარმოები – 82.2 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 9.4 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 8.4 პროცენტი.

საწარმოთა მიერ განხორციელებულმა მთლიანმა ინვესტიციებმა ფიქსირებულ კაპიტალში შეადგინა 129.7 მილიონი ლარი, რაც საწარმოთა ზომის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 94.8 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 2.9 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 2.3 პროცენტი.

საწარმოებში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 324366 პირი შეადგინა, რომელთაგან 39.4 პროცენტი ქალია, ხოლო 60.6 პროცენტი - კაცი.

დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობა საწარმოს ზომის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 56.7 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 21.3 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 21.9 პროცენტი.

მსგავსი ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის საწარმოს ზომის მიხედვით განაწილებაშიც:

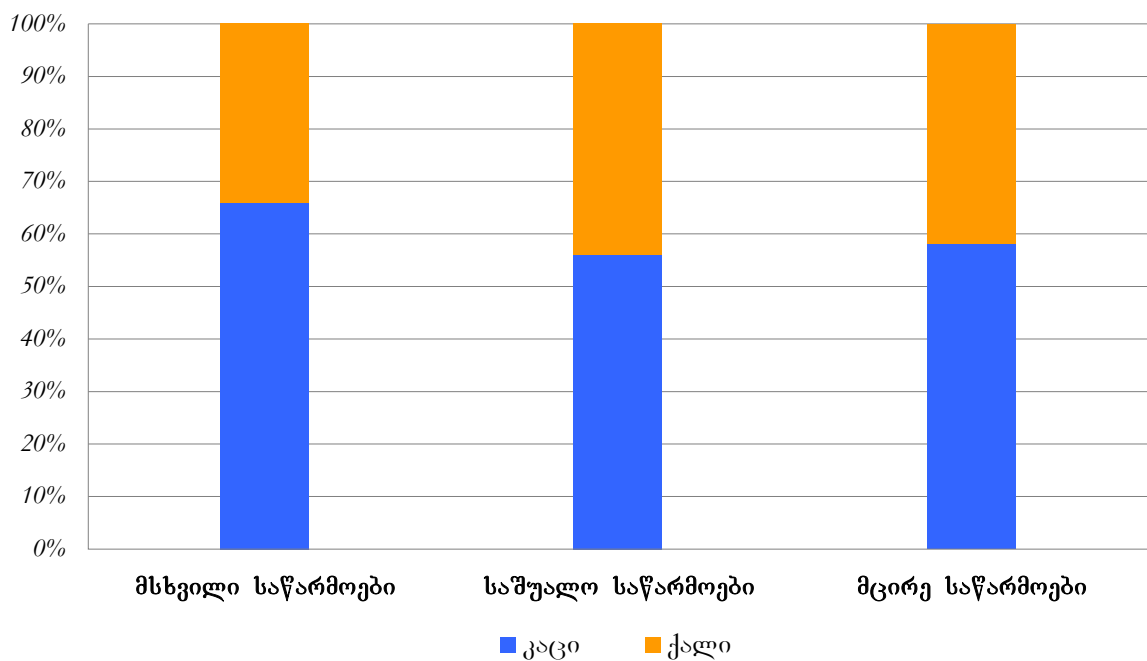
ქალები

- მსხვილი საწარმოები – 50.0 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 24.9 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 25.1 პროცენტი.

კაცები

- მსხვილი საწარმოები – 61.1 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 19.0 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 19.9 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილებას სქესის მიხედვით:



საწარმოებში დაქირავებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 304553 პირი შეადგინა, რომელთაგან 40.2 პროცენტი ქალია, ხოლო 59.8 პროცენტი - კაცი.

დაქირავებულთა მთლიანი რაოდენობა საწარმოს ზომის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 60.1 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 22.0 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 17.9 პროცენტი.

მსგავსი ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით დაქირავებულთა მთლიანი რაოდენობის საწარმოს ზომის მიხედვით განაწილებაშიც:

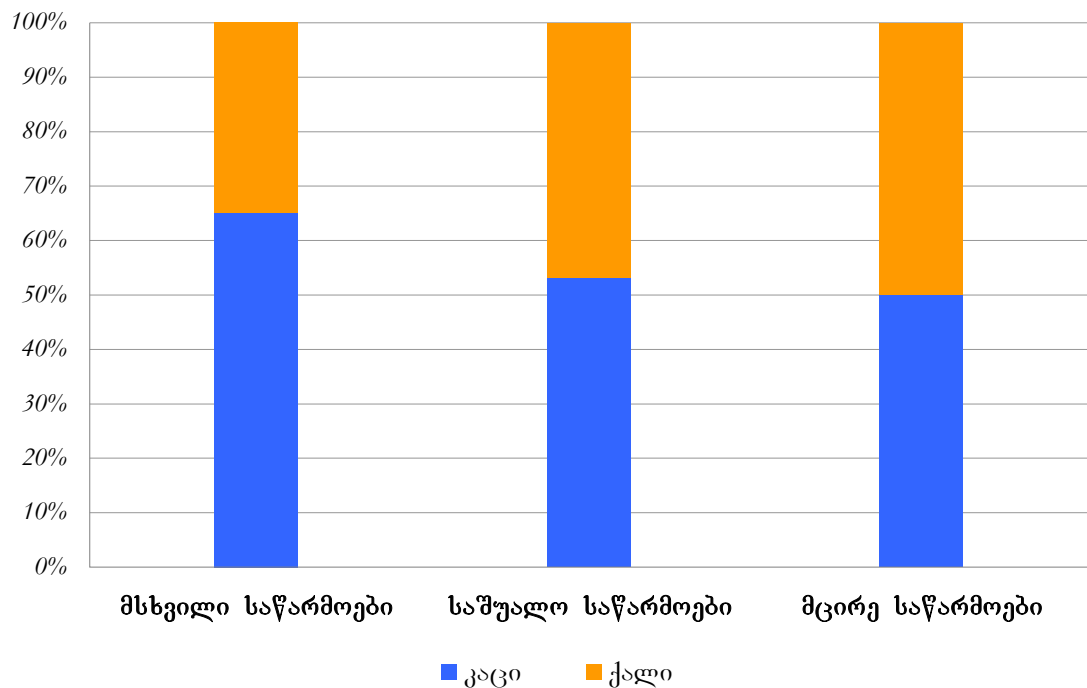
ქალები

- მსხვილი საწარმოები – 52.1 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 25.6 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 22.3 პროცენტი.

კაცები

- მსხვილი საწარმოები – 65.4 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 19.6 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 15.0 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესში დაქირავებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილებას სქესის მიხედვით:



საწარმოთა მთლიანმა დანახარჯებმა პერსონალზე შეადგინა 371.5

მილიონი ლარი, რომლის განაწილება საწარმოთა ზომის მიხედვით შემდეგია:

- მსხვილი საწარმოები – 77.0 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 14.4 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 8.6 პროცენტი.

საშუალო თვიურმა ხელფასმა ბიზნეს სექტორში შეადგინა 336.1 ლარი. საწარმოთა ზომის მიხედვით საშუალო თვიური ხელფასი შემდეგნაირია:

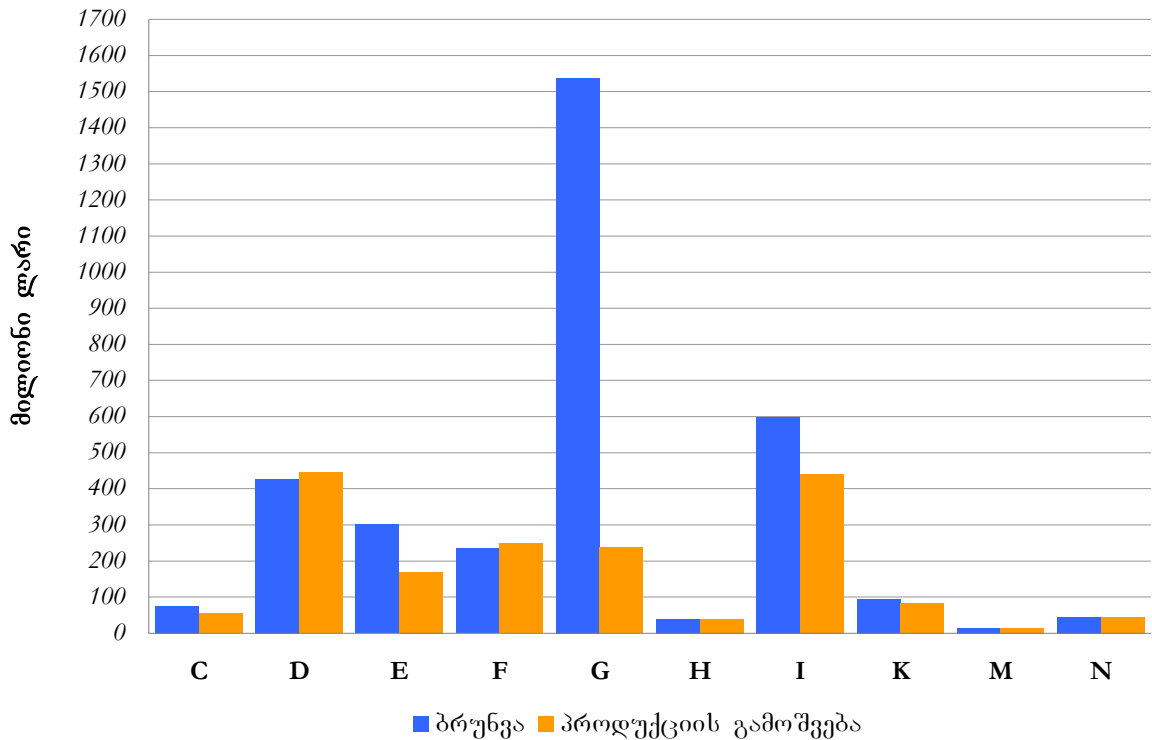
- მსხვილი საწარმოები – 430.5 ლარი,
- საშუალო საწარმოები – 221.1 ლარი,
- მცირე საწარმოები – 160.9 ლარი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 44.9 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 17.5 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 12.5 პროცენტი,
- „მშენებლობა,, – 6.9 პროცენტი,
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება - 8.8 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ „დამამუშავებელი მრეწველობა და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 24.3 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 24.1 პროცენტი,
- „მშენებლობა,, – 13.6 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 13.0 პროცენტი,
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება,, – 9.3 პროცენტი.



რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, საქმიანობის სახეების მიხედვით დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 16.6 პროცენტი,
- „ ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 15.6 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 15.3 პროცენტი,
- „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, – 15.4 პროცენტი,
- „მშენებლობა,, – 9.7 პროცენტი.

განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სექსის მიხედვით დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის საქმიანობის სახეების მიხედვით განაწილებაში:

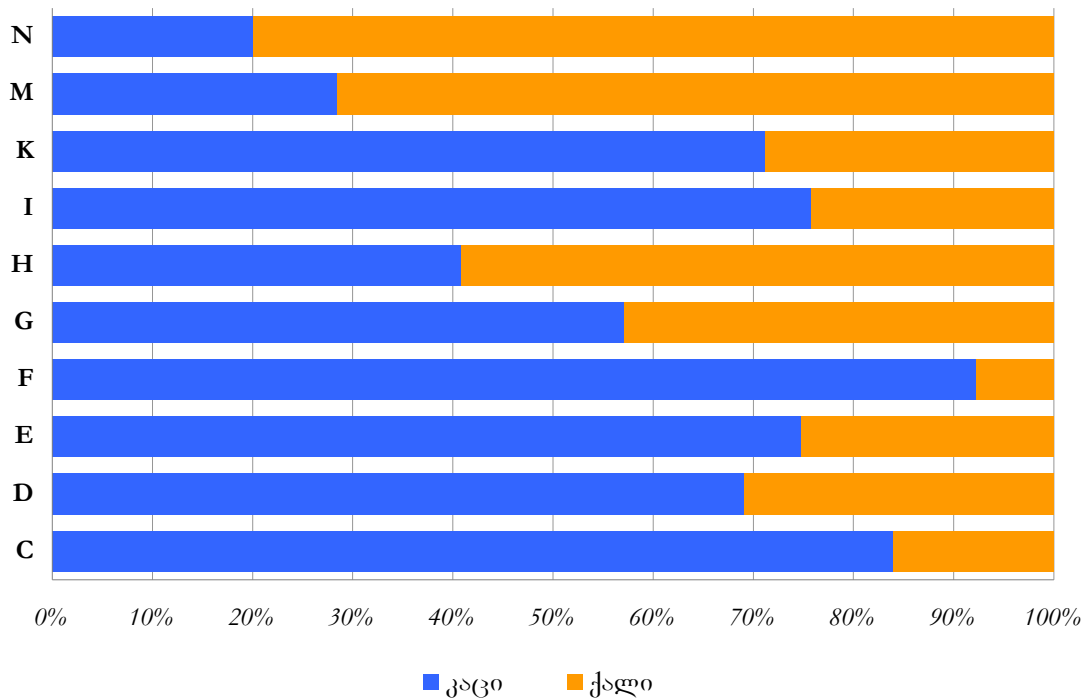
დასაქმებულ ქალთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, – 31.2 პროცენტი,
- „ ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 16.6 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 13.0 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 9.6 პროცენტი,
- „განათლება,, – 7.6 პროცენტი.

დასაქმებულ კაცთა მთლიან რაოდენობაში კი პრევალირებენ „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 19.6 პროცენტი,
- „ დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 19.0 პროცენტი,
- „ მშენებლობა,, – 14.8 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 14.4 პროცენტი,
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება,, – 8.5 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს ცალკეულ სექტორებში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილებას სქესის მიხედვით:



რეგიონების მიხედვით მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

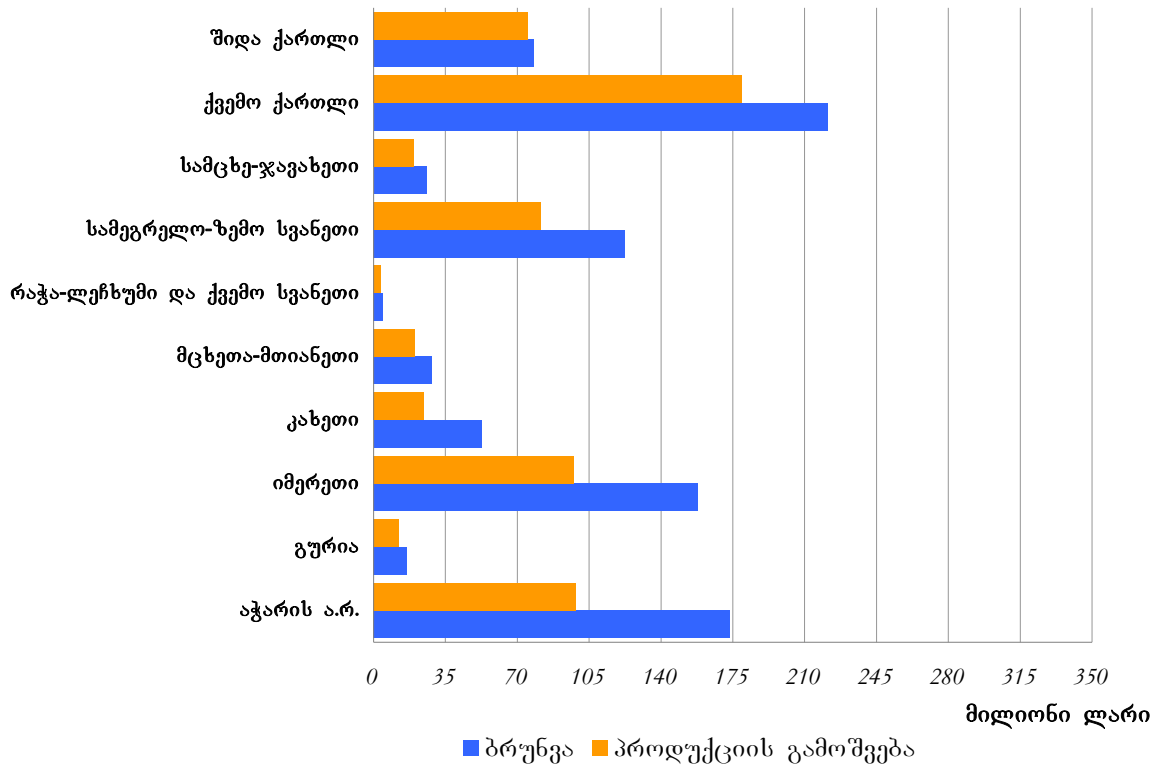
- ქალაქი თბილისი – 74.0 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 6.5 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 5.1 პროცენტი,
- იმერეთი – 4.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 3.6 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 66.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 9.8 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 5.4 პროცენტი,

- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 4.4 პროცენტი,
- იმერეთი – 5.3 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს რეგიონების (ქალაქ თბილისის გარდა) მიხედვით ბრუნვასა და პროდუქციის გამოშვებას:



რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, რეგიონების მიხედვით დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 55.3 პროცენტი,
- იმერეთი – 10.3 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 8.4 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.5 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 5.6 პროცენტი.

მცირედ განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის რეგიონების მიხედვით განაწილებაში:

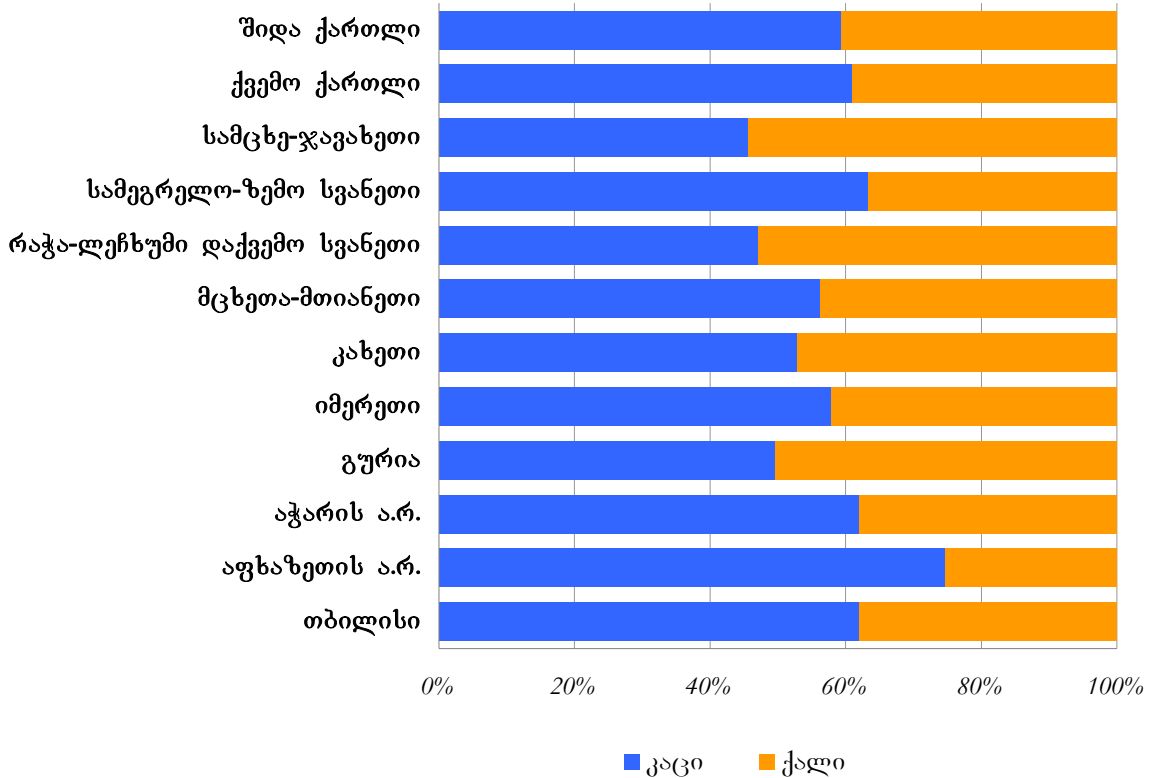
დასაქმებული ქალები:

- ქალაქი თბილისი – 53.3 პროცენტი,
- იმერეთი – 11.0 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 8.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.4 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 5.2 პროცენტი.

დასაქმებული კაცები:

- ქალაქი თბილისი – 56.6 პროცენტი,
- იმერეთი – 9.8 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 8.6 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 5.9 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს ცალკეულ რეგიონებში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილებას სქესის მიხედვით:



11.3 მსხვილი ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში გამოკვლეული მსხვილი საწარმოების მთლიანმა ბრუნვამ 2776.9 (ბიზნეს სექტორის მთლიანი ბრუნვის 81.1 პროცენტი), ხოლო პროდუქციის მთლიანმა გამოშვებამ - 1492.8 (ბიზნეს სექტორის პროდუქციის მთლიანი გამოშვების 81.5 პროცენტი) მილიონი ლარი შეადგინა.

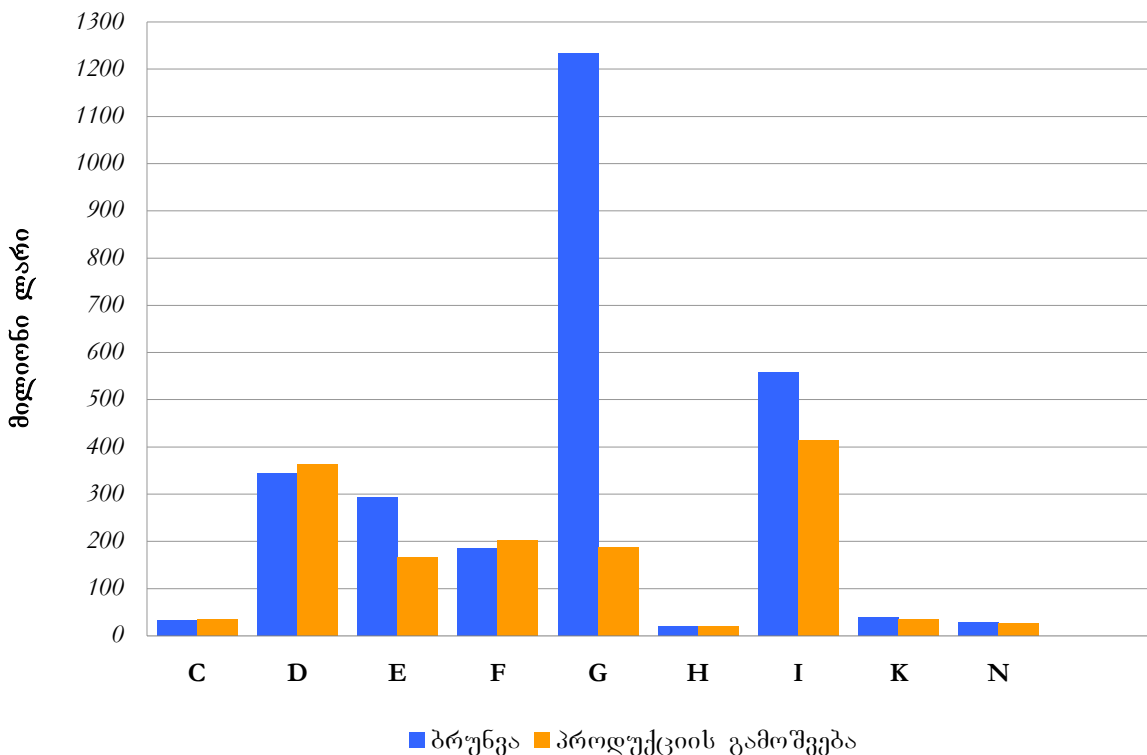
მსხვილ საწარმოებში საქონლისა და მომსახურების მთლიანმა ყიდვებმა 2219.5 გადასაყიდად განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების ყიდვებმა - 1460.5, ხოლო მთლიანმა ინვესტიციებმა ფიქსირებულ კაპიტალში 123.0 მილიონი ლარი შეადგინა.

მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 183927 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 56.7 პროცენტი) შეადგინა, რომელთაგან 34.8 პროცენტი ქალია, ხოლო 65.2 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 182897 პირი.

მსხვილ საწარმოებში მთლიანმა დანახარჯებმა პერსონალზე 285.9 მილიონი ხოლო, საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 430.5 ლარი შეადგინა.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,“ და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,“ – 44.4 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,“ – 20.1 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,“ – 12.4 პროცენტი,
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება,“ – 10.6 პროცენტი,
- „მშენებლობა,“ – 6.6 პროცენტი.



როგორც დიაგრამიდან ჩანს, საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,“ და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,“ – 27.8 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,“ – 24.3 პროცენტი,

- „მშენებლობა,, – 13.5 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 12.6 პროცენტი,
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება,, – 11.1 პროცენტი.

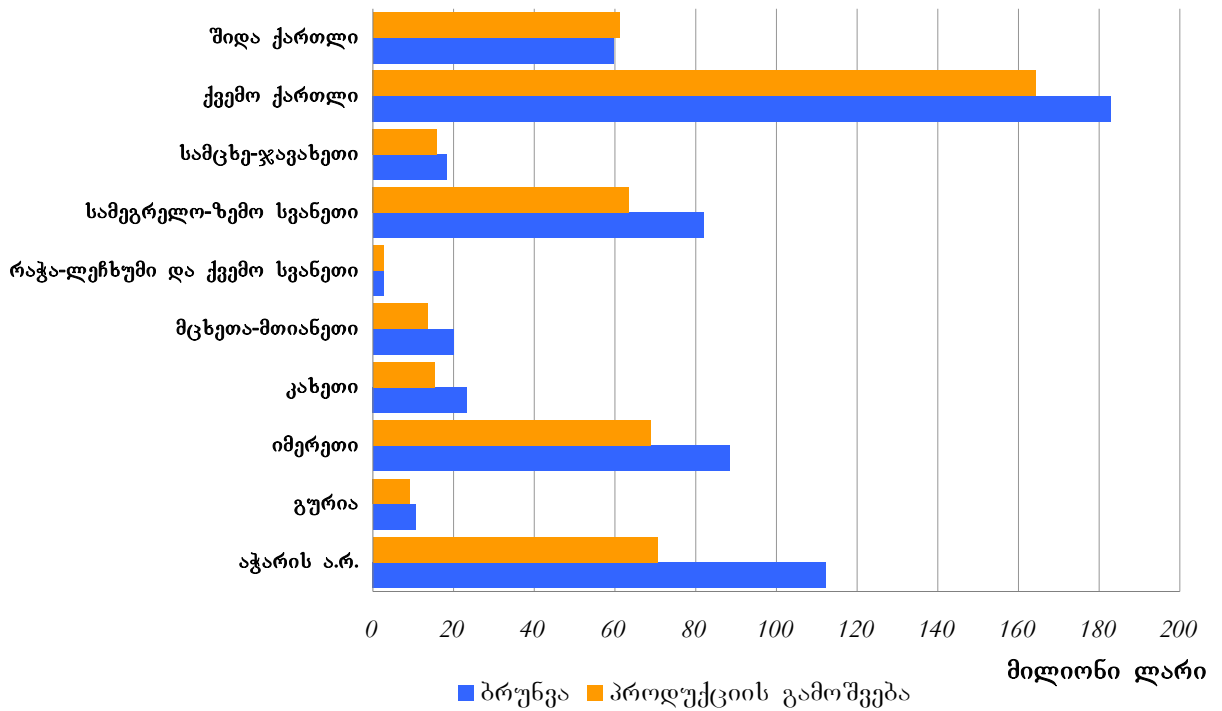
რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 22.6 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 18.1 პროცენტი,
- „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, – 15.0 პროცენტი,
- „მშენებლობა,, – 11.6 პროცენტი.
- „ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება,, – 10.7 პროცენტი,

რეგიონების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 78.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 6.6 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 4.0 პროცენტი,
- იმერეთი – 3.2 პროცენტი,
- სამეგრელო - ზემო სვანეთი – 3.0 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს რეგიონების (ქალაქ თბილისის გარდა) მიხედვით მსხვილ საწარმოთა ბრუნვასა და პროდუქციის გამოშვებას:



რეგიონების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 66.9 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 11.0 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 4.7 პროცენტი,
- იმერეთი – 4.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 4.3 პროცენტი.

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, რეგიონების მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 64.6 პროცენტი,
- იმერეთი – 8.1 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 7.4 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 6.8 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 4.9 პროცენტი.

11.4 საშუალო ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში გამოკვლეულ საშუალო საწარმოთა მთლიანმა ბრუნვამ 366.4 (ბიზნეს სექტორის მთლიანი ბრუნვის 10.7 პროცენტი), ხოლო პროდუქციის მთლიანმა გამოშვებამ – 206.2 (ბიზნეს სექტორის პროდუქციის მთლიანი გამოშვების 11.3 პროცენტი) მილიონი ლარი შეადგინა.

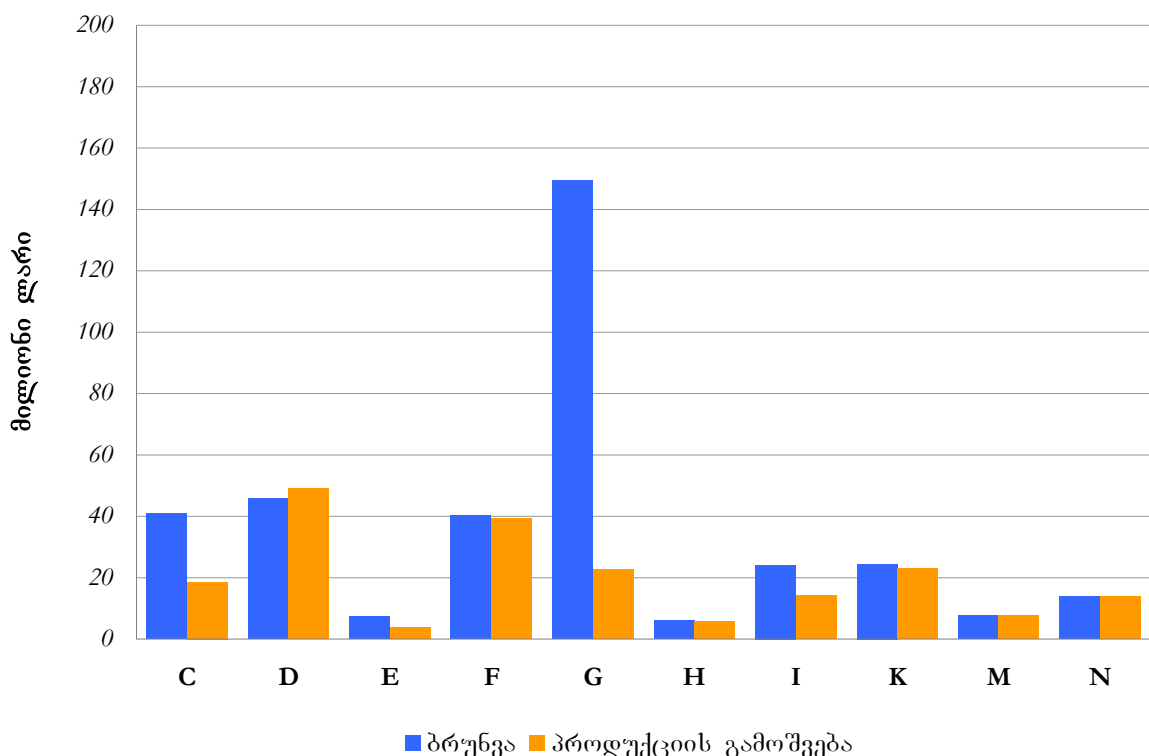
საშუალო საწარმოებში საქონლისა და მომსახურების მთლიანმა ყიდვებმა 274.9, გადასაყიდად განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების ყიდვებმა - 166.7, ხოლო მთლიანმა ინვესტიციებმა ფიქსირებულ კაპიტალში 3.8 მილიონი ლარი შეადგინა.

საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 69142 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 21.3 პროცენტი) შეადგინა, რომელთაგან 46.0 პროცენტი ქალია, ხოლო 54.0 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 67009 პირი.

საშუალო საწარმოებში მთლიანმა დანახარჯებმა პერსონალზე 53.6 მილიონი ხოლო, საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 221.1 ლარი შეადგინა.

საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,„ – 40.8 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა,„ – 12.5 პროცენტი,
- მშენებლობა,„ – 11.0პროცენტი;



როგორც დიაგრამიდან ჩანს, საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ „დამამუშავებელი მრეწველობა,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 23.8 პროცენტი,
- მშენებლობა,, – 19.1 პროცენტი,
- „ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა,, – 11.2 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 11.0 პროცენტი,

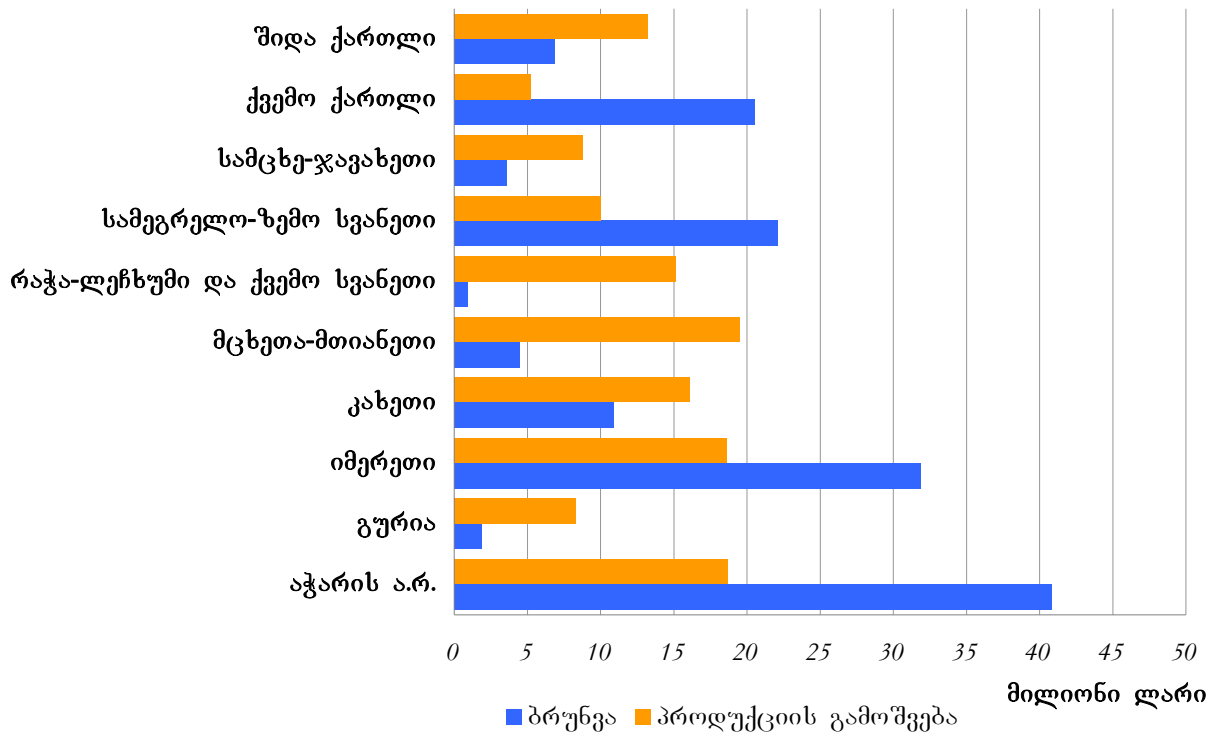
რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, – 24.7 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 13.5 პროცენტი,
- განათლება,, – 12.3 პროცენტი,
- მშენებლობა,, – 10.4 პროცენტი,
- ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა,, – 10.1 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით საშუალო საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 60.7 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 11.1 პროცენტი,
- იმერეთი – 8.7 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 5.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.0 პროცენტი,

შემდეგი დიაგრამა ასახავს რეგიონების მიხედვით (ქალაქ თბილისის გარდა) საშუალო საწარმოთა ბრუნვასა და პროდუქციის გამოშვებას:



რეგიონების მიხედვით საშუალო საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 63.5 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 9.0 პროცენტი,
- იმერეთი – 8.8 პროცენტი,
- შიდა ქართლი – 4.8 პროცენტი.
- ქვემო ქართლი – 4.5 პროცენტი,

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, რეგიონების მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 42.5 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 12.7 პროცენტი,
- იმერეთი – 12.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 8.0 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.5 პროცენტი.

11.5 მცირე ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2007 წლის I კვარტალში გამოკვლეული მცირე საწარმოების მთლიანმა ბრუნვამ 279.7 (ბიზნეს სექტორის მთლიანი ბრუნვის 8.2 პროცენტი), ხოლო პროდუქციის

მთლიანმა გამოშვებამ – 133.5 (ბიზნეს სექტორის პროდუქციის მთლიანი გამოშვების 7.3 პროცენტი) მილიონი ლარი შეადგინა.

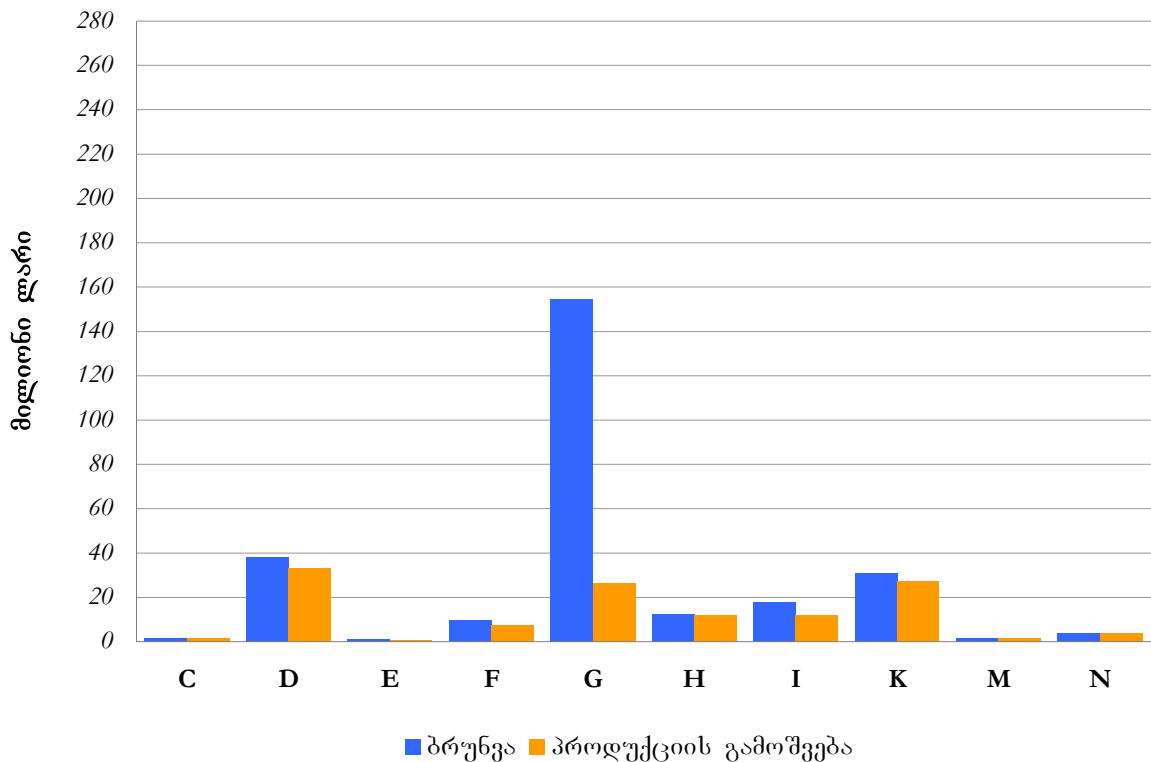
მცირე საწარმოებში საქონლისა და მომსახურების მთლიანმა ყიდვებმა 219.4, გადასაყიდად განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების ყიდვებმა - 149.3, ხოლო მთლიანმა ინვესტიციებმა ფიქსირებულ კაპიტალში 2.9 მილიონი ლარი შეადგინა.

მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 71297 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 22.0 პროცენტი) შეადგინა, რომელთაგან 45.0 პროცენტი ქალია, ხოლო 55.0 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 54647 პირი.

მცირე საწარმოებში მთლიანმა დანახარჯებმა პერსონალზე 32.0 მილიონი ხოლო, საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 160.9 ლარი შეადგინა.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,“ და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,“ – 55.3 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,“ – 13.6 პროცენტი,
- „ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა,“ – 11.1 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,“ – 6.3 პროცენტი,
- „სასტუმროები და რესტორნები,“ – 4.5 პროცენტი.



როგორც დიაგრამიდან ჩანს, საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ „დამამუშავებელი მრეწველობა,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 24.7 პროცენტი,
- „ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გა -წევა,, – 20.5 პროცენტი,
- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 20.0 პროცენტი,
- „სასტუმროები და რესტორნები,, – 9.0 პროცენტი,
- „ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა,, – 8.8 პროცენტი.

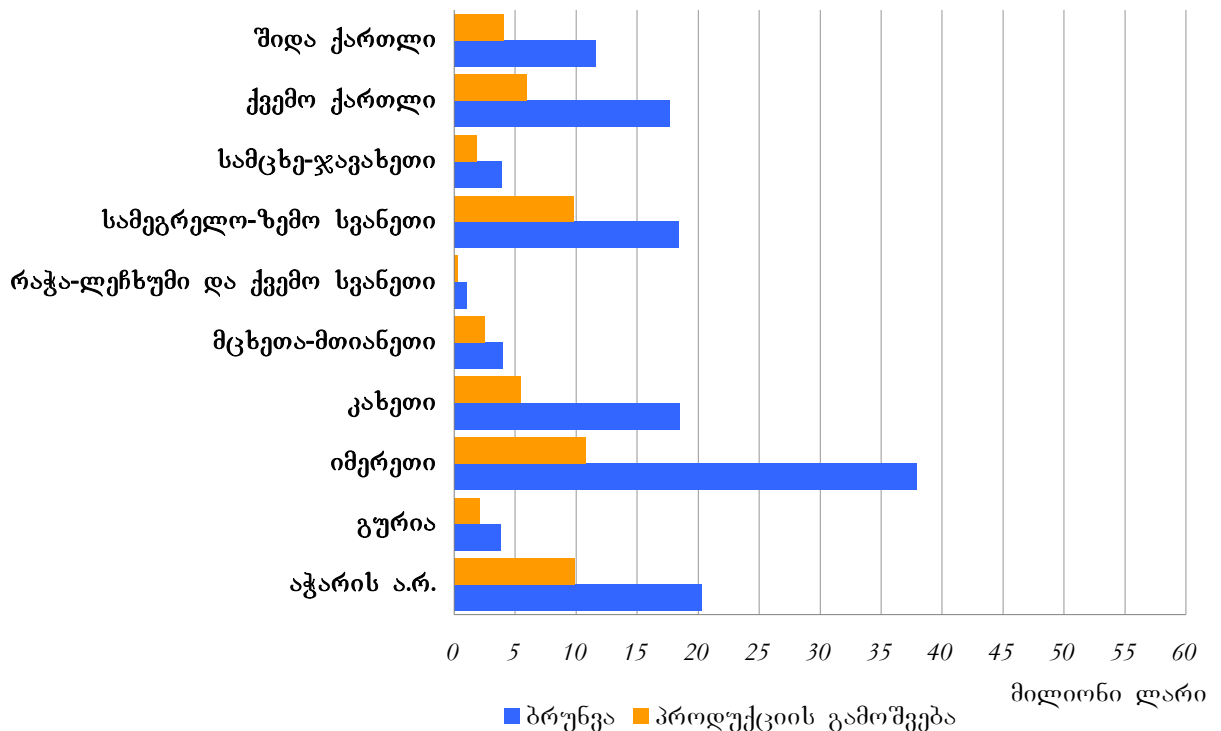
საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- „ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი,, – 32.3 პროცენტი,
- „დამამუშავებელი მრეწველობა,, – 16.0 პროცენტი,
- „ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა,, – 14.8 პროცენტი,
- „სასტუმროები და რესტორნები,, – 7.9 პროცენტი,
- „ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება,, – 7.4 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მცირე საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 51.0 პროცენტი,
- იმერეთი – 13.6 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 7.2 პროცენტი,
- კახეთი – 6.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.6 პროცენტი.

შემდეგი დიაგრამა ასახავს რეგიონების (ქალაქ თბილისის გარდა) მიხედვით მცირე საწარმოთა ბრუნვასა და პროდუქციის გამოშვებას:



რეგიონების მიხედვით მცირე საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 60.5 პროცენტი,
- იმერეთი – 8.1 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 7.4 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 7.3 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 4.5 პროცენტი.

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, რეგიონების მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 43.9 პროცენტი,
- იმერეთი – 13.5 პროცენტი,

- ქვემო ქართლი – 8.8 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 7.3 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.7 პროცენტი.

ბიზნეს სექტორი

საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის წინასწარი მონაცემებით, სამეწარმეო სექტორში 2008 წელს, ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, საწარმოთა მთლიანმა ბრუნვამ თითქმის 19.3 მლრდ. ლარი შეადგინა, ხოლო პროდუქციის მთლიანმა გამოშვებამ – 9.8 მლრდ. ლარი. მთლიანი ბრუნვის, პროდუქციის მთლიანი გამოშვების, აგრეთვე საქონლისა და მომსახურების მთლიანი ყიდვების დაახლოებით 84 პროცენტი მსხვილ საწარმოებზე მოდის. შესაბამისად, დანარჩენი მოცულობა თითქმის თანაბრად ნაწილდება საშუალო და მცირე საწარმოებზე, რაზეც ქვემოთ ცხრილი იძლევა წარმოდგენას.

საქართველოს ბიზნეს სექტორი 2008 წელს მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოების მიხედვით (პროცენტობით; მთელი ბიზნესი – 100)

	მსხვილი საწარმოები	საშუალო საწარმოები	მცირე საწარმოები
მთლიანი ბრუნვა	83.9	7.9	8.2
პროდუქციის მთლიანი გამოშვება	83.2	8.5	8.3
საქონლისა და მომსახურების მთლიანი ყიდვები	84.0	7.6	8.5

. ამასთან, ფიქსირებულ კაპიტალში განხორციელებული მთლიანი ინვესტიციების მიხედვით განსაკუთრებით მძიმე სურათია მცირე საწარმოების მიხედვით, სადაც ინვესტიციების წილი მთლიანი ბრუნვისა და გამოშვების წილს ორჯერ ჩამორჩება.

საწარმოთა მიერ ფიქსირებულ კაპიტალში განხორციელებული მთლიანი ინვესტიციების განაწილება საწარმოთა ზომის მიხედვით შემდეგნაირია (პროცენტობით):

- მსხვილი საწარმოები – 80.7;
- საშუალო საწარმოები – 14.9;
- მცირე საწარმოები – 4.4 .

სამეწარმეო საქმიანობით დაკავებულ საწარმოებში დასაქმებულია 325 ათასი კაცი, რაც რამდენადმე ჩამორჩება წინა წლის მონაცემებს. სამეწარმეო სფეროში დასაქმების მაჩვენებლის გაუარესებაზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა 2008 წლის აგვისტოს ომმა და მსოფლიო ეკონომიკურმა კრიზისმა. დასაქმებულთა საერთო რიცხვიდან 2/5 ქალია, 3/5 კი – კაცი.

დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობა საწარმოს ზომის მიხედვით

შემდეგნაირად ნაწილდება:

- მსხვილი საწარმოები – 60.3 პროცენტი,
- საშუალო საწარმოები – 18.5 პროცენტი,
- მცირე საწარმოები – 21.2 პროცენტი.

საშუალო თვიურმა ხელფასმა ბიზნეს სექტორში შეადგინა 556.4 ლარი, მათ შორის ქალების - 391.3 ლარი. საწარმოთა ზომის მიხედვით საშუალო თვიური ხელფასი შემდეგნაირია:

- მსხვილი საწარმოები – 687.5 ლარი,
- საშუალო საწარმოები – 371.9 ლარი,
- მცირე საწარმოები – 285.7 ლარი.

საშუალოდ ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით მსხვილი საწარმოები აღემატებინ მცირე საწარმოებს (ჯერ): მთლიანი ბრუნვის მიხედვით – 3.6–ჯერ, საშუალო ხელფასის მიხედვით – 2.4–ჯერ, რაც მსხვილი საწარმოების შედარებითი ეფექტურობის ინდიკატორად შეიძლება გამოდგეს.

მიუხედავად საქართველოში გატარებული ეკონომიკური რეფორმებისა და ბიზნესის დაწყებისათვის პირობების გაუმჯობესებისა, ქვეყანაში ჯერჯერობით უაღრესად დაბალია საშუალო და მცირე ბიზნესის წილი. უფრო მეტიც, ბოლო წლებში მსხვილი ბიზნესის მოცულობა არა თუ შემცირდა, არამედ გაიზარდა კიდევ რაზეც ქვემოთ ცხრილი იძლევა წარმოდგენას

მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის წილი საქართველოში

2003–2008 წლებში

(პროცენტობით მთელ მოცულობასთან)

	2003	2007	2008
ბრუნვა საწარმოთა ზომის მიხედვით			
–მსხვილი	76.0	85.5	83.9
–საშუალო	10.4	9.2	7.9
–მცირე	13.6	5.3	8.2
პროდუქციის გამოშვება საწარმოთა ზომის მიხედვით			
–მსხვილი	79.4	83.9	83.2
–საშუალო	11.2	10.8	8.5
–მცირე	9.4	5.3	8.3
დასაქმებულები საწარმოთა ზომის მიხედვით			
–მსხვილი	49.4	55.9	60.3
–საშუალო	23.3	25.4	18.5
–მცირე	27.3	18.7	21.2
დასაქმებულთა შრომის ანაზღაურება საწარმოთა ზომის მიხედვით			
–მსხვილი	143.0	132.8	123.6
–საშუალო	61.8	61.5	66.8

-მცირე	41.8	42.8	51.3
--------	------	------	------

საქმიანობის სახეების მიხედვით მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ *ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი* და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი - 48.0 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა – 16.0 პროცენტი,
- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა – 15.9 პროცენტი,
- მშენებლობა – 6.6 პროცენტი,
- ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება – 4.6 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ დამამუშავებელი მრეწველობა და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- დამამუშავებელი მრეწველობა – 29.7 პროცენტი,
- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა – 20.6 პროცენტი,
- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი – 14.6 პროცენტი,
- მშენებლობა – 13.4 პროცენტი,
- ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება – 6.3 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით, მთლიან ბრუნვასა და პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში, ისევე როგორც დასაქმებულთა მიხედვით, პრევალირებს ქალაქი თბილისი. მისი წილი აღნიშნული ინდიკატორების მთლიან მოცულობაში თითქმის 3–ჯერ აღემატება საქართველოს დედაქალაქის წილს ქვეყნის მთელ მოსახლეობაში. ქ. თბილისზე მოდის ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა ნახევარზე მეტი (54.8 პროცენტი), იმერეთზე – 10.9 პროცენტი, აჭარაში – 8.1 პროცენტი. ამასთან, შრომის მწარმოებლურობა თბილისში 2.2–ჯერ და მეტად აღემატება მის დონეს დანარჩენ საქართველოში და 1/3–ით – საშუალო ქვეყნისმიერ მაჩვენებელს.

მსხვილი ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2008 წელს მსხვილ საწარმოებზე მოდიოდა საწარმოთა საერთო ბრუნვის თითქმის 84 პროცენტი, ანუ 8 პროცენტული პუნქტით მეტი 2003 წელთან შედარებით.

იმავე პერიოდში მსხვილ საწარმოთა წილი პროდუქციის გამოშვებაში გაიზარდა 3.8 პროცენტული პუნქტით და 83.2 პროცენტი შეადგინა.

მსხვილ საწარმოებში მოდის ინვესტიციების 4/5–ზე მეტი.

მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 198823 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 60.3 პროცენტი)

შეადგინა, რომელთაგან 35.9 პროცენტი ქალია, ხოლო 64.1 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 198084 პირი.

მსხვილ საწარმოებში საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 687.5 ლარი შეადგინა (მათ შორის, ქალების - 508.7 ლარი).

საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი - 48.8 პროცენტი,
- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა - 16.9 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა - 16.2 პროცენტი,
- მშენებლობა - 6.3 პროცენტი,
- ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება - 5.4 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ დამამუშავებელი მრეწველობა და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- დამამუშავებელი მრეწველობა - 30.5 პროცენტი,
- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა - 23.3 პროცენტი,
- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი - 14.6 პროცენტი,
- მშენებლობა - 12.9 პროცენტი,
- ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება - 7.4 პროცენტი.

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, საქმიანობის სახეების მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა - 20.9 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა - 19.0 პროცენტი,
- ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება - 14.0 პროცენტი,
- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი - 13.9 პროცენტი,
- მშენებლობა - 10.7 პროცენტი.

განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის საქმიანობის სახეების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებულ ქალთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` – 30.5 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 17.1 პროცენტი,
- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 15.4 პროცენტი,
- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 13.7 პროცენტი,
- `ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება` – 8.7 პროცენტი.

დასაქმებულ კაცთა მთლიან რაოდენობაში კი პრევალირებენ `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 25.0 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 20.0 პროცენტი,
- `მშენებლობა` – 15.8 პროცენტი,
- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 13.0 პროცენტი,
- `ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება` – 9.6 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 76.6 პროცენტი,
- იმერეთი – 5.8 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი 5.6 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 4.1 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 2.7 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მსხვილ საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 64.0 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 10.8 პროცენტი,
- იმერეთი – 7.7 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 4.5 პროცენტი,
- შიდა ქართლი – 4.1 პროცენტი.

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობას, რეგიონების მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 65.1 პროცენტი,
- იმერეთი – 8.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.2 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 6.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 4.4 პროცენტი.

მცირედ განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით მსხვილ ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის რეგიონების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებული ქალები:

- ქალაქი თბილისი – 64.4 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 7.7 პროცენტი,
- იმერეთი – 7.5 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.2 პროცენტი,
- კახეთი – 3.7 პროცენტი.

დასაქმებული კაცები:

- ქალაქი თბილისი – 65.5 პროცენტი,
- იმერეთი - 8.4 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.2 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 6.0 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 5.1 პროცენტი.

საშუალო ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2008 წელს საშუალო ზომის საწარმოებზე მოდიოდა საწარმოთა საერთო ბრუნვის თითქმის 8 პროცენტი, ანუ 3.5 პროცენტული პუნქტით ნაკლები 2003 წელთან შედარებით.

იმავე პერიოდში საშუალო ზომის საწარმოთა წილი პროდუქციის გამოშვებაში შემცირდა 2.7 პროცენტული პუნქტით და 8.5 პროცენტი შეადგინა.

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2008 წელს საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 60909 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 18.5 პროცენტი) შეადგინა, რომელთაგან 49.3 პროცენტი ქალია, ხოლო 50.7 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 59782 პირი.

საშუალო საწარმოებში საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 371.9 ლარი შეადგინა (მათ შორის, ქალების – 261.0 ლარი).

საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი – 37.9 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა – 15.7 პროცენტი,
- ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა – 15.1 პროცენტი,
- მშენებლობა – 12.1 პროცენტი;

- ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა- 7.3 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ `დამამუშავებელი მრეწველობა` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- დამამუშავებელი მრეწველობა – 26.7 პროცენტი,
- მშენებლობა – 21.6 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა – 13.7 პროცენტი.
- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი – 10.0 პროცენტი,
- ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება- 9.7 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება – 33.2 პროცენტი,
- დამამუშავებელი მრეწველობა` – 15.1 პროცენტი,
- მშენებლობა` – 11.4 პროცენტი,
- განათლება` – 10.1 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა – 8.4 პროცენტი.

განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის საქმიანობის სახეების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებულ ქალთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება – 53.7 პროცენტი,
- განათლება – 15.5 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 9.1 პროცენტი,
- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 5.0 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 4.1 პროცენტი.

დასაქმებულ კაცთა მთლიან რაოდენობაში კი პრევალირებენ `დამამუშავებელი მრეწველობა` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 21.0 პროცენტი,
- მშენებლობა - 20.8 პროცენტი,
- `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` – 13.4 პროცენტი,

- ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა – 12.6 პროცენტი,
- ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი – 9.3 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით საშუალო საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 62.3 პროცენტი,
- იმერეთი – 11.0 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 8.3 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 7.8 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 4.4 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით საშუალო საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 60.9 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 11.2 პროცენტი,
- იმერეთი – 7.9 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 7.7 პროცენტი.
- ქვემო ქართლი – 5.9 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 41.0 პროცენტი,
- იმერეთი – 13.9 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 10.7 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 10.4 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 7.0 პროცენტი,

მსგავსი ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით საშუალო ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის რეგიონების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებული ქალები:

- ქალაქი თბილისი – 41.4 პროცენტი,
- იმერეთი – 13.6 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 10.3 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 8.6 პროცენტი.
- ქვემო ქართლი – 5.9 პროცენტი,

დასაქმებული კაცები:

- ქალაქი თბილისი – 40.6 პროცენტი,
- იმერეთი – 14.3 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 12.8 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 10.6 პროცენტი,

- ქვემო ქართლი – 8.1 პროცენტი.

მცირე ბიზნესი

ოფიციალურად დეკლარირებული მონაცემებით, 2008 წელს მცირე ზომის საწარმოებზე მოდიოდა საწარმოთა საერთო ბრუნვის 8.2 პროცენტი, ანუ 5.4 პროცენტული პუნქტით ნაკლები 2003 წელთან შედარებით.

იმავე პერიოდში საშუალო ზომის საწარმოთა წილი პროდუქციის გამოშვებაში შემცირდა 1.1 პროცენტული პუნქტით და 8.3 პროცენტი შეადგინა.

2008 წელს მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანმა რაოდენობამ 69979 პირი (ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 21.2 პროცენტი) შეადგინა, რომელთაგან 41.8 პროცენტი ქალია, ხოლო 58.2 პროცენტი - კაცი. დასაქმებულთაგან დაქირავებულია 55150 პირი.

მცირე საწარმოებში საშუალო თვიურმა ხელფასმა - 285.7 ლარი შეადგინა (მათ შორის, ქალების – 199.1 ლარი).

საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 53.9 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 14.3 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 11.4 პროცენტი,
- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 6.3 პროცენტი,
- `მშენებლობა` – 5.0 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ `დამამუშავებელი მრეწველობა` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 24.4 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 22.1 პროცენტი,
- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 19.2 პროცენტი,
- `მშენებლობა` – 9.9 პროცენტი,
- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 7.2 პროცენტი.

საქმიანობის სახეების მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 29.5 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 16.5 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 15.8 პროცენტი,
- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 6.6 პროცენტი,
- `მშენებლობა` – 6.5 პროცენტი.

განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის საქმიანობის სახეების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებულ ქალთა მთლიან რაოდენობაში პრევალირებენ `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` და სხვა სექტორები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 36.6 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 13.9 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 11.0 პროცენტი,
- `ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება` – 10.7 პროცენტი,
- `სასტუმროები და რესტორნები` – 9.0 პროცენტი.

დასაქმებულ კაცთა მთლიან რაოდენობაში კი შემდეგი ვითარებაა:

- `ვაჭრობა; ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტი` – 24.5 პროცენტი,
- `დამამუშავებელი მრეწველობა` – 19.3 პროცენტი,
- `ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევა` – 18.3 პროცენტი,
- `მშენებლობა` – 10.0 პროცენტი,
- `ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა` – 8.0 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მცირე საწარმოთა მთლიან ბრუნვაში პრევალირებენ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 47.7 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 12.9 პროცენტი,
- იმერეთი – 10.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 8.8 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.0 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მცირე საწარმოთა პროდუქციის მთლიან გამოშვებაში პრევალირებენ კვლავ ქალაქი თბილისი და სხვა რეგიონები შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 54.1 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 12.7 პროცენტი,

- იმერეთი – 10.5 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 6.1 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 3.8 პროცენტი.

რეგიონების მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის განაწილება ხასიათდება შემდეგი თანმიმდევრობით:

- ქალაქი თბილისი – 37.7 პროცენტი,
- იმერეთი – 16.3 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 10.4 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 8.6 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 7.7 პროცენტი.

მცირედ განსხვავებული ტენდენციაა ცალკეული სქესის მიხედვით მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის რეგიონების მიხედვით განაწილებაში:

დასაქმებული ქალები:

- ქალაქი თბილისი – 39.2 პროცენტი,
- იმერეთი – 14.0 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 9.5 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 9.3 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 8.2 პროცენტი.

დასაქმებული კაცები:

- ქალაქი თბილისი – 36.6 პროცენტი,
- იმერეთი – 18.0 პროცენტი,
- აჭარის ა.რ. – 11.1 პროცენტი,
- ქვემო ქართლი – 8.9 პროცენტი,
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი – 6.5 პროცენტი.

12. მეწარმეობის მასტიმულირებელი პოლიტიკა

სწავლების მიზანი:

მე-12 თავის გაცნობის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- ახსნათ მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი პოლიტიკის აუცილებლობა;
- განასხვავოთ მცირე და საშუალო ბიზნესისა და მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკა;
- განსაზღვროთ პოლიტიკის ძირითადი მიზნები. მოახდინოთ მათი კლასიფიკაცია მოკლევადიანი და გრძელვადიანი პერიოდებისთვის;

- განასხვავოთ მეწარმეობაზე მოთხოვნისა და მიწოდების პოლიტიკა;
- განსაზღვროთ სხვადასხვა სახის პოლიტიკის მანქენებლები და შეაფასოთ მათი ეფექტიანობა.

მეწარმეობის შესახებ მოცემული თეორიული შესავალის დასკვნით ნაწილში ვისაუბრებთ სახელმწიფო პოლიტიკის შესახებ. ამ მიზნით ვაჩვენებთ, თუ რატომ და რა სახითაა მეწარმეობა სასარგებლო ინდივიდებისა და საზოგადოებისათვის მთლიანად.

საამისოდ ჩვენ უნდა ჩამოვაყალიბოთ ის თეორიული მოსაზრებები, რომლებიც გამოიყენებოდა მეწარმეობის სტიმულირების მიზნით. საწყისი კომენტარის სახით მნიშვნელოვანია ხაზი გავუსვათ, რომ სამეწარმეო პოლიტიკა პრაქტიკაში უფრო მეტად იყო ორიენტირებული მცირე და საშუალო ბიზნესზე, ვიდრე მეწარმეობაზე. ეს ნიშნავს, რომ მთავრობა ძირითადად ყურადღებას ამახვილებდა მცირე და საშუალო ბიზნესის შექმნასა და მათი სიმყარის განმაპირობებელ ღონისძიებებზე, ვიდრე სიახლეებზე ან ცოდნაზე, რომელსაც ეყრდნობა მეწარმეობა. რა თქმა უნდა არის ისეთი ღონისძიებები, რომლებიც მხარს უჭერენ ასეთ ქმედებებს, მაგრამ საზოგადოდ, მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერას აქვს უფრო სწრაფი მოკლევადიანი შედეგები.

აღნიშნულიდან გამომდინარე სახელმწიფო პოლიტიკა კრიტიკას იმსახურებს იმ მხრივ, რომ მთავრობები ხშირად მხარს უჭერენ მოკლევადიან შედეგებს, ვიდრე გრძელვადიან ზრდას. ამის მიზეზი კი ზოგიერთი კრიტიკოსის აზრით ისაა, რომ ასეთი შედეგები აუცილებელია პოლიტიკური მიზნებისთვის.

12.1 რატომაა საჭირო პოლიტიკა?

ლიბერალურ ეკონომიკაზე მსჯელობის ფარგლებში პირველი რიგის საკითხია, ის თუ, რატომაა საჭირო სამთავრობო პოლიტიკა მცირე და საშუალო ბიზნესისა და მეწარმეობის მხარდასაჭერად? საზოგადოდ ცნობილია, რომ ლიბერალთა მოსაზრებით ბაზარი თავისთავად, დამოუკიდებლად პოულობს პრობლემების გადაჭრის ოპტიმალურ გადაწყვეტას და მის ფუნქციონირებაში ნებისმიერი ჩარევა შლის ანალოგებს დიდ და მცირე ბიზნესს შორის.

ბაზრის უუნარობის აშკარა გამოვლინების დროს, აუცილებელია თითოეული ეკონომიკისათვის დამახასიათებელი პრობლემების შეცნობა შესაბამისი ბაზრის ფარგლებში. ამასთან, სასურველი და მისაღებია სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელება და ბაზრის ფუნქციონირებაში ჩარევა მოხდეს მხოლოდ მაშინ, როცა ამ პოლიტიკის მოსალოდნელი შედეგები იქნება უფრო მაღალი, ვიდრე მისი განხორციელების დანახარჯები (ბიუროკრატიული დანახარჯები) (*D.J.Storey 2000*).

მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი პოლიტიკის განხორციელების დროს მთავრობები აცხადებენ, რომ ახალი ფირმები აუცილებელია დასაქმების გაზრდის მიზნით. გარდა ამისა, ისინი ამტკიცებენ, რომ მცირე ბიზნესს უნდა მხარდაჭერა იმის გამო, რომ გაუძლოს კონკურენციას სამთავრობო რეგულირების შედეგად გაზრდილი დანახარჯების გამო.

თანამედროვე პირობებში ეკოლოგიის, სამუშაო ძალისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის ღონისძიებების თვალსაზრისით რეგულირების მოთხოვნები სულ უფრო და უფრო მკაცრი ხდება. ასეთ პირობებში მცირე ფირმები ვერ ახერხებენ გამოიყენონ მასშტაბის ეკონომია თავის საქმიანობაში. ერთეულ პროდუქტზე დანახარჯები გაცილებით მაღალია, ვიდრე მსგავსი ერთეულის ღირებულება დიდი ფირმებისთვის.

ამგვარად, ერთი რამ შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ მცირე ბიზნესის მხარდასაჭერად მოცემული ორივე არგუმენტი ფოკუსირებულია დასაქმების ხელშეწყობაზე. იგი ითვლება მთავარ სოციალურ ასპექტად ყველა ეკონომიკურ სისტემებს შორის. და ეს იმის გამოა, რომ იგი გაზომვადია და ასახავს ქვეყანაში კეთილდღეობის დონეს.

აღნიშნულის გამო, ხშირად ეს კრიტიკული პრობლემაა მთავრობებისა და მათი საარჩევნო პოლიტიკისათვის. მაგალითის სახით განვიხილოთ დიდი ბრიტანეთის შემთხვევა, სადაც მარგარეტ ტეტჩერის მიერ განხორციელებული მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის პოლიტიკის გატარების შედეგად დრამატულად გაიზარდა უმუშევრობა იმ ადამიანებს შორის, რომლებიც მუშაობდნენ დიდ ფირმებში.

მეორე მხრივ, ინოვაციებსა და ცოდნაზე დაფუძნებული სამეწარმეო პოლიტიკა მისაღებია ყველა პარტიისთვის. გრძელვადიანი ეკონომიკური ზრდის ვალდებულება, ცოდნის ახალი თაობის გამოყენების საშუალებით არის ყველა განვითარებული სისტემის საფუძველი და მიზანი – განვითარებადებისთვის. კვლევების, ტექნოლოგიური ინკუბატორების ფუნქციონირებადებისთვის.

რების ხელშემწყობი ღონისძიებები და სხვა მსგავსი მოქმედებები დღის წესრიგში ყოველთვის დგას. თუმცა მთავრობის ერთი უფლებამოსილების ვადაში მათი მოქმედების შედეგები მოკრძალებულია.

12.2 მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკის მიზნები

მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი სამთავრობო პოლიტიკის კრიტიკის დროს დ. ჯ. სტორი (*D.J.Storey 2000*) აღნიშნავს, რომ ესაა უნიკალური შესაძლებლობა გაიზარდოს მთავრობის მომხრე ამომრჩეველთა რიცხოვნობა. საზოგადოდ ყველა დემოკრატიულ სისტემაში ეს ძირითადი ჭეშმარიტებაა. იგი არ არის ნეგატიური ელემენტი მანამ, ვიდრე არ იქნება გამოყენებული ავადმყოფი ეკონომიკის მხოლოდ გარეგნული, ფასადური შენიღბვის მიზნით.

დ. ჯ. სტორის მიერ ჩამოყალიბებული იქნა მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი პოლიტიკის შუალედური და საბოლოო მიზნები (ცხრილი 12.1)

ცხრ. 12.1 მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი პოლიტიკის შუალედური და საბოლოო მიზნები

	შუალედური		საბოლოო
1	დასაქმების ამაღლება	-	დასაქმების ამაღლება
		-	უმუშევრობის შემცირება
2	დამწვებთა რიცხოვნობის გაზრდა	-	დამწვებთა რიცხოვნობის გაზრდა
		-	ფირმების რიცხვის გაზრდა
3	კონსულტანტების გამოყენების სტიმულირება	-	კონსულტანტების გამოყენების სტიმულირება
		-	ფირმების სწრაფი ზრდა
4	კონკურენციის გაზრდა	-	კონკურენციის გაზრდა
		-	კეთილდღეობის ამაღლება
5	ბაზრის ეფექტიანობის ამაღლება	-	ბაზრის ეფექტიანობის ამაღლება
		-	კეთილდღეობის ამაღლება

6	ტექნოლოგიების გავრცელების ხელშეწყობა	- ტექნოლოგიების გავრცელების ხელშეწყობა - კეთილდღეობის ამაღლება
7	კეთილდღეობის ამაღლება	- მხარდამჭერთა ხმები არჩევნებში

ცხრილის 12.1 საშუალებით შესაძლებელია დაინახოთ, რომ მთავრობები იყენებენ ამ პოლიტიკის მიმართულებებს, საიმისოდ, რომ მიაღწიონ სოციალური უზრუნველყოფის ზრდას ინდივიდთა პირადი კეთილდღეობის ამაღლების გზით. პირადი კეთილდღეობის ამაღლება ერთი მხრივ, იწვევს მომხმარებელთა მსყიდველობითი უნარის ამაღლებას და შემდგომში ხელს უწყობს ეკონომიკურ ზრდას, ხოლო მეორე მხრივ, წარმატებული პოლიტიკის წარმართვისათვის „აჯილდოებს“ მთავრობას ხელახალი არჩევით.

ამ მაგალითით შეგვიძლია შევიცნოთ ცოდნაზე დაფუძნებული მეწარმეობის მიზნები, როგორცაა ტექნოლოგიების გავრცელების ხელშეწყობა და ზრდის პოტენციალი. აღნიშნული ცხრილი ასევე ასახავს იმ პოლიტიკის მიმართულებებს, რომელსაც იყენებს ევროკავშირი. მას თავის მხრივ აქვს კონკურენციის, საწარმოო ჯაჭვის გაძლიერების და დასაქმების ხელშეწყობის მიზნები (დე კონინგი და სხვები 1992). თუმცა, ბოლო წლებში ევროკავშირი ნერგავს პოლიტიკას, რომელიც უფრო მეტად მიმართულია სიცოცხლისუნარიან სამეწარმეო რისკზე, ვიდრე მცირე და საშუალო ბიზნესის შექმნაზე. ეს პოლიტიკა „ცოდნის საზოგადოების დოგმის“ ნაწილია, რომელიც ყურადღებას ამახვილებს განათლებისა და მთელი სიცოცხლის მანძილზე სწავლის პოლიტიკაზე.

12.3 სამეწარმეო აზროვნების მიწოდების პოლიტიკა

ამგვარად, თუ ჩვენ ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, გავაკრიტიკებთ სამთავრობო პოლიტიკის მოკლევადიან ხედვას მცირე და საშუალო ბიზნესის ფორმირებაზე და ამასთანავე, მივიღებთ ევროკავშირის ახლებურ მიდგომას, შეგვიძლია პოლიტიკა ორ ძირითად მიმართულებად დაგაჯგუფოთ.

პირველია ისეთი პოლიტიკა, რომელიც მიმართული იქნება სამეწარმეო აზროვნების, განწყობის და ამ მიმართულებით იდეების მიწოდების სტიმულირებისაკენ. აქ იგულისხმება ეკონომიკაში სამეწარმეო აზროვნების ამაღლება, მომავალში რისკისადმი მზადყოფნის მქონე ინდივიდთა რიცხოვნობის გაზრდა. გარდა ამისა, აქვე აუცილებლად გათვალისწინებული უნდა იყოს ახალი ცოდნის მიღებისა და ტექნოლოგიების განვითარების მხარდაჭერა.

სამეწარმეო აზროვნების მქონე ინდივიდთა მიწოდების უზრუნველყოფის შემდგომ, ჩვენ შეგვიძლია მათი მიზნების ადეკვატური საქმიანობის მხარდაჭერის პოლიტიკის განხორციელება. ასეთი პოლიტიკა გულისხმობს სამეწარმეო კულტურისა და უნარ-ჩვევათა განვითარებისადმი მოქნილ მიდგომას. ეს შეიძლება რთული აღმოჩნდეს იმ ქვეყნებისთვის, რომელთა კულტურა განწყობით ანტისამეწარმეოა, სადაც მეწარმე ფასდება, უფრო მეტად გარიყულია საზოგადოებაში, ვიდრე – აღიარებული გმირი.

სამეწარმეო აზროვნების ხარისხისა და კულტურის ამაღლების მიზნით სასურველია საგანმანათლებლო სისტემაში ჩარევა და სამეწარმეო განათლების ინიციატივების დანერგვა. ამგვარად, მურდუკუტასი და სხვები (*Mourdoukoutas*, 2004) გვთავაზობენ სამეწარმეო უნარისა და პოტენციალის ამაღლების პოლიტიკის განხორციელების შემდეგ მიმართულებებს:

- სამეწარმეო კულტურის შექმნა
 - საგანმანათლებლო მხარდაჭერა;
 - მეწარმეობასთან დაკავშირებული ინსტიტუტების მხარდაჭერა;
 - მენტორული ინიციატივების მხარდაჭერა;
 - განათლება და სიცოცხლის მანძილზე სწავლება;
 - სამუშაო ძალის მოქნილობა და იმიგრანტთა დასაქმება;
 - მაღალი ტექნოლოგიების ცოდნის შექმნა და მხარდაჭერა;
 - კაპიტალის ხელმისაწვდომობა;
 - სამეცნიერო-კვლევითი ინიციატივების მხარდაჭერა;
- საავტორო უფლებებისა და პატენტების დაცვა.

აღნიშნული პოლიტიკის მიმართულებები ერთდროულად და გრძელვადიანი პერიოდით არასოდეს ყოფილა აპრობირებული და ამის გამო, რთულია მათი შეფასება. საამისოდ საჭიროა ვალდებულებებისა და

მტკიცე მუშაობის ათწლეულები მეწარმეობისადმი განწყობისა და საგან-მანათლებლო ცვლილებების განსახორციელებლად. თუმცა, ყოველწლიური საინფორმაციო გამოშვებების მოკლე მიმოხილვებში (*GEM*) ნაჩვენებია, რომ ქვეყნებმა სამეწარმეო აზროვნების ამადლებით გაზარდეს ერთობლივი სამეწარმეო საქმიანობა (*TEA*). აქედან გამომდინარე პოლიტიკის ეს მიმართულება მნიშვნელოვანია ეკონომიკის ზრდისთვის.

ზემოაღნიშნულიდან შეგვიძლია დავინახოთ, რომ სამეწარმეო საქმიანობის ეფექტიანობისადმი მზადება მოიცავს მრავალმხრივ მიდგომას ფირმების ამოქმედებისათვის სასურველი გარემოს შესაქმნელად. ეს ახალი პროდუქტის მისაღებად მიწის კულტივირების პროცესის მსგავსია. ამ დროს უნდა მოვემზადოთ ჩვენც და ნიადაგიც, საიმისოდ, რომ დავრგოთ მცენარე და მივიღოთ მისი ნაყოფიერების სრული პოტენციალი.

12.4 მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობ

პოლიტიკაზე მოთხოვნა

მეწარმეობისათვის სასურველი გარემოს ფორმირებითა და მომავალი მეწარმეების რიცხოვნობის გაზრდის შემდგომ, ჩვენ შეგვიძლია განვახორციელოთ ამ ადამიანთა მხარდაჭერის პოლიტიკა. ეს პოლიტიკა იზიარებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის მიზნებს, რომელიც წინასწარაა მოცემული. თუმცა ფიქრობენ, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პოლიტიკას შეუძლია ძალიან ცოტა, თუკი ჩვენ არ გვაქვს სამეწარმეო კულტურის პოტენციალი, რომ ის კარგად იქნეს გამოყენებული. ამგვარად, ჩვენ შეგვიძლია გვქონდეს პოლიტიკა თითოეული მიზნისათვის:

- რისკის შემცირება
 - საგადასახადო შეღავათები;
 - ახალი ფირმების ფინანსური მხარდაჭერა;
 - სესხის საგარანტიო სქემები;
 - მაკროეკონომიკური სტაბილურობა;
 - საკონსულტაციო სქემების მხარდაჭერა.
- სამეწარმეო პოტენციალის ზრდა
 - კლასტერებში გაწევრიანება;

- ექსპორტის მხარდაჭერა;
- ბიუროკრატიული ხარჯებისა და დაწესებული განაკვეთების შემცირება;
- პრივატიზაცია და სახელმწიფო მონოპოლიების დერეგულირება;
- კონკურენცია;
- ჩარევა საბაზრო დეფიციტების აღმოსაფხვრელად;
- რეგიონული პოლიტიკა და სამუშაო ძალით მდგრადი უზრუნველყოფა;
- მრჩეველთა სქემების მხარდაჭერა;
- სიცოცხლის მანძილზე სწავლება და პერსონალური განვითარება;
- ბიზნესის კავშირი საგანმანათლებლო და კვლევით დაწესებულებებთან.

ზემოაღნიშნულის ფარგლებში არის პოლიტიკის სხვა სპექტრი, რომელიც გამოყენებული იქნა რამდენიმე ქვეყანაში, მაგალითად როგორცაა: სიახლეების სფეროები, საქმიანი კავშირები, ტექნოლოგიის პარკები და სხვა. ეს ჩამონათვალი შეიძლება ჩავთვალოთ, როგორც მთლიანი პოლიტიკის შემადგენელი ქვე-პროდუქტები.

არ არსებობს ზემოაღნიშნული პოლიტიკის ინიციატივების მოკლე შეფასება. თუმცა, ზოგიერთმა გამოკვლევამ აჩვენა, რომ მხოლოდ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი პოლიტიკის არსებობა, საზოგადოებაში სამეწარმეო აზროვნების ამაღლების გარეშე, აუცილებლად იქნება მოკლევადიანი.

ს.ც. პარკერი (*S.C.Parker 2004*) გვთავაზობს მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდამჭერი პოლიტიკის კრიტიკას, რომელშიც მოცემულია რამდენიმე საინტერესო მოსაზრება. მაგალითად, სესხების საგარანტიო სქემები ძირითადად იმის გამოა პრობლემური, რომ ისინი არაა მიზნობრივად შერჩეული. სესხს იღებენ მხოლოდ ისინი, ვისაც მათი ათვისება შეუძლია. ამგვარად, ამ სქემებს არ შეუძლიათ დამატებითი კაპიტალის შეთავაზება. ამის გარდა არ არსებობს საგანმანათლებლო მაკონტროლებლები, რომლებიც შეაფასებდნენ ბიზნეს-გეგმების ხარისხს სუბსიდირების ან სესხების საგარანტიო სქემების შექმნის შემთხვევებში. აღნიშნულის გარდა, ს. ც. პარკერის (2004) გამოკვლევებში არ არის ნახვენები ფირმებისთვის ასეთი პოლიტიკის ეფექტიანობა. ზოგჯერ ფონდები ხელმისაწვდომი არაა. აქედან გამომდინარე არც დასაქმების ზრდა და არც მცირე და საშუალო ბიზნესის მდგრადობაა მიღწეული. ხელშეწყობის ერთი სფერო, რომელიც ფარ-

თოდაა აღწერილი ამ მკვლევარის ნაშრომში, ესაა პროფესიული კონსულტაციის მიღების მექანიზმი და მცირე ბიზნესის მფლობელის მხარდაჭერა.

დამატებითი საკითხავი¹

კლასტერი

ეკონომიკის განვითარების შესაბამისად დიდი ყურადღება ეთმობა ქვეყნების მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის კვლევას. საამისოდ განვითარებულ ქვეყნებში შექმნილია მსოფლიო მასშტაბის კვლევითი ინსტიტუტები და სასწავლო ცენტრები.

ასეთია მაგალითად, კონკურენტუნარიანობის ინსტიტუტი, რომელიც აკავშირებს და აერთიანებს კონკურენტუნარიანობის, კლასტერებისა და ინოვაციების მკვლევარ-პრაქტიკოსთა გლობალურ ქსელს (<http://www.competitiveness.org>). ამ ორგანიზაციაში გაერთიანებული ცნობილი მკვლევარები თანამედროვე ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებისას დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ ეკონომიკაში ეფექტიანად ფუნქციონირებადი კლასტერების აგებას. ვფიქრობთ საქართველოშიც მნიშვნელოვანია რაც შეიძლება სწრაფად დავიწყოთ ფიქრი ამ საკითხებზე. რა არის კლასტერი?

გამოჩენილი ამერიკელი მეცნიერის მ. პორტერის ნაშრომში „ერების კონკურენციული უპირატესობები“ მოცემულია ნაციონალური, სახელმწიფო და ადგილობრივი კონკურენტუნარიანობის თეორია მსოფლიო ეკონომიკის კონტექსტში. მასში წამყვანი როლი ეთმობა კლასტერების თეორიას. მ. პორტერმა იმ 10 ქვეყანაში, რომელთა ექსპორტი შეადგენდა მსოფლიო ექსპორტის 50%-ზე მეტს ადგილობრივი 3-3 მეცნიერის დახმარებით ჩაატარა ოთხწლიანი გამოკვლევა. მიღებული შედეგების შეჯამებისას მან დასკვნის სახით აღნიშნა, რომ „ყველაზე მნიშვნელოვანი კონკურენციული უპირატესობები გლობალურ ეკონომიკაში ხშირად აღმოცენდება კლასტერის ნიადაგზე.“

კლასტერი ესაა გეოგრაფიული ნიშნით კონცენტრირებული ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების, სპეციალიზებული და მომსახურების მიმწოდებლების, შესაბამისი დარგების ფირმათა ჯგუფები, აგრეთვე მათ საქმიანობასთან დაკავშირებული ორგანიზაციები (მაგ: უნივერსიტეტები, სტანდარტიზაციის სააგენტოები, სავაჭრო ორგანიზაციები და ა. შ.), განსაზღვრულ სფერო-

რობში კონკურენტები, მაგრამ ამასთან ერთობლივად მომუშავენი.

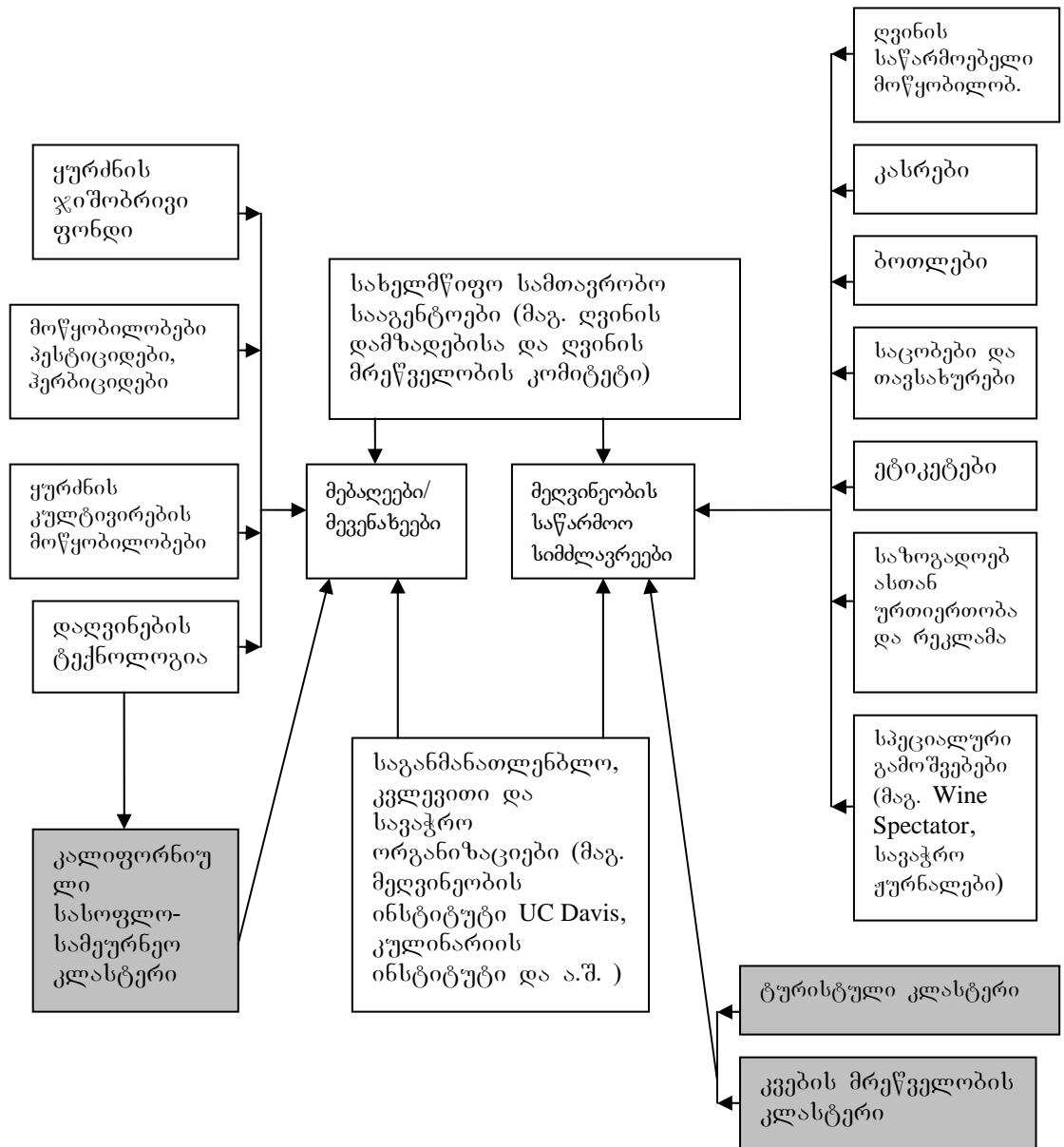
კლასტერი ქსელის ისეთი ფორმაა, რომელიც არის გეოგრაფიული რეგიონების ფარგლებში, სადაც ფირმებისა და ორგანიზაციების განლაგების სიახლოვე უზრუნველყოფს ერთობის გარკვეულ ფორმას და ამაღლებს ურთიერთქმედების სიხშირესა და ძალას. კლასტერი ხელს უწყობს მწარმოებლურობის ამაღლებას, არა მარტო წარმოების ფაქტორების შექმნითა და გადაზიდვით, არამედ ის უზრუნველყოფს ურთიერთშევესებას კლასტერის მონაწილეთა საქმიანობის სახეებს შორის.

საკითხის განხილვის გამარტივების მიზნით მოვიყვანთ კალიფორნიელ მეღვინეთა კლასტერის მაგალითს (სქემა №1)². იგი ვფიქრობთ ძალზე საინტერესო იქნება ისეთი ქვეყნისთვის, სადაც მსოფლიოში ღვინის წარმოების 3 ძირითადი მეთოდიდან 2 ჩამოყალიბდა.

სქემიდან №1 კარგად ჩანს, რომ ღვინის მეწარმეთა კალიფორნიული ჯგუფი მოიცავს არა მარტო ღვინის წარმოებას, არამედ მისი თანმდევი დარგების ფართო რიგს, რომელიც უზრუნველყოფს მხარდაჭერას როგორც ღვინის საწარმოებლად, ასევე ყურძნის მოსაშენებლად.

ყურძნის გაშენების გეგმაში ჩანს კლასტერისთვის დამახასიათებელი ძლიერი კავშირები, როგორც კალიფორნიის რესტორნების ინდუსტრიასთან და საკვები პროდუქტების დამზადებასთან (თანმდევი პროდუქტები), ასევე ტურისტულ კლასტერთან ნაპში. აქვეა ჩართულია კალიფორნიის უნივერსიტეტი ღვინისში, რომლის პროგრამა მევენახეობაში მსოფლიოშია ცნობილი, ასევე აქ ერთიანდებიან კალიფორნიის სენატისა და ასამბლეის სპეციალური კომიტეტები.

კლასტერებში წამოქმნილი კონკურენციული უპირატესობების საუკეთესო მაგალითებია: იტალიური მომინანქრებული ფილების და ფესსაცმლის წარმოება, იაპონური ნახევარგამტარების მოწყობილობები და ვიდეო მაგნიტოფონები, გერმანული მაღალმწარმოებლური მანქანები და ქიმიური მრეწველობა, შვეიცარული ბანკები და ფარმაცევტიკა. ამერიკული კომერციული თვითმფრინავები და კინოინდუსტრია.



სქემა №1. კალიფორნიულ მეღვინეთა კლასტერი და მისი კავშირი სხვა კლასტერებთან

განსხვავებული და მრავალფეროვანია კლასტერების წარმოშობის მიზეზები. მასაჩუსეტის შტატის მრავალი კლასტერი სათავეს იღებს ჰარვარდში წარმოებული კვლევებით. დანიური სატრანსპორტო კლასტერი, რომელიც ძლიერადაა დამოკიდებული ევროპის ცენტრში ყოფნასთან, წყალზე გადაზიდვების ქსელი როტერდამში და მისი ეფექტიანობა დაკავშირებულია იმ ცოდნაზე, რაც დანიელებმა ზღვაზე ცურვის ისტორიული გამოცდილებით დააგროვეს.

კლასტერები შეიძლება აღმოცენდეს უჩვეულო, რთული და მაღალი ადგილობრივი მოთხოვნის შედეგად. მაგალითად: ირიგაციული მოწვობილობების და სხვა პროგრესული სასოფლო - სამეურნეო ტექნოლოგიების

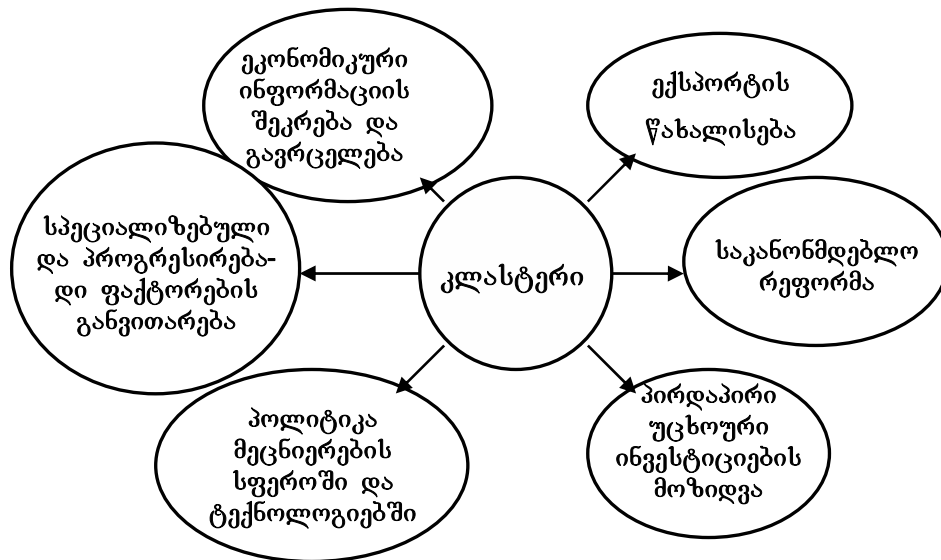
მწარმოებელი ისრაელის კლასტერი წარმოიშვა ქვეყნის სურვილის კვალობაზე უზრუნველყო საკუთარი თავი კვების პროდუქტებით უწყლობისა და ცხელ კლიმატურ პირობებში. გარემოსდაცვითი კლასტერი ფინეთში აღმოცენდა მისი დაბინძურების პრობლემის შედეგად, რომელიც გამოიწვია ადგილობრივი გადამამუშავებელი დარგების საქმიანობამ (მაგალითად: ლითონდამამუშავებელი და ხის მრეწველობა, ქიმიკატების წარმოება), ანალოგიურად აღმოცენდა კლასტერი დიდ პიტსბურგში.

სახოგადოდ, კლასტერის კონცეფცია იწვევს აზროვნების განსაკუთრებული ფორმის განვითარებას, მას შეუძლია პოლიტიკა მიმართოს მრავალ სფეროში, კერძოდ: მეცნიერებისა და ტექნოლოგიის განვითარებისკენ, განათლებასა და პროფესიულ მომზადებაზე, ექსპორტსა და უცხოურ ინვესტიციებთან თანამშრომლობასთან, რაც კარგადაა ნაჩვენები სქემაზე №2.³

ვფიქრობთ, სწორედ აზროვნების ეს კომპლექსური და ურთიერთშემავსებელი ფორმაა კლასტერების წარმატების გარანტი.

ზემოაღნიშნულის გარდა გვსურს ჩამოვაყალიბოთ ქვეყნის ეკონომიკის კლასტერების პრიზმაში ხედვის სხვა უპირატესობებიც, კერძოდ:

- კლასტერების კონცეფცია ეფუძნება ფირმებსა და რეგიონებს შორის კონკურენციის პროცესის უფრო ფართო ხედვას მწარმოებლურობის ზრდის საფუძველზე;
- კლასტერები კონკურენციულ ბრძოლაზე გავლენას ახდენენ სამი საშუალებით: 1. მასში შემავალი დარგებისა და ფირმების მწარმოებლურობის ამაღლებით; 2. ინოვაციებისადმი უნარის ამაღლებით; 3. ახალი ბიზნესის სტიმულირების საშუალებით;
- კლასტერები წარმოადგენენ მამოძრავებელ ძალას ექსპორტის გაზრდასა და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად, რაც დღეს საქართველოს მთავრობის ერთ-ერთ უპირველეს ამოცანას წარმოადგენს;



სქემა 2. კლასტერები და ეკონომიკური პოლიტიკა

- კლასტერების ფუნქციონირების გაუმჯობესებისა და მიმართულ სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციებს ერთდროულად მრავალი ფირმისთვის მოაქვთ წინსვლა; ინტერესდებიან ცნობილი ფირმები და მიმდინარეობს ერთგვარი საწარმოო ჯაჭვის შექმნა;
- კლასტერების მონაწილეთა უმრავლესობა ერთმანეთს არ უწევენ კონკურენციას უშუალოდ. უბრალოდ ისინი დარგის სხვადასხვა სეგმენტებს ემსახურებიან;
- ჯანმრთელ და სიცოცხლისუნარიან კლასტერში ფირმების საწყისი კრიტიკული მასა აძლიერებს თვითგაძლიერების პროცესს. გროვდება ინფორმაცია; ადგილობრივ ინსტიტუტებში იწყება სპეციალური მომზადება, მიმდინარეობს კვლევები, ვითარდება ინფრასტრუქტურა და მუშავდება შესაბამისი საკანონმდებლო ნორმები, ამასთან კლასტერი ხდება უფრო შესამჩნევი და იზრდება მისი პრესტიჟი.
- კლასტერების გადაკვეთა (მაგალითად: ხე-ტყის კლასტერის საბეჭდ-საგამომცემლო, სატრანსპორტო, სამშენებლო და მედვინეობის კლასტერებთან, ქალაქების დონეზე საკონფერენციო და სარესტორნო კლასტერებთან) გვიჩვენებს მათი განვითარების ახალ იმპულსებს, რაც ამცირებს ბიზნესში შესვლის ბარიერებს;
- როგორც კი კლასტერი ჩამოყალიბდება, ჯგუფში ყველა დარგებისადმი ურთიერთმხარდაჭერა აღმოცენდება;
- მწარმოებლები ან ინდივიდები, ვისაც აქვს საკუთარი იდეა, მიგრიბებენ

ზრდადი კლასტერის რეგიონში;

- კლასტერში შემავალ ფირმებს უფრო სწრაფად შეუძლიათ განსაზღვრონ სამომავლო მოთხოვნის ტენდენციები, ვიდრე მათ მეტოქე, ცალკეულ ფირმებს;
- კლასტერების არსებობას შეუძლია შეამსუბუქოს ცვალებად ეკონომიკურ პირობებზე ადგილობრივი ფირმების მორგების პროცესი, რაც უფრო მეტად ამცირებს ადგილობრივი ეკონომიკის რისკს;
- კლასტერის წევრობიდან გამომდინარე „სამოქალაქო ვალდებულების“ გრძნობა ფირმებს „აიძულებს“ გაცდნენ ვიწრო კერძომესაკუთრულ ინტერესებს, შედეგად კი, ყალიბდება ეფექტიანი მესაკუთრე.

12.5 პოლიტიკის განხორციელება

მაქსიმალური შედეგების მიღების მიზნით უკვე განვიხილეთ სამეწარმეო პოლიტიკის ხელშეწყობის მნიშვნელობა. საზოგადოდ, რეალურ ბიზნესში მაქსიმალური შედეგები უტოპიაა. თუმცა ამის მიუხედავად, მთავრობის მხრიდან მეწარმეებისა და მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი რესურსების მიმართვა გაუმართლებელი არაა. ამის გამო, აუცილებელია ხელშეწყობის პოლიტიკის გასატარებლად შესაბამისი გარემოს შექმნა.

პოლიტიკის დანერგვის სხვა მიმართულებები მოიცავენ სამუშაო ადგილთა ახალი თაობის წინასწარგანჭვრეტას. საზოგადოდ, მთავრობები უფრო მეტად ამახვილებენ ყურადღებას უმუშევრობის ღონის შემცირებაზე, ვიდრე ახალი სიცოცხლისუნარიანი სამუშაო ადგილების შექმნის უზრუნველყოფ ღონისძიებებზე. იგივე მოუქნელობას აქვს ადგილი სუბსიდირების შემთხვევაშიც, როცა თანხებისადმი ხელმისაწვდომობა თავისუფალია ყველა ფირმისათვის, მათი ზრდის უნარისა და შესაძლებლობების მიუხედავად. ორივე სიტუაცია შეიძლება დაუუკავშიროთ მოკლევადიან მიზნებს, როგორცაა პარტიული მომხრეები. ამის გარდა, მნიშვნელოვანია სპეციალიზებული პოლიტიკა, რომელიც აუცილებელია მრეწველობის სხვადასხვა სექტორებისათვის, განსხვავებული სიდიდის ფირმებისა და რეგიონებისათვის.

და ბოლოს, მნიშვნელოვანია ხაზი გავუსვათ იმ ფაქტს, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პოლიტიკა ძალიან განსხვავდება სამეწარმეო საქმიანობის ხელშემწყობი პოლიტიკისგან. მცირე და საშუალო

ბიზნესის მხარდაჭერის პოლიტიკა ყურადღებას მკაცრად ამახვილებს გარკვეული სიდიდის ფირმებზე, მაშინ როცა სამეწარმეო პოლიტიკა ნებისმიერი ზომის ფირმის ხელშეწყობის ღონისძიებებს შეიმუშავებს. ეს უკავშირდება ზრდის უნარს, რისკის მიღებას და ცოდნის თაობას.

მცირე და საშუალო ბიზნეს-ფირმების ნაკლები რაოდენობის მქონე ეკონომიკის პირობებშიც კი, ზემოაღნიშნული პოლიტიკით შესაძლებელია მოგების მიღება დიდი ფირმების შემთხვევაში, თუკი ისინი ეცდებიან შემოიღონ ინოვაციები. შედეგად გაუმჯობესდება სოციალური კეთილდღეობის დონე და არ შეიქმნება პრობლემური და სტატიკური მცირე ზომის საწარმოები. სწორედ ამის გამო, პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს მეწარმეობის განვითარების ყველა ბარიერის აღსაკვეთად.

სადისკუსიოდ:

- თქვენი აზრით საჭიროა თუ არა პოლიტიკა მეწარმეობის ხელშეწყობის მიზნით? დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრება.
- ეკონომიკის განვითარების დონიდან გამომდინარე განსხვავებულია თუ არა სამეწარმეო პოლიტიკა?
- თუკი პასუხისმგებელი იქნებოდით თქვენი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაზე, პოლიტიკის რომელ მაჩვენებელზე გაამახვილებდით ყურადღებას? რატომ?
- თვლით თუ არა ეთიკურად იმას, რომ სამთავრობო პოლიტიკის მიზანია არჩევნებში ხელახალი გამარჯვება? ხედავთ თუ არა რაიმე გამონაკლისებს?
- როგორია თქვენს ქვეყანაში სამეწარმეო აზროვნების მიწოდების ხელშემწყობი პოლიტიკა? რას გააკეთებდით მისი უფრო ეფექტიანად მართვის მიზნით?
- მაგალითიათვის აირჩიეთ მრეწველობის რომელიმე დარგი ან რეგიონი და მისთვის მოიფიქრეთ მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკა;
- რა განსხვავებაა მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობისა და მეწარმეობის განვითარების პოლიტიკას შორის?

II ნაწილის ბიბლიოგრაფია

- Aidis, R. (2003) *Entrepreneurs hip and Economic Transition*, Amsterdam, Tinbergen Institute discussion paper
- Aidis, R. (2005) *Entrepreneurs hip in Transition Countries: A Review*, KEINS Project
- Aidis, R. and Sauka, A. (2004) Assessing Moving Targets: Analyzing the Impact of Transition Stages on Entrepreneurship Development, *Ekonomika*, 69, pp. 1-21
- Audretsch, D.B., Keilbach, M.C. and Lehmann, E.E. (2006) *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford, Oxford University Press
- Baumol, W.J. (1990) Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive, *Journal of Business Venturing*, 11, pp. 3-22
- Chandler, A. (1990) *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge, Harvard University Press
- De Koning, A.C.P., Snijders, J.A.H. and Vianen, J.G. (1992) *SME Policy in the European Community*, paper presented at Gateways to Growth – Opportunities for Smaller Firms in the EC
- Dejardin, M. (2000) *Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction?*, The Institute for Development Strategies, Indiana University
- Holcombe, R.G. (1998) Entrepreneurship and Economic Growth, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 1, pp. 45-62
- Kalantaridis, C. (2007) Institutional Change in Post Socialist Regimes: Public Policy and Beyond, *Journal of Economic Issues*, XLI, pp. 435-442
- Karlsson, C., Friis, C. and Paulsson T. (2004) Relating Entrepreneurship to Economic Growth, *CESIS Electronic Working Papers*, paper 13
- Kuznetsov, A., and Kuznetsova O. (2003) Institutions, Business and the State in Russia, *Europe-Asia Studies*, 55, pp. 907-922
- Lucas, R.E. Jr (1988) On the Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, 22, pp. 3-42
- Mourdoukoutas, P., Papadimitriou, S, and Ioannidis A. (2004) *Entrepreneurship: Institutions and Policies* (in Greek), Athens, Klidarithmos
- North, D. (1997) *The Contribution of the New Institutional Economics to an Understanding of*

the Transition Problem, United Nations University/World Institute for Development
Economics Research Annual Lecture

Parker, S.C. (2004) *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, Cambridge,
Cambridge University Press

Romer, P. (1990) Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, 98, pp.
S71-S102

Solow, R.M. (1956) A Contribution to the Theory of Economic Growth, *Quarterly Journal of
Economics*, 70, pp. 65-94

Storey, D.J. (2000) *Understanding the Small Business Sector*, London, Thomson Learning

United Nations (2003) *Small and Medium Sized Enterprises in Countries in Transition*, Geneva,
United Nations Economic Commission for Europe

Van Stel, A., Carree, M. and Thurik, R. (2004) *The Effect of Entrepreneurship on National
Economic Growth: An Analysis Using the GEM Database*, SCALES-paper N200320, EIM
Business and Policy Research

Weitzman, M.L. (1998) Recombinant Growth, *Quarterly Journal of Economics*, 113, pp. 331-
360

Wennekers S. and Thurik, R. (1999) Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small
Business Economics*, 13, pp. 27-55

თსუ სტუდენტთა დეკლარაცია საქართველოში მეწარმეობის განვითარების შესახებ

ვხელმძღვანელობთ რა ღრმა რწმენით, რომ სამეწარმეო კულტურის განვითარების შედეგად სარგებელს მიიღებს ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკა და საზოგადოება. თსუ-ში მიღებული და პროექტში „მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში“ მონაწილეობით ჩვენი ცოდნის გაღრმავების საფუძველზე, ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სტუდენტებმა გადაგწყვიტეთ მოგვემზადებინა მიმართვა საქართველოს მთავრობისადმი დეკლარაციის ფორმით, რომელიც შეეხება საქართველოში მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი ღონისძიებების უზრუნველყოფას შემდეგი ძირითადი მიმართულებებით:

I. სამეწარმეო განათლების ღონის ამაღლების მიზნით:

1. სამეწარმეო განათლების მხარდამჭერი სამთავრობო პოლიტიკის გატარება და სახელმწიფო პოლიტიკის ერთ-ერთ პრიორიტეტად აღიარება;
2. სამეწარმეო განათლების ეროვნული სტრატეგიების შემუშავება და ამოქმედება განათლების მიღების ყველა ეტაპზე;
3. სათანადო ღონისძიებების გატარება სახელმწიფო, რეგიონული და ლოკალური მართვის დონეებზე. ეროვნული და რეგიონალური მთავრობების მჭიდრო ურთიერთთანამშრომლობა აღნიშნული მიმართულებით;
4. მმართველობითი ჯგუფის შექმნა სახელმწიფო დონეზე, სადაც სამოქალაქო ორგანიზაციების, ბიზნესის, სასწავლო დაწესებულებების, სტუდენტების და სხვა ორგანიზაციული ჯგუფების წარმომადგენლების აზრთა ურთიერთგაცვლით მიიღწევა რეალური პროგრესი სამეწარმეო განათლების ფორმირებაში;
5. სამეწარმეო განათლების განვითარების ხელშეწყობა ბოლონიის პროცესის ფარგლებში, მასწავლებელთა და სტუდენტთა მობილობის წახალისება ქვეყნებს, უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებს და კერძო სექტორებს შორის;

6. ევროპული ფონდებიდან დაფინანსებულ პროგრამებში სამეწარმეო განათლების პროექტების წახალისება. მაღალი შედეგების მისაღწევად ევროკავშირთან მჭიდრო თანამშრომლობა პროგრამების და პრიორიტეტების განსაზღვრის პროცესში;
7. სამეწარმეო განათლების დონის ამაღლების ხელშემწყობი საგანმანათლებლო დონისძიებების მყარი დაფინანსება და მხარდაჭერა;
8. უნივერსიტეტებთან კავშირების დამყარების მიზნით სამეწარმეო სუბიექტებისთვის მოქნილი ფისკალური, ფინანსური, საგადასახადო სტიმულების შემუშავება და ამოქმედება;
9. სამეწარმეო განათლების სფეროში პრაქტიკაზე დაფუძნებული სწავლების დანერგვა, სტუდენტების კონკრეტულ სამეწარმეო პროექტებში ჩართვის გზით;
10. მეწარმეობის პოპულარიზაციისკენ მიმართული საინფორმაციო აქციების ორგანიზება სკოლებში, ობოლთა თავშესაფრებში, საჯარო თავშეყრის ადგილებში.
11. მეწარმეობის ჩართვა საგანმანათლებლო პროგრამებში. კომპანიებთან და მეწარმეებთან სტუდენტების მჭიდრო თანამშრომლობის სტიმულირება;
12. მეწარმეობისა და საქმიანი ადამიანებისთვის პედაგოგიური უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში დახმარების გაწევა საგანმანათლებლო დაწესებულებების მხრიდან.

II. მეწარმეობის პოპულარიზაციის მიზნით:

13. მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების აქტივიზაცია შემდეგი მიმართულებით:
 - უმაღლესი სასწავლებლების მიერ ორგანიზებული წარმატებულ მეწარმეებთან შეხვედრების, ახალგაზრდა და წარმატებულ მეწარმეთა დაჯილდოვების დონისძიებების გაშუქება;
 - მეწარმეობასა და ბიზნესზე რეალური შოუების შექმნა;
 - მეწარმეთა ოჯახურ ცხოვრებაზე სატელევიზიო სიუჟეტების მომზადება, პრიორიტეტი „მეწარმე ჰალსტუხის გარეშე“;
 - სასამართლო პროცესის “მეწარმე-სახელმწიფო” წარმოდგენა მასობრივი საინფორმაციო საშუალებებით.

14. ბიზნეს-სტიმულირების, ბიზნეს-თამაშების დანერგვა, რომლებიც ხელმისაწვდომი იქნება ინტერნეტ-ქსელის ნებისმიერი მომხმარებლისთვის.

III. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მიზნით:

15. სახელმწიფოს მხრიდან მცირე და საშუალო სამეწარმეობის ტექნიკური და საკონსულტაციო უფასო მომსახურების უზრუნველყოფა;
16. სამთავრობო ღონისძიებების გატარების საფუძველზე მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის მოწინავე ტექნოლოგიის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა;
17. სახელმწიფო სუბსიდიების ხარჯზე მცირე ფირმებისთვის კადრების მომზადება;
18. საგარეო ბაზრებზე მცირე ფირმების გასვლისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა;
19. ქვეყანაში ანტიტრესტული კანონების რეალურად ამოქმედება მსხვილი კომპანიების კარტელიზაციის შეზღუდვის და მცირე მეწარმეობის განვითარების მიზნით;
20. დამწვები მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის შეღავათიანი კრედიტების დაწესება: ორიგინალური საქონლისა და მომსახურების მწარმოებელი ფირმების მთლიანად განთავისუფლება გადასახადებისგან 2-3 წლის მანძილზე. არსებული საქონლისა და მომსახურების გაუმჯობესებული მოდელის შეთავაზებისთვის საგადასახადო შეღავათების დაწესება;
21. მცირე და საშუალო საწარმოების პრობლემების გადაწყვეტით დაინტერესებული სპეციალური უწყების შექმნა სახელმწიფოს დონეზე;
22. ბიზნესმენტა ცალკეული ჯგუფებისთვის ვიწრო მიზნობრივი, მათი პროფილის შესაბამისი დახმარების პროგრამების შედგენა;
23. სახელმწიფოს ხელშეწყობით ბიზნეს ცენტრებში მცირე და საშუალო საწარმოების კონსულტაციის უზრუნველყოფა მარკეტინგის, საპატენტო

საქმის, ახალი ტექნოლოგიის დანერგვის ორგანიზაციის და სხვა საკითხებში;

24. მეწარმეთა ეკონომიკური თავისუფლების უზრუნველყოფა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა (მცირე საბითუმო ბირჟები, ბანკები შეღავათიანი რეჟიმით და სალიზინგო კომპანიები, საბროკერო ორგანიზაციები, სავალუტო და საფონდო ბირჟები, საინფორმაციო-საკონსულტაციო და აუდიტორული ფირმები, დამოუკიდებელი იურდიული კანტორები, სადაზღვეო კომპანიები და ა.შ).
25. სიცოცხლის მანძილზე სწავლების პროგრამების წახალისება, რომლის მიზანსაც სამეწარმეო საქმიანობაში ჩართული ადამიანების ცოდნისა და კვალიფიკაციის მუდმივი სრულყოფა წარმოადგენს.

დარწმუნებულნი ვართ, რომ ზემოთ აღნიშნული ღონისძიებების და პოლიტიკის შეგნებულად განხორციელება ნამდვილად ღირებულ შედეგებს გამოიწვევს. ეს შედეგები იქნება გრძელვადიანი და წვლილს შეიგანს არა მხოლოდ მეწარმეობის განვითარებაში, კონკურენტუნარიანობას ამაღლებასა და ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფაში, არამედ გააძლიერებს სოციალურ-ეკონომიკურ ინტეგრაციას და აამაღლებს ცხოვრების დონეს.

ვიმედოვნებთ, რომ ჩვენს დეკლარაციას, რომელიც ამ ქვეყნის ახალგაზრდობის გულწრფელ რწმენასა და მისწარფებებს გამოხატავს, ინტერესით მოეკიდება ყველა, ვისაც აქვს სათანადო მდგომარეობა იმისათვის, რომ ხელი შეუწყოს მის მიღებას და ამოქმედებას.

**ივ. ჯაფახიშვილის სახელობის თსუ სტუდენტების სახელით პროექტში
„მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში“
მონაწილე სტუდენტები**

თბილისი, 2008 წლის 25 ივნისი



პროექტის მონაწილეები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტიდან: სრული პროფ. რ. გველესიანი, ასოცირებული პროფ. ე. ლეკაშვილი, ასისტენტ-პროფ. მ. ნაცვალაძე, ასოცირებული პროფ. ჯ. ჯანჯღავა, ასოცირებული პროფ. ი. გაგნიძე, ასისტენტ-პროფ. მ. სურგულაძე, პროფ. ა. გაგნიძე.



სურათზე: ასოც. პროფ. ჯ. ჯანჯღავა (თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი), პროფ. დ. დესპოტისი (პირეუსის უნივერსიტეტის პრორექტორი, საბერძნეთი), პროფ. ჯ. ჰასიდი (პირეუსის უნივერსიტეტი, საბერძნეთი).



სურათზე : სრული პროფ. რ. გველესიანი, პროფ. ა. გაგნიძე, მ. სურგულაძე, ასისტენტ-პროფ. მ. ნაცვალაძე, ასოცირებული პროფ. ჯ. ჯანჯღაგა, პროფ. დ. დესპოტისი (პირეუსის უნივერსიტეტის პრორექტორი, საბერძნეთი), პროფ. ჯ. ჰასიდი (პირეუსის უნივერსიტეტი, საბერძნეთი), ასოცირებული პროფესორები ე. ლეკაშვილი და ი. გაგნიძე



სურათზე: პროფ. ჯ. ჰასიდი (პირეუსის უნივერსიტეტი, საბერძნეთი) და პროექტის მონაწილე სტუდენტები.