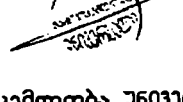
თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ომარ შურღაია

მცირე ბიზნესის საფუძვლები

- თეორია
- პრაქტიკა
- გამოცდილება
- **Резюме**
- **Summary**
- მცირე განმარტებითი ლექსიკონი
- საკანონმდებლო ბაზა

აკადემიური საბჭოს მიერ რეკომენდებულია
დამხმარე სახელმძღვანელოდ ეკონომიკური
პროფილის ფაკულტეტების სტუდენტებისათვის



გამომცემლობა „უნივერსალი"
თბილისი 2010

UDC (უაკ) 338. 22 (075. 8)
შშრლ – 954

ო. შშრლაია. მცირე ბიზნესის საშუალებები

თეორია. პრაქტიკა. გამოცდილება.
Резюме. Summary.
მცირე განმარტებითი ლექსიკონი.
საკანონმდებლო ბაზა

მეცნიერი რედაქტორი:

რევაზ გოგოხია – ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, პროფესორი

რედაქტორი:

გაგა შშრლაია – ვენეციის „კა' ფოსკარის" უნივერსიტეტის პროფესორი

რეცენზენტები:

† თამაზ ჩიკვაიძე – ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

იოსებ არჩვაძე – ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

ილია ნახუცრიშვილი – გარეკანის დიზაინი
ნანა დუმბაძე – კომპიუტერული უზრუნველყოფა

© ო. შშრლაია, 2010

გამომცემლობა „უნივერსალი", 2010

თბილისი, 0179, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge

ISBN 978-9941-12-986-5

ო. შურღაია. მცირე ბიზნესის საფუძვლები

თეორია. პრაქტიკა. გამოცდილება.
Резюме. Summary.
მცირე განმარტებითი ლექსიკონი.
საკანონმდებლო ბაზა

თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
დამხმარე სახელმძღვანელო. ქართულ ენაზე. პირველი გამოცემა.
გამომცემლობა „უნივერსალი".
თბილისი. 2010. 568 გვ.

წიგნს საფუძვლად დაედო მცირე ბიზნესის შესახებ 1993-2006 წლებში ჟურნალებში „ეკონომიკა", „მაკრო მიკრო ეკონომიკა", „სოციალური ეკონომიკა", „დემოგრაფია" და «Общество и экономика» (მოსკოვი) გამოქვეყნებული სტატიები, აგრეთვე, ამ საკითხებზე 2003 წელს საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის პაატა გუგუშვილის სახელობის ინსტიტუტში ეკონომიკურ მეცნიერებათა კანდიდატის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად დაცული დისერტაციის მასალები.

ნაშრომში დიდი ადგილი უპირავს ბიზნესის რაობის, ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობის, ეროვნული მეწარმეობის ჰუმანისტური ტრადიციების, ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრების კვლევას.

განხილულია მცირე ბიზნესის რაობა, ფუნქციები, შრომის მოტივაციის ფაქტორები და შრომითი ფასეულობები, ასევე, განვითარების ძირითადი ტენდენციები. დიდი ყურადღება ეთმობა მცირე მეწარმეობის ინსტიტუციური საფუძვლების – სტრუქტურის, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის საკითხების გაშუქებას, მისი მენეჯმენტისა და მარკეტინგის თავისებურებათა კვლევას, განვითარების პოტენციური რესურსების გამოვლენას, გაანალიზებულია გარდამავალი ეკონომიკის საკითხებზე ავტორის მიერ ან მისი უშუალო მონაწილეობით შედგენილი პროგრამებით ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევების შედეგები.

წიგნის სტრუქტურა უპასუხებს უმაღლესი სკოლის სასწავლო კურსის პროგრამებს. ერთვის ნაშრომში გამოყენებული ცნებებისა და ტერმინების, ასევე, საკვანძო სიტყვების მცირე განმარტებითი ლექსიკონი, აგრეთვე, საქართველოს ნორმატიული აქტები მცირე ბიზნესის განვითარების შესახებ.

ნაშრომი გარკვეულ დახმარებას გაუწევს როგორც უმაღლესი სასწავლებლების ეკონომიკური პროფილის სტუდენტ-ახალგაზრდობასა და პროფესორ-მასწავლებლებს, ისე პრაქტიკოს მუშაკებს, აგრეთვე, მცირე მეწარმეობის საკითხებით დაინტერესებულ მკითხველთა ფართო წრეს.

გამომცემლობა „უნივერსალი", 2010

თბილისი, 0179, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge

შინაარსი

წინათქმა 11

თავი I. კურსის საბანი და მისი შესწავლის მეთოდოლოგია 15

თავი II. ბიზნესის ძირითადი ნიშნები და თავისებურებანი 18
2.1. არსი, კლასიფიკაცია და მიზნები 18
2.2. ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობა 29
2.3. ქართული ბიზნესის ჰუმანისტური ტრადიციები 47

თავი III. მცირე ბიზნესი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში 81
3.1. რაობა და ფუნქციები 81
3.2. შრომის მოტივაციის ფაქტორები და შრომითი ფასეულობები 95
3.3. სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა 133
3.4. განვითარების ძირითადი ტენდენციები 140
3.5. ახალი მიმართულებანი და ფორმები 173

თავი IV. მცირე ბიზნესის ინსტიტუციური საფუძვლები 192
4.1. სისტემური სტრუქტურა 192
4.2. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები 205
4.3. სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის პოლიტიკა 216

თავი V. მცირე ბიზნესის მენეჯმენტი 236
5.1. სპეციფიკური თავისებურებები 236
5.2. წარმატება-წარუმატებლობის მიზეზები 245
5.3. მენეჯერული საქმიანობის სტილი 248
5.4. ტიპური შეცდომები 252
5.5. სოციალურ-პროფესიული პორტრეტი 256

თავი VI. მცირე ბიზნესის მარკეტინგი 261
6.1. მიზნები და ფუნქციები 261
6.2. მარკეტინგის კომპლექსის შემადგენელი ელემენტები. 268
6.3. მარკეტინგის კომპლექსის ჩამოყალიბება 277

თავი VII. მცირე ბიზნესის დაჩქარებული განვითარების ძანონზომიერებანი 280
7.1. ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრები 280
7.2. განსაკუთრებული სოციალურ-ეკონომიკური მისია ... 306
7.3. პრიორიტეტული სფეროები და სტიმულირების მექანიზმები 329

ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА. Теория. Практика. Опыт. Малый толковый словарь. Законодательная база (Резюме) 366

მცირე განმატრებითი ლექსიკონი 417

დანართი 523

საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ (1993 წლის 6 აგვისტო) 523
საქართველოს კანონი მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ (1999 წლის 23 ივლისი) 526
საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამის დამტკიცების შესახებ (2002 წლის 22 ივნისი) 534
საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამა 535
საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე (2002 წლის 4 ივლისი) 563
საქართველოს კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონის ძალადაკარგულად ცნობის თაობაზე (2006 წლის 24 მაისი) 566

წინათქმა

ქართული ეკონომიკური ლიტერატურა განებივრებული არ არის მცირე ბიზნესისადმი მიძღვნილი საფუძვლიანი არც მონოგრაფიული გამოკვლევებით და არც სასწავლო ლიტერატურით. საჭიროება კი ერთისაც და მეორისაც ძალიან დიდია.

ამ ხარვეზის შევსების საკმაოდ წარმატებულ მცდელობას წარმოადგენს ეკონომიკის აკადემიური დოქტორის ო. შურღაიას წინამდებარე კაპიტალური ნაშრომი „მცირე ბიზნესის საფუძვლები". სრულიად გადაუჭარბებულად შეიძლება ითქვას, რომ იგი მცირე მეწარმეობისადმი მიძღვნილი ენციკლოპედიური ხასიათის გამოკვლევაა, რადგანაც ამ პრობლემის თითქმის ყველა ასპექტს აშუქებს, თანაც, — მაღალპროფესიულ დონეზე. ეს არ იყო ადვილი საქმე, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ბიზნესის (და, ცხადია, მცირე ბიზნესისაც) ფენომენი ჩვენთვის, საბჭოთა პერიოდში დაბადებულ და აღზრდილ თაობათა წარმომადგენლებისათვის, უცხო იყო, რამდენადაც მას არ ჰგუობდა საბჭოთა სოციალისტური სისტემა. იგი მხოლოდ ჩვენს სინამდვილეში, გასული საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისიდან იდგამს ფეხს, საბაზრო ეკონომიკის დამკვიდრების კვალდაკვალ.

როგორც ჩანს, ეს სიძნელე დაძლია ავტორმა და თავისი ფრიად სოლიდური ნაშრომით გარკვეული წვლილი შეიტანა ქართული ეკონომიკური მეცნიერების განვითარებაში.

ჩვენთვის, როგორც წინამდებარე ნაშრომის ავტორის მეცნიერი-ხელმძღვანელისთვის, მისი სამეცნიერო ხარისხის მაძიებლის ამპლუაში ყოფნისას, კარგად არის ცნობილი ამ ნაშრომის წარმომავლობა. იგი არ დაწერილა ნაუცბათევად, ხელის ერთი მოსმით და არც ცარიელ ადგილზე აღმოცენებულა, პირიქით, წარმოადგენს მისი ავტორის ინტენსიური, დაუღალავი, შემოქმედებითი შრომის შედეგს და ემყარება მის მიერ ამავე პრობლემების გარშემო გამოქვეყნებულ ორ ათეულზე მეტ სამეცნიერო სტატიას.

ბუნებრივია, ისმის კითხვა: მაინც რით იპყრობს ყურადღებას ეს ნაშრომი? მასში, უწინარეს ყოვლისა, განსაზღვრულია მცირე ბიზნესის როგორც სასწავლო დისციპლინის, შესწავლის საგანი, სუბიექტი, მეთოდი, მიზნები და ამოცანები. როგორც ავტორი წერს, მისი მიზანია სტუდენტ-ახალგაზრდობას, პრაქტიკოს მუშაკებს, ასევე, მცირე მეწარმეობით დაინტერესებულ მკითხველებს გაუღრმავოს ცოდნა ეკონომიკის ამ მეტად მნიშვნელოვანი სეგმენტის საფუძვლებში და გააცნოს მისი ძირითადი მახასიათებლები, თავისებურებანი და განვითარების მიმართულებები.

საყურადღებოა, რომ წიგნში მცირე ბიზნესი განხილულია არა რომელიმე ეკონომიკური სისტემის (საბაზრო, ცენტრალიზებული, ტრადიციული) ან მისი შესაბამისი ტიპის ეკონომიკის (შერეული, ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური, ტრადიციული ეკონომიკა) ფარგლებში, არამედ იმ ეკონომიკურ სივრცეში, ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში, რომელიც დამახასიათებელი, ნიშანდობლივი და განმსაზღვრელია ამჟამად მსოფლიოში ფუნქციონირებადი ეკონომიკური სისტემებისა და მათი შესაბამისი ტიპების ეკონომიკისათვის. გამოკვლევაში ასეთ ეკონომიკურ სივრცედ, ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემად მიჩნეულია საბაზრო ურთიერთობათა სისტემა. აქედან გამომდინარე, ყურადღება გამახვილებულია უწინარესად ისეთ ნიშან-თვისებებზე, რომლებიც დამახასიათებელია, საერთოდ, წვრილი მეწარმეობისათვის, განურჩევლად იმისა, თუ რომელი ტიპის ეკონომიკურ სისტემაში ფუნქციონირებს იგი და, ამავე დროს, აქტუალურია როგორც თეორიულ-მეთოდოლოგიური, ისე სამეურნეო პრაქტიკის თვალსაზრისით.

ნაშრომში სათანადო ყურადღება ეთმობა ბიზნესისა და მცირე ბიზნესის კატეგორიათა დეფინიციების დაზუსტებას და ახლებურად ჩამოყალიბებას, წვრილი მეწარმეობის წარმოშობის, განვითარებისა და ფუნქციონირების განმსაზღვრელი ობიექტური და სუბიექტური ფაქტორების დადგენას, მისი სისტემური სტრუქტურის განსაზღვრას ზომის, ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების, ორგანიზაციულ-საკუთრებითი საფუძვლების, ასევე, ეკონომიკურ-სამართლებრივი პასუხისმგებლობის მიხედვით.

წიგნში დიდი ადგილი უჭირავს ბიზნესის ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობის, ეროვნული მეწარმეობის ჰუმანისტური ტრადიციების, ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრების კვლევას. ამავე დროს, გაანალიზებულია მცირე ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა, მისი განვითარების თანამედროვე ფორმები და მიმართულებები, წვრილ მეწარმეობაში დასაქმებულთა შრომისადმი დამოკიდებულების თავისებურებები და მათი განმპირობებელი ე.წ. არამატერიალური სოციოკულტურული და სოციოფსიქოლოგიური ფაქტორები. განსაკუთრებული ყურადღება მახვილდება მცირე ბიზნესის მენეჯმენტისა და მარკეტინგის თავისებურებათა წარმოჩენაზე.

დასაბუთებულია თანამედროვე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკური აღორძინებისათვის მცირე ბიზნესის დაჩქარებული განვითარების განსაკუთრებული მნიშვნელობა. გაანალიზებულია მისი ფუნქციონირების შემაფერხებელი ძირითადი მიზეზები და დასახულია ამ სფეროს წინმსწრები განვითარების უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებები და მათი განხორციელების მექანიზმები. ამავე დროს, წარმოდგენილია წინადადებანი

გარდამავალ პერიოდსა და უახლოეს პერსპექტივაში მცირე ეკონომიკის დაჩქარებული განვითარებისათვის დიფერენცირებული ლიბერალური, საგადასახადო, საბაჟო, საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო სახელმწიფო პოლიტიკის პრიორიტეტების შემუშავებისა და განხორციელებისათვის.

ნაშრომში გამოყენებულია ქართველ და უცხოელ სწავლულ ეკონომისტთა გამოკვლევები, საერთოდ, ბიზნესისა და, კერძოდ, მცირე მეწარმეობის საკითხებზე, აგრეთვე, ქართულ და უცხოურ სამეცნიერო პერიოდიკაში გამოქვეყნებული სტატიები, რომლებიც ეკონომიკის საბაზრო პრინციპებზე გადაყვანასა და გარდამავალ პერიოდში მეურნეობის ფუნქციონირების თავისებურებების კვლევას ეძღვნება. ავტორისეული ანალიზი, მოსაზრებები და დასკვნები მით უფრო სარწმუნოა, რამდენადაც ემყარება საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის წელიწდეულებიდან, კრებულებიდან, მოხსენებებიდან, საოჯახო შერჩევითი გამოკვლევების მასალებიდან და პირველადი სტატისტიკური წყაროებიდან მოყვანილ მონაცემებს, ასევე, მის მიერ ან მისი უშუალო მონაწილეობით შედგენილი პროგრამებით ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევებით მოპოვებულ სოციოლოგიურ ინფორმაციას, ქართველ და უცხოელ მკვლევართა ნაშრომებში დამოწმებულ ფაქტობრივ მონაცემებსა და მათ მიერვე გაკეთებულ გაანგარიშებებს.

ამრიგად, წინამდებარე ნაშრომის სახით საქმე გვაქვს ღრმამეცნიერულად დამუშავებულ და შესაბამისი გულისხმიერებით შესრულებულ, ფრიად ფასეულ ფუნდამენტურ გამოკვლევასთან, რომელიც უეჭველად თვალსაჩინო წვლილს შეიტანს ქართული ეკონომიკური მეცნიერების საგანძურში და დაამშვენებს მას.

შემთხვევით არ მიხსენებია გამოკვლევა. ეს ნაშრომი დიდად სცილდება ჩვეულებრივი (ცნობილი დებულებების კომპილაციით შედგენილ) სახელმძღვანელოს დანიშნულებას და, ამიტომაც, მთლიანობაში, სერიოზულ მეცნიერულ გამოკვლევას წარმოადგენს. განსაკუთრებით მხედველობაში მაქვს ის თავები, რომლებშიც გაანალიზებულ-განზოგადებულია სოციოლოგიური გამოკვლევებით მოპოვებული მდიდარი ფაქტობრივი მასალა და გაკეთებულია საგულისხმო დასკვნები, თუმცა, ნაშრომი, ამავე დროს, აკმაყოფილებს სასწავლო ლიტერატურისათვის წაყენებულ მოთხოვნებსაც, რამდენადაც სავსებით შეესაბამება „მცირე ბიზნესის საფუძვლების“ სასწავლო პროგრამას.

წიგნს ღირსებას მატებს ვრცელი რეზიუმე რუსულ ენაზე, რაც რუსულენოვან მკითხველს საშუალებას მისცემს, მოკლედ გაეცნოს მცირე მეწარმეობის ძირითად საფუძვლებს, ასევე, სოლიდურობას სძენს, თანდარ-

თული საბაზრო ეკონომიკის განმარტებითი ლექსიკონი, რომელიც მკითხველს დაეხმარება ნაშრომში გამოყენებული უმნიშვნელოვანესი ტერმინების შინაარსის გარკვევაში და თეორიული მასალის უკეთ ათვისებაში.

სტუდენტი-ახალგაზრდობის მიერ წაკითხული მასალის ათვისების გაადვილების თვალსაზრისით, უდავოდ მისასალმებელია, აგრეთვე, ნაშრომის თითოეული პარაგრაფისათვის თანდართული: რეზიუმე; კითხვები თვითკონტროლისათვის; სადისკუსიო საკითხების თემატიკა; საკურსო ნაშრომების თემატიკა; გამოყენებული ლიტერატურა. უდავოდ, სასარგებლოა ნაშრომის ბოლოს თანდართული ნორმატიული აქტებიც, რაც დიდად დაეხმარება დაინტერესებულ პირებს მცირე ბიზნესის სამართლებრივი ბაზის გაცნობაში.

ალბათ, არც ის იქნებოდა მართებული, რომ არ აღგვენიშნა: სამეცნიერო საზოგადოების სამსჯავროზე გამოტანილი ეს ნაშრომი ენობრივი დახვეწილობის თვალსაზრისით სანიმუშო დონეზეა შესრულებული და, მხატვრული ნაწარმოებივით, სიამოვნებით იკითხება. ამას იმიტომ ვუსვამ ხაზს, რომ, არცთუ იშვიათად მიწევს ენობრივად გაუმართავი, როგორც აკადემიკოსი პაატა გუგუშვილი იტყოდა ხოლმე, ოკრო-ბოკროდ დაწერილი ნაშრომების კითხვა, რაც ხშირად თითქმის შეუძლებელს ხდის იმის გაგებას, თუ რისი თქმა სურს მის ავტორს.

ცხადია, ნაშრომს აბსოლუტური სრულყოფილების პრეტენზია არა აქვს და არც შეიძლება ჰქონდეს. აქვე გვინდა, იმასაც გავუსვათ ხაზი, რომ ჩვენი (ე.ი ავტორისა და ჩემი) მოსაზრებები ყველა საკითხზე არ ემთხვევა ერთმანეთს, მაგრამ ამაში ტრაგედიას ვერ ვხედავ. ამგვარ საკითხებზე ეკონომისტთა წრეში ვიმსჯელებთ და უსათუოდ მივალთ კონსესუსამდე.

დასარულს. დაბეჯითებით შემიძლია ვთქვა, რომ წინამდებარე ნაშრომი დიდ დახმარებას გაუწევს როგორც უმაღლესი სასწავლებლების ეკონომიკური პროფილის სტუდენტებს, ისე პროფესორ-მასწავლებლებს, პრაქტიკოს მუშაკებს და მცირე მეწარმეობის საკითხებით დაინტერესებულ მკითხველთა ფართო წრეს.

ლეო ჩიქავა,

საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის
წევრ-კორესპონდენტი, მეცნიერების დამსახურებული
მოღვაწე, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი.

თავი I

კურსის საგანი და მისი შესწავლის მეთოდოლოგია

მცირე ბიზნესის საფუძვლებს, როგორც სასწავლო დისციპლინას, აქვს თავისი შესწავლის საგანი, ობიექტი, მეთოდი, მიზნები და ამოცანები, რაც განსაზღვრავს მის შინაარსს, სტუქტურას, მოცულობასა და მიზანდასახულობას.

კურსის კვლევის საგანია საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობანი მცირე მეწარმეობაში, წვრილ მეწარმეთა მეურნეობრივი მენტალიტეტი, მათი სოციალური და ეკონომიკური ქცევის მოტივები, მამოძრავებელი ფაქტორები და უნარ-ჩვევები, მცირე ეკონომიკური სტრუქტურისა და შრომითი კოლექტივის, როგორც განსაკუთრებული სოციოკულტურული და ფსიქოლოგიური ფენომენის თავისებურებანი, სახელმწიფოსა და მცირე მეწარმეობის ურთიერთდამოკიდებულება, სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის მიზნები, ფუნქციები და ფორმები.

კვლევის ობიექტია მცირე ბიზნესი როგორც ბიზნესის ერთ-ერთი უძველესი და ყველაზე გავრცელებული ფორმა, ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი სექტორი.

აქედან გამომდინარე, კურსი შეისწავლის მცირე მეწარმეობის, როგორც ბიზნესის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი რგოლისა და მეურნეობრიობის ყველაზე მასობრივი და ფართოდ გავრცელებული ფორმის, თეორიულ-მეთოდოლოგიურ, ინსტიტუციურ საფუძვლებსა და ფუნქციონირების თავისებურებებს, ბიზნესის სისტემაში სრულიად გამორჩეული ადგილისა და როლის გამო, კურსით გათვალისწინებული საკითხების შესწავლისას, განსაკუთრებული ყურადღება მახვილდება მცირე საწარმოს, როგორც წვრილი მეწარმეობის ძირითადი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის, რაობასა და ფუნქციონირების თავისებურებებზე, მის ადგილსა და როლზე ბიზნესურთიერთობათა სისტემაში, იკვლევს თეორიული და პრაქტიკული თვალსაზრისით ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორიცაა: მცირე მეწარმეობის რაობა და ფუნქციები, შრომის მოტივაციის ფაქტორები, შრომითი ფასეულობები, სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა, განვითარების ძირითადი ტენდენციები, ახალი ფორმები და მიმართულებები. ამავე დროს, ფართოდ შეუქდება მცირე მეწარმეობის ინსტიტუციური საფუძვლები — სისტემური სტრუქტურა, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზა, სახელმწიფო მხარდაჭერის ფორმები და მეთოდები, მენეჯმენტისა და მარკეტინგის

თავისებურებები, მცირე ეკონომიკის დაჩქარებული განვითარების კანონზომიერები და მისი როლი გარდამავალ პერიოდში ქვეყნის ეკონომიკის წინაშე მდგარი პრობლემების გადაწყვეტაში.

კურსში განხილული საკითხების კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძველია ეკონომიკური მეცნიერების კლასიკური მემკვიდრეობა და კვლევის თანამედროვე აპრობირებული მეთოდები, ეკონომიკური თეორიებისა და დარგობრივი ეკონომიკური მეცნიერებების უმნიშვნელოვანესი მიღწევები, გამოჩენილ ქართველ და უცხოელ სწავლულ ეკონომისტთა გამოკვლევები, ქართულ და უცხოურ სამეცნიერო პერიოდიკაში გამოქვეყნებული ნაშრომები, რომლებიც ბიზნესის, კერძოდ, მცირე მეწარმეობის პრობლემებს, აგრეთვე, ეკონომიკის საბაზრო პრინციპებზე გადაყვანასა და გარდამავალ პერიოდში მეურნეობის ფუნქციონირების თავისებურებების კვლევას ეძღვნება.

კურსის მიზანია, სტუდენტ-ახალგაზრდობას, პრაქტიკოს მუშაკებს, აგრეთვე, მცირე მეწარმეობის საკითხებით დაინტერესებულ მკითხველებს გაუღრმავოს ცოდნა მცირე ბიზნესის საფუძვლებში და გააცნოს მისი ძირითადი ნიშნები, მახასიათებლები და თავისებურებანი. ყოველივე ამან ხელი უნდა შეუწყოს ბიზნესის „ხელოვნებას“ დაუფლებული სპეციალისტების აღზრდას, აგრეთვე, ამ სფეროში დასაქმებულ მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლებას.

მიზანდასახულობიდან გამომდინარე, კურსის ამოცანაა, გარდამავალ პერიოდში ქვეყანაში მდგარი ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტის მიზნით მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტული განვითარებისათვის სათანადო საგანმანათლებლო-საკადრო და ინტელექტუალური საფუძვლების მომზადება, ბიზნესმცოდნეობისა და უნარ-ჩვევების საზოგადოების ფართო წრეებში გავრცელება და ამით ქვეყნის კეთილდღეობის ამაღლებისათვის ხელისშეწყობა.

რეზიუმე

მცირე ბიზნესის საფუძვლების კურსის შესწავლის საგანია საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობანი მცირე მეწარმეობაში, წვრილ მეწარმეთა მეურნეობრივი მენტალიტეტი, მათი სოციალური და ეკონომიკური ქცევის მოტივები, მამოძრავებელი ფაქტორები და უნარ-ჩვევები, მცირე ეკონომიკური სტრუქტურისა და შრომითი კოლექტივის, როგორც განსაკუთრებული სოციოკულტურული და ფსიქოლოგიური ფენომენის თავისებურებანი, სახელმწიფოსა და მცირე მეწარმეობის ურთიერთდამოკიდებულება, სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის მიზნე-

ბი, ფუნქციები და ფორმები, ხოლო ობიექტი — მცირე ბიზნესი როგორც წვრილი მეწარმეობის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმა, ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი სექტორი. კურსის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძველია ეკონომიკური მეცნიერების კლასიკური მემკვიდრეობა და კვლევის თანამედროვე აპრობირებული მეთოდები, ეკონომიკური თეორიისა და დარგობრივი ეკონომიკური მეცნიერებების უმნიშვნელოვანესი მიღწევები, მიზანი — მცირე ბიზნესის საფუძვლებში სტუდენტი-ახალგაზრდობის, პრაქტიკოსი მუშაკების, აგრეთვე, მცირე მეწარმეობის საკითხებით დაინტერესებული სხვა მკითხველების ცოდნის გაღრმავება.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა არის მცირე ბიზნესის საფუძვლების კურსის შესწავლის საგანი?
2. რა არის მცირე ბიზნესის საფუძვლების კურსის კვლევის ობიექტი?
3. როგორია მცირე ბიზნესის საფუძვლების კურსის მიზანდასახულობები და ამოცანები?

ლიტერატურა

1. ბიზნესის საფუძვლები, ლექციების კურსი, ტესტები, სავარჯიშოები. თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო ინსტიტუტი, ეკონომიკის თეორიული საფუძვლების კათედრა, თბ., 2004;
2. ჩიქავა ლ. ეკონომიკური თეორიის მოკლე კურსი. მეორე გამოცემა, თბ., გამომცემლობა „იმიჯი“, 2005;
3. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
4. **Сирополис Николас К.** Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. М., изд.-во „Дело“, 1997.

თავი II

ბიზნესის ძირითადი ნიშნები და თავისებურებები

2.1. არსი, კლასიფიკაცია და მიზნები

თანამედროვე საბაზრო სისტემა მეტად რთული და მრავალმხრივი ეკონომიკური ორგანიზმია. იგი წარმოგვიდგება საბაზრო ურთიერთობებზე დამყარებულ სამეურნეო კავშირურთიერთობათა ერთობლიობად, რომელიც გამოხატავს თავისუფალი მეწარმეობის ეკონომიკის არსსა და ბუნებას, მის ფუძემდებლურ პრინციპებს და საბაზრო ინფრასტრუქტურის ფართოდ განვითარებული ქსელის (ბანკების, ბაზრობების, სადაზღვევო კომპანიების, საკონსულტაციო და საინფორმაციო-მარკეტინგული ფირმებისა და სხვა ინსტიტუტების) მეშვეობით ხორციელდება.

საბაზრო ურთიერთობათა სისტემის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი რგოლია ბიზნესი, რომელიც მეურნეობრიობის უძველესი სახეობაა. მან თავისი ჩამოყალიბება-განვითარების ხანგრძლივი გზა განვლო და ამჟამად პიროვნების თვითგამოხატვისა და თვითდამკვიდრების ერთ-ერთ ეფექტიან საშუალებად გვევლინება. ამასთანავე, იგი მოსახლეობის უფართოესი ფენებისათვის მეურნეობრივი ნიჭისა და შესაძლებლობათა გამოვლენა-გამოცდის, საკუთარი, მაღალშემოსავლიანი საქმის წამოწყება-გაშლის ფართო სარბიელსა და მატერიალური კეთილდღეობის მიღწევის განსაკუთრებულ წყაროს წარმოადგენს. არანაკლებ საყურადღებოა ისიც, რომ ბიზნესი დიდად განსაზღვრავს ადამიანის ცხოვრების წესსა და ფასეულობათა სისტემას, ქმნის მისი თავისუფალი ქცევისა და აზროვნებისათვის მყარ მატერიალურ და სულიერ საფუძვლებს.

ბიზნესი ინგლისური სიტყვისაგან „business" წარმოდგება და საქმეს, კომერციულ საქმიანობას ნიშნავს[1]. ეს სიტყვა ინგლისსა და აშშ-ში გაჩნდა და თავდაპირველად თანამედროვე ტიპის თავისუფალი მეწარმეობის იმ სულისკვეთებას გამოხატავდა, რომელიც თან სდევდა ამ

[1] ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია. ტ. 2, თბ., 1977, გვ. 370; Краткий словарь иностранных слов. Издан. пятое, М., изд.-во „Русский язык". 1976, გვ. 49.

ქვეყნებში XVIII-XIX საუკუნეების სამრეწველო რევოლუციას[2]. მოგვიანებით, ამ სიტყვამ (ფუძიდან „busy" – „დაკავება") უველა ინგლისურენოვან ქვეყანაში (უწინარესად, აშშ-ში) მრავალი მონათესავე, მაგრამ შინაარსით არაერთგვაროვანი მნიშვნელობა შეიძინა: პროფესია, დაკავება, საქმე, მეწარმეობა (ეკონომიკური საქმიანობა მოგების მიღების მიზნით), გარიგება, საქმიანი წრეები, საქმიანი ცხოვრება, კომპანია, უბრალოდ, შემოსავლის მიღების წყარო და ა. შ.[3]

ბიზნესში, რომლის სინონიმად ინგლისურენოვან ლიტერატურაში სიტყვა „entrepreneurship" ანუ „მეწარმეობა" გამოიყენება, უწინარესად, მოქალაქეთა, ფიზიკური და იურიდიული პირების ისეთი ინიციატივიანი, დამოუკიდებელი ეკონომიკური საქმიანობა იგულისხმება, რომელიც საკუთარი ან ნასესხები სახსრებით, საკუთარი სახელით, რისკითა და ქონებრივი პასუხისმგებლობით ხორციელდება. მისი მიზანია ქონების სარგებლობით, საქონლის წარმოებით, სამუშაოთა შესრულებითა და მომსახურების გაწევით სისტემატური შემოსავლის (მოგების) მიღება, საკუთარი საქმიანობის შემდგომი განვითარება, იმიჯისა და სტატუსის ამაღლება[4].

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ „ბიზნესსა" და „მეწარმეობას", „ბიზნესმენსა" და „მეწარმეს" სავსებით სამართლიანად იდენტურ ცნებებად მიიჩნევს ქართველ მკვლევართა უმეტესობაც[5]. კერძოდ, პროფ. ლ. ჩიქავა ერთმნიშვნელოვნად შენიშნავს: „საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში ბიზნესისა და მეწარმეობრივი საქმიანობის შინაარსობრივი დატვირთვა არსებითად ერთნაირია. ბიზნეს-საქმიანობაზე მსჯელობისას მეწარმეობრივი საქმიანობა იგულისხმება და, პირიქით, მეწარმეობრივ საქმიანობაზე მსჯელობისას – ბიზნეს-საქმიანობა. თუმცა, მოვლენების ღრმად გაანალიზებისას შეიძლება გამოიკვეთოს მათ შორის განსხვავება გარკვეულ ნიუანსებში (მაგალითად, არის

---

[2] ო. ქეშელაშვილი. ბიზნესის ორგანიზაცია. თბ., გამომც. „მნათე", 1995, გვ. 18.

[3] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т, т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995, გვ. 11.

[4] Б. Райзенберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. Современный экономический словарь. М., ИНФРА, 1997, გვ. 13, 225.

[5] რ. ასათიანი. ეკონომიკი (განმარტებითი ლექსიკონი). თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, გამომც. „სიახლე", 1998, გვ. 31; გ. ერქომაიშვილი. ბიზნესი და მისი როლი ეკონომიკაში. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები. თბ., 2002, გვ. 23-24; ნ. ჭითანავა. გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები. თბ., 1997, გვ. 266-267.

ისეთი მეწარმეობრივი საქმიანობა, რომელიც არ ისახავს მიზნად მოგების მიღებას და, ტრადიციული გაგებით, არ განეკუთვნება ბიზნესს“)[6] (*ბაზგასმა ჩვენია, — ო. შ.).*

მიუხედავად ზემოაღნიშნულისა, ზოგიერთი ავტორი ერთმანეთისაგან განასხვავებს ცნებებს: „ბიზნესი“ („კომერცია“) და „მეწარმეობა“; თვლის, რომ ერთმანეთისაგან გასამიჯნია „ბიზნესმენი“ და „მეწარმე“ და, შესაბამისად, სხვადასხვა შინაარსს დებს სიტყვებში: „ბიზნესმენი“ („კომერსანტი“), „მეწარმე“. მათი აზრით, „მეწარმეობა“ სიახლეა, რისკის, გამომგონებლობის გამოყენებით შემოსავლის მისაღებად გამიზნული საქმიანობაა, ხოლო „ბიზნესი“ — საქმე, საქმიანობის ყოველგვარი სახეობა, რომელსაც შემოსავალი ან პირადი სარგებელი მოაქვს. აქედან გამომდინარე, „მეწარმე“ მწარმოებელია, ხოლო „ბიზნესმენი“ — ვაჭარი (საქმოსანი, კომერსანტი).

ჩვენი აზრით, ასეთი შეხედულება საფუძველს მოკლებულია და ერთგვარი გამოძახილია სოციალისტური ეკონომიკის დროს მეწარმეობისათვის დამახასიათებელი ე. წ. საქმოსნური მენტალიტეტისა, რომელიც ხშირად ბიზნესს, მეწარმეობას (კომერციას) არაკეთილსინდისიერ, არაპატიოსან საქმიანობასთან, საქმოსნობასთან აიგივებდა. სამწუხაროდ, ბიზნესის, მეწარმეობის (კომერციის) ასეთი გაგებისაგან ჯერ კიდევ ვერ განთავიუფლებულან ახალფეხადგმული ქართული ბიზნესის ცალკეული წარმომადგენლები, რაც დიდად აფერხებს ეროვნული ეკონომიკის ზნეობრივ გაჯანსაღებას, ჭეშმარიტი საბაზრო ფასეულობების დამკვიდრებას.

როგორც ცნობილია, საბჭოთა კავშირში ბიზნესს სოციალისტური წარმოებითი ურთიერთობებისათვის უცხო, მიუღებელ მოვლენად თვლიდნენ. აქედან გამომდინარე, იგი ე. წ. საბჭოთა ადამიანებისათვის საძრახის საქმედ ანუ ისეთ საქმიანობად ითვლებოდა, რომლის მიზანს მხოლოდ და მხოლოდ საქმოსნობა (ცხადია, ამ ცნების უარყოფითი მნიშვნელობით), მომხვეჭელობა, სხვისი შრომის შედეგების მითვისების ხარჯზე საკუთარი კეთილდღეობის უზრუნველყოფა, პირადი გამდიდრება წარმოადგენდა და მხოლოდ და მხოლოდ კაპიტალიზმისთვის იყო დამახასიათებელი[7].

---

[6] ლ. ჩიქავა. ეკონომიკური თეორიის მოკლე კურსი. თბ., მეორე გამოცემა, თბ., გამომცემლობა „იმიჯი“, 2005, გვ. 153.

[7] ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია. ტ. 2, გვ. 370; უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. შეადგ. მ. ჭაბაშვილმა. მეს. შესწ. და შევს. გამოც., თბ., გამომც. „განათლება“, 1989, გვ. 79.

ცხადია, ბიზნესის რაობის ასეთ გაგებას არა აქვს და არც შეიძლება, რამე ობიექტური საფუძველი ჰქონდეს. ამასთანავე, ყოვლად გაუმართლებელი და მცდარია ეკონომიკური საქმიანობის ერთ-ერთი უძველესი, მასობრივი და მრავალფეროვანი სახეობის ფუნქციონირების სფეროს რომელიმე ეკონომიკური წყობილების ჩარჩოებით შემოფარგვლა ან რომელიმე ეკონომიკური ფორმაციის პროდუქტად გამოცხადება. სავსებით სწორად შენიშნავენ სწავლული ეკონომისტები, რომ არ არსებობს სპეციფიკური არც კაპიტალისტური და არც სოციალისტური მეწარმეობა. ეს თვითმყოფი ფენომენი თავისთავადი, საერთო-ეკონომიკური კატეგორიაა, რომელსაც გააჩნია თავისი სპეციფიკური შინაარსი, ფუნქციები, დამახასიათებელი ნიშნები და გარკვეული მოდიფიკაციით ანუ სხვადასხვა ფორმით, მეთოდით, ხერხითა და საშუალებით ფუნქციონირებს ყველა ეკონომიკურ სისტემაში[8], თუმცა, სხვადასხვა სისტემაში სრულიად სხვადასხვაგვარია მისდამი როგორც სახელმწიფოსა და საზოგადოების დამოკიდებულება, ისე სამეწარმეო მენტალიტეტი, კულტურა და ფასეულობები, შესაბამისად, — საქმიანობის ხასიათი, სტრატეგია და ტაქტიკა.

მაგალითად, საბაზრო ეკონომიკური სისტემის პირობებში მეწარმეობა ამ სისტემის განუყოფელი, ორგანული, ლეგიტიმიური ნაწილია, რომლის ყოველმხრივ განვითარება-განმტკიცება სახელმწიფოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ეკონომიკური ფუნქციაა და, შესაბამისად, საკანონმდებლო ბაზაც მისი რეგულირებისა და ყოველმხრივი განვითარებისაკენ არის მიმართული. სრულიად სხვა ვითარებასთან გვაქვს საქმე სოციალისტურ ეკონომიკურ სისტემაში. აქ ინდივიდუალური, კერძო მეწარმეობა ძირითადად არალეგალური ბიზნესის სახით ფარულად, სტიქიურად, ე. წ. ჩრდილოვანი ეკონომიკის ჩარჩოებში ფუნქციონირებს და სახელმწიფო არათუ ყოველნაირად ზღუდავს მის არსებობა-განვითარებას, არამედ კრძალავს კიდევაც შესაბამისი კანონმდებლობით, გარდა იშვიათი გამონაკლისისა.

სწორედ ამის გამოხატულება იყო ის, რომ სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის პირობებში კომერციულ საქმიანობას მეტისმეტად შეზღუდული, უპირატესად კონსპირაციული ხასიათი ჰქონდა. 1989 წ. სსრ კავშირში ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას ლეგალურად მხოლოდ 300 ათასი კაცი (მთელი სამუშაო ძალის 0,2 პროცენტი) ეწეოდა. გარდა ამისა, 3,5 პროცენტი სახელმწიფოს დიქტატის ქვეშ

[8] საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. ნაწ. I. დამხმარე მასალა მსმენელთათვის. შემდგ. ე. მექვაბიშვილი. თბ., 1990, გვ. 38.

კოოპერაციულ სექტორში მუშაობდა. ე. ი. ინდივიდუალურად სამუშაო ძალის მხოლოდ 3,7 პროცენტი იყო დასაქმებული, მაშინ როდესაც, სპეციალისტების გაანგარიშებით, ეს მაჩვენებელი მოწინავე ინდუსტრიული ქვეყნებისათვის საშუალოდ 10 პროცენტს უნდა შეადგენდეს, ხოლო იმ ქვეყნებში, სადაც დიდია სოფლის მოსახლეობის წილი, კიდევ უფრო მაღალი უნდა იყოს[9].

ცხადია, ინდივიდუალურად მომუშავეთა საქმიანობა სოციალისტური ეკონომიკის პირობებში ურთულესი წინააღმდეგობების გადალახვასთან იყო დაკავშირებული და ხშირად მრავალი მათგანი სასტიკი რეპრესიების მსხვერპლიც ხდებოდა, მაგრამ მათ ადგილს მეწარმეობის ნიჭით დაჯილდოებული ახალ-ახალი ადამიანები იკავებდნენ.

ამ ბოლო დროს პოსტსოციალიტურ ეკონომიკურ ლიტერატურაში გარკვეული ძვრები შეინიშნება ბიზნესის რაობის მართებულად გაგების თვალსაზრისით. სწავლული ეკონომისტები ბიზნესის ცნებაში, როგორც წესი, ისეთ სამეწარმეო საქმიანობას, მოღვაწეობას, საქმეს, საქმიან ურთიერთობებს, ძალისხმევას, მეცადინეობას მოიაზრებენ, რომელიც მოგების მიღების წყაროს წარმოადგენს[10] და არა სხვისი შრომის შედეგების ხარჯზე პირადი გამდიდრების საშუალებას.

მართალია, ასეთი ფორმულირება საბჭოთა ლიტერატურაში დამკვიდრებულ დეფინიციასთან შედარებით უფრო საფუძვლიანი და სრულყოფილია, მაგრამ, ჩვენი აზრით, მაინც სჭირდება ერთგვარი დაზუსტება, რადგან მასში გარკვეულწილად ჯერ კიდევ შეინიშნება ძველებური აზროვნების გავლენა და არასრულად წარმოგვიდგენს ამ ფართო და მრავალმხრივი ეკონომიკური ფენომენის არსს — იგი მხოლოდ და მხოლოდ მოგების მიღებამდე დაჰყავს და ამით, ფაქტობრივად, იგნორირებულია მისი სხვა, ასევე, არანაკლებ მნიშვნელოვანი მხარეები, რომლებიც მან ბიზნესის გაკეთილშობილების, მასში ჰუმანისტური საწყისების გაძლიერების კვალობაზე შეიძინა. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ბიზნესის საზოგადოებრივი სარგებლიანობა, მისი როლი ინდივიდისათვის ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური სისტემით ზემოდან თავსმოხვეული დამოკიდებულებისაგან განთავისუფლებაში. არსებითია ისიც, რომ ასეთი დეფინიციისას გაურკვეველი რჩება, აგრეთვე, ბიზნესის მიმართება საკუთრების ფორმებისადმი, შე-

---

[9] Двойственный характер Российской экономики и хозяйственная реформа. „Экономиика и математические методы", т. 29, вып. 2, М., 1993, გვ. 187.

[10] Словарь бизнесмена. М., изд.-во „Экономиика", 1990, გვ. 24; მოკლე ეკონომიკური ლექსიკონი. შემდგ. ზ. ჩქვანავა, თბ., გამომც. „საქართველო", 1990, გვ. 20.

მოსაზღვრული არ არის მისი ფუნქციონირების სფეროებიც.

ზემოალნიშნულიდან გამომდინარე, ჩვენი აზრით, უფრო მართებული იქნებოდა, ბიზნესი განგვემარტა როგორც ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოს მხრიდან ისეთი ინდივიდუალური ან ჯგუფური სამეწარმეო (კომერციული) საქმიანობა, რომელიც ეფუძნება თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს, საკუთრებისა და მეურნეობრიობის ფორმების მრავალგვარობას, ხორციელდება ეკონომიკური საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში, უზრუნველყოფს მრავალფეროვან პროდუქციაზე (საქონელსა და მომსახურებაზე) საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას და ცალკეული ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოსათვის მოგების მიღების წყაროს წარმოადგენს.

ალბათ, ასეთი ფორმულირებაც არ არის დაზღვეული გარკვეული ხარვეზებისაგან, მაგრამ მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ის, რომ იგი, ჩვენი აზრით, უფრო სრულად წარმოაჩენს თანამედროვე ბიზნესის უმთავრეს თავისებურებასა და მიზანდასახულებას — მის საზოგადოებრივ ხასიათს, დანიშნულებასა და სარგებლიანობას. ასეთი ფორმულირებით მეწარმეობის ერთ-ერთ ძირითად პრიმატად, უმნიშვნელოვანეს მხარედ, ფუნქციად (მიზნად), მოგების მიღებასთან ერთად, მიჩნეულია მისი საზოგადოებრივი სარგებლიანობა — მრავალფეროვან პროდუქციასა და მომსახურებაზე მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება.

ამიტომ, სრულიადაც არ არის შემთხვევითი, რომ ამჟამად მკვლევრები მეწარმეობას, ბიზნესს ახალი შესაძლებლობების, ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების, კაპიტალის ინვესტირების ახალი სფეროების ძიების, ძველი სტერეოტიპებისა და საზღვრების დაძლევის პროცესად მიიჩნევენ, ხოლო მეწარმეებად, უწინარეს ყოვლისა, იმ ადამიანებს მოიაზრებენ, რომელთაც პროდუქციის ან მომსახურების მაქსიმალური ეფექტიანობით წარმოების მიზნით საკუთარი რისკის ფასად მოძრაობაში მოჰყავთ წარმოების სამი სხვადასხვა ფაქტორი (ბუნებრივი რესურსები, შრომითი რესურსები, კაპიტალი) და ქმნიან ახალ ორგანიზაციას ან ახალ იდეებს, პროდუქციასა თუ მომსახურებას[11].

---

[11] Э. Дж. Долан, Д. Линдсей. Рынок: микроэкономическая модель. Пер. с англ. С.-Пб., 1992, გვ. 494; Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 2, пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995, გვ. 463; М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Основы менеджмента. Пер. с англ., М., изд.-во „Дело", 1992, გვ. 691.

ბიზნესი მეტად ფართო, მრავალსახოვანი სამეწარმეო-კომერციული საქმიანობაა, რომელიც ეკონომიკის ყველა დარგს, სფეროსა და სექტორს მოიცავს. სამეცნიერო ლიტერატურასა და პრაქტიკაში მისი კლასიფიკაციისათვის სხვადასხვა კრიტერიუმს იყენებენ. კერძოდ, ბიზნესის სახეობებს აჯგუფებენ: მათი სუბიექტების, ობიექტების, სოციალური და დარგობრივი სტრუქტურების, ლეგალურობის, დროითი პერიოდის, სექტორული დაყოფის, მოქმედების არეალის, ფუნქციური დანიშნულების მიხედვით[12]. მასშტაბების მიხედვით კი განასხვავებენ სამეწარმეო საქმიანობის სამ ყველაზე გავრცელებულ სახეობას, ფორმას, სექტორს: მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესს. ცხადია, ასეთი დაყოფა პირობითია და ეს განსხვავება ძირითად ეკონომიკური სტრუქტურების (ფირმა, კომპანია, ასოციაცია, კორპორაცია, კონცერნი და ა.შ.) სამეწარმეო საქმიანობის მასშტაბებით (მოცულობით) განისაზღვრება ანუ, უწინარეს ყოვლისა, საწარმოთა ზომა (სიდიდე) უდევს საფუძვლად იმ თვისებრივ და რაოდენობრივ პარამეტრებს, რომელთა მიხედვითაც ცალკეულ ეკონომიკურ სტრუქტურებს ბიზნესის ამა თუ იმ სახეობას მიაკუთვნებენ.

საქართველოში, ისე როგორც სხვა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში, ფაქტობრივად, ტოტალიტარული ეკონომიკის დემონტაჟის შემდეგ დაიწყო დიდი ხნის წინათ ძალადობრივი გზით შეწყვეტილი ბიზნესის ლეგალური განვითარება, რომელსაც სათავე დაუდო სახელმწიფოებრიობის აღდგენის შემდეგ საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესი საბჭოს 1991 წლის 15 ივნისის კანონმა საქართველოს ეკონომიკური სისტემის საფუძვლების შესახებ. ეს დოკუმენტი, ფაქტობრივად, წარმოადგენდა დირექტიული, საკომანდო მეურნეობის გარდამავალი ტიპის საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე გადაყვანის მწყობრ ეკონომიკურ დოქტრინას და აყალიბებდა ეროვნული ეკონომიკის ძირითად საფუძვლებს, მის უმნიშვნელოვანეს მახასიათებლებს, პარამეტრებს, ნიშანთვისებებსა და მიზანდასახულობებს, მოძრაობაში მოჰყავდა საბაზრო ურთიერთობათა განვითარების შიდაეროვნული ადამიანური რესურსები: მრავალსაუკუნოვანი ქართული ეკონომიკური კულტურის მიღწევები და ინტელექტუალური პოტენციალი, მეურნეობის გაძღოლის ძირძველი ეროვნული ტრადიციები, წეს-ჩვეულებები და გამოცდილება, მეურნეობრივი ფსიქოლოგია, მსოფლიო ცივილიზაციის უახლეს მიღწევებზე აფუძნებდა მრავალსაუკუნოვანი მაღალკულტურული მეურ-

[12] ბიზნესის საფუძვლები. ლექციების კურსი, ტესტები, სავარჯიშოები. თბ., 2004, გვ. 8-9.

ნეობრივი ცხოვრებით გამოცდილ ქვეყნის ჭონებითი ძალ-ღონის მკვეთბავ ეკონომიკურ აგებულებასა და წყობას, ურთიერთშორის უფლებამოვალეობას, ურთიერთშორის განწყობილებას[13].

ზემოაღნიშნული კანონით დასახულ ღონისძიებათა პრაქტიკული რეალიზაციის მიზნით შემუშავებულ ნორმატიულ აქტებს შორის გამორჩეული ადგილი უჭირავს საქართველოს რესპუბლიკის მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 28 ივლისის დადგენილებას „საქართველოში კერძო მეწარმეობის მხარდაჭერის სამთავრობო პროგრამის შესახებ“, რომლითაც მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებისა და ქვეყნის სასაქონლო ბაზრის გაჯერებაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა მიენიჭა ეკონომიკის კერძო სექტორის შემდგომი განვითარების ყოველმხრივ სახელმწიფოებრივ ხელშეწყობას.

სამთავრობო პროგრამა მიზნად ისახავდა ეკონომიკის ლიბერალიზაციის, სტაბილიზაციისა და საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლის ამოცანების განხორციელებას, მოსახლეობის სამეწარმეო აქტიურობის მასტიმულირებელი სამართლებრივი და ეკონომიკური გარემოს შექმნას. ამავე დროს, პროგრამა განსაზღვრავდა მეწარმეობის განვითარებისათვის აუცილებელ საკანონმდებლო, ორგანიზაციულ და ეკონომიკურ პირობათა შესაქმნელად საჭირო ღონისძიებათა კომპლექსს. აღსანიშნავია, რომ იგი მიმართული იყო, პირველ რიგში, ქვეყნის ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგებში მოქმედ არასახელმწიფო სექტორის მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებისაკენ.

რეზიუმე

თანამედროვე საბაზრო სისტემა მეტად რთული და მრავალმხრივი ეკონომიკური ორგანიზმია, რომლის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი რგოლია ბიზნესი, რომელიც მეურნეობრიობის უძველესი სახეობაა. ეს ტერმინი ინგლისური სიტყვისაგან „business“ წარმოდგება და საქმეს, სამეწარმეო, კომერციულ საქმიანობას ნიშნავს, რაშიც, უწინარესად, მოქალაქეთა, ფიზიკური და იურიდიული პირების ისეთი ინიციატივიანი, დამოუკიდებელი ეკონომიკური საქმიანობა იგულისხმება, რომელიც საკუთარი ან ნასესხები სახსრებით, საკუთარი სახელით, რისკითა და ქონებრივი პასუხისმგებობით ხორციელდება სისტემატური შე-

[13] ო. შურღაია. მდგრადი განვითარება და მეურნეობრივი მთლიანობა. იხ. სამეცნიერო შრომების კრებული. თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი. თბ., 2008, გვ. 56-57.

მოსავლის (მოგების) მისაღებად.

თავისი რაობიდან, მიზანდასახულობიდან და ფუნქციებიდან გამომდინარე, ბიზნესი შეიძლება განიმარტოს როგორც ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოს მხრიდან ისეთი ინდივიდუალური ან ჯგუფური სამეწარმეო (კომერციული) საქმიანობა, რომელიც ეფუძნება თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს, საკუთრებისა და მეურნეობრიობის ფორმების მრავალგვარობას, ხორციელდება ეკონომიკური საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში, უზრუნველყოფს მრავალფეროვან პროდუქციაზე (საქონელსა და მომსახურებაზე) საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას და ცალკეული ინდივიდის, ინდივიდთა ჯგუფის ან სახელმწიფოსათვის მოგების მიღების წყაროს წარმოადგენს.

ბიზნესი მეტად ფართო, მრავალსახოვანი სამეწარმეო-კომერციული საქმიანობაა, რომელიც ეკონომიკის ყველა დარგს, სფეროსა და სექტორს მოიცავს. სამეწარმეო საქმიანობის მასშტაბების მიხედვით განასხვავებენ სამ ყველაზე გავრცელებულ სახეობას, ფორმას, სექტორს: მსხვილ, საშუალო და მცირე ბიზნესს.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რას წარმოადგენს თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკური სისტემა? დაახასიათეთ მათი ტიპები და თავისებურებანი;
2. საიდან წარმოდგება სიტყვა „ბიზნესი“, რას ნიშნავს და როდის გავრცელდა იგი?
3. როგორ განმარტავენ მეცნიერებაში ცნებებს: „ბიზნესი“ და „მეწარმეობა“?
4. როგორია სოციალისტური და საბაზრო ეკონომიკური სისტემების დროს მეწარმეობისადმი დამოკიდებულება და რას ემყარება იგი?
5. განმარტეთ ბიზნესის რაობა;
6. რით განსხვავდება თანამედროვე თავისუფალი მეწარმეობა XIX საუკუნის ბოლოსა და XX საუკუნის დასაწყისის მეწარმეობისაგან?
7. დაახასიათეთ თანამედროვე ბიზნესის ეთიკური ნორმები;
8. ჩამოთვალეთ სამეწარმეო საქმიანობის ყველაზე გავრცელებული სახეობები და გამოყავით მათი დამახასიათებელი ძირითადი ნიშან-თვისებები.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. წარმოადგენს თუ არა ერთსა და იგივე ცნებებს: „ბიზნესი“ და „მეწარმეობა“, „ბიზნესმენი“ და „მეწარმე“?
2. რომელია საქართველოში თანამედროვე ეტაპზე წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტული ფუნქციები და რატომ?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. თანამედროვე ბიზნესის ეთიკური ნორმები;
2. კაპიტალის თავდაპირველი დაგროვების სტადიის მეწარმეობა და თანამედროვე საბაზრო მეურნეობა: შედარებითი დახასიათება.

ლიტერატურა

1. ასათიანი რ. ეკონომიკსი (განმარტებითი ლექსიკონი). თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, გამომც. „სიახლე“, 1998;
2. ბიზნესის ენციკლოპედიური ლექსიკონი. შემდგ. რ. მითაიშვილი. თბ., 1991;
3. ბიზნესის საფუძვლები, ლექციების კურსი, ტესტები, სავარჯიშოები. თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა ინსტიტუტი, ეკონომიკის თეორიული საფუძვლების კათედრა, თბ., 2004;
4. ერქომაიშვილი ვ. ბიზნესი და მისი როლი ეკონომიკაში. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები. თბ., 2002;
5. მოკლე ეკონომიკური ლექსიკონი. შემდგ. ზ. ჩქვანავა, თბ., გამომც. „საქართველო“, 1990;
6. საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. დამხმარე სახელმძღვანელო. შემდგ. ე. მექვაბიშვილი. თბ., 1991;
7. უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. შეადგ. მ. ჭაბაშვილმა. მეს. შესწ. და შევს. გამოც., თბ., გამომც. „განათლება“, 1989;
8. ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია. ტ. 2, თბ., 1977;
9. ქეშელაშვილი ო. ბიზნესის ორგანიზაცია. თბ., გამომც. „მნათე“, 1995;
10. ჩიქავა ლ. ეკონომიკური თეორიის მოკლე კურსი. მეორე გამოცემა, თბ., გამომცემლობა „იმიჯი“, 2005;

11. ჩხარტიშვილი ი. მეწარმეობის არსი მეწარმეობის თეორიის რეტროსპექტიული ანალიზის კონტექსტში. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4;
12. ჭითანავა ნ. გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები. თბ., 1997;
13. **Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель.** Пер. с англ. С.-Пб., 1992;
14. **Райзенберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь.** М., ИНФРА, 1997;
15. **Росс Дж. Двойственный характер Российской экономики и хозяйтвенная реформа.** „Экономиика и математические методы“, т. 29, вып. 2. М., 1993;
16. **Словарь бизнесмена.** М., изд.-во „Экономиика“,1990;
17. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. М., изд.-во „Дело“, 1997;
18. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1.** Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика“, 1995.

2.2. ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობა

XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკურ ბუნებაში, მის მამოძრავებელ მოტივებში ღრმა თვისებრივი ცვლილებები ხდება. მკლევართა აზრით, თუ XIX საუკუნის ბოლოსა და XX საუკუნის დასაწყისში გაბატონებული შეხედულებით, მეწარმეობას ერთადერთი დანიშნულება ჰქონდა — მოეტანა მოგება და ამით ამოიწურებოდა მისი მიზანი, უმთავრესი ფუნქცია, ამასთანავე, შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის მთლიანად იგნორირებული იყო როგორც სამუშაო ძალის, ისე — მომხმარებელთა ინტერესები, თანამედროვე თავისუფალი მეწარმეობის ეკონომიკა სოციალურ ურთიერთობათა მკვეთრად გაკეთილშობილების, ცხოვრების დონის არსებითად ამაღლების, სამოქალაქო და ეკონომიკურ თავისუფლებათა განუზომლად გაფართოების თვალსაზრისით რადიკალურად განსხვავდება ადრინდელი, ე. წ. ველური კაპიტალიზმის, კაპიტალის თავდაპირველი დაგროვების სტადიის მეწარმეობისაგან, რაც სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესთან ერთად, მნიშვნელოვანწილად განაპირობა სოციალისტური იდეების გავრცელებამ და რიგი ქვეყნების სახელმწიფო სოციალურ პოლიტიკაში მათმა გათვალისწინებამ.

როგორც სამართლიანად შენიშნავენ თანამედროვე ბიზნესის მკვლევრები: დ. რეჩმენი. მ. მესკონი, კ. ბოუვი და დ. ტილი, სხვა ნებისმიერი დროისაგან განსხვავებით, ჩვენს დღეებში ბიზნესი გაცილებით რთული ეთიკური ნორმებით ხელმძღვანელობს. თუ „ძველ, მძიმე დროში“ — XIX საუკუნის დასასრულსა და XX საუკუნის დასაწყისში მრეწველთა შორის გავრცელებული იყო აზრი: ბიზნესს აქვს მხოლოდ ერთადერთი მოვალეობა — მოიტანოს მოგება. საერთო განწყობილებას გამოხატავდა რკინიგზის მაგნატი უილიამ ვანდერბილდი, როდესაც ამბობდა: „ეშმაკსაც წაუღია ხალხი! მე აქციონერებისთვის ვმუშაობ“.

ეს არცთუ კარგი დრო იყო დაბალანაზღაურებადი მუშებისა და მიმნდობი მომხმარებლისათვის... დღის ლოზუნგი იყო — *„მყიდველეზო, იყავით ფხიზლად!“*[14] ამჟამად სრულიად სხვაგვარი ვითარებაა. მართალია, თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის დროსაც მეწარმის უმთავრესი მიზანია ქონების სარგებლობით, საქონლის წარმოებით, სამუშაოთა შესრულებითა და მომსახურების გაწევით სისტემატური

[14] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 137.

შემოსავლის (მოგების) მიღება, საკუთარი საქმიანობის შემდგომი განვითარება, იმიჯისა და სტატუსის ამაღლება, მაგრამ იგი, მტკიცედ ემყარება რა საბაზრო ბერკეტებს, იმავდროულად ყოველმხრივ ითვალისწინებს ე. წ. არასაბაზრო ფაქტორებს, „არამეცნიერულ" კატეგორიას — საღ აზრს და წინა პლანზე აყენებს ისეთ მაღალ ეთიკურ ნორმებს, როგორიცაა: სოციალური პასუხისმგებლობა, უტილიტარიზმი, ადამიანის უფლებების პატივისცემა, სამართლიანობა, გარემოს დაცვა და ა. შ.[15]

ამ ფუნდამენტური პრინციპების განხორციელებისათვის გაცილებით მეტ შესაძლებლობებს ქმნის თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკა, რომელიც მთლიანი შიდა პროდუქტის სახელმწიფო ბიუჯეტის, საზოგადოებრივი, კერძო ფონდებისა და ფინანსური ინსტიტუტების მეშვეობით გადანაწილებით, არბილებს კაპიტალისტური საზოგადოების ანტაგონისტურ წინააღმდეგობებს. პოსტინდუსტრიული საზოგადოების საზოგადოებრივი ცნობიერება, რომელიც არ არის დამძიმებული კერძო საკუთრების ლიკვიდაციის პრობლემებით, მესაკუთრეს მფლობელობის ფაქტით უნარჩუნებს ფსიქოლოგიურ კმაყოფილებას, ადრე მის მიერ მითვისებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი ნაწილის საზოგადოებრივი დოვლათის სასარგებლოდ გადანაწილების სანაცვლოდ.

ხაზს უსვამს რა ბიზნესის სოციალიზაციას, მისი საზოგადოებრივი ხასიათის გაძლიერებას, სავსებით სწორად შენიშნავს ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორი ჯორჯ კებოტ ლოჯი: თქვენი (*მეწარმეების*, — *ო. შ.*) უფლება, ისარგებლოთ საკუთრების უფლებით, უკვე არ დაიყვანება (არ შემოისაზღვრება), უბრალოდ, გადასახადების გადახდასა და კანონების აღსრულებამდე. ეს უფლება გარკვეული ზომით დაქვემდებარებულია იმ ადამიანთა საჭიროებებისადმი, რომლებიც თქვენთვის და თვით მთელი საზოგადოებისათვის მუშაობენ. რა თქმა უნდა, ეს არ ნიშნავს საკუთრების უფლების გაუქმებას. არა, იგი უბრალოდ ნაკლებმნიშვნელოვანი ხდება. საზოგადოების კეთილდღეობა უფრო მაღლა უნდა იდგეს საკუთრების უფლებაზე[16] (*ბაზრის ჩვენია*, — *ო. შ.*).

ყოველივე ეს შესაძლებელს ხდის ორი, ერთი შეხედვით, ურთიერთგამომრიცხავი, ურთიერთშეუთავსებადი მხარის — ბიზნესის ცენტრალური კატეგორიის — მოგებისა და, ასევე, არანაკლები მნიშვნელობის ამოცანის — ადამიანსა და გარემოზე ზრუნვის ანუ სოცია-

---

[3] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 138-141.

[5] Николас К. Сиропполис. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей, пер. с англ. М., изд.-во „Дело", 1997, გვ. 642-643.

ლური პასუხისმგებლობის ურთიერთშეთავსების, ურთიერთშეხამების საფუძველზე თანამედროვეობის ფუნდამენტურ პრობლემათა გადაწყვეტას — სოციალურ ურთიერთობათა ჰუმანიზაციას, მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას, სამოქალაქო და ეკონომიკურ უფლებათა და თავისუფლებათა გაფართოებას, საბოლოო ჯამში კი — სახელმწიფოსა და საზოგადოების მდგრად, სტაბილურ განვითარებას.

თანამედროვე ბიზნესის სოციალიზაციის, მისი საზოგადოებრივი ხასიათის გაძლიერების მიუხედავად, ცალკეული ფირმები, რომლებიც გამოდევნებულები არიან მონოპოლიური ზემოგების მიღებას, ხშირად უხეშად არღვევენ მეწარმეთა ფართო წრეების მიერ საყოველთაოდ გაზიარებულ ეთიკურ ნორმებს და ყველანაირად ცდილობენ, თავიანთი ნამდვილი სახე სხვადასხვა „ჰუმანური“ ხერხით შენიღბონ. მნიშვნელოვანწილად ამით აიხსნება ის, რომ საზოგადოების გარკვეული ნაწილი მაინცდამაინც არცთუ დიდად ენდობა ბიზნესს. სამი ადამიანიდან დაახლოებით ორი თვლის, რომ ბიზნესი ვერ უზრუნველყოფს მუშაკთათვის დასაქმების საკმარის გარანტიებს, ნაკლებად ეხმარება საზოგადოებას, არადამაკმაყოფილებლად მონაწილეობს გარემოს დაცვაში, ყოველთვის არ იცავს ფასწარმოქმნის კეთილსინდისიერ პრინციპებს, არცთუ იშვიათად მოქმედებს ეთიკური ნორმების გაუთვალისწინებლად. უმაღლესი დონის ათი მენეჯერიდან რვა თვლის, რომ ბიზნესმენები თავიანთ საქმიან პრაქტიკაში მეტნაკლებად უგულვებელყოფენ მორალურ ნორმებს, ოთხიდან დაახლოებით ერთს კი მიაჩნია, რომ ეთიკური ნორმების დაცვა აფერხებს წარმატებულ კარიერას[17].

აღსანიშნავია ისიც, რომ ბიზნესკომპანიები სულ სხვაგვარად იქცევიან იქ, სადაც პროფკავშირებმა და მემარცხენე პოლიტიკურმა პარტიებმა საუკუნოვანი ბრძოლით მოიპოვეს სოციალური უფლებები და სხვაგვარად — იქ, სადაც ეს უფლებები არ არის დაცული. ამის მაგალითია, თუნდაც, მათი დამოკიდებულება განვითარებადი ქვეყნებისადმი, რომელთა ეკონომიკური სიძნელეებით მოურიდებლად სარგებლობენ თავიანთი მიზნების განსახორციელებლად. მხოლოდ ერთ მაგალითს მოვიტანთ: რამდენიმე წელია, ევროპაში აიჯრძალა ე. წ. არაკატალიზირებული ძრავიანი მანქანებით მოძრაობა, რადგანაც ასეთი მანქანები ჰაერს აბინძურებნენ, მაგრამ ჰაერის გაბინძურება ამისთვის მხოლოდ საბაბი იყო, რადგანაც, სინამდვილეში, ჯერ ერთი, კანონის შემოღებით მომხმარებლები იძულებული გახდნენ, ახალი

[17] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 138.

მანქანები შეეძინათ, და, მეორეც, ევროპა კი არა, არამედ აფრიკა გადაიქცა მოძველებული კატალიზირებული მანქანების საგამონაბოლქვო მილების ნაგვის საყრელად.

სამეწარმეო ეთიკასთან, მორალთან ინტერესთა კონფლიქტით, უწინარესად, ტრანსნაციონალური კორპორაციები გამოირჩევიან. მათი დანაშაულებრივი საქმიანობის შესახებ შემზარავი ფაქტები მოჰყავს ჯონ პერკინს თავის მსოფლიო ბეტსელერად ქცეულ წიგნში „ეკონომიკური მკვლელის აღსარება“, რომლის ქართული თარგმანი ახლახან გამოიცა. „ნავთობკომპანიები, — წერს იგი, — დაუფიქრებლად ასხამენ შხამს მდინარეებში, გაცნობიერებულად ხოცავენ ხალხს, ცხოველებსა და მცენარეებს და უძველესი კულტურების გენოციდს ეწევიან. ფარმაცევტული საწარმოები აივ-ინფექციით დაავადებულ მილიონობით აფრიკელს სიცოცხლისათვის საჭირო მედიკამენტების მოპოვების შესაძლებლობას უსპობენ. თორმეტმა მილიონმა ოჯახმა ჩვენს მშობლიურ შეერთებულ შტატებში არ იცის, ექნება თუ არა ხვალ საჭმელი.ენერგეტიკულმა მრეწველობამ წარმოშვა „ენრონი“, ფინანსურმა ინდუსტრიამ კი — „ანდერსენი. აშშ ერაყის ომისთვის 87 მილიარდ დოლარზე მეტს ხარჯავს, მაშინ როდესაც „გაერო“-ს გამოანგარიშებით, ამ თანხის ნახევარზე ნაკლებია საჭირო, რათა პლანეტის თითოეული მოსახლე უზრუნველყოფილი იყოს სასმელი წყლით, საკვებით, საბაზო განათლებით და სამედიცინო მომსახურებით“[18]. უფრო მეტიც, ზოგიერთი მკვლევარი იმასაც კი წერს, რომ თვით დღევანდელი ე. წ. მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი ტრანსნაციონალური კომპანიების მიერ ხელოვნურად გამოწვეული კრიზისია, რომლის მიზანია ამჯერად უკვე მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში დაგროვილი სიმდიდრის ხელახალი, კიდევ უფრო უსამართლო, გადანაწილება.

კაპიტალის წინააღმდეგობრივი ხასიათის ერთ-ერთი ყველაზე აგრესიული გამოვლინებაა კორპორაციათა, ბანკებისა და ხელისუფლებათა ე. წ. გლობალური იმპერია (შემოკლებით **კორპორატოკრატია**), რომელიც სულ უფრო აქტიურად იყენებს თავის ფინანსურ და პოლიტიკურ მუსკულატურას მთელი სამყაროს ეკონომიკურ მარწუხებში მოსაქცევად, რის შედეგად „ერთეულები ფუფუნებაში ნებივრობენ, ხოლო უმრავლესობას სიღატაკეში, ძალადობასა და სიბინძურე-

[18] ჯ. პერკინსი. ეკონომიკური მკვლელის აღსარება. „ქართული წიგნი“, 2007, გვ. 12.

ში ამოსდის სული"[19]. როგორც ჯ. პერკინსი აღნიშნავს, კორპორატოკრატთა ემისრები, რომელთა თანამდებობათა სახელები ყურს საამოდ ხვდება, დადიან „მონსანტოს", „ჯენერალ ელექტრიკის", „ნაიკის", „ჯენერალ მოტორსის", „უოლ მარტის" და ბევრი სხვა უმსხვილესი კორპორაციების დერეფნებში[20] და მაღალ ფასეულობებს ქადაგებენ, რომლითაც ნიღბავენ თავიანთ ნამდვილ ზრახვებს. ამიტომ სულაც არ არის გასაკვირი, რომ კორპორატოკრატთა ფინანსურმა თუ სხვა სახეობის „დახმარებებმა" უკიდურესად გააჩანაგა და გაღატაკა მთელი რიგი განვითარებადი ქვეყნები.

ამის ერთ-ერთი შესანიშნავი მაგალითია, თუნდაც, ეკვადორი, რომელიც „ახლა გაცილებით ცუდ მდგომარეობაში იმყოფება, ვიდრე... მას თანამედროვე ეკონომიკის სასწაულებს, საბანკო საქმეს და ტექნიკას გააცნობდნენ. 1970 წლიდან იმ პერიოდის განმავლობაში, რომელსაც „ნავთობის ბუმს" უწოდებდნენ, სიღატაკის ოფიციალური დონე 50 პროცენტიდან 70 პროცენტამდე გაიზარდა, უმუშევრობა — 15 პროცენტიდან 70 პროცენტამდე, სახელმწიფო ვალი — 200 მილიონი დოლარიდან 16 მილიარდ დოლარამდე. ამავე პერიოდის განმავლობაში მოსახლეობის უღარიბესი ფენებისათვის გამოყოფილი ბუნებრივი რესურსების ნაწილი შემცირდა 20-დან 6 პროცენტამდე.

სამწუხაროდ, ეკვადორი გამონაკლისი არ არის. თითქმის ყველა ქვეყანას, რომელიც... გლობალური იმპერიის ქოლგის ქვეშ აღმოჩნდა, იგივე ბედი ხვდა წილად. მესამე სამყაროს ქვეყნების ვალმა ორნახევარ ტრილიონ დოლარს მიაღწია, მისი მომსახურების ღირებულებამ — სამას სამოცდათხუთმეტ მილიარდს წელიწადში, 2004 წლის მდგომარეობით. ეს იმაზე მეტია, რასაც მესამე სამყაროს ყველა ქვეყანა განათლებისა და ჯანდაცვისათვის ხარჯავს და ოცჯერ მეტი იმაზე, რასაც განვითარებადი ქვეყნები ყოველწლიურად ეკონომიკური დახმარების სახით იღებენ.

მსოფლიოს მოსახლეობის თითქმის ნახევარი ცხოვრობს ორ დოლარზე ცოტა უფრო ნაკლებით დღეში. დაახლოებით ამდენივეს იღებდნენ ისინი 70-იანი წლების დასაწყისში. ამავე დროს, მესამე სამყაროს ქვეყნების კერძო კაპიტალის 70-დან 90 პროცენტამდე, ამ ქვეყნების ოჯახების ერთ პროცენტს ეკუთვნის"[21].

---

[19] ჯ. პერკინსი. ეკონომიკური მკვლელის აღსარება. გვ. 14.
[20] იქვე.
[21] იქვე. გვ. 20-21.

ეს არც არის გასაკვირი, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ „ყოველი ასეული დოლარიდან, რომელიც ნავთობის სახით მოდის მისი *(ექვადორის,— ო.შ.)* ტყეებიდან, 75 დოლარი ნავთობკომპანიებს მიაქვთ, დარჩენილი 25 დოლარის სამი მეოთხედი საგარეო ვალის გასასტუმრებლად მიდის. რაც რჩება, იმის დიდი ნაწილი ხელისუფლების და ჯარის შენახვას ხმარდება, ჯანდაცვა, განათლება და ღარიბი მოსახლეობის დახმარების პროგრამები მხოლოდ ორნახევარ დოლარს იღებენ. ამრიგად, ამაზონის ველზე ნავთობის სახით მოპოვებული ყოველი ასი დოლარიდან სამ დოლარზე ნაკლები ერგება იმ ადამიანებს, რომლებსაც დანარჩენებზე მეტად სჭირდება ფული, რომელთა ცხოვრებაც გადატრიალდა ჯებირით, ბურღით, ნავთობსადენებით, რომლებიც იხოცებიან საკვებისა და წყლის ნაკლებობით"[22].

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის მიერ საყოველთაოდ დეკლარირებული და აღიარებული პრინციპების საწინააღმდეგოდ ტრანსნაციონალური კომპანიების, სხვა ბიზნესწრეების ანტიეთიკური, ანტიჰუმანური მოქმედების აღსაკვეთად რიგი ღონისძიებები ხორციელდება განვითარებულ ქვეყნებში, თუმცა, ისინი ყოველთვის ვერ აღწევენ დასახულ მიზანს.

უცხოურ კაპიტალთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ურთიერთობა განსაკუთრებით ფრთხილ, ყოველმხრივ გააზრებულ, წინდახედულ მიდგომას მოითხოვს გარდამავალი ქვეყნებისაგან. ცხადია, ეს საქართველოსაც შეეხება. უწინარეს ყოვლისა, საზღვარგარეთელი ინვესტორების, საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ თვითმყოფი, სოციალურად ორიენტირებული ეროვნული ეკონომიკის მშენებლობის ინტერესების იგნორირების, ქვეყნის წინაშე მდგარი სპეციფიკური ამოცანების გაუთვალისწინებლობის შედეგია ის, რომ, ფაქტობრივად, გაჩანაგდა საქართველოში მრეწველობა, სოფლის მეურნეობა, მატერიალური წარმოების სხვა დარგები, პირწმინდად განადგურდა სამუშაო ასეულათასობით ადგილები და ქვეყანა ერთ დიდ სამომხმარებლო საზოგადოებად გადაიქცა. მსოფლიო ბანკმაც და სავალუტო ფონდმაც „...ისეთი მოთხოვნები წამოაყენეს საქართველოში, მტერს რომ არ ვუსურვებ, — წერდა აშშ-ში მოღვაწე ქართველი ბიზნესმენი გ. ზალდასტანიშვილი,— ვის გაუგია, ადამიანს ისეთი მაღალი გადასახადი დაუწესო, მოპარვა და ტყუილი დასჭირდეს? კიდევ კარგი, ძლივს ალაპარაკდნენ ახლა, რომ სავალუტო ფონდი და მსოფლიო ბანკი ხეირიანად არ იქცევა! საქართველოს მთავრობას არ შესწევს

[22] ჯ. პერკინსი. ეკონომიკური მკვლელის აღსარება. გვ. 22.

ძალა, ისეთ უზარმაზარ ორგანიზაციებს ებრძოლოს, როგორიცაა მსოფლიო ბანკი და სავალუტო ფონდი. მის წინააღმდეგ უნდა იცოდე, როგორ იბრძოლო“[23].

ქართული ბიზნესის ერთ-ერთ პირველ გზამკლევს, დავით სარაჯიშვილს ღრმად ჰქონდა გაცნობირებული კაპიტალის, უფრო ზუსტად რომ ვთქვათ, ფულის ხასიათი, როლი და მნიშვნელობა იმდროინდელ საზოგადოებაში და დიდად აშფოთებდა კიდევაც მისი მანკიერი მხარეები. ევროპულ უნივერსიტეტებში პოლიტიკურ ეკონომიასა, ბუნებისმეტყველებასა და მეცნიერების სხვა დარგებში ღრმად განსწავლული მამულიშვილი საფუძვლიანად ერკვეოდა დასავლური საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ურთიერთობების შინაარსში, ხასიათსა და თავისებურებებში. იგი თავისი შინაგანი არსით, დადებით მხარეებთან ერთად, გრძნობდა, თვალნათლივ ხედავდა ახალი წყობილების მანკიერებებს, მის სოციალურ წყლულებსა და წინააღმდეგობებს, მისთვის დამახასიათებელი ცალკეული ნიშან-თვისებების ქართულ ეროვნულ ხასიათთან და ცხოვრების წესთან შეუთავსებლობას.

„კაპიტალი ულმობელი მოვლენაა, რაღაცნაირი მწუხარებით ლაპარაკობდა დავით ზაქარიას ძე თავისი მეგობრების წრეში, — მას არ აკრთობს, გულს არ უჩვილებს ცრემლები, ადამიანთა ტანჯვა-წამება; მას არ ძალუძს, გაუგოს ცრემლებს; კაპიტალისტი დაკარგავს მთელ თავის კაპიტალს, თუკი იგი ყურს დაუგდებს თავის გულისხმას, კაპიტალისტი ყრუა ადამიანური წამების მიმართ; კაპიტალისტს, თავისი ბუნებიდან გამომდინარე, უფლება არა აქვს, გრძნობდეს თავის გარშემო მყოფთა წუხილს... სამწუხაროა ძალიან, მაგრამ ყველამ მტკიცედ უნდა იცოდეს, რომ ქართველს თავისი გულით, თავისი ბუნებით არ ძალუძს, იყოს კაპიტალის მფლობელი; არ შეუძლია, დაიტოვოს, თავის ხელში დაინარჩუნოს ფული. მთელი ტრაგედია ქართველთა ცხოვრებისა მათი ბუნების, ხასიათისა და ცხოვრების წყობაშია. მე კარგად მესმის იმ ქართველებისა, რომლებიც როგორც წყალწაღებულები ეკიდებიან ხავსს, ისე ხედავენ სოციალიზმში ქართველი ხალხის ხსნას“[24].

მიწათმოქმედი ერის დიდი შვილი თავის თავშივე ატარებდა ქართული ხალხური სულის ყველა საუკეთესო თვისებას. მის სულში, როგორც განსაკუთრებულ ფოკუსში ანდა, როგორც ეკრანზე, აირეკლებოდა საქართველოს საუკეთესო ეროვნული თავისებურებანი, მისი

---

[23] ციტ. წგნ-დან: ა. გელაშვილი, ლ. გელაშვილი. უტეხი სული. თბ., 2006, გვ 216.

[24] М. Мачабели. Тифлис, 17-го июня (Давид Захарьевич Сараджев), газ. „Закавказье“, 1912, 17 июня, № 135, გვ.1.

სული ადამიანში ცნობდა და აღარებდა მხოლოდ მის სულიერებას — ღვთიურ საწყისებს, მისი საკვირველი სული და გული, ღრმა თანაგრძნობით იყო გამსჭვალული სხვისი მწუხარებისადმი, ყველაზე საუკეთესო გამოხატულება იყო იმ საერთო-საკაცობრიო იდეალებისა და მისწრაფებებისა, რომლებითაც აღსავსეა, ძლიერი და ამაყია მრავალტანჯული ქრისტიანული საქართველო. მისთვის უცხო იყო შური, შოვინიზმი, მანკიერი თავმოწონება და თავმოთნეობა. მის მომაჯადოვებელ სულში არ მოიძებნებოდა ადგილი ამ ბიწიერებისათვის, რომლებიც დამღუპველი იყო ქვეყნის სულიერი და ეკონომიკური ზრდისათვის. მან შეუმცდარად განჭვრიტა საქართველოს ეკონომიკური აღორძინების საიმედო, ჭეშმარიტი გზა და თავის დროშაზე საკუთარი ცხოვრებითა და მოღვაწეობით წააწერა თავისი უპირველესი დევიზი: შრომა, ცოდნა, მშრომელი ადამიანის მხურვალე სიყვარული, განურჩევლად მისი წოდებრივი, კლასობრივი კუთვნილებისა, განუხრელი მზრუნველობა თანამოძმეებზე და ერთგულება მათი მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებებისადმი.[25]

მისი ლოზუნგი იყო დაუღალავი განვითარება სამი მიმართულებით: ჯერ ერთი, თავისი ცოდნის უწყვეტი გამდიდრება. ამ მხრივ პირდაპირ გასაოცარია დავით სარაჯიშვილისა და უნივერსიტეტში მისი ყოფილი მასწავლებლის, გამოჩენილი გერმანელი მეცნიერის, პროფესორ ალფრედ ვაგნერის ურთიერთობა. ისინი ოცდაათ წელზე მეტი ხნის განმავლობაში მუდმივად ხვდებოდნენ ერთმანეთს ბერლინში. დიდი მეცნიერი გამორჩეული ყურადღებით ადევნებდა თვალს თავისი ყოფილი მოწაფის საქმიანობას, ინტერესდებოდა მისი შეხედულებებით, 1901 წელს თბილისშიც კი ჩამოვიდა და როდესაც მომდევნო წელს თავისი წიგნის „Agrar und Industriestaaat" ახალი გამოცემა განახორციელა, იგი თავის ყოფილ მოწაფეს მიუძღვნა, რომლის წინასიტყვაობაში, როგორც არტურ ლაისტი დავით სარაჯიშვილისადმი მიძღვნილ მოგონებაში აღნიშნავდა, გერმანელი მეცნიერი წერდა: მე მისი მეორე გამოცემა მივუძღვენი უახლოეს მეგობარს, ყოფილ მოწაფეს, სამეურნეო, კომერციული და სამრეწველო პრაქტიკის გამოჩენილ მცოდნეს, სახალხო მეურნეობის სფეროში ფართო თეორიული ცოდნის მქონეს, დოქტორ სარაჯევს. სწორედ ამ წიგნთან და მის თემასთან დაკავშირებული უღრმესი სოციალურ-სამეცნიერო პრობლემების შესახებ მე მისგან მეტისმეტად მრავალი მითითება და დარიგება მივიღე იმ საფუძვლიან საუბრებში, რომლებიც ჩემი ლექციების შემდეგ იმართე-

[25] М. Мачабели. Тифлис, 17-го июня (Давид Захарьевич Сараджев). გვ.1.

ბოდა და რომლებსაც ბოლო წლებში იგი ძალიან ხშირად ხელახლა ესწრებოდა. მას შეეძლო პირველი კლასის მეცნიერთან ესაუბრა და ამით დაეკმაყოფილებინა ცოდნის წყურვილი[26];

მეორე, თავისი სამრეწველო საქმის განვითარება და, მესამე, კულტურულ-საქველმოქმედო მოღვაწეობის გაფართოება. მთელი თავისი ცხოვრების განმავლობაში იგი განუწყვეტლივ სწავლობდა, სულ უფრო ღრმად წვდებოდა ცხოვრების არსსა და მიზანს და იქმნიდა საკუთარ, კეთილშობილურ პრინციპებზე დაფუძნებულ ეთიკას. ეს მაღალი ეთიკა იყო მისი უხილავი კვარცხლბეკი, რომლის წყალობითაც ბევრ ადამიანზე მაღლა იდგა. უცხო იყო მისთვის თვითკმაყოფილება, არასდროს ყოფილა თავისი საქმიანობით კმაყოფილი, მუდამ ახლის ძიებაში იყო, გამუდებით მიიწევდა წინ დასახული მიზნისაკენ, იდეალისაკენ. დიახ, მას ჰქონდა იდეალი. მატერიალიზმით გაღენთილ გარემოში მას იდეალისა სწამდა იმიტომ, რომ თვითონ იყო იდეალური ადამიანი, რომელიც ეტრფოდა ყველაფერ მშვენიერს ცხოვრებაში, ბუნებაში, ხელოვნებაში. მის წრეში ვერ ნახადით კომერციულ თუ სამრეწველო მოღვაწეებს, რომელთაც, ფულის გარდა, სულში არაფერი ებადათ[27].

დავით სარაჯიშვილი ახალ პირობებსა და ვითარებაშიც ძველ ქართულ ეკონომიკურ წყობაში, უწინარესად, მიწათმფლობელობისა და მიწათსარგებლობის ძველ ქართულ წესში, მეურნეობის გაძღოლის ქართულ ტრადიციებსა და მეურნეობრივი ცხოვრების ორგანიზაციის ეროვნულ გამოცდილებაში ეძიებდა გამოსავალს. ღრმად იყო დარწმუნებული, რომ ეს უფრო შეესაბამებოდა ქართულ მეურნეობრივ ფსიქოლოგიას, მისი ფსიქიკური წყობის თავისებურებებს, მენტალურ განწყობებს. ადარებდა რა მიწათმფლობელს კაპიტალისტს, შენიშნავდა: „სხვაა მიწის მესაკუთრე. მიწა არაფერს იძლევა წვიმის გარეშე, მიწის მესაკუთრე უფრო გულჩვილია, გულითადია; მას არ აფრთხობს ცრემლები, მას ესმის ცრემლების მნიშვნელობა, ცრემლები არ აღიზიანებს მიწის მფლობელს, ფულის მფლობელს კი მხოლოდ აშფოთებს, ხოლო მიწის მფლობელს — ამშვიდებს, მიწა უფრო გულჩვილია, გულითადია, ვიდრე ფული“ [28].

დიდ მამულიშვილს სურდა, კაპიტალიზმი ქართულ მეურნეობრივ

---

[26] А. Лайст. Памяти славного грузина (Воспоминания о Давиде Сараджишвили), „Закавказье“, 1912, 17 июня, № 135, გვ. 3.

[27] იქვე. გვ. 2.

[28] М. Мачабели. Тифлис, 17-го июня (Давид Захарьевич Сараджев). გვ. 1.

გამოცდილებაზე დაემყნო, კაპიტალის სისასტიკე, რაციონალურობა, პრაგმატიზმი ეროვნული ჰუმანისტური ტრადიციებით მოეთვინიერებინა, გაენეიტრალებინა. იგი თავის ქვეყანაში გზას უკაფავდა თავისივე ეთიკური პრინციპებით გამსჭვალულ სრულიად ახალ საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ ურთიერთობებს, ცდილობდა მის ყოველმხრივ გაკეთილშობილებას, გაჰუმანურებას, ქრისტიანულ საწყისებზე დაფუძნებას, თავისივე საწარმოში ნერგავდა სოციალური სოლიდარობის საფუძვლებს, პრაქტიკულად ხორცს ასხამდა მისი დიდი და სათაყვანებელი მეგობრის — ილია ჭავჭავაძის საერთო ნიადაგის თეორიას, რაც სხვადასხვა სოციალური კლასის, ჯგუფისა და ფენის თანამშრომლობას, მათი ინტერესების ჰარმონიზაციასა და სოციალურ სოლიდარობას გულისხმობდა.

ჯერ კიდევ მაშინ, როდესაც კაპიტალიზმი თავისი განვითარების ველური სტადიიდან გამოსვლამდე ძალიან შორს იყო და ბიზნესის ერთადერთ მოვალეობად მოგების მოტანა მიაჩნდათ, ფართოდ განსაწავლულმა დიდმა მამულიშვილმა მეწარმეობას უპირველეს ამოცანად ქვეყნისა და ხალხის კეთილდღეობის მსახურება დაუსახა და ამის მაგალითი თვითონვე მისცა თავის თანამემამულეებს — „სამშობლოს მოახმარა მთელი მისი სიცოცხლე, მთელი მისი სიცოცხლით ნაწარმოები ქონება“[29].

დავით სარაჯიშვილის ფირმა მთელი რუსეთის იმპერიაში იმ დროის კვალობაზე მოწინავე ტექნიკითა და ტექნოლოგიით აღჭურვილ საწარმოთა დიდად წარმატებული, მაღალშემოსავლიანი გაერთიანება იყო. მაგრამ მოწინავე ტექნიკა და ტექნოლოგია არ იყო წარმატების უმთავრესი მიზეზი. წარმატებას, მაღალშემოსავლიანობას უპირველესად და უმთავრესად განაპირობებდა ურთიერთობა, რომელიც ქრისტიანული სოლიდარობის გრძნობით გამსჭვალულ მეწარმეს მოყვასთან — თავისი ფირმის დაქირავებულ მუშა-მოსამსახურეებთან აკავშირებდა, რაც სრულიად უჩვეულო იყო იმ დროისათვის.

ამის ერთ-ერთი გამოხატულება იყო, თუნდაც ის, რომ, როგორც იაკობ გოგებაშვილი აღნიშნავდა, გულმოწყალე მეპატრონე „თავის მუშებს მეტ ჯამაგირს აძლევდა, ვიდრე სხვები, რის გამოც ეს მუშები მისი მადლიერნი იყვნენ და ერთგულად ემსახურებოდნენ“ [30]. ამასთან დაკავშირებით ნოე ჟორდანია იგონებდა: „1907 წელს დავითი ვნახე პეტერბურგში. ამ დროს ჩვენში გახურებული ექსპროპრიაციები და

[29] გაზ. „თემი“, 1911, 27 ივნისი, № 25, გვ. 1.

[30] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. ტფ. 1912, გვ. 58.

თავსდასხმა იყო. დავითი ტფილისისაკენ აპირებდა. ხომ არ გეშინია, დავით, შევეკითხე. — არა, შიში არა მაქვს, მხოლოდ შემრცხვება კი ვინმემ რომ ხელი შემახოსო. ის ერთათ ერთი მდიდარი იყო, რომელიც იმ ხანებში თავისუფლათ დადიოდა ჩვენში და არც ხელი უხლიათ. ამით ის ხშირათაც ამაყობდა. — მე ვეუბნები ზ–ს ისე ქენი, როგორც მე და უცხოეთში დამალვა არ დაგჭირდებათქო, გადმომცა დავითმა. ის არც რევოლიუციას აუმჩატებია და არც რეაქციას დაუმონებია“[31].

დ. სარაჯიშვილის დაკრძალვისას, მისი ქარხნების სახელით გამოსულმა მუშამ, გ. შახნაზაროვმა თქვა: „მე, შენი მეორე ქარხნის მუშათა მონდობილობით, ვესალმები შენს გაციებულს გვამს. მათვე დამავალეს ამ უკანასკნელი გამოსალმების დღეს, საქვეყნოთ, ყველასათვის გასაგონათ მადლობა გამოგიცხადო იმ სამაგალითო განწყობილების გამო, რომელიც შენ შეჰქმენი შენსა და ჩვენს, შენს მუშებს, შორის. შენ ყოველთვის თანაგრძნონით ეგებებოდი ჩვენს მოთხოვნილებებს. შენ სხვა მეპატრონესავით არა-ადამიანებად არა გვთლიდი. შენ სიამოვნებით მიიღე ჩვენი წინადადება, როცა მოვითხოვდით ქარხანაში სამუშაო დროთ ცხრა საათის შემოღებას. შენ იმის მეტი არაფერი გითქვამს, რომ თუ ნორმალური დასვენება გინდათ, ეგ ნორმალური არ არის, ამის შემდეგ შენ ტელეფონით მოახდინე განკარგულება, რომ 8 საათის სამუშაო დრო ყოფილიყო შემოღებული. შენ პირველმა დაგვითმე ორი კვირით დასვენება ჯამაგირის შენახვით, და აღტაცებით შეჰხვდი, როცა ჩვენ სამკითხველოს დაარსება მოვითხოვეთ შენგან შენს ქარხანაში. ამისათვის ყოველივე ხარჯები სიამოვნებით იკისრე“[32].

თითქმის საუკუნე გავიდა ამ სიტყვების წამოთქმიდან, მაგრამ ახლაც მისაბაძი, გამორჩეული, სანიმუშო, ხშირად განუმეორებელიც კი რჩება დ. სარაჯიშვილის მიერ გამოჩენილი დიდი კაცმოყვარეობის მაგალითები. ეს, უწინარესად, ითქმის გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებზე, და, რა თქმა უნდა, სამწუხაროდ, საქართველოზეც, სადაც დღეს ხშირად რელიქტის სახით ცოცხლდება გამოქვაბულის პერიოდის კაპიტალიზმის მანკიერებანი. დიდი მეწარმე და ქველმოქმედი საოცრად წინ უსწრებდა თავის ეპოქას, XXI საუკუნეშიც კი ძნელად თუ მოიძებნება ისეთი ბიზნესმენი, რომლის საწარმოში ისეთი ჰარმონიული ურთიერთობა იქნება დამქირავებელსა და დაქირავებულს

[31] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 63.

[32] იქვე. გვ. 306.

შორის, როგორიც დავით სარაჯიშვილის ფირმაში სუფევდა, ისეთი თანხვედრა, ჰარმონიულობაა დამქირავებლისა და დაქირავებულის ინტერესებს შორის, იმაზე მეტ ხარჯებს იღებდეს დამქირავებელი, ვიდრე კანონი ავალდებულებს!

ბიზნესს ყოველდღიურად უწევს ურთულესი, ხშირად ღრმა წინააღმდეგობებით აღსავსე პრობლემების გადაწყვეტა, ამასთანავე, სულ უფრო აუცილებელი ხდება მიღებულ გადაწყვეტილებათა მოსალოდნელი შედეგების წინასწარ პროგნოზირება და ეთიკურად სწორი არჩევანის გაკეთება. ძალიან ძნელია იმის განსაზღვრაც, თუ როგორ უნდა მოიქცე სწორად, მართებულად ამა თუ იმ კონკრეტულ სიტუაციაში. იმის დასადგენად, თუ ეთიკურად რამდენად სწორია არჩევანი, მიღებული გადაწყვეტილება უნდა შეჯერდეს საყოველთაოდ აღიარებულ ნორმებს, ქცევის წესებსა და სტანდარტებს, რომლებიც, როგორც წესი, ქრისტიანულ მოძღვრებას ეფუძნება. ქრისტიანულ პრინციპებს „არ იცრუო", „არ იქურდო", „არ გამოხვიდე ცრუ მოწმედ შენი თვისტომის წინააღმდეგ", „მოექეცი სხვებს ისე, როგორც გინდა, შენ მოგექცნენ" (მათ. 19:18-19; შდრ. გამ. 20:1-17, II სჯ. 5:7-21) ემყარება თანამედროვე, ცივილიზებულ საზოგადოებაში კანონები და ქცევის წესები, მისი სულიერი და ზნეობრივი სიმწიფის ხარისხი სწორედ ამ პრინციპებისადმი ერთგულებით განისაზღვრება.

ცხოვრება მრავალფეროვანი, მრავალწახნაგოვანი, მრავალსახოვანი მოვლენაა. ამიტომაც იშვიათი როდია ისეთი სიტუაციები, როდესაც შეუძლებელია ყველაფრის ერთ თარგზე გამოჭრა, „თეთრად" და „შავად" დაყოფა. სწორედ ასეთ შემთხვევებში გამოიყენება სამი ფუნდამენტური პრინციპი: უტილიტარიზმი, ადამიანის უფლებების დაცვა და სამართლიანობა. ეს პრინციპები გვეხმარება გაკეთებული არჩევანის „მართებულობის" განსაზღვრაში[33].

უტილიტარიზმი ეთიკური გადაწყვეტილების მიღების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრინციპია. ამ პრინციპის თანახმად, „მართებულად" ითვლება ის გადაწყვეტილება, რომელსაც მაქსიმალური მოგება მოაქვს ადამიანთა უმრავლესობისთვის. თუ მეწარმე (მენეჯერი) იზიარებს ამ შეხედულებას, იგი შეეცდება, შეისწავლოს ყველა დაინტერესებულ მხარეზე ყველა ალტერნატიული გადაწყვეტილების გავლენა და მხოლოდ ამის შემდეგ გააკეთებს ისეთ არჩევანს, რომელიც ყველაზე მეტ კმაყოფილებას მოჰგვრის ადამიანთა უმრავლესობას და უარს იტყვის ალტერნატივებზე, რომლებიც უპასუხებს ადამიანთა

[33] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 39.

ვიწრო წრის ინტერესებს ან არ აკმაყოფილებს უმრავლესობის მოთხოვნებს. ასეთი მიდგომის მნიშვნელობა დამოკიდებულია მეწარმის უნარზე, გაანალიზოს თავის გადაწყვეტილებათა შედეგები.

გადაწყვეტილების ეთიკურობის უზრუნველსაყოფად, ასევე, ფართოდ გამოიყენება პრინციპი, რომელიც ორიენტირებულია ადამიანის უფლებების დაცვაზე. სხვა ადამიანის უფლებების აღიარება და მათი პატივისცემა ნიშნავს იმას, რომ თქვენ თავს ვალდებულად თვლით, დაიცვათ ეს უფლებები, რომ უარს იტყვით, ყველანაირ გადაწყვეტილებაზე, რომლებიც არღვევს ამ უფლებებს. მაგალითად, არ მოატყუებთ ადამიანებს, ეშმაკობას არ ჩაიდენთ, რათა აიძულოთ, ისინი იმოქმედონ თავიანთი ინტერესების საზიანოდ, პატივს სცემთ მათ უფლებას, ჰქონდეთ და ღიად გამოხატონ საკუთარი აზრი, არ აიძულებთ მათ, მოიქცენენ თავიანთი რელიგიური, თუ ეთიკური შეხედულებების საწინააღმდეგოდ და, თუმცა, შესაძლოა, გსურდეთ, რაც შეიძლება მეტი სიკეთე მოუტანოთ რაც შეიძლება მეტ ადამიანს, უარყოფთ ყოველგვარ არჩევანს, რომელიც შელახავს თუნდაც ერთი ადამიანის უფლებებს. ბოლო დროს არსებითად გაფართოვდა ადამიანის ინდივიდუალური უფლებების შინაარსი. იგი ამჟამად მოიცავს მცენარეულობის, ცხოველების, მიწის, წყლის, ჰაერისა და გარემოს სხვა ელემენტების დაცვას[34].

ეთიკური გადაწყვეტილების მიღებისას, ხელმძღვანელობენ, აგრეთვე, კრიტერიუმებით, რომლებიც ეფუძნება სამართლიანობის პრინციპებს. ეს პრინციპები გულისხმობს თანაბარი უფლებების უზრუნველყოფას პასუხისმგებლობისა და სიკეთეების განაწილებისას ანუ ყველა ადამიანს ერთნაირად უნდა მოვექცეთ, დადგენილი წესები განუხრელად უნდა სრულდებოდეს, ის, ვინც ზიანს აყენებს სხვებს, პასუხი უნდა აგოს და აანაზღაუროს ზარალი, მაშასადამე, სამართლიანი გადაწყვეტილება პატიოსანი, მიუკერძოებელი და გონივრული გადაწყვეტილებაა.

ეთიკური გადაწყვეტილების მიღების ზემოთ განხილული სამი ფუნდამენტური პრინციპი არ გამორიცხავს ერთმანეთს. პირიქით, პრაქტიკაში ხშირად ერთდროულად იყენებენ სამივე მიდგომას, რათა მიიღონ ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც დააკმაყოფილებს, რაც შეიძლება, მეტი ადამიანის მოთხოვნებს, ამავე დროს, არ დაარღვევს არავის უფლებებს და სამართლიანი იქნება ყველას მიმართ. საზოგადოების წინა-

---

[34] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 39.

შე ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობა მოითხოვს ეკონომიკური სისტემის ყველა შემადგენელი სუბიექტის — საზოგადოების, მომხმარებლების, შრომითი კოლექტივისა და ინვესტორების ერთობლივი ინტერესების გათვალისწინებას.

ბიზნესთან დაკავშირებული მრავალი ყოველდღიური საკითხის გარშემო მიღებული გადაწყვეტილებები ყოველთვის არ თავსდება „მართებულის“ და „არამართებულის“ ჩარჩოში. ალტერნატიულ გადაწყვეტილებათა სიმრავლე ხშირად ჩიხში აქცევს ბიზნესმენებს, რომელთა მორალური თვისებების შესაფასებლად პრაქტიკაში მრავალნაირი ტესტები გამოიყენება. ქვემოთ მოგვაქვს ერთ-ერთი მათგანი (იხ. ტესტი 1).

ტესტი 1

გთხოვთ, შეაფასოთ თქვენი მორალური თვისებები*

1. სავსებით ნორმალურია საქონლის შესახებ ნეგატიური ინფორმაციის საჯაროდ განუცხადებლობა, რათა სარფიანად გაიყიდოს იგი, თუ მისი უარყოფითი თვისებები საშიში არ არის ადამიანებისათვის და საფრთხეს არ უქმნის მათ სიცოცხლეს.
2. ზოგჯერ მენეჯერი კარიერის გასაკეთებლად, იძულებულია, თვალი დახუჭოს კონტრაქტისა და უსაფრთხოების ტექნიკის პირობების დარღვევაზე.
3. ცალკეულ შემთხვევებში შეუძლებელია დანახარჯების ზუსტი აღრიცხვა, ამიტომ ზოგჯერ საჭიროა ანგარიშში მიახლოებითი მონაცემების მოყვანა.
4. ზოგჯერ საჭიროა უფროსობისთვის არასასიამოვნო ინფორმაციის დამალვა.
5. ხელქვეითებმა უნდა გააკეთონ ის, რასაც მათ მენეჯერები უბრძანებენ, მაშინაც კი, თუ გადაწყვეტილების სისწორეში ეჭვი ეპარებათ.
6. ზოგჯერ საჭირო ხდება სამუშაო დროს პირადი საქმეების მოგვარება.
7. უბედურება არ არის, თუ მეგობარს ლენჩზე პატიჟობთ და ხარჯები კომპანიის დანახარჯებში შეგაქვთ, მაგრამ მხოლოდ მაშინ, თუ ასეთი საქციელი ჩვეულებად არ გქცევიათ.

---

* იხ. Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 140-141.

8. შეკვეთის მისაღებად თქვენ მზადა ხართ, საქონლის გაგზავნის არარეალური ვადები დაასახელოთ.
9. შეიძლება კომპანიის საერთაშორისო სატელეფონო ხაზების გამოყენება პირადი საჭიროებისათვის, თუ ამ დროს არავინ საუბრობს სამსახურებრივ საქმეებზე.
10. ადმინისტრაცია უნდა მიისწრაფოდეს გარკვეული მიზნისაკენ. ამიტომ, როგორც წესი, მიზანი ამართლებს საშუალებას.
11. მოიწონებდით თუ არა მდიდრული მიღების ორგანიზაციას და კომპანიის სტრატეგიის ზოგიერთ ცვლილებებს, თუ ეს უზრუნველყოფს მსხვილი გარიგების დადებას.
12. თქვენი ცხოვრების წესი გახდა კომპანიის სტრატეგიისა და მუშაობის მეთოდების უარყოფა.
13. მატერიალურ-ტექნიკური მარაგების შეფასებისას უმჯობესია ინფორმირება თანამედროვე და არა მორალურად მოძველებული საქონლის მიღების შესახებ.
14. დროდადრო შეიძლება პირადი ან საზოგადოებრივი საჭიროებისათვის კომპანიის ასლის გადასაღები ტექნიკის გამოყენება.
15. პირადი საჭიროებისათვის სახლში მიგაქვთ კომპანიის ქონება (ფანქარი, ქაღალდი, ფირი და ა. შ.) და მას დასაშვებ დამატებით გასამრჯელოდ მიიჩნევთ.

შეეცადეთ, უპასუხოთ ზემოთ მოტანილ მტკიცებულებებს და ნახეთ, რამდენ ქულას დააგროვებთ. თითოეულ მტკიცებულებას მარჯვენა მხარეს მიუწერეთ: 0 ქულა, თუ აბსოლუტურად არ იზიარებთ ამ მტკიცებულებას, 1 — თუ არ იზიარებთ, 2 — თუ ძირითადად იზიარებთ, 3 — თუ სავსებით იზიარებთ.

თუ, საბოლოო ჯამში, დააგროვებთ:

0 — თქვენ, ალბათ, წმინდანი ხართ.

1-5 — თქვენ ფლობთ ყველა მონაცემს, მღვდელმსახური რომ გახდეთ.

6-10 — თქვენ ფლობთ მაღალ მორალურ თვისებებს.

11-15 — თქვენ ფლობთ საკმაოდ დამაკმაყოფილებელ მორალურ თვისებებს.

16-25 — თქვენ ფლობთ დამაკმაყოფილებელ მორალურ თვისებებს.

26-35 — თქვენ დაბალი მორალური დონისა ხართ.

36-44 — თქვენ, შეიძლება, უსიამოვნებები შეგემთხვეთ.

45- — თქვენ, სავსებით შესაძლებელია, ციხეში აღმოჩნდეთ.

რეზიუმე

XX საუკუნის მეორე ნახევარში ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკურ ბუნებაში, მის მამოძრავებელ მოტივებში ღრმა თვისებრივი ცვლილებები მოხდა. მართალია, თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის დროსაც მეწარმის მიზანია სისტემატური შემოსავლის (მოგების) მიღება, საკუთარი საქმიანობის შემდგომი განვითარება, იმიჯისა და სტატუსის ამაღლება, მაგრამ იგი, მტკიცედ ემყარება რა საბაზრო ბერკეტებს, იმავდროულად ყოველმხრივ ითვალისწინებს ე. წ. არასაბაზრო ფაქტორებს და წინა პლანზე აყენებს ისეთ მაღალ ეთიკურ ნორმებს, როგორიცაა: სოციალური პასუხისმგებლობა, უტილიტარიზმი, ადამიანის უფლებების პატივისცემა, სამართლიანობა, გარემოს დაცვა და ა. შ., რომლებიც, როგორც წესი, ქრისტიანულ მოძღვრებას ეფუძნება.

ეთიკური გადაწყვეტილების მიღების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრინციპია უტილიტარიზმი, რომლის თანახმად, „მართებულად“ ითვლება ის გადაწყვეტილება, რომელსაც მაქსიმალური მოგება მოაქვს ადამიანთა უმრავლესობისთვის. გადაწყვეტილების ეთიკურობის ერთ-ერთი ძირითადი მაჩვენებელია, ასევე, მისი ყოველმხრივი ორიენტირება თითოეული ადამიანის უფლებების დაცვასა და სამართლიანობის უზრუნველყოფაზე.

თანამედროვე ბიზნესის სოციალიზაციის, მისი საზოგადოებრივი ხასიათის გაძლიერების მიუხედავად, ცალკეული ფირმები, რომლებიც გამოდევნებულები არიან მონოპოლიური ზემოგების მიღებას, ხშირად უხეშად არღვევენ მეწარმეთა ფართო წრეების მიერ გაზიარებულ ეთიკურ ნორმებს და ყველანაირად ცდილობენ, თავიანთი „ჰუმანური სახე“ სხვადასხვა ხერხით შენიღბონ. მნიშვნელოვანწილად ამით აიხსნება ის, რომ საზოგადოების გარკვეული ნაწილი მაინცდამაინც არცთუ დიდად ენდობა ბიზნესს.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რით განსხვავდება თანამედროვე თავისუფალი მეწარმეობა XIX საუკუნის ბოლოსა და XX საუკუნის დასაწყისის მეწარმეობისაგან?
2. დაახასიათეთ XX საუკუნის მეორე ნახევარში ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკურ ბუნებაში მომხდარი თვისებრივი ცვლილებები და განვითარების პერსპექტივები.
3. დაასახელეთ ოთხი საზოგადოებრივი ჯგუფი, რომელთა წინაშე პასუხს აგებს ბიზნესი.
4. რას ნიშნავს გადაწყვეტილების ეთიკურობა და რას ეფუძნება იგი?
5. ჩამოთვალეთ სამი ფუნდამენტური მიდგომა, რომელიც გამოიყენება ბიზნესში ეთიკური პრობლემების გადაწყვეტისას და წარმოაჩინეთ მათი არსი და მიზანდასახულობა.
6. რას ფიქრობდა დავით სარაჯიშვილი კაპიტალიზმის ბუნებაზე და რითი სურდა მისი უარყოფითი მხარეების ნეიტრალიზება?
7. რა იცით ილია ჭავჭავაძის საერთო ნიადაგის თეორიის შესახებ?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. თანამედროვე ბიზნესის ეთიკური ნორმები;
2. როგორია ბიზნესის ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობა გარდამავალ პერიოდში?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. ბიზნესის ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემები გარდამავალი პერიოდის საქართველოში;
2. ილია ჭავჭავაძის საერთო ნიადაგის თეორია და გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები.

ლიტერატურა

1. დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. ტფ. 1912;
2. ჯ. პერკინსი. ეკონომიკური მკვლელის აღსარება. „ქართული წიგნი“, 2007;
3. გაზ. „ცემი“, 1911, 27 ივნისი, № 25;
4. ქირთბაია მ. ბიზნესის ეთიკა. გამომც. „ნეკერი“, 2004;
5. **Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей, пер. с англ. М., изд.-во „Дело“, 1997;
6. **А. Лайст. Памяти славного грузина (Воспоминания о Давиде Сараджишвили),** „Закавказье“, 1912, 18 июня, № 135;
7. **Современный бизнес.** Учеб. в 2-х т., т. 1. Перев. с англ., Речмен Д. Дж., Мескон М. Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. М., изд.-во „Республика“, 1995.

2.3. ქართული ბიზნესის ჰუმანისტური ტრადიციები

მეტად საგულისხმო და ყურადსაღებია, რომ ბიზნესი საქართველოში თავიდანვე ქართული ეკონომიკური წყობის ძირძველ ჰუმანისტურ ტრადიციებს დაეფუძნა. საბედნიეროდ, ქართული კაპიტალიზმის პირველ გზამკვლევებს, მაღალ პროფესიონალიზმსა და ფართო განსწავლულობასთან ერთად, უწინარესად, გამოარჩევდათ მაღალქრისტიანული იდეალები: სამშობლოსა და მშობელი ხალხის უსაზღვრო ერთგულება, ზნეობრივი სრულყოფილება, სამართლიანობის გამძაფრებული გრძნობა, მოყვასის სიყვარული და თანადგომა, ბიზნესის უპირველესი დანიშნულებისა და საზოგადოების წინაშე მისი პასუხისმგებლობის ღრმა გაცნობიერება. ამ დიდ მამულიშვილთა მთელი ცხოვრება და მოღვაწეობა, შეიძლება ითქვას, ქრესტომათიული მაგალითია იმისა, თუ როგორ უნდა ემსახურო უანგაროდ, უჩუმრად, უხმაუროდ მშობელ ერსა და ქვეყანას, როგორ იღვაწო დღენიადაგ, მუხლჩაუხრელად, თავდაუზოგავად მისი კეთილდღეობისა და უკეთესი მერმისისათვის, როგორ მოახმარო საკუთარი შრომით, ცოდნით და გამოცდილებით დაგროვილი მთელი შენი ქონება საქვეყნო, საზოგადო, საერთო საქმეს.

პირველი თაობის ქართველ მეწარმეთა მიერ დაფუძნებული საწარმოები, როგორც წესი, ადგილობრივ მუშახელსა და ბუნებრივ-ეკონომიკურ რესურსებს იყენებდნენ, თავისი დროის საუკეთესო ტექნიკურ და ტექნოლოგიურ მიღწევებს ეფუძნებოდნენ და, მეურნეობის ტრადიციული დარგების განვითარებასთან ერთად, სათავეს უდებდნენ ეკონომიკის სრულიად ახალი დარგების განვითარებას, რომელთა შემოსავალი ცალკეული პირების უზომო, წრეგადასული გამდიდრებისა და განცხრომისათვის კი არ იხარჯებოდა, არამედ უპირველეს ეროვნულ საქმეებს, საერთო-სახალხო საჭიროებას, ქველმოქმედებას, მეცნიერებას, მოყვასის თანადგომასა და მისთვის უანგაროდ ხელის გამართვას ხმარდებოდა.

სიმდიდრის, ქონების, ფულის, დოვლათის ერთი კაცის ხელში დაგროვება, თავმოყრა სულაც არ არის უბედურება. პირიქით, ეს დიდი სიკეთეა, ბედნიერებაა, ქვეყნის ძალ-ღონის გაძლიერებაა, ოღონდ მაშინ, თუ ეს სიმდიდრე, ქონება, დოვლათი შეძენილია, დაგროვილია, გამრავლებულია ზნეკეთილი, განათლებული, თავის სამშობლოსა და მოყვასზე შეყვარებული კაცის კეთილშობილური შრომით და კეთილშობილურ მიზნებს ემსახურება. ამის ნათელი დადასტურებაა სხვა-

დასხვა თაობის ქართველ მეწარმეთა ცხოვრება და მოღვაწეობა, რომლებმაც საფუძველი ჩაუყარეს სამამულო ბიზნესის ჰუმანისტურ ტრადიციებს, განსაზღვრეს მისი ძირითადი ფუნქციები და დანიშნულებანი, თავისი ხალხისა და სამშობლოსადმი მსახურების ფორმები და მეთოდები.

ზუბალაშვილები

ქართული ბიზნესის მორალურ-ზნეობრივი სახე მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრა იმან, რომ მისი ჩასახვა-განვითარების სათავეებთან, საბედნიეროდ, ზუბალაშვილთა სახელოვანი გვარის წარმომადგენელთა შესანიშნავი კრებული აღმოჩნდა. ქართული ბიზნესის განვითარებისა და მისი ხალხის სამსახურის ჩაყენების საქმეში სრულიად გამორჩეულია იაკობ ივანეს ძე (1792-1864) და კონსტანტინე იაკობის ძე (1828-1901) ზუბალაშვილების, განსაკუთრებით კი კონსტანტინე იაკობის ძის ვაჟების: ლევანის (1853-1914), სტეფანეს (1860-1904), პეტრესა (1862-1903) და იაკობის (1876-1943) როლი. „რაც მათ მოწყალება ურიგებიათ, ყველა ჩუმად, ისე, რომ მარჯვენა მკლავის ნამოქმედარი მარცხენასაც არ გაუგია!"[35], — იგონებს ამ სახელოვანი გვარის შთამომავალი, ანასტასია ზუბალაშვილი-კოკოჩაშვილისა.

ზუბალაშვილების სახელოვანი დინასტიის ფუძემდებელმა — იაკობმა 1827 წელს თბილისში შეიძინა მიწის ნაკვეთი და იმავე საუკუნის 30-იან წლებში არქიტექტორ ბერნარდარაცის პროექტით გვიანი კლასიციზმის სტილში ააშენა სასახლე, სადაც თბილისის საზოგადოებამ წვეულება მოუწყო რუსეთის იმპერატორს, ნიკოლოზ I-ს, მოგვიანებით, 1840 წელს სასულიერო სემინარია გაიხსნა, ხოლო ამჟამად განთავსებულია საქართველოს ხელოვნების სახელმწიფო მუზეუმი. ზუბალაშვილების კეთილშობილური გზებით შეძენილი ქონების ნაყოფია ბათუმში, გორში, ქუთაისსა და თბილისში აგებული ხუთი ეკლესია, რომლებთანაც ქართული სკოლები მოქმედებდნენ, 100 ათასი მანეთი გაიღეს მათ სათავადაზნაურო გიმნაზიისა (მომავალი თბილისის უნივერსიტეტის), ხოლო 10 ათასი მანეთი — მუსიკალური სკოლის (დღევანდელი ნიჭიერ ბავშვთა სამუსიკო ათწლედის) ასაშენებლად, 20 ათასი

[35] დ. ჯაფარიძე. ზუბალაშვილები. ჟურ. „მუდმივი კავშირის სამყარო", 2003, 3(19), გვ. 47.

მანეთი გამოყვეს წერა-კითხვის გამავრცელებელი საზოგადოების დასახმარებლად, ხოლო 26 ათასი მანეთი — სტიპენდიების გასაცემად.

ზუბალაშვილების გულუხვი მატერიალური შემწეობით მიიღეს განათლება შემდგომში გამოჩენილმა ქართველმა მეცნიერებმა და საზოგადო მოღვაწეებმა: ალექსანდრე ჯანელიძემ, სარგის კაკაბაძემ, ალექსანდრე ფაღავამ, შალვა ამირეჯიბმა, გერონტი ქიქოძემ, ქრისტეფორე რაჭველიშვილმა, პავლე ინგოროყვამ, ლეო ქიაჩელმა, ანა ხახუტაშვილმა, მიხეილ თამარაშვილმა და სხვებმა, ქალაქის კეთილმოსაწყობად 10 ათასი მანეთით შეეწივნენ თვითმმართველობას, 350 ათასი მანეთი გამოყვეს სახალხო სახლის და ბიბლიოთეკა-სამკითხველოს (დღევანდელი კ. მარჯანიშვილის თეატრის) მშენებლობისა და კეთილმოწყობისათვის, 150 ათასი მანეთი კი თბილისის პირველი საავადმყოფოს ტერიტორიაზე პედიატრიული კორპუსის მშენებლობასა და ევროპიიდან ჩამოტანილი სამედიცინო ხელსაწყოებით მის აღჭურვას მოახმარეს, ააგეს „უპოვართა თავშესაფარი“ (ახლანდელი ბავშვთა პირველი მუნიციპალური საავადმყოფო), რისთვისაც 220 ათასი მანეთი გადადეს. თავშესაფრის პირველ სართულზე განლაგებული იყო სამედიცინო პუნქტი, სადალაქო, სააბაზანო, აფთიაქი, სამრეცხაო, სამზარეულო, ზედა სართულებზე კი — საძინებელი და გასართობი ოთახები. უპოვართათვის ტანსაცმელსა და თეთრეულს ჰოლანდიიდან იწერდნენ, მათვე ააშენეს უპოვართა სასადილო „სამადლო“, სადაც ყველა გაჭირვებულს შეეძლო უფასოდ დაპურება.

ზუბალაშვილები აფინანსებდნენ გაზეთ „ივერიის“ და ჟურნალ „ჯეჯილის“ გამოცემას[36], სტეფანე ზუბალაშვილმა დააფინანსა მიხეილ თამარაშვილის ნაშრომის „ისტორია კათოლიკოსობისა ქართველთა შორის ნამდვილის საბუთების შემოტანითა და განმარტებებით XIII საუკუნით ვიდრე XX საუკუნემდე (ტფილისი, 1902)“ გამოცემა. წიგნის გამოქვეყნებას დიდი მოწონებით შეხვდა იმდროინდელი ქართველი საზოგადოება. ილია ჭავჭავაძის დაკვეთით დაწერილ წერილში მ. ჯანაშვილმა მას მეორე „ქართლის ცხოვრების“ დამწერი უწოდა[37]. ასევე დიდად აფასებდა თამარაშვილის ნაშრომს ზ. ჭიჭინაძეც. ეს არის, წერდა იგი: „ჩვენი მეორე „ქართლის ცხოვრება“, დაუფასებე-

---

[36] დ. ჯაფარიძე. ზუბალაშვილები. გვ. 47-52.

[37] შ. ლომსაძე. ისტორიკოსი მიხეილ თამარაშვილი (დაბადების 120 წლისთავის გამო). მაცნე, ისტორიის, არქეოლოგიის, ეთნოგრაფიისა და ხელოვნების ისტორიის სერია), № 1979, გვ. 191.

ლი შრომა, მეტად დიდი ფასის მასალა განვლილ დროთა შესახებ. მართლაცდა, ასეთი ვრცელი შრომის გამოქვეყნება ჩვენში კი არა და ევროპაშიც სასახელოდ ჩაითვლება“ [38]. ხაზს უსვამდა რა ნაშრომის განუზომელ მნიშვნელობას ქართული კულტურისა და ისტორიისათვის, მკლევარი პატივს მიაგებდა ქველმოქმედსაც, ვინც დააფინანსა ამ ნაშრომის გამოქვეყნება: „მ. თამარაშვილის შრომის გარეთ შეუძლებელია, — წერდა იგი, — საქართველოს ისტორიის დაწერა... მას დიდი დაუფასებელი სიკეთის მოტანა შეუძლიან ჩვენის ისტორიის წინაშე, დიდის ვალის შესრულება და გადახდა წინაშე სამშობლო ერისა და ისტორიისა. ხოლო ჩვენგანაც პატივსაცემია და ყურადღების მისაპყრობი. სამწუხაროდ ქართველებში ასეთ კაცთა შრომაც ისევე შტება დროებით, როგორც ადრე ერთის და ორის ქართველთ მშრომელების დაშთენილა. მადლობა ღმერთს, რომ ჩვენს ერსა და ქვეყანას მანანასავებ მოავლინა ერთი მამულისშვილი, სახელდობრ სტეფანე ზუბალაშვილი, რომელმაც მიხეილ თამარაშვილის პატივსადებ შრომას ჯეროვანი ყურადღება მიაქცია და გარდა ამისა, რომ მ. თამარაშვილს შესაფერი დახმარება გაუგზავნა თვით მის შრომის დაბეჭდისათვის 2000 მანეთზე მეტი დახარჯა“[39].

გიორგი ქართველიშვილი

ქართველ მეწარმე-ქველმოქმედთა ერთ-ერთი კოლორიტული სახეა გიორგი დავითის ძე ქართველიშვილი (1827-1901). იგი პირველი გილდიის ვაჭარი იყო, ჰქონდა თევზის სავაჭრო, ხე-ტყის წარმოება და ხე-ტყით ამარაგებდა ამიერკავკასიის რკინიგზას. ბიზნესმენს დიდად ანაღვლებდა თავისი ხალხის გაუსაძლისი ყოფა და სიღატაკე, წერა-კითხვის უცოდინარობა, გაუნათლებლობა, უმეცრება და სიზარმაცე, ქართველი გლეხობის დაკნინება, პრიმიტიული, ნაკლებადსარგებლიანი, შემთხვევითი სამუშაოთი თავის გატანის უბადრუკობა, ახალი დროებისთვის ალღოს აუღებლობა, ქვეყნის ეკონომიკაში უცხო ტომთა მოძალება და ადგილობრივი მუშახელის გამოდევნა.

თავისი ხალხის მოსიყვარულე უდიდესი გულისტკივილით განიცდიდა, რომ ქართველი თავის სამშობლოში, ფაქტობრივად, განდევნილი იყო ეკონომიკური ცხოვრების ასპარეზიდან, სამეურნეო საქმიანობის ყველა სადავე უცხოელებს ეპყრათ ხელთ, მათ ჰქონდათ ხე-

[38] ზ. ჭიჭინაძე. მიხეილ პეტრეს ძე თამარაშვილი. თფილისი, 1912, გვ. 4-5.
[39] იქვე. გვ. 15-16.

ლში ჩაგდებული ქვეყნის ბუნებრივი სიმდიდრეები, რომლებსაც თავიანთ გასამდიდრებლად იყენებდნენ. თავის ქვეყანაზე მზრუნველი მეწარმე აქტიურად მონაწილეობდა ქვეყნის საზოგადოებრივ ცხოვრებაში და ყველანაირად ცდილობდა, ხელი შეეწყო მისი აღორძინება-დაწინაურებისთვის: იგი იყო გაზეთ „დროების“ გამომცემელ-დამფინანსებელი, ეწეოდა ფართო საქველმოქმედო საქმიანობას, მისი ხარჯებით დაისტამბა ვახუშტი ბატონიშვილის „საქართველოს ისტორია“. გ. ქართველიშვილმა მრავალი სასიკეთო საქმით უკვდავყო თავისი სახელი, მაგრამ მისი სამეცნიერო მოღვაწეობის გვირგვინია მის მიერ დაფინანსებული შოთა რუსთაველის გენიალური პოემის „ვეფხისტყაოსნის“ გამოცემა. სწორედ „მისის ნატვრით შედგენილ იქმნა „ვეფხისტყაოსნის“ განმხილველთ რედაქცია, შეკრებილ იქმნა სხვა და სხვა ძველი „ვეფხის-ტყაოსნის“ ვარიანტები, — წერდა ზ. ჭიჭინაძე, — ამ შეკრებილ ხელთ-ნაწერს „ვეფხის-ტყაოსნის“ რედაქცია დიდის გულს მოდგინებით შინჯავდა და არკვევდა, ბევრის ცდით და შრომით შესაფერად აღდგენილ იქმნა „ვეფხის-ტყაოსნის“ დედანი, შემუშავებული, შემოწმებული კარგად და განმზადებული დასაბეჭდათ. ამ კამისიის შრომაზედ გიორგი დავითის ძეს საკმარისი ფული აქვს დახარჯული. ასეთ დანახარჯს იგი სულ არ ერიდებოდა, ოღონდ კი საქმე შესანიშნავად შესრულებულიყოს, დედნის აღდგენის შემდეგ, შესაფერ სურათების თავდარიგს შეუდგნენ, ამისთვისაც დიდად იშრომეს, კაი ფულიც დახარჯეს, ბევრნაირი სურათები ხატეს, ზოგი ძველის სურათების თანახმად და ზოგიც ახლის მოსაზრების კვალად, ბევრი შრომის, წვალების შემდეგ უკანასკნელ როგორც იქმნა გამოჩენილ მხატვარს ზიჩს აკისრებინეს მთელის „ვეფხის-ტყაოსნის“ სურათების დახატვა. მხატვარი შეუდგა სურათების ხატვას და რაც კი შეიძლებოდა გიორგი ქართველოვს ამისთვის არავითარი შრომა და საფასი არ დაუკლია, უმეცადინია, რომ ოღონდ კარგად გამოვიდეს, ოღონდ „ვეფხის-ტყაოსნის“ საქმე კი ევროპიულის ხელოვნურის მხატვროვნების სურათებით ვნახო და რაც უნდა დაიხარჯოს, მე ამას არ შევხედავო. ამისთვის მან გადასდო 10 000 მანეთი“[40].

გ. ქართველიშვილის განზრახვით გაოცებული საქართველოში მოღვაწე ფრანგი ჟურნალისტი ჟ. მურიე წერდა: „ძნელად მოსაფიქრებელია, რომ მდიდარმა ქართველმა კომერსანტმა, ახალმა მეცნიერმა ათას თუმნამდე გადასდოს ლიტერატურის ნაწარმოებთა დასა-

[40] ზ. ჭიჭინაძე. გიორგი დავითის ძე ქართველიშვილი. თბ., 1904, გვ. 27.

ბეჭდავად; ამ გვარი ფაქტი ერთადერთია კავკასიის ლიტერატურის ისტორიაში..." [41].

ამაგდარ მეცნიატს წიგნის გამოცემის შემდეგაც არ მოუკლია შოთა რუსთაველის პოემაზე მზრუნველობა: ძვირფასი გამოცემა უფასოდ დაეგზავნა თითქმის მთელი ევროპის სამეცნიერო წევრებს. ამავე დროს, 1887 წელს საქართველოში სტუმრად იმყოფებოდა რუსეთის იმპერატორი ალექსანდრე მესამე მეუღლითურთ. გ. ქართველიშვილის დავალებით, „ვეფხისტყაოსნის" შინაარსი რუსულად ითარგმნა, ცალკე წიგნად გამოიცა და ორივე წიგნი — „ვეფხისტყაოსანიცა" და მისი თარგმანიც თვით მეცენატმა საჩუქრად გადასცა იმპერატრიცას [42].

დავით სარაჯიშვილი

ახალი დროის მეწარმეთა და საზოგადო მოღვაწეთა შორის სრულიად განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილს (1848-1911), რომლის პროგრესულ შეხედულებებზე უკვე გვქონდა ზემოთ საუბარი. რუსეთის იმპერიაში არყის, კონიაკისა და ლიქიორის წარმოების მესაძირკვლე დაიბადა და აღიზარდა მსხვილი სოვდაგრის ოჯახში. მისი მშობლები თბილისის საპატიო მოქალაქეებს ანუ „პაჩოტნი გრაჟდანინებს" მიეკუთვნებოდნენ. ეს საპატიო წოდება თბილისელი მოქალაქეებისათვის წარმატებული აღებ-მიცემობისათვის XVIII საუკუნის დასაწყისში მეფე ვახტანგ VI (1675-1716) დროს უნდა მიეღოთ[43]. გიორგი (დავითის პაპის — დავით გიორგის ძის მამა), მიხეილ (დავითის პაპის ძმა), ზაქარია (დავითის მამა), გრიგოლ (დავითის მამის ბიძა), სოლომონი (ზაქარიას ძმა) სარაჯიშვილები იყვნენ პირველები, რომლებიც დაამტკიცა რუსეთის მეფის მთავრობამ ღირსეულ მოქალაქეებად. „სარაჯიშვილების სავაჭრო სახლს ფართო კომერციული ურთიერთობა ჰქონდა ჩრდ. კავკასიის თემებთან, რუსეთთან, უკრაინასთან, ირანისა და თურქეთის სამფლობელოების ქალაქებთან;ზოგიერთ ასეთ ქალაქში მათ საკუთარი აგენტები ჰყავდათ.

---

[41] გ. შარაძე. მიხაი ზიჩი და ქართული კულტურა. თბ., 1978, გვ. 75.

[42] ზ. ჭიჭინაძე. გიორგი დავითის ძე ქართველიშვილი. გვ. 28-29.

[43] ზ. ჭიჭინაძე. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. 1911, გვ. 80.

1823 წელს აშენებულ სარაჯიშვილების ქარვასლაში 14 სასტუმრო ოთახი, 9 საწყობი და მაღაზიები იყო. ამ ქარვასლაში მოდიოდნენ შორეული ინდოეთისა და ირანის პროვინციების საქონლით დატვირთული ქარავნები. 40-იან წლებში თბილისში სარაჯიშვილების სავაჭრო სახლი ერთ-ერთ ყველაზე ძლიერ ფირმას წარმოადგენდა. აღსანიშნავია, რომ ჯერ კიდევ დავით სარაჯიშვილი ღებულობს „ღუბერსკი სეკრეტარის“ საპატიო წოდებას, რაც იმ დროს ვაჭართა წოდებიდან გამოსული კაცისათვის დიდი წარმატების მომასწავებელ ნიშნად იყო მიჩნეული“[44].

განსაკუთრებული შეძლებულობითა და ქველმოქმედებით გამოირჩეოდა დავითის პაპა – დავით გიორგის ძე სარაჯიშვილი (1753-1845). საქართველო-იმერეთის გუბერნიის ჩამოყალიბების შემდეგ მან პირველმა დააარსა სავაჭრო სახლი თბილისში. იგი იყო პირველი ქართველი სოვდაგარი, რომლის მიმართ დიდ ინტერესს იჩენდნენ თანამედროვენი. „დავითი, როგორც იმ მოვლენების თანამედროვე, რომლებიც XVIII საუკუნის ბოლო ოცწლეულში აღელვებდა საქართველოს საზოგადოებრიობას და რომელსაც პირადად იცნობდნენ მეფეები ერეკლე II და გიორგი XIII *(გიორგი XII, – ო.შ.)*, იყო ცოცხალი არქივი სამეფოს მდგომარეობისა და თბილისის აოხრებისა“[45],– წერდა გაზეთი „ზაკავკაზსკი ვესტნიკი“. „მისი სახლი, 1800-1820 წლებში შეძლებულობით პირველი და პატიოსან ვაჭრობაზე დაფუძნებული, სამახსოვრო იყო დამაშვრალთათვის, რომელთათვის მას არაერთხელ გაუმართავს ხელი, სამახსოვრო – სამღვდელოებისათვის, რომელიც მასში მფარველს ეძიებდა ეკლესიის საჭიროებათა საკითხებში. თბილისში არ არის ეკლესია, რომელიც თავის ლოცვებში არ მოიხსენიებდეს დავით სარაჯიშვილს, სახელგანთქმული მარტყოფის ტაძარი აშენებულია ცხონებული არქიეპისკოპოს სტეფანეს მიერ უმეტესწილად სარაჯიშვილების სახლის მხარდაჭერით, მათივე გამოწერილი და შეწირულია სიონის ტაძრის სამრეკლო, რომელიც თავისი სიდიდით ერთადერთია მთელს ამიერკავკასიაში. როგორც ეკლესიის საყვარელ შვილს, მას პატივს სცემდა მხარის ყველა მღვდელმთავარი. საქართველოს ეგზარქოსმა თეოფილაქტემ კავკასიელ ოს წარმართთა შორის სახარების ქადაგებისათვის მას უშუამდგომლა გუ-

---

[44] პ. ბ. გუგუშვილი. საქართველოსა და ამიერკავკასიის ეკონომიკური განვითარება XIX-XX საუკუნეებში, ტ. VI, 1979, გვ. 351.

[45] **«Закавказский вестник», № 5, 27 февраля 1847 года.** გვ. 46.

ბერნიის მდივნის ჩინზე, 1816 წლიდან მოყოლებული იგი უცვლელად იყო გამჭრიახი და მღვიძარე ქრისტიანული კეთილმსახურებით გამორჩეული მამასახლისი სიონის საკათედრო ტაძრისა"[46].

როგორც ზ. ჭიჭინაძე აღნიშნავს, „...ზაქარია დავითის ძე, მისი ძმა და მთელი საგვარეულოს წევრნი ძველადგანვე თფილისში გამოჩენილი ვაჭრები იყვნენ, მემამულენი ანუ ბაზაზები. ამასთანავე მთელს თფილისშიაც კარგად ცნობილნი... ზაქარიას დავითის ძეს ვაჭრობა პატარაობიდამვე შეუსწავლია და შეუთვისებია, დროს მოწიფულს თავის საკუთარი სავაჭროც გაუღია და ვაჭრობა დაუწყვია, ნელ-ნელა საქმე ისე წასვლია, რომ მამაპაპეულ მონაგრისთვის მას უფრო მრავლად მოუმატებია თავის ნაშოვნ-მონაგარი და მით ერთი-ათად უფრო დაწინაურებულა, წინ წასულა და მთელს თფილისში სახელოვან მოქალაქედ გამოცხადებულა"[47]. იგი „თავის დროის კვალად საკმარისად მცოდნე პირი ყოფილა და მასთანვე ბუნებით მახვილ-გონიერი, მაინც ესეთი ბუნებითი ნიჭი მათ მამათაგანვე ჰქონიათ შემცნეული, ამისივე ცხადი ნიშან-საქმეა ის გარემოებაც, რომ მისმა ძმამ სოლომონ დავითის ძე სარაჯიშვილმა ერთ დროს ქალაქის თავობასაც მიაღწია, იყო რამდენსამე წელიწადს ქალაქის თავად. საქართველოში, ამ ძირეულს ქართველთ დედაქალაქ თფილისში, იგი პირველი ქართველი იყო, რომელიც ეღირსა ქალაქის თავობას, მის მერე მეორე თავი იყო დიმიტრი ყიფიანი და მესამე დღეს ზ. ჩერქეზიშვილი გახლავს"[48].

მომსწრე კაცთა თქმით, ზაქარია „...მეზობელთა, მეგობართა, ამხანაგთა და ნათესავთ შორის იყო გულ-უხვი, დაუზარებელი, მეგობრობის და სალმის სამაგალითოდ მიმცემი, არც დამავიწყებელი კაცის ამაგის, შრომისა, პატივისცემისა, პურმარილისა და ყველა მასთან იგი იყო ქველმოქმედიც... შეუძლოთა დახმარება უხვად იცოდაო, ნამეტურ დაცემულ ვაჭართა ოჯახებს ტომრით ფქვილს უგზავნიდა და ასევე სხვა ხორაგს და ზოგთ ფულსაცა... ასეთ საქმეთა შესრულება საიდუმლო ვალად მიაჩნდა და მიტომაც იყო, რომ სიკეთეს ისე ასრულებდა, რომ მის შესახებ ცნობა არავინ იცოდაო. მარცხენა ხელმა არ იცოდა, რასაც მარჯვენა მოქმედებდა და აკეთებდაო"[49] *(ბაზგასმა ჩვენია,— ო.შ.)*. მას „ამას წვრილი თეთრი ფულით ყოველთვის ჯიბე

---

[46] «Закавказский вестник», № 5, 27 февраля 1847 года.

[47] ზ. ჭიჭინაძე. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. გვ. 45.

[48] იქვე.

[49] იქვე. გვ. 58-59.

სავსე აქვნდა. გზაში სიარულის დროს, სადაც კი მათხოვარს ნახავდა, თვით მიუახლოვდებოდა და უთხოვნელად მისცემდა მოწყალებასაო, — უამბნიათ ამის შესახებ ზ. ჭიჭინაძისათვის, — გარდა ამისა, მისი მაღაზიის წინ რომ ვინმე ხელ მოკლეს გაევლო ან ახლოს მისულიყო, ის იმას უნუგეშოდ არ გაუშვებდაო. იყვნენ ისეთი ხელ-მოკლენიც, რომელნიც ზაქარია დავითის ძესთან დრო და დრო მოდიოდნენ მოწყალების მისაღებათ, ზაქარიაც უმზადებდა ყოველთვის გაჭირვებულთ თავის მხვედრსაო. ზოგიერთი ასეთი გაჭირვებული დროზედ რომ არ მოსულიყო, იმას თავის მხვედრს შემდეგის დროსთვის შეუნახავდა და მეორეთ მოსვლის დროს ეტყოდა ასე:

— „რატომ დამივიწყე, რატომ დროზედ არ მოხველი, ხომ არა შეგემთხვარაო“[50].

ტრადიციულ ქართულ ოჯახში აღზრდილმა მომავალმა ბიზნესმენმა ბრწყინვალე განათლება მიიღო. „გიმნაზიაში რომ 1866 წელს სწავლა დაამთავრა, პეტერბურგის უნივერსიტეტში შევიდა საბუნებისმეტყველო ფაკულტეტზე. მაგრამ იქ მხოლოდ ერთს წელიწადს დაჰყო და გერმანიაში გაემგზავრა. სწავლობდა მიუნხენის და მერე ჰეიდელბერგის უნივერსიტეტში, სადაც 1871 წ. სწავლა დაამთავრა და ქიმიის დოქტორის ხარისხი მიიღო.

„ამის შემდეგ 1878 წლამდე სასოფლო-სამეურნეო მეცნიერებას სწავლობდა ჰოჰენჰეიმსა და ჰალლეს. 1878-1879 წლებში კი საფრანგეთში სწავლობდა მევენახეობის ყველა დარგს“[51].

სხვადასხვა უმაღლეს სასწავლებელში საფუძვლიანი განათლების მიღების შედეგად მომავალი მრეწველი და ქველმოქმედი ფართოდ განისწავლა საბუნებისმეტყველო დარგებში, სოფლის მეურნეობასა და პოლიტიკურ ეკონომიაში, ფლობდა ევროპულ ენებს, დაუღალავი შრომით, ცოდნითა და გამჭრიახობით მრავალმილიონიანი ქონება დააგროვა და მთელი რუსეთის იმპერიაში ერთ-ერთი უმდიდრესი ადამიანი გახდა. ასეთი და უფრო დიდი ქონება, ცხადია, მანამდე და მის შემდეგაც სხვებსაც დაუგროვებიათ. ამიტომ არაფერია გასაკვირი. უჩვეულო ის არის, რომ მან მხოლოდ „ცოდნით, მოხერხებით და უჩვეულო შრომით დაჩრდილა ყველა. სიმდიდრე მისგან შეძენილი არის ნაყოფი დიდი შრომისა. ეს არ იყო მოულოდნელ უცნაურ ბედზე დამყარებული რამ. ყოველისფერი წინდაწინვე მოაზრებული და

---

[50] ზ. ჭიჭინაძე. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. გვ. 59.

[51] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 3.

გამოანგარიშებული ჰქონდა“[52] და კეთილშობილი, განათლებული, თავისი სამშობლოსა და მოყვასზე შეყვარებული კაცის მიერ დაუღალავი შრომით, ცოდნითა და კეთილშობილური გზებით შეძენილი ქონება კეთილშობილურ მიზნებსვე ემსახურებოდა, რაც არც მაშინ იყო და არც ახლა არის ხშირი მოვლენა.

„...არა მარტო ქონებით, არამედ გულითაც...“[53] მდიდარ ქველმოქმედსა და მეცენატზე მისი თანამედროვეები წერდნენ: „ეს კაცი საყურადღებოა ჩვენგან მით უფრო, რადგანაც მისი ქონებრივი ძალა შეძენილი არის დიდის შრომით და ცდით: არიან ისეთ შეძლებულ პირნი, რომელთაც თავიანთ შეძლების შეკრება-შეძენაზედ დიდი შრომა არ მოსდომნიად. მაგალითებრ ავიღოთ თუნდ მენავთე მდიდრების საქმე, მათში არიან ისეთი მდიდრები, რომელთაც წერა-კითხვაც არ იციან. მათთვის მხოლოდ გარემოებას გაუჩენია ნავთის წყარო, მის გვერდით დამსხდარან იგინი და ამ მღვთისაგან ბოძებულ წყაროსთვის დაუდვიათ ფასი, უღიათ კაი ფულები და მით გამდიდრებულან. იქ მათთვის არც ჰკუა ყოფილა საჭირო, არც განათლება, უამისოდ მათ მილიონებიც კი შეუძენიათ. დავით სარაჯიშვილის სამოქმედო ასპარეზი კი ასეთის გარემოების და პირობების არ გახლავსთ. იგი ითხოვს მცოდნე-განათლებულ პირს, მის ჰკვიანურს აღებ-დაღებას, მოქმედებას და სხვანი... საყურადღებოა დავით სარაჯიშვილი იმითაც, რომ იგი არ არის ისეთი ძუნწი და ხარბი, რომ თავის ენერგიული ცოდნა მარტოდ მას აქვნდესო: არაო, იგი მოხალისე არის, რომ თავის სამაგალითო მხარეები სხვებსაც გაუხადოს მისაბაძ საგნათ, ამიტომაც მას ყოველთვის მზათა აქვს დასარიგებელი სიტყვა-პასუხიო“[54].

დავით სარაჯიშვილის ფირმა, რომელიც 60-ზე მეტი დასახელების ალკოჰოლურ სასმელებს აწარმოებდა, წარმოადგენდა ყველაზე მსხვილ სამრეწველო გაერთიანებას იმდროინდელ ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებელ ფირმებს შორის. მის ხელში თავმოყრილი იყო როგორც წარმოების, ისე გასაღების ბაზრის უდიდესი ნაწილი, რაც მას საშუალებას აძლევდა, რეგულაცია გაეწია საბაზრო ფასებისათვის და მყარი პოზიციები მოეპოვებინა გასაღების ბაზარზე[55].

---

[52] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 45.

[53] იქვე. გვ. 47.

[54] ზ. ჭიჭინაძე. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. გვ. 142-143.

[55] ა. იაშვილი. დავით სარაჯიშვილი და კონიაკის წარმოების ისტორია საქართველოში. თბ., 1993, გვ. 10.

ფირმაში შედიოდა 5 სარექტიფიკაციო, ერთი არყის, ერთი ლიქიორის, 7 კონიაკის ქარხანა, მრავალრიცხოვანი საწყობები ჰქონდა თბილისში, მოსკოვში, პეტერბურგში, კიევში, ვარშავაში, კავკავში (ძაუგში), ოდესაში, ფეოდოსიაში, პეტროვსკში, ჩანჯოუსა და რუსეთის იმპერიის სხვა ქალაქებში[56]. 1902 წელს „მშობლიური ქვეყნის ვაჭრობისა და მრეწველობის საქმეში სასარგებლო მოღვაწეობისათვის უმაღლესად ებოძა წოდება „კომერციის სოვეტნიკისა"[57], ხოლო 1913 წელს ფირმას მიენიჭა ოფიციალური სახელწოდება: „Поставщик двора Его Императорского Величества"[58], ფირმის ალკოჰოლურმა სასმელებმა თბილისში, ნიჟნი ნოვგოროდში, ოდესაში, კიევში, პარიზში, პეტერბურგსა და ჩიკაგოში გამართულ ამიერკავკასიის, სრულიად რუსეთისა და მსოფლიო გამოფენებზე 6 ოქროს, 4 ვერცხლის, ერთი ბრინჯაოს მედალი და ერთი დიპლომი (ოქროს მედალზე) დაიმსახურა[59].

გონიერმა და ალღოიანმა მეწარმემ „...მოიპოვა რა თვის დაუღალავ შრომით და მეცადინეობით ეს ამოდენა სიმდიდრე, არ დაემონა ის ამ სიმდიდრეს, როგორც ასეთ შემთხვევაში ხშირად ხდება ხოლმე, პირიქით, ამსახურა და მოახმარა ეს სიმდიდრე თვის მშობელ ქვეყანას და მოძმეთა კეთილდღეობას, ახლთაობათა სწავლა-აღზრდას და მშობელ ერის გათვითცნობიერების საქმეს"[60]. მართალია, დავით სარაჯიშვილი მილიონების მფლობელი იყო, მაგრამ, როგორც იაკობ გოგებაშვილი წერდა, „ამ მილიონებს თავისთვის კი არ ხარჯავდა, არამედ ქვეყანას ახმარდა, დააარსა მრავალი სტიპენდია, აძლევდა ყოველწლიურ შემწეობას ამათ, ვისაც სწადდა მაღალი განათლება მიეღო და ნივთიერი შეძლება-კი ამის ნებას არ აძლევდა; დაუნიშნა ყოველწლიური შემწეობა ღარიბ სკოლებსა, რომელთაც დახმარება ძლიერ უჭირდათ, ხელს უმართავდა ბევრს განათლებულს ქართველს, რომელიც უბედურ შემთხვევის გამო გაჭირვებაში ვარდებოდა და სხვ"[61] (*ბაზგასმა ჩვენია, — ო. შ.*). „ქება-დიდება დავით ზაქარიას ძემ იმითი დაიმსახურა, — წერდა ა. ხახანაშვილი, — რომ იგი შეძენილი ქონებიდან უხვად წირავს სიცოცხლეშივე საქვეყნო საჭიროებას და

---

[56] გ. ბერიძე, თ. ღლონტი. ქართველი მეღვინეები. თბ., 1974, გვ. 44.
[57] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 9.
[58] გ. ბერიძე, თ. ღლონტი. ქართველი მეღვინეები. გვ. 45.
[59] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 44.
[60] იქვე. გვ. 314-315.
[61] იქვე. გვ. 58.

სიკვდილის შემდეგ მისი ანდერძის ძალით ხელგაშლილად დახმარებას უწევს რამდენსამე დაწესებულებას"[62].

თანამედროვეებს ანცვიფრებდა დიდი ქველმოქმდის გასაოცარი გონების გამჭრიახობა, შორსმჭვრეტელობა, აზროვნების სიღრმე და მასშტაბურობა. იგი შეუმცდარი ალღოთი გრძნობდა დროის მოთხოვნას, სწავლა-განათლების აუცილებლობას და, როგორც აკაკი წერეთელი ამბობდა, „თავისის ოფლითა და შრომით და ინტელიგენტურის გამჭრიახობით მოპოვებულ ქონებასაც ქართველობას უნაწილებდა: ვინ არ იცის, რომ ახალთაობას სწავლა-განათლების მიღების საშუალებას აძლევდა სტიპენდიებით? ამას დავამატო ისიც, რომ განსვენებული საიდუმლო ქველმოქმედიც იყო, სადაც კი ხელი მიუწვდებოდა" [63], არაფერს იშურებდა ქვეყანაში ცოდნა-განათლების შემოტანისათვის. „...ქართველთ შვილებთათვის დიდ საჭიროებას შეადგენდა სტიპენდიის გაჩენა, დახმარება ისეთის ქართველთ მოწაფეთ რომელთაც ნიჭი შეემჩნეოდა სწავლისთვის და შეძლება კი არა ეჰქონებოდათ, ამიტომ დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილმა გადაწყვიტა ასეთ პირთა დახმარება, სტიპენდიების გაჩენა, მალეც შეუდგა ამ საქმის განხორციელებას, ეს მაგალითი ქართველებში პირველი იყო, სტიპენდია ჩვენში არავინ იცოდა თუ რა იყო... დავით სარაჯიშვილმა დიდი სამაგალითო საქმე ქმნა ჩვენში. მან ქართველებს თვალები აუხილა, მრავალნაირად დააფიქრა და ასწავლა მასთან ის ვალდებულებასაც, რაც ჩვენთვის ხამი იყო და უსწავლელი...

დიახ, მცოდნე და შესმენილ მამულიშვილმა... განაწესა ქართველთ შორის სტიპენდიების გაჩენა და მისთვის სხვა ქართველთა წინაშე დიდი ვალდებულებაც შემოიღო, აგერ 10 წელიწადზე მეტი გახლავსთ მას შემდეგ, რაც მისის ხარჯით სხვა და სხვა ყმაწვილები იზრდებიან, რასაკვირველია ჩვენის ქვეყნის და ჩვენის ტომის შვილები. ამაზედ მეტი ვალის გადახდა ჩვენს დროში დიდათ სამაგალითოა და მასთან საყურადღებოა, რომ მისის ფულით იზრდებიან როგორც კაცები, ისე ქალები, როგორც ერთის მთისა და ბარისა, ისე მეორესი, მესამესი და სხვ." [64]

ქართველი ახალგაზრდობის დიდ მოამაგე და მზრუნველ ქველმოქმედს სტიპენდიების გასაცემად ყოველწლიურად გამოყოფილი

---

[62] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 52-53.

[63] იქვე. გვ. 289.

[64] ზ. ჭიჭინაძე. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. გვ. 50.

ჰქონდა 30 ათასი მანეთი. გარდა ამისა, ერთდროულ დახმარებას უწევდა მათ. მისი სტიპენდიანტები იყვნენ შემდგომში ქართველი ერის საამაყო შვილები: კომპოზიტორები — დიმიტრი არაყიშვილი, მელიტონ ბალანჩივაძე, ია კარგარეთელი, კოტე ფოცხვერაშვილი; მხატვრები: — მოსე თოიძე, გიგო გაბაშვილი, გრიგოლ მესხი; მოქანდაკე იაკობ ნიკოლაძე; მომღერლები — ვანო სარაჯიშვილი, ვ. ქაშაკაშვილი; პროფესორები — სოლომონ ჩოლოყაშვილი, მიხეილ შალამბერიძე, სარგის კაკაბაძე, ფილიპე გოგიჩაიშვილი, ილია ყიფშიძე, მოსე ჯანაშვილი, მომავალი კათოლიკოს-პატრიარქი კალისტრატე ცინცაძე, არჩილ ქართველიშვილი, ფულად დახმარებას უწევდა აკაკი შანიძეს, პარიზში სასწავლებლად მყოფ დ. კასრაძესა და კ. თათარაშვილს, ბრიუსელში — თედო სახოკიას, გერონტი ქიქოძეს და ა. შ.[65]

დავით სარაჯიშვილის სახელთან არის დაკავშირებული „ქართველი გლეხობის აღმდგენელი კომიტეტის“, ლადო აღნიაშვილისა და იოსებ რატილის გუნდების, საეთნოგრაფიო და ქართველთა შორის წერა-კითხვის გამავრცელებელი და სხვა საზოგადოებების[66], სამუსიკო სასწავლებლისა და სხვა ეროვნულ წამოწყებათა ჩამოყალიბება და მათი მატერიალური ხელშეწყობა, დიდად ზრუნავდა დიდუბის ღვთისმშობლის ეკლესიის, ლურჯი მონასტრის, სხვა ძეგლების დაცვასა და აღდგენაზე, აქტიურად მონაწილეობდა მცხეთის სვეტიცხოვლის სარესტავრაციო კომიტეტის საქმიანობაში[67], „არც ერთი საქვეყნო საქმე არ დაწყებულა... რომ დავით ზაქარიას ძეს თავისი წვლილი არ შეეტანოს, მატერიალური დახმარება არ გაეწიოს“ [68]. მის „საზრუნავს საგანს“ შეადგენდა: „გაზეთ-ჟურნალის-წიგნის გამოცემა, სცენის მოყვარეთა, მოღერალთა, მემუსიკეთა და მეცნიერთა გამოზრდა, ეკლესიის და სკოლის გამშვენება, ღარიბ-უძლურთა გაკითხვა, უცხოელ და შინაურ მოღვაწეთა გამასპინძლება და მათი ერთმანეთთან დაახლოება“[69]. დიდი სახსრები გაიღო მან თბილისში სახალხო თეატრის ასაშენებლად, ქართველ მაჰმადიანთათვის ქართულ ენაზე ყურანის თარგმნისა და გამოცემისათვის, დიდ დახმარებას უწევდა 1900-1902 წლებში მოწყობილ ექსპედიციებს, რომლებშიც მონაწილე-

---

[65] ა. სტეფანიშვილი. დავით სარაჯიშვილი. გვ. 50.
[66] იქვე. გვ. 35-36.
[67] იქვე. გვ. 37.
[68] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 53.
[69] იქვე. გვ. 53.

ობდნენ დიმიტრი არაყიშვილი, სხვა საზოგადო მოღვაწეები, რომლებიც კრებდნენ და იწერდნენ საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში გაფანტულ და დავიწყებას მიცებულ ქართულ სიმღერებსა და მელოდიებს, უნიკალურ ქართულ ფოლკლორულ ნაწარმოებებს, მნიშვნელოვანი სახსრები გაიღო მან, ასევე, 1907 წელს ექვთიმე თაყაიშვილის მიერ ახალციხე-ახალქალაქი-არტაანის მაზრებში არქეოლოგიური ექსპედიციის დასაფინანსებლად, დიდ დახმარებას უწევდა სკოლების მშენებლობას, ხიდების გაყვანას, მუზეუმების შექმნას, მონასტრების რესტავრაციას, თეატრების გახსნას, ნივთიერად ეხმარებოდა გაზეთ „ივერიას", დიდი ამაგი დასდო თბილისის სათავადაზნაურო გიმნაზიის — მომავალი უნივერსიტეტის მშენებლობას და სხვა.[70]

როგორც არტურ ლაისტი წერდა, დავით სარაჯიშვილი პოეტების, მეცნიერებისა და მხატვრების მეგობარი იყო[71], მისი სახლ-კარი ქართული კულტურის, მწერლობის, ხელოვნების, მეცნიერების, ქვეყნისა და ერის მსახურების უპირველეს სავანეს წარმოადგენდა. აქ იკრიბებოდნენ და საქვეყნოდ ბეჭობდნენ დიდი მამულიშვილები: ილია ჭავჭავაძე, აკაკი წერეთელი, იაკობ გოგებაშვილი, იონა მეუნარგია, გრიგოლ ყიფშიძე, რაფიელ ერისთავი, პეტრე უმიკაშვილი, ივანე მაჩაბელი, ნიკო ცხვედაძე, იაკობ მანსვეტაშვილი, აქსენტი ცაგარელი, არტურ ლაისტი, გრიგოლ ვოლსკი, გიგო გაბაშვილი, იაკობ ნიკოლაძე, ნატალია გაბუნია და სხვ. პირველად სარაჯიშვილის სახლში წაიკითხა ილია ჭავჭავაძემ თავისი უკვდავი ნაწარმოებები „განდეგილი" და „ოთარაანთ ქვრივი" [72].

დავით სარაჯიშვილს დიდად აშფოთებდა თავისი ქვეყნისა და ხალხის მომავალი, წუხდა, რომ ვერ ხედავდა მის სულიერ და მატერიალურ მზაობას ახალ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ და სოციალურ-ეკონომიკურ ურთიერთობებზე გადასვლისათვის. ხალხის გათვითცნობიერებასა და ახალგაზრდობის სწავლა-აღზრდაზე დღენიადაგ თავგადაგებულს, გულს უღონებდა მოქალაქეობრივი კულტურის ჩამორჩენილობა, დროის მოთხოვნებთან მისი არაადეკვატურობა, ვერანაირად ვერ ურიგდებოდა თავის მოყვასთა უყაირათობას, წინდაუხედაობასა და ამპარტავნულ გულარხეინობას, კარიკატურულ,

---

[70] ა. სტეფანიშვილი. დავით სარაჯიშვილი. გვ. 35-36.

[71] იქვე. გვ. 34.

[72] მ. მირიანაშვილი. კაპიტალისტური მრეწველობის განვითარება საქართველოში (სპირტის, არყისა და კონიაკის წარმოება), თბ., 1980, გვ. 13.

ფსევდოთეატრალურ თავმოწონებასა და ყოყლოჩინობას, მის სულში ჩაკირულ ნაცარქექიას ფსიქოლოგიას.

„ერთხელ მის კანტორაში ის ძლიერ დაღონებული ვნახე, დაღონება კი იშვიათათ იცოდა, — იგონებდა ნოე ჟორდანია, — რა ამბავია, შევეკითხე? — ჩვენ მერმისი არა გვაქვს, დამიწყო მან, შენ ამბობ წვრილი ბურჟუაზია მსხვილს წარმოშობსო, მე კი ამას ვერ ვხედავ, ამისთვის საჭიროა სამოქალაქო კულტურა, ჩვენ კი სოფლელები ვართ. ჩვენებური წვრილი ვაჭრების მიზანია ორიოდე გროში იშოვოს, ჩერქეზულათ ჩაიცვას, ლეკური და ხანჯალი დაიკიდოს, „კნიაზი“ გახდეს და თავისი მეზობლები ფულის ხარჯვით გააკვირვოს. სომხის მიზანი სულ სხვაა, ის ფულს ფულზე აწებებს, რომ ერთ დროს „კუპეცი“ შეიქნეს, კლუბში ჩაეწეროს, ხმოსნად გავიდეს — ერთი სიტყვით, მოქალაქედ გადაიქცეს“[73].

დავით სარაჯიშვილი ცხოვრების უმთავრეს ასპარეზს შრომაში ხედავდა. ამიტომ დიდად აწუხებდა თანამოძმეთა მეტისმეტი გატაცება პოლიტიკით და დღენიადაგ ცდილობდა, გაეღვიძებინა მათში შრომისადმი ინტერესი, გაეცნო მათთვის სხვა ხალხების გამოცდილება. „ქართველები რევოლიუციის გვარდიად გახდა... მაგრამ რევოლუციით ხალხი ვერ იცხოვრებს, ცხოვრებისთვის შრომაა საჭირო, შრომა კი არ ვიცით და არ გვინდა ვიცოდეთ. ქართველს მეომრის ტრადიცია აქვს, ის რევოლიუციაში ისე მიდის, როგორც წინათ მიდიოდა ომში ან ჯირითში. კულტურას კი მუშაობა ქმნის... მარქსისტებმა დაივიწყეთ მოძღვრების დედა-აზრი, ეკონომია ხომ პოლიტიკის საძირკველია, თქვენ კი ლამის გადაყვეთ პოლიტიკას. ახლა დროა ეკონომიურ ორგანიზაციასაც მიაქციოთ ყურადღება“ [74].

გრძნობდა რა ქვეყნის წინაშე მდგარ საშიშროებას, პირადი მაგალითით ცდილობდა, თავისი სათაყვანებელი ერი სულიერად და მატერიალურად მოემზადებინა ახალ ეპოქაში, ახალი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური ურთიერთობების პირობებში ცხოვრებისათვის. ქართულ დარბაისლურ ოჯახში აღზრდილი და ევროპულ უნივერსიტეტებში განსწავლული დიდი მამულიშვილი თავის თავში ერთმანეთთან ახამებდა ქართული ხასიათის ყველა ძირძველ საუკეთესო თვისებას: ეროვნულობასა და ევროპელობას, ხელგაშლილობასა და მომჭირნეობას, გულგაშლილობასა და პრაგმატულობას, პურმარილიანობასა და ზომიერებას, მხნედ მუშაობასა და მოლხენა-

[73] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 62.

[74] იქვე. გვ. 63.

გართობას, დარდიმანდობასა და რაციონალურობას, გულარხეინობასა და წინდახედულობას, გლახაკთმზრუნველობასა და მომთხოვნელობას. „შეართეთ ქართული გულკეთილობა და პურმარილი ევროპულ საქმიანობასთან და მიიღებთ დ. სარაჯიშვილს, — წერდა ნოე ჟორდანია, — ამ პიროვნებაში სამაგალითოდ შეხვდა საქები ქართველობა და საქები ევროპელობა. და მე მგონია ქართველის გაევროპელება სწორედ ამ გზით უნდა მოხდეს. როცა თითოეული ჩვენგანი ისწავლის ევროპულ საქმიანობას — და თავის ნაციონალურ ხასიათს არ დავკარგავთ — ჩვენი გაევროპელება ფაქტი იქნება. დ. სარაჯიშვილი ქართველი ევროპელი იყო“[75] (*ხაზგასმა ჩვენია, — ო. შ.*).

დავით სარაჯიშვილმა დაუღალავი შრომით, ნიჭითა და მეცადინეობით მოპოვებული მთელი მისი დიდი სიმდიდრე სიკვდილის შემდეგაც „ამსახურა და მოახმარა სამშობლოს კეთილდღეობას, ახალთაობის სწავლა-აღზრდასა და მშობელი ერის გათვითცნობიერების საქმეს“[76]. დიდი მამულიშვილისა და ქველმოქმედის მიერ სიკვდილამდე ერთი წლით ადრე შედგენილი ანდერძის თანახმად, მთელი მისი ქონება, რომლის ღირებულება 3 მილიონ მანეთს აღემატებოდა, მის მეუღლეს, ეკატერინე ფორაქიშვილს, მასავით დიდ ქველმოქმედსა და მამულიშვილს შედეგნაირად უნდა გაენაწილებინა:

1. 500 ათასი — წერა-კითხვის საზოგადოებას უნდა გადასცემოდა. გარდა ამისა, ამ საზოგადოებას ეკატერინემ დაუტოვა 90 ათასი მანეთის პროცენტიანი ქაღალდები, რომლებიც მისი ძმის, ვასილის გარდაცვალების შემდეგ 1919 წელს ამ საზოგადოებას გადაეცა;
2. 200 ათასი მანეთი — ისტორიულ-ეთნოგრაფიულ საზოგადოებას;
3. 150 ათასი მანეთი — ქუთაისის თეატრის ასაშენებლად;
4. 25 ათასი მანეთი — ქუთაისის დრამატულ საზოგადოებას;
5. 50 ათასი მანეთი — თბილისის პოლიტექნიკური ან სხვა უმაღლესი სასწავლებლის დასაარსებლად;
6. 10 ათასი მანეთი — კავკავის (ყოფილი ორჯონიკიძის) ღარიბ მოსწავლეთათვის, სწავლის ფულის გადასახდელად (გაურჩევლად ეროვნებისა);

---

[75] დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. გვ. 100.

[76] გ. სარაჯიშვილი. დაკარგული და ცარიელი საფლავები. გაზ. „ქართული წიგნი“, 2002 წ. მარტი, № 3 (15), გვ. 2.

7. 25 ათასი მანეთი — საქართველოს საეთნოგრაფიულ საზოგადოებას, წიგნების გამოსაცემად;
8. 100 ათასი მანეთი — თბილისის დრამატულ საზოგადოებას;
9. 10 ათასი მანეთი — სამიწათმოქმედო სახელოსნოს ახლშენთა და თავშესაფართა საზოგადოებას;
10. 171 ათასი მანეთი — სარაჯიშვილის ფირმის მუშა-მოსამსახურეებისთვის;
11. 5 ათასი მანეთი — ქართული ფილარმონიის საზოგადოებისათვის;
12. 20 ათასი მანეთი — ქართული სიტყვაკაზმული მწერლობის საზოგადოებას — ქართული ახალი ორიგინალური ბელეტრისტული ნაწერებისათვის პრემიების დასანიშნად;
13. 50 ათასი მანეთი — ავლაბარში საპროფესიო სკოლის დასაარსებლად და შესანახად;
14. 10 ათასი მანეთი — მოსკოვის ქართველთა საზოგადოებას;
15. 10 ათასი მანეთი — დიდუბის ტაძარს;
16. 5 ათასი მანეთი — რუსეთის მევენახეთა და მეღვინეობის საზოგადოების სადგურს ოდესაში;
17. 200 ათასი მანეთი — ქირურგიული საავადმყოფოს ასაშენებლად თბილისში;
18. დიდძალი თანხა გადაეცა ავლაბრის წმინდა მარინეს ეკლესიას, დარიის მონასტერს, დიღმის ორივე ეკლესიას, კალოუბნის, სიონის, მცხეთის სობოროს ეკლესიებს, მარტყოფის ორივე ეკლესიას, ლილოს ეკლესიას, სომეხთა წმ. სტეფანეს მონასტერს, თბილისის სამების ეკლესიას, მამადავითის ტაძარს და ა. შ.;
19. ანდერძში აღნიშნული იყო, აგრეთვე, რომ ზემოთ ჩამოთვლილი ნაანდერძევის დასაკმაყოფილებლად უნდა მომხდარიყო განსვენებულის ქონებისა და სავაჭროების ლიკვიდაცია, ხოლო საქარხნო-სავაჭრო დაწესებულებათა და ქონებისა — 6 წლის განმავლობაში და შემოსული თანხა განაწილებულიყო წერა-კითხვის, საისტორიო და საეთნოგრაფიო საზოგადოებებს შორის[77].

[77] ა. სტეფანიშვილი. დავით სარაჯიშვილი. გვ. 74-76.

ქრიტესმიერი დიდი ქველმოქმედი „მოკვდა ისე, როგორც ცხოვრობდა – ხელგაშლით და გულგაშლილად". მთელი თავისი სიცოცხლე უჩუმრად, უანგაროდ, უხმაუროდ, სხვების დაუნახავად, ზარ-ზეიმის გარეშე თესდა, ამრავლებდა სიკეთეს, აპურებდა, ნუგეშს სცემდა ღარიბ-ღატაკსა და დამაშვრალს, უძლურსა და მიუსაფარს, ცოდნას, განათლებას, საკაცობრიო გამოცდილებას, კულტურას, სიტყვაკაზმულ მწერლობას, ხელოვნებას, ზნეობას, აზიარებდა ახალგაზრდობას, მშობელ ხალხს. ეს იყო მისი ცხოვრების წესი, შეუვალი პრინციპი. თავადაზნაურთა გიმნაზიის – მომავალი უნივერსიტეტის – ასაშენებლად 60 ათასი მანეთი რომ შეიტანა, ნ. ცხვედაძეს უთხრა: „აჰა, ჯერ ეს იკმარე, ოღონდ ნურსად ნუ გამომამჟღავნებ, დაიწყე საქმე და რამდენიც დაგჭირდება, მე აქა ვარ!"[78] (*ბა ზგასმა ჩვენია, – ო. შ.*).

თავისი დარი ჰყავდა მეუღლეც – დიდი სოვდაგრის ასული, ეკატერინე ივანეს ასული ფორაქიშვილი (1862-1916). ფრიად განათლებული, ზრდილი და ბუნებით მახვილგონიერი მანდილოსანი. იგი მხოლოდ იმაზე ზრუნავდა, რამენაირად გაეზარდა ქონება, რომ ერს მეტი დარჩენოდა, სიკვდილის ჟამს კი დაიბარა: „ნუ დამკრძალავთ მდიდრულად, არ ვსაჭიროებ არცა გვირგვინს, არც დიდ ძეგლს – ბევრი არ დამახარჯოთ და ქონება ჩემს ერს გაუბოძეთ!" თავისი ერის დიდი მოჭირნახულე ცოლ-ქმარი, ბედის უკუღმართობით სამუდამო განსასვენებლის სამგზის გამოცვლის შემდეგ, დღეს ერთად განისვენებს ქაშვეთის წმ. გიორგის ეკლესიის ეზოში[79].

მიტროფანე ლაღიძე

ბიზნესის ჰუმანისტური ტრადიციების შემდგომ განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვილილი შეიტანა ცნობილმა მეწარმემ, ქველმოქმედმა და საზოგადო მოღვაწემ, უალკოჰოლო სასმელების სფეროში საბჭოთა კავშირის მთავარმა ტექნოლოგმა მიტროფანე ერმალოს ძე ლაღიძემ (1869-1960). იგი იყო ავტორი და შემქმნელი უალკოჰოლო არომატული ხილეული წყლების რეცეპტებისა, რომლებიც საფუძვლად დაედო უალკოჰოლო სასმელების წარმოებას საქართველოსა და მთელს ყოფილ საბჭოთა კავშირში.

---

[78] ა. სტეფანიშვილი. დავით სარაჯიშვილი. გვ. 38.

[79] მ. ქავთარაშვილი. „ეს კაცი იყო ქვეყნის სიყვარულით განათებული". გაზ. „რეზონანსი", № 67 (342), 1995 წ. 4-5 ივლისი, გვ. 4.

მ. ლაღიძემ გერმანიასა და საფრანგეთში ღრმად შეისწავლა ხილეული წყლების წარმოების მეთოდები და ტექნოლოგია და 1900 წელს ქუთაისის ლიმონათის წარმოების ბაზაზე ჩამოაყალიბა ხილეული, ხელოვნური მინერალური და სამკურნალო სასმელი წყლების „ამხანაგობა ლაღიძე და კომპანია“. ამ დიდ მოვლენას აკაკი წერეთელი მაშინვე ექსპრომტად ასეთი ლექსით გამოეხმაურა:

„სასმელების მეტოქე ვარ,
ღვინის, ლუდის, წყლის და რძისა —
ხილეულთა ესენცია —
მიტროფანე ლაღიძისა.
გემოცა მაქვს, სუნიცა მაქვს,
გთხოვთ, ორივე გამისინჯოთ,
თორემ ისე რად მინდიხართ,
მოხვიდეთ და გადიბრინჯოთ.“

1906 წელს აკაკი წერეთლისავე რჩევითა და ილია ჭავჭავაძის დახმარებით თბილისში დააარსა უალკოჰოლო სასმელების ქარხანა, მოგვიანებით, 1927 წელს თბილისშივე ამოქმედდა კიდევ ერთი უალკოჰოლო სასმელების, ხოლო 1934 წელს — ნახირმჟავა გაზის ქარხნები, 1930 წელს სოხუმში ააშენა ხილეულის წყლების ქარხანა. ხილეული წყლების საფირმო მაღაზიებისა და დარბაზების გასახსნელად მიწვეული იყო რუსეთის სხვადასხვა ქალაქში, აგრეთვე, ირანსა და ეგვიპტეში.

მიტროფანე ლაღიძის ფირმის პოპულარობას დიდად განაპირობებდა ის, რომ იგი სრულყოფილი ტექნოლოგიური აპარატებით და სპეციალისტთა მეთვალყურებით ამზადებდა დისტილირებულ და გადადუღებულ წყალზე გასაკუთრებით ნატურალური, ქიმიურად გაწმენდილი ხილის წვენებისა და გულდასმით შერჩეული ადგილობრივი ხილ-კენკრის ნაყენებისაგან ჩინებული გემოვნებისა და არომატის საუკეთესო გამაგრილებელ და ჯანსაღ ხილეული, ხელოვნური მინერალური და სამკურნალო წყლის სასმელებს, რომლებიც თბილისის საექიმო სამმართველოს ანალიზით სავსებით კეთილხარისხოვნად იყო მიჩნეული. ამიტომ სრულიად ბუნებრივი იყო, რომ ფირმა დაჯილდოებული იყო დიდი ოქროსა და ვერცხლის მედლებით.

როგორც მკლევარები აღნიშნავენ, მ. ლაღიძის წარმოება უფრო სამეცნიერო-ექსპერიმენტულ ლაბორატორიას წარმოადგენდა, სადაც განუწყვეტელი ძიება მიმდინარეობდა სურნელოვანი ხილეული წყლე-

ბის ხარისხის გასაუმჯობესებლად[80]. როგორც მისი შვილიშვილი, ეკოლოგიის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, ქიმიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი ჯუანშერ ლაღიძე აღნიშნავს, მიტროფანე ლაღიძემ პირველმა გადაჭრა საქართველოში უალკოჰოლო სასმელების დასამზადებლად ნატურალური წვენების გამოყენების საკითხი. იგი განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევდა ნედლეულის ხარისხს და და მკაცრად იცავდა სასმელების წარმოების ტექნოლოგიას. ცნობილია, რომ ხილის წვენების თერმული დამუშავება მაღალი ტემპერატურის პირობებში მნიშვნელოვნად აუარესებს მის საგემოვნო თვისებებს. ამიტომ იგი დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა ხილეული წვენების დაკონსერვება-შენახვას ნახშირმჟავა გაზის პირობებში. ყოველთვის ყველაზე საპასუხისმგებლო ეტაპად მიაჩნდა უალკოჰოლო სასმელების წარმოების პროცესში სიროფების კუპაჟი, რის გამოც განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევდა ნედლეულის შერჩევას. მაგალითად, ჟოლოს სიროფს მხოლოდ ბორჯომის ხეობაში, უმთავრესად ბაკურიანში გავრცელებული ძალიან სურნელოვანი და გემრიელი ხილ-კენრით ამზადებდა, თუმცა, ჩრდილოეთ კავკასიიდან შემოტანილი ნედლეული უფრო იაფი ჯდებოდა.

ბაბუა თვლიდა, რომ ხილეული წყლების საგემოვნო თვისებები დიდად არის დამოკიდებული მათი შეზავების წესზე. ზუსტად რეცეპტის მიხედვით დამზადებული სიროფი მხოლოდ საფუძველია ნაწარმისა, რომელიც ორგანოლეპტიკური თვისებების თვალსაზრისით აუცილებლად მოითხოვს შემდგომ დაზუსტებას. კერძოდ, საჭიროებს სულ უმნიშვნელო რაოდენობით მჟავის ან რომელიმე სურნელოვანი ნივთიერების დამატებას, რაც არსებით გავლენას ახდენს პროდუქციის ხარისხზე. ბაბუა არაჩვეულებრივი დეგუსტატორული თვისებებით შემკული კაცი იყო. სულ მცირე ნიუანსების მიხედვით ინგრედინტს ისეთნაირად შეარჩევდა, რომ მზა პროდუქტი არაჩვეულებრივ საგემოვნო და სურნელოვან თვისებებს იძენდა. მხოლოდ ეს „დეგუსტატორული თვისებები“ იყო მისი საიდუმლო, რომლის ამოცნობას ასე ცდილობდნენ მისი თანამედროვეები, თუმცა, აქ ამოსაცნობი არაფერი იყო.

ამიტომ სულაც არ იყო მოულოდნელი, რომ 1913 წელს პეტერბურგსა და ვენაში საერთაშორისო გამოფენებზე ქართულმა უალკოჰოლო სასმელებმა ერთ-ერთი პირველი ადგილი დაიმსახურეს და ოქ-

[80] ა. სიგუა. მიტროფანე ლაღიძე. თბ., 1980, გვ. 26.

როსა და ვერცხლის მედლებით დაჯილდოვდნენ[81]. აღსანიშნავია ისიც, რომ მ. ლაღიძემ, დ. სარაჯიშვილის მსგავსად, თავის ქარხანაში ჯერ კიდევ 1904 წელს შემოიღო 8-საათიანი სამუშაო დრო, რაც მაშინ იშვიათი მოვლენა იყო არა მარტო რუსეთის იმპერიაში, არამედ მთელ იმდროინდელ მსოფლიოში[82].

ამასთან დაკავშირებით იგონებენ ერთ მეტად საგულისხმო ფაქტს: 1905-1907 წლების რევოლუციის დროს, როდესაც რუსეთის იმპერიის ფაბრიკა-ქარხნები საყოველთაო გაფიცვით იყო მოცული, დავით სარაჯიშვილისა დ მიტროფანე ლაღიძის საწარმოები ერთადერთი იყო, სადაც მუშები არ გაფიცულან. მათთან მისული რევოლუციური ორგანიზაციების წარმომადგენლების კითხვაზე, თუ რატომ არ იფიცებოდნენ, მუშა-მოსამსახურეებს უპასუხებიათ: ის მოთხოვნები, რასაც გაფიცულები აყენებენ, ჩვენთან დიდი ხნის შესრულებულია: გვაქვს 8-საათიანი სამუშაო დღე, მაღალი ხელფასები, ავადმყოფობისას ასანაზღაურებელი საავადმყოფო ფურცელი, ფასიანი შვებულები და ა.შ.[83]

არსებობს ასეთი საინტერესო მოგონებაც: თვით ბატონ მიტროფანეს ურჩევია თავისი მუშა-მოსამსახურეებისთვის, შეერთებოდნენ გაფიცულებს, რათა ვინმეს შტრაიკბრეხერობა არ დაებრალებინა.

ამასთან ერთად ლაღიძისეული საწარმოები, როგორც წესი, სანიმუშო წესრიგით გამოირჩეოდნენ. „12 ივლისს, — იტყობინებოდა გაზეთი „კოლხიდა“, — სასანიტარო მზრუნველმა: გ. თამაშევმა, ექიმმა კალანტაროვმა, III საპოლიციო უბნის უფროსმა ბოჭაულმა დუშინსკიმ და სხვებმა ლაღიძის ხილეული წყლების ქარხანა დაწვრილებით დაათვალიერეს. ქარხნის ყველა განყოფილებაში იშვიათი სისუფთავე აღმოჩნდა, სასანიტარო კომისიამ აგრეთვე შეამოწმა და აღმოაჩინა, რომ ხილეული წყალი დისტილირებული და გადადუღებული წყლისგან მზადდება“. სხვათა შორის, იგივე იყო გაცხადებული «Кавказский календарь»-ში (1914 წ.) განთავსებულ რეკლამაში.

ნოვატორი მრეწველი და ბიზნესმენი აქტიურად იყო ჩართული თავისი ქვეყნის საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ და სამეურნეო-კულტურულ აღმშენებლობაში. ახლო მეგობრული ურთიერთობა ჰქონდა ნოე ჟორდანიასთან, ნოე რამიშვილთან, კარლო ჩხეიძესთან, აკაკი

---

[81] ა. სიგუა. მიტროფანე ლაღიძე. გვ. 7.

[82] იქვე. გვ. 30.

[83] გ. ხვედელიძე. მიტროფანე ლაღიძის ხსოვნას ეს არ ეკადრება. გაზ. „კავკასიონი“, №1, 3 სექტემბერი, 1995, გვ. 10.

ჩხენკელთან, რაჟდენ არსენიძესთან, ევგენი გეგეჭკორთან. ჯერ კიდევ 1904 წელს მისი თაოსნობით აშენდა პირველი ელექტროსადგური დასავლეთ საქართველოში. ამ დიდმნიშვნელოვანი ამბის შესახებ გაზეთი „ივერია“ წერდა: „ბატონ ლაღიძის ქარხანამ კარგი საქმე გააკეთა, ჯერ იყო და ქუთაისის თეატრი გაანათა ელექტრონით და ახლა ქალაქის ქუჩებსაც ანათებს“. შემდგომში ელექტროსადგურის სიმძლავრე თანდათანობით იზრდებოდა და რიონჰესის ექსპლუატაციაში გაშვებამდე მთელი სიმძლავრით ემსახურებოდა ქუთაისსა და მის მრეწველობას. მანვე ჩაუყარა საფუძველი სამთო-ქიმიური მრეწველობის მნიშვნელოვან ობიექტს — ბარიტის მოპოვებას, რომელსაც საღებავების დასამზადებლად იყენებდნენ. მიტროფანე ლაღიძის ხელშეწყობით ჩამოყალიბდა „საქართველოს მეომართა დამხმარე კომიტეტი“, რომელიც ძალ-ღონეს არ იშურებდა, 1918 წელს სომხეთ-საქართველოს ომში მებრძოლ მამულიშვილთა მედიკამენტებითა და სურსათით დასახმარებლად. განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობდა იგი მიზანმიმართული დემოგრაფიული პოლიტიკის განხორციელებას, უწინარესად, თბილისსა და დემოგრაფიული თვალსაზრისით ქვეყნის სხვა არამყარ რეგიონებში, არ იშურებდა ამ მიზნის მისაღწევად ფულსა და სხვა ნივთიერ დახმარებას.[84]

ფართო და მრავალმხრივი იყო მისი საქველმოქმედო-სამეცენატო საქმიანობის სფერო და ინტერესები: იყო წერა-კითხვის გამავრცელებელი საზოგადოების წევრი, მანვე ჩამოაყალიბა ქუთაისში საგამომცემლო ამხანაგობა, რომელიც გამოსცემდა ქართველ მწერალთა თხზულებებს, ასევე, საგანმათლებლო ხასიათის წიგნებს და ავრცელებდა ხალხში, ამ ამხაგობამ გამოსცა ქართველი პოეტების პოემების კრებულები და აკაკი წერეთლის საიუბილეო წიგნი. მას ახლო ურთიერთობა ჰქონდა ქართული კულტურის გამოჩენილ მოღვაწეებთან — ილია ჭავჭავაძესთან, აკაკი წერეთელთან, თედო სახოკიასთან, ივანე გომართელთან, ვასო აბაშიძესთან, კოტე მაყაშვილთან, შალვა დადიანთან, კონსტანტინე გამსახურდიასთან, გიორგი ქუჩიშვილთან, პაოლო იაშვილთან, ტიციან ტაბიძესთან, ვალერიან გაფრინდაშვილთან, შალვა ნუცუბიძესთან, ალექსანდრე ჯანელიძესთან, ვუკოლ ბერიძესთან, ეკონომიკურ დახმარებას უწევდა გალაკტიონ ტაბიძეს[85], მან დააფინანსა მისი საჭორწინო მოგზაურობა, დიდად ეხმარებოდა

[84] გ. ხვედელიძე. მიტროფანე ლაღიძის ხსოვნას ეს არ ეკადრება. გვ. 10.
[85] თბილისი. ენციკლოპედია. თბ., 2002, გვ. 620-621.

ცარიზმის მიერ დევნილ პატიმრებს, მისი ხელშეწყობით გაიქცა ციხიდან ლეო ქიაჩელი და სხვ.

მ. ლაღიძე „თავისი კეთილსინდისიერებით, კაი კაცობითა და ეროვნული მოღვაწეობით, მართლაც, მეორე დავით სარაჯიშვილი იყო“[86]. და ეს არც არის გასაკვირი: მას ხომ სწორედ ამ დიდბუნებოვანმა მოღვაწემ გაუკაფა გზა დიდი ბიზნესისა და ერის სამსახურისაკენ, რაც მადლიერმა შთამომავლობამ ლამაზ ლეგენდად შემოინახა თავის მეხსიერებაში...

უცხოეთიდან ჩამოსულ დავით სარაჯიშვილს თბილისში ცხელი დღეები დახვედრია. მეგობრებს ურჩევიათ, ქუთაისში გაესეირნა. დავითი დათანხმებულა. ქუთაისშიც არანაკლები სიცხე მდგარა. ქალაქის ცნობილ ბულვარში, სადაც მოპირდაპირე მხარეს მოთავსებული ყოფილა ლაღიძის წლების მაღაზია, სეირნობის დროს სტუმრებისთვის შეუთავაზებიათ, გამაგრილებელი წყალი გაესინჯათ. აღფრთოვანებულ დავითს ვერ დაუმალავს ის დიდი სიამოვნება, რაც მისთვის წყალს მიუნიჭებია. უთქვამს, ვინც ეს წყალი შექმნა, მომგვარეთო. მიტროფანე რომ გაუცვნიათ, უკითხავს, თუ როგორ შექმნა ეს საოცარი წყალი. კითხვაზე პასუხი რომ ვერ მიუღია, დავითისთვის უთქვამთ, ეს საიდუმლოება არისო. სარაჯიშვილს დაუფიქრებლად გაუსვია ჯიბეზე ხელი, საფულე ამოუღია, გაუწოდებია და დაუყოლებია, თბილისში ჩამოსვლამდე ეს იკმარე, როცა ჩამოხვალ, იქ მე მოვაგვარებ ყველაფერსო.

მიტროფანე ლაღიძე არაჩვეულებრივი გარეგნობის, ზედმიწევნით პატიოსანი, კეთილი ახალგაზრდა ყოფილა, ლაპარაკში — სიტყვაძუნწი, თავაზიანი, ჰკვიანი. დაფიქრებული კაცის შთაბეჭდილება მოუხდენია დავითზე. უფიქრია, ფული როგორ გამოვართვა, ვალს ჩასესხება ხომ უნდაო. 120 ოქრო გაუწოდებია დავითს. მიტროფანე შეყოყმანებულა, სახეზე ფერი შესცვლია. დავითს ეს რომ შეუნიშნავს, გაღიმებია, ძალა დაუტანებია, აიღე, აიღე, ამაზე მერე ვილაპარაკოთო. მართლაც, ოცდაათ წელს გადაცილებული ახალგაზრდა კაცი, თბილისში ქალაქის თვითმმართველობის შენობის ერთ ფლიგელში თვითონ იგი დაუბინავებია, ხოლო მეორეში მისი ფირმა განუთავსებია.

მიტროფანე ერმალოს ძე ლაღიძემ ვერ მოასწრო „ნასესხები“ ოქროს „ჩასესხება“ დავით სარაჯიშვილისათვის, მაგრამ მისი დაკრძალ-

---

[86] ა. სიგუა. მიტროფანე ლაღიძე. გვ. 37.

ვის დღეს ლაღიძის წყალი უფასო ყოფილა ამ სამაგალითო მამულიშვილის სულის მოსახსენებლად[87].

ბატონ მიტროფანეს მეუღლე გახლდათ შესანიშნავი ქალბატონი ოლიმპიადა ვახანია. იგი მხარში ედგა მას ყველა საზოგადოებრივ და საქველმოქმედო საქმიანობაში. მათ ღირსეული შვილები: ერთი ქალიშვილი და ოთხი ვაჟიშვილი აღუზარდეს სამშობლოს: თინათინი იყო რესპუბლიკის დამსახურებული ექიმი, ცნობილი ტრავმატოლოგი, რომელიც სახელოვან მამას ეხმარებოდა უალკოჰოლო სასმელების წარმოება-სრულყოფაში; თორნიკე და ჯუანშერი საფრანგეთში გახიზვნით გადაურჩენ ბოლშევიკურ რეპრესიებს. პარიზში დაიდეს ბინა, იქ მიიღეს უმაღლესი განათლება: თორნიკე ეკონომისტი გახდა, ჯუანშერი კი — ინჟინერი. არც ერთს ღირსებია სამშობლოში დაბრუნება, ორივე იქვე, ემიგრაციაში გარდაიცვალა; ვახტანგი 1937 წელს დააპატიმრეს და, მამის დიდი ძალისხმევის შემდეგ, მხოლოდ 1941 წელს გაათავისუფლეს, მაგრამ ციმბირში წამებული, ჯანგატეხილი ვაჟკაცი იმავე წელს მიიცვალა და შვილის დარდმა მალე გაუბედურებული დედაც თან გაიყოლია. უმცროსი ვაჟი — რამაზი იყო გამოჩენილი ქართველი ქიმიკოსი, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი, თვალსაჩინო მეცნიერი-ექსპერიმენტატორი, მეცნიერების დამსახურებული მოღვაწე, პ. მელიქიშვილის პრემიის ლაუარეატი, რომელიც საყოველთაო აღიარებით სარგებლობდა მთელი მსოფლიოს სამეცნიერო წრეებში.

რამაზ ლაღიძის შვილი, ბატონი ჟუანშერი ამბობს, რომ მამას საფუძვლიანი განათლება მისცა ბაბუამ. იგი პირველ საშუალო სკოლაში მიუბარებია. აქ მამის მასწავლებლები იყვნენ გამოჩენილი ქართველი პედაგოგები: მიხეილ ზანდუკელი, რევაზ ნათაძე; ინგლისურ ენას ასწავლიდა დიდი ქართველი მამულიშვილი და ფართოდ განათლებული ადამიანი ერეკლე ტატიშვილი, მამა ერთხანს გერმანულ ენასაც ეუფლებოდა ილიას განუყრელ მეგობართან, გამოჩენილ გერმანელ საზოგადო მოღვაწესთან, არტურ ლაისტთან.

მამამ ბაბუას ამაგი იმით გადაუხადა, რომ მოაწესრიგა მისი მთელი მემკვიდრეობა და 1953 წელს ვრცელი კომენტარებით გამოსცა მისი მონოგრაფია „უალკოჰოლო სასმელების წარმოება".

დიდი ცხოვრებით იცხოვრა მიტროფანე ლაღიძემ. თავის დროზე ვერც იგი გადაურჩა სასტიკ რეპრესიებს: 1924 წელს მეტეხის ციხეში

---

[87] გ. სარაჯიშვილი. ლაღიძის სასწაული. ჟურნ. „სარკე", № 45(141), 8-14 ნოემბერი, 2000, გვ. 38-39.

ჰყავდათ გამომწყვდეული, მაგრამ დიდმა პოპულარობამ გადაარჩინა — ვერ გაბედეს მისი დახვრეტა.

91 წლისა წავიდა ამ ქვეყნიდან. როგორც ბატონი ჯუანშერი იხსენებს, ღრმა სიბერეშიც წესად შემორჩა: ყოველ დილას აივანზე გადიოდა და იქ მსუბუქად ვარჯიშობდა, უყვარდა სეირნობდა „ალექსანდროვის“ ბაღშიც, ხშირად სტუმრობდა თავის დას, ქალბატონ ეფროსინეს და მის მეუღლეს, ბატონ მიხეილ მახარობლიძეს, რომელთაც ვაკეში, ერთ საკმაოდ დიდ ეზოში ხის ორსართულიანი ედგათ. სამწუხაროდ, მოგვიანებით დაანგრიეს ეს სახლი და იქ ააშენეს დიდი შენობა, სადაც ვ. მუავანაძე ცხოვრობდა. ხშირად ილხენდნენ ერთად სიძე-ცოლისძმა. მათ პურ-მარილს მეც ბევრჯერ შევსწრებივარ. თვითონ ბაბუა მუდამ ზომიერად სვამდა ალკოჰოლიან სასმელებს, მხოლოდ სადილზე მიირთმევდა ნახევარ ჭიქა წითელ ღვინოს. მაშინ არ იყო ცნობილი ღვინის ანტიოქსიდანტური თვისებები, მან კი იცოდა, რომ მისი მცირე რაოდენობით მიღება სასარგებლოა ადამიანისათვის.

ძალიან ძნელია მიტროფანე ლალიძის ყველა ღვაწლისა და სამამულიშვილო საქმის უბრალოდ ჩამთვლაც კი, მაგრამ ერთი რამ უთუოდ უდავოა: მთელი მისი შემოქმედება — ბიზნესმენობაც, ნოვატორობაც, ქველმოქმედება-მეცენატობაც, სამშობლოსადმი უანგარო მსახურებაც მადლიერმა ქართველმა ხალხმა ერთ სახელში გააერთიანა, *ლალიძის წყალი* უწოდა და ამ ორი სიტყვით შემოინახა თავის მეხსიერებაში ამ დიდი მამულიშვილის სახელი. არა გვგონია, ასეთი საოცარი უკვდავყოფა ჩვენში და ან სხვაგან ოდესმე ვინმეს ღირსებოდეს.

საუკუნეზე მეტი ხნის წინათ, 1906 წელს აკაკი წერეთლის რჩევითა და ილია ჭავჭავაძის დახმარებით მის მიერ თბილისში გოლოვინის (ახლანდელი რუსთაველის) პროსპექტზე მდებარე №24 სახლის პირველ სართულზე გახსნილი უალკოჰოლო სასმელების მაღაზია დაარსების პირველი დღიდანვე იქცა ქართული კულტურის კერად, მოწინავე ქართველი ინტელიგენციის თავშეყრის გამორჩეულ ადგილად, მთელი საქართველოს სავიზიტო ბარათად, ვინ არ ყოფილა მისი სტუმარი, ვინ არ მოხიბლულა ქართველი ბუნების ჯადოქრის ამ საოცარი ნახელავით!

დიდი პოპულარობის გამოხატულება იყო ის, რომ ლალიძისეული ხილეული წყლებით უმასპინძლებოდენ მეორე მსოფლიო ომის დროს ანტიჰიტლერული კოალიციის სამი მთავარი სახელმწიფოს — სსრ კავშირის, აშშ-ისა და დიდი ბრიტანეთის მთავრობათა მეთაურების: ი. ბ. სტალინის, ფ. დ. რუზველტისა და უ. ჩერჩილის თეირანსა (1943

წ.) და იალტაში (1945 წ.) გამართული კონფერენციების მონაწილეებს. თურმე, აშშ-ის პრეზიდენტს, ფ. დ. რუზველტს ისე მოსწონებია ეს უალკოჰოლო სასმელები, რომ ლაღიძის ქარხნისათვის პირადი სარგებლობისათვის 1 ათასი ბოთლი სპეცლიმონათი შეუკვეთავს.

პოეტი-აკადემიკოსი გიორგი ლეონიძე იგონებდა, როგორ ხშირ-ხშირად სტუმრობდნენ იგი და დიდი რუსი პოეტი სერგეი ესენინი რუსთაველის პროსპექტზე ლაღიძის სახელგანთქმულ მაღაზიას. ესენინს, თურმე, განსაკუთრებით მოსწონდა შინდის სასმელი და სწორედ მას მიუძღვნა თავისი ლექსის ერთი შესანიშნავი სტროფი:

«Прости, Кавказ, что я о них
Тебе прмолвил ненароком,
Ты научи мой руский стих,
Кизиловым струится соком.»[*]

მიტროფანე ლაღიძე ბუნების დიდი და ამოუცნობი მესაიდუმლე იყო. იგი რაღაც აუხსნელი შინაგანი გულისთქმით წვდებოდა ბუნების საიდუმლოებას, საიდუმლოებას, რომელიც მხოლოდ მისი თანაზიარი იყო და მხოლოდ მასთან ერთად სულდგმულობდა. გამოჩენილი რუსი პოეტი ევგენი ევტუშენკო სწორედ ასეთ პიროვნებად წარმოგვისახავს ბუნების სასწაულების ამ განუმეორებელ შემოქმედს თავის ბრწყინვალე ლექსში: „ლაღიძის ლიმონათი“, რომელიც ჩვენი მოკრძალებული თხოვნით თარგმნა ცნობილმა ქართველმა პოეტმა ემზარ კვიტაიშვილმა და მისივე სულგრძელი ნებართვით ვთავაზობთ მკითხველს*:

ლაღიძის ლიმონათი

ქურუმთა გუმანს ჩვენ ვინ გვაღირსებს,
ოსტატებს კვალის უყვართ შენისვლა,
წყლის საიდუმლო გაჰყვა ლაღიძეს,
ვით გალაკტიონს ჯადო ენისა.

დღეს ლექსიც მდარეს მოგავს ლიმონათს,
ცრუ საქმოსანთა სიხარბემ გვიმტრო,

---

[*] Сергей Есенин в Грузии. Тб., «Мерани», 1989, с. 18.

* სამწუხაროდ, გვიან გავიგე, რომ ეს ლექსი თავის დროზე უთარგმნია პოეტ გრიგოლ ჯულუხიძეს და გამოუქვეყნებია კიდეც.

მათმა ხრიკებმა ჩვენ დაგვიმონა,
წყალწყალა შამპუნს დაარქვეს „სიტრო“.

გაქნილ მეწარმეთ სადღა წაუვალთ,
მათ სათრეველად გული მაქეზებს,
სულ მახსოვს გემო იმ სასწაულის,
რომ შიშინებდა ერთ დროს ბაგეზე.

ხილის სასმელი მზუნველ ხელს ითხოვს,
მსუბუქი თრობის ეს იყო ჰიმნი,
ტკბილ ბუშტულებში მღეროდნენ თითქოს,
ციცქნა, პაწია სულები ლიმნის.

სიკვდილი მოხუცს მიადგა მისანს,
არ შერხევია სახეზე ნერვი,
თან საიდუმლო მიჰქონდა წყლისა,
ვერ გადასცემდა რომელსაც ვერვის.

ერთმა გაბედა, ჰკითხა კვიმატად,
დახრისას: „რაა მუღამი თქვენი?“ —
მაშინ ლაღიძეს გაეღიმა და
იმ ყმაწვილს წვერო უჩვენა ენის.

მართლაც, რომ განსაცვიფრებელია, ამოუხსნელია დიდ შემოქმედთა ნათელხილვის უნარი — ჯერ კიდევ როდის იწინასწარმეტყველა პოეტმა ლაღიძის ლიმონათისა და მისი საფირმო მაღაზიის დღევანდელი სასოწარკვეთილი ყოფა.

მიტროფანე ლაღიძის შვილიშვილი, პროფესორი ჯუანშერ ლაღიძე იგონებს: საქართველოში ერთ-ერთი სტუმრობისას ევგენი ევტუშენკოსთვის უამბიათ, თუ როგორ შექმნა მიტროფანე ლაღიძემ თავისი სახელგანთქმული უალკოჰოლო სასმელები. პოეტს, თურმე, თავადაც ჰქონია დაჭაშნიკებული მისი ტკბილეული წყლები და აღფრთოვანებული ყოფილა მათი განუმეორებელი გემოთი, არომატითა და სურნელებით.

როგორც ჩანს, მაშინ შეიტყო პოეტმა ერთი ღიმილის მომგვრელი ამბავიც: პარტიულ ფუნქციონერებს ლავრენტი ბერიასთვის მოუხსენებიათ, მიტროფანე ლაღიძეს ხილეული წყლების დამზადების რაღაც საიდუმლო რეცეპტები აქვს და არავის უმხელსო.

ცეკას მრისხანე მდივანს, რომელიც ყველაზე და ყველაფერზე გახლდათ მიყურადებული, სასწრაფოდ დაუბარებია ბაბუა და მკაცრად უკითხავს:

— როგორ ბედავ, მშრომელ ხალხს საიდუმლოს რომ უმალავო?!

— არც არავითარი საიდუმლო ვიცი და არც რაიმე საიდუმლო რეცეპტები მაქვს. ჩემს ყველა „საიდუმლოს“ ენის წვერი ინახავს, მხოლოდ და მხოლოდ იგი მარჩევინებს ტკბილეული წყლების ყველა საგემოვნო და სურნელოვან თვისებასო, — მშვიდად უპასუხებია ბაბუას.

ახლა ძნელი სათქმელია, ირწმუნა თუ არა მაშინ ბერიამ მისი გულწრფელი „აღიარება“, ის კი უდავოა, რომ ბაბუა მართლა არ ტყუოდა, როცა ამბობდა: მთელი ჩემი საიდუმლო მხოლოდ და მხოლოდ ჩემი ენის წვერში ინახებაო.

ალბათ, მაშინდელმა შთაბეჭდილებებმა შთააგონა პოეტს ზემოთ მოტანილი შესანიშნავი ლექსის სტრიქონები.

როცა 1978 წელს ბედნიერება მქონდა, პირადად შევხვედროდი პოეტს მოსკოვში, გავუწოდე მანქანაზე გადაბეჭდილი ეს ლექსი და ვთხოვე, ავტოგრაფი გაეკეთებინა. მან თავის აგარაკზე, პერედელკინოში მიმიწვია და იქ ასეთი სიტყვები დაამშვენა იგი:

«Семье Лагидзе — с огромной благодарностью за ощущение великой тени Митрофана.

Е. Евтушенко и семья.
8 июня 1978 г.»

2000 წელს უკვე თბილისში მომიხდა ევგენი ევტუშენკოსთან შეხვედრა, — განაგრძო ბატონმა ჯუანშერმა, — იგი ძალიან შეწუხებული ჩანდა საფირმო მაღაზიის იმდროინდელი მდგომარეობით და გულწრფელად მისაყვედურა: რატომ არის აქაურობა ასეთ სავალალო დღეშიო. მაშინ როგორ იფიქრებდა პოეტი ან, საერთოდ, ვინმე, რომ მალე ასეთი ვითარებაც სანატრელი გახდებოდა, მით უფრო დამოუკიდებელ საქართველოში, და სათუოდ, საცილობლად, საეჭვოდ გადააქცევდნენ მიტროფანე ლაღიძის ინტელექტუალურ თუ მატერიალურ-ქონებრივ მემკვიდრეობას, საქართველოს ახალი მესვეურები „ლაღიძის წყლებს“ ათასობით სხვა მაღაზიას, კაფე-ბარს, რესტორანს თუ საეჭვო დანიშნულების ობიექტს გაუტოლებდნენ, მასაც საპრივატიზაციო საწარმოთა სიაში შეიტანდნენ და ხელის აუკანკალებლად გაასხვისებდნენ ჩვენს ცოცხალ ისტორიას, ეროვნულ მეხსიერებას.

როგორც მკვლევარები იგონებენ, თავის დროზე, როცა ახალგაზრდა ბიზნესმენმა თბილისში და, საერთოდ, რუსეთის იმპერიაშიც, პირველი ხილეული წყლების მაღაზია გახსნა, მის აბრას თავისი უალკოჰოლო სასმელების ფირმის სახელი ზემოთ, ჯერ ქართულად წაწერა, ხოლო შემდეგ, ქვემოთ, — რუსულად. მეფის მთავრობის მოხელეებმა ეს დიდ დანაშაულად ჩაუთვალეს და გაციმბირება დაუპირეს, მაგრამ მაშინ იგი ილიას გადაურჩენია. სამწუხაროა, რომ XXI საუკუნის საქართველოში არავინ აღმოჩნდა ისეთი, ვინც გადაურჩენდა საქართველოს მისი ბუნების დიდი და ამოუცნობი მესაიდუმლის უკვდავ შემოქმედებას — „ლაღიძის წყლებს“. ეს ხომ მაღაზია კი არა, არამედ, უწინარესად, დედაქალაქის უპირველესი ღირსშესანიშნაობა, მისი კოლორიტი, სახე იყო, განასახიერებდა ქართული ბუნების უნიკალურობას, წარმოადგენდა ქართული კულტურის სავანეს, თაობათა ურთიერთობის, სხვადასხვა დროის უბრწყინვალესი ქართული ელიტის თავშეყრის უსაყვარლეს ადგილს, სადაც ისმოდა სუნთქვა გალაკტიონისა, გიორგი ლეონიძისა, ლადო გუდიაშვილისა, ტიციან ტაბიძისა, პაოლო იაშვილისა, ვალერიან გაფრინდაშვილისა, სერგეი ესენინისა, ევგენი ევტუშენკოსი, არაერთი უცხოელი გამოჩენილი მოღვაწისა.

გვინდა, გამოვთქვათ ღრმა რწმენა, რომ აღსდგება ისტორიული სამართლიანობა და „ლაღიძის წყლები“ დაუბრუნდება თავს ჰერს, მის ჰეშმარიტ მემკვიდრეებს — თორნიკე და ჯუანშერ ლაღიძეებს, რომელთა დიდმა წინაპარმა საუკუნეზე მეტი ხნის წინათ დაუდვა მას აქ ბინა. მით უმეტეს, რომ მათ თავიანთი მოწოდებით, პროფესიული განათლებით, ყველაზე მეტად ხელეწიფებათ, კიდევ უფრო სრულყონ მათი დიდი ბაბუასეული უალკოჰოლო სასმელების წარმოების ტექნოლოგია, კიდევ უფრო გააკეთილშობილონ მათი სამკურნალო თვისებები, გაზარდონ მათი მდგრადობა.

ეს, უპირველსად, თბილისს, საქართველოს ჭირდება!

აკაკი ხოშტარია

ბიზნესის საკუთარი ქვეყნისა და ხალხის სამსახურში ჩაყენების შესანიშნავი მაგალითი გვიჩვენა ცნობილმა ქართველმა მრეწველმა, ქველმოქმედმა, მეცენატმა და საზოგადო მოღვაწემ, აკაკი მეთოდეს ძე ხოშტარიამ (1873-1932). იგი ბიზნესმოღვაწეობას ძირითადად სპარსეთში ეწეოდა. პირველი მსოფლიო ომის წინ ბაქოში ჩამოაყალიბა მსხვილი სამრეწველო კომპანია, სავაჭრო ოპერაციებს წარმართავდა სამხრეთ კავკასიასა და ირანში, ეს ფირმა და თურქულ-სპარ-

სული „ხოშტარიას ბანკი“ მრავალ კომპანიასთან თანამშრომლობდა მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებში[89], თბილისში ჰქონდა მექანიკური ქარხანა, სხვა საწარმოები, ირანში ფლობდა საპნის მონოპოლიას, თევზის სარეწებს, მატყლით ვაჭრობდა ინგლისელებთან, იყო სპარსეთში ნავთობის კონცესიების მფლობელი და ხელმძღვანელობდა მისივე დაარსებული, რაც კი ქართველებს ოდესმე შეუქმნიათ, ყველაზე დიდი და ფინანსურად ძლიერი ფირმის „რუპენტო“ („რუსულ-სპარსული სანავთობო ამხანაგობა“) ოპერაციებს ამიერკავკასიაში, რომელიც 1921 წელს ნაციონალიზებულ იქნა საბჭოთა ხელისუფლების დამყარების შემდეგ[90].

გულუხვი ქველმოქმედი, მთელ თავის ქონებას, უპირველესად, ხალხის კეთილდღეობას ახმარდა. ოდესის აგრონომიული აკადემიის კურსდამთავრებულმა, დეკორატიული მებაღეობის სპეციალობით მისივე უშუალო ხელმძღვანელობითა და დაფინანსებით, გააშენა ბათუმის მთავარი ზღვისპირა ბულვარი, მახინჯაურის ბოტანიკური ბაღი, ახალი ათონის ცენტრლური პარკი და იალტის ერთ-ერთი ბაღი, სოფელ სუჯუნაში აღადგინა საგვარეულო ეკლესია და მისთვის შიდა საეკლესიო მოწყობილობა და ხატები შეიძინა, პირველი მსოფლიო ომის დროს თავისი სასახლე დროებით გადასცა მთავრობას, რათა იქ მოეთავსებინათ ჰოსპიტალი, რომელსაც საკუთარი ხარჯებით ამარაგებდა სურსათ-სანოვაგითა და მედიკამენტებით.

აქტიურად იღვწოდა საქართველოს დემოკრატიული რესპუბლიკის განსამტკიცებლად, თავისი სახსრებით აშშ-სა და იტალიაში შეიძინა და საქართველოში თვითონვე ჩამოიყვანა ორ-ორი „ლინკორის“ ტიპის გემი, რითაც საფუძველი ჩაუყარა ქართული სამხედრო საზღვაო ფლოტის შექმნას[91], სამშობლოდან ემიგრირებული XX საუკუნის 20-იან წლებში საკუთარი სახსრებით ყიდულობდა ხორბალს და ბაქოზე გავლით დამშეულ საქართველოში აგზავნიდა, ახლადშექმნილ საისტორიო და საეთნოგრაფიო საზოგადოებას ბაქოდანვე გამოუგზავნა 8 ათასი მანეთი, საფრანგეთში შეიძინა ლადო გუდიაშვილისა და ცნობილი კუბისტის, ფრანგი მხატვრის — ანდრე ლოტის ნახატები და საჩუქრად გადასცა საქართველოს ხელოვნების სახელმწიფო მუზეუმს, საჭიროების შემთხვევაში პირადი ხარჯებით ინახავდა საქართველოს დემოკრატიული მთავრობის მიერ საფრანგეთში

---

[89] თბილისი. ენციკლოპედია. თბ., 2002, გვ. 996.

[90] ლ. მიქელაძე. აკაკი ხოშტარია. გაზ. „ლიტერატურული საქართველო“, 6 ოქტომბერი, 1989, № 40 (2716), გვ. 10.

[91] იქვე

გადანახულ ეროვნულ განძს და დიდად ზრუნავდა მის შენარჩუნებასა და უსაფრთხოებაზე, მამობრივად იღვწოდა ახალგაზრდობის სწავლა-აღზრდისათვის. მისი სტიპენდიანტები იყვნენ შემდგომში ცნობილი მეცნიერები: სერგი დანელია, მათე მირიანაშვილი, მიხეილ საბახტარაშვილი და სხვები[92].

რეზიუმე

სამამულო ბიზნესის ჰუმანისტური ტრადიციების ჩამოყალიბებაში განსაკუთრებული როლი შეასრულეს გამოჩენილმა ქართველმა მეწარმეებმა — იაკობ (1792-1864), კონსტანტინე (1828-1901), ლევან (1853-1914), სტეფანე (1860-1904), პეტრე (1862-1903) და იაკობ (1876-1943) ზუბალაშვილებმა, გიორგი ქართველიშვილმა (1827-1901), დავით სარაჯიშვილმა (1848-1911), მიტროფანე ლალიძემ (1869-1960), აკაკი ხოშტარიამ (1873-1932), სხვა დიდმა მამულიშვილებმა. სწორედ მათ განსაზღვრეს მისი ძირითადი ფუნქციები და დანიშნულებები, თავისი ხალხისა და სამშობლოსადმი მსახურების ფორმები და მეთოდები.

ქართული კაპიტალიზმის გზამკლევებს თავიდანვე ღრმად ჰქონდათ გაცნობიერებული ბიზნესის უპირველესი დანიშნულება, მისი ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობა ქვეყნისა და ხალხის წინაშე. მათ, მაღალ პროფესიონალიზმსა და ფართო განსწავლულობასთან ერთად, უწინარესად, სამშობლოსა და მშობელი ხალხისადმი უსაზღვრო ერთგულება, ზნეობრივი სრულყოფილება, სამართლიანობის გამძაფრებული გრძნობა, მოყვასის სიყვარული და თანადგომა, სხვა ქრისტიანული იდეალები გამოარჩევდათ.

მათ მიერ დაფუძნებული საწარმოები, როგორც წესი, ადგილობრივ მუშახელსა და ბუნებრივ-ეკონომიკურ რესურსებს იყენებდნენ, თავისი დროის საუკეთესო ტექნიკურ და ტექნოლოგიურ მიღწევებს ეფუძნებოდნენ და, მეურნეობის ტრადიციული დარგების განვითარებასთან ერთად, სათავეს უდებდნენ ეკონომიკის სრულიად ახალი დარგების განვითარებას, რომელთა შემოსავალი ცალკეული პირების უზომო, წრეგადასული გამდიდრებისა და განცხრომისათვის კი არ იხარჯებოდა, არამედ უპირველესად ეროვნულ საქმეებს, საერთო-სა-

[92] ლ. მიქელაძე. აკაკი ხოშტარია. გვ. 10.

ხალხო საჭიროებას, ქველმოქმედებას, მეცნიერებას, მოყვასის თანადგომასა და მისთვის უანგაროდ ხელის გამართვას ხმარდებოდა.

დიდმა მამულიშვილებმა თავიანთი პირადი ცხოვრებით, მოღვაწეობით, მშობელი ერისა და ქვეყნის განუზომელი სიყვარულით, ნათელყვეს, რომ სიმდიდრის, ქონების, ფულის, დოვლათის ერთი კაცის ხელში დაგროვება, თავმოყრა სულაც არ არის უბედურება. პირიქით, დიდი სიკეთეა, ბედნიერებაა, ქვეყნის ძალ-ღონის გაძლიერებაა, ოღონდ მაშინ, როცა ეს სიმდიდრე, ქონება, დოვლათი შეძენილია, დაგროვილია, გამრავლებულია ზნეკეთილი, განათლებული, თავის სამშობლოსა და მოყვასზე შეყვარებული კაცის კეთილშობილური შრომით და კეთილშობილურ მიზნებსვე ემსახურება.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა გავლენა მოახდინა ქართული ბიზნესის ჩასახვა-ჩამოყალიბებაზე ეროვნული ეკონომიკური წყობის ჰუმანისტურმა ტრადიციებმა?
2. როგორია ზუბალაშვილების როლი ქართული ბიზნესის განვითარებისა და მისი ხალხის სამსახურში ჩაყენების საქმეში?
3. დაახასიათეთ გიორგი ქართველიშვილი როგორც მეწარმე და ქველმოქმედი;
4. მიმოიხილეთ დავით სარაჯიშვილის საქველმოქმედო-სამეცნიერო მოღვაწეობა;
5. როგორ ზრუნავდა დავით სარაჯიშვილი ქართველი ახალგაზრდობის სწავლა-განათლებაზე?
6. დავით სარაჯიშვილი და ქართველი მეცნიერები და კულტურის მოღვაწეები.
7. როგორი ურთიერთობა ჰქონდა დავით სარაჯიშვილს მისი საწარმოების შრომით კოლექტივებთან?
8. რას ფიქრობდა დავით სარაჯიშვილი კაპიტალიზმის ბუნებაზე?
9. დაახასიათეთ მიტროფანე ლალიძე როგორც ნოვატორი მრეწველი, ბიზნესმენი და ქველმოქმედი;
10. მიტროფანე ლალიძე და დავით სარაჯიშვილი;
11. აკაკი ხოშტარია — როგორც ბიზნესმენი და ქველმოქმედი-მეცნიერი.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. ბიზნესმენი და საზოგადოება;
2. ბიზნესის როლი შეჩირვებული მოსახლეობის მდგომარეობის გაუმჯობესებაში გარდამავალ პერიოდში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. ქართული კაპიტალიზმის ფუძემდებელთა როლი ბიზნესის ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობის ტრადიციების ჩამოყალიბებაში;
2. ქართული ბიზნესი და გარდამავალი პერიოდის სოციალური პრობლემები.

ლიტერატურა

1. ბერიძე გ., ღლონტი თ. ქართველი მეღვინეები. თბ., 1974;
2. გუგუშვილი პ. ბ. საქართველოსა და ამიერკავკასიის ეკონომიკური განვითარება XIX-XX საუკუნეებში. ტ. VI, 1979;
3. დავით სარაჯიშვილის სახსოვრად. ტფ. 1912;
4. თბილისი. ენციკლოპედია. თბ., 2002;
5. გაზ. „თემი". 1911, 27 ივნისი, № 25;
6. იაშვილი ა. დავით სარაჯიშვილი და კონიაკის წარმოების ისტორია საქართველოში. თბ., 1993;
7. ლომსაძე შ. ისტორიკოსი მიხეილ თამარაშვილი (დაბადების 120 წლისთავის გამო). მაცნე, ისტორიის, არქეოლოგიის, ეთნოგრაფიისა და ხელოვნების ისტორიის სერია), № 1979;
8. მირიანაშვილი მ. კაპიტალისტური მრეწველობის განვითარება საქართველოში (სპირტის, არყისა და კონიაკის წარმოება). თბ., 1980;
9. მიქელაძე ლ. აკაკი ხოშტარია. გაზ. „ლიტერატურული საქართველო", 6 ოქტომბერი, 1989, № 40 (2716);
10. სარაჯიშვილი გ. დაკარგული და ცარიელი საფლავები. გაზ. „ქართული წიგნი", 2002 წ. მარტი, № 3(15);
11. სარაჯიშვილი გ. ლაღიძის სასწაული. ჟურნ. „სარკე", № 45(141), 8-14 ნოემბერი, 2000;
12. სიგუა ა. მიტროფანე ლაღიძე. თბ., 1980;

13. სტეფანიშვილი ა. დავით სარაჯიშვილი. მეორე შევსებული და გადამუშავებული გამოცემა, თბ., 1988;
14. ქავთარაშვილი მ. „ეს კაცი იყო ქვეყნის სიყვარულით განათებული“. გაზ. „რეზონანსი“, № 67(342), 1995 წ. 4-5 ივლისი;
15. შარაძე გ. მიხაი ზიჩი და ქართული კულტურა. თბ., 1978;
16. ჭიჭინაძე ზ. მიხეილ პეტრეს ძე თამარაშვილი. თფილისი, 1912;
17. ჭიჭინაძე ზ. გიორგი დავითის ძე ქართველიშვილი. ტფ., 1904;
18. ჭიჭინაძე ზ. მრეწველობა, ვაჭრობა-ხელოსნობა საქართველოში, დავით ზაქარიას ძე სარაჯიშვილი. ტფ., 1911;
19. დ. ჯაფარიძე, ზუბალაშვილები. ჟურ. „მუდმივი კავშირის სამყარო,“ 2003, 3(19);
20. **«Закавказский вестник»**, № 5, 27 февраля 1847 года;
21. **Лайст А. Памяти славного грузина (Воспоминания о Давиде Сараджишвили)**, „Закавказье“, 1912, 18 июня, № 135.

თავი III

მცირე ბიზნესი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში

3.1 რაობა და ფუნქციები

ბიზნესის სახეობათა შორის სრულიად განსაკუთრებული, გამორჩეული ადგილი უჭირავს მცირე ბიზნესს ანუ მცირე (წვრილ) მეწარმეობას, ე. წ. მცირე ეკონომიკას, რომელიც, ისე, როგორც, საერთოდ, ბიზნესი, შორეულ წარსულში იღებს სათავეებს. მცირე ბიზნესის შესახებ პირველი წერილობითი ცნობა, რომელიც 4 ათასზე მეტ წელს ითვლის, იმაზე მოგვითხრობს, თუ როგორ ხელოვნურად ზღუდავდნენ შორეულ წარსულში მევახშეები სესხად გასაცემი ფულის რაოდენობას. უძველესი პერიოდიდან დაწყებული, მეწარმეებმა უდიდესი დრო და ენერგია მოახმარეს მომხმარებელთათვის თავიანთი პროდუქციის მიწოდებასა და მომსახურებას. მცირე მეწარმეობა ფართოდ იყო განვითარებული ყველა ძველი კულტურის აყვავების ეპოქაში. განსაკუთრებით გამოირჩეოდნენ ამ საქმეში ბაბილონელები, ფინიკიელები, ეგვიპტელები, იუდეველები, ბერძნები, რომაელები, არაბები და სხვები.

იმდროინდელი მცირე საწარმოების პროდუქცია, თუ მომსახურება, არც თუ იშვიათად, უხარისხოდ ან დაუდევრად იყო შესრულებული, რაც, ბუნებრივია, მომხმარებელს მეტად უარყოფითად განაწყობდა მეწარმეთა მიმართ. ამიტომ ბაბილონის მეფე ხამურაბმა ძვ. წ. 2100 წელს მომხმარებელთა და მეწარმეთა ინტერესების დასაცავად 300 კანონისაგან შემდგარი კოდექსი შეადგინა, რომლიდანაც კარგად ჩანს, იმ შორეულ დროსაც კი როგორ ძლიერ იცავდა კანონი მომხმარებლს და, ამასთანავე, როგორ დიდ სოციალურ პასუხისმგებლობას აკისრებდა მეწარმეებს[93].

მცირე ბიზნესი მრავალგანზომილებიანი ცნებაა. იგი, როგორც წესი, შეზღუდული მასშტაბით ხორციელდება და, უპირატესად, ინდივიდთა ან მეწარმეთა მცირე ჯგუფის სამეწარმეო საქმიანობას ემყარე-

[93] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. გვ. 16.

ბა, ამასთანავე, თუმცა, მეურნეობრიობის მრავალ სფეროში პროდუქციის (საქონელსა და მომსახურებაზე) წარმოებასა და რეალიზაციასთან დაკავშირებულ სამეწარმეო საქმიანობის სხვადასხვა სახეობას მოიცავს, ძირითადად წარმოების ზოგიერთი სახეობისა და ფორმისთვის, უწინარეს ყოვლისა კი, ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროსთვის არის დამახასიათებელი[94]. სამწუხაროდ, ეკონომიკურ ლიტერატურაში დღემდე არ არსებობს ერთიანი აზრი მცირე მეწარმეობის უმთავრესი ნიშან-თვისებების შესახებ. ჩვენი აზრით, ამ ხარვეზის შევსებაში გარკვეულ დახმარებას გაგვიწევს როგორც მეცნიერ ეკონომისტთა, ისე ბიზნესის სფეროში მომუშავე პრაქტიკოსთა შეხედულებების შეჯერება.

მაგალითად, ჰარვარდის (აშშ) უნივერსიტეტის მცირე მეწარმეობის განვითარების ცენტრის დირექტორის, დოქტორ უილფორდ ლ. უაიტის აზრით, მცირე ბიზნესის, ისევე, როგორც, საერთოდ, ბიზნესის არსი, მიზანდანიშნულება, უწინარესად, საზოგადოებრივი სარგებლიანობით განისაზღვრება, რაც გამოიხატება: ჯერ ერთი, მომხმარებლისთვის საჭირო საქონლის წარმოება-მიწოდებითა და მომსახურების გაწევით; მეორე, ადამიანების სამუშაოთი უზრუნველყოფით და, მესამე, ყოველივე ამის სანაცვლოდ წმინდა მოგების მიღებით[95]. ზოგიერთი მკვლევარი ამასთან ერთად დამატებით მცირე ბიზნესის ისეთ ფუნქციებსაც გამოყოფს, როგორიცაა: პირველი, მსხვილი კორპორაციების მომსახურება და, მეორე, სპეციალიზებული საქონლითა და მომსახურებით მოსახლეობის უზრუნველყოფა[96].

ცხადია, ყოველივე ეს მთლიანად შეესაბამება ჩვენ მიერ ფორმულირებულ, საზოგადოდ, ბიზნესის რაობასაც, ამასთანავე, მართალია, სწორედ ამ უმთავრესი თავისებურებებით განისაზღვრება მცირე ბიზნესის ზემოაღნიშნული ფუნქციებიც — ბიზნესის სხვა ფორმების მსგავსად, მისთვისაც ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიზანს მოგების მაქსიმიზაცია წარმოადგენს, მაგრამ ყოველივე ამის რეალიზაციას იგი წვრილი მეწარმეობისათვის დამახასიათებელი რიგი თავისებურებების (წარმოების შეზღუდული მასშტაბები, ადგილობრივი ნედლეულის სიახლოვე გადამუშავებისა და მოხმარების ზონებთან, სამომხმარებ-

---

[94] Б. Райзенберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. Современный экономический словарь. გვ. 182.

[95] Луис Л.Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе. Пер. с англ. М., 1991, გვ. 20-21.

[96] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. გვ. 104.

ლო მოთხოვნაზე დაუყოვნებლივ რეაგირების მეტი შესაძლებლობანი და სხვ.) მეშვეობით უზრუნველყოფს, ამასთანავე, რაც მთავარია, მხოლოდ ამით მაინც არ ამოიწურება მისი მიზანდანიშნულება. მხედველობაში გვაქვს ის, რომ, ჯერ ერთი, მნიშვნელოვანწილად, ასევე, უწინარესად, მცირე მეწარმეობის პოტენციური შესაძლებლობებისა და მსხვილ ბიზნესთან შედარებით მის უპირატესობათა მაქსიმალურ რეალიზაციასთან არის დაკავშირებული საერთო-ეროვნული ეკონომიკური კეთილდღეობა, მოსახლეობის ფართო ფენების სოციალური დაცულობა და საზოგადოების განვითარების სტაბილურობა;

მეორე, ამავე დროს, მცირე ბიზნესი დიდ როლს ასრულებს მეურნეობის სხვადასხვა დარგისა და სექტორის ურთიერთშეთანაწყობილ, ურთიერთდაბალანსებულ განვითარებაში;

მესამე, მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის ურთიერთთანამშრომლობა, ურთიერთზეგავლენა და ურთიერთდამოკიდებულება ხელსაყრელ პირობებს ქმნის თითოეულ სფეროში მატერიალური, შრომითი და ინტელექტუალური რესურსების მაქსიმალური ეფექტიანობით გამოყენებისათვის, პროდუქციის მიწოდებასა და მოთხოვნაში წარმოქმნილ „ვიწრო ადგილებზე“ სწრაფი რეაგირებისათვის;

მეოთხე, სრულიად გამორჩეულია მისი როლი თავისუფალი, კონკურენტული ბიზნესგარემოს უზრუნველყოფის, მისი ჰარმონიზაციის თვალსაზრისითაც;

მეხუთე, ამასთან ერთად, უწინარეს ყოვლისა, ეკონომიკის სწორედ ეს სექტორია მოწოდებული, შექმნას მომსახურების, საცალო ვაჭრობის, ცალკეული სამრეწველო დეტალების (მაკომპლექტებელი ნაწარმის) წარმოებისა და მიწოდების ეფექტიანი სეგმენტები თავისუფალი „ეკონომიკური ნიშების“ ათვისებისა და ბაზრის იმ პროდუქციით (საქონლითა და მომსახურებით) გასაჯერებლად, რომლის წარმოება რიგი ფაქტორების გამო არაეფექტიანი, არამომგებიანი, არახელსაყრელია მსხვილი და საშუალო ბიზნესისათვის, მაგრამ, მათგან განსხვავებით, ასევე, რიგი ფაქტორების გამო ეფექტიანი, მომგებიანი და ხელსაყრელია მცირე საწარმოებისათვის და, ამასთანავე, აუცილებელია, სასარგებლოა მთელი საზოგადოებისათვის;

მეექვსე, ფუნქციონირების ადგილის შერჩევის სიმარტივე და წარმოების შედარებით შეზღუდული მასშტაბები ხელსაყრელ პირობებს უქმნის მცირე საწარმოებს, პროდუქციის წარმოებისა და ადგილობრივი სამომხმარებლო ბაზრის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად გამოიყენონ ე. წ. არაეკონომიური ნედლეული, რომლის წარმოებაში ჩართვა, გადამუშავებისა და მზა პროდუქციის მოხმარე-

ბის ზონიდან დიდი დაშორების გამო, არაეფექტიანი იქნებოდა მსხვილი და საშუალო ბიზნესისათვის[97].

დაბოლოს, მეშვიდე, სწორედ მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს შრომით საქმიანობასთან დაკავშირებულ ე. წ. არამატერიალურ სოციოკულტურულ და სოციოფსიქოლოგიურ ფასეულობათა რეალიზაციას.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ჩვენი აზრით, შეიძლება, დამატებით გამოიყოს მცირე ბიზნესის ისეთი ფუნქციები, როგორიცაა:

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

ამა თუ იმ ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონიდან და სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია, გარკვეულ ეტაპზე წინა პლანზე იყოს წამოწეული მცირე მეწარმეობის ესა თუ ის ფუნქცია. მაგალითად, ჩვენი აზრით, თანამედროვე პი-

---

[97] ა. ხვედელიანი. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 7-8, გვ. 72.

რობებში საქართველოში წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტულ ფუნქციებად უნდა იქნეს მიჩნეული:

1. ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რაც შეიძლება მეტი რაოდენობით დასაქმება;
2. მოსახლეობის შემოსავლის გადიდება;
3. დემოგრაფიული მდგომარეობის გაუმჯობესება;
4. მიგრაციული პროცესების შერბილება;
5. საშუალო ფენის ჩამოყალიბება.

მცირე ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი ორგანიზაციული ფორმაა მცირე საწარმო (მცირე ეკონომიკური სტრუქტურა, წვრილი წარმოება), რომელიც წარმოადგენს მცირე მეწარმეობის „ჯვრედს"[98] და მიეკუთვნება ეკონომიკის განსაკუთრებულ სექტორს, ასეთ საწარმოთა ერთობლიობა კი საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში მცირე მეწარმეობის სპეციფიკური ფორმის სახეს იღებს[99], რომელშიც თავის ასახვას პოულობს საბაზრო ურთიერთობათა მრავალი მხარე.

მცირე ეკონომიკურ სტრუქტურებში კონცენტრირებულია ეკონომიკის ამ სპეციფიკური სექტორის მეტად მნიშვნელოვანი საწარმოოტექნიკური, ტექნოლოგიური, შრომითი პოტენციალი და იწარმოება პროდუქციის უდიდესი ნაწილი. საბოლოო ჯამში, მცირე საწარმო (წვრილი წარმოება) თავისი განსაკუთრებული განზომილებით ასახავს წარმოების ორგანიზაციულ-ტექნიკურ მხარეს, ხოლო მცირე ბიზნესი (წვრილი მეწარმეობა) მის სოციალურ-ეკონომიკურ საზომად გვევლინება და ამ თვალსაზრისით იდენტურია ცნებისა „მცირე ბიზნესი". ამიტომ სპეციალისტები, გარკვეული გაგებით, ადეკვატურ ცნებებადაც კი მიიჩნევენ „მცირე ბიზნესსა" და „მცირე საწარმოს", ისევე, როგორც „მსხვილ ბიზნესსა" და „მსხვილ საწარმოს", „საშუალო ბიზნესსა" და „საშუალო საწარმოს".

როგორია ის ძირითადი მახასიათებლები და ნიშან-თვისებები, რომლებიც ნიშანდობლივია მცირე საწარმოსათვის? სპეციალისტთა აზრით, მცირე წარმოების შინაგანი და გარეგანი გარემოს სტრუქტურიდან გამომდინარე, შეიძლება, ჩამოყალიბდეს მისი განმსაზღვრელი კრიტერიუმების (მყარი ნიშან-თვისებების) რამდენიმე ჯგუფი, რომლებიც განპირობებულია: ჯერ ერთი, წარმოების პროცესების ხასია-

---

[98] А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. „Российский экономический журнал", № 5-6, М., 1997, გვ. 85.

[99] იქვე.

თით; მეორე, მართვისა და წარმოების სპეციფიკით; მესამე, ცალკეული კომპონენტების (კადრები, ფინანსები ა. შ.) მდგომარეობით; მეოთხე, გარე ფაქტორების ზემოქმედების თავისებურებებით[100].

მცირე საწარმოებისათვის დამახასიათებელ პირველი ჯგუფის ნიშან-თვისებებს მიეკუთვნება: 1. გამოყენებული წარმოების საშუალებებისა და ტექნოლოგიური პროცესების შეზღუდულობა; 2. გამოშვებული პროდუქციის ნომენკლატურის სიმცირე, ე. ი. ვიწრო სპეციალიზაცია; 3. გასაღების სისტემის სიმარტივე;

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

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

მეოთხე ჯგუფის ნიშან-თვისებებს შეადგენს: 1. რესურსებისა და გასაღების ბაზრების ლოკალურობა; 2. მომწოდებლებისა და მომხმარებელთა ვიწრო წრეს შორის ურთიერთობის არაფორმალურობა; 3. მსხვილ და საშუალო საწარმოებს შორის კორპორაციული კავშირების სისტემაში „წამყვანის" მდგომარეობა; 4. ეკონომიკური კონიუნქტურის, პოლიტიკური მდგომარეობის რყევებისადმი, წარმოების

[100] А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. გვ. 87.

ცვლილებებისადმი ძლიერი მგრძნობიარობა; დაფინანსების წყაროების შეზღუდულობა და კაპიტალის ქრონიკული უკმარისობა; 5. ძლიერი დამოკიდებულება მცირე მეწარმეობისადმი მხარდაჭერაზე[101].

აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაგვარია თვისებრივი და რაოდენობრივი კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც ხდება ამა თუ იმ ეკონომიკური სტრუქტურის მცირე მეწარმეობისადმი მიკუთვნება, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად განაპირობებს ამა თუ იმ სექტორში მეურნეობრიობის თავისებურებების მრავალფეროვნებასა და სპეციფიკურობას. მხედველობაში გვაქვს შრომის მოტივაცია, ფუნქციონირების ფორმები და მეთოდები, განვითარების ძირითადი ტენდენციები და მიმართულებანი, მენეჯმენტი და მარკეტინგი, შრომით საქმიანობასთან დაკავშირებული სოციოკულტურული და სოციოფსიქოლოგიური ფასეულობები და სხვ., შესაბამისად, სხვადასხვაგვარია მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის სუბიექტთა მასშტაბებიც. მაგალითად, აშშ-ში მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად, მცირე ფირმად ისეთი საწარმო ითვლება, რომელიც დამოუკიდებლად ფუნქციონირებს, არ დომინირებს თავისი ბიზნესის სფეროში, ხოლო მისი მფლობელი სხვაზე არ არის დამოკიდებული.

მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის განმასხვავებელი კრიტერიუმების მრავალფეროვნების მიუხედავად, პრაქტიკაში მეწარმეობის სუბიექტებს, უმთავრესად, მომუშავეთა რიცხოვნობისა და გამოშვებული პროდუქციის მოცულობის მიხედვით აჯგუფებენ. ასე, მაგალითად, მომუშავეთა რიცხოვნობიდან გამომდინარე, აშშ-ში მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოები ხუთ ჯგუფად იყოფა: 1. უმცირესი საწარმოები (1-24 მუშაკი), 2. მცირე (25-99), 3. გარდამავალი (100-499), 4. მსხვილი (500-999) და 5. უმსხვილესი საწარმოები (1000 და მეტი მუშაკი). საბითუმო სავაჭრო საწარმოს მცირე ბიზნესს მაშინ აკუთვნებენ, თუ მისი წლიური ბრუნვა 3-18 მლნ აშშ-ის დოლარს შეადგენს. საცალო სავაჭრო საწარმოსათვის კი ეს მაჩვენებელი 1-5 მლნ აშშ-ის დოლარით განისაზღვრება[102].

საფრანგეთში უმცირეს ფირმებად ითვლება საწარმოები, სადაც 10 კაცზე ნაკლები მუშაობს; საწარმოები, სადაც 10-დან 49 კაცამდეა დასაქმებული, მცირე ფირმებს მიეკუთვნება, 50-დან 500-მდე დასა-

---

[101] А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. გვ. 87.

[102] С. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. Американский опыт. Минск, 1990, გვ. 18-19.

ქმებულით — საშუალოს, 500 კაცზე მეტი მომუშავით — მსხვილ ფირმებს; იტალიაში საწარმოებს, სადაც მუშაკთა რიცხოვნობა 1-დან 19-მდე კაცს შეადგენს, უმცირეს ფირმებს მიაკუთვნებენ, 20-დან 99-მდე დასაქმებულებით კი — მცირეს; დიდ ბრიტანეთში მცირე ფირმებად ითვლება საწარმოები, სადაც 1-დან 50-მდე კაცი მუშაობს, საშუალოდ — 100-დან 499-მდე დასაქმებულით[103].

მცირე და საშუალო საწარმოთა ზომებს ხშირად ეკონომიკის დარგების მიხედვითაც განასხვავებენ. მაგალითად, იაპონიაში მრეწველობაში, მშენებლობაზე, ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში მცირედ და საშუალოდ ისეთი საწარმოები ითვლება, რომელთა კაპიტალი დაახლოებით 600 ათასი აშშ-ის დოლარის (100 მლნ იენის) ფარგლებში მერყეობს, ხოლო მომუშავეთა რაოდენობა 300 კაცს არ აღემატება. საბითუმო ვაჭრობაში ასეთ საწარმოთა კატეგორიაში ისეთი ფირმები შეჰყავთ, რომელთა კაპიტალი 200 ათას აშშ დოლარს, ხოლო დასაქმებულთა რიცხვი 100 კაცს არ აღემატება, საცალო ვაჭრობასა და მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში კი, შესაბამისად, — დაახლოებით 60 ათას დოლარს და 50 კაცს. რაც შეეხება საკუთრივ მცირე ბიზნესს, მატერიალური წარმოების სფეროში მისდამი მიკუთვნებულ საწარმოში დასაქმებულთა რიცხვი 50 კაცს არ უნდა ჭარბობდეს, ხოლო საყოფაცხოვრებო მომსახურებასა და ვაჭრობაში — 5 კაცს[104].

ასევე, ძირითადად მუშაკთა რიცხოვნობისა და გამომუშავებული პროდუქციის მოცულობის მაჩვენებლების მიხედვით იყო მცირე საწარმოებისადმი ამა თუ იმ სტრუქტურის მიკუთვნების საკითხი სსრ კავშირის მინისტრთა საბჭოს 1990 წლის 8 აგვისტოს დადგენილებაში მცირე საწარმოთა შექმნისა და განვითარების ღონისძიებათა შესახებ, რომლის მიხედვითაც მრეწველობასა და მშენებლობაში მცირედ ისეთი საწარმოები ითვლებოდა, სადაც მუშაკთა რიცხოვნობა 200 კაცს, მეცნიერებისა და მეცნიერების მომსახურებაში — 100 კაცს, მატერიალური წარმოების სფეროს სხვა დარგებში — 50 კაცს, არაწარმოებითი სფეროს დარგებში — 25 კაცს, საცალო ვაჭრობაში 15

---

[103] В. Верулидзе. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства в условиях рыночных преобразований. Батуми, изд.-во „Батумский университет". 1998, გვ. 8.

[104] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გამომც. „საქართველო", თბ., 1991, გვ. 105.

კაცს არ აღემატებოდა. რაც შეეხება პროდუქციის მოცულობას, ამ მაჩვენებლის მიხედვით მრეწველობასა და მშენებლობაში მცირე საწარმოთა კატეგორიაში ისეთი საწარმოები იყო შეყვანილი, რომელთა პროდუქციის წლიური მოცულობა 10 მლნ მანეთს არ ჭარბობდა, სხვა დარგებში — 5 მლნ მანეთს, ადგილობრივ მრეწველობასა და მომსახურებაში კი — 1 მლნ მანეთს და ა. შ.[105]

მცირე საწარმოთა ზომის განსაზღვრისათვის სხვადასხვა ქვეყანაში არცთუ იშვიათად ისეთ ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებლებსაც იყენებენ, როგორიცაა: ძირითადი ფონდების ღირებულება, ენერგეტიკული დანადგარების სიმძლავრე, ელექტროენერგიის მოხმარების მოცულობა და ა. შ. კონკრეტული ტექნიკურ-ეკონომიკური, სოციალურ-პოლიტიკური და რეგიონული თავისებურებებიდან გამომდინარე, ზოგჯერ, შეიძლება, სრულიად სხვა პარამეტრით (პარამეტრებით) განისაზღვროს ამა თუ იმ საწარმოს მცირე ბიზნესის სფეროსადმი მიკუთვნების საკითხი. რაც შეეხება მრავალდარგოვან საწარმოებს, ამ შემთხვევაში მათი დიფერენციაციის საკითხს იმისდა მიხედვით წყვეტენ, თუ სამეწარმეო საქმიანობის საბოლოო შედეგებით (პროდუქციის რეალიზაციის, აგრეთვე, სამუშაოსა და მომსახურების მოცულობა და ა. შ.) რას უჭირავს წამყვანი ადგილი მათ ფუნქციონირებაში.

„რუსეთის ფედერაციაში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“ 1995 წლის 12 მაისის კანონის თანახმად, მცირე მეწარმეობის სუბიექტებს მიეკუთვნება კომერციული ორგანიზაციები, რომელთა საწესდებო კაპიტალში რუსეთის ფედერაციის, რუსეთის ფირმების, საზოგადოებრივი და რელიგიური ორგანიზაციების (გაერთიანებების), საქველმოქმედო და სხვა ფონდების წილი არ აღემატება 25 პროცენტს, ასევე, 25 პროცენტს არ უნდა აღემატებოდეს წილი ერთი ან რამდენიმე იურიდიული პირისა, რომლებიც არ არიან მცირე მეწარმეობის სუბიექტები[106].

ამავე კანონით განსაზღვრულია, აგრეთვე, მცირე საწარმოებში მუშაკთა ზღვრული რიცხოვნობა ეკონომიკის დარგებისა და სფეროების მიხედვით. კერძოდ, მცირე სტრუქტურებში მუშაკთა რიცხოვნობა არ უნდა აღემატებოდეს: მრეწველობასა და მშენებლობაში — 100 კაცს, სოფლის მეურნეობასა და სამეცნიერო-ტექნიკურ სფეროში — 60 კაცს, საცალო ვაჭრობასა და საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში — 30 კაცს,

---

[105] Словарь бизнесмена. გვ. 59.

[106] Малые предприятия (правовое регулирование). М., изд.-во «ПРИОР», 1996, გვ. 4.

სხვა დარგებში – 50 კაცს[107]. ასეთი პარამეტრები ემყარება როგორც მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრის საერთაშორისო პრაქტიკას, ისე – ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების თავისებურებებს[108].

საქართველოში მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 6 აგვისტოს დადგენილებით „საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ" მცირე საწარმოებს მიეკუთვნებოდა „სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ" საქართველოს რესპუბლიკის კანონით გათვალისწინებული ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის (როგორც ახლადშექმნილი, ისე მოქმედი) საწარმოები, რომელთაც გაბატონებული მდგომარეობა არ ეჭირათ დარგში, ხოლო მომუშავეთა საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა ცალკეული დარგების მიხედვით არ აღემატებოდა: მრეწველობასა და მშენებლობაში – 50 კაცს, ტრანსპორტზე – 40 კაცს, მეცნიერებაში, სამეცნიერო და სამედიცინო მომსახურებაში – 30 კაცს, სხვა დარგებში – 20 კაცს.

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

წვრილი მეწარმეობის მასშტაბების განსაზღვრაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები იქნა შეტანილი 1999 წლის 23 ივლისის საქართველოს კანონით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ", რომლის თანახმად, საქართველოში მცირე საწარმოებს მიეკუთვნა „მეწარმეთა შესახებ" 1994 წლის 28 ოქტომბრის საქართველოს კანონის შესაბამისად შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, სადაც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა და საწარმოს წლიური ბრუნვა არ აღემატებოდა შემდეგ ზღვრულ ოდენობას: მრეწველობაში – 40 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს; მშენებლო-

---

[107] Малые предприятия (правовое регулирование). გვ. 3.

[108] Е. Заверина, И. Фидлер. Методологические вопросы анализа развития малого предпринимательства и ее место в экономике страны. Журн. „Вопросы статистики", № 9, 1995, გვ. 13.

ბაში – 20 დასაქმებულსა და 300 ათას ლარს; ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში – 20 დასაქმებულსა და 200 ათას ლარს; საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში – 10 დასაქმებულსა და 50 ათას ლარს; განათლებაში – 25 დასაქმებულსა და 60 ათას ლარს; სხვა ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას – 15 დასაქმებულსა და 100 ათას ლარს[109].

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

ა) მცირე საწარმოებისათვის – 20 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს;

ბ) საშუალო საწარმოებისათვის – 100 დასაქმებულსა და 1500 ათას ლარს[110].

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

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

---

[109] საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. 1999, № 35 (42), თბ., გვ. 25.

[110] საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე“. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. 2002 წ. 24 აგვისტო, № 23, თბ., გვ. 25.

რეზიუმე

ბიზნესის სახეობათა შორის სრულიად განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მცირე ბიზნესს ანუ მცირე (წვრილ) მეწარმეობას, ე. წ. მცირე ეკონომიკას, რომელიც წარმოადგენს შეზღუდული მასშტაბის სამეწარმეო საქმიანობას და ძირითადად წარმოების ზოგიერთი სახეობისა და ფორმისთვის, უწინარესად, ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროსათვის არის დამახასიათებელი. მისი უმთავრესი ფუნქციებია:

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

თანამედროვე პირობებში საქართველოში წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტულ ფუნქციებად შეიძლება მივიჩნიოთ:

1. ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის, რაც შეიძლება, მეტი რაოდენობით დასაქმება;
2. მოსახლეობის შემოსავლის გადიდება;
3. დემოგრაფიული მდგომარეობის გაუმჯობესება;
4. მიგრაციული პროცესების შერბილება;
5. საშუალო ფენის ჩამოყალიბება.

მცირე ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი ორგანიზაციული ფორმაა მცირე საწარმო. სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაგვარია თვისებრივი და რაოდენობრივი კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვით განსაზღვრავენ ამა თუ იმ ეკონომიკური სტრუქტურის მცირე მეწარმეობისადმი კუთვნილებას, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად განაპირობებს ამა თუ იმ სექტორში მეურნეობრივობის თავისებურებების მრავალფეროვნებასა და სპეციფიკურობას.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რატომ უჭირავს ბიზნესის სახეობათა შორის მცირე მეწარმეობას გამორჩეული ადგილი და რაში გამოიხატება მისი რაობა?
2. დაახასიათეთ მცირე ბიზნესის ადგილი და როლი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში;
3. როგორია მცირე მეწარმეობის უმთავრესი ფუნქციები?
4. დაახასიათეთ მცირე საწარმო როგორც წვრილი მეწარმეობის უმთავრესი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა;
5. გამოყავით მცირე საწარმოებისათვის დამახასიათებელი ნიშან-თვისებები;
6. როგორია სხვადასხვა ქვეყანაში რაოდენობრივი და თვისებრივი კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც განსაზღვრავენ ამა თუ იმ ეკონომიკური სტრუქტურის მცირე მეწარმეობისადმი კუთვნილებას?
7. რომელი საწარმოები მიეკუთვნება საქართველოში მცირე მეწარმეობას და რის საფუძველზე?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. მცირე ბიზნესი — როგორც საბაზრო ურთიერთობათა სუბიექტი;
2. მცირე მეწარმეობის რაობა, თავისებურებები და ფუნქციები;
3. მცირე საწარმო როგორც წვრილი მეწარმეობის უმთავრესი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე ბიზნესი — როგორც საბაზრო ურთიერთობათა სისტემის შემადგენელი ნაწილი;
2. მცირე ბიზნესის რაობა და ფუნქციები.

ლიტერატურა

1. შურღაია ო. მ. მცირე ბიზნესი: არსი, სტრუქტურა და კლასიფიკაცია. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1993, № 4-5;
2. ძნელაძე დ. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გამომც. „საქართველო“, თბ., 1991;
3. ხვედელიანი ა. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში; საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 7-8;
4. **Ален Луис Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М., 1991;
5. **Жизнин С., Крупнов В. Как стать бизнесменом. Американский опыт.** Минск, 1990;
6. **Заверина Е., Фидлер И. Методологические вопросы анализа развития малого предпринимательства и ее место в экономике страны.** Журн. „Вопросы статистики“, № 9, 1995;
7. **Малые предприятия (правовое регулирование).** М., изд.-во „ПРИОР“, 1996;
8. **Райзенберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь.** М., ИНФРА, 1997;
9. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей.** Пер. с англ. М., изд.-во, „Дело“, 1997;
10. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1.** Перев. с англ., Речмен Д. Дж., Мескон М. Х., Боуви К. Л., Тилл Дж.В. М., изд.-во „Республика“, 1995, გვ. 121.
11. **Шулус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России.** „Российский экономический журнал.“ № 5-6, М., 1997.

3.2. შრომის მოტივაციის ფაქტორები და შრომითი ფასეულობები

სოციალურ-ეკონომიკური და ფსიქოლოგიური თავისებურებებიდან გამომდინარე, მცირე ბიზნესი ამავე დროს არა მარტო სოციოკულტურული, არამედ სოციოფსიქოლოგიური ფენომენიცაა, რადგან კერძო მეწარმეობისაკენ ადამიანების ლტოლვა იმაზე მიანიშნებს, რომ მას (მცირე ბიზნესს), შემოსავლის მიღების გარდა, სხვა მიმზიდველი მხარეებიც გააჩნია, რომლებიც შეესაბამება კერძო მეწარმის ინდივიდუალისტურ ბუნებას და უზრუნველყოფს მის თავისუფლებას[111]. აქედან გამომდინარე, ბუნებრივია, რომ იგი თვისებრივად ახალი შრომითი ფასეულობებისა და, შესაბამისად, შრომის მოტივაციის სრულიად განსხვავებული, სპეციფიკური სისტემის ფორმირებას მოასწავებს[112].

საქმე ისაა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში მეურნეობრივ სუბიექტებს, როგორც წესი, ცალკეული ინდივიდები, ოჯახები ან მცირერიცხოვანი შრომითი კოლექტივები წარმოადგენენ. ისინი, ფაქტობრივად, განასახიერებენ სოციოლოგიაში კარგად ცნობილ პირველად სოციალურ ჯგუფებს, რომელთა წევრებს პირდაპირი კონტაქტები, უშუალო, პიროვნული, არც თუ იშვიათად კი, ემოციური ურთიერთობები აერთიანებთ, რაც დადებით გავლენას ახდენს არა მარტო ადამიანთა მისწრაფებების რეალიზაციაზე, არამედ — შრომის საბოლოო შედეგებზეც.

მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ზემოაღნიშნული პირველადი ჯგუფები გარკეული სიმყარით გამოირჩევა და, როგორც შემაკავშირებელი რგოლები, სულ უფრო არსებით როლს ასრულებს პიროვნებასა და ფორმალურ, ორგანიზაციულ სტუქტურებს შორის ურთიერთობების ჩამოყალიბებაში. ამას კი არსებითი მნიშვნელობა აქვს, რადგან თანამედროვე პირობებში სულ უფრო ფართოდ ვრცელდება მეორადი ჯგუფები, რომელთა წევრები ცუდად იცნობენ ერთმანეთს. მათ ურთიერთობაში ნაკლები მნიშვნელობა ენიჭება ემოციურ მხარეს და წი-

---

[111] ვ. პაპავა, რ. ახმეტელი, პ. ლეიაშვილი, ნ. ულუმბერაშვილი. საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. თეორიული ეკონომიკა. თბ., 1993, გვ. 104.

[112] Г. Данишевская. „Самостоятельные работники“ в Великобритании. Журн. „Социологические исследования“, 1992, № 9, გვ. 131.

ნა პლანზე მხოლოდ და მხოლოდ მიზნის მიღწევის, გარკვეულ ფუნქციურ მოვალეობათა შესრულების ამოცანებია წამოწეული[113].

მცირე ბიზნესს განსაკუთრებულ სპეციფიკურ თავისებურებას ანიჭებს, აგრეთვე, სიყვარულის „საიდუმლო“ ენერგია, რომელსაც დიდი რაოდენობით შეიცავს მცირერიცხოვანი კოლექტივი, რომლის წევრებს ერთმანეთთან, ფორმალურთან ერთად, არაფორმალური ურთიერთობები აკავშირებთ[114]. ასეთ კოლექტივში, როგორც წესი, ძალიან მაღალია თავისი შრომით მუშაკთა კმაყოფილების ხარისხი. ამერიკული ჟურნალის „ჰეი გრუპ ენდ ინკ“-ის მიერ 3 ათასი კომპანიის გამოკვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ფირმებში, სადაც თითოეულში საშუალოდ 30 კაცზე ნაკლები მუშაობდა, 880 მუშაკი იყო კმაყოფილი თავისი საწარმოთი. კმაყოფილების ხარისხი 77 პროცენტით ნაკლები იყო იმ კომპანიებში, სადაც მუშაკთა რაოდენობა თითოეულში 70-დან 100 კაცამდე მერყეობდა. კიდევ უფრო დაბალი იყო ეს მაჩვენებელი (65 პროცენტი) იმ კომპანიებში, სადაც მუშაკთა რაოდენობა თითოეულში 100 კაცს აღემატებოდა. ერთგვარ გამონაკლისს მხოლოდ კორპორაცია „ჰოლმარკი“ წარმოადგენდა, სადაც თითქმის 19-ათასკაციანი კოლექტივი თავს ერთ დიდ ოჯახად გრძნობდა, თუმცა, სრულიად მარტივად აიხსნებოდა ეს გარემოება — კორპორაცია შედგებოდა ათეულობით მცირე ფირმებისაგან, რომლებიც ერთ მთლიან ორგანიზმს აყალიბებდა[115].

მცირე ბიზნესი ხელსაყრელ პირობებს ქმნის, ერთი მხრივ, თითოეული ადამიანის (მაშასადამე, საბოლოო ჯამში, მთელი საზოგადოების) სამეურნეო-კომერციული უნარისა და შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოვლენისათვის, ხოლო, მეორე მხრივ, ამ გზით უზრუნველყოფს, ასევე, თითოეული ადამიანის ფუნდამენტურ სულიერ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.

ამასთან დაკავშირებით მეტად საგულისხმოა ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორის, ფრენკ ლ. ტაკერის დაკვირვება. ადამიანებს, — შენიშნავს ამერიკელი მეცნიერი, — ერთმანეთისაგან დიდად განასხვავებთ ისეთი თვისებები, როგორიცაა: მიზანსწრაფულობა, რის-

---

[113] Н. Смелзер. Социология. Журн. „Социологические исследования“. 1991, № 9, გვ. 100.

[114] П. Сорокин. „Тайнственная“ энергия любви. Журн. „Социологические исследования“. 1991, № 9, გვ. 148.

[115] Как добиться успеха. Практические рекомендации деловым людям. М., изд.-во „Республика“, 1992, გვ. 222.

კისადმი მზადყოფნა, საკუთარი თავის რწმენა, დამოუკიდებლობის მოპოვების სურვილი, დაუკმაყოფილებლობის ატანის, რუტინისაგან თავის დაღწევისა და გაბედული ნაბიჯის გადადგმის უნარი. გარდა ამისა, თავის მისწრაფებათა რეალიზაციისათვის სხვადასხვა ადამიანი სხვადასხვანაირ გამოსავალს მიმართავს. კოსმოსის კვლევა, მშვიდობისმყოფელობა, სამეცნიერო მოღვაწეობა ადამიანთა მხოლოდ ერთ ჯგუფს იზიდავს. მცირე ბიზნესს აქვს თავისი მიმზიდველობა. იგი უზრუნველყოფს იმ ადამიანთა ენერგიისა და მისწრაფებათა რეალიზაციას, ვინც დაჯილდოებულია სამეწარმეო უნარით, მიისწრაფვის თავისთავადობისა და გადაწყვეტილებათა დამოუკიდებლად მიღებისაკენ და მზად არის, თვითონვე აგოს პასუხი ამ გადაწყვეტილებების შედეგებისათვის. საკუთარი საქმის მოწყობა იზიდავს ისეთ ადამიანსაც, ვინც მოწადინებულია, უფრო სწრაფად გახდეს შეძლებული პიროვნება, ვიდრე ამას სხვის საწარმოში მუშაობისას შეძლებდა[116].

ამასთანავე, მეურნეობრიობის სხვა ფორმებთან შედარებით, წვრილი მეწარმეობა გაცილებით უკეთეს შესაძლებლობებს ქმნის თითოეული ადამიანის ინდივიდუალურ მიდრეკილებათა და მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად. ეს კი მეტად საგულისხმო გარემოებაა თანამედროვე პირობებში, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ დღეს მრავალი ადამიანისათვის უპირველესი მნიშვნელობა აქვს ისეთ ფუძემდებლურ ფასეულობებს, როგორიცაა: ინდივიდუალურობა, მრავალფეროვნება, დემოკრატიულობა, თავისუფლება, თვითგამოხატვის შესაძლებლობა, მორალური კმაყოფილება, საკუთარი ღირსების გრძნობა, პიროვნული შესაძლებლობებისა და უნარის გამოცდა და რეალიზაცია, რისკისთვის მზადყოფნა, რუტინისგან თავის დაღწევისა და გაბედული ნაბიჯის გადადგმის უნარი, სწრაფვა საკუთარი საქმის მოწყობის, თავისთავადობის, გადაწყვეტილებათა დამოუკიდებლად მიღების, გამდიდრებისაკენ და სხვ. სპეციალისტთა აზრით, მცირე ბიზნესი მრავალ ადამიანს, უწინარეს ყოვლისა, იმიტომ იზიდავს, რომ, მათი რწმენით, ზემოაღნიშნულ კონცეპტუალურ ფასეულობათა რეალიზაციისათვის გაცილებით უკეთესი პირობები სწორედ მცირე მეწარმეობის სფეროშია შექმნილი[117].

ასეთი შეხედულებების არსებობას უსათუოდ გარკვეული საფუძველი აქვს, რადგან მცირე ბიზნესი, შრომის ავტონომიურობის, მრავალფეროვნების, ჩამოყალიბებისა და თვითორგანიზაციის სიმარტი-

---

[116] Луис Л. Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе. გვ. 9.

[117] იქვე. გვ. 10.

ვის, აგრეთვე, რიგ სხვა თავისებურებათა გამო, უფართოესი არჩევანის საშუალებას აძლევს ინდივიდუალური გემოვნების ადამიანს თავისი სურვილისა და მოთხოვნილებების ხორცშესასხმელად. ამას თვალნათლივ ადასტურებს ინგლისელ სოციოლოგთა ჯგუფის მიერ პროფესორ კ. ჰაკიმის ხელმძღვანელობით „დამოუკიდებელი მუშაკების“ შრომისადმი დამოკიდებულების სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები[118].

როგორც ცნობილია, დასავლეთის ეკონომიკაში XX საუკუნის 60-70-იან წლებში ფუნქციონირება დაიწყო სპეციფიკურმა სტრუქტურამ, რომელსაც „დამოუკიდებელ სამუშაოს“ უწოდებენ. შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის კლასიფიკაციის თანახმად, ეს სტრუქტურა აერთიანებს იმ ადამიანებს, რომელთაც დასავლეთის სოციოლოგიაში „დამოუკიდებელ მუშაკებს“ ანუ „საკუთარი თავისთვის მომუშავეებს“ უწოდებენ და თავიანთი მუდმივი საქმიანობით არამონოპოლიზებულ ბიზნესთან არიან დაკავშირებული. კერძოდ, ამ კატეგორიის მუშაკთა რიცხვში შეჰყავთ: 1. მესაკუთრენი, რომლებიც თავიანთ საწარმოებში მუშაობენ; 2. მუშაკები (ოჯახის მომუშავე წევრებისა და მოწაფეთა ჩათვლით), რომლებიც ასეთ საწარმოებში მუშაობისათვის შრომის ანაზღაურებას იღებენ ან არ იღებენ; 3. საწარმოო კოოპერატივების წევრები; 4. პირები, რომლებიც ეწევიან ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას და ა. შ.

„დამოუკიდებელ მუშაკთა“ შრომისადმი დამოკიდებულებისა და ინდივიდუალური კომერციული საქმიანობის მოტივაციის დაწვრილებით შესწავლის მიზნით ინგლისელმა მკვლევრებმა ინდივიდუალურ ბიზნესთან სხვადასხვა ფორმით დაკავშირებული რესპონდენტები სამ ჯგუფად დაყვეს. პირველ ჯგუფში შეიყვანეს „ახალი“ „დამოუკიდებელი მუშაკები“ (რომლებმაც ეს სტატუსი 1983-1984 წწ. მიიღეს), მეორე ჯგუფში — „ყოფილი“ „დამოუკიდებელი მუშაკები“ (რომლებმაც „საკუთარი თავისთვის მომუშავეთა“ რიგები 1984-1987 წწ. დატოვეს (გარდა პენსიაზე გასულებისა), მესამე ჯგუფში კი გააერთიანეს „პოტენციური“ „დამოუკიდებელი მუშაკები“ (რომლებმაც სრულასაკოვნობას მიაღწიეს და უახლოეს წლებში ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროში მუშაობის სურვილი გამოთქვეს).

ამის შემდეგ შეირჩა ძირითადი მოტივები და სურვილები (ფაქტო-

---

[118] Г. Данишевская. „Самостоятельные работники“ в Великобритании. გვ. 131-133.

რები), რომლებმაც განაპირობა ამა თუ იმ კატეგორიის მუშაკთა გადაწყვეტილება, ემუშავათ (ან არ ემუშავათ) მცირე ბიზნესის, კერძოდ, ინდივიდუალური შრომითი საქმიანობის სფეროში. მომდევნო ეტაპზე ეს მოტივები და სურვილები ხუთ ბლოკად დაჯგუფდა. პირველ ბლოკში შევიდა მეურნეობის დამოუკიდებლად გაძღოლასთან დაკავშირებული მოტივები, მეორეში — ფინანსურ უპირატესობებთან, მესამეში — უმუშევრობასთან, მეოთხეში — ოჯახურ გარემოებებთან, მეხუთეში — სხვა გარემოებებთან დაკავშირებული მოტივები. შემდგომში ზემოაღნიშნული ბლოკების (ფაქტორების) მიხედვით გაანალიზდა სხვადასხვა ჯგუფის რესპონდენტთა პასუხები.

1. მეურნეობრივი დამოუკიდებლობა. რესპონდენტთა უმრავლესობამ ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროში მუშაობის დაწყების ძირითად მოტივად დაასახელა სურვილი — თვითონ გამხდარიყო საქმის ბოსი (მესვეური) და თვითონვე აერჩია სამუშაო ადგილი და კლიენტები. სწორედ ამ მოტივით ახსნა თავისი გადაწყვეტილება „ახალ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ — 54 და „პოტენციურ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 73 პროცენტმა (მათ შორის, გამოკითხულ მამაკაცთა 57 და ქალთა 67 პროცენტმა);

2. ფინანსური უპირატესობა. „ახალ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 31 პროცენტმა მცირე ბიზნესის სფეროში მუშაობა იმის გამო დაიწყო, რათა ფული თავისთვის ეკეთებინა და არა — სხვებისთვის. ამავე ფაქტორით იყო მოტივირებული „ყოფილ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ — 43 და „პოტენციურ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 44 პროცენტის გადაწყვეტილება (მათ შორის, მამაკაცთა 31 და ქალთა 17 პროცენტისა);

3. უმუშევრობა. „ახალ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 26 პროცენტისათვის ინდივიდუალურ ბიზნესზე არჩევანის გაკეთებისას გადამწყვეტი იყო ისეთი ფაქტორი, როგორიცაა: დაქირავებული სამუშაოს პოვნის შეუძლებლობა და წინანდელი სამუშაოდან განთავისუფლება. ამავე მოტივებზე მიუთითა „ყოფილ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 21 და „პოტენციურ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 31 პროცენტმა (მათ შორის, მამაკაცთა 31 და ქალთა 17 პროცენტმა);

4. ოჯახური გარემოებები. „ახალ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 10 პროცენტმა ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროში მუშაობა აირჩია სურვილით — გაეგრძელებინა ოჯახური ტრადიციები, ემუშავა ოჯახთან ან მეგობრებთან ერთად და მუშაობის პარალელურად შვილების აღზრდაზე ეზრუნა. ამავე მოტივებით იყო ნაკარნახევი „ყოფილ“

„დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 14 და „პოტენციურ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 4 პროცენტის გადაწყვეტილება (მათ შორის, მამაკაცთა 31 და ქალთა 14 პროცენტისა);

5. სხვა გარემოებები. „ახალ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ 7 პროცენტმა თავისი გადაწყვეტილება ისეთი მოტივებით ახსნა, როგორიცაა: მსხვილ კორპორაციაში მუშაობის სურვილის უქონლობა, წინანდელ სამუშაოზე სამსახურებრივი დაწინაურების უპერსპექტივობა, წინანდელ სამუშაოსთან შედარებით ახალ ადგილზე უკეთ მუშაობის სურვილი.

ამის შემდეგ მეცნიერებმა რესპონდენტთა პასუხები „მიმზიდველი“ და „იძულებითი“ ფაქტორების მიხედვით დააჯგუფეს. „მიმზიდველში“ გააერთიანეს ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა: მისწრაფება შრომითი ცხოვრების ავტონომიზაციის, დამოუკიდებლობის, მოქნილობის, ფინანსური უპირატესობის მიღებისაკენ. „იძულებითში“ კი ისეთი ფაქტორები შეიტანეს, როგორიცაა: სამუშაოდან განთავისუფლების ან უმუშევრობის შიში, აგრეთვე, კორპორაციაში მუშაობის სურვილის უქონლობა.

ანალიზმა ცხადყო, რომ „ახალი“ და „პოტენციური“ „დამოუკიდებელი მუშაკებისათვის“ არჩევანის გაკეთებისას განმსაზღვრელი ძირითადად „მიმზიდველი“ ფაქტორების გავლენა იყო; მაშინ როდესაც „ყოფილ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთათვის“ ფაქტორთა ორივე ჯგუფი თანაბარ როლს ასრულებდა. გამოკითხულთა ერთი ჯგუფი („ყოფილ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ ერთი მესამედი და „პოტენციურ“ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ ერთი მეხუთედი) ნებაყოფლობით კი არა, არამედ სხვადასხვა „იძულებითი“ გარემოების ზეგავლენით გახდა „დამოუკიდებელი მუშაკი“, თუმცა, ასეთ რესპონდენტთა უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ მათ მიერ გადაწყვეტილების მიღებაში, „იძულებით“ ფაქტორებთან ერთად, გარკვეული როლი პოზიტიურმა სტიმულებმაც შეასრულა.

გამოკვლევამ ერთი, მეტად საგულისხმო გარემოებაც გამოავლინა: განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში **უმუშევრობა არ არის ძირითადი, გადამწყვეტი ფაქტორი ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროსკენ ადამიანების სულ უფრო ინტენსიური ლტოლვისა.** ეს ფაქტორი (უმუშევრობა) საქმიანობის ალტერნატიული ფორმების გამონახვას უფრო ასტიმულირებს, ვიდრე ვინმეს აიძულებს, გადავიდეს „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ კატეგორიაში. ინდივიდუალური ბიზნესისკენ სწრაფვა ნაკარნახევია უფრო გრძელვადიანი, მყარი მოტივებით, რომლებიც უბიძგებს ადამიანს, სრულიად ახლებურად გაიაზ-

როს შრომითი ფასეულობები. შემთხვევითი არ არის, რომ იმ პირთა ორ მესამედს, ვინც ფინანსური სიძნელეების გამო იძულებული გახდა, შეეწყვიტა ინდივიდუალური შრომითი საქმიანობა, განზრახული აქვს, მომავალში კვლავ დაუბრუნდეს მცირე ბიზნესის სფეროს.

XX საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისიდან განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში სულ უფრო იზრდება წვრილ, არაკორპორირებულ ფირმათა რიცხვი. ასეთ საწარმოებში, შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე ოჯახის წევრებთან, მოწაფეებთან და მუდმივად ან დროებით დაქირავებულ მუშაკთა ძალიან მცირერიცხოვან ჯგუფთან ერთად, თვითონ მათი მესაკუთრეებიც მუშაობენ, რომელთა მიერ მიღებული შემოსავალი ამ საწარმოებში დაბანდებული კაპიტალის (ხშირად სრულიად უმნიშვნელოს), მეშვეობით, ზოგჯერ კი მხოლოდ საკუთარი შრომისა და მეწარმეობის ნიჭის უკუგებით მიიღება. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში მნიშვნელოვნად განსხვავდება ასეთ საწარმოებში შრომითი საქმიანობის მოტივები. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად „მიმზიდველი" ფაქტორებით განისაზღვრება, განვითარებად ქვეყნებში გადამწყვეტია „იძულებითი" ფაქტორები. მაგალითად, სოციოლოგიური გამოკვლევების თანახმად, ჩინეთში ვაჭრობასა და საზოგადოებრივ კვებაში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" 60 პროცენტი იმიტომ გახდა ამ კატეგორიის მუშაკი, რომ ჩვეულებრივი, დაქირავებული სამუშაო ვერ იშოვა. ანალოგიური მდგომარეობაა სსრ კავშირის ყოფილ ქვეყნებშიც.

ამ თვალსაზრისით მეტად საინტერესო სურათი გამოავლინა 1992-1994 წლებში რუსეთის ფედერაციის სხვადასხვა რეგიონში ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევების შედეგებმა. კერძოდ, ირკვევა, რომ ამ ქვეყნის მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულ მუშაკთათვის საქმიანობის სახეობის (სახეობების) არჩევისას მთავარია პროფესიულ გამოცდილებასა და ეკონომიკურ უპირატესობებთან დაკავშირებული ფაქტორები. გამოკითხულ „ძველ" საწარმოთა მუშაკების 77,5 პროცენტმა და ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 57,5 პროცენტმა აღნიშნა, რომ მცირე მეწარმეობის სფეროში თავისი საქმიანობის ძირითადი მიმართულება იმის გამო აირჩია, რომ ამ სფეროში მუშაობის გამოცდილება ჰქონდა (იხ. ცხრ. 1).

„ძველ" საწარმოთა მუშაკების 22,7 პროცენტი და ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 33,9 პროცენტი თავისი საქმიანობის სახეობის არჩევისას ხელმძღვანელობდა იმ მოტივით, რომ ეს სახეობა დეფიცი-

ტური იყო. „ძველ“ საწარმოთა მუშაკების 21,5 პროცენტისა და ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 11,0 პროცენტისათვის გამსაზღვრელი იყო ის, რომ არჩეული სახეობა იძლეოდა გამოსაშვები (სარეალიზაციო) პროდუქციის ასორტიმენტის შეცვლის ან სამუშაოთა სახეობის გაფართოების საშუალებას. „ძველ“ საწარმოთა მუშაკების 26,8 პროცენტისა და ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 24,7 პროცენტისათვის საქმიანობის სახეობის შერჩევისას მთავარი იყო, რომ არჩეული სახეობა არ მოითხოვდა დიდ თავდაპირველ დაბანდებებს. ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 23,0 პროცენტმა თავისი საქმიანობის ძირითადი მიმართულება მეგობრების (ნაცნობების, სხვა მეწარმეების) მხარდაჭერის, მათ შორის, მათი ფინანსური დახმარების იმედით აირჩია. „ძველ“ საწარმოთა მუშაკების 10,5 პროცენტისა და ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკების 20,4 პროცენტისათვის კი მთავარი ის იყო, რომ არჩეული საქმიანობის სახეობაში არსებობდა დაბანდებული სახსრების სწრაფი ანაზღაურებისა და კარგი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა.

ცხრილი 1

საქმიანობის ძირითად მიმართულებათა (სახეობათა) არჩევის მოტივები რუსეთის ფედერაციის მცირე საწარმოებში, პროცენტობით, გამოკითხულთა რიცხვის მიმართ

მოტივები	ყველა ტიპის საწარმო	მათ შორის	
		„ძველი“	ახლადშექმნილი
მჭონდა ამ სფეროში მუშაობის გამოცდილება	63,9	77,5	57,5
მჭონდა მხარდაჭერის (ნაცნობების, სხვა მეწარმეების), მათ შორის, ფინანსური დახმარების იმედი	19,5	12,2	23,0
არჩეული საქმიანობის (წარმოების, სამუშაოს) სახეობა (სახეობები) დეფიციტურია რუსეთსა და დსთ-ის ქვეყნებში	30,1	22,7	33,9
არჩეულ სფეროში შექმნილი პროდუქციის შორეული საზღვარგარეთის ქვეყნების ბაზარზე ექსპორტის შესაძლებლობაა	6,7	5,1	7,4
არჩეულ სფეროში ინვესტირებული სახსრების სწრაფად anazRAaurebisa და კარგი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობაა	17,2	10,5	20,4
არჩეულ სფეროში გამოსაშვები (სარეალიზაციო) პროდუქციის ასორტიმენტის სწრაფად შეცვლისა და სამუშაოს სახეობის (სახეობების) გაფართოების შესაძლებლობაა	17,9	21,5	16,0
საქმიანობის არჩეული სახეობა (სახეობები) არ მოითხოვს დიდ თავდაპირველ კაპიტალურ დაბანდებებს	25,4	26,8	24,7
სულ — პასუხი გასცა	1589	507	1053

წყარო: Т. Алимова, В. Буев, В. Голикова, Т. Долгопятова. Малый бизнес России: адаптация к переходным условиям. Журн. „Вопросы Статистики“, 1995, № 9, გვ. 55.

შრომის მოტივაციის თავისებურებებმა შესაბამისი ასახვა პოვა სარეიტინგო სკალაზეც. როგორც „ძველ“, ისე ახალშექმნილ საწარმოთა მუშაკებმა თავიანთი საქმიანობის ძირითადი მიმართულებების არჩევისას პირველი ადგილი ისეთ ფაქტორს მიაკუთვნეს, როგორიცაა მუშაობის გამოცდილება. მეორე ადგილი ახალშექმნილ საწარმოთა მუშაკებმა პროდუქციის დეფიციტს მიანიჭეს, მაშინ როდესაც „ძველ“ საწარმოთა მუშაკებისათვის ამ ფაქტორებს, შესაბამისად, მხოლოდ მეორე და მეოთხე ადგილები უჭირავს. მესამე და მეხუთე ადგილებზე ახლადშექმნილ საწარმოთა მუშაკებმა ისეთი ფაქტორები დააყენეს, როგორიცაა: ინვესტირებული სახსრების სწრაფად ანაზღაურების შესაძლებლობა და დიდი თავდაპირველი დაბანდების საჭიროების არარსებობა, მაშინ როდესაც ამ ფაქტორებს „ძველ“ საწარმოთა მუშაკებმა, შესაბამისად, მეხუთე და მეექვსე და მეორე და მეოთხე ადგილები მიაკუთვნეს (იხ. სკალა 1).

სკალა 1

საქმიანობის ძირითად მიმართულებათა (სახეობათა) არჩევის მოტივების რეიტინგი რუსეთის ფედერაციის მცირე საწარმოებში

მოტივები	ყველა ტიპის საწარმო	მათ შორის	
		„ძველი“	ახლადშექმნილი
მუშაობის გამოცდილება	1	1	1
ნაცნობების მხარდაჭერა	4-6	3-5	5-6
პროდუქციის დეფიციტი	2	2	2-4
ექსპორტის შესაძლებლობა	7	7	7
ინვესტირებული სახსრების სწრაფად ანაზღაურების შესაძლებლობა	4-6	3-5	5-6
დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა	4-6	6	2-4
არ მოითხოვს დიდ თავდაპირველ კაპიტალურ დაბანდებებს	3	3-5	2-4

წყარო: Т. Алимова, В. Буев, В. Годикова, Т. Долгопятова. Малый бизнес России: адаптация к переходным условиям. გვ. 62.

როგორც ვხედავთ, მნიშვნელოვნად განსხვავდება ერთმანეთისაგან მცირე ბიზნესში საქმიანობის მოტივები დასავლეთის ქვეყნებსა და პოსტსოციალისტურ რუსეთის ფედერაციაში: თუ დასავლეთის ქვეყნებში დასაქმებულთა უდიდესი უმრავლესობისათვის ინდივიდუალური ბიზნესის სფეროში საქმიანობის დაწყების ძირითადი მოტივია დამოუკიდებლობისაკენ სწრაფვა ანუ სურვილი, თვითონ იყვნენ საქმის მესვეურნი, რუსეთის ფედერაციაში წინა პლანზე პროფესიულ გამოცდილებასა და ეკონომიკურ უპირატესობებთან დაკავშირებული მოტივები დგას.

საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე გადასვლის კვალობაზე თვისებრივად იცვლება შრომითი და, საერთოდ, ეკონომიკური ფასეულობების სისტემა და, შესაბამისად, — შრომის მოტივაცია პოსტსოციალისტურ საქართველოშიც. ამ მხრივ მეტად საინტერესო სურათს წარმოგვიჩენს 2003 წლის 15-30 ივნისს თბილისში ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევა, რომლის დროსაც 451 ოჯახის თითო-თითო წარმომადგენელი გამოიკითხა, მთლიანად კი გამოკვლევამ 1800 რესპონდენტზე მეტი მოიცვა[119].

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ მნიშვნელოვნად შეიცვალა ქვეყანაში მოსახლეობის არა მარტო დამოკიდებულება შრომის მოტივაციაზე მოქმედი ფაქტორებისადმი, არამედ — თვით მოტივაციის ფაქტორებიც. სულ უფრო მეტ მიმზიდველობას იძენს ისეთი სამუშაო, რომელიც პიროვნების თვითგამოხატვის საშუალებას წარმოადგენს, ამასთანავე, პროფესიული ზრდისა და თანამდებობრივი დაწინაურების შესაძლებლობას შეიცავს და გამოირჩევა სამუშაოს ხასიათით — საინტერესოობით, მრავალფეროვნებით, შინაარსიანობით და ა. შ. კერძოდ, ყოველი მესამე და მეტი რესპონდენტისათვის (36,9 პროცენტი) სამუშაო, არსებობის საშუალებათა მოპოვებასთან ერთად, უწინარესად, პიროვნების თვითგამოხატვის საშუალებაა. ასე ფიქრობს მდიდართა ფენის წარმომადგენელთა 40,0 პროცენტი, საშუალო ფენის წარმომადგენელთა — 44,0 და ღარიბთა ფენის წარმომადგენელთა — 28,6 პროცენტი. პიროვნების თვითრეალიზაციაში სამუშაოს ასეთივე დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ, აგრეთვე, რესპონდენტთა სხვა ჯგუფის წარმომადგენლებიც. კერძოდ, სამუშაოს პიროვნების თვითგამოხატვის საშუალებად მიიჩნევს 25 წლამდე რესპონდენტთა 39,1 პროცენტი, 25-34 წლის რესპონდენტთა — 37,5, 61 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტთა — 52,6, უმაღლესი განათლების რესპონდენტთა — 43,8, დამქირავებელთა — 26,4, თვითდასაქმებულთა — 35,0 პროცენტი (იხ. ცხრ. 2).

---

[119] ლ. ბერიძე, გ. გრიგოლაშვილი, ს. იაკობიძე, ა. კოშკელაშვილი, ა. სახვაძე, ა. სულაბერიძე, ო. შურღაია,. ჯ. ჯანჯღავა. მეცნიერი ხელმძღვანელი პროფ. ლ. ჩიქავა. სიღარიბის სოციალურ-დემოგრაფიული შედეგები და მათი დაძლევის ძირითადი მიმართულებანი საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის დემოგრაფიისა და სოციოლგიური კვლევის ინსტიტუტი, 2003 წ. 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები, თბ., 2003.

ცხრილი 2

რას წარმოიდგენს თქვენთვის სამუშაო?

პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები		
	დროის გაყვანის საშუალებას	თვითგამოხატვის საშუალებას	არსებობის საშუალებათა მოპოვების პირობას
რესპონდენტები — სულ[1]	3,0	36,9	60,1
მათ შორის:			
მამაკაცი	1,9	36.6	61,5
ქალი	4,7	37,6	57,7
სოციალური ჯგუფები:[2]			
მდიდართა ფენა	10,0	40,0	60,0
საშუალო ფენა	2,9	44,0	53,1
ღარიბთა ფენა	3,1	28,6	68,3
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]			
25 წლამდე	4,1	39,1	56,8
25-34 წლის	1,3	37,5	61,2
35-49 წლის	4,1	33,9	62,0
50-59 წლის	4,0	30,9	65,1
60 წლისა და უფროსი		52,6	47,4
განათლება:[4]			
არასრული საშუალო	...	...	100,0
საშუალო ზოგ. და ტექნიკური	4,6	26,3	69,.1
უმაღლესი	3,1	43,8	53,1
ეკონომიკური სტატუსი:[5]			
დამქირავებელი	...	40,0	60,0
დაქირავებელი	5,2	25,1	69,7
თვითდასაქმებული	...	35,0	75,0
უმუშევარი	2,1	26,4	71,5
სხვა	4.0	42,5	53,5

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 397 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 394 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 390 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 374 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 400 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

ამასთანავე, არაერთგვაროვანია რესპონდენტთა სხვადასხვა ჯგუფის მიდგომები სამუშაოს შინაარსის, სირთულის, განრიგის, დატვირთვის, შრომის ანაზღაურებისა და სხვა ფაქტორებისადმი. თითქმის ყოველ მეორე რესპონდენტს (42,9 პროცენტი) ისეთი სამუშაო იზიდავს, სადაც პროფესიული ზრდისა და თანამდებობრივი წინსვლის ფართო შესაძლებლობებია, თითქმის ყოველ მესამე რესპონდენტს (29,5 პროცენტი) კი ისეთი სამუშაო მოსწონს, რომელიც უმაღლეს

განათლებას მოითხოვს, ხოლო ყოველი მეოთხე (26,7 პროცენტი) უპირატესობას შემოქმედებითი ხასიათის სამუშაოს ანიჭებს.

ამავე დროს, რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილისათვის (36,0 პროცენტი) განმსაზღვრელია სამუშაოს მაღალშემოსავლიანობა — შრომის პირობებს მნიშვნელობა არა აქვს, ყოველი მეშვიდე რესპონდენტისათვის (13,7 პროცენტი) კი, პირიქით, მთავარია შრომის კარგი პირობები, ანაზღაურებას მნიშვნელობა არა აქვს. ყოველ მეათე და მეტ რესპონდენტს (11,8 პროცენტი) შედარებით რთულად შესასრულებელი სამუშაო მოსწონს, ყოველ მეთვრამეტეს (5,3 პროცენტი) კი პირიქით — შედარებით მარტივად შესასრულებელი. ერთგვარად განსხვავებულია ამ საკითხზე სხვადასხვა სოციალური, ასაკობრივი, განათლების ცენზისა და ეკონომიკური სტატუსის რესპონდენტთა პასუხებიც. მდიდართა ფენის უმრავლესობა (63,6 პროცენტი), 25 წლამდე ასაკის ყოველი მეორე და მეტი რესპონდენტი (53,6 პროცენტი), უმაღლესი განათლების და საშუალო ფენის თითქმის ყოველი მეორე წარმომადგენელი (შესაბამისად, 45,5 და 42,3 პროცენტი) უპირატესობას ისეთ სამუშაოს ანიჭებს, სადაც პროფესიული ზრდისა და თანამდებობრივი წინსვლის ფართო შესაძლებლობებია. სამუშაოს არჩევისას იგივე ფაქტორია განმსაზღვრელი, ასევე, 34-49 და 50-60 წლის რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილისათვის (შესაბამისად, 41,7 და 40,2 პროცენტი). პროფესიული ზრდისა და თანამდებობრივი წინსვლის შესაძლებლობებს უკავშირებს თავის არჩევანს, აგრეთვე, ყოველი მეორე-მესამე როგორც დამქირავებელი, ისე დაქირავებითა და თვითდასაქმებით მომუშავე რესპონდენტი (შესაბამისად, — 41,0, 40,0, 40,0 პროცენტი).

ამავე დროს, რესპონდენტთა, ასევე, მეტად მნიშვნელოვან ჯგუფს სრულიად განსხვავებული მოტივი ამოძრავებს. არასრული საშუალო განათლების რესპონდენტთა უმრავლესობისათვის (66,7 პროცენტი), ასევე, 25-34 და 50-60 წლის რესპონდენტთა, აგრეთვე, ღარიბთა ფენის წარმომადგენელთა მეტად დიდი ნაწილისათვის (შესაბამისად, 46,8, 44,1 და 42,3 პროცენტი), აგრეთვე, 34-49 წლის თითქმის ყოველი მესამე რესპონდენტისა და საშუალო ფენის წარმომადგენლისათვის (შესაბამისად, 35,0 და 31,9 პროცენტი) გადამწყვეტია სამუშაოს მაღალშემოსავლიანობა — შრომის პირობებს მნიშვნელობა არა აქვს (იხ. ცხრ. 3).

ცხრილი 3

როგორი სამუშაო გაბიდავთ?

პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდ. ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები									
	მაღალშემოსავლიანი – შრომის პირობებს მნიშვნელობა არა აქვს	შრომის კარგი პირობებით – ანაზღაურებას მნიშვნელობა არა აქვს	შენიშვნებით ხასიათის	შეღარებით მარტივად შესასრულებელი	შედარებით რთულად შესასრულებელი	სამუშაო, რომელიც უშვილებს განათლებას მოითხოვს	სამუშაო, სადაც პროფ. ზრდა და თანამედლ. წინსვლის ფარგლები შეუზღუდავია	სამუშაო, რომელიც ნაკლებ დატვირთვას მოითხოვს	არასრული სამუშაო რეჟიმით მუშაობა	სხვა
რესპ.–სულ[1]	36,0	13,7	26,7	5,3	11,8	29,5	42,9	10,7	8,6	0,9
მ. შორის:										
მამაკაცი	19,7	8,5	15,6	3,7	8,5	14,3	21,0	5,1	2,4	1,4
ქალი	18,1	6,7	14,0	2.3	4,8	17,3	24,8	6,0	6,0	–
სოც. ჯგ.:[2]										
მდიდ. ფენა	27,3	9,1	27,3	—	18,2	27,3	63,6	9,1		
საშ. ფენა	31,9	14,0	24,9	4,8	11,3	24,5	42,3	11,3	10,9	1,7
ღარ. ფენა	42,8	3,1	28,6	7,4	12,4	33,5	41,0	8,7	7,4	
ასაკ. ჯგ.:[3]										
25 წ.-მდე	28,2	18,2	20,0	4,5	12,7	23,6	53,6	19,1	6,4	0,9
25-34 წ.	46,8	12,6	22,8	8,9	13,9	31,6	38,0	7,6	12,6	1,3
34-49 წ.	35,0	12,5	26,7	3,3	8,3	33,3	41,7	4,2	9,2	0,8
50-59 წ.	44,1	11,7	29,9	3,9	10,4	20,8	40,2	10,4	7.8	1,3
60 წ.და უფ.	23,1	10,2	43,6	10,2	17,9	43,6	33,3	15,4	7,7	—
განათლ.:[4]										
არასრ. საშ.	66,7	—	33,3	—	—	—	33,3	—	—	—
საშ. ზღა ტ.	41,6	26,7	11,9	11,9	10,9	15,8	38,7	21,8	9.9	0,9
უმაღლესი	34,2	10,3	30,0	3,3	12,0	34,9	45,5	7,0	8.0	1,0
ეკ. სტატ.:[5]										
დამქირავ.	40,0	20,0	...	20,0	40,0	40,0	40,0	20,0	20.0	–
დაქირავებ.	32,8	16,4	32,8	3,3	11,5	27,9	41,0	8,2	4,9	1,6
თვითდასაქ.	30,0	30,0	30,0	...	10,0	15,0	40,0	5,0	10,0	5,0
უმუშევარი	44,7	17,0	25,0	8,5	4,2	25,5	34,0	8,5	17,0	0,6
სხვა	34,9	11,8	28,0	4,9	12,8	32,2	46,0	11,5	7,6	–

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 431 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 427 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 425 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 405 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 437 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

სამუშაოს არჩევისას ამავე ფაქტორს ანიჭებს უპირატესობას საშუალო განათლების თითქმის ყოველი მეორე (41,6 პროცენტი) და უმაღლესი განათლების ყოველი მესამე და მეტი (34,2 პროცენტი) წარმომადგენელი. ამავე დროს, რესპონდენტთა, ასევე, დიდი ნაწილისათვის, პირიქით, შრომის ანაზღაურებას უპირატესი მნიშვნელობა არა აქვს, მთავარია შრომის კარგი პირობები. კერძოდ, ასეთია ამ საკითხზე საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების ყოველი მესამე-მეოთხე (26,7 პროცენტი) წარმომადგენლის, ყოველი მეხუთე დამქირავებლის (26,7 პროცენტი), 25 წლამდე ასაკისა და უმუშევართა ყოველი მეხუთე-მეექვსე წარმომადგენლის (18,2 და 17,0 პროცენტი) აზრი.

აღსანიშნავია, რომ თითქმის ყოველი მეორე რესპონდენტის (40,8 პროცენტი) შრომით კმაყოფილებას სამუშაოს ინტერესიანობა განაპირობებს, ყოველი მეექვსისას (15,0 პროცენტი) — მისი მრავალფეროვნება, თითქმის ყოველი მესამისას (29,8 პროცენტი) — შინაარსიანობა, მაშინ როდესაც სამუშაოს შემოსავლიანობას წინა პლანზე გამოკითხულთა მხოლოდ 14,4 პროცენტი აყენებს. ანალოგიურია რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფების განწყობებიც: მდიდართა ფენის წარმომადგენელთა უმეტესობას (75,0 პროცენტი), ასევე, საშუალო და ღარიბი ფენების თითქმის ყოველ მეორე წარმომადგენელს (შესაბამისად, — 41,4 და 42,5 პროცენტი) კმაყოფილებას სამუშაოს ინტერესიანობა ანიჭებს, მდიდართა ფენის ყოველი მეოთხე (25,0 პროცენტი), საშუალო ფენის თითქმის ყოველი მესამე (27,1 პროცენტი) და ღარიბთა ფენის ყოველი მესამე (32,3 პროცენტი) წარმომადგენლისათვის კი მთავარია სამუშაოს შინაარსიანობა (იხ. ცხრ. 4).

მეტ-ნაკლებად ასეთივეა ყველა ასაკობრივი ჯგუფის, განათლების ცენზისა და ეკონომიკური სტატუსის რესპონდენტთა პოზიციებიც: 61 წლისა და უფროსი ასაკის ყოველი მეორე და მეტი (54,5 პროცენტი), 25 წლამდე და 25-34 წლის ყოველი მეორე (შესაბამისად, — 47,0 და 40,5 პროცენტი), 35-49 და 50-59 წლის ყოველი მესამე (შესაბამისად, — 38,4 და 31,0 პროცენტი) რესპონდენტის შრომითი საქმიანობით კმაყოფილებას სამუშაოს საინტერესო ხასიათი განაპირობებს. იგივე ფაქტორია განმსაზღვრელი, აგრეთვე, საშუალო ზოგადი და ტექნიკური, ასევე, უმაღლესი განათლების თითქმის ყოველი მეორე რესპონდენტისათვის (შესაბამისად, — 43,2 და 42,0 პროცენტი), აგრეთვე, დამქირავებელთა ყოველი მეორე (50,0 პროცენტი) და დაქირავებულთა ყოველი მესამე და მეტი წარმომადგენლისათვის (36,2

პროცენტი). ამასთანავე, ყველა ჯგუფის რესპონდენტთა შორის საკმაოდ მნიშვნელოვანია იმათი რიცხვიც, ვისაც შრომით კმაყოფილებას, სამუშაოს მრავალფეროვნებასა და შინაარსიანობასთან ერთად, მისი შემოსავლიანობა ანიჭებს.

ცხრილი 4

თუ კმაყოფილი ხართ შრომითი საქმიანობით, რა არის ამის მიზეზი ?
პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები			
	სამუშაო საინტერესოა	სამუშაო მრავალფეროვანია	სამუშაო შინაარსიანია	სამუშაო შემოსავლიანია
რესპონდ.-ები — სულ[1]	40,8	15,0	29,8	14,4
მათ შორის:				
მამაკაცი	44,7	15,3	24,7	15,3
ქალი	38,9	15,1	32,7	13,3
სოციალური ჯგუფები:[2]				
მდიდართა ფენა	75,0	...	25,0	...
საშუალო ფენა	41,4	16,2	27,1	15,3
ღარიბთა ფენა	42,5	12,5	32,3	12,7
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]				
25 წლამდე	47,0	12,7	27,5	12,8
25-34 წლის	40,5	10,0	21,5	28,0
35-49 წლის	38,4	19,5	34,1	8,0
50-59 წლის	31,0	18,0	34,5	16,5
60 წ.-ისა და უფრ.	54,5	14,2	28,4	2,9
განათლება:[4]				
არასრ. საშუალო	...	...	100,0	
საშ. ზოგ. და ტექ.	43,2	13,3	30,2	13,3
უმაღლესი	42,0	11,5	32,1	14,4
ეკონომიკური სტატუსი:[5]				
დამქირაველი	50,0	...	...	50,0
დაქირავებული	36,2	16,3	20,2	27,3
თვითდასაქმებული	28,2	16,4	29,4	26,0
უმუშევარი	29,5	14,2	48,6	7,7
სხვა	33,1	16,7	23,9	26,3

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 194 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 192 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 188 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 199 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

კვლევა ერთ მეტად საინტერესო მოვლენასაც ავლენს: რესპონდენტთა უმრავლესობისათვის შრომითი კმაყოფილების გრძნობა ბუნებრივი, სასიცოცხლო მოთხოვნილებაა, ხოლო სამუშაო — უმნიშვნელოვანესი შრომითი ფასეულობა, რაც მთლიანად შეესაბამება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ჩატარებულ კვლევის შედეგებს, რომ-

ელთა მიხედვით თითქმის ყველა ქვეყანაში ფასეულობათა სისტემაში სამუშაოს ოჯახის შემდეგ მეორე ადგილი უჭირავს.[120] (იხ. ცხრ. 5).

ცხრილი 5

მოუშავებდით თუ არა, მატერიალურად უზრუნველყოფილი რომ იყოთ?
პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები		
	დიახ, ვიმუშავებდი	არ ვიმუშავებდი	არ ვიცი
რესპონდენტები – სულ[1]	86,1	5,1	8,8
მათ შორის:			
მამაკაცი	90,4	5,5	4,1
ქალი	83,8	5,3	10,9
სოციალური ჯგუფები:[2]			
მდიდართა ფენა	91,6	...	8,4
საშუალო ფენა	87,3	5,2	7,5
ღარიბთა ფენა	84,5	6,4	9,1
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]			
25 წლამდე	84,6	5,8	9,6
25-34 წლის	84,0	4,0	12,0
35-49 წლის	86,8	6,1	7,1
50-59 წლის	89,2	4,0	6,8
60 წლისა და უფროსი	87,2	5,1	7,7
განათლება:[4]			
არასრული საშუალო	66,7	...	33,3
საშუალო ზოგ. და ტექნ.	82,5	6,2	11,3
უმაღლესი	88,5	4,2	7,3
ეკონომიკური სტატუსი:[5]			
დამქირავებელი	60,0	40,0	...
დაქირავებული	81,3	8,5	10,2
თვითდასაქმებული	94,6	...	5,4
უმუშევარი	90,6	4,2	4,2
სხვა	86,1	4,5	9,4

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 409 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 406 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 406 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 406 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 414 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, გამოკითხულთა 86,1 პროცენტი იმუშავებდა მაშინაც კი, მატერიალურად უზრუნველყოფილი რომც ყოფილიყო, მაშინ როდესაც საწინააღმდეგო აზრი რესპონდენტთა მხოლოდ 5,1 პროცენტს აქვს, 8,8 პროცენტს კი ამ საკითხზე თავისი მო-

[120] В. Магун, Трудовые ценности российского населения, Журн. „Вопросы экономики", 1996, № 1, გვ. 51.

საზრება არ გააჩნია. საგულისხმოა, რომ შრომითი კმაყოფილების განწყობა ერთმნიშვნელოვნად დომინირებს რესპონდენტთა ყველა ჯგუფში, განურჩევლად მათი სქესისა, სოციალური მდგომარეობისა, ასაკისა, განათლების ცენზისა და ეკონომიკური სტატუსისა.

სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგების ანალიზიდან ისიც ჩანს, რომ თანამედროვე ქართველ საზოგადოებაში ერთობ მტკივნეულად, წინააღმდეგობრივად მიმდინარეობს საბაზრო ეკონომიკისათვის დამახასიათებელ ფასეულობათა დამკვიდრება, აშკარად იგრძნობა ფასეულობათაშორისი კონფლიქტი, ძველი შეხედულებების, სტერეოტიპებისა და დოგმების გავლენა. კითხვაზე „სად ისურვებდით მუშაობას" რესპონდენტთა 34,7 პროცენტმა უპასუხა: „საკუთარ საწარმოში". ამავე დროს, სახელმწიფო საწარმოში სურს მუშაობა თითქმის ყოველ მეოთხე გამოკითხულს (24,3 პროც.), 38,7 პროცენტს კი „უველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია". ამასთანავე, 2,3 პროცენტს არ აღემატება იმათი რიცხვი, ვინც სხვის კერძო საწარმოში არჩევს მუშაობას. (იხ. ცხრ. 6).

სხვადასხვა ფორმის საკუთრების საწარმოებისადმი მკაფიოდ გამოკვეთილი დამოკიდებულება აქვთ ცალკეული ასაკობრივი ჯგუფის რესპონდენტებსაც, რომელთა არჩევანი დიდად არ განსხვავდება საშუალო და ღარიბთა ფენებთან თვითიდენტიფიცირებულ რესპონდენტთა განწყობებისაგან. მათ მსგავსად, 25 წლამდე ასაკის რესპონდენტების 39,7 პროცენტს, 25-34 წლის რესპონდენტების 35,9, 35-49 წლის რესპონდენტების 41,6 და 50-59 წლის რესპონდენტების 41,6 პროცენტს ურჩევნია, იმუშაოს „უველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია". ამავე დროს, 25 წლამდე ასაკისა და 25-34 წლის რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი (შესაბამისად, 36,9 და 39,8 პროც.) საკუთარ საწარმოში მუშაობას არჩევს, ხოლო 60 წლისა და უფროსი ასაკის ყოველი მეორე გამოკითხული (47,9 პროც.) — სახელმწიფო საწარმოში. ამასთან ერთად, შედარებით მრავალრიცხოვანია სახელწიფო საწარმოში, ხოლო ძალიან მცირე — სხვის კერძო საწარმოში მუშაობის მსურველთა რიცხვი სხვა სოციალურ ჯგუფებში გამოკითხულთა შორისაც. კერძოდ, სახელმწიფო საწარმოში არჩევს მუშაობას 25 წლამდე ასაკის რესპონდენტთა 18,9 პროცენტი, ხოლო სხვის კერძო საწარმოში — მხოლოდ 4,5 პროცენტი, 25-34 წლის რესპონდენტებისა, შესაბამისად, — 20,5 და 3,8 პროცენტი, 35-49 წლის რესპონდენტებისა — 22,6 და 0,7, 50-59 წლის რესპონდენტებისა — 27,5 და 1,4 პროცენტი.

ცხრილი 6

სად ისურვებდით მუშაობას?

პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები (პროცენტობით, რესპონდენტთა მთლიანი და ცალკეული ჯგუფების მიმართ)			
	სახელმწიფო საწარმოში	სხვის საწარმოში	საკუთარ საწარმოში	ყველგან, სადაც ანაზღ. მაღალია
რესპონდენტები – სულ[1]	24,3	2,3	34,7	38,7
მათ შორის:				
მამაკაცი	24,1	0,6	48,7	26,6
ქალი	23,7	3,3	26,1	46,9
სოციალური ჯგუფები:[2]				
მდიდართა ფენა	18,2	9,1	54,5	18,2
საშუალო ფენა	24,7	3,1	32,2	40,0
ღარიბთა ფენა	24,6	0,6	37,2	37,6
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]				
25 წლამდე	18,9	4,5	36,9	39,7
25-34 წლის	20,5	3,8	39,8	35,9
35-49 წლის	22,6	0,7	35,1	41,6
50-59 წლის	27,5	1,4	30,7	40,4
60 წლისა და უფროსი	47,9		32,1	20,0
განათლება:[4]				
არასრული საშუალო	...	...	...	100,0
საშ. ზოგ. და ტექნ.	16,6	3,1	54,5	25,8
უმაღლესი	29,8	2,6	31,2	36,4
ეკონომიკური სტატუსი:[5]				
დამქირავებელი	50,0	...	25,0	25,0
დაქირავებული	19,0	3,3	34,7	43,0
თვითდასაქმებული	16,7	5,5	61,2	16,6
უმუშევარი	19,5	2,2	34,8	43,5
სხვა	25,4	2,3	35,1	37,2

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 418 რესპონდენტმა. 2 კითხვაზე პასუხი გასცა 415 რესპონდენტმა. 3 კითხვაზე პასუხი გასცა 412 რესპონდენტმა. 4 კითხვაზე პასუხი გასცა 391 რესპონდენტმა. 5 კითხვაზე პასუხი გასცა 420 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

არაერთგვაროვანია სამუშაო ადგილის შერჩევისადმი სხვადასხვა განათლების მქონე რესპონდენტთა დამოკიდებულებებიც. არასრული განათლების მქონე რესპონდენტების 100-ვე პროცენტი მზად არის, „იმუშაოს ყველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია“. ასევე, ანაზღაურებას ანიჭებს უპირატესობას უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი (37,4 პროცენტი) მაშინ როდესაც საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების რესპონდენტთა შო-

რის თითქმის ყოველი მეორე (49,5 პროცენტი) საკუთარ საწარმოში არჩევს მუშაობას. უმაღლესი განათლების მქონეთა შორის მნიშვნელოვანია იმათი წილიც (31,3 პროცენტი), ვინც მუშაობას საკუთარ საწარმოში არჩევს. საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების მქონე ყოველ მეშვიდე-მერვე რესპონდენტს (13,4 პროცენტი) სახელმწიფო საწარმოში სურს მუშაობა, უმაღლესი განათლების მქონეთა შორის კი — თითქმის ყოველ მესამეს (29,3 პროცენტი). ამასთანავე, ცალსახად ერთგვაროვანია რესპონდენტთა ყველა ჯგუფის დამოკიდებულება სხვის საწარმოში მუშაობისადმი: არასრული განათლების მქონე რესპონდენტთაგან არავის სურს ასეთ საწარმოში მუშაობა, საშუალო ზოგადი და ტექნიკური, აგრეთვე, უმაღლესი განათლების გამოკითხულთა შორის კი სხვის საწარმოში მუშაობის მსურველთა რიცხვი, შესაბამისად, 2,1 და 2,6 პროცენტს არ აღემატება.

განსხვავებულია სხვადასხვა ეკონომიკური სტატუსის რესპონდენტთა განწყობებიც: როგორ უცნაურადაც უნდა მოგვეჩვენოს, თითქმის ყოველი მეორე დამქირავებელი (50,0 პროცენტი) სახელმწიფო საწარმოში არჩევს მუშაობას, ყოველი მეოთხე კი (შესაბამისად, 25,0-25,0 პროცენტი) — საკუთარ საწარმოში ან „უველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია". დაქირავებულთა და უმუშევართა უმეტესი ნაწილი (შესაბამისად, 45,0 და 43,5 პროცენტი) მზად არის, იმუშაოს „უველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია", თვითდასაქმებულთა უმრავლესობა (61,1 პროცენტი) კი უპირატესობას საკუთარ საწარმოს ანიჭებს. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ დამქირავებელთა შორის არავის სურს სხვის საწარმოში მუშაობა, ხოლო დაქირავებულთა შორის ასეთ რესპონდენტთა რიცხვი 3,3 პროცენტს, თვითდასაქმებულთა შორის — 5,5, ხოლო უმუშევართა შორის 2,2 პროცენტს უდრის.

თვალნათლივ იგრძნობა შრომითი განწყობების ფორმირებაზე საბაზრო ეკონომიკისათვის დამახასიათებელ თავისებურებათა გავლენა პროფესიისა და შრომითი საქმიანობის სფეროს არჩევანშიც. რესპონდენტებისათვის მთავარია შრომითი საქმიანობის ხასიათთან და ეკონომიკურ კეთილდღეობასთან დაკავშირებული მოტივები. ყოველმა მესამე და მეტმა გამოკითხულმა (37,3 პროცენტმა) პროფესია აირჩია ამ სფეროში საინტერესო საქმიანობის, 16,1 პროცენტმა — მაღალი შემოსავლის მიღების, 14,2 პროცენტმა — გონივრული საქმის კეთების, 11,1 პროცენტმა — დამოუკიდებელი საქმიანობის შესაძლებლობის გამო. ამავე დროს, გამოკითხულთა 10,1 პროცენტისათვის განმსაზღვრელი მოტივია პროფესიული ზრდის შესაძლებლობა, 9,9-9,9

პროცენტისათვის — საზოგადოებაში პროფესიის პრესტიჟულობა და მისი რეალური მნიშვნელობა, 8,4 პროცენტისათვის — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, 7,0 პროცენტისათვის — სამუშაო ადგილის შენარჩუნების, 6,5 პროცენტისათვის კი საპასუხისმგებლო ამოცანების გადაწყვეტის შესაძლებლობა (იხ. ცხრ. 7).

ცხრილი 7

რა მოტივით აირჩიეთ პროფესია?

პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები										
	საინტერესო საქმიანობის შესაძლებლობა	დამოუკიდებლად საქმიანობის შესაძლებლობა	გონიერული საქმის შესაძლებლობა	საპასუხისმგებლო ამოცანების გადაწყვეტის შესაძლებლობა	პროფესიული ზრდის შესაძლებლობა	სხვა ადამიანებთან კონტაქტების შესაძლებლობა	სამუშაო ადგილის შენარჩუნების შესაძლებლობა	მაღალი შემოსავალი მიღების შეძლებლობა	მეტი თავისუფალი დროის შესაძლებლობა	საზოგადოებაში პროფესიის პრესტიჟულობა	საზოგადოებაში პროფესიის რეალური მნიშვნელობა
რესპონ. — სულ[1]	37,3	11,1	14,2	6,5	10,1	8,4	7,0	16,1	2,6	9,9	9,9
მათ შორის											
მამაკაცი	29,0	9,7	12,0	7,4	7,4	6,9	4,6	10.1	0,9	6.4	4,5
ქალი	27,3	7,4	9,.9	3,1	7,1	6,2	5,0	12,7	2,8	7,8	9,3
სოციალ. ჯგუფ.:[2]											
მდიდარ. ფენა	36,4	9,1	9,1	...	27,3	9,1	...	18,2	9,1	9,1	9,1
საშუალო ფენ	32,9	11,4	16,0	5,0	12,3	5,5	4,1	15,1	2,7	10,5	9,1
ღარიბთა ფენა	40,6	11,0	14,8	10,3	6,4	13,5	11,6	18,7	2,6	9,7	7,7
ასაკობრ. ჯგ.:[3]											
25 წ.-მდე	35,2	18,5	11,1	3,7	16,7	3,7	2,7	25,9	2,7	6,5	12,0
25-34 წ.	39,5	10,5	9,2	3,9	3,9	3,9	9,2	22,4	...	5,3	13,1
34-49 წ.	26,1	8,7	16,5	8,7	9,6	8,7	6,9	10,4	6,1	9,6	13,9
50-59 წ.	45,7	7,1	22,8	5,7	8,6	14,3	10,0	11,4	...	15,7	...
61 წ. და უფ.	57,5	7,5	7,5	15,0	10,0	20,0	7,5	5,0	2,5	17,5	5,0
განათლება:[4]											
არასრ. საშ.	...	...	...	50,0	50,0	...	...	...	...	...	...
საშ. ზ. და ტექ.	37,6	17,2	8,6	5,4	10,7	13,8	7,5	17,2	4,3	4,3	8,6
უმაღლესი	35,6	8,1	16,6	7,1	9,1	7.4	6,4	15,6	2,4	11,2	11,2
ეკონ. სტატუსი:[5]											
დამქირავებელი	...	40,0	40,0	20,0	...	20,0	...	...	....	...	...
დაქირავებული	44,3	8,2	8,2	6,5	6,5	8,2	9,8	24,5	1.6	6,5	4,9
თვითდასაქმ.	42,1	36,8	26,3	5,3	...	15,8	5,3	10,5		15,8	5,3
უმუშევარი	28,2	12,8	12,8	7,7	5,1	10,2	5,1	15.4		5,1	10,2

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 415 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 411 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 409 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 390 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 422 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

პროფესიის არჩევისას რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფების წარმომადგენელთათვის მეტად მნიშვნელოვანი ფაქტორია, აგრეთვე, მა-

ღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა. კერძოდ, ამ მოტივით არის ნაკარნახევი 25 წლამდე ასაკის ყოველი მეოთხე და მეტი (25,9 პროცენტი), დამქირავებელთა შორის თითქმის ყოველი მეოთხე (24,5 პროცენტი), ასევე, 25-34 წლის ასაკის თითქმის ყოველი მეხუთე და მეტი (22,4 პროცენტი) რესპონდენტის, ღარიბთა და მდიდართა ფენების წარმომადგენელთა შორის თითქმის ყოველი მეხუთე (18,7 პროცენტი) და საშუალო ფენების წარმომადგენელთა შორის ყოველი მეექვსე-მეშვიდე (შესაბამისად, 18,2 და 15,1 პროცენტი) გამოკითხულის გადაწყვეტილებები.

გარკვეულ ინტერესს იმსახურებს ქართველ რესპონდენტთა მიერ პროფესიის არჩევის მოტივების გერმანიისა და რუსეთის უმაღლესი ეკონომიკური სასწავლებლების სტუდენტთა სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგებთან[121] შედარება. პროფესიის არჩევის მოტივთა შორის გერმანელი და ქართველი რესპონდენტები პირველ ადგილზე საინტერესო საქმიანობის შესაძლებლობას აყენებენ, რუსი სტუდენტები კი ამ მოტივს მხოლოდ მესამე ადგილს აკუთვნებენ, მაგრამ თუ გერმანელი სტუდენტები თითქმის ბოლო ადგილზე (თერთმეტიდან მერვეზე) მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობას ათავსებენ, ქართველი რესპონდენტები ამ მოტივს მეორე, ხოლო რუსი სტუდენტები პირველ ადგილს უთმობენ, გერმანელი სტუდენტები — მეორე და მესამე, ხოლო ქართველი რესპონდენტები მეოთხე-მესამე ადგილებს დამოუკიდებლად საქმიანობისა და გონივრული საქმის კეთების შესაძლებლობას აკუთვნებენ მაშინ როდესაც რუსი სტუდენტები მათ მეორე და მეათე ადგილებს უთმობენ (იხ. ცხრ. 8).

სოციოლოგიური კვლევის შედეგები თვალნათლივ წარმოაჩენს, აგრეთვე, ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის სწრაფვას თავისი ეკონომიკური უფლებებისა და თავისუფლებების რეალიზაციისაკენ. თითქმის ყოველმა მესამე რესპონდენტმა (29,2 პროცენტმა) განაცხადა, რომ საკუთარ საწარმოში მუშაობა ან ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობა აირჩია სურვილით, თვითონ ყოფილიყო საქმის მესვეური, ხოლო ყოველმა მეთორმეტემ (8,3 პროცენტმა) — თვითონვე აერჩია საქმიანობის სფერო და კლიენტები. საგულისხმოა, რომ ასეთი არჩევანი დამახასიათებელია რესპონდენ-

[121] **В. Соколинский, Е. Васильева.** Экономическая психология. „Российский экономический журнал", № 1, 1998, გვ. 107.

ტთა არა რომელიმე ჯგუფისათვის, არამედ — მთლიანად ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დიდი უმრავლესობისათვის.

ცხრილი 8

თუ საკუთარ საწარმოში მუშაობთ (ან ინდივიდუალურ სამეწარმეო საქმიანობას ეწევით) გთხოვთ, გვიპასუხოთ, რატომ გააკეთეთ ასეთი არჩევანი?

პროცენტობით, რესპონდენტთა რიცხვის მიმართ, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე

რესპონდენ. ჯგუფები	მინდოდა, თვითონ გუნდის ლიდერი მყოლოდა	მინდოდა, თვითონ ვიმართო საქმიანობის სფერო და კალენდარი	მინდოდა, მეტი შემოსავალი მქონოდა	მინდოდა, ფული მქონოდა და არა სხვებისთვის ვიმუშავო	მინდოდა, ოჯახური ტრადიციები გამეგრძელებინა	მინდოდა, ბევრი ვიყო საკუთარ თავთან და ახლობლებთან ერთად	ჩვიდრიდა, ძნელია შვილების ანაზღაურდა დრო მქონოდა	არ მქონდა საწარმოში ბევრის სურვილი	არ მქონდა მაგალ საწარმოში მუშაობის სურვილი	არ მქონდა სხვას საწარმოში მუშაობის სურვილი	არ მქონდა სახელმწიფო საწარმოში ბევრი ხელფასი	ვერ ვიწოვე სხვა სამუშაო	წერილობით სამუშაოდან გამოთავისუფლდა	არ მქონდა წერილობით სამუშაოზე ხელშეკრულება იმედი
რუს. – სულ[1]	29,2	8,3	27,1	5,2	3,1	10,4	7,3	4,2	3,1	2,1	12,5	6,2	3,1
მათ შორის:													
მამაკაცი	20,4	12,2	24,5	8,2	–	6,1	6,1	2,0	2,0	4,1	6,1	6,1	2,0
ქალი	27,4	2,0	19,6	2,0	3,9	11,8	5,9	6,1	3,9		13,7	2,0	3,9
სოციალ. ჯგ.[2]													
მდიდ. ფენა	–	–	50,0	50,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
საშ. ფენა	26,4	11,3	24,5	3,8	1,9	5,7	1,9	5.7	1,9	1,9	13,2	3,8	3,8
ღარ. ფენა	36,1	5,5	27,8	5,5	2,8	19,4	16,7	2,8	5,5	2,8	13,9	8,3	2,8
ასაკობრ. ჯგ.[3]													
25 წლამდე	43,7	18,7	18,7	6,2	–	6,2	6,2	–	6,2	–	–	–	–
25-34 წ.	33,3	16,7	27,8	–	5,6	5,6	–	–	–	–	11,1	–	–
35-49 წ.	20,0	6,6	30,0	6,6	3,3	6,6	3,3	6,6	3,3	–	20,0	10,0	–
50-59 წ.	26,1	–	30,4	–	–	13,0	8,7	4,3	–	4,3	13,0	8,7	8,7
60 წ.და უფ.	42,8	–	14,3	28,6	14,3	42,8	42,8	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	–
განათლება:[4]													
არასრ. საშ.	–	–	–	–	–	–	100,0	–	–	–	–	–	–
საშ.ზ.და ტ.	44,4	7,4	11,1	3,7	11,1	25,9	14,8	7,4	3,7	3,7	11,1	7,4	–
უმაღლესი	24,2	9,1	33,3	6,1	1,5	4,5	3,0	1,5	3,0	1,5	13,6	6,1	3,0
ეკონ. სტატ.[5]													
დამქირავებ.	66,7	–	66,7	–	–	33,3	–	–	–	–	–	–	–
დაქირავებ.	14,3	14,3		–	14,3	14,3	–	–	–	–	42,9		–
თვითდასაქ.	30,3	8,3	41,6	–	–	8,3	–	–	–	–	8,3	8,3	–
უმუშევარი	16,7		50,0	–	–	–	–	–	–	–	33,3	16,7	–
სხვა	28,3	10,4	20,9	7,4	3,0	10,4	8,9	5,9	4,5	3,0	11,9	5,9	4,5

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 96 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 94 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 94 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 94 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 95 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

განსაკუთრებულ ყურადღებას იპყრობს ის, რომ ეკონომიკური უფლებებისა და თავისუფლებების რეალიზაციას, კერძოდ, საკუთარი საქმის მესვეურობის სურვილს უკავშირებს თავის არჩევანს ღარიბთა ფენის ყოველი მესამე და მეტი (36,1 პროცენტი), საშუალო ფენის ყოველი მეოთხე და მეტი (26,4 პროცენტი) წარმომადგენელი. ამავე ფაქტორითაა უწინარესად მოტივირებული, აგრეთვე, ყველაზე ახალგაზრდა და ყველაზე ასაკოვანი რესპონდენტების მნიშვნელოვანი ნაწილის არჩევანი: 25 წლამდე და 60 წლისა და უფროსი ასაკის თითქმის ყოველი მეორე რესპონდენტმა (შესაბამისად, 43,7 და 42,8 პროცენტმა) საკუთარ საწარმოში მუშაობა ან ინდივიდუალური მეწარმეობა არჩია სურვილით, თვითონვე ყოფილიყო საქმის მესვეური. ასევე ეკონომიკური დამოუკიდებლობა და თავისთავადობა უპირველესი ფასეულობაა როგორც სხვადასხვა განათლების, ისე ეკონომიკური სტატუსის გამოკითხულთათვის: საქმის მესვეურობის სურვილის რეალიზაციის შესაძლებლობის გამო აირჩია საქმიანობის სფერო საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების თითქმის ყოველმა მეორე (44,4 პროცენტი) და უმაღლესი განათლების ყოველმა მეოთხე (24,2 პროცენტი) რესპონდენტმა. სწორედ ამ ფაქტორის ზეგავლენით გააკეთა თავისი არჩევანი დამქირავებელთა დიდმა უმრავლესობამ (66,7 პროცენტმა), თვითდასაქმებულთა შორის კი — ყოველმა მესამემ (33,3 პროცენტი).

რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი თავის ეკონომიკურ დამოუკიდებლობასა და თავისთავადობას უკავშირებს, აგრეთვე, ისეთ მოტივს, როგორიცაა საქმიანობის სფეროსა და კლიენტების საკუთარი სურვილით შერჩევის შესაძლებლობა. კერძოდ, ამ მოტივით აირჩია თავისი საქმიანობის სფერო საშუალო ფენის ყოველმა მეათე და მეტმა წარმომადგენელმა (11,3 პროცენტი), 25 წლამდე ასაკის თითქმის ყოველმა მეხუთე (18,7 პროცენტი) რესპონდენტმა, ხოლო უმაღლესი განათლების რესპონდენტთა შორის — თითქმის ყოველმა მეათემ (9,1 პროცენტი).

სოციოლოგიური გამოკვლევა ერთ, მეტად საგულისხმო მოვლენასაც ავლენს: თვალნათლივ იგრძნობა ადამიანების ძალისხმევა, თავი დააღწიონ სახელმწიფოს მეურვეობას, საზოგადოების ხარჯზე ცხოვრებას, სხვის მოიმედეობას და თვითონვე გამონახონ თავიანთი ეკონომიკური კეთილდღეობის უზრუნველყოფის საკუთარი წყაროები. ეს აშკარად ჩანს რესპონდენტთა შრომითი მოტივაციებიდანაც. გამოკითხულთა 27,1 პროცენტმა, მათ შორის, მდიდართა ფენის ყოველმა მეო-

რე (50,0 პროცენტმა), საშუალო ფენის თითქმის ყოველმა მეოთხე (24,5 პროცენტმა) და ღარიბთა ფენის ყოველმა მეხუთე და მეტმა (27,8 პროცენტმა) წარმომადგენელმა თავისი არჩევანი მეტი შემოსავლის მიღების სურვილით ახსნა. ამავე მოტივითაა განპირობებული, აგრეთვე, 25-34 წლის ყოველი მეოთხე და მეტი (27,8 პროცენტი), 35-49 და 50-59 წლის ასაკის თითქმის ყოველი მესამე რესპონდენტის (შესაბამისად, 30,0 და 30,4 პროცენტის) შრომითი სფეროს არჩევანი.

ამასთანავე, კვლევა ცხადყოფს, რომ საბაზრო ურთიერთობათა დანერგვის კვალობაზე შრომითი სფეროს არჩევანის მოტივაციისას თანდათანობით სულ უფრ მეტ მნიშვნელობას იძენს განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ფართოდ დამკვიდრებული ისეთი შრომითი ფასეულობები, რომლებიც დაკავშირებულია ფინანსურ თვითუზრუნველყოფასთან, შრომითი საქმიანობის ავტონომიურობასთან, ოჯახური ტრადიციების გაგრძელებასა და ოჯახურ გარემოში მუშაობასთან, სამუშაო ადგილის საკუთარი სურვილით შერჩევასა და სხვ. ინდივიდუალურ თავისებურებებთან. ამაზე თვალნათლივ მეტყველებს ის, რომ ყოველმა მესამე-მეოთხე რესპონდენტმა (27,1 პროცენტმა) საქმიანობის სფერო აირჩია სურვილით, მეტი შემოსავალი ჰქონოდა, 5,2 პროცენტმა — ფული ეკეთებინა საკუთარი თავისთვის და არა სხვებისთვის, 3,1 პროცენტს სურდა, გაეგრძელებინა ოჯახური ტრადიციები, 10,4 პროცენტს — საკუთარ ოჯახთან და ახლობლებთან ერთად ემუშავა, 7,3 პროცენტს — მუშაობასთან ერთად მეტი დრო ჰქონოდა შვილების აღსაზრდელად, 4,2 პროცენტს არ ჰქონდა მსხვილ საწარმოში, 3,1 პროცენტს — სხვის, ხოლო 2,1 პროცენტს სახელმწიფო საწარმოში მუშაობის სურვილი.

ანალოგიური ფასეულობები მეტ-ნაკლები მოწონებით სარგებლობს რესპონდენტთა ყველა ჯგუფში. მდიდართა ფენის ყოველი მეორე წარმომადგენელი (50,0 პროცენტი) საკუთარ საწარმოში მუშაობის (ან ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობის) არჩევისას ხელმძღვანელობდა მოტივით, მეტი შემოსავალი მიეღო. იგივე მოტივი იყო განმსაზღვრელი საშუალო ფენის თითქმის ყოველი მეოთხე (24,5 პროცენტი) და ღარიბთა ფენის ყოველი მეოთხე და მეტი (27,8 პროცენტი), 25 წლამდე ასაკის თითქმის ყოველი მესამე (30,4 პროცენტი), უმაღლესი განათლების ყოველი მესამე (33,3 პროცენტი) წარმომადგენლისათვის. ამავე მოტივით გააკეთა თავისი არჩევანი დამქირა-

ვებელთა 66,7 პროცენტმა, თვითდასაქმებულთა — 41,6 და უმუშევართა 50,0 პროცენტმა.

ამასთან ერთად, ღარიბთა ფენის თითქმის ყოველი მეხუთე წარმომადგენელი (19,4 პროცენტი) თავის არჩევანს უკავშირებს საკუთარ ოჯახთან და ახლობლებთან ერთად მუშაობის სურვილს, ხოლო მეხუთე-მეექვსე (16,7 პროცენტი), მუშაობასთან ერთად, შვილების აღსაზრდელად მეტი დროის ქონას. ამავე მოტივებითაა განპირობებული 60 წლისა და უფროსი ასაკის თითქმის ყოველი მეორე რესპონდენტის (შესაბამისად, 42,8 და 42,8 პროცენტი) არჩევანი.

მეტად საგულისხმოა ისიც, რომ არჩევანის გაკეთებისას რესპონდენტებისათვის გადამწყვეტია „მიმზიდველი“ ფაქტორების როლი, სულ უფრო ნაკლებმნიშვნელოვანი კი — „იძულებითი“ ფაქტორებისა. ამის გამოხატულებაა ის, რომ როგორც გამოკითხულთა პასუხებიდან ჩანს, შრომითი საქმიანობის სფეროს არჩევის შესახებ გადაწყვეტილებათა უდიდესი უმრავლესობა „მიმზიდველი“ ფაქტორების გავლენით მიიღება, მაშინ როდესაც „იძულებით“ ფაქტორებზე ასეთ გადაწყვეტილებათა მხოლოდ მცირე ნაწილი მოდის. არანაკლებ საყურადღებოა თვით „მიმზიდველი“ და „იძულებითი“ ფაქტორების სტრუქტურაც: „მიმზიდველ“ ფაქტორთა შორის, ფინანსურ უპირატესობებთან შედარებით, დომინირებენ ეკონომიკურ უფლებებთან და თავისუფლებებთან, შრომის ავტონომიურობასა და ხასიათთან, საქმიანობის სფეროს საკუთარი შეხედულებით შერჩევასთან დაკავშირებული გარემოებები, ხოლო „იძულებით“ ფაქტორთა შორის სხვა სამუშაოს ვერ შოვნის მოტივი.

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ საქართველოში სხვა პოსტსოციალისტური ქვეყნების მსგავსად, ახალ სოციალურ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ რეალიათა შესაბამისად, თანდათანობით სულ უფრო ფართოდ მკვიდრდება საბაზრო ეკონომიკისათვის ნიშანდობლივ ფასეულობათა სისტემა. ამასთანავე, სულ უფრო გადამწყვეტ როლს ასრულებს ისეთი „მიმზიდველი“ ფაქტორები, როგორიცაა: საინტერესო საქმიანობის, გონივრული საქმის კეთების, საპასუხისმგებლო ამოცანების გადაწყვეტის, პროფესიული ზრდის შესაძლებლობა და სხვ.

ახლა ვნახოთ, როგორ ინაწილებენ ადგილებს სარეიტინგო სკალაზე სოციალურ-ეკონომიკური ფასეულობები. დავიწყოთ შრომითი მოტივაციის ფაქტორებისა და სამუშაოს ტიპების (ხასიათის) რეიტინგულ მაჩვენებელთა განხილვით. შრომითი მოტივაციის ფაქტორთა შორის რესპონდენტთა აბსოლუტური უმრავლესობა, განურჩევლად მათი სქესისა, სოციალური მდგომარეობისა, ასაკისა, განათლებისა და ეკონომიკური

სტატუსისა, სარეიტინგო სკალაზე პირველ ადგილზე ათავსებს შრომას როგორც არსებობის საშუალებას, მეორეზე — თვითგამოხატვის საშუალებას, მესამე ადგილზე კი — დროის გაყვანის საშუალებას. ამ მხრივ გამონაკლისნი არიან 60 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტები, რომლებიც პირველ ადგილზე ათავსებენ შრომას როგორც თვითგამოხატვის საშუალებას, მეორეზე — არსებობის საშუალებას, ხოლო მესამე ადგილზე — დროის გაყვანის საშუალებას (იხ. ცხრ. 9).

ცხრილი 9

შრომის მოტივაციის ფაქტორთა რეიტინგი

რესპონდენტთა ჯგუფები	დროის გაყვანის საშუალება	თვითგამოხატვის საშუალება	არსებობის საშუალება
რესპონდენტები — სულ[1]	3	2	1
მათ შორის:			
მამაკაცი	3	2	1
ქალი	3	2	1
სოციალური ჯგუფები:[2]			
მდიდართა ფენა	3	2	1
საშუალო ფენა	3	2	1
ღარიბთა ფენა	3	2	1
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]			
25 წლამდე	3	2	1
25-34 წლის	3	2	1
35-49 წლის	3	2	1
50-59 წლის	3	2	1
60 წლისა და უფროსი		1	2
განათლება:[4]			
არასრული საშუალო	...	...	1
საშუალო ზოგ. და ტექნ.	3	2	1
უმაღლესი	3	2	1
ეკონომიკური სტატუსი:[5]			
დამქირავებელი	3	2	1
დაქირავებელი	3	2	1
თვითდასაქმებული	...	2	1
უმუშევარი	3	2	1
სხვა	3	2	1

[1] გაანგარიშებულია 397 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 394 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 390 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 374 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 400 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები..

სხვადასხვა ტიპის (ხასიათის) სამუშაოთა შორის რესპონდენტთა უმეტესობა პირველ ადგილს აკუთვნებს ისეთ სამუშაოს, სადაც პროფესიული ზრდისა და თანამდებობრივი წინსვლის ფართო შესაძლებლობებია. ამავე ადგილს უთმობენ ასეთი ტიპის სამუშაოს როგორც მამაკაცები, ისე — ქალები, აგრეთვე, მდიდართა და საშუალო ფენე-

ბის წარმომადგენლები, 25 წლამდე, 34-49 წლისა და უმაღლესი განათლების რესპონდენტები, დაქირავებული შრომით მომუშავენი და თვითდასაქმებულები, ხოლო დამქირავებლები — პირველ-მეოთხე ადგილს. რაც შეეხება ღარიბთა ფენის წარმომადგენლებს, 25-34, 50-59 წლის, საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების რესპონდენტებს და უმუშევრებს, ისინი ასეთი ტიპის სამუშაოს მეორე ადგილს უთმობენ, ხოლო არასრული საშუალო განათლების რესპონდენტებს— მეორე-მესამეს (იხ. ცხრ. 10).

ცხრილი 10

სამუშაოს ტიპების (ხასიათის) რეიტინგი

რესპონდენტთა ჯგუფები	მაღალანაზღაურებადი — შრომის პირობებს ზნეობა არა აქვს	შრომის კარგი პირობებით — ანაზღაურება არა აქვს	შეზღუდებითი ხასიათის	შეკარებით მარტივად შესასრულებელი	შეკარებით რთულად შესასრულებელი	სამუშაო, რომელიც უმაღლეს განათლებას მოითხოვს	საჭიროა, საფეხურიანი ზრდისა და თანამდებ. წოდ. ფარგლების არსებობა	საჭიროა, რომელიც ნაკლებ დატვირთვას მოითხოვს	არასრ. საშუალო რეგიონი მეშაობა	სხვა
რესპონდენტ. — სულ[1]	2	5	4	9	6	3	1	7	8	10
მათ შორის:										
მამაკაცი	2	5	3	8	6	4	1	7	9	10
ქალი	3	6	5	2	9	4	1	7-8	7-8	
სოციალ. ჯგუფები:[2]										
მდიდართა ფენა	2-4	6-7	2-4		5	2-4	1	6-7		
საშუალო ფენა	2	5	3	9	6-7	4	1	6-7	8	10
ღარიბთა ფენა	1	9	4	7-8	5	3	2	6	7-8	
ასაკობ. ჯგუფები:[3]										
25 წლამდე	2	6	4	9	7	3	1	5	8	10
25-34 წლის	1	6-7	4	8	5	3	2	9	6-7	10
34-49 წლის	2	5	4	9	7	3	1	8	6	10
50-59 წლის	1	5	3	9	6-7	4	2	6-7	8	10
60 წ. და უფრ.	4	7-8	1-2	7-8	5	1-2	3	6	9	
განათლება:[4]										
არასრული საშ.	1		2-3				2-3			
საშ. ზოგ. და ტ.	1	3	6-7	6-7	8	5	2	4	9	10
უმაღლესი	2	6	4	9	5	3	1	8	7	10
ეკონომ. სტატუსი:[5]										
დამქირავებელი	1-4	5-8		5-8	1-4	1-4	1-4	5-8	5-8	???
დაქირავებული	2-3	5	2-3	9	6	4	1	7	8	10
თვითდასაქმებული	2-4	2-4	2-4		6-7	5	1	8-9	6-7	8-9
უმუშევარი	1	5-6	4	7-8	9	3	2	7-8	5-6	10

[1] გაანგარიშებულია 431 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 427 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 425 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 405 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 437 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები..

რაც შეეხება საწარმოთა ტიპებს, როგორც რესპონდენტთა პასუხებიდან ჩანს, სარეიტინგო სკალაზე პირველ ადგილზე დგას საწარმო, სადაც ანაზღაურება მაღალია. მეორე ადგილი — საკუთარ, მესამე — სახელმწიფო, ხოლო მეოთხე — სხვის საწარმოს უკავია. ამასთანავე, მნიშვნელოვნად განსხვავებულია მამაკაცებისა და ქალების დამოკიდებულებები: მამაკაცები პირველ ადგილზე საკუთარ, ხოლო ქალები იმ საწარმოს აყენებენ, სადაც მაღალია ანაზღაურება. ამავე დროს, მეორე ადგილს მამაკაცები — მაღალი ანაზღაურების საწარმოს, ხოლო ქალები საკუთარ საწარმოს აკუთვნებენ, მესამე ადგილზე კი, როგორც მამაკაცები, ისე ქალები, სახელმწიფო საწარმოს ათავსებენ, ხოლო მეოთხეზე — სხვის საწარმოს (იხ. სკალა 2).

სკალა 2

საწარმოთა რეიტინგი მათი ტიპების მიხედვით

რესპონდენტთა ჯგუფები	სახელმწიფო საწარმო	საკუთარი საწარმო	სხვისი საწარმო	ყველგან, სადაც ანაზღ. მაღალია
რესპონდენტები — სულ[1]	3	2	4	1
მათ შორის:				
მამაკაცი	3	1	4	2
ქალი	3	2	4	1
სოციალური ჯგუფები[2]:				
მდიდართა ფენა	2-3	1	4	2-3
საშუალო ფენა	3	2	4	1
ღარიბთა ფენა	3	2	4	1
ასაკობრივი ჯგუფები[3]:				
25 წლამდე	3	2	4	1
25-34 წლის	3	1	4	2
35-49 წლის	3	2	4	1
50-59 წლის	3	2	4	1
60 წლის და უფრ.	1	2		3
განათლება[4]:				
არასრული საშუალო				1
საშ. ზოგ. და ტექნიკ.	3	1	4	2
უმაღლესი	3	2	4	1
ეკონომიკური სტატუსი[5]:				
დამქირავებელი	1	2-3		2-3
დაქირავებელი	3	2	4	1
თვითდასაქმებული	2-3	1	4	2-3
უმუშევარი	3	2	4	1
სხვა	3	2	4	1

[1] გაანგარიშებულია 418 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 415 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 412 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 391 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 420 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

განსხვავებულია სხვადასხვა სოციალური მდგომარეობისა და ეკონომიკური სტატუსის, ასაკისა და განათლების რესპონდენტთა დამოკიდებულებებიც: 60 წლისა და უფროსი ასაკის და დამჭირავებელი რესპონდენტები სარეიტინგო სკალაზე პირველ ადგილზე სახელმწიფო საწარმოს ათავსებენ, მაშინ როდესაც ამ ადგილს მდიდართა ფენის წარმომადგენლები, 25-34 წლის, საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლებისა და თვითდასაქმებული რესპონდენტები — საკუთარ საწარმოს, ხოლო საშუალო და ღარიბთა ფენების წარმომადგენლები, 25 წლამდე, 35-49 და 50-59 წლის, საშუალო ზოგადი და ტექნიკური და უმაღლესი განათლების, დაქირავებული და უმუშევარი რესპონდენტები მაღალი ანაზღაურების საწარმოს უთმობენ; მეორე ადგილზე საშუალო და ღარიბთა ფენების წარმომადგენლები, 25 წლამდე, 35-49 და 50-59 წლისა და 60 წლისა და უფროსი ასაკის, უმაღლესი განათლების, დაქირავებული და უმუშევარი რესპონდენტები საკუთარ საწარმოს აყენებენ, 25-34 წლისა და საშუალო ზოგადი და ტექნიკური განათლების რესპონდენტები — მაღალი ანაზღაურების საწარმოს; მეორე-მესამე ადგილებს მდიდართა ფენის წარმომადგენლები თანაბრად ანაწილებენ სახელმწიფო და მაღალი ანაზღაურების საწარმოებს შორის, თვითდასაქმებული რესპონდენტები კი სახელმწიფო საწარმოს აკუთვნებენ, დაქირავებული რესპონდენტები — საკუთარ, დაქირავებული და უმუშევარი რესპონდენტები — მაღალი ანაზღაურების საწარმოს; მესამე ადგილზე სხვადასხვა სოციალური მდგომარეობის, ეკონომიკური სტატუსის, ასაკისა და განათლების რესპონდენტები სახელმწიფო საწარმოს (გარდა 60 წლისა და უფროსი ასაკის და დამჭირავებლებისა) აყენებენ, მეოთხე ადგილზე კი ერთხმად — სხვის საწარმოს.

არაერთგვაროვანია რესპონდენტთა მიერ პროფესიის არჩევის მოტივები. ისინი პირველ ადგილზე საინტერესო საქმიანობის შესაძლებლობას ასახელებენ, მეორეზე — მაღალი შემოსავლის მიღების, მესამეზე — გონივრული საქმის კეთების, მეოთხეზე — დამოუკიდებლად საქმიანობის, მეხუთეზე — პროფესიული ზრდის, მეექვსე-მეშვიდე ადგილებზე — პროფესიის პრესტიჟულობასა და რეალურ მნიშვნელობას, მერვეზე — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, მეცხრეზე — სამუშაო ადგილის შენარჩუნების, მეათეზე — საპასუხისმგებლო საქმის კეთების, ხოლო მეთერთმეტეზე — მეტი თავისუფალი დროის შესაძლებლობას. თუმცა, მამაკაცებიცა და ქალებიც, აგრეთვე, რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფებიც სარეიტინგო სკა-

ლაზე პირველ ადგილზე ერთმნიშვნელოვნად საინტერესო საქმიანობის შესაძლებლობას ათავსებენ, სხვა მოტივების მიხედვით პოზიციები მეტ-ნაკლებად, ზოგჯერ კი მკვეთრად განსხვავებულია (იხ. სკალა 3).

სკალა 3

პროფესიის არჩევის მოტივების რეიტინგი

რესპონდენტთა ჯგუფები	პასუხის ვარიანტები											
	საინტ. საქმიან. შესაძლებ.	დამოუკ. საქმ. შესაძლ.	გონივრ. საქმის კეთების შესაძლებლობა	საპასუხის. საქმის კეთების შესაძლებლობა	პროფესიული ზრდის შესაძლებლობა	სხვა ადამიანებთან კონტაქტის შესაძლებლ.	საინტერ. ადგილის შენარჩუნ. შესაძლებლ.	მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა	მეტი თავისუფალი დროის შესაძლებლობა	საზოგადოებაში პროფესიის პრესტიჟულობა	საზოგად. პრობლემის რელევანტური მნიშვნელობა	სხვა
რესპ.-სულ[1]	1	4	3	10	5	8	9	2	11	6-7	6-7	12
მ. შორის:												
მამაკაცი	1	4	2	5-6	5-6	7	10	3	12	8	9	11
ქალი	1	6	3	9	7	8	10	2	11	5	4	12
სოც. ჯგ.[2]												
მდიდ. ფენა	1	4-9	4-9	—	2	4-9	—	3	4-9	4-9	4-9	—
საშ. ფენა	1	5	2	9	4	8	10	3	11	6	7	12
ღარ. ფენა	1	6	3	7	10	4	5	2	11	8	9	12
ასაკ. ჯგ.[3]:												
25 წლამდე	1	3	6	8-9	4	8-9	10-11	2	7	7	5	12
25-34 წ.-ის	1	4	5-6	8-10	8-10	8-10	5-6	2		7	3	11
34-49 წ.-ის	1	7-9	2	7-9	5-6	7-9	10	4	11	5-6	3	13
50-59 წ.-ის	1	8	2	9	7	4	6	5	—	3	—	—
61წ.და უფ.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
განათლება[4]:												
არასრ. საშ.	—	—	—	1-2	1-2	—	—	—	—	—	—	—
საშ.ზ.და ტ.	1	2-2	6-7	9-10	5	4	8	2-3	11-12	11-12	6-7	9-10
უმაღლესი	1	9	2	8	6	7	10	3	11	4-5	4-5	12
ეკ. სტატ.[5]:												
დამჭირავ.	—	1-2	1-2	3-5	—	3-5	—	—	—	—	—	3-5
დაქირავებ.	1	4-6	4-6	4-6	7-9	4-6	3	2	10	7-9	11	12
თვითდას.	1	2	3	7-9	—	4-5	7-9	6	—	4-5	7-9	—
უმუშევარი	1	3-4	3-4	5-6	7-9	5-6	7-9	2	—	7-9	5-6	5-6
სხვა	1	7	3	—	4	8	9	2	10	5-6	5-6	11

[1] გაანგარიშებულია 425 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 411 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 409 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 390 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 422 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები..

როგორც სკალადან ჩანს, პირველ-მეორე ადგილებს დამქირავებლები დამოუკიდებლად საქმიანობისა და გონივრული, ხოლო არასრული განათლების რესპონდენტები საპასუხისმგებლო საქმის კეთების და პროფესიული ზრდის შესაძლებლობას შორის ანაწილებენ, მეორე ადგილზე საშუალო ფენის წარმომადგენლები, 35-49 და 50-59 წლის, აგრეთვე, უმაღლესი განათლების რესპონდენტები — გონივრული საქმის კეთების, მდიდართა ფენის წარმომადგენლები — პროფესიული ზრდის, 60 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტები — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, მდიდართა ფენის წარმომადგენლები, 25 წლამდე და 25-34 წლის, ასევე, დაქირავებულები და უმუშევრები — სამუშაო ადგილის შენარჩუნების შესაძლებლობას უთმობენ, ხოლო მეორე-მესამე ადგილებზე საშუალო განათლების რესპონდენტები დამოუკიდებლად საქმიანობისა და მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობას აყენებენ.

მესამე ადგილს 25 წლამდე რესპონდენტები — დამოუკიდებლად საქმიანობის, ღარიბთა ფენის წარმომადგენლები — გონივრული საქმის კეთების, დაქირავებულები, მდიდართა და საშუალო ფენის წარმომადგენლები, უმაღლესი განათლების, 50-59 წლის და 60 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტები პროფესიის პრესტიჟულობას, 25-34 და 35-49 წლის რესპონდენტები დამოუკიდებლად საქმიანობისა და გონივრული საქმის კეთების, მესამე-მეხუთეს კი დამქირავებლები საპასუხისმგებლო ამოცანების გადაწყვეტისა და სხვა ადამიანებთან კონტაქტების შესაძლებლობას ანიჭებენ.

მეოთხე ადგილზე 25-29 წლის რესპონდენტებისათვის დამოუკიდებლად საქმიანობის შესაძლებლობა დგას, 60 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტებისათვის — საპასუხისმგებლო საქმის კეთების, საშუალო ფენის წარმომადგენლებისა და 25 წლამდე რესპონდენტებისათვის — პროფესიული ზრდის, საშუალო ფენის წარმომადგენლების, 50-59 წლისა და საშუალო განათლების რესპონდენტებისათვის — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, 35-49 წლის რესპონდენტებისათვის კი მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა, ხოლო მეოთხე-მეხუთე ადგილებზე თვითდასაქმებულებისათვის — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების შესაძლებლობა და პროფესიის პრესტიჟულობა, მეოთხე-მეექვსე ადგილებზე დაქირავებულებისათვის — დამოუკიდებლად საქმიანობის, გონივრული საქმის კეთებისა და სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, მეოთხე-მეცხრე ადგილებზე მდიდართა და საშუა-

ლო ფენის წარმომადგენლებისათვის — დამოუკიდებლად საქმიანობის, გონივრული საქმის კეთების, სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, მეტი თავისუფალი დროის შესაძლებლობა, პროფესიის პრესტიჟულობა და რეალური მნიშვნელობა.

მეხუთე ადგილზე საშუალო ფენის წარმომადგენლები დამოუკიდებლად საქმიანობის შესაძლებლობას ათავსებენ, 60 წლისა და უფროსი ასაკის და საშუალო განათლების რესპონდენტები — პროფესიული ზრდის, ღარიბთა ფენის წარმომადგენლები — სამუშაო ადგილის შენარჩუნების, 50-59 წლის რესპონდენტები — მაღალი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობას, 25 წლამდე რესპონდენტები კი — პროფესიის რეალურ მნიშვნელობას, მეხუთე-მეექვსე ადგილებზე — 25-34 წლის რესპონდენტები — გონივრული საქმის კეთებისა და სამუშაო ადგილის შენარჩუნების, ხოლო 35-49 წლის რესპონდენტები — პროფესიული ზრდის შესაძლებლობასა და პროფესიის პრესტიჟულობას, უმუშევრები — სხვა ადამიანებთან კონტაქტების შესაძლებლობასა და პროფესიის პრესტიჟულობას.

ასევე განსხვავებული მნიშვნელობებით ნაწილდება სარეიტინგო სკალაზე რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფების პროფესიის არჩევის მოტივები. რაც შეეხება საკუთარ საწარმოში მუშაობის (ან ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობის) არჩევის მოტივებს, მათ თავიანთი მნიშვნელობიდან და „წონადობიდან" გამომდინარე, სრულიად განსხვავებული ადგილი უჭირავთ სარეიტინგო სკალაზე. „მიმზიდველი" მოტივებიდან პირველ ადგილზე დგას საქმის თვითონვე მესვეურობის, მეორე ადგილზე — მეტი შემოსავლის მიღების, მესამეზე — საკუთარ ოჯახთან და ახლობლებთან მუშაობის, მეოთხეზე — საქმიანობის სფეროსა და კლიენტების თვითონვე არჩევის, მეხუთეზე — მუშაობასთან ერთად შვილების აღზრდისათვის მეტი დროის ქონის, მეექვსეზე — ფულის საკუთარი თავისთვის და არა სხვებისთვის კეთების სურვილი, მეშვიდეზე კი — მსხვილ საწარმოში მუშაობის სურვილის უქონლობა. მერვე-მეცხრე ადგილებს თანაბრად ინაწილებენ ისეთი მოტივები, როგორიცაა: ოჯახური ტრადიციების გაგრძელების სურვილი და სხვის საწარმოში მუშაობის სურვილის უქონლობა, მეათე ადგილი კი სახელმწიფო საწარმოში მუშაობის სურვილის უქონლობას უჭირავს. „იძულებით" ფაქტორებს შორის პირველ ადგილზე დგას სხვა სამუშაოს ვერ შოვნის, მეორეზე — წინანდელი სამუშაოდან განთავისუფლების, მესამეზე — სამსახურებრივი დაწინაურების უპერსპექტივობის მოტივი (იხ. სკალა 4).

სკალა 4

საკუთარ საწარმოში მუშაობის (ან ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობის) არჩევის მოტივების რეიტინგი

რესპონდენტთა ჯგუფები	„მიმზიდველი" მოტივები										„იძულებითი" მოტივები		
	პირდაპირ, თვითონ ეყოფილებით საქმის მესვეური	პირდაპირ, თვითონ აწარმოებს საქ. პიან. სფეროში და კლიენტები	პირდაპირ, ჰქონდეს შემოსავალი მეტი	პირდაპირ, ფული მეტი სჭირდება თავის თავისთ. და არა – სხვებისთვის	პირდაპირ, ოჯახური ტრადიციები გაგრძელებისა	პირდაპირ, შეძლებია სწავლ. ოჯახ. და ახლობ. ტრადიც.	პირდაპირ, ტრადიც. მეტი დრო შეჰქონდეს ოჯახზე. შვილებთან	არ მჭირდება ძალიან სწავლა საწარმოში ტექნიკის სერვისი	არ მჭირდება სპეც საწარმოში მუშაობის სერვისი	არ მჭირდება სახელმწიფო საწარმოში მუშაობის სერვისი	ვერ ვიშოვე სხვა სამუშაო	წინამდებარე სამუშაოდან გამათავისუფლეს	არ მჭირდა წინამდებარე სამუშაოზე დათანხმება. იძულ.
რეს.– სულ[1] მ. შორის:	1	4	2	6	8-9	3	5	7	8-9	10	1	2	3
მამაკაცი	2	3	1	4	–	5-6	5-6	8-9	8-9	7	1-2	1-2	3
ქალი	1	8-9	2	8-9	5-7	3	4	5-7	5-7	–	1	3	2
სოც. ჯგ.[2] მდიდ-ფენა	–	–	1-2	1-2	–	–	–	–	–	–	–	–	–
საშ. ფენა	1	3	2	6	7-10	4-5	7-10	4-5	7-10	7-10	1	2-3	2-3
ღარ. ფენა	1	5-7	2	5-7	8-10	3	4	8-10	5-7	8-10	1	2	3
ასაკ. ჯგ.[3] 25 წ.-მდე	1	2-3	2-3	4-7	–	4-7	4-7	–	4-7	–	1	–	–
25-34 წ.	2	1	3	–	4-5	4-5	–	–	–	–	1	2	–
34-49 წ.	2	3-6	1	3-6	7-9	3-6	7-19	3-6	7-9	–	1	2	–
50-59 წ.	2	–	1	–	–	3	4	5-6	–	5-6	1	2-3	2-3
60 წ. და უფ.	1-3	–	5-9	4	5-9	1-3	1-3	5-9	5-9	5-9	1-2	1-2	–
განათლ.[4] არასრ. საშ.	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–
საშ.ს. და ტ. უმაღლესი	1	6-7	4-5	8-10	4-5	2	3	6-7	8-10	8-10	1	2	–
ეკ. სტატ[5] დამწყოვ.	2	3	1	4	8-10	5	6-7	8-10	6-7	8-10	1	2	3
დაჭირავ.	1-2	–	1-2	–	–	3	–	–	–	–	–	–	–
თვითდას.	1-3	1-3	–	–	1-3	1-3	–	–	–	–	1	–	–
უმუშევარი	2	3-4	1	–		3-4	–	–	–	–	1-2	1-2	–
	2	–	1	–	–	–	–	–	–	–	1	2	–

[1] გაანგარიშებულია 96 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 94 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 94 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 94 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 95 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წ ყ ა რ ო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები..

მამაკაცები მესამე ადგილზე საქმიანობის სფეროსა და კლიენტების თვითონვე შერჩევის, ხოლო მეოთხეზე ფულის საკუთარი თავისთვის და არა სხვებისთვის კეთების სურვილს ათავსებენ, ქალები კი ამ ადგილებზე, საკუთარ ოჯახთან და ახლობლებთან ერთად მუშაობასა და შრომით საქმიანობასთან ერთად შვილების აღზრდისათვის მეტი

დროის ქონის სურვილს ასახელებენ, ხოლო ზემოაღნიშნულ მოტივებს, საქმიანობის სფეროსა და კლიენტების თვითონვე შერჩევისა და ფულის საკუთარი თავისთვის და არა სხვებისთვის კეთების სურვილებთან ერთად, მხოლოდ მერვე-მეცხრე ადგილებს უნაწილებენ. მამაკაცები მერვე-მეცხრე ადგილებზე — მსხვილ, აგრეთვე, სხვის საწარმოში მუშაობის სურვილის უქონლობას აცხადებენ, მაშინ როდესაც ქალებისათვის ეს მოტივები მეხუთე-მეშვიდე ადგილებზე დგას. საშუალო და ღარიბთა ფენების წარმომადგენლები, 25 წლამდე ასაკისა და არასრული განათლების რესპონდენტები სარეიტინგო სკალაზე პირველ ადგილზე, დამქირავებლები — პირველ-მეორე, ხოლო დაქირავებულები და 60 წლისა და უფროსი ასაკის რესპონდენტები პირველ-მესამე ადგილებზე საქმის მესვეურობის სურვილს ათავსებენ, 25-34, 34-49 და 50-59 წლის რესპონდენტები კი ამ მოტივს მეორე ადგილზე აყენებენ, ხოლო პირველ ადგილს, შესაბამისად, საქმიანობის სფეროსა და კლიენტების თვითონვე არჩევისა და მეტი შემოსავლის მიღების სურვილს უთმობენ.

სარეიტინგო სკალაზე თითქმის ყველა ასაკის რესპონდენტებისათვის შედარებით მოკრძალებული ადგილები (მეოთხე-მეცხრე) უჭირავთ ისეთ მოტივებს, როგორიცაა: ოჯახური ტრადიციების გაგრძელების, საკუთარ ოჯახთან და ახლობლებთან ერთად მუშაობის, მუშაობასთან ერთად, შვილების აღსაზრდელად მეტი დროის ქონის სურვილი და, პირიქით, მსხვილ, სხვის და სახელმწიფო საწარმოებში მუშაობის სურვილის უქონლობა. უმაღლესი განათლების, თვითდასაქმებული და უმუშევარი რესპონდენტები პირველ ადგილს მეტი შემოსავლის მიღების, ხოლო მეორე ადგილს საქმის მესვეურობის სურვილს უთმობენ. რაც შეეხება დამქირავებლებს, ისინი პირველ-მეორე ადგილებს თანაბრად უნაწილებენ ზემოაღნიშნულ მოტივებს.

როგორც მამაკაცებისა და ქალებისათვის, ისე რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფებისათვის მნიშვნელოვნად განსხვავდება ცალკეული მოტივების „წონადობის“ ხარისხი. საკუთარ საწარმოში მუშაობის (ან ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობის) არჩევისას მამაკაცები სარეიტინგო სკალაზე „მიმზიდველი“ მოტივებიდან პირველ ადგილზე მეტი შემოსავლის მიღების სურვილს ასახელებენ, ქალები კი — საქმის მესვეურობისას. თავის მხრივ, მამაკაცებისათვის ამ მოტივს მეორე ადგილი უჭირავს, მაშინ როდესაც ქალები ამ ადგილზე მეტი შემოსავლის მიღების სურვილს ათავსებენ.

ფუნდამენტური ეკონომიკური ფასეულობებისადმი თანამედროვე ქართველი საზოგადოების არაერთგვაროვან დამოკიდებულებას თვალნათლივ წარმოგვიჩენს სარეიტინგო სკალაც. რესპონდენტები

პირველ ადგილზე საბაზრო ეკონომიკურ სისტემას ათავსებენ, მეორე ადგილზე – ტრადიციულ, ხოლო მესამე, ბოლო ადგილზე – სოციალისტურ ეკონომიკურ სისტემას. (იხ. სკალ. 5).

სკალა 5

ეკონომიკურ სისტემათა რეიტინგი

რესპონდენტები	სოციალისტური ეკონ. სისტემა	საბაზრო ეკონ. სისტემა	ტრადიციული ეკონ. სისტემა
სულ[1]	3	1	2
მათ შორის:			
მამაკაცი	2-3	1	2-3
ქალი	3	1	2
სოციალური ჯგუფები:[2]			
მდიდართა ფენა	...	1-2	1-2
საშუალო ფენა	3	1	2
ღარიბთა ფენა	1	2	3
ასაკობრივი ჯგუფები:[3]			
25 წლამდე	3	1	2
25-34 წლის	3	1	2
35-49 წლის	2	1	3
50-59 წლის	1	3	2
60 წლისა და უფროსი	1	3	2
განათლება:[4]			
არასრული საშუალო	...	1	...
საშუალო ზოგადი და ტექნ.	3	2	1
უმაღლესი	3	1	2
ეკონომიკური სტატუსი:[5]			
დამქირავებელი	1	1-2	...
დაქირავებელი	3	1	2
თვითდასაქმებული	3	1	2
უმუშევარი	2	3	1

[1] გაანგარიშებულია 430 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [2] გაანგარიშებულია 427 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [3] გაანგარიშებულია 425 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [4] გაანგარიშებულია 406 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე. [5] გაანგარიშებულია 436 რესპონდენტის პასუხების საფუძველზე.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

მეტ-ნაკლებად ურთიერთსაწინააღმდეგოა, აგრეთვე, რესპონდენტთა ცალკეული ჯგუფების პოზიციებიც. საშუალო ფენის წარმომადგენლები, 25 წლამდე და 25-34 წლის რესპონდენტები, გამოკითხულთა საერთო ჯგუფის მსგავსად, პირველ ადგილს საბაზრო ეკონომიკურ სისტემას უთმობენ, მეორე ადგილს – ტრადიციულ, ხოლო მესამე ადგილს – სოციალისტურ ეკონომიკურ სისტემას, მაშინ როდესაც ღარიბთა ფენის წარმომადგენლები, აგრეთვე, მაღალი ასაკის რესპონდენტები (50-59 და 60 და უფროსი ასაკის გამოკითხულები),

ასევე, დამქირავებლები პირველ ადგილს სოციალისტურ ეკონომიკურ სისტემას ანიჭებენ, მეორე ადგილს — ტრადიციულ, ხოლო მესამე ადგილს — საბაზრო ეკონომიკურ სისტემას, მაშინ როდესაც საშუალო ზოგადი და ტექნიკური და უმაღლესი განათლების, აგრეთვე, დაქირავებულები და თვითდასაქმებულები, პირიქით, პირველ ადგილს სოციალისტურ ეკონომიკურ სისტემას უთმობენ.

რეზიუმე

წვრილ მეწარმეობაში მეურნეობრივ სუბიექტებს, როგორც წესი, წარმოადგენენ ცალკეული ინდივიდები, ოჯახები ან მცირერიცხოვანი შრომითი კოლექტივები ანუ პირველადი სოციალური ჯგუფები, რომელთა წევრებს ერთმანეთთან პირდაპირი კონტაქტები, უშუალო, პიროვნული, არც თუ იშვიათად კი, ემოციური ურთიერთობები აერთიანებთ, რაც მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს ამ სფეროში დასაქმებულთა შრომით მოტივაციას და დადებით გავლენას ახდენს არა მარტო ადამიანთა მისწრაფებების რეალიზაციაზე, არამედ — შრომის საბოლოო შედეგებზეც.

ამავე დროს, მცირე ბიზნესი არა მარტო სოციოკულტურული, არამედ სოციოფსიქოლოგიური ფენომენიცაა, რადგან მას, შემოსავლის ან მოგების მიღების გარდა, სხვა მიმზიდველი, ე. წ. არამატერიალური მხარეებიც გააჩნია, რომლებიც შეესაბამება კერძო მეწარმის ინდივიდუალისტურ ბუნებას და უზრუნველყოფს მის ფუნდამენტურ ეკონომიკურ თავისუფლებებს, აქედან გამომდინარე კი, თვისებრივად ახალი შრომითი ფასეულობებისა და, შესაბამისად, შრომის მოტივაციის სრულიად განსხვავებული, სპეციფიკური სისტემის ფორმირებას მოასწავებს. იგი ხელსაყრელ პირობებს ქმნის, ერთი მხრივ, თითოეული ადამიანის (მაშასადამე, საბოლოო ჯამში, მთელი საზოგადოების) სამეურნეო-კომერციული უნარისა და შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოვლენისათვის, ხოლო, მეორე მხრივ, ამავე გზით უზრუნველყოფს, ასევე, თითოეული ადამიანის ფუნდამენტურ სულიერ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.

მცირე ბიზნესი შრომის ავტონომიურობის, მრავალფეროვნების, ჩამოყალიბებისა და თვითორგანიზაციის სიმარტივის, აგრეთვე, სხვა თავისებურებათა გამო, უფართოესი არჩევანის საშუალებას აძლევს ინდივიდუალური გემოვნების ადამიანს თავისი სურვილისა და მოთხოვნილებების ხორცშესასხმელად, რასაც თვალნათლივ ადასტურებს „დამოუკიდებელი მუშაკების“ შრომისადმი დამოკიდებულების სოციოლოგიური კვლევის შედეგები, რომელთა მიხედვითაც მცირე

ბიზნესის სფეროში მუშაობის მოტივები ძირითადად დაკავშირებულია მეურნეობრივ დამოუკიდებლობასთან, ფინანსურ უპირატესობებთან, ოჯახურ გარემოებებთან, მსხვილ საწარმოში სურვილის უქონლობასთან და ა. შ.

სოციოლოგიური კვლევების თანახმად, საქართველოშიც პროფესიული საქმიანობის არჩევისას გადამწყვეტ როლს ასრულებს ისეთი „მიმზიდველი“ ფაქტორები, როგორიცაა: საინტერესო საქმიანობის, გონივრული საქმის კეთების, საპასუხისმგებლო ამოცანების გადაწყვეტის, პროფესიული ზრდის, მაღალი შემოსავლის მიღების, დამოუკიდებლად საქმიანობის, სხვა ადამიანებთან კონტაქტების, მეტი თავისუფალი დროის შესაძლებლობა და სხვა.

ამავე დროს, მკვეთრად არაერთგვაროვანია საზოგადოების დამოკიდებულება როგორც ცალკეული ეკონომიკური ფასეულობებისადმი, ისე – შრომის მოტივაციაზე მოქმედი ფაქტორებისადმი, ძლიერია ძველი სტერეოტიპებისა და დოგმების გავლენა: ყოველ მესამე და მეტ რესპონდენტს (35,1 პროცენტს) საკუთარ საწარმოში სურს მუშაობა, მაშინ როდესაც თითქმის ყოველი მეოთხე გამოკითხული (24,1 პროც.) სახელმწიფო საწარმოს არჩევს, 38,2 პროცენტი კი იმუშავებს ყველგან, სადაც ანაზღაურება მაღალია.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რატომ წარმოადგენს მცირე ბიზნესი სოციოკულტურულ და სოციოფსიქოლოგიურ ფენომენს?
2. დაახასიათეთ თანამედროვე პირობებში ადამიანის ფუძემდებლური ეკონომიკური ფასეულობანი და მცირე ბიზნესის როლი მათ რეალიზებაში;
3. როგორია ე. წ. დამოუკიდებელ მუშაკთა შრომისადმი დამოკიდებულება და ინდივიდუალური სამეწარმეო საქმიანობის მოტივაცია?
4. გააანალიზეთ შრომითი საქმიანობის ძირითად მიმართულებათა (სახეობათა) არჩევის მოტივები რუსეთის ფედერაციაში და დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში;
5. როგორია შრომით ფასეულობებსა და შრომის მოტივაციაზე მოქმედი ფაქტორებისადმი მოსახლეობის დამოკიდებულება საქართველოში?
6. დაახასიათეთ შრომითი საქმიანობის სფეროს არჩევისას „მიმზიდველი“ და „იძულებითი“ ფაქტორების როლი;
7. როგორ ინაწილებენ ადგილებს სარეიტინგო სკალაზე პროფესი-

ისა და შრომითი საქმიანობის არჩევის მოტივები?

8. გააანალიზეთ განვითარებულ საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში წვრილ, არაკოოპერირებულ ფირმათა შექმნისა და ფუნქციონირების თავისებურებანი და მათი ზრდა-განვითარების ტენდენციები.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. რაში გამოიხატება მცირე ბიზნესის როლი ადამიანის ფუძემდებლური ეკონომიკური ფასეულობების რეალიზებაში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. შრომის მოტივაციის ფაქტორები მცირე ბიზნესში და ეკონომიკურ ფასეულობათა ცვლილებები საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში;
2. შრომითი საქმიანობის ძირითად მიმართულებათა (სახეობათა) არჩევის მოტივები პოსტსოციალისტურ და დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში.

ლიტერატურა

1. პაპავა ვ., ახმეტელი რ., ლეიაშვილი პ., ულუმბერაშვილი ნ. საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. თეორიული ეკონომიკა. თბ., 1993;
2. შურღაია ო. შრომითი მოტივაციის ფაქტორები მცირე ბიზნესში. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1993, № 8-9;
3. **Алимова Т., Буев В., Голикова В., Долгопятова Т. Малый бизнес России: адаптация к переходным условиям**. Журн. „Вопросы Статистики“, 1995, № 9;
4. **Данишевская Г. „Самостоятельные работники“ в Великобритании**. Журн. „Социологические исследования“. 1992, № 9;
5. **Как добиться успеха. Практические рекомендации деловым людям**. М., изд.-во „Республика“, 1992;
6. **Магун В. Трудовые ценности российского населения**. Журн. „Вопросы экономики“, 1996, № 1;
7. **Словарь бизиесмена**. М., изд.-во „Экономиика“, 1990.
8. **Смелзер Н. Социология**. Журн. „Социологические исследования“. 1991, № 9;
9. **Соколинский В., Василъева Е. Экономическая психология**. „Российский экономический журнал“ № 1, 1998.
10. **Сорокин П. „Тайственная“ энергия любви**. Журн. „Социологические исследования“. 1991, № 9;

3.3. სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა

მცირე მეწარმეობის სიცოცხლისუნარიანობა, უწინარეს ყოვლისა, განპირობებულია იმით, რომ იგი უზრუნველყოფს ცალკეულ მეწარმეთა ან მეწარმეთა ჯგუფის მიერ საკუთრების ფლობისა და საკუთარი შეხედულებებით მისი რეალური გამოყენება-განკარგვის უფლებების შეერთებას, რაც დიდად ასტიმულირებს შრომის მწარმოებლურობის გადიდებას[122] და ზრდის მის უპირატესობებს მსხვილ ბიზნესთან შედარებით.

რაში გამოიხატება ეს უპირატესობები?

ჯერ ერთი, უაღრესად მაღალია მცირე საწარმოს დინამიკურობისა და ელასტიკურობის ხარისხი. მას ყველა შესაძლებლობა აქვს, სწრაფი რეაგირება მოახდინოს ბაზრის კონიუნქტურის ყოველგვარ ცვლილებაზე და, შექმნილი ვითარების შესაბამისად, უმოკლეს ვადაში გადაიყვანოს წარმოება ახალი დაკვეთების მიხედვით ახალი პროდუქციის წარმოებასა და მომსახურების გაწევაზე. ეროვნული სამეცნიერო ფონდის შეფასებით, აშშ-ში ახალი ნაწარმის უმნიშვნელოვანეს დამუშავებათა 98 პროცენტი მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება, მაშინ როდესაც წვრილ საწარმოებზე ქვეყანაში კვლევებისა და დამუშავებებისათვის გამოყოფილი სახსრების მხოლოდ 5 პროცენტი მოდის[123];

მეორე, მმართველობითი სტრუქტურის სიმარტივე ყველა პირობას უქმნის მცირე ბიზნესს თავისუფალი, ენერგიული და ინიციატივიანი მოქმედებისათვის, მოქნილი და ოპერატიული გადაწყვეტილებების მიღებისათვის;

მესამე, მცირე ბიზნესს შეუძლია, სწრაფად განაახლოს თავისი ძირითადი კაპიტალი, აითვისოს ახალი ტექნოლოგიები, დააჩქაროს სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების პრაქტიკაში დანერგვა[124];

მეოთხე, სამომხმარებლო ბაზარზე, მეცნიერებასა და ტექნოლოგიაში მომხდარ სიახლეებზე სწრაფი რეაგირების უნარი მცირე ბიზნესს საშუალებას აძლევს, იყოს ის ნოყიერი ხნული, სადაც აღმოცენდება ეკონომიკის ახალი ყლორტები. როგორც პრაქტიკა ადასტუ-

---

[122] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Стронгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии, გვ. 69.

[123] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 107.

[124] საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის კონცეფცია. თბ., გამომც. „მეცნიერება", 1991, გვ. 91.

რებს, ახალი იდეები, გამოგონებები, ყველანაირი სიახლე, უწინარეს ყოვლისა, ხორცს ისხამს მცირე ბიზნესის სფეროში და მცირე საწარმოთა საშუალებით ან ახალი საწარმოების შექმნით ინერგება. სწორედ ეს ახლადშექმნილი საწარმოები ცვლის იმათ, ვინც ეკონომიკის სარბიელს ტოვებს. ისინი აცოცხლებს ეკონომიკას. ხშირად სწორედ ამ მიზნით იძენენ მათ ძველი კომპანიები[125];

მეხუთე, მცირე საწარმოს მაღალკვალიფიციური სპეციალისტის ხელმძღვანელობით მომუშავე, ასევე, მაღალკვალიფიციურ სპეციალისტთაგან შემდგარი მცირერიცხოვანი კოლექტივის შექმნის გზით უფრო მეტად ძალუძს, დააჩქაროს ინოვაციური პროცესები, მიაღწიოს სამეცნიერო-კვლევით და საგამომგონებლო სამუშაოთა ვადებისა და მათზე გაწეული დანახარჯების არსებით შემცირებას. საგულისხმოა, რომ სპეციალურ გამოკვლევათა თანახმად, მცირე საწარმოს მიერ, საშუალოდ ერთ მეცნიერსა და ინჟინერზე გაანგარიშებით, გაწეული საინოვაციო დანახარჯები 4-ჯერ ნაკლებია საშუალო სიდიდის კორპორაციის მიერ გაწეულ ანალოგიურ დანახარჯებზე, ხოლო 24-ჯერ ნაკლები — მსხვილი კომპანიის დანახარჯებზე. მცირე ინოვაციურ ფირმებში ახალ ნაკეთობათა წილი პროდუქციის რეალიზაციის საერთო მოცულობაში ერთი მესამედით მეტია საშუალო და მსხვილი სიდიდის ფირმებთან შედარებით. ასეთ ფირმებში კვლევითი სამსახურის ერთ მუშაკზე 4-ჯერ მეტი გამოგონება და ინოვაცია მოდის, ვიდრე მსხვილ და საშუალო ფირმებში[126];

მეექვსე, მცირე საწარმოებს გაცილებით მეტი შესაძლებლობები აქვს, თვისებრივად სრულყოს მოქმედი და შეიმუშაოს წარმოების ორგანიზაციისა და გაძღოლის სრულიად ახალი ფორმები და მეთოდები, შექმნას შრომის მწარმოებლურობისა და წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებისათვის უკეთესი ტექნიკურ-ეკონომიკური და მორალურ-ფსიქოლოგიური პირობები[127];

მეშვიდე, შედარებით მცირეა წვრილი მეწარმეობის გაძღოლისათვის საჭირო დანახარჯები: ხელფასის ფონდი, საინვესტიციო და სამმართველო ხარჯები, ამასთანავე, დიდია უმოკლეს დროში მატერიალური წარმატების მიღწევის შესაძლებლობები და გრძელვადიანი

---

[125] Луис Л. Аленн. Как преуспеть в малом бизнесс. გვ. 9.

[126] ა. ხვედელიანი. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. გვ. 72.

[127] საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის კონცეფცია. გვ. 91.

სარგებლიანობის ხარისხი პირველივე საჭიროების შემთხვევაში მომგებიანი საქმის რეალიზაციის თვალსაზრისით;

მერვე, წარმოების თანამესაკუთრეობა ხელს უწყობს ნამდვილი შრომითი კოლექტივიზმის გრძნობის განვითარებას, რაც ერთიან ორგანიზმად კრავს კოლექტივის წევრებს და უზრუნველყოფს შრომის უმაღლესი შედეგების მიღწევას. ამის მკაფიო მაგალითია აშშ-ისა და დასავლეთის სხვა ქვეყნების მცირე საწარმოები, რომელთა თანამესაკუთრენი შრომითი კოლექტივის წევრები არიან. ეს საწარმოები შრომის მწარმოებლურობის, პროდუქციის რეალიზაციისა და მოგების ზრდის ტემპებით დიდად უსწრებენ ინდივიდუალური საკუთრების პრინციპებზე დაფუძნებულ კერძო კორპორაციებს[128];

მეცხრე, მცირე საწარმოთა საქმიანობა გარკვეულ რისკთან, სირთულეებთან და წინააღმდეგობებთანაცაა დაკავშირებული. მათ უმწვავეს კონკურენციას უწევენ მსხვილი და უმსხვილესი საწარმოები, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მათ სტაბილურობაზე[129]. ამავე დროს, დიდია ერთეულზე გაანგარიშებით პროდუქციის (საქონლისა და მომსახურების) წარმოებაზე, ბაზრის შესწავლაზე, რეკლამასა და სხვა არასაწარმოო საქმიანობაზე გაწეული დანახარჯები[130], ამასთანავე, რაც უფრო მცირეა საწარმო, მით უფრო საგრძნობია სააქციონერო კაპიტალთან პროცენტულ თანაფარდობაში მის მიერ პროდუქციის (საქონლისა და მომსახურების) წარმოებით გამოწვეული დანაკარგები[131]. ამიტომ არც არის გასაკვირი, რომ მცირე საწარმოთა მნიშვნელოვანი ნაწილი კრახით ამთავრებს თავის საქმიანობას. მაგალითად, იაპონიაში 10 მცირე საწარმოდან 6-7 საწარმო პირველი 5 წლის განმავლობაში წყვეტს არსებობას[132], დიდ ბრიტანეთში კი — ყოველი მეხუთე[133].

აშშ-ში ყოველწლიურად სხვადასხვა მიზეზით ასეულ ათასობით მცირე ფირმა წყვეტს არსებობას, მათზე მოდის გაკოტრების შემთხვევათა 85 პროცენტი[134], მაგრამ, ამავე დროს, აღმოცენებას იწ-

---

[128] საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის კონცეფცია. გვ. 92.

[129] Э. Гиденс. Стратификация и классовая структура общества. Журн. „Социологические исследования", 1992, № 9, გვ. 112.

[130] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გვ. 106.

[131] Луис Л. Аленн. Как преуспеть в малом бизнесе. გვ. 6-7.

[132] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები, გვ. 107.

[133] Э. Гиденс. Стратификация и классовая структура общества. გვ. 112.

[134] Луис Л. Аленн. Как преуспеть в малом бизнесе. გვ. 17.

ყებს ასეულ ათასობით ახალი საწარმო, რომელთა 95 პროცენტი ისეთი ფირმებია, სადაც მომუშავეთა რიცხოვნობა 20 კაცზე ნაკლებია. ამის შედეგად, საბოლოო ჯამში, ქვეყანაში მცირე ფირმების რიცხვი ერთი წლის განმავლობაში საშუალოდ ერთი ათასი ერთეულით იზრდება. საგულისხმოა, რომ ასეთ ტენდენციას საკმაოდ ხანგრძლივი და სტაბილური ხასიათი აქვს: გამოკვლევები ადასტურებს, რომ ეკონომიკური სიტუაციის ცვლილებათა მიუხედავად, აშშ-ის ეკონომიკაში მთელი XX საუკუნის განმავლობაში მცირე ბიზნესის პოზიციები მყარი იყო და ახლაც ასეთივე რჩება როგორც მოქმედი ფირმების რაოდენობისა და კაპიტალდაბანდებების, ისე მოგების საერთო მოცულობაში მათი წილის მიხედვით[135]. აშშ-ში განსაკუთრებით მკაფიოდ შეინიშნებოდა მცირე ბიზნესის ზრდა XX საუკუნის 80-იან წლებში. 1983 წელს, წინა წელთან შედარებით, მცირე ფირმების შემოსავალი ქვეყნაში 18 პროცენტით გაიზარდა, ამასთანავე, 10 პროცენტით და მეტად შემცირდა გაბანკროტების შემთხვევები[136];

დაბოლოს, მეათე, მცირე საწარმოები ქმნიან იმის შესაძლებლობას, რომ მათ საფუძველზე ჩამოყალიბდეს ახალი ეკონომიკური სტრუქტურები, რომლებიც მოიცავს ტექნოლოგიური ჯაჭვის ერთ დონეზე კონკრეტულ ურთიერთობებს და ასუსტებს საბაზრო მექანიზმებს სხვა დონეზე, რასაც, საბოლოო ჯამში, შეუძლია, სრულყოს საბოლოო პროდუქტის საბაზრო თვისებები[137].

მცირე საწარმოებმა თავიანთი მაღალი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა მთლიანად ცხადყვეს საქართველოშიც. მაგალითად, ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით, განათლების სფეროს მცირე საწარმოებში 1,1-ჯერ მეტი პროდუქცია იწარმოება, ვიდრე მსხვილ და საშუალო საწარმოებში, 1,4-ჯერ მეტი, ვიდრე — ჯანმრთელობის დაცვასა და სოციალურ მომსახურებაში, 1,5-ჯერ მეტი, ვიდრე — უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში, 1,8-ჯერ მეტი, ვიდრე — სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყევეობაში, 2,5-ჯერ მეტი, ვიდრე — ტრანსპორტზე, სასაწყობო მეურნეობასა და კავშირგაბმულობაში, 2,6-ჯერ მეტი, ვიდრე — სამთომომპოვებელ მრეწველობაში და ა. შ.

---

[135] Луис Л. Аленн. Как преуспеть в малом бизнесе. გვ. 5-6.

[136] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 18.

[137] С. Антюгенов, Б. Зиновьев, Н. Стронгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии. გვ. 69.

რეზიუმე

მცირე მეწარმეობა უზრუნველყოფს ცალკეული მეწარმის ან მეწარმეთა ჯგუფის მიერ საკუთრების ფლობისა და საკუთარი შეხედულებებით მისი რეალური გამოყენება-განკარგვის უფლებების შეერთებას, რაც დიდად ასტიმულირებს შრომის მწარმოებლურობის გადიდებას და ზრდის მის უპირატესობებს მსხვილ ბიზნესთან შედარებით.

მცირე ბიზნესის მაღალი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა, უწინარესად, გამოიხატება ისეთი ფაქტორებით, როგორიცაა: წარმოების დინამიკურობა და ელასტიკურობა; მმართველობითი სტრუქტურის სიმარტივე; ძირითადი კაპიტალის სწრაფი განახლება და ახალი ტექნოლოგიების ათვისება; სამომხმარებლო ბაზარზე მეცნიერებასა და ტექნოლოგიაში მომხდარ სიახლეებზე სწრაფი რეაგირების უნარი; ინოვაციური პროცესების დაჩქარება; წარმოების ორგანიზაციისა და გაძღოლის ახალი ფორმებისა და მეთოდების შემუშავების შესაძლებლობა; ხელფასის ფონდის, საინვესტიციო და სამმართველო ხარჯების სიმცირე; შრომითი კოლექტივიზმის გრძნობის განვითარების უნარი; ახალი ეკონომიკური სტრუქტურების ჩამოყალიბების ფართო შესაძლებლობა, თავისუფალი, ენერგიული და ინიციატივიანი მოქმედება, მოქნილ და ოპერატიულ გადაწყვეტილებათა მიღების შესაძლებლობა; ახალი იდეების, გამოგონებების, სიახლეების სწრაფად ათვისება; წარმოების ორგანიზაციისა და გაძღოლის სრულიად ახალი ფორმებისა და მეთოდების უმოკლეს ვადაში შემუშავება და დანერგვა; გადამუშავებისა და მზა პროდუქციის მოხმარების ზონიდან დიდი დაშორების გამო ე. წ. არაეკონომიური ნედლეულის გამოყენება; წარმოების თანამესაკუთრეობის საფუძველზე ნამდვილი კოლექტივიზმის გრძნობის განვითარება და სხვ.

მცირე მეწარმეობის სუსტი მხარეებია: მსხვილი და უმსხვილესი საწარმოების მხრიდან მწვავე კონკურენციაზე რეაგირების სიძნელეები; ერთეულზე გაანგარიშებით პროდუქციის (საქონლისა და მომსახურების) წარმოებაზე, ბაზრის შესწავლაზე, რეკლამასა და სხვა არასაწარმო საქმიანობაზე გაწეული დანახარჯების სიდიდე, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მათი ფუნქციონირების ხანგრძლივობაზე.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა განაპირობებს მცირე ბიზნესის მიმზიდველობასა და სიცოცხლისუნარიანობას?
2. რაში გამოიხატება მცირე მეწარმეობის უპირატესობები მსხვილ ბიზნესთან შედარებით?
3. რა უპირატესობას ანიჭებს მცირე საწარმოს დინამიკურობისა და ელასტიკურობის მაღალი ხარისხი?
4. როგორ რეაგირებს მცირე საწარმო სამომხმარებლო ბაზარზე, მეცნიერებასა და ტექნოლოგიებში მომხდარ ცვლილებებზე?
5. როგორია ინოვაციური დანახარჯები მცირე მეწარმეობაში?
6. რა განაპირობებს მცირე ბიზნესში შრომითი კოლექტივიზმის გრძნობის განვითარებას?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა და მისი ამაღლების გზები პოსტსოციალისტურ საქართველოში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის სოციალურ-ეკონომიკური უპირატესობანი;
2. მცირე მეწარმეობის უპირატესი განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური კანონზომიერებანი საქართველოში.

ლიტერატურა

1. საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის კონცეფცია. თბ., გამომც. „მეცნიერება“, 1991;
2. ძნელაძე დ. პ. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გამომც. „საქართველო“, თბ., 1991;
3. ხვედელიანი ა. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 7-8;

4. **Аленн Лунс Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка", 1992;
5. **Антюгенов С., Зиновьев В., Стропгина Н. Малое предпринимательство: заметки о развитии.** Жур. „Вопросы статистики", 1995, № 9;
6. **Гиденс Э. Стратификация и классовая структура общества.** Журн. „Социологические исследования", 1992, № 9;
7. **Жизнин С., Круппов В. Как стать бизнесменом. Американский опыт.** Минск, 1990;
8. **Современный бизнес.** Учеб. в 2 т-х, т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М.Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995.

3.4. განვითარების ძირითადი ტენდენციები

XX საუკუნის 60-იან წლებამდე მცირე ბიზნესი ეკონომიკის ერთ-ერთ უპერსპექტივო და სუსტად განვითარებულ სექტორად ითვლებოდა. მომდევნო პერიოდში, განსაკუთრებით 80-იან წლებში, არსებითად შეიცვალა მდგომარეობა. მაგალითად, მხოლოდ ამ პერიოდში აშშ-ში რეგისტრირებულ იქნა 3-ჯერ მეტი მცირე საწარმო, ვიდრე — 60-იან წლებში[138]. ყოველივე ეს, უწინარესად, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის ზეგავლენით წარმოების ტექნოლოგიასა და ორგანიზაციაში, აგრეთვე, შრომის ფასეულობათა ორიენტაციაში მომხდარი ცვლილებებით აიხსნება.

ამჟამად მცირე ბიზნესი დასავლეთის ეკონომიკურად მაღალგანვითარებული ქვეყნების მეურნეობრივი სისტემის ერთ-ერთი განუყოფელი და დინამიკურად განვითარებადი ნაწილია, რომელიც თავისი განსაკუთრებული ადგილისა და როლის გამო არსებით როლს ასრულებს ამ ქვეყნების არა მარტო სოციალურ-ეკონომიკურ, არამედ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაშიც, რაც მთავარია, მოსახლეობის მატერიალური კეთილდღეობის ამაღლებაში.

საკმარისია აღინიშნოს, რომ ამჟამად აშშ-ში, გერმანიასა და რუსეთში მცირე ბიზნესის სფეროში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის 50-52 პროცენტი, დიდ ბრიტანეთში — 50-53, იაპონიაში — 52-55, საფრანგეთში — 55-62, იტალიაში — 57-60[139], ევროკავშირის ქვეყნებში — 63-67 პროცენტი[140]; ამ სექტორში მზადდება და რეალიზდება დიდი მოცულობის როგორც საწარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვანი პროდუქცია, სრულდება სხვადასხვა სახეობის მომსახურებასთან დაკავშირებული სამუშაოები და ა. შ. კერძოდ, მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდის მრეწველობაში გაყიდვათა საერთო მოცულობის 50 პროცენტი, მომსახურების სფეროში — 67, მშენებლობასა და ვაჭრობაში — 90 პროცენტი[141]. არანაკლებ საყურადღებოა, რომ მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულია თვითმოქმედი მოსახლეობის მეტად საგრძნობი ნაწილი. კერძოდ,

---

[138] Современный бизнес. გვ. 104.

[139] „Ваш банк Экономист". М. Ноябрь 2001, გვ. 22.

[140] А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. გვ. 87.

[141] На чем держится семерка (Роль малого и среднего бизнеса в экономике ведуших стран Запада). Газ. „Известия-Азербайджан", 30 Мая 2002 года, გვ. 10.

გერმანიაში მცირე საწარმოებში მუშაობს სამუშაო ძალის 46 პროცენტი, დიდ ბრიტანეთში — 49, საფრანგეთსა და აშშ-ში — 54, იტალიაში — 73, იაპონიაში — 78,8[142], ევროკავშირის ქვეყნებში — 72 პროცენტი[143].

აღსანიშნავია ისიც, რომ აშშ-ში, იაპონიაში, გერმანიასა და განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის სხვა ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოები ქმნის მყარ, ერთგვარ ორმაგ სტრუქტურას: მცირე პლუს მსხვილი[144], რაც ხელს უწყობს არა მარტო წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებას შრომის სპეციალიზაციისა და კოოპერაციის გაღრმავების გზით, არამედ — სამუშაო ძალის რაციონალურ დასაქმებასაც. ცნობილია, რომ იაპონური სუპერგიგანტები ემყარებიან ათასობით საოჯახო საწარმოსა და მიკროფირმას, რომლებიც სპეციალიზებული არიან ცალკეული დეტალების წარმოებასა, თუ საწარმოო ოპერაციების შესრულებაზე.

მსხვილი და მცირე ბიზნესის მჭიდრო თანამშრომლობისა და ურთიერთშეთანაწყობილი განვითარების შესანიშნავ მაგალითს იძლევა აშშ-ის ეკონომიკა. ქვეყნის 800 უმსხვილესი ფირმის ანუ მათი საერთო რაოდენობის მხოლოდ 1 პროცენტის ხელში თავმოყრილი აქტივები მთელ ეროვნულ ფასეულობათა თითქმის ნახევარს, ხოლო სამუშაო ადგილების რიცხვი დაახლოებით მეოთხედს შეადგენს[145]. კორპორაციათა 18 პროცენტის წილად მოდის ქვეყანაში წარმოებული მთელი სამრეწველო საქონლისა და მომსახურების ცხრა მეათედი[146]. თვით ამერიკელ მეცნიერთა თქმით, აშშ, უწინარესად, მსხვილი ბიზნესის ქვეყანაა, რომლის „ეკონომიკურ ლანდშაფტზე“ უმსხვილესი კორპორაციები დომინირებს[147]. ასეთ პირობებში აშშ-ის კონგრესთან არსებული მცირე ბიზნესის საკითხთა ადმინისტრაციის მონაცემებით, 1982 წელს ქვეყანაში წარმატებით ფუნქციონირებდა თითქმის 4,4 მლნ დამოუკი-

---

[142] „Ваш банк Экономист“. М. Ноябрь 2001, გვ. 22.

[143] А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. გვ. 87.

[144] А. Орлов. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы. Журн. „Вопрсы экономики“, 1997, № 4, გვ. 132-133.

[145] Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брию. Экономикс: принципы, проблемы, политика. 2-х т., т. 1, пер. с англ., 11-го изд., М., изд.-во „Республика“,1992, გვ. 112.

[146] იქვე. გვ. 111.

[147] იქვე. გვ. 112.

დებელი მცირე ფირმა და 4,5 მლნ მცირე სამეწარმეო გაერთიანება, რომელთა საფინანსო ბრუნვის წილი საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის საერთო მოცულობაში 42 პროცენტს უდრიდა[148].

კიდევ უფრო სწრაფი ტემპებით იზრდებოდა ქვეყანაში ეკონომიკის ზემოაღნიშნული სექტორის პოტენციალი ბოლო წლებში. 1989 წელს მცირე ფირმების საერთო რაოდენობამ (სასოფლო-სამეურნეო ფირმების ჩაუთვლელად) 19 მლნ-ს მიაღწია, ხოლო მათმა ხვედრითმა წილმა ერთობლივ ეროვნულ პროდუქტში შეადგინა: მომსახურების სფეროში — 81 პროცენტი, გადამამუშავებელ მრეწველობაში კი — 21 პროცენტი. ამავე პერიოდში მცირე ფირმების წლიური ამონაგები მხოლოდ მომსახურების სფეროში 2,5 მლრდ დოლარიდან 14,5 მლრდ დოლარამდე გაიზარდა[149]. საგულისხმოა, რომ ამჟამად მსხვილ და მცირე კომპანიებში თანაბარი რაოდენობის მუშახელი მუშაობს. ამასთანავე, 1976 წლიდან 1980 წლამდე ახალი სამუშაო ადგილების 60 პროცენტი მცირე ბიზნესში შეიქმნა[150].

მნიშვნელოვანი ცვლილებები ხდება მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ სტრუქტურაშიც: XX საუკუნის 80-იანი წლებიდან დაწყებული, სულ უფრო სწრაფი ტემპებით იზრდება ქვეყანაში ერთპიროვნულ მფლობელობაში მყოფი ფირმების რიცხვი, რომელთა წილმა მათ საერთო რაოდენობაში 77 პროცენტს მიაღწია, მაშინ როდესაც ამხანაგურ (პარტნიორულ) ფირმათა წილი — 8 პროცენტს, ხოლო კორპორაციებისა 15 პროცენტს არ აღემატება, თუმცა, მიუხედავად ამისა, ისინი ქვეყნის ერთობლივი ეროვნული პროდუქტის 85 პროცენტს აწარმოებენ, ერთპიროვნული ფირმები კი — მხოლოდ 10 პროცენტს[151].

საერთოდ, უნდა ითქვას, რომ მცირე ფირმები, სადაც 100 კაცზე ნაკლებია დასაქმებული, აშშ-ის საქმიანი კომპანიების საერთო რაოდენობის 99,1 პროცენტს შეადგენს, ხოლო ამ კატეგორიის საწარმოებს თუ ისეთ ფირმებსაც მივაკუთვნებთ, სადაც 500-მდე ადამიანი მუ-

---

[148] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 18.

[149] რ. ასათიანი. მომსახურება და საბაზრო სისტემა. თბ., თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომც., 1993, გვ. 74-75.

[150] ამერიკის ეკონომიკა. ზოგადი საფუძვლების მიმოხილვა. ამერიკის შეერთებული შტატების საინფორმაციო სააგენტო, გვ. 73.

[151] რ. ასათიანი. მომსახურება და საბაზრო სისტემა. გვ. 81-82.

შაობს, მაშინ მცირე საწარმოებად უნდა ჩაითვალოს ქვეყანაში მოქმედ საწარმოო კომპანიათა 99,8 პროცენტი[152].

ფართოდ არის წარმოდგენილი მცირე ბიზნესი აშშ-ის სოფლის მეურნეობაშიც, სადაც წვრილი ფერმერული მეურნეობები მათი საერთო რაოდენობის სამ მეოთხედს შეადგენს. თითოეული ასეთი მეურნეობა, რომელსაც ერთი მუშაკი ემსახურება, საშუალოდ 72 ჰექტარ მიწას, ერთ-ორ სატვირთო მანქანას და ასეთივე რაოდენობის სხვა სატრანსპორტო საშუალებებს ფლობს. საერთოდ კი, წვრილ ფერმერულ მეურნეობებზე ქვეყნის მიწების საერთო ფართობის 30 პროცენტამდე, სატვირთო მანქანების — 54, ტრაქტორების — 52 და სამუშაო ძალის 40 პროცენტი მოდის[153].

ძირითადად მცირე საცალო სავაჭრო ფირმებშია კონცენტრირებული აშშ-ის ეკონომიკის ისეთი ინტენსიური და მაღალკონკურენტული დარგის პოტენციალიც, როგორიცაა ვაჭრობა. XX საუკუნის 70-იანი წლების დამლევს ქვეყანაში 600 ათასი საოჯახო მარკეტი ფუნქციონირებდა. ასეთ ქსელზე სავაჭრო ფირმების საერთო რაოდენობის 50 პროცენტი მოდიოდა, მათი საქონელბრუნვა კი 53 მლრდ დოლარს უდრიდა, რაც ქვეყნის საქონელბრუნვის საერთო მოცულობის 3,7 პროცენტს შეადგენდა[154].

სულ უფრო წამყვან პოზიციებს იკავებს მცირე ბიზნესი აშშ-ის საქმიანი და პროფესიული მომსახურების სფეროშიც. თუ 1979 წელს ქვეყანაში მომსახურების ბიზნესის სფეროში 2,6 მლნ კაცი იყო დასაქმებული, 1984 წელს მათი რიცხვი 4,1 მლნ-მდე გაიზარდა. მრავალრიცხოვანი სპეციალიზებული ფირმები სთავაზობენ მომხმარებელს ტექნიკურ, ფინანსურ, იურიდიულ, ადმინისტრაციულ და სხვ. სახეობის მომსახურებას, რომელიც მოიცავს ისეთ სფეროებს, როგორიცაა: საანგარიშო-საბუხჰალტრო მომსახურება, წარმოებისა და გასაღების ორგანიზაცია, კადრების შერჩევა, მომზადება და განაწილება, საწარმოს საფინანსო ანგარიშგების შედგენა, გადასახადების გაანგარიშება და ა. შ. მრავალი ფირმა ეწევა კონსულტაციებს მმართველობით სფეროში, ატარებს ლაბორატორიულ და საბაზრო შემოწმებებს, მონაწილეობს ახალი ტექნოლოგიური პროცესების შემუშავებაში და სხვ.[155]

---

[152] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 21.

[153] ა. გრიშიკაშვილი. ფერმერული მეურნეობა ჩვენი ხვალინდელი დღეა. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1991, № 9-10, გვ. 30.

[154] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 39.

[155] რ. ასათიანი. მომსახურება და საბაზრო სისტემა. გვ. 85-86.

როგორც ვხედავთ, მეტად მნიშვნელოვანია აშშ-ის სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში მცირე ბიზნესის ადგილი და როლი. სწორედ ამის გამო ამბობენ ამერიკელები, აშშ-ის ეკონომიკის ხერხემალი მსხვილი კორპორაციებია, კუნთები კი — მცირე ფირმები, რომლებსაც მოძრაობაში მოჰყავს დიდი ბიზნესი[156]. უფრო მეტიც, ამ ბოლო დროს მცირე ბიზნესის ფირმებს ამერიკის ეკონომიკის ტვინსაც კი ადარებენ, ვინაიდან მრავალი ახალი, მეცნიერებატევადი საწარმო, რომელშიც ქვეყნის სამეცნიერო და ტექნიკური პოტენციალის დიდი ნაწილია ჩართული, მცირე კერძო ორგანიზაციის სახით არის წარმოდგენილი[157].

უნდა აღინიშნოს, რომ აშშ სულაც არ არის გამონაკლისი. მცირე მეწარმეობა ფართოდაა განვითარებული სრულყოფილი საბაზრო სტრუქტურების სხვა ქვეყნებშიც. მაგალითად, დასავლეთ ევროპის სახელმწიფოებში მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორზე ერთობლივი ეროვნული პროდუქტის 40-60 პროცენტი და დასაქმებული თვითმოქმედი აქტიური მოსახლეობის 50-70 პროცენტი მოდის[158]. საფრანგეთში საწარმოთა 96,6 პროცენტი — უმცირეს, 2,8 პროცენტი — მცირე, ხოლო 0,5 პროცენტი საშუალო სიდიდის ფირმებს მიეკუთვნება. სულ კი უმცირესი, მცირე და საშუალო საწარმოების წილი საწარმოთა საერთო რიცხვნობაში 99,9 პროცენტს უდრის, ხოლო მსხვილ საწარმოთა წილი — 0,1 პროცენტს[159].

გერმანიაში ბრუნვის გადასახადის გადამხდელ საწარმოთა აბსოლუტური უმრავლესობა — 99 პროცენტი — მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორს განეკუთვნება. ამ კატეგორიის საწარმოებში მუშაობს დაქირავებულ მუშაკთა საერთო რიცხვის 60 პროცენტზე მეტი. ამასთანავე, მათზე მოდის ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის თითქმის 50 პროცენტი. განსაკუთრებით დიდია მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების რიცხვი ქვეყნის მომსახურების სფეროში. ყოველივე ეს სულაც არ აკნინებს მსხვილ საწარმოთა როლს ქვეყნის ეკონომიკაში. მართალია, მათი წილი ბრუნვის გადასახადის გადამხდელ საწარმოთა რაოდენობაში მხოლოდ 1 პროცენტს უდრის, მაგრამ სწორედ ისინი

---

[156] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 18.

[157] როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჯ. პოტეეტი. 1995, გვ. 2.

[158] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Строгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии, გვ. 69.

[159] რ. ასათიანი. მომსახურება და საბაზრო სისტემა. გვ. 75.

უზრუნველყოფენ მომუშავეთა საერთო რაოდენობის თითქმის 40 პროცენტის დასაქმებასა და საერთო კაპიტალდაბანდებათა თითქმის 60 პროცენტის ინვესტირებას[160].

მცირე საწარმოები ფართოდაა გავრცელებული, აგრეთვე, იტალიაში, სადაც საბითუმო საცალო ვაჭრობაში 1280 ათასი, ტრანსპორტში — 200 ათასი, საინფორმაციო სამსახურებში, კადრების მომზადებისა და საწარმოთა გაადგილების მომსახურების სფეროში კი 670 ათასი უმცირესი და მცირე ფირმა მოქმედებს.

1980-1987 წლებში დიდ ბრიტანეთში მცირე ფირმების რაოდენობა 200 ათასიდან 1,5 მლნ-მდე გაიზარდა, მათში დასაქმებულ მუშაკთა რიცხოვნობა კი 2 მლნ-დან 2,9 მლნ კაცამდე გადიდდა. უკანასკნელ წლებში სწრაფად ვითარდება მცირე ბიზნესი სამხრეთ კორეაშიც, სადაც ბოლო ათწლეულში მცირე საწარმოთა წილი საწარმოთა საერთო რაოდენობაში 9,9 პროცენტიდან 62 პროცენტამდე გაიზარდა[161].

მცირე მეწარმეობა დიდ როლს ასრულებს იაპონიის ეკონომიკაშიც. ქვეყანაში 9 მლნ-მდე წვრილი საწარმოა[162], მათ შორის, 6 მლნ-ზე მეტი ფუნქციონირებს გადამამუშავებელ მრეწველობაში, სადაც დასაქმებულია მრეწველობაში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 75 პროცენტზე მეტი, საერთოდ კი, ამ ქვეყნის სამუშაო ძალის სამი მეოთხედი მცირე ბიზნესის სფეროში მუშაობს[163]. მსოფლიოში ფართოდ ცნობილი იაპონური კონცერნების მყარ ეკონომიკურ-ორგანიზაციულ საფუძველს სწორედ წვრილ და საშუალო საწარმოთა ფართოდ განშტოებული ქსელი ქმნის, რომელიც გადამწყვეტ როლს ასრულებს ამ ქვეყნის ეკონომიკურ ცხოვრებაში. 1988 წლის მონაცემებით, მცირე ბიზნესზე მოდიოდა იაპონიის სამრეწველო პროდუქციის რეალიზაციის 55 პროცენტზე მეტი, საცალო ვაჭრობის — 80 პროცენტი და საბითუმო ვაჭრობის ნახევარზე მეტი, მხოლოდ გადამამუშავებელ მრეწველობაში ფუნქციონირებდა 6 მლნ-ზე მეტი მცირე საწარმო, რომლებზეც მრეწველობაში დასაქმებულთა 75 პროცენტი მოდიოდა[164].

---

[160] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Стронгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии. გვ. 69.

[161] რ. ასათიანი. მომსახურება საბაზრო სისტემა. გვ. 75-76.

[162] საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. ნაწ. I, გვ. 39.

[163] იქვე.

[164] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გვ. 105.

სრულიად საწინააღმდეგო ვითარება იყო სსრ კავშირსა და სხვა ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში, სადაც სახელწიფო სექტორში წარმოების კონცენტრაციასა და ცენტრალიზაციას ჰიპერტროფირებული ხასიათი ჰქონდა, რაც ტოტალიტარული ეკონომიკის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი თავისებურებაა. მაგალითად, შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის მონაცემებით, 1986 წელს ანუ ეკონომიკური რეფორმების წინასასტარტო პერიოდში, სსრ კავშირში მრეწველობის მთლიანი პროდუქციის 97,8 პროცენტი სახელმწიფო სექტორში იწარმოებოდა; რაც შეეხება სოფლის მეურნეობის მთლიან პროდუქციას, მისი წარმოება მთლიანად (100,0 პროცენტი) სახელმწიფო და კოოპერაციულ სექტორში იყო მონოპოლიზებული. ასევე, სახელმწიფო სექტორში იყო დასაქმებული სამუშაო ძალის უდიდესი ნაწილი — 85,1 პროცენტი. თითქმის ანალოგიური მდგომარეობა იყო ბულგარეთის, ჩეხოსლოვაკიის, გერმანიის დემოკრატიული რესპუბლიკის, უნგრეთისა და პოლონეთის ეკონომიკაში (იხ. ცხრ. 11) და ეს მაშინ როდესაც გასული საუკუნის 90-იანი წლების დასაწისისათვის აშშ-ში ეროვნული სიმდიდრის მხოლოდ 20 პროცენტი წარმოადგენდა სახელმწიფო საკუთრებას, იაპონიაში სახელმწიფო საწარმოებზე მოდიოდა ძირითადი საწარმოო ფონდების მხოლოდ 10 და ეკონომიკაში დასაქმებული მუშახელის 9 პროცენტი. საფრანგეთში სახელმწიფო საწარმოებში სექტორში იწარმოებოდა მთლიანი შიდა პროდუქტის მხოლოდ მესამედი, იტალიაში — 39-42 პროცენტი, მათ შორის, მრეწველობაში — 30 პროცენტი; თვით ჩინეთშიც კი სახელმწიფო სექტორში შექმნილი შიდა პროდუქტის წილი ოდნავ აღემატება 50 პროცენტს[165].

მცირე ბიზნესის, ფაქტობრივად, სრული იგნორირების პირობებში ეკონომიკის უველა დარგში განუყოფლად დომინირებდა მსხვილი საწარმოები. 1984-1985 წლების მონაცემებით, სსრ კავშირში ერთ სამრეწველო საწარმოში საშუალოდ 10-ჯერ მეტი მუშაკი იყო დასაქმებული, ვიდრე — საშუალოდ ევროპის განვითარებულ ქვეყნებში[166]. ამასთანავე, მკაფიოდ შეინიშნებოდა ამ მაჩვენებლის შემდგომი ზრდის ტენდენცია. 1989 წლის მონაცემებით, სსრ კავშირში ერთ საწარმოში საშუალოდ 750 კაცი მუშაობდა მაშინ როდესაც ამავე პე-

---

[165] В. Савчепко, А. Шулус. Феномен государственного предпринимательства. „Российский экономический журнал", № 1, М., 1997, გვ. 63.

[166] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გვ. 99.

რიოდ'ში შესაბამისი მაჩვენებელი იაპონიაში 20 კაცს, გფრ-ში — 44, აშშ-ში კი 52 კაცს უდრიდა[167]. ამავე წლების მონაცემებით, სსრ კავშირში იმ საწარმოთა წილი, სადაც 100 და ნაკლები კაცი მუშაობდა, საწარმოთა საერთო რაოდენობაში 2,2 პროცენტს შეადგენდა, ხოლო დასავლეთის ქვეყნებში — 35 პროცენტს. იმ საწარმოების წილი კი, სადაც 501-დან 1000 კაცამდე იყო დასაქმებული, შესაბამისად, 12,5 და 19 პროცენტს აღწევდა, ხოლო 1000 კაცზე ზევით დასაქმებულებისა — 70 და 19 პროცენტს.

ცხრილი 11

სახელმწიფო, კოოპერაციული და კერძო საკუთრება ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებსა და საბჭოთა კავშირში, პროცენტობით, 1986 წ.

	მრეწველობის მთლიანი პროდუქცია			სოფ. მეურნ. მთლ. პროდ.		სამუშაო ძალის რიცხოვნობა			სხვა
	სახელმწიფო სექტორი	კოოპერაციული სექტორი	კერძო სექტორი	სახელმწ. და კოოპ. სექტ.	კერძო სექტორი	სახელმწიფო სექტორი	კოოპერაციული სექტორი	კერძო სექტორი	
ბულგარეთი	98,4	3,5	0,1	99,0	0,1	94,2	4,1	0,1	1,6
ჩეხოსლოვაკია	95,9	4,1	0	96,5	3,5	88,6	9,7	0,3	0,1
გდრ	94,1	4,2	1,2	94,8	5,2	87,8	8,4	2,8	1,0
უნგრეთი	92,0	6,5	1,5	99,3	0,7	80,5	16,9	2,6	—
პოლონეთი	83,9	12,9	3,2	21,5	78,5	77,6	0,6	21,8	—
სსრ კავშირი	97,8	2,2	0	100	0	85,1	14,9	0	0

წყარო: В. Любимова. Место «мелчайшего бизнеса» в экономике. Журн. «Мировая экономика и международные отношения», 1992, № 11, გვ. 148-149.

მეტად არასახარბიელო იყო საწარმოთა ტექნოლოგიურ-ეკონომიკური და ორგანიზაციული სტრუქტურა საქართველოშიც. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 1991 წელს ქვეყანაში ერთ სამრეწველო საწარმოში საშუალოდ 256 კაცი მუშაობდა, წლის განმავლობაში წარმოებული პროდუქციის მოცულობა — 11,5 მლნ მანეთს, ხოლო ძირითადი სამრეწველო საწარმოო ფონდების ღირებულება 5,8 მლნ მანეთს უდრიდა[168]. ამ საშუალო მაჩვენებლებს მიღმა იმალებოდა მკვეთრი განსხვავება, რომელიც ცალკეულ საწარმო-

[167] საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. ნაწ. I, გვ. 39.

[168] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გვ. 98.

ებს შორის როგორც მუშაკთა რიცხოვნობის, ისე პროდუქციის წარმოების მოცულობისა და ძირითადი სამრეწველო-საწარმოო ფონდების ღირებულების მიხედვით შეინიშნებოდა: ერთი მხრივ, ფართოდ იყო წარმოდგენილი მცირე და საშუალო საწარმოები, ხოლო, მეორე მხრივ, ფუნქციონირებდა სსრ კავშირის ცენტრალური უწყებების დაქვემდებარების ისეთ უმსხვილეს და მსხვილ საბაზისო საწარმოთა მცირერიცხოვანი ჯგუფი, როგორიც იყო: „საქნავთობი“, „საქნახშირი“, ბათუმის ნავთობგადამამუშავებელი ქარხანა, „ჰიათურმანგანუმი“, რუსთავის მეტალურგიული ქარხანა, საწარმოო გაერთიანებები: „აზოტი“ და „ქიმბოჭკო“, თბილისის საწარმოო გაერთიანებები: „ელმავალმშენებელი“, „ჩარხმშენებელი“, „თბილსრესი“, „თეთრონი“, „კრწანისი“, „ცისარტყელა“, „თბილმარგარინი“, „თბილრძე“, „საქბიოფარმოპრეპარატი“, „თბილხორცი“, „თბილკონდიტერი“, ქარხანა „მიკროძრავა“, მაკარონის ფაბრიკა, ქუთაისის საწარმოო გაერთიანებები: „საავტომობილო ქარხანა“, აბრეშუმის საფეიქრო-სამკერვალო საწარმოო გაერთიანება, ზუგდიდის საწარმოო გაერთიანება „ქალალდმრეწვი“, გარდაბნის მუყაო-რუბეროიდის, ოჩამჩირის ზეთსახდელი ქარხნები, ბათუმის საავეჯო საწარმოო გაერთიანება, სენაკის ხალიჩების კომბინატი, გორის ბამბეულის საფეიქრო-სამკერვალო საწარმოო გაერთიანება, სამტრედიის ხის დამამუშავებელი კომბინატი, კასპის საწარმოო გაერთიანება „კასპი-ცემენტი“ და სხვ., სადაც კონცენტრირებული იყო ცალკეულ სახეობათა პროდუქციის საერთო-რესპუბლიკური წარმოების 35 პროცენტი და მეტი (იხ. ცხრ. 12).

ზემოაღნიშნული საწარმოები, რომლებშიც კონცენტრირებული იყო არა მარტო ცალკეული უმნიშვნელოვანესი სახეობის საბაზისო პროდუქციის, არამედ, არც თუ ისე იშვიათად, მონათესავე სახეობების ნაწარმთა ჯგუფის მთელი წარმოება ან მისი უდიდესი ნაწილი, უპირატესად საქართველოს ფარგლებს გარედან შემოტანილი ნედლეულის, ნახევარფაბრიკატებისა და მაკომპლექტებელი ნაკეთობების ბაზაზე მუშაობდა და საქართველოს ფარგლებს გარეთვე გაჰქონდა დამზადებული პროდუქციის უდიდესი ნაწილი. ყოველივე ეს უარყოფითად მოქმედებდა რესპუბლიკაში საერთო-ეკონომიკური და დარგობრივი პროპორციების დაბალანსებაზე, ამასთანავე, უკიდურესად ამწვავებდა ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ, დემოგრაფიულ და სხვა პრობლემებს.

ცხრილი 12

სამრეწველო წარმოების კონცენტრაციის დონე ე. წ. მონოპოლისტ* საწარმოთა მიხედვით, 1991 წ.

	პროდუქციის სახეობა	ზომის ერთეული	წარმ. მოცულობა	წილი წარ. საერ. პრც. %
ს/გ „თბილსრესი“	ელექტროენერგია	მლნ კვტ	5550,8	43,3
ს/გ „საქნავთობი“	ნავთობი	ათასი ტონა	180,9	100,0
	ბუნებრივი გაზი	მლნ კბმ	44,9	100,0
ს/გ „საქნახშირი“	ქვანახშირი	ათასი ტონა	698,0	100,0
ბათუმის ნავთობგადამმუშავებელი ქარხანა	ნავთობის პირველადი გადამუშ.	ათასი ტონა	1921,0	100,0
	საავტომობილო ბენზინი	ათასი ტონა	342,0	100,0
	დიზელის საწვავი	ათასი ტონა	495,0	100,0
	მაზუთის საწვავი	ათასი ტონა	764,0	100,0
	ნავთობბიტუმი	ათასი ტონა	64,4	100,0
ს/გ „ჰიათურმანგანუმი“	მანგანუმის მადანი	ათასი ტონა	491,0	100,0
რუსთავის მეტალურგიული ქარხანა	ფოლადი	ათასი ტონა	961,7	99,5
	თუჯი	ათასი ტონა	500,0	100,0
	მზა წაგლინის საქმ. ნაშზ. ჩათ.	ათასი ტონა	817,9	100,0
	ფოლადის მილები	ათასი ტონა	452,8	100,0
	კოქსი (6%) ტენიანობაზე გაანგ.	ათასი ტონა	296,6	100,0
ს/გ „ელმავალმშენებელი“	მაგისტრალური ელმავალები	ცალი	47,0	100,0
ს/გ „ქუთაისის საავტ. ქარხ. “	სატვ. ავტომობილი	ცალი	2658,0	100,0
ქარხანა „მიკროძრავა“	ცვლადი დენის ელექტრო ძრავა 0,25-100 კვტ. სიმძლავრის	ცალი	63,3	100,0
ს/გ „ჩარხმშენებელი“	ლითონსაჭრელი ჩარხები	ცალი	1417,0	100,0
რუსთავის ს/გ „აზოტი“	მინ. სას. 100 % საკ. ერთ. გად.	ათასი ტონა	133,2	99,0
რუსთავის ს/გ „ქიმბოკკო“	კაპროლაქტამი	ათასი ტონა	26,4	100,0
	ქიმიური ბოჭკო	ათასი ტონა	20,0	100,0
თბილ. ს/გ „თერთონი“	სინთეტიკური სარეცხ. საშუალ.	ათასი ტონა	6146,0	100,0
თბილ. ს/გ „საქბიოფარმპრეპ.“	სამკურნალო საშუალებები	მლნ მან	56,9	54,9
ს/გ ბათუმის საავეჯო ქარხანა	შეწებებული ფანერი	ათასი კვმ.	3,9	89,5
სამტრედიის ხის დამამზ. კომბ.	მერქნის ბურბუშელას ფილები	ათასი კვმ.	5,0	81,3
ზუგდ. ს/გ „საქქაღალდმრეწვი“	ქაღალდი	ათასი ტონა	20,5	100,0
რუსთავის ცემენტის ქარხანა	ცემენტი	ათასი ტონა	507,0	63,0
ს/გ „ქასპი-ცემენტი“	ცემენტი	ათასი ტონა	304,0	37,0
გარდაბნ. მეყაო-რუბერ. ქარხ.	სახურ. ტოლი, საიზოლ. საშუალ.	მლნ კვმ	14,9	100,0
ს/გ გორის ბამბ. საფ.-სამკერვ.	ბამბის ქსოვილი	მლნ კვმ	13,4	83,6
ს/გ ქუთ. აბრ. საფ.-სამკერ. ფ.	აბრეშუმის ქსოვილი	მლნ კვმ	13,4	49,7
თბ. აბრეშ. ს/გ „ქისარტყელა“	აბრეშუმის ქსოვილი	მლნ კვმ	10,8	39,8
თბილ. მ.-ქამ.-კ. „საქარველო“	შალის ქსოვილი	მლნ კვმ	5,3	86,8
თბილ. წინდ. ს/გ „კრწანისი“	წინდები	მლნ წყვ.	5,8	41,3
სენაკის ხალიჩების კომბინატი	ხალიჩები და ხალიჩების ნაწ.	ათასი კვმ	461,0	84,0
ს/გ „თბილმარგინმრეწვი“	მარგარინის პროდუქცია	ათასი ტონა	16,0	100,0
ოჩამჩირის ზეთსახდ. ქარხანა	მცენარეული ზეთი	ათასი ტონა	7,1	95,0
ს/გ „თბილხორაკი“	ძეხვეული	ტონა	5738,0	45,1
თბილისის ს/გ „საქრძე“	კარაქი	ტონა	503,0	99,1
	ყველი	ტონა	7498,0	90,1
	მოუხდელი რძის პროდუქცია	ტონა	125484,0	82,7
ს/გ „თბილკონდიტერი“	საკონდიტრო ნაწარმი	ტონა	9238,0	36,5
თბილ. მაკარ. ფაბრიკა	მაკარონის ნაწარმი	ტონა	17369,0	75,1

* ე.წ. მონოპოლისტ საწარმოთა კატეგორიაში შეყვანილია ის საწარმოები, რომლებშიც კონკურენტირებული იყო ცალკეულ სახეობათა პროდუქციის საერთაშორისოდ ბაზრიკური წარმოების 35 პროცენტზე მეტი.

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მიმდინარე სტატისტიკური აღრიცხვის მასალები.

ტოტალიტარული ეკონომიკის დემონტაჟის შემდეგ არსებითად შეიცვალა მცირე ბიზნესისადმი დამოკიდებულება პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში. პირველი მკვეთრი ძვრები ამ მიმართულებით აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში დაიწყო, სადაც წვრილი მეწარმეობა თანდათანობით მეურნეობრივი სისტემის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი და თანასწორუფლებიანი რგოლი ხდება. უკვე მოქმედებს მცირე საწარმოთა საკმაოდ ფართოდ განშტოებული ქსელი, რომელიც სულ უფრო საგრძნობ როლს ასრულებს ამ ქვეყნების სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში. მაგალითად, უნგრეთში 1990 წლისათვის მცირე საწარმოებში იყო დასაქმებული მრეწველობაში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 14,8 პროცენტი. ბულგარეთში მცირე საწარმოთა წილი საწარმოთა საერთო რაოდენობაში უდრიდა: მანქანათმშენებლობაში — 36 პროცენტს, კვების მრეწველობაში — 16, მსუბუქ მრეწველობაში — 12, ქიმიურ მრეწველობაში — 8 პროცენტს. მცირე მეწარმეობა თანდათანობით იმტკიცებს პოზიციებს, აგრეთვე, პოლონეთის, რუმინეთის, ჩეხეთისა და სლოვაკეთის ეკონომიკაში[169].

წვრილი მეწარმეობა ძალას იკრებს დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის ქვეყნებშიც, სადაც მცირე და საშუალო ბიზნესის წილად მოდის ამ ქვეყნების ერთობლივი ეროვნული პროდუქტის 5-10 პროცენტი და დასაქმებული აქტიური მოსახლეობის 10-20 პროცენტი[170]. კერძოდ, ამჟამად რუსეთში მცირე მეწარმეობაში იქმნება შიდა პროდუქტის 9-10 პროცენტი, უკრაინაში — 10, ბელარუსში — 9, ყაზახეთში — 6, უზბეკეთში — 4 პროცენტი[171].

განსაკუთრებით სწრაფად მიმდინარეობს მცირე ეკონომიკის ჩამოყალიბების პროცესი რუსეთის ფედერაციაში, სადაც რეგისტრირებულ სამეურნეო სუბიექტთა 68-72 პროცენტი მცირე საწარმოებს განეკუთვნება[172], რომელთა საერთო რაოდენობამ 1994 წლის ბოლო-

---

[169] ი. კოპლატაძე. მცირე ბიზნესი აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1992, № 3-4, გვ. 97-99.

[170] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Строигина. Малое предпринимательство: заметки о развитии, გვ. 69.

[171] О. Шестоперов. Современные тенденций развития малого предпринимательства в России. Журн. „Вопросы экономики", № 4,2001, გვ. 66.

[172] Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. Журн. «Вопросы статистики», 1995, № 9, გვ. 5.

სათვის 896,9 ათას ერთეულს[173], ხოლო მათში დასაქმებულთა რიცხვმა 8480,0 ათას კაცს მიაღწია[174].

ინტენსიურად მიმდინარეობს წვრილი მეწარმეობის, როგორც ეკონომიკის ცალკე სექტორის, ჩამოყალიბების პროცესი საქართველოშიც, სულ უფრო იზრდება მისი ადგილი და როლი ეროვნული მეურნეობის სისტემაში, რაც საბაზრო სტრუქტურების დანერგვისა და ეროვნული ეკონომიკის ფორმირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. მცირე საწარმოებმა შედარებით მოკლე დროის განმავლობაში მნიშვნელოვანი საწარმოო-ტექნიკური და საფინანსო-ეკონომიკური პოტენციალი დააგროვეს. ამის შედეგია ის, რომ ექსპერტული შეფასებით, ამჟამად მცირე ბიზნესში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის 25 პროცენტი. წამყვან პოზიციებს იკავებს მცირე ეკონომიკა სხვა უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლების მიხედვითაც, თუმცა, ბოლო წლებში სხვადასხვა ხარისხობრივი მაჩვენებლების დინამიკის თვალსაზრით მაინც შეიძლება გამოიყოს ორი პერიოდი: 1. 2003 წლამდელი და 2. 2003 წლის შემდგომი.

პირველი პერიოდის დასაწყისში განსაკუთრებით სწრაფი ტემპებით იზრდებოდა ყველა უმნიშვნელოვანესი ხარისხობრივი მაჩვენებელი, მაგრამ 1990-იანი წლების ბოლოს, ძირითადად რუსეთში დაწყებული ეკონომიკური კრიზისისა და სხვა არასასურველი მოვლენების შემდეგ, მდგომარეობა უარესობისკენ შეიცვალა: მთლიანად ქვეყანაში ეკონომიკური აქტივობის დაქვეითების პირობებში, სამეწარმეო საქმიანობის უმრავლეს დარგებში, გამოჩნდა მცირე ბიზნესის განვითარების მაჩვენებლების გაუარესების ნიშნები, რომლებმაც მკაფიოდ გამოკვეთილი უარყოფითი ტენდენციის სახე მიიღო 2003 წლის შემდგომ პერიოდში. მიუხედავად ამისა, მცირე ეკონომიკურმა სტრუქტურებმა უკვე პირველ პერიოდშივე თითქმის ყველა ხარისხობრივი მაჩვენებლის მიხედვით დაიკავეს მყარი პოზიციები სამეურნეო საქმიანობის ყველა სფეროში და ეკონომიკის მეტად მნიშვნელოვან და პერსპექტიულ სეგმენტად ჩამოყალიბდნენ, რომელიც უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს მთლიანად ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში.

საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 1998-2003 წწ. მცირე საწარმოთა რიცხვი 2,4-ჯერ და მეტ-

---

[173] Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. გვ. 9.

[174] იქვე. გვ. 10.

ად გაიზარდა, ხოლო წილი სამეწარმეო სფეროს საწარმოთა საერთო რაოდენობაში 7,1 პროცენტული პუნქტით ამაღლდა და 91,0 პროცენტს მიაღწია. განსაკუთრებით ღრმა თვისებრივი ცვლილებები მოხდა ამ მხრივ ეკონომიკური საქმიანობის ისეთ სახეობებში, როგორიცაა: ვაჭრობა, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტი, გადამამუშავებელი მრეწველობა, ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებელთა მომსახურება, სასტუმროები და რესტორნები, ტრანსპორტი, სასაწყობო მეურნეობა და კავშირგაბმულობა, კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურება, მშენებლობა და სხვ. (იხ. ცხრ. 13).

როგორც ცხრილიდან ჩანს, 2003 წლისათვის, 1998 წელთან შედარებით, თითქმის 5,6-ჯერ და მეტად გაიზარდა მცირე საწარმოთა რიცხვი ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის, 2,4-ჯერ — სასტუმროებისა და რესტორნების, 1,4-ჯერ და მეტად — კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების, 1,3-ჯერ და მეტად — უძრავი ქონების ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში, თუმცა, საპირისპირო ტენდენციებიც გამოიკვეთა საწარმოო სფეროს ცალკეულ დარგებში.

მცირე მეწარმეობის საწარმოთა რიცხვი, ასევე, მეტ-ნაკლები ინტენსივობით იზრდებოდა რეგიონებშიც, სადაც სხვადასხვა დარგში მცირე საწარმოთა წილი 88,1 პროცენტიდან 94,2 პროცენტის ფარგლებში მერყეობდა. 1998-2003 წწ. მცირე სტრუქტურების რიცხვი 3,8-ჯერ გაიზარდა კახეთში, 3,6-ჯერ — სამცხე-ჯავახეთში, 3,5-ჯერ — გურიაში, 3,4-ჯერ — რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში, 3,3-ჯერ — მცხეთა-მთიანეთში, 2,8-ჯერ — სამეგრელო-ზემო სვანეთში, 2,7-ჯერ — იმერეთში, 2,5-ჯერ — ქვემო ქართლში, 2,5-ჯერ — შიდა ქართლში.

1998-2003 წწ. მცირე მეწარმეობაში მომუშავეთა რიცხვის ზრდის შედეგად არსებითად შეიცვალა საწარმოთა ტიპების მიხედვით დასაქმებულთა სტრუქტურა: უკვე 1998 წელს მცირე საწარმოებზე მოდიოდა სამეწარმეო სფეროში მომუშავეთა საერთო რიცხოვნობის 26,4 პროცენტი, 2003 წელს კი ამ მაჩვენებელმა 27,2 პროცენტს მიაღწია.

ცხრილი 13

სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა რაოდენობის დინამიკა საქართველოში, 1998-2007 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრდ. ტემპი პროც.-ით, ზრ. /+/, კლებ. /-	
	ერთეული	წილი შესაბამ. სფ. საწარ. საერ. რაოდ.-ში, პროც.	ერთეული	წილი შესაბამ. სფ. საწარმ. საერ. რაოდ.-ში, პროც.	ერთეული	წილი შესაბამ. სფ. საწარმ. საერ. რაოდ.-ში, პროც.	2003 წ. 1998 წ. შედ.	2007 წ. 2003 წ. შედ.
სულ	9990	83,9	24326	91,0	18576	80,2	+243,5	— 76,4
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ. თევზჭ. მეთევ.	438	80,7	254	84,1	268	83,4	-58,0	+105,5
სამთომომპ. მრეწველობა	59	80,6	71	71,7	83	70,9	+ 120,3	+116,9
გადამამუშ. მრეწველობა	2986	90,0	2377	85,6	2354	80,6	+85,6	— 99,0
ელ. ენერგია, გაზ. და წყ. წარ. და განაწილ.	100	46,9	74	42,3	45	26,6	- 74,0	— 60,8
მშენებლობა	525	73,6	394	60,8	469	37,5	- 75,0	+119,0
ვაჭრ., ავტომ., საყ. საჭრნ. და პირ. სარგ. ნივთების რემონტი	3038	94,0	17068	97,4	9273	86,7	+561,8	— 54,3
სასტ. და რესტორნები.	441	92,5	1046	95,7	1189	92,7	+237,2	+113,7
ტრანსპ., სასწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	512	66,6	576	60,5	1070*	76,3	+112,5	+185,8
ოპერ. უძრავი ქონ., იჯარა და მომსახურ. მომსახურების გაწევა	999	88,2	1338	88,8	2436	89,1	+133,9	+182,0
განათლება	236	69,0	284	63,0	248	52,9	+120,3	— 87,3
ჯანმრთ. დაცვა და სოც. მომსახურება	280	44,4	347	45,5	570**	52,8	+123,9	+164,2
კომუნ., სოციალ. და პერსონ. მომსახურება	352	79,8	497	84,0	...	...	+141,1	...
საქმიანობ. დანარჩ. სახ.					572	81,2	...	...
რეგიონები								
თბილისი	4769	87,9	8921	88,1	5340	68,9	+187,1	— 59,8
აფხაზ. არ.	...	...	...		...	...	...	...
აჭარის არ.	635	75,4	1931	89,8	2134	82,9	+304,1	+110,5
გურია	209	79,2	742	94,2	694	93,0	+355,0	— 93,5
რაჭა-ლეჩხ. ჭ. სვ.	142	86,1	486	94,0	269	87,6	+342,2	— 55,3
სამეგრ.-ზ. სვანეთი	673	78,4	1898	90,7	1571	83,6	+282,0	— 82,8
იმერეთი	1424	82,8	3926	92,3	2966	85,8	+275,7	— 75,5
კახეთი	455	80,5	1734	94,1	1594	89,9	+381,0	— 91,9
მცხეთა-მთიანეთი	246	80,7	814	93,3	395	84,2	+330,9	— 48,5
სამცხე-ჯავახეთი	248	82,4	888	93,9	702	84,3	+358,0	—79,0
ქვემო ქართლი	737	82,4	1885	90,4	1980	87,5	+255,7	+105,0
შიდა ქართლი	451	79,1	1101	91,9	929	86,0	244,1	— 84,3

*ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

**ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998. სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 22; მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 20; მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 29.

ამ მხრივ განსაკუთრებით მკვეთრი ძვრები აღინიშნა ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროს დარგებში. ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის სფეროში მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა წილმა ამ დარგში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 80,2 პროცენტი შეადგინა, სასტუმროებსა და რესტორნებში — 66,5, უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში — 45,5, სოფლის მეურნეობაში, ნადირობაში, მეტყეველობასა და მეთევზეობაში — 36,7, კომუნალურ, სოციალურ და პერსონალურ მომსახურებაში — 20,8 პროცენტი და ა. შ., თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მართალია, 1998 წელს დაწყებულმა კრიზისმა შეაფერხა მცირე მეწარმეობის შემდგომი განვითარება, მაგრამ მთლიანად სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოებში მომუშავეთა რიცხვის 18,5 პროცენტით შემცირების პირობებში, მომსახურების სფეროს დარგებში არსებითად გადიდდა დასაქმებულთა რაოდენობა (იხ. ცხრ. 14).

კრიზისის შედეგები განსაკუთრებით მძიმე აღმოჩნდა სოფლის მეურნეობის, ნადირობა-მეტყეველობისა და თევზჭერა-მეთევზეობის სფეროს მცირე საწარმოებისათვის, სადაც მომუშავეთა რაოდენობამ 80,4 პროცენტით იკლო. ამავე პერიოდში გადამამუშავებელი მრეწველობის მცირე საწარმოებში საწარმოო პერსონალი — 58,5 პროცენტით, მშენებლობაში — 58,0, ტრანსპორტზე, სასაწყობო მეურნეობასა და კავშირგაბმულობაში — 46,9, ხოლო სამთო-მოპოვებით მრეწველობაში 46,5 პროცენტით შემცირდა. არაერთგვაროვანი ტენდენციები შეინიშნებოდა რეგიონებშიც: მცირე სტრუქტურებში მომუშავეთა რაოდენობა 37,6 პროცენტით შემცირდა შიდა ქართლში, 32,8 პროცენტით — ქვემო ქართლში, 29,8 პროცენტით — მცხეთა-თიანეთში, ხოლო 22,7 პროცენტით — გურიაში, მაშინ როდესაც 11,2 პროცენტით გაიზარდა რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში, ხოლო აჭარაში ოდნავ, 0,1 პროცენტით გადაამეტა 1998 წლის დონეს.

თანდათანობით მტკიცდებოდა მცირე მეწარმეობის მატერიალურ-ტექნიკური საფუძვლებიც. მართალია, 2003 წლისათვის, 1998 წელთან შედარებით, როგორც მთლიანად სამეწარმეო სფეროს, ისე ეკონომიკური საქმიანობის ცალკეულ საქმიანობათა მიხედვით მნიშვნელოვნად, ზოგიერთ დარგში კი კატასტროფიულად შემცირდა მცირე საწარმოთა ძირითადი კაპიტალი, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, იმ პერიოდისათვის მცირე საწარმოებში იყო კონცენტრირებული სამეწარმეო სფეროს ძირითადი კაპიტალის თითქმის მეათედი — 8,1 პროცენტი.

ცხრილი 14

მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობის დინამიკა საქართველოში, 1998-2007 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრდის ტემპი პროც.-ით, ბაზ. 1998, ჯაჭვ. 2003	
	ერთეული	წილი შესაბამ. სექ. საწარმ. დასაქმ. საერთო რაოდ.-ში, პროც.	ერთეული	წილი შესაბამ. სექ. საწარმ. დასაქმ. საერთო რაოდ.-ში, პროც.	ერთეული	წილი შესაბამ. სექ. საწარმ. დასაქმ. საერთო რაოდ.-ში, პროც.	2003 წ. 1998 წ. შედ.	2007 წ. 2003 წ. შედ.
სულ	99572	26,4	81166	27,2	67677	18,7	-81,5	-83,4
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ., თევზჭ. მეურ.	7755	40,2	1517	36,7	1317	27,3	-19,6	-86,8
სამთომრეწ. მრეწველ.	976	13,8	522	8,0	607	13,4	-53,5	-116,3
გადამამუშ. მრეწველობა	29219	29,0	12136	23,5	11339	18,8	-41,5	-93,4
ელ. ენერგ. გაზ. და წყლ. წარ. და განაწილება	2483	11,7	862	36,1	556	2,4	-34,7	-64,5
მშენებლობა	8400	29,0	3525	18,7	4031	7,7	-42,0	+114,3
ვაჭრ., ავტომ., საყ. საქონ. და პირ. სარგ. ნივთების რემონტი	19374	61,1	38584	80,2	20027	39,1	+199,1	-51,9
სასტ. და რესტორნები	3463	59,1	4459	66,5	6032	52,2	+128,7	+135,2
ტრანსპ., სასაწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	7540	13,0	4005	7,9	4175*	8,4	-53,1	+104,2
ოპერაციები უძრავი ქონებ., იჯარა და მომს. მომსახურების გაწევა	8639	42,3	7038	45,5	10923	43,3	-81,5	+155,2
განათლება	4083	22,1	2978	17,6	2391	17,2	-72,9	-80,3
ჯანმრთ. დაცვა და სოციალ. მომსახურება	3632	7,1	2894	6,8	3678**	7,4	-79,7	+127,1
კომუნ., სოციალ და პერსონ. მომსახურება	3745	27,8	2646	20,8	...	...	-70,6	...
საქმიანობ. დანარჩ. სახ.	...	...	...	...	2601	17,8	...	...
რეგიონები								
თბილისი	43940	27,7	38027	26,8	25855	13,3	-86,5	+68,0
აფხაზეთის არ.	...	...	...	...	...	...	...	...
აჭარის არ.	5632	16,0	5635	20,1	6450	21,2	+100,1	+114,5
გურია	2400	31,2	1856	40,0	2015	38,7	-77,3	+108,5
რაჭა-ლეჩხ. ქვ- სვან.	1135	40,5	1262	48,6	745	30,2	+111,2	-59,5
სამეგრ.-ზემო სვანეთი	7266	24,2	5125	28,8	5444	24,8	-70,5	+106,2
იმერეთი	13473	25,8	10750	27,5	9490	25,5	-79,8	-88,3
კახეთი	5968	33,9	4601	40,5	4650	32,7	-77,1	+101,1
მცხეთა-მთიანეთი	2978	33,4	2092	41,4	1142	20,7	-70,2	-54,6
სამცხე-ჯავახეთი	3072	36,3	2893	46,0	2325	31,3	-94,1	-80,4
ქვემო ქართლი	7851	22,7	5277	22,5	6325	22,6	-67,2	+119,8
შიდა ქართლი	5841	28,7	3648	30,4	3194	27,0	-62,4	-87,5

*ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

**ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება

წყარო: მცირე საქმიანობა საქართველოში. 1998, სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 30; მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 20. მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 129.

განსაკუთრებით დიდი იყო საწარმოო და არამატერიალური აქტივების საერთო მოცულობაში მცირე საწარმოთა წილი ვაპრო-

ბისა და მომსახურების ფეროს დარგებში. კერძოდ, ამავე პერიოდში მცირე სტრუქტურებზე მოდიოდა ძირითადი კაპიტალის 46,5-46,5 პროცენტი — ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტისა და უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროებში. მეტად მნიშვნელოვანი იყო მცირე საწარმოთა წილი ძირითად კაპიტალში ისეთ დარგებშიც, როგორიცაა: სოფლის მეურნეობა, ნადირობა, მეტყეობა და მეთევზეობა (57,6 პროც.), სამთომოპოვებელი მრეწველობა (28,1 პროც.), განათლება (17,8 პროც.), მშენებლობა (14,5 პროც.) და ა. შ. (იხ. ცხრ. 15).

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ამავე პერიოდში მცირე სტრუქტურებზე მოდიოდა ძირითადი კაპიტალის 46,5-46,5 პროცენტი — ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის და უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროებში. მეტად მნიშვნელოვანი იყო მცირე საწარმოთა წილი ძირითად კაპიტალში ისეთ დარგებშიც, როგორიცაა: სოფლის მეურნეობა, ნადირობა, მეტყეობა და მეთევზეობა (57,6 პროცენტი), სამთომოპოვებელი მრეწველობა (28,1 პროცენტი), განათლება (17,8 პროც.), მშენებლობა (14,5 პროცენტი) და ა. შ. კერძოდ, ამავე პერიოდში მცირე სტრუქტურებზე მოდიოდა ძირითადი კაპიტალის 46,5-46,5 პროცენტი — ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტისა და უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროებში. მეტად მნიშვნელოვანი იყო მცირე საწარმოთა წილი ძირითად კაპიტალში ისეთ დარგებშიც, როგორიცაა: სოფლის მეურნეობა, ნადირობა, მეტყეობა და მეთევზეობა (57,6 პროც.), სამთომოპოვებელი მრეწველობა (28,1 პროც.), განათლება (17,8 პროც.), მშენებლობა (14,5 პრო.) და ა. შ.

მნიშვნელოვანია მცირე საწარმოთა წილი ძირითად კაპიტალში საქართველოს რეგიონებშიც. 2003 წელს რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში ამ კატეგორიის საწარმოებზე მოდიოდა მხარის საწარმოო და არამატერიალური აქტივების 23,9 პროცენტი, კახეთში — 23,1, სამცხე-ჯავახეთში — 20,5, აჭარაში — 14,6 პროცენტი. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ 1998-2003 წლებში ყველა რეგიონში შემცირდა მცირე საწარმოთა ძირითადი კაპიტალის მოცულობა. ზოგიერთ რეგიონში კი ამ მხრივ პირდაპირ საგანგაშო ვითარება შეიქმნა. გურიაში ძირითადი კაპიტალის მოცულობამ 2003 წელს 1998 წლის დონის

მხოლოდ 7,4 პროცენტი შეადგინა, კახეთში – 16,4, სამცხე-ჯავახეთში – 27,6, სამეგრელო-ზემო სვანეთში – 32,4 პროცენტი და ა. შ.

ცხრილი 15

სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა ძირითადი კაპიტალის დინამიკა საქართველოში, 1998-2003 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრ. ტემპ. პროც.-ით, ზრ. /+/, კლებ. /-/	
	მლნ ლ	წილი ჯამში, სულ საწარმ. ძირ. კაპ. პროც.	მლნ ლ	წილი მეცირე სულ საწარმ. ძირ. კაპ. პროც.	მლნ ლ	წილი ჯამში, სულ საწარმ. ძირ. კაპ. პროც.	2003 წ. 1998 წ. წლებ.	2007 წ. 2003 წ. წლებ.
სულ	721,8	18,4	353,2	8,1	377,7	4,7	-48,9	+106,9
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ., თევზჭ., მეთევ.	128,1	85,5	12,5	57,6	14,0	8,8	-9,7	+112,0
სამთომომპ. მრეწველ.	7,1	8,0	2,1	28,1	4,2	2,8	-14,1	+200,0
გადამამუშ. მრეწველ.	217,4	23,0	75,5	10,0	61,3	6,1	-34,8	-81,2
ელ. ენერგ., გაზ. და წყლის წარ. და განაწილება	31,5	3,0	15,2	1,2	7,3	0,5	-48,2	-48,0
მშენებლობა	45,7	33,1	12,5	14,5	11,6	1,8	-27,3	-92,8
ვაჭრ., ავტომ., საყ საქ და პირ. სარგ. ნივთეების რემონტი	55,7	41,1	69,1	46,5	34,4	7,5	+124,0	-49,8
სასტ. და რესტორნები	13,8	10,8	26,9	12,7	40,8	21,9	+194,9	+151,6
ტრანსპ., სასწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	37,4	4,5	24,7	1,8	22,1*	0,7	-66,0	-89,5
ოპერ. უძრავი ქონ., იჯარა და მომსახურ. მომსახურების გაწევა.	85,7	68,4	93,7	42,3	146,1	35,7	-109,3	-155,9
განათლება	8,5	19,6	2,2	17,8	2,0	5,2	-25,9	-90,9
ჯანმრთ. დაცვა და სოციალ. მომსახურება	11,0	14,9	10,4	11,2	19,2**	8,0	-94,5	+184,6
კომუნ., სოციალ. და პერსონ. მომსახურება	80,5	34,7	8,4	6,9	–	–	-10,4	–
საქმ. დანარჩ. სახეობები					14,8	3,9	...	...
რეგიონები								
თბილისი	196,6	10,5	185,7	7,4	176,0	3,3	-94,4	-94,7
აფხაზ. არ.	...	...	–	...	...	–	...	–
აჭარის არ.	33,5	23,1	33,8	14,6	45,9	12,5	+100,8	+135,8
გურია	40,4	49,3	3,0	9,0	5,4	10,8	-7,4	+180,0
რაჭა-ლეჩხ. ქ. სვ.	3,0	26,3	2,3	23,9	3,0	51,7	-76,6	+130,4
სამეგრ.-ზ. სვან.	57,0	25,7	18,5	9,8	24,4	3,6	-32,4	+131,9
იმერეთი	81,3	19,1	38,6	11,5	37,6	14,5	-47,5	-97,4
კახეთი	158,4	75,3	15,8	23,1	23,0	16,1	-19,4	+145,5
მცხეთა-მთიანეთი	20,9	36,8	10,0	16,5	7,2	9,7	-47,8	-472,0
სამცხე-ჯავახეთი	24,6	47,9	6,8	20,5	13,6	28,0	-27,6	+200,0
ქვემო ქართლი	68,1	10,4	23,1	5,2	25,8	4,6	-33,9	+111,7
შიდა ქართლი	37,9	23,1	15,6	12,3	14,2	7,3	-41,2	-91,0

*ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

**ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998, სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 111; მეწარმეობა საქართველოში. 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 20. მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, ქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 114.

ეკონომიკური კრიზისის შედეგად სამეურნეო აქტივობის დაქვეითების მიუხედავად, 2003 წელს წვრილ მეწარმეობაზე მოდიოდა საქონლისა და მომსახურების სფეროს გაყიდვების მთლიანი მოცულობის საგრძნობი ნაწილი (13,6 პროცენტი). კიდევ უფრო მაღალი იყო ეს მაჩვენებელი ეკონომიკური საქმიანობის ისეთ სახეობებში, როგორიცაა: ვაჭრობა, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტი (26,6 პროცენტი), სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და მეტყეობა (27,3 პროცენტი), ტრანსპორტი, სასაწყობო მეურნეობა და კავშირგაბმულობა (27,8 პროცენტი), სასტუმროები და რესტორნები (30,1 პროცენტი), ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებელთა მომსახურება (44,6 პროცენტი). აღსანიშნავია ისიც, რომ 2003 წელს, 1998 წელთან შედარებით, მცირე საწარმოებში ეკონომიკური საქმიანობის მთელი რიგი სახეობების მიხედვით მნიშვნელოვნად შემცირდა სამეწარმეო ბრუნვის მაჩვენებელი, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მისი მოცულობა მთლიანად 1,1-ჯერ და მეტად გაიზარდა, მათ შორის, 1,9-ჯერ და მეტად — სამთო-მომპოვებელ მრეწველობაში, 1,4-ჯერ — ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის, 1,3-ჯერ — ჯანმრთელობისა დაცვისა და სოციალური მომსახურების, 1,2-ჯერ და მეტად — სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროებში (იხ. ცხრ. 16).

ამასთანავე, ყველა რეგიონში მაღალი იყო მცირე საწარმოთა წილი სამეწარმეო ბრუნვის მოცულობაში. კერძოდ, გურიის მხარეში ამ კატეგორიის საწარმოებზე მოდიოდა სამეწარმეო ბრუნვის მთლიანი მოცულობის თითქმის ნახევარი (48,0 პროცენტი), რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში — 39,6 პროცენტი, კახეთში — 33,9, სამცხე-ჯავახეთში — 19,1, მცხეთა-მთიანეთში — 18,3 პროცენტი.

საყურადღებოა ისიც, რომ თითქმის ყველა რეგიონის მცირე საწარმოებში წინმსწრები ტემპებით იზრდებოდა, აგრეთვე, საქონლისა და მომსახურების გაყიდვების მოცულობა. 2003 წელს, 1998 წელთან შედარებით, სამეგრელო-ზემო სვანეთში თითქმის 1,5-ჯერ გადიდდა მცირე საწარმოთა ბრუნვის მოცულობა, ხოლო მცხეთა-მთიანეთში — 1,5-ჯერ და მეტად, რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში — 2-ჯერ და მეტად, იმერეთში — 2,3-ჯერ, კახეთში — 3,1-ჯერ, სამცხე-ჯავახეთში — 3,4-ჯერ.

ცხრილი 16

სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა ბრუნვის დინამიკა საქართველოში, 1998-2003 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრ. ტემპ.პროც.-ით, ბაზ./+/, ჯაჭ. /-/	
	მლნ ლ.	წილი სამრეწ. სფე. საწარმ. ბრუნ. საერ. მოცემა, პროც.	მლნ ლ.	წილი სამეწ. სფ. საწარმ. ბრუნ. საერ. მოცემა, პროც.	მლნ ლ.	წილი სამეწ. სფ. საწარმ. ბრუნ. საერ. მოცემა, პროც.	2003 წ. 1998 წ. შედ.	2007 წ. 2003 წ. შედ.
სულ	679,1	35,1	751,5	13,6	932,9	5,3	+110,7	+124,1
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ., თევზჭ., მეთევ.	7,3	60,8	5,1	27,3	9,0	11,4	–70,0	+178,4
სამთომოპ. მრეწველ.	2,3	20,4	4,4	3,3	8,3	1,7	+191,3	+188,6
გადამამუშ. მრეწველ.	107,8	24,0	94,9	9,1	132,2	4,8	–88,0	+139,9
ელ. ენერგ., გაზ. და წყლის მომარაგება	7,5	3,5	4,9	0,7	4,5	0,4	–65,3	–91,8
მშენებლობა	49,3	28,5	33,6	10,9	40,3	2,5	–68,1	+120,0
ვაჭრ., ავტომ., საყ. საწონ და პირ. სარგ. ნივთების რემონტი	364,4	75,5	511,9	26,6	490,2	6,4	+140,4	–95,8
სასტ. და რესტორნები	8,3	28,5	18,7	30,1	52,7	27,3	+1225,3	+281,8
ტრანსპ., სასწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	78,5	19,7	30,0	27,8	54,5*	2,0	–38,2	+181,6
ოპერ. უძრავი ქონ. ოჯარა და მომსახურ. მომსახურების გაწევა	36,7	56,6	28,9	44,6	99,7	2,7	–78,7	+345,0
განათლება	4,4	22,0	4,0	10,3	8,1	11,6	–90,9	+2002,5
ჯანმრთ. დაცვა და სოციალ. მომსახურება	4,5	11,0	6,1	7,2	13,8**	6,7	+135,5	+226,2
კომუნ., სოციალ. და პერსონ. მომსახურება	7,2	20,4	8,9	17,8	–	–	+123,6	–
საქმ. დანარჩ. სახეობები	...	...	...	...	19,5	10,4	...	...
რეგიონები								
თბილისი	460,9	40,2	402,5	12,1	404,5	3,2	–87,3	+100,5
აფხაზეთის არ.	...	...	...	–	–	–	–	...
აჭარის არ.	54,9	34,1	59,8	14,1	102,2	11,2	+109,0	+171,0
გურია	3,6	35,3	13,4	48,0	18,4	20,0	+372,2	+137,3
რაჭა-ლეჩხ. ქვ. სვან.	2,8	55,81	5,7	39,6	8,3	32,0	+203,6	+145,6
სამეგრ.-ზ. სვანეთი	25,8	27,1	38,5	15,8	67,7	10,6	+149,2	+175,8
იმერეთი	40,7	27,5	94,9	24,9	110,5	13,0	+233,2	+116,4
კახეთი	11,0	36,1	34,4	33,9	53,7	21,2	+312,7	+156,1
მცხეთა-მთიანეთი	9,5	27,1	14,8	18,3	15,1	10,8	+155,8	+102,0
სამცხე-ჯავახეთი	4,7	26,3	16,1	19,1	31,7	18,8	+342,5	+196,8
ქვემო ქართლი	48,8	22,2	46,8	11,1	82,6	7,0	–95,9	+176,5
შიდა ქართლი	16,1	27,5	24,5	11,7	37,6	6,4	+152,2	+153,4

*ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.
**ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998, სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 119; მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 20; მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 41.

2003 წლისათვის მაღალი იყო მცირე საწარმოთა წილი სამეწარმეო სფეროში წარმოებული პროდუქციის მთლიან მოცულობაშიც. მართალია, ეს მაჩვენებელი 2003 წლისათვის, 1998 წელთან შედარებით 23,2 პროცენტიდან 9,3 პროცენტამდე შემცირდა, მაგრამ ცალკეულ დარგებში სწორედ ასეთ საწარმოებზე მოდიოდა წარმოებული პროდუქციის დიდი ნაწილი. კერძოდ, ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის სფეროში გამოშვებული პროდუქციის საერთო მოცულობაში მცირე მეწარმეობის წილი 51,0 პროცენტს შეადგენდა, უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურებაში — 44,8, სასტუმროებსა და რესტორნებში — 38,7, სამთომომპოვებელ მრეწველობაში — 33,1, გადამამუშავებელ მრეწველობაში — 27,0, ხოლო სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყეობაში — 24,8 პროცენტს (იხ. ცხრ. 17).

ანალოგიური ვითარება იყო რეგიონებშიც: 2003 წელს გურიაში მცირე საწარმოებში იწარმოებოდა მხარის სამეწარმეო სფეროში გამოშვებული პროდუქციის 30,6 პროცენტი, რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში — 26,3, კახეთში — 16,5, მცხეთა-მთიანეთში — 11,7, თბილისში — 9,6 პროცენტი.

არაერთგვაროვანი იყო სხვადასხვა ეკონომიკური საქმიანობის სფეროს მცირე საწარმოთა მიერ პროდუქციის გამოშვების ზრდის ტემპებიც. 1998-2003 წლებში ამ ტიპის საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქციის მთლიანად 16,8 პროცენტით შემცირებისას, წარმოების მოცულობა სამთომომპოვებელ მრეწველობაში თითქმის 55,2 პროცენტით გაიზარდა, ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის სფეროში — 48,5 პროცენტით, სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში კი — 5,2-ჯერ. ამავე დროს, სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყეობაში პროდუქციის წარმოება 37,7 პროცენტით შემცირდა, გადამამუშავებელ მრეწველობაში — 30,6, ტრანსპორტზე, სასაწყობო მეურნეობასა და კავშირგაბმულობაში კი — 63,5 და სხვ.

ცხრილი 17

სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა მიერ პროდუქციის გამოშვების დინამიკა საქართველოში, 1998-2003 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრდ. ტემპ. პროც. ით,ზრ. /+/, კლებ. /-/	
	მლნ ლ.	წილი სამეწ.სფ. საწარმ. მიერ გამოშ. პროდ. საერ. მოც.-ში, პროც.	მლნ ლ.	წილი სამეწ. სფ. საწარმ. მიერ გამოშ. პროდ. საერ. მოც.-ში, პროც.	მლნ ლ.	წილი სამეწ. სფ. საწარმ. მიერ გამოშ. პროდ. საერ. მოც.-ში, პროც.	2003 წ. 1998 წ. შედ.	2007 წ. 2003 წ. შედ.
სულ	392,6	23,2	326,8	9,3	513,3	5,3	-83,2	+157,1
სოფ. მეურნ., ნადი. და მეტყ. თევზ. მეთევზ.	8,5	59,8	5,3	27,5	11,9	14,2	-62,3	+224,5
სამთომოპ. მრეწველობა	2,9	15,0	4,5	3,5	8,4	3,0	+155,2	
გადამამუშ. მრეწველობა	133,8	28,4	92,9	9,6	132,8	5,2	-69,4	+142,9
ელ. ენერგ. გაზ. და წყ. წარმოებ. და განაწილ.	7,5	2,3	3,6	0,7	3,3	0,4	-48,0	-91
მშენებლობა	50,5	28,4	33,0	10,9	41,2	2,4	-65	+125,0
ვაჭრ., ავტომ., საყ საქ. და პირ. სარგ. ნივთების რემონტი	54,2	68,8	80,5	36,5	83,5	7,2	+148,5	+103,7
სასტ. და რესტორნები	3,6	18,7	18,8	27,6	51,5	26,7	+522,2	274,0
ტრანსპ., სისწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	78,9	18,7	28,8	2,9	41,4*	2,1	-36,5	+143,7
ოპერ. უძრ. ქონ.ით, იჯარა და მომსახ. მომსახურების გაწევა	36,7	56,6	39,2	32,7	97,0	23,6	+106,8	+247,4
განათლება	4,3	21,6	5,1	12,6	8,7	11,1	+118,6	+170,5
ჯანმრთ. დაცვა და სოციალ. მომსახურება.	4,5	10,7	6,1	6,8	14,2**	5,0	+135,5	+232,8
კომუნ., სოციალ. და პერსონ. მომსახურება	7,1	19,3	8,9	14,3	...	...	+125,3	...
საქმ. დანარ. სახეობები	...	...	...	...	19,5	9,4	...	...
რეგიონები								
თბილისი	232,1	28,6	187,5	9,8	267,9	4,3	-80,8	+142,9
აფხაზ. არ.	...	...	...	....		-	...	-
აჭარის არ.	31,2	21,3	22,6	9,6	42,4	8,2	+106,1	+187,6
გურია	7,6	55,7	6,0	30,6	8,5	10,7	-78,9	+141,7
რაჭა-ლეჩხ. ქვ. სვან.	3,4	48,1	3,1	26,3	4,2	22,3	-91,2	+135,5
სამეგრ.-ზ. სვანეთი	25,5	28,3	18,9	11,7	33,1	6,4	-74,1	+175,1
იმერეთი	25,3	18,5	33,1	12,9	59,4	11,6	+130,0	+179,4
კახეთი	9,9	38,9	12,0	16,5	21,0	13,6	+121,2	+175,0
მცხეთა-მთიანეთი	6,1	18,4	7,2	11,7	7,1	6,2	+118,0	-98,6
სამცხე-ჯავახეთი	4,9	25,6	6,9	9,5	14,0	13,0	+140,8	+202,9
ქვემო ქართლი	25,3	13,2	18,6	5,1	38,0	3,9	-73,6	+204,3
შიდა ქართლი	20,9	38,6	10,8	5,8	17,0	4,3	-51,7	+157,4

*ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

**ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998. სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 45 მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 44. მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 53.

გამოკვეთილი იყო მცირე სტრუქტურების მიერ გამოშვებული პროდუქციის ზრდის ტენდენცია ცალკეულ რეგიონებშიც: 2003 წელს, 1998 წელთან შედარებით, აჭარაში 6,1 პროცენტით გადიდდა მცირე საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქცია, იმერეთში — 30,1, კახეთში — 21,2, მცხეთა-მთიანეთში — 40,8 პროცენტით, თუმცა, ამავე პერიოდში ასეთი საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქცია 19,2 პროცენტით შემცირდა თბილისში, 21,1 პროცენტით — გურიაში, 8,8 პროცენტით — რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში, 26,4 პროცენტით — შიდა ქართლში, 48,3 პროცენტით — ქვემო ქართლში.

ასევე, არაერთგვაროვანი იყო მცირე მეწარმეობაში დამატებული ღირებულების დინამიკა. მართალია, 2003 წელს, 1999 წელთან შედარებით, 17,7 პროცენტიდან 7,5 პროცენტამდე შემცირდა მცირე საწარმოთა წილი დამატებული ღირებულების წარმოებაში, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მცირე სტუქტურები წამყვან პოზიციებს ინარჩუნებდნენ მთელ რიგ დარგებში: სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყევეობაში ამ ტიპის საწარმოებში იქმნებოდა დამატებული ღირებულების 38,5 პროცენტი, ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის სფეროში — 35,5, უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში. ამავე დროს, სამთომომპოვებელ მრეწველობაში მცირე საწარმოთა წილი დამატებული ღირებულების საერთო მოცულობაში — 2,1, ხოლო ტრანსპორტზე, სასაწყობო მეურნეობასა და კავშირგაბმულობაში — 2,3 პროცენტს არ აღემატებოდა, ჯანმრთელობის დაცვასა და სოციალურ მომსახურებაში — 6,1, ქვემო ქართლში — 5,4, თბილისში — 6,9, აჭარაში — 7,0 პროცენტს.

2003 წელს, 1998 წელთან შედარებით, მთლიანად მცირე საწარმოების დამატებული ღირებულების 33,3 პროცენტით შემცირებისას, მისი მოცულობა 42,8 პროცენტით გაიზარდა ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის, ხოლო 2,2-ჯერ — სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროებში, 21,4 პროცენტით ჯანმრთელობის დაცვასა და სოციალურ მომსახურებაში, მაშინ როდესაც ეს მაჩვენებელი 40,0 პროცენტით შემცირდა სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყევეობაში, 31,6 პროცენტით — სამთომომპოვებელ მრეწველობაში, 61,9 პროცენტით — გადამამუშავებელ მრეწველობაში, 59,0 პროცენტით

მშენებლობაში, 5,7 პროცენტით – უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში.

ანალოგიური ვითარება იყო რეგიონების მიხედვითაც: მცირე საწარმოების მიერ წარმოებული დამატებული ღირებულება 19,0 პროცენტით გაიზარდა კახეთში, 3,1 პროცენტით – სამცხე-ჯავახეთში, 2,8 პროცენტით – იმერეთში, მაშინ, როდესაც 69,7 პროცენტით შემცირდა შიდა ქართლში, 45,8 პროცენტით – გურიაში, 45,8 პროცენტით – სამეგრელო-ზემო სვანეთში, 28,6 პროცენტით – რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში (იხ. ცხრ. 18).

თანდათანაბით უმჯობესდებოდა მცირე საწარმოთა საქმიანობის ხარისხობრივი მაჩვენებლებიც. მართალია, 2003 წელს მსხვილ საწარმოებში კაპიტალაღჭურვილობა ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით 3,9-ჯერ აღემატებოდა მცირე საწარმოების შესაბამის მაჩვენებელს, მაგრამ ეკონომიკური საქმიანობის ზოგიერთ სახეობაში ამ კატეგორიის საწარმოებს, მსხვილ საწარმოებთან შედარებით, გაცილებით უკეთესი მიღწევები ჰქონდათ. მაგალითად, ერთ მუშაკზე გაანგარიშებით, სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყეველობაში მცირე საწარმოებში 3,3-ჯერ მეტი ძირითადი კაპიტალი მოდიოდა, ვიდრე მსხვილ საწარმოებში, 1,5-ჯერ მეტი, ვიდრე – ჯანმრთელობის დაცვასა და სოციალურ მომსახურებაში.

კიდევ უფრო უკეთესი პოზიციები ეჭირათ მცირე საწარმოებს საშუალო საწარმოებთან შედარებით: თუ საშუალო საწარმოებში ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით, ძირითადი კაპიტალი 6,0 ათას ლარს უდრიდა, შესაბამისი მაჩვენებელი მცირე საწარმოებში 6,2 ათას ლარს შეადგენდა. ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით, სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და მეტყეველობაში მცირე საწარმოებში 2,4-ჯერ მეტი ძირითადი კაპიტალი მოდიოდა, ვიდრე ამავე დარგის საშუალო საწარმოებში, ელექტროენერგიის, გაზისა და წყალმომარაგების სფეროში – 1,1-ჯერ მეტი, უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში – 1,8-ჯერ მეტი, ჯანმრთელობის დაცვასა და სოციალურ მომსახურებაში – 2,5-ჯერ მეტი[175].

[175] მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო, სტატისტიკის დეპარტამენტი, თბ., 2004, გვ. 143.

ცხრილი 18

სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა დამატებული ღირებულების მოცულობის დინამიკა საქართველოში, 1998-2007 წწ.

ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები	1998 წ.		2003 წ.		2007 წ.		ზრ. ტემპ. პროც.-ით, ზრ. /+/, კლებ. /-/	
	მლნ ლ.	წილი შესაბამ. სფ. საწარმ. დამატ. ღირ. რეგ. სულ. პროც.	მლნ ლ.	წილი შესაბამ. სფ. საწარმ. დამატ. ღირ. რეგ. სულ. პროც.	მლნ ლ.	წილი შესაბამ. სფ. საწარმ. დამატ. ღირ. რეგ. სულ. პროც.	2003 წ. 1998 წ. შედ.	2007 წ. 2003 წ. შედ.
სულ	199,4	17,7	133,1	7,5	249,5	5,5	-66,7	+187,4
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ. თევზ. მეურნ.	3,3	48,5	2,0	38,5	4,0	19,9	-60,0	+200,0
სამთომოპ. მრეწველობ.	1,9	14,5	1,3	2,1	4,0	2,0	-68,4	+308,0
გადამამუშ. მრეწველობ.	54,9	30,0	20,9	7,3	38,1	5,5	-38,1	+182,3
ელ. ენერგ. გაზ. და წყ. წარმოება და განაწ.	5,8	2,2	2,0	0,7	2,5	0,6	-34,5	+125,0
მშენებლობა	21,5	21,7	8,9	10,0	16,3	2,6	-41,0	+183,0
ვაჭრ., ავტომ., საყ. საჭირ. და პირ. სარ. ნივთების რემონტი	33,6	59,5	48,0	35,5	58,2	7,6	+142,8	+121,2
სასტ. და რესტორნები	2,4	14,1	5,4	20,2	14,4	17,1	+225,0	+266,7
ტრანსპ., სასწყობო მეურნ. და კავშირგაბმ.	41,3	11,8	14,2	2,3	21,3*	1,8	-34,4	+150,0
ოპერ. უძრ. ქონ., იჯარა და მომსახურების გაწევა	24,8	46,7	23,4	32,4	67,6	25,0	-94,3	+288,9
განათლება	3,3	18,1	3,4	10,9	5,5	10,7	+103,0	+162,0
ჯანმრთ. დაცვა და სოც. მომსახურება	2,8	8,5	3,4	6,1	9,1**	5,2	+121,4	+268,0
კომუნ., სოციალ. და პერსონ. მომსახურება	3,2	10,9	3,4	11,0	_		+106,2	
საქ. დანარ. საზოგები	...	...	...	...	8,5	9,0	...	...
რეგიონები								
თბილისი	109,3	20,3	70,4	6,9	131,4	4,1	- 64,4	+187,0
აფხაზ. არ	...	...	...	...	...	...	...	...
აჭარის არ	17,5	15,1	10,9	7,4	22,2	8,6	-62,3	+204,0
გურია	5,9	61,1	3,2	33,3	4,6	21,2	-54,2	+143,7
რაჭა-ლეჩხ. ჭვ. სვან	2,1	38,6	1,5	23,8	2,4	20,3	-71,4	+160
სამეგრ.-ზ. სვანეთი	16,7	25,3	9,2	10,3	19,0	9,0	-55,1	+206,5
იმერეთი	14,0	20,6	14,4	13,0	24,9	13,4	+102,8	+173,0
კახეთი	4,2	33,8	5,0	20,7	10,8	17,9	+119,0	+216,0
მცხეთა-მთიანეთი	3,6	14,3	3,0	10,7	3,2	8,5	-83,3	+107,0
სამცხე-ჯავახეთი	3,2	27,3	3,3	11,2	7,9	15,2	+103,1	+239,4
ქვემო ქართლი	9,2	12,2	8,3	5,4	16,8	4,6	-90,3	+202,4
შიდა ქართლი	13,2	36,8	4,0	6,8	5,9	5,0	-30,3	+147,5

* ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

** ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998, სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 70; წარმოება საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 56; მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 65.

2003 წლის შემდგომ პერიოდში კიდევ უფრო გაღრმავდა წინა წლებში გამოკვეთილი უარყოფითი ტენდენციები. 2007 წლისათვის, 2003 წელთან შედარებით, მთლიანად სამეწარმეო სფეროში 23,6 პროცენტით შემცირდა მცირე საწარმოთა რიცხვი, 39,2 პროცენტით — ელექტროენერგიის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილების, 45,7 პროცენტით — ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის, 12,7 პროცენტით — განათლების სფეროში, 1,0 პროცენტით — სამთომომპოვებელ მრეწველობაში. ამავე დროს, წინა წლებთან შედარებით, 44 პროცენტით გაიდდა მცირე საწარმოთა რიცხვი მშენებლობაში, ზრდის ტემპები კი დაჩქარდა ტრანსპორტისა და კავშირგაბმულობის, უძრავი ქონებით ოპერაციების, ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური დახმარების სფეროში და, პირიქით, მნიშვნელოვნად დაეცა სამთომომპოვებელ მრეწველობაში, სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში.

მცირე საწარმოთა რიცხვის კლების ტენდენციამ, გარდა აჭარისა და ქვემო ქართლისა, საქართველოს უკლებლივ ყველა რეგიონი მოიცვა. 40,2 პროცენტით შემცირდა მათი რაოდენობა თბილისში, 51,8 პროცენტით კი — მცხეთა-მთიანეთის მხარეში. მკვეთრად იკლო მათმა რიცხვმა, ასევე, იმერეთში, სამცხე-ჯავახეთში, სამეგრელო-ზემო სვანეთში.

2003 წლის შემდგომი პერიოდი არასახარბიელო აღმოჩნდა სამუშაო ძალის დასაქმებასთან დაკავშირებითაც. როგორც ცხრილი 12–დან ჩანს, ამ პერიოდში კიდევ უფრო დაჩქარდა მცირე საწარმოებში მუშაკთა რიცხოვნობის შემცირების წინა წლებში დაწყებული ტენდენცია, რის შედეგად 2007 წლისათვის 2003 წლის 27,2 პროცენტიდან 18,7 პროცენტამდე იკლო ამ ტიპის საწარმოებში მომუშავეთა რაოდენობამ. ამ პერიოდში სამეწარმეო სფეროში დასაქმებულთა საერთო რიცხოვნობაში მცირე სტრუქტურებში მომუშავეთა შემცირების მაჩვენებელმა 9,4 პუნქტი შეადგინა სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და სატყეო მეურნეობაში, 4,7 პუნქტი — დამამუშავებელ მრეწველობაში, 33,7 პუნქტი — ელექტროენერგიის, აირისა და წყლის წარმოება განაწილების, 41,7 პუნქტი — ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების რემონტის, 14,5 პუნქტი — სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროებში.

მეტად საგრძნობი იყო დასაქმეულთა რიცხოვნობის შემცირების მაჩვენებლები თბილისში (13,5 პუნქტი, რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვა-

ნეთში (18,4 პუნქტი), კახეთში (7,8 პუნქტი), სამცხე-ჯავახეთში (14,3 პუნქტი) და ა.შ. ყოველივე ამან კიდევ უფრო საგრძნობი გახადა მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რიცხოვნობის დაცემის ტემპები: თუ ამ მაჩვენებელმა 1998-2003 წწ. – 81,5 პროცენტი შეადგინა, შესაბამისმა მონაცემმა 2003-2007 წწ. – 83,4 პროცენტს მიაღწია.

მართალია, 2003-2007 წლებში მთლიანად სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოებში უმნიშვნელოდ, 6,9 პროცენტით გაიზარდა ძირითადი კაპიტალის მოცულობა, მაგრამ ამავე პერიოდში არასახარბიელო პროცესები განვითარდა ეკონომიკის მრავალ წამყვან დარგში. კერძოდ, 18,8 პროცენტით შემცირდა ძირითადი კაპიტალის მოცულობა გადამამუშავებელ მრეწველობაში, 7,2 პროცენტით – მშენებლობაში, 9,1 პროცენტით – განათლების, ხოლო 10,5 პროცენტით – ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში. განსაკუთრებით საგრძნობი იყო კლების მაჩვენებლები ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის, ასევე, უძრავი ქონების ოპერაციების სფეროში, სადაც ამ მაჩვენებლებმა, შესაბამისად, 50,2 და 44,1 პროცენტი შეადგინა.

არაერთგვაროვანი იყო ძირითადი კაპიტალის დინამიკა საქართველოს რეგიონებშიც. მართალია, მისი მოცულობა გაიზარდა მთელ რიგ მხარეებში, მაგრამ შემცირდა თბილისში, სადაც 2007 წელს ფუნქციონირებდა სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოთა 28,7 პროცენტი და დასაქმებული იყო ამ ტიპის საწარმოებში მომუშავეთა 38,2 პროცენტი.

მრავალი ხარისხობრივი მაჩვენებლის გაუარესების მიუხედავად, 2003-2007 წლებში მნიშვნელოვანი ძვრები შეინიშნებოდა მცირე საწარმოთა სამეწარმეო ბრუნვის დინამიკაში – ზრდის მაჩვენებელმა მთლიანად მცირე სამეწარმეო სფეროს მიხედვით 24,1 პროცენტი შეადგინა. განსაკუთრებით მაღალი იყო ზრდის ტემპები სასტუმროებისა და რესტორნების, უძრავი ქონებით ოპერაციების, განათლების, ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური დახმარების სფეროებში. საწინააღმდეგო ტენდენცია კი გამოიკვეთა მხოლოდ ორ დარგში – ელექტროენერგიის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილებისა და ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი სარგებლობის საგნების რემონტის სფეროში, სადაც ამ პერიოდში სამეწარმეო ბრუნვის მაჩვენებელი ერთგვარად შემცირდა.

ასეთივე დადებითი პროცესები მიმდინარეობდა საქართველოს ყველა რეგიონში. ეს, უწინარეს ყოვლისა, ითქმის აჭარაზე, სამეგრე-

ლო-ზემო სვანეთზე, სამცხე-ჯავახეთსა და ქვემო ქართლზე, სადაც საკვლევ პერიოდში მცირე საწარმოებში თითქმის გაორმაგდა ბრუნვის მოცულობა, თუმცა, თბილისში თითქმის იმავე დონეზე დარჩა.

ზრდის მაღალი ტემპების მიუხედავად, წინააღმდეგობრივია პროდუქციის გამოშვების დინამიკაც. მართალია, 2003-2007 წლებში როგორც მთლიანად სამეწარმეო სფეროს, ისე ეკონომიკური საქმიანობის უმრავლეს სფეროში, ასევე რეგიონებში, მნიშვნელოვნად, ზოგიერთ სფეროსა და რეგიონში – ორჯერ და მეტადაც, გაიზარდა მცირე საწარმოთა მიერ გამოშვებული პროდუქციის მაჩვენებლები, მაგრამ, ამავე დროს, ასევე არსებითად შემცირდა ამ კატეგორიის საწარმოთა წილი როგორც მთლიანად სამეწარმეო სფეროს, ისე ცალკეულ სფეროებსა და რეგიონებში გამოშვებული პროდუქციის მთლიან მოცულობაში.

ეს, უწინარეს ყოვლისა, ითქმის სოფლის მეურნეობაზე, ნადირობასა და მეტყევეობაზე, სადაც 2007 წლისათვის, 2003 წელთან შედარებით, დარგის მიერ გამოშვებული პროდუქციის მთლიან მოცულობაში მცირე საწარმოთა წილი 13,3 პუნქტით შემცირდა, შესაბამისმა მაჩვენებელმა დამამუშავებელ მრეწველობაში – 4,4, ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების რემონტის სფეროში – 29,3, უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარისა და მომხმარებლებისათვის მომსახურების გაწევის სფეროში – 9,1, თბილისში – 5,5, გურიის მხარეში – 19,9, სამეგრელო-ზემო სვანეთის მხარეში – 5,3, მცხეთა-მთიანეთის მხარეში – 5,5 პუნქტი შეადგინა.

ანალოგიური ვითარებაა დამატებული ღირებულების მაჩვენებლის მიხედვითაც: 2003-2007 წლებში მნიშვნელოვნად გადიდდა მცირე საწარმოებში შექმნილი დამატებული ღირებულების მოცულობა როგორც ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების, ისე რეგიონების მიხედვითაც, მაგრამ, ასევე არსებითი იყო გამოშვებული პროდუქციის მთლიან მოცულობაში მათი წილის კლების მაჩვენებლებიც.

როგორც ზემოთ მოყვანილი მაჩვენებლების ანალიზიდან ჩანს, ინტენსიურად მიმდინარეობს საქართველოში მცირე მეწარმეობის, როგორც ეკონომიკის ცალკე სექტორის, ჩამოყალიბების პროცესი, თანდათანობით იზრდება მისი ადგილი და როლი მეურნეობრივ სისტემაში, რაც საბაზრო სტრუქტურების დანერგვისა და ეროვნული ეკონომიკის ფორმირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. მიუხედავად ამისა, ჯერ კიდევ არ არის სრულად გამოყენებული მცირე მეწარმეობის განვითარების შესაძლებლობანი, მისი საწარმოო-ტექნი-

კური და ეკონომიკური პოტენციალი: დიდი რეზერვებია მცირე საწარმოთა რიცხვისა და მათში დასაქმებულ მუშაკთა რაოდენობის განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების დონემდე ზრდის თვალსაზრისით. რომ არაფერი ვთქვათ აბსოლუტურ მაჩვენებლებზე, განვითარებულ ქვეყნებთან შედარებით, საქართველოში ჯერ კიდევ უმნიშვნელოა მცირე საწარმოთა წილი როგორც მთლიანი შიდა პროდუქტის, ისე — ეკონომიკის ცალკეული დარგების პროდუქციის წარმოების საერთო მოცულობაში.

არსებითი ჩამორჩენა შეინიშნება ზოგიერთი ხარისხობრივი მაჩვენებლის მიხედვითაც. მაგალითად, საქართველოში მცირე საწარმოები, ერთ დასაქმებულზე გაანგარიშებით, კაპიტალაღჭურვილობის დონით დიდად ჩამორჩებიან არათუ განვითარებული ქვეყნების, არამედ — თვით ჩვენი ქვეყნის მსხვილ და საშუალო საწარმოებს. კერძოდ, ერთ მუშაკზე გაანგარიშებით, მცირე სტრუქტურებში წარმოებითი და არამატერიალური აქტივების მოცულობა 2,8-ჯერ ნაკლებია, ვიდრე — მსხვილ და საშუალო საწარმოებში[176].

რეზიუმე

მცირე ბიზნესი აშშ-ის, გერმანიის, იტალიის, დიდი ბრიტანეთის, იაპონიის, ეკონომიკურად მაღალგანვითარებული სხვა ქვეყნების მეურნეობრივი სისტემის ერთ-ერთი განუყოფელი და დინამიკურად განვითარებადი ნაწილია, რომელიც თავისი განსაკუთრებული ადგილისა და როლის გამო არსებით როლს ასრულებს ამ ქვეყნების არა მარტო სოციალურ-ეკონომიკურ, არამედ — საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაშიც, რაც მთავარია, მოსახლეობის მატერიალური კეთილდღეობის ამაღლებაში: წვრილი მეწარმეობის სფეროში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის საერთო მოცულობის ნახევარზე მეტი (50-67 პროცენტი), მზადდება და რეალიზდება დიდი მოცულობის როგორც საწარმოო დანიშნულების, ისე ფართო მოხმარების მრავალფეროვანი პროდუქცია, სრულდება სხვადასხვა სახეობის მომსახურებასთან დაკავშირებული სამუშაოები და ა. შ. ამავე სექტორშია დასაქმებული თვითმოქმედი მოსახლეობის მეტად მნიშვნელოვანი ნაწილი (46-79 პროცენტი).

---

[176] მეწარმეობა საქართველოში. სტატისტიკური პუბლიკაცია. ფაქტები, ციფრები. კომენტარები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი. თბ., სტატისტიკა — 2000, გვ. 105.

დიდია მცირე ბიზნესის როლი, აგრეთვე, მეურნეობის სხვადასხვა სექტორის ურთიერთშეთანაწყობილ, ურთიერთდაბალანსებულ განვითარებაში. მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის ურთიერთთანამშრომლობა, ურთიერთზეგავლენა და ურთიერთდამოკიდებულება ხელსაყრელ პირობებს ქმნის თითოეულ სექტორში მატერიალური, შრომითი და ინტელექტუალური რესურსების მაქსიმალური ეფექტიანობით გამოყენებისათვის, პროდუქციის მიწოდებასა და მოთხოვნაში წარმოქმნილ ვიწრო ადგილებზე სწრაფი რეაგირებისათვის.

ტოტალიტარული ეკონომიკის დემონტაჟის შემდეგ არსებითად შეიცვალა მცირე ბიზნესისადმი დამოკიდებულება პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში. პირველი მკვეთრი ძვრები ამ მიმართულებით აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში დაიწყო, სადაც წვრილი მეწარმეობა თანდათანობით მეურნეობრივი სისტემის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი და თანასწორუფლებიანი რგოლი ხდება. აქ უკვე მოქმედებს მცირე საწარმოთა საკმაოდ ფართოდ განშტოებული ქსელი, რომელიც სულ უფრო საგრძნობ როლს ასრულებს ამ ქვეყნების სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში.

ინტენსიურად მიმდინარეობს საქართველოში წვრილი მეწარმეობის, როგორც ეკონომიკის ცალკე სექტორის, ჩამოყალიბების პროცესი საქართველოშიც, სულ უფრო იზრდება მისი ადგილი და როლი ეროვნული მეურნეობის სისტემაში, რაც საბაზრო სტრუქტურების დანერგვისა და ეროვნული ეკონომიკის ფორმირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. მცირე საწარმოებმა შედარებით მოკლე დროის განმავლობაში მნიშვნელოვანი საწარმოო-ტექნიკური და საფინანსო-ეკონომიკური პოტენციალი დააგროვა. ამის შედეგია ის, რომ ექსპერტული შეფასებით, ამჟამად მცირე ბიზნესში იქმნება მთლიანი შიდა პროდუქტის 25 პროცენტი. წამყვან პოზიციებს იკავებს მცირე ეკონომიკა სხვა უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლების მიხედვითაც, თუმცა, ბოლო წლებში სხვადასხვა ხარისხობრივი მაჩვენებლის დინამიკის თვალსაზრისით მაინც შეიძლება გამოიყოს ორი პერიოდი: 1. **2003** წლამდელი და 2. **2003** წლის შემდგომი.

პირველი პერიოდის დასაწყისში განსაკუთრებით სწრაფი ტემპებით იზრდებოდა ყველა უმნიშვნელოვანესი ხარისხობრივი მაჩვენებელი, მაგრამ 1990-იანი წლების ბოლოს, ძირითადად რუსეთში დაწყებული ეკონომიკური კრიზისისა და სხვა არასასურველი მოვლენების შემდეგ, მდგომარეობა უარესობისკენ შეიცვალა: მთლიანად ქვეყანაში ეკონომიკური აქტივობის დაქვეითების პირობებში სამეწარმეო საქმიანობის უმრავლეს დარგში გამოჩნდა მცირე ბიზნესის განვითარების მაჩვენებ-

ლების გაუარესების ნიშნები, რომელმაც მკაფიოდ გამოკვეთილი უარყოფითი ტენდენციის სახე 2003 წლის შემდგომი პერიოდში მიიღო. მიუხედავად ამისა, მცირე ეკონომიკურმა სტრუქტურებმა უკვე პირველ პერიოდში თითქმის ყველა ხარისხობრივი მაჩვენებლის მიხედვით დაიკავეს მყარი პოზიციები სამეურნეო საქმიანობის ყველა სფეროში და ეკონომიკის მეტად მნიშვნელოვან და პერსპექტიულ სეგმენტად ჩამოყალიბდნენ, რომელიც უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს მთლიანად ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკრ ცხოვრებაში.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. დაახასიათეთ ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებენ მცირე ბიზნესის სწრაფ და ინტენსიურ განვითარებას უკანასკნელ პერიოდში;
2. როგორია მცირე მეწარმეობის ადგილი და როლი ეკონომიკურად მაღალგანვითარებული ქვეყნების მეურნეობრივ სისტემაში?
3. გააანალიზეთ მსხვილი და მცირე ბიზნესის თანამშრომლობისა და ურთიერთშეთანაწყობილ განვითარებაში აშშ-ში დაგროვილი გამოცდილება;
4. როგორ არის წარმოდგენილი მცირე მეწარმეობა დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში?
5. რატომ იზღუდებოდა მცირე მეწარმეობის განვითარება საბჭოთა კავშირსა და ყოფილი სოციალისტური სისტემის სხვა ქვეყნებში?
6. გააანალიზეთ პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის განვითარების პირველი ნაბიჯები;
7. როგორ მიმდინარეობს წვრილი მეწარმეობის ეკონომიკის ცალკე სექტორად ჩამოყალიბების პროცესი საქართველოში?
8. როგორია საქართველოში მცირე საწარმოთა წილი სამეწარმეო სფეროში გამოშვებული პროდუქციის მთლიან მოცულობაში?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ წარმოგიდგენიათ მცირე მეწარმეობის როლი და ადგილი გარდამავალი პერიოდის საქართველოს მეურნეობრივ სისტემაში?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე ბიზნესის ადგილი და როლი ეკონომიკურად მაღალგანვითარებული ქვეყნების მეურნეობრივ სისტემაში;
2. მცირე ბიზნესის განვითარება ევროკავშირის ქვეყნებში;
3. მცირე ბიზნესის ფორმირების პრობლემები პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში;
4. მცირე ბიზნესის ეკონომიკის ცალკე სექტორად ჩამოყალიბების პროცესი საქართველოში.

ლიტერატურა

1. ამაღლობელი დ., ჩიბუხაშვილი ა. მცირე ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. ბიულეტენი, 1999, № 21;
2. ამერიკის ეკონომიკა. ზოგადი საფუძვლების მიმოხილვა. ამერიკის შეერთებული შტატების საინფორმაციო სააგენტო;
3. ანდღულაძე რ., კაკულია რ. მცირე ბიზნესის განვითარების საფუძვლები. გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“, 1999, 5-6 დეკემბერი, № 329-330;
4. ასათიანი რ. მომსახურება და საბაზრო სისტემა. თბ., თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომც., 1993;
5. გრიშიკაშვილი ა. ფერმერული მეურნეობა ჩვენი ხვალინდელი დღეა. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 9-10;
6. თეთრაული ა. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლისა და ბიზნესის განვითარების კანონზომიერებანი საქართველოში. ნაწ. 1. თბილისის ბიზნესის უმაღლესი სკოლა, თბ., გამომც. „მაცნე“, 1992;
7. კოპლატაძე ი. მცირე ბიზნესი აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1992, № 3-4;
8. მეწარმეობა საქართველოში. 2000. სტატისტიკური პუბლიკაცია. ფაქტები, ციფრები. კომენტარები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი. თბ., სტატისტიკა – 2000;
9. მეწარმეობა საქართველოში. 2004. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, თბ., 2004;

10. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
11. საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. ნაწ. I. დამხმარე მასალა მსმენელთათვის. შემდგ. ე. მექვაბიშვილი. თბ., 1990;
12. შურღაია ო. მ. მცირე ბიზნესის ადგილი ეკონომიკაში. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1994, № 6-8;
13. ძნელაძე დ. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გამომც. „საქართველო", თბ., 1991;
14. **Антюгенов С., Зиновьев В., Стронгина Н. Малое предпринимательство: заметки о развитии.** Жур. „Вопросы статистики", 1995, № 9;
15. **Белоконная Л., Плышевский Б. Развитие малых предприятий в России.** Жур. „Вопросы статистики", 1995, № 9;
16. **„Ваш банк Экономист".** М. Ноябрь 2001;
17. **Жизнин С., Крупнов В. Как стать бизнесменом.** Американский опыт. Минск, 1990;
18. **Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брию. Экономикс: принципы, проблемы, политика. 2-х т. Т. 1.** Пер. с англ. 11-го изд. М., изд.-во „Республика", 1992;
19. **На чем держится семерка (Роль малого и среднего бизнеса в экономике ведуших стран Запада).** Газ. „Известия-Азербайджан", 30 Мая 2002 года;
20. **Орлов А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы.** Журн. „Вопрсы экономики", 1997, № 4, გვ. 130-140.
21. **Савченко В., Шулус А. Феномен государственного предпринимательстсва.** „Российский экономический журнал." № 1, М., 1997;
22. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1.** Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М.Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995;
23. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 2.** Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М.Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995;
24. **Шестоперов О. Современные тенденций развития малого предпринимательства в России.** Журн. „Вопросы экономики", № 4, 2001;
25. **Шулус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России.** „Российский экономический журнал", № 5-6, М., 1997.

3.5. ახალი ფორმები და მიმართულებები

ამ ბოლო დროს დასავლეთის ქვეყნებში სულ უფრო ფართოდ ინერგება წვრილი მეწარმეობის სრულიად ახალი ფორმები და მიმართულებები. ეს, უწინარეს ყოვლისა, განპირობებულია თანამედროვე სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის ზეგავლენით, ერთი მხრივ, შრომის ხასიათსა და ორგანიზაციაში, ხოლო, მეორე მხრივ, წარმოების ტექნიკურ აღჭურვილობასა და ტექნოლოგიაში მიმდინარე ღრმა ცვლილებებით, რამაც არსებითად გაზარდა მცირე ბიზნესის, უწინარესად კი, მისი ერთ-ერთი ძირითადი სახეობის — საოჯახო ბიზნესის ფუნქციონირების საზღვრები და შესაძლებლობანი. არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს ფართო შესაძლებლობებს სუბსიდიარო სამუშაოებისა და ნებისმიერი მომსახურებისათვის იმ სფეროებში, სადაც მსხვილი საწარმოებისა და ფირმებისათვის საქმიანობა ტრადიციულად არარენტაბელურია, რითაც ნაყოფიერ პირობებს ქმნის მათი ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის. ამავე დროს, ხშირად სწორედ წვრილ მეწარმეობას უკავშირდება სტრუქტურული გარდაქმნები ეკონომიკის მრავალ დარგში[177].

სპეციალისტთა აზრით, ეკონომიკის სექტორებს შორის მცირე ბიზნესის როლის ზრდასა და მისი ახალი ფორმებისა და მიმართულებების წარმოშობას, უწინარეს ყოვლისა, ისეთი ფაქტორები განაპირობებს, როგორიცაა: 1. მიკროელექტრონიკის სწრაფი ზრდა. პირველ რიგში, იგულისხმება პროგრამირება და კონსტრუირება პერსონალური ელექტრონულ-გამომთვლელი მანქანების გამოყენებით, აგრეთვე, საექსპორტო და საკონსულტაციო მომსახურება; 2. განაწილებისა და მომსახურების სფეროების შემდგომი გაფართოება; 3. წარმოების დეცენტრალიზაციის, სუბსაკონტრაქტო და სუბსიდიარო ურთიერთობათა განვითარების პირობებში მსხვილ კორპორაციათა მართვის სტრუქტურების დანაწევრება; 4. სახელმწიფო პოლიტიკა, რომელიც ითვალისწინებს მცირე ბიზნესის ყოველმხრივ მხარდაჭერასა და წახალისებას სხვადასხვა საფინანსო-საგადასახადო შეღავათისა და პრივილეგიის გზით; 5. შრომის ინტელექტუალიზაცია, რომელიც ორიენტირებულია არჩევანის მაქსიმალურ თავისუფლებასა და შემოქმედებით ხასიათზე დაფუძნებულ ავტონომიურ შრომით საქმიანობაზე.

---

[177] **В. Верулидзе.** Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства в условиях рыночных преобразований. გვ. 1.

ყოველივე ამის შედეგად, შეიძლება ითქვას, რომ თანამედროვე პირობებში ოჯახიდან გამოყოფისა და ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ცალკე ფუნქციონირების შემდეგ, წარმოება, ერთგვარად, კვლავ უბრუნდება თავის პირველსაწყისს — ოჯახს, რითაც იგი (ოჯახი) თავიდან იძენს თავის ადრინდელ — საწარმო-ეკონომიკურ ფუნქციას[178].

არ შევცდებით, თუ ვიტყვით იმასაც, რომ თანამედროვე პირობებში, უწინარესად, სწორედ მცირე მეწარმეობის ახალ-ახალი ფორმების წარმოშობა-განვითარება განაპირობებს ამა თუ იმ ქვეყანაში მეურნეობის მთელი მექანიზმის ძირეულ ცვლილებებსა და შრომითი საქმიანობის ახალ-ახალი ფორმების წარმოშობას. სპეციალისტები სწორედ მცირე ბიზნესისა და, კერძოდ, ე. წ. უმცირესი, ერთპიროვნული ბიზნესის სხვადასხვა ფორმის სწრაფ განვითარებას უკავშირებენ „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ („საკუთარი თავისთვის მომუშავეთა“) კატეგორიის წარმოშობას, რომელსაც არსებითი ცვლილებები შეაქვს თანამედროვე წარმოებისა და მომსახურების შინაარსსა და ორგანიზაციაში. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ სულ უფრო იზრდება ასეთ მუშაკთა რიცხვი. შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის მონაცემებით, „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ წილი დაქირავებულ მუშაკთა საერთო რაოდენობაში შეადგენს: შვედეთში, ნორვეგიაში, დანიაში, გფრ-სა და ჰოლანდიაში — 9 პროცენტს, შვეიცარიასა და ავსტრიაში — 10, დიდ ბრიტანეთში — 11, საფრანგეთში — 14, ესპანეთსა და ირლანდიაში — 18, ბელგიაში — 19, იტალიაში — 21, საბერძნეთში — 36 პროცენტს[179].

ამ ბოლო დროს „საკუთარი თავისთვის მომუშავეთა“ შორის სულ უფრო იზრდება „თვითდასაქმებულთა“ რაოდენობა, რომლებიც მუშაობენ საკუთარ, ძალიან წვრილ არაკორპორირებულ საწარმოებში. ასეთი საწარმოები იმით გამოირჩევა, რომ მათში აუცილებლად არიან დასაქმებულები: მათი მეპატრონეები, ანაზღაურების გარეშე მომუშავე მათი ოჯახის წევრები, მოწაფეები და ძალიან მცირე რაოდენობით — მუდმივად ან დროებით მომუშავე დაქირავებული მუშაკები[180]. არასასოფლო-სამეურნეო დარგებში დასაქმებულ ასეთი კატეგორიის მუშაკთა რიცხვი შედარებით მცირეა სამრეწველო თვალსაზ-

---

[178] ო. შურღაია. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი. რეტროსპექტივა. ჟურნ. „დემოგრაფი“, № 1 (3), 2001, გვ. 95.

[179] Г. Данишевская. „Самостоятельные работники“ в Великобритании. გვ. 124.

[180] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 141.

რისით განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც 1987 წელს მათი საერთო რაოდენობა 28 მლნ ადამიანს შეადგენდა, მაშინ როდესაც განვითარებად ქვეყნებში (ჩინეთის ჩათვლით) შესაბამისი კატეგორიის მუშაკთა რიცხვი 104 მლნ კაცს უდრიდა, რომელთაც უნდა დაემატოს ოჯახების წევრებთან ერთად შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე 5,3 მლნ ადამიანი[181].

„თვითდასაქმებულთა" წილი სამუშაო ძალის საერთო რაოდენობაში არასასოფლო-სამეურნეო და სასოფლო-სამეურნეო სფეროებში მკვეთრად განსხვავდება როგორც განვითარებული „მდიდარი" და სუსტად განვითარებული „ღარიბი" ქვეყნების, ისე რეგიონების (ყოფილი სსრ კავშირისა და ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ყოფილი სოციალისტური სახელმწიფოების გარეშე) მიხედვითაც. იმ ქვეყნებში, სადაც მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით, მაღალია წლიური შემოსავალი (12 ათას დოლარზე მეტი), „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" წილი სამუშაო ძალის საერთო რაოდენობაში მხოლოდ 9 პროცენტს უდრის, მათ შორის, არასასოფლო-სამეურნეო სფეროში — 6 პროცენტს, სოფლის მეურნეობაში — 43, ხოლო იმ ქვეყნებში, სადაც ყველაზე დაბალია ეს მაჩვენებელი (500 დოლარზე ნაკლები), შესაბამისად, 48,4 და 58,0 პროცენტს შეადგენს[182].

მკვეთრი სხვაობა შეინიშნება ცალკეული რეგიონების მიხედვითაც: „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" წილი სამუშაო ძალის საერთო რაოდენობაში ევროპის ეკონომიკური გაერთიანების ქვეყნებში 15 პროცენტს შეადგენს, მაშინ როდესაც შესაბამისი მაჩვენებლები ლათინური ამერიკისა და ყარიბის აუზის ქვეყნებში, აგრეთვე, აზიაში — 34 პროცენტს, ჩრდილოეთ აფრიკასა და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში — 21, ხოლო ეკვატორულ აფრიკაში 45 პროცენტს უდრის (იხ. ცხრ. 19).

ევროკავშირის ქვეყნებში შენარჩუნებულია დამოუკიდებელ (ფერმერულ) მეურნეობათა მნიშვნელოვანი ნაწილი. ამასთანავე, სპეციალური კვლევებით ირკვევა, რომ ზოგიერთ სახელმწიფოში (ავსტრია, საფრანგეთი, ბელგია, ირლანდია) ეს მაჩვენებელი კიდევაც აღემატება მრავალი განვითარებადი ქვეყნის საშუალო მონაცემებს. ამასთანავე, კიდევ უფრო მკვეთრი სხვაობა შეინიშნება „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" წილის მიხედვით მრეწველობაში, მათ შორის, ევროპის

---

[181] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 142.

[182] იქვე.

ეკონომიკური გაერთიანების ქვეყნებშიც. თუ აშშ-ში, კანადასა და დიდ ბრიტანეთში სამუშაო ძალის საერთო რაოდენობაში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ წილი 1 პროცენტს არ აღემატება, შესაბამისი მაჩვენებელი იტალიაში, ესპანეთსა და იაპონიაში დაახლოებით 10 პროცენტს უდრის. ასეთი მაღალი მაჩვენებელი კი დამახასიათებელი არ არის სხვა განვითარებული ქვეყნების მრეწველობისათვის[183]. მაგალითად, იტალიაში, სადაც სასოფლო-სამეურნეო სფეროში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ წილი მუშაკთა საერთო რაოდენობაში 21 პროცენტს შეადგენს, ეს მაჩვენებელი მრეწველობაში 12-15 პროცენტის ფარგლებში მერყეობს. ასეთი ტიპის უწვრილეს სამრეწველო საწარმოებში, რომლებსაც ღრმა სპეციალიზაციის საფუძველზე ერთმანეთთან მეტ-ნაკლებად მჭიდრო ჰორიზონტალური კავშირები აქვთ და ფართო ურთიერთმხარდაჭერით სარგებლობენ, როგორც წესი, კონცენტრირებულია ისეთი ერთტიპური პროდუქციის წარმოება, როგორიცაა: ავეჯი, კერამიკა, საფეიქრო ნაწარმი და სხვ.[184]

ცხრილი 19

„დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ წილი სამუშაო ძალის მთლიან რაოდენობაში სამუშაოლ რეგიონების მიხედვით, 1987-1988 წწ., პროცენტობით

	ევროპის ეკონომ. გაერთიან. ქვეყნები	ლათ. ამერიკისა და ყარიბის აუზის ქვეყნები	აზია	ჩრდ. აფრიკა და ახლო აღმოსავ. ქვეყნები	ეკვატორული აფრიკა
დამოუკიდებლად დასაქმებულები — სულ	15	34	34	21	45
არასასოფლო-სამეურნეო წარმოების დარგები	11	26	27	15	31
მათ შორის:					
მრეწველობა	7	26	21	17	43
მშენებლობა	17	25	21	11	26
ვაჭრობა	22	48	53	44	59
საფინან. და საქმ. მომსახურ.	12.	18	14	14	6
საზოგ. და პირად. მომსახ.	7	12	14	5	16
სოფლის მეურნეობა	51	48	49	43	52

წყარო: В Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 143.

განსაკუთრებით დიდია ასეთ უწვრილეს საწარმოთა რიცხვი იაპონიაში, სადაც მრეწველობაში ფუნქციონირებს კერძო არაკოპერირე-

[183] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 142-143.

[184] იქვე. გვ. 143.

ბულ საწარმოთა საერთო რაოდენობის 63 პროცენტი, საშუალოდ სამ-სამი დასაქმებულით. ამ საწარმოებში მომუშავე 12 მლნ ადამიანიდან 1 მლნ კაცი მარტო, დაქირავებული მუშაკის გარეშე მუშაობს, ხოლო 6 მლნ ადამიანი — 2-4 კაცთან ერთად, სულ კი „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ 80 პროცენტი ისეთ საწარმოებში მუშაობს, სადაც მუშაკთა საერთო რიცხოვნობა 10 კაცზე ნაკლებია[185].

დიდ ბრიტანეთში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რიცხვი 1981 წლის 2 მლნ კაციდან 1988 წლისათვის 3 მლნ კაცამდე გაიზარდა და მათმა ხვედრითმა წილმა ქვეყნის სამუშაო ძალის საერთო რიცხოვნობაში 11 პროცენტი შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ საწარმოების ორი მეხუთედი დაქირავებული მუშაკების გარეშე მუშაობს, ერთ მეხუთედში კი 1-დან 5-კაცამდე დაქირავებული მუშაკი ჰყავთ, ხოლო უმრავლესობაში — 1-დან 9-მდე მუშაკი[186].

„დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რიცხვი სწრაფად იზრდება, აგრეთვე, ესპანეთში, ირლანდიაში, ბელგიასა და ჰოლანდიაში, სადაც შედარებით მაღალია უმუშევრობის დონე, მაშინ როდესაც ისეთ ქვეყნებში, როგორიცაა: გფრ, შვედეთი, ნორვეგია, ავსტრია და ლუქსემბურგი, პირიქით, შემცირდა, თუმცა, არა მარტო სამუშაოზე მოწყობაში სიძნელეების არარსებობის, არამედ რიგი სხვა ფაქტორების გავლენით. რაც შეეხება აშშ-ს, კანადას, ავსტრალიასა და ახალ ზელანდიას, ამ ქვეყნებში იზრდება როგორც, საერთოდ, დასაქმებულთა, ისე „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რაოდენობა, ამასთანავე, ეს უკანასკნელი — წინმსწრები ტემპებით.

განსაკუთრებით სწრაფად მატულობს „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რაოდენობა ჩინეთში. ამას ხელს უწყობს, ერთი მხრივ, უმუშევრობის შედარებით მაღალი დონე, ხოლო, მეორე მხრივ, „დამოუკიდებელი საქმიანობის“ შესაძლებლობათა გაფართოება. მხოლოდ 1978-1988 წლებში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რიცხვი ქალაქად 0,15 მლნ კაციდან 6,5 მლნ კაცამდე ანუ 44-ჯერ გაიზარდა, ხოლო წილი დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში 0,2 პროცენტიდან 4,6 პროცენტამდე ამაღლდა.

XX საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისიდან განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში სულ უფრო იზრდება წვრილ, არა-

[185] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 143.

კორპორირებულ ფირმათა რიცხვი. ასეთ საწარმოებში, შრომის ანაზღაურების გარეშე მომუშავე ოჯახის წევრებთან, მოწაფეებთან და მუდმივად ან დროებით დაქირავებულ მუშათა ძალიან მცირე ჯგუფთან ერთად, თვითონ მათი მესაკუთრეები მუშაობენ, რომელთა მიერ მიღებული შემოსავალი ამ საწარმოებში დაბანდებული კაპიტალის (ჩვეულებრივ სრულიად უმნიშვნელოს) მეშვეობით, ზოგჯერ კი მხოლოდ საკუთარი შრომისა და მეწარმეობის ნიჭის უკუგებით მიიღება. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში მნიშვნელოვნად განსხვავდება ასეთ საწარმოებში შრომითი მოტივები. თუ განვითარებულ ქვეყნებში შრომის მოტივაცია ძირითადად „მიმზიდველი" ფაქტორებით განისაზღვრება, განვითარებად ქვეყნებში გადამწყვეტია „იძულებითი" ფაქტორები. მაგალითად, სოციოლოგიური კვლევების თანახმად, ჩინეთში ვაჭრობისა და საზოგადოებრივი კვების საწარმოებში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" 60 პროცენტი იმიტომ გახდა ამ კატეგორიის მუშაკი, რომ ჩვეულებრივი, დაქირავებული სამუშაო ვერ იშოვა. ანალოგიური მდგომარეობაა საბჭოთა კავშირის ყოფილ ქვეყნებშიც.

არაკორპორირებულ საწარმოში, როგორც წესი, უწინარესად, მისი მეპატრონე მუშაობს, ამასთან, შეიძლება, რამდენიმე დაქირავებული მუშაკიც იყოს იმის გათვალისწინებით, რომ დასაქმებულთა საერთო რიცხვი, მეპატრონესა და მისი ოჯახის წევრებთან და მოწაფეებთან ერთად, 8 კაცს არ აღემატებოდეს. დაქირავებულ მუშაკებთან ფორმდება შრომითი ხელშეკრულებები, რომლებითაც განისაზღვრება მათი მოქმედების ვადა, შრომის ანაზღაურების ოდენობა, სოციალური უზრუნველყოფის პირობები, აგრეთვე, დამქირავებლის უფლებები და მოვალეობები. 1988 წელს ჩინეთში „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" 67 პროცენტი ვაჭრობასა და საზოგადოებრივი კვების საწარმოებში მუშაობდა, სამრეწველო წარმოებასა და ხელოსნობაში — 14, მომსახურების სხვადასხვა სფეროში (რემონტისა და ტურიზმის ჩათვლით) — 10, ტრანსპორტზე — 6, მშენებლობაში — 1,5, საგარეუბნო სოფლის მეურნეობაში, მედიცინასა და ჯანმრთელობის დაცვაში — 0,6, კულტურის, განათლებისა და სპორტის სფეროში — 0,4 პროცენტი[187].

ოჯახში წარმოების ერთგვარად მობრუნების შედეგად სრულიად ახალ შინაარსს იძენს და თანდათანობით სულ უფრო პოპულარული ხდება მცირე მეწარმეობის ისეთი ტრადიციული სახეობაც, როგორი-

---

[186] გვ. В. Любимова. Место „мельчайшего" бизнеса в экономике. 144.

[187] იქვე. გვ. 146.

ცაა შინ მუშაობა, რომელშიც საერთაშორისო სტატისტიკითა და სხვადასხვა ქვეყნის ეროვნული კანონმდებლობით დამქირავებლების შეკვეთით (ან ხელშეკრულებით) საოჯახო პირობებში სამრეწველო და სასურსათო საქონლის დამზადება ან სხვადასხვა სახეობის მომსახურების გაწევა იგულისხმება. შინ მომუშავეთა შემოსავლის წყაროა ხელფასი და არა — კაპიტალი, თუმცა, პრაქტიკაში უფრო ხშირად მათი შერეული ფორმები გვხდება. ამჟამად ისეთ ტრადიციულ სახეობებთან ერთად, როგორიცაა: ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის კერვა, ავეჯის დამზადება, ტყავის, ლითონის, ხის, ქაღალდის, მუყაოსა და სხვ. მასალებისაგან სხვადასხვა სახეობის ნაწარმის წარმოება, შინ სრულდება ისეთი სამუშაოები, როგორიცაა: კომპიუტერსა და საბეჭდ მანქანაზე მუშაობა, რედაქტირება, თარგმნა, თანამედროვე მოწყობილობებისათვის საჭირო დეტალების წარმოება და დამუშავება.

შინ მუშაობის ფართოდ განვითარებაზე მეტყველებს ისიც, რომ ახლა სამუშაო ძალის სულ უფრო მნიშვნელოვანი ნაწილი სამუშაოს უწინდებურად საწარმოში კი არ ასრულებს, არამედ შინ — საკუთარ ბინაში, ოჯახში. მაგალითად, XX საუკუნის 80-იანი წლების შუა ხანებში აშშ-ში შინ მუშაობდა მთელი სამუშაო ძალის არანაკლებ 10 პროცენტისა, დიდ ბრიტანეთში კი — 7 პროცენტი[188]. განსაკუთრებით დიდია შინ მომუშავეთა შორის „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ რიცხვი. მაგალითად, XX საუკუნის 80-იან წლებში ინგლისში შინ მუშაობდა ასეთი კატეგორიის მუშაკთა 78 პროცენტი და მხოლოდ 20 პროცენტზე ოდნავ მეტს ჰქონდა ცალკე სპეციალური სათავსო[189].

ბოლო ორი-სამი ათეული წლის განმავლობაში სულ უფრო მეტ კეთილმყოფელ გავლენას ახდენს ერთმანეთზე მცირე ბიზნესი, შრომის კოოპერაცია და კონკურენცია. როგორც საბაზრო ურთიერთობათა სისტემის, ერთიანი სამეწარმეო სივრცის განუყოფელი, მჭიდროდ დაკავშირებული ორგანული ელემენტები. ისინი ერთმანეთზე ზემოქმედებით, ურთიერთსასარგებლო თანამშრომლობით დიდად განაპირობებენ ეკონომიკის შეწონასწორებულ, დაბალანსებულ განვითარებას, მის ინსტიტუციურ, ტექნოლოგიურ და სტრუქტურულ სრულყოფას. ერთი მხრივ, თავისუფალი კონკურენცია, ხოლო, მეორე მხრივ, მცირე ფირმათა მრავალრიცხოვნობა, ნებისმიერ სფეროში მისი, აგრეთვე, ნებისმიერი, კანონით ნებადართული ფორმით ფუნქციონირების შესაძლებლობანი, თითოეული ადამიანის სამეწარმეო უნა-

[188] В. Любимова. Место „мельчайшего“ бизнеса в экономике გვ. 148.
[189] იქვე. გვ. 144.

რისა და ნიჭის რეალიზაციის მყარი გარანტიები ქმნის პირობებს კონკურენტული ბიზნეს-გარემოს ჰარმონიისათვის. უწინარესად, თავისუფალი კონკურენციის პირობებში მცირე, საშუალო და მსხვილ ბიზნესს შორის შრომის კონკურენცია განაპირობებს წვრილი მეწარმეობის ახალ-ახალი ფორმების წარმოშობას, მისი პოტენციური შესაძლებლობების სულ უფრო ფართოდ გავრცელებას. ამის გამოხატულებაა ცალკეულ მუშაკთა დროებითი შრომითი თანამშრომლობის, ფრანჩაიზული, სუბსაკონტრაქტო, სუბსაიჯარო და სხვა სახის ურთიერთობის მრავალნაირი ფორმებისა და მეთოდების ფართოდ გავრცელება.

მოკლედ მიმოვიხილოთ თითოეული მათგანი.

მაღალი კვალიფიკაციისა და პროფესიული ერთგვაროვნობის საფუძველზე ჩამოყალიბებული მუშაკთა დროებითი შრომითი გაერთიანებები გარკვეულ პერიოდში (კვირა, თვე, სეზონი, წელი და ა. შ.) გარკვეული სამუშაოს შესასრულებლად იქმნება. ასეთი გაერთიანებები განსაკუთრებული მობილურობითა და ელასტიკურობით გამოირჩევა საბაზრო კონიუნქტურის მიმართ და დიდად უწყობს ხელს იშვიათი სამომხმარებლო თვისებების მქონე პროდუქციითა და მომსახურებით სამომხმარებლო ბაზრის ფართოდ გაჯერებას.

დროებით სტუქტურებში შრომითი ხელშეკრულების საფუძველზე ერთიანდებიან მაღალი კვალიფიკაციის მუშაკები (ექიმები, ეკონომისტები, ოქრომჭედლები, ელექტრიკოსები და ა. შ.), რომლებიც მუდმივ სამუშაოზე სხვაგან არიან დასაქმებულნი. ასეთ სტრუქტურებს ზოგჯერ ისეთი ადამიანები ქმნიან, რომლებიც იშვიათ საქმიანობას ეწევიან (მხატვრული რეწვა, ანტიკვარული საქმიანობა, ხალხური მედიცინის მეთოდებით მკურნალობა და ა. შ.)[190].

მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის მრავალმხრივ შესაძლებლობებს ქმნის, აგრეთვე, ე. წ. ფრანჩაიზული *(franchise ფრანგ. შეღავათი[191])* სახელშეკრულებო ურთიერთობები, რაც მსხვილი და მცირე ფირმების კოოპერაციას გულისხმობს და მსხვილი და წვრილი მეწარმეობის ჰიბრიდულ ფორმას წარმოადგენს. ფრანჩაიზული ურთიერთობები მყარდება მსხვილ კორპორაციასა და მცირე ფირმას ან ცალკეულ ბიზნესმენს, საწარმოო ან ფუნქციურ საოპერაციო კომპანიას შორის. მსხვილი კორპორაცია — ფრანჩაიზერი, ჩვეულებრივ, ვალდებულებას იღებს, მცირე ფირმას ან ცალკეულ ბიზნესმენს მიაწოდოს თავისი საქონელი, გაუწიოს სარეკლამო მომსახურება, უზ-

---

[190] დ. ძნელაძე. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. გვ.107-108.

[191] უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. გვ. 534.

რუნველყოს ბიზნესი ახალი ტექნოლოგიებით. ამის სანაცვლოდ მცირე ფირმა — ფრანჩაიზი, თავის მხრივ, ვალდებულებას კისრულობს, ადგილობრივ თავისებურებათა გათვალისწინებით მოემსახუროს მსხვილ კომპანიას მენეჯმენტისა და მარკეტინგის სფეროში, აგრეთვე, ამავე კომპანიაში მოახდინოს თავისი კაპიტალის გარკვეული ნაწილის ინვესტირება. ამასთან ერთად, ფრანჩაიზები ვალდებულებას კისრულობენ, საქმიანი კონტაქტები მხოლოდ და მხოლოდ თავიანთ ფრანჩაიზერებთან იქონიონ და მათივე რეკომენდაციებით წარმართონ თავიანთი ბიზნესი.

პრაქტიკაში განარჩევენ ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულების რამდენიმე ტიპს: 1. პირდაპირი ფრანჩაიზინგი — „ფრანშაიზის მიმცემსა და მიმღებს შორის ურთიერთობები უშუალოა და წარმოადგენს ფრანჩაიზინგის განხორციელების მარტივ ხერხს". ამ ტიპის ხელშეკრულების მარტივი სტრუქტურა სირთულეებს ქმნის საერთაშორისო ფრანჩაიზინგის დროს, პირველ რიგში, ქვეყნებს შორის არსებული პოლიტიკური და ეკონომიკური განსხვავებების გამო. სამაგიეროდ, ფრანჩაიზის მიმცემს საშუალებას აძლევს, ეფექტიანად განახორციელოს თავისი საქმიანობა ახალი სტრუქტურების (მაგალითად, ფილიალების ან ერთობლივი საწარმოების) შექმნის გარეშე"; 2. ტერიტორიული ფრანჩაიზინგი — ხელშეკრულების ეს სახეობა გულისხმობს „მნიშვნელოვანი ტერიტორიის ან გეოგრაფიული რეგიონის ერთდროულ ან თანდათანობით ათვისებას დროის დათქმულ პერიოდში ცალკეული დაწესებულებების, მაღაზიების ან სხვა სავაჭრო საწარმოების შექმნის გზით"; 3. ხელშეკრულება შერეული ფრანჩაიზინგის შესახებ, რომელიც წარმოადგენს ტერიტორიული ფრანჩაიზინგის მოდიფიცირებულ სახეობას. ასეთ ურთიერთობებში ერთიანდება ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულების განხორციელების ორგანიზაციული ფორმების — „ფრანშაიზინგის განვითარების შესახებ ხელშეკრულების" და „ძირითადი ფრანშაიზინგის ნიშნები", ამასთანავე, ფრანჩაიზის მფლობელს უფლება აქვს, თვითონ გამოვიდეს ფრანჩაიზის მიმცემის როლში და დადოს ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულება[192].

ფრანჩაიზული თანამშრომლობა, რომელიც აშშ-ში ჩაისახა, განსაკუთრებით სწრაფად ვითარდებოდა XX საუკუნის 50-იანი წლების ბოლოსა და 60-იანი წლების განმავლობაში: ყოველი მეათე თანამედ-

[192] თ. ჩაჩანიძე. ფრენშაიზინგის სამართლებრივი საფუძვლები. ჟურ. „კომერსანტი", 2007, № 1(2), გვ. 139.

როვე ფრანჩაიზერიდან ყოველი მეცხრე ბიზნესში 1954 წლის შემდეგ ჩაერთო. იმ წვრილ მეწარმეებთან შედარებით, რომლებიც დამოუკიდებლად იწყებენ თავიანთ საქმეს, ფრანჩაიზერებს მთელი რიგი უპირატესობანი აქვთ: პირველი, მზა „ნიში“, რაც საშუალებას აძლევთ მათ, მოკლე ვადაში წამოიწყონ საკუთარი საქმე; მეორე, მკაფიო ინსტრუქციების მთელი პაკეტი, რომელიც შეიცავს სრულ ინფორმაციას მასალების, ნედლეულის, მოწყობილობის, მომწოდებლების, გასაღების სისტემის, მენეჯმენტისა და საქმიანობის ხერხებისა და მეთოდების შესახებ; მესამე, მუშაობა ცნობილი და აღიარებული მარკით; მეოთხე, სხვადასხვა მასშტაბის, დაწყებული ადგილობრივი და დამთავრებული საერთაშორისოთი, შედარებთ იაფი და ხარისხიანი რეკლამით უზრუნველყოფა; მეხუთე, საჭირო ინფორმაცია ბიზნესის საუკეთესო ტერიტორიული გაადგილებისათვის; მეექვსე, „ფრანჩაიზერისაგან“ საჭირო მოწყობილობისა და მასალების ფასდაკლებით შესყიდვის შესაძლებლობა; მეშვიდე, მაღალი სტანდარტებით მუშაობის უნარ-ჩვევების შეძენა[193].

ფრანჩაიზინგმა ფართო გავრცელება ჰპოვა დასავლეთის ქვეყნების ეკონომიკაში. ამჟამად თვით აშშ-ში ამ ტიპის სახელშეკრულებო ურთიერთობებით მოცულია 500 ათასზე მეტი ფირმა, რომელთა რიცხვი ყოველწლიურად 25 ათასი ერთეულით იზრდება. ასეთ ფირმათა ბრუნვამ 1988 წელს 650 მლრდ დოლარი შეადგინა[194], 1990 წლისათვის კი 716 მლრდ დოლარს მიაღწია, ხოლო ფრანჩაიზინგული პრინციპით მომუშავე საწარმოთა გაყიდვების მოცულობამ ამავე წელს 100 მლრდ დოლარს გადააჭარბა საცალო ვაჭრობით მიღებულ თანხას[195]. განსაკუთრებით სწრაფად იკაფავს გზას ეკონომიკური თანამშრომლობის „ფრანჩაიზული“ ფორმა აშშ-ის მომსახურების სფეროში, სადაც 1980 წელს ქვეყნის მთელი სამუშაო ძალის 71,5 პროცენტი იყო დასაქმებული, 2000 წლისათვის კი ამ მაჩვენებელს, როგორც სპეციალისტები ვარაუდობდნენ, 90 პროცენტისათვის უნდა გადაემეტებინა[196]. აღსანიშნა-

---

[193] А. Шулус, Н. Быченко. Франчайзовые формы предпринимательства (Объективные основны, противоречия, принципы господдержки). „Российский экономический журнал“, № 1, 1998, გვ. 45.

[194] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 19.

[195] იქვე. გვ. 45.

[196] იქვე. გვ. 21.

ვია, რომ უკვე 1989 წელს ყოველ 1 მლნ კაცზე ფრანჩაიზერთა რიცხვმა აშშ-ში 8,4 კაცი შეადგინა, ავსტრალიაში — 13,9, ოპერატორთა რიცხვმა კი, შესაბამისად, — 1456 და 671.

ფრანჩაიზული ხელშეკრულება ბიზნეს-ორგანიზაციის მეტად ეფექტიანი და დინამიკური ფორმაა, რომელიც სულ უფრო ფართოდ გამოიყენება მთელ მსოფლიოში. კარგი იქნება, თუ ამ ფორმას უფრო აქტიურად მიმართავენ საქართველოშიც, რადგან მას მთელი რიგი უპირატესობები გააჩნია: 1. ფრანჩაიზერი უზრუნველყოფს თავისი პროდუქციისა და მომსახურების სწრაფ განაწილებას, მაგრამ თვითონ არ სწევს საწარმოო სიმძლავრეების ორგანიზაციასა და მართვაზე გაწეულ დანახარჯებს; 2. მას შეუძლია, დაიწყოს ბიზნესი შეზღუდული კაპიტალით და მიიღოს მოგება ფრანჩაიზერის გამოცდილების წყალობით[197], რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ჩვენი ქვეყნის ბიზნეს-ჯგუფებისათვის, თუ გავითვალისწინებთ, ერთი მხრივ, ამ სფეროში არსებულ მწირ გამოცდილებას, ხოლო, მეორე მხრივ, ფინანსური და მატერიალური რესურსების უკმარისობას.

მცირე ბიზნესის პოტენციურ შესაძლებლობათა რეალიზაციას დიდად უწყობს ხელს, აგრეთვე, სუბსაკონტრაქტო და სუბსაიჯარო ურთიერთობები, რომლებიც სულ უფრო ფართოდ ვრცელდება დასავლეთის ქვეყნებში. მაგალითად, კომპანია „ლოკჰიდს“, რომელიც მრავალმილიარდიანი კონტრაქტებითაა დაკავშირებული აშშ-ის სამხედრო უწყებასა და საავიაციო კომპანიებთან, თავისი სუბსაკონტრაქტო შეკვეთები ათასობით მცირე ფირმაში აქვს განთავსებული. კომპანია „ვესტერნ ელექტრიკი“ ყოველწლიურად 40 ათასზე მეტი ფირმისაგან იძენს სხვადასხვა პროდუქციას, 120 ათასზე მეტი კომპანიისაგან კი იღებს ინფორმაციას ფასების შესახებ. კომპანია „ჯენერალ ელექტრიკი“ XX საუკუნის 80-იანი წლების შუა ხანებში 45 ათას ფირმა-სუბმოიჯარესთან იყო დაკავშირებული, რომელთა 90 პროცენტზე მეტი მცირე საწარმო იყო[198].

ამჟამად მსხვილი კომპანიები სულ უფრო ხშირად განათავსებენ თავიანთ შეკვეთებს, აგრეთვე, სუბმოიჯარეებთან, რომლებიც, თავის მხრივ, ამ შეკვეთებს ასობით და ათასობით შინ მომუშავეებს უნაწილებენ. ყოველივე ამის შედეგად მსხვილი საწარმოების ირგვლივ სუბმოიჯარეთა ფართო ჭელი იქმნება. ისინი თითოეული შესრულე-

---

[197] თ. ჩაჩანიძე, ფრენშაიზინგის სამართლებრივი საფუძვლები. გვ. 146.

[198] О. Жизнин, В. Крупнов. Как стать бизнесменом. გვ. 18.

ბული შეკვეთიდან იღებენ საკომისიოს, რაც ხშირად პროდუქციის ერთეულის ღირებულების 20-30 პროცენტს შეადგენს. რაც შეეხება შინ მომუშავეებს, მათი ანაზღაურება მეტწილად სანარდოა ან ცალობრივი. როგორც წესი, შინ მომუშავეთა შრომის მწარმოებლურობა, აგრეთვე, მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის ხარისხი უფრო მაღალია, ვიდრე ეს საწარმოში დამზადებული იქნებოდა.

ამ ბოლო დროს დასავლეთის ეკონომიკაში სულ უფრო ფართოდ ინერგება, აგრეთვე, პრინციპი „ყოველ ახალ დღეს — ახალი ფირმა კომპანიის შემადგენლობაში". ასეთი მიდგომის მიზანია კორპორაციების სიდიდის სწრაფი ტემპით ზრდისა და მათ მიერ მსხვილი კომპანიების წინასწარგანსაზღვრული პარამეტრების მიღწევისას თავისი შემადგენლობიდან გარკვეული ქვედანაყოფების ავტონომიური ფუნქციონირებისათვის ცალკე დანაყოფების სახით გამოყოფა, ამის საფუძველზე კორპორაციულ ფასეულობათა სისტემაში თავისუფალი მეწარმეობის სულისკვეთების მუდმივად შენარჩუნება და ამით, ერთი მხრივ, კორპორაციის განვითარების ახალ მიმართულებათა გამოვლენა, მეორე მხრივ, თვითგამოხატვისათვის ადამიანებისათვის ახალი შესაძლებლობების შექმნა, საბოლოო ჯამში კი, თვით მსხვილ ორგანიზაციაშიც კი მცირერიცხოვანი კოლექტივის, საერთო ოჯახის გრძნობის დამკვიდრება.

ზემოაღნიშნული პრინციპის პრაქტიკული ხორცშესხმის შესანიშნავ მაგალითს იძლევა ისეთი მზარდი და მაღალგანვითარებული კორპორაციები, როგორიცაა: „ვ მ", „გარდენ უეი", „გარდენ უეირისერჩი", „გუ პაბლიშინგი", „გუ კატალოგი" „გუ რიტეილი," „გუ ესსოუმიეტსი", „გუ მარკეტპლეისი", „სან რუმი", „უორკბენჩი", „საიდერ ჰრესსი", „გარდენ ფორ ოილი" და სხვ.[199]

ამ მიმართულებით ნამდვილი რევოლუცია მოახდინა შვედმა მილიარდერმა პერსი ბარნევიკმა, რომელიც XX საუკუნის ბიზნესის ისტორიაში შევიდა, როგორც ყველაზე ექსცენტრული გადაწყვეტილების ავტორი, რითაც შოკში ჩააგდო მთელი ბიზნესსამყარო: მაშინ, როდესაც თანამედროვე ბიზნესში გაბატონებული ტენდენციის შესაბამისად, კომპანიები გამსხვილებისა და გლობალიზაციისაკენ მიისწრაფვის, მან მის მიერვე შექმნილი სამრეწველო იმპერია ABB დაარსებიდან ათი წლის შემდეგ უამრავ პაწაწინა საწარმოდ დაშალა, რომელთაგან თითოეულში 40-50 ადამიანი მუშაობს. ამის შედეგად

[199] Как добыться успеха. გვ. 221.

მეგაჰოლდინგში შემავალმა 1300 კომპანიამ დამოუკიდებელი იურიდიული სტატუსი და საწარმოო ავტონომია მიიღო.

დიდმა რეფორმატორმა ძალიან მარტივად ახსნა თავისი გადაწყვეტილება: ABB-ს არ ჰქონდა პროდუქტი, სიახლე ან ტექნოლოგია, რომლის ასლის გადაღება არ შეეძლო სხვა კომპანიებს, ბარნევიკის აზრით კი, მსოფლიო კონკურენციაში ის იმარჯვებს, ვინც წარმატებულ რეორგანიზაციას განახორციელებს და სწორად წარმართავს თავისი აქტივებს. ABB-ის დაშლით მან არსებითად შეცვალა და გაამარტივა მონსტრი მეგაჰოლდინგის მმართველობის ურთულესი სქემა და ბიუჯეტი, ამასთანავე, საბოლოო წერტილი დაუსვა ყოვლისმცოდნე ბოსის ფიგურას, რომელიც ყველაფერში თავის ხელქვეითებზე უკეთ ერკვევა. მან აქცენტები რიგით, ინიციატივიან მენჯერებზე გააკეთა და განაცხადა: „ბიზნესის მართვის ხელოვნება ხალხის მართვის ხელოვნებაა!“ ამ სიტყვების დადასტურებაა მეთოდები, რომლითაც ბარნევიკი ABB-ს ხელმძღვანელობდა: იგი წელიწადში 200 დღეს კომპანიის განყოფილებების შემოვლას უნდებოდა, სადაც ადგილობრივ თავკაცებს ხვდებოდა და მათ იდეებს ყურადღებით სწავლობდა.

პერსი ბარნევიკმა ნამდვილი რევოლუცია მოახდინა ბიზნესის მენეჯმენტში. მისი თეორიის მიხედვით, ყველა თანამედროვე კომპანია ცოდნაზეა აგებული, რომელსაც დიდი რუდუნებით უნდა მოექცე. თუ მას დროულად არ გამოიყენებ, ვადა გაუვა და აღარაფრად ივარგებს. ამიტომ საჭიროა გამუდმებული სრულყოფა. იგი სრულიად სამართლიანად მიიჩნევდა, რომ მცდარია შეხედულება, თითქოს კომპანიის მიერ ბაზარზე წილის გადიდებას მოგების ზრდა მოჰყვება. თანამედროვე პრაქტიკამ არაერთხელ ცხადყო დიდი რეფორმატორის დაკვირვების საფუძვლიანობა[200].

მცირე მეწარმეობა თანდათანობით ვრცელდება ეკონომიკური საქმიანობის ამ ფორმისათვის ისეთ არატრადიციულ, კაპიტალ-, ენერგო- და მასალატევად დარგშიც კი, როგორიცაა მეტალურგია. 1985 წელს აშშ-ში არასრული მეტალურგიული ციკლის მქონე მცირე ქარხნები, რომლებიც ლითონის ჯართის ადგილობრივ რესურსებს იყენებდნენ, ქვეყანაში დამზადებული მთელი ფოლადის 20 პროცენტს აწარმოებდნენ. სპეციალისტთა გაანგარიშებით, ამ მაჩვენებელს XX საუკუნის დამლევისათვის 35-40 პროცენტისათვის უნდა მიეღწია. მინი-ქარხნე-

---

[200] დიდი რეფორმატორი. გაზ. „24 საათი B“. ბიზნესი, 24 მაისი, 2007, № 112, B.8.

ბის პერსპექტიულობა, უწინარეს ყოვლისა, განპირობებულია ისეთი ფაქტორებით, როგორიცაა: მშენებლობისა და ტექნიკური აღჭურვილობისათვის საჭირო კაპიტალური დაბანდებების მოცულობისა და მათი გამოსყიდვის ვადების სიმცირე, პროდუქციის წარმოების ეკონომიურობა, დაპროექტებისა და მშენებლობის ვადების შეთანაწყობის შესაძლებლობა, მცირე ენერგო- და შრომატევადობა და სხვ.[201]

ეკონომიკაში მიმდინარე თვისებრივი სტრუქტურული და ტექნოლოგიური ცვლილებები, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების დანერგვა, შრომის სულ უფრო ინტელექტუალიზაცია და შრომით ფასეულობათა ორიენტაციების გადასინჯვა მომავალში კიდევ უფრო დააჩქარებს მცირე ბიზნესის ახალი ფორმებისა და მიმართულებების წარმოშობა-განვითარებას, რაც კიდევ უფრო გაზრდის მის ადგილსა და როლს საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში.

მსოფლიოში უკვე აპრობირებულ მცირე მეწარმეობის ეფექტიანი ფორმებისა და მიმართულებების დანერგვასთან ერთად მისი ახალი, გამორჩეული ფორმებისა და შინაარსის ფართოდ გავრცელებისათვის მეტად ვრცელი სარბიელი არსებობს საქართველოშიც. ამისათვის ყველა პირობას ქმნის საქართველოს განუმეორებელი ბუნება, მისი მდიდარი ბუნებრივი რესურსები, შესანიშნავი კლიმატური და სამკურნალო-საკურორტო პირობები, ისტორიის, კულტურისა და ბუნების ძეგლების სიუხვე, რაც მთავარია, მოსახლეობის ინტელექტუალური პოტენციალი, მისი შრომითი ტრადიციები, ინდივიდუალური მეურნეობრიობის მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება[202].

მიზანმიმართული სახელმწიფო ეკონომიკური და სოციალური პოლიტიკის განხორციელების შემთხვევაში ეს ღვთითბოძებული ფასდაუდებელი საუნჯეები ყველა პირობას შექმნის იმისათვის, რომ დღეს მოსახლეობისგან შეთხელებულ მცირე ქალაქებში, დაბებსა და სოფლებში საოჯახო მეურნეობები, რომელთაც თავიანთი განუმეორებელი ისტორია აქვს და უკვდავ განძსავით ჩატანებული აქვს ჩვენს წინაპართა მთელი გარჯა, მთელი მხნეობა და მეცადინეობა, რომელთათვისაც ჩვენს მამა-პაპას თავისი ოფლი მიუდენია და მიუბარებია საშვილიშვილოდ[203], გადაიქცეს მცირე ბიზნესის აყვავებულ კერებად —

---

[201] А. Комаровский, А. Спектор. Малые предприятия в металлургии. Журн. „Экономист", 1991, № 6, გვ. 114.

[202] ო. შურღაია. სამეურნეო ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა", 1999, № 4, გვ. 126.

[203] ი. ჭავჭავაძე. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VI. თბ., საქართველოს სსრ სახელმწიფო გამომცემლობა, 1956, გვ. 188-189.

თანამედროვე ტექნიკითა და ტექნოლოგიით აღჭურვილ მცირე საოჯახო-საგვარეულო აგროსამრეწველო ფირმებად, წვრილ მომპოვებელ თუ გადამამუშავებელ ფაბრიკა-ქარხნებად, სამონადირეო მეურნეობებად, კემპინგებად, ტურბაზებად, სასტუმროებად თუ დასასვენებელ სახლებად, რომელთა როგორც პროდუქცია (საქონელი და მომსახურება), ისე ხარისხიც განუმეორებელი, თვითმყობადი იქნება და, სხვა რომ არაფერი ვთქვათ, ათიათასობით დამსვენებელს, ტურისტსა და მოგზაურს მოიზიდავს საზღვარგარეთის ქვეყნებიდან. ამ ინდივიდუალობასა და მრავალფეროვნებაში განსახიერდება კონკრეტული ოჯახი, კონკრეტული გვარისა და სახელის ადამიანი, რითაც მრავალი ისტორიული ოჯახი, თუ გვარი გააცოცხლებს თავის წინაპართა მივიწყებულ სამეწარმეო-შრომით ტრადიციებსა და მეხსიერებას.

ეს მეტად რთული, მაგრამ სავსებით რეალური ეკონომიკური, სოციალური და ფსიქოლოგიური პრობლემაა, რომელიც მატერიალურ, ფინანსურ დანახარჯებთან და პროფესიულ მომზადებასთან ერთად, მყარად დამკვიდრებული სტერეოტიპების, ფასეულობების, მეურნეობრიობის ჩვეული ფორმებისა და მეთოდების ახლებურ, საბაზრო ეკონომიკის პოზიციებიდან გააზრებას მოითხოვს. ასეთი მცირე საოჯახო აგროსამრეწველო და საკურორტო-ტურისტული მეურნეობები წარმატებით ფუნქციონირებს ავსტრიაში, უნგრეთში, ესპანეთში, ჩეხეთში, სხვა განვითარებულ ქვეყნებში, რომელთა სახელმწიფო ბიუჯეტის შემოსავლის ლომის წილი სწორედ ტურიზმიდან მიღებულ შენატანებზე მოდის.

რეზიუმე

დასავლეთის ქვეყნებში სულ უფრო ფართოვდება მცირე ბიზნესის, უწინარეს ყოვლისა კი, მისი ერთ-ერთი ძირითადი და უძველესი სახეობის — საოჯახო ბიზნესის საზღვრები და შესაძლებლობანი, აქტიურად ინერგება წვრილი მეწარმეობის სრულიად ახალი ფორმები და მიმართულებები, რომლებიც ორიენტირებულია არჩევანის მაქსიმალურ თავისუფლებასა და შემოქმედებით ხასიათზე დაფუძნებულ ავტონომიურ შრომით საქმიანობაზე. ყოველივე ამის შედეგად, შეიძლება ითქვას, რომ წარმოება ერთგვარად კვლავ უბრუნდება თავის პირველ საწყისს — ოჯახს, ოჯახი კი თავიდან იძენს თავის ადრინდელ — საწარმოო-ეკონომიკურ ფუნქციას.

თვისებრივ ცვლილებებს მცირე მეწარმეობაში განაპირობებს ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა: 1. მიკროელექტრონიკის სწრაფი ზრდა; 2. განაწილებისა და მომსახურების სფეროების შემდგომი გაფართოება; 3. წარმოების დეცენტრალიზაციის, სუბსაკონტრაქტო და სუბსაიჯარო ურთიერთობათა განვითარების პირობებში მსხვილ კორპორაციათა მართვის სტრუქტურების დანაწევრება; 4. მცირე ბიზნესის მხარდაჭერისა და წახალისების სახელმწიფო პოლიტიკა; 5. შრომის ინტელექტუალიზაცია და სხვ.

ერთპიროვნული ბიზნესის სხვადასხვა ფორმის სწრაფ განვითარებას უკავშირდება „დამოუკიდებელ მუშაკთა“, აგრეთვე, „საკუთარი თავისთვის მომუშავეთა“, მათ შორის, „თვითდასაქმებულთა“ კატეგორიის მუშაკების წარმოშობა, რასაც არსებითი ცვლილებები შეაქვს თანამედროვე წარმოებისა და მომსახურების შინაარსსა და ორგანიზაციაში. არაკორპორირებულ საწარმოში, როგორც წესი, უწინარესად, მისი მეპატრონე მუშაობს, ამასთან, შეიძლება, რამდენიმე დაქირავებული მუშაკიც იყოს. ოჯახში წარმოების ერთგვარად მობრუნების შედეგად სრულიად ახალ შინაარსს იძენს და თანდათანობით სულ უფრო პოპულარული ხდება მცირე მეწარმეობის ისეთი ტრადიციული სახეობაც, როგორიცაა შინ მუშაობა.

საბაზრო კონიუნქტურის მიმართ განსაკუთრებული მობილურობითა და ელასტიკურობით გამოირჩევა გარკვეულ პერიოდში (კვირა, თვე, სეზონი, წელი და ა.შ.) გარკვეული სამუშაოს შესასრულებლად მაღალი კვალიფიკაციისა და პროფესიული ერთგვაროვნობის საფუძველზე ჩამოყალიბებული მუშაკთა დროებითი შრომითი გაერთიანებები, რომლებიც დიდად უწყობენ ხელს იშვიათი სამომხმარებლო თვისებების მქონე პროდუქციითა და მომსახურებით სამომხმარებლო ბაზრის ფართოდ გაჯერებას.

მცირე მეწარმეობის ახალი, მეტად ეფექტიანი ფორმაა, აგრეთვე, ე. წ. ფრანჩაიზულ სახელშეკრულებო ურთიერთობათა საფუძველზე შექმნილი სტუქტურები, რომლებიც მსხვილი და წვრილი მეწარმეობის ჰიბრიდულ ფორმას წარმოადგენს და სულ უფრო ფართოდ ვრცელდება დასავლეთის ქვეყნების ეკონომიკაში. მცირე ბიზნესის ახალი მიმართულებების წარმოშობას დიდად უწყობს ხელს, ასევე, სუბსაკონტრაქტო და სუბსაიჯარო ურთიერთობების განვითარება, რაც მსხვილ და მცირე მეწარმეობას შორის ურთიერთთანამშრომლობის ერთ-ერთი ეფექტიანი ფორმაა. ამასთან ერთად, თვითგამოხატვისათვის ახალ შესაძლებლობებს ქმნის პრინციპის — „ყოველ ახალ დღეს — ახალი ფირმა კომპანიის შემადგენლობაში“ განხორციელება,

რის შედეგადაც მსხვილი კომპანიების პარამეტრების მიღწევისას თავისი შემადგენლობიდან ავტონომიური ფუნქციონირებისათვის გამოიყოფა ცალკეული დანაყოფები, რის შედეგად მსხვილ ორგანიზაციაშიც კი მკვიდრდება საერთო ოჯახის გრძნობა.

თვისებრივი სტრუქტურული და ტექნოლოგიური ცვლილებები, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების დანერგვა, შრომის სულ უფრო ინტელექტუალიზაცია და შრომით ფასეულობათა ორიენტაციების გადასინჯვა მომავალში კიდევ უფრო დააჩქარებს მცირე ბიზნესის ახალი ფორმებისა და მიმართულებების წარმოშობა-განვითარებას.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა განაპირობებს თანამედროვე ეტაპზე განვითარებულ ქვეყნებში წვრილი მეწარმეობის ახალი ფორმებისა და მიმართულებების წარმოშობა-განვითარებას და როგორია მისი სოციალურ-ეკონომიკური შედეგები?
2. დაახასიათეთ უმცირესი, ე. წ. ერთპიროვნული ბიზნესის თანამედროვე ფორმები და განვითარების მიმართულებანი;
3. როგორია „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ და „საკუთარი თავისთვის მომუშავეთა“, მათ შორის, „თვითდასაქმებულთა“ კატეგორიის მუშაკთა რაობა და რა ცვლილებები შეაქვთ მათ თანამედროვე წარმოებისა და მომსახურების შინაარსსა და ორგანიზაციაში?
4. როგორია „დამოუკიდებელ მუშაკთა“ ადგილი და როლი დასავლეთ ევროპის ქვეყნების წვრილ მეწარმეობაში?
5. რა განაპირობებს თანამედროვე პირობებში წარმოების ზოგიერთი სახეობის ოჯახში მობრუნებას და შინ მუშაობის სწრაფ განვითარებას?
6. რა გავლენას ახდენს ერთმანეთზე მცირე ბიზნესი, შრომის კოოპერაცია და კონკურენცია და როგორია მისი ეკონომიკური, სოციალური და ფსიქოლოგიური შედეგები?
7. როგორია დროებითი შრომითი გაერთიანებების რაობა და რა როლს ასრულებს ისინი იშვიათი სამომხმარებლო თვისებების მქონე პროდუქციითა და მომსახურებით ბაზრის გაჯერებაში?
8. რას წარმოადგენს ე. წ. ფრანჩაიზულ სახელშეკულებო ურთიერთობათა საფუძველზე შექმნილი შრომითი სტრუქტურები და როგორია მათი ეკონომიკური და სოციალური ეფექტიანობა?

9. დაახასიათეთ სუბსაკონტრაქტო და სუბსაიჯარო ურთიერთობები როგორც მცირე და მსხვილ მეწარმეობას შორის ურთიერთხელსაყრელი თანამშრომლობის ეფექტიანი ფორმა;
10. რას ნიშნავს პრინციპი „ყოველ ახალ დღეს — ახალი ფირმა კომპანიის შემადგენლობაში“ და როგორია მისი განხორციელების სოციალური, ეკონომიკური და ფსიქოლოგიური შედეგები?
11. როგორ ინერგება საქართველოში მცირე მეწარმეობის ახალი ფორმები და მიმართულებები.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ გესახებათ წვრილი მეწარმეობის განვითარების ძირითადი მიმართულებანი საქართველოში და მისი ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. წვრილი მეწარმეობის ახალი ფორმებისა და მიმართულებების წარმოშობა-განვითარების განმაპირობებელი ფაქტორები განვითარებულ ქვეყნებში და მათი სოციალურ-ეკონომიკური შედეგები;
2. საქართველოში მცირე მეწარმეობის ახალი ფორმებისა და მიმართულებების დანერგვის მდგომარეობა და მისი გაუმჯობესების გზები საქართველოში.

ლიტერატურა

1. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის თანამედროვე მიმართულებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1993, № 10-11;
2. შურღაია ო. სამეურნეო ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“, 1999, № 4;
3. შურღაია ო. ოჯახი და საოჯახო მეურნეობა: რაობა და ურთიერთმიმართება. ჟურნ. „დემოგრაფია“, 2000, № 1 (2), გვ. 46-53;
4. შურღაია ო. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი. რეტროსპექტივა. ჟურნ. „დემოგრაფია“, 2001, № 1 (3);
5. ჩაჩანიძე თ. ფრენშაიზინგის სამართლებრივი საფუძვლები. ჟურ. „კომერსანტი“, 2007, № 1(2), გვ. 131-146;
6. ძნელაძე დ. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრობლემები. თბ., გამომც. „საქართველო“, 1991;

7. ჭავჭავაძე ი. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VI. თბ., საქართველოს სსრ სახელმწიფო გამომცემლობა, 1956, გვ. 188-189;
8. **Данишевская Г. „Самостоятельные работники" в Великобритании.** Журн. „Социологические исследования", 1992, № 9;
9. **Жизнин С. З., Крупнов В. И. Как стать бизнесменом (Американский опыт).** Минск, „Предприниматель" (Майнор–Советник" – „Полифакт"), 1990;
10. **Комаровский А., Спектор А. Малые предприятия в металлургии.** Журн. „Экономист", 1991, № 6;
11. **Любимова В. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике.** Журн. „Мировая экономика и международные отношения", 1992, № 1;
12. **Шулус А., Быченко Н. Франчайзовые формы предпринимательства (Объективные осповы, противоречия, принципы господдержки).** „Российский экономический Журнал", № 1, 1998, გვ. 44-47.

თავი IV

მცირე ბიზნესის ინსტიტუციური საფუძვლები

4.1. სისტემური სტრუქტურა

საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში, ეკონომიკური საქმიანობის ხასიათის მრავალგვარობიდან, აგრეთვე, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და ორგანიზაციულ-საკუთრებითი ფორმებიდან და სხვა ნიშნებიდან გამომდინარე, წვრილი მეწარმეობის ფუნქციონირების სფერო არ შემოისაზღვრება არც ეკონომიკის რომელიმე დარგით და არც — საკუთრების ამა თუ იმ ფორმით: მცირე საწარმოები, შეიძლება, მოქმედებდეს ნებისმიერ დარგსა და სფეროში; ისინი, შეიძლება, შეიქმნას როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო ან კოოპერაციულ სექტორში, ემყარებოდეს როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო, კოოპერაციულ, ჯგუფურ ან შერეულ საკუთრებას.

ზემოაღნიშნულის საფუძველზე, შეიძლება, შემდეგნაირად ჩამოვაყალიბოთ მცირე ბიზნესის სისტემური სტრუქტურა: ზომის — უწვრილესი, წვრილი, მცირე და საშუალო სამეურნეო ერთეულები; ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების მიხედვით — საწარმოო, სავაჭრო, სასერვისო (მომსახურების), საშუამავლო, საფინანსო-საკრედიტო, სადაზღვევო, მრავალპროფილიანი საწარმოები; ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლების მიხედვით — ინდივიდუალური შრომითი საქმიანობა, წვრილი საოჯახო მეურნეობა, მცირე ინდივიდუალური მეწარმეობა; ორგანიზაციულ-საკუთრებითი საფუძვლების მიხედვით —ინდივიდუალური საწარმო, ინდივიდთა ჯგუფის საწარმო, საზოგადოებრივი ორგანიზაციის (ორგანიზაციების) საწარმო, მუნიციპალური საწარმო, სახელმწიფო საწარმო, შერეული ტიპის საწარმო; ეკონომიკურ-სამართლებრივი პასუხისმგებლობის მიხედვით — სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციონერო საზოგადოება, კოოპერატივი და სხვ.

ძირითადად, ასეთია მაღალგანვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე საწარმოთა სისტემური სტრუქტურა. პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში კი, რადიკალური ეკონომიკური რეფორმების შედეგად, ფაქტობრივად, ახლა ყალიბდება როგორც ეს სექტორი, ისე — მისი სისტემური სტრუქტურა. მაგალითად, უკვე 1995 წლის დასაწყი-

სისათვის რუსეთის ფედერაციაში მცირე საწარმოების მნიშვნელოვანი ნაწილი (127,2 ათასი ერთეული ანუ მათი საერთო რაოდენობის 14 პროცენტი) მრეწველობაში ფუნქციონირებდა. დიდი იყო მათი რიცხვი, აგრეთვე, მშენებლობაში (123,5 ათასი ერთეული ანუ 14 პროცენტი) და ვაჭრობასა და საზოგადოებრივ კვებაში, მატერიალურ-ტექნიკურ მომარაგებაში, გასაღებასა და დამზადებაში (436,4 ათასი ერთეული ანუ 49 პროცენტი) (იხ. ცხრ. 20).

ცხრილი 20

მცირე საწარმოთა განაწილება ეკონომიკური საქმიანობის სახეობებისა და ეკონომიკის სექტორების მიხედვით რუსეთის ფედერაციაში 1995 წლის დასაწყისისათვის

	მცირე საწარმოთა რიცხვი		აქედან	
	ათასი	პროც.-ით, ჯამის მიმართ	სახელმწ. და მუნიციპ. სექტორი	არასახელმწიფო სექტორი
საწარმოები — სულ	896,9	100	4	96
მათ შორის:				
მრეწველობა	127,2	14	7	93
სოფლის მეურნეობა	9,5	1	16	84
მშენებლობა	123,5	14	5	95
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	17,6	2	5	95
ვაჭრობა, საზოგ. კვება, მატ.-ტექ. მომარაგება, გასაღება და დამზადება	436,4	49	2	93
ბაზრის ფუნქც. უზრუნველყ. საერთო კომერციული საქმიანობა	51,9	6	1	99
საბინ.-კომ. მეურნ. და მოსახლ. საყოფაცხოვრებო მომსახურების არასაწარმოო სახეობები	13,5	1	10	90
მეცნიერება და მეცნიერ. მომსახურ.	51,7	6	4	96
სხვა დარგები	65,6	7	4	96

წყარო: Л.Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. Жур. „Вопросы статистики", 1995, № 9, გვ. 9.

ზემოაღნიშნულ დარგებზე მოდიოდა რუსეთის ფედერაციაში მცირე საწარმოებში მომუშავეთა უმეტესი ნაწილი. კერძოდ, მრეწველობაში დასაქმებული იყო 2382,0 ათასი კაცი ანუ მცირე საწარმოებში მომუშავეთა საერთო რაოდენობის 28 პროცენტი, მშენებლობაში, შესაბამისად, — 2631,9 ათასი კაცი და 31 პროცენტი, ხოლო ვაჭრობასა და საზოგადოებრივ კვებაში, მატერიალურ-ტექნიკურ მომარაგებაში, გასაღებასა და დამზადებაში — 2235,0 ათასი კაცი და 26 პროცენტი (იხ. ცხრ. 21).

ცხრილი 21

მცირე საწარმოებში მუდმივად მომუშავეთა განაწილება ეკონომიკური საქმიანობის სახეობებისა და ეკონომიკის სექტორების მიხედვით რუსეთის ფედერაციაში 1995 წლის დასაწყისისათვის

	მომუშავეთა საშუალო რიცხვი		აქედან		წილი მომუშ. საერთო რიცხ., პროც.-ით
	ათასი კაცი	პროცენტობით, ჯამის მიმართ	სახელმწიფო და მუნიცი. სექტორი	არასახელმწიფო სექტორი	
საწარმოები — სულ	8480	100	12	88	14
მათ შორის:					
მრეწველობა	2382	28	18	82	14
სოფლის მეურნეობა	105,2	1	28	72	1
მშენებლობა	2631,9	31	13	87	43
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	156,2	2	13	87	3
ვაჭრობა, საზოგ. კვება, მატ.-ტექ. მომარაგ., გასაღება და დამზადება	2235	26	6	94	40
ბაზრის ფუნქც. უზრუნველ. საერთო კომერც. საქმიანობა	303	4	1	99	96
საბინ.-კომ. მეურნ. და მოსახლ საყოფაც. მომსახურ. არასაწარმ. სახეობები	99,1	1	14	86	4
მეცნიერება და მეცნიერების მომსახურება	199	2	19	81	12
სხვა დარგები	368,6	5	11	89	–

წყარო: Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. გვ. 10.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, განსაკუთრებით სწრაფად იზრდება წვრილ მეწარმეობაში დასაქმებულ მუშაკთა საერთო რიცხოვნობაში არასახელმწიფო მცირე საწარმოებში მომუშავეთა წილი: უკვე 1995 წლის დასაწყისისათვის ამ ტიპის საწარმოებში იყო დასაქმებული მცირე ბიზნესში მომუშავეთა 88 პროცენტი, მათ შორის, მრეწველობაში — 82 პროცენტი. საყურადღებოა ისიც, რომ 1993 წელს ერთ საწარმოში საშუალოდ 10 კაცი, 1994 წელს კი 9 კაცი მუშაობდა[204].

თანდათანობით იხვეწება მცირე მეწარმეობის როგორც სექტორული, ისე დარგობრივი სტრუქტურა საქართველოშიც, თუმცა, იგი ოპტიმალურისაგან ჯერ კიდევ ძალიან შორს არის. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 2007 წელს მცირე საწარმოთა

[204] Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. გვ. 11.

(იურიდიული პირების) 9,5 პროცენტი სახელმწიფო სექტორში ფუნქციონირებდა, ხოლო აბსოლუტური უმრავლესობა — 90,5 პროცენტი — არასახელმწიფო სექტორზე მოდიოდა. საგულისხმოა ისიც, რომ მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან სახელმწიფო და არასახელმწიფო სექტორებში მოქმედ მცირე საწარმოთა დარგობრივი სტრუქტურები. სახელმწიფო სექტორში მცირე საწარმოები მეტ-ნაკლებად თანაბარზომიერად არის განაწილებული ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების მიხედვით, მაშინ როდესაც არასახელმწიფო სექტორში მცირე სტრუქტურები ძირითადად მიმოქცევისა და მომსახურების სფეროშია თავმოყრილი (იხ. ცხრ. 22).

სახელმწიფო სექტორის მცირე საწარმოთა (იურიდიულ პირთა) 59,5 პროცენტი ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური მომსახურების სფეროში ფუნქციონირებს, 59,2 პროცენტი — ელექტროენერგიის, აირისა და წყლის წარმოება-განაწილების სფეროში, 11,5 პროცენტი — სოფლის მეურნეობაში, ნადირობასა და სატყეო მეურნეობაში, ასევე თევზჭერასა და მეთევზეობაში, 23,3 პროცენტი კი — საქმიანობის დანარჩენ სფეროებში. განსაკუთრებით მცირეა ამ კატეგორიის საწარმოთა რიცხვი ვაჭრობის, ავტომობილებისა და საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის (0,8 პროცენტი), სამთომომპოვებელ და გადამამუშავებელ მრეწველობაში (შესაბამისად, — 3,3 და 3,6 პროცენტი), აგრეთვე, სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში (2,3 პროცენტი) და ა. შ.

რაც შეეხება არასახელმწიფო სექტორს, მცირე საწარმოებს გაბატონებული მდგომარეობა უჭირავთ ვაჭრობის, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტის სფეროში, სადაც არასახელმწიფო სექტორს განეკუთვნება მცირე საწარმთა 99,2 პროცენტი. ასეთი ვითარებაა სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში — აქ საწარმოთა 97,7 პროცენტი არასახელმწიფო სექტორს ეკუთვნის. დიდი უმრავლესობით არის წარმოდგენილი არასახელმწიფო სექტორში წვრილი საწარმოები, ასევე, სამთომომპოვებელ და გადამამუშავებელ მრეწველობაში (შესაბამისად, — 96,1 და 96,7 პროცენტი), განათლებაში (96,6 პროცენტი), — უძრავი ქონებით ოპერაციების, იჯარის, მომხმარებელთა მომსახურებისა და სფეროში (94,2 პროცენტი).

ცხრილი 22

მცირე საწარმოთა სტრუქტურა ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების, რეგიონების, საკუთრებისა და საბარძლებრივი ფორმების მიხედვით საქართველოში, პროცენტობით, 1998-2007 წწ

	1998 წ.			2003 წ.			2007 წ.			
		მათ შორის			მათ შორის			მათ შორის		
									აქედან	
	სულ	სახელმწ.	არასახელმწ.	სულ	სახელმწ.	არასახელმწ.	სულ	მც. იურიდ. პირ.	სახელმწ.	არასახელმწ.
სულ	100	14,5	85,5	100	100,0	100	100	100	9,5	90,5
სოფლ. მეურნ., ნად. და მეტყ. ურვ.	4,4	47,7	52,3	2,2	9,4	1,7	1,5	2,2	11,5	79,5
საბითომ. მრეწვ.	0,6	20,3	79,7	0,7	0,5	0,7	0.5	0,7	3,3	96,1
გადამამუშ. მრეწვ.	30,0	7,7	92,3	13,2	10,8	13,4	12,6	14,5	3,6	96,7
ელ. ენერ., გაზ. და წყლის წარმოება და განაწილება	1,0	68,0	32,0	0,8	6,0	0,4	0,3	0,6	59,2	40,8
მშენებლობა	5,2	21,5	78,,5	4,1	6,5	3,9	2,4	5,8	6,2	93,8
ვაჭრ., ავტ., საყ. საქ. და პირ. სარგ. ნაყთ. რემ.	30,4	12,7	33,4	43,6	9,1	46,2	50,0	27,3	0,8	99,2
სასტ. და რესტ.	4,4	2,5	4,7	5,6	3,8	5,8	6,5	5,3	2,3	97,7
ტრანს., სასაწყ. ბეურნ. და კავშირ.	5,1	7,3	4,8	6,0	7,8	5,8	5,7**	6,6	6,4	93,6
ოპერ. უძრ. ქონით, ფარა და მომს. მომსახურ. გაწევა	10,1	14,2	9,3	13,5	15,8	13,3	13,1	24,9	5,8	94,2
განათლება	2,4	2,2	2,4	3,0	2,8	3,0	1,2	3,1	3,4	96,6
ჯანმრთ. დაცვა და სოციალ. მომს.	2,8	10,4	1,5	3,4	17,8	2,3	3,1	5,4	59,5	40,5
კომუნ., სოციალ. და პერს. მომსს.	3,5	5,5	3,2	3,8	9,7	3,3	3,1	3,6	–	–
საქ. დანარ. სახეობები	...		...	...	....	...	...		23,3	76,7
ადმ. ტერ. მაარ.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
თბილისი	47,7	24,8	51,6	56,5	27,8	58,7	28,8	47,2	4,1	95,5
აფხაზეთის არ	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
აჭარის არ	6,4	9,8	6,9	6,7	16,3	6,0	11,5	9,9	9,8	90,2
გურია	2,1	3,4	1,9	1,0	3,4	0,9	3,7	1,8	14,5	85,5
რაჭა-ლეჩხ. ქვ. სვ.	1,4	1,8	1,4	0,8	1,1	0,7	1,4	1,1	40,6,	59,4
სამეგრ.-ზ. სვანეთი	6,7	7,6	6,6	5,5	6,8	5,4	8,5	7,3	11,2	88,8
იმერეთი	14,3	7,6	13,7	11,4	16,1	11,1	16,0	12,8	18,7	81,3
კახეთი	4,6	17,5	30,8	3,7	5,7	3,5	8,6	5,4	11,1	88,9
მცხეთა-მთიანეთი	2,5	2,0	2,0	1,9	4,1	1,8	2,1	1,3	27,2	72,8
სამცხე-ჯავახეთი	2,5	5,4	1,8	2,2	6,0	2,0	8,7	2,1	24,9	75,1
ქვემო ქართლი	7,4	6,3	7,3	7,0	7,2	7,0	10,4	7,3	11,6	88,4
შიდა ქართლი	4,5	7,8	4,6	3,0	5,4	2,5	5,0	3,8	15,6	84,4

* მცირე იურიდიულ პირ საწარმოთა მიხედვით.
** ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998, სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 45; მეწარმეობა საქართველოში, 2004. სტატისტიკური კრებული, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, 2004, გვ. 44; მეწარმეობა საქართველოში, 2008. სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, 2008, გვ. 35.

არარაციონალურია მცირე საწარმოთა რეგიონული სტრუტურა. თითქმის ყოველი მეორე საწარმო (47,3 პროცენტი) თბილისშია განლაგებული, ყოველი მეექვსე (16,0 პროცენტი) — იმერეთში, ყოველი მეათე — აჭარასა და ქვემო ქართლში (შესაბამისად, — 11,5 და 10,4 პროცენტი), მაშინ როდესაც მათ საერთო რაოდენობაში რაჭა-ლეჩხუმის წილი 1,4 პროცენტს არ აღემატება, მცხეთა—თიანეთისა — 2,1, გურიისა კი — 3,7 პროცენტს. რაც შეეხება საკუთრების ფორმების მიხედვით განაწილებას, რეგიონებშიც მცირე საწარმოთა უდიდესი ნაწილი არასახელმწიფო სექტორშია განლაგებული.

ამავე დროს, საყურადღებოა, რომ მცირე საწარმოთა უმრავლესობაში მეტად უმნიშვნელოა საწარმოო პერსონალის საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა. ეს თვალნათლივ გვიჩვენა თბილისში ჩატარებულმა სოციოლოგიურმა გამოკვლევამაც, რომელმაც 1970 ბიზნესმენი მოიცვა. გამოკითხვისას რესპონდენტთა 21,5 პროცენტმა განაცხადა, რომ მათ ფირმაში 1-დან 3 კაცამდე იყო დასაქმებული, 17,7 პროცენტმა — 4-6 კაცი დაასახელა, 13,9 პროცენტმა — 7-10 კაცი, 5,1 პროცენტმა — 11-15 კაცი, 5,2 პროცენტმა — 16-20 კაცი. მეწარმეთა მხოლოდ 3,5 პროცენტმა კი აღნიშნა, რომ მათ საწარმოში 21-დან 30 კაცამდე მუშაობდა, 2,8 პროცენტმა — 31-40 კაცი, 1,7 პროცენტმა — 41-60 კაცი, 3,3 პროცენტმა — 61-80 კაცი, 4,4 პროცენტმა — 81-100 კაცი, ხოლო 20,9 პროცენტმა მიუთითა, რომ მათ ფირმაში 100 კაცზე მეტი მუშაობდა. კიდევ უფრო მცირეა მუშაკთა რიცხოვნობა ზოგიერთ იურიდიულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოში. მაგალითად, ინდივიდუალურ საწარმოთა 63,8 და კომანდიტურ საზოგადოებათა 40 პროცენტში მხოლოდ 1-3 მუშაკია დასაქმებული (იხ. ცხრ. 23).

მეტად არარაციონალურია მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა განაწილება ორგანიზებულ (რეგისტრირებულ, რეგლამენტირებულ, ფორმალურ) და არაორგანიზებულ (არარეგისტრირებულ, არარეგლამენტირებულ, არაფორმალურ) მცირე ბიზნესს შორის. როგორც უკვე ზემოთ აღინიშნა, ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემებით, სამეწარმეო სფეროში მოქმედ მცირე საწარმოებში ანუ ორგანიზებულ წვრილ მეწარმეობაში 1999 წელს 92,2 ათასი კაცი იყო დასაქმებული, მაშინ როდესაც არაორგანიზებულ ბიზნესში ინდივიდუალურად თვითდასაქმებული მოსახლეობა ასიათასობით კაცს ითვლიდა. მართალია, შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემების უქონლობის გამო, ძნელია ასეთი მუშაკების ზუსტი რიცხვის დასახელება, მაგრამ ცალკეული სოციოლოგიური გამოკვლევებისა და სხვა არაპირდაპირი

მონაცემების საფუძველზე მაინც შეიძლება მათი მიახლოებითი რაოდენობის განსაზღვრა.

ცხრილი 23

გთხოვთ, აღნიშნოთ, რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს ფირმაში?

პასუხების ვარიანტები	რესპონდენტთა რიცხვი* – სულ (პროცენტი)	მათ შორის					
		ინდივიდუალური საწარმო	სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგ.	კომანდიტური საზოგადოება	სააქციონერო საზოგადოება	შეზღუდული პასუხისმგ. საზოგ.	კოოპერატივი
1-3 მუშაკი	21,5	63,8	9,5	40,0	0,8	13,9	8,3
4-6	17,7	21,0	38,1	0	1,7	28,3	37,5
7-10	13,9	8,0	19,0	20,0	4,5	25,5	20,8
11-15	5,1	2,4	0	0	3,6	8,3	6,2
16-20	5,2	1,8	14,3	0	8,0	4,5	6,2
21-30	3,5	1,3	4,8	0	4,7	3,9	4,2
31-40	2,8	0,2	4,8	20,0	4,8	2,4	4,2
41-60	1,7	0,4	0	0	3,6	1,1	0
61-80	3,3	0,2	4,8	0	7,6	1,5	2,1
81-100	4,4	0,4	0	20,0	9,4	2,4	4,1
100 და მეტ.	20,9	0,4	4,8	0	51,3	8,3	6,2

* პასუხი გასცა 1895 რესპონდენტმა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წ.წ. თბილისში მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის მასალები.

მაგალითად, სოციოლოგიური გამოკვლევის თანახმად, 1995 წელს მხოლოდ თბილისში არაორგანიზებულ მცირე ბიზნესში თვითდასაქმების წესით დაახლოებით 180 ათასი კაცი (დევნილების ჩათვლით) ანუ მთელი შრომისუნარიანი მოსახლეობის 22 პროცენტი მუშაობდა[205], მაშინ, როდესაც 1998 წელს დედაქალაქის ორგანიზებულ სამეწარმეო სფეროში დასაქმებულთა საერთო რიცხვი 158,5 ათას კაცს, მათ შორის, მცირე ბიზნესის სფეროში – 72,3 ათას კაცს, 1999 წელს კი, შესაბამისად, 146,0 ათას და 32,3 ათას კაცს არ აღემატებოდა[206].

---

[205] დ. ყარაულაშვილი, ზ. გოცირიძე. არარეგისტრირებული თვითდასაქმების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები (სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი ქ. თბილისის მაგალითზე). საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის დემოგრაფიისა და სოციოლოგიური კვლევის ინსტიტუტის შრომების ფონდი, თბ., 1996, გვ. 3.

[206] სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998. სტატისტიკური კრებული. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999, გვ. 30; მეწარმეობა საქართველოში, გვ. 117.

არაორგანიზებულ მცირე ბიზნესში თვითდასაქმებულები ძირითადად თბილისის ბაზრობებსა და ქუჩებში ინდივიდუალური მოვაჭრეები, სავაჭრო ჯიხურებში მომუშავენი, არარეგისტრირებული სავაჭრო ჯიხურების მფლობელები, არაოფიციალურ შრომის ბირჟებზე სამუშაოს მაძიებელი ხელოსნები, წვრილ სახელოსნოებსა და სეზონურ სამუშაოზე დასაქმებულები, შინამეწარმეები, რეპეტიტორები, ტაქსის მძღოლები, დამლაგებლები, მრეცხავები, ძიძა ქალები, ქვეყნის ფარგლებს გარეთ მიგრანტები და სხვა მოსაქმეობის ადამიანები არიან[207].

ამასთან ერთად, საოჯახო მეურნეობებზე დაკვირვების მონაცემებით, 1999 წელს საქართველოში თვითდასაქმებულთა საერთო რიცხვი 1273,4 მლნ კაცს უდრიდა[208]. თუ მხედველობაში მივიღებთ იმას, რომ ამ პერიოდში ორგანიზებული სამეწარმეო სფეროს ყველა ტიპის საწარმოებში სულ 379,3 ათასი კაცი მუშაობდა[209], უნდა ვიგულისხმოთ, რომ თვითდასაქმებით მომუშავეთა დიდი უმრავლესობა — ასეულ ათასობით კაცი არაორგანიზებულ ბიზნესშია ჩართული.

ეს რომ მართლაც ასეა, შემდეგი მონაცემებიდანაც ჩანს: ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემებით, 1999 წელს სოფლის მეურნეობის, მეტყევეობისა და თევზჭერის სისტემის ორგანიზებულ სამეწარმეო სფეროში სულ 17,3 ათასი კაცი იყო დასაქმებული, საოჯახო მეურნეობებზე დაკვირვების მონაცემებით კი, ამ დარგში თვითდასაქმებულთა რიცხვი ამავე პერიოდში 1137,7 ათას კაცს უდრიდა[210], ვაჭრობაში, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტში კი, შესაბამისად, — 49,4 ათას[211] და 103,5 ათას[212] კაცს. ანალოგიური ვითარებაა ეკონომიკური საქმიანობის სხვა სახეობების მიხედვითაც.

ყოველივე ეს განაპირობებს სამუშაო ძალის გამოყენების უკიდურესად დაბალ ეფექტიანობას და, ამასთანავე, სოციალურ-ეკონომიკურ პრობლემათა მთელ ჯაჭვს წარმოშობს. ამიტომ ყოველი ღონისძიებით

---

[207] დ. ყარაულაშვილი, ზ. გოცირიძე. არარეგისტრირებული თვითდასაქმების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, გვ. 3.

[208] საქართველოს შინამეურნეობები, 1998-1999. ეკონომიკურ-სტატისტიკური კრებული. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი. თბ., 2000, გვ. 57.

[209] მეწარმეობა საქართველოში, 1998-1999. გვ. 117.

[210] იქვე. გვ. 73.

[211] იქვე. გვ. 117.

[212] იქვე. გვ. 73.

უნდა შეეწყოს ხელი მცირე მეწარმეობის, განსაკუთრებით კი — არაორგანიზებული ბიზნესის ორგანიზებულ, ფორმალურ, ცივილიზებულ ჩარჩოებში მოქცევას, ამ სფეროში ანარქიის, განუკითხაობის დაძლევას.

უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ისეთი დიდმნიშვნელოვანი პრობლემების გადაწყვეტა, როგორიცაა: მცირე ბიზნესის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განმტკიცება, მისი ფუნქციონირების თანამედროვე, პროგრესული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების დანერგვა, პირდაპირ ქუჩებში, ტროტუარებზე, გასასვლელებში, მოედნებზე, სხვადასხვა სრულიად შეუფერებელ ადგილებზე გამართული პრიმიტიული, სტიქიური ბაზრობების პროგრესული ტექნიკით, მოწყობილობითა და ტექნოლოგიებით აღჭურვილი მცირე სავაჭრო საწარმოებით შეცვლა, პრიმიტიული, ხელით შრომაზე დამყარებული საოჯახო ბიზნესის ახლებური ორგანიზაცია და თანამედროვე, მობილურ მცირე ტექნიკასა და ტექნოლოგიებზე დაფუძნება.

ამ მიმართულებით მრავალმხრივი ღონისძიებები ხორციელდება მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში, აგრეთვე, ზოგიერთ პოსტსოციალისტურ სახელმწიფოში. ამის გამოხატულებაა მცირე მეწარმეობაში სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა პრივილეგირებული წესით დაფინანსება, მცირე ბიზნესის საინოვაციო პროგრამების განხორციელება, მისი კომპიუტერებითა და კავშირგაბმულობის საშუალებებით, ბიბლიოთეკებით, ლაბორატორიებით, მოწყობილობით უზრუნველყოფა, საკონსულტაციო მომსახურებისა და პროფესიული მომზადების სამსახურების, ტექნოპარკების, ლიზინგური ფირმების, ბიზნეს-ინკუბატორების, საწარმოო-ტექნიკური ცენტრების ორგანიზაცია, საექსპლუატაციოდ გამზადებული მცირე საწარმოების სალიზინგო კონტრაქტით გარკვეული ვადით არენდატორებისათვის გადაცემა და ამ ვადის გასვლის შემდეგ მისი ნარჩენი ღირებულებით მიყიდვა, მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის სხვა ღონისძიებათა ფართოდ განხორციელება და ყოველმხრივი მხარდაჭერა.

ცხადია, მცირე მეწარმეობის მატერიალურ-ტექნიკური საფუძვლების განმტკიცებაში სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობა დიდ ფინანსურ და მატერიალურ-ტექნიკურ რესურსებს მოითხოვს. ცნობილია, რომ მცირე მეწარმეობის სფეროში მხოლოდ ერთი სამუშაო ადგილის შექმნასა და მისი ფუნქციონირების უზრუნველყოფას 10 ათასამდე აშშ-ის დოლარი სჭირდება[213]. ასეთი სახსრების ერთბაშად გაღება კი დღეს, სახელმწიფო ფინანსური რესურსების უკიდურესი სიმწირის,

[213] „Ваш банк Экономист". М. Ноябрь. 2001, გვ. 22.

მისი უმწვავესი დეფიციტის პირობებში, რაც, უწინარესად, სუსტი ფისკალური პოლიტიკისა და უნიათო ადმინისტრირების შედეგია, უთუოდ გაუჭირდება ჩვენს ქვეყანას, მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ ახლავე არ გადაიდგას ამ მიმართულებით კონკრეტული ნაბიჯები.

მცირე ბიზნესის ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურის ფორმირება ამ სექტორის პოტენციალის სრულად ამოქმედების უდიდეს რეზერვებს შეიცავს. ამაზე კი დიდად არის დამოკიდებული არა მარტო ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარება, არამედ — უმძიმესი სოციალური პრობლემების გადაჭრაც. პირველი რიგის ამოცანად გვესახება უპირატესად ეკონომიკური სტიმულირების ბერკეტების მეშვეობით მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურის ოპტიმიზაცია. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს მისი პრიორიტეტული მიმართულებების — მრეწველობასა და სოფლის მეურნეობაში მცირე საწარმოთა რიცხვისა და მათში დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდა. ამასთან ერთად, ასევე, უმნიშვნელოვანეს მიმართულებად უნდა იქნეს მიჩნეული და ყოველმხრივი სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერა აღმოეჩინოს წვრილი მეწარმეობის წინმსწრები ტემპებით განვითარებას საქართველოს იმ რეგიონებში, სადაც მოსახლეობის დეპოპულაცია დაიწყო და განსაკუთრებით დიდია როგორც დაუსაქმებელი მუშახელი, ისე — გამოუყენებელი ბუნებრივი რესურსები.

რეზიუმე

რთული და მრავალფეროვანია მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურა. საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში მისი ფუნქციონირების სფერო არ შემოისაზღვრება არც ეკონომიკის რომელიმე დარგით და არც — საკუთრების რომელიმე ფორმით: მცირე საწარმოები, შეიძლება, მოქმედებდეს ნებისმიერ დარგსა და სფეროში, კერძო, სახელმწიფო ან კოოპერაციულ სექტორში, ემყარებოდეს კერძო, სახელმწიფო, კოოპერაციულ, ჯგუფურ ან შერეულ საკუთრებას. მრავალფეროვანია მცირე ეკონომიკაში დასაქმებულთა შემადგენლობა სოციალური წარმოშობის, მდგომარეობის, განათლების, პროფესიის, კვალიფიკაციის, საცხოვრებელი ადგილისა და სხვა ნიშნების მიხედვითაც;

მცირე ბიზნესი, შეიძლება, დაჯგუფდეს: ზომის მიხედვით — უწვრილეს, წვრილ, მცირე და საშუალო სამეურნეო ერთეულებად; ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების მიხედვით — საწარმოო, სავაჭრო, სასერვისო (მომსახურების), საშუამავლო, საფინანსო-საკრედიტო, სა-

დაზღვევო, მრავალპროფილიან საწარმოებად; ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლების მიხედვით — ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობად, წვრილ საოჯახო მეურნეობად, მცირე ინდივიდუალურ მეწარმეობად; ორგანიზაციულ-საკუთრებითი საფუძვლების მიხედვით — ინდივიდუალურ საწარმოდ, ინდივიდთა ჯგუფის საწარმოდ, საზოგადოებრივი ორგანიზაციის (ორგანიზაციების) საწარმოდ, მუნიციპალურ საწარმოდ, სახელმწიფო საწარმოდ, შერეული ტიპის საწარმოდ; ეკონომიკურ-სამართლებრივი პასუხისმგებლობის მიხედვით — სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებად, კომანდიტურ საზოგადოებად, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებად, სააქციონერო საზოგადოებად, კოოპერატივად და სხვ.

ძირითადად, ასეთია მაღალგანვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე საწარმოთა სისტემური სტრუქტურა. პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში, მათ შორის, საქართველოშიც, რადიკალური ეკონომიკური რეფორმების შედეგად, ფაქტობრივად, ახლა ყალიბდება როგორც ეს სექტორი, ისე — მისი სისტემური სტრუქტურა, რომელიც ჯერ კიდევ ძალიან შორს არის სრულყოფილებისაგან: სახელმწიფო და არასახელმწიფო სექტორებს, ასევე შრომითი საქმიანობის სახეობებს შორის მეტად უთანაბროდაა განაწილებული მცირე საწარმოები, რომელთა უმეტესი ნაწილი მომსახურების სფეროში ფუნქციონირებს. ასეთი ვითარებაა რეგიონების მიხედვითაც. ამავე დროს, საყურადღებოა, რომ მცირე საწარმოთა უმრავლესობაში მეტად უმნიშვნელოა საწარმოო პერსონალის საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა. არარაციონალურია მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა განაწილებაც ორგანიზებულ (რეგისტრირებულ, რეგლამენტირებულ, ფორმალურ) და არაორგანიზებულ (არარეგისტრირებულ, არარეგლამენტირებულ, არაფორმალურ) მცირე ბიზნესს შორის.

მცირე ბიზნესის თანამედროვე, ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურის ფორმირებისათვის, უწინარეს ყოვლისა, აუცილებელია მისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განმტკიცება, ორგანიზაციის თანამედროვე, პროგრესული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების დანერგვა, საოჯახო ბიზნესის ახლებური ორგანიზაცია და თანამედროვე, მობილურ მცირე ტექნიკასა და ტექნოლოგიებზე დაფუძნება, მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების, აგრეთვე, ზოგიერთი პოსტსოციალისტური სახელმწიფოს მსგავსად, მცირე მეწარმეობაში სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა პრივილეგირებული წესით დაფინანსება და საინოვაციო პროგრამების განხორციელება, სექტორის კომპიუტერებითა და კავშირგაბმულობის საშუალებებით, ბიბლიოთეკებით,

ლაბორატორიებით, მოწყობილობით უზრუნველყოფა, საკონსულტაციო მომსახურებისა და პროფესიული მომზადების სამსახურების, ტექნოპარკების, ლიზინგური ფირმების, ბიზნეს-ინკუბატორების, საწარმოო-ტექნიკური ცენტრების ორგანიზაცია, საექსპლუატაციოდ გამზადებული მცირე საწარმოების სალიზინგო კონტრაქტით გარკვეული ვადით არენდატორებისათვის გადაცემა და ა. შ. ყოველივე ამაზე დიდად არის დამოკიდებული მცირე მეწარმეობის უდიდესი პოტენციალის სრულად ამოქმედება, არა მარტო ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარება, არამედ, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, უმძიმესი სოციალური პრობლემების გადაჭრაც.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. როგორია მცირე მეწარმეობის ფუნქციონირების სფერო?
2. რას ემყარება მცირე მეწარმეობის სისტემური სტუქტურა?
3. როგორ მიმდინარეობს პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურის ჩამოყალიბება?
4. როგორ ღონისძიებებს ანხორციელებენ განვითარებულ ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურის სრულყოფისათვის?
5. დაახასიათეთ მცირე მეწარმეობის სტრუქტურის თავისებურებანი საქართველოში.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ გესახებათ საქართველოში მცირე მეწარმეობის ოპტიმალური სისტემური სტრუქტურა და როგორი იქნება მისი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის სისტემური სტუქტურა განვითარებულ ქვეყნებში;
2. მცირე მეწარმეობის სისტემური სტრუქტურა საქართველოში და მისი სრულყოფის ძირითადი გზები და მიმართულებანი.

ლიტერატურა

1. **მეწარმეობა საქართველოში. 2004.** საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, თბ., 2004;
2. **სამეწარმეო საქმიანობა საქართველოში. 1998.** სტატისტიკური კრებული, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1999;
3. **საქართველოს შინამეურნეობები. 1998-1999.** ეკონომიკურ-სტატისტიკური კრებული. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი. თბ., 2000;
4. **ყარაულაშვილი დ., გოცირიძე ზ. არარეგისტრირებული თვითდასაქმების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები (სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი ქ. თბილისის მაგალითზე).** საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის დემოგრაფიისა და სოციოლოგიური კვლევის ინსტიტუტის შრომების ფონდი, თბ., 1996;
5. **შურღაია ო.** მცირე ბიზნესი: არსი, სტრუქტურა და კლასიფიკაცია. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1993, № 4-5;
6. **შურღაია ო.** მცირე ბიზნესის სისტემური სტრუქტურა. ჟურნ. „მაკრო მიკრო ეკონომიკა“, 2002, № 3 (52);
7. **Белоконная Л., Плышевский Б. Развитие малых предприятий в России.** Жур. „Вопросы статистики“, 1995, № 9;
8. **„Ваш банк Экономист“.** М. Ноябрь. 2001. გვ. 22.

4.2. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები

თანამედროვე მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში რაოდენობრივი თვალსაზრისით წამყვანი ადგილი უჭირავს ფირმებს, რომლებიც ერთპიროვნული საკუთრების ფორმით ფუნქციონირებენ[214]. მაგალითად, აშშ-ში სწორედ ამ სახით მუშაობს ფირმათა 73 პროცენტი, მაშინ როდესაც ამხანაგობას მათი საერთო რაოდენობის (ფერმერებისა და დამოუკიდებლად მომუშავეთა ჩათვლით) 9 პროცენტი, ხოლო კორპორაციას — 18 პროცენტი ეფუძნება[215]. რაც შეეხება საკუთრივ მცირე ბიზნესს, იგი, უწინარესად, ერთპიროვნული საკუთრებისა და ამხანაგობის ფორმით ფუნქციონირებს (იხ. ცხრ. 24).

ცხრილი 24

ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები აშშ-ში

ფორმა	ფირმების რიცხვი, მლნ	წილი, პროც.
ერთპიროვნული საკუთრება*	12820	73
პარტნიორობა**	16440	9
კორპორაცია	3171	18
სულ	17635	100

* ფერმერებისა და „დამოუკიდებლად მომუშავეთა“ ჩათვლით.

** რ. მაკკონელი და სტენლი ბრიუ ცნების „ამხანაგობის“ ნაცვლად „პარტნიორობას“, ხოლო „კორპორაციულობის“ ნაცვლად „კორპორაციულს“ იყენებენ.

წყარო: П. Р Самуэльсон. Экономика. Т 1. М., МГП „Алгон“, ВНИИСИ, 1992.

დასავლეთის განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში შექმნილია მყარი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები თითოეული ზემოაღნიშნული ფორმის საწარმოს გამართული ფუნქციონირებისა და ყოველმხრივი განვითარებისათვის. ეს, უწინარეს ყოვლისა, ითქმის მცირე მეწარმეობაზე, რომლისადმი განსაკუთრებული დამოკიდებულების გამოხატულებაა ის, რომ სპეციალური კანონმდებლობით განსაზღვრულია ამ სექტორის საწარმოთა შექმნა და შეუფერხებელი ფუნქციონირება ეკონომიკის ნებისმიერ დარგში, მათ შორის, სამხედრო-სამრეწველო კომპლექსის სფეროში. მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მცირე საწარმოები სპეციალური კანონმდებლობით

[214] П. Самуельсон. Экономика. Т. 1, გვ. 68.

[215] Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Брню. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т. 1, გვ. 101.

დაცულია მსხვილი და უმსხვილესი მონოპოლისტური გაერთიანებების მხრიდან ეკონომიკური დიქტატისა და ზეწოლისაგან.

განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს მცირე მეწარმეობის სამართლებრივი რეგულირების სფეროში აშშ-ის უმდიდრესი გამოცდილება. აქ მცირე საწარმოთა როგორც ფუნქციონირების, ისე სახელმწიფოსა და საზოგადოების მხრიდან მისდამი კეთილმოსურნე დამოკიდებულების ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზა იმთავითვე ანტიმონოპოლიური რეგულირების მწყობრ საკანონმდებლო სისტემას დაემყარა და ეს სულაც არ არის შემთხვევითი. დასავლური ეკონომიკური შეხედულებების თანახმად, თითოეული ქვეყნის მეურნეობრივი სისტემის საფუძველთა საფუძველია თავისუფალი კონკურენცია, რომელსაც მოძრაობაში მოჰყავს ბუნებრივი, შრომითი, სამეცნიერო-ტექნიკური და ინტელექტუალური რესურსები. გარკვეულწილად სწორედ ამ ფაქტორთანაა დაკავშირებული ისეთი დიდმნიშვნელოვანი ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების გადაწყვეტა, როგორიცაა ერთიანი ეროვნული ბაზრის შექმნა და ფუნქციონირება, საკუთრებისა და მეურნეობრიობის სხვადასხვა ფორმის რეალური ეკონომიკური და სამართლებრივი თანასწორობის უზრუნველყოფა, ეკონომიკის ცალკეული დარგებისა და მთლიანად ეროვნული მეურნეობის განვითარების პროპორციების დინამიკური და შეწონასწორებული დაბალანსება, შიდარეგიონული და საგარეო ეკონომიკური კავშირების განვითარება და ამ გზით, საბოლოო ჯამში, ეროვნული სამეწარმეო-კომერციული ჩვევებისა და ტრადიციების წარმოჩენა-განვითარებასთან ერთად, პიროვნების ეკონომიკური თავისუფლების რეალური ხორცშესხმა, მისი სამეურნეო გერგილიანობისა და ინიციატივიანობის აქტივიზაცია.

როგორც ამერიკელი მეცნიერები კემპბელ რ. მაკონელი და სტენლი ლ. ბრიუ აღნიშნავენ, აშშ-ის ფედერალური მთავრობა თავიდანვე ძირითადად ორი გზით ცდილობდა მონოპოლიებზე კონტროლის დაწესებას: პირველი, „ბუნებრივი მონოპოლიებისათვის," ე. ი. იმ დარგებისთვის, სადაც ტექნოლოგიური და ეკონომიკური პირობები გამორიცხავს კონკურენტული ბაზრების ჩამოყალიბების შესაძლებლობას, ხელისუფლებამ სახელმწიფო კომისიები შექმნა ფასების რეგულირებისა და მომსახურების სტანდარტების დასაწესებლად. ასეთ რეგულირებას ამა თუ იმ ზომით ექვემდებარება ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, ელექტროენერგიის წარმოება და განაწილება, საზოგადოებრივი სარგებლობის სხვა დარგები;

მეორე, იმის გამო, რომ ბაზრების აბსოლუტურ უმრავლესობაში

წარმოების ეფექტიანობა შეიძლება, უზრუნველყოფილ იქნას მხოლოდ კონკურენციის ყოველმხრივი განვითარებით, მთავრობამ მისი დაცვისა და ბიზნესის ქცევის ეფექტიანი რეგულირების საშუალებად გამოყენების მიზნით შეიმუშავა ანტიმონოპოლიურ ანუ ანტიტრესტულ კანონთა მთელი პაკეტი. ამ პაკეტში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს შერმანის კანონს, რომელიც აშშ-ის კონგრესმა ჯერ კიდევ 1890 წელს თითქმის დებატებისა და შენიშვნების გარშე მიიღო[216]. ამ კანონს, თავისი ყოვლისმომცველი ხასიათის გამო, ხშირად კონკურენტული სისტემის კონსტიტუციასაც კი უწოდებენ. 1914 წელს შერმანის კანონის დაზუსტება-შევსების მიზნით დამატებით შემუშავდა ახალი კანონები, მათ შორის, კლეიტონის კანონი და კანონი ფედერალური სავაჭრო კომისიის შესახებ, რომელსაც „მრავალი სახეობის უსამართლო ქცევის“ აღკვეთის გზით კონკურენციის მხარდაჭერა დაევალა[217].

ანტიმონოპოლიურ საკანონმდებლო პაკეტთა სისტემაში განსაკუთრებულ როლს ასრულებს კანონი მცირე ბიზნესის შესახებ, რომელიც აშშ-ის კონგრესმა ჯერ კიდევ 1942 წელს მიიღო. სწორედ ამ კანონის საფუძველზე ჩამოყალიბდა მცირე ქარხნების კორპორაცია, რომელსაც ქმედით დახმარებას უწევდა და უწევს აშშ-ის მთავრობა. საგულისხმოა, რომ ხელისუფლება ახლაც ყოველი ღონისძიებით ასტიმულირებს მცირე ფირმების შექმნასა და განვითარებას სამხედრო მრეწველობაში. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის შემდგომ სრულყოფა-განმტკიცებაზე ზრუნვის გამოხატულებაა, აგრეთვე, ეკონომიკის ამ სექტორის განვითარების შესახებ აშშ-ის კონგრესის მიერ 1953 წელს ახალი კანონის მიღება, 1958 წელს კი მასში დამატებებისა და ცვლილებების შეტანა. საგულისხმოა, რომ მხოლოდ ბოლო წლებში მცირე ბიზნესის განვითარების საკითხებზე დამატებით შემუშავდა ათამდე სხვადასხვა კანონი, რომლებიც აკონკრეტებს 1953 წელს მიღებული კანონის ნორმებს მცირე საწარმოების სახელმწიფო მხარდაჭერის ცალკეული მიმართულებებისა და ფორმების მიხედვით[218].

---

[216] Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брию. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т. 1, გვ. 96.

[217] Пол Хейне. Экономический образ мышления. М., изд.-во „Цаталлахы и новости“, 1991, გვ. 296.

[218] В. Верулидзе. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства в условиях рыночных преобразований, გვ. 136.

აღსანიშნავია, რომ განვითარებულ ქვეყნებში თავიდანვე სპეციალური კანონმდებლობით განისაზღვრა მცირე საწარმოს ზომები. ამას არა მარტო დიდი თეორიულ-სამართლებრივი, არამედ პრაქტიკული მნიშვნელობაც აქვს. საქმე ისაა, რომ ბევრ ეკონომიკურად დაწინაურებულ ქვეყანაში სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა მნიშვნელოვანწილად დიფერენცირებულია იმისდა მიხედვით, თუ როგორია სამეურნეო სუბიექტების ზომები და სამეწარმეო საქმიანობის მასშტაბები, რათა სახელმწიფო მხარდაჭერა, პატრონაჟი, პირველ რიგში, სწორედ მცირე ეკონომიკურ სტრუქტურებს გაეწიოს.

მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება-განვითარებისა და შესაბამისი ინსტიტუციური მექანიზმის ჩამოყალიბებაში გარკვეულ ინტერესს იმსახურებს ზოგიერთი პოსტსოციალისტური ქვეყნის გამოცდილებაც, რომლებმაც მოკლე დროის განმავლობაში შეძლეს ამ სფეროში არსებული სამართლებრივი ვაკუუმის დაძლევა. მაგალითად, ბულგარეთში მცირე ბიზნესის სამართლებრივ სტატუსსა და ადგილს ეკონომიკურ სისტემაში განსაზღვრავს 1984 წელს მიღებული სამთავრობო პროგრამა მცირე და საშუალო საწარმოთა დაჩქარებული განვითარების შესახებ, რომელიც ითვალისწინებს ადგილობრივი ნედლეულისა და წარმოების ნარჩენების გამოყენებაზე ორიენტირებული თანამედროვე ტექნიკითა და ტექნოლოგიით აღჭურვილი მცირე საწარმოების ფართო ქსელის შექმნას. ამ მიმართულებით დასახულ ღონისძიებათა მასშტაბებზე მეტყველებს ის, რომ ზემოაღნიშნული პროგრამით 1985-1990 წლებში ამ ტიპის 240-260 საწარმო უნდა ჩამოყალიბებულიყო.

უნგრეთში მცირე საწარმოთა ფუნქციონირების ორგანიზაციულ-სამართლებრივ რეგულირებასა და კოორდინაციასთან დაკავშირებულ საკითხებს ქვეყნის სამეურნეო პალატა წყვეტს, პოლონეთში კი მცირე ბიზნესის განვითარების პრობლემებს არეგულირებს კანონი სახალხო მეურნეობაში ანტიმონოპოლიური პრაქტიკის დანერგვის შესახებ. აღსანიშნავია, რომ ამ კანონითვე არის ჩამოყალიბებული ქმედითი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს ქვეყანაში მცირე და საშუალო საწარმოების საქმეთა კოორდინაციას.

მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის შესაქმნელად გარკვეული ღონისძიებები განხორციელდა, აგრეთვე, რუმინეთში, სადაც ჯერ კიდევ 1980 წელს მიიღეს კანონი მცირე მრეწველობის განვითარების შესახებ, რომელიც განსაზღვრავს მოქმედ საწარმოთა მოწყობილობის ნაწილის მცირე საწარმოებისათვის მიყიდვის, იჯარით გადაცემის, ერთობლივად გამოყენებისა და სხვ. გზით გადანაწილე-

ბის წესს. ამ მიმართულებით საინტერესო გამოცდილება დაგროვილია, აგრეთვე, ჩეხეთსა და სლოვაკეთში, სადაც მცირე ეკონომიკის განვითარებისა და ხელშეწყობის საკითხებს ეროვნული ტერიტორიული კომიტეტები წყვეტს[219].

აღსანიშნავია, რომ შედარებით მოკლე დროის განმავლობაში შეიქმნა მცირე ბიზნესის ფუნქციონირებისა და სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის საკმაოდ განვითარებული სამართლებრივი ბაზა რუსეთშიც, სადაც ჯერ კიდევ 1989 წელს შეიმუშავეს „დებულება მცირე საწარმოთა საქმიანობის ორგანიზაციის შესახებ", 1991 წლის 18 ივლისს მიიღეს მთავრობის დადგენილება „რუსეთის ფედერაციაში მცირე საწარმოთა მხარდაჭერისა და განვითარების ღონისძიებათა შესახებ", ხოლო 1992 წლის 30 ნოემბერს რუსეთის ფედერაციის პრეზიდენტის ბრძანებულება „რუსეთის ფედერაციაში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ორგანიზაციული ღონისძიებების შესახებ". მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის უაღრესად დიდი მნიშვნელობა აქვს, აგრეთვე, რუსეთის ფედერაციის მთავრობის 1993 წლის 11 მაისის დადგენილებას „რუსეთის ფედერაციაში მცირე მეწარმეობის განვითარებისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის პირველი რიგის ღონისძიებათა შესახებ" და რუსეთის ფედერაციის პრეზიდენტის 1994 წლის 23 მაისის ბრძანებულებას „საგადასახადო პოლიტიკის ზოგიერთი საკითხის შესახებ". სწორედ ეს დიდმნიშვნელოვანი საკანონმდებლო დოკუმენტები დაედო საფუძვლად 1995 წლის 12 მაისის ფედერალურ კანონს „რუსეთის ფედერაციაში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ", რომელიც განსაზღვრავს მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისა და განვითარების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკას, აწესებს მისი სუბიექტების საქმიანობის სახელმწიფო სტიმულირებისა და რეგულირების ფორმებსა და მეთოდებს[220].

საქართველოში მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ბაზას საფუძველი ჩაუყარა საქართველოს მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 6 აგვისტოს დადგენილებამ „საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ". ამ მიმართულებით უსათუოდ წინგადადგმული ნაბიჯი იყო საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის

---

[219] ი. კოპლატაძე. მცირე ბიზნესი აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. გვ. 97-99.
[220] Малые предприятия. გვ. 3.

შესახებ", რომელიც 1999 წლის 23 ივლისს მიიღო საქართველოს პარლამენტმა. ამ დიდმნიშვნელოვანი დოკუმენტით იმდროისათვის განისაზღვრა ქვეყანაში მცირე საწარმოთა განვითარებისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის ეკონომიკური და სამართლებრივი საფუძვლები. ზემოაღნიშნული კანონის თანახმად, სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებისა და განხორციელებისათვის შეიქმნა მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი, რომლის უმნიშვნელოვანეს ფუნქციებად მიჩნეულ იქნა: მცირე საწარმოთა განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკით გათვალისწინებულ ღონისძიებათა კოორდინაცია, მათი განვითარებისა და დაფინანსების პროგრამების შემუშავებისა და განხორციელების ორგანიზაცია, სასწავლო კურსებისა და სემინარების მოწყობა, ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურება, მცირე მეწარმეობის ჩამოყალიბება-განვითარებისათვის ხელშეწყობა, სტიმულირების სხვა ღონისძიებათა განხორციელება და ა. შ.

კანონის თანახმად, ცენტრის საქმიანობა უნდა წარემართა მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭოს, რომელსაც ადგილებზე თავისი რეგიონული ორგანოები უნდა შეექმნა. რაც მთავარია, კანონი ადგენდა, რომ საქართველოს საგადასახადო კოდექსითა და სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობისას მცირე საწარმოები ისარგებლებდნენ კანონით გათვალისწინებული შეღავათებით[221].

მცირე საწარმოთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები კიდევ უფრო გაამყარა 2002 წლის 4 ივლისს მიღებულმა საქართველოს კანონმა „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე". კერძოდ, უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერის სფეროში მოექცა საშუალო ზომის საწარმოებიც, ახლებურად განისაზღვრა მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა ზღვრული საშუალო წლიური რაოდენობა და ბრუნვა. მეტად საყურადღებო იყო ისიც, რომ მცირე და საშუალო საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭოს საკანონმდებლო წესით დაევალა, მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამების საქართველოს პრეზიდენტისათვის დასამტკიცებლად წარდგენა, ამასათანავე, მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერა უნდა განხორციელებულიყო სახელმწიფო, რეგიონული და დარგობრივი პროგრამების საფუძველზე, ამავე პროგრამების შესაბამისად, უნდა განსაზღვრულიყო მცირე და საშუალო

[221] საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ". გვ. 45.

მეწარმეობის განვითარებისა და საწარმოთა საქმიანობის პერსპექტიული მიმართულებანი[222].

მცირე და მსხვილი ბიზნესის ურთიერთნაყოფიერი თანამშრომლობისათვის სამართლებრივი ბაზის შესაქმნელად, ასევე, მეტად დიდი მნიშვნელობა აქვს 1997 წელს მიღებულ საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კერძო ნაწილში შესულ სახელშეკრულებო სამართლის მეორე ნაწილში ცალკე თავის გამოყოფას, რომელიც არეგულირებს ქვეყანაში ფრანჩაიზულ ურთიერთობებს. კერძოდ, კოდექსის თანახმად, ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულება გრძელვადიანი ვალდებულებაა, რომელსაც დამოუკიდებელი საწარმოები ორმხრივად კისრულობენ, საჭიროების მიხედვით, სპეციფიკურ ვალდებულებათა შესრულების გზით ხელი შეუწყონ საქონლის წარმოებას, გასაღებასა და მომსახურებათა განხორციელებას. ამავე დროს, განსაზღვრულია ფრანჩაიზის როგორც მიმცემის, ისე მიმღების ვალდებულებები, განდობილი ინფორმაციის შენახვის აუცილებლობა, ხელშეკრულების ფორმა, მისი ხანგრძლივობა, ერთმანეთის მიმართ ლოიალური კონკურენციის გაწევის ვალდებულება, ფრანჩაიზის მიმცემის პასუხისმგებლობა და ა. შ.[223]

ზემოაღნიშნულმა დიდმნიშვნელოვანმა დოკუმენტებმა მყარი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები ჩაუყარეს საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითრებას და ერთგვარად განსაზღვრეს მისი სახელმწიფო მხარდაჭერის ძირითადი მიმართულებანი და მექანიზმები. მართალია, სხვადასხვა სუბიქტური და ობიქტური მიზეზებით ვერ მოხერხდა კანონმდებლობით დასახული ყველა სიახლის პრაქტიკაში განხორციელება, მაგრამ მთავარი ის იყო, რომ, ჯერ ერთი, გამოიკვეთა სახელმწიფოს პოლიტიკური ნება ეკონომიკის ამ უმნიშვნელოვანესი სეგმენტის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერისა და პატრონაჟის შესახებ და, მეორე, გადაიდგა პირველი პრაქტიკული ნაბიჯები მის განსახორციელებლად.

---

[222] საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე". საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 2002, № 23, გვ. 25-26.

[223] საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი. 18-19-20, 1997, კარი პირველი, სახელშეკრულებო სამართალი, ნაწილი მეორე, თავი მეშვიდე, ფრანჩაიზინგი, გვ. 77-78.

რეზიუმე

ეკონომიკურად მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში კანონმდებლობით მკაფიოდ არის ჩამოყალიბებული მცირე მეწარმეობის სამართლებრივი სტატუსი, უფლებები და თავისუფლებები. ამავე დროს, ასევე, მკაფიოდ არის განსაზღვრული გრძელვადიანი კომპლექსური სახელმწიფო პოლიტიკა, რომლის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მიმართულებაა სპეციალური საკანონმდებლო ბაზის ჩამოყალიბება, რომლითაც დარეგულირებულია საწარმოთა შექმნის, განვითარებისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები და განსაზღვრულია სახელმწიფოს ვალდებულებები, განახორციელოს მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და ფინანსური მხარდაჭერის ღონისძიებანი, განსაკუთრებით, ეკონომიკის ამ სექტორის სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამების რეალიზაციის სფეროში, რომლებიც დივერსიფიცირებულია მხარდაჭერის სხვადასხვა მიმართულების მიხედვით.

მყარი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები ყველა პირობას ქმნის მცირე მეწარმეობის გამართული, შეუფერხებელი ფუნქციონირებისა და ყოველმხრივი განვითარებისათვის ეკონომიკის ნებისმიერ დარგში, მათ შორის, სამხედრო-სამრეწველო კომპლექსის სფეროში, იცავს მცირე საწარმოებს მსხვილი და უმსხვილესი მონოპოლისტური გაერთიანებების მხრიდან ეკონომიკური დიქტატისა და ზეწოლისაგან.

განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს მცირე მეწარმეობის სამართლებრივი რეგულირების სფეროში აშშ-ის უმდიდრესი გამოცდილება. აქ მცირე საწარმოთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზა იმთავითვე მწყობრ ანტიმონოპოლიურ საკანონმდებლო სისტემას დაემყარა. მასში სრულიად გამორჩეული ადგილი უჭირავს აშშ-ის კონგრესის მიერ 1890 მიღებულ შერმანის კანონს, რომელსაც თავისი ყოვლისმომცველი ხასიათის გამო, კონკურენტული სისტემის კონსტიტუციასაც კი უწოდებენ. 1914 წელს შერმანის კანონის დაზუსტება-შევსების მიზნით დამატებით შემუშავდა ახალი კანონები, მათ შორის, კლეიტონის კანონი და კანონი ფედერალური სავაჭრო კომისიის შესახებ. ანტიმონოპოლიურ საკანონმდებლო პაკეტთა სისტემაში დიდ როლს ასრულებს კანონი მცირე ბიზნესის შესახებ, რომელიც აშშ-ის კონგრესმა 1942 წელს მიიღო. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის შემდგომ სრულყოფა-განმტკიცებაზე ზრუნვის გამოხატულებაა, აგრეთვე, ეკონომიკის ამ სექტორის განვითარების შესახებ აშშ-ის კონგრესის მიერ 1953 წელს ახალი კანონის მიღება, 1958 წელს კი მასში დამატებებისა და ცვლილებების შეტანა.

მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება-განვითარებისა და შესაბამისი ინსტიტუციური მექანიზმის ჩამოყალიბების თვალსაზრისით გარკვეულ ინტერესს იმსახურებს ზოგიერთი პოსტსოციალისტური ქვეყნის გამოცდილებაც, რომლებმაც მოკლე დროის განმავლობაში შეძლეს ამ სფეროში არსებული სამართლებრივი ვაკუუმის დაძლევა.

საქართველოში მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ბაზას საფუძველი ჩაუყარა საქართველოს მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 6 აგვისტოს დადგენილებამ „საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ". ამ მიმართულებით უსათუოდ წინგადადმული ნაბიჯი იყო 1999 წლის 23 ივლისს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებული საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ", რომელშიც 2002 წლის 24 აგვისტოს საქართველოს პარლამენტმა ცვლილებები და დამატებები შეიტანა. ამ დიდმნიშვნელოვანი საკანონმდებლო აქტების მიღებით, ერთი მხრივ, მკაფიოდ გამოიხატა სახელმწიფოს პოლიტიკური ნება მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერისა და პატრონაჟის შესახებ, ხოლო, მეორე, გადაიდგა პირველი პრაქტიკული ნაბიჯები მის განსახორციელებლად.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. როგორია სამეწარმეო საქმიანობის ძირითადი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში?
2. მიმოიხილეთ მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში;
3. დაახასიათეთ მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი რეგულირების გამოცდილება აშშ-ში;
4. რატომ არის აუცილებელი მცირე საწარმოს ზომის კანონმდებლობით განსაზღვრა?
5. როგორ ყალიბდება მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში?
6. განიხილეთ საქართველოს კანონები „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" (1999 წ.) და „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე" (2002).

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები და მისი სრულყოფის მიმართულებანი პოსტსოციალისტურ საქართველოში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები განვითარებულ ქვეყნებში;
2. მცირე ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები დასავლეთის ქვეყნებში;
3. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში;
4. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზა პოსტსოციალისტურ საქართველოში და მისი სრულყოფის მიმართულებანი.

ლიტერატურა

1. დაუკვირვებადი ეკონომიკა საქართველოში. ცნებები, გაზომვის მეთოდები, შეფასებები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2001;
2. თურნავა ნ. საბიუჯეტო რეზერვების შესახებ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
3. კოპლატაძე ი. მცირე ბიზნესი აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1992, № 3-4;
4. საქართველოს კანონი მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 1999, № 40 (47);
5. საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 2002, № 23;
6. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი, 18-19-20, 1997, კარი პირველი, სახელშეკრულებო სამართალი, ნაწილი მეორე, თავი მეშვიდე, ფრანჩაიზინგი;

7. საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ. საქართველოს რესპუბლიკის მინისტრთა კაბინეტის 1993 წლის 6 აგვისტოს დადგენილება;
8. ტურაშვილი ნ., გიგილაშვილი რ. მცირე ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, 1995, № 1;
9. ჩაჩანიძე თ., ფრენშაიზინგის სამართლებრივი საფუძვლები. ჟურ. „კომერსანტი", 2007, № 1(2), გვ. 137-147;
10. **„Ваш банк Экономист".** Ноябрь, 2001;
11. **Верулидзе В. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства в условиях рыночных преобразований.** Батуми, изд.-во „Батумский университет", 1998;
12. **Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брию. Экономикс: принципы, проблемы, политика. 2-х т. Т. 1.** Пер. с англ. 11-го изд. М., изд.-во „Республика",1992;
13. **Малые предприятия (правовое регулирование).** М., изд.-во „ПРИОР", 1996.;
14. **На чем держитсья семерка (роль малого и среднего бизнеса в экономике ведуших стран стран Запада).** Газ. „Известия-Азербайджан", 30 Мая 2002 года;
15. **Самуельсон П. Экономика. Т. 1.** М. МГП „Альгон", ВНИИСИ, 1992;
16. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1.** Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М.Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во „Республика", 1995;
17. **Хейне Пол. Экономический образ мышления.** М., изд.-во „Цаталлахы и новости", 1991, გვ. 296.

4.3. სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის პოლიტიკა

თანამედროვე მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერა სამი ძირითადი და აუცილებელი მიმართულებით ხორციელდება: 1. სპეციალური საკანონმდებლო ბაზის ჩამოყალიბება; 2. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებათა კოორდინაციისა და განხორციელებისათვის სპეციალური სტრუქტურული ქვედანაყოფების ორგანიზაცია; 3. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის ინფრატრუქტურის განვითარება[224]. პირველ მიმართულებაზე უკვე გვქონდა საუბარი. ამჯერად მეორე და მესამე მიმართულებებზე შევჩერდებით.

მცირე ბიზნესის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერა, მათ შორის, ფინანსურიც, მსოფლიოში ფართოდ აპრობირებული და საყოველთაოდ გავრცელებული პრაქტიკაა. დასავლეთის განვითარებული საბაზრო სტრუქტურების ქვეყნებში ღრმად აქვთ გაცნობიერებული წვრილი მეწარმეობის დიდი სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა, უპირატესობანი და თავისებურებანი და აქედან გამომდინარე, ფართო სახელმწიფო პროტექციონისტულ ღონისძიებებს ახორციელებენ მისი ფუნქციონირებისათვის ხელსაყრელი პირობების შესაქმნელად ყოველმხრივი მხარდაჭერისა და ხელშეწყობისათვის. ამის გამოხატულებაა ის განსაკუთრებული შეღავათები, რომლებითაც გამოირჩევა ეკონომიკის ამ სექტორის მიმართ საგადასახადო, საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო პოლიტიკა.

მცირე მეწარმეობის მყარ და დინამიკურ განვითარებას დიდად განაპირობებს, აგრეთვე, ფართოდ განვითარებული ინსტიტუციური საფუძვლები, რომლებიც შექმნილია განვითარებულ ქვეყნებში მცირე ბიზნესის საქმეთა კოორდინაციისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკის განსახორციელებლად. კერძოდ, საერთო-ეროვნულ და რეგიონულ დონეებზე ჩამოყალიბებულია ეფექტიანი და ფართოდ განშტოებული სახელმწიფო მექანიზმები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ეროვნული მასშტაბით მცირე მეწარმეობის საქმეთა კოორდინაცია-რეგულირებასა და ეფექტიან სახელმწიფო მხარდაჭერას.

ამ მიმართულებით განსაკუთრებულ ინტერესს იმსახურებს აშშ-ის გამოცდილება. აქ როგორც სახელმწიფოს, ისე მოსახლეობის აბსოლუტურ უმრავლესობას ერთგვაროვანი, მკაფიოდ გამოხატული პოზიტიური დამოკიდებულება აქვს წვრილი სამეწარმეო საქმიანობი-

[224] На чем держится семерка. გვ. 10.

სადმი — სახელმწიფოც და საზოგადოებაც მცირე ბიზნესს ეკონომიკის განსაკუთრებული, საყოველთაო მზრუნველობის სფეროდ მიიჩნევს, ხოლო მეწარმეობის, ბიზნესმენობის ნიჭით დაჯილდოებულ ადამიანებს ერის „ოქროს ფონდს“ მიაკუთვნებს.

მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სფეროში ერთიანი სახელმწიფო პოლიტიკის განსახორციელებლად ჩამოყალიბებულია დინამიკური ინსტიტუციური საფუძვლები: შექმნილია სპეციალური ეროვნული სამსახური — მცირე ბიზნესის საკითხთა ადმინისტრაცია, რომელიც აშშ-ის კონგრესთან ფუნქციონირებს. მის ცენტრალურ აპარატში 2100 კაცი მუშაობს, ხოლო მთლიანად სისტემაში — 4 ათასი კაცი. ადმინისტრაცია ქვეყნის რეგიონებში წარმოდგენილია 100 განყოფილებით. ამასთანავე, თითოეულ შტატში ფუნქციონირებს მათი ადგილობრივი ქვეგანაყოფები. ადმინისტრაციის მუშაკები ეხმარებიან წვრილ მეწარმეებს საკუთარი საქმის მოწყობაში, ხელსაყრელი ფედერალური კონტრაქტებისა და სუბკონტრაქტების დადებაში, იცავენ მათ ინტერესებს, ორგანიზებას უწევენ მცირე საწარმოებისადმი ფინანსურ მხარდაჭერას, თანამშრომლობენ სამმართველო, ტექნიკური, ინფორმაციული და სხვა საკითხების მოგვარებაში, ამუშავებენ მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის კონკრეტულ ღონისძიებებს და გაწეული მუშაობის შესახებ ანგარიშს ყოველწლიურად აშშ-ის პრეზიდენტსა და კონგრესს წარუდგენენ[225].

ბიუჯეტიდან მნიშვნელოვანი სახსრები გამოიყოფა მცირე მეწარმოების დასაფინანსებლად. მხოლოდ 1999 წელს ამ მიზნით 403 მლრდ დოლარი გამოიყო. ქვეყანაში ფუნქციონირებს მცირე ბიზნესის დახმარების დაახლოებით 1 ათასამდე ცენტრი. ისინი სისტემატურად ეხმარებიან მცირე საწარმოებს თავიანთი საქონლისა და მომსახურების საზღვარგარეთ ექსპორტირებაში, უწევენ მათ იურიდიულ და სხვა სახის მომსახურებას[226].

პრიორიტეტულ სახელმწიფო მხარდაჭერაზე მეტყველებს ისიც, რომ აშშ-ში მცირე საწარმოებზე მოდის სახელმწიფოს მიერ პროდუქციის შესყიდვისათვის დადებული კონტრაქტების მნიშვნელოვანი ნაწილი. უკანასკნელი მონაცემებით, აშშ-ში მცირე სტრუქტურები სამთავრობო დაკვეთების საერთო მოცულობის 30 პროცენტს ასრულებს. საგულისხმოა ისიც, რომ ქვეყანაში მოქმედებს ეკონომიკური

---

[225] ნ. ტურაშვილი, რ. გიგოლაშვილი. მცირე ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, 1995, № 1, გვ. 95.

[226] На чем держится семерка. გვ. 10.

ბერკეტების მთელი სისტემა, რომელიც ყოველმხრივ ასტიმულირებს და ხელს უწყობს მცირე ფირმების განვითარებას.

უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს მცირე მეწარმეობის სფეროში სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა პრივილეგირებული დაფინანსების წესი. უკანასკნელ წლებში ამ ტიპის ფირმებისათვის სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა დასაფინანსებლად ბიუჯეტიდან გამოყოფილი სახსრები 1 პროცენტიდან 10 პროცენტამდე გაიზარდა, კაპიტალის ნამატზე გადასახდელი კი 25 პროცენტით შემცირდა. მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ გაცვლისას არ იბეგრება საწარმოო მარაგები და ძირითადი ფონდები[227].

მცირე მეწარმეობის განვითარებაში განსაკუთრებულ როლს ასრულებს მცირე ბიზნესის საინოვაციო პროგრამა, რომელიც XX საუკუნის 70-იანი წლების ბოლოს აშშ-ის კონგრესის ინიციატივით შემუშავდა. 1983 წელს, როდესაც დაიწყო ამ პროგრამის აქტიური განხორციელება, ასიგნებულ იქნა 145 მლნ აშშ დოლარი, 1990 წელს კი ინოვაციების საერთო მოცულობამ 745 მლნ დოლარს მიაღწია. პროგრამის შესაბამისად, ყველა სახელმწიფო უწყება, რომელთა სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების ბიუჯეტი 100 მლნ დოლარს აღემატება, ვალდებულია, სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა ფინანსური უზრუნველყოფისათვის განკუთვნილი თანხებიდან 1,25 პროცენტი მცირე ბიზნესის განვითარების პროგრამების შესამუშავებლად საჭირო სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა დასაფინანსებლად გამოყოს. ამჟამად ასეთი პროგრამები 11 სახელმწიფო უწყებას აქვს. მათ შორისაა ასტრონავტიკის ეროვნული სამეცნიერო ფონდი, ენერგეტიკის, ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური მომსახურების, თავდაცვის სამინისტროები [228].

აშშ-ში მცირე მეწარმეობის განვითარების სახელმწიფო ხელშეწყობასა და სტიმულირებაში სულ უფრო დიდ როლს ასრულებს ე. წ. ბიზნესის „ინკუბატორები", რომელთა რიცხვი უკანასკნელ 10 წელიწადში 50-ჯერ გაიზარდა. „ინკუბატორთა" უმეტესობა კერძო, არაკომერციული ორგანიზაციებია, რომლებიც, თავის მხრივ, სახელმ-

---

[227] ნ. ტურაშვილი, რ. გიგილაშვილი. მცირე ბიზნესი საქართველოში. გვ. 95; ა. ხვედელიანი. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. გვ. 73.

[228] М. Максоев. Малый бизнес перед большим плаванием. Газ. „Свободная Грузия", 11.XI.1992. № 168.

წიფო ხელშეწყობით სარგებლობენ და რეგიონული განვითარების ფონდის ეგიდით მოქმედებენ. ზოგიერთ მათგანს ვიწრო სპეციალიზაცია აქვს, მაგალითად, მხოლოდ არქიტექტურულ და ბიოლოგიურ ფირმებს ემსახურება, სხვები კი სერვისული მიმართულების კომპანიებს აერთიანებენ. ზოგიერთი „ინკუბატორი" შექმნილია უმაღლეს სასწავლებლებთან ან კვლევით ცენტრებთან. ისინი დიდად ეხმარებიან მცირე ფირმებს მათი ჩამოყალიბების საწყის სტადიაზე — 10-15 პროცენტით ნაკლებს ახდევინებენ ოფისში, კონსულტაციებს უწევენ გამოცდილი მენეჯერებისა და იურისტების მეშვეობით, ხელს უწყობენ საქმის გაძღოლაში, ორგანიზაციული და ტექნიკური საკითხების გადაწყვეტასა და ფინანსური რესურსების მოძიებაში, მარკეტინგისა და დიზაინის საკითხების მოგვარებაში, ასტიმულირებენ მათ დასაფინანსებლად კაპიტალდაბანდებების მოზიდვას, ხელს უწყობენ შეღავათიანი კრედიტების მიღებაში, საშუალებას აძლევენ, ისარგებლონ კომპიუტერებითა და კავშირგაბმულობის საშუალებებით, ბიბლიოთეკებით, ლაბორატორიებით, მოწყობილობით და ა. შ.[229]

მცირე ბიზნესში ინვესტიციების მოზიდვასა და სამეცნიერო-კვლევით სფეროში პარტნიორობის განვითარებას დიდად ასტიმულირებს საგადასახადო სისტემაც. ამ მიზნით ინვესტორების მიერ დაბანდებული სახსრების თითქმის 45 პროცენტს წარმოადგენს ის თანხა, რომელიც დასაბეგრი შემოსავლიდან გამოირიცხება და პირველ წელს როგორც საგადასახადო კრედიტი კვალიფიცირდება. პარტნიორებს უფლება აქვთ, გამოიყენონ სამეცნიერო-კვლევითი და საწარმოო მოწყობილობის დაჩქარებული ამორტიზაციის მიხედვით არსებული ყველა შეღავათი, აგრეთვე, შესაბამისი საგადასახადო ფასდაკლებები. თუ სამეცნიერო-კვლევითი პარტნიორების საქმიანობა წარმატებული იქნება და ზოგიერთი მათგანი შემოსავალს ჰონორარის ან მოგების სახით მიიღებს, მაშინ ეს შემოსავალი შეღავათიანი განაკვეთით დაიბეგრება. სხვა ფაქტორებთან ერთად, მნიშვნელოვანწილად სწორედ ასეთი შეღავათების შედეგია ის, რომ XX საუკუნის 70-იან წლებში აშშ-ში მცირე საწარმოებზე მოდიოდა ყველა გამოგონების 43 პროცენტი, მაშინ როდესაც სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებისათვის გაღებულ ერთობლივ დანახარჯებში მათი წილი 6 პროცენტს არ აღემატებოდა. აღსანიშნავია ისიც, რომ მცირე ამერიკული ფირმები, სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-სა-

[229] ო. ქეშელაშვილი. ბიზნესის ორგანიზაცია. გვ. 60-61.

კონსტრუქტორო სამუშაოებზე დაბანდებულ 1 მლნ აშშ-ის დოლარზე გაანგარიშებით, 2,5-ჯერ მეტ გამოგონებას ქმნიან, ვიდრე მსხვილი კორპორაციები[230].

საერთოდ, უნდა ითქვას, რომ აშშ-ში პროტექციონისტულია მცირე ბიზნესის მიმართ საგადასახადო სისტემაც: 16 ათას აშშ-ის დოლარამდე შემოსავალზე საგადასახადო განაკვეთი მხოლოდ 10 პროცენტს შეადგენს, 16-დან 50 ათასამდე — 15 პროცენტს, 51-დან 75 ათასამდე — 25 პროცენტს. ამ თანხის ზევით შემოსავალზე მაქსიმალური საგადასახადო განაკვეთი კი 34 პროცენტს უდრის[231].

მცირე მეწარმეობის საქმეთა კოორდინაციისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის ფართო სისტემა შექმნილია სხვა განვითარებულ ქვეყნებშიც. დიდ ბრიტანეთში ამ დიდმნიშვნელოვან საქმეს კურირებს ვაჭრობისა და მრეწველობის სამინისტროს სისტემაში შექმნილი სპეციალური სააგენტო, კანადაში — მრეწველობის სამინისტრო, იაპონიაში — მცირე და საშუალო საწარმოთა ბიურო, რომელიც ეკონომიკისა და მრეწველობის სამინისტროს სისტემაში ფუნქციონირებს, საფრანგეთში — ეკონომიკისა და ფინანსების სამინისტროსთან არსებული სახელმწიფო სააგენტო, იტალიაში — მრეწველობის სამინისტროსთან არსებული სახელმწიფო სტრუქტურა[232].

გერმანიაში ფედერალური რეგიონული ფონდების ხარჯზე ხდება მცირე მეწარმეობის შეღავათიანი დაფინანსება. 1993 წელს ამ მიზნით მხოლოდ ფედერალური ფონდებიდან გამოყოფილმა სახსრებმა 15,8 მლრდ მარკა (მოსახლეობის ყოველ ათას სულზე გაანგარიშებით, 197,5 ათასი მარკა) შეადგინა. ამასთან ერთად, ფუნქციონირებდა მცირე და საშუალო საწარმოთა შექმნისას ფინანსური დახმარების დაახლოებით 200 პროგრამა, უმუშევართა მიერ საკუთარი საქმის წამოწყების სუბსიდირების პროგრამები და ა. შ.[233] იაპონიაში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის 2001 წელს გათვალისწინებული იყო 1700 მლნ აშშ დოლარის გამოყოფა, მათ შორის, ეკონომიკისა და მრეწველობის სამინისტროდან 1,1 მლნ დოლარისა, ხო-

---

[230] ნ. ტურაშვილი, რ. გიგილაშვილი. მცირე ბიზნესი საქართველოში. გვ. 95.

[231] იქვე.

[232] На чем держится семерка. გვ. 10.

[233] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Стронгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии. გვ. 71.

ლო შრომისა და ფინანსების სამინისტროებიდან — 600 მლნ დოლარისა. მცირე ბიზნესის დაკრედიტების კანონის შესაბამისად, კანადაში, უკანასკნელი ხუთი წლის განმავლობაში, წვრილი მეწარმეობის სუბიექტებისათვის გამოყოფილმა საერთო თანხამ 10 მლრდ კანადური დოლარი (საშუალოდ წლიურად 2 მლრდ დოლარი) შეადგინა. ამ მიზნით წლიურად საშუალოდ 30 ათასი სესხი გაიცემოდა, თითოეული სესხის საშუალო ოდენობა კი 70 ათას კანადურ დოლარს უდრიდა. ამასთანავე, ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე ფუნქციონირებს სახელმწიფოს მონაწილეობით შექმნილი საქმიანი მომსახურების, აგრეთვე, ეკონომიკური განვითარების რეგიონული ცენტრები [234].

კანადაში შემუშავებულია მცირე და საშუალო საწარმოთა ინფორმაციული, ფინანსური და სამეცნიერო-ტექნიკური მხარდაჭერის სპეციალური პროგრამები, რომელთა მიზანია საოჯახო, საპენსიო და ახალგაზრდული მცირე ბიზნესის (დაქირავებული მუშახელის გარეშე) ინტენსიური განვითარება [235].

მრავალ ქვეყანაში როგორც სამთავრობო ორგანოები, ისე კერძო ორგანიზაციები დიდად უწყობენ ხელს, აგრეთვე, „დამოუკიდებლად დასაქმებულებს“, რომლებიც, როგორც წესი, მცირე ბიზნესის სფეროში მუშაობენ. მათზე ძალიან შეღავათიან პირობებში გაიცემა გრძელვადიანი კრედიტები, წარმატებით ფუნქციონირებს საკონსულტაციო მომსახურებისა და პროფესიული მომზადების სამსახურები და ა. შ. დიდ ბრიტანეთში, საფრანგეთსა და ზოგიერთ სხვა ქვეყანაში სპეციალური პროგრამები მუშავდება უმუშევრების „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რიგებში მოსაზიდად. მაგალითად, ინგლისში იმ პირებს, რომლებსაც 8 კვირაზე მეტი ხნის განმავლობაში არა აქვთ სამუშაო, ასეთი პროგრამის ფარგლებში 12 თვის განმავლობაში აძლევენ დახმარებას კვირაში 40 ფუნტი სტერლინგის ოდენობით იმ პირობით, რომ, თუ მცირე საწარმოს შესაქმნელად 1 ათას ფუნტ სტერლინგს დააბანდებენ, დამატებით სესხსაც მიიღებენ.

ასეთი ღონისძიების პოპულარობაზე თვალნათლივ მეტყველებს ზემოაღნიშნული პროგრამით მოცულ ადამიანთა რიცხვის ზრდა, რომელთა საერთო რაოდენობამ 1987 წელს 100 ათას კაცს გადააჭარბა, რამაც „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა“ რიგებში მოზიდულთა საერთო ნაკადის 20 პროცენტი შეადგინა. დასაქმების სტიმულირების

---

[234] На чем держится семерка. გვ. 10.

[235] А. Орлов. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы. გვ. 140.

ღონისძიებათა განხორციელების შედეგად მთლიანად ქვეყანაში ყოველწლიურად 2,5-4,5 პროცენტით მცირდება უმუშევართა რიცხვი. საგულისხმოა, რომ ასეთსავე შედეგებს აღწევენ საფრანგეთშიც.

„დამოუკიდებლად დასაქმებულებს" აქტიურად ეხმარება აშშ-ის მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციაც. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს შეღავათიანი კრედიტების გაცემა, შტატების ცალკეული ორგანიზაციებისა და სხვა ადგილობრივი ორგანოებისაგან მიღებული მოკლევადიანი კრედიტების გრძელვადიანი კრედიტის კატეგორიაში გადაყვანა და ა. შ.[236] ჰოლანდიაში „დამოუკიდებლად დასაქმებულებს" დიდად ეხმარება მრეწველთა ფედერაცია და მცირე და საშუალო საწარმოების სამეფო ასოციაცია. ეს დახმარება, უწინარესად, მეურნეობის გაძღოლის სხვადასხვა საკითხზე კონსულტაციების გაწევით გამოიხატება[237].

„დამოუკიდებლად დასაქმებულები" ფართო სახელმწიფო მხარდაჭერით სარგებლობენ განვითარებად ქვეყნებშიც, სადაც სავაჭრო პალატები, მრეწველთა ორგანიზაციები და სხვ. განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს მცირე ბიზნესის სტიმულირების კომპლექსური პროგრამების შემუშავებასა და განხორციელებას. მაგალითად, ასეთი პროგრამების ფარგლებში, ბრაზილიის სამრეწველო შეგირდობის ეროვნულმა სამსახურმა მრეწველობის ეროვნულ კონფედერაციასთან ერთად მოამზადა სპეციალური პროგრამა მცირე და საშუალო საწარმოების, აგრეთვე, „დამოუკიდებლად დასაქმებულთა" „არაფორმალური" სექტორის საოჯახო და სხვ. საწარმოებისათვის. ამას გარდა, ქვეყანაში ფუნქციონირებს მცირე და საშუალო საწარმოთა გაძღოლისადმი მხარდამჭერი დამოუკიდებელი ეროვნული ცენტრი, რომელიც დაგეგმვის სამინისტროსთან ერთად უმცირეს საწარმოთა განვითარების პროგრამებს ამუშავებს. ბევრ განვითარებად ქვეყანაში „დამოუკიდებლად დასაქმებულებს" დიდად ეხმარებიან მათივე ასოციაციები, უფრო ხშირად კი — ბანკები, საკრედიტო კავშირები და სხვ. ამასთანავე, ზოგიერთი ბანკი ძალიან მცირე სარგებლით — წლიურად 3-5 პროცენტით გასცემს კრედიტებს.

მეტად მრავალმხრივია არასაფინანსო ხასიათის დახმარებებიც. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ისეთი ღონისძიებები, როგორიცაა: ხელშეწყობა ზოგიერთი სახეობის პროდუქციის საწარმოებლად საჭირო ნედლეულის მიღებაში, ადგილობრივი ბაზრისთვის

---

[236] В. Любимова. Место „мельчайшего бизнеса" в экономике. გვ. 144-145.

[237] იქვე.

სამრეწველო ნარჩენებისაგან შესაბამისი ტექნოლოგიის ბაზაზე სხვადასხვა პროდუქციის წარმოების წახალისება და სხვ.

ინდოეთში განარჩევენ სახელმწიფოს მხრიდან მცირე საწარმოებისადმი ეკონომიკური დახმარების ორ დონეს: 1. მიკროდონეს და 2. მაკროდონეს. მიკროდონეზე პოლიტიკის მიზანია უშუალოდ მცირე საწარმოს მხარდაჭერა. კერძოდ, მათ მიმართ წესდება საგადასახადო და საკრედიტო შეღავათები, უწევენ საკონსულტაციო მომსახურებას, იცავენ მსხვილი საწარმოების მხრიდან კონკურენციისაგან, ეხმარებიან კადრების მომზადებაში და ა. შ. ეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის ყველაზე ფართოდ გავრცელებული, საერთო აღიარებით, ეფექტიანი ფორმაა. მაკროდონეზე სახელმწიფოს მხრიდან მცირე საწარმოთა მხარდაჭერა გულისხმობს მათი განვითარებისათვის სასურველი გარემოს ორგანიზაციასა და დაცვას, რაც, საბოლოო ჯამში, ქმნის ეკონომიკის, საერთოდ, და, კერძოდ, წვრილი წარმოების განვითარების გრძელვადიან სტიმულებს. აღსანიშნავია ისიც, რომ მცირე საწარმოებმა მყარი ადგილი დაიკავეს ფედერალურ დაფინანსებაში, მათი განვითარებისათვის საჭირო თანხები ხუთწლიან გეგმებში ცალკე მუხლად გამოიყოფა[238].

დახმარების თავისებური ფორმაა, აგრეთვე, მცირე დამოუკიდებელ საწარმოთა მიერ დამზადებული 1200 სახეობის საქონლის გასაღებისათვის ცალკეული ბაზრების რეზერვირება[239]. მეტად საყურადღებოა, რომ წვრილი წარმოებისათვის რეზერვირებული საქონლის მნიშვნელოვანი ჯგუფის წარმოება აკრძალული აქვს მსხვილ საწარმოებს. გარდა ამისა, მცირე საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქციის მთელ რიგ სახეობებზე სახელმწიფოს მიერ დაწესებულია ფიქსირებული ფასები, რაც გარანტირებული გასაღების საშუალებას იძლევა[240]. უკანასკნელ წლებში ინდოეთში, აგრეთვე, ინდონეზიაში, კენიაში, შრი ლანკაში, კოლუმბიასა და ზოგიერთ სხვა განვითარებად ქვეყანაში შეიქმნა ცენტრები, სადაც მომავალი მეწარმეები სხვადასხვა ხელობას, აგრეთვე, სამეწარმეო საქმიანობას, მათ შორის, „თვითდასაქმების“ განვითარების სხვადასხვა მეთოდს ეუფლებიან.

---

[238] Е. Брагина. Индия: государственная поддержка мелькой промышленности. Журн. „Мировая экономика и международные отношения“. 2000, № 2, გვ. 99.

[239] В. Любимова. Место „мельчайшего“ бизнеса в Экономике. გვ. 115-117.

[240] Е. Брагина. Индия: государственная поддержка мелькой промышленности. გვ. 100.

„დამოუკიდებლად დასაქმების“ რეგულირებისა და სტიმულირების მწყობრი სამთავრობო ღონისძიებები ხორციელდება ჩინეთშიც. აქ „დამოუკიდებლად დასაქმებულებს“ შეღავათიან პირობებში აძლევენ კრედიტებს, უყოფენ ქირით საწარმოო სათავსებს. შეღავათიანია, აგრეთვე, საგადასახადო განაკვეთები, უველაზე მცირე საწარმოები კი, საერთოდ, განთავისუფლებული არიან გადასახადებისაგან და ა. შ.[241]

მცირე ბიზნესის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის დიდმნიშვნელოვანი ღონისძიებები ხორციელდება პოსტსოციალისტურ ქვეყნებშიც. მაგალითად, უნგრეთში მოქმედებს მცირე საწარმოთა დაკრედიტების ეფექტიანი სისტემა, რაც კომერციული ბანკების შეღავათიანი კრედიტების გამოყენებას ემყარება, ამასთანავე, სამეურნეო პალატასთან შექმნილია საკონსულტაციო მომსახურების ორგანიზაციები, რომლებიც მცირე ბიზნესის სფეროში დასაქმებულ მუშაკებს აწვდიან ინფორმაციას სხვადასხვა საქონლის კონიუნქტურის, ფასების დინამიკის, პროდუქციის მიმწოდებლებისა და სხვა საკითხების შესახებ.

მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ 1995 წლის 12 მაისის კანონის შესაბამისად, ამ მიმართულებით მრავალი ღონისძიება ხორციელდება, აგრეთვე, რუსეთის ფედერაციაში. კერძოდ, სახელმწიფო ყოველმხრივ ხელს უწყობს უწინარესად ისეთ მიმართულებათა განვითარებას, როგორიცაა:

ა) მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ინფრასტრუქტურის ფორმირება; ბ) მცირე მეწარმეობის სუბიექტებისათვის სახელმწიფო ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე, სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებისათვის შეღავათიანი პირობების შექმნა; გ) მათი რეგისტრაციის, საქმიანობის ლიცენზირების, პროდუქციის სერტიფიცირების, სახელმწიფო სტატისტიკური და საბუხჰალტრო ანგარიშების წარმოდგენის გამარტივებული წესების დადგენა; დ) საგარეო ეკონომიკურ საქმიანობაში მხარდაჭერა; ე) კადრების მომზადება, გადამზადება და კვალიფიკაციის ამაღლება[242].

ამასთან ერთად, სისტემატურად მუშავდება მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო ფედერალური და მუნიციპალური პროგრამები, რომელთა რეალიზაციისათვის ბიუჯეტიდან უოველწლიურად გამოიყოფა შესაბამისი ასიგნებანი. მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სა-

---

[241] В. Любимова. Место „мельчайшего“ бизнеса в Экономике. გვ. 115-117.

[242] Малые предприятия. გვ. 5.

ხელმწიფო პროგრამების შემკვეთია მცირე მეწარმეობის მხარდამჭერი ფედერალური ფონდი, რომლის სახსრები ფედერალური ბიუჯეტის, აგრეთვე, სხვა ფინანსური წყაროების ხარჯზე ყალიბდება. მეტად საყურადღებოა, რომ შეღავათიან პირობებში ხორციელდება მცირე მეწარმეობის სუბიექტთა დაკრედიტება, ამასთანავე, საკრედიტო ორგანიზაციები შესაბამისი სხვაობის კომპენსაციას მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის ფონდების სახსრების ხარჯზე იღებენ. გარდა ამისა, ისინი კანონით დადგენილი სხვა შეღავათებითაც სარგებლობენ.

მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ რუსეთის მთავრობა, აგრეთვე, აღმასრულებელი ხელისუფლების სხვა ორგანოები მცირე საწარმოებისათვის ახორციელებენ ცალკეული სახეობის პროდუქციისა და საქონლის (მომსახურების) წარმოებისა და მიწოდების შესყიდვების გარკვეული ნაწილის რეზერვირებას სახელმწიფო საჭიროებისათვის, ამუშავებენ და ახორციელებენ კომპლექსურ ღონისძიებებს მცირე საწარმოთა თანამედროვე მოწყობილობითა და ტექნოლოგიებით აღჭურვაში ხელშეწყობისა და უზრუნველყოფისათვის, ტექნოპარკების, ლიზინგური ფირმების, ბიზნეს-ინკუბატორების, საწარმოო-ტექნიკური ცენტრებისა და მცირე მეწარმეობის სუბიექტების მხარდასაჭერად შექმნილი ინფრასტრუქტურის სხვა ობიექტების შექმნისათვის, მცირე საწარმოებისათვის სპეციალიზებული მოწყობილობისა და სხვა სახეობის პროდუქციის წარმოებისა და მიწოდების შეკვეთების განთავსებისათვის, ხელს უწყობენ სპეციალიზებული საბითუმო ბაზრების, მცირე საწარმოთა პროდუქციის ბაზრობების შექმნას, ხოლო შემდგომ — მათი საქმიანობის ორგანიზაციას. ამასთანავე, საწარმოები, ორგანიზაციები, დაწესებულებები, რომლებიც ახორციელებენ მცირე საწარმოთა მხარდაჭერას, სარგებლობენ კანონით დადგენილი შეღავათებით[243].

თავიდანვე მეტად რთულ, წინააღმდეგობრივ ვითარებაში დაიწყო საქართველოში როგორც, საერთოდ, ბიზნესის, ისე, მცირე მეწარმეობის განვითარების სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკის ჩამოყალიბება, ხშირად ცოცხალ, კონკრეტულ, საქმიან თანადგომას ცვლიდა შიშველი მოწოდება, ლოზუნგი და დეკლარირება, ჰკუის დარიგება, ინიციატივას, დაწყებული საქმის გაფართოებას, ახალი პროექტების განხორციელებას სათავეშივე ახრჩობდა სახელისუფლებო კორუფცია და კლანური ინტერესები, დაუცველი იყო და ახლაც დაუცველია კერძო საკუთრება, უხეში დარღვევებით, ფაქტობრივად, ხელისუფლებასთან დაახლოებული პირების გასამდიდრებლად ჩატარდა

[243] Малые предприятия. გვ. 5-12.

და ტარდება პრივატიზაცია, ტენდერები და აუქციონები. როგორ პარადოქსულადაც უნდა მოგვეჩვენოს, დღესაც სწორედ სხვადასხვა დონის სახელმწიფო სტრუქტურებია ბიზნესის განვითარების უპირველესი შემაფერხებელი ფაქტორი. ამას თვალნათლივ ადასტურებს სხვადასხვა დროს ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევის შედეგები.

1994 წელს გამოკითხულ ბიზნესმენთა მხოლოდ 1,5 პროცენტი თვლიდა, რომ ხელსაყრელი, ხოლო 7,5 პროცენტის აზრით — მეტ-ნაკლებად ხელსაყრელი პირობები არსებობდა საქართველოში ბიზნესის განვითარებისათვის, რესპონდენტთა აბსოლუტურ უმრავლესობას კი სრულიად საწინააღმდეგო აზრი ჰქონდა — 89,9 პროცენტს მიაჩნდა, რომ ქვეყანაში არსებული პირობები არახელსაყრელი იყო სამეწარმეო სფეროში საქმიანობისათვის[244]. ბიზნესმენთა 68,8 პროცენტი უკმაყოფილო იყო იმით, რომ სახელმწიფო არ ეხმარებოდა მათ საწარმოო ფართობით, 80,3 პროცენტი — მოწყობილობა-დანადგარებითა და ორგტექნიკით, 81,8 პროცენტი — ნედლეულითა და ნახევარფაბრიკატებით, ხოლო 75,7 პროცენტი — ახალი ტექნოლოგიებით უზრუნველყოფაში. გამოკითხულთა 59,1 პროცენტი აცხადებდა, რომ სახელმწიფო არ ეხმარებოდა მათ პროდუქციის დამზადებაზე სახელმწიფო შეკვეთების, 57,5 პროცენტი — შეღავათიანი კრედიტების, 40,9 პროცენტი — ლიცენზიების მიღებაში, 80,3 პროცენტი — ტვირთის გადაზიდვის უსაფრთხოებაში, 84,8 პროცენტი — ე. წ. შავი სამყაროს წარმომადგენლებისაგან თავის დაცვაში და ა. შ.

ბიზნესმენთა დიდი უმეტესობის — 86,3 პროცენტის აზრით, ქვეყანაში ბიზნესის განვითარებას აფერხებდა არასტაბილური ვითარება, 77,2 პროცენტის აზრით — მაფიოზურ-კლანური სტრუქტურების მოქმედება, 57,5 პროცენტის აზრით — საკანონმდებლო ბაზის დაუხვეწაობა, 54,5 პროცენტის აზრით — ეკონომიკის არაკომპეტენტური მართვა, 51,5 პროცენტის აზრით — ეკონომიკური ცოდნის დაბალი დონე, 46,9 პროცენტის აზრით — მოქნილი საგადასახადო და საფინანსო-საკრედიტო პოლიტიკის უქონლობა, 45,4 პროცენტის აზრით კი — ტრადიციული ეკონომიკური კავშირების მოშლა და სხვ.

საგულისხმოა, რომ თითქმის ყოველ მეორე რესპონდენტს მიაჩნდა, რომ ბიზნესის განვითარებას ხელს უშლიდა ქვეყნის ეკონომიკური მოწყობის სახელმწიფო დოქტრინის უქონლობა, ხოლო თითქმის ყო-

---

[244] ო. შურღაია. თქვენ რას ფიქრობთ, ბიზნესმენებო? გაზ. „ჯორჯიან თაიმსი", 19.04.1994, № 008, გვ. 5.

ველი მეოთხე გამოკითხული ამის მიზეზად ადამიანთა ცნობიერებაში კომუნისტური იდეოლოგიის გადმონაშთების არსებობასა და ახალი ეკონომიკური კავშირების განუვითარებლობას ასახელებდა, ყოველი მეხუთე გამოკითხული — ეროვნული ეკონომიკური პოტენციალისა და ინტელექტუალური შესაძლებლობებისადმი ურწმუნობას, ყოველი მერვე კი — ყოფილი სსრ კავშირის ეკონომიკურ სივრცეში დარჩენისაკენ მისწრაფებას.

გამოკითხულთა უმრავლესობის აზრით, ბიზნესის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორი იყო, აგრეთვე, ამ მიმართულებით უმეტესი სამინისტროებისა და უწყებების სუსტი და მოუქნელი მუშაობა. რესპონდენტთა მხოლოდ 3 პროცენტი აფასებდა დადებითად მაშინდელი მრეწველობის სამინისტროსა და საბაჟო დეპარტამენტის საქმიანობას, უარყოფითად კი, შესაბამისად, — გამოკითხულთა 48,4 და 69,6 პროცენტი. ასევე, კრიტიკულად იყვნენ განწყობილი ბიზნესმენები სხვა სამინისტროებისა და უწყებების მიმართაც. რესპონდენტთა მხოლოდ 4,5 პროცენტი აფასებდა დადებითად მაშინდელ ფინანსთა და ვაჭრობისა და მატერიალური მომარაგების სამინისტროების საქმიანობას, უარყოფითად კი, შესაბამისად, — 63,6 და 54,5 პროცენტი. ეკონომიკის სამინისტროს, საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობისა და მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების კომიტეტებისა და რკინიგზის ტრანსპორტის საქმიანობაზე დადებითი აზრი 5,1 პროცენტს ჰქონდა, მაშინ, როდესაც გამოკითხულთა 54,5 პროცენტი უარყოფითად აფასებდა ეკონომიკის სამინისტროს საქმიანობას, 42,4 პროცენტი — საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობების სახელმწიფო კომიტეტის, 21,2 პროცენტი — მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების სახელმწიფო კომიტეტის, ხოლო 56,0 პროცენტი რკინიგზის ტრანსპორტის მუშაობას.

აღსანიშნავია ისიც, რომ რესპონდენტთა 60,6 პროცენტს ბიზნესის განვითარებისათვის პირველი რიგის ამოცანად მიაჩნდა ამ სფეროში საქმიანობის მასტიმულირებელი გარემოს შექმნა, 59,1 პროცენტის აზრით, უნდა შემუშავებულიყო შეღავათიანი დაკრედიტებისა და დაბეგვრის სისტემა, ხოლო თითქმის ყოველი მეორე გამოკითხულის აზრით — ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო ხელშეწყობისა და მხარდაჭერის გრძელვადიანი კომპლექსური პროგრამა. თითქმის ყოველი მესამე რესპონდენტი საჭიროდ თვლიდა, განსაზღვრულიყო ბიზნესის განვითარების პრიორიტეტული სფეროები, უპროცენტოდ გაცემულიყო მათზე კრედიტები და გარკვეული დროის განმავლობაში განთავისუფლებულიყო ეს სფეროები გადასახადებისაგან, ამასთა-

ნავე, ხელსაყრელი პირობები შექმნილყო სახელმწიფო პროგრამების განხორციელებაში მეწარმეთა აქტიური მონაწილეობისათვის და სხვ.

1998-1999 წლებში თბილისში მეწარმეთა შორის ჩატარებულმა სოციოლოგიურმა კვლევამ ცხადყო, რომ განვლილ პერიოდში, ფაქტობრივად, არ შეცვლილა მდგომარეობა: ყოველი მეორე რესპონდენტი (50,6 პროცენტი) უჩიოდა პროდუქციის გასაღების სიძნელეებს, ყოველი მეოთხე და მეტი (27,0 პროცენტი) — ოფიციალურ სახელმწიფო სტუქტურებთან ურთიერთობას, გამოკითხულთა 23,1 პროცენტი უკმაყოფილო იყო ნედლეულისა და მაკომპლექტებელი მასალების გაძვირებით, ხოლო 15,0 პროცენტი — სათბობ-ენერგეტიკული რესურსების უზრუნველყოფაში არსებული შეფერხებებით. უწინარესად, ამით იყო განპირობებული ის, რომ გამოკითხულთა მხოლოდ 3,3 პროცენტმა აღნიშნა, რომ მათმა ფირმამ საქმიანობის დაწყების შემდეგ გაადიდა, ხოლო 11,1 პროცენტმა მნიშვნელოვნად გაზარდა პროდუქციის გამოშვება, მაშინ, როდესაც რესპონდენტთა 45,9-მა განაცხადა, რომ ეს მაჩვენებელი არ გაზრდილა. ანალოგიური მდგომარეობა იყო მუშაკთა დასაქმების მხრივაც. გამოკითხულ მეწარმეთა 44,1 პროცენტმა მიუთითა, რომ მათ ფირმაში არ გაზრდილა მუშაკთა რაოდენობა, 41,3 პროცენტმა კი განაცხადა, პირიქით, შემცირდა მათი რიცხვი, იმ გამოკითხულთა რაოდენობა კი, რომელთა ფირმებში გაიზარდა მუშაკთა რიცხვი, 14,6 პროცენტს არ აღემატებოდა (იხ. ცხრ. 25).

საგულისხმოა, რომ მეწარმეთა უმრავლესობა სახელმწიფოში მხარდამჭერს, დამხმარეს, ხელშემწყობს, პარტნიორს კი არ ხედავდა, არამედ — ხელშემშლელ ფაქტორს. კერძოდ, გამოკითხულთა 27,0 პროცენტი მიუთითებდა, რომ მათ სამეწარმეო საქმიანობაში ყველაზე მეტად ოფიციალურ სტრუქტურებთან ურთიერთობა უშლიდა ხელს. აქედან გამომდინარე, სულაც არ იყო გასაკვირი, რომ რესპონდენტთა მხოლოდ 0,1 პროცენტი მიიჩნევდა, რომ ძალიან კარგი, ხოლო 0,5 პროცენტის აზრით — კარგი იყო ეკონომიკური პოლიტიკა, რომელსაც ხელისუფლება მეწარმეობის განვითარებისათვის ახორციელებდა, მაშინ როდესაც 40,8 პროცენტი თვლიდა, რომ ეს პოლიტიკა ცუდი, 34,8 აზრით კი — ძალიან ცუდი იყო, ხოლო 18,5 პროცენტს უჭირდა მისი შეფასება.

სოციოლოგიური გამოკვლევის ძირითადი შედეგები
რესპონდენტთა რიცხვი, პროცენტობით გამოკითხულთა საერთო რაოდენობის მიმართ

პასუხების ვარიანტები	სულ	ინდივიდ. საწარმო	სოლიდ. პასუხ. საზ.	კომანდიტური საზ.	საააქციონერო საზ.	შეზღუდ. პასუხ. საზ.	კოოპერატივი
უკეთაზე მეტად რა გიშლით ხელს სამეწარმეო საქმიანობაში? (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)[1]							
პროდუქც. გასაღების სიძნელეები	50,6	30,1	25,0	16,7	40,5	30,4	35,3
ოფიციალურ. სტრუქტურ. ურთიერ.	27,0	22,8	18,8	–	9,5	23,5	16,2
ნედლ. და მაკომპ. მასალ. გაძვირება	23,1	15,4	18,8	–	17,7	13,6	14,7
შეფერხებები სათბ.-ენერგეტიკული რესურსების უზრუნველყოფაში	15,0	12,2	18,8	60,0	7,4	10,7	11,8
დიდი ვალები	12,4	8,9	6,2	16,7	9,3	7,3	7,3
პროდუქციის დაბ. კონკურენტუნარ.	0,6	4,5	3,1	16,7	3,6	4,9	2,9
ბანკის მოთხოვნა	0,5	2,3	6,2	–	3,0	3,9	4,4
მომწოდ. მოთხოვნა	0,02	0,8	–	–	2,2	1,7	2,9
შემკვეთის მოთხოვნა	0,04	1,1	–	–	5,2	2,2	–
არასაკმარისი პროფეს. მომზადება	0,01	1,4	3,1	–	0,9	1,4	4,4
სხვა	0, 7	0,8	–	–	0,6	5	4
საქმიანობის დაწყების შემდეგ გაიზარდა თუ არა თქვენი ფირმის მიერ გამოშვებული პროდუქციის (საქონლისა და მომსახურების) მოცულობა?[2]							
იგივე დარჩა	45,9	44,4	54,0	25,0	59,6	37,3	46,9
უმნიშვნელოდ გაიზარდა	3,3	43,2	15,0	50,0	26,4	40,9	42,9
მნიშვნელოვნად გაიზარდა	11,1	903	25,0	25,0	807	14,0	4,1
რამდენჯერმე გაიზარდა	5,7	3,1	25,0	0	5,3	7,8	6,1
სულ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
საქმიანობის დაწყების შემდეგ გაიზარდა თუ არა თქვენს ფირმაში მომუშავეთა რაოდენობა?[3]							
გაიზარდა	14,6	12,0	29,4	0	7,4	22,7	16,3
იგივე დარჩა	44,1	73,9	52,9	60,0	22,1	44,7	5,0
შემცირდა	41,3	14,1	17,6	40,0	70,5	32,6	32,6
სულ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
თქვენი აზრით, როგორია ეკონომიკური პოლიტიკა, რომელსაც ხელისუფლება მეწარმეობის განვითარებისათვის ანხორციელებს[4]							
ძალიან კარგია	0,1	9,0	0	0	0,8	0,1	5,9
კარგია	0,5	6,4	4,8	20,0	3,0	3,5	7,8
ცუდია	40,8	42,5	28,6	40	41,5	39,5	43,1
ძალიან ცუდია	34,8	30,7	47,6	20,0	38,7	35,3	15,7
მიჭირს პასუხის გაცემა	18,5	18,4	19,0	20,0	16,0	20,6	27,4

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 1890 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 1647 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 1835 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 1908 რესპონდენტმა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წწ. თბილისში ჩატარებული მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

ერთი მხრივ, ბიზნესის საჭიროებებისაგან სახელმწიფოს მხრიდან სრული გაუცხოვება, ხოლო, მეორე მხრივ, მოსახლეობის ურწმუნობა, რომ სახელმწიფო დაეხმარება მათ ბიზნესის მოწყობაში, მთლიანად დაადასტურა მოგვიანებით, 2003 წელს ჩატარებულმა სოციოლოგიურმა კვლევამაც, რომლის დროსაც გაირკვა მოსახლეობის დამოკიდებულება „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ 1999 წელს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებული საქართველოს კანონისადმი: რესპონდენტთა მხოლოდ 3,2 პროცენტმა სთხოვა ხელისუფლებას, დახმარებოდა ბიზნესის მოწყობაში, მათ უმეტესობას — 57,1 პროცენტს კი არ უთხოვია ასეთი დახმარება, რადგან თითქმის ყოველი მესამე გამოკითხულის აზრით (28,8 პროცენტი), თხოვნას აზრი არ ჰქონდა, ვინაიდან უკრთამოდ არავინ დაეხმარებოდა (იხ. ცხრ. 26).

ცხრილი 26

ხომ არ გითხოვიათ დახმარება საკუთარი ბიზნესის მოსაწყობად?

რესპონდ. რაოდ., პროც-ებით გამოითვ. საერთო რაოდენობის მიმართ

რესპონდენთა ჯგუფები	დიახ, ვთხოვე დახმარ. და დამჭ. ხვდა	ვთხოვე დახმარ. და ვერ ვიპოვე	ვეცადე დახმარ. მაგრამ ვერ ვიპოვე	არა, არ მითხოვია დახმარება	თხოვნა აზრი არა აქვს – ვერაფერს დახმარებ	სხვა
რესპონდენტ. – სულ[1]	3,2	2,6	8,1	57,1	28,8	0,2
მათ შორის:						
სოციალ. ჯგუფები:[2]						
მდიდართა ფენა	0,3	–	–	1,5	0,9	–
საშუალო ფენა	2,1	0,6	2,7	34,5	12,0	–
ღარიბთა ფენა	0,6	2,1	5,1	20,1	14,4	0,7
ასაკობ. ჯგუფები:[3]						
25 წლამდე	0,3	–	1,2	15,8	7,2	–
25-34 წ.	0,6	1,5	1,8	10,0	3,3	–
34-49 წ.	2,1	0,9	1,8	16,1	9,7	–
50-59 წ.	0,6	–	2,4	22,3	6,1	0,3
60 წ. და უფრ.	–	0,3	0,9	7,0	3,3	–
განათლება:[4]						
არასრ. საშუალო	–	–	–	0,6	–	–
საშ. ზ. და ტექ.	0,9	1,2	6,9	15,4	5,9	–
უმაღლესი	2,8	1,6	5,9	43,5	23,2	0,3
ეკონომკ. სტატუსი:[5]						
დამქირავებელი	0,2	–	–	0,2	0,2	–
დაქირავებული	0,4	0,2	0,2	7,9	1,3	–
თვითდასაქმებ.	0,7	0,2	0,4	1,1	1,3	–
უმუშევარი	0,2	0,2	0,4	4,5	3,4	0,2

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 347 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 394 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 329 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 319 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 443 რესპონდენტმა.

წყარო: 2003 წლის 15-30 ივნისს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

ყოველივე ამან სერიოზული განსჯისა და დაფიქრებისათვის უნდა განაწყოს ხელისუფლებაც და მთლიანად საზოგადოებაც. თუ ბიზნესმენები თვლიან, რომ ქვეყანაში არ არსებობს არათუ ხელსაყრელი, არამედ მეტ-ნაკლებად მაინც ხელსაყრელი პირობები ეკონომიკური გამოცოცხლებისათვის, ეს იმას ნიშნავს, რომ სახელმწიფოს ვერ მოუნახავს რეფორმების მთავარი მამოძრავებელი მუხტი, რომელმაც უნდა აამოქმედოს სახელმწიფოს ჩანაფიქრი, მისი ეკონომიკური პოლიტიკა, სტრატეგია და ტაქტიკა, ვერ ჩამოუყალიბებია ბიზნესისა და ბიზნესმენების ყოველი ღონისძიებით სტიმულირების, მათი ყოველმხრივი სახელმწიფო მხარდაჭერისა და ხელშეწყობის სიცოცხლისუნარიანი მექანიზმები, რომლებმაც ხორცი უნდა შეასხან სახელმწიფოს მიერ დეკლარირებულ საბაზრო ეკონომიკის ფასეულობათა სისტემას, ეკონომიკურ უფლებებსა და თავისუფლებებს[245].

რეზიუმე

მცირე ბიზნესის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერა მსოფლიოში აპრობირებული და საყოველთაოდ გავრცელებული პრაქტიკაა. დასავლეთის განვითარებული საბაზრო სტრუქტურების ქვეყნებში ფართო სახელმწიფო პროტექციონისტულ ღონისძიებებს ახორციელებენ მისი ფუნქციონირებისათვის ხელსაყრელი პირობების შესაქმნელად, ყოველმხრივი მხარდაჭერისა და ხელშეწყობისათვის. ამ მიზნით შემუშავებულია ეკონომიკურ-სამართლებრივი მექანიზმების მთელი სისტემა, რომელიც ყოველმხრივ ასტიმულირებს და ხელს უწყობს მცირე ფირმების განვითარებას. ამის გამოხატულებაა განსაკუთრებული შეღავათები, რომლებითაც გამოირჩევა ეკონომიკის ამ სექტორის მიმართ საგადასახადო, საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო პოლიტიკა.

მცირე მეწარმეობის მყარ და დინამიკურ განვითარებას დიდად განაპირობებს, აგრეთვე, ფართოდ განვითარებული ინსტიტუციური საფუძვლები, რომლებიც შექმნილია მცირე ბიზნესის საქმეთა კოორდინაციისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკის განსახორციელებლად: საერთო-ეროვნულ და რეგიონულ დონეებზე ჩამოყალიბებულია ეფექტიანი და ფართოდ განშტოებული სახელმწიფო სტრუქტურები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ეროვნული მასშტაბით მცირე მეწარმეო-

[245] ო. შურღაია. თქვენ რას ფიქრობთ, ბიზნესმენებო? გვ. 5.

ბის საქმეთა კოორდინაცია-რეგულირებას და ეფექტიან სახელმწიფო მხარდაჭერას, ამავე დროს, ეხმარებიან წვრილ მეწარმეებს საკუთარი საქმის მოწყობაში, ხელსაყრელი კონტრაქტებისა და სუბკონტრაქტების დადებაში, იცავენ მათ ინტერესებს, ორგანიზებას უწევენ მცირე საწარმოებისადმი ფინანსურ მხარდაჭერას, თანამშრომლობენ სამმართველო, ტექნიკური, ინფორმაციული და სხვა საკითხების მოგვარებაში, ამუშავებენ მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის კონკრეტულ ღონისძიებებს და ა. შ. ამ მიმართულებით განსაკუთრებულ ინტერესს იმსახურებს აშშ-ის გამოცდილება, სადაც მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის სფეროში ერთიანი სახელმწიფო პოლიტიკის განსახორციელებლად ჩამოყალიბებულია დინამიკური ინსტიტუციური საფუძვლები.

მცირე ბიზნესის პრიორიტეტული სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის დიდმნიშვნელოვანი ღონისძიებები ხორციელდება პოსტსოციალისტურ ქვეყნებშიც. მაგალითად, რუსეთის ფედერაციაში გადადგმულია ქმედითი ნაბიჯები მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერისა და განვითარების ინფრასტრუქტურის ფორმირებისათვის, მცირე მეწარმეობის სუბიექტებისათვის იქმნება შეღავათიანი პირობები სახელმწიფო ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებისათვის, დადგენილია მათი რეგისტრაციის, საქმიანობის ლიცენზირების, პროდუქციის სერტიფიცირების, სახელმწიფო სტატისტიკური და საბუხჰალტრო ანგარიშების წარმოდგენის გამარტივებული წესები, მუშავდება ღონისძიებანი საგარეო ეკონომიკურ საქმიანობაში მხარდაჭერისათვის, აგრეთვე, კადრების მომზადებაში, გადამზადებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაში დასახმარებლად.

გარკვეული ღონისძიებები ხორციელდება მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის საქართველოშიც, თუმცა, ეს ღონისძიებები ხშირად უფრო დეკლარაციულ ხასიათს ატარებს.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რატომ არის საჭირო და აუცილებელი მცირე მეწარმეობის უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერა და თანადგომა?
2. როგორია მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის ძირითადი ღონისძიებები განვითარებულ ქვეყნებში?

3. დაახასიათეთ ღონისძიებები, რომლებიც ხორციელდება დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში (დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, გერმანია, იტალია და სხვ.) მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის;
4. როგორია აშშ-ის გამოცდილება მცირე საწარმოთა სახელმწიფო სფეროში?
5. ვინ არიან „დამოუკიდებლად დასაქმებულები" და როგორი ღონისძიებები ხორციელდება განვითარებულ ქვეყნებში მათი სახელწიფოს მხრიდან მხადაჭერისათვის?
6. როგორ მიმდინარეობს პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო სისტემის ჩამოყალიბების პროცესები?
7. როგორია საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარების პირობები?
8. რა კეთდება საქართველოში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერისათვის და რა არის საჭირო ამ მიმართულებით მუშაობის აქტივიზაციისათვის?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის აქტივიზაციის ძირითადი მიმართულებანი საქართველოში;
2. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის ინსტიტუციური საფუძვლები განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში;
3. აშშ-ის გამოცდილება მცირე საწარმოთა სახელმწიფო სფეროში;
4. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო სისტემის ჩამოყალიბების თავისებურებანი პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში;
5. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები საქართველოში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე საწარმოების სახელმწიფო მხარდაჭერის პოლიტიკა აშშ-ში;
2. მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის კანონზომიერებანი საქართველოში.

ლიტერატურა

1. მეწარმეობა საქართველოში. სტატისტიკური პუბლიკაცია. ფაქტები, ციფრები. კომენტარები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., სტატისტიკა – 2000;
2. საქართველოს ოჯახები (მოსახლეობის **1989** წლის საკავშირო აღწერის მიხედვით). სტატისტიკური კრებული. თბ., 1992;
3. საშობაო ეპისტოლე უწმინდესისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის, ილია **II**. ქრისტეს შობა, 1998/99 წ.;
4. ტურაშვილი ნ., გიგილაშვილი რ. მცირე ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, 1995, № 1, გვ. 95;
5. ქეშელაშვილი ო. ბიზნესის ორგანიზაცია. თბ., გამომც. „მნათე", 1995;
6. შურღაია ო. თქვენ რას ფიქრობთ, ბიზნესმენებო? გაზ. „ჯორჯიან თაიმსი", 19. 04. 1994, № 008;
7. შურღაია ო. მცირე ბიზნესი – განსაკუთრებული სახელმწიფო მზრუნველობის სფერო. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1994, № 4-5;
8. შურღაია ო. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი (რეტროსპექტივა). ჟურნ. „დემოგრაფია", № 1 (3), 2001;
9. ხვედელიანი ა. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1991, № 7-8;
10. **Антюгенов С., Зиновьев В., Стронгина Н. Малое предпринимательство: заметки о развитии.** Жур. „Вопросы статистики", 1995, № 9;
11. **Брагина Е. Индия: государственная поддержка мелькой промышленности.** Журн. „Мировая экономика и международные отношения", 2000, № 2;
12. **Итоги Всесоюзной переписи населения 1979 года по Грузинской ССР. Т. 3.** Центральное Статистическое управление Грузинской ССР, Т. 1982;

13. **Любимова В. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике.** Журн. „Мировая экономика и международные отношения", 1992, № 11;
14. **Малые предприятия (правовое регулирование).** М., изд.-во „ПРИОР", 1996.;
15. **Максоев М. Малый бизнес перед большим плаванием.** Газ. „Свободная Грузия", 11.XI.1992. № 168;
16. **Нандо Ю., Симановский С. Приоритеты структурных преобразований.** „Российский экономический журнал", 1994. № 5-6;
17. **На чем держится семерка (роль малого и среднего бизнеса в экономике ведущих стран стран Запада).** Газ. „Известия-Азербайджан", 30 Мая 2002 года;
18. **Орлов А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы.** Журн. „Вопрсы экономики", 1997, № 4, ss. 130-140.

თავი V

მცირე ბიზნესის მენეჯმენტი

5.1. სპეციფიკური თავისებურებები

ისე, როგორც ყოველ ეკონომიკურ სუბიექტს, მცირე საწარმოსაც სჭირდება თავისი მენეჯმენტი, მასაც ჰყავს თავისი მენეჯერი (მენეჯერები). მოკლედ ჩამოვაყალიბოთ, რას ნიშნავს, საერთოდ, მენეჯმენტი და, შესაბამისად, მენეჯერი.

მენეჯმენტი *(ინგლ. managment – მართვა, გამგებლობა, გაძღოლა)* გულისხმობს მოგების მიღების მიზნით წარმოების ფაქტორთა ეფექტიან ორგანიზაციას. მისი მეურნეობრივი საქმიანობის მენეჯმენტის სახით ჩამოყალიბების პროცესი XIX საუკუნის ბოლოს დაიწყო აშშ-ში, რაც განპირობებული იყო ამ ქვეყნის ეკონომიკაში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესებით (წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაცია, მონოპოლიების აღმოცენება, არასრულყოფილი კონკურენციის გამწვავება და საბაზრო ეკონომიკისათვის დამახასიათებელი სხვა სირთულები) [246].

მენეჯმენტის ძირითადი ფუნქციებია: წარმოების დაგეგმვა, ორგანიზაცია, მოტივაცია და კონტროლი. ერთმანეთისაგან განასხვავებენ: საერთო და ფუნქციურ მენეჯმენტს. საერთო მენეჯმენტი ორიენტირებულია, რაც შეიძლება მეტი მოგების მიღების მიზნით მთლიანად საწარმოს გაძღოლაზე, ფუნქციური მენეჯმენტი კი მისი ცალკეული ქვესისტემის (ფინანსები, შრომითი რესურსები, ინფორმაცია, საწარმოო პროცესები და ა.შ.) მართვაზე[247]. რაც შეეხება მენეჯერს, იგი მენეჯმენტში განსწავლული პროფესიონალი მმართველია, რომელიც თავისი მოვალეობის შესრულებისას ხელმძღვანელობს მენეჯმენტის პრინციპებით, ფუნქციებით, მეთოდებითა და ამოცანებით[248].

მცირე ბიზნესის მენეჯმენტი სპეციფიკური თავისებურებებით გამოირჩევა. მარტივიცაა და რთულიც მისი სტრუქტურა. მარტივია, რადგან ბიზნეს-მმართვისა და ბიზნეს-საქმიანობის ამოცანებიდან გამომ-

---

[246] ლ. ჩიქავა. ინოვაციური ეკონომიკა. თბ., 2006, გვ. 411.
[247] იქვე, გვ. 413.
[248] იქვე, გვ. 410.

დინარე, შედარებით მცირერიცხოვანია ბიზნეს-კოლექტივის როგორც სამმართველო აპარატი, ისე დასაქმებულთა რაოდენობაც, რთული — რადგან, მიუხედავად თვით სამართავი ობიექტის სიმცირისა, თავისი შინაარსით მეტად მრავალფეროვანი, მრავალმხრივი და განსხვავებულია წვრილი საწარმოს მენეჯმენტთან ურთიერთდაკავშირებული საკითხები. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ბიზნესის პროფილის, პროდუქციის (მომსახურების) სახეობის, საწარმოს ადგილმდებარეობისა და ბიზნეს-რისკის განსაზღვრა, საწარმოო ფართობისა და კაპიტალის მოძიება, ფინანსური კონტროლის ქმედითი მექანიზმის შემუშავება, კადრების შერჩევა, სხვა ეკონომიკურ სუბიექტებთან ურთიერთობა და სხვ.

გარკვეულ თავისებურებებს ქმნის ისიც, რომ, ჯერ ერთი, მცირე საწარმოში მეწარმე, როგორც წესი, თვითონ არის ერთდროულად მესაკუთრეც და მენეჯერიც, ხშირად კი — სამუშაოთა შემსრულებელიც; მეორე, სამმართველო გადაწყვეტილებათა შემუშავება, მიღება და შესრულება საკუთარი ინიციატივით, საკუთარი ან ნასესხები სახსრებით, პირადი ქონებრივი პასუხისგებლობით ხდება; მესამე, წინა პლანზე წამოწეულია მეწარმის საქმიანი და პიროვნული თვისებები: პროფესიონალიზი და კვალიფიკაცია, ნიჭიერება, მიზანდასახულობა, რაციონალიზმი და რისკიანობა, ინტუიცია, საზრისიანობა და შეუპოვრობა, შეცდომებზე სწავლა და მათ გამაფრთხილებელ ინდიკატორებად გამოყენება, მოთმინებისა და წინააღმდეგობის გადალახვის, ყოველდღიური მძიმე, დაძაბული შრომის უნარი. ერთი სიტყვით, საჭიროა, ე. წ. მეექვსე გრძნობა, რომლის განსაზღვრა შეუძლებელია, მაგრამ აუცილებელია ხელმძღვანელისათვის „იმიტომ, რომ მესვეურია და სწორედ ამ გრძნობის გამო არის იგი, და არა სხვა ვინმე, ხელმძღვანელი“[249].

პიროვნული თვისებების თვითანალიზი. სანამ საკუთარ საქმეს წამოიწყებდეს, მომავალმა ბიზნესმენმა პირუთვნელად, ობიექტურად, მიუკერძოებლად უნდა შეაფასოს თავისი პიროვნული თვისებები. მეტწილად სწორედ ამაზეა დამოკიდებული წარმატება. კერძოდ, იგი გულწრფელად უნდა გამოუტყდეს საკუთარ თავს:

1. აქვს თუ არა ლიდერის თვისებები?
2. მიმართავენ თუ არა სხვები დახმარებისთვის გადაწყვეტილების მიღებისას?
3. მოსწონს თუ არა კონკურენცია?

---

[249] **Луис Л. Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе.** გვ. 32.

4. გააჩნია თუ არა ნებისყოფა და თვითდისციპლინა?
5. ადგენს თუ არა წინასწარ გეგმებს?
6. მოსწონს თუ არა ხალხთან ურთიერთობა?
7. ამყარებს თუ არა კარგ ურთიერთობებს სხვა ადამიანებთან?[250]

პიროვნული თვისებების შეფასებასთან ერთად, მომავალმა მეწარმემ კარგად უნდა გააცნობიეროს, გააჩნია თუ არა, საკუთარი საქმის წამოსაწყებად საჭირო უნარ-ჩვევები, კერძოდ:

1. იცის, თუ არა, რომელი ძირითადი უნარ-ჩვევები სჭირდება ბიზნესის წარმატებით გასაძღოლად და გააჩნია, თუ არა ეს უნარ-ჩვევები?
2. პერსონალის შერჩევისას, შეძლებს თუ არა, განსაზღვროს, აკმაყოფილებს თუ არა პრედენდენტთა კვალიფიკაცია მის მიერ წაყენებულ მოთხოვნებს?
3. ოდესმე ყოფილა თუ არა მმართველის ან ზედამხედველის როლში?
4. ოდესმე ყოფილა თუ არა დასაქმებული მსგავს ბიზნესში, რომლის წამოწყებასაც აპირებს?
5. გაუვლია, თუ არა რომელიმე სასწავლებელში ბიზნესის კურსი?
6. თუ აღმოაჩენს, რომ არ გააჩნია საჭირო უნარ-ჩვევევები ბიზნესის გასაძღოლად, მზად არის თუ არა, გადადოს ჩანაფიქრის განხორციელება ამ უნარ-ჩვევების შეძენამდე?[251]

აქვე უნდა ითქვას, რომ ახალი საწარმოს ჩამოსაყალიბებლად სულაც არ არის აუცილებელი გამორჩეული, განსაკუთრებული პიროვნული, საქმიანი თვისებებები და უნარ-ჩვევები. მაგალითად, აშშ-ში ყოველწლიურად დაახლოებით 200 ათასი ადამიანი აარსებს თავის ფირმას. ისინი ძირითადად სრულიად ჩვეულებრივი ადამიანები არიან. ამასთანავე, მათ ნახევარზე მეტი საკმაოდ მცირე თანხით იწყებს საკუთარ საქმეს და არაფორმალურ საფუძველზე საკუთარ სახლშივე მუშაობს. მეწარმეობის დაწყებას არც ბრწყინვალე ნამსახურობის ნუსხა სჭირდება. მთავარი და ყველაზე მნიშვნელოვანია, გქონდეს სურვილი, ძალიან ბევრი იმუშაო. მართლაც, იმათი სამი მეოთხედი,

---

[250] როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. გვ. 6.

[251] იქვე. გვ. 7.

ვინც საკუთარ ფირმას უძღვება, კვირაში სულ ცოტა 50 საათს, ხოლო მეოთხედზე მეტი 70 საათსა და მეტს სამუშაოზე ატარებს[252].

ცხადია, ყველას როდი ძალუძს ასეთი მძიმე ფიზიკური და ემოციური დატვირთვის ატანა, რთული წინააღმდეგობების გადალახვა. ამიტომ, აუცილებელია, მომავალმა ბიზნესმენმა წინასწარ იცოდეს:

1. საკუთარი ბიზნესის გაძღოლამ შეიძლება მოითხოვოს ყოველდღიურად 12-16-საათიანი მუშაობა, თანაც, ექვსივე დღეს მთელი კვირის განმავლობაში და ამას, შესაძლოა, კვირა და დღესასწაულებიც დაემატოს?
2. ეყოფა, თუ არა ფიზიკური გამძლეობა, მძიმე სამუშაოს გაართვას თავი?
3. აქვს თუ არა საკმარისი ემოციური სიმტკიცე, დაძაბულობას გაუძლოს?
4. არის თუ არა მზად, საჭიროების შემთხვევაში, ზომიერების ფარგლებში გაიუარესოს საკუთარი ცხოვრების პირობები, სანამ მისი ბიზნესი მყარად დადგებოდეს ფეხზე?
5. არის თუ არა მზად მისი ოჯახი იმ სიძნელეების შესახვედრად, რომელთა გადატანაც აუცილებლად მოუწევს?
6. არის თუ არა მზად თავისი დანაზოგების დასაკარგად?[253]

სავსებით სწორად შენიშნავს ჰარვარდის (აშშ) უნივერსიტეტის მცირე მეწარმეობის განვითარების ცენტრის დირექტორი, დოქტორი უილფორდ ლ. უაიტი, რომ იოლი არ არის მცირე მეწარმის ხვედრი. მას მრავალი საზრუნავი აქვს, მრავალი პრობლემის გადაწყვეტა უწევს. ამიტომ ადამიანი სანამ საკუთარ საქმეს მოჰკიდებდეს ხელს, მანამ ყველაფერი კარგად უნდა აწონ-დაწონოს, გაერკვეს, თავისი პიროვნული ნიშან-თვისებებით აკმაყოფილებს თუ არა მეწარმისადმი წაყენებულ მოთხოვნებს და მზად არის თუ არა, იმუშაოს ისე, როგორც — არასდროს. მისმა მოწადინებამ მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში, შეიძლება, სასურველი შედეგი გამოიღოს და დაჯილდოვდეს კმაყოფილების გრძნობით, რომ სარგებლობა მოაქვს საზოგადოებისათვის — აწარმოებს საჭირო საქონელსა და მომსახურებას, ხელსაყრელი სამუშაოთი უზრუნველყოფს ადამიანებს, სანაცვლოდ კი წმინდა მოგებას იღებს[254].

---

[252] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 105.

[253] როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. გვ. 6.

[254] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 20-21.

ბიზნესი საერთოდ და, კერძოდ, მცირე ბიზნესი რთული, წინააღმდეგობებითა და პრობლემებით აღსავსე ეკონომიკური საქმიანობაა. ამიტომ საჭიროა დაბრკოლებათა წინასწარ განჭვრეტის უნარის გამომუშავება და გადაწყვეტის გზებისა და მეთოდების დაუფლება, რაც მთავარია, სხვების გამოცდილების საფუძველზე წარმატების საიდუმლოს თუ არა, წარუმატებლობის ყველაზე ხშირი მიზეზების გაცნობიერება მაინც.

თავისი პიროვნული, პროფესიული ნიშან-თვისებებისა და ფიზიკური შესაძლებლობების შეფასებაში მას დიდად დაეხმარება ამერიკელი მეცნიერების მიერ შედგენილი ტესტი, რომლის თანახმადაც, მეწარმე, წარმატებით რომ გაუძღვეს მცირე საწარმოს, უნდა გამოირჩეოდეს ისეთი საქმიანი, პიროვნული თვისებებითა და უნარ-ჩვევებით, როგორიცაა: 1. კაცთმოყვარეობა და თითქმის ყველა ადამიანთან ურთიერთობის უნარი; 2. ამა თუ იმ საქმის წამოწყებისას თავის გარშემო ადამიანების შემოკრება; 3. პასუხისმგებლობის საკუთარ თავზე აღება; 4. საქმის დაწყებამდე გეგმის შედგენის ჩვევა; 5. იმდენ ხანს მუშაობა, რამდენიც საჭიროა; 6. აუცილებლობის შემთხვევაში სწრაფი, თანაც, როგორც წესი, სწორი გადაწყვეტილების მიღება; 7. სიმართლის თქმა, გულწრფელობა; 8. სიტყვისკაცობა, შეუპოვრობა დასახული მიზნის მიღწევაში; 9. მუშაობაში თავდაუზოგაობა (იხ. ტესტი 2).

ტესტი 2

გაქვთ თუ არა მცირე საწარმოს ორგანიზაციისათვის საჭირო თვისებები?

ეს ტესტი დაგეხმარებათ, განსაზღვროთ თქვენი შესაძლებლობანი, შეგიძლიათ თუ არა, გაუძღვეთ საკუთარ საქმეს მცირე ბიზნესში.

1. იწყებთ თუ არა საქმეს საკუთარი ინიციატივით?
   - 1.1. თვითონ ვაკეთებ ყველაფერს, არავის შეგულიანება არ მჭირდება.
   - 1.2. თუ ვინმე მეხმარება საქმის წამოწყებისას, მერე ყველაფერი კარგად მიდის.
   - 1.3. ნელა ივლი, მშვიდობით ივლი. სანამ შეიძლება დაყოვნება, მანამ ადგილიდან არ ვიძვრი.
2. როგორ ეპყრობით ადამიანებს?
   - 2.1. მიყვარს ადამიანები. თითქმის ყველასთან შემიძლია საქმის დაჭერა.
   - 2.2. ბევრი მეგობარი მყავს. მეტი არავინ მჭირდება.
   - 2.3. ადამიანების უმრავლესობა მაღიზიანებს.
3. შეგიძლიათ თუ არა, იყოთ ხელმძღვანელი?

3.1. შემიძლია, ბევრი ადამიანი ავიყოლიო, როდესაც რამე საჭმეს წამოვიწყებ.

3.2. შემიძლია ბრძანების გაცემა, თუ ვინმე მეუბნება, რა უნდა გავაკეთო.

3.3. ვამჯობინებ, ვინმე სხვა იყოს მამოძრავებელი ძალა. თვითონ კი შევუერთდები, თუ ამის სურვილი მექნება.

4. შეგიძლიათ თუ არა საკუთარ თავზე პასუხისმგებლობის აღება?

4.1. მიყვარს საკუთარ თავზე პასუხისმგებლობის აღება და საქმის ბოლომდე მიყვანა.

4.2. საჭიროების შემთხვევაში ავიღებ პასუხისგმგებლობას საკუთარ თავზე, მაგრამ ვამჯობინებ ეს სხვამ გააკეთოს.

4.3. ყოველთვის გამოჩნდება ენერგიული ადამიანი, რომელსაც მოუნდება ჭკვიანად გამოიყურებოდეს. სიამოვნებით დავუთმობ მას საქმის მესვეურობას.

5. კარგი ორგანიზატორი ხართ?

5.1. მიყვარს გეგმის შედგენა მანამ, სანამ საქმეს ხელს მოკიდებდე. ჩვეულებრივ, სწორედ მე განვსაზღვრავ მოქმედების თანამიმდევრობას, როდესაც ჯგუფს გადაწყვეტილი აქვს რამე საქმის წამოწყება.

5.2. ყველაფერი იდეალურად გამომდის, თუ ვითარება ძალიან რთული არ არის, მაგრამ როგორც კი რამე პრობლემა წარმოიშობა, მაშინვე ყველაფერს თავს ვანებებ.

5.3. როდესაც ყველაფერი მოგვარებული მაქვს, მაშინ, შეიძლება, წარმოიშვას ვითარება, რომელსაც თან ახლავს მრავალი პრობლემა. ასეთ დროს თვითდინებას მივყვები.

6. კარგი მუშაკი ხართ?

6.1. შემიძლია იმდენხანს ვიმუშაო, რამდენიც საჭიროა. წინააღმდეგი არა ვარ, ბევრი ვიმუშაო, თუ ეს თვითონ მჭირდება.

6.2. გარკვეული დროის განმავლობაში შემიძლია დიდხანს მუშაობა, მაგრამ, როცა მომწყინდება, მერე — არა.

6.3. ვერ ვხედავ დიდხანს მუშაობის აზრს.

7. შეგიძლიათ თუ არა, გადაწყვეტილების მიღება?

7.1. საჭიროების შემთხვევაში შემიძლია გადაწყვეტილება სწრაფად მივიღო და, ჩვეულებრივ, ისინი სწორი აღმოჩნდება.

7.2. შემიძლია, თუ ამისთვის დიდი დრო მაქვს. როდესაც სწრაფად მიწევს გადაწყვეტილების მიღება, შემდგომში აღმოჩნდება, რომ ისინი არასწორია.

7.3. არ ვისურვებდი ისეთ ვითარებაში მოხვედრას, როდესაც მომიწევდა რაღაცის გადაწყვეტა.

8. შეუძლიათ, თუ არა ადამიანებს, ენდონ თქვენს სიტყვას?
   8.1. რა თქმა უნდა, შეუძლიათ. ყოველთვის ვამბობ სწორედ იმას, რასაც ვგულისხმობ.
   8.2. თითქმის ყოველთვის ვცდილობ, ვიყო საჭირო დონეზე, მაგრამ ზოგჯერ იმას ვამბობ, რისი თქმაც ამა თუ იმ ვითარებაში უფრო ადვილია.
   8.3. რატომ უნდა შევიწუხო ამაზე თავი, თუ ვისაც ველაპარაკები, არ იცის, სიმართლეს ვამბობ თუ არა?

9. ასრულებთ თუ არა მიცემულ სიტყვას?
   9.1. თუ რამეს გაკეთებას გადავწყვეტ, ვერაფერი გამაჩერებს.
   9.2. ჩვეულებრივ, საქმე ბოლომდე მაშინ მიმყავს, როცა ყველაფერი კარგად მიმდის.
   9.3. თუ საქმე თავიდან არ გამომდის, ყველაფერს თავს ვანებებ. რატომ უნდა ვიმტვრიო თავი?

10. როგორი ჯანმრთელობა გაქვთ?
    10.1. არასდროს ვიღლები.
    10.2. რისი გაკეთებაც მინდა, თითქმის ყველაფრისთვის მყოფნის ენერგია.
    10.3. უფრო ადრე ვგრძნობ ძალღონის უკმარისობას, ვიდრე ჩემი მეგობრების უმრავლესობა.

** თუ თქვენი პასუხების უმრავლესობა ემთხვევა პირველს, ეტყობა, გაქვთ თვისებები, რომლებიც საჭიროა საწარმოს წარმატებული გაძღოლისათვის. თუ არ ემთხვევა, შეიძლება, წარმოგეშვათ პრობლემები და ამიტომ უნდა იფიქროთ პარტნიორზე, რომელიც შეძლებს თქვენი ნაკლოვანი მხარეების კომპენსაციას. თუ თქვენი პასუხების უმრავლესობა ემთხვევა მესამეს, მაშინ კარგი პარტნიორიც ვერ შეძლებს გამოვლენილი ნაკლოვანებების დაძლევას.*

წყარო: Современный бизнес. Учеб. в 2-х т, т. 1. გვ. 102-103.

რეზიუმე

მცირე ბიზნესის მენეჯმენტი სპეციფიკური თავისებურებებით გამოირჩევა. ბიზნეს-მმართველისა და ბიზნეს-საქმიანობის ამოცანებიდან გამომდინარე, შედარებით მცირერიცხოვანია მცირე ბიზნეს-კოლექ-

ტივის როგორც სამმართველო აპარატი, ისე დასაქმებულთა რაოდენობაც, ამავე დროს, თავისი შინაარსით მეტად მრავალფეროვანი, მრავალმხრივი და განსხვავებულია წვრილი საწარმოს მენეჯმენტთან ურთიერთდაკავშირებული საკითხები.

მენეჯმენტის ძირითადი ფუნქციებია: **წარმოების დაგეგმვა, ორგანიზაცია, მოტივაცია და კონტროლი.** ერთმანეთისაგან განასხვავებენ: საერთო და ფუნქციურ მენეჯმენტს. საერთო მენეჯმენტი ორიენტირებულია, რაც შეიძლება მეტი მოგების მიღების მიზნით მთლიანად საწარმოს გაძღოლაზე, ფუნქციური მენეჯმენტი კი მისი ცალკეული ქვესისტემის (ფინანსები, შრომითი რესურსები, ინფორმაცია, საწარმოო პროცესები და ა.შ.) მართვაზე.

მეწარმისათვის აუცლებელია ისეთი საქმიანი და პიროვნული თვისებები, როგორიცაა: 1. კაცთმოყვარეობა და თითქმის ყველა ადამიანთან ურთიერთობის უნარი; 2. ამა თუ იმ საქმის წამოწყებისას თავის გარშემო ადამიანების შემოკრება; 3. პასუხისმგებლობის საკუთარ თავზე აღება; 4. საქმის დაწყებამდე გეგმის შედგენის უნარ-ჩვევები; 5. იმდენ ხანს მუშაობა, რამდენიც საჭიროა; 6. აუცილებლობის შემთხვევაში სწრაფი, თანაც, როგორც წესი, სწორი გადაწყვეტილების მიღება; 7. სიმართლის თქმა, გულწრფელობა; 8. სიტყვისკაცობა, შეუპოვრობა დასახული მიზნის მიღწევაში; 9. მუშაობაში თავდაუზოგაობა.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რაში გამოიხატება მცირე საწარმოს მენეჯმენტის თავისებურებები?
2. საჭიროა თუ არა განსაკუთრებული პიროვნული, საქმიანი თვისებები და უნარ-ჩვევები საკუთარი საქმის წამოსაწყებად?
3. რა უნდა გაითვალისწინოს მცირე მეწარმემ საკუთარი საქმის წამოწყების წინ?
4. ჩამოთვალეთ მცირე მეწარმისათვის აუცილებელი საქმიანი, პიროვნული თვისებები და უნარ-ჩვევები;
5. როგორი თვისებებია საჭირო მცირე საწარმოს ორგანიზაციისა და მართვისათვის?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორი უნდა იყოს მცირე მეწარმის საქმიანი და პიროვნული თვისებები?
2. როგორ შევადგინოთ მცირე საწარმოს ბიზნეს-გეგმა?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1 მცირე საწარმოს მენეჯმენტი;
3. მცირე მეწარმის საქმიანი, პიროვნული თვისებები და უნარ-ჩვევები.

ლიტერატურა

1. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
2. საბაზრო ეკონომიკა. ეკონომიკსი. მენეჯმენტი. მარკეტინგი. ბიზნესი. ლექსიკონი-ცნობარი. შემდგ. რ. ბასარია, ი. აბესაძე, ე. ამაშუკელი, ს. გორბუშინა, რ. ფაჩულია. ფინანსების და სტატისტიკის ინსტიტუტი, საფინანსო-ეკონომიკური აკადემია, თბ., გამომც. „საქართველო“, 1993;
3. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1993, № 6-7, გვ. 89-91;
4. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4. გვ. 110-114;
5. ჩიქავა ლ. ინოვაციური ეკონომიკა. თბ., 2006;
6. **Аленн Луис Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка“, 1992;
7. **Ламвен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок.** С-Пб., Питер, 2004;
8. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело“, 1997;
9. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл.** М., изд.-во „Республика“, 1995.

52. წარმატება-წარუმატებლობის მიზეზები

ადამიანი, რომელიც ხელს ჰკიდებს საკუთარ საქმეს, ამით თვითონ ინიშნავს თავის თავს საწარმოს ხელმძღვანელადაც და მენეჯერადაც, რითაც გადამწყვეტ არჩევანს აკეთებს. ამ არჩევანზე კი მთლიანად არის დამოკიდებული საწარმოს მომავალი — მისი წარმატება თუ წარუმატებულობა. მაგალითად, აშშ-ში ყოველწლიურად 600 ათასი ახალი საწარმო იწყებს საქმიანობას, მაგრამ მათგან მხოლოდ ნახევარი აღწევს 18 თვის ასაკს, 10 წელს კი — ხუთიდან ერთი.

რით არის გამოწვეული წარუმატებლობის ასეთი მაღალი მაჩვენებელი? ამაზე, შეიძლება, მხოლოდ ასეთი პასუხი გაიცეს: უწინარეს ყოვლისა, არჩევანის უფლებისა და საქმიანი და პიროვნული თვისებების შეუთანაზომლობით. უფართოესი არჩევანის უფლება იმავდროულად არა მარტო წარმატების, არამედ წარუმატებლობის არჩევის უფლებასაც ნიშნავს. მილიონობით ფირმის საქმიანობაზე სპეციალისტთა დაკვირვებით კი, წლიდან წლამდე ერთი და იგივეა საწარმოთა წარუმატებლობის მიზეზები: კერძოდ, გაკოტრების შემთხვევათა 44 პროცენტი გამოწვეულია არაკომპეტენტურობით (ფიზიკურ, მორალურ თუ ინტელექტუალურ ნაკლოვანებათა გამო საქმის გაძღოლის უუნარობით), 17 პროცენტი — სამმართველო გამოცდილების უქონლობით (საქმის წამოწყებამდე მუშაკებისა და სხვა რესურსების მართვის მცირე გამოცდილებით ან, საერთოდ, უქონლობით), 16 პროცენტი — გამოცდილების დაუბალანსებლობით (მარკეტინგის, ფინანსების, მომარაგებისა და წარმოების სფეროში გამოცდილების უქონლობით), 15 პროცენტი — არჩეული საქმიანობის სფეროში გამოცდილების უქონლობით (საქმის წამოწყებამდე მოცემული პროდუქციის (მომსახურების) წარმოების მცირე გამოცდილებით ან, საერთოდ, უქონლობით), 16 პროცენტი — გამოცდილების დაუბალანსებლობით (მარკეტინგის, ფინანსების, მომარაგებისა და წარმოების სფეროში გამოცდილების უქონლობით), 1 პროცენტი — დაუდევრობით (ცუდი საქმიანი თვისებების, სუსტი ჯანმრთელობის ან ოჯახური სიძნელეების გამო საქმისადმი ნაკლები ყურადღებით), ასევე, 1 პროცენტი — თაღლითობით ან უბედური შემთხვევებით (შეცდომაში შემყვანი ყალბი ფინანსური ანგარიშებით, წინასწარგაუმართლებელი ზედმეტი შეს-

ყიდვებით ან აქტივების არათანაბარზომიერი გამოყენებით; ხანძრით, წყალდიდობით, გაქურდვით და ა. შ.)[255].

ყოველივე ეს იმაზე მეტყველებს, რომ მართალია, ძალიან ძნელი, მაგრამ აუცილებელია, მეწარმეობის დაწყებამდე საკუთარი საქმიანი და პიროვნული თვისებების მკაცრი, პირუთვნელი შეფასება და შესაბამისი გადაწყვეტილების მხოლოდ ამის შემდეგ მიღება. სამწუხაროდ, ამას ყოველთვის არ ითვალისწინებენ ახლადდამწყები ბიზნესმენები, რაც ხშირად წარუმატებლობის ძირითადი მიზეზი ხდება. აღსანიშნავია, რომ აშშ-ში, სტუდენტთა შორის ჩატარებული ერთ-ერთი სოციოლოგიური გამოკვლევისას, რესპონდენტთა მხოლოდ 2 პროცენტზე ოდნავ მეტმა მიანიჭა ჯეროვანი მნიშვნელობა ზემოაღნიშნულ თვისებებს. ეს მაჩვენებელი კი საოცრად ემთხვევა იმ ამერიკელ ბიზნესმენთა საშუალო რიცხვს, ვინაც მცირე ბიზნესში ათი წლის საქმიანობის შემდეგ მიაღწია წარმატებას. ამიტომ სრულიადაც არ არის გასაკვირი, რომ უმრავლესობა უპირველეს და უმთავრეს შეცდომას სწორედ მაშინ უშვებს, როდესაც არასწორად აფასებს თავის საქმიან და პიროვნულ თვისებებს და გადაწყვეტილებას იღებს, დამოუკიდებლად ჩაერთოს ბიზნესში[256].

რეზიუმე

საწარმოს მომავალი — მისი წარმატებულობა თუ წარუმატებლობა მთლიანად არის დამოკიდებული მეწარმის პიროვნულ, საქმიან თვისებებსა და უნარ-ჩვევებზე. წარუმატებლობის ძირითადი მიზეზებია: საკუთარი საქმიანი და პიროვნული თვისებების არასწორი შეფასება, არაკომპეტენტურობა, საქმის გაძღოლის უუნარობა, მართვის გამოცდილების უქონლობა, სწორი მენეჯმენტის უქონლობა, დაუდევრობა, თაღლითობა, უბედური შემთხვევები და ა.შ.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რაზეა დამოკიდებული საწარმოს წარმატება-წარუმატებლობა?
2. ჩამოთვალეთ და გააანალიზეთ საწარმოს წარუმატებელი საქმიანობის ყველაზე ტიპური მიზეზები.

---

[255] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. გვ. 28-29.

[256] იქვე. გვ. 33-34.

3. რა გავლენას ახდენს საწარმოს წარმატებულ ფუნქციონირებაზე მენეჯმენტი?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. საწარმოს წარუმატებელი საქმიანობის ტიპური მიზეზები.
2. მეწარმის პიროვნული, საქმიანი თვისებები, უნარ-ჩვევები და მათი გავლენა საწარმოს ფუნქციონირებაზე.

ლიტერატურა

1. ბალიაშვილი. ე. მცირე საწარმოებს მართვის მოქნილი სისტემები სჭირდებათ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
2. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
3. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4. გვ. 110-114;
4. **Аленн Луис Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка“, 1992;
5. **Ламвен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок.** С-Пб., Питер, 2004;
6. **Сиропулис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело“, 1997;
7. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл.** М., изд.-во „Республика“, 1995.

53. მენეჯერული საქმიანობის სტილი

გარდა ზემო აღნიშნულისა, საწარმოს წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია მენეჯერული საქმიანობის სწორი სტილის შერჩევა, რომელმაც დასახული მიზნის მისაღწევად უნდა უზრუნველყოს კოლექტივში ჯგუფური ერთიანობის განწყობის გამომუშავება, როგორც საკუთარი თავის, ისე თითოეული მუშაკის ნიჭისა და ენერგიის სრულად რეალიზაცია. პრაქტიკაში მართვის ოთხ სხვადასხვა სტილს განარჩევენ. ესენია: მკაცრი ავტოკრატიული, კეთილმოსურნე ავტოკრატიული, კონსულტაციური და პარტიციპალური (თანამონაწილეობითი) [257].

ლიდერები, რომლებიც მართვის მკაცრ ავტოკრატიულ სტილს არჩევენ, აბსოლუტური დიქტატორები არიან. მათ მიაჩნიათ, რომ ხელმძღვანელისა და ხელქვეითების ურთიერთობა მაშინაა ჭეშმარიტი, როდესაც ხელქვეითები მხოლოდ იმას ასრულებენ, რაც დავალებული აქვთ, ამასთანავე, ხელმძღვანელის მიმართ არ გააჩნიათ არავითარი კითხვები. მკაცრ ავტოკრატიულ ლიდერობას იწონებენ მხოლოდ ორი ტიპის მენეჯერები — 1. ისინი, რომლებიც ცუდად არიან ინფორმირებულები და ვერ პოულობენ უკეთეს გამოსავალს; 2. ვინც გამოირჩევა ეგოცენტრისტული ხასიათით და მიისწრაფის თავისი მნიშვნელობის წარმოჩენისაკენ.

კეთილმოსურნე ავტოკრატიული სტილის მიმდევარი ლიდერები ორიენტირებულები არიან როგორც დავალების შესრულებაზე, ისე — მუშაკთა ინტერესების დაკმაყოფილებაზე. ასეთი მენეჯერები დიდ ძალისხმევას ახმარენ დავალების შესრულებას, მაგრამ, ამავე დროს, დიდ ანგარიშს უწევენ პერსონალის სურვილებს, გრძნობებსა და მისწრაფებებს. ისინი უფლებას აძლევენ თანამშრომლებს, მიიღონ გადაწყვეტილება ან იყვნენ გადაწყვეტილების მიღების პროცესის მონაწილენი.

კონსულტაციური წყობის მენეჯერები თავიანთ ხელქვეითებს კარნახობენ მოქმედების მიმართულებებს, ამავე დროს, მუდამ ღია არიან ალტერნატივებისათვის და თავიანთი ხელქვეითებისაგან გულწრფელ რეაქციას მოელიან. მართვის ეს სტილი არავითარ შემთხვევაში არ გულისხმობს „ერთი ადამიანი — ერთი ხმა“ ტიპის სიტუაციის შექმნას. საბოლოო ანალიზის შემდეგ გადაწყვეტილებას იღებს კონსულტაციური

[257] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. გვ. 526.

ტიპის მენეჯერი და თვითონვე კისრულობს მასზე პასუხისმგებლობას, მაშინაც კი, თუ ეს გადაწყვეტილება მცდარ რჩევებს დაემყარა.

პარტიციპალური სტილის მენეჯერი თავის თანამშრომლებთან ერთად თანასწორი უფლებებით მონაწილეობს გადაწყვეტილების მიღებაში, რითაც ქმნის საერთო იდეის თანაზიარობის განწყობილებას. პარტიციპალური მენეჯმენტი სტიმულს აძლევს ხელმძღვანელს, თანამშრომლების დახმარებით ეძიოს ახალი იდეები, ისე მოაწყოს თითოეული სამუშაო ადგილი, რომლის დროსაც მნიშვნელოვანია თითოეული ადამიანის შრომა. ამასთან ერთად, ასეთი სტილის მმართველობა საშუალებას აძლევს ლიდერს, ძალაუფლება და პასუხისმგებლობა გაინაწილოს თავის თანამშრომლებთან, გზა მისცეს ინფორმაციის ღია და პირდაპირ ნაკადებს ორგანიზაციული სტრუქტურის შიგნით. მრავალი ფაქტი ადასტურებს, რომ პარტიციპალური მენეჯმენტი არცთუ ცუდ შედეგებს იძლევა, განსაკუთრებით იმ ფირმებში, რომლებიც ორიენტირებულია სწრაფად ცვალებად ბაზრებზე ან გამოირჩევა ზრდის მაღალი ტემპებით. ამას, უწინარესად, განაპირობებს ის, რომ ასეთ ფირმებში ძლიერი პარტიციპალური სულისკვეთება ასტიმულირებს შრომის ნაყოფიერების ზრდას, ქმნის შემოქმედებით ატმოსფეროს და ჯგუფური ერთიანობის განწყობას, რის თვალსაჩინო მაგალითს იძლევა იაპონური ფირმები[258].

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ წარმატებული ბიზნესმენები თავიანთი სამენეჯმენტო საქმიანობის განხორციელებისას, როგორც წესი, აქტიურად იყენებენ სპეციალისტთა რჩევებს. ამიტომ გასაკვირი არ არის, რომ დასავლეთში მენეჯმენტის სფეროში კონსულტანტთა მომსახურება დღეს ეკონომიკის ერთ-ერთი წრაფად განვითარებადი დარგია, რომლის წლიური ბრუნვა 87 მლრდ დოლარს შეადგენს[259]. ამავე დროს, გამოკვლევები იმასაც ადასტურებს, რომ მეწარმეთა 90 პროცენტს სწორედ თავიანთ დირექტორთა საბჭოს რჩევების იგნორირების გამო არ ძალუძთ თავიანთი მოვალეობების ჯეროვნად შესრულება[260].

---

[258] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. გვ. 526-528.

[259] იქვე. გვ. 327.

[260] იქვე. გვ. 326.

რეზიუმე

პრაქტიკაში მართვის ოთხ სხვადასხვა სტილს განარჩევენ. ესენია: მკაცრი ავტოკრატიული, კეთილმოსურნე ავტოკრატიული, კონსულტაციური და პარტიციპალური (თანამონაწილეობითი). მართვის მკაცრი ავტოკრატიული სტილის ლიდერები აბსოლუტური დიქტატორები არიან; კეთილმოსურნე ავტოკრატიული სტილის მიმდევრები ორიენტირებულები არიან როგორც დავალების შესრულებაზე, ისე — მუშაკთა ინტერესების დაკმაყოფილებაზე; კონსულტაციური წყობის მენეჯერები თავიანთ ხელქვეითებს მოქმედების მიმართულებებს კარნახობენ, ამავე დროს, მუდამ ღიანი არიან ალტერნატივებისათვის; პარტიციპალური სტილის მენეჯერი თავის თანამშრომლებთან ერთად თანასწორი უფლებებით მონაწილეობს გადაწყვეტილების მიღებაში, რითაც ქმნის საერთო იდეის თანაზიარობის განწყობილებას.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რას ნიშნავს ადამიანური ურთიერთობები?
2. როგორია მართვის სტილის გავლენა ფირმის ფუნქციონირებაზე?
3. დაახასიათეთ ავტოკრატიული, კონსულტაციური და პარტიციპალური მენეჯმენტების თავისებურები;
4. როგორია ავტოკრატიული, კონსულტაციური და პარტიციპალური სტილის ლიდერების დადებითი და უარყოფითი მხარეები;
5. არსებობს თუ არა საწარმოს მართვის ერთადერთი სწორი ხერხი (მეთოდი), რომელიც ერთნაირად მისაღები იქნებოდა ყველა მეწარმისათვის?
6. თქვენი აზრით, საწარმოს მართვის რომელი სტილი უფრო შეესაბამება ქართველი მეწარმის მენტალიტეტს?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. ადამიანური ურთიერთობები და მათი როლი შრომით კოლექტივში ჯგუფური ერთიანობის განწყობის ჩამოყალიბებაში;
2. როგორ შეიძლება ყველაზე სრულყოფილად საწარმოში ადამიანური ურთიერთობების ხარისხის შეფასება?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მართვის სტილი და მისი გავლენა საწარმოს წარმატებულ ფუნქციონირებაზე;
2. ქართველი მეწარმის მართვის სტილის თავისებურებანი.

ლიტერატურა

1. ბალიაშვილი. ე. მცირე საწარმოებს მართვის მოქნილი სისტემები სჭირდებათ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
2. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
3. შურღაია ო. მ. მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4. გვ. 110-114;
4. **Аленн Луис Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка“, 1992;
5. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело“, 1997;
6. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боувн, Дж. В. Тилл.** М., изд.-во „Республика“, 1995.

5.4. ტიპური შეცდომები

სპეციალისტები გამოყოფენ წვრილ მეწარმეთათვის დამახასიათებელ შვიდ ყველაზე ტიპურ შეცდომას, რომლებიც უთუოდ უნდა გაითვალისწინონ იმათ, ვინც აპირებს, წამოიწყოს მცირე ბიზნესი. ეს შეცდომებია:

1. *ჰობის, გატაცების შეცდომით ბიზნესმენობისადმი მიდრეკილებად მიჩნევა.* ასეთ შემთხვევაში გამორიცხულია საკუთარი ბიზნესისადმი კრიტიკული დამოკიდებულება, რაც აუცილებელია წარმატების მიღწევისათვის. ჰობი საქმის წამოწყებისთვის პერსპექტიულ ტრამპლინად, შეიძლება, მხოლოდ იმ შემთხვევაში გადაიქცეს, თუ მომავალი მეწარმის შემოქმედებითი და ტექნიკური უნარი საწარმოს სამეურნეო საქმიანობის გაძღოლის საფუძვლების ღრმად დაუფლებით განმტკიცდება;

2. *ფირმის ყველასათვის მიმზიდველად გადაქცევის მცდელობა.* მცდარია მოსაზრება, თითქოს მომხმარებელთა ფართო წრეზე ორიენტაცია წარმატების საწინდარი იყოს. პირიქით, საჭიროა, საწარმოს საქმიანობის სფეროს შეზღუდვა, ბაზარზე საკუთარი სეგმენტის განსაზღვრა და საკმარისი რესურსების (საქონელი, რეკლამა, პერსონალი და ა. შ.) წარმართვა მასში მნიშვნელოვანი ადგილის დასაკავებლად;

3. *საქმის დაწყება საკმარისი სახსრების გარეშე.* თავიდანვე მხოლოდ ზოგიერთი ფირმა იღებს მოგებას. მათი უმრავლესობა, სანამ რენტაბელური გახდებოდეს, თვეების, ზოგჯერ წლების განმავლობაშიც კი, ზარალით მუშაობს. ამიტომ საჭიროა სცენარის შემუშავება ყველაზე უარესი შემთხვევისათვის საქმიანობის პირველი ორი წლის განმავლობაში ყოველთვიური მინიმალური შემოსავლებისა და მაქსიმალური ხარჯების გათვალისწინებით. ამასთანავე, უნდა დადგინდეს მომენტი, როდესაც შემოსავლები გადააჭარბებს ხარჯებს და განისაზღვროს, რამდენი ფულია საჭირო ამ მომენტამდე დეფიციტის დასაფარავად. ამ თანხას უნდა დაემატოს საქმის დასაწყებად, აგრეთვე, მატერიალურ-ტექნიკური მარაგებისა და მოწყობილობის შესაძენად აუცილებელი საწყისი ინვესტიციები. საბოლოო ჯამში, ეს შეადგენს თანხას, რომელიც საჭიროა საწარმოს გასახსნელად;

4. *კრედიტის აღებასთან დაკავშირებული საშიშროების წინასწარ განუჭვრეტელობა.* ამის დასაძლევად საჭიროა, შედგეს გეგმა, რომელიც შესაძლებელს გახდის კრედიტთან დაკავშირებული პრობლემების პროგნოზირებას და მათ მანამდე გადაწყვეტას, სანამ ფირმის ფინანსურ მდგომარეობას საშიშროება დაემუქრება;

5. *ფასის არასწორად დაწესება.* სწორი ფასის დადგენისათვის აუცილებელია, გონივრული ფასებიდან ერთმანეთისაგან გაირჩეს მინიმალური და წამგებიანი ფასი. ამასთანავე, უზრუნველყოფილ იქნეს მყიფე წონასწორობა ისეთ ბუნებრივ მოთხოვნილებას შორის, როგორიცაა, ერთი მხრივ, ფირმის მისწრაფება მიიღოს მოგება, ხოლო, მეორე მხრივ, მომხმარებლის სურვილი, შეიძინოს საქონელი;

6. *ფირმიდან ყველა „წვენის გამოწურვა".* შრომის გულუხვი ანაზღაურება, პრემიები, ავტომანქანები, ყველაფერი ეს წარმატებული საქმიანობისათვის ფირმის მუშაკების ჯილდოდ აღიქმება, მაგრამ ამან, შეიძლება, კატასტროფის თესლებიც დათესოს. ამის თავიდან ასაცილებლად საჭიროა, გარკვეული მუდმივი თანხის, შესაძლოა, საეროო შემოსავლიდან რაღაც პროცენტის, განსაზღვრა და მისი ფირმის განკარგულებაში დატოვება;

7. *თვითიზოლაცია.* მსხვილი ფირმებისაგან განსხვავებით, წვრილი საწარმოები ერთპიროვნულად იმართება, ერთპიროვნულადვე მიიღება ყველა მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება მათი შემდგომი დამტკიცების პროცედურების გავლის გარეშე. ამიტომ ფირმა, ფაქტობრივად, იზოლირებულია ალტერნატიული აზრისაგან. პრობლემის გადაწყვეტის ყველაზე საუკეთესო გზაა გარეშე პირების აზრის მოსმენა, დირექტორთა არაოფიციალური საბჭოს ჩამოყალიბება, მის მუშაობაში ბანკირების, ბუხჰალტრების, სხვა ფირმების მეპატრონეების ჩართვა, ფირმის მდგომარეობის ყოველთვიური განხილვა, მის საჭიროებებსა და პრობლემებში ღრმად ჩაწვდომა და სხვ.[261]

შემთხვევითი არ არის, რომ დასავლეთის ქვეყნებში, აგრეთვე, ზოგიერთ სხვა სახელმწიფოში ფართო და მრავალმხრივი ღონისძიებები ხორციელდება მცირე ბიზნესის პოტენციურ შესაძლებლობათა მაქსიმალური რეალიზაციის მიზნით მცირე მეწარმეებისა და, საერთოდ, ამ სფეროში დასაქმებულთა კომერციული და პროფესიული მომზადების დონის ასამაღლებლად, მათ მიერ მოწინავე ტექნოლოგიებისა და მართვის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების დასაუფლებლად, შექმნილია მცირე ფირმების წახალისების სპეციალური ფონდები. მაღალკვალიფიური სპეციალისტების მოზიდვისა და შენარჩუნების მიზნით ფართოდ გამოიყენება კადრების მომზადება-გადამზადების სხვა საშუალებებიც[262].

---

[261] **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 120-121.**

[262] ა. ხვედელიძე. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. გვ. 73.

მაგალითად, აშშ-ში აქტიურად გამოიყენება მართვის საკითხებში მცირე ფირმების დახმარების პროგრამები, მრავალი მსხვილი კომპანია კი თავიანთი სასწავლო და საგანმანათლებლო პროგრამების რეალიზაციისას უსათუოდ ითვალისწინებს მცირე ბიზნესის, განსაკუთრებით ვაჭრობის სფეროში მომუშავეთა ცოდნის დონის გაღრმავებას. ასევე, ქვეყნის სავაჭრო ასოციაციები, რომლებიც უმეტესწილად მცირე ფირმების სახით ფუნქციონირებენ, თავიანთი სასწავლო პროგრამების შედგენისას დიდ ყურადღებას უთმობენ საგანმანათლებლო ასპექტებს და ამ მიზნით ფართოდ თანამშრომლობენ შესაბამის უმაღლეს სასწავლებლებთან. ახალი ინგლისის (შტატების ჯგუფი აშშ-ში) მცირე ბიზნესის ასოციაცია ჰარვარდის ბიზნესის სკოლაში ყოველწლიურად ატარებს სამდღიან პრაქტიკულ სემინარებს. სხვა სასწავლო დაწესებულებები, მცირე ბიზნესის ასოციაციასთან ერთად, აწყობენ კურსებს, სემინარებსა და სასწავლო სახელოსნოებს მცირე საწარმოების ხელმძღვანელთა დასახმარებლად. ჰარვარდის ბიზნესის სკოლაში სტუდენტები წლების განმავლობაში ღრმა ინტერესს ავლენენ მცირე და ახალი ბიზნესისა და მათთან დაკავშირებული დაუსწრებელი კვლევითი კურსებისადმი. ამ მიმართულებით აქტიურ მუშაობას ეწევიან, აგრეთვე, ახალ მეწარმეთა კლუბები, სტუდენტური მცირე ბიზნესის ორგანიზაციის პროგრამა, რომლებიც ეძიებენ ამ სფეროში თავისუფალ სამუშაო ადგილებს [263].

რეზიუმე

მცირე ბიზნესისათვის ყველაზე ტიპური შეცდომებია: 1. ჰობის (გატაცების) ბიზნესმენობისადმი მიდრეკილებად მიჩნევა; 2. ფირმის ყველასათვის მიმზიდველად გადაქცევის მცდელობა; 3. საქმის დაწყება საკმარისი სახსრების გარეშე; 4. კრედიტის აღებასთან დაკავშირებული საშიშროების წინასწარ განუჭვრეტელობა; 5. არასწორი ფასის დაწესება; 6. ფირმიდან ყველა „წვენის გამოწურვა"; 7. თვითიზოლაცია და ა.შ.

[263] Луис Л. Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе. გვ. 11-12.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. ჩამოთვალეთ მცირე ბიზნესისათვის დამახასიათებელი ტიპური შეცდომები და გაანალიზეთ მათი გავლენა ფირმის საქმიანობაზე.
2. რატომ ბანკროტდებიან ახალი საწარმოები და როგორ შეიძლება ამის თავიდან აცილება?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ შეიძლება მცირე ბიზნესისათვის დამახასიათებელი ტიპური შეცდომების თავიდან აცილება?
2. რა არის საჭირო ქართველ მეწარმეთა სამმართველო ცოდნის გასაღრმავებლად?

ლიტერატურა

1. ბალიაშვილი. ე. მცირე საწარმოებს მართვის მოქნილი სისტემები სჭირდებათ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
2. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
3. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4. გვ. 110-114;
4. ხვედელიძე ა. მცირე საწარმოთა როლი ეკონომიკის განვითარებაში. საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 7-8;
5. **Аленн Луис Л. Как преуспеть в малом бизнесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка“, 1992;
6. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело“, 1997;
7. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боувн, Дж. В. Тилл.** М., изд.-во „Республика“, 1995.

5. 5. სოციალურ-პროფესიული პორტრეტი

როგორია მეწარმეთა სოციალურ-პროფესიული პორტრეტი, რამდენად პასუხობს იგი ბიზნესმენისადმი წაყენებულ მოთხოვნებს? ამაზე გარკვეულ პასუხს იძლევა 1998-1999 წლებში თბილისში ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები, რომელთა მიხედვითაც დედაქალაქში მეწარმეთა ფენა წარმოდგენილი იყო სხვადასხვა სოციალური წარმოშობის, განათლების, პროფესიისა და კვალიფიკაციის ადამიანებით. უწინარეს ყოვლისა, ყურადღებას იპყრობდა მათი მაღალი განათლება, კვალიფიკაცია და შრომითი გამოცდილება: 77,5 პროცენტს უმაღლესი განათლება ჰქონდა, 6,1 პროცენტს — უმაღლესი დაუმთავრებელი, 11,8 პროცენტს — საშუალო-სპეციალური, ხოლო 4,2 პროცენტს — საშუალო ზოგადი. რესპონდენტთა შორის 44,1 პროცენტი ინჟინერი იყო, 32,5 პროცენტი — ეკონომისტი (ბუღალტერი), 9,3 პროცენტი — პედაგოგი, 5,5 პროცენტი — აგრონომი, 4,0 პროცენტი — იურისტი, 2,2 პროცენტი — ექიმი (იხ. ცხრ. 27).

მეწარმეობის სფეროში საქმიანობის დაწყებამდე რესპონდენტთა 79,9 პროცენტი სახელმწიფო საწარმოში მუშაობდა, 10,3 პროცენტი — კერძო ფირმაში, 2,7 პროცენტი — ხელისუფლებისა და მართვის, 1,8-1,8 პროცენტი, შესაბამისად, — პარტიულ და სამართალდამცველ ორგანოებში, 1,6-1,6 პროცენტი — პროფკავშირულ ორგანოებსა და სასოფლო-სამეურნეო საწარმოებში. საკუთარი საქმის წამოწყებამდე გამოკითხულთა 86,5 პროცენტი თბილისში იყო დასაქმებული, 11,5 პროცენტი — სხვა ქალაქებსა და რაიონებში, ხოლო 2,2 პროცენტი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ მუშაობდა. რესპონდენტთა 54,5 პროცენტს ჰქონდა არჩეულ სფეროში მუშაობის გამოცდილება, თუმცა, საკმაოდ დიდი იყო იმათი რიცხვიც — 45,5 პროცენტი, რომელთაც ასეთი გამოცდილება არ გააჩნდათ. მეწარმეთა 72,4 პროცენტის განათლების ცენზი, აგრეთვე, პრაქტიკული საქმიანობის გამოცდილება მთლიანად ან ნაწილობრივ შეესატყვისებოდა ფირმაში მათი საქმიანობის ხასიათს, 27,6 პროცენტისა კი — არა.

რესპოდეტთა 17,8 პროცენტი ძალიან კარგად ან საკმარისად კარგად იცნობს ანალოგიური უცხოური საწარმოების საქმიანობას, 34,5 პროცენტი — სუსტად, 47,7 პროცენტი კი არ იცნობს. კერძოდ, გამოკითხულთა 15,8 პროცენტმა აღნიშნა, რომ მათი ფირმა ერთ წელზე ნაკლებია, რაც მუშაობს, ხოლო რესპონდენტთა 26,1 პროცენტმა — 1-2 წელი, 37,1 პროცენტმა — 3-4 წელი, 11,1 პროცენტმა — 5-6 წელი, 9,9 პროცენტმა კი — 7-8 წელი.

მეწარმეთა სოციალურ-პროფესიული პორტრეტი თბილისში
რესპონდენტთა რიცხვი, რომლებმაც უპასუხეს კითხვაზე (პროცენტობით, გამოკითხულთა საერთო რაოდენობის მიმართ)

პასუხების ვარიანტები	სულ	მათ შორის: ინდივ. საწარ.	სოლიდ. პასუხ. საზოგ.	კომანდიტ. საზოგ.	საკუთრ. საზოგ.	შეზღდ. პასუხ. საზოგ.	კოოპერატივი
როგორია თქვენი განათლების დონე?[1]							
არასრ. საშუალო	0,4	0,8	0	20,0	0,2	0,3	0
საშუალო ზოგადი	4,2	7,1	14,4	0	2,5	3,6	2,2
საშუალო სპეც.	11,8	14,8	19,0	0	11,6	9,2	23,9
უმაღლ. დაუმთავ.	6,1	10,4	9,5	20,0	2,8	5,9	10,9
უმაღლესი	77,5	66,9	57,1	60,0	82,9	81,0	63,0
გთხოვთ, აღნიშნოთ თქვენი სპეციალობა[2]							
ინჟინერი	44,1	35,3	37,5	20,0	52,5	43,0	18,2
ეკონომ. (ბუღალტ.)	32,5	26,1	31,2	0	35,8	31,9	50,0
პედაგოგი	9,3	14,8	18,7	20,0	5,8	9,0	13,6
იურისტი	4,0	4,5	12,5	20,0	2,5	4,9	4,5
ეკონომისტი	2,2	3,1	0	20,0	1,5	2,0	9,1
ექიმი	5,5	10,6	0	0	1,2	7,0	4,5
ხელოვნ. მუშაკი	2,0	5,0	0	20,0	0,5	1,8	0
ჟურნალისტი	0,4	0,6	0	0	0,3	0,3	0
სად საქმიანობდით მეწარმეობის სფეროში მუშაობის დაწყებამდე?[3]							
სახელმწ. საწარმო	79,9	69,0	84,2	100,0	87,8	79,0	69,6
პარტ. ორგ.-ება	1,8	1,1	5,3	0	1,8	2,3	2,3
პროფკ. ორგ.-ება	1,6	2,1	0	0	1,0	1,7	2,2
სამართალდამცავ. ორგან	1,8	3,4	5,3	0	1,3	1,4	2,2
ხელოვნ. და მშარ. ორგ	2,7	3,4	5,3	0	2,5	2,8	0
კერძო საწარმო	10,3	17,5	0	0	4,7	11,5	13,1
სხვა	0,3	0,5	0	0	0,2	0,3	0
გთხოვთ, აღნიშნოთ მეწარმეობის სფეროში მუშაობის დაწყებამდე თქვენი საქმიანობის ადგილი?[4]							
თბილისი	86,5	82,0	65,0	83,3	91,6	86,0	78
საქ. სხვა ქალაქი	5,1	7,1	15,0	16,7	3,7	4,5	6,0
საქ. რაიონი	6,4	7,5	20,0	0	3,7	6,9	16,0
საქ. ფარგლებარეთ	2,0	3,3	0	0	0,9	2,4	0
ფირმაში მუშაობის დაწყებამდე გქონდათ თუ არა არჩეულ სფეროში მუშაობის გამოცდილება?[5]							
დიახ, მქონდა	54,5	37,3	38,9	40.0	73,3	50,0	38,2
არა, არ მქონდა	45,5	62,7	55,6,	60.0	26,7	49,8	49,4
რამდენი ხანია, რაც თქვენი ფირმა მოქმედებს?[6]							
ერთ წლამდე	15,8	34,1	19,0	25,0	2,2	16,5	13,2
1-2 წელი	26,1	33,0	28,6	25,0	12,8	33,4	30,2
3-4 წელი	37,0	23,4	28,6	50,0	55,3	30,4	24,5
5-6 წელი	11,2	5,5	14,3	0	14,8	10,8	18,9
7-8 წელი	9,9	4,0	9,5	0	14,9	8.9	13,2

[1] კითხვაზე პასუხი გასცა 1876 რესპონდენტმა. [2] კითხვაზე პასუხი გასცა 1637 რესპონდენტმა. [3] კითხვაზე პასუხი გასცა 1708 რესპონდენტმა. [4] კითხვაზე პასუხი გასცა 1874 რესპონდენტმა. [5] კითხვაზე პასუხი გასცა 1649 რესპონდენტმა. [6] კითხვაზე პასუხი გასცა 1753 რესპონდენტმა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წწ. თბილისში ჩატარებული მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები.

ცხადია, სოციალისტური მეურნეობრიობის პრინციპებზე აღზრდილი ადამიანებისათვის ძალიან ძნელია ახალ, საბაზრო ფასეულობათა ათვისება, მით უმეტეს, ზემოდან მიღებული დავალებებისა თუ მზამზარეული რეცეპტების მექანიკური შემსრულებლიდან საკუთარი ინიციატივით, რისკითა და ჭონებრივი პასუხისმგებლობით მომუშავე თავისუფალ მეწარმედ გადაქცევა. ამასთან ერთად, ზოგიერთი ადამიანი, რომელმაც საკუთარი საქმე წამოიწყო და თავი უკვე ბიზნესმენად იგულა, კრიტიკულად არ აფასებს თავის ცოდნასა და შესაძლებლობებს, საქმიან და პიროვნულ თვისებებს, არ ზრუნავს მეურნეობრიობის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების დაუფლებაზე, წინასწარ არ სწავლობს სფეროს, სადაც სამეწარმეო საქმიანობას აპირებს, არ იკვლევს სამომხმარებლო ბაზრის, თავისი მომავალი კლიენტების მოთხოვნილებებს. ამას ისიც ემატება, რომ საქმის სამართავად მენეჯერებს კი არ იწვევს, არამედ მეტწილად თვითონ ხდება პრეზიდენტი და საწარმოს საქმიანობის სხვა სფეროების გაძღოლასაც თავის, ასევე, არასპეციალისტ ნათესავ-მეგობარ პარტნიორებს ანდობს[264]. აქედან გამომდინარე, ძნელი არ უნდა იყოს იმის მიხვედრა, თუ რატომ ამთავრებს კრახით თავის საქმიანობას უმოკლეს დროში ახლად დაარსებულ საწარმოთა დიდი ნაწილი, ხოლო ზოგიერთი ადამიანისათვის ბიზნესში ჩართვა, არც თუ იშვიათად, რატომ ხდება არა მარტო პირადი უბედურების, არამედ მთელი ოჯახის ტრაგედიის მიზეზიც კი. ამიტომ სახელმწიფომ ყოველმხრივ უნდა შეწყოს მათ ხელი ცოდნის დონის ამაღლებაში, მეურნეობრიობის მართვის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების დაუფლებაში. ამ მიზნით აქტიურად უნდა გამოვიყენოთ დასავლური გამოცდილება. ამაზე ბევრად იქნება დამოკიდებული ქვეყანაში ბიზნეს-გარემოს გაუმჯობესება, მისი ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ტემპების დაჩქარება.

რეზიუმე

ზოგიერთი ადამიანი საკუთარი საქმის წამოწყებისას კრიტიკულად არ აფასებს თავის ცოდნასა და შესაძლებლობებს, საქმიან და პიროვნულ თვისებებს, არ ზრუნავს მეურნეობრიობის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების დაუფლებაზე, წინასწარ არ სწავლობს სფეროს, სადაც სამეწარმეო საქმიანობას აპირებს, არ იკვლევს სამომ-

[264] ე. ბალიაშვილი. მცირე საწარმოებს მართვის მოქნილი სისტემები სჭირდებათ. ჟურნ. „ეკონომიკა", 2001, № 8, გვ. 117.

ხმარებლო ბაზრის, თავისი მომავალი კლიენტების მოთხოვნილებებს. რაც ხშირად საწარმო გაკოტრებამდე მიჰყავს. ამიტომ სახელმწიფომ ყოველმხრივ უნდა შეწყოს მათ ხელი მეურნეობრიობის მართვის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების დაუფლებაში, რისთვისაც აქტიურად უნდა იქნეს გამოყენებული დასავლური გამოცდილება.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. დაახასიათეთ ღონისძიებები, რომლებიც ხორციელდება საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მცირე ბიზნესში დასაქმებულთა კომერციული და პროფესიული დონის ასამაღლებლად;
2. როგორ მიმდინარეობს საქართველოში სოციალისტური მეურნეობრიობის პრინციპებზე აღზრდილი ადამიანების ბიზნესთან ადაპტაცია?
3. როგორია საქართველოში მეწარმეთა სოციალური, პროფესიული, საქმიანი შემადგენლობა, მათი განათლების დონე, მუშაობის გამოცდილება და კვალიფიკაცია?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. რატომ არის საჭირო მცირე ბიზნესის მართვის სფეროში პროფესიული ცოდნისა და კვალიფიკაციის დონის ამაღლება;
2. როგორია მცირე მეწარმეობისათვის კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების სისტემა საქართველოში და რა უნდა გაკეთდეს მისი სრულყოფისათვის?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების გამოცდილება მცირე მეწარმეობისათვის კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის დონის ამაღლების სფეროში;
2. მცირე ბიზნესის სოციალურ-პროფესიული და კვალიფიკაციური პორტრეტი საქართველოში.

ლიტერატურა

1. სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წწ. თბილისში ჩატარებული მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგები;
2. ბალიაშვილი. ე. მცირე საწარმოებს მართვის მოქნილი სისტემები სჭირდებათ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
3. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
4. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის გაძღოლის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2002, № 3-4. გვ. 110-114;
5. **Аленн Луис Л. Как преуспеть в малом бизпесе.** Пер. с англ. М. АО „Торговый дом „Русская тройка“, 1992;
6. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнессом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело“, 1997;
7. **Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1. Пер. с англ. Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл.** М., изд.-во „Республика“, 1995.

თავი VI

მცირე ბიზნესის მარკეტინგი

6. 1 მიზნები და ფუნქციები

თითოეული მეწარმის უმთავრესი მიზანია მისი პროდუქციის (მომსახურების) მომხმარებელთა მოზიდვა, მათი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება და ამ გზით მოგების მიღება. ამ ამოცანის განხორციელებაში მათ ეხმარება მარკეტინგი *(ინგლ. „marketing", სიტყვიდან „market" – „ბაზარი")*. სწორედ იგი უწყობს ხელს საქონლის (მომსახურების) მოძრაობას მეწარმეებიდან მყიდველებამდე.

სამეცნიერო ლიტერატურაში მარკეტინგს, მისი მიზნებიდან და ფუნქციებიდან გამომდინარე, განსაზღვრავენ როგორც ფირმის ბიზნეს-საქმიანობის მიზანდასახული წარმართვის მეცნიერულად დასაბუთებულ ინტეგრალურ ღონისძიებათა სისტემას, რომელიც მოთხოვნის ფორმირება-ცვალებადობის საფუძველზე უზრუნველყოფს წარმოება-გასაღების პროგრამის შემუშავება-რეალიზაციას და ორიენტირებულია მოგების მაქსიმიზაციაზე.

მარკეტინგის ძირითადი მიზნებია: მოთხოვნის ფორმირება-სტიმულირება, ფირმის მიერ შემუშავებული წარმოება-გასაღების კონცეფციის ყოველმხრივი დასაბუთება, საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის მოცულობის გაფართოვება და მოგების გადიდება. დევიზი კი ასეთია: წარმოებულ იქნეს ის, რაც იყიდება და გაიყიდოს არა ის, რაც იწარმოება[265].

პრაქტიკაში განარჩევენ მარკეტინგის ერთმანეთთან ურთიერთდაკავშირებულ საშუალებათა (ინსტრუმენტთა) ფართო სპექტრს, რომელიც უზრუნველყოფს მეწარმის მიერ დასახული მიზნების განხორციელებას. მოკლედ განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

მარკეტინგული კვლევები. მრავალი სპეციალისტის აზრით, *გასაღების ბაზრის კომპლექსური კვლევა* მარკეტინგის მთელი სისტემის ყველაზე მნიშვნელოვანი საშუალებაა. ასეთი კვლევა საშუალებას აძლევს მეწარმეებს, დაიკმაყოფილონ მუდმივი მოთხოვნილებები ინფორმაციაზე იმის შესახებ, თუ:

---

[265] ლ. ჩიქავა. ინოვაციური ეკონომიკა. გვ. 407-408.

- როგორი საქონელი ან მომსახურება გაყიდონ ბაზარზე?
- როგორ, რა მოცულობით და რა ფასად გაყიდონ?
- რას ყიდიან კონკურენტები, ვინ და რამდენად ძლიერები არიან ისინი?[266]

ფირმის სამოქმედო ბაზრის ყოველმხრივ შესწავლა და გაანალიზება საკმაო დროსა და შრომას მოითხოვს. პოტენციური მყიდველების შესახებ საჭირო ინფორმაციის შესაგროვებლად, საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის განსასაზღვრავად და ამის საფუძველზე ბაზრის გარკვეული სეგმენტის დასაუფლებლად მეწარმემ წინასწარ უნდა გაიაროს თვითშემოწმება სპეციალური ტესტის დახმარებით (იხ. ტესტი 3).

ტესტი 3

გაქვთ თუ არა საჭირო ინფორმაცია ბაზარზე გარკვეული სეგმენტის დასაუფლებლად?

1. იცით თუ არა, ვინ იქნება თქვენი საქონლის (მომსახურების) მყიდველი?
2. გაქვთ თუ არა, გაცნობიერებული მყიდველის საჭიროებები და სურვილები?
3. იცით თუ არა, სად ცხოვრობენ თქვენი მომავალი მომხმარებლები?
4. შესთავაზებთ თუ არა მათ ისეთ საქონელს (მომსახურებას), რომელსაც ისინი შეიძენენ?
5. უზრუნველყოფს თუ არა მიწოდებული საქონლის (მომსახურების) ფასი, ხარისხი და ღირებულება მის კონკურენტუნარიანობას?
6. იქნება თუ არა თქვენს მიერ შემუშავებული სტიმულირების პროგრამა ეფექტიანი?
7. როგორ შეადარებთ ერთმანეთთან თქვენი და თქვენი კონკურენტების ბიზნესს?
8. იქნება თუ არა მომავალი მომხმარებლისათვის მოსახერხებელი ფირმის ადგილმდებარეობა?
9. იქნება თუ არა საკმარისი მანქანების სადგომის ფართობი მომავალი მომხმარებლისათვის?[267]

---

[266] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. გვ. 454-455.

[267] როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. გვ. 7.

მარკეტინგულ კვლევათა ხარისხზე დიდად არის დამოკიდებული საწარმოს წარმატება-წარუმატებლობა. ამასთანავე, მეტად მნიშვნელოვანია, ასეთი კვლევები ტარდებოდეს არა მარტო საწარმოს ფუნქციონირების დაწყებამდე, არამედ — მისი მუშაობის პერიოდშიც. მარკეტინგული კვლევის ჩატარება შეუძლია ყოველ საწარმოს, განურჩევლად მისი სიდიდისა, ამავე დროს, აუცილებელია, თითოეული მეწარმე ფლობდეს ბაზრის შესწავლის მეთოდებს, მუდმივად აგროვებდეს და აფასებდეს ინფორმაციას ბაზრის შესახებ.

ძალიან სწრაფად იცვლება მყიდველთა ჩვევები. ამიტომ წარმატებას ის მეწარმეები აღწევენ, რომლებიც მუდმივად აკვირდებიან ბაზარზე მიმდინარე ცვლილებებს და საჭიროების შემთხვევაში ახალ ვითარებასთან მისასადაგებლად თვითონაც სწრაფად აახლებენ პროდუქციისა და მომსახურების ასორტიმენტს. ბაზრის შესწავლა, მოსაზრებების ნაცვლად, ფაქტებზე დაყრდნობის საშუალებას იძლევა, რაც დიდად ამცირებს ბაზრის ცვლილებებთან დაკავშირებულ რისკებს. შექმნილი კონკრეტული ვითარების გაუთვალისწინებლობის შემთხვევაში მეწარმემ, შეიძლება, ბაზარზე ახალი საქონელი მხოლოდ იმიტომ გამოიტანოს, რომ ასე მოიქცა მისი კონკურენტი; შეიმუშაოს შემოსავლის გადიდების ახალი გეგმა იმიტომ, რომ იგი, „ვიღაცის“ აზრით, აუცილებლად მოიტანს შედეგს; ახალი მომსახურება შეთავაზოს მომხმარებლებს მხოლოდ იმიტომ, რომ ეს, როგორც „ამბობენ“, მათ მოსწონთ. მეწარმემ კარგად უნდა გაიცნობიეროს, რომ წარმატების დასაწყისიც და დასასრულიც დამოკიდებულია მომხმარებელზე, წარმატების ერთადერთი გასაღებია, კონკურენტზე უკეთ გაუგო მომხმარებელს, მიუხვდე, რა იზიდავს მას[268].

მარკეტინგული კვლევის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას, ზუსტად უნდა განისაზღვროს *კვლევის ამოცანა*. ამავე დროს, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მეწარმე, სანამ თვითონ არ გადაწყვეტს, რომელი პრობლემები დგას მის წინაშე, მანამ სწორად ვერ შეაფასებს ბაზარს, სადაც პოზიციების დაკავება სურს. მხედველობაში მისაღებია ისიც, რომ ყველა ფირმას არ ძალუძს, მუდმივად ჰყავდეს დასაქმებული მარკეტინგის დარგის სპეციალისტი. ამიტომ თვითონვე უნდა იკვლევდეს ბაზარს, რისთვისაც შეუძლია, გამოიყენოს სტატისტიკური ინფორმაცია, რომელსაც სავაჭრო პალატები, სავაჭრო-სამრეწველო ასოციაციები, სხვა უწყებები იღებენ. ამავე მიზნით

---

[268] Николас К. Сиропулис. Управление малым бизнесом. გვ. 456.

შეიძლება პრესის ცნობების გამოყენება. თუ წინასწარი კვლევის შედეგად დადგინდება, რომ საჭიროა მომხმარებელთა გამოკითხვა, მაშინ მარკეტინგის დარგის სპეციალისტს მიმართავენ, თუმცა, სანამ გამოკითხვას ჩაატარებდნენ, მეწარმემ მკაფიოდ უნდა განსაზღვროს მისი მიზნები.

მარკეტინგულ კვლევათა გამოყენება. მეწარმეები რაც შეიძლება მეტ მარკეტინგულ კვლევებს უნდა ატარებდნენ დამოუკიდებლად, ამავე დროს, დარგობრივი გამოცემებისა და ჟურნალ-გაზეთების სტატიების მეშვეობით წლების განმავლობაში სისტემატურად აგროვებდნენ ინფორმაციას მათთვის საინტერესო ბაზრების შესახებ. თითოეული ეს წყარო ცალ-ცალკე, შეიძლება, უმნიშვნელო იყოს, მაგრამ ერთად თავმოყრისა და განზოგადებისას, ისინი ძვირფას ინფორმაციას წარმოადგენენ საკვლევი ბაზრის შესასწავლად.

მარკეტინგული კვლევის მეტად მნიშვნელოვანი ეტაპია მოპოვებული ინფორმაციის ანალიზი. მისი მიზანია ბაზრის განვითარების განსაზღვრა. ამავე დროს დგინდება, ბაზრის რომელი სეგმენტებისკენ უნდა წარიმართოს ფირმის საქმიანობა.

ბაზრის სეგმენტაცია გულისხმობს ბაზრის დანაწევრებას საქონელსა ან მომსახურებაზე ერთნაირი მოთხოვნილებების მომხმარებელთა ჯგუფების მიხედვით. ე. ი. ბაზრის სეგმენტი ეს არის მომხმარებელთა ნებისმიერი ჯგუფი, რომელიც გამოირჩევა მსგავსი ნიშნებით ან თვისებებით ანუ ერთნაირი მოთხოვნილებებით ამა თუ იმ საქონელზე. მეწარმემ სეგმენტირებისას უნდა გაითვალიწინოს ოთხი ძირითადი ფაქტორი:

- პროდუქციასთან დაკავშირებული ფაქტორები;
- გეოგრაფიული ფაქტორები;
- ფსიქოგრაფიული ფაქტორები;
- დემოგრაფიული ფაქტორები.

პროდუქციასთან დაკავშირებული ფაქტორები გულისხმობს მომხმარებელთა სხვადასხვა ჯგუფად დაყოფას იმისდა მიხედვით, თუ რა სარგებელს (ხეირს) მოელიან ისინი ამა თუ იმ საქონლის შეძენით. მაგალითად, მომხმარებელთა ერთ ჯგუფს შეიძლება, აკმაყოფილებდეს შედარებით იაფფასიანი შეზღუდული სასაქონლო თვისებების საქონელი, მეორე ჯგუფი კი არჩევანს შედარებით ძვირადღირებულ, უკეთესი სასაქონლო თვისებების საქონელზე აკეთებდეს. ამავე ჯგუფის ფაქტორებს მიეკუთვნება, აგრეთვე, საქონლის მოხმარების ოდენობა (ინტენსიურობა) და თვისებები. ბაზრის სეგმენტაცია მოხმარების

ოდენობის მიხედვით გულისხმობს ბაზრის დანაწევრებას საქონლის ან მომსახურების შესყიდვის რაოდენობის მიხედვით, სპეციფიკური თვისებების საქონლზე მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად მეწარმემ შეიძლება შეცვალოს საქონლის ესა თუ ის თვისება.

გეოგრაფიული ფაქტორების (ადგილის ტოპოგრაფიული თავისებურებები, კლიმატი, მოსახლეობის სიმჭიდროვე, ბუნებრივი რესურსები და ა. შ.) მიხედვით ბაზრის სეგმენტაციისთვის მეწარმემ თავისი ბაზარი, შეიძლება, რეგიონებად დაყოს, რადგან ზოგიერთი გეოგრაფიული ან კულტურული ფაქტორი, შეიძლება, განაპირობებდეს მომხმარებელთა გემოვნების განსხვავებას.

ფსიქოგრაფიულ ფაქტორებს მიეკუთვნება: 1. მომხმარებლის ხასიათის ინდივიდუალური თავისებურებანი; 2. პიროვნული მოტივები და 3. ცხოვრების სტილი. ხშირად სეგმენტაციის ეს ფაქტორები ეფექტიანია მაშინ, როდესაც ფირმის საქონელი ჰგავს კონკურენტების მიერ გამოშვებულს ან სეგმენტაციის სხვა ფაქტორები არ ახდენს არსებით გავლენას.

დემოგრაფიული ფაქტორები. ამ ტიპის ფაქტორები მჭიდროდ არის დაკავშირებული ამა თუ იმ პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) მომხმარებელთა მოთხოვნილებაზე, მათ მიერ ამა თუ იმ ნაწარმისათვის უპირატესობის მინიჭებაზე. ასეთი ფაქტორები შეიძლება გაიზომოს დაკვირვების ან გამოკითხვის საშუალებით. მაგალითად, ტანსაცმლის, დიეტური პროდუქტების, ავტომობილების, სათამაშოების სეგმენტაცია ხდება მომხმარებელთა ასაკის მიხედვით. ასევე, ერთ-ერთი ფართოდ გავრცელებული ფაქტორია ბაზრის სეგმენტაცია მომხმარებელთა შემოსავლის დონის მიხედვით. ზემოდასახელებული საქონლის ჯგუფები სწორედ შემოსავლის დონიდან გამომდინარე ახდენს ამ ფაქტორის მიხედვით ბაზრის სეგმენტირებას.

პროდუქციის (მომსახურების) ბაზრის გამოვლენისა და მისი შესწავლის შემდეგ მარკეტინგული კვლევის პროცესის ბოლო ეტაპია საჭირო *გადაწყვეტილების მიღება*. მეწარმემ უნდა განსაზღვროს, უკეთ როგორ მოიზიდოს ახალი და შეინარჩუნოს წინანდელი კლიენტები, რისთვისაც საჭიროა მარკეტინგის კომპლექსის შემუშავება.

რეზიუმე

მარკეტინგი ფირმის ბიზნეს-საქმიანობის მიზანდასახული წარმართვის მეცნიერულად დასაბუთებულ ინტეგრალურ ღონისძიებათა სისტემაა, რომელიც მოთხოვნის ფორმირება-ცვალებადობის საფუძველ-

ზე უზრუნველყოფს წარმოება-გასაღების პროგრამის შემუშავება-რეალიზაციას და ორიენტირებულია მოგების მაქსიმიზაციაზე.

მარკეტინგის ძირითადი მიზნებია: მოთხოვნის ფორმირება-სტიმულირება, ფირმის მიერ შემუშავებული წარმოება-გასაღების კონცეფციის ყოველმხრივი დასაბუთება, საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის მოცულობის გაფართოება და მოგების გადიდება, ხოლო დევიზი: წარმოებულ იქნას ის, რაც იყიდება და არა გაიყიდოს ის, რაც იწარმოება.

მარკეტინგის უმთავრესი ინსტრუმენტებია: მარკეტინგული კვლევები, გასაღების არხები, ფასი, რეკლამა, პერსონალური (პირადი) გაყიდვები, გასაღების სტიმულირება, სერვისი, პაბლისიტი. ამ ელემენტების ერთობლიობა ქმნის მარკეტინგულ კომპლექსს, რომლის საფუძველზე დგება მარკეტინგული გეგმა, სადაც დაწვრილებით აისახება ბაზარზე ფირმის მოქმედების სტრატეგია და ტაქტიკა.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა არის მარკეტინგი?
2. როგორია მცირე ბიზნესის მარკეტინგის ძირითადი მიზანი?
3. ჩამოთვალეთ მცირე ბიზნესის მარკეტინგის ძირითადი ფუნქციები;
4. როგორია მარკეტინგის სხვადასხვა შემადგენელი ელემენტის ურთიერთკავშირი;
5. რატომ წარმოადგენს მარკეტინგული კვლევები ფირმის მარკეტინგის შემუშავების უმნიშვნელოვანეს საშუალებას?
6. დაახასიათეთ მარკეტინგული კვლევის უმნიშვნელოვანესი ეტაპები;
7. როგორია მცირე ბიზნესის მარკეტინგის ინსტრუმენტები?
8. რას ნიშნავს ბაზრის სეგმენტაცია?

   დაასახელეთ ოთხი ძირითადი პრინციპი, რომელიც გამოიყენება ამ მიზნით.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. თქვენ რომ მეწარმე იყოთ, როგორ შეაგროვებდით ინფორმაციას მარკეტინგული გეგმის შესადგენად?
2. რა გავლენას ახდენს ბაზრის სეგმენტაცია მცირე საწარმოს მუშაობის ეფექტიანობაზე?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე ბიზნესის მარკეტინგი და მისი თავისებურებანი;
2. მარკეტინგული კვლევები და მათი როლი მარკეტინგის სტრატეგიისა და ტაქტიკის შემუშავებაში;

ლიტერატურა

1. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
2. ჩიქავა ლ. ინოვაციური ეკონომიკა. თბ., 2006;
3. **Баун Луис. Соврсменный маркетинг.** М., ЮНИТИДАНА, 2005;
4. **Голубков Е. П. Маркетинг. Словарь-справочник.** М., изд.-во РАГС, 2001;
5. **Котлер Ф. Основы маркетинга.** Пер. с анг. Общ. ред. Е. М. Пенковой. М., Прогресс. 1990;
6. **Панкрухин А. П. Гильдия маркетологов.** М., Омега-Л,
7. **Сирополис Николас К. Управление малым бизпесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело", 1997;

6.2. მარკეტინგის კომპლექსის შემადგენელი ელემენტები

მარკეტინგის კომპლექსის — მარკეტინგული გეგმის კომპონენტების ერთობლიობის — შესამუშავებლად მეწარმემ გადაწყვეტილება უნდა მიიღოს მარკეტინგის ისეთ შვიდ სრულიად განსხვავებულ სფეროში, როგორიცაა:

- გასაღების არხები;
- ფასი;
- რეკლამა;
- პერსონალური (პირადი) გაყიდვები;
- გასაღების სტიმულირება;
- სერვისი;
- პაბლისიტი.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

გასაღების არხები. თითოეული მწარმოებელი, ბითუმად თუ საცალოდ მოვაჭრე, ასევე, სერვისული ფირმები წარმოადგენს გასაღების ქსელის ნაწილს. გასაღების არხებს ძირითადად მწარმოებლები აკონტროლებენ. როგორც წესი, სწორედ ისინი იღებენ გადაწყვეტილებას, უკეთ როგორ მიაწოდონ მომხმარებლებს პროდუქცია. საუკეთესო ხარისხის პროდუქციისა და მომსახურების მწარმოებელმა ფირმებმაც კი შეიძლება იზარალონ, თუ:

- პროდუქცია მომხმარებლებს ძალიან გვიან მიეწოდება;
- ძალიან მაღალია პროდუქციის გასაღების ხარჯები;
- პროდუქცია ისე ფართოდ არ ვრცელდება, როგორც — კონკურენტებისა.

ამიტომ ბაზარზე მომგებიანად რომ ივაჭროს, მეწარმემ უნდა გადაწყვიტოს, როგორ მოახდინოს მისი რეალიზაცია: უშუალოდ მომხმარებლებს მიჰყიდოს, თუ თავისი შუამავლების — აგენტების, ბითუმად მოვაჭრეების, დისრიბუტორების ან საცალო მოვაჭრეთა მეშვეობით გაასაღოს.

ფასი. მეწარმეები ყველაზე მეტად ფასწარმოქმნასთან დაკავშირებულ საკითხებს ასაიდუმლოებენ. მხოლოდ ზოგიერთი მათგანი თუ გაამხელს, როგორ აღგენენ ისინი ფასებს თავიანთ პროდუქციაზე. ამასთანავე აღსანიშნავია ისიც, რომ ხშირად ფასის განსაზღვრა არ არის დაკავშირებული დიდ სიძნელეებთან, განსაკუთრებით — მაშინ,

როდესაც საქონელი იდენტურია კონკურენტების საქონლისა. ცხადია, მომხმარებელი არ შეიძენს საყოველთაოდ დაწესებულ ფასზე უფრო ძვირად ღირებულ საქონელს. ასეთ შემთხვევაში მეწარმეს ერთადერთი რამ შეუძლია – მიჰბაძოს კონკურენტებს და ეცადოს, გონივრულ საზღვრებში შეინარჩუნოს დანახარჯები.

ფასების დაწესება ახალ პროდუქციაზე. გარკვეულ შემთხვევებში ძნელდება ნაწარმზე ფასის დაწესება, განსაკუთრებით – მაშინ, როდესაც ეს ნაწარმი სიახლეა ბაზარზე. არცთუ იშვიათად მეწარმეები ამა თუ იმ პროდუქციაზე ბაზრისათვის მაქსიმალურად მისაღებ ფასს ადგენენ, რათა თავისი სიახლისათვის, რაც შეიძლება, მეტი მოგება მიიღონ. ფასწარმოქმნის ასეთ პრაქტიკას *სკიმინგი (ინგლ. skimming – ნაღების მოხსნა)* ეწოდება. ეს მეთოდი, როგორც წესი, ეფექტიანია მაშინ, თუ:

- არსებობს დიდი ალბათობა იმისა, რომ მაღალი ფასი ახალ საქონელს არ დაუფრთხობს მომხმარებელს;
- დანახარჯები ახალ საქონელზე ძალიან მაღალია და იგი შეიძლება, სწრაფად მოძველდეს;
- მეწარმის პატენტები საკმარისადაა დაცული კონკურენციისაგან.

ბაზარზე შეღწევის (ინგლ. penetration pricing") მიზნით ახალ პროდუქციაზე ფასების დასაწესებლად მიმართავენ ფასწარმოქმნის სხვა პრაქტიკასაც: მეწარმე თავის ნაწარმზე აწესებს უფრო დაბალ ფასს, რითაც ცდილობს, სწრაფად მოიზიდოს მომხმარებელი. ეს მეთოდი, ჩვეულებრივ, ამართლებს მაშინ, თუ:

- მომხმარებლებს ძალუძთ გულისხმიერი რეაგირება ახალი საქონლის ფასზე. ასეთ შემთხვევაში უფრო დაბალ ფასს შეუძლია მეტი შემოსავლის მოტანა, ვიდრე მაღალი ფასი მოიტანდა;
- დაბალმა ფასმა, შეიძლება, დააფრთხოს კონკურენტები ამ ბაზარზე შეღწევისაგან.

გრძელვადიან პერსპექტივაში ორივე მეთოდი ერთნაირ შედეგებს იძლევა. ისინი ემსახურებიან მეწარმის მთავარ მიზანს: მიიღოს მაქსიმალური მოგება.

- *სკიმინგი* ნიშნავს უფრო მაღალი ფასის დაწესებას მცირე მოცულობის გაყიდვებისას;

- ბაზარზე *შეღწევის* მეთოდი კი — უფრო დაბალი ფასის დაწესებას დიდი მოცულობის გაყიდვებისას.

ფასწარმოქმნის მეთოდები. ფასების განსაზღვრისას არ შეიძლება შემოიფარგლოს მხოლოდ მოგებისა და ზარალის უბრალო მათემატიკური ფორმულის გამოყენებით. მარტივი ფორმულაა:

ფასი = დანახარჯები + სამართლიანი მოგება

მაგრამ ეს მარტივი ფორმულა არ აძლევს მეწარმეს მოგების მიღების გარანტიას, რადგან მოგებისა და ზარალის შეფასება დამოკიდებულია შესაძლო გაყიდვების მოცულობაზე, ეს მოცულობა კი, თავის მხრივ, სხვა ფაქტორებთან ერთად, იმაზეა დამოკიდებული, რამდენად სწორად დადგინდა ფასი.

სანამ საქონელზე ფასს დააწესებდეს, მეწარმემ პასუხი უნდა გასცეს ზოგიერთ კითხვაზე, რომლებიც დაკავშირებული არ არის წარმოების დანახარჯებთან:

- რამდენად უნიკალურია საქონელი? საკმარისად განსხვავდება თუ არა იგი სხვა საქონლისაგან, რაც გაამართლებდა მასზე დაწესებულ მაღალ ფასს?
- როგორ გავლენას მოახდენს ფასზე გასაღების არხები?
- როგორ რეაგირებას მოახდენენ კონკურენტები ფასზე?
- როგორი საბაზრო პირობები მოახდენს გავლენას ფასზე?
- არსებობს თუ არა რაიმე სამართლებრივი შეზღუდვები, რომლებმაც, შეიძლება, გავლენა მოახდინოს ფასზე?

ფასების დაწესება საბითუმო და საცალო გამყიდველების მიერ. საბითუმო და საცალო გამყიდველები, როგორც წესი, იყენებენ ფასწარმოქმნის მეთოდს, რომელიც ემყარება პრინციპს:

წანამატი = გასაყიდი ფასი — საქონლის შესყიდვის დანახარჯები

საქონლის სახეობიდან გამომდინარე, წანამატის სიდიდე შეიძლება, მეტად დიდ ფარგლებში მერყეობდეს. მაგალითად, საშუალო წანამატები საპარფიუმერიო საქონელზე შეიძლება, 100 პროცენტს აღემატებოდეს, მაშინ როდესაც მხატვრულ ლიტერატურაზე იგი შეიძლება, 20 პროცენტზე ნაკლები იყოს. წანამატი გაიანგარიშება პროცენტულად საქონლის გასაყიდ ფასთან ან მისი შესყიდვის დანახარჯებთან მიმართებაში:

$$\text{პროცენტული წანამატი გასაყიდ ფასზე} = \frac{\text{წანამატი}}{\text{საცალო ფასი}} \times 100$$

$$\text{პროცენტული წანამატი საქონლის შესყიდვის დანახარჯებზე} = \frac{\text{წანამატი}}{\text{საქონლის შესყიდვის დანახარჯი}} \times 100$$

რეკლამა. რეკლამა მარკეტინგული გეგმის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ნაწილია. მომხმარებელი რეკლამის საშუალებით იღებს ინფორმაციას საქონლისა და მომსახურების შესახებ, სადაც ხაზგასმულია კონკრეტული საქონლის (მომსახურების) შეძენის სარგებლიანობა, მისი უპირატესობა სხვა საქონელთან შედარებით.

საქონლის (მომსახურების) რეკლამისათვის სხვადასხვა საშუალება გამოიყენება. ეს შეიძლება იყოს:

- საგაზეთო სვეტი ადგილობრივ გაზეთში, სადაც წარმოჩენილი იქნება მოცემული საქონლის ხარისხის განსაკუთრებული თვისებები;
- მაღაზიის კედლებზე განთავსებული ხატოვანი პლაკატები და ცნობა მოცემული საქონლის ფასის შემცირების შესახებ;
- 30-წამიანი სარეკლამო რგოლები რადიოთი და ტელევიზიით, სადაც მომხმარებლებს განემარტებათ, რატომ უნდა შეიძინონ სწორედ ეს საქონელი;
- შენობებზე მოციმციმე უზარმაზარი ნეონის რეკლამა, რომელიც მოუწოდებს მომხმარებლებს, შეყოვნდნენ და თვალი შეავლონ უახლეს საგნებს.

როგორია რეკლამისთვის წაყენებული მოთხოვნები? უწინარეს ყოვლისა:

- იგი უნდა გადასცემდეს სასურველ ინფორმაციას;
- აღწევდეს მომხარებლამდე საკმარისი ჯერადობით;
- ხელს უწყობდეს პროდუქციის გასაღებას;
- მოჰქონდეს მოგება მეწარმის მიერ რეკლამაზე დახარჯულ თითოეულ ლარზე.

რეკლამა საკმაოდ ძვირადღირებული „სიამოვნებაა“. ამიტომ მეწარმემ გულდასმით უნდა დაგეგმოს ამ მიზნით გასაღები ხარჯები და

მხოლოდ მაშინ უნდა მიიღოს შესაბამისი გადაწყვეტილება, როცა ეძ-
ნება პასუხი კითხვებზე:

- როგორი უნდა იყოს სარეკლამო მიმართვა?
- მასობრივი ინფორმაციის რომელი საშუალებები გამოიყენოს ამ მიზნით?

სარეკლამო ტექსტის მომზადებამდე მეწარმემ წინასწარ უნდა შე-
ისწავლოს ბაზარი, შეაფასოს მისი სიდიდე, მომხმარებელთა შემოსავ-
ლების დონე, მათი ასაკი და ა. შ. ამ კითხვებზე პასუხების გასაცემად
საჭიროა მარკეტინგული კვლევების ჩატარება. მათზე გაუცემლად
რეკლამა ვერ მიაღწევს მიზანს. სარეკლამო ტექსტის მომზადებისას
მეწარმემ თავი უნდა წარმოიდგინოს მომხმარებლის ადგილზე და თა-
ვის თავს ჰკითხოს:

- რამდენად უნიკალურია ჩემი პროდუქცია?
- მომხმარებლებისათვის რა უპირატესობით გამოირჩევა ჩემი პროდუქცია კონკურენტების პროდუქციასთან შედარებით — დაუზოგავს თუ არა იგი მათ სახსრებს? როგორია მისი ხან-გამძლეობა? უკეთესია მისი ხარისხი?
- როგორ დავარწმუნო ჩემი მომავალი მომხმარებლები, რომ ჩემი საქონელი უკეთესია?

თავიანთი პროდუქციის რეკლამირებისათვის მეწარმეები ფართოდ
თანამშრომლობენ სარეკლამო სააგენტოებთან. ისინი ეხმარებიან მათ
სარეკლამო კამპანიის დაგეგმვაში, ჟურნალ-გაზეთების ან კომერციუ-
ლი რადიო-ტელეპროგრამებისათვის სარეკლამო მიმართვების პრო-
ფესიულად მომზადებაში, პროდუქციისა და მომსახურების რეკლამი-
სათვის ისეთი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სწორად შერ-
ჩევაში, როგორიცაა:

- რადიო და ტელევიზია;
- გაზეთები და ჟურნალები;
- სარეკლამო ფურცლები ან პირდაპირი საფოსტო დაგზავნე-
ბი;
- ცნობარი „ყვითელი ფურცლები“ ან ქუჩის რეკლამა;

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მსხვილი, უწინარესად, ტრანსნაციო-
ნალური კომპანიები თავიანთი რეკლამებით ხშირად: ა) ხელოვნუ-
რად აჩენენ მომხმარებელში მოთხოვნილებას მათთვის დასამზადებ-
ლად და გასაყიდად ხელსაყრელ, მომგებიან, მყიდველისათვის კი არც
თუ იშვიათად უსარგებლო საქონლის საჭიროებაზე; ბ) მომხმარებ-

ლებს უმუშავებენ კომერციული თვალსაზრისით მწარმოებლისათვის ხელსაყრელ გემოვნებას.

პერსონალური (პირადი) გაყიდვა. პერსონალური გაყიდვა რეკლამის კვალდაკვალ იწყება. რეკლამა ურჩევს მომხმარებლებს, შეიძინონ საქონელი, ზრდის მისადმი მათ ინტერესს, მაგრამ თვითონ იგი იშვიათად უზრუნველყოფს გაყიდვას. ამიტომ გაყიდვის პროცესში უშუალოდ უნდა ჩაერთნენ მეწარმეები — შეხვდნენ თავიანთ მომხმარებლებს და განუმარტონ მათ ყიდვის საჭიროება. მართალია, ვაჭრობისას არ არსებობს სრულიად ერთნაირი სიტუაცია, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, გამყიდველები მაინც გამოყოფენ გაყიდვის შვიდსაფეხურიან პროცესს:

1. *პოტენციური მყიდველების გამოვლენა (ინგლ. prospecting).* კონკრეტული საქონლის პოტენციური მყიდველები, როგორც წესი, მარკეტინგული კვლევებით დგინდება. ამ ეტაპზე მეწარმე თავის ყურადღებას მხოლოდ იმ პოტენციურ მყიდველებზე ამახვილებს, რომლებსაც სურთ მისი საქონლის შეძენა და გააჩნიათ საამისოდ საჭირო სახსრები;
2. *თავდაპირველი კონტაქტის დამყარება.* გამყიდველმა ყველაფერი უნდა იღონოს იმისათვის, რათა დაადგინოს, სახელდობრ, რა სჭირდება მყიდველს და რანაირად შეიძლება, მოცემულმა საქონელმა დააკმაყოფილოს მისი მოთხოვნილებები;
3. *პროდუქციის წარდგენა.* ამ ეტაპზე გამყიდველი უხსნის კლიენტს მისი საქონლის უპირატესობას კონკურენტის საქონელთან შედარებით;
4. *საქონლის დემონსტრირება.* გამყიდველმა დამაჯერებლად უნდა უზრუნველყოს თავისი საქონლის უპირატესობა. ამასთანავე, შეიძლება, პოტენციურმა მყიდველმა თვითონვე შეამოწმოს საქონლის თვისებები და ხარისხი;
5. *საწინააღმდეგო აზრის დაძლევა.* ამ ეტაპზე გამყიდველი საშუალებას აძლევს მყიდველს, გამოთქვას თავისი პრეტენზიები ან დასვას ყველანაირი კითხვა, რომლებიც შეეხება სიძნელეებს და შეიძლება შეაფერხოს გაყიდვა;
6. *სავაჭრო გარიგების დადება.* ამ მეტად მნიშვნელოვან ეტაპზე გამყიდველი სთავაზობს მყიდველს, იყიდოს მოცემული საქონელი;
7. *გაყიდვის დასრულება.* გაყიდვის საბოლოო ეტაპზე გამყიდველმა უნდა გააკონტროლოს, რათა მყიდველს დროულად,

საჭირო რაოდენობის და კარგი ხარისხის საქონელი მიეწოდოს. ამასთანავე, დიდი მნიშვნელობა აქვს კლიენტის დარწმუნებას, რომ საქონლის ყიდვამდე და მის შემდეგ სიძნელეების წარმოქმნისას იგი მუდამ მზად იქნება მის დასახმარებლად.

განსხვავებულია პერსონალური გაყიდვის მნიშვნელობა ეკონომიკის სხვადასხვა დარგისათვის, მაგრამ განსაკუთრებით აუცილებელია იგი საცალო ვაჭრობისათვის. გამყიდველები ინდივიდუალურ იერს ძენენ მაღაზიას, ისინი ხელს უწყობენ მისი გარკვეული იმიჯის ფორმირებას და თავიანთი მყიდველების შენარჩუნებას. ამიტომ თითოეული გამყიდველი ყოველთვის უნდა ცდილობდეს მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას. კმაყოფილი მომხმარებელი იმის ნათელი დადასტურებაა, რომ მოცემული საქონელი ნამდვილად კარგია.

გასაღების სტიმულირება. გასაღების სტიმულირება ზრდის რეკლამისა და პერსონალური გაყდვების ეფექტიანობას. ამ მიზნით მეწარმეს შეუძლია:

- წაახალისოს გამყიდველები კარგი მუშაობისათვის;
- დააწესოს სპეციალური ფასდაკლებები ძნელად სარეალიზაციო ან მოძველებულ სასაქონლო-მატერიალურ მარაგებზე;
- უფასოდ გაავრცელოს თავისი საქონლის ნიმუშები;
- ახალ საქონელს უფასოდ დაურთოს სხვა საქონელი;
- საქონლის იმიჯის ჩამოყალიბების მიზნით მოაწყოს გამოფენები.

სერვისი. სერვისი მარკეტინგული კომპლესის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია, რომელიც მიმართულია მომხმარებელთა მოთხოვნილებების უკეთ დაკმაყოფილებისკენ. მაგალითად, ელექტრომოწყობილობის დილერმა შეიძლება, წინასწარ შეისყიდოს ცალკეული დეტალები და ნაწილები იმ შემთხვევისათვის, თუ ხელსაწყო მოულოდნელად გამოვა მწყობრიდან. ზოგიერთ უნივერმაღში, სანამ მშობლები საქონლის შესყიდვით არიან დაკავებული, ბავშვებს უნივერმაღის თანამშრომლები მიხედავენ საამისოდ სპეციალურად გამოყოფილ ოთახებში.

კლიენტების ნდობას დიდად უწყობს ხელს საქონელზე საგარანტიო ვადის დაწესება. ეს ნიშნავს საქონლის ყველა რეკლამაციის უსიტყვოდ აღიარებას ყოველგვარი კითხვებისა და წინააღმდეგობის გარეშე. მაღაზია გარკვეული დროის შემდეგ უკან იბრუნებს ნაწარმს, თუ მის ხარისხზე პრეტენზიას გამოთქვამს მომხმარებელი. გაყიდვი-

დან შემოსავალიც და მოგებაც შეიძლება, დიდად გაიზარდოს, თუ მეწარმე იძლევა თავისი პროდუქციის ხარისხის გარანტიას.

პაბლისიტი. პაბლისიტი გულისხმობს ამა თუ იმ ფირმის ან მისი პროდუქციის შესახებ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით ინფორმაციის მიწოდებას. მისი მიზანია ფირმაზე და მის პროდუქციაზე ყურადღების მიპყრობა სარეკლამო ხარჯების გარეშე. პაბლისიტის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმაა *რელიზ-სიახლენი*, რომელიც, როგორც წესი, სულ 400 სიტყვის შემცველ ტექსტს წარმოადგენს. პაბლისიტი შეიძლება, წარმოდგენილი იყოს, აგრეთვე, ახალი პროდუქციის ან უკეთესი ხარისხის ნაწარმის *ფოტოსურათების* ან კიდევ სიახლეთა შესახებ გამართული პრეს-კონფერენციების სახით.

რეზიუმე

მარკეტინგის კომპლექსის — მარკეტინგული გეგმის კომპონენტების ერთობლიობის შესამუშავებლად მეწარმემ გადაწყვეტილება უნდა მიიღოს მარკეტინგის ისეთ შვიდ სრულიად განსხვავებულ სფეროში, როგორიცაა: გასაღების არხები; ფასი; რეკლამა; პერსონალური (პირადი) გაყიდვები; გასაღების სტიმულირება; სერვისი; პაბლისიტი. თითოეული მიმართულების მიხედვით ყოველმხრივ გააზრებული და დასაბუთებული სტრატეგიისა და ტაქტიკის შემუშავებას უაღრესად დიდი მნიშვნელობა აქვს ფირმის წარმატებული საქმიანობისათვის.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. ჩამოთვალეთ მარკეტინგული გეგმის კომპონენტები;
2. რა არის ფასი და როგორ წესდება იგი?
3. რას ნიშნავს ბაზარზე შეღწევა და როგორია მისი განხორციელების მეთოდები?
4. როგორ უნდა გავუწიოთ საქონელს რეკლამა?
5. რაში გამოიხატება პერსონალური გაყიდვების მიზანი და როგორია მისი განხორციელების საფეხურები;
6. როგორ ხდება გასაღების სტიმულირება?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ დავაწესოთ ფასები ახალ პროდუქციაზე?
2. როგორია სერვისის როლი ფირმის წარმატებულ საქმიანობაში?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მარკეტინგის კომპლექსის შემადგენელი ელემენტები როგორც მარკეტინგული გეგმის უმნიშვნელოვანესი მიმართულებები;
2. მარკეტინგული გეგმა და ფასწარმოქმნის ძირითადი მეთოდები.

ლიტერატურა

1. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
2. **Баун Луис. Современный маркетинг.** М., ЮНИТИДАНА, 2005;
3. **Котлер Ф. Основы маркетинга.** Пер. с анг. Общ. ред. Е. М. Пенковой. М., Прогресс. 1990;
4. **Панкрухин А. П. Гильдия маркетологов.** М., Омега-Л, 2005;
5. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело", 1997;
6. **Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка.** Уч. пос., М., Финансы и статистика. 2002.

6. 3. მარკეტინგის კომპლექსის ჩამოყალიბება

მეწარმე, მას შემდეგ, რაც გაარკვევს, რა არის საჭირო მომხმარებელთა მოსაზიდად, იწყებს მარკეტინგის კომპლექსის ორგანიზაციას, რომლის ყველა ელემენტი ცალ-ცალკე ან სხვა მიმართულებებთან კომბინაციაში მიზნად ისახავს მომხმარებელთა მოსაზიდად.

ამოცანა ის არის, რომ საჭირო კომპონენტების ოპტიმალური ერთობლიობა შეიქმნას ისეთი დანახარჯებით, რომელიც თითოეული ლარის დანახარჯზე მაქსიმალურ მოგებას მოიტანს.

კომპლექსის შემადგენლობა განსხვავებულია ცალკეული დარგების მიხედვით. თვით ერთი დარგის შიგნით სხვადასხვა კონკურენტს შეიძლება სხვადასხვა მარკეტინგული კომპლექსი ჰქონდეს, თუმცა, ყველა შემთხვევაში მარკეტინგის მიზანია ისეთი კომპონენტების მოძიება, რომლებიც უზრუნველყოფს მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას და, ამავე დროს, მოიტანს მოგებას.

მარკეტინგული კომპლექსის შექმნის შემდეგ მეწარმემ უნდა უზრუნველყოს მარკეტინგული დანახარჯების ზუსტი აღრიცხვა. სხვა რომ არაფერი ვთქვათ, ასეთი აღრიცხვა საშუალებას იძლევა თითოეული გამყიდველის ხელფასი შევუდაროთ იმ შემოსავალს, რომელიც მას მოაქვს ფირმისათვის, რათა მათ შორის გამოვლინდეს ვინ როგორ მუშაობს.

მარკეტინგი მუდმივად უნდა იყოს ფირმის ბაზარზე მაორიენტირებელი. ზოგიერთი მეწარმე თავის ბაზარს თითქოსდა რაღაც თავისთავად არსებულ ფაქტად მიიჩნევს, რაც, ცხადია, მცდარი შეხედულებაა. მართალია, საქონელი შეიძლება წლიდან წლამდე არ იცვლებოდეს, ბაზარი კი, პირიქით, ცვალებადია. ამავე დროს, მეწარმემ უნდა იცოდეს, რომ ახალი საქონელი ფირმის სასიცოცხლო ძალის წყაროა, ახალი პროდუქტები კი ახალ ბაზრებზე გამოდის და განვითარების ახალ პერსპექტივებს ქმნის, ასტიმულირებს ახალ ინვესტიციებს და მდგრადობას სძენს ფირმას.

ბაზარზე თავისი სტრატეგიისა და ტაქტიკის უკეთ და მიზანდასახულად განსახორციელებლად ფირმები მარკეტინგული კომპლექსის შემადგენელი ერთობლიობის საფუძველზე, არცთუ იშვიათად, ადგენენ *მარკეტინგულ გეგმას*. მასში დაწვრილებით უნდა აისახოს საკუთარი საქმის წამოწყებასთან დაკავშირებული ყველა ჩანაფიქრი და იდეა. გეგმა უნდა შეიცავდეს სრულ მონაცემებს პროდუქციისა თუ მომსახურების, აგრეთვე, გასაღების პოტენციური ბაზრების შესახებ. დახასიათებული უნდა იყოს ფირმის ფუნქციონირების პრინციპები,

აგრეთვე, კონკურენტებისაგან განმასხვავებელი ნიშნები. ასევე, აუცილებელია, გეგმაში წარმოდგენილი იყოს ცნობები ფინანსური პერსპექტივებისა და ინვესტიციებიდან მოსალოდნელი მოგების შესახებ, ამასთანავე, მითითებული იყოს კონკრეტული მიზნების დასახელებით საწარმოსათვის საჭირო თანხის მოცულობა და ა.შ.

რეზიუმე

მარკეტინგის კომპლექსის ორგანიზაციის ყველა ელემენტი ცალ-ცალკე ან სხვა მიმართულებებთან კომბინაციაში მიზნად ისახავს მომხმარებელთა მოზიდვას. საჭირო კომპონენტების ოპტიმალური ერთობლიობა უნდა შეიქმნას ისეთი დანახარჯებით, რომლებიც თითოეული ლარის დანახარჯზე მაქსიმალურ მოგებას მოიტანს. კომპლექსის შემადგენლობა განსხვავდება როგორც ცალკეული დარგების, ისე ერთი დარგის შიგნითაც.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. როგორია მარკეტინგული გეგმის სტრუქტურა?
2. როგორ ხდება მარკეტინგული დანახარჯების აღრიცხვა?
3. რაზე უნდა იყოს მარკეტინგი ორიენტირებული?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. გააანალიზეთ განვითარებული საბაზრო ქვეყნების მეწარმეთა გამოცდილება მარკეტინგული გეგმის შედგენაში;
2. როგორ შევადგინოთ მცირე საწარმოს მარკეტინგული გეგმა?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე ბიზნესის მარკეტინგის კომპლექსი და მისი ჩამოყალიბების თავისებურებანი;
2. მცირე საწარმოს მარკეტინგული გეგმა.

ლიტერატურა

1. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგ. ჰ. პოტეეტი. 1995;
2. ჩიქავა ლ. ინოვაციური ეკონომიკა. თბ., 2006;
3. **Баун Луис. Современный маркетинг.** М., ЮНИТИДАНА, 2005;
4. **Голубков Е. П. Маркетинг. Словарь-справочник.** М., изд.-во РАГС, 2001;
5. **Котлер Ф. Основы маркетинга.** Пер. с анг. Общ. ред. Е. М. Пенковой. М., Прогресс. 1990;
6. **Панкрухин А. П. Гильдия маркетологов.** М., Омега-Л, 2005;
7. **Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом.** Руководство для предпринимателей. Пер. с англ. Академия народного хозяйства при Провительстве Российской федерации. М., изд.-во „Дело", 1997;

თავი VII

მცირე ბიზნესის დაჩქარებული განვითარების კანონზომიერებანი

7. 1 ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრები

საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების წინაშე მდგარი უმწვავესი პრობლემების დაძლევა დიდად არის დამოკიდებული წვრილი მეწარმეობის ჭეშის ფართო, დაჩქარებულ და თანაბარზომიერ განვითარებაზე ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე. ჩვენი აზრით, უწინარესად, სწორედ ეკონომიკის ეს სექტორი განასახიერებს ხალხის აღმშენებლობით ენერგიას, ყველაზე მეტად მცირე ეკონომიკურ სტრუქტურებს ძალუძთ, უმოკლეს დროში გამოაცოცხლონ პოსტსოციალისტურ პერიოდში უკიდურესად დაქვეითებული ეკონომიკური ცხოვრება, აღორძინონ მივიწყებული ეროვნული მეურნეობრივი ტრადიციები და წეს-ჩვეულებანი, შრომისაკენ შემოაბრუნონ ათეული წლების განმავლობაში ნამდვილ მეურნეობრიობას გადაჩვეული ადამიანი, ადგილობრივი მატერიალური რესურსებითა და მუშახელით აამოქმედონ ყველაზე აუცილებელი პროდუქციის ადგილზე წარმოების კოლოსალური რეზერვები და შესაძლებლობანი.

მეურნეობის გაძღოლის ქართული წესი და ტრადიციები თავიდანვე განსაკუთრებულ დაღს ასვამდა არა მარტო ქვეყნის მეურნეობრივი განვითარების თავისებურებებს, არამედ თვით ქართველი მეურნის ფსიქოლოგიურ არქიტიპსაც, რადგან სხვადასხვა სასოფლო-სამეურნეო კულტურის მოვლა-მოყვანისადმი მისადაგებული, ინტენსიური ტიპის მეურნეობრიობა, ღრმა და მრავალმხრივ ცოდნასთან ერთად, გამორჩეულ, სრულიად განსხვავებულ მიდგომას მოითხოვდა და, აქედან გამომდინარე, საქართველოს თითოეული კუთხის მეურნეობას ინდივიდუალურ, თავისთავად, განუმეორებელ, განცალკევებულ ხასიათს ანიჭებდა.

ინდივიდუალურობის, თავისთავადობის, განუმეორებლობისა და განცალკევებულობის გრძნობას არ შეიძლებოდა, გავლენა არ მოეხდინა ქართველი მეურნის მეურნეობრივ ფსიქოლოგიაზე, მისი სამართლებრივი შეხედულებებისა და ზნეობრივი, მორალურ-ეთიკური ფასეულობების ჩამოყალიბებაზე, არ გამოემუშავებინა მასში ინდივიდუალიზმის გრძნობა, სხვადასხვა ბუნებრივ გარემოსა და პირობებში მეურნეობრიობის უნარი, სხვადასხვა კულტურის მოვლა-მოყვანისა

და პირუტყვის შენახვის ცოდნა, ფართო მეურნეობრივი თვალსაწიერი, მისწრაფება ინდივიდუალური, თავისთავადი, საკუთარი, კერძო მეურნეობრიობისაკენ.

და, მართლაც, როგორც ძველი ქართული მწერლობის, სამართლის ძეგლებისა და სხვა დოკუმენტური მასალების შესწავლა, აგრეთვე, საქართველოს განვლილი სამეურნეო ცხოვრების ანალიზი გვარწმუნებს, ქართული მეურნეობრივი ფსიქოლოგიის რაობა და თავისებურებანი, უწინარესად, განისაზღვრება, ერთი მხრივ, კერძო საკუთრებასთან, პიროვნების ეკონომიკურ თავისუფლებასა და ინიციატივიანობასთან, ხოლო, მეორე მხრივ, მკვეთრად გამოხატული ინდივიდუალიზმის კოლექტივიზმთან, კერძო და საზოგადოებრივი ინტერესების შეხამებასთან დაკავშირებული ფასეულობებით.

ამას თვალნათლივ ადასტურებს საქართველოს ეკონომიკური განვითარების თავისებურებანი, მეურნეობრიობის უმდიდრესი და მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება. სპეციალური გამოკვლევები ცხადყოფს, რომ „მიწათმოქმედი მოსახლეობის ძირითად ბირთვს ძველი ქართული ისტორიის მთელ მანძილზე, უეჭველია ქმნიდნენ თავისუფალი მიწათმოქმედნი“[269]. სწორედ ამის გამოხატულებაა ის, რომ საქართველოში საკუთარი, ინდივიდუალური მეურნეობის ისტორია სულ ცოტა, 15 საუკუნეს მაინც მოიცავს. როგორც ივ. ჯავახიშვილი შენიშნავს, თუ „...აღმოსავლეთ საქართველოში პირველი საუკუნის დამდეგს ქრ. შ. მიწის კერძო საკუთრება არ არსებობდა: მთელი უძრავი ქონება საგვარეულოს ერთობლივსა და დაუნაწილებელს საკუთრებას შეადგენდა“[270], „...უკვე მე-V-ე საუკუნეში ღვიძლ ძმებს ერთსახლად აღარ უცხოვრიათ, მაშასადამე, თუ უძრავი გაყოფილი არა ჰქონდათ, თვითოეულს მაინც თავისი საკუთარი მეურნეობა და საკუთარი მონაგები უნდა ჰქონოდა. უეჭველია ამაზე ადრეც, მაგრამ მაინცდამაინც მე-VIII-IX-ე საუკ. საკუთრების გაყოფაცა და მემკვიდრეობის სამართალიც უკვე არსებობდა“[271] (*ბატონებმა ჩვენია, — ო. შ.*). როგორც ირკვევა, ჩვენში უკვე იმთავითვე ძლიერი ჩანს უმსხვილესი მემამულეობის ტენდენციები, VI საუკუნიდან კი თანდათანობით

---

[269] საქართველოს ისტორიის ნარკვევები რვა ტომად. ტ. I, რედ. გ. მელიქიშვილი, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბ., 1970, გვ. 572.

[270] ივ. ჯავახიშვილი. თხზულებანი თორმეტ ტომად. ტ. VII, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბ., 1984, გვ. 270.

[271] იქვე. გვ. 272.

მტკიცდება „...მიწისმფლობელობა მემკვიდრეობითი მყარი მემამულეობის სახით“[272].

კერძო, ინდივიდუალური მეურნეობის უძველესობაზე მეტყველებს ისიც, რომ, სიტყვა საკუთარი, „რომელიც თავდაპირველად მოსავლელის, საზრუნავისა და სათაყვანებელის აღმნიშვნელი ცნება უნდა ყოფილიყო, ხოლო საკუთრება — ლათინური proprietas-ს, ფრანგული — La propriété-ს, გერმანული — Das Eigentum-ისა და რუსული собственность-ის შესატყვისი, როგორც პირადი კუთვნილების აღმნიშვნელი ტერმინი, გვხვდება ჯერ კიდევ V საუკუნის ძეგლში „წამება შუშანიკისი“, ხოლო ბასილი ზარზმელის თხზულებიდან „სერაპიონ ზარზმელის ცხოვრება“ ნათლად ჩანს, რომ „X საუკუნისათვის საქართველოში არა თუ სავსებით ჩამოყალიბებულია საკუთრების ინსტიტუტი, არამედ ფართოდაა დამკვიდრებული საკუთრებით განთქსების“ ანუ სრულ, განუსაზღვრელ საკუთრებად გადაცემის პრაქტიკაც[273], რომლის აღმნიშვნელ ტერმინად განთქსება და განსაკუთრება, მოგვიანებით კი დასაკუთრება იხმარებოდა[274].

ასეთი დასკვნის გაკეთების საფუძველს გვაძლევს ზემოაღნიშნულ თხზულებაში მოყვანილი ერთი ეპიზოდი. მხედველობაში გვაქვს „შვილთაგან ოჴერ და უქმ“[275] (*ე.ი. უშვილო, — ო. შ.*) გიორგი ჩორჩანელის მიერ, სიკვდილის წინ მთელი თავისი ქონების დისა და დისშვილებისათვის დატოვება: „ყოველივე, რაÁცა აქუნდა, და მამული და ყოველნი ეკლესიანი და მონაგები მისი დასა მისსა შეჰვედრა და შვილთა მისთა საკუთრებით განუთქსა“ (*ბაზვასმა ჩვენია, — ო. შ.*)[276].

რას ნიშნავდა საკუთარი, საკუთრება, დასაკუთრება, რომლებიც ძველ საქართველოში უძრავ-მოძრავი ფასეულობებისადმი ადამიანის მიმართების, მათდამი დამოკიდებულების გამოსახატავად გამოიყენებოდა? აანალიზებს რა საკვლევი ტერმინების რაობას, მათ წარმოშო-

---

[272] ივ. ჯავახიშვილი. თხზულებანი თორმეტ ტომად. ტ. VII. გვ. 272.

[273] ი. დოლიძე. ძველი ქართული სამართალი. თბ., სტალინის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1953, გვ. 140.

[274] იქვე. 141.

[275] ძველი ქართული აგიოგრაფიული ლიტერატურის ძეგლები. წიგნი I (V-X სს.), დასაბეჭდად მოამზადეს ილ. აბულაძემ, ნ. ათანელიშვილმა, ნ. გოგუაძემ, ვ. ქაჯაიამ, ც. ქურციკიძემ, ც. ჰანკიევმა, ილ. აბულაძის ხელმძღვანელობითა და რედაქციით, საქართველოს სსრ მეცნიერებათა აკადემია, კ. კეკელიძის სახელობის ხელნაწერთა ინსიტიტუტი, თბ., 1963, გვ. 339.

[276] ძველი ქართული აგიოგრაფიული ლიტერატურის ძეგლები. წიგნი I. გვ. 339.

ბა-განვითარებას, ი. აბულაძეს ვრცლად მოჰყავს ამ საკითხზე ივ. ჯავახიშვილის მოსაზრება: „ცხადია, რომ საკუთარი, საკუთრება, განკუთვნა, ერთი და იმავე ძირისაგან წარმომდგარი ტერმინებია და ნაწარმოებია, როგორც სანუკვარი, თავსართი „სა“, „გან“-ისაგან, ძირისა — „კუთ“-ისა და ბოლოსართების „არი“, „რება“ და „ვნა“. ამ ტერმინების პირველადი მნიშვნელობის გაგება გაგვიადვილდებოდა, ამ ნაწარმოებთა ძირის მნიშვნელობა რომ გვცოდნოდა.

„საბედნიეროდ, „კ უ თ ნ ვ ა“ ძველ ქართულში თავისდა-თავადაც იხმარებოდა. ირკვევა, რომ ქართული „კ უ თ ნ ვ“ ბერძნული λ ρ v-ιν-ისა და ლათინური colere-ს ... მსგავსად მ ს ა ხ უ რ ე ბ ა ს, თ ა ყ ვ ა ნ ი ს ც ე მ ა ს, ზ რ უ ნ ვ ა ს და მ ო ვ ლ ა ს ჰ ნ ი შ ნ ა ვ დ ა. ამისდა მიხედვით „საკუთარი“ თ ა ვ დ ა პ ი რ ვ ე ლ ა დ (*ბაზი ჩვენია, ი. ა.*) მოსავლელის, საზრუნავისა და სათაყვანებელის აღმნიშვნელი უნდა ყოფილიყო. ამგვარად, საკუთრება ის იყო, რაც საზრუნავი და მოსავლელი, თანაც სათაყვანებელი იყო იმ საერთოსა და ზოგადისა, საზიაროსაგან განსარჩევად, რომლისათვისაც თვითოეულ წევრს საგანგებო მზრუნველობა არ სჭირდებოდა. თუ „საზეპურო“ (ე.ი. როგორც ავტორი განმარტავს, — „ადამიანის პირადი საკუთრება“ ან, უფრო ადრე, „სეპურის“ ანუ წარჩინებული საგვარეულოს წევრის საკუთრება“, — ი. ა.) წარჩინებულთა საგვარეულოების წევრთა საკუთრების აღმნიშვნელი იყო (ეს ირანული მომდინარეობის სიტყვააო, — აღნიშნავს იქვე ავტორი — ი. ა.), „საკუთარი“ ამ ცნების ზოგადი თვისების საყოველთაო ტერმინი ჩანს და სწორედ ამით აიხსნება, რომ დროთა განმავლობაში გამარჯვებული სწორედ ეს ტერმინი აღმოჩნდა, „საზეპურო“ კი სრულებით გაქრა“.

ამრიგად, აკად. ი ვ. ჯ ა ვ ა ხ ი შ ვ ი ლ ს კ უ თ-სა და კ უ თ ნ ძირებსა თუ ფუძეებს შორის, რომელთაგან კ უ თ საკუთარ-საკუთრებისა და კუთვნილების ცნებას უკავშირდება, და კ უ თ ნ კი მსახურება-თაყვანისცემისა და ზრუნვა-მოვლისას, საბასაებრ ურთიერთისგან რამდენადმე გამიჯნულად კი არ წარმოუდგენია, არამედ პირველადად მათთვის მას მსახურება-ზრუნვა მიაჩნია, ხოლო საკუთარ-საკუთრება აქედან გამოჰყავს“[277].

ი. აბულაძის აზრით, „შესაძლებელია, მართლაც, საკუთარ-საკუთრება და განკუთვნა სიტყვები ასეთი წარმომავლობისა იყვნენ, მაგრამ მათი ძირის, კ უ თ-ის პირველადი მნიშვნელობა თითქოს იგი-

---

[277] ი. აბულაძე. შრომები. II. გამომცემლობა „მეცნიერება“, თბ., 1976, გვ. 14.

ვე იყოს, რაც კ უ თ ნ-ისა (მსახურება-ზრუნვა), ზოგიერთი ძველი ქართული წერილობითი წყაროთი, რომლებიც მაშინაც, როცა აკად. ივ. ჯავახიშვილი თავის ნაშრომს აქვეყნებდა, გამოუცემელი იყო და დღესაც უმთავრესად ხელნაწერების სახითვეა დაცული,... სხვაგვარად წარმოგვიდგება"[278]. კერძოდ, მკვლევარი სრულიად სამართლიანად თელის, რომ „...კ უ თ და მისგან ნაწარმოები საკუთარი-საკუთრება-უსაკუთრესი, ერთი მხრით, და ამ კ უ თ-ისაგან წარმოქმნილი კ უ თ ნ ფუძე, თავის მხრით ნაწარმოები ზმნებითა და სახელზმნებით — კუთნვა, დაკუთნვა, განკუთნვა, გამოკუთნვა, განკუთნებული, მკუთნველი, მეორე მხრით, საბოლოოდ კ უ ე თ ზმნის ფუძისაგან ამოდიან, ისე, რომ კ უ თ და კ უ თ ნ ძირსა თუ ფუძეს უპირველეს ყოვლისა კ უ ე თ ა-ს ცნებისაგან მოაქვთ თავიანთი მნიშვნელობა (გამოკვეთა, გამოყოფა, გამოსაზღვრა, გამორჩევა, გამოცალკევება, გამოკერძოება, განთვისება, განჩემება, გამოკუთვნება)"[279].

ილ. აბულაძის სიტყვები რომ ვიხმაროთ, საერთო, კოლექტიური საკუთრებიდან კერძო, ინდივიდუალური საკუთრების სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების ადრეულ ეტაპებზევე (V ს.) გამოკვეთა (გამოყოფა, გამოსაზღვრა, გამორჩევა, გამოცალკევება, გამოკერძოება, განთვისება, განჩემება, გამოკუთვნება) და ამის საფუძველზე ინდივიდუალური საკუთრების ინსტიტუტის ფართოდ განვითარება იმაზე მიგვანიშნებს, რომ, როგორც ჩანს, სხვადასხვა გარემო-პირობების გავლენით, ქართველი მეურნის შინაგან ბუნებას, მის დუალისტურ *(„dualis" — ლათ. ორნაირი)* ხასიათს, მისწრაფებებსა და სულისკვეთებას ოდითგანვე უფრო შეესაბამებოდა ინდივიდუალურ (საკომლო), კერძო, მემკვიდრეობით საკუთრებაზე დაფუძნებული მეურნეობრიობის ფორმები, რომლებიც, თავის მხრივ, ორგანულად იყო მისადაგებული კოლექტიური მეურნეობრიობის საწყისებთან. მიწაზე კერძო (საკომლო) და სათემო (სასოფლო) საკუთრების რაციონალური შეხამება უზრუნველყოფდა, ერთი მხრივ, ცალკეული ოჯახის (კომლის), ხოლო, მეორე მხრივ, მთლიანად სოფლის (სასოფლო ერთობის) ეკონომიკური ინტერესების შეთანაწყობას და ჰარმონიულად ახამებდა ერთმანეთთან ქართული სამეურნეო ფსიქოლოგიის ორ, ერთი შეხედვით, თითქოსდა, ურთიერთგამომრიცხავ, საპირისპირო მხარეს „მკვეთრად გამოხატულ ინდივიდუალიზმსა და კოლექტივიზმისაკენ მიდრეკილებას, საბოლოო ჯამში, კი" ერთი მხრივ, ინდივიდუალიზმთან, კერძო

[278] ი. აბულაძე. შრომები. გვ. 14-15.
[279] იქვე.

საკუთრებასთან, პიროვნების ეკონომიკურ თავისუფლებასა და ინიციატივიანობასთან, ხოლო, მეორე მხრივ, კოლექტივიზმთან, საზოგადოებრივ ინტერესებთან დაკავშირებულ ფასეულობებს.

და ეს სრულიად ბუნებრივია, კანონზომიერია, რადგან კერძო და საერთო საკუთრების თანაარსებობა განაპირობებს მეურნის ფსიქოლოგიის გაორებას, აძლევს მას დუალისტურ ხასიათს. „მართალია, კერძო საკუთრება სახლისა და კარმიდამოსი, ასევე, სახნავი მიწის ნაკვეთის პარცელარული დამუშავება და მატერიალური დოვლათის კერძო მითვისება ავითარებს პიროვნების ინდივიდუალიზმს, რაც საადგილმამულო (სამიწათმოქმედო) ერთობაში შემდგომი დაშლის ელემენტს წარმოშობს, მაგრამ სახნავ მიწასა და სხვა სავარგულებზე საერთო კოლექტიური საკუთრება საადგილმამულო ერთობას აძლევს დიდი გამძლეობის საფუძველს“[280].

ქართველი მეურნის ფსიქოლოგიის დუალიზმს (გაორებას), უწინარეს ყოვლისა, ასაზრდოებდა ის, რომ იგი, ერთი მხრივ, თავის წილ სამკვიდროს, ადგილ-მამულს ფლობდა და თავის მიწაზე მკვიდრი იყო და არა მდგმური, ხოლო, მეორე მხრივ, სათემო (სასოფლო) მიწით სარგებლობის უფლებაც ჰქონდა.

დუალიზმი ნიშანდობლივი იყო ქართული საადგილმამულო ურთიერთობისთვისაც: საადგილმამულო საკუთრების სუბიექტი პატრონი იყო, მიწა მას ეკუთვნოდა. ადგილი პატრონისა არის, მაგრამ იგი ამავე დროს მისი ვასალის — ყმის მფლობელობაში იყო, რომელსაც მამული პატრონისაგან ჰქონდა მიღებული[281].

მიწაზე კერძო (საკომლო) და სათემო (სასოფლო) საკუთრების ასეთ რაციონალურ შეხამებას, კონკრეტული სამკვიდროს, მამულის ფლობისა და სათემო (სასოფლო) მიწებით სარგებლობის უფლების ორგანულად ურთიერთდაკავშირებას, ცხადია, თავისი გავლენა უნდა მოეხდინა ქართველი მეურნის ფსიქოლოგიაზე, მის დამოკიდებულებაზე როგორც საკუთარი ადგილ-მამულისადმი, ასევე სათემო (სასოფლო) მიწებისადმი. „...თუმცა ჩვენს სახასო გლეხობას სასოფლო მამული სოფლისად მიაჩნია საერთოდ, და ამ აზრს არა შემთხვევაში არ ეურჩება, მაგრამ ამასთანავე თავისი საკომლო ადგილ-მამული საშვილიშვილოდ ეგულება. აქ ერთის მხრით — საშვილიშვილოდ გულვება მამულისა და — მეორეს მხრით — მამულების დაყოფვა, მაშასადამე, თითქმის თავისად არ-გამოლოდინება, ერთმანეთს ეპირის-

[280] ი. აბულაძე. შრომები. II, გვ. 21.

[281] ი. დოლიძე. ძველი ქართული სამართალი. გვ. 148-149.

პირებიან, ვითარცა წყალი და ცეცხლი. პირველ შეხედვით საოცარია, როგორ მოუთავსებია ჩვენს გლეხკაცობას ორი ამისთანა ერთმანეთის დამშრეტი საგანი? მაგრამ, აბა ნახეთ, რა ჭკვიანურად, რა წინდახედულობით ერთი მეორესთან მოურიგებია და შეუთვისებია!"[282], – წერს ილია ჭავჭავაძე და იქვე მიუთითებს, – „ჩვენმა გლეხკაცობამ, რაც კარგი რამ არის კერძო საკუთრებასა და სათემო მფლობელობაში, ერთსაც ჩამოათალა და მეორესაც და ერთად შეადუღა. იმით, რომ ჩვენმა გლეხკაცობამ მამულების დაყოფვას ვადა არ დაუდვა და დროთამსვლელობას კი არა, იმისთანა გარემოებაზედ მიაგდო საქმე, რომელიც კაცმა წინათვე არ იცის, როდის გამოიჩენს თავს და გვიან-გვიანაც იჩენს, – მიწათმფლობელობას ხანგრძლივობაც კერძო საკუთრებისა საკმაოდ შეარჩინა და სათემო მფლობელობის სამართლიანი სასწორიც არამცთუ უღელში არ გადასტეხა, არამედ გაუმრუდებლად შეიმაგრა ხელში"[283].

მიწის ინდივიდუალურ და სათემო (სასოფლო) საკუთრებად დაყოფის ტრადიცია მყარად იყო შემორჩენილი გვიანფეოდალურ ხანაშიც. მაგალითად, როგორც დ. გოგოლაძე შენიშნავს, ქართლსა და კახეთში, განსაკუთრებით – კახეთში, XIII-XVIII საუკუნეებში დიდი ჩანს სათემო მიწათმფლობელობის მასშტაბი. კერძოდ, ამ პერიოდში კახეთში საგლეხო სახნავების მეტი ნაწილი აშკარად სათემოა, ხოლო სათიბ-საძოვრები და ტყე-მთლიანად სათემო. 1804 და 1817 წლების კამერალური აღწერების მონაცემებით, კახეთში ათეულობით სოფლებს გააჩნდა ათეულ ათასობით დესეტინა „სათემო საერთო განუყოფელი მიწები" (სახნავები, სათიბ-საძოვარი, ტყე), ამასთანავე, სათემო სახნავები მეტი იყო, ვიდრე ინდივიდუალური. მაგალითად, 1804 წლის აღწერით, კახეთის ერთი ნაწილის (თელავის მაზრა) 83 სოფლის გლეხობას 19 775 დღიური ფართობი ინდივიდუალური პარცელარული სახნავები ჰქონდა, მაშინ როდესაც სათემო სახნავები გაცილებით მეტი – 27600 დღიური იყო[284].

მეტად საგულისხმოა ისიც, რომ მკაცრად იყო დადგენილი სათემო მიწების არა მარტო სარგებლობის, არამედ სხვადასხვა ობიექტური

---

[282] ი. ჭავჭავაძე. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VI. საქართველოს სსრ სახელმწიფო გამომცემლობა, თბ., 1956, გვ. 189.

[283] იქვე.

[284] დ. გოგოლაძე. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში (VI-XVIII სს.). სტრუქტურა და შინაგანი ორგანიზაცია, თბ., გამომცემლობა „მეცნიერება", 1992, გვ. 154-155.

მიზეზით მათი პერიოდული გადანაწილების წესები და ვადები. კერძოდ, აღმოსავლეთ საქართველოში სათემო სახნავი მიწათსარგებლობის ორი ძირითადი ფორმა არსებობდა: თავისუფალი დაკავება და პერიოდული გადანაწილება[285]. სათემო მიწების პერიოდული გადანაწილება, რომელიც უთუოდ დემოკრატიულ ხასიათს ატარებდა, სასოფლო თემის საზოგადოების სრულ შინაგან იურიდიულ კომპეტენციას განეკუთვნებოდა და მთლიანად სოფლის, ხალხის ნება-სურვილზე იყო დამოკიდებული[286]. მისი მიზეზი შეიძლება ყოფილიყო როგორც კომლთა რიცხვის, ისე მათი სულადობრივი რაოდენობის ზრდა ან შემცირება, ასევე, საგადასახადო სისტემაში მომხდარი ცვლილებები, მაგრამ, საბოლოო ანგარიშით, იგი მიზნად ისახავდა, ერთი მხრივ, სასოფლო-სამეურნეო თემის კოლექტივის წევრების ინტერესების დაცვას, ხოლო, მეორე მხრივ, სათანადო მიწის ნაკვეთების მიცემით ქონებრივი უთანაბრობის გაღრმავების შეზღუდვას[287].

საქართველოს სხვადასხვა კუთხესა და სოფელში სხვადასხვანაირი იყო მიწების როგორც პერიოდული, ისე ხელახალი გადანაწილების წესი[288]. ცალკე უნდა აღინიშნოს სათემო მიწათსარგებლობის უძველესი ფორმის, ე. წ. დატაცებითი მიწათსარგებლობის შესახებ, რაც ფართოდ იყო გავრცელებული კახეთში, სახელდობრ, ქიზიყში[289]. საერთო სახნავი მიწების ხელახალი გადანაწილება ზოგჯერ 5-10, 20-25 წელიწადში ერთჯერ ხდებოდა ანდა ამას მაშინ მიმართავდნენ, როცა მის საჭიროებას დაინახავდნენ[290]. ზოგან მთელ საერთო სახნავ ფართობს თანასწორ ნაკვეთებად დაყოფდნენ და კომლებზე წილისყრით თანაბრად ანაწილებდნენ. ანდა დათქმულ დღესა და დროს ვინც დაასწრებდა ამა თუ იმ დაყოფილ ნაკვეთებზე პირველად მისვლას და მოხვნას, მომავალ დანაწილებამდე ეს ნაკვეთი მისი იყო. ზოგან კი, სადაც საერთო-სასოფლო სახნავი მიწების ფართობი ზედმეტი ჰქონდათ, დათქმულ დროს ვინც დაასწრებდა, ნებისმიერ ადგილზე ნებისმიერი სიდიდის ფართობს ხნავდა და იკავებდა. სავარაუდოა, სხვა-

---

[285] დ. გოგოლაძე. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში (VI-XVIII სს.). სტრუქტურა და შინაგანი ორგანიზაცია, თბ., გამომცემლობა „მეცნიერება“, 1992, გვ. 156.

[286] იქვე. გვ 177.

[287] იქვე. გვ. 156.

[288] იქვე. გვ. 175.

[289] იქვე. გვ. 39.

[290] იქვე. გვ. 157.

გვარი წესის არსებობაც, მათ შორის სათემო სახნავიდან მეტ-ნაკლები სიდიდის ნაკვეთების მიცემა კომლებისათვის მათზე შეწერილი მეტ-ნაკლები გადასახადის მიხედვით[291].

გადანაწილებით მიღებულ სათემო სახნავ ნაკვეთს აღმოსავლეთ საქართველოში „საბლის მამული" ეწოდებოდა, ზუსტად ისევე, როგორც გერმანიაში – „schnuren", რუსეთში – „веревечное имение" *(საბლი = „schnuren" „веревка").* აღმოსავლეთ საქართველოში ასეთ ნაკვეთებს, „წილის მამულს", „ნაწილარს" უწოდებდნენ, შესაბამისად, გერმანიაში – „Loosgut" „Lus"-ს, რუსეთში – „жеребьево имение"-ს[292].

ამ მხრივ სრულიად განსხვავებული მდგომარეობა იყო დასავლეთ საქართველოში, სადაც, როგორც XIX საუკუნის პირველი ნახევრის, ისე შემდგომი დროის წყაროები მოწმობს, რომ არ არსებობდა არც საერთო სათემო მიწათმფლობელობა სახნავ მიწებზე და არც კომლთა შორის მათი ხელახალი გადანაწილების წესი და უველგან გაბატონებული იყო გლეხთა ინდივიდუალური, „საკუთარი", საკომლო, მემკვიდრეობითი, კერძო მიწათმფლობელობა[293], თუმცა, აქაც, მიუხედავად იმისა, რომ საერთო-სათემო მიწათმფლობელობა დიდი ხანია გამქრალი იყო, მაგრამ არასახნავი სავარგულები – ტყეები, ველ-მინდვრები, იშვიათად სახნავიც კი სასოფლო - თემის საერთო სარგებლობაში მიწათმფლობელობაში გააჩნდა[294].

დასავლეთ საქართველოში უპირატესად საკუთარი, საკომლო, მემკვიდრეობითი, ინდივიდუალური მიწათსარგებლობისა და მიწათმფლობელობის განვითარება ძირითადად ქვეყნის ამ ნაწილის ფიზიკურ-გეოგრაფიული ფაქტორებით იყო განპირობებული. კერძოდ, ვიწრო ხეობები, ზეგნები, ვარგისი მიწის ნაკვეთების არსებობა მთის კალთებზე, ოღრო-ჩოღრო ადგილები და სხვა, ფაქტობრივად, შეუძლებელს ხდიდა მიწების ხელახალ დანაწილება-გადანაწილებას[295], რაც სათემო (სასოფლო) მიწათმფლობელობის ერთ-ერთი ძირითადი

---

[291] დ. გოგოლაძე. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში. გვ. 175.

[292] იქვე. გვ. 157.

[293] დ. გოგოლაძე. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება გვიანფეოდალურ ხანაში (საადგილმამულო ურთიერთობა), 1800-1864 წწ., გამომცემლობა „მეცნიერება", თბ., 1971, გვ. 199.

[294] დ. გოგოლაძე. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში. გვ. 181.

[295] დ. გოგოლაძე. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება გვიანფეოდალურ ხანაში. გვ. 200.

ნიშანია[296], კახეთში, ქიზიყსა და ქვემო ქართლში კი, პირიქით, სოფლიდან დაშორებული, მიწათმოქმედებისათვის გამოსადეგი სახნავ-სათესი მიწების ერთიანი დიდი სივრცეების არსებობა[297], აგრეთვე, ფიზიკურ-გეოგრაფიული ფაქტორები და დასახლების თავისებურებები[298] ხელსაყრელ პირობებს ჰქმნიდა სათემო მიწათმფლობელობის არსებობისათვის.

ქართველი მეურნე საკუთარი, ინდივიდუალური მეურნეობით მოვიდა XX საუკუნის 20-30-იან წლებამდე, ვიდრე განხორციელდებოდა სოფლის მეურნეობის სოციალისტური კოლექტივიზაცია, რომელიც მისთვის სრულიად უცხო და მიუღებელი აღმოჩნდა და ამას, უწინარესად მისი ფსიქოლოგიური წყობა, თავისი ადგილ-მამულისადმი დამოკიდებულება განაპირობებდა. სხვადასხვა ლიტერატურული წყარო ერთხმად ადასტურებს, რომ ქართველი ადამიანისათვის, ძველი ქართული სამეურნეო სამართლის ენით რომ ვთქვათ, „მონაგებთა“ ანუ მოგებულის, მონაგარის, შენაძენის, ნაყოფის, ნაყოფიერის, ქონების, საკუთრების, შეძენილი ქონების, კეთილშენაძენის, საკუთარი გარჯითა და შრომით ნაღვაწების, ნასყიდობით ან სხვა კანონიერი გზით შენაძენი ქონების[299] „დატევება სისხლთა დათხევასა ემსგავსების“[300], რადგან მას ჯერ გულიდან უნდა ამოეღო „თვისი თემი, თავისის ოჯახის წარსული, თავისი მამა-პაპა, რომელთა ნაშთი, ძეგლი თვითოეული ვაზია, თვითოეული ხეა, მამა-პაპის ხელით დარგული და ოფლით მორწყული, და რომელსაც იგი სამკვიდროს[301]...

---

[296] დ. გოგოლაძე. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება გვიანფეოდალურ ხანაში. გვ. 199.

[297] იქვე. გვ. 201.

[298] ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში. გვ. 158.

[299] ქართული ენის განმარტებითი ლექსიკონი. პროფ. არნ. ჩიქობავას საერთო რედაქციით. ტ. V. თბ., საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის გამომცემლობა, 1958, სვ. 817; დ. გოგოლაძე. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში, გვ. 199; ილ. აბულაძე. ძველი ქართული ენის ლექსიკონი (მასალები). თბ., გამომცემლობა „მეცნიერება, 1973, გვ. 271; გ. ნადარეიშვილი. საკუთრების ზოგადი ცნების გამომშატველი ტერმინის წარმოშობა ქართულ სამართალში. იხ. წგნ, — სამართლის რეფორმა საქართველოში. თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1996, გვ. 354-355; ი. დოლიძე. ძველი ქართული სამართალი. გვ. 140.

[300] ძველი ქართული აგიოგრაფიული ლიტერატურის ძეგლები. წიგნი I (V-X სს.), გვ. 140.

[301] ი. ჯავახიშვილი. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VI, გვ. 189.

ეძახდა, თავი უნდა დაენებებინა თავისი და თავისი წინაპრების არა ერთი თაობის ტიტანური შრომით, გარჯითა და მხნეობით შექმნილ-გაკეთილშობილებული სამკვიდროსათვის, თავისი „ნაჭირნახულევი“ მამულისათვის, თავისი კარ-მიდამოსათვის, მიწის იმ ნაკელისათვის, რომელიც განსაზღვრავდა საზოგადოებაში მისი და მისი ოჯახის სოციალურ მდგომარეობას, კეთილდღეობას, აწმყოსა და მომავალს.

დ. მუსხელიშვილი, განასხვავებდა რა ერთმანეთისაგან ქართველი გლეხისა და რუსი მეთემის თავისი ადგილ-მამულისადმი დამოკიდებულებას, ხაზგასმით მიუთითებდა: „საკუთრების განსაზოგადოების იდეა რუსი ხალხის ფსიქოლოგიური წყობის შედეგია და არა მატერიალური პირობების ზედნაშენი. ამიტომ არის, რომ სტოლიპინის დროსაც და დღესაც ფერმერს, იჯარადარს (არენდატორს) რუსი მეთემე (კოლმეურნე) „წითელი მამლით («красный петух») უმასპინძლდებოდა და უმასპინძლდება ანდა პირდაპირ ფიზიკურად უსწორდება. ამიტომაა კოოპერატორების წინააღმდეგ ასეთი რეაქცია. ამის შემდეგ ადვილი გასაგებია, თუ რატომ დაგვირგვინდა წარმატებით XX ს.-ის ერთერთი უდიდესი ტრაგედია განკულაკებისა და საყოველთაო კოლექტივიზაციისა. „კოლმეურნეობა“ თუ „საბჭოთა მეურნეობა“ იგივე ტრანსფორმირებული ძველი რუსული „ობშჩინაა“ (სასოფლო თემი) და ე.ი. რუსული ფსიქოლოგიისათვის დიდ ნაწილში სრულიად მისაღები მოვლენა. ამიტომაა, რომ დღესაც ... რუსი ხალხის დიდი ნაწილი კოლმეურნეობების გაუქმების წინააღმდეგია“[302].

სოციალისტური ეკონომიკის განუყოფელი ბატონობის წლებში კერძომესაკუთრული ტენდენციების, მავნე წეს-ჩვეულებებისა და ტრადიციების აღმოფხვრის საბაბით ფართოდ გაშლილი ბრძოლის შედეგად არსებითად შეიცვალა საქართველოში არამარტო მისი ერთ-ერთი უმთავრესი ტრადიციული დარგის — სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სტრუქტურა, ორგანიზაციისა და გაძღოლის ფორმები და მეთოდები, არამედ მთლიანად ქართული სოფლის ყოფაცხოვრებაც: მრავალმა ადამიანმა გული აიცრუა შრომაზე, აიყარა თავის წინაპართა ადგილ-მამულებიდან და იოლი, ხშირად საეჭვო შემოსავლის წყარო გაიჩინა. რაც მთავარია და საგანგაშო, მრავალ ადამიანს შეერყა მორალურ-ზნეობრივი საფუძვლები, გაუმრუდდა სიკეთის, პატიოსნების, სინდის-ნამუსის, შინაგანი სრულყოფილების შეფასების კრიტერიუმები. მიუხედავად ამისა, ფაქტობრივად, უცვლელი დარჩა

---

[302] დ. მუსხელიშვილი. გზა ხსნისა. გაზ. „კომუნისტი, 12 აგვისტო, 1990, № 185.

ქართული სამეურნეო ფსიქოლოგიის ძირითადი არსი და ნიშნები. ქართველ მეურნეთა აბსოლუტურმა უმრავლესობამ ვერანაირად ვერ გაითავისა მათი შინაგანი ბუნებისათვის უცხო და მიუღებელი სოციალისტურ-კოლექტივისტური, იძულებითი, ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური მეურნეობრიობის პრინციპები: წარმოების ტოტალიტარული განსაზოგადოება, კონკრეტული საქმის გაუპიროვნებულობა და პასუხისმგებლობის გაუნაწილებლობა, ზემოდან დიქტატი და წვრილმანი მეურვეობა, შრომის საბოლოო შედეგებისაგან გაუცხოება და ა.შ., რაც მკვეთრად უარყოფით გავლენას ახდენდა თითოეული ადამიანის ფსიქოლოგიასა და შრომისადმი დამოკიდებულებაზე, მათ მორალურ-ზნეობრივ სახეზე და ეს არც არის გასაკვირი, რადგან, როგორც გამოკვლევები ცხადყოფს, მეურნეობის გაძღოლის ჩვევები და ტრადიციები შედარებით მყარი და ცხოველუნარიანი ფენომენია. მათ ცვლილებაზე ნაკლებ გავლენას ახდენს იდეოლოგიური, პოლიტიკური და სხვა ფაქტორები და ახალ სოციალიურ-ეკონომიკურ და საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ რეალობებთან შეგუება-მისადაგების დიდი უნარით გამოირჩევა.

ქართული მეურნეობრიობის ტრადიციებისადმი ერთგულება მნიშვნელოვანწილად განაპირობებდა იმას, რომ სოციალისტური ეკონომიკის პირობებშიც არ ჩამკვდარა ქართველ ხალხში თავისუფალი, შემოქმედებითი, ინდივიდუალური მეურნეობრიობისაკენ ლტოლვა. მართალია, ასეთი საქმიანობის გზაზე მრავალი ბარიერი იყო აღმართული, მაგრამ ადამიანთა მეტად მნიშვნელოვანი ჯგუფი სხვადასხვა ხერხით, ფაქტობრივად, მაინც ეწეოდა კერძო სამეწარმეო-კომერციულ საქმიანობას. მეურნეობის მრავალ დარგში, განსაკუთრებით, ვაჭრობასა და მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში, საკმაოდ ფართოდ იყო წარმოდგენილი კერძო ბიზნესი: მრავლად იყვნენ ისინი, ვინც გარკვეულ პროდუქციასა და მომსახურებას აწარმოებდა და ისინიც, ვინც ამ პროდუქციითა და მომსახურებით სარგებლობდა.

სოციოლოგიურ გამოკვლევათა თანახმად, XX საუკუნის 80-იანი წლების მიწურულს საქართველოს „ჩრდილოვან ეკონომიკაში," რომელიც იმ დროს კერძო ინიციატივის რეალიზების ერთადერთი ძირითადი სფეროც იყო და საშუალებაც, დაახლოებით 3 მლრდ მანეთი იყო მოქცეული[303]. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ 1990 წელს სა-

[303] გაანგარიშებულია საქართველოს რესპუბლიკის უზენაეს საბჭოსთან არსებული სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის სახელმწიფო კომიტეტის სოციოლოგიურ გამოკვლევათა მასალების საფუძველზე.

ქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი 4,9 მლრდ მანეთს[304], ხოლო მთელი წარმოებული ეროვნული შემოსავალი 9,8 მლრდ მანეთს უდრიდა[305], ეს იმ პერიოდისათვის საკმაოდ დიდ კაპიტალს წარმოადგენდა. საგულისხმოა ისიც, რომ მკვლევართა გაანგარიშებით, 1960 წელს რუსეთში ე.წ. ჩრდილოვანი ბრუნვის საერთო მოცულობა საშუალოდ წელიწადში 5 მლრდ მანეთს შეადგენდა, რაც ერთობლივი პროდუქტის საერთო მოცულობის მხოლოდ 2 პროცენტს უდრიდა[306]. საქართველოში მეტად მნიშვნელოვანი იყო იმათი რიცხვიც, ვინც სხვადასხვა ფორმით ლეგალურად ეწეოდა ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას.

ცალკე უნდა ითქვას მოსახლეობის ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობაზე, რომელიც, მართალია, დამხმარე მეურნეობის სახელს ატარებდა, მაგრამ საზოგადოებრივი ანუ ძირითადი მეურნეობისაგან განსხვავებით, სოფლის მცხოვრებთა აბსოლუტური უმრავლესობისათვის სინამდვილეში ძირითად მეურნეობას, შრომითი საქმიანობის უმთავრეს სარბიელს წარმოადგენდა და მათთვის თავისუფალ, ინდივიდუალურ მეურნეობრიობას განასახიერებდა. კოლექტივიზაციის შედეგად სოფლის მეურნეობის მრავალათასწლოვანი ქართული წესისა და მისი დარგობრივი სტრუქტურის მოშლის პირობებში, ფაქტობრივად, ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობამ იხსნა გაქრობისაგან უმდიდრესი და უნიკალური მეურნეობრივი კულტურა და შვიდი ათეული წლის განმავლობაში საქართველოს მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილისათვის არა მარტო ეკონომიკური ღონიერების, არამედ მეურნეობრივი ნიჭის გამოვლენის უპირველესი ასპარეზი, ოჯახის სიმტკიცის, მისი ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებათა შენარჩუნების საფუძველთა-საფუძველი იყო.

არანაკლებ საყურადღებოა ისიც, რომ მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობაში გარჯით ივსებდა იმ სულიერ სიცარიელეს, რასაც საზოგადოებრივ მეურნეობაში შრომის გაუცხოება იწვევდა. კერძო, ინდივიდუალური მეურნეობრიობის ცხოველმყოფელობაზე მეტყველებდა ამ კატეგორიის მეურნეობათა როლი და ადგილი როგორც სოფლის მეურნეობის საერთო სისტემა-

---

[304] საქართველო ციფრებში 1990 წელს. საქართველოს რესპუბლიკის უზენაეს საბჭოსთან არსებული სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის სახელმწიფო კომიტეტი, 1991, გვ. 20.

[305] იქვე. გვ. 3.

[306] В. Завельев. Малый бизнес – Большая проблема России. М, „Менеджер," 1994, გვ. 97.

ში, ისე — სოფლის მოსახლეობის შემოსავლის ფორმირებაში: საქართველოში ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობაში იწარმოებოდა სოფლის მეურნეობის მრავალი უმნიშვნელოვანესი სახეობის პროდუქციის დიდი ნაწილი, მაშინ როდესაც ამ კატეგორიის მეურნეობები მიწის მეტად მცირე ფართობებს ფლობდა და როგორც მატერიალურ-ტექნიკური აღჭურვილობის, ისე აგროტექნიკური მომსახურების დონით ბევრად ჩამორჩებოდა საზოგადოებრივ მეურნეობებს*. 1988 წელს მოსახლეობის ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობებს ქვეყნის მთელი სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების მხოლოდ 5,9 პროცენტით ეპირა, მათ შორის, სახნავ-სათესი ფართობების 11,7 პროცენტი, მაშინ, როდესაც მათზე სოფლის მეურნეობის მთლიანი პროდუქციის 48,1 პროცენტი მოდიოდა, მათ შორის, მემცენარეობის პროდუქციის საერთო მოცულობის 45,7 პროცენტი და მეცხოველეობის პროდუქციის 53,2 პროცენტი. შესაბამისი მაჩვენებლები უდრიდა: მარცვლეულის წარმოების მიხედვით — 24,4, ბოსტნეულისა და ბაღჩეულის — 46,9, კარტოფილის — 46,0, ხილისა და კენკროვნების — 77,9, ყურძნის — 40,6, ციტრუსოვანთა ნაყოფის — 81,2, ხორცის (დაკლული წონით) — 81,1, რძის 56,1, კვერცხის — 27,4, მატყლის მიხედვით — 63,5 პროცენტს. ანალოგიური ვითარება იყო პირუტყვისა და ფრინველის სულადობის მიხედვითაც: ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობაში ირიცხებოდა რესპუბლიკის მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის მთლიანი სულადობის — 58,9 პროცენტი; ასევე, ღორების — 46,3, ცხვრისა და თხის — 55,2, ფრინველის — 39,2 პროცენტი. საზოგადოებრივ მეურნეობებთან შედარებით, ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობებში 1,3-ჯერ უფრო მაღალი იყო მარცვლეულის მოსავლიანობა, 2,7-ჯერ — ბოსტნეულისა და ბაღჩეულისა, 1,2-ჯერ — კარტოფილისა, 2,4-ჯერ —

* ზოგიერთი მკვლევარის აზრით, ასეთი თანაფარდობა, უწინარეს ყოვლისა, იმით აიხსნებოდა, რომ ჯერ ერთი, ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობებს უფრო ნაყოფიერი, უპირატესად, სარწყავი სახნავ-სათესი მიწები ეპირა; მეორე, ადგილი ჰქონდა საზოგადოებრივ მეურნეობებში მოწეული მოსავლის გარკვეული ნაწილის მიტაცებას, რომელიც შემდგომში ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობებში მოწეულად აღირიცხებოდა. ცხადია, ასეთ მოსაზრებას გარკვეული საფუძველი აქვს, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, ვფიქრობთ, სწორი არ იქნებოდა ზემოაღნიშნული მიზეზები მიგვეჩნია გადამწყვეტ ფაქტორებად, რომლებიც ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობების მაღალ საწარმოო მაჩვენებლებს განაპირობებდა.

ხილისა და კენკროვნებისა, 1,3-ჯერ — ყურძნისა, 4,1-ჯერ — თამბაქოს, ასევე, 4,1-ჯერ — ციტრუსოვანთა ნაყოფისა**.[307]

საქართველოში სოფლის მცხოვრებთა აბსოლუტური უმრავლესობა ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობას თვლიდა თავისი შრომითი საქმიანობის ძირითად სფეროდ. მნიშვნელოვანწილად სწორედ ამით იყო განპირობებული, რომ საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის ოჯახების ბიუჯეტთა ყოველწლიური შერჩევითი გამოკვლევის მასალების თანახმად, საშუალოდ ერთი კოლმეურნის ოჯახზე გაანგარიშებით, საქართველოს საბჭოთა კავშირის რესპუბლიკებს შორის კოლმეურნეობებიდან მიღებული შემოსავლის მოცულობის მიხედვით, ბოლო ადგილი ეკავა, ე.წ. პირად დამხმარე მეურნეობებიდან მიღებული შემოსავლის ოდენობის მიხედვით კი — პირველი. ეს გამოხატულება იყო იმ ტენდენციისა, რომელიც სულ უფრო ღრმავდებოდა ყოფილ საბჭოთა კავშირში. კერძოდ, როგორც ეკონომიკურ ლიტერატურაში მიუთითებდნენ, ყალიბდებოდა თავისებური ტიპი მუშაკისა, რომელიც საუკეთესო შემთხვევაში „საზოგადოებრივ ყანაში" განსაზღვრული დროის განმავლობაში უპირატესად მხოლოდ „თავის ყოფნას აფიქსირებდა", მაშინ როდესაც „საკუთარ ნაკვეთში" მუშაობას მთელ თავის ძალასა და ენერგიას ახმარდა.

ყოველივე ეს მკაფიო გამოხატულებას ჰპოვებდა მოსახლეობის მიერ მიღებული შემოსავლის სტრუქტურაში, აგრეთვე, კერძო, უმეტესწილად, არალეგალური, ბიზნესის როლში მოსახლეობის სავაჭრო, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო და ზოგიერთი სხვა სახეობის მომსახურებაში. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის ოჯახების ბიუჯეტთა ყოველწლიური შერჩევითი გამოკვლევების მონაცემებით, 1988 წელს საქართველოში ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობებიდან მიღებული შემოსავალი ყველა კატეგორიის ოჯახების მიხედვით საშუალოდ 100 ოჯახზე გაანგარიშებით 77,4 ათას მანეთს უდრიდა, მათ შორის, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 23,0 ათასს, ხოლო კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 279,2 ათას მა-

---

** საანალიზოდ აღებულია 1988 წელი, რადგან ამ დროს როგორც ყოფილი საქართველოს სსრ-ის, ისე მთლიანად ყოფილი სსრ კავშირის ეკონომიკაში შედარებით სტაბილური ვითარება იყო და ჩამოყალიბებული სტრუქტურა მეტ-ნაკლებად შეესაბამებოდა ასეთი ტიპის მეურნეობის ძირითად თავისებურებებს.

[307] გაანგარიშებულია საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის სახელმწიფო კომიტეტის პირველადი სტატისტიკური მასალების საფუძველზე.

ნეთს. შემოსავლის უდიდესი ნაწილი ისეთი პროდუქტების წარმოებასა და რეალიზაციაზე მოდიოდა, როგორიცაა: ბოსტნეული და ბაღჩეული, კარტოფილი, ხილი, კენკროვნები და ყურძენი, ღვინო და არაყი, კვერცხი, აგრეთვე, პირუტყვის ნამატი და სხვ.

განსაკუთრებით დიდ როლს ასრულებდა ამ კატეგორიის მეურნეობებიდან მიღებული შემოსავალი კოლმეურნეთა ოჯახების ბიუჯეტის ფორმირებაში. კერძოდ, ასეთი ოჯახების ერთობლივ შემოსავალში ე. წ. პირად დამხმარე მეურნეობიდან მიღებული შემოსავლის წილი 45,3 პროცენტს, მათ შორის, მემცენარეობის პროდუქციის წარმოებითა და რეალიზაციით მიღებული შემოსავლისა 33,1, ხოლო მეცხოველეობის პროდუქტების, პირუტყვის ნამატისა და წონამატის რეალიზაციით მიღებულისა 11,4 პროცენტს შეადგენდა[308].

საქართველოში პირად დამხმარე მეურნეობის გამორჩეულ როლს მუშა-მოსამსახურეთა და კოლმეურნეთა ოჯახების მიერ წარმოებული და გამოყენებული ერთობლივი შემოსავლის მოცულობასა და სტრუქტურაში თვალსაჩინოდ წარმოაჩენს, აგრეთვე, საბიუჯეტო გამოკვლევათა მასალები[309]. 1988 წელს ერთი მუშა-მოსამსახურის ოჯახის მიერ წარმოებულმა ერთობლივმა შემოსავლმა საშუალოდ 5207,0 მანეთი, ხოლო კოლმეურნის ოჯახისამ — 6761,7 მანეთი შეადგინა და 1975 წლის ანალოგიურ მაჩვენებლებთან შედარებით, შესაბამისად, 64,8 და 60,1 პროცენტით გაიზარდა. მართალია, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების შემოსავლის შედარებით მცირე ნაწილი (1975 წ. — 5,1 პროცენტი, 1980 წ. — 6,4, 1985 წ. — 6,6, 1988 წ. — 7,3 პროცენტი) მოდიოდა პირად დამხმარე მეურნეობაზე, მაგრამ მეტად მნიშვნელოვანი იყო ამ კატეგორიის მეურნეობათა როლი კოლმეურნეთა ოჯახების შემოსავლის ფორმირებაში. 1975 წელს პირად დამხმარე მეურნეობის წილმა კოლმეურნეთა ოჯახების მთლიან შემოსავალში 38,0 პროცენტი შეადგინა, მაშინ როდესაც კოლმეურნეობაში შრომის ანაზღაურების სახით მიღებული ხელფასი 27,7 პროცენტს, ხოლო ოჯახის წევრებისა — 13,3 პროცენტს არ აღემატებოდა. შესაბამისი მაჩვენებლები უდრიდა: 1980 წ. — 34,0, 27,6 და 15,2 პროცენტს,

---

[308] იხ. ო. შურღაია. მეურნეობრიობის ხასიათი როგორც სამეურნეო ფსიქოლოგიის განმსაზღვრელი ფაქტორი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა", № 5, 1999, გვ. 65-81.

[309] იხ. ო. შურღაია. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი (რეტროსპექტივა). ეურნ. „დემოგრაფია", 2001, № 1 (3), 90-106.

1985 წ. – 35,6, 30,1, და 15,8, ხოლო 1988 წ. – 40,5, 23,0, და 16,4 პროცენტს. (იხ. ცხრ. 28).

ცხრილი 28

წარმოებული ერთობლივი შემოსავალის სტრუქტურა საქართველოში 1975-1988 წწ., საშუალოდ ერთ ოჯახზე გაანგარიშებით წელიწადში, მანეთობით

	1975 წ.		1980 წ.		1985 წ.		1988 წ.	
	აბს.	პროც.	აბს.	პროც.	აბს.	პროც.	აბს.	პროც.
ერთობ. შემოს. – სულ:								
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	3372,4	100	4185,1	100	4640,9	100	5207,0	100
კოლმეურ. ოჯახები	4066,1	100	5847,4	100	6246,2	100	6761,7	100
მ. შ. ოჯახის წევრების ხელფასი:								
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	259,0	76,9	3030,9	72,4	3371,0	72,7	3719,3	71,4
კოლმეურნ. ოჯახები	541,3	13,3	887,4	15,2	989,5	15,8	1109,3	16,4
შრომ. ანაზღ. კოლ. ში:		...						
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	...							
კოლმეურნ.ოჯახები პენს., სტიპენ., დახმ., დოტ. სანატ. -, პიონერ. ბანაკ., დასასვ. სახლ. საგზ. შესაძ., მოზარ. სკოლამ. დაწესებ.-ში შესანახ:	1124,4	27,7	1611,4	27,6	1876,2	30,1	1556,9	23,0
მუშა-მოსამს. ოჯახ.	386,4	11,5	466,8	11,2	498,1	10,7	564,2	10,8
კოლმეურნ. ოჯახები	308,7	7,6	429,5	7,3	587,5	9,4	721,3	10,7
შემოსავ. პირადი დამხმ. მეურნეობიდან:								
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	173,0	5,1	266,8	6,4	306,9	6,6	379,5	7,3
კოლმეურნ. ოჯახები	1547,0	38,0	1992,2	34,0	2224,3	35,6	2739,0	40,5
შემოს. სხვა წყარ.-დან:								
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	218,0	6,5	420,6	10,0	464,9	10,0	544,0	10,5
კოლმეურნ. ოჯახები	544,0	13,4	926,9	15,9	568,7	9,1	635,2	9,4
საშ.- სულად. ერთობ. შემოსავ. ოჯახ. ერთ წევრზე განგ. თვეში, მან.- ით:								
მუშა-მოსაშ. ოჯახ.	9,3	–	112,4	–	123,4	–	134.6	–
კოლმეურნ. ოჯახები	79,9	–	115,8	–	125,4	–	140,0	–

წყარო: **Бюджеты. рабочих, служащих и колхозников в 1975-1988 гг. Сборник материалов по данным бюджетных обследований М., 1989, გვ. 3.**

მოსახლეობის ერთობლივ შემოსავალში მნიშვნელოვნად იყო წარმოდგენილი შემოსავლები სხვა წყაროებიდანაც, რომლებიც ძირითადად კერძო ინიციატივას უკავშირდებოდა. კერძოდ, XX საუკუნის 80-იან წლებში ამ სახეობის შემოსავლების წილი მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების შემოსავალში 10,0 პროცენტიდან 10,5 პროცენტის ფარგლებში მერყეობდა, ხოლო კოლმეურნეთა ოჯახების შემოსავალში – 9,4 პროცენტიდან 10,5 პროცენტამდე.

საგულისხმოა ისიც, რომ საქართველოში სოციალისტური ეკონომიკის პირობებშიც მეტ-ნაკლები ზომით მუდამ ფუნქციონირებდა მცირე მეწარმეობის ლეგალიზებული თუ არალეგალიზებული სტრუქტურები, რომლებიც მეტად მნიშვნელოვან როლს ასრულებდნენ მოსახლეობის სავაჭრო, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო და ზოგიერთი სხვა სახეობის მომსახურებაში. 1988 წელს რესპუბლიკაში საშუალოდ ყველა კატეგორიის ოჯახების მიერ კვების პროდუქტების შესაძენად გაღებული ხარჯების საერთო მოცულობის 39,9 პროცენტი კერძო პირებზე მოდიოდა. მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით ეს მაჩვენებელი — 41,3, ხოლო კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით 30,6 პროცენტს შეადგენდა. საქართველოში გამოკვლეული ოჯახების დიდი უმეტესობა ხილსა და კენკროვნებს (89,0 პროცენტი), ბოსტნეულსა და ბაღჩეულს (85,0 პროცენტი), კარტოფილს (78,6 პროცენტი) კერძო პირებისაგან იძენდა. მნიშვნელოვანი იყო, აგრეთვე, იმ ოჯახების რიცხვიც, რომლებიც ასეთივე პირებისაგან ყიდულობდა ხორცსა და ხორცის პროდუქტებს (35,9 პროცენტი), ბურღულეულს, პარკოსნებსა და მაკარონის ნაწარმს (35,1 პროცენტი) და რძესა და რძის პროდუქტებს (30,5 პროც.).

ანალოგიური ტენდენცია შეინიშნებოდა არასასურსათო საქონლის შესაძენად გაღებული ხარჯების თანაფარდობის მიხედვითაც: კერძო პირებზე მოდიოდა ყველა კატეგორიის ოჯახების მიხედვით გაღებული ხარჯების 15,7 პროცენტი, მათ შორის, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 17,1 და კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 12,2 პროცენტი. საგულისხმოა, რომ კერძო პირებისაგან არასასურსათო საქონლის შესაძენად მუშათა ოჯახების მიერ გაღებული ხარჯები საქართველოში 1952 წელს 20 პროცენტს უდრიდა, 1953 წელს — 12, 1954 წელს — 13, 1955 წელს — 17, ხოლო 1959 წელს — 20 პროცენტს, კოლმეურნეთა ოჯახებისა კი, შესაბამისად, 1952 წელს — 12 პროცენტს, 1953 წელს — 8, 1954 წელს — 9, 1955 წელს — 14, ხოლო 1959 წელს — 20 პროცენტს.[310]

ასევე მაღალი იყო ხარჯების საერთო სტრუქტურაში კულტურულ-საყოფაცხოვრებო და სხვა სახეობის მომსახურებით სარგებლობისათვის კერძო პირებზე გაღებული ხარჯების წილიც: აღნიშნული მაჩვენებელი მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით 17,9 პროცენტს

[310] Б. Казанцев. „Частник" в сфере бытового обслуживания. Журн. „Социологические исследования", 1993, №11, გვ. 52-53.

უდრიდა, ხოლო კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 32,9 პროცენტს. განსაკუთრებით დიდი იყო ხარჯები მომსახურების ისეთი სახეობის მიხედვით, როგორიცაა: საყოფაცხოვრებო მომსახურება (შესაბამისად, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 51,5, კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით კი — 70,0 პროცენტი), შენობა-ნაგებობათა რემონტი და მშენებლობა (შესაბამისად, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 86,6, კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 95,0 პროცენტი), ავეჯისა და საოჯახო დანიშნულების საგნების რემონტი (შესაბამისად, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 75,4, კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 22,9 პროცენტი), ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის კერვა და შეკეთება (შესაბამისად, მუშა-მოსამსახურეთა ოჯახების მიხედვით — 57,3, კოლმეურნეთა ოჯახების მიხედვით — 13,3 პროცენტი). აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ საქართველოში წლების განმავლობაში შეიმჩნეოდა მოსახლეობის მიერ კერძო პირებისაგან სასურსათო და არასასურსათო საქონლის შეძენისა და მომსახურებისათვის გაღებული ხარჯების წილის ზრდის ტენდენცია.

კერძო საკუთრებასა და ინიციატივიანობაზე დამყარებული მეურნეობრიობის ფორმებისაკენ მოსახლეობის მეტად მნიშვნელოვანი ნაწილის სწრაფვის ერთ-ერთი გამოხატულება იყო ისიც, რომ საქართველოში, სსრ კავშირის სხვა რესპუბლიკებთან შედარებით, განსაკუთრებით მაღალი პრესტიჟით სარგებლობდნენ „ჩრდილოვანი ეკონომიკის“ წარმომადგენლები, რასაც თვალნათლივ მოწმობდა სხვადასხვა დროს ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევების შედეგები.

1988 წელს საბჭოთა კავშირის სხვადასხვა რეგიონში მოსახლეობის გამოკითხვის შედეგების ანალიზმა ცხადყო, რომ საქართველოში რესპოდენტთა 27 პროცენტი პოზიტიურად იყო განწყობილი „ჩრდილოვანი ეკონომიკის“ მესვეურთა მიმართ, მაშინ როცა ასეთ რესპოდენტთა წილი, მაგალითად, რსფსრ-ის კალუგის ოლქში 13 პროცენტს არ აღემატებოდა, თურქმენეთში — 16, ტაჯიკეთსაა და თათრეთის ასსრ-ში — 18, ბაშკირეთის ასსრ-ში — 19, უკრაინის ლვოვის ოლქში — 20, ყირგიზეთში — 21, ლიტვაში — 26 პროცენტს[311].

სოციოლოგიური გამოკვლევებით ისიც ირკვეოდა, რომ საქართველოში თითქმის ყველა სოციალური ფენისა და მდგომარეობის ადამიანებს ჰქონდათ საქმიანი ურთიერთობა „ჩრდილოვანი ეკონომი-

[311] Социология. Г. Осипов (рук. авт. кол), Ю. Коваленко, Н. Щипанов, Р. Яновский изд. „Мысль, “, 1990, გვ. 125.

კის“ წარმომადგენლებთან. კერძოდ, მათი მომსახურებით სარგებლობდა: გამოკითხულ სოფლის მეურნეობის სპეციალისტთა 18 პროცენტი, უმაღლესი სკოლის პედაგოგთა — 29, კულტურისა და ხელოვნების შემოქმედებით მუშაკთა — 35, საინჟინრო-ტექნიკურ და მართვის აპარატის მუშაკთა — 36, საშუალო სკოლებისა და პროფესიულ-ტექნიკური სასწავლებლების მასწავლებელთა — 41, მეცნიერ-მუშაკთა — 49, ექიმთა — 55 პროცენტი.

პიროვნების ეკონომიკურ თავისუფლებასა და ინიციატივიანობაზე დაფუძნებული სხვადასხვა ფორმის მეურნეობრიობისაკენ სწრაფვა ადამიანის ბუნებრივი სოციალური მოთხოვნილებაა, მისი თვითგამოხატვის, თვითრეალიზაციის საშუალებაა, მაშინ, როცა წარმოების მეტისმეტი განსაზოგადოება და კონცენტრაცია აქტიური თვითმოქმედი მოსახლეობის უდიდესი ნაწილის შრომისაგან გაუცხოებას იწვევს. ამიტომაც იყო, რომ სოციალისტური ეკონომიკის პირობებში საზოგადოებრივ წარმოებაში დასაქმებულ მუშაკთა აბსოლუტური უმრავლესობისათვის უცხო იყო წარმოების მეპატრონის გრძნობა. როგორც სოციოლოგიური გამოკვლევების შედეგები ადასტურებდა, სსრ კავშირში მეპატრონის გრძნობა ჰქონდა: სამუშაო უბნის დონეზე — რესპოდენტთა 34,0 პროცენტს, საამქროს დონეზე — 1,2, საწარმოს დონეზე კი 0,5-1 პროცენტს[312]. ე.ი. რაც უფრო დიდი იყო წარმოების განსაზოგადოების მასშტაბი, მით უფრო მაღალი იყო წარმოებისაგან, ეკონომიკური საქმიანობისაგან მუშაკთა გაუცხოების მაჩვენებელი.

ეს მოვლენა განსაკუთრებით მკვეთრად იჩენდა თავს საქართველოში, რაც შესაბამის გავლენას ახდენდა ქვეყანაში მიმდინარე სოციალურ-ეკონომიკური პროცესების ხასიათზე: აქტიური თვითმოქმედი მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი ყველანაირად ცდილობდა, განთავისუფებულიყო იძულებითი, ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური ეკონომიკის მარწუხებისაგან. XX საუკუნის 80-იანი წლების მიწურულს, განსაკუთრებით ე.წ. პერესტროიკის პერიოდში, როგორც კი დაიწყო სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის ლიბერალიზაცია, საქართველოში მასობრივი აღმოცენება-განვითარება ჰპოვა არასახელმწიფო ეკონომიკურმა სტრუქტურებმა. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს მეურნეობის მრავალ დარგში შექმნილი კოოპერატივები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის პირვე-

---

[312] И. Габидулин. Рабочий класс и мифы уходящего времени. Журн. „Социологичсские исследования,“ 1991, №11, გვ. 17.

ლადი სტატისტიკური მონაცემებით, უკვე 1988 წელს საქართველოში 3714 კოოპერატივი ფუნქციონირებდა, რომელთა რიცხვი 1991 წლისათვის 12732 ერთეულამდე ანუ 3,4-ჯერ გაიზარდა, მათში დასაქმებულ მუშაკთა რიცხოვნობა კი, შესაბამისად, 32,3 ათასი კაციდან — 122,9 ათას კაცამდე ანუ 3,9-ჯერ, ხოლო პროდუქციის (სამუშაოს, მომსახურების) რეალიზაციით მიღებული ამონაგები 9,0 -ჯერ გადიდდა.

საგულისხმოა, რომ კოოპერაციული გაერთიანებების იდეას ყოველთვის ჰქონდა საქართველოში ნოყიერი ნიადაგი. XIX საუკუნის 60-70-იან წლებში სწორედ ჩვენში იქმნება რუსეთის იმპერიაში ერთერთი პირველი კოოპერაციული გაერთიანებები: პურის სასოფლო მაღაზიები („პურის ბეღლები"), სასოფლო ბანკები და მათთან დაკავშირებული ღვინის მარნები, სხვადასხვა ამხანაგობა: ე.წ. „დეპოები" ანუ „დამზოგველი საზოგადოებები" და სხვ. საქართველო კოოპერატივების რიცხვის სიმრავლით გამოირჩეოდა XX საუკუნის დასაწყისშიც, როდესაც მასობრივად დაიწყო რუსეთის იმპერიაში ასეთი ტიპის გაერთიანებათა შექმნა. ანალოგიური ვითარება იყო შემდგომ პერიოდშიც. 1918 წლის 14-15 მაისს გამართულ ამიერკავკასიის მომხმარებელთა საზოგადოების დამფუძნებელ კრებაზე წარმოდგენილი 124 კოოპერატივიდან 112 კოოპერატივი საქართველოს ტერიტორიაზე ფუნქციონირებდა, ხოლო კრების მონაწილე 151 დელეგატიდან 137 ჩვენს ქვეყანას წარმომადგენლობდა[313].

საკუთრებისადმი გამორჩეული დამოკიდებულება, უწინარეს ყოვლისა, ქართველი მეურნის მაღალ ეკონომიკურ კულტურაზე, მის ფართო თვალსაწიერზე მეტყველებდა. ცნობილია, რომ „ხალხები, რომელთა მეურნეობრივი საქმიანობა საკვების მოპოვებით იზღუდება, საერთოდ, არავითარ მნიშვნელობას არ ანიჭებენ საკუთრებას. მაგალითად, „...ბუშმენი სრულად „გულგრილია საკუთრებისადმი." ეს არის მისი უკულტურობის მიზეზი. სამართლებრივი ურთიერთობანი და ზნეობრივი იდეალები, რომლებსაც სავსებით შეჩვეულები ვართ, არ შეიძლებოდა საკუთრების ცნების გარეშე და მისდამი გულგრილობის პირობებში განვითარებულიყო. ბუშმენს სძულს მესაქონლეობა, რომელიც საკუთრებასა და მისდამი სიყვარულს ეფუძნება, მაგრამ ხორცი უყვარს და განთქმულია საქონლის ქურდობით. ეს წესი მას

[313] კოოპერაციის განვითარების გზები (საკითხავი წიგნი კოოპერაციიდან). ცეკავშირის გამომცემლობა, ტფ., 1927, გვ. 105.

ძალადობას აჩვევს, ძალადობა კი უნარჩუნებს და უძლიერებს თანდაყოლილ უხეშობას“[314].

ქართველი საზოგადოების ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრების ანალიზი და ეროვნული მეურნეობრიობის მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება ღრმად გვარწუნებს, რომ მცირე მეწარმეობის დასახვა ქვეყნის მეურნეობრივი განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებად როგორც სოციალურ-ეკონომიკური, ისე პოლიტიკური თვალსაზრისითაც სავსებით სწორი და რეალური ამოცანაა. ეკონომიკის ეს მეტად მნიშვნელოვანი სეგმენტი ყველაზე მეტად შეესაბამება ქართველი ადამიანის მენტალურ განწყობას, მის ფსიქოლოგიას, შინაგან ბუნებას, ინიციატივიანობას, სწრაფვას მეურნეობრივი დამოუკიდებლობისა და თავისთავადობისაკენ. მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საქართველოს ამ სფეროს წინმსწრები განვითარებისათვის გააჩნია საკმარი ინტელექტუალური პოტენციალი, ბუნებრივი და მატერიალურ-ტექნიკური რესურსები.

რეზიუმე

მეურნეობის გაძღოლის ქართული წესი და ტრადიციები, ქვეყნის მეურნეობრივი განვითარების თავისებურებები, სხვადასხვა სასოფლო-სამეურნეო კულტურის მოვლა-მოყვანისადმი მისადაგებული ინტენსიური ტიპის მეურნეობრიობა, ღრმა და მრავალმხრივ ცოდნასთან ერთად, სრულიად განსხვავებულ მიდგომას მოითხოვდა და საქართველოს თითოეული კუთხის მეურნეობას ინდივიდუალურ, თავისთავად, განუმეორებელ, განცალკევებულ ხასიათს ანიჭებდა. ყოველივე ამას არ შეიძლებოდა გავლენა არ მოეხდინა ქართველი მეურნის მეურნეობრივ ფსიქოლოგიაზე, მისი სამართლებრივი შეხედულებებისა და ზნეობრივი, მორალურ-ეთიკური ფასეულობების ჩამოყალიბებაზე, არ გამოემუშავებინა მასში ინდივიდუალიზმის გრძნობა, სხვადასხვა ბუნებრივ გარემოსა და პირობებში მეურნეობრიობის უნარი, განსხვავებული სასოფლო-სამეურნეო კულტურების მოვლა-მოყვანისა და პირუტყვის შენახვის ცოდნა, ფართო მეურნეობრივი თვალსაწიერი, მისწრაფება ინდივიდუალური, თავისთავადი, საკუთარი, კერძო მეურნეობრიობისაკენ.

---

[314] Ю. Липерт. История культуры в трех определениях. 7-ое изд. С. Петербург, 1907, с. 197.

ამიტომ აღმოჩნდა ქართველი მეურნისათვის სრულიად უცხო და მიუღებელი სოფლის მეურნეობის სოციალისტური კოლექტივიზაცია, რადგან საკუთარ, ინდივიდუალურ მეურნეობაზე უარის თქმა, რითაც იგი XX საუკუნის 20-30-იან წლებამდე მოვიდა და ძველი ქართული სამეურნეო სამართლის ენით რომ ვთქვათ, ნიშნავდა მონაგებთა ანუ მოგებულის, მონაგარის, შენაძენის, ნაყოფის, ნაყოფიერის, ქონების, საკუთრების, შეძენილი ქონების, კეთილშენაძენის, საკუთარი გარჯითა და შრომით ნაღვაწების, ნასყიდობით ან სხვა კანონიერი გზით შენაძენი ქონების დატევებას, რაც სისხლთა დათხევასა ემსგავსების.

ქართული მეურნეობრიობის ტრადიციებისადმი ერთგულება მნიშვნელოვანწილად განაპირობებდა იმას, რომ სოციალისტური ეკონომიკის პირობებშიც არ ჩამკვდარა ქართველ ხალხში თავისუფალი, შემოქმედებითი, ინდივიდუალური მეურნეობრიობისაკენ ლტოლვა. XX საუკუნის 80-იანი წლების მიწურულს საქართველოს „ჩრდილოვან ეკონომიკაში," რომელიც იმ დროს კერძო ინიციატივის რეალიზების ერთადერთი ძირითადი სფეროც იყო და საშუალებაც, დაახლოებით 3 მლრდ მანეთი იყო მოქცეული. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ 1990 წელს საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი 4,9 მლრდ მანეთს, ხოლო მთელი წარმოებული ეროვნული შემოსავალი 9,8 მლრდ მანეთს უდრიდა, ეს იმ პერიოდისათვის საკმაოდ დიდ კაპიტალს წარმოადგენდა. საგულისხმოა ისიც, რომ მკვლევართა გაანგარიშებით, 1960 წელს რუსეთში ე.წ. ჩრდილოვანი ბრუნვის საერთო მოცულობა საშუალოდ წელიწადში 5 მლრდ მანეთს არ აღემატებოდა, რაც ერთობლივი პროდუქტის საერთო მოცულობის მხოლოდ 2 პროცენტს უდრიდა. საქართველოში მეტად მნიშვნელოვანი იყო იმათი რიცხვიც, ვინც სხვადასხვა ფორმით ლეგალურად ეწეოდა ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას.

ქართველი საზოგადოების ისტორიულ-კულტურული და სულიერი წანამძღვრების ანალიზი და ეროვნული მეურნეობრიობის მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება იმის გარანტიაა, რომ მცირე მეწარმეობის დასახვა ქვეყნის მეურნეობრივი განვითარების პრიორიტულ მიმართულებად როგორც სოციალურ-ეკონომიკური, ისე პოლიტიკური თვალსაზრისითაც სავსებით გამართლებული, სწორი და რეალური ამოცანაა.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რა განაპირობებდა მეურნეობრიობის თავისებურებებს საქართველოში?
2. რა გავლენას ახდენდა მეურნეობის გაძღოლის ქართული წესი და ტრადიციები ქართველი მეურნის ფსიქოლოგიური არქიტიპის ჩამოყალიბებაზე?
3. რა არის ქართველი მეურნის ფსიქოლოგიისათვის დამახასიათებელი ძირითადი ნიშანთვისებები?
4. რა მეტყველებს საქართველოში ინდივიდუალური მეურნეობის უძველესობაზე?
5. რა გავლენას ახდენს კერძო და საერთო საკუთრების თანაარსებობა მეურნის ფსიქოლოგიაზე?
6. როგორ აფასებდა ილია ჭავჭავაძე ქართველი გლეხკაცობის მიერ სათემო და კერძო მიწათმფლობელობის ურთიერთ ჰარმონიულ შეთავსებას?
7. როგორი იყო საქართველოში სათემო მიწების სარგებლობისა და მათი პერიოდული გადანაწილების წესები და ვადები?
8. რატომ აღმოჩნდა უცხო და მიუღებელი სოფლის მეურნეობის სოციალისტური კოლექტივიზაცია ქართველი გლეხკაცობისთვის?
9. რითი განსხვავდება ერთმანეთისაგან ქართველი და რუსი ადამიანების ფსიქოლოგიური წყობა?
10. როგორ ვლინდებოდა საბჭოთა პერიოდში ქართველი მეურნის ეკონომიკურ საქმიანობაში მისი სამერნეო ფსიქოლოგიის თავისებურებანი?
11. როგორი იყო საბჭოთა პერიოდში ქართველი საზოგადოების დამოკიდებულება ე.წ. ჩრდილოვანი ეკონომიკისადმი?
12. რა როლს ასრულებდა ე.წ. პირადდამხმარე მეურნეობა მოსახლეობის მატერიალურ უზრუნველყოფაში?
13. როგორია ე.წ. პირადდამხმარე მეურნეობის როლი უნიკალური ეროვნული მეურნეობრივი კულტურის გადარჩენაში?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. ქართველი ადამიანის მეურნეობრივი ფსიქოლოგია;
2. ინდივიდუალური მეურნეობრიობის დადებითი და უარყოფითი მხარეები;

3. საერთო და კერძო ინტერესები.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მეურნეობის გაძღოლის ქართული წესი და ტრადიციები და მეურნეობრივი ფსიქოლოგია;
2. ქართველი საზოგადოება და ე.წ. ჩრდილოვანი ეკონომიკა საბჭოთა პერიოდში;
3. ქართული სამეურნეო ფსიქოლოგია და მცირე ბიზნესი.

ლიტერატურა

1. აბულაძე ი. შრომები, II. გამომცემლობა „მეცნიერება“, თბ., 1976;
2. აბულაძე ი. ძველი ქართული ენის ლექსიკონი (მასალები). თბ., გამომცემლობა „მეცნიერება, 1973;
3. გოგოლაძე დ. ქართული სოფელი ფეოდალიზმის ხანაში (XVI-XVIII სს.). სტრუქტურა და შინაგანი ორგანიზაცია. თბ., გამომცემლობა „მეცნიერება“, 1992;
4. დოლიძე ი. ძველი ქართული სამართალი. თბ., სტალინის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1953;
5. კოოპერაციის განვითარების გზები (საკითხავი წიგნი კოოპერაციიდან). ცეკავშირის გამომცემლობა, ტფ., 1927;
6. მუსხელიშვილი დ. გზა ხსნისა. გაზ. „კომუნისტი, 12 აგვისტო, 1990, №185;
7. ნადარეიშვილი გ. საკუთრების ზოგადი ცნების გამომხატველი ტერმინის წარმოშობა ქართულ სამართალში. იხ. წგნ, — სამართლის რეფორმა საქართველოში. თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1996;
8. საქართველოს ისტორიის ნარკვევები რვა ტომად. ტ. I, რედ. გ. მელიქიშვილი, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბ., 1970;
9. ქართული ენის განმარტებითი ლექსიკონი. პროფ. არნ. ჩიქობავას საერთო რედაქციით. ტ. V. თბ., საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის გამომცემლობა, 1958;
10. ო. შურღაია. ეროვნული ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“,№7-9, 1995;

11. ო. შურღაია. მეურნეობრიობის ხასიათი როგორც სამეურნეო ფსიქოლოგიის განმსაზღვრელი ფაქტორი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“,№5, 1999;
12. ო. შურღაია. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი (რეტროსპექტივა). ჟურნ. „დემოგრაფია“, 2001, ,№1 (3);
13. ძველი ქართული აგიოგრაფიული ლიტერატურის ძეგლები. წიგნი I (V-X სს.) დასაბეჭდად მოამზადეს ილ. აბულაძემ, ნ. ათანელიშვილმა, ნ. გოგუაძემ, ვ. ჭაჭაიამ, ც. ჭურციკიძემ, ც. ჭანკიევმა, ილ. აბულაძის ხელმძღვანელობითა და რედაქციით, საქართველოს სსრ მეცნიერებათა აკადემია, კ. კეკელიძის სახელობის ხელნაწერთა ინსტიტუტი, თბ., 1963;
14. ჭავჭავაძე ი. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VI. საქართველოს სსრ სახელმწიფო გამომცემლობა, თბ., 1956;
15. ჯავახიშვილი ივ. თხზულებანი თორმეტ ტომად. ტ. VII, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბ., 1984;
16. **Габидулин И. Рабочий класс и мифы уходящего времени.** Журн. „Социологические исследования,“ 1991, №11;
17. **Завельев В.** Малый бизнес – Большая проблема России. М, „Менеджер,“ 1994;
18. **Казанцев Б. „Частник“ в сфере бытового обслуживания.** Журн. „Социологические исследования“,1993, №11;
19. **Липерт Ю. История культуры в трех определениях.** 7-ое изд. С. Петербург, 1907;
20. **Социология.** Г. Осипов (рук. авт. кол), Ю. Коваленко, Н. Щипанов, Р. Яновский. Изд. „Мысль“, 1990.

7. 2. განსაკუთრებული სოციალურ-ეკონომიკური მისია

სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის დემონტაჟი და ეროვნული ეკონომიკური სისტემის ფორმირების პარალელურად მეურნეობის გადაყვანა თანამედროვე დასავლურ საბაზრო ურთიერთობებზე უაღრესად რთული, მრავალმხრივი და გრძელვადიანი ამოცანაა. თავის დროზე დასავლეთის ქვეყნები რამდენიმე ასწლეული მოუნდნენ საბაზრო მეურნეობის ჩამოყალიბებას. პროცესი, რომელიც XV-XVI საუკუნეებში დაიწყო, მხოლოდ XIX საუკუნის დასაწყისში დასრულდა[315].

უდავოა, თითოეული პოსტსოციალისტური ქვეყნის, მათ შორის, საქართველოს მეურნეობის ახალ ეკონომიკურ სისტემად გარდაქმნა ხანგრძლივ პერიოდსა და დიდ მატერიალურ, ფინანსურ და სულიერ რესურსებს მოითხოვს. საბაზრო ეკონომიკა ნახტომისებური, რევოლუციური მეთოდებით ვერ შეიქმნება. საჭიროა თანამიმდევრული და მიზანსწრაფული რეფორმირება და ევოლუციური განვითარება[316]. თვისებრივი ხასიათის ეკონომიკური, სოციალური და ინსტიტუციური ცვლილებების მხოლოდ თანდათანობითი, ეტაპობრივი განხორციელება აგვაცილებს თავიდან დიდ სოციალურ კატაკლიზმებსა და ეკონომიკურ რყევებს, მილიონობით ადამიანის ტრაგედიას. მაგრამ, ცხადია, ეს სულაც არ ნიშნავს ტრანსფორმაციული პროცესების თვითდინებაზე, სტიქიაზე მიშვებას, მათ უსაშველოდ გაწელვას დროსა და სივრცეში, პრიორიტეტების უქონლობას, პრობლემების გადაწყვეტის ეტაპებისა და ვადების დაუდგენლობას, რაც ასე დამახასიათებელია ქართული ეკონომიკის მესვეურებისათვის.

ამიტომ ამ ურთულესი კომპლექსური პრობლემის წარმატებით გადაწყვეტისათვის, უწინარეს ყოვლისა, აუცილებელია თვისებრივად ახალ ურთიერთობებზე გადასვლის მთავარი სფეროებისა და მიმართულებების განსაზღვრა და არსებული ძალებისა და შესაძლებლობების უპირატესად მათი განვითარებისათვის წარმართვა, სახელმწიფოსა და საზოგადოების ძალისხმევის მათ გარშემო კონცენტრაცია.

პირველ რიგში, სწორედ ამ თვალთახედვით უნდა განვიხილოთ მცირე ბიზნესის სრულიად განსაკუთრებული ისტორიული მისია გარდამავალ პერიოდში საქართველოს ეკონომიკურ აღორძინებაში. თანა-

---

[315] В. Перламутров. Еще раз о траекторий кризисного развития. „Российский экономический журнал". 1994, № 5-6, გვ. 21.

[316] რ. ბასარია. საზოგადოებრივი მენტალიტეტი და საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლის პოლიტეკონომიური პრობლემები. ჟურნ. „ეკონომიკა", 1995, № 10-12, გვ. 18.

მედროვე ეტაპზე წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტული განვითარება თვითმიზანი კი არ არის, არამედ სრულიად არაორდინარული სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებით ნაკარნახევი ობიექტური აუცილებლობა, გარდაუვალი კანონზომიერებაა, რომლის მართებულ გაცნობიერებაზე ბევრად იქნება დამოკიდებული ქვეყანაში სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების გაჯანსაღება, სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობისათვის მკვიდრი ეკონომიკური და სოციალური საფუძვლების ჩაყრა, ქვეყნის ერთიანი ეკონომიკური ორგანიზმის ჩამოყალიბება-გამთლიანება, ახალ ეკონომიკურ ფასეულობათა ათვისებასა და საბაზრო ურთიერთობებისადმი მოსახლეობის ადაპტაციასთან ერთად ეროვნული სამეურნეო კულტურის, შრომითი ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების შენარჩუნება-განვითარება. საგულისხმოა, რომ მაჰატმა განდი პოსტკოლონიურ პერიოდში ინდოეთის ეკონომიკის ჯანსაღი ეკონომიკური ზრდის წანამძღვრებს სწორედ წვრილი, კუსტარული წარმოების განმტკიცებას უკავშირებდა ანუ განვითარების ისეთი ფორმას, რომელიც უზრუნველყოფდა ეროვნული კულტურის, შრომითი ტრადიციებისა და ფასეულობების მაქსიმალურად შენარჩუნებას[317].

ადგილობრივი თავისებურებებიდან და გარდამავალ პერიოდში საქართველოში შექმნილი უმძიმესი სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებიდან გამომდინარე, ამ მიმართულებით განსახორციელებელ ღონისძიებათა სისტემაში ერთ-ერთ უმთავრეს რგოლად მცირე ბიზნესის ფორმირება, მისი განვითარებისა და ფუნქციონირებისათვის ხელშემწყობი ეკონომიკური, სოციალური და ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლების შექმნა და ყოველმხრივი სახელმწიფო მხარდაჭერა გვესახება.

ყოველივე ეს დაკავშირებულია ღრმა მენტალურ ცვლილებებთან, ეკონომიკურ ფასეულობათა კარდინალურ გადასინჯვასთან, რადიკალურ სტრუქტურულ რეფორმირებასთან. „ტოტალიტარული რეჟიმის დროს ადამიანი შეეჩვია, რომ ყველა საკითხს ხელისუფლება წყვეტდა, პიროვნება კი მისი მექანიკური შემსრულებელი იყო. ახლაც მრავლად არიან ისეთნი, რომელნიც ძველებურად, სახელმწიფოსაგან ელიან მზამზარეულ რეცეპტებს და დროის მოთხოვნების შესაბამისად ვერ მოქმედებენ. ეს არც არის გასაკვირი. ადრე ინიციატივა უცხო იყო საზოგადოებისათვის, ახლა კი, როცა დრო შეიცვალა და ამის გარეშე უკვე შეუძლებელია ცხოვრება, ადამიანებს უჭირთ

[317] Е. Брагина. Индия: государственная поддержка мелькой промышленности. გვ. 98.

სწრაფი გარდატეხა"[318]. ამიტომ სოციალისტური ეკონომიკისაგან მემკვიდრეობით მიღებულ სახელმწიფო საწარმოთა ჰიპერტროფირებული მონოპოლიზმის დაძლევა და მცირე ბიზნესის დაჩქარებული განვითარება საზოგადოებაში ინსტიტუციური გარდაქმნების ერთ-ერთ უმთავრეს ბერკეტად გვევლინება[319].

ამასთანავე, საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარებაზე ბევრად არის დამოკიდებული ისეთი მწვავე სოციალურ-ეკონომიკური ამოცანების გადაწყვეტა, როგორიცაა: ქვეყნის გამოყვანა ღრმა ეკონომიკური კრიზისიდან და ფართო მოხმარების საგნებითა და ფასიანი მომსახურებით ეროვნული სამომხმარებლო ბაზრის უმოკლეს ვადაში გაჯერება, მოსახლეობის ერთი ნაწილის ხელში თავმოყრილი დიდძალი ფულადი და მატერიალური რესურსების სამეურნეო ცხოვრების აქტივიზაციისათვის წარმართვა, თავისუფალი სამეწარმეო ურთიერთობების განვითარება და ქვეყნის ეკონომიკურ-ტერიტორიული მოწყობის ტრადიციების აღორძინება, ქართული ეკონომიკური მენტალიტეტისა და ეროვნული ეკონომიკისათვის ნიშანდობლივი დარგების აღდგენა-დაწინაურება.

არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ წვრილი მეწარმეობის განვითარება მყარ სოციალურ-ეკონომიკურ საფუძვლებს შექმნის ქვეყანაში რეალური, დემოკრატიული გარდაქმნებისათვის, პიროვნების უფლებებისა და თავისუფლებების რეალიზაციის, ინიციატივისა და თაოსნობის განვითარების, მეცნიერებისა და ტექნიკის მიღწევების პრაქტიკაში დანერგვის სტიმულირების, ეკონომიკურად უზრუნველყოფილი, სახელმწიფო დიქტატისა და მეურვეობისაგან განთავისუფლებულ მესაკუთრეთა მრავალრიცხოვანი ჯგუფების ჩამოყალიბებისათვის, რომლებიც თავიანთი ინიციატივით, კანონიერი ბიზნესის გზით სიმდიდრის დაგროვებისაკენ სწრაფვით დროთა განმავლობაში საქართველოს ეკონომიკური პროგრესის კატალიზატორად და ახალი, ეროვნული ხელისუფლების დასაყრდენ სოციალურ ბაზად უნდა გადაიქცნენ[320].

უსათუოდ, ანგარიშგასაწევია ისიც, რომ მსოფლიოს მრავალმა ქვეყანამ საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა სწორედ მცირე მე-

---

[318] საშობაო ეპისტოლე უწმინდესისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის, ილია II. ქრისტეს შობა, 1998/99, გვ. 4.

[319] Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. გვ. 3.

[320] საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. დამხმარე სახელმძღვანელო. შემდგ. ე. მექვაბიშვილი. თბ., 1991, გვ. 57.

წარმეობის უპირატესი განვითარებით, კარგად ორგანიზებული ე. წ. მცირე ეკონომიკის შექმნით დაიწყო. ამის თვალნათელი მაგალითია, თუნდაც, აშშ-ის ეკონომიკა, რომლის თავდაპირველ საფუძველს მცირე საოჯახო ფერმები წარმოადგენდნენ. ადამიანები თავიანთი ოჯახებისთვის საკმარის სურსათ-სანოვაგეს აწარმოებდნენ, ხოლო ნამეტ პროდუქციას ცვლიდნენ საჭირო საქონელზე, რომლებსაც დამოუკიდებელი ხელოსნები და ვაჭრები აწვდიდნენ. XIX საუკუნის შუა პერიოდიდან ქვეყანაში დაიწყო აგრარული ეკონომიკიდან ინდუსტრიულზე გადასვლა, მეწარმეებმა თავიანთ ხელში თავი მოუყარეს კაპიტალს, ტექნოლოგიას და სამუშაო ძალას მძიმე მრეწველობის განვითარებისთვის, ამავე დროს, არსებითი ცვლილებები მოხდა ბიზნესის მასშტაბებში, დამოუკიდებელ ხელოსანთა სახელოსნოები მსხვილმა ფაბრიკებმა შეცვალეს[321] და ეკონომიკამ თანდათანობით ის სახე მიიღო, რომლითაც იგი დღეს ერთ-ერთ მსოფლიო ეკონომიკურ საოცრებას წარმოადგენს. მსოფლიო გამოცდილება იმასაც ადასტურებს, რომ გარდამავალ პერიოდში დაჩქარებული ეკონომიკური ზრდის საიმედო გარანტიას სწორედ მცირე ეკონომიკა ქმნის. ამიტომაც განსაკუთრებული, გამორჩეული, შეიძლება ითქვას, შეუცვლელია მისი როლი და ადგილი ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პირობებში. უწინარესად, მასთან არის დაკავშირებული არა მარტო ქვეყანაში რიგი მაკროეკონომიკური პრობლემის გადაწყვეტა და ეკონომიკის ახალ, საბაზრო პრინციპებზე თანდათანობით გადაყვანა, არამედ — თვისებრივად სრულიად ახალი საწარმოო-ეკონომიკური ურთიერთობებისადმი, სოციალურ-ეკონომიკური და ორგანიზაციულ-სამართლებრივი გარემოსადმი, ახალი ფასეულობებისადმი მოსახლეობის ფართო ფენების ადაპტაცია, მათი შემოსავლისა და, საერთოდ, კეთილდღეობის დონის ამაღლება. უფრო მეტიც, საქართველოში, ისე როგორც სხვა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში, ეკონომიკური სისტემის ტრანსფორმაციის პერიოდში მცირე ბიზნესი იყო, არის და გარკვეული დროის განმავლობაში მომავალშიც იქნება მოსახლეობის შრომითი საქმიანობის ერთ-ერთი ძირითადი სფერო და, შესაბამისად, მათი შემოსავლის უპირველესი და უმნიშვნელოვანესი წყარო. არ იქნება გადაჭარბებული, თუ ვიტყვით, რომ გაჭიანურებული ღრმა ეკონომიკური კრიზისის ვითარებაში, უწინარესად, სწორედ მცირე ბიზნესმა გაუჩინა მოსახლეობას არსებობის საშუალებანი და ამით, ფაქტობრივად, იხსნა მასობრივი შიმშილისაგან.

---

[321] Современный бизнес. т. 1, с. 49-50.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კერძო საკუთრებასთან დაკავშირებული საქმიანობა საქართველოში უკვე 1994 წელს იყო ოჯახების 44 პროცენტისათვის შემოსავლის ძირითადი, დანარჩენი, 36 პროცენტისათვის კი — დამატებითი წყარო[322]. ამჟამადაც, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ მოსახლეობის უდიდესი უმრავლესობა თვითდასაქმებულია, მათი, ასევე, დიდი უმრავლესობის შემოსავლის უმთავრეს წყაროს წარმოადგენს საკუთარი, უწინარესად, მცირე ბიზნესიდან მიღებული შემოსავალი, რომლის როგორც აბსოლუტური ოდენობა, ისე წილი მთლიან შემოსავალში სულ უფრო იზრდება.

როგორც საოჯახო მეურნეობებზე საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის დაკვირვების მასალები გვიჩვენებს, 1997 წელს საქართველოში მოსახლეობის მიერ თვითდასაქმებიდან მიღებულმა შემოსავალმა 422,2 მლნ ლარი ანუ დასაქმებულთა მთლიანი შემოსავლის 54,4 პროცენტი შეადგინა. 1998 წლისათვის ეს მაჩვენებლები, შესაბამისად, 537 მლნ ლარამდე და 64,2 პროცენტამდე, ხოლო 1999 წელს 565,7 მლნ ლარამდე და 73,4 პროცენტამდე გაიზარდა, 2000 წლის პირველ კვარტალში კი, 128,5 მლნ ლარსა და 68,9 პროცენტს მიაღწია[323].

ამასთანავე, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ამჟამად მოსახლეობა შემოსავლის საგრძნობ ნაწილს იღებს, აგრეთვე, მცირე მეწარმეობის სფეროში დაქირავებული შრომიდან, რის შესაძლებლობას, უწინარეს ყოვლისა, გარდამავალ პერიოდში მცირე საწარმოთა ქსელის უპირატესი განვითარება და მათი შედარებით ეფექტიანი ფუნქციონირება ქმნის. საკმარისია აღინიშნოს, რომ 1999 წელს მხოლოდ სამეწარმეო სფეროს მცირე საწარმოებში მთლიანმა დანახარჯებმა სამუშაო ძალაზე (ხელფასი, პრემია, საქველმოქმედო გადასახდელები, არასამუშაო დღეებში მუშაობისათვის გადახდები, ანაზღაურება ნატურით და სხვ., აგრეთვე, ირიბი ხარჯები) 75,5 მლნ ლარი ანუ ამ მიზნით მთლიანად სამეწარმეო სფეროში გაღებული ხარჯების 19,2 პროცენტი შეადგინა[324].

---

[322] საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა 1994 წელს. საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის კომიტეტი, თბ., 1995, გვ. 9.

[323] საქართველოს შინამეურნეობები, 1998-1999. გვ. 57.

[324] მეწარმეობა საქართველოში, 2000. გვ. 125.

აღსანიშნავია ისიც, რომ, საერთოდ, და, კერძოდ, არასახელმწიფო სექტორში მოქმედ მცირე საწარმოებში, სხვა ორგანიზაციებთან შედარებით, უფრო მაღალია შრომის ანაზღაურების დონე. კერძოდ, 1998-1999 წწ. ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევისას, რესპონდენტთა 33,4 პროცენტმა აღნიშნა, რომ ხელფასის ოდენობა მათ ფირმაში უფრო დიდია, ვიდრე, საშუალოდ, საქართველოში, 42,5 პროცენტის აზრით კი, დაახლოებით იგივეა, როგორიც, საერთოდ, ქვეყანაში, მაშინ როდესაც გამოკითხულთა მხოლოდ 24,1 პროცენტმა დააფიქსირა საწინააღმდეგო ვითარება. (იხ. ცხრ. 29).

ცხრილი 29

როგორია ხელფასის დონე თქვენს ფირმაში ?

პასუხების ვარიანტები	რესპონ. რიცხ.*, რომლებმაც უპას. კითხვა-ზე -სულ (პროც.	მათ შორის					
		ინდივიდ. საწარმო	სოლიდარ. პასუხისმგებ. საზოგად.	კომანდიტური საზოგად.	საკონერო საზოგად.	შეზღუდული პასუხისმგებ. საზოგად.	კოოპერატივი
უფრო მაღალია, ვიდრე — საშუალოდ ქვეყანაში	33,4	32,5	23,8	40,0	28,0	40,3	15,2
დაახლოებით იგივე დონეზეა, როგორც — საშუალოდ ქვეყანაში	42,5	43,7	20,0	20,0	42,4	40.2,5	65,2
უფრო დაბალია, ვიდრე — საშუალოდ ქვეყანაში	24,1	23,8	40,0	40,0	29,6	19,5	19,5

* კითხვაზე პასუხი გასცა 1888 რესპონდენტმა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წწ. თბილისში მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის მასალები.

კიდევ უფრო უკეთესი მდგომარეობაა შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების სტატუსით მომუშავე საწარმოებში, სადაც გამოკითხულთა 40,3 პროცენტმა განაცხადა, რომ ხელფასის დონე მათ საწარმოებში უფრო მაღალია, ვიდრე — საშუალოდ ქვეყანაში, თითქმის ამავე რაოდენობის (40,2 პროცენტი) რესპონდენტთა აზრით კი იმავე დონეზეა, როგორც, საერთოდ, საქართველოში, მაშინ, როდესაც გამოკითხულთა მხოლოდ 19,5 პროცენტმა განაცხადა, რომ ხელფასის ოდენობა მათ ფირმაში ნაკლებია საშუალო რესპუბლიკურ მაჩვენებლებზე.

მეტად მნიშვნელოვანია, აგრეთვე, სხვადასხვა სახეობის შეღავათებისა და დახმარებების სახით გაცემული ფულადი და სხვა სახეობის მისაცემლები. მეწარმეთა 39,3 პროცენტმა განაცხადა, რომ მათ ფირმებში დასაქმებული მუშაკები სარგებლობენ ფასიანი შვებულებით, 19,7 პროცენტმა — საავადმყოფო ფურცლის ანაზღაურებით, 16,9 პროცენტმა — დახმარებით ავადმყოფობისას, 19,4 პროცენტმა — მატერიალური დახმარებით, 10,5 პროცენტმა — ფულადი პრემიებით, 7,2 პროცენტმა — პროდუქტებზე შეღავათიანი ფასებით, 6,2 პროცენტმა — საწარმოს უფასო (შეღავათიანი) აქციების მიღებით, სასადილოში კვების საფასურზე დოტაციით ან შეღავათიანი ფასებით და ა. შ. (იხ. ცხრ. 30).

მოსახლეობის ცალკეული, განსაკუთრებით, სოციალურად დაუცველი ფენების მატერიალური მდგომარეობის გაუმჯობესებაში, ასევე, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მეწარმეთა საქველმოქმედო საქმიანობა. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულ ბიზნესმენთა 20,3 პროცენტმა აღნიშნა, რომ მათი ფირმა ხშირად ეწევა ქველმოქმედებას, 4,8 პროცენტმა კი — სისტემატურად, თუმცა, დიდია იმ რესპონდენტთა რაოდენობაც, ვინ განაცხადა, რომ მათი ფირმა იშვიათად (51,6 პროცენტი) ან, საერთოდ, არ ეწევა (23,3 პროცენტი) ასეთ საქმიანობას.

მრავალი სუბიექტური და ობიექტური მიზეზის შედეგად საქართველოში შექმნილი განსაკუთრებული ვითარების გამო, თანამედროვე ეტაპზე მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტული, თანაც, რაც შეიძლება დაჩქარებული, განვითარება, შეიძლება, სრული პასუხისმგებლობით ითქვას, რომ არა მხოლოდ ეკონომიკური და სოციალური ამოცანაა, არამედ — პოლიტიკურიც, რადგან, როგორც სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქმა, უწმინდესმა და უნეტარესმა ილია II აღნიშნა, მეწარმეობის განვითარება დროის მოთხოვნა და ჩვენი გადარჩენის გარანტიაა.

რატომ დგას ასე მწვავედ ეს საკითხი?

საქმე ისაა, რომ მცირე მეწარმეობის დაწინაურებით საქართველოში გარდამავალ პერიოდში რამდენიმე, ერთმანეთთან მჭიდროდ ურთიერთდაკავშირებული ურთულესი პრობლემა უნდა გადაწყდეს, რაზეც, თავის მხრივ, დიდად იქნება დამოკიდებული ქართული სახელმწიფოებრიობის შენარჩუნება-განმტკიცება, ერთიანი ეროვნული ბაზრის ფორმირების საფუძველზე ქვეყნის ნამდვილი, ეკონომიკური გაერთიანება და მსოფლიო ეკონომიკურ სტრუქტურებში ინტეგრირებული ეროვნული ეკონომიკის განვითარება, რომლის არარსებობა

დღემდე ქვეყნის სხვადასხვა ტერიტორიულ-ადმინისტრაციული მხარის ურთიერთგაუცხოების ერთ-ერთ ძირითად მიზეზად რჩება.

ცხრილი 30

გთხოვთ, აღნიშნოთ ქვემოთ ჩამოთვლილი სოციალური შეღავათები, რომლებითაც სარგებლობენ თქვენი ფირმის მუშაკები

პასუხების ვარიანტები	რესპონ. რიცხ.*, რომლებმაც უპას. კითხვაზე -სულ (პროც.	მათ შორის					
		ინდივიდ. საწარმო	სოლიდარ. პასუხისმგებ. საზოგად.	კომანდიტური საზოგად.	საქციონერო საზოგად.	შეზღუდული პასუხისმგებ. საზოგად.	კოოპერატივი
ანაზ. შეებულება	39,3	10,3	23,1	12,5	27,8	20,6	16,2
დამატ. შვებულება	0,5	2,2	0	0	2,7	3,7	3,7
საავად. ფურც. ანაზ.	19,7	2,0	10,3	0	17,8	6,5	10,0
დასასვენებელისახლის (პანს.) საგზ.რის შეძენა	1,8	0,5	5,1	12,5	1,4	0,6	0
დახმარ. ავადმყ.-სას	16,9	9,7	17,9	12,5	7,9	11,0	11,2
სამედ. მომსახურების ანაზღაურება	4,5	0,9	2,6	0	3,6	1,9	1,2
დოტ. საბავ. ბაგა-ბაღებ. და სხვ. დაწესებ. ბავშ. შენახვა	3,0	1,1	5,1	12,5	2,5	0,6	1,2
ფულადი პრემიები	10,5	10,3	10,3	0	2,5	8,0	11,2
კრედიტის მიცემა	3,3	1,8	2,6	0	1,3	2,5	3,7
მატერიალ. დახმარ.	19,4	9,4	7,7	12,5	12,4	9,6	13,7
მატერიალ. დახმარ. პენს. გასვლისას	1,6	0,2	2,6	0	1,2	0,7	1,2
პენსიაზე დანამატები	0,5	0,3	0	0	0,3	0,09	1,2
სწავლა (გადამზად.)	2,5	0,1	0	0	1,4	2,5	1,2
თანამშ. საცხ. ბინ. არენდ. აღება(პირად საკუთრ.გადაცემა)	0,4	0	0	0	0,3	0,17	0
შეღავ. ფასი პროდ.	7,2	9,9	0	0	0,5	6,9	6,2
დოტ-კვებაზე შეღავ. ფასი სასად-	3,0	0,9	0	0	1,0	3,0	1,2
დოტაცია ტრანს. სარგებლობისათვის	1,0	0,4	0	0	0,8	0,5	0
საწარ. აქც. უფასოდ (შეღავ.) მიცემა	6,2	0	0	0	7,2	0,4	0
არ ვსარგებლ. არც ერთი შეღავათით	30,9	40,0	12,8	37,5	7,4	21,9	16,2

* კითხვაზეპასუხი გასცა 585 რესპონდენტმა.

წყარო: სამეწარმეო საქმიანობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ზოგიერთი პრობლემის შესახებ 1998-1999 წწ. თბილისში მეწარმეთა სოციოლოგიური გამოკვლევის მასალები.

ძალიან მოკლედ შევჩერდებით მხოლოდ ზოგიერთ პრობლემაზე, რომლებიც, უწინარესად, მცირე ბიზნესის დაჩქარებული განვითარების საფუძველზე უნდა გადავწყვიტოთ.

1. *ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დასაქმება.* ამჟამად საქართველოში ყველა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემის თავიდათავი ისეთი საბაზრო პრინციპებზე ორგანიზებული, თანამედროვე, სრულფასოვანი და სიცოცხლისუნარიანი ეროვნული მეურნეობის არარსებობაა, რომელიც უზრუნველყოფდა არსებული ბუნებრივი რესურსებისა და ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის რაციონალურ დასაქმებას. სწორედ კვალიფიციური, მაღალშემოსავლიანი სამუშაო ადგილების მწვავე უკმარისობა იწვევს მასობრივ ფაქტობრივ, თუ ფარულ უმუშევრობას. ოფიციალური მონაცემებითაც კი, 1999 წელს ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის მხოლოდ 86,2 პროცენტი იყო დასაქმებული[325], რეგისტრირებულ სამუშაოს მაძიებელთა რიცხვი — 103,8 ათას კაცს, ხოლო უმუშევრებისა 102,6 კაცს უდრიდა[326]. სინამდვილეში ფაქტობრივი მაჩვენებლები ბევრად აღემატებოდა ამ მონაცემებს.

ამასთანავე, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია, უკიდურესად არასრულყოფილია დასაქმებულთა სტრუქტურაც: 2000 წლის დასაწყისისათვის საქართველოში დაქირავებით დასაქმებული იყო მხოლოდ 722,8 ათასი კაცი ანუ დასაქმებულთა საერთო რაოდენობის 39,3 პროცენტი, მაშინ როდესაც თვითდასაქმებულთა რიცხვი, რომელთა აბსოლუტური უმრავლესობა სინამდვილეში უმუშევარია, 1273,4 ათას კაცს ანუ 69,3 პროცენტს უდრიდა[327]. 1999 წელს 1139,0 ათასი თვითდასაქმებული ანუ 87,2 პროცენტი, სოფლის მეურნეობაში მუშაობდა (მათ შორის, 631,0 კაცი ანუ 55,4 პროცენტი, საოჯახო საწარმოში — უსასყიდლოდ)[328], 103,7 ათასი კაცი კი — ვაჭრობასა და საყოფაცხოვრებო ტექნიკის რემონტის სფეროში[329] და ეს მაშინ, როდესაც მთლიანად ორგანიზებულ სამეწარმეო სფეროში მომუშავეთა რიცხვი 379,3 ათას კაცს არ აღემატებოდა[330].

---

[325] საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული. 2000. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2001, გვ. 51.

[326] იქვე. გვ. 54.

[327] საქართველოს შინამეურნეობები, 1998-1999. გვ. 57.

[328] იქვე. გვ. 69.

[329] იქვე. გვ. 73.

[330] ო. შურღაია. მცირე ბიზნესის დემოგრაფიული „შემოსავალი". ჟურნ. „დემოგრაფია", 2001, 2 (4), გვ. 82.

თუ რამდენად არასახარბიელოა დასაქმების სტრუქტურის თვალსაზრისით საქართველოში შექმნილი ვითარება, ამასთ ვალნათლივ გვიჩვენებს თუნდაც საქართველოს მონაცემების სხვა ქვეყნების შესაბამის მაჩვენებლებთან შედარება. მაგალითად, განვითარებულ ქვეყნებში თვითდასაქმებულთა წილი სამუშაო ძალის მთლიან რიცხოვნობაში 9 პროცენტს, მათ შორის, არასასოფლო-სამეურნეო დარგებში — 6 პროცენტს, ხოლო სოფლის მეურნეობაში 43 პროცენტს არ აღემატება[331]. თითქმის ანალოგიური ვითარებაა რუსეთის ფედერაციაშიც, სადაც დასაქმებული მოსახლეობის საერთო რაოდენობაში დაქირავებული შრომით დასაქმებულთა წილი 81,9 პროცენტს უდრის, ხოლო არადაქირავებული შრომით მომუშავეებისა ანუ თვითდასაქმებულებისა — 13,1 პროცენტს. არადაქირავებული შრომით მომუშავეთა საერთო რიცხვში იმათი წილი, ვინც საკუთარ თავს დამოუკიდებლად უზრუნველყოფს სამუშაოთი, 15,4 პროცენტს შეადგენს, ხოლო უსასყიდლოდ მომუშავე ოჯახის წევრებისა — 1,1 პროცენტს[332].

საქართველოში დასაქმებულთა საერთო რიცხოვნობაში თვითდასაქმებულთა მაღალი წილი „მიმზიდველი ფაქტორებით“ რომ არ არის განპირობებული, ამას ნათელყოფს სოციოლოგიური კვლევის შედეგები. კერძოდ, არარეგისტრირებულ (არარეგლამენტირებულ, არაფორმალურ) წვრილ მეწარმეობაში თვითდასაქმებულთა შრომითი მოტივაციის შესწავლის მიზნით თბილისში ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევისას, გამოკითხულთა 63 პროცენტმა თვითდასაქმების მოტივად დაასახელა ოფიციალურ სექტორში სამუშაოს პოვნის შეუძლებლობა, 50 პროცენტმა — ამ სექტორში ხელფასის სიმცირე, ხოლო 9 პროცენტმა — გადასახადების სიდიდე[333], მაშინ როდესაც, როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, განვითარებულ ქვეყნებში სხვა სამუშაოს უქონლობის გამო მხოლოდ 26 პროცენტია „დამოუკიდებლად დასაქმებული“[334].

2. *მოსახლეობის შემოსავლის გადიდება.* დასაქმების სფეროს, ერთი მხრივ, უკიდურესი შეზღუდულობა, ხოლო, მეორე მხრივ, შრომის ანაზღაურების, ასევე, უკიდურესად დაბალი დონე განაპირობებს მო-

---

[331] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 142.

[332] И. Котляр. О понятии рынка труда. Жур. „Вопросы экономики“. 1998, № 1, გვ. 37.

[333] დ. ყარაულაშვილი, ზ. გოცირიძე. არარეგისტრირებული თვითდასაქმების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები. გვ. 11.

[334] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. გვ. 142.

სახლეობის შემოსავლის მეტისმეტ სიმწირეს, საარსებო მინიმუმთან მის მკვეთრ შეუსაბამობას. 1999 წელს ფულადმა და არაფულადმა შემოსავალმა, ერთ საოჯახო მეურნეობაზე გაანგარიშებით, მხოლოდ 166,9 ლარი შეადგინა. კიდევ უფრო არასახარბიელო მდგომარეობა იყო ცალკეულ რეგიონებში. მაგალითად, გურიაში ეს მაჩვენებელი 133,4 ლარს, იმერეთში – 139,1, სამეგრელო-ზემო სვანეთში – 155,0, სამცხე-ჯავახეთში კი 156,2 ლარს არ აღემატებოდა.

ამასთანავე, არასრულყოფილია შემოსავლების სტრუქტურაც. ერთ საოჯახო მეურნეობაზე გაანგარიშებით, დაქირავებული შრომიდან მიღებული საშუალო თვიური შემოსავალი მხოლოდ 41,6, თვითდასაქმებიდან კი 14,6 ლარს შეადგენს, მაშინ როდესაც უცხოეთიდან გზავნილები – 5,4 ლარს, ახლობლებისგან მიღებული ფული – 6,7, ქონების გაყიდვიდან შემოსავალი – 6,4, ნასესხები ფული ან დანაზოგი – 15,8, ხოლო სხვა არაფულადი შემოსავალი 40,8 ლარს უდრის[335], და, ამდენად, სხვადასხვა არაშრომითი საქმიანობიდან შემოსავალი 25,2 პროცენტით სჭარბობს შრომის ანაზღაურებიდან და თვითდასაქმებიდან მიღებულ შემოსავალს.

დეფორმირებულია სამომხმარებლო ხარჯების სტრუქტურაც. 1999 წელს მათი საშუალო თვიური მოცულობა, ერთ საოჯახო მეურნეობაზე გაანგარიშებით, 179,7 ლარს უდრიდა, რომლის 54,1 პროცენტი სურსათის, 11,7 პროცენტი – საოჯახო მოხმარების საქონლის, 6,5 პროცენტი – ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის შეძენაზე, 6,9 პროცენტი – სათბობისა და ელექტროენერგიის საფასურის გადახდაზე, 6,2 პროცენტი კი სატრანსპორტო ხარჯებზე მოდიოდა და ეს მაშინ, როდესაც ჯანმრთელობის დაცვაზე გაწეული ხარჯები მხოლოდ 3,5 პროცენტს, ხოლო განათლებაზე, კულტურასა და დასვენებაზე ერთად აღებული 2,9 პროცენტს უდრიდა[336].

3. *დემოგრაფიული მდგომარეობის გაუმჯობესება.* მკვეთრად გაუარესებულია ქვეყნის დემოგრაფიული განვითარების მაჩვენებლებიც, რომელთა შეფასებაში ოფიციალურ ორგანოებსა და სპეციალისტებს შორის აზრთა მნიშვნელოვანი სხვადასხვაობაა. კერძოდ, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, შობადობის ზოგადი კოეფიციენტი 1990 წლის 17,0 პრომილედან 2000 წელს 8,9 პრომილემდე შემცირდა, შეფასებითი მონაცემებით კი, შე-

[335] საქართველოს შინამეურნეობები, 1998-1999. გვ. 89.

[336] იქვე. გვ. 92.

საბამისად, – 17,1 პრომილედან 12,3 პრომილემდე[337]. ამავე პერიოდში მოკვდაობის ზოგადი კოეფიციენტი გაიზარდა: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, – 8,5 პრომილედან 9,1 პრომილემდე, შეფასებითი მონაცემებით კი – 9,4 პრომილედან 11,8 პრომილემდე[338], ხოლო შობადობის ჯამობრივი კოეფიციენტი შემცირდა: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით – 2,2 პრომილედან 1,07 პრომილემდე[339], შეფასებითი მონაცემებით კი – 2,186-დან 1,666-მდე[340], მაშინ როდესაც, როგორც ცნობილია, მოსახლეობის მარტივი აღწარმოებისას ეს მაჩვენებელი 2,1-ს მაინც უნდა უდრიდეს. ყოველივე ამის შედეგად ქვეყანაში მოსახლეობის ბუნებრივი მატების კოეფიციენტი დაეცა: საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, – 1990 წლის 8,6 პრომილედან 2000 წელს – 0,2 პრომილემდე, ხოლო შეფასებითი მონაცემებით, – 8,1 პრომილედან 0,5 პრომილემდე[341].

4. მიგრაციული პროცესების შერბილება. საგანგაშო ხასიათი მიიღო ქართველი საზოგადოებისათვის ისეთმა, შედარებით უცხო მოვლენამ, როგორიცაა მოსახლეობის მასობრივი მიგრაცია ქვეყნის ფარგლებს გარეთ. შეფასებითი მონაცემებით, გარე მიგრაციის უარყოფითი სალდო 1990-1997 წლებში 218,8 ათასი კაციდან – 1076,6 ათასი კაცის ფარგლებში მერყეობდა[342]. ყურადღებას იპყრობს ისიც, რომ ბოლო წლებში კვლავ ინტენსიური ხასიათი მიიღო მოსახლეობის საზღვარგარეთ გადინებამ: 1998 წელს საქართველოდან სხვა ქვეყნებში საცხოვრებლად 43,4 ათასი კაცი, 1999 წელს – 40,0 ათასი კაცი, ხოლო 2000 წელს 39,2 ათასი კაცი გადავიდა, მთლიანად 1990-2000 წლებში კი გარე მიგრაციის უარყოფითმა სალდომ საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 221 ათასი კაცი, ხოლო მიგრაციის ზოგადმა კოეფიციენტმა – 3,9 პრომი-

---

[337] გ. წულაძე, ნ. მაღლაფერიძე, ა. ვადაჭკორია. საქართველოს დემოგრაფიული წელიწდეული. 2000. თბ., გამომც. „ჯისიაი", 2001, გვ. 25.

[338] იქვე.

[339] საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული. გვ. 41.

[340] გ. წულაძე, ნ. მაღლაფერიძე, ა. ვადაჭკორია. საქართველოს დემოგრაფიული წელიწდეული. 2000. გვ. 27.

[341] იქვე. გვ. 25.

[342] იქვე. გვ. 53.

ლე შეადგინა, შეფასებითი მონაცემებით კი, შესაბამისად, — 1228,7 ათასი კაცი და 23,9 პრომილე[343].

მეტად მნიშვნელოვანია მიგრაციული ნაკადები ქვეყნის შიგნითაც. 1998 წელს ათიათასობით ადამიანმა შეიცვალა საცხოვრებელი ადგილი საქართველოს ერთსა და იმავე კუთხეში. დიდია, აგრეთვე, იმათი რიცხვიც, ვინც საცხოვრებლად ქვეყნის ერთი კუთხიდან მეორე კუთხეში გადავიდა. კიდევ უფრო მძაფრი ხასიათი ჰქონდა ამ პროცესს 1999 წელს. განსაკუთრებით ინტენსიურია შიდა მიგრანტთა ნაკადები თბილისისაკენ, რაც უმწვავესი პრობლემების წინაშე აყენებს დედაქალაქის მოსახლეობას.

თუ რაოდენ რთულ, მტკივნეულ პროცესებთან გვაქვს საქმე, ეს კარგად ჩანს ილია ჭავჭავაძის სიტყვებიდან: „...რაკი ამ მოვლენამ *(მიგრაციამ, — ო. შ.)* ფეხი აიდგა იმისთანა ქვეყანაში, როგორიც ჩვენია, საცა მკვიდრი, ერთხელ ერთს ადგილას დაბინავებული კაცი ძნელად გამოიმეტებს ხოლმე თავის მამა-პაპის ბინას და მიწა-წყალსა, დიდის სიმძიმით და გულისტკივილით პშორდება იმ ადგილს, საცა დაბადებულა, საცა უმოქმედია, ოფლი და სისხლი უღვრია მამა-პაპასა, საცა ულოცნიათ, უჭირნახულიათ, ულხენიათ და დასასრულ საცა დამარხულან; საცა ყოველივე იმისთანა ზნეობრივს კუთვნილებას შეადგენს ადამიანისას, რომლის დაკარგვა, რომელზედაც ხელის აღება ჩვენის გლეხკაცისა თუ კეთილშობილისათვის ხორციელ სიკვდილზე ნაკლები აღარ არის, იქ მამა-პაპისაგან დაშენებულის, დადებულის ბინის აშლა, აგვა, გათახსირება, და სხვაგან ძებნა ბედისა, — იქ აყრა და სხვაგან გადასვლა იმისთანა მიზეზს უნდა მიეწეროს, რომელსაც ხალხის თვალში აღარა მოევლება-რა, აღარა ეშველება-რა“[344] *(ცა ზვას. ჩვენია,-ო. შ.)*.

სულ უფრო მძაფრდება ისეთი უარყოფითი მოვლენაც, როგორიცაა ქვეყნის ცალკეულ კუთხეებში დაწყებული მოსახლეობის დეპოპულაცია. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, თუ 1990 წელს გარდაცვლილთა რიცხვი მხოლოდ რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში ჭარბობდა დაბადებულთა რიცხვს, 1998 წელს ამ რეგიონს გურია და კახეთი შეემატა, 1999 წელს — სამეგრელო-ზემო სვანეთი და იმერეთი, 2000 წელს კი — თბილისი, შიდა ქართლი და მცხეთა-მთიანეთი ანუ მოსახლეობის რაოდენობის შემცირების ტენდენცია უკ-

---

[343] გ. წულაძე, ნ. მაღლაფერიძე, ა. ვადაჭკორია. საქართველოს დემოგრაფიული წელიწდეული. 2000. გვ. 98.

[344] ი. ჭავჭავაძე. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VIII. გვ. 301.

ვე საქართველოს იურისდიქციას დაქვემდებარებული 64 ქალაქიდან და რაიონიდან — 38-ში, 11 რეგიონიდან კი 8-ში შეინიშნება.

განსაკუთრებით მწვავე ხასიათი აქვს მიგრაციულ პროცესებს აბაშის, მარტვილის, სენაკის, წალენჯიხის, ხობის, ონის, ამბროლაურის, ცაგერის, ბაღდათის, ვანის, ზესტაფონის, თერჯოლის, სამტრედიის, საჩხერის, ხარაგაულის, ხონის, ახმეტის, გურჯაანის, დედოფლისწყაროს, ლაგოდეხის, საგარეჯოს, სიღნაღის, ყვარლის, ოზურგეთის, ლანჩხუთისა და ჩოხატაურის, აგრეთვე, უპირატესად, მკვიდრი ეროვნებით დასახლებულ ზოგიერთ სხვა რაიონში.

ბუნებრივ მოძრაობაში გამოკვეთილი უარყოფითი ტენდენციების, აგრეთვე, გარე მიგრაციული ნაკადების გაზრდილი ინტენსივობის შედეგად, დაიწყო მთლიანად საქართველოს მოსახლეობის რაოდენობის კლება. კერძოდ, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, ქვეყნის მოსახლეობა 1990 წლის 1 იანვრის 5413,5 ათასი კაციდან 2001 წლის 1 იანვრისათვის 4945,5 კაცამდე, ხოლო შეფასებითი მონაცემებით, შესაბამისად, 5421,7 ათასი კაციდან 4034,4 ათას კაცამდე შემცირდა[345] ანუ ბოლო 10 წლის განმავლობაში კლებამ, სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, — 8,7, ხოლო შეფასებითი მონაცემებით, 25,6 პროცენტი შეადგინა. ამასთანავე, საგულისხმოა, რომ ეს ტენდენცია სულ უფრო ძლიერდება, რაც ქვეყანას სრულიად ახალი გეოპოლიტიკური და გეოეკონომიკური რეალობების წინაშე აყენებს.

ქვეყანაში შექმნილი უმძიმესი დემოგრაფიული მდგომარეობა, უმეტესწილად, განპირობებულია უკიდურესი სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებით. ამას თვალნათლივ მოწმობს სოციალურ-დემოგრაფიული კვლევების შედეგებიც, რომელთა თანახმად, რესპონდენტთა 76,5 პროცენტი ოჯახის ძირითად პრობლემებად მატერიალურ მდგომარეობასთან დაკავშირებულ გარემოებებს თვლის. კერძოდ, გამოკითხულთა 37,6 პროცენტმა ასეთ პრობლემად მატერიალური გაჭირვება დაასახელა, 23,6 პროცენტმა — დაუსაქმებლობა (უმუშევრობა), 3,4 პროცენტმა — უბინაობა, 11,9 პროცენტმა — საყოფაცხოვრებო საკითხების მოუგვარებლობა[346], მაშინ როდესაც ე. წ. არამატერიალური ხასიათის გარემოებები მხოლოდ 21,4 პროცენტს აწუხებს. კერძოდ, გამოკით-

---

[345] გ. წულაძე, ნ. მაღლაფერიძე, ა. ვადაჭკორია. საქართველოს დემოგრაფიული წელიწდეული. 2000. გვ. 17.

[346] მ. გუჯუა. აფხაზეთიდან დევნილი ოჯახების დემოგრაფიული მდგომარეობა და პრობლემები. ჟურნ. „დემოგრაფია", 2001, № 1(3), გვ. 28.

ხულთა 9,4 პროცენტს ძირითად პრობლემად ოჯახის წევრთა ავადმყოფობა მიაჩნია, 0,6 პროცენტს — დაძაბული ურთიერთობა მეუღლესთან, 0,2 პროცენტს — დედამთილ-მამამთილთან, 0,5 პროცენტს — შვილებთან, 3,4 პროცენტს — ბავშვის აღზრდის სირთულეები, 7,3 პროცენტს — საოჯახო საქმეებით მეტისმეტად გადატვირთვა[347].

ზემოაღნიშნული გამოკვლევა იმასაც ნათელყოფს, რომ ამჟამად დაქორწინებისა თუ ოჯახში პირველი ან მორიგი შვილის გაჩენისაგან თავს ძირითადად ცუდი ეკონომიკური პირობების გამო იკავებენ. მართალია, დაოჯახების ხელშემშლელ მიზეზებად გამოკითხულთა დიდმა ნაწილმა (62,9 პროცენტმა) ე. წ. არამატერიალური ხასიათის გარემოებები (0,6 პროცენტმა — სამსახური, 31,6 პროცენტმა პარტნიორის შეურჩევლობა, 30,7 პროცენტმა — სურვილის არქონა) დაასახელა, მაგრამ საკმაოდ მნიშვნელოვანია იმათი რიცხვიც, ვისაც დაქორწინებაში ცუდმა მატერიალურმა პირობებმა (19,1 პროცენტი) და უბინაობამ (2,2 პროცენტი) შეუშალა ხელი[348]. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ 16 წლისა და უფროსი ასაკის მოსახლეობაში იმ ადამიანთა რიცხვი, ვინც არასდროს ყოფილა ქორწინებაში 1989 წლის აღწერით საქართველოში 829,5 ათას კაცს შეადგენდა[349], გამოდის, რომ ჩვენში მხოლოდ ზემოაღნიშნული მიზეზით 176,7 ათას კაცზე მეტი ყოფილა დაუოჯახებელი.

ამავე გამოკვლევისას, გამოკითხულთა 41,6 პროცენტმა განაცხადა, რომ მათ მატერიალური გაჭირვების გამო ჰყავთ იმაზე ნაკლები შვილი, ვიდრე სურთ, ჰყავდეთ ან აპირებენ, იყოლიონ[350]. რესპონდენტთა 35,4 პროცენტს სასურველად ოჯახში სამი ბავშვის, ხოლო 7,6 პროცენტს ოთხი ბავშვის ყოლა მიაჩნია. სამი ბავშვი კი, ფაქტობრივად, რესპონდენტთა მხოლოდ 14,9 პროცენტს ჰყავს, ხოლო ოთხი — 3,1 პროცენტს ანუ ფაქტობრივი რაოდენობა სამი ბავშვის შემთხვევაში 20,5 პროცენტული პუნქტით ჩამორჩება სასურველს, ოთხი ბავშვის შემთხვევაში კი — 4,5 პუნქტით.

---

[347] მ. გუჯუა. აფხაზეთიდან დევნილი ოჯახების დემოგრაფიული მდგომარეობა და პრობლემები. გვ. 28.

[348] იქვე.

[349] მოსახლეობის რიცხოვნობა, სქესობრივი და ასაკობრივი სტრუქტურა, ქორწინება და განქორწინება. 1989 წლის მოსახლეობის აღწერის მასალების მიხედვით. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 1990, გვ. 53.

[350] იქვე. გვ. 30.

მნიშვნელოვანი სხვაობაა ოჯახში ბავშვთა ფაქტობრივ და ოპტიმალურ რაოდენობას შორისაც. რესპონდენტთა 43,3 პროცენტი ოჯახში ოპტიმალურად — სამ ბავშვს, ხოლო 10,2 პროცენტი ოთხ ბავშვს თვლის, ფაქტობრივი რაოდენობა კი ჩამორჩება, შესაბამისად, ოპტიმალურს: სამი ბავშვის შემთხვევაში — 28,4 პროცენტული პუნქტით, ხოლო ოთხი ბავშვის შემთხვევაში — 7,1 პროცენტული პუნქტით[351]. ამ, სავსებით რეალური დემოგრაფიული განწყობის რეალიზაცია მოსახლეობის გამრავლების უდიდეს პოტენციურ რეზერვებს შეიცავს. 1989 წლის აღწერის მონაცემებით, საქართველოში იმ ოჯახებს შორის, რომელთაც 18 წელზე უმცროსი ასაკის ბავშვები ჰყავდათ, 285,0 ათასი ოჯახი ანუ მათი საერთო რაოდენობის 35,9 პროცენტი ერთშვილიანი იყო, 332,7 ათასი ოჯახი[352] ანუ 42,0 პროცენტი — ორშვილიანი. ამავე დროს 16 წლისა და უფროსი ასაკის ყოველ 1000 კაცზე ქორწინებაში არასდროს მყოფი მამკაცების რიცხვი — 327-ს, ქალებისა კი 225-ს უდრიდა[353]. მცირეშვილიან ოჯახებში ბავშვების რიცხვის ოპტიმალურ რაოდენობამდე თუ არა, სასურველამდე მაინც გაზრდა, ყოველწლიურად დამატებით ათიათასობით ბავშვის დაბადებას ნიშნავს. დემოგრაფიული პოტენციალის უფრო სრულად ამოქმედებაზე უთუოდ დადებით გავლენას მოახდენს, აგრეთვე, იმათი ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება, ვისაც დაქორწინებაში მატერიალური ხელმოკლეობა უშლის ხელს.

5. *საშუალო ფენის ჩამოყალიბება.* უკიდურესად მყიფე და არასრულყოფილია თანამედროვე ქართველი საზოგადოების სოციალური სტრუქტურაც. ამაზე ხელისუფლების ყურადღებას მიაპყრობს თვით სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი, უწმინდესი და უნეტარესი ილია II. „ჩვენი ყოფა რომ დადებითისკენ შეიცვალოს, — აღნიშნა საშობაო ეპისტოლეში მან, — აუცილებელია, ხელისუფლებამ ხელი შეუწყოს ოსახლეობის საშუალო ფენის ჩამოყალიბებას, რაც უწინარესად მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებით მიიღწევა. ყველა კარგად ხედავს, რომ დღეს ქვეყანა ძირითადად ორი ნა-

---

[351] მოსახლეობის რიცხოვნობა, სქესობრივ-ასაკობრივი სტრუქტურა, ქორწინება და განქორწინება. გვ. 29.

[352] იქვე. გვ. 20.

[353] საქართველოს ოჯახები (მოსახლეობის 1989 წლის საკავშირო აღწერის მიხედვით). სტატისტიკური კრებული. გვ. 106-107.

წილისაგან — უკიდურესად ღარიბთა და მდიდართა ფენისაგან შედგება, რომელთა შორის უფსკრული სულ უფრო ღრმავდება“[354].

სოციალურ ფენათა ტრადიციულ ტრიადაში საზოგადოების ძირითადი, მასტაბილიზებელი, საბაზრო ურთიერთობების უმთავრეს ფასეულობათა სისტემის განმსაზღვრელი ელემენტის — საშუალო ფენის არარსებობა თავისებურ გამოხატულებას პოულობს მოსახლეობის ცალკეული სოციალური ფენების ჰიპერტროფირებულ ქონებრივ დიფერენციაციაში. უკვე 1996 წლის დასაწყისში ანუ რადიკალური რეფორმების დაწყებიდან მეორე წელს, საქართველოში მოსახლეობის უღარიბეს 20 პროცენტზე მთლიანი შემოსავლის მხოლოდ 1 პროცენტი მოდიოდა, ხოლო უმდიდრეს 20 პროცენტზე — 65,5 პროცენტი[355]. ზოგიერთი სპეციალისტის შეფასებით, ამავე პერიოდში მოსახლეობის 1 პროცენტის ხელში თავმოყრილი იყო ეროვნული სიმდიდრის ერთ მესამედზე მეტი და საშინაო ქონების 25-30 პროცენტი. ყველაზე მაღალშემოსავლიანი ჯგუფის (10 პროცენტი) შემოსავალი ყველაზე ნაკლებშემოსავლიანი ჯგუფის (ასევე, 10 პროცენტი) შემოსავალს 50-ჯერ ჭარბობდა, მაშინ როდესაც ექსპერტები კრიტიკულ ზღვრად მიიჩნევენ თანაფარდობას 10:1.

საგულისხმოა, რომ ზემოაღნიშნული მაჩვენებელი უდრიდა: საბჭოთა კავშირში — 5:1-ს, ჩინეთში — 3:1-ს, იაპონიაში — 6:1-ს, გფრ-ში — 7:1-ს, შვედეთში — 11:1-ს, აშშ-ში — 14:1-ს. საქართველოს მსგავსი მკვეთრი ქონებრივი დიფერენციაცია არ შეინიშნება არც ერთ გარდამავალი ტიპის სახელმწიფოში, თვით რუსეთშიც კი, სადაც საკმაოდ მაღალია ეს მაჩვენებელი და თითქმის კანონიზებული გახდა ტერმინი „ახალი რუსი“, აღნიშნული თანაფარდობა 18-20:1-ის ფარგლებში მერყეობს. საყურადღებოა, რომ საქართველოში XX საუკუნის 80-იანი წლების ბოლოს, ე. ი. ტრანსფორმაციამდელ პერიოდში ეს თანაფარდობა 5:1-ს უდრიდა[356].

შეფასებითი მონაცემებით, საქართველოში მდიდართა ფენის წილი მოსახლეობის საერთო რაოდენობაში 6-7 პროცენტს შეადგენს, რო-

---

[354] საშობაო ეპისტოლე. 1998/99, გვ. 4.

[355] მოსახლეობის დასაქმების სფეროში სოციალური რეაბილიტაციის პროგრამა. საქართველოს სოციალური დაცვის, შრომისა და დასაქმების სამინისტრო, პროექტი. თბ., 1997, გვ. 5.

[356] ი. არჩვაძე. მოსახლეობის საშემოსავლო და ქონებრივი დიფერენციაციის ზოგიერთი სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტი თანამედროვე საქართველოში. ჟურნ. „ეკონომიკა“. 1997, № 1-3, გვ. 89.

მელთა ოჯახების შემოსავალი საარსებო მინიმუმს (სიღატაკის ზღვარს) საშუალოდ 4-ჯერ და მეტად აღემატება. შეძლებულთა წილი მოსახლეობის საერთო რაოდენობაში, ასევე, 6-7 პროცენტს უდრის, მათი ოჯახების შემოსავალი კი საშუალოდ 3-4-ჯერ ჭარბობს საარსებო მინიმუმს. ღარიბების წილი მოსახლეობის საერთო რაოდენობაში — 21 პროცენტს, ხოლო მათი ოჯახების შემოსავალი საშუალოდ საარსებო მინიმუმის 77 პროცენტს შეადგენს. ღატაკთა მიხედვით შესაბამისი მაჩვენებლები 44 და 31 პროცენტს უდრის[357]. სპეციალისტთა გაანგარიშებით, მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელიც ვერ იღებს საარსებო მინიმუმს, 76-78 პროცენტის ფარგლებში მერყეობს[358].

ყოველივე ამის შედეგად საზოგადოება დაყოფილი რჩება ორ, მკვეთრად პოლარიზებულ ფენად — მდიდრებად და ღარიბ-ღატაკებად, რაც საფრთხეს უქმნის ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური სისტემების მდგრადობას, ტრასფორმაციის პროცესების შეუქცევადობას.

როგორც ვხედავთ, ქვეყანაში დაგროვილია მრავალი პრობლემა, რომელთა გადაწყვეტას დიდად აფერხებს ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების მწყობრი, თანამედროვე საშინაო და საგარეო ეკონომიკური ვითარების ადეკვატური კონცეფციის უქონლობა, სახელისუფლებო ეკონომიკური პოლტიკის არათანმიმდევრულობა და არასისტემურობა. ეკონომიკური პროცესებისაგან გაუცხოვება, რომელთა რეგულირების სახელმწიფო ბერკეტებზე უარის თქმა ხელს უშლის ეროვნული ეკონომიკური სისტემის ჩამოყალიბებას, მისი პრიორიტეტებისა და ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრას, ერთიანი მაკროეკონომიკური სტრატეგიის გამომუშავებას. ამიტომ გასაკვირი არც არის, რომ ეკონომიკურ საკითხებზე მიღებული სამთავრობო გადაწყვეტილებები ხშირად ქაოტურ, ეპიზოდურ ხასიათს ატარებს, არ არის გათვლილი გრძელვადიან პერსპექტივებსა და მოსალოდნელ შედეგებზე და ნაკლებად ითვალისწინებს უწინარესად ადგილობრივი ინვესტიციებისა და შესაძლებლობების მოზიდვას, მოსახლეობის სასიცოცხლო ინტერესების მხარდაჭერის მიზნით ადგილობრივი ინიციატივის წახალისებასა და სტიმულირებას.

---

[357] ი. არჩვაძე. მოსახლეობის საშემოსავლო და ქონებრივი დიფერენციაციის ზოგიერთი სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტი თანამედროვე საქართველოში. გვ. 89.

[358] ი.მესხია. მაკროეკონომიკური გარემო და სოციალური სტაბილიზაცია. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა". 1999, № 1, გვ. 15.

ეკონომიკის განვითარების გრძელვადიანი პერსპექტივების წინასწარ განჭვრეტასა და ქვეყანაში მიმდინარე ურთულესი სოციალურ-ეკონომიკური პროცესების რეგულირების სახელმწიფო ბერკეტებზე უარის თქმის გამოხატულებაა, თუნდაც, 2006 წლის 24 ივლისის საქართველოს კანონი „საქართველოს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ინდიკატური დაგეგმვის საფუძვლების შესახებ" საქართველოს კანონის ძალადაკარგულად ცნობის თაობაზე. ამავე ჭრილში უნდა განვიხილოთ, აგრეთვე, საქართველოს კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონის ძალადაკარგულად ცნობის თაობაზე, რითაც სრული ვაკუუმი შეიქმნა ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი, ყველაზე მასობრივი სეგმენტის ყოფნა-არყოფნის გარშემო.

რეზიუმე

სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის დემონტაჟი და ეროვნული ეკონომიკური სისტემის ფორმირების პარალელურად მეურნეობის გადაყვანა თანამედროვე დასავლურ საბაზრო ურთიერთობებზე უაღრესად რთული, მრავალმხრივი, გრძელვადიანი კომპლექსური პრობლემაა, რომლის წარმატებით გადაწყვეტაში სრულიად განსაკუთრებული ისტორიული მისია აკისრია მცირე ბიზნესს. ამიტომ მისი პრიორიტეტული განვითარება თვითმიზანი კი არ არის, არამედ სრულიად არაორდინალური სოციალურ-ეკონომიკური ვითარებით ნაკარნახევი ობიექტური აუცილებლობაა, გარდაუვალი კანონზომიერებაა. მის მართებულ გაცნობიერებაზე ბევრად იქნება დამოკიდებული ქვეყანაში სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების გაჯანსაღება, სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობისათვის მკვიდრი ეკონომიკური და სოციალური საფუძვლების ჩაყრა, ქვეყნის ერთიანი ეკონომიკური ორგანიზმის ჩამოყალიბება-გამთლიანება, ახალ ეკონომიკურ ფასეულობათა ათვისებასა და საბაზრო ურთიერთობებისადმი მოსახლეობის ადაპტაციასთან ერთად ეროვნული სამეურნეო კულტურის, შრომითი ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების შენარჩუნება-განვითარება.

უშუალოდ მცირე მეწარმეობის განვითარებას უკავშირდება ისეთი მწვავე სოციალურ-ეკონომიკური ამოცანების გადაწყვეტა, როგორიცაა: ქვეყნის გამოყვანა ღრმა ეკონომიკური კრიზისიდან და ფართო მოხმარების საგნებითა და ფასიანი მომსახურებით ეროვნული სამომხმარებლო ბაზრის უმოკლეს ვადაში გაჯერება, მოსახლეობის ერთი ნაწილის ხელში თავმოყრილი დიდძალი ფულადი და მატე-

რიალური რესურსების სამეურნეო ცხოვრების აქტივიზაციისათვის წარმართვა, თავისუფალი სამეწარმეო ურთიერთობების განვითარება და ქვეყნის ეკონომიკურ-ტერიტორიული მოწყობის ტრადიციების აღორძინება, ქართული ეკონომიკური მენტალიტეტისა და ეროვნული ეკონომიკისათვის ნიშანდობლივი დარგების აღდგენა-დაწინაურება.

უწინარესად ეკონომიკის ამ სექტორის დაწინაურებით უნდა გადაწყდეს ქვეყანაში ისეთი, ერთმანეთთან მჭიდროდ ურთიერთდაკავშირებული ურთულესი პრობლემები, როგორიცაა: 1. ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დასაქმება; 2. მოსახლეობის შემოსავლის გადიდება. 3. დემოგრაფიული მდგომარეობის გაუმჯობესება; 4. გარე მიგრაციული პროცესების შერბილება; 5. საშუალო ფენის ჩამოყალიბება. ამაზე დიდად იქნება დამოკიდებული ერთიანი ეროვნული ბაზრის ფორმირება და მსოფლიო ეკონომიკურ სტრუქტურებში ინტეგრირებული ეროვნული ეკონომიკის განვითარება, საბოლოო ჯამში კი, ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური სისტემების მდგრადობა, ტრანსფორმაციის პროცესების შეუქცევადობა.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. რატომ არის რთული და გრძელვადიანი პრობლემა ეროვნული ეკონომიკური სისტემის ფორმირება და მეურნეობის საბაზრო პრინციპებზე გადაყვანა?
2. რა განაპირობებს საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე მეურნეობის თანდათანობით, ეტაპობრივად გადაყვანის აუცილებლობას?
3. რატომ წარმოადგენს მცირე მეწარმეობა საბაზრო ეკონომიკაზე გადაყვანის პრიორიტეტულ მიმართულებას?
4. გააანალიზეთ საქართველოს ეკონომიკის წინაშე მდგარი პრობლემები, რომელთა გადაწყვეტა უწინარესად დაკავშირებულია მცირე მეწარმეობის დაჩქარებულ განვითარებასთან.
5. რატომ არის გამორჩეული მცირე მეწარმეობის ადგილი და როლი საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში?
6. დაახასიათეთ საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა გარდამავალ პერიოდში;
7. რა როლს ასრულებს საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში კერძო საკუთრებასთან, მათ შორის, მცირე მეწარმეობასთან დაკავშირებული საქმიანობა?

8. მიმოიხილეთ ეკონომიკური პრობლემები, რომელთა გადაწყვეტა დაკავშირებულია მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტულ და დაჩქარებულ განვითარებასთან.

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. საქართველოს ეკონომიკის წინაშე მდგარი პრობლემები და მცირე მეწარმეობის დაჩქარებული განვითარების ამოცანები.
2. გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური თავისებურებანი;
3. მცირე ბიზნესის ადგილი და როლი საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში.

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. ეკონომიკის საბაზრო პრინციპებზე გადაყვანის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები.
2. გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკური პრობლემები საქართველოში და მცირე მეწარმეობის როლი მათ გადაწყვეტაში.

ლიტერატურა

1. არჩვაძე ი. მოსახლეობის საშემოსავლო და ქონებრივი დიფერენციაციის ზოგიერთი სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტი თანამედროვე საქართველოში. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1997, № 1-3;
2. არჩვაძე ი., კაპანაძე ნ., წაქაძე რ., ჭეიშვილი რ. ცხოვრების პირობების შეფასება მოსახლეობის მიერ. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1998, № 1-3;
3. ბასარია რ. ვ. მონოპოლიზმი და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1991, № 7-8;
4. ბასარია რ. გ. საზოგადოებრივი მენტალიტეტი და საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლის პოლიტეკონომიური პრობლემები. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1995, № 10-12;
5. გუჯუა მ. აფხაზეთიდან დევნილი ოჯახების დემოგრაფიული მდგომარეობა და პრობლემები. ჟურნ. „დემოგრაფია“, 2001, № 1(3);
6. მესხია ი. მაკროეკონომიკური გარემო და სოციალური სტაბილიზაცია. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“, 1999, № 1;

7. მეწარმეობა საქართველოში. სტატისტიკური პუბლიკაცია. ფაქტები, ციფრები. კომენტარები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., სტატისტიკა – 2000;
8. მოსახლეობის დასაქმების სფეროში სოციალური რეაბილიტაციის პროგრამა. საქართველოს სოციალური დაცვის, შრომისა და დასაქმების სამინისტრო, პროექტი, თბ., 1997;
9. მოსახლეობის რიცხოვნობა, სქესობრივი და ასაკობრივი სტრუქტურა, ქორწინება და განქორწინება (1989 წლის მოსახლეობის აღწერის მასალების მიხედვით), სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ. 1990;
10. საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები. დამხმარე სახელმძღვანელო. შემდგ. ე. მექვაბიშვილი. თბ., 1991;
11. საშობაო ეპისტოლე უწმინდესისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის, ილია II. ქრისტეს შობა, 1998/99;
12. საქართველოს ოჯახები (მოსახლეობის 1989 წლის საკავშირო აღწერის მიხედვით). სტატისტიკური კრებული, საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის კომიტეტი, თბ., 1992;
13. საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული. 2000. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2001;
14. საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა 1994 წელს. საქართველოს რესპუბლიკის სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის კომიტეტი, თბ., 1995;
15. საქართველოს შინამეურნეობები. 1998-1999. ეკონომიკურ-სტატისტიკური კრებული. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2000;
16. ყარაულაშვილი დ., გოცირიძე ზ. არარეგისტრირებული თვითდასაქმების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები (სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი ქ. თბილისის მაგალითზე). საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის დემოგრაფიისა და სოციოლოგიური კვლევის ინსტიტუტის შრომების ფონდი, თბ., 1996;
17. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის დემოგრაფიული „შემოსავალი". ჟურნ. „დემოგრაფია", 2001, 2 (4);
18. წულაძე გ., მაღლაფერიძე ნ., ვადაჭკორია ა. საქართველოს დემოგრაფიული წელიწდეული. 2000. თბ., გამომც. „ჯისიაი", 2001;

19. წულაძე გ., მელაძე გ. დემოგრაფიული ვითარება საქართველოში. 1997. თბ., 1998;
20. ჭავჭავაძე ი. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. VII. თბ., საქართველოს სახელმწიფო გამომც. 1957;
21. Белоконная Л., Плышевский Б. Развитие малых предприятий в России. Журн. „Вопросы статистики". 1995, № 9.
22. **Котляр И. О понятия рынка труда.** Жур. „Вопросы экономики", 1998, № 1;
23. **Любимова В. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике.** Журн. „Мировая экономика и международные отношения", 1992, № 11.

7. 3. პრიორიტეტული სფეროები და სტიმულირების მექანიზმები

საქართველოში გარდამავალ პერიოდში შექმნილი სპეციფიკური ვითარებიდან გამომდინარე, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს წვრილი მეწარმეობის პრიორიტეტული სფეროების დაჩქარებულ მიზანდასახულ განვითარებას, რისთვისაც აუცილებელია სახელმწიფოსა და მთელი საზოგადოების ძალისხმევის გაერთიანება. ხელისუფლების პოლიტიკური ნების გამოვლენის შემთხვევაში არ გაჭირდება მცირე ეკონომიკის წინმსწრები განვითარებისათვის საჭირო ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის უმოკლეს ვადაში ჩამოყალიბება, მით უფრო მაშინ, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ამ მხრივ უკვე გაგვაჩნია სოლიდური გამოცდილება, თუმცა, ეს სულაც არ არის და ვერც იქნება საკმარისი გარდამავალ პერიოდში ეკონომიკის ამ სექტორის წინაშე მდგარი სრულიად განსაკუთრებული, არაორდინარული პრობლემების ორგანიზაციულ-სამართლებრივი მოწესრიგებისა და ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში მისი ადგილისა და როლის დასამკვიდრებლად.

ამიტომ სისტემატური, მიზანმიმართული მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს მცირე მეწარმეობის საკანონმდებლო ბაზის მუდმივი სრულყოფისათვის, მცირე ეკონომიკის პრიორიტეტულ, საზოგადოებრივი და სოციალური თვალსაზრისით ეფექტიან მიმართულებათა განვითარების ყოველმხრივი სტიმულირებისათვის. და ეს სავსებით ბუნებრივია, რადგან ეკონომიკური ურთიერთობები, მით უფრო, გარდამავალ პერიოდში, ყოველდღიურად წარმოშობს ახალ-ახალ პრობლემებს, რომელთა დროულად მოწესრიგება ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პირობაა.

ქვეყანაში მცირე ბიზნესის სფეროში გარკვეული სამართლებრივი ბაზის შექმნის მიუხედავად, ახალი ვითარების გათვალისწინებით, დამატებით შესამუშავებელია საკანონმდებლო გადაწყვეტილებათა მთელი პაკეტი, რომლითაც უფრო მკაფიოდ უნდა განისაზღვროს მცირე მეწარმეობის რაობა, მისი სრულიად გამორჩეული სოციალურ-ეკონომიკური ფუნქცია-დანიშნულება, ადგილი და როლი გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკურ სტრუქტურათა და ურთიერთობათა სისტემაში, კანონმდებლობით დადგინდეს როგორც მთლიანად ამ სფეროსადმი, ისე მისი ცალკეული მიმართულებებისადმი უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერის პრიორიტეტები და კონკრეტული ფორმები, განხორციელდეს ეკონომიკური საქმიანობის სახეობების, რეგიო-

ნებისა და მოსახლეობის ცალკეული ფენების მიხედვით დიფერენცირებული ლიბერალური საგადასახადო, საბაჟო, საინვესტიციო პოლიტიკა და სხვ.

როგორ პარადოქსულადაც უნდა მოგვეჩვენოს, საქართველოს კანონმდებლობა, როგორც გადასახადების გადამხდელ სუბიექტებს, დღემდე, ფაქტობრივად, არ განასხვავებს ერთმანეთისგან მცირე და მსხვილ ბიზნესს და ორივეს მიმართ ერთნაირ საგადასახადო რეჟიმს აწესებს, უფრო მეტიც, წლების განმავლობაში ვერ ამოქმედდა და ლიტონ დეკლარაციად დარჩა 1999 წელს მიღებული კანონის 21-ე და 22-ე მუხლების მოთხოვნები იმის შესახებ, რომ მცირე საწარმოები უნდა სარგებლობდნენ როგორც საქართველოს საგადასახადო კოდექსით, ისე — სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობისას კანონით დაწესებული შეღავათებით, რადგან ასეთი შეღავათები დღემდე არ არის გათვალისწინებული არც საგადასახადო კოდექსში და არც რომელიმე კანონში.

მკაფიოდ უნდა განისაზღვროს კანონმდებლობით, აგრეთვე, მეწარმეთა და დაქირავებულ მუშაკთა უფლებები და ურთიერთმოვალეობები, მათი ურთიერთობა როგორც სახელმწიფოსთან, ისე სხვადასხვა ეკონომიკურ სტრუქტურასთან. სამართლებრივი ნორმებით უნდა იყოს გარანტირებული მცირე ბიზნესის უსაფრთხო, შეუფერხებელი და სტაბილური ფუნქციონირება ეკონომიკის ნებისმიერ სფეროში. კანონმდებლობა ყოველმხრივ უნდა ასტიმულირებდეს უკეთესი მეურნეობრივი მაჩვენებლების მიღწევას, ქმნიდეს პირობებს ისეთი გადასახდელების, ნორმატივებისა და ეკონომიკური სანქციების დასაწესებლად, რომლებიც, რომ არაფერი ვთქვათ სამართლებრივ და ზნეობრივ მხარეზე, ეკონომიკურად გაუმართლებელს, არარენტაბელურს, მიზანშეუწონელს გახდის ამ გადასახდელებისა და სანქციების თავიდან ასაცილებლად სხვადასხვა უკანონო გზების ძიებას.

ამა თუ იმ ეკონომიკური სუბიექტის მცირე მეწარმეობისადმი მიკუთვნების საკითხის გადაწყვეტისას, უფრო მეტად უნდა იქნეს გათვალისწინებული მეურნეობის ცალკეულ დარგებში საწარმოო-ტექნოლოგიური ციკლის თავისებურებანი, რათა დადგენილი პარამეტრების პირობებში შესაძლებელი იყოს საწარმოთა ორგანიზაციული, სტრუქტურული და ტექნოლოგიური სისრულის, მათი მთლიანობისა და ეკონომიკური ეფექტიანობის უზრუნველყოფა, ამასთანავე, კანონმდებლობა არ უნდა ასტიმულირებდეს საწარმოთა არც მეტისმეტ დაწვრილერთეულებას და არც — ზედმეტად გამსხვილებას, რადგანაც ეს არ შეესაბამება არც ეკონომიკური და არც სოციოკულტურული და სოციოფ-

სიჭოლოგიური მიზანშეწონილობის მოთხოვნებს. აშშ-ში 1800 წელს დასაქმებული მოსახლეობის დაახლოებით 80 პროცენტს ინდივიდუალური ბიზნესი ჰქონდა, ამჟამად კი ეს მაჩვენებელი ქალების მიხედვით — 6, ხოლო მამაკაცების მიხედვით 13 პროცენტს უდრის[359]. გარდა ამისა, მცირე ბიზნესის პარამეტრების განსაზღვრისას, მხედველობაში უნდა მივიღოთ ამა თუ იმ დარგის, თუ რეგიონის უპირატეს განვითარებაზე საერთო-სახელმწიფო და საზოგადოებრივი მოთხოვნილება, აგრეთვე, შრომის მწარმოებლურობისა და მოსახლეობის დასაქმების დონე, ტექნიკური და ტექნოლოგიური აღჭურვილობის ხარისხი.

აქედან გამომდინარე, ჩვენი აზრით, მიზანშეწონილი იქნებოდა, მუშაკთა რიცხოვნობისა და საწარმოს წლიური ბრუნვის ნორმატივები ერთგვარად გაგვეზარდა მატერიალური წარმოების დარგებისათვის. საქმე ისაა, რომ დღემდე მოქმედი კანონმდელობით განსაზღვრული პარამეტრები, ჩვენი აზრით, სრულად არ იძლეოდა ამ დარგებში ორგანიზაციული, სტრუქტურული და ტექნოლოგიური სისრულის, მათი მთლიანობისა და ეკონომიკური ეფექტიანობის თვალსაზრისით სრულყოფილი მცირე საწარმოების ჩამოყალიბების საშუალებას.

ამიტომ, ვფიქრობთ, უფრო სწორი იქნებოდა, მცირე საწარმოთათვის მუშაკთა რიცხოვნობა 100 კაცამდე, ხოლო წლიური ბრუნვა 1 მლნ ლარამდე გაგვეზარდებინა; შესაბამისად, საშუალო საწარმოებისათვის — 500 კაცამდე და 5 მლნ ლარამდე. ასეთი პარამეტრები უფრო მეტად შეესაბამება დასავლურ სტანდარტებს, ამასთანავე, იძლევა თვითგანვითარება-სრულყოფის მეტ შესაძლებლობას, მცირე და საშუალო საწარმოთა დარგობრივი სტრუქტურის გაუმჯობესებასთან ერთად, ეს უთუოდ ხელს შეუწყობს მათ დაჩქარებულ განვითარებას. ამაზე კი დიდად არის დამოკიდებული მაკროეკონომიკური პარამეტრების სრულყოფა, განსაკუთრებით — მოსახლეობის დასაქმების სფეროში შექმნილი უმწვავესი სოციალური პრობლემების გადაწყვეტა.

ამასთან ერთად, მცირე მეწარმეობის სრულყოფილი საინფორმაციო-სტატისტიკური ბაზის ჩამოყალიბებისათვის აუცილებელი საკანონმდებლო საფუძვლების შესამუშავებლად საჭიროა, არსებითი ხასიათის ღონისძიებები განხორციელდეს მონაცემების უტყუარობისა და საიმედოობის დონის ასამაღლებლად, ამავე დროს, უფრო სრულად უნდა აღირიცხოს დაუსაქმებელი მოსახლეობა. რიგი ობიექტური და სუბიექტური მიზეზების გამო, წვრილ მეწარმეობაში განსაკუთრებით დიდია როგორც აღურიცხავი საწარმოების, ისე მათში და-

[359] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т., т. 1, გვ. 101.

საქმებულ მუშაკთა რიცხვი, არასრულად აღირიცხება, ასევე, სხვა ეკონომიკური მაჩვენებელებიც. რუსეთის სოციალური და ნაციონალური კვლევების ინსტიტუტის მიერ მცირე საწარმოთა ხელმძღვანელების გამოკითხვით გამოირკვა, რომ მოქმედი მცირე საწარმოების 50 პროცენტი არ იყო რეგისტრირებული, მუშაკთა ფაქტობრივი რაოდენობა 70 პროცენტით აღემატებოდა ოფიციალურ მონაცემს, სულ ცოტა, 90 პროცენტით იყო შემცირებული ხელფასის ფონდის, ხოლო 70 პროცენტით – ბრუნვის მაჩვენებლები[360].

ანალოგიური მდგომარეობაა საქართველოშიც. 2001 წელს სამეწარმეო სექტორის მთლიან გამოშვებაში სტატისტიკურად აღურიცხავი გამოშვების წილმა 54,2 პროცენტი შეადგინა[361]. კიდევ უფრო დიდია სხვაობა დეკლარირებულ და ფაქტობრივ მაჩვენებლებს შორის ეკონომიკური საქმიანობის ცალკეულ სახეობებში. მაგალითად, თამბაქოს ნაწარმის იმპორტის დეკლარირებული მონაცემი 1,2-ჯერ, ხოლო წარმოებისა 1,5-ჯერ ნაკლებია ფაქტობრივ მაჩვენებლებზე. რესტორნებისა და მსგავსი ობიექტების მიერ გაწეული მომსახურების რეალური მოცულობა 3,8-ჯერ, სამედიცინო დაწესებულებებისა – 6,1-ჯერ, თბილისში განხორციელებული სამშენებლო-სამონტაჟო სამუშაოების – 2-ჯერ, ხოლო სამშენებლო ობიექტებზე, ფაქტობრივად, გაწეული ინვესტიციებისა 2,1-ჯერ აღემატება დეკლარირებულს[362]. 2000 წელს მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ აღურიცხავად გამოშვებულმა პროდუქციამ შეადგინა: კვების მრეწველობაში – 200 მლნ ლარი, მსუბუქ მრეწველობაში – 8 მლნ, ხე-ტყის, ქაღალდისა და ავეჯის მრეწველობაში – 23 მლნ, ქიმიურ მრეწველობაში – 6 მლნ, რეზინისა და პლასტმასის მრეწველობაში – 7,5 მლნ, საშენ მასალათა მრეწველობაში – 25,5 მლნ ლარი და ა. შ.[363]

მცირე მეწარმეობაში მიმდინარე პროცესების ანალიზსა და მისი განვითარების პერსპექტივების დასახვას დიდად აძნელებს ისიც, რომ

---

[360] „Ваш банк Экономист". Ноябрь. 2001, გვ. 20.

[361] დაუკვირვებადი ეკონომიკა საქართველოში. ცნებები, გაზომვის მეთოდები, შეფასებები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2001, გვ. 43.

[362] დაუკვირვებადი ეკონომიკა საქართველოში. ცნებები, გაზომვის მეთოდები, შეფასებები. გვ. 46-47.

[363] ნ. თურნავა. საბიუჯეტო რეზერვების შესახებ. ჟურნ. „ეკონომიკა", 2001, № 8, გვ. 7.

საკვლევი სფეროს სამეწარმეო სტატისტიკა დღემდე, ფაქტობრივად, მცირე საწარმოების სტატისტიკური გამოკვლევებით შემოიფარგლება, ხოლო უმეტესი ნაწილის — მცირე ბიზნესის სხვა სუბიექტების მიერ განხორციელებული ეკონომიკური საქმიანობა აღურიცხავი რჩება. ეს არც არის გასაკვირი — გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებისათვის მცირე მეწარმეობის სტატისტიკა ეკონომიკური სტატისტიკის სრულიად ახალი დარგია, რომლის ჩამოყალიბების პროცესი, ფაქტობრივად, ახლა მიმდინარეობს. ამიტომ საჭიროა, აქტიურად გამოვიყენოთ ამ სფეროში საერთაშორისო სტანდარტები, საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება. სტატისტიკური გამოკვლევის გარეშე არ უნდა დარჩეს მცირე ბიზნესის არც ერთი სუბიექტი, მცირე საწარმო იქნება იგი, ინდივიდუალური მეწარმე თუ არაორგანიზებული, არაფორმალური წვრილი მეწარმეობა. უნდა შევიმუშაოთ სტატისტიკურ მაჩვენებელთა მწყობრი სისტემა, რაც საშუალებას მოგვცემს, სრულყოფილად გამოვავლინოთ და აქტიურად გამოვიყენოთ ქვეყნის საკეთილდღეოდ მცირე ბიზნესის სულ უფრო მზარდი სოციალურ-ეკონომიკური და ფისკალური პოტენციალი.

აღსანიშნავია ისიც, რომ მცირე საწარმოთა პატრონაჟის, მათ მიმართ პროტექციონისტული დამოკიდებულების როგორც ფორმები და მეთოდები, ისე მათი რეალიზაციისათვის საჭირო საშუალებათა არსენალი საკმაოდ მრავალფეროვანია დასავლეთის ქვეყნებში, აგრეთვე, ზოგიერთ პოსტსოციალისტურ სახელმწიფოში. საჭიროა ამ გამოცდილების შემოქმედებითად ათვისება და თანამედროვე რეალიების, მეცნიერებისა და პრაქტიკის მიღწევების, ეროვნული ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების, ჩვენი „ქვეყნის წესის“, „ალაგისა და გვარის წესის“ ყოველმხრივ გათვალისწინებით მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის შემდგომი სრულყოფა და დღენიადაგ გამდიდრება, ეს მით უფრო აუცილებელია, რადგან საქმე ეხება წვრილ მეწარმეობას, რომელიც, უწინარესად, ხალხის უფართოესი ფენების ყოველდღიური ცხოვრებისა და მოღვაწეობის, მათი ნიჭიერებისა და შემოქმედებითი უნარის გამოვლენის უმთავრესი ასპარეზია.

როგორც ვხედავთ, მცირე ბიზნესის როგორც საკანონმდებლო ბაზის, ისე მისი უფრო მიზანმიმართულად გაძღოლისა და მაღალგანვითარებულ სეგმენტად ჩამოყალიბების სფეროში ჯერ კიდევ მრავალი, თანაც, სასწრაფოდ მოსაგვარებელი პრობლემა დგას. ასეთ ვითარებაში სრულიად გაუგებარია, რომ საქართველოს პარლამენტმა 2006 წლის 24 მაისს მიიღო საქართველოს კანონი „მცირე და საშუალო სა-

წარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონის ძალადაკარგულად ცნობის შესახებ" და მთავრობას დაავალა მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის ლიკვიდაცია. რამაც სრული სამართლებრივი ვაკუუმი შექმნა ეკონომიკის ამ უმნიშვნელოვანესი სეგმენტის ფუნქციონირების სფეროში და კიდევ უფრო დაამძიმა ქვეყანაში ისედაც მძიმე ეკონომიკური მდგომარეობა, რაც მთავარია, გააჩინა დარგის უპერსპექტივობის გრძნობა და ეს მაშინ, როდესაც მის მიმართ განუზომლად დიდია მთელი საზოგადოების ინტერესი.

ამის გამოხატულებაა, თუნდაც, თბილისში 2009 წლის 18 სექტემბერს გამართული მცირე ბიზნესის ფორუმი, რომლის მონაწილეთა ერთსულოვანი აზრით, მცირე მეწარმეობის განვითარება ქვეყანაში სიღარიბის დაძლევის ყველაზე ეფექტიანი გზაა. ფორუმმა მიიღო დეკლარაცია, სადაც საქართველოს მთავრობას მოუწოდა, მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა გახადოს ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის საკითხი, შექმნას ეკონომიკის პრიორიტეტული სფეროს პრობლემებზე მომუშავე სახელმწიფო ინსტიტუტი და გამოყოს შესაბამისი რესურსები მისი განვითარებისათვის. ამავე დროს, ფორუმმა სამოქალაქო საზოგადოებას მიმართა, მოახდინოს მცირე ბიზნესის გარშემო საზოგადოებრივი რესურსების კონსოლიდაცია და გაუწიოს ლობირება მის ინტერესებს. ფორუმის მონაწილეებმა მოუწოდეს საერთაშორისო საზოგადოებას, მხარი დაუჭიროს ქვეყანაში მცირე ბიზნესზე ორიენტირებულ ეკონომიკურ რეფორმებს და ხელი შეუწყოს საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების ინიციატივებს მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის რესურსების გამოყოფაზე. მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ფორუმის მონაწილეებმა განიხილეს მათ მიერ ინიცირებული საქართველოს კანონის პროექტი „მცირე ბიზნესის შესახებ".

მცირე მეწარმეობის წინმსწრები განვითარება მრავალმხრივი კომპლექსური პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური პრობლემაა, რომლის გადაწყვეტა მრავალი ტრადიციული ფასეულობის და შეხედულების გადაფასებას მოითხოვს. უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა როგორც წვრილი მეწარმეობის ამა თუ იმ სფეროსადმი, ისე მასში ჩაბმული მოსახლეობის სხვადასხვა სოციალური ფენისადმი დიფერენცირებული, სოციალურად ორიენტირებული მიდგომების შემუშავება, დარგობრივი და რეგიონული პრიორიტეტების განსაზღვრა და ამის შესაბამისად თვისებრივად სრულიად ახალი საგადასახადო, საბაჟო, საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავება, რომელმაც ფისკალური მექანიზმები წარმოების ყოველმხრივი სტიმულირების ქმედით ინსტრუმენტებად უნდა გადააქციოს.

ამიტომ სრულიად გამართლებული იქნება, თუ გავითვალისწინებთ სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის, უწმინდესისა და უნეტარესის, ილია II მიერ საშობაო ეპისტოლეში ხელისუფლების მიმართ გამოთქმულ თხოვნას და დამწყებ წვრილ მეწარმეებს სულ ცოტა, პირველი 3 წელი მაინც გავათავისუფლებთ ყოველგვარი გადასახადებისაგან ან ბიზნეს-საქმიანობის დაწყების პირველ წელს ანალოგიური საქმიანობისათვის დადგენილ გადასახადს 25 პროცენტის დონემდე შევუმცირებთ, მეორე წელს — 50, ხოლო მესამე წელს — 75 პროცენტისა. „ეს მოუხსნის მათ წარუმატებლობის კომპლექსს და გაუღვივებს საქმის ინტერესს“[364].

ამასთან ერთად, უნდა ვიზრუნოთ მცირე მეწარმეობის განვითარების სტიმულირების სხვა, ეფექტიანი ბერკეტების გამოძებნაზეც. მაგალითად, ვფიქრობთ, ახალგაზრდობის შრომით დასაქმებასა და მათ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში აქტიურად ჩაბმას დიდად შეეწყობა ხელი, თუ ახალგაზრდული ბიზნესიც განთავისუფლდება გადასახადებისაგან, ამასთანავე, ახალგაზრდობა უზრუნველყოფილი იქნება შეღავათიანი კრედიტებით. ჩვენი აზრით, ასევე აუცილებელია, უფრო მეტიც, ეკონომიკურად მიზანშეწონილიც კი, გადასახადები საერთოდ მოეხსნას საოჯახო ბიზნესს იმ შემთხვევაში, თუ ოჯახის შემოსავალი ნაკლებია დადგენილ საარსებო მინიმუმზე. გარკვეული შეღავათებით უნდა სარგებლობდნენ, აგრეთვე, მატერიალური წარმოების სფეროს — მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის მცირე საწარმოებიც, სხვა მცირე ეკონომიკური სტრუქტურები, რომლებიც ადგილობრივი რესურსების გამოყენებით აწარმოებენ პროდუქციას ადგილობრივი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად.

სრულიად განსაკუთრებულ, ბრძნულ სახელმწიფოებრივ მიდგომას მოითხოვს მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტული განვითარება საქართველოს იმ რეგიონებში, სადაც დაწყებულია მოსახლეობის დეპოპულაცია. ასეთი რეგიონებისათვის ეკონომიკური აღორძინების ერთგვარი ოაზისების შესაქმნელად, უნდა შემუშავდეს ისეთი ლიბერალური ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები, რომელთა მიხედვითაც როგორც ბიზნესმენებისათვის, ისე ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ყოველმხრივ მასტიმულირებელი იქნება მცირე საწარმოთა განთავსება, აგრეთვე, კაპიტალის ინვესტირება მოსახლეობისგან დღეს. ფაქტობრივად, დაცარიელებულ დაბებში, სოფლებსა თუ სხვა დასახლებულ ადგილებში.

---

[364] საშობაო ეპისტოლე. 1998/99, გვ. 4.

ჩვენი აზრით, ამ მიზნით დასახულ ღონისძიებათა კომპლექსში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მრავალშვილიანობის, ოჯახის მრავალრიცხოვნობის ყოველმხრივ მატერიალურ და მორალურ სტიმულირებას. უწინარეს ყოვლისა, გადასახადებისაგან უნდა განთავისუფლდნენ მრავალშვილიანი ოჯახები. ამასთან ერთად, მათ ბიუჯეტიდან საჭირო ოდენობით უნდა გამოეყოთ სახსრები თანამედროვე მაღალშემოსავლიანი საოჯახო ბიზნესის დაფუძნება-განვითარებისათვის. ყოველივე ეს მყარ ეკონომიკურ საფუძვლებს შექმნის თანამედროვე პირობებში მრავალშვილიანი ოჯახების არა მარტო შენარჩუნების, ტრადიციული საოჯახო-საწარმოო ფუნქციების აღორძინებისა და ახალი დიდი ოჯახების წარმოქმნისათვის, არამედ, რაც მთავარია, ბოლო საუკუნეებში წელში გაწყვეტილი ეროვნული ეკონომიკის გამთლიანებისათვის. მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში შეძლებს ჩვენი უნიკალური მთიანეთი, წარმატებით შეებას უღელში ბარის ეკონომიკას, რითაც იგი თავის ძირძველ ისტორიულ ეკონომიკურ ფუნქციას დაიბრუნებს.

პერსპექტივაში სწორედ მრავალშვილიანი ოჯახები უნდა გადაიქცნენ მოსახლეობისაგან შეთხელებულ სოფლებში მცირე ბიზნესის წარმატებულ კერებად, რომელთა თვითმყობადობის, ეკონომიკური და ინტელექტუალური ძლიერების საფუძველთა-საფუძველი მრავალშვილიანობა, და-ძმების, ოჯახის წევრების, სხვადასხვა თაობის ადამიანების თანაცხოვრება და სიმრავლე იქნება. საბედნიეროდ, არათუ ასეთი ოჯახები, არამედ მათი შენარჩუნების სურვილი, მცირერიცხოვანი ოჯახების გვერდით დიდი ოჯახების თანაარსებობის ძირძველი ეროვნული ტრადიციები ჯერ კიდევ ცოცხლობს ქართველ ხალხში[365]. ამის გამოხატულებაა ის, რომ საქართველოში ბოლო ორ აღწერათაშორის პერიოდში გაიზარდა 5 და მეტსულიანი ოჯახების რაოდენობა. კერძოდ, თუ მოსახლეობის 1979 წლის აღწერით, ასეთი ოჯახების რიცხვი 391,4 ათასს[366], ხოლო წილი 34,0 პროცენტს უდრიდა, 1989 წლის აღწერით, მათმა რაოდენობამ 422,6 ათასს მიაღწია[367], წილი კი თითქმის იგივე (33,9) პროცენტი დარჩა. ამასთან ერთად, არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მართალია, ზემოაღნიშნულ პერიოდში ერთგვარად შემცირ-

---

[365] ო. შურღაია. ოჯახი და საოჯახო ბიუჯეტი, (რეტროსპექტივა). ჟურნ. „დემოგრაფია", 2001, №1 (3), გვ. 94.

[366] Итоги Всесоюзной переписи населения 1979 года по Грузинской ССР. Т. 3. Центральное Статистическое управление Грузинской ССР, Т. 1982, გვ. 72-73.

[367] საქართველოს ოჯახები, მოსახლეობის 1989 წლის საკავშირო აღწერის მიხედვით, სტატისტიკური კრებული, თბ., 1992, გვ. 6-7.

და, მაგრამ კვლავ საკმაოდ დიდია, განსაკუთრებით სოფლად, მრავალშვილიანი ოჯახების რიცხვი. 1979 წლის აღწერით, იმ ოჯახების საერთო რიცხვში, რომელთაც 18 წელზე უმცროსი ასაკის ბავშვები ჰყავდათ, 3 და მეტშვილიანი ოჯახების წილმა 25,2 პროცენტი შეადგინა, მათ შორის, სოფლად — 33,8 პროცენტი[368], 1989 წლის აღწერით კი, შესაბამისად, — 22,0 და 28,7 პროცენტი[369].

ამასთან ერთად, რუსეთის ფედერაციისა და სხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, უნდა განისაზღვროს მცირე მეწარმეობის სუბიექტების მიერ სახელმწიფოს გამგებლობაში არსებული ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე, სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების შეღავათიანი გამოყენების პირობები, მათი რეგისტრაციის, საქმიანობის ლიცენზირების, პროდუქციის სერთიფიცირების, სახელმწიფო სტატისტიკური და საბუხჰალტრო ანგარიშების გამარტივებული წესები, საგარეო ეკონომიკურ საქმიანობაში მხარდაჭერის, კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ღონისძიებანი; სახელმწიფო ბიუჯეტში ყოველწლიურად ცალკე, ე. წ. დაცულ მუხლად უნდა გამოიყოს მცირე ბიზნესის განვითარების საერთოეროვნული და რეგიონული პროგრამების დაფინანსებისათვის საჭირო ასიგნებანი, თანამიმდევრული კომპლექსური ღონისძიებები განხორციელდეს მცირე საწარმოთა თანამედროვე მოწყობილობითა და ტექნოლოგიებით აღჭურვაში სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობისათვის, მათ მხარდასაჭერად შექმნილი ინფრასტრუქტურების განვითარებისათვის, დაინერგოს სახელმწიფო მცირე საწარმოებში სახელმწიფო საჭიროებისათვის განკუთვნილი ცალკეული სახეობის პროდუქციის წარმოების რეზერვირების პრაქტიკა, შესაბამისი კომპენსაციები და შეღავათები დაწესდეს იმ ორგანიზაციებისათვის, რომლებიც მცირე მეწარმეობის სუბიექტების მხარდაჭერის სხვადასხვა ღონისძიებას ახორციელებენ.

თანამედროვე პირობებში საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური სისტემების მდგრადობა, მათი მყარი და სტაბილური ფუნქციონირება, უწინარეს ყოვლისა, დამოკიდებულია სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის ფუნქციების სწორად განაწილებაზე, მათი ურთიერთობის ჰარმონიზაციასა და საკუთრების განსახელმწიფოებრიობის ეკონომიკურად მიზანშეწონილი საზღვრების დადგენაზე. სპეციალისტები სამართლიანად შენიშნავენ, რომ საბაზ-

---

[368] Итоги Всесоюзной переписи населения 1979 года по Грузинской ССР. Т. 3. გვ. 84.

[369] იქვე. გვ. 20.

რო გარდაქმნათა პირობებში ასეთი საზღვრების იგნორირება უთუოდ გამოიწვევს სოციალური (სუბიექტი — სახელმწიფო) და ეკონომიკური (სუბიექტი — საწარმო) ეფექტიანობის შემცირებას, რაც, თავის მხრივ, ან უპირატესად სოციალურ ან უპირატესად ეკონომიკურ წინააღმდეგობებს წარმოშობს[370].

თავისუფალი ეკონომიკის ფასეულობათა აღიარება სულაც არ ნიშნავს საბაზრო სტიქიის აბსოლუტიზაციას. პირიქით, სახელმწიფო რეგულირება თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის აუცილებელი პირობაა. სწორედ თავისუფალი ბაზრის პრინციპების სახელმწიფო რეგულირებასთან შეხამება ქმნის, ერთი მხრივ, ეკონომიკური ურთიერთობის ყველა მონაწილის უფლებებისა და შესაძლებლობების თანასწორობის უზრუნველყოფის, ე. ი. ეკონომიკური თავისუფლების გარანტიას, ხოლო, მეორე მხრივ, სტიქიური საბაზრო თვითრეგულაციის ძლიერი ძალების საერთოეროვნული ამოცანებისა და სახელმწიფო სტრატეგიულ მიზანდასახულობათა გადაწყვეტისაკენ წარმართვის პირობას. ამავე დროს სახელმწიფო რეგულირება ეფუძნება არა დირექტიული გეგმების მკაცრ მაჩვენებლებს, არამედ — ფასების, გადასახადების, შეღავათების, სახელმწიფო შეკვეთების მობილურ მექანიზმებს.

ყოველივე ეს მოითხოვს ეკონომიკურ ცხოვრებაში სახელმწიფოს, ერთი მხრივ, მარეგულირებელ-მაკოორდინირებელი როლის მკაფიოდ და ზუსტად განსაზღვრას, ხოლო, მეორე მხრივ, ისეთი „თამაშის წესების" შემუშავებას, რომელიც უზრუნველყოფს ამ „წესების" ფარგლებში „თამაშის" მონაწილეთა მოქმედების სრულ თავისუფლებასა და დამოუკიდებლობას. საქართველოში, ფაქტობრივად, იგნორირებულია ეს მოთხოვნები, მაშინ როდესაც ამას განსაკუთრებული, შეიძლება ითქვას, გადამწყვეტი მნიშვნელობა სწორედ საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბების საწყის სტადიაზე აქვს. ამის გამოხატულებაა ის, რომ სახელმწიფო დღეს ხშირად უბრალო, ე. წ. ღამის დარაჯის როლსაც კი ვერ ასრულებს, იმის მაგივრად, რომ გვევლინებოდეს მკაცრ და სამართლიან არბიტრად, რომელიც თანდათანობით თავისუფლდება მესაკუთრის მძიმე ტვირთისაგან და თავის ძალისხმევას „თამაშის წესების" შემუშავებასა და დაცვას ახმარს.

მდგომარეობას კიდევ უფრო მეტად ამწვავებს ის, რომ საქართველოში ჯერ კიდევ სახელმწიფოს ხელში რჩება საკუთრების მეტად მნი-

---

[370] Ю. Наидо, С. Симановский. Приоритеты структурных преобразований. „Российский экономический журнал", 1994, № 5-6, გვ. 39.

შვნელოვანი ნაწილი. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით, 2007 წელს სახელმწიფოს გამგებლობაში იყო სამეწარმეო სფეროს იურიდიულ პირ საწარმოთა 3,1 მლრდ ლარზე მეტი ღირებულების ძირითადი კაპიტალი[371] ანუ მისი საერთო რაოდენობის 39,5 პროცენტი[372], რაც უაღრესად დაბალი ეფექტიანობით გამოიყენება ან, საერთოდ, არ გამოიყენება. 2007 წელს იურიდიულ პირ სახელმწიფო საწარმოთა ზარალმა 45,2 მლნ ლარი შეადგინა, რაც სამეწარმეო სფეროს საწარმოთა ზარალის საერთო თანხის 12,7 პროცენტს უდრის[373]. ამიტომ არც არის გასაკვირი ის, რომ სამეწარმეო სფეროს სახელმწიფო საწარმოებში შრომის მწარმოებლურობა — 2,5-ჯერ[374], ხოლო კაპიტალმწარმოებლურობა (პროდუქციის გამოშვება 1 ათასი ლარის ძირითად კაპიტალზე) 4,2-ჯერ ნაკლებია არასახელმწიფო საწარმოთა შესაბამის მაჩვენებელზე[375], მაშინ როდესაც სახელმწიფო საწარმოებში კაპიტალაღჭურვილობის მაჩვენებელი 1,6-ჯერ აღემატება არასახელმწიფო საწარმოების შესაბამის მონაცემს[376].

ყოველივე ეს მოითხოვს პრივატიზაციის პროცესების გონივრულ ინტენსიფიკაციას, ამასთანავე, უცილობლად უნდა გავითვალისწინოთ სახელმწიფო ქონების განსახელმწიფოებრივების საწყის ეტაპებზე დაშვებული დანაშაულებრივი შეცდომები. საერთო-სახალხო საკუთრების კლანურმა პრივატიზაციამ, რომელიც ისტორიაში უთუოდ „პრიხვატიზაციის“ სახელით შევა, აუნაზღაურებელი ზიანი მიაყენა ქვეყნის ეკონომიკას, ათეული წლების განმავლობაში შექმნილი მთელი სახალხო დოვლათი ჩალის ფასად ჩაიგდეს ხელში ხელისუფლებაში მოკალათებულმა, თუ ხელისუფლებასთან დაახლოებულმა ადამიანებმა. უთუოდ ყურადსაღებია ისიც, რომ სახელმწიფო უნდა ფლობდეს უმთავრეს ეროვნულ რესურსებსა და საკუთრებას და მკაცრ კონტროლს აწესებდეს მათ ეფექტიან გამოყენებაზე. ამის აუცილებლობას

---

[371] მეწარმეობა საქართველოში. 2008. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2008, გვ. 119.

[372] იქვე. გვ. 120.

[373] იქვე. გვ. 112.

[374] იქვე. გვ. 150.

[375] იქვე. გვ. 151.

[376] იქვე. გვ. 156.

მთელი სიცხადით ადასტურებს მსოფლიოში მიმდინარე ურთულესი ეკონომიკური პროცესები. სულაც არ არის შემთხვევითი, რომ აშშ-მა, საბაზრო ეკონომიკის სხვა წამყვანმა ქვეყნებმა თანამედროვე ეკონომიკური კრიზისიდან გამოსასვლელად ისევ სახელმწიფოს მიმართეს, დაუყოვნებლივ აამოქმედეს ეკონომიკაზე სახელმწიფო ზემოქმედების ბერკეტები და დაიწყეს რიგი ეკონომიკური სფეროების რეპრივატიზება კი, არადა, სულ ცოტა ხნის წინათ მილტონ ფრიდმანი ილაშქრებდა სახელმწიფო სექტორის მიერ თავისუფალი ბაზრის კონტროლის წინააღმდეგ, უმთავრესად მაშინ, როდესაც სახელმწიფო სოციალურად დაუცველი ფენების დაცვას ცდილობდა!

ამასთანავე, აუცილებელია, პრივატიზაციის პროცესებში ადგილობრივი მოსახლეობის რაც შეიძლება აქტიურად ჩაბმა, მათი საინვესტიციო რესურსების სულ უფრო ფართოდ მოზიდვა, ეროვნული ეკონომიკის აღორძინებით თითოეული ადამიანის ყოველი ღონისძიებით დაინტერესება.

დაუშვებელია ის, რომ სულ უფრო შეუქცევად ხასიათს იძენს ხშირად ეროვნული ინტერესებისა და მოსალოდნელი შედეგების გაუთვალისწინებლად ქვეყნის სტრატეგიული ობიექტებისა და რესურსების — მიწა-წყლის, ფაბრიკა-ქარხნების, ნავსადგურების, აეროპორტების, ინფრასტრუქტურის საშუალებების, სხვა ეროვნული სიმდიდრეების უცხოელ ინვესტორებზე უსისტემო, გაუაზრებელი მასობრივი გასხვისება ადგილობრივი მოსახლეობის ფინანსური რესურსების უკიდურესი შეზღუდულობის გამო. ეს იწვევს იმას, რომ ადგილობრივი მოსახლეობა სულ უფრო უცხოვდება აქტიური ეკონომიკური ცხოვრებისაგან და საუკეთესო შემთხვევაში საკუთარ სამშობლოში უცხოელ მესაკუთრეთა მიერ დაქირავებული სამუშაო ძალის სტატუსს იძენს.

ეს უმწვავესი პრობლემა თავის დროზე დიდად აწუხებდა ილია ჭავჭავაძეს. მას „არანაკლებ აფიქრებდა ისიც, რომ ახალი დრო ყველგან ბურჟუაზიის ბატონობის დრო იყო — ერს ყველგან ბურჟუაზია ედგა სათავეში. საქართველოში კი ბურჟუაზია არ არსებობდა და არც მისი ჩამოყალიბების პერსპექტივა ჩანდა. ქონების გადანაწილების პროცესში, რომელიც ბატონყმობის გაუქმების შემდეგ დაიწყო, უცხოტომელი (სომხური) ბურჟუაზია პირველობდა, კაპიტალის

მფლობელი ის ხდებოდა. უცხოტომელი ბურჟუაზია კი ქართველი ერის წინამძღოლად ვერ გამოდგებოდა"[377].

დღეს გაცილებით უფრო რთულ გეოპოლიტიკურ და გეოეკონომიკურ ვითარებაში მიმდინარეობს საქართველოში ქონების ტოტალური გადანაწილების პროცესი, რომელშიც აქტიურად მონაწილეობს მრავალი ქვეყნისა და ეროვნების უცხოური კაპიტალი. ქართველი ხალხი კი, ეროვნული ბურჟუაზიის, ფაქტობრივად, არარსებობისა და ადგილობრივი ეკონომიკის უძლურების გამო, ახლაც, როგორც საუკუნენახევრის წინათ, ამ დიდი ეპოქალური მოვლენების მიღმა რჩება. საჯარო სტატისტიკური მონაცემების ხელმიუწდომლობის გამო ძნელია ამ მიმართებით ქვეყნის ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესების მასშტაბების საფუძვლიანი ანალიზი, თუმცა, მაინც შეიძლება ზოგიერთ აშკარად გამოკვეთილ არასასურველ ტენდენციაზე მინიშნება.

საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით, 2008 წელს საქართველოში უცხოური კაპიტალით შექმნილი 1300-ზე და ქართულ-უცხოური კაპიტალით შექმნილი 2 ათასზე მეტი ორგანიზაცია ფუნქციონირებდა. მართალია, მათი წილი რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების საერო რაოდენობაში 1,6 პროცენტს არ აღემატება, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მათ მეტად მნიშვნელოვანი პოზიციები უპირავთ საქართველოს ეკონომიკურ სივრცეში. 2007 წელს უცხოელი კერძო ფიზიკური და იურიდიული პირების საწარმოების ბრუნვამ 4,4 მლრდ ლარი შეადგინა, რაც ქვეყნის სამეწარმეო სფეროს ბრუნვის მთლიანი მოცულობის 25,8 პროცენტს წარმოადგენს. ამავე პერიოდში უცხოელი კერძო ფიზიკური და იურიდიული პირების საწარმოები უშვებდნენ 1,4 მლრდ ლარის პროდუქციას, რაც ქვეყნის სამეწარმეო სფეროს საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქციის მთლიანი მოცულობის 15,9 პროცენტს უდრის. 2007 წლის ბოლოსათვის ზემოაღნიშნულ საწარმოებში დასაქმებული იყო 46,8 ათასი კაცი, რაც სამეწარმეო სფეროს საწარმოებში მომუშავეთა 14,0 პროცენტია.

კიდევ უფრო მყარად არიან წარმოდგენილი უცხოელი კერძო ფიზიკური და იურიდიული პირების საწარმოები სამეწარმეო სფეროს არასახელმწიფო სექტორში. 2007 წელს ამ კატეგორიის საწარმოებზე მოდიოდა არასახელმწიფო სექტორის სამეწარმეო ბრუნვის 38,0

---

[377] ვ. გურული, თ. წითლანაძე, გ. ქავთარაძე, ბ. შურღაია. ილია ჭავჭავაძე და ქართული ეროვნული ცნობიერება. თბ., 2009, გვ.78.

პროცენტი, გამოშვებული პროდუქციის მთლიანი მოცულობის — 18,2 და დასაქმებულთა საერთო რიცხოვნობის 18,9 პროცენტი.

ზემოთ მოტანილი მონაცემები მიგვანიშნებს იმაზე, რომ ერთგვარად მეორდება არც თუ დიდი ხნისწინანდელი ისტორია. საბჭოთა პერიოდში საქართველოში განლაგებულ საწარმოთა აბსოლუტური უმრავლესობა არ იყო ჩვენი რესპუბლიკის საკუთრება და არც იმყოფებოდა მისი იურისდიქციის ქვეშ. კერძოდ, თითქმის XX საუკუნის 80-იანი წლების მიწურულამდე საქართველოში მოქმედებდა 1700-მდე სხვადასხვა დანიშნულების ობიექტი, რომლებიც 80-მდე სხვადასხვა ე. წ. საკავშირო უწყების გამგებლობის სფეროს განეკუთვნებოდა. საერთოდ კი, საქართველოში დამოუკიდებელ ბალანსზე მყოფი თითქმის ყოველი მეოთხე საწარმო ე. წ. საკავშირო დაქვემდებარებისა იყო. ასეთ საწარმოებზე მოდიოდა ჩვენი ქვეყნის სამრეწველო წარმოების საერთო მოცულობის 30 პროცენტი, ძირითადი სამრეწველო ფონდების — 63,6 და სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის 39,3 პროცენტი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ბუნებრივია, რომ მაშინდელ ე. წ. „ცენტრში" ხდებოდა ამ საწარმოების მიერ საქართველოში შექმნილი ეროვნული დოვლათის დიდი ნაწილის აკუმულირება. 1989 წელს საქართველოს ტერიტორიაზე განლაგებული ე. წ. საკავშირო დაქვემდებარების სამრეწველო საწარმოებიდან სსრ კავშირის სახელმწიფო ბიუჯეტში 423 მლნ მანეთის მოგება გადაირიცხა, რაც ამ საწარმოებში მიღებული მთელი მოგების 36,9 პროცენტს უდრიდა. საერთოდ, ე. წ. საკავშირო დაქვემდებარების მეურნეობაში იქმნებოდა საქართველოს ეროვნული შემოსავლის 38,5 პროცენტი, რომლის გამოყენებაზე მაშინ საქართველო, ფაქტობრივად, რეალურ ზემოქმედებას ვერ ახდენდა.

თანამედროვე, მითუმეტეს განვითარებადი ქვეყნისათვის სისხლხორცეულად აუცილებელია უცხოური კაპიტალის მოზიდვა. გამონაკლისი, ცხადია, ვერც საქართველო იქნება. უფრო მეტიც, დღეს, როდესაც, ფაქტობრივად, ხელახლა იქმნება ქართული ეროვნული ეკონომიკა, რაც შეიძლება, ფართოდ უნდა გავუღოთ კარი უცხოურ ინვესტიციებს, მაგრამ ქვეყანაში შემოსული თითოეული ცენტი უნდა გავატაროთ ეროვნულ-სახელმწიფოებრივი მიზანშეწონილობისა და ინტერესების ცხრილში, ყოველმხრივ ავწონ-დავწონოთ მისი მოსალოდნელი შედეგები, გავიცნობიეროთ, რამდენად შეგვიძლია უცხოური კაპიტალის ხალხის სამსახურში ჩაყენება და „ქართულად გა-

დახარშვა“ ისე, რომ ზიანი არ მივაყენოთ ეროვნულ ეკონომიკურ ორგანიზმს, ქვეყნის სუვერენიტეტსა და ეროვნულ თვითმყობადობას.

აღსანიშნავია, რომ სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით, 2006 წელს, 2003 წელთან შედარებით, 3,5-ჯერ გაიზარდა საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები, რომელთა საერთო მოცულობამ 1190 მლნ აშშ დოლარს გადააჭარბა, რაც ქვეყანაში ინვესტირებული კაპიტალის 60 პროცენტს შეადგენს. საყურადღებოა, რომ საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი ინვესტიციების მოცულობით პირველ ადგილზეა დიდი ბრიტანეთი (186,8 მლნ აშშ დოლარი), მეორეზე — აშშ (182,6 მლნ აშშ დოლარი), მესამეზე — ყაზახეთი (152,3 მლნ აშშ დოლარი), მეოთხეზე — თურქეთი (129,7 მლნ აშშ დოლარი), მეხუთეზე — აზერბაიჯანი და ნორვეგია (შესაბამისად, 77,8-77,8 მლნ აშშ დოლარი).

რა თქმა უნდა, ეს, უთუოდ, საგულისხმო ფაქტია, მაგრამ, ამავე დროს, არანაკლები მნიშვნელობა აქვს იმას, როგორია მოზიდული ინვესტიციების სტრუქტურა და წარმომავლობა, რამდენად შეესაბამება მათი დაბანდების მიზანდასახულობა და გამოყენების მიმართულება მეცნიერულად დასაბუთებულ, ყოველმხრივ გააზრებულ სახელმწიფო საინვესტიციო პროგრამას: რამდენად უწყობს იგი ხელს ახალი სამუშაო ადგილების შექმნასა და მეურნეობის ახალი დარგების განვითარებას, მოწინავე ტექნოლოგიების დანერგვას, ეკონომიკის მატერიალურ-ტექნიკური და ინფრასტრუქტურული ბაზის თვისებრივ განახლებას, რამდენად ეხმიანება ქართულ ტრადიციულ ეკონომიკურ წყობასა და აგებულებას და ა.შ.

ზეობის ხანაში ქართული სახელმწიფოსათვის სულაც არ ყოფილა უცხო და უჩვეულო ბუნებრივი, თუ ეკონომიკური რესურსების გასხვისება. ყიდვა-გაყიდვის ობიექტი იყო თითქმის ყველა საგანი — იყიდებოდა სამომხმარებლო და საწარმოო მოხმარების საგნები: „არ მოიძებნებოდა ისეთი საგანი, რომელიც ბაზარზე არა ტრიალებდა, რომელიც... სოფლადაც კი არ გაყიდულიყოს. მე-X-XII საუკუნეებში მაგალითად შემდეგ ნივთებს ჰყიდდნენ და ყიდულობდნენ ხოლმე: ცხენს, უნაგირს, ლაგამს, უნაგირს ოქროითა და ზარხოითა მოჭედილს, ჯორს პალანკურდნითა, სამოსელს, ჯუბაჩას და წარმოიდგინეთ სახნისს, ჭუაბს, ხარის ტყავს და ქალამანსაც-კი, მერე სახლს, მამულს — ყანას, ვენახს, მიწებს პატარ-პატარა ნაკრობლივ, სოფლებსაც მთლიანად, ტყეს. ეს კიდევ რაა, ქვას, ქვიშას, კირს, ერთი სტყვით ყოველგვარ საშენებელ მასალას ჰყიდდნენ და ყიდულობ-

დნენ მე-IX საუკუნეშივე... ერთი სიტყვით აღებ-მიცემა და სყიდვა-გაყიდვა ძალიან გავრცელებული იყო.

ვაჭრობა ზოგჯერ ფულად, ზოგჯერ ნივთეულად ან, როგორც მაშინ ამბობდნენ ხოლმე, *ქანძად და პირუტყვად*, ზოგჯერ კიდევ ორივეთი სწარმოებდა. უმეტეს შემთხვევაში მეტადრე მე-IX-XI- და XIII საუკუნოებში ფულის მაგიერ ნივთეულად აძლევდნენ ხოლმე, იმიტომ რომ ფული იმ დროს ცოტა და ძნელი საშოვნელი იყო.

როცა მსყიდველნი და გამყიდველი ფასზე შეთანხმდებოდნენ ანუ როგორც მაშინ ამბობდნენ, როცა *ფასით შეჯერდებოდა* და ფასს სრულად ჩააბარებდა პატრონს, მაშინ უეჭველად მოწმედ კაცები უნდა დაესწროთ და თუ ნაყიდი ან გაყიდული საგანი ბევრი ღირდა, მაშინ ნასყიდობის წიგნსაც ადგენდნენ ხოლმე, სადაც აღნიშნული იყო *„მივიღე ფასი სრული“* და *„მოწმე არიან კაცნი“*.[378]

მაგრამ ყოველივე ეს კი არ ასუსტებდა ქვეყნის ეკონომიკურ უსაფრთხოებას, ძირს კი არ უთხრიდა მის სახელმწიფოებრიობას, სუვერენიტეტს, ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობას, არამედ, პირიქით, განამტკიცებდა ეროვნულ ეკონომიკას, რომელიც კულტურულ-ენობრივი ერთობისა და მეურნეობის გაძღოლის საერთო წესის საფუძველზე, ამთლიანებდა ქვეყნის სხვადასხვა მხარესა და კუთხეს, ბარისა და მთის რეგიონებს, ერთ მთლიან ერად ადუღაბებდა ამ ვრცელ ტერიტორიაზე მცხოვრებ სხვადასხვა ქართველური ტომის მოსახლეობას და მათი ერთიანობის, მთლიანობისა და განუყოფლობის მყარ ფუნდამენტს წარმოადგენდა.

არადა, დღეს ფაქტია — ქაოტურად მოძალებული უცხოური ინვესტიციები ხშირად არ შეესაბამება არც დღევანდელი ქართული ეკონომიკის სტრუქტურული და ტექნოლოგიური სრულყოფა-განახლების და არც — მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლების ინტერესებს. ეს, უწინარესად, ითქმის მიწების, ტყეების, სათიბ-საძოვრების, მდინარეების კალაპოტების, ტბების, სხვა ბუნებრივი სიმდიდრეებისა და რესურსების უპირატესად უცხოტომელებზე გასხვისებაზე, რაც, ფაქტობრივად, სარჩო-საბადებლის გარეშე ტოვებს სოფლის მკვიდრ მოსახლეობას, ართმევს მას იმ უფლებასაც კი, რითაც მათი მამა-პაპანი ათადანბაბადან სარგებლობდნენ. განა ამაზე არ მეტყველებს ის, რომ დღევანდელ გლეხკაცს სანატრელი უხდება, თუნდაც, ის უფლებებიც, რომლე-

[378] ივ. ჯავახიშვილი. საქართველოს ეკონომიკური ისტორია. წიგნი პირველი, ტფ., 1907, გვ. 31-32.

ბიც მის წინაპარს უხსოვარი დროიდან ჰქონდა თვით ფეოდალურ, ბატონყმურ საქართველოში.

ქართული სამეურნეო სამართალი ოდითგანვე მკაფიოდ განარჩევდა ერთმანეთისაგან კერძო და საქვეყნო, პირად და საზოგადოებრივ საკუთრებას. მეტად მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ვახტანგ VI-ის სამართალი არა თუ აღიარებდა კერძო სარგებლიანობასთან შედარებით საერთო, საზოგადოებრივი სარგებლიანობისათვის უპირატესობის მინიჭების აუცილებლობას, არამედ კანონითვე არეგულირებდა კიდეც კერძო და საზოგადოებრივი ინტერესების ურთიერთმიმართებას:

„წყალი: ასრეა, რომე, სადაც Ãელმწიფე წყლისა და რუს გატანას მოინდომებს, ქუეყნის შენობისა და პურის მოსავლისათვის იქს, რომე კოდის პური არ დააკლდეს, და სადაც ეპრიანების, რუს თავს ვერავინ დაუშლის; სადაც რუ მოÃდენს, ვენაÃი თუ ხოდაბუნი, რაც დახუდების, გასჭრის და გაატარებს. *(ბაზგასმა ჩვენია,- ო.შ.).*

რომელს სოფელსაც უბოძებს და დააჩემებს იმ წყალს, ერთი მეორეს ვერ შეეცილება. მას უკან სათავის კეთება და რუს ამოწმედა არავისგან დაიშლება[379].

საგულისხმოა, რომ კანონივე განმარტავდა ასეთი სამართლებრივი ნორმის დაწესების ეკონომიკურ მიზანშეწონილობას, საერთოსახელმწიფოებრივ მოტივებს: „ბალახი, მთასა თუ ბარსა, კაცს კაცისაგან ამიტომ არ დაეჭირვის, რომ Ãელმწიფეს ცხურის საბალახე ეძლევის და ძროხის ნახირის თავი, და თუ ერთი მეორეს ბალახს დაუჭერს, ესეები Ãელმწიფეს დააკლდების.

მთა და შეშა ამისთვის არ დაეჭირვის, – თუ ბარის კაცი სახლს არ ააშენებს და შეშით არ დარჩების, ქუეყანაზე შენობა მოაკლდების და Ãელმწიფეს ლაშქარ-ნადირობა დააკლდების“ *(ბაზგასმა ჩვენია,- ო.შ.)*[380].

როგორ საოცრად ჰგავს დღევანდელ საქართველოში შექმნილი ვითარება XIX საუკუნის საქართველოს მწარე სინამდვილეს. საუკუნენახევრის წინათ თითქოსდა, ჩვენს ამჟამინდელ ყოფაზე წერდა დიდი ქველმოქმედი მეწარმე და მამულიშვილი გიორგი ქართველიშვილი: „აბა ახლა გადახედეთ ჩვენს სამშობლო ქვეყნის ასპარეზედ თუ

---

379 ქართული სამართლის ძეგლები. ტ. I, ვახტანგ VI-ის სამართლის წიგნთა კრებული, ტექსტები გამოსცა, გამოკვლევა და ლექსიკონი დაურთო პროფ. ი. დოლიძემ, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემია, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის გამომცემლობა, თბ., 1963, გვ. 521.

380 ქართული სამართლის ძეგლები. ტ. I. გვ. 523-524.

სამუშაკო, სამრეწველო და სავაჭრო საქმეები ვის ეკუთვნის, სულ სხვებს, სულ უცხო ტომის ძეთ, სპარსეთიდამ, ოსმალეთიდამ და ქურთისტანიდან მოსულებს. მათ კაცისას ჩვენში ვის არ ნახავთ, თბილისში კალატოზიც კი მათია. დურგალიც, მარტოდ დურგლისა და კალატოზის რამდენიმე ათასი ქალდეველის ტომის ირიცხება. მთელი თბილისი მათის რიცხვით არის მოფენილი. დურგლისა და კალატოზის გარდა მხატვარი და თვით დღიური მუშაც, ნაგვის მზიდავიც კი მათია, რასაც დიდი არაფერი ცოდნა უნდა, ესენიც კი ქურთები არიან, ამოდელი ფული, ამოდელი ძალა, რაც კი ამ ხალხზედ იხარჯება, ყველა ეს რიცხვი არის მეტად დიდი, მეტად დიდი ფული, მაგრამ ჩვენ რა? ვინც მუშაობს, იგი შოულობს, ჩვენის ქვეყნიდამ იმას მიაქვს თავის ქვეყანაში, იგინი მაგრდებიან ცხოვრებისთვის.

ჩვენს ქვეყანაში, თბილისში, აღარ არის სადმე ქუჩა, რომ იქ ამ უცხო პირებს ორორი სახლ-კარი არ ჰქონდესთ, სახლ-კარს გარდა სოფლის მამულებსაც ყიდულობენ... აქ დიდ-ძალ ფულს იგებენ და უკანასკნელ ოქრო ვერცხლით სავსენი უკანვე ბრუნდებიან, იგინი ისე ახერხებენ ყოველთვის, რომ აქ თავიანთ ბინაზედ თავიანთ თანამემამულეები მოჰყავთს და იმათ სტოვებენ, რათა მათ ძეთა საქმე სხვას არ ჩაუვარდეს ხელში“[381].

საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე გადასვლის მომიზეზებით უარის თქმა ძირძველ მეურნეობრიობის ტრადიციებზე აშკარად ეწინააღმდეგება ჩვენს ეროვნულ ინტერესებს, საუკუნეების წინათ დამკვიდრებულ, ცხოვრების წესად ქცეულ სამართლიანობის პრინციპებს და ეს მაშინ, როდესაც ილია ჭავჭავაძე ჩვენის ეკონომიკური აგებულებისა და წყობის სიკეთეს, ჩვენის ქვეყნის ხსნას, მის ღონიერებას იმაში ხედავდა, რომ „...მიწა, ესე იგი მამულ-დედული, ცოტად თუ ბევრად უფრო სამართლიანად მორიგებული ყოფილა ჩვენს ხალხში, ვიდრე სხვაგან. საკვირველია, რომ დღეს-აქამომდე უმამულო, უბინაო კაცი ჩვენში თითქმის არ არსად არ მოიძევება. ამისთანა წყობამ მიჰმართა უსაუოდ ჩვენი ხალხი მიწათმოქმედებას, რომელიც უფრო დაუშრომელი და მკვიდრი წყაროა ხალხისა და ქვეყნის საზრდოებისათვის, ვიდრე სხვა რამ. ხსნა ჩვენის ქვეყნისა ამ წყობაში უნდა ყოფილიყო, და ვიდრე ამ წყობას უფრთხილდებოდნენ ჩვენი მეფეები, იმ დრომდე ქვეყანა ჩვენი ღონიერი ყოფილა და გასძლოლია მტერს ასე თუ ისე“[382].

---

[381] ზ. ჭიჭინაძე. გიორგი დავითის ძე ქართველიშვილი. თბ., 1904, გვ. 8-9.

[382] ი. ჭავჭავაძე. თხზულებათა სრული კრებული ათ ტომად. ტ. IV, საქართველოს სსრ სახელმწიფო გამომცემლობა, თბ., 1955, გვ. 177.

უნდა გვახსოვდეს, რომ ეკონომიკა მხოლოდ და მარტოოდენ ეკონომიკა არ არ არის, ეკონომიკის მთლიანობა და ერთიანობა მხოლოდ და მარტოოდენ ეკონომიკის მთლიანობა და ერთიანობა არ არის! ეკონომიკა, ამავე დროს, უპირველესი ეროვნული კულტურაშემქმნელი, კულტურაგანმავითარებელი, სულიერებამასაზრდოებელი, უფრო მეტიც, თვით ერის ჩამომყალიბებელი ფაქტორია, მისი ინტელექტუალური და მორალური სიმწიფის, აზროვნების სიღრმის, ნიჭიერების, წიგნიერების, ზნეობის გამოცდა-განვითარების, ცხოვრებისა და მოღვაწეობის უმთავრესი სარბიელია, ერის ნავსაყუდელია, თვით სახელმწიფოს მთლიანობისა და ერთიანობის, ძლიერების დედაბოძია.

ამიტომ ჩვენი ეკონომიკა ჩვენადვე უნდა გვეყუდნეს და ჩვენს ძირძველ, საუკუნეობით გამოცდილ ცხოვრების წესსა და ტრადიციებს ეფუძნებოდეს[383]!

ყოვლად გაუმართლებელია ისიც, რომ მეწარმეობის თავისუფლების მომიზეზებით სახელმწიფო ნაკლებად ცდილობს ეკონომიკური პროცესების რეგულირებას, რის გამოც, ფაქტობრივად, თვითდინებაზეა მიშვებული ეკონომიკური ცხოვრება. ეს კი ხშირად გზას უხსნის ანარქიასა და სტიქიას. მნიშვნელოვანწილად სწორედ ეს არის საქართველოში გაჭიანურებული ეკონომიკური სტაგნაციის უმთავრესი მიზეზი.

მცირე საწარმოთა განვითარების სტიმულირების, მათი უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერისა და ხელშეწყობის პოლიტიკის შემუშავება და დაუყოვნებლივ განხორციელება ობიექტური აუცილებლობით ნაკარნახევი ამოცანაა. განსაკუთრებით აქტუალურია ეს პრობლემა დღეს, როდესაც ქვეყანა გარდამავალი ეტაპის უმწვავესი სიძნელეების წინაშე იმყოფება: ღრმა კრიზისი მძვინვარებს ეკონომიკის ყველა სფეროში, უკიდურესად შეზღუდულია სახელმწიფო რესურსები, მოსახლეობის მატერიალური მდგომარეობა კი — კრიტიკულზე კრიტიკული. ყოველივე ეს მთელი სიმწვავით აყენებს დღის წესრიგში მცირე მეწარმეობის სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის გრძელვადიანი პოლიტიკის შემუშავების ამოცანას, რომლის გადაწყვეტამ ეს სფერო ეკონომიკის მაღალგანვითარებულ სექტორად, ეკონომიკური ზრდის უმთავრეს წყაროდ უნდა გადააქციოს, რისთვისაც როგორც ბუნებრივი, რეკრეაციული და შრომითი რესურსების, ისე სამეწარმეო ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების თვალსაზრისით, ქვეყნის ყველა რეგიონში უდიდესი, შეიძლება ითქვას, უნიკალური შესაძლებლობებია.

---

[383] ო. შურღაია. მდგრადი განვითარება და მეურნეობრივი მთლიანობა. გვ. 62.

ჯერ ერთი, საქართველოში მცირე ბიზნესის, საერთოდ, და, კერძოდ, მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის მრავალ დარგში წვრილი მეწარმეობის განვითარებისათვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის უკვე დაგროვილი საწარმოო-ტექნიკური პოტენციალი და ბუნებრივი რესურსებისა და ნიადაგობრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნება, ასევე, მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის, ხოლო უმთავრეს რეგიონებში ჭარბი დაუსაქმებელი მუშახელის არსებობა;

მეორე, მცირე მეწარმეობის განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი რეზერვია მეურნეობის სხვადასხვა დარგის მცირე საწარმოთა განსახელმწიფოებრივება, აგრეთვე, მსხვილი და საშუალო სიდიდის საწარმოთა სხვადასხვა ქვედანაყოფის პრივატიზების გზით ამ საწარმოთა გარშემო მცირე სტრუქტურების ფართო ქსელის შექმნა და დასავლეთის ქვეყნების გამოცდილების გაზიარებით ე. წ. ფრანჩაიზული თანამშრომლობის, ასევე, სუბსაკონტრაქტო და სუბსაიჯარო ურთიერთობების განვითარება;

მესამე, საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარებისათვის დიდად ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ქართველი ხალხის მყარი სულიერი წანამძღვრები, კერძოდ, ინდივიდუალური მეურნეობრიობის მდიდარი, მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება და ტრადიციები. უწინარეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ქართული სამეურნეო ფსიქოლოგიის თავისებურებანი — ლტოლვა თავისუფალი, შემოქმედებითი მეურნეობრიობისაკენ, ინდივიდუალური შრომითი საქმიანობისაკენ[384]. ამის ერთ-ერთი გამოხატულებაა თუნდაც ის, რომ ამჟამად საქართველოში რეგისტრირებული სხვადასხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის 207,6 ათასი საწარმოდან 147,8 ათასი ანუ 71,2 პროცენტი — ინდივიდუალური საწარმოა[385].

დაბოლოს, მეოთხე, არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მცირე ბიზნესის პრიორიტეტული განვითარება არ არის დაკავშირებული დიდ მატერიალურ და ფინანსურ დანახარჯებთან, სასურველი შედეგები კი უმოკლეს დროში მიიღწევა. ამისათვის, უწინარესად, საჭიროა სახელმწიფოსაგან პოლიტიკური ნების გამოვლენა.

---

[384] ო. შურღაია. სამეურნეო ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. გვ. 123-144; მისივე. მეურნეობრიობის ხასიათი როგორც სამეურნეო ფსიქოლოგიის განმსაზღვრელი ფაქტორი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა", 1999, № 5, გვ. 65-81; მისივე. სოციალური ბალანსირება და ჰუმანიზმი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა", 1999, № 6, გვ. 74-87.

[385] მეწარმეობა საქართველოში. 2008, გვ. 27.

ქვეყნის მეურნეობრივი აღმავლობის ეს კოლოსალური რესურსები ქვეყანაში, ფაქტობრივად, დღემდე გამოუყენებელია, რაც დიდად აფერხებს ეკონომიკის სტრუქტურის ოპტიმიზაციას, ჯანსაღი, ეფექტიანი კონკურენტული გარემოს შექმნას, მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის დაბალანსებასა და ურთიერთ ხელსაყრელი თანამშრომლობის განვითარებას.

საყოველთაოდ მიღებული საერთაშორისო პრაქტიკით, მცირე და საშუალო საწარმოთა „სიმჭიდროვის" კრიტიკული მასა ნორმალურად ფუნქციონირებადი ეკონომიკისათვის (მცირე მეწარმეობის სექტორში ზრდისა და თვითრეგულირების სტადიაზე) ყოველი კონკრეტული ტერიტორიის 30-50 მცხოვრებზე ერთი მოქმედი საწარმოთი განისაზღვრება[386]. აღსანიშნავია, რომ დიდ ბრიტანეთში მოსახლეობის ყოველ ათას კაცზე 46 მცირე და საშუალო საწარმო[387] მოდის, ხოლო მათში დასაქმებულ მუშაკთა წილი მომუშავეთა საერთო რაოდენობაში 49 პროცენტს უდრის. შესაბამისი მაჩვენებლები შეადგენს: გერმანიაში — 37 საწარმოსა და 46 პროცენტს, ესპანეთში — 68 საწარმოსა და 73 პროცენტს, საფრანგეთში — 35 საწარმოსა და 54 პროცენტს, ევროკავშირის ქვეყნებში — 45 საწარმოსა და 72 პროცენტს, აშშ-ში — 74,2 საწარმოსა და 54 პროცენტს, იაპონიაში — 49,6 საწარმოსა და 78 პროცენტს.

მართალია, რუსეთის მაჩვენებლები დიდად ჩამორჩება განვითარებული ქვეყნების მონაცემებს — შესაბამისი მაჩვენებლები მოსახლეობის ყოველ 1 ათას კაცზე მხოლოდ 5,6 საწარმოსა და დასაქმებულთა 9,6 პროცენტს შეადგენს[388], მაგრამ აქ სერიოზულად ფიქრობენ ეკონომიკის სეგმენტებს შორის ოპტიმალური თანაფარდობის უზრუნველყოფაზე. კერძოდ, რუსეთის ფედერაციის ეკონომიკის სამინისტროს ექსპერტული შეფასებით, ქვეყანაში, სადაც 1995 წლისათვის უკვე 836,2 ათასი საშუალო და მცირე ფირმა ფუნქციონირებდა, ეფექტიანი კონკურენტული გარემოს შესაქმნელად საჭიროა მცირე მეწარმეობის სუ-

---

[386] А. Орлов.Малое предпринимательство: старые и новые проблемы, გვ. 131.

[387] საქართველოში ერთად აღირიცხება მსხვილი და საშუალო საწარმოები, დასავლეთის ქვეყნებში კი — მცირე და საშუალო.

[388] Л. Шлус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. გვ. 87.

ბიექტთა რიცხვის დამატებით კიდევ 4-ჯერ ანუ სულ ცოტა 3,5 მლნ-მდე[389], ზოგიერი მკლევარის აზრით კი, 3,5- 5-მლნ-მდე გადიდება[390].

ამავე დროს, ცალკეული სპეციალისტის გაანგარიშებით, ქვეყანაში, რომლის შრომისუნარიანი მოსახლეობა 75 მილიონ კაცს შეადგენს, ინდივიდუალურად სულ ცოტა 7,5 მილიონი კაცი უნდა მუშაობდეს და ფუნქციონირებდეს მინიმუმ 5 მლნ წვრილი საწარმო, სადაც თითოეულში ერთი-ორი კაცი იმუშავებს. ეს ციფრი ყველაზე მინიმალურია, თუ გავითვალისწინებთ, რომ რუსეთში საკმაოდ ფართოდაა წარმოდგენილი აგრარული სექტორი და უნდა ვივარაუდოთ, რომ მომავალში კერძო ფერმერთა რიცხვი კიდევ უფრო გაიზრდება[391].

თუ ზემოთ მოტანილ მონაცემებს შევუდარებთ მცირე და საშუალო საწარმოებით მთლიანად საქართველოსა და მისი ცალკეული მხარეების გაჯერების მაჩვენებლებს, დავინახავთ, რაოდენ დიდია ჩვენში ამ მხრივ აუთვისებელი რესურსები: ამჟამად მთლიანად საქართველოში მოსახლეობის ყოველ 1 ათას სულზე საშუალოდ მხოლოდ 4,9 საშუალო და მცირე და საწარმო აღირიცხება, ხოლო მათში დასაქმებულ მუშაკთა წილი მომუშავეთა საერთო რაოდენობაში 9,6 პროცენტს არ აღემატება, რაც 20-30-ჯერ და მეტად ნაკლებია მათი „სიმჭიდროვის“ კრიტიკულ მასაზე. აღსანიშნავია, რომ ამ მაჩვენებლით არც ერთი მხარე არ აკმაყოფილებს საერთაშორისო პრაქტიკის მოთხოვნებს. მართალია, ამ მხრივ ერთგვარად უკეთესი მდგომარეობაა თბილისსა და აჭარაში, სადაც ყოველ 1 ათას კაცზე გაანგარიშებით, შესაბამისად, 6,2 და 6,5 საშუალო და მცირე საწარმო აღირიცხება და მათში მომუშავეთა წილი დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში, შესაბამისად, 22,1 და 10 პროცენტს შეადგენს, მაგრამ ეს მაჩვენებლებიც ძალიან შორსაა სასურველი დონისაგან (იხ. ცხრ. 31).

როგორც ცხრილიდან ჩანს, საშუალო და მცირე საწარმოთა რაოდენობისა და მათში დასაქმებულ მუშაკთა სიმცირე განსაკუთრებით მწვავედ იგრძნობა მცხეთა-მთიანეთის, შიდა ქართლის, სამეგრელო-ზემო სვანეთის და სამცხე-ჯავახეთის მხარეებში, თუმცა, არც სხვა რეგიონებშია ამ მხრივ დიდად სახარბიელო მდგომარეობა. ყოველივე

---

[389] Л. Белоконная, Б.Плышевский. Развитие малых предприятий в России. გვ. 5.

[390] А. Орлов. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы, გვ. 130.

[391] Дж. Росс. Двойственный характер Российской экономики и хозяйственная реформа. გვ. 188.

ეს ნათელყოფს, რომ მხოლოდ ექსტენსიური განვითარების რეზერვების ამოქმედების, კერძოდ, ეკონომიკის სექტორული თანაფარდობის ოპტიმიზაციის შედეგად სავსებით შესაძლებელია, უფრო მეტიც, აუცილებელიც კი არის როგორც მცირე და საშუალო საწარმოთა რიცხვის, ისე ამ სფეროში დასაქმებულთა რაოდენობის 20-30-ჯერ და მეტად გადიდება, რაც, ექსპერტული გაანგარიშებით, შესაძლებელს გახდის ქვეყნის შიდა პროდუქტში მისი ამჟამინდელი წილი 20-25 პროცენტიდან, სულ ცოტა, 50 პროცენტამდე მაინც გაიზრდოს. ეს საშუალებას მისცემს საშუალო და მცირე მეწარმეობას ისეთივე როლი შეასრულოს ქვეყნის ეკონომიკურ ცხოვრებაში, როგორსაც დღეს საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ასრულებს.

ცხრილი 31

საშუალო და მცირე საწარმოთა „სიმჭიდროვის" კრიტიკული მასის მაჩვენებლები საქართველოში რეგიონების მიხედვით, 2007 წ.*

	საშ. და მცირე საწარმ. რაოდ. მოსახლ. ყოველ ათას სულზე (ერთ.)	საშ. და მც. საწარმოთა წილი დასაქმებ. საერთო რაოდ.-ში (პროც.- ბით)
საქართველო	4,9	9,6
მათ შორის:		
თბილისი	6,2	22,1
აფხაზეთის არ	...	...
აჭარის არ	6,5	10,1
გურია	5,1	5,4
იმერეთი	4,8	4,0
კახეთი	4,2	5,1
მცხეთა-მთიანეთი	3,6	7,3
რაჭა-ლეჩხ. და ქვ. სვან.	5,9	8,3
სამეგრელო-ზემო სვან.	3,8	6,4
სანცხე-ჯავახეთი	3,9	5,5
ქვემო ქართლი	4,4	6,8
შიდა ქართლი	3,6	5,1

* გაანგარიშების წყაროები: საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის შედეგები, ტ. III, ნაწ. I, თბ., 2004, გვ. 58-72; მეწარმეობა საქართველოში. 2008. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2008, გვ. 29; 129.

მცირე მეწარმეობის განვითრების ყოველმხრივი ინტენსიფიკაცია სავსებით რეალური ამოცანაა. ამისათვის საჭიროა მხოლოდ ხელისუფლების პოლიტიკური ნება. ასეთი ნება კი ნაკლებად არსებობს. ამის მაგალითია, თუნდაც, საქართველოს სოფელი, სადაც, მოსახლეობის 2002 წლის აღწერის მონაცემებით, 2073,4 კაცი ანუ ქვეყნის მთელი მოსახლეობის 47,6 პროცენტი ცხოვრობს. აღწერისავე მონაცემებით, ქვეყანაში 3668 სოფელია, მათ შორის, 2700-ზე მეტ სოფელში 51-დან 100-მდე კაცი ცხოვრობს, 64 სოფელში – 3 ათასიდან – 5 ათასამდე, ხოლო 28 სოფელში 5 – ათასზე მეტი[392].

ეს უზარმაზარი სოციალურ-ეკონომიკური სივრცე მცირე მეწარმეობისათვის დღემდე, ფაქტობრივად, აუთვისებელ ყამირად რჩება: ყოველ **1** ათას მცხოვრებზე საშუალოდ მხოლოდ **1,4** საშუალო და მცირე საწარმო მოდის, სადაც დასაქმებულ მუშაკთა წილი მომუშავეთა საერთო რაოდენობაში **0,28** პროცენტს არ აღემატება[393]. ამიტომ არც არის გასაკვირი, რომ დარგისულ უფრო მტადთმობს ადრინდელ პოზიციებს – 2003-2007 წლებში სასოფლო-სამეურნეო კულტურების ნათესი ფართობები 561,7 ათასი ჰექტარიდან 297,2 ათას ჰექტრამდე შემცირდა, მათ შორის, ხორბლისა – 117,3 ათასი ჰექტარიდან 45,4 ათას ჰექტარამდე, ქერისა – 41,5 ათასი ჰექტარიდან 27,1 ათას ჰექტარამდე, სიმინდისა – 197,6 ათასი ჰექტარიდან 125.5 ათას ჰექტარამდე, ლობიოსი – 10,7 ათასი ჰექტარიდან 6,7 ათას ჰექტარამდე, მზესუმზირისა – 46,0 ათასი ჰექტარიდან 22,3 ათას ჰექტარამდე, სოიოსი – 1,5 ათასი ჰექტარიდან 0,3 ათას ჰექტარამდე, კარტოფი-

---

[392] საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის შედეგები. ტ. III, ნაწ. I, გვ. 14.

[393] გაანგარიშების წყაროები: საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის შედეგები. ტ. I, თბ., 2003, გვ. 55; საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის პირველი ეროვნული საყოველთაო აღწერის შედეგები. ტ. III, ნაწ. I, თბ., 2004, გვ. 101; მეწარმეობა საქართველოში. 2008. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტი, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბ., 2008, გვ. 29;129.

ლისა დაბოსტნეულ-ბაღჩეულისა — 87,2 ათასი ჰექტარიდან 58,9 ათას ჰექტარამდე[394] და ა.შ.

ამავე პერიოდში ხორბლეულის წარმოება 225,4 ათასი ტონიდან 74,9 ათას ტონამდე დაეცა, ქერისა — 48,3 ათასი ტონიდან 40,3 ათას ტონამდე, სიმინდისა — 461,9 ათასი ტონიდან 295,8 ათას ტონამდე, ლობიოსი — 12,1 ათასი ტონიდან 10,5 ათას ტონამდე, მზესუმზირისა — 25,5 ათასი ტონიდან 16,1 ათას ტონამდე, სოიოსი — 3,7 ათასი ტონიდან 2,8 ათას ტონამდე, კარტოფილისა — 425,2 ათასი ტონიდან 229,2 ათას ტონამდე, ბოსტნეულისა — 430,1 ათასი ტონიდან 190,3 ათას ტონამდე, ხილისა — 260,0 ათასი ტონიდან 227,5 ათას ტონამდე, ჩაის ხარისხოვანი ფოთლისა — 25,5 ათასი ტონიდან 7,5 ათას ტონამდე[395].

ანალოგიური ვითარებაა მეცხოველეობაში: მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის სულადობამ 1242,5 ათასი სულის ნაცვლად 1048,5 ათასი სული შეადგინა, ღორისამ — 473,8 ათასი სულის ნაცვლად — 19,9 ათასი სული, ფრინველისამ — 9,2 მლნ ფრთის ნაცვლად 6,1 მლნ ფრთა, ხორცის წარმოებამ (დაკლული წონით) 108,9 ათასი ტონის ნაცვლად — 69,4 ათასი ტონა, რძისამ — 765,1 ათასი ტონის ნაცვლად 624,7 ათასი ტონა, კვერცხისამ— 458,1, მლნ ცალის ნაცვლად 438,1 მლნ ცალი[396] და ა.შ.

ყოველივე ამის შედეგად, არც ის უნდა გაგვიკვირდეს, რომ დღეს სოფლის მეურნეობაში, სადაც დასაქმებულია მომუშავეთა 62,5 პროცენტი, შიდა პროდუქტის მხოლოდ დაახლოებით 10 პროცენტი იქმნება, თუმცა, ეს სწორედ იმ უკუგების გამოხატულებაა, რასაც ხელისუფლება ამ დარგის მხარდაჭერა-სტიმულირებისათვის ხარჯავს — 2009 წელს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ხაზით სუბსიდირებისათვის გამოყოფილმა თანხამ 5,9 მლნ ლარი შეადგინა, რაც სახელმწიფო ბიუჯეტის დანახარჯების მხოლოდ 0,11 პროცენტს შეადგენს. მართალია, 2010 წელს სახელმწიფო ბიუჯეტის საპროექტო მონახაზებით ეს მაჩვენებელი 18,1 მლნ ლარამდე

---

[394] საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული, 2008. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., 2008, გვ. 184-185.

[395] იქვე. გვ. 186.

გაიზარდა, მაგრამ მისი წილი საბიუჯეტო დანახარჯების მთლიან მოცულობაში **0,35** პროცენტს მაინც არ გადააჭარბებს.

თუ რამდენად მცირეა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან სოფლის მეურნეობის სუბსიდირებაზე გამოყოფილი სახსრები, ამას თვალნათლივ წარმოგვიჩენს ევროკავშირის ქვეყნების აგროეკონომიკური პრაქტიკა. ევროგაერთიანების საერთო ბიუჯეტის ზრდასთან ერთად, სისტემატურად იზრდება და სხვა ხარჯებთან შედარებით სულ უფრო დომინირებულ ადგილს იჭერს ერთიანი აგროეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელებაზე გაწეული დანახარჯები, რომლებმაც **2000-2006** წლებში **297,7** მლრდ ევრო შეადგინა, აქედან სასოფლო-სამეურნეო წარმოებასა და ბაზარზე ფასების გამყარებაზე **267,3** მლრდ ევრო დაიხარჯა, ხოლო სოფლის განვითარების პროგრამების დაფინანსებაზე — **30,3** მლრდ ევრო. აღსანიშნავია, რომ მხოლოდ სასოფლო-სამეურნეო წარმოებისა და საბზრო ფასების გამყარებისათვის გაერთიანება ყოველწლიურად საშუალოდ **30-40** მლრდ ევროს ხარჯავს, რაც ბიუჯეტის **40-45** პროცენტს შეადგენს[397].

სოფლის მეურნეობა საქართველოს ეკონომიკის ტრადიციული, მისი სახის განმსაზღვრელი, მაპროფილებელი, საბაზისო დარგია. მასთან დიდად არის დაკავშირებული არა მარტო მცირე მეწარმეობის, არამედ, საერთოდ, მთელი ეროვნული მეურნეობის განვითარების პერსპექტივები, საქართველოს ეკონომიკური და სულიერი პოტენციალის რეალიზაცია, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია — ქართული სოფლის შენარჩუნება, ჩვენი უნიკალური მეურნებრივი კულტურისა და ტრადიციების შემდგომი განვითარება-გაგრძელება. ამიტომ, საერთოდ, აგრარული სექტორის, უპირველესად კი, წვრილი, ინდივიდუალური ფერმერული მეურნეობების განვითარებისადმი მუდმივი მხარდაჭერა და სტიმულირება უნდა გახდეს სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული მიმართულება.

ამასთან ერთად, არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ მცირე მეწარმეობის განვითარება მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს საბაზრო პირობებში ეკონომიკის სახელმწიფო სექტორის გამოთავისუფლებას მისთვის არანიშანდობლივი, არასპეციფიკური ფუნქციებისაგან.

---

[396] საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული, 2008. გვ. 189-190.

[397] ა. ჭიტაშვილი. ევროკავშირის აგროეკონომკური პოლიტიკის გამოცდილებიდან. იხ. ჟურნ. „კომერსანტი", 2-8, №1(5), გვ. 39.

გასაგებია, რომ სახელმწიფო წარმოება სახელმწიფო საწარმოების მიერ საქონლისა და მომსახურების წარმოებას გულისხმობს, მაგრამ კერძო წარმოებისგან განსხვავებით, მისთვის მთავარი, განმსაზღვრელი ფუნქცია არ არის მაინდამაინც მოგების მიღება. როგორც ცნობილია, სახელმწიფო საწარმოების წინაშე, გარდა კომერციულისა, დგას მრავალი სოციალურ-ეკონომიკური ამოცანა, რომლებიც დაკავშირებულია ისეთი საკვანძო საერთო-ნაციონალური პრობლემების გადაწყვეტასთან, როგორიცაა: საზოგადოებრივი აღწარმოების პროცესის მთლიანობის უზრუნველყოფა და ციკლური რყევების შერბილება-შესუსტება, ტექნიკური პროგრესისა და პროგრესული სტრუქტურული სახალხო-სამეურნეო ძვრების უზრუნველყოფა, რეგიონული პოლიტიკის გატარება, სოციალური ინფრასტრუქტურის შენახვა, განვითარება და გარემოს დაცვა, საზოგადოებაში კრიტიკული სოციალური დაძაბულობისა და სხვა არასასურველი მოვლენების თავიდან აცილება და სხვ.[398] და ეს სრულიად ბუნებრივია, რადგან სახელმწიფო მეწარმეობა, მისი ხასიათიდან გამომდინარე, არ შეიძლება, არ გამოირჩეოდეს არსებითი სპეციფიკით — უპირატესი სოციალური მიზანსწრაფულობით. საქმე ისაა, რომ საბაზრო ეკონომიკაში იგი მონაწილეობს როგორც არამარტო საკუთრივ მეწარმე, არამედ, ამასთან ერთად, ასრულებს სხვა მრავალ მნიშვნელოვან ფუნქციას,[399] რომლებზეც უკვე გვქონდა ზემოთ საუბარი.

მცირე ეკონომიკური სტრუქტურები, მათთვის ნიშანდობლივი მრავალი არსებითი ხასიათის უპირატესობის გამო, მოკლე დროში უზრუნველყოფენ მეურნეობრიობის სრულიად ახლებურ პრინციპებზე დაფუძნებული წარმოების ორგანიზაციულ და ტექნოლოგიურ ჩამოყალიბებას, საჭირო რაოდენობის, ასორტიმენტისა და ხარისხის პროდუქციის გამოშვების სწრაფად ათვისებას და სხვადასხვა სახეობის მომსახურებაზე მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას. არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ეს შესაძლებელს გახდის, სახელმწიფო გამოთავისუფლდეს ყოველდღიური წვრილმანი სამეურნეო საკითხების გადაწყვეტისაგან იმ მიზნით, რომ მან მთელი ძალისხმევა უმთავრესი ფუნქციის — ქვეყნის ეკონომიკური ცხოვრების მაკოორდინირებლის როლის შესრულებას, სტრატეგიული, მაკრო-ეკონომიკური პარამეტრების კოორდინაციასა და რეგულირებას მოახმაროს.

---

[398] В. Савченко. А. Шулус. Феномен государственного предпринимательства. გვ. 63.

[399] იქვე. გვ. 63.

ამავე დროს, მცირე საწარმოთა ფართო ქსელის განვითარება და ეროვნულ ეკონომიკაში მათი ადგილისა და როლის განმტკიცება დიდად შეუწყობს ხელს შრომითი და მატერიალური რესურსების ეფექტიან გამოყენებას, მცირე და საშუალო ქალაქებში, აგრეთვე, სოფლებში, სხვა დასახლებულ პუნქტებში, მთლიანად ქვეყანაში საწარმოო ძალების განვითარებისა და განლაგების გაუმჯობესებას. იგი დადებით გავლენას მოახდენს, აგრეთვე, სამრეწველო წარმოებაში სპეციალიზაციის გაღრმავებაზე, ფართო მოხმარების საქონლის წარმოებისა და მომსახურების ასორტიმენტის გაფართოებაზე.

ეკონომიკის ზემოაღნიშნული სექტორის დაჩქარებულ განვითარებაზე დიდად იქნება დამოკიდებული, აგრეთვე, ახალი, მაღალშემოსავლიანი სამუშაო ადგილების შექმნა, ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის წარმატებით განხორციელება, მწვავე სოციალური პრობლემების შერბილება და ეროვნული ეკონომიკის სტრუქტურული გარდაქმნებისა და რეფორმირებისათვის სოციალური ბაზის ჩამოყალიბება[400]. მეტად საყურადღებოა ისიც, რომ წვრილი მეწარმეობა, დემოგრაფიული ვითარების რადიკალურ გაჯანსაღებასთან ერთად, ხელსაყრელ პირობებს შექმნის შრომით საქმიანობასთან შვილების აღზრდისა და ოჯახის მოვლა-პატრონობის უკეთ შესათავსებლად და საოჯახო ტრადიციების გასაგრძელებლად.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, გადაუდებლად გვესახება სახელმწიფოსა და მთელი საზოგადოებრიობის ძალისხმევის გაერთიანება. საჭიროების შემთხვევაში უნდა წავიდეთ მცირე მეწარმეობიდან ბიუჯეტში ამოსაღები სახსრების ოდენობის არა მხოლოდ გარკვეულ შემცირებაზე, არამედ ცალკეულ შემთხვევაში, სხვა ქვეყნების მსგავსად, საერთოდ, უარი ვთქვათ მათზე წვრილ მეწარმეთა სასარგებლოდ. მართალია, ყოველივე ეს დროის გარკვეულ მონაკვეთში ისედაც მწირი საბიუჯეტო შემოსავლების შემცირებას გამოიწვევს, მაგრამ, ჩვენი აზრით, ასეთი დროებითი „დანაკარგები“ სავსებით გამართლებული იქნება, რადგან საგადასახადო ბაზის გაფართოებისა და ქვეყნის ფისკალური პოტენციალის გადიდების კვალობაზე ერთიანად უფრო დიდი იქნება პერსპექტივაში მოსალოდნელი სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური ეფექტი.

დაბოლოს, ერთი, მეტად დელიკატური, ქართული ეკონომიკის არსებობა-არარსებობასთან დაკავშირებული ურთულესი და მრავალ-

---

[400] ნ. ტურაშვილი, რ. გიგილაშვილი. მცირე ბიზნესი საქართველოში. გვ. 93.

წახნაგოვანი პრობლემის შესახებ, რომლის თანამედროვე საერთაშორისო და ადგილობრივი რეალიების გათვალისწინებით გადაწყვეტის გარეშე შეუძლებელია ქვეყნის საერთაშორისო ეკონომიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაცია, მსოფლიო ეკონომიკური თანამეგობრობის სრულფასოვანი წევრობა. მხედველობაში გვაქვს უცხოეთის კონკურენციისაგან როგორც მთლიანად ეროვნული მეურნეობისა, თუ საშინაო ბაზრის, ისე ეკონომიკის ცალკეული დარგებისა და სეგმენტების, მათ შორის, მცირე მეწარმეობის ცივილიზებული, მსოფლიოში აპრობირებული წესებით დაცვა ისე, რომ არ შეილახოს არც ეროვნული და არც საერთაშორისო თანამეგობრობის ინტერესები.

ამის საშუალებას იძლევა სახელმწიფო პროტექციონისტული პოლიტიკის გატარების მსოფლიო პრაქტიკა, რის მაგალითად, გამოდგება, თუნდაც, ევროკავშირი. აგროეკონომიკური პოლიტიკა, რომელსაც ეს გაერთიანება ატარებს, უზრუნველყოფს სასოფლო-სამეურნეო განვითარებისათვის კოლოსალური ფინანსური რესურსების მობილიზაციასა და ეფექტიან სახელმწიფო რეგულირებას. ასეთი პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი ასპექტებია: რეგიონული ინტეგრაციის გზით წარმოების ინტენსიფიკაციის დონის ამაღლება, საფასო დერეფნების შემოღება და სასაქონლო პროდუქციის სახელმწიფო ინტერვენცია. ასეთი ღონისძიებების განხორციელებით ევროკავშირი ახერხებს იმას, რომ იგი დღეს, აშშ-თან ერთად, მსოფლიო საექსპორტო პროდუქციის ორ მესამედს აწარმოებს[401].

რაც მთავარია, გაერთიანების აგრარულ პოლიტიკაში გადამწყვეტ როლს ასრულებს პროტექციონიზმი, სხვაგვარად შეუძლებელი იქნებოდა აშშ-ის მხრიდან ეკონომიკური ექსპანსიისაგან თავის დაცვა. პროტექციონისტული პოლიტიკის გამოვლინებებია: ერთიანი სატარიფო სისტემა, რომელიც, ფაქტობრივად, იგნორირებას უწევს ერთიანი შიდა ევროპული ბაზრისათვის და მოკავშირე ქვეყნებისათვის ექსპორტ-იმპორტის ცნებებს, აგრეთვე, საკომპენსაციო გადასახადებისა და მოსაკრებლების დაწესება, სახელმწიფო სუბსიდიებისა გამოყოფა ფერმერებისათვის, საფასო დერეფნების შექმნა და ა.შ.[402]

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ სამამულო წარმოების პროტექციონიზმთან დაკავშირებით, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია განსაზღვრული პერიოდის განმავლობაში, გარკვეულ შეღავათებს აწეს-

---

[401] ა. ჭიტაშვილი. ევროკავშირის აგროეკონომკური პოლიტიკის გამოცდილებიდან. 34-35.

[402] იქვე. გვ. 35.

ებს განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნების მიმართ. თავისუფალი ვაჭრობის წესებს არ ეწინააღმდეგება, აგრეთვე, ეროვნული ეკონომიკის **ახალგაზრდა, ახლადგანვითარებადი დარგის დროებითი პროტექციონისტული მფარველობა და მისი კონკურენტებისაგან დაცვა.** ამ შემთხვევაში პროტექციონიზმი შეიძლება ეფექტიანი საშუალება აღმოჩნდეს ასეთი დარგის განვითარების სტიმულირებისათვის, რასაც შეუძლია, არსებითად აამაღლოს ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალი. ამიტომ გამართლებულია სასტარტო ეტაპზე მისი იმპორტიორებისაგან დაცვა, რის გარეშე იგი ვერ შეძლებს განვითარების დაწყებას. მხედველობაში მისაღებია ისიც, რომ არც თუ იშვიათად, საერთაშორისო ორგანიზაციების ლობირებით, ცალკეული საერთაშორისო მონოპოლიური კომპანიები თავიანთი კომერციული ინტერესების განსახორციელებლად პროტექციონიზმის სხვადასხვანაირ შენიღბულ, გაბუნდოვანებულ, დაფარულ, ნაკლებად გამჭირვალე ხერხებს იყენებენ. ამიტომ ქვეყანა ასეთ შემთხვევაში მზად უნდა იყოს თავისი ეკონომიკის დასაცავად.

საჭიროა, ღრმად გავერკვეთ თანამედროვე თავისუფალი ვაჭრობის წესებში, ბრმად არ ავყვეთ საერთაშორისო ორგანიზაციების რეკომენდაციებს და აქტიურად გამოვიყენოთ გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნისადმი მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის დაშვებული შეღავათები, რათა შევიმუშაოთ მიზანდასახული **პროტექციონისტული პოლიტიკა ეროვნული ეკონომიკის, უწინარეს ყოვლისა კი, მისი მაპროფილებელი, საბაზო, ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის განმსაზღვრელი დარგების მფარველობისათვის,** რის გარეშეც გარკვეული ობიექტური და სუბიექტური მიზეზების გამო გარკვეული დროის განმავლობაში, უცხოელი და ადგილობრივი მწარმოებლებისათვის ერთნაირი საბაჟო რეჟიმის პირობებში, იგი ვერ გაუმკლავდება საზღვარგარეთელი პარტნიორების კონკურენციას. ამის თვალნათელი მაგალითია, თუნდაც, ერთ დროს ქვეყანაში მაღალშემოსავლიანი დარგები — მეთამბაქოეობა და თამბაქოს მრეწველობა, რომლებიც, ფაქტობრივად, სრულად გაანადგურა უცხოურმა კონკურენციამ.

მნიშვნელოვანწილად, სწორედ დიფერენცირებული, ობიექტურად აუცილებელი და გამართლებული პროტექციონისტური პოლიტიკის უქონლობის შედეგია გარდამავალ პერიოდში ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის საერთოდ და, კერძოდ, სავაჭრო რესურსების უკიდურესი დაქვეითება: 2003-2007 წლებში ექსპორტის მოცულობა 2,7-ჯერ გაიზარდა, მაშინ, როდესაც იმპორტი 4,6-ჯერ გადიდდა. თუ 2003 წელს ექსპორტ-იმპორტის სალდომ მინუს 679,7 მლნ აშშ დო-

ლარი შეადგინა, 2007 წელს ამ მაჩვენებელმა თითქმის 4 მლრდ დოლარს გადააჭარბა[403]. ამავე მიზეზით აიხსნება საქართველოს აგროსამრეწველო კომპლექსში შექმნილი უმძიმესი მდგომარეობა: რომ აღარაფერი ვთქვათ ხორცზე, რძესა და კარაქზე, ახლა ის პროდუქციაც კი, რომელიც წინათ ადგილზე საკმარისი რაოდენობით იწარმოებოდა და სრულად აკმაყოფილებდა მოსახლეობის მოთხოვნილებას, დღეს, უპირატესად, მეზობელი ქვეყნებიდან შემოიტანება. მხედველობაში გვაქვს: ჭარხალი, სტაფილო, ბადრიჯანი, ხახვი, ნიორი, კარტოფილი, პომიდორი კიტრი, ყვავილოვანი კომბოსტო, ვაშლი, მსხალი, კომში, ჩაიც კი და ა.შ. აღარაფერს ვამბობთ ხორცზე, რძეზე, კარაქზე.

წვრილი მეწარმეობის პოტენციური რესურსების ამოქმედების ფართო და მრავალმხრივი ღონისძიებების განხორციელებას ისახავდა მიზნად საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამა, რომელიც საქართველოს პრეზიდენტის 2002 წლის 22 ივნისის ბრძანებულებით დამტკიცდა[404], მაგრამ 2003 წლის ნოემბერში განვითარებული მოვლენების შედეგად, ფაქტობრივად, განუხორციელებელი აღმოჩნდა. პროგრამის ძირითადი მიზანი იყო 2002-2004 წლებსა და შემდგომ პერიოდში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებათა სისტემის განხორციელების მასშტაბებისა და ინტენსივობის ზრდა და ეფექტიანობის ამაღლება. ამას საშუალება უნდა შეექმნა მცირე ეკონომიკის განვითარების ისეთი მწვავე პრობლემების კომპლექსურად გადაწყვეტისათვის, როგორიცაა: საწყისი კაპიტალის უკმარისობა, საკრედიტო რესურსების სიძვირე, ინფორმაციისა და კონსულტაციის ნაკლებობა და სხვ. ამავე დროს, უაღრესად მნიშვნელოვანია, რომ ზემოაღნიშნული პროგრამით ქვეყანაში სამეწარმეო საქმიანობის ძირითად შინაარსად და მამოძრავებელ ძალად აღიარებულ იქნა მცირე და საშუალო ბიზნესი. საყურადღებოა ისიც, რომ პროგრამამ ერთგვარად შეაჯამა წვრილი მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით გადადგმული პირველი ნაბიჯები, ამასთანავე, წარმოაჩინა მისი წინსვლის შემაფერხებელი ფაქტორები: საბიუჯეტო დეფიციტი, კორუფცია, ბიუროკრატიზმი, დაბეგვრის რთული სისტემა, მო-

---

[403] საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული, 2008. გვ. 271.

[404] საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულება საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამის შესახებ. იხ. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 26.06.2002, № 65, გვ. 6-22.

ნოპოლისტი საწარმოების წინააღმდეგობა, საკანონმდებლო ბაზის არასრულყოფილება და ა. შ., რის გამოც ქვეყნის მცირე ეკონომიკა თავისი განვითარების დონით დიდად ჩამორჩება განვითარებულ ქვეყნებს და იგი ვერ ასრულებს სასურველ როლს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში.

სახელმწიფო პროგრამის შესაბამისად, მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერა ორ ასპექტს გულისხმობდა: საწარმოთა მხარდაჭერას ზოგადი ინსტრუმენტებისა და ღონისძიებების ფარგლებში და იმ დამატებითი, ისეთი განსაკუთრებული ინსტრუმენტების გამოყენებას, რომლებიც მხოლოდ ასეთი საწარმოებისათვის არის დამახასიათებელი. ამ სპეციფიკურ ინსტრუმენტებს შორის აღსანიშნავია ის ღონისძიებები, რომლებიც უზრუნველყოფს თავისუფალ ბაზარზე კონკურენციის პირობების გამოთანაბრებას. ამაში პირველ რიგში იგულისხმება:

- საწარმოს მართვასთან დაკავშირებული საკონსულტაციო მომსახურების (მარკეტინგული, საფინანსო და სხვ. საკითხები) სისტემის გაფართოება, რამაც უნდა უზრუნველყოს საწარმოო საქმიანობისათვის საჭირო ინფორმაციაზე მცირე და საშუალო საწარმოების ხელმისაწვდომობა;
- მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის საკრედიტო თავდებობის სისტემის დამკვიდრება და განვითარება, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის საწარმოთა კრედიტუნარიანობის საგარანტიო უზრუნველყოფას და მათთვის ხელმისაწვდომს გახდის საბანკო სესხებს;
- სამართლებრივი და სისტემური ღონისძიებების განხორციელება ლიზინგის განვითარებისა და ვენჩერული (მაღალი რისკის) დაფინანსების დანერგვისათვის;
- მცირე და საშუალო საწარმოების თვითდაფინანსების მიზნით ურთიერთდაკრედიტებისა და ურთიერთდაზღვევის საზოგადოებების ჩამოყალიბება.

უპირატესი სახელმწიფო მხარდაჭერის სფეროში დასახული ზემოაღნიშნულ ღონისძიებათა შესაბამისად უნდა შექმნილიყო მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარების ამოცანების ადეკვატური საკანონმდებლო ბაზა, რომელსაც უნდა უზრუნველეყო განსაკუთრებული პროტექციონისტული რეჟიმი მცირე და საშუალო საწარმოების ფუნქციონირებისათვის. რაც მთავარია, პროგრამაში ჩამოყალიბებული იყო არა მარტო დასახულ ღონისძიებათა განხორციელების კონკრეტული

მექანიზმები, არამედ — მათი დაფინანსების წყაროებიც და პასუხისმგებელი შემსრულებლები რეალიზაციის ვადების მითითებით.

მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლებისა და შემდგომი პერიოდისათვის გათვალისწინებული პროგრამების რეალიზაცია, უდავოა, კეთილმყოფელ გავლენას მოახდენდა მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე და არსებითად შეცვლიდა ქვეყანაში შექმნილ უმძიმეს ვითარებას, მაგრამ, სამწუხაროდ, არ არსებობდა პოლიტიკური ნება მათი რეალიზაციისათვის. ამავე დროს, ხაგასმით უნდა ითქვას, რომ მცირე და საშუალო საწარმოთა პრიორიტეტულ განვითარებას ალტერნატივა არა აქვს. ამაზე გადის ქართული ეკონომიკის აღორძინების სადღეისო და სამომავლო გზაც.

რეზიუმე

საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების წინაშე მდგარი უმწვავესი პრობლემების დაძლევა დიდად არის დამოკიდებული წვრილი მეწარმეობის ქსელის ფართო, დაჩქარებულ და თანაბარზომიერ განვითარებაზე ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე, რისთვისაც აუცილებელია თანამედროვე რეალიების, მეცნიერებისა და პრაქტიკის მიღწევების, ეროვნული ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების, ჩვენი „ქვეყნის წესის“, „ალაგისა და გვარის წესის“ ყოველმხრივ გათვალისწინებით შემუშავდეს საკანონმდებლო გადაწყვეტილებათა სრული პაკეტი, რომლითაც უფრო მკაფიოდ განისაზღვრება მცირე მეწარმეობის რაობა, მისი სრულიად გამორჩეული სოციალურ-ეკონომიკური ფუნქცია-დანიშნულება, ადგილი და როლი გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკურ სტრუქტურათა და ურთიერთობათა სისტემაში, დადგინდება როგორც მთლიანად ამ სფეროსადმი, ისე მისი ცალკეული მიმართულებებისადმი უპირატესი სახელმწიფო პროტექციონისტული მხარდაჭერის პრიორიტეტები და კონკრეტული ფორმები.

ამის კონკრეტული სამართლებრივი გამოხატულება უნდა გახდეს თვისებრივად სრულიად ახალი საგადასახადო, საბაჟო, საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო პოლიტიკა, რომლიც სასათბურე პირობებს შეუქმნის დამწყებ წვრილ მეწარმეებს, ახალგაზრდულ ბიზნესს გაათავისუფლებს გადასახადებისაგან, უზრუნველყოფს მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტულ განვითარებას საქართველოს იმ რეგიონებში, სადაც დაწყებულია მოსახლეობის დეპოპულაცია, მოსახლეობისაგან შეთხელებული, თუ დაცარიელებული სოფლების მრა-

ვალშვილიანი ოჯახების მეურნეობას გადააქცევს მცირე ბიზნესის წარმატებულ კერებად.

ამასთანავე, აუცილებელია, შეიქმნას მცირე მეწარმეობის სუბიექტებისათვის სახელმწიფოს გამგებლობაში არსებული ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე, სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებისათვის შეღავათიანი პირობები; დადგინდეს მათი რეგისტრაციის, საქმიანობის ლიცენზირების, პროდუქციის სერტიფიცირების, სახელმწიფო სტატისტიკური და საბუღალტრო ანგარიშების გამარტივებული წესები; დაისახოს საგარეო ეკონომიკურ საქმიანობაში მხარდაჭერის ღონისძიებანი; ჩამოყალიბდეს კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ეფექტიანი სისტემა.

როგორც ბუნებრივი, რეკრეაციული და შრომითი რესურსების, ისე სამეწარმეო ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების თვალსაზრისით, მცირე მეწარმეობის დაჩქარებული განვითარებისათვის საქართველოს ყველა რეგიონში უდიდესი შესაძლებლობებია. მათ შორის, აღსანიშნავია:

1. დაგროვილი საწარმოო-ტექნიკური პოტენციალი და ბუნებრივი რესურსებისა და ნიადაგობრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნება, ასევე, მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის, ხოლო უმთავრეს რეგიონებში ჭარბი დაუსაქმებელი მუშახელის არსებობა; 2. მეურნეობის სხვადასხვა დარგის მცირე საწარმოთა განსახელმწიფოებრივება, აგრეთვე, მსხვილი და საშუალო სიდიდის საწარმოთა სხვადასხვა ქვედანაყოფის პრივატიზების გზით ამ საწარმოთა გარშემო მცირე სტრუქტურების ფართო ქსელის შექმნა; 3. ინდივიდუალური მეურნეობრიობის მდიდარი, მრავალსაუკუნოვანი გამოცდილება და ტრადიციები. ამ რესურსების ამოქმედება არ არის დაკავშირებული დიდ მატერიალურ და ფინანსურ დანახარჯებთან, სასურველი შედეგები კი უმოკლეს დროში მიიღწევა.

მცირე მეწარმეობის განვითარების კოლოსალურ შესაძლებლობებს შეიცავს, ასევე, ეკონომიკის სექტორული თანაფარდობის ოპტიმიზაცია, რის შედეგად სავსებით შესაძლებელია მცირე საწარმოთა როგორც რაოდენობის, ისე მათში დასაქმებულთა რიცხვის, სულ ცოტა, 5-ჯერ და მეტად გადიდება, რაც ექსპერტული გაანგარიშებით შესაძლებელს გახდის ქვეყნის შიდა პროდუქტში მცირე მეწარმეობის ამჟამინდელი წილის 20-25 პროცენტიდან სულ ცოტა, 50 პროცენტამდე მაინც გაზრდას, რაც საშუალებას მისცემს მცირე ბიზნესს, ისეთივე როლი შეასრულოს ქვეყნის ეკონომიკურ ცხოვრებაში, როგორსაც განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ასრულებს.

კითხვები თვითკონტროლისათვის

1. როგორი ბუნებრივი, მატერიალური რესურსები და სულიერი შესაძლებლობებია საქართველოში მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის?
2. რა ქმნის ხელსაყრელ პირობებს საქართველოში მცირე მეწარმეობის ფართო ქსელის დაჩქარებული განვითარებისათვის?
3. როგორია საქართველოში სულიერი წანამძღვრები მცირე მეწარმეობის განვითარებისთვის?
4. როგორ უწყობს ხელს ეკონომიკური სტრუქტურის ოპტიმიზაცია და მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის დაბალანსებული განვითარება და ურთიერთხელსაყრელი თანამშრომლობა მცირე მეწარმეობის ზრდას და როგორია ამ მიმართებით საქართველოში არსებული რეზერვები?
5. როგორია საქართველოში, მოსახლეობის ყოველ ათას კაცზე გაანგარიშებით, მცირე საწარმოთა რაოდენობა და მათი რიცხვის ოპტიმიზაციის პირობებში რამდენ პროცენტამდე შეიძლება ქვეყნის შიდა პროდუქტში მათი წილის გადიდება?

სადისკუსიო საკითხების თემატიკა

1. როგორ გესახებათ მცირე მეწარმეობის ადგილი და როლი საქართველოს ეკონომიკაში და განვითარების პრიორიტეტული ფორმები და მიმართულებები?
2. როგორი უნდა იყოს სახელმწიფოს მიერ მცირე მეწარმეობის მიმართ დაწესებული საგადასახადო შეღავათები საქართველოში?

საკურსო ნაშრომების თემატიკა

1. მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტული და დაჩქარებული განვითარების ბუნებრივი, მატერიალური რესურსები და სულიერი შესაძლებლობები საქართველოში;
2. საქართველოს ეკონომიკის დარგობრივი და სექტორული სტრუქტურის ოპტიმიზაცია როგორც მცირე მეწარმეობის განვითარების უმნიშვნელოვანესი რესურსი.

ლიტერატურა

1. მეწარმეობა საქართველოში. სტატისტიკური პუბლიკაცია. ფაქტები, ციფრები. კომენტარები. საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბ., სტატისტიკა – 2000;
2. ტურაშვილი ნ., გიგილაშვილი რ., მცირე ბიზნესი საქართველოში. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, 1995, № 1;
3. ქიტაშვილი ა. ევროკავშირის აგროეკონომკური პოლიტიკის გამოცდილებიდან. იხ. ჟურნ. „კომერსანტი“, 2-8, №1(5);
4. შურღაია ო. ეროვნული ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 1994, № 9-12, გვ. 91-96; 1995, № 7-9;
5. შურღაია ო. სამეურნეო ფსიქოლოგია და მეურნეობრიობის თავისებურებანი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“, 1999, № 4;
6. შურღაია ო. მეურნეობრიობის ხასიათი როგორც სამეურნეო ფსიქოლოგიის განმსაზღვრელი ფაქტორი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“, 1999, № 5;
7. შურღაია ო. სოციალური ბალანსირება და ჰუმანიზმი. ჟურნ. „სოციალური ეკონომიკა“, 1999, № 6;
8. შურღაია ო. მცირე ბიზნესის დემოგრაფიული „შემოსავალი“ ჟურნ. „დემოგრაფია“, 2001, № 2 (4);
9. შურღაია ო. მცირე ეკონომიკის დიდი პოტენციალი. ჟურნ. „ეკონომიკა“, 2001, № 8;
10. შურღაია ო. მდგრადი განვითარება და მეურნეობრივი მთლიანობა (რეტროსპექტიული მონახაზები ისტორიულ კონტექსში). სამეცნიერო შრომების კრებული, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბ., 2008;
11. **Айказян А. Малое промышленное предпринимательство: о реальных инвесторах и выборе (пойске) инвестиционных проектов.** „Российский экономический Журнал“. № 3, М., 1998, გვ. 53-57;
12. **Белоконная Л., Плышевский Б. Развитие малых предприятий в России.** Жур. „Вопросы статистики“, 1995, № 9;

13. **Брагина Е. Индия: государственная поддержка мелкой промышленности.** Журн. „Мировая экономика и международные отношения", 2000, № 2;
14. **Росс Дж. Двойственный характер Российской экономики и хозяйственная реформа.** „Экономика и математические методы". Т. 29, вып. 2. М. 1993;
15. **Савченко В. Шулус А. Феномен государственного предпринимательства.** „Российский экономический Журнал". № 1, М., 1997;
16. **Шулус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России.** „Российский экономический журнал". № 5-6, М.,1997.

ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

Теория. Практика. Опыт. Малый толковый словарь. Законодательпая база

Резюме

Предисловие

Грузинская экономическая литература небогата ни монографиями, ни учебной литературой о малом бизнесе (малом, мелком предпринимательстве, малой экономике), предстоит проанализировать ее роль и место в системе бизнеса как специфической формы хозяйствования, сектора экономики, надо изучить основные направления и особенности развития его новых видов и форм, требуют обобщения результаты выполненных в этом направлении отдельных исследований. То же самое можно сказать и в отношении многих вопросов, связанных с внедрением малых экономических структур в постсоциалистическом обществе. В частности, надо исследовать качественные изменения, которые влекут за собой распространение и развитие малого предпринимательства в социально-экономической структуре общества, в отношениях собственности и обмена-распределения, в характере труда и образе жизни.

Представлнная работа является в некоторой степени попыткой восполнения этого пробела. В ней рассмотрены отдельные вопросы, связанные с сущностью малого предпринимательства, его функциями и целенаправлениями. Вместе с тем, важно, что в книге малый бизнес анализируется как экономическая категория и как специфический сектор экономики не в рамках какой-либо конкретной экономической системы (рыночная, централизованная, традиционная) или соответствующего ей типа экономики (смешанная, административно-командная, или тоталитарная, традиционная), а в том экономическом пространстве, системе экономических отношений, которые в целом характерны и присущи функционирующим ныне в мире экономическим системам и соответствующим им типам экономик и в настоящее время определяют их суть. В исследо-

вании в качестве такого экономического пространства, такой экономической системы взята система рыночных отношений. Исходя из этого, внимание акцентировано, прежде всего, на признаках, характерных для малого бизнеса, независимо от типа экономической системы, в которой он функционирует, и в то же время ныне актуален как с теоретической и методологической точки зрения, так и в плане реальной хозяйственной практики.

В работе особое внимание уделяется уточнению и формированию по-новому дефиниций категорий бизнеса и малого бизнеса, установлению объективных и субъективных факторов, определяющих возникновение, развитие и функционирование малого предпринимательства, определению его системной структуры по размеру, видам экономической деятельности, организационно-правовым и организационно-принадлежностным основам, а также экономико-правовой ответственности.

В книге большое место отведено исследованию социально-экономической эффективности, современных форм и направлений развития малого бизнеса, проанализированы особенности отношения к труду занятых в малом предпринимательстве и обусловливающие их т. н. нематериальные социально-культурные и социально-психологические факторы, вместе с тем, заострено внимание на особенностях менеджмента и маркетинга малого бизнеса, показано особое значение ускоренного развития малого бизнеса для экономического возрождения Грузии на современном этапе, проанализированы основные факторы, сдерживающие его функционирование, и намечены мероприятия по преимущественной государственной поддержке опережающего развития этой сферы и механизмы их осуществления.

Представлены предложения, направленные на разработку и осуществление приоритетов дифференцированной либеральной налоговой, таможенной, финансово-кредитной и инвестиционной государственной политики для ускоренного развития малой экономики в переходный период и в ближайшей перспективе.

Особое внимание заостряется на такой основной организационной форме малого бизнеса, как малое предприятие (малая экономическая структура), в силу его особой роли и места в системе малого предпринимательства. Именно здесь в полной мере проявляются многие стороны рыночных отношений, сконцентрирован

наиболее значительный производственно-технический, технологический и трудовой потенциал исследуемого сектора экономики и производится большая часть продукции этой сферы. Поэтому специалисты понятия «малое предприятие» и «малый бизнес» считают в определенном смысле адекватными, как и понятия «крупное предприятие» и «крупный бизнес», «среднее предприятие» и «средний бизнес».

В работе использованы труды видных грузинских и зарубежных ученых экономистов, а также исследования, опубликованные в грузинской и зарубежной научной периодике и посвященные бизнесу вообще и, в частности, малому предпринимательству, а также переводу экономики на рыночные принципы и особенностям функционирования хозяйства в переходный период, взгляды и соображения отдельных ученых. Авторские анализ, формулировки и взгляды основаны на данных ежегодников, сборников, докладов, выборочных семейных исследований департамента статистики Министерства экономического развития Грузии и первычных статистических источников, а также на социологической информации, добытой социологическими исследованиями, проведенными по программам, составленным автором или с его участием, фактических данных и разных расчетах, приведенных в трудах грузинских и зарубежных исследователей.

Предмет курса и методология его изучения

Предметом курса «Основы малого бизнеса» являются рыночные экономические отношения в малом предпринимательстве, хозяйственный менталитет мелких предпринимателей, мотивы их социального и экономического поведения, движущие факторы и навыки, особенности малой экономической структуры и малого трудового коллектива как основного социокультурного и социопсихологического феномена, взаймоотношения государства и малого предпринимательства, цели, функции и формы государственной поддержки, а обьектом – малый бизнес, как самая распространеная форма мелкого предпринимательства.

Основные черты и особенности бизнеса

Сущность, класификация и цели. Современная рыночная система – исключительно сложный и многогранный экономический организм, т. е. основанная на рыночных отношениях **совокупность хозяйственных взаимосвязей,** которая выражает сущность и природу экономики свободного предпринимательства и ее основополагающие принципы, осуществляется посредством широко развитой рыночной инфраструктуры: банков, бирж, ярмарок, страховых компаний, консультационных и информационно-маркетинговых фирм и других институтов.

Одним из важнейших звеньев в системе рыночных отношений является бизнес – один из **древнейших видов хозяйствования.** Он прошел долгий путь формирования и развития, а ныне является одним из эффективных средств самовыражения и самоутверждения личности. В то же время, для большинства слоев населения он представляет широкую арену для проявления и проверки собственных хозяйственных способностей и возможностей, основания и развертывания собственного, высокодоходного дела, является важнейшим источником достижения материального благосостояния.

Под бизнесом, предпринимательством подразумевается, прежде всего, такая инициативная, самостоятельная экономическая деятельность граждан, физических и юридических лиц, которая осуществляется на собственные или взятые в кредит средства, под своим именем, риском и хозяйственной ответственностью, главная цель которой – получение систематического дохода (прибыли) посредством пользования имуществом, производства товаров, выполнения работ и оказания услуг, дальнейшее развитие собственного дела, а также повышения своего имиджа и статуса[405]. Все это ничего общего не имеет с советской дефиницией, согласно которой бизнес считался такой деятельностью, целью которой являлось лишь делячество, стяжательство, обеспечение собственного благо-

[405] Б.Райзенберг. Л.Лозовский, Е.Стародубцева. Современный экономический словарь. М., ИНФРА, 1997, с. 182.

получия за счет присвоения результатов чужого труда, личное обогащение, что характерно исключительно для капитализма[405].

Совершенно не оправдано и ошибочно также ограничивать сферу функционирования этого одного из древнейших массовых и многообразных видов экономической деятельности рамками какого-либо экономического строя, объявлять его продуктом какой-либо экономической формации. Верно замечают ученые-экономисты, что не существует специфического капиталистического или социалистического предпринимательства. Этот самобытный феномен представляет собой самостоятельную общеэкономическую категорию, которая имеет специфическое содержание, обладает собственными функциями, характерными признаками в различных модификациях, или в разных формах, с использованием различных методов, приемов и средств функционирует во всех экономических системах[407], хотя тем или иным системам присущи как различное отношение к бизнесу со стороны государства и общества, так и своеобразный предпринимательский менталитет, культура, ценностные ориентиры и, соответственно – характер предпринимательства, его стратегия и тактика.

Например, в условиях рыночной экономики **предпринимательство представляет собой неотъемлемую, органическую, легальную часть этой системы** и его всестороннее развитие и укрепление является одной из важнейших экономических функций государства, соответственно, и законодательная база направлена на его регулирование и всестороннее развитие. Совершенно иная картина складывается при социалистической экономической системе. В ее условиях индивидуальное, частное предпринимательство функционирует, в основном, **в виде нелегального бизнеса, скрытно, стихийно, в рамках т. н. «теневой экономики»** и государство не только не заботится о его существовании и развитии, но и, за редким исключением, запрещает соответствующим законодательством.

Подобным отношением объясняется то, что в условиях социалистической экономической системы любая коммерческая деятель-

---

[405] Грузинская Советская Энциклопедия. Т. 2, Тб., 1977, с. 370 (на груз. яз); Словарь иностранных слов. Сост. М. Чабашвили. Третье испр. и дополн. изд., Тб., изд.-во «Ганатлеба», 1989, с. 79 (на груз. яз.).

[407] Основы рыночной экономики, часть I, пособие для слушателей, сост. Э. Меквабишвили, Тб. 1990, с. 38 (на груз. яз.).

ность крайне ограничена и носит преимущественно конспиративный характер. В 1989 г. индивидуальной трудовой деятельностью в СССР легально занималось лишь 300 тыс. человек (0,2 процента всей рабочей силы) и еще 3,5 процента работало в кооперативном секторе под диктатом государства. Таким образом, лишь 3,7 процента рабочей силы было занято индивидуально, в то время как по расчетам специалистов для развитых индустриальных стран данный показатель в среднем должен составлять 10 процентов, а в странах с высоким удельным весом сельского населения – еще выше[408].

Исходя из вышесказанного, было бы правильнее толковать бизнес, **как такую индивидуальную или групповую предпринимательскую деятельность со стороны отдельного индивида, группы индивидов, общественной организации или государства, которая основывается на принципах рыночной экономики, многообразии форм собственности и хозяйствования, осуществляется в разных сферах экономической деятельности, обеспечивает удовлетворение общественного спроса на многообразную продукцию (услуг) и для отдельного индивида, группы индивидов, общественной организации или государственной структуры представляет источник дохода.** Такое определение более совершенно с точки зрения того, что оно полнее отражает сущность и социально-экономическую природу современного бизнеса, его общественную полезность и функции, сферы действия и отношение к формам собственности, что самое главное, в этой дефиниции в качестве примата предпринимательства, его основной целью, функцией признана **общественная полезность** – удовлетворение спроса населения на многообразную продукцию и услуги.

Этическая и социальная ответственность. Во второй половине XX века в социально-экономической природе бизнеса, в его движущих мотивах произошли глубокие качественные изменения. Правда, и при современной рыночной экономике целью предпринимателя является получение систематического дохода (прибыли), дальнейшее развитие своей деятельности, повышение имиджа и статуса, но он, твердо опираясь на рыночные рычаги, одновре-

[408] Дж. Росс. Двойственный характер Российской экономики и хозяйственная реформа. „Экономика и математические методы", т. 29, вып. 2, М., 1993, с. 187.

менно всесторонне учитывает т. н. **нерыночные факторы** и на передний план выдвигает такие высокие **этические нормы**, как: **социальная ответственность, утилитаризм, уважение прав человека, справедливость, охрана окружающей среды** и т. д., которые, как правило, основываются на христанском учении.

Одним из важнейших принципов принятия этического решения является утилитаризм, согласно которому, **правильным считается то решение, которое большинству людей приносит максимальную выгоду.** Одним из основных показателей этичности решения является также его всестороннее ориентирование на соблюдение прав каждого человека и обеспечение справедливости.

Гуманистические традиции грузинского бизнеса. С самого же начала основоположники грузинского капитализма глубоко сознавали **первейшее назначение бизнеса, его этическую и социальную ответственность перед страной и народом.** Их, наряду с высоким профессионализмом и образованностью, прежде всего, отличали беспредельная преданность родине и родному народу, нравственное совершенство, обостренное чувство справедливости, любовь и поддержка ближнего, другие возвышенные христианские идеалы. Вся их жизнь и детельность прекрасный хрестоматийний пример бескорыстного, тайного, без шума служения своей стране, повседневной, без устали, самоотвержненной деятельности за ее благополучие и лучшее будущее. Доходы основанных первыми поколениями грузинских предпринимателей предприятий служили не безудержному, чрезмерному обогащению и наслаждению отдельных лиц, а, прежде всего, национальным нуждам, благотворительности, меценатству, поддержке, бескорыстной помощи ближнему.

Малый бизнес в системе рыночных отношении

Сущность и функции. Среди различных видов бизнеса совершенно особое место занимает **малый бизнес,** или малое (мелкое) предпринимательство, т. н. малая экономика, которая, в силу своих четко выраженных однородных экономических целей, функций и особенностей поведения в современных условиях представляется, как один из важнейших секторов экономики. Это многообразный экономический феномен, который, как и бизнес вообще, берет свое

начало в далеком прошлом, а в настоящее время вмещает наиболее многочисленную совокупность институциональных единиц.

Малый бизнес, как правило, осуществляется в ограниченных масштабах, преимущественно опирается на предпринимательскую деятельность индивидов или малых групп предпринимателей и, хотя в различных сферах хозяйствования охватывает разные виды предпринимательской деятельности, связанные с производством и реализацией продукции, в основном характерен для некоторых видов и форм производства, а также сферы торговли и услуг[409], и его общественная полезность, как и бизнеса вообще, выражается, во-первых, в производстве и поставке нужных потребителю товаров и услуг; во-вторых, в обеспечении людей работой и, в-третьих, взамен этого в получении чистой прибыли[410]. Некоторые исследователи дополнительно выделяют и такие функции малого бизнеса, как: первое – обслуживание крупных корпораций, и второе – обеспечение населения специализированными товарами и услугами[411].

Разумеется, все это полностью соответствует сформированной нами сущности бизнеса вообще. Вместе с тем, несмотря на то, что именно этой важнейшей особенностью определяются вышеотмеченные функции малого бизнеса, для него, как и для других форм бизнеса, одна из главных целей – **максимализация прибыли.** Ее достижение обеспечивается рядом характерных для мелкого предпринимательства особенностей (ограниченные масштабы производства, близость местной сырьевой базы к зонам переработки и потребления, лучшие возможности для немедленного реагирования на потребительский спрос и др.). Важно и то, что его назначение не исчерпывается только вышесказанным Имеется в виду, что:

во-первых, в значительной мере с потенциальными возможностями малого предпринимательства и с максимальной реализацией его преимуществ по сравнению с крупным бизнесом связаны:

---

[409] Б. Райзенберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. Современный экономический словарь, с. 182.

[410] Луис Л.Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе. Перев. с англ. М., АО «Торговый дом «Русская тройка», 1992, с. 20-21.

[411] Современный бизнес. Учеб. в 2-х т. Т. 1. Перев. с англ. Д.Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. М., изд.-во «Республика», 1995, с. 121.

во-первых общенациональное экономическое благополучие, социальная защищенность широких слоев населения и стабильное развитие общества;

во-вторых, малый бизнес одновременно играет большую роль в деле взаимосогласованного и взаимосбалансированного развития различных отраслей и секторов хозяйства;

в-третьих, сотрудничество крупного, среднего и малого бизнеса, их взаимное влияние и взаимозависимость создают благоприятные условия для максимально эффективного использования материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсов, быстрого реагирования на «узкие места», образующиеся в поставках и спросе на продукцию;

в-четвертых, совершенно особенна его роль и с точки зрения обеспечения свободной конкурентной бизнессреды, ее гармонизации;

в-пятых, вместе тем, прежде всего, именно этот сектор экономики призван создать эффективные сегменты услуг, розничной торговли, производства и поставки отдельных промышленных деталей (комплектующих изделий) для освоения свободных «экономических ниш» в целях насыщения рынка той продукцией (товарами и услугами), производство которой, по ряду причин, неэффективно, неприбыльно, невыгодно для крупного и среднего бизнеса, но в отличие от них в силу определенных факторов эффективно, прибыльно и выгодно для малых предприятий и, в то же время, необходимо для всего общества;

в-шестых, простота выбора места функционирования и сравнительно ограниченные масштабы производства создают малым предприятиям выгодные условия для широкого использования, т. н. неэкономного сырья, включение которого в производство из-за большой удаленности от зоны переработки и потребления готовой продукции было бы неэффективно для крупного и среднего бизнеса[412];

и, наконец, в-седьмых, малый бизнес обеспечивает реализацию связанных с трудовой деятельностью «привлекательных»,

---

[412] А. Ахвледиани. Роль малых предприятий в развитии экономики. Опыт зарубежных стран. Журн. «экономика», 1991, № 7-8, с. 72 (на груз. яз.).

т. н. нематериальных социокультурных и социопсихологических ценностей.

Исходя из вышесказанного, по нашему мнению, можно дополнительно выделить такие функции малого бизнеса, как:

1. направление усилий на обеспечение социального равновесия и стабильного развития общества;
2. содействие согласованному, сбалансированному развитию и структурному совершенствованию отраслей и секторов хозяйства;
3. максимально эффективное использование материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсов путем сотрудничества с крупным и средним бизнесом;
4. гармонизация конкурентной бизнес-среды;
5. освоение свободных «экономических ниш» и их насыщение необходимой обществу продукцией (товарами и услугами), производство которой нерентабельно для крупного и среднего бизнеса;
6. производство товаров из т. н. неэкономичного для крупного и среднего бизнеса сырья из-за его большой удаленности от зоны переработки и потребления и их использование с целью удовлетворения местного потребительского рынка;
7. реализация связанных с трудовой деятельностью социокультурных и социопсихологических ценностей.

В зависимости от социально-экономических условий той или иной страны на передний план на определенных этапах могут выдвигаться различные функции малого предпринимательства. К примеру, для Грузии в нынешних условиях приоритетными функциями мелкого предпринимательства следует, на наш взгляд, считать:

1. максимально возможную занятость экономически активного населения;
2. рост доходов населения;
3. улучшение демографической ситуации;
4. смягчение миграционных процессов;
5. формирование средней прослойки.

Исходя из функций и целевых назначений, малый бизнес, по нашему мнению, можно определить как ограниченную предпринимательскую деятельность, которая, в основном, харак-

терна для некоторых видов и форм производства, а также для торговли и сферы услуг, и выражается в реализации специфических социально-экономических функций, прежде всего, социокультурных и социопсихологических ценностей, связанных с трудовой деятельностью.

В небольших экономических структурах сконцентрирован весьма значительный производственно-технический, технологический, трудовой потенциал этого специфического сектора экономики и производится значительная часть продукции. В конечном счете, малое предприятие (мелкое производство) своими особенными размерами определяет организационно-техническую сторону производства, а малый бизнес (мелкое предпринимательство) представляется в качестве его **социально-экономического измерителя**, и с этой точки зрения идентичен понятию «малый бизнес»[413]. Поэтому специалисты в известном смысле считают даже адекватными понятия **малый бизнес и малое предприятие**, так же как **крупный бизнес и крупное предприятие, средний бизнес и среднее предприятие.**

Каковы же основные характеристики и свойства, присущие малому предприятию? По мнению специалистов, исходя из внутренней и внешней структуры малого производства, можно сформировать несколько групп, определяющих его критерий, которые обусловлены: во-первых, характером производственных процессов, во-вторых, спецификой управления и производства: в-третьих, состоянием отдельных компонентов (кадры, финансы и т.д.), в-четвертых, своеобразием воздействия внешних факторов[414].

К первой группе характерных для малого предприятия признаков относятся: 1) ограниченность используемых средств производства и технологических процессов; 2) узость номенклатуры выпускаемой продукции; 3) упрощенная система реализации продукции;

Вторая группа признаков: 1) единство прав собственности и прав непосредственного управления производством; 2) особая роль руководителя на предприятии, его непосредственное участие прак-

---

[413] Л. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. „Российский экономический журнал", № 5-6, М., 1997, с. 87.

[414] Там же.

тически во всех функциональных сферах производственной жизни; 3) компактность управленческого состава и многофункционального менеджмента; 4) отсутствие лишних управленческих звеньев, простота информационных связей, неформальный характер планирования и контроля; 5) быстрота принятия решений;

Третья группа: 1) персонифицированный характер отношений между владельцем и работниками (малое предприятие более тяготеет к патернализму, нежели крупное); 2) гибкое отношение к новациям; 3) незначительный масштаб используемых финансовых ресурсов; 4) низкий уровень капитализации, что выражается в направлении лишь небольшой доли доходов собственников на расширение производства; 5) быстрый оборот капитала; 6) существенное влияние семейных и родственных связей на кадровую политику, принятие стратегических решений, выбор правовых форм и на другие стороны хозяйственной деятельности.

Четвертую группу составляют: 1) локальный рынок ресурсов и реализации; 2) неформальные отношения поставщиков и потребителей, обусловленные их узким кругом; 3) положение «ведущего» в корпоративных союзах между крупными и средними производствами; 4) повышенная чувствительность к экономической конъюнктуре, политическим колебаниям, производственным изменениям; ограниченность источников финансирования и хроническая нехватка капитала; 5) сильная зависимость от поддержки малого предпринимательства[415].

Следует отметить, что в различных странах – разные масштабы малых предприятий. Соответственно, различны и критерии, по которым происходит отнесение той или иной экономической структуры к малому бизнесу, что, в свою очередь, в значительной степени предопределяет своеобразие, многогранность и специфику хозяйствования в том или ином секторе. Имеются в виду трудовая мотивация, формы и методы функционирования, основные тенденции и направления развития, менеджмент и маркетинг, социокультурные и социопсихологические ценности, связанные с трудовой деятельностью и др.

---

[415] Л. Шлус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России, с. 87.

Конечно, в разных странах на различных этапах развития различны и масштабы субъектов малого, среднего и крупного бизнеса. Например, согласно закону Грузии «О внесении изменений и дополнений в закон Грузии «О поддержке малого биизнеса» от 14 июля 2002 года ныне к малым и средним предприятиям относятся все созданные на территории Грузии по закону «О предпринимателях» предприятия организационно-правовой формы, где среднегодовое количество занятых и годовой оборот не превышают следующих предельных объемов:

а) для малых предприятий – 20 занятых и 500 тысяч лари;

б) для средних предприятий – 100 занятых и 1500 тысяч лари[416].

Определение масштабов субъектов предпринимательства имеет большое теоретическое и практическое значение для укрепления законодательной базы, а также разработки мероприятий организационно-правового характера с целью их дифференцированной поддержки и регулирования. Вместе с тем, очевидно, что нормативы, определяющие параметры малых предприятий, не устанавливаются раз и навсегда. Они могут и должны изменяться в зависимости от конкретной обстановки, а также технико-экономических и технологических задач. Главное, чтобы эти нормативы обеспечивали дальнейшее развитие малого предпринимательства, полное и высокоэффективное использование его потенциала.

Факторы мотивации труда и трудовые ценности. Исходя из социально-экономических и психологических особенностей, малый бизнес в то же время представляет не только **социокультурный,** но и **социопсихологический феномен,** поскольку стремление к частному предпринимательству свидетельствует и о том, что оно, помимо получения доходов и прибыли, имеет и другие **«привлекательные» стороны,** которые соответствуют индивидуалистической природе предпринимателей и обеспечивают его свободу. Естественно, что частное предпринимательство обусловливает формирование совершенно иной, специфической системы мотивации труда. В частности, создает благоприятные условия, с одной стороны, для максимального проявления хозяйственно-

[416] Закон Грузии «О внесении изменений и дополнений» в закон Грузии «О поддержке малых предприятий». Законодательный вестник Грузии. 2002 г. 24 августа, № 23, Тб., с. 25. (на груз. яз.).

коммерческих способностей и возможностей каждого человека (следовательно, в конечном счете, всего общества), а, с другой стороны, этим путем обеспечивает удовлетворение таких фундаментальных духовных запросов каждого человека, как **индивидуальность, многообразие, демократичность, свобода, возможность самовыражения, моральная удовлетворенность, чувство собственного достоинства, испытание и реализация личностных возможностей, умения, готовность к риску, способность избавиться от рутины и сделать смелый шаг, стремление наладить собственное дело, быть самим собой, принимать самостоятельные решения, разбогатеть** и др.

Все вышеперечисленное обусловлено такими особенностями малого бизнеса, как автономность труда, многообразие, простота формирования и самоорганизации, а также рядом других характерных для него специфических черт, что предоставляет человеку с выраженными индивидуальными потребностями возможность широчайшего выбора для воплощения собственных желаний и запросов. Именно с этим связано зарождение в экономике западных стран в 60-70 гг. XX в. специфической структуры, известной под названием **«самостоятельной работы»**, которая объединяет людей, называющихся в западной социологии **«самостоятельными работниками»** или **«работающими на себя»**, связанных своей постоянной деятельностью с немонополизированным бизнесом.

Их трудовую мотивацию обусловливают такие факторы, как желание самым быть боссом (организатором) и самому выбирать рабочее место и клиентов, «делать» деньги для себя, а не для других, продолжить семейные традиции, работать вместе с семьей или друзьями и, наряду с работой, воспитывать детей, отсутствие желания работать в крупной корпорации, бесперспективность выдвинуться на прежней работе и желание лучше работать на новом месте. Для «самостоятельных работников» определяющим мотивом при выборе рабочего места является влияние **«привлекательных» факторов** (стремление к автономности трудовой жизни, самостоятельности, гибкости, получению финансового преимущества и т. д.), а не **«принудительных»** (страх быть уволенным с работы и стать безработным, а также отсутствие желания работать в корпорации и т. д.). Если в экономически развитых странах для подавляющего большинства занятых основные мотивы для

начала деятельности в сфере индивидуального бизнеса, главным образом, определяются «привлекательными» факторами, то в развивающихся, а также в странах с переходной экономикой решающими являются «принудительные» факторы[417].

Социально-экономическая эффективность. Жизнеспособность малого предпринимательства, прежде всего, обусловлена тем, что оно обеспечивает **соединение прав на владение собственностью отдельными предпринимателями или группой предпринимателей с ее реальным использованием и отчуждением по собственному усмотрению**, что стимулирует рост производительности труда и обусловливает такие его преимущества, как: динамичность и эластичность малого предприятия; простота его управленческой структуры (что создает благоприятные условия для свободных, энергичных и инициативных действий, принятия гибких и оперативных решений); широкие возможности быстрого обновления основного капитала, освоения новых технологий, ускорения внедрения в практику достижений научно-технического прогресса; способность немедленно реагировать на новшества, появившиеся на потребительском рынке, в науке и технологии; ускорение инновационных процессов, а также существенное сокращение сроков научно-исследовательских работ и изобретательской деятельности и затрат на них путем создания высококвалифицированного малочисленного коллектива, работающего под руководством высококвалифицированного специалиста; возможность создания значительно лучших технико-экономических и морально-психологических условий для повышения производительности труда и эффективности производства путем качественного совершенствования действующих и внедрения новых форм и методов организации и ведения производства; широкое использование т. н. неэкономного из-за отдаленности от зоны переработки и потребления продукции сырья для производства товаров и удовлетворения местного потребительского спроса в результате простоты выбора места функционирования и сравнительно ограниченных масштабов производства; незначительность затрат на ведение производства (затраты на фонд заработной платы, инвестиционные и управленческие расходы); сплочение коллектива в

[417] Г. Данишевская. «Самостоятельные работники» в Великобритании. Журн. «Социологические исследования», 1992, № 9, с. 131-133.

единый организм в результате развития чувства подлинного трудового коллективизма и достижения таким путем высших результатов.

Основные тенденции развития. В настоящее время малый бизнес – одна из неотделимых и динамично развивающихся частей хозяйственной системы экономически высокоразвитых стран Запада, которая благодаря своему особому месту играет существенную роль не только в социально-экономической, но и общественно-политической жизни этих стран, что самое главное, – в повышении материального благосостояния населения. В значительной мере путем максимальной реализации потенциальных возможностей малого предпринимательства и его преимуществ в сравнении с крупным бизнесом достигается **общенациональное экономическое благополучие, социальная защищенность широких слоев населения и стабильность общественного развития.** Достаточно отметить, что в США и Германии в сфере малого бизнеса в настоящее время создается 50-52 процента валового внутреннего продукта, в Великобритании – 50-53, в Японии – 52-55, во Франции – 55-62, в Италии – 57-60 процентов. При этом в данной сфере занята весьма значительная часть самодеятельного населения. В частности, в Германии на малых предприятиях работает 46 процентов рабочей силы, в Великобритании – 49, во Франции и США – 54, в Италии – 73, в Японии – 78,8 процента[418].

По мере развития рыночных отношений малое предпринимательство занимает все более ведущие позиции и в постсоциалистических странах. Уже в 1990 г. в Венгрии на малых предприятиях работало 14,8 процента всех занятых в промышленности, в Болгарии удельный вес малых предприятий в общей их численности составлял: в машиностроении – 36 процентов, в пищевой промышленности – 16, в легкой – 12, в химической – 8 процентов[419]. В странах СНГ в малом и среднем бизнесе производится в среднем 5-10 процентов валового национального продукта, в этой сфере занято 10-20 процентов экономически активного населения[420]. В

---

[418] Журн. «Ваш банк Экономист». М., ноябрь 2001, с. 22.

[419] И.Коплатадзе. Малый бизнес в странах Восточной Европы. Журн. «Экономика», 1992, № 3-4, с. 97-99 (на груз. яз.).

[420] С. Антюгенов, В. Зиновьев, Н. Стронгина. Малое предпринимательство: заметки о развитии. Журн. «Вопросы статистики», 1995, № 9, с. 69.

Российской Федерации 68-72 процента хозяйственных субъектов относятся к малому предпринимательству[421].

Интенсивно протекает процесс формирования малого предпринимательства, как отдельного сектора экономики страны и в Грузии, все больше возрастают его место и роль в системе национального хозяйства, что представляет один из важнейших факторов внедрения рыночных структур и формирования национальной экономики. Малые предприятия в течение сравнительно короткого времени накопили значительный производственно-технический и финансово-экономический потенциал. Следствием этого является то, что по экспертным оценкам, в настоящее время в малом бизнесе создается 25 процентов валового внутреннего продукта. Ведущие позиции занимает малая экономика и по другим важнейшим показателям, хотя, за последние годы с точки зрения динамики разных качественных показателей все же можно выделить два периода: 1. до 2008 года и 2. после 2008 года.

В начале первого периода особенно быстрыми темпами возрастали все важнейшие качественные показатели, но в конце 1990-х годов в основном из-за начавшегося в России экономического кризиса и других нежелательных явлений положение изменилось к худшему. В условиях снижения экономической активности в целом в стране в большинстве отраслей предпринимательской деятельности появились признаки ухудшения показателей развития малого бизнеса, что в период после 2003 года приняло характер четко выраженной отрицательной тенденции. Несмотря на это, малые экономические структуры уже в первый же период почти по всем качественным показателям заняли прочные позиции во всех сферах хозяйственной деятельности и сформировались, как весьма важный и перспективный сегмент экономики, играющий важнейшую роль в социально-экономической жизни страны в целом.

Новые формы и направления. В последнее время в западных странах интенсивно внедряются новые формы и направления малого предпринимательства. Это, прежде всего, обусловлено воздействием современного научно-технического прогресса, глубокими изменениями, происходящими, с одной стороны, в характере

[421] Л. Белокопная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. Журн. «Вопросы статистики», 1995, № 9, с. 5.

и организации труда, а с другой, в техническом оснащении и технологии производства, что существенно расширило границы и возможности функционирования мелкого бизнеса, и прежде всего, одного из основных его видов – **семейного бизнеса**. В результате всего этого можно сказать, что в современных условиях, после выделения из семьи и отдельного функционирования в течение продолжительного времени производство в определенной мере возвращается к его первооснове – к семье, благодаря чему она (семья) вновь обретает свою утраченную производственно-экономическую функцию.

Не будет также ошибкой, если скажем, что ныне именно возникновение и развитие новых форм малого предпринимательства, прежде всего, обусловливает коренные изменения всего **механизма хозяйствования** в той или иной стране. В то же время современный зарубежный опыт со всей очевидностью подтверждает, что эти формы трудовой деятельности больше других могут идти в ногу со структурными преобразованиями в экономике, задействовать стимулы роста производства, быстро увеличить количество рабочих мест и сократить безработицу. Специалисты связывают ускоренное развитие различных форм именно малого бизнеса и, в частности, т. н. **мельчайшего, единоличного бизнеса** с возникновением категории **«самостоятельных работников»** или так называемых **«работающих на себя»**, что обусловливает существенные изменения в содержании и организации современного производства и обслуживания.

В последнее время среди «работающих на себя» все больше растет количество **«самозанятых»**, работающих на собственных, очень мелких некорпорированных предприятиях. Такие предприятия отличаются тем, что на них обязательно заняты и их собственники, работающие безвозмездно члены семьи, ученики, постоянно или временно работающие малочисленные наемные работники[422].

В результате своего рода возвращения производства обратно в семейное хозяйство совершенно иное содержание приобретает и постепенно все более популярным становится такой традиционный вид малого предпринимательства, как **работа на дому**, под

---

[422] В. Любимова. Место «мельчайшего бизнеса» в экономике. Журн. «Мировая экономика и международные отношения», 1992, № 11, с. 141.

которой, по международной статистике и законодательству, подразумевается изготовление промышленных и продовольственных товаров или оказание разных видов услуг по заказу нанимателей (или по договору). Источником дохода работающих на дому является зарплата, а не капитал, хотя на практике чаще встречаются их смешанные формы. О широком развитии работы на дому говорит и то, что сейчас все более значительная часть рабочей силы работу выполняет не на предприятии, как прежде, а на дому, в собственной квартире, в семье.

На протяжении последних двух-трех десятилетий малый бизнес, кооперация труда и конкуренция оказывают все более благотворное влияние друг на друга. Воздействуя и взаимодействуя друг с другом и будучи неразделимыми, прочно связанными органическими элементами системы рыночных отношений и единого хозяйственного пространства, они во многом определяют уравновешенное и сбалансированное развитие экономики, ее институциональное, технологическое и структурное совершенствование. С одной стороны, свободная конкуренция, а с другой – многочисленность мелких фирм, а также возможность функционировать в любой сфере и в любой разрешенной законом форме, твердые гарантии для реализации предпринимательских способностей и талантов каждого человека создают условия для **гармонизации конкурентной бизнессреды.** Прежде всего, трудовое соперничество между малым, средним и крупным бизнесом в условиях свободной конкуренции предопределяет возникновение все новых и новых форм малого предпринимательства, все более полное использование его потенциальных возможностей. Это выражается в широком распространении различных организационных форм и методов, таких как **временное трудовое сотрудничество отдельных работников,** то есть **временные трудовые объединения, франчайза, субконтракт, субподряд** и др. Кратко опишем каждую из них.

Временные трудовые объединения организуются на базе высокой квалификации и профессиональной однородности работников для выполнения определенной работы за определенный период (неделя, месяц, сезон, год и т. д.). Такие объединения отличаются особой мобильностью и эластичностью в отношение рыночной конъюнктуры и в значительной мере способствуют насыщению пот-

ребительского рынка продукцией и услугами, обладающими редкими потребительскими свойствами.

Для развития малого предпринимательства многосторонние возможности создают также т. н. франчайзные (*franchise – франц. льгота*) договорные отношения, которые подразумевают кооперацию крупного и малого предпринимательства и представляют их гибридную форму. Франчайзные отношения устанавливаются между крупной корпорацией и малой фирмой или отдельным бизнесменом, производственной или функциональной операционной компанией.

В последнее время в экономику Запада все шире внедряется также практика выделения малых фирм для **автономного функционирования** при достижении компанией заранее определенных параметров, в основе чего лежит принцип **«каждый день – новая фирма в составе компании»**. Целью такого подхода является выделение определенных структур для автономного функционирования в виде отдельного подразделения при ускоренном росте величины корпораций, достижение ими параметров сверхкрупных компаний и на этой основе постоянное сохранение духа **свободного предпринимательства** в системе корпоративных ценностей, выявление этим, с одной стороны, новых направлений развития корпорации, а с другой, создание новых возможностей для самовыражения людей, в конечном счете же, утверждение чувства малого коллектива, общей семьи и в крупной организации.

Для внедрения новых форм и направлений малого предпринимательства весьма широкие возможности имеются и в Грузии. Для этого все условия создают **интеллектуальный и духовный потенциал** населения, его трудовые традиции, многовековой опыт индивидуального хозяйствования, богатейшие природные ресурсы, замечательные климатические и лечебно-курортные условия, обилие памятников истории, культуры и природы. При осуществлении целенаправленной государственной экономической и социальной политики эти бесценные сокровища создают все условия, чтобы города, поселки и села с поредевшим населением превратить в **процветающие очаги малого бизнеса, семейно-фамильные миниагропромышленные фирмы,** добывающие и перерабатывающие минифабрики, и заводы, охотничьи хозяйства, кемпинги, турбазы, гостиницы и дома отдыха каждое домашнее хозяйство, каждый приусадебный участок, имюшие свою неповторимую

историю и являясь как бы бесценным сокровищем, овеществляющим в себе весь труд, всю силу и умение наших предков, вложивших в них весь свой талант для потомков[423]

Институциональные основы малого бизнеса

Системная структура. В условиях рыночных отношений, исходя из многопрофильного характера экономической деятельности, а также организационно-правовых форм и других признаков, сфера функционирования мелкого предпринимательства не ограничивается ни какой-либо определенной отраслью экономики, ни той или иной формой собственности. Частные предприятия могут действовать в любой отрасли и сфере деятельности, они могут создаваться как в частном, так и государственном и кооперативном секторах, основываться как на частной, так и на государственной, кооперативной, групповой или смешанной собственности.

К примеру, в странах с высокоразвитой рыночной экономикой малый бизнес в основном представлена такими предпринимательскими субъектами разных размеров, сфер экономической деятельности и собственности, с различными организационно-правовыми основами, формами собственности и экономическо-правовой ответственностью, как: мельчайшие, мелкие, малые и средние хозяйственные единицы; производственные, торговые, сервисные (услуги), посреднические, финансово-кредитные, многопрофильные предприятия; индивидуальная трудовая деятельность, мелкое домашнее хозяйство, мелкое индивидуальное предпринимательство; индивидуальное предприятие, предприятие группы индивидов, предприятие общественной организации (организаций), муниципальное предприятие, государственное предприятие, предприятие смешанного типа; общество солидарной ответственности, командитное общество, общество ограниченной ответственности, акционерное общество, кооператив и др.

Многообразен и состав занятых в малой экономике по социальному происхождению, положению, образованию, профессии, квалификации, месту жительства и другим признакам.

---

[423] И.Чавчавадзе. Полн. собр. соч. в 10 томах. Под ред. П. Ингороква, т. VI. Государственное издательство Груз. ССР, Тб., 1956, с. 188-189 (на груз. яз.).

Постепенно формируется структура мелкого предпринимательства и в Грузии. Ныне в государственном секторе функционирует 4,4 процента малых предприятий, а в негосударственном – 95,6 процента. Так же неравномерно распределены малые предприятия и по отраслям: их подавляющее большинство – 65,5 процента – функционирует в сфере торговли, ремонта автомобилей, бытовых товаров и предметов личного пользования. В государственном секторе малые предприятия более или менее равномерно распределены по видам экономической деятельности, а в негосударственном секторе их абсолютное большинство – 81,4 процента – сконцентрировано в сфере торговли и обслуживания.

Односторонностью характеризуется и региональная структура: 71,3 процента малых предприятий расположено в 5 регионах (Тбилиси, Аджария, Имерети, Квемо Картли, Самегрело-Земо Сванети), тогда как доля остальных шести регионов (Кахети, Шида Картли, Мцхета-Мтианети, Гуриа, Самцхе-Джавахети, Рача-Лечхуми) не превышает 28,7 процента. Так же нерационально распределение занятых в организованном (зарегистрированном) и неорганизованном (незарегистрированном) бизнесе, что обусловливает крайне низкую эффективность использования рабочей силы.

Формирование оптимальной системной структуры открывает огромные резервы для более полного использования потенциала малого бизнеса, а от этого во многом зависит не только ускорение темпов экономического роста, но и решение сложнейших социальных проблем.

Организационно-правовые основы. В экономически высокоразвитых странах для функционирования и всестороннего развития малого предпринимательства созданы прочные организационно-правовые основы. Законом определены сущность и размеры малых предприятий, их права и свободы, гарантированы их создание и бесперебойное функционирование в любой отрасли экономики. В то же время на общенациональном и региональном уровнях сформирован эффективный, широко разветвленный государственный механизм, который, с одной стороны, обеспечивает **координацию дел малого предпринимательства** в масштабе страны, а с другой – защищает его от экономического диктата и давления со стороны крупных и крупнейших монополистических объединений.

Следует отметить и то что специальным законодательством определены размеры малого предприятия. Это имеет не только большое теоретико-правовое, но и практическое значение. Дело в том, что во многих экономически развитых странах экономическая политика государства в значительной мере дифференцирована в зависимости от того, каковы масштабы предпринимательской деятельности хозяйственных субъектов с той целью, чтобы государственная поддержка, патронаж, в первую очередь, оказывались малым экономическим структурам.

Устойчивому, динамичному развитию малого предпринимательства во многом способствует также широко развитые институциональные основы, которые созданы в развитых странах для координации деятельности малых предприятий и осуществления политики их государственной поддержки. В этом отношении большого интереса заслуживает также опыт и некоторых постсоциалистических стран, которые за короткий период смогли преодолеть вакуум, имевшийся в этой сфере.

В Грузии основу организационно-правовой базы малого предпринимательства заложило постановление Кабинета министров страны «О мерах по развитию и содействию малой предпринимательской деятельности в Республике Грузия» от 6 августа 1993 г. Безусловно шагом вперед в этом отношении явился Закон «О поддержке малых предприятий», который был принят Парламентом Грузии 23 июля 1999 г.

Этим важнейшим документом были определены экономические и правовые основы развития и государственной поддержки малых предприятий в стране. Что самое главное, было установлено, что малые предприятия пользуются льготами, предусмотренными налоговым кодексом и законом при участии в государственных закупках[424].

Весмьа примечательно, что законом для разработки и осуществления государственной политики был создан Центр развития и содействия малым предприятиям, важнейшими функциями которого являются: координация мероприятий, предусмотренных государственной политикой развития малых предприятий, органи-

[424] Закон Грузии «О поддержке малых предприятий». Законодательный вестник Грузии, 1999, № 35 (42), Тб., с. 45 (на груз. яз.).

зация разработки и осуществления программ их развития и финансирования, проведение учебных курсов и семинаров, информационное и консультационное обслуживание, содействие формированию и развитию малого предпринимательства, осуществление других мероприятий по их стимулированию.

Организационно-правовые основы малых предприятий еще больше подкрепили принятый 4 июля 2002 года закон Грузии «О внесении изменений и дополнений в закон Грузии «О поддержке малых предприятий». В частности, в сферу преимущественной государственной поддержки попали и средние предприятия, по-новому определены предельные средние годовые количество и оборот на малых и средних предприятиях. Согласно закону Координационный совет малых и средних предприятий был обязан представлять президенту Грузии на утверждение государственные программы поддержки таких предприятий, установлено, что поддержка малого бизнеса осуществляется на основе государственных, региональных и отраслевых программ, в соответствии с этими программами определены перспективные направления развития и деятельности малых и средних предприятий[425]. Для создания правовой базы плодотворного взаимного сотрудничества малого и крупного бизнеса весьма большое значение имеет также выделение отдельной главы во второй части договорного права, вошедшей в частную часть гражданского кодекса Грузии, которая регулирует франшайзные отношения в стране[426]. Принятием этих важнейших законодательных актов, с одной стороны, четко выразилась политическая воля государства о приоритетной государственной поддержке и патронаже малого предпринимательства, с другой стороны, были сделаны первые практические шаги на пути его осуществления.

Политика государственной поддержки. Государственная поддержка малого бизнеса, в том числе и финансовая, – это широко апробированная и распространенная в мире практика. В странах развитых рыночных структур, где глубоко осмыслены социально-

---

[425] Закон Грузии «О внесении изменений и дополнений» в закон Грузии «О поддержке малых предприятий». Законодательный вестник Грузии, 2002, № 23, с. 25-26 (на груз. яз.).

[426] Гражданский кодекс Грузии, 18-19-20, 1997, раздел первый, договорное право, часть вторая, глава седьмая, франчайзинг, с. 77-78 (на груз. яз.).

экономическое значение, преимущества и особенности малого бизнеса, осуществляют широкие государственные **протекционистские мероприятия** с целью создания благоприятных условий для его функционирования, всесторонней поддержки и содействия. Выражением этого являются льготы, которыми отличаются в отношение этого сектора **налоговая, кредитно-финансовая и инвестиционная политика.**

Особого внимания в этом отношении заслуживает **опыт США, Германии, Великобритании, Франции, Голландии, Италии,** а также других стран, где сформированы прочные организационно-правовые и институциональные основы для осуществления единой государственной политики в сфере поддержки малого предпринимательства и где как у государства, так и у абсолютного большинства населения существует однородное, четко выраженное отношение к этому виду предпринимательской деятельности – как государство, так и общество считают малый бизнес сферой **особой, всеобщей заботы,** а людей, наделенных талантом предпринимательства, бизнесмена, относят к **«золотому фонду» нации.**

Во многих странах как правительственные органы, так и частные организации оказывают также активное содействие «самостоятельно занятым», которые, как правило, работают в сфере малого бизнеса. Им по льготным условиям выдаются долгосрочные кредиты, успешно функционируют службы консультационных услуг и профессиональной подготовки, разрабатываются специальные программы для вовлечения безработных в ряды «самостоятельно занятых».

Весьма многообразна и помощь нефинансового характера. Прежде всего, имеются в виду такие мероприятия, как содействие в получении сырья, необходимого для производства некоторых видов продукции, поощрение производства различной продукции на базе промышленных отходов по соответствующей технологии для местного рынка и т. д.

Для приоритетной государственной поддержки малого бизнеса важные мероприятия осуществляются и в постсоциалистических странах. К сожалению, это не всегда можно сказать в отношении Грузии, где возведено множество преград на пути внедрения и функционирования рыночных структур.

В ходе социологического обследования, проведенного с участием автора в 1994 г. в Тбилиси, только 1,5 процента опрошенных заявили, что в Грузии имеются благоприятные, а по мнению 7,5 процента – более или менее благоприятные условия для развития бизнеса, тогда как абсолютное большинство – 89,9 процента респондентов придерживались совершенно противоположного мнения.

Аналогичное положение выявило также социологические исследование, проведенное также с участием автора в 1998-1999 гг., во время которого только 0,1 процента опрошенных сочли, что экономическая политика, осуществляемая властями для развития предпринимательства, очень *хорошая*, а по мнению 0,5 процента – *хорошая*, тогда как 40,8 процента считали, что эта политика *плохая*, по мнению 34,7 процента – *очень плохая*, а 18,5 процента затруднялись дать ей оценку. После проведения вышеуказанных исследований прошло много лет, но за этот период фактическое положение в этой сфере не изменилось: перед предпринимателями по-прежнему стоит множество непреодолимых проблем.

С одной стороны, полное отчуждение государства от нужд бизнеса, а с другой стороны, население не верит, что государство окажет им помощь в устроиство бизнеса, полностью подтвердило социологическое исследование, проведенное в 2003 году. Об этом свидетельствует отношение респондентов к принятому парламентом Грузии в 1999 году закону «О поддержке малых предприятий»: только 3,2 процента опршенных просил власти, в соответствии с вышеуказанным законом, оказать помощь в устроиство собственного бизнеса, а большинство респонденгов – 57,1 процента не просили, поскольку по мнению почти каждого третьего (28,8 процента) опрошенного, такая просьба не имела смысла, поскольку без взятки никто не поможет.

Менеджмент малого бизнеса

Специфические особенности. Менеджмент (*management – англ. управлять, вести, возглавлять*) подразумевает эффективную организацию факторов производства с целью получения прибыли. Его основные функции: **планирование, организация, мотивация и контроль производства.** Различают: **общий и функциональный менеджмент.** Общий менеджмент ориентирован на руковод-

ство предприятием в целом для получения как можно больше прибыли, а функциональный менеджмент – на управление его отдельными подсистемами (финансы, трудовыве ресурсы, информация, производственные процессы и т. д.).[427]

Менеджмент малого бизнеса характеризуется специфическими особенностями. Его структура проста и в то же время сложна. Проста, поскольку сравнительно немнолгочисленен как управленческий аппарат бизнес-коллектива, так и количетсво занятых, сложна, поскольку, несмотря на немногочисленность управляемых объектом, вопросы, взаимосвязанные с менеджментом предприятия, по своему содержанию, многообразны, многогранны и разнообразны.

Определенные особенности создает и то, что, во-первых, на малом предприятии предприниматель, как правило, одновременно сам является и собственником, и менеджером, а часто – и исполнителем работ; во-вторых, разработка, принятие и выполнение управленческих решений происходит по своей инициативе, на собственные или взятые в долг средства, под личной имущественной ответственностью; в третьих, на передний план выдвинуты деловые и личностные качества предпринимателя: профессионализм и квалификация, талант, целенаправленность, рационализм и рискованность, интуйция, сообразительность и упорство, умение учиться на ошибках и их использование в качестве предупредительнвх индикаторов, терпимость и способность к преодолению препятствий, к повседневному тяжелому, напряженному труду.

От беспристрастной, объективной оценки будущим бизнесменом собственных личностных качеств намного зависит судьба успеха. Поэтому прежде чем начать дело, он должен выяснить:

1. Имеет ли он качества лидера?
2. Обращаются ли другие к нему за помощью при принятии решений?
3. Нравится ли ему конкуренция?
4. Имеет ли силу воли и самодисциплину?
5. Составляет ли предварительные планы?
6. Нравится ли отношения с людьми?

[427] Л. Чикава. Инновационная экономика. Тб., 2006, с. 413.

7. Устанавливает ли хорошие отношения с другими людьми?[428]

Вместе с тем, будущий предприниматель должен хорошо осознать, имеет ли он необдимые для начала собственного дела навыки. В частности:

1. Знает ли, какие основные навыки нужны для успешного ведения бизнеса и имеет ли он их?
2. При подборе персонала сможет ли определить, отвечает ли квалификация претендентов требованиям, которые он предъявляет?
3. Был ли когда-либо в роли управляющего или надзирателя?
4. Был ди когда-либо занят в подобном бизнесе, которым намерен заняться?
5. Прошел ли в каком-либо учебном заведении курсы бизнеса?
6. Если обнаружит, что у него нет нужных навыков для ведения бизнеса, готов ли отложить осуществление задуманного до приобретения этих навыков?[429]

Тут же следует сказать, что **для формирования нового предприятия вовсе не необходимы некие особые личностные, деловые качества и навыки**, чтобы заняться предпринимательством не нужно и блестящего послужного списка. Главное и самое важное, иметь желание, **очень много работать**. Действительно, три четверти тех, кто ведет собственную фирму, в неделю, самое меньшее, работает 50 часов, а более четверти – 70 часов и больше проводит на работе[430]. Конечно, не все могут вынести такую тяжелую физическую и эмоциональную нагрузку, преодолевать сложные препятствия. Поэтому необходимо, чтобы будущий бизнесмен заранее знал, что ведение собственного бизнеса может потребовать 12-16 часов работы ежедневно, к тому же все шесть дней за неделю и к этому могут добавиться воскресенье и праздники.

Конечно, не все могут вынести такую тяжелую физическую и эмоциональную нагрузку, преодолевать сложные препятствия. Поэтому необходимо, чтобы будущий бизнесмен заранее знал:

---

[428] Как начать собственный бизнес. Экспертный совет администрации малого бизнеса США. Сост. Г. Потеет, 1995, с. 6 (на груз. яз.).

[429] Как начать собственный бизнес, с. 7.

[430] Современный бизнес, т. 1, с. 105.

1. Хватит ли физической выносливости, чтобы справиться с тяжелой работой?
2. Имеет ли достаточную эмоциональную прочность, чтобы выдержать напряженность?
3. Готов ли в случае надобности в умеренных пределах ухудшить условия своей жизни, пока его бизнес прочно не встанет на ноги?
4. Готова ли его семья встретить те трудности, перенести которые обязательно придется?
5. Готов ли потерять свои сбережения?[431]

Причины успехов и неудач. Бизнес вообще и, в частности, малый бизнес представляет собой экономическую деятельность, полную противоречий и проблем. Поэтому необходимо выработать способность **предвидеть эти противоречия и овладевать способами и методами их преодоления**, что самое главное, осознавать, если не секреты чужих успехов, то хотя бы причины наиболее распространенных неудач. Согласно одному их тестов, составленному американскими учеными, для успешного управления малым предприятием предприниматель должен обладать такими деловыми и личностными качествами, как способность и умение: 1) любить людей, ладить почти со всеми; 2) увлекать многих людей за собой при начинании какого-нибудь дела; 3) брать на себя ответственность; 4) составлять план, прежде чем браться за дело; 5) работать столько, сколько требуется; 6) принимать правильные решения; 7) всегда говорить правду, быть искренним; 8) хранить верность данному слову и проявлять упорство в достижении поставленной цели; 9) проявлять самоотверженность в работе[432].

Человек, который начинает собственное дело, сам назначает себя как руководителем предприятия, так и менеджером. Этим он делает решительный выбор, а право на выбор одновременно означает право как на успех, так и на неудачу. По наблюдениям специалистов, 44 процента всех банкротств малых предприятий вызвано некомпетентностью предпринимателей, 16 процентов – несбалансированностью опыта (отсутствием опыта в сфере маркетинга, финансов, снабжения и производства), 17 процентов – отсутствием

[431] Как начать собственный бизнес, с. 6.
[432] Современный бизнес, т. 1, с. 102-103.

управленческого опыта, 15 процентов – отсутствием опыта работы в избранной сфере и т.д.[433]

Стиль менеджерской деятельности. Вместе с тем, для успешного функционирования предприятия необходим выбор правильного стиля менеджерской деятельности, который для достижения намеченной цели должен обеспечить выработку настроя групповой ответственности в коллективе, полную реализацию способностей и энергии как самого себя, так и каждого работника. В практике различают четыре различных стиля управления. Это: **строгий автократический, доброжелательно автократический, консультативный и партиципальный (соучастия)**[434].

Лидеры, которые выбирают строго автократический стиль, являются абсолютными диктаторами. Они считают, что взаимоотношения руководителя и подчиненных могут быть истинными тогда, когда подчиненные выполняют только то, что им поручено, в то же время, к руководителю они не имеют никаких вопросов. Строгое автократическое лидерство одобряют только два типа менеджеров – 1. те, которые плохо информированы и другого выхода не находят; 2. те, которые отличаются эгоцентрическим характером и стремятся показать собственную значимость.

Лидеры, отдающие предпочтение доброжелательному автократическому стилю, ориентированы как на выполнение поручений, так и на удовлетворение интересов работников. Такие менеджеры большие усилия отдают выполнению поручений, но в то же время максимально учитывают пожелания, чувства и стремления персонала. Они разрешают работникам принимать решения или быть соучастниками процесса принятия решении.

Сторонники консультационного стиля подсказывают подчиненным направления действия, но в то же время они всегда открыты для альтернативы и от подчиненных ждут искренней реакции. Этот стиль управления ни в коем случае не предполагает создания такой ситуации, когда один человек равен одному голосу. После окончательного анализа решение принимает менеджер консульта-

---

[433] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей, с. 282.

[434] Там же, с. 526.

ционного типа и сам же берет на себя ответственность за него, даже тогда, если это решение было основано на ошибочных советах.

Менеджер партиципального стиля вместе со своими сотрудниками на равных правах участвует в принятии решения, чем и создает настрой соучастия в общей идее. Партиципальный менеджмент дает руководителю стимул, с помощью сотрудников искать новые идеи, устроить каждое рабочее место таким образом, чтобы труд каждого человека приобрел свою значимость. Вместе с тем, такой стиль правления позволяет лидеру разделить власть и ответственность со своими сотрудниками, открыть путь открытым и прямым потокам информации внутри организационной структуры[435].

Типичные ошибки. Специалисты выделяют семь наиболее типичных для малого бизнеса ошибок: 1) ошибочное принятие хобби, увлечения за склонность к бизнесу; 2) попытка сделать фирму привлекательной для всех; 3) организация дела без достаточного количества денег; 4) неумение вовремя обнаружить опасность, связанную с получением кредита; 5) назначение неправильной цены; 6) «выжимание соков» из фирмы ради жизни «на широкую ногу»; 7) самоизоляция и единоличное руководство предприятием[436].

В развитых странах осуществляются широкие и многосторонние мероприятия, направленные на повышение уровня коммерческой и профессиональной подготовки предпринимателей, овладение ими передовыми технологиями, современными формами и методами управления. С целью привлечения и сохранения высококвалифицированных специалистов широко используются и другие средства привлечения и переподготовки кадров[437]. Освоение и творческое использование этого опыта во-многом будет способствовать развитию бизнеса в Грузии, где в обстановке противоречий, характерных для экономики переходного периода, формируется прослойка предпринимателей, среди которых люди разного социального происхождения и уровня образования, профессии и квалификации.

Социально-профессиональный портрет. Прежде всего, привлекает внимание их высокий образовательный ценз, квалификация и трудовой опыт начинающихся бизнесменов. Несмотря на

---

[435] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом, с. 526-528.

[436] Там же, с. 120-121.

[437] А. Хведелиани. Роль малых предприятий в развитии экономики. Опыт зарубежных стран. Журн. «Экономика», 1991, № 7-6, с. 73 (на груз. яз.).

это, для людей, воспитанных на принципах социалистического хозяйствования. очень трудно усвоить рыночные ценности, тем более, превратиться из механического исполнителя полученных «сверху» заданий и готовых рецептов в свободного предпринимателя, работающего по собственной инициативе, с риском и имущественной ответственностью. Вместе с тем, некоторые люди, начинающие свое дело и считающие себя бизнесменами, не оценивают критически свои знания и возможности, деловые и личностные качества, не заботятся об овладении основами хозяйствования как важнейшей науки, предварительно не изучают сферу, где намерены развернуть предпринимательскую деятельность, не исследуют запросы потребительского рынка, своих будущих клиентов.

К этому добавляется и то, что для управления делом не приглашают менеджеров и в большинстве случаев сами становятся президентами фирм, а руководство различными сферами их деятельности поручают своим друзьям и родственникам – таким же неспециалистам[438]. Поэтому нетрудно догадаться, почему в кратчайшие сроки кончает крахом свою деятельность большая часть вновь созданных предприятий, из-за чего для некоторых людей занятие бизнесом нередко становится причиной не только личного несчастья, но и трагедией для всей семьи. Поэтому всестороннее содействие предпринимателям в повышении уровня знаний, овладении ими современными формами и методами хозяйствования должно стать общегосударственной задачей, от успешного решения которой во многом зависит оздоровление бизнессреды.

Маркетинг малого бизнеса

Задачи и функций, Главная цель каждого предпринимателя – привлечение потребителей его продукции (услуг), удовлетворение их запросов и получение прибыли таким путем. В осуществлении этой задачи им помогает маркетинг (*marketing<market – англ. рынок*). Именно он способствует движению продукции (услуг) от предпринимателей к покупателям.

---

[438] Е. Балиашвили. Малым предприятиям требуются гибкие системы управления. Журн. «Экономика», 2001, № 8, с. 117 (на груз. яз.).

В научной литературе маркетинг, исходя из его целей и функций, определяют как **систему научно обоснованных интегральных мероприятий по целенаправленному ведению бизнесдеятельности фирмы, которая на основе формирования и изменения спроса обеспечивает разработку и реализацию программы производства и сбыта и ориентирована на максимизацию прибыли.**

Основные цели маркетинга: формирование и стимулирование спроса, всестороннее обоснование разработанной фирмой концепции производства и сбыта, расширение объема реализации товаров и услуг и увеличение прибыли. А девиз таков: **производить то, что продается, а не продавать то, что производится**[439].

Комплекс маркетинга. На практике различают широкий спектр взаимосвязанных средств (инструментов) маркетинга, которые обеспечивают осуществление намеченных предпринимателем целей. Из них следует отметить:

- маркетинговые исследования;
- каналы сбыта;
- цена;
- реклама;
- персональные (личные) продажи;
- стимулирование сбыта;
- сервис;
- паблисити.

Вкратце рассмотрим каждый из них.

По мнению многих специалистов, **комплексное исследование рынка сбыта** – самое важное средство всей системы маркетинга. Такое исследование позволяет предпринимателям удовлетворить свои постоянные потребности в информации о том:

- какой товар или услугу продавать на рынке?
- как, в каком объеме и по какой цене продавать?
- что продают конкуренты, кто они и насколько сильны?[440].

Всестороннее изучение и анлиз рынка действия фирмы требует довольно много времени и труда. Для сбора информации о потенциальных покупателях, определения спроса на товар и

---

[439] Л. Чихава. Инновационная экономика, с. 407-408.

[440] Николас К. Сиропулис. Управление малым бизнесом, с. 454-455.

услуги и на основе этого для овладения определенным сегментом рынка предприниматель предварительно должен пройти самопроверку с помощью приведенного ниже теста:

1. знает ли он, кто будет покупателем его товара (услуги)?
2. осознает ли нужды и пожелания покупателя?
3. знает ли он, где живут его будущие потребители?
4. предложит ли им такой товар (услугу), который те приобретут?
5. обеспечит ли цена, качество и стоимость предложенного товара (услуги) его конкурентноспособность?
6. будет ли эффективной разработанная им программа стимулирования?
7. как сопоставит свой бизнес с бизнесом своих конкурентов?
8. будет ли удобным для будущего потребителя местоположение фирмы?
9. будет ли достаточной площадь для стоянки автомашин будущих потребителей?[441]

Преуспевающие предприниматели постоянно наблюдают за протекающими на рынке изменениями и в случае надобности для приспособления к новой обстановке сами тоже быстро обновляют ассортименет продукции и услуг. Изучение рынка, вместо соображений, позволяет опираться на факты, что намного снижает риск, связанный с изменениями рынка. В случае игнорирования создавшейся конкретной обстановки предприниматель может вынести новый товар на рынок только потому, что так поступил его конкурент; разработать новый план увеличения дохода потому, что он, по мнению «кого-то» обязательно даст результат; предложить потребителям новую услугу только потому, что это, как «говорят», им нравится. Предприниматель должен хорошо осознать, что **как начало, так и конец успеха зависит от потребителя, единственный ключ от успеха состоит в том, чтобы лучше конкурента понять потребителя, понять, что привлекает его**[442].

При принятии решения о маркетинговом исследовании следует точно определить **задачу исследования**. В то же время, необходимо учитывать и то, что пока предприниматель сам не решит,

---

[441] Как начать собственный бизнес, с. 7.

[442] Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом, с. 456.

какие проблемы стоят перед ним, он не сможет правильно оценить рынок, где желает занять позиции. Надо принимать во внимание и то, что не все фирмы могут постоянно содержать специалиста отрасли маркетинга. Поэтому они самостоятельно должны исследовать рынок, для чего могут использовать статистическую информацию, которую получают торговые палаты, торгово-промышленные ассоциации, другие ведомства. С этой же целью можно использовать сообщения прессы. Если в результате предварительного исследования будет установлено, что нужен опрос потребителей, тогда обращаются к специалисту отрасли маркетинга, хотя пока проведут опрос, предприниматель должен четко определить его цели.

Весьма важным этапом маркетингвого исследования является **анализ добытой информации.** Его цель – определение развития рынка. В то же время устанавливается, на какие сегменты рынка надо направить деятельность фирмы.

Сегментация рынка подразумевает расчленение рынка по группам потребителей с одинаковым спросом на товар или услуги. То есть, сегмент рынка – это любая группа потребителей, которая выделяется схожими признаками или свойствами, или одинаковым спросом на тот или иной товар. При сегментировании предприниматель должен учитывать четыре фактора:

- **связанные с продукцией факторы;**
- географические факторы;
- психографические факторы;
- демографические факторы.

После выявления и изучения рынка продукции (услуг) наступает последний этап маркетингового исследования – **принятие нужного решения.** Предприниматель должен определить, как лучше привлечь новых и сохранить прежних клиентов. Для этого нужно разработать комплекс маркетинга, с целью чего предприниматель должен принять решение по таким семи совершенно различным сферам маркетинга, как:

- каналы сбыта;
- цена;
- реклама;
- персональные (личные) продажи;

- стимулирование сбыта;
- сервис;
- паблисити[443].

Теперь рассмотрим каждое из них.

Каналы сбыта. каждый проиводитель, торгующий оптом или в розницу, а также, сервисные фирмы представляют часть торговой сети. Каналы сбыта в основном контролируют производители. Как правило, именно они принимают решение, как лучше подавать потребителю продукцию. Даже фирмы, производящие продукцию и услуги наилучшего качества, могут понести убытки, если:

- продукция поставляется потребителям очень поздно;
- очень высоки затраты на сбыт продукции;
- продукция распространяется не так широко, как у конкурентов.

Поэтому чтобы торговать на рынке с прибылью. предприниматель должен решить, как осуществить реализацию продукции: непосредственно продать потребителям или сбыт с помощью своих посредников – агентов, оптовиков, дистрибуторов или торгущих в розницу.

Цена. Предприниматели больше всего засекречивают вопросы, связанные с ценообразованием. Только некоторые из них разглашают, как устанавливают цены на свою продукцию. В то же время следует отметить, что часто определение цены не связано с трудностями, особенно тогда, когда товар идентичен товару конкурентов. Очевидно, потребитель не станет приобретать товара, цены на который выше общеустановленных цен. В таком случае предприниматель может единственное – перенять практику конкурентов и попытаться сохранить затраты в разумных пределах.

Установление цен на новую продукцию. В определенных случаях установление цены на изделие затруднего, особенно тогда, когда это изделие на рынке – новшество. Нередко предприниматели на ту или иную продукцию устанавливают максимально приемлемую для рынка цену, с тем, чтобы за свое новшество получить максимальную прибыль. Такую практику извлечения прибыли называют **скимингом** (*skimming* – англ. *снятие сливок*). Этот метод, как правило, эффективен, если:

---

[443] Николас К. Сиропопис. Управление малым бизнесом, с. 479.

- существует большая вероятность, что высокая цена не отпугнет потребителя от нового товара;
- затраты на новый товар очень высокие и он может очень скоро устареть;
- патенты предпринимателя достаточно защищены от конкуренции.

С целью проникновения на рынок (*penetration priciing*) для установления цен на новую продукцию прибегают и к другой практике ценообразования: предприниматели на свою продукцию устанавливают более низкие цены и этим пытаются быстрее привлечь потребителя. Этот метод, обычно, оправдывает, если:

- потребители могут внимательно отреагировать на цену нового товара. В таком случае более низкая цена может дать больше дохода, чем высокая цена;
- низкая цена может отпугнуть конкурентов от данного рынка.

В долгосрочной перспективе оба метода дают одинаковые результаты. Они служат главной цели предпринимателя: извлечь максимальную прибыль.

- *Скиминг* означает установление более высокой цены при малых объемах продажи;
- а метод *проникновения на рынок* – установление более низкой цены при большом объеме продаж.

Прежде чем установить цену на товар, предприниматель должен ответить на некоторые вопросы, связанные с издержками производства:

- насколько уникален товар? Достаточно ли отличается он от других товаров, чтобы оправдать установленую на него высокую цену?
- Какое влияние окажут на цену каналы сбыта?
- Как отреагируют конкуренты на цену?
- Какие рыночные условия окажут влияние на цену?
- Существует ли какие-либо правовые ограничения, которые могут повлиять на цену?

Назначение цен оптовыми и розничными продавцами. Оптовые и розничные продавцы, как правило, применяют метод ценообразования, который опирается на принцип:

Надбавка = Продажная цена – Издержки на закупку товара

Исходя из видов товара, величина наценки может колебаться в довольно больших пределах. Например, средние наценки на парфюмерные товары могут превышать 100 процентов, тогда. как на художественную литературу она может быть ниже 20 процентов. Наценка расчитывается процентно к продажной цене товара или затратам на его закупку.

Реклама. Реклама – одна из важнейших частей маркетингового плана. Посредством рекламы потребитель получает информацию о товаре и услугах, где подчеркнута выгодность приобретения конкретного товара (услуги), его преимущество по сравнению другими товарами.

Для рекламы товара (услуги) используются разные средства. Это может быть:

- газетный столбик в местной газете, где будут показаны особые своиства качества данного товара;
- размещенные на стенах выразительные плакаты и справка о снижении цены на данный товар;
- 30-секундные рекламные ролики по радио и телевидению, где потребятелям будет разъяснено, почему они должны приобрести именно данный товар;
- большая сверкающая неоновая реклама на зданиях, которая будет призывать потребителей остановиться и взглянуть на новейшие товары.

Каковы предъявляемые рекламе требования? Прежде всего:

- она должна передавать желательную информацию;
- доходить до потребителя достаточной кратностью;
- способствовать сбыту продукции;
- приносить доход на каждый затраченный предпринимателем на рекламу лари.

Реклама довольно дорогостоящее «удовольствие». Поэтому предприниматель должен внимательно планировать выделяемые на эти цели затраты и только тогда принимать соответствующее решение, когда сможет ответить на вопросы:

- каким должно быть рекламное обращение?

- какие средства использовать с этой целью?

До подготовки рекламного текста предприниматель должен заранее изучить рынок, оценить его величину, уровень доходов потребителей, их возраст и т. д. Для того, чтобы ответить на эти вопросы, необходимо провести маркетинговые исследования. Без ответа на них реклама не достигнет цели. При подготовке рекламного текста предприниматель должен представить себя на месте потребителя и спросить себя:

- насколько уникальна моя продукция?
- каким преимуществом выделяется для потребителей по сравнению с продукцией конкурентов – сбережет ли она их соседства? Ее качество лучше?
- как убедить моих будущих потребителей, что мой товар лучше?

Для рекламирования своей продукции предприниматели активно сотрудничают с рекламными агентствами. Они помогают им в планировании рекламной кампании, в профессиональной подготовке рекламных обращений для журналов и газет или коммерческих радио и телепрограмм, правильном выборе таких средств массовой информации для рекламы продукции и услуг, как:

- радио и телевидение;
- газеты и журналы;
- рекламные листы или прямые почтовые рассылки;
- справочник «Желтые листы» или уличная реклама.

Персональные (личные) продажи. Персональная продажа начинается вслед за рекламой. Реклама советует потребителям приобрести товар, повышает их интерес к нему, но сама она редко обеспечивает его продажу. Поэтому в процесс продажи непосредственно должны включиться предприниматели – встречаться со своими потребителями и разъяснять им целесообразность покупки. Правда, во время продажи нет совершенно одинаковой ситуации, но, несмотря на это, продавцы все же выделяют семиступенный процесс продажи:

1. *потенциальные покупатели конкретного товара* (*prospecting*) предпринимателей, как правило, устанавливаются маркетинговыми исследованиями. На этапе проспектинга предприниматель заостряет свое внимание только на тех

потенциальных покупателях, которые желают приобрести его товар и имеют нужные для этого средства.

2. *Установление первоначального контакта.* Продавец должен сделать все для того, чтобы установить, что именно нужно покупателю и как может данный товар удовлетворить его потребности;
3. *Представление продукции.* На этом этапе продавец объясняет покупателю преимущество своего товара по сравнению с товаром конкурента;
4. *Демонстрация товара.* Продавец убедительно должен обеспечивать преимущество своего товара. Вместе с тем, возможно, потенциальный покупатель сам проверит свойства и качество товара;
5. *Преодоление противоположного мнения.* На этом этапе продавец поволяет покупателю высказать свои претензии или поставить любой вопрос, которые касаются трудностей и могут задержать продажу;
6. *Заключение торговой сделки.* На этом весьма важном этапе продавец предлагает покупателю купить данный товар;
7. *Завершение продажи.* На конечном этаце продажи продавец должен проконтролировать, чтобы покупатель своевременно получил нужное количество качественного товара. В то же время, очень важно убедить клиента, что при возникновении трудностей до и после покупки товара он всегда будет готов помочь ему[444].

Стимулирование сбыта. Стимулирование сбыта повышает эффективность рекламы и персональных покупок. С этой целью предприниматель может:

- поощрять продавцов за хорошую работу;
- установить специальные скидки на труднореализуемые или устаревшие товарно-материальные запасы;
- бесплатно распространить образцы своего товара;
- к новому товару бесплатно приложить другой товар;
- с целью формирования имиджа товара устраивать выставки.

---

[444] Николас К. Сиропулис. Управление малым бизнесом, с. 475.

Сервис. Сервис – одна из составных частей маркетингового комплекса, направленная на лучшее удовлетворение запросов потребителей. Например, диллер электрооборудования может заранее скупить отдельные детали и части к тому случаю, если прибор неожиданно выйдет из строя. В некоторых универмагах за детьми присмотрят сотрудники универмага, пока их мамы заняты покупками.

Паблисити. Паблисити это бесплатное сообщение о некоторой фирме или ее продукции, передоваемое через средства массовой информации. Его цель – привлечение внимания к фирме или к ее продукции без рекламных издержек. Одна из наиболее распространенных форм паблисити – *релиз-новостм.* Паблисити может быть представлен также в виде фотоснимков в колонке, показывающие новый товар либо изделия лучшего качества, или еще пресс-конференций о новшествах.

Организации комплекса маркетинга. Предприниматель, после того, как выяснит, что нужно для привлечения потребителей, приступает к организации комплекса маркетинга, все элементы которого по-отдельности или в комбинации с другими направлены на привлечение потребителей.

После создания маркетингового комплекса предприниматель должен обеспечить точный учет маркетинговых затрат. Кроме всего прочего, такой учет поволяет сопоставить зарплату каждого продавца с тем доходом, который они приносит фирме, с тем, чтобы вывявить, кто из них работает лучше всех.

Маркетинг всегда должен ориентировать фирму на рынок. Некоторые предприниматели свой рынок считают, как самособой существующий факт, что, конечно, ошибочный вгляд. Правда, товар может не меняться из года в год, а рынок, напротив, меняется. В то же время, предприниматель должен знать, что новый товар – источник жизнеспособности фирмы, а новые продукты выходят на новые рынки и создают новые перспективы развития, стимулируют новые инвестиции, придавая фирме устойчивость.

Для лучшего и целенаправленного осуществления своей стратегии и тактики на своем рынке фирмы на основе составной совокупности маркетингового комплекса нередко составляют **маркетинговый план.** В нем надо подробно отразить все связанные с начинанием своего дела задумки и идеи. План должен содержать полные данные о продукции или услугах, а также о потенциальных

рынках сбыта. Должны быть охарактеризованы принципы функционирования фирмы, а также признаки, отличающие ее от конкурентов. Вместе с тем, необходимо представить в плане сведения о финансовых перспективах и ожидаемой прибыли от инвестиций, также указать объем нужных предприятию средств для достижения конкретных целей и т. д.

Закономерности ускоренного развития малого бизнеса

Историко-культурные и духовные предпосылки. Грузинские традиции ведения хозяйства, особенности хозяйственного развития страны, приспособленное к уходу и выращиванию разных сельскохозяйственных культур, хозяйствование интенсивного типа, вместе с глубокими и многосторонними знаниями, требовало совершенно иного подхода, придавая хозяйству каждого уголка Грузии индивидуальный, самобытный, неповторимый, обособленный характер. Все это не могло не оказать влияния на хозяйственную психологию грузинского земледельца, формирование его правовых взглядов и нравственных, морально-этических ценностей, выработать у него чувство индивидуализма, способность вести хозяйство в разных естественной среде и условиях, знание ухода и выращивания разных сельскохозяйственных культур и содержания скота, широкий хозяйственный кругозор, стремление вести индивидуальное, самобытное, собственное, частное хозяйство.

Поэтому оказалась для грузинского хозяйственника совершенно чуждой и неприемлемой социалистическая коллективизация сельского хозяйства, поскольку отказ от собственного, индивидуального хозяйства, с которым он дошел до 20-30-х годов XX века, говоря языком древнего грузинского хозяйственного права, означал расстаться с нажитым своим трудом, приобретенным законным путем достоянием, что было подобно самоубийству.

Верность традициям грузинского хозяйствования в значительной степени обусловливала то, что даже в условиях социалистической экономики не умерло среди грузинского народа тяга к свободному, творческому, индивидуальному хозяйствованию. В конце 80-х годов XX века «теневая экономика» в Грузии, которая тогда была и единственной основной сферой, и средством реали-

зации частной инициативы, охватывала приблизительно 3 миллиарда рублей. Если учесть, что в 1990 году государственный бюджет Грузии составлял 4,9 миллиарда рублей, а весь производимый национальный доход – 9,8 миллиарда рублей, эта сумма для того периода представляла довольно крупный капитал. Заслуживает внимания и то, что по подсчетам исследователей, в 1960 году в России общий объем т.н. теневого оборота в год в среднем не превышал 5 миллиардов рублей, что составляло лишь 2 процента общего объема валового продукта. В Грузии весьма значительным было число и тех, кто в разной форме легально вел индивидуальную трудовую деятельность.

Анализ историко-культурных и духовных предпосылок грузинского общества и многовековой опыт национального хозяйствования гарантия того, что определение малого предпринимательства, как приоритетного направления хозяйственного развития страны как с социально-экономической, так и с политической точек зрения вполне оправданная, правильная и реальная задача.

Особая социально-экономическая миссия. Демонтаж социалистической экономической системы и перевод хозяйства на современные рыночные отношения параллельно с формированием **национальной экономической системы** является весьма сложной, многосторонней и долгосрочной проблемой. В свое время западным странам понадобилось несколько столетий для создания рыночной системы. Процесс, начатый в XV-XVI вв., завершился лишь в начале XIX века[445].

Бесспорно, преобразование хозяйства каждой постсоциалистической страны, в том числе, Грузии, в новую экономическую систему требует длительного периода и значительных материальных, финансовых и духовных ресурсов. Рыночная экономика не может сформироваться скачкообразными, революционными методами. Необходимы последовательное и целенаправленное реформирование и эволюционное развитие[446]. Лишь постепенное, поэтапное осуществление качественных экономических, социальных и

---

[445] В. Перламутров. Еще раз о траектории кризисного развития. «Российский экономический журнал». 1994, № 5-6, с. 21.

[446] Р.Басария. Общественный менталитет и политэкономические проблемы перехода на рыночные отношения. Журн. «Экономика», № 10-12, с. 18 (на груз. яз.).

институциональных изменений позволит изначально избежать крупных социальных катаклизмов и экономических потрясений, трагедии миллионов людей.

Однако, совершенно очевидно, все это вовсе не означает, что трансформационные процессы могут быть пущены на самотек, протекать стихийно, бесконечно растягиваться во времени и пространстве, не имея приоритетов, четко установленных этапов и сроков разрешения проблем, как это фактически происходит в Грузии. Поэтому для успешного решения этой сложнейшей комплексной проблемы необходимо, в первую очередь, определить приоритетные сферы и направления перехода на качественно новые отношения и сконцентрировать усилия и возможности на их развитии.

Исходя из местных особенностей и тяжелейшей социально-экономической ситуации, сложившейся в Грузии в переходный период, в системе мероприятий, необходимых для перехода на рыночную экономику, **особая историческая миссия отводится малому бизнесу,** приорительное развитие которого объективная необходимость, неизбежная закономерность, продиктованная современной экономической обстановкой. Поэтому задачей большой государственной важности является создание экономических, социальных и организационно-правовых основ, способствующих его формированию, развитию и функционированию, всесторонняя государственная поддержка.

Все это связано с глубокими ментальными изменениями, кардинальной переоценкой социально-экономических ценностей, радикальным структурным реформированием. «В условиях тоталитарного режима человек привык к тому, что все вопросы решались властью, а личность была лишь ее механическим исполнителем. И сейчас еще много людей, которые по-прежнему ждут от государства готовых рецептов и не действуют в соответствии с требованиями времени. И это неудивительно, так как раньше инициатива была чужда обществу, а сейчас, когда время изменилось и без этого уже невозможно жить, людям трудно быстро перестроиться»[447]. Поэтому преодоление гипертрофированного монополизма государственных предприятий, полученного в наследство от

---

[447] Рождественское послание святейшего и блаженнейшего Католикоса-Патриарха всея Грузии Ильи II. Рождество Христово, 1998/99 (на груз. яз.).

социалистической экономики, и ускоренное развитие малого бизнеса являются одним из главных рычагов институциональных преобразований в обществе[448].

От развития в Грузии малого предпринимательства во многом зависит решение таких острых социально-экономических задач, как выведение страны из глубокого экономического кризиса и насыщение в кратчайшие сроки национального потребительского рынка предметами потребления и платными услугами, преодоление безработицы и нищеты, направление накопленных у определенной части населения денежных и материальных ресурсов на активизацию хозяйственной жизни, развитие свободной конкуренции и восстановление традиционного территориально-экономического устройства страны, возрождение и опережающее развитие отраслей национальной экономики, характерных для грузинского экономического менталитета.

Не менее важно и то, что развитие малого предпринимательства создаст в стране прочные социально-экономические основы для реальных демократических преобразований, реализации прав и свобод личности, развития инициативы и предприимчивости, стимулирования внедрения в практику достижений науки и техники, формирования многочисленных групп собственников, свободных от диктата и опеки государства, которые благодаря своей инициативности, стремлению к накоплению путем законного бизнеса со временем могут стать катализатором экономического прогресса Грузии и социальной опорой для новой национальной власти[449].

Следует, безусловно, учитывать и то, что многие страны начинали переход на рыночные структуры именно с преимущественного развития малого предпринимательства, с создания хорошо организованной так называемой малой экономики. Мировой опыт подтверждает, что только такое направление создает надежные гарантии укоренного экономического роста в переходный период.

Особая миссия малого бизнеса в период трансформационных процессов, протекающих ныне в Грузии, прежде всего, определяется, можно сказать, его незаменимой ролью в решении ключевых

---

[448] Л. Белоконная, Б. Плышевский. Развитие малых предприятий в России. Журн. «Вопросы статистики». 1995, № 9, с. 3.

[449] Основы рыночной экономики. Учеб. пособие. Сост. Э. Меквабишвили. Тб., 1991, с. 57 (на груз. яз.).

экономических проблем переходного периода. С ним связано не только решение ряда макроэкономических проблем и постепенный переход экономики на новые рыночные принципы, но и, прежде всего, адаптация широких слоев населения к принципиально новым производственно-экономическим отношениям, социально-экономической и правовой среде, новым ценностям, рост их доходов и уровня благосостояния вообще. Это находит полное подтверждение и на примере Грузии, где в период трансформации экономической системы малый бизнес стал и будет оставаться в течение определенного периода времени одной из основных сфер трудовой деятельности населения и, соответственно – первым и важнейшим источником его доходов. Не будет преувеличением отметить, что в обстановке затянувшегося глубокого экономического кризиса, прежде всего, именно малый бизнес дал населению средства к существованию и этим фактически спас его от массового голода.

Следует с полной ответственность заявить, что в результате ряда субъективных и объективных причин, а также в силу создавшейся в Грузии специфической обстановки, приоритетное, максимально ускоренное развитие малого предпринимательства представляет собой не только экономическую и социальную, но и политическую задачу, поскольку в переходный период на основе приоритетного развития.

Приоритетные сферы и механизмы стимулирования. Преодолению вышеуказанных острейших проблем во многом будут способствовать максимально эффективное использование потенциальных ресурсов малого бизнеса, широкое, ускоренное и равномерное развитие сети малого предпринимательства на всей территории Грузии, для чего необходимо дальнейшее совершенствование и постоянное обогащение инновациями организационно-правовой базы малого предпринимательства с всесторонним учетом современных реалий, достижении науки и практики, национальных традиций и обычаев, «порядка нашей страны, места и рода».

В такой обстановке для общества совершенно непонятны принятие парламентом Грузии 24 мая 2006 года закона Грузии «О признании потерянным силу закона «О поддержке малых и средних предприятий» и ликвидация Центра развития и содействия малым предприятиям, что создало правовой вакуум в сфере функцио-

нирования этого важнейшего сегмента экономики и еще больше усугубило и без того тяжелое экономическое положение в стране.

Развитие малого предпринимательства не имеет альтернативы. Поэтому необходимо с учетом создавшейся в Грузии специфической обстановки, разработать целый пакет законодательных решений, которым еще более четко будет определена сущность малого предпринимательства, его совершенно незаменимые социально-экономические функции-назначения, место и роль в системе экономических структур и отношений переходного периода, установлены законодательством приоритеты и конкретные формы преимущественной государственной поддержки как этой сферы в целом, так и ее отдельных направлений.

В случае наличия политической воли властей нетрудно будет в кратчайшие сроки создать такую **организационно-правовую базу** для малого предпримгиательства. Прежде всего, имеется виду выработка **дифференцированной системы социально ориентированных подходов как к мелкому предпринимательству, так и к отдельным социальным слоям вовлеченного в него населения,** определение отраслевых и региональных приоритетов и соответственно с этим разработка качественно **новой налоговой, таможенной, кредитно-финансовой и институциональной политики.** Исходя из этого, было бы вполне оправданно, если б начинающие мелкие предприниматели как минимум на первые три года освобождались от налогов или же в первый год платили 25 процентов от соответствующего налога зааналогичную деятельность, во второй год – 50, а на третий – 75 процентов.

Наряду с этим, принципиальное значение имеет расширение **трудовой занятости молодежи,** чему существенно будет способствовать освобождение **молодежного бизнеса** от налогов. При этом важно обеспечить молодежь льготными кредитами. Необходимо также, более того, экономически целесообразно, освободить от налогов **семейный бизнес,** если ежемесячный доход семьи находится ниже установленного прожиточного минимума. Для оптимизации отраслевой структуры и более полного использования производственного потенциала крайне важно предоставить определенные льготы и малым предприятиям сферы материального производства – промышленности и сельского хозяйства, другим

малым структурам, которые производят продукцию для удовлетворения местных потребностей, используя местные ресурсы.

Учитывая тяжелейшее **демографическое положение**, сложившееся в последние годы, особое внимание следует уделять всестороннему материальному и моральному стимулированию **многодетных, многочисленных семей**. Прежде всего, многодетные семьи должны быть освобождены от налогов. Вместе с тем, им надо выделять необходимое количество бюджетных средств для создания и развития современного высокодоходного семейного бизнеса. Все это создаст прочную экономическую основу не только для сохранения многодетных семей, возрождения **традиционных семейных производственных функций** и возникновения новых больших семей, но и, что самое главное, для **восстановления экономического единства и целостности горных и равнинных регионов страны**, утраченной за последние столетия. Только в этом случае уникальное нагорье Грузии сможет успешно выявить и задействовать свой многообразный потенциал и встать рядом с экономикой равнинных регионов, чем и вернет себе утраченные исторические экономические функции.

Наряду с этим, следует создать благоприятные условия для использования субъектами малого предпринимательства имеющихся в ведении государства финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также льготного использования научно-технических разработок и технологий, ввести упрощенные правила их регистрации, лицензирования деятельности, сертифицирования продукции, государственных статистических и бухгалтерских отчетов, разработать мероприятия по поддержке их во внешнеэкономической деятельности, по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров; в государственном бюджете ежегодно отдельной статьей выделять ассигнования для финансирование **общенациональных и региональных программ** развития малого бизнеса, осуществлять последовательные комплексные мероприятия по государственной поддержке для оснащения малых предприятий современным оборудованием и технологиями, развития соответствующих инфраструктур, внедрить практику резервирования производства на малых предприятиях отдельных видов продукции, предназначенных для государственных нужд, установить соответствующие компенсации и льготы для тех орга-

низаций, которые осуществляют различные мероприятия по поддержке субъектов малого предпринимательства.

Колоссальные возможности развития малого предпринимательства содержит также **оптимизация секторного соотношения экономики,** в результате чего вполне возможно увеличение количества малых предприятий и занятых там работников в 2-3 раза и больше, что, по экспертным оценкам, даст возможность повысить долю малого предпринимательства во внутреннем продукте страны с 25 процентов, самое меньшее, до 50 процентов. Это позволит малому бизнесу играть такую же роль в экономической жизни страны, какую он играет в странах с развитой рыночной экономикой.

Для ускоренного развития малого предпринимательства надо активно использовать **неповторимую природу Грузии, богатейшие природные ресурсы, замечательные климатические и лечебно-курортные условия, обилие памятников истории, культуры и природы, что самое главное, интеллектуальный и духовный потенциал населения,** многовековые трудовые традиции и опыт индивидуального хозяйствования с тем, чтобы, каждое домашнее хозяйство, подворье превратилось в цветущий очаг бизнеса – в оснащенные современной техникой и технологией минисемейные, родовые агропромышленные фирмы, добывающие и перерабатывающие фабрики и заводы, охотничие хозяйства, турбазы, кмпинги, гостиницы или дома отдыха.

Малые экономические структуры больше всего могут оживить крайне ослабшую в постсоциалистический период экономическую жизнь, идти в ногу со структурными преобразованиями экономики, ввести в действие стимулы роста производства, быстро увеличить количество рабочих мест и сократить безработицу, что самое главное, возродить забытые национальные традиции и обычаи хозяйствования, повернуть к труду отвыкшего в течение десятков лет от подлинного хозяйствования человека, с помощью местных материальных ресурсов и рабочих рук ввести в действие неиспользуемые резервы для производства на месте продукции первой необходимости. Как с точки зрения природных, рекреационных и трудовых резервов, так и предпринимательских традиций и обычаев, во всех регионах страны для этого имеются огромные, можно сказать, уникальные возможности.

Во-первых, в Грузии благоприятные условия для развития малого бизнеса вообще и, в частности, мелкого предпринимательства, создают уже накопленный во многих отраслях промышленности и сельского хозяйства производственно-технический потенциал, многообразие природных ресурсов и почвенно-климатических условий, а также наличие высококвалифицированной рабочей силы, а в большинстве регионов излишней рабочей силы;

во-вторых, одним из важнейших резервов развития малого предпринимательства является разгосударствление малых предприятий различных отраслей хозяйства, а также создание широкой сети малых структур вокруг этих предприятий путем приватизации различных подразделений крупных и средних предприятий и развитие т. н. франчайзного сотрудничества, а также субконтрактных и субподрядных отношений на основе использования опыта западных стран;

в-третьих, более полное использование потенциала малого предпринимательства предполагает задействование экстенсивных резервов развития этой сферы. Как уже было отмечено выше, в передовых индустриальных странах в индивидуальном предпринимательстве занято в среднем 10 процентов всех работающих, а в странах с высоким удельным весом сельского населения этот показатель еще значительней. В Грузии в настоящее время экономически активное население составляет 2,6 млн. человек, а в организованном малом предпринимательстве работает лишь 92,2 тыс. человек, или 3,5 процента всех работающих. Это позволяет наглядно судить, сколь велики неиспользуемые резервы. С целью повышения эффективности использования трудовых ресурсов, а также задействования потенциальных ресурсов малого бизнеса вполне возможно, более того, необходимо увеличить численность занятых в малом бизнесе, как минимум, в два-три раза и больше – до 260 тыс. человек, а количество малых предприятий – до 55-60 тысяч.

в-четвертых, весьма благоприятные условия для развития в Грузии малого бизнеса создают богатые духовные предпосылки и традиции народа. Прежде всего, имеются в виду особенности грузинской хозяйственной психологии – стремление к свободному, творческому хозяйствованию, индивидуальной трудовой деятель-

ности[450]. Это выражается хотя бы в том, что из зарегистрированных в настоящее время в Грузии 64,6 тысячи предприятий различных организационно-правовых форм 29,5 тысячи, или почти каждое второе (45,7 процента) – это индивидуальные предприятия[451];

и, наконец, в-пятых, не менее важно и то, что приоритетное развитие малого бизнеса не связано с большими материальными и финансовыми затратами. Здесь, прежде всего, необходимо проявление политической воли со стороны государства, а желаемый результат будет достигнут в кратчайшие сроки.

Приоритетное развитие малого бизнеса в Грузии – объективная необходимость, продиктованная современной социально-экономической ситуацией, необратимая закономерность, от правильного осмысления которой во многом будет зависеть оздоровление социально-экономической жизни страны, закладывание прочных экономических и социальных основ государственной независимости, создание и обеспечение целостности единого экономического организма, освоение новых экономических ценностей и адаптация населения к рыночным отношением. Вместе с тем, крайне важно, что развитие этой сферы может успешно осуществляться лишь в том случае, если она изначально будет базироваться на здоровой нравственной почве, если будет разработана стройная, научно обоснованная и всесторонне взвешенная программа ее приоритетного развития, государственной и общественной поддержки.

---

[450] О. Шургая. Хозяйственная психология и особенности хозяйствования. Журн. «Социальная экономика», 1999, № 4, с. 123-144; Его же. Характер хозяйствоания как определяющий фактор хозяйственной психологии. Журн. «Социальная экономика», 1999, № 5, с. 65-81; Его же. Социальное балансирование и гуманизм. Журн. «Социальная экономика», 1999, № 6, с. 74-87 (на груз. яз.).

[451] Предпринимательство в Грузии. Статистическая публикация. Факты, цифры, комментарии. Государственный департамент статистики Грузии. Тб., Статистика – 2000, с. 21 (на груз. яз.).

ადამიანის უფლებების დაცვა *(individual rights)* — ფილოსოფიური პრინციპი ეთიკურ გადაწყვეტილებათა მიღებისას, რომელიც მიზნად ისახავს თითოეული ადამიანის პატივისა და ღირსების დაცვას.

ადამიანური ურთიერთობები *(human relations)* — ორ ან მეტ ადამიანს შორის ურთიერთმოქმედების (ურთიერთობის) ხერხები; კავშირები და ურთიერთობანი ადამიანთა შორის. ორგანიზაციის მენეჯმენტში ხელმძღვანელთა ყურადღების ცენტრში უნდა იყოს ადამიანურ ურთიერთობათა დიაგნოსტიკა და პროფილაქტიკა.

ადამიანური ფაქტორი — მოცემულ საზოგადოებაში ისტორიულად ჩამოყალიბებულ ადამიანთა ისეთი ძირითადი სოციალური ნიშნების ერთობლიობა, როგორიცაა: ფასეულობათა ორიენტაციები, ზნეობრივი პრინციპები, ქცევის ნორმები, თავისუფალი დრო, მოხმარება, ცხოვრებისეული გეგმები, ცხოვრებისა და ინფორმირებულობის დონე, შრომითი და სოციალური ჩვევები, წარმოდგენები სოციალურ სამართლიანობაზე, ადამიანთა უფლებებსა და თავისუფლებაზე, სამოქალაქო მოვალეობებზე და ა.შ.

ადამიანური ფაქტორის განვითარების ძირითადი მიმართულებებია: საზოგადოების დემოკრატიზაცია, ხალხის თვითმმართველობის გაღრმავება, მართვისა და სტიმულირების რაციონალური სისტემის ჩამოყალიბება და სხვ.

ადაპტაცია ეკონომიკური — მომუშავეთა მიერ ისეთი ეკონომიკური მექანიზმების გაცნობა, როგორიცაა: ორგანიზაციის მართვის ეკონომიკური მექანიზმი, ეკონომიკური სტიმულირებისა და მოტივების სისტემა, რაც გულისხმობს შრომის პირობებთან, ანაზღაურებისა და პრემირების არსებულ სისტემასთან შეგუებას.

ავტორიტარული ხელმძღვანელი *(autocratic leader)* — მენეჯერი, ხელმძღვანელი პირი, რომელსაც ძალაუფლება თავის ხელში აქვს თავმოყრილი და სხვებს არ აძლევს გადაწყვეტილებათა მიღებაში მონაწილეობის საშუალებას.

ავტოკრატიული სტილი — მართვის ერთ-ერთი სტილი. განასხვავებენ მკაცრ ავტოკრატიულ და კეთილმოსურნე ავტოკრატიულ სტილს. ლიდერები, რომლებიც მკაცრ ავტოკრატიულ სტილს ამჯობინებენ, აბსოლუტური დიქტატორები არიან. მათი აზრით, ხელმძღვანელისა და ხელქვეითების ურთიერთობა მაშინაა ჭეშმარიტი, როდესაც ხელქვეითები მხოლოდ იმას ასრულებენ, რაც დავალებული აქვთ, ამასთანავე, ხელმძღვანელის მიმართ არ გააჩნიათ არავითარი კითხვები.

კეთილმოსურნე ავტოკრატიული სტილის მიმდევარი ლიდერები ორიენტირებულები არიან როგორც დავალების შესრულებაზე, ისე მუშაკთა ინტერესების დაკმაყოფილებაზე. ისინი დიდ ძალისხმევას ახმარენ დავალების შესრულებას, მაგრამ, ამავე დროს, ასევე დიდ ანგარიშს უწევენ პერსონალის სურვილებს, განწყობებსა და მისწრაფებებს.

ამონაგები პროდუქციის რეალიზაციიდან *(sales proceeds)* — საწარმოს ფულადი შემოსავლის ძირითადი სახეობა, მისი სამეურნეო-საფინანსო საქმიანობის უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებელი. ამონაგების მოცულობაზე დამოკიდებულია საწარმოს საფინანსო საქმიანობისა და საბრუნავი კაპიტალის მდგომარეობა, ასევე, მოგების სიდიდე. იგი წარმოადგენს პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაზე გაწეული დანახარჯების ანაზღაურების ძირითად წყაროს, გამოიყენება მომწოდებელ საწარმოთა სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობებისათვის ანგარიშების გასანაღდებლად, ხელფასის, პრემიების, დივიდენდების გასაცემად, მატერიალური დახმარებების გასაწევად, ვალების გასასტუმრებლად, სხვადასხვა დონის ბიუჯეტებსა და არასაბიუჯეტო ფონდებში სავალდებულო გადასახდელებისთვის, ცვეთისა ან ამორტიზაციის ფონდების შესაქმნელად, კრედიტების დასაფარავად, კრედიტებისათვის პროცენტების გადასახდელად და ა.შ.

საწარმოს ამონაგების სიდიდე დამოკიდებულია რეალიზებული პროდუქციის მოცულობაზე, ასორტიმენტზე, ხარისხსა და ფასებზე. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ამონაგების თავისდროული მიღება საწარმოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა. ეს განაპირობებს მის საფინანსო მდგომარეობას, რადგანაც ამონაგების დაყოვნებით მიღება იწვევს საწარმოს მუშაკთათვის ხელფასის შეფერხებით გაცემას, გადასახდელების გადახდის, სასაქონლო-მატერიალური ფასეულობებისთვის მომწოდებელ საწარმოებთან, ბიუჯეტთან, არასაბიუჯეტო ფონდებთან ანგარიშსწორების დაყოვნებას და ა.შ.

ამხანაგობა (პარტნიორობა) *(partnership)* — კანონიერი გაერთიანება ორი ან მეტი პირისა, როლებიც მოგების მიღების მიზნით დაფუძნებული ფირმის ერთობლივი მფლობელების როლში გამოდიან. არსებობს ამხანაგობის სამი ძირითადი სახეობა: 1. **საერთო (სრული) ამხანაგობა** — ყველა პარტნიორს თანაბარი კანონიერი უფლებები აქვთ და, ასევე, თანაბარი ვალდებულებები აკისრიათ ფირმის წინაშე; 2. **შეზღუდული პასუხისმგებლობის ამხანაგობა** — მთავარი პარტნიორის როლში ერთი ან რამდენიმე პირი გამოდის და ისინი წყვეტენ ფირმის მართვასთან დაკავშირებულ ყველა საკითხს, დანარჩენი პარტნიორები კი პასიური ინვესტორები არიან (ე.ი. არ მონაწილეობენ მართვაში). მათ უწოდებენ შეზღუდული პასუხისმგებლობის პარტნიორებს, რომელთა ვალდებულები ფირმის წინაშე მათ

მიერ დაბანდებული კაპიტალის ოდენობით შემოიფარგლება; 3. შეზღუდული პასუხისმგებლობის კვალიფიციური ამხანაგობა — ამ ფორმით მოქმედი ამხანაგობის ფირმები ფუნქციონირებენ კორპორაციების სახით და საფონდო ბირჟებზე პარტნიორობის უფლებებს ყიდიან. ასეთი ტიპის ამხანაგობები კორპორაციების მსაგავსი უპირატესობებით სარგებლობენ (შეზღუდული პასუხისმგებლობა, არსებობის განუსაზღვრელი ვადა, საკუთრების უფლების გადაცემის შესაძლებლობა და სხვ.), უფრო მეტიც, თუ მათი მთლიანი შემოსავლის 90 პროცენტს პასიური შემოსავლები შეადგენს, ისინი არ იხდიან გადასახადს კორპორაციის მოგებიდან.

ანაბარი (დეპოზიტი) მოთხოვნამდე *(demand deposit)* — ფული მიმდინარე ანგარიშზე, რომელიც მეანაბრეს შეუძლია, ნებისმიერ დროს გაიტანოს.

ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა — მონოპოლიების სწრაფვა ბაზრის დამორჩილებისაკენ, ფასების გაზრდისა და ამის ხარჯზე მონოპოლიური მოგების მიღებისაკენ აიძულებს სახელმწიფოს, შეიმუშაოს და ცხოვრებაში გაატაროს ანტიმონოპოლიური კანონები და ღონისძიებანი, შექმნას სპეციალური ანტიმონოპოლიური სამსახურები და ამით აღმართოს ბარიერები მონოპოლიური სტრუქტურებისა და გაერთიანებების შექმნის გზაზე, აღკვეთოს მათი მონოპოლიური ქმედებები და ა.შ.

თანამედროვე ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა წარმოგვიდგება სამართლებრივი აქტების სისტემად, რაც საშუალებას იძლევა, უზრუნველყოფილ იქნეს საბაზრო ურთიერთობებში კონკურენტული პირობები, დაწესდეს სასაქონლო ბაზრის მონაწილეთა ქცევის წესები, დაცულ იქნეს მცირე და საშუალო საწარმოთა უფლებები იმ სამეურნეო სუბიექტებისაგან, რომლებსაც გაბატონებული მდგომარეობა უჭირავთ ბაზარზე.

არასაბაზრო პროდუქტი *(nontraded product)* — 1. პროდუქტი, რომლითაც ვაჭრობა ყველა ვითარებაში შეუძლებელია, რადგანაც არ არსებობს ბაზარი მისი გასაღებისათვის. ასეთ პროდუქტს მიეკუთვნება ისეთი კოლექტიური დოვლათი, როგორიცაა,მაგალითად, თავდაცვა; 2. არარეალიზებადი პროდუქტი, რომლითაც ვაჭრობა შეუძლებელია შეზღუდულის ზონის ფარგლებს გარეთ, რამდენადაც მოცულობის ან წონის გამო ძალიან ძვირი ჯდება ამ ზონის საზღვრებს გარეთ მისი ტრანსპორტირება და ვაჭრობა. ასეთ პროდუქტებს მიეკუთვნება, მაგალითად, ხრეში, ღორღი, აგური და ა.შ.

არასაბაზრო წარმოება — მოიცავს საქმიანობის ოთხ სფეროს: ა) პირველადი პროდუქციის წარმოებას საკუთარი მოხმარებისათვის; ბ) პირველადი პროდუქციის გადამუშავებას თვით მეწარმეთა მიერ საკუ-

თარი მოხმარებისათვის; გ) არაპირველადი პროდუქციის წარმოებას საკუთარი საჭიროებისათვის; დ) პირველადი პროდუქციის წარმოებას, რომელიც შეიძლება გატანილ იქნეს ბაზარზე გასაყიდად.

არაფორმალური ორგანიზაციული სტრუქტურა *(informal organization)* — ორგანიზაციული მახასიათებლები და ურთიერთობები, რომლებიც არ წარმოადგენს ფორმალური სტრუქტურის შემადგენელ ნაწილს, მაგრამ გავლენას ახდენს ორგანიზაციის მიერ დასახული მიზნების მიღწევაზე.

არბიტრაჟი *(arbitration)* — პროფკავშირებისა და ადმინისტრაციის მიერ შრომითი შეთანხმების ანუ კოლექტიური ხელშეკრულების დასადებად გამართული მოლაპარაკებების დროს წარმოქმნილი კონფლიქტის გადაწყვეტის პროცესი. მოლაპარაკებათა ჩიხში შესვლის შემთხვევაში მხარეები მიმართავენ მესამე, მიუკერძოებელ მხარეს — არბიტრაჟს. არბიტრი ისმენს მათ არგუმენტებს, აკეთებს სათანადო დასკვნას და იღებს ერთი მხარის პოზიციას. არბიტრის გადაწყვეტილება არ შეიძლება კომპრომისული იყოს, თუმცა, იგი სავალდებულოა ორივე მხარისათვის.

არჩევანის თავისუფლება — მესაკუთრეთა თავისუფალი უფლება თავიანთი შეხედულებით გამოიყენონ არსებული რესურსები და ფულადი საშუალებანი; მუშაკთა თავისუფალი უფლება თავიანთი სურვილით აირჩიონ სამუშაო ადგილი და საქმიანობის სახეობა; მომხმარებელთა თავისუფალი უფლება თავიანთი საჭიროებისათვის დახარჯონ საკუთარი შემოსავალი.

ასოციაცია — ფიზიკური (ან) იურიდიული პირების ნებაყოფლობითი გაერთიანება ურთიერთთანამშრომლობისათვის მასში გაერთიანებული წევრების თავისთავადობისა და დამოუკიდებლობის შენარჩუნებით.

აუდიტი *(audit)* — საფინანსო ანგარიშების სისწორისა და უტყუარობის საბუღალტრო შეფასება (რევიზია), რომლის დროსაც კრიტიკულად ანალიზდება ფირმის (ორგანიზაციის) საქმიანობა და მიიღება საჭირო გადაწყვეტილებები მისი მუშაობის გასაუმჯობესებლად.

აქტივები (*assets*; *ლათ.* ***activus*** *– მოქმედი, ქმედითი, აქტიური*) — 1. აქტივები საწარმოს (ფირმის, კომპანიის) კუთვნილი ქონებისა და ფულადი სახსრების (შენობა-ნაგებობები, მანქანა-მოწყობილობა, მატერიალური მარაგები, საბანკო ანაბრები, ფასიანი ქაღალდები, დაბანდებები, პატენტები, საავტორო უფლებები და ა.შ.) ერთობლიობა, რომელშიც დაბანდებულია მათი მფლობელების (მეპატრონეების) საშუალებები.

პრაქტიკაში განარჩევენ მატერიალურ (ხელშესახებ, ხილულ) და არამატერიალურ (არახელშესახებ, უხილავ) აქტივებს. არამატერია-

ლურ აქტივებს მიეკუთვნება ინტელექტუალური პროდუქტი, პატენტები, სხვა საწარმოთა სავალო ვალდებულებები, რესურსების გამოყენების განსაკუთრებული უფლებები და ა.შ.;

3. მატერიალური საგნები და არამატერიალური უფლებები, რომელთაც მათი მფლობელებისათვის ეკონომიკური ფასეულობა გააჩნია;

4. ბალანსის აქტივები — საწარმოს საბუღალტრო ბალანსის აქტივები, რომლებიც ფულად გამოხატულებაში ასახავს საწარმოს კუთვნილ მატერიალურ და არამატერიალურ ფასეულობებს, მათ შედგენილობასა და განთავსებას;

5. შემოსავლების მეტობა გასავალზე.

აქცია *(ინგ. share; stock, ფრანგ. action, გერმ. aktie)* — 1. ფასიანი ქაღალდი, რომელიც ადასტურებს მისი მფლობელის (აქციონერის) უფლებას, დივიდენდის სახით მიიღოს წილი სააქციონერო საზოგადოების მოგებიდან ან მისი ლიკვიდაციის შემთხვევაში წილობრივი წესით მონაწილეობდეს დარჩენილი ქონების მართვაში;

2. წილი კორპორაციის საკუთრებაში.

აქციები მიეკუთვნება ფასიანი ქაღალდების ძირითად (ტრადიციულ) კლასს, რომელიც მოიცავს, ასევე, ობლიგაციებს, თამასუქებს, ჩეკებს და ა.შ. აქცია როგორც საწესდებო (სააქციონერო) ძირითად კაპიტალში ადასტურებს საზოგადოების მიმართ მისი მფლობელის ვალდებულებებს. აქციის მფლობელს აქციონერი ჰქვია.

აქციის უფლებები და თვისებები: უფლება სააქციონერო საზოგადოების მართვაში მონაწილეობისა (ხმის მიცემის უფლება ან მართვაში მონაწილეობის სხვაგვარი უფლებები); უფლება დივიდენდის სახით კომპანიის აქტივების ნაწილის მიღებაზე მისი ლიკვიდაციის შემთხვევაში; უფლება კომპანიის მიერ ახალგამოშვებული აქტივების პირველ რიგში შეძენისა; დებულებით ან გამოშვების პირობებით წინასწარ შეთანხმებული უფლება ინფორმაციაზე მისი საქმიანობის შესახებ; უფლება ბაზარზე თავისუფალი ყიდვა-გაყიდვისა; ფუნქციონირების გარკვეული ვადით შეუზღუდაობა; აქციის მფლობელის შეზღუდული პასუხისმგებლობა (რისკი არ უნდა ამეტებდეს საწესდებო კაპიტალში შეტანილ წვლილს; კონვერტირებისას ერთი და იგივე კატეგორიის (ტიპის) აქციის რამდენიმე აქციად დანაწევრების ან ერთ აქციად კონსოლიდაციის უფლება.

აქციის ძირითადი რეკვიზიტები: ფასიანი ქაღალდის სახეობა და დასახელება („აქცია"); ემიტენტის დასახელება და ადგილსამყოფელი; რიგითი ნომერი; ნომინალური ღირებულება; გამოშვებუ-

ლი აქციების რაოდენობა; აქციების გამოშვების დროისათვის საწესდებო კაპიტალის სიდიდე; სააქციონერო საზოგადოების თარიღი; დივიდენდის გაცემის ვადები; აქციის მფლობელის სახელი და გვარი; რეგისტრატორისა და ბანკ-აგენტის დასახელება და ადგილსამყოფელი; ემიტენტის ხელმოწერა და ბეჭედი.

აქცია შეიძლება, გამოშვებულ იქნეს ცალკეული ემისიების სახით როგორც დოკუმენტარული, ისე დოკუმენტარული ფორმის გარეშე, რომლის ფარგლებში ყველა აქციას ერთნაირი ნომინალური ღირებულება და თანაბარი უფლებები აქვს მთელი მისი არსებობის ვადის განმავლობაში.

განასხვავებენ ჩვეულებრივ და პრივილეგირებულ აქციებს. ჩვეულებრივი აქცია იძლევა აქციონერთა კრებაზე ხმის მიცემის უფლებას, მაგრამ არ იძლევა დივიდენდის მიღების გარანტიას. სააქციონერო საზოგადოების საკონტროლო პაკეტი შეიცავს ჩვეულებრივი აქციების 50 პროცენტს პლუს ერთი აქცია. პრივილეგირებული აქცია იძლევა დივიდენდის მიღების გარანტიას სააქციონერო საზოგადოების წესდებით დადგენილი მოცულობით, მაგრამ არ იძლევა ხმის მიცემის უფლებას, თუმცა, მისი მფლობელი სარგებლობს უპირატესი უფლებით — კომპანიის ლიკვიდაციის შემთხვევაში ურიგოდ მიიღოს დივიდენდები და აქტივები.

აქციებს, როგორც წესი, ყიდიან და ყიდულობენ საფონდო ბირჟებზე, ასევე, საფონდო ბაზრებზე კომპიუტერული ბირჟისგარეშე სისტემის მეშვეობით პროფესიონალი შუამავლების დახმარებით;

2. წილი კორპორაციის საკუთრებაში. ჩვეულებრივი აქცია

აქცია 1 *(share)* — გრძელვადიანი კაპიტალის გადიდების მიზნით სააქციონერო კომპანიის მიერ გამოშვებული ფასიანი ქაღალდი. აქცია 1-ის მყიდველები ფულს უხდიან კომპანიას, სანაცვლოდ კი იღებენ სააქციონერო სერთიფიკატს, რომელიც ადასტურებს ამ აქციის მფლობელობის უფლებას, რის შესახებ ინფორმაცია აქციონერთა რეესტრში შეაქვთ. კომპანიის აქციონერები წილობრივი წესით მონაწილეობენ მოგების განაწილებაში და დივიდენდის სახით იღებენ მის გარკვეულ ნაწილს. აქცია 1-ით ვაჭრობენ საფონდო ბირჟებზე. მისი ძირითადი სახეობებია: პრივილეგირებული და ჩვეულებრივი აქციები.

აქცია 2 *(stock)* — გრძელვადიანი კაპიტალის გადიდების მიზნით სააქციონერო კომპანიის მიერ გამოშვებული ფასიანი ქაღალდი. ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, აშშ) აქცია 2-ის მფლობელები ეკვივალენტურები არიან მოცემული კომპანიის აქცია 1-ის მფლობელებისა (აქციონერებისა). სხვა ქვეყნებში (მაგალითად, ინგლისი) აქცია 2 გასასტუმრებელი ვალის ფიქსირებული პროცენტია, მისი მფლობელები

კი, აქციონერებისაგან განსხვავებით, კომპანიის კრედიტორებად ვევლინებიან. აქცია 2 ყიდვა-გაყიდვის ობიექტია საფონდო ბირჟაზე.

აქციების სერთიფიკატი *(stock certificate)* — დოკუმენტი, რომელიც ადასტურებს საკუთრების უფლებას კომპანიის კაპიტალის წილზე.

აქციზი *(excise taxes)* — არაპირდაპირი გადასახადი, რომელიც ფასწარმატის სახით წესდება პოტენციურად მავნე წარმოებების გაკონტროლების ან საფასურის ამოღების მიზნით საზოგადოებრივი მომსახურებისათვის, რომლითაც მხოლოდ ზოგიერთი კატეგორიის მოქალაქეები ან კომპანიები სარგებლობენ.

აქციის კურსი. სააქციონერო საზოგადოების საწესდებო კაპიტალის ღირებულებას აფასებენ მეორად ბაზარზე მიმოქცევაში მყოფი (საბაზრო კაპიტალიზაცია) აქციების საკურსო ფასის მეშვეობით ან წესით, რომელიც საშუალებას იძლევა, ეს შეფასება საბაზრო ღირებულებას მიუახლოვდეს. საფონდო ბაზარზე აქციების ნომინალური ფასის მიუხედავად, ისინი შეიძლება, გაიყიდოს საბაზრო ფასით ან კურსით, რომელიც პირდაპირ დამოკიდებულია ამ აქციებიდან მიღებულ დივიდენდზე და პირუკუ — საპროცენტო განაკვეთზე. აქციების კურსი ტოლია ფულადი კაპიტალის თანხისა, რომელიც დაბანდებულია ბანკში ან გაცემულია სესხად, რომლიდანაც მიღებული შემოსავალის ტოლია აქციებიდან მიღებული დივიდენდისა.

პრაქტიკაში გამოიყენება კაპიტალის ღირებულების შეფასების სხვადასხვა მეთოდი. ერთ-ერთი მათგანია შემოსავლის ნარჩენების მიხედვით კაპიტალიზაციის მეთოდი. იმ შემთხვევაში, როდესაც არ არსებობს ამ მეთოდის გამოსაყენებლად საჭირო პირდაპირი ინფორმაცია, სარგებლობენ საწარმოს (ბიზნესის) ღირებულების შეფასებით, რაც კაპიტალიზაციის შესაძლო დონის შესახებ ირიბ წყაროებს ემყარება.

აქციონერები *(shareholders)* — კორპორაციის აქციათა მფლობელები, კაპიტალის მესაკუთრეები.

ბაზარი *(market)* — 1. გაცვლის მექანიზმი, რომლის მეშვეობითაც მყარდება უშუალო კონტაქტები პროდუქტების, წარმოების ფაქტორების ან ფასიანი ქაღალდების გამყიდველსა და მყიდველს შორის;

2. სხვაგვარი განმარტებით, ბაზარი საზოგადოებრივი მეურნეობის ორგანიზაციის ძირითადი ფორმაა სასაქონლო წარმოების პირობებში. იგი უზრუნველყოფს წარმოებასა და მოხმარებას შორის ურთიერთმოქმედებას, რესურსების განაწილებას მათ მესაკუთრეთა ინტერესების მიხედვით. რამდენადაც ბაზრის მონაწილენი მიისწრაფიან თავიანთი სიმდიდრის გადიდებისაკენ, კერძოდ, მწარმოებლებს

სურთ მოგების მიღება (სულ ცოტა, გაწეული ხარჯების ანაზღაურება), ხოლო მომხმარებლებს — თავიანთ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება (გადახდისუნარიანი მოთხოვნის ფარგლებში), საბოლოო ჯამში, თითოეული სუბიექტის მოქმედება სარგებლიანობის მაქსიმიზაციაში გამოიხატება; ამასთანავე, ბაზრის მონაწილენი მოქმედებენ თავისუფალი არჩევანის საფუძველზე გარიგების პირობების ურთიერთ შეთანხმების, მაქსიმალურად შესაძლებელი ინფორმირებულობისა და კონკურენტულობის ვითარებაში.

3. არის ასეთი მოკლე დეფინიციაც: ბაზარი ადამიანთა ჯგუფია (ჯგუფებია), რომელსაც აქვს მოთხოვნილება ამა თუ იმ საქონელზე და გააჩნიათ ფული მის შესასყიდად, ეკონომისტები კი, როგორც წესი, მას (ბაზარს) პროდუქტების ჯგუფად თვლიან.

სასაქონლო (პროდუქტების), სივრცობრივი და ფიზიკური ნიშნებით განასხვავებენ სხვადასხვა შემადგენლობის ბაზარს. პროდუქტების თვალსაზრისით, ბაზარი შედგება საქონლის ან მომსახურების ჯგუფისაგან, რომელსაც მყიდველები საქონელშემცვლელებად მიიჩნევენ ანუ მათი აზრით, ქალისა და მამაკაცის ფეხსაცმელი — ეს ორი, ცალკე ბაზარია, რომლებიც სხვადასხვა კატეგორიის მყიდველთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას ემსახურება. ასეთი მიდგომა შეიძლება, ზუსტად არ შეესაბამებოდეს დარგობრივ კლასიფიკაციას, რომელიც პროდუქტებს ტექნიკური ან საწარმოო მახასიათებლების მიხედვით აჯუფებს და არა მომხმარებლებისათვის მათი ურთიერთშენაცვლების ნიშნებით. მაგალითად, მინის ბოთლსა და ლითონის ქილას მომხმარებლები ურთიერთშენაცვლებლად საქონლად (ტარად) მიიჩნევენ, მაშინ როდესაც ისინი სამრეწველო დარგობრივი კლასიფიკაციით სხვადასხვა მუხლს (მინის მრეწველობა და მეტალურგია) მიეკუთვნება და, პირიქით, — ამავე კლასიფიკაციით, მაგალითად, საქონლის ჯგუფი „ლითონის ნაკეთობანი“ აერთიანებს ისეთ ურთიერთგანსხვავებულ მომხმარებლებს, როგორიც არიან სამოქალაქო ინჟინერ-მშენებლები (რკინა-ბეტონის ფილები), ავტომობილების ამწყობები (ავტომობილის კორპუსები) და სარეცხი საშუალებების მწარმოებლები (კამერები სარეცხი მანქანებისათვის).

სივრცობრივი ნიშნიდან, კერძოდ, სატრანსპორტო დანახარჯებიდან, პროდუქციის ხასიათიდან, მომხმარებელთა გემოვნების ერთგვაროვნობიდან ან სხვა მახასიათებლიდან გამომდინარე, ბაზარი შეიძლება იყოს ადგილობრივი, ეროვნული და საერთაშორისო. მაგალითად, სატრანსპორტო დანახარჯებიდან გამომდინარე, ცემენტისა და თაბაშირის ბაზრებს ლოკალიზაციის ტენდენცია აქვთ. ასევე, ბავარიული ლუდი მხოლოდ სპეციფიკურ რეგიონულ გემოვ-

ნებას აკმაყოფილებს, მაშინ როდესაც „კოკა-კოლა“, როგორც აღიარებული სავაჭრო მარკა, მთელ მსოფლიოში იყიდება.

ფიზიკური ნიშნის თვალსაზრისით, გაცვლითი ოპერაციები გამყიდველებისა და მყიდველების მონაწილეობით შეიძლება ხორციელდებოდეს საამისოდ სპეციალურად მოწყობილ ადგილებში. (მაგალითად, თევზის ადგილობრივი ბაზარი, მატყლის ბირჟა) ან სულაც არ ჰქონდეთ რამენაირი განსაზღვრული ფორმა (მაგალითად, აქციებისა და მარაგების გაყიდვები, ასევე, გაყიდვები საერთაშორისო სადილერო სისტემის მეშვეობით).

ფართო და მრავალფეროვანია ბაზრის სტრუქტურა. გასაყიდი საქონლის სახეობების მიხედვით გამოყოფენ: ნედლეულის, მასალების, ძვირფასეულობების, წარმოების საშუალებების, უძრავი ქონების, სამომხმარებლო საქონლისა და მომსახურების, ინფორმაციული და ინტელექტუალური (სულიერი) პროდუქტის, ინოვაციების, კაპიტალის, ვალუტის, ფასიანი ქაღალდების, შრომის, სამუშაო ადგილებისა და სამუშაო ძალის; ტერიტორიული ნიშნის მიხედვით — მსოფლიო, ზონალურ, რეგიონულ, ეროვნულ (ქვეყნის მასშტაბით), ადგილობრივ; ცალკეული ქვეყნის მიხედვით — საშინაო და საგარეო ბაზრებს.

კონკურენციის დონის მიხედვით შეიძლება იყოს: მაღალკონკურენტული (თავისუფალი), მონოპოლისტური კონკურენციის, ოლიგოპოლისტური, მონოპოლისტური (დახურული) ბაზრები.

გაცვლაში მონაწილე გამყიდველებისა და მყიდველების რიცხოვნობიდან გამომდინარე კი, განასხვავებენ ისეთ საბაზრო სიტუაციებს, როგორიცაა: სრულყოფილი კონკურენცია — ბევრი გამყიდველი, ბევრი მყიდველი; ოლიგოპოლია — ცოტა გამყიდველი, ბევრი მყიდველი; ოლიგოპსონია — ბევრი გამყიდველი, ცოტა მყიდველი; ორმხრივი ოლიგოპოლია — ცოტა გამყიდველი, ცოტა მყიდველი; დუოპოლია — ორი გამყიდველი, ბევრი მყიდველი; დუოპსონია — ბევრი გამყიდველი, ორი მყიდველი; მონოპოლია — ერთი გამყიდველი, ბევრი მყიდველი; მონოპსონია — ბევრი გამყიდველი, ერთი მყიდველი; ორმხრივი მონოპოლია — ერთი გამყიდველი, ერთი მყიდველი.

ეკონომიკური თეორიის თანახმად, იდეალური ანუ სრულყოფილი ბაზარი (მისი მიღწევა პრაქტიკაში შეუძლებელია) უნდა აკმაყოფილებდეს, სულ ცოტა, ხუთ ისეთ ძირითად მოთხოვნას, როგორიცაა: 1. ატომისტიკურობა ანუ მასში უნდა მონაწილეობდეს დამოუკიდებელი გამყიდველებისა და მყიდველების უზარმაზარი რაოდენობა. ასეთ შემთხვევაში ვერც ერთი მათგანი ვერ იქნება იმდენად ძლიერი, რომ გავლენა მოახდინოს ბაზრის კონიუნქტურაზე; 2.

პროდუქციის ერთგვაროვნობა ანუ თუ პროდუტები ერთნაირი იქნება, მყიდველებს არ ექნებათ მიზეზი ერთი გამყიდველის საქონლისათვის მეორე გამყიდველის საქონელთან შედარებით უპირატესობის მისანიჭებლად, გარდა ფასისა; 3. ბაზარზე შეღწევის თავისუფლება ნებისმიერი მწარმოებლისა და ნებისმიერი მყიდველისათვის; 4. გამჭვირვალობა — ბაზარზე მიმდინარე მოვლენების შესახებ მონაწილეთა სრული ინფორმირებულობა; 5. წარმოების ფაქტორების მობილურობა შრომისა და კაპიტალის ურთიერთშენაცვლების სფეროში.

ბაზრის სეგმენტირება *(market segmentation)* — დიდი ბაზრის დაყოფა ინდივიდუალურ ან ინსიტუციურ მომხმარებელთა უფრო წვრილ ჯგუფებად, რომელთაც ახასიათებთ ზოგიერთი საერთო ნიშან-თვისებები, ქცევის ტიპი, მოთხოვნილებები ან საჭიროებები. თითოეული ამ სააბაზრო სეგმენტის მოცვა შესაძლებელია, განსაკუთრებული მარკეტინგული სტრუქტურით. ბაზრის სეგმენტირების მიზანია მომხმარებელთა ჯგუფის გამოვლენა, რომელიც დადებითად აფასებს კონკრეტული საქონლის ან მომსახურების ერთსა და იგივე ხარისხს.

არსებობს ბაზრის სეგმენტირების სამი ძირითადი პრინციპი: დემოგრაფიული (ასაკი, სქესი, მყიდველობითუნარიანობა, პროფესია); გეოგრაფიული (მსოფლიოს რეგიონები, ქვეყნები, ქვეყნის რეგიონები, ქალაქები, რაიონები, კლიმატი); ქცევითი (მოხმარების მოცულობა, მოხმარების ტიპი, სასაქონლო მარკისადმი ერთგულება, მოსალოდნელი სარგებელი); ფსიქოგრაფიული (სოციალური კლასი, პიროვნული მახასიათებლები, ცხოვრების წესი).

ბაზრობა — ბაზარი, რომელიც რეგულარულად იმართება ერთსა და იმავე ადგილას, წლის გარკვეულ დროს, დაწესებულ ვადებში. ბაზრობის მიზანია, საშუალება მისცეს მის მონაწილეებს (ექსპონენტებს), გამოფინონ (წარმოადგინონ) თავიანთი პროდუქციის ნიმუშები, სავაჭრო გარიგებების დადების მიზნით მოაწყონ უახლესი მიღწევებისა და ტექნიკური სიახლეების ჩვენება.

მონაწილეთა შემადგენლობისა და ეკონომიკური მნიშვნელობიდან გამომდინარე, განარჩევენ საერთაშორისო და ნაციონალურ (ეროვნულ) ბაზრობებს. საერთაშორისო ბაზრობა საერთაშორისო ვაჭრობას ემსახურება. მასში ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე შეუძლიათ, მონაწილეობა მიიღონ ნებისმიერი ქვეყნის კომპანიებმა. ნაციონალურ ბაზრობაში შეიძლება, მონაწილეობდნენ უცხოელი ვაჭრები, მაგრამ გაყიდვის უფლებით მხოლოდ ადგილობრივი კომპანიები სარგებლობენ.

ბოლო დროს თანდათანობით ქრება განსხვავება საერთაშორისო დონეზე ჩატარებულ გამოფენებსა და ბაზრობებს შორის. საერ-

თაშორისო გამოფენები სულ უფრო მეტად იძენენ კომერციულ ხასიათს, საერთაშორისო ბაზრობებმა კი დაიწყეს, აგრეთვე, პროპაგანდისტული, ინფორმაციული ამოცანების შესრულება. საერთაშორისო ბაზრობები, როგორც საქმიანი შეხვედრების ადგილები, დიდ როლს ასრულებს სხვადასხვა ქვეყნის ბიზნეს-წრეებს შორის პირადი კონტაქტების შენარჩუნებასა და დამყარებაში.

საერთაშორისო ბაზრობებმა ფართო გავრცელება პოვეს დასავლეთ ევროპის ქვეყნებსა და აშშ-ში. ხუთ ქვეყანაზე (გერმანია, დიდი ბრიტანეთი, აშშ, საფრანგეთი, იტალია) მოდის საერთაშორისო ბაზრობების ორი მესამედი.

ბაზრობების საქმიანობას არეგულირებენ იმ ქვეყნების შესაბამისი სტრუქტურები, სადაც ისინი იმართება, ასევე, საერთაშორისო ორგანიზაციები, საერთაშორისო სავაჭრო პალატა და საერთაშორისო დარგობრივი ბაზრობების დროებითი გაერთიანებები.

ბანკი *(იტალ. — banco — მერხი, სკამი)* — საფინანსო ორგანიზაცია (დაწესებულება), რომელიც ახორციელებს ფულისა და ფასიანი ქაღალდების სხვადასხვა ოპერაციას და საფინანსო მომსახურებას უწევს მთავრობას, საწარმოებს, მოქალაქეებს, ასევე, თვით საბანკო დაწესებულებებს. ბანკები უშვებენ, ყიდულობენ და ყიდიან, ცვლიან ფულსა და ფასიან ქაღალდებს, აკონტროლებენ ფულადი სახსრების მოძრაობას, ფულისა და ფასიანი ქაღალდების მიმოქცევას, ეწევიან საგადასახდელო და საანგარიშსწორებო მომსახურებას.

გამოყოფენ ბანკების ორ ძირითად სახესხვაობას, რომლებიც ერთობლივად ქმნიან ორდონიან საბანკო სისტემას: 1. ცენტრალურ ბანკი; 2. კომერციული ბანკები. ცენტრალური ბანკი წარმოადგენს ქვეყნის მთავარ სახელმწიფო ბანკს. იგი უფლებამოსილია განსაკუთრებული უფლებებით და მოწოდებულია, დაარეგულიროს ქვეყანაში ფულის მიმოქცევა, განახორციელოს ფულის ემისია, დაარეგულიროს კრედიტები და ვალუტის კურსი, გააკონტროლოს კომერციული ბანკების საქმიანობა, შეინახოს ფულადი საშუალებებისა და ოქროს რეზერვები და მარაგები; კომერციული ბანკები მეტწილად არასახელმწიფო დაწესებულებებია და მრავალფეროვან საბანკო ოპერაციებს ასრულებენ: უპირატესად ემსახურებიან საწარმოებს, ფირმებს, ორგანიზაციებს, დაწესებულებებს, ასევე, საბანკო მომსახურებას უწევენ მოსახლეობას.

კომერციული ბანკები შეიძლება იყოს უნივერსალური და სპეციალიზებული (შემნახველი, საინვესტიციო, იპოთეკური (საგირაო), კლირინგული (უნაღდო ანგარიშსწორების) და სხვ.).

კომერციული ბანკების ძირითადი ფუნქციებია: დეპოზიტების (ანაბრების) მიღება და კრედიტების გაცემა, ანგარიშების წარმოე-

ბა, უნაღდო გადასახდელების განხორციელება, ფულის გაცემა ანაბრებზე, ფასიანი ქაღალდების, ვალუტის ყიდვა-გაყიდვა, სხვადასხვა სახეობის მომსახურების გაწევა.

ბარტერი *(bartering)* — ვაჭრობის ფორმა, რომლის დროსაც საქონელი ან მომსახურება პირდაპირ, ფულის გარეშე იცვლება.

ბენეფიციარი *(ინგ. beneficiary)* — პირი, ვისთვისაც განკუთვნილია ფულადი გადასახდელი; ფულის მიმღები; მეანაბრე. ბენეფიციარი შეიძლება იყოს: 1. ანდერძით მემკვიდრე; 2. ანაზღაურების სადაზღვევო პოლისით მიმღები; 3. პირი, რომლის სასარგებლოდ გამოწერილია აკრედიტივი; 4. რენტის მიმღები; 5. ფულადი სახსრების თამასუქით, ფულადი გზავნილით, ანაბრით მიმღები; 6. პირი, რომლის წინაშე თავდები (გარანტი) პასუხს აგებს თავდებობებით (გარანტიით); 7. პირი, რომლის სასარგებლოდ მზრუნველი მართავს საფინანსო რესურსებს.

ბიზნეს-გეგმა — ბიზნესმენის პრაქტიკული მოქმედების პროგრამა. ჩვეულებრივ, 3-5 წლის ვადით დგება და მოიცავს შემდეგ განყოფილებებს: საქონელი (მომსახურება), გასაღების ბაზარი, კონკურენცია, მარკეტინგის სტრატეგია, წარმოების გეგმა, ორგანიზაციული გეგმა, იურიდიული გეგმა, რეზიუმე და ა.შ.

ბიზნეს-ინკუბატორები — უმეტესად პატარა კერძო, არაკომერციული ორგანიზაციები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მცირე საწარმოებს მათი ფუნქციონირებისათვის საჭირო შენობა-ნაგებობებით, ტექნიკური საშუალებებით (კომპიუტერები, გასამრავლებელი საშუალებები, ხელსაწყოები და სხვ.) ერთობლივი გამოყენების პირობით, რომლის მიზანია ახალბედა ბიზნესმენების ხელის შეწყობა, რათა შედარებით იოლად გადალახონ ბიზნეს-საქმიანობის წამოწყებასთან დაკავშირებული სიძნელეები.

ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნის იდეა გაჩნდა XX საუკუნის 80-იან წლებში, რომლის პრაქტიკული რეალიზაცია სრულყოფისა და განვითარების შემდეგ გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან დაიწყო და სულ მალე გადაიქცა მრავალპროფილიან დაწესებულებად, რომელიც ეხმარება ფიზიკურ და იურიდიულ პირებს კომერციული საქმიანობის უკეთ წარმართვასა და ბაზარზე მყარი პოზიციების დაკავებაში. ბიზნეს-ინკუბატორი ტექნოპარკის ნაირსახეობაა, რომელიც არსებითად მის ფუნქციას ასრულებს და მთელი საინკუბაციო პერიოდის (2-3 წელი) განმავლობაში ეხმარება ფირმებს წინასასტარტო პრობლემების გადაწყვეტაში.

პრაქტიკაში განარჩევენ საწარმოო და მომსახურების მიმართულების ბიზნეს-ინკუბატორებს. საწარმოო მიმართულების ინკუბა-

ტორები ბიზნეს-სტრუქტურებს ტექნოლოგიური მოწყობილობისა და საქონლის რეალიზაციის ერთობლივად გამოყენების საშუალებას აძლევენ, ხოლო მომსახურების მიმართულებისა სხვადასხვა სახეობის მომსახურებას უწევენ მოსახლეობას.

მცირე მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობასა და სტიმულირებაში სულ უფრო დიდ როლს ასრულებენ ბიზნეს-ინკუბატორები აშშ-ში, სადაც მათი რიცხვი უკანასკნელი ათი წლის განმავლობაში 50-ჯერ გაიზარდა. თავის მხრივ, „ინკუბატორები“ სახელმწიფო ხელშეწყობით სარგებლობენ და მცირე საწარმოთა რეგიონული განვითარების ფონდის ეგიდით მოქმედებენ. ზოგიერთი ასეთი ორგანიზაცია შექმნილია უმაღლეს სასწავლებლებთან ან კვლევით ცენტრებთან. ისინი მცირე ფირმებს ჩამოყალიბების საწყის სტადიაზე — 10-15 პროცენტით ნაკლებს ახდევინებენ ოფისში, კონსულტაციებს უწევენ გამოცდილი მენეჯერებისა და იურისტების მეშვეობით, ეხმარებიან საქმის წარმოებაში, ორგანიზაციული და ტექნიკური საკითხების გადაწყვეტასა და ფინანსური რესურსებით უზრუნველყოფაში, მარკეტინგისა და დიზაინის საკითხების მოგვარებაში, ასტიმულირებენ მათ დასაფინანსებლად ინვესტიციების მოზიდვას, ხელს უწყობენ შეღავათიანი კრედიტების მიღებაში, საშუალებას აძლევენ, ისარგებლონ ბიზნეს-ინკუბატორების კომპიუტერებითა და კავშირგაბმულობის საშუალებებით, ბიბლიოთეკებით, ლაბორატორიებით, მოწყობილობით და ა. შ.

ბიზნესი *(buziness — საქმე, ანტრეპრენიორობა, მეწარმეობა)* — ინიციატივიანი ეკონომიკური საქმიანობა, რომელიც საკუთარი ან ნასესხები სახსრებით, საკუთარი რისკითა და პასუხისმგებლობით ხორციელდება და მიზნად ისახავს მოგების მიღებას სოციალური პასუხისმგებლობის გათვალისწინებით.

ბიზნესმენი *(businessman)* — საქმიანი ადამიანი, მეწარმე, კომერსანტი, ანტრეპრენიორი, რომელიც საკუთარ ბიზნესს ეწვა, აქვს თავისი საქმე მოგების ან სხვა სარგებლის მისაღებად.

ბიზნესის ეთიკა — საქმიანი პროცესის სხვადასხვა მხარეს შორის ურთიერთდამოკიდებულებათა ნორმების სისტემა.

ბირჟა *(exchange; ლათ. bursa; გერმ. burse — საფულე, ჭისა)* — ერთგვაროვანი საქონლის რეგულარულად ფუნქციონირებადი და ორგანიზაციულად განსაზღვრული საბითუმო ბაზარი, სადაც იდება გარიგებები საქონლის მსხვილი პარტიების ყიდვა-გაყიდვის შესახებ. ბირჟა შუამავლის როლს ასრულებს სავაჭრო ოპერაციებში, ხელს უწყობს საქონლის გამყიდველებსა და მყიდველებს შორის კონტაქ-

ტების დამყარებასა და საბირჟო გარიგებების გზით საბითუმო საბაზრო ფასების ჩამოყალიბებას.

ბირჟაზე წარმოდგენილი საქონლის სახეობებიდან გამომდინარე, განასხვავებენ:

- სასაქონლო ბირჟებს, რომლებიც მატერიალური ფასეულობებით ვაჭრობენ;
- საფონდო ბირჟებს, რომლებიც ფასიანი ქაღალდებით ვაჭრობენ;
- სავალუტო ბირჟებს, რომლებიც ვალუტით ვაჭრობენ;
- უნივერსალურ ბირჟებს, რომლებიც სხვადასხვანაირი საქონლით ვაჭრობენ;
- შრომის ბირჟას, რომლებიც შრომით მოწყობაში ეხმარებიან უმუშევრებსა და სამუშაო ადგილის შეცვლის მსურველებს.

ბიუჯეტი *(budget)* — კომპანიის მომავალი საქმიანობის საფინანსო გეგმა, რომელიც შეიცავს მოსალოდნელი შემოსავლებისა და ხარჯების შეფასებას და ითვალისწინებს მათი დაფინანსების წყაროებს.

ბიუჯეტის დეფიციტი — უარყოფითი სხვაობა, ერთი მხრივ, ბიუჯეტის შემოსავლებსა და ფულად გრანტებს, ხოლო, მეორე მხრივ, ხარჯებსა და დაკრედიტებას შორის.

ბიუჯეტის შემოსავლები — ბიუჯეტის ანგარიშზე მისაღები ყველა სახეობის ფულადი სახსრების ერთობლიობა, რომელთა დაბრუნება და ანაზღაურება არ ხდება.

ბიუჯეტის ხარჯები — ხელისუფლების მიერ თავისი ამოცანებისა და ფუნქციების ფინანსური უზრუნველყოფის მიზნით გამოყენებული ფულადი სახსრები.

ბროკერი *(broker)* — 1. აგენტი, რომელიც სპეციალიზებულია კონკრეტული საქონლის გაყიდვაზე; 2. პირი, რომელმაც გაიარა ოფიციალური რეგისტრაცია და მიიღო ფასიანი ქაღალდების გაყიდვის უფლება.

ბრუნვის გადასახადი *(turnover tax — არაპირდაპირი, ირიბი)* — გადასახადების ერთ-ერთი ძირითადი სახეობა, რომელსაც იხდიან გამოშვებული სახალხო მოხმარების საქონლის ღირებულებიდან წარმოების ბოლო სტადიაზე. აქციზისგან განსხვავებით, რომელიც მხოლოდ გარკვეულ საქონელსა და მომსახურებაზე წესდება, ბრუნვის გადასახადს საწარმოს მთლიანი ბრუნვის ღირებულებიდან იხდიან. ეს გადასახადი უპირატესად მასობრივი მოხმარების საქონელსა და მომსახურების სფეროს მიერ გაწეულ მომსახურებაზე წესდება. მისი ნაკლი ისაა, რომ იგი შემოღებულია არა ყველა საქონელზე, არა-

მედ მხოლოდ იმათზე, რომლებიც ტექნოლოგიური ციკლის ბოლოს იმყოფება.

ბრუნვის გადასახადს „კასკადურ გადასახადსაც“ უწოდებენ. იგი ასტიმულირებს მრეწველობისა და ვაჭრობის ვერტიკალურ ინტეგრაციას. ასეთი ტიპის გადასახადების არაეფექტიანობის გაცნობიერების შედეგად ბოლო წლებში მრავალ ქვეყანაში (რუსეთი, დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, გერმანია) იგი უფრო სრულყოფილი — დამატებული ღირებულების გადასახადით შეცვალეს, ზოგიერთ ქვეყანაში კი (მაგალითად, აშშ) ბრუნვის გადასახადის ნაცვლად, შემოიღეს გადასახადი გაყიდვებიდან, რომელსაც არა აქვს ზემოაღნიშნული ნაკლოვანება.

ბუნებრივი მონოპოლია — რისამე წარმოების ან გაყიდვის განსაკუთრებული უფლება, რაც ერთ პირს, პირთა ჯგუფს ან სახელმწიფოს ეკუთვნის. ოფიციალურად აღიარებული გარდაუვალი მონოპოლიური უფლება განპირობებულია ან მონოპოლისტის ბუნებრივი უფლებით ან სახელმწიფოსა და მოსახლეობისათვის ეკონომიკური ხელსაყრელობით. ბუნებრივი მონოპოლია წარმოიქმნება იმ დარგებში, სადაც მოქმედებს, ერთი მხრივ, საავტორო უფლება (რადგანაც ავტორი კანონის თანახმად მონოპოლისტია), მეორე მხრივ, სახელმწიფოსათვის ხელსაყრელია, ჰქონდეს, მაგალითად, ერთიანი მილსადენები, ენერგეტიკული ქსელები, რკინიგზის მაგისტრალები. სახელმწიფო მონოპოლია იქმნება, ასევე, იმ სფეროებში, სადაც მისი არსებობა განპირობებულია საზოგადოებრივი უსაფრთხოების მოსაზრებით.

არსებობს ასეთი განსაზღვრებაც — ბუნებრივი მონოპოლია არის სასაქონლო ბაზრის ისეთი მდგომარეობა, რომლის დროსაც, წარმოების ტექნოლოგიურ თავისებურებებიდან გამომდინარე, მოთხოვნის დაკმაყოფილება, ყველაზე უფრო ეფექტიანია კონკურენციის უქონლობის პირობებში. მოხმარებისას ბუნებრივი მონოპოლიების მიერ წარმოებული საქონლის შეცვლა სხვა საქონლით, როგორც წესი, შეუძლებელია. ამიტომ არსებობს მასზე მდგრადი (მყარი) მოთხოვნა, დამოუკიდებლად იმისა, იზრდება თუ არა ამ პროდუქციაზე ფასები. ბუნებრივი მონოპოლია ემყარება ქონების ფაქტობრივ ფლობას იმ დარგებში (რკინიგზის ტრანსპორტი, ფოსტა, ენერგოსისტემა, მილსადენი ტრანსპორტი, უნიკალური ბუნებრივი რესურსები), სადაც მინიმალურია გრძელვადიანი საშუალო დანახარჯები, თუ ბაზარს მხოლოდ ერთი ეკონომიკური სუბიექტი ემსახურება.

ბუნებრივი რესურსები — ეკონომიკური, მიწისა და მიწის სავარგულების, წყლის სიმდიდრეების, საჰაერო აუზის, სასარგებლო წიაღისეულის, ტყეების, მცენარეული და ცხოველთა სამყაროს სახით ბუნებაში არსებული ბუნებრივი რესურსები.

ბუნებრივი მატების ზოგადი კოეფიციენტი — მიიღება როგორც სხვაობა შობადობისა და მოკვდაობის ზოგად კოეფიციენტებს შორის.

გადასახადები — სავალდებულო გადასახადები, რომლებითაც სახელმწიფო ხელისუფლების ცენტრალური და ადგილობრივი ორგანოები ბეგრავენ ფიზიკურ და იურიდიულ პირებს. აკრეფილი თანხა შედის სახელმწიფო და ადგილობრივ ბიუჯეტებში და სახელმწიფო ხაზინაში შემავალი სახსრების ძირითად წყაროს წარმოადგენს. ამავე დროს, იგი ეკონომიკური პროცესების დარეგულირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საშუალებაა.

საგადასახადო სისტემას ფართოდ განშტოებული სისტემა აქვს. მასში წარმოდგენილია მრავალი სხვადასხვა სახეობისა და ტიპის გადასახადი. საგადასახადო განაკვეთების სიდიდე, ჩვეულებრივ, კანონმდებლობით დგინდება გადახდევინების დონიდან გამომდინარე. არსებობს ფედერალური, რესპუბლიკური და ადგილობრივი გადასახადები. საქართველოში ორი სახეობის გადასახადები მოქმედებს — საერთოსახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი.

დაბეგვრის ობიექტის მიხედვით განარჩევენ პირდაპირ და არაპირდაპირ გადასახადებს. პირდაპირი გადასახადები (საშემოსავლო გადასახადი, მოგების გადასახადი, ხელფასიდან და მისი წანამატიდან გადასახადი) უშუალოდ შემოსავლიდან, ხოლო არაპირდაპირი გადასახადები (აქციზური მოსაკრებლები, გადასახადი გაყიდვებიდან, დამატებული ღირებულების გადასახადი) საქონლისა და მომსახურების ფასზე წანამატის სახით ამოიღება. გადასახადები სხვადასხვა ქვეყანაში ფულადი ფორმით გადაიხდევინება, თუმცა, ცნობილია ნატურალური გადასახადებიც.

გადასახადი გაყიდვებიდან ანუ ბრუნვის გადასახადი *(sales tax or turnover tax)* — არაპირდაპირი გადასახადის ფორმა. იგი საქონლის გასაყიდ ფასში შეაქვთ და მომხმარებელი იხდის. გაყიდვებიდან გადასახადს მიეკუთვნება დამატებული ღირებულების გადასახადი და აქციზი.

გაკოტრება *(bankruptcy; იტალ. banko — მერხი, სკამი + hotto — დამსხვრეული, გატეხილი)* — 1. მოვალის უუნარობა, ფულადი სახრების უქონლობის გამო, შეასრულოს თავისი ვალდებულები, გაისტუმროს ვალები ანუ, როდესაც მისი პასივები აღემატება (აჭარბებს) აქტივებს. ფირმები უფრო ხშირად იმიტომ კოტრდებიან, რომ მათი ხარჯები, ზარალის დაფარვის წყაროს უქონლობის გამო, ხანგრძლივი დროის განმავლობაში სჭარბობს შემოსავალს.

ფირმა ოფიციალურად მაშინ ითვლება გაკოტრებულად, როდესაც სასამართლო მიიღებს გადაწყვეტილებას მისი, როგორც მო-

ვალის, უუნარობის შესახებ, გაისტუმროს ვალები, კრედიტები. თუ სასამართლოში თვითონ მოვალე შეიტანს განცხადებას მისი ვალაუვალობის (გაკოტრების) შესახებ, ასეთ შემთხვევაში გაკოტრება ნებაყოფლობითად ითვლება. ფირმები ზოგჯერ ასეთ ნაბიჯზე ფიქციური გაკოტრებისას მიდიან, რათა მიითვისონ ნასესხები ფული. თუკი სასამართლოში განცხადება შეაქვს კრედიტორს, ვისთვისაც არ დაუბრუნებიათ ვალი, მაშინ გაკოტრებას იძულებითს უწოდებენ. სასამართლოს გადაწყვეტილებით, შეიძლება, ვალაუვალი საწარმო (ფირმა) რეორგანიზებულ იქნეს, ე.ი. მიეცეს ვადა გაკოტრების მდგომარეობიდან გამოსავლისათვის ვალების დასაფარავად, ან დახმარება გაეწიოს. დავალიანების გასტუმრების მიზნით, შესაძლებელია, საწარმოს (ფირმის) ლიკვიდაციაც მისი ქონების საჯარო გაყიდვის გზით;

2. კანონით დადგენილი პროცედურა, რომლის მეშვეობითაც ადამიანი ან კომპანია, რომელსაც არ შესწევს უნარი, შეასრულოს თავისი საფინანსო ვალდებულებები, ვალის გადახდისაგან თავისუფლდება.

გამოკითხვა *(survey)* — მონაცემთა შეგროვების მეთოდი, რომლის დროსაც გამოსაკვლევ პირებს სხვადასხვა კითხვას აძლევენ ამ თუ იმ საკითხზე მათი მოსაზრებების გასარკვევად.

გარანტია (*warranty*) — თავდებობა ან პირობა.

გარიგება *(transaction)* — გაცვლა მხარეთა შორის.

გაცვლის პროცესი *(exchange process)* — აქტი, რომლის დროსაც ერთი მხარე მეორე მხარისაგან სასურველ პროდუქტს იღებს და სანაცვლოდ მას სხვა რამეს სთავაზობს.

გეგმა *(plan)* — ღონისძიებათა სისტემა, რომელიც მიმართულია დასახული მიზნებისა და ამოცანების მისაღწევად.

გეოგრაფიული ფაქტორები — ბაზრის სეგმენტაციის გეოგრაფიულ ფაქტორებს მიეკუთვნება: ადგილის (მხარის) ტოპოგრაფიული თავისებურებანი, კლიმატი, მოსახლეობის სიმჭიდროვე და ბუნებრივი რესურსები. მეწარმემ თავისი ბაზარი შეიძლება ამ ფაქტორების გათვალისწინებით რეგიონებად დაყოს, რამდენადაც გეოგრაფიულ ან კულტურულ ფაქტორებს ძალუძთ, გავლენა მოახდინონ მომხმარებელთა გემოვნებაზე.

გოტორნის ეფექტი (*Hawthorne effect*) — შრომის ნაყოფიერების პრობლემების შესწავლისას გოტორნის მიერ აღმოჩენილი დამოკიდებულება, რომლის მიხედვითაც მუშაობის ხარისხის გაუმჯობესება მუშაკისადმი გაძლიერებული ყურადღების შედეგია.

გრანტი *(grant)* — 1. ანაზღაურებადი, სუბსიდირებული სახელმწიფო შეკვეთა სამეცნიერო გამოკვლევებისა და დამუშავებების შესრულებაზე;

2. სამეცნიერო გამოკვლევების, მეცნიერების, ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებთა ფინანსური დახმარებისათვის ქველმოქმედების წესით გამოყოფილი ფულადი სახსრები; ინოვაციური ხასიათის სამუშაოთა მოზნობრივი შეღავათიანი ან დაუბრუნებელი დაფინანსება;

3. საშინაო და საგარეო წყაროებიდან ფულადი ფორმით მიღებული გრანტები ან სასაქონლო ფორმით მიღებული მონეტიზებული გრანტები.

გრანტის მიღების პრეტენდენტი შეიძლება იყოს ერთი პირი ან გარკვეული ჯგუფი, რომელთაც დამუშავებული აქვთ საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი იდეები, მაგრამ არ გააჩნიათ სახსრები მათ დასაფინანსებლად. გრანტი გარკვეული ვალდებულებითი პირობებით ეძლევათ სახელმწიფო სტრუქტურებს, მეცნიერებს, მეწარმეებს, კერძო ფირმებს პირებს და ა.შ.;

გუდვილი *(goodwill)* — 1. ფირმის საქმიანი რეპუტაციის ღირებულება. გუდვილის პროფესიულ შეფასებაში იგულისხმება სიდიდე, რომლითაც ბიზნესის ღირებულება აღემატება საწარმოს მატერიალური აქტივების და არამატერიალური აქტივების ნაწილის საბაზრო ღირებულებას, რომელიც დაფიქსირებულია საბუღალტრო ანგარიშებით. გუდვილი იქმნება მაშინ, როდესაც კომპანია ისეთ სტაბილურ, მაღალ მოგებას იღებს, რომელც აღემატება გუდვილის საშუალო დარგობრივ დონეს. გუდვილი საწარმოს, როგორც მთლიანი ორგანიზმის ნაწილია, იგი არსებობს მხოლოდ მასთან ერთად და არ შეიძლება მისი რომელიმე კონკრეტული აქტივისადმი მიკუთვნება. გუდვილი წარმოიქმნება მხოლოდ საწარმოს მფლობელის შეცვლის (საკუთრების უფლების გადასვლის) მომენტში და არაამორტიზებულ აქტივად გვევლინება.

გუდვილის საბაზრო ღირებულების განსაზღვრისათვის გამოიყენება ჭარბი მოგების მეთოდი. მისი გაანგარიშების ეტაპებია: საწარმოს მატერიალური აქტივების საბაზრო ღირებულების შეფასება; ნორმალიზებული მოგების გაანგარიშება (ე.ი. იმ ერთდროული შემოსავლებისა და ხარჯებისაგან განთავისუფლებული მოგება, რომელიც არ არის დაკავშირებული საწარმოს ფუნქციონირებასთან); აქტივებზე ან საკუთარ კაპიტალზე მოგების საშუალო დარგობრივი დონის განსაზღვრა; მატერიალურ აქტივებზე მოგების საშუალო დარგობრივი დონის საფუძველზე მოსალოდნელი მოგების გაანგარი-

შება. ჭარბი მოგების, როგორც ნორმალიზებულ და მოსალოდნელ მოგებას შორის, სხვაობის მონახვა; გუდვილის საბაზრო ღირებულების გაანგარიშება ჭარბი მოგების სიდიდის კაპიტალიზაციის განაკვეთზე გაყოფის გზით;

2. ფირმის ისეთი აქტივები, კაპიტალი, რომელიც არ ექვემდებარება მატერიალურ განზომილებას, მაგალითად, რეპუტაცია, ტექნიკური კომპეტენცია, კავშირურთიერთობები, მარკეტინგული ხერხები და ა.შ.;

3. ფირმის არამატერიალური აქტივები, რომელიც არ ექვემდებარება მატერიალურ განზომილებას და გაითვალისწინება მხოლოდ და მხოლოს კომპანიის ყიდა-გაყიდვისას და მისი რეპუტაციის, კავშირურთიერთობების, ტექნიკური კოპეტენციის, ხელსაყრელი ადგილმდებარეობისათვის საფასურს წარმოადგენს;.

4. სხვაობა დროის გარკვეულ მომენტში ფირმის საბაზრო შეფასებასა და მისი წმინდა აქტივების ღირებულებას შორის. თუ ამა თუ იმ ფირმას სურს რომელიმე სხვა ფირმის შეძენა, მაშინ გუდვილი გვევლინება პრემიად, რომელიც მისმა მყიდველმა უნდა გადაიხადოს ამ ფირმის აქტივების ღირებულებაზე გადამეტებით. ამის საფუძველს ქმნის ფირმის სავაჭრო კონტრაქტები, რეპუტაცია, სასაქონლო მარკები, მართვის გამოცდილება ნოუ-ჰაუ და ა.შ. თუ ფირმის საქმე წარუმატებლად მიდიოდა, მაშინ პოტენციურმა მყიდველმა იგი შეიძლება უფრო დაბლა შეაფასოს, ვიდრე მის ბალანსში დაფიქსირებული აქტივების ღირებულებაა. ამ შემთხვევაში გუდვილი უარყოფითი იქნება.

დაგეგმვა *(planning)* — 1. მართვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი შემადგენელი ნაწილი, რაც გამოიხატება ეკონომიკური სისტემის განვითარების, მისი მიღწევის გზების, ხერხებისა და საშუალებების გეგმის შემუშავებასა და პრაქტიკულ განხორციელებაში. გარდა ამისა, გამოყოფენ ცალკეული სახეობის რესურსების (მაგალითად, ფინანსური დაგეგმვა, სოციალური დაგეგმვა) დაგეგმვას. დირექტიული ფორმის დაგეგმვა დამახასიათებელია ცენტრალიზებულად მართვადი ეკონომიკისათვის, სადაც წამყვან როლს სახელმწიფო გეგმები ასრულებს. საბაზრო ტიპის ეკონომიკაში დაგეგმვა მეტწილად კომპანიის, ფირმის დონეზეა გავრცელებული, რაც არცთუ იშვიათად ინდიკატიურ, საორიენტაციო ხასიათს ატარებს. დაგეგმვაში გამოიყენება როგორც ეკონომიკურ-მათემატიკური, ისე საბალანსო მეთოდები, ასევე, საექსპერტო შეფასებები. დაგეგმვა მოიცავს უფლებამოსილი ორგანოებისა და პირების მიერ საგეგმო გადაწყვეტილებათა მიღებას;

2. კომპანიის, ფირმის, ორგანიზაციის მიზნების შემუშავება და მათი მიღწევის ყველაზე უკეთესი საშუალებების განსაზღვრა.

დაგეგმვა ოპტიმალური — დაგეგმვა ეკონომიკურ-მათემატიკური მეთოდებისა და მოდელების საფუძველზე, რაც საშუალებას იძლევა, შეისაძლებელი გეგმების ერთობლიობიდან შეირჩეს ყველაზე საუკეთესო, რომელიც მაქსიმალურად შესატყვისი იქნება მიზნობრივი ფუნქციისა.

დამატებული ღირებულება *(addod cost)* — 1. სხვაობა გამოშვებული საქონლისა და მომსახურებისა და წარმოების პროცესში გამოყენებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულებას (ანუ შუალედურ მოხმარებას) შორის;

2. ეკონომიკური მაჩვენებელი, რომელიც მოიცავს სახელფასო დანახარჯების თანხას (დაქირავებით მომუშავეთა შემოსავალი), ასევე, პროცენტს კაპიტალზე, რენტასა და მოგებაზე (სამეწარმეო შემოსავალი). ეს მაჩვენებელი ფართოდ გამოიყენება სტატისტიკაში (ასევე, დაბეგვრაში) საწარმოებისა და ფირმების წარმოების მოცულობის შესაფასებლად, რადგან გამორიცხავს მეორად აღრიცხვას.

მთლიანი დამატებული ღირებულება (რომელიც მოიცავს წარმოების პროცესში მოხმარებულ იმ ძირითადი კაპიტალის ღირებულებას, რომელიც არ შედის შუალედური მოხმარების შემადგენლობაში) გაიანგარიშება როგორც სხვაობა საქონლისა და მომსახურების გამოშვებასა და შუალედურ მოხმარებას შორის. დამატებული ღირებულების ჯამი ეკონომიკის ყველა სექტორისა და დარგის მიხედვით წარმოადგენს მთლიან შიდა პროდუქტს.

დამატებული ღირებულება წარმოადგენს საგადასახადო ბაზას ისეთი ფართოდ გავრცელებული გადასახადისათვის, როგორიც არის დამატებული ღირებულების გადასახადი.

დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ) *(value-added taxes, VATs)* — 1. მრავალსაფეხურიანი არაპირდაპირი გადასახადი, რომლითაც იბეგრება საქონლის გაყიდვის (მოწოდების), გადაცემის, არენდით გაცემის, სამუშაოს შესრულების, მომსახურების გაწევის ოპერაციები;

2. გადასახადი, რომლითაც განაწილების თითოეულ სტადიაზე იბეგრება სხვაობა შეძენის დანახარჯებსა (შემომავალი საქონლის ფასი) და გასაყიდ ფასს (გამავალი საქონლის ფასი) შორის.

დღგ მიეკუთვნება მოხმარებაზე გადასახადების ჯგუფს. როგორც წესი, მას იხდიან სარეალიზაციო დოვლათის გასაყიდ ფასში დასაბეგრი თანხის მისი წარმოებისა და განაწილების ყველა სტადიაზე შეტანის გზით. მყიდველებისგან (მომხმარებლებისგან) დღგ-ის

აკრებას უზრუნველყოფენ გაყიდული საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) ღირებულების საპროცენტო წილის სახით და მის ბიუჯეტში გადარიცხვას დადგენილი საგადასახდო პერიოდების მიხედვით ან ავანსად.

მოხმარებაზე სხვა გადასახადებისაგან (გადასახადები გაყიდვებიდან, ბრუნვიდან „კასკადური გადასახადი") განსხვავებით, ᲓᲦᲒ გულისხმობს თითოეული გადასახადის გადამხდელის რეალურ დაბეგვრას არა გაყიდვების (მიწოდების) მთელი მოცულობის, არამედ მისი მხოლოდ გარკვეული ნაწილის, კერძოდ, დამატებული ღირებულების მიხედვით. პროდუქციის ღირებულების ეს ნაწილი რაოდენობრივად განისაზღვრება როგორც სხვაობა საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) ღირებულებასა და მის წარმოებასა და რეალიზაციაზე გაწეული მატერიალური დანახარჯების (ამორტიზაციის ანარიცხებისა და ზედნადები ხარჯების ჩათვლით) სიდიდეს შორის.

პრაქტიკაში ᲓᲦᲒ შეიძლება შემდეგნაირად იქნეს ამოღებული: პირდაპირ გაანგარიშდეს საბუღალტრო მონაცემების საფუძველზე დადგენილი საგადასახადო ნიხრით მისი შემდგომი დაბეგვრით; ᲓᲦᲒ-ის ცალკეული შემადგენელი ნაწილების (მოგებისა და ხელფასის) დაბეგვრით ან პროდუქციის რეალიზაციის მთელი ბრუნვის დაბეგვრით, საგადასახადო ვალდებულების იმ თანხის შემცირებით, რაც კონკრეტული გადასახადის გადამხდელმა თავის მომწოდებელს საწარმოო მოხმარებისათვის საჭირო საქონლის შეძენის დროს გადაუხადა.

დამოუკიდებელი სამუშაო — სპეციფიკური სტრუქტურა, რომელმაც დასავლეთის ეკონომიკაში XX საუკუნის 60-70-იან წლებში დაიწყო ფუნქციონირება. შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის კლასიფიკაციის თანახმად, აერთიანებს იმ ადამიანებს, რომელთაც დასავლეთის სოციოლოგიაში „დამოუკიდებელ მუშაკებს" ანუ „საკუთარი თავისთვის მომუშავეებს" უწოდებენ და თავიანთი მუდმივი საქმიანობით არამონოპოლიზებულ ბიზნესთან არიან დაკავშირებულნი. ამ კატეგორიის მუშაკთა რიცხვში შეჰყავთ: 1. მესაკუთრეები, რომლებიც თავიანთ საწარმოებში მუშაობენ; 2. მუშაკები (ოჯახის მომუშავე წევრებისა და მოწაფეთა ჩათვლით), რომლებიც ასეთ საწარმოებში მუშაობისათვის შრომის ანაზღაურებას იღებენ ან არ იღებენ; 3. საწარმოო კოოპერატივების წევრები; 4. პირები, რომლებიც ეწევიან ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას და ა. შ.

დამქირავებელი — სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების სუბიექტი, ადამიანი, რომელიც დამოუკიდებლად საქმიანობს და მუდმივად ქირაობს სამუშაოდ ერთ ან რამდენიმე პირს. დამქირავებელი რო-

გორც წესი, წარმოების საშუალებების მესაკუთრეა. საქართველოში დამქირავებლად ითვლება, აგრეთვე, საწარმოს ხელმძღვანელი სახელმწიფო სექტორში, რომელიც მუშაკებს შრომითი ხელშეკრულებით ქირაობს, მიუხედავად იმისა, რომ თვითონაც დაქირავებული მუშაკია და არ ფლობს წარმოების საშუალებებს.

დასაქმება *(outplacemend)* — სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა, ადამიანთა სასარგებლო საქმიანობა, რომელიც დაკავშირებულია პირადი და საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებასთან და, ჩვეულებრივ, წარმოადგენს შრომითი შემოსავლის წყაროს. განარჩევენ: სრულ, არასრულ, ფორმალურ, არაფორმალურ, ეფექტიან (ოპტიმალურ), პირველად და მეორად დასაქმებას.

დასაქმებული — 15 და მეტი წლის ასაკის ადამიანი, რომელიც ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას.

დაქირავებული მუშაკი — პირი, რომელიც საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ასრულებდა განსაზღვრულ სამუშაოს ხელფასის ან სხვა სახეობის ანაზღაურების მიღების (ფულით ან ნატურით) მიზნით. აგრეთვე, პირი, რომელსაც აქვს სამუშაო ადგილი, მაგრამ დროებით არ მუშაობს შვებულებაში ყოფნის, ავადმყოფობის, სამუშაოდან დროებით დათხოვნის ან სხვა მსგავსი მიზეზის გამო.

დედობრივი (დედისეული) კომპანია *(parent company)* — კომპანია, რომელიც ფლობს სხვა კომპანიის აქციების მეტ წილს (ან მთელ მოცულობას) და აქტიურად მონაწილეობს მის მართვაში.

დემოგრაფიული ფაქტორები — ბაზრის სეგმენტაციის დემოგრაფიული ფაქტორები მჭიდროდ არის დაკავშირებული ამა თუ იმ პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) მყიდველთა მოთხოვნილებაზე, მათ მიერ უპირატესობის მინიჭებაზე. ასეთი ფაქტორები შეიძლება იყოს მომხმარებლის ასაკი, შემოსავლის დონე და ა.შ. ისინი შეიძლება ადვილად გაიზომოს დაკვირვების ან გამოკითხვის მეთოდებით.

დეპოპულაცია — ქვეყნის ან რომელიმე ტერიტორიის მოსახლეობის აბსოლუტური რაოდენობის შემცირება ან მოსახლეობის შეკვეცილი აღწარმოება, რომლის დროსაც მომდევნო თაობების რიცხოვნობა ნაკლებია წინაზე. მოსახლეობის დეპოპულაციისას მოკვდაობის ზოგადი კოეფიციენტის სიდიდე ჭარბობს შობადობის ზოგადი კოეფიციენტის სიდიდეს.

დეფლაცია *(disinflation)* — ეკონომიკური ვითარება, რომლის დროსაც ნელდება ინფლაციის ტემპები.

დივერსიფიკაცია *(diversification; გვიანდ. ლათ. diversus — მრავალფეროვნება, სხვადასხვანაირობა + facere — კეთება).* 1. საინვესტიციო პორტფელის რისკის შემცირების ერთ-ერთი ხერხი, რაც გულისხმობს

ინვესტიციების განაწილებას მასში წარმოდგენილ სხვადასხვა აქტივს შორის.

2. სხვაგვარი განმარტებით, დივერსიფიკაცია საწარმოს, ფირმის მიერ გამოსაშვები პროდუქციის ასორტიმენტის გაფართოებას, მისი სახეობის შეცვლას გულისხმობს. პროდუქციის ახალი სახეობების ათვისებას წარმოების აფექტიანობის ამაღლების, ეკონომიკური სარგებლის მიღების, გაკოტრების თავიდან აცილების მიზნით წარმოების დივერსიფიკაციას უწოდებენ, ხოლო ეკონომიკაში დასაბანდებელი ფულადი კაპიტალის სხვადასხვა ობიექტს შორის განაწილებას დანაკარგების რისკის ან უფრო მეტი შემოსავლების მიღების მიზნით — **კრედიტების დივერსიფიკაციას;**

3. საინვესტიციო პორტფელის იმდაგვარი ფორმირება, რომ დროსაც მოულოდნელი დანაკარგები ერთი კატეგორიის ინვესტიციებში გავლენა არ ახდენს მთელი პორტფელის ღირებულებაზე.

საინვესტიციო პორტფელში წარმოდგენილი თითოეული აქტივის მიხედვით რისკის შესამცირებლად გამოიყენება ჰეჯირების მეთოდი.

დივერსიფიკაციის ძირითადი ხერხებია: ინვესტიციების კომბინირება სხვადასხვა ემიტენტის ფასიანი ქაღალდების შეყიდვით; სხვადასხვა დარგის ფასიანი ქაღალდების შეყიდვა; ინვესტიციების განაწილება სხვადასხვა გეოგრაფიულ რეგიონში განლაგებულ კომპანიებს შორის; ფასიანი ქაღალდების შეყიდვა ფასიანი ქაღალდების საკუთარი პორტფელების ან წარმოების ძლიერ დივერსიფიცირებული კომპანიებისაგან.

ფასიანი ქაღალდების პორტფელების თანამედროვე თეორიის თანახმად, საპორტფელო რისკი თანაბრად იყოფა არადივერსიფიცირებულ (არაკლებად) და დივერსიფიცირებულ (კლებად) რისკებად. საინვესტიციო პორტეფელის რისკი მცირდება არადივერსიფიცირებული ნაწილის დონემდე, ე.ი. დივერსიფიკაცია გამოიყენება საპორტფელო რისკის დასაზღვევად.

ინვესტიციების დივერსიფიკაციას ინვესტორი იყენებს ფასიანი ქაღალდების პორტფელის ჩამოყალიბებისას. მას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს კოლექტიური ინვესტორისათვის, რომელიც ვალდებულია, ატარებდეს ფასიანი ქაღალდების მარკეტინგს. საინვესტიციო პორტფელში შესატანი ფასიანი ქაღალდების შერჩევისას ინვესტორმა უნდა დაიცვას შემდეგი წესები: არ დააბანდოს სახსრები მხოლოდ ერთი სახეობის აქტივებში; დააბანდოს სახრები აქტივებში, რომელთა ფასის ცვლილება ან შემცირება ნაკლებად არის ერთმანეთთან დაკავშირებული (გამოირჩევა კორელაციის დაბალი

დონით); დააბანდოს სახრები აქტივებში, რომელთაც ახასიათებთ არადივერსიფიცირებული რისკის მინიმალური საკუთარი დონე;

დივერსიფიკაცია რისკების შესამცირებლად ფართოდ გამოიყენება ეკონომიკის სხვადასხვა დარგში.

ივიდენდები *(dividends)* — აქციონერებისთვის წილის გაცემა კომპანიის მოგებიდან.

ეთიკა პროფესიული (პროფესიული მორალი) — მუშაკთა ზნეობრივი ქცევის საერთო და სპეციფიკური პრინციპების, ნორმებისა და წესების სისტემა (ქცევის პროფესიული კოდექსი), რომლის მიზანია სხვადასხვა სახეობის შრომის რეგულირება. პრაქტიკაში ცნობილია, მაგალითად, საექიმო, იურიდიული, პედაგოგიური ეთიკა და სხვ.

ეთიკა საქმიანი — ქცევის საზოგადოებრივად მიღებული ნორმები, რომლებიც გარკვეულ გავლენას ახდენს მომუშავეებზე. ეს, უწინარესად, ითქმის, მეწარმეებზე, მენეჯერებზე, ხელმძღვანელ მუშაკებზე, რომლებიც ადამიანებთან ურთიერთობისას უნდა გამოირჩეოდნენ მაღალი პროფესიული სტანდარტებითა და ეთიკური პრინციპებით.

ეთიკური კოდექსი *(code of ethics)* — დოკუმენტი, რომელიც ადგენს პრინციპებს, რომლითაც უნდა ხელმძღვანელობდნენ ორგანიზაციები გადაწყვეტილების მიღებისას.

ეთიკური ნორმები — ეთიკურ ნორმებში მოიაზრება: სოციალური პასუხისმგებლობა, უტილიტარიზმი, ადამიანის უფლებების პატივისცემა, სამართლიანობა, გარემოს დაცვა.

ეკონომიკა ადმინისტრაციულ-საკომანდო, ცენტრალიზებულ-საგეგმო *(centraly planned economy of comand economy of colecti)* — ეკონომიკა, რომელიც ეფუძნება წარმოების საშუალებებზე საზოგადოებრივ, კოლექტიურ (გარდა შრომისა) საკუთრებას, ცენტრალიზებულ დაგეგმვას და საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროს დირექტიულ ხელმძღვანელობას. ასეთი ეკონომიკის მთავარი თავისებურებაა, ფაქტობრივად, ყველა ეკონომიკურ რესურსზე (მიწა, წიაღისეული, საწარმოები, ფინანსები და ა.შ.) სახელმწიფო საკუთრების ბატონობა, შესაბამისად, მთელი სახალხო მეურნეობა მოიაზრება ერთიან „ფაბრიკად", რომელიც ცენტრალიზებული წესით იმართება სახელმწიფო ორგანოების მიერ დირექტიული გეგმებისა და პროგრამების, ქვემდგომი ორგანოების ზემდგომი ორგანოებისადმი პირდაპირი დაქვემდებარების გზით, ეკონომიკური გადაწყვეტილებები მიიღება სახელმწიფოს მიერ — ცენტრალური საგეგმო ორგანოები წყვეტენ, რა, რამდენი და ვისთვის აწარმოონ. აქ საბაზრო ეკონომიკისაგან განსხვავებით, განმსაზღვრელი ფაქტორია საჭიროსა და

მომსახურების მიწოდება და არა — მოთხოვნა. ნატურალური კვოტების გამოყენების გზით ხდება რესურსების განთავსება საწარმოებში, ხოლო მზა პროდუქციისა — მომხმარებლებში, რაც გარდაუვალად წარმოშობს მონოპოლიას, ბიუროკრატიას და ასუსტებს განვითარების სტიმულებს.

ცენტრალიზებულ-საგეგმო ეკონომიკის მომხრეები მრეწველობის სახელმწიფო მფლობელობის უპირატესობას ასაბუთებენ იმ ლოგიკით, თითქოს წარმოების საშუალებებზე კოლექტიური საკუთრება *(საკუთრება ხალხისა და ხალხისათვის)* უმჯობესია (უკეთესია) „კაპიტალისტების" ხელში არსებულ წარმოების საშუალებათა საკუთრებაზე. ადმინისტრაციულ-საკომანდო ეკონომიკის აპოლოგეტთა აზრით, მრეწველობაზე სახელმწიფოებრივი კონტროლი შესაძლებელს ხდის მთელი ეკონომიკის ორგანიზაციას ცენტრალიზებული გეგმის შესაბამისად, რომელიც, მრეწველობის ტექნოლოგიურ დასაბუთებასთან შეთანხმების შემდეგ უზრუნველყოფს რესურსების ეფექტიან განაწილებას. ეკონომიკის, განსახელმწიფოებრივების მოწინააღმდეგენი კი პირიქით, ამტკიცებენ, რომ განსახელწიფოებრივებისას მეურნეობა კორუმპირებული და თავგასული სახელმწიფო ჩინოვნიკების „ტყვეობაში" ვარდება, ხოლო მათ არამყარ ბიუროკრატიულ სტრუქტურას მეტად არაეფექტიან წარმოების ორგანიზაციასა და მომხმარებელთა ნამდვილი საჭიროებების აღუქმელობასთან მივყავართ.

ეკონომიკის ადმინისრტაციულ-საკომანდო სისტემა ტოტალიტარულ რეჟიმებს ემყარება. იგი ეწინააღმდეგება მართვის დემოკრატიულ პრინციპებს, აფერხებს თავისუფალი ბაზრის, კონკურენციის, მეწარმეობის განვითარებას.

ადმინისტრაციულ-საკომანდო ეკონომიკას XX საუკუნის 30-იან წლებში ჩაეყარა საფუძველი ყოფილ სსრ კავშირში. 30-იან წლების ბოლოს სახელმწიფო საწარმოების წილი სსრ კავშირის მრეწველობის ძირითად ფონდებში დაახლოებით 90 პროცენტს შეადგენდა. ასეთი ტიპის ეკონომიკურ სისტემას მიეკუთვნებოდა ყოფილი სოციალისტური ქვეყნების ეკონომიკაც. ამჟამად კი ადმინისტრაციულ-საკომანდო ეკონომიკა ფუნქციონირებს ჩინეთში, კუბასა ჩრდილოეთ კორეაში.

ცენტრალიზებულ-საგეგმო ეკონომიკას აქვს დადებითი მხარეებიც: სოციალური სფეროს განვითარების მეტი შესაძლებლობა, განათლების, სამედიცინო მომსახურების ხელმისაწვდომობა და ა.შ. სრულიად გამართლებულია ასეთი ტიპის ეკონომიკის მეთოდების გამოყენება ექსტრემალურ პირობებში (ომი, ნგრევა, შიმშილობა, უბედურება და ა.შ.), რამდენადაც იგი საშუალებას იძლევა, თავმოყ-

რილ იქნეს მატერიალური, ფინანსური და ადამიანური რესურსები საზოგადოების სასიცოცხლო ამოცანების გადასაწყვეტად.

ეკონომიკა გარდამავალი პერიოდის ***(economy in transition)*** — 1. ქვეყნის ან ქვეყნების ეკონომიკა, რომელიც ეკონომიკური ტრანსფორმაციის, ე.ი. სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის ერთი მდგომარეობიდან ხარისხობრივად ახალ მდგომარეობაში გადასვლის პროცესში იმყოფება.

გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკას ახასიათებს რიგი სპეციფიკური თავისებურებები, რომლებიც განასხვავებს მას შედარებით სტაციონალურ მდგომარეობაში მყოფი სხვა ეკონომიკებისაგან და ვითარდება საკუთარ საფუძველზე მისთვის დამახასიათებელი ინსტიტუტების, კავშირებისა და ურთიერთობების სრულყოფისა და ხშირი ცვლილებების გზით.

გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკა ყალიბდება ახალაღმოცენებული სოციალურ-ეკონომიკური წყობის შესატყვისი ახალი ინსტიტუტების, კავშირებისა და ურთიერთობების წარმოშობისა და მათ მიერ ძველის გამოდევნის ეტაპზე, რითაც საფუძვლები ეყრება ახალ მაკრო და მიკროეკონომიკურ კანონზომიერებებს, ტენდენციებს, სოციალურ და პოლიტიკურ ცვლილებებს და ეკონომიკური პოლიტიკის ახალ ამოცანებში აისახება.

მსგავსი კანონზომიერებები და ტენდენციები შეიძლება შეინიშნებოდეს გარკვეულ პერიოდებში საზოგადობრივ-პოლიტიკური სისტემის შედარებით სტაციონალური განვითარების პირობებშიც, მაგალითად, დიდი ომებისა და სხვა საზოგადოებრივი რყევების დროს (დაჩქარებული ინფლაცია და ჰიპერინფლაცია, მრეწველობის სტრუქტურული გარდაქმნების საჭიროება და ა.შ.). ასეთ შემთხვევაში საქმე გვაქვს კვაზიგარდამავალ ეკონომიკასთან;

2. ეკონომიკური მეცნიერების დარგი — ტრანზიტოლოგია ***(transitology)***. მისი კვლევის საგანია ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პრობლემები, ხოლო ობიექტი — ქვეყნის ან ქვეყნების ეკონომიკა, რომელიც სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის ერთი მდგომარეობიდან ხარისხობრივად ახალ მდგომარეობაში გადასვლის პროცესში იმყოფება. **XX** საუკუნის ბოლოსა და **XXI** საუკუნის დასაწყისში, განვითარებული ისტორიული მოვლენების შედეგად, მეცნიერ-ტრანზიტოლოგების ყურადღების ცენტრში მოექცა ცენტრალიზებული გეგმიანი სოციალისტური ეკონომიკიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის საკითხები, რომლებიც პოლიტიკურ, სოციოკულტურულ და სხვა ასპექტებთან მჭიდრო კავშირში განიხილება.

თვით ტერმინი „ტრანზიტოლოგია“ 1992 წელს შემოიღო ამერიკელმა ეკონომისტმა მ. ბუროვოიმ.

გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკა, როგორც სამეცნიერო დისციპლინა, XX საუკუნის დასაწყისში აღმოცენდა. მისი კვლევის საგანთან დაკავშირებულმა პრობლებებმა უწინარესად მარქსისტულ ლიტერატურაში პოვა ასახვა, რამდენადაც პირველად სწორედ მარქსისტებმა დასვეს საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ფორმაციის თეორიაში ერთი სისტემის სხვა ეკონომიკური სისტემით შეცვლის შესაძლებლობისა და გარდაუვალობის საკითხი. ამ თემატიკისადმი მიძღვნილი მარქსისტული მიმართულების ნაშრომების კლასიკური ნიმუშებია ნ. ბუხარინის „გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკა“ (1920) და კ. კაუცკის „პროლეტარული რევოლუციის მეორე დღეს“ (1922), რომელთაც ორი ძირითადი ნაკლოვანება ახასიათებდათ: 1. გარდამავალი პერიოდის საკითხები სწორხაზობრივად განიხილებოდა და 2. ფაქტობრივად, კაპიტალიზმიდან სოციალიზმში გადასვლის პრობლემების ანალიზით შემოიფარგლებოდა. რაც შეეხება საბჭოთა პერიოდში შესრულებულ ნაშრომებს, მათი უმრავლესობა ტოტალიტარული საზოგადოებისათვის დამახასიათებელ ვულგალიზატორულ და დოგმატურ ხასიათს ატარებდა.

XX საუკუნის ბოლოს საერთაშორისო ეკონომიკური და პოლიტიკური თანამეგობრობა პირისპირ აღმოჩნდა პრინციპულად სრულიად ახალი სახეობის — პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის პრობლემების წინაშე. თითქმის, 30 ქვეყანამ 300 მილიონზე მეტი მოსახლეობით უნდა გადაწყვიტოს ტოტალიტარულ განსახელმწიფოებრიობაზე დაფუძნებული ეკონომიკური და პოლიტიკური ცხოვრების სისტემის საბაზრო დემოკრატიის საფუძვლებზე გადასვლის ამოცანა, რომლის მსგავსსაც აქამდე არ იცნობდა მსოფლიო ისტორია. ამასთანავე, თუ ცენტრალური და აღმოსავლეთი ევროპის რიგი ქვეყნებისათვის ეს თავიანთივე ახლო წარსულში დაბრუნებაა, პოსტსაბჭოთა სივრცეში საქმე ეხება ცოცხალი თაობების მეხსიერებიდან უკვე გამქრალი სამეურნეო-პოლიტიკური პრინციპების, ფაქტობრივად, ხელახლა რეანიმაციას.

ყოველივე ამან, ბუნებრივია, მკვეთრად გააძლიერა ყურადღება ეკონომიკური ტრანსფორმაციის პრობლემატიკისადმი. დისკუსია ძირითადად სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემის სამი ჯგუფის გარშემო მიმდინარეობს.

პირველი. ლიბერალიზაციისა და მაკროეკონომიკური სტაბილიზაციის პრობლემები, რომლებიც, თუმცა, სხვადასხვა ხასიათისაა, მაგრამ ამ ეტაპზე ერთმანეთთან მჭიდროდ გადაჯაჭვულია. ქვეყნების

უმრავლესობაში კრიზისი საფინანსო-საბიუჯეტო კრიზისს დაემთხვა და საბაზრო ფასწარმოქმნაზე გადასვლა, ფაქტობრივად, პრობლემის ახალ მხარედ — ინფლაციის შეჩერებად მოგვევლინა;

მეორე. ინსტიტუციური პრობლემები, ე.ი. „საერთო სახალხო მონოპოლიზმის“ ნანგრევებზე კერძო საკუთრების ურთიერთობათა განვითარებული სისტემის ჩამოყალიბება. ეს უეშმარიტად არნახული ამოცანაა. აქ ბევრი რამ ბუნდოვანია როგორც თეორიული, ისე პრაქტიკული თვალსაზრისით. პასუხები კითხვებზე განვითარების ამა თუ იმ მოდელის ან პრივატიზაციის სწორი ან ოპტიმალური გზების შესახებ შეიძლება, გასცეს პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის პრაქტიკამ;

დაბოლოს, მესამე. დამოუკიდებელ პრობლემად რჩება ეკონომიკური ზრდის შესაძლებლობები და პერსპექტივები. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება პოსტკომუნისტური საზოგადოების სამეურნეო სტრუქტურის ძირეულ სტრუქტურულ ტრანფორმაციას, პოსტინდუსტრიულ მოთხოვნებთან ინდუსტრიული ეკონომიკების ადაპტაციის წესებს, ასევე, „აღმოსავლეთის ბლოკის“ ამა თუ იმ ქვეყნის უნარს გარკვეული დროის განმავლობაში ეკონომიკური განვითარებისა და კეთილდღეობის დონით დაეწიოს განვითარებულ ქვეყნებს.

XX საუკუნის ბოლოსა და XXI საუკუნის დასაწყისის ტრანზიტოლოგიამ მეტად არსებითი მეცნიერული მიღწევები მოიპოვა ყველა ზემოაღნიშნული პრობლემის როგორც თეორიული ანალიზისა და ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელირების, ისე ემპირიული დაკვირვებისა და პრაქტიკული გამოცდილების განზოგადების სფეროში. ამან დიდად შეუწყო ხელი ეკონომიკური პოლიტიკის განსაზღვრასა და წარმატებულ პოსტკომუნისტურ ტრანსფორმაციას იმ ქვეყნებში (პოლონეთი, ესტონეთი, ჩეხეთი და ა.შ.), სადაც გარდამავალი ეკონომიკური პრობლემები ადეკვატურად აღიქმება ხელისუფლებისა და მოსახლეობის მიერ.

დღეს ტრანზიტოლოგიური მეცნიერება, მიუხედავად მისი ახალგაზრდობისა, ათასობით დასახელების ნაშრომს ითვლის, მრავალ უნივერსიტეტში იკითხება გარდამავალი ეკონომიკის კურსი, ჩამოყალიბდა ამ დისციპლინის სტრუქტურის შესახებ ერთიანი შეხედულება. მისი ძირითადი განყოფილებებია: პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის ტიპური ფორმები და ინსტრუმენტები; პრივატიზაციის თეორია; სამოქალაქო საზოგადოების რეამინაციის პრობლემები; გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის საერთაშორისო ასპექტები და ა.შ.

ეკონომიკა გეგმიანი *(planned economy)* — ეკონომიკური სისტემა, რომლის დროსაც გადაწყვეტილებებს რესურსების განაწილების შესახებ ცენტრალური ხელისუფლება იღებს.

ეკონომიკა თავისუფალი კონკურენციის (წმინდა კაპიტალიზმი) *(fre market economy)* — საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირების იდეალური მოდელი (კლასიკური, წმინდა ბაზარი). ხასიათდება რესურსებზე კერძო საკუთრების ბატონობით, ეკონომიკური საქმიანობის კოორდინაციისა და მართვის საბაზრო მექანიზმებით, საბოლოო ჯამში, გულისხმობს ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩაურევლობას *(ფრანგ. laisser faire)*. ასეთი აბსტრაქტული მოდელი წმინდა სახით პრაქტიკაში არასოდეს არსებულა, თუმცა, მის მოთხოვნებს გარკვეული ზომით შეესაბამებოდა XIX საუკუნეში დასავლეთის ქვეყნებში საბაზრო ეკონომიკის მდგომარეობა, რომელიც ისტორიაში თავისუფალი კონკურენციის ეპოქის კაპიტალიზმის სახელით შევიდა.

წმინდა კაპიტალიზმის დროს ეკონომიკური ძალაუფლება გაბნეულია მრავალ თავისუფალ და დამოუკიდებელ კერძო მესაკუთრეს შორის, რომლებსაც აქვთ თავისუფალი მეწარმეობისა და კაპიტალის განთავსების სფეროს არჩევის უფლება. ასეთი მეწარმეები ორიენტირებულნი არიან პირად ინტერესებზე და თავისუფალი კონკურენციის პირობებში „ბაზრის უხილავი ხელით" ფასების სისტემის, მოგებისა და ზარალის მეშვეობით იმართებიან, ე.ი. თავისუფალი არიან ცალკეული მსხვილი ფირმების მხრიდან რამენაირი მონოპოლიური ზემოქმედების ან სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევისაგან.

ზემოაღნიშნული პრინციპების დაცვა შესაძლებელი და, ამასთანავე, განსაკუთრებით ოპტიმალურია მაშინ, როდესაც საქონლის ბაზარზე გაბატონებულია საბაზრო სიტუაციის ისეთი იდეალური ტიპი (წმინდა სახით პრაქტიკაში, ფაქტობრივად, არარსებული), როგორიცაა სრულყოფილი ანუ წმინდა კონკურენცია. ასეთი კონკურენციისათვის დამახასიათებელია: საბაზრო ურთიერთობის მონაწილეთა რიცხვის შეუზღუდავობა; ნებისმიერი სამეურნეო საქმიანობის სრული ხელმისაწვდომობა და იქიდან ამგვარივე შეუფერხებელი გამოსვლა; მატერიალური, შრომითი და ფინანსური რესურსების აბსოლუტური მობილურობა; ბაზრის შესახებ (მოთხოვნასა და მიწოდებაზე, ფასებზე, მოგების ნორმაზე და ა.შ.) კონკურენციის თითოეული მონაწილის სრული ინფორმირებულობა; თანამოსახელე (მსხვილი სავაჭრო მარკების და ა.შ. არარსებობა) საქონლის აბსოლუტური ერთგვაროვნობით კონკურენციის რომელიმე მონაწილის სხვა მონაწილეთა მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებაზე უშუალო ზემოქმედების შეუძლებლობა.

ყველა ეს ნიშან-თვისება იმაზე მიუთითებს, რომ არც ერთ ფირმას არ შეუძლია, განმსაზღვრელი გავლენა მოახდინოს ფასებსა და გაყიდვების მოცულობაზე, ე.ი. არ არსებობენ მონოპოლიები. ფარული კონკურენციის პროცესში ბაზარზე ყალიბდება ურთიერშეწონილი ფასები, რომლებიც ბატონობს ბაზრის მონაწილეებზე. თავისუფალი ბაზრის თვითმმართველი მექანიზმი აიძულებს ყველა მწარმოებელსა და გამყიდველს, რეაგირება მოახდინონ საბაზრო სიგნალებზე და წარმოებისა და გაყიდვების მოცულობის, ასევე, წარმოების დანახარჯების შესახებ ოპტიმალური გადაწყვეტილებები მიიღონ. ამიტომ სრულყოფილი კონკურენცია იდეალში ხელს უწყობს წარმოების დარგებსა და სახეობებს შორის რესურსების ყველაზე ეფექტიან განაწილებას და აიძულებს მწარმოებლებს, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების გამოყენების სტიმულირებისა და პროდუქციის ხარისხის ამაღლების გზით, ყველაზე ნაკლები დანახარჯებითა და მაქსიმალური ეფექტიანობით, აწარმოონ სწორედ ის, რაც საჭიროა და იმდენი, — რამდენიც სჭირდებათ მომხმარებლებს. პრინციპში ეს არის უდეფიციტო ეკონომიკა ცვალებადი პირობებისადმი ადეკვატური ადაპტაციის მაღალი ხარისხით.

თავისუფალი კონკურენციის ეკონომიკას, უდავო პლუსების მიუხედავად, ძალიან სერიოზული ნაკლოვანებები და არასრულყოფილი მხარეებიც გააჩნია. თავისუფალი კონკურენციის ყველა მოთხოვნის გათვალისწინების შეუძლებლობა იწვევს საბაზრო მექანიზმების შეფერხებებს. ეს გამოიხატება ეკონომიკური განვითარების არასტაბილურობაში: აღმავლობას ცვლის დაცემა, რასაც თან ახლავს ისეთი „ავადობები“, როგორიცაა ინფლაცია და უმუშევრობა. კონკურენცია, რომელიც ასტიმულირებს წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაციას, თვითონ წარმოშობს თავის დაპირისპირებულობას — მონოპოლიას, რაც ძირს უთხრის თავისუფალ კონკურენციას.

გარკვეულ რესურსებზე საკუთრების შესაბამისად, შემოსავლების საბაზრო განაწილებით წმინდა კაპიტალიზმს მოსახლეობის სხვადასხვა ფენის ცხოვრების დონის მკვეთრ დიფერენციაციამდე მივყავართ. წმინდა საბაზრო რეგულირების მოდელი არ შეიცავს მოსახლეობის ამა თუ იმ ფენის სოციალური დაცვის მექანიზმებს, რაც განაპირობებს მწვავე სოციალურ-ეკონომიკურ და პოლიტიკურ კონფლიქტებს. თავისუფალი ბაზარი ვერ ქმნის თითოეული ადამიანისათვის საჭირო კოლექტიური სარგებლობის (ე. წ. საზოგადოებრივი საქონლის) ისეთი საქონლისა და მომსახურების წარმოების სტიმულებს, რომლისგანაც ვერ იღებს მოგებას (ეროვნული თავდაცვა, სახელმწიფო მმართველობა, ბუნების დაცვა და ა.შ.), ამავე დროს, არ არსებობს საკმარისი მოტივაცია ფუნდამენტური, აკადემიური მეცნიერებების გან-

ვითარებისათვის, ასევე, საქმიანობის იმ სახეობების (ჯანდაცვა, განათლება, კულტურა, საერთო სატრანსპორტო სისტემები და ა.შ.) წარმართვისათვის, რომელთა დაქვემდებარება კომერციული კრიტერიუმებისადმი შეუძლებელია. აღსანიშნავია ისიც, რომ თავისუფალ კონკურენციას ხშირად მივყავართ ისეთ არასასურველ გარემოებებამდე, როგორიცაა გარემოს, აგრეთვე, კვების პროდუქტების მავნე ნივთიერებებით დაბინძურება და სხვ. თავისუფალი ბაზარი, არცთუ იშვიათად, ვერ უზრუნველყოფს მთლიანად საზოგადოებისათვის არასასურველი გადაწყვეტილებების თავიდან აცლებას, ასევე, განუახლებადი რესურსების შენარჩუნებას.

ზემოაღნიშნული უარყოფითი მხარეების გასანეიტრალებლად სახელმწიფო სხვადასხვა ზომით ყოველთვის ახდენდა და ახდენს მარეგულირებელ ზემოქმედებას საბაზრო ეკონომიკაზე. ეს ზემოქმედება მცირე ხარისხით ვლინდებოდა თავისუფალი კონკურენციის პირობებში, როდესაც მთავრობის ფუნქცია „ღამის დარაჯის" მოვალეობამდე დაიყვანებოდა, რაც გულისხმობდა კერძო საკუთრების დაცვას და შესაბამისი სამართლებრივი გარემოს შექმნას თავისუფალი ბაზრის შეუფერხებელი ფუნქციონირებისათვის. ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევის (რეგულირების) ხარისხობრივად სრულიად ახალი ეტაპი XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან იწყება.

ეკონომიკა თანამედროვე საბაზრო (თანამედროვე კაპიტალიზმი) — ეროვნული მეურნეობის დინამიკურად და წინააღმდეგობრივად განვითარებადი სისტემა, სადაც წამყვან როლს ასრულებს ბაზარი, რომელიც, თავის მხრივ, წარმოდგენილია მრავალფეროვანი სხვადასხვა სახეობის ეკონომიკებით, დაწყებული დახურულით *(closed economu)* და დამთავრებული შერეულით, სოციალურად ორიენტირებული და ღია ეკონომიკით *(open economy)*, სამეწარმეო საქმიანობის ფორმებისა და მეთოდების თავისუფალი არჩევანით.

შეხედულებები აბსოლუტური საბაზრო თავისუფლებისა და ეკონომიკის ღიაობის შესახებ, ისევე, როგორც სრულყოფილი და არასრულყოფილი კონკურენციის (მონოპოლისტური, ოლიგოპოლისტური და მონოპოლიური) მოდელის რისკები, წმინდა აკადემიურ ხასიათს ატარებს. თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში მიღწეული ეფექტიანი სახელმწიფო რეგულირება გამოიყენება იმ წინააღმდეგობათა შესარბილებლად, რომლებიც წარმოიშობა კონკურენციის, როგორც კაპიტალის კვლავწარმოების მამოძრავებელი ძალის, გაძლიერებითა და საბაზრო თვითრეგულირების შესაძლებლობების შეზღუდულობით. ამასთანავე, სახელმწიფოს ძირითად პროდუქტს, რომელსაც ასევე აქვს საბაზრო ღირებულება, წარმოადგენს მის მი-

ერვე შემოთავაზებული და დაცული „თამაშის წესები“, რომელიც სოციალური მთლიანობის სტაბილურობის გარანტად გვევლინება. სახელმწიფო რესურსების აკუმულაციას ეწევა მეურნეობის იმ სფეროებსა და დარგებში, საზოგადოების რეფორმირების იმ პროგრამებში, რომლებიც ყველაზე აქტუალური და სტრატეგიულად მნიშვნელოვანია. განკარგავს რა გიგანტურ ფინანსურ რესურსებს, იგი იმავროულად საქონლისა და მომსახურების უმსხვილეს მომხმარებლად და ინვესტორადაც გვევლინება, რაც საშუალებას აძლევს, აქტიურად დაიცვას (შეინარჩუნოს) წონასწორობა ეფექტიან მოხმარებასა და მიწოდებას შორის, შეამციროს უმუშევრობა და უზრუნველყოს დასაქმება ოპტიმალურ დონეზე, განამტკიცოს ეროვნული ვალუტა, განახორციელოს კონტროლი ფულადი მასის გაცემაზე და მოემსახუროს მთავრობის საფინანსო ვალდებულებებს, დაიცვას საჭირო მაკროეკონომიკური პროპორციები და სხვ.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში სახელმწიფო თავისი მიზნების მისაღწევად ინსტრუმენტებისა და საშუალებების ფართო არსენალს იყენებს. ესენია: სახელმწიფო შეკვეთა და საკუთრება; ეროვნული შემოსავლის განაწილება და საბიუჯეტო საშუალებების ხარჯვა; საკრედიტო და საინვესტიციო საქმიანობაში მონაწილეობა და კონტროლი; ოურიდიული და ადმინისტრაციული ზომები, ეკონომიკური და ფინანსური კონტროლი. მართალია, შეიძლება სხვადასხვა პერიოდის, ქვეყნისა და ეკონომიკის სფეროების მიხედვით განსხვავებული იყოს სახელმწიფო რეგულირების ხარისხი, ასევე მისი ფორმები და მეთოდები, მაგრამ საერთო მიდგომად ითვლება: მიკრო (საწარმო) დონეზე პირდაპირი რეგულირების მინიმუმამდე შეზღუდვა, ხოლო მეზო — (დარგი) და მაკრო (საერთო, სახელმწიფოთაშორის) დონეებზე — გაძლიერება.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკა სახელმწიფო ბიუჯეტის, საზოგადოებრივი (ან) კერძო ფონდების და ფინანსური ინსტიტუტების მეშვეობით მთლიანი შიდა პროდუქტის გადანაწილებით, არბილებს კაპიტალისტური საზოგადოების ანტაგონისტურ წინააღმდეგობებს. პოსტინდუსტრიული საზოგადოების საზოგადოებრივი ცნობიერება, რომელიც არ არის დამძიმებული კერძო საკუთრების ლიკვიდაციის პრობლემებით, მესაკუთრეს მფლობელობის ფაქტით უნარჩუნებს ფსიქოლოგიურ კმაყოფილებას, ადრე მის მიერ მითვისებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი ნაწილის საზოგადოებრივი დოვლათის სასარგებლოდ გადანაწილების სანაცვლოდ.

„დეზინტეგრირება“, კერძო საკუთრების ფორმების დაძლევა თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის დროს მფლობელობის სიმბოლო და გარკვეული შემოსავლის მიღების პირობა უფროა, ვიდრე ბაზრის იმ

სუბიექტის სახით მოქმედების შესაძლებლობა, რომელიც რეალურ სამეურნეო ძალაუფლებას ფლობს. ეს ძალაუფლება კონცენტრირებულია დაწყებული ახალი განმკარგულებლებით (კომპანიის ტოპ-მენეჯერებით) და დამთავრებული საპენსიო ფონდების, სადაზღვევო კომპანიების, ფირმებისა და სამთავრობო რგოლების უმაღლესი ხელმძღვანელობის მიერ, რომლებიც კორპორაციებისა და ფირმების ძირითად აქციონერებს წარმოადგენენ.

თანამედროვე კაპიტალიზმის ეკონომიკა გამოირჩევა კაპიტალისა და ინვესტიციების შესაბამისი ფორმებით, ასევე, საკუთრების ფორმების მრავალვარიანტულობითა და მრავალფეროვნებით, კერძო მეწარმეობის სფეროს გაფართოებითა და, ამასთანავე, საკუთრების ასოცირებული, კოლექტიური, პირადი და სხვა ფორმების აღმოცენებით, რომლებიც შლიან (უარყოფენ) კაპიტალიზმის არსობრივ ნიშანთვისებებს.

თანამედროვე კაპიტალიზმის დამახასიათებელ თავისებურებათა შორის უნდა აღინიშნოს, აგრეთვე, სამეცნიერო-ტექნიკური ცოდნის დაგროვება, ნოუ-ჰაუ, სრულყოფილი ორგანიზაციული სტრუქტურის დამკვიდრება, კვალიფიციური პერსონალის არსებობა, ფართო სამეწარმეო კულტურა, მაღალი ტექნოლოგიები, თანამედროვე მენეჯმენტი და მარკეტინგი (ეკონომიკის ორგანიზაციის ასეთ ფორმას ეკონომიკურ თეორიაში *„მმართველობით კაპიტალიზმ“ — managerial capitalism-ს* უწოდებენ).

კაპიტალის დაგროვების პროცესის დემოკრატიზაცია და მისი სტრუქტურული ცვლილებები წარმოების პიროვნული ფაქტორის სასარგებლოდ არსებითად ცვლის (გარდაქმნის) დაქირავებულ შრომას, აფართოებს მის (შრომის) სოციალურ საზღვრებს, აჩქარებს მისი ხარისხობრივი და რაოდენობრივი ზრდის პროცესს, ასუსტებს მუშაკის დამოკიდებულებას სამუშაოს მიმცემზე.

ინდივიდუალურ მფლობელობაში არსებული აქციების, წილის შემცირება საერთოდ, და კერძოდ, უმსხვილესი კომპანიების განაწილებით სტრუქტურაში, იმას ნიშნავს, რომ იზრდება იმ ფიზიკური პირების — ინვესტორების (სადაზღვევო, საპენსიო, საუნივერსიტეტო და სხვ. ფონდები) წილი, რომლებიც ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე განათავსებენ შენატანებს, ანაბრებსა და წვრილ დანაზოგებს. ამავე დროს, საგულისხმოა, რომ არც ერთ კორპორაციას უფლება არა აქვს (ქვეყნების უმეტესობის კანონმდებლობით), აწარმოოს ამა თუ იმ სახეობის პროდუქციის 40-50 პროცენტზე მეტი. ფაქტობრივად, უველა ტრანსნაციონალურ და მსხვილ კორპორაციაში (როგორც წესი, მსოფლიო კომპანიების პირველ ათასეულში შემავალ) არა მარ-

ტო ფიზიკურ, არამედ იურიდიულ პირებსაც ეკრძალებათ, ფლობდნენ კორპორაციების აქციების დაწესებულ წილზე მეტს. ანტიტრესტული კანონმდებლობის შესაბამისად, უმრავლეს პოსტკომუნისტურ ქვეყანაში აკრძალულია ფასის იმ დონეზე შეკავება (შეჩერება, გაჩერება), რომელიც არ შეესაბამება მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობას.

მნიშვნელოვან ანტიმონოპოლიურ ფაქტორად გვევლინება არა იმდენად კანონმდებლობა, რამდენადაც კორპორაციებისა და ფირმების რეალური სტრუქტურა, მათი მრავალრიცხოვნობა, რაც განმტკიცებულია როგორც სახელმწიფო კანონებით, ისე თავისუფალი მეწარმეობის არჩევანითა და მოქმედების ტრადიციებით. კორპორაციებისა და ფირმების ტოპ-მენეჯერებს არ შეუძლიათ, ანგარიში არ გაუწიონ სპეციალური ადმინისტრაციების ან მათ მიერ შექმნილი კომისიების რეკომენდაციებსა და პირდაპირ ჩარევას.

იურიდიული პირების მიერ აქციების თანაზიარი (ერთობლივი) ფლობა კორპორაციების ფინანსური საფუძველია და უკვე მთავარ როლს ასრულებს არა სარისკო ოპერაციები და დივიდენდები, არამედ უზარალობა (წაუგებლობა) და სტიმულირების შენარჩუნება. თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში საბირჟო პრაქტიკის ცვლილებების არსი გამოიხატება რისკების იმ დონემდე შემცირებით (კონკურენტული ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი ნიშანი), რომლის დროსაც მყარდება კურსების კუმულაციური *(ლათ. cumulatio— დაგროვება)* ვარდნა და ძლიერდება საბირჟო კრიზისის ეკონომიკურ კრიზისში გადაზრდის საშიშროება. საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფებში შემავალი კომპანიები და ტრანსნაციონალური კორპორაციები ერთიანდებიან აქციების ერთობლივი გადაჯვარედინებით, თითოეულის მართვაში კონტროლის უფლებით, თუმცა, მასში (მართავაში) თვითონ არ მონაწილეობენ.

თანამედროვე კორპორაციები უფრო მეტი სიმყარით გამოირჩევიან რისკებისა და კონიუნქტურული რყევების მიმართ, ვიდრე XX საუკუნის პირველი ნახევრის მსხვილი კომპანიები. ამას, უწინარეს ყოვლისა, განაპირობებს ხელისუფლებაში ნეოკონსერვატორების მოსვლის შემდეგ მეწარმეობის თავისუფლების მაქსიმიზაცია, რამაც უზრუნველყო კონკურენციის არა მარტო გაძლიერება, არამედ ადრე სახელმწიფოს კუთვნილებაში არსებულ საწარმოთა ზარალიანობის ლიკვიდაციაც.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში მსხვილი კორპორაციების (მეორე სექტორი) სახელმწიფო სტატუსის ცვლილება ყოველთვის არ ნიშნავს მათ კერძოში (პირველი სექტორი) გადასვლას. ისინი უფრო ხშირად შერეულ ეკონომიკაში (პირველი სექტორი) გა-

დადიან. თუ XIX და XX საუკუნეების დასაწყისში კაპიტალიზმის განვითარების მსვლელობა მისი (კაპიტალიზმის) შესაძლებლობების ამოწურვაზე მიანიშნებდა, XXI საუკუნის დასაწყისში გამოვლინდა განვითარებულ კაპიტალისტურ ქვეყნებში გაბატონებული სისტემის ცივილიზაციის ხარისხობრივად ახალ ტიპის (სახეობის) ტრანსფორმაციის შესაძლებლობა. პოსტინდუსტრიული რევოლუციის ტექნოლოგიურ და ინფორმაციულ ფონზე მკაფიოდ გამოიკვეთა თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის ტენდენცია, რომელიც ჯერჯერობით მეურნეობის გარკვეული სფეროებითა და სოციალური ფენებით შემოფარგლება.

თანამედროვე ტრანფორმაციის ძირითადი მიმართულებებია: ადრინდელი ღირებულებითი ურთიერთობების რღვევა და ჩამოყალიბებული საბაზრო კანონზომიერებების მოშლა იმდენად, რამდენადაც სამეურნეო წარმატება განისაზღვრება რესურსებით, რომელთა ღირებულებითი კატეგორიებით შეფასება ყოველთვის ვერ ხერხდება; საკუთრებითი ურთიერთობების ცვლილებები ეკონომიკურ საზღვრებში ტრადიციული კლასობრივი კონფლიქტების დაძლევის კვალდაკვალ; ორიენტირება არა იმდენად მატერიალური დოვლათის მოპოვება-შეძენასა და მფლობელობაზე, არამედ ინფორმაციის ახალ ცოდნად გარდაქმნაზე, სწრაფვა ადამიანურ მოღვაწეობაში (შემოქმედებაში) შინაგანი კმაყოფილების მიღწევისაკენ პოსტკომუნისტური საზოგადოებისათვის ადეკვატური ფორმით. ამ შემთხვევაში სახელმწიფო, რომელიც ფლობს სახელიუფლებო და ეკონომიკურ ბერკეტებს, შეიძლება უძლური აღმოჩნდეს ინფორმაციისა და ცოდნის ინდივიდუალური მესაკუთრეების — არამატერიალური აქტივების, პოსტმატერიალური ფასეულობების მატარებელთა წინაშე, რომლებიც ცდილობენ, თავი დაიმკვიდრონ საზოგადობისათვის საშიში მიზნებითა და ფორმებით.

საბჭოთა ეკონომიკურ ლიტერატურაში გაბატონებული იყო კონცეფცია „იმპერიალიზმის როგორც სახელმწიფო-მონოპოლისტური კაპიტალიზმის უკანასკნელი სტადიის შესახებ". ამან ხელი შეუშალა იმ ფაქტის გაცნობიერებას, რომ თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში ოლიგარქებისა და მონოპოლიზმის ჰეგემონიის ტენდენციების წინააღმდეგ ბრძოლაში სწორედ დემოკრატიული, ლიბერალური სახელმწიფო ადგენს „თამაშის წესებს", მიზანმიმართული კალაპოტით წარმართავს და განსაზღვრავს კონკურენტული საწყისების დომინირების პირობებს მონოპოლიურზე, მათ შორის, დემოკრატიული საზოგადოებისათვის საშიში ფორმით ცოდნის ინდივიდუალურ მონოპოლიზაციაზე.

ეკონომიკა საბაზრო *(market economy)* — 1. ეკონომიკა, რომელიც ეფუძნება ისეთ პრინციპებს, როგორიცაა: თავისუფალი მეწარმეობა, წარმოების საშუალებებზე საკუთრების ფორმების მრავალფეროვნება, საბაზრო ფასწარმოქმნა, სამეურნეო სუბიექტებს შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობები, სამეურნეო ცხოვრებაში სახელმწიფოს შეზღუდული ჩარევა;

2. ეკონომიკური სისტემა, რომლის მიზნები თავისუფალი ბაზრის ფუნქციონირების პროცესში მინიმალური სახელმწიფო ჩარევით მიიღწევა.

ეკონომიკა შერეული *(mixed economy)* — 1. ეკონომიკის ორგანიზაციის წესი, ეკონომიკური სისტემა, რომლის დროსაც ზოგიერთ საქონელსა და მომსახურებას კერძო მეწარმეები აწარმობენ, სხვა დარგების, როგორც წესი, ინფრასტრუქტურის ძირითადი ნაწილის (ელექტროენერგიის წარმოება, საფოსტო მომსახურება, წყალმომარაგება და სხვ.) ფუნქციონირებას კი სახელმწიფო უზრუნველყოფს. შერეული ეკონომიკა დამახასიათებელია როგორც თანამედროვე განვითარებული, ისე განვითარებადი ქვეყნების უმრავლესობისათვის. იშვიათად გვხდება კერძო მეწარმეობის „წმინდა" ეკონომიკა და ცენტრალიზებული საგეგმო ეკონომიკა. ცალკეულ ქვეყნებში კერძო მეწარმეობისა და სახელმწიფო სექტორის თანაფარდობა არსებითად ვარიირობს (სახეს იცვლის) ზემოაღნიშნულ ორ უკიდურესობას შორის და ამ ქვეყნების იდეოლოგიების ძლიერ ზეგავლენას განიცდის;

2. ქვეყნის ეკონომიკა, სადაც შეხამებულია საბაზრო და ცენტრალიზებული საგეგმო ეკონომიკური სისტემების ნიშან-თვისებები.

ეკონომიკა ჩრდილოვანი *(Shadow economy; underqround economy)* — 1. ეროვნული ეკონომიკის არაფორმალური ნაწილი, რომელიც არ აღირიცხება ოფიციალური სტატისტიკით. ტერმინი „ჩრდილოვანი ეკონომიკა" მოიცავს ოფიციალურად დაუფიქსირებელი, აღურიცხავი საქმიანობის ისეთ სახეობებს, როგორიცაა: ეკონომიკური ოპერაციები, რომლებიც კანონით არ არის აკრძალული ბიზნესი („რუხი ბაზარი"); კრიმინალური, ე.ი. კანონით აკრძალული ბიზნესი („შავი ბაზარი"). ფართო გაგებით, ჩრდილოვან ეკონომიკაში შედის, აგრეთვე, არასაბაზრო საქმიანობა, რომელიც საოჯახო მეურნეობებში, მომსახურების ბარტერული გაცვლის სფეროში ხორციელდება, ასევე, ყველა სხვა შემთხვევაში, როდესაც პროდუქტი არ გამოდის ბაზარზე გასაყიდად.

ჩრდილოვანი ეკონომიკა არსებობს თითოეულ ეროვნულ ეკონომიკაში. ჩვეულებრივ, შეფასებითი მონაცემებით, მისი მასშტაბები არ

აღემატება მთლიანი შიდა პროდუქტის 10 პროცენტს. ზოგიერთ ქვეყანაში, მოქმედი კანონმდებლობის შესრულებაზე სუსტი კონტროლისას, განსაკუთრებით კრიზისულ პირობებში, ომისშემდომი მოშლილი ეკონომიკის ან გარდამავალი პერიოდების დროს ჩრდილოვანი ეკონომიკა გაცილებით დიდ მასშტაბებს აღწევს. სხვადასხვა შეფასებით, ასეთი ეკონომიკის წილი გასული საუკუნის 90-იან წლებში საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ ქვეყნებში 25-დან 46 პროცენტის ფარგლებში მერყეობდა. ასეთი უზარმაზარი მასშტაბები, პირველ რიგში, გამოწვეულია ეკონომიკის რეფორმირების პროცესების დაუსრულებლობით;

ფართოდ არის წარმოდგენილი ჩრდილოვანი ეკონომიკა საქართველოშიც: სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 2002 წელს დაუკვირვებადი გამოშვების წილმა ეკონომიკის მთლიან გამოშვებაში 33,7 პროცენტი შეადგინა, მათ შორის, სამეწარმეო სექტორში — 56,6 პროცენტი. აღურიცხავი პროდუქციის წილი კიდევ უფრო დიდი იყო ეკონომიკის ცალკეულ დარგებში. მაგალითად, ზემოაღნიშნულ პერიოდში დაუკვირვებადი გამოშვების წილი მრეწველობაში 39,0 პროცენტს უდრიდა, მშენებლობაში — 49,0, ტრანსპორტზე — 45,0, ვაჭრობაში — 68,8, სასტუმროებისა და რესტორნების სფეროში — 70,0 პროცენტს.

საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს მონაცემებით, 2000 წელს მხოლოდ სამრეწველო სექტორში მოქმედი მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ აღურიცხავად გამოშვებულმა პროდუქციამ შეადგინა: კვების მრეწველობაში — 200 მლნ ლარი, მსუბუქ მრეწველობაში — 8 მლნ, ხე-ტყის, ქაღალდისა და ავეჯის მრეწველობაში — 23 მლნ, ქიმიურ მრეწველობაში — 6 მლნ, რეზინისა და პლასტმასის მრეწველობაში — 7,5 მლნ, საშენ მასალათა მრეწველობაში — 25,5 მლნ ლარი და ა.შ. ყოველივე ამის შედეგად 2002 წელს ბიუჯეტში ფაქტობრივად ამოღებული დამატებული ღირებულების გადასახადმა მხოლოდ 405 მლნ ლარი შეადგინა, რაც მისი პოტენციური მოცულობის (865 მლნ ლარი) 47 პროცენტს უდრიდა. ანალოგიური ვითარება იყო 2003 წელსაც — ფაქტობრივად ამოღებული დამატებული ღირებულების გადასახადის მოცულობა 211 მლნ ლარს არ აღემატებოდა, რაც მისი პოტენციური მოცულობის (439 მლნ ლარი) მხოლოდ 48 პროცენტს აღწევდა;

2. ეკონომიკური საქმიანობა, რომლის შესახებ ანგარიშგება არ არსებობს.

ეკონომიკის განსახელმწიფოებრივება — ეკონომიკური სუბიექტების მართვაში სახელმწიფოს ფუნქციების, მისი როლის შემცირება სახელმწიფო საკუთრების ერთი ნაწილის პრივატიზაციის, სახელმწიფო ორგანოების რიგი უფლებამოსილების საწარმოებისათვის გადაცემის, კერძო მეწარმეობის განვითარების, ვერტიკალური კავშირების ჰორიზონტალურით შეცვლის პარალელურად.

ეკონომიკის სექტორი *(economics sector)* — ეკონომიკის ნაწილი, რომელსაც აქვს გარკვეული საერთო მახასიათებლები, რაც საშუალებას აძლევს, თეორიული, თუ სხვა პრაქტიკული თვალსაზრისით გამოირჩეს ეკონომიკის სხვა სფეროებისაგან. მაგალითად, შეიძლება ფართო ზღვარი გაივლოს ეკონომიკური საქმიანობის იმ სახეობებს შორის, რომლებსაც სახელმწიფო ანხორციელებს (სახელმწიფო სექტორი) და იმ საქმიანობას შორის, რომელსაც კერძო ფირმები და იურიდიული ფირმები ეწევიან (კერძო სექტორი). თავის მხრივ, კერძო სექტორი შეიძლება დაიყოს ინდივიდუალურ (ცალკეული ინდივიდები და საოჯახო მეურნეობები), კორპორაციულ (საწარმოები, რომლებიც მომხმარებელს საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობენ) და საფინანსო (საწარმოები, რომლებიც საფინანსო მომსახურებას ეწევიან) სექტორებად.

უფრო მოკლე განმარტებით, სექტორი ეკონომიკის მსხვილი, მნიშვნელოვანი ნაწილია.

ეკონომიკის სახელმწიფო სექტორი წარმოადგენს სახელმწიფო საკუთრებას, რომელსაც მართავენ და აკონტროლებენ სახელმწიფო ორგანოები, კერძო სექტორს ***(private sector)*** კი, რომელიც ემყარება გარიგებებს კერძო პირებს, საწარმოებსა და საფინანსო ინსტიტუტებს შორის (შესაბამისად, ინდივიდუალური, კორპორაციული და ფინანსური სექტორები), განეკუთვნება ეკონომიკური ობიექტები, რომლებიც კერძო საკუთრებაა და კერძო კაპიტალსავე ეკუთვნის. კერძო სექტორი, სახელმწიფო სექტორთან ერთად, ქმნის ქვეყნის საშინაო ეკონომიკას, ხოლო საგარეო სექტორთან ერთად — ეროვნულ ეკონომიკას.

ეკონომიკსი — ეკონომიკური თეორია, ეკონომიკური მეცნიერების ნაწილი, რომელიც შეისწავლის ეკონომიკური პროცესების თეორიულ საფუძვლებს. ტერმინი „ეკონომიკსი" ფართო ხმარებაში შემოიღო ინგლისელმა მეცნიერმა ეკონომისტმა ალფრედ მარშალმა, რომელმაც მას მეტი პრაქტიკული მიმართულება შესძინა და, გარკვეული აზრით, შეცვალა „პოლიტიკური ეკონომია", რომელიც მანამდე გამოიყენებოდა. „ეკონომიკსის" კვლევის საგანია მოთხოვნისა და მიწოდების

თეორია, საბაზრო წონასწორობის დადგენა, საბაზრო კონკურენცია, მწარმოებლებისა და მომხმარებლების ქცევა ბაზარზე და ა.შ.

ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობა — 15 და მეტი წლის ასაკის მოსახლეობა, რომელიც დაკავებულია ეკონომიკური საქმიანობით ან უმუშევარია და ეძებს სამუშაოს.

ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დონე — ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობისა და აქტიურ ასაკში მყოფი მოსახლეობის რიცხოვნობის თანაფარდობა (პროცენტობით).

ეკონომიკურად აქტიური სამოქალაქო მოსახლეობა — ეკონომიკურად აქტიურ მოსახლეობას გამოკლებული სამხედრო მოსამსახურეები.

ეკონომიკურად პასიური მოსახლეობა — დაუსაქმებელ მოსახლეობას გამოკლებული სამუშაოს მაძიებელი უმუშევრები.

ეკონომიკური გარემო — მეწარმეობის, საქმიანი ცხოვრების განვითარებისათვის საჭირო ეკონომიკური პირობების ერთობლიობა. ნორმალური ეკონომიკური გარემო ქმნის ძლიერ სტიმულებს შრომის, ეკონომიკური თავისუფლებისათვის, წარმოების ყველა რესურსული კომპონენტის თავისუფალი გადადგილების ჩათვლით.

ეკონომიკური დუალიზმი — ერთი ეკონომიკური სისტემის ფარგლებში წარმოებისა და მოხმარების სხვადასხვა წესისა და შრომის მიზნების ერთობლივად, პარალელურად თანაარსებობა, რაც ეწინააღმდეგება და ხელს უშლის ერთმანეთს. როგორც წესი, დამახასიათებელია ეკონომიკური განვითარების გარდამავალი პერიოდებისათვის.

ეკონომიკური ეფექტიანობა *(economic efficency)* — 1. წარმოების ერთერთი უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებელი (მხარე, ასპექტი). გულისხმობს საქონლისა და მომსახურების მოცემული გამოშვების პირობებში წარმოების ფაქტორების ისეთ შეხამებას, რომლებიც უზრუნველყოფს დანახარჯების მინიმიზაციას. უფრო ფართო გაგებით, ეკონომიკური ეფექტიანობა ნიშნავს ეკონომიკაში რესურსების განთავსების ეფექტიანობას. ეს კი მაშინ მიიღწევა, როდესაც საქონლისა და მომსახურების გამოშვების მოცულობა სრულად შეესაბამება მომხმარებელთა მოთხოვნილებას და წარმოების ფაქტორების ხარჯვის შესაბამისი სტრუქტურის პირობებში ცალკეული საქონელი და მომსახურება მინიმალური დანახარჯებით იწარმოება;

2. მზარდი კონკურენტუნარიანობა, რაც მიიღწევა შრომის ნაყოფიერებისა და წარმოების ხარისხის ამაღლების, ასევე, ადამიანურ ურთიერთობათა გაუმჯობესების შედეგად.

ეკონომიკური თავისუფლება — მეურნეობრიობის სუბიექტების ქცევის სივრცე საკუთრების ფორმებისა და საკუთარი უნარის, ნიჭის, ცოდნის, შესაძლებლობების, პროფესიის გამოყენების, შემოსავლის განაწილების წესების, მატერიალური დოვლათის მოხმარების სფეროების

არჩევისას. მისი რეალიზაცია ხორციელდება საკანონმდებლო სახელმწიფო ნორმების ბაზაზე. ეკონომიკური თავისუფლება განუყოფელია მოქალაქეთა პასუხისმგებლობისაგან.

ეკონომიკური კონიუქტურა — ეკონომიკის მდგომარეობა, ეკონომიკური აქტივობის დონე, რომელსაც ახასიათებს ფასების, საპროცენტო განაკვეთების, ვალუტის კურსის, ხელფასისა და დივიდენდების დონის მოძრაობა, ასევე, წარმოებისა და მოხმარების დინამიკის ცვლილებები.

ეკონომიკური საქმიანობა — მოიცავს საბაზრო და არასაბაზრო წარმოებებს და გულისხმობს ნებისმიერ საქმიანობას, რომელიც წარიმართება მოგების, შემოსავლის ან მათი კომპენსაციის მისაღებად, მიუხედავად ამ საქმიანობის შედეგებისა. საქართველოში ეკონომიკური საქმიანობის სახეობები განსაზღვრულია საქართველოს ეროვნული კლასიფიკატორით.

ეკონომიკური სისტემა *(economic system)* — ქვეყანაში ისტორიულად აღმოცენებული ან დადგენილი მოქმედი პრინციპების, წესების, კანონმდებლობით განმტკიცებული ნორმების ერთობლიობა, რომელიც განსაზღვრავს ეკონომიკური პროდუქტის წარმოების, განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში წარმოშობილი ეკონომიკური ურთიერთობების ფორმასა და შინაარსს, მოკლედ, რომ ვთქვათ, ეკონომიკური სისტემა არის წესი, რომლის მიხედვითაც საზოგადოება ანაწილებს თავის განკარგულებაში არსებულ რესურსებს მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად.

სხვანაირი განმარტებით, ეკონომიკური სისტემა მექანიზმია, რომელიც ყალიბდება ისეთი ორგანიზმილებიანი პრობლემის გადასაწყვეტად, როგორიცაა იშვიათობა და გამოშვება. რამდენადაც საქონელსა და მომსახურებაზე საზოგადოების მოთხოვნილებებთან შედარებით, ეკონომიკური რესურსები შეზღუდულია, საჭიროა შესაბამისი მექანიზმები მათი გამოყენების ალტერნატიულ მიმართულებებს შორის განსათავსებლად. თანამედროვე მსოფლიოში ამ ფუნქციებს სამი ძირითადი მექანიზმი ასრულებს: კერძო მეწარმეობა, ცენტრალიზებული გეგმიანი ეკონომიკა და შერეული ეკონომიკა. კერძო მეწარმეობისას რესურსების განთავსება ბაზრის მეშვეობით ხორციელდება, ცენტრალიზებული გეგმიანი ეკონომიკისას — სახელმწიფოს, ხოლო შერეული ეკონომიკისას — როგორც ბაზრის, ასევე სახელწიფოს მეშვეობით.

ეკონომიკური (მეურნეობრივი) ფსიქოლოგია — ადამიანების, ოჯახების, მოსახლეობის სოციალური ჯგუფებისა და ფენების ეკონომიკური აზროვნების ფსიქოლოგიური განწყობები, სტერეოტიპები, რომლებიც მნიშვნელოვან გავლენს ახდენენ მათ მიერ სინამდვილის აღქმასა და ეკონომიკურ ქცევაზე.

ეკონომიკური ციკლი *(buziness cycle)* — ეკონომიკური ზრდის ტემპების რყევა რამდენიმეწლიანი პერიოდის განმავლობაში.

ემბარგო *(embargo)* — მოცემულ სახელმწიფოსთან ვაჭრობის სრული ან ნაწილობრივი აკრძალვა.

ემისია — საბანკო და საჩაზინო ბილეთების, ქაღალდის ფულისა და ფასიანი ქაღალდების მიმოქცევაში გაშვება.

ემიტენტი *(emitter, ლათ. emittere —გამოშვება)* — 1. ნებისმიერი ორგანო ან ორგანიზაცია (სახელმწიფო ბანკი, საფინანსო-საკრედიტო დაწესებულება, კომპანია), რომელიც მიმოქცევაში უშვებს ფულს, ფასიან ქაღალდებს და აწარმოებს ემისიას;

2. იურიდიული პირი ან სახელმწიფო ორგანო, რომელიც ახორციელებს ემისიას.

ერგონომიკა *(ergonomics)* — მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის ადამიანებისა და მანქანების ურთიერთზემოქმედებას საწარმოო პროცესში.

ერთობლივი საწარმო *(joint venture)* — საწარმო, რომელიც შექმნილია ორი ან მეტი მხარის სახსრებით მოგების ერთობლივად მისაღებად.

ერთპიროვნული საწარმო — საწარმო, რომელიც ერთი პირის ან ერთი ოჯახის საკუთრებაა. ასეთი ფორმით მეურნეობრიობისას მესაკუთრე, ერთი მხრივ, თვითონ ითვისებს საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღებულ მთელ მოგებას, ხოლო, მეორე მხრივ, თავის თავზევე კისრულობს მთელ რისკებსაც და ანაზღაურებს მთელ ზარალსაც. ერთპიროვნული საწარმოები, ჩვეულებრივ, ბიზნესით დაკავებული პატარა საწარმოები, ფერმერული მეურნეობებია.

ეროვნული სიმდიდრე (სახალხო სიმდიდრე) *(national wealch)* — ეროვნული სიმდიდრეა ყველაფერი, რასაც საბაზრო ფასეულობა აქვს. მასში იგულისხმება ქვეყნის ეკონომიკური აქტივების ერთობლიობა, მინუს ფინანსურ ვალდებულებათა ღირებულება. აქტივები მოიცავს ეკონომიკურ ობიექტებს, რომლებზეც ვრცელდება ინსტიტუციური ერთეულების საკუთრების უფლება და მათი მფლობელი ეკონომიკურ სარგებელს იღებს მათი ფლობით ან გამოყენების უფლებით. ეროვნული სიმდიდრე, ჩვეულებრივ, გაიანგარიშება დროის გარკვეული მონაკვეთისათვის ღირებულებით გამოხატულებაში მიმდინარე და შესადარ (მუდმივ) ფასებში.

მოკლე განმარტებით, ეროვნული სიმდიდრე ბუნებრივი რესურსების, შექმნილი წარმოების საშუალებების, მატერიალური დოვლათისა და ფასეულობათა ერთობლიობაა, რომელსაც ქვეყანა ფლობს.

ოფიციალური სტატისტიკით, ეროვნულ სიმდიდრეში შეაქვთ: არასაფინანსო საწარმოო აქტივები (ძირითადი ფონდები, მატერიალური საბრუნავი საშუალებებისა და ფასეულობების მარაგები. ძი-

რითად ფონდებს მიეკუთვნება, ასევე, არამატერიალური საწარმოო აქტივები — ობიექტები, რომელთა ღირებულება განისაზღვრება იმ ინფორმაციით, რომელიც მათ შესახებ არსებობს ან ისინი შეიცავენ (მაგალითად, სასარგებლო წიაღისეულის დაზვერვის შედეგები, პროგრამული უზრუნველყოფა, ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებები და ა,შ.).

არასაფინანსო არასაწარმოო აქტივები ანუ ისეთი აქტივები, რომლებიც არ არის საწარმოო პროცესების შედეგი. ფორმალურად ასეთ აქტივებში შეაქვთ საზოგადოების განკარგულებაში არსებული მიწა, ტყეები, ტექნიკური განვითარების თანამედროვე ეტაპზე ასათვისებლად ხელმისაწვდომი წიაღისეულის საბადოები, ასევე, წყლის რესურსები. ამასთანავე, ბუნებრივ რესურსებს ორ ნაწილად ყოფენ: მოხმარებულად (გამოყენებულად) და ლატენტურად (გამოუმჟღავნებელი, ფარული). ამოცანა ის არის, რომ ლატენტური რესურსები გადაყვანილ იქნეს მეორიდან პირველ კატეგორიაში.

არამატერიალური არასაწარმოო აქტივები ანუ ისეთი აქტივები, როგორიცაა: პატენტები, საავტორო უფლებები, საარენდო ხელშეკრულებები, გუდვილი, რომელიც შეიძლება გაიყიდოს ან სხვას გადაეცეს.

საფინანსო საწარმოო აქტივები, რომელთაც, როგორც წესი, უპირისპირდება სხვა მესაკუთრეთა ფინანსური ვალდებულებები (მონეტარული ოქრო და ნასესხები სპეციალური უფლებები, ვალუტა და დეპოზიტები, აქციები და სააქციონერო კაპიტალის სხვა სახეობები, სესხები, სადაზღვევო ტექნიკური რეზერვები, სხვა დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებები).

ზემოთ ჩამოთვლილ ელემენტებს გარდა, ეროვნული სიმდიდრის განსაზღვრისას მხედველობაში მიიღება, აგრეთვე, საოჯახო მეურნეობებში დაგროვილი ხანგრძლივი მოხმარების სამომხმარებლო საქონელი, ასევე, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები.

წარმოებისა და მისი ინფრასტრუქტურის განვითარების მდგომარეობა და მასშტაბები, რეზერვების არსებობა, ბუნებრივი რესურსების სიდიდე და სხვა ელემენტები, კულტურულ-ტექნიკურ დონესა და კადრებთან (ადამიანურ რესურსებთან) ერთად, დიდად განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიკურ პოტენციალს.

მოკლე განმარტებით, ეროვნული სიმდიდრე ბუნებრივი რესურსების, შექმნილი წარმოების საშუალებების, მატერიალური დოვლათისა და ფასეულობათა ერთობლიობაა, რომელსაც ქვეყანა ფლობს.

ექსპორტი *(exporting)* — საქონლისა და მომსახურების სხვა ქვეყანაში გატანა და გაყიდვა.

ექსტენსიური გზა განვითარებისა — გულისხმობს წარმოების მოცულობის გადიდებას ეკონომიკური ზრდის რაოდენობრივი ფაქტორების: სამუშაო ძალის დამატებით მოზიდვის, სახნავ-სათესი ფართობების გაფართოების, წიაღისეული მოპოვების ზრდისა და ახალი ობიექტების მშენებლობის ხარჯზე. განვითარების ექსტენსიური გზის შესაძლებლობები ყოველთვის შეზღუდულია ბუნებრივი და შრომითი რესურსების განსაზღვრულობით.

ვალუტა *(currency)* — ქაღალდისა და ლითონის ფული, რომელიც შეადგენს ამა თუ იმ ქვეყნის ნაღდი ფულის მასას.

თავისუფალი ბაზარი *(free-market system)* — ეკონომიკური სისტემა, სადაც წარმოებული საქონლის ჩამონათვალი და მათი ღირებულება განისაზღვრება იმით, რისთვის სურთ ადამიანებს, დახარჯონ თავიანთი ფული.

თავისუფალი ვაჭრობა *(free trade)* — საერთაშორისო ვაჭრობა, რომელიც არ იზღუდება არავითარი დამაბრკოლებელი ზომებით.

თამასუქი (ვექსილი) *(commercial paper)* — ფასიანი ქაღალდი (სავალო ხელწერილი), რომელსაც კომპანიები უშვებენ კაპიტალის მოსაზიდად მოკლევადიანი დაფინანსებისა და თავიანთი რეპუტაციის უზრუნველყოფის მიზნით.

„თეთრი საყელოები“ — გამოთქმა, რომელიც აშშ-ში, იაპონიაში, დასავლეთის რიგ ქვეყნებში გონებრივი შრომის ადამიანთა გამოსახატავად გამოიყენება.

თვითდასაქმებული *(self-empcoyed)* — პირი, რომელიც თავის ფირმას შრომით და მმართველობით მომსახურებას უწევს წარმოების ფაქტორის სახით საქონლის ან მომსახურების წარმოების მიზნით. თვითდასაქმებულები მეწარმეებივით მოქმედებენ და თავიანთ თავზე იღებენ საქმის წარმოებასთან დაკავშირებულ რისკებს, ნაწილობრივ ან მთლიანად აბანდებენ კაპიტალს და ხშირად ასაქმებენ დაქირავებულ მუშაკებს გარკვეული სამუშაოს შესასრულებლად. თვითდასაქმებულები განსაკუთრებით ფართოდ არიან წარმოდგენილნი ისეთ დარგებში, როგორიცაა: კომუნალური მომსახურება, სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა, საპარიკმახეროები, მომსახურების სხვა სფეროები. თვითდასაქმებულებს მიეკუთვნება, აგრეთვე, მესაკუთრე, რომლის საქმიანობის მიზანია მოგების ან საოჯახო შემოსავლის (ფულით ან ნატურით) მიღება; ამავე კატეგორიაში შეუყავთ საოჯახო საწარმოში უსასყიდლოდ მომუშავე პირებიც.

იმიჯი *(imige — სახე, ხასიათი)* — 1. საქმიანი ადამიანის სახე, მასზე გარემომცველთა წარმოდგენა, რეპუტაცია, კონკრეტულ პიროვნებაზე შექმნილი წარმოდგენები, რომლებიც ემოციურ-ფსიქოლოგიურ გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაზე. გამოყოფენ ხელმძღვანელის იმიჯს, დამქირავებლის იმიჯს და ა.შ.;

2. ფირმის, საქონლის, მომსახურების სახე, რომელიც განსაზღვრავს ბაზარზე მის მდგომარეობას, საფირმო მარკისადმი მყიდველთა ერთგულებას.

იმპორტი *(importing)* — საქონლის ან მომსახურების შესყიდვა საზღვარგარეთ და შემოტანა საკუთარ ქვეყანაში.

ინდექსი *(index number)*— პროცენტული მახასიათებელი, რომელიც გამოიყენება დროის გარკვეულ მონაკვეთში ფასების ან დანახარჯების საბაზისო (ან საეტალონო) პერიოდის დონესთან შესაჯერებლად.

ინდივიდი *(ლათ. individuum — განუყოფელი)* — ადამიანის, როგორც ერთ-ერთი ბუნებრივი მოვლენის, ბიოლოგიური განვითარების შედეგისა და შეძენილი ინდივიდუალური თვისებების შემცველის, დახასიათება. ინდივიდის ყველაზე ზოგადი მახასიათებლებია: ფსიქოფიზიოლოგიური ორგანიზაციის მთლიანობა, გარესამყაროსთან ურთიერთობისადმი მდგრადობა, აქტიურობა. ფსიქოფიზიოლოგიური ორგანიზაციის მთლიანობა მიუთითებს ცხოვრებისეულ მიზანდასახულობათა რეალიზაციის ფუნქციებისა და მექანიზმების მრავალსახეობათა ურთიერთკავშირზე; გარე სამყაროსთან ურთიერთობის მდგრადობა — ინდივიდის სინამდვილესთან ძირითადი დამოკიდებლების დაცულობაზე, ხოლო აქტიურობა უზრუნველყოფს მის (ინდივიდის) უნარს — მოერგოს (მიესადაგოს) კონკრეტულ სიტუაციას, გადალახოს წაროქმნილი წინააღმდეგობები და საჭირო შემთხვევაში შეეძლოს საკუთარი თავის გარდაქმნა.

ინდივიდუალიზმი — 1. მსოფლმხედველობის განსაკუთრებული ფორმა, რომლის არსია ინდივიდის დაპირისპირება საზოგადოებასთან;

2. ზნეობრივი პრინციპი, რომელიც ცალკეული ადამიანის ინტერესებს საზოგადოების ინტერესებზე მაღლა აყენებს.

ინდივიდუალური კერძო ფირმა *(sole proprietorship)* — ფირმა, რომელიც ერთ კაცს ეკუთვნის.

ინდივიდუალური საწარმო — საწარმო, რომლის მფლობელი ფიზიკური პირია და აქვს სამეწარმეო წესით მოწყობილი ორგანიზაცია, მოწესრიგებული საკასო და საბუღალტრო საქმე და სამართლებრივ ურთიერთობაში თავისი სახელით გამოდის.

ინვესტიცია *(investment – დანაბარჯები)* – კაპიტალის დაბანდება ისეთი ფიზიკური აქტივების შესაძენად, როგორიცაა: შენობა-ნაგებობები, მოწყობილობა, მანქანები, სხვა ხანგრძლივი მოხმარების საგნები (ინვესტიციები ძირითად კაპიტალში) და მარაგები (ინვესტიციები მარაგებში – დაუმთავრებელი წარმოება, ნედლეულისა და საბოლოო პროდუქტის მარაგები), რომლებიც ფიზიკურ ანუ რეალურ ინვესტიციებს წარმოადგენს. ტერმინს „ინვესტიციები", ჩვეულებრივ, სწორედ ფიზიკურ ინვესტიციებს უკავშირებენ. ფიზიკურ ინვესტიციები ქმნის ახალ აქტივებს, რითაც იზრდება ქვეყნის საწარმოო სიმძლავრეები, მაშინ როდესაც ფინანსური ინვესტიციების საშუალებით უკვე არსებულ აქტივებზე საკუთრების უფლება ერთი სუბიექტიდან მეორე სუბიექტზე მხოლოდ გადანაწილდება.

არსებობს სხვაგვარი განმარტებებიც. ინვესტიცია არის: 1. ფულის დაბანდება მოგების, სოციალური ეფექტის მისაღებად; 2. ფულადი საშუალებები, ფასიანი ქაღალდები, სხვაგვარი ქონება, მათ შორის, ქონებრივი უფლებები, სხვა უფლებები, რომლებსაც აქვთ ფულადი შეფასება სამეწარმეო და (ან) სხვაგვარი საქმიანობის ობიექტებში დასაბანდებლად მოგების და (ან) სხვაგვარი სასარგებლო ეფექტის მიღების მიზნით; 3. ინვესტიცია კაპიტალის გრძელვადიანი დაბანდებაა საკუთარ ქვეყანაში ან საზღვარგარეთ სხვადასხვა დარგის საწარმოებში, სამეწარმეო პროექტებში, სოციალ-ეკონომიკურ პროგრამებში; 4. კაპიტალის დაბანდება ფასიანი ქაღალდების აქციების 1 და აქციები 2 შესაძენად. ასეთ დაბანდებებს საპორტფელო ინვესტიციებს უწოდებენ. მათ ახორციელებენ ფიზიკური პირები, ფირმები და საფინანსო ინსტიტუტები. მისი მიზანია მოგების მიღება პროცენტის ან დივიდენდის, ასევე, ფასიანი ქაღალდების ღირებულების ზრდის ხარჯზე;

ინვესტიციების სუბიექტები არიან: ინვესტორები, შემკვეთები, სამუშაოთა შემსრულებლები, საინვესტიციო ობიექტების მოსარგებლეები, ასევე, მომწოდებლები, იურიდიული პირები (საბანკო, სადაზღვევო, საშუამავლო, ორგანიზაციები, საინვესტიციო ბირჟები), ინსტიტუციური ინვესტორები (ორგანიზაციები, რომლებიც აქციების მრავალ პაკეტს ფლობენ. მათი ტიპური მაგალითია: ბანკები, საპენსიო ფონდები, სადაზღვევო კომპანიები, სხვა ფონდები და კომპანიები, რომლებიც სხვა პირების ან ორგანიზაციების მიერ მათთვის მინდობილი საშუალებების ინვესტირებას ახორციელებენ), საინვესტიციო პროცესის სხვა მონაწილენი.

თავის მხრივ, ინვესტორებს წარმოადგენენ საინვესტიციო საქმიანობის სუბიექტები, რომლებიც ფირმაში აბანდებენ ნასესხებ ან

ინვესტიციების ფორმით მოზიდულ სახსრებს და უზრუნველყოფენ მათ მიზნობრივ გამოყენებას. ინვესტორებად შეიძლება გამოვიდნენ: ორგანოები, რომლებიც უფლებამოსილნი არიან, მართონ სახელმწიფო ან მუნიციპალური ქონება ან აქვთ ქონებრივი უფლებები; მოქალაქეები, საწარმოები, სამეწარმეო გაერთიანებები და სხვა იურიდიული პირები, უცხოელი ფიზიკური და იურიდიული პირები, სხვა სახელმწიფოები და საერთაშორისო ორგანიზაციები.

ინვესტიციების სახეობებია: სახელმწიფო ინვესტიციები, რომლებიც სახელმწიფო ბიუჯეტის, სახელმწიფო საფინანსო წყაროების საშუალებების საფუძველზე იქმნება; უცხოური ინვესტიციები: საზღვარგარეთელი ინვესტორების, სხვა სახელმწიფოების, უცხოური ბანკების, კომპანიების, მეწარმეების მიერ გაწეული დაბანდებანი; კერძო ინვესტიციები, რომლებიც კერძო, კორპორაციული საწარმოებისა და ორგანიზაციების, ასევე, მოქალაქეების როგორც საკუთარი, ისე მოზიდული საშუალებებით ყალიბდება; საწარმოო ინვესტიციები, რომლებიც ახალი მშენებლობებისათვის, მოქმედი საწარმოების რეკონსტრუქციის, გაფართოებისა და ტექნიკური გადაიარაღებისათვის წარიმართება; ინტელექტუალური ინვესტიციები, რომლებსაც ინტელექტუალური, სულიერი პოტენციალის შესაქმნელად აბანდებენ.

ამასთან ერთად, გამოყოფენ მაკონტროლებელ, პირდაპირ ინვესტიციებს, რომლებიც უზრუნველყოფს სხვა კომპანიების 50 პროცენტზე მეტი ხმის მქონე აქციების ფლობას.

თავისი შედგენილობიდან და სტრუქტურიდან გამომდინარე, განასხვავებენ ინვესტიციების ისეთ სახეობებსაც, როგორიცაა: ფინანსური (ფინანსური დაბანდებები) და რეალური (ინვესტიციები არაფინანსურ აქტივებში) ინვესტიციები. ფინანსური ინვესტიციებია: სხვადასხვა ფინანსურ ინსტრუმენტში (აქტივებში) სახსრების დაბანდება, ფასიანი ქაღალდები, იპოთეკური ფასიანი ქაღალდები, სახელმწიფო და მუნიციპალური ფასიანი ქაღალდები, წარმოებული ფასიანი ქაღალდები, საწარმოთა ფინანსური დაბანდებანი სხვა საწარმოთა ფასიან ქაღალდებში, სახელმწიფო და ადგილობრივი სესხების საპროცენტო ობლიგაციები, ქვეყნის ტერიტორიაზე ან მის ფარგლებს გარეთ შექმნილ სხვა საწარმოთა საწესდებო კაპიტალი, ასევე, სხვა საწარმოებზე გაცემული სესხები.

რეალური ინვესტიციები — ეს არის კაპიტალდაბანდებები ძირითად კაპიტალსა და არამატერიალურ აქტივებში (პატენტები, ლიცენზიები, პროგრამული პროდუქტი და სხვ.), მატერიალური საბ-

რუნავი საშუალებების მარაგების ზრდაში, მიწებისა და ბუნებათ-სარგებლობის ობიექტების შესყიდვაში.

ინვესტიციების დაფინანსებისათვის აუცილებელია მიმდინარე მოხმარების ნაწილის (ე. ი. დანაზოგის) გამოყოფა. ინვესტიციები ერთობლივი მოთხოვნისა და წრებრუნვაში ჩართული ეროვნული შემოსავლის ერთ-ერთი კომპონენტია. ეროვნული შემოსავლის გაზომვისას სახელმწიფო ხარჯების ნაწილად ითვლება სახელმწიფოს მიერ ისეთ საზოგადოებრივ დოვლათში დაბანდებული სახსრები, როგორიცაა: გზები, საავადმყოფოები და სკოლები. აქედან გამომდინარე, ინვესტიციებს, ჩვეულებრივ, განსაზღვრავენ, როგორც მხოლოდ კერძო სექტორის კაპიტალდაბანდებებს.

პრაქტიკაში გამოყოფენ: ერთობლივ (მთლიან, საერთო) და წმინდა ინვესტიციებს: ერთობლივი ინვესტიციები გარკვეული პერიოდის (ჩვეულებრივ, 1 წლის) განმავლობაში ეკონომიკაში ინვესტირების საერთო მოცულობაა, წმინდა ინვესტიციები კი მთლიანი (საერთო, ერთობლივი) ინვესტიციებია, გაწეული დანახარჯების (მოხმარებული) ანაზღაურების გამოკლებით, ე.ი. ის ინვესტიციები, რომლებიც საჭიროა არსებული საზოგადოებრივი კაპიტალის მარაგების იმ ნაწილის შესავსებად, რომელიც მიმდინარე წელს წარმოებიდან გამოდის.

ინვესტიციების მოცულობა მხოლოდ კაპიტალის მოხმარებაზე არ არის დამოკიდებული. ეროვნული შემოსავლის ანალიზისას კაპიტალის /ინვესტიციების ზღვრული ეფექტიანობა და საპროცენტო განაკვეთი ინვესტირების დონის მნიშვნელოვანი მახასიათებელია. თავის მხრივ, ზღვრული ეფექტიანობა დამოკიდებულია საქმიანი წრეების ოპტიმიზმსა და მომავალი მოთხოვნის მოლოდინებზე და, როგორც შედეგი, — საწარმოო სიმძლავრეთა გამოყენებაზე.

მიკროდონეზე ფირმის მიერ მიღებული საინვესტიციო გადაწყვეტილებები დამოკიდებულია კონკრეტული საინვესტიციო პროექტების მომგებიანობასა და მასთან დაკავშირებულ ფულად ნაკადებზე და კაპიტალდაბანდებათა მართვის ნაწილად მიიჩნევა.

ინოვაცია *(inovation)* — სიახლე საწარმოო და არასაწარმოო სფეროებში, ეკონომიკურ, სამართლებრივ ურთიერთობებში, მეცნიერებაში, კულტურაში, განათლებაში, ჯანმრთელობის დაცვაში, სახელმწიფო ფინანსებში, ბიზნესის ფინანსებში, საბიუჯეტო პროცესებში, საბანკო საქმეში, საფინანსო ბაზრებზე, დაზღვევაში და ა.შ. სხვაგვარი განმარტებით, ინოვაცია ნიშნავს ტექნოლოგიის სფეროში გამოგონებათა პრაქტიკულ სრულყოფასა და დამუშავებას როგორც საწარმოო პროცესების, ასევე ნაწარმის (ნაკეთობის) სრულყოფისა და ახალი ნიმუშების შექმნის თვალსაზრისით.

არის ასეთი განმარტებებიც: ინოვაცია არის: ახალი გამოკვლევები და დამუშავებანი; საზოგადოებრივი, ტექნიკური, ეკონომიკური პროცესები, რომლებიც იდეებისა და გამოგონებების პრაქტიკული გამოყენებით განაპირობებს უკეთესი თვისებების მქონე ნაკეთობების, ტექნოლოგიისა და მომსახურების შექმნას.

ინოვაციას დიდი მნიშვნელობა აქვს როგორც ფირმისათვის, ისე ბაზრისათვის, რადგანაც, ჯერ ერთი, პროდუქციის დიფერენციაციის შესაძლებლობის ზრდით ფირმა, თავის კონკურენტებთან შედარებით, იმტკიცებს პოზიციებს ბაზარზე, ხოლო, მეორე მხრივ, თვით ბაზარი იმაღლებს ქმედითუნარიანობას იმდენად, რამდენადაც ტექნოლოგიის სრულყოფის საფუძველზე მცირდება საწარმოო დანახარჯები და იზრდება პროდუქციის ხარისხი.

ინოვაცია შეიძლება იყოს ხანგრძლივი და ძვირადღირებული პროცესი. მაგალითად, ქსეროასლის გადაღების შესაძლებლობა 1948 წელს აღმოაჩინეს, მომდევნო ათი წელი მის ტექნიკურ დამუშავებას მოუნდნენ და მხოლოდ ამის შემდეგ გამოჩნდა ბაზარზე მისი ხორცშესხმის პირველი კომერციული ნიმუში.

სამეცნიერო-ტექნიკური და ტექნოლოგიური სიახლეებისა და აღმოჩენების შემდგომ განვითარებასა და პრაქტიკაში დანერგვას დიდად უწყობს ხელს საინოვაციო პროგრამები, რომელთა შემუშავებასა და განხორციელებას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში, უწინარეს ყოვლისა კი — აშშ-ში, სადაც ასეთი პროგრამების დასაფინანსებლად სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ყოველწლიურად ათეულობით მილიონი დოლარი გამოიყოფა.

ინსტიტუციონალიზმი *(institio — დარიგება, მითითება)* ეკონომიკური მოძღვრება, რომელიც შეისწავლის ინსტიტუტების როლს ეკონომიკური გადაწყვეტილებების მიღებასა და მათ მიმართულებათა განსაზღვრაში, მათი ეფექტიანობის ამაღლებისა და, საერთოდ, ეკონომიკური საქმიანობის სფეროში.

ინსტიტუციონალური მოძღვრება აღმოცენდა XIX საუკუნეში. მის ფუძემდებლებად ითვლებიან ფ. სიმიანი და ლ. ბროკორი.

ინსტიტუციონალიზმის კვლევის მეთოდოლოგია კონკრეტული მონაცემების შესწავლას ეფუძნება, ხოლო კვლევის სუბიექტს „ეკონომიკური ადამიანი“ წარმოადგენს. მისი ყურადღების სფეროშია ეკონომიკის ცალკეული სექტორებისა და დარგების, ეკონომიკური და საზოგადოებრივი ურთიერთობების მართვასა და რეგულირებასთან დაკავშირებული საკითხები. ინსტიტუციონალურ ფაქტორებს მიეკუთვნება სამეცნიერო-ტექნიკური, საფინანსო, ინვესტიციური, სოციალური ფაქტორები, ასევე, ღონისძიებები, რომლებიც მიმართულია

ინსტიტუტების (წესების, ნორმების, დადგენილებების) მართვის გაუმჯობესებისა და გარდაქმნისათვის, ამ სფეროების, ასევე, მართვის დაწესებულებათა გაძღოლისათვის.

ინსტიტუციური ფაქტორები *(institio — რჩევა-დარიგება, მითითება)* — ფაქტორები, რომლებთანაც დაკავშირებულია ცალკეული სფეროების, დარგების, ეკონომიკური და საზოგადოებრივი ურთიერთობების მართვასა და რეგულირებასთან. ასე, მაგალითად, ინსტიტუციურ ფაქტორებს მიეკუთვნება: სამეცნიერო-ტექნიკური, საფინანსო, ინვესტიციური, სოციალური ფაქტორები, ასევე, ინსტიტუტების (წესების, ნორმების, დადგენილებების) მართვა-გარდაქმნის, ამ ფორმებისა და დაწესებულებათა გაძღოლის გაუმჯობესებას ღონისძიებებს.

ინტელექტუალური საკუთრება *(intellectual properey)* — არახელშესახები პირადი საკუთრება: იდეები, მხატვრული ნაწარმოები ან ინტელექტუალური მოღვაწეობის ნებისმიერი სხვა პროდუქტი.

ინფლაცია *(inflation)* — 1. ეკონომიკაში ფასების მუდმივი ზრდის პროცესი;
2. ფულის გაუფასურება.

ინფრასტრუქტურა *(ლათ. infra — მახლობლად + structure— სტრუქტურა)* — დარგების, მათში და მათი საქმიანობის სფეროებში შემავალი საწარმოებისა და ორგანიზაციების ერთობლიობა, რომელიც მოწოდებულია, უზრუნველყოს საქონლის წარმოებისა და მიმოქცევის ფუნქციონირების, აგრეთვე, ადამიანების ცხოველმოქმედებისათვის ნორმალური პირობები. განასხვავებენ საწარმოო და სოციალურ ინფრასტრუქტურას. ინფრასტრუქტურაში მოიაზრება გზები, კავშირგაბმულობა, ტრანსპორტი, სასაწყობო მეურნეობა, გარე ელექტრომომარაგება, წყალმომარაგება, სპორტული ნაგებობები, გამწვანება, მოსახლეობის მომსახურების საწარმოები, ზოგჯერ, ასევე, — მეცნიერება, განათლება და ჯანმრთელობის დაცვა.

ცალკეული მკლევარები ინფრასტრუქტურაში *(infrastructure or overheand capittal)* აერთიანებენ ეროვნულ საავტომობილო და სარკინიგზო მაგისტრალებს, სახლებს, სასტუმროებს, საერთო საცხოვრებლებს, სკოლებს და ა.შ., რომლებიც, როგორც წესი, შექმნილია, ცენტრალური ან ადგილობრივი ხელისუფლების ინვესტიციებით. ინფრასტრუქტურას მიაკუთვნებენ, ასევე, კვალიფიციურ სამუშაო ძალას, რომელიც შექმნილია ადამიანურ კაპიტალში ინვესტიციების მეშვეობით.

ინფრასტრუქტურა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყანაში მოსახლეობის ცხოვრების საერთო დონის ამაღლებაში და დიდად უწყობს ხელს ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებას.

იპოთეკური კრედიტი — ხელშეკრულება, რომლის მიხედვითაც კრედიტით შესყიდული მოძრავი ქონება ეკუთვნის მსესხებელს, მაგრამ კრედიტორს ამ ქონებაზე აქვს კანონიერი უფლება, თუ მსესხებელი არ იცავს სესხების შესახებ ხელშეკრულებით დათქმულ გადახდის პირობებს.

იურიდიული პირი *(juridical person)* — ფირმა (ორგანიზაცია, დაწესებულება), რომელიც გამოდის უფლება-მოვალეობების ერთიანი, დამოუკიდებელი მატარებლის სახით და აქვს იურიდიული პირის ძირითადი ნიშნები, რომლებიც აღიარებულია მისი არსებობის აუცილებელ პირობად. იურიდიული პირი: 1. არსებობს დამოუკიდებლად და არ არის დამოკიდებული მასში შემავალ წევრთა ცვალებადობაზე; 2. უნდა ჰქონდეს თავისი ქონება, რომელიც გამოცალკევებულია მის წევრთა ქონებისაგან; 3. უფლება აქვს, შეიძინოს საკუთრება, ისარგებლოს და განკარგოს იგი, ასევე, საკუთარი სახელით განახორციელოს კანონით ნებადართული სხვა მოქმედებები; 4. შეუძლია, იყოს მოსარჩელე და მოპასუხე სასამართლოში; 5. იკისროს დამოუკიდებელი ქონებრივი პასუხისმგებლობა.

ყველა იურიდიული პირს აქვს თავისი საფირმო სახელწოდება, წესდება, იურიდიული მისამართი, აგრეთვე, ბეჭედი და ანგარიშსწორების ანგარიში ბანკში. გადის სახელმწიფო რეგისტრაციას და შეიტანება სახელმწიფო რეესტრში.

იურიდიული პირის სტატუსი შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა საქველმოქმედო, საზოგადოებრივ და სხვა ორგანიზაციას, რომლის მიზანი არ არის მოგების მიღება.

საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობით, იურიდიულ პირ საწარმოებს მიეკუთვნება: სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციონერო საზოგადოება, კოოპერატივი.

იძულებითი გაკოტრება *(involuntary bankruptcy)* — გაკოტრების პროცედურა, რომელიც კრედიტორების ინიციატივით ხორციელდება.

კაპიტალი *(capital)* — ბიზნესში დაბანდებული ფული, ასევე, წარმოების საშუალებები (ინსტრუმენტები, მანქანები, მექანიზმები და შენობები), რომელთა საშუალებითაც იქმნება საქონელი და მომსახურება.

კაპიტალიზაცია *(capitalization)* — საწარმოს, ბანკის, არასაბანკო საფინანსო დაწესებულების, სადაზღვევო კომპანიის, სხვა ორგანიზაციის მოგების გამოყენება თავისი კაპიტალის გასადიდებლად. გადაწყვეტილებას მოგების სააქციონერო საზოგადოების საწესდებო კაპიტალის გასადიდებლად გამოყენების შესახებ იღებენ აქციონერთა სა-

რთო კრებაზე, ამასთანავე, აქციონერები ინარჩუნებენ თავიანთ წილს საწესდებო კაპიტალში.

კაპიტალური (არალიკვიდური) აქტივები *(fixed assets)* — აქტივები, რომლებიც განკუთვნილია ხანგრძლივი სარგებლობისათვის. ასეთ აქტივებს მიეკუთვნება, მაგალითად, მიწა, შენობები, მანქანები და მოწყობილობა.

კაპიტალური დაბანდება *(capital investments)* — რაიმეს შესაძენად გაღებული სახსრები, რომლებსაც აქვთ მუდმივი ღირებულება ბიზნესში.

კაპიტალური შემოსავლები — ფიქსირებული კაპიტალური აქტივების, აქციების, მიწისა და არამატერიალური აქტივების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი და არასახელმწიფო წყაროებიდან მიღებული კაპიტალური ტრანსფერები.

კარტელი *(cartel)* — ასოციაცია მწარმოებლებისა, რომლებიც ცდილობენ ბაზრის კონტროლს და მაღალი ფასების შენარჩუნებას პროდუქციის გამოშვების შეზღუდვითა და ბაზრის ერთმანეთში გაყოფით.

კერძო დოვლათი — *(private products)* — საქონელი და მომსახურება, რომელსაც ყიდულობენ და ანაზღაურებენ ცალკეული მომხმარებლები საკუთარი სარგებლის მიღების მიზნით.

კერძო კორპორაცია *(private corporation)* — კომპანია, რომელსაც კერძო პირები ან სხვა კომპანიები ფლობენ.

კერძო საკუთრება *(private property)* — საკუთრების ერთ-ერთი ძირითადი ფორმა მიწაზე, უძრავ ქონებაზე, წარმოების საშუალებებზე, ფულსა და ფასიან ქაღალდებზე, სამუშაო ძალაზე, სხვადასხვაგვარ საქონელზე, ინტელექტუალურ პროდუქტზე, რომლის მიხედვითაც საკუთრების ეს ობიექტები კერძო პირებს, ინდივიდებს, ოჯახებს, ადამიანთა ჯგუფებს ეკუთვნით. აღიარებულია, რომ კერძოს მიეკუთვნება როგორც ინდივიდუალური, ისე კორპორაციული, აქციონერული და არასახელმწიფო საკუთრება.

სხვაგვარი განმარტებით, კერძო საკუთრება წარმოადგენს აქტივებს, რომლებიც ეკუთვნით კერძო პირებს როგორც საკუთარი სიმდიდრე. კერძო საკუთრების დაცვა აქტივებზე კანონიერი უფლების მეშვეობით და კერძო საკუთრებასთან დაკავშირებული კონტრაქტების იურიდიული უზრუნველყოფა კერძო მეწარმეობის ეკონომიკის ფუნდამენტია.

კერძო სამართალი *(private sector)* — კანონები, რომლებიც არეგულირებს ურთიერთობებს კერძო პირებს, კერძო პირსა და კომპანიას ან ორ კომპანიას შორის.

კერძო სექტორი (private sector) — 1. ეკონომიკის ნაწილი, რომელიც დაკავშირებულია კერძო პირებს, საწარმოებსა და საფინანსო ინსტიტუტებს შორის გარიგებასთან (შესაბამისად, ინდივიდუალური სექტორი, კორპორაციული სექტორი და ფინანსური სექტორი). კერძო სექტორი, სახელმწიფო სექტორთან ერთად, აყალიბებს ქვეყნის საშინაო ეკონომიკას და საზღვარგარეთის სექტორთან ერთად კი — ეროვნულ (ნაციონალურ) ეკონომიკას;

2. საოჯახო მეურნეობებისა და კერძო ფირმების ერთობლიობა;

კომანდიტური საზოგადოება — საზოგადოება, რომელშიც რამდენიმე პირი ერთობლივად, ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა სამეწარმეო საქმიანობას. ამასთან, ერთი ან რამდენიმე პარტნიორის (კომანდიტები) პასუხისმგებლობა შემოიფარგლება საზოგადოების კრედიტორების წინაშე განსაზღვრული საგარანტიო თანხის გადახდით, ხოლო სხვა პარტნიორების (პერსონალურად პასუხისმგებელი პარტნიორები — კომპლემენტარები) პასუხისმგებლობა შეზღუდული არ არის. კომპლემენტარები შეიძლება, იყვნენ მხოლოდ ფიზიკური პირები.

კომერსანტი (ფრანგ. commercant) — პირი, რომელიც კერძო ვაჭრობას, კომერციულ საქმიანობას ეწევა.

კომერცია (commerlum) — ფართო გაგებით, — სამეწარმეო საქმიანობა, ვიწრო გაგებით, — ვაჭრობა და სავაჭრო-საშუამავლო საქმიანობა. ამ უკანასკნელის მნიშვნელობა უკავშირდება ლათინურ სიტყვას — *commerciun (ვაჭრობა).*

კომერციალიზაცია (commercialization) — პროდუქციის მსხვილმასშტაბიანი (სერიული) წარმოება და განაწილება.

კომერციული კორპორაცია (for- profit corporation) — კომპანია, რომლის დანიშნულებაა მოგების მიღება მის მფლობელთა ინტერესებისათვის.

კომპანია (ფრანგ. compagnie) — იურიდიული და ფიზიკური პირების, მეწარმეების გაერთიანება ერთობლივი ეკონომიკური (საწარმოო, სავაჭრო, საშუამავლო, საფინანსო, სადაზღვევო და ა.შ.) საქმიანობის განსახორციელებლად; ბიზნესის ორგანიზაციის ერთ-ერთი ძირითადი ფორმა. კომპანიაში, ჩვეულებრივ, იგულისხმება გაერთიანებები, ამხანაგობები, სამეურნეო საზოგადოებები, ფირმები, კორპორაციები, ე.ი. საწარმოები, რომელთაც აქვთ სხვადასხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა (საქმიანობის, საქმის ორგანიზაციის ფორმა) და იურიდიული სტატუსი. კომპანიის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა აისახება მის სახელწოდებაში (მაგალითად, საზოგადოება, ამხანაგობა და ა.შ.). მასში გაერთიანებული

საწარმოები პასუხს არ აგებენ კომპანიის ვალდებულებებზე და, როგორც წესი, ანაზღაურებენ მხოლოდ იმ რისკის ზარალს, რაც დაკავშირებულია მათ საქმიანობასთან კუთვნილი აქციების ფარგლებში.

პრაქტიკაში განასხვავებენ: ერთპიროვნულ, დახურულ, დედობრივ, კერძო, კონსალტინგურ, ლიზინგურ, პრივილეგირებულ, სადაზღვევო, სავაჭრო, საინვესტიციო სამრეწველო, საფინანსო, საწარმოო, ქალიშვილურ, შვილობილ, შერეულ კომპანიებს. კომპანიები შეიძლება იყოს არაკომერციულიც (მაგალითად, კულტურის სფეროში), რომლებიც თავიანთ შემოსავალს საკუთარი საქმიანობის განვითარებისათვის იყენებენ.

ზოგიერთი კომპანია იქმნება დოვლათზე ან მომსახურებაზე საზოგადოების სასიცოცხლოდ აუცილებელ მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად (მაგალითად, ელექტროენერგიაზე, წყალზე, გაზზე, სატელეფონო კავშირზე და ა.შ.). ასეთი კომპანიები სახელმწიფო ან მუნიციპალური კონტროლის ქვეშ იმყოფებიან. მათ საქმიანობას საფუძვლად უდევს მოგების თანაზომიერების (თანაშეზომილობის, შეფარდებულობის) ან დანახარჯების შესაბამისი ფასწარმოქმნის ან დოტაციის გზით ანაზღაურების პრინციპები.

კომუნიზმი *(communism)* — 1. პოლიტიკური და ეკონომიკური დოქტრინა, რომლის მიხედვითაც სახელმწიფო უნდა ფლობდეს მთელ საკუთრებას და ანხორციელებდეს ქვეყანაში წარმოებისა და გაცვლის ყველა (შრომის ჩათვლით) ფუნქციას. კომუნიზმი ემყარება ცენტრალიზებულ, გეგმიან (საგეგმო) ეკონომიკას, სადაც ხელისუფლება იღებს წარმოებასა და განაწილებასთან დაკავშირებულ სტრატეგიულ გადაწყვეტილებებს, მაშინ როდესაც კერძო მეწარმეობისას ამ ფუნქციას ფასების სისტემა ასრულებს;

2. ეკონომიკური სისტემა, რომლის დროსაც სახელმწიფო ფლობს და მართავს საწარმოო რესურსებს და არ არსებობს კერძო საკუთრება.

ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებსა და აღმოსავლეთ ევროპის სახელმწიფოებში სოციალისტური ეკონომიკური სისტემის დემონტაჟის შემდეგაც, ჩინეთი წარმატებით განაგრძობს თავისი ეკონომიკის კომუნისტური პრინციპებით მშენებლობას, რუსეთის ფედერაცია, ყოფილი საბჭოთა კავშირის სხვა ქვეყნები, აგრეთვე, აღმოსავლეთ ევროპის სახელმწიფოები თანდათანობით გადადიან კომუნიზმის პირველი სტადიიდან — სოციალიზმიდან ეკონომიკურ წყობილებაზე, რომელიც საბაზრო პრინციპებს ეფუძნება.

კონსალტინგი — სპეციალიზებულ კომპანიათა საქმიანობა, რაც მწარმოებლებისა და გამყიდველების ფართო წრეებისათვის ეკონომიკის,

ფინანსების, საგარეოეკონომიკური კავშირების, ასევე, საქონლის ბაზრისა და მომსახურების, ინოვაციების კვლევისა და პროგნოზირების საკითხებზე კონსულტაციების გაწევაში გამოიხატება.

კონსორციუმი *(ლათ. consortium — მონაწილეობა)* საერთო შეთანხმების საფუძველზე დამოუკიდებელი კომპანიების, ფირმების, ბანკების, ორგანიზაციების, ასევე, სახელმწიფოს მიერ შექმნილი დროებითი ჯგუფი, რომელიც ყალიბდება საერთო მიზნის მისაღწევად მათი კუთვნილი რესურსებისა და გამყიდველების გასაერთიანებლად ანდა კონსორციუმის ყველა მონაწილისათვის სარფიანი რომელიმე მსხვილმასშტაბიანი კაპიტალტევადი პროექტის განსახორციელებლად ან კიდევ სესხის ერთობლივად განსათავსებლად. დროებითი ჯგუფის შექმნის მიზანი, ასევე, შეიძლება იყოს საბრების გაერთიანება წარმოების ფაქტორების საბითუმო შესყიდვებისათვის.

კონსულტაციური სტილი — მართვის ერთ-ერთი სტილი. ასეთი სტილის მიმდევარი ლიდერები თავიანთ ხელქვეითებს განუსაზღვრავენ მოქმედების მიმართულებებს, ამავე დროს, მუდამ ღიანი არიან ალტერნატივებისათვის, მაგრამ ანალიზის შემდეგ თვითონ იღებენ გადაწყვეტილებებს და თვითონვე კისრულობენ მასზე პასუხისმგებლობას, მაშინაც კი, თუ იგი მცდარ რჩევებს დაემყარა.

კონკურენცია *(ლათ. concurentia — შეჯახება)* — შეჯიბრება საქონლის მწარმოებლებს (გამყიდველებს), საერთოდ, ნებისმიერ ეკონომიკურ, საბაზრო სტრუქტურებს შორის; საქონლის გასაღების ბაზრისათვის ბრძოლა უფრო მაღალი მოგების, სხვა სარგებლის მისაღებად. კონკურენცია არსებობისათვის ცივილიზებული, ლეგალიზებული ბრძოლის ფორმა და საბაზრო ეკონომიკაში შერჩევისა და რეგულირების ერთ-ერთი ყველაზე ქმედითი მექანიზმია.

არსებობს კონკურენციის ისეთი დეფინიციებიც, რომელთა მიხედვითაც იგი არის: 1. ბაზრის სტრუქტურის ფორმა, რომლის დროსაც ბაზარზე მოქმედი ფირმების რაოდენობა განსაზღვრავს მის ტიპს. მაგალითად, სრულყოფილია კონკურენცია, როდესაც ბაზარზე მრავალრიცხოვანი წვრილი კონკურენტია, ხოლო ოლიგოპოლიური, — როდესაც რამდენიმე მსხვილი კონკურენტია; 2. პროცესი, რომლის დროსაც ფირმები ებრძვიან ერთმანეთს თავიანთი პროდუქციის მომხმარებელთა მოსაზიდად ანუ ფირმები აქტიურად მეტოქეობენ ერთმანეთთან ფასების, პროდუქციის დიფერენციაციის, სტრატეგიისა ა.შ. ცვლილებებით. საზოგადოებრივი თვალთახედვით კონკურენციის ბუნება და ხარისხი დიდ ზეგავლენას ახდენს ბაზრის ქმედითობაზე. ამიტომ, აუცილებელია მისი გათვალისწინება კონკურენციასთან მიმართებით შესაბამისი პოლიტიკის განხორციელებისას.

ერთმანეთისაგან განასხვავებენ კონკურენციის შემდეგ სახეობებს: ა) წმინდა, იდეალური, სრულყოფილი კონკურენცია. ასეთი კონკურენცია ყალიბდება ბაზარზე, სადაც ერთნაირი, ურთიერთშემცვლელი საქონლის მრავალრიცხოვანი გამყიდველი და მყიდველია; ბ) მონოპოლისტური კონკურენცია. ასეთი კონკურენციის დროს დიდ ბაზარზე წარმოდგენილნი არიან მრავალრიცხოვანი გამყიდველები და მყიდველები, მრავალფეროვანია საქონელიც, რომელიც სხვადასხვა ფასში იყიდება; გ) ოლიგოპოლისტური კონკურენცია. ასეთი კონკურენციისას, ბაზარზე წარმოდგენილნი არიან მცირე რაოდენობის მსხვილი გამყიდველები, რომლებსაც შეუძლიათ, არსებითი გავლენა მოახდონონ ფასზე, რომლითაც მოცემული საქონელი იყიდება; დ) არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია., რომელსაც მტაცებლურსაც უწოდებენ. ასეთი კონკურენციისას მისი მონაწილენი არღვევენ ბაზარზე მიღებულ კონკურენციის წესებსა და ნორმებს, ურიგდებიან ერთმანეთს სხვა კონკურენტების წინააღმდეგ, სახელს უტეხენ და ეწევიან მათ დისკრედიტირებას, თავისი პროდუქციის რეკლამირებისათვის იყენებენ ყალბ რეკლამას და აწესებენ დისკრიმინაციულ, ზოგჯერ დემპინგურ ფასებსაც კი; ე) არასრულყოფილი კონკურენცია. ასეთ კონკურენციას ადგილი აქვს ისეთ ბაზარზე, რომელიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება იდეალურისაგან და არ შეესაბამება წმინდა კონკურენციაზე თეორიულ შეხედულებებს; ვ) ფასისმიერი კონკურენცია. ასეთი კონკურენცია ფასების შემცირებით ხორციელდება; ზ) არაფასისმიერი კონკურენცია. ასეთი კონკურენცია ხორციელდება პროდუქციის ხარისხისა და გაყიდვის პირობების გაუმჯობესებისას საქონლის უცვლელ ფასებში გაყიდვით.

კონსორციუმი *(ლათ. consortium — მონაწილეობა)* — 1. დამოუკიდებელი ფირმების, ორგანიზაციებისა და სახელმწიფო სტრუქტურების დროებითი ჯგუფი, რომელიც მათი რესურსებისა და გამოცდილების გასაერთიანების ან რომელიმე მნიშვნელოვანი პროექტის განხორციელების მიზნით იქმნება. მაგალითად, ასეთი ჯგუფი შეიძლება ჩამოყალიბდეს მსხვილმაშტაბიანი მშენებლობის განსახორციელების ან წარმოების ფაქტორების საბითუმო შესყიდვებისათვის სახსრების გასაერთიანებლად;

2. ურთიერშეთანხმების საფუძველზე კომპანიებისა და ბანკების დროებითი გაერთიანება კაპიტალტევადი პროექტის განსახორციელებლად ან სესხის ერთობლივად განსათავსებლად.

კონცერნი *(concern — მონაწილეობა, ინტერესი)* — საერთო ინტერესებით, ხელშეკრულებით, კაპიტალით, ერთობლივი საქმიანობით და-

კავშირებულ საწარმოთა მსხვილი გაერთიანება. ხშირად საწარმოთა ასეთი ჯგუფი ერთიანდება ძლიერი სათავო საწარმოს (ჰოლდინგი, დედობრივი კომპანია) გარშემო, რომელიც ფლობს ამ საწარმოთა აქციებს. კონცერნში შემავალი საწარმოები, რომლებიც ცალკეულ პროდუქციას უშვებენ და განლაგებული არიან სხვადასხვა რეგიონში, ნომინალურად ინარჩუნებენ სამეურნეო დამოუკიდებლობას და, როგორც სათავო საწარმოს შვილობილი კომპანიები, ფილიალები, იურიდიულ პირებად რჩებიან. ფაქტობრივად, კონცერნის ფარგლებში თვალში საცემია მართვის ცენტრალიზაციისა და სამეურნეო დაჯგუფებების მაღალი ხარისხი. ეს, უწინარეს ყოვლისა, იგრძნობა ფინანსების, ასევე, ინვესტიციების მართვის სფეროში. საერთაშორისო კონცერნები ტრანსნაციონალურ კონცერნებად იწოდებიან, მულტინაციონალურად კი ის კომპანიები, რომელთა მონაწილენი სხვადასხვა ქვეყანას წარმოადგენენ.

კოოპერატივი *(cooperative; ლათ. cooperatio — თანამშრომლობა)* — ფირმის ორგანიზაციის ერთ-ერთი ფორმა, რომელსაც ფლობს და მართავს ინდივიდთა ჯგუფი ურთიერთსარგებლის მიღების მიზნით. სხვანაირი განმარტებით, კოოპერატივი საპაიო შენატანების საფუძველზე შექმნილი საწარმო, ორგანიზაციაა, რომელიც ინდივიდთა ნებაყოფლობითი გაერთიანებით ყალიბდება. იგი წარმოადგენს იურიდიულ პირს და თვითდაფინანსებისა და თვითმმართველობის საფუძველზე ფუნქციონირებს.

განასხვავებენ კოოპერატივების შემდეგ სახეობებს: ა) მუშათა ანუ საწარმოო; ბ) საბითუმო და გ) საცალო კოოპერატივები. მუშათა კოოპერატივებს ფლობენ და მართავენ მასში გაერთიანებული მუშაკები, რომლებიც მონაწილეობენ წმინდა მოგების განაწილებაში. საბითუმო კოოპერატივების შემადგენლობაში შედიან საცალო ვაჭრობის მრავალი წვრილი, დამოუკიდებელი საწარმოს მუშაკები, რომელთა უპირველესი მიზანია სახსრების გაერთიანება საბითუმო შესყიდვებისათვის, ასევე, მწარმოებლებისაგან ისეთი ფასდაკლებისა და შეღავათების მიღწევა, როგორითაც სუპერმარკეტების მსხვილი ქსელი სარგებლობს. რაც შეეხება საცალო კოოპერატივებს, მათი წევრები არიან მყიდველები, რომელთა ინტერესების დასაცავადაც იქმნება ეს კოოპერატივები. კოოპერატივის წევრობა მათ უფლებას აძლევს, ყოველწლიურად მიიღონ დივიდენდი ან მოგების ნაწილი, მათ მიერ წლის განმავლობაში კოოპერატივის მაღაზიებში შესყიდული საქონლის ღირებულების პროპორციულად.

არსებობს კოოპერატივების განსხვავებული კლასიფიკაციაც. კერძოდ, გამოყოფენ სამომხმარებლო, საწარმოო და საბინო კოოპერატივებს. სამომხმარებლო კოოპერატივები სამომხმარებლო საზო-

გადოებების სახით სპეციალიზდებიან სოფლის მეურნეობის პროდუქციით ვაჭრობაზე, დამზადებასა და გადამუშავებაზე, ასევე, მოსახლეობის საყოფაცხვრებო მომსახურებაზე, აგარაკებისა და გარაჟების მშენებლობაზე. როგორც წესი, ასეთი კოოპერატივები მოქმედებენ სოფელ ადგილებში და სამომხმარებლო კოოპერაციის სისტემაში შედიან. საწარმოო კოოპერატივები დაკავებული არიან პროდუქციის წარმოებით, სხვადასხვა სამუშაოს შესრულებით, საწარმოების, ორგანიზაციებისა და მოსახლეობისათვის მომსახურების გაწევით. საბინო კოოპერატივები საცხოვრებელი სახლების მშენებლობისა და ექსპლუატაციის მიზნით იქმნება.

კორპორატიზმი — საქმიანობის ორგანიზაციის სისტემა, რომლის დროსაც წამყვანი როლი და მარეგლამენტირებელი ძალაუფლება ეკუთვნით სამუშაოს მიმცემების ან დაქირავებული მუშაკების გაერთიანებულ ორგანიზაციებს.

კორპორაცია *(corporation; ლათ. corporatio — გაერთიანება)* — ერთობლივი საქმიანობის განსახორციელებლად საერთო მიზნებით გაერთიანებულ ადამიანთა ერთობლიობა, რომლებიც სამართლის დამოუკიდებელ სუბიექტს ქმნიან. ისინი სარგებლობენ კერძო პირის იურიდიული უფლებებით, მათ შორის, ეკონომიკური საქმიანობის, საკუთრების ფლობისა და განკარგვის, კრედიტების აღების უფლებებით, ასევე, უფლებით, გამოვიდნენ სასამართლოზე მოსარჩლედ ან მოპასუხედ.

ზოგიერთი სპეციალისტის განმარტებით, კორპორაცია წარმოადგენს: 1. კერძო ფირმას, რომელიც რეგისტრირებულია როგორც აქციონერული კომპანია; 2. სახელმწიფოს კუთვნილ საწარმოს, მაგალითად, მრეწველობის ნაციონალიზებულ დარგებში.

კორპორაციები უფრო ხშირად სააქციონერო საზოგადობის ფორმით ყალიბდება. კერძო კორპორაციაში აქციების უმეტესობა ერთ მფლობელს, ოჯახს ან აქციონერების მცირე ჯგუფს ეკუთვნის, თვით კორპორაციის ქონება კი მის მონაწილეთა წილობრივი საკუთრებაა, ხოლო მართვას დაქირავებული პროფესიონალი მმართველები (მენეჯერები) ანხორციელებენ. გამოშვებული აქციები ბირჟებზე იყიდება.

გამოყოფენ შემდეგი ტიპის კორპორაციებს: სახელმწიფო კორპორაცია (კორპორაცია, რომელიც სახელმწიფოს საკუთრებაა და შექმნილია სპეციალური სახელმწიფო მიზნებით); კვაზისახელმწიფო კორპორაცია (საზოგადოებრივი სარგებლობის საწარმო, რომელიც ფლობს ძირითადი მომსახურების გაწევის მონოპოლიას); კერძო კორპორაცია (კომპანია, რომელსაც ფლობენ კერძო პირები ან სხვა კომპანიები); არაკომერციული კორპორაცია (კორპორაციული ტი-

პის ორგანიზაცია, რომლის მფლობელებს აკისრიათ შეზღუდული პასუხისმგებლობა და რომლის დანიშნულებაა საზოგადოებრივი მომსახურების გაწევა და არა მოგების მიღება); კომერციული კორპორაცია (კომპანია, რომლის დანიშნულებაა მოგების მიღება მის მფლობელთა ინტერესებისთვის); ღია ტიპის კორპორაცია (კორპორაცია, რომელიც აქტიურად ყიდის აქციებს ღია ვაჭრობებზე); დახურული ტიპის კორპორაცია (კორპორაცია, რომელიც არ ყიდის აქციებს ღია ვაჭრობებზე); პროფესიული კორპორაცია (კომპანია, რომლის აქციების მფლობელები თავაზობენ პროფესიულ მომსახურებას (სამედიცინოს, იურიდიულს, საინჟინროს) და ანხორციელებენ სოციალური და საპენსიო უზრუნველყოფის საქველმოქმედო პროგრამებს); S-კორპორაცია (კორპორაცია, რომლის აქციონერთა რიცხვი არ აღემატება 35 კაცს და რომლებიც იბეგრებიან როგორც ამხანაგობები.).

კორპორაცია ბიზნესის ძირითადი ფორმაა აშშ-ში. მათი წილი ფირმების საერთო რაოდენობაში XX საუკუნის 90-იან წლებში 5 პროცენტს არ აღემატებოდა, მაშინ, როდესაც მათზე მოდიოდა გაყიდვების 88 პროცენტზე მეტი. კორპორაციის ყველაზე გავრცელებული ფორმაა ჰოლდინგი. კორპორაციებს, რომლებიც საწარმოო ან კომერციულ საქმიანობას სხვადასხვა ქვეყანაში ეწევიან, ტრანსნაციონალურ კომპანიებს უწოდებენ.

კორპორაციული კულტურა *(corporate culture)* — ორგანიზაციის ფსიქოლოგიური კლიმატი ან სისტემა, რომელიც ქმნის სამუშაო ატმოსფეროს და აძლევს მას ინდივიდუალურ შეფერილობას.

კორპორაციული სექტორი *(corporate sector)* — ეკონომიკის სფერო, რომელიც მოიცავს საწარმოთა გარიგებებს. საწარმოები საქონლისა და მომსახურების გაყიდვით იღებენ მოგებას და ეკონომიკის ფუნქციონირებაზე გავლენას ახდენენ წარმოების ფაქტორების, ასევე, ინვესტიციების გამოყენებისა და ანაზღაურების გზით. კორპორაციული სექტორი, ინდივიდუალურ და საფინანსო სექტორებთან ერთად, ქმნის კერძო სექტორს. ეს უკანასკნელი კი სახელმწიფო და საგარეო სექტორებთან ერთად — სახალხო მეურნეობას.

კორუფცია *(corruption; ლათ. corruptio— მოსყიდვა)* — მექრთამეობა; თანამდებობის პირების, საზოგადოებრივი და პოლიტიკური მოღვაწეების მოსყიდვა. თანამდებობის პირების მიერ თავიანთი უფლებების ბოროტად გამოყენება პირადი გამდიდრების მიზნით.

კრედიტი — ფულადი სახსრების გაცემა ვალად, განსაზღვრული ვადით, ფიქსირებული პროცენტის საფასურად.

ლიზინგი *(leasing; lease — არენდა)* აქტივების შესავსებად შენობა-ნაგებობების, მოწყობილობისა და სატრანსპორტო საშუალებების შესყიდვა სალიზინგო კომპანიის მიერ, რომელიც რჩება რა ამ აქტივების მესაკუთრედ, მას განსაზღვრული საფასურით სესხად აძლევს თავის კლიენტს. ლიზინგი ინვესტირების მეტად ეფექტიანი და ხელსაყრელი ფორმაა. იგი საშუალებას აძლევს ცალკეულ პირებს ან კომპანიებს, გამოიყენონ აქტივები ისე, რომ არ დააბანდონ დიდი კაპიტალი მათ შესასყიდად. სხვაგვარი განმარტებით, ლიზინგი მანქანების, მოწყობილობის, სატრანსპორტო საშუალებების, საწარმოო დანიშნულების ნაგებობების გრძელვადიანი (6 თვიდან — რამდენიმე წლამდე) არენდაა, შემდგომში არენდატორის მიერ მათი შესყიდვის პირობით.

ლიზინგი ხორციელდება სალიზინგო კომპანიასა (ლიზინგის გამცემი) და ფირმა-არენდატორს (ლიზინგის მიმღები) შორის. ლიზინგის გამცემი თავისი ხარჯით იძენს მოწყობილობას და რამდენიმე წლით გადასცემს ლიზინგის მიმღებს, რომელიც თანდათანობით იხდის სალიზინგო გადასახდელს ქონების გამოყენებისათვის. ხელშეკრულების მოქმედების ვადის გასვლის შემდეგ არენდატორი სალიზინგო კომპანიას უბრუნებს ქონებას ან აგრძელებს ხელშეკრულების მოქმედების ვადას.

პრაქტიკაში განარჩევენ: საბანკო, გენერალურ, საიმპორტო, კლასიკურ, ოპერატიულ, საოპერაციო, სრულ და საერთაშორისო ლიზინგის ფორმებს.

საბანკო ლიზინგისას სალიზინგო კომპანიის ანუ ლიზინგის გამცემის სახით გამოდის ბანკი, რომელიც ლიზინგის მიმღების შეკვეთით იძენს მოწყობილობას და არენდით გადასცემს მას არენდატორს; გენერალური ლიზინგისას ლიზინგის მიმღებს უფლება აქვს, ლიზინგის გამცემთან დამატებითი შეთანხმების გარეშე შეივსოს საარენდო მოწყობილობის ჩამონათვალი; საიმპორტო ლიზინგი გულისხმობს სალიზინგო კომპანიის მიერ უცხოური ფირმისაგან მოწყობილობის შეძენას შემდგომში ლიზინგის მიმღები სამამულო საწარმოსათვის არენდით გადასაცემად; კლასიკური ლიზინგის დროს ლიზინგის მიმღები თავის თავზე იღებს ყველა ხარჯს, რაც დაკავშირებულია საარენდო მოწყობილობის შენახვასა და ექსპლუატაციასთან, გადასახადების გადახდის ჩათვლით; ოპერატიული ლიზინგის დროს ლიზინგის გამცემი ლიზინგის მიმღებს უწევს სალიზინგო მომსახურებას საარენდო ქონების შენახვასა და რემონტში; სრული ლიზინგი გულისხმობს ლიზინგის გამცემის მიერ არენდით გაცემული მოწყობილობის მომსახურებას, რემონტსა და შეცვლას.

ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში საარენდო მოწყობილობა საკუთრების უფლებით ლიზინგის გამცემს ეკუთვნის, ხოლო სარგებლობის უფლებით — ლიზინგის მიმღებს. გადასახდელები ლიზინგისათვის შეიძლება იყოს ფულადი, საკომპენსაციო (არენდით აღებული მოწყობილობით წარმოებული პროდუქციის ნაწილის გადაცემა ან მომსახურების გაწევა) ან შერეული (ნაწილობრივ ფულითა და პროდუქციით ან ნაწილობრივ მომსახურების გაწევით გადახდა); საერთაშორისო ლიზინგის დროს ლიზინგის გამცემი საზღვარგარეთელ ლიზინგის მიმღებს სხვადასხვა ვადით გადასცემს მატერიალურ ფასეულობას. ასეთი ლიზინგი საერთაშორისო კრედიტის ერთერთ ფორმას წარმოადგენს, რაც საქონლის ექსპორტის სტიმულირებისათვის გამოიყენება.

ლიკვიდურობა *(liquidity)* — ქონებისა და სხვა აქტივების ნაღდ ფულად გადაქცევის მაჩვენებელი. იგი მიუთითებს, რამდენად იოლად შეუძლიათ კომპანიებს თავიანთი აქტივების განაღდება. ლიკვიდურობის უზრუნველყოფა ხდება ლიკვიდური აქტივებით ანუ საშუალებებით, რომლებიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სავალო ვალდებულებათა სრულად დასაფარავად. ასეთი საშუალებებია: ფული, ძვირფასი ლითონები, მოკლევადიანი ფასიანი ქაღალდები და ა.შ.

ფულად გადაქცევის სისწრაფიდან გამომდინარე, აქტივები ოთხ ჯგუფად იყოფა: 1. ყველაზე უფრო ლიკვიდური აქტივები (ფული, მოკლევადიანი ფინანსური დაბანდებანი); 2. სწრაფად რეალიზებადი აქტივები (დებიტორული დავალიანება და სხვა სააქტივო ანგარიშები); 3. ნელა რეალიზებადი აქტივები (მარაგები); 4. ძნელად რეალიზებადი აქტივები (არასაბრუნავი აქტივები).

გარდა ზემოაღნიშნულისა, გამოყოფენ: ლიკვიდურ აქტივებს, ლიკვიდურ ბალანსებს, ლიკვიდურ ფირმებს, ლიკვიდურ ბანკებს, ლიკვიდურ ფასიან ქაღალდებს, ლიკვიდურ ვალუტას.

ლიკვიდურობის კოეფიციენტები *(liqudity ratlos)*— საფინანსო კოეფიციენტები, რომლებიც გვიჩვენებს, რამდენად ძალუძს კომპანიას, სწრაფად გაანაღდოს თავისი ვალდებულებები; საკრედიტო დაწესებულების ბალანსის აქტივის სხვადასხვა მუხლის თანაფარდობა პასივის გარკვეულ მუხლთან ან, პირიქით, პასივის მუხლისა — აქტივის მუხლთან.

ბალანსის ლიკვიდურობის დონის განსაზღვრისათვის გამოიყენება აბსოლუტური ლიკვიდურობის კოეფიციენტი, რომელიც გაიანგარიშება ყველაზე უფრო ლიკვიდური აქტივის ყველაზე ვადიანი ვალდებულებებისა და მოკლევადიანი პასივების (საკრედიტო დავალიანება და მოკლევადიანი კრედიტების თანხა) თანხასთან შეფარ-

დებით. მიმდინარე ლიკვიდურობის კოეფიციენტი გაიანგარიშება ყველა საბრუნავი საშუალების ყველაზე ვადიანი ვალდებულებების თანხასთან შეფარდებით, ხოლო ბანკის ლიკვიდურობის კოეფიციენტი — საკრედიტო დავალიანების თანხის საბანკო ანაბრებთან შეფარდებით.

მაკროგარემო — ეკონომიკური, ბუნებრივი, სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური გარემო, რომელშიც ფირმა ფუნქციონირებს.

მაკროეკონომიკა *(ბერძ. macros — დიდი + economy — ეკონომიკა)* — ეკონომიკური მეცნიერების ნაწილი (განყოფილება, განაყოფი, კარი), რომელიც შეისწავლის ქვეყნის ეკონომიკასთან, მთლიანად მის მეურნეობასთან დაკავშირებულ მსხვილმასშტაბიან ეკონომიკურ მოვლენებსა და პროცესებს. მისი კვლევის ობიექტია მთელი სახალხო მეურნეობის მომცველი ისეთი კრებსითი, განმაზოგადებელი მაჩვენებლები, როგორიცაა: ეროვნული სიმდიდრე, მთლიანი ეროვნული და მთლიანი შიდა პროდუქტი, ეროვნული შემოსავალი, ჯამობრივი სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციები, მიმოქცევაში არსებული ფულის საერთო მასა. იმავდროულად მაკროეკონომიკა იკვლევს ქვეყანაში საშუალო ეკონომიკურ მაჩვენებლებს — საშუალო შემოსავლებს, საშუალო ხელფასს, ასევე, ინფლაციის დონეს, უმუშევრობას, დასაქმებას, შრომის მწარმოებლურობას. მისივე ანალიზის საგანია ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის განმაზოგადებელი მაჩვენებლები, სიდიდეების გადიდების თუ კლების ტემპები, მასში მიმდინარე ეკონომიკური პროცესები და სტრუქტურული პარამეტრები.

მაკროეკონომიკური მაჩვენებლებია: წარმოებისა და მოხმარების, შემოსავლებისა და ხარჯების, სტრუქტურის, ეფექტიანობის, კეთილდღეობის დონის, ექსპორტისა და იმპორტის, ეკონომიკური ზრდის ტემპებისა და მთლიანად ეკონომიკის მისხედვითი გაშუალებული სხვა კრებსითი მაჩვენებლები.

მარგინალური ჯგუფი — ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც იმყოფება კულტურის ზღვარზე ან კიდეზე და მხოლოდ ნაწილობრივ იზიარებს დომინირებულ (გაბატონებულ) კულტურულ მოდელებს.

მარკეტინგი *(marketing ბაზარზე გაყიდვა, ყიდვა)* — პროცესი, რომელიც მოიცავს მარკეტინგული კონცეფციის შემუშავებასა და რეალიზაციას, ფასწარმოქმნას, ბაზარზე დაწინაურებას და იდეების, საქონლისა და მომსახურების გასაღებას, მოწოდებულია, უზრუნველყოს გაცვლა, რომელიც უპასუხებს ცალკეული ადამიანებისა და ორგანიზაციების მიზნებს.

მარკეტინგის კომპლექსი — ფირმის მიერ დასახული მიზნების მისაღწევად გამოყენებული მარკეტინგული ფაქტორების (კომპონენტების) — გასაღების არხები, ფასი, რეკლამა, პერსონალური (პირადი) გაყიდ-

ვები, გასაღების სტიმულირება, სერვისი, პაბლისიტი — ერთობლიობა (ნაკრები), რომელიც კონტროლს ექვემდებარება და საფუძვლად ედება მარკეტინგულ გეგმას..

მარკეტინგული კონცეფცია *(marketing concept)* — კონცეფცია, რომლის თანახმადაც მოგების მისაღებად ბიზნესმა უნდა გამოავლინოს და დააკმაყოფილოს მომხმარებელთა საჭიროებები.

მატერიალური რესურსები — მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმით წარმოდგენილი ეკონომიკური რესურსები.

მედიანა *(median)* — ინტერვალის საშუალო წერტილი ან რიგ რიცხვით მაჩვენებელთა მწკრივის წერტილი, რომელშიც მაჩვენებლის მნიშვნელობა რიგ მაჩვენებელთა მწკრივის ერთ ნახევრში ნაკლებია, ხოლო მეორეში — მეტი.

მენეჯმენტი (მართვა) *(management— მართვა, გამგებლობა)* — 1. მართვის მეცნიერების მიღწევების გამოყენებით წარმოებისა და პერსონალის მართვის პრინციპების, ფორმების, მეთოდების, ხერხების, წესებისა და საშუალებების ერთობლიობა;

2. ა) ნებისმიერი საწარმოს დაგეგმვის, ორგანიზაციისა და წარმოების გაძღოლის ფუნქციების შესრულება; ბ) კრებითი მნიშვნელობით, იმ ადამიანების ერთობლობა, რომლებიც ამ ფუნქციებს ასრულებენ;

3. საწარმოს (ფირმის) ხელმძღვანელობა, ხელმძღვანელი ორგანო;

4. ზოგიერთი მკვლევარის განმარტებით, მენეჯმენტი, ეს არის მართვა, რომელიც ყველაზე სრულად უპასუხებს საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნებს და წარმოადგენს მიზნობრივი პროგრამული მართვის, მიმდინარე და პერსპექტიული დაგეგმვის, სამეცნიერო-ტექნიკურ დამუშავებათა პროგნოზირების, პროდუქციისა და მომსახურების წარმოებისა და რეალიზების სისტემას, პროფესიული საქმიანობის განსაკუთრებულ სახეობას.

მენეჯმენტის ძირითადი მიზნებია მისი ცალკეული ელემენტების რაციონალური შეხამების გზით წარმოების ეფექტიანობის ამაღლება, საწარმოს (ფირმის, კომპანიის) რესურსული პოტენციალის უკეთ გამოყენება, პროდუქციასა და მომსახურებაზე ბაზრისა და საზოგადოების მთლიანად და სრულად დაკმაყოფილება, მოგების გადიდება, რისთვისაც იგი ეფუძნება თანამედროვე მმართველობითი მეცნიერების მეთოდებს, ფუნქციებსა და პრინციპებს, სამეურნეო პრაქტიკის გამოცდილებას, სოციალურ-ეკონომიკური ინსტრუმენტარიუმის ფართო სპექტრის გამოყენებას.

მენეჯმენტი მეტად ფართო და მრავალწახნაგოვანი ცნებაა: იგი არის სხვადასხვა საწარმოში ადამიანის საქმიანობის ორგანიზაცი-

ასთან დაკავშირებული სფეროც და ცოდნის განსაკუთრებული დარგიც, რომლის ფარგლებში შეისწავლება მართვის ეფექტიანობის შესაძლებლობები. მენეჯმენტი, რომელიც წარმოადგენს ეკონომიკური მეცნიერების მეტად მნიშვნელოვან ნაწილს (განყოფილებას), იკვლევს წარმოების მართვისა და პროდუქციის რეალიზაციის თეორიისა და პრაქტიკის აქტუალურ საკითხებს. ამავე დროს, ფართოდ არის გავრცელებული მოსაზრება, რომლის თანახმადაც, მენეჯმენტი ხელოვნებაა, რამდენადაც იგი დიდად არის დაკავშირებული შემოქმედებით და ორიგინალურ სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებასთან.

თანამედროვე მენეჯმენტი არსებით ცვლილებებს მოასწავებს მართვის არსსა და მეთოდებში: მიმდინარე დაგეგმვა პერსპექტიულით იცვლება, მართვის შედეგები მხოლოდ რეალურად მიღწეული საბოლოო შედეგების მიხედვით ფასდება, მართვის ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით სულ უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება მათემატიკური მეთოდებისა და ინფორმატიკის მიღწევების მაქსიმალურ გამოყენებას, მართვაში თანამშრომელთა ფართოდ ჩართვას, მმართველი გუნდის ყველა წევრის ფსიქოლოგიური რესურსების გამოყენებას.

დღევანდელ ვითარებაში მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანესი თავისებურებაა: მართვის პროცესში მოსალოდნელი ცვლილებების წინასწარგანჭვრეტა და მოქნილ გადაწყვეტილებათა მიღება; საწარმოს მუშაობის თითოეულ სეგმენტში სიახლეებზე დაყრდნობა; თითოეული სამმართველო გადაწყვეტილების მიღების წინ ღრმა ეკონომიკური ანალიზის ჩატარება; გონივრული რისკიანობა და რისკის მართვა; მარკეტინგის საკვანძო როლის ზრდა.

მენეჯერი *(manage — მმართველი)* — წარმოებისა და საქონლის მიმოქცევის მართვის სპეციალისტი, დაქირავებული მუშაკი. მენეჯერები წარმართავენ ფირმის საქმიანობას, მართავენ მისი ცალკეული შრომითი ჯგუფების საწარმოო საქმიანობას. მენეჯერი ფირმის, კომპანიის თანამდებობის პირია და საშუალო და უმაღლესი ხელმძღვანელობის შემადგენლობაში შედის.

მენტალიტეტი — ფართო გაგებით: 1. გონებრივი ანუ ინტელექტუალური აღქმა, ხელშესახებობა; შეგნების ხარისხი, რომელიც ითვლება კონკრეტული ინდივიდის ან ინდივიდების ჯგუფის მახასიათებლად.

მეორადი ჯგუფი — ადამიანების ჯგუფი, რომელიც გამოირჩევა ზოგიერთი საერთო ფასეულობითა და ქცევის სტანდარტებით, მაგრამ მათი ცხოვრებისა და მოღვაწეობის მხოლოდ შეზღუდულ სფეროებში. ასეთი ჯგუფებს მიეკუთვნება, მაგალითად, პროფესიული ორგანიზაციები, საძმოები, კლუბები და ა.შ.

მესაკუთრე — საკუთრების სუბიექტი, ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელსაც აქვს საკუთრების უფლება და გამოდის საკუთრების ობიექტის მფლობელის, მოსარგებლისა და განმკარგველის როლში.

მეწარმე *(entrepreneurs)* — 1. ადამიანი, რომელიც ქმნის საწარმოს საქონლის ამ მომსახურების მაქსიმალური ეფექტიანობით წარმოებისათვის და თავისი რისკის ფასად მოძრაობაში მოჰყავს წარმოების სამი ფაქტორი: ბუნებრივი რესურსები, შრომითი რესურსები და კაპიტალი. ამ ფაქტორებიდან მეწარმემ ერთ-ერთი ან მეტი, შეიძლება თვითონვე მოიპოვოს, არენდით აიღოს ან იყიდოს მომავალში მოგების მიღების მიზნით. მის ფუნქციას ზოგჯერ წარმოების მეოთხე ფაქტორსაც უწოდებენ;

2. პირი, რომელიც სამეწარმეო საქმიანობას ეწევა.

XIX საუკუნეში, როგორც წესი, მეწარმე ერთპიროვნული მესაკუთრე იყო. მას ეკუთვნოდა წარმოების ფაქტორების უმეტესობა ან მთლიანად ყველა ფაქტორი. სააქციონერო კომპანიების აღმოცენებამ განაპირობა კაპიტალის მართვისა და მიწოდების დანაწილება. „მეწარმე" უფრო ჰიპოთეკური და აბსტრაქტული ცნება გახდა. იგი გულისხმობს თითოეულ ინდივიდს ან ადამიანთა ჯგუფს, რომელიც თავისი რისკის ფასად ასრულებს წარმოების ორგანიზაციის ფუნქციას. ტრადიციული გაგებით, მეწარმე მოგების მაქსიმიზაციისაკენ მიისწრაფვის, მაგრამ ეკონომისტთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან მართვის გამოყოფამ საკუთრებისაგან გავლენა მოახდინა კორპორაციების ხელმღვანელი ჯგუფების ქცევის ხასიათზე, რაც მას, გარდა მოგების მაქსიმიზაციისა, სხვა მიზნებსაც უღვიძებს.

მეწარმეობა *(agency)* — ინიციატივიანი, დამოუკიდებელი საქმიანობა, რომელსაც მოქალაქეები, ფიზიკური და იურიდიული პირები საკუთარი სახელით, რისკითა და ქონებრივი პასუხისმგებლობით ეწევიან. მისი მიზანია ქონების გამოყენებით, საქონლის გაყიდვით, სამუშაოთა შესრულებითა და მომსახურების გაწევით შემოსავლის (მოგების) სისტემატური მიღება. მეწარმეობა, ასევე, მიზნად ისახავს მეწარმის იმიჯის, მისი სტატუსის ამაღლებას.

მეწარმეობის ტიპები — სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზაციის ფორმები, რომლებიც განპირობებულია საკუთრების ფორმებითა და მეურნეობრიობის მეთოდებით. მაგალითად, მცირე ბიზნესი — წარმოების საშუალებებზე კერძო საკუთრებისას ან მათი არენდისას; ერთობლივი მეწარმეობა, კორპორაციული მეწარმეობა — სააქციონერო კაპიტალის საფუძველზე.

მთლიანი ეროვნული პროდუქტი (მეპ) *(gross national product, GNP)* — დროის გარკვეულ პერიოდში (როგორც წესი, წლის განმავლობაში) ეკონომიკის მიერ წარმოებული ყველა მზა საქონლისა და მომსახურების მთლიანი ღირებულება. მოიცავს სამამულო კომპანიების მიერ საზღვარგარეთ განხორციელებული ოპერაციებიდან მიღებულ შენატანებს და არ მოიცავს ქვეყნის შიგნით მოქმედი უცხოური კომპანიების მოგებას.

მთლიანი მოგება *(gross profit)* — 1. დამატებული ღირებულების ნაწილი, რომელიც რჩება მწარმოებელს შრომის ანაზღაურებისა და გადასახადების გადახდასთან დაკავშირებული ხარჯების გამოკლების შემდეგ;

2. სხვაობა პროდუქციის რეალიზაციიდან ამონაგებსა და მისი წარმოების ცვლად დანახარჯებს შორის. თუ მთლიანი მოგება ტოლია წარმოების მუდმივი დანახარჯებისა, მაშინ მწარმოებელი წაგების გარეშე მუშაობს, თუ მთლიანი მოგება ნაკლებია მუდმივ დანახარჯებზე, მაშინ იგი ზარალობს. მთლიანი მოგება წმინდა მოგებისა და ძირითადი კაპიტალის მოხმარების ჯამია.

მთლიანი შიდა პროდუქტი (მშპ) *(gross domestict product, GDP)* — ერთ-ერთი ფართოდ გავრცელებული განმაზოგადებელი მაკროეკონომიკური მაჩვენებელი, რომელიც წარმოადგენს გარკვეულ პერიოდში (როგორც წესი, წლის განმავლობაში) წარმოებული ყველა მზა საქონლისა და მომსახურების ღირებულებას ფულად გამოხატულებაში. მოიცავს ქვეყნის შიგნით მოქმედი უცხოური კომპანიების მოგებას და არ მოიცავს სამამულო კომპანიების მიერ საზღვარგარეთ განხორციელებული ოპერაციებიდან მიღებულ შენატანებს.

მშპ შეიძლება გაანგარიშებულ იქნეს დამატებული ღირებულებების, ასევე, დანახარჯებისა და შემოსავლების ნაკადების შეჯამების მეთოდებით. თუ ქვეყანაში წარმოებული მთელი შიდა პროდუქტი რეალიზებულია, ე.ი. გაყიდული და ანაზღაურებულია, მაშინ მშპ მთლიანი ეროვნული შემოსავლის ტოლია. ასევე, მშპ ტოლია წმინდა ეროვნული შემოსავლის (ახლად შექმნილი ღირებულების) და გაცვეთილი ძირითადი საშულებების რენოვაციისათვის ამორტიზაციის ანარიცხებისა.

მიგრაცია — 1. მოსახლეობის, შრომითი რესურსების გადაადგილება, რაც დაკავშირებულია საცხოვრებელი და სამუშაო ადგილების შეცვლასთან. პრაქტიკაში განასხვავებენ: დაუბრუნებელ, დროებით, სეზონურ, ქანქარისებურ, საშინაო და საგარეო მიგრაციას. დაუბრუნებელი მიგრაციისას საბოლოოდ იცვლება მუდმივი საცხოვრებელი ადგილი, დროებითი მიგრაციისას — საკმაოდ ხანგრძლივი ვადით ხდება გადა-

ადგილება, სეზონურისას კი — წლის გარკვეულ პერიოდებში, ქანქარისებური მიგრაცია სამუშაო ან სასწავლო ადგილებში რეგულარული მგზავრობის სახით ხორციელდება, საშინაო მიგრაცია ქვეყნის შიგნით გადაადგილებით გამოიხატება, საგარეო მიგრაცია კი — ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ემიგრაციითა და ქვეყნის შიგნით იმიგრაციით;

2. უფრო მოკლე განმარტებით, მიგრაცია ადამიანების გადაადგილებაა ქვეყნისკენ (იმიგრაცია) ან ქვეყნიდან (ემიგრაცია), რასაც თან ახლავს მოსახლეობისა და სამუშაო ძალის რიცხოვნობის გადიდება ან შემცირება.

მიგრაციის ზოგადი კოეფიციენტი — კოეფიციენტი, რომელიც გვიჩვენებს მიგრანტთა (მიგრაციის) რაოდენობას მოსახლეობის ყოველ 1 000 ან 100 კაცზე.

მიგრაციის სალდო — სხვაობა მოცემულ ტერიტორიაზე გარკვეულ დროში შემოსულ და გასულ ადამიანთა რაოდენობას შორის.

მიკროეკონომიკა *(ლათ. micros — მცირე + economy — ეკონომიკა)* — 1. ეკონომიკური მეცნიერების დარგი, რომელიც შეისწავლის მომხმარებლებისა და ფირმების ქცევას, ასევე, იმ პირობებს, რომლებიც განსაზღვრავს საბაზრო ფასებს და წარმოების ფაქტორების, საქონლისა და მომსახურების გაცვლის ოდენობას;

2. სხვაგვარი განმარტებით, მიკროეკონომიკა ეკონომიკური თეორიის ერთ-ერთი განყოფილებაა, რომელიც იკვლევს ცალკეული ეკონომიკური სუბიექტების ქცევის კანონებს და დოვლათის ამა თუ იმ სახეობის წარმოების ეფექტიანობის პრობლემებს.

მიკროეკონომიკის კვლევის საგანია შედარებით მცირემასშტაბიანი ეკონომიკური პროცესები, განშტოებული ეკონომიკური სუბიექტების (მწარმოებლების, მომხმარებლების, წარმოების ფაქტორების, მესაკუთრეების, ინვესტორების და სხვ.) მიზნების შეთანხმების მექანიზმები, ეკონომიკური რესურსების გამოყენების ალტერნატიული მიმართულებებით განთავსებისა და ყველაზე უფრო ეფექტიანი გამოყენების სტრატეგიული ფაქტორების გამოვლენის საკითხები, სუბიექტების, ძირითადად, საწარმოების, ფირმების, მეწარმეების სამეურნეო საქმიანობა და ერთმანეთთან მათი ურთიერთდამოკიდებულება.

აქედან გამომდინარე, მიკროეკონომიკის ყურადღების ცენტრში არიან მეწარმეები და მომხმარებლები, მათ მიერ წარმოების მოცულობასთან, ყიდვა-გაყიდვებთან, მოთხოვნის გათვალისწინებით მოხმარებასთან, ფასებთან, დანახარჯებთან, მოგებასთან დაკავშირებით მიღებული გადაწყვეტილებები. ამასთან ერთად, იგი შეისწავლის სუბიექტების საბაზრო ქცევას, წარმოების, განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში მათ შორის წარმოშობილ ურ-

თიერთობას, აგრეთვე, ურთიერთდამოკიდებულებას მწარმოებლებს, მეწარმეებსა და სახელმწიფოს შორის.

თანამედროვე მიკროეკონომიკის, როგორც ეკონომიკური მეცნიერების დამოუკიდებელი დარგის, განვითარება ა. მარშალის სახელს უკავშირდება. მის განვითარებაში, ასევე, დიდი წვლილი შეიტანეს ე. კურნომ, უ. ჯევენსმა, კ. მენგერმა, ფ. ვიზერმა, კ. ვიკსელმა, დ. კლარკმა, დ. რობინსონმა, რ. კოუზმა, ა. ოუკენმა და სხვ. მკლევარებმა.

მიწოდება *(supply)* — 1. მეწარმის (გამყიდველის) მისწრაფება, სურვილი გასაყიდად გამოიტანოს თავისი საქონელი (მომსახურება). რაოდენობრივად იზომება მიწოდების სიდიდითა და მოცულობით. მისი სიდიდე (მოცულობა) განისაზღვრება საქონლის (მომსახურების) რაოდენობით, რომლის მოცემულ ფასში მოცემული დროის განმავლობაში გაყიდვის სურვილი და უნარი აქვს მწარმოებელს. მიწოდების სიდიდე დამოკიდებულია ფასზე. მასზე გავლენას ახდენს, აგრეთვე, სხვა, ე.წ. არაფასისმიერი ფაქტორები;

2. ფირმის მიერ გასაყიდად შემოთავაზებული დოვლათის მოცულობა. ეკონომიკურ ანალიზში მიწოდების მთლიან მოცულობას მიწოდების მრუდი ასახავს;

3. განაცხადი ხელშეკრულების დადებისა და საქონლის (მომსახურების) გაყიდვის სურვილის შესახებ.

მოგება *(profit)* — ფული, რომელიც რჩება საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის შედეგად მიღებული ჯამური შემოსავლიდან დანახარჯებისა და გადასახადების გამოკლების შემდეგ.

მოთხოვნა *(demand)* — საქონლისა და მომსახურების რაოდენობა, რისი ყიდვა სურთ და შეუძლიათ მომხმარებლებს მოცემული ფასით მოცემულ დროს. მოთხოვნისა და მიწოდების თეორიას საფუძვლად უდევს მარტივი, საღი აზრი: მომხმარებლები მეტ საქონელს ყიდულობენ დაბალ და ნაკლებს — მაღალ ფასად. მწარმოებლები კი გასაყიდად მეტ საქონელს სთავაზობენ მაღალ და ნაკლებს — დაბალ ფასად. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მიწოდებისა და მოთხოვნის მოცულობები განუხრელად არის ერთმანეთთან დაკავშირებული და მათ შორის წონასწორობა ყოველ კონკრეტულ მომენტში მიმდინარე საბაზრო ფასში აისახება.

მოთხოვნილებები (საჭიროებები) *(needs)* — ყველაზე ძირითადი დოვლათი, რომელიც აუცილებელია ადამიანის ფიზიკური, ფსიქოლოგიური და სოციალური არსებობისათვის, საჭიროებები *(wants)* კი — სასურველი დოვლათი მომხმარებლისათვის მისი გამოცდილებიდან, კულტურული ტრადიციებიდან და პიროვნული თავისებურებებიდან

გამომდინარე. მოთხოვნები ეფუძნება მოთხოვნილებებს, რომლებიც დიდი სპეციფიკურობით ხასიათდება. მწარმოებლები არ ჰქმნიან მოთხოვნილებებს, მაგრამ ისინი აყალიბებენ საჭიროებებს და მომხმარებლებს არჩევანის საშუალებას აძლევენ.

მოკვდაობის (სიკვდილიანობის) ზოგადი კოეფიციენტი — კოეფიციენტი, რომელიც გვიჩვენებს გარდაცვლილთა რაოდენობას მოსახლეობის ყოველ 1000 სულზე. გამოისახება პრომილეთი (‰). მოკვდაობა, ბავშვთა მოკვდაობასა და სიცოცხლის ხანგრძლივობასთან ერთად, მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობის ერთ-ერთი მაჩვენებელია.

მოლოდინების თეორია *(expectancy theory)* — კონცეფცია, რომლის მიხედვითაც მუშაკის მიერ დახარჯული შრომის ოდენობა დამოკიდებულია მოსალოდნელ ანაზღაურებაზე.

მომსახურების სფერო *(service sector)* — ეკონომიკის დარგი, რომელიც დაკავებულია მრავალფეროვანი პირადი და საწარმოო მომსახურების მიწოდებით. ამ სფეროს მიაკუთვნებენ: საპარიკმახეროებს, ტურიზმს, ტრანსპორტს, საცალო ვაჭრობას, საბანკო საქმეს, დაზღვევას და ა.შ. მომსახურების სფერო, პირველად და სამრეწველო სექტორებთან ერთად, ქმნის ეკონომიკური საქმიანობის ერთიან ჯაჭვს, რომელიც აყალიბებს თანამედროვე ეკონომიკას.

არსებობს სხვაგვარი დეფინიციებიც. მომსახურების სფერო: 1. ეკონომიკის დარგების ერთობლიობაა, რომელიც მოსახლეობას მომსახურებას სთავაზობს. როგორც წესი, მომსახურების სფეროში შეაქვთ: კულტურა, განათლება, ჯანმრთელობის დაცვა, საყოფაცხოვრებო მომსახურება; 2. ფირმები, რომლებიც აწარმოებენ „არახელშესახებ" საქონელს ან კლიენტს მისი ინტერესების გათვალისწინებით სთავაზობს სასარგებლო მომსახურებას.

მონოპოლია *(monopoly; ბერძ. monos — ერთი + poleo — ვყიდი)* — 1. ბაზრის ტიპი, რომლისთვისაც დამახასიათებელია: ა) ერთი ფირმა და მრავალი მომხმარებელი, ე.ი. ბაზარზე წარმოდგენილია ერთადერთი მწარმოებელი, რომელიც თავის პროდუქციას ყიდის წვრილ, ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად მოქმედ მყიდველებზე; ბ) საქონელშემცვლელების არარსებობა, ე.ი. არ არის მონოპოლისტის პროდუქციის მსგავსი შემცვლელები; გ) დაბლოკილია ბაზარზე შესვლა, ე.ი. ბარიერები იმდენად ძლიერია, რომ შეუძლებელია ბაზარზე ახალი ფირმების გამოჩენა;

2. მოკლე განმარტებით, მონოპოლია არის ბაზარი, სადაც არ არის ნორმალური კონკურენცია იმის გამო, რომ მას ერთი კომპანია აკონტროლებს.

ზოგიერთი მკლევარი მონოპოლიას განიხილავს როგორც ბაზარზე შექმნილ ვითარებას, როდესაც ერთი სამეურნეო სუბიექტი აკონტროლებს გარკვეული დოვლათის (საქონლის ან მომსახურების) მიწოდებას. მონოპოლიური უფლება შეიძლება, წარმოიშვას ბუნებრივი გზით ან გაჩნდეს სამეურნეო სუბიექტის მიერ რომელიმე საქმიანობის (წარმოების, რეწვის, გარკვეული ობიექტებისა და პროდუქტების გამოყენების) განხორციელებაში ბაზარზე გაბატონებული მდგომარეობის დაკავებით.

პრაქტიკაში განასხვავებენ სამი სახეობის მონოპოლიას: 1. დახურულს; 2. ბუნებრივს; 3. ღიას. დახურული მონოპოლიის დროს მონოპოლისტი კონკურენციისაგან დაცულია იურიდიული აკრძალვებითა და შეზღუდვებით. უფრო ხშირად ეს არის სახელმწიფო მონოპოლია. ბუნებრივი მონოპოლია განპირობებულია იმით, რომ ასეთი მონოპოლიის გარეშე შეუძლებელია რესურსების ეფექტიანი გამოყენება. ღია მონოპოლიისას, გარემოებათა დამთხვევის გამო, ბაზარზე ერთი ფირმა არის საქონლის ერთადერთი მწარმოებელიც და მიმწოდებელიც.

მოსახლეობის ბუნებრივი მატება — გარკვეული დროის პერიოდში დაბადებულთა და გარდაცვლილთა რაოდენობას შორის სხვაობის აბსოლუტური სიდიდე. როდესაც დაბადებულთა რაოდენობა აღემატება გარდაცვლილთა რაოდენობას, მაშინ მოსახლეობის ბუნებრივი მატება დადებითია. მოკვდაობის ძალიან მაღალი დონის ან შობადობის დაბალი დონის შემთხვევაში დაბადებულთა რაოდენობა შეიძლება, გარდაცვლილთა რაოდენობაზე ნაკლები აღმოჩნდეს.

მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობა — დაბადებულთა და გარდაცვლილთა ერთობლიობის განმაზოგადებული მაჩვენებელი. განასხვავებენ ბუნებრივ და მექანიკურ მოძრაობას: ბუნებრივი მოძრაობა ასახავს დაბადება-გარდაცვალების შემთხვევებს, მექანიკური მოძრაობა კი — მოსახლეობის გადაადგილებას (გასვლა-შემოსვლას). ბუნებრივი მოძრაობის კოეფიციენტის გაანგარიშებისას მას (ბუნებრივ მოძრაობას), ჩვეულებრივ, მიაკუთვნებენ, აგრეთვე, ქორწინებასა და განქორწინებას, თუმცა, ისინი უშუალოდ არ ცვლიან მოსახლეობის რიცხოვნობას.

მოტივაცია *(motivating)* — ხელმძღვანელობის ფუნქცია, რომლის მიზანია, მუშაკებს გამოუმუშაოს შრომისადმი სტიმულები და განაწყოს ისინი უკეთ მუშაობისათვის.

მოტივაციის კლასიკური თეორია *(classical theory of motivation)* — თეორია, რომლის თანახმადაც შრომითი აქტივობის ერთადერთ სტიმულს ფული წარმოადგენს.

მოქნილი სამუშაო გრაფიკი *(flextime)* — სამუშაო რეჟიმი, რომლის დროსაც მუშაკებს შეუძლიათ, დამოუკიდებლად დაგეგმონ მუშაობის დაწყებისა და დამთავრების დრო.

მრავალეროვნული კორპორაცია *(multinacional corporation)* — ფირმა, რომელიც ერთზე მეტ ქვეყანაში მოქმედებს.

მსხვილი საწარმო — ფირმა, რომელიც აწარმოებს დარგის პროდუქციის მთლიანი მოცულობის მნიშვნელოვან, არსებით ნაწილს ან ხასიათდება დიდი მოცულობითი მაჩვენებლებით (დასაქმებულთა რაოდენობა, გაყიდვების ოდენობა, აქტივების სიდიდე). არსებობს საწარმოსათვის მსხვილი თანრიგის მიკუთვნების დარგობრივი, ტერიტორიული და სახელმწიფო პარამეტრები. მაგალითად, მანქანათმშენებლობაში განმსაზღვრელ ფაქტორად ითვლება პროდუქციის გამოშვების მოცულობა, ძირითადი ფონდების ღირებულება, დასაქმებულთა რაოდენობა. აგროსამრეწველო კომპლექსში განმსაზღვრელი მაჩვენებელია სავარგულების ფართობი ან პირუტყვის სულადობა მეცხოველეობაში. ბუნებრივია, დიდ და პატარა ქვეყნებში განსხვავებული მოცულობითი მაჩვენებლები გამოიყენება საწარმოებისათვის ამა თუ იმ კატეგორიის მისაკუთვნებლად. საქართველოს კანონმდებლობით, მსხვილად ითვლება ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის ნებისმიერი საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო-წლიური რაოდენობა 100 მუშაკს აღემატება, ხოლო წლიური ბრუნვა — 1500 ათასს ლარს.

მცირე ბიზნესი *(small business)* — ბიზნესი, რომელიც მცირე ფირმებში ხორციელდება და კერძო მეწარმეების, პატარა, წვრილი საწარმოების სამეწარმეო საქმიანობას ეფუძნება. მცირე ბიზნესი ძირითადად დამახასიათებელია წარმოების, ვაჭრობის, მომსახურების სფეროს ზოგიერთი სახეობისა და ფორმისათვის.

მცირე საწარმო *(small business)* — მცირე მეწარმეობის (მცირე ბიზნესის) სუბიექტი, საკუთრების ნებისმიერი ფორმის პატარა, მცირე საწარმო, რომლისთვისაც დამახასიათებელია მუშაკთა შეზღუდული რაოდენობა (არაუმეტეს, რამდენიმე ასეულისა) და ქვეყნის, რეგიონის საწარმოთა პროფილური საქმიანობის (თავისი დარგის) მთლიან მოცულობაში ძალიან მცირე წილი უკავია და დამოუკიდებელი მფლობელი მართავს. საწარმოს წილს ძირითადად გამოშვებული და რეალიზებული პროდუქციის (მომსახურების) ღირებულების მიხედვით განსაზღვრავენ, თუმცა, შეიძლება, გამოყენებულ იქნეს სხვა პარამეტრებიც. საქართველოს კანონმდებლობით, მცირე საწარმოს მიეკუთვნება ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის ნებისმიერი საწარმო, რო-

მელშიც დასაქმებულთა საშუალო-წლიური რაოდენობა 20 მუშაკს არ აღემატება, ხოლო წლიური ბრუნვა — 500 ათასს ლარს.

ნარჩენი ღირებულება *(depreciated value)* — გარკვეული დროის განმავლობაში გამოყენებული ქონების ღირებულება, რომლის გამო იგი (ნარჩენი ღირებულება) ნაკლებია მის პირვანდელ ოდენობაზე.

ნებაყოფლობითი გაკოტრება *(voluntary bankuptcy)* — გაკოტრების პროცედურა, რომელიც თვით მოვალის ინიციატივით ხორციელდება.

ოთხი „პი" *(four Ps)* — მარკეტინგის შემადგენელი ელემენტები: საქონელი, ფასი, ადგილი, დაწინაურება (წინ წაწევა; გასაღება),

ოლიგოპოლია *(oligopoly)* — ბაზარი, რომელსაც მწარმოებელთა მცირე ჯგუფი აკონტროლებს.

ოლიგოპსონია *((oligsony; ბერძ. oligos— მცირერიცხოვანი (ცოტაოდენი, რამდენიმე) + opsonia— ვყიდულობ, ვიძენ)* — მომხმარებელთა კონკურენციის ფორმა, რომლის დროსაც საქონლის ბაზარზე მსხვილი მყიდველების მცირერიცხოვანი ჯგუფი უპირისპირდება მრავალი საქონლის გამყიდველს (მწარმოებელს), რომელთა რიცხვი მნიშვნელოვნად აღემატება ბაზარზე წარმოდგენილ მყიდველთა შეზღუდულ რაოდენობას. ოლიგოპსონისტების ანუ მსხვილი მყიდველების წილი მოცემული საქონლის ბაზარზე იმდენად დიდია, რომ მათ ხშირად ძალუძთ, ფასისმიერი შეღავათების ფორმით დადონ მწარმოებლებთან მათთვის (მყიდველებისათვის) ხელსაყრელი შეთანხმებები საბითუმო შესყიდვებსა და კრედიტის ვადების გაგრძელებაზე.

ორგანიზაცია *(organisation; ფრანგ. organisation; ლათ. Organizo — ვაძლევ მწყობრ სახეს)* — არსებობს ორგანიზაციის სხვადასხვანაირი განსაზღვრება. ორგანიზაცია არის : 1. ფირმის ან სახელმწიფო ორგანოს საძალაუფლებო სტრუქტურა. მასში, ჩვეულებრივ, გამოიყოფა მართვის რამდენიმე დონე: პირამიდის მწვერვალზე იმყოფება აღმასრულებელი დირექტორი, იერარქიის ქვემოთ მდებარე დონეებზე იზრდება რიცხვი უფროსი, საშუალო და უმცროსი მმართველების, ოპერატიული პერსონალის, გამყიდველების, კლერკებისა, რომლებიც პირამიდის საფუძველს ჰქმნიან. ორგანიზაციის სტრუქტურა გულისხმობს ბრძანებების გაცემას ზემოდან ქვემოთ, მათი მზარდი დაზუსტებებით, ქვემოდან ზემოთ, ინფორმაციული უკუკავშირის პირობებში.

2. ტრადიციული გაგებით, ფირმა მოიაზრება როგორც გადაწყვეტილებათა მიღების ერთიანი სისტემა, რომელიც ადეკვატურად

უპასუხებს მისი მმართველი მეწარმის ბრძანებებს. პრაქტიკაში მსხვილი, რთული ორგანიზაციების სტრუქტურა და ფუნქციონირება თვითონ ახდენს ზემოქმედებას გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესზე და ამ ორგანიზაციების საქმიანობის მიზნების სპეციფიკაზე;

3. ორგანიზაცია მართვის სიტემის შემადგენელი ნაწილია, რომლის არსია სისტემის ცალკეული ელემენტების მოქმედების კოორდინირება მისი თითოეული ნაწილის ფუნქციონირების ურთიერთშესაბამისობის მისაღწევად;

4. ერთობლივი საქმიანობისათვის გარკვეული სტრუქტურის ფარგლებში ადამიანების გაერთიანების ფორმა, რომლის დროსაც მათ შორის ურთიერთობა მიზანმიმართული პროცესის ფორმას იღებს;

5. დაწესებულება (მაგალითად, სკოლა, ინსტიტუტი, ბანკი, სამთავრობო სტრუქტურა), რომელიც მოწოდებულია, შეასრულოს მასზე დაკისრებული ფუნქციები და გადაწყვიტოს გარკვეული წრის ამოცანები..

ორგანიზაციული სტრუქტურა *(organization sructure)* — ფორმალური წესები, რომლებიც შემუშავებულია მენეჯერთა მიერ მუშაკთა შორის შრომის დანაწილებისა და თანამდებობრივ მოვალეობათა განაწილების, მართვის ნორმებისა და თანაქვემდებარეობის განსაზღვრის, ასევე, ორგანიზაციის ამოცანების კოორდინაციის მიზნით.

ოჯახი *(household)* — ქორწინების თუ ნათესაობის საფუძველზე შექმნილი მცირე სოციალური ჯგუფი, რომლის წევრები დაკავშირებული არიან ერთმანეთთან ყოფაცხოვრების ერთიანობით, ურთიერთმხარდაჭერითა და მორალური პასუხისმგებლობით.

დემოგრაფიულ ლიტერატურაში განასხვავებენ: ავტორიტარულ, არასრულ, ბიოლოგიურ, დემოკრატიულ, დიდ, ეგალიტარულ, მარტივ, მრავალშვილიან, მცირეშვილიან, ნუკრეალურ, რთულ, საშუალოშვილიან, სრულ, უშვილო ოჯახებს.

პაბლისიტი — *(publisity — სახალხო, საქვეყნო)* — 1. ფირმის, საწარმოს სახელგანთქმულობა, პოპულარობა;

2. პროპაგანდა, მომხმარებლებზე ზემოქმედება, რომლის მიზანია საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის გადიდება რეკლამის, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში პუბლიკაციებისა და გადაცემების მეშვეობით, ნიმუშების შეღავათიან ფასებში გაყიდვის, სუვენირების დარიგებითა და მოთხოვნის სხვა ანალოგიური მეთოდებითა და საშუალებებით სტიმულირების გზით;

3. რეკლამის სახელწოდება აშშ-ში — მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით გადაცემული უფასო ინფორმაცია ზოგიერთი ფირმის ან მისი გამოშვებული პროდუქციის შესახებ.

პარტიციპალური სტილი — მართვის ერთ-ერთი სტილი. ასეთი სტილის ლიდერი თავის თანამშრომლებთან ერთად თანასწორი უფლებებით მონაწილეობს გადაწყვეტილების მიღებაში, რითაც ქმნის საერთო იდეის თანაზიარობის განწყობილებას. პარტიციპალური სტილის მმართველობა მას საშუალებას აძლევს, ძალაუფლება და პასუხისმგებლობა გაინაწილოს თავის თანამშრომლებთან, გზა მისცეს ინფორმაციის ღია და პირდაპირ ნაკადებს ორგანიზაციული სტრუქტურის შიგნით, რაც ასტიმულირებს შრომის ნაყოფიერების ზრდას, ქმნის შემოქმედებით ატმოსფეროს და ჯგუფური ეროიანობის განწყობას.

პირადი გაყიდვები *(personal selling)* — უშუალო კონტაქტი გამყიდველსა და ერთ ან რამდენიმე პოტენციურ მყიდველს შორის.

პირადი საკუთრება — საკუთრება, რომელიც ადამიანს, ოჯახს ეკუთვნის; ინდივიდუალური საკუთრება. ჩვეულებრივ, პირად საკუთრების ობიექტებს მიეკუთვნება არაწარმოებითი საყოფაცხოვრებო ობიექტები, ნივთები, ქონება.

პირველადი ჯგუფი — საერთო ფასეულობებით, მიზნებითა და ქცევის სტანდარტებით გაერთიანებულ ადამიანთა ჯგუფი, რომლებსაც ერთმანეთთან ახლო პიროვნული კონტაქტები აკავშირებთ. სიტყვა „პირველადი" თავდაპირველად გამოიყენებოდა იმის ხაზგასასმელად, რომ ეს ჯგუფები პირველები ზემოქმედებენ ინდივიდის სოციალურ განვითარებაზე, რისი ნათელი მაგალითია ოჯახი.

„პონცის აფიორა" *(„Ponzi scheme")* — ყალთაბანდობის სახეობა, რომლის დროსაც უფრო გვიანდელი ინვესტორებისაგან მიღებული ფული ადრინდელი ინვესტორების ვალის გასასტუმრებლად გამოიყენება.

პრეს-რელიზი *(press release)*— მოკლე განცხადება ან ვიდეოპროგრამა, რომელიც ხელს უწყობს საინფორმაციო საშუალებებში ცნობების განთავსებას კომპანიის ახალი საქონლის, მის ხელმძღვანელობაში ცვლილებების, გაყიდვებისა და სხვა სიახლეების შესახებ, რომლებიც წარმოადგენს საზოგადოების ინტერესს.

პრივილეგირებული აქციები *(preferred stock)* — აქციები, რომელთა მფლობელებს უფლება აქვთ, პირველ რიგში მოითხოვონ კომპანიის დივიდენდები და აქტივები.

პროტექციონიზმი *(protectionizm; ლათ. protectio — დაცვა, დაფარება, მფარველობა, მფარველობის ქვეშ აყვანა, პატრონობა)* — სახელმწიფო პროტექციონისტული ეკონომიკური პოლიტიკა უცხოეთის კონ-

კურენციისაგან საშინაო ბაზრის დასაცავად. ვიწრო გაგებით, პროტექციონიზმში იგულისხმება საბაჟო პოლიტიკა, რომელსაც ცალკეული ქვეყნები წინასწარგამიზნულად ახორციელებენ საშინაო ბაზარზე უცხოური წარმოშობის საქონლის შეზღუდვის ან არდაშვების მიზნით ტარიფებისა და კვოტების გზით ბარიერების აღსამართავად. ფართო გაგებით კი პროტექციონიზმი გულისხმობს ღონისძიებათა სისტემას, რომელიც მიმართულია ეროვნული მწარმოებლების ინტერესების დასაცავად, ასევე, ეროვნული წარმოების წახალისება-სტიმულირებისაკენ. საბაჟო პოლიტიკა მხოლოდ ნაწილია ამ სისტემისა.

პროტექციონიზმს ახორციელებენ ცალკეული სახელმწიფოები ან ეკონომიკური გაერთიანებები (მაგალითად, ევროკავშირი მესამე ქვეყნებიდან სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის იმპორტთან მიმართებაში), ე.ი. ასეთ შემთხვევაში საქმე გვაქვს *კოლექტიურ პროტექციონიზმთან*. თუ უცხოელი კონკურენტებისაგან იცავენ მთლიანად ეროვნულ მეურნეობას, მაშინ ასეთ პოლიტიკას ტოტალურს უწოდებენ, ხოლო თუ საქმე სახალხო მეურნეობის მხოლოდ ცალკეულ დარგებს შეეხება, მაშინ — სელექციურს ანუ შერჩევითს. ამის მაგალითია აგრარული პროტექციონიზმი.

პროტექციონიზმს დიდი ხნის ტრადიცია აქვს. თანამედროვე პირობებში კარდინალურად იცვლება პროტექციონიზმის ცალკეული ინსტრუმენტების როლი. თუ წინათ ღია პროტექციონიზმის არსენალში განსაკუთრებული ადგილი ეჭირა მაღალ, ე.ი. პროტექციონისტულ საბაჟო გადასახდელებს, მრავალრიცხოვან შეზღუდვებს, ახლა, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის გადაწყვეტილებით, მსოფლიოს უმრავლესმა ქვეყნებმა არ შეიძლება, ყოველივე ეს გამოიყენონ ცალკეული დარგების დასაცავად (განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნების გარდა). ამიტომ წინა პლანზე წამოწეულია სანიტარული და ტექნიკური კონტროლის შენიღბული (გაბუნდოვანებული, მიჩქმალული, ნაკლებად გამჭვირვალე) ელემენტები, თუმცა, დაწესებულია შეზღუდვის ფარგლებიც — არ შეიძლება ბაჟის ოდენობა საქონლის ღირებულების 10 პროცენტს აღემატებოდეს. მიუხედავად იმისა, რომ პროტექციონისტული პოლიტიკა არ მიიჩნევა ისეთ მოქმედებად, რომელიც შეესაბამება ეროვნულ და საერთაშორისო თანამეგობრობის ინტერესებს, მის სასარგებლოდ მაინც შეიძლება ზოგიერთი მნიშვნელოვანი არგუმენტის მოყვანა.

ერთ-ერთი ასეთი არგუმენტი შეიძლება იყოს ახალგაზრდა (ახლადგანვითარებადი) დარგის დაცვა კონკურენტებისაგან. ამ შემთხვევაში პროტექციონიზმი შეიძლება, ეფექტიანი საშუალება გახდეს ასეთი დარგის განვითარების სტიმულირებისათვის, რასაც შეუძლია, არსებითად აამაღლოს ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალი, მაგრამ

იგი ვერ შეძლებს განვითარების დაწყებას, თუ სასტარტო ეტაპზე არ იქნება დაცული იმპორტისაგან. გარკვეული დროის განმავლობაში ასეთი დროებითი მფარველობა არ ეწინააღმდეგება თავისუფალი ვაჭრობის წესებს, თუმცა, მაინც წარმოიშობა ზოგიერთი პრობლემა. საქმე ისაა, რომ ზოგჯერ სამეურვეო დარგები შეირჩევა არა შედარებითი უპირატესობების საფუძველზე, არამედ სხვა, არაეკონომიკური მოსაზრებებით, რის შედეგად „ახალგაზრდა დარგი", მისი ღირსების გაუთვალისწინებლად, შეიძლება საეჭვო პროდუქციის წარმოების გასამართლებელ საბაბად იქცეს, ხოლო დროებითი მფარველობა მეტ ხანს გაგრძელდეს, ვიდრე ეს აუცილებელია.

რეგისტრირებული უმუშევარი — უმუშევარი, რომელიც დარეგისტრირებულია დასაქმების სამსახურში.

რეიტინგი *(rating)* — 1. ობიექტების განაწილება გარკვეული განმასხვავებელი ნიშნების მიხედვით. მაგალითად, უმსხვილესი ბანკების რეიტინგი რანჟირებულია აქტივების სიდიდეებით ან მათი სიმყარის ხარისხით, ფასიანი ქაღალდების რეიტინგი — საიმედოობის მაჩვენებლებით, სესხებისა — კრედიტუნარიანობით და ა.შ.;

2. ფირმის, საწარმოს, ბანკის მნიშვნელობის, ნიშნადობის, მასშტაბების შეფასება, ასევე, მაჩვენებელი, რომელიც ახასიათებს კომპანიის კრედიტუნარიანობას.

რეკლამა *(advertising)* — 1. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით გავრცელებული ფასიანი განცხადება, რასაც მისი მიმწოდებლები (სპონსორები) აფინანსებენ;

2. რეკლამის განმთავსებლის მიერ ინფორმაციის საშუალებების მეშვეობით მიზნობრივ ბაზარზე უპიროვნო ზემოქმედების ფასიანი ფორმა.

რეკლამას შეიძლება, მრავალნაირი ფორმა ჰქონდეს, მაგრამ მისი მთავარი ღირსება, უპირველესად, განისაზღვრება იმით, თუ რამდენად ფართო აუდიტორიას მოიცავს შედარებით მცირე დანახარჯების პირობებში. ამასთან ერთად, რეკლამას ახასიათებს ზოგიერთი ნაკლოვანება: ჯერ ერთი, საკმაოდ მნიშვნელოვანია ერთდროული დანახარჯები მის ორგანიზაციაზე; მეორე, რეკლამა ვერ უზრუნველყოფს ისეთ უშუალო უკუკავშირს, როგორსაც მყიდველებთან უშუალო კონტაქტები იძლევა, ამასთანავე, ძნელია მისი პერსონიფიცირება; დაბოლოს, მესამე, რეკლამის საშუალებით ყოველთვის ვერ ხერხდება კლიენტებზე ისეთი ეფექტიანი ზემოქმედება, როგორც ეს პირადი გაყიდვების დროს მიიღწევა.

რეცესია *(recession)* — პერიოდი, როდესაც მცირდება ეროვნული შემოსავლის მოცულობა და ეცემა წარმოებისა და დასაქმების დონე.

საარსებო მინიმუმი — ადამიანისათვის მინიმალურად აუცილებელი დოვლათის, სასიცოცხლო საშუალებების ნაკრების (ერთობლიობის) ღირებულება, რაც სიცოცხლის შენარჩუნების შესაძლებლობას იძლევა.

სააქციონერო კაპიტალი *(equity)*— ფულადი სახსრები, რომლებიც კომპანიის ჩვეულებრივი აქციების გაყიდვით მიიღება.

სააქციონერო საზოგადოება — საზოგადოება, რომელსაც აქვს ერთი და იგივე ნომინალური ღირებულების მქონე აქციებად დაყოფილი საწესდებო კაპიტალი. საქართველოს კანონმდებლობით, საწესდებო კაპიტალი უნდა შეადგენდეს სულ მცირე 15000 ლარს.

საბაუქციონო ბირჟა — ცენტრალიზებული ბაზარი, სადაც იმართება ფასიანი ქაღალდებით ვაჭრობა და ინვესტორთა სახელით სპეციალისტები გამოდიან.

საბაზრო ინდექსები *(market index)* — საფონდო ბაზრების მდგომარეობის მაჩვენებლები, რომლებიც გაანგარიშებულია ფასიანი ქაღალდების თავისუფალი შერჩევის საფუძველზე.

საბაზრო სეგმენტი *(market segment)* — ადამიანების ან ორგანიზაციების ჯგუფი, რომლებსაც საერთო მახასიათებლები აქვთ.

საბაზრო ურთიერთობები *(market relations)* — საზოგადოებრივი ურთიერთობები, რომლებიც განპირობებულია ბაზრის ფუნქციონირებით. აღმოცენდა მრავალი ათასწლეულის წინათ შრომის საზოგადოებრივი დანაწილებისა და მწარმოებელთა ეკონომიკური განკერძოების შედეგად. გარეგნულად გამოიხატება როგორც საქონლის მესაკუთრეთა ურთიერთმოქმედება, რომლის დროსაც ხდება გასაყიდად წარმოებული საქონლის თავისუფალი, ე.ი. თანასწორი გაცვლა.

პროდუქტი საქონლად რომ იქცეს, მას უნდა ჰქონდეს: 1. სამომხმარებლო ღირებულება (სარგებლიანობა) მყიდველისათვის ანუ უნარი, დააკმაყოფილოს მისი (მყიდველის) ზოგიერთი მოთხოვნილება; 2. ჩართული იყოს გაცვლით ურთიერთობებში და ფლობდეს საცვლელ ღირებულებას, ე. ი. გარკვეული პროპორციით უტოლდებოდეს (უთანაბრდებოდეს) სხვა საქონელს. ამ შესადარისობის მატერიალური საფუძვლების შესახებ სხვადასხვა თვალსაზრისი არსებობს. პოლიტეკონომიის მარქსისტული მიმართულების მომხრეები, რომლებიც გენეტიკურად კლასიკურ სკოლასთან არიან დაკავშირებული, ვარაუდობენ, რომ მას საფუძვლად უდევს წარმოების საზოგადოებრივი დანახარჯები, რომლებიც განსაზღვრავს საქონლის ფასეულობას.

შრომითი ღირებულების თეორია ყველაზე თანამიმდევრულად ჩამოაყალიბა კ. მარქმა თავის გამოკვლევებში. სხვა შეხედულებით, რომელიც XIX ს. მეორე ნახევარში აღმოცენდა და ცნობილია ზღვრული სარგებლიანობის თეორიის სახელწოდებით, საქონლის ფასეულობა, უწინარეს ყოვლისა, გაცვლის კატეგორიაა, რამდენადაც იგი (საქონლის ფასეულობა) სინამდვილეში გაცვლის პროცესში დგინდება. რაც უფრო მეტი საქონელი იწარმოება, სხვა თანაბარ პირობებში, მითუფრო ნაკლებია მისი ფასეულობა, ე.ი. საქონლის ფასეულობა იზომება მისი ზღვრული სარგებლიანობით ანუ იმ სარგებლიანობით, რასაც ადამიანისათვის მოცემული საქონლის ბოლო ეგზემპლარი წარმოადგენს.

ფასეულობისა და ფასის შესახებ უფრო ფართოდ არის გავრცელებული ნეოკლასიკური თეორია, რომელსაც საფუძველი ინგლისელმა მეცნიერმა ა. მარშალმა ჩაუყარა. მის შრომებში ფასი წარმოდგენილია როგორც მიწოდების (წარმოების დანახარჯების გათვალისწინებით), ისე მოთხოვნის (საქონლის ზღვრული სარგებლიანობის გათვალისწინებით) მხარეებზე მდებარე საბაზრო ძალების ურთიერთმოქმედების შედეგი.

სასაქონლო ურთიერთობები ფულის არსებობას გულისხმობს. სხვადასხვა ეკონომიკური სკოლა განსხვავებულად ხსნის მისი წარმოშობის მიზეზებს. საქონლის სამყაროდან ფულის, როგორც საქონლის, გამოყოფა, ადამიანის სამეურნეო საქმიანობის შედეგია. იგი (ფული) რამდენიმე ფუნქციას ასრულებს, მათ შორის, აღსანიშნავია: ღირებულების საზომის ფუნქცია, გაცვლის საშუალების ფუნქცია, დაგროვების საშუალების ფუნქცია, გადახდის საშუალების ფუნქცია. გარკვეულ ეტაპზე იგი ასრულებდა, აგრეთვე, მსოფლიო ფულის ფუნქციას. თანამედროვე ფული აბსოლუტურად ლიკვიდური, საყოველთაოდ აღიარებული გაცვლის საშუალებაა, ამასთანავე ფულის მიმოქცევის მდგრადობა განისაზღვრება მიმოქცევაში არსებული ფულის რაოდენობით.

ფულის მიმოქცევის უცვლელი სისწრაფის პირობებში მისი (ფულის) რაოდენობის ეკონომიკურად დასაშვებ ზღვარზე გადამეტება იწვევს ფასების ზრდას, რაც, თავის მხრივ, ინფლაციის ერთ-ერთი მიზეზია. ფულის თანამედროვე მიმოქცევა იმით გამოირჩევა (ხასიათდება), რომ ზოგიერთი ფულადი ერთეული (აშშ დოლარი, იაპონური იენა და ა.შ.) სარეზერვო ვალუტის როლს ასრულებს, ე. ი. მიმოქცევაშია ეროვნულ საზღვრებს გარეთაც. 1979 წლიდან საერთაშორისო ანგარიშსწორებაში გამოიყენებოდა ევროკავშირის ქვეყნების ევროპული ფულადი ერთეული ეკიუ, რომელიც 1999 წელს ევრო-თი შეიცვალა, ხოლო 2002 წლიდან ევროკავშირის 12 ქვეყნის ფულადი

ერთეული გახდა. ევრო, ასევე, გამოიყენება ევროკავშირთან ასოცირებულ სახელმწიფოებში (ვატიკანი, სან-მარინო, ანდორა, ჩერნიგორია), აგრეთვე, ყოფილი „ფრანგული ფრანკის ზონის" ქვეყნებში.

სასაქონლო-ფულადი ურთიერთობების აღმოცენება უმნიშვნელოვანესი მოვლენაა კაცობრიობის განვითარების ისტორიაში. მან არსებითად გაზარდა ეკონომიკის ეფექტიანობა, რამდენადაც არც ნატურალური მეურნეობა და არც ბარტერული (პირდაპირ, უფულო) გაცვლები ვერ უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი შრომის ნაყოფიერების სწრაფ გადიდებას. პრაქტიკამ ცხადყო, რომ საბაზრო ურთიერთობები საზოგადოებრივი წარმოების მაღალი ეფექტიანობის მიღწევის საშუალებას იძლევა, თუმცა ზოგიერთ სფეროში აუცილებელია მათი შეზღუდვა ან სახელწიფოებრივი რეგულირება მათვის ნიშანდობლივი შინაგან წინააღმდეგობათა დასაძლევად.

საყოველთაოდ აღიარებული ჭეშმარიტებაა, რომ აუცილებელია თავისუფალი მეწარმეობისა და სახელმწიფოებრივი რეგულირების შეთანაწყობის, შეხამების ოპიტიმალური საზღვრების პოვნა. XX საუკუნის მეორე ნახევარში მნიშვნელოვნად გაფართოვდა საბაზრო ურთიერთობათა სფერო. განვითარებად ქვეყნებში, ასევე ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში მილიარდობით ადამიანი უფრო აქტიურად ჩაება თავიანთი ქვეყნების ეკონომიკურ ცხოვრებაში, შეინიშნება საშინაო ეროვნული ბაზრების გაფართოება, იქმნება ეროვნული საფინანსო-საბანკო სტრუქტურები, მყარი ტემპებით იზრდება მსოფლიო ვაჭრობის მოცულობა, რომლის წილი სულ უფრო მაღლდება მსოფლიოს მთლიან შიდა პროდუქტში, ძლიერდება ტრანსნაციონალური კორპორაციებისა და ბანკების როლი მსოფლიო ეკონომიკაში, ეროვნული ეკონომიკების შექმნისა და განვითარების პროცესების გაძლიერებასთან ერთად, მათმა (ეროვნული ეკონომიკების) ურთიერთმოქმედებამ და ურთიერთდამოკიდებულებამ გლობალური ხასიათი შეიძინა. მიუხედავად ამისა, ეროვნული ეკონომიკების საბაზრო ურთიერთობათა პრინციპებზე გადაყვანა ხანგრძლივი და საკმაოდ მტკივნეული პროცესია. ეს კარგად ჩანს პოსტსოციალისტური ქვეყნების, მათ შორის, საქართველოს მაგალითზე.

საბაზრო ფასიანი ქაღალდები *(marketable securties)* — აქციები, ობლიგაციები და სხვა სახეობის ინვესტიციები, რომლებიც შეიძლება სწრაფად იქნეს განაღდებული.

საბაზრო წარმოება — მოიცავს საქმიანობას ქარხნებში, ფაბრიკებში, ფირმებში, ფერმებში, მაღაზიებში, საოჯახო საწარმოებში და ა.შ., სადაც იწარმოება საქონელი და მომსახურება შემდგომში ბაზარზე გასაყიდად.

საბაზრო წილი *(market share)* — პროცენტულად გამოხატული დარგში გაყიდვების საერთო მოცულობა, რომელიც მოცემულ კომპანიაზე მოდის.

საბალანსო ანგარიში *(balance sheet)* — საფინანსო ანგარიში, რომელიც ასახავს აქტივების, ვალდებულებებისა და საკუთარი კაპიტალის მდგომარეობას გარკვეული პერიოდისათვის.

საბანკო ავტომატი *(automated teller)* — ელექტრონული ტერმინალი, რომელიც საშუალებას აძლევს ადამიანებს, ბანკის მუშაკების დაუხმარებლად შეასრულონ მარტივი საბანკო ოპერაციები.

საბაჟო პროტექციონიზმი — სახელმწიფო ეკონომიკური სტრატეგია, რომელიც მიზნად ისახავს საზღვარგარეთელი კონკურენტებისაგან თავის დასაცავად შემოზიდულ (შემოტანილ) საქონელზე მაღალი ტარიფების დაწესებას და საქონლის შემოზიდვის (შემოტანის) ლიცენზირებას.

საბრუნავი კაპიტალი *(working capital)* — მიმდინარე აქტივებს მინუს მოკლევადიანი ვალდებულებები.

საბუღალტრო ანგარიში *(accounting)* — ორგანიზაციის საქმიანობის საფინანსო მაჩვენებლების რეგისტრაციის, სისტემატიზაციისა და განზოგადების პროცესი.

საგარეო სექტორი *(foreiyn sector)* — ეკონომიკის ნაწილი, რომელიც საზღვარგარეთის ქვეყნებთან დადებულ გარიგებებს ემყარება. მოიცავს საქონლისა და მომსახურების იმპორტსა და ექსპორტს, ასევე, საინვესტიციო და საბანკო ოპერაციებთან დაკავშირებული კაპიტალის მოძრაობას. საგარეო-ეკონომიკურ გარიგებათა სალდო გავლენას ახდენს საგარეო-ეკონომიკური აქტივობის სტრუქტურასა და საგადასახდელო ბალანსის მდგომარეობაზე. საგარეო სექტორი, ინდივიდუალურ, კორპორაციულ, საფინანსო და სახელმწიფო სექტორებთან ერთად, ქმნის სახალხო მეურნეობას.

საგადასახდელო ბალანსი *(balance of payments)* — ანუ მიმდინარე ოპერაციების ბალანსი. 1. წარმოადგენს საერთაშორისო ვაჭრობის განზოგადებელ მაჩვენებელს, რომელიც ასახავს ქვეყანაში ფულის საერთო შემოდინებას დროის გარკვეულ მონაკვეთში (როგორც წესი, ერთი წლის) გადინების გამოკლებით. საგადასახდელო ბალანსი მოიცავს სავაჭრო ბალანსაც, ასევე, საზღვარგარეთის ქვეყნის მიერ დახმარების სახით მიცემულ საშუალებებს და ინვესტიციებს ძირითად კაპიტალში;

2. ერთი ქვეყნის მიერ სხვა ქვეყნების მისამართით განხორციელებული გადასახდელების მთლიანი თანხა, იმ გადასახდელების გა-

მოქვითვით, რომლებიც მან (ქვეყანამ) სხვა ქვეყნებისაგან გარკვეული პერიოდის განმავლობაში მიიღო.

სადილერო ბირჟა *(dealer exchange)* — დეცენტრალიზებული ბაზარი, სადაც ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვა ხორციელდება დილერების მიერ მათი საკუთარი მარაგებიდან.

საერთო ბაზარი — ქვეყნებს შორის სავაჭრო ინტეგრაციის ფორმა, რომლის დროსაც წევრი-ქვეყნები ერთმანეთთან ურთიერთობაში საქონლისა და მომსახურების მოძრაობის გზაზე თავიდან იცილებენ სავაჭრო ბარიერებს, ხოლო დანარჩენ მსოფლიოსთან ვაჭრობაში ერთიან ბარიერს ჰქმნიან. კერძოდ, საერთო ბაზარი უზრუნველყოფს ეროვნულ საზღვრებს გარეთ შრომისა და კაპიტალის თავისუფალ მოძრაობას. მისი მიზანია საერთაშორისო სპეციალიზაციიდან სარგებლის მიღება, რითაც ზრდის ცხოვრების რეალურ დონეს მის წევრ-ქვეყნებში.

საერთო ბაზრის შექმნის მოკლე და გრძელვადიანი შედეგები უმთავრესად მის წევრ-ქვეყნებს შორის ვაჭრობის მოცულობის ზრდაში ვლინდება. ვაჭრობის გაფართოებას, ჩვეულებრივ, განაპირობებს ბაზარზე რესურსების გადანაწილება წარმოების ყველაზე ნაკლები დანახარჯების სასარგებლოდ, ასევე, სატარიფო ბარიერების აღმოფხვრა და წარმოების დანახარჯების შემცირება.

გარდა ამისა, საერთო ბაზარი უზრუნველყოფს გრძელვადიან ცვლილებებს, რომლებიც ხელს უწყობს წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებას იმდენად, რამდენადაც:

ა) კონკურენცია — სატარიფო და სხვა სავაჭრო ბარიერების აღმფხვრას შეუძლია, გააფართოოს კონკურენციის მოქმედების სფერო; აიძულოს, დატოვონ ბაზარი იმ მწარმოებლებმა, რომლებსაც აქვთ წარმოების მაღალი დანახარჯები, რადგან საქონლისა და მომსახურების ეფექტიანი და მოწინავე მომწოდებლები იღებენ გასაღების ახალ შესაძლებლობებს;

ბ) ეკონომია წარმოების მასშტაბებისაგან — საშინაო ბაზრის მასშტაბების გაფართოება ფირმებს საშუალებას აძლევს, გამოიყენონ მსხვილმასშტაბიანი წარმოებისა და გასაღების უპირატესობები და ამით შეამცირონ წარმოების დანახარჯები და გაზარდონ შედარებითი უპირატესობები;

ბ) ტექნოლოგიური პროგრესულობა — უნდა ვივარაუდოთ, რომ გასაღების შესაძლებლობების გაფართოება და კონკურენციის გაძლიერება ფირმებს უბიძგებს ინვესტიციებისა და ახალი ტექნოლოგიური პროდუქტების დანერგვისაკენ;

დ) ინვესტიციები და ეკონომიკური ზრდა — ისეთი ტენდენციების შეხამებამ, როგორიცაა მოსახლეობის ერთ სულზე შემოსავლების ზრდა, ვაჭრობის მოცულობის გაფართოება, წარმოებისა და ინვესტიციების ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლება და სხვ. შეიძლება, განაპირობოს ეკონომიკური ზრდისა და ცხოვრების რეალური დონის მაღალი ტემპები.

საერთო ბაზრის ერთადერთი მაგალითია ევროპული თანამეგობრობა.

„საერთო ბაზარი" *(Common market)* — ევროპული თანამეგობრობის ერთ-ერთი სახელწოდება; დასავლეთ ევროპის ქვეყნების რეგიონული ინტეგრაციული გაერთიანება, რომელიც ფუნქციონირებს 1958 წლის 1 იანვრიდან რომის (იტალია) ხელშეკრულების საფუძველზე, რომელსაც 1967 წლის მარტში 6 ქვეყანამ (გფრ, საფრანგეთი, იტალია, ბელგია, ნიდერლანდები, ლუქსემბურგი) მოაწერა ხელი. „საერთო ბაზრის" შექმნას წინ უძღოდა 1951 წელს ქვანახშირისა და ფოლადის ევროპული გაერთიანების ჩამოყალიბება. „საერთო ბაზართან" ერთად, იმავდროულად შეიქმნა ატომური ენერგიის ევროპული თანამეგობრობა. დასავლეთ ევროპაში ინტეგრაციული პროცესების გაძლიერებასთან ერთად, „საერთო ბაზარი" მუდმივად ფართოვდებოდა მასში ახალი ქვეყნების გაწევრიანებით.

„საერთო ბაზრის" ნაცვლად, სულ უფრო ხშირად გამოიყენება ტერმინი „ევროპული ეკონომიკური თანამეგობრობა", ხოლო 1967 წლიდან — „ევროპული თანამეგობრობა", რომელიც მოიცავს „ევროპულ ეკონომიკურ თანამეგობრობას", „ევროპულ თანამეგობრობას" და ატომური ენერგიის ევროპულ თანამეგობრობას. მაასტრიხტის (ნიდერლანდი) ხელშეკრულების რატიფიკაციის შემდეგ (1993 წ.) ოფიციალურად ევროკავშირად იწოდება. ცნებები „ევროპული თანამეგობრობა" და „ევროპული კავშირი" ერთმნიშვნელოვანი ცნებებია.

სავალუტო (გაცვლითი) კურსი *(exchange rate)* — პროპორცია, რომლითაც ერთი ქვეყნის ვალუტა რეალურად იცვლება სხვა ქვეყნის ვალუტაზე.

სავაჭრო ბალანსი *(balance of trade)* — თანაფარდობა ქვეყნის მიერ ექსპორტირებული და იმპორტირებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულებათა შორის.

სავაჭრო ბალანსის დეფიციტი *(trade deficit)* — სავაჭრო ბალანსის უარყოფითი სალდო.

საზოგადოება — 1. ყოვლისმომცველი მნიშვნელობით, კაცობრიობა, თუმცა, ასეთი გაგებით ეს ტერმინი თანამედროვე პირობებში ნაკლებად გამოიყენება;

2. ადამიანები, რომელთაც აერთიანებთ: ა) აღიარებული ნორმები, ფასეულობები, როლები და ინსტიტუტები, რომლებიც აყალიბებენ საერთო კულტურის საფუძვლებს; ბ) შედარებით მკაფიოდ შემოსაზღვრული გეოგრაფიული მხარე (არემარე, არე, ადგილი), სადაც ისინი სახლობენ; გ) ერთობის შეგრძნება; დ) კულტურული ნორმებისა და ტრადიციებისადმი კუთვნილების ან კავშირის გრძნობა.

არსებობს ასეთი განმარტებებიც: ა) საზოგადოებას წარმოადგენენ ქვეყნის მოქალაქეები, მისი მოსახლეობა, რომელიც მოიაზრება მათი ისტორიის, ინტერესების, მოთხოვნილებების, სურვილების, მრწამსის, რწმენის, ქცევის, ფსიქოლოგიის ერთობლიობად; ბ) მოქალაქეთა, საწარმოთა გაერთიანება სამეურნეო საქმიანობის ერთობლივად განსახორციელებლად (სამეურნეო საზოგადოება); გ) პირების, მოქალაქეების გაერთიანება საერთო ინტერესების მიხედვით; საზოგადოებრივი ორგანიზაცია, რომელიც ამა თუ იმ საქმის ხელშეწყობად იქმნება.

საზოგადოებრივი დოვლათი *(public goods)* — საქონელი ან მომსახურება, რომელთა წარმოება მაღალი ეფექტიანობით სახელმწიფოს უფრო ძალუძს, ვიდრე კერძო მეწარმეებს.

საინვესტიციო ბანკი *(investment bank)* — საფინანსო ინსტიტუტი, რომელიც სპეციალიზებულია კომპანიების ან სახელმწიფო ორგანიზაციებისათვის სახსრების მოზიდვაზე.

საინვესტიციო პორტფელი *(investment portfolio)* — სხვადასხვა კატეგორიის ინვესტიციების კომბინაცია.

საკუთრება *(propecty; ownershd)* — 1. ადამიანთა შორის საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ურთიერთობების გამომხატველი კატეგორია. წარმოების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში აღმოცენებული ობიექტური კავშირების სისტემა, მატერიალური დოვლათის მითვისების განსაზღვრული სოციალურ-ეკონომიკური ფორმა. საკუთრება საზოგადოებრივი განვითარების გამომხატველი კატეგორიაა და ისევე ცვალებადია, როგორც საზოგადოების ეკონომიკური სუბიექტი.

საკუთრების რეალიზაციის ფორმებია: სარგებლობა, მფლობელობა, განკარგვა და სრული საკუთრება. სარგებლობის უფლება წარმოების საშუალებების ან სხვა ქონების ექსპლუატაციისა და მისგან სარგებლის მიღების საშუალებას იძლევა; მფლობელობის უფლება — წარმოების საშუალებების ან სხვა ქონების, ფაქტობრივად, დაუფლებისა და საკუთრების მფლობელობაში დატოვების შესაძლებ-

ლობაა. მფლობელობა მოიცავს სარგებლობას, როგორც დაქვემდებარებულ მარტივ მომენტს. განკარგვის (სრული საკუთრების) უფლება მესაკუთრეს შესაძლებლობას აძლევს, იმოქმედოს თავისი შეხედულებით და თვითონ განსაზღვროს, საკუთრების ობიექტი დაიტოვოს თუ გაასხვისოს ან გაყიდოს. სრული საკუთრება მოიცავს სარგებლობას და მფლობელობას;

2. დამოკიდებულება ნებისმიერი მატერიალური და არამატერიალური ობიექტის უფლების მფლობელი და ყველა დანარჩენ ადამიანს შორის. ამ თვალსაზრისით გამოყოფენ საკუთრების ორ ძირითად სახეობას: უძრავსა და პირადს. უძრავი ქონება მოიცავს მიწას ყველაფერთან ერთად, რაც მუდმივად მდებარეობს მასზე (ან მასში). იგულისხმება: მცენარეები, შენობები, სასარგებლო წიღისეული.

პირადი საკუთრებაა ყველაფერი, რაც არ მიეკუთვნება უძრავ ქონებას. იგი შეიძლება, წარმოდგენილი იყოს როგორც მატერიალური (მანქანა-დანადგარები, საიუველირო ნაწარმი, სახლები, სხვა „ფიზიკური ობიექტები“), ისე არამატერიალური (საბანკო ანგარიშები, აქციები, სადაზღვევო პოლისები, საპორტფელო გაყიდვები) სახით ანუ ყველანაირი საკუთრება, რომელიც ადამიანს, ოჯახს ეკუთვნის. მაგალითად, მარმარილოს ლოდი, რომელიც მიწაში დევს, მანამ წარმოადგენს უძრავ ქონებას, ვიდრე მიწიდან არ ამოიღებენ, არ დახერხავენ და ბლოკებად არ გაყიდიან. მხოლოდ ამის შემდეგაც იქცევა იგი პირად საკუთრებად.

პირადი საკუთრების ცალკეულ არახელშესახებ (უხილავ) სახეობებს ინტელექტუალურ საკუთრებას უწოდებენ. მათ მიეკუთვნება: სასაქონლო მარკები, კომერციული საიდუმლოებები, პატენტები და საავტორო უფლებები, თუმცა, ზოგჯერ საკმაოდ ძნელია იმის დადგენა, ესა თუ ის ობიექტი მიეკუთვნება თუ არა ინტელექტუალურ საკუთრებას.

სამართლიანობა *(justice)* — ფილოსოფიური პრინციპი ეთიკურ გადაწყვეტილებათა მიღებისას, რომელიც პასუხისმგებლობისა და სოციალური დოვლათის განაწილების დროს თანაბარი უფლებების უზრუნველყოფას ესახურება.

სამეწარმეო საქმიანობა — მართლზომიერი და არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიზნით, დამოუკიდებლად და ორგანიზებულად.

სამომხმარებლო (საცალო) ბაზარი *(consumer market)* — ადამიანები, რომლებიც ყიდულობენ საქონელსა და მომსახურებას პირადი სარგებლობისათვის.

სამომხმარებლო კალათა — საანგარიშო საქონლის ნაკრები (ერთობლიობა), ასორტიმენტი, რომელიც ახასიათებს ადამიანისა და ოჯახის

თვიური (წლიური) მოხმარების ტიპურ დონესა და სტრუქტურას. ასეთი ნაკრები გამოიყენება მინიმალური სამომხმარებლო ბიუჯეტის (საარსებო მინიმუმის) გასაანგარიშებლად, რასაც საფუძვლად ედება სამომხმარებლო კალათის ღირებულება მოქმედ ფასებში. კალათა, ამავე დროს, გამოიყენება მოხმარების საანგარიშო და რეალურ დონეთა შედარების ბაზად.

საოჯახო მეურნეობა *(housechold)* — 1. ეკონომიკის ერთ-ერთი ძირითადი სტუქტურული ერთეული, საბაზრო ურთიერთობების უმნიშვნელოვანესი სუბიექტი, რომელიც შეიძლება ერთი ან რამდენიმე ადამიანისაგან შედგებოდეს. გაეროსა და რიგი საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ მიღებული კლასიფიკაციით, საოჯახო მეურნეობა განისაზღვრება როგორც ადამიანთა მცირე ჯგუფი, რომლებიც ერთად ცხოვრობენ ერთ საცხოვრებელ ფართობში, შეაქვთ საერთო ფონდში თავიანთი შემოსავალი და სიმდიდრე, ძირითადად ერთობლივად მოიხმარენ საცხოვრებელ ბინას და კვების პროდუქტებს.

ტერმინი „საოჯახო მეურნეობა", პირველ რიგში, გამოიყენება მაკროეკონომიკური (ეროვნული შემოსავლის), ხოლო „მომხმარებელი" — მიკროეკონომიკური (მოთხოვნა-მიწოდების) ანალიზისას.

არცთუ იშვიათად, საოჯახო მეურნეობა ზომის მიხედვით თანხვდება ოჯახს, თუმცა, საოჯახო მეურნეობაში შედიან ის პირებიც, რომლებიც არ არიან მოცემული ოჯახის წევრები. ტრადიციებიდან, განათლებიდან, ფსიქოლოგიური თავისებურებებიდან, კლიმატიდან და სხვა გარემოებებიდან გამომდინარე, საოჯახო მეურნეობა სხვადასხვა ქვეყანაში შეიძლება დიდად განსხვავდებოდეს ერთმანეთისაგან. მსახურები ან სხვა ადამიანები, რომლებიც ცხოვრობენ იმავე ფართობში, სადაც ცხოვრობს ბინის მფლობელი, არ ითვლებიან ოჯახის წევრებად, რადგანაც მოცემულ შემთხვევაში შეუსრულებელი რჩება საოჯახო მეურნეობის ერთ-ერთი ძირითადი მოთხოვნა — მათ უფლება არა აქვთ, პრეტენზია განაცხადონ რესურსების იმ ნაწილზე, რომელიც კოლექტიურად მოიხმარება — მათ მიერ მოხმარებული დოვლათი და საკვები არ ითვლება მათი დამქირავებლის მიერ მოხმარებულის ნაწილად.

2. არსებობს სხვაგვარი განმარტებებიც: საოჯახო მეურნეობა ეკონომიკური საქმიანობის სამი სუბიექტიდან (სახელმწიფო, საწარმოები, საოჯახო მეურნეობები) ერთ-ერთია, რომელიც მოიცავს იმ ეკონომიკურ სუბიექტებსა და პროცესებს, სადაც მუდმივად ცხოვრობს ადამიანი; საოჯახო მეურნეობა წარმოადგენს ადამიანთა ჯგუფს, რომლებიც ერთად იღებენ ეკონომიკურ გადაწყვეტილებებს.. იგი ორმაგ როლს ასრულებს ეკონომიკის სისტემაში: ერთი მხრივ, ბა-

ზარზე გამოდის როგორც მყიდველი ანუ მომხარებელი, ხოლო, მეორე მხრივ, ფირმებს საქონლისა და მომსახურების საწარმოებლად აწვდის წარმოების ფაქტორებს.

საოჯახო (საკომლო) მეურნეობა — ოჯახის საკუთრებაში არსებული მეურნეობა, სადაც იწარმოება სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია როგორც საკუთარ, ისე იჯარით აღებულ მიწის ფართობებზე თავის მეურნეობაში მოხმარებისა და რეალიზაციის მიზნით.

საოჯახო საკუთრება — საკუთრება, რომელიც საერთო საწყისებზე ეკუთვნით ოჯახის წევრებს და წარმოადგენს კერძო საკუთრების ერთერთ ნაირსახეობას.

საოჯახო სექტორი *(household sector)* — საოჯახო მეურნეობათა ერთობლიობა ეკონომიკაში. იგი ბაზარს აწვდის ეკონომიკურ და შრომით რესურსებს, რომლებზეც არსებობს საწარმოების (ფირმების) მოთხოვნა. საოჯახო მეურნეობების მიერ მიღებული შემოსავლები უმთავრესად გამოიყენება საქონელსა და მომსახურებაზე ინდივიდების საკუთარ მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად. საოჯახო სექტორი ითვლება, აგრეთვე, საშინაო დაგროვების უმნიშვნელოვანეს წყაროდ.

სასტუმრო — დაწესებულება, რომლის ძირითად საქმიანობას წარმოადგენს ჩამოსულთა მოკლე ვადით (არაუმეტეს, 12 თვისა) მოთავსება ღამის გასათევად გარკვეული ღირებულების გადახდით.

საფინანსო-საკრედიტო (მონეტარული) პოლიტიკა *(monetary policy)* — ფულადი მასის გადიდების ან შემცირების გზით ეკონომიკაზე ზემოქმედების წესი.

საფონდო ბირჟა *(stock exchange)* — ბირჟა, სადაც ხდება აქციების ყიდვა-გაყიდვა.

საქმიანობის მასშტაბებით განპირობებული ეკონომია ანუ მასშტაბის ეფექტი) *(economies of scale)* — ეკონომია, რომელიც მიიღწევა დიდი ზომის წარმოების, გასაღებისა და შესყიდვების დროს.

საქონელბრუნვა *(turnover)* — კომპანიის სასაქონლო მარაგების წლიური ბრუნვა დროის მოცემულ პერიოდში.

საქონელი *(product)* — პროდუქტი ან მომსახურება, რომლებიც წარმოადგენს კომერციული საქმიანობის საფუძველს. პრაქტიკაში განასხვავებენ: ტიპების მიხედვით — საგნობრივ (მატერიალურ) და არასაგნობრივ (არამატერიალურ) საქონელს, სამომხმარებლო საქონელსა და საქონელს ინსტიტუციური მომხმარებლებისათვის. თავის მხრივ, სამომხმარებლო საქონელი იყოფა: ყოველდღიური მოხმარების, ხანგრძლივი მოხმარებისა და სპეციალური ასორტიმენტის სა-

ქონლად, ხოლო ინსტიტუციური — მოკლევადიანი მოხმარებისა და კაპიტალურ საქონლად.

საქონლის ასორტიმენტი *(product line)* — ნივთების ჯგუფი, რომელთაც აქვთ გვაროვნული მსგავსება ან განკუთვნილია მსგავს ბაზრებზე გასაყიდად.

საშუალო საწარმო — საქართველოს კანონმდებლობით, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის ნებისმიერი საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო-წლიური რაოდენობა არ აღემატება 100 მუშაკს, ხოლო წლიური ბრუნვა — 1500 ათასს ლარს.

საცალო ვაჭრობა — საქონლის მიყიდვა უშუალოდ მოსახლეობისთვის საბოლოო მოხმარების ან პირად საოჯახო მეურნეობაში სარგებლობის მიზნით (ბაზრებზე, ბაზრობებსა და ბაზრობის ტიპის საწარმოებში კერძო პირის მიერ რეალიზებული საქონლის ჩათვლით).

საწარმო — ეკონომიკური ერთეული, რომელიც აწარმოებს საქონელს ან ეწევა მომსახურებას, დამოუკიდებლად იღებს ეკონომიკურ გადაწყვეტილებებს საკუთარი რესურსების განაწილების შესახებ.

საწარმოო სექტორი *(goods-producing)* — ფირმები, რომლებიც მატერიალურ პროდუქტებს აწარმოებენ.

სახელმწიფო ბიუჯეტი — ცენტრალური ხელისუფლების შემოსულობების, აგრეთვე, მისი ფუნქციებისა და ვალდებულებების შესრულების მიზნით გასწევი გადასახდელების ნუსხა.

სახელმწიფო კორპორაცია *(public corporation)* — კორპორაცია, რომელიც მთავრობის საკუთრებას წარმოადგენს და შექმნილია სპეციალური სახელმწიფო მიზნების განსახორციელებლად.

სახელმწიფო საკუთრება — საკუთრების ერთ-ერთი ფორმა, რომლის სუბიექტი-განმკარგულებლები არიან სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოები, საკუთრების ობიექტები კი შეიძლება იყოს მიწა, ბუნებრივი რესურსები, ძირითადი საწარმოო საშუალებები, შენობები, მატერიალური რესურსები, ფინანსები, ძვირფასეულობა, ინფორმაცია, კულტურული და სულიერი ფასეულობები.

სეკვესტრი *(ლათ. sequestro — ვაყენებ გარეთ, ვაშორებ)* — სახელმწიფო ხარჯების ყოველთვიური პროპორციული შემცირება (5, 10, 15 და ა.შ. პროცენტით) ბიუჯეტის ყველა მუხლის მიხედვით (გარდა ე.წ. დაცული მუხლებისა) მიმდინარე ფინანსური წლის ბოლომდე დარჩენილი დროის განმავლობაში. სეკვესტრირების მექანიზმი გამოიყენება იმ შემთხვევაში, როდესაც ბიუჯეტის შესრულების პროცესში საბიუჯეტო შემოსავლების შემოსულობათა მოცულობა ან დეფიციტის დაფარვის სხვა წყაროების მოცულობის შემცირება გადაამეტებს საბიუჯეტო კანონმდელობით დადგენილ დონეს ანუ ბიუჯეტის

გამოყენებისას ადგილი აქვს მისი (ბიუჯეტის) დადგენილი დეფიციტის გადაჭარბებას, რადგან მცირდება შენატანები საშემოსავლო წყაროებიდან, ასევე იმ შემთხვევაში, როდესაც ბიუჯეტის გამოყენების პროცესში დეფიციტი არ მცირდება, რის გამოც შეუძლებელი ხდება ბიუჯეტით გათვალისწინებული ღონისძიებების დაფინანსება. სეკვესტრირების მექანიზმი მთელ რიგ ქვეყნებში (აშშ, რუსეთი, საქართველო და სხვ.) ბიუჯეტის დასაბალანსებლად გამოიყენება.

სექტორი *(sector)* — ეკონომიკის ნაწილი, რომელიც ხასიათდება გარკვეული საერთო მახასიათებლებით, რაც თეორიული, თუ პრაქტიკული მიზნებით ეკონომიკის სხვა ნაწილებისაგან მისი გამოყოფის საშუალებას იძლევა. მაგალითად, ასეთი ნიშნებით შეიძლება ერთმანეთისგან გავმიჯნოთ ეკონომიკური საქმიანობის ის სახეობები, რომლებსაც სახელმწიფო ანხორციელებს (სახელმწიფო სექტორი) და ის სახეობები, რომლებსაც კერძო ფიზიკური და იურიდიული პირები ანხორციელებენ (კერძო სექტორი). თავის მხრივ, კერძო სექტორი შეიძლება დაიყოს ინდივიდების სექტორად (ცალკეული ადამიანები და საოჯახო მეურნეობები), კორპორაციულ (საწარმოები, რომლებიც აწარმოებენ საქონელსა და მომსახურებას) და საფინანსო (საწარმოები, რომლებიც ეწევიან საფინანსო მომსახურებას) სექტორებად.

სიცოცხლის მოსალოდნელი ხანგრძლივობა დაბადებისას — წლების რაოდენობა, რომელსაც საშუალოდ იცოცხლებს ერთი ადამიანი დაბადებულთა თაობიდან იმ პირობით, რომ მოკვდაობის დონე ყოველ ასაკში დარჩება ისეთი, როგორც მოცემულ პერიოდშია.

სიცოცხლის უზრუნველმყოფი საწარმო *(lifestyle buziness)* — მცირე ბიზნესის საწარმო, რომელსაც შეუძლია, მისი მფლობელისათვის უზრუნველყოს მისაღები ცხოვრების დონე.

სკიმინგი *(skimming — ნაღების მოხსნა)* — ფასწარმოქმნის მეთოდი, რომლის მიხედვითაც ახალ პროდუქტზე აწესებენ მაღალ ფასს იმ მომხმარებელთა გათვალისწინებით, რომლებიც მას შემოთავაზებულ ფასად შეიძენენ.

სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება — საზოგადოება, რომელშიც რამდენიმე ფიზიკური პირი ერთობლივად, ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა სამეწარმეო საქმიანობას და პარტნიორები საზოგადოების ვალდებულებებისათვის კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებენ როგორც სოლიდარული მოვალეები: უშუალოდ, პირდაპირ მთელ ვალდებულებებზე, შეუზღუდავად მთელი თავიანთი ქონებით. სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოების პარტნიორები, შეიძლება, იყვნენ მხოლოდ ფიზიკური პირები.

სოციალიზმი *(socialism)* — სამი ძირითადი ეკონომიკური სისტემიდან ერთ-ერთი, რომელსაც ეკონომიკური თავისუფლების ხარისხის თვალსაზრისით, სადღაც შუა ადგილი უჭირავს კაპიტალიზმსა და კომუნიზმს შორის. მისთვის დამახასიათებელია სახელმწიფო საკუთრება და სახელმწიფოს მიერ საბაზისო დარგების მართვა კერძო საკუთრებასა და ნაკლებადმნიშვნელოვანი დარგების მართვასთან შეხამებით.

სოციალიზმი გულისხმობს სახელმწიფო დაგეგმვის შედარებთ დიდ მასშტაბებს და სახელმწიფო საკუთრების გარკვეულ წილს მიწასა და კაპიტალურ რესურსებზე, თუმცა, ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევა შემოიფარგელება იმ დარგებით, რომლებსაც პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებრივი კეთილდღეობისთვის. უწინარეს ყოვლისა, იგულისხმება ისეთი დარგები, როგორიცაა: ტრანსპორტი, კომუნალური მომსახურება, ჯანმრთელობის დაცვა, ფოლადის წარმოება, კავშირგაბმულობა. ამ დარგებში სახელმწიფო ფლობს წარმოების ყველა საშუალებას და განსაზღვრავს, რა უნდა იწარმოოს და როგორ განაწილდეს საბოლოო პროდუქცია. სოციალიზმის დროს კერძო საკუთრება დაშვებულია იმ დარგებში, რომლებიც არ ითვლება ეკონომიკისთვის ყველაზე მნიშვნელოვნად. ფირმებსა და ინდივიდუუმებს უფლა აქვთ, მიიღონ შემოსავალი თავიანთი საქმიანობიდან. სოციალისტურ ქვეყნებში ძალიან დიდია გადასახადები, რადგან სახელმწიფო იღებს სამედიცინო მომსახურების ხარჯებს, ეწევა საბინაო მშენებლობის და სხვა საზოგადოებრივი მომსახურების სუბსიდირებას.

ბოლო დროს სოციალიზმი სულ უფრო მეტად უშვებს კაპიტალიზმის ელემენტების გამოყენებას, იზრდება კერძო საკუთრების წილი ეკონომიკის საბაზისო დარგებში. მაგალითად, ლათინური ამერიკის ქვეყნებში (მექსიკა, ჩილე) იყიდება ისეთი სახელმწიფო საწარმოები, როგორიცაა: სატელეფონო კომპანიები და ეროვნული ავიახაზები. ბოლივიამ, კოლუმბიამ და კოსტა-რიკამ გასული საუკუნის 80-იან წლებში დაიწყეს თავისუფალი ბაზრის ეკონომიკის შექმნა, არგენტინა და ბრაზილია დაადგნენ თავისუფალი ვაჭრობის გზას.

სპეკულაციური რისკი *(speculative risk)* — რისკი, რომელიც ვარაუდობს როგორც მოგების, ისე ზარალის ალბათობას.

სტრუქტურული გარდაქმნა *(restructuring)* — კომპანიის საქმიანობის ხასიათის შეცვლა საკუთრების ფორმის, სტრუქტურის რეორგანიზაციის, საწარმოო პროცესის და (ან) შრომითი რესურსების შემადგენლობის მეშვეობით.

ტესტი *(ლათ. — test — შემოწმება)* — სტანდარტული დავალებები, რომელთა შესრულების მიხედვით მსჯელობენ გამოსაცდელის (შესამოწმებლის) ფსიქოფიზიოლოგიურ და პიროვნულ მახასიათებლებზე, ცოდნაზე, უნარსა და გამოცდილებაზე. განარჩევენ ტესტების შემდეგ სახეობებს: 1. ფიზიკური შესაძლებლობების ტესტები; 2. გონებრივი შესაძლებლობების ტესტები; 3. იმიტაციური ტესტები; 4. კომპლექსური ტესტები.

ტექნოლოგია *(teqnology, ბერძნ. tecnhe — ხელოვნება + logos სიტყვა, მოძღვრება)* — სამეცნიერო და ტექნიკური ცოდნის გამოყენება საწარმოო პროცესებისა და პროდუქტების სრულყოფა-გაუმჯობესებისათვის. სხვაგვარი განმარტებით, ტექნოლოგია პროდუქციის დამზადების, მასალების დამუშავებისა და გადამუშავების, მზა ნაწარმის აწყობის, ხარისხის კონტროლისა და მართვის პროცესში ნივთიერებების, ენერგიის, ინფორმაციის გარდაქმნის ხერხია, რომელიც თავის თავში მოიცავს მუშაობის მეთოდებს, ხერხებს, რეჟიმს, ოპერაციებისა და პროცედურების თანამიმდევრულობას.

ტექნოლოგიური პროგრესულობა ბაზრის კმედითობის ერთერთი უმნიშვნელოვანესი მახასითებელია, რომელიც გვიჩვენებს ფირმების მიერ ახალი და გაუმჯობესებული პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების წარმოებისა და დანერგვის ხარისხს. რადიკალური აღმოჩენები და ახალშემონაღებები (ეკონომიკური და ტექნიკური სიახლეები) შესაძლებელს ხდის საქონლის წარმოებისა და რეალიზაციის დანახარჯების შემცირებას, შესაბამისად, — მომხმარებლებისათვის მიწოდების ფასების გაიაფებას. ამავე დროს, ტექნოლოგიური პროგრესულობა მაკროეკონომიკურ დონეზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ეკონომიკური ზრდის ტემპებზე.

ამასთავე, ტექნოლოგია მჭიდროდ არის დაკავშირებული გამოყენებულ საშუალებებთან, მოწყობილობასთან, ინსტრუმენტებთან და მოხმარებულ მასალებთან. ტექნოლოგიური ოპერაციების ერთობლიობა ქმნის ტექნოლოგიურ პროცესებს. თანამედროვე ეკონომიკური ტექნოლოგია ტერმინს „ტექნოლოგია“ ისეთ სიტყვათშეხამებებში იყენებს, როგორიცაა: სწავლების, განათლების პროცესის, მკურნალობის, მართვის ტექნოლოგია.

ტექნოლოგიური პარკი (ტექნოპარკი) — *industrial park)* — მეცნიერების, განათლებისა და წარმოების ტერიტორიული ინტეგრაციის ახალი ფორმა სამეცნიერო ორგანიზაციების, საპროექტო-საკონსტრუქტორო ბიუროების, სასწავლო დაწესებულებების, წარმოებითი საწარმოების ან მათი ქვედანაყოფების სახით. ტექნოპარკები იქმნება იმ მიზნით, რომ დაჩქარდეს სამეცნიერო-ტექნიკური და ტექნიკურ-

ტექნოლოგიური მიღწევების დამუშავება და დანერგა მაღალკვალიფიციურ სპეციალისტთა თავმოყრისა და მაღალაღჭურვილი საწარმოო, ექსპერიმენტული, ინფორმაციული ბაზის გამოყენების გზით.

ასეთი ტექნოპარკები და ტექნოლოგიების ინკუბატორები ფართოდ გამოიყენება განვითარებულ ქვეყნებში მეცნიერებატევადი, განსაკუთრებით მეცნიერებატევადი მცირე საწარმოების მხარდასაჭერად. ისინი უმეტესად საუნივერსიტეტო ცენტრების საფუძველზე ან მათი ხელშეწყობით იქმნება და უზრუნველყოფს თავიანთი გამოგონებებით ბაზარზე დამოუკიდებელი სარისკო საქმიანობისათვის იმ სპეციალისტთა „რბილად" გაყვანას, რომლებმაც საუნივერსიტეტო პირობებში დაამუშავეს იდეები. ამის ერთ-ერთი წარმატებული მაგალითია შვეიცარიის ფედერალური ტექნოლოგიური ინსტიტუტი (ლოზანა) და ლოზანის უნივერსიტეტი.

ტრადიციული ეკონომიკა — ეკონომიკური სისტემა, რომელშიც ტრადიციები და წეს-ჩვეულებანი განსაზღვრავს შეზღუდული ბუნებრივი რესურსების ფართოდ გამოყენებას.

ტრანსფერტული (ტრანსფერული) გადასახდელები *(transfer payments)* — მოსახლეობისათვის მთავრობის გადასახდელები, რომლებიც საქონელსა და მომსახურებაზე გაუცვლელად ხორციელდება.

ტრანსფორმაცია *(ლათ. transformatio — შეცვლა, გამოცვლა)* — ეკონომიკური სტრუქტურების, ფორმებისა და წესების გარდაქმნა, მათი მიზნობრივი მიმართულებების ცვლილება.

ტრანში — *(ფრანგ. tranche — რიგი, ჯერი, სერია)* — საკრედიტო ხელშეკრულების მოქმედების ვადის განმავლობაში გარკვეული დროის მონაკვეთში სხვადასხვა პირობით გასაცემი კრედიტის წილი. მაგალითად, საერთაშორისო სავალუტო ფონდის კრედიტი, როგორც წესი, 4 ტრანშად იყოფა და თითოეულის ოდენობა 25-25 პროცენტით განისაზღვრება. პირველი ტრანში გაიცემა საკრედიტო ხელშეკრულების დადების შემდეგ, ყოველი მომდევნო ტრანში კი მაშინ, თუ შესრულებულია წინა ტრანშის გაცემის პირობები. საერთაშორისო დაკრედიტების (ე.წ. საპროექტო დაფინანსება) პრაქტიკის თანახმად, კრედიტორი საკრედიტო ტრანშების მექანიზმს სპეციალური მიზნობრივი ორიენტირების მეშვეობით იყენებს მსხესებლის მიერ კრედიტების გამოყენების კონტროლისათვის.

ტრასტი (ნდობის ფონდი) *(trust)* — შეთანხმება, რომლის მიხედვითაც რამდენიმე კომპანიის აქციონერები თავიანთი აქციების კონტროლის უფლებამოსილებას გადასცემენ „ნდობით აღჭურვილ პირებს", რომლებიც ამ გზით იღებენ ამ კომპანიების კონტროლისა და მართვის უფლებას. ზოგჯერ გამოიყენება წვრილი კომპანიების

შესასყიდად ან ბაზრიდან მათ გამოსადევნად, რის შედეგადაც ტრასტი მონოპოლიურ ძალაუფლებას იძენს.

უმუშევარი — შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის *მკაცრი კრიტერიუმით:* 15 და მეტი წლის ასაკის პირი, რომელიც გამოსაკვლევი კვირის განმავლობაში არ ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას, მზად არის დაიწყოს მუშაობა და ეძებს სამუშაოს; *შერბილებული კრიტერიუმით:* 15 და მეტი წლის ასაკის პირი, რომელიც გამოსაკვლევი კვირის განმავლობაში არ ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას, არ ეძებს სამუშაოს, რადგან გადაეწურა მისი შოვნის იმედი, მაგრამ შოვნის შემთხვევაში მზად არის, დაიწყოს მუშაობა.

უნარ-ჩვევები — უნარი, ჩვევები, შეასრულო გარკვეული სამუშაო.

უტილიტარიზმი *(utilitarianism; ლათ. utilitas — სარგებლობა)* — 1. ეთიკური გადაწყვეტილების მიღების ფილოსოფიური პრინციპი, რაც გულისხმობს ადამიანების უმრავლესობისათვის მაქსიმალური სიკეთის მოტანას;

2. მოძღვრება, რომლის მიხედვითაც ადამიანის მორალს საფუძვლად უდევს სარგებლიანობის პროინციპი;

3. მისწრაფება, რომ ყველაფერში ნახონ სარგებლობა, გამორჩენ რამეს.

უცხოური ვალუტა *(foreign exchange)* — უცხოური ფულადი ერთეული, რომელც იცვლება მოცემული ქვეყნის ფულად ერთეულზე დადგენილი პროპორციით.

უძრავი ქონება *(real property)* — მიწა და ყველაფერი, რაც მასზე მუდმივად არის დამაგრებული.

ფასეულობა *(value)* — საქონლის სარგებლიანობის შინაგანი საზომი (საწყაო). ეკონომიკაში ფასეულობის საზომის ფულად გამოხატულებაში განსაზღვრისას (საბაზრო ფასები) მხარეები ხელმძღვანელობენ პრინციპით, მიაღწიონ მომხმარებლისათვის სარგებლიანობის (მოთხოვნის), ხოლო მწარმოებლისათის — მოგების (მიწოდების) მაქსიმიზაციას.

ფასეულობას განმარტავენ, აგრეთვე, როგორც აქტივის (პროდუქციის) მნიშვნელობას (მნიშვნელოვნებას) ფულად გამოხატულებაში. ადამ სმითი (1723-1790) და დეივიდ რიკარდო (1772-1823) ვარაუდობდნენ, რომ აქტივის (პროდუქციის) მნიშვნელობა განისაზღვრება მისი წარმოებისათვის საჭირო შრომის რაოდენობით. მოგვიანებით, ზოგიერთი ეკონომისტი, მაგალითად, უილიამ ჯევონზი (1835-1882), ამტკიცებდა, რომ პროდუქციის ფასეულობა დგინდება მომხმარებლისათვის მისი სარგებლიანობით. თანამედროვე ეკონომისტე-

ბის აზრით, პროდუქციის ფასეულობა განისაზღვრება როგორც მიწოდების, ისე მოთხოვნის ფაქტორებით, რაც ამ პროდუქციაზე საბაზრო ფასის დაწესებით ვლინდება.

ფასი *(price)* — საქონლის ღირებულებისა და სარგებლიანობის ფულადი გამოხატულება. იგი ის ფასია, რა ფასშიც სურს გამყიდველს, გაიყიდოს საქონლის ერთეული, ხოლო მყიდველს (მომხმარებელი) — იყიდოს იგი. გარკვეული რაოდენობის საქონლის ფასი მის ღირებულებად გვევლინება. ამიტომ სწორი იქნება, თუ ფასს საქონლის ერთეულის ფულად გამოხატულებად მივიჩნევთ. იმ შემთხვევაში, როდესაც მოცემული საქონლის ერთეული იცვლება სხვა საქონლის გარკვეულ რაოდენობაზე, ეს რაოდენობა სხვა საქონლის სასაქონლო ფასად იქცევა. სრულად რომ გავაცნობიეროთ ფასის, როგორც მრავალწახნაგოვანი ფუნდამენტური ეკონომიკური კატეგორიის, არსი, საჭიროა, გავერკვეთ ისეთ ცნებებში, როგორიცაა: გამყიდველის ფასი, მყიდველის ფასი და სხვ.

ფასის ჩამოყალიბების მეთოდოლოგია, გაანგარიშების მეთოდიკა და წესი ბევრად არის დამოკიდებული ეკონომიკის ტიპზე (საგეგმო, შერეული, საბაზრო), რომლის პირობებშიც დგინდება იგი. მაგალითად, საგეგმო ეკონომიკის პირობებში ფასს საფუძვლად ედება საქონლის ღირებულება, რომელიც განისაზღვრება მის შექმნაზე გაწეული შრომის საზოგადოებრივად აუცილებელი დანახარჯებით, ე.ი. ხაზი ესმება მისი ღირებულების ცვალებადობას, კავშირს შრომის ნაყოფიერების დინამიკასთან. ამასთანავე, ფასის განსაზღვრის ძირითად უშუალო რაოდენობრივ საფუძვლად გვევლინება პროდუქციის თვითღირებულება და რენტაბელობის ნორმატივები.

საგეგმო ეკონომიკის პირობებში სამომხმარებლო ღირებულება გაითვალისწინება ისეთ ერთგვაროვან ან ურთიერთშენაცვლებად პროდუქციაზე ერთიანი ფასის დაწესებისას, რომელიც აკმაყოფილებს ერთსა და იგივე საზოგადოებრივ მოთხოვნას, განურჩევლად მათი წარმოების ინდივიდუალური პირობების განსხვავებულობისა და დანახარჯების საწარმოთა მიხედვით რყევადობისა. საგეგმო ეკონომიკის პირობებში, ფასების სამომხმარებლო ღირებულების გათვალისწინებით ჩამოყალიბებასთან ერთად, ასევე, ფართოდ გამოიყენება ფასწარმოქმნის ნორმატიულ-პარამეტრული მეთოდები. საწარმოო-ტექნიკური დანიშნულების საქონელსა და მომსახურებაზე ფასები და ტარიფები წესდება წარმოების დარგების მიხედვით გეგმით განსაზღვრული საზოგადოებრივი შრომის, პროდუქციის დამზადებაზე შრომის დანახარჯების ნორმებისა და სხვა საწარმოო რესურსების განაწილების პროპორციების, ასევე, საზოგადოებრივი პროდუქტის მოხმარების ფონდად და დაგროვების ფონდად განა-

წილების საფუძველზე. საგეგმო ფასებს ყოფილ საბჭოთა კავშირში ნორმატიული ხასიათი ჰქონდა და სავალდებულო იყო სახალხო მეურნეობის ყველა რგოლისათვის.

გეგმიანი მეურნეობისაგან განსხვავებით, საბაზრო ეკონომიკის დროს ფასი წარმოების სფეროში კი არ ყალიბდება, არამედ რეალიზაციის სფეროში, ე. ი. ბაზარზე მოთხოვნისა და მიწოდების ზემოქმედების საფუძველზე, სადაც ერთმანეთს ეჯახება მყიდველებისა და გამყიდველების ურთიერთსაპირისპირო ეკონომიკური ინტერესები, რამდენადაც პირველნი (მყიდველები) მიისწრაფიან მისი მინიმიზაციისკენ, მეორენი (გამყიდველები) კი — მაქსიმიზაციისკენ. დაპირისპირების ფორმით სწორედ ეს წინააღმდეგობა შეინიშნება ნებისმიერ კონკრეტულ გარიგებაში მყიდველის ფასსა (მოთხოვნის ფასი) და გამყიდველის ფასს (მიწოდების ფასი) შორის, რაც საფუძვლად უდევს თავისუფალი საბაზრო ფასწარმოქმნის კანონზომიერებებს. მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობა მუდმივად იცვლება კონკურენციის პირობებში, რაც ზემოქმედებას ახდენს ფასის დონეზე. საბაზრო ურთიერთობათა განვითარების კვალობაზე მოთხოვნისა და მიწოდების ფასის დაბალანსების ფუნქცია სულ უფრო ძლიერდება და მადომინირებელ როლს ასრულებს საქონლის ფასის ჩამოყალიბებაში.

გეგმიანი ფასწარმოქმნის პირობებში მოთხოვნისა და მიწოდების ფასის ფუნქცია შეზღუდულია, რამდენადაც საწარმოო-ტექნიკური დანიშნულების საქონლისა და მომსახურების დაბალანსება წარმოებისა და მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების გეგმების საფუძველზე რეგულირდება. სახალხო მოხმარების საქონლის ბაზრის დაბალანსებულობა, უმთავრესად, ამ კატეგორიის საქონლის წარმოების გეგმებით, სახელფასო პოლიტიკით, რაციონალური მოხმარებისა და საზოგადოებრივი მოხმარების ფონდის განვითარების ამოცანებით განისაზღვრება. მოთხოვნა მხოლოდ ნაწილობრივ რეგულირდება, ერთი მხრივ, მაღალი ფასების დაწესებით განსაკუთრებულად მოდურ ნაწარმზე, ასევე, იმ ნაწარმზე, რომელიც მოსახლეობის გაზრდილი მოთხოვნით სარგებლობს, ხოლო, მეორე მხრივ, შემცირებული ფასებით იმ საქონელზე, რომელიც არ სარგებლობს მოსახლეობის მოთხოვნით. გარდა ამისა, ამავე მიზნით გამოიყენება სეზონური ფასების დაწესებისა და ჩამოფასების პრაქტიკა.

ფასის ეკონომიკური დანიშნულება სხვა ფუნქციებითაც წარმოჩინდება, მათ შორის, აღსანიშნავია სააღრიცხვო, მასტიმულირებელი და განაწილებითი ფუნქციები. საზოგადოებრივი შრომის დანახარჯების აღრიცხვისა და გაზომვის ფუნქცია განისაზღვრება ფასის, როგორც ღირებულების ფულადი გამოხატულების, არსით. არ შეიძლება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ფასის ამ ფუნქციის, როგ-

ორც ღირებულების ფულადი გამოხატულების, არსის, მხოლოდ დანახარჯების საზომამდე დაყვანა. საბაზრო ფასი შეიძლება, გადაიხაროს დანახარჯებიდან. ბაზარზე ხდება საზოგადოებრივი დანახარჯების მნიშვნელოვნობის (ნიშნადობის) აღიარება საქონლის მწარმოებელთა და მყიდველთა ინტერესების დაპირისპირების შედეგად. საბოლოო ფასი შეიძლება, არსებითად განსხვავდებოდეს იმ ფასისაგან, როგორიც სურდა, მწარმოებელს ყოფილიყო.

საგეგმო ფასწარმოქმნის პირობებში ფასის სააღრიცხვო-ღირებულებითი ფუნქცია, მისი ტრანსფორმაციის შედეგად, თანდათანობით ნორმატიულში გადაიზარდა, რომლის დროსაც იგი (ფასი) სამეურნეო მექანიზმში წარმოების გარკვეული შედეგების მიღწევის სტაბილური საზოგადოებრივი ნორმატივის როლში გამოდის.

ფასის მასტიმულირებელი ფუნქცია ვლინდება შეზღუდული მატერიალური რესურსების გამოყენების ეფექტიანობის ამაღლებაში ისეთი მნიშვნელოვანი ამოცანების მისაღწევად, როგორიცაა: ადამიანურ მოთხოვნილებათა უკეთ დაკმაყოფილება, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარება, პროდუქციისა და მომსახურების გაუმჯობესება და ა.შ. ფასის სტიმულირებისათვის დგინდება მასში (ფასში) მოგების მაღალი დონე, წანამატებითა და ფასდაკლებებით.

განაწილებითი ფუნქცია გამოიხატება ბაზრის სუბიექტების მიერ მიღებული შემოსავლების სხვადასხვა ვარიანტით გადანაწილებაში. ასე, მაგალითად, ფუფუნების საგნებზე, პრესტიჟულ საქონელზე მაღალი საცალო ფასები უზრუნველყოფს მოსახლეობის გარკვეული ნაწილის ფულადი შემოსავლების გადანაწილებას. საბაზრო მეურნეობის პირობებში კაპიტალი ფასების მექანიზმის მეშვეობით გადადინდება მოგების უფრო მაღალი ნორმების მქონე ეკონომიკის სექტორებსა და წარმოების სახეობებში, რაც კონკურენციისა და მოთხოვნის კანონების ზემოქმედებით ხორციელდება.

ფასის ყველა ზემოთ განხილული ფუნქცია ურიერთდაკავშირეულია და ურთიერთთანამოქმედებს, ზოგიერთ შემთხვევაში კი ურთიერთწინააღმდეგობრივია. ასე, მაგალითად, ფასის მასტიმულირებელი ფუნქცია აძლიერებს მოთხოვნისა და მოწოდების ფუნქციას, ხელს უწყობს რა მაღალი მოთხოვნის საქონლის წარმოების გადიდებას, თუმცა, იგი მისი (ფასის) შემცირებისას, შეიძლება, პირიქით, აქვეითებდეს მასტიმულირებელ როლს და განაპირობებდეს საქონლის მიწოდების კლებას. ამას მივყავართ მოთხოვნისა და მიწოდების შეთანხმებამდე იმ შემთხვევაში, როდესაც მიწოდება აღემატება მოთხოვნას. ფასის განაწილებითი ფუნქცია მოქმედებს ფასის, როგორც წარმოების რაციონალური განლაგების საშუალების, ფუნქციასთან ერთად, ხელს უწყობს რა კაპიტალის გადადინებას წარმოების ეკო-

ნომიკის იმ დარგებსა და სექტორებში, სადაც ამა თუ იმ საქონელს გაზრდილი მოთხოვნა წაეყენება და შედარებით მოგების მაღალი ნორმა ყალიბდება.

აღრიცხვის ფუნქცია, არც თუ იშვიათად, წინააღმდეგობაში მოდის, ფაქტობრივად, ყველა დანარჩენ ფუნქციასთან, განსაკუთრებით სტიმულირებისა და განაწილების ფუნქციებთან, ასევე, მოთხოვნისა და მიწოდების დაბალანსების ფუნქციასთან, რამდენადაც საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ფასი მრავალი ფაქტორის ზემოქმედების შედეგად ხშირად გადაიხრება წარმოებისა და რეალიზაციის დანახარჯებიდან. წმინდა საბაზრო ფასწარმოქმნის ნეგატიური მოვლენების (საერთო-ეკონომიკური და სოციალური) თავიდან აცილება-შერბილებისათვის გამოიყენება სახელმწიფო რეგულირება როგორც ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის მეშვეობით, ისე ფასების დონეზე სახელმწიფოს მხრიდან პირდაპირი (ფასწარმოქმნის გარკვეული წესების დადგენით) ან არაპირდაპირი (ისეთი ეკონომიკური მექანიზმებით, როგორიცაა: საფინანსო-საკრედიტო ბერკეტები, შრომის ანაზღაურება, დაბეგვრა და სხვ.) ზემოქმედებით.

სახელმწიფო რეგულირების მიზანია საქონლის მყარი დეფიციტის, ნედლეულსა და საწვავზე ფასების მკვეთრად გადიდების, მწარმოებელთა მხრიდან მონოპოლიზმის წარმოშობის შედეგად ფასის ინფლაციური ზრდის თავიდან აცილება, სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესზე ორიენტირებული ნორმალური კონკურენციისათვის ხელის შეწყობა, ამასთანავე, რიგი სოციალური გარანტიების — საარსებო მინიმუმის, პირველი მოთხოვნილების საგნების საკმარისი რაოდენობით შეძენის უზრუნველყოფა.

საქონლის რეალიზაციის, სამუშაოს შესრულებისა და მომსახურების გაწევისას გამოიყენება შემდეგი სახეობის ფასები: **საბაზისო; რეგულირებადი; საბითუმო; საცალო; შესასყიდი; საგარეო ვაჭრობის; ტრანსფერტული; სააუქციონო; საბირჟო; საკონტრაქტო; სახელშეკრულებო; კუთრი** (ხვედრითი); **ერთჯერადი** (ერთჯერადი შეკვეთით დამზადებულ საწარმოო-ტექნიკური დანიშნულების პროდუქციაზე); **სეზონური** (წლის დროების მიხედვით ცვალებადი, მაგალითად, ბოსტნეულის, ხილის, ტანსაცმლის, ფეხსაცმლის ფასები და ა.შ.); **ლიმიტური** (პროდუქციის ახალ სახეობათა დამუშავების დაპროექტების სტადიაზე); **შეღავათიანი** (როგორც წესი, დაწეული (შემცირებული), დროებით დაწესებული კონკურენტული ფასების დონის დაბლა, პროდუქციის გარკვეულ სახეობათა მოხმარების სტიმულირების, მომხმარებელთა ცალკეული ჯგუფების მოზიდვისა და მისი დაჩქარებული რეალიზაციის მიზნით); **ნომინალური** (ანუ მინიმალუ-

რი ფასები, რომლებიც წესდება საქონელზე მოსალოდნელი გარიგების გათვალისწინებით); მონოპოლიური (წესდება წარმოების მოცემულ დარგში საწარმო-მონოპოლისტის მიერ წარმოებულ საქონელზე); მცოცავი (წესდება ხანგრძლივი დროის დამზადების ნაწარმზე, რომლის დროსაც ფასში შეიძლება შეტანილ იქნეს კორექტირებები (შესწორებები) მისი დამზადების დანახარჯებში მომხდარი ცვლილებების შესაბამისად).

პრაქტიკაში განასხვავებენ ფასების ისეთ სახეობებს, როგორიცაა: მაკოტირებელი (მაზანდის დამდგენი), ბრუტო ფასი, სახელმწიფო, დემპინგური, სახელშეკრულებო, შესასყიდი, ინტერვენციული, კარტელური, კონვერსიული, კონვერტირებადი, ლიმიტირებული, საქონლის ერთეულის, შეღავათიანი, მსოფლიო, მონოპოლიური, მიწოდების, მოხმარების, ზღვრული, საპრეისკურანტო, შემოსავლისა და ხარჯების წონასწორობის, მოთხოვნისა და მიწოდების წონასწორობის, საანგარიშსწორებო, სარეალიზაციო, ფასი შემდგომი ფიქსაციით და სხვ.

ფაქტორინგი *(factoring)* — ფირმის მიერ თავისი დებიტორული დავალიანების მიყიდვა საფინანსო კომპანიისათვის, რომელსაც ეწოდება ფაქტორი.

ფიზიკური პირი *(physical person)* — 1. მოქალაქე (ადამიანი), რომელიც მონაწილეობს ეკონომიკურ საქმიანობაში სრულუფლებიანი სუბიექტის სახით. ფიზიკურ პირებს მიეკუთვნებიან მოცემული ქვეყნის მოქალაქეები, მოქალაქეობის არმქონე საზღვარგარეთის მოქალაქეები, რომლებიც დამოუკიდებლად ეწევიან ეკონომიკურ საქმიანობას, უფლებამოსილნი არიან პირადად განახორციელონ გარკვეული სამეურნეო ოპერაციები და დაარეგულირონ ურთიერთობა სხვა პირებთან და ორგანოებთან. ფიზიკური პირი მოქმედებს თავისი სახელით, არ საჭიროებს ფირმის შექმნას და რეგისტრაციას, რაც აუცილებელია იურიდიული პირისათვის;

2. სამართალურთიერთობის მონაწილე (პირი).

ფრანშიზა (ლიცენზია) *(franchise)* — ბიზნესის ორგანიზაციული ფორმა, რომელიც უფლებას აძლევს ინდივიდუალურ მეწარმეს, გაყიდოს მსხვილი ფირმის საქონელი ან მომსახურება, რომელიც მოწონებით სარგებლობს მომხმარებლებში.

ფრანშიზის მფლობელი (ლიცენზიატი) *(franchisee)* — ადამიანი ან ადამიანთა ჯგუფი, რომლებსაც კორპორაცია განსაკუთრებულ უფლებას აძლევს, გარკვეულ რეგიონში გამოიყენოს მისი სახელი (საფირმო მარკა), რომლის ანაზღაურება ხდება, ჩვეულებრივ, პირველი შესატანით და მომდევნო ყოველთვიური საკომპენსაციო გადასახდელებით.

ფრანშიზის გამცემი კომპანია (ლიცენზიარი) *(franchiser)* — კორპორაცია, რომელიც გასცემს ლიცენზიას ინდივიდუალურ მეწარმეებზე ან მათ ჯგუფებზე.

ფრანჩაიზული *(„franchise" ფრანგ. შეღავათი)* სახელშეკრულებო ურთიერთობები — მსხვილი და მცირე ფირმების კოოპერაციის, მსხვილი და წვრილი მეწარმეობის ჰიბრიდული ფორმა, რომელიც აშშ-ში ჩაისახა, განსაკუთრებით სწრაფად ვითარდებოდა XX საუკუნის 50-იანი წლების ბოლოსა და 60-იან წლებში, შემდგომში ფართო გავრცელება ჰპოვა დასავლეთის ქვეყნების ეკონომიკაში და ამჟამად ბიზნეს-ორგანიზაციის მეტად ეფექტიან, დინამიკურ ფორმას წარმოადგენს მთელ მსოფლიოში. ასეთი ურთიერთობები მრავალმხრივ შესაძლებლობებს ქმნის მცირე მეწარმეობის განვითარებისათვის.

ფრანჩაიზული ურთიერთობები მყარდება მსხვილ კორპორაციასა და მცირე ფირმას ან ცალკეულ ბიზნესმენს, საწარმოო ან ფუნქციურ საოპერაციო კომპანიას შორის. მსხვილი კორპორაცია — „ფრანჩაიზერი", ჩვეულებრივ, ვალდებულებას იღებს, მცირე ფირმას ან ცალკეულ ბიზნესმენს მიაწოდოს თავისი საქონელი, გაუწიოს სარეკლამო მომსახურება, უზრუნველყოს ბიზნესი ახალი ტექნოლოგიებით, სანაცვლოდ მცირე ფირმა — „ფრანჩაიზი" ვალდებულებას კისრულობს, ადგილობრივ თავისებურებათა გათვალისწინებით, მოემსახუროს მსხვილ კომპანიას მენეჯმენტისა და მარკეტინგის სფეროში, აგრეთვე, ამავე კომპანიაში მოახდინოს თავისი კაპიტალის გარკვეული ნაწილის ინვესტირება, საქმიანი კონტაქტები მხოლოდ და მხოლოდ თავის „ფრანჩაიზერებთან" იქონიოს და მათივე რეკომენდაციებით წარმართოს თავისი ბიზნესი.

პრაქტიკაში განარჩევენ საფრანჩაიზინგო ხელშეკრულების რამდენიმე სახეობას: 1. პირდაპირი ფრანჩაიზინგი — ფრანჩაიზის მიმცემსა და მიმღებს შორის ურთიერთობები უშუალოა და წარმოადგენს ფრანჩაიზინგის განხორციელების მარტივ ხერხს. ამ ტიპის ხელშეკრულების მარტივი სტრუქტურა სირთულეებს ქმნის საერთაშორისო ფრანჩაიზინგის დროს, პირველ რიგში, ქვეყნებს შორის არსებული პოლიტიკური და ეკონომიკური განსხვავებების გამო. სამაგიეროდ, ფრანჩაიზმის მიმცემს საშუალებას აძლევს, ეფექტიანად განახორციელოს თავისი საქმიანობა ახალი სტრუქტურების (მაგალითად, ფილიალების ან ერთობლივი საწარმოების) შექმნის გარეშე; 2. ტერიტორიული ფრანჩაიზინგი — ხელშეკრულების ეს სახეობა გულისხმობს მნიშვნელოვანი ტერიტორიის ან გეოგრაფიული რეგიონის ერთდროულ ან თანდათანობით ათვისებას დროის დათქმულ პერიოდში ცალკეული დაწესებულებების, მაღაზიების ან

სხვა სავაჭრო საწარმოების შექმნის გზით; 3. ხელშეკრულება შერეული ფრანჩაიზინგის შესახებ, რომელიც ტერიტორიული ფრანჩაიზინგის მოდიფიცირებული სახეობაა. ასეთ ურთიერთობებში ერთიანდება ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულების განხორციელების ორგანიზაციული ფორმები — ფრანჩაიზინგის განვითარების შესახებ ხელშეკრულების და ძირითადი ფრანჩაიზინგის ნიშნები, ამასთანავე, ფრანჩაიზის მფლობელს უფლება აქვს, თვითონ გამოვიდეს ფრანჩაიზის მიმცემის როლში და დადოს ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულება.

ფსიქოგრაფია *(psychographics)* — მომხმარებელთა კლასიფიკაცია ფსიქოლოგიური ტიპების მიხედვით.

ფსიქოგრაფიული ფაქტორები — ბაზრის სეგმენტაციის ფსიქოგრაფიული ფაქტორებია: მყიდველის (მომხმარებლის) ხასიათის ინდივიდუალური თვისებები (თავისებურებები), პირადი მოტივები და ცხოვრების სტილი. ინდივიდუალურ თვისებებს მიეკუთვნება დამოუკიდებლობა, იმპულსურობა, პატივმოყვარეობა, ღიაობა (გახსნილობა) ან კარჩაკეტილობა (გულჩათხრობილობა, გულჩახვეულობა).

ფული *(money)* — სიმდიდრის სიმბოლო, ნებისმიერი საგანი, რომელიც საქონლისა და მომსახურების ყიდვა-გაყიდვისას ღირებულების საყოველთაო ეტალონად (ეკვივალენტად) გამოიყენება. ფულს აქვს სამი ძირითადი ფუნქცია. იგი წარმოადგენს: 1. გაცვლის საშუალებას, ინსტრუმენტს, რომელიც აადვილებს გარიგებებს მყიდველებსა და გამყიდველებს შორის; 2. ღირებულების საზომს. ამ საერთო ეკვივალენტის წყალობით ადვილად ხდება რომელიმე საგნის ყიდვის შესაძლებლობის მის ფასთან შეთანაზომება; 3. დაგროვების საშუალებას.

პრინციპში, ფულის სახით შეიძლება ნებისმიერი საგნის გამოყენება, მაგრამ ამ მიზნით ერთ-ერთი ყველაზე უფრო გამოსადეგია. მაგალითად, საზოგადოებებში, სადაც ფულის სახით პირუტყვს იყენებდნენ, წარმოიშობოდა პრობლემა, როდესაც გასაყიდი საგანი ძროხის ნახევარი ღირდა ანდა დანაზოგი ნადგურდებოდა თურქულის ეპიდემიის გაჩენისას. რომაელები ფულის სახით წარმატებით იყენებდნენ მარილს, რაც იმ დროს იშვიათობას წარმოადგენდა. სხვათა შორის, ინგლისური სიტყვა ***salary*** — ***ხელფასი*** — წარმოშობილია ლათინური სიტყვისგან ***salt***, რაც *მარილს* ნიშნავს.

ადამიანები ფულის როლს უმეტესწილად აკისრებდნენ შედარებით მყარ მასალებს, რომელთა დაყოფა და გადატანა ადვილად შეიძლებოდა. გარდა ამისა, ფულს იგონებდნენ და ქმნიდნენ იმდაგვარად, რომ რთული ყოფილიყო მისი ასლის გაკეთება და გაყალბება. ფულის ფასეულობას უმთავრესად განაპირობებს მისი რაოდენობრივი შეზღუდულობა, ხოლო გაყალბების სიძნელე მისთვის

კანონიერი სტატუსის მინიჭების საშუალებას იძლევა. ამასთანავე, ფული ხასიათდება ლიკვიდურობით — შედარებით სწრაფად შეიძლება მისი გადაყვანა მატერიალური დოვლათის სხვა ფორმებში.

ქალიშვილური (ქალიშვილისა) კორპორაცია *(cubsidiary corporation)* — კომპანია, რომლის კაპიტალი მთლიანად (ან) თითქმის მთლიანად სხვა კორპორაციას ეკუთვნის.

ქცევითი სეგმენტირება *(behavioral segmentation)* — მომხმარებელთა კატეგორიებად დაჯგუფება საქონლისადმი მათი დამოკიდებულების ან საქონლის სხვადასხვა სამომხმარებლო მახასიათებელზე რეაქციის მიხედვით.

ღირებულება *(value — ღირებულება, ფასეულობა, შეფასება)* — პოლიტეკონომიური კატეგორია, რომელიც განსაზღვრავს საქონლის მნიშვნელობას (მნიშვნელოვანება-ნიშნადობას) და რაოდენობრივად გამოისახება ფასით. ღირებულების ფულადი გამოხატულების — ფასის და თვითღირებულების კატეგორიის განსაზღვრა ეკონომიკური თეორიისა და პრაქტიკის ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემაა. ეკონომიკურ თეორიაში ამ პრობლემისადმი ორი მიდგომა ჩამოყალიბდა. კლასიკურ და მარქსისტულ ლიტერატურაში ღირებულებას განიხილავენ როგორც ობიექტური პიროვნების გარეშე კატეგორიას, რომლის განსაზღვრისას წინა პლანზე ხარჯებია (გაწეული დანახარჯები) წამოწეული.

ღირებულების შრომით თეორიაში შრომითი ღირებულება განიხილება როგორც საქონელში განივთებული ხარისხობრივად ერთგვაროვანი აბსტრაქტული შრომა (საზოგადოებრივი შრომა). ღირებულება დამახასიათებელია კერძო შრომისათვის, რომელიც საზოგადოებრივ აღიარებას მხოლოდ გაცვლის პროცესში პოულობს, ე.ი. იმ საქონელზე გაცვლისას, რომელსაც საზოგადოებრივი სამომხმარებლო ღირებულება აქვს. საქონლის ღირებულების სიდიდე (ოდენობა) სტიქიურად ყალიბდება ბაზარზე და განისაზღვრება საზოგადოებრივად აუცილებელი სამუშაო დროით. ღირებულება ცენტრალურ როლს ასრულებს საბაზრო ეკონომიკაში, იძენს რა ფასის სახით თავისი არსებობის ფულად გამოხატულებას, რომელიც წარმოების ეფექტიანობის და საქონლისა და მომსახურების სარგებლიანობის საყოველთაოდ აღიარებულ კრიტერიუმს წარმოადგენს. საბაზრო მეურნეობის რეგულატორია ღირებულების კანონი, რომელიც ფასებით განსაზღვრავს კიდეც სასაქონლო წარმოების, ცოცხალი და განივთებული შრომის ყველა პროპორციას.

ნეოკლასიკური სკოლა ღირებულებას მიიჩნევს სუბიექტურ კატეგორიად, რომელიც განისაზღვრება სარგებლიანობის ეფექტის ხარისხით და დამოკიდებულია იმის იშვიათობაზე, რაც საჭიროა

მოცემულ დროს, სასარგებლოა და რაზეც არის მოთხოვნილება (საჭიროება). ეკონომიკური სკოლებისა და ეკონომისტების უმეტესობა იზიარებს იმ აზრს, რომ მიუღებელია ღირებულების მხოლოდ დანახარჯებამდე დაყვანა.

ღირებულების პრობლემისადმი პრინციპულად სრულიად ახლებური მიდგომა შეიმუშავეს ინგლისელმა მეცნიერებმა: უ. ჯევონზმა (1835-1882), ა. მარშალმა (1842-1924), ავსტრიელებმა: კ. მენგერმა (1840-1921), ო. ბემ-ბევერკმა (1851-1914), შვეიცარიელმა ლ. ვალრასმა (1834-1910), ამერიკელმა ჯ. ბ. კლარკმა (1847-1938), შვედმა კ. ვიკსელმა (1851-1926), რომლებიც ეკონომიკური აზრის ისტორიაში ზღვრული სარგებლიანობის ანალიზის გამავრცელებელთა სახელით შევიდნენ. მათი შეხედულებით, ფასეულობა არ წარმოადგენს ისეთ რამეს, რაც დამახასიათებელია გარკვეული საგნებისათვის. იგი (ფასეულობა) ასახავს მხოლოდ ჩვენს წარმოდგენას საგნის სარგებლიანობაზე და იმაზე, რამდენად შეესაბამება ეს საგანი ჩვენს საჭირობებს. დოვლათის ერთობლივი სარგებლიანობის, ე. ი. მოცემული ინდივიდისათვის ხელმისაწვდომი დოვლათის მთელი რაოდენობის სარგებლიანობისა და ზღვრული სარგებლიანობის ანუ ხელმისაწვდომი მარაგის ბოლო ერთეულის სარგებლიანობის გამიჯვნა ღირებულების თეორიის მთავარი სიახლეა.

ზღვრული სარგებლიანობის თეორია მხოლოდ პირველი მიახლოებაა იმ თეორიულ კონსტრუქციასთან, რომელმაც „ნეოკლასიკური ეკონომიკური ანალიზის“ სახელწოდება მიიღო ანუ მეორე კლასიკური სიტუაცია პოლიტიკურ ეკონომიაში (პირველი დაკავშირებულია ადამ სმითის (1723-1790) და დ. რიკარდოს (1772-1623) სახელებთან), რაც ა. მარშალის, ჯ. ბ. კლარკის, კ. ვიკსელის, ფ. ვიზერის, ასევე, ფ. უიკსტიდის (1845-1926), ფ. ედკოურტის (1845-1926), ა. პიგუს (1877-1959) და სხვა მკლევართა ძალისხმევით იქმნებოდა. მართალია, ზღვრული სარგებლიანობის თეორიის ფუძემდებლებმა ინდივიდუალური ეკონომიკური შერჩევისათვის გამოიყენეს რელატივიზმის პრინციპი, მაგრამ არ გაავრცელეს იგი მთელი სამეურნეო მექანიზმის ანალიზზე. იმის გასარკვევად, თუ რისი წარმოება შეიძლება შრომის საშუალებით მთლიანად სისტემაში, აუცილებლად უნდა იყოს ცნობილი მისი საკუთარი ფასეულობა. გამოსავალი ამ ჯადოსნური წრიდან ზღვრული სარგებლიანობის თეორიისა და ღირებულბის კლასიკური თეორიის სინთეზია ანუ ორივე ფასეულობის ურთიერთ და ერთდროული განსაზღვრის მეთოდის გამოყენება. ნეოკლასიკოსებმა განახორციელეს ასეთი სინთეზი. მათი მიდგომისას ღირებულების სიდიდე დაკავშირებულია ბაზარზე

მოთხოვნისა და მიწოდების წონასწორობასთან, ხოლო თვით წონასწორობა სარგებლიანობისა და დანახარჯების, როგორც თანაწონადი და დამოუკიდებელი ძალების, ურთიერთმოქმედებით ყალიბდება. ორსაუკუნოვანი დისკუსია იმის შესახებ, თუ რას წარმოადგენს აბსტრაქტულ — იდეალურ პირობებში საქონლისა და მომსახურების საცვლელი ღირებულება დამთავრდა ღირებულების ფუნქციური თეორიის შექმნით საერთო კონკურენტული წონასწორობის თანამედროვე თეორიის ფარგლებში.

შეერთების (შერთვის, შერწყმის, გაერთიანების) ტიპები: შეერთება *(merger)* — ორი კომპანიის გაერთიანება, რომლის დროსაც იქმნება ახალი ფირმა, ძველი კი წყვეტს არსებობას; შთანთქმა *(acguisition)* — ორი კომპანიის შეერთება, რომლის დროსაც ერთი კომპანია ყიდულობს მეორეს და ინარჩუნებს ხელმძღვანელ მდგომარეობას; აქტივების რეალიზაცია *(divestiture)* — კომპანიის ნაწილის გაყიდვა; აქციების საკონტროლო პაკეტის გამოსყიდვა *(leveraged buyout)* — ვითარება, რომლის დროსაც ინდივიდუალური ინვესტორი ან ინვესტორთა ჯგუფი ყიდულობს კომპანიას მის საკრედიტო დავალიანებებთან ერთად, რომლის უზრუნველყოფას კომპანიის აქტივები წარმოადგენს; ერთობლივი საწარმო *(yoint venture)* — ორი ან მეტი მხარის სახსრებით შექმნილი საწარმო ერთობლივი მოგების მისაღებად; კონსორციუმი *(consortium)* — კომპანიების ჯგუფი, რომლებიც მუშაობენ ერთობლივად საერთო მიზნის მისაღწევად ან საერთო პროექტის განსახორციელებლად; კოოპერატივი *(cooperative)* — ადამიანების ან ერთნაირი მიზნების მქონე მცირე ფირმების გაერთიანება კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისა და საქმიანობის მასშტაბების გაფართოებით განპირობებული ეკონომიის სხვა უპირატესობების მისაღებად; მტრული შთანთქმა *(hostile takeover)* — ვითარება, რომლის დროსაც გარეშე ჯგუფი იძენს კორპორაციის აქციებს ისეთი რაოდენობით, რაც საკმარისია მასზე კონტროლისათვის დირექტორთა საბჭოსა და ამ კორპორაციის სხვა ხელმძღვანელთა ნების საწინააღმდეგოდ; აქციების შესყიდვის შესახებ პირდაპირი შეთავაზება ანუ ტენდერი *(tender offer)* — გარეშე ორგანიზაციის მიერ აქციების მფლობელებისათვის უშუალოდ შეთავაზება კომპანიის აქციების მიმდინარე საბაზრო ფასზე მაღლა შესყიდვის თაობაზე; ბრძოლა აქციონერთა ხმებისათვის *(proxy fight)* — შთანთქმის მცდელობა, როცა ჩასანშთანთქი კომპანიის აქციონერებს არწმუნებენ,

რომ ხმა მისცენ კომპანია-აგრესორისათვის სასურველ დირექტორთა საბჭოს; **ტრესტი** *(trust)* — მონოპოლისტური შეთანხმება, რომლის დროსაც ერთი კომპანია ყიდულობს იმავე დარგის სხვა კომპანიის საკონტროლო პაკეტს; **ჰორიზონტალური შეერთება** *(horizontal merger)* — გაერთიანება ფირმებისა, რომლებიც კონკურენტებს წარმოადგენენ ერთსა და იმავე დარგში; **ვერტიკალური შეერთება** *(vertical merger)* — გაერთიანება ფირმებისა, რომლებიც ერთსა და იმავე დარგში, მაგრამ მისი ტექნოლოგიური ჯაჭვის სხვადასხვა რგოლში მოქმედებენ; **კონგლომერატული შეერთება** *(conglomerate merger)* — ერთმანეთთან ტექნოლოგიური კავშირის არმქონე ფირმების გაერთიანება კომპანიის მასშტაბების გაფართოებისა და დივერსიფიკაციის მეშვეობით რისკების შემცირების მიზნით.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება — „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად, საზოგადოება, რომლის პასუხისმგებლობა კრედიტორის (კრედიტორების) წინაშე შემოიფარგლება მთელი თავისი ქონებით, ხოლო პარტნიორის (პარტნიორების) პასუხისმგებლობა — საწესდებო კაპიტალში მისი წილის ოდენობით. ასეთი საზოგადოების დაფუძნება შეუძლია ერთ პირსაც.

შემთხვევითი შერჩევა *(random sampling)* — შერჩევის საყოველთაოდ მიღებული მეთოდი, რომლის დროსაც დაკვირვების ობიექტების დიდი ჯგუფიდან თითოელ საგანს ან ადამიანს თანაბარი შანსი აქვს სხვებთან ერთად მოხდეს შერჩევით ერთობლიობაში. ასეთი შერჩევისას გენერალური ერთობლიობა, რომლისგანაც ხდება შერჩევა, უნდა იყოს საკმარისად მცირე, ხოლო გეოგრაფიული თვალსაზრისით — საკმარისად კონცენტრირებული.

შემოსავალი *(revenues)* — საქონლის ან მომსახურების გაყიდვების მოცულობა, ასევე, შემოსავალი ისეთი წყაროებიდან, როგორიცაა: პროცენტი, რენტა, საარენდო, სალიცენზიო გადასახდელები, ასევე, ფულადი შემოსავლები ფირმის პატენტების გამოყენებისათვის.

შერეული კაპიტალიზმი *(mixed capitalism)* — ეკონომიკური სისტემა, რომლის დროსაც ეკონომიკაში სახელმწიფო გარკვეული ხარისხით ზემოქმედებს თავისუფალი ბაზრის ფუნქციონირებაზე.

შერჩევითი ერთობლიობა (ამონაკრები, ამონარჩევი) *(sample)* — რომელიმე დაკვირვების ობიექტების დიდი ჯგუფის მცირე ნაწილი.

შინა მეურნეობა — სოციალურ-ეკონომიკური რგოლი (უჯრედი), ადამიანთა ერთობლიობა, რომელიც ექვემდებარება ერთ საცხოვრებელ ერთეულზე ერთობლივი ცხოვრების, კვების საერთო წესებს და დაკავშირებულია ერთმანეთთან საერთო ბიუჯეტით (მისი ნაწილით) ნათესაური ან არანათესაური (მოყვრული) ურთიერთობებით ან ორივეთი ერთად. შინა მეურნეობები შეიძლება იყოს კერძო და კოლექტიური.

შობადობის ჯამობრივი კოეფიციენტი — კოეფიციენტი, რომელიც გვიჩვენებს, საშუალოდ რამდენ ბავშვს გააჩენდა ქალი მთელი რეპროდუქტიული პერიოდის (15-49 წლის ასაკში) განმავლობაში ყოველ ასაკში შობადობის იმ წლის დონის შენარჩუნების პირობებში, რომლისთვისაც გაიანგარიშება მაჩვენებელი.

შრომითი რესურსები — ეკონომიკურად აქტიური, შრომისუნარიანი მოსახლეობა; მოსახლეობის ნაწილი, რომელიც ფლობს ფიზიკურ და სულიერ უნარს შრომით საქმიანობაში მონაწილეობისათვის.

შრომის კოოპერაცია — სპეციალიზაცია ორგანიზაციის საერთო ამოცანის რომელიმე ნაწილის შესრულებაზე ან მისთვის პასუხისმგებლობაზე.

შრომის მწარმოებლურობა (ნაყოფიერება) — მაჩვენებელი (სიდიდე), რომელიც იზომება ურთიერთდამოკიდებულებით წარმოებული პროდუქციის მოცულობასა და ხარისხს და დროის ერთეულში შრომის დახარჯებს შორის, რაც გამოხატავს წარმოების ეფექტიანობას.

ძირითადი კაპიტალი — მატერიალური და არამატერიალური აქტივები (ფონდები), რომლებიც წარმოადგენს წარმოების შედეგს და ერთ წელზე მეტი ხნის განმავლობაში განმეორებით ან მრავალჯერადად გამოიყენება წარმოების პროცესში.

წარმოება *(production)* — რესურსების იმ ფორმით გარდაქმნა, რომელიც შეესაბამება ადამიანების საჭიროებებსა და მოთხოვნილებებს.

წარმოების ფაქტორები *(factors of production)* — წარმოების ფაქტორებია: ბუნებრივი რესურსები, შრომითი რესურსები, კაპიტალი. სხვაგვარი განმარტებით, წარმოების ფაქტორებს მიეკუთვნება მიწა, შრომა, კაპიტალი და მეწარმეობრივი უნარი, რომლებსაც საზოგადოება იყენებს საქონლისა და მომსახურების წარმოებისათვის.

წმინდა კაპიტალიზმი *(pure capitalism)* — კაპიტალიზმის იდეალური მოდელი, რომლის მიხედვითაც რესურსების განაწილება ხორციელდება წმინდა საბაზრო მექანიზმების მეშვეობით.

წმინდა კაპიტალიზმის თეორიას საფუძველი ჩაუყარა ადამ სმიტმა. იდეალური კაპიტალისტური ეკონომიკის დროს წარმოებასა და რესურსების განთავსებასთან დაკავშირებული ყველა გადაწყვეტილება მიიღება კერძო მესაკუთრეების მიერ. ამ დროს ბაზარი მოქმედებს როგორც თვით რეგულირებადი მექანიზმი, „უხილავი ხელი“, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოებისათვის საჭირო საქონლის წარმოებას საჭირო რაოდენობით, ვიღაცის მითითების გარეშე. მაგრამ სინამდვილეში საერთო ინტერესები მოითხოვს სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევას. იგი იყენებს თავის ძალაუფლებას ფასებზე, სახელფასო სისტემაზე, რესურსების განთავსებაზე ზემოქმედებისათვის, რასაც შერეული კაპიტალიზმის ჩამოყალიბებისაკენ მივყავართ.

წმინდა კონკურენცია *(pure competition)* — სიტუაცია, როდესაც ბაზარზე მოქმედებს იმდენად ბევრი გამყიდველი და მყიდველი, რომ მათ შორის არავის ძალუძს საქონლის ფასების ან გაყიდვების მოცულობის კონტროლი.

წმინდა მოგება *(net income)* — კომპანიის მოგება, რომელიც გაინგარიშება შემოსავლებიდან ხარჯების გამოკლებით.

წმინდა რისკი *(pure risk)* — რისკი, რომელიც ვარაუდობს მხოლოდ ზარალის ალბათობას. დაზღვევას უმეტესწილად სწორედ წმინდა რისკთან აქვს საქმე.

წონასწორობის ფასი *(eyuilibrium price)* — წერტილი, სადაც მოთხოვნა და მიწოდება აწონასწორებს ერთმანეთს.

წრებრუნვა *(circular flow)* — საქონლისა და მომსახურების ფულზე გაცვლის უწყვეტი პროცესი ეკონომიკური სისტემის სუბიექტებს შორის.

ხარჯები *(expenses)* — დანახარჯები, რომლებიც წარმოიქმნება შემოსავლის შექმნის პროცესში.

ხელფასი *(wages)* — ნაღდი გასამრჯელო, რომლის ოდენობა დამოკიდებულია მუშაკის მიერ გამომუშავებულ საათებზე ან მის მიერ წარმოებული პროდუქციის რაოდენობაზე.

ჯინის ინდექსი — შემოსავლის კონცენტრაციის მაჩვენებელი, რომელიც გვიჩვენებს შემოსავლების ფაქტობრივი განაწილების გადახრას მათი თანაბარი განაწილების ხაზიდან. თანაბარი განაწილებისას ჯინის ინდექსი ნულის ტოლია, აბსოლუტური უთანაბრობისას — ერთის.

ჰეჯირება *(hedge)* – ინვესტიცია, რომელიც იცავს ინვესტორს სხვა ინვესტიციებში დანაკარგებისაგან.

ჰიგიენური ფაქტორები *(hygiene factors)* – შრომის პირობების თავისებურებანი, რომლებიც მხოლოდ მაშინ ახდენენ უარყოფით ზემოქმედებას, როდესაც ეს პირობები არადამაკმაყოფილებელია.

ჰოლდინგური კომპანია *(holding company)* – კომპანია, რომელიც ფლობს სხვა კომპანიის აქციების უმეტეს ნაწილს (ან მთელ მოცულობას), მაგრამ აქტიურად არ მონაწილეობს მის მართვაში.

გამოყენებული ლიტერატურა

ასათიანი რ. ეკონომიკსი. განმარტებითი ლექსიკონი, მესამე გადამუშავებული გამოცემა, საგამომცემლო ფირმა „სიახლე", თბ., 2000;

დემოგრაფიის მოკლე ენციკლოპედიური ლექსიკონი. მეორე გამოცემა, გადამუშავებული და დამატებული, შემდგ. გ. წულაძე, თბ., 2005;

ეკონომიკური ლექსიკონი. შემდგ.: ა. სილაგაძე (ხელმძღ.), გ. გოშაძე, ვ. ზურაბიშვილი, თ. დემეტრაშვილი. თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2001;

პაიჭაძე ნ. ადამიანური რესურსების მართვა. ცნებებისა და განსაზღვრებების ლექსიკონი. თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008;

უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. შეადგ. მ. ჭაბაშვილმა, მესამე შესწორებული და შევსებული გამოცემა, გამომცემლობა „განათლება", თბ., 1989;

ჩიქავა ლ. ინოვაციური ეკონომიკა. საგამომცემლო ფირმა „სიახლე", თბ., 2006;

ჭანტურია ლ., ნინიძე თ. მეწარმეთა შესახებ კანონის კომენტარი. მესამე გამოცემა, გამომცემლობა „სამართალი", თბ., 2002;

საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სტატისტიკის დეპარტამენტის სტატისტიკური კრებულებისათვის დართული ტერმინოლოგიური განმარტებები.

Большой толковый психологический словарь. Т.1,2; пер. с анг. (Робер Артур, - ООО «Издательство ЛСТ»; «Издательство Вече», 2001;

Словарь по экономике. К. Пасс, Б. Лоуз, Л. Дэвис. пер. с анг. под. ред. П.А. Ватника.: Экономическая школа.Санкт-Петербург, 2004;

Современный бизнес: Учеб. В 2т. Т.2: Пер.с анг. /Д. Дж. Речмен. М. Х Мескон, К. Л Боуви, Дж. В.Тилл. - М.: Республика, 1995; Б Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева;

Современный экономический словарь. - М.:ИНФА. М. 1997; **Финансово-кредитный энциклопедический словарь** /кол. авторов; под общ, ред. А. Г. Грязновой.: М., Финансы и статистика, 2004.

საქართველოს რესპუბლიკაში მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ხელშეწყობის ღონისძიებათა შესახებ

საქართველოს რესპუბლიკის მინისტრთა კაბინეტის დადგენილება № 613

1993 წლის 6 აგვისტო
ქ. თბილისი

საქართველოს რესპუბლიკის მინისტრთა კაბინეტი აღნიშნავს, რომ მცირე სამეწარმეო საქმიანობა, როგორც შრომის ორგანიზაციის ეფექტიანი ფორმა, პასუხობს საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკურ ინტერესებს და საჭიროებს ყოველმხრივ სახელმწიფოებრივ ხელშეწყობას.

საქართველოს რესპუბლიკის ტერიტორიაზე მცირე სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისათვის აუცილებელი ორგანიზაციული, ეკონომიკური და სამართლებრივი პირობების შექმნის უზრუნველყოფის მიზნით საქართველოს რესპუბლიკის მინისტრთა კაბინეტი ადგენს:

1. ჩაითვალოს მცირე საწარმოთა ქსელის განვითარება საქართველოს რესპუბლიკის ტერიტორიაზე სამეწარმეო სახელმწიფო ხელშეწყობის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიმართულებად.

2. დაწესდეს, რომ მოქმედი საკანონმდებლო აქტების შესაბამისად საქართველოს რესპუბლიკის ტერიტორიაზე შეიძლება შეიქმნას ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მცირე საწარმოები, რომლებიც უფლებამოსილი არიან განახორციელონ კანონმდებლობით ნებადართული ყოველგვარი სამეურნეო საქმიანობა.

3. მცირე საწარმოებს განეკუთვნებიან „სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ“ საქართველოს რესპუბლიკის კანონით გათვალისწინებული ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის (როგორც ახლად შექმნილი, ისე მოქმედი) საწარმოები, რომელთაც არ უკავიათ გაბატონებული მდგომარეობა დარგში და მომუშავეთა საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა ცალკეული დარგების მიხედვით არ აღემატება: მრეწველობასა და მშენებლობაში — 50 კაცს, ტრანსპორტზე — 40 კაცს, მეცნიერებაში, სამეცნიერო და სამედიცინო მომსახურებაში — 30 კაცს, სხვა დარგებში — 20 კაცს.

მომუშავეთა საშუალო სიობრივ რიცხოვნობაში ჩაითვლებიან საწარმოს შტატში მყოფი მუშაკები, მათ შორის, შეთავსებით მომუშავენი, აგრეთვე, პირები, რომლებიც არ ირიცხებიან შტატში, მაგრამ სამუშაოებს ხელშეკრულების საფუძველზე ასრულებენ.

მრავალდარგოვანი საწარმოების დარგობრივი მიკუთვნება ხდება საქმიანობის იმ სახეობის მიხედვით, რომელსაც საწარმოს ჯამურ შემოსავალში უდიდესი წილი უკავია.

4. მცირე საწარმოების სახელმწიფო ხელშეწყობის, ეკონომიკის აღნიშნულ სექტორში დაგროვილი სამეწარმეო პოტენციალის შემდგომი სტიმულირებისა და რესპუბლიკის სამომხმარებლო ბაზარის მცირე საწარმოების ძალებით გაჯერების მიზნით საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროსთან შეიქმნას მცირე სამეწარმეო საქმიანობის ხელშემწყობი რესპუბლიკური ფონდი, რისთვისაც: საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკის სამინისტრომ საქართველოს რესპუბლიკის ფინანსთა სამინისტროსა და საქართველოს რესპუბლიკის იუსტიციის სამინისტროსთან ერთად სხვა დაინტერესებული სამინისტროებისა და უწყებების მონაწილეობით წარმოადგინოს მცირე სამეწარმეო საქმიანობის ხელშემწყობი რესპუბლიკური ფონდის წესდების შეთანხმებული პროექტი.

5. საქართველოს რესპუბლიკის კავშირგაბმულობის სამინისტრომ, ფინანსთა სამინისტრომ, იუსტიციის სამინისტრომ საგარეო ეკონომიკურ ურთიერთობათა კომიტეტმა, სოციალურ-ეკონომიკური ინფორმაციის კომიტეტმა, ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის კორპორაციამ მოამზადონ წინადადებები სამეწარმეო საქმიანობის ინფორმაციული უზრუნველყოფის კომერციული სისტემის განვითარების ღონისძიებათა შესახებ, მათ შორის, ინფორმაციის გავრცელების სახელწიფო არხების გამოყენების გათვალისწინებით (ოფიციალური ბეჭდვითი გამოცემები, ტელევიზია, რადიომაუწყებლობა და ა.შ.).

6. საქართველოს რესპუბლიკის საგარეო ეკონომიკურ ურთიერთობათა კომიტეტმა, ეკონომიკის სამინისტრომ, ფინანსთა სამინისტრომ, საგარეო საქმეთა სამინისტრომ საქართველოს რესპუბლიკის ეროვნული ბანკის მონაწილეობით 1993 წლის 1 სექტემბრამდე შეიმუშაონ მცირე საწარმოების საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის განვითარების ხელშემწყობ ღონისძიებათა სისტემა.

7. საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკის სამინისტრომ და სახელმწიფო ქონების მართვის სამინისტრომ დაინტერესებულ სამინისტროებთან და უწყებებთან ერთად 1993 წლის 1 ნოემბრამდე შეიმუშაონ მსხვილი საწარმოების რესტრუქტურიზაციის პოლიტიკა და შესაბამისი პროგრამა.

8. საქართველოს რესპუბლიკის განათლების სამინისტრომ, მეცნიერებისა და ტექნიკის კომიტეტმა, სოციალური უზრუნველყოფის, შრომისა

და დასაქმების სამინისტრომ ეკონომიკის სამინისტროს მონაწილეობით უმოკლეს დროში გაუწიონ ორგანიზაცია საჭირო სპეციალისტების მომზადებას საზღვარგარეთ სტაჟირების ჩათვლით.

9. საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკის სამინისტრომ, მეცნიერებისა და ტექნიკის კომიტეტმა, დაინტერესებულმა სამინისტროებმა, კომიტეტებმა და ორგანიზაციებმა, მმართველობის ადგილობრივმა ორგანოებმა ორგანიზაცია გაუწიონ 1993 წლის დასასრულისათვის სოციალური ადაპტაციისა და მეწარმეთა კადრების მომზადების უწყებათაშორისი საბჭოს შექმნას.

10. დაწესდეს, რომ მცირე საწარმოების სამეურნეო საქმიანობის დაბეგვრა წარმოებს საქართველოს რესპუბლიკაში მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად. დაევალოს საქართველოს რესპუბლიკის ფინანსთა სამინისტროს, ეკონომიკის სამინისტროსთან შეთანხმებით, ერთი თვის ვადაში წარმოადგინოს წინადადებები მცირე საწარმოების სამეურნეო საქმიანობის დაბეგვრაში შეღავათების სისტემის შემოღების შესახებ.

11. საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკის სამინისტრომ, ფინანსთა სამინისტრომ, საქართველოს რესპუბლიკის ეროვნული ბანკის მონაწილეობით, ერთი თვის ვადაში მოამზადონ წინადადებები ბანკების მიერ მცირე სამეწარმეო საქმიანობის დაკრედიტების შესახებ.

12. წინადადება მიეცეს ადგილობრივ ორგანოებს, დადგენილი წესით წარმოადგინონ რეკომენდაციები რეგიონის განვითარებისათვის პრიორიტეტული მნიშვნელობის მქონე ამოცანების გადასაწყვეტად მცირე საწარმოებისათვის ხელშეწყობის შესახებ.

13. საქართველოს რესპუბლიკის სამინისტროებმა და უწყებებმა, ავტონომიური რესპუბლიკების სამინისტროებმა და უწყებებმა, მმართველობის ადგილობრივმა ორგანოებმა ყოველმხრივ შეუწყონ ხელი მცირე საწარმოებსა და მათ კავშირებს მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგებისა და ინფორმაციული უზრუნველყოფის საქმეში მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად.

14. საქართველოს რესპუბლიკის სამინისტროებმა და უწყებებმა, ავტონომიური რესპუბლიკების სამინისტროებმა და უწყებებმა, მმართველობის ადგილობრივმა ორგანოებმა სისტემატურად შეისწავლონ, განაზოგადონ და გაავრცელონ მცირე საწარმოების შექმნისა და მათი საქმიანობის სამამულო და საზღვარგარეთული გამოცდილება.

15. ეს დადგენილება გამოქვეყნდეს პრესაში.

საქართველოს რესპუბლიკის პრემიერ-მინისტრი
თ. სიგუა

საქართველოს კანონი
მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ

თავი I. ზოგადი დებულებანი

მუხლი 1

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

2. მცირე საწარმოთა შესახებ კანონმდებლობა შედგება ამ კანონისაგან, საქართველოს სხვა კანონებისა და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტებისაგან.

მუხლი 2

1. საქართველოს ტერიტორიაზე მცირე საწარმოებს განეკუთვნება „მეწარმეთა შესახებ" საქართველოს კანონის შესაბამისად შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო რაოდენობა და საწარმოს წლიური ბრუნვა არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ ოდენობას:

ა) მრეწველობაში 40 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს;

ბ) მშენებლობაში 20 დასაქმებულსა და 300 ათას ლარს;

გ) ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაში 20 დასაქმებულსა და 200 ათას ლარს;

დ) სოფლის მეურნეობაში 20 დასაქმებულსა და 150 ათას ლარს;

ე) საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში 10 დასაქმებულსა და 50 ათას ლარს;

ვ) განათლებაში, ჯანმრთელობის დაცვასა და კულტურაში 25 დასაქმებულსა და 60 ათას ლარს;

ზ) სხვა სახის ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას 15 დასაქმებულსა და 100 ათას ლარს.

2. მცირე საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს განეკუთვნება საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის საფუძველზე შექმნილი რეგისტრირებული კავშირები და ფონდები, რომელთა უმთავრესი მიზანია მცირე საწარმოებისათვის დახმარების გაწევა.

მუხლი 3

საწარმო არ ჩაითვლება მცირედ, თუ:

ა) მისი საწესდებო კაპიტალის 25%-ზე მეტი ეკუთვნის პირს ან პირებს, რომლებიც არ აკმაყოფილებენ მცირე საწარმოთა ამ კანონით განსაზღვრულ მოთხოვნებს;

ბ) მის ძირითად საქმიანობას წარმოადგენს საბანკო, სადაზღვევო და სხვა სახის ფინანსური მომსახურება.

მუხლი 4

1. მცირე საწარმოში დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა განისაზღვრება შრომის ხელშეკრულებით, მათ შორის, შეთავსებით მომუშავეთა (სეზონურად დასაქმებულთა გამოკლებით), აგრეთვე, იურიდიული პირის წარმომადგენლობების თანამშრომელთა გათვალისწინებით, რაც აისახება სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის რეგიონულ ორგანოებში წარდგენილ მცირე საწარმოს სამეურნეო-საფინანსო საქმიანობის წლიურ აგრეგირებულ (ნაერთ) ფორმებში.

2. წინა ფინანსური წლის არმქონე ახლად შექმნილ საწარმოებში დასაქმებულთა საშუალო რაოდენობა განისაზღვრება მათ მიერ რეგისტრაციის გავლიდან წლის ბოლომდე პერიოდისათვის.

3. მე-2 მუხლით დადგენილი რაოდენობის გადამეტების დღიდან საწარმო არ ჩაითვლება მცირე საწარმოდ.

4. ამ მუხლის პირველი პუნქტით მცირე საწარმოებს არ დაეკისრებათ დამატებითი ანგარიშგების წარმოების ვალდებულება, გარდა კანონმდებლობით დადგენილისა.

მუხლი 5

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

თავი II. მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი

მუხლი 6

1. მცირე საწარმოთა განვითარებისა და მხარდაჭერის საქმეში, სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებისა და განხორციელების მიზნით, იქმნება მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი (შემდგომში — ცენტრი).

2. ცენტრი არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, აქვს ცენტრალური და რეგიონული ოფისები, რომელთა მიზანია მცირე საწარმო-

ების განვითარებისათვის დახმარება. მას მართავს და წარმოადგენს დირექტორი.

3. ცენტრს დადგენილი წესით გადაეცემა საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებული მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის ფონდის — სახაზინო საწარმოს მთელი ქონება და მიზნების შესაბამისად ნაკისრი ვალდებულებები.

4. ცენტრის დირექტორს საკოორდინაციო საბჭოს წარდგინებით თანამდებობაზე ნიშნავს და თანამდებობიდან ათავისუფლებს საქართველოს პრეზიდენტი.

5. ცენტრს არა აქვს უფლება გამოსცეს მცირე მეწარმეობის მარეგულირებელი დოკუმენტები, გარდა შიდა ოპერატიული საქმიანობისათვის განკუთვნილი დოკუმენტებისა.

მუხლი 7

1. ცენტრის ფუნქციებია:

ა) მცირე საწარმოთა განვითარების სტიმულირების სახელმწიფო პოლიტიკით ჯათვალისწინებულ ღონისძიებათა კოორდინაცია;

ბ) მცირე საწარმოების განვითარებასთან დაკავშირებული კანონებისა და საერთაშორისო ხელშეკრულებების პროექტების შემუშავება და მათზე დასკვნების გაკეთება;

გ) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და დაფინანსების პროგრამათა შემუშავებისა და განხორციელების ორგანიზება;

დ) მცირე საწარმოთა მუშაკებისათვის სასწავლო კურსებისა და სემინარების ორგანიზება;

ე) მცირე საწარმოთა ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურება;

ვ) მცირე საწარმოთა სამეურნეო და საფინანსო საქმიანობის ანალიზი და შეფასება;

ზ) დახმარება უცხოელი და ადგილობრივი ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის მცირე საწარმოებში ინვესტიციების განსახორციელებლად;

თ) მცირე საწარმოებთან და მათ მხარდამჭერ ორგანიზაციებთან სისტემატური შეხვედრების მოწყობა საქართველოში მცირე მეწარმეობის ხელშემწყობი გარემოს ჩამოსაყალიბებლად;

ი) მცირე საწარმოთა განვითარების სტიმულირების სხვა ღონისძიებათა განხორციელება.

2. ამ მუხლისს პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ ფუნქციებს ცენტრი ახორციელებს ადგილობრივ, უცხოურ, საერთაშორისო სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან თანამშომლობით.

მუხლი 8

ცენტრი ადგენს და აწარმოებს საინფორმაციო სისტემას მონაცემთა ბაზით, რომელიც მოიცავს:

ა) მცირე საწარმოებს საქართველოში;

ბ) მცირე საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს;

გ) ცნობებს მცირე საწარმოებისათვის ინფორმაციისა და საკონსულტაციო მომსახურების გამწევ ორგანიზაციათა და პირთა შესახებ;

დ) ინფორმაციას მცირე საწარმოთათვის პროექტების, ტენდერების, პროგრამების და სასწავლო კურსების შესახებ;

ე) მონაცემებს ინვესტიციების თაობაზე მცირე საწარმოებში ან მათ მიერ განხორციელებული ინვესტიციების შესახებ.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული საინფორმაციო სისტემა წარმოადგენს ცენტრის საკომუნიკაციო და საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ნაწილს.

3. ცენტრი ამ სისტემის შექმნის პროცესში თანამშრომლობს მცირე საწარმოების მხარდამჭერ ორგანიზაციებთან, აგრეთვე, სამრეწველო პალატებთან და დარგობრივ კავშირებთან.

4. მონაცემები მიიღება ოფიციალური წყაროებიდან და მცირე მეწარმეობით დაინტერესებული ორგანიზაციების გამოკვლევათა შედეგად მოპოვებული მასალებიდან.

მუხლი 9

ცენტრისა და მისი რეგიონული ორგანოების ორგანიზაციულ სტრუქტურასა და საქმიანობის მიმართულებებს განსაზღვრავს მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭო.

მუხლი 10

1. მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭო (შემდგომში — საბჭო) წარმოადგენს მცირე მეწარმეობის პოლიტიკის განმახორციელებელ და ცენტრის საქმიანობის წარმმართველ ორგანოს.

2. საბჭოს წევრებს ამტკიცებს საქართველოს პრეზიდენტი ორი წლის ვადით, 13 კაცის შემადგენლობით, რომელთაგან

ა) ექვსი ეკონომიკის, ფინანსთა, ვაჭრობისა და საგარეო- ეკონომიკური ურთიერთობების, მრეწველობის, სოფლის მეურნეობისა და სურსათის, შრომისა და დასაქმების სამინისტროების წარმომადგენელია;

ბ) ხუთი თითოეული რეგისტრირებული მცირე საწარმოს მხარდამჭერი ორგანიზაციების წარმომადგენელია;

გ) ერთი ეროვნული ბანკის წარმომადგენელია;

დ) ერთი სახელმწიფო კანცელარიის წარმომადგენელია.

3. საბჭოს წევრები საბჭოს საქმიანობაში მონაწილეობისათვის არ იღებენ რაიმე სახის ანაზღაურებას.

4. კანდიდატურების წარდგენა საბჭოში წარმოებს ამ კანონის ამოქმედებიდან არა უგვიანეს 30 კალენდარული დღისა.

5. გადაწყვეტილება საბჭოს წევრთა დანიშვნის შესახებ მიიღება კანდიდატურების წარდგენის ვადის გასვლიდან არა უგვიანეს 30 კალენდარული დღისა.

6. საბჭოს წევრთა გადადგომა ხდება საკუთარი სურვილით ან მათი წარმდგენი ორგანიზაციის გადაწყვეტილების საფუძველზე.

7. საბჭოს ყოფილი წევრის ნაცვლად ახალი წევრის დანიშვნა ხორციელდება ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული წესის შესაბამისად. კანდიდატურის წარდგენა ხდება საბჭოს წევრის გადადგომიდან ან გათავისუფლებიდან არა უგვიანეს 30 დღისა.

8. საბჭოს თავმჯდომარე აირჩევა საბჭოს შემადგენლობიდან წევრთა ხმების უმრავლესობით

9. საბჭოს სხდომები იმართება კვარტალში ერთხელ. სხდომა უფლებამოსილია, თუ მას ესწრება საბჭოს წევრთა ორი მესამედი მაინც.

10. საბჭო გადაწყვეტილებებს იღებს წევრთა ხმების უმრავლესობით. ხმათა თანაბრად გაყოფის შემთხვევაში გადამწყვეტია თავმჯდომარის ხმა.

თავი IV. მცირე საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების სტიმულირების ღონისძიებები

მუხლი 11

მცირე საწარმოთა ჩამოყალიბებასა და განვითარებას ხელი ეწყობა:

ა) ფინანსური დახმარებით;

ბ) მცირე საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამების შემუშავებითა და განხორციელებით;

გ) მცირე საწარმოთათვის საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების გაწევით;

დ) ამ საწარმოთა მუშაკების პროფესიული კვალიფიკაციის ამაღლების პროექტების განხორციელებით;

ე) მცირე საწარმოთათვის ლიზინგური მომსახურების გაწევით;

ვ) მცირე საწარმოთა მხარდამჭერი ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბებით;

ზ) ამ ან საქართველოს სხვა კანონების მოთხოვნათა შესაბამისად.

მუხლი 12

ა) მცირე საწარმოებისათვის განკუთვნილი ფინანსური მხარდაჭერის არსებული პროგრამების სახეობის, შინაარსისა და მიმართულებების შესახებ;

ბ) პროგრამებში მონაწილეობის უფლების მქონე მცირე საწარმოთა კონკრეტული მახასიათებლების, მათ შორის, დასაქმებულთა რაოდენობისა და საწარმოთა წლიური ბრუნვის მაჩვენებელთა თაობაზე;

გ) პროგრამების მიხედვით გასანაწილებელი სესხების მოცულობათა, საპროცენტო განაკვეთების და ვადების შესახებ.

მუხლი 13

ცენტრი სახსრებს არ გამოუყოფს ნებისმიერ საწარმოს ან ორგანიზაციას, რომელიც იმყოფება საბჭოს წევრის ან საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული მასთან ურთიერთდამოკიდებული პირის საკუთრებაში. ამ პუნქტის დარღვევით სახსრების გაცემის შემთხვევაში თანხები დაუყოვნებლივ აუნაზღაურდება ცენტრს.

მუხლი 14

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

მუხლი 15

1. სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტს ევალება ყოველწლიურად ჩაატაროს მცირე საწარმოთა საქმიანობის სტატისტიკური გამოკვლევა ამ კანონის მე-2 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნათა შესაბამისად და ცენტრს მიაწოდოს შეჯამებული ინფორმაცია.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ კვლევისა და დაკვირვების შედეგებს, ასევე, დამატებით მოპოვებულ ინფორმაციას ცენტრის თავმჯდომარე ყოველწლიურად წარუდგენს საქართველოს პრეზიდენტს.

მუხლი 16

1. მცირე საწარმოებს ეწევათ ფინანსური მხარდაჭერა

ა) მცირე საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების პროგრამების შემუშავებისა და განხორციელებისათვის;

ბ) მცირე საწარმოების მუშაკებისათვის სასწავლო კურსებისა და სემინარების ორგანიზებისათვის;

გ) მცირე საწარმოებისათვის ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურებისათვის, მათ შორის, გზისმკვლევებისა და ბროშურების გამოსაცემად.

2. მცირე საწარმოთა ჩამოყალიბებისა და განვითარების ფინანსური მხარდაჭერა ხორციელდება პირდაპირი ინვესტირების გზით ან ტენდერის წესით შერჩეული კომერციული ბანკების მეშვეობით.

3. ამ მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტებით გათვალისწინებული ღონისძიებების განსახორციელებლად ფინანსური მხარდაჭერის ოდენობას, ფორმასა და პროპორციებს ადგენს საკონსულტაციო საბჭო.

4. ამ მუხლის პირველ პუნქტში გათვალისწინებული სახსრების წყარო შეიძლება იყოს:

ა) ცენტრის შემოსავლები;

ბ) დაფინანსება ცენტრალური და ადგილობრივი ბიუჯეტებიდან, მათ შორის, პრივატიზებიდან მიღებული თანხები;

გ) საერთაშორისო და რეგიონული ტექნიკური და ეკონომიკური დახმარება;

დ) უცხოური სესხები;

ე) ნებაყოფლობითი საქველმოქმედო შენატანები;

ვ) უცხოური ინვესტიციები.

მუხლი 17

ცენტრის საქმიანობა ფინანსდება მოცემული წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის სახსრებით, აგრეთვე, საკუთარი შემოსავლებით და შემოწირულობებით.

მუხლი 18

საქართველოს სამინისტროები და სხვა სამთავრობო დაწესებულებები პროგრამების განხორციელებისას თავიანთი კომპეტენციის ფარგლებში ითვალისწინებენ:

ა) მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდას;

ბ) მცირე საწარმოების საექსპორტო საქმიანობის გაფართოებასა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას;

გ) მცირე საწარმოებში ინვესტიციების განხორციელების სტიმულირებას;

დ) მცირე საწარმოებისათვის საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების გაუმჯობესებას;

ე) ამ საწარმოთა მუშაკების პროფესიული კვალიფიკაციისა და სამეწარმეო უნარ-ჩვევების გაუმჯობესებას.

მუხლი 19

მცირე საწარმოების საქმიანობის კონტროლი ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

მუხლი 20

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

მუხლი 21

მცირე საწარმოები სარგებლობენ საქართველოს საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებული შეღავათებით.

მუხლი 22

მცირე საწარმოები სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობისას სარგებლობენ კანონით გათვალისწინებული შეღავათებით.

მუხლი 23

მცირე საწარმოების მიმართ გამოიყენება ბუღალტრული აღრიცხვისა და ანგარიშგების გამარტივებული სისტემა.

თავი V. დასკვნითი დებულება

მუხლი 24

ეს კანონი ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს პრეზიდენტი ედუარდ შევარდნაძე

თბილისი.

1999 წლის 23 ივლისი. № 2341-რს.
საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.
№ 40 (47), 1999.

საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამის დამტკიცების შესახებ

საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულება № 309
2002 წლის 22 ივნისი

ქ. თბილისი

1. დამტკიცდეს საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების თანდართული პროგრამა.

2. საქართველოს ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრომ (გ. გაჩეჩილაძე) საქართველოს ფინანსთა სამინისტროსთან ერთად:

ა) წარმოადგინოს კონკრეტული წინადადებები პროგრამით გათვალისწინებული ღონისძიებების ფინანსური უზრუნველყოფის მიზნით;

ბ) შეიმუშაოს მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ არასაბანკო მცირე სესხების გაცემის წესი.

3. ეთხოვოთ საქართველოში მოღვაწე საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და დონორებს გამოყონ დამატებითი სახსრები პროგრამის განხორციელებისათვის.

ე. შევარდნაძე

თბილისი.

საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.
№ 65, 26.06.2002.

საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამა

შესავალი

საბაზრო მეურნეობის პრინციპების დანერგვით საფუძველი შეექმნა ჩვენს ქვეყანაში მეწარმეობის განვითარებას. 90-იანი წლების მეორე ნახევრიდან აღინიშნა სამეწარმეო აქტიურობის გამოცოცხლება, რაშიც მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებულმა კანონებმა და საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულებებმა მეწარმეობის განვითარებისა და მისთვის სახელმწიფო მხარდაჭერის გაძლიერების შესახებ.

სამეწარმეო საქმიანობის ძირითად შინაარსს და მამოძრავებელ ძალას საქართველოში ძირითადად მცირე და საშუალო ბიზნესი წარმოადგენს. მცირე და საშუალო საწარმოთა (შემდგომში „მსს“) სექტორი ზრდის ტენდენციით ხასიათდება. 2002 წლის დასაწყისისათვის რეგისტრირებული იყო 60411 მცირე საწარმო, მაშინ, როდესაც მათი რიცხვი 2000 წლის დასაწყისში შეადგენდა - 50039-ს, ხოლო 2001 წლის დასაწყისში — 57231-ს. ამჟამად მცირე საწარმოთა წილად მოდის სამეწარმეო სფეროს საწარმოთა საერთო რაოდენობის 90 პროცენტზე მეტი.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის (შემდგომში „მსმ“) განვითარებისათვის შექმნილია სათანადო ინსტიტუციური ბაზა. სპეციალური კანონის მიღებით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ განისაზღვრა მსმ განვითარებისა და ხელშეწყობის ძირითადი პრინციპები, მოცემული სფეროს ეკონომიკური და სამმართლებრივი რეგულირების მეთოდები და ფორმები. დაფუძნდა მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭო და მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი, რომლებსაც აღნიშნული კანონით დაეკისრათ ქვეყანაში მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის საქმიანობათა კოორდინაცია, საწარმოთა ხელშეწყობის პროგრამების შემუშავება და განხორციელების ორგანიზება.

უნდა აღინიშნოს, რომ არც თუ დიდი ხანია, რაც საკანონმდებლო ბაზა შევიდა ძალაში, ამიტომ რიგი ნორმების მარეგულირებელი ზეგავლენა მსს განვითარებაზე ნაკლებია. ამასთან, ზოგიერთი მათგანი, მაგალითად, საგადასახადო კოდექსი მწვავე დისკუსიის ობიექტია და მოითხოვს გადასინჯვას. დასახვეწია კანონმდებლობა სამეწარმეო საქმიანობის თავისუფლების, მეწარმეობისადმი სახელმწიფო და საზოგადოებრივი მხარდაჭერის გამჭვირვალობისა და მათი პრინციპების ევროკავშირის მარეგულირებელ კანონმდებლობასთან შესაბამისობის თვალსაზრისით.

მცირე საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2001 წლის პროგრამის შემუშავებითა და მისი განხორციელების დაწყებით მსმ-ის განვითარებამ

საქართველოში შეიძინა ორგანიზებული, თანამიმდევრული ხასიათი. განვითარებული და განსაკუთრებით გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნების გამოცდილების, საერთაშორისო ორგანიზაციების რეკომენდაციებისა და მსს-ის მხარდამჭერი ორგანიზაციების წინადადებების გათვალისწინებით განისაზღვრა საწარმოთა ხელშეწყობის ძირითადი მიმართულებები, ფორმები და მექანიზმები.

უნდა აღინიშნოს, რომ საბანკო კრედიტებზე თავდებობისა და სესხის საბანკო პროცენტის სუბსიდირების სისტემის შემოღებით შეიქმნა საწარმოებისათვის სესხების ხელმისაწვდომობისა და საბანკო რესურსების მსმ-ის სფეროში დაბანდების გაზრდის რეალური საფუძველი. ამასთან, გამოცდილების ნაკლებობის, მეწარმეთა არასათანადოდ ინფორმირებულობის, ჩრდილოვან ეკონომიკასთან ადაპტირებული საბაზრო სტრუქტურების ნაკლები დაინტერესებისა და რაც მთავარია, სათანადო საბიუჯეტო სახსრების დეფიციტის პირობებში ფინანსური ხელშეწყობის აღნიშნული ინსტრუმენტების ეფექტიანობა ჯერჯერობით არ არის საგრძნობი. ამის გამო, წინამდებარე პროგრამაში თავდებობისა და სუბსიდირების პროგრამების განხორციელების მექანიზმები შემდგომში დაზუსტდა და მოხდა მათი კორექტირება. ამასთან, მიზანშეწონილად მიგვაჩნია, რომ აღნიშნული ფორმებით საწარმოთა ხელშეწყობა განხორციელდეს სპეციალურად შექმნილი საკრედიტო თავდებობის ფონდების მეშვეობით.

მსმ სახელმწიფო ხელშეწყობის მნიშვნელოვანი მიმართულებაა საინფორმაციო-საკონსულტაციო მომსახურებისა და სწავლების სისტემის სრულყოფა. პროგრამაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს შესაბამისი ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბების ღონისძიებებს.

მსმ განვითარებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს რეგიონული პროგრამების შემუშავებასა და განხორციელებას, რომელთა მეშვეობით შესაძლებლობა გვეძლევა კომპლექსურად გადავწყვიტოთ ამა თუ იმ რეგიონის ეკონომიკური და სოციალური პრობლემები.

ამჟამად საქართველოში მსმ განვითარებას აფერხებს მრავალი ფაქტორი: საბიუჯეტო დეფიციტი, კორუფცია, ბიუროკრატიზმი, დაბეგვრის რთული სისტემა, მონოპოლისტი საწარმოების წინააღმდეგობა და სხვ.

სპეციალურ გამოკვლევათა შედეგებით დასტურდება, რომ მეწარმეობის ხელშემშლელ ფაქტორთა შორის უმთავრესია საგადასახადო სისტემის მოუწესრიგებლობა და მასთან დაკავშირებული კორუფცია. უნდა აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო სტანდარტებთან შედარებით საქართველოში მოქმედი გადასახადები (სოციალურის გარდა) არ არის მაღალი. პრობლემა მდგომარეობს გადასახადების ადმინისტრირებაში. გადასახადების გადახდა მეწარმეთათვის არახელსაყრელი და თითქმის შეუძლებელია კორუფციის გამო შექმნილ არაჯანსაღ კონკურენტულ გარემოში, სადაც უპირატესობით სარგებლობენ ის საწარმოები, რომლებიც სხვადასხვა საშუალებებით თავს არიდებენ გადასახადების გადახდას.

თავის მხრივ, არაჯანსაღი კონკურენციის არსებობას ხელს უწყობს მრავალი ფაქტორი, მათ შორის:

— კანონმდებლობის არასრულყოფილობა და მისი განსხვავებული ინტერპრეტაცია. საგადასახადო და საბაჟო სფეროების მარეგულირებელი საკანონმდებლო აქტები ხშირად არ არის ზუსტად ჩამოყალიბებული, რაც ქმნის სუბიექტური მიდგომისა და კორუფციის საფუძველს;

საბაჟო სისტემის მოუწესრიგებლობა და კონტრაბანდა, რასაც საქართველოში მასიური ხასიათი აქვს. ყოველივე ეს ხელს უწყობს გადასახადებისაგან თავის არიდებას, რადგან წინააღმდეგ შემთხვევაში საწარმოები აღმოჩნდებიან არათანაბარ მდგომარეობაში კონტრაბანდული საქონლის გამყიდველებთან შედარებით;

— კომერციული საიდუმლოების დაცვის სუსტი გარანტიები;

— ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ჩამოსაყალიბებლად აუცილებელია სამეწარმეო კანონმდებლობის გამარტივება და კანონების ზუსტად და ნათლად ინტერპრეტაცია. საბაჟო სისტემის რეფორმირების შედეგად მოწესრიგდეს კანონმდებლობა და მაქსიმალურად შეიზღუდოს კონტრაბანდა. გადაუდებელია, აგრეთვე, სათანადო კანონის მიღება კომერციული ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვის შესახებ.

მეწარმეობის განვითარებას აფერხებს ჯერ კიდევ შენარჩუნებული სამეწარმეო საქმიანობის ლიცენზირების რთული სისტემა. მსს ტვირთად აწვება ლიცენზირებასთან დაკავშირებული მრავალი ფორმალური პროცედურის შესრულება. ეს უკანასკნელი სირთულეს უქმნის მეწარმეებს ახალი ბიზნესის დაწყებისას. საჭიროა მიზანმიმართული, სისტემური ღონისძიებების განხორციელება ზემოაღნიშნულ პრობლემათა დასაძლევად.

ქვეყანაში ჩამოყალიბებული ნაკლებადმიმზიდველი სამეწარმეო გარემოს პირობებში მსმ ძნელად იკიდებს ფეხს. აღნიშნული სფეროს განვითარების დონით მნიშვნელოვნად ჩამოვრჩებით განვითარებულ ქვეყნებს. ამ ქვეყნებში მცირე ბიზნესზე მოდის მშპ-ს ნახევარზე მეტი. იგი ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის ძირითადი წყაროა და დაასაქმებს შრომისუნარიანი მოსახლეობის 55-60 პროცენტს. მაგალითად, ევროკავშირის ქვეყნებში საშუალოდ მცირე და საშუალო ზომის საწარმოთა წილი მთლიან შიდა პროდუქტში შეადგენს 65 პროცენტს, ხოლო დასაქმებაში 72 პროცენტს. ამ ქვეყნებში მოსახლეობის 1000 სულზე გაანგარიშებით ფუნქციონირებს 45 საწარმო, მაშინ, როდესაც საქართველოში ეს მაჩვენებელი მხოლოდ 15-ს აღწევს.

საქართველოში მცირე საწარმოთა წილად მოდის მთლიანი შიდა პროდუქტის მხოლოდ მეოთხედი. სამეწარმეო სფეროში დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში ჯერ კიდევ დაბალია მცირე საწარმოებში დასაქმებულთა წილი. იგი არ აღემატება 30 პროცენტს. დისპროპორციები არსებობს მცირე მეწარმეობის დარგობრივ და რეგიონულ სტრუქტუ-

რებში. საწარმოთა თითქმის ნახევარი მოდის ვაჭრობასა და საშუამავლო კომერციულ საქმიანობაზე. მცირე მეწარმეობამ ვერ მოიკიდა ფეხი სოციალურ მომსახურებაში. სუსტია მათი როლი სოფლის მეურნეობის, სამთომომპოვებელი მრეწველობისა და ენერგეტიკის სფეროებში.

მცირე მეწარმეობის ასეთმა დარგობრივმა ორიენტაციამ ხელი შეუწყო მისი არარაციონალური რეგიონული სტრუქტურის ჩამოყალიბებას. ქ. თბილისის წილად მოდის მცირე საწარმოთა საერთო რაოდენობის თითქმის ნახევარი და გამოშვებული პროდუქციის 60 პროცენტი.

მცირე საწარმოები ვერ ასრულებენ სასურველ ფისკალურ როლს. მათ მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულების მოცულობა არ აღემატება ქვეყნის კრებსითი მაჩვენებლის 20 პროცენტს. მცირე საწარმოები ჩამორჩებიან კაპიტალაღჭურვილობისა და შრომის ნაყოფიერების დონის მიხედვით.

მსს-ის სათანადო დონით განვითარება შეუძლებელია სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებათა მძლავრი სისტემის ჩამოყალიბებისა და განხორციელების გარეშე. მან უნდა უზრუნველყოს მსს-თვის უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის შექმნა, მისი დაცვა ანტიკონკურენტული სტრუქტურების ზემოქმედებისაგან და პროტექციონიზმი რესურსებით უზრუნველყოფისა და პროდუქციის რეალიზაციის სფეროში.

ამ პროგრამის ძირითად მიზანს შეადგენს 2002-2004 წლებში და შემდგომ პერიოდში მსს-ის მხარდაჭერის ღონისძიებათა სისტემის განხორციელების მასშტაბების, ინტენსივობის გაზრდა და ეფექტიანობის ამაღლება. ეს საშუალებას მოგვცემს კომპლექსურად გადავწყვიტოთ საქართველოში მსმ-ის განვითარების შემაფერხებელი ისეთი პრობლემები, როგორიცაა: საწყისი კაპიტალის უკმარისობა, საკრედიტო რესურსების სიძვირე, ინფორმაციის და კონსულტაციების ნაკლებობა და სხვ.

მხარდაჭერა მსს-ის მიმართ უნდა განვიხილოთ ორ ასპექტში: საწარმოთა მხარდაჭერა ზოგადი ინსტრუმენტებისა და ღონისძიებების ფარგლებში და იმ დამატებითი, განსაკუთრებული ინსტრუმენტების გამოყენებით, რომლებიც მხოლოდ მცირე ან საშუალო საწარმოებისათვის არის დამახასიათებელი.

ყველა საწარმოსათვის ზოგად ღონისძიებებს შორის გამოიყოფა:

— საფინანსო სფეროს გაჯანსაღება, რაც გულისხმობს საბიუჯეტო დეფიციტის შემცირებას, ინფლაციის დონის დაწევასა და სხვ.

— ისეთი საგადასახადო სისტემის ჩამოყალიბება, რომელიც წაახალისებს ინვესტიციებს და მისაღები იქნება გადასახადის გადამხდელისათვის. ამგვარი სისტემისათვის დამახასიათებელი უნდა იყოს ყველა საწარმოსათვის ერთნაირად დაბალი საშემოსავლო საგადასახადო განაკვეთები, აგრეთვე, სიმარტივე და სიცხადე;

— ბიუროკრატული ბარიერების მოხსნა, რაც გაუმართლებლად ზრდის საწარმოთა ხარჯებს და ამცირებს მათ კონკურენტუნარიანობას.

ბიუროკრატული ბარიერები საგრძნობი ტვირთია მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის, ვინაიდან ამგვარი დანახარჯების წილი საწარმოთა საქმიანობის მთლიან დანახარჯებში მაღალია.

მსს-ის მხარდაჭერის სპეციფიკურ ინსტრუმენტებს შორის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭებათ იმ ღონისძიებებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ თავისუფალ ბაზარზე კონკურენციის პირობების გამოთანაბრებას. ესენია:

საწარმოს მართვასთან დაკავშირებული საკონსულტაციო მომსახურების სისტემის გაფართოება. როგორც ცნობილია, მსხვილ საწარმოებში შექმნილია სპეციალიზებული მარკეტინგული, საფინანსო და სხვა სამსახურები, მაშინ, როდესაც მსს-ის მიერ ამ ფუნქციების სრულად შესრულება შეუძლებელია ან დიდ ხვედრით დანახარჯებთან არის დაკავშირებული;

საწარმოო საქმიანობისათვის საჭირო ინფორმაციაზე მსს-ის ხელმისაწვდომლობის გაუმჯობესება;

— მსს-თვის საკრედიტო თავდებობის სისტემის დანერგვა და განვითარება. იგი მნიშვნელოვნად გაზრდის საწარმოთა კრედიტუნარიანობას საგარანტიო უზრუნველყოფის კუთხით და მათთვის ხელმისაწვდომს გახდის საბანკო სესხებს;

— სამმართლებრივი და სისტემური ღონისძიებების განხორციელება ლიზინგის განვითარებისა და ვენჩურული (მაღალი რისკის) დაფინანსების დანერგვისათვის;

— მსს-ის თვითდაფინანსების მიზნით ურთიერთდაკრედიტებისა და ურთიერთდაზღვევის საზოგადოებების ჩამოყალიბება.

ღონისძიებანი მოცემულ სფეროში მიზნად ისახავენ მსმ-ის განვითარების ამოცანების ადეკვატური საკანონმდებლო ბაზის შექმნას, რომელიც უზრუნველყოფს: განსაკუთრებულ რეჟიმს მსს-ის ფუნქციონირებისათვის: ინსტიტუციონალური სტრუქტურების ჰარმონიზაციასა და ოპტიმიზაციას; მხარდაჭერის ერთიანი ორგანიზაციული სტრუქტურის ჩამოყალიბებასა და ღონისძიებათა კოორდინაციას; საწარმოებს, მათ გაერთიანებებსა და ხელისუფლების ორგანოებს შორის პარტნიორობის ეფექტიანი სისტემის ჩამოყალიბებას.

ცვლილებების შეტანის აუცილებლობა მოქმედ კანონმდებლობაში, კერძოდ, კანონში „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ განპირობებულია იმ გარემოებებით, რომ ზუსტად უნდა განისაზღვროს მცირე და საშუალო საწარმოთა ადგილი და როლი სამეწარმეო ურთიერთობათა სისტემაში. ამასთან, დღის წესრიგში დადგა საშუალო საწარმოს ცნების შემოტანისა და მისი კრიტერიუმების დადგენის საკითხი.

ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ინტერესები მოითხოვს მხარდაჭერის ღონისძიებათა არეალის გაფართოებას, რათა უფრო მეტად შეეწყოს ხელი მსს-ის განვითარებას და მათ ბაზაზე მეწარმე-

თა საშუალო ფენის ჩამოყალიბებას. ამით თავიდან ავიცილებთ სამეწარმეო ინტერესების შეზღუდვას მხოლოდ მცირე საწარმოებით და დავამყარებთ რაციონალურ რაოდენობრივ პროპორციას მცირე, საშუალო და დიდ საწარმოებს შორის.

ყურადსაღებია ის გარემოებაც, რომ ევროკავშირსა და საქართველოს შორის „პარტნიორობისა და თანამშრომლობის შესახებ" დადებული შეთანხმებიდან გამომდინარე, კანონმდებლობათა ჰარმონიზაციის მიზნით უნდა მივისწრაფოდეთ მსს-ის სტატუსის ევროკავშირის კანონმდებლობასთან შესაბამისობის უზრუნველყოფისაკენ.

ევროპის განვითარებულ და პოსტსოციალუსტურ ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოს ზომის განსაზღვრისათვის ხელმძღვანელობენ ეკონომიკის განვითარების დონისა და სტრუქტურის განმსაზღვრელი ისეთი კრიტერიუმებით, როგორიცაა: შრომის ნაყოფიერება; მოსახლეობის დასაქმება და სხვა სოციალური პრობლემების ხარისხი და მასშტაბურობა. საწარმოთა ზომის დასადგენად ხელმძღვანელობენ იმ პარამეტრით ან პარამეტრებით, რომლებიც შედარებით სტაბილურია დროის მეტ-ნაკლებად ხანგრძლივი პერიოდისათვის. ესენია: დასაქმებულთა რაოდენობა, გამოშვებული პროდუქციის ან შესრულებული სამუშაოს მოცულობა (წლიური ბრუნვა), აქტივების ოდენობა და ა. შ.

როგორც პრაქტიკამ გვიჩვენა, ხელშეწყობის ღონისძიებებისა და შეღავათების ანუ მსს-ის კრიტერიუმების დიფერენცირება დარგების მიხედვით დაკავშირებულია სტატისტიკური და საგადასახადო ორგანოების მიერ რეგისტრირებისა და აღრიცხვის სირთულეებთან და დანახარჯებთან. ამასთან, შესაძლებელია ნოყიერი ნიადაგი შეექმნას სუბიექტურ მიდგომებს. აქედან გამომდინარე, სასურველია, დაწესდეს ერთიანი კრიტერიუმები ნებისმიერი დარგის მსს-თვის.

სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის მიერ განხორციელებული სპეციალური გამოკვლევის შედეგების, დაგროვილი გამოცდილების, აგრეთვე დაინტერესებული არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და მეწარმეთა წინადადებების გათვალისწინებით მიზანშეწონილია მსს-ის განსაზღვრისათვის შემოღებულ იქნეს ერთიანი კრიტერიუმები — დასაქმებულთა რაოდენობა და ბრუნვის მოცულობა: მცირე საწარმოებისათვის — 20 დასაქმებულამდე და 500 ათას ლარამდე; საშუალო საწარმოებისათვის — 100 დასაქმებულამდე და 1500 ათას ლარამდე.

დასახვეწი და დასაკონკრეტებელია კანონის ცალკეული მუხლები სამეწარმეო საქმიანობის სტიმულირებისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის ეფექტიანობის ამაღლების კუთხით. საკანონმდებლო დონეზე უნდა განისაზღვროს მსს-ის მხარდაჭერის მექანიზმები.

მსს-ის მხარდაჭერის პროგრამების შემუშავება და განხორციელება უშუალოდ უნდა დაექვემდებაროს სახელმწიფო პოლიტიკით განსაზღვრული ამოცანების გადაწყვეტას. ამ მიზნით მიზანშეწონილია შემუ-

შავდეს და საქართველოს პრეზიდენტს მსს-ის საკოორდინაციო საბჭოს მიერ დასამტკიცებლად წარედგინოს მსს-ის სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამები.

სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესების მნიშვნელოვანი მიმართულებაა აღნიშნული საქმიანობის დარეგულირება და ადმინისტრაციულ-ორგანიზაციული ხასიათის წინაღობების გაუქმება. ცნობილია, რომ ახლად შექმნილ საწარმოთა თავისუფალი ფუნქციონირება ბაზარზე გართულებულია ხელისუფლებისა და მმართველობის ყველა დონეზე, მათ შორის, ისეთ სფეროებში, როგორიცაა: დაბეგვრა, ლიცენზირება, სერტიფიცირება, კვოტირება, საწარმოთა რეგისტრაციის წესი, საწარმოთათვის ფართობისა და მიწის ნაკვეთის გამოყოფა, მათი საქმიანობის კონტროლი და ა.შ. ესენი ყველა ერთად ჰქმნიან ადმინისტრაციულ ბარიერებს ანუ წინაღობებს, რომელთა დაძლევა საწარმოებისაგან მოითხოვს ნორმატიული აქტებით გათვალისწინებული და ხელისუფლების ორგანოების მიერ დადგენილი წესებისა და პროცედურების შესრულებას. ეს კი მნიშვნელოვნად აძნელებს საწარმოთა ჩამოყალიბებასა და განვითარებას.

საწარმოთა რეგისტრირების არსებული პრაქტიკის ანალიზის, მეწარმეთა და მათი მხარდამჭერი ორგანიზაციების მოსაზრებათა საფუძველზე მიზანშეწონილია საკანონმდებლო დონეზე გადაისინჯოს და შემცირდეს სარეგისტრაციო მოსაკრებელთა მოქმედი განაკვეთები.

უნდა აღინიშნოს, რომ არანაკლები მნიშვნელობისაა საწარმოთა ლიკვიდაციის პროცესის გამარტივების საკითხი. ამჟამად საქართველოში ფუნქციონირებს რეგისტრირებულ მცირე საწარმოთა მხოლოდ ნახევარი, მათ შორის, ყოველი მესამე — ზარალიანია.

შესამუშავებელია მსს-ის ნებაყოფლობითი ლიკვიდაციის გამარტივებული წესი. იგი შესაძლებელია ითვალისწინებდეს კრედიტორთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების პროცედურის (პასუხისმგებლობის დაზღვევის მექანიზმის გამოყენებით), აგრეთვე, სალიკვიდაციო ბალანსის გამარტივებას.

ლიკვიდაციის პროცესის გამარტივება საშუალებას მისცემს საწარმოებს სწრაფად და ლეგალურად წავიდნენ ბაზრიდან. ამით მნიშვნელოვნად შემცირდება ფორმალურად არსებული და უმოქმედოდ მყოფი ფირმების რაოდენობა.

საგადასახადო სისტემის მეშვეობით ინვესტიციების მასტიმულირებელი როლის გაზრდის, კეთილსინდისიერად მომუშავე საწარმოთა საგადასახადო ტვირთის შემცირებისა და საგადასახადო შემოსავლების გადიდების მიზნით, მიზანშეწონილია, შემუშავდეს მსს-თვის ერთიანი საგადასახდო, აღრიცხვისა და ანგარიშგების სისტემის შემოღების წინადადებები. კერძოდ:

— საწარმოთა დაბეგვრა ერთიანი კონსოლიდირებული გადასახადით-საერთო შემოსავლის ან ბრუნვის მოცულობის მიხედვით;

— სახელმწიფო სოციალურ არასაბიუჯეტო ფონდებში ანარიცხების ერთიან გადასახადში მოქცევა;

— მცირე საწარმოებისათვის აღრიცხვისა და ანგარიშგების გამარტივებული წესის დადგენა;

— მცირე საწარმოებისათვის ამორტიზაციის ხელსაყრელი პირობების (განსაკუთრებით, დაჩქარებული ნორმების) დადგენა;

— საშემოსავლო გადასახადის ერთიანი შემცირებული განაკვეთების შემოღება;

— საწარმოს მიერ წარმომადგენლობითი ხარჯებისა და რეკლამისათვის გაღებული ხარჯების ლიმიტის გაზრდა.

მსს-ის მხარდაჭერის ღონისძიებათა სისტემაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სადაზღვევო სისტემის გამარტივებას. შეღავათიანი პირობებით დაზღვევის მექანიზმის ჩამოყალიბებისა და რეალიზაციისათვის მიზანშეწონილია საკანონმდებლო დონეზე განისაზღვროს შემდეგი საკითხები:

— მსმ-ის სფეროში დაზღვევის განვითარების სტიმულირების ძირითადი მიმართულებები;

— მსს-საგან მიღებული სადაზღვევო შენატანების ნაწილის მსმ-ის განვითარებისა და ხელშეწყობის მიზნით გამოყენების შესაძლებლობანი;

— მსს-ის ურთიერთდაზღვევის საზოგადოებების სამართლებრივი სტატუსი, მათი შექმნის, საქმიანობის, რეორგანიზაციისა და ლიკვიდაციის წესი, წევრთა უფლებები და მოვალეობები, აგრეთვე, მართვის სტრუქტურა.

მეწარმეთა მატერიალური და დროის დანახარჯების შემცირების მნიშვნელოვანი რეზერვია მსს-ის საქმიანობის ცალკეულ სახეობათა ლიცენზირების არაუწყებრივი სისტემის დანერგვა.

სამეწარმეო საქმიანობის დარეგულირებას მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს მსს-ის მიმართ მაკონტროლებელი, საზედამხედველო და სამართალდამცავი ორგანოების საქმიანობის მოწესრიგება. ამ მხრივ, როგორც საკანონმდებლო დონეზე, ისე პრაქტიკულადაც უკვე ხორციელდება ღონისძიებები. აღნიშნულ ორგანოთა ურთიერთკოორდინირებული მოქმედების შედეგად უნდა მივაღწიოთ სამეწარმეო საქმიანობისადმი სახელმწიფო კონტროლის ოპტიმიზაციას. მომავალში აუცილებელია შეიქმნას მონაცემთა ერთიანი ბანკი, რომელშიც თავს მოიყრის ხელმისაწვდომი და გამჭვირვალე ინფორმაცია საწარმოებში ჩატარებული შემოწმებების, გამოვლენილი დარღვევების, დაკისრებული საჯარიმო სანქციების, აგრეთვე, შემოწმებების განხორციელების გეგმა-გრაფიკების შესახებ.

სახელმწიფოს, მომხმარებელთა და მეწარმეების ინტერესთა რაციონალური შეხამებისა და მსს-ის განვითარების პირობების შექმნის მიზნით საჭიროა მუდმივი მონიტორინგის მოწყობა სამეწარმეო საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში და სათანადო მეცნიერულად დასაბუთებული რე-

კომენდაციების შემუშავება მარეგულირებელ ღონისძიებათა ეფექტიანობის ამაღლებისათვის. მსს-ში მიმდინარე პროცესები მოითხოვს მუდმივ ანალიზსა და შესწავლას ეკონომიკაში მისი როლისა და საბიუჯეტო შემოსავლებში წვლილის კუთხით.

შესაბამისი ანალიტიკური მასალის საფუძველზე აუცილებელია დროული რეაგირება გარემოსა და ფაქტორების ცვლილებაზე, მსს-ის განვითარებისა და ხელშეწყობის სამთავრობო პოლიტიკის სათანადო კორექტირების მიზნით.

პროგრამის განხორციელების ეფექტიანობა განისაზღვრება მოსალოდნელი სოციალურ-ეკონომიკური შედეგებით. პირველ რიგში, ეს არის მოსახლეობის, მათ შორის, ახალგაზრდებისა და სოციალურად დაუცველი ფენების დასაქმების ზრდა სამუშაო ადგილების შექმნით მოქმედ და ახალ საწარმოებში. გათვალისწინებულია საპროგრამო პერიოდში დამატებით 30-35 ათასი ახალი მსს-ს ჩამოყალიბება, რაც წინასწარი საექსპერტო შეფასებით დაასაქმებს 70-80 ათას კაცს. შესაბამისად, მცირე მეწარმეობაში მომუშავეთა საერთო რაოდენობა 2005 წლის დასაწყისისათვის მიაღწევს ეკონომიკაში დასაქმებულთა მთლიანი რაოდენობის 35 პროცენტს.

მთლიან შიდა პროდუქტსა და საბიუჯეტო შემოსავლებში მსს-ის წვლილის ზრდა, დაახლოებით, 30 პროცენტის ფარგლებში არის მოსალოდნელი.

მხარდაჭერის დასახულ ღონისძიებათა განხორციელებით მიღწეულ უნდა იქნეს კონკურენტული გარემოს მნიშვნელოვანი გაჯანსაღება; ინვესტიციების მოზიდვა ეკონომიკაში, განსაკუთრებით, ინოვაციურ და მაღალტექნოლოგიურ სფეროებში; ინტელექტუალური პოტენციალის ჩართვა სამეწარმეო საქმიანობაში.

საწარმოთა გადაადგილების მასშტაბის გაფართოებამ უნდა უზრუნველყოს შიდარესპუბლიკური მიგრაციის დონის შემცირება, შედარებით მსხვილ საწარმოთა ეფექტიანი ფუნქციონირება მსს-ის სუბკონტრაქტული და კოოპერაციული კავშირების დამყარებისა და განვითარების კვალობაზე.

პროგრამულ ღონისძებათა რეალიზაციამ ხელი უნდა შეუწყოს ნორმალური, ჯანსაღი პარტნიორული ურთიერთობების დამყარებას ხელისუფლების ორგანოებს, მეწარმეებსა და დასაქმებულებს შორის.

თავი 1. მცირე და საშუალო საწარმოთა ხელშეწყობა

მუხლი 1. არასაბანკო მცირე სესხები

1. მცირე სესხების არსი

პროგრამის არსია მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ საწარმოთა უზრუნველყოფა საკრედიტო რესურსებით საბანკო სისტემასთან შედარებით ხელსაყრელი პირობებით.

2. მცირე სესხების მიზანია:

ა) სახსრების წარმართვა სახელმწიფო სტრუქტურულ-ინვესტიციური პოლიტიკით გათვალისწინებულ პრიორიტეტულ დარგებსა და სფეროებში;

ბ) რეგიონული განვითარების პროგრამების ფინანსური უზრუნველყოფა ადგილობრივი რესურსების მაქსიმალური გამოყენების, მოსახლეობის დასაქმებისა და სხვა მწვავე სოციალური პრობლემების გადაწყვეტის მიზნით.

3. მოთხოვნები სესხის პრეტენდენტი საწარმოს მიმართ

ა) რეგისტრირებულია „მეწარმეთა შესახებ" საქართველოს კანონის მოთხოვნების შესაბამისად;

ბ) შეესაბამება მცირე საწარმოებისათვის საქართველოს კანონით „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" დადგენილ კრიტერიუმებს;

გ) ბიზნესი განხორციელდება საქართველოს ტერიტორიაზე;

დ) საწესდებო კაპიტალის მინიმუმ 75 პროცენტი ეკუთვნის საქართველოს მოქალაქეს ან საქართველოში რეგისტრირებულ იურიდიულ პირს;

ე) არ გააჩნიათ დავალიანება საფინანსო, საგადასახადო ინსტიტუტების მიმართ, რაც დასტურდება შესაბამისი ორგანოების მიერ.

4. სესხის გაცემის პირობები

ა) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ მცირე სესხები გაიცემა ძირითადი ან საბრუნავი კაპიტალის ფორმირებისათვის იმ სამეწარმეო პროექტებისათვის, რომლებიც უზრუნველყოფენ მოწინავე ტექნოლოგიების დანერგვას, საექსპორტო და იმპორტშემცველი წარმოების სტიმულირებასა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას შემდეგ სფეროებში:

ა.ა) სურსათისა და სახალხო მოხმარების სხვა საქონლის წარმოება;

ა.ბ) საწარმოო ტექნიკური დანიშნულების პროდუქციის წარმოება;

ა.გ) მშენებლობა;

ა.დ) სატვირთო გადაზიდვები;

ა.ე) საწარმოო-ტექნიკური და საყოფაცხოვრებო-კომუნალური მომსახურება;

ა.ვ) ტურიზმი და სასტუმრო მეურნეობა;

ა.ზ) ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური მომსახურება;

ა.თ) განათლება;

ა.ი) ვაჭრობა (საიმპორტო ოპერაციების გარდა); ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო საქონლისა და პირადი სარგებლობის ნივთების რემონტი.

ბ) სესხი არ გაიცემა შემდეგ საქმიანობებზე:

ბ.ა) მევალე კრედიტორების გასასტუმრებლად ან სესხის დასაფარავად;

ბ.ბ) სარისკო ოპერაციებისათვის, რაც დაკავშირებულია ფიუჩერსულ გარიგებებთან სხვადასხვა საქონელზე;

ბ.გ) შენატანებისათვის არამომგებიან ინვესტიციებში (საქველმოქმედო, რელიგიური და სხვა);

ბ.დ) პირამიდული გაყიდვების პროგრამებში (ქსელური მარკეტინგი) მონაწილეობისათვის;

ბ.ე) აზარტულ-სათამაშო ბიზნესში დაბანდებისათვის;

ბ.ვ) კანონმდებლობით აკრძალული საინვესტიციო საქმიანობისათვის.

5. მცირე სესხის მოცულობა და ვადები:

ა) სესხის მოცულობა განისაზღვრება ათასი ლარიდან 30 ათას ლარამდე.

ბ) სესხის ხანგრძლივობაა მაქსიმუმ 3 წელი.

გ) სესხი გაიცემა კონტრაქტის ხელმოწერიდან 3 თვის განმავლობაში ერთ ან რამდენიმე ტრანშად.

დ) ერთი პროექტისათვის სესხი განმეორებით არ გაიცემა. საწარმოს უფლება არა აქვს ერთი წლის განმავლობაში მოითხოვოს დამატებითი სესხი პროგრამითა და კონტრაქტით გათვალისწინებული პირობების შესასრულებლად.

6. სესხის საპროცენტო განაკვეთი

სესხზე საპროცენტო განაკვეთი განისაზღვრება მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭოს მიერ საკრედიტო რესურსების საბაზრო კონიუნქტურის შესაბამისად.

7. საგარანტიო უზრუნველყოფა

მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი სესხის გაცემის დროს ხელმძღვანელობს საკრედიტო პრაქტიკაში მიღებული სტანდარტებით (ადეკვატური უზრუნველყოფა და სათანადო კრედიტუნარიანობა).

8. განაცხადი სესხის მიღებაზე

სესხის მისაღებად პრეტენდენტმა ცენტრში პირადად უნდა წარმოადგინოს განაცხადი და ცენტრის მიერ მოთხოვნილი ყველა აუცილებელი დოკუმენტაცია არასაბანკო მცირე სესხების გაცემის შესახებ საქართველოს ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროსა და საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს ერთობლივად დადგენილი წესის შესაბამისად.

9. კონტრაქტი სესხის გაცემაზე

ა) სესხის გაცემაზე დადებითი გადაწყვეტილების მიღების შემთხვევაში მსესხებელთან ფორმდება კონტრაქტი. კონტრაქტით განისაზღვრება სესხის მოცულობა და მის დაბრუნებასთან დაკავშირებული ვალდებულებები. კონტრაქტს თან ერთვის სესხის დაბრუნების გრაფიკი.

ბ) საწარმო ვალდებულია ცენტრს ყოველკვარტალურად წარუდგინოს საბუღალტრო ანგარიშები კონტრაქტის შერულების მიმდინარეობის შესახებ. კონტრაქტის მოქმედების პერიოდში ცენტრის მიერ საწარმოს საქმიანობაზე ხორციელდება მონიტორინგი.

გ) მეწარმის მიერ ვალდებულებათა შეუსრულებლობის შემთხვევაში კონტრაქტი ითვალისწინებს საჯარიმო სანქციებს ცენტრის მიერ არასაბანკო მცირე სესხების გაცემის შესახებ საქართველოს ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროს მიერ საქართველოს ფინანსთა სამინისტროსთან ერთად დადგენილი წესის შესაბამისად.

დ) სასესხო ვალდებულებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში დგება საგარანტიო უზრუნველყოფის რეალიზაციის საკითხი.

მუხლი 2. ბანკების წინაშე თავდებობა

1. თავდებობის არსი

ა) ფინანსური ხელშეწყობის მოცემული ფორმის არსი მდგომარეობს იმაში, რომ მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი ბანკების წინაშე თავდებად გამოდის იმ საწარმოების მიმართ, რომლებიც არ აკმაყოფილებენ საკრედიტო დაწესებულებების მოთხოვნებს სამეწარმეო საქმიანობის რისკის ან საგარანტიო უზრუნველყოფის კუთხით. ცენტრის სახსრები დაიხარჯება იმ შემთხვევაში, თუ საწარმო ვერ შეასრულებს სესხის დაფარვის ვალდებულებებს;

ბ) თავდებობის მიზანია, ხელი შეუწყოს საწარმოებს ისარგებლონ საკრედიტო რესურსებით, აგრეთვე, იმას, რომ მსმ-ის სფეროში მოზიდულ იქნეს კომერციული ბანკების სახსრები და გაიზარდოს მათი გამოყენების ეფექტიანობა.

2. მოთხოვნები ცენტრის თავდებობის პრეტენდენტი საწარმოს მიმართ

ა) ცენტრი თავდებად დაუდგება მხოლოდ იმ საწარმოს, რომელიც აკმაყოფილებს შემდეგ პირობებს:

ა.ა) რეგისტრირებულია „მეწარმეთა შესახებ" საქართველოს კანონის მოთხოვნების შესაბამისად;

ა.ბ) შეესაბამება მცირე და საშუალო საწარმოთათვის „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ" საქართველოს კანონით დადგენილ კრიტერიუმებს;

ა.გ) ბიზნესი განხორციელდება საქართველოს ტერიტორიაზე;

ა.დ) საწესდებო კაპიტალის მინიმუმ 75 პროცენტი ეკუთვნის საქართველოს მოქალაქეს ან საქართველოში რეგისტრირებულ იურიდიულ პირს;

ა.ე) არა აქვთ დავალიანება საფინანსო, საგადასახადო ინსტიტუტების მიმართ, რაც დასტურდება შესაბამისი ორგანოების მიერ.

3. თავდებობის პირობები

ა) თავდებობის პროგრამის განხორციელების დაწყებამდე ცენტრსა და ბანკს შორის ფორმდება თანამშრომლობის მემორანდუმი, რომლითაც განისაზღვრება მსს-თვის თავდებად გამოსვლის და თავდებობის თანხის მართვის ძირითადი პრინციპები და პირობები.

ბ) შესაძლებელია თავდებობის თანხის დეპონირება ბანკის სპეციალურ ანგარიშზე. მისი ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს თავდებობის თანხის 66 პროცენტს.

გ) თავდებად გამოსვლა წარმოებს იმ საწარმოების მიმართ, რომელთა საგარანტიო უზრუნველყოფის საბაზრო ღირებულება მინიმუმ 30 პროცენტით აღემატება მოთხოვნილი სესხის თანხას.

დ) ცენტრის თავდებობა ამოქმედდება მას შემდეგ, რაც ბანკი ამოწურავს საგარანტიო უზრუნველყოფის რეალიზაციის შედეგად თანხების მიღების ყველა შესაძლებლობას. თავდებობა განისაზღვრება ბანკის აუნაზღაურებელი ზარალის მოცულობით.

ე) თავდებობა განხორციელდება იმ საწარმოების მიმართ, რომლებიც უზრუნველყოფენ მოწინავე ტექნოლოგიების დანერგვას, საექსპორტო და იმპორტშემცველი წარმოების სტიმულირებას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პროგრამებით განსაზღვრულ პრიორიტეტულ დარგებსა და სფეროებში.

ვ) თავდებობა არ განხორციელდება იმ კრედიტებზე, რომლებიც განკუთვნილია შემდეგი მიზნებისათვის:

ვ.ა) მევალე კრედიტორების გასტუმრებისათვის ან სესხის დაფარვისათვის;

ვ.ბ) სარისკო ოპერაციებისათვის, რაც დაკავშირებულია ფიუჩერსულ გარიგებებთან სხვადასხვა საქონელზე;

ვ.გ) შენატანებისათვის არამომგებიან ინვესტიციებში (საქველმოქმედო, რელიგიური და სხვ.);

ვ.დ) პირამიდული გაყიდვების პროგრამებში (ქსელური მარკეტინგი) მონაწილეობისათვის;

ვ.ე) აზარტული-სათამაშო ბიზნესში დაბანდებისათვის;

ვ.ვ) კანონმდებლობით აკრძალული საინვესტიციო საქმიანობისათვის.

4. თავდებობის მოცულობა და ვადები

ა) ცენტრის თავდებობა არ აღემატება სესხის თანხის 75 პროცენტსა და 40 ათას ლარს.

ბ) თავდებობის ვადა განისაზღვრება არა უმეტეს 3 წლით.

გ) თავდებობის ოდენობა, ხანგრძლივობა და პირობები განისაზღვრება ხელშეკრულებებით, რაც დამოკიდებულია პროექტის პრიორიტეტულობისა და მის განხორციელებასთან დაკავშირებული რისკის ხარისხზე, აგრეთვე, მსესხებლის მიერ საგარანტიო უზრუნველყოფის დონეზე.

5. განაცხადი თავდებობის მიღებაზე

ცენტრს საწარმო ან ბანკი წარუდგენს განაცხადს თავდებად გამოსვლის შესახებ. განაცხადს თან ერთვის ბანკის დასკვნა მსესხებლისათვის გასაცემი სესხის ძირითადი პარამეტრებისა და საგარანტიო უზრუნველყოფის შესახებ.

6. კონტრაქტი თავდებად გამოსვლის შესახებ

ა) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი განაცხადის ანალიზისა და შეფასების შედეგად იღებს გადაწყვეტილებას. დადებითი გადაწყვეტილების შემთხვევაში ფორმდება კონტრაქტები ცენტრს, ბანკსა და მსესხებელს შორის. კონტრაქტებით განისაზღვრება მხარეთა ვალდებულებები.

ბ) კონტრაქტის მიხედვით მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი განახორციელებს მონიტორინგს საწარმოს მიერ ვალდებულებების შესრულებაზე. საწარმო ცენტრს ყოველკვარტალურად წარუდგენს საბუღალტრო ანგარიშგებას სესხის გამოყენების მდგომარეობის შესახებ.

გ) მსესხებელი ცენტრს გადაუხდის ერთჯერად გადასახდელს თავდებობის თანხის 2 პროცენტის ოდენობით.

დ) ყოველ ცალკეულ პროექტზე ცენტრსა და ბანკს შორის ფორმდება კონტრაქტი თავდებობის შესახებ, რომლითაც განისაზღვრება ცენ-

ტრის თავდებობის მოცულობა, თავდებობის თანხის მართვის, ბანკის მიერ მსესხებლის მხრიდან ვალდებულებების შესრულების შესახებ ინფორმაციის ცენტრში წარმოდგენის, საგარანტიო უზრუნველყოფის რეალიზაციის, თავდებობის ამოქმედების და სხვა პროცედურული საკითხები.

ე) სესხისა და საგარანტიო უზრუნველყოფის მართვის გამო პასუხისმგებლობა ეკისრება ბანკს.

მუხლი 3. საბანკო სესხის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირება

1. საბანკო სესხის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირების არსი

ა) საბანკო სესხის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირების მიზანია ბანკის კრედიტის საპროცენტო განაკვეთის ნაწილის კომპენსაციით საბანკო სესხები გახადოს ხელმისაწვდომი საწარმოებისათვის.

ბ) საბანკო სესხის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირება განხორციელდება ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პროგრამებით განსაზღვრულ პრიორიტეტულ დარგებსა და სფეროებში.

2. მოთხოვნები საბანკო სესხის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირების პრეტენდენტი საწარმოს მიმართ

ა) სუბსიდირება განხორციელდება იმ საწარმოთა მიმართ, რომლებიც აკმაყოფილებენ შემდეგ პირობებს:

ა.ა) რეგისტრირებულია „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნების შესაბამისად;

ა.ბ) შეესაბამება მცირე და საშუალო საწარმოთათვის „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილ კრიტერიუმებს;

ა.გ) ბიზნესი განხორციელდება საქართველოს ტერიტორიაზე;

ა.დ) საწესდებო კაპიტალის მინიმუმ 75 პროცენტი ეკუთვნის საქართველოს მოქალაქეს ან საქართველოში რეგისტრირებულ იურიდიულ პირს;

ა.ე) არ გააჩნიათ დავალიანება საფინანსო, საგადასახადო ინსტიტუტების მიმართ, რაც დასტურდება შესაბამისი ორგანოების მიერ.

3. სუბსიდირების პირობები

მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრსა და კომერციულ ბანკს (ბანკებს) შორის ფორმდება სუბსიდირების პროგრამის განხორციელებაში თანამშრომლობის ხელშეკრულება.

4. სუბსიდირების მოცულობა და ვადები

ა) სუბსიდირების ოდენობა ცალკეული სამეწარმეო პროექტებისათვის შეადგენს საბანკო სესხის არაუმეტეს წლიურ 12 პროცენტს. ყველა

შემთხვევაში სუბსიდირების მთლიანი წლიური მოცულობა არ უნდა აღემატებოდეს 10 ათას ლარს.

ბ) სუბსიდირების განხორციელების ვადაა მაქსიმუმ 3 წელი.

5. განაცხადი სუბსიდიის მიღებაზე

ა) განაცხადი სუბსიდირების ფორმით დახმარების მისაღებად მეწარმის მიერ პირადად წარედგინება მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრს. წინასწარი განხილვისათვის მცირე მეწარმე წარმოადგენს ბანკის თანხმობას კრედიტის მიცემის შესახებ ძირითადი პარამეტრების მითითებით.

ბ) სამეწარმეო პროექტის წინასწარი განხილვისა და ექსპერტიზის დროს მოწმდება გაანგარიშების სისწორე და დასაბუთებულობა, ფასდება სუბსიდირების საგადასახადო ეფექტიანობა (ახლად შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა, სოციალური დანიშნულების პროდუქციის წარმოება, ექსპორტისა და იმპორტშემცვლელობის ხარისხი და ა. შ.).

6. კონტრაქტი სუბსიდირების შესახებ

ა) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ სუბსიდირების განხორციელების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ საწარმოსთან ფორმდება კონტრაქტი. კონტრაქტით განისაზღვრება სუბსიდირების მიზანი, ოდენობა, გაცემის პირობები, მოთხოვნები და დარღვევის შემთხვევაში საჯარიმო სანქციები.

ბ) მსესხებლის მიერ ძირითადი თანხისა და პროცენტის გადახდის შესახებ კომერციული ბანკიდან დასტურის მიღების შემდეგ მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი ყოველკვარტალურად საწარმოს დაუბრუნებს მის მიერ გადახდილი სესხის პროცენტის იმ ნაწილს, რაც კონტრაქტით არის გათვალისწინებული.

გ) მცირე საწრმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი განახორციელებს მონიტორინგს საწარმოს მიერ კონტრაქტის შესრულებაზე. საწარმო ცენტრს ყოველკვარტალურად წარუდგენს ინფორმაციას სუბსიდიერბული სესხის გამოყენების მიზნობრიობის შესახებ.

დ) საწარმოს მიერ სუბსიდირებული სესხის ძირითადი თანხისა და პროცენტის გადახდის ვალდებულებების არა უმეტეს 2 თვის განმავლობაში შეუსრულებლობის შემდეგ ცენტრს უფლება აქვს შეწყვიტოს სუბსიდირება.

ე) სუბსიდირება მსს-ის მხრიდან არ მოითხოვს დამატებით საგარანტიო უზრუნველყოფას.

მუხლი 4. საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურება

1. საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების მიზნები და ამოცანები

ა) მოცემულ სფეროში პროგრამის მიზანია უზრუნველყოს მსხ-ის მხრიდან კონსულტაციებსა და ინფორმაციაზე მწვავე მოთხოვნილების დაკმაყოფილება, რადგან ბიზნესის საწყის ეტაპზე მეწარმეებს მათზე ხელი არ მიუწვდებათ რესურსების შეზღუდულობის გამო.

ბ) მოცემული მიმართულებით მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი წყვეტს ორ ძირითად ამოცანას:

ბ.ა) საწარმოთათვის აუცილებელი კონსულტაციების გაწევა მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი მხარდაჭერის პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებებისა და ფორმების შესახებ;

ბ.ბ) საწარმოთა მუშაკების კვალიფიკაციისა და სამეწარმეო კულტურის ამაღლება.

გ) 2002-2004 წლებში მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი ჩამოაყალიბებს რეგიონული საინფორმაციო-საკონსულტაციო მომსახურების ოფისებს;

დ) რეგიონული საკონსულტაციო-საინფორმაციო ოფისები განახორციელებენ შემდეგი სახის მომსახურებას:

დ.ა) კონსულტაციები დამწყებ ბიზნესმენთათვის (ზოგადი ინფორმაციის მიწოდება ბიზნესისა და მსხ-თვის მხარდაჭერის შესახებ, კონსულტაციები საწარმოს დაფუძნების და სხვა საკითხებზე);

დ.ბ) სპეციალური საკონსულტაციო მომსახურება, რომელიც მოიცავს: მენეჯმენტს (სტრატეგია, მართვის სტრუქტურა და სისტემები, სამეწარმეო კულტურა და მართვის სტილი, საინოვაციო და ბიზნეს საქმიანობა, ანალიზი, შეფასება და კონტროლი, ბიზნეს-გეგმების შედგენა, ბუღალტრული აღრიცხვა და ფინანსების მართვა), მარკეტინგსა და გასაღების მენეჯმენტს, მარკეტინგულ სტრატეგიას, საერთაშორისო მარკეტინგს, წარმოების მენეჯმენტს, ადამიანური რესურსების მართვას და სხვ.;

ე) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი განახორციელებს საქმიანობათა მხარდაჭერას საერთაშორისო საინფორმაციო ქსელებში ჩართვისათვის.

მუხლი 5. კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლება

1. კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ღონისძიებათა მიზანი და განხორციელების ფორმები

ა) მოცემულ სფეროში პროგრამის მიზანია კვალიფიციური კადრების მომზადება, რათა მათ შეძლონ სამეწარმეო საქმიანობის პროცესში წა-

მოჭრილი ამოცანების გადაწყვეტა. პროგრამულმა სწავლებამ უნდა მოიცვას ყველა კატეგორიის მუშაკები: დამწყები მეწარმეები, მსს-ის პერსონალი, უმუშევრები და მოსახლეობის სხვა მიზნობრივი ჯგუფები, რომლებიც წარმოადგენენ პოტენციურ მუშახელს მცირე საწარმოებისათვის;

ბ) პროგრამა განხორციელდება მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ ბიზნეს სწავლების ფორმით. იგი გულისხმობს მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნობრივი ჯგუფების ჩამოყალიბებასა და ფუნქციონირებას;

გ) ცენტრი შეიმუშავებს მოცემული დარგის მიზნებისადმი ადაპტირებულ სპეციალურ სასწავლო პროგრამებს საქართველოსა და მსოფლიოს წამყვანი უმაღლესი სკოლების სპეციალისტების, სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებისა და ცალკეული ექსპერტების წინადადებების გათვალისწინებით;

დ) ცენტრი განახორციელებს მიზნობრივი ჯგუფების შერჩევას, მათი მოთხოვნების ანალიზსა და შეფასებას, მათ მიმართ სწავლების ადექვატური ფორმის გამოყენებისათვის;

ე) ცენტრი შეიმუშავებს და გამოიყენებს ბიზნეს-განათლების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების სხვადასხვა ფორმებს, როგორიცაა: სემინარები, ტრენინგები, დისტანციური სწავლება, საქმიანი თამაშები, სტაჟირება და ბიზნეს-პრაქტიკა და სხვ;

ვ) ცენტრი შექმნის სათანადო მეთოდურ ბაზას, გამოსცემს მეთოდურ მასალებს, მოაწყობს თემატურ ტელე და რადიოგადაცემებს, კონფერენციებს, მრგვალ მაგიდებს და ა. შ.;

ზ) პროგრამის ფარგლებში შემუშავდება სასწავლო-საგანმანათლებლო გეგმები შემდეგ საკითხებზე:

ზ.ა) საწარმოთა ჩამოყალიბება და მათი ძირითადი ფორმები;

ზ.ბ) სამეწარმეო და საგადასახადო პოლიტიკა;

ზ.გ) ექსპორტი;

ზ.დ) გამომგონებლობა;

ზ.ე) მსს-ის სუბსიდირება და ფინანსური ხელშეწყობის სხვა ფორმები;

ზ.ვ) საწარმოო პროგრამები და პერსპექტიული დაგეგმვა;

ზ.ზ) საწარმოთა მართვა და ორგანიზაცია;

ზ.თ) პროდუქციის ხარისხი და ტექნიკური კონტროლის სისტემა;

ზ.ი) დაზღვევა;

ზ.კ) საბუღალტრო აღრიცხვა;

ზ.ლ) საწარმოს მონაწილეობა კონკურსებში (ვაჭრობებში) და ა. შ.

თ) პროგრამა განხორციელდება მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრისათვის გამოყოფილი საბიუჯეტო ასიგნებების, აგრეთვე, საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან და დონორებიდან მოზიდული სახსრების ხარჯზე.

1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის რეგიონული განვითარების მიზანი და ხელშეწყობის ფორმები

ა) ამ სფეროში უზრუნველყოფილ იქნეს რეგიონების რესურსების მაქსიმალური გამოყენება, სამუშაო ადგილების შექმნა და რიგი ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების კომპლექსურად გადაწყვეტა.

ბ) ამ მიმართულებით უნდა გამოიკვეთოს:

ბ.ა) მსმ-ის განვითარებისა და მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურის შექმნა;

ბ.ბ) მსს-ის საქმიანობის პრიორიტეტული მიმართულებები;

ბ.გ) მსს-ის საკრედიტო-ფინანსური და ჭონებრივი მხარდაჭერის ღონისძიებები;

ბ.დ) მოსახლეობის სოციალურად დაუცველი ფენების, მათ შორის, უმუშევრების, იძულებით გადაადგილებულ პირთა, ახალგაზრდობის სამეწარმეო საქმიანობაში ჩართვა;

გ) ამ მიმართულებით დახმარება გაეწევა იმ მსს-ს, რომლებიც სამეწარმეო საქმიანობას განახორციელებენ მოცემული რეგიონის ტერიტორიაზე;

დ) საწარმოთა ძირითადი საქმიანობის სფეროებია: სამრეწველო პროდუქციის წარმოება, მშენებლობა, მომსახურება, ვაჭრობა და რეგიონული მნიშვნელობის ტრანსპორტი (ტაქსით მომსახურების გარდა);

ე) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ ფინანსური ხელშეწყობა გაეწევათ იმ საწარმოებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ამ მიმართულებით გათვალისწინებული ამოცანების შესრულებას;

ვ) რეგიონული სამეწარმეო პროექტების განხორციელებისას გამოყენებულ იქნება ხელშეწყობის ფორმები და მექანიზმები ამ პროგრამით გათვალისწინებული პრინციპებისა და კრიტერიუმების დაცვით.

მუხლი 7. ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა მცირე და საშუალო მეწარმეობაში ჩართვა

1. პროგრამების არსი და პირობები

ა) პროგრამის მიზანია ხელი შეუწყოს ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა დასაქმებას და, აქედან გამომდინარე, მწვავე სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას.

ბ) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი განახორციელებს ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა და-

საქმების უზრუნველსაყოფად სამეწარმეო პროექტების დაფინანსებას საბანკო სისტემასთან შედარებით ხელსაყრელი („რბილი") პირობებით.

გ) გადაწყვეტილება სესხის გაცემის თაობაზე მიიღება საკონკურსო კომისიის წინადადების საფუძველზე, რომლის შემადგენლობაშიც მოწვეული იქნებიან დაინტერესებული სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლები.

დ) მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის მიერ სესხები გაიცემა იმ საწარმოთათვის, რომლებიც უზრუნველყოფენ ნასესხები თანხის ყოველ 3000 ლარზე, ხოლო გადამმუშავებელ მრეწველობაში 5000 ლარზე ლტოლვილ და იძულებით გადაადგილებულ პირთა დასასაქმებლად არა ნაკლებ ერთი სამუშაო ადგილის შექმნას. სხვა თანაბარ პირობებში უპირატესობა მიენიჭებათ საწარმოებს, რომლებიც იმყოფებიან ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა საკუთრებაში (ფლობენ საწარმოს არა ნაკლებ 51 პროცენტს).

2. სესხის მოცულობა, ვადები, საპროცენტო განაკვეთები და უზრუნველყოფა

ა) სესხის მაქსიმალური ოდენობა შეადგენს 90 ათას ლარს და გაიცემა 3 წლამდე ვადით;

ბ) სესხი გაიცემა ერთჯერადად ან ტრანშებად, სესხის გამოყოფის თაობაზე განაცხადისა და ცენტრსა და მსესხებელს შორის დადებული ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისად;

გ) სესხის განმეორებითი გაცემა დაუშვებელია, თუმცა, საწარმოს უფლება აქვს მოითხოვოს დამატებითი სესხი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისად;

დ) სესხის დაფარვა განხორციელდება სასესხო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ეტაპების მიხედვით, რომელებიც მოიცავენ ძირითად თანხასა და მომსახურების საპროცენტო განაკვეთს;

ე) სესხზე საპროცენტო განაკვეთი განისაზღვრება მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭოს მიერ საკრედიტო რესურსების საბაზრო კონიუნქტურის შესაბამისად;

ვ) სესხის მისაღებად აუცილებელია საგარანტიო უზრუნველყოფა, რომლის ოდენობასაც განსაზღვრავს მცირე საწარმოთა საკოორდინაციო საბჭო;

ზ) მოთხოვნები სესხის მიმღები საწარმოს მიმართ, განაცხადის მიღებისა და დამუშავების წესი, პროცედურა და მონიტორინგი სესხის ხელშეკრულების შესრულებაზე განისაზღვრება მოცემული პროგრამის I თავის პირველი მუხლის პირობების შესაბამისად.

თავი 2. საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოთა სახელმწიფო მხარდაჭერის 2002-2004 წლების პროგრამის ღონისძიებები

№№ რიგ-ზე	ღონისძიება	დაფინანსება, ათასი ლარი			პასუხისმგებელი შესრულებლები, შესრულების ვადა
		2002	2003	2004	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
I.	ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის სრულყოფა				
	1. კანონში „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ შესატანი ცვლილებებისა და დამატებების მომზადება, რომლებიც ითვალისწინებენ მს-ის ცნებებისა და კრიტერიუმების შეთანხმებასა და დაზუსტებას, მეწარმეთა უფლებების დაცვის დამატებით ღონისძიებებს, საწარმოთა ფინანსური დახმარების ფორმების გაფართოებასა და დაკონკრეტებას.		–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. I კვ. – 2002 წ.
	2. საწარმოთა რეგისტრაციისა და ლიკვიდაციის პროცედურის გამარტივებისა და გაიაფების წინადადებების მომზადება	–	–	–	იუსტიციის სამინისტრო, ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო, მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	3. საგადასახადო სისტემის მასტიმულირებელი როლის გასაძლიერებლად წინადადების მომზადება (საგადასახადო სისტემის კომპლექსური რეფორმის ფარგლებში).	–	–	–	ფინანსთა სამინისტრო; ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო. III კვ. – 2002 წ.
	4. პროდუქციის სერტიფიცირების პროცედურის გამარტივების წინადადებების მომზადება.	–	–	–	სტანდარტი; იუსტიციის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები. 2002 წ.

	5. კანონპროექტის მომზადება „რეგიონული ეკონომიკური განვითარებისათვის მხარდაჭერის გაძლიერების შესახებ“	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო 2003 წ.
II.	მსს-ის მხარდაჭერის სამეცნიერო-მეთოდური, სტატისტიკური და ანალიტიკური უზრუნველყოფა				
	1. მონიტორინგი მსმ-ის განვითარების ხელისშემშლელი ადმინისტრაციული და ეკონომიკური ფაქტორების მდგომარეობაზე.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
	2. სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა ჩატარება სამეწარმეო გარემოს სრულყოფისა და საწარმოთა მხარდაჭერის ღონისძიებათა ეფექტიანობის შესწავლის მიზნით.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; სამეც. –კვლევითი ორგანიზაც.; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყ. ცენტრი. სისტემატურად
	3. მსს-ის საქმიანობის სტატისტიკური აღრიცხვის სრულყოფის ღონისძიებების შემუშავება	–	–	–	სტატისტიკის სახელმწ. დეპარტამენტი. IV კვ. – 2002 წ.
III.	მსს-ის ფინანსურ-ინვესტიციური მხარდაჭერის გაძლიერება				
	1. მცირე სესხების გაცემის წესის დადგენა	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო, ფინანსთა სამინისტრო. II კვ. 2002 წ.
	2. საწარმოთა განვითარების პროექტების ფინანსური ხელშეწყობა მცირე სესხების გაცემის მეშვეობით.	160.0	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ.
	3. თავდებობა კომერციული ბანკების წინაშე.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	4. პროდუქციის სერტიფიცირების პროცედურის გამარტივების წინადადებები. მოშზადება.	–	–	–	საკსტანდარტი; ეუსტიციის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები. 2002 წ.

	5. კანონპროექტის მომზადება „რეგიონალური ეკონომიკური განვითარებისათვის მხარდაჭერის გაძლიერების შესახებ“	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო 2003 წ.
	მსხ-ის მხარდაჭერის სამეცნიერო-მეთოდური, სტატისტიკური და ანალიტიკური უზრუნველყოფა				
	1. მონიტორინგი მსხ-ის განვითარების ხელისშემშლელი ადმინისტრაციული და ეკონომიკური ფაქტორების მდგომარეობაზე.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
	2. სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოთა ჩატარება სამეწარმეო გარემოს სრულყოფისა და საწარმოთა მხარდაჭერის ღონისძიებათა ეფექტიანობის შესწავლის მიზნით.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; სამეცნიერო-კვლევითი ორგანიზაციები; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
	3. მსხ-ის საქმიანობის სტატისტიკური აღრიცხვის სრულყოფის ღონისძიებების შემუშავება	–	–	–	სტატისტიკის სახელმწ. დეპარტამენტი. IV კვ. – 2002 წ.
	მსხ-ის ფინანსურ-ინვესტიციური მხარდაჭერის გაძლიერება				
	1. მცირე სესხების გაცემის წესის დადგენა	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო, ფინანსთა სამინისტრო. II კვ. 2002 წ.
	2. საწარმოთა განვითარების პროექტების ფინანსური ხელშეწყობა მცირე სესხების გაცემის მეშვეობით.	160.0	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ.
	3. თავდებობა კომერციული ბანკების წინაშე.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	4. საკრედიტო თავდებობის ცენტრალური ფონდისა და რეგიონული ფონდების ჩამოყალიბება და მათი კაპიტალით უზრუნველყოფა საბიუჯეტო და	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; ფინანსთა სამინისტრო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2003-2004 წწ. განმავ-

	საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან და დონორებიდან მიზიდული სახსრების ხარჯზე.				ლობაში
	5. საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერა საბანკო კრედიტის საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდირების მეშვეობით.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	6. დამწყები მსხ-ის პროექტების, აგრეთვე, მაღალი რისკის მქონე პროექტების დასაფინანსებლად სუბვენციების (პრემიალური გრანტების) გაცემა საკონკურსო საწყისებზე.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; ფინანსთა სამინისტრო; სხვა დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; მცირე საწარმოსთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2004 წ.
	7. საწარმოთა სალიზინგო მომსახურების კომპანიის ჩამოყალიბება იტალიის მხარესთან ერთად	1000.0	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	8. წინადადებების მომზადება ბიზნეს-ინკუბატორების ჩამოყალიბებისა და ფუნქციონირებისათვის.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2003 წწ. განმავლობაში
	9. მონიტორინგი მიმდინარე საინვესტიციო პროექტების (1997-1998 წლებში გაფორმებული საინვესტიციო ხელშეკრულებების) განხორციელებაზე	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
IV.	მსხ-ის ინფორმაციული და საკონსულტაციო მომსახურების სისტემის განვითარება				
	1. მსხ-ის ინფორმაციული მხარდაჭერის ერთიანი პროგრამულ-ტექნოლოგიური სისტემის ჩამოყალიბება.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები. 2003-2004 წწ.
	2. ინფორმაციული მასივის შექმნა ბიზნეს-განათლების სისტემის ფუნქციონირებისათვის.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2004 წ.
	3. საინფორმაციო-საკონსულტაციო კომპანიების ერთიანი რეესტრის წარმოება	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად

	4. მონაცემთა ბანკის შექმნა მოწყობილობათა ლიზინგისა და ფრანჩაიზინგის შესახებ.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები. 2002-2004 წწ. განმავლობაში
	5. ფინანსური ხელშეწყობა საინფორმაციო-საკონსულტაციო მომსახურების განვითარებისათვის.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ. განმავლობაში
	6. მხარდაჭერა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისადმი მიმართ განვითარებისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებათა სრულად გაშუქებისა და საჯაროობის უზრუნველყოფის მიზნით (კურსის წესით).	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ. განმავლობაში
	7.წელიწდეულის (ბროშურა, გაზეთი ან სხვა) გამოცემა „მცირე და საშუალო მეწარმეობა საქართველოში“.	3.0	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ. განმავლობაში
	8. მიმართვისა და რეგულირების საკითხებზე საინფორმაციო-საცნობარო მეთოდური მასალების მომზადება, გამოცემა და გავრცელება	5.0	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
	9. კონკურსის ჩატარება „წლის საუკეთესო მცირე და საშუალო მეწარმის“ გამოსავლენად.	2.0	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. IV კვ. – 2003-2004 წწ.
	10. სემინარის მოწყობა სამინისტროებისა და უწყებების ხელმძღვანელი მუშაკებისათვის თემაზე: „მცირე და საშუალო სამეწარმეო საქმიანობის სტრატეგია“.	5.0	–	–	გაეროს ევროპის ეკონომიკური კომისია; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2003 წწ.
	11. მეწარმეთა ფორუმის მოწყობა	5.0	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი; დაინტერესებული სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციები.

					IV კვ. – 2002-2004 წწ.
V.	მზარდაჭერა მსმ-ის პროდუქციის ექსპორტის გაზრდისა და საერთაშორისო თანამშრომლობის განვითარებისათვის.				
	1. მსმ-ის ექსპორტის მზარდაჭერის პროგრამის შემუშავება.	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო. I კვ. – 2002 წ.
	2. მსმ-ის საექსპორტო შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის მოპოვებისა და გადაცემის სისტემის ჩამოყალიბება და განვითარება.	–	–	–	ექსპორტის ხელშეწყობის სააგენტო; ტექინფორმი. IV კვ. – 2002 წ.
	3. ფინანსური მზარდაჭერა მსმ-თეს ადგილობრივ და საერთაშორისო გამოფენებში, ბაზრობებში და სხვ. ღონისძიებებში მონაწილეობის მისაღებად	–	–	–	ექსპორტის ხელშეწყობის სააგენტო; სავაჭრო-სამრეწველო პალატა; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
	4. მსმ-თეის საინფორმაციო და ორგანიზაციული მზარდაჭერა საერთაშორისო დონეზე საწარმოო კოოპერაციის განვითარების საქმეში	–	–	–	ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო; სოფლის მეურნეობისა და სურსათის სამინისტრო; სხვა დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. სისტემატურად
VI.	დასაქმების დონის ამაღლების ღონისძიებანი				
	1. წინადადებების მომზადება შრომის კანონმდებლობაში ცვლილებების შესატანად მუშაკთა შრომით მოწყობასთან დაკავშირებული ადმინისტრაციული ბარიერებისა და გადასახადების შეზღუდვის მიმართულებით.	–	–	–	შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო; ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო. I კვ. – 2003 წ.
	2. მსმ-ის მიერ სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით დასაქმების ხელშეწყობის პროგრამების განხორციელება	*	*	*	II კვ. – 2002 წ.
VII.	მსმ-ის სფეროს კადრების მომზადების სისტემა.				

	1. მცირე და საშუალო მეწარმეთა კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამების შემუშავება და განხორციელება სამეწარმეო საქმიანობის ძირითადი მიმართულების მიხედვით.	–	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. პერიოდულად 2002-2004 წწ. განმავლობაში
	2. საშუალო სკოლების სასწავლო პროგრამებში სპეციალური საგნის შემოღება ეკონომიკისა საერთოდ და მათ შორის, მეწარმეობის ზოგადი საფუძვლების შესახებ.	–	–	–	განათლების სამინისტრო; ფინანსთა სამინისტრო; ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო. IV კვ. – 2003 წ.
VIII.	მსმ-ის რეგიონული განვითარება				
	რეგიონების განვითარების შესახებ სამთავრობო გადაწყვეტილებებით გათვალისწინებული ღონისძიებების უპირატესი ფინანსური ხელშეწყობა პროგრამით დადგენილი ფორმებითა და პირობებით.	–	–	–	დაინტერესებული სამინისტროები და უწყებები; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002-2004 წწ.
IX.	ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა მცირე და საშუალო მეწარმეობაში ჩართვა.				
	1. ცხინვალის რეგიონში და ამავე რეგიონიდან დევნილთა მცირე მეწარმეობის განვითარების ფინანსური ხელშეწყობის პროგრამის შემუშავება და განხორციელება.	20.0	–	–	მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2002 წ.
	2. აფხაზეთიდან ლტოლვილთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთათვის მცირე მეწარმეობის განვითარების ფინანსური ხელშეწყობის პროგრამის შემუშავება და განხორციელება.	150.0	–	–	აფხაზეთის მინისტრთა საბჭო. 2002 წ. აფხაზეთის მინისტრთა საბჭო; მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრი. 2003-2004 წწ.
X.	მსმ-ის საერთაშორისო პროგრამები**				
	1. პროექტი-წინადადება ახალგაზრდა მეწარმეების საკითხთა საგენტოს შექმნის შესახებ.	–	–	–	გაეროს ევროპის ეკონომიკური კომისია. 2002-2003 წწ.
	2. ამერიკის საერთაშო-				არასამთავრობო ორგანი-

	რისო განვითარების სააგენტოს პროგრამები:				ზაცია „კონსტანტა“. 2002 წ.
	– მიკრო საწარმოთა ფინანსური პროგრამა („გადაარჩინე ბაღშვები“);	–	–	–	საერთაშორისო თანამეგობრობის დახმარების ფონდი (FINCA) 2002 წ. ACDI/VOCA2003 წ.
	– მიკრო საფინანსო საქმიანობის პროგრამა;	–	–	–	შორბანტი 2002 წ.
	– საქართველოს საკრედიტო სისტემის განვითარება;	–	–	–	2002-2007 წწ.
	– მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური პროგრამა;	–	–	–	2002-2004 წწ. განმავლობაში
	– მხარდაჭერა დამატებული ღირებულების შემქმნელი საწარმოებისადმი (კონკურსის წესით).	–	–	–	
	3. ფონდი „ღია საზოგადოება – საქართველოს“ პროგრამები:				
	– მხარდაჭერა მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშემწყობი ორგანიზაციებისადმი (საკონსულტაციო და ინფორმაციული მომსახურება, კონკურსის წესით);	–	–	–	
	– ელექტრონული ბიზნესის განვითარება (კონკურსის წესით);	–	–	–	2002-2004 წწ. განმავლობაში
	– მოწინავე ქვეყნების გამოცდილების შესწავლა (კონკურსის წესით);	–	–	–	2002-2004 წწ. განმავლობაში
	– მცირე სესხები საგამომცემლო საქმიანობისათვის (კონკურსის წესით შერჩეული კომერციული ბანკის მეშვეობით).	–	–	–	2002-2004 წწ. განმავლობაში

* სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დასაქმების ფონდისათვის გამოყოფილი სახსრების ხარჯზე.

** პროგრამებს საერთაშორისო ორგანიზაციები განახორციელებენ დამოუკიდებლად, საკუთარი დაფინანსების ხარჯზე.

საქართველოს კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის თაობაზე

მუხლი 1. „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონში (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, № 40 (47), 1999 წელი, მუხ. 201) შეტანილ იქნეს შემდეგი ცვლილებები და დამატებები:

1. კანონის სათაურსა და ტექსტს, გარდა მე-6 მუხლის მე-3 პუნქტისა და 23-ე მუხლისა, აგრეთვე, მე-4 მუხლის პირველი და მე-3 პუნქტებისა და მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტისა, სიტყვის „მცირე“ შემდეგ დაემატოს სიტყვები „და საშუალო“.

2. მე-2 მუხლის პირველი პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

1. საქართველოს ტერიტორიაზე მცირე და საშუალო საწარმოებს განეკუთვნება „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად შექმნილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმო, რომელშიც დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა და რომლის წლიური ბრუნვა არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ ოდენობებს:

ა) მცირე საწარმოებისათვის – 20 დასაქმებულსა და 500 ათას ლარს;

ბ) საშუალო საწარმოებისათვის – 100 დასაქმებულსა და 1500 ათას ლარს“.

3. მე-3 მუხლს სიტყვის „მცირედ“ შემდეგ დაემატოს სიტყვები „ან საშუალოდ“.

4. მე-4 მუხლის პირველ და მე-3 პუნქტებსა და მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტს სიტყვის „მცირე“ შემდეგ დაემატოს სიტყვები „ან საშუალო“.

5. მე-6 მუხლის მე-4 პუნქტს სიტყვის „დირექტორს“ შემდეგ დაემატოს სიტყვები „მცირე და საშუალო საწარმოთა“.

6. მე-10 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

ა) ექვსი საქართველოს ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროს, ფინანსთა სამინისტროს, სოფლის მეურნეობისა და სურსათის სამინისტროს, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს წარმომადგენელია.“.

7. მე-12 მუხლის ტექსტი ჩაითვალოს მე-5 პუნქტად და მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის პირველი-მე-4 პუნქტები:

„1. საბჭო საქართველოს პრეზიდენტს დასამტკიცებლად წარუდგენს მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამას.

2. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერა ხორციელდება შესაბამისი სახელმწიფო, რეგიონული და დარგობრივი პროგრამების საფუძველზე. ამ პროგრამებში უნდა აისახოს:

ა) მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისა და საწარმოთა საქმიანობის პერსპექტიული მიმართულებები;

ბ) სამეწარმეო საქმიანობაში სოციალურად დაუცველი ფენების ჩართვა;

გ) მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბების ღონისძიებები;

დ) კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ორგანიზება;

ე) სახელმწიფო ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური და ინფორმაციული რესურსების, აგრეთვე, მეცნიერულ-ტექნიკური დამუშავებებისა და ტექნოლოგიების გამოყენების შეღავათიანი პირობების შექმნის წინადადებები;

ვ) ინვესტიციების (მათ შორის, უცხოური ინვესტიციების) მოზიდვისა და გამოყენების სისტემის ჩამოყალიბების წინადადებები;

ზ) მცირე და საშუალო საწარმოთა საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის მხარდაჭერის წინადადებები;

თ) მცირე და საშუალო საწარმოთა ფინანსური მხარდაჭერის სპეციალური პროგრამები;

ი) პროდუქციის წარმოებისას ან მომსახურების გაწევისას სახელმწიფო შესყიდვების განთავსების დროს მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის პრეფერენციების დადგენის წინადადებები;

კ) მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკით გათვალისწინებული სხვა საკითხები.

3. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამა უნდა დამუშავდეს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით და უნდა შეესაბამებოდეს მოსახლეობის დასაქმების სახელმწიფო პროგრამებს, მიგრაციის პოლიტიკის განხორციელებას, ეკოლოგიური და სხვა პრობლემების გადაწყვეტას.

4. მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდამჭერ ორგანიზაციებს უფლება აქვთ დამოუკიდებლად დაამუშაონ და განახორციელონ მცირე და საშუალო საწარმოთა ხელშეწყობის პროგრამები, შექმნან მხარდაჭერის ფონდები, აგრეთვე, აღმასრულებელი ხელისუფლებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებში წარადგინონ ცალკეული პროექტე-

ბი და წინადადებები სახელმწიფო და რეგიონულ პროგრამებში მათი ჩართვის მიზნით.“.

8. მე-15 მუხლის მე-2 პუნქტში სიტყვა „თავმჯდომარე“ შეიცვალოს სიტყვით „დირექტორი“.

9. მე-16 მუხლის:

ა) მე-3 პუნქტიდან ამოღებულ იქნეს სიტყვა „საკონსულტაციო“;

ბ) მე-4 პუნქტი ამოღებულ იქნეს.

10. მე-17 მუხლის ტექსტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ცენტრის დაფინანსების წყარო შეიძლება იყოს:

ა) ცენტრალური და ადგილობრივი ბიუჯეტებიდან გამოყოფილი სახსრები;

ბ) სახელმწიფო ქონების პრივატიზებიდან მიღებული შემოსავალი;

გ) სახელმწიფო შეკვეთის შესრულებიდან მიღებული შემოსავალი;

დ) ხელშეკრულებით შესრულებული სამუშაოდან მიღებული შემოსავალი;

ე) ადგილობრივი და უცხოელი ფიზიკური და იურიდიული პირებისა და საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების მიერ გამოყოფილი სესხები და გრანტები;

ვ) საქართველოს კანონმდებლობით ნებადართული სხვა შემოსავლები“.

მუხლი 2. ეს კანონი ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს პრეზიდენტი ედუარდ შევარდნაძე

თბილისი.

2002 წლის 4 ივლისი. №1641-რს.
საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.
№ 23, 2002 წლის 24 ივლისი

საქართველოს კანონი
„მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ საქართველოს კანონის ძალადაკარგულად ცნობის თაობაზე

მუხლი 1. ძალადაკარგულად იქნეს ცნობილი საქართველოს 1999 წლის 2 ივლისის კანონი „მცირე და საშუალო საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, № 40(47), 1999 წელი, მუხლი 201).

მუხლი 2. ამ კანონის ამოქმედებიდან 2 თვის ვადაში საქართველოს მთავრობამ უზრუნველყოს საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – მცირე საწარმოთა განვითარებისა და ხელშეწყობის ცენტრის ლიკვიდაცია.

მუხლი 3. ეს კანონი ამოქმედეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს პრეზიდენტი მიხეილ სააკაშვილი

თბილისი.

2006 წლის **24** მაისი, № **3086-1** ს.
საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

ო. შურღაია. მცირე ბიზნესის საფუძვლები

თეორია. პრაქტიკა. გამოცდილება.
Резюме. Summary.
მცირე განმარტებითი ლექსიკონი.
საკანონმდებლო ბაზა

თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა
სახელმწიფო უნივერსიტეტი. დამხმარე სახელმძღვანელო.
ქართულ ენაზე. პირველი გამოცემა.
გამომცემლობა „უნივერსალი“.
თბილისი. 2010. 568 გვ.

О. ШУРГАЯ. ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

Теория. Практика. Опыт.
Резюме. Summary.
Малый толковый словарь.
Законодательная база.

Тбилисский государственный университет
экономических отношений. Учебное пособие.
На грузинском языке. Первое издание.
Издательство „Универсали“,
Тбилиси. 2010. 568 с.

O. SHURGAIA. BASES OF SMALL BUSINESS

Theory. Practice. Experience.
Резюме. Summary.
Small explanatory dictionary.
Legislative basis

Tbilisi State University of Economic Relations.
Supplementary textbook. In Georgian. The 1st publication.
Publishing House “Universal”.
Tbilisi. 2010. 568 p.



გამომცემლობა „უნივერსალი"

თბილისი, 0179, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge