

Summary

Several aspects of the modern business finances

Businesses are established to serve the needs of consumers by owners who seek to make profits. The people who create a business may see an opportunity to produce a product or service that is not already being offered by other firms. Alternatively, they may believe that they can produce a product or service that they can sell for a lower price than existing firms. By providing a product that is desired by customers, they may be able to make profits for their business. A business receives revenue when it sells its products or services. It incurs expenses from paying its employees and when it purchases machinery or facilities. The difference between the revenue and the expenses is the profit (or earnings) generated by the business. The profits go to the owners of the business. Thus, owners who create a business have a strong incentive to ensure that it is successful, as they are directly rewarded for their efforts

საკვანძო სიტყვები: მომგებიანი ბიზნესი, მოგება, არამომგებიანი ორგანიზაციები, საინფორმაციო ტექნოლოგიები

* * * * *

ბიზნესს ერთი მთავარი მიზანი გააჩნია - მოგების მიღება. ისინი, ვინც ბიზნესს ქმნიან, იმ ამოცანის წინაშე აღმოჩნდებიან, რომელიც გულისხმობს ისეთი პროდუქტის ან მომსახურების წარმოებას, რომელიც სხვა ფირმებს ჯერ კიდევ არ აქვთ შემოთავაზებული. ზოგჯერ ბიზნესის წამომწყებთ სჯერათ, რომ მათ უფრო იაფად შეუძლიათ თავიანთი პროდუქტის ან მომსახურების რეალიზაცია, ვიდრე ამას ბაზარზე უკვე არსებული ფირმები ახორციელებენ. ორივე შემთხვევაში, შეიძლება არსებობდეს მოგების მიღების შანსი.

ბიზნესი იღებს შემოსავლებს, როცა ყიდის თავის პროდუქტს ან მომსახურებას. ხოლო, როცა თანამშრომლებს უხდის ხელფასებს, ახორციელებენ ნედლეულის, ძირითადი და დამხმარე მასალების, შენობა-ნაგებობებისა და მანქანა-დანადგარების შესყიდვებს, ადგილი აქვს ხარჯების გაღებას (დანახარჯების გაწევას). სხვაობა შემოსავლებსა და ხარჯებს შორის არის ბიზნესის მიერ წარმოქმნილი (გენერირებული) მოგება, რომელიც ამ ბიზნესის მფლობელთა საკუთრებას წარმოადგენს. ამიტომ ბიზნესის მფლობელებს გააჩნიათ დიდი სტიმული იმისა, რომ მათი ბიზნესი იყოს წარმატებული და მათი ძალისხმევა სათანადო მოგების მიღებით გარანტირებული.

მოგება, რომელსაც გამოიმუშავენ ახალი ბიზნესი, სამ პირობაზეა დამოკიდებული. პირველი, უნდა არსებობდეს მოთხოვნა იმ საქონელზე და მომსახურებაზე, რასაც სთავაზობენ ბაზარს. თუ არ არსებ

ობს ასეთი მოთხოვნა, ვერ მოხდება შემოსავლების გენერირება და ამიტომაც ვერც მოგება მიიღება. მეორე, საჭიროა მომხმარებლების (კლიენტების) მოზიდვა, რაც გულისხმობს, რომ ისინი ამ ბიზნესზე უნდა აკეთებდნენ არჩევანს და არა კონკურენტებზე. თუ ბიზნესი თავაზობს უკეთეს მომსახურებას (სერვისს), ვიდრე ამას კონკურენტები ახერხებენ, მომხმარებლები, რომლებსაც სჭირდებათ მომსახურება, შეეცდიან კონკურენტების ნაცვლად ეს ბიზნესი აირჩიონ. მესამე, იმისათვის, რომ მაღალი მოგება ნახოს, ბიზნესმენს მოუწევს ხარჯების დაბალ დონეზე შენარჩუნება. თუ ბიზნესს გონივრულად წარმართავენ, მაშინ ხარჯები შედარებით დაბალი იქნება და უფრო მაღალი მოგებით დაჯილდოვდებიან. მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესების უმრავლესობა იმაზე რთული და ჩახლართულია ვიდრე ის ბიზნესი, რომელიც ახლახანს აღვწერეთ, ნებისმიერი ბიზნესის შედეგიანობა მაინც ზემოთ ჩამოთვლილ სამ პირობაზეა დამოკიდებული.

მსოფლიოს მრავალ განვითარებულ ქვეყანაში ადამიანებს თავისუფლად შეუძლია ბიზნესის წამოწყება და მოგების მიღება. საკუთარი ბიზნესით ისინი პასუხობენ მომხმარებლების არჩევანს და აკმაყოფილებენ მათ საჭიროებებს თავისუფალ საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის მქონე მთავრობები აღიარებენ იმ უპირატესობებს, რაც დაკავშირებულია სხვადასხვა ფორმით ბიზნესის მფლობელობის შესაძლებლობებთან. ეს ბიზნესები არამარტო მომხმარებლებს ემსახურებიან, არამედ სამუშაო ადგილების შექმნით ამცირებენ ქვეყანაში უმუშევრობას.

სოციალისტურ ქვეყნებში, მაგალითად, ყოფილ საბჭოთა კავშირში, ბიზნესებს მთავრობა ფლობდა და ისინი არ იყვნენ ჩვეულებრივ მოგებაზე ორიენტირებული. მოგების გამოიმუშავების პერსპექტივის არარსებობის გამო ადამიანთა უმრავლესობას არ ხელენიფებოდა ბიზნესის შექმნა და იძულებული იყო გამოენახა სამუშაოს რაიმე ალტერნატიული ფორმა შემოსავლების მისაღებად. უფრო მეტიც, მოგების მოტივის არქონის გარეშე ბიზნესებს არ გააჩნდათ პროდუქციის წარმოების სტიმული, რომელიც დააკმაყოფილებდა მომხმარებლების საჭიროებებს. შედეგად, მომხმარებლებს უმეტესწილად არ შეეძლოთ ემოვნათ ის პროდუქცია, რაც მათ სურდათ, ანუ იქმნებოდა საქონლის საყოველთაო დეფიციტი. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ე.წ. პრივატიზაციის შედეგად სახელმწიფო ქონება და მასთან დაკავშირებული ბიზნესები კერძო სექტორის ხელში გადავიდა, გაჩნდა ახალი ბიზნესების შექმნის შესაძლებლობები და, რაც მთავარია, გაჩნდა მოგების მიღების სტიმული.

ყველა ბიზნესი როდი იქმნება მოგების მის-

აღებად. არამომგებიანი ორგანიზაცია ისეთი ორგანიზაციაა, რომელიც კონკრეტული ანუ სპეციფიკური მიზნითაა შექმნილი და არ არის მოწოდებული მოგების მისაღებად. როდესაც გარკვეულ პერიოდში მისი შემოსავლები აჭარბებს ხარჯებს, ხდება მოგების რე-ინვესტირება ორგანიზაციაში. არამომგებიანი ორგანიზაციების ტიპიურ მაგალითებს წარმოადგენს ზოგიერთი საავადმყოფო, სკოლა, სამშობიარო სახლი, საქველმოქმედო და არასამთავრობო ორგანიზაციები, პროფკავშირები, ეკლესია და სხვ.

დღესდღეობით მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ფუნქციონირებს ათასობით არამომგებიანი, საზოგადოებრივი ორგანიზაცია. მაგალითისათვის აშშ-ში, დაახლოებით 800,000 საზოგადოებრივი, არამომგებიანი და 400,000 პროფესიული ასოციაცია მოქმედებს, რომელთა უმრავლესობა შეიქმნა 1990-ანი წლების ბოლოს. საქართველოში კი დღესდღეობით დარეგისტრირებულია დაახლოებით 3,000-ზე მეტი არამომგებიანი, საზოგადოებრივი ორგანიზაცია, რომელთა რიცხვი დღითიდღე იზრდება.

მიუხედავად იმისა, რომ არამომგებიანი ორგანიზაცია მთლიანად არ არის ფოკუსირებული მოგების მიღებაზე, იგი მაინც ოპერირებს ჩვეულებრივი ბიზნესის მსგავსად. ასე მაგალითად, წარმოვიდგინოთ არამომგებიანი საავადმყოფოს ბიზნესი. იგი თავის მომსახურებაზე აწესებს ფასებს, როგორც მომგებიანი საავადმყოფო, იგივე წესით ახდენს ანგარიშსწორებას პაციენტებთან მათი დაზღვევის პოლისის გათვალისწინებით. თუ არამომგებიანი საავადმყოფო თავის მომსახურებას უფასოდ განახორციელებდა, იგი მთლიანად ამოწურავდა მის განკარგულებაში არსებულ ფონდებს, რომელიც შემოწირულობების სახით აქვს მიღებული, ასევე იმ აკუმულირებულ (დაგროვილ) მოგებასაც, რომლის გენერირებაც წლების განმავლობაში თვითონ მოახერხა. არამომგებიანი საავადმყოფოს თანამშრომლები ისევე იღებენ ხელფასს, როგორც მომგებიანი საავადმყოფოს მუშაკები. თუ იგი თავის ექიმებს, ექთნებს, ძიძა-მომვლელებს და სხვა საშტატო ერთეულებს არ გადაუხდის სათანადო კონკურენტულ ხელფასს, ეს თანამშრომლები სხვაგან მოძებნიან სამსახურს. ამრიგად, არამომგებიანმა საავადმყოფომ სამედიცინო მომსახურება ეფექტიანად უნდა განახორციელოს, რათა ადექვატური დაფინანსების პირობებში შეძლოს ბიზნესში დარჩენა და გააგრძელოს საზოგადოების სამედიცინო მომსახურებით უზრუნველყოფა. მომგებიანი საავადმყოფოების მსგავსად, თუ მას სურს გაფართოვდეს და უფრო მეტ ფულად სახსრებს საჭიროებს, ვიდრე ამას შემოწირულობების გზით ან საკუთარი მოგების საშუალებით იღებს, სავადმყოფოს შეუძლია კრედიტორებისაგან (მაგალითად, ბანკებისაგან) მიიღოს დაფინანსება. საქონლისა და მომსახურების წარმოებისათვის ფირმები იყენებენ შემდეგ რესურსებს: ბუნებრივი რესურსები (მიწა); ადამიანური რესურსები (შრომა); კაპიტალი; მეწარმეობა (სამეწარმეო უნარი).

ბუნებრივი რესურსები აერთიანებს ყველა

რესურსს, რომლის გამოყენებაც შესაძლებელია ნატურალური ფორმით. ბუნებრივ რესურსებს მიეკუთვნება ცოცხალი ბუნება, მინერალური (სასარგებლო წიაღისეული) და ტყის რესურსები, ასევე ჰაერი, რომლითაც ჩვენ ვსუნთქავთ. ბიზნესების მიერ საქონლისა და მომსახურების წარმოებისათვის ყველაზე საჭირო ბუნებრივი რესურსია მინა, რომლის გარეშეც სასოფლო-სამეურნეო ბიზნესი წარმოადგენელია. ნებისმიერი ბიზნესი იყენებს ამ რესურსს. ფაბრიკა-ქარხნების ან საოფისე შენობების ასაგებად და სათანადო სანარმოო ინფრასტრუქტურის შესაქმნელად მინის გარკვეული ფართობი საჭირო, რომელსაც ან იძენენ ან ქირაობენ. დაქირავების შემთხვევაში მინის სარგებლობისათვის გადახდილ ფასს (ღირებულებულებას) რენტა ეწოდება, ანუ რენტა მინის მესაკუთრის შემოსავალია. ეკონომისტები ხშირად იყენებენ ტერმინს „მინას“, როდესაც საუბრობენ ზოგადად ბუნებრივ რესურსებზე, როგორც წარმოების ფაქტორზე.

ადამიანური რესურსები, იგივე სამუშაო ძალა, ადამიანის ფიზიკურ, გონებრივ და სულიერ უნართა ერთობლიობას წარმოადგენს. ადამიანურ რესურსებს შეადგენს ყველა ის პირი, რომელსაც შეუძლია შეასრულოს გარკვეული სამუშაო ბიზნესისთვის. მათ შეეძქვთ წვლილი წარმოებაში თავიანთი ფიზიკური შესაძლებლობების მიხედვით, მუშაობენ რა ფაბრიკა-ქარხნებში და ქმნიან პროდუქციას, ასევე გონებრივი შესაძლებლობების მიხედვით, როცა სთავაზობენ სასარგებლო ინიციატივებს არსებულ სანარმოო პროცესში საჭირო ცვლილებების განხორციელებასთან დაკავშირებით ან ახდენენ სხვა მუშაკთა მოტივაციას. წარმოებისა და მომსახურების პროცესში ადამიანის მიერ დახარჯულ ფიზიკურ და გონებრივ ძალისხმევას ეკონომისტები შრომას უწოდებენ. შრომის ფასად დაქირავებული პირები (მენეჯერები, მუშები) იღებენ ხელფასს. ხელფასი დაქირავებული პირის შემოსავალია ანუ ფულადი კომპენსაცია, რომელსაც იგი საკუთარი შრომის გაყიდვისას იღებს.

ფიზიკურ კაპიტალს (ანუ უბრალოდ კაპიტალს, როგორც მას ეკონომისტები უწოდებენ) ადამიანები საქონლისა და მომსახურების საწარმოებლად ქმნიან. ფაბრიკა-ქარხნები, სხვადასხვა შენობა-ნაგებობები, მანქანა-დანადგარები, სამუშაო იარაღები (ინსტრუმენტები) კაპიტალური რესურსებია, რადგან ისინი ადამიანური რესურსების მეშვეობით შეიძლება სხვა საქონლისა და მომსახურების საწარმოებლად გამოვიყენოთ. ასეთივე კაპიტალური რესურსია გაზსადენის შტო, რომლითაც გასამართ სადგურს საწვავი მიეწოდება.

ტერმინს „კაპიტალი“ ბიზნესმენები ხშირად იმ ფულის აღსანიშნავად იყენებენ (ფინანსური კაპიტალი), რომლითაც შეუძლიათ იყიდონ ქარხანა, მანქანა და ანალოგიური საწარმოო რესურსები ანუ ფიზიკური კაპიტალი.

განსაკუთრებით ამ ბოლო დროს ტექნოლოგიების წყალობით ბიზნესები უფრო ეფექტიანად იყენებენ თავიანთ კაპიტალს. ტექნოლოგია შეგ-

ვიძლია განვსაზღვროთ როგორც ცოდნა ან ინსტრუმენტი პროდუქციის ან მომსახურების საწარმოებლად. ინტერნეტი ტექნოლოგიის ნათელი მაგალითია.

აუმჯობესებენ რა კაპიტალს, ტექნოლოგიის გამოყენებით ბიზნესები ახერხებენ საქონლისა და მომსახურების წარმოებას უფრო სწრაფად და ხარისხიანად. აქედან გამომდინარე, მომხმარებელთა საჭიროებები უფრო უკეთაა დაკმაყოფილებული.

საინფორმაციო ტექნოლოგიები (IT) ტექნოლოგიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ქვეჯგუფია, რომელიც მოიცავს ინფორმაციის გამოყენებით საქონლისა და მომსახურების წარმოებას. იგი გულისხმობს კომპიუტერების გამოყენებით ინფორმაციის ტრანსფერს (გადატანას-გადაცემას) ფირმის დეპარტამენტებს (ქვეგანყოფილებებს) შორის და ინტერნეტის გამოყენებას საჭირო ინფორმაციით მომხმარებლების უზრუნველსაყოფად. აშშ-ის სავაჭრო დეპარტამენტის უახლესი კვლევების მონაცემებით, აშშ-ის სამუშაო ძალის დაახლოებით ნახევარი მალე ჩართული იქნება საინფორმაციო ტექნოლოგიების ბიზნესში. ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებით მცირდება პროდუქციის თვითღირებულება და შესაბამისად, გასაყიდი ფასებიც. გარდა ამისა, ტექნოლოგიურ ინდუსტრიებში დასაქმებული მუშები წელიწადში საშუალოდ გამოიმუშავენ დაახლოებით \$53,000-ს მაშინ, როცა სხვა ინდუსტრიებში ეს მაჩვენებელი \$30,000-ია. მსგავსი ტიპის ტექნოლოგიას წარმოადგენს ელექტრონული ბიზნესი (e-business), რომელსაც ზოგჯერ ელექტრონული კომერციის (e-commerce) სახელითაც მოიხსენიებენ. იგი გულისხმობს ელექტრონული კომუნიკაციების საშუალებით საქონლისა და მომსახურების წარმოებას და რეალიზაციას (გაყიდვას). ელექტრონული ბიზნესი მოიცავს როგორც ბიზნეს გარიგებებს, მაგალითად, პროდუქციის გაყიდვას ინტერნეტით, ასევე ფირმასა და მის მომწოდებლებს შორის ურთიერთობებს ინტერნეტის მეშვეობით. ფაქტობრივად, ბევრი ადამიანი იყენებს საინფორმაციო ტექნოლოგიისა და ე-ბიზნესის ტერმინებს ერთი და იგივე მნიშვნელობით. წარმატებული e-biznes იდეის მაგალითს წარმოადგენს „Amazon.com“-ი, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს შეიძინონ წიგნები და ახლა უკვე სხვადასხვა პროდუქტები „ონ-ლაინში“. „Amazon.com“-ის შემოქმედებითობა („კრეატიულობა“) თავად წიგნები კი არაა, არამედ ალტერნატიული მეთოდი ამ წიგნების მომხმარებლებამდე მიწვდენისა. მისი მომხმარებლები წიგნის მაღაზიების საცალო ქსელში კი არ ყიდულობენ წიგნებს, არამედ უკვეთავენ ინტერნეტის საშუალებით. შეკვეთილი წიგნები კი ფოსტით სახლში ეგზავნებათ. ბევრი ფირმა იყენებს იგივე იდეას საკუთარი ბიზნესისთვის. ამჟამად კომპიუტერული ფირმები ინტერნეტის საშუალებით ჰყიდიან თავიანთ კომპიუტერებს; სათამაშოების და ავტომობილების მწარმოებელი ფირმებიც თავიანთ პროდუქციას ასევე ინტერნეტით ასაღებენ; სასტუმროები, ავიახაზები და საკრედიტო ხაზები მომხმარებლებს საშუალებას აძლევენ დაჯავშნოს ბილეთები ინტერნეტის მეშვეობით. წარმატებული ე-ბიზნესის მქონე კომპანიათა რიცხვს მიეკუთვნება: Yahoo, Google, eBay და სხვ. ეს ბიზნესები დასაწყისში ძალიან პატარა ფირმებს წარმოადგენდნენ, თუმცა მომხმარებლებს ისეთ პროდუქტს და მომსახურებას სთავაზობდნენ, რომლებიც სხვა ფირმების მიერ ბაზარზე

არ იყო შემოთავაზებული. მათი ინოვაციური მიდგომაში შემდეგში სხვა ფირმების მიერაც იქნა გამოყენებული, რის შედეგადაც შეიქმნა მომხმარებლისთვის პროდუქციისა და მომსახურების უფრო ფართო არჩევანი. ზოგიერთი ფირმა იყენებს e-bizness იმისათვის, რომ ხელი შეუწყოს არსებული ბიზნეს-პროცესების დახვეწას. ინტერნეტი საშუალებას იძლევა უფრო ადვილად დამყარდეს კომუნიკაცია ფირმასა და მომხმარებელს შორის, ფირმასა და სხვა ფირმებს შორის და მომხმარებელსა და თვით ამ ფირმას შორის. ის ფირმაც კი, რომელიც კლასიფიცირებული არ არის როგორც ინტერნეტ კომპანია, ცდილობს e-bizness გამოყენებას, რათა გაზარდოს ფირმის ღირებულება, მისი კაპიტალი.

ამრიგად, მეწარმეობა მოიცავს ბიზნეს იდეების ფორმირებას და რისკის აღების სურვილს. მენარმეები არიან ადამიანები, რომლებიც მოიპოვებენ ახალ, უფრო ეფექტიან საშუალებებს ზემოთ ჩამოთვლილი სამი ეკონომიკური რესურსის (მინა, შრომა და კაპიტალი) გამოსაყენებლად. ისინი იძენენ ნედლეულს, ქირაობენ მუშახელს, აბანდებენ თანხებს წარმოების საშუალებებში და ავითარებენ წარმოებასა და მომსახურებას. მენარმეები ცდილობენ მოახდინონ ბიზნეს შესაძლებლობების იდენტიფიცირება. როდესაც ისინი მოძებნიან ამ შესაძლებლობას, აბანდებენ თავიანთ ფულს ბიზნესის დასაარსებლად იმ მოლოდინით, რომ ჯილდოს სახით მიიღებენ ადექვატურ მოგებას მათ მიერ გაღებული ძალისხმევის საფასურად. თუმცა, ისინი დგანან იმ რისკის ანუ შესაძლო საფრთხის წინაშე, რომ მოსალოდნელი მოგება შეიძლება არ აღმოჩნდეს ისეთი მაღალი, როგორსაც თავიდანვე ვარაუდობდნენ. ფაქტობრივად, თუ ხარჯები შემოსავლებს აღემატება, მოგება აღმოჩნდება უარყოფითი სიდიდე (ზარალი) და ბიზნესი კრახის წინაშე დგება. თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ბევრი ბიზნესი იქმნება ერთი და იმავე დარგში (ინდუსტრიაში), რაც ინვესტ მძაფრ კონკურენციას ფირმებს შორის. ამ სიტუაციაში ის ფირმები, რომლებიც მაღალ გასაყიდ ფასს ადებენ თავიანთ პროდუქტს, შეიძლება დაზარალებულნი იყვნენ, ვინაიდან მომხმარებლებები მათ კონკურენტებზე გადაერთვებიან. ანალოგიურად, ფირმა, რომელიც ცუდად იმართება (სუსტი მენეჯმენტი გააჩნია), ასევე შეიძლება გაკოტრდეს მაღალი ხარჯების გამო. ამ წარუმატებლობის რისკმა შეიძლება გააჩაღოს ბიზნესის შექმნის ანუ ბიზნესის „კეთების“ მოტივი. მენარმეებს გათვითცნობიერებული აქვთ, რომ თუ ისინი გადაჭარბებულად შეაფასებენ ბიზნესის პოტენციურ მოგებიანობას ან ბიზნესის მართვას კარგად ვერ შეძლებენ ან დაკარგავენ იმ ფულს, რისი ინვესტირებაც მოახდინეს ამ ბიზნესში. ამრიგად, მენარმეები პირდაპირ ჯარიმდებიან ცუდი გადაწყვეტილების გამო. რისკის შესამცირებლად მენარმეებმა ფრთხილად და რეალისტურად უნდა შეაფასონ სიტუაცია, და მხოლოდ ამის შემდეგ მიიღონ გადაწყვეტილება ახალ ბიზნესში საკუთარი ფულის ინვესტირების შესახებ.