



ჟურნალის რედაქცია ამ რუბრიკით აგრძელებს სალექციო კურსის, მეთოდური საკითხების შესახებ სტატიების სისტემატურ გამოქვეყნებას თანამედროვე ეკონომიკის აქტუალურ პრობლემებზე, რომელიც გარკვეულ სამსახურს გაუწევს უმაღლესი სასწავლებლების ეკონომიკური პროფილის ყველა დონის სტუდენტების, პროფესორ-მასწავლებლების ფართო წრეს.

**მიკროეკონომიკის ობიექტები: საოჯახო მეურნეობები.
შირაპი. მცირე და დიდი ბიზნესი**

რევაზ შენგელია

ედ, სტუ ასოცირებული პროფესორი,
ჟურნალ „ეკონომიკის“ მთ.რედაქტორი

საოჯახო მეურნეობები. მიკროეკონომიკური თეორიის შესწავლის ობიექტებია: საოჯახო მეურნეობები, ფირმები, დარგები, საქონლის (მომსახურების), რესურსების ბაზრები და ა.შ. დავიწყეთ საოჯახო მეურნეობის განხილვით. მიკროეკონომიკაში საოჯახო მეურნეობები ასრულებენ ორ ფუნქციას. ისინი არიან, **ერთი მხრივ**, საქონლისა და მომსახურების ძირითდი მომხმარებლები და, **მეორე მხრივ**, ეკონომიკური რესურსების ძირითადი მიმწოდებლები. როგორც ითქვა, საოჯახო მეურნეობები ფირმების მიერ წარმოებული საქონლისა და მომსახურების ძირითადი მომხმარებლები არიან. ასეთი დაშვება სამართლიანია, თუმცა, საქონელი და მომსახურება მოიხმარება არა მხოლოდ საოჯახო მეურნეობების, არამედ თვით

ფირმების მიერაც, რომელშიც თავიანთ წარმოებრივ საქმიანობაში იყენებენ ე.წ. საინვესტიციო საქონელს და მომსახურებას. ესაა: მანქანები და მოწყობილობანი, ნედლეული და მასალები, ფინანსური და საშუაშალო მომსახურება. საქონლისა და მომსახურების მსხვილი მომხმარებელია, ასევე, სახელმწიფო, რომელიც შეისყიდის, როგორც ინვესტიციურ საქონელს, ვთქვათ, კომუნალური მეურნეობისათვის, ელქტროსადგურებისათვის, ისე სამომხმარებლო საქონელს არმიისათვის, სკოლებისათვის, საბავშვო ბაღებისათვის და სხვა. მიუხედავად ამისა, ძირითადი მომხმარებლები, განსაკუთრებით, საქონლისა და მომსახურებისა, მაინც საოჯახო მეურნეობები არიან. ასე მაგალითად, საქართველოში საოჯახო მეურნეობები მოიხმარენ მშპ-ის დაახლოებით 50%-ს.

როგორც ითქვა, საოჯახო მეურნეობები, მეორეს მხრივ, გვევლინებიან ფირმებისათვის ეკონომიკური რესურსების ძირითად მიმწოდებლებად. ეს უფრო დიდი დაშვებაა, ვიდრე წინა, მაგრამ, საბოლოო ანარიშიში, სამართლიანი. ასე მაგალითად, **შრომითი რესურსების მესაკუთრეებად მთელ მსოფლიოში გვევლინებიან საოჯახო მეურნეობები. სამეწარმეო უნარი და ცოდნა (განსაკუთრებით განათლების სახით), ასევე, ეკუთვნის არა იმდენად ფირმებსა და სახელმწიფოს, რამდენადაც ცალკულ ადამიანებს ანუ საოჯახო მეურნეობებს. განვითარებულ ქვეყნებში საოჯახო მეურნეობები, ასევე, არიან ბუნებრივი რესურსებისა (განსაკუთრებით მინის) და კაპიტალის (საბანკო ანაზრვების, ფირმების პაიების, აქციებისა და ობლიგაციები) ძირითადი მესაკუთრეები.** სწორედ ამიტომაც, რომ ამ ქვეყნებში ეკონომიკურ რესურსებზე შემოსავლის ძირითადი ნაწილი მიედინება საოჯახო მეურნეობებისაკენ რენტის, პროცენტისა და სამეწარმეო უნარიდან მოგების (შემოსავლის) სახით. საოჯახო მეურნეობების აღნიშნული შემოსავლის ნაწილი რჩება ფირმებს შემდგომი განვითარებისათვის, ნაწილი გადასახადების სახით გადაირიცხება სახელმწიფო ბიუჯეტში, რომლის ნაწილი მათ უკან უბრუნდებათ სოციალური ტრანსფერის სახით და ამის შემდეგ დარჩენილი შემოსავალი საოჯახო მეურნეობების კუთვნილებას შეადგენს.

ეკონომიკაში მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ის, როგორია

მთლიანად საოჯახო მეურნეობების შემოსავლები, არამედ ისიც, თუ როგორ ნაწილდება ეს შემოსავლები საოჯახო მეურნეობებს შორის. ასე მაგალითად, 2002 წელს საქართველოს მოსახლეობის 20%-ის ხელში იყო ყველა საოჯახო მეურნეობის ფულადი შემოსავლების 46% (თანაც ამ შემოსავლების ძირითადი ნაწილი თავმოყრილი იყო მოსახლეობის შედარებით მდიდარი ნაწილის 5%-ის ხელში), ხოლო ღარიბი და უღარიბესი მოსახლეობის 60%-ი ფლობდა ფულადი შემოსავლების 31%-ს. მოსახლეობის პირველი ნაწილი (მდიდართა ფენა) შეზღუდულ მოთხოვნას აყენებს ქართული წარმოების საქონელზე და უპირატესობას ანიჭებს მაღალხარისხიან იმპორტს. მოსახლეობის ძირითადი ნაწილი კი ორიენტირებულია სასურსათო, უპირატესად, ქართულ პროდუქციაზე, რადგანაც არა აქვს საკმარისი სახსრები მაღალხარისხიანი იმპორტული საქონლისა და, განსაკუთრებით, ბინისა და ხანგრძლივი მოხმარების საგნების შესაძენად. სოფლად მაცხოვრებლების ძირითადი ნაწილი კი ნატურალურ მეურნეობაში ხელით შრომით მოყვანილი პროდუქციით ირჩენს თავს. საოჯახო მეურნეობების ასეთი დიდი დიფერენციაცია ანუ ფულადი საშუალებების საგანგებო კონცენტრაცია მდიდარი საოჯახო მეურნეობების მცირე ჯგუფში ჰბადებს ერთგვარ შიშს და უბიძგებს მათ თვითნაირ კაპიტალი გაიტანონ საზღვარგარეთ. ქვეყნიდან კაპიტალის გადინება (გატანა) კი არის **კაპიტალის გაქცევა** ეკონომიკური და პოლიტიკური არასტაბილურობის, მაღალი გადასახადებისა და უკანონოდ დაგროვილი ფულის “გარეცხვის” გამო. ეს მაშინ, როდესაც საქართველოს მოსახლეობის ძირითადი მასა არ ფლობს საკმარის სახსრებს საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში დაბანდებისათვის, ბანკებში ანაბრებზე შეტანისა და ფასიანი ქაღალდების შეძენისათვის.

ფირმები. თანამედროვე ეკონომიკის სამყაროში ერთ-ერთი მთავარი სუბიექტია ფირმა (სანარმო), რადგანაც სწორედ ფირმები (სანარმოები) ახდენენ საოჯახო მეურნეობებისაგან შესყიდული ეკონომიკური რესურსების ხარჯზე საქონლისა და მომსახურების ძირითად მასის წარმოებას. **ფირმა არის ორგანიზაცია, ეკონომიკის ძირითადი აგენტი, რომელიც ფლობს და მართავს ერთ**

ან რამდენიმე საწარმოს და რესურსებს იყენებს საქონლისა და მომსახურების წარმოებისათვის მოგების მიღების მიზნით. ნათქვამიდან გამომდინარე, ფირმისა და საწარმოს ცნება ერთმანეთს შეიძლება დაემთხვეს მცირე საწარმოში.

ისმის კითხვა—“რისთვის ყალიბდება ფირმა”? დასმულ კითხვაზე პასუხი დამოკიდებულია იმაზე თუ ვინ სვამს მას: მყიდველი (მომხმარებელი), მენარმე (მწარმოებელი), თუ ეკონომისტი. მყიდველის თვალსაზრისით ფირმა აუცილებელია იმისთვის, რომ ბაზარს მიეწოდოს მოთხოვნილი დოვლათი. ნათქვამიდან გამომდინარე, ფირმა, რომელიც აწარმოებს არამოთხოვნი საქონელს, მისი არსებობა მყიდველის თვალსაზრისით, უბრალოდ, უაზრობაა. თუმცა, თუ ფირმას არ შეუძლია საქონლის გასაღება და შემოსავლის მიღება, მაშინ მის საქმიანობას აზრი ეკარგება თავად მეპატრონისთვისაც. **მწარმოებლის (მენარმის) თვალსაზრისით** ფირმა ყალიბდება გარკვეული მოგების მიღებისა, ან რაიმე ეკონომიკური სარგებლისათვის. აღნიშნული ამოცანის გადაწყვეტა ყველა მენარმეს როდი შეუძლია. სამეურნეო პრაქტიკიდან გამომდინარე, სამენარმეო წამოწყების 80% წარუმატებლად მთავრდება. შესაბამისად, ადამიანები არა თუ მდიდრდებიან, არამედ კარგავენ თითქმის ყველაფერს, რაც კი ჩადეს ფირმის ჩამოყალიბებაში. როგორც წესი, წარმატებას აღწევენ ის მენარმენი, რომელთაც აქვთ არა მხოლოდ სამენარმეო სურვილი და განწყობა, არამედ სამენარმეო ტალანტიც. მათ კარგად იციან: რა და რა მოცულობით აწარმოონ, როგორ მოახდინონ პერსონალის საქმიანობის ორგანიზება, როგორ მოახდინონ მათი შრომის ანაზღაურება, როგორ და რა ფასით მიანოდონ საქონელი მომხმარებელს და მრავალი სხვა. **ეკონომისტის შეხედულებით**, ფირმები ყალიბდებიან იმიტომ, რომ ისინი ახდენენ წარმოების ფაქტორების უფრო რაციონალურ ორგანიზებას, ვიდრე ცალკეული ადამიანები. მეტიც, ზოგი დოვლათის წარმოება (მაგალითად, თვითმფრინავი, გემი, ავტომობილი, მატარებელი და სხვა) შესაძლებელია მხოლოდ ფირმების მეშვეობით. ამგვარად, ფირმები წარმოების ფაქტორების რაციონალური შეერთება—კომბინაციით ქმნიან ეკონომიკურ დოვლათს ადამიანთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისა და მოგების მიღებისათვის.

რა შემთხვევაშია მიზანშეწონილი საკუთარი ფირმის (ბიზნესის) ჩამოყალიბება და რა სჯობია-პასიური თუ აქტიური მესაკუთრეობა? მენარმეობრივი უნარის მქონე ადამიანის მიერ საკუთარი ბიზნესის წამოწყება მხოლოდ მაშინ არის მიზანშეწონილი, როდესაც ამ საქმიდან მიიღებს უფრო მეტ შემოსავალს, ვიდრე საკუთარი სამენარმეო ტალანტის სხვებზე გაქირავების შემთხვევაში მიიღებდა. წარმოების (ბიზნესის) ორგანიზებისათვის შემოსავალს, მენარმის ხელფასი ანუ ნორმალურ მოგება ეწოდება. თუ მენარმე წამოწყებული საკუთარი საქმიდან ნორმალურ მოგებას ვერ ღებულობს, მაშინ იგი უშვებს შეცდომას და დაკავებულია არამომგებიანი საქმით. დაფუშვით, პედაგოგი ბრძანდებით და გაქვით 300 ლარი ხელფასი, ხოლო თქვენი პოტენციური მენარმეობიდან ნორმალური მოგება 300 ლარზე ნაკლებს შეადგენს. ასეთი ბიზნესი თქვენთვის ეკონომიკურად მიზანშეუწონელია, რადგანაც მოგება არ იქნება საკმარისი ბიზნესის განვითარებისათვის, რის გამოც კონკურენციაში დამარცხდებით.

საკუთარი საქმის წამოწყებამდე, ასევე, გასარკვევია კუთვნილ სიმდიდრეზე პასიური მესაკუთრეობიდან (ფიქტიური ინვესტირება) მეტი შემოსავლის მიღება შეიძლება, თუ აქტიური მესაკუთრეობიდან ანუ სამენარმეო საქმიანობიდან (რეალური ინვესტირება). რეალური ინვესტირებისას ფული ბანდდება წარმოებაში, ხოლო ფიქტიური ინვესტირებისას - ფასიან ქაღალდებში, ანაბრებში (ფინანსურ სექტორში). რეალურ ინვესტირებას უნდა მიმართოთ იმ შემთხვევაში, როდესაც ინვესტირების ობიექტიდან მოსალოდნელი მოგების ნორმა აღემატება საბანკო ანაბარზე პროცენტს. დაფუშვით, “თი-ბი-სი” ბანკის თანამშრომელმა, რომელსაც თვეში 2000 ლარი ხელფასი აქვს, გადაწყვიტა თანამდებობიდან წასვლა და პურის საცხობის ორგანიზება კოჯორში, საკუთარ საბაღე ნაკვეთში არსებულ პატარა სახლში. იგი ამ სახლში მაინც არ ცხოვრობს, მხოლოდ ზაფხულობით აქირავებს და ღებულობს 1000 ლარის შემოსავალს. ყოფილმა ბანკირმა კუთვნილი დანაზოგი 10000 ლარის ოდენობით პურის საცხობის მოწყობაში დააბანდა. საბანკო ანაბარზე კი დაწესებულია წლიური 20 პროცენტი.

საქმიანობის პირველი წლის დამლევს, პურის საცხობი ფირმის მეპატრონეს მისმა ბუღალტერმა წარუდგინა შემდეგი ანგარიში (ყოველგვარი გადასახადების გადახდის გათვალისწინებით): წლიური შემოსავალი პროდუქციის რეალიზაციიდან: 155000 ლარი; პროდუქციის წარმოების წლიური ხარჯი: 130000 ლარი; მოგება: 25 000 ლარი.

მაგრამ ბანკირი, რომელიც ეკონომიკურად განათლებული ადმიანია, არ დაკმაყოფილდა ამგვარი სასიხარულო შეტყობინებით – ფირმის მიერ მოგებული 25000 ლარით, რადგანაც მან საკუთარი, შიდა ანუ არაცხადი ხარჯებიც გაიღო, რაც ბუღალტერს არ გაუთვალისწინებია (ბუღალტერს აინტერესებს ბუღალტრული და არა ეკონომიკური მოგება). სწორედ ამიტომ, მეპატრონე დაინტერესდა თუ რა დაუჯდა ფირმას საქმიანობა რეალურად. ამისათვის მან შიდა (არაცხადი) ხარჯები ანუ პასიური მესაკუთრეობიდან შემოსავლები ასეთნაირად დაიანგარიშა: 1. დაკარგული ხელფასი ბანკში შრომის გაქირავებიდან: 24000 ლარი(2000X12); 2. დაკარგული შემოსავალი სახლის გაქირავებიდან: 1000 ლარი; 3. დაკარგული შემოსავალი დანაზოგის ბანკში შენახვიდან: 2000 ლარი. ამრიგად, პასიური მესაკუთრეობიდან შემოსავალმა ანუ შიდა ხარჯებმა შეადგინა: $24000+1000+2000=27000$ ლარი. როგორც ხედავთ, ბანკირის პასიური მესაკუთრეობიდან შემოსავალი 2000 ლარით აღემატება აქტიური მესაკუთრეობიდან (მენარმეობიდან) შემოსავალს (27000–25000). ე.ი. ბანკირმა სერიოზულად უნდა იფიქროს საკუთარი ფირმის ლიკვიდაციაზე და ბანკში დაბრუნებაზე. გასარკვევია, ასევე, მომავალი მოგების (ფულის) დღევანდელი და მომავალი ღირებულებაც, ანუ გასათვალისწინებელია ინფლაცია.

ეკონომიკის სამყაროში ფირმას მისი სახელწოდებით, სასაქონლო ნიშნით და რეკლამით იცნობენ. ფირმის დასახელება შეიძლება დაემთხვეს მენარმის სამოქალაქო სახელს. ვთქვათ, გერმანული ჩაის ფირმა „მარტინ ბაუერი“. ეს ფირმა დააარსა 1930 წ. ფერმერმა მარტინ ბაუერმა ბავარიამი. შეიძლება ფირმის სახელწოდებაში მისი საქმიანობის საგანი აისახოს. მაგ. „ჯენერალ მოტორსი“ - აწარმოებს ავტომობილებს, „ჯენერალ ელექტრიკი“ - ნათურებს. „ჯენერალ მილზი“ - ფქვილსა და ფქვილის ნაწარმს. თუმცა, ხშირად

ფორმის დასახელება არ იძლევა წარმოდგენას საწარმოს ხასიათზე.

ფორმების კლასიფიკაციას სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით ახდენენ. მათგან მთავარია საკუთრების ფორმა, საქმიანობის ხასიათი, დარგობრივი კუთვნილება, წარმოებაში დომინირებული ფაქტორი, სამართლებრივი სტატუსი და ფორმის სიდიდე. **საკუთრების ფორმის მიხედვით** ფორმა შეიძლება ეკუთვნოდეს ერთ პირს - ინდივიდუალური საწარმო; ორ ან მეტ პარტნიორს - პარტნიორული საწარმო (სპს; კს); მრავალ პარტნიორს - კორპორაციული საწარმო (შპს, ას) და სახელმწიფოს. ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა ითვლება კერძოდ. მიუხედავად იმისა, ერთი პირის მიერ არის დაარსებული თუ არა. **საქმიანობის ხასიათის მიხედვით** გამოყოფენ მატერიალური დოვლათის (სამომხმარებლო და ინვესტიციური საქონელი) და მომსახურების მწარმოებელ ფორმებს. **დარგობრივი კუთვნილების მიხედვით** ანსხვავებენ სამრეწველო, სასოფლო-სამეურნეო, სავაჭრო, სატრანსპორტო და სხვა ფორმებს. **წარმოებაში დომინირებული ფაქტორის მიხედვით** ფორმების კლასიფიკაციისას გამოყოფენ შრომატევად, კაპიტალტევად, მასალატევად და მეცნიერებადტევად საწარმოებს. **სიდიდის მიხედვით.** სამუშაო ძალის, კაპიტალისა და დოვლათის კონცენტრაციის მიხედვით საწარმო შეიძლება იყოს **მცირე** (დასაქმებულთა რაოდენობა, ვთქვათ, მრეწველობაში არ უნდა აღემატებოდეს 40 დასაქმებულს, ხოლო წლიური ბრუნვა 500 ათას ლარამდე), **საშუალო** (100-მდე დასაქმებული და წლიური ბრუნვა 1500 ათას ლარამდე) და სხვა დანარჩენი-**დიდი (მსხვილი)**. **ე.ი. ეკონომიკა წარმოდგენილია მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოებით. როგორც წესი, მცირე საწარმოთა მეპატრონენი, თვითონ მუშაობენ, თუმცა დაქირავებული შრომის გამოყენება არ არის აკრძალული.**

მცირე და დიდი ბიზნესი. მცირე და დიდი საწარმოები ერთმანეთისგან მხოლოდ სიდიდით არ განსხვავდებიან. ისინი სხვადასხვანაირ ურთიერთდამოკიდებულებაში **არიან ბაზართან.** კერძოდ, მცირე საწარმო ძლიერ არის დამოკიდებული ბაზარზე ჩამოყალიბებულ სიტუაციაზე და თითქმის არ ძალუძს მისი შეცვლა, რადგანაც მცირე ფირმათაგან თითოეულს ამისათვის არასაკმარისი

სახსრები გააჩნია. პოლიტიკურ ცხოვრებაში კი მათ მიერ საკუთარი ინტერესების ლობირება მსხვილ ფირმებთან შედარებით დაბალეფექტიანია. ამავდროულად, მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს დასაქმების ზრდას, ერთობ მგრძნობიარეა კონკურენციისა და მომხმარებელთა მოთხოვნის მიმართ, ასევე, გვევლინება მენარმეობის ერთგვარ ინკუბატორად. როგორც აღმნიშნა არ იბადება იმთავითვე დიდი, ისე ბიზნესი, როგორც წესი, იბადება ჯერ პატარა და მერე იზრდება. აღნიშნულის გამო, **უმრავლეს ქვეყნებში სახელმწიფო ეხმარება მცირე ბიზნესს ზრდა-განვითარებაში. მცირე ბიზნესს, მცირე კაპიტალის გამო, "პოლიტიკაში პატარა ხმა აქვს".**

დიდი საწარმო, საკუთარი დიდძალი რესურსების გამო, ნაკლებადაა დამოკიდებული საბაზრო კონიუნქტურაზე. მეტიც, მსხვილ კომპანიათაგან ძალიან ბევრს, დიდი საბაზრო წილის გამო, შეუძლია ბაზარზე ზეგავლენის მოხდენა, ვთქვათ, ფასწარმოქმნაზე. მაგალითად, რუსეთის ფირმის–„ნორილსკი ნიკელი“–მიერ ნიკელზე ფასების შემცირება ან ზრდა, მთლიანად ცვლის სიტუაციას ნიკელის მსოფლიო ბაზარზე. ბაზარზე ზეგავლენის ამგვარი შესაძლებლობა, მსხვილ კომპანიებს უბიძგებს მონოპოლიური მდგომარეობის მოპოვებისაკენ, რის გამოც სუსტდება ბაზრის მამოძრავებელი და საფუძველი–კონკურენცია. ამავდროულად, მსხვილ კომპანიებს დიდი წვლილი შეაქვთ მრავალი საქონლის, განსაკუთრებით რთული, მეცნიერებატევადი და კაპიტალტევადი საქონლის წარმოებაში. აქედან გამომდინარე, **მსხვილი კომპანიებისადმი სახელმწიფოს დამოკიდებულება ორადია: ერთი მხრივ, სახელმწიფო მათ ზღუდავს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკით, და, მეორეს მხრივ, ეხმარება მათ, როგორც მეცნიერებატევად და კაპიტალტევადი დარგების დედაბოძს. დიდ ბიზნესს, დიდი კაპიტალის გამო, „პოლიტიკაშიც დიდი ხმა აქვს“.**