



მსირა ბიზნესი საქართველოში

რეზიუმე

ნანი მამშორია

სტუ-ს ასოც. პროფ.

E-mail: nanimam@mail.ru

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მნიშვნელოვანი წარმატებებია ბიზნესის განვითარებასთან დაკავშირებით და ხელისუფლებაც ეტაპობრივად შეიმუშავეს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის მექანიზმებს, მეწარმეები კვლავ სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესების მოლოდინში არიან. გამოკვლევებით ჩანს, რომ მეწარმეებისათვის დღესაც აქტუალურია ისეთი ხელისშემშლელი ფაქტორები, როგორიცაა: ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა, კრედიტის მაღალი საპროცენტო განაკვეთი, მაღალი საგადასახადო განაკვეთები. მტკივნეულ საკითხს წარმოადგენს ასევე ფალსიფიცირებული პროდუქციისაგან ბაზრისა და საკუთრების უფლების დაუცველობა. მეწარმეები თვლიან, რომ მათი ბიზნესის წარმატებული განვითარებისათვის ზემოთ აღნიშნულ პრობლემებთან ერთად არანაკლები მნიშვნელობა აქვს მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობას. აქედან გამომდინარე, ზოგადად ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია მოსახლეობის კეთილდღეობა, რომელზეც ჯაჭვურად არის მიბმული ბიზნესის გაფართოების შესაძლებლობები.

საკვანძო სიტყვები: პიარი, ბიზნესი, საზოგადოება, ევექტი, მომხმარებელი, ბაზარი, სუბიექტი, ფირმა.

საქართველოს ეკონომიკაში საბაზრო პრინციპების მასშტაბებთან ერთად იზრდება ბაზრის მონაწილეთა პრაგმატიზმი. იცვლება ბიზნესის ძირითადი სუბიექტების სახელმწიფოსთან, საზოგადოებასთან, საფინანსო-საკრედიტო სისტემასა და ბიზნეს კონტრაგენტებთან ურთიერთ დამოკიდებულებათა სისტემის ხასიათი. წინა პლანზე იწევს ცივილურ საბაზრო ურთიერთობებსა და ჯანსაღ კონკურენციაზე დამყარებული ბიზნესის ორგანიზაცია-განვითარების ცოდნის საჭიროება. იზრდება ბიზნეს სუბიექტების ეკონომიკური საქმიანობის შედეგების შესახებ ინფორმაციით როგორც გარე, ისე შიდა მომხმარებელთა დაინტერესება.

ეკონომიკური რეფორმების პირობებში ბიზნესის ევექტიანი ფუნქციონირების ერთ-ერთი ფუნდამენტური საკითხია თითოეული ბიზნესსუბიექტის საბაზრო ურთიერთობების ადეკვატური

სტრატეგიული მიზნების ფორმირება და მისი ფინანსურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ანალიზის საფუძველზე მართვის სრულყოფა. მიზნის მიღწევის შემეცნებითი საშუალებაა ბიზნეს სისტემის ფუნქციონირების კანონზომიერებათა გამოკვლევა, რაც ბიზნეს გარემოსა და მისი მართვის შესაძლებლობების შესწავლით იწყება. მნიშვნელოვანია გარემოს სირთულისა და ფაქტორთა ურთიერთკავშირის განსაზღვრა, მათი ზემოქმედების შეფასება.

სამეურნეო საქმიანობის განხორციელების დროს ყოველი ფირმა აწყდება მრავალ ეკონომიკური ხასიათის პრობლემას, რომელთა შორის ჩვენი აზრით ძირითადია: ბაზრის მდგომარეობის შესწავლის სირთულე, საკუთარი სამეურნეო ადგილის მოძებნა, შესაძლო წინააღმდეგობებისა და შეზღუდვების გათვალისწინება, ბიზნესის მასშტაბების ადეკვატური ფინანსური რესურსების ფორმირება და სხვა.

ჩვენ ვთვლით, რომ ყოველმა სუბიექტმა, ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად უნდა გამოიყენოს თავისი განვითარების მიმართულება, რისთვისაც აუცილებელია კაპიტალის გამოყენების ახალი ფორმების, წარმოების ეკონომიკურად ეფექტური ტექნოლოგიების, პროდუქციით ბაზრის უზრუნველყოფის ახალი ფორმების დანერგვა, რაც მოითხოვს ბაზრის კონიუნქტურის კარგად ცოდნას და ორგანიზაციის მიერ თავისი განვითარების ადეკვატური ეკონომიკური სტრატეგიის ჩამოყალიბებას. ეკონომიკური სტრატეგია გულისხმობს ფირმის მიზნების ფორმირებას და მათი მიღწევისათვის შესაბამისი პოლიტიკის შემუშავებას. იგი უნდა პასუხობდეს შემდეგ მოთხოვნებს: ა) რა მეწარმეობრივი პოტენციალი გააჩნია; ბ) რა უნდა აწარმოოს ფირმამ, რა რაოდენობითა და როგორი ხარისხით; გ) რომელ ბაზრებზე უნდა იმუშაოს; დ) ვინ აირჩიოს პარტნიორებად; ე) რა და როგორ უნდა განხორციელდეს პირველ რიგში.

პოტენციური ბიზნეს-სუბიექტის მიერ კონკრეტული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევისას გასათვალისწინებელია რამდენიმე ფაქტორ-გარემოება, კერძოდ: ა) ეკონომიკის რომელ დარგში და სფეროში უნდა მოახდინოს საქმიანობის კონცენტრაცია; ბ) ეკონომიკის რომელ სექტორში აქვს გადაწყვეტილი საქმი-



ანობის წამოწყება; გ) როგორი იქნება ბიზნესის განთავსების არეალი და ფუნქციონირების მასშტაბები; დ) ვინ იქნებიან ბიზნესის დამფუძნებელი პარტნიორები სამეწარმეო-სამართლებრივი სტატუსის მიხედვით; ე) როგორია პოტენციურ მეწარმეთა ბიზნეს გამოცდილება; ე) თუ არსებობს შეღავათიანი საგადასახადო რეჟიმები ან საინვესტიციო მექანიზმები ბიზნესის ცალკეული ორგანიზაციული ფორმების მიმართ და სხვა. მეწარმეს გააჩნია საბაზრო თავისუფლება, რომლის ხარისხიც განისაზღვრება სამი გარემოებით: – ბაზრის მოთხოვნით; – საკუთარი მეწარმეობითი უნარის არსებობით; – იმ შესაძლებლობებით, რომელსაც ქმნის ბიზნეს-გარემო. ბიზნესის გარემო, ეს არის იმ ფაქტორების ერთობლიობა, რომლებიც განსაზღვრავენ სუბიექტების ქცევის წესებს ბაზარზე. ბიზნესის გარემოზე ზემოქმედების თვალსაზრისით, შესაძლებელია გამოვყოთ განსხვავებულ ფაქტორთა ნუსხა, რომლებიც ერთიანდებიან ბიზნესის მიერ, მაკრო და საერთაშორისო ფაქტორებში. ბიზნესის გარემო ორნაწილიანია და მოიცავს შიდა გარემოსა და გარეთა გარემოს, რომელთა მართვის შესაძლებლობები საკმაოდ განსხვავებულია. ნებისმიერი ბიზნესი, როგორც წესი, მისი შიდა გარემოს შემეცნებით, დაპროექტებითა და შექმნით იწყება, რაც ბიზნესმენისაგან შესაბამის ცოდნასა და გამოცდილებას მოითხოვს. ამ პრობლემის ეფექტურად გადაწყვეტის ძირითად გზას პრობლემისადმი სისტემური მიდგომა წარმოადგენს, რაც გულისხმობს ფირმის შიგნით სივრცის ერთიან ცოცხალ ორგანიზმად წარმოდგენას, სადაც განიხილება მისი ყველა ძირითადი შემადგენელი ელემენტი, ასევე პროცესები მათ შორის არსებული კავშირებითა და კანონზომიერებებით.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში ბიზნესის შიდა გარემოს ელემენტებთან დაკავშირებით არ არსებობს აზრთა ერთიანობა. მეცნიერ-ეკონომისტთა ერთი ჯგუფის შეხედულებით შიდა გარემოში შედის კაპიტალის მესაკუთრეები, მენეჯერები, ვისაც გადაეცემა ქონება სამართავად და დაქირავებული უშუალო მწარმოებლები. მეორე ჯგუფი შიდა გარემოში აერთიანებს: მეწარმეს, კაპიტალს, მატერიალურტექნიკური უზრუნველყოფის სამსახურს, ადამიანური რესურსების სამსახურს, ფინანსური მენეჯმენტის სამსახურს, მარკეტინგულ სამსახურს და სხვას.

ჩვენი აზრით, სწრაფად ცვალებადი საქმიანი გარემო განსაკუთრებით დამახასიათებელი ხდება XXI საუკუნისათვის. გლობალიზაციამ შექმნა პირობები უფრო ინტენსიური კავშირებისა და თანამშრომლობისათვის. გლო-

ბალიზაციისა და ტექნოლოგიური პროგრესის მაღალმა ტემპებმა ფუნდამენტურად შეცვალეს ბაზრისა და კონკურენტული სტრატეგიების პირობები, ასევე შეიცვალა საერთაშორისო და შიგნით ბაზრების სტრუქტურები, ბიზნესისა და წარმოების სისტემები. დღეისათვის ბიზნესის პოტენციალი დამოკიდებულია პროდუქციის ხარისხზე, ტექნიკურ უპირატესობასა და განსაკუთრებით მომხმარებელთა ორიენტაციაზე.

ეკონომიკურმა ლიბერალიზაციამ და დარეგულირებამ შიგნით და საგარეო ბაზრების კიდევ უფრო მჭიდრო ინტეგრაციამდე მიგვიყვანა. ამის შედეგად ორგანიზაციებს უწევთ კონკურენციასთან გამკლავება არა მარტო საერთაშორისო, არამედ ეროვნულ ბაზრებზეც.

კონკურენტუნარიანობის თემა მთელ მსოფლიოში, მათ შორის საქართველოშიც, განსაკუთრებული აქტუალურობით გამოირჩევა, რადგან იგი არის ქვეყნების ეკონომიკური ზრდისა და სოციალური განვითარების სასიცოცხლო გზა. ქვეყნისა და ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა მნიშვნელოვანწილად სამთავრობო პოლიტიკასა და საბაზრო ძალების შედეგს წარმოადგენს. ახალმა ინდუსტრიულმა ქვეყნებმა, განსაკუთრებით სამხრეთ აღმოსავლეთ აზიაში, აჩვენა, რომ კონკურენტუნარიანობა შეიძლება მიღწეულ იქნას შეზღუდული რეგულირების გზით, საინვესტიციო სტიმულებით, ვაჭრობის განვითარებით, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გამარტივებით, საგანმანათლებლო ვალდებულებების აღებისა და ადამიანური რესურსების განვითარებით. სახელმწიფოს მიერ შესაბამისი პოლიტიკის გატარებამ შესაძლოა არსებითი გავლენა იქონიოს ბიზნესის განვითარებაზე. სახელმწიფომ, პირველ რიგში, უნდა განახორციელოს აუცილებელი სტრუქტურული ადაპტაციები და გამოიყენოს სტაბილიზაციის პოლიტიკა, რათა თავიდან აიცილოს ინფლაცია, მოახდინოს ვაჭრობის ლიბერალიზაცია და ეკონომიკის დარეგულირება. ამასთან ერთად აუცილებელია შეიქმნას საბაზრო ოპერაციათა გატარების უზრუნველყოფი ინსტიტუტების მთელი ქსელი, რომელშიც მოიაზრება საფინანსო და იურიდიული ორგანიზაციები, განათლების სისტემა, ეფექტურად მოქმედი შრომის ბაზრები, კერძო საკუთრების ინსტიტუტი და სხვა. ბოლო ორი ათეული წლის მანძილზე კონკურენტული ბიზნესის განვითარების ეროვნული სტრატეგიისათვის ძირეულ კომპონენტს წარმოადგენს ტექნოლოგიები. ახალ ტექნოლოგიას შეუძლია შეამციროს დანაკარგები და დააჩქაროს მომხმარებელთა მოთხოვნებზე რეაქციის გამოვლენის დრო. ახალი ტექნოლოგიები ამაღლებენ



მოხილურობას და ხელს უწყობენ პროდუქტებისა და მომსახურების მრავალფეროვნების შექმნას.

არსებობს აზრი, რომ ბუნებრივი რესურსებით ღარიბმა ქვეყანამ, რომელსაც ამაღდროულად, დაბალი ტექნოლოგიური დონე აქვს, მზარდ და კონკურენტულ ეკონომიკას ლიბერალური ბიზნეს-გარემოს შექმნით უნდა ჩაუყაროს საფუძველი. ამ მიმართებით საქართველოს ეკონომიკური გარემო ყოველწლიურად ფასდება სხვადასხვა საერთაშორისო და ადგილობრივი ორგანიზაციების მიერ. ბიზნეს გარემოს განვითარების შესახებ რეკომენდაციებს ამზადებენ სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციები. მათ აქვთ საკუთარი ხედვა იმასთან დაკავშირებით თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს ბიზნესი საქართველოში. გლობალურ კონკურენტუნარიანობას იკვლევენ ავტორიტეტული საერთაშორისო ორგანიზაციები – მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, მსოფლიო ბანკი, განვითარებისა და მენეჯმენტის საერთაშორისო ინსტიტუტი, ჰარვარდის უნივერსიტეტთან არსებული სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის ინსტიტუტი; ამ ორგანიზაციებისადმი საზოგადოების ნდობის ფაქტორი დღითი დღე იზრდება, მათ მიერ წარმოდგენილი დასკვნები ეფუძნება რეალურ ინფორმაციას (პოლიტიკაში, ეკონომიკასა და სოციალურ სფეროში), გამოირჩევა საიმედოობის მაღალი ხარისხით, ატარებს სარეკომენდაციო ხასიათს და ეროვნული სახელმწიფოები წარმატებით იყენებენ ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავების პროცესში.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მნიშვნელოვანი წარმატებებია ბიზნესის განვითარებასთან დაკავშირებით და ხელისუფლებაც ეტაპობრივად შეიმუშავებს მცირე მეწარმეობის მხარდაჭერის მექანიზმებს, მეწარმეები კვლავ სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესების მოლოდინში არიან. მათი უმრავლესობა - 80,2% არ ფიქრობს საქმიანობის გაფართოებაზე, თუმცა 19,8% მოპოვებული აქვს რესურსები კიდევ უფრო მასშტაბური საქმიანობისათვის. გამოკვლევებით ჩანს, რომ მეწარმეებისათვის დღესაც აქტუალურია ისეთი ხელისშემშლელი ფაქტორები, როგორიცაა: ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა, კრედიტის მაღალი საპროცენტო განაკვეთი, მაღალი საგადასახადო განაკვეთები. მტკივნეულ საკითხს წარმოადგენს ასევე ფალსიფიცირებული პროდუქციისაგან ბაზრისა და საკუთრების უფლების დაუცველობა. მეწარმეები თვლიან, რომ მათი ბიზნესის წარმატებული განვითარებისათვის ზემოთ აღნიშნულ პრობლემებთან ერთად არანაკლები მნიშვნელობა აქვს მოსახლე-

ობის მსყიდველობითუნარიანობას. აქედან გამომდინარე, ზოგადად ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია მოსახლეობის კეთილდღეობა, რომელზეც ჯაჭვურად არის მიბმული ბიზნესის გაფართოების შესაძლებლობები. ამრიგად, ქვეყანაში წარმატებული ბიზნეს გარემოს ფორმირებისათვის აუცილებელია ძლიერი ინსტიტუტების, სტაბილური საკანონმდებლო რეგულირებისა და ბიზნესის ოპერირების ძლიერი კულტურისა და ტრადიციების არსებობა. გრძელვადიან პერსპექტივაში აუცილებელია სტაბილურობის უზრუნველყოფა, რაც მსხვილი ფინანსური რესურსების მოზიდვის მთავარი წინაპირობაა. რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, თუ ქვეყანაში არ იქნება სტაბილური საკანონმდებლო და პოლიტიკური გარემო, შეუძლებელი იქნება განვითარებულ და მიზიდველ ეკონომიკაზე საუბარი.

მიუხედავად იმისა, რომ მცირე ბიზნესის საქმიანობის სფეროები მეტად ფართოა, მისი დიდი ნაწილი მომსახურების სფეროში საქმიანობს. კერძოდ მცირე საწარმოთა მთელი რაოდენობის 50,5% დაკავებულია ვაჭრობით, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტით; 14,3% – ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისათვის მომსახურების გაწევით; 6,1% მოდის ტრანსპორტსა და კავშირგაბმულობაზე; 6,0% სასტუმროებსა და რესტორნებზე; ხოლო 3,2% – ჯანდაცვასა და სოცდახმარებაზე. სოფლის მეურნეობაზე, სამთომოპოვებით მრეწველობაზე, გადამამუშავებელ მრეწველობასა და მშენებლობაზე მოდის შესაბამისად 1,4%, 0,4%, 11,3% და 5,8%. ეს მონაცემები კიდევ ერთხელ ადასტურებს იმ საყოველთაოდ აღიარებულ ტენდენციას, რომ საქართველო წარმოადგენს მომხმარებელ ქვეყანას, არადა სწორედ წარმოების პროცესში იქმნება რეალურად ახალი ღირებულება, რაც წარმოადგენს ეკონომიკური წინსვლისა და ქვეყნის გამდიდრების საფუძველს.

ზოგადად მცირე ბიზნესის როლი ქვეყნის ეკონომიკაში განისაზღვრება ისეთი მაჩვენებლებით, როგორიცაა: მცირე ბიზნესში დასაქმებულითა წილი, მშპ-ში მცირე ბიზნესის წილი, პროდუქციის წარმოებისა და ბრუნვის მაჩვენებლები მცირე ბიზნესში, მცირე საწარმოთა რაოდენობა 1000 მცხოვრებზე გაანგარიშებით, მცირე ბიზნესის წილი ექსპორტში და ა.შ.

ბიზნესის წარმატება დამოკიდებულია იმაზე თუ როგორ ესმის საკუთარი საქმე მეწარმეს. სამეწარმეო უნარი ესაა რესურსი, რომელსაც ყველა ადამიანი ვერ ფლობს. თანამედროვე



სამეცნიერო გამოკვლევების მიხედვით გამორჩეული მეწარმეობრივი უნარით დაჯილდოებულია მოსახლეობის მხოლოდ 1%. რაც მათ საშუალებას აძლევს ასევე განსაკუთრებულ შედეგებს მიაღწიონ ბიზნესში, მეცნიერებაში, ხელოვნებაში, სპორტში და საერთოდ ცხოვრებაში. 5-6% ფლობს მაღალ შემოქმედებით პოტენციალს და რისკის პირობებში შეუძლია საქმის მაღალ პროფესიულ დონეზე წარმართვა. დანარჩენი 60-65% ესაა ჩვეულებრივი ადამიანები, რომლებიც ფლობენ ზომიერ შემოქმედებით პოტენციალს, ხოლო მოსახლეობის 30%-ს საერთოდ არ გააჩნია მეწარმეობრივი მონაცემები. ამ უნარის რეალიზაციისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პირობებს, რომელსაც ქმნის სახელმწიფო შესაბამისი ეკონომიკური პოლიტიკით, სადაც გადამწყვეტია ჯანსაღი კონკურენციის დაცვა. მეწარმეობის განვითარება უნდა იქცეს ჩვენი ეროვნული წინსვლის ერთ-ერთ იდეად. სწორედ ასეთი იდეოლოგია გახდა მე-19 საუკუნის აშშ-ში უმძლავრესი სახელმწიფოს აშენების საფუძველი, რომელსაც ახლა არანაკლები წარმატებით ადგას ჩინეთი. სამეწარმეო სულისკვეთების აღზრდის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია მასიური და სწორი პიარი მეწარმეობის მხარდასაჭერად. აუცილებელია მოსახლეობაში სამეწარმეო საქმიანობის პრესტიჟის ამაღლება და ბიზნესში სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის ჩართვა. ვფიქრობთ, რომ ამ მხრივ დიდი როლის შესრულება შეუძლიათ მედია საშუალებებს. სატელევიზიო გადაცემებისა და ჟურნალ-გაზეთების მეშვეობით მოსახლეობის წახალისება სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების მიმართულებით. მუდმივად უნდა იყოს შეხვედრები მეწარმეებთან, ასახულ უნდა იქნეს მათი წარმატებები, მოსახლეობა ნათლად უნდა ხედავდეს სახელმწიფოს მხარდაჭერას ამ მიმართულებით და მოიაზრებდეს მას პარტნიორად. ამგვარად შესაძლებელი გახდება მოსახლეობაში ბიზნესის დაწყებისას წარუმატებლობის შიში. ამ და სხვა შესაძლო მეთოდებით გაიზრდება მეწარმეთა რიცხვი. ექსპერტული შეფასებებით ხელშემწყობ სახელმწიფო პოლიტიკას შეუძლია 20-30%-ით გაზარდოს მოსახლეობის სამეწარმეო პოტენციალი.

უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენს ქვეყანაში არ არის პრიორიტეტული მცირე ბიზნესი და უპირატესობა ენიჭებათ მსხვილ საწარმოებს, რამაც მიგვიყვანა წარმოების მონოპოლიზაციამდე. მწვავედ დგას კონკურენციის პრობლემა. კანონმდებლობა ამ მხრივაც დასახვეწია. მხედველობაში გვაქვს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შემოღების საჭიროება, რაც მნიშ-

ვნელოვნად გაზრდის კონკურენციულ საწარმოებს და გაუადვილებს მცირე საწარმოებს ბაზარზე დამკვიდრების საკითხს. ექსპერტების აზრით საქართველოში თითქმის ყველა სფეროში არის ფარული მონოპოლიები და ოლიგოპოლიები. ზოგადად ანტიმონოპოლიურ კანონს შეეძლება კომპანიათა წილის დარეგულირება სამომხმარებლო ბაზარზე, რათა მათ ვერ შეძლონ “ბაზრის მართვა” და “ფასების კონტროლი”. დღეისათვის კი თავისუფალ კონკურენციაზე საუბარი შეუძლებელია, ამას ადასტურებს მცირე ბიზნესის ყოველწლიურად კლებადი და შეზღუდული წილი პროდუქციის გამოშვებაში. მცირე ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისას განსაკუთრებული უპირატესობა უნდა მიენიჭოს მცირე ბიზნესის ინოვაციურ ხელშეწყობას, რაც მოითხოვს მეცნიერულ-ტექნიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას, ისეთი ბიზნეს-სუბიექტების მხარდაჭერას რომლებიც ორიენტირებული არიან ინოვაციებზე და მაღალ ტექნოლოგიებზე.

მცირე მეწარმეობის მატერიალურ-ტექნიკური საფუძვლების განმტკიცებაში სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობა დიდ ფინანსურ და მატერიალურ რესურსებს მოითხოვს. ცნობილია, რომ ერთი სამუშაო ადგილის შექმნასა და მისი ფუნქციონირების უზრუნველყოფას 10 ათასამდე აშშ დოლარი სჭირდება. ასეთი სახსრების ერთბაშად გაღება დღეისათვის სახელმწიფოს გაუჭირდება, მაგრამ ამ მიმართულებით კონკრეტული ნაბიჯების გადადგმა აუცილებლობას წარმოადგენს. ამრიგად, მცირე ბიზნესის წარმატება მნიშვნელოვნად განისაზღვრება საბაზრო სივრცეში მისი მაინტეგრირებელი უნარით, რისთვისაც საჭიროა ეფექტიანი ურთიერთქმედება ბაზრის მრავალრიცხოვან სუბიექტებთან. მაინტეგრირებელი ფაქტორები შეიძლება იყოს ბაზრის შესწავლა, კომუნიკაციები, საინფორმაციო სისტემები, ბაზრის სხვა სუბიექტებთან სასარგებლო ურთიერთობათა ჩამოყალიბების უნარი, ცვლილებებისათვის მზადყოფნა და სხვა. სახელმწიფო ორგანოებმა და მეწარმეებმა ყურადღება უნდა გაამახვილონ მაინტეგრირებელ ფაქტორთა გაძლიერებაზე, რომლებიც ფაქტიურად წარმოადგენს დამაკავშირებელ კვანძს საბაზრო გარემოს პირობებსა და შიდა ფაქტორ-რესურსებს შორის. მცირე მეწარმეობის ორგანიზაციულ ეკონომიკური მექანიზმის ეფექტიანი განვითარებისათვის საჭიროა მეთოდოლოგიური და მეთოდური პრინციპების შემუშავება და პრაქტიკაში დანერგვა. ეს საქართველოში არსებულ მცირე ბიზნესს საშუალებას მისცემს გახდეს უფრო კონკურენტუნარიანი და შეძლოს თავისი სო-



ციალურ-ეკონომიკური პოტენციალის რეალიზება. გლობალიზაციის ტენდენციებიდან გამომდინარე, საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის, მცირე მეწარმეობის სფეროში პრიორიტეტული მიმართულება უნდა გახდეს რადიკალურად ახალი მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო რეგულირების ინსტიტუციონალური

საფუძვლების ფორმირება, რომელიც ადეკვატური იქნება ეკონომიკის ინოვაციური მოდელისა. ამასთან, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერის გააქტიურება ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგებში მოქმედ საწარმოებზე, რომლებიც შეძლებენ დამკვიდრებას მსოფლიო ბაზარზე.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Райс Эл., Райс Лора - Расцвет пиара. М., 2006 г.
2. Росситер Д., Перси Л. - Реклама и продвижение товаров. М., 2001 г.
3. <http://www.gaccg.corgia.org/FrameCraftgeo.Html>
4. <http://hereti.webnode.com/products/>
5. <http://lawtheses.com/pravovoe-obespechenie-bezopasnosti-turizma-po-rossiyskomu-zakonodatelstvu>
6. http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Tourism_Economic_Research/

SMALL BUSINESS IN GEORGIA

NANI MAMPORIA
Associate Professor of GTU
E-mail: nanimam@mail.ru

Summary

Despite the fact that Georgia is an important business development and the government would gradually develop small business support mechanisms, Entrepreneurs in business environment and expectations are. Studies show that entrepreneurs are still relevant factors, Such as access to finance, credit, high interest rates, high tax rates. Painful issue also adulterated products market and property rights. Entrepreneurs believe that the successful development of their business in the above-mentioned problems with the purchasing power of the population of no less importance. herefore, it is important for the well-being of business in general, is tied with a chain to expand business opportunities.

Key words: PR, business, society, effects, user, Marketplace, Subject, firm.