

სახელმძღვანელო

ქართულ ენაში მომზადების პროგრამის
სტუდენტებისათვის

ენისა და საგნის ინტეგრირებული სწავლების კურსი

ბიზნესი და
ეკონომიკა

გამომცემლობა „მერიდიანი“
თბილისი 2015

ენობრივი კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტი

პროექტი

„არაქართულენოვან სტუდენტთა აკადემიური მხარდაჭერა ქართულ ენაში მომზადების პროგრამის ფარგლებში“



OPEN SOCIETY GEORGIA FOUNDATION
ფონდი ღია საზოგადოება საქართველო

გამოცემულია ფონდი „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ ფინანსური მხარდაჭერით. ავტორის/ავტორების მიერ საინფორმაციო მასალაში გამოთქმული მოსაზრება შესაძლოა არ გამოხატავდეს ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოს“ პოზიციას. შესაბამისად, ფონდი არ არის პასუხისმგებელი მასალის შინაარსზე.

Published with the financial support of the Open Society Georgia Foundation. The views, opinions and statements expressed by the authors and those providing comments are theirs only and do not necessarily reflect the position of Open Society Georgia Foundation. Therefore, the Open Society Georgia Foundation is not responsible for the content of the information material

ავტორი: ნანა სირაძე

კონცეფციის ავტორები: კახა გაბუნია, ჭაბუკი ქირია

რედაქტორი: ქეთევან გოჩიტაშვილი

ISBN

თემა 1

მენეჯმენტი, როგორც მართვის მეცნიერება და მართვის ხელოვნება

ბიზნესის სფეროში წარმატებები ბევრადაა დამოკიდებული მართვის თეორიისა და დაგროვებული პრაქტიკული გამოცდილების ცოდნასა და მათ სწორად გამოყენებაზე. მენეჯმენტი ჩამოყალიბდა ცოდნის დამოუკიდებელ დარგად, მეცნიერებად, XX საუკუნეში. იგი შედარებით ახალი მეცნიერებაა და მის სამშობლოდ ითვლება აშშ (მენეჯმენტის შესახებ ლიტერატურის ავტორები უმთავრესად ამერიკელები არიან). მენეჯმენტის მნიშვნელობა განსაკუთრებით ნათლად წარმოჩნდა გასული საუკუნის 30-იან წლებში. ეს ის პერიოდია, როდესაც შეიქმნა გიგანტური კორპორაციები, რომლებიც ფლობდნენ უზარმაზარ ეკონომიკურ, საწარმოო, მეცნიერულ-ტექნიკურ პოტენციალს, რამაც დასაბამი მისცა „მენეჯერთა რევოლუციას“.

მენეჯმენტს, როგორც მეცნიერებას, გააჩნია შესწავლის თავისი საგანი, თავისი სპეციფიკური პრობლემები და მათი გადაწყვეტის მეთოდები (მიდგომები). ამ მეცნიერული დისციპლინის საფუძველს შეადგენს მართვის შესახებ საუკუნეების განმავლობაში დაგროვებული პრაქტიკული ცოდნა, მართვის კონცეფციები, წესები და ფორმები. მენეჯმენტის შინაარსი ის არის, რომ იგი ავლენს მართვის კანონებსა და კანონზომიერებებს, რომელთა საფუძველზეც ყალიბდება მართვის თეორია.

მენეჯმენტის შესწავლის საგანია მართვის ურთიერთობები ანუ ურთიერთობები ადამიანებს შორის მართვის პროცესში. ეს ურთიერთობები მრავალნაზხნაგოვანია. ისინი გამოხატავენ არა მარტო ეკონომიკურ, არამედ, აგრეთვე, გარკვეული ზომით საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, ფსიქოლოგიურ, სამართლებრივ ურთიერთობებსაც. მაგრამ ძირითადი მაინც ეკონომიკური ურთიერთობებია და მენეჯმენტი განეკუთვნება ეკონომიკურ მეცნიერებათა კატეგორიას.

მენეჯმენტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა მმართველობითი (სამმართველო) შრომის შინაარსის გარკვევა, მიზმსა და შედეგს შორის კავშირის დადგენა, ფაქტორებისა და პირობების გამოვლენა, რომლებიც უფრო სასარგებლოს და უფრო ეფექტიანს ხდის ადამიანთა ერთობლივ შრომას. მენეჯმენტის განსაზღვრაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს მართვის შესახებ ცოდნათა სისტემაში მოყვანას. მენეჯმენტი ხელს უწყობს არა მარტო მიმდინარე საქმეების ოპერატიულად და ხარისხიანად მართვას, არამედ მოვლენათა განვითარების პროგნოზირებას და ამის შესაბამისად ორგანიზაციების (ფირმების) სტრატეგიისა და პოლიტიკის დამუშავებას. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მენეჯმენტი, როგორც მართვის მეცნიერება, შეიმუშავებს თავის თეორიას, რომელიც ასახავს მართვის პროცესში ადამიანთა

მიზანმიმართული საქმიანობის კანონებსა და კანონზომიერებებს, პრინციპებს, ფუნქციებს, ფორმებს და მეთოდებს.

მენეჯმენტის, როგორც მართვის მეცნიერების, მეთოდოლოგია სხვა საზოგადოებრივ (ჰუმანიტარულ) მეცნიერებათა ანალოგიურია. მენეჯმენტის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძველია ფილოსოფია, ზოგადი ეკონომიკური თეორია (პოლიტიკური ეკონომია) და კიბერნეტიკა. შემეცნების პროცესში იგი იყენებს ინდუქციის და დედუქციის, ანალიზისა და სინთეზის, ინტერპოლიაციისა და ექსტრაპოლიაციის და სხვა მეთოდებს. მართვა მოიცავს ფირმის (ორგანიზაციის) როგორც სოციალურ-ეკონომიკურ, ისე ორგანიზაციულ-ტექნიკურ მხარეებს. ამიტომ ბუნებრივია, რომ მართვის პრაქტიკული პრობლემების გამოკვლევისა და განზოგადებისას ერთ-ერთი მეთოდოლოგიური საფუძველია სისტემური მიდგომა.

ორგანიზაციები (საწარმოების, ფირმები, კომპანიები) რთული დინამიკური სისტემებია. ამ სისტემების ფარგლებში მართვის ურთიერთობათა შესწავლისათვის აუცილებელია სისტემური ანალიზის მეთოდის გამოყენება. ამასთან, მართვის სისტემა განიხილება როგორც ურთიერთდაკავშირებული ერთიანი მთლიანობა, რომელშიც შეხამებულია ორგანიზაციის მიზნები, მართვის პრინციპები, ფუნქციები, მეთოდები, პერსონალი, სტრუქტურა, ტექნიკა და პროცესები. შეუძლებელია მართვის პრობლემების გადაწყვეტა სისტემის ელემენტების თავისებურებების, სხვა სისტემებთან კავშირების გათვალისწინების გარეშე.

შემეცნების დასახელებულ მეთოდებთან ერთად, რომლებიც საერთოა ბევრი მეცნიერებისათვის, მენეჯმენტი, როგორც მართვის მეცნიერება, აგრეთვე იყენებს მისთვის დამახასიათებელ სპეციფიკურ მეთოდებს. ესენია მოდელირება და სოციოლოგიური გამოკვლევები. მართალია, მართვის ყველა ასპექტი არ ექვემდებარება მოდელირებას, მაგრამ ბევრი ამოცანის გადასაწყვეტად ეს მეთოდი ერთ-ერთი ქმედითი მეთოდია. რაც შეეხება სოციოლოგიურ გამოკვლევებს, ორგანიზაციებში ფართოდ გამოიყენება ადამიანთა ურთიერთობების რთული საკითხების შესწავლისას.

მენეჯმენტი მოგვაგონებს მედიცინას, რომელიც მომავალ ექიმს აძლევს განათლებას და არა კონკრეტულ ცოდნას, როგორ უმკურნალოს კონკრეტულ ავადმყოფს. მენეჯმენტის საფუძვლების (მეცნიერული ცოდნის) დაუფლება მენეჯერს დიდად ეხმარება პირადი თვისებების განვითარებასა და ხელმძღვანელობის სტილის დახვეწაში, რომ წარმატებით შეასრულოს პრაქტიკულად მმართველობითი (სამმართველო) მუშაობა. იმისათვის, რომ ორგანიზაციაში მომუშავე ადამიანებმა თავიანთი ძალისხმევა წარმართონ მიზნების მისაღწევად, მენეჯერები მუდმივად უნდა იყვნენ ურთიერთკავშირში მათთან და შექმნან პირობები მუშაკთა პოტენციალის სრულად გამოვლინებისა და გამოყენებისათვის. ამოცანა ის არის, რომ ბიზნესის სფეროს მომავალი სპეციალისტები კარგად დაეუფლონ მენეჯმენტს როგორც მართვის მეცნიერებას და შემოქმედებითად გამოიყენონ იგი პრაქტიკულ მუშაობაში.

ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში დიდი ყურადღება ექცევა მენეჯერების მომზადებასა და გადამზადებას. საინტერესოა აღინიშნოს, რომ პირველი უმაღლესი სასწავლებლები, რომლებმაც დაიწყეს მართვის სპეციალისტების მომზადება, ერთდროულად წარმოიშენნ აშშ-სა და ევროპაში. ეს იყო 1881 წელს, როდესაც ბიზნესის პირველი ამერიკული სკოლა შეიქმნა პენსილვანიის უნივერსიტეტთან და უმაღლესი კომერციული სკოლა -

საფრანგეთში. ამჟამად მენეჯერების მომზადებისა და გადამზადების ფართო ქსელია აშშ-სა და სხვა ქვეყნებში.

საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება მჭიდროდ დაუკავშირდა გლობალური მართვის პრობლემებს XX საუკუნის 70-80 წწ. მიჯნაზე, როდესაც საერთაშორისო ეკონომიკური კავშირების მასშტაბების ზრდამ და სირთულეებმა აიძულა მსოფლიოს მსხვილი კომპანიები, რადიკალურად გადაესინჯათ თავიანთი საწარმოთა მენეჯმენტის ფილოსოფია, ორგანიზაციული ფორმები და მეთოდები. ამ დროისათვის ბევრი ქვეყნის (პირველ რიგში აშშ, იაპონიის და დასავლეთ ევროპის) ტრანსნაციონალური კომპანიები გადაიქცნენ ურთულეს სამეურნეო წარმონაქმნად, რომლებიც მოიცავენ მსოფლიოს ბევრ რეგიონში ბაზრისა და მოგებისათვის მწვავე ბრძოლაში ჩაბმულ სხვადასხვა საწარმოს. მრავალ ქვეყანაში, სადაც კომპანიებს გააჩნიათ თავიანთი საწარმოები (ფირმები), საჭიროა სპეციფიკური მიდგომები აქ წარმოშობილი პრობლემების მთელი კომპლექსის გადასაწყვეტად.

მეცნიერები და სპეციალისტები იყენებენ გლობალური მენეჯმენტის პრობლემების გადაწყვეტის სხვადასხვა ვარიანტს, კერძოდ, ყურადღებას ამახვილებენ ორ მათგანზე: 1. გლობალური კორპორაციების ფორმირება; 2. სტრატეგიული კავშირებისა (ალიანსების) და დინამიკური ქსელის შექმნა.

გლობალური მართვის პრობლემების გლობალური კორპორაციების ფორმირების გზით გადაწყვეტის იდეის აქტიური პროპაგანდა დაიწყო აშშ-ში XX ს-ის 80-იანი წლების შუა პერიოდში საერთაშორისო ბაზრებზე კონკურენციის მკვეთრად გამწვავებასთან დაკავშირებით. მაგალითად, კომპანია „კოკა-კოლა“ გახდა გლობალიზაციის პიონერი უალკოჰოლო სასმელების ინდუსტრიაში. ამ გზით წავიდა ბევრი უმსხვილესი ფირმა სატელევიზიო და საავტომობილო მრეწველობაში, ტელეკომუნიკაციებისა და ნახევარგამტარებისა და სხვა დარგებში. ამ საქმეში ჩაერთვნენ საკონსულტაციო ფირმები და ბიზნეს-სკოლები, რომლებმაც დაიწყეს „ხვალინდელი დღის გლობალური მენეჯერების“ მომზადება შესაბამისი სასწავლო პროგრამებით. გლობალური კორპორაციების გრძელვადიანი კონკურენტუნარიანობა ემყარება მათ უნარს, გააერთიანონ დაქსაქსული საწარმოები მთლიან სისტემად საერთო ამოცანებითა და განვითარების სტრატეგიით. ეს დასტურდება იმ კომპანიების გამოცდილებით, რომლებიც წლების განმავლობაში ახორციელებენ გარდაქმნებს გლობალიზაციის მიმართულებით. სპეციალისტები აღიარებენ, რომ გლობალიზაცია რთული და შრომატევადი პროცესია. ერთ-ერთი ასეთი ფორმა, რომელიც მსოფლიოში სწრაფად ვრცელდება, არის სტრატეგიული კავშირები. ასეთ კავშირებში შედიან სხვადასხვა რეგიონისა და ქვეყნის კომპანიები როგორც საშინაო, ისე მსოფლიო ბაზრებზე. კავშირის მიზანია ფინანსურ, ტექნიკურ და მატერიალურ ძალისხმევითა გაერთიანება მსხვილი და სარისკო პროექტების რეალიზაციისა და მსოფლიო ბაზარზე კომპანიათა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის. სტრატეგიული კავშირებისა და ბიზნესის ქსელის განვითარება მნიშვნელოვანწილად ხელს უწყობს ეკონომიკურ ინტეგრაციას საერთაშორისო დონეზე. ამის მაგალითია საერთო ევროპული ბაზრის (კავშირის) შექმნა. საქართველოს საწარმოებმა, რომლებიც გავლენ საერთაშორისო ბაზრებზე, უნდა გამოიყენონ ბიზნესისა და მენეჯმენტის გლობალიზაციის გამოცდილება.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რაზეა დამოკიდებული ბიზნესის სფეროში წარმატებები?

1.2. როდის ჩამოყალიბდა მენეჯმენტი ცოდნის დამოუკიდებელ დარგად?

1.3. რომელი ქვეყანა ითვლება მენეჯმენტის სამშობლოდ?

1.4. რა არის მენეჯმენტის, როგორც მეცნიერული დისციპლინის საფუძველი?

1.5. რას შეისწავლის მენეჯმენტი?

1.6. რომელ მეთოდებს იყენებს მენეჯმენტი შემეცნების პროცესში?

1.7. როდის და სად დაიწყო გლობალური მართვის პრობლემების გლობალური კორპორაციების ფორმირების გზით გადაწყვეტის იდეის აქტიური პროპაგანდა?

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

მედიცინას, საფუძველია კონკრეტულ მართვის ადამიანებს ეკონომიკური მენეჯმენტის შესწავლის საგანია ურთიერთობები ანუ ურთიერთობები შორის მართვის პროცესში. მენეჯმენტის საფუძველია ფილოსოფია, ზოგადი თეორია (პოლიტიკური ეკონომია) და კიბერნეტიკა. მენეჯმენტი მოგვაგონებს , რომელიც მომავალ ექიმს აძლევს განათლებას და არა ცოდნას, როგორ უმკურნალოს კონკრეტულ ავადმყოფს.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (4 ვარიანტიდან)

3.1. მენეჯმენტისთვის დამახასიათებელი სპეციფიკური მეთოდებია

- ა. მოდელირება და სოციოლოგიური გამოკვლევები;
- ბ. მოდელირება და მათემატიკური ანალიზი;

- გ. სოციოლოგიური გამოკვლევები და სტატისტიკური მონაცემები;
- დ. კონკურსები და სოციოლოგიური გამოკვლევები.

3.2. მენეჯმენტი მოგვაგონებს

- ა. ბიოლოგიას;
- ბ. მედიცინას;
- გ. მათემატიკას;
- დ. ასტრონომიას.

3.3. მენეჯმენტის სამშობლოდ ითვლება

- ა. გერმანია;
- ბ. რუსეთი;
- გ. იაპონია;
- დ. აშშ.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. აშშ-ში XX ს-ის 80-იანი გლობალური მართვის პრობლემების გლობალური კორპორაციების პროპაგანდა ფორმირების გზით გადანაცვების იდეის აქტიური დაიწყო წლების შუა პერიოდში საერთაშორისო ბაზრებზე მკვეთრად გამწვავებასთან კონკურენციის დაკავშირებით.

4.2. პირველი რომლებმაც მართვის სპეციალისტების მომზადება, აშშ-სა დაიწყო და ევროპაში სასწავლებლები, ერთდროულად უმაღლესი წარმოიშვნენ.

4,3, ორგანიზაციულ-ტექნიკურ მართვა როგორც (ორგანიზაციის) ფირმის სოციალურ-ეკონომიკურ, ისე მხარეებს მოიცავს.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

მენეჯმენტი

გლობალური

სოციოლოგიური

პოტენციალი

6. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

8. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები:

- | | |
|-----------------|--------------|
| ა. მართვის | კორპორაციები |
| ბ. პრაქტიკული | ბაზარი |
| გ. სისტემური | სკოლა |
| დ. გლობალური | კონცეფციები |
| ე. კომერციული | ანალიზი |
| ვ. საერთაშორისო | ცოდნა |

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 2

რვა მითი ბიზნესის შესახებ

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ცნობილია რვა გავრცელებული მითი ბიზნესის შესახებ და ბიზნესის ათი მცნება.

მითი I. ბიზნესი რისკია.

ბიზნესი თავისი ბუნებით, როგორც ასეთი, არ წარმოადგენს რისკს. რისკზე მიდიან ადამიანები, რომლებიც ეწევიან (მისდევნენ) ბიზნესს. სწორად ორგანიზებულ და კარგად მართულ ბიზნესში რისკი მინიმალურია. „მაკდონალდსის“ რესტორნები არ არის სარისკო საქმე. გონიერი ბიზნესმენი გულმოდგინედ ამოიჩვენებს საქმეს და მოაწყობს მას იმგვარად, რომ რისკის ხარისხი არ აღემატებოდეს გონივრულ ზღვარს. *რისკის მთავარი ფაქტორი თვითონ ბიზნესმენია.* შემდეგი ფაქტორი კი ის ადამიანები არიან, რომლებიც მუშაობენ მასთან ერთად. ყურადსაღებია ის, რომ უმთავრესად სწორედ ადამიანთა ცოდნა და უნარი გადაარჩინებს ხოლმე ბიზნესს მარცხისაგან. რისკი ბიზნესში მცირდება ან მთლიანად მოიხსნება საქმის წარმოების ქმედითი სისტემის შექმნის გზით.

მითი II. ბიზნესმენები ღიდ რისკს ეწევიან.

ეს მითი უშუალო კავშირშია წინა მითთან. არსებობს მცდარი შეხედულება, რომ ბიზნესმენები მუდმივად ღიდ რისკს ეწევიან. სიტყვა „რისკის“ ხმარება უყვართ ეკონომისტებს იმ ადამიანების მიმართ, რომლებიც ხსნიან საკუთარ საწარმოს და ზოგიერთი ბიზნესმენი, ასხამს რა ცეცხლზე ნავთს, თავს აცხადებს მფლანგველად და აზარტულ მოთამაშედ.

მეცნიერული გამოკვლევები, დაკვირვებები და ჯანსაღი აზრიც უარყოფს ამ მითს, სინამდვილეში, როდესაც ბიზნესმენები აღმოჩნდებიან სიტუაციებში, სადაც აუცილებელია სარისკო ნაბიჯის შედეგების ანონ-დანონა, ისინი არ იჩენენ მიდრეკილებას ღიდი რისკისაკენ. უცნაურია, მაგრამ ზოგიერთი ეკონომისტი ხშირად ამბობს, რომ მოგების სიდიდე რისკის ხარისხის პროპორციულია. ეს ასე არ არის. უფრო ხშირად მნიშვნელოვანი რისკი არ იძლევა ღიდ მოგებას, პირიქით, შესანიშნავ შედეგებს აღწევენ ის საწარმოები, რომლებმაც მცირე რისკი გასწიეს. თუ ბიზნესმენი მიისწრაფვის განსაზღვრული მიზნისაკენ, მაგრამ მისი მიღწევა დაკავშირებულია რისკთან, მაშინ იგი შეეცდება იპოვოს ვინმე (პარტნიორი), ვინც გაინაწილებს მასთან ამ რისკს, ხოლო შემდეგ - მოგებასაც.

მითი III. აუცილებელია გრანდიოზული იდეა.

ჩვენ ხშირად ვხვდებით ადამიანებს, რომლებიც ვარაუდობენ, რომ მონინავე საწარმო ყოველთვის იწყება აღმოჩენით, გრანდიოზული იდეით. სრულიადაც არა! მხოლოდ მცირე რაოდენობა ახალი საწარმოებისა ემყარება აღმოჩენას. მით უმეტეს, კიდევ უფრო ნაკლები რაოდენობა აღმოჩენებისა იძლევა მოგებას. ყველაზე კარგი იდეები, რომლებზეც იქმნება ახალ საწარმოთა უმრავლესობა, ესაა ნაცადი (შემონქმებული) და საიმედო საქონელი და მომსახურება. ისინი უკვე სარგებლობენ მყარი მოთხოვნით ბაზარზე. ამ საწარმოებს აქვთ კარგი

ეკონომიკური მდგომარეობა, მაგრამ მათი საქმიანობა ხორციელდება რამდენადმე განსხვავებულად, რაც იზიდავს კლიენტებს. მაგალითად, ჰენრი ფორდი არ იყო არც ავტომობილის, არც ამწყობი კონვეიერის შემქმნელი. მან მხოლოდ გააერთიანა სხვისი ორი შესანიშნავი იდეა, რათა დაეკამათებინა მყიდველთა მოთხოვნილებები.

მითი IV. აუცილებელია გამოცდილება.

გამოცდილების აუცილებლობა ხშირად გაზვიადებულია. გამოცდილებას აქვს მნიშვნელობა, მაგრამ არც ისეთი დიდი. მაინც არ უნდა გაკეთდეს ნაჩქარევი დასკვნა, რომ თქვენ სულაც არ გჭირდებათ არც ცოდნა, არც გამოცდილება. არამც და არამც! საქმე ის არის, რომ სულაც არ არის აუცილებელი იმუშაოთ მრავალი წლის განმავლობაში, რათა შემდეგ დაიწყოთ საკუთარი საქმე და მიაღწიოთ წარმატებას. მრავალწლიანი გამოცდილება შეიძლება აღმოჩნდეს უსარგებლო. ხშირად ადამიანები, რომლებსაც აქვთ მუშაობის ათწლიანი სტაჟი, ვერ ფლობენ აუცილებელ გამოცდილებას. უბრალოდ, მათი, ვთქვათ, ერთთვიანი გამოცდილება განმეორდა 10-ჯერ. გამოცდილება - ეს არ არის დრო, არამედ საქმეები და შემოქმედებაა. ჰენრი ფორდს არ ჰქონდა მსხვილი საავტომობილო კომპანიის მართვის არაერთი გამოცდილება მანამ, სანამ არ შექმნა თავისი საკუთარი მოწინავე ფირმა.

მითი V. აუცილებელია ბევრი ფული.

ბიზნესმენების მხოლოდ მცირე რაოდენობა იწყებდა საქმეს ბევრი ფულით. ერთ-ერთი საკვანძო ტალანტი, რომელსაც უნდა ფლობდეს ხელსაყრელ საქმეზე მეოცნებე ბიზნესმენი, არის უნარი კანონიერი გზით მიიღოს საჭირო თანხა. რასაკვირველია, ეს არ არის იოლი. ფული მნიშვნელოვნად აიოლებს ყველაფერს, მაგრამ ბიზნესის დაწყება დიდი ფულის გარეშე შეიძლება, თუ თქვენ სერიოზულად გაქვთ განზრახული დაიწყოთ საკუთარი საქმე, თქვენ უთუოდ დაგჭირდებათ ფული, მაგრამ არაა სავალდებულო, იყოს თქვენი საკუთარი. ფული მხოლოდ რესურსია, რომელიც თქვენ უნდა მიიღოთ, მაგრამ არ დაუშვათ, რომ თქვენ და თქვენი საქმე მასზე იყოს დამოკიდებული.

მითი VI. დიდი ბიზნესი გაგანადგურებთ თქვენ.

ფაქტობრივად დიდი ბიზნესი დამოკიდებულია მცირე ბიზნესზე. მაგალითად, იაპონურ კინოკამერაში ან შვედურ ავტომობილ „ვოლვოში“ საოცრად მცირე რაოდენობაა კომპონენტებისა, რომლებიც წარმოებულია იმ კომპანიაში, რომლის სახელსაც ატარებს საქონელი. ხშირად არც ერთი დეტალი არ ინარმოება მის მიერ. ძალიან ხშირად სწორედ მცირე საწარმოები ახორციელებენ ნაწარმის საბოლოო აწყობას, მის შეფუთვასა და გადაზიდვას, თუმცა სწორია ისიც, რომ მსხვილ კომპანიებს შეუძლიათ მოშალონ თქვენი სარეკლამო ბიუჯეტი, მაგრამ სისწრაფე და მოქნილობა თქვენი უპირატესობაა. თქვენ შეგიძლიათ უფრო სწრაფი რეაგირება დროულად მოახდინოთ კლიენტთა ცვალვებზე გემოვნებაზე. სწორედ დიდი ბიზნესი შეიძლება გახდეს თქვენი პირველი კლიენტი. ამისათვის აუცილებელია თავდაპირველად გაირკვეს, რა სჭირდება მას, მაგრამ, ამავე დროს, არ უნდა ან არ შეუძლია აწარმოოს, შემდეგ კი აწარმოოთ ეს უფრო სწრაფად, უფრო იაფად. გასამრჯელოდ თქვენ მიიღებთ დიდი ბიზნესის პატივისცემას და მის დახმარებას.

მითი VII. შეიძლება სწრაფად გამდიდრება.

სამწუხაროდ, მასობრივი ინფორმაციის ბევრი პოპულარული საშუალება ირწმუნება, რომ სიმდიდრე ელოდება ყველას, ვინც დაადგება ბიზნესის გზას და, ამასთან, მიაღწევს

წარმატებას. ზოგიერთი ადამიანი ვარაუდობს, რომ მხოლოდ უპატიოსნონი მდიდრდებიან სწრაფად. უფრო მეტად ამ მითს ავრცელებენ უსაქმურები. ბევრი ბიზნესმენი საქმიანობს მხოლოდ ნორმალური ცხოვრებისათვის და სულაც არა მდიდრული (ფუფუნებით) ცხოვრებისათვის. მაგრამ უდავოა ის, რომ ხშირად იმ მცირე სახსრებსაც კი, რომლებიც ზოგიერთ მათგანს გააჩნია, საეჭვოა, საერთოდ იშოვიდნენ თუ არა იმ ცოდნით სხვა საქმეში. როგორია რეალური სურათი? გაქვთ რა საკუთარი ბიზნესი, თქვენ შეგიძლიათ გამოიმუშაოთ ბევრად უფრო მეტი, ვიდრე თუ თქვენ იმუშავებთ ვილაცისთვის, მაგრამ ნუ იმედოვნებთ გამდიდრდეთ სწრაფად.

მითი VIII. ბიზნესმენები არ გამოდიან, არამედ ასეთად იბადებიან.

ფართოდ გავრცელებულია მცდარი შეხედულება, რომ ნებისმიერი სახის ბიზნესმენისთვის დაბადებისას ყალიბდება. ვინც ასე ვარაუდობს, გამორიცხავს, რომ ბიზნესი შეიძლება ისწავლო. ჩვენ ხომ სხვებზე უკეთესად ვიცით, რომ ეს სწორედ ასეა. ჩვენ თვითონ ვხედავდით, როგორ სწავლობდნენ ადამიანები ამას. უფრო მეტიც, ჩვენ ვასწავლით ადამიანებს, სხვანაირად უაზრო იქნებოდა ბიზნესის ყველა სკოლა. ბიზნესი, რასაკვირველია, ხელოვნებაა, მაგრამ მეცნიერებაცაა.

აი, ის მითები, რომლებიც წარმოიშვა ბიზნესის გარშემო და რომლებისაც სჯერა ბევრ ადამიანს მთელ მსოფლიოში, მაგრამ ყურადღებით განხილვისას აღმოჩნდება, რომ თითოეული მათგანი მხოლოდ დღევანდელი უმოქმედობის გამართლების მცდელობაა. ამიტომაც ჩვენ მოგიწოდებთ, ნუ დაელოდებით, რომ ვინმე დაიწყებს, დაიწყეთ თვითონ!

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რამდენი მითია გავრცელებული ბიზნესის შესახებ?

1.2. რას უკავშირდება პირველი და მეორე მითი?

1.3. ვინ არის რისკის მთავარი ფაქტორი?

1.4. როგორია რისკი სწორად ორგანიზებულ და კარგად მართულ ბიზნესში?

1.5. რა გადაარჩენს ხოლმე ბიზნესს მარცხისაგან?

1.6. რა არის ერთ-ერთი საკვანძო ტალანტი, რომელსაც უნდა ფლობდეს ხელსაყრელ საქმეზე მეოცნებე ბიზნესმენი?

1.7. იდეის გარდა, რა არის საჭირო ბიზნესის დასაწყებად?

1.8. რაზეა დამოკიდებული დიდი ბიზნესი?

1.9. რა უნდა იქცეს მცირე ბიზნესის უპირატესობად?

1.10. რა (ვინ) შეიძლება გახდეს თქვენი პირველი კლიენტი?

2. ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

მოგების ანარმობით პარტნიორი კლიენტი ეკონომისტი ბიზნესმენი

თუ მიისწრაფვის განსაზღვრული მიზნისაკენ, მაგრამ მისი მიღწევა დაკავშირებულია რისკთან, მაშინ იგი შეეცდება იპოვოს ვინც გაინანილებს მასთან ამ რისკს, ზოგიერთი ხშირად ამბობს, რომ სიდიდე რისკის ხარისხის პროპორციულია. სწორედ დიდი ბიზნესი შეიძლება გახდეს თქვენი პირველი ამისათვის აუცილებელია თავდაპირველად გაირკვეს, რა სჭირდება მას, მაგრამ, ამავე დროს, არ უნდა ან არ შეუძლია ანარმობის, შემდეგ კი ეს უფრო სწრაფადაც, უფრო იაფადაც.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები:

3.1. საბაზრო შესახებ ეკონომიკის ცნობილია რვა პირობებში მითი ბიზნესის გავრცელებული

3.2. მცდარი ფართოდ გავრცელებულია შეხედულება, რომ თვისებები ნებისმიერი სახის ბიზნესმენის დაბადებისას ყალიბდება.

3.3. რესურსია ფული მხოლოდ, თქვენ უნდა რომელიც მიიღოთ, მაგრამ არ დაუშვათ, რომ თქვენ დამოკიდებული და თქვენი მასზე იყოს საქმე.

4. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

4.1.

- ა. რისკის მთავარი ფაქტორი ბიზნესია.
- ბ. რისკის მთავარი ფაქტორი ფულია.
- გ. რისკის მთავარი ფაქტორი რესურსებია.
- დ. რისკის მთავარი ფაქტორი თვითონ ბიზნესმენია.

4.2.

- ა. ბიზნესის დაწყებას ფული არ სჭირდება
- ბ. ბიზნესის დაწყება დიდი ფულის გარეშე შეიძლება
- გ. ბიზნესის დაწყება მხოლოდ დიდი ფულით შეიძლება
- დ. ბიზნესის დაწყება დიდი ფულის გარეშე შეუძლებელია

4.3.

- ა. ბიზნესი შეიძლება ისწავლო.
- ბ. ბიზნესის სწავლა შეუძლებელია
- გ. ბიზნესს ცოდნა არ სჭირდება.
- დ. ბიზნესმენად უნდა დაიბადო.

5. დაასრულეთ წინადადებები შემდეგი სიტყვების გამოყენებით:

წარმატებას, პროპორციულია, მეცნიერებაა, მინიმალურია

- 5.1. სწორად ორგანიზებულ და კარგად მართულ ბიზნესში რისკი
- 5.2. ზოგიერთი ეკონომისტი ხშირად ამბობს, რომ მოგების სიდიდე რისკის ხარისხის
- 5.3. სამწუხაროდ, მასობრივი ინფორმაციის ბევრი პოპულარული საშუალება ირწმუნება, რომ სიმდიდრე ელოდება ყველას, ვინც დაადგება ბიზნესის გზას და, ამასთან, მიაღწევს
- 5.4. ბიზნესი, რასაკვირველია, ხელოვნებაა, მაგრამ

6. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

ბიზნესმენები

.....
.....

მითი

.....
.....

საბაზრო

.....
.....

რისკი

.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები:

- | | |
|-----------|-------------|
| ეკონომიკა | რისკის |
| საკუთარი | მითი |
| იდეა | ათი |
| რვა | საქმე |
| ფაქტორი | საბაზრო |
| მცნება. | გრანდიოზული |

8. დანერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 3

ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები

საქართველოში ბიზნესის მონაწილეთა (სუბიექტთა) მოწყობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმებს აწესრიგებს კანონი «მენარმეთა შესახებ». საქართველოს ისტორიაში ეს არის პირველი კანონი კერძო სამართალში, რომელიც საერთაშორისო სტანდარტების დონეზეა შესრულებული. ეს კანონი შეიქმნა ქართველი და გერმანელი იურისტების ერთობლივი მუშაობის შედეგად. იგი წარმოადგენს კონტინენტური ევროპის სამართლებრივი ტრადიციის გაგრძელებას, მის ძირითად პრინციპებს, რომელთაგან ზოგიერთი სახელმწიფოს სამართალს ორიათასწლიანი ისტორია აქვს და რომის სამართლიდან მომდინარეობს.

სავაჭრო კოდექსები წარმოიშვა ჯერ საფრანგეთში, ხოლო შემდეგ გერმანიაში. მე-19 საუკუნის მეორე ნახევრიდან ეკონომიკურ ურთიერთობებში (ბიზნესში) სულ უფრო მზარდ როლს თამაშობენ აქციონერული (სააქციო) და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები. მათი სამართლებრივი მოწესრიგება სავაჭრო კოდექსებში შეუძლებელი იყო. ამიტომ წარმოიშვა ცალკე კანონების მიღების აუცილებლობა. ასე შეიქმნა კანონები აქციონერთა და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებათა შესახებ. ზოგმა ქვეყანამ ეს საზოგადოებები სამოქალაქო კოდექსებში განამტკიცა და იქ მოაწესრიგა (მაგალითად, შვეიცარია). ასეთივე მოწესრიგების მცდელობა იყო საქართველოს სამოქალაქო სამართლის კოდექსშიც.

მთელი მე-20 საუკუნის განმავლობაში დაგროვდა სათანადო გამოცდილება, რომელიც შესაძლებელს ხდიდა შექმნილიყო ერთიანი ნორმატიული აქტი ბიზნესის სამართლებრივი მოწესრიგებისათვის. მენარმეთა შესახებ კანონის მიღებამდე საქართველოში მოქმედებდა კანონი სამენარმეო საქმიანობის შესახებ, რომელიც უფრო პოლიტიკურ-საჯარო ხასიათის აქტი იყო, ვიდრე კერძო სამართლის კანონი.

საქართველოს კანონში «მენარმეთა შესახებ» საწარმოს ცნება ერთ-ერთი ფუძემდებლური ცნებაა. კანონის სახელწოდებასთან დაკავშირებული ბევრი დისკუსია უმთავრესად ამ ცნებით იყო განპირობებული. რა არის საწარმო? არის იგი სამართლებრივ ურთიერთობათა სუბიექტი თუ ობიექტი? ეს არ არის მხოლოდ თეორიული მნიშვნელობის საკითხი, რომელიც პრაქტიკულ საქმიანობაში არ ასრულებს რაიმე გადამწყვეტ როლს. მოცემული კანონის მიხედვით, საწარმო არის პირთა და ქონების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ერთიანობა. საწარმოს ცნება მოიცავს აგრეთვე მატერიალურ ფასეულობებსა (მაგალითად, მიწის ნაკვეთები, ძირითადი საშუალებები, ქარხნები, ფაბრიკები, ავტომანქანები, საქონელი, ნაღდი ფული და ა. შ.) და უფლებებს (კერძოდ, მოთხოვნები, პატენტები, სასაქონლო ნიშნები და ა. შ.)

ამ ცნებაში იგულისხმება ვალდებულებებიც. საწარმო არ არის მენარმის იდენტური. ურთიერთობებში საწარმო გამოდის როგორც პირთა, ნივთებისა და უფლებების

ორგანიზებულ-ეკონომიკური ერთიანობა, რომელიც შეიძლება ნაწილობრივ ან მთლიანად გასხვისდეს, არენდით გაიყოს და ა. შ. საწარმო არის ბიზნესის ორგანიზაციის უნივერსალური ფორმა. იგი ერთდროულად არის როგორც სამართლებრივი ურთიერთობის სუბიექტი, ასევე ამ ურთიერთობათა ობიექტიც. ამ გაგებით გამოიყენება მენარმეთა კანონში საწარმოს ცნება. თუმცა ეს არ გამოორიცხავს სამართლის სხვა დარგებში საწარმოს განსხვავებული ცნების არსებობას, მაგალითად, შრომის, საგადასახადო, საფინანსო და ა. შ. სამართალში.

საქართველოს კანონი «მენარმეთა შესახებ» განამტკიცებს ბიზნესის სუბიექტების ექვს ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმას: ინდივიდუალური მენარმე, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, შპს, სააქციო საზოგადოება, კოოპერატივი, სპს, კს, შპს, სს და კოოპერატივი არიან იურიდიული პირის სტატუსის მქონე საწარმოები (ფირმები). ამ კანონით განსაზღვრული ინდივიდუალური მენარმე არ არის იურიდიული პირი. ინდივიდუალური მენარმე (ბიზნესმენი) საქმიან ურთიერთობებში თავისუფლებებს ახორციელებს და მოვალეობებს ასრულებს როგორც ფიზიკური პირი.

მოქმედი კანონით გათვალისწინებულია ბიზნესის შემდეგი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები:

1. ინდივიდუალური მენარმე (ბიზნესმენი) ერთი პირის, როგორც დამოუკიდებელი ფიზიკური პირის, ბიზნესის მოწყობის ფორმაა. იგი არ არის იურიდიული პირი და წარმოიშობა იურიდიული პირების რეესტრში რეგისტრაციის მომენტიდან. ინდივიდუალური ბიზნესმენი ვალდებულებებისათვის პასუხს აგებს პირადად, მთელი თავისი ქონებით.

2. სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება არის ერთ-ერთი ძველი და მეტად გავრცელებული სავაჭრო საზოგადოება. იგი გავრცელებულია დასავლეთში.

არსებითი ამ ფორმის საზოგადოებაში არის პარტნიორთა სოლიდარული პასუხისმგებლობა კრედიტორების წინაშე. ამიტომ შინაარსის ძირითადი ელემენტი სწორადაა ასახული საზოგადოების სახელწოდებაში. მოქმედი კანონით, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაში რამდენიმე ფიზიკური პირი (პარტნიორი) ერთობლივად, ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა ბიზნესს და საზოგადოების ვალდებულებებისათვის კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებს როგორც სოლიდარული მოვალეები, _ მთელი თავისი ქონებით, უშუალოდ და პირდაპირ.

3. შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმაა. იგი არის საზოგადოება, რომლის პასუხისმგებლობა მისი კრედიტორების წინაშე შემოიფარგლება მთელი მისი ქონებით. ასეთი საზოგადოების დაფუძნება შეუძლია ერთ პირსაც. შპს-ის კაპიტალი დაყოფილია წილებად. წილი არის მიმოქცევადი უფლება (პარტნიორი პასუხისმგებელია თავისი წილის _ შესატანის ფარგლებში).

4. კომანდიტური საზოგადოება პირთა წევრობაზე დაფუძნებულ სავაჭრო საზოგადოებათა ერთ-ერთი მეტად გავრცელებული ფორმაა საფრანგეთში, გერმანიაში და ინგლისში. რუსული კანონმდებლობის გავლენით სამენარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ კანონმაც გაითვალისწინა კომანდიტური (შერეული) სამეურნეო ამხანაგობა, მაგრამ დეტალური სამართლებრივი მოწესრიგება საქართველოში მას არ ჰქონია მენარმეთა კანონის მიღებამდე. ამ კანონის მიხედვით, კომანდიტური საზოგადოება არის საზოგადოება, რომელშიც რამდენიმე პირი ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა ბიზნესს.

5. სააქციო (აქციონერული) საზოგადოებები დასავლეთის ქვეყნებში, როგორც წესი, მსხვილი სამრეწველო და სავაჭრო საზოგადოებებია. მსოფლიოში ცნობილი ფირმები, როგორებიცაა «ფორდი», «ჯენერალ მოტორსი», «მერსედეს-ბენცი» და ა.შ. ფუნქციონირებენ სააქციო საზოგადოებების ფორმით. სააქციო საზოგადოება არის სამრეწველო რევოლუციის შედეგით ახალი ეპოქის პირველი. შპს-საგან განსხვავებით, ის არ არის კანონმდებლობის ხელოვნური ქმნილება, სააქციო საქმე სამეურნეო საქმიანობის ხანგრძლივი განვითარების შედეგია.

საქართველოში პირველად სააქციო საზოგადოების ცნება, როგორც ბიზნესის ორგანიზაციული ფორმისა, შემოვიდა სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ კანონის მიღებით. სააქციო საზოგადოება არის საზოგადოება, რომლის კაპიტალი დაყოფილია წესდებით განსაზღვრული კლასისა და რაოდენობის აქციებად. აქცია, როგორც ფასიანი ქაღალდი, ადასტურებს სააქციო საზოგადოების ვალდებულებებს პარტნიორის (აქციონერის) მიმართ და აქციონერის უფლებებს სააქციო საზოგადოებაში. აქციები შეიძლება იყოს ჩვეულებრივი და პრივილეგიური. აქციონერების წილი მოგებაში განისაზღვრება აქციათა რაოდენობისა და კლასის შესაბამისად. აქვს აქციებად დაყოფილი საწესდებო კაპიტალი. საწესდებო კაპიტალის მინიმალური ნომინალური ღირებულება შეესაბამება ათი ათასი აშშ დოლარის ეკვივალენტს ეროვნული ვალუტით, ხოლო ერთი აქციის (ფასიანი ქაღალდის) ნომინალური ღირებულებაა ერთი აშშ დოლარის ეკვივალენტი. აქციონერთა ქონებრივი უფლებებიდან ყველაზე მთავარია დივიდენდების (მოგების ნაწილის) მიღების უფლება სამეურნეო წლის შედეგების მიხედვით.

6. კოოპერატივები ისტორიულად წარმოიშვა მე-19 საუკუნეში, რაც განაპირობა კაპიტალიზმის განვითარებამ ევროპაში. კოოპერატივის წარმოშობის ძირითადი მოტივი იყო თვითდახმარება, ე.ი. ეს იყო წევრთა ორგანიზაციის ისეთი ფორმა, რომლის ძირითადი მიზანი იყო მასში გაერთიანებული პირების მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება. ამ მიზნით შეიქმნა პირველი სამომხმარებლო კოოპერატივები ინგლისში, გერმანიაში, და სხვ.

1. უპასუხეთ კითხვებს

1.1. რა ანესრიგებს საქართველოში ბიზნესის მონაწილეთა (სუბიექტთა) მონაცემების ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმებს?

1.2. როგორ არის შესრულებული კანონი «მეწარმეთა შესახებ»?

1.3. სად წარმოიშვა სავაჭრო კოდექსები?

1.4. მოცემული კანონის მიხედვით, რა არის საწარმო?

1.5. როგორ იყოფა შპს-ის კაპიტალი?

1.6. რა არის წილი?

1.7. რა არის სააქციო საზოგადოება?

1.8. რა არის არსებითი სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაში?

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

აქციონერული (სააქციო) კაპიტალი ეკონომიკურ სამრეწველო რაოდენობის მე-19 საუკუნის მეორე ნახევრიდან ურთიერთობებში სულ უფრო მზარდ როლს თამაშობენ და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები. სააქციო საზოგადოება არის რეგულაციის შედარებით ახალი ეპოქის პირმშო. სააქციო საზოგადოება არის საზოგადოება, რომლის დაყოფილია წესდებით განსაზღვრული კლასისა დააქციებად.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

- 3.1. ა. საწარმო არის ადამიანებისა და მათი ქონების ერთიანობა;
 - ბ. საწარმო არ არის პირთა და ქონების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ერთიანობა;
 - გ. საწარმო არის პირთა და ქონების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ერთიანობა;
 - დ. საწარმო არის მეზობლებისა და მეგობრების ქონების ორგანიზაციული ერთიანობა.
- 3.2. ა. კოოპერატივები ისტორიულად წარმოიშვა მე-18 საუკუნეში;
 - ბ. კოოპერატივები ისტორიულად წარმოიშვა მე-19 საუკუნეში;
 - გ. კოოპერატივები ისტორიულად წარმოიშვა მე-20 საუკუნეში;
 - დ. კოოპერატივები ისტორიულად წარმოიშვა 21-ე საუკუნეში.
- 3.3. ა. კოოპერატივების წარმოშობა განაპირობა კაპიტალიზმის განვითარებამ

- ვეროპაში;
- ბ. კაპიტალიზმის განვითარებამ ვეროპაში განაპირობა სოციალური აფეთქება;
 - გ. კაპიტალიზმის განვითარებამ ვეროპაში განაპირობა სიღუბნეობა;
 - დ. ხელოვნების აღმავლობა განაპირობა კაპიტალიზმის განვითარებამ ვეროპაში.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (აანწყვეთ) წინადადებები
საქმიანობის სააქციო ხანგრძლივი სამეურნეო შედეგია საქმე განვითარების.

აქციონერების რაოდენობის შესაბამისად განისაზღვრება წილი მოგებაში და კლასის აქციათა.

კოოპერატივის იყო თვითდახმარება წარმოშობის მოტივი ძირითადი .

5. დაასრულეთ წინადადებები შემდეგი სიტყვების გამოყენებით:

ფორმაა, მიხედვით. ვალუტით

ინდივიდუალური მენარმე (ბიზნესმენი) ერთი პირის, როგორც ფიზიკური პირის, ბიზნესის მონაცობის

სანესდებო კაპიტალის მინიმალური დივიდენდების ღირებულება შეესაბამება ათი ათასი აშშ დოლარის ეკვივალენტს ეროვნული

აქციონერთა ქონებრივი უფლებებიდან ყველაზე მთავარია მოგების ნაწილის მიღების უფლება სამეურნეო წლის შედეგების

6. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

კომანდიტური

კაპიტალიზმი

სააქციო

ინდივიდუალური

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს სინონიმები

მეწარმე	სტიმული
პარტნიორი	კაპიტალი
ფული	ბიზნესმენი
მოტივი	მეწილე

8. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 4

პარტნიორი; იურიდიული პირის რეგისტრაცია

პარტნიორი, კანონის თანახმად, არის საზოგადოების ერთ-ერთი წევრი (მონაწილე), რომელსაც აქვს საზოგადოების წესდებით გათვალისწინებული უფლებები და მოვალეობები საზოგადოების მიმართ. «პარტნიორი» არის კრებითი სახელწოდება იმ პირებისა, რომლებიც შეიძლება იყვნენ საზოგადოების დამფუძნებლები ან მოგვიანებით შემოვიდნენ საზოგადოებაში.

პარტნიორი შეიძლება იყოს როგორც ფიზიკური, ასევე იურიდიული პირი. ამასთან, იგი შეიძლება იყოს ნებისმიერი ფიზიკური პირი, მიუხედავად მოქალაქეობისა, სქესისა, კანის ფერისა, ასაკისა და ა.შ. ამრიგად, პარტნიორი შეიძლება იყოს უცხოელი მოქალაქეც და მოქალაქეობის არმქონე პირი და მას რაიმე სპეციალური ნებართვის აღება არ სჭირდება. ეს არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნორმა, რომელიც ხელს უწყობს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას და თანაბარ პირობებს უქმნის მათ ქართველ ბიზნესმენებთან ერთად. პარტნიორი შეიძლება იყოს არასრულწლოვანი პირიც.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსში მოცემულია იურიდიული პირის ასეთი დეფინიცია: „იურიდიული პირი არის განსაზღვრული მიზნის მისაღწევად შექმნილი საკუთარი ქონების მქონე ორგანიზებული წარმონაქმნი, რომელიც თავისი ქონებით დამოუკიდებლად აგებს პასუხს და საკუთარი სახელით იძენს უფლებებსა და მოვალეობებს, დებს გარიგებებს და შეუძლია სასამართლოში გამოვიდეს მოსარჩელედ და მოპასუხედ“.

ზოგი ქვეყანა იურიდიულ პირად მიიჩნევს ისეთ ორგანიზაციებს, რომლებსაც სხვა ქვეყნები ასეთად არ მიიჩნევენ. მაგალითად, გერმანია ღია სავაჭრო ამხანაგობებს არ თვლის იურიდიულ პირად, ხოლო საფრანგეთი აღიარებს მათ ასეთად.

რეგისტრაცია არის იურიდიული მნიშვნელობის ფაქტებისა და მოვლენების შეტანა სპეციალურ სახელმწიფო რეესტრში. ბიზნესის სუბიექტის რეგისტრაციას ახორციელებს საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს მმართველობის სფეროში მოქმედი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტო (ე.წ. მარეგისტრირებელი ორგანო). რეგისტრაციისას მომავალმა პარტნიორებმა შეიძლება განახორციელონ საწარმოს ჩამოსაყალიბებლად აუცილებელი ყველა მოქმედება: მოამზადონ წესდება, მოაწერონ ხელი და ა.შ. მაგრამ ეს ჯერ კიდევ არ ნიშნავს, რომ საწარმო შეიქმნა. ამისათვის აუცილებელია საწარმოს რეგისტრაცია სათანადო რეესტრში. ბიზნესმენებს რეგისტრაციის გარეშე შეუძლიათ საქმიანობა, მაგრამ კრედიტორების წინაშე ისინი პასუხს აგებენ არა როგორც ამა თუ იმ ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოები, არამედ როგორც კერძო პირები. მაგალითად, სამმა პირმა გადაწყვიტა შეექმნა შპს: შეადგინა წესდება, მოაწერა ხელი, მაგრამ არ გაუტარებია საზოგადოება რეგისტრაციაში. ამასობაში მათ საზოგადოების სახელით დადეს გარიგებები, რომლებიდანაც წარმოიშვა ვალდებულებები.

ასეთ შემთხვევაში საზოგადოება კი არ აგებს პასუხს კრედიტორების წინაშე, ისე როგორც შპს (ე.ი. მხოლოდ ქონებით), არამედ პარტნიორები.

ტექსტზე მუშაობა

I. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ვის ეწოდება პარტნიორი?

1.2. ვინ შეიძლება იყოს პარტნიორი?

1.3. რა საბუთი სჭირდება უცხოეთის მოქალაქეს, რომ გახდეს პარტნიორი?

1.4. რას უწყობს ხელს პარტნიორის შესახებ არსებული კანონი?

1.5. ერთნაირია თუ არა ყველა ქვეყანაში კანონი იურიდიული პირის შესახებ?

1.6. რა არის რეგისტრაცია?

1.7. ვინ ახორციელებს ბიზნესის სუბიექტის რეგისტრაციას?

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ორგანიზებული წარმონაქმნი; საქარო სამართლის; ეროვნული სააგენტო კრებითი სახელწოდება; უფლებებსა და მოვალეობებს; საზოგადოების;

2.1. „პარტნიორი“ არის იმ პირებისა, რომლებიც შეიძლება იყვნენ დამფუძნებლები ან მოგვიანებით შემოვიდნენ საზოგადოებაში.

2.2. „იურიდიული პირი არის განსაზღვრული მიზნის მისაღწევად შექმნილი საკუთარი ქონების მქონე, რომელიც თავისი ქონებით დამოუკიდებლად აგებს პასუხს და საკუთარი სახელით იძენს, დებს გარიგებებს და შეუძლია სასამართლოში გამოვიდეს მოსარჩელედ და მოპასუხედ“.

2.3. ბიზნესის სუბიექტის რეგისტრაციას ახორციელებს საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს მმართველობის სფეროში მოქმედი იურიდიული პირი _ საჯარო რეესტრის

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (4 ვარიანტიდან)

3.1.

1. გერმანია ღია სავაჭრო ამხანაგობებს თვლის იურიდიულ პირად.
2. გერმანია ღია სავაჭრო ამხანაგობებს არ თვლის ყურადღების ღირსად.
3. გერმანია ღია სავაჭრო ამხანაგობებს არ თვლის იურიდიულ პირად.
4. გერმანია ღია სავაჭრო ამხანაგობებს არ თვლის პარტნიორებად.

3.2.

1. საწარმოს შესაქმნელად აუცილებელია საწარმოს რეგისტრაცია სათანადო რეესტრში.
2. საწარმოს შესაქმნელად აუცილებელი არ არის საწარმოს რეგისტრაცია სათანადო რეესტრში.
3. საწარმოს შესაქმნელად აუცილებელია სასამართლოს გასაწყვეტილება.
4. საწარმოს შესაქმნელად აუცილებელია მოწმეთა ხელწერილების წარდგენა სათანადო რეესტრში.

3.3.

1. პარტნიორი შეიძლება იყოს მხოლოდ ფიზიკური პირი.
2. პარტნიორი შეიძლება იყოს მხოლოდ იურიდიული პირი.
3. პარტნიორი არ შეიძლება იყოს ფიზიკური და იურიდიული პირი.
4. პარტნიორი შეიძლება იყოს როგორც ფიზიკური, ასევე იურიდიული პირი.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

რეგისტრაციისას აუცილებელი მომავალმა განახორციელონ ჩამოსაყალიბებლად შეიძლება ყველა პარტნიორებმა მოქმედება საწარმოს

ეს არის უქმნის ერთ-ერთი ნორმა, რომელიც ხელს უწყობს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას და თანაბარ ბიზნესმენებთან ერთად პირობებს მნიშვნელოვანი მათ ქართველ.

კრედიტორების ორგანიზაციულ-სამართლებრივი წინაშე პასუხს აგებენ არა როგორც
ფორმის ისინი ამა თუ იმ საწარმოები, არამედ პირები როგორც კერძო.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

პარტნიორი

რეგისტრაცია

საჯარო რეესტრი

იურიდიული პირი

6. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. საჯარო | სამინისტრო |
| 2. უცხოელი | რეესტრი |
| 3. ბიზნესის | ინვესტიციები |
| 4. უცხოური | სუბიექტი |
| 5. იუსტიციის | მოქალაქე |
| 6. იურიდიული | პირი |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 5

ბიზნესის 10 მცნება (სწავლება, მოძღვრება, კანონი)

მითებისაგან განსხვავებით, ბიზნესის მცნებები სახელმძღვანელო პრინციპებია ყველა ბიზნესმენის, კომერსანტისა და ბიზნესის სფეროში დასაქმებულისათვის.

მცნება I: იხელმძღვანელო კლიენტის ინტერესებით. გახსოვდეთ: არავის ესაქმება, როგორია თქვენი ბიზნესი ან საქონელი, ადამიანებისთვის მნიშვნელოვანია იცოდნენ, რას აკეთებს თქვენი ბიზნესი მათთვის. ყოველკვირეულად თქვენ უნდა დაუსვათ საკუთარ თავს და თანამშრომლებს ასეთი შეკითხვა: ჩვენი კლიენტის რომელ პრობლემას ვწყვეტთ და შეგვიძლია თუ არა, ვაკეთოთ ეს უკეთ ყოველდღიურად; არ დაგავინცდეთ, რომ კლიენტები იძენენ არა თქვენს პროდუქტს, არამედ მისი მოქმედების შედეგებს. მაგალითად, თუ თქვენ აწარმოებთ ქალის ტანსაცმელს, მყიდველისთვის სულ ერთია, როგორ ტექნოლოგიას იყენებთ, როგორი საწარმოო სიძნელეების გადალახვა გინევთ. მას აწუხებს მხოლოდ ის, როგორ გრძნობს თავს იგი თქვენ მიერ შეკერილ ტანსაცმელში, უხდება თუ არა იგი მას, რამდენად ზუსტად შეესაბამება მისთვის ფასი ნაწარმის ღირებულებას. ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი კლიენტია. არ არის კლიენტი - არ არის ბიზნესიც. თქვენ მიერ დაშვებული ყველაზე ძვირადღირებული შეცდომა - ესაა კლიენტის დაკარგვა.

მცნება II: იმუშავეთ საკუთარი ბიზნესისათვის და არა მასში. როგორც ბიზნესმენი, თქვენ მუდმივად უნდა ეძებდეთ ახალ შესაძლებლობებს, წინასწარ უნდა იცოდეთ მოახლოებულ სიძნელეთა შესახებ და იყოთ მათთვის მზად. თქვენი მუშაკების მოვალეობაა თქვენი ბიზნესის სისტემის ფუნქციონირების უზრუნველყოფა უწვრილმანეს დეტალებამდეც კი. თუ თქვენ ჩაეფლობით წვრილმანებში, მაშინ მალე, კაპიტნის მსგავსად, რომელმაც თვითონ იკისრა ნახშირის ჩაყრა საცეცხლურში, დაამსხვრევთ გემს კლდესთან დაჯახებით.

ადამიანები, რომლებიც იწყებენ თავიანთ საკუთარ საქმეს, იყოფიან სამ ტიპად: ტექნარები, მმართველები (მენეჯერები) და ბიზნესმენები. საქმეთა უმრავლესობას იწყებენ ტექნარები, ამიტომაც ახალ საწარმოთა დიდი პროცენტი კოტრდება სამი წლის განმავლობაში. სინამდვილეში ტექნარები ესწრაფვიან არ დაიწყონ ახალი საქმე და იპოვონ ახალი უფროსი (მენეჯერი). ამას ისინი აღწევენ. ბიზნესმენის მოვალეობაა კონტროლი იმაზე, რომ მისი ბიზნესის სისტემა მუშაობდეს კლიენტთა სურვილების დაკმაყოფილებაზე. სისტემის მომსახურებისათვის იგი ქირაობს მენეჯერებს, ამით ითავისუფლებს რა თავს ამისგან.

მცნება III: გამოიყენეთ უშუალო რეაგირების რეკლამა. არსებობს რეკლამის ორი სახე: *შეცნობის რეკლამა* და *უშუალო რეაგირების რეკლამა*. *შეცნობის რეკლამა* განკუთვნილია მომხმარებლისთვის საქონლის წარდგენისა და ბაზარზე მისი ადგილის განსაზღვრისათვის. ამ რეკლამას მხოლოდ დაჰყავს მომხმარებლის ცნობიერებამდე საქონლის არსებობის ფაქტი, დაინტერესებულ მყიდველს არ შეუძლია გასინჯოს ეს საქონელი. შეცნობის რეკლამა ფართოდ გამოიყენება მსხვილი კომპანიების მიერ, მაგრამ ისინიც ამუშაოდ უარს ამბობენ მასზე.

რეკლამის ეს სახე მეტისმეტად ძვირია, ამასთან, პრაქტიკულად შეუძლებელია განისაზღვროს მისი ეფექტიანობა.

უშუალო რეაგირების რეკლამა ითვალისწინებს მომხმარებლის პირდაპირ რეაქციას თქვენს წინადადებაზე. რეკლამის ეს სახე შესაძლებლობას იძლევა აღირიცხოს მისი შედეგები, გამოითვალოს დანახარჯები ერთ კლიენტზე, დაიგეგმოს თქვენი ხარჯები რეკლამაზე და განისაზღვროს გასაღების პერსპექტივები. იგი აგრეთვე იძლევა შესაძლებლობას, ოპერატიულად იქნეს შეტანილი კორექტივები საქონლის მიწოდებაში, სარეკლამო პოლიტიკაში, ფასების სისტემაში, წარმოების მოცულობაში და ა. შ. ეს ხდება შესაძლებელი იმის გამო, რომ თქვენ ყოველდღიურად იღებთ ოპერატიულ რეაქციას თქვენს რეკლამაზე უშუალოდ კლიენტებისაგან. ერთი კლიენტის „შოვნის“ ღირებულება განისაზღვრება რეკლამის ხარჯების თანხის გაყოფით გაყიდვების რაოდენობაზე. გაქვთ რა ეს ინფორმაცია, თქვენ შეგიძლიათ მეცნიერულად დაგეგმოთ გაყიდვისა და რეკლამის ხარჯები.

მცნება IV: უზრუნველყავით კლიენტის კმაყოფილების გარანტირება. ყილით რა საქონელს კლიენტზე, თქვენ ღებულობთ მისგან ფულს, მაგრამ ამასთანავე უნდა იყოთ მზად, თუ საქონელი აღმოჩნდება დეფექტით, მთლიანად ანაზღაუროთ მისი ღირებულება ან შეცვალოთ წესიერი საქონლით. თუ ამაზე უარს იტყვით, მაშინ თქვენ ჩაითვლებით მატყუარად და თაღლითად. ყილით რა საქონელს, არ შეიძლება მყიდველმა გაიგოს, რომ შეძენილი ნივთის ხარისხზე თქვენ პასუხს არ აგებთ. ჩვენ ღრმად ვართ დარწმუნებული, რომ ბიზნესმენი ვალდებულია იყოს მაღალმორალური და ეთიკური. ამიტომ თუკი თქვენ სთავაზობთ საქონელს ან მომსახურებას, მაშინ თქვენ უნდა უზრუნველყოთ თქვენი კლიენტის სრული კმაყოფილება. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ ეს არის კარგი ბიზნესი. რომელი კლიენტი იტყვის უარს, შევიდეს მაღაზიაში ან სერვისის ცენტრში, სადაც მას აქვს კმაყოფილების გარანტია! მოცემული კონცეფცია ახალია საქართველოსათვის, ამიტომ თუ თქვენ მიისწრაფვით გაათავართოთ თქვენი კლიენტების წრე, მაშინ მათ მიეცით ფულის დაბრუნების გარანტია და თქვენი ბიზნესი აყვავდება.

მცნება V: ყოველკვირეულად იქონიეთ ანგარიშგება მოგება-ზარალის შესახებ და არასდროს დარჩეთ ნაღდი სახსრების გარეშე. ბოგიერთი ძალიან მსხვილი კომპანია განიცდის ფიასკოს მხოლოდ იმიტომ, რომ მიმოქცევაში თავისი სახსრების სიძნელეების შესახებ იგი იგებს მხოლოდ ერთი თვის შემდეგ. ამის შედეგად კატასტროფის თავიდან ასაცილებლად იგი ვერ ასწრებს ზომების მიღებას. ბიზნესში მოქმედებს კანონი: თუ თქვენ თვითონ არ იმოქმედებთ, არავის შეუძლია და არც მოისურვებს დაგეხმაროთ. ბევრი უუნარო ფირმა მოგების გეგმებს ადგენდა შორეული მომავლისათვის, მაგრამ არ შეეძლო მიმდინარე ხარჯების უზრუნველყოფა. ეს ტიპური შეცდომაა, რომელიც შეიძლება აღმოაჩინო თითქმის ყველა წინადადებაში, რომლებიც ეგზავნება ჩვენგან დასავლეთის ფირმებს. იქმნება შთაბეჭდილება, რომ ქართველი ბიზნესმენები არ არიან დაინტერესებული ჯანსაღი ნაღდი მიმოქცევით.

მცნება VI: ნუ შეგეშინდებათ კონკურენციისა. თქვენ ზუსტად უნდა წარმოიდგინოთ, როგორ საქონელს, მომსახურებას შესთავაზებთ მომხმარებლებს (ბაზარს). დიდი შეცდომაა, ჯერ აწარმოო საქონელი, ხოლო შემდეგ იფიქრო, როგორ გაყიდო იგი. თავდაპირველად უნდა გადანყდეს, რა შეიძლება გაყიდოს იმისაგან, რის გაკეთებაც შეგიძლიათ, და შემდეგ

ანარმოეთ. არ უნდა იფიქროთ: ეს უკვე არის ბაზარზე. გახსოვდეთ, რომ თქვენ გაქვთ სამი მძლავრი იარაღი კონკურენტების წინააღმდეგ: **ხარისხი, ფასი, რეკლამა.**

მცნება VII: შეადგინეთ ბიზნესგეგმა და **ნუ შეგეშინდებათ ფასის დაკლების, გეშინოდეთ მისი აწევისა.** მოგება უზრუნველყოფილი იქნება არა იმისაგან, რომ გაყიდით ორ საგანს ძვირად, არამედ იმისაგან, რომ გაყიდით თქვენს საქონელს (მომსახურებას) ორი ათას (მილიონ) მყიდველზე მათთვის ხელსაყრელ ფასად.

მცნება VIII: **გასამრჯელოთი წაახალისეთ ქცევა, რომელიც გინდათ იხილოთ.** მოცემული პრინციპი ნასესხებია ბიზნესის ფსიქოლოგიიდან. თუ თქვენ ოცნებობთ, რომ კლიენტმა ხელახლა მოგმართოთ, მაშინ თქვენმა სერვისმა მას უნდა დაუტოვოს მხოლოდ დადებითი შთაბეჭდილება. ანალოგიურად, თუ გინდათ, რომ თქვენმა მუშაკებმა იპრომონ უკეთ, თქვენ უნდა მოექცეთ მათ პატივისცემითა და თავაზიანად. თქვენი მუშაკები თქვენი პირველი კლიენტები არიან და თუ ისინი დაინწყებენ წასვლას თქვენგან, მაშინ თქვენ მალე აღმოაჩნთ ამის სამწუხარო შედეგებს კლიენტების სახეების გამომეტყველებასა და თქვენს შემოსავლებში.

მცნება IX: **ბიზნესის ორგანიზაცია დაიყვანება სამ ძირითად ფუნქციამდე: 1. მარკეტინგი; 2. წარმოება; 3. ფინანსები.** თითოეული ამ ფუნქციის შესრულებისათვის შეარჩიეთ ადამიანები მოცემულ დარგში სარგებლობის მოტანის უნარის მიხედვით, რამაც უნდა დაიცვას თქვენი ბიზნესის სისტემა და ხელი შეუწყოს თქვენი კლიენტების პრობლემების გადაწყვეტას. მთავარი ფუნქცია მარკეტინგია. აქ მაღალი ხელფასია, რამდენადაც მარკეტინგით დასაქმებული ადამიანების მისიაა უშუალო ურთიერთობა ბიზნესის ყველაზე უმნიშვნელოვანეს ელემენტთან – კლიენტთან.

მარკეტინგის განყოფილების მოსამსახურეები უნდა ფლობდნენ ამომწურავ ინფორმაციას გამოსაშვები პროდუქციის შესახებ, რათა იყვნენ კომპეტენტურნი კლიენტების თვალში და შეძლონ მათი დარწმუნება სწორედ ამ საქონლის შექმნის აუცილებლობაში.

თანამშრომლები არ უნდა შეარჩიოთ მხოლოდ იმიტომ, რომ ისინი თქვენი ნათესავები არიან. პირადი თავდადება და სანდოობა მნიშვნელოვანია, მაგრამ ისინი არ იძლევიან წარმატების გარანტიას. შტატი უნდა დაკომპლექტდეს კომპეტენტურობისა და მუშაობაში დაინტერესების პრინციპებით.

მცნება X: **კომპანიის ფინანსური კეთილდღეობა და თქვენი საკუთარი წარმატებები ერთი და იგივე არ არის.** ბიზნესმენებს შეხვდებით ხოლმე მარცხი. იგი, უბრალოდ, არ შეიძლება არ განიცადოს იმან, ვინც შემოქმედებითად მუშაობს. თუ ბიზნესმენს არ აქვს ჩავარდნები, ეს იმას ნიშნავს, რომ იგი წინ არ მიიწევს. უზარმაზარი ქონების დიდი ნაწილი შეიქმნა მარცხის შედეგად. ჩვენ ნაკლებ დასკვნებს ვაკეთებთ წარმატებიდან, ჩვენ ვსწავლობთ მარცხზე. სიმდიდრე იზომება არა ფულით, არა სიკეთით, იგი გამოიხატება ადამიანის უნარით, შექმნას ისინი. თუ დამოუკიდებელ ადამიანს წაართმევ ფულს, მაგრამ მისცემ შესაძლებლობას იმუშაოს თავისუფალი ბიზნესის პირობებში, იგი მალე აღადგენს თავის საქმეს და აინაზღაურებს, ყველაფერს, რაც იყო დაკარგული.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რას ნიშნავს სიტყვა „მცნება“?

1.2. რით უნდა იხელმძღვანელოს ბიზნესმენმა?

1.3. რა (ვინ) არის ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი?

1.4 რა არის ბიზნესმენის ყველაზე ძვირადღირებული შეცდომა?

1.5. რამდენ ტიპად იყოფიან ადამიანები, რომლებიც იწყებენ თავიანთ საკუთარ საქმეს?
(დაასახელეთ)

1.6. რეკლამის რამდენი სახე ორი სახე არსებობს? (დაასახელეთ)

1.7. რა უნდა იქონიოს ყოველკვირეულად წინდახედულმა და გონიერმა ბიზნესმენმა?

1.8. რა ვალდებულება აქვს ბიზნესმენს?

1.9. რისი არ უნდა ეშინოდეს ბიზნესმენს?

1.10. რა უნდა გაითვალისწინოს ბიზნესმენმა თანამშრომელთა შერჩევასას?

2. ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

რეკლამა; სერვისმა; ბიზნესგეგმა; კლიენტმა; ფასის; კონკურენტების

2.1. გახსოვდეთ, რომ თქვენ გაქვთ სამი მძლავრი იარაღი წინააღმდეგ:
ხარისხი, ფასი,

2.2. შეადგინეთ და ნუ შეგეშინდებათ დაკლების,

გეშინოდეთ მისი აწვევისა.

2.3. თუ თქვენ ოცნებობთ, რომ ხელახლა მოგმართოთ, მაშინ თქვენმა მას უნდა დაუტოვოს მხოლოდ დადებითი შთაბეჭდილება.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწვეეთ) წინადადებები:

3.1. ანგარიშგება ყოველკვირეულად შესახებ იქონიეთ მოგება-ზარალის და არასდროს ნაღდი სახსრების დარჩეთ გარეშე.

3.2. შეცნობის საქონლის განკუთვნილია მომხმარებლისთვის რეკლამა წარდგენისა და ადგილის ბაზარზე მისი განსაზღვრისათვის.

3.3. კომპეტენტურობისა შტატი დაკომპლექტდეს უნდა და დაინტერესების მუშაობაში პრინციპებით.

4. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

4.1.

- ა. ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი ფულია.
- ბ. ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი კლიენტია.
- გ. ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი საქონელია.
- დ. ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი წარმოებაა.

4.2.

- ა. ბიზნესმენი მაღალმორალური და ეთიკური ვერ იქნება.
- ბ. ბიზნესმენი არ არის ვალდებული იყოს მაღალმორალური და ეთიკური.
- გ. ბიზნესმენი ვალდებულია იყოს მატყუარა.
- დ. ბიზნესმენი ვალდებულია იყოს მაღალმორალური და ეთიკური.

4.3.

- ა. შტატი უნდა დაკომპლექტდეს მეგობრობის პრინციპებით.
- ბ. შტატი უნდა დაკომპლექტდეს ნათესაობის პრინციპებით.
- გ. შტატი უნდა დაკომპლექტდეს მოგების პრინციპებით.
- დ. შტატი უნდა დაკომპლექტდეს კომპეტენტურობისა პრინციპებით.

5. დაასრულეთ წინადადებები შემდეგი სიტყვების გამოყენებით:

დაგეხმაროთ, არის, გაყიდა, ფინანსები

- 5.1. ბიზნესში მოქმედებს კანონი: თუ თქვენ თვითონ არ იმოქმედებთ, არავის შეუძლია და არც მოისურვებს
- 5.2. დიდი შეცდომაა, ჯერ აწარმოო საქონელი, ხოლო შემდეგ იფიქრო, როგორ
- 5.3. ბიზნესის ორგანიზაცია დაიყვანება სამ ძირითად ფუნქციამდე: 1. მარკეტინგი; 2. წარმოება; 3.
- 5.4. კომპანიის ფინანსური კეთილდღეობა და თქვენი საკუთარი წარმატებები ერთი და იგივე არ

6. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

- 6.1. კლიენტი
.....
- 6.2. კონკურენცია
.....
.....
- 6.3. რეკლამა
.....
.....
- 6.4. მარკეტინგი
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

1. კეთილდღეობა	ბიზნესის
2. რეკლამა	სახელმძღვანელო
3. მცნებები	წარმატებული
4. ბიზნესმენი	ბიზნესის
5. მცნებები	ფინანსური
6. პრინციპები	შეცნობის

8. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 6

ბიზნესის მართვა უზნაძის მეთოდით

იციოთ თუ არა, რომ თითოეულ თქვენგანში არის ერთი მნიშვნელოვანი მექანიზმი, რომელიც ზრუნავს თქვენი მიზნების, სწრაფვების რეალიზებისთვის? ხსენებული მექანიზმი ქართველმა ფსიქოლოგმა დიმიტრი უზნაძემ აღმოაჩინა და ამიტომ მას „უზნაძის ეფექტს“ უწოდებენ. ადვილი მისახვედრია, რომ მხედველობაში გვაქვს „განწყობის თეორია“, რომელსაც, გარდა დარგობრივისა, ფართო პრაქტიკული ღირებულება აქვს ადამიანის საქმიანობის ნებისმიერი სფეროსთვის და, მათ შორის, ბიზნესისთვის.

განწყობა თავისი ზოგადი მნიშვნელობით (როგორც ხასიათის, დამოკიდებულების ამსახველი სიტყვა) ხშირად ისმის ადამიანურ რესურსებზე, მომხმარებელზე საუბრისას: „შემოიტანე დადებითი განწყობა გუნდში“, „შენ მიმართ პოზიტიურად განწყობე კონკურენტები“, „კარგი განწყობა პრომისუნარიანობას ამაღლებს“, - მსგავსი რჩევები ნაცნობია ბიზნესში. თუმცა განწყობას, თავისი „უზნაძისეული“ შინაარსით გაცილებით ღრმა დატვირთვა აქვს.

და მაინც, რა არის განწყობა, ან რატომაა უნივერსალური ადამიანის საქმიანობის ყველა სფეროსა და საფეხურისთვის.

ადამიანური „ყოფიერება“ ასეა მოწყობილი: ის აქტიური ვერ იქნება, თანდაყოლილი შინაგანი მისწრაფებები, ტენდენციები რომ არ ჰქონდეს. თუმცა, აღნიშნული ტენდენციები რომ აქტიურ ფაზაში გადავიდეს და გამოვლინდეს, შესატყვისი გარემოა საჭირო. გამოვლენილ ტენდენციას განხორციელება სჭირდება, ის რეალურ აქტივობად, ქცევად უნდა გარდაიქმნას. როგორც დიმიტრი უზნაძე იტყოდა, საკუთარი მოთხოვნილებების შესაბამისად და გარემოს გათვალისწინებით აქტივობა რომ განხორციელდეს, ადამიანში უნდა არსებობდეს რაღაც, რაც ამ აქტივობას უზრუნველყოფს, რაც ადამიანის ქცევას გარემოს მიმართ მიზანშეწონილს ხდის. ეს „რაღაც“ არის განწყობა, რომელიც წარმოიქმნება მოთხოვნილებებისა და მისი შესაბამისი გარემოს თანხვედრისას და განსაზღვრავს ადამიანის მოტივაციას, შემდეგ კი მისი ქცევის მიმდინარეობას. როგორც ვხედავთ, განწყობა ადამიანის გარესამყაროსთან ურთიერთობის აუცილებელი წინაპირობაა, რომლის გარეშეც, როგორც დიმიტრი უზნაძე აღნიშნავს, სიცოცხლე საზოგადოდ შეუძლებელი იქნებოდა, უამისოდ მისი (ადამიანის) მოქმედებას არავითარი აზრი არ ექნებოდა. უზნაძემ განწყობის სახით აღმოაჩინა ადამიანში ის უნარი, რომლის საშუალებით ადამიანისთვის სუბიექტური და ობიექტური სამყაროს ურთიერთობა ლოგიკური გახდა. უცხოელმა ფსიქოლოგებმა ამ ფენომენს, უნარს „უზნაძის ეფექტი“ უწოდეს.

განწყობა, როგორც მიზანშეწონილი ქცევის მიზეზი, უღევს საფუძვლად ეფექტური ლიდერობის, გუნდური მუშაობის, ინოვაციებზე ორიენტირებულობის უნარს და გვაძლევს შესაძლებლობას, ვიმუშაოთ მომხმარებელზე, სწორ რეკლამაზე, გაყიდვებზე. მოკლედ, იგი ბიზნესის განვითარების და მისი ბრენდად ჩამოყალიბების ყველა ეტაპზე ერთგულად „მუშაობს“.

ისმის კითხვა, შესაძლებელია თუ არა გამოვიყენოთ განწყობა, როგორც მექანიზმი, ბიზნესში?

გეკითხებით: - თქვენი საქმიანობა თქვენი მონოდებაა თუ მატერიალური ინტერესი, სოლიდური ანაზღაურების სურვილი? იქნებ სოციალური გარემოსგან აღიარება გსიამოვნებთ?

თქვენ, როგორც მენეჯერს, ხელმძღვანელს, ლიდერს, პირველ რიგში, თვითგამორკვევა გჭირდებათ. უნდა შეიცნოთ საკუთარი თავი და განსაზღვროთ თქვენი საქმიანობის მამოძრავებელი შინაგანი წყარო - ტენდენცია. ამით თქვენ გაიაზრებთ საკუთარი მოთხოვნილებების (ხშირად არაცნობიერის) და გარემოს თანხვედრის მიზეზებს და იმ განწყობის მექანიზმს, რომელმაც უზრუნველყო თქვენი მოტივაცია ბიზნესის დასაწყებად ან კომპანიის ხელმძღვანელად მუშაობისთვის. რას მოგცემთ აღნიშნული მექანიზმის გამოცნობა? ძალიან ბევრს. მინიმუმ:

1. თქვენ შეძლებთ მომავალში თვითგანწყობების სტიმულირებას.
2. იზოვით საკუთარი და სხვათა მოტივირების გასაღებს.

აღამიანური რესურსების, მომხმარებლის მოტივაციის სტიმულირება აღიარებული მეთოდია ბიზნესში. მოტივაციისთვის მრავალი რეცეპტი არსებობს, მაგრამ აღნიშნული რეცეპტები მხოლოდ მაშინ “კურნავს” თქვენს თანამშრომელს, თუ იცით: რა არის მისი შინაგანი ტენდენციები, ან თქვენს კომპანიაში შექმნილი სხვადასხვა სიტუაცია ამ ტენდენციის გამოვლენის პირობებს რამდენად ქმნის. მოკლედ რომ ვთქვათ, თქვენ თუ არ იცით თანამშრომლის განწყობის მექანიზმი როგორია, მოტივაციას ვერ აუმაღლებთ. თქვენ გადაწყვიტეთ თანამშრომელთა წახალისების მიზნით ხელფასები გაზარდოთ. დარწმუნებული ხართ, რომ ეს ყველა თანამშრომელზე ერთნაირად მოქმედებს? იქნებ რომელი მათგანისთვის „საყვარელი საქმის კეთება“ გაცილებით ბევრს ნიშნავს, ვიდრე, თუნდაც, 1000 ლარით მეტი ხელფასი?

აღბათ, სტივ ჯობსმა განწყობის ფორმულას მიაგნო და ამიტომ ამბობდა: ვიყო ლმობიერი ხალხთან – ეს ჩემი საქმე არ არის. ჩემი საქმეა – ისინი უკეთესი გავხადო.

განწყობის თეორიას თუ კარგად გაიაზრებთ, მისი გამოყენება დაგეხმარებათ ეფექტური სამუშაო გუნდების შექმნაშიც. გუნდური მუშაობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა საერთო მიზანია. აღნიშნული, საერთო მიზნის ირგვლივ გუნდის წევრთა მობილიზებისთვის მენეჯერები სხვადასხვა ხერხს მიმართავენ, ხშირად უშედეგოდ. რატომ? გუნდის მოტივირებისთვის გამიზნული აქტივობები თითოეულ წევრზე გასხვავებულად მოქმედებს. მარტივია, თქვენ მიერ დანთებული კოცონი ერთისთვის რომანტიკული გარემოა, მეორესთვის - გათბობის შესაძლებლობა, მესამესთვის კი, მწვადის შეწვის საშუალება. მაშ, როგორ მოიქცეთ? სცადეთ, მოიშველიეთ „უზნაძის ეფექტი“ და შეისწავლეთ იმ თანამშრომელთა განწყობის მექანიზმები, რომელთა შემადგენლობით გსურთ გუნდის დაკომპლექტება. შეარჩიეთ მსგავსი მექანიზმის მქონე ადამიანები და შედეგს თავად ნახავთ: გუნდის მოტივირება გაადვილდება; სამუშაო პროცესი გაცილებით ეფექტური გახდება.

როგორც ხედავთ, განწყობის თეორიის სწორი გააზრება „თვითგანწყობისა“ და „სხვათა განწყობის“ მასტიმულირებელი ფაქტორების გამოვლენაში გეხმარებათ. თქვენ უკვე იცით, როგორც ბიზნესმენმა და მენეჯერმა, ვინ ხართ და ვინ არიან თქვენი თანამშრომლები, ახლა უკვე შეგიძლიათ მომხმარებლებიც გაიცნოთ.

თეორეტიკოსები ცდილობენ ადამიანის ქცევის მოდელების შესწავლის საფუძველზე მომხმარებელზე ზეგავლენის ტექნოლოგიების ჩამოყალიბებას. მომხმარებლის ქცევის მოდელებსაც, რაც უნდა მრავალფეროვანი, ტრადიციებით, კულტურით, ასაკობრივი თავისებურებებით განპირობებული იყოს, განწყობის მექანიზმი ამუშავებს.

განწყობის თეორიის გათვალისწინებით მომხმარებელთან ურთიერთობისას კომპანიამ რამდენიმე საკითხზე უნდა გაამახვილოს ყურადღება:

1. განსაზღვროს ის გარემო საშუალებები, რომლებიც თანხვედრაში მოვა მომხმარებლის შინაგან მოთხოვნილებებთან;
2. გაიაზროს აღნიშნული თანხვედრის მომენტში განწყობის, როგორც მექანიზმის ამუშავების ეფექტურობა;
3. ჩამოაყალიბოს ის მასტიმულირებელი ფაქტორები, რომლებიც განწყობის პროცესს უფრო ძლიერს გახდის.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ვინ იყო დიმიტრი უზნაძე?

1.2. რა აღმოაჩინა დიმიტრი უზნაძემ?

1.3. უზნაძის თეორიის მიხედვით, რა განსაზღვრავს ადამიანის მოტივაციას?

1.4. რა არის აღიარებული მეთოდი ბიზნესში?

1.5. როგორი ქცევის მიზეზია განწყობა?

1.6. რაში დაგეხმარებათ განწყობის თეორიის გამოყენება?

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ფაზაში, მისწრაფებები, „უზნაძის ეფექტს“, ფსიქოლოგმა, თავისებურებებით, მექანიზმი

2.1. ხსენებული მექანიზმი ქართველმა დიმიტრი უზნაძემ აღმოაჩინა და ამიტომ მას უწოდებენ.

2.2. თანდაყოლილი შინაგანი, ტენდენციები რომ აქტიურ გადავიდეს და გამოვლინდეს, შესატყვისი გარემოა საჭირო.

2.3. მომხმარებლის ქცევის მოდელეებსაც, რაც უნდა მრავალფეროვანი, ტრადიციებით, კულტურით, ასაკობრივი..... განპირობებული იყოს, განწყობის..... ამუშავებს.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1.

- ა. გუნდური მუშაობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა საერთო მიზანია.
- ბ. გუნდური მუშაობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა საერთო ფულია.
- გ. გუნდური მუშაობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა საერთო სახლია.
- დ. გუნდური მუშაობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა საერთო მიზნებია.

3.2.

- ა. ხელისუფლების მოტივაციის სტიმულირება აღიარებული მეთოდია ბიზნესში.
- ბ. ოჯახის მოტივაციის სტიმულირება აღიარებული მეთოდია ბიზნესში.
- გ. კომპანიონების მოტივაციის სტიმულირება აღიარებული მეთოდია ბიზნესში.
- დ. მომხმარებლის მოტივაციის სტიმულირება აღიარებული მეთოდია ბიზნესში.

3. 3.

- ა. მომხმარებლის ქცევის მოდელეებს გართობის მექანიზმი ამუშავებს.
- ბ. მომხმარებლის ქცევის მოდელეებს ფულის დაზოგვის ამუშავებს.
- გ. მომხმარებლის ქცევის მოდელეებს განწყობის მექანიზმი ამუშავებს.
- დ. მომხმარებლის ქცევის მოდელეებს ფულის დახარჯვის მექანიზმი ამუშავებს.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. საერთო მიზნის მენეჯერები ირგვლივ წევრთა მობილიზებისთვის სხვადასხვა მიმართავენ ხერხს გუნდის

4.2. მომხმარებელზე შესაძლებლობას განწყობა ვიმუშაოთ სწორ გვაძლევს რეკლამაზე გაყიდვებზე.

4.3. გარესამყაროსთან განწყობა ადამიანის წინაპირობაა აუცილებელი ურთიერთობის, რომლის გარეშეც, როგორც დიმიტრი უზნაძე აღნიშნავს, შეუძლებელი სიცოცხლე საზოგადოდ იქნებოდა.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

თეორია _____

ეფექტური _____

მოტივაცია _____

სტიმულირება _____

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

სტიმულირება	მიზანშეწონილი
სამყარო	გუნდური
რესურსები	განწყობის
თეორია	ადამიანური
ქცევა	მოტივაციის
მუშაობა	ობიექტური

7. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 7

დიდმასშტაბიანი ბიზნესის ორგანიზაციის ასოციაციური ფორმები

დიდმასშტაბიანი ბიზნესისათვის დამახასიათებელია ორგანიზაციული ფორმები, რომლებიც განსხვავდება მცირემასშტაბიანი ბიზნესის ფორმებისაგან. ეს არის ბიზნესის ორგანიზაციის კრებითი (ნაკრები) ასოციაციური ფორმები, რომლებიც ყალიბდება სანარმოების ერთობლივ სტრუქტურად გაერთიანების საფუძველზე.

ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურების ცალკეული ტიპები ყველაზე მეტად გავრცელებულია განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში. ესენია: კორპორაციები, სამეურნეო ასოციაციები, კონცერნები, კოლდინგური კომპანიები, კონსორციუმი, კარტელი, სინდიკატი, ტრესტები და სხვ. ზოგიერთი მათგანი ფუნქციონირებს საქართველოს ეკონომიკაშიც.

კორპორაცია წარმოადგებს სააქციო (აქციონერულ) საზოგადოებას, რომელიც აერთიანებს რამდენიმე ფირმას მათი საერთო მიზნების ან პრივილეგიების დაცვის მიზნებისათვის. როგორც იურიდიული პირი, კორპორაცია პასუხს აგებს მასში შემავალი ყველა სანარმოს ვადებსა და გადასახადებზე და გამოდის ბიზნესის დამოუკიდებელი სუბიექტის სახით. აშშ-ში იქმნება სპეციალური კორპორაციები საშუალო და მცირე ბიზნესისათვის (S – კორპორაციები). ეს შედარებით მცირე მასშტაბის კორპორაციებია, რომლებიც სარგებლობენ ისეთივე საგადასახადო შეღავათებით, როგორითაც მცირე ფირმები.

არსებობს მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფოებრივი კორპორაციებიც. სამეურნეო ასოციაციები სანარმოების (ფირმების) სახელშეკრულებო გაერთიანებები, რომლებიც იქმნება ერთგვაროვანი ფუნქციებისა და საერთო საქმიანობის კოორდინაციის ერთობლივი შესრულებისათვის. ასოციაციები განეკუთვნება გაერთიანებათა ერთ-ერთ მოქნილ ფორმას, რომელიც მინიმალურად ზღუდავს ასოციაციაში შემავალი წევრების მოქმედებებს. ასოციაციის მონაწილეები სხვა ნებისმიერ ასოციაციაში შესვლის უფლებით სარგებლობენ.

კონცერნები, ჩვეულებრივ, მონოპოლიური ტიპის სახელშეკრულებო მსხვილ გაერთიანებათა ფორმაა, რომელიც იძლევა მსხვილმასშტაბიანი წარმოების კომბინირების, კოოპერირების შესაძლებლობების გამოყენების საშუალებას სანარმოო-ტექნოლოგიური კავშირების არსებობის მეშვეობით. კონცერნებში პოულობენ ნაწილობრივ განსახიერებას სანარმოო სფეროს ლიკვიდირებული სამინისტროები. ეს ორგანიზაციულ-სამეურნეო სტრუქტურები კაპიტალის კონცენტრაციის მასშტაბების, სანარმოო სიმძლავრეების, წარმოების დივერსიფიკაციის ფართო შესაძლებლობების მეოხებით ფლობენ განსაზღვრულ სიმყარეს ბაზრის კონიუნქტურის მერყეობის პირობებში. განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში კონცერნების წარმოშობა განპირობებული იყო, უპირველეს ყოვლისა, კაპიტალის კონცენტრაციით. კონცერნების უმნიშვნელოვანესი ნიშანი გახდა მასში შემავალი სანარმოების, ფირმების, ბანკების საკუთრების ერთიანობა. ამრიგად, კონცერნის მონაწილეები

ურთიერთდამოკიდებულნი არიან არა ხელშეკრულებით, არამედ არსებითად ეკონომიკური ურთიერთობებით.

ჰოლდინგური კომპანიები ხასიათდებიან იმით, რომ მათ აქვთ სხვა კომპანიების კონტროლის უფლება (ე.წ. საკონტროლო პაკეტი) ან მათი აქციებისა და ფულადი კაპიტალის ფლობის ხარჯზე, ან კონტროლს დაქვემდებარებული კომპანიების დირექტორების დანიშვნის უფლებასთან დაკავშირებით. ასეთ სააქციო საზოგადოებებში ჰოლდინგს აქვს შესაძლებლობა, გავლენა იქონიოს იმ სანარმოების სამეურნეო გადანყვეტილებებზე, რომლებიც შედიან ჰოლდინგურ გაერთიანებაში. ეს სანარმოები რჩებიან უფლებრივად დამოუკიდებლები, მაგრამ ჰოლდინგს შეუძლია წარმართოს ისინი დიდი კორპორაციის ინტერესებისათვის. ამასთან ერთად, ჰოლდინგს შეუძლია განახორციელოს რიგი ფუნქციებისა, რომლებიც დაკავშირებულია საერთო ბიზნესსაქმიანობასთან.

კონსორციუმი სანარმოთა (ფირმების) დროებითი ნებაყოფლობითი გაერთიანებაა, რომელიც იქმნება კონკრეტული ამოცანებისა და პრობლემების გადანყვეტის, მსხვილი საინვესტიციო, მეცნიერულ-ტექნიკური, სოციალური, ეკოლოგიური პროექტების განხორციელებისათვის. კონსორციუმში შეიძლება გაერთიანდნენ როგორც მსხვილი, ასევე მცირე (წვრილი) სანარმოები, რომლებსაც სურთ მიიღონ მონაწილეობა ბიზნესის ან სხვა საპროექტო განზრახვაში, მაგრამ არ გააჩნიათ მისი განხორციელების დამოუკიდებელი შესაძლებლობები. ფირმებს შეუძლიათ გაერთიანდნენ კონსორციუმში მიზმიდევლი, საინტერესო, დიდი მოგების მომტანი პროექტის განხორციელებისათვის, რაც მოითხოვს დიდ კაპიტალდაბანდებას ხანგრძლივი ვადით, რისკის მაღალი დონის პირობებში. კონსორციუმი ყალიბდება სახელშეკრულებო საფუძველზე.

კარტელი სანარმოთა სახელშეკრულებო გაერთიანებაა, რომლის საფუძველია შეთანხმება წარმოების მოცულობების კვოტირების, რეალიზაციის ფასების, გაყიდვის პირობების, გასაღების ბაზრის გამიჯვნის შესახებ. კარტელში შემავალი სანარმოები იურიდიულად დამოუკიდებელია.

სინდიკატი წარმოადგენს ერთგვაროვან სანარმოთა გაერთიანების ფორმას, რომელიც გულისხმობს სინდიკატის წევრების მომარაგებისა და მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის გასაღების (ლოჯისტიკური საქმიანობის) ცენტრალიზაციას. ამგვარად, სინდიკატის შექმნა იძლევა შესაძლებლობას თავიდან იქნას აცილებული კონკურენცია მის მონაწილეებს შორის გასაღებისა და ნედლეულის შესყიდვის სფეროებში. დასახელებული მმართველობითი ფუნქციების განსახორციელებლად იქმნება სპეციალური ორგანო ან ეს ფუნქციები გადაეცემა სახელშეკრულებო გაერთიანების ერთ-ერთ მონაწილეს, სინდიკატის დირექციას. ორგანო, რომელიც ახორციელებს გასაღებასა და შესყიდვებს, აგროვებს შეკვეთებს სინდიკატის სანარმოთა პროდუქციაზე და აწარმოებს მათ ხელშეკრულებაში დაფიქსირებული კვოტების შესაბამისად.

ბიზნესის ორგანიზაციის ჩამოთვლილი ასოციაციური ფორმების გარდა არსებობს სპეციფიკური ორგანიზაციული სტრუქტურები. საბაზრო ეკონომიკის განვითარებული ქვეყნების სამეურნეო ცხოვრების სფეროებში გვხვდება ბიზნესის ორგანიზაციის განსაკუთრებული ფორმები.

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. სად არის უფრო მეტად გავრცელებული ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურების ცალკეული ტიპები?

.....
.....

1.2. რა არის კორპორაცია?

.....
.....

1.3. რა არის კონცერნი?

.....
.....

1.4. რა არის ჰოლდინგი?

.....
.....

1.5. რა არის კონსორციუმი?

.....
.....

1.6. რა არის სინდიკატი?

.....
.....

1.7. რის შესაძლებლობას აძლევს სინდიკატი მის მონაწილეებს?

.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*ჰოლდინგურ სანარმოები ორგანიზაციული საპროექტო
გადაწყვეტილებებზე ბიზნესისათვის*

დიდმასშტაბიანი დამახასიათებელია
ფორმები, რომლებიც ყალიბდება სანარმოების ერთობლივ სტრუქტურად
გაერთიანების საფუძველზე. ჰოლდინგს აქვს შესაძლებლობა, გავლენა იქონიოს
სამეურნეო იმ სანარმოებისა, რომლებიც
შედიან..... გაერთიანებაში. კონსორციუმში შეიძლება გაერთიანდნენ
როგორც მსხვილი, ასევე მცირე, რომლებსაც სურთ მიიღონ
მონაწილეობა ბიზნესის ან სხვა განზრახვაში, მაგრამ არ გააჩნიათ მისი
განხორციელების დამოუკიდებელი შესაძლებლობები.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი

3.1.

ა. მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფოებრივი კორპორაციები არ იქმნება საერთო
საქმიანობის კოორდინაციის ერთობლივი შესრულებისათვის.

ბ. მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფოებრივი კორპორაციები იქმნება კონკურენტების გასაკოტრებლად.

გ. მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფოებრივი კორპორაციები იქმნება საერთო საქმიანობის კოორდინაციის ერთობლივი შესრულებისათვის.

დ. მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფოებრივი კორპორაციები იქმნება უმუშევრობასთან საბრძოლველად.

3.2.

ა. კონსორციუმი საწარმოთა (ფირმების) მტკიცე დროებითი გაერთიანებაა

ბ. კონსორციუმი საწარმოთა (ფირმების) გრძელვადიანი ნებაყოფლობითი გაერთიანებაა

გ. კონსორციუმი საწარმოთა (ფირმების) დროებითი იძულებითი გაერთიანებაა

დ. კონსორციუმი საწარმოთა (ფირმების) დროებითი ნებაყოფლობითი გაერთიანებაა

3.3.

ა. კარტელში შემავალი საწარმოები იურიდიულად დამოუკიდებელი არიან.

ბ. კარტელში შემავალი საწარმოები სახელმწიფოს დაქვემდებარებაშია.

გ. კარტელში შემავალი საწარმოები ერთი იურიდიული პირია.

დ. კარტელში შემავალი საწარმოები იურიდიულად დამოუკიდებელი არ არიან.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. შექმნა იძლევა თავიდან იქნას აცილებული სინდიკატის კონკურენცია შესაძლებლობას შორის მის მონაწილეებს გასაღებისა და შესყიდვის ნედლეულის სფეროებში.

4.2. ხასიათდებიან ჰოლდინგური იმით კომპანიები, აქვთ სხვა რომ მათ უფლება კონტროლის კომპანიების

4.3. კონცერნების გახდა მასში უმნიშვნელოვანესი შემავალი ნიშანი საწარმოების, ფირმების, საკუთრების ბანკების ერთიანობა.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

დიდმასშტაბიანი

საინვესტიციო

საზოგადოება

.....
.....
კონსორციუმი
.....
.....

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს სიტყვა და მისი განმარტება.

- | | |
|---------------|--|
| 1. კორპორაცია | საკონტროლო პაკეტის ფლობა |
| 2. კარტელი | ლოჯისტიკური საქმიანობის ცენტრალიზაცია. |
| 3. ჰოლდინგი | საწარმოთა სახელშეკრულებო გაერთიანება |
| 4. სინდიკატი | სააქციო (აქციონერული) საზოგადოება |

7. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა გავიგე	რა მინდა ვიცოდე

თემა 8

რეკლამა ბიზნესში

პირველი ბუნებრივი პირობა, რომ გაიყიდოს საქონელი, არის ის, რომ მისი არსებობის შესახებ შეიტყონ მომხმარებლებმა. საჭირო ხდება ყვირილი (ლათ. რეკლამარე) ბაზარზე საქონლის არსებობის, მისი ხარისხისა და შექმნის სარგებლიანობის შესახებ.

ცნობება (შეტყობინება) ფირმის, მისი საქონლის შესახებ და მყიდველის მიზიდვა რეკლამის ძირითადი ამოცანაა.

სიტყვიერი და წერილობითი რეკლამა.

საქონლის რეკლამირება მისი სასაქონლო ნიშნით ცნობილია ძველი საბერძნეთისა და რომის პერიოდიდან. წერილობით რეკლამას თავიდანვე ჰქონდა უპირატესად საინფორმაციო დანიშნულება, ე.ი. მყიდველისათვის უნდა შეეტყობინებინათ მალაზიისა და მასში გასაყიდი საქონლის შესახებ. ეს კეთდებოდა და კეთდება ახლაც აბრებისა და ვიტრინების საშუალებით. შემდეგ რეკლამამ შეიძინა პოტენციურ მყიდველზე ბეჭდვითი მიმართვის ფორმა, გამოჩნდა აფიშები, საინფორმაციო-სარეკლამო განცხადებები გაზეთებში, ჟურნალებსა და წიგნებში.

თანამედროვე რეკლამის სამშობლოდ ითვლება აშშ. აქ მე-19 საუკუნის მეორე ნახევარში წარმოიშვა და ფართოდ განვითარდა სარეკლამო სააგენტოები. რეკლამირება გადაიქცა ბიზნესის დამოუკიდებელ სახეობად, რომელსაც მოაქვს მოგება. ამჟამად სარეკლამო ბიზნესი გახდა ბიზნესის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სახე. სარეკლამო საქმეში ფართოდ ჩართულია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი: პრესა, რადიო, ტელევიზია, კინო.

რეკლამა ფირმის მარკეტინგული საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია. რეკლამა ერთდროულად ასრულებს რამდენიმე ფუნქციას და წყვეტს მრავალფეროვან ამოცანებს:

1. საქონლისა და მომსახურების მომხმარებლის (მყიდველის) ინფორმირება რეკლამის დახმარებით. სარეკლამო განცხადება შეიცავს ცნობებს საქონლისა და მომსახურების, მისი ხარისხის, ღირსებების, შესაძლო გამოყენების ადგილების შესახებ, აგრეთვე მათი მწარმოებლებისა და შექმნის წესების შესახებ. ასეთი რეკლამა განსაკუთრებით აუცილებელია საქონლისა და მომსახურების პროპაგანდისათვის.

2. მომხმარებლის დარწმუნება მოცემული საქონლის ყიდვის თაობაზე. დამარწმუნებელი რეკლამა უნდა ემყარებოდეს სარეკლამო საქონლის არჩევის სასარგებლოდ ჯეროვან არგუმენტაციას, უჩვენებდეს მის უპირატესობებს ან ახდენდეს მათ დემონსტრირებას. რეკლამა აუცილებელია ცნობილ საქონელზე მოთხოვნის შესანარჩუნებლად ან არსებული მოთხოვნის გასაძლიერებლად. დამარწმუნებელი რეკლამის ამოცანები რამდენადმე რთულია საინფორმაციო რეკლამასთან შედარებით, ვინაიდან აუცილებელია პოტენციური მყიდველის დაყოლიება იმ საქონლის შესაძენად, რომელიც მის ინტერესებში არ შედიოდა.

3. შესხენება რეკლამის დახმარებით, რომლის მიზანია აღადგინოს არსებული, მაგრამ დაზიანებული მოთხოვნა, გაააქტიუროს მყიდველის დამოკიდებულება მისთვის ცნობილი

საქონლის მიმართ. ასეთი რეკლამა მნიშვნელოვანია სეზონური საქონლისათვის, აგრეთვე პერიოდულად განახლებადი საქონლისათვის.

კონკრეტული საქონლის რეკლამირებასთან ერთად, რომელსაც აქვს გამოსახული ნივთობრივი ხასიათი, საკმაოდ ხშირად ხორციელდება სარეკლამო საქმიანობა, რომელიც ორიენტირებულია არა ერთ საქონელზე, არამედ სასაქონლო ჯგუფზე და ფირმაზე, ე.ი. მის მიერ წარმოებულ ყველა საქონელზე. ასეთ რეკლამებში პირველ პლანზე ფიგურირებს ფირმის სახელწოდება. ფირმის რეკლამირებისას ყურადღება გამახვილებულია მთლიანად მისი საქმიანობის დამახასიათებელ მაჩვენებლებზე, ღირსებებზე. კერძოდ, ამ შემთხვევაში პროპაგანდა ეწევა ფირმის იმიჯს. მის საიმედოობას, ზრუნვას მომხმარებელზე, ფირმის მომსახურების განსაკუთრებულ ხასიათს, მოცემული ფირმის არჩევისას მისაღებ უპირატესობებს.

არსებობს სარეკლამო საქმის წარმოების რიგი სხვა წესები, რომლებიც საბაზრო ეკონომიკის პირობებში წარმოადგენს ბიზნესის მთელ დარგს. მომხმარებელმა რომ იგრძნოს რეკლამის მიმცემის (ფირმის) ზრუნვა სწორედ მასზე, სასურველია, რეკლამაში პირველ რიგში ნაჩვენები იყოს ვის და რომელ მოთხოვნილებებს აკმაყოფილებს სარეკლამო საქონელი და ფირმა, რომელიც ამზადებს მას. მაგალითად, რეკლამის ტექსტი უნდა იყოს ასეთი: «თქვენ გჭირდებათ ფეხსაცმელი ქალისათვის? თქვენ შეგიძლიათ შეიძინოთ სასურველი ფეხსაცმელი მაღაზია «ბატაში», რომელიც მდებარეობს თბილისში, ი. ჭავჭავაძის გამზირზე».

რეკლამამ თავისი ძირითადი ფუნქციის შესრულებისათვის უნდა მიიზეროს ყურადღება და აღძრას ინტერესი. ეფექტი რეკლამისგან შეიძლება იყოს მხედველობითი, სმენითი, ფერიითი, შინაარსიან-პარადოქსული. მსხვილი და მდიდარი სარეკლამო მომსახურებისათვის მიმართავენ რადიოს, გაზეთების, ტელევიზიის რედაქციებს, ათავსებენ გარე რეკლამას ადამიანთა თავშეყრის და ყველაზე თვალსაჩინო ადგილებში, თუმცა ასეთი რეკლამა ძალიან ძვირი ღირს.

ფირმას შეუძლია სარეკლამო ფუნქციები დააკისროს მნიშვნელოვანწილად საფირმო სტილსა და სასაქონლო ნიშანს. საქონლის გაფორმების სტაბილურობა, რომელიც დამახასიათებელია სწორედ მოცემული ფირმისათვის, ცნობილია საფირმო სტილის სახელწოდებით. ასეთი სტილი გამოვლინდება დამზადების ტექნოლოგიაში, რეცეპტურაში, მაგრამ ჩანს ყველაზე მეტად საქონლის გარეგნობაში, რომლის მიხედვითაც ცნობენ ფირმა-დამამზადებელს და მის კლიენტებს და სხვ. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ საფირმო სტილი – საქონლის გარეგნობა (იერსახე) საიმედოდ უნდა ადასტურებდეს მის კარგ ხარისხს, შესრულების წუნდაუდებლობას.

კიდევ უფრო საგნობრივად განასახიერებს ფირმის სახეს მისი სასაქონლო ნიშანი (ბრენდი). მაგალითად, საფირმო სპორტული ფეხსაცმლის მოყვარულთათვის კარგად არის ცნობილი ფირმების «აღიდასისა» და «ნაიკის» სიმბოლიკა, რომელიც იძლევა შესაძლებლობას, ვიზუალურად განვასხვავოთ და გამოვყოთ განსაზღვრული ფირმის პროდუქცია, საქონელი. სასაქონლო ნიშანი მოწოდებულია მიაპყროს მყიდველთა ყურადღება ფირმას, რათა იგი გახდეს ცნობილი ან მოიპოვოს პოპულარობა თავისი საქმიანობის პროდუქტის განსაზღვრული ღირსებებით.

სასაქონლო ნიშანთან ახლოსაა ლოგოტიპი, რომელიც წარმოადგენს ფირმის დასახელების ორიგინალურ, თავისებურ სრულ ან შემცირებულ გამოსახულებას.

სარეკლამო საქმე ფირმის განსაკუთრებული ყურადღებისა და ზრუნვის საგანია. ყველა ფირმას როდი აქვს საამისო შესაძლებლობა, გამოიყენოს «დიდი» რეკლამა, რომელიც ათეულ ათასობით ლარი ღირს. მაშინ გამოიყენება «საშინაო» რეკლამა. ფირმისა და მისი საქონლის შესახებ ცნობების გავრცელება და პროპაგანდა საფოსტო სარეკლამო გზავნილების საშუალებით, ფირმის კლიენტების, ნაცნობების, ნათესავების, მეგობრების მეშვეობით. ფირმას თავისი შესაძლებლობის ფარგლებში შეუძლია დაიქირავოს სარეკლამო სააგენტოები, შექმნას სარეკლამო სამსახურები ან მიმართავს სპეციალიზებული სარეკლამო სააგენტოების მომსახურებას.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს

1.1. რას ნიშნავს სიტყვა "რეკლამა"?

.....
.....

1.2. რა არის რეკლამის ძირითადი ამოცანა?

.....
.....

1.3. როდიდან არის ცნობილი რეკლამა?

.....
.....

1.4. რომელი ქვეყანა ითვლება თანამედროვე რეკლამის სამშობლოდ?

.....
.....

1.5. როდის წარმოიშვა სარეკლამო სააგენტოები ამერიკაში?

.....
.....

1.6. რას ნიშნავს სიტყვა „ლოგოტიპი“?

.....
.....

1.7. რას ნიშნავს სიტყვა „ბრენდი“?

.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

საქონლის მარკეტინგული მწარმოებლებისა საქონლისა შემადგენელი რეკლამას წერილობით თავიდანვე ჰქონდა უპირატესად საინფორმაციო დანიშნულება, ე.ი. მყიდველისათვის უნდა შეეტყობინებინათ მაღაზიისა და მასში გასაყიდი შესახებ. რეკლამა ფირმის საქმიანობის..... ნაწილია. სარეკლამო

განცხადება შეიცავს ცნობებს..... და მომსახურების, მისი ხარისხის, ღირსებების, შესაძლო გამოყენების ადგილების შესახებ, აგრეთვე მათი და შექმნის წესების შესახებ.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1.

- ა. რეკლამის ძირითადი ამოცანა საქონლის მიწოდებაა.
- ბ. რეკლამის ძირითადი ამოცანა საქონლის წარმოებაა.
- გ. რეკლამის ძირითადი ამოცანა მყიდველის მიზიდვაა.
- დ. რეკლამის ძირითადი ამოცანა მომხმარებლის მომსახურებაა.

3.2.

- ა. რეკლამა ფირმის წარმოებითი საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია.
- ბ. რეკლამა ფირმის სასაქონლო საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია.
- გ. რეკლამა ფირმის სამომხმარებლო საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია.
- დ. რეკლამა ფირმის მარკეტინგული საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია.

3.3.

- ა. რეკლამა ფირმის დასახელების ორიგინალური, შემცირებული გამოსახულებაა
- ბ. ლოგოტიპი ფირმის დასახელების ორიგინალური, შემცირებული გამოსახულებაა.
- გ. მარკეტინგი ფირმის დასახელების ორიგინალური, შემცირებული გამოსახულებაა
- დ. მენეჯმენტი ფირმის დასახელების ორიგინალური, შემცირებული გამოსახულებაა

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. ბიზნესის დამოუკიდებელ რეკლამირება გადაიქცა სახეობად მოაქვს მოგება რომელსაც.

.....
.....

4. 2. ფუნქციები ფირმას სარეკლამო დააკისროს სტილსა მნიშვნელოვანწილად შეუძლია საფირმო და სასაქონლო ნიშანს.

.....
.....

4.3. მიაპყროს სასაქონლო ნიშანი მყიდველთა ყურადღება მოწოდებულია ფირმას, რათა იგი ცნობილი ან მოიპოვოს პროდუქტის პოპულარობა გახდეს თავისი საქმიანობის განსაზღვრული ღირსებებით.

.....
.....
.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

სარეკლამო საქმე

.....

მომხმარებელი

.....

საქონლის

.....
სააგენტოები

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

- | | |
|------------|--------------|
| პოპულარობა | სიტყვიერი |
| ნიშანი | სარეკლამო |
| საშუალება | საფერმო |
| რეკლამა | პროდუქტის |
| სააგენტო | სასაქონლო |
| ნიშანი | საინფორმაციო |

7. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. შეავსო ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა გავიგე	რა მინდა ვიცოდე

თემა 9

ბიზნესის სახეები (1)

ბიზნესი ეკონომიკური საქმიანობის უაღრესად მრავალნაზნაგოვანი სახეობაა, რომელიც პრაქტიკულად ვრცელდება ეკონომიკის ყველა სფეროზე და არამარტო ვაჭრობაზე. ბიზნესი სხვადასხვა სფეროში არსებითად განსხვავებულია ფორმისა და, განსაკუთრებით, ოპერაციითა შინაარსისა და მათი განხორციელების მიხედვით. ბიზნესის ხასიათზე დიდ გავლენას ახდენს საქონლისა და მომსახურების სახეობა და უფრო მეტად – საქონლისა და მომსახურების მოპოვების წესი. ბიზნესის ცალკეული სახეები განსხვავდება აგრეთვე ბიზნესში გამოსაყენებელ ფაქტორებზე საკუთრების ფორმებით. ბიზნესმა შეიძლება შეიძინოს სხვადასხვანაირი ფორმა იმის მიხედვით, მოქმედებს თუ არა ბიზნესმენი დამოუკიდებლად, პირადად თუ კავშირს ამყარებს სხვა ბიზნესმენებთან, იყენებს მხოლოდ თავის ქონებას თუ ერთდროულად სხვა პირთა ქონებას, იყენებს თავის შრომას თუ დაქირავებულ მუშაკებს.

ბიზნესის უმარტივესი სახეა ინდივიდუალური საქმიანობა სანარმოს (ფირმის) სტატუსის გაფორმების გარეშე, მაგრამ სისტემატური საქმიანობის სახელმწიფო რეგისტრაციის პირობებში. ამასთანავე, ბიზნესმენი მოქმედებს როგორც ფიზიკური პირი, მაგალითად, თითოეულ მოქალაქეს შეუძლია თავის ბოსტანში, ბაღში მოიყვანოს ყვავილები ან კიტრი და გაყიდოს ისინი იმათზე, ვისაც სურს იყიდოს. ასეთი საქმიანობა, თუმცა რიგი შეზღუდვებით, იყო საბჭოთა ეკონომიკის დროსაც და მას უწოდებდნენ ინდივიდუალურ შრომით საქმიანობას. ერთპიროვნულ მესაკუთრეს, ბიზნესმენს, უფლება აქვს გამოიყენოს თავისი კუთვნილი ქონება საკუთარი შეხედულებისამებრ. მაგალითად, თავისი ბინის არენდით (ქირით) სხვა ადამიანებზე გამცემი გამოდის როგორც ინდივიდუალური ბიზნესმენი. ერთპიროვნული ბიზნესმენი მთლიანად კისრულობს ხარჯებს და პასუხს აგებს თავისი საქმიანობის შედეგებზე. მას შეუძლია დაიწყოს და შეწყვიტოს იგი ნებისმიერ დროს. საკუთარი ბიზნესი არ შემოიფარგლება ფიზიკური პირებით: ნებისმიერი ქმედითუნარიანი მოქალაქე, რომელსაც სურს შექმნას საკუთარი სამეურნეო, კომერციული სანარმო (ფირმა), ფლობს უფლებასა და შესაძლებლობას, შეიძინოს ოფიციალური, იურიდიული პირის სტატუსი და გატარდეს რეგისტრაციაში როგორც კერძო სანარმო (ფირმა). ბიზნესის ერთპიროვნული სანარმო სრულიადაც არ ნიშნავს ერთი პირის არსებობას. მოცემული სანარმოს მესაკუთრე, ბიზნესმენი, გამოდის ერთი პირის, ერთი მოქალაქის – ბიზნესის სუბიექტის სახით. კერძო ფირმის პატრონს უფლება აქვს დაქირაოს სამუშაოდ თანამშრომელთა ნებისმიერი რაოდენობა, მაგრამ ისინი არ არიან სანარმოს მესაკუთრეები, არიან დაქირავებული მუშაკები. მართალია, ეს მუშაკები მონაწილეობენ ბიზნესში როგორც მეპატრონის ნების შემსრულებლები, მაგრამ ასეთი დაქირავებული მუშაკები არ ითვლებიან ბიზნესმენებად. მოცემულ შემთხვევაში, ბიზნესმენი არის კერძო ფირმის მესაკუთრე და დამფუძნებელი. კერძო ბიზნესი მჭიდრო კავშირშია საოჯახო ბიზნესთან, რომელიც შეიძლება მიეკუთვნოს ჯგუფურ ბიზნესს, ე. ი. კოლექტიურ ნაირსახეობას, მაგრამ სინამდვილეში, ოჯახში ნორმალური ურთიერთობების არსებობისას,

წარმოადგენს ბიზნესის სახეობას. ინდივიდუალური მფლობელი, რომელიც ახორციელებს ერთპიროვნულ ბიზნესს, არ არის შებოჭილი არავითარი პირობებით და შეზღუდვებით თანამფლობელების მხრივ, რის გამოც ასეთი ბიზნესი მიმზიდველია. მაგრამ დამოუკიდებლობა და სიმარტივე შეუზღუდავი პერსონალური პასუხისმგებლობისა და მესაკუთრისაგან ფლობის განცალკევების შედეგია (კვდება მესაკუთრე, წყდება ფირმის ფუნქციონირება, მემკვიდრეები ღებულობენ არა ფირმას, არამედ სამემკვიდრეო ფასეულობებს). ამასთან, მარტოხელა პირი ბიზნესის კონკურენტულ გარემოში სუსტი მებრძოლია. ამიტომ ბიზნესმენები აერთიანებენ საშუალებებსა და ძალისხმევას, ამჯობინებენ ერთპიროვნული ბიზნესის კოლექტიური ბიზნესით შეცვლას. მაგრამ კოლექტიური ბიზნესის ორგანიზაცია არ ნიშნავს ქონებაზე კერძო საკუთრებისაგან უარის თქმის ვალდებულებას საერთო ფირმის იურიდიულ პირად რეგისტრაციის დროს. ინდივიდუალურს შეუძლიათ შეინარჩუნონ ქონებრივი უფლებები, შექმნან ერთიანი საწარმო მხოლოდ თავიანთი ძალისხმევის გაერთიანებისა და ერთიანი გუნდის ჩამოყალიბებით. ამისათვის საკმარისია თავიანთ მოქმედებათა ერთიანობა განამტკიცონ კოოპერატივის, საზოგადოების შექმნის შესახებ საერთო ხელშეკრულებით. მაშასადამე, კოლექტიური ბიზნესი ეხამება პრაქტიკულად ბიზნესის ყველა ფაქტორზე კერძო საკუთრებას. საზოგადოებაში, კოოპერატივში თითოეულ მონაწილეს შეუძლია გააერთიანოს სხვებთან თავისი კუთვნილი წარმოების საშუალებები, თავისი ქონება. გადასაწყვეტია მხოლოდ საერთო შემოსავლის განაწილების საკითხი.

კოლექტიური ბიზნესის უმრავლეს სახეობაში ხდება მონაწილეთა კაპიტალის შერწყმა, საერთო ქონებრივი კომპლექსის წარმოქმნა, იურიდიული პირის შექმნა სამეურნეო საზოგადოების სახით, რომელიც პასუხისმგებელია მთლიანად საზოგადოების კუთვნილი მხოლოდ ქონების ვალდებულებებით. ასეთ ფირმებში წარმოების საშუალებებზე საკუთრება იძენს ჯგუფურ, კოლექტიურ ხასიათს. შესაძლებელია საერთო საწარმოს (ფირმის) თანამეპატრონეთა საკუთრების წილობრივი დაყოფა ძირითადი საშუალებების ფულადი ღირებულების ნაწილის დადგენის სახით, რომელიც ეკუთვნის გაერთიანების პროცესის თითოეულ ბიზნესმენს. არსებობს კოლექტიურ ბიზნესში კერძო საკუთრების გარეგნულად (მოჩვენებით) შენარჩუნების კიდევ ერთი ვარიანტი – მისი გარდაქმნა სააქციო (აქციონერულ) საკუთრებად, რომლის დროსაც თითოეული აქციონერი თავისი აქციის მფლობელია (პატრონია). საშუალებების, კაპიტალის, ძალისხმევის, მართვის (მენეჯმენტის) შემდგომი გაერთიანება იწვევს კოლექტიური ბიზნესის მსხვილი ინტეგრაციული ფირმების ჩამოყალიბებას ერთობლივი საწარმოების, კორპორაციების, სახით.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ეკონომიკური საქმიანობის როგორი სახეობაა ბიზნესი?

.....
.....

1.2. რა არსებითი განსხვავებაა ბიზნესის სხვადასხვა სფეროს შორის?

1.3. რის მიხედვით შეიძლება შეიძინოს ბიზნესმა სხვადასხვანაირი ფორმა?

1.4. რა არის ბიზნესის უმარტივესი სახე?

1.5. რისი უფლება აქვს ერთპიროვნულ მესაკუთრეს _ ბიზნესმენს?

1.6. რას კისრულობს და რაზე აგებს პასუხს ერთპიროვნული ბიზნესმენი?

1.7. რა ხდება კოლექტიური ბიზნესის უმრავლეს სახეობაში?

2. მრავალწევრილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ქონებას ბიზნესმენი ფიზიკური დაქირავებულ ინდივიდუალური რეგისტრაციის კაპიტალს ბიზნესმა

ფორმებით შეიძლება შეიძინოს სხვადასხვანაირი ფორმა იმის მიხედვით, მოქმედებს თუ არა დამოუკიდებლად, პირადად თუ ამყარებს სხვა ბიზნესმენებთან, იყენებს მხოლოდ თავის თუ ერთდროულად სხვა პირთა ქონებას, იყენებს თავის შრომას თუ მუშაკებს.

ბიზნესის უმარტივესი სახეა საქმიანობა სანარმოს (ფირმის) სტატუსის გაფორმების გარეშე, მაგრამ სისტემატური საქმიანობის სახელმწიფო პირობებში. ამასთანავე, ბიზნესმენი მოქმედებს როგორც პირი,

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი“

3.1.

- ა. კერძო ფირმის პატრონს უფლება აქვს დაიქირაოს თანამშრომელთა ნებისმიერი რაოდენობა;
- ბ. კერძო ფირმის პატრონს უფლება არა აქვს დაიქირაოს თანამშრომელთა ნებისმიერი რაოდენობა;
- გ. კერძო ფირმის პატრონს უფლება არა აქვს დაიქირაოს თანამშრომლები;
- დ. კერძო ფირმის პატრონს უფლება აქვს დაიქირაოს სამუშაოდ თანამშრომელთა განსაზღვრული რაოდენობა.

3.2.

- ა. ერთპიროვნული ბიზნესმენი ნაწილობრივ კისრულობს ხარჯებს;

- ბ. ერთპიროვნული ბიზნესმენი სახელმწიფო დოტაციაზე;
- გ. ერთპიროვნული ბიზნესმენი მთლიანად კისრულობს ხარჯებს;
- დ. ერთპიროვნული ბიზნესმენი საერთოდ არ კისრულობს ხარჯებს.

3.3.

- ა. კერძო ბიზნესი კავშირში არ არის საოჯახო ბიზნესთან;
- ბ. კერძო ბიზნესს ეკრძალება კავშირი საოჯახო ბიზნესთან;
- გ. კერძო ბიზნესი ზოგჯერ კავშირშია საოჯახო ბიზნესთან;
- დ. კერძო ბიზნესი მჭიდრო კავშირშია საოჯახო ბიზნესთან.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. ბიზნესი ინდივიდუალური პირობებით ასეთი მფლობელი, რომელიც თანამფლობელების ბიზნესს, არ არის არავითარი შებოჭილი ახორციელებს ერთპიროვნულ და შემლუდვებით მხრივ, რის გამოც მიმზიდველია.

.....

.....

.....

4.2. სახეობაში შერწყმა უმრავლეს ბიზნესის მონაწილეთა ხდება კაპიტალის.

.....

.....

4.3. კოლექტიური ბიზნესის უმრავლეს სახეობაში საშუალებებზე წარმოების საკუთრება ჯგუფურ იძენს, კოლექტიურ ხასიათს.

.....

.....

.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

მესაკუთრე

.....

.....

კუთვნილი

.....

.....

ერთპიროვნული

.....

.....

შებოჭილი

.....

.....

7. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

- | | |
|----------------------|-----------------|
| ა. ინდივიდუალური | პასუხისმგებლობა |
| ბ. ერთპიროვნული | ბიზნესი |
| გ. ერთობლივი | საკუთრება |
| დ. მრავალწახნაგოვანი | საწარმოები |
| ე. პერსონალური | მფლობელი |
| ვ. სააქციო | სახეობა |

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 10

ბიზნესის სახეები (2)

ბიზნესის კლასიფიკაცია საქმიანობის სახეების მიხედვით ჩამოყალიბდა და ძირითადად მოიცავს საწარმოო, სავაჭრო, საფინანსო და სადაზღვევო ბიზნესს.

1. საწარმოო ბიზნესი.

როგორც სახელწოდებიდან ჩანს, საწარმოო ბიზნესს უნდა მიეკუთვნოს ისეთი ბიზნესი, რომლის საფუძველს შეადგენს წარმოება, როგორც მატერიალური, ასევე ინტელექტუალური, სულიერი წარმოების ჩათვლით. საწარმოო ბიზნესი განეკუთვნება ყველაზე რთულ, სერიოზულ, საზოგადოებრივად აუცილებელ და ამავდროს ბიზნესის ძნელ სახეობას. ამითაა გარკვეულწილად განპირობებული ის ფაქტი, რომ პოსტსაბჭოურ ქართულ ბიზნესში საწარმოო ბიზნესს ექცევა გაცილებით ნაკლები ყურადღება, ვიდრე ბიზნესის სხვა სახეებს, რომლებსაც ძალუძთ მოგების უფრო სწრაფად და იოლად მოტანა.

ბევრი ადამიანის წარმოდგენით, ბიზნესი ასოცირდება ვაჭრობასთან და არა წარმოებასთან, რაც დიდი შეცდომაა. ბიზნესი ყველაზე მჭიდროდ დაკავშირებულია წარმოებასთან. რომ არ იყოს საწარმოო ბიზნესი, სავაჭრო ბიზნესი დაკარგავდა მატერიალურ, ნივთობრივ საფუძველს და იქნებოდა მხოლოდ იმპორტული საქონლით ვაჭრობა (სამწახაროდ, ჯერჯერობით ასეა ჩვენთან). საწარმოო ბიზნესში მთავარია საგნების (ნივთების), ფასეულობების, ფართო გაგებით – დოვლათის შექმნა. ასეთი ბიზნესის განმსაზღვრელი ნაწილია იმ პროდუქციის წარმოება (მატერიალური მომსახურების, ინფორმაციის, ინტელექტუალურ ფასეულობათა), რომელიც შემდგომ განკუთვნილია მყიდველებზე, მომხმარებლებზე სარეალიზაციოდ (გასაყიდად). საწარმოო ბიზნესის პირობებში ბიზნესმენები მონოდებული არიან მოაწყონ და განახორციელონ წარმოება, რომელიც არის მათი ძირითადი ფუნქცია. ეს სრულიად არ ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესმენები თვითონ აკეთებენ ყველაფერს. მათ შეუძლიათ, აქვთ უფლება, გამოიყენონ წარმოებისათვის თავიანთი ნათესავები, კოლეგები, დაქირავებული მუშაკები.

2. სავაჭრო ბიზნესი

საწარმოო ბიზნესი მჭიდრო კავშირშია ბიზნესთან საქონლის მიმოქცევის, გაცვლის სფეროში, ვინაიდან წარმოებული საქონელი უნდა გაიყიდოს, გაიცვალოს ფულზე ან სხვა საქონელზე. ბიზნესის განვითარების ისტორიიდან ცნობილია, რომ ბიზნესი ხელოსნობის დარგში მაშინვე წარმოშობდა ვაჭრობას. ეს განუწყვეტელი კავშირი ყოველთვის იყო. ამასთან, აქტიურ მხარედ ყოველთვის არ გამოდის წარმოება. სავაჭრო ბიზნესი, რომელიც ავლენს მოთხოვნას საქონელზე, აქვებს (სტიმულს აძლევს) საწარმოო ბიზნესს. სავაჭრო ბიზნესს უწოდებენ საქმიანობას, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის ყიდვა-გაყიდვასთან, საქონელგაცვლით, სასაქონლო-ფულად ოპერაციებთან. კომერცია (სიტყვის ვიწრო (ძველი) გაგებით) ვაჭრობაა, ხოლო კომერსანტი – ვაჭარი, ადამიანი, რომელიც ვაჭრობს, მაგრამ რადგან ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ჩვენთან ვაჭრობა პრაქტიკულად იყო სახელმწი-

ფოებრივი, კომერსანტებს უწოდებდნენ კერძო ან იატაკქვეშა მოვაჭრეებს და მეტწილად კომერციას აიგივებდნენ სპეკულაციასთან. გამონაკლისს შეადგენდა მხოლოდ საკუთარი წარმოების საქონლის გაყიდვა, სურსათის საკოლმეურნეო (ამჟამად აგრარულ) ბაზარზე, რომლის დროსაც მწარმოებელი და გამყიდველი ერთი და იგივე პირი იყო. სავაჭრო გარიგების ძირითადი ფორმულაა: «საქონელი _ ფული» (საქონლისათვის ფული) გაყიდვისას და «ფული _ საქონელი» (ფულისათვის საქონელი) შესყიდვისას. ვაჭრობა მოიცავს ე. წ. ბარტერულ, საქონელგაცვლით გარიგებებს, რომლებიც ხორციელდება ფორმულით: «საქონელი _ საქონელი» (საქონლისათვის _ სხვა საქონელი ან მომსახურება). სავაჭრო ბიზნესი, როგორც ბიზნესის სახეობა, გულისხმობს საქონლის შესყიდვის ფასთან შედარებით უფრო ძვირად გაყიდვის შესაძლებლობას და ამ გზით მოგების მიღებას. ასეთი შესაძლებლობა არსებობს, თუმცა სინამდვილეში მოგების მიღება ხდება არა ისე მარტივად, როგორც ჩანს ერთი შეხედვით. იგი მიიღწევა დიდი ძალისხმევით, ზრუნვით, გარჯის შედეგად. ოფიციალური სავაჭრო ბიზნესის კერებია მალაზიები, ბაზრები, ბირჟები, გამოფენა-გაყიდვები, აუქციონები, სავაჭრო სახლები, სავაჭრო ბაზები, ვაჭრობის სხვა დაწესებულებები, მათ შორის, ფარდულები (ჭიხურები). მაგრამ მაინც ახალგაზრდობისთვის მაგისტრალური გზა არ არის სავაჭრო ბიზნესი. მომავლის პერსპექტივის პოზიციიდან ასეთი გზაა საწარმოო ბიზნესი, რომელიც იძლევა წარმატების მნიშვნელოვნად მეტ შანსს.

3. საფინანსო ბიზნესი

ბიზნესის განსაკუთრებული სახეა საფინანსო ბიზნესი. იგი გამოიყოფა ბიზნესის დამოუკიდებელ სახედ, ვინაიდან ამ შემთხვევაში ყიდვა-გაყიდვის ფრიად სპეციფიკური საქონელია ფული, უცხოური ვალუტა, ფასიანი ქაღალდები. ამასთან, მხედველობაშია მისაღები არა მარტო და არა იმდენად უცხოური ვალუტის ლარზე ყიდვა-გაყიდვა, თუმცა ესეც საფინანსო გარიგებაა. საფინანსო ბიზნესში მთავარია ოპერაციითა გაცილებით ფართო წრე, რომელიც მოიცავს ფულის, ფულადი სახსრების, ფასიანი ქაღალდების სხვა სახეების გაყიდვისა და გაცვლის ყველა მრავალფეროვნებას ფულზე, უცხოურ ვალუტაზე, ფასიან ქაღალდებზე. ერთი შეხედვით, ფულის ფულზე გაყიდვა ჩანს უცნაურად და უაზროდაც კი, მაგრამ იგი იძენს აზრს, თუ ამჟამინდელი ფულის გაყიდვა-გაცვლა ხდება სამომავლოზე. ამაში იგულისხმება საკრედიტო ოპერაციებიც. თუმცა ამ შემთხვევაში უფრო მართებულია მსჯელობა არა წმინდა საფინანსო, არამედ საფინანსო-საკრედიტო ოპერაციებზე. ამრიგად, საფინანსო ანუ საფინანსო-საკრედიტო ბიზნესი გულისხმობს ფულისა და ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვას, რაც უზრუნველყოფს მოგების მიღებას.

4. საღაზღვევო ბიზნესი

სიცოცხლის, ქონების, ფასეულობათა დაზღვევა არ ითვლებოდა ბიზნესად ყოფილ სსრ კავშირში, მათ შორის საქართველოშიც, რადგან იგი აღიარებული იყო მხოლოდ სახელ-მწიფოებრივ დაზღვევად. საბჭოური დაზღვევა იყო საყოველთაო, იძულებითი ან ნახევრად-იძულებითი და ამიტომ მინიმალური დამოკიდებულება თუ ჰქონდა ბიზნესთან. სახელმწი-ფოებრივი სავალდებულო დაზღვევა ამჟამად შენარჩუნებულია სოციალური დაზღვევის ფორმით. იგი წარმოადგენს საწარმოებისა (ფირმების) და მოქალაქეების შემოსავლის ნაწი-ლის ამოღებას, მათ საფუძველზე საშუალებების შექმნის მიზნით, რომლებიც განკუთვნილია იმ პირების დასახმარებლად, რომლებსაც არა აქვთ შესაძლებლობა მიიღონ შრომითი

შემოსავლები ან, უბრალოდ, საჭიროებენ დახმარებას. უპირველეს ყოვლისა, ესაა სახელმწიფოებრივი საპენსიო უზრუნველყოფა და სამედიცინო დაზღვევა, რაც არ მიეკუთვნება ბიზნესს. ბიზნესთან უშუალო დამოკიდებულება აქვს ისეთ ფორმებს, როგორცაა ქონებისა და სიცოცხლის დაზღვევა. ბიზნესს საქმე აქვს მსგავსი დაზღვევის მხოლოდ ნებაყოფლობით ფორმებთან. საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლასთან დაკავშირებით საქართველოში ჩაისახა სადაზღვევო ბაზარი, რომელზეც ყიდვა-გაყიდვის საგანია განსაკუთრებული მომსახურება - სადაზღვევო საქმე.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რის მიხედვით ჩამოყალიბდა ბიზნესის კლასიფიკაცია?

.....
.....
.....

1.2. რომელი ბიზნესი უნდა მიეკუთვნოს საწარმოო ბიზნესს?

.....
.....
.....

1.3. რასთან ასოცირდება ბიზნესი ბევრი ადამიანის წარმოდგენით?

.....
.....
.....

1.4. რას წარმოშობდა ბიზნესი ხელოსნობის დარგში?

.....
.....
.....

1.5. რას უწოდებენ სავაჭრო ბიზნესს?

.....
.....
.....

1.6. რა არის ყიდვა-გაყიდვის საქონელი საფინანსო ბიზნესში?

.....
.....
.....

1.7. რას გულისხმობს საფინანსო ანუ საფინანსო-საკრედიტო ბიზნესი?

.....
.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

კომერსანტი წარმოება სარეალიზაციოდ ბიზნესის საზოგადოებრივად ვაჭრობაა
საწარმოო ბიზნესი განეკუთვნება ყველაზე რთულ, სერიოზულ,
აუცილებელ და ამავე დროს ძნელ სახეობას. კომერცია (სიტყვის ვიწრო გაგებით)
....., ხოლო _ ვაჭარი, ადამიანი, რომელიც ვაჭრობს. ბიზნესის
განმსაზღვრელი ნაწილია იმ პროდუქციის (მატერიალური მომსახურების,
ინფორმაციის, ინტელექტუალურ ფასეულობათა), რომელიც შემდგომ განკუთვნილია
მყიდველებზე, მომხმარებლებზე (გასაყიდად).

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. რას უწოდებენ საქმიანობას, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის ყიდვა-გაყიდვასთან?

- ა. სადამზღვევო ბიზნესს
- ბ. სავაჭრო ბიზნესს
- გ. საწარმოო ბიზნესს
- დ. საფინანსო ბიზნესს

3.2. გაყიდვისას სავაჭრო გარიგების ძირითადი ფორმულაა:

- ა. „ფული _ საქონელი“;
- ბ. „საქონელი _ საქონელი“;
- გ. „საქონელი _ ფული“;
- დ. „ფული _ ფული“.

3.3. საწარმოო ბიზნესში მთავარია

- ა. ფულის დაბანდება;
- ბ. დოვლათის შექმნა;
- გ. საწარმოს აშენება;
- დ. უანგარობა.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. რომ არ იყოს საწარმოო ბიზნესი, სავაჭრო მატერიალურ ბიზნესი დაკარგავდა, ნივთობრივ საფუძველს და იმპორტული იქნებოდა მხოლოდ საქონლით ვაჭრობა.

.....
.....
.....
.....

4.2. დამოკიდებულება ბიზნესთან აქვს ისეთ ფორმებს უშუალო, როგორებიცაა ქონების დაზღვევა და სიცოცხლის.

.....
.....
.....

4.3. ურთიერთობებზე საბაზრო გადასვლასთან საქართველოში დაკავშირებით ჩაისახა სადაზღვევო ბაზარი, რომელზეც საგანია ყიდვა-გაყიდვის განსაკუთრებული მომსახურება - სადაზღვევო საქმე.

.....
.....
.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით
საქონელი

.....
.....

ფული

.....
.....

სადაზღვევო

.....
.....

სასაქონლო-ფულადი

.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის მოკლე შინაარსი რამდენიმე წინადადებით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|---------------|----------|
| ა. ბიზნესის | ქალაქები |
| ბ. სადაზღვევო | საქონელი |

გ. სიცოცხლის
დ. სპეციფიკური
ე. ფასიანი
ვ. სავაჭრო

ბიზნესი
დაზღვევა
გარიგება
კლასიფიკაცია

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 11

ბიზნესგეგმა და მარკეტინგი

ეკონომიკურ ლიტერატურაში ჯერ კიდევ ვხვდებით მოსაზრებებს იმის თაობაზე, რომ გეგმა შეუთავსებელია საბაზრო ეკონომიკასთან, ვინაიდან ბაზარი თვითრეგულირებადი ფენომენია. ამასთან დაკავშირებით შემოთავაზებულია ფორმულა: „ან გეგმა _ ან ბაზარი“. პირდაპირ უნდა ითქვას, რომ იმ შემთხვევის გარდა, როდესაც მხედველობაში აქვთ დირექტიული, ზემოდან თავსმობხვეული გეგმა, რასაც ადგილი ჰქონდა ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური სისტემის დროს, გეგმისა და ბაზრის დაპირისპირება მოკლებულია ყოველგვარ ლოგიკასა და საფუძველს. შიდასაფერმო დაგეგმვა ცალკეული (ეკონომიკური) სამეურნეო ერთეულის(საწარმოს) დონეზე, თვითდაგეგმვა არა ზემოდან ბრძანებით, არამედ აუცილებლობით, განსაკუთრებით გავრცელებულია საბაზრო ეკონომიკაში და წარმოადგენს მის განუყოფელ ნაწილს. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში (საფრანგეთი, იაპონია და სხვ.) ეროვნული ეკონომიკის დონეზე გამოიყენება ინდიკატიური დაგეგმვა, როგორც ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების ორიენტირი, რომელსაც აქვს მხოლოდ სარეკომენდაციო ხასიათი. პრაქტიკულად, დაგეგმვის გარეშე არ არსებობს სოლიდური ბიზნესი, რაც არ გამოირიცხავს ცალკეული კომერციული გარიგებების განხორციელებას, რომლებიც ხშირად სავალალო შედეგით მთავრდება. თითოეული ბიზნესოპერაცია საჭიროებს დაგეგმვას, ანუ მისი ჩატარების პროგრამის შედგენას მისი განხორციელების ყველა ეტაპისა და პროცედურის განხილვით, მიზნებისა და რესურსების შეთანხმებით, შემოსავლებისა და ხარჯების ბალანსის შედგენით. თუ საწარმო (ბიზნესმენი) ახორციელებს ერთმანეთთან დაკავშირებულ რამდენიმე ოპერაციას, მაშინ ისინი უნდა დაიგეგმოს ერთად, ურთიერთკავშირში. ამ შემთხვევაში იგულისხმება არა მხოლოდ ერთი ბიზნესოპერაციის დაგეგმვა, არამედ მთელი საქმიანობის, როგორც უწყვეტი პროცესის, დაგეგმვა.

დიდი, ხანგრძლივი ბიზნესოპერაციების და, მით უმეტეს, მასშტაბური ეკონომიკური პროექტების განხორციელებისას, რომლებსაც ძალუძთ მნიშვნელოვანი მოგების მოცემა, გეგმის ანუ მოქმედებათა პროგრამის წინასწარი დამუშავება ხდება ჩანაფიქრის დასაბუთებისა და სასურველი შედეგის მიღების საიმედოობის უზრუნველყოფის აუცილებელი პირობა. საზღვარგარეთულ პრაქტიკაში საქმიანი პროექტების განხორციელების გეგმები იმდენად ფართოდაა გავრცელებული, რომ მიიღეს სპეციალური სახელწოდება _ მათ უწოდებენ ბიზნესგეგმებს. ჩვეულებრივ, ბიზნესგეგმა დგება კომერციული ორგანიზაციის (ფირმის) შექმნის, მსხვილი პროექტების დასაბუთებისას, რაც გათვალისწინებულია რამდენიმე წელზე. ბიზნესგეგმას განიხილავენ როგორც ბიზნესოპერაციის ეკონომიკური დასაბუთებისა და მისი ჩატარების პროგრამის შეხამებას.

ბიზნესგეგმა არის შეთანხმებული, დროში დაკავშირებული ბიზნესმოქმედებათა წინასწარ დასახული, პრაქტიკულად განხორციელებადი სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს განსაზღვრული მიზნების მიღწევას. ამრიგად, ბიზნესგეგმა ბიზნესოპერაციათა ჩატარების,

განხორციელების პროგრამაა, ასეთ ოპერაციათა გეგმა-პროგნოზია. დიდმასშტაბიანი ეკონომიკური პროგრამებისაგან განსხვავებით, ბიზნესგეგმაში ძირითადი ყურადღება ექცევა საფინანსო-ეკონომიკურ მაჩვენებლებს, მაშინ, როდესაც მეცნიერულ-ტექნიკური, სანარმოო-ტექნოლოგიური, სოციალური ასპექტები მასში ნაკლებადაა წარმოდგენილი. საფინანსო-ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე ორიენტირებით ისე უნდა წარიმართოს საქმე, რომ უზრუნველყოფილი იქნეს მოგების მიღება. ხოლო იმ შემთხვევაში, როდესაც ბიზნესის უშუალო ობიექტია მეცნიერულ-ტექნიკური მიღწევები, ინოვაციები, საქონლის განსაკუთრებული ხარისხი, ბიზნესგეგმაში მთავარია ტექნიკურ-ტექნოლოგიური მაჩვენებლები.

პრინციპული მნიშვნელობა აქვს იმის გაგებას, რომ ბიზნესგეგმაში მთავარია არა ფორმალური, არამედ არსებითი მხარე. არავის აქვს უფლება, აიძულოს ბიზნესმენი (ფირმა), შეადგინოს და, მით უფრო, შეათანხმოს ან დაამტკიცოს გარიგების გეგმა. ბიზნესგეგმის არსებობისას იგი უფრო ჩქარა მოძებნის კომპანიონებს (პარტნიორებს) და (დაარწმუნებს მათ მიიღონ მონაწილეობა გარიგებაში), მიიღებს კრედიტებს.

ამრიგად, ბიზნესგეგმა ესაჭიროება ფირმას არა როგორც ფორმალური დოკუმენტი, არამედ როგორც გარიგების დასაბუთებულობის, საიმედობის, რეალიზებულობის დადასტურება. ასე რომ, ყველაზე მეტად ეს დოკუმენტი აუცილებელია თვით ბიზნესმენისა და მისი უშუალო პარტნიორებისათვის, კონტრაგენტებისათვის.

თუმცა ბიზნესგეგმის, როგორც ერთ-ერთი ძირითადი დოკუმენტის, არსებობა მოწმობს საგეგმო ოპერაციისა და მისი ორგანიზატორების სოლიდურობას და ამით ქმნის კარგ ფონს, დასახული საქმის ხელსაყრელ მორალურ ატმოსფეროს.

ინდივიდუალური ბიზნესმენი იშვიათად აფორმებს ოპერაციის ჩატარების გეგმას დოკუმენტის სახით, ე. ი. ქაღალდზე. მნიშვნელოვანია ის, რომ მას კარგად უნდა ჰქონდეს მოფიქრებული სამოქმედო გეგმა. ფირმის დონეზე ბიზნესგეგმა სასურველია და აუცილებელიც, იყოს გაფორმებული როგორც დოკუმენტი.

ბიზნესგეგმა ღებება, ერთი მხრივ, როგორც ფირმის სამოქმედო პროგრამა და, მეორე მხრივ, იმ პირებისათვის (ფირმებისათვის), რომლებიც უნდა დარწმუნდნენ, რომ ჩაფიქრებული საქმე საიმედოა. ბიზნესმენისთვის გეგმა აუცილებელია, რათა იმოქმედოს არა ბრმად, არამედ მოფიქრებული, გაანგარიშებული სქემით. ბიზნესგეგმა შესაძლებლობას აძლევს მას წინასწარ დაინახოს სამომავლო ოპერაციის მოდელი.

ფირმისთვის ბიზნესგეგმა აუცილებელია როგორც საგარეო დოკუმენტი. ის პირები და ფირმები, რომლებთანაც მყარდება კონტაქტი, იღებენ ხელშეკრულებები, ბუნებრივია, დაინტერესებულნი არიან იმით, თუ რამდენად მოფიქრებულია, გაანგარიშებული და დასაბუთებულია ბიზნესოპერაცია. განსაკუთრებით ეს განპირობებულია კონკურენტების ინტერესებით, რომლებსაც ძალუძთ ბიზნესგეგმის ცხოვრებაში გატარების გართულება. ამ მხრივ ბიზნესგეგმა ფირმის კომერციული საიდუმლოებაა. ამიტომ პირებისა და ორგანიზაციების წრე, რომლებიც ეცნობიან ბიზნესგეგმას, ერთგვარად შეზღუდულია. ბიზნესის წარმოების წესები ითვალისწინებს ბიზნესგეგმის გაცნობას მხოლოდ ფირმის ხელმძღვანელობის ნებართვით.

არ არსებობს ბიზნესგეგმის მკაცრად რეგლამენტირებული ერთიანი სტრუქტურა შესაბამისი შინაარსით. ფირმის ბიზნესგეგმაში ხშირად არის შემდეგი ძირითადი განყოფილებები:

- 1) ცნობები ფირმისა და მისი ბიზნესის შესახებ (სატიტულო ფურცელი);
- 2) პროდუქტის (საქონლის, მომსახურების) აღწერა (შესავალი ნაწილი);
- 3) ფირმის სამეურნეო საქმიანობის (ბიზნესის) მდგომარეობის ანალიზი;
- 4) განსახორციელებელი პროექტის არსი;
- 5) მარკეტინგის ღონისძიებათა სისტემა (გეგმა);
- 6) საწარმოო გეგმა;
- 7) საორგანიზაციო გეგმა;
- 8) რისკების შეფასება;
- 9) საფინანსო გეგმა;
- 10) დასკვნები (დანართები).

მაშასადამე, გეგმაში უნდა იყოს წარმოდგენილი სამომხმარებლო მოთხოვნის პროგნოზი, მონაცემები, რეგიონის, მომხარებელთა ტიპოლოგიის შესახებ. ამასთან, სასურველია მასში იყოს მონაცემები საქონლის მოსალოდნელი მოხმარების დინამიკის შესახებ დროითი პერიოდის მიხედვით და მოცემულ საქონელზე გადახდისუნარიანი მოთხოვნილების ჩამოყალიბებული ფაქტორების გათვალისწინებით. უნდა გაკეთდეს ფასების პროგნოზული შეფასებაც, რომლის მიხედვით ნავარაუდევია ფირმის საქონლის რეალიზაცია. ფასების პროგნოზირება საჭიროა დროსა და სივრცეში მოსალოდნელი ცვლილებების მხედველობაში მიღებით. ყოველივე აღნიშნული მიუთითებს იმაზე, რომ ბიზნესგეგმა არ შეიძლება იყოს მკაცრად რეგლამენტირებული სამოქმედო პროგრამა; იგი გეგმა-პროგნოზია, რომელშიც ნაჩვენებია სავარაუდო მოქმედებათა კომპლექსი.

ბიზნესგეგმაში ცენტრალური ადგილი ეთმობა მარკეტინგულ ღონისძიებათა სისტემას. მთავარი ამ სისტემაში არის ბაზრის კომპლექსური გამოკვლევა. უნდა დადგინდეს ფირმის საქონლის გაყიდვების მოცულობა (ტევადობა) დროის განსაზღვრულ პერიოდში, რომლებიც უზრუნველყოფილია მოთხოვნით, ე. ი. გაყიდვების გარანტიით. გაყიდვების პოტენციურად შესაძლო მოცულობის შეფასებისათვის საჭიროა განისაზღვროს ბაზრების სახეები, მთი განლაგება, ბაზრის სიდიდე (ტევადობა), ე. ი. საქონლის რაოდენობა, რომელიც შეიძლება გაიყიდოს მოცემულ ბაზარზე ერთ დღეში, თვეში, წელიწადში. ასეთი მონაცემები, ცნობები შეიძლება მიღებულ იქნეს მხოლოდ პოტენციური კლიენტების შესახებ ინფორმაციის მიღების საფუძველზე, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ფირმის პროდუქტის შექენით.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა არის ბიზნესგეგმა?

.....

.....

.....

1.2. რას ნიშნავს მარკეტინგი?

.....

.....

1.3. რა არის მთავარი ბიზნესგეგმაში?

.....

.....

1.4. რისთვის ესაჭიროება ფირმას ბიზნესგეგმა?

.....

.....

1.5. რას ეთმობა ცენტრალური ადგილი ბიზნესგეგმაში?

.....

.....

1.6. რა არის მთავარი მარკეტინგულ ღონისძიებათა სისტემაში?

.....

.....

1.7. რა არის საჭირო გაყიდვების პოტენციურად შესაძლო მოცულობის შეფასებისათვის?

.....

.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*ორგანიზაციების წარმოების დასაბუთებელია ბიზნესგეგმის
ფირმის კონკურენტების ხელშეკრულებები*

ის პირები და ფირმები, რომლებთანაც მყარდება კონტაქტი, იღება,
ბუნებრივია, დაინტერესებულნი არიან იმით, თუ რამდენად მოფიქრებულია, გაანგარიშებული
და ბიზნესოპერაცია. განსაკუთრებით ეს განპირობებულია
..... ინტერესებით, რომლებსაც ძალუძთ ცხოვრებაში
გატარების გართულება. ამ მხრივ ბიზნესგეგმა კომერციული საიდუმლოებაა.
ამიტომ პირებისა და წრე, რომლებიც ეცნობიან ბიზნესგეგმას, ერთგვარად
შეზღუდულია. ბიზნესის წესები ითვალისწინებს ბიზნესგეგმის გაცნობას
მხოლოდ ფირმის ხელმძღვანელობის ნებართვით.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (4 ვარიანტიდან)

3.1. ბიზნესგეგმა არ შეიძლება იყოს

- ა. მკაცრად რეგლამენტირებული სამოქმედო პროგრამა;
- ბ. კომერციული საიდუმლოება;
- გ. პრაქტიკულად განხორციელებადი სისტემა;
- დ. სამომხმარებლო მოთხოვნის პროგნოზი.

3.2, ბიზნესგეგმა არის

- ა. მაშინ მან არ უნდა გაყიდოს საქონელი;
- ბ. მაშინ იგი მზადაა გაყიდოს საქონელი;
- გ. მაშინ იგი მზადაა არ არის გაყიდოს საქონელი;
- დ. სავარაუდო მოქმედებათა გეგმა-პროგნოზი.

3.3. ბიზნესგეგმაში მთავარია

- ა. ფორმალური მხარე;
- ბ. სტატისტიკური მონაცემები;
- გ. არსებითი მხარე;
- დ. შემოქმედებითი მხარე.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. დაგეგმვის პრაქტიკულად სოლიდური გარეშე არ არსებობს ბიზნესი, რაც არ კომერციული გამორიცხავს ცალკეული გარიგებების, განხორციელებას სავალალო რომლებიც მთავრდება ხშირად შედეგით.

.....

.....

.....

4.2. ბიზნესგეგმა, ერთი დგება მხრივ, როგორც სამოქმედო ფირმის პროგრამა და, მეორე პირებისათვის მხრივ, იმ (ფირმებისათვის), რომლებიც უნდა დარწმუნდნენ, რომ ჩაფიქრებული საქმე საიმედოა

.....

.....

.....

4.3. თუ ახორციელებს საწარმო (ბიზნესმენი) ერთმანეთთან ოპერაციას დაკავშირებულ რამდენიმე, დაიგეგმოს მაშინ ურთიერთკავშირში ისინი უნდა ერთად,...

.....

.....

.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

ბიზნესგეგმა

.....

.....

ლოკუმენტი

.....

.....

კომერციული

.....

.....

მარკეტინგული

.....
.....

7. დანერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 12

ბიზნესის დაფინანსება

ბიზნესი მჭიდრო კავშირშია ფინანსებთან. ფინანსები ნიშნავს ფულად სახსრებს, მათ მოძრაობას, ფულად შემოსავლებსა და ხარჯებს, ფულად ურთიერთობებს ბიზნესმენებსა და ბიზნესის სხვა მონაწილეებს, მათ შორის ფირმებსა და სახელმწიფოს შორის. ფულადი სახსრების მიღება და გამოყენება ყველა საწარმოს (ფირმის) საზრუნავია. თითოეული ბიზნესმენი იძულებულია იყოს გარკვეულწილად ფინანსისტიკ. მან უნდა იცოდეს, სად და რამდენი იხარჯება, როგორია ფულზე მოთხოვნილება, გამომდინარე ფირმის რეალური საფინანსო მდგომარეობისა (დასახული ბიზნესოპერაციების ჩატარების გეგმით) და ბიზნესპროექტების განხორციელებიდან. მან კარგად უნდა წარმოიდგინოს, რამდენი ფულია სალაროში, ფირმის საბანკო ანგარიშზე, საიდან და რა ოდენობით არის მოსალოდნელი ფულადი სახსრების მიღება. დაბოლოს, ბიზნესმენმა სისტემატურად უნდა შეადაროს ფინანსური სახსრების შემოსულობა (შემოსვლა) და ხარჯვა.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბიზნესის წარმოება შეუძლებელია ფინანსების, საბუღალტრო აღრიცხვისა და კონტროლის გარეშე. საფინანსო მენეჯმენტის დაბალი დონის პირობებში ბიზნესი თითქმის განწირულია მარცხისა და გაკოტრებისათვის. ამრიგად, საკუთარ ჯიბეში ფულის თვლის უნარი ბიზნესმენის განუყოფელი ღირსებაა. საერთოდ, ფინანსები მართო შემოსავლებისა და ხარჯების ბალანსი არ არის. იგი ამავე დროს ბიზნესის სტრატეგია და ტაქტიკაა მათ ფინანსურ ასპექტში. ფინანსური ანალიზის ხელოვნების ფლობა ფირმის ხელმძღვანელობას (ბიზნესმენს) აძლევს შესაძლებლობას არა მართო კარგად გაერკვეს საფინანსო მოქმედებებში, არამედ შეარჩიოს კიდევაც მოქმედებათა საუკეთესო პროგრამა (სტრატეგია), რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოს (ფირმის) ფინანსურ სტაბილურობასა და რენტაბელობის (მოგებიანობის) მაღალ დონეს. ბევრი ადამიანი ვარაუდობს, რომ ბიზნესმენებს ფული სჭირდებათ აგარაკების მშენებლობის, მდიდრული ლიმუზინების შესყიდვის, ძვირფასეულობათა შეძენისა და ფუფუნებით ცხოვრებისათვის. მართალია, შეძლებულ, მდიდარ ადამიანებს უყვართ ფუფუნების საგნები, მაგრამ ბიზნესმენებისათვის ყოველივე ეს მეორადია და პირველ ადგილზე საქმის ფინანსური ინტერესებია. ასე რომ არ იყოს, არ იქნებოდა არც შემოსავლები, მოგება და, შესაბამისად, ბინის, აგარაკის, ავტომობილის ყიდვის შესაძლებლობაც.

როგორც ცნობილია, საკუთარი საქმის დაწყებისათვის აუცილებელია სასტარტო კაპიტალი. ფირმის საწარმოო და დამხმარე სათავსების, ოფისების, მოწყობილობის შესყიდვა ან არენდა მოითხოვს ფულად სახსრებს. რიგ შემთხვევაში აუცილებელია მასალების, ხელსაწყოების, ინფორმაციის შეძენა. ფირმის რეგისტრაცია, გაფორმება, საწესდებო კაპიტალი აგრეთვე საჭიროებს ფულს. სანამ ფირმა არ არის ჯეროვნად ცნობილი, საჭიროა მისი რეკლამირება. ვიდრე ფირმა დაიწყებდეს შემოსავლების მიღებას, საჭიროა ფულადი სახსრები

იმათი შრომის ასანაზღაურებლად, ვინც უკვე დაქირავებულია და მუშაობს. ბიზნესმენს ფული სჭირდება სხვა ხარჯების გასაწვევად (მივლინება, კადრების სწავლება და ა.შ.).

მომუშავე ფუნქციონირებადი ფირმისათვის აუცილებელია საბრუნავი ფულადი კაპიტალი. მყიდველისგან ფულადი სახსრების შემოსვლამდე ფირმის მიერ შექმნილი და გაყიდული საქონლის საზღაურის სახით ბიზნესმენმა უნდა გასწიოს მიმდინარე ხარჯები, განახორციელოს ფულადი გადახდები. ესაა ხარჯები ნედლეულის, მასალების, ნახევარფაბრიკატების შესყიდვაზე, ენერჯის, მომსახურების, ინფორმაციის ანაზღაურებაზე, თანამშრომელთა ხელფასის გაცემაზე. ფირმის პროდუქტის მყიდველებისგან ფულადი სახსრების მიღების შემდეგ საბრუნავი საშუალებების ხარჯები უკვე შეიძლება დაიფაროს ფულად შემოსულობათა ხარჯზე, მაგრამ გაიზრდება ხარჯებიც, ვინაიდან გადასახდელია გადასახადები, დასაბრუნებელია სესხი, შესატანია კრედიტის გამოყენების პროცენტი, ასანაზღაურებელია შრომის, მასალების, ფულის საკუთარი დანახარჯები. მაშასადამე, ბიზნესში საქმიანობის მთელი პერიოდის განმავლობაში საჭიროა საბრუნავი (მიმდინარე) ფულადი კაპიტალი შრომის ანაზღაურების, მასალების შესყიდვისათვის, მატერიალური მარაგის შექმნის, გადასახადების გადახდის ჩათვლით, აგრეთვე მიმდინარე დამხმარე (ზედნადები) ხარჯების გასაწვევად.

ფინანსურ რესურსებზე ფირმის საჭიროებათა მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენს მოთხოვნილება ძირითად კაპიტალზე. ბიზნესის განხორციელების, ბიზნესოპერაციების ჩატარების კვალობაზე ცვდება კუთვნილი ძირითადი საშუალებები შენობები, სათავსების, მოწყობილობის სახით. ამ საშუალებათა ცვეთის კომპენსირება უნდა მოხდეს ამორტიზაციის სახით. თუ ძირითად საშუალებებს იღებენ არენდით, აუცილებელია მუდმივად საარენდო საზღაურის შეტანა. გარდა ამისა, ბიზნესმენს უწევს ახალ-ახალი ძირითადი საშუალებების შექმნა, რისთვისაც საჭიროა ფული.

ფირმის მოთხოვნილებები ფინანსურ რესურსებზე იყოფა გრძელვადიან და მოკლევადიან მოთხოვნილებებად. გრძელვადიანი ფინანსური რესურსები, ჩვეულებრივ, საჭიროა ხანგრძლივი ვადის განმავლობაში და ხშირად დაკავშირებულია ძირითადი საშუალებების შექმნასთან. მოკლევადიანი ფინანსური რესურსები საჭიროა მიმდინარე ბიზნესოპერაციების განსახორციელებლად და დაკავშირებულია საბრუნავი საშუალებების ხარჯებთან.

ფირმის მიერ ფულადი სახსრების მიღებას უწოდებენ მისი ბიზნესის დაფინანსებას. დაფინანსება ბიზნესის ფინანსური უზრუნველყოფის, რესურსებზე მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების საშუალებაა. მას შემდეგ, რაც ბიზნესმენი განსაზღვრავს ასეთი მიზნებისათვის და შესაბამისი ვადით მისთვის საჭირო ფულად სახსრებს და რა ოდენობითაა ისინი აუცილებელი, აგრეთვე გამოავლენს ფულადი სახსრების დაბრუნების შესაძლებლობებს, იგი იწყებს დაფინანსების წყაროების ძიებას.

საფინანსო საშუალებების წყაროები ბიზნესისათვის იყოფა შიგა და გარე წყაროებად. შიგა წყაროებია ფულადი სახსრების შემოსულობანი, რომლებიც დაკავშირებულია ფირმის საქმიანობის და მისი საკუთარი ქონების გაყიდვის შედეგებთან. გარე წყაროები უზრუნველყოფენ სახსრების მიღებას საფინანსო რესურსების სხვა მფლობელებისგან: ბანკებისგან, ფირმებისგან, სახელმწიფოსაგან.

დაფინანსების ყველაზე დიდი შიგა წყაროა შემოსავალი საკუთარი სამეურნეო საქმიანობიდან ფირმის მიერ საქონლისა და მომსახურების გაყიდვიდან ამონაგების (ნავაჭრის) სახით.

ფირმის მთლიანი შემოსავალი დაფინანსების ორი სხვადასხვა სახის წყაროა. პირველადი მათ შორის განპირობებულია შემოსავლიდან წარმოებისა და მიმოქცევის ხარჯების ანაზღაურების აუცილებლობით, რაც შეიძლება დახასიათდეს როგორც ფირმის საქონლისა და მომსახურების თვითღირებულების დაფინანსება. დაფინანსების მეორე წყაროს საერთო შემოსავლიდან წარმოადგენს წმინდა (ნარჩენი) მოგება, რომელიც რჩება ფირმის განკარგულებაში მთლიანი მოგებიდან მოგების გადასახადის ამოღების შემდეგ. ფირმას შეუძლია წმინდა მოგება გამოიყენოს ნებისმიერი ხარჯების დასაფინანსებლად ბიზნესის ხარჯების გამოკლებით. ხშირად მოგებიდან, რომელიც რჩება ფირმას, ფინანსდება კაპიტალდაბანდებები ბიზნესის განვითარებისათვის, ხარჯები სოციალურ-კულტურულ საჭიროებებზე, სააქციო დივიდენდების გაცემაზე, ფირმის მუშაკთა მატერიალურ წახალისებაზე. შიგა დაფინანსების კიდევ ერთი სახეა ფირმის დამფუძნებელთა დაბანდებები საწესდებო ფონდში. შიგა დაფინანსებას შეიძლება მიეკუთვნოს ფინანსური შემოსულობები ფირმის აქციების გაყიდვიდან. საკუთარი ქონების არენდით გაცემა და საარენდო საზღაურის მიღება ან ქონების გაყიდვა შეიძლება გახდეს შიგა დაფინანსების კიდევ ერთი წყარო. ბიზნესის გარე დაფინანსების წყაროები კიდევ უფრო მრავალფეროვანია. მათ ერთობლიობას ყოფენ ორ ჯგუფად.

სავალო დაფინანსება წარმოადგენს ფულადი თანხის მიღებას ვალში მისი დაბრუნებისა და კრედიტის პროცენტის გადახდის ვალდებულებით. ფაქტობრივად, ასეთი დაფინანსება სესხია. უნაცვალგებო (მუქთი) დაფინანსება არის ფინანსური რესურსების შეთავაზება ხელშეწყობის, დახმარების მიზნით საქველმოქმედო შემოწირულობების, სუბსიდიების სახით. უნდა აღინიშნოს, რომ ქველმოქმედთა მიმართ სახელწოდება „სპონსორები“ არაკორექტულია. სპონსორები ის პირები არიან, რომლებიც ეხმარებიან ბიზნესმენებს სესხის შეთავაზების საშუალებით.

ბიზნესის სავალო დაფინანსება არსებობს მრავალი ფორმით, რომელთაგან ძირითადია:

1) საბანკო კრედიტი ბანკის მიერ ფირმებსა და ინდივიდუალურ ბიზნესმენებზე გაცემული სესხია განსაზღვრული ვადითა და განსაზღვრული საკრედიტო პროცენტით. ასეთი კრედიტები შეიძლება იყოს მოკლევადიანი და გრძელვადიანი. კრედიტი შეიძლება გაიცეს როგორც სავალო ვალდებულება, რომელიც ცნობილია თამასუქის სახელწოდებით. საბანკო კრედიტის ერთ-ერთი ორიგინალური ფორმა ის არის, რომ ბანკი უფლებას აძლევს ფირმას ხარჯოს ფული. ასეთ კრედიტს უწოდებენ ოვერდრაფტს, რაზეც აგრეთვე ბანკს უნდა გადაეხადოს პროცენტები. საფინანსო ბიზნესის მონაწილეები, თვითონ იღებენ ფულს კრედიტით თავისი მეანაბრებისაგან. ამასთან, ისინი უხდიან მეანაბრებს სადეპოზიტო პროცენტს, რომელიც გაცილებით ნაკლებია მათ საკუთარ საკრედიტო პროცენტზე, რაზეც აქვთ კიდევაც მოგება. ამრიგად, საბანკო ბიზნესისათვის დაფინანსების წყარო ხდება ბანკის მეანაბრების ფულადი სახსრები. მაშასადამე, საბანკო კრედიტი წარმოადგენს სავალო დაფინანსების განმსაზღვრელ ფორმას თანამედროვე ბიზნესში. ზოგჯერ ბიზნესის კრედიტორების როლში გამოდიან ფირმები ან ცალკეული პირებიც;

2) სავაჭრო კრედიტი, რომელსაც აგრეთვე უწოდებენ კომერციულ კრედიტს, გულისხმობს იმას, რომ ფირმა იძენს საქონელს ფულადი გადახდის გადავადებით. ეს კი უდრის საქონლის გამყიდველისგან ვალის აღებას საქონლის ღირებულების თანაბარი თანხის ოდენობით. ფირმა, რომელიც იძენს საქონელს, მყიდველთან დადებული კონტრაქტის თანახმად იღებს

ვალდებულებას დაუბრუნოს მას მიღებული საქონლის ღირებულება განსაზღვრულ ვადაში და გადაუხადოს საქონლის სახით გაცემული კრედიტის პროცენტი. სავაჭრო კრედიტს უმეტესად იყენებენ საქონლის საბითუმო მყიდველები, თუმცა არ არის გამორიცხული მისი გამოყენება საქონლის გაყიდვისას საცალო მყიდველებზეც. ამ შემთხვევაში მიღებულია ითქვას საქონლის შესყიდვის შესახებ განვადებით გადახდის საფუძველზე. სავაჭრო კრედიტი, რომელმაც ფართო გავრცელება პოვა, ორივე მხარისათვის ხელსაყრელია. საქონლის გამყიდველი (მწარმოებელი) იგებს იმით, რომ აჩქარებს ბრუნვას, ყიდის უფრო მეტ საქონელს და ამით ზრდის თავის მოგებას. მყიდველი კი იძენს საქონელს ადრე, ვიდრე დააგროვებს შესყიდვისათვის აუცილებელ სახსრებს, რაც აგრეთვე აძლევს მას სარგებელს. ბიზნესის დაფინანსებისათვის შეიძლება გამოიყენონ ობლიგაციები, აქციები, სახელმწიფოს სუბსიდიები და სხვ.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რასთან არის მჭიდრო კავშირში ბიზნესი?

.....

.....

1.2. რა უნდა იცოდეს ბიზნესმენმა?

.....

.....

1.3. რას უწოდებენ ბიზნესის დაფინანსებას?

.....

.....

1.4. რა არის დაფინანსების ყველაზე დიდი შიდა წყარო?

.....

.....

1.5. რა არის სავალო დაფინანსება?

.....

.....

1.6. ვისგან იღებენ ფულს კრედიტით საფინანსო ბიზნესის მონაწილეები?

.....

.....

1.7. რას უხდებიან მენაბრეებს საფინანსო ბიზნესის მონაწილეები?

.....

.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. თითოეული ბიზნესმენი იძულებულია, იყოს გარკვეულწილად

ა. ელექტრომექანიკოსი;

ბ. ქიმიკოსი;

- გ. ფინანსისტი;
- დ. მათემატიკოსი.

2.2. ბიზნესის წარმოება შეუძლებელია

- ა. საბუღალტრო აღრიცხვისა და ფინანსების კონტროლის გარეშე;
- ბ. სახელმწიფოს კონტროლის გარეშე;
- გ. პარლამენტის კონტროლის გარეშე;
- დ. მსოფლიო ბანკის კონტროლის გარეშე.

2.3. საკუთარი საქმის დაწყებისათვის აუცილებელია

- ა. საინვესტიციო კაპიტალი;
- ბ. მსოფლიო ბანკის დახმარება;
- გ. იპოთეკური სესხი;
- დ. სასტარტო კაპიტალი.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. მან იხარჯება უნდა სად იცოდეს და ფული რამდენი, როგორია მასზე მოთხოვნილება, გამომდინარე ფირმის რეალური საფინანსო მდგომარეობისა (დასახული ბიზნესოპერაციების ჩატარების გეგმით) ბიზნესპროექტების და განხორციელებიდან.

.....

.....

.....

3.2. საბანკო ფირმებსა კრედიტი ბანკის მიერ და ბიზნესმენებზე ინდივიდუალურ გაცემული სესხია ვადითა და განსაზღვრული საკრედიტო განსაზღვრული პროცენტით.

.....

.....

.....

3.3. საბანკო წარმოდგენს კრედიტი სავალო განსაზღვრულ ბიზნესში ფორმას დაფინანსების თანამედროვე.

.....

.....

.....

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

სპონსორები, სესხის; მენეჯმენტის, განწირულია; რესურსებზე, მნიშვნელოვან;

ფინანსურ ფირმის საჭიროებათა ნაწილს შეადგენს მოთხოვნილება ძირითად კაპიტალზე.. საფინანსო დაბალი დონის პირობებში ბიზნესი თითქმის მარცხისა და გაკოტრებისათვის. ის პირები არიან, რომლებიც ეხმარებიან ბიზნესმენებს შეთავაზების საშუალებით.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

რესურსებზე

კრედიტი

ძირითად კაპიტალზე

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები:

- | | |
|---------------|------------|
| ა. საქმე | სავალო |
| ბ. კაპიტალი | ფინანსების |
| გ. კრედიტი | საკუთარი |
| დ. საქმიანობა | ფულადი |
| ე. კონტროლი | სასტარტო |
| ვ. სახსრები | სამეურნეო |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცო	რა მინდა ვიცოდე

თემა 13

ტურიზმის ბიზნესი

ამერიკული წარმოშობის სიტყვას „ბიზნესი“ (Business) ინგლისურენოვან ქვეყნებში მრავალი მონათესავე, მაგრამ, ხშირ შემთხვევაში, არსებითად განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს. იგი აღნიშნავს პროფესიას, საქმიანობას, მეწარმეობას, გარიგებას, საქმიან ცხოვრებას, შემოსავლის წყაროს და ა.შ. აღნიშნულის გამო, ამ ცნების გამოყენებისას საჭიროა მისი დაკონკრეტება. ჩვენს შემთხვევაში ცნება „ბიზნესი“ გულისხმობს შემოსავლის (მოგების) მიღების მიზნით სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის ტურიზმის სფეროში, განხორციელებულ საქმიანობას.

მეცნიერულ ბრუნვაში ტერმინი „ბიზნესი“ პირველად შემოიტანა ცნობილმა ინგლისელმა ბანკირმა და ეკონომისტმა რიჩარდ კანტილიონმა (1680-1734). იგი ბიზნესს განიხილავს, როგორც მოთხოვნისა და მიწოდების ურთიერთშეთანხმების ეკონომიკურ პროცესს რისკის პირობებში. ბიზნესის ერთადერთი ფუნქციაა მოგების უზრუნველყოფა, მისი ფორმულა მარტივია: „ფ – ფ“, სადაც ფ საქმეში დაბანდებული ფულადი სახსრებია, ხოლო ფ' – საქმის ან განსაზღვრული საქმიანი ციკლის დასრულების შემდეგ მოგებასთან ერთად დაბრუნებული ფულადი სახსრები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბიზნესი ფულით ფულის კეთებაა. ბიზნესით დასაქმებულ ადამიანს ბიზნესმენს უწოდებენ. ბიზნესის წარმოების პროცესში მის სუბიექტებს შორის მყარდება საქმიანი ურთიერთობანი მომხმარებელთა მოთხოვნის დაკმაყოფილებისა და მოგების მიღების მიზნით. მართალია, ბიზნესის ფორმულა მარტივია, მაგრამ იგი საკმაოდ რთული და ამასთან, რისკიანი პროცესია. იგი ითვალისწინებს წარმოების, ეკონომიკური საქმიანობის და თვით ცხოვრების ორგანიზაციას.

ბიზნესის უმთავრესი კატეგორიაა მოგება, რომელიც შემოსავლებსა და დანახარჯებს შორის სხვაობას წარმოადგენს. შემოსავლების ფორმირებაში მთავარ როლს თამაშობს ფასი, რომელიც დგინდება ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდების შესაბამისად. ფასი ეწოდება ფულის იმ თანხას, რომელიც მყიდველმა უნდა გადაიხადოს საქონლის შესაძენად. საქონელია ყველაფერი ის, რაც აკმაყოფილებს ადამიანის მოთხოვნილებას ან საჭიროებას და გატანილია ბაზარზე გასაყიდად.

ტერმინი „საქონელი“, ჩვეულებრივ, ვიწრო და ფართო გაგებით გამოიყენება. ვიწრო გაგებით საქონლის ცნება აღნიშნავს მხოლოდ მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმის საგნებს ანუ ისეთ საქონელს, რომელსაც აქვს წონა, მოცულობა და სხვა ფიზიკური პარამეტრები. ფართო გაგებით საქონელში იგულისხმება ნებისმიერი ფასეულობა (ობიექტი), რომელიც შეიძლება გაიყვალოს სხვა ობიექტებზე. შესაბამისად, საქონლის ფართო გაგება მოიცავს როგორც მატერიალურ-ნივთობრივ საქონელს, ისე მომსახურებას, ინტელექტუალური საქმიანობის შედეგებს, ვალუტას, ფასიან ქალაქებს.

საქართველოში საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრების შედეგად ბიზნესი ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი გახდა, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, საქართველოს კანონმდებლობაში

ბიზნესის ცნება არ გვხვდება. მის ნაცვლად გამოიყენება ტერმინი „მენარმეობა“. აღსანიშნავია, რომ ბიზნესი, თავისი არსით, უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე მენარმეობა (სამენარმეო საქმიანობა), რადგან ბიზნესს მიეკუთვნება, აგრეთვე, მოგების მიღების მიზნით განხორციელებული ნებისმიერი, ცალკეული, ერთჯერადი კომერციული გარიგება საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში. თავის მხრივ, მენარმეობა კაპიტალის მართვის სისტემატური, დამოუკიდებელი და ინოვაციური საქმიანობაა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, რისკისა და განუსაზღვრელობის პირობებში, აგრეთვე კონკრეტული ისტორიული სიტუაციისათვის ბიზნესის წარმოების საყოველთაოდ მიღებული ნორმების ჩარჩოებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მენარმეობას მიეკუთვნება საქმიანობის ის სახეები, რომლებიც აკმაყოფილებენ შემდეგ კრიტერიუმებს:

1. კაპიტალის მართვა მოგების მიღების მიზნით;

2. სამენარმეო საქმიანობის სუბიექტების აქტიურობა. ამ კრიტერიუმით სამენარმეო საქმიანობიდან გამოირიყვება კაპიტალის, მიწის, წარმოების საშუალებების ფლობიდან გამომდინარე შემოსავლის მიღების პასიური ფორმები, თუმცა ისინი ბიზნესის ცნებას აკმაყოფილებენ. ასეთი მიდგომით უბრალო მევახშეობა არ შეიძლება ჩაითვალოს მენარმეობად, მაგრამ მევახშეთა მიერ განხორციელებული მიზანმიმართული საინვესტიციო საქმიანობა მენარმეობაა;

3. სამენარმეო საქმიანობის სისტემატური ხასიათი. სწორედ ამ კრიტერიუმით სამენარმეო საქმიანობიდან გამოირიყვება შემთხვევითი, ერთჯერადი, ეპიზოდური გარიგებები, რომელთაც მოაქვთ მოგება მისი სუბიექტისათვის;

4. საქმიანობის ინოვაციური ხასიათი, რომელიც ორიენტირებულია წარმოების ფაქტორების ახალი, უფრო ეფექტიანი კომბინაციების ფორმირებაზე. შესაბამისად, მენარმეობა მხოლოდ სისტემატური ხასიათის ინოვაციური ბიზნესია. ბიზნესი და მენარმეობა, თავისი არსით, მოგებაზე გამიზნული საქმიანობაა, რის გამოც ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, გერმანია, რუსეთი და სხვა) ეს ორი ტერმინი გაიგივებულია.

ანალოგიურ სიტუაციად უნდა მივიჩნიოთ საქართველოს კანონმდებლობაც, რადგან მასში არ ფიგურირებს „ბიზნესის“ ცნება.

მენარმეობა, როგორც საქმიანობის განსაკუთრებული სახე, საჭიროებს მისი სუბიექტების განსაკუთრებულ ნიჭს – სამენარმეო უნარს. იგი გამოიხატება მენარმის მიერ შესასრულებელ შემდეგ ოთხ ფუნქციაში:

1. მენარმე კისრულობს ყველა დანარჩენი ეკონომიკური რესურსის შეერთების ინიციატივას საქონლისა და მომსახურების წარმოების პროცესში;

2. მენარმე კისრულობს ბიზნესის წარმოების პროცესში ყველა გადანყვეტილების მიღების რთულ ამოცანას და საწარმოს საქმიანობის კურსის განსაზღვრას;

3. მენარმე ისწრაფვის ახალი პროდუქტების, ახალი ტექნოლოგიების ან ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი ფორმების დასაწერად;

4. მენარმე საკუთარ თავზე იღებს ბიზნესის წარმოების პროცესთან დაკავშირებულ რისკს, რადგან საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში მისი მოგება არაა გარანტირებული. მენარმე რისკავს როგორც საკუთარი დროით, შრომითა და საქმიანი რეპუტაციით, ისე დაბანდებული სახსრებითაც. დინამიკურ ეკონომიკაში მან შეიძლება იზარალოს ან საერთოდ გაკოტრდეს.

ბიზნესი ერთიანი სისტემაა, რომელიც სამეურნეო საქმიანობის ყველა სფეროსა და სახეს მოიცავს. ტურიზმის ბიზნესი მოგების მიღებაზე გამიზნული ბიზნესის კონკრეტული სახეა, რომელიც ტურიზმის ინდუსტრიის სფეროში ხორციელდება. ამჟამად ტურიზმი ბიზნესის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი და დინამიკურად განვითარებადი სფეროა. განვითარების სწრაფი ტემპებისა და ფართო მასშტაბის გამო, იგი მეოცე საუკუნის ფენომენადაა აღიარებული. ტურიზმისა და მოგზაურობების მსოფლიო საბჭოს შეფასებით, 2009 წელს ტურიზმის სფეროში დასაქმებული იყო 235,8 მლნ ადამიანი, რაც მსოფლიო ეკონომიკაში დასაქმებულთა საერთო რაოდენობის 8.2 %-ს შეადგენს ანუ, ფაქტობრივად, ყოველი მეთორმეტე სამუშაო ადგილი ტურიზმის ინდუსტრიაშია შექმნილი. უშუალოდ ტურიზმისაგან მიღებული შემოსავალი მსოფლიო მშპ-ის 3.6 %-ს შეადგენს, ხოლო არაპირდაპირი ზეგავლენის გათვალისწინებით 10.4 %-ია.

ტურიზმი დიდ როლს თამაშობს ახალი სამუშაო ადგილების შექმნასა და მცირე ბიზნესის განვითარებაში, ხელს უწყობს სიღარიბის დაძლევისა და მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლებას. მრავალ ქვეყანაში ტურიზმი სახელმწიფო შემოსავლის მთავარი წყაროა. ტურიზმი ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებადაა აღიარებული და მის განვითარებას სახელმწიფო დიდ ყურადღებას უთმობს.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ვინ შემოიტანა მეცნიერულ ბრუნვაში ტერმინი „ბიზნესი“?

.....

.....

1.2. რა არის ბიზნესის ერთადერთი ფუნქცია?

.....

.....

.....

1.3. რას უწოდებენ ბიზნესით დასაქმებულ ადამიანს?

.....

.....

1.4. როგორ განიხილავს ბიზნესს ინგლისელი ბანკირი და ეკონომისტი რიჩარდ კანტილიონი?

.....

.....

.....

1.5. როგორი ურთიერთობები მყარდება ბიზნესის წარმოების პროცესში მის სუბიექტებს შორის?

.....

.....

1.6. რის გამოა აღიარებული ტურიზმის ბიზნესი მეოცე საუკუნის ფენომენად?

.....
.....
1.7. რად არის აღიარებული ტურიზმი ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისათვის?
.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (4 ვარიანტიდან)

2.1. ბიზნესის ერთადერთი ფუნქციაა

- ა. მოგების უზრუნველყოფა;
- ბ. ქველმოქმედება;
- გ. ინვესტიციების მოპოვება;
- დ. ქვეყნის ეკონომიკაზე ზრუნვა.

2.2. ბიზნესი არის

- ა. ფულით კეთილი საქმის კეთება;
- ბ. ფულით საქვეყნო საქმის კეთება;
- გ. ფულით ფულის კეთება;
- დ. ფულით სანარმოლო-სამშენებლო საქმის კეთება.

2.3. ბიზნესი, თავისი არსით

- ა. იგივეა, რაც მენარმეობა;
- ბ. არ შეესაბამება მენარმეობას;
- გ. უფრო ვიწრო ცნებაა, ვიდრე მენარმეობა;
- დ. უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე მენარმეობა.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. საქონლის გაგება ფართო მოიცავს როგორც საქონელს მატერიალურ-ნივთობრივ, ისე მომსახურებას, საქმიანობის შედეგებს ინტელექტუალური, ვალუტას, ქალაქებს ფასიან.
.....
.....
.....

3.2. კაპიტალის მენარმეობა მართვის სისტემატური, დამოუკიდებელი და საქმიანობაა ინოვაციური, რომელიც მოგების ხორციელდება მიღების მიზნით, რისკისა და განუსაზღვრელობის პირობებში.
.....
.....
.....

3.3. ყველაფერი საქონელია ის, რაც მოთხოვნილებას აკმაყოფილებს ადამიანის ან საჭიროებას და გასაყიდად გატანილია ბაზარზე.

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*მოგზაურობების, ინდუსტრიაშია; განსაკუთრებული, სუბიექტების;
მენარმეობა, ქვეყანაში;*

ბიზნესი და , თავისი არსით, მოგებაზე გამიზნული საქმიანობაა, რის გამოც ზოგიერთ (მაგალითად, გერმანია, რუსეთი და სხვა) ეს ორი ტერმინი გაიგივებულია. მენარმეობა, როგორც საქმიანობის სახე, საჭიროებს მისი განსაკუთრებულ ნიჭს – სამენარმეო უნარს. ტურიზმისა და მსოფლიო საბჭოს შეფასებით, ყოველი მეთორმეტე სამუშაო ადგილი ტურიზმის შექმნილი.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

გარიგება

მენარმეობა

ვალუტა

კანონმდებლობა

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-----------------|--------------|
| ა. წყარო | კომერციული |
| ბ. სახსრები | საინვესტიციო |
| გ. გარიგება | შემოსავლის |
| დ. საქმიანობა | ფულადი |
| ე. ინდუსტრია | საბაზრო |
| ვ. ურთიერთობები | ტურიზმის |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 14

ტურიზმის ძირითადი ცნებები, ფუნქციები და სახეები

ტურიზმი საქმიანობის სახეა, რომელიც ითვალისწინებს სხვადასხვა ტურისტული მომსახურებისა და ტურისტული მოთხოვნილებების საქონლის მიწოდებას ადამიანის კულტურული და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით. ნებისმიერ ადამიანს, რომელიც გადაადგილდება სივრცესა და დროში, დამოუკიდებლად მიმართულებისა, გადაადგილების საშუალებისა, მგზავრობის ხანგრძლივობისა თუ მიზნისა (ლაშქრობა, ექსპედიცია, მივლინება), მოგზაური ეწოდება, ხოლო მოგზაურობის დანიშნულების ადგილის – დესტინაციის მიმართ იგი არის ვიზიტორი – სტუმარი, სხვა ქალაქელი, უცხო ქვეყნელი, უცხოელი).

მოგზაურობა აუცილებლად გულისხმობს უკან, მუდმივ საცხოვრებელ ადგილას დაბრუნებას. ამით მოგზაური განსხვავდება მიგრანტისაგან, რომელიც გადაადგილდება ახალი საცხოვრებელი ადგილისა და უკეთესი ცხოვრების ძებნის მიზნით. ყველა სახის მოგზაურს ეწოდება ვიზიტორი. ეს ტერმინი უფრო ოფიციალური ხასიათისაა და ძირითადად ტურიზმის სტატისტიკაში გამოიყენება. საერთაშორისო ვიზიტორები არიან პირები, რომლებიც მოგზაურობენ არაუმეტეს 12 თვის ხანგრძლივობით ქვეყანაში, რომელიც არ წარმოადგენს მათ საცხოვრებელ ქვეყანას (რომლის რეზიდენტებიც არ არიან), და რომელთა მიზანი არაა ანაზღაურებადი საქმიანობის წარმოება ვიზიტის ადგილზე. შიდა ვიზიტორები არიან პირები, რომლებიც მოგზაურობენ საკუთარი ქვეყნის შიგნით, ოღონდ მათი ყოველდღიური გარემოს გარეთ, არსებულ დესტინაციებზე არაუმეტეს 12-თვიანი ვადის განმავლობაში.

ყველა ვიზიტორი ორ კატეგორიად იყოფა:

1. ერთდღიანი ვიზიტორები: ვიზიტორები, რომლებიც ღამეს არ ათევენ ვიზიტის ქვეყანაში მდებარე განთავსების კოლექტიურ ან კერძო საშუალებებში. ერთდღიან ვიზიტორებს ექსკურსანტებს უწოდებენ.

2. ტურისტები: ვიზიტორები, რომლებიც ვიზიტის ადგილებში ერთ ღამეს მაინც ათევენ.

ტურისტი არის ის ვიზიტორი, რომელიც არანაკლებ 24 საათითა და არაუმეტეს 1 წლის ვადით ვადის თავისი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილიდან და დროებით ადგილსამყოფელში არ გააჩნია ანაზღაურებადი საქმიანობა.

ტურიზმს სხვადასხვა განსაზღვრება აქვს. 1980 წელს მანილაში მსოფლიო ტურიზმის კონფერენციაზე რეკომენდებული იქნა ტურიზმის განმარტება, რომლის თანახმად იგი არა მარტო ეკონომიკური, არამედ ერთდროულად სოციალური, კულტურული, საგანმანათლებლო, ეკონომიკური და პოლიტიკური მოვლენაა. ტურიზმი უდიდეს როლს თამაშობს ადამიანთა ცხოვრებაში. 1989 წლის ჰაავის დეკლარაციის პირველ პრინციპში აღნიშნულია, რომ ტურიზმი იქცა მოვლენად, რომელიც შემოვიდა მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაში:

ა) იგი მოიცავს ადამიანების თავისუფალ გადაადგილებას მათი საცხოვრებელი და სამუშაო ადგილებიდან, აგრეთვე მომსახურების სფეროს, რომელიც შექმნილია ამ გადაადგილების შედეგად წარმოშობილი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად;

ბ) იგი წარმოადგენს ადამიანთა ცხოვრებისა და თანამედროვე საზოგადოებისათვის უმნიშვნელოვანესი საქმიანობის სახეს, რომელიც ერების ცხოვრების ყველა სექტორის ინტერნაციონალიზაციის შედეგად გადაიქცა ცალკეული პირების მიერ თავისუფალი დროის გამოყენებისა და პიროვნებათაშორისი კავშირებისა და პოლიტიკური, ეკონომიკური კულტურული კონტაქტების ძირითად საშუალებად;

გ) იგი უნდა იყოს ყოველი ადამიანის ზრუნვის საგანი, ერთდროულად არის თანამედროვე საზოგადოებაში ცხოვრების ხარისხის შედეგი და გადამწყვეტი ფაქტორი.

ამიტომ პარლამენტებმა და მთავრობებმა მეტი ყურადღება უნდა მიაქციონ ტურიზმს საზოგადოების სხვა ძირითადი მოთხოვნილებებისა და საქმიანობის სახეების ჰარმონიულ შესაბამისობაში მისი განვითარების მიზნით.

ტურიზმის საერთაშორისო აკადემიის (მონტე-კარლო, მონაკო) განმარტებით, ტურიზმი ზოგადი ცნებაა, რომელიც მოიცავს ადამიანთა დროებით გასვლას მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ქვეყნის საზღვრებს გარეთ გამაჯანსაღებელი მიზნით და/ან თავისუფალ დროს შემეცნებითი ინტერესების დასაკმაყოფილებლად, ან პროფესიულ-საქმიანი მიზნით, დროებით ადგილსამყოფელში ანაზღაურებადი საქმიანობის გარეშე.

გაერო ტურიზმს განსაზღვრავს როგორც მიგრაციას, რომელიც არ არის დაკავშირებული მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის შეცვლასთან ანუ ესაა მოგზაურობები, რომლებიც მოგზაურობის საწყის ადგილზე დაბრუნებით მთავრდება.

„ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსის“ თანახმად, ტურიზმი არის:

- ინდივიდუალური და კოლექტიური სრულყოფის ფაქტორი;
- მდგრადი განვითარების ფაქტორი;
- სფერო, რომელიც იყენებს კაცობრიობის კულტურულ მემკვიდრეობას და შეაქვს თავისი წვლილი მის გამდიდრებაში;

• საქმიანობა, რომელიც ერთნაირად სასარგებლო და მომგებიანია მასში მონაწილე ქვეყნებისა და ხალხებისათვის.

“ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” საქართველოს კანონის მიხედვით, ტურისტი არის ფიზიკური პირი, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, დასვენების, გაჯანსაღების, საქმიანი ან სხვა მიზნით, არანაკლებ 24 საათის და არაუმეტეს ერთი წლის ვადით, რომლის მოგზაურობაც არ ანაზღაურდება დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან.

ტურისტები არიან ტურისტული მომსახურების, სამუშაოებისა და საქონლის, ანუ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლები. საქართველოს კანონში “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” ტურისტული პროდუქტი განმარტებულია როგორც ტურისტული მომსახურების პაკეტი ტურისტული მომსახურების ძირითად ფორმათა (კვება, ღამის თევზა განთავსების სხვადასხვა საშუალება, სატრანსპორტო მომსახურება, ექსკურსიები, ტურისტული ლაშქრობები და ა. შ.) არანაკლებ ორი კომპონენტისაგან შემდგარი კომპლექსი, რომელიც აუცილებელია ტურისტის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად და რომლის ღირებულება

შედის ტურისტული საგზურის ფასში. შესაბამისად, ტურისტული პროდუქტი, თავისი არსით, იმ მომსახურებისა და საქონლის კომპლექსია, რომელიც მთლიანობაში ქმნის მოგზაურობას ან მასთან უშუალოდაა დაკავშირებული.

ტური ეწოდება ტურისტების მომსახურების კომპლექსს (ნაკრებს), რომელშიც შედის მათი მგზავრობა, განთავსება, კვება, საექსკურსიო მომსახურება, აგრეთვე გიდებისა და თარ-ჯიმნების მომსახურება და სხვ. მომსახურების ეს ნაკრები გაერთიანებულია მოგზაურობის მთავარი მიზნის საფუძველზე და ტურისტებს მიეწოდება განსაზღვრულ მარშრუტზე და განსაზღვრულ დროს. მოგზაურობას შეიძლება სხვადასხვა მიზანი ჰქონდეს, მაგრამ ტურმა აუცილებლად უნდა დააინტერესოს კლიენტი, რომ იყიდოს იგი.

პრაქტიკაში ტურისტულ პროდუქტში გულისხმობენ მიწოდების (ტურისტული პროდუქტის ელემენტების) 3 შესაძლო სახეს:

1. ტური (პეკიჯ-ტური) – კომპლექსური ტურისტული მომსახურება, რომელიც მოიცავს მოგზაურობის მთავარი მიზნითა და მოგზაურობის ადგილზე დარჩენის პროგრამით გაერთიანებული განთავსების, კვების, სატრანსპორტო, საყოფაცხოვრებო, საექსკურსიო და სხვა მომსახურებას. ტური ტურისტული პროდუქტის პირველი და აუცილებელი ერთეულია. იგი ტუროპერატორის შრომის პროდუქტია და კლიენტზე მისი რეალიზაცია წარმოებს ერთიანად (ესაა ერთი მთლიანი პროდუქტი). ტურიზმის სახის შესაბამისად, მასში ესა თუ ის ელემენტები შეიძლება არ იყოს გათვალისწინებული. ტური ფორმდება საგზურის ან ვაუჩერის სახით.

2. დამატებითი ტურისტული მომსახურება (ინკლუზივ-ტური) – დამატებითი მომსახურება, რომელიც პეკიჯ-ტურით არაა გათვალისწინებული და რომლის დაყვანა მომხმარებელამდე ხდება მისი თავისუფალი არჩევანის საფუძველზე. ეს შეიძლება იყოს კავშირგაბმულობის მომსახურება, ინტერნეტი, გაქირავება, ფოსტა, დამატებითი კვება, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი, ექსკურსიები და ა. შ. ამ მომსახურების მისაღებად ტურისტი დამატებით იხდის.

3. ტურისტული დანიშნულების საქონელი – მოიცავს ტურისტული პროდუქტის მატერიალურ ნაწილს. ეს შეიძლება იყოს:

- სპეციფიკური საქონელი – რუკები და ქალაქების გეგმები, ბუკლეტები, ტურისტული და სპორტული აღჭურვილობა, სპეციალური ტურისტული და სპორტული მონყობილობა, ტურისტული სუვენირული პროდუქცია;

- არასპეციფიკური საქონელი – სხვადასხვა საქონელი, რომელიც ტურისტის მუდმივ საცხოვრებელ ადგილზე უფრო ძვირი ან დეფიციტურია.

ამ ზოგადი თავისებურებების გარდა, ტურისტულ პროდუქტს აქვს თავისი სპეციფიკური თავისებურებები:

1. ტურისტული პროდუქტი კომპლექსური მომსახურებაა, რომელიც იქმნება მრავალი დამოუკიდებელი და სხვადასხვა პროფილის მქონე საწარმოს ძალისხმევით;

2. ტურისტული პროდუქტი მნიშვნელოვანწილადაა დამოკიდებული ისეთ ცვლადებზე, როგორებიცაა: დრო და სივრცე;

- დიდი მნიშვნელობა აქვს სეზონურობის ფაქტორს;

- მიწოდებას აქვს სტატიკური ხასიათი და ხშირად გარკვეულ ადგილთანაა მიბმული. ამის გამო გამოყოფენ მკაფიოდ გამოხატულ ტურისტულ ზონებს: „მზე – ზღვა“, „სპორტი“, „მთა – თოვლი“ და ა. შ.

3. მომხმარებელმა თვითონ უნდა გადალახოს მას და ტურისტულ პროდუქტს შორის არსებული მანძილი და კისრულობს შესაბამის ხარჯებს. ტრანსპორტის შემადგენელს ტურის ფასში არსებითი წილი უკავია (მოგზაურობის ხანგრძლივობის შესაბამისად 20–დან 60 %-მდე).

4. ტურისტული პროდუქტის დამაკმაყოფილებელი ხარისხის მიღწევა შეუძლებელია თუნდაც მცირე ნაკლოვანებების შემთხვევაში, რადგან თვით ტურისტის მომსახურება შედგება უამრავი მცირე ოპერაციისაგან.

5. ტურისტული მომსახურების ხარისხზე დიდ გავლენას ახდენს გამყიდველის მოქმედებისგან დამოუკიდებლად წარმოშობილი ფორსმაჟორული პირობები (ამინდი, ბუნებრივი პირობები, სტიქიური მოვლენები, პოლიტიკა და ა. შ.).

ტურისტული პროდუქტის შეფასება მომხმარებლის მხრიდან სუბიექტურია და ექვემდებარება იმ ფაქტორების ან პირების გავლენას, რომელთაც შეძენილ მომსახურებასთან პირდაპირი კავშირი არ გააჩნიათ (ინდივიდის ჯანმრთელობის მდგომარეობა და განწყობა, ჯგუფის წევრები, ადგილობრივი მოსახლეობა და ა. შ.). ტურიზმი ასრულებს სხვადასხვა ფუნქციას, რომელთა შორის შეიძლება გამოვყოთ: გამაჯანსაღებელი, შემეცნებითი, კომუნიკაციური.

თანამედროვე ტურიზმი მრავალსახეობით ხასიათდება. ტურიზმის სახეებისა და მიმართულებების კლასიფიკაციისათვის ჩვეულებრივ ითვალისწინებენ ტურისტთა გადაადგილების მიმართულებას, მოგზაურთა რაოდენობას, მოგზაურობის მიზანს, გადაადგილებისა და განთავსების საშუალებებს და სხვა არსებით ნიშნებს.

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის 1994 წელს მიღებული რეკომენდაციებით ტურიზმი კლასიფიცირებულია 3 ფორმად (ტურიზმის სტატისტიკის თვალსაზრისით):

1. შიდა ტურიზმი – მოგზაურობა მხოლოდ ქვეყნის საზღვრებში;
2. შემოსაყვანი (შემომავალი) ტურიზმი – არარეზიდენტების მოგზაურობა მოცემულ ქვეყანაში;
3. გასაყვანი (გამავალი)ტურიზმი, რომელიც მოიცავს მოსახლეობის მოგზაურობას სხვა ქვეყანაში.

ტურიზმის ამ 3 ძირითადი ფორმის კომბინაციით გაეროს ასევე მიღებული აქვს შემდეგი კატეგორიის ტურიზმი:

1. შიდა ტურიზმი, რომელიც მოიცავს შიდა და შემოსაყვან (შემომავალ) ტურიზმს;
 2. ეროვნული ტურიზმი, რომელიც მოიცავს შიდა და გასაყვან (გამავალ) ტურიზმს;
 3. საერთაშორისო ტურიზმი, რომელიც შედგება შემოსაყვანი და გასაყვანი ტურიზმისაგან.
- ტურიზმის ფორმები შეიძლება განისაზღვროს მონაწილეთა რაოდენობით. ტურიზმის პრაქტიკაში გამოყოფენ ტურიზმის 3 ძირითად ფორმას: 1. ინდივიდუალური; 2. ჯგუფური და 3. საოჯახო.

ტურისტთა მოგზაურობის მიზნების შესაბამისად შეიძლება გამოვყოთ ტურიზმის შემდეგი სახეები:

1. რეკრეაციული ტურიზმი, რომელიც მოიცავს სანახაობით-გასართობ პროგრამებს, ტურისტულ-გამაჯანსაღებელ პროგრამებს, მეცადინეობებს ინტერესების მიხედვით;
2. სპორტული ტურიზმი, რომელიც მოიცავს წყლის, სათხილამურო, სამთო ტურიზმს;
3. სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, რომელსაც მიეკუთვნება არა მარტო მოთხოვნა მკურნალობაზე, არამედ მისი შეხამება ტურიზმის სხვა ფუნქციებთან;

4. კულტურულ-შემეცნებითი ტურიზმი, რომელიც ეფუძნება მოთხოვნილების გაფართოებას სხვადასხვა მიმართულებით;

5. ნოსტალგიური ტურიზმი, რომლის საფუძველია მოთხოვნილება ადამიანის და მისი ოჯახის წევრების ინდივიდუალურ ბიოგრაფიასთან დაკავშირებული ადგილების მონახულებაზე;

6. სათავგადასავლო (ექსტრემალრი) ტურიზმი, რომელიც ითვალისწინებს ადამიანის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას სხვადასხვა მძაფრ სიტუაციებში თავისი შესაძლებლობების გამოცდის საფუძველზე;

7. რელიგიური ტურიზმი (მოიცავს მომლოცველობას), რომელიც ეფუძნება სხვადასხვა კონფესიების ადამიანთა რელიგიური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას;

8. მისიონერული ტურიზმი, რომელიც გამონვეულია ადამიანის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაზე სხვადასხვა სულიერი ფასეულობების გავრცელების, სულიერი მონოდების სრული რეალიზაციისათვის;

9. მოვლენათა ტურიზმი – რომელიც ითვალისწინებს ადამიანის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას რომელიმე კონკრეტულ ღონისძიებაში მონაწილეობაზე (დასწრებაზე) ;

10. საკომუნიკაციო ტურიზმი, რომელიც აკმაყოფილებს ადამიანის მოთხოვნილებას პიროვნებათაშორის კონტაქტებზე;

11. ეკოლოგიური ტურიზმი, რომელიც ეფუძნება ნაკრძალი ტერიტორიების სტუმრობას, ბუნების დაცვით ღონისძიებებში მონაწილეობას.

12. აგრარული (სოფლის) ტურიზმი, რომლის განვითარება აგრარულ სექტორთან და სოფელთანაა დაკავშირებული.

ტურიზმის სახეობათა კლასიფიკაციის საყოველთაოდ მიღებული კლასიფიკაცია არ არსებობს, ამიტომ ლიტერატურაში მისი სხვადასხვა ინტერპრეტაციაა წარმოდგენილი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ვის ეწოდება მოგზაური?

.....
.....

1.2. რას გულისხმობს მოგზაურობა?

.....
.....

1.3. ვის ეწოდება ვიზიტორი?

.....
.....

1.4. რას ეწოდება ტური?

.....
.....

1.5. როგორ განსაზღვრავს გაერო ტურიზმს?

.....
.....
.....
1.6. „ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსის“ თანახმად, როგორი საქმიანობაა ტურიზმი?

.....
.....
1.7. რას მოიცავს სპორტული ტურიზმი?

.....
.....
2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. მოგზაურობა მხოლოდ ქვეყნის საზღვრებში არის

- ა. რელიგიური ტურიზმი;
- ბ. ეკოლოგიური ტურიზმი;
- გ. აგრარული (სოფლის) ტურიზმი;
- დ. შიდა ტურიზმი.

2.2. თანამედროვე ტურიზმი ხასიათდება.

- ა. მრავალსახეობით;
- ბ. უმოძრაობით;
- გ. ერთფეროვნებით;
- დ. განმეორებითობით.

2.3. ტურიზმის ფორმები შეიძლება განისაზღვროს

- ა. მონაწილეთა ეროვნული შემადგენლობით;
- ბ. მონაწილეთა კანის ფერით;
- გ. მონაწილეთა რაოდენობით;
- დ. მონაწილეთა ასაკით.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. 1980 წელს ტურიზმის მანილაში მსოფლიო კონფერენციაზე რეკომენდებული იქნა ტურიზმის პოლიტიკური განმარტება, რომლის თანახმად იგი არა მარტო ეკონომიკური, მოვლენაა არამედ ერთდროულად სოციალური, კულტურული, საგანმანათლებლო, ეკონომიკური და.

.....
.....
.....
3.2. მოგზაურობას სხვადასხვა შეიძლება მიზანი ჰქონდეს, მაგრამ დააინტერესოს ტურმა აუცილებლად უნდა კლიენტი, რომ იყიდოს იგი.

.....
.....
.....
3.3. ტურიზმს მიეკუთვნება სამკურნალო-გამაჯანსაღებელ არა მარტო მოთხოვნა მკურნალობაზე, არამედ ტურიზმის მისი შეხამება სხვა ფუნქციებთან.
.....
.....
.....

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

დამაკმაყოფილებელი მომსახურება კლასიფიკაციისათვის გადაადგილების მიგრაციას მოგზაურობის

გაერო ტურიზმს განსაზღვრავს როგორც, რომელიც არა არის დაკავშირებული მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის შეცვლასთან ანუ ესაა მოგზაურობები, რომლებიც საწყის ადგილზე დაბრუნებით მთავრდება. ტურიზმის სახეებისა და მიმართულებების ჩვეულებრივ ითვალისწინებენ ტურისტთა მიმართულებას, მოგზაურთა რაოდენობას, მოგზაურობის მიზანს, გადაადგილებისა და განთავსების საშუალებებს და სხვა არსებით ნიშნებს. ტურისტული პროდუქტის ხარისხის მიღწევა შეუძლებელია თუნდაც მცირე ნაკლოვანებების შემთხვევაში, რადგან თვით ტურისტის შედგება უამრავი მცირე ოპერაციისაგან.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

საერთაშორისო

.....
.....
.....
პეკიჯტური

.....
.....
.....
ვიზიტორები

.....
.....
.....
გამაჯანსაღებელი

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-------------------|--------------|
| ა. პროდუქტი | მოგზაურთა |
| ბ. საქონელი | მოგზაურობის |
| გ. კომპლექსი | სულიერი |
| დ. რაოდენობა | ტურისტული |
| ე. მოთხოვნილებები | მომსახურების |
| ვ. მიზანი | სპეციფიკური |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 15

სამშენებლო ბიზნესი კრიზისის პირობებში

ფულის გაძვირებამ ბიზნესის ზოგიერთ სექტორში გაყიდვები მკვეთრად შეამცირა, რამაც, თავისთავად, პროექტებზე ფასების ვარდნა გამოიწვია. საქართველოში მოქმედ სამშენებლო კომპანიებს კრიზისი ყველაზე მძაფრად შეეხო. თუ 2008 წელს ფასები უძრავ ქონებაზე დინამიკურად იზრდებოდა, აგვისტოს მოვლენების შემდეგ მისი განვითარება დროებით შეჩერდა, რასაც საბანკო სისტემაში იპოთეკური კრედიტების გაცემის შეჩერება მოჰყვა. ამ დროისათვის სესხების გაცემა აღდგენილია, თუმცა შეზღუდული სამომხმარებლო პირობებით და გაზრდილი საპროცენტო განაკვეთით. ბანკთან განვადების გაფორმების შემთხვევაში მომხმარებელს რეალურად ორმაგის გადახდა უწევს, მაგრამ გრძელვადიანობის გამო მოსახლეობის გარკვეული ნაწილი ამ პროცესით მაინც სარგებლობს. სწორედ ამიტომ აქტიურად დაიწყო მუშაობა უპროცენტო შიდაგანვადებაზე, რომელიც 15-წლიანია და ყოველგვარი რისკის ფაქტორს გამორიცხავს. მათი წესების თანახმად, ბინა მომხმარებელზე მანამ არ გაფორმდება, ვიდრე ის გადასახადს სრულად არ დაფარავს.

სამშენებლო კომპანიების წასახალისებლად საქართველოში გამარტივდა მშენებლობის ნებართვის გაცემის წესებიც. ცვლილებები „საქართველოს ზოგად ადმინისტრაციულ კოდექსსა“ და „ლიცენზიებისა და ნებართვის შესახებ“ კანონშიც შედის, რომლის თანახმად, საჯარო წარმოებას, რომელიც მშენებლობის ნებართვას გასცემდა, მარტივი წესი ჩაენაცვლება. არის ერთი სასიამოვნო სიახლეც - საბანკო სექტორის გადანყვეტილებით, კრიზისში მყოფი სამშენებლო კომპანიები ბანკებისგან დახმარებას მიიღებენ. „საქართველოს ბანკმა“ 10 სამშენებლო კომპანიას 28 მლნ აშშ. დოლარის კრედიტი გამოუყო. კრედიტი 10 წლის ვადით 30%-იანი საპროცენტო განაკვეთით გაიცა. ის 15-მდე პროექტის დაწყებას მოხმარდება. ბანკი კლიენტ სამშენებლო კომპანიებს კონკრეტული პროექტისთვის სესხს გამოუყოფს და ამ პროცესში გასაყიდად დარჩენილი ბინებისთვის იპოთეკურ სესხსაც გასცემს.

ამ დროისათვის „საქართველოს ბანკმა“ მემორანდუმი სამ სამშენებლო კომპანიასთან გაათორმა. ესენია: „იბერია“, „კალასი“ და „ბაგები სითი ჯგუფი“, რომელსაც, საერთო ჯამში, 15 მილიონი კრედიტი გამოეყოფა. დანარჩენ კომპანიებთან ხელშეკრულების გაფორმება გაზაფხულიდან იგეგმება. სამშენებლო კომპანიების ნაწილი ამ დროისთვის, შეიძლება ითქვას, მოლოდინშია. ისინი იმ პერიოდის დადგომას ელოდებიან, როდესაც მომხმარებელი რეალურად შეძლებს მათ მიერ აშენებული ფართის შესყიდვას.

საქართველოში მოქმედ დეველოპერულ კომპანიათაგან ზოგიერთი 2009 წელს ახალი პროექტების დაწყებას არ გეგმავს. მათი აზრით, ამ ეტაპზე ნებისმიერი ახალი პროექტის განხორციელება, ნებისმიერ შემთხვევაში, უარყოფით შედეგს მოიტანს. ამის საფუძვლად კი ისინი ბინებზე მოთხოვნის შემცირებას და ბანკებში კრედიტებთან დაკავშირებით არასტაბილურ მდგომარეობას ასახელებენ. ასეთ სამშენებლო კომპანიათა რიცხვს განეკუთვნება „მაგი სტილი“, რომლის წარმომადგენელთა განცხადებით, კომპანიის მიერ უპროცენტო შიდაგან-

ვადების შემოღებამაც ვერ შეძლო კლიენტების მოზიდვა. როგორც კომპანიაში ამბობენ, ამ დროისთვის მათ მიერ დაწყებული ყველა პროექტი დასრულებულია, მათ შორის, ავლაბრი-სა და გუდაურის საცხოვრებელი კორპუსების მშენებლობაც. ამჟამად მუშაობა მიმდინარეობს თბილისში არსებულ საცხოვრებელ კომპლექს „დრიმ თაუნზე“, რომლის დასრულებაც 2010 წლისთვისაა ნაგარაუდები. სხვა პროექტების დაწყებას კომპანია ჯერჯერობით არ გეგმავს.

იგივე ვითარებაა სამშენებლო კომპანია "სასკოშიც". ისინი ამ ეტაპზე ორიენტირებულები არიან არა ახლი პროექტების დაწყებაზე, არამედ უკვე დაწყებულის დასრულებაზე. მაგალითად, მოსკოვის გამზირსა და სანზონაში მათი დასრულება, სავარაუდოდ, მაისშია მოსალოდნელი.

რაც შეეხება ბაზარზე მყოფ დიდ სამშენებლო კომპანიებს, ისინი საშუალო სიდიდის კომპანიების წარმომადგენელთა გამოთქმულ მოსაზრებებს კატეგორიულად ეწინააღმდეგებიან. "ცენტრ-პონტის" დამფუძნებლის, მაია რჩეულიშვილის, განცხადებით, კარგი ბიზნესმენი კრიზისისგან ჭკუასაც უნდა სწავლობდეს და მოგებასაც უნდა ნახულობდეს. ამისთვის კი ის კლიენტთა ინტერესების კარგად ცოდნას ასახელებს. უახლოეს წარსულში გავრცელდა ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ თითქოსდა, აღნიშნული კომპანია გაკოტრდა. რაც კომპანიის წარმომადგენლებმა კატეგორიულად უარყვეს. უფრო მეტიც, „ცენტრპონტის“ წარმომადგენელთა თქმით, ყველა ის პროექტი, რომელიც დაწყებული აქვთ, უახლოეს მომავალში აუცილებლად დასრულდება.

რაც შეეხება სამშენებლო კომპანია „არსს“, მან 2009 წლის 18 თებერვალს უძრავი ქონების ბაზარზე მოღვაწეობის 20 წელი აღნიშნა. ის 1989 დაარსდა, როგორც პირველი კერძო არქიტექტურული ფირმა და ბინათმშენებლობა 1992 წელს დაიწყო. დღესდღეისობით კომპანია „არსს“ თბილისის სამ უბანში დაწყებული აქვს სამი საცხოვრებელი სახლის მშენებლობა, რომელიც რამდენიმე თვეში დასრულდება. იმის გამო, რომ ბოლო დროს მზა ბინებზე დიდი მოთხოვნა დაფიქსირდა, კომპანიამ გადაწყვიტა, რომ გაყიდვაში დამატებით ახალი ბინები გამოიტანოს. დასრულებული ბინების ფასი 850-დან 1200 დოლარამდე მერყეობს. მათი შეძენა მომხმარებელს შეუძლია როგორც განვადებით, ასევე ერთიანი გადახდის სქემით. განვადება ორწლიანია და პირველი შენატანი ბინის ღირებულების 20%-ს შეადგენს. ერთიანად გადახდის შემთხვევაში კი მომხმარებელი ფასდაკლებას იღებს. ფასდაკლების პროცენტი სამივე ობიექტზე განსხვავებულია - 5%-დან - 10%-მდე.

კომპანია „არსის“ პირობა ასეთია – თუ უძრავი ქონების ბაზარზე ფასი დაეცა, კლიენტს უბრუნებენ თანხას, რომელიც თავდაპირველად გადახდილი საფასურისა და ბინის ჩაბარების მომენტში არსებულ ფასს შორის სხვაობას შეადგენს. განვადების შემთხვევაში კი გადახდილი თანხის დარჩენილი მოცულობა პროპორციულად დაიკლებს, რაც ყოველთვიურ შენატანზე გრაფიკის შემსუბუქებით აისახება. ეს სქემა უკვე აშენებულ ბინებზეც მოქმედებს. კომპანია „არსის“ მიერ აშენებული ბინების ფასები განსხვავებულია როგორც უბნისა და პროექტების მიხედვით, ასევე მშენებლობის კონდიციის მხრივაც. საშუალოდ, აშენებულ ობიექტებში კვადრატული მეტრის ფასი 950 აშშ დოლარს შეადგენს. (იგულისხმება სრული კარკასი, რემონტამდე მიყვანილი კონდინცია), ხოლო მშენებარე პროექტებში მინიმალური ფასი 750 დოლარია. „ზოგადად, თბილისში მეორად ბინებზე ფასები 25-30%-ით შემცირდა, ხოლო მშენებარე ბინებზე 10-15%-ით. უძრავი ქონების ბაზარზე ფასს მშენებლობის თვითღირებულება

და გაყიდვების ტემპი განსაზღვრავს“, - აცხადებს „არსის“ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის მენეჯერი. აგვისტოს მოვლენების შემდეგ „არსში“ გაყიდვების რიცხვი შემცირდა, თუმცა ზრდის ტენდენცია დეკემბრის თვიდან კვლავ გამოიკვეთა. შესაბამისად, თუ გაყიდვების ასეთი დონე შენარჩუნდა და მშენებლობის ღირებულებაც უცვლელი დარჩა, ფასების მეტად დაწვევა მოსალოდნელი არ არის.

დღეს საზოგადოებაში არსებობს სერიოზული მოლოდინი იმისა, რომ უძრავ ქონებაზე ფასები კიდევ დაიწვეს, რის გამოც ბევრი თავს იკავებს ბინის შეძენისაგან. რა მოხდება მომავალში, ამასთან დაკავშირებით დღეს პროგნოზების გაკეთება უჭირთ როგორც სამშენებლო კომპანიების წარმომადგენლებს, ისე ექსპერტებს. „არსში“, ისევე როგორც სხვა კომპანიაში, ახლა უკვე შესაძლებელია ბანკის გარეშე ბინის შეძენა. ისინი აქტიურად მუშაობენ იმაზეც, რომ ბაზარზე გამოიტანონ ის პროდუქცია, რომელიც მოსახლეობისთვის არის მისაღები. 2005 წელს კომპანიაში არსებობდა უფასო კონსულტაციის პროგრამა. ეს პროგრამა დღეს ისევ განახლდა და კონსულტაციის მიღება „არსის“ სათავო ოფისშია შესაძლებელი.

სამშენებლო მასალების გაიაფებამ სამშენებლო კომპანია "მოდულს" საშუალება მისცა, შესყიდვის პირობების გაუმჯობესების კუთხით, გადაეხედა დილმის საცხოვრებელი კომპლექსის მშენებლობასთან გაფორმებული ხელშეკრულებისთვის. კომპანიამ საცხოვრებელი ბინების საერთო საკონტრაქტო ფასი გარკვეული ალგორითმების შესაბამისად შეამცირა – ფართის ერთი კვადრატული მეტრის ღირებულების პროპორციულად. კერძოდ: -599 აშშ\$-მდე რეალიზებული ფართების ღირებულება შემცირდა 5%-ით; -600-699 აშშ\$-მდე რეალიზებული ფართების ღირებულება შემცირდა 10%-ით; -700-799\$-ის 15%-ით, - ხოლო 800 აშშ \$-ის ზემოთ 20%-ით. ამჟამად ეტაპობრივად მიმდინარეობს დილმის საცხოვრებელი კომპლექსის მენაშენებთან დამატებითი კონტრაქტების გაფორმება და თანხების გაზრდის ახალი გრაფიკის შეთანხმების პროცესი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რამ შეამცირა მკვეთრად ბიზნესის ზოგიერთ სექტორში გაყიდვები?

.....
.....
.....

1.2. რაზე დაიწყეს აქტიურად მუშაობა სამშენებლო კომპანიებმა კლიენტების მისაზიდად?

.....
.....
.....

1.3. რა მოხდა საქართველოში სამშენებლო კომპანიების წასახალისებლად?

.....
.....
.....

1.4. რის გამო იკავებს ბევრი თავს ბინის შეძენისაგან?

.....
.....

1.5. რატომ არ გეგმავს დეველოპერულ კომპანიათაგან ზოგიერთი ახალი პროექტების დაწყებას?

.....
.....
.....

1.6. რის მოლოდინი არსებობს დღეს საზოგადოებაში?

.....
.....

1.7. რის შემდეგ შემცირდა "არსში" გაყიდვების რიცხვი?

.....
.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. სამშენებლო ბიზნესის სექტორში გაყიდვები მკვეთრად შეამცირა

- ა. საშენი მასალის გაძვირებამ;
- ბ. უამინდობამ;
- გ. ახალმა კანონმა;
- დ. ფულის გაძვირებამ.

2.2. საზოგადოებაში არსებობს მოლოდინი, რომ

- ა. უძრავ ქონებაზე ფასები დაიწვეს;
- ბ. უძრავ ქონებაზე ფასები აიწვეს;
- გ. უძრავ ქონებაზე ფასები აღარ დაიწვეს;
- დ. უძრავ ქონებაზე ფასები აღარ აიწვეს.

2.3. სამშენებლო კომპანიების წასახალისებლად საქართველოში გამართივდა

- ა. ავტორანსპორტის მოძრაობის წესები;
- ბ. იპოთეკური კრედიტების გაცემის წესები;
- გ. მშენებლობის ნებართვის გაცემის წესები;
- დ. კონტრაქტების გაფორმების წესები.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. ფულის ბიზნესის ზოგიერთ გაყიდვები გაძვირებამ მკვეთრად სექტორში შეამცირა, რამაც, თავისთავად, ფასების ვარდნა პროექტებზე გამოიწვია.

.....
.....

3.2. ბანკი სამშენებლო კომპანიებს კონკრეტული კლიენტ პროექტისთვის სესხს და ამ პროცესში გასაყიდად გამოუყოფს დარჩენილი ბინებისთვის სესხსაც იპოთეკურ გასცემს.

.....
.....
3.3. შენარჩუნდა თუ გაყიდვების ასეთი დონე და ღირებულებაც უცვლელი დარჩა, ფასების მშენებლობის მეტად დაწვეა მოსალოდნელი არ არის.
.....
.....

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

საქარო ნებართვას სამშენებლო იპოთეკურ მომხმარებელს გრძელვადიანობის
ბანკთან განვადების გაფორმების შემთხვევაში რეალურად ორმაგის გადახდა უწევს, მაგრამ გამო მოსახლეობის გარკვეული ნაწილი ამ პროცესით მაინც სარგებლობს. ბანკი კლიენტ კომპანიებს კონკრეტული პროექტისთვის სესხს გამოუყოფს და ამ პროცესში გასაყიდად დარჩენილი ბინებისთვის სესხსაც გასცემს. ცვლილებები "საქართველოს ზოგად ადმინისტრაციულ კოდექსსა" და "ლიცენზიებისა და ნებართვის შესახებ" კანონშიც შედის, რომლის თანხამად, წარმოებას, რომელიც მშენებლობის გასცემდა, მარტივი წესი ჩაენაცვლება.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

სამშენებლო
.....
.....

კრიზისი
.....
.....

უძრავი ქონება
.....
.....

უპროცენტო
.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|--------------|--------------|
| ა. გაძვირება | საცხოვრებელი |
| ბ. ვარდნა | უძრავი |
| გ. ქონება | ფასების |
| დ. სისტემა | იპოთეკური |
| ე. კრედიტები | ფულის |
| ვ. კომპლექსი | საბანკო |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 16

ბიზნესის კონცეფციები (1)

«რა არის ბიზნესი? ბიზნესი საქმის წარმოების სისტემაა. ბიზნესი პროდუქციის შექმნაა, რომელიც სჭირდებათ ადამიანებს. ბიზნესი სამუშაოა. ბიზნესი ცენტრალური მაგისტრალია ჩვენს სოციალურ-ეკონომიკურ სისტემაში. ბიზნესი სისტემაა, რომელიც ჩვენ შევქმენით ჩვენი სურვილების დასაკმაყოფილებლად. ზოგადად, ბიზნესი არის წარმოების სისტემა საზოგადოების მოთხოვნილებებისა და სურვილების დასაკმაყოფილებლად».

გამოყოფენ ბიზნესის სამ ძირითად კონცეფციას. ესენია: კრიტიკული, პოზიტიური (არაკრიტიკული) და პრაგმატული კონცეფციები. ბიზნესის კრიტიკული კონცეფცია გამომდინარეობს იქიდან, რომ ცნება «ბიზნესი» აერთიანებს საბაზრო ურთიერთობათა სხვადასხვა სუბიექტის მოქმედებათა ერთობლიობას, რომელთა მიზანია გამდიდრება საბაზრო ურთიერთობათა სხვა სუბიექტების ხარჯზე. ბიზნესის კრიტიკული კონცეფციის საფუძველია რიგი მეცნიერულ-თეორიული და იდეოლოგიური დებულებები:

1) ბიზნესის კრიტიკული კონცეფცია განსახილველ მოვლენას მიაკუთვნებს განსაკუთრებით საბაზრო ეკონომიკას. ადამიანთა საზოგადოების მრავალსაუკუნოვან ისტორიაში გამოყოფენ სხვადასხვა პერიოდს. თანამედროვე ეკონომიკის განვითარების საბაზრო პერიოდს წინ უსწრებდა ნატურალური მეურნეობა. კრიტიკული კონცეფციის ფარგლებში ბიზნესი განისაზღვრება, როგორც ეკონომიკის განვითარების მხოლოდ საბაზრო პერიოდის ნიშან-თვისება (ზოგჯერ ამბობენ, რომ ბიზნესი ბაზრის ატრიბუტია). ასეთი გაგებიდან გამომდინარეობს ის, რომ ბიზნესი მოვლენაა, რომელიც შეზღუდულია დროში. არც კაცობრიობის წარსულ ისტორიაში, საბაზრო ეკონომიკის წარმოშობამდე (ძველი რომის, ძველი ინდოეთის, საშუალო საუკუნოვან ცივილიზაციებში), არც მომავალში ბიზნესი არ წარმოადგენს საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ცხოვრების დამახასიათებელ თვისებას;

2) კრიტიკული კონცეფცია ბიზნესს მიაკუთვნებს ადამიანთა საქმიანობის განსაკუთრებულ სახესხვაობას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. ბიზნესი ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ამ მიდგომის მომხრეთა აზრით, კავშირშია ადამიანთა მოქმედებებთან, რომლებიც არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესად. ბიზნესის სფეროდან გამოირიცხება დაქირავებული შრომა მისი ყველა ფორმით, შემოქმედებითი საქმიანობის ნებისმიერი სახეები (მეცნიერება, კულტურა, ხელოვნება, ლიტერატურა), აგრეთვე ჯანდაცვა, სწავლა-განათლება, საზოგადოებრივი საქმიანობა.

ბიზნესისა და «არაბიზნესის» გამოჯვრის კრიტერიუმებია მოგების მიღება და ამასთან დაკავშირებული პირადი ანგარებიანი მოტივები ადამიანთა მოქმედებებში. კრიტიკული კონცეფციის თანახმად, ბიზნესი გამიზნულია მხოლოდ მოგების მიღებაზე, „არაბიზნესი“ კი არ არის გამიზნული მოგების მიღებაზე. სწრაფვა მოგებისაკენ განიხილება როგორც საბაზრო ეკონომიკის პირობებისადმი შესაბამისი პირადი სიმდიდრისაკენ მისწრაფების მოდიფიკაცია.

ბიზნესმენები და მდიდრები, ბიზნესი და სიმდიდრე ხშირად გაიგივებულია. ბიზნესის კრიტიკოსები ვარაუდობენ, რომ მოგების მისაღებად ბიზნესმენი მზადაა გამოიყენოს ქცევის

ნებისმიერი, მათ შორის ანტისაზოგადოებრივი ხერხები. ასეთი შეხედულებები ფართოდ იყო გავრცელებული ჯერ კიდევ 100 წლის წინათ ეკონომიკურ, სოციოლოგიურ და ფილოსოფიურ თეორიებში. კრიტიკულ მიდგომა ყველაზე აშკარა იყო ე. წ. მარქსიზმ-ლენინიზმის კონცეფციაში. ბიზნესის სისტემას მარქსიზმ-ლენინიზმი მიიჩნევდა კაპიტალისტურ სისტემად ანუ კაპიტალიზმად. მის გავრცელებას უკავშირებდნენ ანტაგონისტურ კლასობრივ წინააღმდეგობებს კაპიტალისტ-ბიზნესმენებსა და დაქირავებულ მუშაკებს (პროლეტარებს) შორის, გარდაუვალ და მუდმივ კონფლიქტებს კონკურენტებს შორის. სსრ კავშირში აუცილებლად და მიზანშეწონილად ითვლებოდა კაპიტალიზმის მუდმივად დაგმობა და ადამიანთა ცხოვრებაში ბიზნესის ნებისმიერ გამოვლინებათა კრიტიკა. ბიზნესი, როგორც კაპიტალიზმისათვის დამახასიათებელი ფენომენი, კატეგორიულად იყო უარყოფილი არა მარტო საბჭოთა იდეოლოგიის მიერ, არამედ სსრ კავშირის კანონმდებლობაშიც. ამიტომ, როგორც ცნობილია, გასული საუკუნის 30-იან წლებში საბჭოთა კავშირში აიკრძალა ყოველგვარი კერძო საქმიანობა.

ბიზნესის კრიტიკული კონცეფციის ფესვებს ვხვდებით არა მარტო მარქსიზმ-ლენინიზმში, არამედ დასავლეთის სხვა თეორიებშიც, აგრეთვე ლიტერატურაშიც (ო. ბალზაკი, თ. დრაიზერი, ფ. ნორისი, ე. სინკლერი, ა. ოსტროვსკი, ფ. დოსტოვესკი და სხვ.). საქართველოშიც ტრადიციულად არაპრესტიჟულად ითვლებოდა საქონელმომოქცევის სფერო, კერძოდ ვაჭრობა, მაშინ როდესაც ესა თუ ის დიდი საქმე ეკონომიკაში ყოველთვის ინყებოდა ვაჭრობით ან ვაჭრობასთან იყო დაკავშირებული. ვაჭრობაში, მიმოქცევის სფეროში, ბაზარზე, როგორც ფოკუსში, აისახება ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის მიღწევები თუ ნაკლოვანებები. ამასთან დაკავშირებით საგულისხმოა დიდი მგოსნის, ვაჟა-ფშაველას, წერილი „გიკვირთ?!“ (1909 წ.), რომელშიც იგი გულისტკივილით წერდა: «ვაჭრობა ნაცვლად იმისა, რომ შეეყვარებინათ ხალხისათვის, შეაზიზღეს». ამის დასადასტურებლად იგი ასახელებს პიესა „ქუნის“ დადგმას სცენაზე და სხვა მაგალითებს, რაც საკმარისი აღმოჩნდა რაინდული ხასიათის ქართველისათვის, რომ მას ხელი არ მოეკიდა ვაჭრობისთვის და, როგორც ვაჟა-ფშაველა აღნიშნავს: „ჩვენი მეგობარ-მეზობლები გაძლიერებულიყვნენ ქონებით (რომელსაც ყიდდნენ ქართველი თავადები), ხოლო ჩვენ დავკვინებულიყავით“.

ბიზნესის კრიტიკული კონცეფცია გამოიყენება ცალკეული პოლიტიკური პარტიებისა და მოძრაობების იდეური პლატფორმების დასაბუთებისათვის, რომელთა რიცხვს მიეკუთვნებიან ანტიგლობალიზმისტები საზღვარგარეთ და პოსტსაბჭოელი ორთოდოქსი კომუნისტები.

ბიზნესის პოზიტიური (არაკრიტიკული) კონცეფცია კრიტიკული კონცეფციის სრულიად საწინააღმდეგო მოვლენაა. მისი არსი არის ის, რომ ბიზნესი გაიკება და ფასდება როგორც ადამიანთა საზოგადოებრივი სასარგებლო საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება პირადი ინიციატივით, რომლის მიზანია საქონლისა და მომსახურების წარმოება სხვა ადამიანებისათვის.

ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია ემყარება სხვადასხვა ფილოსოფიურ მოძღვრებას და მეცნიერულ თეორიას, რომელთა ფარგლებში ბიზნესი განიხილება, როგორც ადამიანთა პროგრესული საქმიანობა მათი მონოდების შესაბამისად. ბიზნესის სუბიექტები გამოიყოფა საზოგადოების სხვა წევრებისაგან. ისინი ხასიათდებიან როგორც განსაკუთრებული შემოქმედებითი სულისკვეთების მატარებლები, ცხოვრების გაბედული გარდამქმნელები, ახლის

შემქმნელები, როგორც კაცობრიობის ოქროს ფონდი. მათი საქმიანობა ახალი საქონლისა და მომსახურების შესაქმნელად ხელს უწყობს საზოგადოების მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას და მის აყვავებას. ასეთ წარმოდგენათა განვითარებამ ქრისტიანობის ჩარჩოებში განაპირობა ბიზნესის პოზიტიური დასაბუთების ფორმირება, რომელმაც XIX საუკუნის ბოლოს ჰპოვა ფართო გაშუქება მაქს ვებერის ნაშრომში „პროტესტანული ეთიკა და კაპიტალიზმის სულისკვეთება“. ამჟამად ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია ფრიად პოპულარულია.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა არის ბიზნესი?

.....
.....

1.2. ბიზნესის რამდენ ძირითად კონცეფციას გამოყოფენ?

.....

1.3. დაასახელეთ ბიზნესის ძირითადი კონცეფციები

.....

1.4. რა უსწრებდა წინ თანამედროვე ეკონომიკის განვითარების საბაზრო პერიოდს?

.....

1.5. რას მიაკუთვნებს ბიზნესს კრიტიკული კონცეფცია?

.....

1.6. რას ემყარება ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია?

.....

1.7. როგორ განიხილება ბიზნესი პოზიტიური კონცეფციის მიხედვით ?

.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. ა. ბიზნესი მოვლენაა, რომელიც შეზღუდულია დროში;

ბ. ბიზნესი მოვლენაა, რომელიც შეზღუდულია სივრცეში;

გ. ბიზნესი მოვლენაა, რომელიც არ არის შეზღუდული დროში;

დ. ბიზნესი მოვლენაა, რომელიც შეზღუდული არ არის სივრცეში.

2.2. ა. ბიზნესი და სიღარიბე ხშირად გაიგივებულია;

ბ. ბიზნესი და სიცრუე ხშირად გაიგივებულია.;

გ. ბიზნესი და სიმდიდრე ხშირად გაიგივებულია.;

დ. ბიზნესი და სიმდიდრე არ არის გაიგივებული.

2.3. ა. ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია არ არის პოპულარული;

ბ. ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია წარსულში იყო პოპულარული;

გ. ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია ჩვენში არ არის პოპულარული;

დ. ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია ფრიად პოპულარულია.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. მაგისტრალია ბიზნესი ჩვენს სოციალურ-ეკონომიკურ ცენტრალური სისტემაში

.....

.....

3.2. ბიზნესის კაპიტალიზმად მიიჩნევა მარქსიზმ-ლენინიზმი სისტემას კაპიტალისტურ სისტემად ანუ.

.....

.....

3.3. ბიზნესის კრიტიკული ცალკეული კონცეფცია გამოიყენება პოლიტიკური და მოძრაობების იდეური პარტიებისა პლატფორმების დასაბუთებისათვის, რომელთა მიეკუთვნებიან რიცხვს ანტიგლობალიზმისტები და ორთოდოქსი კომუნისტები.

.....

.....

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

კრიტიკოსები, ქცევის; კრიტერიუმებია, მოტივები; სისტემა, დასაკმაყოფილებლად.

ბიზნესი, რომელიც ჩვენ შევექმნით ჩვენი სურვილების

ბიზნესისა და «არაბიზნესის» გამიჯვნის მოგების მიღება და ამასთან დაკავშირებული პირადი ანგარებიანი ადამიანთა მოქმედებებში.

ბიზნესის ვარაუდობენ, რომ მოგების მისაღებად ბიზნესმენი მზადაა გამოიყენოს ნებისმიერი ხერხები.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

პროდუქციის

.....

კონცეფცია

.....

კრიტერიუმები

.....

ნატურალური

.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

- ა. სოციალურ-ეკონომიკური მოძღვრებას
- ბ. პოზიტიური სისტემა
- გ. ფილოსოფიურ კონცეფცია
- დ. მეცნიერულ საქმიანობა
- ვ. პროგრესული თეორიას

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 17

ბიზნესის კონცეფციები (2)

ბიზნესის შესახებ საქართველოში ჯერჯერობით არსებობს არასწორი, დამახინჯებული შეხედულება. ეს განპირობებულია იმით, რომ იგი გარკვეულწილად რჩება ჩრდილოვან (ფარულ), ე. წ. იატაკქვეშა საქმიანობად. კანონსაწინააღმდეგო ბიზნესი ამა თუ იმ სახით ვლინდება თითქმის ყველა ქვეყანაში, მაგრამ მისი არსებობა და საზოგადოების მიერ ჯეროვანი გაკიცხვა უნდა გახდეს იმის საბაზი, რომ მთლიანად ბიზნესს ნეგატიური შეფასება არ მიეცეს. კრიმინალური ბიზნესი თავისებური მავნე ნარჩენია. უარყოფით რეაქციას აძლიერებს ის ფაქტიც, რომ ხშირ შემთხვევაში ჩვენთან ბიზნესი გაიშალა ძირითადად ვაჭრობის, მომსახურების (მათ შორის საბანკო) სფეროებში და არა წარმოების სფეროში. იქმნება შთაბეჭდილება და წარმოდგენა ბიზნესის არაპროდუქტიულობის თაობაზე, როგორც ყიდვა-გაყიდვის საქმიანობაზე იოლი გამდიდრების მიზნით. ქართული ბიზნესი საწყის ეტაპზე და არსებობს არასაკმაო მომნიშვნელო საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში. დროთა განმავლობაში იგი ხელსაყრელ სავაჭრო-საფინანსო ოპერაციებთან ერთად გახდება სანარმოო, შემოქმედებითი საქმიანობა საერთო კეთილდღეობისა და ყველა ადამიანის ურთიერთსარგებლობისათვის.

ბიზნესის განსაზღვრათა უმრავლესობაში აღინიშნება, რომ ესაა მოქალაქეთა ან მოქალაქეთა ჯგუფის, კერძო პირების და სანარმოების საქმიანობა. ამით აქცენტი კეთდება იმაზე, რომ ბიზნესი ემყარება წარმოების ფაქტორებზე (მინა, შრომა, კაპიტალი) კერძო საკუთრებას. ცნება «კერძო საკუთრება» გულისხმობს არასახელმწიფოებრივ საკუთრებას, ე. ი. მოიცავს საოჯახო, ჯგუფურ, აქციონერულ და სხვა საკუთრებას. ბიზნესის მიკუთვნება საქმიანობის კერძო, არასახელმწიფოებრივი ფორმებისთვის სავსებით მართებული და კანონზომიერია, მაგრამ ბიზნესში სახელმწიფოს მონაწილეობის მთლიანად უარყოფა არაა საჭირო. სახელმწიფოს შეუძლია დააბანდოს თავისი სახსრების ნაწილი ბიზნესში. იმ სოციალურ-ეკონომიკური პროგრამების განხორციელებისას, რომლებიც ფინანსდება ბიუჯეტიდან, სახელმწიფო შეკვეთის შემსრულებელი შეიძლება იყოს ბიზნესი სახელმწიფოს ფულზე (მაგალითად, თავდაცვის სამინისტროს შეკვეთების შესრულება ფირმის მიერ). რიგ შემთხვევაში ბიზნესსაქმიანობას სახელმწიფო მხარს უჭერს ეკონომიკურად, კერძოდ, ეხმარება მცირე ბიზნესს.

ბიზნესის თაობაზე რუსულ კანონმდებლობაში არ მოიპოვება ზუსტი განსაზღვრა. რუსულ ეკონომიკურ ლიტერატურაში ტერმინი *ბიზნესი* აღნიშნავს სამეწარმეო საქმიანობის ნებისმიერ სახეს და ერთ-ერთი სქელტანიანი წიგნი (544გვ.) «ბიზნესის (მეწარმეობის) საფუძვლები», რომელიც რეკომენდებულია სახელმძღვანელოდ რუსეთის ფედერაციის განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს მიერ, შედგება მხოლოდ ექვსი თავისაგან:

- ბიზნესის ეკონომიკური არსი;
- კომერციული საქმიანობის სამართლებრივი მექანიზმი;

- კომერციულ სამართალურთიერთობათა სუბიექტები;
- კონკურენცია და მონოპოლისტური საქმიანობის შეზღუდვა;
- კომერციული საქმიანობის სახელშეკრულებო რეჟიმი;
- სანარმოო საქონლის რეალიზაცია და სანარმოო აქტივების სავაჭრო ბრუნვა;
- ფასიანი ქაღალდების ბაზარი.

ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ პირველი თავი «ბიზნესის ეკონომიკური არსი» იწყება იმის განხილვით, თუ რა არის კომერციული საქმიანობა და სხვა თავების სათაურების მიხედვითაც ძირითადი აქცენტი კეთდება კომერციულ საქმიანობაზე. ამასთან, კომერციული საქმიანობა (კომერცია) მოიაზრება, როგორც ნებისმიერი სანარმოს _ საქონელმწარმოებლის სანარმოო-სამეურნეო საქმიანობის შემადგენელი ნაწილი ან საქმიანობის გამოცალკევებული დამოუკიდებელი სახე (ვაჭრობა, მათ შორის საბირჟო, სავაჭრო შუამავლობა, საბანკო საქმიანობა და ა. შ.). ამრიგად, რუსულ ლიტერატურაში კომერციული საქმიანობა ძირითადად განიხილება ვიწრო გაგებით (როგორც ვაჭრობა). ადრე გამოცემულ რუსულ ეკონომიკურ ენციკლოპედიაში (1999 წ.) საერთოდ არ არის შეტანილი „ბიზნესი“ და შეტანილია „კომერცია“ (საქონლისა და მომსახურების გაყიდვის საქმიანობა მოგების მიღების მიზნით) და „მენარმეობა“.

ბიზნესს განიხილავენ აგრეთვე როგორც კონკრეტული სამეურნეო (ეკონომიკური) საქმიანობის კონკრეტულ სახეობას, რომელიც ორგანიზებულია განსაზღვრული სტრუქტურის ფარგლებში და მისი მიზანია შემოსავლის (მოგების) მიღება. ამგვარად, ნებისმიერ ბიზნესს აქვს თავისი ეკონომიკურ-ორგანიზაციული ფორმა სანარმოს სახით. სანარმო, მისწრაფვის რა გამორჩეულ იქნეს ბაზარზე მსგავსი სანარმოებისაგან, ქმნის და არეგისტრირებს თავის განსხვავებებს საფირმო სახელწოდებისა და ატრიბუტების სახით. ამ შემთხვევაში ბიზნესის ცნება უფრო ფართოა: ბიზნესი განიხილება არა მხოლოდ როგორც საქმიანობის პროცესი, არამედ როგორც საკუთრების ობიექტიც, რომელიც შეიძლება გაიყიდოს, დაიზღვიოს, დაგირავდეს, ერთმა მეორეს უანდერძოს. ამ მხრივ ბიზნესი ხდება გარიგების ობიექტი, საქონელი.

ცნობილია, რომ ეკონომისტები გამოყოფენ ბიზნესის სამ ძირითად კონცეფციას: კრიტიკული, პოზიტიური (არაკრიტიკული) და პრაგმატული კონცეფციები. ეს განსაზღვრებები სრულად ასახავს გავრცელებულ შეხედულებებს თანამედროვე ბიზნესზე. პოზიტიური კონცეფციის თანახმად, ბიზნესი განიხილება, როგორც ადამიანთა საქმიანობა ერთმანეთის მომსახურებისთვის, აგრეთვე მათი ერთობლივი საქმიანობა, რომელიც მიმართულია საზოგადოების საკეთილდღეოდ. ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია ახდენს თანამედროვე ბიზნესის დადებითი მხარეების აბსოლუტიზებას, წარმოადგენს მას, როგორც ეკონომიკური ჰარმონიების სისტემას. ეს კონცეფცია სხვადასხვა დროს იყო საფუძველი მრავალი თეორიისა, რომლებიც ადამიანთა ცხოვრებას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში წარმოადგენენ იდილიურად, ყოველგვარი წინააღმდეგობების გარეშე. ასეთები იყო, მაგალითად, წარსულში ფართოდ გავრცელებული „საყოველთაო კეთილდღეობის საზოგადოების“, „საყოველთაო დოვლათიანობის სახელმწიფოს“ არამეცნიერული თეორიები, რომელთა მომხრეები ცდილობდნენ აეხსნათ საბაზრო ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესები როგორც მთლიანად

უკონფლიქტო ან ნაკლებკონფლიქტიანი პროცესები. ამიტომ პოზიტიური კონცეფცია აგრეთვე ცნობილია არაკრიტიკული კონცეფციის სახელწოდებით.

ბიზნესის შესახებ პოზიტიურ წარმოდგენათა მომხრეების შეხედულებით, თანამედროვე საზოგადოებაში დიდი ხანია აღარ ხდება XIX - XX საუკუნეებისთვის დამახასიათებელი მწვავე სოციალური კონფლიქტები და კრიზისები. ეს წინააღმდეგობანი, რომლებსაც ადგილი ჰქონდა წარსულში, წარსულშივე დარჩა.

ბიზნესის უცხოურობას მიაწერენ „ამერიკანიზმების“ ცნებას, რომლებმაც თითქოს გააჯერეს ქართული საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ცხოვრება. ის, რაც განიხილება როგორც პოზიტიური მოვლენა თანამედროვე ამერიკულ სინამდვილეში, თითქოს დაუსაბუთებლად გადმოტანილ იქნა ქართულ ცხოვრებაში, რომელსაც სხვაგვარი სამეურნეო (ეკონომიკური) ტრადიციები აქვს. ამერიკანიზმები პოპულარულია იმ ადამიანთა გარემოში, რომლებმაც ვერ შეძლეს ეპოვათ თავიანთი უნარის გამოყენების ღირსეული ფორმები ან ვერ განავითარეს თავიანთ თავში საქმიანი უნარი, რასაც მოითხოვს საბაზრო ეკონომიკა. ამერიკანიზმების მკაცრად განსჯა და დაგმობა ხშირად უკავშირდება ჩვენთვის ცნობილ წარმოდგენებს იმის თაობაზე, რომ ბიზნესი თითქოს უცხოა ქართველებისათვის. სხვადასხვა აზრის თანახმად, ამერიკანიზმები ქართულ ბიზნესში წარმოადგენს ქართული ბიზნესის გარემოში გადმოტანილ ბიზნესმენტა საქმიანი ქცევის სტერეოტიპებსა და საქმიან ურთიერთობათა წარმართვის მანერებს, რომლებსაც ადგილი არ ჰქონდათ წინა (საბჭოთა) პერიოდში.

ისტორიულად ამერიკული ბიზნესი ფაქტობრივად ჩამოყალიბდა სხვა ქვეყნებიდან ამერიკაში გადმოსახლებული ამერიკული ოცნების მაძიებლების მიერ. *შრომისმოყვარე ადამიანების მასობრივი გადასახლება ამერიკაში სხვადასხვა ქვეყნიდან ხელს უწყობდა ბიზნესის მასშტაბურ განვითარებას აშშ-ში.* კონფლიქტი ბიზნესსა და მონათმფლობელობას შორის, რომელმაც გამოიწვია XIX საუკუნის შუა პერიოდში სამოქალაქო ომი, დამთავრდა საბაზრო პრინციპების სრული ტრიუმფით ქვეყნის ეკონომიკაში. სარგებლობის (გამორჩენის) პრინციპი უბიძგებს ამერიკის ხელისუფლებას აშშ ტერიტორიაზე სხვა ქვეყნების მოქალაქეების მიერ ფირმების გახსნისაკენ, რამდენადაც ეს ხელს უწყობს კაპიტალის შეღინებას ამერიკის ეკონომიკაში, ზრდის ასაკრეფი გადასახადების მოცულობას. ამასთან, ამერიკელი ბიზნესმენები სიამოვნებით აბანდებენ ფინანსურ სახსრებს საზღვარგარეთ, პოლიტიკურად არამყარ ქვეყნებში.

საგარეო ექსპანსიის ელემენტები საზღვარგარეთელი ბიზნესმენების მხრივ ასრულებს კატალიზატორის როლს ქართული ბიზნესის განვითარებაშიც. საქართველოში სახეზეა უცხოური კაპიტალის ინვესტირება ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაში და, ამავე დროს, ბიზნესის ქცევის სტერეოტიპების გავრცელება დასავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან და აშშ-დან. საქართველოში მუდმივად მუშაობენ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციები და ფონდები (საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი და სხვ.). ჩვენი ხელისუფლება ვალდებულია, მტკიცედ იცავდეს ეროვნულ ინტერესებს და ატარებდეს გონივრულ პოლიტიკას.

ბიზნესის, როგორც ობიექტური მოვლენის, შეფასებაში კრიტიკული და პოზიტიური (არაკრიტიკული) კონცეფციები უკიდურესი პოზიციებია. ამ უკიდურესობათა დაძლევა ხორციელდება მხოლოდ ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის ფარგლებში.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა აძლიერებს ჩვენში უარყოფით რეაქციას ბიზნესის მიმართ?

.....
.....

1.2. რომელ ეტაპზეა ქართული ბიზნესი?

.....
.....

1.3. როგორ განისაზღვრება ბიზნესი უმრავლეს შემთხვევაში ?

.....
.....

1.4. რას გულისხმობს ცნება «კერძო საკუთრება» ?

.....
.....

1.5. როგორ ზრუნავს საწარმო იმაზე, რომ გამორჩეულ იქნეს ბაზარზე მსგავსი საწარმოებისაგან?

.....
.....

1.6. გარდა საქმიანობის პროცესისა, კიდევ როგორ განიხილება ბიზნესი?

.....
.....

1.7. რას ახდენს ბიზნესის პოზიტიური კონცეფცია და როგორ წარმოადგენს ბიზნესს?

.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. ა. პოზიტიური კონცეფცია ცნობილია არაკრიტიკული კონცეფციის სახელწოდებით.

ბ. პოზიტიური კონცეფცია ცნობილია კრიტიკული კონცეფციის სახელწოდებით.

გ. პოზიტიური კონცეფცია ცნობილია უარყოფითი კონცეფციის სახელწოდებით.

დ. პოზიტიური კონცეფცია ცნობილია მომგებიანი კონცეფციის სახელწოდებით.

2.2. ა. საქართველოში არ მუშაობენ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციები და ფონდები;

ბ. საქართველოში აღარ მუშაობენ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციები და ფონდები;

გ. საქართველოში მუდმივად მუშაობენ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციები და ფონდები;

დ. საქართველოში მუშაობაზე უარი თქვეს საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციებმა

და ფონდებმა.

- 2.3. ა. ბიზნესის შეფასებაში კრიტიკული და პოზიტიური კონცეფციები თანმხვედრი პოზიციებია;
- ბ. ბიზნესის შეფასებაში კრიტიკული და პოზიტიური კონცეფციები უკიდურესი პოზიციებია;
- გ. ბიზნესის შეფასებაში კრიტიკული და პოზიტიური კონცეფციები არ არსებობს;
- დ. ბიზნესის შეფასებაში კრიტიკული და პოზიტიური კონცეფციები არ განირჩევა.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. ბიზნესის უმრავლესობაში განსაზღვრათა ალინიშნება, რომ ესაა მოქალაქეთა ან მოქალაქეთა პირების ჯგუფის, კერძო საქმიანობა და საწარმოების.

.....
.....

3.2. ამერიკული ისტორიულად ფაქტობრივად ბიზნესი ჩამოყალიბდა სხვა ოცნების მაძიებლების გადმოსახლებული ქვეყნებიდან ამერიკაში ამერიკული მიერ.

.....
.....

3.3. ელემენტები საგარეო ექსპანსიის საზღვარგარეთელი მხრივ ბიზნესმენების ასრულებს ქართული კატალიზატორის როლს განვითარებაშიც ბიზნესის.

.....
.....

4. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ინვესტირება, სტერეოტიპების; მონათმფლობელობას, სამოქალაქო; მასობრივი, მასშტაბურ;
შრომისმოყვარე ადამიანების გადასახლება ამერიკაში სხვადასხვა ქვეყნიდან ხელს უწყობდა ბიზნესის განვითარებას აშშ-ში. კონფლიქტი ბიზნესსა და შორის, რომელმაც გამოიწვია XIX საუკუნის შუა პერიოდში ომი, დამთავრდა საბაზრო პრინციპების სრული ტრიუმფით ქვეყნის ეკონომიკაში. საქართველოში სახეზეა უცხოური კაპიტალის ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაში და, ამავე დროს, ბიზნესის ქცევის გავრცელება დასავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან და აშშ-დან.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

ექსპანსიის
.....
.....

კონცეფცია
.....
.....

.....
საქმიანობა
.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს აზრობრივ-ლოგიკური წყვილები

- | | |
|--------------|---------------|
| ა. ომი | კერძო |
| ბ. ბრუნვა | სამოქალაქო |
| გ. მექანიზმი | ამერიკული |
| დ. ექსპანსია | სამართლებრივი |
| ე. ოცნება | საგაჭრო |
| ვ. საკუთრება | საგარეო |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 18

ბიზნესის კონცეფციები (3)

პრაგმატული კონცეფცია

პრაგმატიზმის ცნებაში იგულისხმება ადამიანთა საქმიანობის გეგმებისა და მიზნების ორიენტაცია პრაქტიკული სარგებლიანობის (შემოსავლიანობის) მიღწევაზე გარემოებებში, რომლებსაც ობიექტური და დამოუკიდებელი ხასიათი აქვს.

პრაგმატიზმი ადამიანთა ქცევის რაციონალური საწყისის უმაღლესი ფორმაა, უწინარეს ყოვლისა, მათი პროფესიული საქმიანობის სფეროში. იგი საპირისპიროა ემოციურობისა, რომელშიც ადამიანთა გრძნობები დომინირებენ გონებაზე, რაც, როგორც წესი, იწვევს ობიექტური მოვლენების ცალმხრივ შეფასებას – მათ შელამაზებას ან გაბათილებას. ბიზნესის სფეროში ადამიანები უნდა მოქმედებდნენ რაციონალურად და ცდილობდნენ თავიანთი ინტერესების რეალიზაციას. ეს ინტერესები და, შესაბამისად, ადამიანთა მოქმედებები განსხვავებულია. მაგალითად, ბიზნესს შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა მასშტაბი – გამოყოფენ წვრილ, მცირე, საშუალო და მსხვილ (დიდ) ბიზნესს. შეიძლება იყოს ოლიგარქიული ბიზნესიც. განსხვავებულია ერთმანეთისაგან ბიზნესის სახეებიც. ადამიანები თავიანთი ინტერესებიდან გამომდინარე ეწევიან ბიზნესს და მოქმედებენ რაციონალურად. ამის მეოხებით თითოეული მათგანი მიისწრაფვის პირადი სარგებლიანობისაკენ, ხოლო საზოგადოება იღებს თავის – საზოგადოებრივ სარგებელს.

ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის ფარგლებში ბიზნესი განიხილება როგორც მოვლენა, რომელიც აუცილებელია საზოგადოების განვითარებისათვის. ერთი მხრივ, მოცემული მოვლენა წინააღმდეგობრივია, ვინაიდან ქმნის ბიზნესის სუბიექტების ინტერესების კონფლიქტს, რომელთაგანაც თითოეულს ამოძრავებს საკუთარი ინტერესი, ხშირად საწინააღმდეგო კონტრაგენტების ინტერესებისა. მეორე მხრივ, მოცემული მოვლენა სარგებლიანია ადამიანებისათვის, რომლებიც დამოუკიდებლად ეწევიან ბიზნესს ან მონაწილეობენ მასში დაქირავებული მუშაკების სახით და ამისათვის იღებენ შემოსავლებს ან იყენებენ მის შედეგებს. ამრიგად, პრაგმატული კონცეფციის ფარგლებში ბიზნესი გაიგება, როგორც საზოგადოების წევრებს შორის ურთიერთმოქმედება. საზოგადოების წევრების ერთ ნაწილს შეადგენენ ბიზნესმენები, რომლებიც მიისწრაფვიან დაიკმაყოფილონ თავიანთი ეგოისტური (ანგარებითი) ინტერესები ინიციატივიანი, დამოუკიდებელი საქმიანობის მეშვეობით საკუთარი რისკის საფუძველზე. საზოგადოების სხვა წევრები ბიზნესმენების წყალობით იღებენ შესაძლებლობას, მუდმივად დაიკმაყოფილონ თავიანთი მოთხოვნილებანი საქონლის წარმოებისა და მომსახურების განვითარების დახმარებით. ამასთან, ისინი ახდენენ თავიანთი სამომხმარებლო ინტერესების რეალიზაციას. იგებს საზოგადოებას: ბიზნესის წყალობით იგი იღებს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების აუცილებელ რესურსებს. ეწევიან რა ბიზნესს, ადამიანები აკეთებენ ერთმანეთისათვის სასარგებლო საქმეს. ერთმანეთისათვის სარგებლობის მოტანით კი ისინი აყალიბებენ საზოგადოებას, რომელშიც ცხოვრობენ და მუშაობენ. მათი მოქმედებები დადებითად ფასდება საზოგადოების მიერ. ბიზნესის სუბიექტები

ერთმანეთს ადარებენ თავიანთი საქმიანობიდან მიღებულ პირად წარმატებასა და საზოგადოებრივ სარგებელიანობას, ისეთ კრიტერიუმებს, როგორებიცაა, მაგალითად, კულტურის დონე, ზოგადი განათლებულობის ხარისხი, უცხო ენების ცოდნა, აქვთ დაქვემდებარებული მნიშვნელობა.

ბიზნესის პრაგმატული კონცეფცია განსხვავდება კრიტიკული კონცეფციისაგან იმით, რომ იგი არ ახდენს ინტერესთა წინააღმდეგობების აბსოლუტიზებას ბიზნესის სფეროში. ინტერესთა წინააღმდეგობები და კონფლიქტები არ განიხილება მხოლოდ უარყოფითად. მაგალითად, კონკურენციის, როგორც პოზიტიური ფაქტორის, როლი არის ის, რომ მისი გამწვავება გონივრულ ზღვრამდე სტიმულს აძლევს ეკონომიკის განვითარებას. პრაგმატული კონცეფცია უარყოფს აგრეთვე ბიზნესის განსაზღვრისას მის მოხსენიებას წვრილი ან მსხვილი თაღლითობის საქმიანობად და მის იდეოლოგიად შემდეგი თემის გამოცხადებას: «არ მოატყუებ _ ვერ გაყიდი».

გამოყოფენ ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის შემდეგ შემადგენლებს:

- ბიზნესი მთლიანად ადამიანთა ცხოვრების აუცილებელი და გარდაუვალი კომპონენტია; ის აერთიანებს, ერთი მხრივ, ცალკეული მოქალაქეების სწრაფვას თავიანთი ინტერესების რეალიზაციისაკენ, ხოლო მეორე მხრივ _ სხვა ადამიანების სწრაფვას მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისაკენ;
- ბიზნესი წინააღმდეგობრივი მოვლენაა. ნებისმიერი წინააღმდეგობა ადამიანებს შორის, რომლებიც მონაწილეობენ ბიზნესში, შეიძლება იქცეს კონფლიქტის მიზეზად, მაგრამ საერთოდ ეს წინააღმდეგობები ეკონომიკის განვითარების წყაროა და მათ არ აქვთ უიმედოდ დამანგრეველი ხასიათი;
- ბიზნესი ემყარება ურთიერთობებს ადამიანებს შორის, რომელთაგანაც თითოეული, შედის რა ამ ურთიერთობებში, იცავს საკუთარ ინტერესებს, რომლებიც აუცილებელი არ არის ემთხვეოდეს სხვა ადამიანის ინტერესებს. ერთი მხრივ, ინტერესთა ბუნებრივი კონკურენცია იწვევს ინტერესთა კონფლიქტს - ადამიანთა ერთი ნაწილის ინტერესების მეორე ნაწილისათვის თავზე მოხვევას, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს არაპროგნოზირებადი შედეგები. მეორე მხრივ, საბოლოოდ ინტერესთა კონფლიქტი არ იწვევს დამლუპველ შედეგებს ადამიანთა საზოგადოებისათვის, პირიქით, ხელს უწყობს ეკონომიკისა და ადამიანთა კეთილდღეობის მუდმივ ზრდას;
- ბიზნესი განვითარებადი მოვლენაა. მისი მიმართულებები, სახეები, ტექნოლოგიები და ინსტრუმენტები განიცდის მუდმივ სრულყოფას საზოგადოებაში მიმდინარე ცვლილებების შესაბამისად.

ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის საფუძველია თვით ტერმინ „ბიზნესის“ არაწინააღმდეგობრივი განსაზღვრა. სიტყვა „ბიზნესის“ განმარტებაში განსხვავებები განპირობებულია მისი მნიშვნელობის განსხვავებული ინტერპრეტაციით. ბიზნესის ცნებაში ხშირად გაიგება არაერთნაირი პროცესები, მოვლენები, ადამიანთა მოქმედებები. განსხვავებენ ბიზნესის რამდენიმე გაგებას: ქცევითს, კომუნიკაციურსა და სისტემურ-სოციალურს.

1. ბიზნესის ქცევითი გაგება გულისხმობს იმას, რომ ასეთი მიდგომის დახმარებით განისაზღვრება ადამიანთა მოქმედებების ერთობლიობა. აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, თუ როგორ „გაკეთდეს ბიზნესი“, როგორ „მოხდეს დასაქმება ბიზნესით“, როგორ „შეფასდეს ბიზნესი“. ქცევითი გაგების ფარგლებში ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს, როგორც ადამიანთა საქმიანი მოღვაწეობა.

2. ბიზნესის კომუნიკაციური გაგება ნიშნავს იმას, რომ მოცემული ტერმინი აღწერს ურთიერთობებს, რომლებიც წარმოიშობიან ბიზნესით დასაქმებულ ადამიანებს შორის. აქედან გამომდინარეობს: „საქმიანი ურთიერთობები“, „საქმიანი ურთიერთობების სუბიექტები“ („ბიზნესის სუბიექტები“), „ბიზნესის სუბიექტების ინტერესები“. კომუნიკაციური გაგების ფარგლებში ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს როგორც ადამიანებს შორის საქმიანი ურთიერთობები.

3. ბიზნესის სისტემურ-სოციალური გაგება გულისხმობს მოცემული ტერმინის გამოყენებას იმის აღსაწერად, რომ «ბიზნესის მკვთებელი» ადამიანების ჩართვა ერთმა-ნეთთან საქმიან ურთიერთობებში საზოგადოების ცხოვრების სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის აუცილებელი ელემენტია. ბიზნესის სისტემურ-სოციალური გაგება ადამიანთა საქმიანი მოღვაწეობისა და საქმიანი ურთიერთობების შესახებ მეცნიერულ წარმოდგენათა საფუძველია. ამრიგად, ბიზნესი, ერთი შეხედვით, ცალკე ადამიანთა კერძო საქმე, არსებითად საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი მოვლენაა, როგორც სოციალური ფენომენი. წარმატებული ბიზნესმენების გარემოში დიდი პოპულარობით სარგებლობს გამონათქვამი: «ბიზნესს აკეთებენ სერიოზული ადამიანები სერიოზულ ადამიანებთან». მაშასადამე, ბიზნესს, როგორც ქცევით, კომუნიკაციურ და სისტემურ-სოციალურ მოვლენას, ახასიათებს შემდეგი ნიშნები:

- ადამიანები ხდებიან ბიზნესის სუბიექტები, მოქმედებენ რა წამქეზებელი მოტივების გავლენით; ამასთან, ისინი ურთიერთმოქმედებენ სხვა ადამიანებთან – ბიზნესის სუბიექტებთან, რომლებიც აგრეთვე მოტივირებულნი არიან ბიზნესის ამა თუ იმ სახით;
- ასეთი ურთიერთმოქმედებები განაპირობებენ საქმიან კომუნიკაციათა აუცილებლობას, როდესაც ვლინდება ბიზნესის სუბიექტების სხვადასხვა მოტივი და ინტერესი, წინააღმდეგობები, აგრეთვე წარმოიშობა წინააღმდეგობათა გადალახვისა და საქმიანი ინტერესების შეხამების აუცილებლობა;
- ხდებიან რა ბიზნესის სუბიექტები, ადამიანები მზად უნდა იყვნენ ასეთი კომუნიკაციებისათვის იმგვარად, რომ გარიგებები იყოს ყველა მხარისთვის ხელსაყრელი;
- ბიზნესის სუბიექტები, ურთიერთმოქმედებენ ერთმანეთთან, ქმნიან საინფორმაციო სისტემას – ინფორმაციის ნაკადს მრავალრიცხოვანი საქმიანი ურთიერთკავშირების შესახებ, რომლებიც შეიცავენ მონაცემებს ბიზნესის სუბიექტების თავისებურების, მათი ქცევითი და კომუნიკაციური მოტივების, გარიგებების შესახებ.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა იგულისხმება პრაგმატიზმის ცნებაში?

.....
.....

1.2. პრაქტიკული სარგებლიანობის (შემოსავლიანობის) მიღწევისთვის როგორი გარემოებები იგულისხმება პრაგმატიზმის ცნებაში?

.....
.....

1.3. აღამიანთა ქცევის როგორი ფორმაა პრაგმატიზმი?

.....
.....

1.4. რა არის ბიზნესის პრაგმატული კონცეფციის საფუძველი?

.....
.....

1.5. რას გულისხმობს ბიზნესის სისტემურ-სოციალური გაგება?

.....
.....

1.6. ბიზნესის რამდენ გაგებას განასხვავებენ? ჩამოთვალეთ

.....
.....

1.7. რისთვის უნდა იყვნენ აღამიანები მზად, ხდებიან რა ბიზნესის სუბიექტები?

.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. რომელი გამონათქვამი სარგებლობს დიდი პოპულარობით წარმატებული ბიზნესმენების გარემოში?

- ა. „ბიზნესს აკეთებენ არასერიოზული აღამიანები სერიოზულ აღამიანებთან“;
- ბ. „ბიზნესს აკეთებენ სერიოზული აღამიანები არასერიოზულ აღამიანებთან“;
- გ. „ბიზნესს აკეთებენ სერიოზული აღამიანები სერიოზულ აღამიანებთან“;
- დ. «ბიზნესს არ აკეთებენ სერიოზული აღამიანები სერიოზულ აღამიანებთან“.

2.2. როგორ უნდა განისაზღვროს ბიზნესი?

- ა. ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს როგორც აღამიანთა გასართობი მოღვაწეობა;
- ბ. ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს როგორც აღამიანთა საქმიანი მოღვაწეობა;
- გ. ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს როგორც უმუშევარ აღამიანთა საქმიანობა;

დ. ბიზნესი მიზანშეწონილია განისაზღვროს როგორც ადამიანთა საქმიანი მოღვაწეობა.

2. 3. როგორი მოვლენაა ბიზნესი?

- ა. ბიზნესი საზოგადოებრივად ფუჭი მოვლენაა;
- ბ. ბიზნესი საზოგადოებრივად უმნიშვნელო მოვლენაა;
- გ. ბიზნესი არსებითად საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი მოვლენაა;
- დ. ბიზნესი არსებითად კერძო მოვლენაა.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. ადამიანთა რაციონალური ქცევის საწყისის პრაგმატიზმი უმაღლესი ფორმაა.

.....

3.2. მოქმედებდნენ ბიზნესის სფეროში ადამიანები უნდა ინტერესების რაციონალურად და ცდილობდნენ თავიანთი რეალიზაციას.

.....

3.3. გაგების ფარგლებში ბიზნესი საქმიანი მიზანშეწონილია კომუნიკაციური განისაზღვროს როგორც ურთიერთობები ადამიანებს შორის.

.....

4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*გაგებას, კომუნიკაციურსა; პოზიტიური, სტიმულს;
სფეროში, რაციონალურად.*

ბიზნესის ადამიანები უნდა მოქმედებდნენ და ცდილობდნენ თავიანთი ინტერესების რეალიზაციას. კონკურენციის როგორც ფაქტორის როლი არის ის, რომ მისი გამწვავება გონივრულ ზღვრამდე აძლევს ეკონომიკის განვითარებას. განასხვავებენ ბიზნესის რამდენიმე : ქცევითს, და სისტემურ-სოციალურს.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

კომუნიკაციური

.....

სუბიექტები

.....

სერიოზული

.....

ურთიერთობები

.....
.....

6. დანერეთ ტექსტის შინაარსი:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

- ა. პრაგმატული ქცევა
- ბ. რაციონალური ინტერესები
- გ. ოლიგარქიული მოღვაწეობა
- დ. კომუნიკაციური კონსეფცია
- ე. საქმიანი ბიზნესი
- ვ. სამომხმარებლო მოტივები

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 19

ბიზნესი და მენარმეობა

საბაზრო ურთიერთობათა დამკვიდრებამ ბიზნესი, მენარმეობა, კომერციული საქმიანობა საქართველოს ეკონომიკის ბუნებრივ შემადგენელ ნაწილად აქცია. დღეს ბევრი ჩვენი მოქალაქისთვის ბიზნესი სამუშაოს ძირითადი სახეობაა, მაგრამ მეურნეობრიობის საბჭოური სისტემის ბატონობის პერიოდში ბიზნესი მიჩნეული იყო მეურნეობრიობის წმინდა კაპიტალისტურ ფორმად და იგი აღიქმებოდა როგორც ჩარჩული (ვაჭრული) საქმიანობა, რომელიც ემყარება სხვისი შრომის შედეგების მითვისებას, მოტყუებას. განვლო საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის, გარდამავალი პერიოდის, ათიოდე წელმა და ბიზნესი თანდათანობით შეიჭრა ადამიანთა ეკონომიკური საქმიანობის ყველა სფეროში: მრეწველობაში, სოფლის მეურნეობაში, მშენებლობაში, ვაჭრობაში, მომსახურების სფეროში და ა. შ. საბაზრო ეკონომიკა, უწინარეს ყოვლისა, თავისუფალი ბიზნესის ეკონომიკაა, ე. ი. იგი ქმნის ბიზნესის ფართოდ გავრცელების დიდ შესაძლებლობებს. ამიტომ ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკის საბაზრო მექანიზმზე გადაყვანა გარდუვალად დაკავშირებულია ბიზნესში ადამიანთა მაქსიმალურ ჩაბმასთან. ბიზნესი (ინგლ. Business – საქმე) არის სამეურნეო (ეკონომიკური) საქმიანობა და საქმიანი ურთიერთობა (და არა საქმოსნობა, როგორც მოხსენიებულია ზოგიერთი ავტორის მიერ) მის მონაწილეებს შორის, რომელთა მიზანია ეკონომიკური სარგებლის (სარფის) მიღება მოგების ან სხვა ფორმით. ამერიკული გაგებით, ბიზნესი განისაზღვრება როგორც საქმის წარმოების სისტემა, ადამიანებისათვის საჭირო პროდუქციის, მომსახურების შექმნა, მუშაობა (სამუშაო), ეკონომიკის ცენტრალური მაგისტრალი, მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების წყარო და, საბოლოოდ, ის, თუ როგორ ცხოვრობენ ადამიანები. სწორედ ასე იგებენ ბიზნესის არსს და მის როლს ამერიკელები ადამიანების, საზოგადოების ეკონომიკურ ცხოვრებაში. აშშ, ეკონომიკურად ყველაზე განვითარებული და ძლიერი ქვეყანა, ითვლება ბიზნესის ერთ-ერთ პირველ ქვეყნად. მისი მოსახლეობის ძირითად ნაწილს საკუთარი ბიზნესი აქვს. მათთვის ბიზნესი მიჩნეულია გამდიდრების მთავარ წყაროდ. ამასთან დაკავშირებით არ იქნება ინტერესმოკლებული, მოვიყვანოთ რუსულ-ამერიკული კომპანიის „ბოს-მოსკოს“ პრეზიდენტის, ჰენრი მ. კვინლანის, გამონათქვამი: „ცუდია ის ამერიკელი, რომელიც არ ოცნებობს გახდეს მილიონერი“.

ბიზნესმენი (ინგლ. Businessman – საქმის ვაცი, საქმიანი ადამიანი) არის პირი, რომელიც ეწევა ბიზნესს და იღვწის არა მარტო მოგების მისაღებად, არამედ საზოგადოებრივი კეთილდღეობისათვისაც. იგი ქონების, კაპიტალის მფლობელია, მესაკუთრეა (ფირმის პატრონია). ცივილიზებულ ქვეყნებში ბიზნესმენი ითვლება ეკონომიკის მეფედ. უნდა აღინიშნოს, რომ ყოველგვარი საქმიანობა არ შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესად. მაგალითად, ნებისმიერი მუშაობა არის საქმიანობა, მაგრამ მუშაობა თავისთავად, ეკონომიკური პროდუქტის შექმნა, ჯერ კიდევ არ არის ბიზნესი. მუშაობა, საქმიანობა მხოლოდ მაშინაა ბიზნესი, როდესაც ის თავის მიზნად ისახავს მოგების, შემოსავლის მიღებას. წარმოება ხდება ბიზნესი, როდესაც მწარმოებელი არა უბრალოდ უშვებს პროდუქციას, არამედ შედის ეკონომიკურ ურთიერთობებში

მყიდველთან (მომხმარებელთან) წარმოებული საქონლის ხელსაყრელად გაყიდვის, რელიზაციის, გაცვლის მიზნით. ამასთან, უმართებულოა საჭიროებათა, მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების, მოხმარების მიკუთვნება ბიზნესისათვის. მაგალითად, შინ საჭმლის დამზადება ან ტანსაცმლის შეკერვა პირად მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად, არ არის ბიზნესი. თუ საჭმელი დამზადდა ან ტანსაცმელი შეიკერა გასაყიდად, ეს შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესად.

თანამედროვე ცივილიზებულ ბიზნესში ბიზნესმენი ვალდებულია ფიქრობდეს არა მარტო თავის სარგებლობაზე, არამედ სარგებლობაზე სხვა პირებისა, რომლებიც მონაწილეობენ საერთო საქმეში. ასე რომ, იგი ზრუნავს როგორც საერთო მოგებიდან თავისი წილის მიღებაზე, ასევე იმ წილზეც, რომელსაც მიიღებენ საქმის თანამონაწილენი (პარტნიორები), კონტრაგენტები და სხვ. ამ გავებით სიტყვა „სარგებლობის“ ნაცვლად უფრო მიზანშეწონილია სიტყვა „ურთიერთსარგებლობის“ გამოყენება.

დღეს მსოლიოში ბიზნესი მიჩნეულია ყველაზე დიდ ინტერნაციონალისტად, რომელმაც არ იცის საზღვრები და ეროვნებები. შეიძლება სახელმწიფოებს შორის არ იყოს დიპლომატიური კავშირურთიერთობა, მაგრამ შეიძლება არსებობდეს ბიზნესურთიერთობა ასეთი სახელმწიფოების ფირმებს შორის. მაშასადამე, ბიზნესი მრავალწახნაგოვანი ცნებაა. იგი ისეთი საქმიანობაა, რომელიც ხორციელდება კერძო პირების, საწარმოების (ფირმების, კომპანიების) მიერ ბუნებრივი დოვლათის მოპოვების, საქონლის (მომსახურების) წარმოების, შექმნის და გაყიდვის ან სხვა საქონელზე ან ფულზე გაცვლისათვის, რაც ინვესტ დაინტერესებული პირების ან საწარმოების (ორგანიზაციების) ურთიერთსარგებლობას. ამ თვალსაზრისით, თუ საქმეში მონაწილე ერთი მხარე ღებულობს მოგებას მეორე მხარის ზარალის ხარჯზე, ეს ბიზნესი არ არის, არამედ, უბრალოდ, მოტყუება.

ბიზნესი, როგორც პროცესი, გულისხმობს განსაზღვრულ ფუნქციებს: ფინანსებისა და აღრიცხვის წარმართვას, საკადრო და მატერიალურ-ტექნიკურ (ლოჯისტიკურ) უზრუნველყოფას, საწარმოო და სხვა სამეურნეო საქმიანობას, მარკეტინგულ საქმიანობას, სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებს.

ბიზნესს, როგორც საქონელს, აქვს რიგი თავისებურებები: ეს არის საინვესტიციო საქონელი, ე. ი. საქონელი, რომელშიც დაბანდება ხორციელდება მომავალში უკუგების მიზნით.

ბიზნესის განსაკუთრებული შემთხვევაა მენარმეობა (სამენარმეო საქმიანობა). იგი უშუალო კავშირშია ადამიანის _ მენარმის პიროვნებასთან, რომელიც ახორციელებს ბიზნესს მოგების მიღების მიზნით საკუთარი სახსრებისა და პირადი რისკის საფუძველზე.

ცნება „მენარმე“ სამეცნიერო ტერმინოლოგიაში შემოიტანა და ამ ფენომენის კვლევაში პირველი ნაბიჯები გადადგა ფრანგმა ეკონომისტმა რიჩარდ კანტილონმა, რომელიც ცხოვრობდა XVIII საუკუნის დასაწყისში. კანტილონის მიხედვით, მენარმე არის ადამიანი შემოსავლების სხვადასხვა წყაროებით _ გლეხი, ხელოსანი, ვაჭარი და ა. შ., რომელიც იძენს რა სხვის საქონელს (წარმოების საშუალებებს) არსებული ფასით, იმედი აქვს, გაყიდის თავის საქონელს უფრო მეტი ფასით. მენარმისათვის დამახასიათებელი თვისებაა რისკი საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობაში. მისი ძირითადი ეკონომიკური ფუნქცია არის მიწოდების მოთხოვნასთან შესაბამისობაში მოყვანა სხვადასხვა სასაქონლო ბაზარზე. კანტილონის გარდა, ამა თუ

იმ კონტექსტში და ანალიზის თავისებური მიდგომით მოცემულ კატეგორიას ეხებიან სხვა ეკონომისტები, რომლებიც მოღვაწეობდნენ XVIII_XIX საუკუნეებში. მაგ., ჟ. სეი მენარმეს განსაზღვრავდა როგორც «პირს, რომელიც თავისი ხარჯითა და რისკით თავის სასარგებლოდ იწყებს რაიმე პროდუქტის წარმოებას». სეის მიხედვით, მენარმის ფუნქციები მოიცავს წარმოების ფაქტორების შეერთებას, ინფორმაციის შეგროვებასა და აუცილებელი გამოცდილების დაგროვებას გადანყვეტილებათა მისაღებად განუსაზღვრელ სიტუაციაში. კანტილონისაგან განსხვავებით, რომელიც მენარმის საქმიანობაში პირველ ადგილს აკუთვნებდა გაცვლის ფუნქციას, ჟ. სეი უფრო აღნიშნავდა მენარმის მნიშვნელობას წარმოების ფაქტორების გაერთიანებაში.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. საბჭოური სისტემის ბატონობის პერიოდში მეურნეობრიობის როგორ ფორმად იყო მიჩნეული ბიზნესი?

.....
.....
.....
.....

1.2. როგორი ეკონომიკაა საბაზრო ეკონომიკა?

.....
.....
.....

1.3. რას ნიშნავს სიტყვა ბიზნესი?

.....
.....
.....

1.4. რად არის დღეს მსოფლიოში ბიზნესი მიჩნეული?

.....
.....
.....

1.5. როგორი ცნებაა ბიზნესი?

.....
.....
.....
.....

1.6. ვინ შემოიტანა ცნება «მენარმე» სამეცნიერო ტერმინოლოგიაში?

.....
.....

1.7. რა თვისებაა დამახასიათებელი მენარმისათვის სანარმოო-სამეურნეო საქმიანობაში?

.....
.....
.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ფენომენის, მენარმე, ეკონომისტმა, საქონელს, შემოსავლების, ტერმინოლოგიაში
ცნება „მენარმე“ სამეცნიერო შემოიტანა და ამ
კვლევაში პირველი ნაბიჯები გადადგა ფრანგმა რიჩარდ კანტილონმა,
რომელიც ცხოვრობდა XVIII საუკუნის დასაწყისში. კანტილონის მიხედვით, არის
ადამიანი სხვადასხვა წყაროებით – გლეხი, ხელოსანი, ვაჭარი და ა. შ.,
რომელიც იძენს რა სხვის (წარმოების საშუალებებს) არსებული ფასით, იმედი
აქვს, გაყიდის თავის საქონელს უფრო მეტი ფასით.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

- 3.1. ა. დღეს მსოლიოში ბიზნესი მიჩნეულია მიკერძოებულ საქმიანობად;
ბ. დღეს მსოლიოში ბიზნესი მიჩნეულია ადამიანთა გალატაკების საშუალებად;
გ. დღეს მსოლიოში ბიზნესი მიჩნეულია ყველაზე დიდ ინტერნაციონალისტად,
დ. დღეს მსოლიოში ბიზნესი მიჩნეულია ყველაზე სასურველ საქმიანობად.
- 3.2. ა. მენარმისათვის დამახასიათებელი თვისებაა რისკი;
ბ. მენარმისათვის დამახასიათებელი თვისებაა სიცრუე;
გ. მენარმისათვის დამახასიათებელი თვისებაა სილამაზე;
დ. მენარმისათვის დამახასიათებელი თვისებაა ენერგიულობა.
- 3.3. ა. ბიზნესში დაბანდება ხორციელდება ქველმოქმედების მიზნით;
ბ. ბიზნესში დაბანდება ხორციელდება მომავალში უკუგების მიზნით;
გ. ბიზნესში დაბანდება ხორციელდება უანგაროდ;
დ. ბიზნესში დაბანდება ხორციელდება სტიქიურად.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. ცნება შემოიტანა ტერმინოლოგიაში «მენარმე» სამეცნიერო ფრანგმა ეკონომისტმა რიჩარდ კანტილონმა, ცხოვრობდა XVIII საუკუნის დასაწყისში რომელიც.

.....
.....
.....

4.2. საქმიანობაში თვისებაა მენარმისათვის რისკი საწარმოო-სამეურნეო დამახასიათებელი.

.....
.....
.....

4.3. თანამედროვე ვალდებულია ცივილიზებულ ბიზნესმენი ფიქრობდეს ბიზნესში არა მარტო თავის სარგებლობაზე, არამედ სარგებლობაზე სხვა პირებისა, რომლებიც საქმეში მონაწილეობენ საერთო.

.....
.....
.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

თავისუფალი

.....
.....

მენარმეობა

.....
.....

რისკი

.....
.....

მრავალწახნაგოვანი

.....
.....

7. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი. წარმოადგინეთ თხრობით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. დაუკავშირეთ ერთმანეთს სიტყვა და მისი განმარტება.

- | | |
|------------------------|--------------|
| ა. საბაზრო | საქონელი |
| ბ. საინვესტიციო | ცნება |
| გ. სანარმოლო-სამეურნეო | დოვლათი |
| დ. ბუნებრივი | ეკონომიკა |
| ე. მრავალწახნაგოვანი | ურთიერთობა |
| ვ. საქმიანი | საქმიანობაში |

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 20

სახელმწიფოს როლი ბიზნესის გარემოს ჩამოყალიბებაში

სახელმწიფომ უნდა შექმნას ბიზნესის ჩამოყალიბება-განვითარების ხელსაყრელი გარემოპირობები: ქვეყანაში უზრუნველყოს პოლიტიკური სტაბილიზაცია, სიმშვიდე, წესრიგი და დისციპლინა; დაცული უნდა იქნეს ბიზნესმენის ქონება და ტვირთი ტრანსპორტირებისას; სახელმწიფოს ევალება, ასევე, კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფა; ვალუტის სიმტკიცის დაცვა; ინფლაციის მოთოკვა; ანტიმონოპოლიური და დემონოპოლიური ღონისძიებების გატარება; კრედიტის და გადასახადების ოპტიმალური სატარიფო განაკვეთების დანსება; სახელმწიფოს ევალება ბიზნესის სამართლებრივი უზრუნველყოფა ანუ ბაზრის პირობებში ეკონომიკურ აგენტებს შორის თამაშის წესების შემუშავება და დაცვა.

ასევე, ბიზნესის ნორმალური ფუნქციონირების აუცილებელი პირობაა, ხელსაყრელი სოციალური გარემო ანუ საზოგადოების კეთილმოსურნე დამოკიდებულება ბიზნესმენტა ფენისა და მათი წარმატებისადმი. საზოგადოებამ პოზიტიური შედეგი უნდა განიხილოს, როგორც განსაკუთრებული ფასეულობა, ურომლისოდაც მოსახლეობის ცხოვრების ღონის ამალღებაზე ლაპარაკიც კი ზედმეტია. ბიზნესის განვითარებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოების მსოფლმხედველობას, საბაზრო მენტალიტეტს. უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში უკვე გამოიკვეთა პოლიტიკური სტაბილიზაციის, საზოგადოებრივი წესრიგისა და დისციპლინის განმტკიცების გარკვეული დადებითი ნიშნები. ამიტომაცაა, რომ უფრო გააქტიურდა უცხოური კაპიტალის მოდინება. მაგრამ, როგორც ეტყობა, ბევრი საზღვარგარეთელი ბიზნესმენისათვის საქართველო ისევ ეკონომიკურად სარისკო ზონად რჩება. არადა, დღეს უცხოური ინვესტიციების, ტექნიკის, ტექნოლოგიის, მმართველური ცოდნის გარეშე შეუძლებელია საქართველოს ეკონომიკური კრიზისიდან გამოყვანა. გასათვალისინინებელია ეროვნულ ბიზნესმენტა 35 პროცენტის მოსაზრებაც, რომ მათს საქმიანობას ხელს უშლიან სახელმწიფო მაკონტროლებელი ორგანოები. მართლაც, დღეს ბიზნესის სანარმოს (ფირმას) ამონმებს ყველა, ვისაც არ ეზარება: პროკურატურა, საგადასახადო უწყება და სხვა. ეს მაშინ, როცა ბაზრის პირობებში დამოუკიდებელი საქონელმწარმოებელი არავის არ ექვემდებარება. ამჟამად ცნებები ზემდგომი ორგანო, სანარმომების დაქვემდებარება საერთოდ ამოვარდნილია საკანონმდებლო ბრუნვიდან. მაშასადამე, „ზემდგომმაც“ და „ქვემდგომმაც“ ღრმად უნდა გაიცნობიეროს, რომ საბაზრო ეკონომიკის დროს ბიზნესმენს არავინ მბრძანებლობს. ბიზნესს არეგულირებს კანონი. ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი – სოციალური გარემოს ფორმირების თვალსაზრისით, აუცილებელია, ჯერ ერთი, საზოგადოების შეგნებაში ბიზნესის იდეოლოგიის მყარად დანერგვა, კერძო სექტორის პრესტიჟის ამალღება და მეორე, ოფიციალურად ჯანსაღი, კონკურენციულ საწყისებზე ფუნქციონირებად განათლების სისტემაში მომზადებული ეროვნული კადრებით (მენეჯერი, მარკეტერი, დილერი და სხვა) ფირმების პროფესიული უზრუნველყოფა.

სამწუხაროა, მაგრამ, ფაქტია, რომ საზოგადოების დიდ ნაწილში შეხედულებები და წარმოდგენები ჯერ კიდევ საბჭოურ რეჟიმში ჩამოყალიბებულ ფასეულობებზეა ორიენტირებული და აქ არათფერია გასაკვირი, მოსახლეობის უმრავლესობა ხომ სოციალიზმის პირობებშია დაბადებული და აღზრდილი. საქმე ის არის, რომ მბრძანებლურ-გამანაწილებელ ეკონომიკაში ჩამოყალიბებული აზროვნების ტიპი ვერ ეგუება სხვათა გამდიდრებას და სიმდიდრეს: მე მზად ვარ ვიცხოვრო სიღარიბეში, ოღონდ ჩემი მეზობლებიც ასე უნდა ცხოვრობდნენ _ ასეთია ადამიანთა ერთი ნაწილის აზროვნებისა და მსჯელობის ტიპური სქემა. ცხადია, ბიზნესმენს, რომელსაც აქვს დიდი შემოსავალი, სიმდიდრე და შესაბამისი დონის ცხოვრება, ძალიან უჭირს ასეთ სოციალურ გარემოში ცხოვრება და საქმიანობა.

ბიზნესის საერთაშორისო სტანდარტების დონეზე სამართლებრივი უზრუნველყოფისათვის საჭიროა ბიზნესმენტა აზრისა და ადგილობრივი თავისებურებების გათვალისწინებით ბიზნესსაქმიანობის მარეგულირებელი ისეთი კანონებისა და კანონქვემდებარე აქტების შემუშავება, რომლებიც ინიციატივას კი არ ჩაახშობს, არამედ წაახალისებს, ასევე, ჩამოსულებს შინაურ გარემოში აგრძნობინებს თავს. კანონი უნდა იცავდეს როგორც კერძო საკუთრებას, ისე მესაკუთრეს. ამასთან, საჭიროა საიმედო გარანტიები, რომ სახელმწიფო არასოდეს მიმართავს მესაკუთრის მიმართ ძალადობის მეთოდებს და კონფისკაციას და თუ ამგვარი რამ მაინც მოხდა, სახელმწიფო იკისრებს ზარალის კომპენსაციას.

და მაინც, სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის უმთავრესი მიზანია მიკროეკონომიკისათვის სასურველი ბიზნესგარემოს შექმნა, სამეურნეო (ეკონომიკური) ცხოვრების იმდაგვარად მონყოლა, როცა ეკონომიკურად აქტიურ ადამიანს თავისუფლად შეუძლია წარმოების ფაქტორების (მიწა, შრომა, კაპიტალი) შექმნა და ბიზნესსაქმიანობის გაშლა. სრულფასოვანი ბიზნესის გარემო შრომის, საქონლის, ფინანსების ბაზრის და მათი მომსახურე ინსტიტუტების (შრომის ბირჟა, სასაქონლო ბირჟა, საფონდო ბირჟა) მთლიანი სისტემის არსებობას გულისხმობს. ასევე აუცილებელია ვალუტის კურსის სტაბილურობა და ქმედითი საგადასახადო-საკრედიტო მექანიზმი.

აღსანიშნავია, რომ ამჟამინდელი ფულადი პოლიტიკა მიმართულია არა ეროვნული ბიზნესის გაშლისაკენ, არამედ იმპორტის სტიმულირებისაკენ, არადა, რეალურად საჭიროა საქონლის შემოტანასთან შედარებით უპირატესობა მიენიჭოს „ნოუ-ჰაუს“, ახალ ტექნოლოგიას, მენეჯერულ ცოდნას, რათა დანინაურდეს საწარმოო ბიზნესი. ასევე აუცილებელია ფასზე ხელფასების მიბმა და ამ გზით მშრომელთა სოციალური დაცვა.

ბიზნესის გააქტიურება-განვითარებაში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება დაბეგვრის სისტემის სწორ ორგანიზებას. განსაკუთრებული სიფრთხილით უნდა მოხდეს გადასახადების სიდიდეების განსაზღვრა. რადგან არსებობს გადასახადის ზრდის ობიექტური ზღვარი, რომლის გადამეტება უკუპროცესს იძლევა, ამცირებს ბიუჯეტის შემოსავლებს, ბიზნესმენების მიერ შემოსავლების დამალვისა და დაბეგვრისაგან თავის არიდების გამო. მართლაც, თუკი ბიზნესის სფეროში კარგი შრომის შედეგს (მოგებას) მთლიანად სახელმწიფო წაიღებს, მაშინ რაღა აზრი ექნება მუშაობის შემდგომ გაუმჯობესებას?

გაუმართლებელია, ასევე, გადასახადების უზომოდ შემცირება, რადგან იგი ამცირებს ბიუჯეტის შემოსავლებს და აღუნებს, აპასიურებს ბიზნესსაქმიანობას. მოკლედ, გადასახადი უნდა იყოს ოპტიმალური და სტაბილური, რათა დაინტერესდნენ არა მარტო ჩვენი, არამედ

უცხოელი ბიზნესმენებიც. ამასთან, გადასახადი უნდა ატარებდეს როგორც იძულებითობის, ისე დარწმუნებითობის ხასიათს. თუკი ბიზნესმენი პატიოსნად იხდის გადასახდს, მას მათხოვრები აღარ უნდა აკითხავდნენ, იმიტომ რომ მის ფუნქციაში არ შედის მოქალაქეთა სოციალური დაცვა, ეს სახელმწიფოს ფუნქციაა. ღიას! სწორედ ამიტომ დავალებით, ბრძანებებით ქველმოქმედება არ შეიძლება, რადგან იგი (ქველმოქმედება) დამოკიდებულია ბიზნესმენის არა მარტო მატერიალურ, არამედ სულიერ სიმდიდრეზეც. საგადასახადო შეღავათების დაწესებისას კი იქიდან უნდა გამოვიდეთ, თუ რა უფრო უჭირს სახელმწიფოს: მოსახლეობის გამოკვება, ჩაცმა-დახურვა, გათბობა, დაცვა თუ სხვა. მაშასადამე, ვინც უფრო საშურ პროდუქციას აწარმოებს, სახელმწიფომ შეღავათებიც იმას უნდა მისცეს.

ბიზნესის განვითარების უმნიშვნელოვანესი პირობაა ასევე, წარმოების ზრდაზე ორიენტირებული ფულად-საკრედიტო და ფისკალური პოლიტიკის გატარება, რომლის აუცილებლობაც ნაკარნახევია კერძო სექტორზე გაცემული მთლიანი სესხების არარაციონალური დარგობრივი სტრუქტურით.

აი, ასეთი წინააღმდეგობრივია და ხელოვნურად სარისკოა ის ბიზნესის გარემო, რომელშიდაც ფებს იდგამს ეროვნულ ბიზნესმენტა ახალი ფენა. სახელმწიფოს ვალია, მოხსნას ზემოთ განხილული ბარიერები და ამით დააჩქაროს საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბებისა და საბაზრო ურთიერთობების სრულყოფის პროცესი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა როლი ენიჭება სახელმწიფოს ბიზნესის ჩამოყალიბება-განვითარებასი?

.....
.....

1.2. რა არის აუცილებელი ბიზნესის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის?

.....
.....

1.3. რა აქვს დიდი დიდი მნიშვნელობა ბიზნესის განვითარებისათვის?

.....
.....

1.4. რას ენიჭება ბიზნესის გააქტიურება-განვითარებაში არსებითი მნიშვნელობა?

.....
.....

1.5. რატომ არის გაუმართლებელია გადასახადების უზომოდ შემცირება?

.....
.....

1.6. რისთვის არის საჭირო კერძო სექტორის პრესტიჟის ამაღლება?

.....
.....

1.7. რა არის სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის უმთავრესი მიზანი?

.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. ბიზნესის მთავარი დანიშნულებაა

- ა. ქველმოქმედება;
- ბ. ახალი მაღალანაზღაურებადი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- გ. მოსახლეობის სოციალური პრობლემების მოგვარება;
- დ. საკუთარ მოგებაზე ზრუნვა.

2.2. ბიზნესის გააქტიურება-განვითარებაში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება

- ა. ჰუმანურ მიდგომას;
- ბ. დაბეგვრის სისტემის სწორ ორგანიზებას;
- გ. მსოფლიო ბანკის დახმარებას;
- დ. შემოქმედებით, მოქნილ მიდგომას.

2.3. ბიზნესის განვითარებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს

- ა. საბაზრო მენტალიტეტს;
- ბ. საბაზრო მენტალიტეტს;
- გ. წარმოების ფაქტორებს;
- დ. საბიუჯეტო დანახარჯებს.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

განვითარებისათვის ბიზნესის ხელსაყრელი _ ფორმირების სოციალური გარემოს თვალსაზრისით, აუცილებელია, ჯერ ერთი, შევინებო ბიზნესის იდეოლოგიის საზოგადოების მყარად დანერგვა, კერძო პრესტიჟის სექტორის ამაღლება.

.....
.....
.....

სახელმწიფოს ვალია, ზემოთ განხილული მოხსნას ბარიერები და ამით საბაზრო დააჩქაროს ეკონომიკის და საბაზრო ურთიერთობების ჩამოყალიბებისა სრულყოფის პროცესი.

.....
.....
.....

საგადასახადო იქიდან დაწესებისას შეღავათების კი უნდა გამოვიდეთ, თუ რა სახელმწიფოს უფრო უჭირს: მოსახლეობის გამოკვება, ჩაცმა-დახურვა, გათბობა, დაცვა თუ სხვა.

.....
.....

.....
.....
4. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*გადასახადების, პოლიტიკის; გადასახადების,
ობიექტური. მარეგულირებელი, ინიციატივას;*

განსაკუთრებული სიფრთხილით უნდა მოხდეს სიდიდეების განსაზღვრა, რადგან არსებობს გადასახადის ზრდის ზღვარი, რომლის გადამეტება უკუპროცესს იძლევა. ბიზნესის საერთაშორისო სტანდარტების დონეზე სამართლებრივი ფულად-საკრედიტო, უზრუნველყოფისათვის, საჭიროა ასევე ბიზნესსაქმიანობის ისეთი კანონებისა და კანონქვემდებარე აქტების მიღება, ანუ ბაზრის პირობებში შემუშავება თამაშის ისეთი წესებისა, რომლებიც კი არ ჩაახშობს, არამედ წაახალისებს. ბიზნესის განვითარების უმნიშვნელოვანესი პირობაა ასევე, წარმოების ზრდაზე ორიენტირებული და ფისკალური გატარება.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

ფულად-საკრედიტო

.....
.....

დაბეგვრა

.....
.....

ბარიერები

.....
.....

მსოფლმხედველობა

.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოეცით თხრობით:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-------------------|--------------------|
| ა. პოლიტიკის | სოციალური |
| ბ. ბიზნესგარემო | კეთილმოსურნე |
| გ. გაშლა | ბიზნესმენტა |
| დ. გარემო | სასურველის |
| ე. დამოკიდებულება | ეკონომიკური |
| ვ. ფენა | ბიზნესსაქმიანობის. |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 21

ბიზნესი და მორალი

ცნებებს „ეთიკა“, „მორალი“, „ქცევის კულტურა“ უპირატესად მიაკუთვნებენ ადამიანთა შორის საგარეო ეკონომიკურ ურთიერთობათა (საერთაშორისო ბიზნესის) სფეროს. გარკვეულწილად მათ აკავშირებენ აგრეთვე სამსახურებრივ ურთიერთობებთან სახელმწიფოებრივ ორგანიზაციებში. ჩვენი მოქალაქეების მნიშვნელოვან ნაწილს მიაჩნია, რომ ბიზნესის სფეროში მორალი, ეთიკა, კულტურა აუცილებელი არ არის. უკეთეს შემთხვევაში, მიაჩნიათ, რომ ცალკეული ბიზნესმენები ხელმძღვანელობენ მორალის პრინციპებით, როდესაც გამოდიან ქველმოქმედისა და სპონსორის როლში. პირდაპირ უნდა ითქვას, რომ პატიოსანი ადამიანის იმიჯი აუცილებელია სწორედ ბიზნესმენისათვის, რომელიც ხელმძღვანელობს ყოველდღიურ ცხოვრებაში მაღალი მორალური პრინციპებით, მაგრამ ეს უნდა იყოს არა მოჩვენებითი, არამედ რეალური სახე, რაც დასტურდება ადამიანისეული, რელიგიური, საზოგადოებრივი მორალის ნორმების მკაცრი დაცვით. სამწუხაროდ, ქართველ ბიზნესმენტა დიდმა ნაწილმა ჯერჯერობით ვერ გააცნობიერა, რომ ბიზნესში ქცევის მორალურ-ეთიკური პრინციპები და კულტურა მუდმივი, გრძელვადიანი წარმატების საწინდარია, რაც ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია მოტყუებით მოპოვებული მოგების სიხარულთან შედარებით. მოგების მაქსიმიზაციისაკენ სწრაფვა კანონის ფარგლებში კარგად უნდა იყოს შეხამებული ისეთ ფასეულობასთან, როგორიცაა *ალტრუიზმი*. ალტრუიზმი გულისხმობს უანგარო ზრუნვას სხვისი კეთილდღეობისთვის, მზადყოფნას სხვას შესწირო შენი პირადი ინტერესები. ბიზნესის სფეროში სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს სოციალური პასუხისმგებლობის ცნება, რომელიც უშუალო კავშირშია სწორი ქცევის არჩევანთან. სწორედ ეთიკას აქვს საქმე პრინციპებთან, რომლებიც განსაზღვრავენ სწორ და არასწორ ქცევას.

თანამედროვე გაგებით, მორალი არის ადამიანთა ქცევის პრინციპებისა და ნორმების ერთობლიობა საზოგადოებაში. ამასთან, მხედველობაში მიიღება არა მარტო წმინდა საყოფაცხოვრებო, არამედ შრომითი ქცევაც. მორალი ახასიათებს ადამიანურ ურთიერთობათა კულტურასა და ზნეობას. პრინციპულად მნიშვნელოვანია იმის გაგება, რომ თუ ადამიანთა ქცევის ბევრი სამოქალაქო ნორმა მკაცრად განსაზღვრულია კანონებით, ხოლო სამსახურებრივი ქცევის ნორმები – დებულებებითა და ინსტრუქციებით, მორალური ნორმები ემყარება არაიურიდიულ დოკუმენტებს. მათი საფუძველია სინდისი და პატიოსნება. მორალი არის მთავარი ღირსება, რომელიც ახასიათებს ადამიანთა კაცობასა და წესიერებას. იგი ძნელია თავს მოახვიო ვინმეს, იგი უნდა მომდინარეობდეს შიგნიდან, გულიდან, და ემყარებოდეს საკუთარ რწმენას. ბიზნესისა და მორალის კავშირი გამომდინარეობს თვით ბიზნესის არსიდან. ბიზნესი, ბუნებრივია, გულისხმობს მუდმივ კონტაქტებს, ურთიერთობებს, მოლაპარაკებებს, შეთანხმებებს მრავალ ადამიანთან. როგორც ცნობილია, ბიზნესმენის მოქმედებათა ორბიტაში მოქცეულია პარტნიორთა, დაქირავებულ მუშაკთა, საქონლის მიმწოდებელთა და მომხმარებელთა მეტად დიდი რაოდენობა. ყოველ მათგანთან და თითოეულთან ცალ-ცალკე უნდა დამყარდეს ურთიერთობები, რომლებიც დაფუძნებულია არა მხოლოდ და არა იმდენად

იურიდიულ დოკუმენტებზე, რამდენადაც რწმენაზე, ურთიერთდობაზე. ამასთან, შეიძლება ენდო მხოლოდ იმ ადამიანებს, რომლებისთვისაც ყველაზე მნიშვნელოვანია ადამიანისეული მორალის პრინციპები. ბიზნესი მოიცავს ადამიანებს შორის საქონლით, ფულით, მომსახურებით, საქმიანობის შედეგებით, რესურსებით გაცვლის ფართო სპექტრს. სამართლიანი გაცვლის განმსაზღვრელი პრინციპია მისი ეკვივალენტობა, ტოლფასიანობა გაცვლაში მონაწილე ორივე მხარისათვის. ამ წესის წმინდა დაცვა უნდა იყოს პატიოსანი ბიზნესის პირველი პრინციპი. ეკვივალენტური გაცვლისას არც ერთი მისი მონაწილე არ ზარალობს. უფრო მეტიც, თითოეული იგებს, მაგრამ არა სხვის ხარჯზე, არამედ იმის შედეგად, რომ მას უფრო სჭირდება ის პროდუქტი, რომელსაც იგი იძენს თავისი პროდუქტის გაცვლით.

სპეციალურ ლიტერატურაში გამოთქმულია მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ ბიზნესისათვის სიტყვა „პატიოსნის“ დამატება ზედმეტია იმ თვალსაზრისით, რომ მოტყუება უცხოა მისთვის. საქმე ის არის, რომ ბიზნესი ინიციატივიანი, დამოუკიდებელი, საკუთარი საშუალებებისა და რისკის საფუძველზე განხორციელებული საქმიანობაა მოგების მისაღებად. მოგება კი წარმოიშობა ბუნებრივად, როდესაც ბიზნესის დანახარჯები მცირეა შექმნილი საქონლის საბაზრო ფასთან შედარებით. ამრიგად, ცხადია, რომ ბიზნესის არც ერთი ნიშანი არ არის დაკავშირებული მოტყუების აუცილებლობასთან, უპატიოსნო ქცევასთან, მორალის ნორმების დარღვევასთან.

ბიზნესი თავისი არსით პატიოსანია, რასაც ადასტურებს ამ სფეროში უამრავი გარიგების განხორციელება ჯენტლმენური შეთანხმებით რაიმე დოკუმენტებში ფიქსაციის გარეშე. უფრო მეტიც, ბევრი გარიგება ბიზნესის მონაწილეებს შორის იდება პირდაპირ მონშეთა გარეშე. ასეთ შემთხვევაში ერთადერთი გარანტიაა ბიზნესის მონაწილეთა პატიოსნება და წესიერება. არსებობს ასეთი გამოთქმა: «სიტყვის ფასი» და ეს ფასი უნდა იყოს ყველაზე მყარი. სიტყვა მიეცი _ შეასრულე იგი. ცნობილია ქართული ანდაზა: „სიტყვის გატეხას თავის გატეხა სჯობია“.

ის, რომ ბიზნესი უნდა იყოს თავისი ბუნებით პატიოსანი, არ გამორიცხავს უპატიოსნო ბიზნესის ფაქტების არსებობას. სამწუხაროდ, ზოგიერთი ბიზნესმენის სურვილია შემოსავალი და მოგება მიიღოს არა მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების, არამედ მოტყუების, უპატიოსნობის გზით. ასეთი ბიზნესმენებისათვის არ არსებობს არც ადამიანური, არც რელიგიური, არც მოქალაქეობრივ-საზოგადოებრივი მორალი. პირიქით, მათი მორალია მოტყუება, მომხვეჭელობა, მექრთამეობა, ქურდობა.

უპატიოსნობა და არაკეთილსინდისიერება ბიზნესში ყველაზე მეტად დამახასიათებელია ბიზნესის დანაწევების ადრეული სტადიისათვის და მონაწილეს, უპირველეს ყოვლისა, მის მოუმნიფებლობაზე, არასრულყოფილებაზე. დანაწევებ ბიზნესმენს ძალიან სჭირდება პირველდანაწევითი, სასტარტო კაპიტალი. ამ კატეგორიის ადამიანებში ჩნდება აზრი, თითქოს საჭირო კაპიტალის შოვნის მიზანი ამართლებს მისი მიღების ნებისმიერ საშუალებებს. ამის გამო მერყევი მორალის ადამიანები ხდებიან უპატიოსნო ბიზნესის მონაწილეები. აუცილებელი სახსრების უქონლობა არ უნდა გახდეს უპატიოსნო ბიზნესის არსებობის გამართლების საბაბი. სავსებით შესაძლებელია ბიზნესის დანაწევა სათანადო მორალურ-ეთიკური პრინციპების საფუძველზე. ამორალურ ბიზნესთან ბრძოლა და მისი გავრცელების თავიდან აცილება წარმოადგენს მწვავე საზოგადოებრივ პრობლემას. საქართველოს პირობებში იგი გართულებულია იმით, რომ საბჭოური სისტემა ახლო წარსულში ბოჭავდა ყოველგვარ

სამეურნეო ინიციატივას და ბევრმა ადამიანმა თავისუფლება გაიგო თავისებურად: ბიზნესის სფეროში მიზნის მისაღწევად ყველა საშუალება მისაღება.

პატიოსანი, ჯანსაღი ბიზნესის განვითარებისათვის შესაბამისი კანონმდებლობის სრულყოფასა და დახვეწასთან ერთად, აუცილებელია მორალური პასუხისმგებლობის გრძნობის აღზრდა ადამიანებში, დაწყებული საბავშვო ასაკიდან. ადამიანი, რომელშიც ღრმადაა გამჭდარი სამართლიანობის რწმენა და აღზრდილია უპატიოსნო საქციელისათვის სირცხვილის გრძნობით, ხელმძღვანელობს ათ მცნებაში დაფიქსირებული რელიგიური პრინციპებით, ვერ მოაწყობს თავის ბიზნესს სხვათა მოტყუებაზე.

ბიზნესის, როგორც კაცობრიობის ცივილიზაციის ნაწილის, ბუნებრივი ევოლუცია, რომელიც ემყარება ეკონომიკური კულტურის პროგრესს, მონაბობს, რომ ბიზნესი უნდა იყოს დაკავშირებული ზნეობასთან, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ბიზნესს არ ექნება ავტორიტეტი და მომავალი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა მიაჩნია ჩვენი მოქალაქეების მნიშვნელოვან ნაწილს?

.....
.....
.....

1.2. როგორი ადამიანის იმიჯია აუცილებელი ბიზნესმენისათვის ვის?

.....
.....
.....

1.3. რა იძენს ბიზნესის სფეროში სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას?

.....
.....
.....

1.4. რა შემთხვევაში წარმოიშობა მოგება ბუნებრივად?

.....
.....
.....

1.5. რა არის მორალური?

.....
.....
.....

1.6. რა სჭირდება დამწყებ ბიზნესმენს?

.....
.....

.....
1.7. რა გამომდინარეობს თვით ბიზნესის არსიდან?
.....
.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (4 ვარიანტიდან)

2.1. ალტრუიზმი გულისხმობს

- ა. პირად კეთილდღეობაზე ზრუნვას;
- ბ. პირად სარგებელზე ზრუნვას;
- გ. ოჯახის წევრებზე ზრუნვას;
- დ. უანგარო ზრუნვას სხვისი კეთილდღეობისთვის.

2.2. ბიზნესის სფეროში სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს

- ა. სოციალური პასუხისმგებლობის ცნება;
- ბ. საზოგადოებრივი პასუხისმგებლობის ცნება;
- გ. სახელმწიფოებრივი პასუხისმგებლობის ცნება;
- დ. საერთაშორისო პასუხისმგებლობის ცნება.

2.3. ეკვივალენტური გაცვლისას:

- ა. ერთ-ერთი მისი მონაწილე ზარალობს;
- ბ. არც ერთი მისი მონაწილე არ ზარალობს;
- გ. მისი ყველა მონაწილე ზარალობს;
- დ. სახელმწიფო ზარალობს.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

ბიზნესის სფეროში პასუხისმგებლობის სულ უფრო მეტ ცნება მნიშვნელობას იძენს სოციალური, რომელიც უშუალო კავშირშია სწორი ქცევის არჩევანთან.

.....
.....
.....
პატიოსანი, ჯანსაღი ბიზნესის დახვეწასთან განვითარებისათვის შესაბამისი სრულყოფასა და კანონმდებლობის ერთად, აუცილებელია პასუხისმგებლობის გრძნობის აღზრდა მორალური ადამიანებში.

.....
.....
.....
ბიზნესი არსით თავისი პატიოსანია, რასაც ადასტურებს ჯენტლმენური ამ სფეროში უამრავი ფიქსაციის გარიგების განხორციელება დოკუმენტებში შეთანხმებით რაიმე გარეშე.

4. ჩასვით მრავალწერტილის ნაცვლად:

*ბუნებრივად, დანახარჯები; არაკეთილსინდისიერება,
ადრეული; მონაწილეებს, გარანტია;*

უპატიოსნობა და ბიზნესში ყველაზე მეტად
დამახასიათებელია ბიზნესის დანახარჯების სტადიისათვის. ბევრი გარიგება
ბიზნესის შორის იდება პირდაპირ მონაწილეთა გარეშე. ასეთ შემთხვევაში
ერთადერთი ბიზნესის მონაწილეთა უპატიოსნება და წესიერება. მოგება კი
წარმოიშობა, როდესაც ბიზნესის მცირეა შექმნილი
საქონლის საბაზრო ფასთან შედარებით.

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

უპატიოსნობა

მორალური

იმიჯი

სოციალური

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოცეით თხრობით:

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|--------------------|------------------|
| ა. პასუხისმგებლობა | სამსახურებრივი |
| ბ. გაცვლა | სახელმწიფოებრივი |
| გ. მორალი | ეკვივალენტური |
| დ. ორგანიზაციები | ჯენტლმენური |
| ე. ურთიერთობები | სოციალური |
| ვ. შეთანხმება | საზოგადოებრივი |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 22

ცივილიზებული ბიზნესის მორალურ-ეთიკური კოდექსი

არსებობს ურყევი პრინციპები, რომლებითაც ვალდებულია იხელმძღვანელოს თითოეულმა ადამიანმა საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში. ეს პრინციპები შეადგენენ ცივილიზებული ბიზნესის მორალურ-ეთიკურ კოდექსს, რომლის დაცვა ყველა ბიზნესმენის წმინდა საქმეა. ჯერ კიდევ არისტოტელემ განსაზღვრა eTika, როგორც ცოდნა იმისა, თუ რა უნდა აკეთო და რისგან უნდა შეიკავო თავი. ქცევა ადამიანებისა, რომლებიც მონაწილეობენ ბიზნესში, ერთი მხრივ, უნდა შეესაბამებოდეს გონივრულ, საზოგადოებაში მიღებულ რეკომენდაციებს და, მეორე მხრივ, რაც შეიძლება შორს იყოს აკრძალვების, ეთიკისა და მორალის ნორმების დარღვევების ზონიდან. ბიზნესმენმა თავი უნდა აარიდოს ამორალურ, არაეთიკურ საქციელს. „არ დაარღვიო“ - ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი მორალურ-ეთიკური წესია. ბიზნესისათვის აუცილებელია მორალურ-ეთიკური პრინციპების დაცვა. ეს იოლად შესასრულებელია, თუ ბიზნესმენები სათანადო მორალის ადამიანები არიან. ბიზნესის მორალურ-ეთიკური კოდექსი წარმოიშვა როგორც ბიზნესმენის ღირსეული მორალური სახის და მისთვის დამახასიათებელი შესაბამისი თვისებების შესახებ წარმოდგენათა ისტორიული განვითარების პროდუქტი. მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესის მორალურ-ეთიკური ნორმები მუშავდებოდა მრავალი ათწლეულის განმავლობაში, გაფორმდა და არსებობს ბოლო ასწლეულის შინაარსით. ცივილიზებული ბიზნესის ეთიკური კომპლექსი და ბიზნესმენის მორალური სახე ასეა გადმოცემული ბიზნესის ერთ-ერთ თანამედროვე დამხმარე სახელმძღვანელოში:

- 1) დარწმუნებულობა თავისი შრომის სარგებლიანობაში არა მარტო თავისთვის, არამედ სხვებისთვისაც, საზოგადოებისათვის, სახელმწიფოსათვის;
- 2) წარმოდგენის შექმნა გარემომყოფ ადამიანებზე, როგორც კარგად მუშაობის მსურველ და მცოდნე ადამიანებზე, რომლებიც მისწრაფვიან თვითრეალიზებისაკენ;
- 3) რწმენა ბიზნესისადმი, მისი როგორც მიმზიდველი შემოქმედების აღქმა, ბიზნესთან, როგორც ხელოვნებასთან დამოკიდებულება;
- 4) კონკურენციის აუცილებლობის აღიარება თანამშრომლობისაკენ ერთდროულად მისწრაფებისას;
- 5) თავისი თავის, როგორც პიროვნების, და ნებისმიერი პიროვნების, როგორც თავისი თავის პატივისცემა;
- 6) ნებისმიერი საკუთრების, სახელმწიფო ხელისუფლების, საზოგადოებრივი მოძრაობების, სოციალური წესრიგის, კანონების პატივისცემა;
- 7) სხვებისადმი ნდობა, სხვა ადამიანების პროფესიონალიზმისა და კომპეტენტურობის პატივისცემა;

- 8) განათლების, მეცნიერების, კულტურის ფასეულობათა აღიარება;
- 9) ზრუნვა ეკოლოგიაზე;
- 10) სიახლეებისაკენ სწრაფვა;
- 11) ჰუმანიზმი.

უნდა აღინიშნოს, რომ ამჟამინდელი საქართველოს ეკონომიკისა და ბიზნესის ბევრი გაჭირვება ეკონომიკური რეფორმებისა და გარდაქმნების ნაკლებწარმატებული მსვლელობა მნიშვნელოვანწილად განპირობებულია ცივილიზებული ბიზნესის ზემოთ მოტანილი ეთიკური კომპლექსის სათანადოდ შეუსრულებლობით. ხელისუფლებისა და კანონის პატივისცემის ნაცვლად, ყველგან შეიმჩნევა კანონმორჩილების დაუცველობა, შემოსავლების დეკლარირებისა და გადასახადების გადახდისაგან თავის არიდება, უპატივცემულო დამოკიდებულება ხელისუფლების დადგენილებებისა და გადანყვეტილებებისადმი. პატიოსნება და სამართლიანობა ჯერჯერობით ვერ გახდა ბიზნესოპერაციების განხორციელების საფუძველი. მოტყუება არ განიხილება როგორც მორალური დანაშაული, რომელიც ჩირქს სცხებს ადამიანთა ღირსებას.

კაცთმოყვარეობა, რომლისკენაც მოუწოდებს ადამიანებს მსოფლიოს ყველა რელიგია, ჯერ კიდევ ვერ გახდა ქართული ბიზნესის მესვეურთა მორალური ღირსების აუცილებელი კომპონენტი. საკმაოდ ხშირად ისინი თავიანთ კლიენტებში ხედავენ მხოლოდ შემოსავლის მიღების წყაროს და არა თანამოძმეს საერთო საქმეში. ქრისტიანული მცნების – „გიყვარდეს მოყვასი შენი“ – შესრულებამდე ჯერ კიდევ შორს არის ჩვენი ბიზნესმენების უმრავლესობა.

ბიზნესის მორალურ-ეთიკური კოდექსიდან გამომდინარე, თანამედროვე ბიზნესმენს უნდა ახასიათებდეს არა მარტო საქმიანი ღირსებები, არამედ ბევრი ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობაც, მაღალი ინტელექტუალური პიროვნების თვისებები.

2004 წელს ბროშურის სახით გამოიყა ქართულ, ინგლისურ და რუსულ ენაზე: ქართული ბიზნესის ქცევის კოდექსი, The Georgian Business Code of Conduct, Грузинский кодекс Делового поведения. როგორც აღნიშნულია ამ ბროშურაში, ამ კოდექსის შემუშავების პროცესში უშუალოდ მიიღო მონაწილეობა 36 ავტორმა, რომლებიც წარმოადგენენ ქართულ და უცხოურ ორგანიზაციებს (მათ შორისაა ამერიკის სავაჭრო პალატა საქართველოში).

ბიზნესის ეთიკასთან და მორალთან დაკავშირებულია მისი კულტურა, ზოგჯერ კი მათ აიგივებენ ერთმანეთთან. ბიზნესის კულტურას ხშირად უკავშირებენ წარმოდგენას ბიზნესმენტა ქცევის წესისა და ფასეულობების შესახებ. კულტურის ცნებაში აისახება აღზრდა, განათლება, სულიერი სამყარო, ცივილიზაციის მიღწევების ათვისების უნარი. კულტურა ახასიათებს საზოგადოების სულიერი განვითარების დონეს, მის იდეალებს, ადამიანებთან კონტაქტში შესვლის უნარს (კომუნიკაბელობას).

ბიზნესის კულტურა გულისხმობს ბიზნესოპერაციების ერთმანეთთან ურთიერთკავშირის ატმოსფეროს, მოპყრობა-დამოკიდებულების ხასიათს, ერთგულებას თავისი ფირმისადმი, ბიზნესის, მისი პროდუქტის ხარისხს. თანამედროვე წარმოდგენით ბიზნესის კულტურა ერთ მთლიანობაში აერთიანებს ბიზნესის ცალკეული მონაწილეების კულტურას და მთლიანად ბიზნესმოქმედებათა კულტურას, რომელსაც ზოგჯერ ფირმის კულტურას უწოდებენ.

განასხვავებენ ფირმის შიგა და გარე კულტურას. შიგა კულტურა ახასიათებს საქმის მონაწილეთა შორის ურთიერთობებს, ქცევის წესსა და სტილს მათ ურთიერთობაში ფირმის

შიგნით. გარე კულტურა ასახავს ბიზნესმენების მიმწოდებლებთან, მომხმარებლებთან (მყიდველებთან) და სხვა პირებთან კულტურულ ურთიერთობათა პრინციპების დაცვას, რომლებთანაც წარმოიშობა კონტაქტები ბიზნესოპერაციების განხორციელების პროცესში. კულტურა შეიძლება იყოს ღია და დახურული. ღიას უწოდებენ ბიზნესმენთა საჯარო, საყოველთაო დათვალიერებაზე გამოტანილ, საჩვენებელ კულტურას. დახურული (ჩაკეტილი) კულტურა წარმოადგენს ბიზნესმენთა ქცევის არააფიშირებულ, ჭეშმარიტ წესს.

ბიზნესის სფეროში ქცევის კულტურა ძირითადად აღიარებულია საზოგადოებაში, მაგრამ იგი არ არის წერილობით ჩამოყალიბებული და ოფიციალურად გამოცხადებული ქცევის ნორმის მოთხოვნათა სახით, რომლებიც ათვისებულია ბიზნესმენების მიერ.

ბიზნესის კულტურას საერთო ნიშნებთან ერთად აქვს ნათლად გამოსახული დარგობრივი ხასიათი. მაგალითად, გამოყოფენ წარმოების კულტურას, ვაჭრობის კულტურას, მომსახურების კულტურას, კორპორაციულ კულტურას. აღსანიშნავია ის, რომ ბიზნესის კულტურა არ ყალიბდება ცალმხრივად, არ არის დამოკიდებული მხოლოდ თვით ბიზნესმენზე. მასში შეხამებულია ერთ მთლიანობაში გაერთიანებით ფირმის, მისი მუშაკების, ბიზნესოპერაციის მონაწილეების, ფირმის კლიენტების (მყიდველების) კულტურა.

საქართველოს განვითარებად ბიზნესში აშკარად ჩანს საერთო კულტურის ზოგიერთი ნაკლოვანება, რაც ვლინდება არა მარტო ცალკეული ბიზნესმენის ინდივიდუალურ ქცევაში, არამედ მთლიანად ბიზნესის სფეროში. მაგალითად, შეიჩნევა უმთავრესად გატაცება სავაჭრო და საშუამავლო ბიზნესით, მაშინ როდესაც საწარმოო ბიზნესს უკავია მცირე ადგილი ფასეულობათა სკალაზე. ბიზნესმენები ამჯობინებენ მოგების რაც შეიძლება სწრაფად მიღებას, თუნდაც მცირე ოდენობით, დიდი მოგების მიღების გრძელვადიანი ლოდინის ნაცვლად.

ფართოდ გავრცელებულია ბრმა იღბლის რწმენა, ე. წ. «ლატარიის ბედი». ადამიანები მზად არიან ჩადონ (დააბანდონ) ფული ნებისმიერ საქმეში, რომელიც არ საჭიროებს პირდაპირ მონაწილეობას, მაგრამ მოსალოდნელია სავარაუდო მოგების მიღება დაპირებების საფუძველზე.

ბიზნესის მორალურ-ეთიკურ პრინციპებთან, ბიზნესის სფეროში ქცევის კულტურასთან ერთად არსებობს კეთილი ტონის წესები, რომელთა დაცვა ნებისმიერ სამსახურში, მათ შორის ბიზნესშიც, აუცილებელია. კორექტული ქცევის ნორმებსა და წესებს თავის კოლეგებთან ურთიერთობებში, ქცევის წესსა და ფორმებს სამსახურებრივი კონტაქტების პროცესში უწოდებენ სამსახურებრივ ეტიკეტს. იგი მოიცავს ურთიერთმისაღმების, წარდგენის, გაცნობის, ხელქვეითებთან, კოლეგებთან, მენეჯერებთან კავშირურთიერთობის, საქმიანი მოლაპარაკებების, მინერ-მონერის წარმოების წესებს. ეტიკეტი ნიშნავს აგრეთვე მოთხოვნებს ჰაბიტუსის (გარეგანი შესახედაობის), ჩაცმულობის (ტანსაცმლის), ქცევის მანერის, მეტყველებისადმი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. ვინ განსაზღვრა ეთიკის მნიშვნელობა?

.....
.....
1.2. რას გულისხმობს ეთიკა?

.....
.....
1.3. კოდექსის თანახმად, რას უნდა აარიდონ თავი ბიზნესმენებმა?

.....
.....
1.4. როგორ წარმოიშვა ბიზნესის მორალურ-ეთიკური კოდექსი?

.....
.....
1.5. რა აისახება კულტურის ცნებაში?

.....
.....
1.6. რას გულისხმობს ბიზნესის კულტურა?

.....
.....
1.7. რას მოიცავს სპორტული ტურიზმი?

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ჰაბიტუსის, ქცევის მანერის; პრინციპებთან, კეთილი ტონის; კულტურას, დარგობრივი.

ბიზნესის საერთო ნიშნებთან ერთად აქვს ნათლად გამოსახული ხასიათი. ბიზნესის მორალურ-ეთიკურ, ბიზნესის სფეროში ქცევის კულტურასთან ერთად არსებობს წესები, რომელთა დაცვა ნებისმიერ სამსახურში, მათ შორის ბიზნესშიც, აუცილებელია. ეტიკეტი ნიშნავს აგრეთვე მოთხოვნებს (გარეგნული შესახედაობის), ჩაცმულობის (ტანსაცმლის), , მეტყველებისადმი.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. ბიზნესმენმა თავი უნდა აარიდოს

- ა. ამორალურ, არაეთიკურ საქციელს;
- ბ. სიკეთეს;
- გ. ხელგაშლილობას;
- დ. მოგებაზე ზრუნვას.

3.2. ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი მორალურ-ეთიკური წესია

- ა. „არ დაეხმარო“;
- ბ. „არ დააგვიანო“;

- გ. „არ დააზიანო“ ;
- დ. „არ დაარღვიო“ .

3.3. ბიზნესისათვის აუცილებელია

- ა. მხოლოდ მოგებაზე ზრუნვა;
- ბ. მორალურ-ეთიკური პრინციპების დაცვა;
- გ. გენდერული თანასწორობის პრინციპების დაცვა;
- დ. კონკურენტთა ინტერესების დაცვა.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

წარმოიშვა ბიზნესის კოდექსი მორალურ-ეთიკური როგორც ბიზნესმენის დამახასიათებელი ღირსეული მორალური სახის და მისთვის შესაბამისი თვისებების შესახებ წარმოდგენათა პროდუქტი ისტორიული განვითარების.

.....

.....

.....

საქართველოს ბიზნესში აშკარად განვითარებად ჩანს საერთო კულტურის ზოგიერთი ნაკლოვანება, რაც ვლინდება არა მარტო ინდივიდუალურ ცალკეული ბიზნესმენის ქცევაში, არამედ ბიზნესის მთლიანად სფეროში.

.....

.....

.....

ადამიანები მზად ნებისმიერ არიან ჩადონ (დააბანდონ) ფული საქმეში, რომელიც არ პირდაპირ საჭიროებს მონაწილეობას, მაგრამ მოსალოდნელია მოგების მიღება დაპირებების სავარაუდო საფუძველზე.

.....

.....

.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

მორალურ-ეთიკური

.....

.....

ქცევის

.....

.....

კოლეგებთან

.....

.....

ეტიკეტი

.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოეცით თხრობით:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|---------------|-----------------|
| ა. ქცევა | ცივილიზაციის |
| ბ. ტონი | მორალურ-ეთიკური |
| გ. მიღწევები | ქცევის |
| დ. ეტიკეტი | კეთილი |
| ე. კულტურა | კორექტული |
| ვ. პრინციპები | სამსახურებრივი |

8. შეაფასეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 23

ფასწარმოქმნა

წარმატება ბიზნესში უშუალო კავშირშია ფასებთან საქონელსა და მომსახურებაზე. სხვა თანაბარ პირობებში ბიზნესმენის მოგება იქნება მით უფრო დიდი, რაც უფრო ძვირია მის მიერ ბაზარზე გასაყიდი საქონლის ფასი. ამ პოზიციიდან ბიზნესმენის ინტერესებშია საქონელი გაიყიდოს უფრო ძვირად, თუ ეს არ იმოქმედებს უარყოფითად გაყიდვების მოცულობასა და მთლიანად ამონაგებზე (ნავაჭრზე).

ბიზნესში მოგებაზე გავლენას ახდენს არა მარტო ფასები გასაყიდ პროდუქტზე, არამედ ფასებიც ბიზნესისათვის შესაძენ საქონელზე, მასალებსა და მომსახურებაზე, აგრეთვე ფასი დაქირავებულ სამუშაო ძალაზე, ე. ი. დაქირავებული შრომის ანაზღაურების ტარიფები. ამ შემთხვევაში ფასების გავლენა მოგებაზე ბიზნესში შებრუნებითია _ რაც უფრო ძვირია ბიზნესის ფაქტორების ფასი, მით უფრო მცირეა ბიზნესმენის მოგება.

საბაზრო ეკონომიკისა და თავისუფალი კონკურენციის პირობებში ბიზნესმენის უნარი, გაატაროს ფასების საკუთარი პოლიტიკა, დაანსოს ფასები გასაყიდ საქონელზე, საკმაოდ შეზღუდულია. თუ იგი ყიდის თავის საქონელს მაღალკონკურენტულ ბაზარზე, მაშინ, როგორც კარგად ცნობილია ეკონომიკური თეორიიდან, ასეთ ბაზარზე ყალიბდება წონასწორობითი ფასი, რომელიც შეესაბამება საქონელზე მოთხოვნისა და მიწოდების თანათარდობას. ბიზნესმენი კონკურენტულ ბაზარზე პრაქტიკულად მოკლებულია საქონლის მიწოდებაზე და, მით უმეტეს, მოთხოვნაზე არსებითად გავლენის მოხდენის შესაძლებლობას. ამიტომ იგი იძულებულია იხელმძღვანელოს ამ ბაზარზე ჩამოყალიბებული ფასებით თავის ანგარიშსწორებებსა და გეგმებში. მსგავს შემთხვევაში ბიზნესმენს შეუძლია გააკეთოს არჩევანი მხოლოდ ორი ვარიანტიდან: გაყიდოს საქონელი მოცემული ბაზრის ფასის მიხედვით ან არ გაყიდოს. ფირმის გადანწყვეტილება ასეთ პირობებში დამოკიდებულია თანათარდობაზე საქონლის საბაზრო ფასსა და იმ დანახარჯებს შორის, რაც უჯდება ფირმას საქონლის ერთეულის წარმოება და მიმოქცევა. მარტივად რომ ითქვას, თუ საქონლის გაყიდვას ჩამოყალიბებული საბაზრო ფასით მოაქვს ბიზნესმენისთვის საგრძნობი მოგება, მაშინ იგი მზადაა გაყიდოს საქონელი. თუ არა და, მაშინ ბიზნესმენმა უნდა ეძებოს სხვა ბაზარი ან შემაციროს ხარჯები, თვითღირებულება, მაგრამ პრაქტიკულად ბაზარი არ არსებობს როგორც ე.წ. თავისუფალი, ასევე იდეალურად კონკურენტული, მით უმეტეს, საქართველოს ეკონომიკის გარდამავალი პერიოდის პირობებში. ამიტომ ბიზნესმენს აქვს მოქმედების გარკვეული თავისუფლება და უნარი გავლენა მოახდინოს ფასზე. ასეთ პირობებში ბიზნესმენს შეუძლია განახორციელოს საკუთარ საქონელზე ფასების აქტიური პოლიტიკა (ეს მოვლენა ცნობილია გამყიდველის ფასის სახელწოდებით). აყალიბებს რა ფასების თავის პოლიტიკას, ფირმის ხელმძღვანელობა ითვალისწინებს ყველა ძირითად ფაქტორს, რომლებიც გავლენას ახდენენ საქონლის ფასზე. აქ იგულისხმება მოდაც, საქონლის ხარისხიც, მყიდველის გადახდისუნარიანი მოთხოვნილება, სხვა გამყიდველთან იმავე საქონლის შექმნის შესაძლებლობაც, ბაზარზე შემცველი საქონლის არსებობაც, მყიდველის ფსიქოლოგიაც.

მხედველობაშია მისაღები სახელმწიფოს მიერ დაწესებული შეზღუდვები ფასწარმოქმნის სფეროში. ძირითადი ორიენტირი ფირმის მიერ ფასის დაწესებისას არის საკუთარი ხარჯები საქონლის გამოშვებაზე, გაყიდვის ხარჯების ჩათვლით. ნებისმიერ შემთხვევაში ფირმამ უნდა იხელმძღვანელოს ფასის ფორმულით: „თვითღირებულება პლუს მოგება“ და ერთპიროვნულად ორიენტირება გაკეთდეს ჯამობრივი მოგების გადიდებაზე გაყიდვების მოცულობების გადიდების ხარჯზე. ხშირად, რაც უფრო მცირეა ფასი, მით უფრო დიდია გაყიდვების მოცულობა, მაგრამ რამდენადაც ამონაგები (ნავაჭარი) დამოკიდებულია გაყიდვების მოცულობასა და საქონლის ერთეულის ფასზე, საჭიროა მოიძებნოს ოპტიმალური თანაფარდობა, ფასებისა და გაყიდვების მოცულობის შეხამება. მასზე გაყიდვების მოცულობის სუსტი დამოკიდებულებისას ცხადია, რომ უნდა გადიდდეს ფასი შესაძლო ზედა ზღვრამდე, რომლის დროსაც გაყიდვების მოცულობა მკვეთრად არ იკლებს.

ფასწარმოქმნა ბიზნესში მოითხოვს შემოქმედებით, მოქნილ მიდგომას. მაგალითად, გამყიდველის მიერ ფასების შემცირება ყოველთვის როდი იწვევს გაყიდვების მოცულობის ზრდას. მყიდველებს შეუძლიათ ფასების დაბალი დონე აღიქვან, როგორც საქონლის მდარე ხარისხის ნიშანი.

ფასი ახალ საქონელზე, რომელიც პირველად გამოაქვს გამყიდველს ბაზარზე, იცვლება დროში შემცირების მიმართულებით. ახალი საქონლის პირველი პარტიები იყიდება მაღალი დონის ფასებით, მაგრამ საქონლის მორალური დაძველების, მასზე მოდის დაქვეითების კვალობაზე მცირდება ფასებიც.

ზოგიერთი ფირმა აწესებს ფასებს მათზე მყიდველთა მოთხოვნის შესწავლის გზით. ისინი ცდიან სხვადასხვა ფასს მანამ, სანამ არ გაირკვევა, როგორი ფასით იყიდება საქონელი შედარებით იოლად.

კონკურენტების არსებობისას ბიზნესმენი უნებლიეთ იძულებულია ორიენტირება გააკეთოს მათ მიერ დაწესებული ფასების დონეზე. ზოგჯერ კონკურენტები თანხმდებიან ერთიანი, არსებითად მონოპოლიური ფასის შესახებ. თუ ბიზნესმენი ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ყიდის თავის საქონელს ერთსა და იმავე ბაზარზე, მაშინ იგი უკვე წინასწარ გრძნობს ფასების დასაშვებ დონეს და რეაგირებს მხოლოდ მათ პულსაციაზე.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რასთან არის უშუალო კავშირში წარმატება ბიზნესში?

.....
.....

1.2. გასაყიდ პროდუქტზე ფასების გარდა კიდევ რა ახდენს ბიზნესში გავლენას მოგებაზე?

.....
.....

1.3. რა იძენს ბიზნესის სფეროში სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას?

.....
.....

1.4. რა შემთხვევაში წარმოიშობა მოგება ბუნებრივად?

.....
.....

1.5. რით ხელმძღვანელობს ბიზნესმენი თავის ანგარიშსწორებებსა და გეგმებში?

.....
.....

1.6. რის მიხედვით აწესებს ფასებს ზოგიერთი ფირმა?

.....
.....

1.7. როდის გრძნობს ბიზნესმენი წინასწარ ფასების დასაშვებ ღონეს?

.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*კონკურენტები, მონოპოლიური; საქონელი,
მოცულობასა; ფაქტორების, ბიზნესმენის;*

რაც უფრო ძვირია ბიზნესის ფასი, მით უფრო მცირეა
მოგება. ბიზნესმენის ინტერესებშია გაიყილოს უფრო ძვირად, თუ ეს არ
იმოქმედებს უარყოფითად გაყიდვების და მთლიანად ამონაგებზე
(ნავაჭრზე). ზოგჯერ თანხმდებიან ერთიანი, არსებითად
..... ფასის შესახებ.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. რაც უფრო ძვირია ბიზნესის ფაქტორების ფასი,

- ა. მით უფრო მცირეა ბიზნესმენის მოგება.
- ბ. მით უფრო მეტია ბიზნესმენის მოგება.
- გ. მით უფრო ადვილია ბიზნესმენის მოგება.
- დ. მით უფრო ძნელია ბიზნესმენის მოგება.

3.2. თუ საქონლის გაყიდვას ჩამოყალიბებული საბაზრო ფასით მოაქვს

ბიზნესმენისთვის საგრძნობი მოგება,

- ა. მაშინ მან არ უნდა გაყილოს საქონელი;
- ბ. მაშინ იგი მზადაა გაყილოს საქონელი;
- გ. მაშინ იგი მზადაა არ არის გაყილოს საქონელი;
- დ. მაშინ მან უფრო ძვირად უნდა გაყილოს საქონელი.

3.3. ფასწარმოქმნა ბიზნესში მოითხოვს

- ა. ჰუმანურ მიდგომას;
- ბ. მკაცრ მიდგომას;
- გ. ხისტ მიდგომას;
- დ. შემოქმედებით, მოქნილ მიდგომას.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

ეკონომიკისა კონკურენციის საბაზრო და თავისუფალი პირობებში უნარი გაატაროს ბიზნესმენის პოლიტიკა ფასების საკუთარი, დააწესოს ფასები საქონელზე საკმაოდ გასაყიდ შეზღუდულია.

.....
.....
.....

ჩამოყალიბებული თუ გაყიდვას საქონლის საბაზრო ბიზნესმენისთვის ფასით მოაქვს საგრძნობი მოგება, მაშინ საქონელი იგი მზადაა გაყიდოს.

.....
.....

ფასების აყალიბებს პოლიტიკას რა თავის, ფირმის ითვალისწინებს ყველა ძირითად ხელმძღვანელობა ფაქტორს, რომლებიც საქონლის გავლენას ახდენენ ფასზე.

.....
.....
.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

ფასწარმოქმნა

.....
.....

თვითღირებულება

.....
.....

ხარჯები

.....
.....

კონკურენცია

.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოეცით თხრობით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|----------------|------------|
| ა. კონკურენცია | შრომის |
| ბ. ხარისხი | გასაყიდი |
| გ. მოცულობა | მოქნილი |
| დ. მიდგომა | გაყიდვების |
| ე. ანაზღაურება | თავისუფალი |
| ვ. პროდუქტი | საქონელი |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 24

ეკონომიკა

ტრადიციული ბაზარი ფიზიკური არენაა, სადაც გამყიდველები და მყიდველები ხვდებიან ერთმანეთს, ვაჭრობის საგნები გამოფენილია და მათზე გარიგებები ხდება.

ეკონომიკა (ბერძ. οίκος - სახლი, და νομος - ვმართავ, ანუ საოჯახო მმართველობა) სოციალური მეცნიერებაა, რომელიც შეისწავლის საქონლისა და მომსახურების წარმოებას, განაწილებას, გაცვლასა და მოხმარებას. ეკონომიკა ზოგადად მოიაზრება როგორც:

1. საზოგადოების ეკონომიკური ბაზისი, საწარმოო ურთიერთობათა ერთობლიობა.
2. მოცემული ქვეყნის ან მისი ნაწილის მეურნეობა, წარმოების დარგებისა და სახეობების ჩათვლით.
3. მეცნიერების დარგი, რომელიც შეისწავლის საწარმოო ურთიერთობებს და მათ სპეციფიურ მხარეებს საზოგადოებრივი წარმოებისა და გაცვლის განსაზღვრულ სფეროში.

ეკონომიკის ისტორია

მიღებულია აზრი იმის თაობაზე, რომ თანამედროვე ეკონომიკურ მეცნიერებას საფუძველი ჩაეყარა მე-18 საუკუნის ბოლოს ადამ სმიტის მიერ, რომელმაც შექმნა კლასიკური ეკონომიკური სკოლა, მიუხედავად იმისა, რომ უფრო ადრინდელია ესპანელი სქოლასტიკოსების და ფსიქოკრატების აღმოჩენები. ზოგიერთს მიაჩნია, რომ ფიზიოკრატული სკოლა იყო პირველი მეცნიერული ეკონომიკური სკოლა. მე-19 საუკუნეში კარლ მარქსმა მოახდინა ეკონომიკური აზროვნების სხვადასხვა სკოლის წარმომადგენელთა შრომების (მათ შორის ადამ სმიტის) სინთეზი, იყენებდა რა ჰეგელის სისტემურ მიდგომას, შექმნა თავისი ნაშრომი "კაპიტალი" და მოძღვრება მარქსიზმში. მე-19-მე-20 საუკუნეებში ეს ნაშრომი სოციალისტური ეკონომიკის იდეოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენდა, ამასთან, საბაზრო ეკონომიკის, უპირველეს ყოვლისა, ნეოკლასიკური ეკონომიკური სკოლის მიმდევრების კრიტიკის ობიექტი იყო. ორივეს საპირისპიროდ, არსებობს ავსტრიული ეკონომიკური სკოლა, რომელიც არასოდეს წასულა კომპრომისზე და ყოველთვის ამტკიცებდა, რომ მარქსიზმში არა მარტო ცრუ მეცნიერება იყო, არამედ კაცობრიობის "კიბოც". მისი მიმდევრები, საყოველთაოდ ცნობილი და აღიარებული ეკონომისტები, მენგერი, ბომ-ბავერკი, ვიზერი (მე-19 ს.), მიზესი, ჰაიეკი, ჰაბერლერი, როთბარდი და სხვები (მე-20 ს.), მეცნიერულად ასაბუთებდნენ, რომ სოციალიზმი შეუძლებელია და რომ ნებისმიერი კოლექტივიზმი ტოტალიტარიზმის დასაწყისია, რომ ფასი მხოლოდ სუბიექტური განსჯის საკითხია და არანაირი ფორმულით არ შეიძლება დაითვალოს, და ა.შ.

ეკონომიკის დარგები

ეკონომიკური მეცნიერების ორი უმთავრესი დარგია *მიკროეკონომიკა* და *მაკროეკონომიკა*:

- მიკროეკონომიკა (ბერძნულად Micros - მცირე) - შეისწავლის დარგების, სანარმოების, საოჯახო მეურნეობების და სხვა ეკონომიკური ერთეულების ქცევას, აგრეთვე მათ ურთიერთგავლენას ბაზარზე, რის შედეგადაც ყალიბდება ფასები კონკრეტულ საქონელსა და მომსახურებაზე.

- მაკროეკონომიკა (ბერძნულად Macros - დიდი) - შეისწავლის ეკონომიკას, როგორც ეკონომიკური აგენტებისაგან შედგენილ ერთიან, მთლიან ორგანიზმს და მისი გავლენის კანონზომიერებებს:

- ფასებისა და უმუშევრობის დონის საერთო კრებსით სიდიდეებზე;
- საერთო მოხმარებასა და ინვესტიციებზე;
- საერთო მოთხოვნილებასა და წინადადებებზე;
- წარმოების მოცულობის ცვლილებებზე;
- ეკონომიკურ ზრდაზე.

მაკროეკონომიკა ოპერირებს აგრეგირებული მაკროეკონომიკური მაჩვენებლებით. მისი განვითარება დაკავშირებულია კეინსის სახელთან (1920 წელი). მისი სისტემატიზაცია მოხდა 1930 წელს კეინსისა და სხვა მოაზროვნეების მიერ.

ეკონომიკურ მეცნიერებათა სისტემა მრავალ სხვა დარგს მოიცავს, ესენია:

- განვითარების ეკონომიკა;
- ეკონომიკური გეოგრაფია;
- ეკონომეტრიკა;
- საერთაშორისო ეკონომიკა;
- საინფორმაციო ეკონომიკა;
- სამხედრო ეკონომიკა;
- საფინანსო ეკონომიკა;
- საქალაქო ეკონომიკა;
- შრომის ეკონომიკა.

ეკონომიკური ცნებები და ტერმინები

გვემოური ეკონომიკა - ეკონომიკური სისტემა – ეკონომიკური ფორმაცია - ეკონომიკური ზრდა - მოთხოვნა და მიწოდება - მონეტარული პოლიტიკა - მოხმარების თეორია - პოლიტიკური ეკონომია – საბაზრო ეკონომიკა – საერთაშორისო ვაჭრობა - სოციალური საბაზრო ეკონომიკა - ფინანსები - ფისკალური პოლიტიკა

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. სადაური სიტყვაა ეკონომიკა და რას ნიშნავს იგი?

.....

1.2. რას შეისწავლის ეკონომიკა?

.....

- 1.3. როდის ჩაეყარა საფუძველი თანამედროვე ეკონომიკურ მეცნიერებას?

- 1.4. ვინ და როდის შექმნა კლასიკური ეკონომიკური სკოლა?

- 1.5. როგორ ურთიერთობათა ერთობლიობა მოიაზრება ეკონომიკაში?

- 1.6. რა არის ეკონომიკა?

- 1.7. ვის სახელთანაა დაკავშირებული მაკროეკონომიკის განვითარება?

- 1.8. როდის მოხდა მაკროეკონომიკის სისტემატიზაცია?

- 1.9. ვინ შექმნა ნაშრომი ”კაპიტალი“?

- 1.10. რომელი სკოლის წარმომადგენლები იყვნენ საყოველთაოდ ცნობილი და აღიარებული ეკონომისტები, მენგერი, ბომ-ბავერკი, ვიზერი?

2. მრავალწერტილების ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

*სუბიექტური, ფორმულით; ოპერირებს, მაკროეკონომიკური;
 ეკონომიკურ, საფუძველი;*

თანამედროვე მეცნიერებას ჩაეყარა მე-18 საუკუნის
 ბოლოს. მაკროეკონომიკა აგრეგირებული
 მაჩვენებლებით. ფასი მხოლოდ განსჯის საკითხია და არანაირი
 არ შეიძლება დაითვალოს.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

- 3.1. როგორი მეცნიერებაა ეკონომიკა?
 ა. საბუნებისმეტყველო;
 ბ. ზუსტი;
 გ. სოციალური;
 დ. მათემატიკური.

3.2. ეკონომიკა შეისწავლის

- ა. საქონლის წარმოებას;
- ბ. საქონლის განაწილებას;
- გ. საქონლის მოხმარებას;
- დ. საქონლისა და მომსახურების განაწილებას, გაცვლასა და მოხმარებას.

3.3. ვისი ნაშრომი იყო მე-19-მე-20 საუკუნეებში სოციალისტური ეკონომიკის იდეოლოგიური საფუძველი?

- ა. ჰეგელის;
- ბ. მარქსის;
- გ. ენგელსის;
- დ. ლენინის.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

ბაზარი არენაა ფიზიკური ტრადიციული, ხვდებიან სადაც გამყიდველები და მყიდველები ერთმანეთს, ვაჭრობის მათზე ხდება საგნები გამოფენილია და გარიგებები.

.....

.....

.....

მისი მიმდევრები მეცნიერულად ასაბუთებდნენ, რომ შეუძლებელია და რომ ტოტალიტარიზმის ნებისმიერი კოლექტივიზმი სოციალიზმი დასაწყისია.

.....

.....

.....

მიკროეკონომიკა დარგების, სანარმოების, შეისწავლის საოჯახო და სხვა ეკონომიკური მეურნეობების ერთეულების ქცევას.

.....

.....

.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

ფასი

.....

.....

კოლექტივიზმი

.....

.....

კლასიკური

.....

.....

სოციალური

.....
.....

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს სიტყვები:

- | | |
|-----------------|------------|
| ა. ეკონომიკური | მოცულობა |
| ბ. საერთაშორისო | მეცნიერება |
| გ. მონეტარული | პოლიტიკა |
| დ. წარმოების | გეოგრაფია |
| ე. სოციალური | ეკონომიკა |

7. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი; გადმოეცით თხრობით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 25

ეკონომიკის თეორია და ბიზნესის სათავეები ქართულ ბიზნესს - მწვანე გზა

თანამედროვე პირობებში შეინიშნება ცხოვრებისეული პრობლემების უფრო ღრმად გააზრებისა და, შესაბამისად, ეკონომიკური განათლების მიღებისადმი ყოველმხრივი ინტერესი. ახალი ეკონომიკური სისტემის დამკვიდრების პროცესი მოითხოვს სერიოზული ეკონომიკური ცოდნის ფორმირებას. ყველა მოქალაქეს განსაზღვრული წარმოდგენა უნდა ჰქონდეს ეკონომიკის, მისი ცნებებისა და კატეგორიების შესახებ. *ვეროპის საბჭოს პრეზიდენტი მეცნიერული მართვის საკითხებში არნო მოკი სრულიად სამართლიანად აღნიშნავდა: ეკონომიკაში რაიმე ცოდნის გარეშე ადამიანები ადვილად ექცევიან დემაგოგიური მოწოდებების გავლენის ქვეშ.* ეკონომიკური პროცესების გაგება დამოკიდებულია პრაქტიკულ ორიენტაციაზე და სისტემატურ სწავლებაზე. არ შეიძლება შევურიგდეთ ჩამორჩენას ეკონომიკის შესწავლაში არა თუ უმაღლეს, არამედ სასკოლო პროგრამებშიც კი. ეკონომიკურ განათლებაზე მოთხოვნა ლოგიკურად გამომდინარეობს ცხოვრების თანამედროვე პირობებიდან. არ შეიძლება არ დავეთანხმოთ აღნიშნულ აზრს და სტუდენტებს არ მივცეთ შესაძლებლობა, პასუხი გასცენ იმ კითხვებს, რომლებიც მათ პროფესიული თუ სხვა ნებისმიერი საქმიანობის დროს შეიძლება გაუჩნდეთ. სწორედ ეს არის მიზანი იმ საგნის შესწავლისა, რომელსაც *ეკონომიკური თეორია* ჰქვია. მის შესასწავლად საჭიროა მომავალ ეკონომისტებს გავაცნოთ საკითხები, რომლებიც მეტ-ნაკლებად ხელს შეუწყობს სტუდენტთა ცოდნის დონის ამაღლებას, მათში თანამედროვე ტიპის ეკონომიკური აზროვნების ჩამოყალიბებას.

განვითარებული საბაზრო (შერეული) ეკონომიკის ქვეყნებში უაღრესად დიდია ბიზნესის როლი და მნიშვნელობა. დღეს ჯანსაღი ბიზნესის განვითარების პირობები განსაზღვრავს ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების დონეს. ამიტომ ბიზნესი ხდება საქართველოს ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი. ბიზნესის საშუალებით შეიძლება მსჯელობა იმის თაობაზე, თუ რამდენად ინერგება ან დაინერგა ქვეყნის ეკონომიკაში საბაზრო მექანიზმი და მეურნეობრიობის მეთოდები. *საქართველოში უკვე ბევრი მოქალაქისათვის ბიზნესი გახდა სამუშაოს ძირითადი სახეობა ან მეორადი დასაქმების ფორმა.* ბიზნესი განსაკუთრებით იზიდავს ახალგაზრდა თაობას.

ბიზნესი რთული და საინტერესო საქმიანობაა. მისი წარმატებული დაუფლება დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე. ნებისმიერ კომერციულ (მოგების მიღებაზე გამომხდელ) საქმიანობაში პრაქტიკულად მაღალი შედეგიანობის მიღწევის ერთ-ერთი აუცილებელი პირობაა საჭირო ცოდნის მიღება ბიზნესის კონცეფციების, პრინციპების, წესების, ფორმებისა და მეთოდების შესახებ. ბიზნესი ჩვენთვის ახალი საქმეა და სასწავლო ლიტერატურა მშობლიურ ენაზე ღარიბია. ქართულ და უცხოურ ენებზე გამოცემულ წიგნებსა და ბროშურებში არ არის სწორად გადმოცემული ბიზნესისა და მენარმეობის არსი, ხშირად ისინი გაიგივებულია

ერთმანეთთან; აგრეთვე ხშირად ხმარობენ სამეწარმეო ბიზნესს, რაც ნონსენსია. გასამიჯნია ცნებები: ბიზნესმენი, მეწარმე და მენეჯერი. აღნიშნულ საკითხებზე ჯერჯერობით არ არის ჩამოყალიბებული ერთიანი შეხედულება. უნდა აღინიშნოს, რომ ქართულ ბიზნესს ჯერ კიდევ არ შეუძენია თანამედროვე ცივილიზებული ფორმა და შინაარსი, ბევრი რამ დასახვეწია. ამიტომ ბიზნესის სფეროსათვის ფრიად აქტუალურია მომზადება კადრებისა (ეკონომისტების, იურისტების, მარკეტერების, მენეჯერების და სხვა სპეციალისტების), რომლებსაც მოუწევთ მუშაობა სხვადასხვა პროფილისა და ხასიათის საწარმოში, კომპანიაში და კორპორაციაში. საზღვარგარეთ მათი განზოგადებული სახელწოდებაა ფირმა. სპეციალისტები შეიძლება მუშაობდნენ საკუთარ ან სხვის მიერ დაფუძნებულ ფირმებში.

ბიზნესს ხშირად აღიქვამენ როგორც სავაჭრო, საშუამავლო საქმიანობას, როგორც საქონლის ყიდვა-გაყიდვას. ესაა შეზღუდული, არასრული წარმოდგენა ბიზნესის შესახებ. ბიზნესი ეკონომიკური საქმიანობის უაღრესად მრავალნახნავოვანი სახეობაა, რომელიც პრაქტიკულად ვრცელდება ეკონომიკის ყველა სფეროზე და არამარტო ვაჭრობაზე. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი არ უნდა დაიყოს ეკონომიკის განსაზღვრული სფეროების მიხედვით ცალკეულ სახეებად. ბიზნესი სხვადასხვა სფეროში არსებითად განსხვავებულია ფორმისა და, განსაკუთრებით, ოპერაციათა შინაარსისა და მათი განხორციელების მიხედვით. ბიზნესის ხასიათზე დიდ გავლენას ახდენს საქონლისა და მომსახურების სახეობა და უფრო მეტად - საქონლისა და მომსახურების მოპოვების წესი. ერთ შემთხვევაში შეიძლება ბიზნესმენი თვითონ აწარმოებდეს საქონელსა და მომსახურებას მხოლოდ წარმოების ფაქტორების შექმნის საფუძველზე, მეორე შემთხვევაში იგი შეიძლება ახორციელებდეს შესყიდვა-გაყიდვას, კერძოდ, იძენდეს საქონელს მზა სახით და ყიდდეს მომხმარებელზე. დაბოლოს, მესამე შემთხვევა, როდესაც ბიზნესმენი არც აწარმოებს საქონელს და არც ვაჭრობს საქონლით, არამედ აკავშირებს ერთმანეთთან მწარმოებლებსა და მომხმარებლებს, გამყიდველებსა და მყიდველებს. ბიზნესის ცალკეული სახეები განსხვავდება აგრეთვე ბიზნესში გამოსაყენებელ ფაქტორებზე საკუთრების ფორმებით.

ბიზნესის განხორციელებისათვის აუცილებელია შესაბამისი პირობები, რომლებიც ყალიბდება პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური, იურიდიული წანამძღვრების ერთობლიობისაგან. საქართველოში ასეთი წანამძღვრებია: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური წყობილების შეცვლა, ეკონომიკური იდეოლოგიის კარდინალური ცვლილებები და საბაზრო (შერეულ) ეკონომიკაზე გადასვლა, რიგი შესაბამისი კანონების მიღება.

ამრიგად, ბიზნესის განხორციელებისათვის, გარდა განსაკუთრებული ხასიათის პირადი თვისებებისა, რომლებიც აისახება ბიზნესმენის დახასიათებაში, აუცილებელია კიდევ «გარე» პირობები.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რას მოითხოვს ახალი ეკონომიკური სისტემის დამკვიდრების პროცესი?

.....
.....

1.2. ვის ეკუთვნის სიტყვები: *ეკონომიკაში რაიმე ცოდნის გარეშე ადამიანები ადვილად ექსევიან დემავოგიური მონოდებების გავლენის ქვეშ?*

.....
.....

1.3. რაზეა დამოკიდებული ეკონომიკური პროცესების გაგება?

.....
.....

1.4. ლოგიკურად საიდან გამომდინარეობს ეკონომიკურ განათლებაზე მოთხოვნა?

.....
.....
.....

1.5. რა განსაზღვრავს ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ღონეს?

.....
.....

1.6. რა არის ბიზნესის სფეროსათვის ფრიალ აქტუალური?

.....
.....

1.7. ბიზნესის განხორციელებისათვის, გარდა განსაკუთრებული ხასიათის პირადი თვისებებისა, კიდევ რა არის საჭირო?

.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ბიზნესის , ქვეყნის; საქმიანობის, ეკონომიკის; დაინერგა, საბაზრო;

ბიზნესი ეკონომიკური უაღრესად მრავალწახნავოვანი სახეობაა, რომელიც პრაქტიკულად ვრცელდება ყველა სფეროზე და არამართო ვაჭრობაზე. ბიზნესის საშუალებით შეიძლება მსჯელობა იმის თაობაზე, თუ რამდენად ინერგება ან ქვეყნის ეკონომიკაში მექანიზმი და მეურნეობრიობის მეთოდები. ჯანსაღი განვითარების პირობები განსაზღვრავს ნებისმიერი ეკონომიკის განვითარების ღონეს.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ბიზნესის როლი და მნიშვნელობა

- ა. უაღრესად დიდია;
- ბ. უაღრესად მცირეა;
- გ. უმნიშვნელოა;
- დ. უაღრესად სავალალოა.

3.2. ვინ იყო არნო მოკი?

- ა. ევროპის ასამბლეის პრეზიდენტი მეცნიერული მართვის საკითხებში;
- ბ. ევროპის საბჭოს პრეზიდენტი სამხედრო მართვის საკითხებში;

- გ. ევროპის საბჭოს პრეზიდენტი მეცნიერული მართვის საკითხებში;
- დ. ევროპის საბჭოს პრეზიდენტი სოფლის მეურნეობის მართვის საკითხებში.

3.3. რა ახდენს გავლენას ბიზნესის ხასიათზე?

- ა. საქონლის სახეობა;
- ბ. საქონლისა და მომსახურების სახეობა;
- გ. საქონლისა და მომსახურების მოპოვების წესი;
- დ. საქონლისა და მომსახურების სახეობა და საქონლისა და მომსახურების მოპოვების წესი.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

აღვილად ეკონომიკაში რაიმე ცოდნის მონოდებების გარეშე ადამიანები ექცევიან დემაგოგიური გავლენის ქვეშ.

.....

.....

.....

ბიზნესს ხშირად როგორც აღიქვამენ სავაჭრო, საშუამავლო საქმიანობას, ყიდვა-გაყიდვას როგორც საქონლის.

.....

.....

.....

ნებისმიერ კომერციულ საქმიანობაში პრაქტიკულად მაღალი შედეგიანობის მიღწევის პირობაა ერთ-ერთი აუცილებელი საჭირო ცოდნის მიღება კონცეფციების, პრინციპების, წესების, ფორმებისა და მეთოდების ბიზნესის შესახებ.

.....

.....

.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

თეორია

.....

.....

ბიზნესის

.....

.....

სათავეები

.....

.....

ეკონომიკური

.....

.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი; გადმოეცით თხრობით.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს მსაზღვრელ-საზღვრულის ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-----------------|--------------|
| ა. ეკონომიკური | მექანიზმი |
| ბ. საბაზრო | თეორია |
| გ. სოციალური | წანამძღვრები |
| დ. ბიზნესის | ფორმა |
| ე. კომერციული | საქმიანობა |
| ვ. ცივილიზებული | სფერო |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 26

ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების თეორიული ასპექტები (1)

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაზე არსებითი გავლენა მოახდინა მე-20 საუკუნის ბოლოს სოციალისტური სისტემის ნგრევამ და ორ ათეულზე მეტი დამოუკიდებელი სახელმწიფოს შექმნამ. პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვებას ალტერნატივა არ გააჩნია. მას შეუძლია შექმნას ეკონომიკური ზრდისა და განვითარების ისეთი საბაზრო წინაპირობები, როგორებიცაა: თავისუფალი ბაზარი; საკუთრება – კერძო და დაცული; ინფლაცია – დაბალი; ქვეყნებს შორის ვაჭრობა – განუსაზღვრელი. ეს კი აუცილებელია იმისათვის, რომ მიღწეული იქნეს ფასების ლიბერალიზაცია, მთავრობა არ ჩაერიოს კერძო კომპანიათა მართვაში, შეწყვიტოს მათი სუბსიდირება, უზრუნველყოს კონტრაქტების შესრულება და სასამართლო სისტემის დამოუკიდებლობა და ეფექტიანობა, ადმინისტრაციული რეგულირების ოპტიმალური მინიმიზაცია, ბიუჯეტის დაბალანსება და სავაჭრო ბარიერების მოხსნა. ნებისმიერი ქვეყნის მთავრობას, რომელიც ამას მიაღწევს, შეუძლია ეკონომიკურ ზრდაზე გააკეთოს წარმატებული გათვლები. თუმცა, პოსტსოციალისტური ქვეყნების დიდმა ნაწილმა აქ ჩამოთვლილი ღონისძიებების რეალიზაცია მთლიანად ვერ შეძლო. ჩანს, რომ სასურველი რეფორმების განსახორციელებლად აუცილებელია არა მარტო საბაზრო ეკონომიკის ელემენტებში გათვითცნობიერება, არამედ მეცნიერულად დასაბუთებული სტრატეგიის შემუშავება. სხვა სიტყვებით, საჭიროა არა მარტო შორიდან ხედავდე საბოლოო მიზანს, არამედ უნდა შეგეძლოს მათთან მისასვლელი ბილიკის დადგენაც.

გარდამავალი ეკონომიკის უკლებლივ ყველა ქვეყანაში წარმოიშვა თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობის მრავალი პრობლემა, რომელთა დროული გადაწყვეტა მეტად საშური. „კომუნიზმიდან თავისუფალ ბაზარზე გადასვლა ფრენის პროცესში თვითმფრინავის ძრავის შეცვლის ტოლფასია“. ასე დაახასიათა საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა თანამედროვეობის ცნობილმა ეკონომისტმა – კალიფორნიის უნივერსიტეტის პროფესორმა ჟერარდ ლორანმა.

საბაზრო ეკონომიკის გზაზე დამდგარი პოსტსოციალისტური ქვეყნების ეკონომიკური და პოლიტიკური გარდაქმნების 20-წლიანმა გამოცდილებამ დაადასტურა, რომ საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა, კაპიტალისტური სისტემისაკენ მოძრაობა თანამედროვე ეკონომიკური თეორიის საფუძვლების გაუთვალისწინებლად ნაკლებად ეფექტიანია, ხშირად კი – უშედეგო.

უნდა ვალიაროთ, რომ ქვეყანაში მეცნიერ ეკონომისტთა რიცხოვრები სიჭარბის მიუხედავად, დღევანდელ საქართველოში ეკონომიკური აზროვნების მწვავე დეფიციტია. იმის გამო, რომ საქართველოში რეფორმების სტრატეგია საწყის ეტაპზე შემუშავდა ეკონომიკური თეორიის ჭეშმარიტი დებულებების გაუთვალისწინებლად, გახანგრძლივდა წარმოების

დაცემის პროცესი მთელი თავისი უარყოფითი შედეგებით. არადა, რეფორმების სტრატეგია შემუშავებული უნდა ყოფილიყო თანამედროვე ეკონომიკურ მეცნიერებაში მომხდარი ფუძემდებლური მიმართულებებით განხორციელებული გამოკვლევების ბაზაზე საბაზრო ურთიერთობების ფორმირებაში წამოჭრილი პრობლემების შესწავლისა და ანალიზის გზით.

ქვეყნის ეკონომიკური მეცნიერება ვალდებულია შეისწავლოს ათწლეულში რეფორმების განხორციელებაში წარმატებების მიღწევა და პასუხი გასცეს კითხვებზე, თუ რატომ ვერ ჩამოაყალიბა ქვეყანამ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის ოპტიმალური მოდელი?

ყველამ უნდა ვირწმუნოთ, როგორც თეორეტიკოსებმა, ისე პრაქტიკოსებმა, რომ მხოლოდ თეორიაზე დაფუძნებული ცოდნით შეიარაღებულ რეფორმატორებს შეუძლიათ შეისწავლონ ბაზარზე გადასვლის პროცესში მიმდინარე მოვლენები, გააანალიზონ ეროვნული ეკონომიკის სუსტი წერტილები და მიღწევები და შეამოწმონ საბაზრო კოორდინატების გარდაქმნის ვექტორი. ქვეყნის ეკონომიკური სტრატეგიის შემუშავებისა და განხორციელების ანალიზი და შეჯერება უნდა მოხდეს ეკონომიკური მეცნიერების ყველა სფეროსთან, განსაკუთრებით: მაკროეკონომიკური პოლიტიკის, საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობების, სახელმწიფო რეგულირების, ფინანსების, შრომითი რესურსებისა და სხვა პრობლემატიკის განხილვისას.

მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანაში ჯერაც არ არსებობს ერთიანი აზრი ეკონომიკური თეორიის თანამედროვე მდგომარეობისა და მისი სრულყოფის მიმართულებით კვლევა-ძიების გაშლის შესახებ, მე-20 საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისიდან დღემდე სერიოზული მუშაობაა ამ მხრივ განხორციელებული საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის კანონზომიერებათა შესასწავლად. გარდამავალი ეკონომიკისადმი მიძღვნილი საყურადღებო ნაშრომები შექმნეს ქართველმა მეცნიერ-ეკონომისტებმა.

სერიოზულ განსჯას ექვემდებარება მოსაზრება იმაზე, რომ აუცილებელია ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის შექმნა, გადასასინჯია ხელისუფალთა მოსაზრება ინდიკატური გეგმის უსარგებლობის შესახებ. საბოლოო ჯამში, ცდება ყველა, ვინც უარყოფს წინასწარ განჭვრეტისა და დაგეგმვის აუცილებლობას. არაფერ არ ამბობს იმას, რომ საბჭოურ დაგეგმვას მიუბრუნდეთ, მაგრამ მაკროეკონომიკური ურთიერთობებისთვის წინასწარი დაგეგმვა აუცილებელია. სწორედ ეს იყო მიზეზი, რომ საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლისა და სამეურნეო რეფორმების პროცესი დაიწყო მოუმზადებლად, ყოველგვარი თეორიული საფუძვლის გარეშე. უფრო მეტიც, ქვეყანაში დაბალ დონეზე დგას მწვავე ეკონომიკური თეორიის პრობლემების კვლევა. ამას ისიც დაემატა, რომ მარქსიზმ-ლენინიზმის დოგმებმა ხელი შეუშალა ეკონომიკური სისტემის ღრმა მეცნიერულ კვლევა-ძიებას. საქართველოში ეკონომიკური რეფორმების საწყის ეტაპზე სტრატეგიულ შენაძენად „შოკური თერაპიაზე“ დაყრდნობილი „სოციალური დარვინიზმის“ თეორია იქნა მიჩნეული, რომლითაც ქვეყნის ეკონომიკა ფაქტობრივად მაფიოზური და სპეკულაციური კლანების ინტერესებს დაექვემდებარა.

რეფორმების განვლილი პერიოდის ანალიზის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ ეკონომიკური თეორიის ელემენტარული ცოდნის გარეშე, დილექტანტის დონეზე ათვისებული მონეტარისტული თეორიის პოსტულატებით განხორციელდა „შოკური თერაპიის“ დოგმების მხოლოდ ერთი ნაწილი, სადაც ვაჭრობისა და ფასების ლიბერალიზაცია რეფორმების ამოსავალ მომენტად იქნა მიჩნეული. თანამედროვე ეკონომიკურმა მეცნიერებამ მარქსიზმის

კრიზისიდან შესაბამისი დასკვნები ვერ გააკეთა და დღესაც უშვებს შეცდომას, როდესაც ასაბუთებს, რომ ყველაზე ჭეშმარიტია ნეოკლასიკური თეორია და მხოლოდ მისი ცოდნა შეგვიწყობს ხელს, რომ ავაშენოთ საბაზრო ეკონომიკა. ეს კი იმაზე მიგვანიშნებს, რომ საბაზრო ეკონომიკური სისტემის გარდა, თითქოს არასოდეს არ იყო და არც მომავალში იქნება სხვა ეკონომიკური სისტემა. არც ერთ ეკონომიკურ სისტემას არ შეუძლია წარმატებით ფუნქციონირება ჭეშმარიტი ეკონომიკური თეორიის ათვისების გარეშე. მაგრამ დღეს ცალკეული განვითარებადი ქვეყნებისათვის მორგებული თეორია არ არსებობს. დასავლეთის მონინავე ეკონომისტების მიერ შექმნილი „ეკონომიკსად“ წოდებული ეკონომიკური თეორია ოპტიმალურად ესადაგება მაღალგანვითარებული საბაზრო ეკონომიკის სისტემას და ნაკლებად გამოსაყენებელია პოსტსოციალისტური ქვეყნების საბაზრო ურთიერთობათა თეორიულ საფუძვლად. რეალურად, მას შემეცნებითი დატვირთვა აქვს.

პოსტსოციალისტური ქვეყნების მეცნიერ ეკონომისტთა ნაწილი ცალ-ცალკე წარმოგვიდგენს პოლიტიკურ ეკონომიასა და ეკონომიკსს, უფრო მეტიც, ზოგიერთი ეკონომიკურ თეორიას პოლიტეკონომიასთან აიგივებს, ზოგიერთი მეცნიერი კი – ეკონომიკის მოძღვრებას აქებ-ადიდებს. არასწორია იმ მეცნიერ-ეკონომისტთა მოსაზრება, რომლებიც ასაბუთებენ გარდამავალი პერიოდის პოლიტიკური ეკონომიის ან ეკონომიკური თეორიის შექმნის აუცილებლობას. არ უნდა დაგვაზინყდეს, რომ ეკონომიკური თეორია ერთიანი, მწყობრი მეცნიერებაა, რომელიც სწავლობს ეკონომიკურ ურთიერთობათა განვითარებას (დიალექტიკას), ეკონომიკურ კანონთა სისტემის ფუნქციონირებას წარმოების, განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში, „ზოგადსაკაცობრიო და გლობალურ ეკონომიკურ პრობლემებს“.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რამ მოახდინა არსებითი გავლენა თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაზე?

.....

1.2. რამდენი დამოუკიდებელი სახელმწიფოს შეიქმნა სოციალისტური სისტემის ნგრევის შედეგად?

.....

1.3. «კომუნიზმიდან თავისუფალ ბაზარზე გადასვლა ფრენის პროცესში თვითმფრინავის ძრავის შეცვლის ტოლფასია». ვინ დაახასიათა ასე საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა?

.....

1.4. ვინ იყო უერარ ლორანი?

.....
.....
.....

1.5. რამ შეუძალა ხელი პოსტსაბჭოური ეკონომიკური სისტემის ღრმა მეცნიერულ კვლევა-
ძიებას?

.....
.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

მეცნიერ-ეკონომისტებმა, ალტერნატივა, ეფექტიანია.

კაპიტალისტური სისტემისაკენ მოძრაობა თანამედროვე ეკონომიკური თეორიის საფუძვლების გაუთვალისწინებლად ნაკლებად პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვებას არ გააჩნია. გარდამავალი ეკონომიკისადმი მიძღვნილი საყურადღებო ნაშრომები შექმნეს ქართველმა

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

- 3.1. ა. საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვება შეუძლებელია;
ბ. საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვება სოციალისტურ სისტემაშიც შესაძლებელია;
გ. საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვებას ალტერნატივა არ გააჩნია;
დ. საბაზრო ეკონომიკის გამარჯვებამხოლოდ პოსტსაბჭოურ ქვეყნებშია შესაძლებელი.
- 3.2. ა. რეფორმების სანყის ეტაპზე «შოკურ თერაპიის» სტრატეგია მიუღებელია;
ბ. რეფორმების სანყის ეტაპზე სტრატეგიულ შენაძენად «შოკურ თერაპია» არ ითვლება;
გ. რეფორმების სანყის ეტაპზე «შოკური თერაპია» დამლუპველია;
დ. რეფორმების სანყის ეტაპზე სტრატეგიულ შენაძენად «შოკურ თერაპია» ითვლება.
- 3.3. ა. თანამედროვე ეკონომიკურმა მეცნიერებამ მარქსიზმის კრიზისიდან შესაბამისი დასკვნები ვერ გააკეთა;
ბ. თანამედროვე ეკონომიკურმა მეცნიერებამ მარქსიზმის კრიზისიდან შესაბამისი დასკვნები გააკეთა;
გ. თანამედროვე ეკონომიკურმა მეცნიერებამ მარქსიზმის კრიზისი დაძლია;
დ. თანამედროვე ეკონომიკურმა მეცნიერებამ მარქსიზმის კრიზისი ვერ დაძლია.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

შემუშავებული რეფორმების ყოფილიყო სტრატეგია უნდა საბაზრო ურთიერთობების ფორმირებაში წამოჭრილი პრობლემების შესწავლისა და ანალიზის გზით.

.....
.....
.....

სასურველი განსახორციელებლად რეფორმების აუცილებელია დასაბუთებული მეცნიერულად სტრატეგიის შემუშავება.

რეფორმატორებს შეუძლიათ გააანალიზონ ეკონომიკის ეროვნული წერტილები სუსტი და მიღწევები და შეამოწმონ კოორდინატების საბაზრო გარდაქმნის ვექტორი.

**5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:
მეცნიერ-ეკონომისტებმა**

სტრატეგიის

რეფორმების

წინაპირობები

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკურ-აზრობრივი წყვილები.

ფასების	ბაზარი
რეფორმების	სტრატეგია
შოკური	სისტემა
ბიუჯეტის	საკუთრება
კაპიტალისტური	ლიბერალიზაცია
თავისუფალი	თერაპია
კერძო	დაბალანსება

7. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოეცით თხრობით:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 27

ქვეყნის ფინანსური ეკონომიკის განვითარების თეორიული ასპექტები

სერიოზულ კვლევას ექვემდებარება თანამედროვე ფინანსური ეკონომიკის თეორიული ასპექტები. მე-20 საუკუნის 70-იანი წლებიდან ფინანსების როლის კოლოსალურმა გაძლიერებამ თვისებრივი ცვლილებები გამოიწვია ფინანსურ ურთიერთობებში. წარმოიშვა ეკონომიკის ვირტუალური სტრუქტურირება: მატერიალურ ფასეულობათა შემქმნელი რეალური ეკონომიკიდან აღმოცენდა ეკონომიკა, რომელიც სულ უფრო იქვემდებარებს პირველს თავისი შემოსავლებით და ისეთ დონეზე გაძლიერდა, რომ მას საზოგადოებაში მატერიალურ-ნივთობრივი წარმოების სფეროს ეკონომიკაზე უფრო დიდი როლი დაეკისრა, ე.ი. წარმოიშვა ეკონომიკა პირობითი, ანუ სიმბოლური, ფულის მექანიზმის დონეზე – სიმბოლური ეკონომიკა, ანუ გიგანტური სიმბოლური კაპიტალის ეკონომიკა. ამრიგად, მსოფლიოში ჩამოყალიბდა ახალი გაბატონებული ეკონომიკური სისტემა – ფინანსური ეკონომიკა.

ფინანსური ეკონომიკის საფუძველია ის ღრმა ცვლილებები, რომლებიც ხდება მსოფლიო მეურნეობის წიაღში, კერძოდ, ტრანსფორმაცია ეროვნულ მეურნეობებში, ადამიანებს შორის ურთიერთობებსა და მსოფლიო ეკონომიკურ ინტეგრაციაში.

ფართო კვლევა-ძიებას ექვემდებარება ინდიკატური დაგეგმვის აქტუალური პრობლემები, რომელთა შორის საყურადღებოა: პროგნოზირებისა და დაგეგმვის, ინდიკატური გეგმის იაპონური, ფრანგული და ჩინური მოდელები, მათი ფუნქციები და ინსტრუმენტარიები და ინდიკატური დაგეგმვის ფორმირების საფუძველები საქართველოში.

მეცნიერულ საფუძველზე შედგენილი ინდიკატური გეგმა ორგანულად აერთიანებს ერთიან კონცეფციურ დოკუმენტში ქვეყნის ეკონომიკურ პოლიტიკას, სახელმწიფო პროგრამების პროგნოზულ გათვლებს, რეგულირების სისტემას, სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობებს და მაკროდონეზე ფირმების, საოჯახო მეურნეობებისა და სხვა სამეურნეო სტრუქტურების ფუნქციონირებაზე ზემოქმედების შესაძლებლობებს.

საყურადღებოა ერთი მომენტიც. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში სერიოზულ კვლევას მოითხოვს შერეული, სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი, რომელიც საქართველოს პირობებისათვის მიჩნეული უნდა იქნეს ოპტიმალურ მოდელად.

კიდევ ერთი სადავო საკითხის შესახებ: საბაზრო ეკონომიკის თვითრეგულირებისა და მასში სახელმწიფოს ჩარევის გარეშე ფუნქციონირების შესახებ მოსაზრება არასწორი და ჭეშმარიტებას მოკლებულია. მართალია, განვითარებული ქვეყნების საბაზრო ეკონომიკა მე-19-მე-20 საუკუნეებში ეყრდნობოდა ფილოსოფიას, რომ სახელმწიფო არ უნდა ჩაერიოს ეკონომიკაში, ან რაც შეიძლება ნაკლებად უნდა ჩაერიოს და ეკონომიკური გადაწყვეტილებების მიღება უნდა მიანდოს ბაზარს მიწოდება-მოთხოვნის საფუძველზე, მაგრამ ცხოვრებამ მოითხოვა ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევის მინიმალური პრინციპის შეგნებული გააზრება. სწორედ სახელმწიფოს ეკონომიკური როლის გაძლიერების შედეგად მიღწეული იქნა

მონოპოლიების რეგულირება და აღება ქვეყნის იმ ამოცანებისა, რომელთა გადანწყვეტა მენარმეობას, ნაკლებად ეფექტიანობის გამო, არ შეუძლია. ყველგან და ყოველთვის ყოფიერება განსაზღვრავდა ცნობიერებას და დღესაც განსაზღვრავს. სახელმწიფომ მარეგულირებელი როლი უნდა შეასრულოს გარდამავალ პერიოდში ახალი ეკონომიკური სისტემის ჯერ ფორმირებისა და მერე მისი განვითარების უზრუნველყოფის პროცესში.

სერიოზულ კვლევას ექვემდებარება თანამედროვე ფინანსური ეკონომიკის თეორიული ასპექტები. მე-20 საუკუნის 70-იანი წლებიდან ფინანსების როლის კოლოსალურმა გაძლიერებამ თვისებრივი ცვლილებები გამოიწვია ფინანსურ ურთიერთობებში. წარმოიშვა ეკონომიკის ვირტუალური სტრუქტურირება: მატერიალურ ფასეულობათა შემქმნელი რეალური ეკონომიკიდან აღმოცენდა ეკონომიკა, რომელიც სულ უფრო იქვემდებარებს პირველს თავისი შემოსავლებით და ისეთ დონეზე გაძლიერდა, რომ მას საზოგადოებაში მატერიალურ-ნივთობრივი წარმოების სფეროს ეკონომიკაზე უფრო დიდი როლი დაეკისრა, ე.ი. წარმოიშვა ეკონომიკა პირობითი, ანუ სიმბოლური, ფულის მექანიზმის დონეზე – სიმბოლური ეკონომიკა, ანუ გიგანტური სიმბოლური კაპიტალის ეკონომიკა. ამრიგად, მსოფლიოში ჩამოყალიბდა ახალი გაბატონებული ეკონომიკური სისტემა – ფინანსური ეკონომიკა.

ფინანსური ეკონომიკის საფუძველია ის ღრმა ცვლილებები, რომლებიც მიმდინარეობს მსოფლიო მეურნეობის წიაღში, კერძოდ, ტრანსფორმაცია ეროვნულ მეურნეობებში, ადამიანებს შორის ურთიერთობებსა და მსოფლიო ეკონომიკურ ინტეგრაციაში.

ფართო კვლევა-ძიებას ექვემდებარება ინდიკატური დაგეგმვის აქტუალური პრობლემები, რომელთა შორის საყურადღებოა: პროგნოზირებისა და დაგეგმვის, ინდიკატური გეგმის იაპონური, ფრანგული და ჩინური მოდელები, მათი ფუნქციები და ინდიკატური დაგეგმვის ფორმირების საფუძვლები საქართველოში. მეცნიერულ საფუძველზე შედგენილი ინდიკატური გეგმა ორგანულად აერთიანებს ერთიან კონცეფციურ დოკუმენტში ქვეყნის ეკონომიკურ პოლიტიკას, სახელმწიფო პროგრამების პროგნოზულ გათვლებს, რეგულირების სისტემას, სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობებს და მაკროდონეზე ფორმების, საოჯახო მეურნეობებისა და სხვა სამეურნეო სტრუქტურების ფუნქციონირებაზე ზემოქმედების შესაძლებლობებს.

მეტი ყურადღება უნდა დაეთმოს ქვეყნის ფულად-საკრედიტო და საბიუჯეტო პოლიტიკის თეორიული ასპექტების კვლევას. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ფინანსური მართვის თეორიისა და პრაქტიკის აქტუალური პრობლემების დასაბუთებასა და მათი დაძლევის გზების გამონახვას.

საყურადღებოა ერთი მომენტიც: საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ინდიკატური გეგმა არ შეიძლება სამეურნეო სუბიექტების შესასრულებლად სავალდებულო იყოს, მაგრამ დიდ ნაწილში (სახელმწიფო მიზნობრივი პროგრამები, სახელმწიფო შეკვეთები, ფასებისა და ტარიფების მარეგულირებელი ფუნქციები და ა.შ.), განსაკუთრებით, მაკროდონეზე, მას დირექტიული ხასიათი უნდა ჰქონდეს.

ასეთია მოკლედ ის საკითხები, რომელთა გამოკვლევა ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკის აღმავლობას.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა გამოიწვია მე-20 საუკუნის 70-იანი წლებიდან ფინანსების როლის კოლოსალურმა გაძლიერებამ?

.....
.....
.....

1.2. რომელი ეკონომიკური სისტემა ჩამოყალიბდა მსოფლიოში?

.....
.....
.....

1.3. რა არის ფინანსური ეკონომიკის საფუძველი?

.....
.....
.....

1.4. საქართველოს პირობებისათვის რა უნდა იქნეს მიჩნეული ოპტიმალურ მოდელად?

.....
.....
.....
.....

1.5. საბაზრო ეკონომიკის თვითრეგულირების შესახებ რომელი მოსაზრებაა არასწორი და ჭეშმარიტებას მოკლებული?

.....
.....
.....
.....

1.6. რა მოსაზრებას ეყრდნობოდა განვითარებული ქვეყნების საბაზრო ეკონომიკა მე-19-მე-20 საუკუნეებში?

.....
.....
.....

1.7. რას უნდა დაეთმოს მეტი ყურადღება ქვეყნის ფულად-საკრედიტო და საბიუჯეტო პოლიტიკაში?

.....
.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

- 2.1. ა. ცნობიერება განსაზღვრავდა ყოფიერებას და დღესაც განსაზღვრავს;
ბ. ოდესღაც ყოფიერება განსაზღვრავდა ცნობიერებას, მგრამ დღეს - პირიქით;
გ. ყოფიერება განსაზღვრავდა ცნობიერებას და დღესაც განსაზღვრავს;
დ. ყოფიერება არასდროს არ განსაზღვრავდა ცნობიერებას.
- 2.2. ა. ფინანსური ეკონომიკა არ არის მსოფლიოში გაბატონებული ეკონომიკური სისტემა;
ბ. ფინანსური ეკონომიკა ახალი გაბატონებული ეკონომიკური სისტემაა;
გ. ახალი გაბატონებული ეკონომიკური სისტემა საბაზრო ეკონომიკაა;
დ. ახალი გაბატონებული ეკონომიკური სისტემა საბიუჯეტო ეკონომიკაა.
- 2.3. ა. საქართველოსთვის ოპტიმალურია სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი;
ბ. საქართველოსთვის ოპტიმალური არ არის სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი;
გ. საქართველოსთვის გაუმართლებელია სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი;
დ. საქართველოსთვის დამლუპველია სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (აანყვეთ) წინადადებები

3.1. მოდელი საქართველოსთვის სოციალურად ორიენტირებული ოპტიმალურია საბაზრო ეკონომიკის.

.....
.....
.....

3.2. სახელმწიფომ როლი უნდა შეასრულოს გარდამავალ მარეგულირებელი პერიოდში ახალი ეკონომიკური მარეგულირებელი უზრუნველყოფის სისტემის ჯერ და მერე მისი განვითარების პროცესში.

.....
.....
.....

3.3. მეტი ფულად-საკრედიტო ყურადღება უნდა დაეთმოს ქვეყნის და პოლიტიკის საბიუჯეტო ასპექტების კვლევას თეორიული.

.....
.....
.....
.....

4. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ფინანსური; დაგეგმვის; კოლოსალურმა.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-------------------|---------------|
| ა. ფინანსური | პერიოდი |
| ბ. სოციალურად | ქვეყნები |
| გ. განვითარებული | გეგმა |
| დ. თეორიული | ორიენტირებული |
| ე. მარეგულირებელი | ასპექტები |
| ვ. ინდიკატური | ეკონომიკა |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 28

სახელმწიფოს როლი ქართულ ეკონომიკაში

ნებისმიერი სახელმწიფოს სწორი ეკონომიკური პოლიტიკა უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს ქვეყნის სუვერენიტეტის განმტკიცებაში, სოციალური პრობლემების მოგვარებასა და ზოგადად სახელმწიფოს გრძელვადიანი პერსპექტივების განსაზღვრაში. მსოფლიოში ძნელად მოიძებნება თუნდაც ერთი ეკონომიკურად ძლიერი სახელმწიფო, რომელსაც ავტომატურად პოლიტიკური ძალაუფლება არ გააჩნდეს, მაგრამ საკმაოდაა ისეთი სახელმწიფოები, რომელთაც პოლიტიკურად გარკვეული ძალაუფლება გააჩნიათ, თუმცა ეკონომიკა საკმაოდ სავალალო მდგომარეობაში აქვთ. ეკონომიკურ თეორიაში ორი საფუძვლიანად განსხვავებული მიდგომა არსებობს იმის შესახებ, თუ რა როლი ეკისრება სახელმწიფოს ეკონომიკაში: კლასიკური (ლიბერალური) და კეინზიანური.

კლასიკური მიდგომის მიხედვით, ეკონომიკა აღიქმება სტაბილურ ელემენტად და სახელმწიფოს ჩარევა სხვადასხვა პროცესებში მხოლოდ აფერხებს საბაზრო კონკურენციის მექანიზმის მუშაობას, ამიტომაც სახელმწიფოს მხრიდან აქტიური მონაწილეობა მინიმუმამდე უნდა იქნას დაყვანილი. კლასიკური (ლიბერალური) ეკონომიკური მოდელის ავტორი და ფუძემდებელი ინგლისელი ეკონომისტი, ადამ სმიტი იყო, რომელმაც ჩამოაყალიბა "უხილავი ხელის თეორია". ამ თეორიის მიხედვით, ბაზარი თითქოს "უხილავი ხელის" მეშვეობით ჰკარნახობს მენარმეს, თუ როგორ მიმართოს თავისი ეგოისტური მისწრაფება საზოგადოების სასარგებლოდ. კლასიკური (ლიბერალური) გაგებით, ეკონომიკურ პროცესებში სახელმწიფო პასიურ როლში გვევლინება და ძირითად არბიტრის ფუნქციები ეკისრება, რაც გამოიხატება: საკუთრების უფლების დაცვაში, მოქალაქეების უფლებების დაცვაში, მოსახლეობის ეფექტური განათლების უზრუნველყოფაში. თვითრეგულირების ინსტრუმენტებად კი გვევლინება მოქნილი ხელფასი, მოქნილი საპროცენტო განაკვეთი და ა.შ. კლასიკური (ლიბერალური) მიდგომის მიმდევრები იყვნენ ცნობილი ეკონომისტები: დ. რიკარდო, ა. პიგუ, ფ. კენე, ლ. ერჰარდი.

ლიბერალების საპირისპიროდ, არსებობს მეორე, კეინზიანური მიდგომა, რომელსაც სახელი ცნობილი ბრიტანელი ეკონომისტის, ჯონ მენარდ კეინსის, პატივსაცემად ეწოდა. კეინზიანიზმის მიხედვით, სახელმწიფო ქვეყნის ეკონომიკური პროცესების მთავარი რეგულატორია. 1929–1933 წლების „დიდი დეპრესია“ იმის ნათელ მაგალითად მოგვევლინა, რომ ბაზარი დამოუკიდებლად უძლურია ისეთი პრობლემების წინაშე, როგორებიცაა – უმუშევრობა და წარმოებული პროდუქციის შემცირება. კეინზიანიზმის მიხედვით, უმუშევრობის პრობლემის მოგვარება შეუძლებელია აქტიური სახელმწიფო ჩარევის გარეშე. ეფექტური საბიუჯეტო-საგადასახადო და საკრედიტო პოლიტიკის გატერება შესაძლოა უმუშევრობის პრობლემის წინაპირობა გახდეს. XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან კეინზიანური ეკონომიკის მოდელი ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში დიდი პოპულარობით სარგებლობდა. საქართველოში 2004-2010 წლები განმავლობაში გატარებულ ეკონომიკურ რეფორმებს არ

გააჩნდა კონცეპტუალური ხასიათი და მხოლოდ ზედაპირულ ხასიათს ატარებდა. ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური რეალობის შეფასებისთვის აუცილებელია ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლების ანალიზი. ამ მაჩვენებლების მეშვეობით შესაძლებელია ქვეყნის ეკონომიკის ამჟამინდელი მდგომარეობის დიაგნოზი და სამომავლოდ გარკვეული პროგნოზების გაკეთება.

დასაქმება და უმუშევრობა ნათლად ასახვს შრომის ბაზრის რეალურ სტრუქტურას. ცივილიზებულ ქვეყნებში დაუსაქმებელთა დასაშვები პროცენტული მაჩვენებელი 4-7% -დან მერყეობს, თუმცა საქართველოში ამ მხრივაც კატასტროფული მდგომარეობა იყო და უმუშევრობის დონე ქვეყანაში 17%-მდე აღიოდა. ქვეყნის ეკონომიკური სუვერენიტეტის საფრთხეებს ნათლად ასახავს საგარეო სავაჭრო ბრუნვის დინამიკა - 2012 წლის მონაცემებით, იპორტი საგარეო სავაჭრო ბრუნვის 80%-ს შეადგენს, რაც მკაფიოდ მეტყველებს იმაზე, რომ სამომხმარებლო ბაზარი და მთლიანად ეკონომიკა დრამატულად არის დამოკიდებული იმპორტზე.

ყურადღება გასამახვილებელია პირაპირი უცხოური ინვესტიციების სტრუქტურასა და დინამიკაზე. 2012 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (1190 მლნ. აშშ დოლარი), 2006 წლის ანალოგიური მაჩვენებლის (865 მლნ. აშშ დოლარი) მხოლოდ 72%-ს შეადგენს. საინტერესოა ის გარემოებაც, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 52% განხორციელებულია ეკონომიკის ისეთ სექტორებში, როგორებიცაა: ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა, დამამუშავებელი მრეწველობა და ენერჯეტიკა. ზემოთ აღნიშნული სექტორები განვითარებული ქვეყნების უმრავლესობაში სახელმწიფო სექტორის დაქვემდებარებაშია, ხოლო საქართველოში კი აბსოლუტურად საპირისპირო მდგომარეობაა.

განხილული მაკროეკონომიკური მაჩვენებლების საფუძველზე ცალსახა და ერთმნიშვნელოვანი დასკვნის გამოტანა შეიძლება; საქართველოში ღრმა ეკონომიკური კრიზისი გაჩენის საშიშროება არსებობს. ამის თავიდან ასაცილებლად და ეკონომიკური სუვერენიტეტის ასამაღლებლად აუცილებელია სახელმწიფოს მიერ არსებული პოლიტიკური კურსის ძირეული გადახედვა და ახლებური პოლიტიკური პლატფორმის ჩამოყალიბება, რაც დაფუძნებული იქნება კეინზიანურ მოდელზე.

ზემოთ განხილული ქართული ეკონომიკური რეალობის საფუძველზე, საქართველოს ეკონომიკური წინსვლისთვის მეტისმეტად ეფექტური იქნება კეინზიანური მოდელის აქტიური დანერგვა, კონკრეტულად კი შემდეგი ნაბიჯების გადადგმა:

1. კანონშემოქმედებითი და ნორმატიული აქტების მეშვეობით ადმინისტრაციული კონტროლის განხორციელება, რის თვალსაჩინო მაგალითად შეიძლება მოისაზროს ანტიკორუფციული და ანტიმონოპოლიური საბჭოს შექმნა და აქტიური მუშაობა. აუცილებელია ასევე შრომის კოდექსის ძირეული გადახედვა და დასაქმებულთა უფლებების მაქსიმალური დაცვა.

2. საგადასახო სისტემის მოდერნიზება, ამის ნათელ მაგალითად შეიძლება პროგრესული საშემოსავლო გადასახადის მიღება მოგვევლინოს. საშემოსავლო გადასახადის მსგავსი მეთოდი მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში მოქმედებს და საზოგადოების შემოსავლების გათანაბრებაში უდიდეს როლს თამაშობს.

3. სახელმწიფო წარმოება ეკონომიკაში. სახელმწიფო სექტორის აქტიური სტიმულირება ხელს შეუწყობს სახელმწიფოს ეკონომიკური სუვერენიტეტის ამაღლებას. კონკრეტულად უნდა განისაზღვროს მნიშვნელობა ეკონომიკის იმ სექტორებისა, რომლებიც პრიორიტეტული იქნება, თუ სახელმწიფო ქონებასა და მმართველობაში მოექცევა. გარდა ამისა, ეს შესაძლებელს გახდის დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნას.

4. ტრანსფერები, დოტაციები და სუბსიდიები. აუცილებელია ისეთი მნიშვნელოვანი ეკონომიკური რეგულატორის ამოქმედება, როგორებიცაა: სუბსიდია, სუბვენცია და ა.შ. პირდაპირი და ირიბი საექსპორტო სუბსიდიების მიზანმიმართულმა ამოქმედებამ შესაძლოა უდიდესი როლი შეასრულოს სტრატეგიული განვითარებაში, კერძოდ კი ეკონომიკის ისეთი დარგების ზრდაში, რომელთაც გარკვეული პოტენციალი აქვთ. სუბსიდიების სისტემის სწორ დაგეგმვას სოციალური პრობლემების გადაჭრაც ძალუძს, როგორც ევროპის მრავალ განვითარებულ ქვეყნაში მოქმედებდა, მაგალითად, საცხოვრებელი ფართის სუბსიდირებული პროგრამები.

ახალგაზრდა პოლიტოლოგთა კლუბი
გიორგი მდივანი

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს

1.1. რა ასრულებს უმნიშვნელოვანეს როლს ნებისმიერი სახელმწიფოს სუვერენიტეტის განმტკიცებაში?

.....
.....
.....

1.2. რამდენი განსხვავებული მიდგომა არსებობს ეკონომიკურ თეორიაში იმის შესახებ, თუ რა როლი ეკისრება სახელმწიფოს ეკონომიკაში?

.....
.....
.....

1.3. როგორ აღიქმება ეკონომიკა კლასიკური მიდგომის მიხედვით?

.....
.....
.....

1.4. კლასიკური (ლიბერალური) გაგებით, რა როლი ენიჭება სახელმწიფოს ეკონომიკურ პროცესებში?

.....
.....
.....

1.5. ვის პატივსაცემად ეწოდ მეთრე მიდგომას კეინზიანური?

.....
.....
.....

1.6. რა ასახვს შრომის ბაზრის რეალურ სტრუქტურას?

.....
.....

1.7. რა ასახავს ქვეყნის ეკონომიკური სუვერენიტეტის საფრთხეებს?

.....
.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

სახელმწიფოს ჩარევა ეკონომიკურ მხოლოდ აფერხებს
..... კონკურენციის მექანიზმის მუშაობას. XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან
..... ეკონომიკის მოდელი ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში დიდი
..... სარგებლობდა. ეკონომიკაში სახელმწიფო აქტიური
..... ხელს შეუწყობს სახელმწიფოს ეკონომიკური
ამაღლებას.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. "უხილავე ხელის თეორია" ჩამოაყალიბა

- ა. მარქსმა;
- ბ. ჰეგელმა;
- გ. ადამ სმიტმა;
- დ. კეინსმა.

3.2. სახელმწიფო ქვეყნის ეკონომიკური პროცესების მთავარი რეგულატორია

- ა. კეინზიანიზმის მიხედვით;
- ბ. სმიტის თეორიის მიხედვით;
- გ. ლიბერალური გაგების მიხედვით;
- დ. ერჰარდის მოძღვრების მიხედვით.

3.3. შრომის ბაზრის რეალურ სტრუქტურას ასახვს

- ა. მოსახლეობის სიმდიდრე;
- ბ. დასაქმება და უმუშევრობა;
- გ. მშენებლობების რიცხვი;
- დ. იმპორტის პროცენტული მაჩვენებელი.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. ნებისმიერი სწორი სახელმწიფოს უმნიშვნელოვანეს ეკონომიკური პოლიტიკა როლს ასრულებს სუვერენიტეტის ქვეყნის განმტკიცებასა და სოციალური პრობლემების მოგვარებაში.

.....
.....
.....

4.2. თითქოს "უხილავი ხელის" ბაზარი მეშვეობით ჰკარნახობს მენარმეს, თუ როგორ ეგოისტური მიმართოს თავისი საზოგადოების მისწრაფება სასარგებლოდ.

.....
.....
.....

4.3. ცივილიზებულ დაუსაქმებელთა ქვეყნებში დასაშვები მაჩვენებელი პროცენტული 4- 7% - დან მერყეობს

.....
.....

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით:

„უხილავი ხელის თეორია“

.....
.....

სუბსიდია

.....
.....

კეინზიანური

.....
.....

6. დაუკავშირეთ ერთმანეთს სიტყვა და მისი განმარტება.

შრომის	მაჩვენებელი
საკუთრების	სექტორი
ეკონომიკური	უფლება
პროცენტული	პოლიტიკა
სახელმწიფო	ბაზარი

7. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოცემით თხრობით:

8. შეაფასეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცოდე

თემა 29

სახელმწიფო ფინანსური კონტროლის საერთაშორისო სამართლებრივი საფუძვლები

სახელმწიფო მაკონტროლებელი ორგანოების მიერ ჩატარებული ფინანსური კონტროლის გამოცდილების, დაგროვებული ცოდნისა და ახალი ტექნოლოგიების საერთაშორისო დონეზე გავრცელება ხელს უწყობს უფრო ეფექტური და შედეგიანი ფინანსური აუდიტის ჩატარებას.

ფინანსური კონტროლის სფეროში დაგროვებული პროგრესული გამოცდილებების გაზიარებას უზრუნველყოფენ ამ პროფილით შექმნილი საერთაშორისო ორგანიზაციები, რომელთა შორის უნდა აღინიშნოს შემდეგი:

- INCOSAI Internacional Congress for Supreme Audit Institutions –უმაღლესი აუდიტორული ინსტიტუციების საერთაშორისო კონგრესი.

- INCOSAI –International Organization of Supreme Audit institutions-უმაღლესი აუდიტორული ინსტიტუციების საერთაშორისო ორგანიზაცია. მისი მუდმივმოქმედი ოფისი მდებარეობს ავსტრიის უმაღლეს აუდიტორულ ინსტიტუციაში. საქართველოს კონტროლის პალატა INTOSAI-ს 159-ე სრულყოფილებიანი წევრი გახდა 1992 წლის ოქტომბერში მე-14 კონგრესზე, რომელიც ჩატარდა ქალაქ ვაშინგტონში.

- EUROSAI – European Organization of Supreme Audit Institutions-უმაღლესი აუდიტორული ინსტიტუციების ევროპის ორგანიზაცია. მისი მუდმივმოქმედი ოფისი მდებარეობს ესპანეთის აუდიტორულ სასამართლოში. საქართველოს კონტროლის პალატა EUROSAI-ს სრულყოფილებიანი წევრი გახდა 1993 წელს ქალაქ პრაღაში.

- ASOSAI-Asian Organization of Supreme Audit Institutions უმაღლესი აუდიტორული ინსტიტუციების აზიის ორგანიზაცია (მისი მუდმივმოქმედი ოფისი მდებარეობს ინდონეზიის უმაღლეს აუდიტორულ ინსტიტუციაში), საქართველოს კონტროლის პალატა ASOSAI-ს სრულყოფილებიანი წევრი გახდა 2004 წელს ფილიპინებში, მანილაში.

ზემოაღნიშნული საერთაშორისო ორგანიზაციები აქტიურ საქმიანობას ეწევიან სახელმწიფო ფინანსური კონტროლის საერთაშორისო სტანდარტების შემუშავებისა და სრულყოფის მიმართულებით. ამის აუცილებლობა თანამედროვე ეტაპზე განპირობებულია მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის გავრცელებით, უცხოური ინვესტიციების რეგულირების სრულყოფისა და მათი ეფექტიანობის ამაღლებით და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, ფინანსური რესურსების კანონიერი, მიზნობრივი და ეფექტიანი გამოყენების უზრუნველყოფით.

ფინანსური კონტროლის საერთაშორისო ორგანიზაციებს მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის გავრცელების მიუხედავად, არ მოუხდენიათ სახელმწიფო კონტროლის (აუდიტის) საერთაშორისო სტანდარტების შემდგომი სრულყოფა და განვითარება, რამაც მკაფიოდ იჩინა თავი დღევანდელ ეტაპზე და დღის წესრიგში დააყენა აღნიშნული პრობლემის სწრაფად გადაწყვეტის აუცილებლობა. ამავე დროს, საერთაშორისო ბუღალტერთა

ფედერაციამ (International Federation of Accountants) გამოაქვეყნა რიგი იმ საერთაშორისო აუდიტის სტანდარტებისა, რომლებიც სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ორგანიზაციების მიერ გამოიყენება.

ბოლო წლებში სახელმწიფო სექტორში აუდიტის სტანდარტებს დიდი ყურადღება ეთმობა. 80-იან წლებში საერთაშორისო ბუღალტერთა ფედერაციამ ჩამოაყალიბა სახელმწიფო სექტორის კომიტეტი, რომელიც სახელმწიფო სექტორის ფინანსური ანალიზისა და აუდიტისათვის ამზადებს ანგარიშებს, სახელმწიფო სექტორის აუდიტორების უფრო ეფექტური და ორგანიზებული მუშაობისათვის. ბევრ ქვეყანაში, სადაც დანერგილია პროფესიული ფინანსური ექსპერტიზა, ჩამოყალიბდა საკუთარი ნაციონალური ფინანსური კომიტეტები, რომლებიც აუდიტორების მუშაობის მხარდაჭერაზეა ორიენტირებული.

1991 წელს INTOSAI-ის წევრ ქვეყნების უმალლესი სახელმწიფო ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოების პრეზიდენტების შეხვედრაზე ჩამოყალიბდა სპეციალური სამუშაო ჯგუფი სახელმწიფო სექტორის აუდიტის სტანდარტებზე. ეს ჯგუფი თავდაპირველად შედგებოდა დანიის, ესპანეთის, იტალიის და ნიდერლანდების წარმომადგენლებისგან, მოგვიანებით მათ შეუერთდნენ დიდი ბრიტანეთი (1994) და შვედეთი (1996). ამ ჯგუფის ხელმძღვანელობას ახორციელებს ევროპის აუდიტორული სასამართლო. სპეციალური სამუშაო ჯგუფი ძირითად ყურადღებას უთმობს სახელმწიფო სექტორის მეთოდოლოგიურ ასპექტებს და, უპირველეს ყოვლისა, აუდიტის სახელმძღვანელო პრინციპებსა და სტანდარტებს. ამ ჯგუფის შექმნის მიზანი იყო, რომ მათ მიერ შემუშავებული აუდიტორული სტანდარტები გამოყენებული ყოფილიყო ყველა მნიშვნელოვანი აუდიტორული შემოწმების დროს.

1999 წლისათვის აღნიშნულმა ჯგუფმა, INTOSAI-ის სტანდარტებზე დაყრდნობით, შეიმუშავა თხუთმეტი «ევროპული სახელმძღვანელო პრინციპის» კომპლექტი, რომლებშიც ასახულია აუდიტის უმნიშვნელოვანესი მეთოდოლოგიური საკითხები: შემოწმების დაგეგმვა, შიდა კონტროლის მუშაობის სისტემის შემოწმება. შემოწმებისას მტკიცებულებების შეგროვება, ანალიტიკური პროცედურების შესრულება, სხვა აუდიტორებისა და ექსპერტების დახმარება, ჩატარებული აუდიტის ანგარიშის მომზადება და ა.შ.

ევროპის რიგი წამყვანი ქვეყნების უმალლესი ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოები იყენებენ ნაციონალურ სტანდარტებზე დაფუძნებულ რევიზიის მეთოდებს, რომლებიც მჭიდრო კავშირშია საერთაშორისო ბუღალტერთა ფედერაციის მიერ გამოცემულ რევიზიის საერთაშორისო სტანდარტებთან.

სახელმწიფო ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოების საერთაშორისო გამოცდილების დანერგვის მნიშვნელოვანი ეტაპი იყო 1977 წელს ლიმის კონგრესზე მიღებული INTOSAI-ს დეკლარაცია ფინანსური კონტროლის ძირითადი პრინციპების შესახებ. დეკლარაციაში, რომელიც, შეიძლება ითქვას, სახელმწიფო ფინანსური კონტროლის ორგანოთა კონსტიტუციურ საფუძველს წარმოადგენს, ხაზგასმითაა აღნიშნული, რომ საჯარო სახსრების კანონიერი და რაციონალური გამოყენების მონიტორინგის მიზნით, საჭიროა ყველა სახელმწიფოს ჰქონდეს საანგარიშო (ფინანსური კონტროლის) უწყება, რომლის დამოუკიდებლობის გარანტი კანონი იქნება. ასეთი უწყების არსებობა იმითაცაა განპირობებული, რომ სახელმწიფოს საქმიანობა ეკონომიკურ და სოციალურ სფეროებში

თანდათანობით ფართოვდება და ამით არსებული საჯარო საფინანსო საქმიანობის საზღვრებს სცილდება კიდევაც. გარდა ამისა, საჯარო სახსრების სწორი და ეფექტიანი გამოყენება, ეკონომიკის ოპტიმალური მართვა, სახელმწიფო ადმინისტრაციული სამსახურების კანონიერი საქმიანობა, ასევე საზოგადოების ინფორმირება სახელმწიფო სახსრების ხარჯვისა და სახელმწიფო ქონების გამოყენების შესახებ სახელმწიფოთა სტაბილურობისა და განვითარების აუცილებელი პოსტულატებია.

დღევანდელ ეტაპზე ფინანსური კონტროლის დამკვიდრებული პრაქტიკის ტრანსფორმაციის აუცილებლობიდან გამომდინარე, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ლიმიტ დეკლარაციაში ჩამოყალიბებულ დებულებებს ფინანსური შემონმების მიზანთან დაკავშირებით. კერძოდ, მასში მკაფიოდაა განმარტებული, რომ ფინანსური კონტროლი არის სახელმწიფოს საჯარო სახსრების ეფექტიანი მართვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ნაწილი. ამასთავე, კონტროლი არ არის თვითმიზანი, არამედ იგი მარეგულირებელ ნორმათა ერთობლიობის შემადგენელი ელემენტია და მისი უმთავრესი მიზანია საფინანსო საქმიანობის კანონიერების, მიზნობრიობის და ეფექტიანობის დადგენილი ნორმებისაგან გადახრის ან მათი დარღვევის გამოვლენა, რათა გატარდეს მათი თავიდან აცილების ღონისძიებები, აგრეთვე დაფარული იქნეს სახელმწიფოსათვის მიყენებული ზარალი ან კიდევ მიღებული იქნეს ზომები, რომლებიც მომავალში თავიდან აიცილებდა ან, სულ ცოტა, შეამცირებდა ამგვარ დარღვევას. მაკონტროლებელი ორგანოების მუშაობის მნიშვნელოვანი პრინციპია მათი საჯარობა, კომერციული და სხვა კანონით დაცული საიდუმლოებების კონფიდენციალურობის გათვალისწინებით.

დეკლარაციის შესაბამისად, უმაღლესი მაკონტროლებელი ორგანოს თავისუფლება უნდა აისახოს ქვეყნის კონსტიტუციაში, მისი საქმიანობის დეტალები კი შეიძლება იყოს გათვალისწინებული შესაბამისი კანონით.

უმაღლესი ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანო დამოუკიდებელი უნდა იყოს თავის არჩევანში, თუ რომელ ორგანიზაციაში ჩაატაროს რევიზია. ამასთან, ამ ორგანოს მუშაკები არ უნდა ემორჩილებოდნენ არც ერთ სხვა ორგანოს მითითებას, თუ რომელ ორგანიზაციაში ჩაატარონ ან არ ჩაატარონ შემონმება, რაც ცალსახად უნდა იყოს აღნიშნული კანონმდებლობაში.

ეფექტური ფინანსური კონტროლისათვის აუცილებელია, რომ მაკონტროლებელი ორგანოები აღიჭურვონ ფართო უფლებამოსილებებით. შესაბამისად, დეკლარაციაში მითითებულია, რომ სახელმწიფოს ფინანსური საქმიანობა, განურჩევლად იმისა, აისახება თუ არა ეს სახელმწიფო ბიუჯეტში, მაინც უნდა გაკონტროლდეს უმაღლესი ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოს მიერ. ბიუჯეტიდან რაიმე სახის სახსრების გამოყოფა არ უნდა გახდეს მიზეზი აუდიტისთვის თავის არიდებისა. ასევე, კონტროლს უნდა ექვემდებარებოდეს სახელმწიფოს საკუთრებაში მყოფი საქმიანობა (მაგალითად, საწარმო-დანესებულებები, რომლებიც იღებენ დოტაციას სახელმწიფოსაგან), ასევე გადასახადების გადახდის კონტროლი.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რა საქმიანობას ეწევიან სახელმწიფო ფინანსური კონტროლის საერთაშორისო ორგანიზაციები?

.....
.....

1.2. როდის გახდა საქართველოს კონტროლის პალატა ASOSAI-ს სრულუფლებიანი წევრი?

.....
.....

1.3. რისთვის ამზადებს ანგარიშებს საერთაშორისო ბუღალტერთა ფედერაციის მიერ ჩამოაყალიბებული სახელმწიფო სექტორის კომიტეტი?

.....
.....

1.4. რა მიზნით ჩამოყალიბდა 1991 წელს INTOSAI-ის წევრ ქვეყნების უმაღლესი სახელმწიფო ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოების პრეზიდენტების შეხვედრაზე სპეციალური სამუშაო ჯგუფი?

.....
.....

1.5. რა შეიმუშავა აღნიშნულმა ჯგუფმა INTOSAI-ის სტანდარტებზე დაყრდნობით?

.....
.....

1.6. რას იყენებენ ევროპის რიგი წამყვანი ქვეყნების უმაღლესი ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოები?

.....
.....

1.7. რა შეიმუშავეს 1977 წელს ლიმის კონგრესზე?

.....
.....

2. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

2.1. მაკონტროლებელი ორგანოს მუშაკები:

- ა. არ უნდა ემორჩილებოდნენ არც ერთი სხვა ორგანოს მითითებას;
- ბ. უნდა ემორჩილებოდნენ სახელმწიფო სტრუქტურებს;
- გ. უნდა ემორჩილებოდნენ არასამთავრობო ორგანიზაციებს;
- დ. უნდა ემორჩილებოდნენ ფინანსთა სამინისტროს.

2.2. ევროპის რიგი წამყვანი ქვეყნების უმაღლესი ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოები იყენებენ:

- ა. არასტანდარტული რევიზიის მეთოდებს;

- ბ. სტანდარტული რევიზიის მეთოდებს;
 - გ. ნაციონალურ სტანდარტებზე დაფუძნებულ რევიზიის მეთოდებს;
 - დ. სახელმწიფო ორგანოების რესურსებს;
- 2.3. ეფექტური ფინანსური კონტროლისათვის აუცილებელია:
- ა. საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციები აღიჭურვონ ფართო უფლებამოსილებებით;
 - ბ. შინაგან საქმეთა ორგანოები აღიჭურვონ ფართო უფლებამოსილებებით;
 - გ. არასამთავრობო ორგანიზაციები აღიჭურვონ ფართო უფლებამოსილებებით;
 - დ. მაკონტროლებელი ორგანოები აღიჭურვონ ფართო უფლებამოსილებებით.

3. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

3.1. სპეციალური უთმობს სამუშაო ჯგუფი ძირითად ყურადღებას სექტორის მეთოდოლოგიურ სახელმწიფო ასპექტებს და, უპირველეს ყოვლისა, სახელმძღვანელო პრინციპებსა აუდიტის და სტანდარტებს.

.....

.....

.....

3.2. ამ ემორჩილებოდნენ ორგანოს არ უნდა მუშაკები არც ერთ სხვა ორგანოს მითითებას, შემონახვა, თუ რომელ ორგანიზაციაში ჩაატარონ ან არ ჩაატარონ, რაც უნდა ცალსახად იყოს აღნიშნული კანონმდებლობაში.

.....

.....

.....

3.3. დღევანდელ ეტაპზე კონტროლის დამკვიდრებული ფინანსური პრაქტიკის ტრანსფორმაციის აუცილებლობიდან გამომდინარე, განსაკუთრებული ყურადღება დეკლარაციაში უნდა მიექცეს ლიმის ჩამოყალიბებულ ფინანსური შემონახვის მიზანთან დაკავშირებით.

.....

.....

.....

4. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

მაკონტროლებელი, რევიზია; დეკლარაცია, პრინციპების; ორგანიზაციები, კონტროლის.

საერთაშორისო აქტიურ საქმიანობას ეწევიან სახელმწიფო ფინანსური საერთაშორისო სტანდარტების შემუშავებისა და სრულყოფის მიმართულებით. სახელმწიფო ფინანსური მაკონტროლებელი ორგანოების საერთაშორისო გამოცდილების დანერგვის მნიშვნელოვანი ეტაპი იყო 1977 წელს ლიმის კონგრესზე მიღებული INTOSAI-ს ფინანსური კონტროლის ძირითადი შესახებ. უმაღლესი ფინანსური ორგანო

დამოუკიდებელი უნდა იყოს თავის არჩევანში, თუ რომელ ორგანიზაციაში ჩაატაროს

5. შეადგინეთ წინადადებები წარმოდგენილი სიტყვების გამოყენებით

დეკლარაცია

.....
.....

ფინანსური

.....
.....

კონტროლი

.....
.....

პრინციპები

.....
.....

6. დაწერეთ ტექსტის შინაარსი და გადმოეცით თხრობით.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|-------------------|-------------|
| ა. სამართლებრივი | საფუძვლები |
| ბ. მაკონტროლებელი | სტანდარტები |
| გ. საერთაშორისო | სექტორი |
| დ. ანალიტიკური | კონტროლი |
| ე. სახელმწიფო | ორგანოები |
| ვ. ფინანსური | პროცედურები |

8. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი

თემა 30

საბუღალტრო აღრიცხვისა და ბალანსის შესახებ

ბუღალტერიას უწოდებენ ფირმების საფინანსო საქმიანობის ენას. ფირმის ფინანსური რესურსების მდგომარეობა და მოძრაობა აისახება საბუღალტრო დოკუმენტებში, რომელთა შედგენა საბუღალტრო აღრიცხვის ძირითადი საგანია. სიტყვა «ბუღალტერი» გერმანულია და ნიშნავს «წიგნის მქონებელს». აქედან გამომდინარე, საბუღალტრო წიგნების და დოკუმენტების შინაარსი, ე. წ. დავთარწარმოება ბუღალტრული საქმიანობის მთავარი არსია. საბუღალტრო აღრიცხვა ყველა ფინანსური ოპერაციის მიღების, დამუშავების და დოკუმენტური ჩანაწერის პროცესია, რომელსაც აწარმოებს ფირმა. თავის სამეურნეო საქმიანობის (ბიზნესის) მსვლელობაში ფირმა ყიდის და ყიდულობს საქონელს, ხარჯავს და იღებს ფულს მრავალფეროვანი არხებით. თუ არ ხდება ფულადი შემოსავლებისა და ხარჯების ზუსტი აღრიცხვა, არ დათქმირდება როდის და რაზე დაიხარჯა ფულადი სახსრები, საიდან და რისთვის შემოვიდა ისინი, მაშინ დაისადგურებს ფინანსური ქაოსი. ამიტომ საბუღალტრო დოკუმენტაციის წარმოება, საფინანსო ოპერაციების რეგისტრაცია და მათი სისტემაში მოყვანა საბუღალტრო აღრიცხვის საშუალებით შეადგენს ნებისმიერი ფირმის საქმიანობის განუყოფელ ნაწილს.

საბუღალტრო საქმე იმდენად მნიშვნელოვანი და საჭიროა, რომ საბუღალტრო აღრიცხვის განხორციელება სავალდებულოა ყველა ფირმისათვის. საბუღალტრო აღრიცხვა როგორც სარკე, ასახავს ფულადი სახსრების მოძრაობას, დაგროვებას, ხარჯვას. მის გარეშე სახელმწიფო ვერ შეძლებდა კანონსაწინააღმდეგო საფინანსო გარიგებებისა და ოპერაციების აღკვეთას, გადასახადების გაკონტროლებასა და შეგროვებას. საბუღალტრო მომსახურების გარეშე ვერ შეძლებს მუშაობას ვერც ერთი ფირმა. ფირმაში (საწარმოში) მთავარი ბუღალტერი მეორე პირია ფირმის პრეზიდენტის (საწარმოს დირექტორის) შემდეგ საფინანსო-საბანკო ოპერაციების თვალსაზრისით.

საბუღალტრო სამუშაოს შინაარსი ფრიალ მრავალფეროვანია. გარდა სააღრიცხვო ფუნქციებისა, რომლებიც განსაზღვრულია საბუღალტრო საქმეში, ბუღალტერია ეხმარება ფირმის ხელმძღვანელობას ფინანსების და მთლიანად მთელი ფირმის მართვაში (მენეჯმენტში).

ბუღალტერიის ამოცანაა ფირმის საქმიანობის საფინანსო ანალიზის ჩატარება, რომლის საფუძველზე განისაზღვრება ამოსავალი მონაცემები ბიზნესგეგმების შესადგენად და მუშავდება რეკომენდაციები ფირმის განვითარების მიზანშეწონილი გზების შესახებ, დგინდება ფირმის რენტაბელობის მაჩვენებლები. ბუღალტრები მუდმივად თვალყურს ადევნებენ ფირმის ბიუჯეტს, შემოსავლებისა და ხარჯების შესაბამისობას, შესაძლო დეფიციტს, ამუშავებენ მისი თავიდან აცილების

ლონისძიებებს. დაბოლოს, ბუღალტერი უნდა გაერკვეს გადასახადებში და ხელმძღვანელობას უნდა ურჩიოს, როგორ შეამციროს ფირმის საგადასახადო ტვირთი.

საბუღალტრო სამუშაოებისა და დოკუმენტების სახეების მრავალფეროვნება ემყარება ერთ ფუნდამენტს და შეკრულია ერთიანი ღერძით. ფირმის ბუღალტერიის ასეთი საფუძველია მისი საბუღალტრო ბალანსი. ყველა განმსაზღვრელი, ყველაზე მნიშვნელოვანი მონაცემები ფირმის საფინანსო საქმიანობისა შეიტანება მის მიერ მთავარ წიგნში, რომელსაც უწოდებენ საბუღალტრო ბალანსს. შემატყობველი ბალანსი, რომელშიც გაერთიანებულია მონაცემები ფირმის ფინანსების შესახებ განსაზღვრული დროისათვის, დგება პერიოდულად, ხშირად ერთი თვის, კვარტალის, წლის განმავლობაში. საბალანსო ანგარიშგების სახით წარმოდგენილი ასეთი დოკუმენტი წარმოადგენს ცნობათა კონცენტრაციას ფირმის ფინანსური მდგომარეობის, მისი ქონების, შემოსავლების, ხარჯების, ვალების შესახებ. ფირმის საბალანსო ანგარიშგებას უწოდებენ მის ფინანსურ პასპორტს.

სიტყვა «ბალანსი» ნიშნავს თანასწორობას (ტოლობას), წონასწორობას. როდესაც ბიზნესმენი რაღაცას ყიდულობს, მაშინ მისგან მიდის ფული, მაგრამ სანაცვლოდ იგი იღებს საქონლის ეკვივალენტურ რაოდენობას. როდესაც ხორციელდება გაყიდვა, მაშინ ბიზნესმენისაგან მიდის საქონელი, მაგრამ მასთან მოდის ფულის ადეკვატური რაოდენობა. მატერიალური გაცვლის, ბარტერის დროს მიდის ერთი საქონელი, ხოლო მოდის მეორე საქონელი. მუშაკებზე ხელფასის გაცემისას ფული იცვლება შრომის პროდუქტზე.

ბალანსის მთავარი ლოგიკური ფორმულა იღებს შემდეგ სახეს: შემოსავალი = გასავალი + ნაშთი. შემოსავლისა და გასავლის (ხარჯის) არსებობის პირობებში სხვაობა შემოსავალსა და ხარჯს შორის წარმოადგენს სახსრების ნაშთს.

ფირმის ფინანსური რესურსების მიმართ ფორმულა მოხერხებულია იმით, რომ ყველა მასში შემავალი სამი სიდიდე იზომება ფულად გამოსახულებაში, ერთსა და იმავე ფულად ერთეულებში, რაც იძლევა სწორი გაანგარიშების შესაძლებლობას. საბუღალტრო ბალანსის მიმართ ამოსავალ ლოგიკურ ფორმულას ასეთი სახე აქვს: «აქტივი – პასივი = საკუთარი კაპიტალი». აქტივის ცნებაში გაიგება ფირმის შემოსულობების, შემოსავლების ერთობლიობა, რომელიც გადაიქცევა მის ძირითად და საბრუნავ საშუალებებად, მატერიალურ და ფულად მარაგად. ეს აქტიური, ფირმის კუთვნილებაში არსებული საშუალებები, მისი დაბანდებები საქმეში. პასივი ნიშნავს ფირმის ვალდებულებას, ე. ი. მის მიერ ასანაზღაურებელი სახსრების შიგა და გარე ფინანსურ წყაროებს. პასივი თავისი არსით არის ფირმის დავალიანება, ის, რაც აუცილებელია დასაბრუნებლად აღებული ვალდებულებების შესაბამისად. აქტივი ახასიათებს ფულადი სახსრების გამოყენების მიმართულებებს, მაშინ როდესაც პასივი უჩვენებს, საიდან და როგორ არის ნასესხები სახსრები. რაც შეეხება საკუთარ კაპიტალს, იგი ფირმის მფლობელების (ბიზნესმენების) მიერ შეტანილი ფულადი სახსრებია, რომლებიც პასივთან ერთად წარმართება აქტივის შესაქმნელად.

ბალანსის თითოეული მუხლი წარმოადგენს საბუღალტრო აღრიცხვის დამოუკიდებელ ობიექტს და მასზე შემოიღება სპეციალური საბუღალტრო დოკუმენტი, რომელსაც ანგარიშს უწოდებენ. საბუღალტრო საქმის უნიფიკაციის მიზნით, ანგარიშებს აქტივისა და პასივის თითოეული სახის მიხედვით ენიჭება სტანდარტული ნომერი. ეს აძლევს შესაძლებლობას სხვადასხვა ფირმას შემოიღოს ერთტიპური ანგარიშები. ამის გამო საფინანსო ორგანოების (სამსახურების) მუშაკს ან ბუღალტერს შეუძლია სწრაფად გაერკვეს ნებისმიერი ფირმის საბუღალტრო ანგარიშგებაში.

ვთქვათ, ფირმას მიღებულია ქვს 1,5 მილიონი ლარის ღირებულების მასალები, აქედან 1 მილიონი ლარი დახარჯულია საანგარიშგებო პერიოდში, ხოლო 0,5 მილიონი ლარი დარჩა. მაშინ აქტიურ ანგარიშში კეთდება: „ღებეტი _ 1,5 მლნ ლარი, კრედიტი _ 1 მლნ ლარი, სალდო _ $(1,5 - 1) = 0,5$ მლნ ლარი“.

ღებეტი აღნიშნავს სახსრების მოძრაობას ფირმაში, ხოლო კრედიტი _ ფირმიდან, მაშინ როდესაც სალდო არის სხვაობა ღებეტსა და კრედიტს შორის აქტიურ ანგარიშში და კრედიტსა და ღებეტს შორის _ პასიურ ანგარიშში.

საბუღალტრო პრაქტიკაში ანგარიშების შედგენისას ფართოდ გავრცელებულია ორმაგი ჩანაწერის წესი. ამ წესის თანახმად, ნებისმიერი ფულადი თანხა, რომელიც გადის ფირმის ანგარიშის მიხედვით, შეიტანება სავალდებულო წესით ორ ანგარიშში: ერთში _ ღებეტით, ხოლო მეორეში _ კრედიტით. ეკონომიკური ლოგიკის თვალსაზრისით, ეს ნიშნავს, რომ გასავალი ერთ ადგილზე არის შემოსავალი მეორე ადგილზე და პირიქით. ორმაგი საბუღალტრო ჩანაწერა ანალოგიურია იმისა, რაც კეთდება სამივლინებო მონუმენტებში, სადაც არის გრაფები: „მოვიდა“, „წავიდა“. თითოეულ ადგილზე ფიქსირდება მისვლის თარიღი მოცემულ ადგილზე და იქიდან გასვლის თარიღი სხვა ადგილას. ორმაგი ბუღალტერია იძლევა შესაძლებლობას, უზრუნველყოფილ იქნეს შესაბამისობა სახსრების შემოსავალსა და გასავალს შორის, რასაც უწოდებენ ანგარიშების კორესპონდირებას. გარდა ამისა, შეიძლება შემოწმდეს საბუღალტრო ჩანაწერების სისწორე სახსრების თანხების შედარების გზით ყველა ანგარიშის ღებეტისა და კრედიტის მიხედვით. ეს თანხები უნდა იყოს ტოლი ბალანსის პირობების გამო.

ტექსტზე მუშაობა

1. უპასუხეთ კითხვებს:

1.1. რას უწოდებენ ბუღალტერიას?

.....
.....
.....

1.2. რაში აისახება ფირმის ფინანსური რესურსების მდგომარეობა და მოძრაობა?

.....
.....
.....

1.3. რას ნიშნავ სიტყვა «ბალანსი»?

.....
.....
.....

1.4. რას ასახავს საბუღალტრო აღრიცხვა როგორც სარკვე?

.....
.....
.....

1.5. რისი ფორმულაა «აქტივი _ პასივი = საკუთარი კაპიტალი»?

.....
.....
.....

1.6. რა გაიგება (იგულისხმება) აქტივის ცნებაში?

.....
.....
.....

1.7. რა არის ბუღალტერიის ამოცანა?

.....
.....
.....

2. მრავალწერტილის ნაცვლად ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები:

ოპერაციების გაკონტროლებასა აღრიცხვის ფირმისათვის. კანონსაწინააღმდეგო სახსრების მნიშვნელოვანი

საბუღალტრო საქმე იმდენად და საჭიროა, რომ საბუღალტრო განხორციელება სავალდებულოა ყველა საბუღალტრო აღრიცხვა როგორც სარკვე, ასახავს ფულადი მოძრაობას, დაგროვებას, ხარჯვას. მის გარეშე სახელმწიფო ვერ შეძლებდა საფინანსო გარიგებებისა და აღკვეთას, გადასახადების და შეგროვებას.

3. შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი:

3.1. ბუღალტრული საქმიანობის მთავარი არსია

- ა. დავთარწარმოება;

- ბ. სტატისტიკა;
- გ. ბალანსი;
- დ. ხელფასების გაცემა.

3.2. ტოლობას, წონასწორობას აღნიშნავს სიტყვა

- ა. კრედიტი;
- ბ. აქტივი;
- გ. ბალანსი;
- დ. სერტიფიკატი

3.3. საბუღალტრო პრაქტიკაში ანგარიშების შედგენისას ფართოდ გავრცელებულია

- ა. ხელფასების გაცემა;
- ბ. ორმაგი ჩანერის წესი;
- გ. დავთარწარმოება;
- დ. ბალანსი.

4. წარმოდგენილია სიტყვათა არეული რიგი: გამართეთ (ააწყვეთ) წინადადებები

4.1. საფუძველზე რეკომენდაციები ბუღალტერიის განისაზღვრება რენტაბელობის საქმიანობის ამოცანაა შესადგენად ანალიზის ფირმის მიზანშეწონილი საფინანსო ჩატარება, რომლის ამოსავალი მონაცემები ბიზნესგეგმების და მუშავდება განვითარების ფირმის გზების შესახებ, დგინდება ფირმის მაჩვენებლები.

.....

.....

.....

4.2. ბიუჯეტს ბუღალტრები თვალყურს ადევნებენ მუდმივად ფირმის, შემოსავლებისა და ხარჯების შესაბამისობას, დეფიციტს შესაძლო, ამუშავებენ მისი თავიდან აცილების ღონისძიებებს. ბუღალტერი დაბოლოს, გადასახადებში უნდა გაერკვეს და ხელმძღვანელობას უნდა ურჩიოს, როგორ შეამციროს ფირმის საგადასახადო ტვირთი.

.....

.....

.....

.....

.....

4.3. შემოსულობების გაიგება აქტივის ცნებაში ფირმის, შემოსავლების ერთობლიობა, რომელიც გადაიქცევა მის ძირითად და საშუალებებად საბრუნავ, მარაგად მატერიალურ და ფულად.

.....
.....

8. დაუკავშირეთ ერთმანეთს ლოგიკური წყვილები

- | | |
|----------------|-------------|
| თანხა | აქტივის |
| რესურსები | ორმაგი |
| აღრიცხვა | ანგარიშების |
| ცნება | ფულადი |
| ჩანაწერი | ფინანსური |
| კორესპონდირება | საბუღალტრო |

9. შეავსეთ ცხრილი:

რა ვიცოდი	რა ვიცი	რა მინდა ვიცი