

თემა 3: ბიზნესის დაწყების მიზანი, მოტივები, სუბიექტები და სახეობები

მასალა დისტანციური (ონლაინ) ფორმატით სწავლებისათვის. სილაბუსით გათვალისწინებული თემა №3 (ნაწილი: მეორე). 10 კრედიტიანი.

თემის მასალა იხილეთ სახელმძღვანელოში: უ. სამადაშვილი. ბიზნესის საფუძვლები (მეექვსე გამოცემა, გადამუშავებული, დამატებებით). თეორია, დედააზრი ჩანართით, პრაქტიკუმი, სამეცნიერო-კვლევითი ნაშრომების თემატიკა. თბ. 2016. სილაბუსით გათვალისწინებული თემა №3 გვ.87-98; გვ. 370-374.

3.4. ბიზნესის, როგორც სისტემის, სუბიექტები და მათი ინტერესები

3.5. ბიზნესის სახეობები

- საწარმოო ბიზნესის არსი, მთავარი როლი და სირთულე
- კომერციული ბიზნესის არსი, ფუნქცია და კერები
- ფინანსური ბიზნესი და მისი მომსახურე ინსტიტუტები
- საშუაშაველო ბიზნესი და მისი თავისებურება
- სადაზღვევო ბიზნესი, როგორც რისკებით მოვაჭრე ბიზნესი

3.6. ქსელური ეკონომიკა (ბიზნესი)

ნაწილი მეორე გვ.87-98; გვ. 371-374.

3.4. ბიზნესის, როგორც სისტემის, სუბიექტები და მათი ინტერესები

ბიზნესის, როგორც სისტემის, სუბიექტებია: მომხმარებლები, მეწარმეები, მენეჯერები, დაქირავებული მუშაკები, მიმწოდებლები, სახელმწიფო და საზოგადო-

ბა და კრედიტორები. მათი შეთანხმებული ურთიერთქმედების საფუძველია ურთიერთსარგებლიანობა ანუ ინტერესთა ჰარმონია.

მომხმარებლების ინტერესებშია საქონლის ფართო ასორტიმენტი, მაღალი ხარისხი და დაბალი ფასი, მომსახურების მაღალი დონე;

მეწარმეების ინტერესებშია მუდმივი და მყარი შემოსავლის (მოგების) მიღება და კაპიტალის (საკუთრების) გაზრდა;

მენეჯერების ინტერესებშია ფირმის საქმიანობის მაღალ დონეზე ორგანიზება და პირადი გასამრჯელოს (შრომის საზღაურის) გაზრდა;

დაქირავებული მუშაკების ინტერესებშია მაღალი ხელფასი, სამუშაო ადგილის საიმედოობა, შრომის ნორმალური პირობები და სოციალური დაცვის მაღალი დონე;

მიმწოდებლების ინტერესებშია მცირე ხარჯები და დიდი შემოსავალი, სახელშეკრულებო ურთიერთობების სტაბილურობა;

სახელმწიფოსა და საზოგადოების ინტერესებშია სამუშაო ადგილების შექმნა; მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის ამაღლება; ფასების სტაბილურობა; გადასახადების აკრეფის საფუძველზე ბიუჯეტის შევსება; ანტიმონოპოლიურ ღონისძიებათა განხორციელება; გარემოსა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა;

კრედიტორების ინტერესებშია მაღალი სარგებელი, კრედიტის დაბრუნების გარანტირებულობა, ფირმაზე ზემოქმედების შესაძლებლობა;

ცხადია, ასეთი მრავალფეროვანი ინტერესების რეალიზება ერთობ რთულია და ზოგჯერ შეუძლებელიც. საქმე ისაა, რომ შექმნილი დოვლათი იურიდიულად მთლიანად ბიზნესმენს (მეპატრონეს) ეკუთვნის. ეკონომიკური თვალსაზრისით კი დოვლათის შექმნაში მონაწილეობს ბიზნესის ყველა სუბიექტი და, სავსებით ბუნებრივად, თითოეულს აქვს პრეტენზია თავის წილზე. აღნიშნულის გამო, ბიზნესის წარმატებები დიდადაა დამოკიდებული მისი მონაწილეების ინტერესების ჰარმონიზაციაზე, ე.ი. იმაზე, თუ რამდენად არის მიღწეული კონტრაგენტთა ინტერესების ურთიერთშეხამება და ბიზნესის დინამიური წონასწორობა. ამ საქმეში კი მთავარი ფიგურა მეწარმეა, ბიზნესმენია.

3.5. ბიზნესის სახეობები

ბიზნესის (მეწარმეობის) უმთავრესი ფუნქცია საზოგადოების საქონლითა და მომსახურებით უზრუნველყოფაა. საქონელი არის გასაყიდად დამზადებული სასარგებლო თვისებების მატარებელი როგორც სამომხმარებლო, ისე საწარმოო დანიშნულების საგნები. ესაა: საკვები, ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი, მანქანები, გემები, თვითმფრინავები და ა.შ. საქონლის რაობის გარკვევისას ისმება კითხვა: „რა არის ეს?“ საქონლის საბაზრო ფასი კი არის გამყიდველისა და მყიდველის გარიგების (შეთანხმების) საფუძველზე ჩამოყალიბებული ფასი.

საქონლის განსაკუთრებული სახეობაა **მომსახურება**, ვინაიდან არ შეიძლება მისი არც სახელში წადება და არც გამოყენება. ის უნდა განვიხილოთ იმ აზრით, თუ რა გაკეთდა. მაგალითის სახით შეიძლება დავასახელოთ ქიმწმენდა, სარეცხის რეცხვა, ავტომანქანის რემონტი, სამედიცინო მომსახურება, კონსულტაციები და სხვა. **მომსახურების ფასის ნაირსახეობაა ტარიფი.**

დარგთა ერთობლიობა, რომლებიც აწარმოებენ საქონელსა და მომსახურებას იყოფა სამ დიდ ჯგუფად: პირველად, მეორად და მესამეულ დარგებად.

პირველადი დარგები აწარმოებენ ნედლეულს, მოპოვების ან მოყვანის (გამოზრდის) გზით. ესაა მოპოვებითი მრეწველობა, სოფლის მეურნეობა, მეტყევეობა და მეთევზეობა. **პირველად დარგებს ზოგჯერ აგრარულ სექტორს უწოდებენ. მეორადი ანუ დამამუშავებელი დარგები** ნედლეულს გარდაქმნიან მზა პროდუქციად ან ნახევარფაბრიკატებად. მაგალითად, დარგები, რომლებიც აწარმოებენ ფოლადს, ავეჯს, ჭურჭელს, საკვებს, ფეხსაცმელს, ტანსაცმელს და ა.შ. **მეორად დარგებს ინდუსტრიულ სექტორსაც უწოდებენ. მესამეული დარგები** სხვადასხვაგვარ მომსახურებას უწევენ პირველადი და მეორადი დარგების საწარმოებს, ასევე უშუალოდ მომხმარებლებს. **მესამეულ დარგებს მომსახურების სექტორს უწოდებენ.**

განვითარებულ ქვეყნებში ეკონომიკის პირველად, მეორად და მესამეულ სექტორებში დასაქმებული შრომითი რესურსების წილი არსებითად განსხვავდება მათი წილისგან განვითარებად ქვეყნებში. ზოგიერთ განვითარებულ ქვეყანაში სამუშაო ძალის ნახევარზე მეტი დასაქმებულია მომსახურების სფეროში.

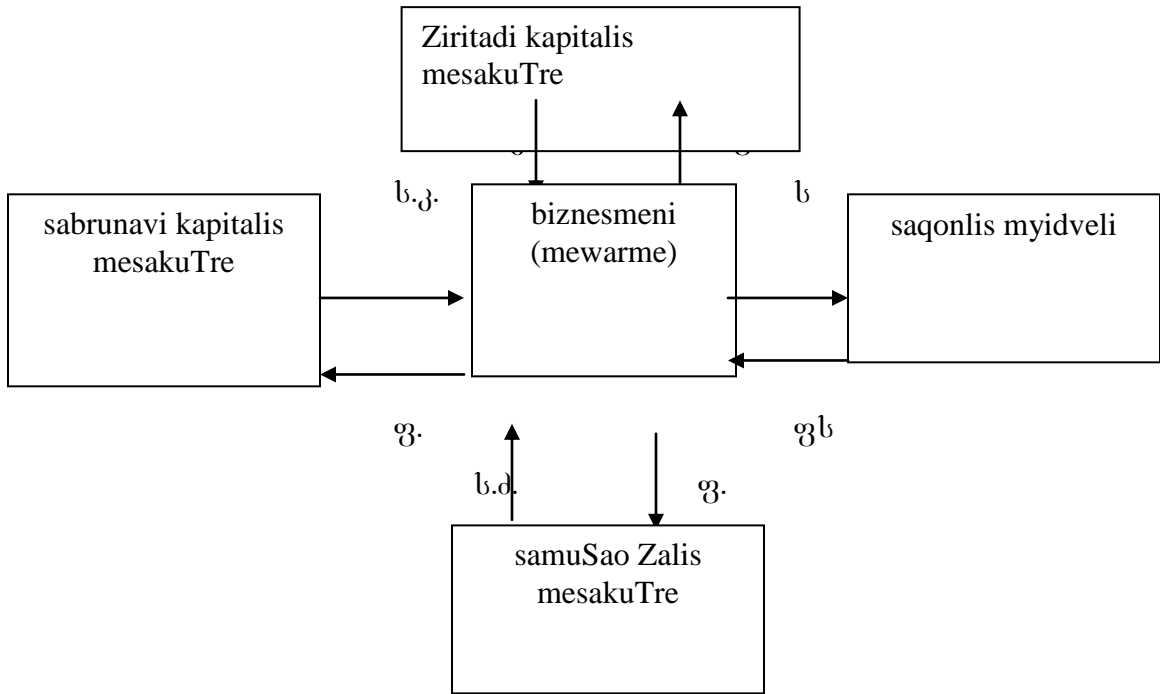
ბიზნესის (მეწარმეობის) სახეობები პირდაპირ კავშირშია როგორც ზემოთ განხილულ დარგებთან, ისე კვლავწარმოების ფაზებთან (წარმოება, განაწილება, გაცვლა, მოხმარება). კვლავწარმოების თითოეულ ფაზას ბიზნესის გარკვეული სახეობა შეესაბამება: წარმოებას - საწარმო-მეწარმეობა, განაწილება-გაცვლას - კომერციული და ფინანსური მეწარმეობა. საწარმო ბიზნესი (მეწარმეობა) კავშირშია საქონლისა და მომსახურების წარმოებით მოგების მიღებასთან, ხოლო კომერციული და ფინანსური ბიზნესი (მეწარმეობა) ფულისა და ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვასთან.

საწარმო ბიზნესის არსი, მთავარი როლი და სირთულე

ბიზნესის საანალიზო სახეობებს შორის მთავარი საწარმო ბიზნესია, ვინაიდან მის გარეშე სავაჭრო ბიზნესი მატერიალურ საფუძველს კარგავს და მხოლოდ იმპორტული საქონლის ვაჭრობით შემოიფარგლება. სამწუხაროდ, დაახლოებით ამდგვარი ვითარებაა დღეს საქართველოში.

საწარმო ბიზნესს მიეკუთვნება არა მარტო სამრეწველო და სასოფლო-სამეურნეო საწარმოები, არამედ სამშენებლო სამუშაოები, სატრანსპორტო გადაზიდვები, კავშირგაბმულობის მომსახურება, კომუნალური და საყოფაცხოვრებო მომსახურება და სხვა.

საწარმოო ბიზნესის პრინციპული სქემა ასე გამოიყურება:



როგორც სქემიდან ჩანს, საწარმოო ბიზნესი წარმოების ფაქტორების (საბრუნავი კაპიტალი: ნედლეული, მასალები, სათბობი, ენერჯია, ნახევარფაბრიკატები; ძირითადი კაპიტალი: შენობა-ნაგებობა, მანქანები, მოწყობილობა, ინსტრუმენტები, ხელსაწყოები; სამუშაო ძალა: დაქირავებული მუშაკები, მენეჯერები) აკუმულირებით (თავმოყრით) იწყება, ხორციელდება მათი მწარმოებლური ხარჯვა და საქონლის (ს) გამოშვებით მთავრდება, რომელიც უშუალოდ მეწარმის ან სავაჭრო ორგანიზაციის მეშვეობით რეალიზდება და მეწარმე ღებულობს ამონაგებს (ფს), შემოსავალს. მეწარმის შემოსავალი (ამონაგები) ტოლია დროის გარკვეულ პერიოდში გაყიდული საქონლის რაოდენობისა და ერთეული საქონლის ფასის ნამრავლისა. მეწარმის მთავარი ამოცანაა სწორედ შემოსავლებსა და ხარჯებს შორის სხვაობის ანუ მოგების მაქსიმიზებაში მდგომარეობს.

საწარმოო ბიზნესი (მეწარმეობა) საკმაოდ რთული და სარისკო სახეობაა. ასე მაგალითად:

ა) თუ ბანკები (საფინანსო მეწარმეობის სახეობა) თავიანთი საქმიანობისათვის საჭირო რესურსებს 10-დან 20- პროცენტამდე საკუთარი კაპიტალის ხარჯზე აყალიბებენ, ხოლო დანარჩენ 80-90 პროცენტს მეანაბრეთა და კრედიტორების სახსრების ხარჯზე მოიზიდავენ, სამრეწველო საწარმოებში საკუთარი სახსრები სულ ცოტა 50-65 პროცენტი მაინც უნდა იყოს;

ბ) საწარმოო ბიზნესში დაბანდებული კაპიტალის გამოსყიდვა შედარებით ხანგრძლივ პერიოდს მოითხოვს;

გ) საწარმოო ბიზნესში რისკის ხარისხი შედარებით მაღალია (ინვესტირებას ახდენს დღეს. მისი ამოღება კი ხდება 1-3 წლის შემდეგ. ამ ხნის განმავლობაში ძალიან ბევრი რამ შეიძლება შეიცვალოს, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს დანაკარგები).

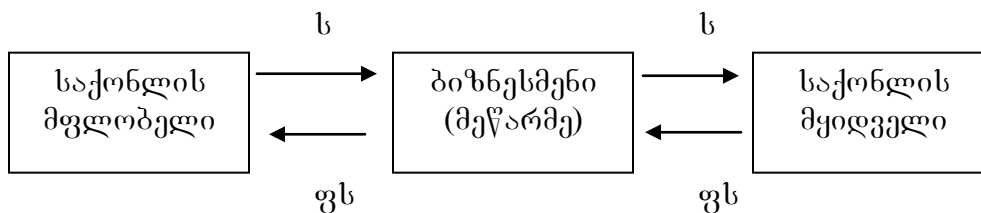
ყოველივე ამის გამოა, რომ დღევანდელ საქართველოში საწარმოო ბიზნესი (მეწარმეობა) შეუმჩნეველია, ხოლო კომერციული და ფინანსური მეწარმეობა თვალსაჩინო, ხილული. დამწყებ მეწარმეებს, რომელთაც სურთ წამოწყებულ საქმეს სწრაფად „მოხადონ ნაღები“, ინვესტირებას უპირატესად კომერციულ და საფინანსო ბიზნესში ახდენენ. არადა, დროა მეწარმენი გადავიდნენ „საქონლით“ და „ფულით ვაჭრობიდან“ ეროვნული საქონლის წარმოებაზე ანუ ეკონომიკის რეალური სექტორის ფორმირებაზე.

კომერციული ბიზნესის არსი, ფუნქცია და კერები

საწარმოო ბიზნესი, როგორც უკვე ითქვა, მჭიდრო კავშირშია სავაჭრო ბიზნესთან, ვინაიდან წარმოებული საქონელი ან უნდა გაიყიდოს, ანდა უშუალოდ გაცვალოს სხვა საქონელზე (ბარტერი). ამასვე მეტყველებს ბიზნესის განვითარების ისტორიაც. სამრეწველო ბიზნესმა (ხელოსნობამ) მაშინათვე წარმოშვა სავაჭრო ბიზნესი. თუმცა, ზოგჯერ სავაჭრო ბიზნესი, რომელიც ავლენს საქონელზე მოთხოვნას, თავად უბიძგებს საწარმოო ბიზნესის განვითარებას.

კომერციული ბიზნესი დაკავშირებულია საქონლის და მომსახურების ყიდვა-გაყიდვის საფუძველზე მოგების მიღებასთან.

შედარებით მარტივი ფორმით სავაჭრო ბიზნესი სქემატურად ასე გამოიყურება:



სქემიდან გამომდინარე, ვაჭარი-მეწარმე საქონელს (ს) მსხვილი პარტიობით საბითუმო ფასებში იძენს, რაც ბევრად დაბალია (50-30%-ით) საბაზრო საცალო ფასებზე, რომლითაც შემდგომ რეალიზდება შესყიდული საქონელი. საქონლის საცალო ფასს გამოკლებული საბითუმო ფასი და მიმოქცევის ხარჯები არის ვაჭარი მეწარმის მოგება.

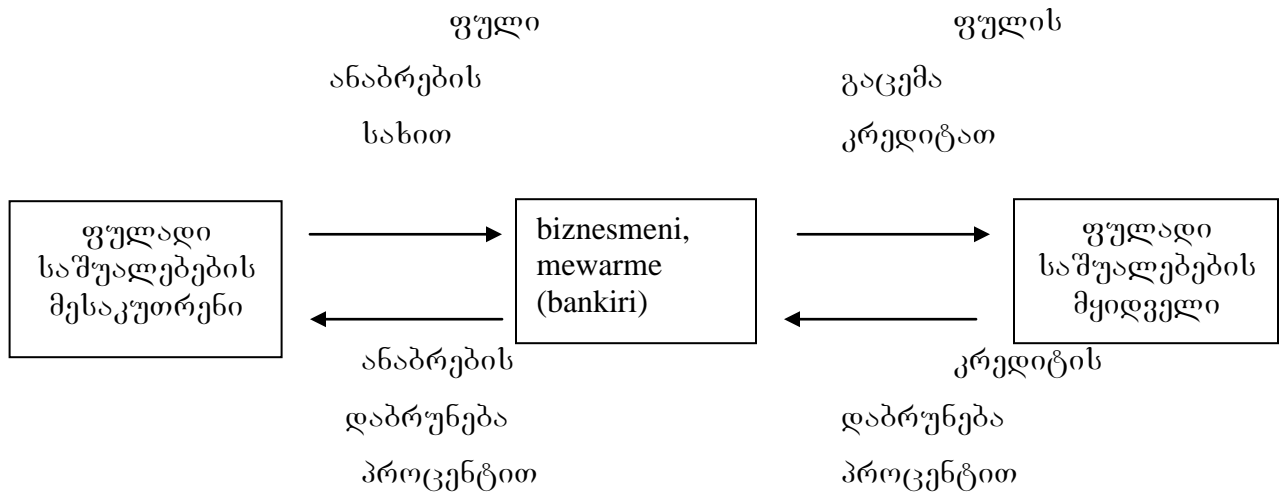
სავაჭრო ბიზნესის (მეწარმეობის) კერებია: მაღაზიები, ჯიხურები, ბაზრობები, ბირჟები, გამოფენა-გაყიდვები, აუქციონები, სავაჭრო სახლები, სავაჭრო ფარდუ-

ლები და სხვა. კომერციული ბიზნესის ერთ-ერთი მიმართულებაა საგარეო ვაჭრობა ანუ ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციები.

ფინანსური ბიზნესი და მისი მომსახურე ინსტიტუტები

რაც შეეხება ფინანსურ ბიზნესს (მეწარმეობას), იგი კავშირშია ფულის, ვალუტის და ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვის საფუძველზე მოგების მიღებასთან.

ფინანსური ბიზნესის სქემა ასეთია:



ბანკების შემოსავლების ძირითადი წყაროა ანაბრებზე დაწესებულ დაბალ და კრედიტებზე დადგენილ მაღალ პროცენტს შორის სხვაობა (მარჟა).

ფინანსური ბაზრის მომსახურე ინსტიტუტებია: ბანკები, საინვესტიციო ფონდები, ვალუტის გადამცველი პუნქტები, საფონდო ბირჟები და სხვა.

ბიზნესის ყველა განხილული სახეობა ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია. საწარმოო ბიზნესს ჩვეულებრივ მოსდევს სავაჭრო ბიზნესი, რადგანაც წარმოებული საქონელი უნდა გაიყიდოს ან გაიცვალოს. წარმოება და გაყიდვა კი კავშირშია საფინანსო ოპერაციებთან, რადგანაც საჭიროებს ფულად სახსრებს. ამრიგად, საწარმოო და სავაჭრო ბიზნესი მჭიდროდ უკავშირდება საფინანსო ბიზნესს. მეტიც, ზოგჯერ ერთ მეწარმეში წარმოდგენილი და გადაჯაჭვულია მწარმოებელი, ვაჭარი და ფინანსისტი.

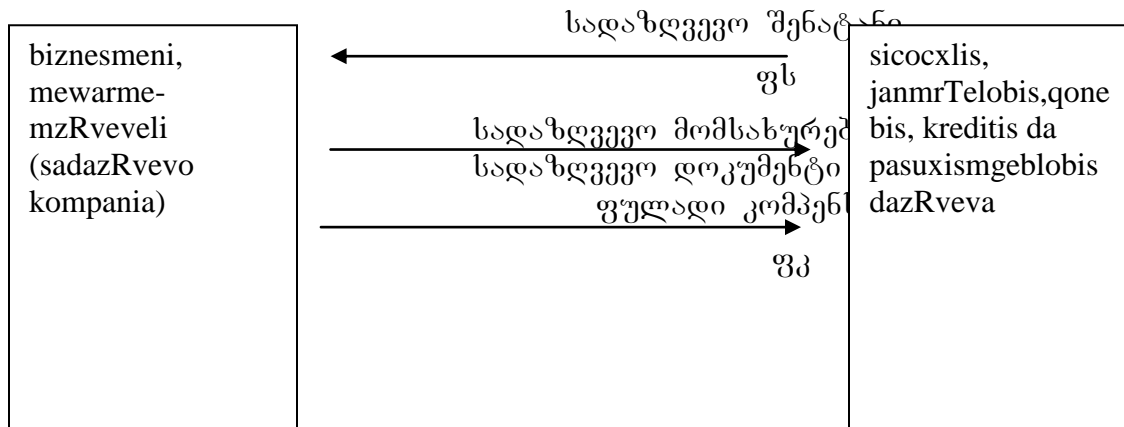
საშუამავლო ბიზნესი და მისი თავისებურება

ბიზნესის (მეწარმეობის) კიდევ ერთი დამოუკიდებელი სახეობაა - **საშუამავლო ბიზნესი**. შუამავლობა, როგორც ბიზნესის სპეციფიკური სახეობა, ხასიათდება იმით, რომ შუამავალი უშუალოდ არ აწარმოებს პროდუქციას, არ ვაჭრობს საქონლით, ვაღუტით, ფასიანი ქაღალდებით, ასევე არ ეწევა საკრედიტო ოპერაციას, მაგრამ ხელს უწყობს ყველა ამ ოპერაციის განხორციელებას და შესაბამისი გარიგებების დადებას. **საშუამავლო ბიზნესი** ემსახურება ეკონომიკური აგენტების ინფორმაციულ უზრუნველყოფას, მათ შორის კონტაქტების დამყარებას და კონტრაქტების დადებას. შუამავლებად გვევლინებიან: ბროკერი, მაკლერი, სავაჭრო აგენტი და ა.შ. შუამავალი ბიზნესმენი გასამრჯელოს იღებს არა მის მიერ ყიდვა-გაყიდვის აქტის განხორციელების შედეგად, არამედ იმისათვის, რომ მოძებნა და დააკავშირა ურთიერთდინტერესებული ადამიანები, ამით შეასრულა საშუამავლო მომსახურება.

სადაზღვევო ბიზნესი, როგორც რისკებით მოვაჭრე ბიზნესი

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლასთან დაკავშირებით წარმოიშვა სადაზღვევო ბაზარი, სადაც ხდება განსაკუთრებული საქონლის სადაზღვევო მომსახურების ყიდვა-გაყიდვა. აი, ამ ბაზარზე თავის ადგილს პოულობს სადაზღვევო ბიზნესი (მეწარმეობა). დაზღვევისას დამზღვევის ფინანსური დანაკარგების რისკს მის მიერ გადახდილი გასამრჯელოს ფასად მზღვეველიც ინაწილებს. **მოკლედ, მზღვეველი რისკებით მოვაჭრე ბიზნესმენია.**

სადაზღვევო ბიზნესის სქემა ასეთია:



სქემის მიხედვით, შეთავაზებული სადაზღვევო მომსახურება არის სამეწარმეო საქონელი, რომელიც გარკვეულ ფასად (ფს) იყიდება. მზღვეველი (სადაზღვევო ფირმა) ფულის სანაცვლოდ გასცემს სადაზღვევო დოკუმენტს (მოწმობას), სადაზღვევო მომსახურების დოკუმენტი (დაზღვევის მოწმობა) მყიდველს ან მის

მემკვიდრეს უფლებას აძლევს დამზღვევის სიკვდილის შემთხვევაში, ჯანმრთელობის, ქონების დაკარგვის შემთხვევაში ან მოვალის მიერ კრედიტის დაუბრუნებლობის შემთხვევაში მზღვეველისაგან მიიღოს დანაკარგების გარკვეული ფულადი კომპენსაცია (ფკ), სადაზღვევო მომსახურების (მ) სახით. მაგრამ ყოველივე ამისთვის, როგორც ითქვა, დამზღვევმა უნდა გადაიხადოს ე.წ. სადაზღვევო შენატანი ანუ დაზღვევის ფასი.

ცნობილია დაზღვევის სამი სახეობა: 1. პირადი ჯანმრთელობისა და სიცოცხლის დაზღვევა; 2. ქონების დაზღვევა; 3. პასუხისმგებლობის დაზღვევა.

მზღვეველები კლიენტების პირადი სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის დაზღვევისას ვალდებულია კისრულობენ დამზღვევს გარკვეული თანხა გადაუხადონ უბედური შემთხვევით გამოწვეული ზარალის კომპენსირებისათვის. დამზღვევის სიკვდილის შემთხვევაში ხელშეკრულებაში დაფიქსირებული თანხა დამზღვევის მემკვიდრეს მიეცემა.

ქონების დაზღვევისას ხდება მისი შეფასება და სადაზღვევო კონტრაქტში დგინდება დაკარგული ქონების (ვთქვათ ხანძრის, ავარიის ან მანქანის მოტაცების შემთხვევაში) ღირებულების კომპენსირების წილი მიღებული ზარალის გათვალისწინებით.

პასუხისმგებლობის დაზღვევის ქვეშ იგულისხმება დავალიანებების, ანუ მოვალეთა პასუხისმგებლობის დაზღვევა. დავუშვათ, რომ ბანკმა მსესხებელს მისცა კრედიტი. არსებობს რისკი, რომ მსესხებელი უპასუხისმგებლო აღმოჩნდება და არ, ან ვერ დაფარავს კრედიტს პროცენტითურთ. ასეთი შემთხვევისგან თავის არიდებისთვის ბანკი მსესხებლებისგან მოითხოვს კომპანიასთან გააფორმოს სადაზღვევო ხელშეკრულება და თუ იგი ვერ შეძლებს კრედიტის დაბრუნებას, მაშინ ამის გაკეთება მოუწევს სადაზღვევო კომპანიას.

სადაზღვევო კომპანია (მზღვეველი მეწარმე) არის რისკებით მოვაჭრე ორგანიზაცია, რომელიც სადაზღვევო შენატანების საფასურად დამზღვევის იმ საფრთხისაგან გარკვეული ზომით დაცვის გარანტირებას ემასხურება, რომლის წინასწარმეტყველება და კონტროლი შეუძლებელია. მოკლედ, დაზღვევისას დამზღვევის რისკს (დანაკარგებს) გარკვეულ საფასურად სხვაც კისრულობს. მზღვეველ-მეწარმეებს (კომპანიებს) მშვენივრად ესმით, რომ სადაზღვევო შენატანები, რომელიც დამზღვევებს შეაქვთ, უნდა აღემატებოდეს იმ თანხას, რომელსაც მზღვეველები ახმარენ ზარალის დაფარვას. სხვა შემთხვევაში მეწარმე ვერაფრითარ მოგებას ვერ მიიღებს.

სადაზღვევო საქმეში ყველაფერი იმაზეა გათვლილი, რომ უბედური შემთხვევების: ხანძრის, ავარიის, ქურდობის მოხდენის ალბათობა შედარებით მცირეა. სწორედ ამიტომ დამზღვევთა უმრავლესობას არ ექნება დანაკარგების დაფარვის (კომპენსაციის) მიღების საფუძველი, მათთვის ფ. კომპენსირებისათვის ტოლია ნულის.

დავუშვათ, რომ რეგიონში, სადაც თქვენ ცხოვრობთ, 100 კაცს აქვს ავტომანქანა. ავტომანქანის საშუალო ფასი კი 4000 ლარია. წინა წლების გამოცდილებიდან ცნობილია, რომ წლის განმავლობაში იპარავენ საშუალოდ ერთ ავტომანქანას. ცხადია, წინასწარ არავინ იცის, თუ ვის ავტომანქანას მოიპარავენ, რის გა-

მოც რისკი ყველასთვის დაახლოებით თანაბარია, თუმცა ცნობილია, რომ დაზარალება ერთ-ერთი ავტომანქანის მფლობელი.

ვთქვათ, ავტომანქანების ყოველი 100 მფლობელიდან თითოეულს დაზღვევის საერთო ფონდში 40 ლარი შეაქვს. ასეთ შემთხვევაში თუ ვინმეს ავტომანქანას მოიპარავენ, მისი მფლობელი ამ საერთო ფონდიდან მიიღებს 4000 ლარის კომპენსაციას. აი, ასეთ პრინციპს ეფუძნება დაზღვევა. სადაზღვევო კომპანიები ანგარიშობენ იმის ალბათობას, რომ მოხდება რაიმე მოვლენა (ხანძარი, უბედური შემთხვევა, მიწისძვრა და ა.შ.), ამის საშუალებით განსაზღვრავენ იმ თანხას, რომელიც დასჭირდებათ ზემოთ ჩამოთვლილ შემთხვევათა გამო დაზარალებულ ადამიანებს. შემდეგ, ამას უმატებენ ადმინისტრაციული ხარჯების თანხას და მოგებას. მიღებული ჯამური თანხა იყოფა იმ რისკის შესაბამისად, რომელიც ემუქრება დაზღვევის თითოეულ მსურველს. ეს წილი, ანუ სადაზღვევო შენატანი არის დაზღვევის ფასი.

დამზღვევის მიერ სადაზღვევო მომსახურების შექმნაზე გადახდილი ფული (დაზღვევის ფასი) მთლიანად გადადის მეწარმის ხელში და უკან არ ბრუნდება. ამ ფულის მხოლოდ მცირე ნაწილი გამოიყენება დაზარალებულთა დანაკარგების გარკვეული ნაწილის კომპენსირებისათვის, დანარჩენი კი, მზღვეველი მეწარმის ადმინისტრაციული ხარჯების დაფარვის შემდეგ, მისი მოგება ხდება. ამასთან, სადაზღვევო ფირმები ყველა ღონეს მიმართავენ, რათა დამზღვევის მიერ მიღებული ზარალის დასაფარავად გასაცემი თანხის მინიმუმაცია მოახდინონ.

სადაზღვევო შენატანები (დაზღვევის ფასი), რომლებიც რეგულარულად გადაიხდება დამზღვევების მიერ, მზღვეველის (სადაზღვევო კომპანიების) მიერ ბანდება ფასიან ქაღალდებში, აქციებსა და ობლიგაციებში, გამოიყენება მიწის და სხვა ქონების შესაძენად. ამ კაპიტალზე მიუღებელი შემოსავალი სადაზღვევო კომპანიებს შესაძლებლობას აძლევს გადაიხადონ დანაკარგები, რომლებიც აჭარბებენ სადაზღვევო პოლისების მფლობელთა გადახდების ჯამურ თანხას.

3.6. ქსელური ეკონომიკა (ბიზნესი)

თანამედროვე ეკონომიკაში არსებობენ არა მხოლოდ ბიზნესის სხვადასხვა სახეობები, არამედ მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოებიც, რომლებიც ერთად აყალიბებენ ქსელურ ეკონომიკას ანუ ქსელურ ბიზნესს. **ქსელურ ეკონომიკას (ბიზნესს) აქვს სამიარუსიანი სტრუქტურა. ზედა იარუსზე** მდებარეობს მსხვილი ფირმები; **ქვედაზე** – წვრილი (მცირე) საწარმოები, რომლებიც შეადგენენ ბიზნეს-სტრუქტურების 90%-ს. საშუალო ბიზნესი ამ უკიდურესობებს შორის მდებარეობს და აყალიბებს ქსელის ფორმირების ბაზას.

ქსელური ეკონომიკის (ბიზნესის) ნიშნები:

- 1) თანასწორუფლებიანი, პარტნიორული ურთიერთობანი მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის;
- 2) მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის გრძელვადიანი კავშირები, ანაზღაურებად საწიხისებზე. საშუალო ბიზნესის შუამავლის როლი;
- 3) დიდი რაოდენობა სამართლებრივი და სოციალური ინსტიტუტებისა, რომლებიც არეგულირებენ პარტნიორულ ურთიერთობებს. თანამედროვე მრეწველურად განვითარებულ ქვეყნებში ფირმების 90% ესაა მცირე და საშუალო ფირმები.

მსხვილი ბიზნესი არ ექვემდებარება მარტივ განსაზღვრებას. ცნება “მსხვილი ბიზნესი” გამოიყენება ისეთი გიგანტების მიმართ, როგორცაა **ჯენერალ ელექტრიკი** (აშშ); **როილ დათი** (დიდი ბრიტანეთი-დანიის); **კოკა-კოლა** (აშშ); **ნიპონ ტელეგრაფი** (იაპონია); **ექსონი** (აშშ). ამ სიაში შედის ერთი რუსული კომპანია - “**გაზპრომი**”.

მსხვილი ბიზნესის ძლიერი მხარეებია: უნარი აქტიურად შეცვალოს მეწარმეობის გარე გარემო; უნარი შექმნას და დააგროვოს მეცნიერულ ტექნიკური პროგრესის მიღწევები და რაციონალური ბიზნესის პროცედურები; მდგრადობის უნარი.

მსხვილი ბიზნესის სუსტი მხარეებია: შესაძლებელია შეეზღუდოს სხვა ფირმებს მტკის და რაციონალური ბიზნესის მიღწევების გამოყენება; მართვის ეფექტიანობის დაცემა ფირმის სიდიდის ზრდის კვალობაზე; მოუქნელობა, მომხმარებლებთან კონტაქტების დაკარგვის შესაძლებლობა.

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

საშუალო ბიზნესი. თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში მსხვილი და მცირე ბიზნესის გარდა შენარჩუნებულია საშუალო ბიზნესიც. ცნება “მსხვილი ბიზნესი” და “საშუალო ბიზნესი” ძირითადად ეკონომიკური ცნებაა. მსხვილ ბიზნესს და საშუალო ბიზნესს არა აქვს განსაკუთრებული სამრთლებრივი სტატუსი. ისინი ცალკე არ გამოიყოფიან არც მსოფლიო და არც ქართული კანონმდებლობაში. საშუალო ბიზნესს უჭირავს მოშუალებდე პოზიცია ეკონომიკის სხვადასხვა პოლუსზე მყოფ მცირე და მსხვილ ბიზნესს, ასევე, მცირე ბიზნესსა და სახელმწიფოს შორის.

მცირე ბიზნესი. მცირე ბიზნესი, მსხვილი და საშუალო ბიზნესისაგან განსხვავებით, განისაზღვრება როგორც ეკონომიკურად, ისე იურიდიულად. მცირე საწარმო ძლიერ არის დამოკიდებული ბაზარზე ჩამოყალიბებულ სიტუაციაზე და თითქმის არ ძალუძს მისი შეცვლა, რადგანაც მცირე ფირმათაგან თითოელს ამისათვის არასაკმარისი სახსრები გააჩნია. პოლიტიკურ ცხოვრებაში კი მათ მიერ საკუთარი ინტერესების ლობირება მსხვილ ფირმებთან შედარებით დაბალეფექტიანია. ამავედროულად, მცირე ბიზნესი უზრუნველყოფს დასაქმების ზრდას, ერთობ მგრძობიარეა კონკურენციისა და მომხმარებელთა მოთხოვნის მიმართ, ასევე, გვევლინება მეწარმეობის ერთგვარ ინკუბატორად. როგორც აღამიანი არ იბადება იმთავითვე დიდი, ისე ბიზნესი, როგორც წესი, იბადება ჯერ პატარა და მერე იზრდება. აღნიშნულის გამო, **უმრავლეს ქვეყნებში სახელმწიფო ეხმარება მცირე ბიზნესს ზრდა—განვითარებაში. მცირე ბიზნესს, მცირე კაპიტალის გამო, „პოლიტიკაშიც პატარა ხმა აქვს“.**

საქართველოში მოსახლეობის დიდი ნაწილის სიღარიბე არა მხოლოდ შედეგია, არამედ მიზეზიც ბიზნესის განუვითარებლობისა, რამეთუ ღარიბი, არასაკმარისად გამოკვებილი, ჩაუცმელ-დაუხურავი, არასათანადო განათლებითა და სამედიცინო მომსახურებით უზრუნველყოფილი ადამიანებისაგან ეკონომიკური უკუგება დაბალია. ეს წიგნი მიმართულია მოსახლეობაში ბიზნეს-განათლების ფართოდ გავრცელების, ამის საფუძველზე მათგან უკუგების ზრდისა და, შესაბამისად, სიღარიბის დაძლევისაკენ. რამეთუ, ადამიანების ბიზნეს-ცოდნა და შემოსავლიანობა პირდაპირპროპორციულ, ხოლო ბიზნეს-ცოდნა და ბიზნეს-რისკები (დანაკარგები) უკუპროპორციულ დამოკიდებულებაშია. ბიზნესი რომ აკეთო და მართო-უნდა იცოდე, რომ იცოდე-უნდა ისწავლო!

პრაქტიკუმი

კითხვები აუდიტორიაში განხილვისათვის და შემოწმებისათვის

1. რატომ არის გარკვეულად უზუსტო დებულება: “საქართველოში ხორციელდება საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა” და რეალურად საქართველო რომელ ეკონომიკურ სისტემაზე ანხორციელებს გადასვლას?
2. რა არის შერეული (განვითარებული საბაზრო) ეკონომიკა და რა როლი ენიჭება მის მშენებლობაში მეწარმეობის ფორმირება-განვითარებას?
3. რა არის გადამავალი პერიოდი და როგორ გესმით იგი ვიწრო და ფართო გაგებით?
4. რა ნიშნები ახასიათებს გარდამავალ (ტრანზიტულ) ეკონომიკას?
5. რამდენგვარი პოლიტიკა არსებობს მბრძანებლურიდან საბაზრო ეკონომიკურ სისტემაზე გადასვლისა და რა კანონზომიერებები უნდა იქნას დაცული ამგავარი გადასვლისას?
6. რა მოიაზრება სამეწარმეო რესურსების ქვეშ, რა ელემენტებისგან შედგება იგი, რა შემთხვევაში შეიძლება ჩაითვალოს ქვეყანა სამეწარმეო რესურსებით მდიდარ ქვეყნად და რა მდგომარეობაა ამ მხრივ საქართველოში?
7. სამეწარმეო უნარი რატომ არის განმსაზღვრელი სხვა ეკონომიკურ რესურსებთან შედარებით?
8. რა ელემენტები აყალიბებენ ბიზნესის ინფრასტრუქტურას?
9. რა მოტივები აპირობებენ სამეწარმეო საქმიანობის წამოწყებას ანუ რა უბიძგებს ადამიანებს ხელი მიჰყონ ბიზნესს?

10. რა პიროვნულ თვისებებსა და საქმიან უნარ-ჩვევებს უნდა ფლობდეს დამწვეები მეწარმე და როგორ განესაზღვროთ ამ უნარ ჩვევების დეფიციტი?
11. რა მიზნები შეიძლება ჰქონდეს ბიზნესს და რა პრინციპები უნდა იქნას დაცული მათ განსაზღვრისას?
12. ვინ არიან ბიზნესის-სისტემის სუბიექტები და რაში მდგომარეობს მათი ინტერესები?
13. როგორ გესმით ეგოისტური, ალტრუიტიული და ალტრუისტული-ეგოისტური ქცევები ბიზნესში და საქმიანი ეთიკა და მეწარმეთა პასუხისმგებობა საზოგადოების წინაშე?
14. რა არის საწარმოო ბიზნესი და რატომ არის იგი შედარებით რთული და სარისკო?
15. ჩამოაყალიბეთ სავაჭრო, საფინანსო და საშუამავლო ბიზნესის არსი, კერები და ფუნქციები.
16. რა არის სადაზღვევო ბიზნესი და დაზღვევის რა სახეობები არსებობს?

შესარჩევი შეკითხვები: სვეტის ყოველ ტერმინს შეუსაბამეთ განმარტება სვეტიდან

სვეტი

სვეტი

- | | |
|-------------------------|---|
| -1. საბაზრო ეკონომიკა | ა. არის დროის გარკვეულ პერიოდში გაყიდული საქონლის რაოდენობისა და ერთეული საქონლის ფასის ნამრავლის ტოლი. |
| -2. გარდამავალი პერიოდი | ბ. ღირებულება, რომელსაც ვერ ვხედავთ და ვერ ვხეებით. |
| -3. საქონელი | გ. გასაყიდად დამზადებული ხილული და ხელშესახები დოვლათი, რომელსაც გარკვეული სახმარი ღირებულება გააჩნია. |

- 4. მომსახურება

 - დ. ეკონომიკის ორგანიზაციის ისეთი სისტემა, რომლის დროსაც მეურნე-სუბიექტები გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, თუ რა, როგორ და ვისთვის აწარმოონ, დამოუკიდებელივ დებულობენ.
- 5. პირველადი დარგები

 - ე. ეკონომიკა, რომელიც თავისი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ფორმას იცვლის.
- 6. მეორადი დარგები

 - ვ. მეწარმეები, მენეჯერები, დაქირავებული მუშაკები, სახელმწიფო, მომწოდებლები, მომხმარებლები, კრედიტორები.
- 7. მესამეული დარგები

 - ზ. ბიზნესი, რომელიც სადაზღვევო მომსახურებით ვაჭრობს.
- 8. საწარმოო ბიზნესი

 - თ. ბიზნესი, რომელიც ემსახურება ეკონომიკური აგენტების ინფორმაციულ უზრუნველყოფას და მათ შორის გარიგებების დადებას.
- 9. სავაჭრო ბიზნესი

 - ი. ბიზნესი, რომელიც დაკავშირებულია ფულის, ვალუტის და ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვის გზით მოგების მიღებასთან.
- 10. საფინანსო ბიზნესი

 - კ. ბიზნესი, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის და მომსახურების ყიდვა-გაყიდვის გზით მოგების მიღებასთან.
- 11. საშუამავლო ბიზნესი

 - ლ. ბიზნესი, რომელიც კავშირშია საქონლისა და მომსახურების წარმოებით მოგების მიღებასთან.

საფრთხისაგან გარკვეული ზომით დაცვის გარანტირებას ემასხურება, რომლის წინასწარმეტყველება და კონტროლი შეუძლებელია.

ტესტები

შემოსახეთ სწორი ვარიანტი (ვარიანტები)

1. ბიზნესის რომელი სახეობის ფუნქციაა საქონლის წარმოება?
 - ა) კომერციული ბიზნესის;
 - ბ) სადაზღვევო ბიზნესის
 - გ) საწარმოო ბიზნესის.
2. საქართველო ანხორციელებს გადასვლას:
 - ა) თავისუფალ საბაზრო ეკონომიკაზე;
 - ბ) შერეულ ეკონომიკაზე;
 - გ) ტრადიციულ ეკონომიკაზე
3. იმ შემთხვევაში, როცა მეწარმე მხოლოდ საკუთარი მოგების მაქსიმიზებაზე ზრუნავს, სახეზეა:
 - ა) ალტრუისტული ქცევა;
 - ბ) ეგოისტური ქცევა;
 - გ) ალტრუისტულ-ეგოისტური ქცევა.
4. ის საკვანძო, ძირითადი საბოლოო შედეგი, რომლისაკენაც მიისწრაფვის საწარმო საქმიანობის საკმაოდ ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე, არის:
 - ა) დამხმარე მიზანი;
 - ბ) კონკრეტული მიზანი;
 - გ) სტრატეგიული მიზანი.
5. ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი უფლების დაცვა არ ევალება კონსიუმერიზმს:
 - ა) მომხმარებელთა ინფორმირებულობის უფლება;
 - ბ) მომხმარებელთა უსაფრთხოების უფლება;
 - გ) მომხმარებელთა ცხოვრების ხარისხის დაცვის უფლება.
 - დ) მომხმარებელთა პენსიებით უზრუნველყოფის უფლება.

გამლიერებული პრაქტიკუმი

ტესტები

შემოსახეთ ერთადერთი სწორი ვარიანტი

1) ბიზნესის მიზნების განსაზღვრისას აუცილებელია დაცული იქნას:

1. მიზნის სიზუსტე (მკაფიოება) და მიზნის რაოდენობრივი გაზომვის შესაძლებლობა;
2. მიზნის რეალურობა ანუ მისი განხორციელების შესაძლებლობა;
3. მიზნის შესრულებისათვის დროის (გრძელვადიანი, საშუალოვადიანი, მოკლევადიანი მიზნები) განრიგის მითითება;

4. ყველა პასუხი სწორია;

2) პოტენციურმა ბიზნესმენმა გულდასმით უნდა შეაფასოს:

1. პირადი საქმიანი უნარ-ჩვევები;
2. პირადი თვისებები (მახასიათებლები);
3. საკუთარი ბიზნეს-ჩანაფიქრის ცხოვრებაში განხორციელებისათვის მსხვერპლის გაღების უნარი, მზადყოფნა;
4. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

3) ქვემოთ ჩამოთვლილიდან რომელი არ არის საქმიანი უნარ-ჩვევების დეფიციტის მინიმუმება-ლიკვიდაციის მეთოდი:

1. სწავლება და აუცილებელი უნარ-ჩვევების მქონე მუშაკთა დაქირავება;
2. საწარმოს დრმა ფინანსურ-ეკონომიკური ანალიზი;
3. აუცილებელი უნარ-ჩვევების მქონეთა გამოყენება საკონტრაქტო საფუძველზე;
4. ოჯახის წევრებისა და მეგობრების მოზიდვა.

4) ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი არის ბიზნესის (სამეწარმეო საქმიანობის) დაწყების აღმძვრელი მოტივი?

1. დასაქმება;
2. მაღალი მოგების (შემოსავლის) მიღება და სიმდიდრის დაგროვება.
3. დამოუკიდებლობისაკენ, საკუთარი თავის ბატონპატრონობისაკენ სწარაფვა და საზოგადოებრივი ცნობადობისა და აღიარების მოპოვება;
4. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

5) ქვემოთ ჩამოთვლილიდან რომელი დებულებაა მცდარი:

1. ბიზნესის (მეწარმეობის) სახეობებია: საწარმოო, კომერციული, ფინანსური, საშუამავლო და სადაზღვევო ბიზნესი;
2. საშუამავლო ბიზნესი ვაჭრობს საქონლით, ვალუტით, ფასიანი ქაღალდებით, ასევე, ეწევა საკრედიტო ოპერაციას.
3. ფინანსურ ბიზნესი (მეწარმეობა), კავშირშია ფულის, ვალუტის და ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვის საფუძველზე მოგების მიღებასთან;
4. ცნობილია დაზღვევის სამი სახეობა: პირადი ჯანმრთელობისა და სიცოცხლის დაზღვევა, ქონების დაზღვევა, პასუხისმგებლობის დაზღვევა;

6) ბაზრის სიტუაციაზე რომელი უფრო მეტადაა დამოკიდებული?

1. მცირე საწარმო;

2. დიდი საწარმო;
3. საშუალო საწარმო;
4. დიდი საწარმო და საშუალო საწარმო

7) ბიზნესის, როგორც სისტემის, სუბიექტებია:

1. მიმწოდებლები და მომხმარებლები;
2. მეწარმეები, მენეჯერები, დაქირავებული მუშაკები და სახელმწიფო;
3. კრედიტორები და საზოგადოება;
4. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

8) ქვემოთ ჩამოთვლილიდან რომელი არ არის ბიზნესის ინფრასტრუქტურის ანუ საბაზრო მომსახურების ინსტიტუტი:

1. საწარმო ინფრასტრუქტურა;
2. ბიზნესის მიზანი;
3. საფინანსო ინფრასტრუქტურა და საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა
4. საბაზრო ინფრასტრუქტურა;

9) წარმატებული მეწარმენი უნარ-ჩვევების დეფიციტს (სიჭარბეს) განსაზღვრავენ ფორმულით:

1. საწარმოს შექმნისათვის აუცილებელ უნარ-ჩვევებს მინუს მეწარმის საქმიანი უნარ-ჩვევები = უნარ-ჩვევების დეფიციტს (სიჭარბეს);
2. საწარმოს შექმნისათვის აუცილებელ უნარ-ჩვევებს პლიუს მეწარმის საქმიანი უნარ-ჩვევები = უნარ-ჩვევების დეფიციტს;
3. საწარმოს შექმნისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები გამრავლებული მეწარმის საქმიანი უნარ-ჩვევებზე = უნარ-ჩვევების დეფიციტს;
4. ყველა პასუხი სწორია

10) ქსელურ ეკონომიკას (ბიზნესს) აქვს:

1. სამიარუსიანი სტრუქტურა;
2. ორარუსიანი სტრუქტურა;
3. ოთხიარუსიანი სტრუქტურა;
4. ხუთიარუსიანი სტრუქტურა;

11) ქსელური ეკონომიკის (ბიზნესის) ნიშნებია:

1. თანასწორუფლებიანი, პარტნიორული ურთიერთობანი მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის;
2. მსხვილ და მცირე ბიზნესს შორის გრძელვადიანი კავშირები, ანაზღაურებად საწყისებზე. საშუალო ბიზნესის შუამავლის როლი;
3. დიდი რაოდენობა სამართლებრივი და სოციალური ინსტიტუტებისა, რომლებიც არეგულირებენ პარტნიორულ ურთიერთობებს.
4. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი

12) რომელი არ არის მსხვილი ბიზნესის ძლიერი მხარე:

1. უნარი აქტიურად შეცვალოს მეწარმეობის გარე გარემო;
2. მოუქნელობა, მომხმარებლებთან კონტაქტების დაკარგვის შესაძლებლობა;

3.უნარი შექმნას და დააგროვოს მეცნიერულ ტექნიკური პროგრესის მიღწევები და რაციონალური ბიზნესის პროცედურები;

4.მდგრადობის უნარი.

13)რისკებით მოვაჭრე ბიზნესია:

1.სადაზღვევო ბიზნესი;

2.სავაჭრო ბიზნესი;

3.საწარმოო ბიზნესი;

4.კომერციული ბიზნესი.

14) ბიზნესის წამოწყება მიზანშეწონილია თუ არსებობს სათანადო:

1. გარე (პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამართლებრივი სოციალური პირობები) გარემო;

2.შიდა (მეწარმის ინტელექტუალური, ორგანიზატორული, ფინანსური, მატერიალური მზაობა) გარემო;

3.შესტევისი მოტივები;

4.ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

15) ბიზნესის სტრატეგიული ანუ გრძელვადიანი მიზნები არის:

1. ის საკვანძო, ძირითადი საბოლოო შედეგები, რომლისაკენაც მიისწრაფვის საწარმო თავის საქმიანობის საკმაოდ ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე;

2.ის, რომლისაკენაც მიისწრაფვის საწარმო თავის საქმიანობის მიმდინარე პერიოდის მანძილზე;

3.ის, რომლისაკენაც მიისწრაფვის საწარმო თავის საქმიანობის საშუალო ვადიანი პერიოდის მანძილზე;

4.ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

საკითხი აუდიტორიაში დისკუსიისათვის

რამდენად ზუსტია გამონათქვამი: „მრეწველობა ან, თუ გნებავთ, ტურიზმი, გადაარჩენს და ააღორძინებს საქართველოს ეკონომიკას? გამოთქვით და დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრება.“

დავალება

მიუთითეთ პირველად, მეორეულ თუ მესამეულ დარგს მიეკუთვნება თითოეული ქვემოთ ჩამოთვლილი საწარმო და რას აწარმოებენ ისინი (საქონელსა თუ მომსახურებას)?

1. ჭიათურმანგანუმი

2. შპს რუსმეტალი – თუჯის, ფოლადისა და ფეროშენადნობების წარმოება

3. №1 პურის ქარხანა

4. თბილკრედიტბანკი

5. თსუ
6. სამკურნალო კომბინატი
7. სს ნიკორა – ხორცის პროდუქტების წარმოება
8. შპს – საბითუმო ვაჭრობა ალკოჰოლიანი და სხვა სასმელებით
9. შპს აზერბაიჯანის რკინიგზის დსსშპს დემიროლოსერვის -ის ფილიალი – გზებისა და აეროდრომების მშენებლობა
10. შპს რკინაბეტონის შპალის ქარხანა – რკინაბეტონისა და ბეტონის ასაწყობი კონსტრუქციებისა და ნაკეთობების წარმოება
11. სს ქართული ლუდის კომპანია – ლუდის წარმოება
12. შპს აზერინშატსერვისი -ს წარმომადგენლობა საქართველოში – გზებისა და აეროდრომების მშენებლობა
13. შპს - – ტვირთის გადაზიდვის ორგანიზება
14. შპს ჯი-ემ-პი – ფარმაცევტული პრეპარატების წარმოება სამედიცინო გამოყენებისათვის
15. შპს ბარამბო – კაკაოს, შოკოლადისა და შაქრიანი საკონდიტრო ნაწარმის წარმოება

დავალება

გაიაზრეთ და დაასაბუთეთ რომელ ეკონომიკურ სისტემაში ვცხოვრობთ დღეს საქართველოში და რა მდგომარეობაშია ბიზნესი?

სავარჯიშო

აქ მოხმობილია თსუ-ის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სტუდენტის კაპიტალის დაანგარიშება 2013წლის 23 მარტისათვის

კაპიტალის რეალური ფასი (ლარებში)	ერთეული
საცხოვრებელი ტრანსპორტი (მოტოციკლეტი) ტრანსპორტი (ავტომანქანა) ტანსაცმელი ფესაცმელი სამკაული გიტარა	

ტელევიზორი
 მაცივარი
 სარეცხი მანქანა
 აუდიო-აპარატურა
 წიგნების კარადა
 წიგნები
 კომპიუტერი
 საბანკო ანგარიში
 მინუს გასავალი
 მინუს ნათესავის ვალი

კაპიტალის საერთო ჯამი

არაკომერციული ორგანიზაცია

არაკომერციული ორგანიზაცია არის არასახელმწიფო ორგანიზაცია, რომელიც არ ისახავს მიზნად მოგების მიღებას, რომელიც შემდგომ გადაეცემა ინვესტიორებს დივიდენდების სახით. მათი არსებობის მიზანია ის, რაც დაკავშირებულია საზოგადოებისათვის საჭირო, აუცილებელ, მაგრამ არაშემოსავლიან მომსახურებასთან, როგორცაა, მაგალითად, გაჭირვებულთა დახმარება, ან საღვთო სიტყვის ქადაგება.

რატომ ვიხილავთ არაკომერციულ ორგანიზაციას, როცა მიმდინარეობს დისკუსია ბიზნესის ორგანიზებაზე? მართალია, მათი არსებობის მიზნები განსხვავებულია, მაგრამ მათ ბევრი რამ აქვთ საერთო ჩვეულებრივ ბიზნეს-ორგანიზაციებთან. ჩამოთვალეთ, კერძოდ რა?

- მათ ყველას სჭირდება ფული;
- ისინი ყველანი ხარჯავენ ფულს;
- მათ ყველას სჭირდებათ ხალხი;
- ყველა მათგანი აწარმოებს საქონელს ან სთავაზობს მომსახურებას;
- მათ ყველას ჰყავს მომხმარებელი, კლიენტი ან ცალკეული პირები, ვისაც ისინი საქონელს აწვდიან, ან მომსახურებას უწევენ.

პრაქტიკული სიტუაციის ანალიზი (ჩასე შტადე) ლითონის თხილამურები

შემოქმედება რაიმე ახლის გამოგონებას გულისხმობს, მეწარმეობა კი პრაქტიკული

საქმიანობის დაწყებასა და ახალი იდეების ხორცშესხმას. ნაყოფიერმა იდეამ შეიძლება წლობით ვერ ჰპოვოს პრაქტიკული განხორციელება იმიტომ კი არა, რომ არ იცნობენ მას, არამედ იმიტომ, რომ ვერავენ დაინახა ამ იდეის პრაქტიკული მნიშვნელობა და მისი რაიმე ახალ პროდუქტში რეალიზების შესაძლებლობა. სანამ იდეა პრაქტიკულად არ გამოიყენება, იგი უსარგებლოა. იდეის ფასეულობის დადასტურება მათი ცხოვრებაში განხორციელებაა. მანამდე კი ისინი რეზერვს წარმოადგენენ.

იდეის ხორცშესხმის საილუსტრაციოდ მოგიტხოვრებთ ისტორიას “სპორტს ილუსტრეიტედ“-იდან, თუ როგორ გამოიგონა ჰოვარდ ჰედმა ლითონის თხილამურები.

1946 წელს ჰედი გაემგზავრა სტოუში, ვერმონტის შტატში, სადაც იგი პირველად დადგა თხილამურებზე. “მე გული მომიკვდა, ძალიან განვიცდიდი იმას, რომ უმაქნისი მოთხილამურე გამოვდექი,-იხსენებს იგი.-და რაც მთავარია, მე ყველაფერში ვადანაშაულებდი ამ გრძელ, მოუხერხებელ თხილამურებს. ბოლოს იქამდეც კი მივადე, სახლისკენ მიმავალი მთელი გზა ვეჭრაბახებოდი მეზობლებს, რომ მე გავაკეთებდი უკეთეს ლითონის თხილამურებს იმ მასალისაგან, რომელიც ავიამშენებლობაში გამოიყენება”.

მარტინში ჰედმა ერთოთახიანი ბინის მახლობლად მდებარე ყოფილ საჯინბოში მოაწყო სახელოსნო. მას ჩაფიქრებული ჰქონდა დაემზადებინა ლითონის “სენდვიჩთხილამური”, შემდგარი ალუმინის ორი ფენისაგან, რომელთა შორის კუთხეებში, ჩატანებულია ფანერა, ხოლო შუაში-ფორებიანი ფირფიტა. იმისთვის, რომ მიეღო საჭირო ზღვრული დატვირთვა, ჰედმა თხილამურის ნიმუში მოათავსა რეზინის დიდ ტომარაში, საიდანაც ძველი მაცივრის კომპრესორის დახმარებით გამოიტუმბებოდა ჰაერი. რაც შეეხება გახურებას, მან შეადგა რკინის აბაზანა, აავსო იგი მანქანის ზეთით და ტურისტული ქურის საშუალებით მასის ტემპერატურა 350 გრადუსამდე აიყვანა. შემდეგ ეს რეზინის ტომარა თხილამურების ნამზადით ჩადო მდულარე ზეთით სავსე აბაზანაში და დაელოდა..... ექვსი კვირის შემდეგ ჰედმა საშინელი სუნიდან და ორთქლიდან ამოათრია პირველი ექვსი წყვილი თხილამური და საჩქაროდ გაეშურა სტოუში. დრეკადობის შემოწმების მიზნით, ინსტრუქტორმა თხილამურების ერთი ბოლო თოვლში ჩაარჭო და სცადა მისი მოღუნვა. თხილამური გატყდა. დანარჩენ წყვილსაც იგივე ბედი ეწიათ. “ყოველი მომდევნო წყვილის გატეხვაზე- მოგვითხრობს ჰედი,-ვგრძნობდი, რომ შიგნით რაღაც მწყდებოდა”. პირველი წარუმატებლობის მიუხედავად, ჰედმა მუშაობა განაგრძო. იგი ყოველ კვირას აგზავნიდა ბრომლის სათხილამურო სპორტის ინსტრუქტორთან ერთ წყვილ საუკეთესო, გაუმჯობესებულ თხილამურს და ყოველთვის დამტკრეული უბრუნდებოდა უკან. რომ მცოდნოდა, რომ მომიწევდა 40 ვარიანტის გასინჯვა, ალბათ, მივატოვებდი ამ საქმიანობას, მაგრამ, საბედნიეროდ, თქვენ ტყვე ხდებით იმ აზრისა, რომ შემდეგი კონსრუქცია იღბლიანი გამოდგება”. ჰედმა სამი ტანჯვა-წამების წელი გაატარა განუწყვეტლივ მუშაობაში. გაუმჯობესება რამდენიმე მიმართულებით მიდიოდა: ჩაჭიდებისათვის აუცილებელი ლითონის ბოლოები, ფანერის ფუძე გამძლეობისათვის, პლასტმასის საფარი სრიალის გასაუმჯობესებლად და მოყინვის საწინააღმდეგოდ. 1950 წლის ერთ ცივ დღეს ჰედი იდგა ხეობაში და უყურებდა, თუ როგორ გადაეწვოდა ინსტრუქტორი ბორცვის თავს, გასცდა მას,

დაშვებისას წრე გააკეთა და გაბრწყინებული გამომგონებლის წინ შეჩერდა. “იმ წუთას გულმა მამცნო, რომ ეს იყო წარმატება”-ამბობს ჰედი...

სადისკუსიო კითხვები:

1.ვინ არის ჰედი-მეწარმე თუ შემოქმედი?

2.ჩამოაყალიბეთ ჰედის მეწარმული იდეა

წყარო: ბიზნესის საწყისები. ავტორები: რევაზ ვაჩნაძე, ზურაბ ნიკვაშვილი. თბ. 1992წ

განსოვდეთ!

ბიზნესის ადგილმდებარეობის განსაზღვრის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორებია: მომხმარებლებთან სიახლოვე; მიმწოდებლებთან სიახლოვე; გაფართოების შესაძლებლობა; სამთავრობო სესხები (გრანტები) ადგილობრივი გადასახადები; მიწის ღირებულება; შრომითი რესურსებისა დამი ხელმისაწვდომობა; მფლობელთა სურვილები; მიწით სარგელობის ნებრათვა; სატრანსპორტო კავშირები; ინფრასტრუქტურა.

პრაქტიკული სიტუაციის

ანალიზი (ჩასე შტადე)

ერწენტ Vალლეე ოლდს ტდ- ქონსეთი,

დარჰემის ოლქი

V -მა თავისი მოღვაწეობა, როგორც დამოუკიდებელმა კომპანიამ, დაიწყო 1982 წელს საშუალო სიდიდის ქ. ქონსეთში, დარჰემ-სიტის მახლობლად ჩრდილოეთ პენინის განაპირას. კომპანია დაარსა ოთხმა კაცმა, რომელთაც საუზმების წარმოებაში ჰქონდათ გამოცდილება. ყველა ასეთი წარმოება უკვე განთავსებული იყო ჩრდილო-აღმოსავლეთ რეგიონებში. 1979 წლამდე ქონსეთი ფოლადის წარმოების ქალაქად იყო ცნობილი, იქ მოქმედებდა დიდი ფოლადჩამომსხმელი ქარხანა, რომელიც კომპანია ბრითიშ სტილ-ს ეკუთვნოდა. ქარხანა 1979 წელს დაიხურა, რამაც უმუშევრობის მკვეთრი ზრდა და ადგილობრივი დამსაქმებელთათვის მუშახელის გამოთავისუფლება გამოიწვია. 80-იანი წლების დასასრულს V -მა გააქტიურა თავისი მოქმედება და ქონსეთში ეკოლოგიურად სუფთა ფაბრიკა ააშენა, რითაც ხაზი გაუსვა ადგილმდებარეობის შერჩევის თავისი ვერსიის გამართლებას.

კომპანიაში ამჟამადაც მომუშავე ერთ-ერთი დირექტორ-დამფუძებელთაგანი ჯონ ფაიქი ავტორისადმი გამოგზავნილ ბარათში წერდა: **თქვენ გვეკითხებით, რატომ ავირჩიეთ ქონსეთი?**-ამის რამდენიმე მიზეზი არსებობდა: ჩრდილო-აღმოსავლეთში კომპანიის განთავსებისათვის დავათვალიერეთ რამდენიმე ადგილი, რომლებისთვისაც მაქსიმალური გრანტები იყო გამოყოფილი. ქონსეთი გვთავაზობდა ფაბრიკას გადასახადის გარეშე და იძლეოდა ტერიტორიას გაფართოებისათვის. დერვენთ-საიდის მრეწველობის განვითარების სააგენტოს (დმგს) დახმარება, რამაც თითქმის ბრითიშ სტილ-ის ქარხნის ღირებულება

შეადგინა, ძალზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი აღმოჩნდა, ხოლო ქალაქის მერმა და მოსახლეობამ კმაყოფილებით იკისრეს მუშახელით ჩვენი უზრუნველყოფა.

მისტერ ფაიქის კომენტარიდან გამომდინარე შეადგინეთ იმ მოტივების რეიტინგი, რომლებმაც კომპანია ქოსნეთში განათავსა. მისტერ ფაიქის მიერ ჩამოთვლილი ფაქტორებიდან, თქვენი აზრით, რომელია მთავარი და რომელი მეორეხარისხოვანი?

წყარო: ერწენტ Vალლეე ოოდს ტდ-ის ნებართვით

უორენ ბაფეტი: მსოფლიოს უდიდესი ინვესტორის 8 რჩევა

1. „არ აქვს აზრი განიცდიდეთ იმას, რომ რაღაც უნდა გაგეკეთებინათ და არ გააკეთეთ. წარსულს უბრალოდ არანაირი მნიშვნელობა არ აქვს. ცხოვრება შეიძლება მხოლოდ მაშინ, თუ წინ მიიწევთ.“
2. „შვიდი სასიკვდილო ცოდვიდან ყველაზე ძლიერი შურია, რადგან, როდესაც გშურს, თავს უკეთესად კი არა, უარესად გრძნობ.“
3. „ჩაიწერეთ თქვენი იდეები - ეს, ისე როგორც არაფერი, გაიძულებთ იფიქროთ და მოაწესრიგოთ თქვენი აზრები“.
4. „ერთმა ჩემმა მეგობარმა ოცი წელიწადი შეაღია იდეალური ქალის ძიებას. სამწუხაროდ, იპოვა რა ეს მშვენიერი არსება მან აღმოაჩინა, რომ ქალი იდეალურ მამაკაცს ეძებს.“
5. "ზაზარი, როგორც უფალი, ეხმარება იმას, ვინც ეხმარება საკუთარ თავს, მაგრამ უფლისაგან განსხვავებით ის არ პატიობს მას, ვინც არ უწყის რასა იქმს!“.
6. „ბედნიერება არ იყიდება“.
7. „არ შეიძლება კარგად გარიგება ცუდ ადამიანთან.“
8. პირველი წესი: „არასოდეს არ დაკარგო ფული!“. წესი ნომერი ორი: „არასოდეს არ დაივიწყო წესი ნომერი ერთი“.

წყარო: <http://www.b2b.ge/2013/05/ბლოგ-პოსტ-20-რჩევა>