

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ამირან მაღლაკელიძე

**მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა
საქართველოში**

ეკონომიკის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი
დისერტაცია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი
გულნაზ ერქომაიშვილი

თბილისი

2022

შინაარსი

შესავალი.....	12
თავი 1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა თანამედროვე გამოწვევების წინაშე.....	20
1.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის თეორიული წანამდღვრები.....	20
1.2. ტრადიციული მეწარმეობიდან ციფრულ მეწარმეობამდე.....	31
1.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის კონცეპტუალური საკითხები.....	44
თავი 2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკა ევროკავშირში.....	60
2.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკის ევოლუცია ევროკავშირში.....	60
2.2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის მახასიათებლები გერმანიაში.....	74
2.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკის თავისებურებები ესტონეთში.....	84
თავი 3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელების პრობლემები და მათი დაძლევის გზები საქართველოში.....	94
3.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები საქართველოში.....	94
3.2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის გამოწვევები და განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში.....	108
3.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის შესაძლებლობების რეალობად ქცევის ეკონომიკური პოლიტიკა საქართველოში.....	121
დასკვნები და რეკომენდაციები.....	141
გამოყენებული ლიტერატურა.....	151
დანართები.....	163

აბსტრაქტი

მცირე და საშუალო მეწარმეობა ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში მეტად მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს. იგი წარმოადგენს მნიშვნელოვან კონტრიბუტორს დასაქმებისა და შემოსავლების გენერირების კუთხით, რითიც უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიზნის მიღწევას. შესაბამისად, მისი მიზანმიმართული ხელშეწყობა და განვითარება ნებისმიერი მთავრობის პრიორიტეტი უნდა გახდეს. ამასთანავე, თანამედროვე კონიუნქტურის გათვალისწინებით, არსებითია, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება დაკავშირებული იყოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების ინტეგრირებასთან საწარმოს ყოველდღიურ საქმიანობაში.

დღეისათვის, საქართველოს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის წინაშე მწვავედ დგას რიგი პრობლემები. ამასთანავე, COVID-19-ის პანდემიამ მცირე და საშუალო საწარმოები ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. აქვე, აღსანიშნავია, რომ მოცემული სიტუაცია აჩენს განვითარების არნახულ შესაძლებლობებს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების მიმართულებით, რაზე აქცენტის გაკეთება სასარგებლო იქნება როგორც მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის, ისე ქვეყნის და საზოგადოების თანამედროვე განვითარების კონტექსტით. არსებული პრობლემების გადაჭრასა და შესაძლებლობების რეალიზაციაში საკვანძო როლი მთავრობის გონივრულ, მიზანმიმართულ და კომპლექსურ პოლიტიკას ეკისრება.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება და მისი ეფექტიანი განხორციელების გზების ძიება.

ნაშრომის მიზნიდან გამომდინარე, გაანალიზებულია მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის თეორიული და კონცეპტუალური ასპექტები. შეფასებულია ევროკავშირის ხელშემწყობი პოლიტიკა და ღონისძიებები მცირე და საშუალო მეწარმეობისადმი. განხილულია, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის პოლიტიკის კუთხით, ევროკავშირის მაღალგანვითარებული ქვეყნის გერმანიისა და წარმატებული, ყოფილი საბჭოთა და ამჟამად ევროკავშირის წევრი ქვეყნის - ესტონეთის მაგალითები. მოცემულია,

საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის ფუნქციონირების ბოლო ათი წლის სტატისტიკა და გამოვლენილია განვითარების დინამიკა. საქართველოში, ჩატარდა მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოკითხვა, რომელშიც მონაწილეობდა 102 მეწარმე.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ძირითადი გამოწვევები, საჭიროებები, შესაძლებლობები და განვითარების მიმართულებები, რომლებიც დამახასიათებელია მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის საქართველოში. დადგენილია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ხელშემშლელი ფაქტორები და შეფასებულია საქართველოს მთავრობის მიერ განხორციელებული ეკონომიკური პოლიტიკა.

ნაშრომის ბოლოს, კვლევის შედეგების და დასკვნების გაანალიზების საფუძველზე, წარმოდგენილია რეკომენდაციები, საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის წინაშე მდგარი გამოწვევების აღმოსაფხვრელად და გამოვლენილი შესაძლებლობების განსავითარებლად.

Absrtact

Small and medium enterprises (SMEs) occupy a very important place in the economic system of the country. SMEs are an important contributor in terms of employment and income generation, thus ensuring the achievement of the public welfare goal. Therefore, their targeted promotion and development should become a priority of any government. In addition, given the current conjuncture, it is essential that the development of small and medium enterprises is related to the integration of innovations and technologies in everyday activities of the enterprise.

Today, the small and medium entrepreneurial sector of Georgia is facing a number of problems. In addition, the COVID-19 pandemic has posed new challenges for small and medium-sized enterprises. In addition, this situation presents unprecedented opportunities for development in the field of innovation and technology, the emphasis on which will inevitably be useful in the context of the modern development of the small and medium-sized entrepreneurial sector, as well as the country and society. The key role of the government in solving the existing problems and realizing the opportunities lies with the reasonable, purposeful and complex policy of the government.

The aim of the research is to develop an economic policy that promotes the development of small and medium enterprises and to find ways to implement it effectively.

For the purposes of this paper, Theoretical and conceptual aspects of economic policies promoting small and medium enterprises are analyzed. EU supportive policies and measures for small and medium-sized enterprises are evaluated. In terms of SME support policies, examples of Germany, a highly developed country in the European Union, and Estonia, a successful former Soviet Union and now a member of the European Union, are discussed. The statistics of the last ten years of operation of small and medium enterprises in Georgia are given and the dynamics of development are revealed. In Georgia, a survey of small and medium entrepreneurs was conducted in which 102 entrepreneurs participated.

The research revealed the main challenges, needs, opportunities and development directions that are typical for small and medium enterprises in Georgia. Factors hindering

the development of small and medium enterprises have been identified and the economic policy implemented by the Government of Georgia has been assessed.

At the end of the paper, based on the analysis of research results and conclusions, recommendations are presented to address the challenges faced by small and medium enterprises in Georgia and to develop the identified opportunities.

დიაგრამები

დიაგრამა 1.2.1. ევროპის ქვეყნებში ICT სექტორის წილი GDP-ში (%).....	35
დიაგრამა 1.2.2. აშშ-ს ციფრული ეკონომიკის წილი GDP-ში (%).....	36
დიაგრამა 2.1.1. საწარმოს ინოვაცია ზომის მიხედვით.....	64
დიაგრამა 2.1.2. მცირე და საშუალო საწარმოთა ინოვაციები ქვეყნების მიხედვით.....	65
დიაგრამა 3.1.1. მცირე და საშუალო საწარმოთა ბრუნვა საქართველოში.....	96
დიაგრამა 3.1.2. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის გამოშვება საქართველოში.....	97
დიაგრამა 3.1.3. მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება საქართველოში.....	98
დიაგრამა 3.1.4. მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა საქართველოში.....	99
დიაგრამა 3.1.5. მცირე და საშუალო საწარმოთა მწარმოებლურობა საქართველოში.....	100
დიაგრამა 3.1.6. საწარმოთა წილი, რომელთაც განახორციელეს ინოვაციები პროდუქციაში (საქონელი/მომსახურება).....	106
დიაგრამა 3.2.1. კვლევაში მონაწილე მცირე და საშუალო საწარმოები ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით.....	110
დიაგრამა 3.2.2. გამოკითხული მცირე და საშუალო საწარმოები, საქმიანობის სფეროების მიხედვით.....	111
დიაგრამა 3.2.3. მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოწვევები პანდემიამდე პერიოდში.....	112
დიაგრამა 3.2.4. მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოწვევები პანდემიის პერიოდში.....	113
დიაგრამა 3.2.5. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციისა და/ან მომსახურების გაყიდვების მოცულობის ცვლილება პანდემიის პირობებში.....	114

დიაგრამა 3.2.6. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის/მომსახურების გაყიდვების მოცულობის ცვლილება ციფრული არხებში, პანდემიის დაწყების შემდეგ.....115

დიაგრამა 3.2.7. როგორ შეიცვალა თქვენი საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობები პანდემიის პირობებში?.....116

დიაგრამა 3.2.8. მთლიან ტექნოლოგიებში ინოვაციური ტექნოლოგიების წილის მიხედვით, თქვენი საწარმო.....117

დიაგრამა 3.2.9. მიგაჩნიათ თუ არა საჭიროდ, თქვენი, როგორც მეწარმის კომპეტენციის ამაღლება, საქმიანობისას, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენებისთვის?.....118

დიაგრამა 3.3.1. თქვენი საწარმოს ძირითადი დაფინანსების წყარო არის.....131

დიაგრამა 3.3.2. მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო კონკურსებში?.....132

დიაგრამა 3.3.3. რამდენად პასუხობს მცირე და საშუალო მეწარმეების საჭიროებებს სახელმწიფოს მიერ ინიცირებული ხელშემწყობი პროგრამები?.....133

დიაგრამა 3.3.4. რომელი გადასახადის შემცირება მოახდენდა თქვენს საქმიანობაზე დადებით გავლენას?.....136

დიაგრამა 3.3.5. ზოგადად, როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს ხელშემწყობ პოლიტიკას მცირე და საშუალო მეწარმეებისადმი?.....137

სქემები

სქემა 1.2.1. ელექტრონული დამატებული ღირებულება ციფრულ ეკონომიკაში.....	33
სქემა 1.2.2. იდეა-ინოვაცია-წარმატების ჯაჭვი ციფრულ მეწარმეობაში.....	40
სქემა 1.3.1. ეკონომიკური პოლიტიკის მიზნების იერარქია.....	48
სქემა 1.3.2. კვლევის კონცეპტუალურ-თეორიული სქემა.....	58
სქემა 2.1.1. ევროკავშირის პოლიტიკის სფეროები, რომლებიც გავლენას ახდენენ მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე.....	69

ცხრილები

ცხრილი 2.1.1. მცირე და საშუალო საწარმოთა კლასიფიკაცია ევროკავშირში.....	60
ცხრილი 2.1.2. მცირე ბიზნესის აქტის (SBA) პრინციპები.....	67
ცხრილი 2.2.1. საწარმოების რაოდენობა, დასაქმებულები და დამატებული ღირებულება 2020 წელს გერმანიაში.....	76
ცხრილი 2.3.1. საწარმოების რაოდენობა, დასაქმებულები და დამატებული ღირებულება 2020 წელს ესტონეთში.....	85

აბრევიატურების ჩამონათვალი

5G - ფართოზოლოვანი ქსელის მეხუთე თაობა

AI - ხელოვნური ინტელექტი

COSME - მცირე და საშუალო საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის პროგრამა

CRM - მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი

DAI - ციფრული ათვისების ინდექსი

DARP - გერმანიის აღდგენისა და მდგრადობის გეგმა

DCFTA - ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცე

EaP - აღმოსავლეთ პარტნიორობა

EBRD - ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი

EC - ევროკომისია

EER - ევროპის სამეწარმეო რეგიონები

EIB - ევროპის საინვესტიციო ბანკი

EFSI - ევროპის სტრატეგიული ინვესტირების ფონდი

EIF - ევროპის საინვესტიციო ფონდი

ENPARD - ევროპის სამეზობლო პროგრამა სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარებისათვის

ESIF - ევროპის სტრუქტურული და საინვესტიციო ფონდები

ESPON - ევროპის სივრცითი დაგეგმარების სადამკვირვებლო ქსელი

EU - ევროპის კავშირი (ევროკავშირი)

GDP - მთლიანი სამამულო პროდუქტი (მთლიანი შიდა პროდუქტი)

GIZ - გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის ორგანიზაცია

ICT - საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები

IMF - საერთაშორისო სავალუტო ფონდი

IoT - ნივთების ინტერნეტი

IPTV - ინტერნეტპროტოკოლ ტელევიზია

KIK - ესტონეთის გარემოსდაცვითი საინვესტიციო ცენტრი

ML - მანქანური სწავლება

OECD - ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია

R&D - კვლევა და განვითარება

RTK - ესტონეთის სახელმწიფო მხარდაჭერის სერვისცენტრი

SAFE - საწარმოებისთვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის კვლევა

SBA - მცირე ბიზნესის აქტი

SME - მცირე და საშუალო ზომის საწარმო

STW - ხანმოკლე სამუშაო დრო

USTR - შეერთებული შტატების სავაჭრო წარმომადგენელი

VR - ვირტუალური რეალობა

WB - მსოფლიო ბანკი

WTO - მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია

შესავალი

თემის აქტუალურობა. მაღალგანვითარებული სამეწარმეო საქმიანობა ნებისმიერი სახელმწიფოს ეკონომიკური სიძლიერისა და მოსახლეობის კეთილდღეობის საწინდარს წარმოადგენს. ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებასა და შეუქცევადი ეკონომიკური ზრდის მაღალი ტემპების მიღწევაში, მეწარმეობას ცენტრალური როლი გააჩნია. მეწარმეობის, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო მეწარმეობის მიზანმიმართული განვითარება, უაღრესად მნიშვნელოვანია ქვეყნის ეკონომიკის სტაბილური ზრდისათვის. მცირე და საშუალო მეწარმეობა, თავისი კონცეპტუალური არსიდან და ფაქტობრივი რეალიზაციიდან გამომდინარე, საქართველოში, ისე როგორც მთელ მსოფლიოში, მეტად მნიშვნელოვან სექტორს წარმოადგენს. მაღალია მისი დატვირთვა სოციალურ-ეკონომიკური თვალსაზრისით. არსებითია, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება შეესაბამებოდეს თანამედროვე, პროგრესულ ტენდენციებს, რაც ძირითადად დაკავშირებულია ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროს უახლეს მიღწევებთან და მათ ინტეგრაციასთან ყოველდღიურ საქმიანობაში.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის თვალსაჩინო როლსა და ფუნქციას ეკონომიკისა და საზოგადოებისათვის, ხაზს უსვამს მსოფლიოს ქვეყნების და მათ შორის საქართველოს სტატისტიკა, რომლის მიხედვითაც საწარმოთა უმრავლესობა მცირე და საშუალო ზომისაა. ამასთანავე, მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი წარმოადგენს დასაქმების კუთხით მნიშვნელოვან კონტრიბუტორს. დიდია მისი წილი ქვეყნების სამეწარმეო სექტორის ბრუნვის, პროდუქციის გამოშვებისა და დამატებული ღირებულების მოცულობებში. ასე, მაგალითად, აშშ-ში, ახალი სამუშაო ადგილების 2/3 მცირე და საშუალო საწარმოებში იქმნება (USTR, 2021). მცირე და საშუალო საწარმოები შეადგენენ ევროკავშირის „არაფინანსური ბიზნეს ეკონომიკის“ ყველა საწარმოს 99.8%-ს და დასაქმებულ მთლიანად მომუშავეთა 65.2%-ს (European Commission, 2021a). საქართველოში, საწარმოთა 99.7% სწორედ მცირე და საშუალო ზომისაა, სადაც დასაქმებულია მთლიანად დასაქმებულთა 63% და იქმნება მთლიანი სამეწარმეო სექტორის მიერ გამომუშავებული დამატებული ღირებულების 61% (საქსტატი, 2021ა).

დღესდღეობით, საქართველოს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის წინაშე მწვავედ დგას რიგი პრობლემები. ამასთანავე, COVID-19-ის პანდემიამ მცირე და საშუალო საწარმოები ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. აქვე, აღსანიშნავია, რომ მოცემული სიტუაცია აჩენს განვითარების არნახულ შესაძლებლობებს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების მიმართულებით, რაზე აქცენტირებაც უცილობლად სასარგებლო იქნება როგორც მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის, ისე ქვეყნის და საზოგადოების თანამედროვე განვითარების კონტექსტით. არსებული პრობლემების გადაჭრასა და შესაძლებლობების რეალიზაციაში საკვანძო როლი მთავრობის გონივრულ, მიზანმიმართულ და კომპლექსურ პოლიტიკას ეკისრება. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის ინსტრუმენტები შერჩეულ უნდა იქნას თანამედროვე კონიუნქტურის სიღრმისეულად გააზრების საფუძველზე და ქვეყნის განვითარების დონისა და თავისებურებების გათვალისწინებით. ეს, ერთი მხრივ, ფეხზე დააყენებს და სიძლიერეს შესძენს მცირე და საშუალო საწარმოებს, ხოლო მეორე მხრივ, და პირველიდან გამომდინარე, უზრუნველყოფს შეუქცევად დასაქმებას, შემოსავლების გენერირებას და საბოლოო ანგარიშით, კეთილდღეობას მოსახლეობისათვის.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. წინამდებარე სადისერტაციო კვლევის მიზანია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება და მისი ეფექტიანი განხორციელების გზების ძიება.

დასახული მიზნის მისაღწევად, განსაზღვრულია შემდეგი ამოცანების შესრულება:

- მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიის განსაზღვრა თანამედროვე გამოწვევების ფონზე;
- მეწარმეობის სტრატეგიისა და მეწარმეობის კულტურის თავსებადობის განმსაზღვრელი ფაქტორების იდენტიფიცირება;
- გერმანიასა და ესტონეთში მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის შედეგების შეფასება და მათი გამოცდილების გათვალისწინება საქართველოში მეწარმეობის განვითარებისათვის მოკლევადიან და გრძელვადიან პერსპექტივაში;

- მცირე და საშუალო საწარმოების სამეწარმეო პოლიტიკისა და სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის შესაბამისობის პრობლემის ანალიზი;
- საქართველოს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარების შესაძლებლობების გამოვლენა;
- საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის მასტიმულირებელი ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირება და მისი ეფექტიანი განხორციელების გზების განსაზღვრა.

კვლევის საგანი და ობიექტი. კვლევის საგანს წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა. ხოლო კვლევის ობიექტია მცირე და საშუალო მეწარმეობის სფერო.

კვლევის მეთოდოლოგია. კვლევა ეყრდნობა ქართველი და უცხოელი მეცნიერების, ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო პუბლიკაციებში გამოქვეყნებულ ნაშრომებს, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის, მსოფლიო ბანკის, ევროკომისიის, ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) და სხვა ავტორიტეტული ორგანიზაციების ანგარიშებსა და სტატისტიკურ მონაცემებს. გამოყენებული უცხოენოვანი ლიტერატურის დიდი ნაწილი, ავტორის მიერ მოპოვებულია ზაარლანდის უნივერსიტეტის (გერმანია) ბიბლიოთეკაში, 2019 წელს, სამეცნიერო-კვლევითი ვიზიტით ყოფნის პერიოდში. კვლევის პროცესში გამოყენებულია ანალიზისა და სინთეზის, რაოდენობრივი და თვისებრივი, ინტერვიუ/გამოკითხვის, დედუქციის, განზოგადების და მონაცემთა ანალიზის მეთოდები.

მცირე და საშუალო მეწარმეობის გამოწვევებისა და საჭიროებების გამოსავლენად, ჩატარდა მცირე და საშუალო მეწარმეთა კვლევა გამოკითხვის გზით, რომელშიც მონაწილეობდა 102 მეწარმე. კვლევაში ჩართული იყვნენ მეწარმეები დედაქალაქიდან და საქართველოს 9 რეგიონიდან. მათი უმეტესობა 63.7% საქმიანობას ახორციელებს ქ. თბილისში. საქმიანობის სფეროს მიხედვით, გამოკითხული მეწარმეების 40.2% დასაქმებულია წარმოებაში, 21.6% მომსახურებაში, 15.7% ვაჭრობასა და 8.8% ICT-ში. რესპონდენტთა დარჩენილი 13.7% მოღვაწეობს ისეთ სფეროებში, როგორცაა ტურიზმი, სოფლის მეურნეობა, განათლება და სხვა. კვლევაში მონაწილე საწარმოების 19% დაფუძნებულია COVID-19-ის პანდემიის

დაწყების შემდეგ. გამოკითხვა ჩატარდა კითხვარის გაგზავნის ფორმით, „Google Forms“-ის გამოყენებით, ციფრული არხების მეშვეობით. კვლევის შედეგები დამუშავდა „IBM SPSS Statistics“-ის პროგრამული პაკეტის საშუალებით. ძირითადი შეკითხვები ეხებოდა იმ გამოწვევებს, რომელთა წინაშე იდგა და დგას მცირე და საშუალო მეწარმეობა როგორც COVID-19-ის პანდემიამდე, ისე პანდემიის დროს, ასევე, თუ როგორ შეიცვალა მათი გაყიდვების მოცულობა და ინოვაციური შესაძლებლობები. ამასთანავე, მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკის შესაბამისობის დასადგენად, მეწარმეებმა შეაფასეს ეკონომიკური პოლიტიკა და დაასახელეს სასურველი ღონისძიებები, რომლებიც გააუმჯობესებდა მცირე და საშუალო საწარმოთა საქმიანობას.

კვლევის მეცნიერული სიახლე. წინამდებარე ნაშრომი მოიცავს კვლევის შემდეგ მეცნიერულ სიახლეებს:

- საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის სფეროს კვლევის საფუძველზე გამოვლენილია ის ნაკლოვანებები, რომლებიც აფერხებენ მეწარმეობის განვითარებას, კერძოდ: ფინანსურ რესურსებსა და საწარმოო მასალებზე ნაკლები ხელმისაწვდომობა, საგადასახადო ტვირთი, ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე შესვლის ბიუროკრატიული ბარიერები, პროფესიონალი კადრების დეფიციტი, არაჯანსაღი კონკურენცია ბაზარზე და COVID-19-ის პანდემიის პირობებში - შეზღუდვების დაწესება;
- შესწავლილია, ზოგადად ევროკავშირში, ხოლო კერძოდ, გერმანიასა და ესტონეთში, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის შედეგები და გაკეთებულია დასკვნა, თუ რისი გათვალისწინებაა შესაძლებელი მათი გამოცდილებიდან საქართველოში წარმატებული მეწარმეობისათვის მოკლევადიან და გრძელვადიან პერსპექტივაში;
- გაანალიზებულია საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოების სამეწარმეო პოლიტიკისა და სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის თავსებადობის განმსაზღვრელი ფაქტორები;
- გამოვლენილია შესაძლებლობები, რომელთა რეალიზაცია ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარებას საქართველოში. კერძოდ: ინოვაციები, გაციფრულება, R&D კომპონენტის გაძლიერება;

- შეფასებულია საქართველოს მთავრობის მიერ, მეწარმეობის განვითარებისათვის გატარებული რეფორმები და შემოთავაზებულია რეკომენდაციები, რომლებიც ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო საწარმოების წინაშე მდგარი გამოწვევების დაძლევას.

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. ნაშრომი წარმოადგენს, საქართველოში მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის საფუძვლიან გამოკვლევას მათ წინაშე მდგარი გამოწვევების, საჭიროებების და განვითარების შესაძლებლობების თვალსაზრისით. ნაშრომის გამოყენება შესაძლებელია სასწავლო მიზნებისთვის, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში, შემდეგ სალექციო კურსებში: მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკა, ინოვაციური სამეწარმეო პოლიტიკა.

კვლევის შედეგები, დასკვნები და წარმოდგენილი რეკომენდაციები, შეიძლება გამოყენებულ იქნას ეკონომიკური პოლიტიკის გამტარებლების მიერ, ქვეყნის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის წინაშე მდგარი გამოწვევების გადასაჭრელად, და ასევე, სამომავლო განვითარების ორიენტირების სწორად განსაზღვრისათვის. იგი, ასევე, სასარგებლო იქნება აღნიშნული საკითხებით დაინტერესებული მკითხველთა ფართო წრისათვის.

კვლევის შედეგების აპრობაცია და პუბლიკაცია. კვლევის შედეგები წარდგენილ იქნა საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში და გამოქვეყნდა რამდენიმე რეფერირებად და რეცენზირებად საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალში, როგორც საქართველოში, ისე საზღვარგარეთ. სახელდობრ:

1. Maglakeridze, A. & Erkomaishvili, G. (2021). Challenges of small and medium enterprises during the COVID-19 pandemic: Case of Georgia. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 20-28. doi:10.21511/ppm.19(4).2021.02
2. Bedianashvili, G. & Maglakeridze, A. (2021). The Digital Economy and Business in the Conditions of Pandemic. *The materials of the International Scientific Conference "Social Sciences for Regional Development 2020". PART III. ISSUES OF ECONOMICS*, 26-37, Daugavpils University, Latvia.

3. მაღლაკელიძე, ა. (2020). ციფრული მეწარმეობის გამოწვევები და პერსპექტივები საქართველოში. *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*, XII(3), 154-168.
4. მაღლაკელიძე, ა. (2020). ტექნოლოგიური ინოვაციები და მეწარმეობის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*, 10, 264-269. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.036>
5. მაღლაკელიძე, ა. (2019). მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება და საშუალო ფენის ფორმირება საქართველოში. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*, 7, 123-129. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2019.07.015>
6. მაღლაკელიძე, ა. (2019). საშუალო ფენის ფორმირების გამოწვევები საქართველოში მეწარმეობის განვითარების კონტექსტით. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*, 8, 116-120. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2019.08.014>
7. მაღლაკელიძე, ა. (2019). ეროვნული ინოვაციური სისტემის ფორმირებისათვის საქართველოში. *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*, XI(1), 171-179.

ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა. ნაშრომი შედგება კომპიუტერზე ნაბეჭდი 172 გვერდისაგან. იგი მოიცავს შემდეგ ნაწილებს: შესავალი, სამი თავი, ცხრა ქვეთავი, 24 დიაგრამა, 5 სქემა, 4 ცხრილი, დასკვნები და რეკომენდაციები, გამოყენებული ლიტერატურა და დანართები.

ნაშრომის **პირველი თავი** ეძღვნება მეწარმეობისა და მცირე და საშუალო მეწარმეობის კვლევის თეორიული და ასევე, მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის კონცეპტუალური საკითხების ანალიზს. კვლევის პროცესში წარმოდგენილია სხვადასხვა მეცნიერ-ეკონომისტთა შეხედულებები, წარმოჩენილია მცირე და საშუალო მეწარმეობის მნიშვნელოვნება, დადებითი მხარეები და ნაკლოვანებები. ხაზგასმულია ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების განსაკუთრებული როლი, მცირე და საშუალო მეწარმეობის თანამედროვე განვითარების სტრატეგიისა და პროცესისათვის. იდენტიფიცირებულია მეწარმეობის სტრატეგიასა და მეწარმეობის კულტურას შორის თავსებადობის განმსაზღვრელი ფაქტორები. გაანალიზებულია მცირე და საშუალო საწარმოების სამეწარმეო პოლიტიკისა და სახელმწიფოს ეკონომიკური

პოლიტიკის შესაბამისობის პრობლემა. შედგენილია კვლევის კონცეპტუალურ-თეორიული სქემა, რომელიც აღწერს, ეკონომიკური პოლიტიკის ღონისძიებების კომპლექსური განხორციელების მეშვეობით, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების და შედეგად, საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიზნის მიღწევის შესაძლებლობას.

ნაშრომის მეორე თავში გაანალიზებულია ევროკავშირის ხელშეწყობი პოლიტიკა და ღონისძიებები მცირე და საშუალო მეწარმეობისადმი. დახასიათებულია ევროკავშირში არსებული მდგომარეობა მცირე და საშუალო მეწარმეობის, ინოვაციური საქმიანობის განვითარების კუთხით, მცირე ბიზნესის აქტის პრინციპები, ევროკავშირის პოლიტიკის მიმართულებები და შესაბამისი მხარდამჭერი ღონისძიებები. განხილულია, მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის კუთხით, ევროკავშირის მაღალგანვითარებული ქვეყნის გერმანიისა და წარმატებული, ყოფილი საბჭოთა და ამჟამად ევროკავშირის წევრი ქვეყნის - ესტონეთის მაგალითები. ცალ-ცალკე გაანალიზებული და შეფასებულია ორივე ქვეყანაში მცირე და საშუალო მეწარმეობის უკანასკნელი წლების სტატისტიკა და ეკონომიკური პოლიტიკის ღონისძიებები. გამოვლენილია კონკრეტული მახასიათებლები, თავისებურებები, ინიციატივები და პროგრამები, რომელთა ქართული რეალობისთვის მისადაგება და განხორციელება წინ წაწევს ქვეყნის მცირე და საშუალო მეწარმეობას.

ნაშრომის მესამე თავში განხილულია, მცირე და საშუალო მეწარმეობის, საქართველოში არსებული მდგომარეობა. გაანალიზებულია ბოლო ათი წლის სტატისტიკა და გამოვლენილია განვითარების დინამიკა. ამასთანავე, მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოკითხვის შედეგად, გამოვლენილია ძირითადი გამოწვევები, საჭიროებები, განვითარების მიმართულებები და შესაძლებლობები. დადგენილია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განხორციელების ხელშემშლელი ფაქტორები და შეფასებულია საქართველოს მთავრობის მიერ გატარებული ეკონომიკური პოლიტიკა.

ნაშრომის ბოლოს, კვლევის შედეგების და დასკვნების გაანალიზების საფუძველზე, წარმოდგენილია რეკომენდაციები, საქართველოში მცირე და საშუალო

მეწარმეობის წინაშე მდგარი გამოწვევების აღმოსაფხვრელად და გამოვლენილი შესაძლებლობების განსავითარებლად.

ნაშრომს თან ერთვის, კვლევის პროცესში გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართები.

თავი 1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა თანამედროვე გამოწვევების წინაშე

1.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის თეორიული წანამდგვრები

მეწარმეობა წარმოადგენს საქმიანობის ისეთ სახეს, რომელშიც იგულისხმება ახალი პროდუქტისა და მომსახურების შექმნა ან უკვე არსებულის გაუმჯობესება, რაც მეწარმისთვის უზრუნველყოფს შემოსავალს, ხოლო მომხმარებლისთვის სასურველი შენაძენის მიღებას. აღნიშნულიდან გამოწვეული ორივე მხარის კმაყოფილება არის მაღალი სტიმულის მიმცემი შემდგომი სამეწარმეო აქტიურობისთვის და აგრეთვე, შემოქმედებითი აზროვნების მეტად განვითარების, კვლავწარმოების და მეწარმე-მომხმარებლის ურთიერთობის სიმყარის საწინდარი. აქედან გამომდინარე, მეწარმეობა, ამასთანავე, არის თვითკმაყოფილების მიღწევისა და შეუქცევადი მოტივაციის აღძვრის ხელოვნება, რაც, თავის მხრივ, წარმატებულს ხდის მეწარმის საქმიანობას. მეწარმე, როგორც სამეწარმეო საქმიანობის კონცეფციის შემქმნელი და მთავარი აქტორი, უნდა ფლობდეს ისეთ პიროვნულ თვისებებს, რომელიც დაეხმარება მას სასურველი და თვალსაჩინო შედეგების მიღწევაში. იგი უნდა იყოს ინოვაციური, გაბედული, შემოქმედებითი, მიზანდასახული, შეეძლოს გონივრული რისკის აღება, არ უშინდებოდეს დაბრკოლებებს და წარუმატებლობას.

სიტყვა „მეწარმე“ ფრანგული წარმოშობისაა. იგი წარმოსდგება ზმნისაგან „entreprendre“ და „რაიმეს კეთებას“, „რაიმეს აღებას“ ნიშნავს (Fritsch, 2019: 6). სხვა განმარტებით კი, „შუამავალს“, „შუაკაცს“ აღნიშნავს. თანამედროვე გაგებით, ესაა ადამიანი, რომელიც მისდევს კომერციას. იგი, პირველმა, ეკონომისტმა **რიჩარდ კანტილიონმა** (1680-1734) გამოიყენა, რომელიც მეწარმის საქმიანობას აფასებდა როგორც - ყიდვა-გაყიდვის განხორციელებას განსხვავებული ფასებით. კანტილიონის მიერ დახასიათებული მეწარმე ისწრაფვის მოგების მიღებისაკენ და ამასთანავე, მზად არის აიღოს შემოსავლის მიღების განუსაზღვრელობის რისკი (ჰასიდი და სხვ., 2009). კანტილიონი, ნაშრომში „გამოცდილება ზოგადად ვაჭრობის ბუნების შესახებ“, მეწარმეს აიგივებს ვაჭართან, ხოლო მეწარმეობას - ვაჭრობასთან (ერქომაიშვილი, 2004). იგი მეწარმეებს სოციალურ კლასად მოიხსენიებს, რომლებიც ყიდიან თავიანთ ნაწარმს, ხოლო მიღებულ შემოსავალს იყენებენ მუშათა

ხელფასების გაცემისა და საკუთარი საჭიროებების დაკმაყოფილებისთვის (სილაგაძე, 2001).

მეწარმეობის შესახებ აზრის განვითარებისთვის, მნიშვნელოვანია ეკონომისტ **ჯან-ბატისტ სეის** (1767-1832) მოსაზრებები, რომელიც ჩამოყალიბებულია ნაშრომში „პოლიტიკური ეკონომიის ტრაქტატი“. იგი, ეკონომიკაში მეწარმის არსებით როლს საწარმოო ფაქტორთა კომბინაციაში ხედავდა. ამასთანავე, წარმატების მისაღწევად, მეწარმეს უნდა გააჩნდეს შემდეგი პიროვნული თვისებები: გამოცდილება, სამართლიანობა და სიმტკიცე (ჰასიდი და სხვ., 2009). სეის მოსაზრებით, მეწარმეობა მოიცავს ცოდნის, კომპეტენტურობისა და რისკის ერთიანობას (Fritsch, 2019). ამასთანავე, სეი ერთმანეთისაგან განასხვავებს მეწარმესა და ინვესტორს. მეწარმე ახდენს წარმოებისათვის საჭირო რესურსების (მაგალითად, აღჭურვილობა და სამუშაო ძალა) მობილიზებას, ხოლო ინვესტორი უზრუნველყოფს ფინანსურ საშუალებებს (Piegeler, 2015).

მეწარმეობის ანალიზის პროცესში, მნიშვნელოვანია რისკისა და გაურკვევლობის ცნებების განხილვა. **ჯონ სტიუარტ მილი** (1806-1873), ანალიზს აკეთებს რისკის აღების თვალსაზრისით. იგი, ამ კუთხით, არსებით განსხვავებას ხედავს მეწარმესა და მენეჯერს შორის. მეწარმესა და ინვესტორს შორის კი, მათთან დაკავშირებული რისკების მხრივ, აშკარა სხვაობა არ არსებობს. **ფრენკ ნაიტი** (1885-1972) განასხვავებს რისკსა და გაურკვევლობას. მისი მოსაზრებით, რისკის შემთხვევაში, აპრიორი ცნობილია ალბათობის განაწილება, ხოლო გაურკვევლობის დროს ალბათობის ზომა უცნობია (Piegeler, 2015). ნაიტის აზრით, სამეწარმეო განუსაზღვრელობა ბუნებრივი რესურსების შესახებ ზუსტი ცოდნის არარსებობის შედეგია. ამასთანავე, განუსაზღვრელობის გამომწვევია ტექნოლოგიასა და ფასებში ცვლილებები. საწარმოო ფაქტორთა ფასების გაცხადება, ხელს ვერ უშლის მოგების განუსაზღვრელობას. იგი მეწარმის შემდეგ თვისებებზე ამახვილებს ყურადღებას: თავდაჯერებულობა, სამართლიანობა, რისკიანობა, წინდახედულება. ამასთანავე, მეწარმისთვის აუცილებელია იღბალი. გარდა ამისა, ნაიტი ამტკიცებდა, რომ ადამიანები მეწარმედ გახდომას ირჩევენ სარგებლიანობის მაქსიმიზაციის პარადიგმის საფუძველზე, ვინაიდან მეწარმეობა მაღალ შემოსავალთან ასოცირდება (ჰასიდი და სხვ., 2009).

მეწარმეობის შესახებ თანამედროვე დისკუსია ავსტრიელი ეკონომისტის **იოზეფ ალოს შუმპეტერის** (1883–1950) სამეცნიერო ველზე შემოსვლიდან იღებს სათავეს. შუმპეტერმა გამოიკვლია ეკონომიკური განვითარების ძირითადი მამოძრავებელი ძალები. მას სჯეროდა, რომ ეკონომიკური განვითარება ხდება ბიძგებით, ციკლებით, რაც გამოწვეულია გარკვეული ფუნდამენტური ინოვაციებით. შუმპეტერს, განვითარების მსგავსი ციკლების განმაპირობებლად მიაჩნდა ინოვაციური მეწარმეები, რომლებმაც დაწერეს და განახორციელეს რევოლუციური ინოვაციები. შუმპეტერისეული მეწარმეები იყვნენ არა თავად გამომგონებლები, არამედ გამოგონებათა მომხმარებლები. იგი მეწარმის ფუნქციას ხედავდა ახალი პროდუქტის ან არსებული პროდუქტის ახლებურად წარმოებაში, გამოგონებებისა და ახალი ტექნიკური შესაძლებლობების გამოყენებით (Fritsch, 2019).

შუმპეტერი თვლიდა, რომ განვითარებას განაპირობებს მეწარმეობის განხორციელება წარმოების ფაქტორთა ახალი კომბინაციით. ამ თვალსაზრისით, იგი გამოყოფს კომბინაციის 5 სახეობას:

1. ახლის წარმოება, რომელიც გულისხმობს, მომხმარებლისთვის შეთავაზებულ სანდო პროდუქტს ან ახალ (გაუმჯობესებულ) ხარისხს პროდუქტისთვის;
2. წარმოების ახალი მეთოდების დანერგვა, რომელიც ჯერ პრაქტიკაში არავის გამოუყენებია;
3. გასაღების ახალი ბაზრების დაკავება;
4. ნედლეულისა და ნახევარფაბრიკატების მიწოდების ახალი წყაროების ათვისება;
5. რეორგანიზაციის ჩატარება, რაც გააძლიერებს და დომინანტურს გახდის საწარმოს პოზიციებს, მაგალითად, ნდობის ამაღლების გზით (Schumpeter, 1931).

შუმპეტერისეული საწარმო ორიენტირებულია „ახლის“ განხორციელებაზე, ხოლო მეწარმე თავის თავზე იღებს ნოვატორის ფუნქციას (Piegeler, 2015). შუმპეტერი მეწარმეს განიხილავს, როგორც უნიკალურ ინდივიდს, რომელიც „ეყრდნობა ინსტიქტს და არა კალკულაციურ გამოთვლებს“ (ჰასიდი და სხვ., 2009: 14). მისი გავლენით, „ეკონომიკურ თეორიაში, სამეწარმეო უნარი წარმოების მეოთხე ფაქტორად იქნა აღიარებული“ (ერქომანიშვილი, 2004: 8). ამასთანავე, შუმპეტერი

ცნობილია თავისი ევოლუციონისტური თეორიით, რომლის მიხედვით, ცვლილებების მიზეზი თვით სისტემის შიგნით უნდა ვეძებოთ და ამ პროცესის ცენტრალური სუბიექტი სწორედ მეწარმეა. „იგი სიახლეებს ნერგავს სიმშვიდისა და წონასწორობის პერიოდებში, რასაც ამ წონასწორობის დარღვევამდე მივყავართ. ეს უკანასკნელი კი უწყვეტი განვითარების აუცილებელი პირობაა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შუმპეტერის თეორიის ერთ-ერთი ცენტრალური კატეგორიაა ინოვაციები, რომელსაც ავტორი საზოგადოებრივ-ეკონომიკური პროგრესის ძირითად დამაჩქარებელ ფაქტორად მიიჩნევს“ (მექვაბიშვილი, 2016: 140).

მეწარმეობის თეორიული განვითარების თვალსაზრისით, ყურადსაღებია ავსტრიული სკოლის გამორჩეული წარმომადგენლების **ლუდვიგ მიზესისა** (1881-1973) და **ფრიდრიხ ჰაიეკის** (1899-1992) მოსაზრებები. მიზესისთვის „მეწარმე“ არის ადამიანი, რომელიც მოქმედებს ბაზარზე მიმდინარე ცვლილებების შესაბამისად, ხოლო მეწარმეობა არის საქმიანობა, რომლის დროსაც ყველა მოქმედებას თან სდევს გაურკვევლობა. ადამიანის მოქმედების მიზესისეულ კონცეფციაში, მიღებული ყველა გადაწყვეტილების ფარგლებში, აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნას მეწარმეობის სპეკულაციური ხასიათი. მიზესის მიერ დახასიათებულ მეწარმეს აქვს უნარი დაინახოს პროდუქტის მომავალი ფასები უფრო სწორად, ვიდრე ამას სხვები აკეთებენ. ჰაიეკი ყურადღებას ამახვილებს ცოდნის როლსა და მის გაღრმავებაზე საბაზრო წონასწორობის პროცესისათვის (Kirzner, 1997; 2008).

ისრაელ კიზნერი აგრძელებს მიზესის და ჰაიეკის გზას და აქცენტს აკეთებს მეწარმეზე, როგორც აგენტზე, რომელიც მართავს ბაზრის კონკურენტულად გაწონასწორებულ ძალებს. შუმპეტერისგან განსხვავებით, იგი ყურადღებას ამახვილებს მეწარმეზე არა როგორც შემოქმედზე, არამედ, როგორც ფხიზლად მყოფ ინდივიდზე. კიზნერის წონასწორობის როლი წარმოიშვა არა არსებულ საბაზრო ურთიერთობებში ცვლილებების ავტონომიურად შემოტანის გამო, არამედ მეწარმის უნარიდან გამომდინარე, სხვაზე ადრე შეამჩნიოს ის ცვლილებები, რაც არსებული ურთიერთობების წონასწორობის პირობებთან შეუსაბამობას განაპირობებს. შეუსაბამობები, რომლებსაც მეწარმე ამჩნევს, ჩნდება მოგების შესაძლებლობების სახით. ამგვარად აღქმული შესაძლებლობების სამეწარმეო-კონკურენტული ათვისება უზიარებს ბაზარს ახალი წონასწორობის ფორმირებისაკენ (Kirzner, 2008). კიზნერის

მიერ დახასიათებულ მეწარმეს აქვს იმის შემჩნევის უნარი, რასაც სხვები შორიდან აკვირდებიან. ამას ემატება მომეტებული სიფრთხილე და ალლო, რაც განაპირობებს მის წარმატებას (ჰასიდი და სხვ., 2009).

ბრიტანელი ეკონომისტი **მარკ კასონი** მეწარმეს განმარტავს, როგორც ინდივიდს, რომელიც იღებს წინდახედულ გადაწყვეტილებას მწირი რესურსების კოორდინაციის შესახებ. კასონის მიერ ჩამოყალიბებულ პროცესში, არსებითი ადგილი უჭირავს მეწარმეთა მიერ გადაწყვეტილების მიღების საკითხს რესურსების მობილიზებისა და ალოკაციის მიმართულებით. მეწარმეთა ძალისხმევა მიმართულია მოგების მაქსიმალურად გასაზრდელად (Casson, 1982).

თანამედროვე ქართველი ეკონომისტი და მეცნიერი **გულნაზ ერქომაიშვილი** მიიჩნევს, რომ „მეწარმეს უნდა ჰქონდეს ინიციატივის, შემოქმედებითი ძიების, კომერციული გამჭრიახობის, და ბაზრის კონიუნქტურებში ორიენტაციის უნარი“. მეწარმისთვის მამოტივირებელი მაღალი მოგების მიღებაა, რასაც იგი წარმოებაში განხორციელებული ცვლილებებით აღწევს. ერქომაიშვილი აღნიშნავს, რომ დიდად წარმატებულია „ის მეწარმე, რომლის პროდუქციაც მაღალხარისხოვანია, მოდურია, წარმოებულია შედარებით დაბალი დანახარჯებით“. იგი ასევე დასძენს, რომ მეწარმის საქმიანობა უშუალოდაა დაკავშირებული საინტერესო იდეების რეალიზაციასთან (ერქომაიშვილი, 2004: 15).

სამეწარმეო საქმიანობის წარმატებით განხორციელებაში დიდ როლს თამაშობს მეწარმის ფაქტორი, რომლის უნარსა და გონიერებაზე დიდადაა დამოკიდებული საწარმოს წარმატების საკითხი. „წარმატებას მეწარმეობაში შეიძლება მიაღწიოს პიროვნებამ, რომელიც დაჯილდოვებულია ბუნებრივი ტალანტით, მაგრამ ნებისმიერ შემთხვევაში აუცილებელია ცოდნა, სიახლეების განჭვრეტა, ფანტაზია, შეუპოვრობა, მზადყოფნა მიიღოს გადაწყვეტილება და განახორციელოს იგი“ (ერქომაიშვილი, 2004: 10).

გერმანელი მეწარმე და პროფესორი **გიუნტერ ფალტინი** მეწარმეობის დაწყებისა და განხორციელების, ტრადიციულისგან (რესურსტევადისგან) განსხვავებულ, ძალზედ გონივრულ კონცეფციას გვთავაზობს. მისი მოსაზრებით, სამეწარმეო პროექტის შემუშავების პროცესი მუსიკალური ნაწარმოების შექმნას

ჰგავს, რაშიც კომპოზიტორის როლს მეწარმე ირგებს. კომპოზიტორისთვის მნიშვნელოვანია ინსტრუმენტების ზოგადი ფლობა, რომელთა საშუალებითაც აწყობს ახალ კომბინაციებს. მსგავსად კომპოზიტორებისა, ხშირად მეწარმეები არ იგონებენ რაიმე ახალს, არამედ ისინი იყენებენ უკვე არსებულ კომპონენტებს და ქმნიან სიახლეს. თავიდანვე პროფესიონალური კომპონენტებით საქმიანობის დაწყება სოლიდურ პერსპექტივებს აჩენს. ფალტინი გვთავაზობს სამეწარმეო პროექტის შემუშავებისთვის შვიდ მეთოდს:

1. აღმოაჩინე პოტენციური უკვე არსებულში;
2. ფუნქცია და არა ტრადიცია;
3. არსებულის ახლებურად კომბინირება;
4. ერთზე მეტი ფუნქციის შესრულება;
5. პრობლემების, როგორც შესაძლებლობების დანახვა;
6. საქმის მხიარულებად და გართობად გადაქცევა;
7. ოცნების რეალობად ქცევა (ფალტინი, 2015: ix).

ფალტინის მოსაზრებით, მეწარმეობა, თავისი არსით შემოქმედებითი აქტია. „ეს არის უნარი, შევქმნათ რაღაც პრაქტიკულად არაფრისგან“. მეწარმეობის წარმატებით განხორციელებისთვის კი არსებითია კრეატიული იდეა. „კარგი იდეები არ წარმოადგენს სპონტანურ შთაგონებას, არამედ ისინი სისტემური გააზრების შედეგია“ (ფალტინი, 2015: 45; 88)

ფალტინი მიიჩნევს, რომ მეწარმეს არ შეუძლია იცოდეს ყველაფერი, რაც დღეს კომპანიას სჭირდება, მაგალითად, ტექნოლოგიური განვითარება და ბაზრის რეაქციები, მატერიალური ცოდნა, პროცესის ორგანიზება, საგადასახადო ასპექტები, მენეჯმენტი, შრომის, სახელშეკრულებო და კორპორატიული სამართალი, ბუღალტერია და ამ სიის გაგრძელება კიდევ შეიძლება, როგორც ამას მეწარმის ცოდნის მიმართ ტრადიციული მოთხოვნები აღწერს. ყველაფრის შესწავლა, თუნდაც ზედაპირულად, დაუსრულებელი პროცესი გახდებოდა. აღნიშნულისგან განსხვავებით, დამწყები მეწარმის კომპეტენციის მიმართ თანამედროვე მოთხოვნები შემდეგია:

- საკუთარი ინოვაციური კონცეფციის შემუშავება და განხორციელება;

- ახალი ტენდენციებისა და ტექნოლოგიური განვითარების ადრეულ ეტაპზე შეცნობა;
- ცვალებად პირობებთან შეგუება;
- თანამშრომელთა შთაგონება საკუთარი კონცეფციით;
- ბაზრებზე დაკვირვება;
- მიმართულების შესახებ გადაწყვეტილებების მომზადება;
- ყველა ძირეული გადაწყვეტილების მიღება (Faltin, 2018a: 250).

საწარმოს კომპონენტებით დაფუძნებას დიდი უპირატესობები გააჩნია. იმის ნაცვლად, რომ კომპანია იყოს კაპიტალტევადი - ჰქონდეს ოფისი, ჰყავდეს თანამშრომლები ბუღალტერიის, ლოჯისტიკის და სხვა მიმართულებით, მეწარმე ირჩევს შესაბამისი კომპონენტების მოძიებას, სხვადასხვა სფეროში კვალიფიციური კომპანიების სახით და ამ საქმიანობების აუტოსორსინგი მას აძლევს თავიდანვე პროფესიონალურად საქმიანობის განხორციელების საშუალებას. შესაბამისად, საჭიროა ბევრად ნაკლები კაპიტალი (Faltin, 2018a). აღწერილი კონცეფციის საფუძველზე ფალტინიმ დააარსა კომპანია „Teekampagne“, რომელმაც არნახულ წარმატებას მიაღწია ჩაის რეალიზაციის მიმართულებით. მან კომპანია დააფუძნა პროფესიონალური კომპონენტებით და ორიენტაცია აღებულ იქნა მხოლოდ ერთი სახეობის, უმაღლესი ხარისხის ჩაის, პირდაპირ მწარმოებლისგან იმპორტირებასა და ბაზარზე დამკვიდრებულისგან განსხვავებით, შედარებით დიდი ზომის შეფუთვებით რეალიზებაზე (Faltin, 2012; ფალტინი, 2015).

მეწარმეობის შესახებ აზრის განვითარების ზემოაღნიშნული რეტროსპექტივიდან შეიძინევა, რომ მეწარმეობის განხორციელების ვექტორი, ბოლო პერიოდში, რესურსტევადობიდან ინაცვლებს ინოვაციებსა და კონცეფციაზე ორიენტირებულობისაკენ. შესაბამისად, თანამედროვე მეწარმეობის განვითარების ქვაკუთხედს წარმოადგენს კარგად მოფიქრებული კონცეფცია, რომელიც ეფუძნება ცოდნას, ინოვაციებსა და ტექნოლოგიურ მიღწევებს.

დღეისათვის, მსოფლიოში, საწარმოთა უმეტესობას, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები შეადგენენ. მცირე და საშუალო მეწარმეობის საწყისები, ჯერ კიდევ, ძველი წელთაღრიცხვის 2100 წლიდან გამოჩნდა. ბაბილონის მეფე ჰამურაბის მიერ გამოცემული ერთ-ერთი კანონის არსი, „სხვადასხვა ჯურის მატყუარებისგან“,

მომხმარებელთა დაცვაში მდგომარეობდა. მას შემდეგ, მცირე და საშუალო მეწარმეობამ, ჩამოყალიბებისა და განვითარების გრძელი გზა განვლო. მე-20 საუკუნის 80-90-იან წლებში, მწვავე დებატების შედეგად, ცივილიზებული სამყარო, მივიდა იმ დასკვნამდე, რომ „ეკონომიკური სისტემის განვითარება მხოლოდ იმ შემთხვევაშია შესაძლებელი, თუ მხარს დაუჭერენ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას“. გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან, განვითარებული ქვეყნებისთვის, მომსახურების სფერო გახდა წამყვანი, რაშიც განსაკუთრებული ადგილი მცირე და საშუალო საწარმოებს ეკავათ (ჰასიდი და სხვ., 2011: 15).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის არსში იგულისხმება მეწარმეობის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა. მისი განმსაზღვრელია: ორგანიზაციული, სამართლებრივი, სოციალური და ასევე, სოციოლოგიური კრიტერიუმები (გველესიანი, 2020). მეწარმეობის თავისუფლება, მისი სტრატეგიული ფუნქციების პრაქტიკაში განხორციელების შეუზღუდაობით განისაზღვრება. გამოიყოფა მცირე და საშუალო მეწარმეობის 4 ფუნქცია:

- **საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია**, რომელიც ვლინდება მეწარმის თავისუფლებაში და მის მიერ გადაწყვეტილებების მიღების დამოუკიდებლად მიღების შესაძლებლობაში. აღნიშნული ზრდის მის ძალაუფლებას და განვითარების მასტიმულირებელია. მეტი თავისუფალი მეწარმის არსებობა და შესაბამისად ძალაუფლების დეცენტრალიზაცია მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს ხელშემწყობი პოლიტიკის განხორციელების თვალსაზრისით;
- **კონკურენციულ-პოლიტიკური ფუნქცია** დაკავშირებულია ბაზარზე ფუნქციონირებისუნარიანი კონკურენციის არსებობასთან. ამ მიმართულებით, სახელმწიფოს მხრიდან, მეტად მნიშვნელოვანია ძალაუფლების კონცენტრაციის და მონოპოლიის წინააღმდეგ ღონისძიებების ჩატარება. ვინაიდან „თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკა ხშირად დეგრადაციის ტენდენციებს (მაგალითად, მონოპოლიის შექმნა) ავლენს, ამიტომ მეწარმე სისტემის პოლიტიკურ ჩარჩოს უნდა დაეყრდნოს“;
- **სტრუქტურულ-პოლიტიკური ფუნქცია** ვლინდება სტრუქტურული პოლიტიკის გამოისობით, ცხოვრების პირობების ერთიანობის მიღწევაში, რაც სოციალური საბაზრო ეკონომიკისთვისაა დამახასიათებელი. განასხვავებენ:

სექტორულ სტრუქტურულ პოლიტიკას, რომელიც ხელს უწყობს ცალკეულ დარგებში ცვალებადი მოთხოვნების და წარმოების პირობების შესაბამისობის მიღწევას; რეგიონულ სტრუქტურულ პოლიტიკას, რომელიც პასუხისმგებელია „ეკონომიკური საქმიანობის გაწონასწორებული განაწილების ფარგლებში“ მოქმედებაზე; საწარმოთა სიდიდეებზე დამყარებული სტრუქტურული პოლიტიკა, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ცვალებად საბაზრო პირობებთან ადაპტაცია, საწარმოთა შესაბამისი ზომების სტიმულირებით. ამ თვალსაზრისით, ნიშანდობლივია საწარმოს ზომის კორექტირება (მაგალითად, შერწყმის გზით), საბაზრო ცვლილებების მოთხოვნებიდან გამომდინარე;

- **დასაქმებით-პოლიტიკური ფუნქცია** გულისხმობს მცირე და საშუალო საწარმოების მასტაბილიზებელ ზემოქმედებას, რაც სამუშაო ადგილების შექმნაში გამოიხატება. დასაქმებისთვის მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოზიტიური როლის შეფასება საჭიროებს ორი ასპექტის გათვალისწინებას: პირველი - მოქნილობა, რაც დაკავშირებულია, მცირე და საშუალო საწარმოების მომხმარებლებთან დიდი სიახლოვიდან გამომდინარე, ბაზრის ნიშების დროულად შეცნობასა და მომხმარებელთა მოთხოვნის ცვლილებებზე სწრაფად რეაგირებადობასთან და მეორე, ტექნოლოგიის ასპექტი, რომელიც გამომდინარეობს იქიდან, რომ „მოთხოვნის სტრუქტურები ინდივიდუალურად და ხარისხობრივად დიფერენცირებული საქონლისა და მომსახურების სასარგებლოდ იცვლება და ამით ხდება მასობრივ წარმოებაზე უარის თქმა. ასეთმა „მოდრაობამ“ წარმოება კვლავ მცირე მეწარმეობის პირობებს უნდა მიუახლოვოს“ (ჰასიდი და სხვ., 2011: 10-13).

ეკონომიკის შეუქცევადი განვითარებისა და სტაბილური ზრდისათვის მნიშვნელოვანია, მცირე და საშუალო საწარმოთა სიმრავლე, რომელთაც უნდა უზრუნველყონ დასაქმება და შემოსავლები მეწარმეთათვის (მაღლაკელიძე, 2019ა; Maglakelidze & Erkomaishvili, 2021). მცირე და საშუალო საწარმოთა მნიშვნელოვნებას ხაზს უსვამს რამდენიმე ასპექტი: პირველი, მცირე და საშუალო საწარმოები ეკონომიკის მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენენ, რაც ხელს უწყობს ეროვნული შემოსავლის ზრდას და სიმდიდრის შედარებით თანაბრად განაწილებას; მეორე, მათ

არსებითი ადგილი უჭირავთ ინოვაციების დანერგვის საქმეში. ენდოგენური არსით, მცირე და საშუალო საწარმოები უფრო მეტად ინოვაციურია, ვიდრე მსხვილი კომპანიები; მესამე, დიდია მცირე და საშუალო საწარმოების კონტრიბუცია სამსახურის მაძიებელი ახალგაზრდების დასაქმების საკითხში; დაბოლოს, სწორედ მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორი არის სამეწარმეო აქტიურობის წარმომშობი (ჰასიდი და სხვ., 2011).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის უპირატესობების ანალიზი სისტემურ მიდგომას საჭიროებს, სადაც გამოიყოფა რამდენიმე ყურადღებამისაქცევი მიმართულება. ამ თვალსაზრისით გამოყოფენ შემდეგ პოსტულატებს:

- ფინანსები - მცირე და საშუალო საწარმოები ხასიათდებიან ინვესტიციების უფრო მაღალი უკუგებით ვიდრე დიდი კომპანიები;
- ინოვაციები - მცირე და საშუალო საწარმოებს გააჩნიათ მეტი მოქნილობა და სიახლეების სწრაფად ათვისებადობა, რაც მარტივად ტრანსფორმირდება ახალ პროდუქტსა და მომსახურებაში;
- დამოკიდებულება - დიდი კომპანიები დამოკიდებული არიან მცირე და საშუალო საწარმოებზე, მაგალითად, აუცილებელი რესურსების, მაკომპლექტებელი მასალების, სხვადასხვა დეტალების კუთხით;
- დასაქმება - მცირე და საშუალო საწარმოები დიდ როლს თამაშობენ დასაქმების საკითხში და ამასთანავე, აღსანიშნავია ის, რომ ამგვარ საწარმოებში არსებობს მაღალი მოქნილობა დასაქმებულისთვის პოზიციის შეცვლის თვალსაზრისით (ჰასიდი და სხვ., 2011).

მცირე და საშუალო საწარმოების უპირატესობად შეიძლება ჩაითვალოს ისიც, რომ მათ გააჩნიათ მეტი სიახლოვე მომხმარებლებთან და უფრო მოქნილები არიან გადაწყვეტილების მიღებისას. აღნიშნული პოზიტიურად წაადგება მცირე და საშუალო საწარმოებს კრიზისებზე რეაგირების თვალსაზრისით (Eggers, 2020).

მცირე და საშუალო მეწარმეობას გააჩნია გარკვეული ნაკლოვანებები, კერძოდ:

- მცირე საწარმო ძალიან არის დამოკიდებული ერთ ადამიანზე, მეწარმეზე, რომელიც ეწევა საქმიანობას;
- მცირე საწარმოს არ შეუძლია გარემოზე მნიშვნელოვანი ზეგავლენის მოხდენა;

- მცირე საწარმო, როგორც ცალკეული მოთამაშე, ბაზარს სთავაზობს პროდუქციისა და მომსახურების შეზღუდულ ასორტიმენტს;
- მცირე საწარმოებს გარკვეული სირთულეები გააჩნიათ საჭირო კაპიტალის მოზიდვასთან დაკავშირებით (ჰასიდი და სხვ., 2011).

რაც უფრო მცირე ზომის არის კომპანია, მით უფრო ნაკლები რესურსია მის კონტროლქვეშ. აღნიშნული უფრო დაუცველს ხდის მას სხვადასხვა შიდა და გარე მოვლენის მიმართ, ისეთის, როგორცაა კრიტიკული თანამშრომლის სამსახურიდან წასვლა, დაფინანსების წყაროების შემცირება, ბაზარზე კონკურენციის გამო მოთხოვნის შემცირება, ბაზარზე შესვლა და ასევე, გლობალური ეკონომიკური კრიზისი (Eggers, 2020).

ამგვარად, მეწარმეობის შესახებ აზრის განვითარებამ დიდი გზა განვლო. საწყის ეტაპზე, დიდი ყურადღება ეთმობოდა რესურსებს, კომპანიის რესურსტევადობას და მისი კონფიგურირების შესაძლებლობებს. შუმპეტერმა ამოსავალ წერტილად წარმოგვიდგინა ინოვაცია და ამ საფუძველზე წარმატების მიღწევის შესაძლებლობა. ფალტინი გვთავაზობს კონცეფციაზე დაფუძნებული მეწარმეობის განვითარებას, რომლის ცენტრში დგას იდეა და რესურსების ქონას ნაკლები მნიშვნელობა ენიჭება, გამომდინარე იქიდან, რომ საჭიროებისამებრ, ყველა რესურსის (კომპონენტის) მოიძიება შესაძლებელი გარე არხებიდან.

მცირე და საშუალო საწარმოები არსებით როლს თამაშობენ მეწარმეობის განვითარებაში. მათი მნიშვნელოვნება შემდეგ ფუნქციებში ვლინდება: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომლისთვისაც ამოსავალია თავისუფალი მეწარმე, მეტი ძალაუფლება და ძალაუფლების დეცენტრალიზაცია; კონკურენციულ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომელიც უზრუნველყოფს ბაზარზე ფუნქციონირებისუნარიანი კონკურენციის არსებობას; სტრუქტურულ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომლის მისიაა ცხოვრების პირობების ერთიანობის მიღწევა; და, დასაქმებით-პოლიტიკური ფუნქცია, რომელსაც გააჩნია მასტაბილიზებული ზემოქმედება, რაც სამუშაო ადგილების შექმნაში გამოიხატება.

1.2. ტრადიციული მეწარმეობიდან ციფრულ მეწარმეობამდე

თანამედროვე გლობალური კონიუნქტურის ჩამოყალიბება, მეწარმეობას ახალი გამოწვევებისა და შესაძლებლობების წინაშე აყენებს. მეწარმეობის კვლევის პროცესში, მისი, ინოვაციებისა და ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების კონტექსტით გააზრება და ანალიზი, დღეისათვის, მეტადრე მნიშვნელოვან აუცილებლობას წარმოადგენს. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარება და გაციფრულება ცვლის ეკონომიკასა და საზოგადოებას. ჩნდება ახალი მიზნები, მისწრაფებები და სურვილები. ციფრული ტრანსფორმაცია არღვევს მეწარმეობის, სამეწარმეო საქმიანობის მოდელებისა და პროცესების აქამდე ჩამოყალიბებულ დიზაინს. ეკონომიკური პროცესები და სამეწარმეო საქმიანობა სულ უფრო ტექნოლოგიატევადი ხდება. ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით იქმნება ინოვაციური საქმიანობის მოდელები და ახალი ღირებულება. ციფრული ეკონომიკა, დღითიდღე, სულ უფრო ფართო მასშტაბებს იძენს და მიმზიდველია მეწარმეთათვის. შესაბამისად, მცირე და საშუალო მეწარმეობის სფეროს გაციფრულება, ინოვაციების და ტექნოლოგიატევადობის ზრდა, მცირე და საშუალო მეწარმეთა აზროვნების ტრანსფორმაცია თანამედროვე შესაძლებლობების გათავისების მიზნით, უფრო მეტად პროდუქტიულს, ეფექტიანს და მოქნილს გახდის სამეწარმეო საქმიანობას. ხსენებული ცვლილებებისა და გარდაქმნების კვალდაკვალ, სამეწარმეო საქმიანობის ვექტორი, სულ უფრო მეტად, ინაცვლებს ტრადიციულიდან - ინოვაციურისაკენ, ციფრულისაკენ, სადაც თანამედროვე მეწარმეები ხედავენ განვითარების, შემოქმედებითი იდეების რეალიზაციისა და წარმატების კოლოსალურ შანსებს. აქედან გამომდინარე, მცირე და საშუალო საწარმოების სტრატეგიის ფოკუსირება უნდა მოხდეს ინოვაციურობის ზრდისა და გაციფრულების ღონისძიებების რეალიზაციისაკენ.

მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორში, ციფრული ტრანსფორმაციიდან გამომდინარე ფუნდამენტური განვითარება, რომელიც დაკავშირებულია ხელოვნურ ინტელექტსა (AI) და მანქანურ სწავლებასთან (ML), ნივთების ინტერნეტთან (IoT), ჭკვიან ინდუსტრიასა (Smart Industry) და ჭკვიან სერვისებთან (Smart Services), მოითხოვს არსებული საქმიანობის მოდელების გადახედვას. ციფრული ტრანსფორმაციის შედეგად შეცვლილი სამეწარმეო საქმიანობის მოდელი მცირე და

საშუალო საწარმოებს ეხმარება ეფექტიანობის გაუმჯობესებაში (Bouwman et al., 2019).

დღესდღეობით, ციფრული ეკონომიკა და მისი ფუძემდებლური ტექნოლოგიები წარმოადგენს მთავარ განვითარებად სფეროს და შესაბამისად, დაკავშირებულია მრავალ შესაძლებლობასთან (Kollmann, 2018). ციფრული ეკონომიკა მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუციის მნიშვნელოვანი ნაწილია. იგი პირდაპირაა დაკავშირებული ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებასთან, რომელიც მოიცავს ონლაინმომსახურებას, ელექტრონულ გადახდებს, ინტერნეტვაჭრობას, ინტერნეტრეკლამას, ინტერნეტთამაშებს (ერქომანიშვილი, 2019ა). თანამედროვე ეკონომიკის ძირითად რესურსს ინფორმაცია და ცოდნა წარმოადგენს (ბედიანაშვილი, 2018). მსოფლიოში კი, მიმდინარეობს ინფორმაციული საზოგადოების ფორმირების შეუქცევადი პროცესი, რომელიც ხასიათდება ინფორმაციული ტექნოლოგიების ინტენსიური გამოყენებით და ინდუსტრიულიდან - ცოდნის საზოგადოებისაკენ გარდაქმნით (Kollmann, 2018: 183).

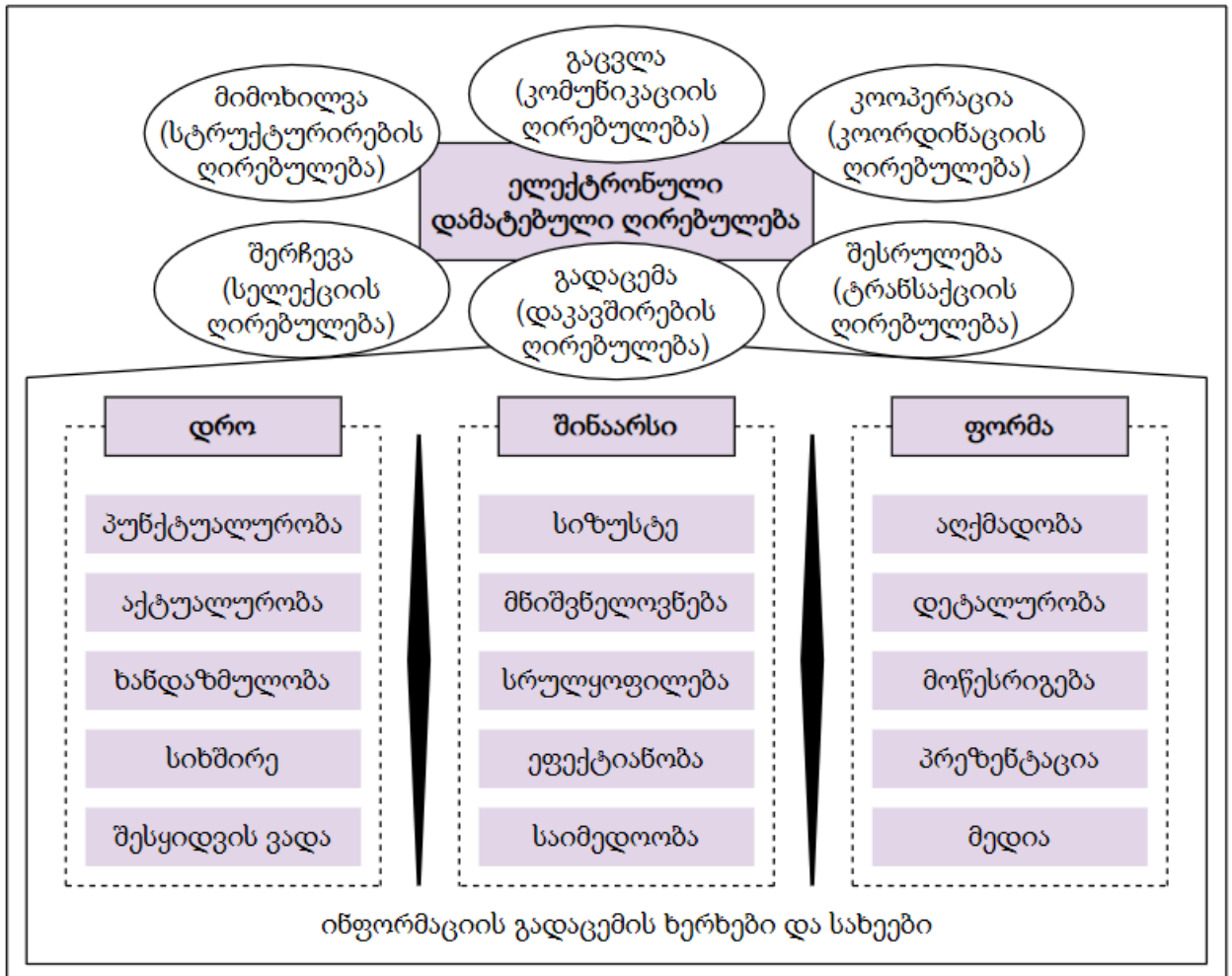
ზემოაღნიშნული კონტექსტის გათვალისწინებით, პროფესორი კოლმანი, გვთავაზობს ციფრული ეკონომიკის ფრიად საინტერესო მოდელს, რომლის მიხედვითაც, ელექტრონული დამატებული ღირებულების შექმნაში, ცენტრალური ადგილი სწორედ ინფორმაციას უჭირავს. მნიშვნელოვანია, არა მარტო კარგად მომზადებული ინფორმაცია, არამედ მისი სიზუსტე, სწრაფად და რეალურ დროში გადაცემა (Kollmann, 2019; იხ. სქემა 1.2.1).

კოლმანის მოდელში, ელექტრონულ დამატებულ ღირებულებას ქმნის ინფორმაციის შემდეგი ასპექტები:

- **მიმოხილვა:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება იძლევა იმ დიდი რაოდენობით ინფორმაციის მიმოხილვის შესაძლებლობას, რომლის მიწოდება სხვაგვარად რთული იქნებოდა. შედეგად იქმნება *სტრუქტურირების* ღირებულება;
- **შერჩევა:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება ქმნის შესაძლებლობას, მონაცემთა ბაზის ანალიზის საშუალებით, მომხმარებლისათვის სასურველი ინფორმაციები, პროდუქტები და მომსახურებები, მიზნობრივად და უფრო

ეფექტურად დააიდენტიფიცირონ. აღნიშნული ქმნის *სელექციის* ღირებულებას;

სქემა 1.2.1. ელექტრონული დამატებული ღირებულება ციფრულ ეკონომიკაში



წყარო: Kollmann 2019, გვ. 193

- **გადაცემა:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება ქმნის შესაძლებლობას, მიმწოდებლებისა და მომხმარებლების მოთხოვნები უფრო მეტად ეფექტურად იქნას დაკავშირებული. ამ დროს წარმოიქმნება *დაკავშირების* ღირებულება;
- **შესრულება:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება ქმნის შესაძლებლობას, რომ საქმიანობა უფრო და უფრო ეფექტური გახადოს (მაგალითად: საფასო ასპექტი ან გადახდის ვარიანტი). ეს ქმნის *ტრანსაქციულ* ღირებულებას;
- **კოოპერაცია:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება ქმნის შესაძლებლობას, რომ სხვადასხვა მიმწოდებელი, თავიანთი მომსახურების სპექტრით, მეტად

ეფექტურად დაუკავშირდეს ერთმანეთს. ამით იქმნება კოორდინაციის ღირებულება;

- **გაცვლა:** ამ შემთხვევაში, ონლაინ შეთავაზება ქმნის შესაძლებლობას, რომ მოხდეს სხვადასხვა მომხმარებლის ერთმანეთთან უფრო ეფექტური კომუნიკაცია. შესაბამისად, აქ იქმნება კომუნიკაციის ღირებულება (Kollmann, 2019: 192-193).

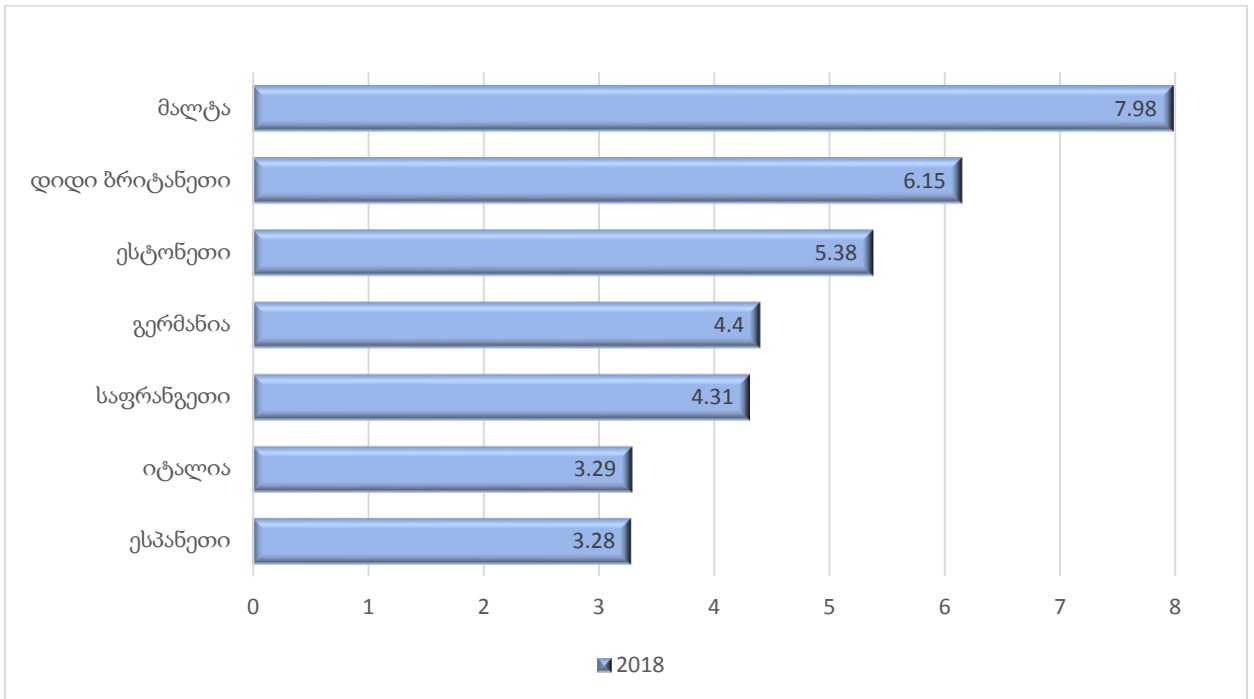
ამასთანავე, სავსებით შესაძლებელია, რომ ერთი ონლაინ შეთავაზების შედეგად შეიქმნას სხვადასხვა ტიპის, როგორც სტრუქტურირების, ისე შერჩევისა და გადაცემის დამატებული ღირებულება. ასე, მაგალითად: amazon.com სთავაზობს ზემოაღნიშნული სპექტრიდან რამდენიმე კომპონენტს ერთად: მიმოხილვა (ასორტიმენტის შეთავაზება), შერჩევა (პროდუქტის არჩევა) და შესრულება (პროდუქტის ყიდვა) (Kollmann, 2019: 193).

უკანასკნელი წლების განმავლობაში, განსაკუთრებით მსოფლიოს მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში, ციფრული ეკონომიკა განვითარების მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. აღნიშნულის საილუსტრაციოდ, წარმოდგენილია ევროპის მოწინავე ქვეყნებისა და ამერიკის შეერთებული შტატების (აშშ) სტატისტიკური ინფორმაცია, რომლის ანალიზიც მნიშვნელოვანია არსებული მდგომარეობის უკეთ დახასიათებისათვის.

ევროსტატის მიერ, 2018 წლისთვის დაფიქსირებული მონაცემებით, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT) სექტორის, მთლიან სამამულო პროდუქტში¹ (GDP) წილის მიხედვით, ევროპაში მოწინავე ადგილს მალტა იკავებს (7.98%). სოლიდურია, ეკონომიკის სიდიდით ლიდერი ქვეყნების მონაცემებიც: დიდი ბრიტანეთი 6.15%, გერმანია 4.4%, საფრანგეთი 4.31%. აღნიშვნის ღირსია ის, რომ მოწინავეთა შორისაა ესტონეთი (5.38%), რომელიც, ერთ დროს, საქართველოს მსგავსად, საბჭოთა კავშირის ნაწილი იყო და რომელმაც, ბოლო სამი ათწლეულის განმავლობაში, სოლიდურ წარმატებებს მიაღწია სხვადასხვა, მათ შორის, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარების მიმართულებით (Eurostat, 2021; იხ. დიაგრამა 1.2.1).

¹ ოგვე მთლიანი შიდა პროდუქტი (ინგ. GDP)

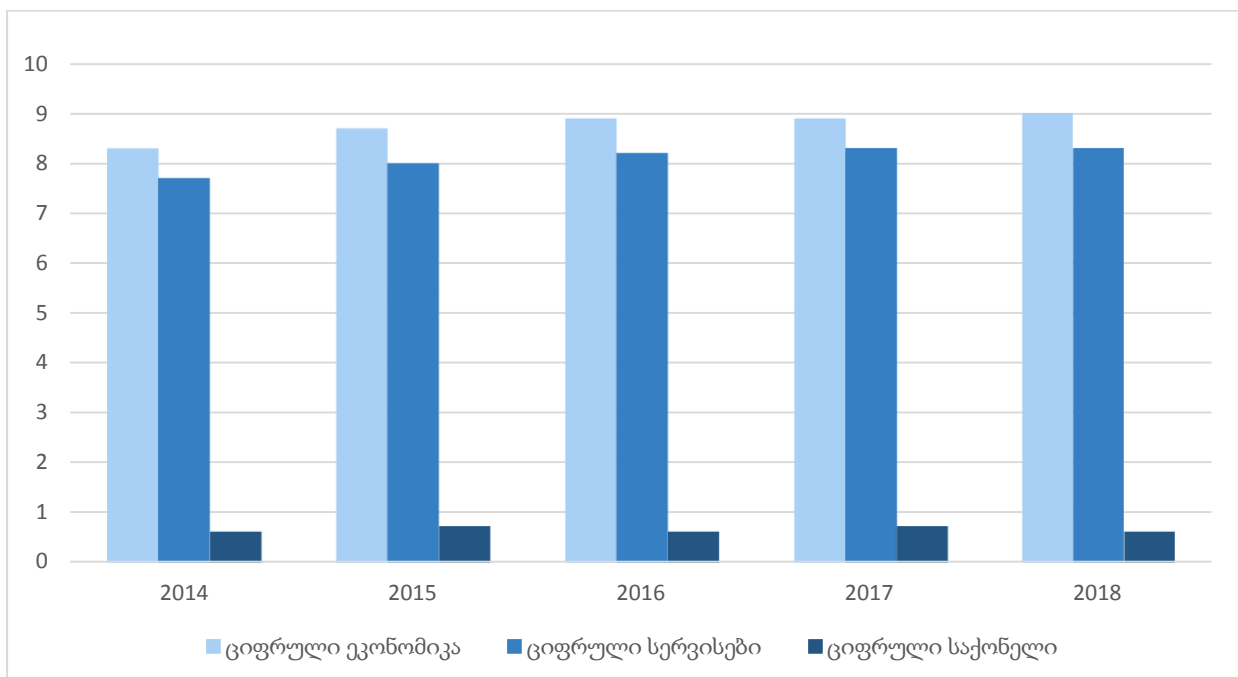
დიაგრამა 1.2.1. ევროპის ქვეყნებში ICT სექტორის წილი GDP-ში (%)



წყარო: Eurostat, 2021

ციფრული ეკონომიკის განვითარების თვალსაზრისით, აშშ-ს თვალსაჩინო და სამაგალითო ადგილი უჭირავს მსოფლიოში, სადაც გასული საუკუნის მეორე ნახევარში დაიწყო მაღალი ტექნოლოგიების განსაკუთრებული განვითარება და ის დღესაც კარნახობს მსოფლიოს ციფრულ-ტექნოლოგიურ დღის წესრიგს. იგი გამოირჩევა სილიკონის ველის მაღალი ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების გლობალური ცენტრით, სადაც მსოფლიოს საუკეთესო ტექნოლოგიური კომპანიებია თავმოყრილი. ციფრული ეკონომიკის მოცულობა და მასში დასაქმებული მოქალაქეების რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება აშშ-ში. მაგალითად, შეერთებული შტატების ეკონომიკური ანალიზის ბიუროს თანახმად, 2018 წელს, აშშ-ს ციფრული ეკონომიკის წილი GDP-ში 9%-ია და დასაქმებულია დაახლოებით 8.8 მილიონი (მთლიანი დასაქმების 5.7%) ადამიანი (U.S. Bureau of Economic Analysis, 2021; იხ. დიაგრამა 1.2.2). დიაგრამიდან შესამჩნევია ციფრული ეკონომიკის მზარდი ტრენდი და ამასთანავე, თვალსაჩინოა, რომ ციფრული სერვისების მოცულობა კოლოსალურად ჯაბნის ციფრულ საქონელს. ეს უკანასკნელი კი ციფრული ეკონომიკის სერვისზე განსაკუთრებით ორიენტირებულობაზე მიუთითებს.

დიაგრამა 1.2.2. აშშ-ს ციფრული ეკონომიკის წილი GDP-ში (%)



წყარო: U.S. Bureau of Economic Analysis, 2021

ციფრული ტექნოლოგიები არღვევს ტრადიციულ საზღვრებს და ცვლის მეწარმეობისა და ინოვაციების პროცესებსა და შედეგებს. მათ აქვთ თანდაყოლილი გენერირების უნარი, შეუძლიათ მუდმივად განვითარება და ასევე, ძალუბთ გადაატრიალონ დადგენილი ქცევები (Berger et al., 2019). უკანასკნელი წლების განმავლობაში, მკვეთრად იზრდება, პლატფორმების ეკოსისტემაში, საწარმოების რაოდენობა. ყველასათვის ცნობილია ისეთი ციფრული პლატფორმები, როგორცაა: Apple, Google, Amazon, Airbnb, Alibaba. პლატფორმების ეკოსისტემების საფუძველია პროდუქციის, მომსახურებისა და სამეწარმეო პროცესების გაციფრულება, რა დროსაც ადგილი აქვს გლობალური ლანდშაფტის ფორმირებას (Evans & Gawer, 2016). მომძლავრებულმა ციფრულმა ტექნოლოგიებმა, ციფრულმა პლატფორმებმა და ციფრულმა ინფრასტრუქტურამ გარდაქმნა ინოვაციისა და მეწარმეობის სფერო, რასაც მოყვება, როგორც ფართო ორგანიზაციული ისე, პოლიტიკური შედეგები (Nambisan et al. 2019).

ინოვაციის დინამიკურმა და ცვალებადმა საზღვრებმა სამეწარმეო პროცესები ნაკლებად შემოფარგლულად აქცია, ვიდრე ტრადიციულ ეკონომიკაში. სამეწარმეო პროცესების გაციფრულებამ, ხელი შეუწყო სამეწარმეო პროცესის სხვადასხვა ფაზას

შორის საზღვრების დაშლას და ინოვაციური ბარიერების შემცირებას (Sahut et al., 2019).

სამეწარმეო საქმიანობის მოდერნიზაციისა და წარმატებისთვის, ინოვაციის შეუცვლელ როლზე მსჯელობას, შუმპეტერმა დაუდო სათავე, რომელიც წარმოების საშუალებების ახალი კომბინაციით, სამეწარმეო პროცესში ახალი სიცოცხლის შეტანაზე, რაღაც ახლის შექმნასა და ძიებაზე აქცენტირებდა (Schumpeter, 1912; 1931). ინოვაცია, თანამედროვე ეკონომიკური ზრდის მთავარი განმაპირობებელია, ხოლო მეწარმე, რომელიც ახდენს ცოდნის კომერციალიზაციას, გამორჩეულ როლს ასრულებს ამ პროცესში (Piegeler, 2015).

პროფესორ ფრიჩის მოსაზრებით, მეწარმეობა თავისთავშივე გულისხმობს ინოვაციურობასა და განახლებას. ინოვაციასთან შესაბამისობის მიხედვით, იგი გამოყოფს მეწარმეობის შემდეგ სახეებს:

- **ინოვაციური საწარმოები**, რომელთა საქმიანობა დაკავშირებულია არსებით სიახლესთან (ინოვაციური პროდუქტი). მაგალითად, მაღალტექნოლოგიური, ტექნოლოგიებზე ორიენტირებული საწარმოები;
- **ცოდნაინტენსიური საწარმოები**, როდესაც საქმიანობისთვის საჭიროა სპეციალური ცოდნა. იწარმოება ცოდნაინტენსიური საქონელი. იგულისხმება სპეციალური კატეგორია მომსახურების სექტორში;
- **არაინოვაციური (იმიტაციური, „ტრადიციული“) საწარმოები**, რომელთა საქმიანობა არ არის დაკავშირებული არსებით ინოვაციებთან (Fritsch, 2019: 11).

ციფრულ ეკონომიკაში მეწარმეობის განხორციელებისათვის, არსებითია განუწყვეტელი სამეწარმეო ინოვაციები, თანამედროვე ტექნოლოგიური და ელექტრონული საბაზრო კონიუნქტურის პროგრესული ხედვა, კრეატიულობა და სამომავლო ტენდენციების პროგნოზირების უნარი, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს შეუქცევადი წარმატება (მაღლაკელიძე, 2020). სამეწარმეო ინოვაციას გააჩნია განვითარების სამი მთავარი ეტაპი: 1. **აღმოჩენის ეტაპი**, რომლის პერიოდში, კონცენტრირება ხდება სამეწარმეო გარემოში არსებული შესაძლებლობებისა და რისკების დაკვირვებაზე და ისეთი იდეის აღმოჩენაზე, რომლისთვისაც ღირებული იქნება სამეწარმეო საქმიანობა. ბოლო წლების განმავლობაში, ICT სფეროში

მიმდინარე სწრაფი განვითარება, უფრო მრავალფეროვან შესაძლებლობებს ქმნის კომპანიებისთვის, რათა აღმოაჩინონ ან წარმოქმნან ინოვაციური სამეწარმეო იდეები; **2. ინკუბაციის ეტაპი**, მოიცავს ყველა იმ მოქმედებას, რომელიც აყალიბებს კონკრეტული გადაწყვეტილების კონცეპტს, სამეწარმეო ინოვაციის იდეიდან. იგი მოიცავს სხვადასხვა ტექნიკური ვარიანტების დამუშავებას და საქმიანობის სხვადასხვაგვარი მოდელის გამუდმებულ ტესტირებას; **3. აქსელერაციის ეტაპი**, რომელშიც ძირითად ამოცანას წარმოადგენს, სამეწარმეო ინოვაციების გაძლიერება და ზრდის დაჩქარება. აღნიშნულ ფაზაში, სამეწარმეო ინოვაცია უნდა მომწიფდეს ისე, რომ შესაძლებელი გახდეს სავაჭრო ბრუნვის და საქმიანობის მსვლელობის სწორი პროგნოზირება. აქ, კონცენტრაცია კეთდება გაყიდვების მაქსიმიზაციაზე (Gassmann & Schweitzer, 2018: 79-80).

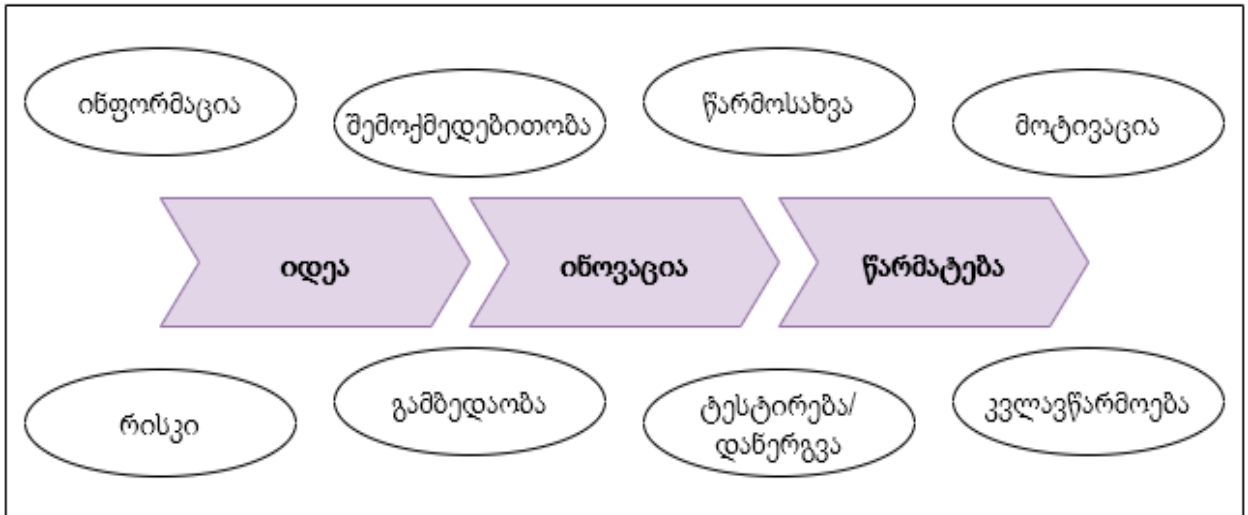
სამეწარმეო საქმიანობის განხორციელების პროცესში, ინოვაციებს და შემოქმედებით აზროვნებას მთავარი როლი ენიჭება. ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებაში მიღწეული წარმატებები და მრავალფეროვანი ციფრული პლატფორმების წარმოქმნა, გახდა სამეწარმეო ქცევის ტრანსფორმაციისთვის მასტიმულირებელი და სათავე დაუდო სამეწარმეო საქმიანობის რეალურიდან - ვირტუალურ გარემოში წარმართვას (მაღლაკელიძე, 2020ბ). დღესდღეობით, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს სამეწარმეო საქმიანობის ინოვაციური ასპექტი (ბედიანაშვილი, 2017). სწორედ განუწყვეტელი ინოვაციატევადი იდეების გენერირებამ და რეალიზაციამ განაპირობა ინფორმაციული ტექნოლოგიების, ციფრული ტექნოლოგიების, ციფრული პლატფორმების წარმოქმნა და ესოდენ შთამბეჭქდავი განვითარება. ზემოხსენებული მიღწევების საფუძველზე კი აღმოცენდა მეწარმეობის თანამედროვე ფორმა - **ციფრული მეწარმეობა**.

ციფრული მეწარმეობის კვლევა, ბოლო პერიოდის სამეცნიერო ლიტერატურაში უაღრესად აქტუალურია. რა არის *ციფრული მეწარმეობა* და რა პროცესებთანაა დაკავშირებული? ევროკომისიის განმარტებით, ციფრული მეწარმეობის მიზანია, ციფრული ტრანსფორმაციით, მოიცვას ბიზნესის ყველა სექტორი, შეიქმნას ახალი ციფრული კომპანიები, გაუმჯობესდეს ინოვაციური საქმიანობა. ამისათვის, საჭიროა, გამოყენებულ იქნას, შემდეგი ციფრული ტექნოლოგიები: სოციალური, მობილური, დიდი ზომის მონაცემები (big data) და

ღრუბლოვანი (cloud) გადაწყვეტები (European Commission, 2015: 14). კოლმანს მიაჩნია, რომ ციფრული მეწარმეობა დაკავშირებულია, ციფრულ ეკონომიკაში, დამოუკიდებელი და ორიგინალური, ეკონომიკური სუბიექტის (მაგ., ელექტრონული საწარმო) შექმნასთან და პროდუქციის ან/და მომსახურების, სპეციფიკური ონლაინ შეთავაზებით, მომხმარებელთა მრავალგვარი მოთხოვნების დაკმაყოფილებასთან (Kollmann, 2019: 19). ციფრული მეწარმეობა აღწერს ციფრული ღირებულების სამეწარმეო შექმნის პროცესს, რომელიც მოიცავს ციფრული ინფორმაციის ეფექტურ მოპოვებას, დამუშავებას, განაწილებასა და მოხმარებას. ამისათვის, იგი იყენებს სხვადასხვა სოციალურ-ტექნიკურ ციფრულ შესაძლებლობებს (Sahut et al., 2019: 7). აღნიშნულ პროცესში, ასევე, მიმდინარეობს ინდივიდების სამეწარმეო შესაძლებლობების იდენტიფიცირება, შეფასება და გამოყენება, რა დროსაც ხორციელდება ციფრული პროდუქტის განვითარება და ციფრული არხებით რეალიზაცია (Pioch, 2019: 3). ლი დინისა და მისი თანაავტორების მოსაზრებით კი, ციფრული მეწარმეობა არის „ტრადიციული მეწარმეობის დაზავება ბიზნესის შექმნის და კეთების ახალ გზებთან, ციფრულ ეპოქაში“ (Le Dinh et al., 2018: 1).

ციფრულ ეკონომიკაში, ყოველი საწარმოს დაფუძნებისას, სამეწარმეო საქმიანობის კონცეფციის ცენტრში დგას იდეა (Kollmann, 2019: 134), თუმცა, მისი რეალიზება აუცილებელია მოხდეს პროდუქტის ან მომსახურების შეთავაზებაში, რა დროსაც იგი, ასევე, შეიძლება აღწერილ იქნას, როგორც ინოვაცია. შეთავაზება მხოლოდ მაშინ ითვლება ინოვაციად, როდესაც იგი წარმატებით არის განხორციელებული და გამოიყენება რომელიმე საზოგადოების ანდა ბაზრის მიერ, რომლისთვისაც მოაქვს სარგებელი. ინოვატორისთვის, წარმატების მისაღწევად, მნიშვნელოვან ასპექტებს შემოქმედებითობა, წარმოსახვა, გამჭრიახობა, ინფორმირებულობა და ტესტირება წარმოადგენს (Whittington 2018, 2-4), რისკის გაცნობიერებასა და გაბედულებასთან ერთად. ამ საფუძველზე მიიღწევა წარმატება, იქმნება ციფრული ღირებულება, ჩნდება მოტივაცია სამეწარმეო საქმიანობის გაფართოებისა და შეუქცევადი კვლავწარმოებისთვის (მაღლაკელიძე, 2020ა; იხ. სექმა 1.2.2).

სქემა 1.2.2. იდეა-ინოვაცია-წარმატების ჯაჭვი ციფრულ მეწარმეობაში



წყარო: მაღლაკელიძე, 2020ა, გვ. 158

ციფრული მეწარმეობის თავისებურება და ტრადიციული მეწარმეობისგან განსხვავებულობა მდგომარეობს იმაში, რომ გარიგების მხარეები ციფრულ პლატფორმაზე პოულობენ ერთმანეთს და ახორციელებენ საჭირო ტრანსაქციას. მაგალითად, Airbnb აკავშირებს სასტუმროს გამქირავებელს - დაქირავების მსურველთან. Airbnb იმით განსხვავდება ტრადიციული მეწარმეობის სასტუმროსგან, რომ არის ციფრული პლატფორმა, რომელსაც არ გააჩნია ფიზიკური რესურსი (სასტუმრო) და ასევე, დასაქმებული თანამშრომლების შედარებით მცირე რაოდენობას საჭიროებს (Piach, 2019: 3). იგივე ეხება amazon.com-ს, სადაც არა, მაგალითად, „წიგნი“ ან რომელიმე სხვა პროდუქტი ქმნის ღირებულებას, არამედ, საჭირო ინფორმაციების მიმოხილვის, შერჩევის და გადაცემის ფუნქცია, მისი დროითი და სივრცითი შეზღუდულობისგან თავისუფალი ხელმისაწვდომობა, ინტერნეტში ელექტრონული შერჩევისა და შეკვეთის საშუალება. აღნიშნული „ციფრული (ელექტრონული) პროდუქტის“ შექმნა შესაძლებელია მხოლოდ ინფორმაციული ტექნოლოგიების მეშვეობით (Kollmann, 2018: 186-187).

ციფრული მეწარმეობის სტრუქტურული მონახაზი, გარემო ფაქტორების გათვალისწინებით, შედგება ხუთი კომპონენტისგან: ციფრული ცოდნის ბაზა და საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT) ბაზარი; ციფრული ბიზნესგარემო; დაბეგრა და ფინანსური გარემო; ციფრული უნარ-ჩვევები და

ელექტრონული ლიდერობა (e-leadership); სამეწარმეო აზროვნება (European Commission, 2015: 15).

ციფრული მეწარმეობის სტრუქტურაში ტექნოლოგიები ცენტრალურ ადგილს იკავებს. ტექნოლოგია ხშირ შემთხვევაში გარკვეული ტექნიკის ერთობლიობაა, რომელიც გამოიყენება კონკრეტული მიზნის მისაღწევად (Runge, 2014: 7). მუდმივი ინოვაციები ინფორმაციულ ტექნიკაში - კომპიუტერის სიმძლავრეზე, გაციფრულებაზე, ქსელში ჩართვასა და მონაცემთა რაოდენობაზე დაყრდნობით, რეალიზდება ისეთ ინოვაციურ ინფორმაციულ ტექნოლოგიებში, როგორცაა: ინტერნეტი, მობილური ტელეკომუნიკაცია და ინტერაქტიული ტელევიზია (Kollmann, 2019: 5). ინფორმაციული ტექნოლოგიები, სამეწარმეო ოპერაციებისთვის, შესაძლოა განხილულ იქნას, როგორც: ფასილიტატორი, რომელიც აადვილებს სტარტაპებისათვის ოპერაციებს; შუამავალი ახალი საწარმოების ოპერაციებისთვის; სამეწარმეო ოპერაციების შედეგი; და ასევე, საყოველთაო ხასიათიდან გამომდინარე, თავად ხდება ბიზნესმოდელი (Steininger, 2019).

ციფრულ ეპოქაში, ტექნოლოგიები, როგორცაა სოციალური მედია, ღია პროგრამული უზრუნველყოფა და აპარატურა, ქრაუდსორსინგი, ელექტრონული ნდობა (e-trust) და ონლაინ რეპუტაციის შეფასება, 3D ბეჭდვა, დიდი ზომის მონაცემები (big data) და სხვა, შესაძლებლობას მისცემს მეწარმეებს, მნიშვნელოვნად შეამცირონ გამოგონებასა და ახალი კომპანიის შექმნას შორის არსებული ბარიერები (Sahut et al., 2019). ინტერნეტის და ციფრული ტექნოლოგიების ფართო გავრცელება და მათზე მოსახლეობის უმრავლესობის წვდომა, ონლაინ კომერციული პროცესის მოქნილობა და სისწრაფე, დღითიდღე მეტ ადამიანს უბიძგებს ციფრული პროდუქტითა და სერვისებით სარგებლობისაკენ. განსაკუთრებით დღეს, როდესაც მსოფლიოს მასშტაბით გავრცელებული COVID-19-ის პანდემიის გამო შეზღუდულია ფიზიკური გადაადგილება (მაღლაკელიძე, 2020ბ; Bedianashvili & Maglakeridze, 2021). ციფრული ტექნოლოგიები, იძლევა სახლიდან გაუსვლელად სამეწარმეო საქმიანობის განხორციელების და შემოსავლის მიღების შესაძლებლობას. ციფრული ინსტრუმენტებისა და პლატფორმების გამოყენება ხელს უწყობს ახალი ტიპის სამუშაო ადგილების გაჩენას (Sahut et al., 2019). ციფრული მეწარმეობა, შესაძლებელს ხდის სამუშაო დროის მოქნილად განაწილებას, რაც მეწარმისთვის მეტი

თავისუფლებისა და უპირატესობის მიმნიჭებელია. ამასთანავე, ინტერნეტის საშუალებით, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით გაყიდვების განხორციელება შესაძლებელია. შესაბამისად, მომხმარებელთათვის, სხვადასხვა ციფრულ პლატფორმაზე, იხსნება პროდუქტთან/მომსახურებასთან წვდომის ფართო არეალი და ჩნდება შესაძლებლობა სახლიდან გაუსვლელად შექმნილ იქნას სასურველი პროდუქტი ან/და მომსახურება.

ამასთანავე, გაციფრულებას გააჩნია გარკვეული ნაკლოვანებები და ციფრული მეწარმეობა შეიცავს გარკვეულ რისკს. ასე, მაგალითად: ინოვაციური ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებასთან დაკავშირებით (მაგ., ინტერნეტ კომპანიების ელექტრონული შესყიდვით სარგებლობა), არსებობს ეჭვი მომხმარებლების მზაობის თვალსაზრისით, რაც რისკის შემცველია ციფრული ეკონომიკის განვითარებასთან და შესაბამისად, ამ სფეროში, ინვესტიციების მოზიდვასთან დაკავშირებით (Kollmann, 2018: 190); ციფრული ტექნოლოგიები შეიძლება ერთი მხრივ, კონკრეტული ჯგუფებისთვის გახდნენ უპირატესობის მიმნიჭებელი, ხოლო მეორე მხრივ, მათ შეუძლიათ დააზიანონ სხვები. განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების ციფრულმა დაშორიშორებამ შეიძლება გააფართოვოს არე, სხვადასხვა ქვეყნის მიერ შექმნილი ღირებულების მოცულობებს შორის (Berger et al., 2019); ციფრული ეკოსისტემები, მეწარმეებისგან ორი როლის შეთავსებას მოითხოვს: 1. როგორც, ეკოსისტემის წევრი და 2. როგორც საწარმოს ლიდერი, რაც ხშირად, ამ როლების შეუთავსებლობის გამო, წარმოშობს როლის კონფლიქტს და სტრესის მაღალ დონეს (Nambisan & Baron, 2019); გაციფრულება იწვევს ტრადიციულ ეკონომიკაში არსებული სამუშაო ადგილების გამოთავისუფლებას; ასევე, ნიშანდობლივია კიბერუსაფრთხოებისა და მონაცემთა დაცვის რისკები.

თუმცა, მიმაჩნია, რომ გარკვეული უარყოფითი მხარეების არსებობის მიუხედავად, მსოფლიოს საზოგადოების და მეწარმეობის პროგრესული განვითარების ტენდენციიდან გამომდინარე, რაც დაკავშირებულია ყოველდღიურ ცხოვრებასა და სამეწარმეო საქმიანობაში ციფრული ტექნოლოგიების აქტიურ, მზარდ გამოყენებასთან, გამომუშავებული პოტენციური სარგებელი უცილობლად გადასწონის დანაკარგს. 2020 წელს დაწყებულმა COVID-19-ის პანდემიამ ნათლად

დაგვანახა, რომ ციფრულ ტექნოლოგიებს ალტერნატივა არ გააჩნია, არა მარტო მეწარმეობაში, არამედ მედიცინაში (Telemedicine), განათლებაში (E-Learning), მმართველობასა (E-Government) და სხვა მრავალ სფეროში.

თანამედროვე მსოფლიოში, უალტერნატივოა ტექნოლოგიატევადი მეწარმეობა. ციფრულ სამყაროში, 5G ქსელი, ბლოკჩეინი, 3D ბეჭდვა და სხვა ტექნოლოგიური ინოვაციები უფრო სწრაფს, საიმედოს და მოქნილს ხდის სამეწარმეო საქმიანობის პროცესებს. ციფრული მეწარმეობის განვითარებისთვის, მნიშვნელოვანია ციფრულ ეკოსისტემაში მოხდეს სულ უფრო მეტი პლატფორმის ინტეგრირება, რაც მეტი ციფრული ღირებულების შექმნას უზრუნველყოფს (მაღლაკელიძე, 2020ბ).

მეწარმეობის მოდერნისტული განვითარების კვალდაკვალ, რომელიც ცალსახად დაკავშირებულია ციფრული ტექნოლოგიების ინტენსიურ გამოყენებასთან, დიდ მნიშვნელობას იძენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის თანამედროვე ტენდენციების შესაბამისად განვითარება. აღნიშნულის გათვალისწინებით, არსებითია, მცირე და საშუალო მეწარმეობა, როგორც ინკლუზიური ეკონომიკური ზრდის ლოკომოტივი და დასაქმების უპირობო ხელშემწყობი, უცილობლად ციფრული განვითარების რელსებზე მოძრაობდეს და იყოს შეუქცევადი პროგრესის ერთ-ერთი მთავარი მასტიმულირებელი.

1.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის კონცეპტუალური საკითხები

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის, სახელმწიფოს მხარდაჭერა და სწორი ეკონომიკური პოლიტიკის გატარება ცენტრალურ როლს თამაშობს. ეკონომიკური პოლიტიკის მიზანმიმართული და რელევანტური გადაწყვეტილებები საჭიროა სამეწარმეო აქტიურობის ინტენსიფიკაციისთვის და მასტიმულირებელი ეფექტი გაჩნია მეწარმეთათვის.

ეკონომიკური პოლიტიკა არის ზოგადი პოლიტიკის ნაწილი, რომელიც შეეხება ეკონომიკურ მოვლენებს, როგორც ნაციონალური ისე საერთაშორისო კონტექსტით. პოლიტიკა და ეკონომიკა მჭიდრო კავშირშია ერთმანეთთან, რაც გამოიხატება ერთი მხრივ, პოლიტიკის ეკონომიკიზაციისას, ეკონომიკური მოტივების დომინირებაში პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებზე, ხოლო მეორე მხრივ, ეკონომიკაში პოლიტიკის გათვალისწინების საჭიროებაში (Donges & Freytag, 2004).

ეკონომიკური პოლიტიკა მოიცავს, როგორც პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღებთა მოქმედებებს, ისე ამ გადაწყვეტილებების თეორიულ საფუძვლებს. იგი ეფუძნება ისეთი დისციპლინების კომპლექსურ შემეცნებას, როგორცაა: ეკონომიკის თეორია, პოლიტიკური მეცნიერება, სოციოლოგია, სახელმწიფო და ადმინისტრაციული სამართალი და სხვა (Fredebeul-Krein et al., 2014: 15).

საბაზრო ეკონომიკაში, ეკონომიკური პოლიტიკა აღწერს ყველა იმ ინსტიტუტის, წესის, რეგულაციის და ღონისძიების ერთობლიობას, რომლითაც გადაწყვეტილების მიმღებები (სახელმწიფო ან ადგილობრივ დონეზე) ეკონომიკურ წესრიგსა და პროცესზე ზემოქმედებენ, რათა მიღწეულ იქნას, საზოგადოების მიერ განსაზღვრული მიზნები (Schmidt, 2019: 4).

ეკონომიკური პოლიტიკა წარმოადგენს, ეკონომიკური ინტერესების რეალიზაციის ინსტრუმენტს (გველესიანი & გოგორიშვილი, 2012ა). ეკონომიკური პოლიტიკის ანალიზის პროცესში, მისი, როგორც მეცნიერებისა და პრაქტიკის სინთეზის შედეგის გააზრებისას, საჭიროა გავითვალისწინოთ ეკონომიკური პოლიტიკის ორი ფუნდამენტური მდგენელის არსებობა: პირველი, სამეცნიერო

საფუძველი, როგორც **თეორიული ეკონომიკური პოლიტიკა** და მეორე, მეცნიერული შემეცნების პრაქტიკული განხორციელება, როგორც **პრაქტიკული ეკონომიკური პოლიტიკა** (Fredebeul-Krein et al., 2014: 15).

ეკონომიკურმა პოლიტიკამ, როგორც მეცნიერულმა დისციპლინამ, უნდა დაახასიათოს და განმარტოს პრაქტიკული ეკონომიკური პოლიტიკა. ამასთანავე, მან უნდა შეადგინოს პროგნოზები, რომელიც ეკონომიკურ-პოლიტიკური გადაწყვეტილებების გამტარებელთა ქცევებს შეეხება. ამგვარი მიდგომა, მიზნად ისახავს, ეკონომიკური პოლიტიკის პოზიტიური თეორიის შექმნას და მის ემპირიულ უზრუნველყოფას. „ეკონომიკური პოლიტიკა გულისხმობს, ეკონომიკური თეორიის გამოყენებას იმის ასახსნელად, თუ როგორ ვლინდება ეკონომიკურ ინტერესთა ჯგუფების ნება მართვის პოლიტიკასა და ადმინისტრაციულ სფეროებში“ (გველესიანი & გოგორიშვილი, 2012ბ: 14).

ფუნქციური თვალსაზრისით, გავრცელებულია ეკონომიკური პოლიტიკის დაყოფა წესრიგის პოლიტიკად და პროცესის პოლიტიკად, რომელთა გვერდით განვითარდა პოლიტიკის დამოუკიდებელი სფერო სტრუქტურული პოლიტიკა (Neck & Schneider, 2013; Fredebeul-Krein et al., 2014). შმიდტი, ეკონომიკური წესრიგის და პროცესის პოლიტიკის გვერდით აყენებს საფინანსო პოლიტიკას (Schmidt, 2019).

წესრიგის პოლიტიკის ამოცანაა, დაადგინოს თვისობრივი ჩარჩოპირობები. იგი მოიცავს ფაქტორების ერთობლიობას, რომელიც ზეგავლენას ახდენს ეკონომიკის განვითარებასა და ეკონომიკური პროცესების მიმდინარეობაზე. ისეთი გადაწყვეტილებების საფუძველზე, რომელიც შეეხება საკოორდინაციო მექანიზმს, საკუთრებით წესრიგს, სამართლებრივ სისტემას, ინსტიტუტების შექმნას და მათი უფლებამოსილების განსაზღვრას, წესრიგის პოლიტიკა არეგულირებს ურთიერთობებს, რომლითაც კერძო ეკონომიკური სუბიექტები ერთმანეთზე ზემოქმედებენ. წესრიგის პოლიტიკამ, ასევე, უნდა განსაზღვროს სახელმწიფო და კერძო ეკონომიკურ სუბიექტებს შორის ამოცანების განაწილების საკითხი (Fredebeul-Krein et al., 2014: 19). აქ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკურ წესთა კრებულის ფორმა, რომელიც აისახება გრძელვადიან საზოგადოებრივ კონსენსუსზე ეკონომიკური წესრიგის ფორმასთან დაკავშირებით (Schmidt, 2019: 4).

პროცესის პოლიტიკა გულისხმობს მოკლე და საშუალოვადიან ინტერვენციებს მინდინარე ეკონომიკურ მოვლენებში (Neck & Schneider, 2013: 50). პროცესის პოლიტიკის კონტექსტში, არსებითია საერთო ეკონომიკური მოთხოვნისა და მიწოდების მართვა, რათა მიღწეულ იქნას დასაქმების, ფასების დონის სტაბილურობის, შეუქცევადი ეკონომიკური ზრდის და საგარეო ეკონომიკური წონასწორობის მიზნები. თუ ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკის ფარგლებში, ჩარევები, ეკონომიკური გაცვლის განვითარებაზეა ორიენტირებული, პროცესის პოლიტიკა იმ შედეგების პირდაპირ მართვაზე აკეთებს აქცენტს, რომელიც ზემოაღნიშნულ პროცესს მოაქვს (Schmidt, 2019: 4). წესრიგის და პროცესის პოლიტიკა წარმოადგენს ერთ მთლიანს, სადაც პრიორიტეტი წესრიგის პოლიტიკას ენიჭება. აღნიშნული აღქმა გამომდინარეობს სწორედ იმ თვალსაზრისიდან, რომ „წესრიგის პოლიტიკის ღონისძიებები იწვევს პროცესის პოლიტიკის შედეგებს“ (Fredebeul-Krein et al., 2014: 20).

სტრუქტურული პოლიტიკა საყურადღებო სფეროა ეკონომიკურ მოვლენებზე სახელმწიფოს ზეგავლენის თვალსაზრისით. მას გააჩნია დამხმარე როლი წესრიგისა და პროცესის პოლიტიკის ინსტრუმენტების რეგიონული და სექტორული ადაპტაციის პროცესის ხელშეწყობაში (Fredebeul-Krein et al., 2014: 21).

საფინანსო პოლიტიკა ახდენს სახელმწიფოს ამოცანების დაფინანსებას შესაბამისი შემოსავლების სისტემის მეშვეობით, რომელიც მოიცავს გადასახადებს, სხვადასხვა მოსაკრებლებსა და კრედიტებს. საფინანსო პოლიტიკის უპირველესი გამოწვევაა, რაც შეიძლება მცირე კონფლიქტმა იარსებოს საქონლის, მომსახურების და ფაქტორების ბაზრებზე ეფექტური ალოკაციისას და ამავე დროს, მოხდეს ფინანსური ტვირთის განაწილება საზოგადოებაში გაბატონებული სამართლიანობის წარმოდგენების შესაბამისად (Schmidt, 2019: 4).

ეკონომიკური პოლიტიკის გამტარებელია ყველა საჯარო პერსონა ან სახელმწიფო ინსტიტუტი, რომელთაც საზოგადოების მიერ მინიჭებული აქვთ გადაწყვეტილებების მიღების და ეკონომიკურ პროცესებზე ზემოქმედების უფლებამოსილება (Neck & Schneider, 2013; Fredebeul-Krein et al., 2014). ამისათვის, ეკონომიკური პოლიტიკის განმახორციელებლებს განსაზღვრული აქვთ შესაბამისი მიზნები და საშუალებები, რომელთა მეშვეობითაც ცდილობენ მათ მიღწევას (Neck &

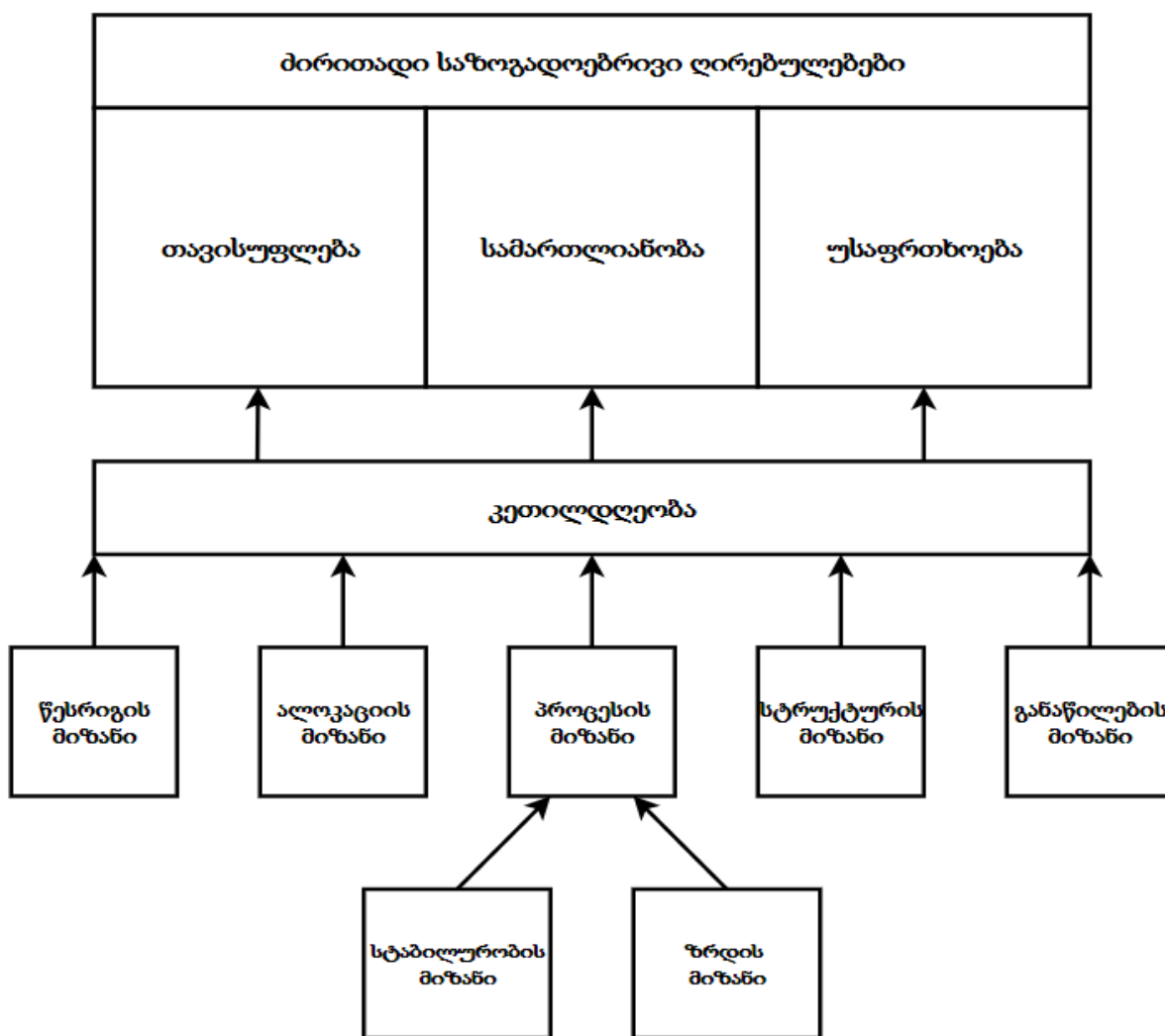
Schneider, 2013). ქვეყნის შიგნით, გარდა მთავრობისა და საჯარო ინსტიტუტებისა, შეიძლება ეკონომიკური პოლიტიკის გამტარებელი იყოს, ასევე, კერძო ინსტიტუტები, მაგალითად, ეკონომიკური გაერთიანებები, პროფესიული კავშირები, ინტერესთა ჯგუფები და სხვა (Donges & Freytag, 2004). საერთაშორისო დონეზე კი, ეკონომიკური პოლიტიკის გატარების ფუნქცია ნაკისრი აქვთ ისეთ ორგანიზაციებს, როგორცაა: მსოფლიო ბანკი (WB), საერთაშორისო სავალუტო ფონდი (IMF), მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია (WTO) და სხვა (Donges & Freytag, 2004; Fredebeul-Krein et al., 2014).

ეკონომიკური პოლიტიკა მიზნების მიღწევაზეა ორიენტირებული, რომელთაც ეკონომიკური სიტუაცია და უამრავი ნორმატიული პოზიცია, იგივე, ძირითადი ღირებულება განაპირობებს (გველესიანი, 2019). დიდი ხნის განმავლობაში მიიჩნევდნენ, რომ ეკონომიკურ პოლიტიკას გააჩნდა მხოლოდ სამი „კლასიკური“ მიზანი - კეთილდღეობის, თავისუფლების და სამართლიანობის მიღწევის, სადაც კეთილდღეობის მიზანს აქვს ინსტრუმენტული ხასიათი (Tuchtfeld, 1983: 165). საბოლოო შეფასების მიხედვით, ეკონომიკური პოლიტიკის დაყოფა, პირდაპირკავშირშია მის მიზნებთან, რომელიც არ შემოიფარგლება მხოლოდ ზემოხსენებული სამი მიზნით და მოიცავს შემდეგს: ფულადი და საფინანსო პოლიტიკა; კონიუნქტურისა და დასაქმების პოლიტიკა; შემოსავლებისა და განაწილების პოლიტიკა; საგარეო ეკონომიკური და განვითარების პოლიტიკა; გარემოს დაცვის პოლიტიკა (Fredebeul-Krein et al., 2014: 18). ამასთან, მნიშვნელოვანია მიზანთა ოპერაციონალიზება, რაც გულისხმობს მიზანთა გაზომვადობას. ამ შემთხვევაში, კონკრეტდება და ზუსტად განისაზღვრება მიზანთა შინაარსი, მოცულობა და დროითი თანაფარდობა. ეკონომიკური მიზნების ფორმულირებისადმი ამგვარი მიდგომა, თავის მხრივ, აადვილებს შედეგთა კონტროლს (გველესიანი & გოგორიშვილი, 2012ა).

შმიდტის მიერ აღწერილ იერარქიაში (იხ. სქემა 1.3.1), ეკონომიკური პოლიტიკის საფუძველს ქმნის ძირითადი საზოგადოებრივი ღირებულებები, როგორცაა: თავისუფლება, სამართლიანობა და უსაფრთხოება. აღნიშნული ღირებულებები წარმოადგენს ზემოხსენებს, რომელთა უმაღლეს ფასეულობასთან დაკავშირებითაც არსებობს საზოგადოებრივი კონსესუსი და მათი განხორციელების

საშუალების მისია სწორედ ეკონომიკურ პოლიტიკას აკისრია. ეკონომიკურ თეორიაში, ძირითადი საზოგადოებრივი ღირებულებები ჩვეულებრივ შეჯამებულია ტერმინში „კეთილდღეობა“. საზოგადოების წევრების პრეფერენციების შესაბამისად, კეთილდღეობის უზრუნველყოფა და გაზრდა შეიძლება შეფასდეს როგორც ეკონომიკური პოლიტიკის მთავარი მიზანი. ამასთანავე, კეთილდღეობის მიზანი, თავის მხრივ, შეიძლება დაიყოს ქვე-მიზნებად. უპირველეს ყოვლისა, ეს მოიცავს წესრიგის, ალოკაციის, პროცესის, სტრუქტურის და განაწილების მიზნებს. პროცესის მიზანი შეიძლება კვლავ დაიყოს სტაბილურობის და ზრდის მიზნებად (Schmidt, 2019: 33-34).

სქემა 1.3.1. ეკონომიკური პოლიტიკის მიზნების იერარქია



წყარო: Schmidt 2019, გვ. 32

ქართველი მეცნიერები რევაზ გველესიანი და ირინა გოგორიშვილი, ზემოხსენებულ საზოგადოებრივ ღირებულებათა სპექტრში აყენებენ პროგრესს, როგორც შემეცნების მიღწევების, სიახლეების და დროის მსვლელობის თვალსაზრისით, დასახულ მიზანთან ახლოს მყოფობის შეფასების საშუალებას. ძირითად საზოგადოებრივ ღირებულებებთან ერთად, ისინი გამოყოფენ, დემოკრატias და რაციონალურობას, როგორც მეთოდურ ნორმებს, რომლებიც სხვა მიზნების მიღწევისათვის დამხმარე/ინსტრუმენტულ ხასიათს ატარებენ (გველესიანი & გოგორიშვილი, 2012ბ).

ეკონომიკური პოლიტიკის მიზნები და შესაბამისი ღონისძიებები მნიშვნელოვანწილად მიმართულია ეკონომიკური აქტიურობის საკვანძო ფორმის - მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობისაკენ. ამ კონტექსტით, განსაკუთრებულ ყურადღებას იქცევს მცირე და საშუალო მეწარმეობა, რომელიც ექსტენსიური დომინაციით ხასიათდება და არსებით როლს ასრულებს ქვეყანაში საშუალო ფენის ფორმირების, დასაქმების ზრდის, შემოსავლების გენერირებისა და შედეგად, კეთილდღეობის ამაღლების საკითხში.

მეწარმეობის ხელშეწყობი პოლიტიკის მიზნების ფორმულირება გამომდინარეობს მის მიერ ზრდისა და კეთილდღეობის მიღწევის შესაძლებლობიდან. „ხშირად დასახელებული მიზნები, როგორცაა უმუშევართა ინტეგრაცია ღირებულების შექმნის პროცესში, კონკურენციის ხელშეწყობა ბაზარზე შესვლის სტიმულირებით, ინოვაციების წახალისება, ცოდნის კომერციალიზაციის გაუმჯობესება კომპანიების (Ausgründung - Spin-off) მეშვეობით, რომლებიც შექმნილია საგანმანათლებლო და კვლევითი ორგანიზაციებიდან ან რეგიონული დივერსიფიკაციისა და სტრუქტურული ცვლილებების შედეგად, წარმოადგენს ზრდის ქვემიზნებს“. მეწარმეობა, როგორც საქმიანობის ფორმა და სამეწარმეო საზოგადოების განვითარება, ხელს უწყობს საზოგადოებრივ ზემიზანს - თავისუფლებას. რამდენადაც მოქმედების თავისუფლების და მასთან დაკავშირებული შესაძლებლობისგან, კეთილდღეობის ეფექტის პერსონალური პოტენციალის გაღვივებაა მოსალოდნელი, შესაბამისი ღონისძიებები საბოლოოდ, აგრეთვე, ხელს უწყობს ზრდასა და კეთილდღეობას (Fritsch, 2019: 161).

მცირე და საშუალო სიდიდის საწარმოთა მხარდაჭერის მიზნით, მთავრობები სხვადასხვა ფორმით ახდენენ ინტერვენციებს. ისინი წარმოგვიდგებიან, როგორც „მარეგულირებლები, მასტიმულირებელი და ხელშემწყობი ანდა მიმწოდებელი, ასევე, სხვა არასამთავრობო მხარდამჭერი ინიციატივების დამხმარე“ (Wapshott & Mallett, 2018: 750). ზოგადად, შეიძლება განვასხვაოთ მეწარმეობის ხელშეწყობის ორი ძირითადი მიმართულება: პირველი, სამეწარმეო უნარისა და მეწარმეობისადმი მიდრეკილების განვითარების ხელშეწყობა და მეორე, დამწყები კომპანიების დახმარება, მაგალითად, სამართლებრივი შეღავათების საშუალებით ან პირდაპირი სუბსიდირების გზით (Fritsch, 2019: 165).

პროფესორ ფრიჩის მიხედვით, სამეწარმეო პოლიტიკის ამოსავალი წერტილები, მეწარმეობის პროცესის ფაზების შესაბამისი სფეროების მიხედვით კლასიფიცირდება. ამის გათვალისწინებით:

- სამეწარმეო პოლიტიკის ფუნდამენტურ მიზნად შეიძლება მოვიანოთ **სამეწარმეო კულტურის შექმნა ან მხარდაჭერა**, რაც, გარკვეულ შემთხვევებში, ასტიმულირებს მოსახლეობის ბიზნესის დაწყებისკენ მიდრეკილებას. იგი გულისხმობს, ეკონომიკური ურთიერთდამოკიდებულებებისა და რეალური სამეწარმეო სურათის შესახებ ძირითადი ცოდნის მიწოდებას, სამეწარმეო როლის მოდელებთან დაკავშირებით კომუნიკაციასა და თანატოლების ეფექტის (Peer-Effekten) სტიმულირებას;
- სამეწარმეო პოლიტიკის კიდევ ერთი შესაძლო მიზანი არის ამჟამინდელი და პოტენციური მეწარმეობის **სამეწარმეო უნარების გაუმჯობესება**. ამისათვის, კონკრეტულ ღონისძიებებს შეადგენს, სამეწარმეო უნარების მიცემა სკოლებში, უნივერსიტეტებში და პროფესიულ სასწავლებლებში, ასევე, შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა, რათა ადვილად იყოს ხელმისაწვდომი კონსულტაცია და საჭირო მხარდაჭერა (Coaching) როგორც დამწყები, ისე დიდი გამოცდილების მქონე მეწარმეთათვის;
- **სამეწარმეო სტიმულის ზრდისკენ** მიმართული ღონისძიებები მიზნად ისახავს სამეწარმეო არჩევანის ფარგლებში რელევანტურ შემოსავლებს და დანახარჯებს. უპირველეს ყოვლისა, ეს ეხება ინსტიტუციურ ჩარჩოპირობებს, რომელზეც პოლიტიკა ახდენს ზეგავლენას. აქ, ფუნდამენტური მნიშვნელობა

ენიჭება ბაზარზე შესვლის რეგულაციას, რომელიც განსაზღვრავს ბაზარზე შესვლის სამართლებრივ პირობებს და მასთან დაკავშირებულ დანახარჯებს. ეს, ასევე ეხება შრომის ხელშეკრულებებში არსებულ კონკურენციის დაცვის პირობებს, რომლებმაც შეიძლება ხელი შეუშალოს Spin-off-ების შექმნას. მეწარმის პირადი შემოსავალი, პირდაპირკავშირშია შემოსავლის და საწარმოს გადასახადებთან, ასევე, სოციალურ უზრუნველყოფაზე დანახარჯებთან. შრომის ბაზრის რეგულირება, რომელიც მოიცავს სამსახურიდან გათავისუფლების ფორმის წესებს, უშუალოდ ეხება მეწარმის მოქმედების შესაძლებლობებს. ადმინისტრაციული ტვირთი, კომპანიის დაფუძნების ბიუროკრატიული ხარჯების გარდა, მოიცავს სტატისტიკურ და საგადასახადო ანგარიშგების ვალდებულებებს. შემდგომ ინსტიტუციურ ჩარჩოპირობებს, რომელთაც შეიძლება მნიშვნელობა გააჩნდეთ მეწარმეობის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად, წარმოადგენენ მემკვიდრეობის კანონი, ასევე, ბაზრიდან გასვლის წესი, მაგალითად, გადახდისუნარობის კანონის შემუშავება, რომელსაც არსებითი გავლენა აქვს კომპანიის წარუმატებლობასთან დაკავშირებულ ხარჯებზე. დაბოლოს, მხარდაჭერის პოლიტიკის ფარგლებში, არსებობს სუბსიდიები ბაზრის აქტიური კომპანიებისთვის;

- პოლიტიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას **სამეწარმეო შესაძლებლობების შექმნა** წარმოადგენს, სადაც საყურადღებო როლს თამაშობს ბაზრის ღიაობა, კვლევისა და განვითარების (R&D) ხელშეწყობა და ტექნოლოგიის ტრანსფერი. სამეწარმეო შესაძლებლობების შექმნა, ასევე, შეიძლება მოთხოვნის მენეჯმენტისა და სახელმწიფო შესყიდვების საშუალებით;
- სამეწარმეო შესაძლებლობების არსებობის კონტექსტში, **კაპიტალზე ხელმისაწვდომობა** შესაძლოა მნიშვნელოვან სიძნელეს წარმოადგენდეს. ამ თვალსაზრისით, ყველა ღონისძიება მიმართული უნდა იყოს საწყის კაპიტალზე ხელმისაწვდომობის პრობლემის დაძლევისაკენ. კერძოდ, ეს მოიცავს კაპიტალის ბაზრის რეგულირებას, საწყისი კაპიტალის მიწოდებას, საგადასახადო ასპექტებს, ასევე სუბსიდიებსა და გარანტიებს (Fritsch, 2019: 166-167).

აღსანიშნავია სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკასა და მცირე და საშუალო საწარმოთა სამეწარმეო პოლიტიკას შორის შესაბამისობის პრობლემა, რომელიც პირველ რიგში, გამოიხატება მეწარმეობის განვითარებისა და თვითგანვითარების სტრატეგიების შინაგან წინააღმდეგობებში. მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის მთავრობამ უნდა შეიმუშაოს და განახორციელოს ეკონომიკური პოლიტიკის ღონისძიებათა კომპლექსი, მაგალითად: პოლიტიკური სტაბილურობის უზრუნველყოფა, საკუთრების უფლების დაცვა, ბაზრის პირობების გაუმჯობესება, ადეკვატური საინვესტიციო გარემოს შექმნა, კონკურენტული გარემოს ფორმირება და დაცვა, შეღავათიანი საკრედიტო და საგადასახადო სისტემის ფუნქციონირების მხარდაჭერა და ა.შ. (Gvelesiani, 2015).

სახელმწიფოს მიერ განხორციელებულ სხვადასხვა სახის პოლიტიკას შორის, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკას. (Gvelesiani, 2015). ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკა, ამასთანავე, შინაგან წინააღმდეგობას გულისხმობს, რომელიც არსებობს კონკურენციულ და სოციალურ წესრიგს შორის. აღნიშნული გამოიხატება იმაში, რომ კონკურენციული წესრიგი ხასიათდება წარმატების პრინციპზე ორიენტირებულობით, ხოლო სოციალური წესრიგი - მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების მაღალ კრიტერიუმებზე ფოკუსირებით, რომლებიც ნაწილობრივ მაინც წინააღმდეგობაში მოდის წარმატების პრინციპთან. ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკის განხორციელებით, ერთი მხრივ, სახელმწიფო ცდილობს სოციალური წესრიგის ფორმირებას და მისი საზღვრების გაფართოებას, ხოლო, მეორე მხრივ, ბაზარი მოწოდებულია დაამკვიდროს ფუნქციონირებისუნარიანი კონკურენციული წესრიგი და განახორციელოს იგი. სწორედ, სახელმწიფო (სოციალური წესრიგი) და კერძო ეკონომიკური (კონკურენციული წესრიგი) აქტიურობისათვის შესაბამისი სივრცეების დადგენა და მათ შორის რაციონალური საზღვრის დაწესება წარმოადგენს, მეწარმეობის განვითარების თვალსაზრისით, გადამწყვეტი მნიშვნელობის მქონე ფენომენს (გველესიანი & გოგორიშვილი, 2012b).

რაც შეეხება მეწარმეობის თვითგანვითარების სტრატეგიას, იგი, უპირველეს ყოვლისა, მოიცავს: ბაზრის იდენტიფიკაციას; მომხმარებლებთან ურთიერთქმედებას; უწყვეტ ინოვაციებს; კონკურენციის სტრატეგიას;

პარტნიორებთან ურთიერთობას; ახალი მენეჯმენტის ფილოსოფიას და ა.შ. (Gvelesiani, 2015: 1008).

მეწარმეობის მიზნისა და ბაზრის იდენტიფიცირება წარმატებული მეწარმეობის სტრატეგიის ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს. მსოფლიო ბაზრის ლიდერი მცირე და საშუალო საწარმოები ვიწროდ უყურებენ თავიანთ ბაზრებს. ვიწრო სპეციალიზაციის გამო, მცირე და საშუალო საწარმოები დამოკიდებულნი არიან თავიანთ (ხშირად ძალიან მცირე რაოდენობის) მომხმარებლებზე. ამავდროულად, მომხმარებლებსაც გააჩნიათ მიჯაჭვულობა ამ საქონლისა და მომსახურების მიმართ, რადგან ისინი ხშირად აწარმოებენ ერთადერთ პროდუქტს, რომელიც არ არის ადვილად ჩანაცვლებადი. ასეთი ვითარება მოიცავს ორივე მხარის პასუხისმგებლობას და იძლევა გრძელვადიანი თანამშრომლობის გარანტიას (Gvelesiani, 2015).

მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის, გრძელვადიანი და სტაბილური წარმატების ერთადერთი საშუალება მუდმივი ინოვაციაა. ტექნოლოგია კი მნიშვნელოვანი გზაა ინოვაციისკენ. მოსახერხებელია იმ გარემოში მუშაობა, სადაც ხდება ტექნოლოგიური სიახლეების სტიმულირება. გარემო უფრო გავლენიან პარამეტრად უნდა გავიგოთ, ვიდრე წინასწარ განსაზღვრულ ფენომენად. წარმატებული საწარმოების საქმიანობა ადასტურებს, რომ მათ არ უნდა ჰქონდეთ ცალმხრივი ორიენტაცია: არც მხოლოდ ტექნოლოგიაზე და არც მხოლოდ ბაზარზე. ეს ნიშნავს, რომ საწარმომ უნდა შეუსაბამოს რესურსებზე დაფუძნებული („შიგნიდან გარეთ“) სტრატეგია საბაზრო შესაძლებლობების („გარედან შიგნით“) სტრატეგიას. მხოლოდ მაშინ, როდესაც შიდა კომპეტენციები და გარე შესაძლებლობები ერთმანეთს ემთხვევა, საწარმოს შეუძლია გააცნობიეროს თავისი სრული პოტენციალი (Gvelesiani, 2015: 1008). მცირე და საშუალო საწარმოები უნდა იყვნენ ინოვაციური, რათა გადალახონ მათ წინაშე მდგარი გამოწვევები, მაგალითად: შედარებით შეზღუდული რესურსების პრობლემა, დაუცველობა გაურკვეველობის მიმართ და ტურბულენტობა ბიზნესგარემოში. მცირე და საშუალო საწარმოთათვის, ინოვაცია უნდა განიხილებოდეს, როგორც პროცესი, რომელიც გზას უხსნის ცვლილებებსა და ზრდას. აღნიშნული, მცირე და საშუალო საწარმოების მფლობელებისგან, საჭიროებს სტრატეგიული ორიენტაციის დამტკიცებას ისეთ

საკითხებთან დაკავშირებით, როგორცაა ტექნოლოგიების დანერგვა, ტრენინგი და საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის სურვილი (Beynon et al., 2020).

რაც შეეხება კონკურენციის სტრატეგიას, იგი, უფრო დიფერენციაციაზეა ორიენტირებული, ვიდრე ხარჯებზე. მიუხედავად ამ პრიორიტეტისა, მცირე და საშუალო საწარმოები, საერთოდ არ უგულვებელყოფენ ხარჯებს და ცდილობენ მომხმარებელს შესთავაზონ სასიამოვნო საქონელი და მომსახურება მისაღებ ფასებში. ისინი, ძალიან კარგად უსაბამებენ თავიანთ საქონელსა და მომსახურებას მომხმარებელთა საჭიროებებს და ქმნიან კონკურენტულ უპირატესობას საქონლისა და მომსახურების ხარისხის მეშვეობით. მათი კონკურენტული უპირატესობები შეიძლება დიდხანს შენარჩუნდეს, რადგან იგი ეფუძნება უკეთეს შიდა კომპეტენციებს, კონკურენტების კომპეტენციებთან შედარებით, რომელთა გამეორება ადვილად შეუძლებელია (Gvelesiani, 2015). მნიშვნელოვანია სწორად განხორციელებული მომხმარებელთა მომსახურება, რომელიც ქმნის სტრატეგიულ პრაქტიკას, სადაც პერსონალი მოწოდებულია კლიენტებისთვის მაღალი ხარისხის საბოლოო შედეგების უზრუნველსაყოფად. სტრატეგიის მიხედვით, თანამშრომლები ერთი მხრივ, ხელს უწყობენ ახალი მომხმარებლების მოზიდვას, ხოლო მეორე მხრივ, კლიენტებთან არსებული ურთიერთობების შედეგად, ინარჩუნებენ და ავითარებენ ლოიალურობასა და მომხმარებელთა საუკეთესო გამოცდილებას (Ardley & Naikar, 2021).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატებისთვის მნიშვნელოვან მდგენელს წარმოადგენს რელევანტური მეწარმეობის კულტურის ფორმირება. **მეწარმეობის კულტურა** არის გონების კოლექტიური პროგრამირება სამეწარმეო ღირებულებებისა და ნორმების მიმართ, როგორცაა პროაქტიულობა, რისკის აღება, წარუმატებლობის მიღება, ღიაობა ახალი იდეებისადმი, ინდივიდუალიზმი, დამოუკიდებლობა და მიღწევები. არაფორმალური ინსტიტუტები, როგორცაა ნორმები და ღირებულებები, ძლიერ გავლენას ახდენს ადამიანის ქმედებებზე. ამ თვალსაზრისით, მეწარმეობის კულტურა შეიძლება ჩაითვალოს ისეთ არაფორმალურ ინსტიტუტად, რომელიც აყალიბებს მეწარმეობის ლეგიტიმურობას, როგორც ეკონომიკურ ქცევას და ხელს უწყობს განვითარებას (Stuetzer et al., 2018). იგი გამოირჩევა სოციალური თანხმობისა და მეწარმეობის მიმღებლობის მაღალი დონით, რაც იწვევს თვითდასაქმების მაღალ

მაჩვენებელს. როგორც არაფორმალური ინსტიტუტი, მეწარმეობის კულტურა, შეიძლება განვითარდეს რამდენიმე ათწლეულის (თუ არა რამდენიმე საუკუნის) განმავლობაში და ტენდენცია შეიცვალოს ძალიან ნელა (Fritsch & Wyrwich, 2014).

მეწარმეობის კულტურა მოიცავს საწარმოს წევრთა გამოცდილებებს, ისტორიულად მომდინარე და გადმოცემულ წარმატების ნიმუშებს, ტრადიციების საფუძველზე წარმოშობილ ნორმებსა და ღირებულებებს. მისი ხილული ნაწილებია: არქიტექტურა, რომელიც პერმანენტულად გადმოგვცემს კულტურის შესახებ ინფორმაციას. სწორედ შენობის სტრუქტურიდან და ინტერიერის მოწყობიდან იკითხება ხშირად ისეთი ასპექტები, როგორცაა საქმისადმი დამოკიდებულება, ექსტრავაგანტულობა ან მოკრძალებულობა; ჩაცმულობა, რომლითაც დგინდება ინდივიდუალურობა ან კოლექტიურობა; სიმბოლოები და რეკლამების შინაარსი; თანამშრომელთა ურთიერთდამოკიდებულება და საზოგადოებაში მათი მოქმედების სახე და წესი. მეწარმეობის კულტურის უხილავ ნაწილს კი, წარმოადგენს მისი გარკვეულ ღირებულებებზე ორიენტაცია, მაგალითად: მომხამრებლებზე ორიენტირება, რომელიც გულისხმობს მათ დაფასებას და პრობლემების გადაჭრისთვის ზრუნვის გამოვლენას; თანამშრომლებზე ორიენტირება, როგორც ნდობის, თანამონაწილეობისა და კომუნიკაციის გამოხატვა; წარმატებაზე, როგორც მიზანდასახულობაზე, მოქმედებისათვის მზადყოფნასა და შრომის ინტენსიურობაზე ორიენტირება; ინოვაციაზე ორიენტირება, როგორც რისკისადმი მიდრეკილების, პროფესიული მომზადებისათვის მზადყოფნისა და მოქნილობის შედეგი; ხარჯებზე ორიენტირება, მისი გაცნობიერებისა და დაზოგვისათვის მზადყოფნის თვალსაზრისით; საწარმოზე ორიენტირება, როგორც მასთან იდენტიფიკაცია (გველესიანი, 2020: 82-84).

მეწარმეობის კულტურა, როგორც თეორიული კონსტრუქცია, მოიცავს მეწარმეობის სამივე თვალსაზრისს - ორგანიზაციული, ქცევითი და შესრულების სახით. აღსანიშნავია, რომ უფრო მაღალი მეწარმეობის კულტურის მქონე რეგიონებს გააჩნიათ უფრო დიდი ეკონომიკური ზრდა (Stuetzer et al., 2018). მეწარმეობის კულტურა, მნიშვნელოვან რეგიონულ ფაქტორს წარმოადგენს, რომელიც განაპირობებს არა მხოლოდ ახალი ბიზნესის ფორმირების დონეს, არამედ მის გავლენას ზრდაზე (Fritsch & Wyrwich, 2014).

მეწარმეობის კულტურა ზემოქმედებას ახდენს წარმატების ზრდაზე სხვადასხვა მიმართულებით, რომლისთვისაც საჭიროა: პირველი, მეწარმეობის კულტურა შეესაბამებოდეს მეწარმეობის სტრატეგიას; მეორე, საწარმოს შიგნით და გარეთ მიმართული ზემოქმედება უნდა იყოს ეფექტიანი, რისთვისაც მეწარმეობის კულტურას უნდა ჰქონდეს მკვეთრი გამოხატულება; მესამე, მეწარმეობის კულტურამ უნდა გამოავლინოს თავისი განუმეორებელი სახე, სხვა კულტურებისგან აშკარა განსხვავებულობით. აქედან გამომდინარე, მეწარმეობის კულტურის მნიშვნელოვნება მდგომარეობს შემდეგში:

- იგი წარმოშობს იდენტურობას;
- ქმნის საემოს ცოდნისა და მოტივაციის პოტენციალს;
- აყალიბებს კონსენსუსს;
- გვამღევეს ორიენტაციას და ახალი ინფორმაციის ათვისების შესაძლებლობას;
- აქვს მნიშვნელოვანი გარე ეფექტები (გველესიანი, 2020: 85-86).

მეწარმეობის წარმატებული გაძლოლა შესაძლებელია, თუ მისი სტრატეგია და კულტურა ერთმანეთთან ჰარმონიაშია. მეწარმეობის კულტურა, ერთი მხრივ, მოქმედებს საწარმოში პერსონალის „ქცევის“ მართვაზე, მეორე მხრივ კი, მისი შესაბამისობის მისაღწევად სტრატეგიასთან. საწარმოები იშვიათად აჩვენებენ ინდივიდუალური და ჯგუფური ქმედებების დარღვევის სხვადასხვა ფორმებს. თუმცა, თუ ისინი გავლენას მოახდენენ მეწარმეობის კულტურაზე, ეს გამოიწვევს უფრო გლობალურ, ანუ სისტემურ და სტრუქტურულ დარღვევას, რაც, თავის მხრივ, გამოიწვევს პათოლოგიურ ორგანიზაციულ კულტურას. მეწარმეობის კულტურის სწორედ ასეთი პათოლოგია ართულებს მეწარმეობის სტრატეგიასა და მეწარმეობის კულტურას შორის შესაბამისობის მიღწევას (Gvelesiani, 2020).

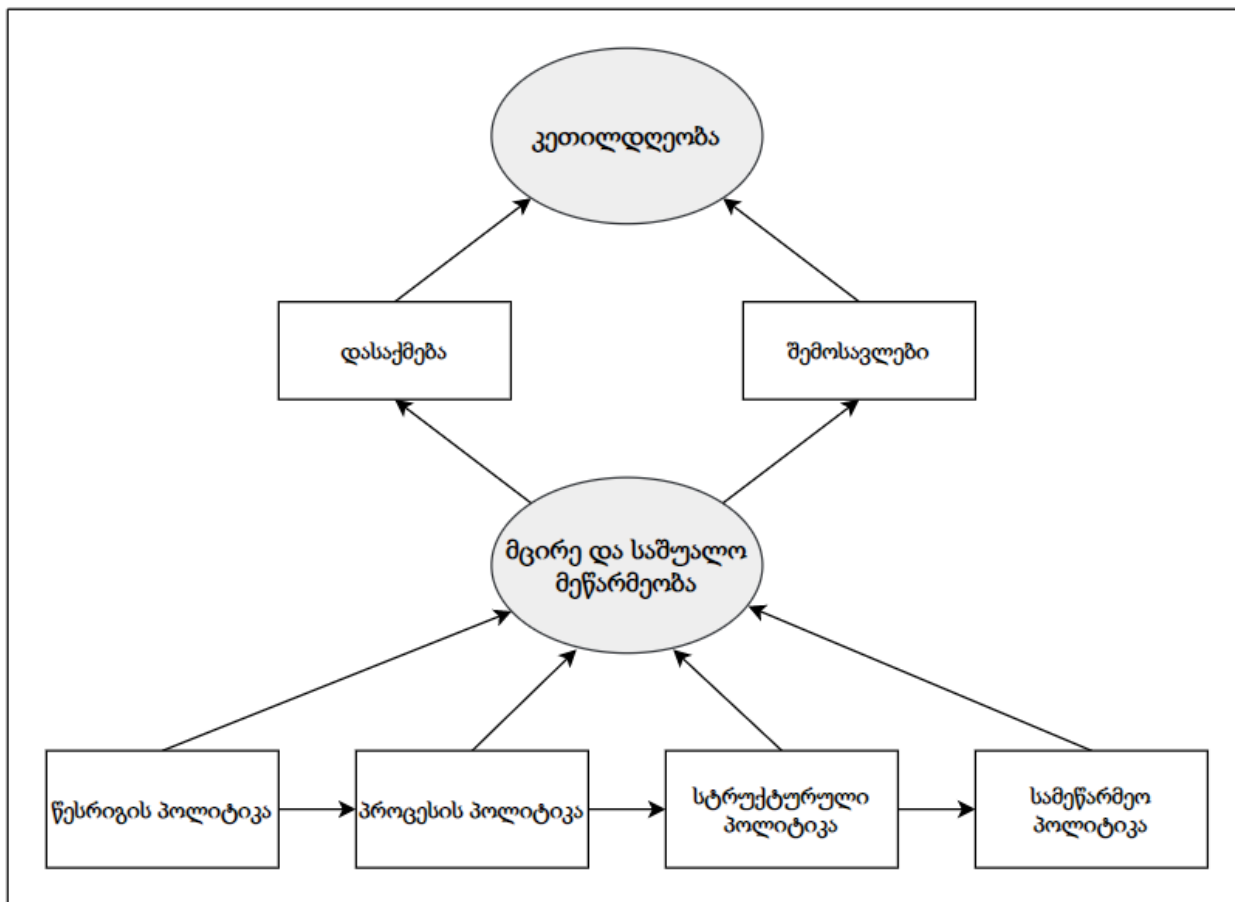
მსოფლიო ბაზრის წამყვან მცირე და საშუალო საწარმოებში პრიორიტეტია ინოვაციური მენეჯმენტის სტრუქტურა, ბიზნესლიდერების პიროვნული თვისებები და მენეჯმენტ-პერსონალის თანამშრომლობა. მენეჯმენტის მიზანი უნდა იყოს კომპრომისის პოვნა და დაპირისპირებულ მხარეებს შორის შესაბამისობის მიღწევა. სწორედ ასეთი მენეჯმენტის ხელოვნება განსაზღვრავს გლობალური ბაზრის წამყვანი კომპანიების მოქმედების წესს. მეწარმეობის სტრატეგიისა და კულტურის ერთმანეთთან შესაბამისობაში მოყვანა შეიძლება უზრუნველყოფილი იყოს

ინოვაციური მენეჯმენტის ასეთი მოდელით, რომლის ძირითადი ნაწილია ამბიციური მიზნები და ძლიერი მენეჯმენტი. ეს უკანასკნელი, თავის მხრივ, განსაზღვრავს სუბიექტების შიდა კომპეტენციებს და უზრუნველყოფს მათ ორიენტაციას. შიდა კომპეტენციები გულისხმობს სათადადოდ შერჩეულ და მოტივირებულ თანამშრომლებს, საქონლისა და მომსახურების მუდმივ ინოვაციას და საკუთარ ძალებზე დაყრდნობას. შიდა კომპეტენციები საბოლოოდ გარდაიქმნება გარე ბაზრის შესაძლებლობებში, რაც, თავის მხრივ, მოიცავს ბაზრის ვიწრო ფოკუსს (საქონელში, მომსახურებაში, ტექნოლოგიებში), მომხმარებლებთან სიახლოვეს, აშკარა უპირატესობებსა და გლობალურ ორიენტაციას (Gvelesiani, 2020).

ამრიგად, მეწარმეობის განვითარებისა და თვითგანვითარების სტრატეგიების შინაგანი წინააღმდეგობები ართულებს სახელმწიფო ეკონომიკურ პოლიტიკასა და კომპანიის სამეწარმეო პოლიტიკას შორის შესაბამისობის მიღწევას: ერთი მხრივ, წინააღმდეგობა არსებობს სოციალურ და კონკურენციულ წესრიგს შორის ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკაში, ხოლო, მეორე მხრივ, მეწარმეობის სტრატეგიასა და მეწარმეობის კულტურას შორის სამეწარმეო პოლიტიკის ფარგლებში (Gvelesiani, 2015).

წინამდებარე კვლევის თეორიული კონცეფცია გულისხმობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების საფუძველზე საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიღწევის შესაძლებლობას, რაშიც ცენტრალური როლი ეკონომიკურ პოლიტიკას ეკისრება. ამ თვალსაზრისის მიხედვით, მცირე და საშუალო მეწარმეობა არის საშუალება იმისა, რომ ეკონომიკური პოლიტიკის მიზანმიმართული და კომპლექსური გატარებით მიიღწეს ქვეყნის საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიზანი (იხ. სქემა 1.3.2).

სქემა 1.3.2. კვლევის კონცეპტუალურ-თეორიული სქემა



აღნიშნულ სტრუქტურაში: **წესრიგის პოლიტიკის** ოპტიმალურად გატარებამ უნდა უზრუნველყოს ეკონომიკური განვითარებისა და პროცესების სწორი გზით წარმართვა, საკუთრებითი, სამართლებრივი და ინსტიტუციური წესრიგი, ასევე, მოახდინოს სახელმწიფო და კერძო აქტიურობებს შორის რაციონალური საზღვრის დაწესება, რომლის პირობებშიც წარმატებულად საქმიანობა იქნება შესაძლებელი; **პროცესის პოლიტიკას** ეკისრება მიმდინარე ეკონომიკურ პროცესებზე მონიტორინგის როლი და საჭიროების შემთხვევაში შესაბამისი ინტერვენციების განხორციელების ვალდებულება, რათა არ მოხდეს განსაზღვრული გზიდან გადახვევა; **სტრუქტურული პოლიტიკის** მისიაა წესრიგისა და პროცესის პოლიტიკის ინსტრუმენტების რეგიონულ და სექტორულ დონეზე იმპლემენტაცია; **სამეწარმეო პოლიტიკა** კი, მიმართულია უშუალოდ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განმავითარებელი კონკრეტული ღონისძიებების განხორციელებაზე, როგორცაა: სამეწარმეო კულტურის შექმნა და განვითარება; სამეწარმეო უნარების განვითარება;

სამეწარმეო სტიმულის ზრდა; სამეწარმეო შესაძლებლობების შექმნა; კაპიტალზე ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა.

საბოლოო ჯამში, მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის მიმართ განხორციელებულმა ღონისძიებებმა და ეკონომიკური პოლიტიკის გადაწყვეტილებებმა, ხელი უნდა შეუწყოს მის განუხრელ წინსვლას და იმ გამოწვევებისა და სირთულეების დაძლევას, რის წინაშეც დგანან მცირე და საშუალო საწარმოები. განვითარებადი ეკონომიკები, სადაც, სათანადო დონეზე, ჯერ კიდევ, არ არის ჩამოყალიბებული და განვითარებული სამეწარმეო აზროვნება, გაცნობიერებული რისკის აღებისა და დაფინანსების წყაროების მოძიების კულტურა, არ არის საკმარისი წვდომა უახლეს ტექნიკასთან და ტექნოლოგიებთან, და ამ ეკონომიკებში მოქმედი მცირე და საშუალო საწარმოები მეტად საჭიროებენ სახელმწიფოს მხარდაჭერას. ამიტომ, მთავრობა ვალდებულია, ვიდრე (და შემდგომ პერიოდშიც, არსებული კონიუნქტურის შესაბამისად) მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი არ მიაღწევს საკმარის მდგრადობას, განახორციელოს რაციონალური და მიზანმიმართული პოლიტიკა ხელშეწყობის მიმართულებით. ეს ერთი მხრივ, ფეხზე დააყენებს და სიძლიერეს შესძენს მცირე და საშუალო საწარმოებს, ხოლო მეორე მხრივ, და პირველიდან გამომდინარე, უზრუნველყოფს შეუქცევად დასაქმებას, საექსპორტო შესაძლებლობების ზრდას, შემოსავლებს და შესაბამისად, კეთილდღეობას მოსახლეობისათვის.

თავი 2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკა ევროკავშირში

2.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკის ევოლუცია ევროკავშირში

მცირე და საშუალო საწარმოები წარმოადგენენ ევროპის ეკონომიკის მამოძრავებელ ძალას. ისინი საწარმოების მთლიანი რაოდენობის 99.8%-ს შეადგენენ. მათში დასაქმებულია ევროკავშირის სამუშაო ძალის 2/3-ზე მეტი, იქმნება დამატებული ღირებულების ნახევარზე მეტი და მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ფინანსური და ეკონომიკური კრიზისის შემდგომი გაჯანსაღების საქმეში (European Union, 2019). ევროკავშირში, კომისიის 2003/361 რეკომენდაციის მიხედვით, მცირე და საშუალო საწარმოთა კატეგორიას მიეკუთვნება საწარმო, რომელშიც დასაქმებულია 250 ადამიანზე ნაკლები, რომლის წლიური ბრუნვა არ აღემატება 50 მილიონ ევროს და/ან წლიური ბალანსი არ აღემატება 43 მილიონ ევროს (იხ. ცხრილი 2.1.1).

ცხრილი 2.1.1. მცირე და საშუალო საწარმოთა კლასიფიკაცია ევროკავშირში

საწარმოს ზომა	დასაქმებული	ბრუნვა (მლნ. EUR)	წლიური ბალანსი (მლნ. EUR)
მიკრო	<10	≤2	≤2
მცირე	<50	≤10	≤10
საშუალო	<250	≤50	≤43

წყარო: European Union, 2019 გვ. 7

გეოგრაფიული თვალსაზრისით, აშკარაა განსხვავებები მცირე და საშუალო მეწარმეობის ინტენსივობაში ევროკავშირის ქვეყნებს შორის. ყველაზე მეტი მცირე და საშუალო საწარმო 1 000 მოსახლეზე არის ჩეხეთში (115), სლოვაკეთში (98), პორტუგალიასა (94) და შვედეთში (90), ხოლო ყველაზე ნაკლები - რუმინეთში (29). გერმანიაში კი იგივე მაჩვენებელი 34 საწარმოს შეადგენს. ეს განსხვავება შეიძლება გამოწვეული იყოს სხვადასხვა ქვეყნისთვის დამახასიათებელი ისეთი ფაქტორებით, როგორცაა ეკონომიკური გარემოებები, თითოეული ეკონომიკის ინდუსტრიული სტრუქტურა ან საჯარო პოლიტიკა, რომელიც განსაკუთრებით უწყობს ხელს თვითდასაქმებასა და ახალ საწარმოებს (European Union, 2019).

ევროკავშირის რეგიონები განსხვავდებიან არა მხოლოდ მცირე და საშუალო საწარმოთა რაოდენობით, არამედ მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მოდელებითაც. ESPON-ის კვლევის მიხედვით:

- სამხრეთ გერმანია, ვენის, ბრიუსელისა და სამხრეთ დანიის ზონები გამოირჩევიან *მეცნიერებაზე დაფუძნებული* მიმართულების ქონით. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ამ კუთხით განვითარება დაფუძნებულია კვლევასა და განვითარებაზე (R&D);
- გერმანიის ჩრდილოეთ-ცენტრალური რეგიონები, სკანდინავიის ზოგიერთი და სამხრეთ ირლანდიის რეგიონები წარმოადგენენ *გამოყენებითი მეცნიერების* ზონებს. აქ მცირე და საშუალო საწარმოები აწარმოებენ მნიშვნელოვან ცოდნას და ინოვაციებს ზოგადი დანიშნულების ტექნოლოგიებისა და გამოყენებითი მეცნიერებისთვის;
- ჩრდილოეთ იტალიას, ესპანეთისა და საფრანგეთის აღმოსავლეთ რეგიონებს, ისევე როგორც ჩეხეთს, აქვთ *მაღალი პროდუქტის ინოვაცია და კარგი შესაძლებლობები R&D-ის ინოვაციად გადაქცევისთვის*;
- პოლონეთის, უნგრეთის, საბერძნეთის, ცენტრალური იტალიის, ესპანეთისა და საფრანგეთის მრავალი რეგიონი კლასიფიცირებულია, როგორც *ჭკვიანი და კრეატიული დივერსიფიკაციის* ზონები, ცოდნის დაბალი წარმოებით, მაგრამ მცირე და საშუალო მეწარმეობის მაღალი დონით;
- სხვა რეგიონები იდენტიფიცირებულია, როგორც *იმიტაციის* ზონები, სადაც მცირე და საშუალო საწარმოებს აქვთ ცოდნის, ინოვაციებისა და მეწარმეობის დაბალი დონე (European Union, 2019: 11-12).

აქვე, აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირში, მცირე და საშუალო საწარმოები დგანან გარკვეული წინააღმდეგობების წინაშე სხვადასხვა მიმართულებით. კერძოდ:

- მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობა და ინტერნაციონალიზაცია: მცირე და საშუალო საწარმოთა მცირე ზომა, ფინანსური და ადამიანური რესურსების ნაკლებობა, ძლიერ ბარიერს წარმოადგენს ახალ ბაზრებზე შესვლისთვის;
- კვლევისა და განვითარების შესაძლებლობები: შეზღუდული ინოვაციები ბევრ საწარმოში, განსაკუთრებით უფრო ტრადიციულ სექტორებში, როგორცაა

წარმოება, მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქტებს ნაკლებად კონკურენტუნარიანს ხდის გარე ბაზრებზე;

- კომპანიის წარმადობა: მსხვილ საწარმოებთან შედარებით მცირე და საშუალო საწარმოებს აქვთ უარესი შედეგები ბრუნვისა და დამატებული ღირებულების თვალსაზრისით (European Union, 2019: 14).

შეზღუდული ინტერნაციონალიზაცია, დაბალი ინოვაციები და კომპანიის დაბალი წარმადობა, უარყოფითად მოქმედებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოტენციურ ზრდაზე. ამ თვალსაზრისით, ევროკავშირის პოლიტიკისთვის ნიშანდობლივია შემდეგი ფაქტორები: „კვალიფიციურ მუშახელზე ხელმისაწვდომობა, ფინანსებზე წვდომის სირთულე, რეგულაციები და ადმინისტრირება“ (European Union, 2019: 14).

2014 წელს, ევროკავშირის მცირე და საშუალო საწარმოთა 20%-მა დააფიქსირა, რომ მათთვის, ყველაზე აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენდა მომხმარებელთა მოძიება. აქ, წინა წლებთან შედარებით, გაუმჯობესებაა დაფიქსირებული, რადგან 2011 წელს შესაბამისი მაჩვენებელი 24%, 2013 წელს კი 22% იყო. მეორე ყველაზე აქტუალურ პრობლემად, ევროკავშირის მცირე და საშუალო მეწარმეთა 17%-ის მიერ, დაფიქსირებულ იქნა კვალიფიციურ პერსონალზე ან გამოცდილ მენეჯერებზე ხელმისაწვდომობა. 2011 წელს იგივე მაჩვენებელი 14%-ს შეადგენდა. შესაბამისად, ამ პრობლემის მიმართ, შეინიშნება მდგომარეობის გაუარესება. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები სულ უფრო მეტად ეძებენ ახალ თანამშრომლებს. მესამე ყველაზე აქტუალურ პრობლემად დასახელდა რეგულაციები (16%). 2011 წელს დაფიქსირებულ 8%-თან და 2013 წელს - 14%-თან შედარებით, აქაც შესამჩნევია გაუარესება. აღნიშნული ტენდენცია მიუთითებს იმაზე, რომ წევრი ქვეყნების მასშტაბით, ჯერ კიდევ ბევრია გასაკეთებელი როგორც ბიუროკრატიის შემცირების კუთხით, ისე, მარეგულირებელი ჩარჩოების ჰარმონიზაციის მიმართულებით. გარდა ამისა, ძირითად გამოწვევებად დასახელებულ იქნა კონკურენცია (15%), ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა (13%) და წარმოების ან შრომის ხარჯები (12%) (Autio, 2016).

საწარმოებისთვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის კვლევის (SAFE) მიხედვით, ევროკავშირის მცირე და საშუალო საწარმოები მთავარ გამოწვევად

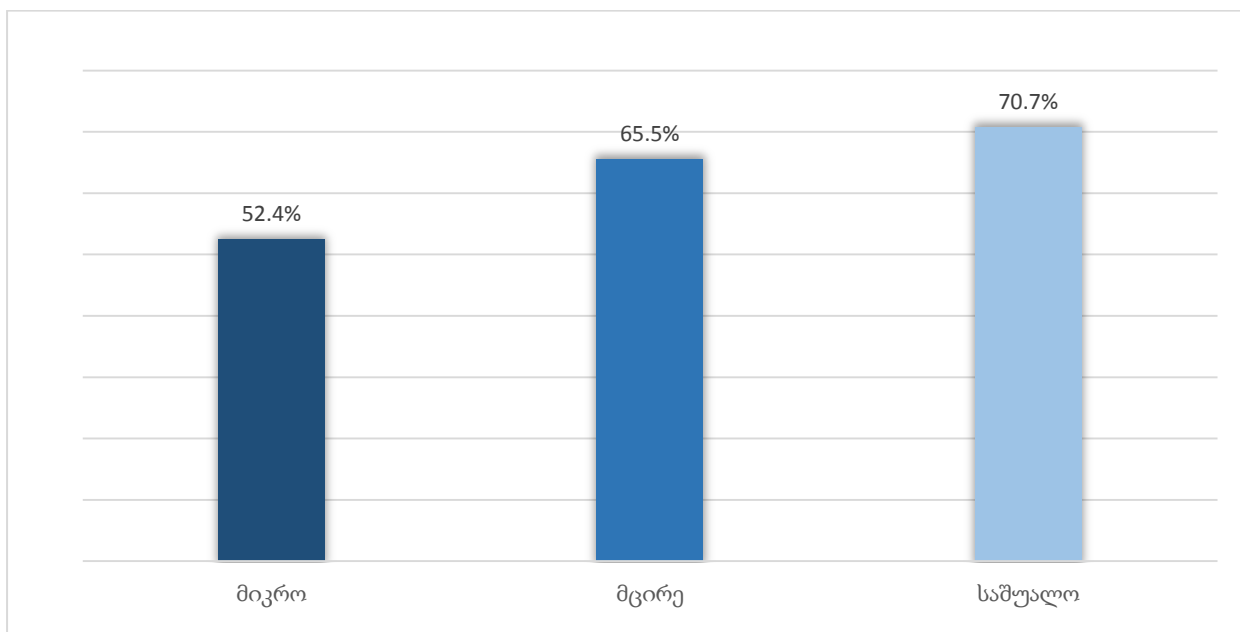
ასახელებენ კვალიფიციურ მუშახელზე ხელმისაწვდომობას. 2018 წელს, აღნიშნული წარმოადგენდა ყველაზე აქტუალურ პრობლემას მცირე და საშუალო საწარმოების 25%-სთვის. მოცემული პროცენტული მაჩვენებელი საგრძნობლადაა გაზრდილი 2013 წელს დაფიქსირებულ 14%-თან შედარებით. მცირე და საშუალო საწარმოები არიან ეკონომიკის დინამიკური და ამავე დროს დაუცველი აქტორები. ისინი განსაკუთრებით მგრძობიარენი არიან შიდა წარმოების პროცესის ცვლილებების, განვითარებადი ქვეყნების კონკურენციის გაზრდის მიმართ, როგორცაა მაგალითად, ჩინეთი და ინდოეთი და არაპროგნოზირებადი მოვლენების მიმართ, როგორცაა ეკონომიკური და ფინანსური კრიზისები. ამიტომ, კვალიფიციურ მუშახელზე ხელმისაწვდომობა შეიძლება გადამწყვეტი იყოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის დახმარების საქმეში, ცვლილებებზე რეაგირებისა და ადაპტაციის კუთხით. უნარების ამაღლება კი განიხილება, როგორც არსებითი ფაქტორი გარე კონკურენციის წინააღმდეგ საბრძოლველად (European Union, 2019).

ევროკავშირში, ზოგად ტენდენციას წარმოადგენს ის, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები განიცდიან პრობლემებს გამოცდილი მუშაკების დაქირავების მიმართულებით მსხვილი საწარმოების კონკურენციისა და ზოგადი ფინანსური პირობების გამო. ამასთანავე, მცირე და საშუალო საწარმოები არ აკეთებენ საკმარის ინვესტიციას მათი არსებული პერსონალის უნარების გაუმჯობესებაში. ეს ძირითადად დაკავშირებულია ინფორმაციის ნაკლებობასთან, რადგან მეწარმეებს ყოველთვის არ ესმით, თუ რამდენად სარგებლის მომტანია მეტად კვალიფიციური სამუშაო ძალის არსებობა საწარმოსათვის. მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ, თანამშრომელთა უნარების გაუმჯობესებაში ინვესტიციების ნაკლებობა, ასევე, დაკავშირებულია მათ კრიტიკულ ფინანსურ მდგომარეობასთან, რაზეც ძლიერი გავლენა იქონია საკრედიტო შეზღუდვებმა ფინანსური კრიზისის შემდეგ. ამასთანავე, მაღალკვალიფიციური მუშახელის ყოლა გადამწყვეტია ინოვაციისთვის. მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაცია კიდევ ერთი გამოწვევაა ევროკავშირის დონეზე, რომელიც მკაცრად არის დაკავშირებული საწარმოებში კვალიფიციური მუშახელის ნაკლებობასთან. ადეკვატური უნარების გარეშე, საწარმოებს არ შეუძლიათ R&D-ის კაპიტალიზაცია და მისი გარდაქმნა ინოვაციად. უფრო მეტიც, კვალიფიციური მუშახელი ფუნდამენტურია ევროკავშირის მცირე და საშუალო

საწარმოებისთვის, რომლებიც ცდილობენ გაზარდონ თავიანთი ტექნოლოგიური და ციფრული დონე (European Union, 2019).

ევრობარომეტრის 2020 წლის კვლევაში, მცირე და საშუალო მეწარმეთა მისამართით, დასმულ იქნა შეკითხვა: დანერგა თუ არა მათმა საწარმომ ინოვაციები ბოლო 12 თვის განმავლობაში? ინოვაციები მოიცავდა გაუმჯობესებულ წარმოების პროცესს, პროდუქტს ან მომსახურებას, საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის ახალ ბიზნესმოდელს, მეთოდს ან სოციალურ და გარემოსდაცვით ინოვაციებს, როგორცაა პროდუქტები ან მომსახურება, რომლებიც უფრო ენერგოეფექტურია ან აუმჯობესებენ საზოგადოებას. ინოვაციებში ჩართული ფირმების წილი განსხვავდებოდა ფირმის ზომისა და წევრი ქვეყნების მიხედვით. ინოვატორთა ყველაზე მაღალი წილი აღმოჩნდა საშუალო ზომის საწარმოებში - 70.7%, მას მოსდევს მცირე ზომის საწარმოები - 65.5%, ხოლო მიკრო ზომის საწარმოებში დაფიქსირდა ინოვაციების დანერგვის ყველაზე დაბალი წილი - 52.4% (European Commission, 2021b; იხ. დიაგრამა 2.1.1).

დიაგრამა 2.1.1. საწარმოს ინოვაცია ზომის მიხედვით

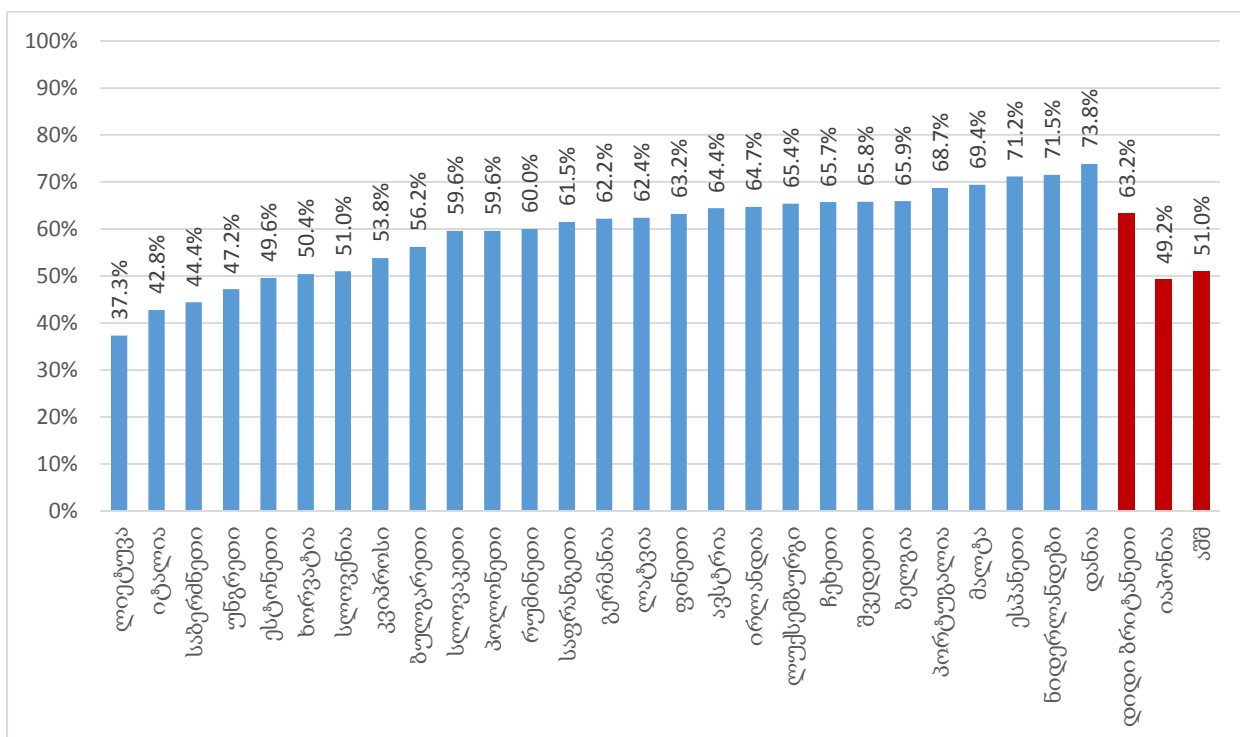


წყარო: European Commission, 2021b გვ. 79

ქვეყნების მიხედვით, მცირე და საშუალო საწარმოთა ინოვაციურობის თვალსაზრისით, ყველაზე მაღალი წილი დაფიქსირდა დანიაში (73.8%), ნიდერლანდებსა (71.5%) და ესპანეთში (71.2%), სადაც მცირე და საშუალო საწარმოთა

70%-ზე მეტი ჩართული იყო ინოვაციაში. ინოვაციების ყველაზე დაბალი დონე კი დაფიქსირდა ლიეტუვაში, სადაც მცირე და საშუალო საწარმოთა მხოლოდ 37.3% ეწევა ინოვაციურ საქმიანობას. ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ნახევარზე ნაკლებს აქვს მცირე და საშუალო ბიზნესის ინოვაციების უფრო მაღალი წილი, ვიდრე დიდ ბრიტანეთს, 23 წევრ სახელმწიფოს აქვს უფრო მაღალი ინოვაცია, ვიდრე იაპონიას და 21 წევრ სახელმწიფოს აქვს ინოვაციების უფრო მაღალი დონე მცირე და საშუალო საწარმოთა შორის ვიდრე აშშ-ს (European Commission, 2021b; იხ. დიაგრამა 2.1.2).

დიაგრამა 2.1.2. მცირე და საშუალო საწარმოთა ინოვაციები ქვეყნების მიხედვით



წყარო: European Commission, 2021b გვ. 80

ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევაა, რომლის წინაშეც საწარმოები 2008 წლის კრიზისის შემდეგ დგანან. SAFE-ს კვლევის თანახმად, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალურ პრობლემად არის მითითებული 2018 წელს ევროკავშირის მცირე და საშუალო საწარმოთა 7%-ის მიერ. აღნიშნული მაჩვენებელი 2013 წელს 15%-ს შეადგენდა, რაც მიუთითებს ზოგად გაუმჯობესებაზე, მცირე და საშუალო საწარმოების კრედიტზე წვდომის კუთხით (European Union, 2019).

კიდევ ერთი ბარიერი არის მარეგულირებელი ჩარჩო, რომელიც ტვირთია მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის შესაბამისობის ხარჯების (კონფიდენციალურობისა და უსაფრთხოების რეგულირების), ფისკალური ვალდებულებებისა და სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობის თვალსაზრისით. ევროპაში საქონლისა და მომსახურების წარმოება და გაყიდვა ექვემდებარება ბევრ ადმინისტრაციულ მოთხოვნას და რეგულაციას, როგორცაა „ფირმის რეგისტრაცია, პროდუქტებისა და სერვისების სერტიფიცირება, ურთიერთადიარების სქემები, ემისიების მოთხოვნები, სამრეწველო საქონლის უსაფრთხოება, ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების დაცვა და ტექნიკური სტანდარტები“ (European Union, 2019: 22).

2008 წელს ევროკომისიამ მიიღო მცირე ბიზნესის აქტი (SBA), რომელიც წარმოადგენს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის პოლიტიკის ქვაკუთხედს. ევროკავშირის პოლიტიკის ეს ჩარჩო მიზნად ისახავს მცირე და საშუალო საწარმოების ზრდისა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, რაც გადამწყვეტია ევროკავშირის კეთილდღეობისთვის. დოკუმენტი გვთავაზობს მეწარმეობის მიმართ ახალ მიდგომას ევროკავშირში, პრინციპის მიხედვით - „პირველ რიგში იფიქრე მცირეზე“. SBA ცდილობს გადაჭრას მცირე და საშუალო მეწარმეობის წინაშე მდგარი გამოწვევები. იგი მიმართულია, სხვადასხვა ღონისძიებების რეალიზაციით, მოახდინოს უფრო მოქნილი რეგულაციების შეთავაზება ადმინისტრაციული ტვირთის შესამცირებლად, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება, ერთიანი ბაზრის ხელმისაწვდომობისა და კონკურენციის პოლიტიკის გაუმჯობესება, უფრო მეგობრული მცირე და საშუალო მეწარმეობის ფორმირება (European Union, 2019: 30). SBA ძირითადად შეიცავს რეკომენდაციებს ევროკავშირის წევრი ქვეყნებისთვის, „რამდენიმე იურიდიულად სავალდებულო რეგულაციით და მცირე ფინანსური მხარდაჭერით“. როგორც SBA-ს მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის მიზნების მიღწევის საშუალება, არსებობს ათი ძირითადი პრინციპი (იხ. ცხრილი 2.1.2) და მათი განხორციელების ნაბიჯების სერია. დაახლოებით 90 პოლიტიკური ინიციატივა და 5 სამართლებრივი აქტი ეროვნულ და ევროკავშირის დონეზე მას შემდეგ გამიზნული იყო SBA-ის იმპლემენტაციის უზრუნველსაყოფად (Röhl, 2017: 10).

ცხრილი 2.1.2. მცირე ბიზნესის აქტის (SBA) პრინციპები

1	გარემოს შექმნა, რომელშიც მეწარმეები წარმატებას მიაღწევენ და მეწარმეობა იქნება დაჯილდოვებული
2	მეორე შანსის მიცემა პატიოსანი მეწარმეებისთვის, რომლებიც გაკოტრების წინაშე აღმოჩნდნენ
3	დიზაინის წესები „პირველ რიგში იფიქრე მცირეზე“ პრინციპის მიხედვით
4	საჯარო ადმინისტრირება პასუხობდეს მცირე და საშუალო მეწარმეობის საჭიროებებს
5	საჯარო პოლიტიკის ინსტრუმენტების მორგება მცირე და საშუალო საწარმოების საჭიროებებზე: ხელშეწყობა მცირე და საშუალო საწარმოების სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობის კუთხით და მცირე და საშუალო საწარმოებისკენ მიმართული სახელმწიფო დახმარების უკეთ გამოყენება
6	მცირე და საშუალო საწარმოების ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის ხელშეწყობა და სამართლებრივი და ბიზნესგარემოს განვითარება, რომელიც ხელს შეუწყობს დროული გადახდების განხორციელებას კომერციულ ტრანზაქციებში
7	მცირე და საშუალო საწარმოების დახმარება, რათა მიიღონ მეტი სარგებელი ერთიანი ბაზრის მიერ შემოთავაზებული შესაძლებლობებით
8	კვალიფიკაციის ამაღლების ხელშეწყობა მცირე და საშუალო მეწარმეობაში და ყველა სახის ინოვაციაში
9	მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის საშუალების მიცემა, რათა გარემოსდაცვითი გამოწვევები გარდაქმნან შესაძლებლობებად
10	მცირე და საშუალო მეწარმეობის წახალისება და მხარდაჭრა, რათა სარგებელი მიიღონ ბაზრის ზრდისაგან

წყარო: European Union, 2019 გვ. 30

პირველი და მეორე პრინციპები ეხება სამეწარმეო ინტერესის, ცნობიერებისა და მაღალკვალიფიციური მუშახელის ნაკლებობის საკითხს. ისინი ხაზს უსვამენ სკოლებში მეწარმეობის სწავლების დანერგვის აუცილებლობას. ამასთანავე, აქცენტირებულია, მცირე და საშუალო საწარმოებში ინოვაციების გასაძლიერებლად მეწარმეებისა და თანამშრომლებისთვის კომპეტენციის ამაღლების საჭიროებაზე. პირველი პრინციპი, ასევე მოიცავს საოჯახო ბიზნესის ხელშეწყობის აუცილებლობას, თვითდასაქმების ხელშეწყობას და მეწარმეებისთვის გენდერული დისბალანსის შევსებას. **მეორე და მეექვსე** პრინციპები ეხება მცირე და საშუალო საწარმოების ფინანსებთან წვდომის სირთულეებს. ისინი გულისხმობენ პატიოსანი მეწარმეებისთვის, რომლებიც გაკოტრების წინაშე აღმოჩნდნენ, ხელშეწყობას, რათა ადვილად მიიღონ ფინანსები ახალი საქმიანობის წამოსაწყებად. ასევე, აქ მოიაზრება, საჯარო მხარდაჭერა (მაგ., ESIF ფინანსური ინსტრუმენტები, განსაკუთრებით

სარისკო კაპიტალი და მიკროკრედიტი) მცირე და საშუალო საწარმოებში ინვესტიციების წახალისებისთვის. **მესამე, მეოთხე და მეხუთე** პრინციპები ორიენტირებულია ადმინისტრაციული და მარეგულირებელი ტვირთის შემცირებაზე, რომელსაც მცირე და საშუალო საწარმოები არაპროპორციულად აწყდებიან მსხვილ საწარმოებთან შედარებით. პრინციპები ასევე ითვალისწინებს საჯარო ადმინისტრაციის პასუხისმგებლობის გაუმჯობესებას და მცირე და საშუალო საწარმოთათვის სახელმწიფო შესყიდვების ხელმისაწვდომობას. **მეშვიდე** პრინციპი მცირე და საშუალო საწარმოებს მოუწოდებს გაზარდონ ინფორმირებულობა იმის შესახებ, თუ როგორ ისარგებლონ ერთიან ბაზარზე არსებული შესაძლებლობებით, რომელთა შორისაა პატენტები და სავაჭრო ნიშნები. **მეცხრე** პრინციპი ორიენტირებულია, მცირე და საშუალო საწარმოთათვის, მეტი ინფორმაციისა და ფინანსების მიწოდებაზე მწვანე ბიზნესის შესაქმნელად. **მეათე** პრინციპი ფოკუსირებულია მცირე და საშუალო საწარმოების ტრენინგზე, რათა ისარგებლონ ერთიანი ბაზრის უპირატესობებით, განსაკუთრებით ინტერნაციონალიზაციის მიმართულებით (European Union, 2019).

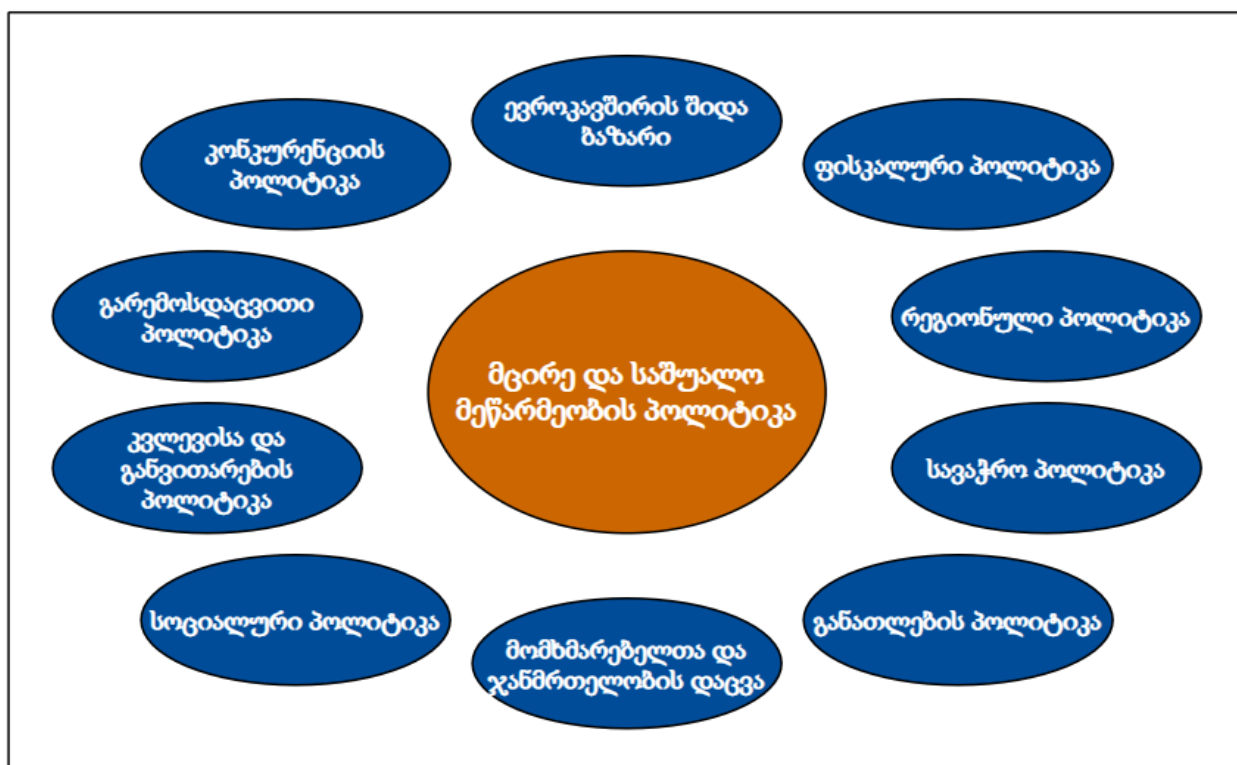
ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკა მოიცავს ღონისძიებათა ფართო სპექტრს სხვადასხვა მიმართულებით, როგორცაა: ტრენინგები და განათლება, კონსულტირება, პირდაპირი ფინანსური მხარდაჭერა შეღავათიანი სესხების, საკრედიტო გარანტიების, გრანტებისა და სუბსიდიების მეშვეობით (Dvoulety et al., 2021).

სამეწარმეო პოლიტიკა, რომელიც ვლინდება საჯარო სპონსორობის აქტიურობებში, ახალი საწარმოების ხელშეწყობის თვალსაზრისით, გამიზნულია ძირითადად სამი მიმართულებით: „შეხიდება“, „ბუფერიზაცია“ და „გაძლიერება“. ე.წ. ხიდის საშუალებით, მთავრობები ცდილობენ გააძლიერონ მეწარმეთა და დაკავშირებულ მხარეთა ქსელი. ბუფერირებით, სამთავრობო სააგენტოები ცდილობენ დაიცვან ახალი საწარმოები ბაზრის მკაცრი რეალობისგან ისეთი გარე რესურსების მიწოდებით, როგორცაა იაფი საოფისე ფართი, ტრენინგი და საკონსულტაციო მომსახურება, საგადასახადო შეღავათები და სახელმწიფო კონტრაქტებზე პრივილეგირებული წვდომა. სიმძლავრეების გაზრდით, მთავრობები ცდილობენ გააძლიერონ ახალი საწარმოების შესაძლებლობები ინოვაციებისა და

ზრდისთვის პირდაპირი, პრაქტიკული ინტერვენციების მეშვეობით, როგორც წესი, კერძო სექტორის სერვისის მომწოდებელთან პარტნიორობით (Autio, 2016: 18).

მრავალფეროვანია ევროკავშირის სამეწარმეო პოლიტიკის სფეროები (იხ. სქემა 2.1.1). მცირე და საშუალო საწარმოების შიდა ბაზარზე წვდომა, რა თქმა უნდა, მათი განვითარების შესაძლებლობების გასაღებია. თუმცა, ამასთანავე, მათი გარე ბაზრებზე პოზიციონირების თვალსაზრისით, SBA-ის ფარგლებში, შესვლის ბარიერები უნდა შემცირდეს, რადგან საზღვრებს გარეთ ოპერაციები ძვირია მცირე და საშუალო საწარმოთათვის, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ენობრივი ბარიერების გარდა სხვადასხვა რეგულაციები უნდა იქნას გათვალისწინებული (Röhl, 2017).

სქემა 2.1.1. ევროკავშირის პოლიტიკის სფეროები, რომლებიც გავლენას ახდენენ მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე



წყარო: Röhl, 2017 გვ. 9

ევროკავშირი, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი სტრატეგიებიდან გამომდინარე ახორციელებს სხვადასხვა ინიციატივასა და პროგრამას. მხარდაჭერა ხორციელდება ერთობლივი მართვის პროგრამების (ESIF),

პირდაპირი მართვის პროგრამებისა და ევროპის საინვესტიციო ბანკის (EIB) ჯგუფის მეშვეობით. გარდა ამისა, მცირე და საშუალო საწარმოებს შეუძლიათ ისარგებლონ ევროპის სტრატეგიული ინვესტირების ფონდიდან (EFSD), რომელიც EIB ჯგუფისა და ევროკომისიის ერთობლივი ინიციატივაა. ფონდს აქვს სპეციფიკური მცირე და საშუალო მეწარმეობის ფანჯარა, რომელიც სთავაზობს თითქმის 5.5 მილიარდ ევროს, დანერგულია ევროპის საინვესტიციო ფონდის (EIF) მიერ და მიზნად ისახავს დაეხმაროს მაღალი პოტენციალის, მაღალი რისკის მექონე დამწყებ მცირე და საშუალო საწარმოებს კაპიტალის დაფინანსებასა და სესხებზე წვდომაში. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის კუთხით, აღსანიშნავია მცირე და საშუალო საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის პროგრამა (COSME). COSME, ამასთანავე, მხარს უჭერს მეწარმეობას მობილურობის პროგრამებისა და ღონისძიებების საშუალებით, რათა ხელი შეუწყოს სამეწარმეო განათლებას, უნარებსა და დამოკიდებულებებს, განსაკუთრებით ახალი, ახალგაზრდა და ქალი მეწარმეებისთვის. მხარდაჭერა მოიცავს ფინანსურ და არაფინანსურ ნაწილებს. **ფინანსური** დახმარება შეიძლება იყოს გრანტები, სესხები, გარანტიები და პირდაპირი ინვესტიციები კაპიტალში. გარდა ამისა, ფინანსური დახმარება შეიძლება მოიცავდეს მთლიან ინვესტიციას ან ESIF-ს, როგორც თანადაფინანსებას. ამიტომ, პროექტები, ასევე ფინანსდება ეროვნული, რეგიონული და კერძო რესურსებით. **არაფინანსური** მხარდაჭერა გულისხმობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის ზოგადი მდგომარეობის გაუმჯობესებას. ამის მაგალითია „Enterprise Europe Network“, რომელიც უზრუნველყოფს მცირე და საშუალო მეწარმეობის დახმარებას საერთაშორისო პარტნიორების პოვნაში, ინოვაციების და ინტერნაციონალიზაციის მხარდაჭერის სერვისებს, აუმჯობესებს დაფინანსებასთან დაკავშირებულ ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობას და ა.შ. კიდევ ერთი მაგალითია „Your Business Europe“ პორტალი, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციას ევროკავშირის და ეროვნული წესებისა და კანონმდებლობის შესახებ, რათა დაეხმაროს მცირე და საშუალო საწარმოთა ინტერნაციონალიზაციას. უფრო მეტიც, რეგიონების ევროპული კომიტეტი EC-სთან ერთად ყოველწლიურად განსაზღვრავს „ევროპის სამეწარმეო რეგიონებს“ (EER), განსაკუთრებით ინოვაციური და ეფექტური სამეწარმეო პოლიტიკის სტრატეგიებით (European Union, 2019: 35).

აღსანიშნავია ევროკავშირის პოლიტიკა კვლევისა და განვითარების (R&D) კომპონენტის გაძლიერების მიმართულებით. ევროკავშირის ინოვაციური პოლიტიკა ძირითადად კვლევაზეა ორიენტირებული. ფუნდამენტურ მიზანს წარმოადგენს R&D-ში მთლიანი სამამულო პროდუქტის 3%-ის ინვესტირების დონის მიღწევა. მცირე და საშუალო საწარმოების ინოვაცია ეყრდნობა მრავალფეროვან შიდა წყაროებს, მათ შორის R&D-ზე დაფუძნებულს. ამასთანავე, მნიშვნელოვანია გარე წყაროები, როგორცაა თანამშრომლობა სხვა ფირმებთან და კვლევით ცენტრებთან. აქ, გადამწყვეტ როლს თამაშობს ადგილმდებარეობა და კონტექსტი. უფრო ინოვაციურ რეგიონებში, მცირე და საშუალო საწარმოები ბევრად უფრო დიდ სარგებელს იღებენ შიდა R&D-ისა და გარე თანამშრომლობის კომბინაციით. ნაკლებად ინოვაციურ რეგიონებში კი, მცირე და საშუალო მეწარმეობა ძირითადად ეყრდნობა გარე წყაროებს და, განსაკუთრებით, სხვა ფირმებთან თანამშრომლობას (Hervás-Oliver et al., 2021).

დღესდღეობით, COVID-19-ის პანდემია არის უპრეცედენტო გარე შოკი, რომელიც გავლენას ახდენს მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე ევროპაში, როგორც მიწოდების, ისე მოთხოვნის თვალსაზრისით. 2020 წლის მაისის გამოკითხვის თანახმად, გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესის 50% კრიზისის გამო ნეგატიურ შედეგს ელოდა. იტალიაში 70%-ზე მეტმა აღნიშნა, რომ მათზე უშუალოდ იმოქმედა კრიზისმა. ანალოგიური ვითარებაა ევროპის სხვა ქვეყნებშიც (Juergensen et al., 2020).

COVID-19-ის პანდემიამ გამოიწვია ყველაზე დიდი გლობალური ეკონომიკური შენელება მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ. ბევრ ქვეყანაში, პანდემიამ სამეწარმეო საქმიანობა შეაჩერა, რის შედეგადაც დაიკარგა სამუშაო ადგილები და შემოსავლები. აღნიშნულმა არსებითი გავლენა მოახდინა გლობალურ ღირებულების ჯაჭვებზე, რაც გამოწვეულია სატრანსპორტო სისტემის დარღვევით, მიწოდების ჯაჭვის შეფერხებით შრომის შეზღუდვის გამო და მოთხოვნის მკვეთრი ვარდნით. საერთო დონეზე, COVID-19-მა გამოიწვია უმუშევრობის ზრდა, მათ შორის მუდმივი თანამდებობიდან გათავისუფლება და დროებითი შვებულება, ამასთანავე, ბიზნესის ინვესტიციების ვარდნა. Context Consulting-ის მიერ ჩატარებული კვლევა „SME Understanding Survey“ იუწყება, რომ ბევრი მცირე და საშუალო საწარმოს მიერ COVID-19-ის კრიზისამდე გამოთქმული ფრთხილი ოპტიმიზმი, ზრდისა და

ინვესტიციების პოზიტიურ ეკონომიკურ პერსპექტივასთან დაკავშირებით, მკვეთრად შეიცვალა პანდემიის დროს, რადგან მცირე და საშუალო საწარმოებს მოუწიათ ბრძოლა გადარჩენისთვის. ეკონომიკური ზემოქმედება მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე, გამოწვეული COVID-19-ის პანდემიით, იყოფა სამ ურთიერთდაკავშირებულ კატეგორიად: პირველი, მომხმარებელთა მოთხოვნისა და შემოსავლების ვარდნა, რომელიც გავლენას ახდენს ფულადი სახსრების მოძრაობასა და მდგრადობაზე; მეორე, მიწოდების ჯაჭვის შეფერხებები; და მესამე, თანამშრომლების შესაძლებლობებისა და კეთილდღეობის დაბალანსების გამოწვევები. კვლევაში ხაზგასმულია მცირე და საშუალო საწარმოების პრიორიტეტების გადანაცვლება მათი საქმიანობის მასშტაბის ზრდისა და რესურსების მოპოვებიდან, ახალი მომხმარებლების მოძიებაზე, ბიზნესხარჯების მართვაზე, საქმიანობის გამარტივებასა და ახალი შემოსავლების ნაკადების პოვნაზე, თუ ძირითადი ბიზნესი ვეღარ ფუნქციონირებს (European Commission, 2021b: 7). ამასთანავე, ციფრული ინდუსტრიის დიდმა ნაწილმა და ჯანდაცვის სექტორმა კარგად გაუძლო არსებულ გამოწვევებს. პანდემიამ იმოქმედა, როგორც გაციფრულების ამაჩქარებელმა. მაგალითად, ციფრულ ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობა 2020 წლის მესამე კვარტალში გაიზარდა 0.9%-ით, დამატებული ღირებულება კი 1.8%-ით, წინა წელთან შედარებით. 2020 წლის დეკემბრისთვის პერსონალურ კომპიუტერებსა და ტაბლეტებზე, მოთხოვნა 4.6%-ით გაიზარდა წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით (De Vet et al., 2021: 33).

პანდემიის საწყისი ეტაპიდანვე გაიზარდა მოთხოვნა ციფრულ სერვისებზე და ელექტრონულ კომერციაზე. მსოფლიოს მასშტაბით, სოციალური დისტანციური მოთხოვნების მომატებამ გამოიწვია ინტერნეტინსტრუმენტების გამოყენების მკვეთრი ზრდა და მოთხოვნა ციფრულ პროდუქტებზე, მაგალითად, „streaming services“ გაიზარდა 12%-ით. პანდემიასთან ერთად გაიზარდა ელექტრონული კომერციის გამოყენება, განსაკუთრებით სასურსათო მაღაზიებისთვის 135%-ით, საცალო ტექნიკაზე ელექტრონული მოთხოვნა გაიზარდა 128.5%-ით, ხოლო ბანკებსა და დაზღვევაზე 13.7%-ით. რეკორდულად მოიმატა სოციალური მედიის გამოყენებამ, როგორცაა Facebook-ის აპლიკაციები Instagram და Whatsapp, აქტიური გამოყენება მიეცა Tik Tok-ს, მათ შორის მარკეტინგის მიმართულებით (Ciuriak, 2020:

3-4). შემოსავლის შთამბეჭდავი ზრდა დააფიქსირა საკომუნიკაციო კომპანია Zoom-მა, 2021 წლის 31 იანვრის მდგომარეობით, წინა წელთან შედარებით, მატებამ 326% შეადგინა (Zoom Video Communications, Inc., 2021).

COVID-19-ის პანდემიამ ქვეყნების მეწარმეობის პოლიტიკა ფორს-მაჟორულ სიტუაციაში ჩააყენა. ევროპაში მცირე და საშუალო საწარმოები თავიდანვე მოექცა პოლიტიკის ყურადღების ცენტრში და მათი დახმარება გახდა პოლიტიკის მთავარი პრიორიტეტი. მცირე და საშუალო საწარმოებს სხვადასხვა სახის ფინანსური დახმარება გაეწიათ ლიკვიდურობის კრიზისის თავიდან ასაცილებლად და დასაქმების დანაკარგების შესამცირებლად (Juergensen et al., 2020). მაგალითად, გერმანიაში ფისკალური პოლიტიკის ზომებმა, მათ შორის ლიკვიდობის სუბსიდიებმა და სახელმწიფო გარანტიებმა, გადახდისუუნარობის კანონმდებლობის დროებითმა ცვლილებამ და მოკლევადიანმა სამუშაო სქემამ (STW), მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა COVID-19 კრიზისზე რეაგირებაში (Dörr et al., 2021).

ამგვარად, ევროკავშირის მცირე და საშუალო მეწარმეობისადმი მიმართული პოლიტიკა ძირითადად ემყარება მცირე ბიზნესის აქტის პრინციპებს და მის იმპლემენტაციას. საგულისხმო და მრავალფეროვანია ევროკავშირის პოლიტიკის სფეროები, მიმართულებები და ღონისძიებები, რომელთა კომპლექსური გატარების საფუძველზე ევროკავშირის ქვეყნები აღწევენ სოლიდურ წარმატებას. აღსანიშნავია, ხელშემწყობი პროგრამები ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის, სამეწარმეო განათლების, კვლევისა და განვითარების (R&D) მიმართულებით. ამასთანავე, ევროკავშირი გლობალურ გამოწვევას, რომელიც მსოფლიოს მოეწვინა COVID-19-ის პანდემიის სახით, გონივრული პროგრამებისა და ინიციატივების ხარჯზე წარმატებით უმკლავდება.

2.2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის მახასიათებლები გერმანიაში

მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკის განხორციელების თვალსაზრისით, ნიშანდობლივია განვიხილოთ ევროკავშირის მოწინავე ქვეყნის - გერმანიის მაგალითი. გერმანიაში, 2018 წლისთვის, მცირე და საშუალო საწარმოები ქმნიდნენ მთლიანი დამატებული ღირებულების 54.4%-ს და მთლიანი დასაქმების 63.7%-ს გერმანიის „არაფინანსურ ბიზნეს ეკონომიკაში“. აღნიშნული მონაცემი ოდნავ ნაკლებია, ვიდრე ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებლები შესაბამისი პარამეტრების მიხედვით, რომელთაც 56.4% და 66.6% შეადგინეს. რაც შეეხება, მცირე და საშუალო საწარმოთა მწარმოებლურობას, იგი, გერმანიაში, 2018 წელს, შეადგენდა დაახლოებით 50 700 ევროს, რაც აღემატება ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელს, რომელიც 44 600 ევროს მოცულობით დაფიქსირდა. გერმანიის მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებული იყო საშუალოდ 7.6 ადამიანი, რაც თითქმის ორჯერ მეტია ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე. 2014-2018 წლებში, მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება გერმანიაში გაიზარდა 17.9%-ით. ზომის მიხედვით, ყველაზე დიდი ზრდა დაფიქსირდა მცირე საწარმოებში 21.1%. ამავე პერიოდში, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა 8.6%-ით. ზრდა დაფიქსირდა მსხვილი საწარმოების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულებისა და დასაქმების მაჩვენებლებშიც, თუმცა, მცირე და საშუალო საწარმოთა ზრდასთან შედარებით უფრო დაბალი, შესაბამისად - 14.1% და 6.2%. 2017-2018 წლებში მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის დამატებული ღირებულება 4.4%-ით გაიზარდა. აღნიშნულ ზრდაში ყველაზე დიდი წვლილი შეიტანეს მიკრო საწარმოებმა, რომელთაც დააფიქსირეს ზრდა 5.9%-ით. ამავე პერიოდში, მცირე და საშუალო საწარმოთა დასაქმება უფრო ზომიერად, 1.5%-ით გაიზარდა. (European Commission, 2019a: 2).

ევროკომისიის მიერ, 2019 წელს წარმოდგენილ, SBA-ს განხორციელების ფაქტების დოკუმენტის შესავალ ნაწილში, ასევე ნათქვამია, რომ „გერმანიის მცირე და საშუალო საწარმოთა პერსპექტივა ძალიან დადებითია, 2018-2020 წლებში დამატებული ღირებულების პროგნოზირებული ზრდა 10.2%-ით და დასაქმების 5.1%-ით იქნება, თუმცა გლობალურმა სავაჭრო დავებმა და სხვა რისკებმა შეიძლება

შეასუსტოს ეს პერსპექტივა“ (European Commission, 2019a: 1). ამ კონტექსტში, აღსანიშნავია, რომ 2020 წელს მსოფლიოს და შესაბამისად გერმანიასაც, თავს დაატყდა გლობალური პანდემია, რომელსაც დეტალურად ქვემოთ შევეხებით.

სიტუაცია ციფრებში რამდენადმე შეიცვალა 2020 წლისთვის. 2020 წელს, COVID-19-ის პანდემია და შესაბამისი დახმარების ღონისძიებები დომინირებდა გერმანიაში მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების პოლიტიკის დღის წესრიგში. პოლიტიკის ღონისძიებები ფოკუსირებული იყო მცირე და საშუალო საწარმოებთან დაკავშირებული ძლიერი მხარეების წახალისებაზე (მაგ., ექსპორტი და კაპიტალზე წვდომა). ქვეყნის მცირე და საშუალო მეწარმეობის მთავარ გამოწვევად რჩება ინოვაციებში ჩართული მცირე და საშუალო საწარმოების რაოდენობის თანდათანობითი შემცირება, გაციფრულებაში ინვესტიციების შემდგომი გაზრდის აუცილებლობა და კვალიფიციური მუშახელის დეფიციტი. 2020 წელს მიღებულმა შედეგებმა დიდმა რაოდენობამ შეამცირა პანდემიის გავლენა გერმანიის მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე. თუმცა, მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება შემცირდა 3.9%-ით, ხოლო დასაქმება 1.3%-ით. განსახლებისა და კვების მომსახურების სექტორი, ტურიზმის სექტორი და საცალო ვაჭრობის სექტორი ყველაზე მეტად დაზარალდა და მკვეთრი კლება განიცადა. აღნიშნულ სექტორებში მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება შემცირდა 31.3%-ით, ხოლო დასაქმება 11.7%-ით. ასევე, მძიმედ დაზარალდა წარმოების სექტორი, სადაც მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება დაეცა 11.8%-ით, ხოლო დასაქმება 6.7%-ით. სამშენებლო სექტორმა კი, პირიქით, განაგრძო ზრდა. 2020 წელს, აქ, მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება გაიზარდა 8.7%-ით, ხოლო დასაქმებულთა რიცხვი 1.9%-ით (European Commission, 2021a).

მცირე და საშუალო საწარმოებმა, 2020 წელს, გერმანიის „არაფინანსურ ბიზნეს ეკონომიკაში“ მთლიანი დამატებული ღირებულების 49% და მთლიანი დასაქმების 59.2% შექმნეს. აღნიშნული მაჩვენებელი მცირედით ნაკლებია ევროკავშირის (EU-27) საშუალო მაჩვენებელზე, რომელიც შესაბამისად შეადგენს 53% და 65.2%-ს (იხ. ცხრილი 2.2.1). მცირე და საშუალო საწარმოების მწარმოებლობა, შეადგენდა დაახლოებით 47 900 ევროს, რაც აღემატება ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელს - 40 000 ევროს. 2020 წელს, გერმანიის მცირე და საშუალო საწარმოებში, საშუალოდ

დასაქმებული იყო 7.1 ადამიანი, რაც ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე - 3.7 ადამიანზე, თითქმის ორჯერ მეტია (European Commission, 2021a).

რაც შეეხება საპროგნოზო მაჩვენებლებს, 2021 წელს მოსალოდნელია მცირე და საშუალო მეწარმეობის აღდგენა. იგი გამოიწვევს დამატებული ღირებულების 6.6%-იან და დასაქმების 1.4%-იან ზრდას. მთლიანობაში, მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება 2021 წელს გაიზრდება 2.4%-ით 2019 წლის დონესთან შედარებით, ხოლო მცირე და საშუალო საწარმოთა დასაქმება დაუბრუნდება 2019 წლის დონეს (European Commission, 2021a: 1).

ცხრილი 2.2.1. საწარმოების რაოდენობა, დასაქმებულები და დამატებული ღირებულება 2020 წელს გერმანიაში

	საწარმოთა რაოდენობა			დასაქმებულთა რაოდენობა			დამატებული ღირებულება		
	გერმანია		EU-27	გერმანია		EU-27	გერმანია		EU-27
	რაოდ.	წილი	წილი	რაოდ.	წილი	წილი	მლრდ. EUR	წილი	წილი
მიკრო	2 165 429	83.8%	93.3%	6 313 987	20.5%	29.6%	259.4	14.6%	18.7%
მცირე	353 274	13.7%	5.7%	6 764 750	21.9%	19.7%	320.2	18%	17%
საშუალო	55 24	2.1%	0.9%	5 171 322	16.8%	15.8%	294.3	16.5%	17.3%
SMEs	2 573 946	99.6%	99.8%	18 250 059	59.2%	65.2%	873.8	49%	53%
დიდი	11 572	0.4%	0.2%	12 573 137	40.8%	34.8%	908.2	51%	47%
სულ	2 585 518	100%	100%	30 823 196	100%	100%	1782.1	100%	100%

წყარო: European Commission, 2021a გვ. 2

გერმანიის მთავრობა აქტიურად ახორციელებს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის ხელშეწყობას. გერმანიის მცირე და საშუალო მეწარმეობის სტრატეგიით (2019), განსაზღვრულია პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებები:

- **პოლიტიკის გარემოს გაუმჯობესება**, რომელიც გულისხმობს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორისთვის გადასახადების, შენატანებისა და ბიუროკრატიული ტვირთის შემცირებისათვის მზადყოფნას. ამასთანავე, დასაქმების კანონები უნდა გახდეს უფრო მოქნილი, განვითარდეს მძლავრი და ეფექტიანი ინფრასტრუქტურა. უზრუნველყოფილ იქნას უსაფრთხო და ხელმისაწვდომი ენერჯის მიწოდება. თანაბარი მნიშვნელობა აქვს ინვესტიციებისა და ინოვაციებისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნის

აუცილებლობას, რომელიც მოქნილობის საშუალებას იძლევა, ახალისებს კვლევით კომპონენტს და უზრუნველყოფს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორში ფართომასშტაბიან გაციფრულებას;

- **სპეციალიზებული მუშაკების მოზიდვა, მომზადება და დახელოვნება** - მცირე და საშუალო საწარმოები განიცდიან კვალიფიციური მუშახელის სერიოზულ დეფიციტს, რაც რისკს უქმნის საქმიანობას. აქედან გამომდინარე, არსებითია მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერა პერსონალის დაქირავების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების საკითხში;
- **მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერა ინოვაციებისა და გაციფრულების სფეროებში** - მცირე და საშუალო მეწარმეობის კონკურენტუნარიანობის შემდგომ გასაუმჯობესებლად, აუცილებელია ინოვაციების წინ წამოწევა და გაციფრულების შედეგად წარმოქმნილი შესაძლებლობების სისტემატური გამოყენება. ახალი პროდუქტების, პროცესებისა და სერვისების შემუშავება ისეთი ინოვაციური ტექნოლოგიების საფუძველზე, როგორცაა ხელოვნური ინტელექტი (AI), ბლოკჩეინის ტექნოლოგია ან ბიოტექნოლოგია, სხვა ციფრულ ინოვაციებთან ერთად. აღნიშნული მოითხოვს ინვესტიციას ტექნოლოგიურ და ორგანიზაციულ ცოდნაში. მეტი ინოვაცია და მზარდი გაციფრულება აუცილებელია, რათა მცირე და საშუალო საწარმოებმა თავი გაართვან მომავალ გამოწვევებს და სწრაფად მოერგონ ბაზრის ახალ პირობებსა და შესაძლებლობებს. ინოვატორების კლების ტენდენცია, რომლითაც გერმანიის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი ხასიათდება, უნდა შეიცვალოს. მიზანია 2025 წელს ინოვატორების მაჩვენებლის 40 პროცენტამდე გაზრდა;
- **მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერა რეგიონებში** - გულისხმობს თანაბარი საცხოვრებელი პირობების შექმნას გერმანიის ყველა კუთხეში. ამ მიზნის მისაღწევად, საჭიროა ძლიერი მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი ღრმა რეგიონული კავშირებით, რომელიც იცავს და ქმნის შემოსავალს და სამუშაო ადგილებს კონკრეტული რეგიონის მასშტაბით;

- ახალი ბაზრების განვითარება გერმანიაში და მის ფარგლებს გარეთ - მოიაზრება მცირე და საშუალო საწარმოების ხელშეწყობა ახალ ბაზრებზე შესვლისათვის (Federal Ministry for Economic Affairs and Energy², 2019a).

გერმანიაში, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს მისი გაციფრულება. მთელი ქვეყნის მასშტაბით, გაციფრულების საკითხებში მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდასაჭერად, შექმნილია კომპეტენციის ცენტრები. აღნიშნული ცენტრები ეხმარებიან კომპანიებს შეაფასონ საკუთარი ციფრული სიძლიერე, შეიმუშაონ გაციფრულების საგზაო რუკა, რომელიც მორგებულია მათ ინდივიდუალურ საჭიროებებზე და მხარს უჭერენ მათ კონკრეტული ქმედებების შერჩევასა და განხორციელებისას. გარდა ამისა, ისინი ასევე გასცემენ რეკომენდაციებს იმის თაობაზე, თუ გარკვეული ტექნიკური გადაწყვეტა ეკონომიკურად რამდენად გამართლებულია და მოითხოვს თუ არა ის დამატებითი უსაფრთხოების გარანტიების დანერგვას. გარდა ზოგადი საკითხებისა, თითოეულ ცენტრს აქვს საკუთარი სპეციალიზებული ფოკუსი, მაგალითად, სპეციფიკური კომპეტენცია IT სამართალში ან ციფრული ბიზნესმოდელების სტრუქტურაში, ან წარმოადგენენ სპეციალურ დემონსტრატორებს კონკრეტული სექტორებისა და კომპანიის ტიპებისთვის. ცენტრების მთავარი უპირატესობაა ის, რომ ყველა სწავლება და დემონსტრირება მიმდინარეობს რეალურ პირობებში. კომპანიის ხელმძღვანელებს შეუძლიათ მიიღონ რეალისტური შთაბეჭდილება იმის შესახებ, თუ როგორ შეუძლია ციფრულ ტექნოლოგიებს მათი ოპერაციების გარდაქმნა. ფუნქციონირებს საჩვენებელი საწარმოები, სადაც კომპანიებს შეუძლიათ საკუთარი ტექნიკური გადაწყვეტილებების გამოცდა, მაგალითად, პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც აკონტროლებს მათ წარმოებას. ეს საშუალებას იძლევა ამ ტიპის ახალი ტექნოლოგიის ტესტირება მოხდეს რეალურ წარმოებაში გამოყენებამდე (Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019b).

გერმანიისთვის, არსებითია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება შესაბამისობაში იყოს მდგრადობის მოთხოვნებთან, რათა მიღწეულ იქნას კლიმატის პოლიტიკის მიზნები. ამ კონტექსტში მნიშვნელოვანი ინიციატივაა KfW-ის „კლიმატის კამპანია მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორისთვის“, რომელიც

² ამჟამად - Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action

გამოიყენებს ევროკავშირის ტექსონომიის კრიტერიუმებს დაფინანსებისთვის, რათა დაეხმაროს გერმანიის მცირე და საშუალო მეწარმეობას, გარემოს, კლიმატისა და რესურსების უფრო მეტად დაცვის გზაზე. პროგრამა ითვალისწინებს დაბალპროცენტიან სესხებს და „კლიმატის გრანტებს“ წელიწადში 100 მილიონ ევრომდე (Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019a: 16).

გერმანიისთვის კიდევ ერთ, მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს სარისკო (ვენჩერული) კაპიტალის მოზიდვა. ამ თვალსაზრისით მიმზიდველობის გაზრდისთვის დაგეგმილია საგადასახადო ჩარჩოს გაუმჯობესება. კერძოდ, სარისკო კაპიტალის ფონდებში გაწეული ადმინისტრაციული მომსახურების გათავისუფლება ბრუნვის გადასახადისგან. გარდა ამისა, აუცილებელია, რომ გერმანიამ შეინარჩუნოს თავისუფალი ცურვის აქციების (free-float shares) გაყიდვიდან მიღებული შემოსავლების დაბეგვრისგან გათავისუფლების პრაქტიკა. ეს გადამწყვეტია მომავალზე ორიენტირებული, ინოვაციური საქმიანობის დაფინანსების გარანტირებისთვის და გერმანიის, როგორც სარისკო კაპიტალის ცენტრის გასაძლიერებლად (Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019a: 16).

მყარია გერმანიის პოზიცია საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თვალსაზრისით, რაშიც დიდი წვლილი მცირე და საშუალო მეწარმეობას შეაქვს. გერმანია მსოფლიოს ექსპორტიორ ქვეყნებს შორის პირველ სამეულშია და მისი კონტრიბუცია მსოფლიო ვაჭრობის 7.1%-ს შეადგენს. მისი სამუშაო ადგილების 28% პირდაპირკავშირშია საექსპორტო საქმიანობასთან, ეს პროცენტი კიდევ უფრო მაღალია წარმოების სექტორში, სადაც დომინირებს მცირე და საშუალო საწარმოები. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგჯერ შეუმჩნეველი რჩება, ექსპორტიორი ფირმების უმეტესობა მცირე და საშუალო საწარმოა. გერმანიის მცირე და საშუალო საწარმოთა 17.3% საქონლის ექსპორტს ევროკავშირის ფარგლებს გარეთ ახორციელებს, რაც უფრო მაღალია ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე (9.7%). ამაში გადამწყვეტ როლს ასრულებენ ე.წ. „ფარული ჩემპიონები“ - კომპანიები, რომლებიც გლობალური ლიდერები არიან თავიანთ ბაზრის ნიშებში. გერმანიას ჰყავს დაახლოებით 1 300 „ფარული ჩემპიონი“, რაც შეადგენს მთელ მსოფლიოში ამ განსაზღვრების ქვეშ მყოფი ფირმების ნახევარზე მეტს (შედარებისთვის, აშშ-ს ჰყავს 366). „ფარული ჩემპიონები“ პროპორციულად მეტ ინვესტიციას ახორციელებენ ინოვაციებში (მათი ბრუნვის

დაახლოებით 6%) და აფიქსირებენ ხუთჯერ მეტ პატენტს, ვიდრე სხვა ფირმები, რაც მათ უაღრესად ინოვაციურს ხდის. გარდა ამისა, უმეტესობა ოჯახის საკუთრებაა, ძლიერი კავშირებით ადგილობრივ საზოგადოებასთან. „ფარულ ჩემპიონთა“ დაახლოებით 60%-ს ჰყავს 249-ზე ნაკლები თანამშრომელი. მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი მათგანი გასცდა მცირე და საშუალო საწარმოთა ზომის ფარგლებს, ბევრმა დაიწყო თავისი საქმიანობა, როგორც საკმაოდ მოკრძალებული საწარმო, ხშირად დიდი ურბანული აგლომერაციების მიღმა. „ფარული ჩემპიონები“ მიდრეკილნი არიან თავიანთი პროცესების უფრო სწრაფად გაციფრულებსკენ და დიდწილად ეყრდნობიან სახელმწიფო და კერძო კვლევით ინსტიტუტებს შორის თანამშრომლობას. კვალიფიციური შრომითი იმიგრაციის აქტი, რომელიც ძალაში შევიდა 2020 წელს, ამ კომპანიებს გაუადვილებს მუშების დაქირავებას (European Commission, 2021a: 3).

გერმანიაში ფუნქციონირებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მრჩეველთა საბჭო ეკონომიკისა და ენერგეტიკის ფედერალურ სამინისტროში, რომელიც შედგება დამოუკიდებელი ექსპერტებისგან. იგი ყურადღებას ამახვილებს არსებულ ვითარებაზე და სამომავლო ეკონომიკურ პერსპექტივაზე, რომლის წინაშეც დგას მცირე და საშუალო მეწარმეობა. საბჭო რჩევებს აწვდის ფედერალურ მინისტრს იმ ზემოქმედების შესახებ, რომელსაც სტრუქტურული ცვლილებები სავარაუდოდ მოახდენს მცირე და საშუალო საწარმოებზე. გარდა ამისა, იგი აანალიზებს გავლენას, რომელსაც შიდა ეკონომიკური პოლიტიკა ახდენს მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე (OECD, 2021a).

გერმანიამ მტკიცე საპასუხო ზომები მიიღო პანდემიის გამო წარმოშობილი გამოწვევების საწინააღმდეგოდ. ეკონომიკური კვლევითი ცენტრის „Bruegel“-ის შედარებითი კვლევის მიხედვით, რომელიც აანალიზებს ფისკალურ პასუხს პანდემიის ეკონომიკურ შედეგებზე, გერმანიის 2019 წლის მთლიანი სამამულო პროდუქტის თითქმის 40% დაიხარჯა COVID-19-ის პანდემიის უარყოფითი გავლენის საწინააღმდეგო ზომებზე, რათა გაემლიერებინა კომპანიების ლიკვიდურობის პოზიციები. OECD-ის შერჩეულ ქვეყნებთან შედარებით, ეს არის მეორე ყველაზე დიდი წილი იტალიის შემდეგ, ქვეყნის საერთო ეკონომიკური მაჩვენებლების გათვალისწინებით. თავად გერმანიის ფედერალური მთავრობა

აღწერს პასუხს, როგორც „გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკის ისტორიაში დახმარების ყველაზე დიდ პაკეტს“ (Dörr et al., 2021: 5).

გერმანიაში, COVID-19-ის კრიზისის საწინააღმდეგოდ და ამასთანავე, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის მიზნით, ღონისძიებების განხორციელებისთვის გამოიყო 750 მილიარდი ევრო სასესხო გარანტიებისთვის, თვითდასაქმებული და თავისუფალი პროფესიებისთვის, ასევე, ხანმოკლე სამუშაო დროის (STW) შემწეობის გასაცემად. გარდა ამისა, მუშაობას ეწევა 600 მილიარდი ევროს ღირებულების ეკონომიკის სტაბილიზაციის ფონდი, ეკონომიკისთვის კრიტიკული მნიშვნელობის საქმიანობების დაცვის მიზნით. გერმანიის აღდგენისა და მდგრადობის გეგმის (DARP) ფარგლებში, პროექტთან დაკავშირებულ კვლევებთან ერთად, აღსანიშნავია კლიმატის დაცვის კვლევები, რათა მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორს შეეძლოს განახორციელოს მდგრადი გადაწყვეტილებები, ან უზრუნველყოს და გააფართოვოს თავიანთი პოზიცია და კონკურენტუნარიანობა გლობალურ ბაზრებზე. გაციფრულების მიმართულებით, ინიცირებულია პროგრამა, რომელიც მიზნად ისახავს გაიზარდოს მცირე და საშუალო საწარმოების მონაწილეობა საგანმანათლებლო ღონისძიებებში (ტრენინგებში), გააძლიეროს მომავალი უნარ-ჩვევები, მხარი დაუჭიროს რეგიონულ სამეწარმეო აქტიურობებსა და ინოვაციური ქსელების განვითარებას. ამასთანავე, შემუშავებულია 130 მილიარდი ევროს მხარდაჭერის პაკეტი, რომელიც მოიცავს შემდეგ კომპონენტებს: *მოთხოვნის გაძლიერება*, დღგ-ს დროებითი შემცირებით და სამუშაოს მაძიებელთათვის შემოსავლის ხელმისაწვდომობის გამარტივებით; *ინვესტიციების ხელშეწყობა* საცხოვრებლისა და ტრანსპორტის მიმართულებით; *ინვესტიცია მომავლისთვის მზაობის მქონე გერმანიაში*, რომელიც მიმართული იქნება კლიმატის ცვლილებების, მდგრადი მობილურობის, ინოვაციებისა და ციფრული ტექნოლოგიებისაკენ (OECD, 2021a: 49).

გერმანიის პოლიტიკის პასუხი პანდემიაზე ძირითადად ეფექტური, სწრაფი და პრაქტიკული იყო. 2020 წლის მარტის დასასრულიდან 2020 წლის ბოლომდე ინიცირებულ იქნა მრავალი ფინანსური მხარდაჭერის ღონისძიება, სხვადასხვა მიმართულებით, როგორცაა სესხები, სუბსიდიები, კაპიტალი, ძირითადი უსაფრთხოების შეღავათები, გადასახადების გადავადება, პროფესიული მომზადების

ადგილების გარანტიები და გადახდისუუნარობის ვალდებულებების გადავადება. 2021 წლის აპრილის შუა რიცხვებისთვის გადახდილი იყო 89.4 მლრდ. ევრო, ნახევარზე მეტი 49.6 მლრდ. ევრო - კრედიტის სახით. 2020 წლის ივნისში მთავრობამ მიიღო 130 მილიარდი ევროს მეწარმეობის სტიმულირების პაკეტი, რომელიც შედგება 57 ღონისძიებისგან. ამ ზომების უმეტესობა მიზნად ისახავდა არსებული ღონისძიებების ოპტიმიზაციას, რათა კომპანიებს, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო საწარმოებს გაადვილებოდათ ფინანსებზე წვდომა 2020 წლის ბოლომდე. ერთ-ერთ ღონისძიებას წარმოადგენდა დღგ-ის შემცირება 19%-დან 16%-მდე 2020 წლის ბოლომდე. გარდა ამისა, გერმანიაში განხორციელდა მოკლევადიანი დახმარების ღონისძიება, რაც კომპანიებს საშუალებას აძლევს შეინარჩუნონ სამუშაო ძალა ანაზღაურების გარეშე. COVID-19-ის პანდემიის დროს, საექსპორტო საქმიანობის მხარდასაჭერად, გერმანიის მთავრობამ გასცა საექსპორტო გარანტიები. აღნიშნული იცავს გერმანულ კომპანიებს უცხოელი მოვალეების მიერ გადაუხდელობის შემთხვევაში. ეს ღონისძიება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მცირე და საშუალო საწარმოთათვის, რადგან მათი საქმიანობა დიდწილად დამოკიდებულია ექსპორტზე (European Commission, 2021a).

ჩაკეტვით გამოწვეულ უარყოფით გავლენაზე დაუყონებლივ საპასუხოდ, გერმანიის მთავრობამ მოახდინა ერთჯერადი ფულადი ინექციები თვითდასაქმებული პირებისთვის და მიკრო საწარმოებისთვის. სტიმულირების პაკეტის მოცულობა შეადგენდა 50 მლრდ. ევროს. აღნიშნულთან ერთად, გერმანიის განვითარების ბანკის (KfW) მიერ მოხდა სესხების გაცემა, რომელთათვისაც მთავრობა იღებს საკრედიტო რისკის 100%-ს. სასესხო პროგრამის მოცულობა და მასთან დაკავშირებული სამთავრობო გარანტიები პოტენციურად შეუზღუდავია და ისინი შექმნილია ლიკვიდურობის მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის. ასევე, მცირე და საშუალო საწარმოები, რომლებსაც მოუწიათ შეეწყვიტათ ან მკაცრად შეეზღუდათ თავიანთი ბიზნესოპერაციები COVID-19-ის პანდემიის გამო, უფლება აქვთ სახელმწიფოსგან მიიღონ დაფინანსება ლიკვიდობის მხარდასაჭერად (Dörr et al., 2021).

ამრიგად, გერმანიის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარებისთვის დამახასიათებელია ინოვაციებსა და ტექნოლოგიებზე

ორიენტირება. ფართომასშტაბიანი გაციფრულება დასახულია მთავარ მიზნად, რომლის განხორციელებაც უფრო მეტად მოქნილს და ეფექტიანს ხდის საწარმოებს. ამისათვის, გერმანიის მთელ ტერიტორიაზე, შექმნილია კომპეტენციის ცენტრები, სადაც ახდენენ მცირე და საშუალო მეწარმეების კონსულტირებასა და სწავლებას. შესაძლებელია სხვადასხვა ტექნიკური გადაწყვეტების ტესტირება და პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცდა სპეციალურად ამ მიზნისთვის შექმნილ საწარმოებში. აღნიშნული უფრო საიმედოს და ხარისხიანს ხდის კონკრეტული გადაწყვეტების რეალურ საწარმოებში დანერგვის პერსპექტივას. გარდა ამისა, გერმანიაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება და მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართულია სარისკო კაპიტალის ბაზრისა და მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფისაკენ, მუშახელის კვალიფიკაციის ამაღლებისა და ახალ ბაზრებზე შესვლაში მხარდაჭერისაკენ.

გერმანიის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის სიძლიერეს განაპირობებს, ე.წ. „ფარული ჩემპიონების“ არსებობა, რომლებიც ლიდერები არიან თავიანთ ნიშებში, მაღალი ინოვაციურობითა და ექსპორტზე ორიენტირებულობით ხასიათდებიან.

2.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი ეკონომიკური პოლიტიკის თავისებურებები ესტონეთში

ესტონეთის, როგორც ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკის წარმატებული გამოცდილების განხილვა, მნიშვნელოვანია წინამდებარე დისერტაციის მიზნისათვის, რამეთუ მისი განვლილი გზა, გარკვეულწილად, შესაძლოა სამაგალითო გამოდგეს საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის რელევანტური აქცენტების გაკეთებასა და შესატყვისი მიმართულების აღებაში. ამის პრეცედენტი უკვე გვაქვს საქართველოს საგადასახადო სისტემაში, მოგების გადასახადის ე.წ. „ესტონური მოდელის“ დანერგვით. ესტონეთი, დღეისათვის წარმოადგენს ევროკავშირის წევრ ქვეყანას, საკმაოდ განვითარებული ინფრასტრუქტურითა და მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორით.

მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორს დომინანტური ადგილი უჭირავს ესტონეთის ბიზნესეკონომიკაში. 2020 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოებზე მოდიოდა დამატებული ღირებულების 78.3% და დასაქმების 79.5%. ეს ბევრად აღემატებოდა ევროკავშირის (EU-27) შესაბამის საშუალო მაჩვენებელს 53% და 65.2%-ს (იხ. ცხრილი 2.3.1). მცირე და საშუალო საწარმოებში, 2020 წელს, საშუალოდ 4.4 ადამიანი იყო დასაქმებული, რაც აღემატება ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელს - 3.7 ადამიანს. საშუალო მწარმოებლურობა კი, რომელიც იანგარიშება დამატებული ღირებულების სახით ერთ დასაქმებულ ადამიანზე, იყო დაახლოებით 32 200 ევრო, რაც თითქმის 1/4-ით დაბალია ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე, რომელიც 40 000 ევროს შეადგენდა. ესტონეთის მცირე და საშუალო მეწარმეობა მნიშვნელოვნად დააზარალა პანდემიამ. 2020 წელს მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება შემცირდა 4%-ით, ხოლო დასაქმება 3.4%-ით. ყველაზე მეტად დაზარალდა განსახლების სექტორი და კვების მომსახურების სფერო, სადაც მცირე და საშუალო საწარმოთა დამატებული ღირებულება შემცირდა 37.7%-ით და დასაქმება - 17.7%-ით. ამის საპირისპიროდ, პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობის სექტორმა მიაღწია დამატებული ღირებულების 5.8%-იან და დასაქმების 4.1%-იან ზრდას (European Commission, 2021c).

ცხრილი 2.3.1. საწარმოების რაოდენობა, დასაქმებულები და დამატებული ღირებულება 2020 წელს ესტონეთში

	საწარმოთა რაოდენობა			დასაქმებულთა რაოდენობა			დამატებული ღირებულება		
	ესტონეთი		EU-27	ესტონეთი		EU-27	ესტონეთი		EU-27
	რაოდ.	წილი	წილი	რაოდ.	წილი	წილი	მლრდ. EUR	წილი	წილი
მიკრო	70 373	91.5%	93.3%	139 160	32.9%	29.6%	4	28.8%	18.7%
მცირე	5 397	7%	5.7%	102 940	24.3%	19.7%	3.3	23.5%	17%
საშუალო	998	1.3%	0.9%	94 708	22.4%	15.8%	3.6	25.9%	17.3%
SMEs	76 768	99.8%	99.8%	336 808	79.5%	65.2%	10.8	78.3%	53%
დიდი	158	0.2%	0.2%	86 631	20.5%	34.8%	3	21.7%	47%
სულ	76 926	100%	100%	423 439	100%	100%	13.9	100%	100%

წყარო: European Commission, 2021c გვ. 2

ესტონეთმა დიდი გზა განვლო 1990-იანი წლების დასაწყისში დამოუკიდებლობის გამოცხადების შემდეგ და ფართოდ განიხილება, როგორც გეგმიური ეკონომიკიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის საუკეთესო მაგალითი. იგი სარგებლობდა შემოსავლების ძლიერი კონვერგენციით და 2019 წელს მიაღწია ევროკავშირის მთლიანი სამამულო პროდუქტის 84%-ს ერთ სულ მოსახლეზე. ესტონეთს გააჩნია მჭირდო ეკონომიკური კავშირები სკანდინავიის და ბალტიისპირეთის ქვეყნებთან. მიუხედავად ამისა, რჩება რამდენიმე აქტუალური სფერო რეფორმისათვის, რათა სრულად იქნას გამოყენებული ქვეყნის მწვანე და ინოვაციური პოტენციალი. გარდამავალი ხარვეზები განსაკუთრებით მწვავედ რჩება მწვანე სივრცეში, სადაც ენერჯის ინტენსივობა რჩება ძალიან მაღალი, თუნდაც სხვა განვითარებულ ეკონომიკებთან შედარებით. მიუხედავად ელექტრონული მმართველობის სერვისებში მსოფლიოში მნიშვნელოვანი ლიდერობისა, ესტონეთის კერძო სექტორის, განსაკუთრებით კი მცირე და საშუალო მეწარმეობის, სრული ინოვაციური პოტენციალი გარკვეულწილად გამოუყენებელია და მაღალი დამატებული ღირებულების მქონე გლობალურ ღირებულების ჯაჭვებში ინტეგრაცია დაბალია (EBRD, 2021).

ესტონეთის წარმატება მაკროეკონომიკური სტაბილურობის მიღწევასთან ერთად განაპირობა მარტივმა და გამჭვირვალე საგადასახადო სისტემამ. ესტონეთის საგადასახადო სისტემის განსაკუთრებული მახასიათებელია რეინვესტირებული

მოგების არდაბეგვრა, რამაც ხელი შეუწყო ინვესტიციების განხორციელებას და ესტონეთი გახდა ლიდერი აღმოსავლეთ ევროპაში ერთ სულ მოსახლეზე ინვესტიციების მოცულობით. ასეთი სახის საგადასახადო პოლიტიკა ასევე ხელს უწყობს საწარმოებს, მეტი ინვესტიცია განახორციელონ როგორც ახალ ტექნოლოგიებში, ისე მათი თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლებაში. გარდა ამისა, ესტონეთის წარმატებაში დიდი წვლილი შეიტანა საწარმოთა მხარდამჭერმა სისტემამ. შემუშავებულ იქნა მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაზე კარგად ორიენტირებული ღონისძიებათა პაკეტი კვლევისა და განვითარების (R&D), ხარისხის ხელშეწყობისა და მენეჯმენტის მიმართულებით (Ratso, 2005).

2000 წლიდან, როცა რეინვესტირებული შემოსავალი გათავისუფლდა საშემოსავლო გადასახადისგან, რეინვესტირებული შემოსავლების წილი პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში არსებითად გაიზარდა (3/4 2004 წელს). უცხოელი ინვესტორებისთვის ყველაზე მიმზიდველი საფინანსო სექტორი იყო. დიდმა ინვესტიციებმა ესტონეთის საბანკო სექტორი კარგად ფუნქციონირებადად და მაღალგანვითარებულად აქცია. 2004 წელს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინებამ შეადგინა მთლიანი სამამულო პროდუქტის 8.4% (Ratso, 2005: 4).

ესტონეთში, დღეისათვის მოქმედებს, როგორც სახელმწიფო, ისე ადგილობრივი გადასახადები. სახელმწიფო გადასახადებს მიეკუთვნება:

- **საშემოსავლო გადასახადი (პირადი და კორპორაციული)** - გადასახადის განაკვეთი არის დასაბეგრი შემოსავლის (პირადი) და განაწილებული მოგების (კორპორაციული) 20%. 2019 წლის 1 იანვრიდან მოქმედებს კორპორაციული საშემოსავლო გადასახადის შემცირებული განაკვეთი (14%), რომელიც ვრცელდება მოგების რეგულარულ განაწილებაზე. კერძოდ, კალენდარულ წელს განაწილებულ მოგებაზე, რომელიც ნაკლებია ან ტოლია წინა სამი კალენდარული წლის საშუალო განაწილებული მოგების, და რომელზეც რეზიდენტმა კომპანიამ გადაიხადა საშემოსავლო გადასახადი. დივიდენდები, რომლებიც იბეგრება 14%-იანი განაკვეთით და გაცემულია ფიზიკურ პირებზე, ექვემდებარება 7%-ით დაბეგვრას;

- **დამატებული ღირებულების გადასახადი** - სტანდარტული განაკვეთი შეადგენს 20%-ს. ამასთანავე, არსებობს შემცირებული 9% და 0%-იანი განაკვეთები კონკრეტული შემთვევებისთვის;
- **აქციზი** - დაბეგვრის განაკვეთი სხვადასხვაა პროდუქციის სახეების მიხედვით;
- **აზარტული თამაშების გადასახადი** - განაკვეთი განსხვავებულია თამაშის სახეების მიხედვით;
- **მიწის გადასახადი** - განაკვეთი მერყეობს დასაბეგრი ღირებულების 0.1% - 2.5% შორის;
- **სოციალური გადასახადი** - დაბეგვრის განაკვეთია 33%;
- **საბაჟო გადასახადი** - განაკვეთები ეფუძნება საბაჟო ღირებულებას და დამოკიდებულია საქონლის ტიპზე და წარმოშობის ქვეყანაზე;
- **მძიმე ტვირთის გადასახადი** - მოქმედებს ევროკავშირის 1999/62/EC დირექტივაში გათვალისწინებული მინიმალური განაკვეთები;
- **ბიზნესის საშემოსავლო გადასახადი მიკრო მეწარმეებისთვის** - დაბეგვრის განაკვეთია 20%, თუ შემოსავალი არ აღემატება 25 000 ევროს წელიწადში და 40% თუ შემოსავალი წელიწადში 25 000 ევროზე მეტია (Ministry of Finance of the Republic of Estonia, 2020).

ადგილობრივ გადასახადებს კი მიეკუთვნება: სარეკლამო გადასახადი; გზებისა და ქუჩების გადაკეტვის გადასახადი; ავტომობილის გადასახადი; ცხოველის გადასახადი; გართობის გადასახადი; პარკირების საფასური (Ministry of Finance of the Republic of Estonia, 2020).

მეწარმეობის წამოწყებისა და მიკრომეწარმეობის განვითარებისთვის, ესტონეთში, საგადასახადო მიმართულებით, 2017 წელს მიიღეს „ბიზნესის შემოსავლის გამატრივებული დაბეგვრის აქტი“. იგი გულისხმობს, ფიზიკური პირის მიერ, საკრედიტო დაწესებულებაში (ბანკში), ბიზნესანგარიშის გახსნას, რომლის საშუალებითაც, სახელმწიფოს სასარგებლოდ, ავტომატურად მოხდება საშემოსავლო გადასახადის გამოთვლა და გადახდა, ანგარიშზე არსებული დასაბეგრი შემოსავლის მიხედვით. სქემა შემდეგია: საგადასახადო ვალდებულების ოდენობის გამოსათვლელად, საკრედიტო დაწესებულება დაუყოვნებლივ, ელექტრონულად წარუდგენს საგადასახადო და საბაჟო საბჭოს მონაცემებს გადასახადის თითოეული

გადამხდელისა და მის ბიზნესანგარიშზე მიღებული ყოველი თანხის შესახებ. საგადასახადო და საბაჟო საბჭო გამოთვლის ბიზნესის საშემოსავლო გადასახადის ოდენობას და ასევე დაუყოვნებლივ, ელექტრონულად გადასცემს საკრედიტო დაწესებულებას. ბანკი ვალდებულია პირის ანგარიშზე დააკავოს და გადარიცხოს გამოთვლილი თანხა დაბეგვრის პერიოდის მომდევნო კალენდარული თვის 10 რიცხვამდე. ბიზნესანგარიშზე ირიცხება მხოლოდ მომსახურების მიწოდებიდან და საქონლის გაყიდვიდან ევროში მიღებული თანხები. აღნიშნული გამარტივებული სქემით მოსარგებლე, არ შეიძლება იყოს დამატებული ღირებულების გადასახადის გადამხდელი ან ინდივიდუალური მეწარმე, რომელიც საქმიანობს იმავე ან მსგავს სფეროში. ბიზნესის საშემოსავლო გადასახადის განაკვეთი არის: 1. ბიზნეს ანგარიშზე მიღებული თანხის 20%, თუ თანხა კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 25 000 ევროს; 2. ბიზნეს ანგარიშზე მიღებული თანხის 40%, თუ იგი აღემატება 25 000 ევროს კალენდარული წლის განმავლობაში (Simplified Business Income Taxation Act, 2017).

ესტონეთს აქვს ერთ-ერთი საუკეთესო SBA პროფილი ევროკავშირში. ქვეყანა არის ევროკავშირის საუკეთესო შემსრულებელი „საპასუხო ადმინისტრაციის“ და ერთიანი ბაზრის კომპონენტებში, ხოლო მეორე მაჩვენებლით პოზიციონირებს მეწარმეობაში. იგი ევროკავშირის საშუალო ნიშნულზე მაღლა დგას ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით და შეესაბამება ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელს „მეორე შანსში“, სახელმწიფო დახმარებასა და სახელმწიფო შესყიდვებში, ინტერნაციონალიზაციაში, უნარებსა და ინოვაციებში. გარემო ერთადერთი სფეროა, სადაც ესტონეთი ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე დაბლა იმყოფება. ესტონეთმა მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა პოლიტიკის თვალსაზრისით, 2008 წლიდან, SBA რეკომენდაციების უმეტესი ნაწილის განხორციელებაში (European Commission, 2019b: 1).

ამასთანავე, ესტონეთის უპირატესობად და ძლიერ მხარედ ითვლება ის, რომ:

- ესტონეთს აქვს შესანიშნავი ბიზნესგარემო და ლიდერია ელექტრონული მმართველობის სერვისებში. ესტონეთში ბიზნესის დაწყებას მხოლოდ 3.5 დღე სჭირდება და ძალიან ცოტა პროცედურებს მოითხოვს. ესტონეთი ევროკავშირის ქვეყანაა, სადაც ბიზნესი ყველაზე ნაკლებ დროს ხარჯავს

გადასახადების გადახდაზე - წელიწადში მხოლოდ 50 საათს. გარდა ამისა, ესტონეთში, ქონების რეგისტრაციის ღირებულება ერთ-ერთი ყველაზე დაბალია ევროკავშირის მასშტაბით. ესტონური სამეწარმეო სექტორი ყველაზე კმაყოფილია ევროკავშირის ქვეყნებს შორის, როდესაც საქმე ეხება ადმინისტრაციულ ტვირთს - მხოლოდ 16% მიიჩნევს მას პრობლემად. გარდა ამისა, ქვეყანა ლიდერობს ციფრული საჯარო სერვისებით ევროკომისიის ციფრული ეკონომიკისა და საზოგადოების ინდექსში. აღნიშნული კარგი მაჩვენებელი არის ბიზნესისთვის ხელსაყრელი მოწინავე ციფრული საჯარო სერვისებისა და გამჭვირვალე საგადასახადო სისტემის არსებობის შედეგი;

- **ესტონეთმა შეიმუშავა უაღრესად დინამიკური ეკოსისტემა სტარტაპებისთვის და მაღალტექნოლოგიური მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის.** მეწარმეობის კუთხით, ესტონეთი არის საუკეთესო ევროკავშირის წარმატებულ ქვეყნებს შორის, ადრეულ ეტაპზე სამეწარმეო საქმიანობის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით. გარდა ამისა, სამეწარმეო განათლების პოზიტიური აღქმა საუნივერსიტეტო და პროფესიულ დონეზე, ერთ-ერთი ყველაზე მაღალია ევროკავშირში;
- **მნიშვნელოვანი პროგრესი იქნა მიღწეული მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ ციფრული ტექნოლოგიების ათვისებაში.** 2020 წელს, ესტონეთის ყველა საწარმოს თითქმის 99%-ს ჰქონდა ინტერნეტი და ვებსაიტი, 57% იყენებს ფასიან ღრუბლოვან გამოთვლით სერვისებს, 16% კი - ნივთების ინტერნეტს (IoT), 9% აანალიზებს და მუშაობს დიდ მონაცემებთან. თუმცა, არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებები მცირე და საშუალო საწარმოებსა და მსხვილ საწარმოებს შორის ციფრული ტექნოლოგიების ათვისების ხარისხში. უმეტეს ინდიკატორებში საშუალო და განსაკუთრებით მსხვილი საწარმოები სჯობნის მცირეს (European Commission, 2021c).

ესტონეთმა, 2014 წელს დანერგა ძალიან საინტერესო ინიციატივა ციფრული ტექნოლოგიების მიმართულებით - „E-residency“ (ელექტრონული რეზიდენტობა). ინიციატივა უცხო ქვეყნის მოქალაქეებს საშუალებას აძლევს ისარგებლონ ესტონეთის საჯარო და კერძო სერვისებით, დისტანციურად, ციფრული მაიდენტფიცირებელი დოკუმენტის გამოყენებით. ელექტრონულმა რეზიდენტობამ

მიიზიდა შტატგარეშე დასაქმებულები (ე.წ. „ფრილანსერები“) და მეწარმეები მთელი მსოფლიოდან (Blue, 2021). ელექტრონული რეზიდენტის ციფრული მაიდენტიფიცირებელი დოკუმენტი (digi-ID) ფუნქციონირებს მხოლოდ ელექტრონულ გარემოში და იგი ადამიანს არ აძლევს ესტონეთში ფიზიკურად შესვლის და ბინადრობის საშუალებას. ყველა სერვისით სარგებლობა, ასევე ბიზნესის რეგისტრაცია მიმდინარეობს დისტანციურად. 2021 წლის დეკემბრის მდგომარეობით, დაახლოებით 85 000 ადამიანი შეუერთდა ინიციატივას. მიუხედავად იმისა, რომ პროგრამამ მიაღწია გლობალურ გავრცელებას, ელექტრონული რეზიდენტობის მიღება, გეოპოლიტიკური თვალსაზრისით, ძალზე არათანაბარი იყო, რადგან განმცხადებელთა უმრავლესობა დაფიქსირდა ციფრულად და ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნებიდან და რეგიონებიდან. პროგრამის მთავარი სამიზნე ჯგუფი მეწარმეები იყვნენ, თუმცა ბიზნესთან დაკავშირებული მოტივების გარდა, როგორცაა მდებარეობის მიუხედავად ბიზნესის მართვა და საკუთარი ბიზნესის ესტონეთში რეგისტრაცია, ელექტრონულ რეზიდენტად გახდომის მიზეზები, ასევე მოიცავს სხვა სახის პროფესიულ საჭიროებებს ან პირად კავშირებს ესტონეთთან (Tammpuu et al., 2022: 10).

ესტონეთის მცირე და საშუალო საწარმოები უფრო პროდუქტიულები არიან, ვიდრე ბალტიისპირეთის სხვა ქვეყნებში, მაგრამ ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელთან სხვაობა მაინც მნიშვნელოვანია (EBRD, 2021). მსოფლიო ბანკის მონაცემებით, ესტონეთს აქვს ძალიან ბიზნესმეგობრული გარემო, რომელსაც მხარს უჭერს მისი წამყვანი ელექტრონული მმართველობის სერვისები. ქვეყანას აქვს ევროკავშირში ადრეული სამეწარმეო საქმიანობის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი და ციფრული ტექნოლოგიების მზარდი ათვისება. თუმცა, ამასთანავე, აღსანიშნავია, რომ ესტონეთის R&D-ის ხარჯები მნიშვნელოვნად დაბალია ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებელზე. გარდა ამისა, მხარდაჭერის ზომები COVID-19 პანდემიის გავლენის შესამცირებლად ბევრ მცირე და საშუალო საწარმომდე ვერ აღწევს (European Commission, 2021c).

ესტონეთში, მეწარმეობის და მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის გატარებაზე პასუხისმგებელია ეკონომიკისა და კომუნიკაციების სამინისტრო. ამავდროულად, ინკლუზიური მეწარმეობის სამიზნე ჯგუფების უმეტესობა ექცევა

სოციალური დაცვის სამინისტროს პოლიტიკის პასუხისმგებლობის სივრცეში, ესტონეთში, 2014-2020 წლებისათვის მოქმედებდა „საწარმოთა ზრდის სტრატეგია“, რომელიც მიმართული იყო ინოვაციური სტარტაპების და ზრდის მაღალი პოტენციალის მქონე საწარმოთა მხარდაჭერისაკენ. სტრატეგია დაფუძნებულია უნივერსალურ მიდგომაზე ყველა სამიზნე ჯგუფის მიმართ და არ არის გენდერულად მგრძობიარე. სტრატეგიის განხორციელებაში მონაწილეობდა რამდენიმე აქტორი, მათ შორის „Enterprise Estonia“, რომელიც პასუხისმგებელია სტრატეგიის დიდი ნაწილის განხორციელებაზე, რადგან მისი მანდატია ინოვაციებისა და მეწარმეობის მხარდაჭერა. აქედან გამომდინარე, იგი ახორციელებს მეწარმეობის მხარდაჭერის რამდენიმე სქემას, მათ შორის მეწარმეთა კონსულტაციას და ტრენინგს, ასევე, ზოგიერთ საგრანტო ღონისძიებას ესტონური კომპანიებისთვის, ინოვაციებისა და ექსპორტის მხარდასაჭერად. გარდა ამისა, „KredEx“ (საჯარო დაფინანსების ინსტიტუტი) გასცემს სახელმწიფოს მხარდაჭერით სესხებს და გარანტიებს, ახორციელებს სახელმწიფო ინვესტიციებს სარისკო კაპიტალის ბაზარზე. ზოგიერთი მხარდაჭერის სქემა, ძირითადად, გრანტები დამწყებ მეწარმეთათვის და რეგიონული ხელშემწყობი პროგრამები, „Enterprise Estonia“-დან გადავიდა სახელმწიფო მხარდაჭერის სერვის ცენტრში (RTK), რომელიც მოქმედებს ფინანსთა სამინისტროს დაქვემდებარებაში. გარემოს დაცვისა და რესურსების ეფექტურობასთან დაკავშირებული საწარმოთა მხარდაჭერის პროგრამებს ახორციელებს გარემოს დაცვის სამინისტროს კუთვნილი გარემოსდაცვითი საინვესტიციო ცენტრი (KIK). და ბოლოს, საბაზისო პროგრამებს უმუშევართათვის ახორციელებს სოციალური დაცვის სამინისტროს დაქვემდებარებაში მყოფი უმუშევრობის დაზღვევის ფონდი. ამასთანავე, არასამთავრობო ორგანიზაციებს მნიშვნელოვანი როლი აკისრიათ სხვადასხვა დაუცველი ჯგუფებისთვის დამატებითი მხარდაჭერის მიწოდებაში, რათა უკეთესად ინტეგრირდნენ შრომის ბაზარზე და სამეწარმეო საზოგადოებაში. აღნიშნული მოიცავს მეწარმეობის ტრენინგს, მენტორობას, ქსელებს და მიკროკრედიტებსაც კი. გარდა ამისა, ესტონეთში მოქმედებს „კეთილდღეობის განვითარების გეგმა“ 2016-2023 წლებისათვის, რომელიც მიმართულია ქალთა მეწარმეობის მხარდასაჭერად. იგი მოიცავს ღონისძიებებს ქალების სამეწარმეო საქმიანობაში დაბალი ჩართულობის ფაქტორების შესასწავლად და ასევე, ითვალისწინებს ზოგიერთ მცირე მასშტაბის

სარეკლამო აქტიურობებს ქალთა მეწარმეობის წახალისების მიზნით. პროგრამა, აგრეთვე, მოიცავს ტრენინგებს და კონსულტაციებს დამწყები ქალი მეწარმეებისთვის (OECD, 2020: 19-20).

ესტონეთში, COVID-19 კრიზისის წინააღმდეგ მიმართული ღონისძიებები, ძირითადად შემუშავებულ იქნა უნივერსალური მიდგომით და არ იყო სპეციალური დებულებები დაზარალებული ჯგუფებისთვის. გამონაკლისს წარმოადგენდნენ მხოლოდ თვითდასაქმებულები, რომელთაც მიენიჭათ მოკლევადიანი სოციალური გადასახადის შეღავათი, რადგან მათ 2020 წლის მეორე კვარტალში სოციალური გადასახადის ავანსის შენატანი გადაუხადეს მთავრობას. მეწარმეებს, რომლებიც დაზარალდნენ პანდემიისგან გამოწვეული კრიზისით და აკმაყოფილებენ მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდაჭერის ზოგად კრიტერიუმებს, შეუძლიათ მიიღონ კრიზისული გრანტების, სესხების და გარანტიების შეზღუდული მოცულობები. საწყისი ბიუჯეტის, სამიზნე სფეროების მიხედვით, შეზღუდულობის გამო, სამეწარმეო საზოგადოების მხრიდან გაძლიერდა ზეწოლა, დამატებითი აქტიურობების განხორციელების მოთხოვნით იმ სექტორების მისამართით, რომლებიც ყველაზე მეტად დაზარალდნენ, მაგალითად, მცირე და საშუალო მეწარმეობა (OECD, 2020). COVID-19-ის უარყოფითი გავლენის შესამცირებლად, ესტონეთის მთავრობამ განახორციელა ღონისძიებები შემდეგი მიმართულებებით: 386 მილიონი ევრო გამოიყო „KredEx“-ის ფონდისთვის; 44 მილიონი ევროს სქემა „Enterprise Estonia“-ს მიერ ტურიზმის სექტორის მხარდასაჭერად; ესტონეთის უმუშევრობის დაზღვევის ფონდისთვის ხელფასების სუბსიდირებისთვის 277 მილიონი ევროა გამოყოფილი; 134 მილიონი ევრო სოფლის განვითარების ფონდიდან გამოყოფილია რეგიონული კომპანიებისთვის სესხებისა და გარანტიებისთვის ქვეყნის მასშტაბით. აქვე, აღსანიშნავია, რომ ესტონური სააგენტოები, როგორცაა „Enterprise Estonia“ ან „KredEx“, ფოკუსირებულია მთლიანად სამეწარმეო სექტორზე და არა მხოლოდ მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე (OECD, 2021a: 40).

ამრიგად, ესტონეთის მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატების ძირითად გასაღებს წარმოადგენს მისი მოქნილი და გამჭვირვალე საგადასახადო სისტემა, ორიენტაცია მაღალტექნოლოგიური მეწარმეობის ფორმირებისაკენ, ელექტრონული

მმართველობის უმაღლეს დონეზე განვითარება და მეწარმეობის დაწყებისათვის უაღრესად ხელსაყრელი სამეწარმეო გარემოს შექმნა.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვან და საინტერესო ინიციატივებს, რომლებიც ხელს უწყობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას, წარმოადგენს: საშემოსავლო გადასახადის გამარტივებულად დაბეგვრის სქემა მიკრომეწარმეებისთვის, როდესაც მეწარმისთვის დამატებით საზრუნავს არ წარმოადგენს საშემოსავლო გადასახადის გადახდა და მასთან დაკავშირებული კომპეტენციურ-ბიუროკრატიული პროცედურები და აღნიშნული, ავტომატურად ხორციელდება ბანკსა და საგადასახადო ორგანოს შორის მყისიერი კომუნიკაციის საფუძველზე; კიდევ ერთ, პროგრესულ და თანამედროვეობაზე მორგებულ პროექტს წარმოადგენს „E-residency“, რომლის მიხედვითაც უცხო ქვეყნის მოქალაქეებს საშუალება ეძლევათ დისტანციურად დაარეგისტრირონ ბიზნესი ესტონეთში და ისარგებლონ ესტონეთის საჯარო და კერძო სერვისებით.

ახალი და თანამედროვეობაზე მორგებული ინიციატივების განხორციელება, ესტონეთს საშუალებას აძლევს, პოზიციონირდეს ევროკავშირში, როგორც ერთ-ერთი წარმატებული და პერსპექტიული სახელმწიფო მცირე და საშუალო მეწარმეობის შემდგომი, თანამედროვე განვითარების თვალსაზრისით.

თავი 3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელების პრობლემები და მათი დაძლევის გზები საქართველოში

3.1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები საქართველოში

მცირე და საშუალო მეწარმეობა, საქართველოში, ისე როგორც მთელ მსოფლიოში, დიდმნიშვნელოვან სფეროს წარმოადგენს. მაღალია მისი გავლენა სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების თვალსაზრისით. არსებითია, მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარება შეესაბამებოდეს თანამედროვე, პროგრესულ ტენდენციებს, რაც ძირითადად ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროს უახლეს მიღწევებს უკავშირდება.

საქართველოში, სოციალიზმის და ეკონომიკის მართვის ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური სისტემის არსებობის პირობებში, უცხო იყო კერძო სამეწარმეო აქტიურობა და შესაბამისად, მოსახლეობა, სამეწარმეო აზროვნებისა და ინიციატივის სიმწირით ხასიათდებოდა. აღნიშნული გავლენა დღემდე იგრძნობა ქვეყნის სოციუმში (მაღლაკელიძე, 2020ა). ამასთანავე, კომუნისტური ტიპის ეკონომიკის პირობებშიც კი საბაზრო ეკონომიკის ცალკეული ელემენტები მაინც არსებობდა. იგი სახელმწიფოს წნეხის პირობებში, „ჩრდილოვანი“ სახით ხორციელდებოდა (პაპავა, 2020: 50). თანამედროვე გლობალური კონიუნქტურის გათვალისწინებით, დღეისათვის არსებული გამოწვევების საპასუხოდ, საჭიროა ინდივიდების აზროვნების მეტამორფოზა მეწარმეობის და საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების გათავისების, მისი ყოველდღიურ ცხოვრებაში დანერგვის მიმართულებით.

საქართველოში, დასაქმებულთა რაოდენობისა და საწარმოთა ბრუნვის მიხედვით, მოქმედებს მცირე და საშუალო საწარმოთა კრიტერიუმების შემდეგი ზღვრები:

- **მცირე საწარმო** - წლიურად დასაქმებულია 50-კაცამდე და ბრუნვის მოცულობა ფისკალური წლის განმავლობაში შეადგენს არაუმეტეს 12 მლნ. ლარს;

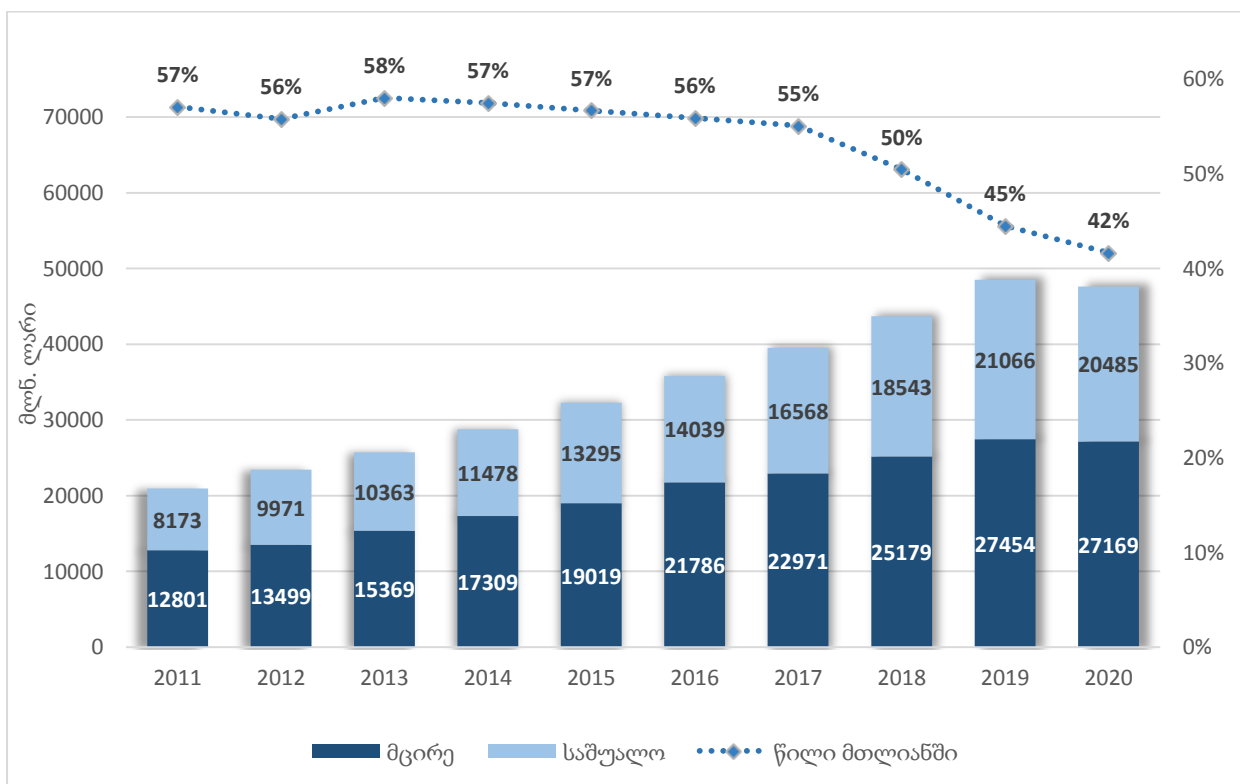
- **საშუალო საწარმო** - დასაქმებულთა წლიური რაოდენობა მერყეობს 50-დან 250-კაცამდე, ხოლო ბრუნვის მოცულობა ფისკალური წლის განმავლობაში - 12 მლნ. ლარიდან 60 მლნ. ლარამდე (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021: 23).

ამასთანავე, საქართველოს საგადასახადო კოდექსში, განსაზღვრული და განმარტებულია მცირე და მიკრო ბიზნესის კრიტერიუმები. აღნიშნული განმარტებები გამოიყენება მხოლოდ საგადასახადო მიზნებისთვის და შემოღებულ იქნა მცირე და მიკრო ბიზნესისთვის სპეციალური (პრეფერენციული) დაბეგვრის რეჟიმის და საგადასახადო ადმინისტრირების მიზნით. საქართველოს საგადასახადო კოდექსის თანახმად, **მცირე ბიზნესის** სტატუსი ენიჭება მეწარმე ფიზიკურ პირს, რომლის ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული ჯამური ერთობლივი შემოსავალი კალენდარული წლის განმავლობაში არ აღემატება 500 ათას ლარს (საშემოსავლო გადასახადი 1%, გადაჭარბების შემთხვევაში 3%). ხოლო, **მიკრო ბიზნესის** სტატუსი შეიძლება მიენიჭოს ფიზიკურ პირს, რომელიც არ იყენებს დაქირავებულ პირთა შრომას და დამოუკიდებლად ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას, რომლიდანაც მის მიერ მისაღები ჯამური ერთობლივი შემოსავალი, კალენდარული წლის განმავლობაში, არ აღემატება 30 ათას ლარს (არ იხდის საშემოსავლო გადასახადს) (საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, 2010).

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ მცირე და მიკრო ბიზნესის კრიტერიუმები არ ვრცელდება ნებისმიერ საქმიანობაზე. **მცირე ბიზნესის** შემთხვევაში, პირებს ეკრძალებათ: ისეთი საქმიანობის განხორციელება, რომელიც ექვემდებარება ნებართვას ან ლიცენზირებას, სავალუტო ოპერაციების განხორციელება, სამედიცინო, არქიტექტურული, საადვოკატო ან სანოტარო, აუდიტორული, საკონსულტაციო საქმიანობა, სათამაშო ბიზნესი, პერსონალით უზრუნველყოფა და აქციზური საქონლის წარმოება. **მიკრო ბიზნესის** შემთხვევაში კი, პირებს ეკრძალებათ: ისეთი საქმიანობის განხორციელება, რომელიც ექვემდებარება ნებართვას ან ლიცენზირებას, სავალუტო ოპერაციების განხორციელება, სამედიცინო, არქიტექტურული, საადვოკატო ან სანოტარო, აუდიტორული, საკონსულტაციო საქმიანობა, სათამაშო ბიზნესი და ვაჭრობა (არ ეხება შესყიდული საქონლის გადამუშავებასა და მიწოდებას) (საქართველოს მთავრობა, 2010).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ბოლოდროინდელ ტენდენციებში გასაცნობიერებლად უპრიანი იქნება თვალი გადავავლოთ შესაბამის სტატისტიკას. 2011-2020 წლების განმავლობაში, მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვა გაიზარდა 2.3-ჯერ - 21 მლრდ. ლარიდან 47.7 მლრდ. ლარამდე. 2020 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვა შეადგენდა მთლიანი ბრუნვის 42%-ს. აღსანიშნავია, რომ, ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვის მოცულობა მზარდი ტენდენციით ხასიათდებოდა. გამონაკლისია მხოლოდ 2020 წელი, როდესაც წინა წელთან შედარებით დაახლოებით 1.8%-იანი კლებაა დაფიქსირებული. აღნიშნული შეიძლება აიხსნას, 2020 წლიდან დაწყებული COVID-19-ის პანდემიით და მასთან დაკავშირებული შეზღუდვების დაწესებით, ერთობლივი მოთხოვნის შემცირებით, რამაც მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების პარამეტრებზე. ამასთანავე, აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ 2013 წლიდან, კლების ტენდენციით ხასიათდება სამეწარმეო სექტორის მთლიან ბრუნვასთან მიმართებით, მცირე და საშუალო საწარმოთა ბრუნვის წილი (საქსტატი, 2021ა; იხ. დიაგრამა 3.1.1).

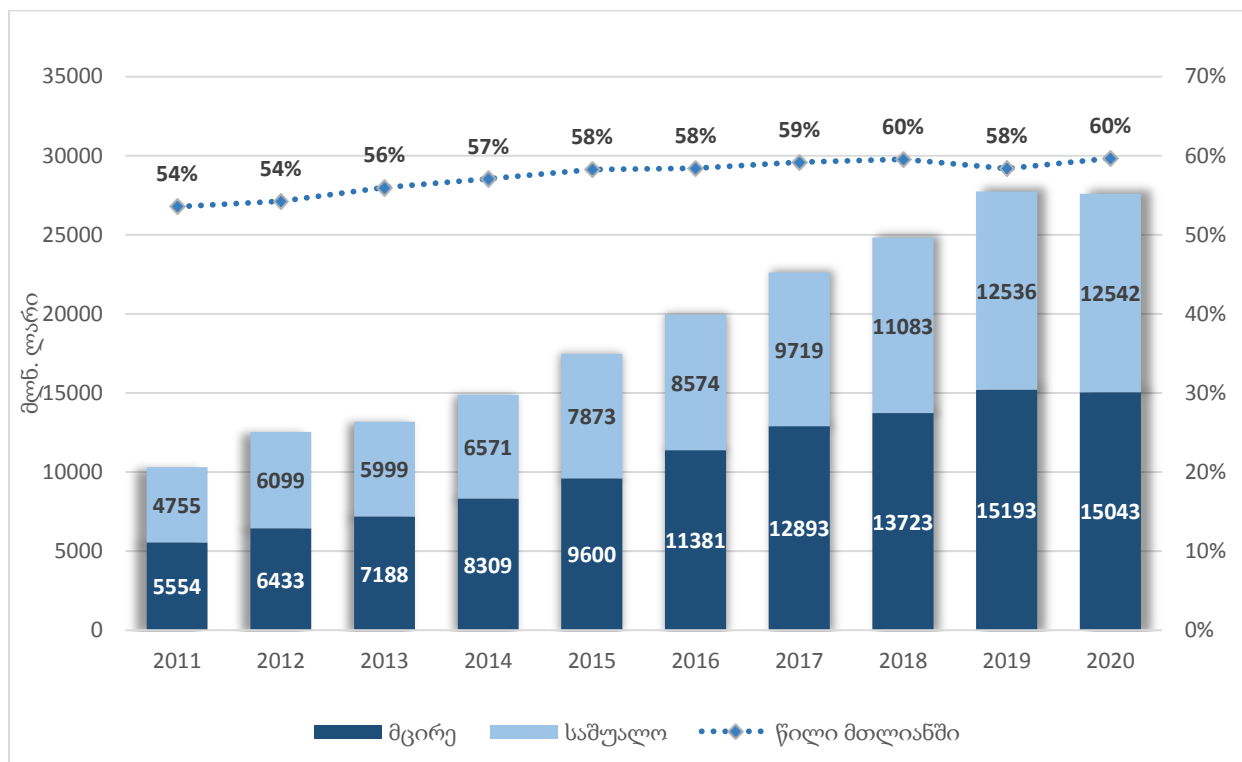
დიაგრამა 3.1.1. მცირე და საშუალო საწარმოთა ბრუნვა საქართველოში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

2011-2020 წლებში, მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის გამოშვება შეუქცევადი ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა. გამოწვევას მხოლოდ 2020 წელი, როდესაც დაფიქსირდა COVID-19-ის პანდემიის აფეთქება. ბოლო ათწლეულში, საქართველოში, მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის გამოშვება 2.7-ჯერ - 10.3 მლრდ. ლარიდან 27.6 მლრდ. ლარამდე გაიზარდა. 2020 წელს, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოთა პროდუქციის გამოშვებაში მცირეოდენი კლება დაფიქსირებული, რაც მცირე საწარმოთა ნაწილში გამოშვების შემცირებითაა გამოწვეული. ამავ წელს, მცირე და საშუალო საწარმოების პროდუქციის გამოშვება შეადგენდა მთლიანის 60%-ს (საქსტატი, 2021ა; იხ. დიაგრამა 3.1.2).

დიაგრამა 3.1.2. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის გამოშვება საქართველოში

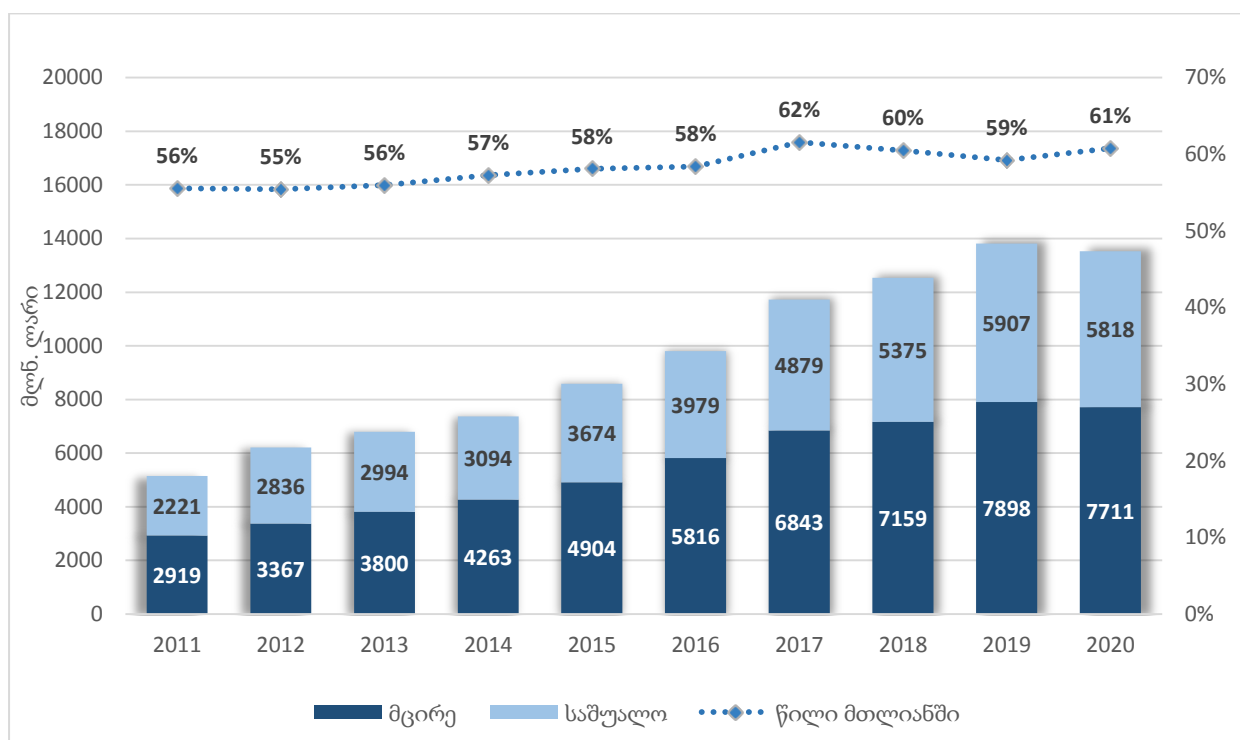


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

უკანასკნელი ათწლეულის განმავლობაში, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებში შექმნილმა დამატებულმა ღირებულებამ ასევე მატების ტენდენცია გამოავლინა. იგი გაიზარდა 2.6-ჯერ - 5.1 მლრდ. ლარიდან 13.5 მლრდ. ლარამდე. ისევე როგორც ზემოხსენებულ სხვა პარამეტრებში, დამატებული ღირებულების შემთხვევაშიც, 2020 წელს, კლება დაფიქსირებული, რაც უპირველეს ყოვლისა

გამოწვეულია COVID-19-ის პანდემიის ზეგავლენით. აქვე, აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ 2020 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება შეადგენდა მთლიან ბიზნესსექტორში შექმნილის 61%-ს. იგი, 2019 წელთან შედარებით, 2%-ით გაუმჯობესდა (საქსტატი, 2021ა; იხ. დიაგრამა 3.1.3).

დიაგრამა 3.1.3. მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება საქართველოში



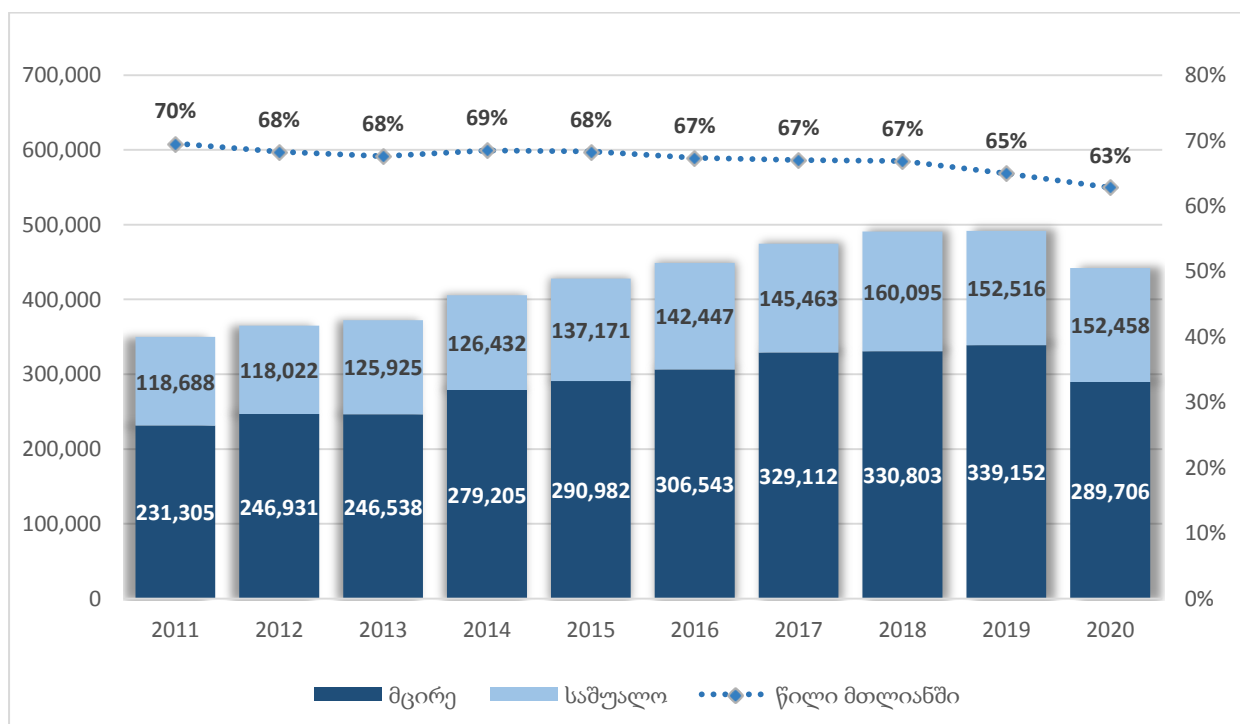
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

ყურადღებამისაქცევია ის ფაქტი, რომ გეოგრაფიული განაწილების თვალსაზრისით, მაგალითად, 2020 წელს, დედაქალაქ თბილისზე მოდის მცირე და საშუალო საწარმოთა ბრუნვის (77%), პროდუქციის გამოშვებისა (62%) და დამატებული ღირებულების (67%) უმსხვილესი წილი (საქსტატი, 2021ა).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის როლი ვლინდება შეუქცევადი დასაქმების უზრუნველყოფაში. ამ მიმართულებით, 2011-2020 წლებში, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა 26.3%-ით, 349 993-დან 442 164 კაცამდე. 2020 წელს, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებში სულ დასაქმებული იყო 442 164 ადამიანი, რაც მთლიანად ბიზნესსექტორში დასაქმებულთა 63%-ია

(საქსტატი, 2021ა). ზოგადი თავისებურებაა, რომ მცირე ზომის საწარმოებში ჯამურად უფრო მეტი ადამიანია დასაქმებული, ვიდრე საშუალო ზომის საწარმოებში. ამასთანავე, ნიშანდობლივი ტენდენციაა ისიც, რომ ბოლო წლების განმავლობაში, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულ ადამიანთა პროცენტული წილი მთლიანად ბიზნეს სექტორში დასაქმებულებთან მიმართებაში ყოველწლიურად იკლებს. პანდემიის გავრცელების - 2020 წელს, დასაქმებულთა კლება დაფიქსირებული, როგორც მცირე, ისე საშუალო ზომის საწარმოების ნაწილში. საერთო ჯამში, წინა წელთან შედარებით, 2020 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა შემცირდა 49 504 კაცით (დეტალურად, იხ. დიაგრამა 3.1.4).

დიაგრამა 3.1.4. მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა საქართველოში

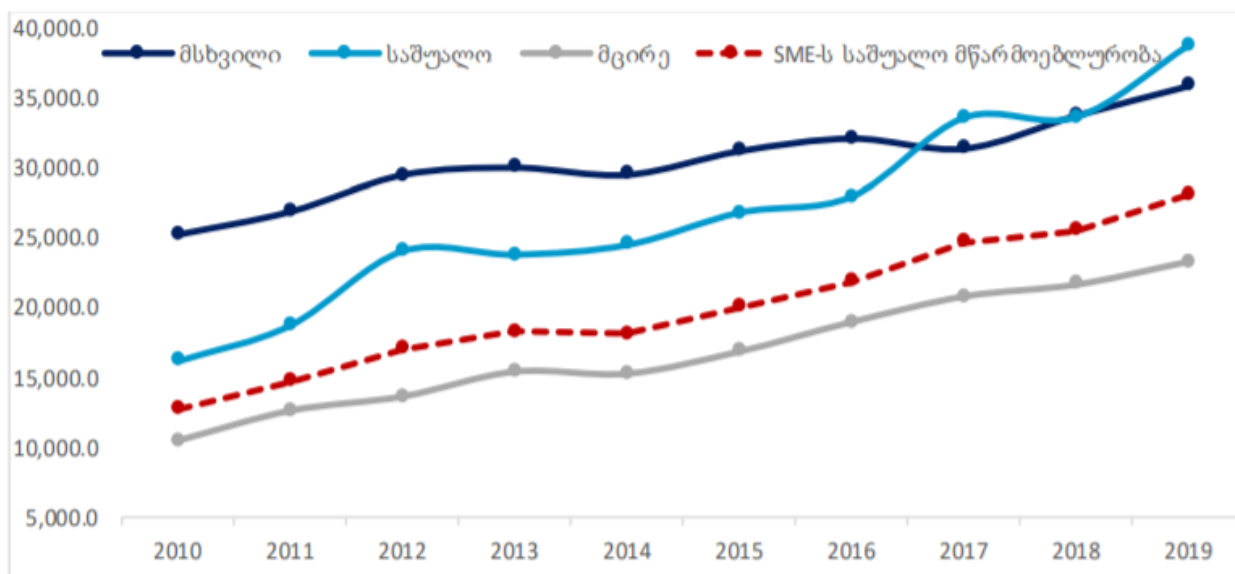


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

მცირე და საშუალო ზომის საწარმოთა განვითარებისთვის, მნიშვნელოვან პარამეტრს წარმოადგენს მათი მწარმოებლურობის მაჩვენებელი. 2010-2019 წლებში, საქართველოში, მზარდი ტენდენციით ხასიათდებოდა მცირე და საშუალო საწარმოების მწარმოებლურობა. მოცემულ საანგარიშო პერიოდში, 2019 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოთა მწარმოებლურობის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი

დაფიქსირდა - 28 077 ლარი. მათ შორის საშუალო ზომის საწარმოთა მწარმოებლურობამ 38 728 ლარი შეადგინა, ხოლო მცირე საწარმოთა მწარმოებლურობა 23 287 ლარს გაუტოლდა (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021; იხ. დიაგრამა 3.1.5).

დიაგრამა 3.1.5. მცირე და საშუალო საწარმოთა მწარმოებლურობა³ საქართველოში



წყარო: საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021, გვ.

25

2020 წლის დასაწყისში, მსოფლიო და მათ შორის საქართველოც დიდი გამოწვევების წინაშე დადგა პანდემიურად გავრცელებული ვირუსული ინფექციის, ახალი კორონავირუსის - COVID-19-ის გამო. პანდემიამ უპრეცედენტო ტვირთი დააკისრა ბევრ ჯანდაცვის სისტემას მსოფლიოში. ინფექციის კონტროლის ზომებმა კი ეკონომიკური კრიზისი გამოიწვია, ეკონომიკური აქტიურობის მკვეთრი შეჩერებით. აღსანიშნავია, რომ დღეისათვის, პანდემიაზე რეაგირების ღონისძიებები ძირითადად მიმართულია აწმყოს დაცვაზე, ხოლო ეკონომიკური საქმიანობის მომავალს ნაკლები ყურადღება ექცევა (Kuckertz et al., 2020). კორონა-კრიზისის სიმძაფრე და ხანგრძლივობა დამოკიდებულია, იმაზე თუ რამდენ ხანს გასტანს პანდემია. ამ თვალსაზრისით, დღესდღეობით, „ეკონომიკა მედიცინის მძევალია“ (Papava, 2020: 129). ამასთანავე, პანდემია არის არაჩვეულებრივი საშუალება

³ მწარმოებლურობა = დამატებული ღირებულება / დასაქმებული რაოდენობაზე

ინოვაციური შესაძლებლობისა და კრეატიულობის გამოვლენისათვის (Ebersberger & Kuckertz, 2021).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაზე მნიშვნელოვანი ზეგავლენა იქონია COVID-19-ის პანდემიამ. მან კრიზისში შეიყვანა მსოფლიოს ქვეყნების და მათ, შორის საქართველოს ეკონომიკა. ინფექციის გავრცელების შესაჩერებლად, ქვეყნების მთავრობებს მოუწიათ სხვადასხვა ფართომასშტაბიანი და წერტილოვანი შეზღუდვების დაწესება. საქართველოს მთავრობის გადაწყვეტილებით, შეიზღუდა საერთაშორისო ფრენები, საქალაქთაშორისო მიმოსვლა, საზოგადოებრივი ტრანსპორტით სარგებლობა; პრაქტიკულად შეწყდა ტურისტული მოგზაურობები; დაიხურა რესტორნები, კაფე-ბარები, სპორტდარბაზები, სავაჭრო ცენტრები, მაღაზიები (გარდა სასურსათოსი) და სხვა საქმიანობის ობიექტები. მსგავსი სცენარი (თუმცა უფრო შერბილებული) განმეორდა 2021 წელს, როდესაც, საქართველოში, ერთი „ჩაკეტვა“ უკვე გამოიარა ქვეყანამ. ამ ყველაფერმა თავისი დადი დაასვა მცირე და საშუალო მეწარმეობას. მსოფლიო ბანკის კვლევის მიხედვით, საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოების დაახლოებით 65% დროებით დაიხურა ეპიდემიის აფეთქების დროს (Adian et al., 2020). წინა წელთან შედარებით, 2020 წელს, მცირე და საშუალო საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობა შემცირდა 10%-ით, ბრუნვა - 1.8%-ით, პროდუქციის გამოშვება - 0.5%-ით, ხოლო დამატებული ღირებულება - 2%-ით (საქსტატი, 2021ა).

დღეისათვის, COVID-19-ის პანდემიის პირობებშიც კი, საქართველოში ხელსაყრელი პირობებია შექმნილი მეწარმეობის დასაწყებად და სხვადასხვა ორგანიზაციის კვლევების მიხედვით, სამეწარმეო გარემო პოზიტიურად ხასიათდება. Heritage Foundation-ის 2020 წლის „ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის“ მიხედვით, საქართველო, მსოფლიოს 180 ქვეყანას შორის მე-12 ადგილზეა, ხოლო ევროპის რეგიონში მე-6 ადგილზე (Miller et al., 2020). „ბიზნესის კეთების“ სიმარტივით კი საქართველო, მსოფლიოს 190 ქვეყანას შორის, მე-7 ადგილზეა (World Bank Group, 2020).

Fraser Institute-ის 2020 წლის „მსოფლიო ეკონომიკური თავისუფლების“ რეიტინგში, საქართველომ მსოფლიოს 162 ქვეყანას შორის მე-8 პოზიცია დაიკავა. რეიტინგში ქვეყნის პოზიცია გაუმჯობესებულია, რაც განაპირობა რიგმა

ფაქტორებმა, როგორცაა: ქვეყნის მთლიანი სამამულო პროდუქტის ზრდის დადებითი დინამიკა უკანასკნელი წლების განმავლობაში, ტრანსფერებისა და სუბსიდიების სწორი, მიზანმიმართული სახელმწიფო პოლიტიკა, მთლიან მოხმარებაში მთავრობის მოხმარების წილის შემცირება, ქვეყანაში განხორციელებული ეფექტური საგადასახადო რეფორმა, ინვესტორებისთვის ხელსაყრელი ბიზნეს გარემოს შექმნა და მთავრობის მიერ განხორციელებული სამართლებრივი სისტემური რეფორმები. მსოფლიო ბანკის „მსოფლიო მმართველობის ინდიკატორები“ მსოფლიოს 214 ქვეყანას მმართველობის 6 მიმართულებით აფასებს, მათ შორის, როგორცაა: მმართველობის ეფექტურობა და რეგულაციების ხარისხი. 2020 წელს „მმართველობის ეფექტურობის“ ინდიკატორში საქართველოს ქულამ (76.92) ისტორიულ მაქსიმუმს მიაღწია და 49-ე პოზიცია დაიკავა. „რეგულაციების ხარისხის“ ინდიკატორში კი საქართველომ შეფასების 100%-იანი შკალიდან 82.69% დაიმსახურა და 2019 წელს, მსოფლიოში 37-ე ადგილი დაისაკუთრა. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი“ აფასებს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას და ახდენს იმ ფაქტორების ანალიზს, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ქვეყანაში ბიზნესგარემოს ფორმირებისათვის და ხელს უწყობენ ქვეყნის მწარმოებლურობისა და კონკურენტუნარიანობის ზრდას. 2019 წლის „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის“ ანგარიშის მიხედვით, 12 ინდიკატორიდან საქართველოს სარეიტინგო ქულა გაუმჯობესდა 6 მიმართულებით, რომელთა შორისაა ფინანსური სისტემა, ბიზნესის დინამიკურობა და ინოვაციური შესაძლებლობები. აღნიშვნის ღირსია OECD-ის კვლევა „SME Policy Index 2020“, რომელიც ქვეყნებს აფასებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი პოლიტიკის „ევროპის მცირე ბიზნესის აქტთან“ შესაბამისობის თვალსაზრისით. OECD-ის „მცირე და საშუალო ბიზნესის პოლიტიკის ინდექსი“ საქართველოს, აღმოსავლეთ პარტნიორობის (EaP) ქვეყნებთან ერთად აფასებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის პოლიტიკის მიმართულებით. საქართველომ 2020 წლის რეიტინგში უპრეცედენტო წარმატებას მიაღწია. ანგარიშის თანახმად, საქართველოს შეფასება (წინა 2016 წლის რეიტინგთან შედარებით) რეიტინგის 12 კომპონენტიდან ყველაში გაუმჯობესდა, ხოლო 12-დან 9 კომპონენტში ქვეყანა უმაღლესი ქულით შეფასდა

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებს შორის (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021: 20-21).

მეწარმეობის დაწყება კომპლექსური ფენომენია და მრავალ საკითხთანაა დაკავშირებული, რომელიც მეწარმისთვის სოლიდური გამოწვევაა საწარმოს წარმატებასთან დაკავშირებულ გაურკვევლობასთან ერთად. ეს ტვირთი განსაკუთრებით მაღალია ინოვაციური კომპანიების დამფუძნებლებისთვის, რადგან აქ, ასევე, არსებობს ამოცანები პროდუქტის განვითარების სფეროში და მასთან დაკავშირებული ბუნდოვანება (Fritsch, 2019). ყველაზე დიდი რისკი, რომლის წინაშე მეწარმე შეიძლება დადგეს, არის ისეთი პროდუქციის წარმოება, რომელიც სასურველი არ იქნება მომხმარებელთათვის (Bortolini et al., 2018). მეწარმეობის დასაწყებად აუცილებელია სამეწარმეო შესაძლებლობისა და სამეწარმეო განზრახვის (რომელიც ავლენს სამეწარმეო მოტივაციას) არსებობა. ამ ორი კომპონენტის შერწყმა კი აჩენს საქმიანობის პერსპექტივას (Freiling & Harima, 2019). ამავდროულად, მეტი ახალი სამეწარმეო კონცეპტი ნიშნავს მეტ შესაძლებლობას. მეწარმეთა სიმრავლეს მოაქვს ახალი იდეები, ახალი ინერჯია, მეტი ჯანსაღი კონკურენცია. იგი ეკონომიკასა და საზოგადოებას უფრო მრავალფეროვანს ხდის და აფართოებს სამომავლო ალტერნატივების სპექტრს (Faltin, 2018b). შესაბამისად, მეტი მცირე და საშუალო საწარმოს წარმოქმნა პოზიტიურია ქვეყნის ეკონომიკის თანამედროვე განვითარების პერსპექტივისთვის.

მეწარმეობა თავისთავშივე გულისხმობს შემოქმედებითობასა და სიახლეებისაკენ განუხრელ სწრაფვას. აქედან გამომდინარე, სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზებისას პრიმატი უნდა მიენიჭოს საწარმოს ინოვაციატევადობის ამაღლებასა და ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების კუთხით მიღწეული წარმატებების ინტეგრირებას. ამისათვის კი საჭიროა, ერთი მხრივ, მეწარმეთა მიერ ინოვაციების მიმდებლობა/დანერგვისთვის მზაობა და შესაბამისი უნარ-ჩვევების განვითარება, ხოლო, მეორე მხრივ, ქვეყნის ციფრული განვითარების დონე პასუხობდეს შესაბამის მოთხოვნებს. აქ, უპირატესად მოიაზრება ინტერნეტიზაციის დონე, მეწარმეთა და მომხმარებელთა მიერ ტექნოლოგიური ინოვაციებისა და ტექნიკის ათვისების დონე. ყოველივე ზემოთ აღნიშნული, ქმნის მყარ საფუძველს, სამეწარმეო აქტიურობის ვირტუალურ სივრცეში გადანაცვლებისთვის. შედეგად, სულ უფრო მეტი მცირე და

საშუალო საწარმოს პოზიციონირება ხდება ციფრულ მეწარმეობაში, რაც წარმოქმნის ახალ შესაძლებლობებსა და ასპარეზს თანამედროვე მეწარმეთათვის.

ქვეყანაში, ციფრული მეწარმეობის განვითარების მთავარი ინდიკატორია, ციფრული და ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების დონე. მსოფლიოს მაღალგანვითარებულმა სახელმწიფოებმა წარმატებას ციფრული მეწარმეობის განვითარების საქმეში, გაციფრულების მაღალი დონის შექმნით მიაღწიეს. საქართველოში, ციფრული მეწარმეობის განვითარების ერთ-ერთ შემაფერხებელ ფაქტორს წარმოადგენს, სწორედ გაციფრულების არასაკმარისი დონე, ციფრულ ტექნოლოგიებზე სათანადო ხელმისაწვდომობის უქონლობა. ამასთანავე, საქართველოს მოსახლეობაში, ჯერჯერობით, არ არის გამომუშავებული ის ციფრული კულტურა და უნარ-ჩვევები, რაც სამეწარმეო საქმიანობის, ვირტუალურ სივრცეში ფართო მასშტაბით განხორციელებას უზრუნველყოფს. საერთაშორისო მასშტაბით, საქართველო, ციფრული განვითარების საშუალო დონეზეა: მსოფლიო ბანკის თანახმად, ციფრული ათვისების ინდექსი (DAI), რომელიც სამი კომპონენტის - ბიზნესის, მოსახლეობის და მთავრობის მიერ ციფრული ათვისების მიხედვით დგება, საქართველო, მსოფლიოს 180 ქვეყანას შორის, 2016 წელს, 69-ე პოზიციას იკავებდა (World Bank, 2016). BBVA Research-ის ციფრული ინდექსის (DiGiX), რომელიც ზომავს გაციფრულების ხარისხს სამი კატეგორიის - მიწოდების პირობების, მოთხოვნის პირობების და ინსტიტუციური გარემოს მიხედვით, 2020 წლის მონაცემებით, საქართველო, მსოფლიოს 99 ქვეყანას შორის, 62-ე ადგილზე იმყოფებოდა (BBVA Research, 2020).

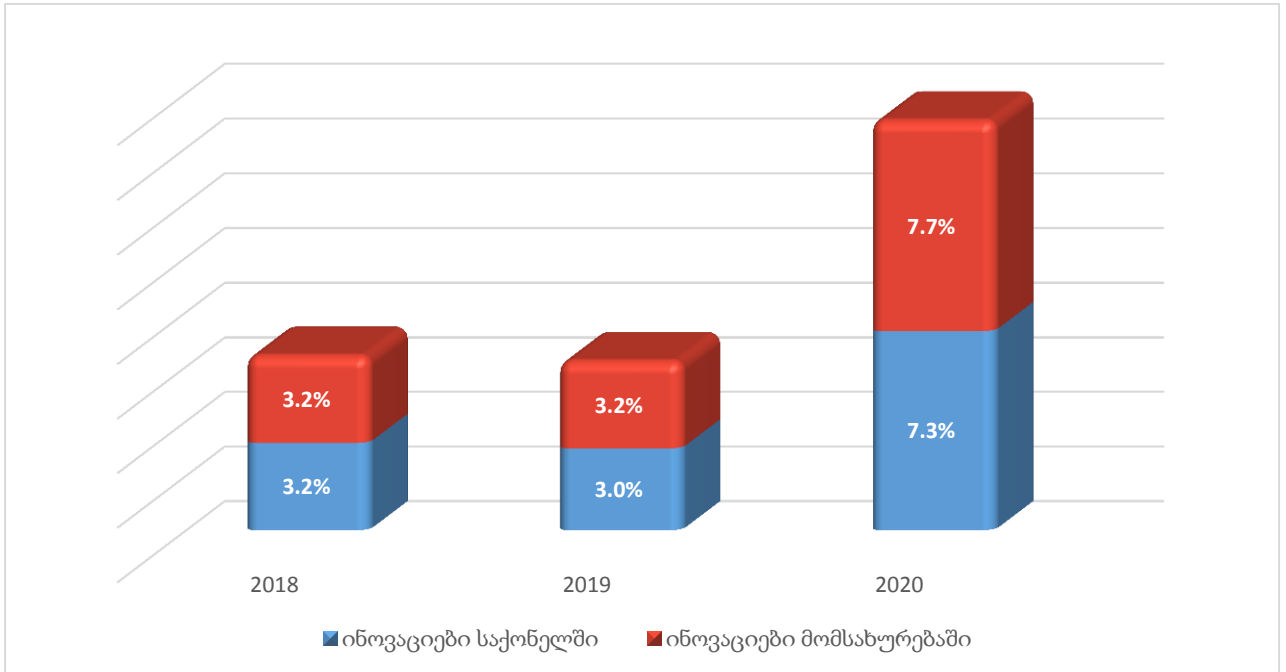
საქართველოს ციფრული განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია, რომ ევროკავშირის დაფინანსებით, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში (საქართველო, აზერბაიჯანი, სომხეთი, ბელარუსი, მოლდოვა, უკრაინა), ხორციელდება ციფრული ბაზრების ჰარმონიზაციის მხარდამჭერი პროგრამები, ინიციატივა „EU4Digital“-ის ფარგლებში. ინიციატივის „EU4Digital“ ძირითადი პროგრამაა სამწლიანი (2019-2022) „EU4Digital: ციფრული ეკონომიკის და საზოგადოების მხარდაჭერა აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში“, რომელიც ხელს უწყობს ციფრული ეკონომიკის და ციფრული საზოგადოების ძირითადი სფეროების განვითარებას ევროკავშირის ნორმების და პრაქტიკის შესაბამისად და

ევროკავშირის მხარდაჭერით, მთლიანად მოიცავს ციფრული განვითარების გეგმას რეგიონში. პროგრამა მხარდაჭერას ახორციელებს პოლიტიკის ექვს ძირითად სექტორში: ტელეკომუნიკაციის წესები, ნდობა და უსაფრთხოება, ელექტრონული ვაჭრობა, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიური ინოვაციები, ელექტრონული ჯანმრთელობა და ელექტრონული უნარები. პროგრამის განსახორციელებლად გამოყოფილია 11 მლნ. ევროს დაფინანსება. გარდა ამისა, ინიციატივის ფარგლებში მიმდინარეობს პროგრამები კიბერუსაფრთხოებისა და სამეცნიერო და საგანმანათლებლო წრეების დაკავშირების მიმართულებით (EU4Digital, 2021).

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2020 წლის ივლისის მონაცემებით, ქვეყანაში: ინტერნეტს აქტიურად იყენებდა მოსახლეობის (15 წლის და უფროსი ასაკის) 73%, მათგან მხოლოდ 21.3%-მა შეიძინა საქონელი ან/და მომსახურება ციფრული არხებით. 2019 წელს, საწარმოების მხოლოდ 2.6%-მა მიიღო შეკვეთა ვებგვერდის მეშვეობით (საქსტატი, 2021ბ). აღნიშნული მონაცემები, საზოგადოების მიერ და შესაბამისად, საწარმოებში კომერციული მიზნებისთვის ინტერნეტის გამოყენების დაბალ დონეზე მიუთითებს. ეს აუთვისებელი სეგმენტი კი, ამავედროულად, ქმნის სოლიდურ პოტენციალს ციფრული მეწარმეობის შემდგომი განვითარებისთვის.

სამეწარმეო საქმიანობის თანამედროვე განვითარების კვალდაკვალ, სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს საწარმოთა მიერ, ინოვაციების განხორციელების დონე. საქართველოს სამეწარმეო სექტორი, ვერც ამ მაჩვენებლით დაიკვეხნის. ასე მაგალითად, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიხედვით, 2020 წელს საწარმოთა 7.3%-მა განახორციელა ინოვაციები საქონელში, ხოლო 7.7%-მა მომსახურებაში (საქსტატი, 2021გ; დეტალურად იხ. დიაგრამა 3.1.6). დიაგრამაზე მკვეთრად შესამჩნევია 2020 წლის გაზრდილი მაჩვენებელი, რაც მიმაჩნია, რომ ცალსახა გამოვლინებაა COVID-19-ის პანდემიაზე საწარმოთა რეაგირების, რომელთაც გადარჩენის შანსი, სწორედ ინოვაციების დანერგვაში დაინახეს. ამ თვალსაზრისით, პანდემია გახდა ერთგვარი სტიმულატორი ინოვაციური აქტიურობების ინტენსიფიკაციისთვის.

დიაგრამა 3.1.6. საწარმოთა წილი, რომელთაც განახორციელეს ინოვაციები პროდუქციაში (საქონელი/მომსახურება)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021გ

ამრიგად, ექვგარეშეა, რომ მცირე და საშუალო მეწარმეობა უდიდეს როლს ასრულებს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისთვის, რაც ზემოთ მოცემული სტატისტიკური ინფორმაციის ანალიზითაც დადასტურდა. არსებითია, ქვეყნის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი ვითარდებოდეს თანამედროვე განვითარების ტენდენციების მიხედვით, რაც უპირველეს ყოვლისა ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების პროორიტეტულ ინტეგრირებას გულისხმობს საწარმოს ყოველდღიურ საქმიანობაში. ამ თვალსაზრისით, როგორც ზემოთ გაანალიზებული სტატისტიკური ინფორმაციიდან ნათლად ჩანს, საქართველოში არც ისე სახარბიელო მდომარეობაა მაშინ, როდესაც ქვეყნის ციფრული განვითარების დონე ვერ პასუხობს თანამედროვე გამოწვევებს, საწარმოთა უმრავლესობაში ინოვაციური პროცესები დაბალი აქტიურობით ხასიათდება, ხოლო მომხმარებელთა უმრავლესობაში არ არის განვითარებული ციფრული არხების გამოყენების კულტურა საქონლისა და მომსახურების შეძენისათვის.

ამასთანავე, საქართველოში, ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, მცირე და საშუალო მეწარმეობა, ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა. ქვეყანაში, განუხრელად

იზრდებოდა მცირე და საშუალო ზომის საწარმოთა მიერ დასაქმებულ მოქალაქეთა რიცხოვნობა, მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვა, გამოშვებული პროდუქციის, დამატებული ღირებულებისა და მწარმოებლურობის მოცულობა. ამასთანავე, დასაფიქრებელია ის ფაქტი, რომ დედაქალაქ თბილისშია თავმოყრილი ქვეყნის ეკონომიკური აქტიურობის უდიდესი ნაწილი, რაც ეკონომიკური საქმიანობის განვითარების და ქვეყანაში დოვლათის შექმნის კუთხით, რეგიონების ნაკლებ ჩართულობაზე მიუთითებს. აღნიშნული, საბოლოო ჯამში, იწვევს დედაქალაქისა და რეგიონების ეკონომიკური განვითარების დონის მკვეთრ დაცილებას, რაც ხელშემწყობია აქტიური შიდა მიგრაციისა. შედეგად, იცლება სოფლები, რაც რეგიონებში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების პერსპექტივას ჩრდილს აყენებს და ამასთანავე, სოფლის მეურნეობის სექტორში ქმნის არსებით გამოწვევებს.

დღესდღეობით, სიტუაციას, კიდევ უფრო ამძაფრებს პანდემია და მის მიერ გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისი, რომლის შედეგები უკვე იწვინა ქვეყანამ მაგალითად, უმუშევრობის ერთბაშად უპრეცედენტო ზრდით და სხვა არაერთი ეკონომიკური პარამეტრის გაუარესებით. განსაკუთრებული სიმწვავეით გამოირჩეოდა პანდემიის გავრცელების პირველი თვეები რა დროსაც მცირე და საშუალო საწარმოთა უმრავლესობამ დროებით შეაჩერა საქმიანობა.

3.2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის გამოწვევები და განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში

მცირე და საშუალო მეწარმეობა, დღეისათვის, საქართველოში სამეწარმეო სექტორის ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს. მას უდიდესი მნიშვნელობა გააჩნია ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისა და საზოგადოების კეთილდღეობისათვის. მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარება ხელს უწყობს ინკლუზიური ეკონომიკური ზრდის მიღწევას, რაც თავის მხრივ, არსებითია სიღარიბეში მყოფი საქართველოს მოქალაქეების ქვეყნის აღმშენებლობაში ჩართვის თვალსაზრისით (მაღლაკელიძე, 2019ბ). ტექნოლოგიების ინტენსიური განვითარება და სამეწარმეო პროცესების გაციფრულება ახალ შესაძლებლობებს უხსნის მცირე და საშუალო საწარმოებს.

პანდემიის დასაწყისიდანვე, მცირე და საშუალო საწარმოები ახალი გამოწვევების წინაშე დადგნენ. ისინი უფრო დაუცველნი არიან COVID-19-ის კრიზისის მიმართ, ვიდრე მსხვილი ფირმები, რადგან: მათ აქვთ ნაკლები ფინანსური შესაძლებლობები, აქვთ სუსტი მიწოდების ჯაჭვი და ხასიათდებიან ციფრულ ინსტრუმენტებსა და ტექნოლოგიებში დახელოვნების დაბალი დონით (OECD, 2021b). ამის საპირისპიროდ კი, მცირე და საშუალო მეწარმეობა უფრო მოქნილი და ადაპტირებადია, ვიდრე მსხვილი საწარმოები, რაც გამოსადეგია კრიზისის დროს (Juergensen et al., 2020). COVID-19-ის პანდემიის შესაჩერებლად დაწესებული შეზღუდვების გამო, ტურიზმისა და მგზავრთა ტრანსპორტირების სექტორები პირველები იყვნენ, რომლებსაც პრობლემები შეექმნათ. ამან გამოიწვია საფონდო ბირჟების კოლაფსი, რამაც პირდაპირ იმოქმედა რეალურ ეკონომიკაზე (Papava, 2020). შესაბამისად, პრობლემები შეექმნა მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორსაც. COVID-19-ის პანდემიამ შეცვალა ადამიანების მუშაობის წესი, რომელიც დიდწილად გადავიდა ვირტუალურ სივრცეში, ინტერნეტში. ეს შეეხო თითქმის ყველა სფეროს, დაწყებული უძრავი ქონების რეალიზაციიდან (Marona & Tomal, 2020) დამთავრებული საყოფაცხოვრებო ნივთების გაყიდვით. COVID-19-ის კრიზისმა საზოგადოებაში გამოიწვია მნიშვნელოვანი ქცევითი ცვლილებები, რამაც უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინა მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე (Thukral, 2021). ციფრული ტექნოლოგიების ინტენსიურ გამოყენებას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება

მოცემულ სიტუაციასთან ადაპტაციისთვის და სამეწარმეო საქმიანობის უწყვეტობის უზრუნველსაყოფად (Papadopoulos et al., 2020; Bedianashvili & Maglakelidze, 2021). წარმოქმნილი გამოწვევების კვალდაკვალ, მცირე და საშუალო საწარმოებში გაძლიერდა ინდუსტრია 4.0-ის გადაწყვეტილებების მნიშვნელობა (Slusarczyk & Pyplacz, 2020) და ინოვაციური აზროვნება. COVID-19-ის კრიზისის საპასუხოდ, ორგანიზაციებმა აქტიურად დაიწყეს ციფრული მეთოდების გამოყენება მომხმარებელთა შეთავაზებასა და სამეწარმეო პროცესში (Thierry et al., 2021). COVID-19-ის პანდემიის პირობებში, მეწარმეობის ინოვაციური ფორმა და ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენება გახდა დომინანტური. მცირე და საშუალო მეწარმეებმა, არსებულ ვითარებასთან ადაპტაციის მიზნით, დაიწყეს ფიქრი საკუთარი საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობების გაზრდაზე (Maglakelidze & Erkomaishvili, 2021).

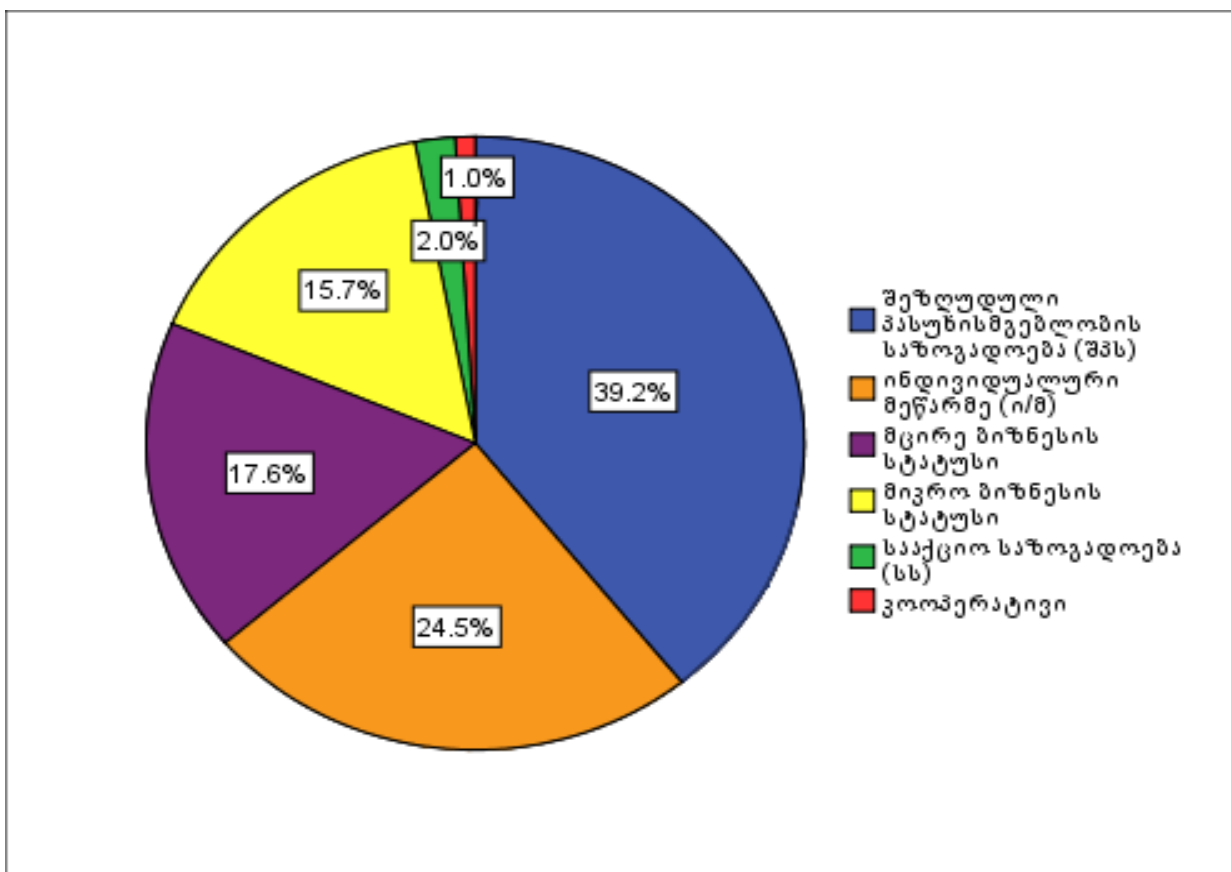
საქართველოში, მცირე და საშუალო მეწარმეობის გამოწვევებისა და საჭიროებების იდენტიფიკაციისათვის, ასევე, თანამედროვე განვითარების მიმართულებების გამოსავლენად, ჩემ მიერ, ჩატარებულ იქნა მცირე და საშუალო მეწარმეთა კვლევა გამოკითხვის სახით, რომელთა მიმართ დასმულ იქნა მიზნობრივი შეკითხვები სხვადასხვა ასპექტით. კვლევის შედეგებს დეტალურად ქვემოთ განვიხილავთ.

ჩატარებულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოკითხვაში, დასახელდა COVID-19-ის პანდემიამდე და პანდემიის პირობებში არსებული ძირითადი გამოწვევები. აგრეთვე, გამოიკვეთა ის მიმართულებები რომლისკენაც მოუხდათ ტრანსფორმაცია მეწარმეებს, შექმნილ ახალ რეალობასთან ადაპტირებისათვის.

სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით, გამოკითხულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა პროცენტული განაწილება შემდეგნაირად გამოიყურება: 39.2% საქმიანობას ახორციელებს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების, 24.5% კი ინდივიდუალური მეწარმის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით. 17.6% მცირე ბიზნესის, ხოლო 15.7% მიკრო ბიზნესის სტატუსით ოპერირებს სამეწარმეო ველზე. ამასთანავე, კვლევაში მონაწილე მეწარმეთა 2%-მა სააქციო საზოგადოების, ხოლო 1%-მა კოოპერატივის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით ამჯობინა საქმიანობა (იხ. დიაგრამა 3.2.1). კვლევა ადასტურებს იმ ფაქტს, რომ საქართველოში მეტად პუპულარულია

სამეწარმეო საქმიანობის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების სამართლებრივი ფორმით განხორციელება. ვფიქრობ, აღნიშნული გამოწვეულია იმით, რომ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზების მოხერხებული ფორმაა და ამასთანავე, მეწარმეთა შესახებ საქართველოს კანონის მიხედვით, მისი პარტნიორები (წილის მფლობელები), კრედიტორების წინაშე, არა პირადი ქონებით, არამედ მხოლოდ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების მთლიანი ქონებით აგებენ პასუხს (საქართველოს კანონი მეწარმეთა შესახებ, 2021).

დიაგრამა 3.2.1. კვლევაში მონაწილე მცირე და საშუალო საწარმოები ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით

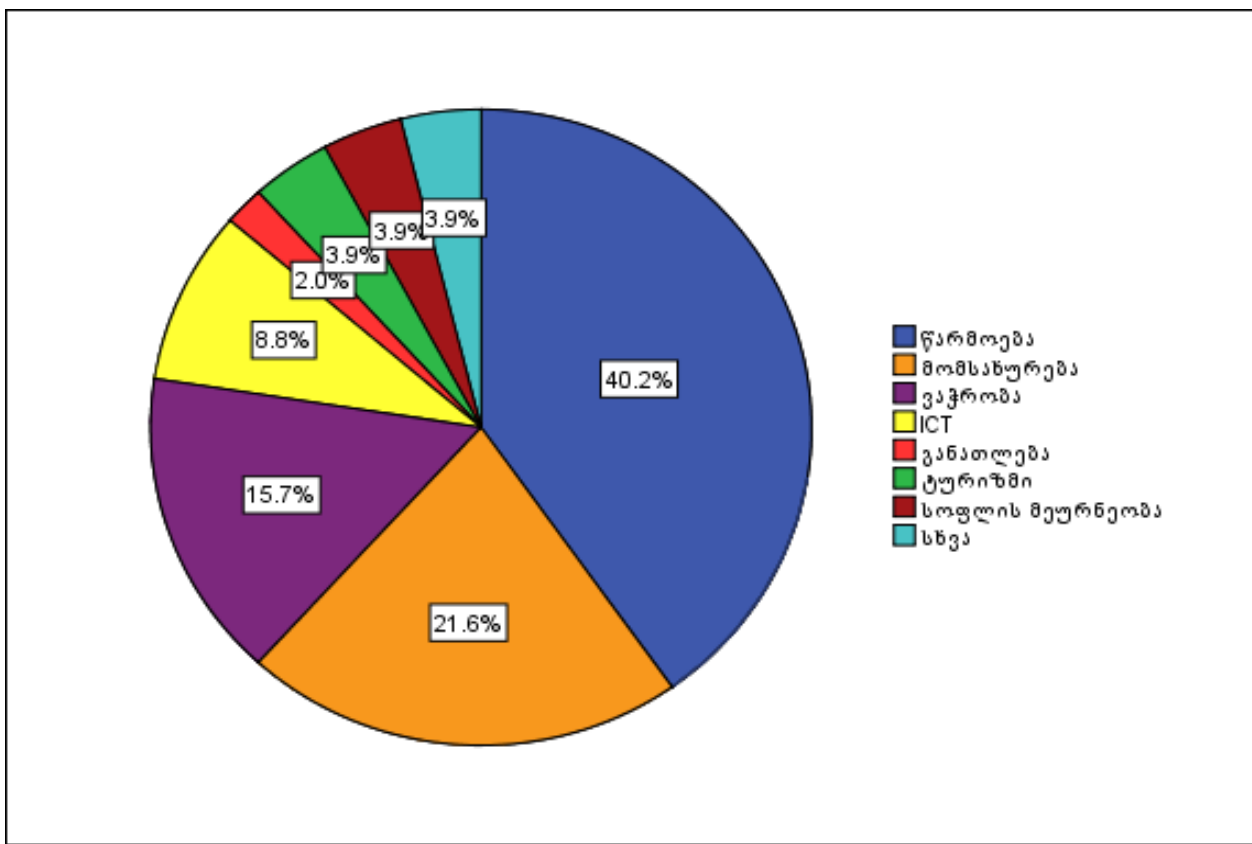


წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

გამოკითხულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა საქმიანობის არეალი საკმაოდ ფართოა. კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს მეწარმეებმა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონიდან. უმრავლესობა მათგანის საქმიანობის ადგილს წარმოადგენს დედაქალაქი თბილისი (63.7%). ასევე მრავალფეროვანია გამოკითხულ მცირე და

საშუალო საწარმოთა განაწილება საქმიანობის სფეროების მიხედვით. პროცენტულად ყველაზე დიდი წილი უჭირავს წარმოებას (40.2%), შემდეგ მას მოყვება მომსახურების სფერო (21.6%), ვაჭრობა (15.6%) და ICT სექტორი (8.8%) (დეტალურად იხ. დიაგრამა 3.2.2). საქმიანობის სფეროების მიხედვით მრავალფეროვნება არსებითია, სხვადასხვა სფეროში არსებული გამოწვევებისა და საჭიროებების წარმოჩენისათვის.

დიაგრამა 3.2.2. გამოკითხული მცირე და საშუალო საწარმოები, საქმიანობის სფეროების მიხედვით

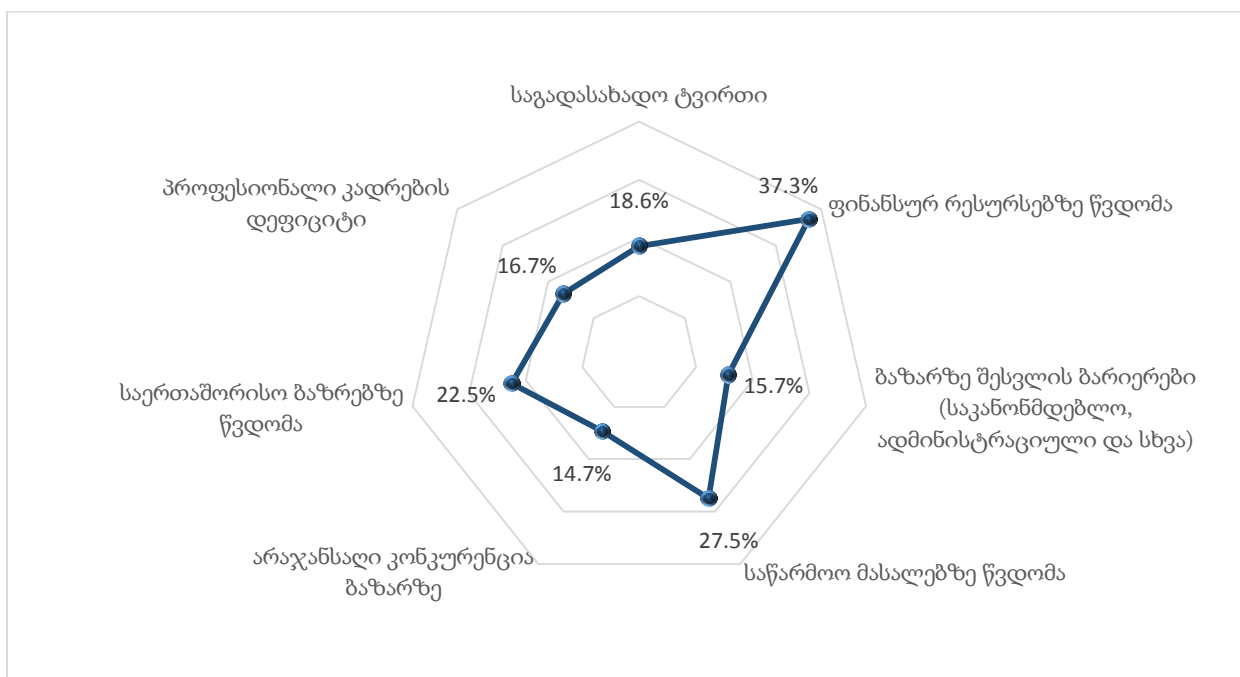


წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორში არსებული მდგომარეობის თანმიმდევრული ანალიზისა და შემდგომ, საჭიროებისამებრ, რელევანტური რეკომენდაციების წარმოდგენისათვის, აუცილებელია მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოწვევებისა და საჭიროებების გამოკვეთა. წინამდებარე კვლევის ფარგლებში, მეწარმეთა მისამართით დასმულ იქნა შეკითხვები იმასთან დაკავშირებით, თუ რა წარმოადგენდა მათი საწარმოთათვის ძირითად გამოწვევებს პანდემიამდე და პანდემიის პერიოდებისათვის. პანდემიამდე პერიოდისათვის, მცირე და საშუალო

მეწარმეთა მიერ, უმთავრეს გამოწვევად დასახელებულ იქნა ფინანსურ რესურსებზე წვდომა (37.3%), მას მოსდევს საწარმოო მასალებზე (27.5%) და საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომა (22.5%). მნიშვნელოვან გამოწვევებად დასახელდა საგადასახადო ტვირთი (18.6%), ბაზარზე შესვლის ბარიერები (15.7%), პროფესიონალი კადრების დეფიციტი (16.7%) და ბაზარზე არაჯანსაღი კონკურენციის არსებობა (14.7%) (იხ. დიაგრამა 3.2.3).

დიაგრამა 3.2.3. მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოწვევები პანდემიამდე პერიოდში

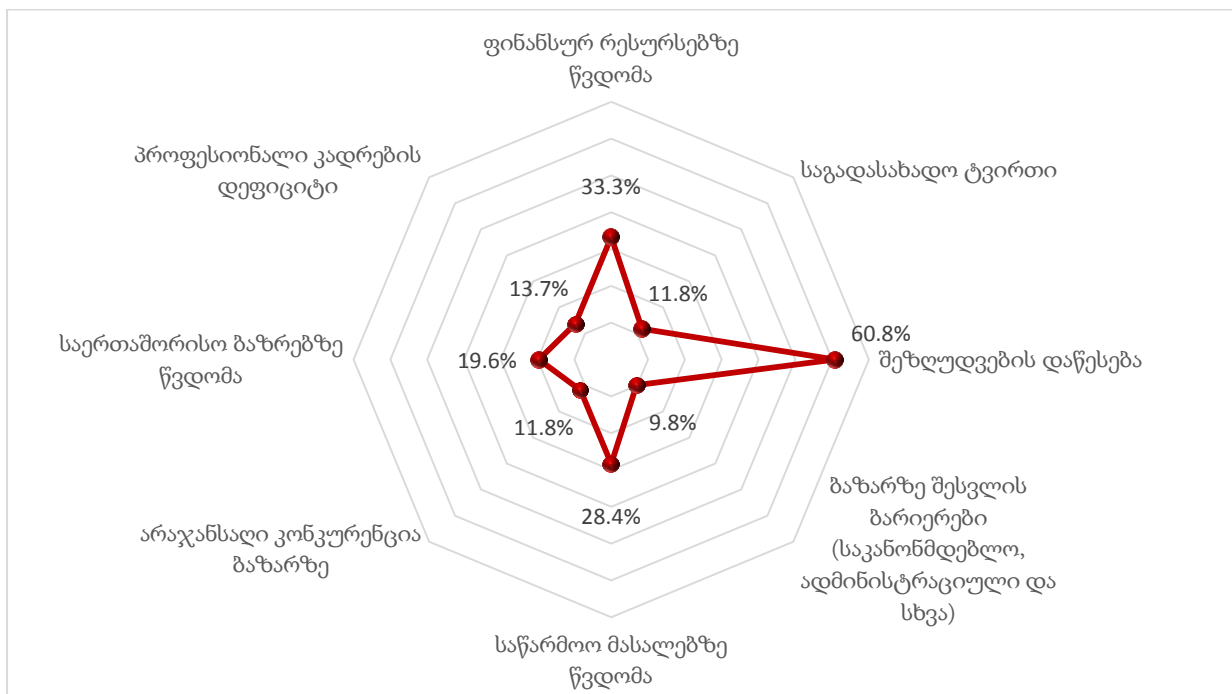


წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

COVID-19-ის პანდემიის პირობებში, მსოფლიოში მრავალი ბიზნესი შეფერხდა შეზღუდვების დაწესების გამო, რაც აუცილებელი ზომაა ვირუსის გავრცელების შესაჩერებლად (Thukral, 2021). ჩაკეტვა გახდა მთავარი გამოწვევა მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის. კვლევის მიხედვით, პანდემიის პირობებში, საქართველოში, მცირე და საშუალო მეწარმეები მთავარ გამოწვევად ასახელებენ შეზღუდვების დაწესებას (ჩაკეტვა) (60.8%), ფინანსურ რესურსებსა (33.3%) და საწარმოო მასალებზე წვდომას (28.4%). გარდა ამისა, გამოკითხულთა 19.6%-მა მთავარ გამოწვევად დაასახელა საერთაშორისო ბაზრებთან ხელმისაწვდომობა, 13.7%-მა - პროფესიონალი კადრების ნაკლებობა, ხოლო 11.8%-მა - საგადასახადო ტვირთი. ამასთანავე, რესპონდენტთა 11.8%-მა ძირითად გამოწვევად მიიჩნია არაჯანსაღი

კონკურენცია ბაზარზე, ხოლო 9.8%-სთვის პრობლემაა ბაზარზე შესვლის ბარიერები (იხ. დიაგრამა 3.2.4).

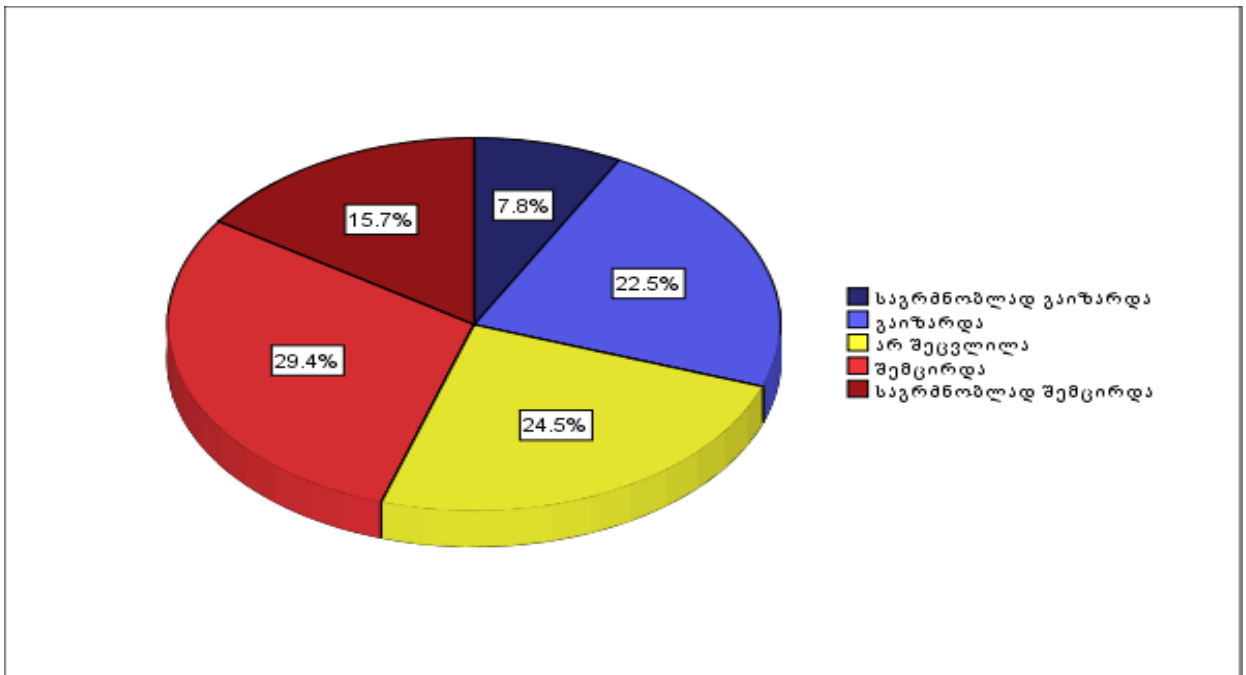
დიაგრამა 3.2.4. მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოწვევები პანდემიის პერიოდში



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

შეზღუდვების დაწესებამ გამოიწვია მცირე და საშუალო საწარმოთა საქონლისა და მომსახურების გაყიდვების შემცირება. ამას ადასტურებს ჩემ მიერ ჩატარებული კვლევა, სადაც გამოკითხულთა 15.7%-მა განაცხადა, რომ მნიშვნელოვნად შემცირდა, ხოლო 29.4%-მა დააფიქსირა, რომ შემცირდა თავიანთი საწარმოების გაყიდვების მოცულობა. შესაბამისად, პანდემიის პერიოდში მცირე და საშუალო საწარმოთა 45.1%-სთვის პროდუქციის ან/და მომსახურების გაყიდვების მოცულობა შემცირდა. ამავდროულად, მცირე და საშუალო საწარმოთა 24.5%-ს არ ჰქონია ცვლილება გაყიდვების მოცულობაში (იხ. დიაგრამა 3.2.5). მსოფლიოს სხვადასხვა მოწინავე ქვეყნებში ჩატარებული კვლევების მიხედვით, პანდემიის დაწყებიდან მოყოლებული, ასევე შეინიშნება მცირე და საშუალო საწარმოთა შემოსავლების და გაყიდვების მნიშვნელოვანი კლება (OECD, 2021b).

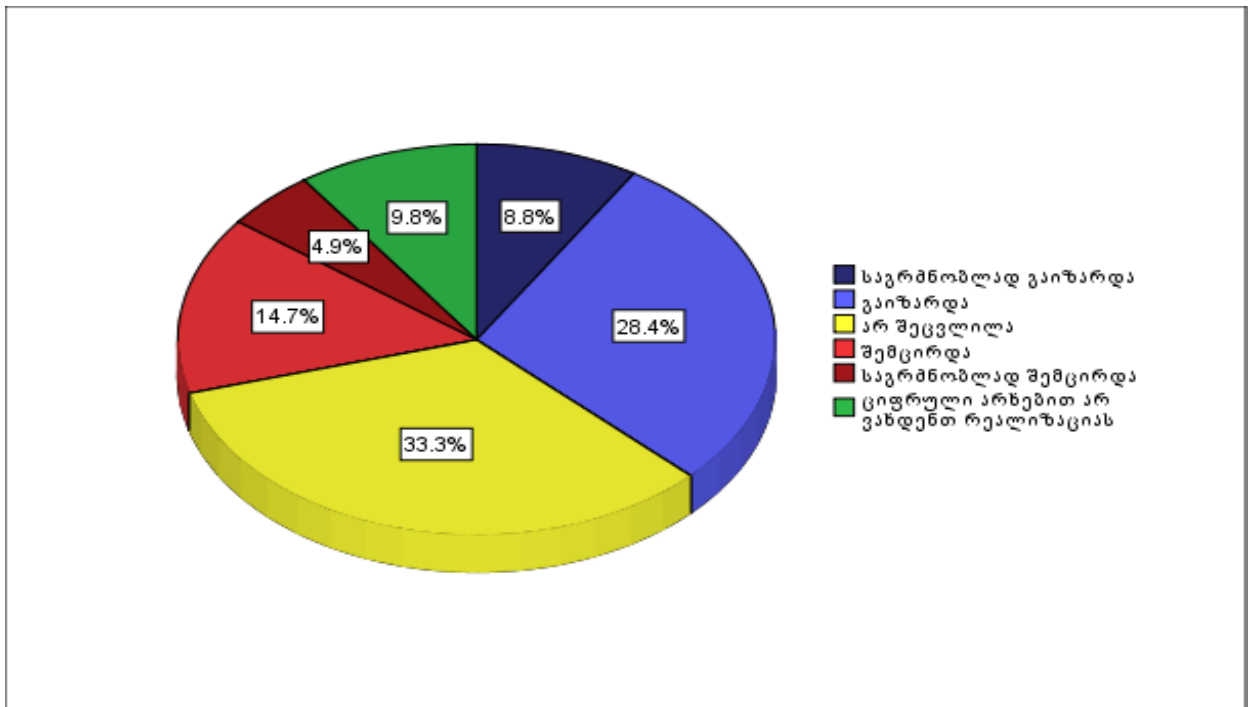
დიაგრამა 3.2.5. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციისა და/ან მომსახურების გაყიდვების მოცულობის ცვლილება პანდემიის პირობებში



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

COVID-19-ის პანდემიის პირობებში, უპირატესობა მიენიჭა დისტანციურ საკომუნიკაციო არხებს და აქტიურობების დიდი ნაწილი ვირტუალურ სივრცეში გადავიდა. იგივე შეიძლება ითქვას სამეწარმეო საქმიანობაზეც. შეზღუდვების დაწესების კვალდაკვალ, მეწარმეებმა დაიწყეს ფიქრი და მოქმედება ციფრული არხებით პროდუქციის ან/და მომსახურების გაყიდვების გაზრდის მიმართულებით. ამას ადასტურებს ჩატარებული კვლევა, რომელშიც გამოკითხული მცირე და საშუალო მეწარმეების 8.8%-მა განაცხადა, რომ მნიშვნელოვნად გაზარდა, ხოლო 28.4%-მა გაზარდა მათი პროდუქციის/მომსახურების გაყიდვები ციფრულ არხებში. შესაბამისად, მცირე და საშუალო საწარმოთა 37.2%-მა მოახერხა არსებულ ვითარებასთან კარგად ადაპტირება და ციფრული არხებით გაყიდვების მოცულობის ზრდა დააფიქსირა. გარდა ამისა, გამოკითხულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა 33.3%-ს ციფრული არხებით გაყიდვების მოცულობაში ცვლილება არ განუცდია (იხ. დიაგრამა 3.2.6). მიუხედავად იმისა, რომ კვლევა ციფრული არხებით ჩატარდა, მცირე და საშუალო საწარმოთა 9.8% არ იყენებს მათ გაყიდვებისთვის. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ საქართველოში ციფრული არხების გაყიდვებისთვის გამოყენების კულტურა ჯერ კიდევ არ არის სრულყოფილად ჩამოყალიბებული.

დიაგრამა 3.2.6. მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქციის/მომსახურების გაყიდვების მოცულობის ცვლილება ციფრულ არხებში, პანდემიის დაწყების შემდეგ



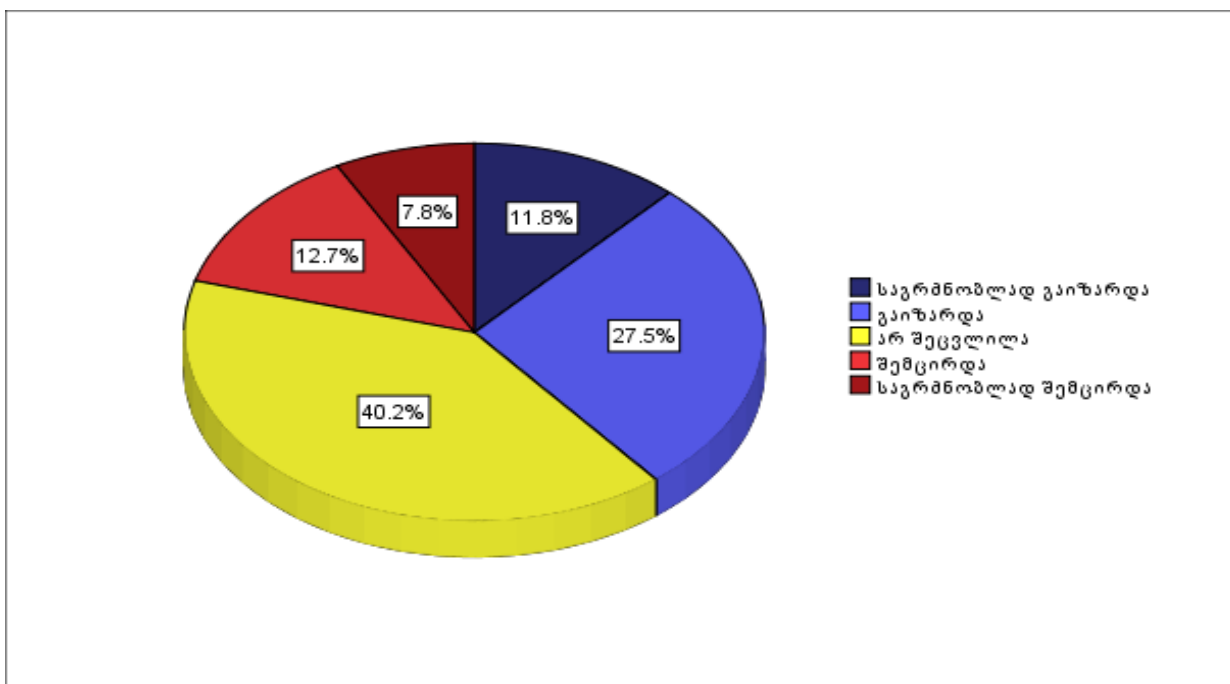
წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

დღეისათვის, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მეწარმეობის ინოვაციურ ასპექტს და ცოდნაზე დაფუძნებული ეკონომიკის ჩამოყალიბებასა და ეფექტიანობას (ბედიანაშვილი, 2017). სამეწარმეო ქმედება, ინოვაცია და კრეატიულობა აუცილებელია COVID-19-ის კრიზისით წარმოშობილი გამოწვევების შესაძლებლობებზე გადაქცევისთვის. მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორმა უნდა მიაღწიოს გამძლეობის მაღალ დონეს (მაგ., ერთზე მეტი მიმწოდებლის ყოლა), რათა ჰქონდეს უკეთესი შედეგები პანდემიასთან ბრძოლაში. გარდა ამისა, საჭიროა კრიზისის მართვა როგორც მიკრო (მეწარმეების მიერ), ასევე მაკრო (მთავრობის მიერ) დონეზე და სამეწარმეო ეკოსისტემის აღორძინების ღონისძიებების განხორციელება (მთავრობის მიერ) (Thukral, 2021).

ჩემთვის მეტად საინტერესო იყო იმის გაგება, თუ როგორ შეიცვალა მცირე და საშუალო საწარმოთა ინოვაციური შესაძლებლობები საქართველოში პანდემიის პირობებში. გაუჩნდათ თუ არა მათ ახალი იდეები შექმნილი სიტუაციის გათვალისწინებით, დანერგეს/შემოიტანეს თუ არა ინოვაცია - ახალი პროდუქტი/პროცესი/მომსახურება? გამოკითხულ მცირე და საშუალო მეწარმეთა

11.8%-მა დააფიქსირა, რომ პანდემიის პირობებში საგრძნობლად გაზარდა, ხოლო 27.5%-მა კი აღნიშნა, რომ გაზარდა საკუთარი საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობები. ჯამში, გამოკითხულ მცირე და საშუალო საწარმოთა სოლიდურ ნაწილში, 39.3%-ში, ინოვაციური შესაძლებლობები, პანდემიის პირობებში, აღმავალი ტენდენციით ხასიათდება. ამასთანავე, მცირე და საშუალო მეწარმეთა 40.2% აღნიშნავს, რომ არ შეცვლილა, ხოლო 12.7% და 7.8% შესაბამისად, ინოვაციური შესაძლებლობების კლებასა და საგრძნობლად კლებაზე მიუთითებს (იხ. დიაგრამა 3.2.7).

დიაგრამა 3.2.7. როგორ შეიცვალა თქვენი საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობები პანდემიის პირობებში?

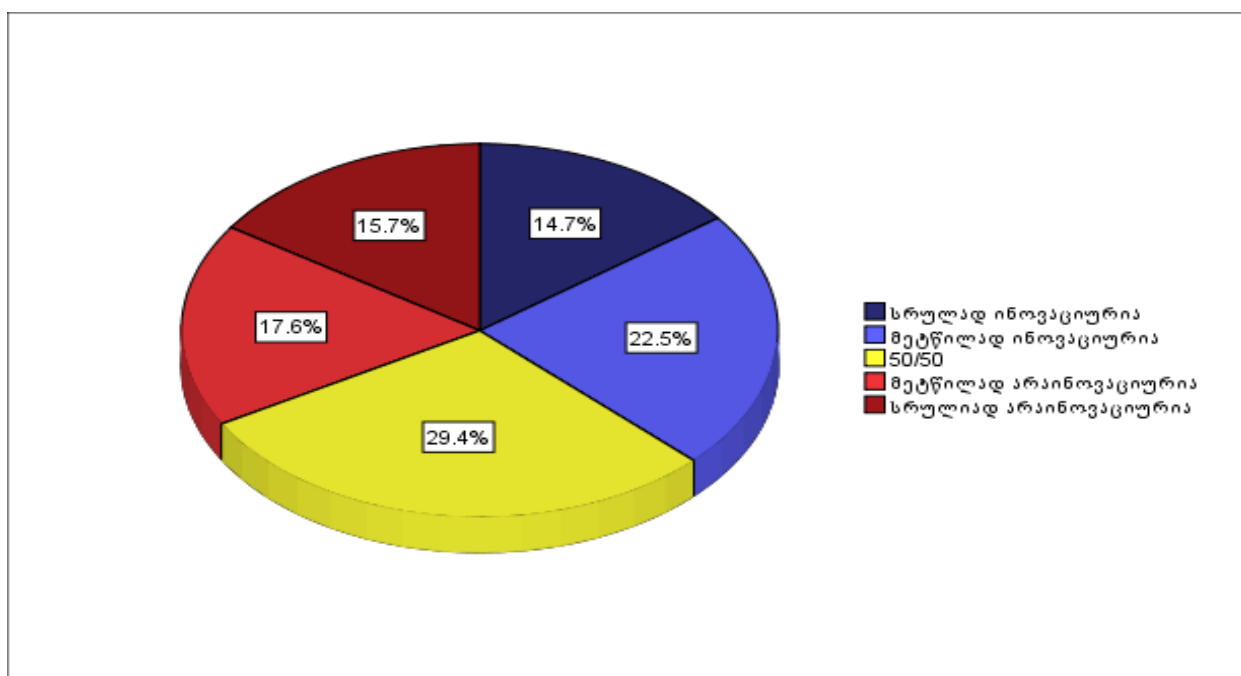


წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

თანამედროვე ეტაპზე, განსაკუთრებით COVID-19-ის პანდემიის პირობებში, მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატებისათვის განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ინოვაციატევადობისა და ტექნოლოგიატევადობის მაღალი დონის არსებობა საწარმოში. ინოვაციურობის თვითაღქმის და ინოვაციების და ტექნოლოგიების მიმართულებით არსებული საჭიროებების იდენტიფიცირებისთვის, მეწარმეთათვის დასმულ იქნა რამდენიმე შეკითხვა. პირველი - თუ როგორ აფასებენ ისინი თავიანთი საწარმოს ინოვაციურობის დონეს, ინოვაციური ტექნოლოგიების წილის მიხედვით,

მთლიან ტექნოლოგიებში. აღმოჩნდა, რომ გამოკითხულ მეწარმეთა 14.7% სრულად ინოვაციურად აფასებს თავის საწარმოს, 22.5% კი მეტწილად ინოვაციურად. საპირისპირო მიმართულებით, მეწარმეთა 15.7% მიიჩნევს, რომ თავისი საწარმო სრულიად არაინოვაციურია, ხოლო 17.6%-ის აზრით - მეტწილად არაინოვაციური (იხ. დიაგრამა 3.2.8). კვლევამ აჩვენა, რომ მცირე და საშუალო მეწარმეთა თვითაღქმაში ინოვაციურობის ბალანსი პოზიტიური მხარისაკენ იხრება, რაც იმედისმომცემია, საწარმოთა ინოვაციური პოტენციალის შემდგომი განვითარების თვალსაზრისით.

დიაგრამა 3.2.8. მთლიან ტექნოლოგიებში ინოვაციური ტექნოლოგიების წილის მიხედვით, თქვენი საწარმო:



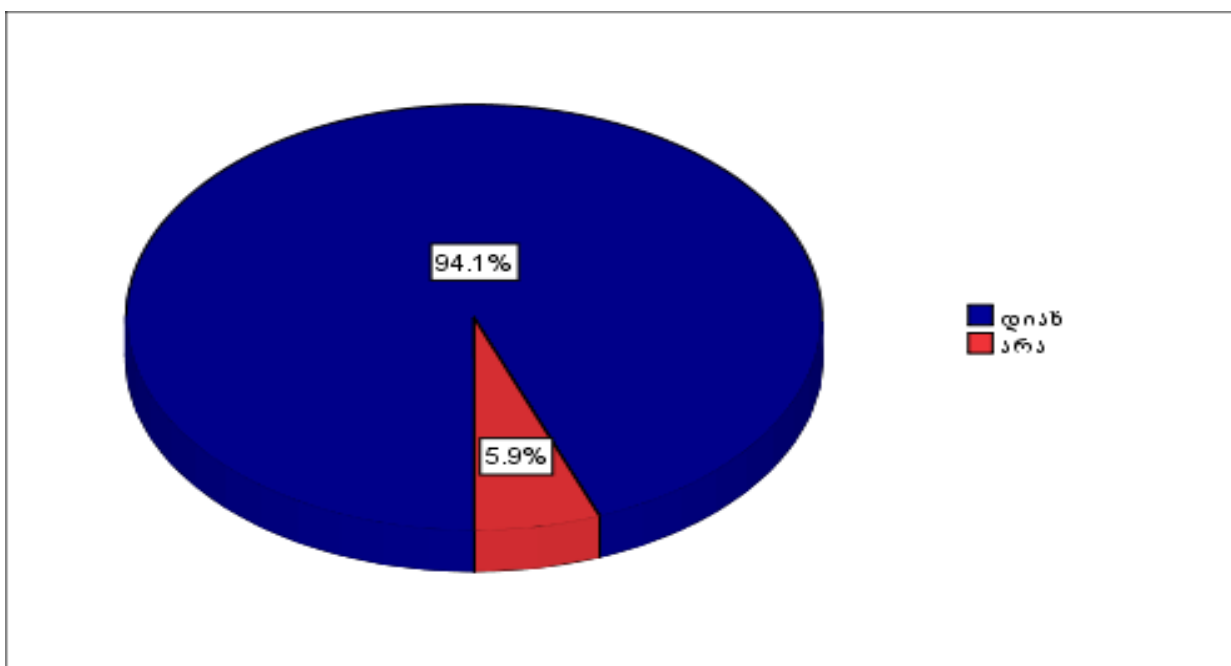
წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

მეორე შეკითხვა ხსენებული მიმართულებით და ამასთანავე, პირველთან მომიჯნავე, იყო - თუ რომელი ინოვაციური ტექნოლოგიის გამოყენება მიაჩნიათ პრიორიტეტულად მცირე და საშუალო მეწარმეებს თავიანთ სფეროში. დასახელდა შემდეგი: ხელოვნური ინტელექტი (AI), 5G, ვირტუალური რეალობა (VR), ნივთების ინტერნეტი (IoT), 3D ბეჭდვა, გეოფენსინგი (Geofencing), IPTV, დრონი, ლაზერული ჭრა. ამასთანავე, მეწარმეებმა აღნიშნეს CRM სისტემის, მეტამონაცემების (Metadata), დრუბლოვანი (cloud) ტექნოლოგიების გამოყენების და On-Demand Economy-ში

ჩართვის პრიორიტეტულობა. როგორც პასუხებიდან ჩანს, დასახელებული ინოვაციური ტექნოლოგიები საკმაოდ მრავალფეროვანია, რაც მიუთითებს მეწარმეთა მიერ, თავიანთ სფეროში არსებული მოწინავე ტექნოლოგიების შესახებ ინფორმირებულობაზე.

ზემოაღნიშნული აზრის გაგრძელებაა მესამე შეკითხვა, რომელიც ჟღერდა შემდეგნაირად: მიგაჩნიათ თუ არა საჭიროდ, თქვენი, როგორც მეწარმის კომპეტენციის ამაღლება, საქმიანობისას, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენებისთვის? მცირე და საშუალო მეწარმეთა უმრავლესობა (94.1%) მიიჩნევს, რომ საჭიროებს ინოვაციების და ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენების თვალსაზრისით კომპეტენციის ამაღლებას (იხ. დიაგრამა 3.2.9). მოცემულ შეკითხვაზე, მცირე და საშუალო მეწარმეთა 100%-მა, რომლებიც საქართველოს რეგიონებში ახორციელებენ თავიანთ საქმიანობას, დადებითი პასუხი გასცა. აღნიშნულიდან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ რეგიონებში მეტად დგას აღნიშნული მიმართულებით, კომპეტენციის ამაღლების საჭიროება.

დიაგრამა 3.2.9. მიგაჩნიათ თუ არა საჭიროდ, თქვენი, როგორც მეწარმის კომპეტენციის ამაღლება, საქმიანობისას, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენებისთვის?



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

ამრიგად, ჩატარებულმა კვლევამ გამოკვეთა არსებითი გამოწვევები და საჭიროებები, რომელიც დგას მცირე და საშუალო მეწარმეთა წინაშე. აგრეთვე, განვითარების ის მიმართულებები, რაც გამოწვეულია პანდემიის არსებობით და მისი გავლენით. COVID-19-ის პანდემიამდე პერიოდისთვის, საქართველოში, მცირე და საშუალო მეწარმეთათვის მთავარ გამოწვევას წარმოადგენდა ფინანსურ რესურსებზე წვდომა, რაც გამოკითხულთა 37.3%-მა დაასახელა. ამასთანავე, ძირითად გამოწვევებად გამოიკვეთა საწარმოო მასალებზე (27.5%) და საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის (22.5%) საკითხი. გარდა ამისა, რესპოდენტთა 18.6%-მა ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევად საგადასახადო ტვირთი დაასახელა. COVID-19-ის პანდემიის პირობებში კი, მცირე და საშუალო მეწარმეები მთავარ გამოწვევად ასახელებენ შეზღუდვების დაწესებას (60.8%), ფინანსურ რესურსებსა (33.3%) და საწარმოო მასალებზე ხელმისაწვდომობას (28.4%). გარდა ამისა, გამოკითხულთა 19.6%-მა ძირითად გამოწვევად დაასახელა საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომა. ძირითად გამოწვევათა სპექტრში აგრეთვე დასახელდა პროფესიონალი კადრების დეფიციტი, არაჯანსაღი კონკურენცია ბაზარზე და ბაზარზე შესვლის ბარიერები. აღნიშნული შედეგები და გამოვლენილი გამოწვევები, ნიშანდობლივია სახელმწიფოს ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის გატარების თვალსაზრისით, რათა მიზნობრივად მოხდეს გამოკვეთილ მიმართულებებზე აქცენტირება, იქით, სადაც ყველაზე მეტად ესაჭიროება მხარდაჭერა მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორს.

კვლევამ საქართველოს მაგალითზეც დაადასტურა მსოფლიოს მრავალი ქვეყნისათვის დამახასიათებელი ის საერთო ტენდენცია, რომლის მიხედვითაც, COVID-19-ის პანდემიის პირობებში, შემცირდა მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქტისა და/ან მომსახურების გაყიდვების მოცულობა. მეწარმეთა 45.1%-მა აღნიშნა, რომ საწარმოს გაყიდვებში კლებაა დაფიქსირებული. ამავდროულად, გაიზარდა მცირე და საშუალო საწარმოთა გაყიდვების მოცულობა ციფრულ არხებში. კვლევაში მონაწილე საწარმოთა 37.2%-მა, მოახერხა არსებულ უჩვეულო ვითარებასთან ადაპტაცია და ციფრული არხების მეშვეობით, თავიანთი პროდუქტის და/ან მომსახურების რეალიზაციის გაზრდა.

კვლევამ აჩვენა, რომ პანდემიის პირობებში, გამოკითხული მცირე და საშუალო საწარმოების 39.3%-ში, ინოვაციების შესაძლებლობები აღმავალი

ტენდენციით ხასიათდება. შეიძლება ითქვას, რომ პანდემია საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობების გაზრდისათვის კარგი საშუალებაა. პანდემიის თანმხლები ინოვაციური გამოცოცხლება პოზიტიურად წაადგება მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორს მომავალი თანამედროვე განვითარების თვალსაზრისით. ამასთანავე, სამეწარმეო პროცესების სწორი გზით წარმართვისათვის, არსებითია, მცირე და საშუალო მეწარმეთა უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება ინოვაციების და ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენების კუთხით, რასაც გამოკითხულ მეწარმეთა უდიდესი ნაწილი საჭიროებს.

3.3. მცირე და საშუალო მეწარმეობის შესაძლებლობების რეალობად ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკა საქართველოში

საქართველოში, მსგავსად მსოფლიოს სხვა ქვეყნებისა, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის, უმთავრესია მაკროეკონომიკური სტაბილურობა, რაც ხელს უწყობს მიმზიდველი საინვესტიციო გარემოს ფორმირებას. აღნიშნული კი, თავის მხრივ, წარმოადგენს კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბებისა და მწარმოებლურობის ზრდის საფუძველს. ამასთანავე, აღსანიშნავია მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების ფისკალური ეფექტი, რომელსაც დადებითი ზემოქმედება გააჩნია სახელმწიფო ბიუჯეტზე როგორც შემოსავლების, ისე ხარჯვით ნაწილში. კერძოდ, გასათვალისწინებელია ორი ასპექტი: 1. მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება უზრუნველყოფს საბიუჯეტო შემოსავლებს გადასახადების სახით და 2. იგი ამცირებს საბიუჯეტო დანახარჯებს, რამდენადაც მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება ზრდის დასაქმებულთა შემოსავლებს. შედეგად კი, მცირდება ბიუჯეტიდან შესაბამისი სოციალური ტრანსფერებისთვის გამოყოფილი სახსრების მოცულობა (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია ეფექტიანი ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის გატარება, რომელმაც უნდა მოახდინოს სამეწარმეო სექტორის წინაშე მდგარი გამოწვევების აღმოფხვრა. ამ მიმართულებით საქართველოში არსებული ძირითად პრობლემებად მიიჩნევა: „პოლიტიკური არასტაბილურობა და კონფლიქტური ზონების არსებობა; საკრედიტო რესურსების მწიკად მისაწვდომობა; ინფლაცია; მაღალი საპროცენტო განაკვეთები სესხზე; საინვესტიციო და საექსპორტო სუბსიდიების ნაკლებობა“ (Erkomaishvili, 2016: 1412).

დღესდღეობით, სიტუაციას ართულებს COVID-19-ის პანდემია, რომელმაც ქვეყნების სამეწარმეო პოლიტიკა არსებითი გამოწვევების წინაშე დააყენა. მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკა COVID-19-ის კრიზისის საპასუხოდ, მიმართულია ლიკვიდურობისა და სტრუქტურული მხარდაჭერისაკენ.

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) კვლევის მიხედვით, რომელიც განიხილავს სხვადასხვა შემოსავლის მქონე 55 ქვეყნის პოლიტიკას, მცირე და საშუალო მეწარმეობის ლიკვიდურობის პრობლემების შემცირების ძირითადი ზომებია: სახელფასო სუბსიდიები, გადასახდელების გადავადება, ფინანსური მხარდაჭერა პირდაპირი დაკრედიტების და სესხის გარანტიის გზით. სტრუქტურული მხარდაჭერის ზომებს შორის არის დისტანციური მუშაობის, გაციფრულების, პროდუქტებისა და სერვისების ინოვაციების მხარდაჭერა (OECD, 2021b). COVID-19-ის გამოწვევების საპასუხოდ, ქვეყნების მთავრობების საქმიანობა მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდასაჭერად, ასევე აღრიცხულია მსოფლიო ბანკის მიერ. განასხვავებენ შემდეგ რვა ძირითად ზომას: „ვალის დაფინანსება, დასაქმების მხარდაჭერა, გადასახადები, ბიზნესხარჯები, სხვა ფინანსები, მოთხოვნა, ბიზნესკლიმატი და კონსულტაცია“ (Adian et al., 2020: 15-16). იაპონიის მთავრობამ კი, მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის დასახმარებლად განახორციელა ღონისძიებები გადაუდებელი სესხებისა და საკრედიტო გარანტიების გაცემის მიმართულებით (Naoyuki & Nella, 2020).

საქართველოს მთავრობას მოუხდა სპეციალური ღონისძიებები გაეტარებინა პანდემიისგან გამოწვეული კრიზისული გავლენის შესამსუბუქებლად. COVID-19-ის მიერ წარმოშობილ გამოწვევებზე რეაგირებისთვის, 2020 წელს, საქართველოს მთავრობამ, სამეწარმეო სექტორის მხარდაჭერის მიზნით, მოახდინა 1.6 მლრდ. ლარზე მეტის მობილიზება სხვადასხვა ღონისძიებებისთვის. ასე, მაგალითად: განხორციელდა ყოველ შენარჩუნებულ დაქირავებით დასაქმებულზე, დამქირავებლების სუბსიდირება 6 თვის (მაისი-ოქტომბერი) განმავლობაში - 750 ლარამდე ხელფასი სრულად გათავისუფლდა საშემოსავლო გადასახადისგან, ხოლო 1 500 ლარამდე ხელფასიდან 750 გათავისუფლდა საშემოსავლო გადასახადისგან (პროგრამა გაგრძელდა 2021 წელსაც). საშემოსავლო გადასახადის შეღავათით ისარგებლა 33 ათასზე მეტმა კომპანიამ 425 ათასზე მეტ სამუშაო ადგილზე; 50 000-ზე მეტ გადამხდელს გადაუვადდა 400 მლნ. ლარზე მეტი საგადასახადო ვალდებულება და განხორციელდა საგადასახადო შეღავათები; ტურიზმის სექტორს გაუუქმდა ქონების გადასახადი (გაგრძელდა 2021-ში); სასტუმროებისა და რესტორნებისათვის მოხდა საპროცენტო ხარჯის სუბსიდირება; განხორციელდა სამშენებლო სექტორისა

და სოფლის მეურნეობის მხარდაჭერა და სხვა (საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო, 2020).

დღეისათვის, საქართველოში, მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის თვალსაზრისით, ძირითად დოკუმენტს წარმოადგენს საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2021-2025 წლებისათვის და შესაბამისი სამოქმედო გეგმა, რომელიც შემუშავებულია ევროკავშირისა და გერმანიის მთავრობის მხარდაჭერით, OECD-ისა და გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის ორგანიზაციასთან (GIZ) აქტიური თანამშრომლობით. სტრატეგიის მიზანია პანდემიამდე არსებული დადებითი ტენდენციების აღდგენა და მცირე და საშუალო მეწარმეობის შემდგომი განვითარების ხელშეწყობა. მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორის განვითარების შემდგომი სტრატეგიული ხედვის არსებობის აქტუალურობას აძლიერებს საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმება, რომლის კონტექსტშიც განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მცირე და საშუალო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას და კერძო სექტორის, მათ შორის, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების (DCFTA) მოთხოვნების დაკმაყოფილებას (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების 2021-2025 წლების სტრატეგიის ძირითადი პრიორიტეტული მიმართულებებია:

1. კანონმდებლობის დახვეწა, ინსტიტუციური გაძლიერება და ოპერაციული გარემოს გაუმჯობესება მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის;
2. მცირე და საშუალო მეწარმეობის უნარების განვითარებისა და სამეწარმეო კულტურის ამაღლების ხელშეწყობა;
3. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება;
4. მცირე და საშუალო საწარმოთა ექსპორტის ზრდის, ბაზარზე წვდომისა და ინტერნაციონალიზაციის ხელშეწყობა;
5. ელექტრონული კომუნიკაციების, საინფორმაციო ტექნოლოგიების, ინოვაციების, კვლევისა და განვითარების ხელშეწყობა მცირე და საშუალო მეწარმეობისთვის;

6. ქალთა მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობა;
7. მწვანე ეკონომიკის განვითარების ხელშეწყობა (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021: 34-35).

საქართველოში სახელმწიფოს განსაკუთრებული აქტიურობა მცირე და საშუალო მეწარმეების მხარდაჭერის კუთხით 2014 წლიდან იწყება. დღეისათვის არსებული ხელშეწყობი სამთავრობო ღონისძიებებიდან აღსანიშნავია: პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“, ENPARD სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთან თანამშრომლობით, საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების განვითარების სააგენტოს პროგრამები, სტარტაპ საქართველო.

საქართველოს მთავრობა 2014 წლიდან ახორციელებს სახელმწიფო პროგრამას „აწარმოე საქართველოში“. იგი მოიცავს მცირე და საშუალო მეწარმეობის სხვადასხვა მიმართულებების მხარდაჭერას ფინანსური, ტექნიკური, საკონსულტაციო გზით. კერძოდ, იგი მოიცავს ახალი საწარმოების შექმნას, არსებულის გაფართოებას, გადაიარაღებას, სასტუმრო ინდუსტრიის ხელშეწყობას, საკრედიტო გარანტიების გაცემას, მეწარმეთა კონსულტირებას და სხვა ღონისძიებებს. COVID-19-ის პანდემიის გავრცელებიდან გამომდინარე, გაფართოვდა მეწარმეობის ხელშეწყობის მიმართულებით არსებული პროგრამები. 2020 წელს სააგენტოს ბიუჯეტი 57.5 მლნ. ლარიდან 477 მლნ. ლარამდე გაიზარდა. პროგრამა ხორციელდება რამდენიმე კომპონენტით, რომელთაგან მცირე და საშუალო მეწარმეთა ხელშეწყობის კუთხით გამორჩეულია შემდეგი:

- **ინდუსტრიული მიმართულების კომპონენტი** - გულისხმობს, ახალი საწარმოების შექმნას, არსებული საწარმოების გაფართოება/გადაიარაღებას. კომპონენტის ფარგლებში, 2014-2020 წლებში, სულ დაფინანსებულია 539 ახალი პროექტი. ჯამური ინვესტიციის მოცულობამ შეადგინა 1.06 მლრდ. ლარი, დასაქმდა 17 307 ადამიანი;
- **სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების კომპონენტი** - მიმართულია, ახალი სასტუმროების შექმნის, არსებული სასტუმროების გაფართოებისაკენ. კომპონენტის ფარგლებში, 2016-2020 წლებში, სულ დაფინანსებულია 193 ახალი პროექტი. ჯამური ინვესტიციის მოცულობამ შეადგინა 459.9 მლნ. ლარი, შეიქმნა 4 476 ახალი სასტუმრო ოთახი, დასაქმდა 3 752 ადამიანი;

- **მიკრო და მცირე ბიზნესის მხარდაჭერი კომპონენტი** - უზრუნველყოფს მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობას ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერის გზით. ასევე, ხდება მიკრო და მცირე მეწარმეობის კონსულტირება. 2015-2018 წლების მონაცემებით, საგრანტო კომპონენტის ფარგლებში, მხარდაჭერილია 6 212 პროექტი. მათი ჯამური ინვესტიციის მოცულობა კი 61 მლნ. ლარზე მეტს შეადგენს. ამასთანავე, თანადაფინანსების სახით გაიცა 46.9 მლნ. ლარი, სადაც ჯამში დაფინანსებულია 9 384 ბენეფიციარი, შეიქმნა 15 014 სამუშაო ადგილი;
- **საკრედიტო-საგარანტიო სქემა** - გულისხმობს, ისეთი სიცოცხლისუნარიანი მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის საკრედიტო გარანტიის გაცემას, რომელთაც არ აქვთ შესაძლებლობა დააკმაყოფილონ სესხის უზრუნველყოფაზე არსებული მოთხოვნები;
- ამასთანავე, COVID-19 პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური პრობლემების აღმოფხვრის მიზნით, შემუშავებული პროგრამებიდან აღსანიშნავია **მცირე და საოჯახო სასტუმრო ინდუსტრიის პროგრამა**. პროგრამის მიზანია სასტუმრო ინდუსტრიაში მოქმედი იმ მეწარმე სუბიექტებისათვის დახმარება, რომელთაც COVID-19-ის პანდემიით გამოწვეული ვითარებიდან გამომდინარე, არ აქვთ შესაძლებლობა, უზრუნველყონ კომერციულ ბანკში აღებული სესხის დარიცხული საპროცენტო სარგებლის გადახდა (სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“, 2021).

ზემოაღნიშნულის გარდა, მნიშვნელოვანია სააგენტოს მირ ინიცირებული „აწარმოე საქართველოში - ექსპორტისა“ და „აწარმოე საქართველოში - ინვესტიციების“ მიმართულებები:

- **ექსპორტის** მიმართულება, ექსპორტის სტიმულირების, ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის ზრდის და ქართული პროდუქტების პოპულარიზაციის მიზნით, მუდმივად ახდენს მაღალი საექსპორტო პოტენციალის მქონე სექტორების იდენტიფიცირებას და მათ შემდგომ მხარდაჭერას. სააგენტოს ორგანიზებით და თანადაფინანსებით ქართველი ექსპორტიორები ყოველწლიურად იღებენ მონაწილეობას საერთაშორისო გამოფენებსა და სხვა, ექსპორტის მასტიმულირებელ ღონისძიებებში;

- **ინვესტიციების** მიმართულების მიზანია საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, ხელშეწყობა და განვითარება. აღნიშნული მიმართულება პროაქტიურად ახორციელებს პოტენციურ ინვესტორ კომპანიებთან დაკავშირებას მათი საქართველოს საინვესტიციო შესაძლებლობებით დაინტერესების მიზნით. ასევე, საერთაშორისო დონეზე უზრუნველყოფს საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის შესახებ ცნობადობის ამაღლებას. აღნიშნული მიმართულება ასრულებს მედიატორის როლს უცხოელ ინვესტორებსა და საქართველოს მთავრობას შორის, სერვისების „ერთი ფანჯრის პრინციპით“ შეთავაზების კუთხით (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია შევხებით სოფლის მეურნეობის სექტორს. საქართველოში, სოფლის მეურნეობის განვითარებაში დახმარების კუთხით, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ევროკავშირის მხარდაჭერა, სოფლისა და სოფლის მეურნეობის განვითარების ევროპის სამეზობლო პროგრამის (ENPARD) ფარგლებში. სწორედ ENPARD-ის დახმარებით, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ, შემუშავებულია საქართველოს სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარების სტრატეგია 2021-2027 წლებისათვის. სტრატეგიის მიზანია სასოფლო-სამეურნეო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ზრდა ისეთი ღონისძიებების განხორციელებით, როგორცაა: ფერმერთა და მეწარმეთა ინფორმირებულობის ზრდა; ფერმერთა/მეწარმეთა ბაზარზე ინტეგრაცია; სოფლად ახალგაზრდა მეწარმეების სტიმულირება და სხვა (საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, 2019).

ENPARD საქართველოში 2013 წლიდან ხორციელდება. 2013-2022 წლებისთვის, ENPARD-ის ბიუჯეტი საქართველოში 179.5 მლნ. ევროა. ამჟამად, ხორციელდება III ფაზა - 2018-2022, რომლის ბიუჯეტს 77.5 მლნ. ევრო შეადგენს. პროგრამის მიზნებს წარმოადგენს: სოფლად სიღარიბის შემცირება; სოფლის მეურნეობის ინსტიტუტების ეფექტიანობის გაუმჯობესება; სოფლად დასაქმებისა და საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესება; მცირე ფერმერთა თანამშრომლობის გაღრმავება და ქმედითუნარიანობის ზრდა. პროგრამის ფარგლებში მიღებული შედეგებიდან

მნიშვნელოვანია შემდეგი: შემუშავდა სოფლის მეურნეობის განვითარების გრძელვადიანი სტრატეგია; გადამზადდა სოფლის მეურნეობაში ჩართული კადრები; საქართველოს მასშტაბით გაიხსნა 59 საკონსულტაციო ცენტრი; 250 000-ზე მეტმა მცირე ფერმერმა ისარგებლა სამინისტროს რეგიონული ცენტრების მომსახურებით; შეიქმნა 1500-ზე მეტი სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივი; მიღებულ იქნა კანონი სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების შესახებ (ევროკავშირი საქართველოსთვის, 2020).

დღეისათვის, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სამეწარმეო საქმიანობაში ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების მზარდ გამოყენებას. ცოდნისა და ქვეყანაში სოციალურ-ეკონომიკური აღმავლობის მისაღწევად, მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითად მიმართულებას უნდა წარმოადგენდეს სამეწარმეო აზროვნების, განწყობის და სამეწარმეო იდეების მიწოდების სტიმულირება (ერქომიშივილი, 2019ბ). აუცილებელია განხორციელდეს ინოვაციებისა და ცოდნის კომერციალიზაცია, რაც საჭიროა ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის ფორმირებისათვის (მაღლაკელიძე, 2019გ).

ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის განმაპირობებელია მეცნიერებატევადი და ინოვაციური ტექნოლოგიების წარმოებაში მიღწეული წარმატებები, რაშიც აქტიურ როლს სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა თამაშობს (ერქომიშივილი, 2016). ამ თვალსაზრისით, საინტერესოა საქართველოში განხორციელებული ღონისძიებები. ქვეყანაში 2014 წელს შეიქმნა **ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო**, რომლის მიზანია საქართველოში ინოვაციების და ტექნოლოგიების განვითარებისთვის საჭირო ეკოსისტემის ფორმირება.

2016 წელს, საქართველოში ინოვაციების მხარდამჭერი გარემოს შესაქმნელად, არსებითად შეიცვალა კანონი ინოვაციების შესახებ, რაც საშუალებას აძლევს საჯარო უნივერსიტეტებს და კვლევით ცენტრებს ფლობდნენ წილებს Spin-off კომპანიებში და გააკეთონ თავიანთი გამოგონებებისა და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების კომერციალიზაცია, რომლებიც წარმოიქმნება საჯაროდ დაფინანსებული კვლევისა და განვითარების შედეგად. კანონი ითვალისწინებს ყოვლისმომცველი ინოვაციური ინფრასტრუქტურის შექმნას, მათ შორის ტექნოლოგიური პარკების, ბიზნესინკუბატორებისა და ამაჩქარებლების, ფაბლაბების, ინოვაციების ცენტრების,

სადაც ტარდება ტრენინგები მეწარმეობისა და ICT უნარების შესახებ, რათა ხელი შეუწყოს ინოვაციური აქტიურობების განვითარებას მთელი ქვეყნის მასშტაბით (OECD, 2019).

ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის ფორმირებისთვის, ერთ-ერთ ფუნდამენტურ ღონისძიებას წარმოადგენს ინოვაციური და ტექნოლოგიური საქმიანობისთვის ინფრასტრუქტურის შექმნა. საქართველოს კანონით ინოვაციების შესახებ, განსაზღვრულია შემდეგი ინფრასტრუქტურა:

- **სამეცნიერო/ტექნოლოგიური პარკი** უზრუნველყოფს განსაზღვრულ სივრცეში უმაღლესი საგანმანათლებლო, სამეცნიერო-კვლევითი დაწესებულებებისა და ინოვაციური საქმიანობის სხვა სუბიექტებისათვის ინფრასტრუქტურული და პროფესიული მომსახურების გაწევას. იგი ხელს უწყობს ახალი ტექნოლოგიების შესაძლო უსწრაფეს გამოყენებას, ახალი პროდუქტისა და მომსახურების შექმნას და ბაზარზე გატანას;
- **ბიზნესინკუბატორი**, რომლის ძირითადი ფუნქციაა კონკურსის წესით შერჩეული ინოვაციური საქმიანობის სუბიექტისთვის სამუშაო სივრცის უზრუნველყოფა და ადმინისტრაციული და სხვა ტექნიკური დახმარების გაწევა არაუმეტეს 2 წლის ვადით;
- **ბიზნესამაჩქარებლის** ძირითადი ფუნქციაა კონკურსის წესით შერჩეული ინოვაციური საქმიანობის სუბიექტისთვის სამუშაო სივრცის, მისი ბიზნესიდეის და მოდელის განვითარებისა და დახვეწის უზრუნველყოფა. საჭიროების შემთხვევაში, შესაბამისი კონკურსის პირობებით განსაზღვრული ინვესტირების განხორციელება;
- **ტექნოლოგიების გადაცემის ცენტრი** უზრუნველყოფს ინოვაციის გადაცემას, რაც მოიცავს ინოვაციის კომერციული პოტენციალის შეფასებას, ინოვაციის გადაცემისათვის პარტნიორთა მოძიებას და ინოვაციის კომერციალიზაციის მიზნით, ასეთი გადაცემის შეფასებას;
- **სამრეწველო ინოვაციების ლაბორატორია** უზრუნველყოფს განსაზღვრულ სივრცეში ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის ინფრასტრუქტურული და პროფესიული მომსახურების გაწევას, რაც გულისხმობს იდეის ტესტირებას და ნიმუშის დამზადებას;

- **ინოვაციების ლაბორატორია**, საგანმანათლებლო დაწესებულებებისა და კერძო სამართლის იურიდიული პირების თანამშრომლობის შედეგად, უზრუნველყოფს ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის ინფრასტრუქტურული და პროფესიული მომსახურების გაწევას და ტრენინგების ჩატარებას, რაც გულისხმობს კონკრეტულ ბიზნესზე ორიენტირებულ სწავლებას, იდეის ტესტირებას და ნიმუშის დამზადებას;
- **ინოვაციების ცენტრი** უზრუნველყოფს მოსახლეობის კომპიუტერული უნარ-ჩვევების ამაღლებას, ინოვაციების სფეროში სამეწარმეო უნარ-ჩვევების განვითარებას, დისტანციური სწავლებისა და დასაქმების პლატფორმების დანერგვას (საქართველოს კანონი ინოვაციების შესახებ, 2016: 3-4).

საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო ახორციელებს სხვადასხვა პროგრამას, მაგალითად:

- **მცირე საგრანტო პროგრამა** 15 000 ლარის ფარგლებში, რომელიც მიმართულია ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროში პროტოტიპების შექმნისა და განვითარებისათვის;
- **თანადაფინანსების გრანტების პროგრამა**, რომლის მიზანია საქართველოში, საერთაშორისო პოტენციალის მქონე ინოვაციური პროდუქტების და მომსახურების შემუშავება-ათვისების და კომერციალიზაციის გზით, ინოვაციების და ინოვაციური საწარმოების წარმოქმნის სტიმულირება. დაფინანსება მიმდინარეობს ორი მიმართულებით: 1. თანადაფინანსების გრანტები სტარტაპებისთვის, მაქსიმუმ 90%-იანი თანადაფინანსებით (მაქსიმუმ 100 000 ლარი); 2. თანადაფინანსების გრანტები ინოვაციების მიმართულებით მინიმუმ 50%-იანი თანადაფინანსებით (მაქსიმუმ 650 000 ლარი);
- **3000 IT სპეციალისტის გადამზადების პროგრამა**, რომელიც გულისხმობს ბაზარზე არსებულ ყველაზე მოთხოვნად და მაღალანაზღაურებად პროფესიებში კვალიფიციური კადრების მომზადებას. პროგრამის ფარგლებში, პირველი ნაკადის მიღება გამოცხადდა 2020 წლის ნოემბერში და თავდაპირველად 500-ზე მეტი IT სპეციალისტი გადამზადდა. მათმა უმრავლესობამ (70%) წარმატებით ჩააბარა საერთაშორისო სასერთიფიკატო

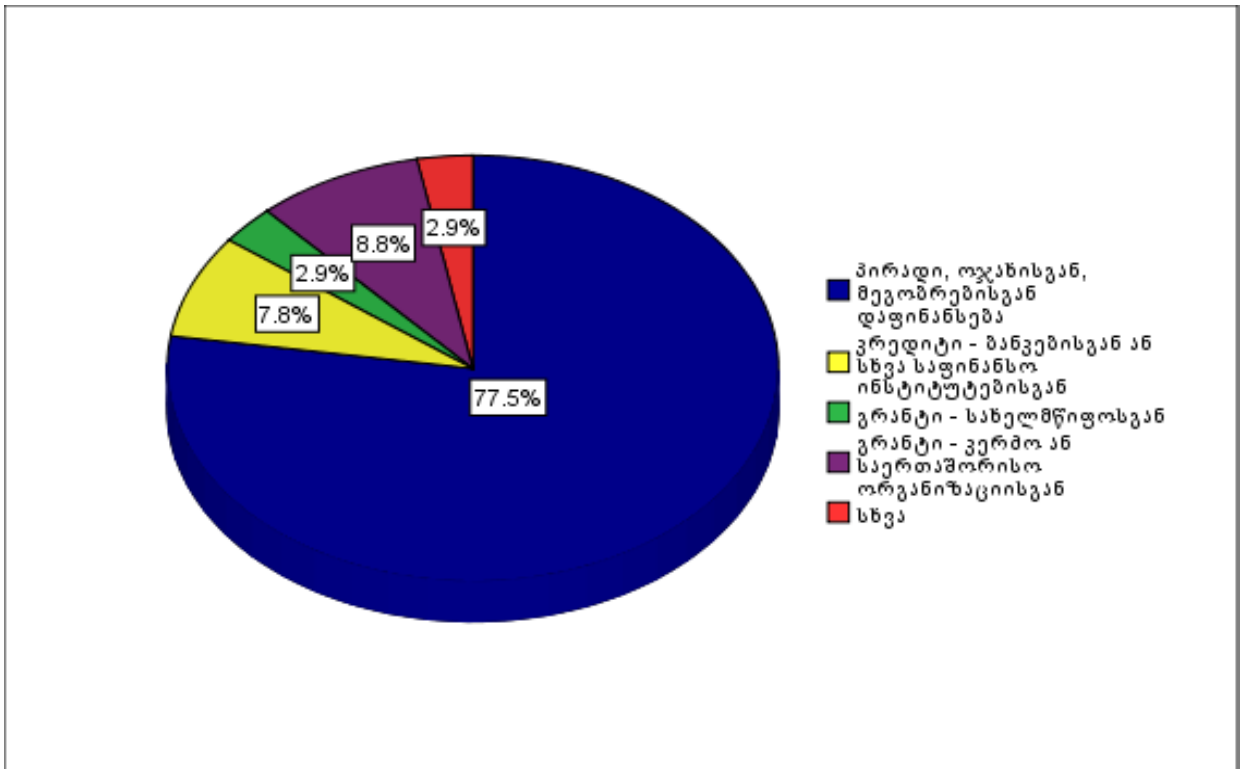
გამოცდა და მოიპოვა საერთაშორისო აღიარება (საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო, 2021).

პროგრამა „სტარტაპ საქართველოს“ ინოვაციური კომპონენტი, გულისხმობს ეკონომიკური ან სოციალური ღირებულების მქონე გამოყენებადი, ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული პროდუქტის, პროცესის, ან მომსახურების (ინოვაციური იდეა) დანერგვის ფინანსურ ხელშეწყობას (სტარტაპ საქართველო, 2021).

მცირე და საშუალო მეწარმეობის ერთ-ერთ ძირითად წინააღმდეგობას წარმოადგენს საჭირო ფინანსურ რესურსებთან წვდომის პრობლემა. საქართველოს საფინანსო სისტემაში დომინანტური ადგილი უჭირავს კომერციულ საბანკო სისტემას, რომელიც მთლიანი საფინანსო სისტემის 90%-ზე მეტს შეადგენს. საფინანსო ბაზრის სხვა მიმართულებები ნაკლებად არის განვითარებული. ამასთან, კარგად განვითარებული საფინანსო ბაზრები არის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისთვის, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის, რომლებიც ტრადიციულ საბანკო კაპიტალზე წვდომის თვალსაზრისით პრობლემებს განიცდიან მაგალითად, გირაოს მაღალი მოთხოვნების გამო (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

იმის გამოსავლენად თუ საწარმოს დაფინანსების რა ძირითად წყაროებს იყენებენ მცირე და საშუალო მეწარმეები, ჩემ მიერ ჩატარებულ მცირე და საშუალო საწარმოთა კვლევაში დასმულ იქნა ამ მიმართულებით შეკითხვა. შედეგად, დაფინანსების ძირითადი წყაროების მიხედვით, უდიდესი ადგილი უჭირავს საკუთარი სახსრებით დაფინანსებას 77.5%-ით. 8.8% ერგო წილად კერძო ან საერთაშორისო ორგანიზაციებისგან მიღებულ გრანტებს. საფინანსო ინსტიტუტების მხრიდან დაფინანსებას, კრედიტის სახით გამოკითხულთა 7.8% მიიჩნევს ძირითად წყაროდ. სახელმწიფო საგრანტო პროექტებიდან მიღებული დაფინანსება კი კვლევაში მონაწილე მცირე და საშუალო საწარმოთა მხოლოდ 2.9%-სთვის არის მთავარი წყარო (დეტალურად, იხ. დიაგრამა 3.3.1).

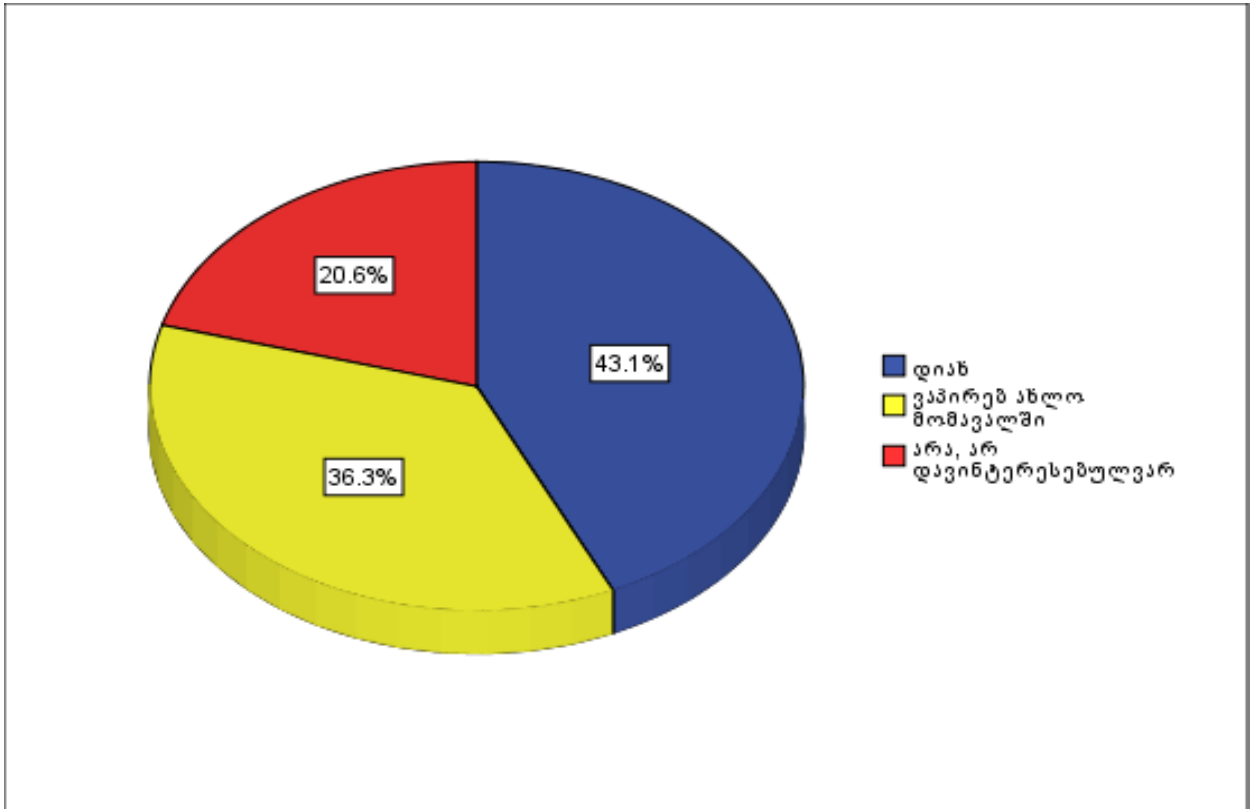
დიაგრამა 3.3.1. თქვენი საწარმოს ძირითადი დაფინანსების წყარო არის:



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

ზემოთ აღინიშნა, რომ სახელმწიფო არაერთ საგრანტო პროექტს ახორციელებს მცირე და საშუალო მეწარმეთა ხელშესაწყობად. იმის გასაგებად, თუ რამდენადაა დაინტერესებული მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი აღნიშნული შესაძლებლობის გამოყენებით, დასმულ იქნა შესაბამისი შეკითხვა: მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო კონკურსებში? პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: დიახ - 43.1%, ვაპირებ ახლო მომავალში - 36.3%, არა, არ დავინტერესებულვარ - 20.6% (იხ. დიაგრამა 3.3.2). პროცენტული წილის მსგავსი განაწილება, იძლევა იმის თქმის საფუძველს, რომ სახელმწიფოს მიერ ინიცირებული საგრანტო პროგრამები მცირე და საშუალო მეწარმეთა შორის სოლიდური დაინტერესებით სარგებლობს.

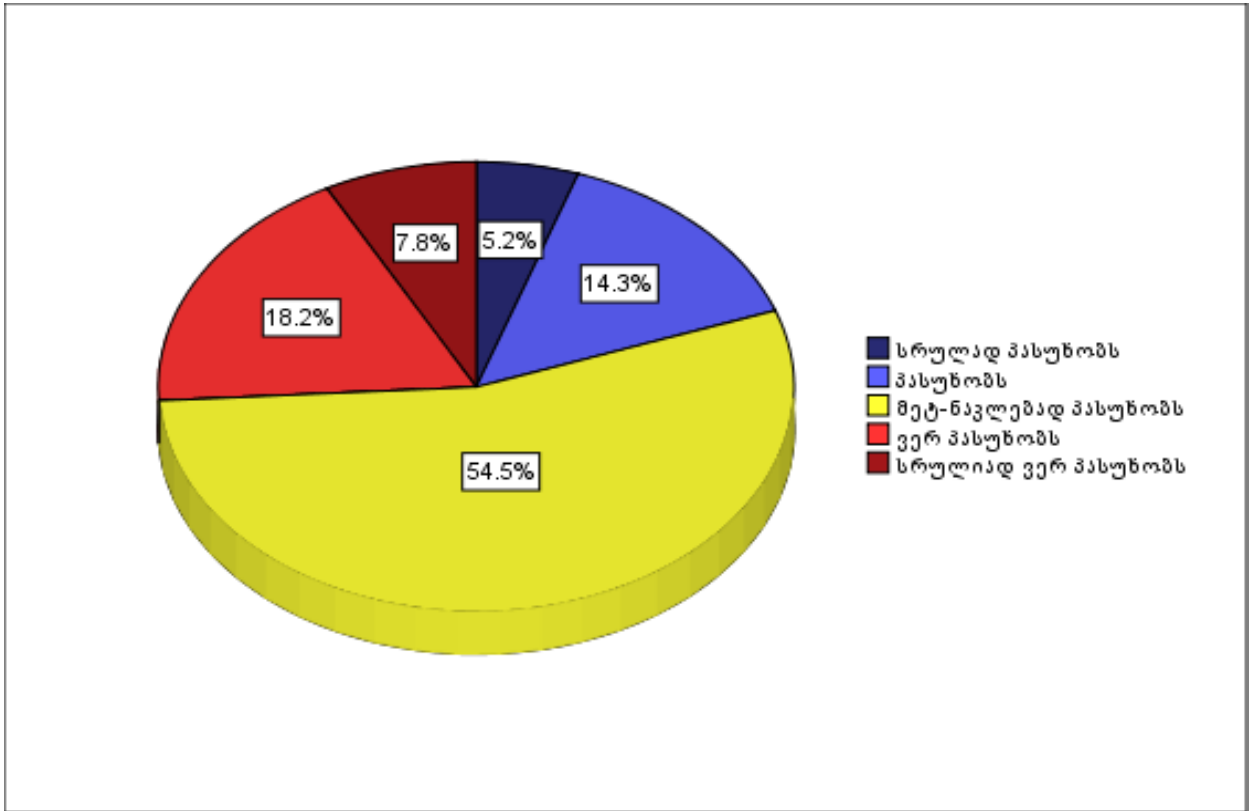
დიაგრამა 3.3.2. მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო კონკურსებში?



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

ამასთან, საინტერესოა იმის ცოდნაც, თუ როგორ აფასებენ მცირე და საშუალო მეწარმეები სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო პროგრამების შესაბამისობას თავიანთ საჭიროებებთან. აღნიშნულთან დაკავშირებით, კვლევაში მონაწილე მცირე და საშუალო მეწარმეთა 5.2%-მა დააფიქსირა, რომ სრულად პასუხობს და 14.3%-მა აღნიშნა, რომ პასუხობს თავიანთი საწარმოს საჭიროებებს ზემოხსენებული პროგრამები. უდიდესი წილი - 54.5% ხვდა მეწარმეთა შეხედულებას, რომ სახელმწიფოს მიერ ინიცირებული საგრანტო პროგრამები მეტ-ნაკლებად პასუხობს მცირე და საშუალო საწარმოთა წინაშე მდგარ საჭიროებებს. ამასთანავე, რესპოდენტთა 18.2%, რომელთაც აღნიშნეს რომ ვერ პასუხობს და 7.8%, რომელთა მიერაც დაფიქსირებულ იქნა, რომ სრულიად ვერ პასუხობს, მკვეთრად უარყოფითად არიან განწყობილი საგრანტო პროგრამების შესაბამისობასთან დაკავშირებით (იხ. დიაგრამა 3.3.3).

დიაგრამა 3.3.3. რამდენად პასუხობს მცირე და საშუალო მეწარმეების საჭიროებებს სახელმწიფოს მიერ ინიცირებული ხელშემწყობი პროგრამები?



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშეწყობის თვალსაზრისით, ერთ-ერთ გამორჩეულ მიმართულებას წარმოადგენს, შესაბამისი საგადასახადო პოლიტიკის არსებობა, რომელიც წახალისებს სამეწარმეო აქტიურობას და იქნება მასტიმულირებელი შემდგომი განვითარებისთვის.

ბოლო წლების განმავლობაში, საგადასახადო სფეროში განხორციელებული რეფორმების შედეგად მნიშვნელოვნად შეიცვალა და მეტად ეფექტიანი გახდა საგადასახადო ადმინისტრირების სისტემა. კერძოდ, საგადასახადო ვალდებულების შესრულება გამარტივდა ელექტრონული სისტემის გამოყენებითა და გადასახადის გადამხდელისთვის ხელსაყრელი დისტანციური სერვისების განვითარებით. მოგების გადასახადის დაბეგვრის ახალი მოდელის შესაბამისად, გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლდა მოგების გადასახადისგან. ასევე, ასოცირების შეთანხმების შესაბამისად, დღგ-ს კანონმდებლობა სრულად მოვიდა შესაბამისობაში ევროკავშირის კანონმდებლობასთან. დაინერგა დღგ-ს ზედმეტობის სრულად

ავტომატური დაბრუნების სისტემა (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

დღეისათვის, საქართველოში მოქმედებს 5 საერთო-სახელმწიფოებრივი და 1 ადგილობრივი გადასახადი. საერთო-სახელმწიფოებრივ გადასახადებს მიეკუთვნება:

- **საშემოსავლო გადასახადი** - მისი გადამხდელია რეზიდენტი ფიზიკური პირი ან არარეზიდენტი ფიზიკური პირი, რომელიც შემოსავალს იღებს საქართველოში არსებული წყაროდან. გადასახადის განაკვეთია დასაბეგრი შემოსავლის 20%. ამასთანავე, განსხვავებული (ნაკლები) საპროცენტო განაკვეთი მოქმედებს საქართველოს საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებული ცალკეული შემთხვევებისთვის;
- **მოგების გადასახადი** - იხდის რეზიდენტი საწარმო და ასევე, არარეზიდენტი საწარმო, რომელიც საქართველოში საქმიანობას ახორციელებს მუდმივი დაწესებულების მეშვეობით ან/და შემოსავალს იღებს საქართველოში არსებული წყაროდან. მოგების გადასახადის განაკვეთია 15%. ამასთანავე, „ნავთობისა და გაზის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული „არსებული ხელშეკრულებების“ განხორციელების შედეგად ნავთობისა და გაზის ოპერაციებით მიღებული მოგება იბეგრება 10%-ით, თუ ეს ხელშეკრულებები დადებულია 1998 წლის 1 იანვრამდე;
- **დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ)** - დღგ-ით იბეგრება ნებისმიერი პირი, რომელიც ეკონომიკური საქმიანობის ფარგლებში, ახორციელებს დღგ-ით დასაბეგრ ოპერაციებს. პირი, მის მიერ, ნებისმიერი უწყვეტი 12 კალენდარული თვის განმავლობაში განხორციელებული დღგ-ით დასაბეგრი საქონლის მიწოდების/მომსახურების გაწევის ოპერაციების ჯამური თანხის 100 000 ლარისთვის გადაჭარბების დღიდან, არაუგვიანეს 2 სამუშაო დღეში, ვალდებულია დარეგისტრირდეს დღგ-ის გადამხდელად. დღგ-ის განაკვეთია 18%;
- **აქციზი** - გადასახადის გადამხდელია პირი, რომელიც აწარმოებს აქციზურ საქონელს საქართველოში, და ასევე, რომელიც ახორციელებს აქციზური საქონლის ექსპორტ-იმპორტს. აქციზით დაბეგრის განაკვეთი განსხვავებულია საქონლის სახეების მიხედვით;

- **იმპორტის გადასახადი** - მისი გადამხდელია პირი, რომელიც საქართველოს საბაჟო საზღვარზე გადაადგილებს საქონელს ქვეყანაში შემოტანის მიმართულებით. გადასახადის განაკვეთია 12% და 5% საქონლის სხვადასხვა სახეების მიხედვით. ამასთანავე, ცალკე სქემით იბეგრება ალკოჰოლური სასმელები: განაკვეთის ნამრავლი მოცემულ საქონელში ალკოჰოლის პროცენტული შემცველობის მაჩვენებელზე (საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, 2010).

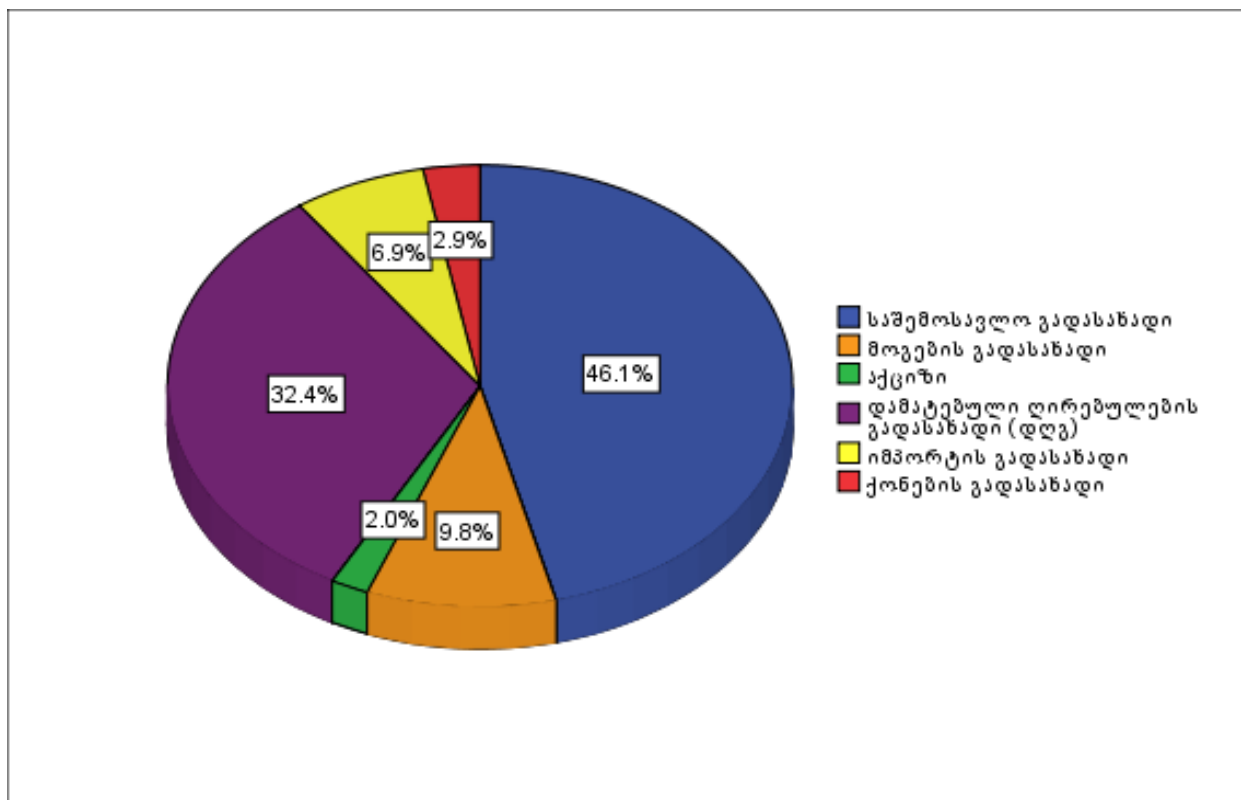
ადგილობრივ გადასახადს წარმოადგენს **ქონების გადასახადი**, რომლის გადამხდელია რეზიდენტი საწარმო/ორგანიზაცია, არარეზიდენტი საწარმო, და ასევე, ფიზიკური პირი. საწარმოსთვის/ორგანიზაციისთვის ქონების გადასახადის წლიური განაკვეთი განისაზღვრება დასაბეგრი ქონების ღირებულების არაუმეტეს 1%-ის ოდენობით. ფიზიკური პირის დასაბეგრ ქონებაზე გადასახადის წლიური განაკვეთი დიფერენცირებულია გადასახადის გადამხდელის ოჯახის მიერ საგადასახადო წლის განმავლობაში მიღებული შემოსავლების მიხედვით (საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, 2010).

მცირე და საშუალო მეწარმეთა გამოკითხვამ გამოავლინა, რომ ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევას, საგადასახადო ტვირთი წარმოადგენს. ამ მიმართულებით დასმულ იქნა შემდეგი შეკითხვა, თუ რომელი გადასახადის შემცირება მოახდენდა დადებით ზეგავლენას მეწარმეთა საქმიანობაზე. მცირე და საშუალო მეწარმეთა 46.1% ასეთ გადასახადის სახეობად, საშემოსავლო გადასახადს მიიჩნევს. დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ) დაასახელა გამოკითხულთა 32.4%-მა, მოგების გადასახადი 9.8%-მა, იმპორტის გადასახადი 6.9%-მა, ხოლო ქონების გადასახადის (2.9%) და აქციზის (2%) განაკვეთის შემცირება რესპოდენტთა ყველაზე ნაკლებ რაოდენობას მიაჩნია საკუთარი საწარმოს საქმიანობისთვის ხელშემწყობად (იხ. დიაგრამა 3.3.4).

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ საქართველოს საგადასახადო სისტემა გამოირჩევა გადასახადთა რაოდენობის სიმცირით, რაც, გარკვეული თვალსაზრისით, სამეწარმეო სექტორს უმარტივებს საგადასახადო ორგანოებთან ურთიერთობას. ამასთანავე, იგი ხასიათდება საკმაოდ ხელსაყრელი განაკვეთებით. შედარებისთვის, მაგალითად,

დამატებული ღირებულების გადასახადის სტანდარტული განაკვეთი ესტონეთში შეადგენს 20%-ს, გერმანიაში 19%-ს, ხოლო საქართველოში 18%-ს.

დიაგრამა 3.3.4. რომელი გადასახადის შემცირება მოახდენდა თქვენს საქმიანობაზე დადებით გავლენას?

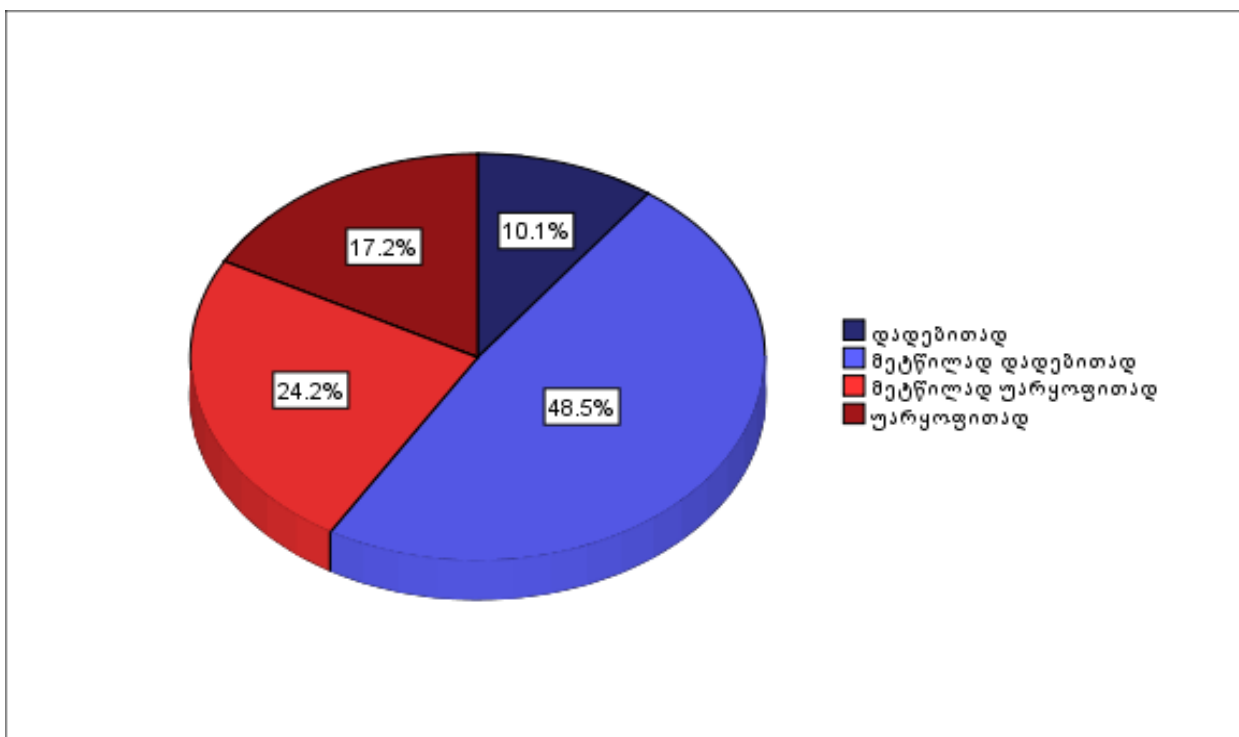


წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ბაზარზე ჯანსაღი კონკურენციის არსებობა. აღნიშნული საკითხი ერთ-ერთ გამოწვევად დასახელდა მეწარმეთა კვლევისას. ბაზარზე ჯანსაღი კონკურენტული მდგომარეობის უზრუნველსაყოფაზე პასუხისმგებელია საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო. იგი ახორციელებს მონიტორინგს არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების, კონცენტრაციებისა და სხვა მიმართულებით. სააგენტოს 2021 წლის ყოველწლიურ ანგარიშში აღნიშნულია, რომ განხორციელდა 2 ბაზრის მონიტორინგი (დასრულდა ერთი), ეკონომიკურ აგენტებს დაეკისრათ 58 000 ლარის ოდენობით ფინანსური ჯარიმა, გაიცა 14 რეკომენდაცია და სხვა ღონისძიებები (საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო, 2021).

რაც შეეხება მცირე და საშუალო მეწარმეთა მხრიდან სახელმწიფოს ხელშემწყობი პოლიტიკის ზოგად შეფასებას, მიუხედავად ბოლო წლების განმავლობაში შესამჩნევი აქტიურობისა, მცირე და საშუალო მეწარმეთა სოლიდური ნაწილი მაინც არ აფასებს სახელმწიფოს გარჯას დადებითად. კითხვაზე თუ როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს ხელშემწყობ პოლიტიკას მცირე და საშუალო მეწარმეებისადმი? 17.2%-მა უპასუხა, რომ უარყოფითად, ხოლო 24.2%-მა დააფიქსირა, რომ მეტწილად უარყოფითად შეაფასებდნენ. ჯამში, მცირე და საშუალო მეწარმეთა 41.4% არ აფასებს დადებითად სახელმწიფოს ძალისხმევას. ამასთანავე, გამოკითხულ მეწარმეთა 48.5%-მა მეტწილად დადებითად და 10.1%-მა დადებითად შეაფასა სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა (იხ. დიაგრამა 3.3.5).

დიაგრამა 3.3.5. ზოგადად, როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს ხელშემწყობ პოლიტიკას მცირე და საშუალო მეწარმეებისადმი?



წყარო: ავტორის კვლევა, 2021

სახელმწიფოს მხრიდან ჩასატარებელ სასურველ ღონისძიებებად, რაც გააუმჯობესებდა მათ საქმიანობას მცირე და საშუალო მეწარმეებმა, რომელთაც

უარყოფითად ან მეტწილად უარყოფითად შეაფასეს სახელმწიფოს აქტიურობა, დაასახელეს შემდეგი:

- ხელშეწყობა გაყიდვების მიმართულებით;
- მხარდაჭერა ცნობადობის ამალღების კუთხით;
- საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლაში ხელშეწყობა;
- ინოვაციური საქმიანობის მხარდაჭერა;
- საგადასახადო შეღავათები, საწყის ეტაპზე გარკვეული გადასახადებისგან გათავისუფლება;
- თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ასამალღებელი ტრენინგების ორგანიზება ციფრული ტექნოლოგიებისა და მარკეტინგის მიმართულებით;
- ახალგაზრდების ფინანსური მხარდაჭერა თავიანთი იდეების განხორციელების პროცესში;
- მეტი საგრანტო პროგრამები, დაბალპროცენტიანი სესხები;
- გრანტების და დაფინანსების გაცემისას, კრიტერიუმების ლოგიკურობა და ადეკვატურობა;
- სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობა;
- ინვესტორების მოძიებაში ხელშეწყობა;
- ნაკლები ბიუროკრატია და სხვა.

რაც შეეხება მცირე და საშუალო მეწარმეთა მიერ დასახელებულ სასურველ ღონისძიებებს, რომელთაც დადებითად ან მეტწილად დადებითად შეაფასეს სახელმწიფოს ხელშეწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა მოიცავს შემდეგ ასპექტებს:

- საინფორმაციო შეხვედრები ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით;
- მეტი ინფორმირებულობა სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ მხარდამჭერ ღონისძიებებთან დაკავშირებით;
- ციფრულ ტექნოლოგიებთან დაკავშირებით ინფორმირებულობის ხელშეწყობა;
- ცნობადობის ამალღების კუთხით, გამოფენების, ფესტივლების მოწყობა;
- საერთაშორისო კონკურსებსა და მართონებში მონაწილეობაში მხარდაჭერა;

- კომპეტენციის ასამაღლებელი ღონისძიებები, საგანმანათლებლო კურსები გაყიდვების, მარკეტინგის, ფინანსების, ელექტრონული კომერციის მიმართულებით;
- ექსპორტისა და საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლაში ხელშეწყობა;
- საგადასახადო შეღავათები საპროცენტო განაკვეთების შემცირების კუთხით. დღგ-ს გადამხდელად რეგისტრაციის ზღვრის 100 000 ლარიდან 300 000 ლარამდე, სხვისი მოსაზრებით კი 500 000 ლარამდე აწევა;
- ბიუროკრატის შემცირება, გამარტივებული სერვისები;
- რეგიონების განვითარება, მეტი პროექტის განხორციელება;
- საგრანტო პროგრამებისა და დაფინანსების წყაროების არეალის ზრდა და სხვა.

საბოლოო ჯამში, მეწარმეთა ორივე სიმრავლეს, პრობლემატიკის ერთ ჯგუფზე აქვს ფოკუსირება. სავარაუდოა, რომ ვის პასუხებშიც აღნიშნული პრობლემები უარყოფით შეფასებაში გამოიხატა, მათ წინაშე მეტი სიმწვავეთ დგას და უფრო სასწრაფო რეაგირებას საჭიროებს.

ამრიგად, წინამდებარე კვლევამ გამოავლინა ის ძირითადი გამოწვევები და საჭიროებები, რაც საქართველოს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორს დღეისათვის გააჩნია. როგორც პანდემიამდე, ისე პანდემიის პირობებში მცირე და საშუალო საწარმოთა მთავარ გამოწვევად დაფინანსების წყაროების მოძიებასთან დაკავშირებული საკითხი რჩება. საქართველოში, მცირე და საშუალო საწარმოთა უდიდესი ნაწილისთვის (77.5%) საკუთარი სახსრები დაფინანსების ძირითადი წყაროა, ხოლო საბანკო ან სხვა საფინანსო ინსტიტუტებისგან საკრედიტო დაფინანსება მხოლოდ 7.8%-საა არსებითი. ყურადღებამისაქცევია ის ფაქტი, რომ სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო პროგრამებისადმი დაინტერესება მაღალია, თუმცა აღნიშნული, დაფინანსების ძირითადი წყაროს მხოლოდ მცირე და საშუალო საწარმოთა 2.9%-სთვის წარმოადგენს. აქვე, აღსანიშნავია ის შედეგი, რომ სახელმწიფოს ინიცირებულ საგრანტო პროგრამებს საკუთარი საჭიროებების შესაბამისად მიიჩნევენ კვლევაში მონაწილე მეწარმეთა მხოლოდ 19.5%. უდიდესი ნაწილი - 54.5% კი - მეტ-ნაკლებად შესაბამისად. მცირე და საშუალო მეწარმეთათვის ერთ-ერთ მტკივნეულ საკითხს წარმოადგენს საგადასახადო ასპექტი, რომლის კორექტირების სურვილი არაერთმა მეწარმემ გამოთქვა. მათ უმრავლესობას სურს

საშემოსავლო გადასახადისა (46.1%) და დამატებული ღირებულების გადასახადის (32.4%) განაკვეთის შემცირება, რის კვალდაკვალ ისინი ხედავენ საკუთარი საქმიანობის გაუმჯობესების პოტენციალს. საბოლოო ჯამში, მცირე და საშუალო მეწარმეთა 41.4%-ის მიერ დადებითად არ შეფასდა სახელმწიფოს ხელშემწყობი პოლიტიკა. წინამდებარე კვლევამ ცხადყო, მცირე და საშუალო მეწარმეები, მიუხედავად სახელმწიფოს აქტიურობისა სამეწარმეო ველზე მდგომარეობის გაუმჯობესების მიმართულებით, მაინც დგანან არსებითი გამოწვევების წინაშე, რაც, საერთო ჯამში, საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის შემაფერხებელ გარემოებას წარმოადგენს.

დასკვნები და რეკომენდაციები

მცირე და საშუალო მეწარმეობის თეორიის, ევროკავშირისა და საქართველოს პრაქტიკული მაგალითების გაანალიზების საფუძველზე წარმოდგენილია შემდეგი დასკვნები:

- მცირე და საშუალო მეწარმეობას ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების საქმეში მეტად მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. მას დიდი წვლილი მიუძღვის დასაქმების, შემოსავლების გენერირების და შესაბამისად, ქვეყნის მოსახლეობის კეთილდღეობის დონის ამაღლების საკითხში;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობის მნიშვნელოვნება მის შემდეგ ფუნქციებში ვლინდება: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომლისთვისაც არსებითია მეწარმე იყოს თავისუფალი და დამოუკიდებელი გადაწყვეტილების მიღებისას; კონკურენციულ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომლის ფარგლებშიც იგულისხმება ბაზარზე ფუნქციონირებისუნარიანი კონკურენციის არსებობის უზრუნველყოფა; სტრუქტურულ-პოლიტიკური ფუნქცია, რომელიც ორიენტირებულია ცხოვრების პირობების ერთიანობის მიღწევაზე; დასაქმებით-პოლიტიკური ფუნქცია, რომელსაც გააჩნია მასტაბილიზებელი ზემოქმედება და ვლინდება სამუშაო ადგილების შექმნაში;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობის უპირატესობაა მომხმარებლებთან სიახლოვე, მოქნილობა, სიახლეების სწრაფად ათვისების უნარი, ხოლო ნაკლოვანებას, ერთ ადამიანზე მაღალი დამოკიდებულებადობა, ბაზარზე გავლენის უქონლობა და კაპიტალის მოზიდვის კუთხით არსებული გამოწვევები წარმოადგენს;
- დღეისათვის, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება მჭიდროდაა დაკავშირებული ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროში მიღწეულ წარმატებებთან. მცირე და საშუალო საწარმოები ხასიათდებიან ინოვაციების ათვისების მაღალი პოტენციალით, რაც შესაძლებელს ხდის მათ მყარ პოზიციონირებას ციფრულ მეწარმეობაში;
- ქვეყანაში, მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის წარმატებას დიდწილად განაპირობებს, მიზანმიმართული და კომპლექსური ხელშემწყობი პოლიტიკის განხორციელება, რომელიც მოიცავს წესრიგის პოლიტიკის, პროცესის

პოლიტიკის, სტრუქტურული პოლიტიკისა და სამეწარმეო პოლიტიკის ღონისძიებათა კომბინაციას;

- სახელმწიფო ეკონომიკურ პოლიტიკასა და საწარმოს სამეწარმეო პოლიტიკას შორის შესაძლოა გამოვლინდეს შესაბამისობის მიღწევის პრობლემა, რაც განპირობებულია მეწარმეობის განვითარებისა და თვითგანვითარების სტრატეგიების შინაგანი წინააღმდეგობებით: ერთი მხრივ, წინააღმდეგობა არსებობს სოციალურ და კონკურენციულ წესრიგს შორის ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკაში, ხოლო, მეორე მხრივ, მეწარმეობის სტრატეგიასა და მეწარმეობის კულტურას შორის სამეწარმეო პოლიტიკის ფარგლებში;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობა, ევროკავშირის ქვეყნების ეკონომიკების განვითარებაში გადამწყვეტ როლს თამაშობს. ევროკავშირის მცირე და საშუალო მეწარმეობის ხელშემწყობი პოლიტიკის ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს მცირე ბიზნესის აქტის ათი პრინციპი. იგი მოიცავს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის განვითარების ყველა არსებით მიმართულებას. ევროკავშირი, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი სტრატეგიებიდან გამომდინარე, ახორციელებს სხვადასხვა ინიციატივასა და პროგრამას. მხარდაჭერა შედგება ფინანსური და არაფინანსური ნაწილებისაგან. ფინანსური დახმარება მოიცავს გრანტებს, სესხებს, გარანტიებს და პირდაპირ ინვესტიციებს კაპიტალში. არაფინანსური მხარდაჭერა კი, გულისხმობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის ზოგადი მდგომარეობის გაუმჯობესებას. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა R&D-ის კომპონენტის გაძლიერებას;
- ევროკავშირის მოწინავე ქვეყნის, გერმანიის მცირე და საშუალო საწარმოებში ძლიერია კვლევისა და განვითარების (R&D) კომპონენტი, რაც დიდწილად განაპირობებს მათ წარმატებას. გერმანია ერთ-ერთი ლიდერია ექსპორტის მხრივ და ამაში, ლომის წილი სწორედ მცირე და საშუალო საწარმოებს, ე.წ. „ფარულ ჩემპიონებს“ მიუძღვით. გერმანიის პოლიტიკა ორიენტირებულია მცირე და საშუალო საწარმოების ფართომასშტაბიან გაციფრულებასა და ინოვაციატევადობის გაზრდაზე, სარისკო კაპიტალის ბაზრის განვითარებასა და მდგრადი გადაწყვეტილებების განხორციელებაზე. R&D-ის გაძლიერება და გაციფრულებისთვის პრიმატის მინიჭება, ნიშანდობლივი იქნება

საქართველოსთვის, როგორც მოკლევადიანი, ისე გრძელვადიანი პერსპექტივისთვის. საწყის ეტაპზე, გერმანიის გამოცდილებიდან, შესაძლოა, ქართული რეალობის გათვალისწინებით, გადმოღებულ იქნას, გერმანიაში არსებული კომპეტენციის ცენტრების მოდელი, რომლებიც უზრუნველყოფენ მცირე და საშუალო მეწარმეთა კონსულტაციას, სწავლებას, გაციფრულების კუთხით მხარდაჭერასა და სხვადასხვა ტექნიკური გადაწყვეტის ტესტირებას რეალურ სამეწარმეო პროცესში ჩაშვებამდე;

- ესტონეთის მცირე და საშუალო მეწარმეობის წარმატებაში უდიდეს როლს ასრულებს მისი მოქნილი და გამჭვირვალე საგადასახადო სისტემა, ორიენტაცია მაღალტექნოლოგიური მეწარმეობისაკენ, ელექტრონული მმართველობის უმაღლეს დონეზე განვითარება და მეწარმეობის დაწყებისათვის ხელსაყრელი სამეწარმეო გარემო. ნიშანდობლივია: რეინვესტირებული მოგების არდაბეგვრის მოდელი; საშემოსავლო გადასახადის გამარტივებულად დაბეგვრის სქემა მიკრომეწარმეებისთვის, რის შედეგადაც მეწარმეთათვის დამატებით საზრუნავს არ წარმოადგენს საშემოსავლო გადასახადის გადახდა და მასთან დაკავშირებული კომპეტენციურ-ბიუროკრატიული პროცედურები და აღნიშნული, ავტომატურად ხორციელდება ბანკსა და საგადასახადო ორგანოს შორის მყისიერი კომუნიკაციის საფუძველზე; კიდევ ერთ, პროგრესულ და თანამედროვეობაზე მორგებულ პროექტს წარმოადგენს „E-residency“, რომლის მიხედვითაც უცხო ქვეყნის მოქალაქეებს საშუალება ეძლევათ დისტანციურად დაარეგისტრირონ ბიზნესი ესტონეთში და ისარგებლონ ესტონეთის საჯარო და კერძო სერვისებით. საქართველოში, მოკლევადიან პერსპექტივაში განხორციელებისათვის, ვფიქრობ, ღირებული იქნება, ქართულ რეალობაზე მორგებით, საშემოსავლო გადასახადის გამარტივებული დაბეგვრის სქემის ინიცირება;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობა არსებით როლს თამაშობს საქართველოს ეკონომიკის განვითარებისთვის, რაც ნაშრომში მოცემული, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების, ბოლო ათწლეულის სტატისტიკური ინფორმაციის ანალიზითაც ნათლად დადასტურდა. აღნიშნულ პერიოდში, მცირე და საშუალო მეწარმეობა, ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა.

ქვეყანაში, განუხრელად იზრდებოდა მცირე და საშუალო ზომის საწარმოთა მიერ დასაქმებულ მოქალაქეთა რიცხვი, მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვა, გამოშვებული პროდუქციის, დამატებული ღირებულებისა (კლება დაფიქსირებულია მხოლოდ 2020 წელს, რაც პანდემიის საწინააღმდეგოდ შემოდებულ შეზღუდვებს უნდა მივაწეროთ) და მწარმოებლურობის მოცულობა. ამ კუთხით, ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკა დადებით ტენდენციას ავლენს. ამასთანავე, დასაფიქრებელია ის ფაქტი, რომ დედაქალაქ თბილისშია თავმოყრილი ქვეყნის ეკონომიკური აქტიურობის უდიდესი ნაწილი, რაც ეკონომიკური საქმიანობის განვითარების და ქვეყანაში დოვლათის შექმნის კუთხით, რეგიონების ნაკლებ ჩართულობაზე მიუთითებს. აღნიშნული, საბოლოო ჯამში, იწვევს დედაქალაქისა და რეგიონების ეკონომიკური განვითარების დონის მკვეთრ დაშორებებს, რაც აქტიური შიდა მიგრაციის ხელშემწყობია. შედეგად, იცლება სოფლები, რაც რეგიონებში მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების პერსპექტივას ჩრდილს აყენებს და ამასთანავე, სოფლის მეურნეობის სექტორში ქმნის არსებით გამოწვევებს;

- დღეისათვის, სიტუაციას ამძაფრებს პანდემია და მის მიერ გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისი, რომლის შედეგები უკვე იწვინა ქვეყანამ მაგალითად, უმუშევრობის ერთბაშად უპრეცედენტო ზრდით და სხვა არაერთი ეკონომიკური პარამეტრის გაუარესებით. განსაკუთრებული სიმწვავეით გამოირჩეოდა პანდემიის გავრცელების პირველი თვეები, რა დროსაც მცირე და საშუალო საწარმოთა უმრავლესობამ დროებით შეაჩერა საქმიანობა;
- დიდმნიშვნელოვანია, ქვეყნის მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორი ვითარდებოდეს თანამედროვე განვითარების ტენდენციების შესაბამისად, რაც უპირველეს ყოვლისა ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების პროირიტეტულ ინტეგრირებას გულისხმობს საწარმოს ყოველდღიურ საქმიანობაში. ამ თვალსაზრისით, საქართველოში არცთუ ისე სახარბიელო მდომარეობაა მაშინ, როდესაც ქვეყნის ციფრული განვითარების დონე ვერ პასუხობს თანამედროვე გამოწვევებს, საწარმოთა უმრავლესობაში ინოვაციური პროცესები დაბალი აქტიურობით ხასიათდება, ხოლო მომხმარებელთა უმეტესობაში არ არის

განვითარებული ციფრული არხების გამოყენების კულტურა საქონლისა და მომსახურების შექმნისათვის;

- მცირე და საშუალო მეწარმეთა კვლევამ გამოავლინა ის არსებითი გამოწვევები და საჭიროებები, რომელიც დგას მცირე და საშუალო მეწარმეთა წინაშე. აგრეთვე, გამოიკვეთა განვითარების ის მიმართულებები, რომლებიც გამოხატულია პანდემიის გავლენით. COVID-19-ის პანდემიამდე პერიოდისთვის, საქართველოში, მცირე და საშუალო მეწარმეთათვის მთავარ გამოწვევას წარმოადგენდა ფინანსურ რესურსებზე წვდომა, რაც გამოკითხულთა 37.3%-მა დაასახელა. ამასთანავე, ძირითად გამოწვევებად წარმოჩნდა საწარმოო მასალებზე (27.5%) და საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის (22.5%) საკითხი. ამასთანავე, რესპოდენტთა 18.6%-მა ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევად საგადასახადო ტვირთი დაასახელა. COVID-19-ის პანდემიის პირობებში კი, მცირე და საშუალო მეწარმეები მთავარ გამოწვევად ასახელებენ შეზღუდვების დაწესებას (60.8%), ფინანსურ რესურსებსა (33.3%) და საწარმოო მასალებზე ხელმისაწვდომობას (28.4%). ზემოაღნიშნული გამოწვევები წარმოადგენენ, დღეისათვის, საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის წინაღობას, რაც ნიშანდობლივია სახელმწიფოს ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის გატარების თვალსაზრისით, რათა მიზნობრივად მოხდეს გამოკვეთილ პრობლემებზე აქცენტირება;
- კვლევამ საქართველოს მაგალითზეც დაადასტურა ის საერთო ტენდენცია, რომლის მიხედვითაც, პანდემიის პირობებში, შემცირდა მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქტისა და/ან მომსახურების გაყიდვების მოცულობა. მეწარმეთა 45.1%-მა აღნიშნა, რომ საწარმოს გაყიდვებში კლებაა დაფიქსირებული. ამავდროულად, გაიზარდა მცირე და საშუალო საწარმოთა გაყიდვების მოცულობა ციფრულ არხებში. კვლევაში მონაწილე საწარმოთა 37.2%-მა, მოახერხა არსებულ ვითარებასთან კარგად ადაპტაცია და ციფრული არხების მეშვეობით, თავიანთი პროდუქტის და/ან მომსახურების რეალიზაციის გაზრდა;
- კვლევამ აჩვენა, რომ პანდემიის პირობებში გამოკითხული მცირე და საშუალო საწარმოების 39.3%-ში ინოვაციების შესაძლებლობები აღმავალი ტენდენციით

ხასიათდება. შეიძლება ითქვას, რომ პანდემია საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობების გაზრდისათვის კარგი საშუალებაა. ამასთანავე, არსებითია, მცირე და საშუალო მეწარმეთა უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება ინოვაციების და ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენების თვალსაზრისით, რასაც გამოკითხულ მეწარმეთა უდიდესი უმრავლესობა საჭიროებს;

- ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების განვითარების, ათვისებისა და დანერგვის კუთხით არსებულმა ნაკლოვანებებმა გამოკვეთა ის შესაძლებლობები რომელთა რეალიზაციაც პოზიტიურად წაადგება საქართველოს მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის შემდგომ განვითარებას. კერძოდ, ნიშანდობლივია, ინოვაციების, გაციფრულებისა და R&D-ის მიმართულებით აქცენტირება;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებაში სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკას არსებითი როლი ეკისრება. საქართველოს მთავრობა არაერთ პროგრამას ახორციელებს მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდასაჭერად, მაგალითად, პროგრამა „აწარმოე საქართველოში“, საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების განვითარების სააგენტოს პროგრამები, ENPARD სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთან თანამშრომლობით, სტარტაპ საქართველო. მცირე და საშუალო სამეწარმეო სექტორის ხელშემწყობი პროგრამების განხორციელების კვალდაკვალ, გარკვეული დადებითი შედეგები სახეზეა, როგორც დასაქმების, ისე საწარმოთა განვითარების თვალსაზრისით, რასაც პროგრამების განხილვისას წარმოდგენილი სტატისტიკური ინფორმაციაც მოწმობს. ამასთანავე, პანდემიამ მცირე და საშუალო საწარმოები და შესაბამისად სახელმწიფოც ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. პანდემიაზე რეაგირების მიმართულებით მთავრობამ განახორციელა რიგი ღონისძიებები, მაგალითად, საგადასახადო სუბსიდირების სახით, რამაც საწარმოებს საშუალება მისცა შეენარჩუნებინათ ლიკვიდურობა;
- საქართველოში, მცირე და საშუალო საწარმოთა უდიდესი ნაწილისთვის (77.5%) საკუთარი სახსრები დაფინანსების ძირითადი წყაროა, ხოლო საბანკო ან სხვა საფინანსო ინსტიტუტებისგან საკრედიტო დაფინანსება მხოლოდ 7.8%-სთვისაა არსებითი. ყურადღებამისაქცევია ის ფაქტი, რომ სახელმწიფოს

მიერ ინიცირებულ საგრანტო პროგრამებისადმი დაინტერესება მაღალია, თუმცა, აღნიშნული, დაფინანსების ძირითადი წყარო, მხოლოდ მცირე და საშუალო საწარმოთა 2.9%-სთვისაა. ზემოაღნიშნული მიუთითებს, რომ მცირე და საშუალო საწარმოთა უმრავლესობისთვის საჭირო ფინანსების მოძიებასთან დაკავშირებით, თვითგანვითარების კომპონენტი ძლიერია. ასევე, საგულისხმოა ის შედეგი, რომ სახელმწიფოს ინიცირებულ საგრანტო პროგრამებს საკუთარი საჭიროებების შესაბამისად მიიჩნევენ კვლევაში მონაწილე მეწარმეთა მხოლოდ 19.5%. უდიდესი ნაწილი 54.5% კი, მათ, მეტ-ნაკლებად შესაბამისად თვლის, რაც მტკიცებით კონტექსტში განხილვისთვის არ გამოდგება და ინტერპრეტაციის საშუალებას ტოვებს. მიღებული შედეგიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ზემოაღნიშნული პროგრამები ძირითადად ვერ ან მეტ-ნაკლებად პასუხობს მცირე და საშუალო საწარმოების თანამედროვე გამოწვევებს და გადახედვას საჭიროებს;

- მცირე და საშუალო მეწარმეთათვის ერთ-ერთ მტკივნეულ საკითხს წარმოადგენს საგადასახადო ასპექტი, რომლის კორექტირების სურვილითაც არაერთი მეწარმე გამოვიდა. ამასთან, სასურველ ღირსძიებებად დასახელდა საქმიანობის დაწყების სასტარტო პერიოდში არდაბეგვრა და დღგ-ს გადამხდელად რეგისტრაციისთვის დაწესებული დასაბეგრი საქონლის მიწოდების/მომსახურების გაწევის ოპერაციების ჯამური თანხის ზღვრის აწევა. გამოკითხული მცირე და საშუალო მეწარმეების უმრავლესობას სურს საშემოსავლო გადასახადისა (46.1%) და დამატებული ღირებულების გადასახადის (32.4%) განაკვეთის შემცირება, რის კვალდაკვალაც ისინი ხედავენ საკუთარი საქმიანობის გაუმჯობესების პოტენციალს. მეწარმეთა აზრით, როგორც ჩანს, საგადასახადო განაკვეთები შეუსაბამოდ მაღალია და გადახედვას საჭიროებს შემცირების მიმართულებით;
- საბოლოო ჯამში, და ვფიქრობ ზემოხსენებული ასპექტების გათვალისწინებით, ლოგიკურია, რომ მცირე და საშუალო მეწარმეთა სოლიდური ნაწილი (41.4%) დადებითად არ აფასებს სახელმწიფოს ხელშემწყობ პოლიტიკას. წინამდებარე კვლევამ ცხადყო, მცირე და საშუალო მეწარმეები, მიუხედავად სახელმწიფოს აქტიურობისა, სამეწარმეო ველზე მდგომარეობის გაუმჯობესების მიმართულებით, მაინც დგანან არსებითი

გამოწვევების წინაშე, რაც, თუ განვაზოგადებთ, საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებისთვის შემაფერხებელი გარემოებაა. აქედან გამომდინარე, სახელმწიფოს ძალისხმევა არასაკმარისია და ეკონომიკური პოლიტიკის მიმართულებით, მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდასაჭერად, არსებით ცვლილებებს და ახალ ინიციატივებს საჭიროებს.

კვლევის პროცესში ჩატარებული ანალიზის, მცირე და საშუალო მეწარმეთა საჭიროებებისა და ზემოაღნიშნული დასკვნების განხილვის საფუძველზე, შემუშავებულია რეკომენდაციები, რომელთა სახელმწიფოს მხრიდან მხედველობაში მიღება გააუმჯობესებს მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობას და უზრუნველყოფს მათ შეუქცევად განვითარებას:

- ქვეყნის პოლიტიკურ-ეკონომიკური სტაბილურობის შენარჩუნება, უსაფრთხო სამეწარმეო გარემო, რაც შექმნის მყარ საფუძველს ინვესტიციების შეუქცევადი შემოდინებისათვის;
- მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების მიზნით შექმნილი სახელმწიფო პროგრამების მეწარმეთა საჭიროებებთან შესაბამისობის კუთხით კვლევის ჩატარება და შესაბამისად კორექტირება. აღნიშნული პროგრამების არეალის გაფართოება და მეტი მასშტაბურობის მიღწევა. განსაკუთრებით, რეგიონების განვითარების კუთხით აქცენტირება. ახალი, საქართველოს რეგიონულ და კულტურულ თავისებურებებზე მორგებული პროგრამების ინიცირება;
- ფინანსური და საკონსულტაციო მხარდაჭერი პროგრამის შემუშავება მცირე და საშუალო საწარმოებში R&D-ის კომპონენტის გაძლიერებისთვის;
- ინკლუზიურ ზრდაზე ორიენტირებული, მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების პროგრამების შემუშავება. კერძოდ, მეწარმეობის დაწყებისა და განვითარების მიზნით, სოციალურად დაუცველი ჯგუფებისთვის შეიქმნას ხელშემწყობი პროგრამები, რომელთა ფარგლებში უზრუნველყოფილი იქნება მათი კონსულტირება, სწავლება, ფინანსური მხარდაჭერა მეწარმეობის დაწყებიდან მინიმუმ ერთი წლის განმავლობაში;
- მცირე და საშუალო საწარმოთა პროდუქტისა და მომსახურების ცნობადობის ამაღლების კუთხით სხვადასხვა ღონისძიებების ორგანიზება, მაგალითად,

გამოფენების, ფესტივლების მოწყობა საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე, განსაკუთრებით ტურისტულ ზონებში; საზღვარგარეთ გამოფენებში მონაწილეობაში მხარდაჭერა: სამგზავრო და სხვა საჭირო ხარჯების დაფინანსება;

- თანამედროვე გამოწვევების საპასუხოდ, სახელმწიფომ ხელი შეუწყოს განათლების პოპულარიზაციას მეწარმეობის, ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების მიმართულებით. ამისათვის, საჭიროა განხორციელდეს სხვადასხვა მარკეტინგული ღონისძიება (სარეკლამო ვიდეორგოლები, წარმატებული შემთხვევების და გამოცდილების გაზიარება) სოციალური ქსელებისა და ტელევიზიების მეშვეობით და ამასთანავე, საქართველოს უნივერსიტეტებში პრიმატი მიენიჭოს მეწარმეობის, ინოვაციების და ტექნოლოგიების, კომპიუტერული მეცნიერებების მიმართულებებს;
- მცირე და საშუალო მეწარმეთა და თანამშრომელთა კომპეტენციის ასამაღლებელი ღონისძიებების ორგანიზება: საგანმანათლებლო კურსები და ტრენინგები ციფრული ტექნოლოგიების, ელექტრონული კომერციის, გაყიდვების, მარკეტინგის, ფინანსების მიმართულებით. სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოსახლეობის პროფესიული გადამზადებისა და დასაქმების სპეციალური პროგრამების შემუშავება;
- განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს ისეთი სამეწარმეო ეკოსისტემის ფორმირებას, რომელიც ხელს შეუწყობს ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების გაფართოებას; საექსპორტო ბაზრებზე შესვლის ბარიერების გადალახვის მიზნით, საინფორმაციო, საკონსულტაციო მხარდაჭერა;
- საგადასახადო მიმართულებით, საქართველოს თავისებურებების გათვალისწინებით, განხორციელდეს საშემოსავლო გადასახადის გამარტივებული დაბეგვრის სქემა (ესტონეთის მაგალითზე). იგი, უფრო მარტივს და მოქნილს გახდის მეწარმეთა საქმიანობას, ამასთანავე, ექნება მასტიმულირებელი ეფექტი;
- ბიუროკრატიის შემცირება: ხელშემწყობ პროგრამებში მონაწილეობის მიღების გამარტივება, ელექტრონული მმართველობის კომპონენტის გაძლიერება მთავრობა-მეწარმეს შორის ურთიერთობაში;

- შეიქმნას ციფრული ეკონომიკის/მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია;
- ინოვაციების ცენტრების ქსელის გაფართოება საქართველოს ყველა ქალაქისა და მუნიციპალიტეტის მასშტაბით, ასევე, მსგავსი საგანმანათლებლო სივრცეების შექმნა, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროში მოსახლეობის ტექნიკური და სამეწარმეო უნარ-ჩვევების განვითარება;
- საქართველოს ყველა რეგიონში, მცირე და საშუალო მეწარმეთა მხარდასაჭერად, ქართულ რეალობაზე მორგებით, ინიცირდეს კომპეტენციის ცენტრების მოდელი (გერმანიის მაგალითზე), რაც მცირე და საშუალო მეწარმეებს საშუალებას მისცემს მიიღონ კონსულტაცია და სწავლება გაციფრულების სამოქმედო გეგმასა და საუკეთესო გადაწყვეტილებების მიღებასთან დაკავშირებით, ასევე, გამოსცადონ სამეწარმეო გადაწყვეტები;
- სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს მოსახლეობის მეტი რაოდენობის ხელმისაწვდომობა ფართოზოლოვან ინტერნეტთან და ციფრულ ტექნოლოგიებთან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბედიანაშვილი, გ. (2017). ცოდნის ეკონომიკის ფორმირება და ინოვაციური სამეწარმეო პოლიტიკა: ინსტიტუციური ასპექტი. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*; 3, 10-16.
2. ბედიანაშვილი, გ. (2018). კულტურა როგორც ცოდნის ეკონომიკის ფორმირების ფაქტორი პარადიგმული ცვლილებების სისტემურინსტიტუციური კონტექსტით. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*, 6, 58-66.
3. გველესიანი, რ. & გოგორიშვილი, ი. (2012ა). ეკონომიკური პოლიტიკა. წიგნი I. თბილისი. გამომცემლობა „უნივერსალი“.
4. გველესიანი, რ. & გოგორიშვილი, ი. (2012ბ). ძირითად საზოგადოებრივ ღირებულებებთან ეკონომიკურ-პოლიტიკური გადაწყვეტილებების შესაბამისობა. თბილისი. გამომცემლობა „უნივერსალი“.
5. გველესიანი, რ. (2019). ძირითად საზოგადოებრივ ღირებულებებთან ეკონომიკური პოლიტიკის მიზნებისა და მათ განსახორციელებლად მიღებული გადაწყვეტილებების თავსებადობის პრობლემა. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*; 7, 32-38. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2019.07.004>
6. გველესიანი, რ. (2020). გლობალური მეწარმეობის პოლიტიკა და კულტურა. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“.
7. ევროკავშირი საქართველოსთვის (2020). ENPARD. https://eu4georgia.eu/wp-content/uploads/enpard_ge-2020.pdf (ბოლო ნახვა: 22.12.2021).
8. ერქომაიშვილი, გ. (2004). მეწარმეობის ფორმირებისა და განვითარების თავისებურებანი საქართველოში. თბილისი, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
9. ერქომაიშვილი, გ. (2016). საქართველოს განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული მიმართულებები. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“.
10. ერქომაიშვილი, გ. (2019ა). ციფრული ეკონომიკა - ეკონომიკური ზრდის ინოვაციური ინსტრუმენტი. *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*, XI(2), 37-46.

11. ერქომაიშვილი, გ. (2019ბ). რაციონალური ეკონომიკური პოლიტიკა - ბიზნესმეწარმეობიდან სოციალური მეწარმეობისაკენ მამოძრავებელი ძალა. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“.
12. მაღლაკელიძე, ა. (2019ა). მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება და საშუალო ფენის ფორმირება საქართველოში. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*; 7, 123-129. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2019.07.015>
13. მაღლაკელიძე, ა. (2019ბ). საშუალო ფენის ფორმირების გამოწვევები საქართველოში მეწარმეობის განვითარების კონტექსტით. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*; 8, 116-120. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2019.08.014>
14. მაღლაკელიძე, ა. (2019გ). ეროვნული ინოვაციური სისტემის ფორმირებისათვის საქართველოში. *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*; XI(1), 171-179.
15. მაღლაკელიძე, ა. (2020ა). ციფრული მეწარმეობის გამოწვევები და პერსპექტივები საქართველოში. *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*; XII(3), 154-168.
16. მაღლაკელიძე, ა. (2020ბ). ტექნოლოგიური ინოვაციები და მეწარმეობის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*; 10, 264-269. DOI: <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.036>
17. მექვაბიშვილი, ე. (2016). თანამედროვე ეკონომიკური თეორიები (ლექციების კურსი). თბილისი. <https://tsu.ge/assets/media/files/7/biblioteka/elguja.pdf>
18. პაპავა, ვ. (2020). არატრადიციული ეკონომიკის: მეთოდოლოგია და მეთოდიკა. თბილისი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
19. სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“ (2020). წლიური ანგარიში 2020. <http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/uploads/files/publications/606ea449f3169-Annual-Report-2020.pdf>
20. საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო (2019). საქართველოს სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარების სტრატეგია 2021-2027. <https://mepa.gov.ge/Ge/PublicInformation/20395>
21. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო (2021). საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2021-

- 2025.http://www.economy.ge/uploads/files/2017/ek__politika/sme_strategy/sme_development_strategy_2021_2025_.pdf
22. საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო (2021).
<https://grants.gov.ge/ka/%E1%83%92%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98> (ბოლო ნახვა: 22.12.2021)
23. საქართველოს კანონი ინოვაციების შესახებ (2016). ქუთაისი.
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3322328?publication=0> (ბოლო ნახვა: 12.10.2021)
24. საქართველოს კანონი მეწარმეთა შესახებ (2021). საქართველოს პარლამენტი, თბილისი. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5230186?publication=0> (ბოლო ნახვა: 22.01.2022)
25. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო (2021). წლიური ანგარიში 2021. <https://admin.competition.ge/uploads/4ded76bf81764b9db0e7a5902301d992.pdf>
26. საქართველოს მთავრობა (2010). დადგენილება N415, სპეციალური დაბეგვრის რეჟიმების შესახებ. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1164635> (ბოლო ნახვა: 15.04.2022)
27. საქართველოს საგადასახადო კოდექსი. (2010). თბილისი.
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1043717?publication=176> (ბოლო ნახვა: 21.04.2022)
28. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი) (2021ა). საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევა.
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/326/sacarmota-statistikuri-gamokvleva>
(ბოლო ნახვა: 30.10.2021)
29. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი) (2021ბ). საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები.
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/104/sainformatsio-da-sakomunikatsio-technologiebi> (ბოლო ნახვა: 14.06.2021)
30. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი) (2021გ). საწარმოთა ინოვაციური აქტივობა (2016-2020).
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/108/inovatsiuri-aktivoba> (ბოლო ნახვა: 15.12.2021)

31. საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო (2020). ფინანსთა სამინისტროს 2020 წლის ანგარიში. <https://www.mof.ge/4184>
32. სილაგაძე, ა. (2001). ეკონომიკური აზრის ისტორიის საკითხები. თბილისი, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
33. სტარტაპ საქართველო (2021). <http://startup.gov.ge/geo/program> (ბოლო ნახვა: 22.12.2021)
34. ფალტინი, გ. (2015). გონება ამარცხებს კაპიტალს: მეწარმეობის დაწყების სრულიად განსხვავებული წესი. მეწარმეობა ყველასთვის: გონივრული, ეკონომიური, მარტივი. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა. თბილისი.
35. ჰასიდი, ჯ., კომსელისი, მ., გველესიანი, რ., მექვაბიშვილი, ე., გაგნიძე, ი., ლეკაშვილი, ე., ნაცვალაძე, მ. (2009). მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები (დამხმარე სახელმძღვანელო), ნაწილი I-II. თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი.
36. ჰასიდი, ჯ., კომსელისი, ა., ფაფალიოუ, ი., პსილაკი, მ., გველესიანი, რ., მექვაბიშვილი, ე., გაგნიძე, ი., ლეკაშვილი, ე., ნაცვალაძე, მ. (2011). მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები (დამხმარე სახელმძღვანელო), ნაწილი III. თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი.
37. Adian, I., Doumbia, D., Gregory, N., Ragoussis, A., Reddy, A., & Timmis, J. (2020). Small and Medium Enterprises in the Pandemic : Impact, Responses and the Role of Development Finance. Policy Research Working Paper, No. 9414. World Bank, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34552>
38. Ardley, B., & Naikar, S. (2021). Competitive Strategy as Practice: Obtaining Differential Advantage in the SME. *Open Journal of Business and Management*, 9, 196-212. DOI: <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.91011>
39. Autio, E. (2016). Entrepreneurship support in Europe: Trends and challenges for EU policy. London, England: Imperial College Business School.
40. BBVA Research (2020). DiGiX 2020 Infographics. <https://www.bbva.com/en/publicaciones/digix-2020-infographics/> (last view: 12.06.2021)

41. Bedianashvili, G. & Maglakelidze, A. (2021). The Digital Economy and Business in the Conditions of Pandemic. The materials of the International Scientific Conference "Social Sciences for Regional Development 2020". PART III. ISSUES OF ECONOMICS, 26-37, Daugavpils University, Latvia.
42. Berger, E. S. C., Briel, F., Davidsson, P. & Kuckertz, A. (2019). Digital or not - The future of entrepreneurship and innovation. *Journal of Business Research*. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.12.020
43. Beynon, M. J., Jones, P., & Pickernell, D. (2020). SME development strategy and product/service innovation intention: a NCaRBS analysis of the role of uncertainty. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(1), 3-16. DOI: <https://doi.org/10.1177/1465750318807401>
44. Blue, A. (2021). Evaluating Estonian E-residency as a tool of soft power. *Place Brand Public Dipl* 17, 359–367. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41254-020-00182-3>
45. Bortolini, R.F., Nogueira Cortimiglia, M., Danilevicz, A.d.M.F., & Ghezzi, A. (2018). Lean Startup: a comprehensive historical review. *Management Decision*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-07-2017-0663>
46. Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), [101828]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
47. Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Barnes & Noble Books, Totowa, New Jersey.
48. Ciuriak, D. (2020). Digital Trade in a Post-Pandemic Data-Driven Economy. <https://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2020/10/SSRN-id3617251.pdf>
49. De Vet, J. M., Nigohosyan, D., Ferrer, J. N., Gross, A. K., Kuehl, S., & Flickenschild, M. (2021). Impacts of the COVID-19 Pandemic on EU Industries. European Union. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU\(2021\)662903_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf)
50. Donges, J. B., & Freytag, A. (2004). *Allgemeine Wirtschaftspolitik*. Lucius & Lucius, Stuttgart.

51. Dörr, J. O., Murmann, S., & Licht, G. (2021). The COVID-19 insolvency gap: First-round effects of policy responses on SMEs. ZEW Discussion Papers, No. 21-018, ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim. <https://www.econstor.eu/handle/10419/231304>
52. Dvoulety, O., Srhoj, S. & Pantea, S. (2021). Public SME grants and firm performance in European Union: A systematic review of empirical evidence. *Small Bus Econ* 57, 243–263. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00306-x>
53. Ebersberger, B., Kuckertz, A. (2021). Hop to it! The impact of organization type on innovation response time to the COVID-19 crisis. *Journal of Business Research*, 124, 126-135. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.051>
54. EBRD (2021). Estonia Country Strategy 2021-2026. <https://www.ebrd.com/documents/strategy-and-policy-coordination/strategy-for-estonia.pdf>
55. Eggers, F. (2020). Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199-208. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>
56. Erkomaishvili, G. (2016). Small Entrepreneurship Supporting Economic Policy in Georgia. World Academy of Science, Engineering and Technology, Open Science Index 113, *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10(5), 1409 - 1412. <https://publications.waset.org/10004182/pdf>
57. European Commission (2015). Digital Entrepreneurship Scoreboard 2015. Brussels. https://ec.europa.eu/growth/content/digital-entrepreneurship-scoreboard-2015-0_en
58. European Commission (2019a). 2019 SBA Fact Sheet GERMANY. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/38662/attachments/12/translations/en/renditions/native> (last view: 10.01.2022)
59. European Commission (2019b). 2019 SBA Fact Sheet ESTONIA. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/38662/attachments/9/translations/en/renditions/native> (last view: 10.01.2022)
60. European Commission (2021a). 2021 SME COUNTRY FACT SHEET'S BACKGROUND DOCUMENT, GERMANY. Background documents of the SME fact sheets 2021.

- https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en (last view: 10.01.2022)
61. European Commission (2021b). Annual Report on European SMEs 2020/2021. Brussels. DOI: 10.2826/120209
62. European Commission (2021c). 2021 SME COUNTRY FACT SHEET'S BACKGROUND DOCUMENT, ESTONIA. Background documents of the SME fact sheets 2021. https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en (last view: 10.01.2022)
63. European Union (2019). EU policy framework on SMEs: state of play and challenges. DOI: 10.2863/612657
64. Eurostat (2021). Percentage of the ICT sector in GDP. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_bde15ag/default/table?lang=en (last view: 11.06.2021)
65. Evans, P. C. & Gawer, A. (2016). The rise of the platform enterprise: a global survey. https://www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf
66. Faltn, G. (2012). Kopf schlägt Kapital: Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen; Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. Deutscher Taschenbuch Verlag.
67. Faltn, G. (2018a). Gründen mit Komponenten. In Handbuch Entrepreneurship, Hrsg. G. Faltn, 247-262. Springer Gabler, Wiesbaden. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-04994-2>
68. Faltn, G. (2018b). Entrepreneurship: Problemlagen und Handlungsansätze. In Handbuch Entrepreneurship, Hrsg. G. Faltn, 3-36. Springer Gabler, Wiesbaden. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-04994-2>
69. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2019a). Valuing SMEs - Strengthening Opportunities - Easing the Burden, The German SME Strategy. Berlin, Germany. https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Mittelstand/german-sme-strategy.pdf?__blob=publicationFile&v=3
70. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2019b). SMEs Digital, Strategies for the digital transformation. Berlin, Germany. https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Mittelstand/smes-digital-strategies-for-digital-transformation.pdf?__blob=publicationFile&v=5

71. Fredebeul-Krein, M., Koch, W. A. S., Kulesa, M. & Sputek, A. (2014). Grundlagen der Wirtschaftspolitik. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München.
72. Freiling J. & Harima J. (2019). Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Gabler, Wiesbaden. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-26117-7>
73. Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2014). The effect of regional entrepreneurship culture on economic development: Evidence for Germany, Jena Economic Research Papers, No. 2014-014, Friedrich Schiller University Jena and Max Planck Institute of Economics, Jena. <http://hdl.handle.net/10419/98454>
74. Fritsch, M. (2019). Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik. 2. Auflage, Springer-Verlag GmbH, Deutschland. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-57984-8>
75. Gassmann, O. & Schweitzer, F. (2018). Entrepreneurial Innovation. In Handbuch Entrepreneurship, Hrsg. G. Faltn, 71-89. Springer Gabler, Wiesbaden. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-04994-2>
76. Gvelesiani, R. (2015). Intrinsic Contradictions of Entrepreneurship Development and Self-development. World Academy of Science, Engineering and Technology, Open Science Index 99, *International Journal of Economics and Management Engineering*, 9(3), 1007 - 1010. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.1338246
77. Gvelesiani, R. (2020). FORMATION OF THE INNOVATIVE ENTERPRENEURSHIP CULTURE: CAPABILITIES AND PROBLEMS. *Ecoforum Journal*, 9(1). <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/viewFile/1039/642>
78. Hervás-Oliver, J. L., Parrilli, M. D., Rodríguez-Pose, A., & Sempere-Ripoll, F. (2021). The drivers of SME innovation in the regions of the EU. *Research Policy*, 50(9). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104316>
79. Juergensen, J., Guimón, J. & Narula, R. (2020). European SMEs amidst the COVID-19 crisis: assessing impact and policy responses. *J. Ind. Bus. Econ.* 47, 499–510. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40812-020-00169-4>
80. Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85.
81. Kirzner, I. M. (2008). The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification, IFN Working Paper, No. 760, Research Institute of Industrial Economics (IFN), Stockholm. <http://hdl.handle.net/10419/81491>

82. Kollmann, T. (2018). E-Entrepreneurship: Unternehmensgründung in der Net Economy. In Handbuch Entrepreneurship, Hrsg. G. Faltn, 181-199. Springer Gabler, Wiesbaden.
83. Kollmann, T. (2019). E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
84. Kuckertz A., Brändle L., Gaudig A., Hinderer S., Reyes C. A. M., Prochotta A., Steinbrink K. M., Berger E. S. C. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, e00169. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
85. Le Dinh, T., Vu, M.C. & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
86. Maglakelidze, A., & Erkomaishvili, G. (2021). Challenges of small and medium enterprises during the COVID-19 pandemic: Case of Georgia. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 20-28. doi:10.21511/ppm.19(4).2021.02
87. Marona, B., & Tomal, M. (2020). The COVID-19 pandemic impact upon housing brokers' workflow and their clients' attitude: Real estate market in Krakow. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 221-232. DOI: <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080412>
88. Miller, T., Kim A. B., Roberts J. M. (2020). 2020 Index of Economic Freedom. The Heritage Foundation. https://www.heritage.org/index/pdf/2020/book/index_2020.pdf
89. Ministry of Finance of the Republic of Estonia (2020). ESTONIAN TAXES AND TAX STRUCTURE. Tax Policy Department, Last updated September, 2020. <https://www.fin.ee/en/taxes#personal-income-tax> (last view: 14.04.2022)
90. Nambisan, S. & Baron, R. A. (2019). On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems. *Journal of Business Research*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.037>
91. Nambisan, S., Wright, M. & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
92. Naoyuki, Y., & Nella, H. (2020). The COVID-19 Crisis: Policy Recommendations for Japan. *The Economists' Voice*, 17(1). DOI: <https://doi.org/10.1515/ev-2020-0017>
93. Neck, R. & Schneider, F. (2013). Wirtschaftspolitik. Oldenbourg Verlag, München.

94. OECD (2019). Monitoring Georgia's SME Development Strategy 2016-2020, OECD Publishing, Paris. <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-Georgia's-SME-Development-Strategy-2016-2020.pdf>
95. OECD (2020). Inclusive Entrepreneurship Policies, Country Assessment Notes, Estonia. <https://www.oecd.org/cfe/smes/Estonia-IE-2020.pdf>
96. OECD (2021a). SME and Entrepreneurship Outlook 2021, Country Profiles. <https://www.oecd.org/industry/smes/SME-Outlook-2021-Country-profiles.pdf>
97. OECD (2021b). One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons learned to “build back better”. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/#endnotea0z7>
98. Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102192. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>
99. Papava, V. (2020). Features of the Economic Crisis Under the COVID-19 Pandemic and the Threat of the Zombie-ing of the Economy. *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences*, 14(3), 128-134.
100. Piegeler, M. (2015). Entrepreneurship und Innovation: Stand der Forschung und politische Handlungsempfehlungen, IW-Analysen, No. 103, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln.
101. Pioch, S. (2019). Digital Entrepreneurship: ein Praxisleitfaden für die Entwicklung eines digitalen Produkts von der Idee bis zur Markteinführung. Springer Gabler, Wiesbaden.
102. Ratso, S. (2005). Miracle of Estonia: entrepreneurship and competitiveness policy in Estonia. Research Paper prepared for Trade, Industry and Enterprise Development Week, United Nations Economic Commission for Europe, Geneva, May, 24-25. <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/ie/wp8/documents/mayfor/Signe%20Ratso.pdf>
103. Röhl, K. H. (2017). European SME policy: Recommendations for a growth-oriented agenda. IW Policy Paper, No. 7/2017, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln. <https://www.econstor.eu/handle/10419/162063>

104. Runge, W. (2014). *Technology Entrepreneurship: a Treatise on Entrepreneurs and Entrepreneurship for and in Technology Ventures*. Volume 1, KIT Scientific Publishing, Karlsruhe.
105. Sahut, J., Iandoli, L. & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Journal Small Business Economics*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
106. Schumpeter, J. (1912). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Verlag von Duncker & Humblot, Leipzig.
107. Schumpeter, J. (1931). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: eine Untersuchung über Unternehmergeinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. Dritte Auflage. Verlag von Duncker & Humblot, München und Leipzig.
108. Schmidt, A. (2019). *Theorie der Wirtschaftspolitik*. In Buch: *Kompodium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik III*. Springer Gabler. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21775-4>
109. Simplified Business Income Taxation Act (2017). Passed 19.06.2017, In force from: 01.01.2018, Issuer: Riigikogu, Estonia. <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/522122017001/consolide> (last view: 14.04.2022)
110. Slusarczyk, B., & Pyplacz, P. (2020). Industry 4.0 in Polish SMEs in the Aspect of Innovation Possibilities. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(2): 255-270. Doi: 10.34109/ijefs.202012201
111. Steininger, D. M. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363- 407.
112. Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Obschonka, M., Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Potter, J. (2018). Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions. *Regional Studies*, 52(5), 608-618. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1294251>
113. Tammpuu, P., Masso, A., Ibrahimi, M., & Abaku, T. (2022). ESTONIAN E-RESIDENCY AND CONCEPTIONS OF PLATFORMBASED STATE-INDIVIDUAL RELATIONSHIP. *TRAMES: A Journal of the Humanities & Social Sciences*, 26(1), 3-21. DOI: <https://doi.org/10.3176/tr.2022.1.01>

114. Thierry, T., Mihai, T., & Timber, H. (2021). Effects of COVID-19 on Business Models in Romania and the Netherlands, A Digitalization Perspective. *Studies in Business and Economics*,15(3) 115-131. DOI: <https://doi.org/10.2478/sbe-2020-0049>
115. Thukral, E. (2021). COVID-19: Small and medium enterprises challenges and responses with creativity, innovation, and entrepreneurship. *Strategic Change*, 30(2), 153-158. DOI: <https://doi.org/10.1002/jsc.2399>
116. Tuchtfield, E. (1983). *Bausteine zur Theorie der Wirtschaftspolitik*. Verlag Paul Haupt Bern und Stuttgart.
117. USTR (2021). Small Business. <https://ustr.gov/issue-areas/small-business> (last view: 04.08.2021)
118. U.S. Bureau of Economic Analysis (2021). Digital Economy. <https://www.bea.gov/data/special-topics/digital-economy> (last view: 11.06.2021)
119. Wapshott, R., & Mallett, O. (2018). Small and medium-sized enterprise policy: Designed to fail? *Environment and Planning C: Politics and Space*, 36(4), 750–772. DOI: <https://doi.org/10.1177/2399654417719288>
120. Whittington, D. (2018). *Digital Innovation and Entrepreneurship*. Cambridge University Press, Cambridge.
121. World Bank (2016). Digital Adoption Index. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016/Digital-Adoption-Index> (last view: 12.06.2020)
122. World Bank Group (2020). Doing Business. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>
123. Zoom Video Communications, Inc. (2021). Zoom Video Communications Reports Fourth Quarter and Fiscal Year 2021 Financial Results. <https://investors.zoom.us/node/8501/pdf> (last view: 27.04.2022)

დანართები

დანართი 1

ბრუნვა საწარმოთა ზომის მიხედვით (მლნ. ლარი)				
წელი	სულ	მსხვილი	საშუალო	მცირე
1999	3,111.3	766.7	950.5	1,394.1
2000	3,781.4	1,089.6	1,100.0	1,591.8
2001	3,975.2	1,277.4	1,148.3	1,549.5
2002	4,595.6	1,846.0	1,221.0	1,528.6
2003	5,523.0	2,134.7	1,493.6	1,894.7
2004	7,248.4	2,849.8	1,870.9	2,527.7
2005	10,076.3	3,710.0	2,698.9	3,667.4
2006	13,090.3	4,960.8	3,821.1	4,308.4
2007	17,544.4	7,423.7	5,259.3	4,861.4
2008	19,650.7	9,550.9	5,365.2	4,734.7
2009	20,302.2	8,869.0	5,563.1	5,870.1
2010	24,400.7	11,703.2	5,969.5	6,728.0
2011	36,726.2	15,752.3	8,172.7	12,801.0
2012	42,048.0	18,577.9	9,971.0	13,499.2
2013	44,327.9	18,596.2	10,362.8	15,368.9
2014	50,064.7	21,278.3	11,477.8	17,308.6
2015	56,984.8	24,671.6	13,294.6	19,018.7
2016	64,081.8	28,256.3	14,039.1	21,786.4
2017	71,740.1	32,201.1	16,568.3	22,970.7
2018	86,625.1	42,902.7	18,543.2	25,179.1
2019	109,024.3	60,504.6	21,065.5	27,454.2
2020	114,348.5	66,694.6	20,484.6	27,169.3

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

დანართი 2

პროდუქციის გამოშვება საწარმოთა ზომის მიხედვით (მლნ. ლარი)				
წელი	სულ	მსხვილი	საშუალო	მცირე
1999	2,091.0	738.9	687.0	664.9
2000	2,388.9	989.4	719.3	680.2
2001	2,625.4	1,185.7	757.8	681.8
2002	3,058.1	1,530.7	825.1	702.2
2003	3,492.6	1,777.2	900.2	815.2
2004	4,374.8	2,300.1	1,058.1	1,016.6
2005	5,838.3	2,942.9	1,446.1	1,449.3
2006	7,412.6	3,734.9	1,911.2	1,766.4
2007	9,645.4	4,707.7	2,930.3	2,007.4
2008	10,248.4	5,442.8	2,806.9	1,998.7
2009	11,003.1	5,253.5	3,097.5	2,652.1
2010	13,303.7	6,734.5	3,364.2	3,205.0
2011	19,239.9	8,931.8	4,754.5	5,553.6
2012	23,096.0	10,564.9	6,098.6	6,432.5
2013	23,553.6	10,367.5	5,998.7	7,187.5
2014	26,068.6	11,188.2	6,571.3	8,309.1
2015	29,993.9	12,520.0	7,873.5	9,600.4
2016	34,156.9	14,201.5	8,573.9	11,381.4
2017	38,206.8	15,594.7	9,719.2	12,892.9
2018	41,649.2	16,843.5	11,082.5	13,723.3
2019	47,494.7	19,765.9	12,535.6	15,193.3
2020	46,227.3	18,642.2	12,542.3	15,042.8

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

დანართი 3

დამატებული ღირებულება საწარმოთა ზომის მიხედვით (მლნ. ლარი)				
წელი	სულ	მსხვილი	საშუალო	მცირე
2006	3,479.4	1,871.9	795.3	812.2
2007	4,541.8	2,313.5	1,258.6	969.6
2008	5,162.6	2,820.3	1,328.3	1,014.0
2009	5,464.1	2,607.4	1,498.2	1,358.4
2010	6,703.2	3,324.2	1,684.2	1,694.7
2011	9,253.7	4,114.1	2,221.0	2,918.5
2012	11,190.7	4,988.0	2,835.5	3,367.2
2013	12,139.1	5,344.9	2,994.2	3,799.9
2014	12,849.4	5,492.0	3,094.3	4,263.1
2015	14,761.0	6,183.3	3,674.0	4,903.8
2016	16,772.4	6,977.8	3,979.0	5,815.6
2017	19,036.3	7,314.4	4,878.8	6,843.2
2018	20,726.9	8,193.3	5,374.7	7,158.8
2019	23,296.0	9,491.4	5,906.7	7,897.9
2020	22,263.0	8,734.6	5,817.7	7,710.7

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

დანართი 4

დასაქმებულთა რაოდენობა საწარმოთა ზომის მიხედვით (კაცი)				
წელი	სულ	მსხვილი	საშუალო	მცირე
1999	379,360	111,601	134,399	133,360
2000	378,055	103,852	112,037	162,166
2001	313,370	98,830	92,148	122,392
2002	301,310	98,096	88,612	114,602
2003	297,795	95,859	80,695	121,241
2004	322,779	117,094	80,036	125,649
2005	388,946	135,465	94,388	159,093
2006	360,987	114,471	99,592	146,924
2007	361,209	116,256	109,151	135,801
2008	349,250	123,186	104,716	121,348
2009	387,463	129,686	106,346	151,430
2010	397,806	131,867	104,274	161,665
2011	503,236	153,243	118,688	231,305
2012	534,397	169,444	118,022	246,931
2013	550,885	178,422	125,925	246,538
2014	592,147	186,510	126,432	279,205
2015	626,739	198,586	137,171	290,982
2016	666,790	217,800	142,447	306,543
2017	708,165	233,589	145,463	329,112
2018	734,215	243,318	160,095	330,803
2019	756,852	265,184	152,516	339,152
2020	703,874	261,710	152,458	289,706

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021ა

დანართი 5

კითხვარი:

მცირე და საშუალო მეწარმეების კვლევა

მოგესალმებით,

კვლევა ეხება მცირე და საშუალო მეწარმეების გამოწვევებს და საჭიროებებს საქართველოში. კითხვებზე გულწრფელი და ამომწურავი პასუხების გაცემით, დიდ დახმარებას გამოიწვევთ დისერტაციის მომზადებაში.

კვლევა ანონიმურია. კვლევის შედეგები გამოყენებულ იქნება მხოლოდ აკადემიური მიზნებისათვის.

მადლობას გიხდით წინასწარ!

პატივისცემით,

ამირან მაღლაკელიძე

ეკონომიკის დოქტორანტი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

*აუცილებლად შესავსები

თქვენი ორგანიზაციის სამართლებრივი ფორმა: *

- ინდივიდუალური მეწარმე (ი/მ)
- მცირე ბიზნესის სტატუსი
- მიკრო ბიზნესის სტატუსი
- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)
- სააქციო საზოგადოება (სს)
- სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)
- კომანდიტური საზოგადოება (კს)
- კოოპერატივი

საქმიანობის სფერო: *

- წარმოება
- მომსახურება
- ვაჭრობა
- ICT სექტორი
- განათლება
- ტურიზმი
- სოფლის მეურნეობა
- სხვა: _____

საქმიანობის ადგილი: *

- თბილისი
- იმერეთი
- აჭარა
- გურია
- სამეგრელო-ზემო სვანეთი
- რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი
- შიდა ქართლი
- სამცხე-ჯავახეთი
- მცხეთა-მთიანეთი
- ქვემო ქართლი
- კახეთი
- საქართველო მთლიანად
- მსოფლიო (მაგ., ციფრული/ინტერნეტ მეწარმეობის, ელ. კომერციის შემთხვევაში, როდესაც საქონლის/მომსახურების მიწოდება ხდება მსოფლიოს მასშტაბით)

რა იყო ძირითადი გამოწვევა თქვენი საწარმოსთვის COVID-19 პანდემიამდე პერიოდში (შეგიძლიათ მონიშნოთ მაქსიმუმ 3 გამოწვევა)? *

- საგადასახადო ტვირთი
- ბაზარზე შესვლის ბარიერები (საკანონმდებლო, ადმინისტრაციული და სხვა)

- არაჯანსაღი კონკურენცია ბაზარზე
- პროფესიონალი კადრების დეფიციტი
- საწარმოო მასალებთან ხელმისაწვდომობა
- საერთაშორისო ბაზრებთან წვდომა (ექსპორტი)
- ფინანსურ რესურსებზე წვდომა (კრედიტები, გრანტები და სხვა)
- პანდემიამდე არ ვარსებობდით
- სხვა: _____

რა არის ძირითადი გამოწვევა თქვენი საწარმოსთვის COVID-19 პანდემიის პირობებში (შეგიძლიათ მონიშნოთ მაქსიმუმ 3 გამოწვევა)? *

- საგადასახადო ტვირთი
- ბაზარზე შესვლის ბარიერები (საკანონმდებლო, ადმინისტრაციული და სხვა)
- არაჯანსაღი კონკურენცია ბაზარზე
- პროფესიონალი კადრების დეფიციტი
- საწარმოო მასალებთან ხელმისაწვდომობა
- საერთაშორისო ბაზრებთან წვდომა (ექსპორტი)
- შეზღუდვების დაწესება ("ლოქდაუნი")
- ფინანსურ რესურსებზე წვდომა (კრედიტები, გრანტები და სხვა)
- სხვა: _____

პანდემიის დაწყებიდან, როგორ შეიცვალა თქვენი პროდუქციის/მომსახურების გაყიდვების მოცულობა? *

- საგრძნობლად გაიზარდა
- გაიზარდა
- არ შეცვლილა
- შემცირდა
- საგრძნობლად შემცირდა

პანდემიის დაწყებიდან, როგორ შეიცვალა თქვენი პროდუქციის/მომსახურების გაყიდვების მოცულობა ციფრულ (დისტანციურ) არხებში? *

- საგრძნობლად გაიზარდა
- გაიზარდა

- არ შეცვლილა
- შემცირდა
- საგრძნობლად შემცირდა
- ციფრული (დისტანციური) არხებით არ ვახდენთ რეალიზაციას

როგორ შეიცვალა თქვენი საწარმოს ინოვაციური შესაძლებლობები პანდემიის პირობებში (მაგ., ახალი პროდუქტი/პროცესი/მომსახურება თუ დანერგეთ)? *

- საგრძნობლად გაიზარდა
- გაიზარდა
- არ შეცვლილა
- შემცირდა
- საგრძნობლად შემცირდა

მთლიან ტექნოლოგიებში ინოვაციური ტექნოლოგიების წილის მიხედვით, თქვენი საწარმო: *

- სრულად ინოვაციურია
- მეტწილად ინოვაციურია
- 50/50
- მეტწილად არაინოვაციურია
- სრულიად არაინოვაციურია

რომელი ინოვაციური ტექნოლოგიის გამოყენება მიგაჩნიათ პრიორიტეტულად თქვენს სფეროში? _____

მიგაჩნიათ თუ არა საჭიროდ, თქვენი, როგორც მეწარმის კომპეტენციის ამაღლება, საქმიანობისას, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა-გამოყენებისთვის? *

- დიახ
- არა

თქვენი საწარმოს ძირითადი დაფინანსების წყარო არის: *

- პირადი, ოჯახისგან, მეგობრებისგან დაფინანსება
- კრედიტი - ბანკებისგან ან სხვა ფინანსური ინსტიტუტისგან

- გრანტი - სახელმწიფოსგან
- გრანტი - კერძო ან საერთაშორისო ორგანიზაციისგან
- სხვა: _____

მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა სახელმწიფოს მიერ ინიცირებულ საგრანტო კონკურსებში („აწარმოე საქართველოში“, „სტარტაპ საქართველო“ და სხვა)? *

- დიახ
- ვაპირებ ახლო მომავალში
- არა, არ დავინტერესებულვარ
- სხვა: _____

რამდენად პასუხობს მცირე და საშუალო მეწარმეების საჭიროებებს სახელმწიფოს მიერ ინიცირებული ხელშემწყობი პროგრამები?

- სრულად პასუხობს
- პასუხობს
- მეტ-ნაკლებად პასუხობს
- ვერ პასუხობს
- სრულიად ვერ პასუხობს

რომელი გადასახადის შემცირება მოახდენდა თქვენს საქმიანობაზე დადებით გავლენას?*

- საშემოსავლო გადასახადი
- მოგების გადასახადი
- დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ)
- აქციზი
- იმპორტის გადასახადი
- ქონების გადასახადი

ზოგადად, როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს ხელშემწყობ პოლიტიკას მცირე და საშუალო მეწარმეებისადმი? *

- დადებითად
- მეტწილად დადებითად

- მეტწილად უარყოფითად
- უარყოფითად

რა ღონისძიებების ჩატარებას ისურვებდით, სახელმწიფოს მხრიდან, მცირე და საშუალო მეწარმეების ხელშეწყობისთვის, რაც გააუმჯობესებდა თქვენს საქმიანობას?* _____