

# ქაღი

და ბიზნესი

2009

საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია

ASSOCIATION OF YOUNG ECONOMISTS OF GEORGIA





სახელმძღვანელო “ქალი და ბიზნესი” მომზადებულია საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ 2008 წლის აგვისტოს რუსეთ-საქართველოს კონფლიქტის შედეგად დაზარალებული და იძულებით გადაადგილებული ქალბატონებისთვის.

სახელმძღვანელოს მთავარი მიზანია, რაც შეიძლება მარტივ ენაზე მიაწოდოს თავის აუდიტორიას ის ინფორმაცია, რომელიც საჭიროა საკუთარი მცირე თუ საშუალო ბიზნესის წამოწყებისა და მართვისთვის.

მადლობას ვუხდით გაეროს ქალთა ფონდს (UNIFEM) გზამკვლევის გამოცემაში გაწეული დახმარებისთვის.

ამ პუბლიკაციაში დაფიქსირებული მოსაზრებები ეკუთვნით ავტორებს, ავტორთა პოზიცია შესაძლოა არ ემთხვეოდეს გაეროს ქალთა ფონდის პოზიციას.



# სარჩევი

5

მოდული 1 ბიზნესის საფუძვლები

16

სესია ქალი და ბიზნესი

27

მოდული 2 ბიზნესის რეგისტრაცია

35

მოდული 3 გადასახადები და მათი გადახდის წესი

47

მოდული 4 ბუღალტრული აღრიცხვა

53

მოდული 5 ბიზნესგეგმა და მისი შემუშავების ეტაპები

69

მოდული 6 აგრობიზნესი, საოჯახო ბიზნესის შესაძლებლობები

78

მოდული 7 მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების შესაძლებლობები

84

სესია პრეზენტაციული უნარ-ჩვევები

# ბიზნესის საფუძვლები

## მოდული 1

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ გეცოდინებათ, თუ :

1

რა არის ბიზნესი

2

ვინ არის ბიზნესმენი

3

რა არის ბიზნესის ფუნქციები

4

რა ეტაპებს მოიცავს ბიზნესის ორგანიზება

5

როგორ უნდა დაიწყოთ ბიზნესი

6

რა ეტაპებს მოიცავს ბიზნესის დაწყება

7

რა თავისებურებები აქ მცირე ბიზნესის მართვას

8

როგორ იმართება ბიზნესი

9

როგორი უნდა იყოს კარგი მენეჯერი

10

რა არის მარკეტინგი

11

როგორ დაყოთ მომხმარებელი სეგმენტებად

12

როგორ დააწესოთ ფასი

13

რა შეცდომები არ უნდა დაუშვათ ბაზარზე გასვლისას

## რა არის ბიზნესი?

- ორგანიზაცია, რომელიც საზოგადოებას სთავაზობს მომსახურებას და საქონელს, რომელიც მას სჭირდება;
- კომერციული ან სანარმოო მიმართულების საქმიანობა იმ ხალხთან ერთად, რომლებიც საერთო მიზნით მუშაობენ;
- კომერციული ფირმა: საქმიანობა მომსახურების ან პროდუქტის მისაწოდებლად საზოგადოებისთვის.

## ვინ არის ბიზნესმენი?

- ბიზნესით დაკავებული პიროვნება, რომელიც ახდენს სხვადასხვა შესაძლებლობების ორგანიზებას, გამოყენებასა და მართვას კლიენტების მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად და მოგების მისაღებად;
- ადამიანი, რომელიც ორგანიზებას უკეთებს საქმიანობას, გააჩნია ინიციატივის გრძნობა და მიღის გარკვეულ რისკზე მოგების მისაღებად;
- პერსონა, რომელიც დასაქმებულია მოგების მიღებაზე ორიენტირებულ კომპანიაში.

## ბიზნესის ორგანიზაციული ფუნქციები

წარმატებული საქმიანობისთვის ბიზნესი იყენებს შემდეგ ორგანიზაციულ ფუნქციებს: ბუღალტერია, ადმინისტრაციული მენეჯმენტი, ბიზნესმენეჯმენტი, ფინანსები, ადამიანური რესურსების მართვა, საინფორმაციო სისტემები, დაზღვევა, მარკეტინგი, ვაჭრობა, საზოგადოებასთან ერთიერთობა, გაყიდვები.

- **მენეჯმენტი** იმ საშუალებათა ერთობლიობაა, რომელთა მეშვეობითაც ორგანიზაცია (ბიზნესი) ცდილობს თავისი თანამშრომლებისა და სხვა რესურსების ეფექტიან გამოყენებას მიზნის მისაღწევად.
- **მარკეტინგი** საშუალება ან ხერხებია, რომელთა მეშვეობითაც ორგანიზაცია ქმნის პროდუქტებს (ან მომსახურებას), ადებს მათ ფასს და ახდენს მათ დისტრიბუციას (განაწილებას), ასევე მომხმარებლის სტიმულირებას მის შესაძენად.
- **ფინანსები** არის საშუალება ან ხერხები, რომლებითაც ფირმა იღებს სახსრებს საქმიანობისთვის.
- **საბუღალტრო აღრიცხვა** არის ფირმის ფინანსური მდგომარეობის ასახვა და ანალიზი და გამოიყენება სხვადასხვა საქმიანი გადანვეტილებების მისაღებად.
- **საინფორმაციო სისტემები** შეიცავს საინფორმაციო ტექნოლოგიებს, ადამიანებსა და სხვადასხვა გზებს ფირმაში მომუშავე ადამიანებისთვის სათანადო ინფორმაციის მისაწოდებლად. ინფორმაციით უზრუნველყოფა ეხმარება ადამიანებს საქმიანი გადანვეტილებების მიღებაში.

გადაწყვეტილებათა ტიპები	გადაწყვეტილებათა მაგალითები
მენეჯერული	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. რა მონყობილობებია საჭირო პროდუქციის სანარმოებლად?</li> <li>2. რამდენი თანამშრომელია დასაქირავებელი პროდუქციის სანარმოებლად?</li> <li>3. როგორ შევეუქმნათ თანამშრომლებს მოტივაცია?</li> </ol>
მარკეტინგული	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. რა ფასი დავანსოთ პროდუქციაზე?</li> <li>2. მოვახდინოთ თუ არა ცვლილებები პროდუქტში, რათა ის უფრო მიმზიდველი გახდეს მყიდველისთვის?</li> <li>3. გამოიყენოს თუ არა ფირმამ რეკლამა?</li> </ol>
საფინანსო	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. როგორ მივიღოთ დამატებითი დაფინანსება – წილის გაყიდვით, თუ ფულის სესხებით, ან იქნებ ორივეს ერთად გამოყენებით?</li> <li>2. რას უნდა ეცადოს ფირმა: ისესხოს ფული მოკლე (მაგალითად 1 წლით) თუ გრძელი ვადით?</li> </ol>

## ბიზნესის ორგანიზების ეტაპები

ნებისმიერი საქმიანობა იწყება იდევით, რომელიც არის ახალი ან საიდანმე გადამოღებული. ბიზნესიდვის რეალიზაციისთვის საჭიროა მისი ხორცშესხმა და მოქმედებაში მოყვანა.

იდვის საფუძველზე ორგანიზაციის შექმნამდე საჭიროა ახალი ბიზნესის დეტალური დაგეგმვა, ანუ ბიზნესგეგმის შემუშავება. ბიზნესის ორგანიზების ეტაპები ქვემოთ მოყვანილი სქემის მიხედვით შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ:



რაც შეეხება ორგანიზებას, ბიზნესმენი ძირითადად შემდეგი რესურსების ორგანიზებით არის დაკავებული:

- ფული;
- მასალა;
- შენობა და მონყობილობა;
- ხალხი და ძალაუფლება.

# ბიზნესის დანყება

შეგიძლიათ თუ არა ბიზნესის წამონყება?

ბიზნესში, როგორც წესი, არ არსებობს გარანტიები. რეალურად არ არსებობს ყველა რისკის დაზღვევის გზა, თუმცა შესაძლებელია წარმატების შანსების გაზრდა კარგი დაგეგმვით, მომზადებითა და გეგმის მიხედვით მუშაობით. ასევე სასურველია იმის გათვალისწინება, რომ ბიზნესმა, რომელიც თქვენ წამონყით, შესაძლებელია იცვალოს სახე. გაანალიზეთ თქვენი სუსტი და ძლიერი მხარეები და გაითვალისწინეთ შემდეგი შეკითხვები:

- **თავად ხართ ბიზნესის წამონყები?** \_ თუ კი, მაშინ თქვენზე იქნება სრული პასუხისმგებლობა ბიზნესის განვითარების, დროის განაწილებისა და სხვა დეტალებისა.
- **რამდენად კარგად ეწყობით სხვა ადამიანებს?** \_ ბიზნესმენებს სჭირდებათ უნარები სხვა ხალხთან ურთიერთობისათვის, ვინაიდან მათ მუდმივად უნევთ სხვადასხვა კატეგორიის ხალხთან კონტაქტი, ისეთ ხალხთან, როგორიცაა: მომხმარებლები (კლიენტურა), თანამშრომლები, ბანკირები, ადვოკატები, კონსულტანტები და ბუღალტრები.
- **შეგიძლიათ თუ არა ურთიერთობა ძალიან მომთხოვნ კლიენტთან, ფართის არასანდო გამჭირავებელთან ან ჭირვეულ ბანკირთან?**
- **რამდენად კარგად (ადვილად) და სწორ გადანყვეტილებებს იღებთ?** \_ მცირე ბიზნესს ხშირად სჭირდება გადანყვეტილებების მიღება სწრაფად, დამოუკიდებლად და ასევე დაძაბულ ვითარებაში.
- **გაქვთ თუ არა ფიზიკური და ემოციური უნარები ბიზნესის სამართავად?** \_ როგორც წესი, ბიზნესის მართვა ძალიან საინტერესო პროცესია, მაგრამ მოითხოვს დიდ ენერჯიასა და ბევრ მუშაობას. შეგიძლიათ თუ არა ხანდახან შვიდი, რვა ან თორმეტსაათიანი სამუშაო დღის გაძლება?
- **რამდენად კარგად გეგმავთ და აკეთებთ ორგანიზებას?** ბიზნესის წარუმატებლობის უმეტეს შემთხვევაში მიზეზად სწორედ არასწორი დაგეგმვა გვევლინება.
- **რამდენად ძლიერია თქვენი მოტივაცია/სურვილი მართოთ ბიზნესი და მიაღწიოთ წარმატებას?** \_ ხშირ შემთხვევაში მცირე დაბრკოლებისა და პრობლემების გამოჩენის შემდეგ ადამიანები კარგავენ სურვილს, განაგრძონ მუშაობა იგივე საქმეზე.
- **როგორ აისახება თქვენი ბიზნესი თქვენსავე ოჯახზე?** \_ ძალიან მნიშვნელოვანია ბიზნესის წამონყების პირველი ეტაპი, ვინაიდან ის აუცილებლად გულისხმობს ოჯახის წევრების მხრიდან თანადგომას და თქვენი იდეების გაზიარებას. ბიზნესის წამონყების ეტაპი, როგორც წესი, ითვალისწინებს ფინანსური პრობლემების ქონას საწყის თვეებში და შესაძლებელია წლების განმავლობაშიც, რაშიც არ არის გამორიცხული, რომ დაგჭირდეთ ოჯახის ფინანსური რესურსების ჩართვა.

# მცირე ბიზნესი და მისი თავისებურებები

მცირე ბიზნესის (საწარმოს) განმარტების სხვადასხვა მიდგომა გამოიყენება. მაგალითად, ფირმა განიმარტება როგორც მცირე, თუ მისი რომელიმე პარამეტრი – მომუშავეთა რიცხვი, მანქანა-დანადგარების რაოდენობა, საქონლის ან მომსახურების მოცულობა არ არის ღიდი.

სხვანაირად რომ ვთქვათ, მცირე ბიზნესი არის დამოუკიდებლად არსებული კომპანია, ფირმა, რომელიც აერთაინებს მცირე რაოდენობის დასაქმებულ ადამიანებს და მნიშვნელოვნად პატარა გაყიდვები გააჩნია.

მცირე ბიზნესის ძირითადი ნიშნებია:

- მფლობელები აქტიურად მონაწილეობენ ფირმის მართვაში;
- ფირმა ძირითადად განთავსებულია ერთ კონკრეტულ ადგილზე;
- ფირმის ფუნქციონირება ძირითადად ერთ პიროვნებაზეა დამოკიდებული.

მცირე ბიზნესის ზემოთ აღწერილი მახასიათებლები განაპირობებენ მის პრობლემებსა და საჭიროებებს.

მცირე ბიზნესის ძირითადი ღირსებებია:

- დამოუკიდებლად მოღვაწეობის საშუალება;
- გადაწყვეტილებების ოპერატიულად მიღების საშუალება;
- მხარდაჭერა მთავრობის მხრიდან – მცირე ბიზნესი, როგორც წესი, მთავრობის მხრიდან გარკვეული მხარდაჭერით სარგებლობს;
- სწრაფი მატერიალური წარმატების შესაძლებლობა;
- რამდენიმე პროფესიის შეთავსება. ბიზნესის მცირე ზომები ერთი პირის მიერ რამდენიმე პროფესიის შეთავსების საშუალებას იძლევა.

მცირე ბიზნესი შესაძლებელია იყოს წარმოდგენილი ნებისმიერი სამართლებრივი ფორმით, თუმცა, როგორც წესი, ყველაზე პოპულარული ფორმა არის ინდივიდუალური მფლობელობა.

## ბიზნესის მართვა

**ორგანიზაცია, როგორც ერთიანი სისტემა**

ორგანიზაციას ხშირად წარმოიდგენენ როგორც სისტემას, რომელშიც შედის გარკვეული რესურსები, მიმდინარეობს რიგი შიდა პროცესები, რომელთა შედეგად რესურსები გარდაიქმნება პროდუქციად ან მომსახურებად.

**მართვა** - ორგანიზაციის ერთ-ერთ ელემენტს წარმოადგენს, ის განსაზღვრავს მიზანთან მისასვლელ გზებს, ორგანიზაციის საქმიანობას. ეს არის დაგეგმვის, ორგანიზების, მოტივაციისა და კონტროლის პროცესი, როცა დანახარჯები იქცევა პროდუქციად.

**მენეჯმენტი** კი ორგანიზაციის მიზნების ეფექტიანი და ეფექტური მიღწევაა, რომელიც ორგანიზაციული რესურსების დაგეგმვის, ორგანიზების, ხელმძღვანელობისა და კონტროლის გზით ხორციელდება.



## მენეჯმენტის ოთხი ძირითადი ფუნქცია არსებობს:

1. **დაგეგმვა** - გულისხმობს გადანწყვეტილებების მიღებას იმის შესახებ თუ როგორი უნდა იყოს ორგანიზაციის მიზნები და რა უნდა გააკეთონ ორგანიზაციის წევრებმა მიზნების მისაღწევად:

- მიზნის განსაზღვრა;
- სტრატეგიის ჩამოყალიბება;
- საქმიანობის გეგმის შემუშავება.

ის უნდა პასუხობდეს კითხვებს:

- საით მივდივართ?
- როგორ მივდივართ?
- რა უნდა ვაკეთოთ?
- ვინ გააკეთებს?

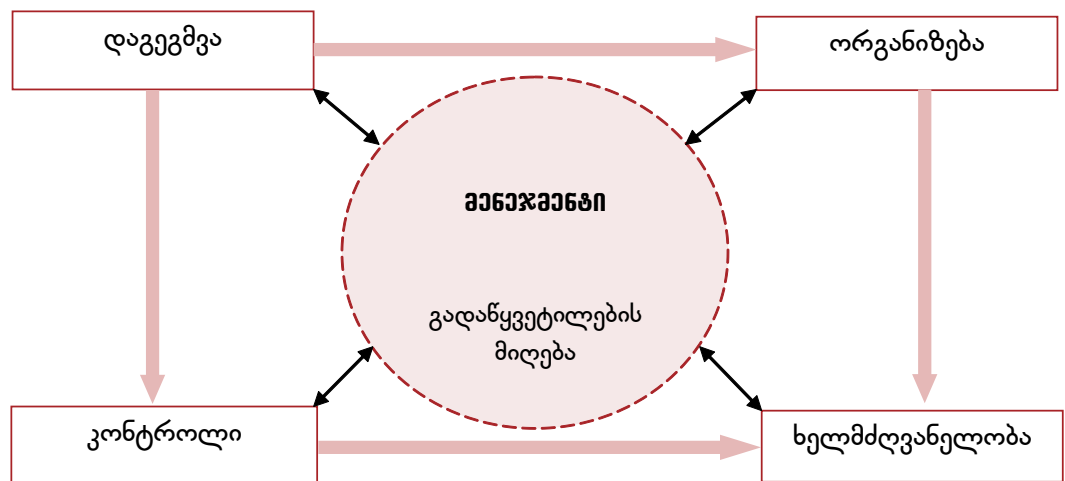
2. **ორგანიზება** - საწარმოო რესურსების ერთად თავმოყრა და მიზნობრივი განაწილება;

3. **ხელმძღვანელობა** (წარმართვა, ადმინისტრირება) მოიცავს:

- თანამშრომლების მოტივაციას;
- მათი საქმიანობის წარმართვას;
- ეფექტიანი კომუნიკაციების გზების გამონახვას;
- კონფლიქტების გადანწყვეტას.

4. **კონტროლი** - საქმიანობისთვის თვალყურის დევნება, რამდენად შეესაბამება იგი დაგეგმილს:

- საქმიანობის შეფასება;
- მნიშვნელოვანი შეუსაბამობების აღმოჩენის შემთხვევაში პრობლემის გამოვლენას;
- მაკორექტირებელი ღონისძიებების გატარებას.



სწორი მენეჯმენტი განაპირობებს ეფექტური მართვის პროცესს. მართვის მიზანი უნდა იყოს კონკრეტული, ობიექტური და რეალური.

ორგანიზაციის წარმატებაზე პასუხისმგებლობას აკისრებენ მენეჯერს.

## როგორი უნდა იყოს კარგი მენეჯერი?

თეორიულად მენეჯერის საქმიანობას წარმართავს შემდეგი ძირითადი მახასიათებლები

- **კონცეპტუალური უნარ-ჩვევა** - მენეჯერის შესაძლებლობა, რომ ერთმანეთს შეუსაბამოს ორგანიზაციის მიზნები და საქმიანობა, ანუ უნდა აღიქვამდეს ორგანიზაციას ერთ მთლიანობად და იმავდროულად ნათლად ხედავდეს მის ნაწილებს შორის ურთიერთკავშირს.
- **ადამიანური ურთიერთობები** - მენეჯერი რამდენად კომუნიკაბელურია, უნდა იყოს გუნდის წევრი და ასევე გააჩნდეს თანამშრომლების მოტივაციის უნარი.
- **ტექნიკური უნარ-ჩვევა** - შეძენილი ცოდნა. არანაკლებ მნიშვნელოვანია, მენეჯერი ნაწილობრივ ფლობდეს ტექნიკურ ცოდნასაც, მაგალითად ქონდეს სხვადასხვა მეთოდების, ტექნოლოგიების, დანადგარების გამოყენების უნარი. აუცილებელია შესაბამისი პროფესიული ცოდნა, ანალიტიკური უნარი და ა.შ.
- **პოლიტიკური უნარ-ჩვევა** - შექმნას ძალაუფლების გარემო. სასურველია და აუცილებელიც კი თანამშრომლებზე მენეჯერს ქონდეს გარკვეული გავლენა.

სანამ დაიწყებთ რაიმე საქმიანობას, დაფიქრდით:

- რა არის თქვენი მიზანი?
- როგორ უნდა მიიღწეს ის?
- რა ალტერნატიული ვარიანტები გაქვთ?
- ვინ უნდა ჩართოთ ამ საქმიანობაში?
- რა დანახარჯები და რესურსები გაქვთ?

მას შემდეგ, რაც თქვენ უკვე გაქვთ გეგმა, კიდევ ერთხელ უნდა დაფიქრდეთ:

- როგორ შეგიძლიათ დარწმუნდეთ, რომ თქვენი გეგმა შესრულდება?

თქვენ უნდა მოიფიქროთ გზა, რითიც შეძლებთ მონიტორინგი გაუწიოთ თქვენ მიერ დაგეგმილ საქმიანობას.

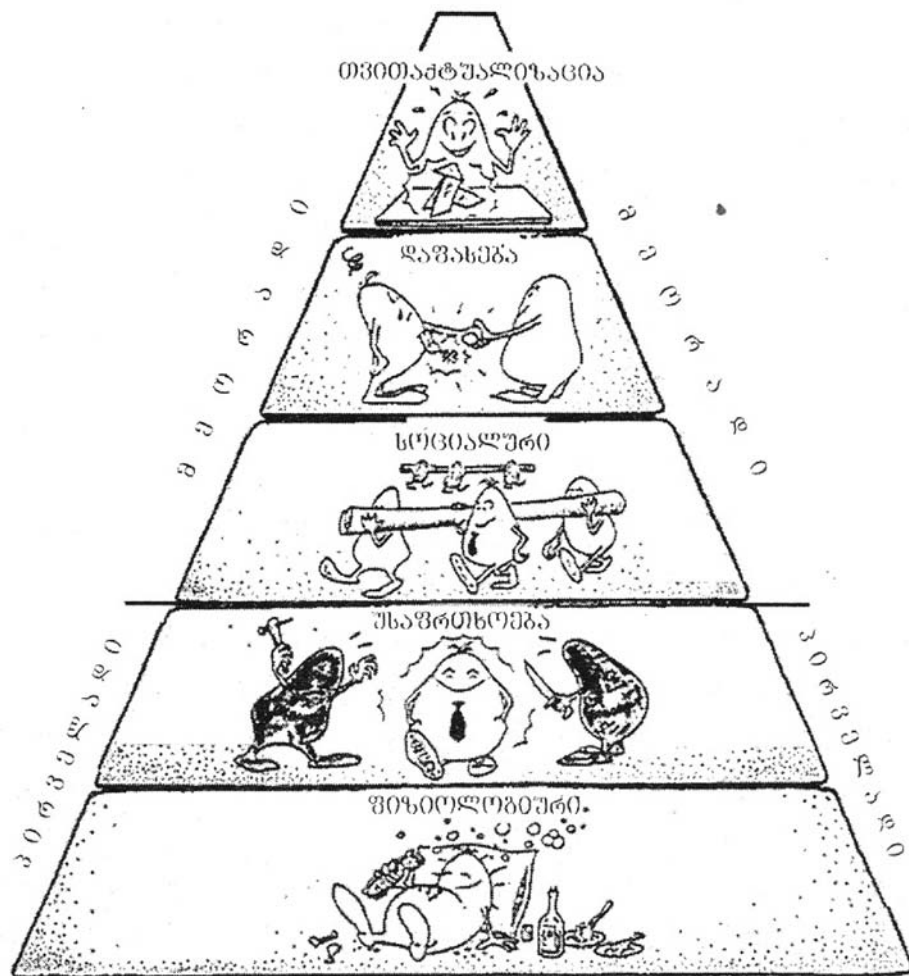
## საჭიროება, მოთხოვნილება და მოთხოვნა

ყველა სახის ბიზნესის, მისი წარმატებისა თუ წარუმატებლობის მიზეზსა და სათავეს ადამიანი წარმოადგენს. ადამიანის თვისებებისა და სურვილების შესწავლა მნიშვნელოვანი და სავალდებულოა საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. თუ გვინდა ადამიანის ქცევის მიზეზების გაგება, საჭიროა ჩავწვდეთ ისეთ ცნებებს როგორცაა საჭიროება, მოთხოვნილება და მოთხოვნა.

საჭიროება რაიმეს მიმართ ადამიანის უკმარისობის განცდაა, რომელსაც იგი დაბადებიდან სიცოცხლის ბოლომდე განიცდის. საჭიროების გაჩენის შემთხვევაში ადამიანი იძულებულია გააკეთოს ორიდან ერთი - დაიწყოს მისი დაკმაყოფილების გზების ძებნა ან, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ჩაახშოს იგი. ადამიანის საჭიროებები შეიძლება იყოს მრავალფეროვანი, მაგრამ მათი გაერთიანება შესაძლებელია ძირითად ჯგუფებად:

- ფიზიოლოგიური საჭიროებები (ჭამა, სმა, ჩაცმა და ა.შ.);
- უსაფრთხოების (თვითგადარჩენის) საჭიროებები (უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, ჯანმრთელობის დაცვა და ა.შ.);
- სოციალური საჭიროებები (სიყვარული, შეჩვევა, ზეგავლენა და ა.შ.);
- პირადი საჭიროებები (განათლება, თვითრეალიზაცია, თვითგამოხატვა, კომფორტი, პატივისცემა და ა.შ.).

ფსიქოლოგი აბრაამ მასლოუ ცნობილი გახდა იმით, რომ შექმნა საჭიროებათა პირამიდის თეორია. მან დაყო ეს საჭიროებები ხუთ კატეგორიად, რომელიც ნაჩვენებია სურათზე.



**რა განსხვავებაა მოთხოვნილებასა და მოთხოვნას შორის?**

საჭიროებები საერთოა ყველა ადამიანისთვის, მაგრამ ეს სქემა მშრალი და ძალიან ზოგადია. ინდივიდს შეიძლება საკუთარი საჭიროებების პირამიდა ჰქონდეს და ჩვენი პირადი სქემა მკვეთრად განსხვავდებოდეს მასლოუს სქემისგან.

**მოთხოვნილება** არის საჭიროებები, რომელთაც მიღებული აქვთ ინდივიდუალური და პიროვნული თვისებების განსაზღვრული და განსხვავებული ფორმა. მაგალითად, ჭამის საჭიროება ნებისმიერ ადამიანს გააჩნია, მიუხედავად ეროვნებისა და კულტურისა, მაგრამ ეს საჭიროება შეიძლება სხვადასხვა მოთხოვნილებაში გადაიზარდოს. ამერიკელისათვის ჭამის საჭიროება შეიძლება ჰამბურგერის მოთხოვნილებაში გადაიზარდოს, ქართველისთვის კი - ხინკლის ან ხაჭაპურის მოთხოვნილებაში.

**მოთხოვნა** მოთხოვნილების ის ნაწილია, რომელიც გამაგრებულია შესყიდვის შესაძლებლობით. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, მოთხოვნა არის პროდუქტის ის რაოდენობა, რომელიც შეუძლია შეიძინოს მომხმარებელმა განსაზღვრულ დროს, განსაზღვრული ფასის შემთხვევაში.

მოთხოვნილებისგან განსხვავებით მოთხოვნა ყოველთვის სასრული და შეზღუდულია, რადგან მისი განმსაზღვრელი ძირითადი კრიტერიუმი ფულია, რომელიც ყველა ადამიანს (გამონაკლისების გარდა) შეზღუდული რაოდენობით აქვს.

# რა არის მარკეტინგი

## მარკეტინგი მეთია, ვიდრე გაყიდვები და რეკლამა

ეს არის ბევრი სხვადასხვა ნაბიჯის თანმიმდევრული ერთიანობა, რომელიც მიმართულია იმისკენ, რომ განვსაზღვროთ, მოვიზიდოთ და შევინარჩუნოთ ჩვენი მომხმარებლები. მარკეტინგი მოიცავს ყველაფერს: ბაზრის კვლევებიდან დანწყებული, რეკლამირებით, შეფუთვით, ბაზარზე გაყიდვებისა და კმაყოფილი მომხმარებლით დამთავრებული.

მარკეტინგმა უნდა შექმნას თქვენ მიერ წარმოებულ პროდუქტსა თუ მომსახურებაზე მოთხოვნა ბაზარზე.

განსაზღვრეთ ერთი ან ორი წინადადებით ის ღირებულება და სარგებელი რომელსაც მომხმარებელი მასში თულის გადახდის შედეგად მიიღებს.

ამის შემდეგ მიყევით ქვემოთ ჩამოთვლილ ნაბიჯებს:

1. **განსაზღვრეთ თქვენთვის სასურველი მომხმარებელი და მათი მოთხოვნები.** შექმენით თქვენი პროდუქტი სასურველი მომხმარებლისთვის;
2. **მიიღეთ მარკეტინგული ინიციატივები** მას შემდეგ, რაც კარგად შეისწავლით და გააანალიზებთ სხვადასხვა ინფორმაციას. ნახეთ, რა როგორ მუშაობს თქვენს მსგავს სხვა ორგანიზაციებში, შემდეგ კი გამოსცადეთ თქვენი იდეები;
3. **გაამარტივეთ ყიდვის პროცესი მომხმარებლებისთვის.** გაამარტივეთ ყველაფერი - გამორიცხეთ შესაძლო გართულებები ყიდვის პროცესში და რაც შეიძლება მეტი კომფორტი შეუქმენით ყიდვაზე გადამწყვეტილების მიმღებ პირს;
4. **განსაზღვრეთ ის უნიკალური სარგებელი, რომელსაც თქვენი ბიზნესი სთავაზობს მომხმარებელს.** შემდეგ მოძებნეთ გზები, რომ მოახდინოთ ამის ხაზგასმა თქვენს მარკეტინგულ მესიჯში. დარწმუნდით, რომ თქვენი მარკეტინგი წინ წევს იმ ცოდნასა და გამოცდილებას, რასაც თქვენი ბიზნესი სთავაზობს;
5. **გააცანით თქვენს თანამშრომლებს თქვენი მარკეტინგის მიზნები.** მიეცით მათ შესაძლებლობა, ჩაერთონ და გაიზიარონ ისინი;
6. **გააცნობიერეთ, რომ მარკეტინგზე განეული ხარჯები აუცილებელია თქვენი ბიზნესისთვის.** ის განგასხვავებთ თქვენი კონკურენტებისგან, ხოლო საზოგადოების თვალში დამკვიდრებული იმიჯი ზრუნავს თქვენი თანამშრომლების მოტივაციაზე;
7. **მარკეტინგი აქციეთ მუდმივმოქმედ საქმიანობად.** გახსოვდეთ, რომ მომხმარებლის მესხიერება საკმაოდ მოკლეა და ისინი მუდმივად სხვადასხვა მარკეტინგული მესიჯების შტურმის ქვეშ არიან.

## გახსოვდეთ ვინ არიან თქვენი მომხმარებლები

გახსოვდეთ, რომ თქვენი მომხმარებლები და თქვენ განსხვავდებით ერთმანეთისგან, მაგრამ არასოდეს დაივიწყოთ, რომ ისინი ძალიან ახლოს არიან თქვენთან. თქვენ ზუსტად უნდა იცოდეთ ვინ არიან თქვენი მომხმარებლები, უნდა იცნობდეთ მათ, ვინაიდან ეს არის ბაზრის სეგმენტი, რომელზეც მუდმივად მოგიწევთ თქვით და ზრუნვა. მომხმარებლის სეგმენტებად დაყოფის დროს უნდა გაითვალისწინოთ შემდეგი ეტაპები:

1. პირველ ყოვლისა, გასაზღვრეთ და კარგად შეისწავლეთ საკუთარი ბაზარი;
2. განსაზღვრეთ თქვენი პროდუქტის ის ფაქტორები, რომლებიც ახდენენ ადამიანის გადანყვეტილებასზე ზეგავლენას;
3. დაყავით მომხმარებლები ერთი ნიშნის მიხედვით ჯგუფებად;
4. აირჩიეთ თქვენთვის სასურველი სეგმენტები;
5. შეამოწმეთ თქვენი სეგმენტები.

მომხმარებელთა სეგმენტაცია შეგიძლიათ მოახდინოთ სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით (გეოგრაფიული, დემოგრაფიული და ა.შ.), მაგრამ არ დაგავიწყდეთ, რომ თქვენ მიერ არჩეული სეგმენტი უნდა იყოს მარტივი, გაზომვადი, რეალური, მდგრადი და სარგებლის მომტანი.

სხვადასხვა სეგმენტების მიხედვით მწარმოებლები ზრდიან თავიანთი პროდუქციის ასორტიმენტს, უშვებენ სხვადასხვა პროდუქტებს, რომლებიც შეიძლება მხოლოდ შეფუთვით ან რაიმე მცირე შტრიხით განსხვავდებოდნენ ერთმანეთისგან. თითოეულ პროდუქტს ჰყავს თავისი მომხმარებელი და ბაზარი იყოფა უფრო და უფრო წვრილ სეგმენტებად.

მაგალითად, სეგმენტაცია დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით - მდედრობითი და მამრობითი. თუ ჩვენ ვაწარმოებთ ჭურჭლის სარეცხ საშუალებას, ჩვენი სეგმენტი არის მდედრობითი სქესის წარმომადგენელი დიასახლისები; თუ ჩვენი პროდუქციის ასორტიმენტში გვაქვს ჭურჭლის სარეცხი საშუალება, რომელიც არ იწვევს ალერგიას, მაშინ ჩვენი სეგმენტი უფრო ვიწროვდება და მას წარმოადგენენ ის დიასახლისი ქალები, რომლებსაც აქვთ ალერგია ქიმიურ საშუალებებზე; თუ ჩვენი პროდუქტია ჭურჭლის სარეცხი საშუალება ვაშლის არომატით, რომელიც არ იწვევს ალერგიას, მაშინ ჩვენს სეგმენტს წარმოადგენენ დიასახლისი ქალები, რომლებსაც აქვთ ალერგია და უყვართ ვაშლი.

ბაზარზე გასვლისას დიდი მნიშვნელობა აქვს **საფასო პოლიტიკას**.

ზოგადად ფასი არის ის, რასაც თქვენ / მომხმარებელი იხდით „რაღაცისთვის“. ეს „რაღაც“ შეიძლება იყოს ფიზიკური პროდუქტი (პური, ტანსაცმელი) ან მომსახურება (ტანსაცმლის წმენდა, თმის შეჭრა).

როგორ  
ფასი?

დავანესოთ

ფასის განსაზღვრა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი გადანყვეტილებაა, რომელიც აისახება პროდუქტის გაყიდვებში და ასევე მოგების რაოდენობაში.

ფასის დაწესებისას აუცილებელია გაითვალისწინოთ ბაზარზე არსებული ფასები. მაგალითად, თუ თქვენ გადანყვეტთ გახსნათ სილამაზის სალონი და შესთავაზოთ ადამიანებს თმის შეჭრის, დავარცხნა და სხვა მომსახურება, აუცილებელია გაითვალისწინოთ, თუ რა ფასი ადევს იგივე მომსახურებას სხვა სილამაზის სალონში. უნდა გაითვალისწინოთ ის ადგილი, სადაც გახსნილია თქვენი სილამაზის სალონი და მეზობელი სილამაზის სალონების შემოთავაზებული ფასები.

ასევე ის მოსახლეობა, რომელზეც გათვლილია თქვენი შეთავაზებული მომსახურება და მისი შესაძლებლობა, გადაიხადოს თქვენ მიერ დაწესებული ფასი.

ზემოთ მოყვანილ მაგალითში დასახელებული საფასო პოლიტიკის შემუშავებისას გასათვალისწინებელი ფაქტორები მოყვანილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში

## თქვენი სეგმენტი



პროდუქტი

ადგილი

დანინაურება

ფასი

## ფ ა ს ი ს მიზნები



მოგებაზე  
ორიენტირებული

გაყიდვებზე  
ორიენტირებული

სტატუს ქვო  
ორიენტირებული

### ფასის დანესება მოგების მისაღებად

მოგებაზე ორიენტირებული ფასი ისახავს მიზნად განსაზღვრული მოგების მიღებას. ზოგიერთი მცირე საოჯახო ბიზნესის მთავარი მიზანი ფასის დანესებისას ისეთი მოგების მიღებაა, რომელიც უზრუნველყოფს მათ ნორმალურ ცხოვრებას. ზოგჯერ ფასის დანესებისას მთავარი მიზანი მხოლოდ განეული ხარჯების დაფარვაა. მოგების მაქსიმალურად გაზრდის მიზნით დანესებული ფასი, კი როგორც წესი, არის ძალიან მაღალი.

გაყიდვებზე ორიენტირებული ფასის მთავარი მიზანია გაყიდვების გარკვეული მოცულობის მიღწევა და არ ითვალისწინებს მოგების მიღების გარკვეულ დონეს. გაყიდვების რაოდენის ზრდა თავისთავად ბაზარზე მეტი ადგილის დაკავების ნიშანია.

რაც შეეხება სტატუს ქვოს, ეს ის საფასო პოლიტიკაა, როდესაც ბიზნესი დაინტერესებულია არსებული ფასების შენარჩუნებით

### შეგიძლიათ ერთსა და იმავე საქონელზე განსხვავებული ფასის დანესება

გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ შეგიძლიათ დაანესოთ განსხვავებული ფასი სხვადასხვა სეგმენტისთვის. ანუ, თქვენ შეგიძლიათ ერთი და იგივე საქონელი მიყიდოთ სხვადასხვა ფასად სხვადასხვა ადამიანებს. ამ გადაწყვეტილების მიღება უკავშირდება კონკურენტების ფასების დონეს, ურთიერთობას მყიდველთან (მაგალითად, თუ თქვენ გყავთ მუდმივი კლიენტი, შეგიძლიათ შესათავაზოთ განსხვავებული ფასი) და მყიდველის უნარს, ფულში გამოხატული შეიძინოს თქვენი საქონელი.

### დაბალი ფასი მომხმარებელთა მოსაზიდად

თუ თქვენ ბაზარზე ახლა იწყებთ საქმიანობას, შეგიძლიათ დაანესოთ დაბალი, მიმზიდველი ფასი თქვენს საქონელზე სანყის ეტაპზე, რათა მომხმარებლებმა შეიძინონ თქვენი პროდუქტი და გაეცნონ მას. მას შემდეგ, რაც მომხმარებელი გაეცნობა თქვენს პროდუქტს, თქვენ შეგიძლიათ გაზარდოთ ფასი. ფასის დანესების ყველა ეტაპზე და ყველა შემთხვევაში, თქვენ უნდა გაითვალისწინოთ კონკურენტების ფასები.

პროდუქტზე ფასის დანების შემდეგ არანაკლებ მნიშვნელოვანია მისი გასაღების გზების განსაზღვრა – დისტრიბუცია.

პირდაპირი დისტრიბუციას არა აქვს შუალედური რგოლი: მწარმოებელი ყიდის პროდუქციას უშუალოდ მყიდველზე, როდესაც მწარმოებელი იღებს თავის თავზე საქონლის მომხმარებელამდე მიწოდებას და არ გამოიყენებს შუამავლებს, რაც მას დაუზოგავს ზედმეტ დანახარჯებს და შესაბამისად პროდუქტის ფასიც არ გაიზრდება.

არსებობს ასევე 1 დონიანი, 2 დონიანი, 3 დონიანი გასაღების არხები. იმ შემთხვევაში, თუ წარმოება დიდი და შესაბამისად, მისი გასაღება-გაყიდვაც მწარმოებლისთვის წარმოადგენს პრობლემას, შეიძლება მიმართონ შუამავლებს – სადისტრიბუციო კომპანიას, რომელიც გარკვეული თანხის სანაცვლოდ უზრუნველყოფს პროდუქტის მომხმარებელამდე მიწოდებას. მას თავის მხრივ შეიძლება კიდევ ყავდეს შუამავლები და ა.შ. ნებისმიერ შემთხვევაში, რაც უფრო დამორებულია მომხმარებელი მწარმოებელს, მით უფრო ძვირი უჯდება მას ამ პროდუქტის ყიდვა.

სამომხმარებლო ბაზრები – არის ისეთი ბაზრები, როდესაც მყიდველები ყიდულობენ ან იძენენ საქონელსა და მომსახურებას პირადი მოხმარებისთვის. სამენარმეო ბაზრები – ბაზარი, რომელზეც სხვა კომპანიები ყიდულობენ საქონელს ან მომსახურებას.

მარკეტინგის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს საქონლის ბაზარზე პოზიციონირება – მომხმარებლის ცნობიერებაში მის განსაკუთრებულ, სხვებისგან განსხვავებული პოზიციის უზრუნველყოფას. მომხმარებლის ცნობიერებაში შესაღწევად საჭიროა:

- იყო პირველი, შენი დამახსოვრება გაცილებით იოლი იქნება!
- თუკი პირველი არ ხარ, დევიზად გამოიყენე ის ინფორმაცია, რაც შენს კონკურენტს გამორჩა!
- აღიარე შენი მე-2 ადგილი ბაზარზე, მაგრამ იყავი ამაყი იმით, რომ პირველზე უფრო მეტის კეთება გინდეს!
- გამოიჩინე შენი თავი კონკურენტებისგან.
- იზოვე და დაიკავე მომხმარებლის ცნობიერებაში თავისუფლად დარჩენილი ადგილი.

ამ სიტყვების ჩამოყალიბების შემდეგ მწარმოებელი მის მიწოდებას მომხმარებელამდე ახდენს სხვადასხვა გზებით:

- რეკლამა – პროდუქტსა თუ მომსახურებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია
- პერსონალური გაყიდვები – სიტყვიერი პრეზენტაცია, საუბარი პოტენციურ მყიდველთან პროდუქტის გაყიდვების უზრუნველყოფის მიზნით.
- გასაღების სტიმულირება – გულისხმობს ზეგავლენის მრავალსახიანი საშუალებების გამოყენებას, რომელიც მოწოდებული იქნება დააჩქაროს ან/და გაზარდოს გაყიდვები. (მაგ.: უფასო პროდუქცია, პრემიები, კონკურსები, მიღებები და ა.შ.)
- PR – საზოგადოებასთან ურთიერთობა – კეთილგანწყობილი დამოკიდებულების აგება სხვადასხვა მიზნობრივ აუდიტორიასთან, ცუდი იმიჯის გამოსწორება.
- პროპაგანდა გულისხმობს ინფორმაციის გავრცელებას ნებისმიერი არაფასიანი საშუალებით, რომელიც შეიძლება ნაიკითხოს, ნახოს, მოისმინოს პოტენციურმა ან არსებულმა მომხმარებელმა.

ნუ დაუშვებთ შემდეგ შეცდომებს:

1. **გაუტესტავი პროდუქტის გატანა ბაზარზე:** მომხმარებლების აზრის გაუთვლისწინებლობა პირველი დიდი ნაბიჯია წარუმატებლობისკენ.
2. **თავის არიდება იმის ახსნისგან, თუ რატომ არის თქვენი ფასები დაბალი:** თუ ბიზნესმა ვერ შეძლო ამ კითხვაზე დამაჯერებელი პასუხის გაცემა, მომხმარებელს მაშინვე გაუჩნდება ეჭვი პროდუქტის ხარისხის შესახებ.
3. **დაგავიწყდათ, რომ მომხმარებლისთვის გაგვადვილებინათ თქვენთან ურთიერთობა:** არ გაფლანგოთ თქვენი მომხმარებლის დრო. თუ გინდათ, რომ დაკარგოთ ის, მაშინ აიძულეთ ჩადგეს რიგში, ალოდინეთ და ა.შ.
4. **არ აწარმოებთ იმას, რაც ყველაზე კარგად შეგიძლიათ:** იყავით ყველასაგან გამორჩეული და მოძებნეთ თქვენი ნიშა.
5. **არ ფიქრობთ ახალ პროდუქტებზე?** მას შემდეგ, რაც ბიზნესები გამოუშვებენ პროდუქტს, რომელიც წარმატებით გაიყიდება, ისინი წყვეტენ ფიქრს ახალ პროდუქტზე, რაც დაუშვებელია.
6. **ყველაფერი ყველასთვის!** ჭობია იყოთ ძლიერი მხოლოდ ერთი მიმართულებით, ვიდრე იყოთ სუსტი ყველაგან.

## ქალი და ბიზნესი

ამ სესიის დახმარებით თქვენ მიიღებთ ინფორმაციას ისეთი თემების შესახებ, როგორცაა:

- 1 გენდერი
- 2 ქალის როლი საზოგადოებაში
- 3 ქალთა დასაქმება და უმუშევრობა
- 4 ქალი და სიღარიბე
- 5 ქალი და ბიზნესი
- 6 ქალთა უფლებები

### რა არის გენდერი?

ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების პროცესში ძალზედ მნიშვნელოვანია ქალთა და მამაკაცთა თანაბარი მონაწილეობა და გენდერული თანასწორობის პრინციპების რეალიზება. „გენდერი“ ინგლისური წარმოშობის სიტყვაა, გენდერული თანასწორობის სახელმწიფო კონცეფციის მიხედვით ნიშნავს: „კულტურით განპირობებულ შეხედულებებს ქალთა და მამაკაცთა ქცევისადმი დამოკიდებულების, პიროვნული თვისებების, ფიზიკური და ინტელექტუალური შესაძლებლობების შესახებ.“ ხოლო, **გენდერული თანასწორობა „გულისხმობს ქალთა და მამაკაცთა თანაბარ წარმოჩენას, უფლებამოსილებას, პასუხისმგებლობასა და თანასწორ მონაწილეობას პირადი და საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში.“**<sup>1</sup>

გზამკვლევის ამ ნაწილში მოკლედ მიმოვიხილავთ ქალთა სოციო-ეკონომიკურ უფლებებსა და შესაძლებლობებს და გავაკეთებთ საქართველოს უახლესი ისტორიის მოკლე მიმოხილვას ქალთა დღევანდელი სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის უკეთ გასაგებად, ვისაუბრებთ სიღარიბის პრობლემაზე, ქალების მონაწილეობაზე ბიზნესში და ქალთა უფლებებზე.

<sup>1</sup> გენდერული თანასწორობის სახელმწიფო კონცეფცია, 2. ტერმინთა განმარტება, 2006.



ქვეყნის განვითარების პროცესში აუცილებელია ქალთა და მამაკაცთა თანაბარი მონაწილეობა

ქალის როლის ამაღლება საზოგადოებაში არსებითად განაპირობებს ქალისა და მამაკაცის თანაბარ შესაძლებლობებს, უფლებებსა და პასუხისმგებლობას. ქვეყნის განვითარების პროცესში ქალთა და მამაკაცთა სრულფასოვანი მონაწილეობისთვის აუცილებელია მათ თანაბრად მიუწვდებოდეთ ხელი სოციალურ და ეკონომიკურ რესურსებზე, მონაწილეობდნენ საზოგადოებრივ ცხოვრებასა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

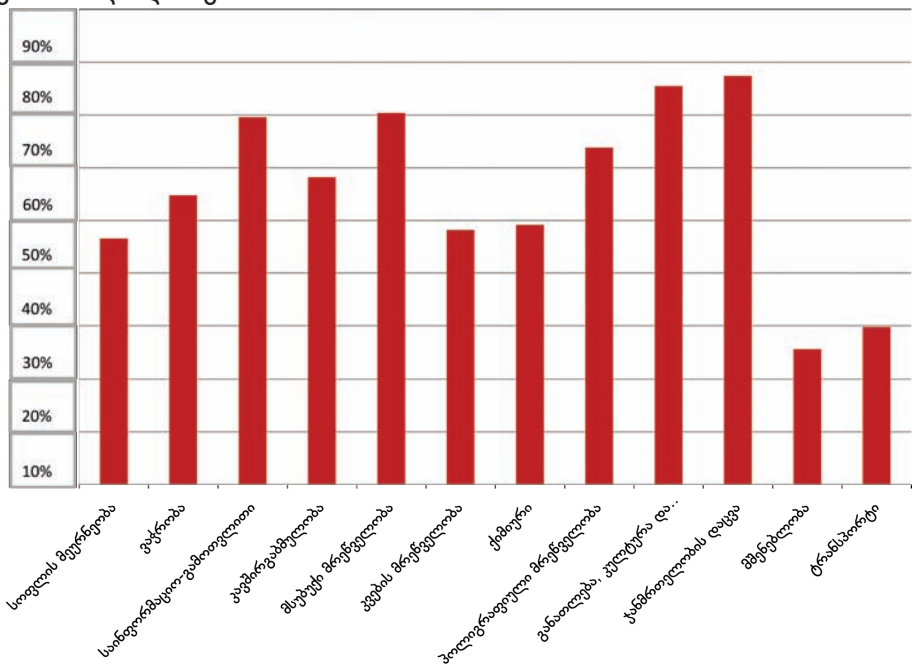
საქართველოს ქალთა შრომითი და ინტელექტუალური პოტენციალის რეალიზება აუცილებელია. პირველ ყოვლისა, თვით ქალთა სოციალური, ეკონომიკური და პოლიტიკური სტატუსის ასამაღლებლად, ვინაიდან თვითრეალიზაციისკენ, ეკონომიკური დამოუკიდებლობისაკენ და ბედნიერებისაკენ სწრაფვა მათი უფლებაა. ამას გარდა, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ქალის მიერ ოჯახში თუ ოჯახს გარეთ განეული შრომა მნიშვნელოვნად განამტკიცებს სახელმწიფოს ძლიერებას.

## ქალთა დასაქმება და უმუშევრობა / შრომის ბაზრის გენდერული სეგრეგაცია

1989-2007 წლებში დასაქმებულთა რიცხვი შემცირდა 437800-ით

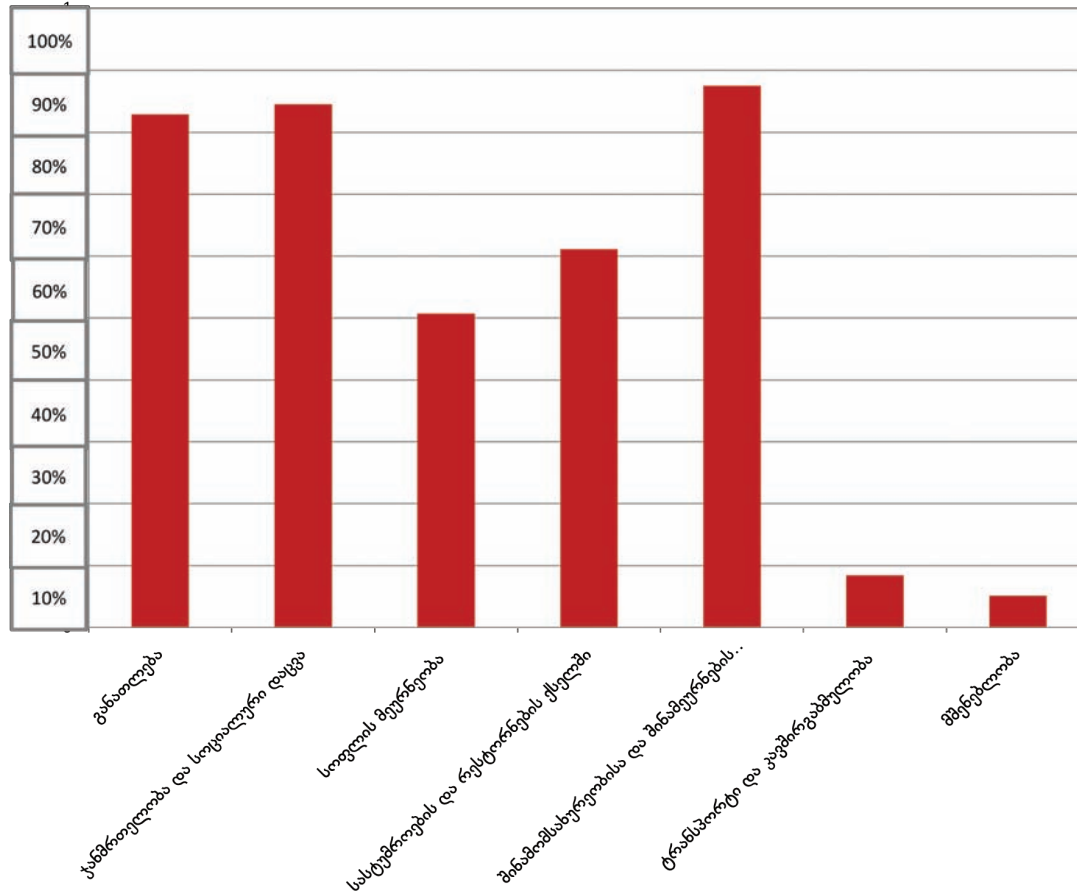
გვსურს შემოგთავაზოთ მოკლე ექსკურსი, საბჭოთა პერიოდში მოღვაწე საქართველოს ქალთა შრომითი რესურსების განათლების დონისა და დასაქმების არსებული მდგომარეობის მიხედვით, დღევანდელ პერიოდთან შეადარებით:

საქართველოში ეკონომიკური კრიზისის წინა პერიოდში (1990წლამდე) ძალზედ მაღალი იყო ქალთა დასაქმების მასშტაბები და შესაბამისად მათი როლი ეკონომიკურ ცხოვრებაში. ხანმოკლე პერიოდში, რიგი პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური პროცესების ზეგავლენით, არსებული მდგომარეობა მკვეთრად შეიცვალა და თუ კი 1989 წელს ქვეყნის ეროვნულ მეურნეობაში დასაქმებული იყო 1 250,0 ათასი ქალი,<sup>2</sup> 2007 წლის მონაცემებით ამ მაჩვენებელმა მხოლოდ 812,2 ათასი შეადგინა.<sup>3</sup> (ანუ დასაქმებულ ქალთა რიცხვი შემცირდა 437,8 ათასით). საბჭოთა პერიოდის ეროვნულ მეურნეობაში ქალთა ეკონომიკური აქტივობის შესაფასებლად, ძალზედ მნიშვნელოვანია ქალთა დასაქმების მაჩვენებლების განხილვა ცალკეული დარგების მიხედვით, სადაც ქალთა მონაწილეობა განსაკუთრებით მაღალი იყო:



<sup>2</sup> საქართველოს მოსახლეობის აღწერა, თბილისი, 1989.  
<sup>3</sup> ქალი და კაცი საქართველოში – სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2008, გვ. 47.

საბაზრო ეკონომიკურ პირობებზე გადასვლამ, ეკონომიკური რესტრუქტურირზაციითა და პრივატიზაციით გამოწვეულმა ცვლილებებმა ქვეყანაში მნიშვნელოვნად შეცვალა შრომის ბაზრის დასაქმების სტრუქტურა, რამაც არსებითი კორექტივები შეიტანა ქალთა დასაქმების სფეროებსა და დარგებში: 2007 წლის ქალთა დასაქმების მაჩვენებელთა შეუასებამ დაგვანახა, რომ ქალების სიჭარბე კვლავაც „ტრადიციულ ქალურ“ დარგებშია შენარჩუნებული და მამაკაცებთან შედარებით მაღალია:



საბჭოთა პერიოდში საქართველოში ყოველ 1000 ქალზე საშუალოდ მოდიოდა უმაღლესი განათლების მქონე 204, ხოლო დღეს 191 ქალი.

ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით დასტურდება, რომ საბჭოთა პერიოდში საქართველოში ყოველ 1000 ქალზე საშუალოდ მოდიოდა უმაღლესი განათლების მქონე 204, დაუმთავრებელი უმაღლესი განათლებისა და საშუალო-სპეციალური განათლების მქონე 261 ქალი, მაშინ როდესაც მამაკაცთა ანალოგიური მაჩვენებლები შეადგენდა 194-ს და 229-ს. აღსანიშნავია ისიც, რომ ყოველი 1000ქალიდან საშუალოდ 842-ს ჰქონდა უმაღლესი განათლება ან დაუმთავრებელი უმაღლესი, საშუალო-სპეციალური ან საშუალო განათლება. დანყებითი განათლების მქონე და განათლების არმქონე ქალთა ხვედრითი წილი ქალთა მოსახლეობის 5%-საც არ შეადგენდა.<sup>4</sup>

დღეს კი, იმის მიუხედავად, რომ საბჭოურ პერიოდთან შედარებით ქალთა რაოდენობა განათლების დონის მხრივ შემცირებულია, მამაკაცებთან შედარებით მაინც მაღალია მათი განათლების ხარისხი. ყოველი 1000 ქალიდან, საშუალოდ

4 სოციალური და დემოგრაფიული მდგომარეობა, თბილისი, 1996

191 ქალი უმაღლესი განათლების მქონეა, 181 კი დაუმთავრებელი უმაღლესის და საშუალო –სპეციალური განათლების მქონე, მაშინ როდესაც მამაკაცთა ანალოგიური მაჩვენებლები შეადგენდა 189, და 138-ს. აღსანიშნავია, ამასთან ქალთა უპირატესი განათლების დონე მეცნიერებათა დარგებში, მამაკაცებთან შედარებით. 2007 წლის მონაცემების მიხედვით მეცნიერი ქალების რაოდენობა შეადგენს 471-ს, ხოლო მამაკაცებისა 315-ს.<sup>5</sup>

თუ საბჭოურ დროში ქალები ლიდერობით გამოირჩეოდნენ ისეთი პრესტიჟული პროფესიების მიხედვით, როგორცაა: ექიმი, მასწავლებელი, ხელოვნებისა და კულტურის დარგის მუშაკი, მსუბუქი და კვების მრეწველობის ძირითადი საინჟინრო პროფესიები,<sup>6</sup> ქალთა კადრების სიჭარბე აღნიშნულ პროფესიებში დღესაც შენარჩუნებულია, ასე მაგალითად: დღეს ექიმ ქალთა რაოდენობა შეადგენს 68,6%-ს, ხოლო მამაკაცებისა 31,4%-ს;<sup>7</sup> სახელმწიფო და არასახელმწიფო სექტორის საშუალო-პროფესიულ და უმაღლეს სასწავლებლებში პედაგოგიურ საქმიანობას ეწევა 10470 ქალი, ხოლო 7354 მამაკაცი (დასტურდება 2007/2008წწ).

საქართველოში მცხოვრებ ქალთა დიდი ნაწილი ცოდნის შექმნის დიდი წყურვილით გამოირჩევა.

ზემოთ მოხსენიებული მონაცემების თანახმად შეიძლება დავასკვნათ, რომ: საქართველოში მცხოვრებ ქალთა დიდი ნაწილი ცოდნის შექმნის დიდი წყურვილით გამოირჩევა. ისინი ძირითადად წარმოადგენენ მაღალი ინტელექტუალური შრომით რესურსებს, რომელთა მიწოდების ზრდისა და შრომის ბაზარზე მათზე მოთხოვნის არნახული შემცირების პირობებში მნიშვნელოვნად გაიზარდა მათი უმუშევრობის დონე. ახალ ეკონომიკურ პირობებში უმაღლესი განათლების მქონე ქალების გარდა, ასევე უმუშევრად დარჩნენ უმაღლესი განათლების მქონე მამაკაცებიც.

2007 წლის მდგომარეობით უმაღლესი განათლების მქონე პირები გამოირჩევიან ყველაზე მაღალი უმუშევრობის დონით: ქალების უმუშევრობა აღწევს 44,4 %-ს, ხოლო მამაკაცებისა კი უფრო მეტს - 49,5%-ს.<sup>8</sup> საშუალო განათლების მქონე ქალთა დასაქმების დონემ შეადგინა 36,8%, ხოლო მამაკაცებისამ კი 43,0%.<sup>9</sup> შექმნილი ვითარება ნათლად მიგვანიშნებს იმაზე, რომ დღეისათვის შრომის ბაზარზე არაკვალიფიციურ მუშახელზე მოთხოვნა გაცილებით დიდია, ვიდრე კვალიფიციურ კადრებზე.

ქვეყანაში უმუშევრობის გაცილებით დაბალი მაჩვენებელი თქსირდება სტატისტიკის ოფიციალური მონაცემების მიხედვით. 2006 წლის მონაცემებით ქვეყანაში უმუშევრობის დონე 13.6%-ია, 2007 წლის იგივე მონაცემი 13.3%-ს უდრიდა,<sup>10</sup> რაც, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, გაცილებით დაბალი მაჩვენებელია რეალობასთან შედარებით.

ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე უმუშევრობის გამო მრავალმა ქალმა განიცადა დისკვალიფიკაცია და იძულებული გახდა გადასულიყო არარეგისტრირებულ, თვითდასაქმების სფეროში. მათ შორის ბევრი მოექცა შრომის ბაზრის გარეთ, ანუ არათორმალურ სექტორში ე.წ. “ჩრდილოვანი ეკონომიკის” არეალში, სადაც ყოველგვარი შრომითი უსაფრთხოების გარეშე მუშაობენ და უხეშად ირღვევა მათი უფლებები. მომუშავე ქალებს საოჯახო მეურნეობის გაძღოლის პარალელურად სამუშაო ფუნქციის შესრულებისას ექმნებათ დიდი სირთულეები (ადრინდელ პერიოდთან შედარებით საგრძობლად შემცირდა უფასო სკოლაში დღე დაწესებულებათა მომსახურება), რადგანაც მოიშალა საბავშვო ბაღების სისტემა და შესაბამისად ხელის შემწყობი პირობები შრომისათვის, რაც ხელს

5 ქალი და კაცი საქართველოში – სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2008, გვ. 25-26.  
6 საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, თბილისი, 1996.  
7 ქალი და კაცი საქართველოში – სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2008, გვ. 14-15.  
8 იქვე, გვ. 65.  
9 ქალი და კაცი საქართველოში – სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2008, გვ. 45-46.  
10 სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის ელექტრონული მასალები, 2006-2007.

უშლის ქალის პროფესიული შრომის განვითარებას.

მნიშვნელოვანია, რომ სამუშაო ადგილებზე ხშირად ირღვევა იმ ქალთა შრომის სამართლებრივი უფლებები, რომლებიც დასაქმებულები არიან კერძო კაფეებში, ბარებში, რესტორნებში, მაღაზიებში, ჯიხურებში თუ სხვაგან, ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით პრობლემურია შრომის მძიმე პირობები და სექსუალური ხასიათის იძულება და შევიწროვება.

შრომის ბაზარზე ქალთა დასაქმების თვალსაზრისით განვითარებულმა პროცესებმა დაგვანახა, ქალთა შრომითი უფლებების სერიოზული დარღვევები, რომელთაგანაც განსაკუთრებით აღსანიშნავია:<sup>11</sup>

- აშკარა დისკრიმინაცია შრომითი დასაქმების ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით ქალებისათვის;
- ფეხმძიმე და ჩვილბავშვიან ქალთა დისკრიმინაცია;
- დასაოჯახებელ ქალთა დისკრიმინაციის შემთხვევები (სამსახურში მისაღებ პირობად სიტყვიერი დათქმა, სახელმძღვანელო პერიოდში დაოჯახებაზე უარის თქმასთან დაკავშირებით);
- ოფიციალურ განცხადებებში ასაკობრივი, გარეგნული და სქესობრივი ნიშნით დისკრიმინაცია;
- უთანასწორობა თანამდებობაზე დანიშნვისა და სამსახურეობრივი დანიშნულებისას;
- სამუშაო ადგილებზე ქალთა მიმართ სექსუალური ხასიათის იძულება და ზეწოლა;
- სამუშაო ადგილებზე შრომის პირობების უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული პრობლემები და სხვა ნეგატიური ტენდენციები.

სოფლად მცხოვრები ქალების დასაქმების შესაძლებლობები უფრო შეზღუდულია.

ქალაქად მცხოვრები ქალებისაგან განსხვავებით, სოფლად მცხოვრები ქალების დასაქმების შესაძლებლობები უფრო შეზღუდულია. ახალ ეკონომიკურ ურთიერთობებზე გადასვლამ ყველაზე მეტად გაართულა სოფლად ქალთა ბედი. მათი ეკონომიკური და სოციალური სტატუსის ამაღლებისათვის, სათანადო ცოდნისა და გამოცდილების მისაღებად არ არის შექმნილი არანაირი ხელისშემწყობი პირობები. ოჯახში მათ მიერ განეული მძიმე ფიზიკური შრომა (ოჯახში საჭმლის მომზადება, რეცხვა, ბინის დალაგება, კერვა, ბავშვების მოვლა, წყლის ზიდვა, საქონლის მოვლა, მიწაზე მუშაობა და სხვა) ძირითადად ოჯახური კეთილდღეობის უზრუნველყოფას ემსახურება. ისინი ნაკლებად არიან საკუთარ ფუნდამენტურ უფლებებში გათვითცნობიერებულნი, რის გამოც შეფერხებულია ქალთა უფლებების რეალიზება. ქალები ნაკლებად მონაწილეობენ ადგილობრივ დონეზე ადგილობრივ ხელისუფლებასთან ერთად სოფლის განვითარების საქმეში. ბევრი მათგანი იზოლირებულია საზოგადოებრივი ცხოვრებიდან და არ გააჩნია ხელშემწყობი პირობები მათი საოჯახო და ფერმერული მეურნეობის საქმიანობის წამოწყებისა და ეკონომიკურ ცხოვრებაში მონაწილეობისათვის.<sup>12</sup>

სახელმწიფო სტატისტიკის დეპარტამენტის კვლევის „ქალი და კაცი საქართველოში 2003“-ის თანახმად, ქალთა საშუალო ხელფასი სახელმწიფო საკუთრების საწარმოებში მომუშავე კაცების ხელფასის 55%-ს შეადგენს, საბიუჯეტო დაწესებულებებსა და სახელმწიფო მართვის ორგანოებში - 46%-ს, არასახელმწიფო სექტორში 63,6%-ს, სოფლის მეურნეობაში 82,5%-ს, ვაჭრობაში 72,2%-ს,

11 ქალთა დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ კონვენციის მე-11 მუხლის შეფასების NGO ალტერნატიული ანგარიში, საქართველო, 2006.  
12 ფოკუს-ჯგუფ შეხვედრები ქალებთან მცხეთის რაიონის 5 სოფელში, სექტემბერი 2006.

განათლებაში - 72,6%-ს, ჯანმრთელობის დაცვაში - 71,8%-ს, საყოფაცხოვრებო მომსახურების სხვა დარგებში - 51,7%-ს, თვითდასაქმების მიხედვით კი - 31,4%-ს.<sup>13</sup>

ქალთა საშუალო ნომინალური ხელფასი ეკონომიკის ყველა დარგსა და ყველა სექტორში მაინც დაბალია დაქირავებულ კაცთა საშუალო თვიურ ნომინალურ ხელფასზე

ბოლო პერიოდში სახელმწიფო სტრუქტურებში ხელფასების არსებითი ზრდის მიუხედავად, ქალთა საშუალო ნომინალური ხელფასი ეკონომიკის ყველა დარგსა და ყველა სექტორში მაინც დაბალია, დაქირავებულ კაცთა საშუალო თვიურ ნომინალურ ხელფასზე, რის გამოც შესაბამისად ჩნდება სქესობრივი უთანასწორობა / არსებითი სხვაობა მამაკაცებთან შედარებით, ქალების შემოსავლებში.<sup>14</sup>

არსებული პრობლემები მიუთითებს იმაზე, რომ ქალთა სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება და მათი დასაქმება ერთის მხრივ დამოკიდებულია თავად ქალებზე და მათი ოჯახების მხარდაჭერაზე, მაგრამ ამავე დროს მოითხოვს ქმედითი ღონისძიებების გატარებას სახელმწიფოს მხრიდან.

## ქალი და სიღარიბე

ქვეყანაში არსებულმა უმუშევრობის ზრდამ, შემოსავლების შემცირებამ და სახელმწიფო სოციალური მხარდაჭერის სიმწირემ, არსებითად განაპირობა ქალთა მნიშვნელოვანი ნაწილის ცხოვრების დონის მკვეთრი დაცემა და გაღარიბება. ამან განსაკუთრებით გაამწვავა ქალთა მდგომარეობა და აშკარად წარმოაჩინა გენდერული უთანასწორობა საზოგადოებაში. 2009 წლის პირველი თვეების მონაცემების მიხედვით სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოსახლეობის ერთიან მონაცემთა ბაზაში რეგისტრირებულია 905 575 ქალი და 742 099 მამაკაცი, ხოლო საარსებო შემწეობას იღებს 220 040 ქალი და 174 612 მამაკაცი.

განსაკუთრებით გაუარესდა შემდეგი კატეგორიის ქალთა სოციალური მდგომარეობა:

- უმუშევარი ქალები;
- იძულებით გადაადგილებული ქალები (განსაკუთრებით ისინი, რომლებმაც დაკარგეს ოჯახის წევრები, განიცადეს ომის სისასტიკე და დარჩნენ საარსებო წყაროს გარეშე);
- შეზღუდული შესაძლებლობების ქალები (რომლებმაც ჯანდაცვის რეფორმის პირობებში დაკარგეს სამედიცინო მომსახურების ადრე არსებული გარანტიები) და ის ქალები ვინც უვლიან შეზღუდული შესაძლებლობების ადამიანებს;
- მარტოხელა პენსიონერი ქალები;
- სოფლად მცხოვრები ღარიბი ქალები.

მიუხედავად გაჭირვებისა, ნუ დათანხმდებით საზღვარგარეთ დასაქმების საეჭვო წინადადებებს

ეკონომიკურ გაჭირვებაში აღმოჩნდნენ სოფლად მცხოვრებ, სოციალურად დაუცველ ქალთა ოჯახების უმრავლესობა, რომელთაც არ გააჩნიათ საარსებო წყაროს შექმნის ხელშემწყობი პირობები. ისინი იძულებულნი არიან ოჯახისა და შვილების გადასარჩენად (30 წლამდე მარტოხელა დედების უმრავლესობა) გაემგზავრონ დიდ ქალაქებში სამუშაოს მოსაძებნად, სადაც იმის გამო რომ ვერ აკმაყოფილებენ შრომის ბაზრის მოთხოვნებს, შეიძლება ჩათრეულნი აღმოჩნდნენ სხვადასხვა არაფორმალური კრიმინალური დაჯგუფებების საქმიანობაში (ნარკოტიკების გამსაღებლებად, სექს-ბიზნესში და სხვა), ან იძულებითი მონური შრომის - „ტრეფიკინგის“ მსხვერპლნი გახდნენ, როგორც საქართველოში, ისე უცხოეთში გამგზავრების დროს.

<sup>13</sup> სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის ელექტრონული მასალები, 2003.  
<sup>14</sup> ქალი და კაცი საქართველოში - სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2008, გვ. 53-54.

საქართველოში გატარებული სისტემური ცვლილებების, მძაფრი ეკონომიკური კრიზისის, შინაომების, კონფლიქტებისა და მრავალი ურთულესი ფაქტორების გამო ქალთა სოციალურ-ეკონომიკური ვითარება უკიდურესად დამძიმდა.

უმნიშვნელოვანესია დევნილი და კონფლიქტით დაზარალებული ქალების რეაბილიტაცია, მათი ჩართვა სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაში

განსაკუთრებით მძიმე მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ საქართველოში მცხოვრები დევნილი ქალები, რომლებმაც კონფლიქტის, პოლიტიკური, თუ ეთნიკური დევნის გამო დაკარგეს ოჯახის წევრები, საკუთარი საცხოვრებელი, ქონება, სამუშაო ადგილები და შემოსავლის წყარო. საზოგადოებრივი პოლიტიკის ინსტიტუტმა გაეროს ქალთა ფონდის (UNIFEM) მხარდაჭერით ჩაატარა 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შედეგად დევნილ ქალთა საჭიროებების კვლევა, რომელმაც გამოავლინა, რომ გამოკითხულ ადამიანთა (1144 ქალი და მამაკაცი) 6.3% ჰქონდა ინფორმაცია ქალთა მიმართ ჩადენილი სექსუალური ძალადობის თაობაზე, ხოლო თერთმეტმა ადამიანმა მიუთითა, რომ იყო გაუპატიურების მონაწილე.<sup>15</sup> გაუარესებული საცხოვრებელი პირობები, განსაკუთრებით კონფლიქტით დაზარალებულ რეგიონებში უარყოფითად აისახება ქალთა ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე, ვინაიდან ძირითადად ისეა ოჯახებში შრომა გადაწვეული, რომ ქალების მოვალეობაა ოჯახის ჰიგიენაზე ზრუნვა, წყლის მოტანა თუ სხვა საშინაო საქმის გაძღოლა. ამ ვითარებაში ძალიან მნიშვნელოვანია ქალთა ეკონომიკური უფლებებისა და შესაძლებლობების ნახალისება, რომ მათ შესძლონ საკუთარი მცირე ბიზნესის წამოწყება, გაიჩინონ შემოსავალი და ოჯახის სხვა წევრებთან ერთად ნელ-ნელა გაიუმჯობესონ საცხოვრებელი პირობები და ეკონომიკური მდგომარეობა.<sup>16</sup>

## ქალი და ბიზნესი / ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება

პრაქტიკა აჩვენებს, რომ, სამწუხაროდ, ქალები, მამაკაცებთან შედარებით უფრო დიდ სირთულეებს აწყდებიან ბიზნესის წამოწყებისათვის, საჭირო ოფიციალურ და კერძო სტრუქტურებში მხარდაჭერის მოსაპოვებლად, კრედიტის ასაღებად, საქმიანი პარტნიორების პოვნისათვის და სხვა. ქალთა დიდი მონდომებისა და სწრაფვის მიუხედავად, მიაღწიონ წარმატებას მცირე ბიზნესში, მათი მცდელობა ხშირად უშედეგოა, მიუხედავად მათთვის დამახასიათებელი დადებითი თვისებებისა, როგორცაა: კეთილსინდისიერება, პასუხისმგებლობა, საკუთარი პროფესიული ცოდნის სრულყოფისაკენ დიდი სწრაფვა, საქმიანი და ცხოვრებისეული ალღო, საოჯახო მეურნეობის გაძღოლის გამოცდილება, ადამიანებთან მუშაობის კარგი უნარი და ზნეობრივი სანწყისი, რაც ესოდენ მნიშვნელოვანია ბიზნესისათვის. იმისათვის, რომ მეტი ქალი ჩაერთოს ბიზნესში აუცილებელია ხელშემწყობი პირობების შექმნა: ბიზნესში პროფესიული მომზადების შესაძლებლობა, მათ მიერ წამოწყებული სამეწარმეო საქმიანობის სრულყოფილი გაძღოლისათვის, საკუთარ უფლებებში გათვითცნობიერება (საგადასახადო, ფინანსურ, ეკონომიკურ და შრომითი ურთიერთობების სფეროებში).

მეტი ქალი უნდა მონაწილეობდეს ბიზნესში, თქვენ ეს შეგიძლიათ!

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის სანყის ეტაპზე, ქვეყანაში მასობრივი უმუშევრობით გამოწვეულ სირთულეებს, საქართველოს ქალები ყველაზე მედგრად გაუმკლავდნენ. საკუთარი შვილებისა და ოჯახების გადასარჩენად მათმა უმრავლესობამ საკუთარი თვითდასაქმებით შესძლო შრომის ბაზრის მკაცრ მოთხოვნებთან ადაპტირება. ქალთა ბიზნესში ჩართვისა და

15 საზოგადოებრივი პოლიტიკის ინსტიტუტი, 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შედეგად იძულებით გადაადგილებულ ქალთა საჭიროებების შეფასება, 2008 წლის სექტემბერი, თბილისი, 10-11. იქვე, 10-11.

მათი ეკონომიკური განვითარებისათვის, საზოგადოების ცნობიერებაში ჯერ კიდევ არსებობს სტერეოტიპები და შეხედულებები, „ქალის ადგილი ოჯახში“ და „ხელმძღვანელობა არ არის ქალის საქმე“, რაც ბიზნესში (როგორც საქართველოში, ისე მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში) გვევლინება მართვის სფეროში ქალებისათვის მნიშვნელოვან ხელის შემშლელ ფაქტორად.

მიუხედავად უამრავი ხელის შემშლელი პირობისა, ქალებს ჭეშმარიტად გააჩნიათ სათანადო ნებისყოფა, ძალა და გონიერება, რათა დაამსხვრიონ საზოგადოებაში ჯერ კიდევ შემორჩენილი სტერეოტიპები. ქალებმა მთელი ძალისხმევა უნდა მიმართონ საკუთარი პოზიციების განსამტკიცებლად საზოგადოებაში. შეიძინონ სათანადო ეკონომიკური განათლება, დაეუფლონ ახალ კონკურენტულ სპეციალობებს, წამოიწყონ საკუთარი ინდივიდუალური საქმე - მცირე ბიზნესი და მიაღწიონ ეკონომიკურ დამოუკიდებლობას, რაც უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა თვითრეალიზაციისა და უფლებამოსილების გაზრდისათვის. ამისათვის ქალები უნდა შეიარაღდნენ სათანადო ეკონომიკური ცოდნით და უნდა გაიგონ მეტი საკუთარი უფლებების შესახებ, რაშიც გზამკვლევი მნიშვნელოვან დახმარებას გაუწევს.

## მოკლედ ქალთა უფლებებზე

საქართველოს კანონმდებლობა ითვალისწინებს ადამიანის საყოველთაოდ აღიარებულ უფლებებსა და თავისუფლებებს, მათ შორის თანასწორობას განურჩევლად სქესისა

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მოქმედი ეროვნული კანონმდებლობითა და აღიარებული საერთაშორისო სამართლებრივი ნორმებით, ამომწურავად არის დარეგულირებული ქალისა და კაცის თანასწორობა, მათ მიერ სამოქალაქო, პოლიტიკური თუ სოციალური უფლებებით სარგებლობისა და ცხოვრებაში რეალიზების უფლება - ქალთა მონაწილეობის დონე პოლიტიკაში და გადაწყვეტილების მიმღებ სტრუქტურებში ძალზე დაბალია. 2009 წლის მარტის მდგომარეობით საქართველოს პარლანეტში მხოლოდ 6 ქალია (4%), ხოლო საქართველოს მთავრობის შემადგენლობაში არ არის არცერთი ქალი მინისტრი.<sup>17</sup>

ჩვენი ქვეყნის კონსტიტუციით: „საქართველოს კანონმდებლობა შეესაბამება საერთაშორისო სამართლის საყოველთაოდ აღიარებულ პრინციპებსა და ნორმებს. საქართველოსთან ან საქართველოს მიერ დადებულ საერთაშორისო ხელშეკრულებას ან შეთანხმებას, თუ იგი არ ეწინააღმდეგება საქართველოს კონსტიტუციას, აქვს უპირატესი იურიდიული ძალა შიდა სახელმწიფოებრივი ნორმატიული აქტების მიმართ.“<sup>18</sup> ამგვარად, ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეებისთვის ძალიან აქტუალურია ის ვალდებულებები, რასაც ადამიანის უფლებების კუთხით იღებს საერთაშორისო დონეზე საქართველოს სახელმწიფო.

ქალთა უფლებები, ცხადია იგივე ადამიანის უფლებებია

ქალთა უფლებები, ცხადია იგივე ადამიანის უფლებებია, მაგრამ ვინაიდან ქალთა თანასწორობა მამაკაცებთან შედარებით ღრმად ფესვგამდგარი ფენომენია მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში, საერთაშორისო დონეზე გაეროს ფორმატში სახელმწიფოები შეთანხმდნენ, რომ საჭირო იყო ქალთა უფლებრივი მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად სპეციალური კონვენციის მიღება. 1979 წელს გაეროს გენერალურმა ასამბლეამ მიიღო კონვენცია ქალთა მიმართ ყველა ფორმის დისკრიმინაციის აღმოფხვრის შესახებ (CEDAW), რომელსაც თავისი მნიშვნელობის და მასშტაბურობის გამო პირდაპირ ქალთა კონვენციასაც უწოდებენ. საქართ-

17 სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის ელექტრონული მასალები, 2008-2009.  
18 საქართველოს კონსტიტუცია, 1995

ველო ამ კონვენციას 1994 წელს ყოველგვარი დათქმის გარეშე მიუერთდა. ქვემოთ მოკლედ მიმოვიხილოთ თუ რა უფლებებს ანიჭებს ქალებს ეს კონვენცია.

საქართველო გაეროს ქალთა კონვენციას 1994 წელს დათქმების გარეშე მიუერთდა

კონვენციის ტექსტი შედგება პრეამბულისა და 30 მუხლისაგან. კონვენციის პრეამბულაში ხაზგასმულია, რომ “სიღარიბის პირობებში ქალებისათვის ნაკლებად ხელმისაწვდომია სურსათი, ჯანმრთელობის დაცვის საშუალებები, განათლება, პროფესიული მომზადება და დასაქმება.”<sup>19</sup>

კონვენციის პირველი მუხლი წარმოადგენს ქალთა წინააღმდეგ მიმართული დისკრიმინაციის განმარტებას. ტერმინი „ქალის დისკრიმინაცია“ ნიშნავს სქესის ნიშნით ნებისმიერ განსხვავებას, გამიჯნვას ან შეზღუდვას, რომელმაც შესაძლებელია შედეგად მოიტანოს ან რომლის მიზანია ქალისათვის, მისი ოჯახური მდგომარეობის მიუხედავად, მამაკაცისა და ქალის თანასწორობის საფუძველზე, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, კულტურულ, სამოქალაქო ან ნებისმიერ სხვა სფეროში, ადამიანის უფლებებისა და ძირითად თავისუფლებათა აღიარების, სარგებლობის ან გამოყენების შესაძლებლობის შესუსტება ან სრული უარყოფა (ქალთა კონვენცია, მუხლი 1). კონვენციის 2-6 მუხლები აღგენენ სამართლებრივ, ადმინისტრაციულ და სხვა ზომებს რაც კონვენციის წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ, რომ მიიღწეს სქესთა შორის თანასწორობა. ეს ძალისხმევებია: სპეციალური ზომები (მუხლი 4), დისკრიმინაციული სოციალური და კულტურული ნორმების შეცვლა (მუხლი 5) და ქალთა ტრეფიკინგის აღმოფხვრა (მუხლი 6).

6-16 მუხლები ეძღვნება დისკრიმინაციის სპეციფიურ სფეროებს, კერძოდ ქალთა და კაცთა თანაბარუფლებიანობას პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში (მუხლი 7), საერთაშორისო არენაზე სახელმწიფოს წარმოდგენის უფლებას (მუხლი 8), ქალის უფლებას მიიღოს, შეიცვალოს და შეინარჩუნოს ეროვნება (მუხლი 9), უფლებას განათლებაზე (მუხლი 10), ქალთა და მამაკაცთა თანაბარუფლებიანობას დასაქმების სფეროში (მუხლი 11), უფლებას სამედიცინო მომსახურებაზე (მუხლი 12), ეკონომიკურ და სოციალურ უფლებებს (მუხლი 13), მონოღებას სოფლად მცხოვრები ქალის დისკრიმინაციის აღმოფხვრის შესახებ (მუხლი 14 ქვემოთ იხილეთ სრული ტექსტი), მონოღებას კანონის წინაშე ქალის და მამაკაცის თანასწორობის მიღწევისათვის (მუხლი 15) და ქალის დისკრიმინაციის აღმოფხვრის მონოღებას ქორწინებასა და საოჯახო ურთიერთობებთან დაკავშირებულ საკითხებში (მუხლი 16).

17-22 მუხლები არეგულირებენ კონვენციის დანერგვის მონიტორინგის შემსრულებელი ორგანოს მუშაობას. იქმნება კომიტეტი ქალთა წინააღმდეგ მიმართული ყველა ფორმის დისკრიმინაციის აღმოფხვრის შესახებ, რომელიც მიიღებს და განიხილავს სახელმწიფოს პირველ ანგარიშს კონვენციასთან მიერთებიდან ერთი წლის შემდეგ და პერიოდულ პროგრესს, ანგარიშს ყოველ ოთხ წელიწადში ერთხელ. საქართველომ პირველი სახელმწიფო და ჩრდილოვანი ანუ არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ მომზადებული ალტერნატიული ანგარიშები კომიტეტს 1998 წელს წარუდგინა; მეორე და მესამე პერიოდული ანგარიშები კომიტეტმა ერთიანად განიხილა 2006 წელს და დასკვნით კომენტარში აღნიშნა:

„კომიტეტი ითხოვს სახელმწიფო მხარისგან ქალებზე ეკონომიკური რესტრუქტურისა და ზეგავლენის შეფასებას და პრობლემის დასაძლევად საჭირო რესურსების მობილიზაციას. კომიტეტი ითხოვს გენდერული საკითხის გათვალისწინებას სიღარიბის აღმოფხვრის ყველა სახელმწიფო პროგრამასა და სტრატეგიაში და განსაკუთრებული ყურადღების მიპყრობას დაუცველ ჯგუფებზე.

<sup>19</sup> კონვენცია ქალთა დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ, 1979, პრეამბულა.



მათ შორის, სოფლად მცხოვრებ ქალებზე, მოხუცებულებზე, ოჯახის მარჩენალ ქალებზე, იძულებით გადაადგილებულ ქალებსა და გოგონებზე. კომიტეტი მოუწოდებს სახელმწიფო მხარეს კონვენციის მე-13 მუხლის შესაბამისად ქალებისათვის ხელმისაწვდომი გახადოს საბანკო სესხები და სხვა ფორმის ფინანსური კრედიტები...”<sup>20</sup>

#### ქალთა კონვენცია, მუხლი 14 - სოფლად მცხოვრები ქალების შესახებ:

1. მონაწილე სახელმწიფოები მხედველობაში იღებენ სოფლად მცხოვრები ქალების განსაკუთრებულ პრობლემებს და იმ მნიშვნელოვან როლს, რომელსაც ისინი თავიანთი ოჯახების ეკონომიკური უზრუნველყოფის საქმეში თამაშობენ, მათ შორის, საქმიანობას მეურნეობის არასასაქონლო დარგებში და მიმართავენ ყველა შესაბამის ზომას, სოფლად მცხოვრები ქალების მიმართ ამ კონვენციის დებულებათა გამოყენების უზრუნველსაყოფად.

2. მონაწილე სახელმწიფოები მიმართავენ ყველა შესაბამის ზომას სოფლის რაიონებში ქალის დისკრიმინაციის ლიკვიდაციისათვის, რათა მამაკაცისა და ქალის თანასწორობის საფუძველზე უზრუნველყოფილ იქნას ქალთა მონაწილეობა რაიონების განვითარებასა და ასეთი განვითარებისაგან სარგებლობის მიღებაში, კერძოდ, ასეთ ქალებს აღჭურვავენ უფლებით:

ა) ყველა დონეზე მონაწილეობდნენ განვითარების გეგმების შემუშავებასა და განხორციელებაში;

ბ) ხელი მიუწვდებოდეთ სამედიცინო მომსახურების შესაბამის საშუალებებზე, ოჯახის დაგეგმვის საკითხებზე ინფორმაციის, კონსულტაციებისა და მომსახურების ჩათვლით;

გ) უშუალოდ იღებდნენ სარგებელს სოციალური დაზღვევის პროგრამებისაგან;

დ) იღებდნენ ყველა სახის ფორმალურ და არაფორმალურ მომზადებასა და განთლებას, წიგნიერების ჩათვლით, აგრეთვე, სარგებლობდნენ სათემო მომსახურებისა და საკონსულტაციო მომსახურების ყველა საშუალებით, ტექნიკური მომზადების დონის ამაღლების მიზნით;

ე) ქმნიდნენ თვითდახმარების ჯგუფებსა და კოოპერატივებს, ეკონომიკურ შესაძლებლობათა თანაბარი ხელმისაწვდომობის მიზნით დაქირავებული შრომის ან თვითდასაქმების საშუალებით;

ვ) მონაწილეობდნენ ყველა სახის კოლექტიურ საქმიანობაში;

ზ) ჰქონდეთ შესაძლებლობა, მიიღონ სასოფლო-სამეურნეო კრედიტი და სესხები, ისარგებლონ მარკეტინგის სისტემით, შესაბამისი ტექნოლოგიითა და მინისა და აგარარულ რეფორმებში, აგრეთვე, ხელახლა დასახლების გეგმებში თანაბარი სტატუსით;

თ) სარგებლობდნენ ცხოვრების სათანადო პირობებით, განსაკუთრებული საბინაო, სანიტარული, ელექტრო და წყალმომარაგებით, აგრეთვე ტრანსპორტითა და კავშირგაბმულობის საშუალებებით მომსახურებასთან მიმართებაში.

არსებობს მთელი რიგი სხვა საერთაშორისო დოკუმენტები, რაც ამყარებს ქალთა უფლებებს და უზრუნველყოფს ქალისა და მამაკაცის თანასწორობას; აღსანიშნავია, შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) 1958 წლის კონვენცია”

20 გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია, კომიტეტი ქალთა მიმართ ყველა ფორმის დისკრიმინაციის აღმოფხვრის შესახებ, დასკვნითი კომენტარები: საქართველო, პუნქტი 15, 2006 წლის 25 აგვისტო.

№ 111 შრომისა და დასაქმების სფეროში დისკრიმინაციის დაუშვებლობის შესახებ“ და 1851 წლის კონვენცია №100 „მამაკაცისა და ქალის თანაბარი ღირებულების შრომის თანაბარი ანაზღაურების შესახებ“, რომლებსაც ასევე მიერთებულია საქართველო.

ქალთა მეოთხე მსოფლიო კონფერენციამ, რომელიც პეკინში გაიმართა თავი მოუყარა და კონცეპტუალურად გამართა ყველა ის საკითხი, რომელიც კი ოდესმე დასმულა ქალთა მდგომარეობის გაუმჯობესების თვალსაზრისით. კონფერენცია 1995 წლის 4-დან 15 სექტემბრამდე ჩინეთის დედაქალაქ პეკინში გაიმართა. საერთაშორისო შეფასებით ბეიჯინგის იგივე პეკინის ქალთა მეოთხე მსოფლიო კონფერენცია დიდ წარმატებას წარმოადგენს თავისი მოცულობითა და შინაარსით. კონფერენციას 189 სამთავრობო დელეგაცია დაესწრო, ეს ციფრი აღემატებოდა გაეროს ოდესმე ჩატარებულ კონფერენციებში მონაწილე სამთავრობო დელეგაციათა რიცხვს. კონფერენციის უშუალო მონაწილე 17000 ადამიანი იყო, აქედან 6000 სამთავრობო წრეების წარმომადგენლები, 4000 აკრედიტირებული არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლები და 4000 ჟურნალისტი და კიდევ ბევრი გაეროს თანამშრომელი. არასამთავრობო ორგანიზაციათა ჰუაიროუში გამართულ ფორუმზე 30000 მონაწილე ჩამოვიდა მსოფლიოს ყველა კუთხიდან, პლუს 5000-მდე ჩინელი მონაწილეები. თავისი მასშტაბითა და მრავალფეროვნებით ბეიჯინგის კონფერენცია და ჰუაიროუს ფორუმი ძალიან შთამბეჭდავი აღმოჩნდა როგორც ვეტერანი მსოფლიოს ქალთა კონფერენციების მონაწილეთათვის, ასევე ახალბედებისთვის.

„ბეიჯინგის დეკლარაცია და მოქმედებათა პლატფორმა თანასწორობის, განვითარებისა და მშვიდობისათვის“ წარმოადგენს ქალთა მეოთხე მსოფლიო კონფერენციაზე მიღებულ ოფიციალურ, საბოლოო დოკუმენტს. ბეიჯინგის მოქმედებათა პლატფორმა აღწერს ქალთა მდგომარეობას გლობალურად და აქედან გამომდინარე გამოკვეთს ზრუნვის, გნებავთ, წუხილის 12 კრიტიკულ სფეროს სადაც საჭიროა მუშაობა გენდერული თანასწორობის მისაღწევად. ეს 12 კრიტიკული სფეროა:

1. სიღარიბე;
2. განათლება;
3. ჯანდაცვა;
4. ძალადობა ქალების წინააღმდეგ;
5. შეიარაღებული კონფლიქტები;
6. ეკონომიკა;
7. ძალაუფლება და გადაწყვეტილების მიღების დონეები;
8. ინსტიტუციური მექანიზმები;
9. ადამიანის უფლებები;
10. მედია;
11. გარემოსდაცვა;
12. გოგონათა მდგომარეობა.

მოქმედებათა პლატფორმაში ნათქვამია, რომ იგი წარმოადგენს ქალთა წინსვლისა და გაძლიერების დღის წესრიგს. ამგვარად აქცენტი აღარ კეთდება ქალთა დისკრიმინაციის აღმოფხვრაზე, არამედ მათ გაძლიერებასა და წინსვლაზე. პეკინის მოქმედებათა პლატფორმა წარმოადგენს თავმოყრას ყველა იმ მნიშვნელოვანი საკითხისა, რაც კი როდესმე წამოჭრილა საერთაშორისო დონეზე ქალებთან მიმართებაში.

ქალთა კონვენციისაგან განსხვავებით ბეიჯინგის მოქმედებათა პლატფორმა ამომწურავად ეხება ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხს და ასახავს ამ პრობლემის გადაჭრის ქმედით გზებს. პლატფორმა ამახვილებს ყურადღებას ქალთა რეპროდუქციულ უფლებებზე და საუბრობს გოგონათა წინააღმდეგ მიმართული დისკრიმინაციული პრაქტიკის აღმოფხვრის საჭიროებებზე.

პლატფორმა ასევე პირველად და მკაფიოდ მოუწოდებს გაეროს წევრ სახელმწიფოებს, მოახდინონ გენდერის ინტეგრირება ე.წ. „მეინსტრუმენტი“ მათ მიერ განხორციელებული პოლიტიკის სხვადასხვა სფეროებში.

# ბიზნესის რეგისტრაცია

## მოდული 2

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ  
გეცოდინებათ, თუ :

1

რა პროცესია ბიზნესის რეგისტრაცია

2

რომელი სახის იურიდიული ფორმები არსებობს ბიზნესის  
რეგისტრაციისთვის

3

რა განსხვავებები/მსგავსებებია სხვადასხვა სახის იურიდიულ  
ფორმებს შორის

4

რომელი ფორმაა თქვენთვის შესაფერისი

5

რა დოკუმენტებია საჭირო რეგისტრაციისთვის

6

რა ეტაპებს მოიცავს ბიზნესის რეგისტრაციის პროცესი

7

რა შემთხვევაში შეიძლება მიიღოთ უარი რეგისტრაციაზე

ბიზნესის დაწყების ერთ-ერთ აუცილებელ წინაპირობას ბიზნესის რეგისტრაცია წარმოადგენს. ამ მიზნით ნებისმიერმა ბიზნესის დამწყებმა ადამიანმა უნდა შეარჩიოს თუ რა იურიდიული ფორმით სურს საწარმოს რეგისტრაცია და შემდგომ გაიაროს შესაბამისი პროცედურები.

საწარმოს იურიდიულ-სამართლებრივი ფორმები, რეგისტრაციისთვის საჭირო პროცედურები, დოკუმენტების ჩამონათვალი და სხვა მასთან დაკავშირებული საკითხები განსაზღვრულია „მენარმეთა შესახებ“ კანონით. ეს კანონი განსაზღვრავს შემდეგი სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმებს და მოსაკრებ-ლებს:

ორგანიზაციულ - სამართლებრივი ფორმები	სარეგისტრაციო მოსაკრებელი
ინდივიდუალური საწარმო	რეგისტრაცია უფასოა
სამენარმეო ამხანაგობა	რეგისტრაცია უფასოა
შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)	160 ლარი
სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)	60 ლარი
კომანდიტური საზოგადოება (კს)	80 ლარი
სააქციო საზოგადოება (სს)	360 ლარი
კოოპერატივი	120 ლარი

სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება და კოოპერატივი წარმოადგენენ იურიდიული სტატუსის მქონე საწარმოებს. სამენარმეო ამხანაგობა და ინდივიდუალური მენარმე არ არიან იურიდიული პირები და ისინი სხვადასხვა სახის საქმიან ურთიერთობებში მონაწილეობენ როგორც ფიზიკური პირები.

იურიდიული ფორმა	იურიდიული სტატუსი	პარტნიორთა წარმეო საქმიანობიდან ვალდებულებებისათვის	პასუხისმგებლობა წარმოადგენლობა & ხელმძღვანელობა
ინდივიდუალური მენარმე	ფიზიკური პირი	მთელი თავისი ქონებით	
სამენარმეო ამხანაგობა		მთელი თავიანთი ქონებით (ერთმანეთის მიმართ პასუხისმგებლობის მოცულობა განისაზღვრება მონაწილეთა შეთანხმებით)	ყველა წევრს
სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)	იურიდიული პირი	პარტნიორები პასუხს აგებს მთელი თავისი ქონებით; პარტნიორებს შორის სხვა რაიმე შეთანხმება მესამე პირისთვის ბათილია	ყველა პარტნიორს
კომანდიტური საზოგადოება (კს)	იურიდიული პირი	სრული პარტნიორები (კომპლემენტარები) მთელი თავისი ქონებით; შეზღუდული პარტნიორები (კომანდიტები) პასუხს არ აგებენ; პარტნიორებს შორის სხვა რაიმე შეთანხმება მესამე პირისთვის ბათილია	სრულ პარტნიორს (კომპლემენტარს)
შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)	იურიდიული პირი	პასუხს არ აგებს	დირექტორს (თუ წესდებით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული)
სააქციო საზოგადოება (სს, კორპორაცია)	იურიდიული პირი	პასუხს არ აგებს	დირექტორს (თუ წესდებით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული)
კოოპერატივი	იურიდიული პირი	პასუხს არ აგებს	დირექტორს (თუ წესდებით სხვა რამ არ არის განსაზღვრული)

## მენარმე ფიზიკური პირი (ინდივიდუალური სანარმო და სამენარმეო ამხანაგობა)

### ზოგადი აღწერა

ინდივიდუალური სანარმო და სამენარმეო ამხანაგობა წარმოადგენს სანარმოს დაფუძნების ფორმებს. ინდივიდუალური სანარმო, როგორც წესი იქმნება, როდესაც სანარმო დიდი არ არის და მას ერთი ადამიანი ან ოჯახი ფლობს. ამ შემთხვევაში სანარმოს ვალდებულებებზე (მაგ.: ბანკიდან არებული სესხის გასტუმრებაზე, გადასახადების გადახდაზე და ა.შ.) პასუხისმგებელია სანარმოს მესპატრონე, მთელი თავისი პირადი ქონებით და არა მარტო ბიზნესის ქონებით.

სამენარმეო ამხანაგობა იქმნება რამოდენიმე იურიდიული ან ფიზიკური პირის გაერთიანებით, რომლებიც თავის მხრივ დარეგისტრირებულები უნდა იყვნენ ინდივიდუალურ მენარმეებად (მაგ.: ერთ კორპუსში მაცხოვრებელ ადამიანებს სურთ ძველი კორპუსისი სანაცვლოდ ახლის აშენება, ამ მიზნით მათ შეუძლიათ დააფუძნონ სამენარმეო ამხანაგობა, სადაც თითოეულ ადამიანს ექნება თანაბარი უფლებები). ამ შემთხვევაში სანარმოს ვალდებულებებზე ამხანაგობის წევრები პასუხს აგებენ სოლიდარულად, მთელი თავისი ქონებით, როგორც ინდივიდუალური სანარმოს შემთხვევაში. ამხანაგობის წევრებს შორის პასუხისმგებლობების ოდენობის განსაზღვრის მიზნით ამხანაგობა ადგენს შეთანხმებას

## რეგისტრაციისთვის საჭირო დოკუმენტები

ფიზიკური პირი ინდივიდუალური საწარმოს რეგისტრაციისთვის მიმართავს შე-  
საბამის საგადასახადო ორგანოს (მაგ.: თქვენ საწარმოს დაფუძნება გსურთ ქ.  
გორში, მაშინ თქვენ უნდა მიმართოს ქ. გორის საგადასახადო ინსპექციას) და  
წარუდგინოთ შემდეგი სახის დოკუმენტები:

1. განცხადება;
2. პირადობის დამადასტურებელი მოწმობა.

სარეგისტრაციო განცხადება უნდა მოიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

- განმცხადებლის სახელს და გვარს;
- განმცხადებლის საცხოვრებელი ადგილის მისამართს;
- განმცხადებლის პირად ნომერს;
- განცხადების შევსების თარიღს;
- განმცხადებლის ხელმოწერას.

სამეწარმეო ამხანაგობის რეგისტრაცია ხორციელდება საგადასახადო ორგანო-  
ში ერთ-ერთი იმ პირის მისამართის მიხედვით, რომლის სახელიც (სახელწოდე-  
ბაც) მითითებულია სამეწარმეო ამხანაგობის სახელწოდებაში. ამხანაგობის რე-  
გისტრაციისთვის წარდგენილ უნდა იქნეს:

1. განცხადება;
2. ამხანაგობის თითოეული წევრის პირადობის დამადასტურებელი დოკუ-  
მენტი

სარეგისტრაციო განცხადება უნდა მოიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

- ყველა წევრის სახელს და გვარს, ხოლო იურიდიული პირის შემთხვევაში – საფირმო სახელწოდებას;
- ყველა წევრის საცხოვრებელი ადგილის მისამართს, ხოლო იურიდიული პირის შემთხვევაში – იურიდიულ მისამართს;
- ყველა წევრის პირად ნომერს, ხოლო იურიდიული პირის შემთხვევაში – საიდენტიფიკაციო ნომერს;
- საქმიანობის ხანგრძლივობას;
- განცხადების შევსების თარიღს;
- განმცხადებლის ხელმოწერას, ხოლო იურიდიული პირის შემთხვევაში – წარმომადგენლის ხელმოწერას.

სამეწარმეო ამხანაგობის წევრი ფიზიკური პირები, რომლებიც არ არიან რეგის-  
ტრირებული მენარმედ, ვალდებული არიან ამხანაგობის რეგისტრაციის დო-  
კუმენტებთან ერთად მათ უნდა წარადგინონ ინდივიდუალური მენარმის რეგის-  
ტრაციის დოკუმენტების და დარეგისტრირდნენ ინდივიდუალურ მენარმეებად.

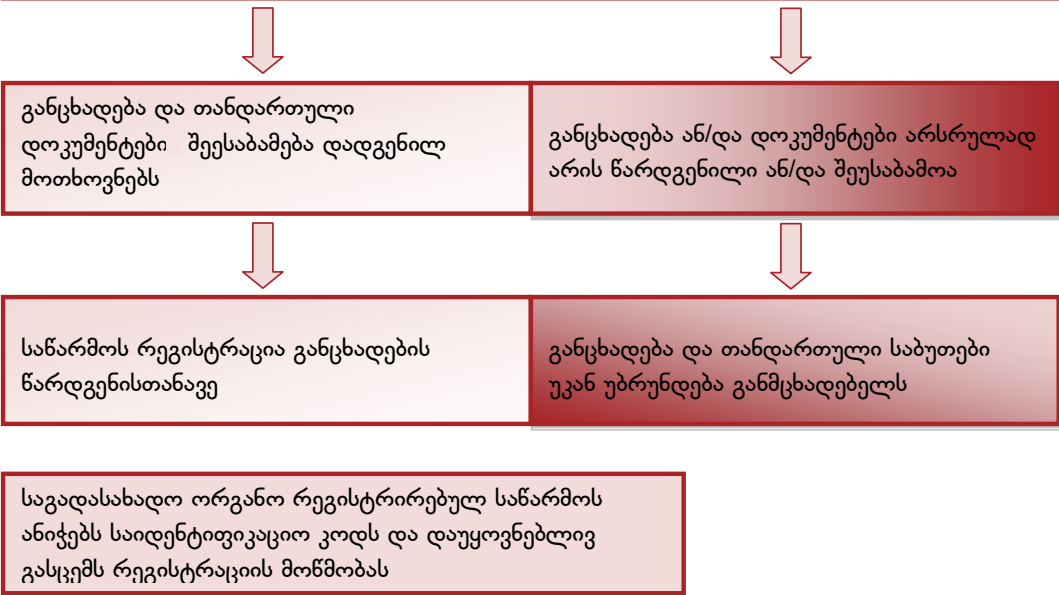
✓ განცხადების შესავსებად პირს უფლება აქვს, გამოიყენოს საგადასახადო  
ორგანოს მიერ გაცემული განცხადების ფორმა ან მისი ასლი.

## საწარმოს რეგისტრაცია

ინდივიდუალური საწარმოს და სამეწარმეო ამხანაგობის სახელმწიფო და საგა-  
დასახადო რეგისტრაციას ახორციელებს რეგისტრაციაზე უფლებამოსილი საგა-  
დასახადო ორგანო საწარმოს ადგილსამყოფელის მიხედვით.

ინდივიდუალური საწარმოსა და სამეწარმეო ამხანაგობის რეგისტრაცია მოიცავს  
შემდეგ საფეხურებს:

**განხილვისა და მისზე თანდართული დოკუმენტების ნარდგენა საგადასახადო ორგანოში**



დროთა განმავლობაში, რეგისტრაციისათვის სავალდებულო ფაქტების ცვლილებების შემთხვევაში ყოველი ცვლილება საჭიროებს სამეწარმეო რეესტრში შესაბამისი ცვლილებების შეტანას. ცვლილებების რეგისტრაცია წარმოებს შესაბამისი განცხადების წარდგენის საფუძველზე და ცვლილება ძალაში შედის მხოლოდ მისი სამეწარმეო რეესტრში შეტანის შემდეგ.

**რეგისტრაციაზე უარის თქმა და გაუქმება**

ინდივიდუალური საწარმოსა და სამეწარმეო ამხანაგობის რეგისტრაციაზე უარის თქმა შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ:

- სარეგისტრაციოდ წარდგენილი განცხადება არ არის შესაბამისად შევსებული;
- სარეგისტრაციოდ წარდგენილია ცრუ, არაიდენტიფიცირებადი ან არასრულყოფილი მონაცემები.

საგადასახადო ორგანოს უარი რეგისტრაციაზე შესაძლებელია გასაჩივრდეს ზემდგომ ორგანოში (მაგ.: შემოსავლების სამსახურში ან ფინანსთა სამინისტროში) ან სასამართლოში.

**მეწარმე იურიდიული პირი (შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება, კოოპერატივი)**

**ზოგადი აღწერა**

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება და კოოპერატივი წარმოადგენს იურიდიული პირის რეგისტრაციის ფორმებს.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), როგორც წესი, იქმნება თუ საწარმოს რამდენიმე მეპატრონე ჰყავს (თუმცა შეიძლება ერთმა ადამიანმაც დააფუძნოს). საწარმოს მეპატრონე(ებ)ის პასუხისმგებლობა შეზღუდულია მხოლოდ მათი შენატანებით საწარმოს სანესდებო ფონდში ანუ მეპატრონე(ები) საწარმოს

ვალდებულებებზე პასუხს არ აგებებს საკუთარი ქონებით.

სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს) იქმნება მაშინ, თუ საწარმოს რამოდენიმე მეპატრონე ჰყავს და ისინი ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ახორციელებენ საქმიანობას. სოლიდარული პასუხისმგებლობის მეპატრონეები საწარმოს ვალდებულებებზე პასუხს აგებენ ერთობლივად და ცალ-ცალკე მთელი თავისი პირადი ქონებით.

კომანდიტური საზოგადოება წარმოადგენს შპს-სა და სპს-ს გარკვეულ ნაჭევარს, როდესაც საწარმოს ჰყავს სხვადასხვა ოდენობის პასუხისმგებლობის მქონე მეპატრონეები. კომანდიტურ საზოგადოებას შესაძლოა ჰყავდეს შეზღუდული პასუხისმგებლობის მქონე პარტნიორები ანუ კომანდიტები და შეუზღუდავი პასუხისმგებლობის პარტნიორები ანუ კომპლემენტარები.

კომანდიტური საზოგადოების სრული პარტნიორები (კომპლემენტარები) საზოგადოების ვალდებულებებზე კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებენ სოლიდარულად ანუ თითოეული პარტნიორი ვალდებულებებზე პასუხს აგებს მთელი თავისი ქონებით. ხოლო კომანდიტები საწარმოს ვალდებულებაზე პასუხს აგებენ მხოლოდ მათი შესატანებით და არა პირადი ქონებით. კომანდიტური საზოგადოების წევრი შეიძლება იყოს როგორც ფიზიკური ასევე იურიდიული პირი.

სააქციო საზოგადოება (სს) იქმნება, როდესაც საწარმო ან/და მეპატრონეთა რაოდენობა დიდია. ამ შემთხვევაში მეპატრონეთა პასუხისმგებლობა შეზღუდულია მხოლოდ მათი სანესდებო შენატანით (აქციათა ღირებულებით). ნებისმიერ საწარმო გარდა კოოპერატივისა, რომელშიც 50-ზე მეტი მეპატრონეა, შეიძლება ჩამოყალიბდეს მხოლოდ სააქციო საზოგადოების ფორმით. სააქციო საზოგადოების პასუხისმგებლობა შემოიფარგლება მთელი მისი ქონებით და არა მეპატრონეთა პირადი ქონებით.

კოოპერატივი როგორც წესი გამოიყენება მაშინ, როდესაც რამდენიმე დამოუკიდებლად მომუშავე საწარმო (ინდემენარმე) ერთიანდება რაიმე საერთო სარგებლობის მომტანი საქმიანობის განსახორციელებლად. მაგალითად, ფერმერების ჯგუფმა შეიძლება შექმნას სავაჭრო კოოპერატივი, რომელიც მათ პროდუქციას გაყიდის. კოოპერატივის, როგორც დამოუკიდებელი სუბიექტის, საქმიანობის ძირითადი მიზანია არა მოგების მიღება, არამედ თავისი წევრების (მეპაიეების) საქმიანობისთვის ხელის შეწყობა. კოოპერატივი კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებს მხოლოდ საწარმოს ქონებით.

ნებისმიერი სახის საზოგადოების დაფუძნებისას პარტნიორები ვალდებულები არიან შეთანხმდნენ წილების გადანაწილებაზე და დათქვან კაპიტალში მათი შენატანების ოდენობა. შენატანი შეიძლება იყოს მატერიალური და არამატერიალური ქონება, სამუშაოს შესრულება ან/და მომსახურების განწევა.

ყველა შემოთჩამოთვლილი საწარმოს გამართული ფუნქციონირებისთვის სავალდებულოა წესდების მომზადება, რომელიც მოანესრიგებს საწარმოს შიდა ურთიერთობებს (მაგ.: საწარმოს კაპიტალის წილების პარტნიორთა შორის გადანაწილება, თითოეული პარტნიორის შენატანის ოდენობა და ვადები და ა.შ). ასევე საწარმოს ფუნქციონირების რიგ საკითხებს არეგულირებს საქართველოს კანონი „მენარმეთა შესახებ“.

**წესდების არსებობა სავალდებულო არ არის საწარმოს რეგისტრაციისთვის.**



## რეგისტრაციისთვის საჭირო დოკუმენტები

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება და კოოპერატივი რეგისტრაციისთვის საწარმოს იურიდიული მისამართის მიხედვით შესაბამის საგადასახადო ორგანოს (მაგ.: თქვენ გსურთ დააფუძნოთ შ.პ.ს ფვა“ქ. გორში, მაშინ თქვენ უნდა მიმართოს ქ. გორის საგადასახადო ინსპექციას) უნდა წარედგინოს შემდეგი სახის დოკუმენტები:

1. განცხადება;
2. საწარმოს ხელმძღვანელობაზე უფლებამოსილი პირის (პირების) ხელმოწერის ნიმუში, რომელიც უნდა იყოს დამოწმებული ნოტარიულად ან უნდა შესრულდეს საგადასახადო ორგანოში, რეგისტრაციაზე უფლებამოსილი პირის თანდასწრებით;
3. სარეგისტრაციო მოსაკრებლის გადახდის დამადასტურებელი დოკუმენტი

სარეგისტრაციო განცხადება უნდა მოიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

- საწარმოს საფირმო სახელწოდებას;
- საწარმოს სამართლებრივ ფორმას;
- საწარმოს იურიდიულ მისამართს;
- დამფუძნებელი პარტნიორ(ებ)ის, ხელმძღვანელობასა და წარმომადგენლობაზე უფლებამოსილი პირ(ებ)ის სახელს და გვარს, საცხოვრებელი ადგილის მისამართს, პირად ნომერს და ხელმოწერას. თუ პარტნიორი იურიდიული პირია: მის საფირმო სახელწოდებას, რეგისტრაციის მონაცემებს, იურიდიულ მისამართს, მარეგისტრირებელ ორგანოს, რეგისტრაციის თარიღს და საიდენტიფიკაციო ნომერს;
- საწარმოს საქმიანობის ხანგრძლივობას (ვადიანი საწარმოს შემთხვევაში მიეთითება ვადა წლების მიხედვით, სხვა შემთხვევაში მიეთითეთ შუალო);
- თუ საწარმოს ჰყავს წამომადგენლობაზე უფლებამოსილი რამოდენიმე პირი, განცხადებაში აუცილებლად უნდა მიეთითოს ერთად წარმომადგენენ ისინი საწარმოს თუ ცალ-ცალკე;
- კომანდიტური საზოგადოების შემთხვევაში უნდა მიეთითოს, თუ რომელი პარტნიორია კომანდიტი და რომელი კომპლემენტარი;
- განცხადების წარდგენის თარიღს;
- დამფუძნებლ(ებ)ის ხელმოწერას.

განცხადების შესავსებად პირს უფლება აქვს, გამოიყენოს საგადასახადო ორგანოს მიერ გაცემული განცხადების ფორმა ან მისი ასლი.

საწარმოს რეგისტრაციისათვის ან საქმიანობისთვის არ არის სავალდებულო საწარმოს ბეჭდის არსებობა.

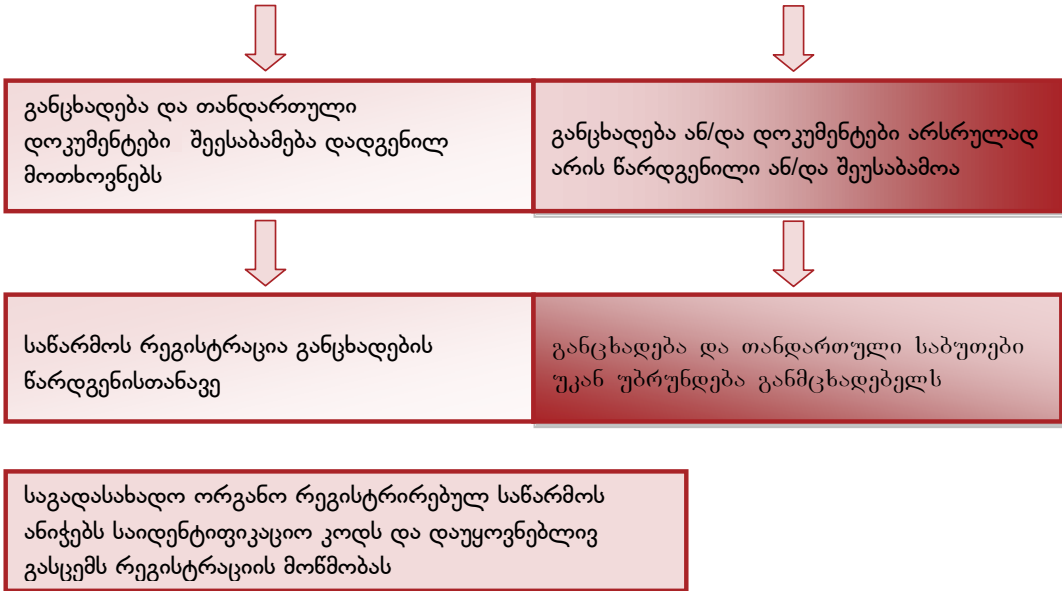
სააქციო საზოგადოების რეგისტრაციისათვის კაპიტალის დამადასტურებელი დოკუმენტაციის წარდგენა არ მოითხოვება.

## საწარმოს რეგისტრაცია

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების, კონამდიტური საზოგადოების, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოების, სააქციო საზოგადოებისა და კოოპერატივის რეგისტრაცია ხორციელდება საწარმოს იურიდიული მისამართის მიერ რეგისტრაციაზე პასუხისმგებელი საგადასახადო ორგანო.

საწარმოს რეგისტრაცია მოიცავს შემდეგ საფეხურებს:

**განცხადებისა და მასზე თანდართული დოკუმენტების წარდგენა საგადასახადო ორგანოში**



დროთა განმავლობაში, რეგისტრაციისათვის სავალდებულო ფაქტების ცვლილებების შემთხვევაში ყოველი ცვლილება საჭიროებს სამეწარმეო რეესტრში შესაბამისი ცვლილებების შეტანას. ცვლილებების რეგისტრაცია წარმოებს შესაბამისი განცხადების წარდგენის საფუძველზე და ცვლილება ძალაში შედის მხოლოდ მისი სამეწარმეო რეესტრში შეტანის შემდეგ.

**რეგისტრაციაზე უარის თქმა და გაუქმება**

შებლუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას, კომანდიტური საზოგადოებას, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას, სააქციო საზოგადოებასა და კოოპერატივს სახელმწიფო და საგადასახადო რეგისტრაციაზე უარი შეიძლება ეთქვას, თუ:

- სარეგისტრაციოდ წარმოდგენილი დოკუმენტაცია სრულად არ აკმაყოფილებს კანონის მოთხოვნებს;
- სარეგისტრაციოდ წარმოდგენილია ცრუ, არაიდენტიფიცირებადიან არასრულყოფილი მონაცემები
- არ არის გადახდილი სარეგისტრაციო მოსაკრებელი;

საგადასახადო ორგანოს უარი რეგისტრაციაზე შესაძლებელი გასაჩივრდეს ზემდგომ ორგანოში (მაგ.: შემოსავლების სამსახურში ან ფინანსთა სამინისტროში) ან სასამართლოში.

# გადასახადები და მათი გადახდის წესი

## მოდული 3

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ  
გეცოდინებათ, თუ :

1

რა გადასახადებია დაწესებული საქართველოს  
საგადასახადო კოდექსით

2

ვინ იხდის საშემოსავლო გადასახადს, როდის და რა რაოდენობით

3

როგორ უნდა შეავსოთ საშემოსავლო დეკლარაცია

4

ვინ არის მოგების გადასახადის გამომხდელი, რამდენს და  
როდის იხდის იგი

5

როგორ უნდა შეივსოს მოგების გადასახადის დეკლარაცია

6

ვინ იხდის ქონების გადასახადს, რამდენია განაკვეთი და როდის  
გადაიხდება იგი

საგადასახადო კოდექსი საქართველოს კონსტიტუციის შესაბამისად არეგულირებს გადასახადის გადამხდელებისა და საგადასახადო ორგანოების სამართლებრივ ურთიერთობებს, საგადასახადო სამართალდარღვევების სახეებს, პასუხისმგებლობებს მათი დარღვევის შემთხვევაში, გასაჩივრებისა და დავების გადანყვეტის გზებს, განსაზღვრავს გადასახადის სახეებს, განაკვეთებსა და მათი გადახდის ვადებს.

არსებობს ორი ტიპის გადასახადი, საერთო სახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი. საერთო სახელმწიფოებრივი გადასახადის გადახდა სავალდებულოა საქართველოს მთელს ტერიტორიაზე, ხოლო ადგილობრივი გადასახადის გადახდა სავალდებულოა იმ შემთხვევაში თუკი იგი შემოღებულია ადგილობრივ თვითმმართველობის ორგანოს მიერ.

საერთო სახელმწიფოებრივი გადასახადებია;

- საშემოსავლო გადასახადი
- მოგების გადასახადი
- დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ)
- აქციზი
- საბაჟო გადასახადი
- ადგილობრივი გადასახადი;
- ქონების გადასახადი

საერთო სახელმწიფოებრივი გადასახადების დანესება, შეცვლა ან გაუქმება ხდება მხოლოდ საგადასახადო კოდექსში ცვლილებების ან დამატებების შეტანით, ხოლო ადგილობრივ თვითმმართველობის ორგანოებს არ აქვთ უფლება შემოიღონ ისეთი გადასახადი რომელიც არ არის დანესებული საგადასახადო კოდექსით:

გადასახადების გადახდის ვალდებულება წარმოიშობა მას შემდეგ როდესაც პირი იწყებს ეკონომიკურ საქმიანობას, რომელიც ხორციელდება მოგების, შემოსავლის ან კომპენსაციის მისაღებად, მიუხედავად ასეთი საქმიანობების შედეგებისა, ამასთან როდესაც პირი იწყებს ეკონომიკურ საქმიანობას ვალდებულია რეგისტრაციაში გატარდეს საგადასახადო ორგანოში მისთვის სასურველი იურიდიულ სამართლებრივი ფორმით.

## საშემოსავლო გადასახადი

საშემოსავლო გადასახადის გადამხდელია ფიზიკური პირი, რომელიც იღებს ნებისმიერი სახის შემოსავალს, თუმცა არსებობს შემოსავლის ისეთი სახეები რომლებიც განთავისუფლებულია საშემოსავლო გადასახადის გადახდისაგან, შემოსავლის სახეები რომლებიც განთავისუფლებულია გადასახადის გადახდისაგან მოცემულია საგადასახადო კოდექსის 168-ე მუხლში.

საშემოსავლო გადასახადის განაკვეთი შეადგენს 20%-ს.

ფიზიკური პირის დასაბეგრი შემოსავალი განისაზღვრება როგორც სხვაობა კალენდარული წლის განმავლობაში მთლიან შემოსავალსა და ამ პერიოდისათვის კოდექსით გათვალისწინებულ გამოქვითვების თანხებს შორის.

ფიზიკური პირები, რომელთა შემოსავალი არ იბეგრება გადახდის წყაროსთან, საშემოსავლო გადასახადის დეკლარაციას წარადგენენ საანგარიშო წლის მომდევნო წლის 1 აპრილამდე მენარმე ფიზიკური პირი ვალდებულია მიმდინარე გადასახდელების თანხები ბიუჯეტში შეიტანოს გასული საგადასახადო წლის წლიური გადასახადის მიხედვით, შემდეგი ოდენობით:

- არა უგვიანეს 15 მაისისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 ივლისისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 სექტემბერისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 დეკემბერისა – 25%.

თუ გადასახადის გადამხდელს გასული საგადასახადო წლის განმავლობაში არ გააჩნდა დასაბეგრი შემოსავალი მიმდინარე გადასახდელებს არ იხდის

საშემოსავლო გადასახადის დაკავება ევალება საგადასახადო აგენტს, რომელიც არის იურიდიული პირი, საწარმო/ორგანიზაცია ან მენარმე ფიზიკური პირი, კერძოდ:

- პირი, რომელიც ხელფასს უხდის დაქირავებულს.
- პირი, რომელიც განეული მომსახურების ღირებულებას უნაზღაურებს ფიზიკურ პირს რომელსაც არ გააჩნია გადასახადის გადამხდელის მოწმობა.
- პირი, რომელიც დაკავებულია სათამაშო ბიზნესით და ფიზიკურ პირს უხდის მოგებებს.
- საწარმო, რომელიც პირს უხდის დივიდენდებს.
- პირი, რომელიც პირს უხდის პროცენტებს.

ზემოთ ჩამოთვლილი შემთხვევებისას პასუხისმგებლობა გადასახადის დაკავებისა და მათი ბიუჯეტში გადარიცხვისთვის ეკისრება შემოსავლის გადამხდელ პირს (დამქირავებელს).

- პირი, რომელიც ახდენს გადახდის წყაროსთან გადასახადის დაკავებას ვალდებულია ბიუჯეტში გადარიცხოს გადასახადი თანხის დაკავებისთანავე, ხოლო განაცემის არაფულადი ფორმით გაცემის შემთხვევაში შესაბამისი თვის ბოლო რიცხვში.
- მენარმე ვალდებულია ყოველთვიურად, არაუგვიანეს საანგარიშო თვის მომდევნო თვის 15 რიცხვისა განხორციელებული განაცემის დაბეგვრასთან დაკავშირებით დეკლარაცია წარუდგინოს საგადასახადო ორგანოს ფინანსთა მინისტრის მიერ დადგენილი წესითა და ფორმით.

თუ საანგარიშო თვის განმავლობაში გადასახადის გადამხდელს არ გააჩნია დეკლარაციაში ჩასაწერი მონაცემები მას უფლება აქვს არ წარუდგინოს აღნიშნული დეკლარაცია საგადასახადო ორგანოს.

1 გადამხდელი: შპს „ვეა“

2 გსნ 2 0 7 1 5 6 3 5 4

3 გპნ

**გადახდის წყაროსთან დაკავებული გადასახადის დეკლარაცია  
ბანაყოფი I.**

4 დეკლარაციის სახე: პირველადი  დამუშავებული  5 თვე: წელი 0 2 2 0 0 9

6 მისამართი: ქ. თბილისი, ორბელიანის 35

7 საქართველოს საწარმო  8 უცხოური საწარმო  9 მეწარმე ფიზიკური პირი

(საჭირო აღნიშნეთ V ნიშნით)

10 წარედგინება: თბილისის რეგიონალური ცენტრი (საგადასახადო ინსპექცია)  
(საგადასახადო ორგანოს დასახელება)

**ბანაყოფი II**  
(ივსება საგადასახადო ორგანოს მიერ)

**აღნიშვნა დეკლარაციის წარმოდგენის შესახებ**

11 დეკლარაციის მიღების თარიღი

12 თანდართული დოკუმენტი გვერდზე

13 რეგისტრაციის ნომერი

14 დეკლარაციის მიმღების გვარი, სახელი

15 დეკლარაციის მიმღების ხელმოწერა

შენიშვნა:

- დეკლარაციას საანგარიშო თვის მომდევნო 15 რიცხისათვის წარადგენენ საგადასახადო აგენტები, რომლებსაც წარმოემართება საქართველოს საგადასახადო კოდექსის 218-ე მუხლის პირველი ნაწილით განსაზღვრულ პირობებზე გაცემული თანხებიდან გადახდის წყაროსთან გადასახადების დაკავებისა და გადახდის ვალდებულება
- თუ გადასახადის გადამხდელის (აგენტს) საგადასახადო პერიოდში არ გააჩნია დეკლარაციაში შეტანას დაქვემდებარებული განაცემები, მას უფლება აქვს შესაბამისი პერიოდის მიხედვით არ წარადგინოს აღნიშნული დეკლარაცია.

**ცნობა დეკლარაციის წარმოდგენის შესახებ**  
(ივსება საგადასახადო ორგანოს მიერ გადამხდელის მოთხოვნის შემთხვევაში)

რეგისტრაციის ნომერი

გადამხდელი

ფიზიკური პირის პ.ნომერი

გსნ

დეკლარაცია ჩაიბარა \_\_\_\_\_ საგადასახადო ორგანოს მუშაკის სახელი, გვარი, ხელმოწერა

დეკლარაცია შედგენილია    გვერდზე თანდართული დოკუმენტები    გვერდზე

### III განყოფილება

დაქირავებით მომუშავე ფიზიკურ პირებზე ხელფასის (სარგებლის) სახით ფულადი და ნაგურალური ფორმით გაცემული ანაზღაურება სს.კ-ით დაწესებული შეღავათების გარეშე	16	13210.64
დაქირავებით მომუშავე ფიზიკურ პირებზე ხელფასის (სარგებლის) სახით ფულადი და ნაგურალური ფორმით გაცემული ანაზღაურება სს.კ-ით დაწესებული შეღავათების გათვალისწინებით	17	
ფიზიკურ პირთა რიცხოვნობა, რომლებზეც გაცემულია მე-16 უჯრაში ასახული ანაზღაურება (სარგებელი)	18	24
გადასახადის გადამხდელის მოწმობის არმქონე რეზიდენტ ფიზიკურ პირებზე გაწეული მომსახურებისათვის გაცემული ანაზღაურება (სარგებელი) გარდა პროცენტებისა	19	
არადაქირავებულ ფიზიკურ პირებზე გაცემული თანხები, რომელიც არ უკავშირდება მომსახურების ანაზღაურებას და ამასთან, ექვემდებარება გადახდის წყაროსთან დაბეგვრას (გარდა ღივიდენებისა და ანაზღაურებზე გაცემული პროცენტებისა)	20	
მათ შორის:		
სათამაშო ბიზნესის მომწოდებთა მიერ ფიზიკურ პირებზე გაცემული მოგებები	21	
ფიზიკურ პირებზე გაცემული ღივიდენები და პროცენტები	22	
მუდმივი დაწესებულების არმქონე არარეზიდენტ ფიზიკურ პირებზე გაწეული მომსახურებისათვის გაცემული ანაზღაურება, რომელიც ექვემდებარება გადახდის წყაროსთან დაბეგვრას გარდა პროცენტებისა, მათ შორის:	23	
10%-იანი განაკვეთით	24	
4%-იანი განაკვეთით	25	
გადახდის წყაროსთან დასაკავებელი საშემოსავლო გადასახადი	26	2642.13
საწარმოებზე (ორგანიზაციებზე) გადახდის წყაროსთან დაბეგვრას დაქვემდებარებული განაცემები, შეღავათების გაუთვალისწინებლად	27	
განაცემები საწარმოებზე (ორგანიზაციებზე) რომლებიც იბეგრება გადახდის წყაროსთან შეღავათების გათვალისწინებით	28	
10%-იანი განაკვეთით	29	
4%-იანი განაკვეთით	30	
გადახდის წყაროსთან საწარმოებისათვის (ორგანიზაციებისათვის) დაკავებული გადასახადი	31	
გამომუშავებზე პროლექციის (მომსახურების, შესრულებული სამუშაოს) ღირებულება.	32	
არადაქირავებულ ფიზიკურ პირებზე გაცემული თანხები, რომელიც არ უკავშირდება მომსახურების ანაზღაურებას და ამასთან, არ ექვემდებარება გადახდის წყაროსთან დაბეგვრას	33	
ნაღდი ანგარიშსწორებით განხორციელებული ბრუნვა.	34	
მათ შორის:		
საკონგროლო საღარო აპარატების საშუალებით	35	
მაქსიმალური ხელფასი	36	1163.00
მინიმალური ხელფასი	37	155.00

დეკლარაციაში მოცემული მონაცემების უცვლარობასა და სისრულეს ვადასტურებ:

38	გადასახადის გადამხდელის გვარი სახელი	
----	--------------------------------------	--

39	გადასახადის გადამხდელის ხელმოწერა	
----	-----------------------------------	--

40	ხელმოწერის თარიღი	
----	-------------------	--

საანგარიშო თვეში განხორციელებული განაცემები

განაცემის თარიღი	განაცემის სახე (ხელფასი, ლივიდენდი, პროცენტი ნივთმოგება, მომსახურების ანაზღაურება, სტიპენდია და სხვა)	თანხა (ლარი)	კუთვნილი გადასახადები (ლარი)	
			საშემოსავლო გადასახადი	საწარმოებისათვის (ორგანიზაციებისათვის) დაკავებული გადასახადი
1	2	3	4	5
03,02,09	ხელფასი	250.00	50.00	
12,02,09	ჰონორარი	1352.64	270.53	
16,02,09	ხელფასი	3197.27	639.45	
26,02,09	ხელფასი	3571.93	714.39	
27,02,09	ხელფასი	4838.80	967.76	
	<b>სულ:</b>	13210.64	2642.13	

დანართში მოცემული მონაცემების უცეკურობასა და სისრულეს ვადასტურებ:

გადასახადის გადამხდელის ხელმოწერა	
-----------------------------------	--

დეკლარაციის  
წესი

შევსების

საშემოსავლო დეკლარაცია შედგება ოთხი ნაწილისაგან, რომლიდანაც სამი ივსება გადამხდელი ორგანიზაციის მიერ, ხოლო დარჩენილი მეოთხე – საგადასახადო ორგანოს მიერ.

პირველ სტრიქონზე დაიწერება დაქირავებით მომუშავე ფიზიკურ პირებზე ფულადი ფორმით გაცემული ანაზღაურება.

მეორე სტრიქონზე დაიწერება დაქირავებით მომუშავე ფიზიკურ პირებზე არაფულადი ფორმით გაცემული ანაზღაურება ასეთ შემთხვევაში საშემოსავლო გადასახადის დაკავებისა და გადახდის ვალდებულება განისაზღვრება საანგარიშო პერიოდის ბოლო დღით;

მესამე სტრიქონზე - დაქირავებით მომუშავე ფიზიკურ პირებზე ფულადი ფორმით გაცემული ანაზღაურება, რომელიც განთავისუფლებულია საშემოსავლო გადასახადისაგან.

მეოთხე სტრიქონზე - საგადასახადო ორგანოში არარეგისტრირებულ ფიზიკურ პირებზე განეული მომსახურებისათვის გაცემული საფასური ან სარგებელი

მეხუთე სტრიქონზე - სათამაშო ბიზნესის მომწყობთა მიერ ფიზიკურ პირებზე მოგების სახით განაცემი, რომელიც აისახება გაანგარიშების II ნაწილის ბოლო სტრიქონზე საანგარიშო თვის ბოლო რიცხვით;

მეექვსე სტრიქონზე - ფიზიკურ პირებზე გაცემული ღირებულებები;



მეშვიდე სტრიქონზე არარეზიდენტი ფიზიკური პირებისათვის გადახდილი თანხა;

მერვე სტრიქონზე – მე-7 სტრიქონზე ასახული ანაზღაურებებიდან 10 %-იანი განაკვეთით დასაბეგრი თანხა;

მეცხრე სტრიქონზე – მე-7 სტრიქონზე ასახული ანაზღაურებებიდან 4%-იანი განაკვეთით დასაბეგრი თანხა;

მეათე სტრიქონზე – მე-7 სტრიქონზე ასახული ანაზღაურებებიდან განსხვავებული განაკვეთით დასაბეგრი თანხა (ცარიელ უჯრაში ჩაიწერება განაკვეთი);

მეთერთმეტე სტრიქონზე – დასაკავებელი საშემოსავლო გადასახადი;

მეთორმეტე სტრიქონზე აისახება საგადასახადო ორგანოში რეგისტრირებულ ფიზიკურ პირებზე მომსახურებისათვის გაცემული ანაზღაურება, რომელიც არ იბეგრება გადახდის წყაროსთან;

მეცამეტე სტრიქონზე - ფიზიკურ პირებზე გაცემული დახმარება, სარგებელი და სხვა ქველმოქმედების სახით განაცემები.

ანგარიშების II ნაწილში: პირველ სვეტში აისახება ანაზღაურების გაცემის თარიღი, მე-2-ში - ანაზღაურების სახე, მე-3-ში – ანაზღაურება ფულადი გამოსახულებით (თანხა), მე-4 სვეტში – შესაბამისი ანაზღაურებებიდან გამოანგარიშებული დასაკავებელი საშემოსავლო გადასახადი. ამ ნაწილის მე-3 სვეტის ჯამი უნდა ედრებოდეს გაანგარიშების პირველ, მე-2, მე-4, მე-5, მე-6 და მე-7 სტრიქონზე ასახული თანხების ჯამს.

ანგარიშების III ნაწილში აისახება საგადასახადო ორგანოებში არარეგისტრირებული ფიზიკური პირების მონაცემები, რომლებზეც გაცემულია ანაზღაურებები განეული მომსახურებისათვის.

## მოგების გადასახადი

### მოგების გადასახადის გადამხდელია:

ა) საქართველოს საწარმო;

ბ) უცხოური საწარმო, რომელიც საქართველოში საქმიანობას ახორციელებს მუდმივი დანესებულების მეშვეობით ან/და შემოსავალს იღებს საქართველოში არსებული წყაროდან.

ამხანაგობა და სხვა ანალოგიური წარმონაქმნი მოგების გადასახადს გადაიხდიან ამ საგადასახადო კოდექსის 206-ე მუხლის შესაბამისად, ანუ დასაბეგრი მოგება (შემოსავალი) მიეკუთვნება მათ მფლობელებს წილის შესაბამისად და ჩაირთვება მათ ერთობლივ შემოსავალში.

საქართველოს საწარმოს მოგების გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია დასაბეგრი მოგება. იგი განისაზღვრება, როგორც სხვაობა გადასახადის გადამხდელის ერთობლივ შემოსავალსა და ამ კოდექსით გათვალისწინებული გამოქვითვების თანხებს შორის

საწარმოს (შპს, სააქციო საზოგადოება და სხვა) მოგების გადასახადი იანგარიშება შემდეგნაირად, საწარმოს მთლიან შემოსავალს გამოკლებული ამ შემოსავლის

მიღებასთან დაკავშირებული ხარჯები როგორებიცაა მაგ: ელექტრო ენერჯის ხარჯი, დაქირავებულითა შრომის ანაზღაურება, ნედლეულის შესაძენად გაწეული ხარჯები, გადახდილი გადასახადები და ასე შემდეგ.

**საწარმოს დასაბეგრი მოგება იბეგრება 15%-ით,**

მოგების გადასახადით დაბეგვრისაგან განთავისუფლებულია:

- ა) საბიუჯეტო, საერთაშორისო ან/და საქველმოქმედო ორგანიზაციების მოგება, ეკონომიკური საქმიანობით მიღებული მოგების გარდა;
- ბ) ორგანიზაციის მიერ მიღებული გრანტები, საწევრო შენატანები და შემონირობებები;
- გ) საქართველოს ეროვნული ბანკის მოგება;
- დ) საქართველოს საპატრიარქოს მიერ რელიგიური დანიშნულებით გამოყენებული ჯვრების, სანთლების, ხატების, წიგნებისა და კალენდრების რეალიზაციით მიღებული მოგება;
- ე) სამედიცინო დაწესებულებების (მიუხედავად ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმისა) სამედიცინო საქმიანობიდან მიღებული მოგების ის ნაწილი, რომელიც მოხმარდება რეინვესტირებას (დაწესებულების რეაბილიტაცია, ტექნიკური ბაზის უზრუნველყოფა) და თანამშრომელთა მატერიალურ წახალისებას;
- ვ) 2010 წლის 1 იანვრამდე სასოფლო-სამეურნეო წარმოებაში დასაქმებული პირის მიერ საქართველოში წარმოებული სოფლის მეურნეობის პროდუქციის სამრეწველო გადამუშავებამდე (სასაქონლო კოდის შეცვლამდე) პირველადი მიწოდებით მიღებული მოგება, თუ კალენდარული წლის განმავლობაში ამ პირის მიერ აღნიშნული მიწოდებით მიღებული ერთობლივი შემოსავალი არ აღემატება 100 000 ლარს;
- ზ) 2010 წლის 1 იანვრამდე სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობიდან მიღებული მოგების ის ნაწილი, რომლის რეინვესტირებაც ხდება ამ საქმიანობის ფარგლებში;
- თ) საერთაშორისო ფინანსური კომპანიის მიერ ფინანსური მომსახურებიდან მიღებული მოგება;
- ი) საერთაშორისო ფინანსური კომპანიის მიერ გამოშვებული ფასიანი ქაღალდების რეალიზაციით მიღებული მოგება (ეს ქვეპუნქტი ამოქმედდეს 2009 წლის 1 იანვრიდან);
- კ) საერთაშორისო საწარმოს მიერ თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში ნებადართული საქმიანობით მიღებული მოგება.

საწარმოები/ორგანიზაციები ვალდებული არიან მიმდინარე გადასახდელების თანხები ბიუჯეტში შეიტანონ გასული საგადასახადო წლის წლიური გადასახადის მიხედვით, შემდეგი ოდენობით:

- არა უგვიანეს 15 მაისისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 ივლისისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 სექტემბერისა – 25%;
- არა უგვიანეს 15 დეკემბერისა – 25%.

თუ გადასახადის გადამხდელს გასული საგადასახადო წლის განმავლობაში არ გააჩნდა დასაბეგრი მოგება მიმდინარე გადასახდელებს არ იხდის.

1 გაღამხლეღ: შპს „ვეღ“

2 გსნ 2 0 7 1 5 6 3 5 4

**მოგების გაღასახადის ღეკლარაცია**

განაყოფი I

3	ღეკლარაციის სახე: პირველადი	V	ღამუსგებული	4	წელი	2	0	0	8
5	საქართველოს საწარმო	V	(საჭირო აღინიშნება V ასოთი	6	უცხური საწარმო				
7	მისამართი:	ქ. თბიღისი, ორბეღიანის 35							
8	ეკონომიკური საქმიანობის (NACE) კოღი								
9	საქმიანობის შეწყვეგის ან ლიკვიღაციის თარიღი								
10	წარეღგინება:	ქ. თბიღისის საგაღასახადო ინსპექციას (საგაღასახადო ორგანოს ღასახეღება)							

განაყოფი II

(იესება საგაღასახადო ორგანოს მიერ)

11	ღეკლარაციის მიღების თარიღი								
12	თანღართული ღოკუმენტი			ფურცეღზე					
13	რეგისტრაციის ნომერი								
14	ღეკლარაციის მიღების გვარი, სახელი								
15	ღეკლარაციის მიღების ხელმოწერა								

შენიშნა:

მოგების გაღასახადის გაღამხლეღის მიერ ღეკლარაცია საგაღასახადო ორგანოს წარეღგინება:

ა) საანგარიშო წლის შეღეგების მიხეღვით - მომღეენო წლის 1 აპრიღამღე;

ბ) საქართველოში ეკონომიკური საქმიანობის შეწყვეგისას - ეკონომიკური საქმიანობის შეწყვეგეღან 30 კაღენღარული ღღის ვაღაში

გ) ლიკვიღაციის შემთხვევაში, საღი კვიღაციო კომისიის მიერ - ლიკვიღაციის თაობაზე გაღაწყვეგეღების მიღეღიღან 15 კაღენღარული ღღის ვაღაში

განყოფი III

(მოგების გადასახადის განგარიშება)		ლარი	
ერთობლივი შემოსავალი		16	361508.64
საანგარიშო პერიოდის დასაწყისისათვის არსებული სასაქონლო-მაგერიალური ფასეულობები	17	0	
საანგარიშო პერიოდის ბოლოსათვის არსებული სასაქონლო-მაგერიალური ფასეულობები		18	0
გამოქვითვები. მათ შორის	19	35084.92	
- შეძენილი სასაქონლო-მაგერიალური ფასეულობები	20	909.05	
- ელ. ენერგია	21	2737.25	
- ღარიცხული ხელფასი	22	12570.50	
- კრედიტისათვის (სესხისათვის) გადახდილი ან გადასახდელი პროცენტები	23		
- უიმელო ვალები	24		
- საამორტიზაციო ანარიცხები	25	2223	
- სრულად გამოქვითული 1000 ლარამდე ღირებულების ძირითადი საშუალებები	26		
-სრულად გამოქვითული ძირითადი საშუალებების ღირებულება (ს.კ 183. 13	27		
- ძირითადი საშუალების რემონტის ხარჯები	28		
- სხვა გამოქვითვები	29	16645.12	
ჯამი	30	35084.917	31 361508.64
ერთობლივი შემოსავლის გადამეგება გამოქვითვებზე			32 326423.723
გამოქვითვების გადამეგება ერთობლივ შემოსავალზე	33		
წინა წლების ზარალი	34	514.00	
დაბეგურისაგან განთავისუფლებული მოგება (შემოსავალი)	35	339313	
დასაბეგრი მოგება			36 -13403.28
მოგების გადასახადი 36-ე უჯრის მიხედვით			37 0
საქართველოში გადახდის წყაროსთან დაკავებული მოგების გადასახდი	38		
საქართველოს ფარგლებს გარეთ გადახდილი მოგების გადასახდი	39		
კუთვნილი მოგების გადასახადი			40
დაბრუნებას დაქვემდებარებული გადასახადი	41		

დეკლარაციაში მოცემული მონაცემების უცუარობასა და სისრულეს ვადასტურებ

41	საწარმოს ხელმძღვანელის გვარი, სახელი	
42	საწარმოს ხელმძღვანელის ხელმოწერა	
43	ხელმოწერის თარიღი	

შენიშვნა:

დეკლარაციის 41-ე უჯრა ივსება მხოლოდ საქართველოს საგადასახადო კოდექსის 217-ე მუხლის მე-6 ნაწილით გათვალისწინებულ შემთხვევაში, როდესაც არარეზიდენტი იურიდიული პირი დეკლარაციას წარადგენს გადახდის წყაროსთან დაკავებული გადასახადის დაბრუნების მოთხოვნით.

ქონების გადასახადის გადამხდელია პირი, (ფიზიკური პირი, სანარმო და ორგანიზაცია) რომელსაც საქართველოს ტერიტორიაზე:

ა) საკუთრებაში ან ლიზინგით აქვს ამ გადასახადით დაბეგვრის ობიექტი;

ბ) კანონით გათვალისწინებულ სარგებლობაში ან ფაქტობრივ მფლობელობაში აქვს სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული მიწა (ფაქტობრივ მფლობელობაში იგულისხმება მიწის ფაქტობრივი ფლობა ან მიწით სარგებლობა, გარდა საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული მიწის ფლობისა და მიწით კანონიერი სარგებლობისა);

გ) ფაქტობრივ მფლობელობაში ან/და სარგებლობაში აქვს გარდაცვლილი პირის საკუთრებაში რიცხული ამ გადასახადით დაბეგვრის ობიექტი, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ფაქტობრივი მფლობელის მიერ ქონებით სარგებლობა ხორციელდება იჯარით, ქირით ან სხვა ამგვარი სახის ხელშეკრულების საფუძველზე.

საქართველოს სანარმოსათვის ქონების, გარდა მიწისა, გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია მის საკუთრებაში არსებული ძირითადი საშუალებები, დაუმონტაჟებული მონაცობილობები, დაუმთავრებელი მშენებლობა და არამატერიალური აქტივები

ორგანიზაციისათვის ქონების, გარდა მიწისა, გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია მის ბალანსზე რიცხული ამ მუხლის პირველი ნაწილით განსაზღვრული ქონება ან ქონების ნაწილი, რომელიც გამოიყენება ეკონომიკური საქმიანობისათვის.

**ორგანიზაციის ქონება რომელიც არ გამოიყენება ეკონომიკური საქმიანობისათვის განთავისუფლებულია ქონების გადასახადისაგან**

ფიზიკური პირისათვის ქონების გარდა მიწისა, გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია მის საკუთრებაში არსებული უძრავი ქონება.

საქართველოს ან უცხოური სანარმოსათვის, ორგანიზაციისათვის ან/და ფიზიკური პირისათვის გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია საგადასახადო წლის 1 აპრილის მდგომარეობით

ა) საკუთრებაში არსებული მიწა

ბ) კანონით გათვალისწინებულ სარგებლობაში ან ფაქტობრივ მფლობელობაში მყოფი სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული მიწა.

სანარმოსათვის/ორგანიზაციისათვის დასაბეგრ ქონებაზე, გარდა მიწისა, გადასახადის წლიური განაკვეთი განისაზღვრება დასაბეგრი ქონების საშუალო წლიური საბალანსო ნარჩენი ღირებულების არა უმეტეს 1 პროცენტის ოდენობით

**განაკვეთის ოდენობას განსაზღვრავს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო იმ პირობით რომ., მისი მაქსიმალური ოდენობა არ უნდა იყოს 1 პროცენტზე მეტი, რის გამოც საგადასახადო კოდექსით განსაზღვრულია განაკვეთის მხოლოდ ზედა ზღვარი.**

ფიზიკური პირისათვის დასაბეგრ ქონებაზე, გარდა მიწისა, გადასახადის წლიური განაკვეთი დიფერენცირებულია გადამხდელის ოჯახის შემოსავლების მიხედვით და დამოკიდებულია ოჯახის მთლიან შემოსავალზე.

- ა) 0 დან 40 000 ლარამდე შემოსავლის მქონე ოჯახები განთავისუფლებულია ქონების გადასახადისაგან (გარდა მიწისა).
- ბ) 40 000 დან 100 000 ლარამდე შემოსავლის მქონე ოჯახებისათვის დასაბეგრი ქონების (იგულისხმება ოჯახის წევრების საკუთრებაში არსებული ქონება) საბაზრო ღირებულების არანაკლებ 0.05 პროცენტისა და არა უმეტეს 0.2 პროცენტისა.
- გ) 100 000 ლარისა და მეტი შემოსავლის მქონე ოჯახებისათვის დასაბეგრი ქონების საბაზრო ღირებულების არანაკლებ 0.8 პროცენტის და არაუმეტეს 1 პროცენტისა.

გადასახადის განაკვეთის ოდენობა განისაზღვრება ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს მიერ საგადასახადო კოდექსით დადგენილი ნორმების ფარგლებში.

სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწაზე ქონების გადასახადის საბაზისო განაკვეთი დიფერენცირებულია ადმინისტრაციულ-ტერიტორიული ერთეულების (რაიონების) და მიწის ხარისხის მიხედვით და ღვინდება ერთ ჰექტარზე გაანგარიშებით ლარებში. ამასთან კონკრეტული მიწის ნაკვეთისათვის გადასახადის ოდენობა განისაზღვრება ადგილობრივი თვითმმართველობის (საკრებულოს) გადაწყვეტილებით.

არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწაზე ქონების გადასახადის საბაზისო განაკვეთი ღვინდება წელიწადში ერთხელ მიწის ერთ კვადრატულ მეტრზე 0.24 ლარის ოდენობით, ხოლო კონკრეტული მიწის ნაკვეთისათვის მისი ადგილმდებარეობის გათვალისწინებით განისაზღვრება ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლობითი ორგანოს (საკრებულოს) გადაწყვეტილებით,

კონკრეტული არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწისათვის გადასახადი გამოიანგარიშება მისი საბაზისო განაკვეთის გამრავლებით ტერიტორიულ კოეფიციენტზე, მაგრამ ტერიტორიული კოეფიციენტი არ შეიძლება იყოს 1.5-ზე მეტი

ფიზიკური პირი ქონების გადასახადის დეკლარაცია საგადასახადო ორგანოს წარუდგენს საგადასახადო აღრიცხვისადგილის მიხედვით, მისი არ არსებობის შემთხვევაში საცხოვრებელი ადგილის მიხედვით, ხოლო მისი არ არსებობის შემთხვევაში დასაბეგრი ქონების ადგილმდებარეობის მიხედვით, არა უგვიანეს კალენდარული წლის 1 მაისისა. დეკლარაციაში მონაცემები მიწის შესახებ შეიტანება მიმდინარე წლის მიხედვით ხოლო სხვა დასაბეგრი ქონების შესახებ წინა წლის მიხედვით.

შაგადასახადო ორგანო გადასახადის გადამხდელს 1 ივლისამდე წარუდგენს საგადასახადო მოთხოვნას წონების გადასახადის მიხედვით დარიცხულ საგადასახადო ვალდებულების შესახებ.

ფიზიკური პირები დასაბეგრი ქონებაზე ქონების გადასახადს იხდიან არა უგვიანეს კალენდარული წლის 15 ნოემბრისა. ამავე ვადებში იხდიან მიწაზე ქონების გადასახადს საწარმოები და ორგანიზაციები.

საწარმოები/ორგანიზაციები ქონების (გარდა მიწისა) გადასახადს იხდიან არა უგვიანეს საგადასახადო წლის მომდევნო წლის 1 აპრილისა, ამასთან საწარმო/ორგანიზაცია ვალდებულია არა უგვიანეს საგადასახადო წლის 15 ივნისისა საგადასახადო აღრიცხვის ადგილის მიხედვით გადაიხადოს მიმდინარე გადასახდელი ვასული საგადასახადო წლის წლიური გადასახადის ოდენობით.

# ბუღალტრული აღრიცხვა

## მოდული 4

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ  
გეცოდინებათ, თუ :

1

რა მნიშვნელობა აქვს ბუღალტერიას

2

რა არის ბუღალტერიის საერთაშორისო სტანდარტები

3

საგადასახადო დეკლარაციების ჩაბარების პირობები

4

როგორ ვანარმოოთ სალაროს წიგნი

5

როგორ დგება საგადასახადო დავალება

6

როგორ მოიხმართ სალარო აპარატი

7

როგორ გაიცემა ხელფასები

8

როგორ გამოიანგარიშოთ საკუთარი ფირმის  
მოგება და ზარალი

**ბუღალტრული მონაცემები – უმნიშვნელოვანესი ინფორმაცია საწარმოს ხელმძღვანელების, სახელმწიფო სტრუქტურებისა და საზოგადოებისთვის**

ბუღალტრულ აღრიცხვას ნებისმიერი ტიპის საწარმოსთვის ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს. მისი ასეთი დიდი მნიშვნელობა განპირობებულია იმით, რომ ბუღალტერიის ანგარიშებს დიდ ყურადღებას უთმობს როგორც ხელმძღვანელი პირები, ასევე სახელმწიფო სტრუქტურები და საზოგადოებაც. ყველა მათგანს აქვს მიზეზი, თუ რატომაც საჭირო ბუღალტრული ინფორმაცია მათთვის. მაგალითად, კომპანიის ხელმძღვანელობას ეს ინფორმაცია აძლევს საშუალებას, რომ მიიღონ გადაწყვეტილებები ახალ პროექტებთან დაკავშირებით, წახალისონ თუ არა კომპანიის მუშაკები და სხვ. რაც შეეხება სახელმწიფო სტრუქტურებს (საგადასახადო სამსახური, სტატისტიკის სამსახური), მათი ინტერესი სხვა მიზეზითაც გამოწვეული. მაგალითად, სტატისტიკის დეპარტამენტს აინტერესებს ამათუ იმ ფირმის შესახებ ბევრი ინფორმაცია. კერძოდ, რამდენი მუშახელი ჰყავს დაქირავებული, რათა შემდგომ დაითვალოს სახელმწიფოში უმუშევრობის დონე, გაიგოს გამოშვებული პროდუქციის რაოდენობა, რაც საჭიროა ზოგიერთი ეკონომიკური მაჩვენებლის დასათვლელად და ა.შ. რაც შეეხება საგადასახადო სამსახურებს, მათი ძირითადი ინტერესი გამოწვეულია იმით, რომ მოახდინონ სახსრების მობილიზება სახელმწიფო და ადგილობრივ ბიუჯეტებში. ასევე ზუსტად იქნას დათვლილი მომავალი წლის ბიუჯეტის შემოსავლები (კერძოდ, საგადასახადო შემოსავლები).

ბევრი მსხვილი კომპანია ყოველწლიურად აქვეყნებს თავის ფინანსურ ანგარიშს, რათა, ერთი მხრივ, დააკმაყოფილოს საზოგადოების ინტერესი მისი კომპანიისადმი და, მეორე მხრივ, მოახდინოს ფირმის პოპულარიზაცია, მოიზიდოს მეტი კლიენტი და ა.შ.

**ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტები ნებისმიერი ეროვნების ინოვაციურს საშუალებას აძლევს, გაერკვეს ნებისმიერი ფირმის მდგომარეობაში**

ბუღალტრული აღრიცხვის მიზანია გადმოსცეს ინფორმაცია ყველასათვის გასაგები ენით. ეს კი შესაძლებელია მხოლოდ ციფრებით. ამისათვის მსოფლიოში ბევრი ქვეყანა შეთანხმებულია ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტებზე, მათ შორის საქართველოც. ეს სტანდარტები გულისხმობს იმას, რომ ყველა სახის ბუღალტრული ინფორმაცია, იქნება ეს შემოსავალი, ხარჯი, ბალანსი თუ სხვა, აღინიშნება რიცხვებით. სწორედ ამის დამსახურებაა ის, რომ ნებისმიერი ეროვნების ინვესტორს შეუძლია თარჯიმნის გარეშე, ერთი თვალის გადავლებით, გაიგოს თუ რა ხდება მისთვის საინტერესო ფირმაში.

ბუღალტერიაში საანგარიშო წლად მიიჩნევა კალენდარული წელი, ანუ მთელი წელი დაწყებული 1 იანვრიდან 31 დეკემბრის ჩათვლით.

**საწარმო ვადებულია, საგადასახადო ინსპექციას პეროდულად აბაროს დეკლარაციები**

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, კომპანიების ბუღალტრული ინფორმაციით დაინტერესებულია საგადასახადო სამსახური. საგადასახადო კოდექსის თანახმად ყველა კომპანია ვალდებულია, საგადასახადო ინსპექციას აბაროს დეკლარაციები. არსებობს სხვადასხვა სახის დეკლარაციები. ისინი ზოგადად შეიძლება დაყვით ორად: გადასახადის სახეობის მიხედვით და პერიოდულობის მიხედვით.

გადასახადის სახეობის მიხედვით დეკლარაცია არსებობს იმ კონკრეტული გადასახადისთვის, რომლის გადამხდელიცაა ესა თუ ის კომპანია, მაგალითად, საშემოსავლო გადასახადის დეკლარაცია, რომლის ჩაბარება საგადასახადო ინსპექციაში სავალდებულოა მაშინ, როდესაც გაცემულია ხელფასი, პრემია ან სხვა სახის ფულადი/არაფულადი სახსრები. მაგალითად, თუკი მაისში ჩვენ გავცემთ დაქირავებით მომუშავეებზე ხელფასს ან სხვა სახის ფულად/არაფულად განაცემს, ჩვენ ვალდებული ვართ გვექნება მაისის დამთავრებიდან 15 დღის ვადაში დეკლარაცია წარვადგინოთ საგადასახადოში, მაგრამ თუ არანაირი განაცემი არ გვექნება მაისის თვეში, ჩვენ გავთავისუფლდებით ცარიელი დეკლარაციის ჩაბარებისაგან. ანუ აღნიშნული დეკლარაცია ბარდება მხოლოდ მაშინ



როდესაც გვაქვს განაცემი. პერიოდულობის მიხედვით დეკლარაცია შეიძლება იყოს ყოველთვიური და წლიური. წლიური დეკლარაციებია: მოგების, ქონებისა და საშემოსავლო (წლიური საშემოსავლო გადასახადის ფორმას სხვა ფორმა აქვს ყოველთვიურისგან განსხვავებით) დეკლარაციები. ყოველთვიურია დეკლარაციები: საშემოსავლო, დამატებული ღირებულების გადასახადისა და აქციზის გადასახადის დეკლარაციები.

სალაროს შემოსავლის ორდერში მიეთითება ვინ შემოიტანა თანხა, რა მიზნით, რა რაოდენობით

საწარმოში ფულადი სახსრების მოძრაობა (შემოსვლა, გასვლა) აღირიცხება სალაროს შემოსავლისა და გასავლის ორდერებით. სალაროს შემოსავლის ორდერი უნდა შეიყოს მაშინ, როდესაც საწარმოში შემოდის ფული. ეს კი შეიძლება მოხდეს საქონლის რეალიზაციის შედეგად, სესხის დაბრუნების დროს, ბანკიდან ფულის შემოტანის დროს და ა.შ. აღნიშნულ ორდერში უნდა ჩაინეროს თუ ვისგან არის თანხა მიღებული, რა მიზეზით, რამდენი, რომელ თარიღში და ა.შ. ეს ორდერი შედგება ორი ნაწილისაგან. პირველი ნაწილი რჩება ორგანიზაციაში, ხოლო მეორე გადაეცემა თანხის შემომტანს. ამ ორი ნაწილის შუაში მოსახვევი ხაზია, სადაც მოხევაამდე ერთეულზე ორგანიზაციის ბეჭედი.

გასავლის ორდერში მიეთითება გამომწერის თარიღი, მიზნობრიობა, თანხის მიმღები პიროვნების მანაცემები

რაც შეეხება გასავლის ორდერს, ის ერთიანია. ეს ორდერი გამოიწერება მასშინ, როდესაც საწარმოდან გადის ფულადი სახსრები (მაგალითად, რამის შესაძენად, მივლინებაში წასვლის დროს, ხელფასების გაცემის დროს და ა.შ.). ამ ორდერს თან უნდა დაერთოს დოკუმენტი, რომელიც დაადასტურებს, რომ ეს თანხა იმისთვისაა დახარჯული, რისთვისაც გაიცა საწარმოდან (მაგალითად, დღგ ანგარიშ-ფაქტურა, სახელფასო უწყისი, სასაქონლო ზედნადები, თანხის საბანკო ანგარიშზე შეტანის საბუთი და ა.შ.). გასავლის ორდერში უნდა მიეთითოს გამომწერის თარიღი, მიზნობრიობა, თანხის მიმღები პიროვნების მონაცემები. ორდერი დამონმებული უნდა იყოს საწარმოს დირექტორისა და მთავარი ბუღალტრის ხელმოწერებით. თანხის გატანის დროს კი ხელს აწერს ფულის გამცემი მოლარე. პატარა ორგანიზაციებში ხშირად ბუღალტრისა და მოლარის ფუნქციებს ერთი ადამიანი ითავსებს და შესაბამისად ის აწერს ხელს ორივეგან. იმ შემთხვევაში, თუ თანხის განკარგვაზე პასუხისმგებელი პირი ვერ წარმოადგენს ხარჯის დამადასტურებელ დოკუმენტს, მაშინ ბუღალტერი მოვალეა, აღნიშნული თანხა გამოაკლოს მის ხელზე ასაღებ ხელფასს.

ყოველდღიურად სალაროს შემოსავლისა და გასავლის ორდერების საფუძველზე ივსება სალაროს წიგნი

ზემოთ ნახსენები ორდერები თავს იყრიან სალაროს წიგნში. სალაროს წიგნის გახსნამდე წიგნი უნდა დაილუქოს - გაიხვრიტება ორგან, გაეყრება ზონარი, დაეკვრება ზედ ფურცელი, გაკეთდება მთავარი ბუღალტრისა და დირექტორის ხელმოწერები და დაერთდება ორგანიზაციის ბეჭედი. სალაროს წიგნის თითოეული ფურცელი თავიდანვე გადანომრილი უნდა იყოს, რადგან არ მოხდეს ფურცლის ამოხევა. წიგნის ყველა ფურცელზე ორი ერთი და იგივე ცხრილი და მონაცემებია დაბეჭდილი. ეს ფურცელი უნდა გადაიკვეცოს ორტოლ ნაწილად, ჩაიდოს შუაში კოპირებადი ქაღალდი და ისე მოხდეს მისი შევსება. პირველ გადაკვეცილ გვერდზე შევსებული ინფორმაცია კოპირდება მეორე გვერდზე, რომელიც დღის დასრულების შემდეგ უნდა მოიხეს და თან დაერთოს ბუღალტერიაში შემოსულ დოკუმენტებს. დღის დასრულების შემდეგ ხდება სალაროს შემოსავლებისა და ხარჯების დაჯამება, ხდება სალაროს ნაშთის გამოანგარიშება. ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილ ოპერაციებს აკეთებს მოლარე ან მოლარის არ არსებობის შემთხვევაში ბუღალტერი.

სალაროს წიგნის წარმოება სავალდებულოა ყოველ დღე, როცა კი არის ფულადი სახსრების შემოდინება ან გადინება საწარმოს სალაროდან. მასში ჩანაწერის გადაშლა ან ამოფხეკვა დაუშვებელია. თუ მოხდება შეცდომა, ის უნდა გადაიხაზოს ისე, რომ ჩანდეს თუ რა არის შეცდომით ჩანერილი და ამის მერე მოხდეს სწორი ინფორმაციის ჩანერა.

**მომხმარებელს, სურვილისამებრ, უნდა გავუწეროთ სასაქონლო ზედნადები და დღგ ანგარიშფაქტურა**

საგადასახადო კოდექსის მიხედვით ყველა ორგანიზაცია ვალდებულია, რომ ბანკში ჰქონდეს ერთი სალარე ანგარიში მაინც, ვინაიდან გადასახადების გადახდა წარმოებს მხოლოდ გადარიცხვით. მაგალითად, თუ კომპანია გასცემს ხელფასებს, ბუღალტერი ვალდებულია, ჯერ გადარიცხოს საშემოსავლო გადასახადი. ამისთვის ბუღალტერი აკეთებს საგადასახადო დავალებას თავისი მომსახურე ბანკისთვის, რითიც ის ბანკს ავალებს თანხის გადარიცხვას ამა თუ იმ გადასახადის ანგარიშზე. საგადასახადო დავალება ორ ეგზემპლარად დგება. აქედან ერთი რჩება ბანკს, მეორე კი ბრუნდება საწარმოს ბუღალტერიაში. სწორედ საგადასახადო დავალებითაა შესაძლებელი ფულის გადარიცხვა სხვა საწარმოსათვის ან თუნდაც თანამშრომლისთვის.

საგადასახადო დავალება უნდა შეიცავდეს შემდეგ ინფორმაციას: თარიღი, ფულის გადამრიცხველი ორგანიზაციის დასახელება, მომსახურე ბანკის დასახელება, ბანკის კოდი, ორგანიზაციის საბანკო ანგარიში. თუ ბიუჯეტში ვრიცხავთ თანხას, უნდა დამატებით მიეთითოს, რომ ირიცხება სახელმწიფო/ადგილობრივ ბიუჯეტში და, რაც მთავარია, უნდა მიეთითოს გადასახადის სახელი და კოდი. თუ თანხას არ ვრიცხავთ ბიუჯეტში და ვრიცხავთ სხვაგან (იურიდიულ ან ფიზიკურ პირთან), უნდა მივუთითოთ მიმღების დასახელება, ანგარიშის ნომერი, მომსახურე ბანკი, მომსახურე ბანკის კოდი და დანიშნულება. საგადასახადო დავალებაში თანხა მიეთითება როგორც ციფრებით, ასევე სიტყვიერად. საგადასახადო დავალება მოწმდება ხელმოწერის ან ხელმოწერების მიერ და ერთგვარდება ორგანიზაციის ბეჭედი. ხელმოწერი ალნიშნავს ორგანიზაციის თანამშრომელს (როგორც წესი დირექტორი ან ბუღალტერი, ან ორივე ერთად), რომელსაც თავისი ხელმოწერა (ფაქსიმილი) დამოწმებული აქვს ნოტარიულად და წარდგენილი აქვს ბანკში. საგადასახადო დავალებაზე შეიძლება გაკეთდეს მაქსიმუმ ორი ხელმოწერა.

ტექნოლოგიების განვითარების გამო შესაძლებელია გადასახადებისა და სხვა გადარიცხვების განხორციელება კომპიუტერის დახმარებით, რაც თავიდან აგვაცილებს საგადასახადო დავალების შევსებასა და ბანკში წარდგენას.

როდესაც ჩვენი ორგანიზაცია ყიდის საქონელს სხვადასხვა ორგანიზაციასა თუ მწარმე ფიზიკურ პირზე, მოთხოვნის შემთხვევაში, ჩვენ ვალდებული ვართ მყიდველს გამოვუწეროთ სასაქონლო ზედნადები, ხოლო თუ დღგ გადამხდელებიც ვართ, მაშინ უნდა გამოვუწეროთ დღგ ანგარიშ-ფაქტურაც. სასაქონლო ზედნადები, დღგ ანგარიშ-ფაქტურისგან განსხვავებით, არ არის მკაცრი აღრიცხვის დოკუმენტი, რაც იმას ნიშნავს, რომ მისი შექმნა შესაძლებელია საკანცელარიო მაღაზიებში და მისი გაფუჭების შემთხვევაში შეგვიძლია გადავავლოთ, რაც დაუშვებელია დღგ ანგარიშ-ფაქტურაზე. დღგ ფაქტურა მკაცრი აღრიცხვის დოკუმენტია და გასცემს მხოლოდ საგადასახადო ინსპექცია. ყველა ფაქტურას აქვს საკუთარი რიგითი ნომერი და სერია ცალკე ნომრით. ის შედგება 4 ერთ-

ნაირი ინფორმაციის მატარებელი ფურცლისგან. პირველ გვერდზე შეტანილი ინფორმაცია ავტომატურად გადადის დანარჩენ სამ გვერდზე. როდესაც ხდება ფაქტურის გამონერა, გამონერილი ფაქტურის მეოთხე ეგზემპლარი დეკლარაციასთან ერთად უნდა წარედგინოს საგადასახადო ინსპექციას მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე. გამონერის დროს 1 და 3 ეგზემპლარები გადაეცემა საქონლის/ მომსახურების მყიდველს, რომელმაც 3 ეგზემპლარი თავის დეკლარაციასთან ერთად მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე უნდა წარადგინოს საგადასახადო ინსპექციაში. აღნიშნულ დოკუმენტში ინფორმაციის გადაშლა, ამოფხვკვა დაუშვებელია. თუ მოხდება ისე, რომ მცდარ ინფორმაციას შევითანთ ფაქტურაში, მაშინ უნდა გავაუქმოთ ეს ფაქტურა და გამოვწეროთ კორექტირების ანგარიშ-ფაქტურა.

**საღარი აპარატი – აუცილებელი ატრიბუტი ნაღდი ფულით მოვაჭრე მენარმისთვის**

საგადასახადო კოდექსის მიხედვით, ყველა მენარმე პირი, თუკი ის რეალიზაციით იღებს ფულს ხელზე, ანუ საღარიში, ვალდებულია იქონიოს საღარი აპარატი. საღარი აპარატისგან თავისუფლდება რამდენიმე სახის ვაჭრობა, მაგალითად, პირი, რომელიც დატარებით ყიდის საქონელს. ასევე ვთავისუფლდებით საღარი აპარატის ქონისგან მაშინ, როდესაც პროდუქციას ვყიდით მხოლოდ მენარმეებზე და ვუნერთ დღე ანგარიშ-ფაქტურას. ეს იმიტომ, რომ აღნიშნული დოკუმენტი მკაცრი აღრიცხვის დოკუმენტი. **სხვა დანარჩენ შემთხვევაში საღარი აპარატის ქონა და გამოყენება სავალდებულოა!** საღარი აპარატი ყიდვის შემდეგ უნდა დარეგისტრირდეს იმ საგადასახადო ინსპექციაში, რომლის ტერიტორიაზეც დაიდგმება. საგადასახადო ჩართავს აპარატის ფისკალურ მესიერებს და ამის შემდეგ გაყიდული საქონლის თანხები შეინახება აპარატში. ყოველი დღის დასრულების შემდეგ სავალდებულოა ზედ ანგარიშის გაკეთება, რაც იმას გულისხმობს, რომ მთელი დღის ნავაჭრი უნდა ამოვბეჭდოთ საღარი აპარატიდან და შევინახოთ 3 წლის განმავლობაში. იმ შემთხვევაში, თუ გვექნება ვალდებულება, რომ ვიქონიოთ საღარი აპარატი და არ შევიძინოთ, ეს ქმდება ითვალისწინებს 500 ლარიან ჯარიმას, განმეორების შემთხვევაში 5 000 ლარს, კიდევ არ შეძენის შემთხვევაში კი - 10 000 ლარს. თუ გვიდგას საღარი აპარატი და არ ვიყენებთ, პირველ შემთხვევაზე ვჯარიმდებით 500 ლარით, მეორე შემთხვევაზე 1 500 ლარით, ყველა შემდგომ განმეორებაზე - 2 500 ლარით.

## ხელფასი

**ხელფასის გაცემამდე უნდა გადავრიცხოთ საშემოსავლო გადასახადი**

ხელფასი წარმოადგენს დამქირავებლის მიერ დაქირავებულისთვის განეული შრომის ანაზღაურებას. ანაზღაურება შეიძლება იყოს როგორც ფულადი, ასევე – მატერიალური. მაგალითად, პურის ქარხანა შეთანხმებულია დაქირავებულთან, რომ მისცემს ხელფასის სახით 200 ლარს და ყოველ დღე 3 პურს. ამ შემთხვევაში ქარხანამ საშემოსავლო გადასახადი უნდა დაუკავოს როგორც 200 ლარზე, ასევე – თითოეული პურზე (პურის ფასად უნდა ჩაითვალოს თანხა, რამდენადაც ყიდის ქარხანა ამ პურს). როგორც თქვენთვის ცნობილია, საშემოსავლო გადასახადი 20 % - ია. ხელფასი შესაძლებელია გაიყვას როგორც საღარიდან, ასევე – ბანკის მეშვეობით. მანამ, სანამ მოხდება ხელფასის გაცემა, აუცილებელია, შევადგინოთ სახელფასო უწყისი და გადავრიცხოთ საშემოსავლო გადასახადი. გადასახადის გადარიცხვის შემდეგ კი შეგვიძლია დავარიგოთ ხელფასები. როდესაც ხელფასი გაიყვამ საღარიდან, თანხის მიმღები თითოეული ადამიანი ხელს აწერს თანხის მიღებაზე. ეს ოპერაცია უნდა გატარდეს საღაროს წიგნშიც და გამოინეროს შესაბამისი თანხის ოდენობის გასავლის ორდერი.

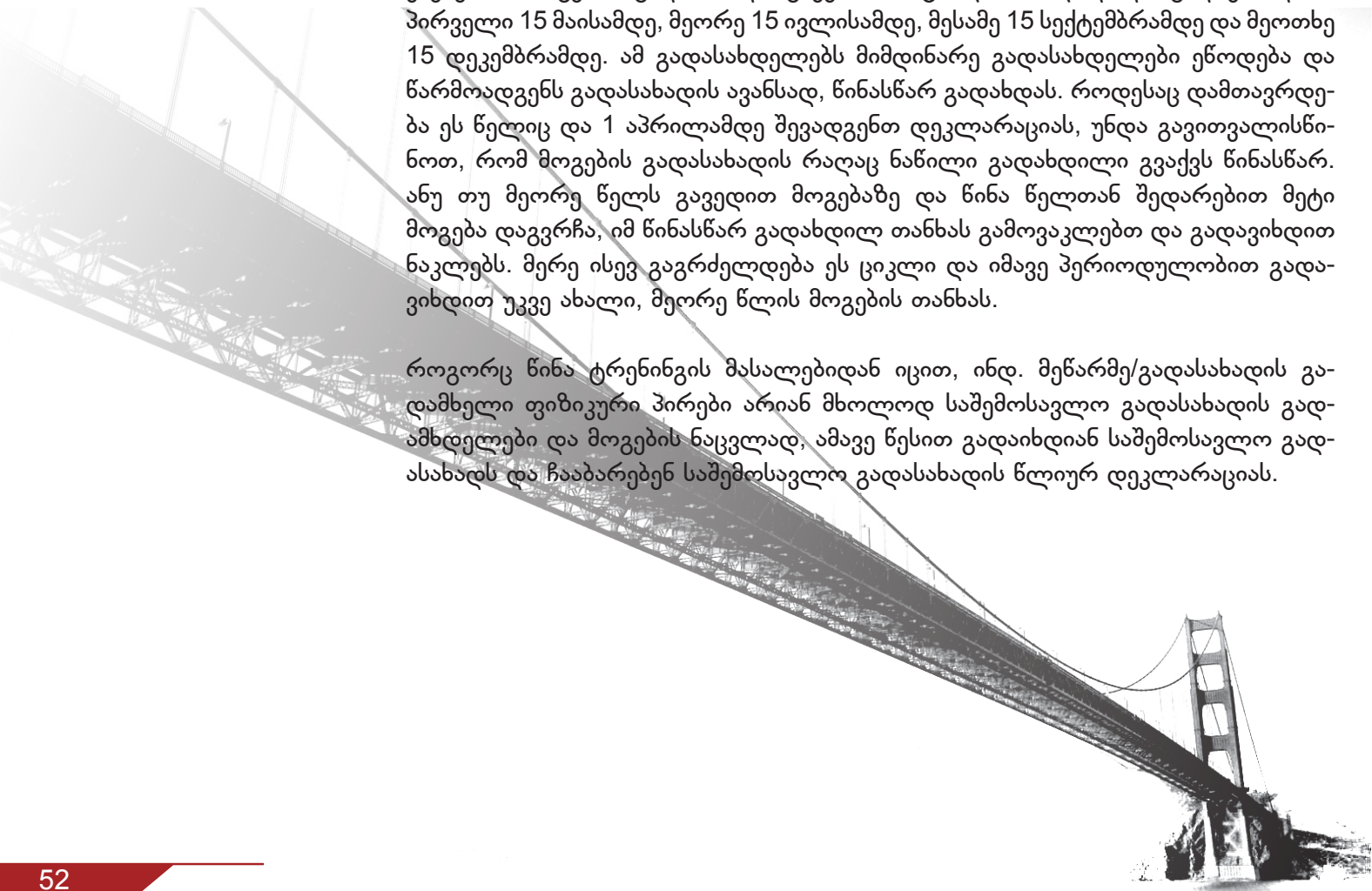
# მოგება/ზარალი

სამეურნეო წლის დასრულების შემდეგ 3 თვის ვადაში ნებისმიერმა საწარმომ უნდა წარადგინოს მოგება/ზარალის უწყისი

სამეურნეო წლად ითვლება კალენდარული წელი. მენარმეს წლის დასრულებიდან ეძლევა 3 თვე იმისათვის, რომ მოახდინოს საკუთარი ფირმის შემოსავლები-სა და ხარჯების დაანგარიშება, რათა გამოიყვანოს მოგება ან ზარალი. როგორც წინა ტრენინგიდან იცით, უნდა ჩაბარდეს მოგების წლიური დეკლარაცია, სადაც მუხლების მიხედვით, დაჯამებულად, უნდა ჩაინეროს საოპერაციო, არასაოპერაციო შემოსავლები და ხარჯები, ძირითადი საშუალებების (ის მანქანა - დანადგარებია, რომლის დახმარებითაც ვაწარმოებთ ბიზნესს) ცვეთა, რომელიც თავისი შინაარსით ხარჯების კლასში შედის. როდესაც ჩვენ ვყიდულობთ მაცივარს, დახლებს, ავეჯს და სხვა ინვენტარს, ვთქვათ, მაღაზიისთვის, მასში გადახდილ თანხას იმავე წელს არ გავატარებთ ხარჯებში. ის იმტომ ხდება, რომ ზემოთ ჩამოთვლილი საშუალებები წლების განმავლობაში უნდა გამოვიყენოთ და ხარჯშიც პროპორციულად უნდა ავსახოთ. მაგალითად, თუ ჩვენ გვაქვს 5000 ლარიანი მაცივარი და მისი გამოყენების ვადაა 5 წელი, მაშინ ამ თანხას გავანაწილებთ წლების მიხედვით და ყოველ წელს გავატარებთ ხარჯში. აღსანიშნავია ისიც, რომ საგადასახადო კოდექსი გვაძლევს იმის საშუალებას, რომ ძირითად საშუალებაში გადახდილი თანხა იმავე წელს ბოლომდე გამოვქვითოთ.

იმ შემთხვევაში, თუ ჩვენი ორგანიზაცია გავა მოგებაზე, მაშინ ვალდებულები ვიქნებით მოგების გადასახადი გავყოთ 4 ტოლ ნაწილად და გადავიხადოთ პირველი 15 მაისამდე, მეორე 15 ივლისამდე, მესამე 15 სექტემბრამდე და მეოთხე 15 დეკემბრამდე. ამ გადასახდელებს მიმდინარე გადასახდელები ეწოდება და წარმოადგენს გადასახადის ავანსად, წინასწარ გადახდას. როდესაც დამთავრდება ეს წელიც და 1 აპრილამდე შევადგენთ დეკლარაციას, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ მოგების გადასახადის რაღაც ნაწილი გადახდილი გვაქვს წინასწარ. ანუ თუ მეორე წელს გავედით მოგებაზე და წინა წელთან შედარებით მეტი მოგება დავგრჩა, იმ წინასწარ გადახდილ თანხას გამოვაკლებთ და გადავიხდით ნაკლებს. მერე ისევ გავრძელებთ ეს ციკლი და იმავე პერიოდულობით გადავიხდით უკვე ახალი, მეორე წლის მოგების თანხას.

როგორც წინა ტრენინგის მასალებიდან იცით, ინდ. მენარმე/გადასახადის გადამხელი ფიზიკური პირები არიან მხოლოდ საშემოსავლო გადასახადის გადამხდელები და მოგების ნაცვლად, ამავე წესით გადაიხდიან საშემოსავლო გადასახადს და ჩააბარებენ საშემოსავლო გადასახადის წლიურ დეკლარაციას.



# ბიზნესგეგმა და მისი შემუშავების ეტაპები

მოდული

5

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ გეცოდინებათ, თუ :

1

რა არის ბიზნესგეგმა და რა ფუნქციებს ასრულებს იგი

2

ვისთვის მზადდება ბიზნესგეგმა

3

რა ეტაპებს მოიცავს ბიზნესგეგმის მომზადება

4

როგორია ბიზნესგეგმის სტრუქტურა

5

რა ინმომაციას მოიცავს ბიზნესგეგმის ნაწილები

6

რა მნიშვნელობა აქვს ხარჯებისა და შემოსავლების სწორად გამოთვლას თქვენი ბიზნესის წარმატებისთვის

7

რა პრაქტიკული რჩევებია გასათვალისწინებელი ბიზნესგეგმის შემუშავებისას

## რისთვის კეთდება ბიზნესგეგმა

იმისათვის, რომ კარგად წარმართოთ ბიზნესი, აუცილებელია მოამზადოთ ბიზნესგეგმა. ბიზნესგეგმა კომპანიისთვის ასრულებს ერთგვარი რუქის როლს, რომლის საშუალებითაც შეიძლება მოძებნოთ საუკეთესო გზა დასახული მიზნების მისაღწევად. ბიზნესგეგმა დაგეხმარებათ სწორად განსაზღვროთ თუ რა რაოდენობის დრო და რესურსებია საჭირო კონკრეტული საქმიანობების განსახორციელებლად. ასევე ბიზნესგეგმის ჩამოყალიბებით თქვენ ნათლად გაიაზრებთ საკუთარი ბიზნესის სუსტ და ძლიერ მხარეებს, ნათლად დასახავთ მომავალი შესაძლებლობების მიღწევისა და სავარაუდო საფრთხეების თავიდან აცილების გზებს.

## ვისთვის მზადდება ბიზნესგეგმა

პირველ ყოვლისა, ბიზნესგეგმა განკუთვნილია თქვენთვის. ის გეხმარებათ უკეთ გაიაზროთ, თუ რა სახის საქმიანობაშია თქვენი კომპანია ჩართული, თუ ვინ არიან თვენი პროდუქციის ან მომსახურების მომხმარებლები, თუ რა გზებით აკმაყოფილებს თქვენი კომპანია კლიენტების მოთხოვნილებებს, თუ რა სახის და რა რაოდენობის ადამიანური, ტექნიკური, ფინანსური და სხვა სახის რესურსებია საჭირო თქვენი კომპანიის წარმატებული საქმიანობისთვის და ა.შ. გარდა ამისა, ბიზნესგეგმა შესაძლოა გამიზნული იყოს მის წარსადგენად შემდეგი დაინტერესებული მხარეებისთვის:

- ბანკებისთვის (დაფინანსების მოპოვების ანუ კრედიტის აღების საჭიროების შემთხვევაში);
- მომწოდებლებისთვის (თქვენი კომპანიის სამომავლო გეგმების გაცნობის მიზნით);
- პარტნიორი კომპანიებისთვის (შესაძლო პარტნიორული ურთიერთობების შესახებ წინადადებების მიწოდების მიზნით);
- ფართო საზოგადოებისთვის (თქვენი კომპანიის საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტების გაცნობისთვის).

ხშირია შემთხვევები, როდესაც კომპანიები ბიზნესგეგმას მხოლოდ მაშინ ამზადებენ, თუ მათ გაუჩნდებათ ბანკთან ანდა ინვესტორთან ურთიერთობის საჭიროება და ბიზნესგეგმას უფრო კომპანიის წარდგენის საშუალებად განიხილავენ, ვიდრე ბიზნესის მართვის ძლიერ იარაღად

**ბიზნესგეგმის მომზადებამდე ჩაატარეთ მოსამზადებელი სამუშაოები**

თუ თქვენ დამწყები მენარმე ხართ, ბიზნესგეგმის დაწერამდე აუცილებელია კარგად შეისწავლოთ ის პროდუქცია ან მომსახურება, რომლის გაყიდვაც გსურთ. შეეცადეთ გაიკნოთ ბაზარი და გაიგოთ ვინ იქნებიან თქვენი პოტენციური მომხმარებლები, გაითვალისწინეთ შესაძლო გაყიდვების რაოდენობა და დანახარჯები.

- პირველ ყოვლისა, გააცანით თქვენი იდეა მეგობრებს, ოჯახის წევრებს, ადამიანს, რომელსაც აქვს შესაბამისი გამოცდილება, არ შეგეშინდეთ მათი კრიტიკული შეფასებების. როდესაც დაფიქრდებით, ზოგიერთი შენიშვნა უფრო

საგულისხმოდ მოგეჩვენებათ, ზოგიც ნაკლებად. რაც მთავარია, შესაძლო რისკს უფრო ნათლად წარმოიდგინო.

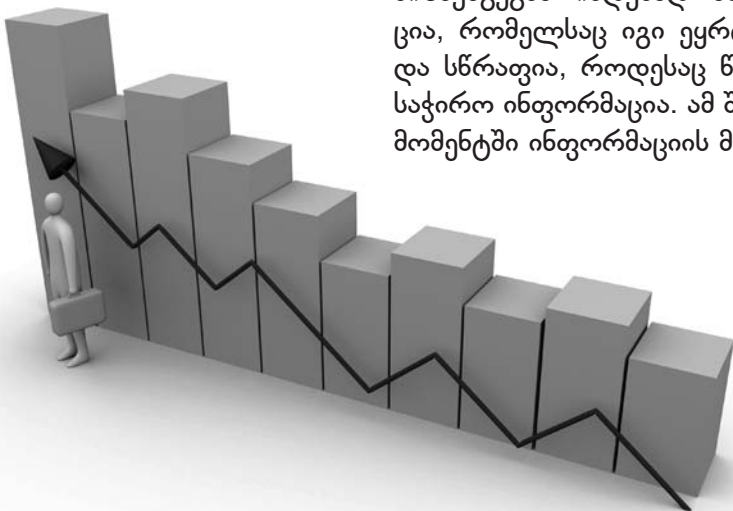
- შეაგროვეთ რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია თქვენთვის საინტერესო ბიზნესის შესახებ. კარგი იქნება, თუ გაეცნობით უკვე არსებულ ბიზნესს იმავე სფეროში და დააკვირდებით მის მუშაობას.
- შეისწავლეთ ბაზარი, სადაც თქვენი პროდუქციის გაყიდვა გასურთ.
- გაესაუბრეთ პოტენციურ მომხმარებლებს და შეისწავლეთ მათი მოთხოვნები.
- შეისწავლეთ თქვენი მომავალი კონკურენტები, აღწერეთ მათი ძლიერი და სუსტი მხარეები და თუ შესაძლებელია, მათი გეგმებიც გაიგეთ.
- შეადგინეთ ფინანსური გათვლები: რა დაგიჯდებათ პროდუქციის თუ მომსახურების წარმოება? რა ფასად გაყიდით მას? კონკურენტუნარიანია თუ არა ეს ფასი?
- განსაზღვრეთ თუ რა ორგანიზაციულ - სამართლებრივი ფორმით (ინდივიდუალური საწარმო, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს), კომანდიტური საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება, კოოპერატივი) გასურთ ფუნქციონირებდეს თქვენი ბიზნესი.

ბიზნესგეგმის წერის დაწყებამდე განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს მოსამზადებელ საქმიანობებს. მოსამზადებელი პერიოდის სწორად წარმართვა უზრუნველყოფს პროცესის უწყვეტობასა და კოორდინირებულ მუშაობას.

არსებობს მოსამზადებელი საქმიანობის ოთხი ძირითადი ეტაპი:

1. საჭირო მონაცემების შეგროვება;
2. ბიზნესგეგმის ზოგადი მონახაზის მომზადება;
3. ბიზნესგეგმის სახის განსაზღვრა;
4. თავებისა და პასუხისმგებლობების გადანაწილება.

ბიზნესგეგმა იმდენად არის წარმატებული, რამდენადაც სწორია ინფორმაცია, რომელსაც იგი ეყრდნობა. ბიზნესგეგმის წერის პროცესი უფრო მარტივი და სწრაფია, როდესაც წინასწარ მოძიებულია და მარტივად ხელმისაწვდომია საჭირო ინფორმაცია. ამ შემთხვევაში წერის პროცესი აღარ შეწყდება კრიტიკულ მომენტში ინფორმაციის მოსაპოვებლად.



## ბიზნესგეგმის დაწერისათვის საჭირო ძირითადი ინფორმაცია

თქვენ შეგიძლიათ, მოახდინოთ არსებული ჩამონათვლის კორექტირება თქვენი ბიზნესის თავისებურებებიდან გამომდინარე

კომპანიის აღწერა	სახელი; სამართლებრივი ფორმა; მდებარეობა; ძირითადი ფინანსური მაჩვენებლები; მენილეები, აქციონერები.
ორგანიზაცია და მენეჯმენტი	ორგანიზაციის სტრუქტურა; მენეჯერთა გუნდი; დირექტორთა საბჭო; კონსულტანტები და მრჩეველები; კომპენსაციები და სამუშაო ხელშეკრულებები; მენილეთა უფლებები და გადაწყვეტილებები.
ბაზარი და კონკურენცია	ბაზრის სტატისტიკა, კონკურენტების შესახებ ინფორმაცია; ბაზრისა და მომხმარებელთა კვლევები.
პროდუქტი/მომსახურება	პროდუქტის აღწერა და ტექნიკური მახასიათებლები; კონტარქტები და გაყიდვები; კონკურენტული უპირატესობები; პატენტი, ლიცენზია, სავაჭრო მარკა; ნებართვები და სანარმოების სტანდარტები; საოპერაციო გეგმა; კვლევა და განვითარების გეგმა.
მარკეტინგი და გაყიდვები	მარკეტინგული გეგმა; მარკეტინგული საშუალებები; მარკეტინგული მასალები.
ფინანსური ინფორმაცია	გასული ხუთი წლის ფინანსური ანგარიში; ფინანსური პროგნოზები და ვარაუდები; საჭირო ფინანსური რესურსების მოცულობა და ვადები.

### ბიზნესგეგმის ზოგადი მონახაზი

ბიზნესგეგმა უნდა იყოს ნათლად გაწერილი თავებად, სადაც თითოეული თავი აღწერს კომპანიის სხვადასხვა ასპექტს. ბიზნესგეგმის მონახაზის შემუშავება თავიდანვე ნათელს ხდის, თუ რა სად იქნება დაწერილი. ასევე, ზოგადი მონახაზი საშუალებას აძლევს მენეჯერს, განსაზღვროს რამდენად დეტალური უნდა იყოს გეგმა.

### ბიზნესგეგმის სახის განსაზღვრა

ადამიანები, რომლებიც პირველად წერენ ბიზნესგეგმას, სვამენ კითხვას: რა მოცულობის უნდა იყოს ბიზნესგეგმა? - იგი შეიძლება იყოს სხვადასხვა ზომისა და ფორმის. არ არსებობს რაიმე წესი, რომელიც განსაზღვრავდა მის მოცულობასა და ფორმას. იგი ძირითადად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რისთვის არის გამიზნული და რამდენად კომპლექსურია კომპანია.

ზოგადად, არსებობს ბიზნესგეგმის სამი სახეობა: შემაჯამებელი ბიზნესგეგმა, სრული ბიზნესგეგმა და ოპერაციული ბიზნესგეგმა.

### შემაჯამებელი ბიზნესგეგმა - დამწყები კომპანიები ბისთვის

**შემაჯამებელი ბიზნესგეგმა** ძირითადად შედგება 10-15 გვერდისაგან და გამოიყენება ისეთი კომპანიების მიერ, რომლებსაც არ აქვთ დიდი ისტორია და განვითარების საწყის ეტაპზე არიან. შემაჯამებელი გეგმა შეიძლება გამოყენებული იქნას გამოცდილი მენეჯერის მიერ, რომელსაც აქვს კარგი რეპუტაცია. შემაჯამებელი გეგმა უნდა მოიცავდეს საკმარის ინფორმაციას, რათა დაარწმუნოს პოტენციური ინვესტორი, რომ მენეჯერი კარგად იცნობს საკუთარ ბიზნესსა და ბაზარს.



**სრული ბიზნესგეგმა - დეტალური ინფორმაცია ფინანსების მოსაზიდად**

**სრული ბიზნესგეგმა** ტრადიციულად შედგება 20-40 გვერდისგან და გამოიყენება ფინანსების მოსაზიდად. აღნიშნული გეგმა უფრო დეტალურია და სასურველია, რაც უფრო იზრდება საჭირო თანხების მოცულობა. მაგალითად, ხუთი მილიონის მოსაზიდად დაგჭირდებათ უფრო დეტალური ბიზნესგეგმა, რომელიც უნდა მოიცავდეს: ბაზრის ღრმა ანალიზს, ხუთი წლის ფინანსურ მაჩვენებლებს, დეტალურ კვლევებს, განვითარების შესახებ ინფორმაციას და ფინანსურ მონაცემებს, რაც განაპირობებს დაპირებებისა და მიზნების მიღწევას.

**ოპერაციული ბიზნესგეგმა - განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი კომპანიის დაარსებისას**

**ოპერაციული ბიზნესგეგმა** დამახასიათებელი და უფრო მეტად მნიშვნელოვანია კომპანიის დაარსებისას. იგი წარმოადგენს სახელმძღვანელოს მენეჯერისთვის. ოპერაციული ბიზნესგეგმა უნდა იყოს 40-100 გვერდი, სადაც განერილი იქნება თითოეული დეტალი, რომელიც ბიზნესის ფუნქციონირებისას გხვდება. აღნიშნული გეგმით თითოეული თანამშრომელი მიხვდება საკუთარ როლს, მნიშვნელობასა და მიზნების მისაღწევად შესასრულებელ საქმიანობას.

## პასუხისმგებლობების განაწილება

ბიზნესგეგმა შეიძლება მომზადებული იქნას სხვადასხვა გზით. ერთ-ერთი არის ის, რომ თითოეული მენეჯერი, მაგალითად, მარკეტინგის მენეჯერი, ქმნის მისი სფეროს შესაბამის საკუთარ სამუშაო ვერსიას და შემდგომ განიხილავს მას აღმასრულებელ დირექტორთან. მეორე მიდგომის მიხედვით, ბიზნესგეგმის სრულ სამუშაო ვერსიას წერს აღმასრულებელი დირექტორი და გადასცემს ტოპ-მენეჯმენტს შესწორებისა და გადახედვისათვის.

ამ ორ მიდგომას შორის არსებობს მრავალი ვარიაცია და აუცილებელი არ არის, რომ გამოყენებული მეთოდი იყოს უკეთესი, ვიდრე სხვა რომელიმე. თითოეულ მენეჯერს შეიძლება დაევალოს ბიზნესგეგმის წერისათვის მოსამზადებელ პერიოდში შესაბამისი ინფორმაციის მოძიება და დამუშავება.

ასევე, შეგიძლიათ დაიქირავოთ კონსულტანტი, რომელიც დაგინერთ ბიზნესგეგმას. თუმცა გაითვალისწინეთ, რომ აღნიშნულ პროცესში კომპანიის მენეჯმენტი აუცილებლად აქტიურად უნდა იყოს ჩართული.

## ბიზნესგეგმის სტრუქტურა

ბიზნესგეგმის სტრუქტურა მოიცავს ბიზნესთან დაკავშირებული სხვადასხვა საკითხებისა და ფაქტორების აღწერას. არსებობს ბიზნესგეგმის შემადგენელი ნაწილების სტანდარტული ჩამონათვალი, თუმცა მთავარია ბიზნესგეგმა იყოს რეალისტური და ასახავდეს კომპანიის მიზნებსა და გეგმებს.

ზოგადად, ბიზნესგეგმა წარმოადგენს მენეჯერული, მარკეტინგული, საოპერაციო და ფინანსური გეგმების გაერთიანებულ დოკუმენტს, რომელიც ასახავს, თუ როგორ გეგმავს კომპანია რესურსების გამოყენებას კონკრეტული დროის მონაკვეთში.

ბიზნესგეგმა ძირითადად შედგება შემდეგი სტანდარტული ნაწილებისგან, თუმცა აღნიშნული ფორმატი არის უბრალოდ ზოგადი ნიმუში, რომლის კორექტირებაც შესაძლებელია კონკრეტული ბიზნესის სპეციფიკიდან გამომდინარე. ბიზნესგეგმის შემადგენელი სტანდარტული ნაწილებია:

- აღმასრულებელი წინასიტყვაობა

- კომპანიის ზოგადი აღწერა
- პროდუქტები და სერვისები
- მარკეტინგის გეგმა
- საექსპლუატაციო გეგმა
- მენეჯმენტი და სტრუქტურა
- ფინანსური ისტორია და ანალიზი
- ფინანსური გეგმა

## აღმასრულებელი წინასიტყვაობა

აღმასრულებელი წინასიტყვაობა განსაზღვრავს იმას, ღირს თუ არა ბიზნესგეგმის ბოლომდე წაკითხვა

გარე აუდიტორიისთვის შემუშავებული ნებისმიერი ბიზნესგეგმის ყველაზე მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს აღმასრულებელი წინასიტყვაობა. ბანკირი, ინვესტორი, თუ კერძო პირი კომპანიაში ფულის დაბანდების ან კრედიტის გაცემისთვის ყოველკვირეულად განსახილველად იღებს ბევრ ბიზნესგეგმას. იმის განსაზღვრად, ღირს თუ არა ბიზნესგეგმის ბოლომდე წაკითხვა, თავდაპირველად კითხულობენ აღმასრულებელ წინასიტყვაობას.

სასურველია, აღმასრულებელი წინასიტყვაობა არ აღემატებოდეს 2 გვერდს! ამ ნაწილში მოათავსეთ ყველაფერი, რასაც განიხილავდით 5 წუთიან ინტერვიუში!

თუ აღმასრულებელი წინასიტყვაობა იმედისმომცემ შედეგებს გვპირდება, მაშინ მკითხველმა შეიძლება ბიზნესგეგმა ბოლომდე შეისწავლოს, წინააღმდეგ შემთხვევაში თქვენი საქმიანი წინადადება უარყოფილი იქნება. გეგმის სხვა ნაწილებს, რომლებიც შეიცავს ღირებულ ინფორმაციას, მნიშვნელობა ეკარგება, თუ პოტენციური ინვესტორი მას არ გაეცნო. აღმასრულებელი წინასიტყვაობის უპირველესი მიზანია, მკითხველს გაუღვიძოს დანარჩენი ნაწილების წაკითხვის სურვილი.

**უპირველეს ყოვლისა უნდა გვახსოვდეს, რომ აღმასრულებელი წინასიტყვაობა არის ბიზნესგეგმის ყველაზე შემცირებული ვარიანტი.**

ეფექტური აღმასრულებელი წინასიტყვაობა მოიცავს ყველა იმ მნიშვნელოვან ფაქტებსა და პროგნოზებს, რომლებიც ბიზნესგეგმის სხვადასხვა ნაწილებშია გაფანტული. იგი უნდა შეიცავდეს შემდეგ მნიშვნელოვან ინფორმაციას:

ბიზნესგეგმის აღმასრულებელი წინასიტყვაობა უნდა დაიწეროს მას შემდეგ, რაც დაინერგება გეგმის ყველა სხვა ნაწილი

- კომპანიის სტრატეგიის მოკლე აღწერას;
- მენეჯერთა გუნდის გამოცდილების აღწერას;
- ბაზრის მოკლე მიმოხილვას (წარმატების მომტანი ფაქტორები, რომლებიც გახდის კომპანიას უნიკალურს ბაზარზე);
- პროდუქტის/მომსახურების აღწერას;
- წინა პერიოდის მნიშვნელოვან შედეგებს და ისეთ ფინანსურ მაჩვენებლებს, როგორცაა ყოველწლიური შემოსავალი და მომდევნო ხუთი წლის წმინდა მოგება;
- საჭირო დაფინანსების მოცულობის შეფასებას, ინვესტიციის გამოყენების გეგმასა და იმის განსაზღვრას, როგორ შეძლებს ინვესტორი დაბანდებული თანხის ამოღებას.

## კომპანიის ზოგადი აღწერა

ამ თავში უნდა გადმოსცეთ ყველა ის მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, რაც ასახავს კომპანიას, მის ადგილმდებარეობას, იურიდიულ ფორმასა და გამოცდილებას ბაზარზე. შესაბამისად, ამ განყოფილებაში უნდა აღწეროთ შემდეგი მონაცემები:

<b>მისიის დებულება</b>	ბევრ კომპანიას აქვს მისიის მოკლე განცხადება, ჩვეულებრივ 30 სიტყვა ან უფრო ცოტა, რაც ხსნის მათი არსებობის მიზეზს და წამყვან პრინციპებს.
<b>ბიზნესის პროფილი, საქმიანობის სახეობა</b>	კომპანიის საქმიანობა მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული იმაზე, თუ რა დარგში საქმიანობს იგი და კონკრეტულად რა მიმართულებით. ერთი ან ორი აბზაცით აღწერეთ, რას აკეთებს თვენი ორგანიზაცია.
<b>მიზნობრივი ბაზარი</b>	აქ მოკლედ აღწერეთ, ვინ არის თქვენი ძირითადი მომხმარებელი და რატომ. თქვენ უფრო მეტს ახსნით და დეტალურად გააანალიზებთ ბაზარს მარკეტინგის გეგმის სექციაში.
<b>საკუთრების ფორმა</b>	ინდივიდუალური საწარმო, პარტნიორობა, კორპორაცია, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება.
<b>კომპანიის ისტორია</b>	წლები ბიზნესში, წინა მფლობელები (ასეთის არსებობის შემთხვევაში), წარმატებები, პრობლემები, არსებული რეპუტაცია, გაყიდვებისა და მოგების ისტორია - განიხილეთ წარსულში არსებული მნიშვნელოვანი პრობლემები და როგორ შეძელით მათი ამოხსნა და გადალახვა.
<b>ფაქტორები და შესაძლებლობები</b>	რა ფაქტორები შეუწყობს ხელს კომპანიის წარმატებას? რა არის თქვენი მთავარი კონკურენტული უპირატესობები? რა ღონისძიებებს გაატარებთ თქვენი ბიზნესისათვის?
<b>გრძელვადიანი მიზანი</b>	გრძელვადიანი მიზანი: რა არის თქვენი ბიზნესის სამომავლო გეგმები? - გაზრდა? - თუ ასეა, მაშინ რა ტემპით და როგორ მიაღწევთ ამას?

## პროდუქტები და სერვისები

დეტალურად აღწერეთ თქვენი პროდუქტები და მომსახურება. (ტექნიკური მახასიათებლები, ნახაზები, სურათები, ბროშურები და მსგავსი მასალები გადაიტანეთ დანართებში).

გააანალიზეთ ფაქტორები, რომლებიც უზუნველყოფენ კონკურენტულ უპირატესობებსა და ასევე ნაკლოვანებებს. მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს ხარისხის, ანდა პროდუქტის რაიმე უნიკალური თვისება.

როგორია თქვენი პროდუქტის ფასი, ფასწარმოქმნის სისტემა?

## მარკეტინგის გეგმა

**მარკეტინგის გეგმა სამომავლოდ იქნება ყველაზე მნიშვნელოვანი გაყიდვების მართვაში**

თქვენს მარკეტინგულ გეგმაში იყავით რაც შეიძლება კონკრეტული, გამოიყენეთ სტატისტიკა, რიცხვები და რესურსები.

მიუხედავად იმისა, თქვენი პროდუქტი წარმატებით იყიდება თუ არა, კომპანია აუცილებლად უნდა ფლობდეს ინფორმაციას მომხმარებლისა და კონკურენტების შესახებ. მომხმარებელთა გემოვნება და მყიდველობითი ქცევა იცვლება. ასევე, თვენი კონკურენტებიც იცვლებიან და ბაზარზე ახალი მიდგომებითა და მეთოდებით გამოდიან. ამდენად, ბიზნესგეგმის მომზადებისას მცირე ზომის კვლევები მაინც უნდა ჩაატაროთ. შესაძლოა, თქვენივე მომხმარებლები გამოკითხოთ და დაადგინოთ, რა არ მოსწონთ თქვენს პროდუქტში და რატომ ყიდულობენ თქვენთან. ამდენად, მარკეტინგული გეგმის შემუშავების პირველი ეტაპია ინფორმაციის მოპოვება კონკურენტებისა და მომხმარებლების შესახებ.

## შეათვისეთ თქვენი ძლიერი და სუსტი მხარეები

მარკეტინგული გეგმა შესაძლოა, სხვადასხვა სტრუქტურით იყოს გადმოცემული ბიზნესგეგმაში, თუმცა რეკომენდირებულია, რომ იგი აღწერდეს ქვემოთ ჩამოთვლილ ინფორმაციას:

- ბაზარი, მისი მოცულობა და თქვენი კომპანიის წილი;
- თქვენი პროდუქტი და მისი განვითარების გეგმები;
- მომხმარებლები (სეგმენტი, მსყიდველობითი ჩვევები);
- კონკურენტები;
- კომუნიკაციის სტრატეგია (როგორ სარეკლამო კამპანიას გეგმავთ და რატომ?);
- ფასნარმოქმნა (როგორ აწესებთ ფასებს? ფასდაკლების პერიოდები);
- დისტრიბუციის არხები (როგორ ყიდით თქვენს პროდუქტს ან სერვისს – საცალო თუ საბითუმო გაყიდვები);
- გაყიდვების პროგნოზირება (რეალისტურად და არგუმენტირებულად დეგემეთ გაყიდვები).

იმისათვის, რომ ნათლად დაინახოთ თქვენი კომპანიის ძლიერი და სუსტი მხარეები, განსაზღვროთ მომავალი შესაძლებლობები და თავიდან აირიდოთ სავარაუდო საფრთხეები, გააკეთეთ SWOT ანალიზი.

SWOT ანალიზის შემადგენელი ნაწილებია: Strengths - ძლიერი მხარეები; Weaknesses - სუსტი მხარეები; Opportunities - შესაძლებლობები; Threats - საშიშროებები

## ძლიერი მხარეების გამოსავლენად თქვენ პასუხი უნდა გასცეთ შემდეგ კითხვებს?

1. რა გამორჩეულ სარგებელს სთავაზობს მომხმარებელს თქვენი კომპანია?
2. რა განაპირობებს იმას, რომ მომხმარებელი ამჯობინებს თქვენი პროდუქტის შექმნას?
3. სთავაზობთ თუ არა ამჟამად მომხმარებელს რაიმე ისეთს, რის შეთავაზებასაც ვერ შეძლებს კონკურენტი კომპანია?

## კომპანიის ძლიერი მხარეები შეიძლება იყოს:

- გამორჩეული კომპეტენცია;
- სათანადო ფინანსური რესურსების ქონა;
- კონკურენტებთან გამკლავების უნარ-ჩვევები;
- კარგი იმიჯი მომხმარებლის თვალში;
- ბაზარზე ლიდერობა;
- წარმოების დიდი მოცულობით გამონვეული ეფექტიანობა;
- საკუთარი ტექნოლოგიების ქონა;
- დაბალი დანახარჯები;
- კარგი სარეკლამო კამპანია;
- აღიარებული მენეჯერები;
- დიდი გამოცდილება;
- უკეთესი სანარმოო საშუალებები;
- უკეთესი ტექნოლოგიური პოტენციალი.

## სუსტი მხარეების გამოსავლენად თქვენ პასუხი უნდა გასცეთ შემდეგ კითხვებს:

1. რა არის ისეთი, რისი გამოსწორებაც შესაძლებელია?
2. რის გაკეთებას ვერ ახერხებს თქვენი კომპანია?

3. რისი თავიდან აცილებაა შესაძლებელი?
4. რაში გჯობნიან თქვენი კონკურენტები?

**კომპანიის სუსტი მხარეები შეიძლება იყოს:**

- ბუნდოვანი სტრატეგია;
- მოძველებული დანადგარები;
- დაბალი მომგებიანობა, რაც გამოწვეულია: სუსტი მენეჯმენტით, საჭირო უნარ-ჩვევების ნაკლებობით, სტრატეგიის პრაქტიკაში განხორციელების გამოცდილების არქონით;
- კომპანიის შიგნით არსებული პრობლემები;
- პროდუქციის შეზღუდული ასორტიმენტი;
- ცუდი იმიჯი მომხმარებლის თვალში;
- სუსტად განვითარებული დისტრიბუციის ქსელი.

**არსებული შესაძლებლობების გამოსავლენად თქვენ პასუხი უნდა გასცეთ შემდეგ კითხვებს:**

1. რა სახის საინტერესო შესაძლებლობები არსებობს თქვენს ბაზარზე?
2. რა სახის საინტერესო მოვლენებს აქვს ადგილი თქვენს რეგიონში ან მთლიანად ქვეყანაში, რაც თქვენი კომპანიის განვითარების შესაძლებლობაა?
3. რა შეიძლება მოხდეს მომავალში, რამაც შესაძლოა შექმნას ხელსაყრელი პირობები თქვენი კომპანიისათვის?

**კომპანიის შესაძლებლობები შეიძლება იყოს:**

- ბაზრის ახალ სეგმენტზე შესვლა;
- პროდუქციის ასორტიმენტის გაფართოება;
- დივერსიფიკირება;
- ვაჭრობაზე ბარიერების გაუქმება უცხოეთის ბაზრებზე;
- წონასწორობის დამყარება კონკურენტ კომპანიებს შორის.

**არსებული საშიშროებების დადგენაში თქვენ დაგეხმარებათ შემდეგ კითხვებზე პასუხის გაცემა:**

1. რა ბარიერების წინაშე დგას კომპანია?
2. რას აკეთებენ თქვენი კონკურენტები ისეთს, რასაც შეუძლია წაგართვათ წილი ბაზარზე?
3. ხომ არ განიცდის თქვენი კომპანია ფულადი სახსრების ნაკლებობას?
4. იცვლება თუ არა თქვენი პროდუქციის ან მომსახურებისადმი წაყენებული მოთხოვნები მომხმარებელთა მხრიდან?

**კომპანიის საშიშროებები შეიძლება იყოს:**

- ახალი კონკურენტების შემოსვლა ბაზარზე;
- შემცველი პროდუქტების პოპულარობის ზრდა;
- მკაცრი მარეგულირებელი მოთხოვნების დანესება.

ზემოთ ჩამოთვლილ კითხვებზე სწორად პასუხი გაცემის შემთხვევაში თქვენ საშუალება გექნებათ, სწორად შეათვასოთ ყველა ის გარემოება (როგორც კომპანიის გარეთ, ასევე მის შიგნით), რომელიც სწორად დაგეგმვის პირობებში თქვენს ბიზნესს მომგებიანს გახდის და შესაბამისად თქვენს შემოსავლებს საგრძნობლად გაზრდის.

## საექსპლუატაციო გეგმა

აღწერეთ ბიზნესის ყოველდღიური მუშაობა – ადგილმდებარეობა, აღჭურვილობა, ადამიანები, პროცესები და შიდა გარემო.

ამ განყოფილების ზოგადი სტრუქტურა ასეთია:

### წარმოება

(როგორ და სად ხდება თქვენი პროდუქტის/მომსახურების წარმოება?): ტექნოლოგია, ხარისხის კონტროლის სისტემა, მომხმარებლის მომსახურება, მარაგების კონტროლი, პროდუქტის განვითარების სისტემა.

### ადგილმდებარეობა

(თქვენი ბიზნესისათვის რა ტიპის შენობა/ოფისია საჭირო?): ფიზიკური მახასიათებლები – ფართი, კომუნიკაციები, მდებარეობა და ა.შ.

### იურიდიული გარემო

ნებართვები და ლიცენზიები, სავალდებულო დაზღვევა და სხვა საკანონმდებლო ვალდებულებები, რომლებიც უნდა დააკმაყოფილოს ბიზნესმა

### პერსონალი

კადრების საჭირო რაოდენობა, უნარები და ცოდნა, ანაზღაურების სისტემა, ტრენინგის მეთოდები და მოთხოვნები, ფუნქციების გადანაწილება, სამუშაოს აღწერილობები და ა.შ.

### მარაგები

რა ტიპის მარაგები გჭირდებათ და რა რაოდენობით? საშუალო მარაგების გამოთვლა, შესყიდვების სისტემა.

### მომწოდებლები

კომპანიები და მათი საკონტაქტო ინფორმაცია, მოწოდების პირობები, მომწოდებლების შეფასების სისტემა.

## მენეჯმენტი და სტრუქტურა

### ბიზნესგეგმის ეს თავი ასახავს, თუ როგორ ხდება ბიზნესის მართვა

ეს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი თავია, რომლის უკან მდგარ გადანყვეტილებაზეა დამოკიდებული, რამდენად კარგად და მოქნილად შესრულდება ბიზნესგეგმაში დასმული ამოცანები.

იმ შემთხვევაში, თუ პერსონალის რაოდენობა მცირეა, რთული სტრუქტურის აგება საჭირო არაა. თუმცა, ნებისმიერ შემთხვევაში, ნათლად გამიჯნეთ უფლებამოსვალეობები თანამშრომლებს შორის.

ბიზნესგეგმის ამ ნაწილში განვიხილავთ უნდა იყოს სამუშაოს აღწერილობები (ძირითადი ფუნქციები, ვალდებულებები და უფლებები) თითოეული პოზიციისათვის. ფუნქციები გადანაწილებული უნდა იყოს მეტ-ნაკლებად თანაბრად შესასრულებელი სამუშაოს მოცულობის გათვალისწინებით. ზოგადად, უნდა ჩანდეს როგორ ხდება ბიზნესის მართვა.

## ხარჯებისა და შემოსავლების გამოთვლა

### განასხვავეთ ფიქსირებული და ცვლადი ხარჯები

ბიზნესის დანხების მთავარი იდეა მოგების მიღებაშია. იმისათვის, რომ სწორად დაგეგმოთ და მართოთ თქვენი საქმე, აუცილებელია განეული ხარჯების სწორად დათვლა, დაგეგმვა და ანალიზი.

პირველ ყოვლისა, უნდა მოახდინოთ ხარჯების დაყოფა ორ ჯგუფად: ფიქსირე-

ბულ და ცვლად ხარჯებად.

**ფიქსირებულია** ისეთი ხარჯები, რომლებიც როგორც წესი, უცვლელია იმის მიუხედავად, თუ რა რაოდენობის პროდუქციას აწარმოებთ (ქირა, მუდმივი ხელფასები და ა. შ.).

**ცვლადია** ხარჯი, რომლსაც თქვენს წევთ უშუალოდ პროდუქციის დასამზადებლად და მისი მოცულობა დამოკიდებულია წარმოებული პროდუქტის რაოდენობაზე (მასალები, პროდუქტის შეფუთვის ხარჯები, და ა.შ). შესაბამისად ცვლადი ხარჯების დათვლა პროდუქტის ერთ ერთეულზე ხდება.

**გაანალიზეთ შემოსავლები და ხარჯები კონკრეტული ბიზნესიდეის გარშემო**

იმ შემთხვევაში, თუ თქვენ ბიზნესის დაწყებას ან გაფართოებას გეგმავთ, მაშინ, როგორც წესი, უნდა განიოთ საინვესტიციო ხარჯი. საინვესტიციოა ხარჯი, რომელიც საჭიროა გარკვეული დანადგარების, მიწის ან შენობის შესაძენად, ანუ ბიზნესის დაწყებისათვის. შესაბამისად ამგავრი ხარჯი ერთჯერად ხასიათს ატარებს.

ხარჯებისა და შემოსავლების ანალიზის თვალსაჩინოებისთვის განვიხილოთ ნინო ყოჩიშვილის ბიზნესიდეა.

ნინო ყოჩიშვილი გამოირჩევა ყაისნალით ქსოვის განსაკუთრებული უნარით. იგი სახლისათვის და ახლობლებისთვის სხვადასხვა გადასათარებლებსა და ფარდაებს ამზადებდა. მეგობრისგან გაიგო, რომ თბილისში ახალი მაღაზია გაიხსნა, სადაც ხელნაკეთი აქსესუარები იყიდება.

ნინო მაღაზიის მფლობელებს გაესაუბრა და გაიგო, რომ მაღაზია ყოველთვე იყიდდა 10 ნაქსოვ მაგიდის გადასათარებელს პირველი 6 თვის განმავლობაში, შემდეგ კი დამატებით შეისყიდდა კიდევ 15 დეკორატიულ ბალიშის პირებს. მაღაზიის მფლობელი მაგიდის გადასათარებებში 50 ლარს იხდის, ხოლო ბალიშის პირებში 15 ლარს. ამასთან, თუ გაყიდვები კარგად წავა, შესაძლოა კიდევ უფრო მეტი რაოდენობისა და სახის პროდუქტიც კი შეისყიდოს.

ნინო ყოჩიშვილმა 2 დღე მოითხოვა მოსაფიქრებლად, რათა დაეთვალა ხარჯები და საბოლოო გადანყვეტილება მიეღო.

ნინომ ხარჯების დათვლა და დაჯგუფება, შემოსავლების პროგნოზირება ასე გააკეთა:

**ჯერ გამოთვალა ერთი წლის განმავლობაში რა რაოდენობის პროდუქტი უნდა მოექსოვა.**

გადასათარებელი  $10 \times 12$ თვე = 120ცალი  
ბალიშის პირი –  $15 \times 6$ თვე = 90 ცალი

**დასჭირდება თუ არა დამატებითი მუშახელი?**

პირველი ექვსი თვე, როდესაც 10 გადასათარებელი უნდა მოქსოვოს, მარტო შეძლებს საქმის გამკლავებას, თუმცა შემდეგ აუცილებლად დასჭირდება 1 მქოსველი.

**რა რესურსი დასჭირდება შეკვეთის წარმატებულად შესრულებისთვის?**

ქსოვისთვის, მას, რა თქმა, უნდა სჭირდება ძაფი.

თუმცა, ბაზარზე ყოველთვის არ არის მისთვის სასურველი ფერები ხელმისაწვდომი. ნინომ იცის, რომ 1500 ლარად იყიდება შესაღები დანადგარი, რომელიც საშუალებას მისცემს შედარებით იაფად იყიდოს თეთრი ძაფი და საკუთარი სურვილისამებრ შეღებოს ის.

ამასთან, კარგი ხარისხის 2-3 ყაისნალიც საჭიროა.

**ახლა საჭიროა ხარჯების დაჯგუფება და გამოთვლა:  
საივესტიციო ხარჯები:**

- შესაღები დანადგარი: 1500 ლარი
- ყაისნალი (3 ცალი):  $3 \times 20 = 60$  ლარი
- სულ საინვეტიციო ხარჯები: 1560 ლარი

ნინოს 1560 ლარი არ აქვს ეს ბიზნესი რომ დაიწყოს, მაგარამ შესაძლებელია აიღოს 2 წლიანი კრედიტი, 12%-იანი განაკვეთით. ამ კრედიტის დაფარვისათვის მას ყოველთვიურად დაახლოებით 80 ლარის გადახდა მოუწევს.

**ფიქსირებული ხარჯები**

- ძაფის საღებავი: 50 ლარი  $\times 12$  თვე = 600 ლარი
- ტრასპორტირების ხარჯი: 40 ლარი  $\times 12$  თვე = 360 ლარი
- კრედიტის გადასახადი: 80 ლარი

შენიშვნა: ნინო თავის სახლში აპირებს მუშაობას და ამიტომ მას სხვა ფიქსირებული ხარჯები გასაწევი არ ექნება.  
ფიქსირებული ხარჯი თვეში: 170 ლარი

**ცვლადი ხარჯები:**

- ძაფი 1 გადასაფარებლისათვის – 5 ლარი
- 1 ბალიშის პირისათვის – 2 ლარი
- მქსოველის ანაზღაურება – 1 გადასაფარებელის მოქსოვა – 10 ლარი
- 1 ბალიშის პირის მოქსოვა – 4 ლარი

**დამახსოვრეთ! ხარჯებში ყოველთვის აღრიცხეთ საკუთარი შრომა!**

ნინოს შეუძლია ცვლად ხარჯებში მხოლოდ დამხმარე მქსოველის ანაზღაურება შეიყვანოს, მაგარამ ამგვარად დათვლილი ხარჯები არასწორ სურათს აჩვენებს და შესაძლოა წამგებიანი ბიზნესიდეა მიმზიდველადაც მოგეჩვენოთ. ყოველთვის დათვლეთ თქვენი და თქვენი ახლობლების შრომა და შეიყვანეთ ხარჯებში!  
**ახლა ყოველთვიური შემოსავლებიც დავთვალოთ:**

პირველი ექვსი თვის განმავლობაში: 10 გადასაფარებელი  $\times 50$  ლარზე = 500 ლარი

მომდოევნო ექვსი თვის განმავლობაში: გადასაფარებლებიდან მიღებული 500 ლარი + ბალიშის პირების (15  $\times$  15 ლარზე) გაყიდვები - 225 ლარი = 725 ლარი.

ნონომ ახლა უნდა გადაწყვიტოს ღირს თუ არა საქმის დაწყება. ამიტომ მან ხარჯებისა და შემოსავლები უნდა ერთად გამოთვალოს თითოეული თვისათვის, რაც საბოლოო განწყვეტილების საშუალებას მისცემს.



	I თვე	II თვე	III თვე	IV თვე	V თვე	VI თვე	VII თვე	VIII თვე	IX თვე	X თვე	XI თვე	XII თვე
<b>შემოსავლები</b>	500	500	500	500	500	500	725	725	725	725	725	725
<b>ხარჯები</b>												
საინვესტიციო ხარჯები 1560 ლარი განეული წინა თვეს კრედიტის საშუალებით												
<b>ფიქსირებული ხარჯები</b>												
ძაფის საღებავი	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ტრანსპორტირება	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
კრედიტის დაფარვა	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
<b>ცვლადი ხარჯები</b>												
ძაფი	50	50	50	50	50	50	80	80	80	80	80	80
მქსოველის ანაზღაურება	100	100	100	100	100	100	160	160	160	160	160	160
<b>სულ ხარჯები</b>	310	310	310	310	310	310	400	400	400	400	400	400
<b>მოგება/ზარალი (შემოვალეზს - ხარჯები)</b>	190	190	190	190	190	190	325	325	325	325	325	325

ამ დათველების შემდეგ წინომ გადაწყვიტა, რომ დათანხმებულიყო შემოთავაზებას და სესხის მისაღებად საბუთების მომზადებას შეუდგა. პირველი ექვსი თვე მხოლოდ 190 ლარი ექნება შემოსავალი, მაგრამ ამ დროს ის პარალელურად სესხსაც ფარავს. შემდეგ შემოსავალი გაეზრდება, თან ლამაზად და ხარისხაინად მოქსოვილი აქსესუარები შესაძლოა უფრო მეტიც კი გაყიდოს, ვიდრე ეს თავიდან იყო დაგეგმილი.

## ფინანსური ისტორია და ანალიზი

წინა წლების ფინანსური მონაცემების ანალიზი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა სამომავლო ფინანსური მაჩვენებლების პროგნოზირებისათვის. ამ განყოფილებაში ძირითადი ფინანსური ფორმებით უნდა მოიყვანოთ ინორმაცია კომპანიების შესახებ და იმავდროულად, წარმოადგინოთ არგუმენტირებული ანალიზი. მონაცემებმა უნდა გასცეს პასუხი შემდეგ ძირითად კითხვებს:

- რა მოგება მიიღო ორგანიზაციამ თავისი საქმიანობიდან?
- კომპანიას რამდენი აქვს სხვისი ვალი?
- სხვას რამდენი აქვს კომპანიის ვალი?

ასევე, სასურველია, ანალიზი წარმოადგინოთ სხვადასხვა კოეფიციენტების სახით. წარმოგიდგინოთ ფინანსური ანალიზის ძირითად კოეფიციენტებს:

$$\text{მოგების მარჟა} = \frac{\text{წმინდა შემოსავალი}}{\text{გაყიდვების მოცულობა}}$$

$$\text{უკუგება ინვესტიციებზე} = \frac{\text{წმინდა შემოსავალი}}{\text{გაყიდვების მოცულობა}} \times \frac{\text{გაყიდვების მოცულობა}}{\text{აქტივების ღირებულება}}$$

$$\text{მარაგების ბრუნვა} = \frac{\text{გაყიდვების მოცულობა}}{\text{მარაგების მოცულობა}}$$

## ფინანსური გეგმა

ფინანსური გეგმა მოიცავს 12-თვიანი მოგება-ზარალის, ფულადი სახსრების მიმოქცევისა და ბალანსის დაგეგმარებას. ასევე, ნულოვანი მოგების წერტილის (BEP) გათვლას.

ყველა ეს უწყისი მთლიანობაში წარმოადგენს თქვენი კომპანიის ფინანსური მომავლის რაციონალურ შეფასებას. გარდა ამისა, ფინანსური გეგმის შედგენის პროცესი გააუმჯობესებს თქვენი კომპანიის ფინანსური მდგომარეობის ობიექტურ შეფასებას.

ნულოვანი მოგების წერტილი (იგივე კრიტიკული თანაფარდობის წერტილი), გვიჩვენებს გაყიდვების რა ოდენობაა საჭირო, რათა ფირმამ არ მიიღოს ზარალი და რა პოზიციის მიღწევის შემდეგ შეძლებს იგი მოგების მიღებას.

ნულოვანი წერტილი გამოითვლება ფორმულით:

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{Cm}}$$

სადაც,

BEP \_ ნულოვანი მოგების წერტილი;

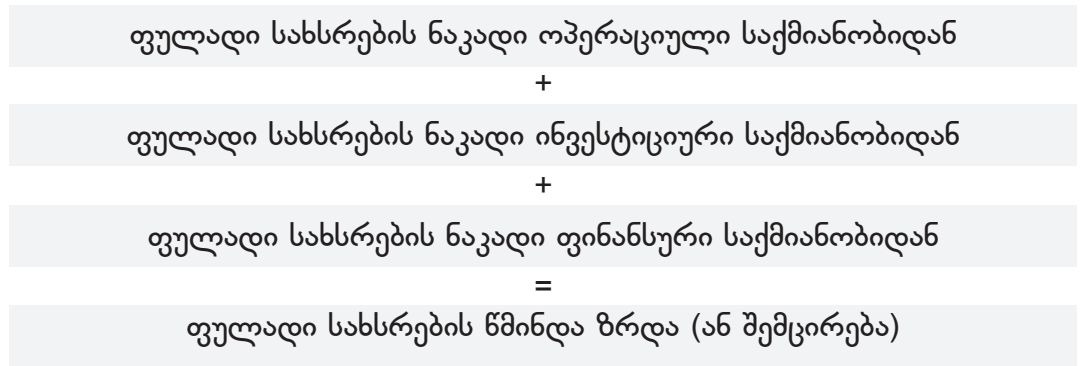
FC \_ ფიქსირებული ხარჯები;

Cm \_ კონტრიბუცია.

კონტრიბუცია გამოითვლება შემდეგნაირად:  $\text{Cm} = \text{P} - \text{Vu}$

სადაც, Cm \_ არის კონტრიბუცია; P \_ პროდუქციის ერთი ერთეულის გასაყიდი ფასი; Vu \_ ცვალებადი ხარჯი პროდუქციის ერთეულზე.

ფულადი სახსრების მოძრაობის უწყისი ფინანსური დაგეგმარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დოკუმენტია. უწყისის ძირითადი აგებულება ასეთია:



## დანართები

ჩართეთ დეტალები და დამატებითი მასალები დანართის სახით, რაც კიდევ უფრო გაამყარებს თქვენ მიერ წარმოდგენილ ანალიზსა და პროგნოზებს, მაგალითად:

- ბროშურები და სარეკლამო მასალები;
- დარგის ანალიზი;
- ნიმუშები, ნახაზები და გეგმები;
- ადგილმდებარეობის რუკები და ფოტოები;
- გაზეთები ან სხვა სტატიები;
- კუთვნილებაში არსებული ან მომავალში შესაძენი მონაცემების ანდა დანადგარების დეტალური სია;
- იჯარებისა და ხელშეკრულებების ასლები;
- რაიმე სხვა მასალები, რომლებიც საჭიროა გეგმაში არსებული ვარაუდების მხარდასაჭერად;
- ბაზრის გამოკვლევები.

## პრაქტიკული რჩევები ბიზნესგეგმის შემუშავებისათვის

სანამ დეტალებს შეეჭიდებით, ჩამოაყალიბეთ თქვენი კომპანიის განვითარებისა და ღირებულებების ხედვა. ნათელი მისიის დებულება უნდა გახდეს მკაფიოდ განწერილი მოკლევადიანი მიზნებისა და პრიორიტეტების საფუძველი. როგორც კი სწორად და ნათლად დასახავთ კომპანიის განვითარების ვექტორს, თქვენ აუცილებლად წარმატებულად დაგეგმავთ გასავლელ გზას.

**ჩამოაყალიბეთ ნათელი ხედვა**

ბიზნესგეგმის შემუშავების პროცესი იმდენად კომპლექსური და მრავალფეროვანია, ადვილად შეიძლება შეცდომის დაშვება და მნიშვნელოვანი ელემენტის გამოტოვება. გთავაზობთ რამოდენიმე რჩევას, რათა თავიდან აირიდოთ ასეთი შეცდომები:

**ბიუჯეტი არ არის იგი-ვე, რაც გეგმა**

ვერ შექმნით ბიზნესგეგმას ბიუჯეტისა და შესაბამისი ფინანსური ფორმების გარეშე. თუმცა გაითვალისწინეთ, რომ ბიუჯეტი არის პროდუქტი, რომელიც შექმნილია თქვენი გეგმის თითოეული ელემენტის საფუძველზე. ანუ თუ თქვენ სწორად არ შეაფასეთ ბაზრის მოცულობა, მომხმარებელთა რაოდენობა, კონკურენტების საქმიანობა ბიუჯეტის შედგენამდე, სავარაუდოდ, თქვენ მიერ გადმოცემული ციფრები შორს იქნება რეალობიდან.

არ გაუკეთოთ ივნიორი-რება მომხმარებელს

ეს შესაძლოა, ძალიან მარტივად უღერს, თუმცა ძალიან ბევრი მენარმე თვლის, რომ მათ ზუსტად იციან რა საჭიროებები აქვს მომხმარებელს და საერთოდ არაა საჭირო ამის გამოკვლევა. აუცილებლად დაუთმეთ დრო მომხმარებლების შესწავლას და ბიზნესგეგმა სწორედ მათი საჭიროებებისა და სურვილის გათვალისწინებით აავით.

ყოველთვის გაითვალისწინეთ კონკურენტები

თუ თქვენ იფიქრებთ, რომ ხართ ბაზარზე ერთადერთი მოთამაშე ან არასერიოზულად აღიქვამთ არსებულ კონკურენტებს, ნამდვილად წაანყდებით პრობლემებს. თან არ დაგავინყდეთ, რომ თქვენი კონკურენტები ძალიან კარგი ინფორმაციის წყარო შეიძლება გახდეს იმის შესახებ, თუ რა მუშაობს და რა არა. უბრალოდ, ისწავლეთ სხვის შეცდომებზე.

მზად იყავთ რისკის გასაწევად

ბიზნესგეგმის შედგენა არ ნიშნავს რისკების თავიდან აცილებას. ბიზნესგეგმის საშუალებით თქვენ შეძლებთ სწორად აღიქვათ და მართოთ რისკები. სწორედ ამიტომ, კარგ ბიზნესგეგმაში გათვალისწინებულია შესაძლო გამონვევები და შეიცავს რამოდენიმე სცენარს აღნიშნული გამონვევების გადალახვისათვის.

მოისმინე გარე პირის აზრი

ყველაზე გამოცდილ ბიზნესმენსაც კი შეუძლია სასარგებლო რჩევები მიიღოს განსხვავებული აზრის მოსმენითა და გაზიარებით. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თქვენ ხართ ინდივიდუალური მენარმე, მიმართეთ სხვა კომპეტენტურ პირს, რათა გადაახედოს თქვენ მიერ შემუშავებულ ბიზნესგეგმას და მოგცეთ რეკომენდაცია მისი გაუმჯობესებისათვის.

ელოდეთ მოულოდნელს

ყველა ბიზნესგეგმაში უნდა იყოს გათვალისწინებული მოულოდნელი შემთხვევები. მარკეტინგული და ფინანსური ნაწილები აუცილებლად მოქნილი უნდა იყოს ისე რომ, ადვილად იყოს შესაძლებელი ცვლილებების შეტანა. თუმცა, ყველაზე მნიშვნელოვანი ისაა, რომ ბიზნესის მენეჯმენტი მზად იყოს ცვლილებებისათვის. ცვლილებისა და სიახლეების ადაპტირებისათვის პირველი ნაბიჯი ადამიანების ფსიქოლოგიური მზადყოფნაა.

გახსოვდეთ რა გხდით უნიკალურს

კარგად მომზადებული ბიზნესგეგმა დაგეხმარებათ საქმიანობის დაწყებაში ანდა გაგრძელებაში, მაგრამ ეს მხოლოდ წერილობითი დოკუმენტია და წარმატებას თავისთავად ვერ უზრუნველყოფს. ზოგადად, ბიზნესში ყოფნა კონკურენტებზე გამარჯვების პირდაპირპროპორციულია. ამიტომ, ზუსტად უნდა იცოდეთ რა არის კონკურენტების ძლიერი მხარე და რას სთავაზობთ მომხმარებელს ისეთ უნიკალურს და განსხვავებულს, რომ ბიზნესის ამ მართონში დარჩეთ გამარჯვებული

დასახეთ დროში განვრდილი და გაზომვადი მიზნები

ბიზნესის რეალური აწყობა ნიშნავს ბრძოლასა და ძალიან ბევრ შრომას. მაგრამ, ამავდროულად, უნდა არსებობდეს ნათელი მოლოდინი როგორც თქვენთვის, ასევე თქვენი თანამშრომლებისათვის. როდესაც ბიზნესგეგმაში აღწერთ მიზნებს, ასევე მიუთითეთ კონკრეტული და გაზომვადი შედეგები, რომელთა მიღწევის შემდეგ თქვენ და თვენს პერსონალს გაგებრდებათ მოტივაცია, დაინახავთ რა განეული ძალისხმევის ეფექტიანობას.

თქვენ გჭირდებათ ნათლად განვრდილი ბიზნესგეგმა ბიზნესის ოპერირების პირველი დღიდან!

სშირად მენარმეები მიიჩნევენ, რომ ბიზნესგეგმას მხოლოდ მაშინ მოამზადებენ, როდესაც ბიზნესი წინ წაიწევს, ან/და ბანკის კრედიტის აღება იქნება საჭირო. რა თქმა უნდა, დაგეგმვა რთული პროცესია და ძალიან დიდ ძალისხმევასთანაა დაკავშირებული. იმავდროულად, კარგი გეგმა არ ნიშნავს ბიზნესის წარმატებას. თუმცა, არ დაივიწყოთ, რომ კარგი ბიზნესგეგმა არის საუკეთესო საშუალება, თქვენი ხედვა გადააქციოთ რეალისტურ და მდგრად ბიზნესად.

# აგრობიზნესი, საოჯახო ბიზნესის შესაძლებლობები

## მოდული 6

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ გეცოდინებათ, თუ :

- 1  
რა თვალსაზრისით აქვს საოჯახო ბიზნესს
- 2  
რა უპირატესობა აქვს საკუთარი ბიზნესის წარმოებას
- 3  
რომელია პრობლემური ფაქტორები საოჯახო ბიზნესის მართვისას
- 4  
რა უნარებს უნდა ფლობდეს საოჯახო ბიზნესის მმართველი
- 5  
რა არის აგრობიზნესი
- 6  
რა სახის ორგანიზაციული ფორმებით არსებობს აგრობიზნესი საქართველოში
- 7  
რითია განსხვავებული აგრობიზნეს გეგმა ჩვეულებრივი ბიზნესგეგმისგან

**საოჯახო ბიზნესის არსი და მისი მახასიათებლები**

საოჯახო ბიზნესი, ზოგადად ბიზნესის ერთ ერთი ყველაზე ძველი და გავრცელებული ორგანიზაციული ფორმაა. დღეისათვის მსოფლიოში ცნობილი ძალიან ბევრი ფირმა და კორპორაცია ერთ დროს წარმატებული საოჯახო ბიზნესის მრავალწლიანი განვითარების შედეგია.

საოჯახო ბიზნესი არის ბიზნესის ორგანიზაციის ისეთი ფორმა, რომლის მმართველი ჯგუფი შედგება მისივე დამფუძნებლებისაგან, ანუ ბიზნესს აფუძნებენ ახლონათესაური კავშირის მქონე პირები (ოჯახის წევრები) და შემდგომ მართვასაც იგივე პირები ახორციელებენ.

**საოჯახო ბიზნესის ძირითადი მახასიათებლები**

- ბიზნესის ერთი კონკრეტული მიმართულება (არ გამოირჩევა მრავალდარგოვნებით);
- შემოსავლების შედარებით მცირე მოცულობა. ასეთი ბიზნესი, როგორც წესი მიეკუთვნება მცირე, იშვიათ შემთხვევებში საშუალო ბიზნესის კატეგორიას;
- ბიზნესის იურიდიული ფორმა – ინდივიდუალური საწარმოა (იშვიათ შემთხვევაში შ.პ.ს.);
- უმრავლეს შემთხვევებში სასტარტო კაპიტალი წარმოადგენს ოჯახის წევრთა დანაზოვს;
- უმეტეს შემთხვევებში განიცდიან საბრუნავი კაპიტალის უკმარისობას და ამ დეფიციტს იფსებენ სესხებით (ბანკებიდან, უფრო ხშირად მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან ან კერძო წყაროებიდან);
- ფოკუსირებულნი არიან ბაზრის კონკრეტულ სეგმენტზე;

მთავარი უპირატესობა საკუთარი ბიზნესის წარმოებისა მოგებასთან ერთად არის საკუთარი დამოუკიდებლობა.

“ეს ჩემი ბიზნესია” შევიძლია უთხრათ საკუთარ თავს. საკუთარ ბიზნესში ნებისმიერი წარმატება თუ წარუმატებლობა დამოკიდებულია მხოლოდ თქვენზე.

საოჯახო ბიზნესის დაწყებისას კი ფრაზა “ჩემი ბიზნესი” იცვლება და იგი იღებს შემდეგ სახეს - “ჩვენი ბიზნესი”.

ოჯახური ბიზნესის მმართველი მენეჯერი აწყდება ისეთივე პრობლემებს როგორც ნებისმიერი მცირე ბიზნესის მმართველი მენეჯერი . მიუხედავად ამისა ,ოჯახური ბიზნესის მთავარი განმასხვავებელი ფაქტორი და სირთულე არის ის, რომ ამ ბიზნესში ძირითადად დასაქმებულნი არიან ოჯახის წევრები და ნათესავები, ბიზნესში მათთან ურთიერთობა კი განსაკუთრებულ სპეციფიკას მოითხოვს. საოჯახო ბიზნესის მენეჯერის დამატებით ფუნქციად შეიძლება მივიჩნიოთ სამსახურში ნათესავებს შორის ურთიერთობების კონტროლი და დარეგულირება.

საოჯახო ბიზნესის წარმოება, არც თუ ისეთი მარტივი საქმეა, როგორც ერთი შეხედვით ჩანს. თუმცა არც ისეთი რთულია, რომ ამ სირთულეების შეგვეშინდეს და ხელი ავიღოთ ჩვენს განზრახვაზე. მთავარია ვიცოდეთ, თუ რა დაბრკოლებებია შესაძლო რომ შეგვხვდეს და ვიცოდეთ მათი გადალახვის გზები.

მოდით ჩამოვთვალოთ ის ძირითადი პრობლემები, რომლებსაც შესაძლოა აღამიანი წააწყდეს საოჯახო ბიზნესში.

**საოჯახო ბიზნესის წარმოების პრობლემური ფაქტორები**

- ოჯახის წევრების ერთად მუშაობისას, მათ შორის წარმოქმნილი უარყოფითი ან დადებითი ემოციები;
- კონფლიქტი შექმნება წარმოიშვას წარმოების რაოდენობის , გაყიდვების, თუ პესონალთან ურთიერთობების საკითხებში;
- ოჯახურ ბიზნესში უცხო ადამიანების დასაქმების მაღალი დონე;

- თუკი ერთ-ერთ ოჯახის წევრს აქვს განსხვავებული შეხედულება მოგების განკარგვასთან დაკავშირებით, მაგალითად, არ უნდა მოგების ისევ ბიზნესში ჩაბრუნება მისი გაფართოების მიზნით;
- ბიზნესის წარმატებას აფერხებს ისეთი ნათესავებისა თუ მემკვიდრეების საქმეში ჩაბმა, რომელთაც არ გააჩნიათ ბიზნესის წარმოებისათვის საჭირო უნარები.

ახლა კი რამდენიმე რჩევა საოჯახო ბიზნესის მენეჯერს იმისათვის, რომ თავი აარიდოს სირთულეების წარმოქმნას და გაუმკლავდეს უკვე წარმოქმნილ სირთულეებს, რათა საოჯახო ბიზნესი იყოს წარმატებული :

- მენეჯერს უნდა ჰქონდეს ნათელი გეგმა, თუ როგორ, რა გზით არის შესაძლებელი მიზნის მიღწევა.
- მენეჯერი უნდა სარგებლობდეს ავტორიტეტით და ჰქონდეს კარგი კომუნიკაცია, როგორც ნათესავ ასევე არანათესავ მუშაკებთან მიმართებაში.
- მნიშვნელოვანია ის, რომ სამსახურში წარმოქმნილი პრობლემები უნდა დარჩეს სამსახურში, ისევე როგორც ოჯახური პრობლემები არ უნდა აისახოს სამსახურებრივ ურთიერთობებზე
- ბიზნესში ყველანი ემორჩილებიან უფროსს, მიუხედავად იმისა თუ რა პოზიცია უკავია მას ოჯახში
- სამსახურის კარის ზღურბლთან რჩება დედის, მამის, ძმის, ბიძაშვილის სტატუსი -- ისინი ყველანი ამ ბიზნესში მომუშავე მუშაკები ხდებიან
- კონფლიქტის მოგვარებისას მენეჯერი უნდა იყოს სამართლიანი და ობიექტური
- მენეჯერმა არ უნდა დაუშვას, რომ სამსახურში წამოჭრილმა კონფლიქტმა შეაფერხოს ბიზნესი
- მენეჯერმა არ უნდა მიანდოს ბიზნესი ადვოკატს, რომელიც ერთდროულად რამოდენიმე ოჯახის წევრის ადვოკატია
- მენეჯერმა ნებისმიერი შეთანხმება უნდა გააფორმოს წერილობით, მიუხედავად იმისა თუ ვისთან აქვს საქმე (მაგ: წილების ყიდვა გაყიდვა, სამუშაოზე აყვანა, სამუშაოს აღწერილობა და ა.შ.)
- არასოდეს არ განიხილოთ ბიზნესის საქმეები საოჯახო შეკრებების დროს და პირიქით
- რჩევისათვის გამოიყენეთ გარეშე პირები, რომლებსაც არანაირი შეხება არ აქვთ თქვენს ნათესავებთან და რომლების ობიექტურობაშიც დარწმუნებული იქნებით.
- არ მისცეთ არაოჯახისწევრ თანამშრომლებს თქვენი ოჯახისწევრებით მანიპულირების საშუალება. ამისათვის კი საჭიროა, რომ მენეჯერი ყოველთვის მისი მოწოდების სიმაღლეზე იდგეს, არ გამოიჩინოს განსაკუთრებული სიმპატიები რომელიმე მუშაკის მიმართ, მხოლოდ იმიტომ, რომ ეს უკანასკნელი მისი ახლო ნათესავია;
- მენეჯერმა ყველას უნდა მიუზღოს დამსახურებისდა მიხედვით. ხელფასის ან ბონუსების გაცემისას ისარგებლოს მხოლოდ მუშაკთა პროდუქტიულობიდან და არა პირადი დამოკიდებულებებიდან გამომდინარე.

მენეჯერს უნდა ახსოვდეს და ოჯახის წევრებსაც შთაავაზონოს, რომ უფლებები და მოვალეობები სახლში და სამსახურში არის სხვადასხვა. მნიშვნელოვანია, რომ ოჯახის წევრებს ყოველთვის ახსოვდეთ ეს.

სახლში პირველ ადგილზე დგას ოჯახის წევრებს შორის ურთიერთობანი და ოჯახური მიზნები. სალაპარაკო ენა არის უფრო პირადული, დამოკიდებულებანი სუბიექტური, ფუნქციები და როლები ტრადიციისამებრ არის განსაზღვრული. სამსახურში კი, მიუხედავად ყველაფრისა, მთავარი მიზანი არის ბიზნესის წარმატება. საურთიერთობო ენა ხდება შედარებით ფორმალური, დამოკიდებულებანი ობიექტური. ოჯახის წევრები უნდა შეეგუონ უფროსისა და მუშაკის სტრუქტურას., ისე თითქოს ისინი ყოფილიყვნენ მუშაკი ნებისმიერ სხვა/სხვის ბიზნესში. მათი სამუშაოს აღწერილობა უნდა იყოს ნათელი, თითოეული მუშაკი უნდა ვრცვე-ოლდეს თუ რა მისია აკისრია მას ბიზნესში და ეს ყველაფერი უნდა იყოს შეთანხ-მებული წერილობით.

პრობლემები რომლებიც წარმოიშვება სახლში უნდა დარჩეს იქვე, როდესაც სა-მუშაო დღე იწყება და ასევე სამსახურის პრობლემები არ უნდა შემოიჭრას ოჯა-ხურ ცხოვრებაში. ოჯახის წევრები, რომლებიც ეთანხმებიან და იცავენ ამ ოჯახურ სამსახურეობრივ წესებს, არა მხოლოდ იცილებენ თავიდან დაძაბულ ურთიერ-ობებს, არამედ ყოველი მუშაკის ცნობიერებაში დებენ და ამტკიცებენ იმ აზრს, რომ, სამუშაო ადგილზე ყველაზე მნიშვნელოვანი არის ბიზნესის მიზნები და არა რაიმე სხვა.

მოცემული შემთხვევა ეხება ისეთ სიტუაციას როდესაც საქმე გაქვთ ისეთ ნათესა-ვებთან, რომლებიც განიცდიან ბიზნეს უნარ-ჩვევების ნაკლებობას, ანდა გაააჩნიათ ნიჭი ისეთ საკითხში, რომელიც სრულიად არ გამოადგება თქვენს საქმიანობას, მაგრამ მისი არ აყვანის შემთხვევაში უხერხულ სიტუაციაში ვარდებით.

## ბიზნეს ქვისი

დამეთანხმებით, რომ ემოციურად საკმაოდ რთულია უარის თქმა როდესაც თქვენთან მოდის თქვენი და , რომელიც გაცნობებთ, რომ მისი ქმარი სამსა-ხურის გარეშე დარჩა , არადა მთელი ოჯახი ხომ მის კისერზე იყო.... ამასთან, თქვენ კარგად იცნობთ თქვენი დის მეუღლეს და აცნობიერებთ, რომ მას არ გააჩნია ის ცოდნა და უნარები რაც შეიძლება თქვენს ბიზნესს წაადგეს.

თქვენ აღმოჩნდით დილემის წინაშე:

### ერთის მხრივ:

- უარი უთხრათ დას და არ გაუნოლოთ მის ოჯახს დახმარების ხელი, როცა ეს შეგიძლიათ? ამით ხომ მასაც მოიმდურებთ და თქვენს სინდისთანაც არ იქნებით ბოლომდე მართალი?!!

### მეორეს მხრივ:

- არადა თქვენი სიძის აყვანა ხომ იმაზე ძვირი უჯდება თქვენს ბიზნესს, ვიდ-რე ის სარგებელი, რასაც სიძე მოუტანს კომპანიას?!!
- აქვე მეორე პრობლემა: იმ შემთხვევაში, თუკი ის გაათუჯებს რაიმე საქმეს(რისი დიდი ალბათობაც არსებობს), ეს გახდება სამსახურში მითქმა-მოთქმისა და ჭორაობის საბაბი
- და ყველაზე მნიშვნელოვანი, თუკი სხვა მომუშავეები დაინახავენ რომ თქვენი სიძე ხელფასის სახით იღებს იმაზე მეტს, ვიდრე ის იმსახურებს - ეს გა-მო-იწვევს მათ შინაგან პროტესტს, პრომისუნარიანობის დაქვეითებას და თქვენი



ბიზნესის თავევ დაინყებს დაშვებას.

მაშ ასე , როგორ მოვიქცეთ:

- 1) უარი ვუთხრათ დას და არ გავუნოდოთ მის ოჯახს დახმარების ხელი, როდესაც ეს მათ ჰაერივით სჭირდებათ?
- 2) თუ სერიოზული რისკის წინაშე დავაყენოთ თქვენი ბიზნესი, რომლის თითოეული წინგადადგმული ნაბიჯისათვის ვინ იყის რამდენი ღამე გაქვთ გათენებული?
- 3) იქნებ არსებობს კიდევ ისეთი გამოსავალი, რომ არც მწვალი დავწვათ და არც შამფური?

როგორ მოვიქცეთ:

1. ცხოვრებაში არ არსებობს ადამიანი, რომლსაც რაიმეს ნიჭი არ გააჩნდეს, ეცადეთ აღმოაჩინოთ იგი, განავითაროთ და მისცეთ მას სწორი მიმართულება;
2. ჩავუტაროთ მას სპეციალური ტრენინგი;
3. ჩავრთოთ იგი ისეთ საქმეებში, სადაც ნაკლები იქნება შანსები იმისა, რომ სხვა მომუშავეები გააღიზიანოს;
4. ჩავრთოთ იგი ისეთ საქმეებში, რომელი საქმეც მისცემს მას საშუალებას დახვეწოს სამსახურეობრივი უნარ-ჩვევები.
5. დაუქვემდებარეთ იგი ისეთ პიროვნებას, რომელიც არ იქნება ოჯახის წევრი და ამავდროულად იდგება ერთ-ერთ წამყვან პოზიციაზე თქვენს ბიზნესში.

გამოსავალი მდგომარეობს იმაში, რომ თქვენი ნაკლებად ნიჭიერი და ბიზნეს უნარ-ჩვევებს მოკლებული სიძე, რაც შეიძლება მალე აქციოთ ეფექტიან მუშაკად.

საქართველოში საოჯახო ბიზნესი ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმაა, იგი გვხვდება საქმიანობის თითქმის ყველა სფეროში, მაგრამ ყველაზე მეტად გავრცელებულია სოფლის მეურნეობაში (აგრობიზნესში), რასაც რამოდენიმე ფაქტორი განაპირობებს:

- საქართველო აგრარული ქვეყანაა;
- საქართველოს მოსახლეობის ნახევარზე მეტი ცხოვრობს სოფლად და სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობითაა დაკავებული.
- სასოფლო-სამეურნეო სავარგულები განაწილებულია ოჯახებზე და ფაქტიურად ყველა სოფლად მცხოვრები ოჯახი ფლობს სულ მცირე 0,5-დან 1,25 ჰექტრამდე მიწას. ამ ზომის მიწაზე კი მხოლოდ მცირე ბიზნესის ორგანიზებაა შესაძლებელი. ამიტომაცაა, რომ აგრობიზნესის ყველაზე გავრცელებული ფორმა საქართველოში საოჯახო ბიზნესია.

# აგრობიზნესის არსი და სტრუქტურა

## სოფლის მეურნეობა

სოფლის მეურნეობა უძველესი ბიზნესია და ოდითგანვე ემსახურება ადამიანების გამოკვებას. ამ საქმიანობით ჯერ კიდევ პირველყოფილი ადამიანები იყვნენ დაკავებულნი. მას შემდეგ, რაც ადამიანმა აითვისა შრომის იარაღების ხმარება, პირველ რიგში დაიწყო სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება. სოფლის მეურნეობა ამა თუ იმ ფორმით გავრცელებულია მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაში, ხოლო ძალიან ბევრ ქვეყანაში ეკონომიკის წამყვან დარგადაც გვევლინება.

## აგრობიზნესის ქვედარგები

საქართველოს დღევანდელი აგრობიზნესი პირობითად შეიძლება დაიყოს რამოდენიმე ურთიერთდაკავშირებულ დარგად:

1. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება;
2. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამამუშავება;
3. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის რეალიზაცია;
4. სოფლის მეურნეობის მომსახურება;
5. აგროტურიზმი (ეს სულ ახალ დარგად შეგვიძლია განვიხილოთ).

მოკლედ მიმოვიხილოთ თუ რას წარმოადგენს თითოეული მათგანი:

**სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება** თავის მხრივ იყოფა მემცენერეობის პროდუქციის წარმოებად და მეცხოველეობის პროდუქციის წარმოებად.

### მემცენარეობა აერთიანებს:

- მარცვლეული კულტურების წარმოებას (ხორბალი, ქერი, სიმინდი, შვრია, ჭვავი და სხვა);
- ხილის წარმოებას, რომელიც თავის მხრივ იყოფა ყურძნის, თესლოვანი (ვაშლი, ნსხალი, კომში), კურკოვანი (ბალი, ატამი, ქლიავი) და კენკროვანი (მალინა, მაცყალი) ხილის წარმოებად.
- ბოსტნეული კულტურების წარმოებას (პომიდორი, კომბოსტო, ხახვი, ჭარხალი, სტაფილო, კარტოფილი);
- ბალჩეული კულტურების წარმოებას (ნესვი, საზამთრო);
- საკვები ბალახების წარმოებას (იონჯა, ესპარსეთი)

### მეცხოველეობა აერთიანებს:

- მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის პროდუქციის წარმოებას (ხორცი, რძე);
- მეღორეობის პროდუქციის წარმოებას (ხორცი);
- მეცხვარეობის პროდუქციის წარმოებას (ხორცი, რძე, მატყლი);
- მეფრინველეობის პროდუქციის წარმოებას (ხორცი, კვერცხი);
- თევზის წარმოებას (კალმახი, კობრი, სქელშუბლა, თეთრი ამური, ზუთხი);
- მებოცვრეობის პროდუქციის წარმოებას.

სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამამუშავება მოიცავს წისქვილებს, ღვინის ქარხნებს, კონცენტრატების მწარმოებელ ქარხნებს, ხილბოსტნეულის საკონსერვო ქარხნებს, რძის გადამამუშავებელ ქარხნებს, ხორცკომბინატებს, თევზის შესაბოლ საწარმოებს, მატყლის გადამამუშავებელ საწარმოებს, კომბინირებული საკვების წარმოებას და ა.შ.

**სოფლის მეურნეობის პროდუქციის რეალიზაცია** - წარმოებული სოფლის მეურ-

ნეობის პროდუქციის გარკვეული (ძირითადად ხარისხიანი) ნაწილი, ანუ ის ნაწილი, რომელიც არ ხვდება გადამამუშავებელ მრეწველობაში, ასე ვთქვათ ნედლი სახით მიენოდება ბაზარს. ბაზარზე მოხვედრამდე პროდუქცია ექვემდებარება გარკვეულ დამუშავებას (დახარისხება, დაკალიბრება, დაფასოება, შეფუთვა), გარკვეული წესით შენახვას (მაცივრები) და ხშირ შემთხვევებში სპეციალური ტრანსპორტით ტრანსპორტირებას.

**სოფლის მეურნეობის მომსახურება** – სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება საკმაოდ რთული, შრომატევადი და მრავალფეროვანი პროცესია, მოითხოვს დამხმარე სამუშაოებს, რამაც აუცილებელი გახდა მთელი რიგი დამხმარე დარგების ჩამოყალიბება სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის წარმოების უზრუნველსაყოფად. მაგალითად მემცენარეობა პირველ რიგში მოითხოვს მიწის დამუშავებას (მოხვნა, მოსწორება), სოფლის მეურნეობის პროდუქციის რეალიზაცია - წარმოებული სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გარკვეული (ძირითადად ხარისხიანი) ნაწილი, ანუ ის ნაწილი, რომელიც არ ხვდება გადამამუშავებელ მრეწველობაში, ასე ვთქვათ, ნედლი სახით მიენოდება ბაზარს. ბაზარზე მოხვედრამდე პროდუქცია ექვემდებარება გარკვეულ დამუშავებას (დახარისხება, დაკალიბრება, დაფასოება, შეფუთვა), გარკვეული წესით შენახვას (მაცივრები) და ხშირ შემთხვევებში სპეციალური ტრანსპორტით ტრანსპორტირებას.

მემცენარეობის პროდუქციის წარმოებისათვის ასევე აუცილებელია თესლების და სარგავი მასალის შესყიდვა სპეციალური ორგანიზაციებიდან, მეცხოველეობაში კი სანაშენე პირუტყვის შესყიდვა ან ხელოვნური დათესვლის მომსახურების ყიდვა, ასევე ყიდულობენ ზოოვეტმომსახურებას, კომბინირებულ საკვებს, სასუქებს, შხამქიმიკატებს, ტარას და სხვა დამხმარე მასალებს. აღნიშნული პროდუქციისა და მომსახურების შეძენა ხდება, ძირითადად ადგილობრივი მომწოდებლებისაგან, გარკვეული ნაწილი კი შემოდის საზღვარგარეთიდან.

რაც შეეხება აგროტურიზმს, ეს ცნება ორი წლის წინათ გახდა ცნობილი ქართული აგრობიზნესისათვის და გარკვეულწილად დაიწყო ფეხის მოკიდება კახეთის რეგიონში და სვანეთში, თუმცა აგვისტოს ომის შემდეგ როგორც მთლიანად ტურიზმის, ისე აგროტურიზმის პერსპექტივა საქართველოში ძალზედ ბუნდოვანია.

## აგრობიზნესის ორგანიზაციული ფორმები საქართველოში

### არარეგისტრირებული აგრობიზნესის ტიპები

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ აგრობიზნესის ყველაზე გავრცელებული ორგანიზაციული ფორმა საქართველოში არის ოჯახური მეურნეობები, რომელთა უმრავლესობაც არ არის რეგისტრირებული საგადასახადო ინსპექციაში, ამაში გასაკვირი არააფერია, ეს ბიზნესი ფაქტიურად არ ხვდება საგადასახადო დაბეგვრაში, წარმოებული პროდუქციის სიმცირის გამო ფერმერს არა აქვს სახელშეკრულებო ურთიერთობების აუცილებლობა, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებთან ურთიერთობებში ეს ხელს არ უშლით და შესაბამისად რეგისტრაციის აუცილებლობას ფერმერი ვერ ხედავს. ოჯახური აგრობიზნესის გარკვეული ნაწილს გავლილი აქვს სახელმწიფო რეგისტრაცია, როგორც ინდივიდუალურ საწარმოს.

### რეგისტრირებული აგრობიზნესის ტიპები

საშუალო ზომის ფერმერები, რომლებიც აწარმოებენ საკმაოდ რაოდენობის გასაყიდ პროდუქციას ან/და ძირითადი ბიზნესის პარალელურად გააჩნიათ საკუთარი გადამამუშავებელი მცირე საწარმო რეგისტრირდებიან ინდივიდუალურ მენარმეზად, იშვიათ შემთხვევებში კი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საწარმოდ.

არსებობს შემთხვევები, როცა რამოდენიმე ფერმერი (ძირითადად საშუალო) ერთიანდება და აფუძნებს შ.პ.ს –ს ან ს.პ.ს –ს.

### სოფლის მეურნეობის დარგობრივი ასოციაციები

ბოლო ორი წელია რაც გამოჩნდა სასოფლო სამეურნეო დარგობრივი ასოციაციები, რომლებიც რეგისტრირებულნი არიან კოოპერატივის ან კავშირების ფორმით. ამ ორგანიზაციათა უმრავლესობა შექმნილია საქართველოში მოქმედი უცხოური ორგანიზაციების პატრონაჟით. უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგიერთმა დარგობრივმა ასოციაციამ საკმაოდ წარმატებულად აიღო სტარტი და უკვე მრავალი იმ პრობლემის გადაჭრა შესძლო, რომელიც კონკრეტულად იმ დარგში იყო და რომლის გადაჭრასაც ცალკეულ ფერმერი ვერასოდეს ვერ შესძლებდა.

### აგრობიზნესის ხელშეწყობი ფაქტორები

უკანასკნელ წლებში, ძირითადად სახელმწიფოს დახმარებით აგრობიზნესში გამოჩნდნენ მსხვილი სასოფლო სამეურნეო საწარმოები შ.პ.ს-ებისა და სააქციო საზოგადოების სახით ზოგიერთი მათგანი დაარსებულია მსხვილი ბიზნესკუთვების მიერ და ფლობენ ათასობით ჰექტარ მიწას და უმსხვილეს გადამამუშავებელ საწარმოებს, რაც პირადად მე მისასაღმებელ ტენდენციად მიმაჩნია და ერთ-მანეთის ინტერესების შეუღალხავად წარმატებით შეიძლება მათი ფუნქციონირება საოჯახო აგრობიზნესთან ერთად.

## აგრობიზნესგეგმის შედგენის თავისებურებანი

### აგრობიზნესის განვითარების ტემპი და მისი განმაპირობებელი ფაქტორები

საქართველოში სოფლის მეურნეობის დარგის დღევანდელი დაბალი დონისა და სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარებისათვის სახელმწიფოს ბუნდოვანი და პირადად ჩემთვის გაუგებარი პოლიტიკის გამო აგრობიზნესის განვითარება დღეისათვის არასაკმარისი ტემპებით მიმდინარეობს და უამრავ ობიექტურ თუ სუბიექტურ სიძნელეებთანაა დაკავშირებული. თუმცა უამრავი მაღალი კვალიფიკაციის ადგილობრივი და უცხოელი ექსპერტის აზრით ამ დარგის განვითარებას საქართველოში (განსაკუთრებით მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის ფონზე) უდიდესი პერსპექტივა აქვს და დღეისათვის ქვეყანაში არსებულ უამრავ პრობლემას (განსაკუთრებით სოციალურს) ძალიან მოკლე დროში გადაჭრიდა.

### აგრობიზნესის განვითარების მთავარი პრობლემა

პრობლემების ჩამოთვლა შორს წავიყვანს, მოდით შევეხოთ ყველაზე მთავარ პრობლემას რაც აფერხებს საქართველოში აგრობიზნესის განვითარებას: ეს პრობლემა ყველასათვის ცნობილია და მდგომარეობს აგრობიზნესით დაინტერესებული პირების მხრიდან სათანადო ფინანსური რესურსების (სესხი, გრანტი, სახელმწიფოს დახმარება) მოპოვების შეუძლებლობაში.

### აგრობიზნესის დაფინანსებაზე მოთხოვნის და მიწოდების სტატისტიკა

2006 წელს ძალზედ კომპეტენტურმა უცხოურმა ორგანიზაციამ გამოაქვეყნა საქართველოში საფინანსო ბაზრის კვლევის შედეგები, სადაც აღნიშნული იყო, რომ საქართველოში მოთხოვნა აგროსესხებზე შეადგენდა 220 მილიონ ა.შ.შ დოლარს. ბანკებს და სხვა საფინანსო ინსტიტუტებს კი ამ სექტორში ჯამურად გაცემული ჰქონდათ სულ 31 მილიონი ა.შ.შ დოლარი. ამ 31 მილიონიდანაც ძირითადი ნაწილი გაცემული იყო მხოლოდ გადამამუშავებელ მრეწველობაზე, რაც შეეხება სესხებს სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოებაზე (ეს იმ ტიპის სესხებია რითაცაა დაინტერესებული საოჯახო აგრობიზნესის აბსოლუტური უმრავლესობა) ასეთი სესხებს გასცემდა მხოლოდ სამი საფინანსო ორგანიზაცია და ჯამური მოცულობა შეადგენდა სულ რაღაც 2 მილიონ დოლარს. დღეისათვის მდგომარეობა ფაქტიურად არ შეცვლილა, ბანკებმა საერთოდ შეაჩერეს ამ სექტორის დაფინანსება, მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან მხოლოდ ორი იძლევა ასეთი სახის სესხებს და მათაც ძალზედ შეზღუდული რესურსები აქვთ. დადებითია ის, რომ სახელმწიფომ გასცა რამოდენიმე მსხვილი აგროსესხი დიდ კამპანიებზე და იაფი სესხების პროგრამაში პრიორიტეტი მიანიჭა აგროსესხებს.

მისასაღმებელია ის ფაქტიც, რომ ათასწლეულის გამოწვევის პროგრამის აგრო-ბიზნესის განვითარების პროექტმა (ADA), მიმდინარე წელს მნიშვნელოვნად გაააქტიურა აგრობიზნესში გრანტების გაცემა.

რა უნდა ვიცოდეთ, რომ მოვიპოვოთ დაფინანსება

მიუხედავად მწირი საშუალებებისა მაინც არსებობს გარკვეული შესაძლებლობა საოჯახო აგრობიზნესის მიერ შესაბამისი დაფინანსების მოსაპოვებლად, ამასთანავე სავარაუდოა, რომ ეს საშუალება მრავალ გარემოებათა გამო (დონორთა ახალი პროექტები, სახელმწიფო იაფი სესხების პროგრამა, საქართველოში სოფლის მეურნეობის დარგის დღევანდელი დაბალი დონისა და სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარებისათვის სახელმწიფოს ბუნდოვანი პოლიტიკის გამო აგრობიზნესის განვითარება დღეისათვის არასაკმარისი ტემპებით მიმდინარეობს და უამრავ ობიექტურ თუ სუბიექტურ სიძნელეებთანაა დაკავშირებული. თუმცა უამრავი მაღალი კვალიფიკაციის ადგილობრივი და უცხოელი ექსპერტის აზრით ამ დარგის განვითარებას საქართველოში (განსაკუთრებით მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის ფონზე) უდიდესი პერსპექტივა აქვს და დღეისათვის ქვეყანაში არსებულ უამრავ პრობლემას (განსაკუთრებით სოციალურს) ძალიან მოკლე დროში გადაჭრიდა. პრობლემების ჩამოთვლა შორს წაგვიყვანს, მოდიოთ შევხებით ყველაზე მთავარ პრობლემას რაც აფერხებს საქართველოში აგრობიზნესის განვითარებას: ეს პრობლემა ყველასათვის ცნობილია და მდგომარეობს აგრობიზნესით დაინტერესებული პირების მხრიდან სათანადო ფინანსური რესურსების (სესხი, გრანტი, სახელმწიფო დახმარება) მოპოვების შეუძლებლობაში.

განვიხილოთ თუ რა ინფორმაციას უნდა ფლობდეს საოჯახო აგრობიზნესში დასაქმებული ბიზნესმენი რათა მან შესძლოს სათანადო დაფინანსების მოპოვება: როგორც წესი აგრობიზნესში ფულის მოთხოვნა ძირითადად უკავშირდება ნულოვანი ციკლის დაფინანსებას, ანუ მოთხოვნას აქვს მხოლოდ იდეა ახალ ბიზნესზე და არა აქვს არც მატერიალური ბაზა და არც სათანადო გამოცდილება. ასეთი მოთხოვნები, რაც არ უნდა დასაბუთებული იყოს იგი განეკუთვნება უმაღლესი რისკების კატეგორიას და როგორც წესი მას არც ბანკები და არც სხვა კომერციული საფინანსო ინსტიტუტები არასოდეს არ დააფინანსებენ. ასეთ შემთხვევებში დაფინანსების მოპოვება შესაძლებელია მხოლოდ წმინდა გრანტით, გრანტი + თანამონაწილეობა ან სახელმწიფოსაგან. თეორიულად არის შანსი დააინტერესოთ კერძო ინვესტორი, თუმცა ამ შემთხვევაში პირადად თქვენი პასუხისმგებლობა ძალიან დიდია ის ადეკვატურად უნდა შეესაბამებოდეს თქვენს მატერიალურ შესაძლებლობებს. კომერციული საფინანსო დაწესებულებებიდან, მათი კონკრეტული მოთხოვნების დაკმაყოფილების შემთხვევაში შესაძლებლობა გაქვთ მიიღოთ სესხი საბრუნავი საშუალებების შესავსებად, წარმოების გასაფართოებლად და სანარმოო დანიშნულების ძირითადი საშუალებების შესაძენად.

დაფინანსების (გრანტი, სესხი) მისაღებად გარდა კონკრეტული ინფორმაციისა ყველა ორგანიზაცია აუცილებლად მოგთხოვთ შემდეგ ინფორმაციას:

- ინფორმაცია ბიზნესში დასაქმებულ პიროვნებებზე მათი კვალიფიკაციისა და გამოცდილების დასაბუთებით;
- ინფორმაცია არსებული ბიზნესის შესახებ, წინა წლების საქმიანობის მითითებით;
- რა აქტივებს ფლობთ, რას ელოდებით და რა ვალდებულებები გაქვთ (ბალანსი);
- იმ საქმიანობის დეტალური ტექნოლოგიური ანალიზი, რასაც აკეთებთ ან რის გაკეთებასაც აპირებთ დაფინანსების მიღების შემთხვევაში;
- უნდა ფლობდეთ ინფორმაციას მიზნობრივი ბაზრის, არსებული და მოსალოდნელი კონკურენტების შესახებ, ასევე უნდა დაასაბუთოთ თუ რატომ გაიყიდება თქვენი პროდუქცია (მომსახურება) და არა სხვის;
- დაფინანსების მიღების შემთხვევაში, ფულის გამოყენების ფინანსური ანალიზი, როგორც წესი ამ ინფორმაციას ითხოვენ ნაღდი ფულის მოძრაობის საპროგნოზო უწყისის სახით.
- თუ დაფინანსების მოთხოვნა უკავშირდება რაიმე პროდუქციის წარმოებას, მაშინ შესაძლოა მოგთხოვონ პროდუქციის წარმოების ტექნოლოგიური რუქა.

# მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების შესაძლებლობები

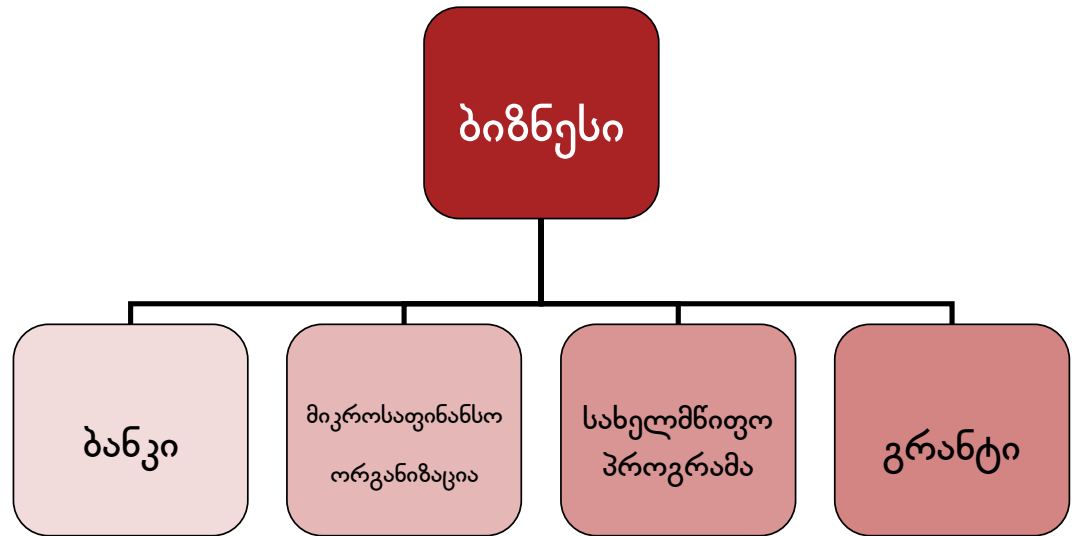
## მოდული 7

ამ მოდულის გავლის შემდეგ თქვენ  
გეცოდინებათ, თუ :

- 1  
რა გზები არსებობს ბიზნესიდეის დასაფინანსებლად
- 2  
რა უპირატესობები აქვს გრანტს, როგორც დაფინანსების სახეს
- 3  
რა არის ბიზნესკრედიტი
- 4  
რისთვის შეგიძლიათ აიღოთ კრედიტი
- 5  
როგორია კრედიტის დაფარვის პირობები
- 6  
რა სახის სესხები არსებობს
- 7  
რა კრიტერიუმებია სესხის მისაღებად

იმისათვის, რომ დაეინცოთ ბიზნესი, პირველ ყოვლისა უნდა გაგვაჩნდეს იდეა, რომლის განსახორციელებლად გარკვეული გზა უნდა დავისახოთ. არსებობს ბიზნესისთვის საჭირო დაფინანსების 4 გზა:

1. მიემართოთ ბანკს და ავილოთ კრედიტი;
2. მიემართოთ მიკროსაფინანსო ორგანიზაციას და ავილოთ სესხი გარკვეულ პროცენტით;
3. ჩავერთოთ სახელმწიფო პროგრამაში;
4. მოვიპოვოთ გრანტი.



იმისათვის, თუ როგორ და რა სახსრები მოვიზიდოთ ბიზნესგეგმის განსახორციელებლად, ჯერ გავარჩიოთ თითოეული მათგანი. რისი ცოდნაა საჭირო ამისთვის და როგორ უნდა მივალწიოთ სასურველ შედეგს? - თავდაპირველად განვიხილოთ გრანტის არსი და მისი დაფინანსების პრინციპები.

რა არის გრანტი და რა მიზნით გაიცემა იგი

გრანტი არის მიზნობრივი დაფინანსება და მისი მიზანია:

- შემოსავლის გაცემა;
- პიროვნების ჩაბმა საზოგადოებრივ საქმიანობაში;

გრანტის მისაღებად ცხადდება კონკურსი. მონაწილეობის პირობები განსხვავებულია გრანტის სახეობის მიხედვით. მაგალითად, ჩვენს კონკრეტულ შემთხვევაში მთავარი პირობაა: გრანტის მიმღები უნდა იყოს აგვისტოს კონფლიქტის შედეგად დაზარალებული ქალბატონი.

გრანტის გაცემისას გაითვალისწინება: რამდენად შემოსავლის მომტანია პროექტი, რამდენად ააქტიურებს ქალთა ინიციატივას და ა.შ.

გრანტის მისაღებად თანხის რაოდენობა ამ კონკრეტულ შემთხვევაში არ არის განსაზღვრული, თუმცა ძირითადად სხვადასხვა გრანტზე კონკურსის გამოცხადებისას ხშირად განსაზღვრულია გრანტის მოცულობაც.

გრანტის უპირატესობაა, მაგალითად, ერთობლივი ბიზნესი. თუ არსებობს დახმარება, სხვა წყაროებიდან პროექტის საერთო ბიუჯეტი შესაძლოა აღემატებოდეს მითითებულ თანხას; ამ შემთხვევაში განაცხადს უნდა ერთვოდეს დამატებითი ფინანსური, მატერიალური თუ სხვა სახის დახმარების დამადასტურებელი დოკუმენტი. აგრეთვე უნდა მიეთითოს განმცხადებლის საკუთარი წვლილი პროექტის განხორციელებაში.

საქართველოში მრავალი ორგანიზაცია არსებობს, რომლებიც ქალთა ინიციატივების მხარდაჭერაზე არიან ორიენტირებული.

მათ შორის აღსანიშნავია ქალთა ბიზნესინიციატივების მხარდაჭერაზე ორიენტირებული ფონდი „ტასო“; საერთაშორისო მართლმადიდებლური ქრისტიანული მონწყალეა, ქალთა ფონდი, ქალთა დასაქმების ასოციაცია „ამაგდარი“; ორგანიზაცია „ქალები ბიზნესში“. აღნიშნული ორგანიზაციები წარმატებით თანამშრომლობენ გრანტის გამცემ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან და ხშირ შემთხვევაში დონორის როლს ირგებენ. გაცემული გრანტების დახმარებით საქართველოში სოფლად მცხოვრებმა მრავალმა ოჯახმა წამოიწყო და განავითარა ბიზნესი.

საქართველოში გრანტით დაფინანსდა შემდეგი სფეროები:

- სოფლის მეურნეობა;
- მეფუტკრეობა;
- მესაქონლეობა;
- მეღორეობა;
- სამკერვალო საქმე;
- მეპურეობა;
- მცირე სასურსათო მაღაზიები;
- ქათმის ფერმა და ა.შ.

გრანტის მისაღებად საჭირო დოკუმენტაცია:

1. პირადობის მონშობა;
2. ბიზნესგეგმა;
3. რეკომენდაცია ძველი სამსახურიდან ან სხვა ბიზნესის მფლობელისგან;
4. აქტი საქონლის შესყიდვაზე კერძო პირისგან;
5. ინსტრუქციების ფორმა გრანტის მიმღებისათვის;
6. მომსახურების ხელშეკრულება ინდ.მენარმესა და კერძო პირს შორის;
7. მომსახურების ხელშეკრულება კერძო პირებს შორის;
8. ქირაფლობის ხელშეკრულება ინდ.მენარმესა და კერძო პირს შორის;
9. გირაფლობის ხელშეკრულება კერძო პირებს შორის.

რაც შეეხება სახელმწიფო პროგრამებს, ეს პროგრამები ამჟამად განიხილება, დროებით არის შეჩერებული და ახლო მომავალში დაიწყებს ფუნქციონირებას. შესაბამისად, სახელმწიფო პროგრამებში მონაწილეობის პირობები ახლო მომავალში განახლდება და გამოქვეყნდება.

ბიზნესკრედიტის აღების რა გზები არსებობს?

1. ბანკი
2. მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია

### ბიზნესკრედიტის აღების გზები

რა განსხვავებაა ბანკსა და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებს შორის?

ბანკი არის საკრედიტო-საფინანსო დაწესებულება, რომლის მთავარ ფუნქციას შეადგენს პასიური-აქტიური ოპერაციები, ფულადი სახსრების გაცემა კრედიტის სახით დროებითი სარგებლობისთვის ფიზიკურ ან იურიდიულ პირებზე; ხოლო მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია მთლიანად ორიენტირებულია საკრედიტო სისტემაზე.

კრედიტი ლათინური სიტყვაა და ნიშნავს სესხს, ვალს. კრედიტი არის გარკვეული ვადით, კონკრეტული მიზნისათვის/ან პირადი მოხმარებისთვის ხელშეკრულების



საფუძველზე გაცემული თანხა.

### რისთვის შეგვიძლია ავიღოთ კრედიტი?

- თუ წარმოებაში სანარმოს ან მენარმეს არ გააჩნია საკმარისი საკუთარი სახსრები ბიზნესის განვითარებისათვის, ამისათვის გარკვეული ვადით იღებენ კრედიტს გარკვეულ პროცენტში საშელავათო პერიოდით ან მის გარეშე.
- საბრუნავი კაპიტალი არ არსებობის, ნედლეულის სეზონური მარაგის შექმნის მიზნით;
- სესხის აღება აუცილებელია მანამ, სანამ მოხდება პროდუქციის რელიზაციიდან ფულის მიღებამდე გასანევი ხარჯებისათვის. მაგალითად, პერსონალის ხელფასები, კომუნალური გადასახადები, იჯარა, საკანცელარიო საქონლის ხარჯი და ა.შ.

### როგორია კრედიტის დაფარვის პირობები?

- პერიოდულად – თვის, კვარტლის, 6 თვის ან 1 წლის განმავლობაში;
- თანაბარი ოდენობით - ძირითადი თანხა და დარიცხული პროცენტი განსაზღვრული ვადის განმავლობაში;
- მზარდი ჯამით - ვალის დაფარვისთვის განსაზღვრულ პერიოდის განმავლობაში, ყოველ მომდევნო წელს გადასახდელი თანხის წილის გაზრდით;
- ნაშთის ერთჯერადი დაფარვით - ფულის საბოლოო გადახდა ვადის დადგომისას;

### როგორია კრედიტის ვადიანობა და დაბრუნებადობა?

იგულისხმება სესხით სარგებლობა განსაზღვრული ვადით, რომელის ბოლოს ფული ბანკში უნდა დაბრუნდეს. საბანკო კონტროლი ძალიან მნიშვნელოვანია კრედიტის მართებულ დახარჯვასა და დროულად გადახდაზე.

### რა არის კრედიტის მიზანშეწონილობა?

კრედიტის გაცემა ფირმისთვის, ბიზნესგეგმაში დასაბუთებული დანახარჯების საფუძველზე, ანუ იმ საჭირო ოდენობით რაც აუცილებელია მოცემულ პერიოდში სანარმოს თუ ფირმის საქმიანობისთვის.

### რა არის კრედიტის მატერიალური უზრუნველყოფა?

ის, რაც იღება გარანტად სესხის აღების მომენტში და არდაფარვის შემთხვევაში აღნიშნული გარანტია გარკვეული სასამართლო პროცესების შემდეგ გადავა ბანკის საკუთრებაში. გარანტია შეიძლება იყოს უძრავ-მოძრავი ქონება, პირადი ან სანარმოს საკუთრებაში მყოფი ნივთები.

### რა არის კრედიტის მიზნობრიობა?

ესაა კრედიტის გაცემა გარკვეული მიზნისთვის ან წარმოებისა და რეალიზაციის პროცესში წარმოქმნილი მოთხოვნებისთვის. ფირმა თუ სანარმო ვალდებულია გამოიყენოს კრედიტი მკაცრად განსაზღვრული დანიშნულებისათვის და ამაზე ბანკი/ მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია ახდენს კონტროლს.

### რა არის ცალკეული ფირმების დაკრედიტებისადმი ბანკების/ მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების სპეციალური მიდგომა?

პრივილეგია, ანუ კარგად მომუშავე და ბანკთან/მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებთან ხანგრძლივი, დადებითი ისტორიის მქონე ფირმები თუ ორგანიზაციები კრედიტის მიღებისას სარგებლობენ გარკვეული უპირატესობებით.

### როგორია კრედიტის გამოყენებისთვის გადახდის საფასური?

ეს არის შემთხვევა, როდესაც ფირმები თუ ორგანიზაციები გარკვეულ ბანკში/მიკროსაფინანსო ორგანიზაციაში იმ დროისთვის არსებულ პროცენტს იხდიან;

**სესხები ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის**

არსებობს სხვადასხვა ტიპის სესხები. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, არის სხვადასხვა მიზნობრიობისთვის სხვადასხვა ვადებით და საპროცენტო განაკვეთებით. არსებობს სესხები ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის. ფიზიკური პირებისთვის სესხის ტიპებია, მაგალითად, სამოგზაურო, სასწავლო, ავტოსესხი, განვადებები, საკრედიტო ბარათი, ოვერდრაფტი, იპოთეკური, სამომხმარებლო და ა.შ. იურიდიული პირებისთვისაა განკუთვნილი ბიზნესსესხები, საკრედიტო ხაზი, ოვერდრაფტი. თვით ბიზნესსესხი იყოფა გარკვეულ მიმართულებად და გარკვეული მიზნისთვის. მაგალითად, აგრალური სესხი, ტურიზმის განვითარების სესხი, სეზონური სესხი და ა.შ.

**სესხის მისაღებად აუცილებელი კრიტერიუმები – პირობა**

საქართველოში სესხის მისაღებად აუცილებელია მსესხებელი იყოს საქართველოს მოქალაქე, მინიმუმ 20 წლის და დღევანდელი საბანკო სტანდარტის მოთხოვნაა, რომ მსესხებელს გააჩნდეს სტაბილური შემოსავლის (დაახლოებით 400-500 ლარის ოდენობით) დამადასტურებელი დოკუმენტი. აღნიშნული შემოსავალი უნდა ჰქონდეს საქართველოს ტერიტორიაზე. დოკუმენტი გულისხმობს შემდეგს - მსესხებლის საბანკო ამონაწერი ბოლო 6 თვის მანძილზე თუ მას ხელფასი ერიცხება სხვა ბანკში ან ამონაწერი სახელფასო უწყისიდან და ცნობა სამუშაო ადგილიდან. აგრეთვე, ბანკი/ მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია უფლებამოსილია მოითხოვოს შემდეგი დოკუმენტაცია:

- ცნობა უძრავი ქონების საკუთრების შესახებ;
- საჯარო რეესტრიდან ამონაწერი;
- შრომითი ხელშეკრულება;
- ცნობა დავალიანების არქონის შესახებ სხვა ბანკიდან, თუ მას ამ ბანკში ერიცხება ხელფასი;
- ინფორმაცია თანამსესხებლის და ოჯახის წევრების შემოსავლების შესახებ;
- იჯარის ან დამატებითი შემოსავლების ამსახველი დოკუმენტაცია.

აგრეთვე, ბანკი/მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია უფლებამოსილია მოითხოვოს ან/არა სესხის უზრუნველყოფა პირადი ნივთებით. სესხის უზრუნველყოფა პირადი ნივთებით ნიშნავს, როდესაც კრედიტორისა და შემფასებლის მიერ ხდება აღრიცხვა/შეფასება პირადი ნივთების ბინაზე ვიზიტის დროს. რას მოიცავს ბიზნესსესხი?

- ვაჭრობა;
- ექსპორტ-იმპორტი;
- სატრანსპორტო და სხვა მომსახურება;
- ტურიზმი;
- სათამაშო აპარატები და კაზინო, ტოტალიზატორი;
- სოფლის მეურნეობას და ა.შ.

**აუცილებელი დოკუმენტაცია**

ბიზნესსესხის მისაღებად ზოგადად საჭიროა შემდეგი დოკუმენტაცია:

- პირადობის დამადასტურებელი მოწმობა;
- შემოსავლების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია (თუ ხელფასი ერიცხება სხვა ბანკში, ბოლო 6 თვის საბანკო ამონაწერი იმ ბანკიდან ან ცნობა სამუშაო ადგილიდან და სახელფასო უწყისიდან ამონაწერი);
- ორგანიზაციის/ფირმის წესდება, დადგენილება და მენარმეთა ამონაწერის ასლი;
- Cash Flow
- ბოლო 1 წლის ოფიციალური ბალანსი, მოგება-ზარალის უწყისი;
- აუდიტორული დასკვნა;
- ცნობა საგადასახადო ინსპექციიდან დავალიანების თაობაზე და ბანკში

გახსნილი ანგარიშების შესახებ;

- არსებობის შემთხვევაში ბოლო 1 წლის სასესიო ამონაწერი სხვა ბანკიდან;
- ქონების საკუთრების და დაზღვევის ამსახველი დოკუმენტაციების ასლები;
- კომპანიის მენეჯერის ავტობიოგრაფია;
- კომპანიის რეალური მესაკუთრის ავტობიოგრაფია და წილობრივი მონაცემები;
- კომპანიის საკუთრების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია;

თვალსაჩინოებისთვის განვიხილოთ ერთი დადასტურებული და მეორე დაუმტკიცებელი სესხები:

### შემთხვევა №1 დადებითი პასუხი სესხის გაცემაზე

შპს „ევა“ არის საბაჟო საბროკერო კომპანია. კრედიტი სჭირდება სხვა ბიზნესის დასაწყებად. ამ კომპანიას გააჩნია უძრავი ქონება 200000 აშშ დოლარად შეფასებული. აგრეთვე, მათ ბალანსზეა რიცხული სატრანსპორტო საშუალებები 15000 აშშ დოლარის ოდენობით და ოფისის ინვენტარი 30000 აშშ დოლარად შეფასებული. კომპანიაში მუშაობს 30 ადამიანი, რომელთაც ხელფასი ერიცხებათ ბანკში. აღნიშნული კომპანია იხდის ყველა გადასახადს და შემოსავალი გააჩნია 70000 ლარი თვეში, საიდანაც მოგებაა 20%. ეს პროექტი დაფინანსდა, რადგან გააჩნდა აქტივები, შემოსავალი და ლეგალური ხარჯი, იხდიდა ყველა გადასახადს, თანამშრომლობდა საზოგადოებრივი იმიჯის კომპანიებთან და ა.შ.

### შემთხვევა №2 უარყოფითი პასუხი სესხის გაცემაზე

შპს კომპანია „ადამი“. მათი საქმიანობაა ლიფტების შემოტანა და მონტაჟი რუსეთიდან. ამ კომპანიას ყველა შესყიდვა თითქმის არ აქვს დოკუმენტურად ასახული ანუ აქვს „შავი“. აგრეთვე, არ გააჩნია ძირითადი საშუალებები და კომპანიაში დასაქმებული ადამიანები ანაზღაურებას იღებენ ხელზე. კომპანია ძირითადად დაკავებულია შეკვეთის აღებით და შესრულებით. მას მხოლოდ 10 % აქვს საქმიანობის ლეგალური. გადასახადებს იხდის თვეში 100 ლარის ოდენობით. ჰყავს დებიტორები, რომლებსაც გააჩნიათ დავალიანებს შპს კომპანია „ადამის“ მიმართ 3-4 თვის მანძილზე.

სესხის მისაღებად სხვადასხვა ბანკები სხვადასხვა მიზნობრიობისთვის, ხვადასხვა საპროცენტო განაკვეთით და სხვადასხვა ვადით აფინანსებენ კლიენტებს საშელავათო პერიოდით ან მის გარეშე. საპროცენტო განაკვეთები დღეისათვის ასეთია:

№	დასახელება	საპროცენტო განაკვეთი	სესხის მაქსიმალური და მინიმალური ვადები
1	საქართველოს ბანკი	15-36	12-60
2	თიბისი ბანკი	18-36	12-60
3	ბაზის ბანკი	12-16	6-120
4	ინვესტბანკი	14-22	3-36
5	პროკრედიტ ბანკი	20 დან ზევით	12-120
6	ქართუ ბანკი	13-16	3-120

განხილული ზოგიერთი ბანკი, რომლებიც ამჟამად უშუალოდ გაცემენ სესხებს, თუმცა სესხის წლიური საპროცენტო განაკვეთი და ვადები არის ცვალებადი. თუ გაგაჩნიათ სტაბიური შემოსავალი, უძრავი ქონება და გნებავთ უკვე არსებული ბიზნესის ფინანსირება, მაშინ ბანკიდან სესხის მიღების პრინციპი არის მოქნილი და მარტივი. სანცისი ეტაპი ანუ startup ბიზნესსესხის მიღება დღევანდელი მდგომარეობით დროებით შეჩერებულია, თუმცა ახლო მომავალში კვლავ აღდგება.

ბანკებიდან და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან ნებისმიერი სახის ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია, როგორც ადგილზე მისვლით, ასევე ტელეფონზე გასაუბრებით ან ინტერნეტის საშუალებით.

მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან სესხის აღება ხდება ძირითადად იპოთეკის გათვალისწინებით და მაღალ პროცენტში. მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან აღებული კრედიტის საპროცენტო განაკვეთი დამოკიდებულია სესხის ვადაზე და რაოდენობაზე, აქედან გამომდინარე, პროცენტი მერყეობს 22%-დან 48%-მდე. თითოეულ კლიენტთან ინდივიდუალურად განიხილება მოთხოვნილი თანხა, ვადები, მიზნობრიობა. ამის შემდგომ მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია, ისევე როგორც ბანკი, აფასებს სესხის გაცემის რისკს და მაქსიმალურად ცდილობს თავი დაიზღვიოს და პარალელურად იზრუნოს კლიენტებზეც.

თუ თქვენ ბიზნესის დანებისათვის ვერ აკმაყოფილებთ სესხის აღებისათვის აღნიშნულ პირობებს, ნუ გაგიცრუვდებათ იმედი, რადგან გარკვეული პერიოდის შემდეგ იგივე ბანკში/მიკროსაფინანსო ორგანიზაციაში იგივე სესხის აღებაზე შესაძლებელია მიიღოთ დადებითი პასუხი. აგრეთვე სესხის ასაღებად შეგიძლიათ მიმართოთ ბანკს, ისე როგორც ფიზიკური პირი, აიღოთ სესხი ისეთი, როგორიცაა სამომხმარებლო სესხი და აღნიშნული თანხა მოახმაროთ ბიზნესის განვითარებას.



## პრეზენტაციული უნარ-ჩვევები

თქვენი ბიზნესგეგმის წარმატებისთვის ერთ-ერთი აუცილებელი წინაპირობაა მისი წარმატებული წარდგენა სხვადსხვა აუდიტორიასთან. ბიზნესგეგმისთვის დაფინანსების ძიების პროცესში, რა თქმა უნდა, პრიორიტეტულია ბიზნესგეგმის წარდგენის უნარი პოტენციური დონორის წინაშე.

იმისდა მიუხედავად, თუ ვისზეა გათვლილი თქვენი პრეზენტაცია, აუცილებელია გაითვალისწინოთ შემდეგი პრაქტიკული რჩევები.

### პრაქტიკული რჩევები:

- ✓ პრეზენტაციის ხანგრძლივობა უნდა იყოს 10-15 წუთი. მკაცრად განსაზღვრეთ დრო;

- ✓ პრეზენტაციის წარმატებისათვის პირველი 2 წუთი გადამწყვეტია;
- ✓ აუცილებლად გაიარეთ რეპეტიცია, ერთი აუცილებლად იმ დარბაზში, სადაც დაგეგმილია იგი;
- ✓ პრეზენტაციის დროს აუცილებლად უყურეთ მსმენელს, ნუ ილაპარაკებთ თქვენთვის;
- ✓ მუდმივი კავშირი აუდიტორიასთან, პირდაპირ მიმართეთ აუდიტორიას პრეზენტაციის მსვლელობის დროს;
- ✓ შეიძლება ხელში რაიმე მასალა გვეჭიროს და საჭიროების მიხედვით გამოვიყენოთ. გახსოვდეთ, რომ ადამიანები ხელჩასაჭიდს ეძებენ ყოველთვის და მხოლოდ ამ დროს გრძნობენ თავს მშვიდად;
- ✓ პრეზენტაციის ორგანიზების დროს გასათვალისწინებელი კითხვები: რა? (რა პრობლემაა) როგორ? (როგორ უნდა გადავჭრაოთ იგი) და რატომ? (რატომ წამოვჭერთ ეს საკითხი);
- ✓ პრეზენტაცია უნდა დამთვარდეს რეკომენდაციებით და შემაჯამებელი სიტყვით;
- ✓ საკუთარი თემით თვითონ უნდა იყოთ დაინტერესებული, საინტერესოდ, რომ ისაუბროთ;
- ✓ პრეზენტაცია უნდა იყოს შინაარსიანი და ლოგიკური;
- ✓ უთხარით აუდიტორიას რატომ უნდა მოგისმინოთ, ისე არ მოგისმენენ. სასრგებლო მეთოდია ჯერ მოამზადოთ აუდიტორია იმისთვის, თუ რის თქმას აპირებთ, შემდგომ თქვათ სათქმელი. დასკვნით ნაწილში კი გაიმეოროთ ის, რაც თქვით;
- ✓ თქვენ პრეზენტაციას მუდამ უნდა ჰქონეს მთავარი მიზანი, რომელიც რამოდენიმე საფუძვლიანი მიზეზით იქნება გამყარებული;
- ✓ კრიტიკული შეკითხვების დროსაც კი ეცადეთ დარჩეთ მეგობრული;
- ✓ პრეზენტაციის შემდგომი არაოფიციალური ნაწილი ჩათვალეთ მის გაგრძელებად - თქვენ აქ არაფორმალურად მუშაობთ და შესაძლოა უფრო ნაყოფიერადაც.

**აუდიტორია არ გვაპატიებს:**

- ✓ მოუმზადებლობას;
- ✓ საკუთარ თავში დაურწმუნებლობას;
- ✓ უხერხულ უესტებსა და უინტერესო საუბარს;
- ✓ რეპეტიციის გარეშე პრეზენტაციის შეთავაზებას აუდიტორიისთვის;
- ✓ პრეზენტაციაში მონაწილეების სახელების, გვარების ან სტატუსების

დამახინჯება;

- ✓ გათვალისწინებული დროის გადაჭარბება;
- ✓ გრამატიკული შეცდომები;
- ✓ შეკითხვების იგნორირება;
- ✓ დაძაბული გამომეტყველება;
- ✓ ხმა არ უნდა გიკანკალებდეთ;
- ✓ არ უნდა აღელდეთ, უნდა იყოთ დამაჯერებელი;

უნდა შევძლოთ აუდიტორიის დარწმუნება პრობლემის არსებობაში. საუბრის დროს უნდა არსებობდეს ცოცხალი ლოგიკა.

**თემის განხილვის ზოგადი ჩარჩო:**

- ✓ შესავალი - უნდა იყოს მოკლე;
- ✓ განვითარება - უნდა იყოს აღწერილი ხასიათის;
- ✓ კულმინაცია - უნდა შესძლოთ კონკრეტული პრობლემის წარმოჩენა;
- ✓ დასკვნა - უნდა იყოს მოკლე და შემაჯამებელი;

**პრეზენტაციული უნარ-ჩვევები**

აუდიტორია მომხსენებლის უნარ-ჩვევებზე ყურადღებას პროცენტულად შემდეგნაირად ანაწილებს:

- ✓ როგორ გამოიყურება მომხსენებელი - 75%;
- ✓ როგორ ლაპარაკობს - 20%;
- ✓ რას ლაპარაკობს - 5%;

## საქართველოში მომქმედი ბანკების გზამკვლევი

1. **საქართველოს ბანკი**  
მისამართი: პუშკინის №3  
  
ტელ: 444444  
www.sb24.ge
2. **თიბისი ბანკი**  
მისამართი: რუსთაველის №44  
  
ტელ: 272727  
www.tcbank.com.ge
3. **ბაზის ბანკი**  
მისამართი: კოსტავას №76  
  
ტელ: 922922  
www.basisbank.ge
4. **ინვესტ ბანკი**  
მისამართი: აგლაძის 39  
  
ტელ: 356339  
www.investbank.ge.
5. **პროკრედიტი ბანკი**  
მისამართი: აღმაშენებლის გამზ. 154  
  
ტელ: 202222 ან 2222  
www.procreditbank.ge
6. **ბანკი ქართუ**  
მისამართი: ჭავჭავაძის გამზირი №39ა  
  
ტელ: 925592 / 925591 / 925590
7. **სტანდარტ ბანკი**  
მისამართი: ჭავჭავაძის №43  
  
ტელ: 550000  
www.korstandardbank.ge



## საქართველოში მომქმედი მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების რეკვიზიტები:

1. **ალფა ექსპრესი** – თბილისი, წერეთლის გამზ. №87  
ტელ: 35 51 12, 35 61 12, ფაქსი: 35 52 21
2. **კონსტანტა** – სათაო ოფისი – თბილისი, წინამძღვრიშვილის №115 ,  
ტელ: : 95 30 20, ფაქსი: 95 17 31
3. **ავტოკრედიტი** – თბილისი, მელიქიშვილის ქ. № 1/6  
ტელ: 93 45 03, ფაქსი: 93 45 03
4. **ალიანს ჯგუფი მიკროფინანსები** – თბილისი, ჭოველიძის ქ. №24  
ტელ: 93 10 66, 92 03 66, ფაქსი: 93 34 04
5. **თანადგომა განვითარებისთვის** – თბილისი, თავისუფლების მოედანი №4  
ტელ: 99 55 07, ფაქსი: 99 55 07
6. **ჯიქეი ჯგუფი** – თბილისი, ი. აბაშიძის ქ. №31  
ტელ: 206363, 231406 ფაქსი:206050
7. **ქართული კრედიტი** – თბილისი, პეკინის ქ. №36  
ტელ: 38 83 90, ფაქსი: 38 41 29
8. **კრედიტი** – თბილისი, ვაჟა-ფშაველას გამზ.№41  
ტელ: 39 58 06
9. **კრედო** – თბილისი, პეკინის ქ. №4  
ტელ: 21 24 93, ფაქსი: 21 24 93
10. **კრისტალი** - მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია.  
თბილისი, მაჩაბელის ქ. №9  
ტელ:18 33 42, 99 52 26
11. **მილენდი და კომპანია** – თბილისი, ვაჟა-ფშაველას გამზ, Vკვ, 100კორპ.  
ტელ; 30 79 10, 37 23 38, (77) 460 622,  
(77) 591 717, (77) 292 129
12. **რიკო კრედიტი** – თბილისი, ვარკეთილის III, 8კვ, 2კორპ  
ტელ: 76 79 94
13. **ფინკა საქართველო** – თბილისი, წერეთლის გამზ №12  
ტელ: 92 11 52, ფაქსი: 92 11 50



## საქართველოში მომქმედი ქალთა ფონდები:

- 1 საზოგადოება "ბილიკი" \_ გორი, რუსთაველის ქ. №19 ა  
ტელ: (995 99) 534 035  
biliki@rambler.ru;  
www.biliki.ge
- 2 დემოკრატ ქალთა საზოგადოება ახალციხე \_ თბილისის ქ. №9  
ტელ: (995 99) 548 344  
marinamodebadze@rambler.ru
- 3 გაერთიანებული ქვეყნების ქალთა განვითარების ფონდი (UNIFEM) \_ თბილისი, ერისთავის 9  
ტელ: (995 32) 251 126  
www.unifem.org
- 4 ქალი და არჩევანი ქუთაისი \_ რუსთაველის 37ა  
ტელ: (995 99) 107 794; (995 32) 683 993  
nato2727@gmail.com
- 5 ქალთა საინფორმაციო ცენტრი \_ თბილისი, წინამძღვრიშვილის ქ.40  
ტელ: (995 32) 952 934  
wicmika@caucasus.net
- 6 ქალთა ფონდი საქართველოში \_ ლადო ასათიანის ქ. № 52 მე-2 სართული  
ტელ: (995 32) 935 094  
info@womenfundgeorgia.org
- 7 კავკასიის ქალთა ქსელი \_ ქ.თბილისი ლადო ასათიანის ქ. №10;  
ტელ: (995 32) 988 695  
cwn@cwn.ge; cwn@access.sanet.ge; info@cwn.ge;  
www.cwn.ge
- 8 კავკასიელ ქალთა კვლევისა და კონსულტაციის ქსელი \_ ქ.თბილისი, მაჩაბლის ქ.5  
ტელ: (995 32) 999 987  
cwn@access.sanet.ge;  
www.iccn.ge
- 9 ქალთა საინფორმაციო ცენტრი (WIC) \_ თბილისი, წინამძღვრიშვილის ქ.40  
ტელ: (995 32) 952934  
antitraf@antitraf.net;  
www.antitraf.net
- 10 ქალთა პოლიტიკური რესურს ცენტრი \_ თაყაიშვილის ქუჩა 3. თბილისი, საქართველო-0179  
ტელ: (995 32) 224 018; (995 32) 300 137  
wprc@wprc.org.ge  
www.wprc.org.ge
- 11 ქალთა ფონდი საქართველოში \_ ალექსიძის ქუჩა №1  
(995 32) 33 023  
ecdc@gol.ge

# სასარგებლო რესურსები

- 12 ასოციაცია "ანიკა" \_ თბილისი, გაგარინის ქ. №2  
(995 32) 92 14 46  
anika@posta.ge; geoanika@hotmail.ru
- 13 ასოციაცია "ქალი და ბიზნესი" \_ თბილისი, შანიძის 1  
(995 32) 22 13 27; 22 13 56  
wbus@ip.osgf.ge; wbus@caucasus.net
- 14 ქალთა ფონდი "ტასო"  
www.taso.org.ge
- 15 საერთაშორისო მართლმადიდებლური ქრისტიანული მოწყალეობა  
ტელ: 251998
- 16 ქალთა ფონდი, ქალთა დასაქმების ასოციაცია "ამაგდარი"  
ტელ: 921773
- 17 ორგანიზაცია "ქალები ბიზნესში"  
ტელ: 913466

## სახელმწიფო სექტორი:

1. საქართველოს ლტოლვილთა და განსახლების სამინისტრო  
ტელ: 305754; 305760
2. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო  
მისამართი: თბილისი, ჭანტურიას 12  
ტელ: 991011  
www.economy.ge
3. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო  
მისამართი: თბილისი, მარშალ გელოვანის 6  
ტელ: 37 80 09  
www.maf.ge
4. საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობის და სოციალური დაცვის  
სამინისტრო  
მისამართი: თბილისი, გამსახურდიას გამზირი 30  
ტელ: 221235
5. საქართველოს განათლების და მეცნიერების სამინისტრო  
მისამართი: თბილისი, უზნაძის 52  
ტელ: 438819  
www.mes.gov.ge



### წიგნზე მუშაობდნენ:

ანა ქათამიძე  
ქეთევან ჭითანავა  
ქეთევან ფაცაცია  
ოლია ზედელაშვილი  
მიხეილ ადგიშვილი  
თემურ ყანჩაველი  
მაია ასათიანი  
მარიამ ნანიტაშვილი  
დავით მერაბიშვილი  
გიორგი ჭონიშვილი  
ნინო შიოშვილი  
თამარ საბედაშვილი  
დოდო ჭუმბურიძე  
ირაკლი მკერვალიშვილი

### დიზაინი:

ნათია ზედელაშვილი  
დავით გვასალია

### სტილისტ-რედაქტორი:

ნათია დაღელიშვილი  
ლეილა ჩანტლაძე



საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია

თბილისი, 0105 ორბელიანის ქ. 35  
Tel: (+995 32) 92 28 39; 99 04 43; 93 64 75;  
Fax: (+995 32) 92 24 61  
E-mail: [office@economists.ge](mailto:office@economists.ge)  
[www.economists.ge](http://www.economists.ge)