

მანია თეთრუაშვილი – თსუ ასოცირებული პროფესორი
ზურაბ თეთრუაშვილი – ეკონომიკის დოქტორი
ია თეთრუაშვილი – გორის უნივერსიტეტის მაგისტრანტი

საკუთარი ბიზნესი: პირველი ნაბიჯები

პირველი ნაწილი

(ბიზნეს-იდეიდან - ბიზნესის იურიდიულად გაფორმებამდე)

დამხმარე სახელმძღვანელო

გორი 2008

*«აღივსენით სასოებით, არ
შეუშინდეთ სირთულეებსა და
განსაცდელს» - სრულიად
საქართველოს კათოლიკოს
პატრიარქი, უწმინდესი და
უნეტარესი, ილია II, საშობაო
ეპისტოლედან*

ISBN 978-9941-0-0736-1 (ყველა ნაწილის)

ISBN 978-9941-0-0737-8 (პირველი ნაწილის)

© გამომცემლობა შქსუ-თან არსებული
კომპ. ცენტრი. 2008

ანოტაცია

«საკუთარი ბიზნესი: პირველი ნაბიჯები» წარმოადგენს დამხმარე სახელმძღვანელოს უმაღლესი პროფესიული და აკადემიური სასწავლებლების სტუდენტებისათვის (მომავალი ბიზნესმენებისა და მენეჯერებისათვის). იგი ასევე დაეხმარება ყველა დაინტერესებულ პირს, რომელსაც სურს პირველი ნაბიჯები გადადგან და თავიანთი მოღვაწეობა წარმართონ ბიზნესში.

დამხმარე სახელმძღვანელო შესრულებულია ქართულ და უცხოურ ენებზე გამოქვეყნებული სტატიების, ბროშურების, მონოგრაფიების, აგრეთვე ინტერნეტ-საიტების საფუძველზე და წარმოადგენს სამუშაოთა იმ ციკლის გაგრძელებას, რომელსაც ახორციელებენ შიდა ქართლის საერო უნივერსიტეტის პროფესორ-მასწავლებლები. მის შედგენაში მონაწილეობდნენ:

მაია თეთრუაშვილი – თსუ ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის დოქტორი;

ზურაბ თეთრუაშვილი – შქსუ ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის დოქტორი;

ია თეთრუაშვილი – გორის უნივერსიტეტის მაგისტრანტი;

მასალების დამუშავებაში მონაწილეობდნენ: *თეა ფხალაძე, მარინე ბოჭორაძე, დალი როსტიაშვილი, თეონა როსტომაშვილი, თეონა ბაინდურაშვილი.*

რეცენზენტი: *მარინე ქიტიაშვილი* – შქსუ ბიზნესის ორგანიზაციისა და მართვის მიმართულების ხელმძღვანელი;

რედაქტორი: *ზაურ თეთრუაშვილი* – ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი;

А н н о т а ц и я

Предложенное учебное пособие предназначено для студентов высшего специального и академического образования (будущих бизнесменов и менеджеров). Оно окажет посильную помощь всем заинтересованным лицам, кто хочет свою жизнь посвятить бизнесу.

Учебное пособие выполнено на основе материалов опубликованных в отечественной и зарубежной печати в виде статей, брошюр, книг, а также интернетсайта. Оно является продолжением тех работ, которые выполняют профессорско-преподавательский состав Шида Картлийского светского университета.

Составители:

Маия Тетруашвили – ассоциированный профессор ТГУ, доктор экономики;

Зураб Тетруашвили – ассоциированный профессор ШКСУ, доктор экономики;

Иа Тетруашвили – магистрант Горийского университета;

В обработке материалов участвовали: *Теа Пхаладзе, Марине Бочорадзе, Дали Ростиашвили, Теона Ростомашвили, Теона Баиндурашвили.*

Рецензент: *Марине Китиашвили* –руководитель по направлению организации и управления бизнесом ШКСУ.

Редактор: *Заур Тетруашвили* – доктор экономических наук, профессор

შესავალი

XXI საუკუნე საქართველოს წინაშე აყენებს მრავალ გამოწვევას, რომელთაგან უმნიშვნელოვანესია ცოდნაზე დაფუძნებული ეკონომიკის შექმნა და განვითარება.

კაცობრიობის განვითარების ისტორია გვიჩვენებს, რომ ნებისმიერი საზოგადოების განვითარების საფუძველს წარმოადგენს ცოდნა, ცოდნის შექმნა, გავრცელება და გამოყენება. ცოდნაზე იყო და არის დაფუძნებული ძველი ბაბილონისა და ძველი ეგვიპტის, ევროპის ფეოდალური სახელმწიფოების, XVIII საუკუნის ინგლისისა და საფრანგეთის, დღევანდელი მაღალგანვითარებული ქვეყნების, თანამედროვე აფრიკული სახელმწიფოებისა და სხვათა სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება.

განსაკუთრებით ძლიერია ცოდნის გავლენა საზოგადოებრივ განვითარებაზე, მსოფლიო ქვეყნების გაძლიერებული ინტეგრაციისა და გლობალიზაციის პირობებში, რომლის დროსაც ხდება ფუნდამენტური ცვლილებები აღწარმოებით პროცესებში და რასაც თან სდევს ქვეყნებს შორის მძაფრი კონკურენციული ბრძოლა.

ამ პროცესებში აქტიურად ჩაბმის მიზნით, ქართული საზოგადოება, ისინი ვისთვისაც მისაღებია პრინციპი «სწავლა მთელი სიცოცხლის განმავლობაში», განსაკუთრებით ახალგაზრდობა, მსოფლიო მეცნიერებაში და პრაქტიკაში დაგროვილ ცოდნას უნდა დაეუფლოს და საკუთარი სამშობლოს ეროვნული თავისებურებებიდან და მიზნებიდან გამომდინარე ისწავლოს მისი პრაქტიკული გამოყენება. ამასთან, თვითონაც იყოს ახალი იდეებისა და მიმდინარეობების, ახალი ცოდნის გენერირების აქტიური მონაწილე, ყოველთვის ახსოვდეს, რომ მთელი სიცოცხლის მანძილზე შეძენილ ყველა სიმდიდრეთა შორის უდიდესი სიმდიდრეა ცოდნა. განა ტყუილად გვმოდღვრავდა ჩვენი დიდი წინაპარი დავით გურამიშვილი:

«სწავლა სიკვდილმდე შენია, მუდამ შენთანა მყოფელი, მას გეცილების ვერავინ, არ არის გასაყოფელი, სხვას ყველას მახე უგია – თავისი გასაყოფელი, თუ კაცსა ცოდნა არა აქვს, გასტანჯავს წუთისოფელი.»

წინამდებარე დამხმარე სახელმძღვანელოს შემდგენლების აზრით, აქ წარმოდგენილი მასალა დაეხმარება ცოდნის შექმნაში უმაღლესი პროფესიული და აკადემიური სასწავლებლების სტუდენტებს (მომავალ ბიზნესმენებსა და მენეჯერებს), აგრეთვე ყველა სხვა დაინტერესებულ პირებს, რომელთაც სურთ პირველი ნაბიჯები გადადგან და თავიანთი საქმიანობა წარმართონ ბიზნესში.

თავიდანვე ვიტყვით, რომ მცირე ბიზნესი თავისი არსითა და დანიშნულებით წარმოადგენს ბიზნესში დასაქმებული ადამიანების ეკონომიკური ცხოვრების პირველ საფეხურს. ფაქტია, რომ მსოფლიოში მცხოვრები უმდიდრესი ადამიანების პირველი წარმატებები სწორედ მცირე ბიზნესიდან იწყებოდა.

ჩვენ შევეცადეთ აქ წარმოგვედგინა ჩვენს ხელთ არსებული ყველა ის მასალა, რომელიც დახმარებას გაუწევს დაინტერესებულ პირს შეიძინოს ცოდნა და დაიწყოს მცირე ბიზნესი, იდეის გაჩენიდან მის პრაქტიკულ რეალიზაციამდე. ბრძენის მიერაა ნათქვამი: «წინასწარ მცოდნე წინასწარ შეიარაღებულიაო».

საგანგებოდ გვინდა აღვნიშნოთ, რომ თეორიული და პრაქტიკული საკითხების გადმოცემისას ორიგინალობას არ ვიჩემებთ. იგი შესრულებულია ქართულ და უცხოურ ენებზე გამოქვეყნებული სტატიების, ბროშურების, მონოგრაფიების, თარგმანების, აგრეთვე ინტერნეტ-საიტების, ელექტრონული სასწავლო კურსებისა და სხვა მასალების საფუძველზე. მათი სია თან ერთვის.

დამხმარე სახელმძღვანელო წარმოადგენს სამუშაოების იმ ციკლის გაგრძელებას, რომელსაც ახორციელებს შიდა ქართლის საერო უნივერსიტეტი სახელმძღვანელოებისა და დამხმარე სახელმძღვანელოების მომზადების სფეროში.

უკვე შესრულებულია და გამოცემულია:

1. ინფორმატიკა და ინფორმაციული ტექნოლოგიები. ც. ნოზაძე, ნ. ნოზაძე, ზ. თეთრუაშვილი. თბილისი 2007 წ.
2. კომპიუტერული სისტემები, ინტერნეტი, კომპიუტერული უსაფრთხოება. ც. ნოზაძე, ს. ნოზაძე, ზ. თეთრუაშვილი თბილ. 2007 წ.
3. მონაცემთა ბაზების ტექნოლოგია, ც. ნოზაძე, ნ. ნოზაძე. თბილისი. 2007 წ.
4. მონაცემთა ბაზის მართვის სისტემის MS Access-ის შესასწავლი პრაქტიკუმი, ც. ნოზაძე, ნ. ნოზაძე, ზ. თეთრუაშვილი.
5. ბიზნეს-გეგმის დამუშავების მეთოდოლოგია. თემურ ქარდავა, ია თეთრუაშვილი, ნინო ორჯონიკიძე. თბ. 2007 წ.
6. ფინანსური მენეჯმენტი. მ. თეთრუაშვილი, თ. ქარდავა, ი. თეთრუაშვილი. გორი 2007 წ.

უახლოეს პერიოდში დასრულდება მუშაობა და გამოიცემა:

1. ბიზნეს-დაგეგმვის საფუძვლები;
2. ბიზნესის ორგანიზაციული საფუძვლები;
3. ბიზნესის ეთიკა;
4. ბიზნესის ფსიქოლოგია;
5. საერთაშორისო სავალუტო-საკრედიტო და ფინანსური ურთიერთობები;
6. ფინანსური მენეჯმენტი, ფინანსური ანალიზი, საწარმოთა ფინანსები;
7. «ბიზნესის სამართლებრივი საფუძვლები» და სხვა.

1. მცირე ბიზნესი როგორც ეკონომიკური საქმიანობის პირველი საფეხური

მეცნიერულად დასაბუთებულია და პრაქტიკულად დადასტურებული, რომ ადამიანთა საზოგადოების მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს პირადი ინტერესების, პირადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისათვის დაუოკებელი სწრაფვა. იკმაყოფილებს რა ადამიანი, თავის პირად ინტერესებს, ამით იგი სულაც არ უგულვებელყოფს საზოგადოების ინტერესებს. პირიქით, ყოველი ინდივიდის ინტერესების დაკმაყოფილება აუცილებლად ითვალისწინებს საზოგადოების ინტერესებსაც (ა. სმითი).

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ყოველი ადამიანის ბუნებრივი თვისებაა იშრომოს და იცხოვროს თავისი და საზოგადოების მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად, უკეთესი მომავლის უზრუნველყოფისათვის.

ამ თვისების განსახორციელებლად კი საჭიროა, რომ მან აწარმოოს (შექმნას) საქმელი, სასმელი, ჩასაცმელი, საცხოვრებელი და სხვა მატერიალური დოვლათი.

ასევე მას სურს დაიკმაყოფილოს თავისი სულიერი მოთხოვნილებები: მოუსმინოს მუსიკას, წავიდეს კინოში, თეატრში, იაროს ეკლესიაში, დაესწროს კრებებს, მიტინგებს, ურთიერთობა ჰქონდეს მეგობრებთან და სხვ.

სხვანაირად რომ ვთქვათ, ადამიანებს თავიანთი სიცოცხლისათვის, მისი შენარჩუნებისა და კვლავწარმოებისათვის ესაჭიროებათ მატერიალური დოვლათი და სულიერი სიკეთე.

ამ ღირებულებების წარმოების (შექმნის) რეალური პირდაპირი გზაა საკუთარ შრომაზე დამყარებული, სხვისი დიქტატის გარეშე განვითარებული თავისუფალი ბიზნესი. იგი საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობისათვის დამახასიათებელი ფენომენია. ქართველი ხალხისთვის ეს გზა მხოლოდ XX საუკუნის ბოლო ათწლეულიდან გაიხსნა.

განვლილი პერიოდი გვიჩვენებს, რომ საქართველოში საბაზრო ურთიერთობის დამკვიდრებამ და განვითარებამ, მრავალი შეფერხებების მიუხედავად, შეუქცევადი ხასიათი მიიღო და თანდათან სულ მეტ სიღრმისეულ თვისებებს იძენს.

ბიზნესის შექმნა, რაც უნდა მოკრძალებული სახით იყოს წარმოდგენილი, ადამიანებს აძლევს შესაძლებლობას, საკუთარი შრომით, საკუთარი რისკის ფასად გამოავლინოს თავისი გონებრივი და ფიზიკური შესაძლებლობები, გახდეს საზოგადოების სრულყოფილი და საზოგადოების მიერვე აღიარებული, ღირსეული წევრი, აღარ ტანჯავდეს ფიქრი იმის შესახებ, თუ როგორ მიაღწიოს ცხოვრების კეთილდღეობას ხელისუფლების წყალობით.

საკუთარი ბიზნესი მყარი გარანტიაა იმისი, რომ მისი მფლობელისათვის, მისი შთამომავლობისათვის, და ბოლოს, მთელი საზოგადოების არსებობისათვის, შექმნას ღირსეული ცხოვრების პირობები.

მსოფლიოში წარსული ეპოქების თუ დღევანდელი პერიოდის მრავალი მეწარმე-ადამიანისა (ბიზნესმენის) სახელია ცნობილი, რომელთაც სულ მცირედით დაიწყეს თავიანთი საქმიანობა, დააგროვეს მილიონები და მილიარდები. საკუთარი, თავისუფალი შრომით, თავისი ძალებისა და ხვალისდელი დღის რწმენით შეპყრობილნი, ისინი გახდნენ მსხვილი და უმსხვილესი ფირმების, ნავსადგურების, აეროპორტების, რკინიგზების, საგამომცემლო სახლების, რადიო-სატელევიზიო და სხვა კომპანიების წარმატებული მფლობელები.

თუმცა, როგორც გამოკვლევები გვიჩვენებს, მათ გვერდით არის წარუმატებელი, ბანკროტი ფირმებისა და კომპანიების არც თუ მცირე რაოდენობა, რომლებიც ბაზარმა არ მიღო, საკუთარმა ბიზნესმა მათი იმედები არ გაამართლა.

მცირე ბიზნესი საბაზრო ეკონომიკური სისტემის არსებით და განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. იგი ინგლისური სიტყვა «business»-იდან მოდის და საქმიანობას ნიშნავს¹.

სწორედ ამ ნიშნის გამო, პრაქტიკაში ხშირად აიგივებენ ბიზნესსა და მეწარმეობას. მეწარმეობაც ხომ ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ განხორციელებული საქმიანობაა.

მაგრამ მათ შორის ტოლობის ნიშნის დასმა ყოველთვის არ შეიძლება. თუმცა, უკანასკნელ პერიოდში გამოცემულ ლექსიკონებში ბიზნესი და მეწარმეობა გაიგივებულია. მაგალითად, დიდი ეკონომიკური ენციკლოპედია ბიზნესს განმარტავს, როგორც საქმეს, მეწარმეობას, ეკონომიკურ საქმიანობას, რომელიც ხორციელდება საკუთარი ან ნასესხები საშუალებების ხარჯზე, თავისი რისკით და თავისივე პასუხისმგებლობის ქვეშ. მისი მთავარი მიზანია მოგების მიღება და საკუთარი საქმის განვითარება². მეწარმეობა, მართალია, ადამიანების საქმიანობაა, მაგრამ რამდენადმე შეზღუდული ფორმით, რომელიც მატერიალური დოვლათის წარმოების, გაცვლის, განაწილებისა და მოხმარების პროცესს გულისხმობს.

ბიზნესი კი ადამიანის საქმიანობის ფართო სფეროს მოიცავს.

¹ უფრო ფართოდ ამ საკითხს განვიხილოთ ქვემოთ.

² Большая экономическая энциклопедия. М. «ЭКСМО» с. 60, 2007 г.

საერთოდ, თუ მკაცრი კრიტერიუმებით მივუდგებით, არ არსებობს მცირე ბიზნესის საყოველთაოდ მიღებული განმარტება.

თუ ადრე საბაზრო ეკონომიკური სისტემის პირობებში ეკონომიკური პროცესებისა და მოვლენების შესწავლა ხდებოდა, ძირითადად, ისეთი ეკონომიკური კატეგორიების მიხედვით, როგორცაა პროდუქციისა და მომსახურების მწარმოებელი მსხვილი კორპორაციები, ბანკები, უნივერსალური მაღაზიები და სხვა, შემდეგ კი – ეკონომიკური პროცესებისა და მოვლენების ფუნქციონალური მხარე: წარმოება, გაცვლა, განაწილება და მოხმარება, დღეისათვის მთავარი ყურადღება გადატანილია ადამიანზე, მის პირად ინტერესებზე, მისწრაფებებზე, სამუშაოს მიმცემის, მუშის, ხელმძღვანელის, მოსამსახურის როლზე.

მცირე ბიზნესის მთავარ ფიგურას წარმოადგენს საწარმოს მფლობელი. საზოგადოება, ბანკირები, მთავრობის წევრები და თვით მსხვილი, საშუალო და მცირე საწარმოების მფლობელებიც კი რომ მისულიყვნენ ამ დასკვნამდე დიდი დრო დასჭირდათ. მითუმეტეს რომ, ადამიანის პირადი ეგოისტური ინტერესის შესახებ, მისი როლის შესახებ საზოგადოების განვითარებაში, პირველად 1776 წელს ჩამოყალიბდა ინგლისელი მეცნიერის ადამ სმიტის ნაშრომში - «გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ»¹.

იმან, ვინც მცირე ბიზნესში აპირებს თავის საქმიანობის დაწყებას, ან უკვე ამ სფეროშია ჩაბმული, უნდა იცოდეს, რომ ბიზნესი ემყარება საწარმოს მფლობელის ან მისი მმართველის უნარს - მიიღოს დამოუკიდებელი და სწორი გადაწყვეტილება.

ასეთი დასკვნა, რა თქმა უნდა, ეწინააღმდეგება ხალხში დამკვიდრებულ არასწორ შეხედულებას: თითქოს, მცირე ბიზნესის წარმატების საფუძველს წარმოადგენს ფული.

აღნიშნულის არა ერთი მაგალითი შეიძლება იქნეს მოყვანილი თვით განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკიდან, რომ აღარაფერი ვთქვათ ჩვენს ქვეყანაზე.

მცირე ბიზნესის აწყობის დროს მთავარი ყურადღება უნდა დაეთმოს არა მისგან მიღებული ფულის რაოდენობის დათვლას, მისთვის კრედიტების გამოყოფას, არამედ, იმას, თუ როგორია ამ საწარმოების მართვის ხასიათი. სწორედ ეს აძლევს მცირე ბიზნესის მფლობელს იმის გარანტიას, რომ დახარჯული ყოველი ერთი ლარი აუცილებლად მოგებით დაუბრუნდება. უფრო მეტიც, მცირე ბიზნესში საწარმოს ბევრი მფლობელი გულწრფელად არის დარწმუნებული, რომ პროცენტით მიღებული სესხი, კარგი მართვის პირობებში, მოგებით იქნება უკან დაბრუნებული.

უნდა ვთქვათ, რომ თანამედროვე პირობებში თანდათან იცვლება წარმოდგენა მცირე ბიზნესზე. თუ ფირმის ხელმძღვანელობას (ან ახალი საწარმოს დამაარსებელს) უნარი აქვს მიიღოს გონივრული გადაწყვეტილება და შეასრულოს კიდევ ის, ფინანსური მხარდაჭერა, შესაბამისი მისაღები პირობებით, ყოველთვის შეიძლება მოინახოს.

ამ საქმეში მთავარ და შედარებით შეუსწავლელ მომენტს წარმოადგენს თვითმმართველობა.

ამიტომ ჩვენს სასწავლო გეგმებში განსაკუთრებულ ყურადღებას ვაქცევთ საწარმოს მფლობელისა და მენეჯერის როლს, როგორც წარმატების მიღწევის მთავარი ფიგურის როლს. ამის მთავარი მიზანია, მცირე ბიზნესის მენეჯმენტის განვითარება და სრულყოფა.

კრედიტის გამოყოფის დროს ბანკირები, პირველ რიგში, ითვალისწინებენ მცირე საწარმოს მფლობელის ცოდნასა და გამოცდილებას მართვის სფეროში. თავის მხრივ,

¹ А. Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов. соц.эк. изд. м.1.1935

საწარმოს მფლობელები თავისივე საწარმოში დაქირავებულ მოსამსახურეებს გადასცემენ რა შეძენილ გამოცდილებას, თვითონაც იღრმავებენ საკუთარ ცოდნას.

მართვის შესახებ სწორი მიდგომის ფორმირებაში ხელისშემშლელი ფაქტორი შეიძლება იყოს თვით ბიზნესმენებისა და საწარმოს მფლობელის მხრიდან არცოდნა ან არ გათვალისწინება იმისი, რომ განსხვავებულია მცნებები საწარმოს ხელმძღვანელობასა და საწარმოს საქმეების წარმართვას შორის. ბევრი მენეჯერი ყოველდღიური საქმეებით შეიძლება ისე იყოს დატვირთული, რომ დრო აღარ დარჩეს წარმოების ხელმძღვანელობისათვის.

უნდა ვიცოდეთ, რომ წარმოების ხელმძღვანელობა თავის თავში შეიცავს: დაგეგმვას, ორგანიზაციას, კადრების შერჩევას, მართვას და აღრიცხვას.

აღნიშნული ადმინისტრაციული ფუნქციების შესასრულებლად, მსხვილი ბიზნესისაგან განსხვავებით, მცირე ბიზნესს არა აქვს იმის შესაძლებლობა, რომ დაიქირაოს და შეინახოს მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები, მოამზადოს ან გადაამზადოს ისინი. ამიტომ მცირე ბიზნესის მფლობელი იძულებული ხდება, ყველა ეს ფუნქცია შეასრულოს ყოველდღიურად. თუმცა, გამოსავალი აქ მაინც ერთია: აღიაროს და გაიცნობიეროს, რომ ერთმანეთისგან განსხვავდება საწარმოს ხელმძღვანელობა და მისი საქმეების მართვა.

ამ შეგნებით აღჭურვილი მცირე ბიზნესის მფლობელი გაითვალისწინებს საწარმოს ხელმძღვანელობის მნიშვნელობას და მეტ დროს დაუთმობს მას.

მოკლე ისტორია: ტერმინი «მცირე ბიზნესი» პირველად აშშ-ში იხმარეს 1953 წელს მიღებულ კანონში «მცირე ბიზნესის შესახებ».

ამას წინ უძღოდა ბრიტანეთის მინისტრის მ. მილანის მიერ 1934 წელს გაკეთებული მოხსენება «დიდი ბრიტანეთის სამრეწველო და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ», რომელშიც პირველად იქნა გამოყენებული ტერმინი «მცირე და საშუალო საწარმოები», ხოლო 1948 წელს აშშ-ში მიღებულ იქნა კანონი «მომსახურების გარკვეული სახეების შესახებ». აქაც ლაპარაკია მცირე საწარმოების შესახებ.

სამივე აღნიშნული დოკუმენტი წარმოადგენს ბიზნესის კლასიფიკაციის (მცირე, საშუალო, მსხვილი) პირველ მცდელობას.

მცირე ბიზნესის არსი. სამეცნიერო და სხვა საცნობარო წყაროებში «ბიზნესი» ინგლისური წარმოშობის სიტყვაა და (business) ნიშნავს საქმიანობას, როგორც პირადი გამდიდრების წყაროს. აქედან - «ბიზნესმენი» (businessman) – პირი, რომელიც ბიზნესს მისდევს¹.

დღეს სამამულო და საზღვარგარეთულ ლიტერატურაში ცნობილია ბიზნესის სხვადასხვანაირი განმარტება²:

- ბიზნესი – ეს ადამიანის საქმიანობაა, რომლის მიზანია შემოსავლის მიღება თავისი ცოდნის, გამოცდილების, თავისი კაპიტალის გამოყენების დახმარებით, ეს არის ადამიანის პოტენციალის რეალიზაცია ეკონომიკურ ასპექტში. ბიზნესმენის საქმიანობის შეფასების ერთ-ერთი მთავარი კრიტერიუმი არის მოგების მიღება. ეს იმას ნიშნავს, რომ მოგების მიღება შეიძლება დაკავშირებული იყოს მომსახურების გაწევასთან, სამუშაოს შესრულებასთან, პროდუქციის წარმოებასთან. მოგება გვიჩვენებს ბიზნესმენის საქმიანობის ეფექტიანობას;

¹ უცხო სიტყვითა ლექსიკონი. თბ. 1989. გვ.79.

² К. М. Пирогов, Н. К. Темнова, И. В. Гускова. Основы организации бизнеса, Электронный учебный курс. М. 2008

- ბიზნესი – ეს საქმის გაძლიერების სისტემა და ადამიანებისათვის საჭირო პროდუქციის, მომსახურების წარმოებაა;

- ბიზნესი – ეს არის წარმოების სისტემა, რომელიც ჩვენ შევქმენით ჩვენი მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად.

- ბიზნესი – ეს არის ფულისგან ფულის კეთების უნარი, მაგრამ აუცილებლად სასარგებლო მწარმოებლური გამოყენების მეშვეობით.

- ბიზნესი – სხვა არაფერია, თუ არა სამრეწველო, სასოფლო-სამეურნეო, ვაჭრობის, საყოფაცხოვრებო მომსახურების, ბანკის, იურიდიული კონსულტაციის, სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო დაწესებულების, საგამომცემლო, სასწავლო-სააღმზრდელო და სხვა საწარმოსა თუ დაწესებულების შექმნა.

ს. ყამარაულის განმარტებით¹, «ბიზნესი (ინგლ - Business) – საქმე, საქმიანობა, არის საკუთარი ან ნასესხები საშუალებების ხარჯზე განხორციელებული ინიციატივანი, დამოუკიდებელი ეკონომიკური საქმიანობა, დაწყებული რისკისა და ქონებრივი პასუხისმგებლობის საფუძველზე, რომლის მთავარი მიზანია მოგების მიღება, საკუთარი საქმიანობის განვითარება, აგრეთვე საქონლის გასაღება, სამუშაოს შესრულება, მომსახურების გაწევა. მეწარმეობის ძირითადი ნიშან-თვისებები, რომლითაც იგი განსხვავდება ეკონომიკური საქმიანობის სხვა ფორმებისაგან, არის: 1) დამოუკიდებლობა, პასუხისმგებლობა, ინიციატივა, რისკი, დინამიკურობა; 2) საწარმოები, ფირმა ან საწარმოთა ერთობლიობა, რომელთა განსაზღვრული სახის საქმიანობის განხორციელების შედეგად ღებულობენ მოგებას. ჩვეულებრივ ისინი განცალკევებული მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებია, რომლებიც ადმინისტრაციულად არ არის დამოკიდებული სახელმწიფო სხვა უწყებებზე და ორიენტირებულია ბაზარზე».

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბიზნესის სტრუქტურული ნაწილია მცირე ბიზნესი.

გავიმეორებთ და ვიტყვით, რომ მცირე ბიზნესის ერთიანი, საყოველთაოდ მიღებული განმარტება არ არსებობს. სამეცნიერო ლიტერატურაში, არსებულ ყველა განმარტებას საფუძვლად უდევს ბიზნესის წარმოების მცირე მასშტაბები. აღნიშნულის ნიმუშად მოვიყვანოთ ს. ყამარაულის მიერ შემოთავაზებული განმარტება².

«მცირე ბიზნესი – მცირე ფირმის სამეწარმეო საქმიანობაა, რომელსაც მიეკუთვნება ინდივიდუალური მეწარმეობა და წვრილი ფირმები.

სხვა ადგილას მცირე ბიზნესს იგივე ავტორი ასეთნაირად განსაზღვრავს³:

«მცირე ბიზნესი – ბიზნესი, რომელიც მცირე ფორმებში ხორციელდება და კერძო მეწარმეების მცირე ფირმების, პატარა საწარმოების სამეწარმეო საქმიანობას ეყრდნობა. მცირე ბიზნესი წარმოების, ვაჭრობის, მომსახურების სფეროს ზოგიერთი სახეობისთვის არის დამახასიათებელი.

დიდ ეკონომიკურ ენციკლოპედიაში მცირე ბიზნესი განმარტებულია, როგორც მცირე და საშუალო კერძო საწარმოების ერთობლიობა. ეს არის ეკონომიკის ყველაზე მობილური სექტორი, ასრულებს მნიშვნელოვან დამაბალანსებელ როლს და აერთიანებს ქვეყნის შრომითი რესურსების მნიშვნელოვან ნაწილს. იგი არის ეკონომიკურად მოწინავე ქვეყნების მეწარმეობის ერთ-ერთი ყველაზე განვითარებული ფორმა.

მცირე ბიზნესს, პირველყოვლისა, მიეკუთვნება საწარმოები, რომლებიც პასუხობენ ქვემოთ ჩამოთვლილი მახასიათებლებიდან ორს მაინც:

¹ ს. ყამარაული, უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი, თბ. 2002 წ. გვ. 8

² იქვე. გვ.85

³ იქვე. გვ. 347

1. დამოუკიდებელი მართვა;
2. საკუთარი კაპიტალი;
3. მოქმედების ლოკალური რაიონი;
4. წარმოების შედარებით მცირე სიდიდე;
5. თანამშრომელთა მცირე რაოდენობა;
6. საბრუნავი კაპიტალის შედარებით მცირე მოცულობა¹.

მცირე ბიზნესი თანამედროვე ეკონომიკური ურთიერთობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტია. იგი წარმოადგენს ეკონომიკის თანამედროვე ნეოლიბერალური მოდელის საფუძველს და საბაზრო ეკონომიკის პირობებში უზრუნველყოფს ძირითად კონკურენციულ უპირატესობას, საბაზრო მექანიზმს ანიჭებს აუცილებელ მოქნილობას და ქმნის ეკონომიკის ინოვაციური განვითარების წინამძღვრებს, ერთის მხრივ, ახდენს შესაბამისი კონკურენციული გარემოს ფორმირებას, ხოლო, მეორეს მხრივ, - ახალი იდეების გენერირებას.

როგორი პარადოქსულიც არ უნდა იყოს, მცირე ბიზნესი წარმოადგენს მსხვილი კორპორაციული, მონოპოლიური კომპანიების საფუძველს.

უმსხვილესი თანამედროვე კორპორაციები IBM, MacDonald's, Microsoft და სხვები, სწორედ რომ, მცირე ზომის საწარმოებიდან არიან დაზადებული.

ამერიკაში გავრცელებულია გამონათქვამი, რომლის მიხედვითაც «ამერიკული ეკონომიკის ხერხემალს დიდი კორპორაციები წარმოადგენენ, მის კუნთებს კი, მცირე ფირმები ქმნიან». ნიშანდობლივია, რომ უკანასკნელ წლებში აშშ-ში მცირე ბიზნესს ამერიკული ეკონომიკის ტვინსაც კი ადარებენ. ეს იმიტომ, რომ მრავალი ახალი მეცნიერებატევადი საწარმო, რომელშიც ქვეყნის სამეცნიერო და ტექნიკური პოტენციალის დიდი ნაწილია ჩართული, მცირე კერძო ორგანიზაციების სახით არის წარმოდგენილი.

მცირე ბიზნესის თეორიული წინამძღვრები. მეწარმეობისა და სამეწარმეო საქმიანობის არსის შესახებ (თანამედროვე ტერმინოლოგიით, ბიზნესი) ეკონომისტების ინტერესი ჯერ კიდევ ეკონომიკური მეცნიერების ჩასახვის მომენტიდან იწყება. სამეწარმეო საქმიანობის შესახებ მეცნიერულ კვლევებს აწარმოებდნენ რ. კანტილიონი (1680-1734), ა. სმითი (1723-1790), ჟ.ბ.სეი (1767-1832), ი. შუმპეტერი (1883-1950), კ. დრუკერი (1909-2005) და სხვ. ყოველი მათგანი განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევდა სამეწარმეო საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტებს.

რ. კანტილიონი «მეწარმის» ცნებას განმარტავდა შემდეგნაირად: «მეწარმე – ეს არის ადამიანი, რომელიც აფასებს რა საქმის სარგებლიანობას, თავის თავზე იღებს რისკსა და პასუხისმგებლობას, რომელიც დაკავშირებულია ახალი საწარმოს ორგანიზაციასთან, პროდუქციის, მომსახურების, ახალი იდეების დამუშავებასთან».

წარსული საუკუნეების აქ დასახელებული ავტორების შრომების ანალიზი საშუალებას იძლევა ჩამოვყალიბოთ ბიზნესის საერთოდ და მათ შორის, მცირე ბიზნესის თავისებურებები.

მცირე ბიზნესის თავისებურებებია: 1) ეკონომიკური რესურსების მართვის დროს გადაწყვეტილების მიღების თავისუფლება. იგი განისაზღვრება საკუთარი და მოზიდული სახსრების თანაფარდობით, სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზაციული ფორმით (კოლექტიური თუ ინდივიდუალური), სამეწარმეო საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების სისტემით:

¹ Большая экономическая энциклопедия. М. «ЭКСМО» с. 61, 2007 г

2) ახალი იდეები, საზოგადოების ეკონომიკური რესურსების ახალი კომბინაციების ძიებისა და რეალიზაციის საქმიანობა. ი. შუმპეტერი მეწარმის ნოვატორული საქმიანობის შემდეგ მიმართულებებს გამოყოფდა: ახალი პროდუქციის დამზადება და არსებულის სრულყოფა; წარმოების ახალი მეთოდების დამუშავება და დანერგვა; გასაღების ახალი ბაზრების ათვისება; რესურსების ახალი წყაროების მიღება; წარმოების რეორგანიზაციის გატარება.

აღნიშნულის საუკეთესო მაგალითია ინოვაციური მეწარმეობა. უნდა აღვნიშნოთ, რომ თანამედროვე ეკონომიკაში, როდესაც კონკურენციულმა ბრძოლამ ინტენსიური ხასიათი მიიღო, ახალ კომპანიებს შეუძლიათ შევიდნენ არსებულ დარგებში (ხოლო მოქმედ კომპანიებს - შეინარჩუნონ კონკურენციული პოზიციები) და წარმატებით გაუწიონ კონკურენცია, მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ისინი უზრუნველყოფენ თავიანთი ბიზნესის ინოვაციურ განვითარებას.

3) საბოლოო შედეგების მიღწევაში განუსაზღვრელობის არსებობა, ანუ სამეწარმეო რისკი. სამეწარმეო რისკი დაკავშირებულია ცნებასთან - «პასუხისმგებლობა» და გულისხმობს მეწარმის პასუხისმგებლობას საზოგადოებრივი რესურსების, მათ შორის, საკუთარი და მოზიდული რესურსების ეფექტიან გამოყენებაზე. სამეწარმეო რისკის სიდიდე განისაზღვრება მეწარმის მიერ არასწორად მიღებულ გადაწყვეტილებაზე პასუხისმგებლობის (პირველ რიგში ქონებრივი პასუხისმგებლობის) ზომით, ხოლო სამეწარმეო რისკის ხარისხი კი - მეწარმის მართვის უნარის დონით, ქვეყანაში ეკონომიკური სიტუაციის სტაბილურობით, მეწარმის სამართლებრივი დაცულობის დონით და ა.შ.

ამრიგად, სამეწარმეო საქმიანობა (ბიზნესი) აერთიანებს მეწარმის, მესაკუთრის, ნოვატორის, მენეჯერის ფუნქციებს. მენეჯერისაგან განსხვავებით, მეწარმე რეალიზაციას უკეთებს რა მესაკუთრის ფუნქციას, შეუძლია, დამოუკიდებლად შეცვალოს მეურნეობრიობის პირობები, ერთპიროვნულად მიიღოს გადაწყვეტილება და პასუხი აგოს მის შედეგებზე.

გამომგონებლისა და მეცნიერ-თანამშრომლისაგან განსხვავებით, მეწარმე ყოველთვის არ წარმოადგენს რესურსების გამოყენების ახალი ალტერნატიული ვარიანტების მამამთავარს, მთავარ შემოქმედს, მაგრამ მისი საქმიანობა ყოველთვის არის დაკავშირებული ახალი იდეების ცხოვრებაში გატარებასთან.

4) საინვესტიციო რესურსების მესაკუთრისაგან განსხვავებით, მეწარმეს ხშირად აქვს აუცილებელი ცოდნა და მოტივაცია იმისათვის, რომ ეფექტურად მართოს ეკონომიკური რესურსები, ამავე დროს, იყენებს რა საკუთარ რესურსებს, მეწარმე თავის თავზე იღებს რისკს. თავისი შინაარსით ეს არის მესაკუთრის რისკი. უნდა განვასხვაოთ ცნებები: «მეწარმე» და «სამეწარმეო საქმიანობა». ეს უკანასკნელი არის მოქალაქის დამოუკიდებელი საქმიანობა, რომელიც მიზნად ისახავს შემოსავლების მიღებას. იგი ხორციელდება მესაკუთრის სახელით და მისი ქონებრივი პასუხისმგებლობით.

ამ განმარტებით სამეწარმეო ფუნქცია გამოდის, როგორც სხვადასხვა კატეგორიის ადამიანებისათვის დამახასიათებელი თვისება და საერთო ეკონომიკური ფუნქციის სახეს იღებს. ამიტომ მეწარმედ უნდა ჩავთვალოთ პირი, რომელიც რეალიზაციას უკეთებს სამეწარმეო ფუნქციას და საზოგადოებრივ-სამართლებრივი ფორმით იდენტიფიცირდება, როგორც მეწარმე ან ინდივიდუალური, ან კომერციული ორგანიზაცია.

აღნიშნული საშუალებას აძლევს პირს, ვინც სამეწარმეო საქმიანობას ეწევა, მიიღოს მეწარმის საზოგადოებრივი სტატუსით გათვალისწინებული ყველა უფლება-

მოვალეობა: დასაქმდეს კანონით ნებადართული საქმიანობით, დამოუკიდებლად განახორციელოს თავისი საკუთარი ბიზნესი და მიიღოს მაქსიმალური შემოსავალი.

2. მცირე ბიზნესის საწარმოთა კლასიფიკაცია

თანამედროვე პირობებში მცირე ბიზნესის საწარმოები ფუნქციონირებენ არა მარტო ისეთ ტრადიციულ დარგებში, როგორცაა მსუბუქი და კვების მრეწველობა, არამედ სულ უფრო ფართო მასშტაბებს იღებენ მანქანათმშენებლობაში, ოპტიკური ხელსაწყოების წარმოებაში, ქიმიურ და ელექტროტექნიკურ მრეწველობაში, განათლებაში, ხელოვნებაში, კულტურაში, ფიზკულტურასა და სპორტში, სამედიცინო, საკონსულტაციო, საყოფაცხოვრებო, რეკრეაციული, ტურისტული და მომსახურების ყველა სხვა სფეროში, რომელშიც კანონმდებლობით ადამიანის საქმიანობა აკრძალული არ არის. მათი კლასიფიკაცია ხდება რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლების მიხედვით.

რაოდენობრივი მაჩვენებლებია:

- საწარმოში დასაქმებულთა რიცხოვნობა (ყველაზე გავრცელებული მაჩვენებელი);
- წარმოების წლიური მოცულობა;
- გაყიდვების წლიური მოცულობა;
- აქტივების საშუალო წლიური საბალანსო ღირებულება;

ამასთან, რაოდენობრივი შკალა განსხვავებულია ცალკეული ქვეყნებისა და დარგების მიხედვით (ზოგიერთ ქვეყანაში რეგიონების მიხედვითაც).

ხარისხობრივი მაჩვენებლებია:

- საწარმო ფლობს ბაზრის მცირე წილს;
- საწარმოს მართვა ხორციელდება პირადად მისი მფლობელის მიერ;
- საწარმო წარმოადგენს დამოუკიდებელს, ე.ი. არ ემორჩილება მსხვილ კომპანიას.

პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ აღნიშნული მაჩვენებლების რაოდენობრივი შეფასება სხვადასხვანაირია სხვადასხვა ქვეყნების, მოცემული ქვეყნის რეგიონებისა და დარგების მიხედვით¹.

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების საერთაშორისო ორგანიზაცია (OECD), რომელშიც შედიან განვითარებული ქვეყნები, განსაზღვრავს საწარმოთა შემდეგ კლასიფიკაციას: 19 კაცამდე რაოდენობით - როგორც «მეტად მცირეს», 90-დე კაცს - როგორც «მცირეს», 100-დან 499 კაცამდე - როგორც «საშუალოს» და 500-ზე მეტი - როგორც «მსხვილს».

სსრკ-ის და მათ შორის რუსეთის პრაქტიკაში მცირე მეწარმეობის, როგორც ეკონომიკური საქმიანობის არსებობა დაიწყო 1988 წელს. ამ პერიოდში მცირეს მიაკუთვნებდნენ სახელმწიფო საწარმოებს, რომელშიც ყოველწლიურად დასაქმებულთა რაოდენობა არ აღემატებოდა 150 კაცს. სსრკ-ის მინისტრთა საბჭოს დადგენილების შესაბამისად, რომელიც მიღებული იყო 1990 წელს აგვისტოში, მცირე საწარმოებს მიეკუთვნებოდნენ საწარმოები, რომლებშიც ყოველწლიური დასაქმებული არ აღემატებოდა: მრეწველობაში - 200 კაცს, მეცნიერებაში და მეცნიერულ მომსახურებაში - 100 კაცს, საწარმოო სფეროს სხვა დარგებში - 50 კაცს, არამწარმოებლურ სფეროს დარგებში - 25 კაცს, საცალო ვაჭრობაში - 15 კაცს. ამასთან ერთად, გათვალისწინებული იყო სამეურნეო ბრუნვის მოცულობაც. დასაქმებულთა რაოდენობრივი მნიშვნელობის განსაზღვრის უფლება ენიჭებოდათ მოკავშირე

¹ М.Г.Капуста, Ю.Л.Старостин. Малое предпринимательство, учебник, Москва, 2007 г.

რესპუბლიკებს, მაგრამ სამეურნეო ბრუნვის მოცულობა პრაქტიკულად, მაინც, არ იქნა დადგენილი. თანამედროვე რუსეთის კანონმდებლობაში მუშაკთა რაოდენობის მიხედვით საწარმოთა «მცირედ» მიკუთვნების პრინციპი შენარჩუნებულია.

«მცირე მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ» რფ-ის ფედერალური კანონის შესაბამისად (14.06.1995 წ.), მცირე მეწარმეობის სუბიექტად მიჩნეულია: კომერციული ორგანიზაციები, რომელთა საწესდებო კაპიტალში რუსეთის ფედერაციის სუბიექტების, საზოგადოებრივი და რელიგიური ორგანიზაციის (გაერთიანების), საქველმოქმედო და სხვა ფონდების წილი არ აღემატება 25%-ს, წილი, რომელიც ეკუთვნის ერთ ან რამოდენიმე პირს, რომლებიც არ წარმოადგენენ მცირე მეწარმეობის სუბიექტებს, არ აღემატება 25%-ს და რომელშიც დასაქმებულ მუშაკთა საშუალო რიცხოვნობა საანგარიშო პერიოდში არ აღემატება შემდეგ ზღვრულ დონეს:

- მრეწველობაში, მშენებლობაში, ტრანსპორტზე – 100 კაცს;
- სოფლის მეურნეობასა და სამეცნიერო-ტექნიკურ სფეროში – 60 კაცს;
- საბითუმო ვაჭრობაში – 50 კაცს;
- საცალო ვაჭრობასა და მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში – 30 კაცს;
- დანარჩენ დარგებსა და სხვა სახის საქმიანობის განხორციელებაში – 50 კაცს;

საანგარიშო წელს მცირე საწარმოს საშუალო რიცხოვნობა განისაზღვრება მათი ყველა თანამშრომლის გათვალისწინებით, მათ შორის იანგარიშებიან ისინიც, ვინც მუშაობენ სამოქალაქო-სამართლებრივი ხასიათის ხელშეკრულებით და შეთავსებით რეალურად გამომუშავებული დროის გათვალისწინებით.

მცირე საწარმოები, რომლებიც ახორციელებენ რამდენიმე სახის საქმიანობას (მრავალპროფილიანები), კრიტერიუმის მიხედვით მიეკუთვნებიან მცირეს იმ საქმიანობის სახით, რომლის ხვედრითი წილი წარმოადგენს ყველაზე მეტს ბრუნვის წლიურ მოცულობაში ან მოგების წლიურ მოცულობაში.

რუსეთის ფედერაციაში დიფერენცირებული კრიტერიუმები გამოიყენება ასევე ფედერაციის სუბიექტების მიხედვით. მაგალითად, ქ. მოსკოვის კანონებით მცირე მეწარმეობის სუბიექტს მიეკუთვნებიან ინდივიდუალური მეწარმეებიც, ე.ი. ფიზიკური პირები, რომლებიც დასაქმებულნი არიან სამეწარმეო საქმიანობით, იურიდიული პირის ჩამოყალიბების გარეშე.

განვითარებულ ქვეყნებში, საბაზრო ეკონომიკის სუბიექტების კლასიფიკაციის მიზნით, გამოყენებულია სხვადასხვა კრიტერიუმები. ასე მაგალითად¹:

ევროპის საბჭოში შემავალ ქვეყნებში ეკონომიკის ყველა სუბიექტი იყოფა შემდეგნაირად: მიკროსაწარმოები, მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოები. ამავე ქვეყნებში მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის მისაკუთვნებლად გამოყენებულია შემდეგი კრიტერიუმები:

- მიკროსაწარმოები – 1-დან – 9-მდე ადამიანის რიცხოვნობით;
- მცირე საწარმოები – 10-დან – 49-მდე;
- საშუალო – 50-დან – 249-მდე;
- მსხვილი საწარმოები – 250 და მეტი;

ამრიგად, ევროსივრცეში მცირე საწარმოს რომ მივაკუთვნოთ, ადამიანების ზღვრული სიდიდე უნდა შეადგენდეს არა უმეტეს 49, მაშინ, როდესაც რუსეთში, ეკონომიკის ცალკეულ დარგებში, შეადგენს არა უმეტეს 100 ადამიანისა.

¹ იქვე, გვ. 15-18

მთლიანად ამ ქვეყნებში რიცხოვნობის გარდა გამოიყენება სხვა კრიტერიუმიც – საქონელბრუნვა - არაუმეტეს 40 მილიონი ევრო. მნიშვნელოვან კრიტერიუმს წარმოადგენს, აგრეთვე, მცირე საწარმოთა დამოუკიდებლობა, მაგრამ ევროპის სხვადასხვა ქვეყანაში რაოდენობრივი კრიტერიუმები მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან:

ავსტრიაში ასეთი კრიტერიუმებია: მომუშავეთა რიცხოვნობა არაუმეტეს 50 კაცისა, ამასთან, წლიური შემოსავალი – არაუმეტეს 5 მლნ. ევრო, ან აქტივების საბალანსო ღირებულება – არაუმეტეს 2 მლნ. ევრო. ორივე შემთხვევაში საწარმოს საკუთრებაში გარე მესაკუთრეების ხვედრითი წილი არ უნდა აღემატებოდეს 25%-ს. ეს უკანასკნელი კრიტერიუმი შეესაბამება რუსეთის პრაქტიკას.

გერმანიაში მცირე და საშუალო საწარმოს მიეკუთვნება – არაუმეტეს 500 კაცი, წლიური ბრუნვა – არა უმეტეს 100 მლნ. ევრო.

იტალიაში მიკროსაწარმოს აკუთვნებენ: რიცხოვნობა - არა უმეტეს 19 კაცისა, ხოლო მცირეს – 20-დან 49 კაცამდე. მცირე და საშუალო საწარმოს წარმოადგენს საწარმო, რომელშიც მომუშავეთა რიცხვი შეადგენს 100-დან 199 კაცამდე.

პორტუგალიაში მცირე საწარმოს მიეკუთვნება საწარმო, რომელიც დასაქმებულია მატერიალური წარმოების სფეროში, სამთო-მომპოვებელ მრეწველობაში, სხვა საწარმოებისათვის მომსახურების გაწევაში, აგრეთვე საწარმოები, რომლებიც მოქმედებენ საბითუმო და საცალო ვაჭრობაში. წლიური ბრუნვა მცირე საწარმოებში არ უნდა აღემატებოდეს 12,1 მლნ. ევროს, ხოლო სხვა საწარმოების კაპიტალში წილი არ უნდა აღემატებოდეს 50%-ს.

შვეციაში მცირე და საშუალო საწარმოს მიეკუთვნება საწარმოები მომუშავეთა რიცხოვნობით - არა უმეტეს 200 კაცისა. მცირე და საშუალო საწარმოთა კლასიფიკაციისათვის გამოიყენება შემდეგი მაჩვენებლები:

- ზრდის სტადია (საწყისი, გადარჩენა, ზრდა);
- საქმიანობის გეოგრაფიული სფერო (ლოკალური, რეგიონული, ნაციონალური მასშტაბები);
- დარგობრივი კუთვნილება;
- მფლობელებისა და მმართველების სპეციფიკური მახასიათებლები (მაგალითად, ქალი – მეწარმე, უცხოელები და ა.შ.);
- პრობლემების ტიპი, რომლებიც დამახასიათებელია საწარმოსათვის (მაგალითად, პროდუქციის ხარისხის მართვა, ფინანსირება და ა.შ.)

იაპონიაში, მცირე და საშუალო საწარმოების შესახებ ძირითადი კანონის (1963 წ-დან) მიხედვით, გამოიყენება შემდეგი მაჩვენებლები. (იხ. ცხრილი)

საწარმოს მუშაობის სფეროები	საწესდებო კაპიტალის სიდიდე (მლნ.იენი)	მომუშავეთა რიცხოვნობა (კაცი)
გადამამუშავებელი მრეწველობა და ტრანსპორტი	100-მდე	300-მდე
საბითუმო ვაჭრობა	30-მდე	100-მდე
საცალო ვაჭრობა და მომსახურების სფერო	10-მდე	50-მდე

საწარმოთა «მცირედ» და «საშუალოდ» მიკუთვნების მოყვანილი კრიტერიუმები, მართალია, სხვადასხვა ზღვრული სიდიდისაა, მაგრამ შეუძლიათ კანონით შეიცვალოს იმის მიხედვით, თუ როგორია ამა თუ იმ საწარმოს ეკონომიკის ზოგიერთი დარგის მიმართ მიკუთვნების აუცილებლობა.

იაპონიაში გამოიყენება მცირე მასშტაბიანი საწარმოს ცნება მომუშავეთა რიცხოვნობით 20 კაცამდე, ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროში – 5 კაცამდე.

პრაქტიკულ ინტერესს იწვევს აშშ-ის გამოცდილება. ასე მაგალითად, მცირე საწარმოდ ითვლება საწარმო, რომელიც იმართება დამოუკიდებელი მესაკუთრეების მიერ და რომელსაც დომინირებული მდგომარეობა არ უკავია ბაზარზე. რაოდენობრივ კრიტერიუმებს (დაქირავებული მუშაკების რიცხვი ან წლიური ბრუნვა), ყოველი ცალკეული დარგისათვის, სტანდარტული სამრეწველო კლასიფიკატორის შესაბამისად დარგის თავისებურებებისა და სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, ადგენს მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია.

მაგალითად, მშენებლობაში მცირე საწარმოს მიაკუთვნებენ საწარმოს წლიური ბრუნვის მოცულობით 7 მლნ. დოლარიდან (საქმიანობის სახეების მიხედვით), სოფლის მეურნეობაში – წლიური ბრუნვით 3,5. მლნ. დოლარიდან, ცალკეულ დარგებში – 0,5 მლნ. დოლარიდან.

დიდ ბრიტანეთში, «კომპანიების შესახებ კანონის» შესაბამისად (1981, 1986 და 1989 წწ.) ცვლილებებით. მცირე საწარმო უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგი სამი კრიტერიუმიდან ორს მაინც: ბრუნვა - არა უმეტეს 2,3 – მლნ. ფ. სტერლინგი, აქტივი – არაუმეტეს 1,5 მლნ. ფ. სტერლინგი; დასაქმებულთა საშუალო რიცხოვნობა – 50 კაცამდე. გამოიყენება, აგრეთვე, უფრო კონკრეტული დარგობრივი მაჩვენებლები: მომუშავეთა რიცხოვნობა, ბრუნვა, ხოლო ტვირთზიდვაში – ავტომობილების რაოდენობა.

ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებში, როგორც წესი, საწარმოთა მცირე საწარმოდ მიკუთვნების კრიტერიუმებს წარმოადგენს მომუშავეთა რიცხოვნობა, მაგრამ ზოგიერთ ქვეყანაში გამოიყენება სხვა მაჩვენებლებიც. უკრაინაში, მაგალითად, ასეთ კრიტერიუმებს წარმოადგენს მხოლოდ მომუშავეთა რიცხვი. იმის მიხედვით, თუ რომელი დარგის საწარმოა, მრეწველობაში, მშენებლობაში და ტრანსპორტზე – არაუმეტეს 100 კაცისა; კვლევებში და დამუშავებებში არაუმეტეს 60 კაცისა, საბითუმო ვაჭრობაში – არაუმეტეს 50 კაცისა, საცალო ვაჭრობაში – არაუმეტეს 20 კაცისა.

მოლდავეთში გამოყოფენ მიკროსაწარმოებს მომუშავეთა რიცხვით 20-დან 75 კაცამდე.

ბალტიისპირა ქვეყნებში გამოყენებული კრიტერიუმები იწვევენ ინტერესს. ლატვიაში, მაგალითად, მცირე საწარმოს აკუთვნებენ საწარმოს, რომელშიც მომუშავეთა რიცხვი არ აღემატება 25 კაცს, ბრუნვა შეადგენს არაუმეტეს 200 ათასი ლატისა, ხოლო ძირითადი საშუალებების საბალანსო ღირებულება არაუმეტეს 70 ათასი ლატისა.

ესტონეთში – მცირე საწარმოს და მიაკუთვნებენ საწარმოს მომუშავეთა რიცხვით არაუმეტეს 80 კაცისა და 15 მლნ. ესტონური კრონის წლიური ბრუნვით.

ლიტვაში, შესაბამისად, არაუმეტეს 100 კაცისა და 2 მლნ. ლიტისა.

მაკედონიის რესპუბლიკებში მცირე საწარმოების განსაზღვრისათვის გამოიყენება შემდეგი მაჩვენებლები: მომუშავეთა რიცხვი უნდა იყოს არაუმეტეს 50 კაცის, შემოსავალი არაუმეტეს 8 ათასი დინარისა. ქონების ღირებულება (აქტივები, ბალანსები) – არა უმეტეს 6 ათასი დინარისა.

3. მცირე ბიზნესის საწარმოთა ფუნქციონირების თავისებურებები

მცირე ბიზნესის საწარმოთა ფუნქციონირება მსხვილი კომპანიებისაგან განსხვავდება არა იმდენად ჩამოთვლილი რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლებით, რამდენადაც თვით ბიზნესის ორგანიზაციისადმი მიდგომის თავისებურებებით:

- მცირე ბიზნესში პერსონალის მცირე რიცხოვნობის გამო სუსტად არის წარმოდგენილი შესასრულებელ ფუნქციათა სპეციალიზაცია. მაგალითად, კადრების განყოფილების შექმნა საწარმოში სადაც პერსონალის რიცხოვნობა 5-10-50 კაცს შორის მერყეობს მიზანშეწონილი არ არის. როგორც ოპერატიული, ისე სტრატეგიული ფუნქციების უმეტეს რაოდენობას ასრულებს ხელმძღვანელი - საწარმოს მესაკუთრე. ამიტომ ასეთ საწარმოში, როგორც წესი, შეიძლება არსებობდეს მხოლოდ სამმართველო გადაწყვეტილებების მიღების მხოლოდ მცირე, ერთ-ორ კაციანი, ჯგუფი (ცენტრი), ასევე, არსებული რესურსების სიმცირის გამო, საწარმოს დაგეგმვის პერიოდი მნიშვნელოვნად შემცირებულია. პრაქტიკით დადგენილია პირდაპირი ურთიერთდამოკიდებულება საწარმოს ზომასა და სამმართველო გადაწყვეტილებების მიღებას შორის. რაც უფრო მცირეა საწარმოს ზომა, მით ნაკლებია გადაწყვეტილების მიღების ციკლი და პირიქით.

- როგორც ცნობილია, მცირე ბიზნესის საწარმოში შედარებით ნაკლები ყურადღება ექცევა კადრების შერჩევის სისტემას, უმნიშვნელოვანეს მაჩვენებელთა რიცხვისა და კონტროლის სისტემის მოწყობას. ასევე, ნელი ტემპით (ევოლუციური, თვითგანვითარებადი გზით) ხორციელდება მცირე საწარმოს საშუალო ან მსხვილ საწარმოდ ტრანსფორმაციის პროცესი, ყალიბდება საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურა, ჩნდება პერსონალის მართვის სისტემა, იწერება საწარმოს საწარმოო და ფინანსური საქმიანობის დაგეგმვა, იწყება სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების განხორციელება. ამ და სხვა ღონისძიებების გატარების შედეგად მაღლდება პროდუქციის მომსახურების ხარისხი, ფართოვდება მასალების ბაზარი და სხვა, რაც იწვევს საწარმოს მასშტაბების გაფართოებას.

შევნიშნავთ, რომ საწარმოს სტრუქტურულ და ორგანიზაციულ ცვლილებებსა და მის ფინანსურ-ეკონომიკურ და საწარმოო წარმატებებს შორისაც პირდაპირი კავშირი არსებობს. იგი გამოისახება შემდეგი სქემით:

საწარმოს მასშტაბების ზრდა → ორგანიზაციული სტრუქტურის გარდაქმნა → წარმოების მასშტაბების ზრდა.

ზემოთაც ითქვა და გავიმეორეთ, რომ თანამედროვე მსხვილი და უმსხვილესი კომპანიების არც თუ მცირე ნაწილი სწორედ მცირე საწარმოებიდან ევოლუციური, თვითგანვითარებადი გზით არის წარმოშობილი, მაგალითად: IBM, Microsoft, Macdonald's და სხვები.

- მცირე ბიზნესის საწარმოთა მთავარ თავისებურებას წარმოადგენს ეკონომიკური გარემოს ნებისმიერი ცვლილებებისადმი მათი დიდი მგრძობელობის უნარი. რამდენადაც საბაზრო ეკონომიკისათვის დამახასიათებელია განვითარების ციკლური ხასიათი, ამდენად, მცირე საწარმოს გადარჩენის პრობლემაა ისეთი რეზერვების არსებობა, რომ გადაიტანოს დაცემის პერიოდი და დაელოდოს ბაზრის გამოცოცხლებისა და აღდგენის პერიოდს. მაგალითად, მცირე საწარმო, რომელიც

ახორციელებს სამშენებლო მასალების რეალიზაციას, მკვეთრად არის გამოხატული საბაზრო ციკლის შემდეგი სტრუქტურა:

მოთხოვნის ამალგება → აპრილი – ნოემბერი,

დაცემა → დეკემბერი – მარტი.

საწარმოს გადარჩენის პრობლემა მდგომარეობს იმაში, რომ მან უნდა დააგროვოს მოგების (შემოსავლის) საკმარისი თანხა აღმავლობის პერიოდში: ხელფასი, არენდის გადასახადი, გადასახადები და სხვა.

- მცირე საწარმოს არ გააჩნია დიდი მოცულობის რესურსები, ამიტომ მის განმასხვავებელ თავისებურებას წარმოადგენს მუდმივი ხარჯების დონის ცვლილებებისადმი მაღალი მგრძობელობა. მაგალითად, თუ მსხვილ კომპანიაში, სადაც რომელიღაც პროდუქციის წარმოება 10 000 ერთეულია და ერთი თანამშრომლის დაქირავებას – 100,15 დოლარიანი ხელფასით, მოჰყვება ერთეული პროდუქციის ფასის 0,15 დოლარით გაზრდა. ამავე დარგის მცირე საწარმოში, სადაც საშუალოდ თვეში აწარმოებენ 100 ერთეულ პროდუქციას, ერთი პერსონალის დაქირავება (იმავე რაოდენობის ხელფასით) გამოიწვევს პროდუქციის ფასის 15 დოლარით გაზრდას.

- მცირე ბიზნესის საწარმოთა თავისებურებას წარმოადგენს გაკოტრების (ბანკროტობის) მნიშვნელოვანი რაოდენობა. უცხოეთის ქვეყნების პრაქტიკით დადგენილია, რომ მცირე საწარმოთა, თითქმის, 50% იხურება საქმიანობის დაწყებიდან პირველ-ორ წელს, ხოლო წარმატებას აღწევს მხოლოდ 15%.

ამავე დროს, ცნობილია, რომ ბანკროტობის პროცესი საბაზრო ეკონომიკური მექანიზმის ფუნქციონირების განუყოფელი, ბუნებრივი ნაწილია. მისი მეშვეობით ეკონომიკა იმორებს წამგებიან და არაეფექტურ საწარმოებს და თავისუფლდება მათგან. იმისათვის, რომ სახელმწიფომ უზრუნველყოს ეკონომიკური სისტემის მდგრადი განვითარება, მან პოტენციურ მეწარმეებს არ უნდა ჩაუკლას საკუთარი ბიზნესის გახსნის სურვილი, ამიტომ ბევრი ქვეყნის ხელისუფლება ცდილობს, ბანკროტობის პროცედურა გახადოს მეწარმეთათვის ნაკლებმტკივნეული. ამ თვალსაზრისით, მეტად მნიშვნელოვანია, გამოინახოს საქმიანი აქტიურობის სტიმულირებასა და მეწარმის მინიმალურ პასუხისმგებლობას შორის რაციონალური ბალანსი. ეს საშუალებას მისცემს საზოგადოებას თავიდან აიცილოს ეკონომიკური რესურსების გამოყენების არასასურველი ექსპერიმენტები და მიაღწიოს მიკროკრიზისების რაოდენობის შემცირებას - კომპანიების ბანკროტობის ფორმით.

მცირე საწარმოთა ზემოთ აღწერილი განმასხვავებელი თავისებურებები გვიჩვენებს მცირე ბიზნესის ფუნქციონირების ყველაზე მნიშვნელოვან თავისებურებებს.

4. მცირე ბიზნესის დადებითი და უარყოფითი მხარეები

საზღვარგარეთული და სამამულო გამოცდილების ანალიზის შედეგად დადგენილია, რომ მცირე ბიზნესის საწარმოებს ახასიათებს როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მხარეები.

დადებითი მხარეებია;

- ადგილობრივ პირობებთან იოლი ადაპტაცია;
- მცირე საწარმოთა მოქმედების დიდი დამოუკიდებლობა, მოქნილობა და მიღებულ გადაწყვეტილებათა მიღებასა და შესრულებაში ოპერატიულობა;

- საქმიანობის განხორციელების (განსაკუთრებით მართვის დროს) შედარებით დაბალი ხარჯები;
- ინდივიდის დიდი შესაძლებლობა - რეალიზაცია გაუკეთოს თავის იდეებს, გამოავლინოს თავისი უნარი;
- პირველსაწყის კაპიტალზე შედარებით მცირე მოთხოვნილება და ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნის საპასუხოდ სწრაფი ცვლილებები პროდუქციასა და წარმოების პროცესში;
- საკუთარი კაპიტალის უფრო მაღალი ბრუნვაობა და სხვა.

საერთაშორისო ბიუროს (აშშ) მოხსენებაში აღნიშნულია, რომ მცირე და საშუალო საწარმოებს, მსხვილ კომპანიებთან შედარებით, გააჩნიათ მნიშვნელოვანი კონკურენციული უპირატესობები: ერთ მუშაკზე გაანგარიშებით თხოვლობენ ნაკლებ კაპიტალდაბანდებებს და ფართოდ იყენებენ ადგილობრივ მატერიალურ და შრომით რესურსებს.

მცირე ბიზნესის მფლობელები უფრო მეტად მიილტვიან სახსრების დაზოგვისაკენ და ორიენტირებულნი არიან ინვესტირებაზე, წარმატების მიღწევაში მათ ყოველთვის პირადი მოტივაციის მაღალი დონე აქვთ, რაც დადებითად მოქმედებს საწარმოს საქმიანობაზე, მთლიანად. მცირე ბიზნესი უკეთესად არის ინფორმირებული ადგილობრივი (ლოკალური) ბაზრის მოთხოვნის შესახებ, ხშირად საქონელს აწარმოებს კონკრეტული მომხმარებლის შეკვეთით, დაქირავებული მუშების მნიშვნელოვან რაოდენობას არსებობის საშუალებას აძლევს. მცირე ბიზნესი მსხვილ საწარმოებთან შედარებით ხელს უწყობს უმუშევარი მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, და პროფესიონალი მუშაკების მომზადებასა და პრაქტიკული ცოდნის გავრცელებას. მცირე ბიზნესს, მსხვილთან შედარებით, ცალკეულ ქვეყნებში უკავია დომინირებული მდგომარეობა, როგორც რიცხოვნობით, ისევე საქონლის (შესრულებული სამუშაოს, მომსახურების) წარმოების ხვედრითი წონის მიხედვით.

მაგრამ, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, მცირე ბიზნესს ახასიათებს გარკვეული უარყოფითი მხარეებიც, რომელთა შორისაა:

- რისკის უფრო მაღალი დონე, რაც განაპირობებს ბაზარზე მდგომარეობის ნაკლებ სიმყარეს;
- მსხვილ კომპანიებზე დიდი დამოკიდებულება;
- თავისი საკუთარი საქმის მართვაში დაშვებული შეცდომები;
- ხელმძღვანელთა სუსტი კომპეტენტურობა, მეურნეობრიობის პირობების ცვლილებებისადმი ამაღლებული მგრძობელობა;
- დამატებითი ფინანსური სახსრების სესხებაში და კრედიტების მიღებაში სიმძნელები;
- სამეურნეო პარტნიორების ნაკლები თვითდაჯერებულობა, ხელშეკრულებების დადებისას სიფრთხილე და სხვა;

რა თქმა უნდა, მცირე ბიზნესის სუბიექტების უარყოფითი მხარეები და წარუმატებლობა განისაზღვრება მათ ფუნქციონირებაში არსებული როგორც შინაგანი, ისე გარეგანი მიზეზებით, პირობებით.

მცირე ფირმების წარუმატებლობა ყველაზე მეტად დაკავშირებულია მათი მესაკუთრეების მენეჯერული გამოუცდელობით, ანუ პროფესიული არაკომპეტენტურობით. აშშ-ში რეგულარულად მიმდინარე გამოკითხვების შედეგად დადგენილია, რომ მცირე ბიზნესის წარუმატებლობის მთავარ მიზეზად ყველაზე ხშირად ასახელებენ ბიზნესმენების არაკომპეტენტურობას, დაუბალანსებელ გამოცდილებას, (მაგალითად, გამოცდილი ინჟინერია, მაგრამ გამოუცდელი

კომერსანტი); როცა კომერციაში, ფინანსებში, მოწოდებებში წარმატებები აქვს, მაგრამ მართვაში გამოუცდელია; საქმიანი კონტაქტების დამყარებასა და განმტკიცებაში უუნაროა და ა.შ.

მცირე ფირმების წარუმატებლობის (ბანკროტობის) სხვა მიზეზებია: ბიზნესის ხელმიშვეულობა, უყურადღებობა, აგრეთვე კატასტროფები, ხანძარი, ქურდობა, თაღლითობა და სხვ.

მცირე ბიზნესის წარმატების შანსი იზრდება მისი მომწიფებისა და განვითარების შესაბამისად.

ფირმები, რომლებიც დიდხანს არსებობენ ერთი მფლობელის ხელში, იღებენ უფრო მაღალ და სტაბილურ შემოსავალს, ვიდრე ის ფირმები, რომლებიც ხშირად იცვლიან მფლობელს. ამერიკული სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ – მცირე ფირმების მფლობელი ქალები უფრო წარმატებული არიან ბიზნესში, ვიდრე მამაკაცები. კვლევების შედეგები ადასტურებს, რომ წარმატებებს აღწევენ ის მცირე ფირმები, რომლებიც ბევრს მუშაობენ, მაგრამ, ამავე დროს, არ გადადიან გონივრული აზრის საზღვრებს.

მცირე ბიზნესის წარუმატებლობის მიზეზია, აგრეთვე მეწარმეთა დაბალი კვალიფიკაცია. მეწარმე, რომელმაც მცირე ფირმის გაძლოლაში უკვე დააგროვა გამოცდილება, როგორც წესი, უფრო წარმატებულია. თუ ფირმის მართვაში მონაწილეობს არა ერთი ადამიანი, არამედ მეწარმეთა გუნდი, რომელიც შედგება ორი, სამი და ოთხი ადამიანისაგან, გადარჩენის შანსი უფრო მაღალია, ვინაიდან გადაწყვეტილების კოლექტიური მიღება უფრო პროფესიონალურია, მცირე ფირმების სიცოცხლისუნარიანობაზე გავლენას ახდენს, ფირმის არსებობის პირველ ეტაპზე ფინანსირების სიდიდე, რაც უფრო მეტი საწყისი კაპიტალია დაბანდებული ფირმაში, მით მეტი შანსი აქვს მას შეინარჩუნოს თავისი საქმიანობა კრიზისულ პერიოდში.

საზოგადოების მოთხოვნილებების მუდმივი ძიება და მათდამი უწყვეტი მორგება წარმოადგენს მცირე ბიზნესის სტრატეგიის საფუძველს. ზოგიერთი დასავლელი სპეციალისტი მცირე ბიზნესს განიხილავს, როგორც ახალი პიროვნული ურთიერთობების სკოლას, მომავალში მეწარმეობის განვითარების ორგანიზაციის მეთოდებისა და პრინციპების გამოცდის პოლიგონს.

მაგრამ, მრავალი საწარმოსაგან განსხვავებით, მცირე ბიზნესის მეურნეობრიობის ნაკლებად ხელსაყრელი პირობები განაპირობებენ მათ ნაკლებ სიმყარესა და ნაკლებ კონკურენტუნარიანობას, ამიტომ იგი საჭიროებს სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერას. მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ეს მხარდაჭერა ხორციელდება სახელმწიფო ცენტრალური და რეგიონული პროგრამების შესაბამისად. სამწუხაროდ, საქართველოში მცირე ბიზნესისადმი მხარდაჭერის სისტემა არ არსებობს.

5. მცირე ბიზნესის ადგილი ეროვნული ეკონომიკის აღწარმოების პროცესში

ეროვნული ეკონომიკის აღწარმოების პროცესში მცირე ბიზნესის ადგილს განსაზღვრავს მის მიერ შერჩეული სტრატეგია.

ბიზნესის სტრატეგია – ეს არის წესების ერთობლიობა, რომლის მიხედვითაც ყალიბდება საწარმოს დამოკიდებულება (ურთიერთობა) მის გარეთ არსებულ გარემოსთან, რომელიც განაპირობებს, თუ რა სახის პროდუქციასა და ტექნოლოგიას

დაამუშავეს, სად და ვისთან გაასაღებს თავის პროდუქციას, როგორ მიაღწევს უპირატესობას კონკურენტებთან ბრძოლაში¹.

საზღვარგარეთის ქვეყნებში დაგროვილი გამოცდილების ანალიზის საფუძველზე გამოყოფენ კომპანიის სამეურნეო სტრატეგიის შემდეგ ტიპებს, რომლებიც განსაზღვრავენ მის ადგილს ეროვნული ეკონომიკის აღწარმოების მექანიზმში:

- ვიოლენტური სტრატეგია (ძალოვნური);
- პატიენტური სტრატეგია (ნიშნულის);
- კომუტანტური სტრატეგია (მორგება);
- ექსპლერენტული სტრატეგია (პიონერული).

კლასიკურ ვარიანტში ვიოლენტური სტრატეგია (ძალოვნური) გულისხმობს კომპანიის დომინირებას ბაზრის ფართო სეგმენტში:

ვიოლენტური სტრატეგია, საერთო სახით, ეს არის კონკურენცია, რომელიც დაფუძნებულია წარმოების დაბალ დანახარჯებზე. ეს შესაძლებელია იმ დარგებისათვის, რომლებისთვისაც დაბალია წარმოების მინიმალური ეფექტური მასშტაბები, ან წარმოების მინიმალური მასშტაბის ფართო დიაპაზონი. ეს ყველაფერი მცირე საწარმოს საშუალებას აძლევს, კონკურენცია გაუწიოს მსხვილ კომპანიას მცირე დანახარჯებით.

მცირე საწარმოს ვიოლენტური სტრატეგია გულისხმობს ბაზარზე კონკურენციას შედარებით იაფი და საშუალო ხარისხის საქონლით.

პატიენტური სტრატეგია (ნიშნული) დამახასიათებელია პროდუქციის წარმოებისათვის, რომელიც ორიენტირებულია სპეციფიკურ მოთხოვნაზე და რომელსაც დომინირებული ადგილი უკავია ბაზრის ვიწრო სეგმენტში.

ექსპლერენტული სტრატეგია (პიონერული) დამახასიათებელია ინოვაციური ფირმებისათვის. მცირე საწარმოს სტრატეგია ორიენტირებულია ახალი პროდუქციისა და ტექნოლოგიების დამუშავებაზე, ბაზარზე მათ დანერგვასა და ამის საფუძველზე მაღალი მოგების მიღებაზე.

კომუტანტური სტრატეგია (მორგებითი) გულისხმობს: მცირე საწარმოს ორიენტაციას მოცულობით პატარა, მოკლევადიანი მოთხოვნის დაკმაყოფილებაზე; მუდმივი კლიენტების არარსებობაზე; წარმოებული პროდუქციის სწრაფ ცვლაზე; მოთხოვნის ცვლილების შესაბამისად საქმიანობის სახეობის ცვლილებაზე.

სტრატეგიის ჩამოთვლილ სახეებს, რა თქმა უნდა, გააჩნიათ როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მხარეები. არასწორი არჩევანის გაკეთების შემთხვევაში იწვევენ ფირმის კონკურენტული უპირატესობების დაკარგვას, მისი ბაზრიდან წასვლას ან სრულ გაქრობას. ფირმის, კომპანიის სიცოცხლის გახანგრძლივების პრობლემა აიძულებს მათ აირჩიონ მათი განვითარების ყოველი ეტაპისათვის მისაღები ყველაზე ეფექტური სტრატეგია. სტრატეგიის ცვლა არის მიღწეული წარმატების განახლებისა და განმტკიცების პროცესი.

თუ მცირე საწარმოებს, რომლებიც მისდევენ განხილულ ოთხ სტრატეგიას, გავაერთიანებთ ერთი ბაზრის ფარგლებში, მაშინ კონკურენტულ გარემოს ექნება შემდეგი სახე: დარგის საფუძველს შეადგენს მცირე საწარმო – ვიოლენტები, რომლებიც აკმაყოფილებენ მოთხოვნის ძირითად ნაწილს და აწარმოებენ საშუალო ხარისხის სტანდარტულ პროდუქტს; დიფერენციული მოთხოვნის პირობებში საბაზრო ნიშას ავსებს მცირე საწარმო – პატიენტები;

¹ ს. ყამარაული, უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი, თბ. 2002 წ. გვ. 86

დარგის ეკონომიკურ დინამიკას იცავს მცირე საწარმო-ექსპლერენტები, რომლებიც ამუშავებენ პროდუქტისა და ტექნოლოგიის ახალ სახეებს; გაზრდილი მოთხოვნის, აგრეთვე, მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის, დროებითი დაუბალანსებლობის პერიოდში, დარგში გამოჩნდება მცირე საწარმო-კომპუტანტები, რომლებიც ახდენენ დისბალანსის შევსებას. ეს, უმეტესად, სავაჭრო-საშუამავლო, არასპეციალიზირებული ფირმებია, რომლებსაც ბაზარზე იზიდავს დამატებითი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა.

საერთოდ, მთლიანობაში, მცირე ბიზნესის როლი ეროვნულ ეკონომიკაში უნდა დავახასიათოთ შემდეგი მიმართულებების მიხედვით:

- მცირე ბიზნესის სფეროში სამეურნეო მექანიზმი¹ საშუალებას იძლევა ვებრძოლოთ მონოპოლიზმს, საზოგადოების მოთხოვნების ცვლილებაზე სწრაფი რეაგირების წყალობით უზრუნველყოფს მის აუცილებელ მოქნილობას.

- მცირე ბიზნესი, როგორც საბზრო გარემოს განუყოფელი ნაწილი, კონკურენტულ ზეწოლას ახდენს მსხვილ საწარმოებზე და ამით სტიმულს აძლევს მათ ინოვაციურ საქმიანობას. მცირე საწარმოს საქმიანობის წყალობით, საბაზრო ნიშების შევსების ხარჯზე, უკეთესად კმაყოფილდება საზოგადოების მოთხოვნები, რომელსაც იგნორირებას უკეთებენ მსხვილი და საშუალო ბიზნესის საწარმოები, მცირე მინიმალური ეფექტის მასშტაბის გამო.

- მცირე საწარმოები წარმოების სპეციალიზაციის შესაძლებლობას უზრუნველყოფენ მაშინ, როდესაც მსხვილი ფირმები უარს ამბობენ დამხმარე წარმოებაზე.

- საზოგადოებრივი ფსიქოლოგიის სფეროში მცირე ბიზნესი მასში მონაწილე და მასთან დაკავშირებულ ადამიანებს უზრდის მესაკუთრის ფსიქოლოგიას, იმის შეგრძნების უნარს, რომ დამოუკიდებლად მიიღონ გადაწყვეტილება, საკუთარ ძალებზე დაყრდნობით; ეკონომიკას ხდის უფრო კონკურენტუნარიანს. მცირე ბიზნესი ადამიანს საშუალებას აძლევს რეალიზაცია გაუკეთოს თავის თავს, როგორც პიროვნებამ, იგრძნოს თავი დამოუკიდებლად და იმის უნარის მქონედ, რომ გადაწყვიტოს რთული ამოცანები.

- საზოგადოების სოციალური სტრუქტურის სფეროში მცირე ბიზნესი წარმოადგენს ე.წ. საშუალო კლასის ფორმირების საფუძველს, რომელიც, თავის მხრივ, საბაზრო ტიპის საზოგადოების საფუძველია.

- თანამედროვე ეტაპზე მცირე საწარმოები წარმოადგენენ ლიბერალური ეკონომიკის საფუძველს: ისინი ახდენენ საგადასახადო შემოსავლების ძირითადი მასის აკუმულაციას, მოსახლეობის მნიშვნელოვანი რაოდენობის საარსებო საშუალებებით უზრუნველყოფას. მცირე საწარმოთა საქმიანობის წყალობით იქმნება ახალი სამუშაო ადგილები, უზრუნველყოფა მატერიალური, ფინანსური, ბუნებრივი რესურსების მობილიზაცია.

- როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, მცირე საწარმოები წარმოადგენენ ეკონომიკის ინოვაციური განვითარების განუყოფელ და ყველაზე ეფექტურ ელემენტს. ისინი ეწევიან ტექნოლოგიური, ტექნიკური, ორგანიზაციული სიახლეების დამუშავებასა და დანერგვას, რომლის გარეშეც შეუძლებელია ბაზარზე გასვლა და ახალი საწარმოების ეფექტური მუშაობა. საზღვარგარეთ ჩატარებული ემპირიული გამოკვლევები

¹ სამეურნეო მექანიზმი – მართვის კონკრეტული ფორმების, მეთოდებისა და ორგანიზაციული სტრუქტურების, აგრეთვე სამართლებრივი ნორმების ერთობლიობა, რომელთა მეშვეობით კონკრეტულ პირობებში ეკონომიკური კანონები აღწარმოების პროცესი რეალიზდება (ს. ყამარაული, უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი. თბ. 2002. გვ. 484)

გვიჩვენებს იმ ფირმების ამაღლებულ აქტიურობას, რომელშიც დასაქმებულია 100-ზე ნაკლები მუშაკი.

აშშ-ის ნაციონალური სამეცნიერო ფონდის შეფასებით, სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ საკონსტრუქტორო სამუშაოებში იმ ფირმის მიერ ჩადებული ყოველი დოლარი, რომელშიც დასაქმებულთა რიცხვი «100 კაცამდეა», ახორციელებდა 4-ჯერ უფრო მეტი სიახლეების დანერგვას, ვიდრე ფირმები რიცხოვნობით 1000-დან 10000-მდე კაცით და 24-ჯერ მეტს, ვიდრე კომპანიები დასაქმებულთა რიცხვით 10000-ზე მეტი კაცით.

6. მცირე ბიზნესის მდგომარეობის შესახებ საქართველოში (მოკლე მიმოხილვა)

«საქართველოს დამსაქმებელთა ასოციაციის» ინფორმაციით¹ საქართველოში სულ 110000 საწარმოა, რომელთაგან 82000 მცირე საწარმოა. მათ შორის 70000 ინდუსტრიული. როგორც ასოციაციაში აღნიშნავენ, ინდუსტრიული სექტორის განვითარება 2007 წელს მიღებული კანონმდებლობით, რომლის თანახმად, საწარმოს დარეგისტრირება ერთ დღეშია შესაძლებელი, ხოლო შპს-ს გახსნა სამ დღეში. კანონმდებლობაში შეტანილი ეს ცვლილებები წინ გადადგმული ნაბიჯია. ამავე დეპარტამენტის განმარტებით, დღეს საქართველოში მცირე ბიზნესის რეგულირება «საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ» კანონში არსებული ერთ-ერთი პუნქტით ხორციელდება. 2006 წლის თებერვალში შეჩერდა კანონი «მცირე და საშუალო მეწარმეთა მხარდაჭერის შესახებ», რაც მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერი ორგანიზაციების ფუნქციონირების შეჩერების მიზეზი გახდა. შესაბამისად, 2006 წლის თებერვალში საქართველო მსოფლიოში ერთადერთი ქვეყანა იყო, რომელსაც არ ჰქონდა კანონმდებლობა მცირე მეწარმეობის შესახებ. 2006 წლის მაისში მიღებული «საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ» არეგულირებს საინვესტიციო საქმიანობის ყველა სფეროს, მათ შორის მცირე ბიზნესსაც.

ინტერნეტის საშუალებით მოძიებული მასალების მიხედვით მცირე ბიზნესის წილი საქართველოში 2001-2007 წწ. შეადგენდა: (იხ. ქვემოთ მოტანილი ცხრილები).

დასაქმებულები საწარმოთა ზომის მიხედვით საქართველოში 2001-2007 წწ.

წელი	სულ	მათ შორის			
		მსხვილი	საშუალო	მცირე	
	კაცი / %				
	1	2	3	4	
2001	313370	90159 / 28.8	
2002	301310	153546	74435	73329 / 24.3	
2003	297795	147239	69390	81166 / 27.2	
2004	322779	169883	70454	82442 / 25.5	
2005	388946	200903	87628	100415 / 25.8	
2006	360987	192242	84192	84554 / 23.4	
2007	I	324366	183931	69142	71293 / 21.9

¹ საქართველოში მცირე ბიზნესის განვითარების მდგომარეობის შესახებ მონაცემები აღებულია: გაზეთიდან «ბანკები-ფინანსები», დეკემბერი 2007. №49, აგრეთვე ინტერნეტ-საიტიდან.

კვარტ.	II	333866	187516	73728	72623 / 21.7
	III	328740	187529	69112	72099 / 21.9

პროდუქციის გამოშვება საწარმოთა ზომის მიხედვით საქართველოში

წელი	სულ	მათ შორის			
		მსხვილი	საშუალო	მცირე	
		მლნ.ლარი / %			
	1	2	3	4	
2001	2625.4	537.6 / 2.0	
2002	3058.1	2396.2	370.9	291.0 / 9.5	
2003	3492.6	2774.7	391.1	326.8 / 9.3	
2004	4374.8	3486.4	502.1	386.3 / 8.8	
2005	5838.3	4583.2	703.9	551.2 / 9.4	
2006	7327.7	5930.0	808.8	588.9 / 8.0	
2007 კვარტ.	I	1832.4	1492.8	206.2	133.4 / 7.3
	II	2130.4	1721.0	243.4	166.0 / 7.8
	III	2421.4	1968.7	256.0	196.7 / 8.1

დასაქმებულთა საშუალო თვიური შრომის ანაზღაურება საწარმოთა ზომის მიხედვით

წელი	სულ	მათ შორის		
		მსხვილი	საშუალო	მცირე
		ლარი		
	1	2	3	4
2001	108.4	66.2
2002	119.9	160.7	79.9	59.6
2003	139.4	199.4	86.1	58.3
2004	161.6	223.4	102.5	66.7
2005	204.5	271.2	139.3	102.3
2006	285.8	378.7	185.0	141.4

ბრუნვა საწარმოთა ზომის მიხედვით საქართველოში

წლები	სულ	მათ შორის			
		მსხვილი	საშუალო	მცირე	
		მლნ. ლარი / %			
	1	2	3	4	
2001	3975.2	1232.7 / 30.8	
2002	4595.6	3475.5	535.7	584.4 / 12.7	
2003	5523.0	4198.8	572.7	751.5 / 13.6	
2004	7248.4	5618.7	770.1	859.6 / 11.8	
2005	10076.3	7756.9	1163.6	1155.8 / 11.4	
2006	13090.3	10643.0	1368.0	1079.3 / 8.2	
2007 კვარტ.	I	3423.0	2776.9	366.4	279.7 / 8.2
	II	4008.1	3261.7	413.3	333.1 / 8.3
	III	4414.3	3590.4	454.6	369.3 / 8.3

შედარებისათვის მოგვყავს საზღვარგარეთის ქვეყნების მონაცემები:

აშშ. მცირე და საშუალო კომპანიები აწარმოებენ მთლიანი პროდუქტის 21% - გადამამუშავებელ მრეწველობაში; 80% - მშენებლობაში; 86% - საბითუმო ვაჭრობაში; 81% - მომსახურების სფეროში.

მცირე ბიზნესის წილი მაღალი მაჩვენებლებით ხასიათდება სხვა ქვეყნებშიც (იხ. ცხრილი).

მცირე ბიზნესის როლი ცალკეული ქვეყნების ეკონომიკაში (2004 წ.)¹

ქვეყნები	მცირე და საშუალო საწარმო		დასაქმებულთა რიცხვი მლნ. კაცი	მცირე და საშუალო საწარმოთა წილი	
	ათასი ერთეული	1000 მცხოვრებზე გაანგარიშებით		დასაქმებულთა საერთო რაოდენობაში	მშპ-ში
დიდი ბრიტანეთი	2930	46	13.0	49	50-53
გერმანია	2290	37	18.5	46	50-54
იტალია	3920	68	16.8	73	57-60
საფრანგეთი	1980	35	15.2	56	55-62
ევროკავშირის ქვეყნები	15777	45	68.0	72	63-67
აშშ	1930	74	70.2	54	50-52
იაპონია	6450	50	39.5	78	52-55
რუსეთის ფედერაცია	837	6	8.1	100	10-11
ბელორუსიის რესპუბლიკა	27	3	0.3	8	7.8

7. ბიზნესისათვის კადრების მომზადების შესახებ

ექსპერტების მტკიცებით, მცირე ბიზნესში წარუმატებლობის არც თუ უმნიშვნელო მიზეზი არის ბიზნესმენებისა და მენეჯერების (განსაკუთრებით ახალგაზრდების) მოუმზადებლობა და უუნარობა - აკეთონ მათთვის უჩვეულო საქმე.

ეს განსაკუთრებით თვალში საცემია საქართველოს პირობებში, სადაც, ბოლო დროს განხორციელებული ერთეული შემთხვევების გარდა, ბიზნესის, მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ასევე, საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობისათვის დამახასიათებელი სხვა დისციპლინების სწავლება არ მიმდინარეობდა, ან მიმდინარეობდა დიდი ნაკლოვანებებით.

წარუმატებელი შედეგები სრულიად ბუნებრივი მოვლენაა. თეთრხალათმოხვეული ადამიანი ავადმყოფს ვერ მოარჩენს ისევე, როგორც სპეციალურ ფორმაში გამოწყობილი ჰიდროკომპლექსს ვერ ააშენებს, თუ მათ შესაბამისი მეცნიერული დარგები არ შეისწავლეს.

ბიზნესმენის, მენეჯერის, მარკეტოლოგის და, საერთოდ, ბიზნესის სფეროში მომუშავე მმართველობითი, აღმასრულებელი ან სხვა ფუნქციების მატარებელი ადამიანის საქმიანობა რომ წარმატებული იყოს, მას მაღალკვალიფიციურ დონეზე უნდა ვასწავლოთ საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლები, მარკეტინგი, მენეჯმენტის საფუძვლები, ფინანსური მენეჯმენტი, ფინანსური ბაზარი და ინვესტიციები, ბიზნესის ორგანიზაცია,

¹ С.М.Мазоль. Экономика малого бизнеса. Минск. 2004 г. с. 13.

დაგეგმვა და მართვა, ინფორმაციული ტექნოლოგიები და მათი გამოყენება ბიზნესში, ბიზნესის ეთიკა, ბიზნესის ფსიქოლოგია და სხვ.

ბიზნესმენებმა და მენეჯერებმა უნდა ისწავლონ და იცოდნენ, თუ როგორ ხორციელდება სამეწარმეო საქმიანობა და როგორი თანმიმდევრობით ხდება პრაქტიკული მოქმედება, რა წინააღმდეგობები მოელოთ მათ როგორი შეცდომები შეიძლება დაუშვან და წარმატების როგორი შანსები აქვთ. მათ უნდა შეეძლოთ გულმოდგინედ მოამზადონ დასაწყები საქმე, მოიძიონ მომხმარებელი, მოაწყონ პროდუქციის მომსახურების წარმოება და რეალიზაცია და სხვ. მათ უნარი უნდა ჰქონდეთ, შეაფასონ კონკრეტული საბაზრო სიტუაცია და სწორი არჩევანი გააკეთონ.

წარმატებული ბიზნესმენი თავის თავს უნდა ეყრდნობოდეს, უნდა შეეძლოს დამოუკიდებელი გადაწყვეტილების მიღება, იყოს შემოქმედი, იყოს არა მხოლოდ მცოდნე და საქმის წარმატებული წარმართველი, არამედ მოაზროვნე-მოფიქრალი.

როგორც ცნობილია, ცივილიზებული ბიზნესი, მისი არსი, ორგანიზაცია, დაგეგმვა, მართვა და სხვა, ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობის ცნობიერებაში ფეხმოკიდებისა და დამკვიდრების თვალსაზრისით, ახლადშემოსული საქმიანობაა. შესაბამისად, ბიზნესთან დაკავშირებული თეორიული და პრაქტიკული პრობლემების სწავლებაც ახლა იდგამს ფეხს.

ქართულ ეკონომიკურ ლიტერატურაში, XX საუკუნის 90-იანი წლებიდან მოყოლებული დღემდე ქართულ ენაზე თარგმნილი და გამოქვეყნებული სტატიები, ბროშურები, მონოგრაფიები და სხვა ვერ ავსებენ ამ სფეროში არსებულ ხარვეზს, ვერ აკმაყოფილებენ საზოგადოების გაზრდილ მოთხოვნებს.

ბიზნესისათვის კადრების მომზადება, ჩვენი აზრით, უნდა წარიმართოს შემდეგი მიმართულებით:

ბიზნესის სფეროსათვის კადრების მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნით, უნდა შეიქმნას სამთავრობო პოლიტიკა და აისახოს სპეციალურ კანონში ან სხვა მარეგულირებელ დოკუმენტში. იგი უნდა მოიცავდეს მთლიანად ქვეყნისა და მისი რეგიონების, სახალხო მეურნეობის ცალკეული დარგების მოთხოვნილებას კვალიფიციურ კადრებზე და გათვალისწინებული უნდა იყოს მათი მომზადების, გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ხანგრძლივი და საშუალო ვადიანი პერსპექტივა, თავისი ფინანსური უზრუნველყოფით.

ამ მიმართულებით წამყვანი ადგილი უნდა დაეთმოს ბიზნესისათვის:

ა) უმაღლეს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში - უმაღლესი პროფესიული განათლების მქონე სპეციალისტების მომზადებას.

ბ) უმაღლეს აკადემიურ სასწავლებლებში - შესაბამისი კვალიფიკაციის სპეციალისტების მომზადებას ბაკალავრიატის, მაგისტრატურის, დოქტურანტურის ხაზით.

- მოქალაქეებისათვის, რომელთაც სურვილი აქვთ დაიწყოთ საკუთარი ბიზნესი, უნდა გატარდეს საგანმანათლებლო და ორგანიზაციულ-საკონსულტაციო მომსახურების ღონისძიებათა კომპლექსი;

- უნდა შეიქმნას რეგიონებში, ფირმებში, საწარმოებში ეკონომიკური სამსახურის ხელმძღვანელთა და სპეციალისტთა გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების მუდმივმოქმედი სკოლები;

- ასევე, მოქმედი და დამწყები ბიზნესმენებისათვის უნდა შეიქმნას საკონსულტაციო ცენტრები საკუთარი საქმის უკეთ ორგანიზაციის საკითხებზე;

- სწავლების ორგანიზება უნდა მოხდეს თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების საფუძველზე, მათ შორის, დისტანციური სწავლებისა და ინტერნეტ

ტექნოლოგიების, საქმიანი თამაშების, სწავლების მოდელური პროგრამების გათვალისწინებით.

- ეს ყველაფერი უნდა განხორციელდეს ბიზნესის სახელმწიფო მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამის ჩარჩოებში.

8. მცირე ბიზნესის შექმნის ზოგადი წინამძღვრები

მცირე ბიზნესი იქმნება კანონმდებლობის საფუძველზე, რომელიც არეგულირებს ბიზნესის საქმიანობის მთლიან პროცესს.

ამერიკელი მეცნიერი პ. სამუელსონი ამ საკითხის გამო წერს, რომ «ადამიანებს ყოველთვის სურთ დაიწყონ დამოუკიდებელი საქმე... მაშინაც კი, თუ არასდროს არ მიიღებენ უფრო მეტს, ვიდრე რამდენიმე ათას დოლარს წელიწადში. მაინც რაღაც მიმზიდველი არის იმის შესაძლებლობაში, რომ ააგოს საკუთარი გეგმები და შეასრულოს სხვადასხვაგვარი ამოცანა, რომლის გადაწყვეტისაკენ ყოველდღიურად მიისწრაფვის მცირე მეწარმე. იგი აღნიშნავს, რომ «მცირე საწარმოს ფორმით» საკუთარი საწარმოს შექმნის უმნიშვნელოვანესი მოტივი, სინამდვილეში, ეს არის თავისი მიდრეკილების გამოვლენა საკუთარი ბიზნესის გაძლოლაში და ყოველდღიური ამოცანების გადაწყვეტისათვის ზრუნვა.

პ. დრუკერის აზრით კი, სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზაციის პროცესი – ეს არის ახალი მცირე საწარმოების შექმნისა და ფუნქციონირების პროცესი, საწარმოებისა, რომლებიც მომხმარებელს სთავაზობენ ახალ საქონელს (სამუშაოს, მომსახურებას).

ახალი მცირე საწარმოს ამა თუ იმ ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით შექმნა გულისხმობს მომავალ (ან არსებულ) მეწარმესათვის დაახლოებით შემდეგი ძირითადი წინამძღვრების არსებობას¹:

- პირველსაწყისი კაპიტალის ფორმირებისათვის გარკვეული ქონების არსებობას;
- მინიმალური საწესდებო კაპიტალის ფორმირებისათვის განსაზღვრული მოცულობის ფინანსური საშუალებების არსებობას;
- დასახული (მომავალი) საქმიანობის ორგანიზაციისა და არსებობისათვის ოფისის განსათავსებლად აუცილებელი არასაცხოვრებელი შენობის არსებობა, ან არასაცხოვრებელი შენობის არენდისათვის ხელშეკრულების დადების შესაძლებლობა;
- იმ მოსალოდნელი (ნაგულისხმევი) ბაზრის წინასწარი შესწავლა, რომელსაც მეწარმე შესთავაზებს თავისი სამეწარმეო საქმიანობის შედეგების რეალიზაციას;
- საკუთარი ბიზნესის დამფუძნებელთა (პარტნიორების) კვალიფიციური გუნდის ფორმირება, რომელთაც კარგად ეცოდინებათ გარკვეული სახის საქმიანობის შესრულების ტექნოლოგია, საბუღალტრო და საფინანსო აღრიცხვა და სხვა.

მნიშვნელოვანია, რომ თვითონ ბიზნესმენმა ობიექტურად უპასუხოს შემდეგ კითხვას:

ვფლობ თუ არა ყველა იმ აუცილებელ თვისებას და ცოდნას, რათა ვაწარმოო საკუთარი საქმე?

- ვინაიდან მეწარმე თავის ფირმაში იქნება ყველაზე მთავარი მუშაკი, მან თავის დადებით და უარყოფით თვისებებს უნდა მისცეს ობიექტური შეფასება;

აი ზოგიერთი კითხვა, რომლებიც მან თავის თავს უნდა დაუსვას:

- მე თვითონ ვიწყებ საკუთარ საქმეს?

¹ М.Г.Лапуста, Ю.Л.Старостин, Малое предпринимательство, М. 2007.

- რამდენად შემიძლია მე ადამიანებთან შეგუება?
- რამდენად მყარი ვარ საკუთარი გადაწყვეტილებების მიღებაში?
- გამაჩნია თუ არა საკმარისი ფიზიკური ძალისა და ემოციური პოტენციალის მარაგი საქმის წარმატებით წარმართვისათვის?
- საკმარისად ძლიერია თუ არა ჩემი სურვილი მივყვე დასახულ ამოცანას?
- ბიზნესის წარმართვა როგორ აისახება ჩემს ოჯახზე;
- საკმარისი ცოდნა მაქვს მე თუ არა, რათა დავსაქმდე მოცემული სახის ბიზნესში?

აუცილებელია ვუპასუხოთ შემდეგ კითხვაზე: ბიზნესის რომელი სახეობა უნდა ავირჩიო? ჩვეულებრივ ყველაზე საუკეთესო ბიზნესის სახეს წარმოადგენს ის, რომელშიც მომავალი მეწარმე ყველაზე მეტად არის დაინტერესებული, აგრეთვე ის, რომლის წარმართვისათვისაც უკვე აქვს გარკვეული ცოდნა-ჩვევები.

მას შეუძლია კონსულტაცია მიიღოს მეწარმეობის მხარდამჭერი სამსახურებისგან მოცემულ რაიონში (თუ ასეთი არსებობს), სხვადასხვა სახის პოტენციური შესაძლებლობების შესახებ.

რაიონის ბაზრის შესაძლებლობასთან მისი კვალიფიკაციის შესაბამისობა გაზრდის წარმატების შანსს.

მომავალი ბიზნესმენი კომპეტენტური უნდა იყოს იმ სახის საქმიანობაში, რომლითაც იგი არის დაინტერესებული, რათა შექმნას საკუთარი საქმე. ამერიკული სტატისტიკის მონაცემებით ახალ მცირე საწარმოთა დაახლოებით 90%-ში ადამიანები თავის ბიზნესს ხსნიან საქმიანობის იმ სფეროში, რომელშიც უკვე აქვთ მუშაობის გამოცდილება, ან გაიარეს სპეციალური სწავლა და სტაჟირება, ან შეძლეს საკუთარი ბიზნესის შექმნისათვის მოეზიდათ მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები, რომლებსაც ისინი ანდობენ თავიანთ ბედს.

მცირე ბიზნესში კარიერის შერჩევისათვის აუცილებელია ჩავატაროთ საკუთარი თვისებების, შესაძლებლობების, ხარისხობრივი მაჩვენებლების ზუსტი, მკაფიო ანალიზი.

იმისათვის, რომ უარი არა ვთქვათ ჩვენს ოცნებაზე - შევქმნათ საკუთარი ბიზნესი, უნდა გავარკვიოთ საკუთარი სუსტი ადგილები (განსაკუთრებით ადამიანების მართვის სფეროში).

ამიტომ ბიზნესმენს უნდა შეეძლოს კარგად გაიაზროს რისკის შესაძლო შედეგები, შეინარჩუნოს სამეწარმეო საიდუმლო, ფლობდეს ყველა ინფორმაციას თავისი საკუთარი საწარმოს საქმიანობის, პროდუქციის მომხმარებლების, კლიენტების, მომწოდებლების, განსაკუთრებით კონკურენტების შესახებ. გაითვალისწინოს, რომ საქართველოში დღემდე ფორმირებული არ არის პოზიტიური სამეწარმეო ატმოსფერო. ფუნქციონირებს მოხელეების უდიდესი ბიუროკრატიული ფენა, მოქმედებს აგრესიული საგარეო გარემო. მომავალ მცირე მეწარმეს უნდა შეეძლოს, გამოიცნოს ან გაითვალისწინოს ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების გადაწყვეტილებები, რომლებიც ხშირად ხელს უშლის (ლახავს) მეწარმის უფლებებს, ისწავლოს არა მარტო თავისი ქონებისა და ყველა აქტივების აგრესიული ძალებისაგან დაცვა, არამედ თავისი სიცოცხლის დაცვაც.

მომავალმა მცირე მეწარმემ აუცილებლად უნდა გაიგოს უმნიშვნელოვანესი წესები, რომლის შესრულებაც მოუხდება თავისი ბიზნესის ორგანიზებაში. ჩაიფიქრებს

რა საკუთარ ბიზნესს, მცირე საწარმოს ფორმით, მომავალმა ბიზნესმენმა უნდა უპასუხოს მთელ რიგ კითხვებს¹:

- ვისთვის იმუშავებს მისი ფირმა, ვინ არის მისი მომავალი მომხმარებელი (მყიდველი), არის თუ არა მისთვის ადგილი «ბაზრის მზის» ქვეშ? ამიტომ მეწარმეობის გადაწყვეტილების მიღების პროცესი უნდა დაიწყოს იდეის გაფორმებით - ვისთვის აწარმოოს პროდუქცია, საქონელი (შეასრულოს სამუშაო), ვის გაუწიოს მომსახურება (ბაზრის სახისა და ტიპის მიხედვით)?

- რა აწარმოოს, კონკრეტულად რომელი საქონელი (სამუშაო, მომსახურება)? და შემდეგ უკვე განსაზღვროს, აქვს თუ არა მას ყველა პირობა და ფაქტორები თავისი საქმიანობისათვის. ამასთან, უნდა ახსოვდეს, რომ მეწარმეებს აქვთ უფლება, დასაქმდნენ მხოლოდ კანონიერი, ლიცენზირებული საქმიანობით;

- როგორ ვაწარმოოთ პროდუქცია (საქონელი, სამუშაო, მომსახურება), როგორ ტექნიკურ და ტექნოლოგიურ საფუძველზე, როგორი ხარისხობრივი მაჩვენებლებით, როგორი დანახარჯებით, კონკურენტუნარიანობის როგორი დონით? ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ, ბაზარზე როგორი თანაფარდობა ჩამოყალიბდება საქონლის მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის.

თუ ბაზარზე მოთხოვნა მეტია და მყარი, მაშინ აზრი აქვს საკუთარი საქმის დაწყებასა და მოცემული საქონლის (მომსახურების) წარმოებას.

მომავალი მეწარმე, რომელიც გეგმავს - შექმნას საკუთარი სახე, უნდა ხელმძღვანელობდეს უმნიშვნელოვანესი საბაზრო პრინციპებით, რომელთა შორის შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი:

პირველი - უნდა მოიძებნოს მოთხოვნილება და დაკმაყოფილდეს იგი, ვინაიდან სამეწარმეო საქმიანობა მიმართულია სხვების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. მეწარმე მუშაობს არა თავისთვის, არამედ კონკრეტული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, და თვითონ, შესაბამისად, იღებს მოგებას (შემოსავალს);

მეორე - საქონელი უნდა აწარმოოს ნაკლები დანახარჯებით (თვითღირებულებით), სხვანაირად ბაზარმა შეიძლება არ მიიღოს, არ სცნოს ეს საქონელი, და მეწარმე ვერ შეძლებს მის რეალიზაციას (გაყიდვას) და ვერ მიიღებს გეგმიურ მოგებას;

მესამე - მეწარმემ, როდესაც ფასს აწესებს თავის მიერ წარმოებულ საქონელზე, უნდა გაითვალისწინოს კონკურენტების ქცევა, მომხმარებლის მიერ ყიდვის სურვილი და შესაძლებლობა, ბაზრის გაჯერების დონე. ამაღლებული საბითუმო (საცალო) ფასი საშუალებას არ მისცემს, თავის დროზე გაყიდოს საქონელი, ხოლო შემცირებული - მიიღოს მოგების აუცილებელი მოცულობა. ფასწარმოქმნის პრობლემა ასრულებს არსებით როლს საკუთარი საქმის შექმნისა და ფუნქციონირების მექანიზმში. მისი ზოგადი ალგორითმი შეიძლება გამოიხატოს შემდეგი მოკლე სქემით: *მეწარმეობის იდეა - მეწარმის მიზნები - სამეწარმეო პროექტის დამუშავება - მისი რეალიზაცია, საკუთარი საქმის შექმნის სახით - ორგანიზაციის ფუნქციონირება (სიცოცხლის ციკლის პირველი სტადია).*

ზემოთ ლაპარაკი იყო მცირე ბიზნესის შექმნის ზოგიერთი წანამძღვრის (პირობის) შესახებ, რომელთა ცოდნაც საშუალებას გვაძლევს შევუდგეთ სამეწარმეო იდეის რეალიზაციას.

¹ ეს კითხვები გამომდინარეობს იმ ხუთი ძირითადი პრინციპებიდან, რომელიც საფუძველად უდევს ნებისმიერ ეკონომიკურ სისტემას;

² ბაზრის სახეების შესახებ იხ. ს. ჟიზნინი, ვ. კრუპნოვი. როგორ გავხდეთ ბიზნესმენი. გვ. 39-42. თბ. 1992

სამეწარმეო იდეა – ეს არის ინდივიდის თვითრეალიზაციის პოტენციური შესაძლებლობა და აუცილებლობა საკუთარი მიზნების მისაღწევად, სხვების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების გზით. სამეწარმეო საქმიანობა, როგორც პროცესი, სწორედ იდეიდან იწყება, რომელიც გარკვეულ პირობებში რეალიზდება კონკრეტულ სამეწარმეო პროექტში. მისი არსი უნდა ემყარებოდეს პრინციპს: იპოვო მოთხოვნილება (მომხმარებლის მოთხოვნილება) და დააკმაყოფილო ის. მაშასადამე, მცირე საწარმოს შექმნის პროცესი არის სამეწარმეო იდეის რეალიზაციის პროცესი, რომელიც მცირე საწარმოს შექმნისა და ფუნქციონირების ფორმით გამოვლინდება.

მცირე საწარმოს შექმნის ეტაპზე (ან შეიძლება უფრო ადრეც) მნიშვნელოვანია, რომ სამეწარმეო იდეის რეალიზაციისათვის ზუსტად ჩამოაყალიბო მიზნები და განსაზღვრო შესაძლო გზები. ამიტომ, შევუდგებით რა მცირე საწარმოს შექმნას, მიზანშეწონილია ვიხელმძღვანელოთ შემდეგი პირობებით:

1. მიღწეული შეიძლება იყოს მხოლოდ ნათელი მიზნები მაგალითად, არ შეიძლება ჩამოვაყალიბოთ ასეთი მიზანი: «ჩვენი საქონლის ხარისხი უნდა ავამაღლოთ». როგორი საქონლის? რამდენად ავამაღლებთ? რის საფუძველზე? და ა. შ. ხარისხი შეიძლება ავამაღლოთ, მაგრამ წარმოების ხარჯები მკვეთრად გაიზრდება. ამიტომ საქონლის გაყიდვის დროს, თქვენ ვერ მიიღებთ მოგების აუცილებელ მოცულობას ფირმის შემდგომი განვითარებისათვის.

მაშასადამე, მიზნის ფორმულირება უნდა შეიცავდეს:

ა) რაოდენობრივ მაჩვენებლებს, რომელსაც ფირმამ უნდა მიაღწიოს, მაგრამ უნდა გავითვალისწინოთ კონკურენტებისა და მყიდველების ქცევა, ბაზრის სეგმენტი, საბაზრო ნიშა;

ბ) ვადა (ან ეტაპები), რომლის განმავლობაშიც მიზანი უნდა იყოს მიღწეული;

გ) შედეგები, რომელსაც მიიღებენ ფირმა და თანამშრომლები;

დ) პასუხისმგებელი პირების შემადგენლობა;

ე) ამ მიზნის მიღწევისათვის საჭირო დანახარჯის განსაზღვრა.

2. რაც უფრო ახლოს არის მიზანი, მით უფრო მეტია მობილიზაცია. სხვანაირად რომ ვთქვათ, მოკლევადიანი მიზნები უფრო მეტად უწყობს ხელს შინაგან მობილიზაციას, ვიდრე ხანგრძლივადიანი. მაგრამ, ამასთან ერთად, არ შეიძლება მხედველობიდან გავუშვათ ხანგრძლივადიანი მიზნის მიღწევა.

რა უფრო უკეთესია: დღევანდელი კვერცხი თუ ხვალინდელი ქათამი? ეს არის მცირე საწარმოს მართვის საკითხი (ისევე როგორც მართვის საკითხია ტაქტიკისა და სტრატეგიის დიალექტიკური შეხამება სხვა დარგებში და საერთოდ პირად ცხოვრებაში), მაგრამ უნდა გვახსოვდეს მეტად მნიშვნელოვანი დასკვნა: ის ვინც იბრძვის ყველაფრისათვის, ხშირად ვერაფერს აღწევს».

როგორც ჩანს, აქ უნდა მოქმედებდეს დაეჭვების როლის კანონზომიერება. ჯერ კიდევ ვოლტერი წერდა: «ეჭვი გონიერების დასაწყისია»-ო, მაგრამ დიდხანს დაეჭვებაც სათანადო ეფექტს არ მოგვცემს. გაითვალისწინეთ - მეწარმეს ყველა მხრიდან გარს არტყია კონკურენტები. მეწარმეობის ლოკომოტივს არ უყვარს ხანგრძლივი და დაუსაბუთებელი გაჩერებები თვითგანვითარების გზაზე. ამას გვიჩვენებს მეწარმეობის მთელი ისტორია.

3. ფირმის მიზანი კონცენტრირებული უნდა იყოს ყველაზე მთავარზე – თქვენი საქონელი უნდა აკმაყოფილებდეს სხვა ადამიანების მოთხოვნილებას, რომელიც არ კმაყოფილდება სხვა საქონლით. თუ მოცემული მოთხოვნილება უკვე კმაყოფილდება ან უკვე დაკმაყოფილებულია, მაშინ აუცილებელია გააღვიძოთ მოთხოვნა თქვენს

პროდუქციაზე სხვა ღონისძიებებით, ე.ი. ჩამოაყალიბოთ (გააჩინოთ) ახალი მოთხოვნა, ახალი ბაზარი.

ეს მიზანი ყველაზე მთავარია. იგი გაცვლილია თანაბარზომიერ ბაზარზე (იმოქმედო დეფიციტურ ბაზარზე, რა თქმა უნდა იოლია), მაგრამ მიზანი ფორმალიზებულია – დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნილების დაკმაყოფილება. უნდა მუდმივად იყოს მზად – პრაქტიკულად უპასუხოთ კითხვას: «არის მოთხოვნილება ჩვენს პროდუქციაზე (მომსახურებაზე)?»

რომელი პროდუქცია როგორი ეკონომიკური ფორმით სარგებლობს, მოთხოვნით? როგორია ეს მოთხოვნა დღეს? როგორი იქნება მოთხოვნა ხვალ, პერსპექტივაში?

საბაზრო ეკონომიკის მქონე საზოგადოებაში, ნებისმიერი სამეწარმეო ორგანიზაციის უმაღლესი მიზანია ბაზრის მოთხოვნილების ფორმირება, მყიდველების (მომხმარებლების) მოთხოვნის დაკმაყოფილება. მაგრამ მოთხოვნილებები უნდა დავაჯგუფოთ დაკმაყოფილების, მნიშვნელობის, რენტაბელურობის, ხელსაყრელობის და სხვა ნიშნების, სხვა ხარისხის მიხედვით.

4. მიზანი უნდა შევუფარდოთ მცირე საწარმოს შესაძლებლობებს, მის ტექნიკურ, ინტელექტუალურ, საკადრო, ფინანსურ ღონეს და სანედლეულო ბაზას;

5. მიზანი უნდა დავაკონკრეტოთ, დავყოთ ცალკეულ ღონისძიებებად, ამასთან, მიზანი და ღონისძიებები გაგებული უნდა იყოს სხვა თანამშრომლების მიერაც, ე.ი. ისინი დარწმუნებულნი უნდა იყონ ამ მიზნების მიღწევის მიზანშეწონილობაში.

მცირე საწარმოს რაც უფრო მეტ თანამშრომელს აქვს შესაძლებლობა, მონაწილეობა მიიღოს მიზნის არჩევასა და დასახვაში, მით მაღალი იქნება შედეგები მისი რეალიზაციის დროს.

9. მცირე ბიზნესის შექმნის ეტაპები

ნებისმიერმა ბიზნესმენმა, როცა საკუთარი ბიზნესის შექმნას ჩაიფიქრებს, უნდა იცოდეს, რომ მოუწევს, ერთი შეხედვით მარტივი, მაგრამ გადამწყვეტი ეტაპების გავლა.

კერძოდ:¹

- ბიზნესის სფეროში დასაქმების იდეის წარმოშობა და დასაბუთება;
- ბიზნეს-იდეის განხორციელების უახლოესი და პერსპექტიული მიზნების დასმა;
- თავისი საქმის გარკვეული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმით გახსნის კონკრეტული გადაწყვეტილების ფორმირება;
- ახალი მცირე საწარმოს კვალიფიციური და საიმედო თანადამფუძნებლების შერჩევა;
- საწარმოს ფუნქციონირების პირველ ეტაპზე სამეწარმეო საქმიანობის განსახორციელებლად საჭირო ფინანსური წყაროების განსაზღვრა;
- მცირე ახალი საწარმოს ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიუხედავად, სადამფუძნებლო დოკუმენტების დამუშავება;
- საკუთარი ბიზნესის შექმნისათვის ორგანიზაციულ ღონისძიებათა კომპლექსის გატარება: დამფუძნებელთა პირველი კრების ჩატარება, საფირმო დასახელების არჩევა, კვალიფიციური თანამშრომლების შერჩევა, ბეჭდისა და შტამპის დამზადება, სასაქონლო ნიშის არჩევა და სხვა;
- დასაბუთებული ბიზნეს-გეგმის დამუშავება;

¹ М.Г.Лапуста, Ю.Л.Старостин, Малое предпринимательство, М. 2007, ст.98-99

- საწარმოს სახელმწიფო რეგისტრაცია დადგენილი წესით;
- საგადასახადო ორგანოში აღრიცხვაზე დაყენება, საწარმოს ადგილმდებარეობის მიხედვით;
- ტერიტორიულ ორგანოებში აღრიცხვაზე დაყენება (საპენსიო ფონდი, სოციალური დაზღვევის ფონდი, სავალდებულო სამედიცინო დაზღვევის ტერიტორიული ფონდი და სხვ.);
- დადგენილი წესით ნებისმიერ ბანკში ანგარიშსწორების ანგარიშის და სხვა (მათ შორის სავალუტო) ანგარიშის გახსნა;
- ნედლეულის, მასალებისა და წარმოების სხვა ფაქტორების მოწოდებაზე ხელშეკრულებების (კონტრაქტების) დადება;
- დადგენილი კანონმდებლობის შესაბამისად ცალკეული სახის საქმიანობის განხორციელებაზე ნებართვის (ლიცენზიის) მიღება;
- ბაზრის ღრმა მარკეტინგული გამოკვლევის ჩატარება, ბაზარზე საქონლის წინ წაწევის ხერხების შერჩევა, საქონლის მომხმარებლისათვის გასაღების გზების განსაზღვრა, პროდუქციაზე (მომსახურებაზე) ფასების ფორმირების მეთოდების განსაზღვრა;
- მომხმარებლისათვის საქონლის (მომსახურების) მიწოდების, ყიდვა-გაყიდვისა და სხვა ხელშეკრულებების დადება;
- საქონლის (მომსახურების) აუცილებელი სარეკლამო კამპანიის ჩატარება;
- ფინანსთა სამინისტროსა და სხვა ზემდგომი ორგანოების მიერ დადგენილი წესების შესაბამისად შემოსავლებისა და გასაღების, ასევე სამეურნეო ოპერაციების აღრიცხვის ორგანიზაცია და სხვა.

ექვვარეშა, რომ საკუთარი ბიზნესის შექმნის ყველა ეტაპი მეტად მნიშვნელოვანია. მაგრამ გადაწყვეტია სამეწარმეო იდეის დასაბუთების ეტაპი. სწორედ ამ ეტაპზე გამოვლინდება ბიზნესმენის ეკონომიკური ინტერესი (მოტივები) კონკრეტული სახის საქმიანობის განხორციელებაში (კონკრეტული საქონლის და მომსახურების, ინფორმაციის, ტექნოლოგიის და სხვა). მაგრამ მთავარია – იდეა რეალიზებულ იქნეს იმ შედეგებით, რომლებიც ბაზრის მიერ იქნება აღიარებული. მომავალი მეწარმე არ უნდა გამოვიდეს მხოლოდ იდეიდან: «მე შემოდლია ვაწარმოო საქონელი», ან იდეიდან: «ეს საქონელი ესაჭიროება მომხმარებელს», მაგრამ ესაჭიროება კი მას ეს საქონელი? დადებითი პასუხი რომ მიიღო, შესაბამისი კვლევები უნდა ჩაატარო.

იდეა დაფუძნებული უნდა იყოს უბრალო და უმნიშვნელოვანეს საბაზრო პრინციპზე: იპოვე მომხმარებელი (მოთხოვნილება) და დააკმაყოფილე იგი. ჯერ დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნილების მოძიება და შემდეგ – მისი დაკმაყოფილების პროცესის ორგანიზაცია.

იდეა მატერიალიზებული ხდება მეწარმეობის მიზნებში - მოთხოვნილების დაკმაყოფილება მოგების სისტემატური მიღებისათვის.

საკუთარი ბიზნესის შექმნის ამ ეტაპზე მიზანშეწონილია შეფასდეს იდეის რეალიზაციის შესაძლებლობები. ამისათვის ყალიბდება სტრატეგიული და ტაქტიკური მიზნები, ხორციელდება მცირე საწარმოს ფუნქციონირების განსაზღვრული მაჩვენებლების გაანგარიშება.

მცირე საწარმოს შექმნის მნიშვნელოვანი ეტაპია – ფინანსების შესახებ საკითხის გადაწყვეტა, რომელიც აუცილებელია საწესდებო კაპიტალის ფორმირებისათვის, ე.ი. საკითხის გადაწყვეტა - სად ვიშოვოთ ფულადი სახსრები, რომელიც აუცილებელია საკუთარი ბიზნესის შესაქმნელად, ანუ – ნედლეულის, მასალების, ენერჯის, სათბობის,

სამუშაო ძალის დაქირავებისა და წარმოების სხვა ფაქტორების შესაძენად საჭირო ფინანსები.

სახსრების წყარო შეიძლება იყოს საკუთარი დანაზოგები, ნათესავებისაგან, ნაცნობებისაგან მიღებული თანხები, ბანკებში სესხად აღებული სახსრები, მომავალი მომხმარებლების სახსრები; სახსრები, რომელიც მიღებულია ფასიანი ქაღალდების გამოშვებისა და რეალიზაციისაგან, აგრეთვე სახსრები, რომელიც დახმარების სახით მიიღება იმ სახელმწიფო ორგანიზაციებიდან, რომლებიც დასაქმებული არიან მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობაზე (ასეთის არსებობის პირობებში);

ამ ეტაპზე განისაზღვრება უძრავი ქონების შექმნის, ან არენდით აღების შესაძლებლობები, აუცილებელი ინფორმაციის მიღების, ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებისა და სხვა შესაძლებლობები. ამ ეტაპზე განისაზღვრება საწარმოს ფუნქციონირებისათვის და მოგების მიღებისათვის საჭირო ყველა აუცილებელი პირობის შექმნის კონკრეტული მიზნები. მოცემული ეტაპი რეალიზებას პოულობს ბიზნეს-გეგმის ცალკეული განყოფილების პროექტების დამუშავების მეშვეობით, რომელიც საბოლოო ფორმირებას (სახეს) და ექსპერტიზულ შეფასებას იღებს საკუთარი მცირე საწარმოს შექმნის დასრულებისას.

შემდგომ ეტაპებზე მეწარმემ (პარტნიორებთან ერთად) უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება საწარმოს ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შერჩევის შესახებ, მოსალოდნელი მიზნების, ფინანსურ-ეკონომიკური შესაძლებლობების, გამოცდილების, ცოდნისა და სხვა ფაქტორებიდან გამომდინარე.

მცირე საწარმოს ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევაზე გარკვეული ხარისხით გავლენას ახდენენ საგარეო ფაქტორები, პოლიტიკური სტაბილურობა (თუ ეს ფაქტორები ხელსაყრელი არ იქნება, მაშინ მეწარმე არ დაინტერესდება – დაამუშაოს ხანგრძლივადიანი პროექტები და მათი რეალიზაცია განახორციელოს); მაკროეკონომიკური პროცესები და ინფლაცია; სამეწარმეო საქმიანობის სახელმწიფო მხარდაჭერა და რეგულირება; ბაზრის მდგომარეობა და სხვა ფაქტორები. ყველა ეს უნდა გავითვალისწინოთ საკუთარი ბიზნესის შექმნისა და საქმიანობის საგნის შერჩევის დროს. საქმიანობის წარმატებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს ფორმის ადგილმდებარეობას, ინფრასტრუქტურის არსებობას, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების კეთილგანწყობას მეწარმეობის მიმართ და სხვა.

დიდი მნიშვნელობა აქვს საწარმოს შექმნისათვის დაბანდებული სახსრების ბრუნვის სიჩქარეს. როგორც ცნობილია, ფინანსური სახსრების ბრუნვის ყველაზე მეტი სიჩქარე ახასიათებს სავაჭრო – საშუამავლო მეწარმეობას, ხოლო ყველაზე დაბალი – სამრეწველო საქმიანობას.

საკუთარი ბიზნესის შექმნის პროცესში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს სადამფუძნებლო დოკუმენტების დამუშავება (ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმისა და დამფუძნებელთა რიცხოვნობის მიხედვით), რომლებიც განსაზღვრავენ წარმოების ფუნქციონირების მთელ მექანიზმს. მომავალმა ბიზნესმენმა წესდების (ან სადამფუძნებლო ხელშეკრულების) დამუშავებისას უნდა იხელმძღვანელოს ქვეყანაში მართვის სხვადასხვა დონეზე მოქმედი სამართლებრივი კანონებით და სხვა ნორმატიული აქტებით.

10. შეიგან თავი შენი

«შეიგან თავი» - ძველი წელთაღრიცხვის VII-VI საუკუნეების სპარტაში ბრძენი ქილონის ეს ქადაგებანი¹ ყველა ეპოქის ადამიანის სახელმძღვანელო დევიზია. მისი მნიშვნელობა განსაკუთრებით დიდია თანამედროვე პირობებში. სწორედ რომ ბიზნესის დამწყები პიროვნების უპირველესი ამოცანაა, ვიდრე ბიზნესს მოჰკიდებს ხელს, შეიგნოს თავისი თავი. საკუთარი თავის, საკუთარი «მე»-ს შეცნობა, კრიტიკული შეფასება და მის საფუძველზე გონივრული გადაწყვეტილების მიღება წარმატებული ბიზნესის ამოსავალი წერტილის საწყისი ეტაპია.

მეცნიერება და ტექნიკა დღეს თავისი განვითარების ისეთ ეტაპზეა, რომ არსებობს ადამიანის «მე»-ს შეცნობის ტექნიკური საშუალებები, რომლითაც იკვლევენ ადამიანის ბუნებას, მისი უნარ-ჩვევების პოტენციალს. ტექნიკური აპარატის მეშვეობით ზუსტად შეუძლიათ განსაზღვრონ რა მონაცემების პატრონი ხართ, რომელ სფეროში მოღვაწეობა და რა შედეგების მიღწევა შეგიძლიათ, რისი ნიჭი მოგამადლათ ღმერთმა, სანდო ხართ თუ არა ადამიანებთან ურთიერთობაში; აპარატურა ყველაფერს აფიქსირებს, ანუ პიროვნების შესაძლებლობათა ზუსტ სურათს იძლევა; იკვლევენ სანდო არის თუ არა პიროვნება, რომლის სამსახურში მიღებას ან დაწინაურებას აპირებენ, როგორ გაართმევს თავს დაკისრებულ მოვალეობას და ა. შ.²

აღნიშნული აპარატურა დამუშავებულია მოსკოვის ვ. ტრაპეზნიკოვის სახელობის მართვის პრობლემების გასაიდუმლოებული ინსტიტუტის დირექტორის, ქართველის, ივერი ფრანგიშვილის ხელმძღვანელობით.³

ადამიანის პიროვნული თვისებების შესწავლის საქმეში მნიშვნელოვანი წარმატებებია მიღწეული ფსიქოლოგიურ მეცნიერებაში და სხვა.

ვიდრე აღნიშნული საშუალებები და მეთოდები ფართოდ იქნება დანერგილი და ყოველ ადამიანს შეეძლება ზუსტი, მეცნიერულ დონეზე მიღებული დასკვნები თავის «მე»-ს მიუსადაგოს, დამწყები ბიზნესმენი იძულებულია თვითონ შეაფასოს საკუთარი უნარ-ჩვევები.

შეფასებაში შეეცადეთ ყოველთვის იყოთ გულწრფელი, სამართლიანი, კრიტიკული.

ბიზნესის დაწყების მოტივაციის შეფასება. დამწყებმა ბიზნესმენმა, პირველ ყოვლისა, უნდა გაიაზროს, თუ რა ფაქტორებმა, მიზეზებმა განაპირობეს მიელო გადაწყვეტილება და საკუთარი საქმე დაეწყო. აღნიშნულის მიზეზები შეიძლება უამრავი იყოს, ჩვენ შემოგთავაზებთ ზოგიერთ მათგანს:

- ოჯახის ფინანსური მოთხოვნილებები გაგეზარდათ და იძულებული ხართ მათი დაკმაყოფილებისათვის იზრუნოთ, მიიღოთ მეტი შემოსავალი;

თქვენი ეს სურვილი უსაფუძვლო არ არის. ბიზნესი ხომ ადამიანების, საზოგადოების შემოსავლების ძირითად წყაროს წარმოადგენს.

ერთ-ერთი ამერიკული კოსმეტიკური კორპორაციის ხელმძღვანელის ჩარლზ დიკსონის ხატოვანი გამონათქვამით, «ბიზნესი მოგონილია იმისათვის, რომ გაამრავლოს ბედნიერი ადამიანების რიცხვი».

- საკუთარი «ამპლუის», ანუ სხვანაირად, თავისი ბუნებისგან მონიჭებული ტალანტის, ნიჭის, უნარ-ჩვევების შესაბამისი საქმის პოვნის სურვილი;

¹ ა. გელოვანი. «სიბრძნის სიმფონია». თბილისი, გამომცემლობა «ხელოვნება», 1989. გვ. 78.

² გაზეთი «ასავალ-დასავალი», 31 მარტი- 6 აპრილი, 2008 წ.

³ აკადემიკოსი ივერი ფრანგიშვილი გარდაიცვალა 2006 წ. 28 თებერვალს.

- სურვილი გაქვთ, იმუშაოთ დამოუკიდებლად, იყოთ საკუთარი თავის პატრონი, არ გინდათ იმოქმედოთ სხვისი სურვილების მიხედვით და არც სხვის ბრძანებებზე იყოთ დამოკიდებული.
- მოგებურდათ დაწერილი განრიგით მუშაობა და გინდათ თავი დააღწიოთ 8 საათიან სამუშაო რეჟიმს;
- სურვილი გაგიჩნდათ, თქვენი საქმე აკეთოთ, როგორც გინდათ და როდესაც გინდათ;
- მოგებურდათ ერთ ადგილზე (ახლანდელ სამსახურში) მუშაობა და გინდათ სიახლეები შეიტანოთ თქვენს ცხოვრებაში;
- უკვე ფიქრობთ (იდეა გაგიჩნდათ), რომ აწარმოოთ ახალი საქონელი ან შეგიძლიათ მომხმარებელს შესთავაზოთ ახალი მომსახურება და ამისათვის ახლანდელ სამუშაოზე არა გაქვთ მისი რეალობად ქცევის შესაბამისი პირობები;
- უკვე აღარ შეგიძლიათ ისეთ პირობებში იმუშაოთ, როდესაც ყოველთვის ზემოდან გავალებენ, სურვილი აღარა გაქვთ რიგითი თანამშრომლის რანგში იმუშაოთ და გინდათ ხელმძღვანელი იყოთ;
- სურვილი გაქვთ სრული რეალიზაცია გაუკეთოთ თქვენს უნარ-ჩვევებს ხელმძღვანელის, ორგანიზატორის ან სპეციალისტის რანგში;
- ხშირად ხდება, რომ ადამიანებს სურვილი აქვთ თავად გააკონტროლონ საკუთარი ბედი. ამ სურვილის ასასრულებლად ბევრი გარისკავს ოჯახით, მომავლით, კარიერით. ასეთ ინდივიდებს არ შეუძლიათ საკუთარი თავის კმაყოფილნი იყვნენ და თავი ჭეშმარიტად ბედნიერად იგრძნონ, როცა სხვისი ზედამხედველობით და სხვისი გულისთვის მუშაობენ, მიჰყვებიან ვიღაცის გეგმას და ბრძანებებს იღებენ უფროსისაგან.
- ახლანდელ სამუშაოზე წინსვლის პერსპექტივა აღარა გაქვთ, ან სულაც მოსალოდნელია სამუშაოდან თქვენი დათხოვნა;
- მრავალი ექსპერიმენტი ამტკიცებს, რომ კერძო ბიზნესის წამოწყების ძირითადი მიზეზი ახლანდელ სამსახურში პერსპექტივის უქონლობა და შესაბამისად იმედგაცრუება ხდება.

საქართველოში აღნიშნული ფაქტორის განსაკუთრებული მნიშვნელობა განპირობებულია უმუშევრობის მაღალი დონით (განსაკუთრებით რეგიონებში), როცა არ არის მოსახლეობის სრული დასაქმების პირობები, ან ზოგჯერ სამსახურში შრომის ანაზღაურება შესრულებულ სამუშაოს ხარისხს, თქვენს კვალიფიკაციას, გამოცდილებას არ შეესაბამება.

- თქვენს თავში ხედავთ, რომ შემოქმედებითი მუშაობისადმი უფრო მეტი სწრაფვა გაქვთ;
- გინდათ თქვენი შესაძლებლობები გამოსცადოთ ახალ საქმეში;
- თუ მოგზაურობა გიყვართ და თქვენი ახლანდელი სამუშაო ამის შესაძლებლობას არ გაძლევთ, სურვილი გაქვთ თქვენი ეს გატაცება დაიკმაყოფილოთ ახალ სამსახურში;
- როდესაც დაინახავთ, რომ იმ პროდუქტზე (მომსახურებაზე) რომელსაც ახლანდელ სამუშაოზე აწარმოებთ, აღარ არის მოთხოვნილება, თქვენ კი შეგიძლიათ ისე მოაწყოთ საქმე, რომ გაიზარდოს მასზე მოთხოვნა (უკეთესი ხარისხის, ნაკლები დანახარჯების და სხვათა წყალობით) და არა გაქვთ ამის შესაძლებლობა, ბუნებრივია, გაგიჩნდებათ სურვილი, დატოვოთ ახლანდელი სამუშაო და დაიწყოთ საკუთარი ბიზნესი.

- კარგი ურთიერთობა ვერ ჩამოგიყალიბდათ ახლანდელ ხელმძღვანელობასთან ან თანამშრომლებთან, რაც უარყოფითად მოქმედებს თქვენს მორალურ-ფსიქოლოგიურ განწყობაზე, ამიტომ სურვილი გაქვთ ბედი სცადოთ სხვა კოლექტივთან და ა.შ.

აი, არასრული ჩამონათვალი, რომელმაც სურვილი გაგიჩინათ თქვენი ბედი მიანდოთ ბიზნესს; ერთხელ კიდევ გაიაზრეთ ეს მიზეზები, კრიტიკულად შეაფასეთ, იქნებ ყველა ისინი ან უმრავლესობა ემოციური განწყობის ბრალია.

თუ დარწმუნდებით, რომ თქვენი მოტივაცია ცივი გონებით არის ნაკარნახევი, მაშინ, ნულარ დააყოვნებთ, მიიღეთ გადაწყვეტილება. დრო არ ითმენს. «იმას, რასაც დაკარგავ მოცემულ მომენტში, ვედარასოდეს აინაზღაურებ».

გახსოვდეთ, ბიზნესი მოითხოვს დიდ გონებრივ და ფსიქიკურ დამაბულობას, დიდი დროისა და რესურსების ხარჯვას. შეიძლება საკუთარმა ბიზნესმა მთელი თქვენი ადამიანური რესურსების შეწირვაც კი მოითხოვოს.

შეაფასეთ თქვენი პიროვნული თვისებები. ბიზნესის დაწყების გადაწყვეტილების მიღებას უნდა მოაყოლოთ საკუთარი პიროვნული თვისებების შეფასება. ამისათვის გამოიყენეთ ქვემოთ შემოთავაზებული ტესტი¹. ტესტის კითხვებზე პასუხის გაცემა საშუალებას მოგცემთ გაარკვიოთ თქვენი პიროვნული თვისებები, შეესაბამება თუ არა ისინი ბიზნესის გაძღოლის მოთხოვნებს. რეალური სურათის მისაღებად ობიექტური უნდა იყოთ. გაითვალისწინეთ, განსაზღვრავს თქვენს მომავალ ბედს ბიზნესში.

კი. არა.

- 1. ხართ თუ არა ლიდერი?
- 2. მოგწონთ თუ არა გადაწყვეტილების მიღება?
- 3. მოგმართავენ თუ არა სხვები დახმარებისათვის გადაწყვეტილების მიღებისას;
- 4. მოგწონთ თუ არა კონკურენცია?
- 5. გაგაჩნიათ თუ არა ნებისყოფა და თვითდისციპლინა?
- 6. აწყობთ თუ არა წინასწარ გეგმებს?
- 7. მოგწონთ თუ არა ხალხთან ურთიერთობა?
- 8. ამყარებთ თუ არა კარგ ურთიერთობას სხვა ადამიანებთან?

ამის შემდეგ შეაფასეთ პირადი შესაძლებლობები.

პირადი შესაძლებლობების შეფასება. ადამიანის პირად შესაძლებლობებში ვგულისხმობთ მის ფიზიკურ-გონებრივ, ფსიქიკურ და ფინანსურ შესაძლებლობებს, რომლებიც წინ აღუდგება მოსალოდნელ სიძნელეებს, წინააღმდეგობებს და გადალახავენ მათ.

გაეცით პასუხები შემოთავაზებულ ტესტს².

კი არა

- 1. გაქვთ თუ არა გათვითცნობიერებული, რომ საკუთარი ბიზნესის გაძღოლა შეიძლება მოითხოვდეს ყოველდღიურ 12-16 საათიან მუშაობას, თანაც ექვს დღეს მთელი კვირის განმავლობაში და, შესაძლოა, კვირა და დღესასწაულებიც დაემატოს ამას?

¹ როგორ დავიწყეთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგენელი: დოქტორი HOWARD POTEET. 1992. ქართული თარგმანის რედაქტორი რევაზ ვაჩნაძე. თბ. 1995. გვ. 6.

² იქვე გვ. 6-7

- 2. გეყოფათ თუ არა ფიზიკური გამძლეობა, რომ დაგეგმილ მძიმე სამუშაოს გაართვათ თავი?
- 3. გაქვთ თუ არა საკმარისი ემოციური სიმტკიცე, რათა გაუძლოთ დამაბულობას?
- 4. ხართ თუ არა მზად იმისთვის, რომ საჭიროების შემთხვევაში, ზომიერების ფარგლებში, დათმობთ საკუთარი ცხოვრების დონე, სანამ თქვენი ბიზნესი მყარად არ მოიკიდებს ფეხს?
- 5. არის თუ არა მზად თქვენი ოჯახი იმ სიძნელეებთან შესახვედრად, რომელთა გადატანაც მას აუცილებლად მოუწევს?
- 6. ხართ თუ არა მზად თქვენი დანაზოგების დასაკარგად?

გაარკვიეთ თქვენი ძლიერი და სუსტი მხარეები. ბიზნესის წარმატებით გაძლოლაში გადამწყვეტი როლი ენიჭება თქვენს უნარ-ჩვევებსა და გამოცდილებას. თუ თქვენ ეს თვისებები არ აღმოგაჩნდათ, მაშინ იძულებული იქნებით ამ დანაკლისის შესავსებად სხვები დაიქირაოთ.

არსებობს ძირითადი და სპეციალური უნარ-ჩვევები, რომლებიც თქვენ აუცილებლად დაგჭირდებათ ბიზნესის გასაძლოლად.

უპასუხეთ ქვემოთ მოთავსებულ კითხვებს და გამოარკვიეთ რომელი უნარ-ჩვევა გაგაჩნიათ და რომელი – არა. ეს იქნება პასუხი თქვენს ძლიერ და სუსტ მხარეებზე¹.

კი. არა.

- 1. იცით თუ არა, რომელი ძირითადი უნარ-ჩვევები გესაჭიროებათ ბიზნესის წარმატებით გაძლოლისათვის?
- 2. გაგაჩნიათ თუ არა ეს უნარ-ჩვევები?
- 3. პერსონალის დაქირავებისას შეძლებთ თუ არა, განსაზღვროთ – აკმაყოფილებს კი პრეტენდენტთა კვალიფიკაცია თქვენ მიერ წაყენებულ მოთხოვნებს?
- 4. როდესმე თუ ყოფილხართ მმართველის ან ზედამხედველის როლში?
- 5. როდესმე თუ ყოფილხართ დასაქმებული იმის მსგავს ბიზნესში, რომლის დაწყებასაც აპირებთ?
- 6. გაგივლიათ თუ არა რომელიმე სასწავლებელში ბიზნესის კურსი?
- 7. იმ შემთხვევაში თუ აღმოაჩინეთ, რომ არ გაგაჩნიათ თქვენი ბიზნესისათვის საჭირო უნარ-ჩვევები, მზად ხართ თუ არა, გადადოთ თქვენი გეგმები მათ შექმნამდე.

ქვემოთ შემოგთავაზებთ კიდევ ერთ ტესტს, რომელიც განსაზღვრავს მომავალი ბიზნესმენის სუსტ და ძლიერ მხარეებს პროფესიული შემძლეობის, ინტერესების, გონებრივი განვითარების, ხელით თუ ინტელექტუალური შრომის შესრულების თვალსაზრისით².

გავიმეორებთ: ყოველ შეკითხვაზე გაეცით პატიოსანი, ობიექტური პასუხი. გაითვალისწინეთ, რომ ბიზნესს არ უყვარს ისეთი ადამიანები, რომლებიც თავის თავზე იღებენ ვალდებულებებს, მაგრამ მათი საკმაოდ მაღალ დონეზე შესრულების ძალა არ შესწევთ.

- რას ვანიჭებ მე უპირატესობას – ნივთებთან და საგნებთან, იდეებთან თუ ადამიანებთან მუშაობას?

¹ იქვე, გვ. 6-7.

² ს. ჯიზნინი, ვ. კრუპნოვი, როგორ გახდეთ ბიზნესმენი (ამერიკული გამოცდილება) თბ. 1992. გვ. 7

- მინდა თუ არა მე, დავინახო ჩემი შრომის ფიზიკური შედეგები?
- რას ვანიჭებ უპირატესობას – დამოუკიდებლად მუშაობას თუ მუშაობას კოლექტივის შემადგენლობაში?
- შევძლებ თუ არა, შევასრულო სამუშაო, რომელიც დაკავშირებულია ფიზიკური ძალის დახარჯვასთან?
- შემიძლია თუ არა, ვუხელმძღვანელო ვინმეს?

რომ განსაზღვროთ, თუ რამდენად შეგიძლიათ ბიზნესის დამოუკიდებლად წარმართვა, ასევე სასურველია გამოიყენოთ ქვემოთ მოტანილი ტესტი¹.

იგი შემუშავებულია მცირე ბიზნესის ერთ-ერთი ამერიკული კომპანიის ხელმძღვანელობის მიერ. როგორც თვითონ ავტორები განმარტავენ, ტესტი ღრმად მეცნიერული არ არის, მაგრამ მას გააჩნია პრაქტიკული გამოყენების მნიშვნელობა. ცხრილის თითოეულ ჰორიზონტალურ გრაფაში იპოვეთ თქვენი თვისების ის მხარე, რომელიც შეესატყვისება ყოველ ვერტიკალურ სვეტს. ამ ციფრების დაჯამების შემდეგ საკუთარი საქმის ფლობისა და მართვის დარგში თქვენი პოტენციალის შეფასება შეიძლება იყოს: ფრიადი (25-28), ძალიან კარგი (21-24), კარგი (17-20), საშუალო (13-16), ცუდი (12 და უფრო ნაკლები). (იხ. ტესტი).

თუ ადამიანს აღმოაჩნდება რაიმე სისუსტე, მაგრამ ექნება ძლიერი სურვილი ჰქონდეს თავისი საქმე და იყოს მეწარმე, ეს სურვილი სავსებით შეიძლება შესრულდეს. მაგრამ ამისათვის აუცილებელია შერჩეულ იქნეს ჯგუფი და პარტნიორები იმგვარად, რომ მათ შეავსონ თქვენი სუსტი მხარეები. მაგალითად, თუ თქვენ არცთუ მაღალი შეფასებები გაქვთ «ორგანიზატორული თვისების» და «სხვებთან ურთიერთობის» ნაწილში, მაშინ თქვენს ჯგუფში უნდა იმყოფებოდეს პიროვნება ანალოგიური ძლიერი თვისებებით.

მეწარმის თვისების განსაზღვრის ტესტი

თვისებები	4	3	2	1
ინიციატივა	ემებს დამატებით დავალებებს, ძალიან გულახდილია	საზრიანია, გამჭრიახია დავალების შესრულებისას	ასრულებს სამუშაოს აუცილებელი მოცულობის მითითებების გარეშე	უინიცია-ტივოა, ელოდება მითითებას
დამოკიდებულება შრომისადმი	პოზიტიური საწყისი, მეგობრული ურთიერთობა ადამიანებთან	სასიამოვნო მოპყრობაში, თავაზიანი	ხანდახან ძნელია მასთან ურთიერთობა	ჭირვეული და არაკომუნიკაბელურია
ლიდერობა	ძლიერი, შთააგონებს სიმტკიცეს და ნდობას	მარჯვედ იძლევა ეფექტურ ბრძანებებს	წამყვანი	დამყოლი
პასუხის-მგებლობა	ავლენს პასუხისმგებლობას დავალების შესრულებისას	თანხმდება დავალებისას (თუმცა არც თუ პროტესტის გარეშე)	უხალისოდ თანხმდება დავალებისას	თავიდან იცილებს ყოველგვარ დავალებას
ორგანიზატორული თვისებები	მეტად უნარიანია ადამიანთა დარწმუნებაში და ფაქტების ლოგიკური თანამიმდევრობით გაწყობაში	უნარიანი ორგანიზატორი	საშუალო ორგანიზა-ციული უნარი	ცუდი ორგანიზატორი
გაბედულობა	სწრაფი და ზუსტი	საფუძვლიანი და	სწრაფი, მაგრამ	დაექვევული და

¹ იქვე, გვ. 7, 8, 9.

		ფრთხილი, წინდახედული	ხშირად უშვებს შეცდომებს	მშიშარა
შეუპოვრობა	მიზანსწრა-ფული, ადვილი არ არის თავგზა აუბნით მას სიძნელეებით	ხმარობს ყოველ ღონეს	შეუპოვრობისა და გამბედაობის საშუალო დონეს	თითქმის არავითარი შეუპოვრობა

შეგიძლიათ თუ არა ბიზნესის დამოუკიდებლად მართვა. იმისათვის, რომ განსაზღვროთ შეგიძლიათ თუ არა ბიზნესის დამოუკიდებლად მართვა გამოიყენეთ ქვემოთ მოტანილი ტესტი.

ბიზნეს საქმიანობის ჩამონათვალი	შეგიძლია ამის კეთება	მათ შორის		საერთოდ არ მიზიდავს
		კარგად	არც ისე კარგად	
1. მარკეტინგული საქმიანობა				
2. ხალხთან ურთიერთობა				
3. ბავშვების აღზრდა				
4. ტურისტული მოგზაურობა				

ახლა შემოგთავაზებთ ბიზნესმენის თვისებების გამოსავლენად ტესტის კიდევ ერთ ვარიანტს.

ბიზნესმენის სავალდებულო თვისებები. იმისათვის, რომ წარმატებული იყო ბიზნესში, უნდა გაგაჩნდეს შემდეგი სავალდებულო თვისებები¹:

1. ხელსაყრელი შემთხვევის სარგებლიანად გამოყენების უნარი. აქ მთავარს წარმოადგენს არა სიტყვა «შემთხვევა», არამედ «გამოყენება»: წარმატებას აღწევს ის, ვისაც სურს და შეუძლია იმოქმედოს. არახელსაყრელი პირობების უქონლობით წარუმატებლობის გამართლება მიუღებელია: მას, ვინც უნიციტატივო და ზარმაცია, არავითარი «შემთხვევა» არ უშველის;
2. რკინის ნებისყოფა. მათ, ვინც ვერ შეძლო წარმატების მიღწევა, ა.ვ. სუვოროვი (1729-1800) მიმართავდა: «ადამიანისათვის, რომელსაც შეუძლია ბოლომდე გამოავლინოს თავისი ნებისყოფა, შეუძლებელი არაფერია». საფრანგეთის იმპერატორს, ნაპოლეონ ბონაპარტს (1769-1821), აქვს ასეთი გამონათქვამი: «შეუძლებელი» - ეს სიტყვა ლექსიკონში შეტანილია სულელის მიერ».
3. დროის გამოყენების უნარი. ვკარგავთ რა დროს, ჩვენ ვფლანგავთ ჩვენს შესაძლებლობებს, ვისპობთ იმას, რისი მიღწევაც შეგვეძლო, გარდა ამისა, საქმის უქონლობა გონებას აჩლუნგებს, ჩვენ სუსტებად გვხდის. გამოთქმა «დრო-ფულია» ბიზნესმენს უნდა ესმოდეს სიტყვა-სიტყვით.
4. სიზუსტე და აკურატულობა. საჭირო შედეგებამდე მივყავართ არა უბრალოდ საქმეს, მოქმედებას, არამედ იმ ფაქტს, რომ იგი შესრულებულია ზუსტად და დროზე. თუ ავურიეთ ან ჩავშაღეთ დრო, როგორც მოქმედება (თუნდაც სწორი), კარგავს აზრს. გაუბედაობა, მოდუნება ბიზნესისათვის მომაკვდინებელია. ბიზნესმენის აკურატულობა მისი ყველაზე ძვირფასი საქონელია. მისი ეს

¹ В.Абчук, 12 шагов к собственному бизнесу, М. 2008. с. 11-15

თვისება ნდობას უნერგავს კრედიტორს, უზრუნველყოფს ფულის, სესხის მიღებას.

ბიზნესში მყოფი ადამიანებისათვის მიუღებელია გამოთქმა: «უკეთესია გვიან, ვიდრე არასდროს». ფრიდრიხ შილერი (1759-1805) ადამიანებს მოძღვრავდა, რომ «რაც დაკარგე ერთ წუთში, საუკუნეებში ვეღარ აღიდგენ».

5. საკუთარი საქმის პოვნის უნარი. ბუნებისგან ყველას მინიჭებული აქვს თავისი ტალანტი და უნარი. ერთს აქვს ვაჭრობის უნარი, სხვას - საწარმოს მართვის და ა. შ. ცნობილია მრავალი მაგალითი, როდესაც დიდი ადამიანები წარმატებებს აღწევდნენ მხოლოდ თავისი მოწოდების პოვნის შემდეგ. დიდი ილია ჭავჭავაძე იურისპრუდენციას სწავლობდა, მაგრამ სამუდამო დიდება მან ლიტერატურული მოღვაწეობით მოიპოვა.

მომავალი ბიზნესმენის თვისებების შესასწავლად გათვალისწინებული უნდა იქნეს შემდეგი რეკომენდაციები: ჯერ-ერთი, პირველი წარუმატებლობის შემდეგ სასოწარკვეთილებაში არ ჩავარდეთ. სცადეთ შეიცვალოთ «ამპლუა» და მაინც იპოვოთ თქვენი საქმე. ეს დაგეხმარებათ აირჩიოთ ისეთი საქმე, რომლის მოწოდებაც გაქვთ. სწორედაც რომ, საკუთარი «ამპლუის» ძიება უბიძგებს ადამიანებს გამოცვალონ ადრინდელი სამუშაო.

მეორე, შეეცადეთ, თქვენი პროფესიის ყველა საფეხური გაიაროთ – ეს თქვენ შეგძენთ საფუძვლიან ცოდნას და დაგეხმარებათ აირჩიოთ ის საქმე, რომლის მოწოდებაც გაქვთ.

6. საკუთარი შესაძლებლობების თავმოყრისა და ერთი მიზნისაკენ წარმართვის უნარი. საშუალო შესაძლებლობების მქონე ადამიანები, რომელთა რაოდენობაც უმეტესობაა, ნაკლებ განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, ზოგიერთი მათგანის წარმატების მიზეზი არის არა მათი განსაკუთრებული ტალანტი, არამედ იმის უნარი, რომ თავი მოუყაროს საკუთარ შესაძლებლობებს და მიმართოს მიზნის მიღწევისაკენ, ენერჯის კონცენტრირება მოახდინოს მთავარ მიმართულებაზე.

იმის უნარი, რომ ბოლომდე გამოავლინოთ თქვენი შესაძლებლობები, ბოლომდე უნდა დაიხარჯოთ, ურტყათ ერთ წერტილს - ბიზნესმენის უმნიშვნელოვანესი თვისებაა.

7. თქვენი თავის მტკიცედ დაჭერის უნარი – უდიდესი უპირატესობაა.

კეთილშობილი ზრდილობიანობა – წარმოადგენს მთელ ქონებას, ტაქტიანობა – ადამიანის ხასიათის გარეგნული მიმზიდველობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან თვისებას, ხოლო თავის დაჭერა – ეს არის შეურყეველი სიმშვიდე, გადამწყვეტი, მტკიცე შეხედვა, თავის თავში დარწმუნება, გარშემომყოფთა მიმართ პატივისცემით მოპყრობა, სამართლიანობა და კეთილსინდისიერება.

8. აღფრთოვანება. ნებისმიერ საქმეში წარმატების მიღწევა საჭიროებს აღფრთოვანებას. ბიზნესი გამონაკლისი არ არის. უფრო მეტიც, მეწარმეობა ამ მიმართულებით უფრო მკაცრ მოთხოვნებს აყენებს, ვიდრე, მაგალითად, ხელოვნებასთან დაკავშირებული პროფესიები, ვინაიდან აღფრთოვანებული ბიზნესმენი იშვიათი მოვლენაა, ვიდრე აღფრთოვანებული მევიოლინე.

9. ჯანსაღი აზრი. აქ მხედველობაში გვაქვს პრაქტიკულობა, რეალიზმი, იდეის «საქმემდე» მიყვანის უნარი. ჯანსაღი აზრი ბიზნესმენს ეხმარება თავი გაართვას რთულ, აბურდულ სიტუაციებს. იგი გკარნახობს, როგორ მოიქცეთ, თუ შეგხვდებათ ახალი, თქვენთვის უჩვეულო გარემოებები.

ჯანსაღი აზრის შემადგენელს წარმოადგენს ინტუიცია, პრაქტიკული გამოცდილება, მიხვედრილობა, საზრიანობა.

10. თავისი თავის პატივისცემა. იმისათვის რომ სხვები გცემდნენ პატივს, უპირველესად, ისწავლე პატივისცე საკუთარ თავს. საკუთარი თავის პატივისცემა მჭიდროდ არის დაკავშირებული ისეთ თვისებებთან, როგორცაა თავის თავში დარწმუნება, თავისი დანიშნულებისადმი რწმენა, თავისი თავის დაცვა.

11. თავგანწირვისათვის მზადყოფნა. ბიზნესში წარმატების მოპოვება აუცილებლად მოითხოვს შესაბამისი საზღაურის გადახდას (და არა მარტო ფულის). უფრო მნიშვნელოვანია მიზნის მისაღწევად მზად იყოთ, დათმობთ სხვა უფრო დიდი ღირებულებები: თავისუფალი დრო, ცხოვრების წესი, სიამოვნება, რომელსაც იღებთ მეგობრებთან დროის გატარებით და სხვა. ძალიან მნიშვნელოვანია, თქვენი თავი წინასწარ განაწყობთ, რომ ბიზნესმენის გზა – ძნელი გზაა.

ალბათ, უადგილო არ იქნება, თუ პეტრე დიდის (1672-1725) სიტყვებს გავიხსენებთ: ჩვენი კომერცია ისედაც ავადმყოფი ქალიშვილივით არის, რომელიც კი არ უნდა შეაშინოთ, ან თქვენი სიმკაცრით სასოწარკვეთილებაში ჩააგდოთ, არამედ ნაზი მოფერებით უნდა გაამხნევოთ.

გაგაჩნიათ თქვენ ასეთი შესანიშნავი თვისება? თუ გაგაჩნიათ, მაშინ უფრო თამამად იოცნებეთ თქვენს მომავალ საქმეზე.

თქვენ უკვე იცით, რა თვისებებით უნდა იყოს «შემკობილი» მომავალი ბიზნესმენი. მაგრამ ეს ყველაფერი არ არის.

თქვენ უნდა გაარკვიოთ:

- როგორ იქნება თქვენს მიერ შექმნილი საწარმო?
- რომელ პროდუქციას და მომსახურებას შესთავაზებთ მომხმარებელს;
- როგორ იქნება ეს პროდუქტი (მომსახურება) წარმოებული?
- თქვენ რა უნდ აკეთოთ ამ საწარმოში?
- სად იქნება თქვენი ადგილი?
- როგორ იქნება მოწყობილი თქვენი საწარმო?
- ვინ იმუშავებს თქვენს საწარმოში?
- სად იშოვით საწარმოს მუშაობისათვის საჭირო ფულს და სხვა რესურსებს?
- ვინ გამოიყენებს თქვენს პროდუქციას?
- რა სახელი ერქმევა თქვენს საწარმოს?

თუ თქვენ შეძელით აქ დასმულ კითხვებზე მკაფიოდ პასუხის გაცემა, შეამოწმეთ თქვენი თავი ქვემოთ მოტანილი ტესტების მეშვეობით.

თუ დარწმუნდებით, რომ საკუთარი საქმის დაწყება და თქვენი ბიზნესში ყოფნა დროისა და ძალების ტყუილი დაკარგვა არ არის, მაშინ დაიწყეთ.

ბიზნესში მოღვაწეობის უნარის განსაზღვრის ტესტი. ყოველ კითხვას გულწრფელი პასუხი გაეცით და შეაფასეთ ქულებით (0-დან 10 ბალამდე):

1. როგორ იქცევით მაშინ, როდესაც მარტო ხართ და მაშინ, როდესაც სხვები გიცქერიან?
2. თვლით თუ არა თავს იმის უნარის მქონედ, რომ გახდეთ ოჯახის თავი?
3. თვლით თუ არა ემმაცობას სასარგებლო თვისებად?
4. შეგიძლიათ თუ არა ქუჩაში გამოელაპარაკოთ უცნობ პირს?
5. იცით თუ არა, რომელი ფერია ამჟამად მოდაში?
6. იმგზავრებთ უბილეთოდ საზოგადოებრივ ტრანსპორტში თუ წიგნაკი სახლში დაგრჩათ?
7. გშურთ თუ არა თქვენი ნაცნობის წარმატებების?
8. «თქვენობით» მიმართავთ წლოვანებით თქვენზე უფროს ნათესავს?

9. შეგიძლიათ თუ არა სწრაფად, ზეპირად იანგარიშოთ რამდენია 3-ის 3%?
10. კინოში თავის დროზე მიდიხართ?
11. თავის დროზე მიდიხართ შეხვედრაზე?
12. საჭიროდ თვლით თუ არა რესტორანში გადაიხადოთ დანახარჯზე მეტი?
13. განიცდით თუ არა, როდესაც ანგარიშში გატყუებენ?
14. იცით თუ არა თქვენი მასწავლებლების დაბადების დღეები?
15. დაჯდებით თუ არა საქალაქო ტრანსპორტში ნებისმიერ თავისუფალ ადგილზე?
16. ტაქსიში მხოლოდ უკანა საჯდომზე დაჯდებით?
17. გიყვართ თუ არა საჩივრის წიგნში ჩანაწერების გაკეთება?
18. თვლით თუ არა, რომ ყოველთვის საკმარისია ერთი გაფრთხილება?
19. იცით თუ არა, რომელი ფულადი ერთეულები არსებობდნენ ძველ საქართველოში?
20. შეგიძლიათ თუ არა რკინიგზის სადგურში სთხოვოთ სრულიად უცნობ პიროვნებას, მიხედოს თქვენს ბარგს?

განმარტება: 1. ყოველ კითხვაზე სრული დადებითი პასუხი იძლევა 10 ქულას, ხოლო სრული უარყოფითი პასუხი – 0 ქულას.

2. 0 და 10 ქულას შორის მიღებული შეფასება განისაზღვრება თქვენი შეხედულებების მიხედვით: მაგალითად, თუ თქვენი 10 მასწავლებლიდან მხოლოდ ერთის დაბადების დღე იცით, მაშინ მიიღებთ მხოლოდ 1 ქულას;

3. თუ რომელიმე კითხვაზე თქვენთვის პასუხის გაცემა ძნელია – მიიღებთ 5 ქულას;

შეაჯამებთ რა ტესტში მოცემულ ორივე კითხვაზე მიღებულ ქულებს, მიმართეთ შემოთავაზებული ტესტის მასალებს:

120 – 200 ქულა ნიშნავს, რომ თქვენ დაბადებიდანვე ბიზნესმენი ხართ. შეგიძლიათ გადახვიდეთ უფრო სერიოზულ ტესტზე;

100 – 119 ქულა – თქვენ ვერ ფლობთ მეწარმისათვის ყველა საჭირო თვისებას, მაგრამ თქვენ ცუდი შესაძლებლობა არა გაქვთ, წარმატებას მიაღწიოთ ბიზნესში, გარკვეულ დახმარებას აღმოგიჩენთ იმ მიზეზების გააზრება, რომლებმაც ვერ მოგიტანათ მაღალი ქულები. გადაადით შემდეგ ტესტზე;

50-90 ქულა – თქვენ ბიზნესმენობას თავს ვერ გაართმევთ, მაგრამ, თუ ყველაფრით ვიმსჯელებთ, თქვენ მართალი, წესიერი კაცი ხართ, თქვენ ცუდი ხასიათი არა გაქვთ – ასე რომ ცხოვრებაში ყველაფერი დაკარგული არ არის. ამდენად, მიღებულმა შედეგებმა არ დაგიკარგოთ ბიზნესის კეთების სურვილი, დაუმატეთ თქვენს თავს 20 ქულა და გადაადით შემდეგ, უფრო სერიოზულ ტესტზე.

საკუთარი საწარმოს შექმნის შესაძლებლობების შეფასების ტესტი

I – რა ტომ ვფიქრობ მე ამის შესახებ?¹

1. არ მომწონს ჩემი მატერიალური მდგომარეობა?
2. რეალიზებული არ არის ჩემი წარმოდგენა ბედნიერებაზე?
3. დიდად არ ვაფასებ დღევანდელ სამუშაო ადგილს?
4. სამუშაოზე დავდივარ სიამოვნების გარეშე?
5. ცუდი ურთიერთობები მაქვს ჩამოყალიბებული ჩემს ახლანდელ ხელმძღვანელთან?

II. გამაჩნია თუ არა მე აუცილებელი მონაცემები?

¹ ბიზნესის დაწყების მოტივაციაზე ზემოთაც გვქონდა საუბარი.

1. ორგანიზებული ადამიანი ვარ თუ არა?
2. შემიძლია ადამიანებისათვის გავაკეთო რაიმე სასარგებლო საქმე?
3. მაქვს რაიმე შემოქმედებითი უნარი, რაიმე ტალანტი?
4. შემიძლია დავთვალო ფული?
5. შემიძლია გავრისკო?

III. გამაჩნია რესურსები?

1. მაქვს თუ არა საკუთარი საქმის შესაქმნელი საკმარისი ფული?
2. მაქვს თუ არა ქონება, რომელიც აუცილებელია საკუთარი საწარმოს შესაქმნელად (შენობა, მოწყობილობა, ნედლეული, ტრანსპორტი და ა.შ.)?
3. შემიძლია იმედი მქონდეს ნათესავებისგან, სპონსორებისგან, ქველმოქმედებისგან მივიღო მატერიალური დახმარება?
4. მაქვს შესაძლებლობა მივიღო საჭირო კრედიტი?
5. შემიძლია სახელმწიფოს მხრიდან დახმარების იმედი მქონდეს?

IV. მაქვს საჭირო ჩვევები?

1. შემიძლია მივიღო დამოუკიდებელი გადაწყვეტილებები?
2. შემიძლია ადამიანებთან მუშაობა?
3. მაქვს საჭირო ეკონომიკური, ფინანსური, სამართლებრივი და სხვა ცოდნა?
4. შემიძლია განვახორციელო კომერციული საქმიანობა?
5. ვფლობ თუ არა საჭირო ცოდნას კომპიუტერულ ტექნოლოგიებში?

V. მეყოფა ჯანმრთელობა?

1. მე სერიოზულად არ ვავადდები: ერთ თვეზე მეტ ხანს; თუნდაც წელიწადში ერთხელ?
2. არა მაქვს ხანგრძლივი სისტემატური მკურნალობის მოთხოვნილება?
3. არ მაქვს ქრონიკული დაავადება, რომელიც ხელს შემიშლის მუდმივ დამაბულ მუშაობაში?
4. ადვილად ვიტან გადატვირთვებს (ფრენები, მატარებლით ან ავტოტრანსპორტით გადაადგილება, ქრონიკული უძილობა და ა.შ.)
5. კარგად ვიტან სტრესებს?

VI. როგორი განწყობა მაქვს შეწირვების მიმართ?

1. მზად ვარ სერიოზული ფინანსური და სხვა მატერიალური დანაკარგებისათვის?
2. საჭიროების შემთხვევაში მზად ვარ ჩავდო საკუთარი ქონება (ბინა, აგარაკი, და ა.შ.)?
3. თანახმა ვარ თუ არა ვიმუშაო 12 საათი დღე-ღამეში, გამოსასვლელი დღეების გარეშე, დიდი ხნის განმავლობაში?
4. მზად ვარ ოჯახს ნაკლები დრო დავუთმო?
5. მზად ვარ დავთმო ჩემი ცხოვრების ზოგიერთი მიჩვეული სიხარული (მეგობრებთან შეხვედრა, ზაფხულის დასვენება, საყვარელი გართობები)?

VII. გარშემომყოფები

1. ჩემი ახლობლები მომიწონებენ ჩემს ახალ წამოწყებას?
2. ჩემი ოჯახი თავს გაიტანს ჩემი მუდმივი ხელფასის გარეშე, საწარმოს ფეხზე დაყენების პერიოდში?
3. მზად არიან ჩემი ახლობლები მატერიალური და მორალური მხარდაჭერა აღმომიჩინონ?
4. ჩემი ახლობლები მიიღებენ მონაწილეობას საქმეში?

5. არ არსებობს აუცილებლობა, რომ მუდმივად მე ვუვლიდე ოჯახის მცირეწლოვან ან ავადმყოფ წევრებს?

პასუხების შეფასება:

დადებითი პასუხის დროს:

- პირველ კითხვაზე - შეფასება 10 ქულა;
- მეორე კითხვაზე – 8 ქულა;
- მესამე კითხვაზე – 6 ქულა;
- მეოთხე კითხვაზე – 4 ქულა;
- მეხუთე კითხვაზე – 2 ქულა;

პასუხების დროს დაეჭვების შემთხვევაში შეფასება მცირდება ერთნაირად. ყველა კითხვაზე უარყოფითი პასუხების დროს შეფასება – 0 ქულა.

ყველა შეფასება შეაჯამეთ?

მიმართეთ ტესტის მასალებს.

1. თუ თქვენ დააგროვეთ 180 ქულაზე მეტი, თამამად შეგიძლიათ შეუდგეთ საკუთარი საქმის შექმნას. ამისათვის ყველაფერი გაქვთ.

2. თუ დაგროვილი ქულების რაოდენობა არის 120-დან 180-მდე, ნუ იჩქარებთ, თქვენი ბედი დაუკავშიროთ მეწარმეობას. ასეთი საქმიანობისათვის თქვენ გაქვთ გარკვეული მონაცემები, მაგრამ არა ყველაფერი. კონსულტაცია მიიღეთ იმ ადამიანებისაგან, რომლებიც თქვენი მხრიდან ნდობას იმსახურებენ. ერთხელ კიდევ შეხედეთ ტესტის კითხვებს და კარგად მოიფიქრეთ, მხოლოდ ბიზნესმენად გახდომის დაუოკებელი სურვილის გარდა რა არ გყოფნით და რაც გაკლიათ, იმის შევსების შესაძლებლობის შემდეგ დადებითი გადაწყვეტილება მიიღეთ.

120 ქულაზე ნაკლები შედეგი ნიშნავს, რომ თქვენ, სამწუხაროდ, წარმატებული ბიზნესმენი ჯერ ვერ გახდებით. თქვენი ხვედრია – რიგით თანამშრომლად სამსახური, დაქირავებით მუშაობა, მაგრამ ჯერ კიდევ ყველაფერი დაკარგული არ არის. გულმოდგინედ შეისწავლეთ მიზეზები, რომელთა მიხედვითაც ტესტმა გითხრათ «არა» და თქვენს თავზე კიდევ იმუშავეთ.

საკუთარი «მე»-ს შეცნობის ერთ-ერთ ელემენტს წარმოადგენს რისკზე წასვლის უნარის შეფასება.

პრაქტიკით დადასტურებულია, რომ ბიზნესი ნაწილობრივ აზარტულ თამაშს ჰგავს. იგი მოითხოვს რისკზე წასვლას. ამიტომ ის ბიზნესმენი მიაღწევს წარმატებებს, რომელსაც შეუძლია ერთდროულად ფხიზლად გაიანგარიშოს მოსალოდნელი საფრთხეები და შესაძლო წარუმატებლობის შემთხვევებიც კი გარკვეულ რისკზე წავიდეს¹.

ამერიკული სტანდარტებით, რისკის უნარის მიხედვით ადამიანები იყოფიან ორ კატეგორიად: რისკიანებად და უაღრესად ფრთხილებად.

უაღრესად ფრთხილი ადამიანები გადაწყვეტილებებს მხოლოდ რისკის მინიმალური მოსალოდნელობის პირობებში იღებენ.

საკუთარი შესაძლებლობების შეფასებისას მომავალმა ბიზნესმენმა უნდა გაარკვიოს - ადამიანთა ამ ორი კატეგორიიდან რომელს მიეკუთვნება.

ამისათვის გამოვიყენოთ ამერიკულ ჟურნალ «ფორჩუნში» შემოთავაზებული ტესტი. ჩვენ იგი მოგვყავს ს. ჟიზნინისა და ვ. კრუპნოვის დასახელებული წიგნიდან².

¹ ბიზნესში რისკების საკითხი უფრო დაწვრილებით გადმოცემული იქნება წინამდებარე დამხმარე სახელმძღვანელოს მეორე ნაწილში.

² ს. ჟიზნინი, ვ. კრუპნოვი, როგორ გავხდე ბიზნესმენი (ამერიკული გამოცდილება). გვ. 9-10, თბ. 1992.

ტესტი ეხება, უპირველეს ყოვლისა, სხვადასხვა პროექტებსა და ფასიან ქალაქებში სახსრების ინვესტირების რისკს. მაგრამ, მიგვაჩნია რომ, იგი გამოსადეგია ბიზნესის დამწყები ადამიანების შესაფასებლად.

თქვენს პასუხებში შემოხაზეთ ის კითხვა, რომელიც უფრო მეტად შეესატყვისება თქვენს არჩევანს:

I. თქვენ ხართ სატელევიზიო თამაშ-სანახაობაში გამარჯვებული. რომელ ჯილდოს აირჩევდით?

1. 2 ათასი დოლარი ნაღდად (1 ქულა);
2. 50-პროცენტიანი შანსი - შემდგომში მოიგოთ 4 ათასი დოლარი (3 ქულა);
3. 20 პროცენტიანი შანსი - მოიგოთ 10 ათასი დოლარი (5 ქულა);
4. 2-პროცენტიანი შანსი - მოიგოთ 100 ათასი დოლარი (9 ქულა);

II. თქვენ წააგეთ პოკერში 500 დოლარი. რამდენს დადებდით თამაშზე, რომ დაიბრუნოთ თქვენი 500 დოლარი?

1. 500 დოლარზე მეტს (8 ქულა);
2. 500 დოლარს (6 ქულა);
3. 250 დოლარს (4 ქულა);
4. 100 დოლარს (2 ქულა);
5. არაფერს – თქვენ გადაწყვიტეთ, შეურიგდეთ წაგებას უცებ (1 ქულა);

III. თქვენ მიერ აქციების შესყიდვის ერთი თვის შემდეგ მათი კურსი მოულოდნელად გაიზარდა 15 %-ით. რას მოიმოქმედებთ იმ შემთხვევაში, თუ არა გაქვთ დამატებითი ინფორმაცია?

1. შევინახავ ამ აქციებს დამატებითი შეძენისა ან გაყიდვის გარეშე (3 ქულა);
2. გაყიდი მათ და მივიღებ სხვაობას (1 ქულა);
3. ვიყიდი უფრო მეტ იმავე აქციებს – შეიძლება

IV. თქვენი აქციების კურსში მოულოდნელად დაიწყო დავარდნა მათი შეძენიდან ერთი თვის შემდეგ, მაგრამ იმ კორპორაციის ძირითადი მაჩვენებლები, რომელთა აქციებიც თქვენ იყიდეთ, გამოიყურება დამაჯერებლად. რას მოიმოქმედებთ?

1. ვიყიდი კიდევ. თუ ეს აქციები გამოიყურებოდნენ მიმზიდველად ძველი ფასების პირობებში, მაშინ უფრო დაბალ ფასებში ისინი გახდნენ უფრო მომგებიანი (4 ქულა);
2. ფულის მაგიერ ავიღებ ოფციონს (დოკუმენტს, რომელიც იძლევა ახალი აქციების შეძენის უფლებას). იგი იძლევა, პრემიის სახით, კომპანიის აქციების შეძენის უფლებას, რომელსაც შეუძლია მოგიტანოთ დივიდენდი 15 ათასი დოლარი მომავალ წელს, თუ კომპანია მიაღწევს წარმატებას. მაგრამ ეს აქციები არაფერს არ მომცემენ, თუ კომპანია განიცდის მარცხს (5 ქულა);

შეაჯამეთ მიღებული შედეგები:

რაც უფრო მეტია თქვენ მიერ შეგროვილი ქულების ჯამი, მით უფრო მაღალი იქნება თქვენი მიდრეკილება რისკისადმი.

11. როგორ შევარჩიოთ ბიზნესის კონკრეტული სახე

დამწყები ბიზნესმენის ერთ-ერთ მთავარ საზრუნავს წარმოადგენს ბიზნესის სახეობის შერჩევა. თქვენს ირგვლივ უამრავი საწარმოა, რომელიც საზოგადოებას სთავაზობს ათასობით სხვადასხვა სახის საქონელს ან მომსახურებას. ყველა მათგანს

აქვს თავისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები. თქვენს წინაშე დგას ურთულესი ამოცანა – რომელ სახეობას მოჰკიდოთ ხელი, რომელზე შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი. გახსოვდეთ, თქვენი დღევანდელი სწორი არჩევანი - ხვალინდელი წარმატების საწინდარია.

არჩევანის გაკეთების აუცილებლობას განსაკუთრებით ის განაპირობებს, რომ თქვენი «თავის შეცნობის» შემდეგ თქვენ აღმოგაჩნდათ ყველა თვისება, დაიწყეთ საკუთარი საქმე, ფრთები შეასხათ თქვენს ნაოცნებარ იდეას. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ დგახართ ახალი ამოცანის წინაშე – როგორ შეარჩიოთ ბიზნესი, მის რომელ სახეობას მოჰკიდოთ ხელი.

აღნიშნული ამოცანის გადასაწყვეტად შემოგთავაზებთ ორ მეთოდს. ორივე მათგანის საფუძველს წარმოადგენს ტესტური გამოკითხვები და მათზე მიღებული პასუხების ანალიზი.

პირველის მიხედვით, ჯერერთი, უნდა წარმოიდგინოთ თქვენთვის ცნობილი საქმიანობის სახეები და მოკლედ აღწეროთ ისინი, რომლის დაწყებასაც აპირებთ და, მეორე, წარმოიდგინეთ ის საქონელი ან მომსახურება, რომლის რეალიზაციასაც აპირებთ¹.

ამის შემდეგ ქვემოთ მოცემულ კითხვებზე უპასუხეთ «კი» ან «არა»:

- კი არა
- 1. არსებობს თუ არა თქვენს საქონელზე ან მომსახურებაზე დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა?
- 2. ივარგებს თუ არა თქვენი საქონელი ან მომსახურება არსებულ ბაზარზე, სადაც მოთხოვნა მიწოდებას აჭარბებს?
- 3. იქნება თუ არა თქვენი საქონელი ან მომსახურება კონკურენტუნარიანი, ხარისხის, ფასის, ადგილმდებარეობის და სხვათა მიხედვით?

თითოეულ ამ კითხვაზე გაცემული დადებითი პასუხი ნიშნავს, რომ თქვენ სწორ გზას ადგახართ, ხოლო უარყოფითი პასუხი კი – შესაძლო სიძნელეებზე მიგვანიშნებს.

მეორე მეთოდი უფრო გაშლილ ხასიათს ატარებს და უფრო კონკრეტულ რჩევებსაც გვთავაზობს².

ბიზნესის სახეობის არჩევის ეს მეთოდი ითვალისწინებს ადამიანის მიერ ამა თუ იმ საქმიანობისადმი უპირატესობისა და მისი შესაძლებლობების გათვალისწინების პრინციპს. იგი საშუალებას იძლევა დასაწყები საქმის მიმართ სრულიად სხვადასხვა მოთხოვნილებები იქნეს წაყენებული შემდეგი სვლების მიხედვით:

პირველი სვლა. შეადგინეთ თქვენთვის ცნობილი საქმიანობის ჩამონათვალი.

1. სამრეწველო საქონლით ვაჭრობა;
2. სასურსათო საქონლით ვაჭრობა;
3. შენობების რემონტი;
4. სააგარაკე მშენებლობა;
5. საბავშვო ბაღი;
6. საპარიკმახერო მომსახურება;
7. სამრეწველო მუშაობა;

¹ როგორ დავიწყეთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგენელი დოქტორი HOWARD POTEET, ქართულ ენაზე თარგმანის რედაქტორი რევაზ ვაჩნაძე. თბ. 1995, გვ. 7.

² В.Абчук. 12 шагов к собственному бизнесу. М., 2008. с. 16-20.

8. საზეინკლო სამუშაოები;
9. ავადმყოფების მოვლა სახლში;
10. რეპეტიტორული მომსახურება მოსწავლეებისათვის;
11. მუსიკალურ ინსტრუმენტზე დაკვრის სწავლება;
12. ყვავილების მოყვანა;

მეორე სვლა. შეადგინეთ 10 დასახელების მოთხოვნილების სია (ნებისმიერ თანმიმდევრობით), რომელსაც თქვენ უყენებთ თქვენს მომავალ ბიზნესს. მაგალითად:

1. მაღალი მომგებიანობა;
2. ოჯახის წევრების საქმეში ჩაბმის შესაძლებლობა;
3. საკუთარი ცოდნის და პროფესიული მომზადების გამოყენების შესაძლებლობა;
4. რეკეტისგან, თანამდებობრივი პირებისაგან გამოძალვის ან სხვა კრიმინალისგან უსაფრთხოება;
5. ახლანდელ საქმიანობასთან შეთავსების შესაძლებლობა;
6. მცირე საწყისი კაპიტალი;
7. სხვა საქმიანობაზე სწრაფი გადართვის შესაძლებლობა;
8. პროდუქციაზე მნიშვნელოვანი მოთხოვნის არსებობა;
9. თქვენი შემოქმედებითი უნარის გამოყენებისა და განვითარების შესაძლებლობა;
10. სახელმწიფოსგან მხარდაჭერის მიღების შესაძლებლობა;

მესამე სვლა: ჩამოთვლილი მოთხოვნები მათი მნიშვნელობის მიხედვით, დანომრეთ – მიეცით რანგი (ქულა). ყველაზე მნიშვნელოვანი მოთხოვნილება მიიღებს 10 რანგს (ქულა). ყველაზე ნაკლებმნიშვნელოვანი – 1.

ასე მაგალითად.

მოთხოვნილება	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
რანგი	3	2	6	5	1	4	9	7	8	10

მეოთხე სვლა. მიღებული რანგებიდან გამომდინარე ყოველ ცალკეულ მოთხოვნილებას მიანიჭეთ გარკვეული რეიტინგი –მნიშვნელობის ხარისხი. ასე მაგალითად მოთხოვნა, რომლის რანგი შეადგენს – 1, მიიღებს უმაღლეს რეიტინგს – 10, ხოლო რანგი – 2 მიიღებს რეიტინგს – 9.

მოთხოვნილება	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
რეიტინგი	8	9	5	6	10	7	2	4	3	1

მეხუთე სვლა. თქვენი ბიზნესის ასარჩევად შეადგინეთ ცხრილი შემდეგი სახით:

ბიზნესის სახეები	ბიზნესისადმი მოთხოვნები										რეიტინგების ჯამი
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	მოთხოვნების რეიტინგი										
	8	9	5	6	10	7	2	4	3	1	
1	+8	+9	0	0	+10	+7	+2	0	0	0	36
2	+8	+9	0	0	+10	+7	+2	0	0	0	40

3	+8	0	+5	+6	+10	+7	+2	+4	0	0	42
4	+8	0	+5	0	0	+7	0	+4	0	+1	25
5	0	0	+5	+6	0	+7	0	0	0	0	18
6	0	0	+5	+6	+10	+7	+2	+4	+3	0	37
7	0	0	+5	+6	+10	+7	+2	0	0	0	30
8	0	0	+5	+6	0	+7	+2	+4	0	0	24
9	0	0	0	+6	0	+7	+2	+4	0	+1	19
10	0	0	+5	+6	+10	+7	+2	+4	0	0	34
11	0	0	+5	+6	+10	+7	+2	0	+8	0	33
12	+8	+9	+5	0	+10	0	0	+4	0	+1	37

ცხრილში 0-ები ნიშნავს, რომ ბიზნესი არ პასუხობს შესაბამის მოთხოვნილებებს. მაგალითად, ბიზნესი 1 არ პასუხობს მოთხოვნილებებს 3, 4, 8, 9, 10 უჯრებში; სადაც მოთავსებულია მოთხოვნილებები 1, 2, 5, 6, 7 და შეესაბამება მოცემულ ბიზნესს, დაუსვით პლიუსები.

მეექვსე სვლა. ბიზნესის ყოველ ცალკეულ სახეს უჯრედში, რომელსაც დაწერილი აქვს პლიუსები, დაუსვით შესაბამისი რეიტინგები და შეაჯამეთ ისინი. ბიზნესის სახე, რომელსაც რეიტინგის ჯამი აღმოაჩნდება ყველაზე მაღალი, იქნება თქვენი არჩევანი.

მოყვანილ მაგალითში რეიტინგების მაქსიმალური ჯამი (42) აღმოაჩნდა ნომერ მესამე ბიზნესს. ეს ნიშნავს, რომ თქვენს სხვადასხვანაირ მოთხოვნებს შეესაბამება ბიზნესი «შენობების რემონტი».

12. როდის დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი?

მცირე ბიზნესში მეტად მნიშვნელოვანია დროის შერჩევა – როდის დავიწყოთ იგი.

საკუთარი ბიზნესის დაწყება ყოველთვის შეიძლება, თუნდაც პენსიაზე გასვლის დადგომის პერიოდისათვის, მთავარია თქვენ თავს თვლიდეთ მომზადებულად. მიუხედავად იმისა, ბიზნეს-იდეის გაჩენის მომენტისათვის სად მუშაობთ, რა საქმიანობას ეწევით და მოგწონთ თუ არა ეს საქმიანობა.

პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ უმეტეს შემთხვევაში საკუთარ ბიზნესს იწყებენ: სასწავლებელში სწავლის ან მისი დასრულების შემდეგ პერიოდში, ან სხვა სამუშაოზე მუშაობის დროს.

მთავარია, რომ საკუთარი ბიზნესის დაწყების პერიოდისათვის თქვენ უკვე გქონდეთ დაგროვილი გარკვეული ცოდნა და გამოცდილება. ზევითაც აღვნიშნეთ და აქაც გავიმეორებთ, რომ თუ არა გაქვთ შესაბამისი ცოდნა და გამოცდილება, ან სურვილი - შეიძინოთ ის, ტყუილად დააიძებებთ თქვენს თავს, რომ ცოდნის გარეშე მიაღწევთ წარმატებას.

ბიზნესის დაწყების დროის განსაზღვრისას გაითვალისწინეთ, რომ ბიზნესსაც, ისე როგორც ადამიანს, აქვს თავისი ცხოვრებისეული ციკლი და კარგი იქნება თქვენი ცხოვრების ციკლი რამდენადმე ემთხვეოდეს თქვენი ბიზნესის ციკლს. კერძოდ, მხედველობაში გვაქვს ის, რომ ბიზნესი გაივლის შემდეგ სტადიებს:

დაბადება – ბავშვობა – ყრმობა – ორგანიზაციის სიმწიფე – დაბერება – განახლება. განვიხილოთ ცალ-ცალკე.

ბიზნესის დაბადება მოიცავს: ბიზნეს-იდეის დაბადებას; ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლების შექმნას; საქონლისა და მომსახურების ახალი მყიდველის გამოჩენას და მისი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას; თავისუფალი საბაზრო ნიშის დაკავებას; ისეთი თვისებების ჩამოყალიბებას, როგორცაა წარმატების

რწმენა, რისკისადმი მზადყოფნა და მაღალი შრომისუნარიანობა; თანამშრომელთა მცირე რაოდენობას, რომელთაც ახასიათებთ გაბედული, ფხიანი მოქმედება დევიზით: «მაღალი შედეგები, ნაკლები დანახარჯებით»

ბავშვობა ემთხვევა ბიზნესში მმართველობითი გამოცდილების დაგროვებას, მმართველობითი გამოცდილების დაბალი დონისა და არაკომპეტენტურობის შეუსაბამობას ბიზნესის ზრდის პოტენციალთან. პრაქტიკით დადასტურებულია, რომ მცირე ბიზნესის 90% ამ დროს კრახს განიცდის ამ დროს. უნდა ეცადოთ, წარმატებას მიაღწიოთ მოკლევადიან პერსპექტივაში და შექმნათ მომავალი სწრაფი ზრდის საფუძვლები.

ყრმობა ის პერიოდია, როდესაც ხორციელდება კომპლექსური მენეჯმენტი თანამოაზრეთა მცირე გუნდით და როდესაც ხდება დაგეგმვის, ფინანსირების პროგნოზირების მარტივი ფორმების გამოყენებით დიფერენცირებულ მენეჯმენტზე გადასვლა. ინტუიციასეულ დამყარებულ რისკს ცვლის სპეციალისტების გაანგარიშება. ამ პერიოდის დამახასიათებელ სპეციფიკურ თავისებურებას წარმოადგენს უკმაყოფილების გაჩენა თანამოაზრეთა გუნდში იმის გამო, რომ ვიწრო, სპეციფიკური ცოდნის მქონე ძველი კოლექტივის გვერდით მოდის ახალი კადრები. ამ უთანხმოების დასაძლევად სასურველია ბიზნესის დამფუძნებელმა თავის თავზე აიღოს მისი უშუალო მართვა.

სიმწიფის პერიოდი უშუალოდ უკავშირდება ბიზნესის ახალ სფეროში გასვლას, გაფართოებას, გადაიარაღებას და სხვა.

გაითვალისწინეთ, ამ პერიოდს, არც თუ იშვიათად, ახასიათებს წინსვლისაგან გამოწვეული თვითკმაყოფილება. ფრთხილად! მიღწეულმა წარმატებებმა თავბრუ არ დაგახვიოთ.

დაბერების სტადიას ახასიათებს ბიზნესის მართვის სფეროში ბიუროკრატიული ელემენტების გაჩენა, სიახლეების დანერგვისადმი ნაკლები ინტერესი, ნაკლები აქტიურობა. ბიზნესის მფლობელმა მალე უნდა შენიშნოს ასეთი მოვლენები და დაიწყოს გადარჩენისათვის ბრძოლა.

განახლება ხდება მენეჯერების ახალი გუნდის მოწვევით. ისინი იმის საფუძველს ქმნიან, რომ მათი სპეციფიკური ცოდნითა და გამოცდილებით დამუშავდეს და განხორციელდეს შინაგანი გადაჯგუფების პროგრამები.

ბიზნესის დაწყების დროის განსაზღვრისას მეტად მნიშვნელოვანია, აირჩიოთ: ბიზნესი დაიწყოს ნახევარი თუ სრული სამუშაო დროით, ანუ, სხვანაირად, გაარკვიოთ, რა უფრო უმჯობესია თქვენი მიზნის მიღწევისათვის: ბიზნესს დაუთმოთ ნახევარი სამუშაო დღე, თუ მის წამოწყებასა და განვითარებას მოანდომოთ მთელი დრო.

13. ბიზნესი დაიწყეთ ნახევარი თუ სრული სამუშაო დროით?

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბიზნესში დიდი მნიშვნელობა აქვს განსაზღვროთ: საკუთარ კერძო საქმეს მთელი დრო დაუთმოთ თუ ნახევარი სამუშაო დრო.

თუ დაუსაქმებელი არ ხართ, პასუხი მარტივია – მთელი დღე მიუძღვნით საკუთარი ბიზნესის ინტერესებს, მაგრამ თუ დასაქმებული ხართ, საქმე ოდნავ რთულადაა. კარგად უნდა გააცნობიეროთ, რა უფრო მიზანშეწონილი იქნება

თქვენთვის: გაუძღვეთ საკუთარ ბიზნესს ნახევარი განაკვეთით, თუ დაანებოთ არსებულ სამსახურს თავი და მთლიანად «გადაეშვათ» კერძო მეწარმეობაში¹.

ბევრი ბიზნეს-ექსპერტი და მეწარმე, მაგალითად ფილიპ ჰოლანტი, ავტორი წიგნისა «როგორ დავიწყოთ ბიზნესი სამსახურის მიტოვების გარეშე», გვირჩევს, რომ საწყის ეტაპზე უკეთესია ბიზნესის დაწყება ნახევარი განაკვეთით, ვინაიდან მას ბევრი უპირატესობა აქვს. ყველაზე მთავარი კი ის არის, რომ მაშინ, როცა მინდობილი ხართ არსებულ ხელფასზე, საშუალება გაქვთ, ბიზნესი განავითაროთ თანდათანობით. ამ დროს აღმოაჩენთ რა მოთხოვნები აქვს მეწარმეობას და, ამავდროულად, შეამცირებთ პასუხისმგებლობასა და რისკს, თუ, სამწუხაროდ, თქვენი ბიზნესი მარცხს განიცდის.

თუმცა, ნახევარი დროით ბიზნესის მართვას თან ახლავს თავისი საფრთხეები და უარყოფითი მხარეები.

ყველაზე ცუდი ის არის, რომ ასეთ შემთხვევაში ცოტა დრო გრჩებათ თქვენი ბიზნესის მართვისათვის, კლიენტების მოზიდვის მეთოდებისა და სტრუქტურების შემუშავებისათვის. მას შემდეგ, რაც დღის ყველაზე აქტიურ პერიოდში, ვეღარ მოახერხებთ უპასუხოთ მყიდველთა სატელეფონო ზარებს და ვერ გადაწყვეტთ მათ პრობლემებს, კლიენტებს გული აუცრუვდებათ თქვენს პროდუქტსა თუ მომსახურებაზე და იგრძნობენ, რომ ვერ სთავაზობთ შესაბამის სერვისს და საკმარისად ვერ აკმაყოფილებთ მათ საჭიროებებს. ერთი კლიენტის განრისხება კი იგივეა, რომ დაკარგოთ ასობით პოტენციური მყიდველი. იმედგაცრუებული კლიენტები ხშირად ძალიან ბევრს საუბრობენ თავიანთ უკმაყოფილებაზე. ამის შემდეგ ძალზე რთული იქნება ფირმის იმიჯის აღდგენა. ასე რომ, უაღრესად მნიშვნელოვანია საქმიანობის პირველ ეტაპზე მაქსიმალურად იზრუნოთ მყიდველების ინტერესების დაკმაყოფილებაზე.

«დღედაღამ თავაულებლად მუშაობა იწვევს უამრავ საშინელ სტრესს და ქმნის პოტენციური კონფლიქტების კერას» - გვაფრთხილებს არნოლდ სენაუ, თანაავტორი წიგნისა «შეგიძლია დაიწყო საკუთარი ბიზნესი». იგი ამბობს, რომ მრავალი ოჯახის დანგრევის მიზეზი სწორედ მეწარმის გადატვირთული სამუშაო გრაფიკი გამხდარა. თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ შეუძლებელია ბიზნესის მართვა ნახევარი განაკვეთით. «თუ შენ გაქვს დროის მართვის საუკეთესო ნიჭი, ხარ კარგად დისციპლინირებული და გაქვს ხელშეწყობა ოჯახის წევრებისა და მეგობრებისაგან, მაშინ ყველაფერი შესაძლებელია. გარდა ამისა, არ იფიქრო, რომ თუ სამსახურით ხარ უზრუნველყოფილი, შენს საკუთარ ბიზნესში მუყაითად არ უნდა იმუშაო. მუდამ მზად უნდა გქონდეს თავდასხმის გეგმა» (არნოლდ სენაუ).

არ შეიძლება ისე დაგაბრმავოთ თქვენი საქმის სიყვარულმა, რომ მხედველობიდან გამოგრჩეთ ბიზნესის განვითარების რეალობები. თუ ბაზრის კვლევის შედეგად აღმოაჩენთ, რომ თქვენს პროდუქტსა და სერვისზე არის უზარმაზარი მოთხოვნა, არ გყავთ კონკურენტები და მზად ხართ დააკმაყოფილოთ მყიდველთა მოთხოვნები, მაშინ ბიზნესი დაიწყეთ სრული დროით. იმ შემთხვევაში, თუ თქვენს პროდუქტსა თუ სერვისზე არ არის დიდი საბაზრო მოთხოვნა და თქვენი ბიზნესი არ საჭიროებს სრული დროით მართვას, სამომავლოდ კი მარკეტინგული² ღონისძიებებითა და სტრატეგიებით

¹ ბიზნესის დაწყების დროის შერჩევის რეკომენდაციებს გთავაზობთ «ეკონომიკურ პალიტრაში» გამოქვეყნებული წერილების სერიიდან «დაიწყე საკუთარი ბიზნესი». იხ. ლ. ფანჯიკიძე, რიევა ლესინსკის Start your Own Business-ის მიხედვით, «ეკონომიკური პალიტრა» 3-9 დეკემბერი, 2007 წ.

² ბაზრის და მარკეტინგული გამოკვლევების შესახებ იხ. მეორე ნაწილში.

შესაძლებელია ამ ბიზნესის განვითარება და ბაზარზე მოთხოვნის ჩამოყალიბება, მაშინ საუკეთესო ვარიანტია - დასაწყისისათვის წარმოიწყოთ ბიზნესი ნახევარი განაკვეთით.

თქვენს პოტენციურ ბაზარზე გამოიკვლიეთ ისეთი ფაქტორები, როგორცაა: კონკურენცია თქვენს ინდუსტრიაში, საერთო ეკონომიკური და სოციალური მდგომარეობა, კლიენტების დემოგრაფია და პოტენციურ მყიდველთა რაოდენობა. მაგალითად, თუ ფიქრობთ ელიტური სილამაზის სალონის გახსნას, დაადგინეთ მსგავსი ტიპის მომუშავე ფირმების რიცხვი, ასევე შეძლებული ქალების რაოდენობა და თანხის მოცულობა, რომელსაც ისურვებენ გადაიხადონ თქვენს მომსახურებაში.

მას შემდეგ, რაც რეალურად დარწმუნდებით, რომ ბაზარი «იშვილებს» თქვენს ბიზნესს, შეადგინეთ ბიზნეს-გეგმა¹, სადაც საფუძვლიანად აღწერთ თქვენს მიზნებსა და სტრატეგიებს. არასოდეს აუაროთ გვერდი კვლევების ჩატარებას, შეადგინეთ ბაზარზე დაწინაურების პროექტები და ამ კვლევებზე დაყრდნობით მიიღეთ კონკრეტული გადაწყვეტილებები. ამგვარი მოქმედებები სათანადო წარმოდგენას შეგიქმნით გრძელვადიან შესაძლებლობებზე და სწორი გზის განსაზღვრაში. არ უგულვებლყოთ ბიზნეს-გეგმის შედგენა მაშინაც კი, თუ აპირებთ წამოიწყოთ ბიზნესი ნახევარი განაკვეთით. კარგად შედგენილი ბიზნეს-გეგმა დაგეხმარებათ, სწორად განსაზღვრო, როდის უნდა გადახვიდეთ ბიზნესის სრული განაკვეთით მართვაზე. ბაზრის კვლევა და ბიზნეს-გეგმის შედგენა ნათელ წარმოდგენას შეგიქმნით, შეუძლია თუ არა თქვენს ბიზნესს იმუშაოს ნახევარი განაკვეთის პირობებში.

გაითვალისწინეთ თქვენი ფინანსური მდგომარეობა. კიდევ ერთი ძირითადი ფაქტორი, რაც უნდა გაითვალისწინოთ საკუთარი ბიზნესის მართვის შერჩევისას, არის ფინანსური მდგომარეობა. ექსპერტები გირჩევენ, გადადოთ სულ ცოტა ექვსი თვის სამყოფი საარსებო თანხა:

ძირითადი ფაქტორები, რაც აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოთ სრული დროით ბიზნესის წამოწყებისას არის შემდეგი:

- რამდენია თქვენი დანაზოგის რაოდენობა?
- გაქვთ თუ არა ქონება, რომელიც სათადარიგო თანხის მიღების მიზნით შესაძლებელია გაყიდოთ?
- გაქვთ თუ არა შანსი, რომ მეგობრებმა ან ოჯახის წევრებმა შემოგთავაზონ დაფინანსება ან სესხი?
- იქნება თუ არა თქვენი მეუღლის ან სხვა ოჯახის წევრების ხელფასები საკმარისი იმისათვის, რომ ოჯახი უზრუნველყოფილი იყოს ფინანსურად, როცა წამოიწყებთ სრულ განაკვეთიან ბიზნესს?

თუ თქვენ, ისევე როგორც ბევრი ადამიანი, განიცდით ფინანსური რესურსების უკმარისობას, სრული დროით ბიზნესის დასაწყებად საუკეთესო ალტერნატივაა დაიწყოთ ნახევარგანაკვეთიანი ბიზნესი. გარდა ამისა, ნახევარგანაკვეთიან ბიზნესს აქვს ის უპირატესობა, რომ შეგიძლიათ აკონტროლოთ შემოსავლები, კერძოდ, გაიგებთ როდის მოიტანს თქვენი ბიზნესი საკმარის ფულს, რაც საშუალებას მოგცემთ მთელი დღით გადაერთოთ საკუთარი ბიზნესის საქმეში.

არნოლდ სენაუ ამბობს, რომ ყველაზე კარგია იცადო მანამ, სანამ შენი ნახევარგანაკვეთიანი ბიზნესი დაიწყებს იმ რაოდენობით შემოსავლის მოტანას, რაც შენი არსებული ხელფასის 30%-ის ექვივალენტური იქნება. ამას ემატება ის, რომ

¹ ბიზნეს-გეგმის საკითხებს განვიხილავთ ცალკე გამოცემებში: 1. თ. ქარდავა, ი. თეთრუაშვილი, ნ. ორჯონიკიძე. «ბიზნეს-გეგმა: დამუშავების მეთოდოლოგია», გორი, 2007. 2. მ. თეთრუაშვილი, ზ. თეთრუაშვილი, თ. ქარდავა. «ბიზნესის დაგეგმვის საფუძვლები» (ეს უკანასკნელი იბეჭდება).

«მეწარმეს გაუთავისუფლდება დრო, რასაც მოინდომებს ბიზნესის განვითარების საქმეს და შესაბამისად, გაიზრდება მისი შემოსავალიც» (ა. სენაუ).

გაითვალისწინეთ ოჯახის დამოკიდებულება თქვენი ბიზნესის მიმართ. თუ ოჯახი გაქვთ, დარწმუნდით, რომ ოჯახის წევრები გაგიგებენ როგორც ბიზნესმენს, რომელსაც საქმისათვის უამრავი ფინანსური და ემოციური მხვედრების გაღება სჭირდებათ. როცა ოჯახი არ გამოთქვამს სურვილს, ხელი შეგიწყოს ბიზნესის შექმნაში, და ხშირად გეუბნებიან: «ვედარ შეეშვი მაგ საქმეს?» - ძალიან გაგიჭირდებათ მოუაროთ ბიზნესს. თუ თქვენი ოჯახი მზად არაა შევიდეს თქვენს მდგომარეობაში, მაშინ, თქვენთვის, საერთოდ არ არის სათანადო დრო ბიზნესის წამოსაწყებად.

თითქოს, ფინანსურ და ბაზრის ასპექტებთან შედარებით ნაკლებმნიშვნელოვანია ის ემოციური და ფსიქოლოგიური ფაქტორები, რაც საკუთარი ბიზნესის მართვას ახლავს. მაგრამ ბიზნესის მუშაობის დროის შერჩევას, სწორედაც რომ აუცილებელია ამ ფაქტორების გათვალისწინება.

დაიწყეთ სიტუაციის განხილვა მეუღლესთან, სხვა უახლოეს ადამიანებთან, ოჯახის წევრებთან. დარწმუნდით, რამდენად შეგიწყობენ ხელს საკუთარი ბიზნესის მართვისას? დათანხმდებიან გაიღონ ის მხვედრები, რასაც ბიზნესის მართვა მოითხოვს თქვენგან, მათგან და მთლიანად ოჯახისგან? თუ უკვე გადაწყვიტეთ ბიზნესის წამოწყება, ეს ყველაფერი უნდა გაარკვიოთ ახლა და არა, თუნდაც, სამი თუ შვიდი თვის შემდეგ, მაშინ, როცა მათი მხრიდან, სასტიკი წინააღმდეგობის შემთხვევაშიც კი, ძალიან ძნელი იქნება უკან დახევა.

თუ ოჯახს დაარწმუნებთ საქმის წამოწყების რეალურობაში, ამის შემდეგ ერთად დაიწყეთ პრაქტიკულად ფიქრი, თუ როგორ შეიძლება მოგვარდეს ის პრობლემები, რასაც თქვენს მიერ საოჯახო საქმიანობის მიმართ ყურადღების მოკლება გამოიწვევს. მაგალითად, თუ თქვენ მთელი დღე დაკავებული იქნებით, ვინ გამოიყვანს ბავშვს ბაღიდან, ან ვინ ივლის ბაზარში საყიდლებზე? და ა.შ.

ასევე დააწესეთ: არავითარი მუშაობა კვირა დღეს, არანაირი ბიზნესზე საუბარი სადილის დროს და ა.შ. დააბალანსეთ თავისუფალი საათები, გაიღვიძეთ დილით ადრე, არ დაკარგოთ ძვირფასი წუთები ტელეფონზე ლაქლაქში, თავიდან მოიშორეთ დროის გამცდენი ადამიანები, ხშირად უარი თქვით მიპატიჟებასა და ქეიფზე.

პირადი ცხოვრება. საკუთარი ბიზნესის ფლობა ასევე დიდ გავლენას ახდენს თქვენს პირად ცხოვრებაზე. თუ გადაწყვიტეთ თავი დაანებოთ სამსახურს და გაუძღვეთ ბიზნესს სრული დროით, ღამე არ გაძინებთ არსებული ხელფასისა და შემოსავლების დაკარგვაზე ფიქრი, ნამდვილად არ გიღირთ არც ერთი საქმე ნერვების ფასად. ასეთ დროს, საუკეთესო ვარიანტია დაიწყოთ ბიზნესი ნახევარი განაკვეთით. თუმცა, მეორე მხრივ, თუ საჭიროა მთელი დღე დაუთმოთ სამსახურს, იმოგზაუროთ, დღეში ერთი საათი მაინც, და ამ ყველაფერს დაამატოთ საკუთარი ბიზნესგაღებულებები, არც ამ შემთხვევაში იქნება საქმე მარტივად. რა თქმა უნდა, სრულგანაკვეთიანი ბიზნესი ითხოვს მთელი დღე მუშაობას, მაგრამ სამსახურთან კომბინირებული ნახევარგანაკვეთიანი ბიზნესი შეიძლება არანაკლებ სტრესის გამომწვევი იყოს. გაითვალისწინეთ ეს ფაქტორები და დაკვირვებით შეაფასეთ ის გავლენები, რასაც საკუთარი ბიზნესის წამოწყება იქონიებს თქვენს ცხოვრებაზე. საკუთარი ბიზნესი წაგართმევთ ბევრ თავისუფალ დროს. ხშირად მოგიწევთ უარის თქმა გართობაზე, კინოში სიარულზე, ტელევიზორის ყურებასა თუ ქეიფზე. წარმოიდგინეთ, როგორ იგრძნობთ თავს, როცა სამსახურიდან დაღლილი დაბრუნდები შინ და მერე მოგიწევთ დაჯდეთ და დაიწყოთ ბიზნესის იმ მიმდინარე საკითხზე მუშაობა, რომელიც დილით მზად უნდა დაახვედრო კლიენტს. ბიზნესი ასევე წაგართმევთ იმ თავისუფალ დროს,

რომელიც გაქვთ დასვენების დღეებში, შვებულების დროს, სადღესასწაულო დღეებში და ა.შ. დაფიქრდით, ხართ თუ არა მზად გაუძლოთ იმ ემოციურ-ფსიქოლოგიურ და ფიზიკურ დატვირთვას, რასაც საკუთარი ბიზნესის ფლობა რეალურად ითხოვს.

არნოლდ სენაუ გირჩევთ: ნამდვილად იოლი არ არის სრულშტატიანი სამსახური დააბალანსოთ ნახევარგანაკვეთიან ბიზნესთან. თუმცა ეს სავსებით შესაძლებელია.

მოუსმინეთ ბიზნესის ექსპერტს არნოლდ სენაუს¹. მისი რჩევები დაგეხმარებათ წარმატებული გახადოთ ნახევარგანაკვეთიანი ბიზნესი²:

ჩართეთ ოჯახის წევრები თქვენს ბიზნესში, როგორც კი ამის შესაძლებლობა გექნებათ. თუნდაც უპასუხო სატელეფონო ზარებს, არეგულირონ საფოსტო გზავნილები, აკონტროლონ შეკვეთები და ა.შ. ოჯახის დახმარებით დროს დაზოგავ, ამასთანავე, ოჯახის წევრებს ჩამოუყალიბდებათ განცდა, რომ წარმოადგენენ თქვენი ბიზნესის ნაწილს.

მზად იყავით შეზღუდოთ პირადი ცხოვრების ინტერესები – აღარ გექნებათ ბევრი დრო გართობისათვის, ტელევიზორის საყურებლად, ქეიფისათვის ან სხვა რაიმე საყვარელი საქმიანობისთვის. დარწმუნებული იყავით, რომ ნამდვილად ღირს ამ მსხვერპლის გაღება, თუ თქვენი მიზანია იყოთ წარმატებული როგორც სამსახურში, ისე საკუთარ ბიზნესში;

კონცენტრირებული იყავით არსებული დავალების შესრულებაზე – არ გაგიტაცოს ფიქრებმა მუშაობის დროს, აირიდეთ ხელისშემშლელი პირობები და მოაწესრიგეთ თქვენი სამუშაო გარემო.

არ გააცდინოთ დრო – პირადი ზარები განახორციელეთ შესვენების დროს ან სამსახურის დაწყებამდე, შეეცადეთ ნაყოფიერად გამოიყენოთ ყოველი წუთი;

არ გასცდეთ საზღვრებს – არაეთიკურია საკუთარი ბიზნესის ინტერესებისათვის დამსაქმებელი კომპანიის აპარატურის ან სხვა ინვენტარის გამოყენება.

იყავით გულახდილი – საკუთარ სიტუაციას ყველაზე კარგად თქვენ შეაფასებთ. თუმცა, მაინც გირჩევთ იყოთ გულახდილი თქვენს უფროსთან და საქმის კურსში ჩააყენოთ, რომ აპირებთ საკუთარი ბიზნესის წამოწყებას. ამგვარად მოიპოვებთ უფროსის მეტ ნდობას და გაუქარწყლებთ ეჭვს, რომ რაღაცას მალავთ და არამიზნობრივად ხარჯავთ სამუშაო საათებს.

14. საწყისი ეტაპის დაგეგმვა

თქვენ, როგორც დამწყები ბიზნესმენი, ბუნებრივია, შეზღუდული ხართ ფინანსური რესურსებით. ამიტომ საწყისი ეტაპის დაგეგმვის სამუშაოები ნაკლები დანახარჯებით უნდა შეასრულოთ. ამ თვალსაზრისით, ყველაზე მისაღებ ვარიანტებად მიგვაჩნია აშშ-ის მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტების რჩევები³.

ბაზრის ანალიზი. მცირე ბიზნესის დაწყების მნიშვნელოვან ეტაპს წარმოადგენს შესაქმნელი პროდუქციის (მომსახურების) ბაზრის ანალიზი. ეს ეტაპი საკმაოდ დროსა და შრომას მოითხოვს. მისი თავისებურება ისაა, რომ სულაც არ არის საჭირო სტატისტიკის ღრმა ცოდნა და დიდი დანახარჯების განხორციელება.

¹ ეკონომიკური პალიტრა, 3-9 დეკემბერი. 2007 წ.

² როლანდ სენაუ – თანაავტორი წიგნისა «შეგიძლია დაიწყო საკუთარი ბიზნესი».

³ 1. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგენელი დოქტორი C. HOWARD POTEET, ქართული ვერსიის ავტორი რევაზ ვაჩნაძე, თბ. 1995.

2. ბაზრის გამოკვლევა დეტალურად იხილეთ მეორე ნაწილში.

ბაზრის ანალიზი გვეხმარება პროდუქციის (მომსახურების) მომავალი მომხმარებლების და შესაბამისად მოთხოვნის განსაზღვრაში. ამასთან, რაც უფრო მეტი ინფორმაციას შეაგროვებთ, მით მეტი შესაძლებლობა გექმნებათ, ბაზრის სეგმენტის უფრო დიდი ნაწილი ჩაიგდოთ ხელში.

ქვემოთ შემოთავაზებული ტესტი დაგეხმარებათ ბაზრის ანალიზისათვის საჭირო ინფორმაციის შეგროვებაში და თქვენი საქონლის (მომსახურების) რეალიზაციის შესაძლებლობის განსაზღვრაში.

თუ ტესტის კითხვებზე უარყოფით პასუხს მიიღებთ, ეს იმას ნიშნავს, რომ თქვენ გეგმას სუსტი ადგილები გააჩნია. თითოეულ კითხვაზე დადებითი პასუხი რომ გაცევს, არ გაჩერდეთ, გააგრძელეთ კვლევითი სამუშაოები.

კი არა

- 1. იცით თუ არა, ვინ იქნება თქვენი საქონლის ან მომსახურების მყიდველი?
- 2. გაქვთ თუ არა გათვითცნობიერებული მყიდველის საჭიროება და სურვილები?
- 3. იცით თუ არა სად ცხოვრობენ თქვენი მომავალი მომხმარებლები?
- 4. შესთავაზებთ თუ არა ისეთ საქონელს ან მომსახურებას, რომელსაც ისინი შეიძენენ?
- 5. თქვენი საქონლის ფასი, ხარისხი და ღირებულება უზრუნველყოფს თუ არა მის კონკურენტუნარიანობას?
- 6. იქნება თუ არა სტიმულირების თქვენი პროგრამა ეფექტიანი?
- 7. როგორ უნდა მოახდინოთ თქვენი და კონკურენტების ბიზნესის შედარება?
- 8. იქნება თუ არა თქვენი საქმიანი ორგანიზაციის ადგილ-მდებარეობა თქვენი მომხმარებლისათვის მოსახერხებელი?
- 9. იქნება თუ არა საკმარისი მანქანების სადგომის ფართი თქვენი მომავალი მომხმარებლისათვის?

შევაჯამოთ ახლა თვითანალიზის შედეგები.

ამ ანალიზის შედეგად თქვენ საშუალება გექმნებათ დაინახოთ ჯერ ერთი, საკუთარი კვალიფიკაციის დონე, და მეორე, ნაკლოვანებები, რომლებიც უნდა გაითვალისწინოთ და გამოასწოროთ.

ქვემოთ შემოთავაზებული კითხვები ფუნქციონალური დანიშნულების მიხედვით არის დაჯგუფებული და დაგეხმარებათ თქვენი ბიზნესის «გახსნის დღისათვის» მომზადებაში.

კი არა

- 1. შეურჩიეთ თუ არა სახელი თქვენს საქმიან ორგანიზაციას?
- 2. გადაწყვიტეთ თუ არა, რომ იმოქმედოთ, როგორც ერთპიროვნულმა მფლობელობამ, ამხანაგობამ ან კორპორაციამ.

თქვენი ბიზნესი და სამართლებრივი ფორმა. ბიზნესში მომუშავე ადამიანს არ მოეთხოვება იურიდიული განათლება, მაგრამ მას აუცილებლად უნდა ჰქონდეს გარკვეული ცოდნა იმ კანონების შესახებ, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს ბიზნესზე.

კი არა

- იცით თუ არა, რა სახის ლიცენზიები და ნებართვები გესაჭიროებათ თქვენი ბიზნესის ასამოქმედებლად?
- იცნობთ თუ არა ბიზნესთან დაკავშირებულ იმ კანონებს, რომელსაც უნდა დაექვემდებაროთ.
- გყავთ თუ არა იურისტი, რომელსაც შეუძლია რჩევის მოცემა და იურიდიულ დოკუმენტებთან დაკავშირებით დახმარების გაწევა?
- იცნობთ თუ არა შემდეგ საკითხებს;
- ტექნიკური ნორმები, რომელიც ვრცელდება მავნე ნივთიერებებზე;
- ადგილობრივი თვითმმართველობის დადგენილებები (ბრძანებულებები), რომელიც ვრცელდება სამეწარმეო საქმიანობის სფეროში;
- მთავრობის მიერ მიღებული მცირე ბიზნესთან დაკავშირებული კანონები, დადგენილებები, მათ შორის საგადასახადო-საბაჟო, სოციალური უზრუნველყოფის სფეროში და სხვა.

საკუთარი ბიზნესის დაცვა. ბიზნესის სამყაროში ერთ-ერთ მზარდ პრობლემას წარმოადგენს საკუთარი ბიზნესის უსაფრთხოება და დაზღვევა. აქ საჭიროა გათვალისწინებულ იქნეს შემდეგი სახიფათო მოვლენები:

კი არა

- 1. ხანძარი
- 2. ქურდობა
- 3. ყაჩაღობა
- 4. ვანდალიზმი
- 5. უბედური შემთხვევები და სხვა.

ვიდრე ბიზნესის დაწყების საბოლოო გადაწყვეტილებას მიიღებთ, განსაზღვრეთ თქვენთვის საჭირო დაცვის სახეები და გულდასმით შეადარეთ ერთმანეთს სხვადასხვა ორგანიზაციების მიერ შემოთავაზებული განაკვეთები და დაცვის ტიპები.

ბიზნესისათვის საჭირო შენობა-ნაგებობები. უპასუხეთ კითხვებზე:

კი არა

- 1. მოძებნეთ თუ არა შესაფერისი შენობა, რომელიც მყიდველებისათვის ხელსაყრელ ადგილზე მდებარეობს?
- 2. შესაძლებელია თუ არა შენობის სახეცვლილება თქვენი მოთხოვნების და მიხედვით, ზომიერ ფასად?
- 3. გაითვალისწინეთ თუ არა შენობის იჯარა ან ლიზინგი, მისი ყიდვის უფლებით¹?
- 4. გეყოლება თუ არა იურისტი, რომელიც გარემოს დაცვის ზონალურ წესებსა და იჯარით გაცემასთან დაკავშირებულ საკითხებს გააკონტროლებს?

საქონელი

კი არა

¹ დაწვრილებით იხ. მეორე ნაწილში.

- 1. გადაწყვეტილი გაქვს თუ არა, რა სახის საქონელს გაყიდით ან გამოუშვებთ, ანდა რა სახის მომსახურებით უზრუნველყოფთ მომხმარებელს?
- 2. შეადგინეთ თუ არა წინასწარ გაანგარიშებულ რეალიზაციის მოცულობაზე დაფუძნებული სასაქონლო გეგმა, რათა განსაზღვროთ ყველა სასაქონლო მარაგების საერთო დონე შესყიდვათა დასარეგულირებლად?
- 3. იპოვეთ თუ არა სანდო მომწოდებლები, რომლებიც დახმარებას გაგიწევენ საწყის ეტაპზე?
- 4. შეადარეთ თუ არა ერთმანეთს ნედლეულის, მასალების და სხვ მომწოდებელთა ფასები, ხარისხი და კრედიტის პირობები?

ბიზნესის სააღრიცხვო დოკუმენტები

კი არა

- 1. ხართ თუ არა მზად რეალიზაციის მოცულობის, შემოსავლებისა და დანახარჯის კრედიტორული და დებიტორული დავალიანებების სრული აღრიცხვის საწარმოებლად?
- 2. გაქვთ თუ არა წინასწარ განსაზღვრული, როგორ გაართმევთ თავს საგადასახადო უწყისებისა და იმ დოკუმენტების შედგენას, რომლებიც ვალების გასტუმრებას შეეხებიან?
- 3. იცით თუ არა, რა სახის ფინანსური ანგარიშები უნდა იქნეს მომზადებული და როგორ?

ფინანსები. ცნობილია, რომ ყოველწლიურად მრავალი მცირე საწარმო კოტრდება. ამის მიზეზი მრავალგვარია, მაგრამ ყველაზე მთავარი მაინც ფულადი სახსრების უკმარისობაა. ძალიან ბევრი მეწარმე ბიზნესის დაწყებასა და გაძღოლას არასაკმარისი კაპიტალით ცდილობს. ამ დილემას თავიდან აიცილებთ, თუ თქვენს მდგომარეობას განიხილავთ ქვემოთ მოყვანილი სამი საკითხის მიხედვით.

- 1. რა რაოდენობის თანხა გაგაჩნიათ?
- 2. რა რაოდენობის თანხა გესაჭიროებათ ბიზნესის დაწყებისათვის?
- 3. რა რაოდენობის თანხა გესაჭიროებათ ბიზნესში დასარჩენად?

პირველ კითხვაზე რომ პასუხი გასცეთ, გამოიყენეთ ქვემოთ მოყვანილი ცხრილი

ცხრილი 1

**პირადი საფინანსო უწყისი
2008 წლის 1 ივნისის მდგომარეობით**

	ლარი
<u>აქტივები</u>	
ფული ხელზე
ვადიანი ანგარიში ბანკში
აქციები, ობლიგაციები და სხვა ფასიანი ქაღალდები
დებიტორული დავალიანება (მისაღები თამა-სუქები)
უძრავი ქონება
სიცოცხლის დაზღვევა (ფულადი ღირებულება)....
ავტომობილი (სხვა სატრანსპორტო საშუალებები)
სხვა ლიკვიდური აქტივები
<u>ვალდებულებები</u>	
კრედიტორული დავალიანება
გასანაღდებელი თამასუქები

საკონტრაქტო დავალიანებები
გადასახადები
იპოთეკა
სხვა ვალდებულებები
სულ ვალდებულებები
სულ საწარმოს სუფთა ღირებულება (აქტივებს მინუს ვალდებულებები)

შემდეგი ცხრილის მეშვეობით პასუხს გასცემთ მეორე კითხვას – რა რაოდენობის თანხა გესაჭიროებათ ბიზნესის დასაწყებად? ეს ცხრილი უმეტესად საცალო მოვაჭრეებისათვის არის განკუთვნილი. ამიტომ პუნქტები მომსახურების სფეროს, სამშენებლო და სამრეწველო ფირმებისათვის განსხვავებული იქნება.

ცხრილი 2

საწყისი ხარჯების შეფასება	ლარი
შენობის მოპირკეთება, რეკონსტრუქცია
ხელსაწყოები, დანადგარები
დასამონტაჟებელი ხელსაწყოები, დანადგარები
დანახარჯები მომსახურებაზე, მარაგები
სასაქონლო-მატერიალური მარაგების საწყისი ღირებულება
ხარჯები, იურიდიულ და სპეციალისტთა მომსახურებაზე
ლიცენზიები, ნებართვები
სატელეფონო მომსახურებისათვის წინასწარ შეტანილი თანხა
დაზღვევა
აბრები
ბიზნესის გახსნისათვის საჭირო სარეკლამო საქმიანობა
გაუთვალისწინებელი ხარჯები

მესამე კითხვის პასუხი (თუ რა რაოდენობის თანხა გესაჭიროებათ ბიზნესში დასარჩენად) ორ ნაწილად უნდა იქნეს გაყოფილი – მიმდინარე ხარჯები და სამომავლო ხარჯები.

მას შემდეგ, რაც ბიზნესს გახსნით, უეჭველად მიიღებთ გარკვეული სიდიდის შემოსავალს, მიუხედავად ამისა, ეს შემოსავალი არ უნდა იქნეს დაგეგმილი თქვენს საერთო საფირმო დანახარჯებში. თქვენ საკმაოდ რაოდენობის ფული დაგჭირდებათ, რათა სულ ცოტა, მოღვაწეობის პირველი სამი თვის ხარჯები დაფაროთ. საერთო საფირმო ყოველთვიური დანახარჯების დადგენაში მესამე ცხრილი დაგეხმარებათ.

ცხრილი 3

ერთი თვის განმავლობაში გაწეული ხარჯები

ხარჯები	ლარი
ხარჯები პირადი მოხმარებისათვის
მომუშავეთა ხელფასი
იჯარა
სარეკლამო საქმიანობა
მარაგები
კომუნალური მომსახურება
დაზღვევა

გადასახადები
საექსპლუატაციო დანახარჯები
ტრანსპორტირება
სხვადასხვა
საერთო ხარჯები

ცხრილში მიღებული საერთო ჯამი სამზე გამრავლეთ და იმ რაოდენობის თანხას მიიღებთ, რაც სამი თვის განმავლობაში საერთო საფირმო დანახარჯების დასაფარავად დაგჭირდებათ. ეს თანხა ბიზნესის დაწყებამდე ბანკის ვადიან ანგარიშზე შეიტანეთ და მხოლოდ ზემოთა ცხრილში ჩამოთვლილი მიზნებისათვის გამოიყენეთ. ეს ფული უზრუნველყოფთ, შესაძლებლობას მოგცემთ საქმიანი მოღვაწეობა გააგრძელოთ საწყის კრიტიკულ ეტაპზე.

ცხრილი 4.

	%	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	ჯამი
<u>რეალიზაციის სუფთა მოცულობა</u>													
თვითღირებულება რეალიზებული საქონელი													
ბრუტო													
რეგულირებადი დანახარჯები													
ხელფასები													
გადასახადები ხელფასიდან													
იურიდიული მომსახურება													
ბუღალტრული მომსახურება													
სარეკლამო საქმიანობა													
ტრანსპორტი													
საკანცელარიო საქონელი (მარაგები)													
საწევროები													
სატელეფონო მომსახურება													
კომუნალური მომსახურება													
სხვადასხვა													
საერთო რეგულირებადი დანახარჯები													
<u>მუდმივი დანახარჯები</u>													
იჯარა													
ამორტიზაცია													
დაზღვევა													
ლიცენზიები (ნებართვები)													
გადასახადები													
ხარჯები სესხის პროცენტის დაფარვაზე													
მუდმივი დანახარჯების ჯამი													
<u>სულ დანახარჯები</u>													
<u>სუფთა მოგება/ზარალი დაბეგვრამდე</u>													

როდესაც საწყის ხარჯებს (ცხრილი 2) დაუმატებთ სამი თვის განმავლობაში გაწეულ დანახარჯებს (მესამე ცხრილის საერთო დანახარჯები გამრავლებული სამზე), ნახავთ, თუ რა საორიენტაციო ხარჯებია გასაწევი ბიზნესის დასაწყებად და სამი თვის განმავლობაში მის გაძღოლისათვის. თუ პირველი ცხრილის მონაცემებს გამოაკლებთ მეორე და მესამე ცხრილების საერთო ჯამებს, თქვენ შეგეძლება განსაზღვროთ თანხა, რომელიც წარმოადგენს დამატებითი ფინანსირების წყაროს (ყოველი შემთხვევისათვის).

ახლა უნდა გამოვთვალოთ ბიზნესის დაწყებიდან პირველი წლის საერთო საფირმო დანახარჯები. ამისათვის არის გამიზნული მეოთხე ცხრილი.

წლიური დანახარჯების განსაზღვრისას, უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა ყოველთვიური რეალიზაციის მოცულობის დადგენა. რეალიზაციის მოცულობის

დადგენისას აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოთ სეზონური ტენდენციები, რომელთაც, შესაძლოა, გარკვეული გავლენა იქონიონ თქვენს ბიზნესზე, ხოლო ინფორმაცია – სეზონურ გაყიდვათა სტრუქტურისა და ტიპიურ დანახარჯთა კოეფიციენტების შესახებ – შესაძლოა, თქვენმა სავაჭრო ასოციაციებმა მოგაწოდონ.

შენიშვნა: ურთიერთდამოკიდებულება თქვენ მიერ ინვესტირებულ კაპიტალს, რეალიზაციის მოცულობას, ყველანაირი სახის ხარჯებს, მარაგების ბრუნვასა და სხვა პუნქტებს შორის ქმნის «ფინანსურ კოეფიციენტებს». ეს კოეფიციენტები უზრუნველყოფთ ძალზე მნიშვნელოვანი ინფორმაციით, რომლის საშუალებითაც შეძლებთ სიტუაციის დროულად გამოსწორებას.

ამის შემდეგ, მოსალოდნელი რეალიზაციის მოცულობის დადგენის მიზნით, განსაზღვრეთ სარეალიზაციო საქონლის თვითღირებულება. რეალიზებული საქონლის თვითღირებულება, ანუ დანახარჯთა კოეფიციენტები გამოისახება ლარებში ან რეალიზაციის პროცენტებში. დანახარჯთა კოეფიციენტის განსაზღვრის შემდეგ გამოიანგარიშეთ წინასწარ გათვლილი რეალიზაციის მოცულობის მისაღწევად საჭირო ხარჯები.

მეხუთე ცხრილის მომზადებისას უნდა გაითვალისწინოთ ის გარემოება, რომ თქვენ ეძებთ თითოეული პუნქტის პროცენტს საერთო რეალიზაციაში. შეავსეთ თითოეული თვის სვეტი ლარებში, შეაჯამეთ ისინი ბოლო მარჯვენა სვეტში და გაანაწილეთ თითოეული პუნქტი სუფთა რეალიზაციის მოცულობაზე, რათა გამოიანგარიშოთ დანახარჯთა კოეფიციენტები (დამოკიდებულება რეალიზებული საქონლის თვითღირებულებასა და რეალიზაციის მოცულობას შორის, საიჯარო გადასახადსა და რეალიზაციის მოცულობას შორის). ახლა კი შეავსეთ მეხუთე ცხრილი

ცხრილი 5

სამომავლო ფულის მოძრაობა

													თვე	
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII		
ფული ბანკში (თვის დასაწყისი)														
ფული სალაროში (თვის დასაწყისი)														
სულ ფული (თვის დასაწყისი)														
წინასწარ განსაზღვრული საქონლის რეალიზაცია ფულზე														
სულ ფულადი შემოსავლები														
სულ ფული და ფულადი შემოსავლები														
ფულადი გასავლები თვის განმავლობაში (იჯარა, სესხების დაფარვა, კომუნალური მომსახურება, გასამრჯელოები და ა. შ.)														
ფულადი სახსრების ბალანსი (თვის ბოლოს)														

საწყისი სტადიის შემდგომი პერიოდი. პროდუქციის რეალიზაცია თქვენი შემოსავლების ძირითადი წყარო იქნება. მაგრამ რეალიზაციის მოცულობა სეზონური ცვლილებებისა და სხვა ფაქტორების გამო შეიცვლება თვეების მიხედვით. ამიტომ ძალზე მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, მოიტანს თუ არა ყოველთვიური რეალიზაცია საკმარის შემოსავალს, რათა დაფარული იქნეს სამი თვის განმავლობაში გაწეული ხარჯები.

წინასწარ გამოთვლილი ფულის მოძრაობა (ცხრილი 5) იმის საშუალებას იძლევა, რომ განსაზღვროთ, დამოკიდებულია თუ არა ყოველთვიური ნაღდი ფულის მარაგი შემდეგ ფაქტორებზე:

- სეზონური ცვლილებების განსაზღვრისას განცდილ მარცხზე;
- ბიზნესიდან პირადი მოხმარებისათვის აღებული დიდი რაოდენობის ფულად თანხაზე;
- ძალიან სწრაფ გაფართოებაზე და
- მომხმარებლებზე გაცემული კრედიტების ვადის გაგრძელების გამო თანხის ნელა აკრეფაზე.

მოცემული ცხრილის გამოყენებით შეადგინეთ «სამუშაო ცხრილი, რომელიც ამ პრობლემის გადაწყვეტაში დაგეხმარებათ. ამ მაგალითში პროდუქცია მთლიანად ნაღდ ფულზეა რეალიზებული.

დასკვნა. ექვგარეშეა, რომ ადექვატური ბიზნესის გეგმის დამუშავება ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაბიჯია ახალი ბიზნესის დაწყებისას. ამომწურავი ბიზნესის გეგმა თქვენი საქმიანობის წარმატების საწინდარია. იგი უნდა შეიცავდეს სათანადო ინფორმაციას თქვენი ბიზნესის შესახებ; უნდა იყოს კარგად დაწერილი, ფაქტობრივად დასაბუთებული და ლოგიკურად ორგანიზებული. უფრო მეტიც, მასში არ უნდა შედიოდეს დებულებები, რომელთა დასაბუთებაც არ შეგიძლიათ.

თუ თქვენ ამ ტესტში დასმულ ყველა კითხვას გულისყურით გაეცით პასუხი და ყველა «სამუშაო ცხრილი» შეავსეთ, ეს ნიშნავს, რომ სერიოზულად გადაგიწყვეტიათ თქვენ მიერ დასახული მიზნის მიღწევა. მაგრამ, შესაძლოა, თქვენ გსურთ დამატებითი ინფორმაციის მიღება ზოგიერთ საკითხზე. ამიტომ უნდა მიმართოთ სპეციალურ ლიტერატურას.

ბიზნესის ფლობა და გაძღოლა მუდმივად ახლის შეცნობასთანაა დაკავშირებული. გამოიკვლიეთ თქვენი იდეა და რაც შეიძლება დამოუკიდებლად იმოქმედეთ, მაგრამ არასოდეს არ უგულვებელყოთ იმ ადამიანების დახმარება, რომელთაც თქვენთვის საჭირო ინფორმაციის მოწოდება შეუძლიათ.

საქმიანობის დაწყებისას კარგი იქნება, თუ მიზამავთ ისეთ ორგანიზაციებს, რომლებიც მცირე ბიზნესის საკითხებში დაგეხმარებიან და კვალიფიციურ კონსულტაციებს მოგცემენ.

15. ბიზნესის ადგილმდებარეობის შერჩევა

მცირე ბიზნესის წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია ადგილის შერჩევა.

მცირე ბიზნესისათვის ადგილის შერჩევა განვიხილოთ საცალო სავაჭრო ობიექტის (მაღაზიის) მაგალითზე.

მაღაზიის ადგილის შერჩევის კრიტერიუმებად უნდა მიიჩნიოთ:

მაღაზიის შეთავსებადობა და ზონირება

მაღაზიის ადგილის შერჩევისას უნდა გაითვალისწინოთ შემდეგი სამი ფაქტორი¹:

1. შეარჩიოთ ქალაქი, სოფელი, სადაც თქვენ გინდათ ბიზნესის დაწყება;

¹ როგორ დავიწყეთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგენელი დოქტორი C. HOWARD POTEET, ქართული ვერსიის ავტორი რევაზ ვაჩნაძე, თბ. 1995. გვ.12-15.

2. მოცემული ქალაქის (სოფლის) ფარგლებში კონკრეტული რაიონის ან კონკრეტული ადგილმდებარეობის შერჩევა;

3. შერჩეულ კონკრეტულ რაიონში ან კონკრეტულ ადგილმდებარეობის ფარგლებში კონკრეტული ადგილის დადგენა;

განვიხილოთ ცალ-ცალკე.

თუ სხვა ქალაქში (ან სოფელში) აპირებთ ბიზნესის დაწყებას მოგიხდებათ გაითვალისწინოთ:

- ამ ქალაქის (სოფლის) სავაჭრო რაიონის სიდიდე (ბაზრის მოცულობა);
- მოსახლეობის რაოდენობა და მისი ზრდის ტენდენციები;
- მოსახლეობის მყიდველობითი უნარი და ამ უნარის განაწილება;
- საცალო-სავაჭრო პოტენციალი ვაჭრობის სხვადასხვა სფეროში;
- კონკურენტთა რაოდენობა, ანუ თქვენი პროდუქციის ანალოგიური ან მისი შემცველი პროდუქციის გამყიდველთა რაოდენობა, მათ მიერ პროდუქციის გაყიდვების სიდიდე და ინტენსივობა;
- კონკურენტთა რაოდენობის ზრდა;

მოცემული ქალაქის (სოფლის) ფარგლებში კონკრეტული ადგილმდებარეობის შერჩევასა შეაფასეთ შემდეგი ფაქტორები:

- ცალკეული მაღაზიის უნარი – მიიზიდოს მყიდველის ყურადღება;
- კონკურენტუნარიანი მაღაზიების რაოდენობა და ხარისხობრივი არე;
- მაღაზიამდე იოლად მისასვლელი გზების არსებობა;
- შერჩეული ადგილმდებარეობის რაიონში მისი შესაძლო ეკონომიკურად აქტიურობის ზრდა;

შერჩეულ კონკრეტულ რაიონში ან კონკრეტულ ადგილმდებარეობის ფარგლებში კონკრეტული ადგილის დადგენისას გაითვალისწინეთ:

- ადგილმდებარეობის მახლობლად სატრანსპორტო მოძრაობის სავაჭროობა და პოტენციალი;
- ადგილმდებარეობას აქვს თუ არა უნარი – მიიქციოს გზად მოძრავ მგზავრთა ნაკადის ყურადღება;
- ახლომდებარე მაღაზიებში არის თუ არა ურთიერთშემცველი ან ურთიერთდამატებითი პროდუქტები;
- სავაჭრობის თუ არა ავტომობილთა სადგომების ფრთობი;
- შერჩეული ადგილის ღირებულება;

გასაყიდი საქონლის სახეები. მაღაზიის ადგილმდებარეობის შერჩევაზე გავლენას ახდენს მყიდველთა შეხედულებები, მათი სხვადასხვა კატეგორიებად დაყოფა. ისინი იყოფიან სამ ძირითად კატეგორიად:

- ყოველდღიური მოხმარების საქონლის მყიდველები;
- ძვირადღირებული საქონლის მყიდველები;
- ფუფუნების (პრესტიჟული) საქონლის მყიდველები.

ყოველდღიური მოხმარების საქონლის მყიდველები საქონელს, ჩვეულებრივ, ყიდულობენ დაბალ ფასებში, ხშირად (ყოველდღე და დღეში რამდენჯერმე). ასეთი საქონლის რეალიზაცია არ საჭიროებს რაიმე დიდი ორგანიზაციული სამუშაოების ჩატარებას და რეალიზაციის სტიმულირებისათვის რაიმე დიდი ღონისძიების მიღებას.

უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ყოველდღიური მოხმარების საქონლის მყიდველთათვის მნიშვნელოვანია ტრანსპორტის მოძრაობის სიხშირე, მათი მაღაზიასთან ადვილად მისადგომობა და სხვა.

რა თქმა უნდა, ყოველდღიური მოხმარების საქონლის მყიდველისათვის საუკეთესო ვარიანტია, როდესაც მაღაზია მის საცხოვრებელ ადგილთან ახლოსაა განლაგებული და არ საჭიროებს მაღაზიამდე მისასვლელად ტრანსპორტს.

ძვირადღირებული საქონლის მყიდველები, ბუნებრივია, საქონელს ყიდულობენ მაღალ საცალო ფასებში და საქონლის ყიდვის სიხშირე უფრო ნაკლებია, ვიდრე ყოველდღიური საქონლის. სამაგიეროდ, მათთვის უფრო მეტი მნიშვნელობა აქვს ტრანსპორტის მოძრაობის სიხშირეს.

ხშირად ძვირადღირებული საქონლის მყიდველებს სურთ, რაც შეიძლება მცირე მანძილის გავლით, ერთიმეორეს შეადარონ სხვადასხვა მაღაზიის პროდუქცია. ეს კი თავის მხრივ განაპირობებს ურთიერთდამატებითი (ურთიერთშენაცვლებადი) საქონლით მოვაჭრე მაღაზიების ერთმანეთთან ახლოს განლაგების ტენდენციას. ძვირადღირებული საქონლის მყიდველებისათვის და, შესაბამისად, ამ საქონლით მოვაჭრე მაღაზიებისათვის იდეალური ვარიანტია უნივერსალის გვერდით ან ორ დიდ უნივერსალს შორის მდებარეობა, სადაც სატრანსპორტო ნაკადი მოძრაობს. ასევე კარგ ვარიანტად ითვლება მაღაზიის ადგილმდებარეობა მანქანების დიდ სადგომსა და უნივერსალს შორის.

ფუფუნების (პრესტიჟული) საგნების (საფირმო ნიშნები, ძვირფასეულობა, ძვირადღირებული პარფიუმერია, ბეწვეული და ა.შ.) მყიდველები, ჩვეულებრივ, მაღალ საცალო ფასად ყიდულობენ საქონელს და ყიდვის სიხშირე იშვიათია.

ფუფუნების საგნებს ხშირად ისეთი მყიდველი ჰყავს, რომელიც რაღაც გარკვეული სახის საქონლის, სასაქონლო ნიშნის, ან ორივესი ერთად, დიდი ხნის თაყვანისმცემელია. ამიტომ ასეთი საქონლის გამყიდველმა მაღაზიებმა შეიძლება განცალკევებული ადგილი აირჩიონ.

იმ შემთხვევაში, თუ მაღაზია ვაჭრობს ძვირადღირებული საქონლით და ამავე დროს დამატებით აპირებს ფუფუნების საქონლით ვაჭრობასაც, მაშინ მას შეიძლება გაუჩნდეს სურვილი თავისი მაღაზია განათავსოს ძვირადღირებული საქონლით მოვაჭრე მაღაზიების გვერდით.

საერთოდ, ფუფუნების (პრესტიჟული) საგნებით მოვაჭრე მაღაზიამ ისეთი გარემო უნდა შეარჩიოს, სადაც ახლოს მდებარე მაღაზიებისა და სხვა საწარმოების არსებობა შეთავსებადი იქნება მის ვაჭრობასთან.

რას ნიშნავს სავაჭრო ობიექტის შეთავსებადობა? სავაჭრო ობიექტის შეთავსებადობა ნიშნავს მისი ისეთ ობიექტთან განთავსებას, რომელიც ხელს უწყობს ამ მაღაზიის საქონლის გაყიდვას.

პატარა საცალოდ მოვაჭრე მაღაზიისათვის, მისი არსებობის პირველი წლის განმავლობაში, რეკლამირებასა და გაფართოებისათვის განკუთვნილი შეზღუდული სახსრებით, საცალო სავაჭრო ობიექტების შეთავსებადობა, შესაძლოა, გადამწყვეტი ფაქტორი აღმოჩნდეს მისი სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნებისათვის.

უნდა განსაზღვროთ, როგორი ორგანიზაციების გვერდით განათავსოთ თქვენი მაღაზია – ისეთების, რომლებიც თქვენს მაღაზიას სატრანსპორტო მოძრაობის ნაკადს შეუქმნის, თუ - რომლებიც თქვენს ინტერესებს შეეჯახება.

მაგალითად, თუ თქვენ მოხმარებელს სთავაზობთ ძვირად ღირებულ საქონელს, მაშინ საუკეთესო ადგილმდებარეობას თქვენთვის წარმოადგენს სხვა ასეთი ტიპის მაღაზიების მეზობლობა, ხოლო იქ, სადაც ყოველდღიური მოხმარების საქონლით ვაჭრობა მიმდინარეობს თქვენი ძვირადღირებული საქონლით მოვაჭრე მაღაზიის განთავსება მიზანშეუწონელია.

ამიტომ, ვიდრე თქვენს ბიზნესს დაიწყებთ ვაჭრობაში, კარგად გაეცანით თქვენს მომავალ სამოქმედო რაიონში როგორი სახის საქონლით ვაჭრობენ. ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის მაღაზიას თუ მოათავსებთ ყოველდღიური მოხმარების საგნებით მოვაჭრე რაიონში, სიძნელეები ყოველთვის გექნებათ.

მეორეს მხრივ, თუ საკითხი ეხება რეგიონული სავაჭრო ცენტრის ჩამოყალიბებას, მაშინ ძვირადღირებული საქონლითა და ყოველდღიური მოხმარების საქონლით მოვაჭრე ობიექტები, შესაძლოა, ადვილად აღმოჩნდნენ ერთ ჭერქვეშაც კი. ამ შემთხვევაშიც ძალზე მნიშვნელოვანია სავაჭრო კომპლექსის იმ სექციაში მოხვედრა, რომელიც ხელს შეუწყობს თქვენს მიერ შემოთავაზებული საქონლის რეალიზაციას. მაგალითად, ცხოველების მაღაზია არ უნდა მდებარეობდეს უშუალოდ რესტორნის, ტანსაცმლის მაღაზიის ან სალონის მეზობლად. თქვენთვის მისაღებია საჩუქრების მაღაზია უნივერსალების, თეატრების, რესტორნების ახლოს მოათავსოთ, ანუ ნებისმიერ ისეთ ადგილას, სადაც შესაძლებელია მუდმივად მომხმარებელთა რიგების ჩამოყალიბება. თქვენი საქონლის პოტენციურ მომხმარებელს საშუალება უნდა ჰქონდეს რამოდენიმე წუთით ყურადღება მიაქციოს თქვენი საჩუქრების მაღაზიის ვიტრინებს.

სხვა ფაქტორები. საცალო სავაჭრო ობიექტისათვის ადგილმდებარეობის შერჩევაზე კიდევ სხვა უამრავი ფაქტორი მოქმედებს. გაანალიზეთ ქვემოთ ჩამოთვლილი კითხვები და გაცით პასუხი.

- რა ფართობი გესაჭიროებათ საცალოდ ვაჭრობისათვის, ოფისისათვის, საწყობისათვის ან სამუშაო კაბინეტისათვის (ოთახისათვის)?
- არის თუ არა საავტომობილო სადგომი ხელმისაწვდომი და საკმარისად დიდი?
- მოითხოვს თუ არა თქვენი საქმიანობა სპეციალურ (განსაკუთრებულ) ან სხვა გაყვანილობებს?
- იქნება თუ არა სარეკლამო ხარჯები უფრო მეტი, შედარებით მომორებული ადგილმდებარეობის არჩევის შემთხვევაში?
- ემსახურება თუ არა რაიონს საზოგადოებრივი ტრანსპორტი?
- შეუძლია თუ არა რაიონს უზრუნველყოთ მუშახელით?
- იმყოფება თუ არა შესაფერის დონეზე სახანძრო დაცვა და პოლიცია?
- რაიმე პრობლემას ხომ არ წარმოადგენს სამედიცინო და კომუნალური მომსახურება?
- საკმარისად არის თუ არა განთავსებული რაიონი, რათა მიიზიდოს მყიდველთა ყურადღება საღამოთი და ამასთან უზრუნველყოს მათი უსაფრთხოება?
- არსებობს თუ არა მყიდველისათვის კეთილმოწყობილი ტუალეტი?
- მდებარეობს თუ არა მაღაზია მომხმარებლისათვის მოსახერხებელ ადგილზე?
- გააჩნია თუ არა მაღაზიას თავშესაფარი მომხმარებლისათვის ცუდი ამინდის დროს?
- ძალიან ძვირი ხომ არ დაგიჯდებათ დამნაშავეობისაგან დაზღვევა?
- ხომ არ აპირებთ ისეთი მომსახურების გაწევას, როგორცაა ნაყიდი საქონლის ადგილზე მიტანა?
- ძალიან არის თუ არა დამოკიდებული სავაჭრო რაიონი სეზონურ ბიზნესზე?
- მოსახერხებელია თუ არა თქვენი საცხოვრებელი ადგილისა და თქვენი სავაჭრო ობიექტის ურთიერთგანლაგება?
- ცხოვრობენ თუ არა ახლომახლო თქვენი პოტენციური მყიდველები?

16. პარტნიორის შერჩევა და მისი მნიშვნელობა მცირე ბიზნესში

მეწარმემ, რომელიც ისწრაფვის ბიზნესიდან მიიღოს რაღაც უფრო მეტი, ვიდრე არსებობისათვის საჭირო სახსრები, განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა შეარჩიოს პარტნიორი.

პარტნიორი ეს არის ფირმის თანამფლობელი, რომლის მონაწილეობაც უზრუნველყოფს ფირმის ზრდისათვის საჭირო მოგებას.

შეირჩევს რა პარტნიორს, მცირე მეწარმე იმ მომენტიდან იწყებს მასთან ხელი-ხელ ჩაჭიდებულ მუშაობას. ამ კავშირს პარტნიორობა ეწოდება, რაც იმას ნიშნავს, რომ ფინანსური მხარდაჭერის სანაცვლოდ მეწარმე თავისი საქმის ნაწილს გადასცემს ინვესტორს. ეს ინვესტორს საშუალებას აძლევს გაზარდოს თავისი კაპიტალი. პარტნიორები საწარმოს თანამფლობელები ხდებიან და ორივე ერთი მიზნისთვის იღწვის: - მიიღოს მოგება.

მცირე საწარმოს ყველა მფლობელს ვურჩევთ მოძებნოს პარტნიორის სახით ისეთი ფირმა, რომელსაც სურვილი ექნება თავისი კაპიტალი ბიზნესში დააბანდოს და თქვენთან ერთად პარტნიორული მართვა განახორციელოს. პრაქტიკაში არის შემთხვევები, როდესაც პარტნიორი თქვენ მოქმედების საშუალებას არ გაძლევთ და მუდმივად ცდილობს ზეწოლა მოახდინოს თქვენზე. ხშირ შემთხვევაში ასეთი ინვესტორები თქვენს ბიზნესს აკონტროლებენ და წარმართავენ მათთვის სასარგებლო მიმართულებით.

სრულიად სხვადასხვა ფირმები ხდებიან მცირე საწარმოთა მფლობელების პარტნიორები. ჩვეულებრივ, მათ უწოდებენ ხოლმე ვენჩურულ ფირმებს (ანუ ფირმებს სარისკო კაპიტალით).

ტერმინი «ვენჩურული» გამოიყენება ძირითადად იმ კაპიტალის მიმართ, რომელიც მიმართულია მცირე ბიზნესში.

მცირე ბიზნესში სარისკო ღონისძიებები არც მეტია და არც ნაკლები, მსხვილ ბიზნესთან შედარებით, მაგრამ თუ არ გამართლდა ეს რისკი, მაშინ განსხვავება არსებითია. ნებისმიერი ფირმა მიდის რისკზე, მაგრამ იქ, სადაც წარუმატებლობის შემთხვევაში მცირე ფირმამ შეიძლება შეწყვიტოს თავისი არსებობა, მსხვილი კომპანია (მაგალითად ფორდ მოტორ კომპანის სახით) რჩება სიცოცხლისუნარიანი «დიდი ზარალიც რომ განიცადოს».

მეორე მხრივ, სარისკო საწარმოში წარმატებას მცირე ფირმებისათვის მოაქვს უფრო არსებითი შედეგები. დიდი წარმატების შემთხვევაში მცირე ფირმას შეუძლია თავისი პირველსაწყისი კაპიტალი გაზარდოს 1000-ჯერ და 5000-ჯერაც კი, შედარებით მოკლე პერიოდში. გიგანტ კომპანიებს კი მოაქვთ მნიშვნელოვანი შემოსავალი, მაგრამ არ შეუძლიათ უზრუნველყონ კაპიტალის ზრდა წარმატებით ფუნქციონირებად მცირე ფირმასთან შედარებით.

სწორედ ამიტომაც, პარტნიორის სახით გამოჩნდება ხოლმე ვენჩურული ფირმები. ისინი უწევენ ფინანსურ მხარდაჭერას მათთვის საინტერესო მცირე საწარმოებს. ხშირად, ასეთი მხარდაჭერის წყალობით, მცირე საწარმო იწყებს მძლავრ განვითარებას და ვენჩურული ფირმა ხდება მისი თანამფლობელი.

დამფინანსირებელი ფირმის შერჩევას მცირე საწარმოს მფლობელი ძალიან სერიოზულად და გონივრულად უნდა მიუდგეს, თუ სურს რომ მიაღწიოს მასთან ურთიერთობას, და მისი დახმარებით ესწრაფოდეს წარმატებას. გადაიზრდება თუ არა

მცირე საწარმო მსხვილ კომპანიად, ეს დიდად არის დამოკიდებული იმაზე, ეწყობიან თუ არა ერთმანეთს მცირე საწარმო და ვენჩურული ფირმა.

მაინც, რა უნდა გაითვალისწინოს მეწარმემ პარტნიორის შერჩევისას? აი, ზოგიერთი მომენტი:

პირველ რიგში უნდა დარწმუნდეთ იმაში, რომ ვენჩურული ფირმა, რომელზეც თქვენ გინდათ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი, რამდენად იღებს მოგებას დამოუკიდებლად და ამ საქმეში აქვს თუ არა დიდი გამოცდილება.

ვენჩურული ფირმა, რომელსაც შეეძლო «ფული გაეკეთებინა» წარსულში, რა თქმა უნდა, სიძნელეებს გადაეყრებოდა და ამ სიძნელეებიდან ღირსეულად გამოდიოდა. მაგრამ ახანდებს რა სარისკო საქმეში ფულს, ინვესტორმა იცის მხოლოდ ერთი რამ: აუცილებლად წარმოიქმნება სიტუაცია, როდესაც მას მოუხდება შეწუხდეს თავის მიერ დაბანდებული ფულის გამო, მაგრამ გადაწყვეტილება, რომ საქმე მიიყვანოს ბოლომდე, აუცილებლად აისახება მის საქმიანობაზე.

ამის მიზეზი მარტივია. სუსტი ნერვების მქონე ინვესტორი თუ წარუმატებლობის მცირე ნიშანი მაინც გამოჩნდება, ოღონდ გამოვიდეს ამ რთული მდგომარეობიდან და, მზად არის თვით ზარალის მიღების ფასადაც კი ყველაფერი მიატოვოს. ასეთი ზარალის საერთო მოცულობა მაშინვე გავლენას მოახდენს მის ფინანსურ ანგარიშებზე. ზედმეტად ფრთხილ ინვესტორებს შანსი არა აქვთ იმ ბრძოლაში გაიმარჯვონ, სადაც მონაწილეობს ვენჩურული კაპიტალი. მაგრამ ისინი მაინც მონაწილეობენ მასში, იმ იმედით, რომ აიძულებენ თავიანთ ფულს იმუშაოს მათთვის. ისინი არც კი ეჭვობენ, რომ ფულის დაბანდება მცირე საწარმოს მფლობელთან მათი თანამშრომლობის მხოლოდ პირველი და უმარტივესი ნაბიჯია.

ამ პრობლემასთან დაკავშირებით რჩება კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი მოსაზრება. ბევრი ვენჩურული ფირმა, როგორც წესი, თავის სასარგებლოდ არც თუ პატარა სარგებელს გამოქაჩავს, მაგრამ ეს იმას არ ნიშნავს, რომ მათ მიერ დაფინანსებული მცირე საწარმოს საქმეებიც ასევე კარგად მიდის. ამიტომ შედარებული უნდა იქნეს მცირე საწარმოსა და მათი დამფინანსებელი ვენჩურული ფირმის შემოსავლები.

უნდა დარწმუნდეთ, რომ ვენჩურულ ფირმას ჰყავს სპეციალური სამტატო პერსონალი, რომელიც თქვენთან იმუშავებს და რომ ეს მუშაობა მისთვის სასარგებლოა (იმისაგან განსხვავებით, თუ რას ფიქრობენ ვენჩურული ინვესტორები). ფული თავისით არასოდეს არ ამუშავდება. ფული შეგვიძლია შევადაროთ სასუქს, რომელიც ხელს უწყობს მცენარის ზრდას და ზეთს, რომელიც აუცილებელია მანქანის დაზეთვისათვის. იმისათვის, რომ ფულს სარგებელი მოჰქონდეს, საჭიროა არსებობდეს განსაზღვრული პირობები.

ვენჩურული ფირმის გამგებლობაში უნდა იყოს საშუალებები (როგორც წესი, მუშაკები), რომელთაც უნარი აქვთ მეწარმეებს აღმოუჩინონ აუცილებელი დახმარება. თუ ვენჩურულ ფირმას თვითონ არა აქვს შემოსავალი და, მისი ინვესტიციები მას არ აძლევს მოგების მიღების საშუალებას, მაშინ თვითონ ვერ შეძლებს მოემსახუროს მეწარმეს.

ბუნებრივია, რომ ვენჩურული ბიზნესით დასაქმებულ ადამიანებს თავიანთი ინტერესი აქვთ – წარმატებას მიაღწიონ მათ მიერ დაფინანსებულ მცირე საწარმოში. მეწარმეს უფლება აქვს, მიმართოს რჩევისათვის თავის ინვესტორს, როდესაც ასეთი აუცილებლობა წარმოიშობა. თუ ინვესტორები ჰკვიანურად არიან შერჩეული, მათ ყოველთვის გამოეძებნებათ შესაძლებლობა დაეხმარონ მეწარმეს, ან ყველა ძალას იხმარენ იმისათვის, რომ ასეთი შესაძლებლობა გაუჩნდეთ. გარდა ამისა, ისინი

დარწმუნებული არიან იმაში, რომ აღმოუჩენენ რა დახმარებას მეწარმეს, თვითონ შეძლებენ თავიანთთვის სარგებლის მიღებას.

პარტნიორს, რომელზეც თქვენ შეაჩერეთ არჩევანი, უნდა ჰქონდეს სახსრები, რაც საშუალებას აძლევს თქვენთან ითანამშრომლოს ხანგრძლივადიან პერიოდში.

ამრიგად, პირველი დებულება ვენჩურული ბიზნესის მიმართ ასეთია:

მეწარმემ არანაირ გარემოებაში არ უნდა დაკარგოს თავისი მცირე საწარმოს სააქციო კაპიტალზე საკუთრების უფლება. მან საკუთარი საწარმოს კაპიტალი მატერიალური თვალსაზრისით უნდა განიხილოს, როგორც თავისი ყველაზე დიდი ღირებულების მქონე ქონება და გაუფრთხილდეს მას.

მეორე დებულება:

ვინაიდან ვალიარებთ მცირე საწარმოს მესაკუთრის უფლებას - ფლობდეს თავისი საწარმოს კაპიტალის უმეტეს წილს, ყოველთვის მაქსიმალურად უნდა შევზღუდოთ ინვესტორის მონაწილეობის ხარისხი. ეს საშუალებას მისცემს დამფინანსებელ კომპანიას ფლობდეს საკუთრების მხოლოდ ნაკლებ წილს. ასეთნაირად შეგიძლიათ შეზღუდოთ დამფინანსებელი კომპანიის საერთო რისკის ხარისხი, რაც, ამასთან ერთად, ეხმარება მეწარმეს, უზრუნველყოს თავისი პარტნიორის სტაბილურობა.

აღნიშნული დებულებიდან კიდევ უფრო შორს შეგვიძლია წავიდეთ: მცირე მეწარმე პრინციპულად უნდა იღებდეს თავისი საქმიანობიდან შემოსავლის დიდ ნაწილს.

პრაქტიკაში არის ისეთი შემთხვევები, როდესაც აქციონერი ინვესტორები მეწარმეებს კაბალურ პირობებს სთავაზობენ არა კაპიტალის პირველი დაბანდების დროს, არამედ შემდეგ, როდესაც მცირე საწარმოს მფლობელი მეორედ მიმართავს ფინანსური მხარდაჭერისათვის. ამ დროს აქციონერი ინვესტორი მოსთხოვს მეწარმეს საკუთრების დამატებით ხვედრით წილს. აღნიშნული, როგორც ვხედავთ, ეწინააღმდეგება აქ ჩამოყალიბებულ დებულებას. სწორი იქნება, თუ აქციონერი – ინვესტორები მეწარმეებს კაპიტალის პირველსავე დაბანდების დროს შეუთანხმდებიან საკუთრების წილზე.

და კიდევ ერთი დებულების შესახებ ვენჩურული ბიზნესის ირგვლივ:

მეწარმეს შეუძლია ინვესტორ-აქციონერს გადაუხადოს თავისი საწარმოების აქციების მთელი მოგება, რომელიც ამ უკანასკნელს ეკუთვნის. ამიტომ მეწარმე და ინვესტორ-აქციონერი წინასწარ მოილაპარაკებენ მოგების გაანგარიშებისა და საკუთარი საწარმოს აქციების გამოსყიდვის წესზე. მცირე საწარმოს ბევრი მფლობელი ცდილობს, რომ გამოისყიდოს აქციონერი-ინვესტორის საკუთრების წილი.

მოკლედ ჩამოვაყალიბოთ ზემოთ ნათქვამი: ადამიანი, რომელმაც გადაწყვიტა საკუთარი საქმე გახსნას, მზად არის მთები გადააბრუნოს. ვენჩურული კაპიტალისტიდან მცირე საწარმოს მფლობელს ესაჭიროება სახსრები, რათა საქმეს მისცეს საჭირო მიმართულება. ზრუნვის ყველა მხარეს თავის თავზე იღებს მცირე საწარმოს მფლობელი. იგი ფლობს მის მიერ შექმნილ საწარმოს და წარმატების შემთხვევაში იღებს მოგების მნიშვნელოვან ნაწილსაც. არავის არა აქვს უფლება მის წინ წავიდეს სასურველი წარმატების მისაღწევად. ამ ეტაპზე მას ესაჭიროება შესაძლებლობა მიეცეს გამოისყიდოს საკუთრების ის წილი, რომელიც მას არ ეკუთვნის, ამასთან გამოისყიდოს იგი ისეთი ფასით, რომელიც ჯერ-ერთი მისაწვდომია მისთვის და, მეორე, უზრუნველყოფს მისი პარტნიორის – აქციონერ-ინვესტორის მოგებას. ვენჩურული კაპიტალისტი უნდა კმაყოფილდებოდეს მოგების მცირე ნაწილით. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ მცირე მეწარმე გეგმავს დიდ ბიზნესში გადასვლას, აქციონერ-ინვესტორმა არ უნდა დატოვოს იგი ფინანსური მხარდაჭერის გარეშე.

17. ქონება და მისი სამართლებრივი გაფორმება

გავლილი პროცედურების შემდეგ თქვენი ამოცანაა, მიიღოთ საკუთრების ფლობისა და საწარმოს შექმნის იურიდიული უფლება.

ბიზნესის დასაწყებად თქვენ დაგჭირდებათ, გქონდეთ ქონება, საკუთრება.

წარმოვიდგინოთ, რომ თქვენი ბიზნესი არის ხილის ბაღის მოვლა და მოწეული მოსავლის რეალიზაცია. ბაღი და ხილი არის თქვენი ქონება. საიდან გაჩნდნენ ისინი? ბაღი შეიძლება გააშენოთ თქვენ თვითონ, იყიდოთ, მემკვიდრეობით მიიღოთ, სახელმწიფომ გაჩუქოთ, არენდით აიღოთ და სხვა.

რომელი საწარმოც არ უნდა აიღოთ, მაგალითისათვის, ფარდული, საპარიკმახერო, საზეინკლო სახელოსნო თუ სხვა, ყველგან გჭირდებათ ქონება, ქონების გარეშე ვერაფერს გააკეთებ. მაშასადამე ნებისმიერი საწარმოს საქმიანობისათვის აუცილებელია მიწის ნაკვეთი, შენობა-ნაგებობა, მოწყობილობა, ნედლეული, მასალები, მზა პროდუქცია და სხვა.

საწარმოს შესაქმნელად პირველ რიგში დაგჭირდებათ:

- შენობები წარმოებისა და ოფისისათვის;
- საწარმოო მოწყობილობა;
- ნედლეული და მასალები;
- კომპიუტერები და სხვა ორგტექნიკა;
- კავშირგაბმულობის საშუალებები;
- ტრანსპორტი;
- ლიცენზიები და პატენტები და სხვა.

ქონება იყოფა: უძრავ ქონებად და მოძრავ ქონებად

უძრავი ქონება ისეთი ობიექტებია, რომელთა გადაადგილება შეუძლებელია ისე, რომ არსებითი ზარალი არ მიადგეთ: შენობები, ნაგებობები, მიწის ნაკვეთი, ნარგავები, წიაღისეულის ნაკვეთები და ა.შ. მათვე მიეკუთვნება საჰაერო და საზღვაო ხომალდები. საწარმო ან მისი ნაწილი, უძრავი ქონება, ექვემდებარება ყიდვა-გაყიდვას.

გაითვალისწინეთ: უძრავი ქონება ექვემდებარება სახელმწიფო რეგისტრაციას.

მოძრავია ქონება, რომელიც არ შეიძლება მიეკუთვნოს უძრავ ქონებას. მაგალითად, ავეჯი, საყოფაცხოვრებო ტექნიკა, ფული, ფასიანი ქაღალდები. ისინი არ ექვემდებარებიან სახელმწიფო რეგისტრაციას.

ქონების შეძენის შემდეგ თქვენ ხდებით მისი მესაკუთრე, რაც უფლებას გაძლევთ გამოიყენოთ ის არა მხოლოდ საწარმოს მუშაობაში, არამედ განიჭებთ ბიზნესისათვის აუცილებელ უფლებებს: განსაზღვროთ მისი გამოყენების ხერხები და მიმართულებები, აიყვანოთ თქვენს ბალანსზე, გაყიდოთ, იჯარით გასცეთ, გაანადგუროთ და სხვა.

ქონებაზე საკუთრების უფლება გაძლევთ სამეწარმეო საქმიანობის წარმართვის შესაძლებლობებს:

- საკუთრება თქვენ გზდით საბაზრო ურთიერთობების თანაბარუფლებიან მონაწილეს – კანონის წინაშე საკუთრების ყველა ფორმის სუბიექტი თანაბარია;
- საკუთრების ხელშეუხებლობა: არავის არ შეუძლია თქვენი საკუთრების ჩამორთმევა სასამართლოს გადაწყვეტილების გარეშე;
- სახელშეკრულებო ურთიერთობების თავისუფლება: ხელშეკრულების სუბიექტები თავისთავად და გარეგანი იძულების გარეშე იღებენ გადაწყვეტილებებს;

- პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა, საკუთარი ღირსებისა და პატივის დაცვის უფლება;
- თქვენი უფლებების წინააღმდეგობების გარეშე განხორციელება: ყველას აქვს უფლება თავისუფლად გამოიყენოს თავისი უნარ-ჩვევები, თავისი ქონება სამეწარმეო და სხვა საქმიანობისათვის, რომელიც კანონით არ არის აკრძალული;
- დარღვეული უფლებების აღდგენა: უსაფუძვლოდ ჩამორთმეული ქონების დაბრუნება, ზარალის ანაზღაურება და სხვა;
- დარღვეული უფლებების სასამართლოთი დაცვა და სხვა.

ქონება შეიძლება გქონდეთ არა მარტო საკუთრებაში, არამედ სამეურნეო გაძღოლის ან ოპერატიული მართვის სახით.

სამეურნეო გაძღოლის ქვეშ მიღებულ ქონებაზე თქვენ შეგიძლიათ შექმნათ ახალი საწარმო, განსაზღვროთ მისი საქმიანობის საგანი და მიზანი, დაიქირაოთ მენეჯერები, მიიღოთ მოგების ნაწილი, რომელიც მიღებულია ამ ქონების გამოყენებით.

მაგრამ, მესაკუთრის თანხმობის გარეშე, უფლება არა გაქვთ გაყიდოთ, არენდით გასცეთ, გირაოდ ჩადოთ და სხვა.

ოპერატიული მართვის უფლებით მიღებულ ქონებას თქვენ შეიძლება ფლობდეთ, გამოიყენოთ და განკარგოთ იგი. მისი დანიშნულების მიხედვით, თქვენი საქმიანობის მიზნების შესაბამისად. თქვენ შეგიძლიათ გამოუყენებელი ან სულაც დაუდგმელი მოწყობილობა თქვენი შეხედულებისამებრ გამოიყენოთ.

თუ ქონება თქვენი საკუთრებაა, მაშინ შეგიძლიათ ამ ქონების ფლობის, გამოყენებისა და განკარგვის თქვენი უფლებები გადასცეთ სხვა პირს და თქვენ ისევ მესაკუთრედ დარჩეთ.

თქვენი საკუთრების მართვის უფრო რთული ფორმაა ტრასტი (ინგლ. trust – ნდობა). ამ შემთხვევაში ტრასტის დამფუძნებელი – მესაკუთრე ქონებაზე საკუთრების უფლებით აღჭურავს მმართველს (ეს შეიძლება იყოს არა მარტო საწარმო, არამედ ფული, ფასიანი ქაღალდები და სხვ). მმართველი, მოქმედებს რა მესაკუთრის ინტერესებით, ასეთი საქმიანობის შედეგად მიღებულ მთელ შემოსავალს გადასცემს მას.

თქვენს მიერ შექმნილი მცირე საწარმოს ქონება შეიძლება გეკუთვნოდეთ როგორც თქვენ, ერთპიროვნულად, ასევე რამოდენიმე პირს. იმ შემთხვევაში, როდესაც ეს ქონება თქვენ გარდა კიდევ ერთ ან რამდენიმე პირს ეკუთვნის, მაშინ საუბარია საერთო საკუთრების შესახებ.

საერთო საკუთრება შეიძლება იყოს წილობრივი ან ერთობლივი. წილობრივი საკუთრების შემთხვევაში განისაზღვრება მონაწილეთა ზუსტი წილი საერთო ქონების უფლებებში. ქონების გაყოფის დროს ყველა მესაკუთრე იღებს თავის წილს.

ერთობლივი საკუთრების შემთხვევაში საკუთრების უფლება ცალკეულ ობიექტზე მესაკუთრეებს შორის არ იყოფა. ამ უფლებებს ისინი ფლობენ ერთობლივად. ამიტომ ცალკეული მესაკუთრის წილი წინასწარ არ განისაზღვრება და ქონების გაყოფის დროს ყოველი მათგანის წილი განისაზღვრება მხოლოდ სასამართლოთი.

თქვენ მიერ დაარსებული საწარმოს (სამეწარმეო საქმიანობის ობიექტების) მოგების წყაროს წარმოადგენს ქონება, საქონელი (ნივთები, მომსახურება), ფული, ფასიანი ქაღალდები, ინფორმაცია, ინტელექტუალური საქმიანობის შედეგები (პატენტები, ლიცენზიები, სამეცნიერო სამუშაოები, ლიტერატურული ნაწარმოებები, ნოუ-ჰაუ).

სამეწარმეო საქმიანობის ობიექტები, როგორც წესი, ექვემდებარებიან თავისუფალ ყიდვა-გაყიდვას. თუმცა, არის ისეთი ობიექტებიც, რომელთა გაყიდვა აკრძალულია ან შეზღუდულია კანონით (მაგ. იარაღით, ნარკოტიკებით და სხვათა ვაჭრობა).

გაითვალისწინეთ! თქვენი სამეწარმეო საქმიანობისათვის შექმნილი, შექმნილი თუ სხვა წესით მიღებული ქონება, ჯერ კიდევ, არ გაძლევთ ამ საქმიანობის დაწყების უფლებას.

იმისათვის, რომ მიიღოთ ასეთი უფლება, უნდა მოახდინოთ მისი ლეგალიზაცია სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებში. ამასთან, აუცილებლად მოგიხდებათ გაიაროთ მთელი რიგი ბიუროკრატიული ხასიათის ფორმალური პროცედურები.

ნებისმიერ სფეროში შექმნილი თქვენი ბიზნესის იურიდიულად გაფორმება შეიცავს:

- საწარმოს დაფუძნება, მისთვის ერთ-ერთი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მინიჭება (ინდივიდუალური საწარმო, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, კომანდიტური საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება, კოოპერატივი, სახაზინო საწარმო).
- საწარმოს რეგისტრაცია სახელმწიფო ორგანიზაციაში;
- საპოლიციო ორგანოდან საწარმოს ბეჭდის, შტამპის, საფირმო ბლანკების დამზადებაზე ნებართვის მიღება და მათ დამამზადებლებთან შეკვეთა;
- ბანკში ანგარიშსწორების ანგარიშის გახსნა (მათ შორის სავალუტო);
- საწარმოს აღრიცხვაზე დაყენება საგადასახადო ორგანიზაციაში რეგისტრაციის ადგილის მიხედვით;
- საწარმოს აღრიცხვაზე დაყენება სტატისტიკურ ორგანოებში.

აღნიშნული საკითხების რეგულირება საქართველოში ხდება სამოქალაქო კოდექსისა და კანონების - «მეწარმეთა შესახებ», «ლიცენზიის შესახებ» და სხვათა საფუძველზე.

მათი აქ განხილვა მიზანშეწონილად არ მიგვაჩნია. სტუდენტები ცალკე გაივლიან სამართლის კურსს.

თუმცა, ერთი შენიშვნა მაინც გვინდა გავაკეთოთ: ზევით აღვნიშნეთ, რომ საქართველოს კანონმდებლობა ცალკე არ ახდენს მცირე საწარმოების რეგულირებას.

ვფიქრობთ, დისკრიმინაციის ეს ფორმა, რომელიც მხოლოდ საქართველოს კანონმდებლობაშია, როდესმე დასრულდება. მანამდე კი დამწყები ბიზნესმენი თავისი საწარმოს სამართლებრივი გაფორმების დროს მცირე საწარმოს სტატუსს ვერ მიიღებს. იგი გაფორმდება როგორც ჩვეულებრივი საწარმო, მისი საქმიანობის მასშტაბების მიუხედავად. ეს იმას ნიშნავს, რომ თქვენ იღებთ იურიდიულ უფლებას, ეწეოდეთ ბიზნესს და შეგიძლიათ მოიწვიოთ ფიზიკური და იურიდიული პირები, გამოიყენოთ მათი ფინანსები, ქონება, ინტელექტუალური საკუთრება. თქვენ იღებთ უფლებას, დამოუკიდებლად დაგეგმოთ საწარმოო საქმიანობა, აირჩიოთ თქვენი მომწოდებლები და მომხმარებლები, დააწესოთ ფასი, განახორციელოთ საწარმოს ადმინისტრაციულ-განმკარგულებელი საქმიანობა და სხვ.

დასკვნის მაგიერ

თქვენი ქონებისა და თქვენი ბიზნესისათვის სამართლებრივი სტატუსის მიღების შემდეგ უკვე მზად ხართ შეუდგეთ საქმეს. ნუ დააყოვნებთ, დაიწყეთ.

მაგრამ გახსოვდეთ, თქვენი საქმიანობა, ფიქრი და განსჯა ამით არ დამთავრებულა. პირიქით, მთავარი, საინტერესო და რთული გზა ახლა იწყება. წარმატებული ბიზნესი თავისით არ მოდის. ამისათვის საჭიროა დაუღალავი შრომა, უამრავი წინააღმდეგობების გადალახვა. არ დაივიწყოთ საყოველთაოდ ცნობილი

ბიზნეს-აფორიზმი: «საქმე ავტომობილს ჰგავს: თავისით მხოლოდ დაღმართში მიგორავს».

გააგრძელეთ ცოდნის მიღება. იკითხეთ ბიზნესის შესახებ არსებული ლიტერატურა, იგი დაგეხმარებათ სწორი გადაწყვეტილებები მიიღოთ ბიზნესში. გახსოვდეთ ქართველი მწერლის, ოტია იოსელიანის, შეგონება: «განათლება იმისთვის არის მოგონილი, რომ სწორად იმოქმედო და იცხოვრო. წიგნიდან გელაპარაკება გენიოსი, ხომ? თუ კაცი არ კითხულობს, იქნება რეგენი. რაც კაცობრიობას უაზროვნია, ის მოცემულია წიგნში, თუ არ წაიკითხავ, დაბრუნდები გამოქვაბულში»¹.

ქვემოთ შემოგთავაზებთ ცნობილი ადამიანების გამონათქვამებს ბიზნესის შესახებ და ზოგიერთი თანამედროვე წარმატებული ბიზნესმენის განვლილი ცხოვრების გზის აღწერას.

18. გამოჩენილი პიროვნებები ბიზნესის შესახებ და მათი შეგონებები

- «ბიზნესი გამოგონილია იმიტომ, რომ გაიზარდოს ბედნიერ ადამიანთა რიცხვი» – ჩარლზ რევსონი, ამერიკული კოსმეტიკური კორპორაციის ხელმძღვანელი.
- „თუ შენ ყიდულობ იმას, რაც შენ არ გინდა, მალე გაყიდი იმას რაც შენთვის აუცილებელია“ – ბენჟამინ ფრანკლინი, ამერიკელი მწერალი.
- „შეუძლებელია“ – ეს სიტყვა, ლექსიკონში შეტანილია მხოლოდ სულელების მიერ ნაპოლეონ ბონაპარტე, საფრანგეთის იმპორატორი.
- „რაც დაკარგე წუთში, სამარადისოდ ვეღარ დაიბრუნებ“ – ფრიდრიხ ბიფერი, გერმანელი პოეტი.
- „ცივილიზებულ ქვეყანაში გარდაქმნები გარდაუვალია“ – ბენჟამინ ლიზრაელი, გამოჩენილი ინგლისელი პოლიტიკოსი.
- „ჩვენი კომერცია, ავადმყოფი ქალიშვილივითაა, რომელიც კი არ უნდა შევაშინოთ, ან სიმკაცრით ჩავაგდოთ სასოწარკვეთილებაში, არამედ მოფერებით გავამხნევოთ“ – პეტრე პირველი დიდი, რუსეთის მეფე.
- „არავის არ შეიძლება დააძალო მდიდარი ან ჯანმრთელი იყოს მისი ნების საწინააღმდეგოდ“ – ჯონ ლოკი, ინგლისელი ფილოსოფოსი.
- „გახსოვდეთ, რომ ყოველი ადამიანი ცხოვრებას უყურებს თავისი საუკეთესო თვალსაზრისით“ – მარტინ შელინი, ინგლისელი სოციოლოგი.
- „თევზი პატარაა, მაგრამ ნებისმიერ ხოჭოზე უკეთესია“ – მ.უ.სალტიკოვ-შჩედინი, რუსი მწერალი.
- „ოხ, როგორი მოთმინება უნდა, რომ ისწავლო იყო მომთმენი“ – სტანისლავ უპსი ცეც პოლონელი სატორიკოსი.
- „ბიზნესი-საქმეა, რომელსაც შენ ემსახურები შიშისა და ფულის გამო“ – სამეწარმეო ფოლკლორი.
- „მეწარმეობა ნიშნავს წამოიწყო, აღასრულო რომელიმე ახალი საქმე, შეუდგე რაღაც მნიშვნელოვნის შესრულებას“ – ვ.დალის განმარტებითი ლექსიკონი.
- „წარმოების ერთადერთ მიზანს წარმოადგენს მოხმარება“ – ადამ სმითი, ინგლისელი ეკონომისტი.

¹ გაზ. «ყველა სიახლე», №24, 12-18 ივნისი, 2008.

➤ „ყველანაირ კეთილ საქმეს, ყველანაირ კეთილშობილ საქციელს საფუძვლად უდევს კომპრომისი და კომერციული გარიგება“ ედმუნდ ბურკი, ინგლისელი ფილოსოფოსი.

➤ „მართო – ნიშნავს წაიყვანო საწარმო თავისი მიზნისაკენ, ყველა არსებული რესურსისაგან მიიღო მაქსიმალური შესაძლებლობები“ – ანრი ფაიოლი – თანამედროვე მენეჯმენტის ერთ-ერთი დამფუძნებელი.

➤ «ადამიანების ბედნიერება, ძირითადად, მდგომარეობს სიმდიდრეში, ხოლო სიმდიდრე – შრომაში» - ფრანგი ეკონომისტი ანტუან მონკრეტენი (1615 წ.).

➤ „ბაზარი - ეს არის განთავისუფლება, შესაძლებლობა - მისწვდე ახალ სამყაროს, შესაძლებლობა ამოყვინთო ზედაპირზე“ – ფერნან ბარიდედი, ფრანგი ისტორიკოსი.

➤ „საგნების გაცვლისაკენ მიდრეკილება წარმოადგენს აზროვნების აუცილებელ შედეგს და მჭერმეტყველების ნიჟს“ – ადამ სმითი, ინგლისელი ეკონომისტი.

➤ აშშ-ის საუკეთესო საწარმოებისათვის დამახასიათებელია რვა ნიშანი:

- მომხმარებლისაკენ
- ადამიანისგან მწარმოებლობა;
- მოქმედებისაკენ მისწრაფება;
- დამოუკიდებლობა და ყაირათიანობა;
- ფასეულობების მეშვეობით შეგულიანება, ხელმძღვანელის აქტიური ჩართვა პერსონალის საქმეში.

- თავისი განუმეორებელი საქმისადმი მიმდევრობა;
- მართვის მარტივი ფორმა, მოკრძალებული შედეგები;
- მოქმედების თავისუფლება და სიმკაცრე ამავედროულად. ტომ ტიპერი და რობერტ უოტერმენი, მენეჯმენტის დარგში ცნობილი ამერიკელი სპეციალისტები.

➤ «ლოგიკური აზროვნების წამყვანი როლი პრობლემების ანალიზში უეჭველია, მაგრამ არ შეიძლება დავაკნინოთ გრძნობებისა და ინტუიციის მნიშვნელობაც». – მ. რუბინშტეინი, ამერიკელი სოციოლოგი.

➤ დღეს ინგლისში ფირმების 98% მცირე ფირმებია. მათში მუშაობს კერძო სექტორის მუშებისა და მოსამსახურეების მესამედზე მეტი; აშშ-ში ეს ციფრები უფრო მნიშვნელოვანია; მცირე საწარმოთა რიცხვი ყოველწლიურად იზრდება დაახლოებით 10%-ით, თანაც, უმეტეს მათგანში დასაქმებულთა რიცხვი შეადგენს 20-ამდე მუშაკს. ასეთი ჯგუფის ბიზნესმენების შემოსავლიანობა მუდმივად იზრდება.

➤ «ის, ვინც ეძებს მილიონებს, იშვიათად პოულობს, სამაგიეროდ, ის, ვინც არ ეძებს, ვერასოდეს პოულობს». – ონორე დე ბალზაკი, ფრანგი მწერალი.

➤ «არ დაკმაყოფილდეთ პირველი გადაწყვეტილებით, რომელიც თავში მოგივათ. ეცადეთ, იპოვოთ მისი სუსტი ადგილები. სცადეთ იპოვოთ მოცემული პრობლემების სხვა გადაწყვეტილებები, შეადარეთ ისინი პირველს». – მ. რუბინშტეინი, ამერიკელი სოციოლოგი.

➤ «ვაჭრობის წყალობით, ყველა ხალხმა სხვა ხალხების ზნე-ჩვეულებანი გაიცნო და შეძლო მათი შედარება. ამან მოგვიყვანა სასიკეთო შედეგებამდე». – შარლ მონტესკიე, ფრანგი ფილოსოფოსი.

➤ «საბოლოო გადაწყვეტილებების მიღებამდე დაილაპარაკეთ ვინმესთან თქვენი პრობლემების შესახებ». – მ. რუბინშტეინი, ამერიკელი სოციოლოგი.

➤ «ექსტრემალურ სიტუაციაში, რომელიც გადადებას ვერ ითმენს, დადებითი გადაწყვეტილებები მიიღე მხოლოდ მის სისწორეში სრული დარწმუნების შემდეგ. თუ ეჭვობ – გადაწყვიტე უარყოფითად».

➤ «კაპიტალი არის ქვეყნის სიმდიდრის ის ნაწილი, რომელიც გამოიყენება წარმოებაში». – დავიდ რიკარდო, ინგლისელი ეკონომისტი.

➤ «სიკვდილი და გადასახადები – გარდაუვალია». – თომას ხალიბერლინი, ინგლისელი მწერალი.

➤ თქვენი თავი არ განაწყოთ სწრაფი წარმატებისათვის, სხვანაირად თქვენ მოგელით მოლოდინზე უფრო დიდი იმედის გაცრუება.

არ შემოიფარგლოთ თქვენი საქმიანობის მხოლოდ ერთი მიმართულებით: წარუმატებლობის შემთხვევაში თქვენ აღმოჩნდებით გამოუვალ მდგომარეობაში. ყოველთვის უნდა გქონდეთ გარკვეული არჩევანი – ამერიკელები ტყუილად კი არ გვირჩევენ ყველა კვერცხი ერთ კალათაში არ ჩააწყობთო. რუსები კი – ყველაფერს ერთ ლურსმანზე ნუ ჩამოკიდებთ, შეიძლება მოწყდესო.

➤ თქვენი საქმიანობის მიზანი უნდა იყოს კონკრეტული და მიღწევადი ახლო თვალსაწიერ ვადებში;

➤ არ შეგეშინდეთ ბანკროტობის (ამისთვის ციხეში არ ჩაგვამენ). ამერიკელების გამოცდილებით, ბანკროტი საწარმოების რიცხვი წელიწადში 3%-ს არ აჭარბებს.

➤ აღივსეთ ოპტიმიზმით, გახსოვდეთ – ბიზნესმენების უმეტესობა წარმატებებს აღწევს.

➤ აი, რას გვეუბნება ამერიკელი ჰენრი ფორდი, ავტომობილების მეფე: - პირველ რიგში არ უნდა დააყენოთ ფინანსური წარმატება. ფულზე გადაჭარბებულ ზრუნვას მოსდევს წარუმატებლობა, რომელიც აფერხებს საქმეს, იწვევს კონკურენტების წინაშე შიშს, გაიძულებთ გეშინოდეთ სიახლეების, წარმოების გაძღოლის მეთოდების, ფრთხილად ყოველი ნაბიჯისგან, რომელსაც ბიზნესში სიახლეები მოაქვს. საბოლოო ჯამში, წარმატებისაკენ გზა გახსნილია იმათთვის, ვინც, უწინარეს ყოვლისა, ფიქრობს შეუპოვარ შრომაზე, თავისი სამუშაოს საუკეთესოდ შესრულებაზე.

- თუ თქვენ ვიღაცისგან მოითხოვთ, რომ მან თავისი დრო და ენერჯია მოახმაროს საქმეს, მაშინ გაისარჯეთ, იზრუნეთ იმაზე, რომ იგი არ განიცდიდეს ფინანსურ სიმწელებას. ეს აგინაზღაურდებათ. ჩვენი მოგებები გვიმტკიცებს, რომ მუშაკთა მაღალი ხელფასები წარმოადგენს ყველაზე მაღალ საქმიან პრინციპს.

- როდესაც მოგება «ამოიღება» მყიდველისაგან ან მუშებისგან, ეს მოწმობს საქმის ცუდად გაძღოლას. გეშინოდეთ - გააუარესოთ პროდუქტი და გაქურდოთ მოსახლეობა, გეშინოდეთ ხელფასის შემცირებისა. მოგება უნდა მოგცეთ საქმის დახელოვნებულმა, გაწაფულმა, დაოსტატებულმა ხელმძღვანელობამ. თქვენს სამუშაოში ჩააქსოვეთ მეტი ტვინი – ტვინი და ერთხელ კიდევ ტვინი.

- წარუმატებლობები მოდის შიშის, უძრაობის, განებივრებისა და უზრუნველობის შედეგად. შიშის დაძლევა ქმნის რწმენასა და ბარაქას. ადექით და შეიარაღდით, დაე, მოწყალეა მიიღონ სუსტებმა.

➤ ყველაფერი იწყება მცირედან:

- დარწმუნებული იყავი, რომ გიყვარს მოგება და არა პროდუქტი. ბევრი ემოციური ხდება ბიზნესის შექმნისას და კარგავს სწორი განსჯის უნარს. მნიშვნელოვანია იყო ობიექტური!

- წარმატებისათვის არ არის აუცილებელი - იყო გენიოსი, წინასწარმეტყველი ან უმაღლესი განათლების მქონე. «შენ გჭირდება მხოლოდ ჩარჩო და ოცნება». – მაიკლ დელი, DELL Computers-ის დამფუძნებელი;

- «ითამაშე წესებით, მაგრამ იყავი დაუნდობელი». - ფილიპ ნაითი, «ნაიკის» დამფუძნებელი;

- «საქმე ის კი არ არის, რომ მასში იყო ჩართული, არამედ, როგორ მართავ მას. ყველა ბიზნესს აქვს ფულის კეთების ფორმულა. შენ გჭირდება ციფრებით გამოსახო ფორმულა შენი კონკრეტული ბიზნესისთვის». - გრეგ ბროფი, Shred It America Inc-ის დამფუძნებელი;

- «ყველა პიროვნებას, ვისაც შეხვდები, მოაჩვენე თავი, თითქოს კისერზე ჰქონდეს წარწერა: «მაგრძობინე, რომ მნიშვნელოვანი ვარ». ამგვარად არა მხოლოდ ბიზნესში, არამედ პირად ცხოვრებაშიც წარმატებული იქნები». - მერი ქეი ეში, MMary Kay Cosmetics-ის დამფუძნებელი;

- «მართე ბიზნესი, რათა ის თვითმართვადი არ გახდეს». - ბენჟამინ ფრანკლინი;

- «დაგეგმე ინტუიციით და იმოქმედე გონებით». - ლილიენ ვერნონი;

- «ვერასოდეს იქნები წარმატებული, თუ საკუთარი საქმე არ გიყვარს». - დევიდ სარნოფი, RCA-ს დირექტორი

- «შენს ბედს არჩევანი განსაზღვრავს და არა შანსი». - ჯენ ნიდები, WEIGHT WATCHERS-ს დამფუძნებელი;

- «არსებობს ერთადერთი უფროსი – კლიენტი». - სამ ვოლტონი, Wal-Mart-ის დამფუძნებელი;

- «თუ მხოლოდ ფულისთვის მუშაობ – ვერასოდეს იშოვი. მაგრამ თუ გიყვარს საკუთარი საქმიანობა და პირველ ადგილზე კლიენტს აყენებ, წარმატება გარანტირებული გაქვს – რეი კროკი, McDonald's-ის დამფუძნებელი;

- «ბიზნესში წარმატებული რომ იყო, საჭიროა გყავდეს მეგობრები, უფრო მეტი წარმატებისათვის კი – მტრები» - ქრისტოფორ ონდაატე, ფინანსისტი.

- «არავის არ შეუძლია მოგაყენოთ უფრო მეტი ზიანი, ვიდრე ყველაზე სუსტ კონკურენტს. ბედს მადლობა უთხარით ძლიერი კონკურენტის გამო». - ალფრედ პოლიტცი;

- სემ უოლტონი – საცალო ვაჭრობის მსოფლიო იმპერიის Wai-mart-ის შემქმნელი - «არასაიდუმლო საიდუმლოებანი»: საქმისადმი ფანატიკური ერთგულება, კლიენტებისადმი განსაკუთრებული ყურადღება, ეგრეთვე ის ტექნოლოგიები, რაც შრომის რაციონალიზაციას განაპირობებს.

- «მუდამ დაბალი ფასები». - საცალო ვაჭრობის მსოფლიო იმპერიის Wai-mart-ის შემქმნელის კორპორაციის ლოზუნგი.

ნამდვილად არ არის იოლი სრულშტატიანი სამსახური დააბალანსო ნახევარგანაკვეთიან ბიზნესთან, თუმცა ეს სავსებით შესაძლებელია. ბიზნეს-ექსპერტის არნოლდ სენაუს რჩევები დაგეხმარებათ წარმატებული გახადოთ ნახევარგანაკვეთიანი ბიზნესი:

o ჩართე ოჯახის წევრები შენს ბიზნესში, როგორც კი ამის შესაძლებლობა გექნება. თუნდაც უპასუხონ სატელეფონო ზარებს, არეგულირონ საფოსტო გზავნილები, აკონტროლონ შეკვეთები და ა.შ. ოჯახის დახმარებით დროს დაზოგავ, ამასთანავე, ოჯახის წევრებს ჩამოუყალიბდებათ განცდა, რომ წარმოადგენენ შენი ბიზნესის ნაწილს;

o მზად იყავი შეზღუდო პირადი ცხოვრების ინტერესები – აღარ გექნება ბევრი დრო გართობისათვის, ტელევიზორის საყურებლად, ქეიფისათვის ან სხვა რაიმე საყვარელი საქმიანობისათვის. დარწმუნებული იყავი, რომ ნამდვილად ღირს ამ მსხვერპლის გაღება, თუ შენი მიზანია იყო წარმატებული როგორც სამსახურში, ისე საკუთარ ბიზნესში;

o კონცენტრირებული იყავი არსებული დავალების შესრულებაზე – არ გაგიტაცოს ფიქრებმა მუშაობის დროს, თავიდან აირიდე ხელისშემშლელი პირობები და მოაწესრიგე შენი სამუშაო გარემო;

o არ გააცდინო დრო – პირადი ზარები განახორციელე შესვენების დროს ან სამსახურის დაწყებამდე; შეცადე ნაყოფიერად გამოიყენო ყოველი წუთი;

o არ გასცდე საზღვრებს – არაეთიკურია საკუთარი ბიზნესის ინტერესებისათვის დამსაქმებელი კომპანიის აპარატურის და სხვა ინვენტარის გამოყენება, ასევე არასასურველია ბიზნესის საკითხებს დაუთმო არასამუშაო საათები;

o იყავი გულახდილი – საკუთარ სიტუაციას ყველაზე კარგად შენ შეაფასებ, თუმცა, მაინც გირჩევთ, იყო გულახდილი შენს უფროსთან და საქმის კურსში ჩააყენო, რომ აპირებ საკუთარი ბიზნესის წამოწყებას. ამგვარად მოიპოვებ უფროსის მეტ ნდობას და გაუქმარწყლებ ეჭვს, რომ რაღაცას მალავ და არამიზნობრივად ხარჯავ სამუშაო საათებს;

- შენი რომელიმე ჰობი შეიძლება წინ უძღოდეს ბიზნესიდეებს. მაგალითად, თუ ანტიკვარული ნივთების შეგროვება გიზიდავს, გამოიყენე შენი მისწრაფება და ჩართე ბიზნესში. ვთქვათ, გახსენი ანტიკვარული ნივთების ყიდვა-გაყიდვის ინტერნეტ-მაღაზია. სანამ გადაწყვეტ ბიზნესის დაწყებას, შეისწავლე მისი პოტენციალი. იდეა ხელიდან არ გაუშვა და შეუდექი საკუთარი ბიზნესის შენებას.

- არსებობს ერთი შეცდომა, რომელიც ხშირად მოსდით საქმიან ადამიანებს. კერძოდ, ზოგიერთი მათგანი რეკლამას ზებუნებრივ ძალას ანიჭებს. ჰგონიათ, რომ მხოლოდ რეკლამამ უნდა გაყიდოს პროდუქტი, რომ მეტი რეკლამა ავტომატურად ნიშნავს მეტ გაყიდვას. მაგრამ არ მოტყუვდეთ! მარტო რეკლამა პროდუქტს ვერ გაგიყიდით. პროდუქტის გაყიდვა ეს არის შედეგი, რომელიც მიიღწევა მრავალი ფაქტორის კომბინაციის შედეგად. მნიშვნელოვანია თავად ის, თუ რა არის პროდუქტი, როგორია ფასი, როგორ ხდება მყიდველამდე მისი მიწოდება და როგორ ვაცნობთ მას მყიდველებს.

➤ ბიზნესის საყოველთაოდ აღიარებული გურუ კრის არპირისი ამტკიცებს, რომ დღეს თვით ყველაზე უნარიანი ადამიანებიც კი გუნდში არაეფექტურად მუშაობენ. რატომ ხდება ასე? ჩაფლული ვართ რა მუშაობაში, ვივიწყებთ საკუთარი თავის, საკუთარი ტალანტის და ოცნებების შესახებ. ვერ ვამჩნევთ, რა ცვლილებებს, ჩვენ ხშირად ვექცევით ჩვენი ქცევების შაბლონებში, რომლითაც წარმატებით ვსარგებლობდით წარსულში და არ გვესმის, რომ ისინი არაეფექტური არიან ახალ სწრაფად ცვალებად პირობებში.

➤ «ნამდვილი პროფესიონალი უნდა მუშაობდეს წარმატებულ კომპანიაში. შეიძლება გრაალის თასის ძებნაში დახარჯოთ ნახევარი ცხოვრება, ხოლო შეიძლება უკვე დღესვე შექმნათ საკუთარი წარმატებული ბიზნესი» – დევიდ ფირტი, «მაღალი სტარტების» ექსპერტი¹.

➤ «სამყაროს სცვლიან არა წიგნები, არამედ ადამიანები... მხოლოდ თქვენზეა დამოკიდებული როგორ გამოიყენოთ მიღებული ცოდნა» – დევიდ ფირტი, «მაღალი სტარტების» ექსპერტი;

➤ «ჭეშმარიტად ბრძენმა ადამიანმა ხომ იცის, რომ წიგნი – ეს მხოლოდ გზის დასაწყისია» – დევიდ ფირტი, «მაღალი სტარტების» ექსპერტი;

➤ «დასვენების დროს წარჩინებული მოსწავლისათვის გახსნილია მთელი სამყარო, ისევე მათთვის, ვინც სთვლის, რომ უკვე ყველაფერი ისწავლა, აღმოჩნდება მშვენივრად მომზადებული ცხოვრებისათვის იმ სამყაროში, რომელიც უკვე აღარ არსებობს» – ერიკ ხოფერი, ამერიკელი მწერალი, ფილოსოფოსი, სოციოლოგი;

¹ ცნობისათვის, ინგლისში გამოდის წიგნების სერია ბიზნესში წარმატების მიღწევის შესახებ სათაურით «მაღალი სტარტი». ამ სერიის ერთი წიგნი რუსულ ენაზე თარგმნილი შეგიძლიათ ნახოთ შიდა ქართლის საერო უნივერსიტეტის სამეცნიერო ბიბლიოთეკაში. Тони Гранд. Рост бизнеса «ЭКСМО». М. 2007.

➤ «მცირე ბიზნესში მთავარ ფიგურას წარმოადგენს საწარმოს მფლობელი» – დოქტორი უილფორდი, ლ. უაიტი – მცირე მეწარმეობის ცენტრის დირექტორი, ჰარვარდის უნივერსიტეტი;

➤ ლუის ალენი, ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორი (ავტორი წიგნისა «როგორ მივაღწიოთ წარმატებას ბიზნესში». მ. 1992);

- ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტია – ადამიანის დამოკიდებულება ამა თუ იმ მოვლენის მიმართ;
- რწმენა, რომელიც მყარად არის დაფუძნებული ცოდნაზე – წარმატების მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია;
- ხშირად ხდება, რომ ადამიანი შინაგანად გრძნობს რაღაცას დადებითს. ენდეთ ამ გრძნობას; ჩვეულებრივ მასზე შეიძლება საიმედოდ დაყრდნობა. ინტუიციური ძახილი – გადაწყვეტილების მიღების პროცესის მნიშვნელოვანი ინგრედიენტია;
- ადამიანის პირველი ნაბიჯი მცირე ბიზნესში – ეს არის თავისი საკუთარი საქმის დაწყების შესახებ გადაწყვეტილების მიღება;
- ადამიანი, რომელიც ჰქმნის მცირე საწარმოს, არსებითად თავის თავს ირჩევს ხელმძღვანელად;
- როდესაც ადამიანი თავის თავს ირჩევს «ბოსად» გადამწყვეტ არჩევანს აკეთებს, რომელზედაც დამოკიდებულია გულმოწყალე იქნება თუ არა მისი საწარმოს მიმართ, ფორტუნა ან ჯიუტად ზურგს შეაქცევს მას.
- არის ერთი თვისება, რომელიც დამახასიათებელია ყველა მეწარმისათვის, ვინც წარმატებას მიაღწია და არ ახასიათებს მათ, ვინც წარმატებას ვერ მიაღწია – ეს არის მზადყოფნა «ყველაფერში გადაიხადოს თავისი ფასი».
- არც ერთხელ არ მინახავს, რომ მცირე საწარმოს მფლობელი, რომელიც მზად არის აუცილებელი მსხვერპლისთვის, გაკოტრებულიყოს.
- მინდა მჯეროდეს, რომ როდესაც შევხვდები სიტუაციას, რომელშიც ადამიანი, რომელიც ჰქმნის ან უკვე შექმნილი აქვს მცირე საწარმო, დაიქირავებს თავისზე უკეთეს სპეციალისტს საწარმოს ხელმძღვანელობისათვის. აი ეს იქნება ნამდვილი ოქროს ხანა!
- მცირე ბიზნესში შეცდომები, რომელსაც უშვებს ადამიანი, შეინიშნება უფრო ადრე, უჯდებათ უფრო ძვირი – მომავალს უფრო მეტად ართულებენ, ვიდრე ანალოგიური სიტუაციები დიდ ბიზნესში.
- თქვენ შეგიძლიათ აწარმოოთ მსოფლიოში საუკეთესო საქონელი, გქონდეთ ნებისმიერი ფინანსური მხარდაჭერა, სრულიად მოწყობილი და თანამედროვე პროგრესული ტექნოლოგიით აღჭურვილი ქარხანა, გყავდეთ მსოფლიოში ყველაზე ჭკვიანი სპეციალისტები, და მაინც თქვენ არ გექნებათ ნამდვილი საქმე, თუ არა გყავთ შემკვეთი (მომხმარებელი).
- ნებისმიერი დიდი თუ მცირე ბიზნესი, არსებობს მხოლოდ იმდენად, რამდენადაც იგი იმყოფება გარკვეულ ურთიერთობაში თავის შემკვეთებთან (მომხმარებლებთან).
- ყოველთვის გახსოვდეთ: არ შეიძლება იფიქროთ საქონლის წარმოებაზე და არ იფიქროთ შემკვეთზე (მომხმარებელზე);
- ამერიკული ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე სპეციფიკური ნიშანია – კონკურენციის ხელოვნება, რომელსაც მივყევართ უკეთესი საქონლის გამოჩენასთან;

- მცირე საწარმოს მფლობელის ერთ-ერთი მთავარი ღირსებაა მამაცობა, რომელიც გამოვლინდება თავის საქონელზე ფასის განსაზღვრის დროს.
- უნდა გამოიყენოთ თქვენი მცირე მასშტაბი, გამოიყენოთ სწორად თქვენს კლიენტებთან ურთიერთობის დროს. იყავით მოკრძალებული, გამოავლინეთ ფრთხილი ოპტიმიზმი და მუშაობისათვის მზადყოფნა;
- თქვენს მცირე მასშტაბს უნარი არა აქვს მოერგოს მსხვილ გარიგებებს. და ამიტომ უნდა დაკმაყოფილდეთ მცირე შეკვეთებით, რომლის გამკლავებაც თქვენ შეგიძლიათ;
- წარმატების აუცილებელ პირობას წარმოადგენს დაარწმუნოთ ის ადამიანები, რომლებიც უშუალოდ თქვენ არ გექვემდებარებიან და იმოქმედოთ განსაზღვრული წესით;
- თქვენი საქონლის სახით ამოირჩიეთ ისეთი საქონელი და მომსახურება, რომელზედაც მომხმარებელი განიცდის მოთხოვნილებას;
- ადამიანს, რომელმაც გადაწყვიტა დაიწყოთ საკუთარი მცირე ბიზნესი და ფიქრობს იმ პრობლემებზე, რომლებიც მას შეხვდება ყოველ თვეს, უნდა ახსოვდეს პრეზიდენტ ჰარი ტრუმენის გამონათქვამი: «თუ სიცხეს ვერ იტანთ, სამზარეულოდან გადით»;
- სამუშაოს ამოცანები ყოველთვის განიხილეთ ადამიანებთან, ვინც ისინი უნდა შეასრულოს;
- მიზანი ისე უნდა იყოს დასახული, რომ შესაძლებელი იყოს მუშაობის შედეგები შეფასდეს რეალური მაჩვენებლების მიხედვით;
- თქვენ მუდმივად უნდა ამოწმებდეთ თქვენს მიზნებს და მათი მიღწევის ტაქტიკას, რათა უზრუნველყოთ კომპანიის ხანგრძლივადიანი რენტაბელობა;
- გადაწყვეტილების მიღებაზე პასუხისმგებლობა უნდა დააკისროთ, რამდენადაც ეს შესაძლებელია, იმ ადამიანს, ვინც უშუალოდ პასუხს აგებს დავალების შესრულებაზე;
- აკეთეთ ჩანაწერები;
- როდესაც სხვა ადამიანს აკისრებთ გადაწყვეტილების მიღებაზე პასუხისმგებლობას, ვალდებულებები და უფლებები მას წარუდგინეთ წერილობით;
- ერთადერთი რაც სხვა ადამიანს არ უნდა დააკისროთ, ეს არის მუშაობის საბოლოო შედეგებზე პასუხისმგებლობა;
- უფრო მეტად სარგებია წაახალისოთ მოსამსახურეთა თვითმმართველობა და თვითდისციპლინა, ვიდრე თქვენ თვითონ განახორციელოთ უშუალო მმართველობა;
- არ დაივიწყოთ, რომ როგორც მენეჯერი თქვენ მაგალითი უნდა იყოთ მოსამსახურეებისათვის;
- მოსამსახურისათვის ვალდებულებისა და ამოცანების წერილობითი ფორმით გადმოცემისას უნდა ნაჩვენები იყოს, თუ როგორ შეაფასოს მან თავისი სამუშაო;
- ადამიანის საქმიანობის შეფასება უნდა მოახდინოთ იმის მიხედვით თუ როგორ ასრულებს დასახულ ამოცანას. დაუშვებელია, როდესაც ადამიანის შეფასებას ახდენთ და მის მუშაობას ადარებთ სხვა ადამიანის მუშაობას;
- შეფასებას ექვემდებარება მხოლოდ ის სამუშაო, რომელიც შესრულებულია მითითებულ დროში. არც წარსული, არც მომავალი დამსახურება ან ჩავარდნები მხედველობაში არ მიიღება;

- წახალისება ან დასჯა უნდა მოსდევდეს მუშაობის შედეგების უშუალო განხილვას;
- ცოდნა წარმოადგენს რეალურ ძალას. იმის ცოდნა თუ რა მოხდება მომავალ თვეს, ადამიანს აძლევს განუსაზღვრელ შესაძლებლობებს;
- ჩვენი პრობლემაა განათლებისა და კულტურის ისეთი სისტემის ფორმირება, რომელშიც სწავლება ფასდება;
- სტრატეგიული პროგრამა – ეს ისეთი პროგრამაა, რომელიც ფასდება ჩვენი ბიზნესის ურთიერთობით, ყველაფერ იმასთან რაც მას გარს ერტყმის;

➤ **ტონი გრანდი** – ავტორი წიგნისა «Рост бизнеса», «ЭКСМО», М. 2007:

- თუმცა ბიზნესის ზრდა წარმოადგენს ორგანიზაციების უმეტესობის პირველ რიგით ამოცანას, მაინც მის შესახებ ნათელი წარმოდგენა ყველას არა აქვს;
- ბიზნესის ზრდა თვითმიზანი არ არის. იგი მხოლოდ სხვა მნიშვნელოვანი ამოცანების მიღწევის საშუალებაა, რომელსაც შეიძლება მივაკუთვნოთ:
 - მომგებიანობა;
 - სააქციო კაპიტალის გაზრდა;
 - ბაზარზე ბატონობა;
 - თავისი პოტენციალის გაფრთოება;
 - ბიზნესის დაცვა და განმტკიცება;
 - მომავალი პოზიციონირება;
 - კარიერული ზრდის შესაძლებლობის ზრდა;
 - პერსონალის მოტივაცია;
- თუ თქვენ არა გაქვთ არც ნათლად ჩამოყალიბებული ზრდის მიზნები, არც ზრდის სტრატეგიები, თქვენი კომპანია შეიძლება თვითდამშვიდების ვირუსმა დააზიანოს და მაშინ მისი ეფექტიანობის მრუდი წავა ქვემოთ;
- იმისათვის რომ თქვენი ბიზნესი იზრდებოდეს უნდა მუდმივად ცდილობდეთ მის სრულყოფას;
- «ცოდნა ძალაა» – ამერიკელი მეცნიერი მაკლუპი*;
- «ცოდნა ეკონომიკური ზრდის მთავარი ფაქტორია» - ამერიკელი მეცნიერი მაკლუპი*;
- «ცოდნაზე დამყარებული ეკონომიკა ისეთი ეკონომიკაა, სადაც ცოდნა, მეცნიერება და განათლება გადამწყვეტ როლს თამაშობენ» – ამერიკელი მეცნიერი მაკლუპი*;
- «მსოფლიო ეკონომიკაში ზრდის ტემპი დროთა განმავლობაში ამალდა ცოდნიდან გაზრდილი უკუგების წყაროებით». – პოლ რომერი, «ზრდის ახალი თეორიის» ფუძემდებელი*;
- «ცოდნა თავისთავად ეხმარება კაცობრიობას: რაც უფრო მეტ ადმოჩენას აკეთებენ ადამიანები, მით უფრო უკეთესად ფლობენ ისინი ამ ადმოჩენათა ჩვევებს» – ა. მოვსესიანი, ს. ოგნიეცევი «მსოფლიო ეკონომიკა». თბ. 2004*;
- «ცოდნის გამოყენება შრომის ორგანიზაციაში იწვევს მისი მწარმოებლურობის ზრდის ფეთქებად ეფექტს» – პ. დრუკერი*;
- «ცოდნის მიღებისა და გავრცელების ერთადერთი გზაა განათლება. ცოდნის ეკონომიკის სულია სიახლისადმი განუწყვეტელი სწრაფვა, სიძლიერის წყარო კი განათლებაა» - ჩინელი მეცნიერი ლი ტეინი*;

* ციტირებულია: ე. მექვაბისკვილი. «ახალი ეკონომიკა» - გლობალიზაციის პროდუქტი და ფაქტორი. ჟ. «ეკონომიკა და ბიზნესი», №1, 2008 წ. გვ. 37, 40.

19. ქართველი ბიზნესმენები გვიჩვენებენ „ბიზნესმენი მეოცნებეც უნდა იყოს“

➤ „კავკაზუს ონლაინი“ სერვისების დირექტორი იაგო ხაჭვანი.

– ბიზნესმენისთვის უმთავრესი თვისებებია: სწრაფვა წარმატებისაკენ, თანმიმდევრულობა და გამბედაობა. საჭიროების შემთხვევაში, მას უნდა შეეძლოს რისკზე წასვლა, ოღონდ ეს რისკი გონივრული, წინასწარ გათვლილი, აწონილ-დაწონილი უნდა იყოს, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ეს ყოველივე ავანტიურას დაემსგავსება.

აუცილებელია სპეციფიკური ცოდნა და ადამიანებთან ურთიერთობის უნარიც. ბიზნესმენს უნდა შეეძლოს ნათლად წარმოიდგინოს მომავალი, რა მოჰყვება მის მიერ წამოწყებულ საქმეს, რა ტიპის მომხმარებელი ეყოლება.

ბიზნესმენი ცოტათი მეოცნებეც უნდა იყოს, მხოლოდ იმას არ უნდა ხედავდეს, რასაც სხვები. უნდა შეეძლოს თავისი მიზანი, ოცნება ნათლად წარმოადგინოს. ყოველივე ამას თან უნდა ახლდეს პრაქტიკულობა და წინასწარ განჭვრეტის უნარი.

წყარო: „ყველა სიახლე“, 13–19 მარტი 2008 წ.

➤ რუსუდან კერვალიშვილი.

„შენი საქმიანობა ღვთისათვის სათნო უნდა იყოს,,

– ოჯახი და შვილები უდიდესი სტიმულია ნებისმიერი ქალისთვის. ბიზნესსაქმიანობა არაფრით განსხვავდება სხვა პროფესიებისაგან, ესეც ჩვეულებრივი საქმეა, ოგონდ უფრო მამაკაცური.

– პირველ რიგში, მოთმინებასა და გამძლეობას ვურჩევ დამწყებ ბიზნესმენს. ამ თვისების გარეშე ვერც ერთ პროფესიაში წარმატებას ვერ მიაღწევთ. წარმატება ნარიჯ-ნაბიჯ, დიდი შრომისა და რუდუნების ფასად მიიღწევა.

შემდეგ – რწმენა, რწმენა უფლისა და გამარჯვებისა. თუ გჯერა, რომ შენი საქმიანობა ღვთისთვის სათნო და სხვებისთვის სასარგებლოა, საქმე აუცილებლად კეთილ ნაყოფს გამოიღებს.

უდიდესი მნიშვნელობა აქვს გვერდში მდგომებს, გუნდს, შეუძლებელია ყველაფერი იცოდე და ყველა სფეროში გარკვეული იყო. ამიტომ, რაც მეტ ადამიანს ჩართავ შენს საქმიანობაში, მით უფრო გაგიადვილებს წარმატების მიღწევა. მთავარია, არ შეგრცხვეს იმის აღიარება, რომ ყველაფერი არ იცი, თავმდაბლობა ხომ ადამიანის ყველაზე ლამაზი სამკაულია.

წყარო: „ყველა სიახლე“ 6–12 მარტი 2008 წ.

➤ «მემარჯვენე» დავით საგანელიძე პოლიტიკაში ბიზნესიდან მოვიდა. გამოცდილებიდან გამომდინარე, ის დამწყებ ბიზნესმენებს რამდენიმე რჩევას აძლევს:

- ბიზნესში არასოდეს უნდა იცრუო, ისევე როგორც, საერთოდ, ცხოვრებაში. გულახდილი უნდა იყო;
- პატივი უნდა სცე კონკურენტებს. უნდა გქონდეს სრულყოფილი ინფორმაცია მათზე.
- ღრმად უნდა შეისწავლო საკანონმდებლო ბაზა. იქ არსებული ხვრელების შესახებ მეწარმემ აუცილებლად უნდა იცოდეს. თუ საგადასახადო კოდექსი და კანონმდებლობა კარგად არ იცი, თავის დაცვას ვერ შეძლებ.
- ხელფასი არ უნდა დაინანო და სამსახურში უნდა აიყვანო კარგი ფინანსისტი, ბუღალტერი და იურისტი;

- არ უნდა გაურიგდე ხელისუფლებას: ვთქვათ, მოდის საგადასახადო ინსპექციის წარმომადგენელი და გარკვეული თანხის სანაცვლოდ, გადასახადების შემცირებას გპირდება. ამგვარ წინადადებებზე დათანხმება დიდი შეცდომაა;
- შეცდომაა, როცა ამბობენ, ბიზნესში მეგობარი არ უნდა ჩარიოო. მთავარია, ყველას მოუძებნო თავისი ადგილი, თორემ მეგობრის დახმარება და მხარში დგომა ცუდს არაფერს მოგიტანს.
- რაც მთავარია, უნდა შეგეძლოს გადაწყვეტილების მიღება და პასუხისმგებლობის საკუთარ თავზე აღება. თანამშრომლებისათვის უნდა იყო მეგობარი, მაგრამ ამავე დროს, უნდა «აიძულო» ისინი, პატივისცემით მოგეკიდონ. «ოქროს შუალედის» დაცვა ამ საკითხშიც აუცილებელია...

წყარო: «ყველა სიახლე» 31 იანვარი 6 თებერვალი.

- დაიქირავე პროფესიონალ ბაზრის მკვლევარს თუ ამ საქმეს თავად გაუძღვები, ნათლად უნდა გასცე პასუხი შემდეგ შეკითხვებს:

- ვინ იყიდის ჩემს პროდუქტს/სერვისს?
- რატომ იყიდიან ისინი?
- სად ისურვებენ შეიძინონ – სპეციალურ მაღაზიებში, საწყობში თუ ინტერნეტ შეკვეთით?
- რამდენის დახარჯვა დამჭირდება და რამდენი მექნება მოგება?
- რა პროდუქტებს ან სერვისს გავუწევ კონკურენციას?
- სწორად ვახორციელებ თუ არა ჩემი პროდუქტისა თუ სერვისის პოზიცირებას? (სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, თუ დიდი კონკურენციაა, მოძებნე ბაზრის დაუკავებელი ნიშა)
- რა სამთავრობო რეგულაციებს დაექვემდებარება ჩემი პროდუქტი/სერვისი? –

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა», №11, 4-10 თებერვალი 2008 წ.

- გლგი თოფაძე: კომპანია «ყაზბეგის» მფლობელი.
- იმისათვის, რომ წარმატებას მიაღწიოთ, აუცილებლად უნდა შეკრათ ერთგული და საიმედო ადამიანების გუნდი, რომელიც ყოველგვარ სიძნელეს თქვენთან ერთად შეებრძოლება.
- კარგად უნდა იცოდეთ ის საქმე, რომელსაც ხელს ჰკიდებთ. პროფესიონალიზმი ბიზნესში წარმატების უმთავრესი პირობაა.
- აუცილებელია, რომ ერკვეოდეთ ფინანსებში. ასევე ზედმიწევნით უნდა იცოდეთ კანონმდებლობა, განსაკუთრებით კი – საგადასახადო კოდექსი.
- ჯიუტი და მიზანსწრაფული უნდა იყოთ. მუხლჩაუხრელად უნდა იმრომოთ, ვიდრე დასახულ მიზანს არ მიაღწევთ...
- დასასრულ, მეხუთე და უმნიშვნელოვანესი: სახელმწიფომ აუცილებლად უნდა იზრუნოს მეწარმეებზე. ყველაზე დიდი დაბრკოლება მათთვის კანონმდებლობის ხშირი ცვლაა. უამრავი ადამიანის დასახელება შეიძლება, რომელიც ამ პროცესმა გაკოტრების პირას მიიყვანა. თუ ხელისუფლება დროულად არ იზრუნებს მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის განვითარებაზე, ვერც ეკონომიკა წაიწევს წინ და ვერც ქართველი მეწარმე ამოისუნთქავს.

წყარო: გაზეთი «ყველა სიახლე» 7-13 თებერვალი 2008 წ.

- გააანალიზე შენი საქონლის/მომსახურების მახასიათებლები და განსაზღვრე, რის მიხედვით შეიძლება გამოგარჩიონ მომხმარებლებმა კონკურენტებისაგან. რა ტიპის მყიდველები შეიძენენ შენს საქონელს/მომსახურებას. რა არის შენი უპირატესობა – კომფორტი? ხარისხი? ფასდაკლება?... არ არის აუცილებელი, ეს ყველაფერი ერთად შესთავაზო. იმის ცოდნა - ზუსტად რა სურთ შენს მომხმარებლებს, დაგეხმარება

გადაწყვიტო, კერძოდ, რა შესთავაზო მათ. მაგალითად, ზოგ შემთხვევაში დაბალი ფასი შეიძლება საერთოდ არ იყოს უპირატესობა ან მომხმარებელს სურდეს, შეიძინოს ხარისხიანი პროდუქტი და საერთოდ არ ანიჭებდეს უპირატესობას კომფორტს.

- ბევრი ახალი კომპანია ცდილობს გააკეთოს ყველაფერი ყველასათვის, მაგრამ ეს სტრატეგია შეუძლებელს გახდის შენი ბრენდის მართვას. ამას სჯობს, გააანალიზო, ვინ არიან შენი ბისნესისთვის ყველაზე შესაფერისი მომხმარებლები და ბრენდი სწორედ მათი სურვილების, მოთხოვნებისა და მისწრაფებების გათვალისწინებით შექმნა.

- კარგ ბიზნეს-გეგმას მტვერი არ უნდა დაედოს! იმისთვის, რომ ბიზნეს-გეგმამ განაგრძოს თავისი საქმე, ჩვეულებად გაიხადე, რომ პერიოდულად განახლო იგი. გამონახე დრო, გადახედე ყველა პუნქტს და განსაზღვრე, რამდენად სწორი კურსით მიდის შენი ბიზნესი წარმატებისაკენ.

- ხომ არ სჯობს, გაანაწილო სარეკლამო ბიუჯეტი: შეარჩიო «ძვირი» რეკლამა და გაუშვა «ერთი-ორჯერ», თუ ნაკლებდანახარჯიანი რეკლამა «ატრიალო» ხშირად? მცირე საწარმოებისთვის მეორე ვარიანტი უპრიანია. ხშირად გაშვებული «მოკლე» რეკლამები, სამომავლო მომხმარებლებში ავითარებს «მიჩვევის დონეს» (განსაკუთრებით მაშინ, როცა საქონელი ან მომსახურება ბაზარზე ახლად შემოსულია). რაც უფრო ხშირად ნახავენ ისინი შენს რეკლამას, მით უფრო ცნობილი გახდება შენი საქონელი/მომსახურება და შესაძლებლობაც მეტი იქნება, რომ რეკლამამ «დადებითად უპასუხო» გაყიდვებს. თუმცა რეკლამა ისეთი «მოკლევც» არ უნდა იყოს, რომ ხალხმა ვერაფერი გაიგოს. ასე რომ, შეარჩიე რეკლამის ისეთი ზომა, რომელიც მომხმარებლებს მოკლედ და ხშირ-ხშირად ეტყვის, რას სთავაზობ მათ.

- მხოლოდ შენი ბიზნესის სიტუაციას შეუძლია გიკარნახოს, კვლევის რომელი მეთოდი უფრო გამოსადეგი იქნება შენთვის. სანამ რაიმე სახის კვლევას დაიწყებდე, კარგად განსაზღვრე მისი მიზანი და ამოცანები – კონკრეტულად რა ინფორმაციის მიღება გჭირდება. შემდეგ - განსაზღვრე, რამდენად მისაწვდომია ეს ინფორმაცია და კვლევის რომელი მეთოდით უფრო ეფექტურად შეიძლება მისი მოპოვება.

➤ „ნავთობპროდუქტების მწარმოებელთა, იმპორტიორთა და მომხმარებელთა კავშირის“ თავჯდომარე ვანო მთვრალაშვილი.

1. ბიზნესმენი უნდა იყო მიზანდასახული და საქმიანი. წინასწარ უნდა გათვალთ, რა შეგიძლიათ და რა არა, რა საქმეს ჰკიდებთ ხელს.

2. აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოთ მოსალოდნელი ბიზნეს რისკები, ამავედროულად, საფუძვლიანად იცოდეთ ის სფერო, რომელშიც მოღვაწეობას იწყებთ.

3. საკუთარი რესურსი უნდა გქონდეთ, თუმცა შესაძლოა, დაიხმაროთ კრედიტიც. თანხის გარეშე ბიზნესს ვერ ააწყობთ.

4. კარგად უნდა ერკვეოდეთ ფინანსურ-საკრედიტო სისტემაში.

5. ადმინისტრაციულ ორგანოებთან ურთიერთობის მოგვარება უნდა შეგეძლოთ. სხვაგვარად თავიდან ვერ აიცილებთ ჯარიმებსა და უსიამოვნებებს.

6. თუ გვერდით კარგი ბუღალტერი არ გყავთ, გაგიჭირდებათ საქმის წარმართვა.

7. თუ შრომისმოყვარე და პუნქტუალური არ ხართ, დამარცხდებით!

წყარო: „ყველა სიახლე“

➤ **ბესო ჯუღელი, პარლამენტარი:**

1. დასაწყისშივე კარგად გაიაზრონ და გათვალონ საკუთარი პერსპექტივები.

2. შეადგინონ კარგი ბიზნეს-გეგმა;

3. კრედიტი აიღონ ბანკიდან და ააწყონ თავიანთი ბიზნესი.

4. სასურველია, ფული ჩადონ გადამამუშავებელ მრეწველობაში. ეს დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნასა და ეკონომიკის წინსვლას შეუწყობს ხელს.

- კომპანია „სოკარ ჯორჯია პეტროლეუმის“ დირექტორი დავით ზუბიტაშვილი
 - ახალბედა ბიზნესმენებს პირველ რიგში, უნდა ჰქონდეს დაუოკებელი სურვილი ბიზნესში ყოფნისა, ეს მისი მოწოდება, მოთხოვნილება უნდა იყოს.
 - საჭიროა, დამწყებმა ბიზნესმენმა სწორად შეარჩიოს სფერო, რომელსაც შემდეგ მთელი თავისი შეგნებული ცხოვრება უნდა მიუძღვნას.
 - თუ ბიზნესში ხართ, უნდა დაივიწყოთ ნორმირებული სამუშაო დრო და დღედაღამ იშრომით, სხვაგვარად არაფერი გამოგივათ.
 - აუცილებელია მორალი პროფესიონალიზმი და საქმის ცოდნა. ბიზნესმენი ზედმიწევნით განათლებული და ნაკითხი უნდა იყოს.
 - მთელ თქვენს საქმიანობას ლაიტმოტივად უნდა გასდევდეს სიტყვა „პატიოსნება“. საკმარისია, უღალატოთ რომელიმე პარტნიორს და თქვენს ნათქვამს არც სხვები დაიჯერებენ. ეს უმნიშვნელოვანესი თვისებაა ბიზნესში ჩართული ადამიანისათვის.
 - რაც შეეხება ნდობის ფაქტორს, შეიძლება ენდოთ თქვენს პარტნიორებს, მაგრამ ეს ნდობა იურიდიულად უნდა იყოს გაფორმებული და დასაბუთებული. „ენდე, მაგრამ შეამოწმე“ – ამ გამონათქვამს ბოლომდე ვეთანხმები.

წყარო: „ყველა სიახლე«. 20–26 მარტი 2008 წ

- ქართველ მეღვინეთა კავშირის თავჯდომარე **ლევან კობერიძე**.
 - ბატონო ლევან, რას ურჩევდით იმ ადამიანებს, რომლებიც პირველ ნაბიჯს დგამენ ბიზნესის სამყაროში?

უპირველესად, მომხმარებლის იდენტიფიკაცია მოახდინონ. ორიენტაცია აიღონ ერთი ტიპის მომხმარებელზე და გაითვალისწინონ მისი გემოვნება, მოთხოვნები. აქედან გამომდინარე, შეარჩიონ პროდუქტის ფასი, გაფორმება, შეფუთვაც კი. ეს ყოველივე უნდა შეესაბამებოდეს მყიდველის მოთხოვნებს.

- რა ურთიერთობა უნდა ჰქონდეს ახალბედა მეწარმეს კონკურენტებთან?
- აუცილებლად უნდა ფლობდეს სრულყოფილ ინფორმაციას კონკურენტებზე, იყენებდეს მათ გამოცდილებას და ყველა ინოვაციას, რომელსაც ისინი შემოიღებენ. სასურველია მათთან თანამშრომლობაც.

- ამ რუბრიკის სტუმარი ბევრი წარმატებული ბიზნესმენი ყოფილა. რატომღაც არც ერთი ახსენებს რეკლამას. რას უნდა დავაბრალოთ ეს?

- იცით, რეკლამა პანაცეა არ არის, ეს ბიზნესის ერთ ერთი შემადგენელი ნაწილია. უამრავი დასახელების პროდუქცია ვიცი, რომელიც რეკლამის გარეშე კარგად იყიდება. ძალზე დიდი მნიშვნელობა აქვს გარეგნულ მხარეს, შეფუთვაც ხომ თავისებური რეკლამაა? შეიძლება მწარმოებელმა პროდუქტის გაფორმება შეცვალოს და ის უკეთესად გაიყიდოს. ასეთი რამ ხშირად ხდება. მაგალითების დასახელებაც შემოიძლია.

- თქვენი აზრით, რა როლი ეკისრებათ ამ სფეროში თანამშრომლებს?
- თანამშრომლები ბოლომდე უნდა გახდნენ ამ ბიზნესის, ამ საქმის პატრიოტები. მათ საინტერესო გარემო უნდა შევუქმნათ, სხვაგვარად წარმატებული ბიზნესი არ არსებობს. აუცილებელია, ირგვლივმყოფთა თანადგომა და ერთგულება. მარტო ერთი ადამიანი ამ სფეროში ვერაფერს მიაღწევს – ეს დამწყებმა მეწარმეებმა კარგად უნდა იცოდნენ.

წყარო: გაზეთი „ყველა სიახლე« 21–27 თებერვალი 2008 წ.

- კომპანია „ლუკოილის« მარკეტინგისა და გაყიდვების სამსახურის მენეჯერი – **ლევან გოგიჩაძე**. ბატონი ლევანი ფიქრობს, რომ ბიზნესში წარმატების მისაღწევად აუცილებელია:
 1. იყოთ აქტიური, კარგად იცოდეთ, რა გინდათ და რა არა.

2. წინასწარ უნდა განსაზღვროთ, რა სახის პროდუქტის რეალიზაციას აპირებთ და ვინ არის მისი მომხმარებელი.

3. სწორად უნდა გათვალოთ და გადაწყვიტოთ, რომელ ბანკთან ითანამშრომლებთ, სასურველია, ეს თანამშრომლობა გრძელვადიანი იყოს.

4. ზედმიწევნით უნდა იცოდეთ, საგადასახადო კანონმდებლობა.

5. თუ თქვენ საქმეებს კარგი ბუღალტერი არ აწესრიგებს, ჩათვალეთ, რომ რისკავთ.

6. სიფხიზლე უნდა გამოიჩინოთ და გააანალიზოთ, რა ხდება ქვეყანაში, რა გავლენას მოახდენს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესები თქვენს კომერციულ საქმიანობაზე.
წყარო: „ყველა სიახლე“ 28–5 მარტი 2008 წ.

ჩვენ უკვე აღნიშნული გვაქვს შესავალშიც და ტექსტშიც, რომ მცირე ბიზნესი, თავისი არსით, წარმოადგენს ბიზნესში დასაქმებული ადამიანების ეკონომიკური ცხოვრების პირველ საფეხურს, და რომ მსოფლიოში მცხოვრები უდიდესი ადამიანების პირველი ნაბიჯები სწორედ მცირე ბიზნესიდან იწყებოდა. აღნიშნულის საილუსტრაციოდ, დანართების სახით, მოგვყავს გაზეთ «კვირის პალიტრის» დამატებაში «ეკონომიკურ პალიტრაში», გამოქვეყნებული მოკლე ისტორიები მსოფლიოში დღეს ცნობილი ბიზნესმენების შესახებ. ამ ისტორიებიდან თქვენ დაინახავთ, რომ თითქმის ყველა მათგანმა თავისი პირველი საქმიანობა ბიზნესის სულ მცირედი ფორმიდან დაიწყო და თავიანთი შეუპოვარი შრომით, შეუდრეკელი ხასიათით დიდ წარმატებებს მიაღწია.

წაიკითხეთ ეს ისტორიები! აქ თქვენ ბევრ ისეთ ადამიანურ თვისებებს დაინახავთ, რომლებიც აუცილებელია საკუთარი ბიზნესის წარმატების მისაღწევად.

20. როგორ იწყებდნენ და იზრდებოდნენ

1. უორენ ბაფეტი-მილიარდერი, რომელიც ასაკში შესული ხელგაშლილი გახდა

ამერიკის დიდი გურუ - ასე უწოდებენ ამერიკაში თანამედროვეობის ერთ-ერთ უმდიდრეს ადამიანს უორენ ბაფეტს (Warren Baffet). მაინც ვინ არის მეორე ათასწლეულის ეს სუპერმენი, რომელიც სადილად უბრალო ფუნთუშებს მიირთმევს და ამავდროულად მსოფლიოს უმდიდრეს ადამიანთა რიცხვში მეორე ადგილზეა. დღეისათვის ბაფეტის კაპიტალი 44 მილიარდი დოლარია. იგი ერთბაშად და სწრაფად არ გამდიდრებულა. მისმა საქმიანობამ ბევრი ლეგენდაც შექმნა და ეს ლეგენდები ეხება, როგორც თვითონ ბაფეტს, ისე იმ ადამიანებს, რომლებსაც მაგნატი ცხოვრების გზაზე შეხვედრია. მათ შორის ყველაზე ცნობილია ბრუკლინელი წყვილის ისტორია.

დონალდ და მილდრედ ოტმერები ბრუკლინის ჩვეულებრივი მცხოვრებლები იყვნენ. დონალდი ბრუკლინის პოლიტექნიკურ უნივერსიტეტში ქიმიის კათედრის პროფესორი იყო და თან პატარა საკონსულტაციო საქმიანობასაც ეწეოდა, მილდრედი კი ნიუ-იორკში ხელოვნებათმცოდნეობას ასწავლიდა. წყვილს შვილი არ ჰყავდა. ოტმერების გარდაცვალების შემდეგ (დონალდი 1995 წელს, მილდრედი 1998 წელს) აღმოჩნდა, რომ ისინი არც თუ ისე უბრალო და ჩვეულებრივი ადამიანები იყვნენ, რადგან მათი კაპიტალი, არც მეტი, არც ნაკლები, 340 მილიონ დოლარს შეადგენდა. ოტმერების მილიონერობის შესახებ მას შემდეგ გახდა ცნობილი, როცა ბრუკლინის უნივერსიტეტი, 175 მილიონი დოლარი ფინანსური მხარდაჭერის წყალობით,

გაკოტრებას გადაურჩა. ეს თანხა უნივერსიტეტს ოტმერებისგან ერგო. წყვილმა დანარჩენი კაპიტალი ბრუკლინის სხვადასხვა საქველმოქმედო ორგანიზაციას დაუტოვა. თანამოქალაქეები გაკვირვებას ვერ მალავენ: საიდან, როგორ იშოვეს ოტმერებმა ამდენი ფული? გაოცება კიდევ უფრო გაიზარდა, როცა გაცხადდა, რომ, ოტმერების გარდაცვალების შემდეგ, მათი კაპიტალი 750 მილიონ დოლარამდე გაიზარდა. დაკვირვებული და საზრიანი ადამიანისთვის პასუხი კითხვაზე ქალაქი ომახა იყო.. ეს სწორედ ის ქალაქია, სადაც თანამედროვეობის ყველაზე ცნობილი და წარმატებული, აქციათა ბაზრის უმსხვილესი ინვესტორის, უორენ ბაფეტის შტაბბინაა. 60-იან წლებში ოტმერებმა გარისკეს და თავიანთი დანაზოგი, 25.000 დოლარი იმ დროისთვის უცნობ უორენ ბაფეტს ანდეს, რომელმაც Berkshire Hathaway-ის აქციები, თითო 42 დოლარად, იყიდა. 1995 წლისთვის ამ აქციათა საცალო ღირებულება 30.000 დოლარს, ხოლო დღეისათვის 68.000 დოლარს აღწევს.

ლეგენდარული უორენ-ედვარდ ბაფეტი 1930 წელს ქალაქ ომახაში დაიბადა. მამა, ჰავარდ ბაფეტი, ბირჟის მაკლერი და რესპუბლიკელი კონგრესმენი იყო. უორენს პატარაობიდანვე ჰქონდა მიდრეკილება ციფრების დამახსოვრებისადმი. ადვილად იმახსოვრებდა ამერიკის ქალაქების მოსახლეობის რაოდენობას და სხვა. 11 წლიდან უორენი მამის საქმიანობით დაინტერესდა და Cities Services Preferred-ის სამი აქცია იყიდა, რომლის საცალო ღირებულება 38 დოლარი იყო. რამდენიმე დღეში აქციათა ღირებულება 27 დოლარამდე დაეცა, მაგრამ სწრაფადვე 40 დოლარი გახდა. ახალგაზრდა უორენმა გადაწყვიტა არ გაერისკა და აქციები გაყიდა. ეს იყო უორენის პირველი საქმე, საიდანაც პატარა მოგება მიიღო, მაგრამ ეს საქმე ასევე დიდი გაწბილებისა და თითქმის მარცხის ტოლფასიც გახლდათ, რადგან აქციათა ფასი ერთი კვირის შემდეგ 200 დოლარი გახდა. ეს უორენისთვის მოთმინებისა და ნებისყოფის კარგი გაკვეთილი აღმოჩნდა, რომელიც მთელი ცხოვრება ახსოვდა.

ჭაბუკი უორენი აქტიურად ჩაერთო აქციათა ყიდვა-გაყიდვის საქმეში. 14 წლისამ ნებრასკას შტატში 1.200 დოლარად 40 აკრი სასოფლო-სამეურნეო სავარგულისთვის გამოსადეგი მიწა შეიძინა, რომელიც შეძენისთანავე ფერმერებს არენდით გადასცა. ახალგაზრდა ბაფეტი განათლებაზეც ზრუნავდა. იმ დროს უერენისთვის ბიბლია და სამაგიდო წიგნი ბენჯამენ გრემის „ინტელექტუალური ინვესტორი« გახდა. გრემი ინვესტორებს ურჩევდა, რომ უარი ეთქვათ უოლ სთრითზე გამეფებული ტენდეციისთვის და ისეთი აქციები შეეძინათ, რომელთა ღირებულება, რეალურთან შედარებით, გაცილებით იაფი იყო. ამისათვის კი დიდი ნებისყოფა და ინტელექტი იყი საჭირო. რადგანაც ინვესტორს ამა თუ იმ კომპანიის ბალანსთა საფუძვლიანი შესწავლა უნდა შესძლებოდა. სწორედ აქ გამოადგა ბაფეტს თავისი მათემატიკური ნიჭი, მახსოვრობა და უნარი.

უმალღესი განათლების მიღების შემდეგ ბაფეტს ჰირვარდის ბიზნესსკოლაში სურდა სწავლის გაგრძელება, მაგრამ უარით გამოისტუმრეს. მას ხელი არ ჩაუქნევია და მიზანს მიაღწია კიდევ. ბაფეტმა კოლუმბიის უნივერსიტეტში განათლების მიღება თვით ბენჯამინ გრემის ხელმძღვანელობით განაგრძო. აქვე მიიღო ეკონომიკის მაგისტრის ხარისხი.

ბაფეტი გრემის იდეებს ეთაყვანებოდა და საქმიანობაში იყენებდა კიდევ, მაგრამ რაღაც ეტაპზე ის მიხვდა, სად უნდა გაჩერებულიყო და გაევილო ზღვარი გრემის შეხედულებებთან. 1957 წელს მშობლიურ ომახაში დაბრუნდა და თავისი პირველი საინვესტიციო ამხანაგობა შექმნა. ის კომპანიის გენერალურ მენეჯერად დაინიშნა და კომპანიამ აქტიური საქმიანობა დაიწყო. მოგვიანებით, 1969 წელს, საინვესტიციო ამხანაგობა დაიშალა.

60-იანი წლების დასაწყისში ბაფეტი საფეიქრო ქარხანა Berkshire Hathaway-ით დაინტერესდა. ამ ქარხნის ერთი აქციის ფასი 8 დოლარი იყო. ეს ის პერიოდი, როცა ამერიკის საფეიქრო მრეწველობა უცხოური იყო გაჯერებული, მაგრამ ამან ბაფეტი ვერ შეაშინა და ბერკშირის დედაქალაქში ფართოდ გაშალა საქმიანობა. ომახელმა ბიჭმა Berkshire Hathaway-ის გლობალურ საინვესტიციო ჰოლდინგად ჩამოყალიბება მოახერხა, რომელიც ისეთი უმსხვილესი კომპანიების მსხვილი წილის მფლობელია, როგორც Coca-Cola და Amerikan Express-ი. ამ პერიოდში დაიწყო საქმიანობა ბაფეტმა სადაზღვევო სფეროშიც. ეს სფერო იმ დროს ინვესტირებისთვის ყველაზე ხელსაყრელი იყო. წინასწარმა სადაზღვევო შენატანებმა შექმნა სხვადასხვა ფონდის შექმნის საფუძველი მისცა. ესეც ბაფეტის მიერ სწორად გადადგმული კიდეც ერთი სწორად გადადგმული ნაბიჯი იყო, რაც მის გამჭრიახობას ამტკიცებს. უერონ ბაფეტი წარმატებით აგრძელებდა მოღვაწეობას. ის არაერთი უმსხვილესი კომპანიის აქციათა მფლობელი გახდა. საკმარისია, მან რომელიმე კომპანიის ზღურბლს გადააბიჯოს, რომ ამ კომპანიის აქციათა, და ზოგადად კომპანიის, ფასი მყისიერად იზრდება. ამჟამად Berkshire Hathaway-ის ინტერესთა სფერო მრავალფეროვანია. წამყვანი ადგილი დაზღვევასა და სადაზღვევას უკავია. ამასთანავე, ბაფეტის ჰოლდინგი ისეთი კომპანიების მსხვილი აქციონერია, რომლებიც ფინანსური მომსახურების, საკონდიტრო, საგამომცემლო, საიუველირო მასალების წარმოებაში წარმატებულად საქმიანობენ...

მილიარდერს თავისებური დამოკიდებულება აქვს შვილებისადმი. მას სამი შვილი ჰყავს, რომელთა მიმართ ერთნაირად ხელმომჭირნეობას იჩენს. როცა უერენს შვილმა, ჰოვარდმა, ფერმის ყიდვის იდეა გააცნო, მამამ შვილს დახმარება თავისი პირობებით შესთავაზა-ის თვითონ იყიდდა ფერმას, ვაჟი ამ ფერმას არენდით აიღებდა მამისგან და შესაბამის პროცენტს გადაუხდიდა. ერთხელ კი მილიარდელმა თავის გოგონას, სიუზის, 20 დოლარი აეროპორტის ავტოფარეხიდან მანქანის გამოსაყვანად ასესხა და ეს „გრანდიოზული“ სესხი წერილობით გააფორმა.

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 3-9 დეკემბერი 2007 წელი. მომზადებულია ციცი კაიკაციშვილის მიერ.

2. სომხური წარმოების ლას-ვეგასელი ჯადოქარი. „ცხოვრება, როგორც ერთი დიდი თამაში“.

სომხური წარმოშობის ამერიკელი მილიარდერი კერკორ კერკორიანი (kerkor kerkorian) მსოფლიოს ყველაზე გავლენიან ადამიანთა კოჰორტას მიეკუთვნება. ახალგაზრდობაში კაზინოების ხშირი სტუმარი და აზარტული მოთამაშე, ლას-ვეგასის კაზინოთა მშენებლობით გამდიდრდა. თუმცა, მანამდე სხვადასხვა საქმიანობას ეწეოდა და საკმაოდ წარმატებულადაც. 90 წლის „კაზინოთა მამა“ დღემდე აქტიურად საქმიანობს. ის ლას-ვეგასის ახლოს ფემენებელურ ვილაში ცხოვრობს. ჭარმაგი კერკი, რომლის პატარა გოგონა 9 წლისაა, მსოფლიოში ხან საკუთარი რეაქტიული თვითფრინავით (DC-9), (რომლის ღირებულება 18 მილიონი დოლარია), ხან კიდეც 45 მეტრიანი იახტით მოგზაურობს, ცხოვრებით ტკბება და განვლილი გზისა და თავისი საქმიანობის შესახებ ჟურნალისტებს ასე პასუხობს: „ჩემ მიერ განხორციელებული პროექტები თავიანთ შესახებ თვითონ ლაპარაკობენ“.

კრივის რინგიდან ავიაციაში. კერკ (კერკორ) კერკორიანი ამერიკის შტატ კალიფორნიაში 1917 წლის 6 ივნის დაიბადა. მშობლები არონ და ლილია კერკორიანები ამერიკაში კერკის გაჩენამდე რამდენიმე წლით ადრე ჩავიდნენ. კერკი ოჯახის ყველაზე

პატარა, მეოთხე შვილი იყო. კერკორიანები თავს ხილის გაყიდვით ირჩენდნენ. 1921 წელს, როცა ამერიკას მორიგმა ეკონომიკურმა კრიზისმა გადაუარა, ოჯახი იძულებული გახდა საცხოვრებლად ლოს-ანჯელესში გადასულიყო, სადაც ქალაქის სიდიდიდან გამომდინარე, თავის გატანა უფრო შესაძლებელი იყო.

არონი და ლილია შვილებს პატარაობიდანვე მშობლიურ, სომხურ, ყაიდაზე ზრდიდნენ. ოჯახში მხოლოდ სომხურ ენაზე ლაპარაკობდნენ. „ინგლისური ენა ქუჩაში თანატოლებთან თამაშისას შევისწავლე“ – იხსენებს კერკი.

ინგლისური ენის შესწავლის გარდა, პატარა კერკი ქუჩაში ჩუბობდა კიდეც. ის სკოლაშიც გვარიანი ჩუბობისთავი იყო. აქ კი უფროსი ძმის ნასწავლი კრივის ილეთები ეხმარებოდა.

ფულის შოვნა მომავალმა მილიარდერმა პატარაობიდანვე დაიწყო. 9 წლისას ოჯახში უკვე შეჭკონდა თავისი ნაშრომი. ორიოდ გროშის საშოვნელად ის ხან მანქანებს რეცხავდა, ხან კი ავეჯი გადაჰქონდა. რვა კლასის დამთავრების შემდეგ კერკმა მიატოვა სკოლა და კრივში სერიოზული ვარჯიში დაიწყო. ამავდროულად, ფულის საშოვნელად ავტომექანიკოსად მუშაობდა. გადაგდებულ მანქანებს შეძლებისდაგვარად არემონტებდა და ჰყიდდა. ერთი გაყიდული მანქანიდან 5–10 დოლარი რჩებოდა. ეს საქმე მას კარგად გამოსდიოდა, მაგრამ ახალგაზრდა კერკი დიდ კრივზე ოცნებობდა და თავდაუზოგავად ვარჯიშობდა. შედეგმაც არ დააყოვნა და ის მალე მოყვარულთა შორის, საშუალო წონით კატეგორიაში, ადგილობრივი ჩემპიონი გახდა. ამ გამარჯვების გამო მას მეტსახელიც კი შეარქვეს – „მარჯვენათი მსროლელი კერკორიანი« (rifle right kerkorian). კერკს კარიერის გაგრძელება პროფესიულ კრივში ჰქონდა გადაწყვეტილი, რომ არა ტედ ო ფლაერთთან შეხვედრა, რომელმაც რინგზე გამარჯვებებზე მეოცნებე ჭაბუკი ერთხელ თავისი ორადგილიანი თვითფრინავით გაასეირნა. კერკი ამ გასეირნებიდან მეორე დღესვე მივიდა ტედთან ასაფრენ მინდორზე და სთხოვა სამუშაოდ აყვანა. ერთი წლის შემდეგ კი გადაწყვიტა მფრინავის პროფესია სერიოზულად, პროფესიულ დონეზე შეესწავლა. ამ მიზნით, ის სპეციალიზებულ საზაფხულო სკოლაში გაემგზავრა, რომელიც მფრინავ ქალთაგან ერთ-ერთ პირველს, ფლორენს ბარნსს, ეკუთვნოდა. სკოლა მოჯაბის უდაბნოში, რანჩოზე მდებარეობდა. ქალბატონი ფლორენსი არა მარტო მფრინავის პროფესიას ასწავლიდა მსურველებს, არამედ რანჩოსაც პატრონობდა. ახალგაზრდა კერკს სწავლისათვის საკმარისი ფული არ ჰქონდა, ამიტომ მან ბარნსს რანჩოზე თავისი სამსახური შესთავაზა, რათა გამომუშავებული თანხით სწავლის ფული გადაეხადა. ქალბატონი ბარნსი სიამოვნებით დათანხმდა მფრინავობას დაწაფებული კერკის წინადადებას. გაკვეთილებს შორის კერკი რანჩოზე ყველანაირ სამუშაოს ასრულებდა. იქნებოდა ეს ძროხების წველა თუ მათი ნაკელის გატანა. შრომამ შედეგი გამოიღო და 6 თვის შემდეგ მან არა მარტო მფრინავის ლიცენზია მიიღო, არამედ ფლორენს ბარნსის სკოლაში ინსტრუქტორადაც კი დაიწყო მუშაობა.

ცხოვრება, როგორც ერთი დიდი თამაში. კერკს მოჯაბის უდაბნოში ინსტრუქტორად მუშაობა მალევე მოსწყინდა და სხვა სამუშაოს ძებნა დაიწყო, ისეთის, რომელიც უფრო მეტ შემოსავალს მოუტანდა. ასეთი სამუშაო მან მალევე იპოვა – კანადიდან ბრიტანეთის კუნძულებზე ბომბდამშენების, სახელად „კოლო“-ს გადატანა. ეს ძალიან დიდ რისკთან იყო დაკავშირებული. ოთხი გაფრენიდან მხოლოდ ერთი მთავრდებოდა წარმატებით. სამაგიეროდ, ანაზღაურება თითოეულ გადაზიდვაზე 1000 დოლარი იყო (დღევანდელი კურსით ეს 10000 დოლარია). ამ რთული გაფრენისთვის მფრინავები ორ მარშრუტს იყენებდნენ. პირველის დროს პილოტებს შუალედური დაფრენა ლაბრადორში, გრენლანდიასა და ისლანდიაში უნდა განეხორციელებინათ,

სადაც ეკიპაჟს გამყინვარება ემუქრებოდა. დათოვლილი მინდვრები და ტყეები, რომელიც ამ მარშრუტს მიჰყვებოდა, მოფენილი იყო დამსხვრეული თვითფრინავებით. არანაკლებ სახიფათო იყო მეორე მარშრუტი – ატლანტის ოკეანეზე გადაფრენისას პილოტები მოულოდნელად ძლიერ ჰაერის ნაკადს ეჯახებოდნენ, რომელსაც „ისლანდიური ტალღა» ერქვა. ალბათობა იმისა, რომ თვითფრინავი ოკეანის ტალღებში ჩანთქმულიყო, საკმაოდ დიდი იყო. კერკი საოცრად ილბლიანი აღმოჩნდა. მას ბედი აშკარად უღიმოდა. 1944 წელს კერკმა და მისი შენაერთის მეთაურმა ჯორჯ ვულრიჯმა ატლანტის ოკეანის გადასერვაში რეკორდიც კი მოხსნეს. ვულრიჯმა შოტლანდიამდე ფრენას 6 საათი და 46 წუთი მოანდომა, კერკმა კი 7 საათი და 9 წუთი. კერკი ბრიტანეთის სამხედრო საჰაერო ძალებში 2 წელი მუშაობდა, სადაც საკმაოდ ფული იშოვა. ამ ფულით მან ომის დამთავრების შემდეგ ერთმოტორიანი თვითფრინავი, სახელად „ფიჭვი» იყიდა. იგი სხვადასხვა მარშრუტზე ჩარტერულ რეისებს ახორციელებდა. 1945 წლის ივლისში კერკ კერკორიანი პირველად აღმოჩნდა ლას-ვეგასში, ამერიკის სათამაშო ბიზნესის მექაში. ამ ქალაქთან შეხვედრას შემდეგომში კერკი ასე იგონებს: „მე აღმაფრთოვანა ამ ქალაქმა და აქ გამეფებულმა სისხლსავსე ცხოვრებამ. ამ პატარა ქალაქში საუკეთესო წლები გავატარე.»

კერკის ცხოვრებაში ლას-ვეგასის დაპყრობის დრო ჯერ არ დამდგარიყო. ის ჯერ ისევ ავიაციით შოულობდა ფულს. 2 წელში მან მოახერხა იმდენი ფულის დაგროვება, რომ 1947 წელს პატარა ჩარტერული ავიაკომპანია Los Angeles Air Service იყიდა. საქმეების გამო კლიენტებთან ერთად კერკს ხშირად უხდებოდა ლას-ვეგასში ყოფნა. სწორედ ამ დროიდან იწყება კერკის გატაცება აზარტული თამაშებით, ის ლას-ვეგასის კაზინოთა ხშირი სტუმარი გახდა, სადაც ათენ-ალამებდა, შეუჩერებლად თამაშობდა და თამაშობდა. ერთ ღამეში 50–80 ათასი დოლარის დატოვება კაზინოში მისთვის ჩვეულებრივი ამბავი გახდა. ახალგაზრდა და მდიდარი აზარტული მოთამაშე წაგებასა და მოგებას ერთნაირი ემოციით ხვდებოდა. ეს წლები, როგორც თავად ამბობს, მისი ცხოვრების ოქროს წლები იყო. ეს კერკ კერკორიანის ცხოვრების ის პერიოდია, როცა ცხოვრება მისთვის, მართლაც, ერთი დიდი თამაში იყო.

მაგრამ აღმოჩნდა, რომ აზარტული თამაშების სიყვარულსაც შეიძლება ჰქონდეს საზღვარი. კერკს მობეზრდა კაზინოში თამაში და მთლიანად ავიაბიზნესში ჩაერთო. მან თავის ავიაკომპანიას სახელი შეუცვალა და უფრო სოლიდური სახელი Trans International Airlines დაარქვა.

1965 წელს მან ავიაკომპანიის პირველადი აქციონირება განახორციელა. მომდევნო სამი წელი კომპანიის აქციათა ფასი სამჯერ გაიზარდა და 1968 წელს კერკმა ის მსხვილ ავიაკომპანია Trans Amerika–ს მიჰყიდა. ამ გარიგების შემდეგ კერკმა 104 მილიონი და Trans Amerikas–ს 85 მილიონ დოლარიანი აქციათა მსხვილი პაკეტი მიიღო. აქედან მოყოლებული კერკორიანმა აქტიურად დაიწყო ინვესტირება ლას-ვეგასის უძრავ ქონებაში. ლას-ვეგასის ბიზნესსაქმიანობის გაშლა კერკორიანის ცხოვრების ახალი ეტაპია.

ლას-ვეგასის ბრწყინვალეობა და „სილატაკე“. ლას-ვეგასში მიწის ნაკვეთების შეძენა კერკორიანმა 60-იანი წლებიდან დაიწყო. 8 ჰექტარი მიწის ნაკვეთი კერკორიანმა პირველად სტრიპასთან ახლოს შეიძინა. ეს ის რაიონია, სადაც ძირითადად კაზინოები და სასტუმროებია. მასში კერკორიანმა, სულ რაღაც, 960 ათასი დოლარი გადაიხადა. მიწის ფართობის დაბალი ფასი იმით იყო განპირობებული, რომ სტრიპასა და კერკორიანის მიერ ნაყიდ მიწის ნაკვეთს ერთმანეთისგან მიწის ვიწრო ზოლი ყოფდა, რომელსაც, ბუნებრივია, მესაკუთრე ჰყავდა. ზოლში, სივიწროვის გამო, რაიმეს აშენება შეუძლებელი იყო. გამჭრიახმა კერკმა მოახერხა ამ მონაკვეთის შეძენაც, რის შემდეგაც

მის მფლობელობაში არსებულ მიწის ნაკვეთს ფასი ერთი-ორად მოემატა. კერკორიანმა ის არენდით გასცა და 6 წელიწადში მისგან 4 მლნ დოლარი მიიღო. 1968 წელს ეს მიწის ნაკვეთი 5 მლნ დოლარად გაყიდა.

კერკორიანს საქმეები კარგად მისდიოდა. ის საკმაოდ წარმატებული ბიზნესმენი გახდა. მან თავისი საქმიანობის წარმატების ფორმულაც კი ჩამოაყალიბა, რომელსაც ხშირად იმეორებდა და მდიდარ თანამემამულეებს სიამოვნებით უზიარებდა. „მე არ ვცდილობ, რომ ძვალი ბოლომდე გავტკვირო. ფასების მაქსიმუმამდე გაზრდას არ ველოდები, რადგან მათ ერთი თვისება აქვთ-მოულოდნელად დაბლა ეცემიან ხოლმე, მე სვლას ბიზნესის რეალური მოგების შესაბამისად ვაკეთებ“. - ასე ხსნის გამოცდილი კერკორიანი თავის ფილოსოფიას ბიზნესში.

1967 წელს კერკორიანმა ლას-ვეგასში ყველაზე დიდი სასტუმროს მშენებლობა დაიწყო, რომლისთვისაც მიწა 5 მლნ დოლარად შეიძინა. სასტუმრო 30-სართულიანი და 1512-ნომრიანი უნდა ყოფილიყო. ბევრს ეს პროექტი უტოპიურად მიაჩნდა და გამოცდილ ბიზნესმენს თავის მოსაზრებებსაც კი უზიარებდა. კერკი კი მხოლოდ საკუთარ ინტუიციას ენდობოდა, თუმცა, ყველას უსმენდა და ბევრ კითხვასაც სვამდა. კერკს ფორტუნამ და ინტუაციამ ამჯერადაც არ უმტყუნა და ჯერ კიდევსასტუმროს გახსნამდე ერთი თვით ადრე, აქციები სასტუმროსი, რომელსაც კერკმა International Leisure დაარქვა, საწყის ფასთან შედარებით 10-ჯერ მეტი იყო.

მიუხედავად თავბრუდამხვევი წარმატებისა, კერკორიანს საკმაოდ შთამბეჭდავი ვალებიც ჰქონდა. მათგან გათავისუფლებას კერკი International Leisure-ს აქციათა დამატებითი ემისიით აპირებდა, მაგრამ ფასიანი ქაღალდების კომისიამ კერკორიანი ფინანსური ინფორმაციის დამალვაში დაადანაშაულა და აქციათა გამოშვება აუკრძალა. კერკი ჩიხში მოექცა და ვალის გასასტუმრებლად იძულებული გახდა თავისი სიამაყის (International Leisure) აქციათა ნახევარი Hilton-ის სასტუმროთა ქსელის მფლობელისთვის მიეყიდა. ეს კერკისათვის არახელსაყრელი გარიგება იყო. აქციათა პაკეტში, რომელიც, სულ რაღაც ნახევარი წლით ადრე, 180 მლნ დოლარი ღირდა, 16,5 მლნ დოლარი გადაუხადეს. გარდა ამისა, მას ლას-ვეგასის სახლის, პირადი თვითმფრინავისა და იახტის გაყიდვამაც მოუწია. ამ მოვლენებს შემდგომ კერკ კერკორიანი ასე იხსენებს: „მე ამას „სათადარიგო გასასვლელის ღიად დატოვებას“ ვუწოდებ. შეიძლება, დაკარგო ყველაფერი, მაგრამ ცხოვრება და საქმიანობა თავიდან უნდა დაიწყო» ცხოვრებისა და საქმიანობის ახალი ეტაპის დასაწყებად კერკორიანს ერთი წელიც არ დასჭირდა. 1972 წელს მან ახალი, მსოფლიოში გრანდიოზული სასტუმროს მშენებლობა დაიწყო.

კინონდუსტრია და მშობლიური ფესვები. წარმატებულ ბიზნესმენს არ უყვარს საზოგადოებაში ხშირად გამოჩენა. ის თავისი კომპანიის დირექტორთა საბჭოს შეკრებებსაც კი იშვიათად ესწრებოდა. მაღალი საზოგადოებისთვის მოწყობილ საღამოებს თავის დიდი ხნის მეგობრებთან ყოფნა ერჩივნა. ისინი, ვინც კერკს კარგად იცნობენ, მიიჩნევენ, რომ ძლევამოსილი ბიზნესმენი საოცრად ნაზი და გულითადი ადამიანია. მაგრამ ეს მას სულაც არ უშლის ხელს, რომ დაუნდობელი იყოს საქმეში. როცა 1969 წელს კერკმა ჰოლივუდის ცნობილი კინოკომპანია Merto Goldwyn Mayer-ი (MGM) იყიდა, აუქციონის სახლს 1,5 მლნ დოლარად სტუდიის ყველა რეკვიზიტი დაუყოვნებლივ მიჰყიდა. კინოსტუდია კერკის საქმიანობაში ერთგვარ უცნაურ გარიგებადაც კი იქცა, მან ის სამჯერ იყიდა და გაყიდა. ნიშანდობლივია, რომ ამ გაუთავებელი ყიდვა-გაყიდვის დროს კერკი ყოველთვის მოგებული რჩებოდა.

კინოსამყაროსთან კერკის ურთიერთობა ამით არ შემოიფარგლება. 2001 წლის გახმაურებული ფილმი „ოუშენის თერთმეტი მეგობარი« კერკორიანის კაზინო „ბელაჯიოშია» გადაღებული. კაზინოთა „შემოქმედმა» ნება დართო გადამღებ ჯგუფს, გამოერთოთ შადრევნები, გამოეყენებინათ მთავარი ფოიე, სტუმრებისთვის განკუთვნილი ავტოსადგომი და ბოტანიკური ბაღები.

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა» 17-23 დეკემბერი, 2007 წ.

3. დიუპონების დიდი საკუთრების აუტანელი სიმსუბუქე

ჩრდილოეთ დელავერს დიუპონების ქვეყანას უწოდებენ: ამ შტატის დედაქალაქ უილმინგტონში მიმავალ გზატკეცილს დიუპონ-ჰაივეი ჰქვია, თავად უილმინგტონშიც ყველაფერი მათ ეკუთვნით – დაწყებული ქარხნებითა და ბანკებით, დამთავრებული კომპიუტერული კორპორაციებით. უილმინგტონის მიმდებარე ქალაქები საფრანგეთს მოგაგონებთ, მათ ქუჩებში ადრე უმეტესად ფრანგულ საუბარს გაიგონებდით – დიუპონები ასი წლის განმავლობაში სამუშაოდ მხოლოდ ფრანგებს იღებდნენ.

„დიუპონ დე ნემური“ გიგანტური ტრანსნაციონალური კომპანიაა, რომლის აქტივშია 48 მილიარდი დოლარი, ფილიალები ევროპასა და ლათინურ ამერიკაში. ეს კომპანია დიდი ხნის განმავლობაში ფლობდა მსოფლიო მონოპოლიას ნეილონისა და სინთეტიკური ბოჭკოების წარმოებაზე, ათობით ქიმიურ ქარხანას, თვითმფრინავებისა და იარაღის წარმოებას. 2007 წელს ბიზნესიმპერიის შემოსავალი 28,8 მილიარდი დოლარი იყო, ხოლო მოგება – 3 მილიარდი. მის წარმოებაში 60 ათასი ადამიანი მუშაობს. XX საუკუნის შუა ხანებისთვის დიუპონთა რიცხვი 1500-ს აღწევდა; მათ შორის ხუთასი მულტიმილიონერად ითვლებოდა, ხოლო რვა – დიუპონთა ოჯახის ბედს განაგებდა.

უილმინგტონის სატრასტო კომპანიის მისაღებ დარბაზში საგვარეულო პორტრეტების გალერეა ქერათმიანი ქალბატონის და ფართოსახიანი, წარმოსადეგი მამაკაცის სურათებით იხსნება. დინასტიის ფუძემდებელთა შეხვედრა იდილიურ ფერებშია დახატული: ქერათმიანი, სუსტი გოგონა პარიზში, რიშელიეს ქუჩაზე, თავისი მანსარდიდან მოპირდაპირე სახლის სარკმელს გაჰყურებდა, სადაც ფარიკაობის ხელოვნებას ეუფლებოდა მისი მესაათე მეზობელი, ყმაწვილი პიერ სამუელ დიუპონი.

ანა ალექსანდრინა დიდ სიყვარულზე ოცნებობდა და დიდცხვირა, მხარბეჭიანი მეზობელი მამაკაცი სრულყოფილების განსახიერებად მიაჩნდა. სამუელი და 16 წლის ანა დაქორწინდნენ. განათლებული და კარგად აღზრდილი გოგონა გაწბილებული დარჩა – დიუპონი სრულიად უვიცი გახლდათ. მისი წინაპრები პროტესტანტიზმის აღმსარებლები იყვნენ და ამიტომ სამუელი ჩრდილში ყოფნას ცდილობდა. პატივცემულმა დიუპონმა წერა-კითხვა არ იცოდა – აქაოდა, მეფის მოხელეები აკრძალული ლიტერატურის კითხვაში ვერ დამადანაშაულებენო...

მათი ვაჟი, პიერ დიუპონი, მამას მხოლოდ უზარმაზარი არწივისებური ცხვირით ჩამოჰგავდა (დიდი ცხვირი დღემდე დიუპონების მემკვიდრეობით ნიშნად ითვლება). პიერი ხშირად ავადმყოფობდა, სამაგიეროდ, სხარტი გონებითა და არაჩვეულებრივი მეხსიერებით გამოირჩეოდა. ბიჭს კეთილი გული ჰქონდა: როცა მის ბიძაშვილ მარიანას ყვავილი შეეყარა, გოგონას საწოლთან ათენ-აღამებდა და ავადმყოფობა გადაედო. რამდენიმე დღის შემდეგ პიერს პულსი გაუჩერდა, ექიმებმა სიკვდილი დაადგინეს.

გულმოკლულმა ანა ალექსანდრიამ მთელი ღამე შვილის კუბოსთან გაატარა და მისი სულისთვის ლოცულობდა. გამთენიისას, მწუხარებისგან გათანგული დედა პიერის ტირილმა გამოაღვიძა: ბიჭი გადარჩა, თუმცა სახე საშინლად დაუსახიჩრდა.

ნაყვავილარი ლოყები და შუბლი, ცალი თვალით შორსმხვედელი, მეორეთი ბეცი – ასეთი იყო ნაავადმყოფარი პიერი. დედის გარდაცვალების შემდეგ პიერი ხელიდან წავიდა. იგი დაუმეგობრდა ახალგაზრდა მწერლებსა და მსახიობ ქალებს, მათთან ერთად სვამდა და უგზო-უკვლოდ დაეხეტებოდა. მამამ სასტიკად სცემა და სახლიდან გააგდო. ნაყვავილარი, ნახევრად ბრმა ყმაწვილი პარიზის ქუჩებში აღმოჩნდა, ჯიბეში გროშიც არ უჩხრიალებდა. ასე დაიწყო დიდებული პუბლიცისტისა და კომერსანტის, ამერიკის პრეზიდენტის მეგობრისა და საფრანგეთის მეფესთან დაახლოებული პირის – პიერ დიუპონის ბრწყინვალე კარიერა.

მეგობრებმა ის შიმშილით სიკვდილს გადაარჩინეს – ნაცნობმა მესაათემ სამუშაოდ აიყვანა. რამდენიმე წლის შემდეგ პიერი მამის სახელოსნოში ვერცხლის ციფერბლატიანი და მუხისჩარჩოიანი არაჩვეულებრივი საათით მივიდა, ციფერბლატზე ამოკვეთილი წარწერით: „კონსტრუქცია და შესრულება დიუპონის შვილისა, ეძღვნება მამას». პიერმა ხმაამოუღებლად გადასცა სამეულს საჩუქარი და მშობლიური სახლიდან წავიდა – ამჯერად სამუდამოდ. მას შემდეგ სამეულ დიუპონს შვილი აღარ უნახავს. პიერი მამის დაკრძალვაზეც კი არ მისულა – ის უკვე თავისი ცხოვრებით ცხოვრობდა.

პიერ დიუპონი საფრანგეთის პრემიერ-მინისტრის, ბარონ ტრიუგოს მეგობარი და მრჩეველი გახდა, რედაქტორობდა საკმაოდ გავლენიან ჟურნალს, წარმატებით მოღვაწეობდა ბირჟაზე და მეფესთან მიღებებზე დადიოდა. ყველაფერი კი იმით დაიწყო, რომ პიერ დიუპონმა ეკონომიკური ესეი დაწერა, რომელიც შემთხვევით ბარონ ტრიუგოს ჩაუვარდა ხელში. წარჩინებული მოხელე ნაშრომის სტილმა და დასაბუთების სრულყოფილებამ მოხიბლა და ნიჭიერი ახალგაზრდა მფარველობის ქვეშ აიყვანა. მალე პიერს მაღალანაზღაურებადი სამსახურიც შესთავაზეს და ოჯახის შექმნისთვისაც მოიცალა. მარია ლუიზა ლე დემ ორი ვაჟი აჩუქა, რომელთაგან ერთერთმა უკვე ჩამოყალიბებულ ოჯახურ ტრადიციას არ გადაუხვია და მამას განუდგა...

ბრგე, შავგვრემან და ლამაზ ვიქტორს სწავლა არ უნდოდა და ნებისმიერ საქმეს აფლავებდა. უმცროსი ვაჟი, ელეთერ ირენე, გარეგნულადაც და ნიჭითაც მამას ჩამოჰგავდა. პიერმა იგი სასწავლებლად გაუშვა თავის მეგობართან, ცნობილ ქიმიკოს ლავუაზიესთან, რომელიც იმ დროს საფრანგეთის სამეფოს დენტის წარმოებას ხელმძღვანელობდა. რამდენიმე წლის შემდეგ ელეთერ ირენემ ყველაფერი იცოდა დენტის შესახებ. სწორედ მან ჩაუყარა საფუძველი დიუპონების დიდ იმპერიას.

მაგრამ უწინდელი ცხოვრება რევოლუციამ გათელა_1799 წელს დიუპონები საფრანგეთიდან გაიქცნენ. მამა და შვილები სასწაულით გადაურჩნენ გილიოტინას, ფსკერზე დაეშვნენ და ახალ ცხოვრებაში გზა ვერ გაიკვლიეს.

ტულონიდან გასული გემი „ამერიკული არწივი“ როდ-აილენდის უბეს მიადგა. 1800 წლის 1 იანვარის დილა თენდებოდა-იწყებოდა ახალი ასწლეული, რომელიც ამერიკაში დიუპონების საუკუნედ იქცა.

მათ ამერიკაში 200.000 ფრანკი ნაღდი ფული ჩაიტანეს. საფრანგეთიდან გამომგზავრებამდე პიერ დიუპონი ვერ გამდიდრდა, სამაგიეროდ თავისი წვლილი შეიტანა ისტორიაში – უფროსმა დიუპონმა ჯერ კიდევ საფრანგეთში გაიცნო ამერიკის მომავალი პრეზიდენტი თომას ჯეფერსონი და ამ უკანასკნელმა პიერს საფრანგეთსა და აშშ-ს შორის მოლაპარაკებებში შუამავლის როლი დააკისრა. დიუპონის წყალობით, ნაპოლეონმა ამერიკას ლუიზიანა მიჰყიდა და ამით მისი ტერიტორია ორჯერ გაიზარდა. შეერთებულმა შტატებმა ამ გარიგებაზე დადგალი ფული დაზოგა, მაგრამ პიერ

დიუპონს ცენტრიც არ რგებია. ვიქტორმა მამა ბიზნესს ჩამოაშორა. პიერი დეპრესიამ შეიპყრო და რამდენიმე წელიწადში გადაიკვალა. ცოტა ხნის შემდეგ ნიუ-იორკის ქუჩაში გულის შეტევით გარდაიცვალა ვიქტორ დიუპონიც და ოჯახს სათავეში ელეთერ ირენე ჩაუდგა.

მისი მმართველობის პერიოდში დიუპონები იდუმალ, ლეგენდებით მოცულ, საკუთარი კანონების მიხედვით მოქმედ კლანად გადაიქცნენ. ირენეს სამი შვილი და ოცდაათი შვილიშვილი ჰყავდა. ისინი ქიმიას ეუფლებოდნენ, ბიზნესში ცდიდნენ ძალებს. ტრადიციისამებრ, საოჯახო ბიზნესი მათ შორის ყველაზე ნიჭიერისა და მოხერხებულის ხელში გადავიდა.

დიუპონების ბიზნესი სიკვდილზე დაფუძნდა. წყნარი და გულჩათხრობილი ირენე, რომელიც საქმოსანზე მეტად ქიმიურ ფორმულებზე შეშლილ მეცნიერს ჰგავდა, აკადემიურ ღირსებებთან ერთად, დაკვირვებულობითა და კარგი ალლოთი გამოირჩეოდა. ამერიკა შეიარაღებული ხალხის ქვეყანა აღმოჩნდა, ელეთერ ირენემ კი მსოფლიოში საუკეთესო დენტის კეთება იცოდა... მათ გვარი გადაიკეთეს: დემოკრატიულ ამერიკაში მდაბიო დიოპონები ფრანგ არისტოკრატებად-დიუ პონ დე ნემურებად გადაიქცნენ.

მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენებს ბრენდივანიის მცხოვრებლები გაზეთებიდან როდი გებულობდნენ. ამ ქალაქში იყო დიუპონების თოფისწამლის ქარხნები და თუ სადმე ომი მიმდინარეობდა, საწარმოები ორ-ორ ცვლაში მუშაობდნენ. თუმცა, ამის შესახებ ახლომახლო ქალაქებშიც უმაღლეს იგებდნენ_სიჩქარეში მუშები უსაფრთხოების წესებზე აღარ ფიქრობდნენ და აფეთქებების ხმა ათობით კილომეტრზე აღწევდა, ხოლო ცეცხლის სვეტი ადამიანის სხეულის ნაფლეთებს მდინარის გაღმა, მეზობელი დასახლების ქუჩებში ისროდა.

დიუპონები მთელ ოლქს „აჭმევდნენ“ და მათ თითქმის რელიგიური მოწიწებით ეპყრობოდნენ. ისინი იღბლიანები და მდიდრები იყვნენ და თანდათანობით უფრო სრულყოფილ თოფისწამალს აკეთებდნენ. მაგრამ დიუპონები არ უყვარდათ: მათ მადარობებში მეტისმეტად ბევრი ბრენდივანიელი ვაჟკაცი დაიღუპა.

მათ შესახებ ყვებოდნენ, რომ ისინი სხვადასხვაგვარად ცხოვრობდნენ, მაგრამ ერთნაირად კვდებოდნენ. ელეთერ ირენე, ძმის სიკვდილიდან 7 წლის შემდეგ, ნიუ-იორკის იმ ქუჩაზე გახდა ცუდად, სადაც ვიქტორი და იმავე სასტუმროს იმავე ნომერში დალია სული...

სიკვდილით ვაჭრობა წარსულს ჩაბარდა. დიოპონების ბიზნესი კარგა ხანს სავსებით „ვეგეტარიანული“ იყო: ნეილონი, ტეფლონი, კოლპოტები, ტაფები, მინერალური სასუქი, წამლები. თუმცა ნეილონის გამომგონებელი უოლეს კაროტერსი, რომელმაც დიუპონებს ერთ წელიწადში 4,5 მილიარდი მოუტანა, შეშლილი და უსახელო წავიდა იმ ქვეყნად. მორიგი მითქმა-მოთქმის ობიექტი გახდა ჯონ დიუპონი, რომელმაც 1996 წელს, სიგიჟის უცაბედი შეტევის დროს, სიცოცხლეს გამოასალმა სტუმრად მისული მეგობარი _ ჭიდაობაში ოლიმპიური ჩემპიონი დევიდ შულცი. ადვოკატებმა კარგად იმუშავეს და ჯონ დიუპონი სასამართლომ შეშლილად ცნო. სამუდამო პატიმრობის ნაცვლად, ჯონმა ფსიქიატრიულ საავადმყოფოში ხუთწლიანი მკურნალობით დაიძვრინა თავი.

თავად დიუპონებს გვარის თანამდევ წყევლაზე შექმნილი ლეგენდების არ სჯერათ. ყოველ წელიწადს დიუპონების მრავალრიცხოვან მოდგმას დაახლოებით ოცდაათი ჯანმრთელი, ლოყებლაჟღაჟა და დიდცხვირა ბავშვი ემატება. განუხრელად ფართოვდება დიუპონების იმპერია.

XX საუკუნის მიწურულს გრანდიოზული მოვლენა იყო დიუპონების ფარმაკოლოგიური და სანავთობო ბიზნესიდან გამოსვლა. 2003 წელს კი მათ მორიგი ხმაურიანი ნაბიჯი გადადგეს: კორპორაციამ აქცენტი მისთვის ყველაზე შემოსავლიანი და ტრადიციული დარგიდან – სინთეტიკური ბოჭკოების წარმოებიდან, გენურ ინჟინერიასა და ბიოტექნოლოგიებზე გადაიტანა. ეს მიმართულებები ორსაუკუნოვანმა კლანმა უფრო პერსპექტიულად მიიჩნია. რაც მთავარია, დიუპონები ცვლილებებს ამერიკული ეკონომიკის გაჭიანურებული სტაგნაციის პირობებშიც კი არ შეუშინდნენ.

მომავლის განჭვრეტა, ყველაზე მოწინავე ტექნოლოგიებზე კონცენტრირება – ალბათ, ეს არის ორასწლოვანი კომპანიის წარმატების საიდუმლო. ჟურნალ Fortune-ის 500 უმსხვილესი კომპანიის მსოფლიო რეიტინგში 2007 წელს დიუპონების იმპერიამ 70-ე ადგილი დაიკავა.

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 25 თებერვალი - 2 მარტი 2008წ.

4. სიმდიდრეც ასეთი უნდა

მილიარდერების რაოდენობამ ათასს გადააჭარბა. უორენ ბაფეტი პირველია.

ჟურნალმა „ფორბსმა“ მსოფლიოს ყველაზე მდიდარი ადამიანების მორიგი რეიტინგი გამოაქვეყნა. სიის სათავეში ცვლილებებია. ამერიკელი ფინანსისტი და ინვესტორი, 77 წლის უორენ ბაფეტი პიღველად დასახელდა პლანეტის უმდიდრეს ადამიანად. ყოფილმა რამდენიმეგზის ლიდერმა, კომპანია „მაიკროსოფტის“ დამფუძნებელმა ბილ გეიტსმა კი მესამე ადგილზე გადაინაცვლა

ბილ გეიტსი პლანეტის უმდიდრეს ადამიანად გასული ზაფხულიდან აღარ ითვლებოდა, როცა მექსიკურმა ინტერნეტ-გამოცემამ „სენტოდო-კომუნ“-მა თანამემამულის – კარლოს სლიმ ელუს ბიზნეს-იმპერიის ფინანსური მაჩვენებლები გამოაქვეყნა. აღმოჩნდა, რომ სლიმის ქონება არა მარტო ბაფეტისას აღემატებოდა, რომელიც ტრადიციულად მეორე ადგილს იკავებდა ბილ გეიტსის შემდეგ, არამედ თვით ბილ გეიტსისაც. ამჯერად კარლოს სლიმი, 60 მილიარდით, მეორე ადგილს დასჯერდა, შარშან კი ის 49 მილიარდის პატრონი იყო. გეიტსი მილიარდერების სიას სათავეში 1995 წელს მოექცა და დიდი ხნის განმავლობაში დარჩა, მის ამჟამინდელ ქონებას კი „ფორბსი“ 58 მილიარდად აფასებს.

მილიარდერების რაოდენობამ, ისტორიაში პირველად, ათასს გადააჭარბა. 2007 წლის შედეგების შეჯამებით გაირკვა, რომ ერთ მილიარდ დოლარს დედამიწის 1125 მცხოვრების ქონება აღემატება, 2006 წელს კი მილიარდერთა სიაში 946 ადამიანი ირიცხებოდა. პლანეტის უმდიდრესი ადამიანების საშუალო ქონება 3,9 მილიარდი დოლარია, რაც შარშანდელ მაჩვენებელზე 250 მილიონი დოლარით მეტია. ამასთან ერთად, მილიარდერები წლოვანებითაც „გაახალგაზრდავდნენ“ და ამჟამად მათი საშუალო ასაკი 61 წელია. უმდიდრესთა სიაში 110 მარტოხელა მამაკაცი და 47 გაუთხოვარი ქალია. ყველაზე ახალგაზრდაა 23 წლის მარკ ცუკერბერგი, პოპულარული ინტერნეტსაიტის „ფეისბუკის“ დამაარსებელი.

«ბაფეტმა რაც იცის, იცის...»

„ფორბსის“ გათვლებით, მილიარდერთა საერთო ქონება 4,4 ტრილიონ დოლარს შეადგენს, ხოლო მსოფლიოს უმდიდრესი ადამიანების მხოლოდ პირველი ათეულის გაერთიანებული კაპიტალი 426 მილიარდი დოლარია. საინტერესოა, რომ სიაში

მითითებულ მილიარდერთა ორმა მესამედმა ფული თვითონ იშოვა და მემკვიდრეობით არაფერი რგებია.

დღევანდელი მსოფლიოს უმდიდრესმა ადამიანმა უორენ ბაფეტმა ერთ წელიწადში შეძლო თავისი ქონების 10-დან 62 მილიარდ დოლარამდე გაზრდა. ჟურნალის მთავარი რედაქტორი სტივ ფორბსი ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ ბაფეტი განსაკუთრებით მას შემდეგ გამდიდრდა, რაც თავისი ფინანსების კიდევ უფრო გულუხვად გაცემა დაიწყო. ორი წლის წინ მან განაცხადა, რომ ქონების ძირითად ნაწილს ბილ და მელინდა გეიტსების საქველმოქმედო ფონდს გადასცემს.

ბაფეტმა ფული სხვადასხვა სფეროებში ინვესტიციებით დააგროვა. მისი სტრატეგიის არსი ის არის, რომ რომელიმე კომპანიის აქციების შექენამდე ზედმიწევნით სწავლობს ფირმის, დარგისა და ბაზრის მდგომარეობას და აქციათა ფასის ამალღების საკმაოდ ზუსტ გეგმას ადგენს. ის გადაწყვეტილებაზე უარს არ ამბობს, მიუხედავად იმისა, თუ როგორ ფინანსურ პოლიტიკას გაატარებს ფედერალური სარეზერვო სისტემა. ბაფეტს არ ახასიათებს ეიფორია, არც საბირჟო პანიკის გამო შეიხრის წარბს. როცა მაღალი ტექნოლოგიების სექტორში ბუმი იყო, ბაფეტს ინტერესი არ გამოუხატავს. მოგვიანებით, როდესაც ეს „საჰნის ბუშტი“ გასკდა, ბაფეტს ცენტრიც არ უზარალია. ის ფულს იმ დარგებში აბანდებს, რომლებშიც ერკვევა. ეს ყველასთვის გამოსადეგი რეცეპტია.

არადა, მილიარდერი ბაფეტი საშუალო შემღების ამერიკელის შესაფერის სახლში ცხოვრობს, რომელიც 1958 წელს 31,5 ათას დოლარად შეიძინა და მას შემდეგ თითქმის არ გადაუკეთებია. სახლს მესერიც კი არ აკრავს. ერთხელ, „გულუბრყვილო“ კრიმინალი შენობის ბინადრებს იარაღის მაკეტით შეშინებას უპირებდა, თუმცა პროფესიონალმა მცველებმა სასწრაფოდ ჩაუტარეს „ახსნა-განმარტებები“.

ბაფეტისგან განსხვავებით, 45 მილიარდით მეოთხე ადგილზე გასულ ლაქშში მიტალს, თავის ლონდონურ კენსინგტონის სასახლეში 128 მილიონი დოლარი აქვს გადახდილი. იქ 12 საძინებელია, დახურული აუზი, თურქული აბანო და ავტომობილის 20 სადგომი.

დერიპასკას ნახტომი. „ფორბსის“ წლევეანდელ ნუსხაში საგრძნობია ჩინეთის, ინდოეთის, რუსეთის წარმომადგენელი მილიარდერების რაოდენობის ზრდა. ბოლო ოთხ წელიწადში მსოფლიოში მილიარდერთა რიცხვი გაორმაგდა. თუ ცალკეული ქვეყნების მიხედვით განვიხილავთ, ყველაზე მეტი მილიარდერი კვლავინდებურად აშშ-შია და ერთ წელიწადში მათი რაოდენობა 415-დან 469 ადამიანამდე გაიზარდა.

პირველად მას შემდეგ, რაც რეიტინგები ქვეყნდება, ქვეყნებს შორის მილიარდერების რაოდენობით რუსეთი მეორე ადგილზე გავიდა. აღსანიშნავია ისიც, რომ თვით რუს „ფულის ტომრებს“ შორისაც შეიცვალა მიმდევრობა – ოლეგ დერიპასკამ 28 მილიარდით რომან აბრამოვიჩს გადაასწრო (23,5 მილიარდი). პირველ ოცეულში მათთან ერთად აღმოჩნდნენ ალექსეი მორდაშოვი (21,2 მილიარდი) და მიხაილ ფრიდმანი (20,8 მილიარდი). ოლეგ დერიპასკა წლევეანდელ რეიტინგში მე-9 ადგილზეა, შარშან კი მეორმოცეზე იყო.

რუსეთის წარმომადგენლებს შორის 22-ე პოზიციაზეა ბორის ივანიშვილი 6,4 მილიარდი დოლარით. ის „ფორბსის“ საერთო ნუსხაში 149-ე ადგილზეა. რუსეთიდანაა აგრეთვე ალექსანდრე ჯაფარიძე 1,7 დოლარით (რუსებს შორის 55-ე და მსოფლიოში – 707-ე ადგილზე).

მილიარდერების მსოფლიო დადაქალაქად მოსკოვია აღიარებული, სადაც 74 მილიარდერი ცხოვრობს – ნიუ-იორკზე სამი ადამიანით მეტი

ქვეყნებს შორის მილიარდერების რაოდენობით მესამე ადგილზეა ინდოეთი 53 ჯიბესქელით. მას მოჰყვება ჩინეთი, თურქეთი, იაპონია. ექსპერტებს მიაჩნიათ, რომ უმდიდრესი ადამიანების ქონება ამერიკის ფარგლებს გარეთ გაიზარდა, პირველ რიგში, დოლარის კურსის დაცემისა და ევროს გაძვირების წყალობით.

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 10-16 მარტი 2008 წ.

5. მენავთობე „პოლკოვნიკი“

კარგა ხანია, მსოფლიოს ნავთობი აზანზარებს. მისი ფასების მერყეობა ყველაზე საინტერესო ინფორმაციაა, მისი მიზეზით იწყება ომები და იცვლება საზღვრები. არადა, ყველაფერი ერთი საზრიანი და ენერგიული რკინიგზის გამცილებლიდან დაიწყო, რომელსაც ახალ სამუშაო ადგილზე ჭაბურღილის გაკეთება მოაფიქრდა.

149 წლის წინ, 1859 წლის ივნისში ყველასთვის უცნობმა ედვინ დრეიკმა, მეტსახელად „პოლკოვნიკმა“ პირველი ნავთობის ჭაბურღილი გაბურღა, რითაც საფუძველი ჩაუყარა მრეწველობის ახალ დარგს.

ნავთობის მოპოვება დიდი ხნის წინ დაიწყო, სენეკის ტომის ინდიელები ტბებისა და ნაკადულების ზედაპირზე შავი ფერის ნივთიერებებს რომ პოულობდნენ, წყლის ზედაპირზე ქსოვილს აფარებდნენ, შემდეგ ვარცლოვნი წურავდნენ და ასე მოიპოვებდნენ ნავთობს, რომელსაც დღევანდელისგან სრულიად განსხვავებული დანიშნულებით იყენებდნენ.

ლეგენდის თანახმად, 1783 წელს, როცა აბრაამ ლინკოლნის ჯარი დასავლეთ პენსილვანიაში მოხვდა, მან ჯარისკაცებს უბრძანა, წყლის პირას გაჩერებულიყვნენ, სადაც ზედაპირზე ნავთობი ლივლივებდა და მტკივან სახსრებზე წაესვათ. ბევრს ამ პროცედურამ შვება აგრძნობინა.

1854 წელს დაარსდა პენსილვანიის ნავთობის კომპანია. მისი მფლობელები ძალიან მოხერხებული ადამიანები აღმოჩნდნენ: მათ კომპანიის კაპიტალი სწრაფად გაზარდეს 500 ათას დოლარამდე. კომპანიის მფლობელებმა იჯარით აიღეს უზარმაზარი მიწის ფართობი და დაიწყეს ნავთობის მოპოვება იმ დროისთვის ცნობილი ერთადერთი მეთოდით. ბუნებრივი რესურსების ამოღებით მათი „ნავთობგადამამუშავებელი ქარხანა“ წარმოადგენდა პატარა ანგარს, რომელშიც მოხერხებული ბიზნესმენები აწარმოებდნენ „ყველა დაავადების უნივერსალურ საშუალებას“ – ბოთლებში დაფასოებულ ნავთობს.

დიდი ხარჯები რეკლამაზე, ნავთობის გასაღებასა და მისი მოპოვების გაზრდაზე, ბევრად აღემატებოდა სამედიცინო სფეროს მოთხოვნებს. ყოველივე ამან მეწარმეებს ნავთობის სხვა დანიშნულებით გამოყენების სურვილი აღუძრა.

კომპანიამ გადადგა იმ დროისთვის წარმოუდგენელი ნაბიჯი – ექსპერტებს მიმართა. 526 დოლარად და 8 ცენტად იელის უნივერსიტეტის პროფესორმა აღმოაჩინა, რომ „ლამპა, რომელშიც გამოყენებულია ნავთობიდან მიღებული სითხე, ანათებს უკეთ, ვიდრე ნებისმიერი ძველი საწვავი, თანაც ანათებს თანაბრად და არ გამოსცემს უსიამოვნო სუნს».

პენსილვანიის კომპანიის მფლობელებმა ნავთობის მოპოვებისა და რეალიზაციის გააქტიურება გადაწყვიტეს. ამ მიზნით, 1857 წელს მმართველად დაიქირავეს ყოფილი რკინიგზის გამცილებელი, რომელსაც არ ჰქონდა არც შესაბამისი განათლება, არც ნავთობზე მუშაობის გამოცდილება. სამაგიეროდ, მას ჰქონდა სარკინიგზო

ტრანსპორტით უფასო მგზავრობის მოწმობა. ამ გზით კომპანიამ სამივლინებო თანხები მნიშვნელოვნად დაზოგა. ეს კაცი კი 35 წლის ედვინ ლორენტინ დრეიკი აღმოჩნდა.

პენსილვანიის ნავთობის კომპანიასთან კონტრაქტის ხელმოწერისთანავე ის ჩავიდა ტაიტესვილში, სადაც იმ დროს, მისი გადმოცემით – „მოსახლეობა შეადგენს 125 ადამიანს, არ არის ეკლესია, არის ორი სასტუმრო“. დრეიკი გაკვირვებით და შიშით ადევნებდა თვალს ნავთობის შეგროვების მომქანცველ პროცესს, მაგრამ მალე მარტივი დასკვნა გააკეთა: ზედაპირზე გამოყოფილი სითხე მხოლოდ მცირე ნაწილია იმისა, რაც მიწის ქვემოთაა. ამიტომ დამწყებმა მენავთობემ ჭის ამოთხრა და ჭაბურღილის გაბურღვა გადაწყვიტა. ამ იდეამ შეიპყრო დრეიკი. მან ხელშეკრულება დადო პენსილვანიის კომპანიასთან ნავთობით მდიდარი მიწის არენდის შესახებ და საკუთარი – სენეკის ნავთობის კომპანია დააფუძნა.

თავისი ვარაუდით, მუშების მიერ მოპოვებული ნავთობის თითოეული გალონიდან (დაახლოებით, 4 ლიტრი) მას 12 ცენტის მოგება უნდა მიეღო, მაგრამ ჯერ ეს მხოლოდ გეგმა იყო. ბურღვის სპეციალისტები მაშინ პრაქტიკულად არ არსებობდნენ. დრეიკი გაემგზავრა ახლომდებარე ადგილებში, სადაც მარილის ჭები იყო განლაგებული. ამ ჭებიდან ქაჩავდნენ მარილის წყალს, მისი აორთქლების შემდეგ კი მარილი რჩებოდა. აქ დახეტილობდნენ უმუშევარი მზურღავები და დრეიკმა მათ შორის შესაფერისი სპეციალისტის ძებნა დაიწყო.

დრეიკი შემლილად მიიჩნიეს, რადგანაც, მაშინ გაბატონებული აზრით, ნავთობი ნახშირიდან გამოწურულ წვეთებს წარმოადგენდა. ამიტომ არ იყო გასაკვირი, რომ პირველი მზურღავი ოსტატი, რომელთანაც დრეიკმა კონტრაქტი დადო, სამუშაოზე არ გამოცხადდა.

სამხედროები, ჩრდილოეთისა და სამხრეთის ომის შემდეგ, დიდი პატივისცემით სარგებლობდნენ. ამიტომ დრეიკმა, რომელსაც სანამდვილეში ჯარში არასოდეს უმსახურია, მეტსახელად „პოლკოვნიკი« აირჩია, მაგრამ არც ეს აღმოჩნდა საკმარისი – იგი მაინც შემლილად შერაცხეს.

და მაინც, ხანგრძლივი ძიების შემდეგ დრეიკმა მოძებნა კაცი, რომელიც დახმარებას გაუწევდა. ოსტატი უილიამ სმიტი არა მარტო კარგი მზურღავი, შესანიშნავი მჭედელიც აღმოჩნდა.

1859 წლის ივნისში სმიტმა დაიწყო პირველი ჭაბურღილის ბურღვა. ერთხელ სმიტი თვითონ ჩავიდა ჭაში და აღმოაჩინა, რომ ის ნახევრად სავსე იყო ზეთოვანი სითხით. „რა არის ეს? ჭუჭყი?“ – იკითხა კიდევ მდგარმა დრეიკმა, „შენი ქონება!“ – მოკლედ უპასუხა ოსტატმა.

პირველივე ჭაბურღილმა შეცვალა დრეიკისადმი დამოკიდებულება, მაგრამ იმისთვის, რომ ნავთობზე ფული ეშოვა, ჯერ კიდევ უამრავი პრობლემა ჰქონდა გადასაჭრელი.

სმიტს ტექნიკური განათლება არ ჰქონდა. ერთხელ იგი ტუმბოს მუშაობის შესამოწმებლად ჭაბურღილში ანთებული ლამპით ჩავიდა. ბუნებრივია, ნავთობი ააღდა, ტუმბო და საბურღი კოშკურა დაიწვა, დრეიკი გაკოტრდა და იძულებული გახდა, პენსილვანია ნავთობით სავსე დაეტოვებინა. მალე დრეიკი მნიშვნელოვან ფიგურად იქცა უოლსტრიტზე, სადაც ნავთობის აქციების გამსაღებელი მაკლერი გახდა. მის მიერ დაწყებულმა ნავთობის ციებ-ცხელებამ, ამერიკაში ახალი ტიპის ქალაქებს დაუდო სათავე. პენსილვანიის ჩრდილო-დასავლეთი რაიონის რუკაზე გაჩნდა ახალი სახელწოდებები: ოილ-სიტი, ოლეო-პოლისი, პეტროლეუმ-სენტრი. მაგრამ ნავთობის ბიზნესი ფეხზე ჯერ კიდევ მყარად არ იდგა. ნავთობის ჭაბურღილზე მომხდარი

უბედური შემთხვევები უარყოფით ემოციებს იწვევდა, წარმოებული ნავთობი მასზე არსებულ მოთხოვნას აჭარბებდა. ამიტომ ფასები „შავ ოქროზე“ ეცემოდა.

ედვინ დრეიკი ისევ გაკოტრდა, მაგრამ საბოლოოდ მოპოვებულმა სახელმა იხსნა: წარმოების ახალი დარგის დაფუძნებისა და დაულაღავი პოპულარიზაციისათვის, პენსილვანიის კანონმდებლების ხმების სრული უმრავლესობით, დრეიკს სამუდამო პენსია დაენიშნა, წელიწადში 1,5 ათასი დოლარის ოდენობით. დრეიკი ნალველის გასაქარვებლად ვისკის სმას მიეძალა. ნავთობის მოპოვების პიონერი 1880 წელს გარდაიცვალა. ამ დროს ყველას პირზე უკვე სულ სხვა ადამიანების სახელები ეკერა, რომლებმაც ნავთობით ვაჭრობით დააგროვეს ქონება. ერთ-ერთი მათგანი ჯონ როკფელერი იყო, რომელიც 50-იანი წლების ბოლოს, ჯერ კიდევ სრულიად ახალგაზრდა, ჩავიდა დრეიკთან იმის სანახავად, როგორ იზადებოდა მრეწველობის ახალი დარგი. ნავთობის მსოფლიო მარაგი კი სულ უფრო სწრაფად მცირდება-ახალი ედვინ დრეიკის გამოჩენის დროა!

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა« 24-3- მარტი, 2008 წ.

6. მეავეჯე იმპერიალისტი და რევოლუციონერი

ინგვარ კამპრადმა ავეჯის ნახევარფაბრიკატის გაყიდვა «გამოიგონა». ამერიკულ ჟურნალ «ფორბსის» მონაცემებით, მსოფლიოს ათი უმდიდრესი ადამიანის სიაში მეშვიდე ადგილს 81 წლის შვედი მაგნატი ინგვარ კამპრადი იკავებს, 31 მილიარდ დოლარად შეფასებული ქონებით. კამპრადი ამჟამად შვეიცარიაში ცხოვრობს. მის საკუთრებაში მყოფ საავეჯო კოლოსს IKEA დღეს უკვე მხოლოდ შვედეთი კი არა, ევროპა, და ლამის მსოფლიოც, ვეღარ იტევს. IKEA-ს სკამებს, ტახტებს, ლამპებს, ჩაიდნებსა თუ ქვაბებს სად აღარ შეხვდებით.

ფარდულის იმპერია. IKEA-ს მამამთავრისა და მბრძანებლის, შვედი ინგვარ კამპრადის ისტორია დღემდე ყველას აოცებს. ეს კონკიას გამზადებული ზღაპარია, პროვინციელი უბრალო ადამიანის თავბრუდამხვევი წარმატების მაგალითი, რომლის მიღმაც მრავალწლიანი შრომა, თავდადება და უჩვეულო ალლო იმალება. კამპრადმა ეს უჩვეულო ალლო ბავშვობიდანვე გამოამჟღავნა. დღეს მისი ბიოგრაფები ამტკიცებენ, რომ ვაჭრობით გატაცება ინგვარს მემკვიდრეობით გადაეცა. 1897 წელს მომავალი მილიარდერის ბაბუის ფირმა გაკოტრების პირას აღმოჩნდა. ოჯახის უფროსმა გადასახადები ვერ დაფარა და ამის გამო სიცოცხლე თვითმკვლელობით დაასრულა, თუმცა, მისმა ცოლმა, ინგვარის ბებია, საქმის გადარჩენა შეძლო. სწორედ მან ასწავლა შვილიშვილს, როგორ უნდა გაემარჯვა გარემოებებზე «შრომითა და მონდომებით». როცა მისი კლასელები თავგადაკლულები დასდევდნენ ბურთსა და გოგონებს, მოკრძალებული ვაჟის გონებაში თამამი იდეები იზადებოდა. ბიჭუნა სტოკჰოლმში ბითუმად ყიდულობდა სანთლებს, ასანთს და ყველაფერს თანასოფლელებსა და თანაკლასელებზე ასალებდა. მოგება სამმაგი რჩებოდა. მისი ერთ-ერთი პირველი მყიდველი ბებია იყო, რომლის გარდაცვალების შემდეგაც, მის ნივთებში შვილიშვილისგან ნაყიდი ათობით ფანქარი, სათლელი და ასანთის კოლოფი იპოვეს. საკმაოდ სოლიდურმა შემოსავალმა ყმაწვილ მეწარმეს საშუალება მისცა საქმე გაეფართოვებინა. 15 წლის ინგვარმა კატალოგით მოვაჭრე ფირმა გახსნა, აქცენტი ისევ საჭირო წვრილმანებზე აიღო.

1943 წელს, 17 წლის ჭაბუკმა რეგისტრაციაში გაატარა ფირმა «ინგვარ კამპრადი, ელმტარიუდი აგუნარიუდში» აბრევიატურით IKEA. ასე უკვდავყო ბიჭმა შვედეთის

პატარა ფერმისა და მშობლიური სოფლის სახელი. ასე დაიბადა სოფელ აგუნარიუდის ფარდულში ომის შემდგომი შვედეთის სასწაული. თავდაპირველად ფირმა შეკვეთილ საქონელს საფოსტო გზავნილებით არიგებდა. მოგვიანებით, კამპრადმა ძველი ქარხანა შეისყიდა და იაფი ავეჯის გამოშვება დაიწყო, რაც შვედეთის ავეჯის მოვაჭრეთა ეროვნული ასოციაციის ბოიკოტის მიზეზი გახდა, IKEA-ს იაფი პროდუქცია მათ საქმიანობას საფრთხეს უქმნიდა.

დღეს IKEA-ს ავეჯი, მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, ყველა ფენისა და წოდების წარმომადგენელთა სახლებს ამშვენებს. IKEA-ს 180-ზე მეტი მაღაზია მსოფლიოს ორმოცდაათ ქვეყანაშია.

ქვაწვია მილიარდერი. კამპრადის საძუნწესა და მომჭირნეობაზე ლეგენდები დადის. როცა მივლინებაში მიემგზავრება, ეს კი საკმაოდ ხშირად ხდება, აუცილებლად ეკონომკლასის ბილეთს იღებს, ადგილზე ჩასული კი სამეარსკვლავიან სასტუმროში ბინავდება. თუ სასტუმროს მომსახურებაში საუბრე შედის, ავეჯის მეფე ყველაფერს მუსრს ავლებს, რათა სადამომდე ჯიბეზე ხელის გაკვრა არ დასჭირდეს, მაგრამ თუ საკუთარი ხარჯით უნდა დანაყრდეს, ჩვენი მილიარდელი ამ შემთხვევაში შიმშილს იაფი ჰამბურგერით იკლავს. იგი არასოდეს მგზავრობს ტაქსით. მისი ფოტოსურათები კი მოწმობს, რომ პლანეტის ერთ ერთი უმდიდრესი ადამიანი მეტად ღარიბულ სამოსს იცვამს და თანაც ფეთხუმიცაა. «ჩემს ასაკში ფულის ფანტვა სიბრიყვეა», განუმარტავს ინგვარი ჟურნალისტებს, რომლებიც ათწლეულების განმავლობაში დაულალავად ცდილობდნენ, მის წუწურაქობას ახსნა მოუძებნონ, და იქვე ურჩევს მისი უფროსი ვაჟიშვილი პეტერი გაიცნონ, რომელიც თავისი საარაკო სიძუნწით მამას ჯიბეში ჩაისვამს. «მილიონს გროში რომ აკლდეს, მილიონი აღარ არის», - ეს კამპრადის კრედაა.

ერთ-ერთ ინტერვიუში მილიარდელმა აღნიშნა, რომ მისი მანქანა 15 წლისაა. კამპრადის საუკეთესო შვებულება შვედეთის ველოსიპეტით შემოვლაა, ბარგს ყოველთვის თვითონ დაათრევს, თანამშრომლებს კი აიძულებს, ფურცლის ორივე მხარე გამოიყენონ. იგი უკვე 32 წელია, ერთ სავარძელში ზის. «ჩემი სავარძელი 32 წლისაა, ცოლი ფიქრობს, რომ უკვე ახალია საჭირო, რადგან მისი ქსოვილი ძალზედ გაჭუჭყიანდა და გაიქუცა. სხვა მხრივ ახალივითაა» აღნიშნავს ინგვარი.

ფულის ფასი მამამ შვილებსაც კარგად ასწავლა. უმცროსი ვაჟი, მათიასი, იხსენებს, როგორ მუშაობდა მამულში, თანაც მამა მუშებზე ნაკლებს უხდიდა. სწავლის დასრულების შემდეგ იგი ფირმის ერთ ერთ სავაჭრო ცენტრში მუშაობს. «თავდაპირველად იმდენად დაბალი ხელფასი მქონდა, რომ მე და ჩემი ცოლი მხოლოდ IKEA-ს იაფფასიან კაფეში ვიკვებებოდით», - ღიმილით იხსენებს უმცროსი კამპრადი.

IKEA-ს საქონელი ყველასთვის. ბრტყელ ყუთებში შეფუთული ავეჯის წარმოების იდეა კამპრადს 50-იან წლებში დაებადა, როცა დაინახა, როგორ მოაძრო მისმა თანამშრომელმა სკამს ფეხი, რათა იგი როგორმე მოეთავსებინა მანქანაში. მრეწველის აზრით, მოდური და თანამედროვე დიზაინერების ბევრი მეთოდი ავეჯს აძვირებს და, ამდენად, ძნელად შესაძენს ხდის. სწორედ ამიტომაც, IKEA-ს დიზაინერები კარგად უნდა ერკვეოდნენ ავეჯის წარმოების მთელ ჯაჭვში, იდეიდან - მომხმარებლისთვის მიწოდებამდე. სწორედ ეს ეხმარება დიზაინერს, გაიგოს ფასწარმოქმნის პროცესი. ფასი კი თავის მხრივ, რამდენადაც შესაძლებელია, იმდენად დაბალი უნდა იყოს. სწორედ ამით არის განთქმული IKEA-ს ნაწარმი. მისი ავეჯი ნახევარფაბრიკატის სახით იყიდება, რომელსაც მყიდველი შინ ააწყობს და დასრულებულ სახეს მისცემს. საქონლის ეს ფორმა დასაწყობებისა თუ ტრანსპორტირების ხარჯებს მნიშვნელოვნად ამცირებს. ავეჯის წარმოებაზე დაკვეთები კი მთელ მსოფლიოში იგზავნება. კამპრადის თანამშრომლები ეძებენ, ვინ უფრო იაფად შეუსრულებთ შეკვეთებს.

შვედ მილიარდერს არასდროს უსწავლია უნივერსიტეტში, მეტიც, სკოლაში მასწავლებლებმა ხეირიანად კითხვაც ვერ შეასწავლეს. მიუხედავად ამისა, «ბიზნესის სტრატეგიას», რომელიც მან IKEA-ში დაამკვიდრა, ევროპის მრავალ უმაღლეს სასწავლებელში სწავლობენ. მისი ახლო ნაცნობები ერთხმად აღნიშნავენ, რომ კამპრადი უჭკვიანესი ადამიანია და არასოდეს ცდება. ეს არის კაცი, რომელიც ყველაფერს წინასწარ ხედავს.

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა», 31 მარტი - 6 აპრილი მომზადებულია ნატა ენუქიძის მიერ.

7. ჰენრი ფორდი – გენიალური ორგანიზატორი

თანამედროვეთათვის ის მხოლოდ ანგარიშიანი საქმოსანი, თავდაჯერებული მაგნატი და საგაზეთო ქრონიკის მუდმივი პერსონაჟი იყო. ეზიზღებოდათ, მისი წარმატების შურდათ, პატივისცემაზე ხომ ლაპარაკი ზედმეტია, მაგრამ თავად სულაც არ ანადვლებდა ეს ყველაფერი, როგორც შემდგომ გაირკვა, არც შემცდარა – ჰენრი ფორდი ისტორიაში დარჩა, როგორც გენიალური ორგანიზატორი, პირველი სერიული ავტომობილისა და პირველი კონვეიერის შემქმნელი.

ჰენრი ფორდს როცა მოესურვებოდა, გაზეთებში სასიამოვნო რამ წაეკითა საკუთარ თავზე, ის გვერდებს უკვეთდა – ზოგჯერ ათეულობით, ასეულობითაც კი.

პრესაში პირველად ფორდის სახელი 1903 წელს გამოჩნდა. მისი მიზეზი სასამართლო დავა იყო – დავა ჯერ კიდევ ნაკლებად ცნობილ კომპანიასა და ავტომობილების ლიცენზირებულ მწარმოებელთა ძლევამოსილ გაერთიანებას შორის. ფორდმა 40 წლის ასაკში მკვეთრად შეცვალა თავისი ცხოვრება, როცა დეტროიტის საავტომობილო კომპანიის მთავარი ინჟინრის თანამდებობიდან წასვლა გაბედა, სადაც 19 ავტომობილი შექმნა.

ჰენრიმ ორი ერთნაირი სარბოლო მანქანა ააგო. ერთ მათგანზე სისწრაფის ახალი მსოფლიო რეკორდი დაამყარა, თუმცა ეს კინაღამ სიცოცხლის ფასად დაუჯდა. ამის შემდეგ უშიშარ ველომრბოლელ ბარნი ოლდიფილდს დაუკავშირდა და ორიოდე თვეში ავტომობილის მართვა შეასწავლა. მრბოლელმა ზედიზედ რამდენიმე შეჯიბრში გაიმარჯვა. საპრიზო თანხებით ფორდმა საკუთარი კომპანია – Ford Motor Company დააფუძნა, რომელშიც თავდაპირველად დირექტორადაც მუშაობდა, მთავარ კონსტრუქტორადაც და ცვლის ბრიგადის უფროსადაც.

აგურის ფარდულში შეიქმნა კომპანიის პირველი მოდელი – Ford A, შემდგომ კი, ანბანური თანმიმდევრობით: B-C-F-K-N. პირველი მანქანების გაყიდვის დაწყებიდან, სულ რაღაც, ხუთ კვირაში ავტომობილების ლიცენზირებულ მწარმოებელთა გაერთიანებამ მოითხოვა, კომპანია ან მას შეერთებოდა, ან სულაც შეეწყვიტა მუშაობა: ფორდის ავტომანქანები დაუჯერებლად იაფი ღირდა.

ჰენრი ფორდს მასობრივად შეუტიეს საგაზეთო ფურცლებიდან. Ford A-ს მყიდველებს აშინებდნენ, რომ ამით ისინი კანონს არღვევდნენ და შეიძლება დაეპატიმრებინათ. ჰენრი კი გააფთრებით იცავდა თავის დამოუკიდებლობას. ის ცდილობდა, რაღაც უნდა დასჯდომოდა, დაბალი ფასები შეენარჩუნებინა, მაგრამ მოწინააღმდეგეთა 70-მილიონიანი კაპიტალი გაცილებით ძლიერი აღმოჩნდა ფორდის 35 ათასის წინააღმდეგ: ექვსწლიანი სასამართლო დავის შემდეგ ფორდი გაამტყუნეს.

მყვიდელები მაინც მისი ერთგულნი დარჩნენ. სასამართლო პროცესის მიმდინარეობის დროსაც, წითელი აგურით ნაშენ ფარდულში, დღეში 100-მდე

ავტომანქანას აწარმოებდნენ. სასამართლო პროცესი კი კომპანიისთვის თავისებურ სარეკლამო კამპანიად იქცა. მით უმეტეს რომ, 1911 წელს ჰენრიმ გაასაჩივრა გადაწყვეტილება და გამარჯვებაც მოიპოვა

იმ დღიდან ფორდმა ირწმუნა, რომ სკანდალი - რა შედეგითაც უნდა დასრულდეს - საუცხოო რეკლამაა. ამიტომ საერთოდ აღარ აქცევდა ყურადღებას, რას წერდნენ გაზეთები. სწორედ ეს გახდა პირველი ნაბიჯი ჰენრი ფორდის უარყოფითი ხატის შექმნის გზაზე. ჰენრის ნაკლებად აღელვებდა, რა შთაბეჭდილებას მოახდენდა საგაზეთო პერსონაჟი ჰენრი ფორდი - მთავარი იყო, ეს ტიპი ხშირ-ხშირად მოხვედრილიყო პირველ გვერდებზე. მეგაზეთეებსაც მეტი რა უნდოდათ.

ჰენრი ფორდი დიდებას სხვებს არ უზიარებდა, ამიტომაც არასოდეს ასახელებდა თავისი მანქანების კონსტრუქტორებს. განაწყენებულები კონკურენტებთან მიდიოდნენ და ჰენრი მათ ნაცვლად ახალ სპეციალისტებს იღებდა.

მის მიერ გამოგონილ კონვეიერს, სადაც მოდელი T ეწყობოდა, ჟურნალისტებმა „არაადამიანური ოფლმდენი“ უწოდეს, ჰენრი ამას უპასუხოდ ტოვებდა, თუმცა, შეედლო მოეთხრო პრესისთვის, რომ ნებისმიერ მუშას უფლება ჰქონდა, სურვილისამებრ შეეცვალა მუშაობის პროფილი და ადგილი, რომ მისი ქარხნების მენეჯერთა 40% თავდაპირველად უბრალო მუშები იყვნენ.

კონვეირზე მომუშავეებს 1914 წელს ჰენრი ფორდმა დღიურ გასამრჯელოდ 5 დოლარი დაუწესა. სხვა საწარმოებში ამ დროს 2-3 დოლარს იხდიდნენ. ჰენრიმ მიზნად დაისახა დღეში, სულ ცოტა, ათასი ავტომობილის გამოშვება. მოახერხა კიდეც, მთელი მოგება კი კვლავ წარმოების განვითარებაში ჩადო - ისე, რომ აუქციონერებისთვის არც უკითხავს. მათ სასამართლოში უჩივლეს და 1917 წელს დივიდენდების გაზრდას მიაღწიეს.

მორიგი ხმაური ჰენრი ფორდის გადადგომამ გამოიწვია. საავტომობილო მაგნატმა თავისი „სამეფო“ 26 წლის ვაჟიშვილს - ეპელს გადაულოცა. ამას საბირჟო პანიკა და, შესაბამისად, ფორდის კომპანიის აქციათა ფასების დაცემა მოჰყვა. ყველას ეგონა, რომ ექსცენტრიული მაგნატი საქმეებს სამუდამოდ დაემშვიდობა, მაგრამ აქციონერებსა და კონკურენტებს დიდი სურპრიზი ელოდათ: 1919 წელს ჰენრიმ პრესკომფერენცია მოიწვია და განაცხადა, რომ ამიერიდან მას კომპანიის აქციათა 100% ეკუთვნის. „აქციონერებს ბოლო მოელოთ!“ - აღტაცებით გამოაცხადა ფორდმა და დამსწრეთ მოუთხრო, როგორ შეიძინა ორი წლის განმავლობაში აქციათა 41% მესამე პირების მეშვეობით.

ყველასთვის ნათელი გახდა, რომ საავტომობილო იმპერია, მის საკუთრებაში არსებული რკინიგზა, უამრავი სატრანსპორტო ხომალდი, 285 ათასი ჰექტარი ტყე, რკინის საბადოები, მინისა და მეტალურგიული ქარხნები - მთლიანად უფროსი ფორდის გამგებლობაში ყოფილა, მორიდებული ეპელი კი მხოლოდ ნომინალური მმართველი იყო.

თვით ჰენრის მოწოდებულ ლეგენდას თუ ვირწმუნებთ, საავტომობილო მაგნატობა მან იმ დღეს გადაწყვიტა, როცა ბავშობაში ცხენიდან გადმოვარდა. მარცხის მიზეზი კი სიმინდის ყანის გვერდით ჩავლილი ლოკომობილი ყოფილა, რომელმაც თვალი მოსწყვიტა პატარა ჰენრის - ექვს შვილში უფროს ვაჟსა და ფერმის პირდაპირ მემკვიდრეს. როცა 16 წლისა დეტროიტში გაემგზავრა და ლოკომობილების მექანიკოსის შეგირდად მოეწყო, მამამის უთქვამს: - თავიც დაილუპა და თავისი მომავალიცო. ეს არცთუ ზუსტი წინასწარმეტყველება გამოდგა.

ფორდმა კომპანია „ვესტინჰაუზში“ ორთქლის ძრავების შემკეთებლად დაიწყო მუშაობა, შემდგომ დეტროიტის საავტომობილო კომპანიაში გადავიდა. აქ ნიჭიერ

მექანიკოსს მალე გაურთულდა უფროს კოლეგებთან ურთიერთობა: მისი „უმსგავსობა“ ის იყო, რომ ჰენრი ნახევარ საათში ასრულებდა სამუშაოს, რომელსაც „ნორმალური“ ადამიანები ხუთ საათს ანდომებდნენ.

ქარხნიდან წასვლის შემდეგ ჰენრი რამდენიმე წელიწადს დაეხეტებოდა შტატებში, მცირე ხნით მამისეულ ფერმასაც კი ესტუმრა. გახარებულმა მამამ შვილს 16 ჰექტარი ტყე აჩუქა, მაგრამ მშობლის სიხარული ნაადრევი აღმოჩნდა: ჰენრი მხოლოდ იმისთვის ჩავიდა, რომ მეზობელი ფერმერის ქალიშვილზე ექორწინა. ის არც ერთი დღით არ წყვეტდა ძრავებზე ექსპერიმენტებს, ცოლიც მხარს უჭერდა ქმრის უცნაურ გატაცებას, ალბათ, ამიტომაც იცხოვრა მასთან ტკბილად მთელი ცხოვრება. ჰენრი მემუარებში აღნიშნავს, რომ მეუღლე ერთადერთი ადამიანი იყო, რომელსაც ყოველთვის სწამდა მისი წარმატების.

შეუღლებიდან ერთ წელიწადში, მამის მიერ ნაჩუქარი 16 ჰექტარი ტყე გაიჩეხა და გაიყიდა, ამიტომ ჰენრი იძულებული გახდა, სამუშაო კვლავ ქალაქში ეძებნა. 1892 წელს დეტროიტის ელექტროკომპანიაში, სახელგანთქმულ გამომგონებელ თომას ალვა ედისონთან, ინჟინერ-მექანიკოსის ადგილი იშოვა. დღისით გამოძახებებზე დადიოდა, ღამით კი ძრავებს აწყობდა.

1893 წელს ჰენრიმ თავისი პირველი ბენზინისძრავიანი ავტომობილი ააგო – მსუბუქი ორადგილიანი ეტლი Quadricycle ველოსიპედის ბორბლებითა და ნახევარელიფსური რესორებით. ის კარგა ხანს დეტროიტში ერთადერთი ავტომობილი იყო. პოლიციამ ჰენრის მოსთხოვა, ქალაქის ადმინისტრაციისგან მანქანით სარგებლობის სპეციალური ნებართვა აეღო. ამრიგად, ფორდი ამერიკაში საავტომობილო მართვის უფლების პირველი მფლობელიც გახდა.

1899 წელს ფორდი წავიდა ედისონისგან, რომელსაც ბენზინის ძრავები უპერსპექტივო მოწყობილობად მიაჩნდა და მეწილედ შევიდა დეტროიტის საავტომობილო კომპანიაში. მთავარი ინჟინრის პოსტიც დაიკავა. ამ თანამდებობიდან მისი გადადგომის შემდგომი პერიოდი ჩვენთვის უკვე ცნობილია.

...1943 წელს, მას შემდეგ, რაც ეძელი ფრონტზე დაიღუპა, ჰენრი კვლავ კომპანიის ერთპიროვნული მართველი გახდა. ის 1947 წელს გარდაიცვალა და მთელი თავისი სამრეწველო სამეფო ერთადერთ შვილიშვილს – ჰენრი ფორდ უმცროსს უანდერძა; მისი წყალობით კი. ფორდებმა Ford Motor Company-ზე ერთპიროვნული კონტროლი დაკარგეს. კომპანია დღეს სააქციო საზოგადოებაა. აქციების 40% ოჯახს ეკუთვნის, ხოლო დანარჩენი ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე თავისუფლად მიმოიქცევა. „ფორდი“ უმსხვილეს ამერიკულ კომპანიებს შორის მეშვიდეა, ხოლო მსოფლიო რეიტინგში – მეთორმეტე.

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 14-20 აპრილი 2008წ.

8. კინგ ჟილეთი – ყველაზე დიდებული წვრილმანის გამომგონებელი

როგორ გავპარსოთ მილიონები. კინგ კემპ ჟილეთმა არა მარტო უვნებელი საპარსი გამოიგონა, არამედ მომხმარებლებს საგნების გამოყენების ახალი კულტურა შესთავაზა: «წლობით კი არ უნდა შეინახო, არამედ ისარგებლო და გადაადგო». მან მოიფიქრა ახალი იდელოგია და ერთჯერად ცვირსახოცებს, სანთლებს, ჭიქებსა და თეფშებს დაუდო სათავე. ეს იყო ბრწყინვალე იდეა, რომლის ნაყოფითაც დღესაც ვსარგებლობთ. ყოველ

წელს ჯილეტის მიმდევრები წარმოების ახალ-ახალ სფეროებს ითვისებენ და ნივთების სამყაროში უფრო და უფრო მეტ ერთჯერად საგნებს ქმნიან.

«კაცისთვის ამაზე უარესი არაფერია». 1895 წლის ზაფხულის ერთ მშვენიერ დილას მან სარკეში ჩაიხედა და შეიკურთხა. ამ «ტკბილსიტყვაობის» სხვადასხვა ვარიანტს ყოველ დილით წარმოთქვამენ მამაკაცები, მათ ყველას ერთნაირად სძულთ პირის პარსვის მომაბეზრებელი პროცედურა.

ახალი ტიპის ბოთლის საცობების გამავრცელებელი, 40 წლის სავაჭრო აგენტი კინგ კემპ ჟილეტი რიგითი აგენტობისთვის არ იყო დაბადებული. ის რამე მარტივისა და, იმავდროულად, არაჩვეულებრივის გამოგონებაზე ოცნებობდა.

დაიბადა და გაიზარდა ვისკონსინის შტატის პატარა პროვინციულ ქალაქში. მშვიდი ცხოვრება და ზამთრის გრძელი საღამოები მას არ შეეფერებოდა, ისევე როგორც მამამისს, რომლისგანაც კინგმა მემკვიდრეობით სხარტი გონება და პატივმოყვარეობა მიიღო. ბიზნესი რომ წამოეწყო და შვილისთვის განათლება მიეცა, მამამისი ჩიკაგოში დასახლდა. დიდი ქალაქი დიდი შესაძლებლობებია, იმეორებდა იგი. უფროსმა ჟილეტმა საკერავი მანქანების სახელოსნო გახსნა. საქმე კარგ შემოსავალს იძლეოდა, მაგრამ ნათელ მომავალზე ოცნება ერთ წამში დაიმსხვრა - 1871 წლის ჩიკაგოს ლეგენდარულმა ხანძარმა უფროსი ჟილეტის სახელოსნო ნაცარტუტად აქცია. მამა გალოთდა და კინგი იძულებული გახდა ოჯახის რჩენაზე ეზრუნა.

სამსახური მაშინვე იშოვა. პატარა კომპანიამ, რომელიც საყოფაცხოვრებო ნივთებით ვაჭრობდა, მომლიმარი და ენერგიული ყმაწვილი სავაჭრო აგენტად ულაპარაკოდ მიიღო. გასაღება მას კარგად გამოსდიოდა და მალე პერსპექტიული თანამშრომლის რეპუტაცია დაიმკვიდრა. გასაყიდი საქონლით იგი არა მარტო ამერიკის კონტინენტს იპყრობდა, არამედ ინგლისის ბაზარიც აითვისა და თავის კომპანიას ევროპაში «ფანჯარა გაუჭრა». მაგრამ ბავშვობის ოცნება გამომგონებელი გამხდარიყო, მას ერთი წუთითაც არ ასვენებდა. დრო მხოლოდ უმძაფრებდა საკუთარი მიზნისკენ ლტოლვას. XIX საუკუნის დასასრული ხომ გამოგონებების ხანა იყო? სწორედ მაშინ გამოჩნდა რადიო, ელექტრონათურა და ავტომობილი.

1891 წელს მისტერ ჟილეტი ბალტიმორში გადასახლდა და ახალ ფირმაში მოეწყო, რომელიც კორპსადრობებსა და საცობებს აწარმოებდა. აქ იგი კორპსადრობისა და თითბერის ხრახნიანი თავსახურების გამომგონებელ უილიამ პეინტერს დაუმეგობრდა. მეგობრები საინჟინრო სიახლეებს განიხილავდნენ და ფანტაზიორობდნენ. ერთხელ, პეინტერმა უთხრა:

«აი, შენ სულ გინდა, რაღაც გამოიგონო. იცი, რა აზრი დამებადა? ჩემი გამოგონების მთელი მშვენიერება სწორედ მის უბრალოებასა და სიიაფეშია: გახსნი ბოთლს, რამდენჯერმე შეატრიალებ თავსახურს და მორჩა - სანაგვეში. იფიქრე!

კინგს რჩევა ჭკუაში დაუჯდა. ერთ დილას კი.....

ოცი წლის შემდეგ იმ დილას ასე იხსენებდა: «სარკეში ჩავიხედე, პარსვა დავიწყე და აღმოვაჩინე, რომ ჩემი სამართებელი გაბლაგვებულიყო. ან საპარიკმახეროში უნდა წავსულიყავი, ან დანა წამელო გასაღესად. ვიდექი და დაბნეული ვუყურებდი საპარსს. სწორედ მაშინ დამებადა იდეა, ან იქნებ სურათი წარმომიდგა, არ ვიცი. ყოველ შემთხვევაში, ის ზუსტად ვიცი, რომ იმ მომენტში დაიბადა ჟილეტის საპარსი. მთლიანად დავინახე ეს საგანი. ერთ წამში ჩემს თავს უამრავი შეკითხვა დაევუსვი და ყოველი მათგანისთვის აღმომაჩნდა პასუხი. ყველაფერი ძალიან სწრაფად მოხდა, ეს აღმოჩენას ჰგავდა და არა თანმიმდევრული მსჯელობის შედეგს».

1890-იანი წლების ამერიკული საპარსი ძველევგვიპტურის ზუსტ ასლს წარმოადგენდა - ტარზე დამაგრებულ ბასრ დანას. ჟილეტის იდეით, დანის უკანა

ნაწილი საერთოდ არ იყო საჭირო: საკმარისი გახლდათ ფოლადის წვრილი ზოლის ორივე მხრიდან გალესვა და სამაგრთან თარაზულად მორგება. როგორც კი დანა დაბლაგვდებოდა, შეიძლებოდა მისი გადაგდება და ახლის ჩადება. კონსტრუქცია ძალიან მარტივი იყო, თუმცა ავტორი სრულიად ვერ ერკვეოდა დანებში, ლითონის თვისებებისა კი საერთოდ არაფერი გაეგებოდა.

«დამთავრდა. უზრუნველი მომავალი გარანტირებული გვაქვს» მისწერა მან ცოლს, რომელიც ოპაიოში ნათესავეებს სტუმრობდა.... და როგორც ყოველთვის, იჩქარა. 11 წელიწადი გავიდა, სანამ გამოგონება დამტკიცდებოდა და პირველ მოგებულ დოლარს მოიტანდა. მაგრამ კინგმა მაშინ ეს არ იცოდა. ფრთაშესხმული ის უახლოეს საყოფაცხოვრებო მაღაზიაში შევარდა და ფოლადის ლენტის კოჭა, უბრალო ხელსაწყოები და სახაზავი ქაღალდები შეიძინა. ერთ კვირაში სამყაროს ერთჯერადი მოხმარების პირველი საპარსი წარუდგინა. კინგი დარწმუნებული იყო თავისი წამოწყების წარმატებაში. კოჭა, რომლისგანაც, მისი გამოთვლით, 500 დანის დამზადება შეიძლებოდა, სულ რაღაც 16 ცენტი ღირდა.

«ტექნიკური გაუნათლებლობის გამო ვერ გავითვალისწინე, რომ გაცილებით მაღალხარისხოვანი და ძვირად ღირებული ფოლადი მჭირდებოდა», - ამბობდა იგი. კინგი იდეამ ლამის შეშალა, დანების ახალ-ახალ მოდიფიკაციებში რვა წელიწადში 25 ათასი დოლარი დახარჯა. ამ ხნის განმავლობაში ის არავის ელაპარაკებოდა და მთელ დღეებს ლაბორატორიაში ატარებდა. მას ესაჭიროებოდა თხელი, გამძლე და თანაც იაფი ფოლადი. სპეციალისტები არანაირ იმედს არ აძლევდნენ. ასეთი თხელი ფოლადის გამოწრთობა შეუძლებელი იყო და ამ უაზრო ძიების შეწყვეტას ურჩევდნენ.

ჟილეტს რომ სათანადო ტექნიკური განათლება ჰქონოდა, მათ დაუჯერებდა და თავის განზრახვაზე ძალიან მალე ჩაიქნევდა ხელს.

მაგრამ ის არ ნებდებოდა. საქმე «მკვდარი წერტილიდან» მხოლოდ 1900 წელს დაიძრა, როდესაც მასაჩუსეტსის ტექნოლოგიური ინსტიტუტის კურსდამთავრებულმა უილიამ ნიკერსონმა ფოლადის სიმტკიცისა და გამოწრთობის ახალი ტექნოლოგია შეიმუშავა. რამდენიმე თვეში ამოცანა გადაიჭრა. ჟილეტმა საბოლოო მოდელი შეიმუშავა. როცა ის ნებაცხოვლობითი პატიმრობიდან გამოვიდა, მეგობრებმა დასცინეს

შენ, ძმაო, სულ გაველურებულხარ, სარკეში მაინც თუ ჩაიხედე? საპარსი გამოიგონე და თვითონ ტყის კაცს დამსგავსებხარ.

უბედურება ის იყო, რომ თითქოს ჯიბრზე, წვერი კვლავ მოდური ხდებოდა. ჯერ იგი ევროპის სამეფო წარმომადგენლებმა მოუშვეს, შემდეგ ამ ტალღამ ამერიკაში გადმოინაცვლა. ჟილეტმა კომპრომისის მიაგნო - ყველასთვის ცნობილ ჟილეტის ულვაშს, რომელიც შემდგომ მისი კომპანიის საფირმო ნიშნად იქცა. თუმცა პოტენციური ინვესტორები მაინც იჭვნეულად აქნევდნენ თავს.

1901 წელს, მეგობრების დახმარებით, ჟილეტმა 5 ათასი დოლარის შეგროვება შეძლო, გამოგონების დამადასტურებელი პატენტი აიღო და ფირმა გახსნა. პირველი ერთჯერადი საპარსები ბაზარზე 1903 წელს გამოჩნდა. მაშინ 51 საპარსი და 168 დანის პირი გაიყიდა, შემდეგ წელს 91 ათასი საპარსი და 123 ათასი დანის პირი. 1908 წელს კი ბრუნვამ 13 მლნ დოლარს მიაღწია.

პირველი მსოფლიო ომის დროს წვერის მოშვება მოდური აღარ იყო. რა თქმა უნდა, საპარსებზე მოთხოვნილებაც გაიზარდა. დადგა ჟილეტის აღმასვლის ხანა. საომარი ვითარება საყოფაცხოვრებო პირობების გამარტივებას მოითხოვდა. ერთჯერადი საპარსები კი ერთდროულად მრავალ პრობლემას წყვეტდა; იაფი, ადვილად მოსახმარი, არ საჭიროებდა მოვლას და, ამასთან, ეთჯერადობის გამო, ჰიგიენის დაცვის გარანტიას იძლეოდა. 1917 წლისათვის ფირმა უკვე 1 მლნ დანის პირს ყიდდა.

ომი დასრულდა, პირის გაპარსვის ჩვევა კი ყველას შემორჩა. ჟილეტის კომპანია ყვაოდა. მაგრამ 1921 წელს ჟილეტის 20 წლიანი ექსკლუზიურ პატენტს ვადა ეწურებოდა. ეს კი ნიშნავდა, რომ ნებისმიერ კომპანიას შეეძლებოდა ბაზარზე ერთჯერადი საპარსების გამოყრა. «დაზვერვა» იტყობინებოდა, რომ რამდენიმე კომპანია უკვე მზად იყო უფრო იაფფასიანი საპარსების გამოსაშვებად. კომპანიის ბედი ბეწვზე ეკიდა. პატენტის ვადის ამოწურვამდე ექვსი თვით ადრე, გამომგონებელმა საპარსის ახალი მოდელი შეიმუშავა, რომლის ღირებულება 1 დოლარს შეადგენდა, მანამდე საპარსები 5 დოლარი ღირდა. იმ წელს კომპანიის შემოსავალმა რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია.

დაარსების შემდეგ gillette, რა თქმა უნდა, ძლიერ გაფართოვდა. ახლა აქ რამდენიმე კომპანიაა შერწყმული. ძველი საპარსებიც მრავალჯერ შეიცვალა და დაიხვეწა. ცნობილი პლასტმასის კასეტები, რომლებშიც დანის პირებია «ჩაკერებული», გამომგონებლის სიკვდილის შემდეგ დაამზადეს. რაც შეეხება თვით კინგ ჟილეტს, 77 წლის ასაკში, გარდაცვალებამდე ცოტა ხნით ადრე, მოკრძალებულად შენიშნავდა: «ყველა დიდ გამოგონებათა შორის ერთჯერადი საპარსი ყველაზე დიდებული წვრილმანია». ჟილეტს მართლაც ჰქონდა იმ ქვეყნად მშვიდად წასვლის უფლება თავის ოჯახს მან ამერიკის ერთ-ერთი უდიდესი წარმოება და უზარმაზარი ქონება დაუტუვა.

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა» 5 – 11 მაისი 2008 წ.

9. საფრანგეთის რესპუბლიკის დამსახურებული ოლიგარქი - ვენსან ბოლორე პრეზიდენტის მეგობარი, რომელზეც დრო მუშაობს

ათი წლის წინ ვენსან ბოლორე საფრანგეთში მხოლოდ სიგარეტის მოყვარულთათვის იყო ცნობილი. მისი საწარმო პაპიროსის ქაღალდს აწარმოებდა. დღეს მულტიმილიარდერი ნიკოლა სარკოზისთან დაახლოებულ ოლიგარქთა ვიწრო წრეს განეკუთვნება.

როგორც ოლიგარქი ყველა, სარკოზი ოთხმოციან წლებში გაიცნო ბიზმესმენ ლორან ბიურელთან გამართულ წვეულებაზე. 30 წლის სარკო მაშინ ქალაქ ნეის მერი იყო, ბოლორე მასზე სამი წლით უფროსი გახლდათ.

ფრანგებს აქვთ გამოთქმა «სპეციალური ატომები», ჰოდა, ამ ორი წარმატებული ჯეელის ატომები ერთხელ და სამუდამოდ გადაეჯაჭვნენ ერთმანეთს. «მაშინვე შევამჩნიე მებრძოლი სულის, ნებისყოფიანი, სიცოცხლით სავსე და ძალიან სიმპატიური ახალგაზრდა კაცი», იხსენებდა მოგვიანებით ვენსან ბოლორე, რომელიც მომავალი პრეზიდენტის გარემოცვაში მუდმივად არ ტრიალებდა, მაგრამ ყოველთვის სადღაც ახლოს იმყოფებოდა. ამ კავშირს, შეძლებისგვარად, განამტკიცებდა ბოლორეს ცოლისძმა, ჟერარ ლონგე, ცნობილი მემარჯვენე დეპუტატი და მინისტრი, რომელიც ახლა სარკოზის პოლიტიკური მრჩეველია. ელისეს სასახლეში შესვლისთანავე სარკომ განაცხადა: «საფრანგეთი ბოლორესგან ბევრით არის დავალებული».

ბოლორე კელტური გვარია, ბრეტანში მეტად გავრცელებული. მეომარი და ფხიანი წინაპრებისგან ოლიგარქს მემკვიდრეობით ერგო XIX საუკუნეში დაფუძნებული სიგარეტის ქაღალდისა და ლოცვების წიგნის ქაღალდის პატარა, მაგრამ სიცოცხლისუნარიანი, წარმოება. ერთი აავადებს, მეორე კი შვებას ჰგვრის - ყოფიერების ორსახოვნება ვენსანმა ბავშვობიდანვე შეიცნო.

იურისტი მემკვიდრე ყოფიერების აუტანელი სიმსუბუქის დასაძლევად უკეთ რომ მოემზადებინათ, მშობლებმა ვენსანი, გამოცდილების მისაღებად, პარიზის ბირჟაზე თვით როტმილდებთან გაამწესეს. სწორედ მათ ფინანსურ კომპანიაში მიიღო საწყისი პროფესიული გამოცდილება და სამუდამოდ დაიმახსოვრა მთავარი: დღემდე ნაპოლეონის კოდექსით მცხოვრებ ქვეყანაში «პისტონის» გარეშე ვერაფერს გახდები. (ცნობისათვის «პისტონი» ფრანგულად იგივეა, რაც რუსულად «ბლაცი»).

როტმილდებისა და ჟერარ ლონგეს წყალობით, ვენსანმა საბანკო გიგანტ «კრედი ლეონეს» ხელმძღვანელის ნდობა მოიპოვა. სწორედ იმხანად, ისინი თავიანთ კაცს ეძებდნენ Bangué Rivaud-ში ჩასანერგად. ეს იყო მომცრო ბანკი, საიდანაც რესპუბლიკის მხარდამჭერი გაერთიანების, ნეოგოლისტიების პარტიის, ფინანსები გადიოდა. ბოლორე, როგორც დანა კარაქში, ისე შესრიალდა მემარჯვენე ოპოზიციის წმიდათაწმიდაში. იქ ურთიერთსიმპატია სარკოზის თაობასთან უფრო განმტკიცდა და კონკრეტული სახე მიიღო. «კრედი ლეონეს» საშუალებით, ვენსანმა ჯგუფი Delmas –Vielleux-ი შეისყიდა, რომელიც აფრიკის ქვეყნებში პლანტატორობითა და სატრანსპორტო ლოგისტიკით იყო დაკავებული. შემთხვევითი არ არის, რომ ბოლორეს კაბინეტში სენეგალის ექსპრეზიდენტ აბდუ დიუფის პორტრეტი კიდია. დღეს «ფართო აფრიკული წრეები» ბრეტონელს ფრანგთა იმ ექვსეულში იხსენიებენ, რომელიც კამერუნს მართავს.

კაუჩუკისა და ვარდების პლანტაციებისა და ყავის ხეების გარდა, ვენსანს ეკუთვნის ყველაზე დიდი სატრანსპორტო ქსელი, რომელიც აფრიკას ევროპასთან აკავშირებს; საპორტო სააგენტოები მთელ შავ კონტინენტზე, ათასობით საბარგო მანქანა, ტრაილერი და საპორტო ამწეები, სასაწყობე და საოფისე შენობები, უმსხვილესი ვერფები, აეროპორტების ტერმინალები... ოცი წლის წინ აფრიკაში ინვესტიციებს რომ ვდებდით, ყველას გიჟები ვეგონეთ. ფული მაშინ უნდა დააბანდო, როცა სხვები ბაზრიდან გადიან. ჩვენ დარწმუნებული ვიყავით, რომ ჩინეთსა და ინდოეთში ეკონომიკის განვითარება ენერგომატარებლებზე მოთხოვნას გააძლიერებდა, უპირველეს ყოვლისა, ნავთობზე, ეს კი მიღების საჭიროებას გაზრდიდა - იხსენებს ვენსან ბოლორე.

ფრანგი საქმოსნის წარმატების საფუძველი ბიზნესის დივერსიფიკაციაა. ჯერ კიდევ 1981 წელს, ბოლორემ მამისგან საოჯახო ქაღალდის ფირმა სიმბოლურ ფასად _ 1 ფრანკად შეისყიდა. მერე, დროთა განმავლობაში, თავისი ნათესავების საწარმოებიც შეიერთა. ენერგეტიკული კრიზისის დროს ნავთობის ტრანსპორტირება წამოიწყო. ენერგომატარებლებს აწვდიდა ფრანგებსა და გერმანელებს, ბელგიელებსა და შვეიცარიელებს. ბიზნესმენმა წარმატებას უნაკერო მიღების წარმოებაში მიაღწია. მას ეკუთვნის მიღების მწარმოებელი Vallouzeც_ის აქციების დიდი ნაწილი.

აფრიკაში, ლოგისტიკის კვალდაკვალ, ბოლორემ ევროპასა და სხვა კონტინენტებზე სატრანსპორტო მომსახურების ორგანიზება წამოიწყო. ამ სფეროში 15 ათასი თანამშრომელი მუშაობს 88 ქვეყანაში. კონტეინერებით ძვირფასი ტვირთის უსაფრთხოდ გადატანა _ ეს არის მათი მთავარი საქმე.

ვენსან ბოლორეს ლამაზი და ძვირფასი ნივთები უყვარს, განსაკუთრებით, როცა ეს შედეგები საკუთარ თავს აგონებს. პარიზში აღმართულ მინისა და ბეტონის კოშკში (მას ბოლორეს კოშკს ეძახიან) შემთხვევით არ უდევს გამოსაჩენ ადგილას ბრინჯაოს დიდებული ავაზა.

«ჩვენ კელტური ფესვები გვაქვს, ამიტომაც ვართ ძალიან ჯიუტები. ვართ მეწარმეებიცა და ფინანსისტებიც. როცა ბირჟაზე ეკონომიკის ახალ სექტორში ვიწყებთ ფულის ჩადებას, ბევრი დაგვცინის. მერე, როცა მოგებას ვიღებთ აღარავის ეცინება»,_ამბობს ბიზმესმენი. იმის გამო, რომ საკუთარ თავზე მონარქივით მრავლობით რიცხვში ლაპარაკობს, სხვებს კი მხოლოდ შენობით მიმართავს, პარიზის

საქმიან წრეებში «ფულის ნაკადების პატარა პრინცი» შეარქვეს. მართლაც, მრავალდარგოვანი ჰოლდინგის ერთპიროვნული პატრონი თავის ხელში უზარმაზარ თანხებს უყრის თავს. «ვენსანი პარიზში ერთადერთია, ვისაც ხელის ერთი აქნევით შეუძლია ორი ან სამი მილიარდი ევროს მოზიდვა», - ამბობს ოლიგარქის ბავშვობის მეგობარი, ჟურნალისტი ჟან ბოტორელი.

საინტერესო დეტალი: ვენსან ბოლორეს პრინციპულად არა აქვს საკუთარი პრესსამსახური. ერთ-ერთ ბიოგრაფიულ წიგნში ის დრაკულას შეადარეს, რომელიც კამკაშა სინათლეს გაურბის. მაგნატს არ უყვარს რეკლამები, ზეპირი მიღებები. ის ამჯობინებს, მთელ მსოფლიოში გაბნეულ ბიზნესს, რომელსაც დიდი შემოსავალი მოაქვს.

2006 წელს მისი შემოსავალი 6 მილიარდ ევროს აღწევდა. ის ხან ფრანგული კინოსტუდია Gzumont-ის აქციებს ყიდულობს, ხან პარიზის ლეგენდარულ კინოთეატრ Macmahon-ს, ხან SFP-ის სატელევიზიო კომპანიის მფლობელი ხდება, ხან მილიონებს დებს Bluecar-ის ქალაქის ელექტრომობილის შექმნაში.

«ჩვენი გზა არ არის ევოლუცია წარმოებიდან ბრწყინვალეობამდე, არამედ სავსებით გააზრებული დივერსიფიკაცია ბიზნესის იმ დარგებში, რომლებისაც ჩვენ გვჯერა», - აცხადებს ოლიგარქი. ამ დარგთაგან უპირველესი მისთვის მასმედიია. ამჟამად პირადი თანხების უმეტეს წილს ვენსან ბოლორე ამ დარგში დებს: უფასო სარეკლამო გაზეთებში, გასართობ ციფრულ ტელევიზია Dizect 8-ში, უმსხვილეს სარეკლამო სააგენტო Havas-ში (აქციების 22%), სოციოლოგიური კვლევის პრესტიჟულ სააგენტო CSA-ში (აქციების საკონტროლო პაკეტი) და სხვ.

ბრეტონელმა საფრანგეთის მოწინავე კერძო ტელეარხ TF 1-საც შებედა. შეიძინა ოჯახური მედია ჰოლდინგის აქციების დიდი პაკეტი, მერე მის მფლობელს, მარტენ ბუიგს, დაურეკა: - შეგიძლია, დირექტორთა საბჭოში შეგვიყვანო. ამბობენ, რომ ბუიგს, რომელსაც სამართლიანად შეარქვეს «კაციჭამია», ისეთი რეაქცია ჰქონდა, რომ მეტოქეების მოსარიგებლად სარკოზის ჩარევა გახდა საჭირო. ვენსანმა უკან დაიხია, მაგრამ ბუიგისთვის მისივე აქციების მიყიდვით 230 მილიონი ევრო მოიგო.

ბოლორე საქმის კაცია, მასთან მუშაობა მოულოდნელობებით არის აღსავსე. ის ახალ საქმეს ისეთი ინტერესით ეჭიდება, თითქოს კიდეც, სულ ცოტა, 200 წელიწადს აპირებდეს ცხოვრებას. ალბათ, სწორედ ასეთ ენთუზიაზმშია მისი წარმატების საიდუმლო. თანაც ის ყოველთვის ახერხებს კომპეტენტური ხალხის შემოკრებას.

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა» 12 _ 18 მაისი, 2008 წ.

10. როკი აოკი _ ხამანწკების მბრძანებელი სამურაის გზა

როკი ექვსი წლის იყო, როცა ამერიკულმა ავიაციამ მისი მშობლიური ტოკიო ნაცარტუტად აქცია. მამამისი, სამურაების ამაყი შთამომავალი, პროფესიით ანტერპრენერი და რესტორატორი, გულმოკლული დააბიჯებდა მხრჩოლავ ნანგრევებში, სადაც მოულოდნელად წითლად მოხასხასე ყვავილს – ბენიჰანას წააწყდა. სწორედ მაშინ გადაწყვიტა, გაეხსნა კაფე, რომელსაც ამ ლამაზი ყვავილის სახელს დაარქმევდა. აქედან მოყოლებული დღემდე, რესტორანთა ქსელ «ბენიჰანაში» წითელი ფერი დომინირებს.

როცა ჭაბუკი ბედის საძიებლად ოკეანის გაღმა გაემგზავრა, მამა ყოველმხრივ ხელს უწყობდა. ნიუ-იორკში ჩასულმა, სპორტული მოღვაწეობის წყალობით,

კოლუმბიის უნივერსიტეტში სასწავლებლად სტიპენდია მოიპოვა. როკი ღამით მეცადინეობდა, დღისით კი ლუკმა-პურისთვის შრომობდა – ავტოსადგომზე გადაჰყავდა მანქანები, კაფეში მიმტანად მუშაობდა. გადაწყვიტა ბიზნესშიც ეცადა ბედი – დაიქირავა ავტობუსი, რომლითაც ნაყინი დაჰქონდა, მაგრამ ეს ბაზარი ათვისებული აღმოჩნდა და მონდომებულ ჰაბუკს ამ საქმიდან არაფერი გამოუვიდა. ჰოდა, გარისკა და თავისი ავტობუსი კრიმინალურ ჰარლემისკენ «დაძრა». იქაურთა შიშით კონკურენტებს ჰარლემისკენ გახედვაც კი არ უნდოდათ. გაჩხინკულ იაპონელს თავი ყინჩად ეჭირა, მეტი დამაჯერებლობისთვის, მანქანის საქარე მინაზე საკუთარი წარმატებისადმი მიძღვნილი სტატიაც კი გააკრა, თუმცა კრიმინალთა ბუნაგში თავის დამკვიდრება არცთუ იოლი აღმოჩნდა – იგი სამჯერ გაძარცვეს, ოთხჯერ კი დანით დაჭრეს.

მონდომებამ თავისი გაიტანა, საქმეც თანდათანობით აეწყო. სწორედ როკის ეკუთვნის ქალაქის პაწია ქოლგებით ნაყინის გაფორმების იდეა. ეს წმინდა წყლის იაპონური სტილი ძალიან მიეწონათ ამერიკელებს. 1963 წლისთვის როკიმ ინგლისური შეისწავლა, კოლეჯში სარესტორნო საქმის სპეციალური კურსიც გაიარა და, შრომისმოყვარეობის წყალობით, იმ დროისთვის საკმაოდ შთამბეჭდავი თანხა, 10 ათასი დოლარიც, მოაგროვა. ამ თანხით მან სან-ფრანცისკოს მიაშურა, სადაც იაპონურ რესტორანში მენეჯერის გამოცდილება მიიღო.

სწორედ მაშინ გადაწყვიტა როკიმ, «რესტორნული რევოლუცია» მოეხდინა. პირველ რიგში კერძის მომზადების ტრადიციული იაპონური მეთოდი თეატრულიზირებულ სანახაობად აქცია, შემდეგ კი იაპონურ მენიუს ოსტატურად შეუხამა ამერიკელთა საყვარელი საქმელი – სტეიკი, წიწილა, კარტოფილი. თანდათანობით კულინარიული ექსპერიმენტის ნაპერწკლიდან მსოფლიო წარმატების ალი აინთო, მაგრამ მანამდე აოკიმ ნამდვილი «გზანი წამებისანი» გაიარა: პირველი რესტორნისთვის მან იაპონიაში ხის რესტორანი დაშალა და ამერიკაში ჩამოიტანა, რომელსაც იაპონელ მშენებელთა ბრიგადაც მოჰყვა. ის-ის იყო, რესტორანი წამოჭიმა, მაგრამ ქალაქის ინსპექციამ დააშლევინა – ხე ცეცხლგამძლე სითხით უნდა ყოფილიყო გაჟღენთილი. ისევ ააწყეს, რასაკვირველია, მამაკაპური მეთოდით, ულურსმნოდ. ქალაქის მამებმა შეამოწმეს და ისევ დააშლევინეს, აქაოდა, არასეისმოლოგიურიო. უტევდნენ პროფკავშირებიდანაც: – რატომ ადგილობრივი მუშახელი არ აიყვანეო. იაპონელი მომხდურებს შესაშური სიმტკიცით იგერიებდა. ის კი არა, ადგილობრივი მაფიაც ეშმაკურად მოიშორა – მფარველად გფბ გაიხადა. მისი რესტორანი ბიუროს თანამშრომლებისთვის კომპრომატების შესაგროვებლად ზედგამოჭრილი ადგილი იყო...

ჯოჯოხეთური შრომა და ტანჯვა დაფასდა – აოკის რესტორნები ხალხით აივსო. მუდმივი კლიენტები იყვნენ ფრენკ სინატრა, მაიკლ ჯექსონი, ჯონ ლენონი, მუჰამედ ალი...

«ბენიჰანას» ინტერიერი საკმაოდ ასკეტურია, კედლები იაპონურ სტილში, ხითაა მოპირკეთებული. იაპონურმა რესტორანმა ამერიკაში სენსაციური სიახლე დანერგა – საერთო მაგიდა 6-10 კაცისათვის, სახალისო სანახაობით აღტაცებული, ერთმანეთისთვის უცნობი ადამიანები უცნაურად შეაკავშირა. ისინი ინტერესით უყურებდნენ, როგორ ამზადებს მათ თვალწინ მზარეული ფუძიამას მთას, ან როგორ «დაფრინავენ» ჰაერში ხამანწკები და მზარეულის წინსაფრის ჯიბეში უჩინარდებიან. დარბაზი პატარაა, სულ ოთხი მაგიდისთვისაა განკუთვნილი, თუმცა სტუმრები ხალხით მასლაათობენ ერთმანეთთან და მათ უკან მდგარ უზარმაზარ რიგს აინუნშიც არ აგდებენ. სუშის ბუმმა ხომ სულ მთლად გადარია ამერიკელები. გამჭრიახმა ბიზნესმენმა შანსი ხელიდან არ გაუშვა და რესტორნები კალიფორნიაში, ფლორიდასა

და ილინოისში გახსნა. 1999 წელს იაპონურ რესტორანთა ქსელი Haru შეისყიდა, 2002 წელს კი – ქსელი Ra Sushi. დღეს როკი იოკის ქსელი მსოფლიოში ასზე მეტ რესტორანს ითვლის, შტაბბინა კი მაიამიშია. კომპანიის შემოსავალმა შარშან 272 მილიონს მიაღწია.

წყარო: «ეკონომიკური პოლიტიკა» 19-25 მაისი, 2008 წ. სტატია მომზადებულია ნატა ენუქიძის მიერ.

11. შეკერილია ამერიკაში

ისააკ ზინგერი ბავშობიდანვე ხულიგანი იყო. თავისი გამოხტომებით პატარა ქალაქ პიტსტონის (ნიუ-იორკის შტატი) მოსახლეობა, მათ შორის თავისი მშობლებიც, გვარიანად დაწიოკებული ჰყავდა. ბიჭი ხახვს თავდაყირა, ბოლქვებით ზემოთ რგავდა, ძაღლებს სასკოლო ფორმას აცმევდა, მამისთვის მოპარულ ბანკნოტებს ნულებს უმატებდა.

წესრიგს იმთავითვე ვერ ეგუებოდა. ამბოხი სისხლში ჰქონდა გამჯდარი. 1833 წელს, 12 წლის ისააკმა სწავლა-განათლება „დაამთავრა»: სკოლა მიატოვა, ოჯახიდან გაიქცა და მდინარე ონტარიოს ნაპირას გაშენებულ ქალაქ როჩესტერში, მექანიკოსთან ქარგლად მოეწყო. შესაძლოა, პატარა ხულიგანისგან კარგი სპეციალისტიც დამდგარიყო, ავტოფარების ორმო რომ არ მოყირჭებოდა და თეატრზე არ გადაეტანა ყურადღება.

ზინგერი მსახიობი გახდა და ნაოცნებარ დიდებასაც მიაღწია, თუმცა, ოცი წლის ასაკში მობეზრდა და ოჰაიოში ხის დამმუშავებელ ქარხანაში დაიწყო მუშაობა. ამასაც ვერ დაუდო გული და, მოწყენილობით შეწუხებულმა, ხის დამმუშავებელი ჩარხი გამოიგონა. ამით ცოტა ფული იშოვა და 1849 წელს ნიუ-იორკში გაემგზავრა, სადაც გამომცემელ ჯორჯ ზიმბერს გადაეყარა. ისააკმა თავისი დაპატენტებული მანქანით ახალშემქნილი მეგობრის დაინტერესება შეძლო.

ბედმა ისე ინება, რომ ბოსტონში დამკვიდრებულმა ზინგერმა და ზიბერმა ოფისი იმავე შენობაში იქირავეს, სადაც საკერავი მანქანების ხელმოცარულ მწარმოებელს ვინმე ოროსონ ფელფს, სახელოსნო ჰქონდა.

ჩარხებს ხალხი არ ყიდულობდა. მეგობრები თავიანთ ოფისში უაზროდ დაბორილობდნენ და უსაქმურობით იტანჯებოდნენ. ზიბერს დეპრესია მოეძალა, ზინგერი კი ფელფსის საკერავი მანქანის კონსტრუქციას სწავლობდა. მომჭირნე ზიბერს რაღაც თანხა კიდევ შემორჩენოდა. ერთხელ მან ზინგერს განუცხადა: „მორჩა, ორმოც დოლარს გაძლევ, რაც გინდა მოიფიქრე, მაგრამ იცოდე, ამის შემდეგ ჩემგან ერთ ცენტსაც ვერ მიიღებ».

ათი დღე მეგობრები ერთმანეთს თითქმის არ შეხვედრიან. ისააკი თავაუღებლივ შრომობდა. მას ფელფსის საკერავი მანქანის გაუმჯობესება განიზრახა. ვინმე ჯ. ლერიუსა და ს. ბლოჯეტის მიერ დაპატენტებული მანქანა საკმაოდ მოუხერხებელი კონსტრუქციისა იყო-ერთმანეთის მიყოლებით მხოლოდ ათ ნაკერს აკეთებდა, შემდეგ აუცილებელი იყო ქსოვილის გამოღება და კერვის თავიდან დაწყება. მაფი ხშირად იბლანდებოდა და იგრიხებოდა, თანაც კერვა მხოლოდ ჰორიზონტალურად იყო შესაძლებელი.

მიუხედავად უზარმაზარი მოთხოვნილებისა, ამ გამოგონების ბედი კეთილად არ წარმართულა. ამერიკის შეერთებულ შტატებში დაპატენტებული პირველი მანქანა 1846 წელს ვინმე ელიას ჰოუემ შექმნა, მაგრამ წარმოებაში თავისი გამოგონების ჩაშვება ამერიკაში ვერ შეძლო და ბედის საძებნელად ინგლისს გაემგზავრა, თუმცა ინჟინერს იქაც ხელი მოეცარა.

1849 წელს შტატებში უკანასკნელი პენის გარეშე დაბრუნებულ ჰოუეს ძალიან გაუკვირდა, როცა აღმოაჩინა, რომ მისი არყოფნისას პატენტები ორ საკერავ მანქანაზე გაუციათ. მათში რაღაც უმნიშვნელო სიახლე კი იყო, მაგრამ არსებითად მაინც წმინდა წყლის პლაგიატს წარმოადგენდა. ჰოუემ სასამართლოს მიმართა და დაიწყო „საკერავი მანქანის ომის« სახელით მონათლული გახმაურებული პროცესი, რომელიც 1854 წლამდე გაგრძელდა.

ზინგერი, რომელმაც პირველად საკერავი მანქანა რამდენიმე თვით ადრე (1850 წელს) იხილა, ვერც კი ხვდებოდა, როგორ დრამატულ ბრძოლაში ებმეოდა. მან წინა მოდელის ყველა ნაკლი გაანალიზა და გამოსავალსაც მიაგნო. ისააკმა მანქანის კონსტრუქცია შეცვალა: მაქო ჰორიზონტალურად მოათავსა (მაფი აღარ იბურდებოდა); ქსოვილისთვის დააპროექტა მაგიდა, დაფა და საყრდენი ფეხი (რაც შეუსვენებლად კერვის საშუალებას იძლეოდა); დაუყენა ფეხის პედალი, რადგან სწორად განსაჯა, რომ მკერავს ზედმეტი ხელი ნამდვილად არ აწყენდა.

შემოქმედებითი წვის მეთერთმეტე დღეს გაოგნებულმა ზიბერმა და ფელფსმა იხილეს მართლაც მშვენიერი და მოქმედი საკერავი მანქანა.

ასე იშვა საკერავი მანქანის მწარმოებელი კომპანია: ზინგერი-ზიბერი-ფელფსი. წარმატებამ არ დააყოვნა. 1850 წლის ბოლოს მათ პირველი დიდი დაკვეთა მიიღეს: ნიუ-ჰეივენის პერანგების ფაბრიკამ 30 მანქანა დაუკვეთა, თითოეულის ფასი 100 დოლარი იყო. 1851 წლის ზაფხულისთვის კომპანია გაფართოვდა, რამდენჯერმე გაიზარდა სავაჭრო ბრუნვა. მაგრამ ისევე, როგორც საკერავი აგრეგატების მწარმოებელ სხვა კომპანიებს, ზინგერსაც მოუხდა დაუცხრომელ ელიას ჰოუესთან შეჯახება, რომელიც ვერაფრით შეგუებოდა აზრს, რომ სხვასაც შეეძლო მანქანის კეთება, თანაც განსხვავებულად.

ამ კრიტიკულ მომენტში ხელოვარული ფელფსი თამაშიდან გავიდა და მისი კუთვნილი აქციების ერთი მესამედი ცნობილი ადვოკატის, ედვარდ კლარკის ხელში მოხვდა. კლარკი ფირმას არა მარტო უფასო კონსულტაციებს დაპირდა ოცი წლის განმავლობაში, არამედ განვითარებისთვის საკუთარი სახსრებიც ჩადო. 1851 წლის შემოდგომაზე ზიბერმაც მიჰყიდა თავისი წილი ზინგერსა და კლარკს. ასე შეიქმნა ბიზნესის ისტორიაში ერთ-ერთი ყველაზე უცნაური და, ამავე დროს, ყველაზე წარმატებული ტანდემი: დაუდგრომელი და ბუნებით მეამბოხე ზინგერი და დინჯი, ყაირათიანი, ფრთხილი კლარკი. ცნობილი მეწარმის შთამომავლის, კლარკის ბრწყინვალე განათლებას ხშირად თრგუნავდა მისი კომპანიონის საოცარი გაუნათლებლობა. არისტოკრატი ედვარდი გიჟდებოდა – ზინგერმა ხანშიშესვლის მერეც კი ვერ ისწავლა წერა-კითხვა.

კლარკმა თავდაპირველად ბოზოქარი ჰოუე გააჩუმა. ადვოკატმა სასამართლოს ბრწყინვალე გადაწყვეტილება შესთავაზა, რომლის თანახმადაც დამტკიცდა ე.წ. „ერთობლივი პატენტი«, რომელშიც შევიდოდა ჰოუეს, ზინგერისა და კიდევ ორი გამომგონებლის გვარი. საკერავი მანქანის ყველა სხვა მწარმოებელს სასამართლომ თითოეული საკერავი მანქანიდან 15 დოლარის გადახდა დააკისრა „ერთობლივი პატენტის« ვადის გასავლამდე. ამ შემოსავალს ოთხი გამომგონებელი თანაბრად ინაწილებდა.

თავდაპირველად ზინგერის პროდუქციას ძირითადად სამკერვალო ფაბრიკები ყიდულობდნენ. უბრალო ადამიანს მასზე ხელი არ მიუწვდებოდა – მანქანა 125 დოლარი ღირდა, ამერიკული ოჯახის საშუალო წლიური შემოსავალი კი 500 დოლარს არ აღემატებოდა. კლარკმა კერძო პირებისთვის მანქანის მიყიდვის მოქნილი სისტემა შეიმუშავა, რომელიც არა მარტო ზინგერის, არამედ მისი კონკურენტების მანქანების

განვადებით შეძენასაც ითვალისწინებდა. მან შექმნა გამსაღებელი სააგენტოების მთელი ქსელი და, რაც მთავარია, ხელი მიჰყო ექსპორტსაც. ასეთი ექსპანსის შედეგებმა ყველა მოლოდინს გადააჭარბა: საუკუნის ბოლოს ზინგერის აგენტებმა ყველაზე ტრადიციულ და კონსერვატიულ სფეროებშიც შეაღწიეს. თითქმის ყველა გაზეთში გამოქვეყნდა „ზინგერის“ საკერავ მანქანასთან მჯდომი ინდიელი ქალის პორტრეტი.

„ზინგერი« ბიზნესის ისტორიაში შევიდა, როგორც პირველი კომპანია, რომელიც წელიწადში მილიონ დოლარზე მეტს ხარჯავდა რეკლამაზე. სცენაზე გატარებულ წლებს ამოდ არ ჩაუვლია – ისააკ ზინგერს ნებისმიერი როლის შესრულება და ნებისმიერ კლიენტზე შთაბეჭდილების მოხდენა შეეძლო. სამოქალაქო ომის დროს მან პატრიოტული ორატორის სიმღერა წამოიწყო. „ჩვენც ვაცმევთ არმიას« – იუწყებოდა ახალი, კაშკაშა რეკლამა. კომპანიაში მანქანების დახვეწაზეც მუდმივად მუშაობდნენ.

გამომშვებული მანქანების რიცხვმა 127 ათასს გადააჭარბა, წარმოების ხარჯები კი მნიშვნელოვნად შემცირდა. თანაც ზინგერი ყველა ნახმარ მანქანას ანადგურებდა, რათა ბაზარი არ გადატვირთულიყო, მანქანების გასაღება არ შემცირებულიყო და ფასი არ დავარდნოდა. მთელ ქვეყანაში ახალი ფაბრიკები იხსნებოდა

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა«, 2-8 ივნისი 2008 წ.

12. ბიზნესში წვრილმანი არ არსებობს სანამ კაცობრიობა «ყბას იქნევს», ვრიგლი მდიდრდება

ნებისმიერ ქვეყანაში, ნებისმიერ ტელეარხზე ნახავთ კარგად ნაცნობ ვიდეო რგოლებს. «ზოგჯერ უმჯობესია დაღეჟო!» – გვამცნობს რეკლამა. «ღეჟვა ღეჟვის გულისთვის» – ეს ვრიგლების საყვარელი ბიზნესია. სანამ კაცობრიობა «ყბას იქნევს», ვრიგლი მდიდრდება. ეს დიდი ბიზნესი კი წვრილმანებიდან დაიწყო.

11 წლის იულიამ ვრიგლი, 1872 წელს ფილადელფიიდან, მშობლიურ სახლიდან, ნიუ-იორკში გაიქცა. დიდ ქალაქში ბიჭუნა გაზეთების გაყიდვით ირჩენდა თავს, ღამეს ქუჩაში ათევდა. მოგვიანებით, 29 წლის უილიამი, ჯიბეში 32 დოლარით, ბედის საძებნელად ჩიკაგოში გაემგზავრა, დიდი ენთუზიაზმითა და ვაჭრობის ნიჭით.

თავდაპირველად საპნის გაყიდვას მიჰყო ხელი, რაშიც ბავშვობისდროინდელი გამოცდილება დაეხმარა, როცა მამას ფურგონით დაჰყვებოდა ქალაქიდან ქალაქში საპნის გასასაღებლად. ვაჭრობის წასახალისებლად უილიამი პრემიებად სხვადასხვა საქონელს იყენებდა, მათ შორის ფქვილსაც. მალე ფქვილზე მოთხოვნილება ძალზედ გაიზარდა. მაშინ ვრიგლიმ საპნით ვაჭრობას თავი დაანება და ფქვილით ვაჭრობაზე გადაერთო. ერთხელაც საზრიან მისტერ ვრიგლის აზრად მოუვიდა, ერთი ქილა ფქვილის ყოველი მყიდველი ორი პაკეტი საღეჭი რეზინით დაესაჩუქრებინა. ამან კლიენტები ერთობ აღაფრთოვანა, საღეჭ რეზინზე მეტი მოთხოვნილება გაჩნდა, ვიდრე ფქვილზე.

იმხანად საღეჭ რეზინს აშშ-ში არაერთი კომპანია აწარმოებდა, თუმცა ინდუსტრია ჯერ განვითარებული არ იყო. უილიამმა მალე თავად დაიწყო საღეჭი რეზინის მომზადება. 1893 წელს ქვეყანას ცნობილი juicy fruit-ი მოეწვინა, მოგვიანებით კი wrigleys spearmint. 1899 წელს საღეჭი რეზინის მწარმოებელი 6 კომპანია გაერთიანდა. ცხადი იყო, რომ ეს კონცერნი დიდ საფრთხეს შეუქმნიდა ახალგვანადგმულ wrigleys-ს. სხვათა შორის, კონცერნში გაერთიანება უილიამ ვრიგლისაც შესთავაზეს, მაგრამ ახალგაზრდა საქმოსანმა საკუთარი გზით სიარული არჩია. საწარმო რამდენჯერმე იდგა

კრახის წინაშე, მაგრამ მძიმე და თავდაუზოგავი შრომის შედეგად მისტერ ვრიგლი სიძნელეებს გაუმკლავდა და წარმოება მყარად დააყენა ფეხზე. იგი თავად ზრუნავდა პროდუქციის გასაღებაზე. კარგად მუშაობდა ნაცადი მეთოდი, მყიდველის წახალისება პატარ-პატარა ნივთებით, პაწია ლამპით თუ სამართებლის პირით, რათა მყიდველს არჩევანის გაკეთებაში დახმარებოდა.

უილიამ ვრიგლი ერთ-ერთი პირველი იყო, ვინც საქონლის გასაყიდად რეკლამის გამოყენება დაიწყო. მას ესმოდა, რომ wrigley-ს მიმზიდველობა კიდევ უფრო გაიზრდებოდა, თუ მყიდველს მის უპირატესობასა და სარგებლიანობაზე ჟურნალ-გაზეთებისა და პლაკატების საშუალებით მოუთხრობდა. რაც მეტი დაინტერესებული კლიენტი მოიკითხავდა ამა თუ იმ მაღაზიაში სასურველ wrigley-ს, მით უფრო დაინტერესებდებოდა მოვაჭრე დახლზე მისი დადებით. მალე შტატებში თითქმის ყველა იღეჭებოდა. გამჭრიახი მეწარმე მუდმივად გასაღების ბაზრის გაზრდაზე ფიქრობდა. ერთ მშვენიერ დღეს მან წინ დაიდო ქვეყნის სატელეფონო ცნობარი და თითოეულ აბონენტს ოთხ-ოთხი ფირფიტა საღებავი რეზინი გაუგზავნა.

1920 წელს მან 9 მლრდ ფირფიტა დაამზადა და მსოფლიოში უმსხვილესი მწარმოებელი გახდა. 1923 წელს კომპანიის აქციები ბირჟაზეც გამოჩნდა.

მსოფლიო აღიარება ვრიგლის სავაჭრო მარკამ ექსპორტის წყალობით მოიპოვა. საწარმოები გაიხსნა კანადაში 1910 წელს, დიდ ბრიტანეთში – 1927 წ. და ახალ ზელანდიაში 1939 წ. ბაზრის გაზრდამ ნაწარმის მრავალფეროვნება მოითხოვა.

მეორე მსოფლიო ომის დროს კომპანიას დამაარსებლის ვაჟიშვილი ფილიპ ვრიგლი ედგა სათავეში. საომარი მდგომარეობის გამო საღებავ რეზინზე მოთხოვნილება მკვეთრად გაიზარდა. ღებვის პროცესი ადამიანებს დამაბულობას უმსუბუქებდა, ამასთანავე, ჯარისკაცთა საბრძოლო სულისკვეთებას აუმჯობესებდა. ვრიგლის პროდუქციის დიდი ნაწილი შეიარაღებულ ძალებს მიეწოდებოდა. ნაწარმოებიდან ყველა ძველი დასახელების საღებავი რეზინი მოიხსნა და საომარი დროის მარკა «ორბიტი» გახდა, 1946 წლიდან კი ძველი დასახელების გამოშვება კვლავ აღდგა.

კომპანია wrigley-მ 1976 წელს «ორბიტი» მეორედ გამოუშვა, ამჯერად გერმანიაში და თანაც უშაქრო. არნახულმა წარმატებამ განაპირობა მისი გავრცელება აღმოსავლეთ და დასავლეთ ევროპაში, შუა აზიასა და სხვა ბაზრებზე. მას შემდეგ ამ რეგიონებში «ორბიტი» ლიდერობს. იგი ნაირნაირი გამოდის: ფირფიტების, ბალიშების, პიტნის, სხვადასხვა ხილის არომატით, «ზამთრის სიგრილით»..... «ორბიტი» 150-ზე მეტ ქვეყანაში დარეგისტრირებული სავაჭრო ნიშანია, ფაბრიკები 20-ზე მეტ ქვეყანაში აშენდა.

წყარო: ეკონომიკური პალიტრა 9 – 15 ივნისი 2008 წ.

13. საცალო ვაჭრობის მსოფლიო იმპერია როგორ აღმოაჩინა wai-mart-ის შემქმნელმა, ბიძია სემ უოლტონმა ახალი ამერიკა

ყველაფერი ნახევარი საუკუნის წინ, ამერიკის მიყრუებულ ქალაქში, ერთი პატარა მაღაზიიდან დაიწყო. სემ უოლტონის წამოწყებული საქმე, ოჯახური ბიზნესი, მსოფლიო სავაჭრო იმპერიად იქცა, რომლის სახელიცაა Wai-mart-ი. უოლტონებს დღესაც მტკიცედ სწამთ პრინციპისა: „ზომას მნიშვნელობა აქვს».

ბიძია სემი „ქსელს ხლართავს». დღესდღეობით Wai-mart-ი მსოფლიოში 3132 მაღაზიას ფლობს. მათი დიდი ნაწილი ლათინურ ამერიკასა და კანადაშია. იაპონიაში ამ

სავაჭრო მარკის 392 მაღაზიაა, ჩინეთში – 205, ევროპაში კი, მარტო ბრიტანეთში, Wai-mart-ი 353 სავაჭროს ითვლის. საზღვარგარეთ მაღაზიათა ქსელს 620 ათასი თანამშრომელი ემსახურება, აშშ-ში კი ქსელის 4191 მაღაზია 1,4 მლნ თანამშრომელს ითვლის. ამ სავაჭრო იმპერიის მომსახურებით კვირაში 176 მილიონი მომხმარებელი სარგებლობს მთელ მსოფლიოში.

არადა, ყველაფერი ერთობ მოკრძალებულად დაიწყო 1962 წელს არკანზასის მივარდნილ ქალაქ როჯერსში. ამჟამად კორპორაციის შტაბბინა ამავე შტატის ქალაქ ბენტონვილშია.

სავაჭრო კოლოსის იდეა ერთ ადამიანს, სემ მურ უოლტონს ეკუთვნის. იგი ოკლაჰომაში დაიბადა. მეტად უსიხარულო ბავშვობა ჰქონდა, მშობლები გაუთავებლად კინკლაობდნენ, ქვეყანაში დიდი დეპრესია მძვინვარებდა. ბიჭუნას თავად უწევდა საკუთარ თავზე ზრუნვა. ჯერ სკოლაში, მოგვიანებით კი კოლეჯში სწავლის პარალელურად არანაირ სამუშაოს არ თაკილობდა, ძროხებს წველიდა, რძესაც დაატარებდა და ჟურნალ-გაზეთებსაც არიგებდა, თუმცა, გულში ვაჭრობა იზიდავდა. მეორე მსოფლიო ომის დასრულების შემდეგ, საკუთარი ძალების ვაჭრობაში მოსინჯვის საშუალებაც მიეცა. იმ დროისათვის სემს უკვე დამთავრებული ჰქონდა მისურის უნივერსიტეტი, სადაც ეკონომიკასა და მენეჯმენტს სწავლობდა. ამასთანავე, აიოვოს, უნივერსიტეტში სტაჟირებაც გაიარა. უმთავრესი კი სემ უოლტონის იღბლიანი ქორწინება იყო.

ჰელენ რობსონის მამამ, არკანზასელმა წარმატებულმა იურისტმა და ბანკირმა, სიძეს 20 ათასი დოლარი ასესხა, ამას დაემატა 5 ათასი საკუთარი დანაზოგი და მომავალმა ბიზნესმენმა ოცნება აისრულა. 1945 წელს არკანზასში «ბენ ფრანკლინის» მაღაზიათა ქსელი შეისყიდა. საქმე კარგად წავიდა. ყოფილ მეპატრონეს წელიწადში 72 ათას დოლარზე მეტი არასდროს უვაჭრია, ახალი მფლობელის პირველი წლის ნავაჭრი 105 ათასი იყო, ორი წლის შემდეგ – 140 ათასი, სამი წლის შემდეგ კი ნავაჭრმა 175 ათასი დოლარი შეადგინა.

ხუთი წლის შემდეგ ნიუპორტში მდებარე პატარა მაღაზია «ბენ ფრანკლინი» ექვს შტატში არსებული ქსელის ლიდერი გახდა, მაგრამ მეპატრონემ უოლტონს იჯარა აღარ გაუგრძელა და ამიტომ ახალგაზრდა ცოლ-ქმარი იძულებული გახდა, საქმე ნულიდან დაეწყო. მეორე მცდელობა მაინცდამაინც წარმატებული არ აღმოჩნდა. ისევ არკანზასში, ისევ ბენტონვილში, ახალი მაღაზიის გახსნაზე, ერთობ მოკრძალებული სახელწოდებით Faiv & Ten cents, ჩვენებურად შაური და გროში, ერთი კაციც არ მისულა, რადგან კოკისპირულად წვიმდა. ეს კიდეც არაფერი, ახალგაერემონტებულმა სახურავმა წყლის სიმძიმეს ვერ გაუძლო, ჩაინგრა და თაროებზე კოხტად დალაგებული საქონელიც თან ჩაიტანა.

უიღბლო დასაწყისის მიუხედავად, სემს «შაურიანმა» დიდი მოგება მოიტანა. ათ წელიწადში მან ცხრა მაღაზია გახსნა არკანზასსა და მისურში. ახალგაზრდა საქმოსანი სიახლის ძებნაში დაულაღავედ დადიოდა სხვადასხვა სავაჭროების მოსანახულებლად. ასე თანდათან ჩამოყალიბდა პირველი დისკონტური სუპერმარკეტის, Wai-mart-ის, გახსნის იდეა. ეს მოხდა როჯერსში, 1962 წლის 2 ივლისს, მაგრამ საინტერესოა, რომ იდეა მხოლოდ სემს არ მოსვლია. სწორედ იმ დროს გაიხსნა იაფი საქონლით მოვაჭრე სხვა ქსელებიც, რომლებიც, თავდაპირველად, უოლტონის მაღაზიებს კონკურენტად არც მიიჩნევდნენ. თავიანთ შეცდომას ისინი გვიან მიხვდნენ, როცა 1979 წელს Wai-mart-ის მაღაზიათა რიცხვმა 230-ს მიაღწია, წლიურმა მოგებამ კი მილიონ დოლარს გადააჭარბა. იმ დღიდან ერთიგა და მეორეც განუხრელად იზრდება, თითქმის გეომეტრიული პროგრესით. ბუნებრივია, ასეთივე პროგრესით იზრდებოდა

დამაარსებლის ქონებაც. 1985 წელს forbes-მა პირველად დაასახელა სემ უილტონი ამერიკის უმდიდრეს ადამიანად.

Wai-mart-ის მამა 1992 წელს გარდაიცვალა. მის მიერ გამომუშავებული თანხა დღესაც სავსებით საკმარისია საიმისოდ, რომ მისი ოთხივე მემკვიდრე მსოფლიოს უმდიდრესთა ოცდაათეულში მოხვდეს, ერთობლივი 76,6 მლრდ დოლარით. თავად კონცერნი მსოფლიოში უმსხვილესია თანამშრომელთა რიცხვითა და საქონელბრუნვით.

ერთხელ სემ უოლტონმა მოკრძალებით გაამხილა თავისი წარმატების რეცეპტი და მას «არასაიდუმლო საიდუმლოებანი» უწოდა. ეს მართლაც ასე იყო, საქმისადმი ფანატიკური ერთგულება, კლიენტებისადმი განსაკუთრებული ყურადღება, აგრეთვე ის ტექნოლოგიები, რაც შრომის რაციონალიზაციას განაპირობებდა.

სემის სამუშაო დღე დილის 4 საათზე იწყებოდა და შუადღით მთავრდებოდა. უქმეები, პრაქტიკულად, არც ჰქონია, შაბათ-კვირა ხომ ვაჭრობისთვის ყველაზე ცხელი დღეები იყო.

ერთადერთი გართობა, რის უფლებასაც იგი იშვიათად აძლევდა თავს, ერთი მაღაზიიდან მეორეში პიკაპით გადაადგილებისას მწყერებზე «გადანადირება» იყო.

თავისი კარიერის დასაწყისში უოლტონი თითოეულ კლიენტს უახლოესი მეგობარვით ხვდებოდა. მან პირველმა მოაწყო მაღაზიასთან უფასო ავტოსადგომი და ნება დართო კლიენტებს, საქონელი ურიკით მიეგორებინათ მანქანამდე. მან შემოიღო წინასააღმსახურლო დღეებში გვიანობამდე ვაჭრობა, როგორც ეს იმ დროს გერმანიაში სხვა ნოვატორებმა, ძმებმა ალბრეხტებმა დანერგეს. უოლტონი ერთ-ერთი იყო, ვინც ჯერ კიდევ 70-იან წლებში განსაზღვრა, რაოდენ მომგებიანი იყო სავაჭრო ბიზნესში კომპიუტერული ქსელის შემოტანა. მისი საშუალებით წამიერად გაირკვეოდა, სად რა საქონლის შეტანა იყო საჭირო. Wai-mart-ის შემქმნელს მიეწერება კიდევ რამდენიმე სავაჭრო პრინციპი: Wai-mart-ის ნებისმიერი მაღაზიის შესასვლელში შეგეგებებათ თანამშრომელი, რომელიც თავაზიანი ღიმილით გეტყვით: «კეთილი იყოს თქვენი მოზრძანება». სავაჭრო დარბაზში კი გამყიდველი შემოგთავაზებთ დახმარებას. დღეს ეს უკვე სტანდარტული ეტიკეტია.

Wai-mart-ის სამყაროში თვალშისაცემია მაღალი მენეჯმენტის თავაზიანი დამოკიდებულება ხელქვეითებისადმი, რომლებსაც სემის მიერ შემუშავებულ კორპორაციულ ენაზე პარტნიორებს და არა მტვრითავე, მოლარეებსა და გამყიდველებს უწოდებენ. თითქოსდა წვრილმანია, მაგრამ, დაგვეთანხმებით, ფრიად სასიამოვნო. ამასთანავე, კორპორაციის აქციების შექმნა თითოეულ თანამშრომელს შეღავათიან ფასად შეუძლია.

უოლტონმა უნებურად აღმოაჩინა ბაზრის ის სეგმენტი, რასაც პროვინციული ამერიკა ჰქვია. უნებურად, რადგან პირველი წარუმატებლობის შემდეგ, მისმა ცოლმა ცივი უარი განაცხადა ისეთ ადგილას დასახლებაზე, სადაც 10 ათასზე მეტი მცხოვრები იქნებოდა. შედეგად უოლტონმა დაამტკიცა, რომ გადაკარგულშიც კი შეიძლება სუპერმარკეტმა მოგება მოიტანოს. დღეს ამერიკაში ძნელად მოიძებნება ადგილი, დიდი-დიდი 100 კმ-ის მანძილზე, Wai-mart-ი რომ არ იყოს.

და მაინც, სემ უოლტონის უმთავრესი აღმოჩენა კორპორაციის ლოზუნგია: «მუდამ დაბალი ფასები!»

მანამდე ნებისმიერი გამყიდველი, თუკი იაფ მომწოდებელს იპოვიდა, ამას დიდ ბედნიერებად მიიჩნევდა და საქონელს ჩვეულებრივ ფასად ჰყიდდა, მოგებას კი იჯიბავდა, უოლტონი კი იაფ საქონელს იმავე ფასად ჰყიდდა. მოგებას ის გიგანტური ბრუნვით იღებდა. მომწოდებლები, თავის მხრივ, კიდევ უფრო იაფად აწვდიდნენ საქონელს, რადგან მისი შეკვეთა წარმოუდგენელი მასშტაბის იყო. ყოველივე ეს

საშუალებას აძლევდა Wai-mart-ს, კიდევ უფრო შეემცირებინა ფასები და ამით კონკურენტები გზიდან ჩამოეცილებინა.

კორპორაციის სხდომებზე უფანჯრო, მოჟამულ ოთახში, რომელსაც action alley ჰქვია, ანუ ბენტონვილში მდებარე შტაბბინაში, კამათის დროს ყველაზე დამაჯერებელ არგუმენტად მიიჩნევა ციტატები სემ უოლტონის წიგნიდან.

წლების განმავლობაში Wai-mart-ი ძალებს იკრებდა და სავაჭრო სუპერმარკეტები ჰიპერმარკეტებად იქცა. აშშ-ის ყველაზე დიდი ჰიპერმარკეტი ნიუ-იორკის შტატის ადმინისტრაციულ ცენტრ ოლბაში 24 ათას კვ/მ-ზეა გაშლილი. ეს არ არის მხოლოდ სავაჭრო ცენტრი, თუნდაც საკუთარი საცხოვრებელი ან ნახევარფაბრიკატების საამქროთი. აქ არის აფთიაქები, საბანკო განყოფილებები, რესტორნები, სადალაქოები, ფოტოლაბორატორიები, ავტოგასამართი სადგურები, სარემონტო სახელოსნოები და ათასი სხვა რამ. ასეთ ჰიპერმარკეტში, მართლაც, ძნელია შეინარჩუნო ურთიერთობის ის გულითადობა, რაც ერთობ ბუნებრივია პატარა დუქნებისთვის და რაზეც ოცნებობდა მია სემი.

თუმცა, სავაჭრო მონსტრს მრავალი მოწინააღმდეგე ჰყავს. ბევრი უჩივის ატომობილების საცობებს ქსელის მაღაზიების სიახლოვეს, გარემოს დაბინძურებას, მცირე სავაჭროების გაკოტრებას. ამერიკის სასამართლოებში Wai-mart-ის წინააღმდეგ ასობით სარჩელია შეტანილი. რას აღარ ედავებიან: დაბალ ხელფასებს, ცუდ სამუშაო პირობებს, ემიგრანტების შრომის გამოყენებას, სექსობრივ და რასობრივ დისკრიმინაციას, სამედიცინო დაზღვევის არ არსებობას, პროფკავშირული გაერთიანების აკრძალვას. მთავარი ბრალდება სავაჭრო იმპერიის მიმართ კი ის არის, რომ Wai-mart-ი სპობს აშშ-ისა და სხვა ქვეყნების ეროვნულ წარმოებას: 2005 წელს Wai-mart-ის მაღაზიათა დახლებზე დაწყობილი პროდუქციის 60% ჩინური იყო. ორი წლის წინ კორპორაცია იძულებული გახდა, ვაშინგტონის კონსალტინგური ფირმა edelman-ი დაექირავებინა, რათა ფირმას მისი იმიჯის გამოსწორებაზე ეზრუნა. პიარ ბიუჯეტი ყოველწლიურად 10 მილიონ დოლარს აღწევს, შედეგი კი ჯერჯერობით არ ჩანს. მსოფლიოში Wai-mart-ის საქონელს დიდად არ სწყალობენ, განსაკუთრებით იაპონიაში, სადაც ტრადიციულად სწამთ, რომ, რაც იაფია, არ შეიძლება ხარისხიანი იყოს. ასე რომ Wai-mart-ის რეპუტაცია აშშ-სა თუ სხვა ქვეყნებში ერთობ წინააღმდეგობრივია.

წყარო: «ეკონომიკური პალიტრა», 16–22 ივნისი 2008. მომზადებულია ნატა ენუქიძის მიერ.

14. შოკოლადის მეფეთა საუკუნოვანი ისტორია „ჯონ ქელბერის აქვს პატივი, საზოგადოების ყურადღება კაკაოს მარცვლებს მიაპყროს»

ამაზე მეტი რომ შეჭამო, სრულიად განსაკუთრებული რამ უნდა მოიფიქრო. როგორც ჩანს, კომპანია Cadbury-ს ეს ხელეწიფება.

ბრიტანელი წელიწადში საშუალოდ, შვიდ-ნახევარ კილოგრამ შოკოლადს მიირთმევს Cadbury Wolrd-ის სტუმრებს ესპანელი კონკისტადორი ერნან კორტესი, აცტეკთა ბელადი მონტესუმა და იმპერატორი კარლოს მეხუთე ერთობენ. აქ არის აგრეთვე მუზეუმი, რესტორანი, მომცრო ფაბრიკა და მაღაზია. ამბობენ, Cadbury Wolrd-ში სტუმრობის შემდეგ, დიდხანს ვეღარ უყურებთ შოკოლადის კამფეტსა და ფილებს. სამაგიეროდ, კარგად აითვისებთ ინფორმაციას, რომ ამერიკელი აბორიგენები წინაკაგარეულ კაკაოს სვამდნენ, ინგლისელი მეკობრეები კი, მონადირეებულ ესპანურ

ხომალდებზე კაკაოს მარცვალს რომ იპოვნინდნენ, წყალში ყრიდნენ, რადგან დარწმუნებულნი იყვნენ, რომ ეს ცხვრის კურკლი იყო... იმასაც შეიტყობთ, რომ ქედბერის შოკოლადი Dairy Milk უკანასკნელი 100 წლის განმავლობაში არ შეცვლილა – ის კვლავაც „ჭიქა-ნახევარ მოუხდელ რძესა და ერთ გირვანქა (409,5 გრ) შოკოლადს შეიცავს“.

ბირმინგემელი ძმები. ჯონ ქედბერის მამა, ცნობილი კვაკერი რიჩარდ თებერ ქედბერი, რომელსაც ათი შვილი ჰყავდა, ბირმინგემში XVIII საუკუნის ბოლოს დასახლდა. კვაკერთა მოძრაობა, რომელსაც XVII საუკუნეში მიეცა დასაბამი, უარყოფდა ოფიციალურ ეკლესიას, უპირისპირდებოდა ხელისუფლებას და თავის ახალგაზრდა წევრებს სამხედრო სამსახურს უკრძალავდა. იდეური შეხედულებებიდან გამომდინარე, კვაკერები უმეტესწილად სავაჭრო და საფინანსო საქმიანობას მისდევდნენ.

1824 წელს 22 წლის ჯონ ქედბერიმ საბაყლო მაღაზია გახსნა ბირმინგემის ერთ-ერთ ყველაზე ხალხმრავალ ქუჩაზე – ბულ-სთრიტზე, მამის საფეიქრო მაღაზიის გვერდით. ძირითადად, ჩაითა და ყავით ვაჭრობდა, თუმცა მის მაღაზიაში სხვა სურსათიც, მათ შორის კაკაოს ფხვნილიც იყიდებოდა, რომლითაც შემღებული ადამიანებისთვის სასმელს – ე.წ. შოკოლადს ადუღებდნენ. კაკაოს მარცვალს ჯონი თავადვე ხალავდა და ქვის როდინში ნაყავდა. ჯონის სარეკლამო ნიჭი ბირმინგემის გაზეთში გამოქვეყნებულ მის განცხადებაში გამოვლინდა: „ჯონ ქედბერის აქვს პატივი, საზოგადოების ყურადღება კაკაოს მარცვლებს მიაპყროს, რომლებსაც თავადვე ამზადებს, საუზმისთვის საუკეთესო მარგებელი სასმლის მოსადუღებლად“, ბირმინგემელთა ყურადღებას იპყრობდა ეროვნულ კოსტუმში გამოწყობილი ჩინელი, რომელიც დახლთან ფუსფუსებდა და მინის დიდ ვიტრინაში ქუჩიდან კარგად ჩანდა.

1831 წლისთვის გამოირკვა, რომ კაკაოს სხვა სურსათზე გაცილებით მეტი შემოსავალი მოჰქონდა. 40-იან წლებში ჯონი უკვე 16 სახეობის შოკოლადის სასმელსა და 11 სახეობის კაკაოს ფხვნილს ყიდდა. შემონახულ განცხადებებში ამოიკითხავთ წარწერებს: „მღვდლის შოკოლადი“, „ესპანური შოკოლადი“, „ჰომეოპათიური კაკაო...“ ჯონი უფრო ვრცელ შენობაში გადავიდა და კომპანიონად ძმა – ბენჯამინი მოიხმო. კომპანიას „ბირმინგემელი ძმები ქედბერები“ უწოდა.

მალე ძმებს დიდი პატივი ერგოთ – მისი უდიდებულესობის, დედოფალ ვიქტორიას სასახლის მომმარაგებელთა წოდება მიენიჭათ. მაგრამ 50-იანი წლების დამლევისთვის ვაჭრობის კრიზისი დაიწყო. 1860 წელს ბენჯამინი კომპანიიდან წავიდა, ერთი წლის შემდეგ საქმიანობას ჯონმაც მიაწვინა თავი, კომპანია კი თავის შვილებს – 21 წლის ჯორჯსა და 25 წლის რიჩარდს ჩააბარა.

ქედბერთა მეორე თაობამ მაღაზია, რომელშიც 15 ადამიანი მუშაობდა, ინგლისის ერთ-ერთ უმსხვილეს შოკოლადის წარმოებად აქცია. თუმცა თავდაპირველად საქმე იმდენად ცუდად მიდიოდა, რომ ძმები სერიოზულად ფიქრობდნენ პროფესიის შეცვლაზე. 1866 წელს კი ვითარება მოულოდნელად გამოსწორდა. ქედბერებმა შეიძინეს ჰოლანდიელი კირკ ვან ჰოუტონის გამოგონება – წნეხი, რომელიც დანაყილ კაკაოს ზედმეტ ზეთს აცლიდა. ამით კაკაო უფრო ფხვიერი ხდებოდა და წყალშიც უკეთ იხსნებოდა – ცხელი სასმელი უკეთესი გახდა. შემდეგ გაირკვა, რომ კაკაოს გამოწურული ზეთი +30° მყარდებოდა. თუ ჯერ კიდევ თხევად ზეთს, გამოწურვის შემდეგ დარჩენილ კაკაოს ფხვნილს დაუმატებდნენ, მკვრივი შოკოლადის მიღებაც შეიძლებოდა. ტექნოლოგიის საბოლოოდ ჩამოყალიბებას 20 წელიწადი დასჭირდა.

ქედბერები არ იყვნენ პირველი, ვინც მყარი შოკოლადი დაამზადა, თუმცა კარგად გაკეთება კი ნამდვილად ისწავლეს. ორიოდე წლის შემდეგ დახლებზე Cadbury-ს კანფეტის კოლოფები გამოჩნდა, რომლებიც რიჩარდ ქედბერის შექმნილი

სენტიმენტალური ნახატებით იყო მოხატული (ქედბერი ხატავდა ბავშვებსა და ყვავილებს, ნატურად კი დაკუთარ ბაღსა და შვილებს იყენებდა). კოლოფი – ზარდახმები, რომლებიც ხავერდითა და სარკეებიანი „ჩანართებით“ იყო მორთული, ნატიფ საჩუქრად ითვლებოდა. ისინი გამოსადეგიც იყო, რადგან, კამფეტისგან დაცლილს, ღილებისა და სხვა წვრილმანების შესანახად იყენებდნენ.

ბურნვილური სოციალიზმი. 1879 წელს ფაბრიკისთვის ახალი შენობის მონახვის პრობლემა დადგა: ბიზნესი ფართოვდებოდა. ქედბერებმა გადაწყვიტეს, საწარმო გაშლილ ველზე განეთავსებინათ, შესაბამისად, მუშებისთვის დასახლების აშენების საკითხიც დაისვა. მაგრამ ამ პროექტის იდეა უპირველესად ის იყო, რომ ყველასთვის ეჩვენებინათ, როგორი უნდა იყოს სწორად ორგანიზებული წარმოება.

ჯორჯ ქედბერი დარწმუნებული იყო, რომ ქალაქური ცხოვრება მუშაკს რყვნის და საქმეს ხელს უშლის, ამიტომ ფაბრიკა თვალწარმტაცი ბუნების წიაღში უნდა აეშენებინათ. „ქალაქურ ვითარებაში შეუძლებელია აღზარდო მორალურად, ფიზიკურად და სულიერად ჯანსაღი ერი, – ამბობდა ჯორჯ ქედბერი. – ერთადერთი შედეგიანი გზა ის არის, რომ გამოვიყვანოთ ადამიანები ქალაქებიდან და თითოეულს ბაღი ჩავაბაროთ, რათა მას ბუნებასთან ურთიერთობისა და, შესაბამისად, ქვეყნიერების შემქმნელი ჩვენი უფლის შეცნობის შესაძლებლობა მიეცეს“.

სასიამოვნო პეიჟაჟისა და ბუნებასთან ურთიერთობის გარდა, მშრომელ ადამიანებს ცხოვრების ღირსეული პირობები უნდა ჰქონდეთ: „საიდან ექნება მუშაკაცს იდეალები, თუკი ის ჯურღმულში ცხოვრობს, დასვენების ერთადერთ ადგილად კი საროსკიპოს ცნობს? მუშები და მეწარმეები გვერდიგვერდ უნდა ცხოვრობდნენ, რადგან ეს შეესაბამება უფლის ჩანაფიქრს, მისთვის ხომ ადამიანები თანასწორნი არიან“.

თავდაპირველად არჩეულ ადგილას ფაბრიკის შენობა და მუშაკთათვის განკუთვნილი 24 მომცრო სახლი ააშენეს. მალე მათ კიდევ 300 სახლი დაემატა და ასე იშვა პატარა ქალაქი. ქალაქის დასახელება, ინგლისური „ბურნ“-ის (გარეუბანს „ბურნბრუკი“ ერქვა) და ფრანგული „ვილ“-ის („ქალაქი“) ნაერთს წარმოადგენდა: შოკოლადის მოდას მაშინ ფრანგები კარნახობდნენ, ამიტომ უნდოდათ ქედბერებს, მათ საწარმოსა და სახლებს ფრანგული ჟღერადობა ჰქონოდა.

ძმები ადრეც კარგ მეპატრონეებად იყვნენ ცნობილი: შაბათობით შემცირებული სამუშაო დღე ჰქონდათ დაწესებული, საბანკო არდადეგების დროს ფაბრიკას კეტავდნენ, გამომუშავების მიხედვით გასამრჯელოს გადახდის წესს იყენებდნენ და მცირე პრემიებიც შემოიღეს „პუნქტუალური“ მუშაკებისთვის. მაგრამ ბურნვილში მათ თავიანთ თავსაც გადააჭარბეს: ააშენეს სკოლა, საავადმყოფო, აბანო, სამკითხველო, ჰქონდათ მოსასვენებელი ოთახები, სამუშაო საათებში მოქმედი ბუფეტი და სამედიცინო დახმარების პუნქტი (სტომატოლოგიურის ჩათვლით), რომლებიც კომპანიის ხარჯზე ემსახურებოდა თანამშრომლებს. სპორტის მოყვარული ძმები სიამოვნებით ეთამაშებოდნენ კრიკეტს თავიანთ მუშებს. 1893 წელს კომპანიამ ფაბრიკის გარშემო მდებარე მიწები შეიძინა, რათა კიდევ უფრო გაეფართოვებინა წარმოებაც და დასახლებაც. 1900 წელს კი ჯორჯ ქედბერიმ მიწა და შენობები საქველმოქმედო ფონდ Bournville-ს გადასცა.

ვილანტროპი. რიჩარდ ქედბერის სიკვდილის შემდეგ, 1899 წელს ძმების კომპანია გარდაიქმნა დახურულ სააქციონერო საზოგადოებად Cadbury Brothers Limited. ჯორჯი დირექტორთა საბჭოს თავჯდომარე გახდა, საბჭოში კი მისი შვილები და ძმისშვილები შევიდნენ.

დიდი ბიზნესმენი, რომელიც თითქმის არაფრით გამოირჩეოდა მუშისგან, წლიდან წლამდე თავის შემოსავალს ქველმოქმედებაში ხარჯავდა, ან იმავე მიზნით ბიზნესში

აბანდებდა. ჯორჯ ქედბერი ამბობდა, რომ არსებობს მხოლოდ ერთი საქმე, რომელსაც ღირებულება აქვს ღმერთისთვის – ადამიანთათვის გაწეული წრფელი და უშურველი დახმარება.

ყოველ კვირა დღეს, ჯორჯი ბირმინგემის სკოლაში ატარებდა გაკვეთილებს მოზრდილთათვის და 50 წლის განმავლობაში 4 ათასამდე ადამიანს გაუწია მასწავლებლობა. მან შეიძინა გაზეთი Daily News, მხოლოდ იმისთვის, რათა მუშათა უფლებებისთვის ებრძოლა და პროტესტი გამოეხატა ბუნების წინააღმდეგ გაჩაღებული ომის გამო. მამულში 700-ადგილიანი დარბაზი ააშენა, სადაც საქველმოქმედო წვეულებებს მართავდა. ყოველ ზაფხულს მისი ხარჯით აპურებდნენ ბირმინგემის ღარიბი კვარტალების 25 ათას ბავშვს. 1906 წელს კი, 60 ათასი გირვანქა სტერლინგი თავისი კომპანიის მუშათა საპენსიო ფონდს გადასცა.

ჯორჯ ქედბერიმ იმ დრომდე იცოცხლა, როდესაც მისი კომპანია მსოფლიოში უმსხვილეს შოკოლადის მწარმოებლად იქცა, და 1922 წელს, საკმაოდ ხანდაზმული გარდაიცვალა.

„ახალი“ ქედბერები. „შოკოლადის მეფეთა“ მესამე თაობის წარმომადგენელი, ჯორჯის ერთ-ერთი შვილი ლოურენსი ბიზნესს სათავეში ომის შემდგომ ჩაუდგა. 1962 წელს, საფუძვლიანი რეორგანიზაციის შედეგად, გაჩნდა ამჯერად ღია სააქციონერო საზოგადოება Cadbury Limited, შვიდი წლის შემდეგ კი ის გაზიანის სასმელების მწარმოებელი კომპანია Schweppes-ს შეერწყა. Cadbury-ს მდგომარეობა მსოფლიო ბაზარზე კიდევ უფრო განმტკიცდა, თუმცა ქედბერის შოკოლადის წარმოებამ, როგორც საოჯახო ბიზნესმა, არსებობა შეწყვიტა. ბოლო „მეშოკოლადე“ ქედბერები, ლოურენსის შვილები – ადრიანი და დომინიკი არიან. სერ ადრიანი Cadbury-ს 1975 წელს ჩაუდგა სათავეში და უმაღლესი ბრძოლა „მოყვრულ-ძმაბიჭური“ მიდგომის წინააღმდეგ. 2000 წელს კი, დირექტორთა საბჭოდან სერ დომინიკის გასვლის შემდეგ, კომპანიის ისტორიაში პირველად, „შოკოლადის კლანის“ არც ერთი წარმომადგენელი აღარ დარჩა. აქციების თითქმის 100% თავისუფალ ბრუნვაშია. 2007 წლის დეკემბრისთვის ლონდონის საფონდო ბირჟაზე Cadbury Schweppes-ის კაპიტალიზაციამ 27,4 მლრდ დოლარი შეადგინა... ერთადერთი, რაც ქედბერისა და შოკოლადს ერთმანეთთან აკავშირებს – პირველი ქედბერის, ადრიანის ნატიფი ხელრთვაა, რომელიც კამფეტების შესაფუთსა და კოლოფს ამშვენებს. ასეთი სავაჭრო ნიშნისა და ამგვარი ისტორიისთვის, ბევრი კომპანია უზარმაზარ თანხას გადაიხდის...

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 30 ივნისი – 6 ივლისი, 2008 წ.

15. ფულის მკეთებელი ყველაზე სრულყოფილი მანქანა მსოფლიოში – ჯონ მორგანი.

საბანკო საქმის გენიოსმა ხელოვნების ნიმუშებში მილიარდი დოლარი დახარჯა. ჯონ პაიერპონტ მორგანი, ამერიკის შტატების უგვირგვინო მეფე, 1913 წლის 31 მარტს გარდაიცვალა. მსოფლიო ეკონომიკამ დაკარგა საბანკო საქმის გენიოსი, ხოლო მონოპოლიზმის მოწინააღმდეგეებმა თავდასხმის ობიექტი. ნიუ-იორკის ბირჟა პანიკამ მოიცვა.

ჯონის მამამ, ჯუნიუს სპენსენ მორგანმა უბრალო ვაჭრობით დაიწყო, ორმოცი წლის ასაკში კი მისი კაპიტალი რამდენიმე მილიონ დოლარს შეადგენდა. უფროსი მორგანი ვაჭიშვილს ძალიან მკაცრად ზრდიდა – მემკვიდრე მამაზე ბევრად უკეთესი უნდა ყოფილიყო.

პატარა ჯონ პაიერპონტ მორგანი სუსტი აღნაგობის ბიჭი იყო. იზრდებოდა მამის მკაცრი ზედამხედველობის ქვეშ: პატარა ავადმყოფი ყველგან და ყველაფერში პირველი უნდა ყოფილიყო. ბიჭი ნახევარ წელიწადს მწოლიარე ატარებდა, მაგრამ სულიერი სიმხნევის შენარჩუნებას მაინც ახერხებდა. გაკვეთილებს არასოდეს ამზადებდა და მაინც შესანიშნავად სწავლობდა.

ბიჭს რევმატიული ციებ-ცხელება გაუმწვავდა და მშობლებმა აზორის კუნძულებზე გააგზავნა. გამგზავრებამდე ჯონმა ნახევარი წელიწადი საწოლში გაატარა, იძულებული გახდა, თავი დაენებებინა სკოლისთვის, სადაც ერთ-ერთ საუკეთესო მოსწავლედ ითვლებოდა. სამხრეთის მზემ მასზე საუკეთესოდ იმოქმედა.

ჯონი თავის მდგომარეობას განიცდიდა, მაგრამ მაინც ეარშიყებოდა მიმზიდველ გოგონებს. უამრავ იტალიელ და პორტუგალიელ ლამაზმანს ბიჭი ყვავილებსა და შოკოლადს უგზავნიდა. აზორის კუნძულებიდან დაბრუნებული, თავაუღებლად მეცადინეობდა. ერთი წლის შემდეგ კი იგი მამამ სწავლა-განათლების დასამთავრებლად შვეიცარიაში გააგზავნა. იქ ჯონ მორგანმა გერმანული და ფრანგული სრულყოფილად შეისწავლა. ჟენევიდან ლონდონს გაემგზავრა, დედაქალაქის ყველა მუზეუმი მოინახულა და სასარგებლო, საქმიანი ნაცნობობა გაიჩინა.

ომი და ბიზნესი. მალე ჯონ მორგანი ამერიკაში ბრუნდება: იწყება ჩრთილოეთ-სამხრეთის ომი, რომელიც კომერციაში ჩახედულ ადამიანს ოქროს წვიმას პირდება. ტალახი, სისხლი, მარშები და კონტრმარშები: გენერალი გრანტი გენერალ ლის უტევს, მათ ჯარისკაცებს კი ჩექმები და თოფები სჭირდებათ.

ჩრთილოეთის ფლოტის მიერ თავის მიმწოდებელ-პლანტატორებს მოწყვეტილ ინგლისის ფაბრიკებს კი ჰაერივით სჭირდებათ სამხრეთის ბამბა. მამა-შვილი მორგანები დიდ საქმეებს ატრიალებენ; ჯონს კი იმდენად მოსწონს ბიზნესი და ისეთ საქმიან ალღოს ამჟღავნებს, რომ უფროსი მორგანი თავს უხერხულად გრძნობს.

ის თვისებები, რომელიც მას ორი ათეული წლის შემდეგ ყველაზე ცნობილ მორგანად აქცევს, დასაწყისშივე მჟღავნდება: ცივი გონებით მოქმედებს, ანგარიშიანია, კონკურენტებისა და კომპანიონებისადმი დაუნდობელია და თან მეტის მეტად რისკიანი. ჯენიუსი ბუზღუნებს, წუწუნებს, შვილს ვედარ ვუგებ, ავიწყდება, რომ ქრისტიანი, უპირველეს ყოვლისა, მოყვასზე უნდა ფიქრობდესო, მაგრამ ჯონ მორგანის შეჩერება უკვე შეუძლებელია. მსოფლიოში ფულის მკეთებელი ყველაზე სრულყოფილი მანქანა ამჟღავნა და ყველა, ვინც კი ჯონს იცნობს, ხვდება, რომ ეს მხოლოდ დასაწყისია.

ჯონ მორგანი დიდ სიმაღლეებს იპყრობს, სწორედ ამ დროს ეწვია ყველაზე დიდი სიყვარული. რკინიგზის მაგნატის ქალიშვილი – ბრწყინვალედ აღზრდილი, ტანკენარი, სათნო ამელია სტერვისი... მოულოდნელად, ბედმა მუხთალი სიურპრიზი მოუმზადა.

მამა ავად გახდა. ქალის ოჯახში სულ უფრო ხშირად ისმოდა ავბედითი სიტყვა «ტუბერკულოზი». მამამ ჯონს ურჩია, ქალის ცოლად შერთვაზე უარი ეთქვა, მაგრამ შვილმა ყურიც არ ათხოვა. საქორწინო ცერემონიალის მეორე დღე პატარძალმა მწოლიარე გაატარა. ექიმებმა ცოლ ქმარს ალჟირში გამგზავრება ურჩიეს. ჯონ მორგანმა ბიზნესს თავი ანება და მთელ დღეებს ცოლის საწოლთან ატარებდა. ქალი უკანასკნელ დღეებს ითვლიდა, როცა მამამ საერთო ბიზნესთან დაკავშირებული საქმის გამო შვილი პარიზში მხოლოდ ერთ დღეს გამოიძახა. მეორე დღეს იგი უკვე გემზე იყო და ალჟირისაკენ მიემგზავრებოდა. მამას მომკვდავს ჩაუსწრო... მისი გარდაცვალების შემდეგ მორგანს ბედნიერება აღარ ღირსებია.

ტოტალური კონტროლი. ჯონს ისევ მოეძალა ავადმყოფობები, ძლიერ დაღლილობასაც უჩიოდა. მორგანი ძლიერ გასუქდა, გაპირქუშდა, მთელი დღე მუშაობდა – სწორედ მაშინ ჩამოაყალიბა მისი საქმიანობის ის სტილი, ასე რომ

აძრწუნებდა კონკურენტებსაც და მეგობრებსაც. იგი აკონტროლებდა ყველასა და ყველაფერს, არც ერთი დეტალი არ გამოეპარებოდა, თან დაჰქონდა უამრავი წიგნაკი და როცა მისმა ბიზნესმა ისეთ მასშტაბებს მიაღწია, რომ ერთ ადამიანს თვალყურის მიდევნება გაუჭირდებოდა, ბლოკნოტები ამავე რაოდენობის თანამშრომლება შეეცვალეს. საქმიანი მოლაპარაკების მისეული მანერა, აგრესიული, მიმწოლი და დანის ალესილი პირივით ბასრი, წესიერი ვიქტორიანული სულისკვეთებით აღზრდილ პარტნიორებს აკვირვებდა. მორგანი ბიზნესში ომის ხერხებს იყენებდა: ჯერ ზვერავდა, მერე ბრძოლას იწყებდა და დამარცხებულ მოწინააღმდეგეს ბოლომდე ანადგურებდა. ფული ფულთან მიდისო, ამბობენ, ჯონ ჰაიერპონტ მორგანიც ელვის სისწრაფით მდიდრდებოდა. XIX საუკუნის ბოლოს ინგლისს ასობით მილიონი დოლარი ჰქონდა განთავსებული. ამ საქმეში ერთადერთი შუამავალი მორგანის ბანკი გახლდათ.

აი, სწორედ აქ გამოადგა ჯონს ინგლისში, ახალგაზრდობაში დამყარებული ურთიერთობები და ისიც, რომ ამ ქვეყანას შესანიშნავად იცნობდა. მალე მორგანი ბანკების სუპერმონოპოლისტი გახდა, მერე რკინიგზის მეფე, ოქროთი და იარაღით კი ჯერ კიდევ ახალგაზრდობაში ვაჭრობდა. მორგანი ქვეყნის ყველაზე ძლიერი ადამიანი გახდა. იმდენად დიდი იყო მისი ძალაუფლება და გავლენა ქვეყანაში, რომ იგი თანამემამულეებში ხან რელიგიურ თაყვანისცემას, ხან მისტიკურ შიშს იწვევდა.

ახალგაზრდა ქვრივმა მორგანმა ფრენსისი ცოლად ისევ აირჩია, როგორც ერთ დროს პაპის პაპა საჯიშე ძროხებს ირჩევდა. ფანი დიასახლისობდა, ერთი ვაჟი და სამი ქალიშვილი გაუჩინა ჯონს და ცხოვრებას უმწარებდა გაუთავებელი წუწუნით, მორგანი ძველებურად ხშირად ავადმყოფობდა, მაგრამ ამას იმდენად შეეგუა, რომ ტკივილებს თითქმის არ გრძნობდა. წლები ჩვეულებრივ გადიოდა.

ტკბობა ქველმოქმედებით. ჯონ მორგანი ფრიად განათლებული კაცი გახლდათ და შეემლო საათობით ესაუბრა სკულპტურებსა და სურათებზე. მას საბანკო საქმის გენიოსად მიიჩნევდნენ და ეს სრული სიმართლე იყო. მორგანს კი თვითდაჯერებულობა აკლდა: მახინჯი და ხელმოცარული ვარო, – ფიქრობდა. ეზიზღებოდა კონკურენტები, კომპანიონები და მოწყენილობას ჰგვრიდნენ. შვებასა და სიხარულს მხოლოდ ხელოვნება ანიჭებდა. უფროსმა მორგანმა შვილს მშვენიერებისადმი ლტოლვა გაუღვიძა. ახლა მსოფლიოში უმდიდრეს კაცს, ჯონს ამ მშვენიერების თავის საკუთრებად გადაქცევის შესაძლებლობა მიეცა.

მორგანიც ყველაფერს ყიდულობდა: რუბენსს, მიქელანჯელოს, ტინტორეტოს, ვატოს, ანტიკურ მარმარიმოს, აღორძინების ხანის ბრინჯაოს, მანუსკრიპტებს, გობელენებს, რაინდების საჭურველს, რომაულ ფრესკებს, ჰოლანდიურ გრაფიურებს, ფაიფურს, ძვირფასს ნაქარგებს. ამაში ათეულობით მილიონი იხარჯებოდა.

მორგანი ამერიკის ყველაზე დიდი ქველმოქმედი გახდა. ჯონი თავის განძს მუზეუმებს სწირავდა და მალე მიხვდა, რომ გაცემა უდიდესი სიამოვნების მომტანი შეიძლება იყოს. „მეტროპოლიტენ მუზეუმის« კოლექციის უდიდეს ნაწილს მორგანის მიერ ნაჩუქარი შედევრები წარმოადგენს.

ჯონ ჰაიერპონტ მორგანი მას შემდეგ გარდაიცვალა, რაც აშშ-ის სენატმა მისი მოღვაწეობის ანტიმონოპოლიური განხილვა დაიწყო. დიდი უსიამოვნება არ შეხვედრია, მაგრამ მისტერ მორგანი საშინლად აღელდა, ამბობდა, მსოფლიო წესრიგი დაირღვა და თეთრი რასის აღსასრული დგებაო. სტრესმა ერთ-ერთი ქრონიკული დაავადება გაუმწვავა და რამდენიმე კვირაში გარდაიცვალა...

დღევანდელ ფასებზე გადაანგარიშებით, მორგანმა ხელოვნების უნიკალური ნიმუშების შექმნისას მილიარდი დოლარი დახარჯა, „მეტროპოლიტენ-მუზეუმმა« მიიღო ანდერძით დატოვებული უძვირფასესი ხელოვნების ნიმუშები. მორგანის

საბანკო სახლი გადარჩა და საფინანსო სამყაროში დღესაც დიდი გავლენით სარგებლობს.

წყარო: „ეკონომიკური პალიტრა“ 4 –10 თებერვალი, 2008 წ.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. დაიწყე საკუთარი ბიზნესი. რიევა ლესონსკის «Start your own business»--ს მიხედვით. გაზეთ «კვირის პალიტრა»-ს დამატება «ეკონომიკური პალიტრა». №№ 004, 005, 006, 007, 009 – 2007 წელი; №№ 11, 12, 14, 17, 19, 21, 23, 25 – 2008 წელი რუბრიკის ავტორი ლევან ფანჯიკიძე.
2. თეთრუაშვილი მ., ქარდავა თ., თეთრუაშვილი ი. ფინანსური მენეჯმენტი, გორი, 2007.
3. მექვაბიშვილი ე. «ახალი ეკონომიკა» - გლობალიზაციის პროდუქტი და ფაქტორი. ჟ. ეკონომიკა და ბიზნესი. №1. თბ. 2008;
4. ჟიზნინი ს. კრუპნოვი ვ. როგორ გავხდეთ ბიზნესმენი. (ამერიკული გამოცდილება) «მაცნე». თბ. 1992.
5. როგორ დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი. აშშ მცირე ბიზნესის ადმინისტრაციის ექსპერტული რჩევა. შემდგენელი: დოქტორი C. HOWARD POTEET. ქართული თარგმნის რედაქტორი რევაზ ვაჩნაძე. თბილისი. 1969 წ.
6. რუსულ-ქართული ლექსიკონი, «საბჭოთა საქართველო», თბ. 1959.
7. საქართველოს კანონი მეწარმეთა შესახებ. «სამართალი». თბ. 1997.
8. უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, «განათლება». თბ. 1989.
9. ქარდავა თ., თეთრუაშვილი ი., ორჯონიკიძე ნ., ბიზნეს-გეგმა: დამუშავების მეთოდის კა. გორი 2007.
10. ყამარაული სულიკო. უნივერსალური ბიზნეს-ლექსიკონი, «მეცნიერება» თბ. 2001.
11. ჯონსონი რ. გარეტ, ჯენიფერ მ. ჯორჯი. თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძვლები, თბ. 2006.
12. Абчук Владимир, 12 шагов к собственному бизнесу., М. «ЭКСМО». 2008.
13. Аллен Луис. Как преуспеть в малом бизнесе. М.1992
14. Большая экономическая энциклопедия. М. «ЭКСМО» 2007.
15. Все о малом предпринимательстве. Польное практическое руководство, Под редакцией А.В.Касьянова. М. 2008.
16. Галицкая С,Б. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятия. М. «ЭКСМО», 2008.

17. Горемыкин В.А. Бизнес-план. Методика разработки реальных образцов бизнес-плана, 4-ое издание переработанное и дополненное, с. 645, м. 2006.
18. Гранд Тон. Рост бизнеса. «ЭКСМО», М. 2007.
19. Гусева Т. Как начать свой бизнес. Питер. 2004.
20. Доил Д. Как создать предприятие. Таллин. 1991.
21. Кемпбелл Р. Макконнели, Стенли Лю Брю. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. М. 1992.
22. Лапушта М.С., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство. Учебник. М. «Инфра», М. 2007.
23. Мазоль С.И. Экономика малого бизнеса. Учебное пособие. Минск.
24. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения, Под ред Л.Н.Красавиной, М. «Финансы и статистика», 2007.
25. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М. 2007.
26. Хруцкий В.Е., Как составить оптимальный финансовый план. ж. «США. Экономика, политика, идеология», №4, 1993.
27. Эдвард Деминг У., Новая экономика, М. ЭКСМО». 2008.

ს ა რ ჩ ე ვ ი

ანოტაცია;

შესავალი;

1. მცირე ბიზნესი როგორც ეკონომიკური საქმიანობის პირველი საფეხური;
2. მცირე ბიზნესის საწარმოთა კლასიფიკაცია;
3. მცირე ბიზნესის საწარმოთა ფუნქციონირების თავისებურებები;
4. მცირე ბიზნესის დადებითი და უარყოფითი მხარეები;
5. მცირე ბიზნესის ადგილი ეროვნული ეკონომიკის აღწარმოების პროცესში;
6. მცირე ბიზნესის მდგომარეობის შესახებ საქართველოში (მოკლე მიმოხილვა);
7. ბიზნესისათვის კადრების მომზადების შესახებ;
8. მცირე ბიზნესის შექმნის ზოგადი წანამძღვრები;
9. მცირე ბიზნესის შექმნის ეტაპები;
10. შეიგან თავი შენი;
11. როგორ შევარჩიოთ ბიზნესის კონკრეტული სახე;
12. როდის დავიწყოთ საკუთარი ბიზნესი?;
13. ბიზნესი დავიწყოთ ნახევარი თუ სრული სამუშაო დროით?;
14. საწყისი ეტაპის დაგეგმვა;
15. ბიზნესის ადგილმდებარეობის შერჩევა;
16. პარტნიორის შერჩევა და მისი მნიშვნელობა მცირე ბიზნესში;
17. ქონება და მისი სამართლებრივი გაფორმება;
18. გამოჩენილი პიროვნებები ბიზნესის შესახებ და მათი შეგონებები;
19. ქართველი ბიზმესმენები გვირჩევენ;
20. როგორ იწყებდნენ და იზრდებოდნენ;
21. გამოყენებული ლიტერატურა;
- 22 სარჩევი..