

მეწარმეობის შესავალი

ნაწილი I

მეწარმეობის თეორია სამეწარმეო საქმიანობის მიმოხილვა

ოსეუ ჰასიდ
ალექსიოს-სტეფანოს კომსელის

ლექციების კურსი მომზადებულია საბერძნეთის მთავრობის მიერ “Hellenic Aid”-ის პროგრამით განხორციელებული ივანე ჯავახიშვილის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და პირეოსის უნივერსიტეტის საერთო პროექტის ფარგლებში. წარმოდგენილი ტექსტის ინგლისური ვერსია მომზადებულია პირეოსის უნივერსიტეტის მიერ. ტექსტის ქართულ ენაზე თარგმნა და რედაქტირება შეასრულეს ავთანდილ გაგნიძემ, ინეზა გაგნიძემ, რევაზ გველესიანმა, ეკა ლეკაშვილმა, ელგუჯა მექვაბიშვილმა, მარინა ნაცვალაძემ და მაია სურგულაძემ.

შინაარსი

შინაარსი	3
წინასიტყვაობა	4
მეწარმეობის შესავალი – მეწარმეობის თეორია .	5
1. მეწარმეობა	6
1.1. ეკონომიკა	7
1.1.1 არბიტრაჟი და განუსაზღვრელობა	8
1.1.2 საწარმოო ფაქტორების კოორდინაცია	9
1.1.3 ინოვაცია	10
1.1.4 უნარ-ჩვევების დიფერენციაცია	11
1.1.5 კარიერის მობილურობა	12
1.1.6 ეკონომიკური თეორიების დასკვნითი მიმოხილვა	15
1.2 ფსიქოლოგია	15
1.2.1 წარმატების საჭიროება	16
1.2.2 კონტროლის შიდა ადგილი	17
1.2.3 მიდრეკილება რისკებისადმი	18
1.2.4 განუსაზღვრელობაზე შეგუება	18
1.2.5 “ ტიპის” ქცევა	20
1.2.6 კრიმინალისადმი მიდრეკილება	20
1.2.7 დამოუკიდებლობა და დაკმაყოფილება	20
1.2.8 ზეოპტიმიზმი	21
1.2.9 კრიტიკა და ფსიქოლოგიური ხასიათი	23
1.3 ინდივიდუალური, საოჯახო და სოციალური საკითხები	23
1.3.1 ქორწინება	24
1.3.2 ჯანმრთელობა და შეუძლოდ ყოფნა	24
1.3.3 ასაკი, განათლება და გამოცდილება	26
1.3.4 ოჯახი	28
1.3.5 უმუშევრობა	29
1.3.6 რეგიონალურობა	30
1.3.7 იმიგრაცია და ეთნიკური უმცირესობები	31
1.3.8 ქალთა მეწარმეობა	34
1.4 მაკროეკონომიკური ფაქტორები	38
1.4.1 ეკონომიკური განვითარება	38
1.4.2 საწარმოო სტრუქტურა	39
1.4.3 სახელმწიფო პოლიტიკა	39
1.5 მეწარმის აღწერა	41
2. სამეწარმეო პროცესის შესავალი	48
2.1 მეწარმეობის მამოძრავებელი ძალა	48
2.2 სამეწარმეო პროცესი	50
2.3 სამეწარმეო აზროვნება	52
3. მეწარმეობა: “აუცილებლობა” “შესაძლებლობის” პირისპირ	54
4. სერიული მეწარმეობა	58
5. სამეწარმეო ქსელები	61
6. მეწარმეობა და ინოვაცია	66
7. მცირე და საშუალო წარმოება	70
7.1 განსაზღვრება	71
7.2 მცირე და საშუალო წარმოების მნიშვნელობა და გადარჩენა	74
7.3 განსხვავება მეწარმეობასა და მცირე და საშუალო წარმოების მართვას შორის	76
8. მეწარმეობის მომავალი	80
I ნაწილის ბიბლიოგრაფია და საკითხავი ლიტერატურა	84

წინასიტყვაობა

არსებობს საკმაოდ კარგი არგუმენტები მეწარმეობის შესახებ განათლებისადმი ინტერესის მკვეთრი ზრდის ასახსნელად. ახალგაზრდა თაობის აზროვნების და სამეწარმეო ღირებულებების სტიმულირებით ხდება დინამიური და ახლებური აზროვნების გავრცელება. სამეწარმეო განათლება ძალიან დაეხმარება სწავლის მსურველთ, მოტივაცია და განათლების სისტემა უფრო მიმზიდველი იქნება, თანამედროვეობის შესაბამისი და ეფექტური.

ზემოხსენებული არგუმენტები საკმაოდ კარგად აღწერს, თუ რატომ არის საჭირო მეწარმეობის კურსების დანერგვა უმაღლეს სასწავლებლებში – ზოგჯერ კი განათლების სისტემის უფრო დაბალ დონეებზეც კი – განსაკუთრებით იმ ქვეყნებში, რომლებშიც ეკონომიკური სისტემები განიცდიან ცვლილებებს “საბაზრო ეკონომიკის” მიმართულებით.

პირეუსის უნივერსიტეტს აქვს დიდი ხნის ტრადიცია და გამოცდილება აღნიშნული კურსების სწავლებასთან დაკავშირებით, დამუშავებულია ღიზინი და შესაბამისი სასწავლო მასალები.

საბერძნეთის მთავრობის (საგარეო ურთიერთობათა სამინისტროს “Hellenic Aid”-ის პროგრამა) დახმარებით და თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის თანამშრომლობით შესაძლებელი გახდა მეწარმეობის შესახებ სასწავლო კურსების შემუშავების სასარგებლო პროგრამის წარდგენა.

სტუდენტებს დაურიგდებათ სასწავლო წიგნები, კლასში სამუშაოდ მათი სტიმულირებისთვის დაგეგმილია დამატებით სხვა სახის მასალების გავრცელება, რათა უკეთ იქნას შესწავლილი და გააზრებული მეწარმეობის როგორც თეორიული, ასევე პრაქტიკული საკითხები.

გვჯერა, რომ თსუ ადმინისტრაციის, ადგილობრივი პარტნიორების და თვით სტუდენტების ხელშეწყობით კურსის დამთავრების შემდეგ მიღწეულ იქნება დასახული მიზნები და უზრუნველყოფილი იქნება მისი შემდგომი განვითარება.

პროფესორი იოსეფ ჰასიდ

პროექტის კოორდინატორი

თეორიული შეხედულებები მეწარმეობის შესახებ

მეწარმეობის შესახებ საუბრის დასაწყისში ჩვენ განვიხილავთ იმ ძირითად კონცეფციებსა და ცნებებს, რომლებიც ჩამოყალიბებულ იქნა მეცნიერთა და მკვლევართა მიერ. წინა საუკუნეებიდან გადმოცემული ცოდნის ორიგინალურობა და თანამედროვე თეორიები უზრუნველყოფენ სასარგებლო ფონს ეკონომიკური სისტემებისა და ბაზრების პირობებში მეწარმეობის პრაქტიკული გამოყენებისათვის. ეკონომიკის, ფსიქოლოგიისა და რამდენიმე სხვა მიმართულების თეორიები, რომლებიც უკავშირდება მეწარმეობას განხილულია ქვემოთ. მათი მიზანია მეწარმეობის პროცესის სრულყოფილად გააზრება და თანამედროვე თეორიისა და პრაქტიკის უკეთ გაგება.

ვიდრე შევუდგებით მეწარმეობასთან დაკავშირებული თეორიების განხილვას, განვსაზღვროთ თავად ტერმინი. სიტყვა „მეწარმე“ ფრანგული წარმოშობისაა და სიტყვა-სიტყვით გულისხმობს „შუაკაცს“, ადამიანს, რომელსაც უჭირავს შუა ადგილი; უფრო თავისუფალი თარგმანით ესაა ადამიანი, რომელიც მისდევს კომერციას. როგორც ს.ა.ბრუატი და პ.ა.ჟულიანი (Bruyat, C.A. and Julien P.A. 2001) აღნიშნავენ: მეწარმეობის განსაზღვრების გარშემო მეცნიერთა შორის ისევ დიდი დავა მიმდინარეობს და ამ საკითხის შესახებ ჯერ კიდევ არაა ჩამოყალიბებული მეცნიერთა ერთიანი შეხედულება. ამ პრობლემისადმი რამდენიმე მიდგომა არსებობს, რომლებიც გამომდინარეობენ განსხვავებული შეხედულებებიდან და აღნიშნული თეორიის საზღვრებში აქვთ ფესვები. ამას თითოეული მეცნიერი თავის გამოკვლევებში საფუძველის სახით იყენებს.

მეწარმეობის შესახებ დომინირებული შეხედულებებისა და მიმდინარეობების ახსნა არ წარმოადგენს ამ ნაშრომის მიზანს. აღნიშნული პრობლემის გარშემო ცოცხალი დიალოგის გაცნობა მსურველს შეუძლია იმ გაზეთებსა და ჟურნალებში, რომლებიც ამ პრობლემას აქტიურად აშუქებენ. ამგვარად, მეწარმეობისთვის ჩვენ მივიღებთ, ყველაზე ფართო განსაზღვრებას, რომელიც მოიცავს და აერთიანებს ბიზნესის მფლობელებს და თვითდასაქმებულებს. გარდა ამისა, როგორც ქვემოთ ავხსნით, ადამიანები, რომლებიც დაქირავების პირობებში აჩვენებენ სამეწარმეო ქცევას (ვისაც უწოდებენ შიდა მეწარმეებს

“Intrapreneurs”), მომავალში განსაზღვრავთ, როგორც მეწარმეებს. და ბოლოს ერთადერთი განსხვავება, რომელსაც მოიცავს ეს ნაშრომი, ესაა განსხვავება მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვასა (Small and Medium Business Management) და მეწარმეობას (Entrepreneurship) შორის. ეს უკანასკნელი მოიცავს ზრდასა და ბიზნესის განვითარებას, იმ დროს როცა პირველი მხოლოდ აღწერს, თუ როგორ ვმართოთ ბიზნესი.

1. კონცეფციები მეწარმეობის შესახებ

სწავლების ამოცანები

1.1 თავის გაცნობის შემდგომ თქვენ უნდა შეძლოთ:

- განსაზღვროთ ძირითადი ეკონომიკური თეორიები, რომლებიც ჩამოყალიბდა წლების მანძილზე მეწარმეობასთან დაკავშირებით;
- ჩამოყალიბოთ ფსიქოლოგიური მიდგომისათვის დამახასიათებელი ნიშნები ინდივიდუალური მეწარმეებისათვის;
- განსაზღვროთ მეწარმეობის პირად, საოჯახო და სოციალურ სტატუსთან დაკავშირებული ძირითადი შედეგები;
- განსაზღვროთ სხვა მაკროეკონომიკური ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენენ მეწარმეობაზე;
- მოახდინოთ მეწარმეობის შესახებ თეორიულ გამოკვლევებს შორის დიფერენციაცია და კრიტიკულად შეაფასოთ თითოეულის წვლილი ამ სფეროში.

მეწარმეობის შესახებ თეორიები გამომდინარეობენ 3 დისციპლინის კვლევებიდან: ეკონომიკა, ფსიქოლოგია და სოციოლოგია. ეკონომისტები სწავლობენ მეწარმეობისა და მეწარმის როლს ეკონომიკის განვითარებაში, ისევე როგორც ეკონომიკისა და განვითარების თეორიების გამოყენებას მეწარმეობის კონტექსტში. ფსიქოლოგები დაინტერესებული იყვნენ მეწარმეთა პირადი ხასიათის ნიშნების იდენტიფიკაციით (შეცნობით). სოციოლოგებმა შეისწავლეს მეწარმეთა ინდივიდუალური ქცევის ასპექტები და მათი გავლენა სხვა

სოციალურ კონცეფციებზე. მიღებული შედეგები გვეხმარება გავიგოთ თუ როგორ მოქმედებენ ეს წესები და როგორ იქცევიან მეწარმეები ზოგადად. თუმცა თეორიები მეწარმეობის შესახებ, რომლებსაც გვთავაზობენ ფსიქოლოგები და სოციოლოგები, ხანდახან საკამათოა და საეჭვო. ამის გამო, მკითხველმა ისინი უნდა გამოიყენოს მეწარმის შესაცნობად და არა მისი განსაზღვრის მიზნით. და ბოლოს, დღეისათვის კვლევები მეწარმეობის შესახებ მიღებულია, როგორც განსხვავებული ასპარეზი მეცნიერთათვის, საიმისოდ რომ ეძებონ, ჩამოაყალიბონ და საზოგადოებას შესთავაზონ ახალი თეორიები.

მეწარმეობაზე ყურადღების გამახვილება გამოწვეულია მცირე და საშუალო ბიზნესის (SMEs) მნიშვნელობით ნაციონალური ეკონომიკის ზრდასა და სამუშაო ძალის დასაქმებაში. საიმისოდ, რომ მიღწეულ იქნეს ზრდა მცირე და საშუალო მეწარმეობის სექტორში, მეწარმეებს სჭირდებათ მართონ ბიზნესი და გამოავლინონ თავისი შესაძლებლობები. ნაციონალური ეკონომიკებისთვის მცირე და საშუალო მეწარმეობა მნიშვნელოვანი გახდა მოგვიანებით, მე-20 საუკუნის შუა პერიოდიდან, და ამის გამო კვლევები ამ მიმართულებით ახალი დაწყებულია და დღესაც ინტენსიურად გრძელდება. ეს ფაქტი გვიხსნის იმას, თუ რატომ აუარა გვერდი მრავალმა კლასიკოსმა მოაზროვნე ეკონომისტმა მეწარმეობაში გამოკვლევებს და მხოლოდ ეკონომისტებმა, ვისაც იმ დროს „თამაშვარეებად“ თვლიდნენ, ჩაიხედეს მასში. ამას ჩვენ მივყავართ ეკონომიკურ აზროვნებაში მეწარმეობის შესახებ პირველ მოსაზრებებთან.

1.1 ეკონომიკა

მეწარმეობის შესახებ ეკონომიკურ შეხედულებებში შეიძლება გამოვყოთ ორი ერა. ამ მიმართულებით ადრეული შეხედულებები მიეკუთვნება ისეთ მოაზროვნეებს, როგორებიც იყვნენ რ.კანტილონი, ჟ.ბ.სეი, ი.შუმპეტერი და სხვები. თანამედროვე შეხედულებები ეკუთვნით ს.მ.კანბურს, რ.ლუკასს და სხვებს. მეწარმეობაზე ადრეული შეხედულებები გვევლინება ეკონომისტების მიერ ჩამოყალიბებული ცნებებისა და კონცეფციების სახით, მაშინ როცა თანამედროვე თეორიები წარმოდგენილია უფრო მეტად ტექნოკრატიული და სამეცნიერო სახით.

პირველმა ეკონომისტებმა, რომლებმაც მეწარმეობა წარმოადგინეს ეკონომიკურ თეორიაში, ყურადღება გაამახვილეს 4 ძირითად საშუალებაზე. ქვემოთ თითოეული წამყვანი ეკონომისტის გამოკვლევას ნახავთ არა ქრონოლოგიური ნიშნით, არამედ შინაარსის მიხედვით დაჯგუფებულს.

მეწარმეობის შესახებ თანამედროვე თეორიები გამომდინარეობენ ნეოკლასიკური მიკროეკონომიკიდან, და ისინი უპირველეს ყოვლისა ცდილობენ იპოვონ ოპტიმიზალური არჩევანი მეწარმეობასა და დასაქმებას შორის. ძველი შეხედულებებისაგან ისინი ძირითადად განსხვავდებიან ორი ნიშნით:

1. ისინი იღებენ ფ.ჰ. ქნაითის მტკიცებას, რომ ადამიანები მეწარმეები ხდებიან არჩევანის გამო. არჩევანი, რომელიც ემყარება სარგებლიანობის მაქსიმიზაციის პარადიგმას, ნიშნავს, რომ ადამიანებს სურთ იყვნენ მეწარმეები იმის გამო, რომ ის მაღალანაზღაურებადი დასაქმებაა და მოსალოდნელი შემოსავალი მეტია.
2. თანამედროვე ეკონომიკური თეორიები თვლიან, რომ ბაზრებზე სრულყოფილი კონკურენციაა, ტექნოლოგია მოცემულია და მიმწოდებელთა ბაზრის ყველა მონაწილე ფასის მიმღებია. ეს ძირითადად მოცემულია გამარტივების მიზნით. ნახოს ძირითადი თანამედროვე გამოკვლევები მეწარმეობის შესახებ.

ქვემოთ ვისაუბრებთ მეწარმეობის შესახებ თანამედროვე გამოკვლევების შესახებ.

1.1.1 არბიტრაჟი და განუსაზღვრელობა

პირველი, ვინც შემოიღო სიტყვა „მეწარმე“ და წარმოაჩინა მისი მნიშვნელობა ეკონომიკის განვითარებაში, იყო ფრანგი სწავლული რიშარ კანტილონი (1755). რ. კანტილონიმა განსაზღვრა, რომ მეწარმეები იქცევიან როგორც შუამავლები (შუაკაცები), ყიდულობენ ერთ ფასში და ყიდიან განსხვავებულ ფასში. მათ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს ეკონომიკის განვითარებაში იმის გამო, რომ კერძო საკუთრების უფლება ხელმისაწვდომი გახდა მრავალი ადამიანისათვის. ამ პროცესში მეწარმეები ასრულებენ ყველა გაცვლით ოპერაციებს და თავის პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007 გ

თავზე იღებენ რისკს იყიდონ განსაზღვრულ ფასად და გაყიდონ განუსაზღვრელ ფასში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, რ. კანტილონის მიერ შემოთავაზებული მეწარმე არის ნებისმიერი, ვისაც აქვს შემოსავალი, რომლის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია.

ამგვარად, წარმატებული მეწარმეები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეკონომიკაში, ვინაიდან ისინი არბილებენ რყევებს, რომლებიც უკავშირდება რისკსა და განუსაზღვრელობას. რ. კანტილონის მიდგომა გულისხმობს იმავე დოქტრინას, რასაც ჩ. დარვინის ევოლუციის თეორია, გადარჩება მხოლოდ ყველაზე ძლიერი. წარუმატებელი მეწარმეები დამარცხდებიან და გაწეული რისკი მათ აიძულებს დატოვონ ბიზნესი. რ. კანტილონის მიერ განსაზღვრული მეწარმის მთავარი მნიშვნელობა ინოვაციურობაში კი არა, არამედ მეწარმის, როგორც მოგების მიღების მისწრაფების მქონე ადამიანის სახით წარმოჩენაშია. ალღო, განათლება და გარისკვა ესმარება მას ერთად შეკრას ბაზრის ორი ბოლო. ამგვარად, მეწარმეები შევლენ ბაზარზე, თუ იქ მოგება ჯერ კიდევ არსებობს და შემოსავლის დონე უკავშირდება იმ რისკს, რომელიც სპეციფიკური საბაზრებო ოპერაციებიდან გამომდინარეობს.

ი. კიზნერმა (Kirzner I.,1973, 1985) განავითარა მეწარმის შუამავლის როლთან დაკავშირებული კანტილონისეული იდეები. მისი მოსაზრებით მეწარმე ხედავს და იყენებს იმ შესაძლებლობებს რაც ჩვეულებრივ ყველასთვის შესაძრწნევია. ამის გამო, წარმატებულ მეწარმეებს აქვთ გაძლიერებული ალღო, სიფრთხილე და შეუძლიათ შეამჩნიონ ის, რასაც ბაზრის სხვა მონაწილეები შორიდან აკვირდებიან. ი. კიზნერის მიხედვით მეწარმე აგროვებს არასრულყოფილ ცოდნას, რომელიც მას გამოარჩევს სხვებისაგან. ეს ცოდნა მოდის იაფი ინფორმაციიდან, რაიმე უბრალოს შეცნობიდან, რაც ყოველთვის იყო, მაგრამ სხვები ვერ ამჩნევდნენ.

ფ. ჰ. ქნაითმა (Knight, F.H.,1921) ყურადღება რ. კანტილონის მეწარმეზე გაამახვილა განუსაზღვრელობის კუთხით. სამეწარმეო განუსაზღვრელობა გამომდინარეობს ბუნებრივი რესურსების შესახებ ზუსტი ცოდნის არარსებობითა და ტექნოლოგიასა და ფასებში ცვლილებებით. მოგება განუსაზღვრელია, მიუხედავად იმისა, რომ საწარმოო ფაქტორთა ფასები

ცნობილია. ამის გამო, მეწარმეები უნდა იყვნენ დარწმუნებული საკუთარ თავში, სამართლიანი, რისკიანი, წინდახედული და იღბლიანი.

ფ. ჰ. ქნაითი განმარტავს, რომ ინდივიდის არჩევანი დაიწყოს მეწარმეობა და არა დაქირავებით მუშაობა დამოკიდებულია ეკონომიკის ნებისმიერ სექტორში განუსაზღვრელობის გამო არსებული სტიმულების რაოდენობაზე. ამგვარად, მეწარმეები არ იბადებიან, მაგრამ არიან ოპორტუნისტი ადამიანები, რომელთა არჩევანი მეწარმედ ან დაქირავებულ მომუშავედ ყოფნას შორის, დამოკიდებულია კონკრეტული ბაზრისთვის დამახასიათებელი მოგების მიღების შესაძლებლობებზე, რაც უკავშირდება აქ არსებულ რისკს.

1.1.2 საწარმოო ფაქტორების კოორდინაცია

მეორე გამოკვლევა მეწარმეობის შესახებ განხორციელებული იქნა ჟან-ბატისტ სეის (Say, J.B. 1828) მიერ. ჟ-ბ. სეი ფიქრობდა, რომ ეკონომიკაში მეწარმის ცენტრალური როლია საწარმოო ფაქტორთა კომბინაცია და კოორდინაცია. მეწარმე იმყოფება შუაში, ეკონომიკურ სისტემასა და საკუთარ ბაზარს შორის, მიზანმიმართულად მართავს და წაახალისებს სასარგებლო საწარმოო ფაქტორების მოქმედებას და მოგების სახით იღებს განსხვავებას ღირებულებასა და გაყიდვების შედეგებს შორის. საწარმოო ფაქტორებია: მასალები, ადამიანები, ინფორმაცია და კაპიტალი. ამ ფაქტორთა საზღვრებში ჟ-ბ. სეი ამბობს პირად თვისებებს, როგორცაა გამოცდილება, სამართლიანობა და სიმტკიცე. ამის გამო, მეწარმეები, ვისაც ეს თვისებები ერთობლიობაში აქვთ, იქნებიან წარმატებული (რაც, როგორც დღეს ფიქრობენ არასაკმარისია).

ჟ-ბ. სეის გამოკვლევის მეორე მნიშვნელოვანი საკითხია, იმის აღნიშვნა, რომ მეწარმეთა უნარია გადალახონ სირთულეები, გადაჭრან მოულოდნელი პრობლემები და გამოიყენონ არსებული ცოდნა. ზოგიერთი მეცნიერი, მაგალითად რ. ფ. ჰერბერტი და ა. ნ. ლინკი (Hebert, R.F. and Link, A.N.1988) აკრიტიკებენ რა ჟ-ბ. სეის ამბობენ, რომ მისი მეწარმე არაფრით განსხვავდება მუშისაგან, ორგანიზატორული თვისებების გარდა. სხვებმა, როგორც იყო

მაგალითად მ. ქასონიცი (Casson, M. 1982), გააგრძელეს მისი ხაზი და მოგვცეს მეწარმის უფრო თანამედროვე განსაზღვრება.

1.1.3 ინოვაცია

მე-20 საუკუნის დასაწყისში იოზეფ შუმპეტერი (Schumpeter, J.A., 1934, 1939) მეწარმეობის შესახებ ლიტერატურაში შემოიტანა სიახლე. შუმპეტერის მეწარმე გარედან მართავს ტექნოლოგიას და მცირე გაუმჯობესების ნაცვლად, მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეაქვს საწარმოო პროცესში. ამგვარად, მეწარმეს ან შემოაქვს სიახლეები, ან არსებულს აკეთებს სრულიად განსხვავებულად. ი. შუმპეტერის მიხედვით აქ იგულისხმება:

- ახალი პროდუქტის შექმნა;
- წარმოების ახალი მეთოდები;
- ახალი ბაზრების აღმოჩენა;
- მიწოდების ახალი არხების დაკავება;
- წარმოების ახლებურად ორგანიზება.

ი. შუმპეტერის აზრით მეწარმე არის ექსპლოატორი (უ-ბ.სეის მსგავსად) და მისი ქმედებები პასუხობს ცვლილებებს საქმიანი ციკლისა და ეკონომიკური განვითარების ჩარჩოებში. ი. შუმპეტერი ემახსოვრებათ მისი ტერმინით განხორციელებული „შემოქმედებითი ნგრევის“ გამო, რომელიც აღწერს სამეწარმეო საქმიანობას. ინოვაციების ტალღა იჭრება ბაზარზე, უარს ამბობს ტრადიციულ პროდუქტებსა და პროცესებს, და კონკურენციის სახელით ხასიათდება იმიტაციით. ეს იწვევს წონასწორობის ახალი დონის მიღებას და ნიშნავს, რომ სამეწარმეო მოგება შემოსაზღვრულია დროის იმ გარკვეული ინტერვალით, რომლის ფარგლებშიც ბაზარი არამყარია და მეწარმე ახდენს მოგების მაქსიმიზაციას, თუკი არ გრძელდება ინოვაციების შემოღება.

ვინაიდან არსებობს ინდივიდუალური დაინტერესება, ი. შუმპეტერმა მეწარმე განიხილა, როგორც უნიკალური ინდივიდი, რომელიც ეყრდნობა ინსტიქტს და არა კალკულაციურ გამოთვლებს. ის ასევე ამტკიცებდა, რომ მოგება, არის განსხვავება და არა უკუგება არსებული საწარმოო ფაქტორების გამო, და რომ

მეწარმე არასოდეს ატარებს რისკს კაპიტალისტთან შედარებით. მისი ეს ბოლო პუნქტი, კერძოდ მეწარმისა და კაპიტალისტის შედარება, მკაცრად გააკრიტიკეს თანამედროვე სწავლულებმა.

1.1.4 უნარ-ჩვევების დიფერენციაცია

მ. ქასონი (Casson, M. 1982) ყველაზე ცნობილი თანამედროვე ეკონომისტი, რომელიც შეეცადა მეწარმის ცნება განემარტა ძველი ეკონომიკური ლიტერატურის მიღწევათა კომბინირების გზით. მისი თეორია ძირითადად ორგვარია.

1. მ. ქასონი მეწარმეს ხედავს, როგორც ადამიანს, რომელიც ახდენს საწარმოო რესურსების კოორდინაციას და საიმისოდ, რომ ეს ეფექტიანად გააკეთოს ფლობს ექსტრაორდინალურ ჩვევებს. ეს ჩვევები ეხმარება მეწარმეს გამოიყენოს შეზღუდული რესურსები და აწარმოოს პროდუქტი, რომელიც უნიკალურია და გამომდინარეობს მისი შესაძლებლობებიდან. მ. ქასონის მიერ განსაზღვრული სამეწარმეო პროცესის საფუძველია გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, რომელიც ახდენს რესურსების გადანაწილებას. ამგვარად, მეწარმეს ესაჭიროება კაპიტალი საიმისოდ, რომ ქონდეს და მართავდეს რესურსებს. მ. ქასონის აზრით სამეწარმეო საქმიანობაში რეგიონული განსხვავებები უკავშირდება კერძო საკუთრებას (როგორცაა მაგალითად სახლის ფლობა).

2. მ. ქასონი თვლის, რომ მეწარმეობისათვის ცვლილებები კომპანიონია. საიმისოდ, რომ გაამყაროს ეს შეხედულება იგი აღწერს სიტუაციას, სადაც მეწარმეობისათვის მოთხოვნა და მიწოდება სრულყოფილი კონკურენციის ბაზრებისთვის დამახასიათებელი მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდების მსგავსია. როცა მოსალოდნელია სამეწარმეო საქმიანობის წახალისება, იზრდება მეწარმეთა რიცხოვნობაც, ვიდრე დაბალია სტიმულები, მაღალია მოთხოვნა აგენტების (ე.ი. მეწარმეების) ცვლილებაზე. მისი ნაშრომის მიხედვით მეწარმეები ახდენენ ცვლილებებს და შემდგომ ცვლილებები ზემოქმედებენ სამეწარმეო შესაძლებლობებზე. ამგვარად, მკითხველს შეუძლია შენიშნოს, რომ ყველაზე უნარიანი მეწარმე იქნება ის ვინც პირველი შეამჩნევს მოსალოდნელ ჯილდოს.

1.1.5. შრომითი კარიერის მობილობა

თანამედროვე ეკონომეტრიკული აზროვნების მიხედვით, თეორიები ვითარდება იმ არჩევანის გამოკვლევის შესაბამისად, ინდივიდი გახდეს მეწარმე თუ დაქირავებული, არჩევანი თვითდასაქმებასა და დაქირავებით შრომას შორის. არსებობს გამოკვლევების ორი მიმართულება, პირველის მიხედვით, ყველა ინდივიდი ერთნაირია, სიტყვის „ჰომოგენური“ გამოყენებით, და მეორე, რომ ადამიანები განსხვავდებიან, სიტყვის „ჰეტეროგენური“ გამოყენებით.

იმ გამოკვლევის შედეგად, რომელიც თვლის, რომ ყველა მომუშავე ერთნაირია და აქვთ ერთნაირი მახასიათებლები, ჩამოყალიბდა რამდენიმე მოსაზრება, რომლებიც, თავის მხრივ, არის გაცილებით წინგადადგმული ნაბიჯი და დეტალიზებული. საზოგადოდ, ამ გამოკვლევის ძირითადი არსია იმის გააზრება, თუ როდის სურთ ადამიანებს გახდნენ თვითდასაქმებულები ან დაქირავებულნი, ისეთ ფაქტორებთან მიმართებაში, როგორცაა: შემოსავალი, რისკი, რისკის უარყოფა და განსაზღვრულ ბაზრებზე მეწარმეთა წონასწორული რაოდენობა.

მკითხველმა შეიძლება საინტერესოდ მიიჩნიოს ზოგიერთი თეორიის შესწავლა, რომლებიც ჩამოყალიბებული იქნენ ისეთი მკვლევარების მიერ როგორცაა, ე. აპელბაუმი და ე. კათზი (Appelbaum, E. and Katz, E. 1986), ს.მ. კანბური (Kanbur, S.M. 1979), ე. შეშინსკი და ი. დრეზე (Sheshinski, E. and Drèze, J. 1976). გამარტივების მიზნით ეს მოდელები განიხილავენ, რომ შრომით კარიერაში ერთი არჩევანიდან მეორეზე გადასვლა ხდება დანახარჯების გარეშე. სინამდვილეში ასეთი გადაწყვეტილებები შეიცავს როგორც პირდაპირ, ისე არადაბრუნებად დანახარჯებს. ამას გარდა, მობილობა ბაზარზე თვითდასაქმებასა და დაქირავებით მუშაობას შორის ასე პირდაპირი არ არის, როგორც ამ თეორიებშია მოცემული. იმის მიზეზი, რომ მკვლევარებმა აირჩიეს ასეთი გამარტივებული მიდგომა არის ის, რომ მათ უნდა გამოეკვლიათ სამუშაო ძალაში მობილობის დინამიკა, ჩამოყალიბებინათ ძირითადი დასკვნები და შემდგომ თანდათან გადასულიყვნენ გამოყენებითი ხასიათის გამოკვლევებზე. ამგვარად, შედეგები ჯერ-ჯერობით არაერთგვაროვანია და ასეთმა მოდელებმა ნათელი განმარტებები ვერ მოგვცეს. თუმცა, იყო იმის მცდელობა, რომ ამ მოდელებში ჩაერთოთ კარიერის მობილობის დანახარჯები, მაგალითად ა.

დიქსითისა და რ. რობის (Dixit, A. and Rob, R. 1994) და ასევე ს.ქ. პარკერის (Parker, S.C. 1997) ნაშრომებში.

მეორე გამოკვლევა, რომელიც თვლის რომ ადამიანები არიან განსხვავებულნი თავისი „სამეწარმეო უნარის“ მიხედვით, ეყრდნობა ადრეულ ეკონომიკურ თეორიებს. მ. ქასონი – როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, შეიძლება განვიხილოთ, როგორც თანამედროვე ეკონომისტი, რომელმაც გააერთიანა აზროვნების ეს მიმართულებები. მეწარმეობაში ჰეტეროგენული მოდელის მიმდევარია თანამედროვე თეორეტიკოსი, რ. ე. ლუკასი (Lucas, R.E. 1978). რ. ლუკასმა განავითარა ორი ქვე-მოდელი: ერთი სტატიკური, სადაც ყველაფერი თანაბარია ინდივიდუალური მენეჯერული/სამეწარმეო უნარის გარდა, და მეორე, დინამიკური, ფირმების სიდიდე დიფერენცირებულია და ცვალებადი. რ. ლუკასის სტატიკური მოდელი გვიჩვენებს მომუშავეთა 3 კატეგორიას: მეწარმეები, ზღვრული მეწარმეები და დაქირავებულნი. ამ მოდელის ჩარჩოებში მიჩნეულია, რომ უფრო მეტად უნარიანი მეწარმეები მართავენ დიდ ფირმებს. მისი დინამიკური მოდელი გულისხმობს, როცა ნაკლებად მოსალოდნელია მეწარმეების რიცხოვნობის გაზრდა, ერთ სულ მოსახლეზე იზრდება კაპიტალის სიდიდე, შედეგად მცირდება (შეფარდებითი მაჩვენებლით) მეწარმეთა რიცხოვნობა და იზრდება ფირმების ზომა. მისი ეს ბოლო მოდელი რეალობას ვერ ასახავს. ამის გამო, მრავალი ეკონომისტი შეეცადა გაეფართოებინა იგი და ჩამოეყალიბებინა დასკვნები.

დამატებითი საკითხავი:

შრომითი კარიერა ესაა ინდივიდუალურად გააზრებული პოზიცია და ქცევა, რომელიც დაკავშირებულია შრომით გამოცდილებასა და საქმიანობასთან ადამიანის შრომითი ცხოვრების განმავლობაში (დაკავებული თანამდებობების თანმიმდევრობა, სხვადასხვა ადგილები და მდგომარეობები შრომით ორგანიზაციაში). განასხვავებენ კარიერის ორ სახეს: **პროფესიულს** და **შიდაორგანიზაციულს**.

პროფესიული კარიერა ხასიათდება იმით, რომ კონკრეტული მუშაკი თავისი

პროფესიული მოღვაწეობის პროცესში გადის განვითარების სხვადასხვა სტადიებს: ცოდნის მიღება, სამუშაოზე მისვლა, პროფესიული უნარის შენარჩუნება, პენსიაზე გასვლა. ეს სტადიები მუშაკს შეუძლია გაიაროს თანმიმდევრობით სხვადასხვა ორგანიზაციებში.

შიდაორგანიზაციული კარიერა მოიცავს მომუშავეს ზრდის სტადიების თანმიმდევრულ ცვლას ერთი ორგანიზაციის ჩარჩოებში.

შრომითი კარიერის დაგეგმვისა და რეალიზაციის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს ორი, ზემოაღნიშნული კარიერის ურთიერთზემოქმედების უზრუნველყოფა: პროფესიულისა და შიდაორგანიზაციულის. მომუშავემ ზუსტად უნდა იცოდეს არა მარტო თავისი პერსპექტივები მოკლევადიან და გრძელვადიან პერიოდებში, არამედ ისიც, თუ რა მაჩვენებლებს უნდა მიაღწიოს, რომ წინსვლის იმედი ქონდეს.

შრომითი კარიერა ხასიათდება ეტაპებით (მუშაკის ასაკის შესაბამისად), რომლებზეც მომუშავე იკმაყოფილებს სხვადასხვა მოთხოვნილებებს.

წინასწარი ეტაპი მოიცავს საშუალო და უმაღლესი განათლების მიღებას და გრძელდება 25 წლამდე. ამ პერიოდში ადამიანმა შეიძლება შეიცვალოს რამდენიმე სამუშაო ადგილი, ვიდრე მოძებნის იმას სადაც მოახდენს თავისი მოთხოვნილებებისა და შესაძლებლობების რეალიზაციას.

ჩამოყალიბების ეტაპი მიმდინარეობს დაახლოებით 5 წლის (25-დან 30 წლამდე) განმავლობაში. ამ დროს ინდივიდი მყარად ეუფლება პროფესიულ ჩვევებს.

დაწინაურების ეტაპი უმეტესად გრძელდება შემდგომი 10-15 წლის მანძილზე (30-დან 45 წლამდე). ამ პერიოდში პიროვნება კვლავ იმაღლებს კვალიფიკაციას და აღწევს სამსახურებრივ წინსვლას. ყურადღებას ამახვილებს ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე.

შენახვის ეტაპზე (45-60 წლები) ადამიანი ცდილობს შეინარჩუნოს მიღწეული მდგომარეობა. კარიერის ამ ეტაპზე მომუშავე ეძებს შემოსავლის ისეთ წყაროებს

როგორცაა: მოგებაში მონაწილეობა, აქციები, და სხვა.

დასრულების ეტაპზე (60-დან 65 წლამდე) ადამიანი ფიქრობს პენსიაზე გასვლასა და ჯანმრთელობის მდგომარეობიდან გამომდინარე, მსუბუქი სამუშაოს მოძებნაზე.

საპენსიო ეტაპზე კარიერა მთავრდება მოცემულ ორგანიზაციაში და ინდივიდი ცდილობს დასაქმდეს მსუბუქ სამუშაოზე, საოჯახო კოოპერატივში, საკარმიდამო მეურნეობაში და ა.შ. [3. 248-250]

1.1.6 ეკონომიკური თეორიების ზოგადი შეფასება

დასკვნითი კომენტარის სახით, მნიშვნელოვანია ხაზი გავუსვათ, რომ ეკონომისტებმა შეცვალეს თავისი დაკვირვების ფოკუსი ეკონომეტრიკული მოდელების თეორიების შექმნიდან, მათი დეტალური ანალიზით. ისტორიულად, ეკონომიკური აზრის საფუძვლები მეწარმეობის შესახებ შეიქმნა არატრადიციული მოაზროვნეების მიერ, როგორცაა ი. შუმპეტერი, რომელიც არ იქნა მიღებული მისი თანამედროვეების მიერ. ეს არაპოპულარული მიმდინარეობა, რომელმაც ეკონომიკა გახსნა ფსიქოლოგიისა და ბიზნესის სფეროებისთვის, დღეს საფუძველია ახალი, ძლიერი თეორიული მოდელებისათვის.

1.2 ფსიქოლოგია

მრავალმა ფსიქოლოგმა მიუძღვნა თავისი გამოკვლევები მეწარმეობას. აშკარაა, რომ ფსიქოლოგები არ სწავლობენ ეკონომიკურ პარამეტრებს ან საზოგადოებაში მეწარმეთა წვლილს, მაგრამ ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, რომ გაიგონ და აღწერონ ადამიანი, რომელსაც სურს გახდეს მეწარმე. უკანასკნელ წლებში ეკონომისტებმა თავის კვლევების მაჩვენებლებში ჩართეს მეწარმეობის შესახებ ფსიქოლოგიური სკოლის მიერ შემუშავებული პარამეტრები, იმ მიზნით, რომ დაეხარისხებინათ დისციპლინათაშორისი გამოკვლევები სამეწარმეო და თვითდასაქმების მოდელებში.

რ. ამიტის, ლ. გლოსტეინისა და ე. მიულერის (Amit, R., Glostein, L. and Muller, E. 1993) შრომებში ხაზგასმულია ინდივიდთა ოთხი ძირითადი თვისება, რომლებმაც ფსიქოლოგების ყურადღება მიიპყრო. ეს 4 თვისება დაკავშირებულია მეწარმესთან საიმისოდ, რომ ახსნილი იქნეს სამეწარმეო საქმიანობაში გარისკვის არჩევანი. საზოგადოდ, პირადი მახასიათებლების სია, რომლებიც შესწავლილ იქნა მკვლევართა მიერ გაცილებით გრძელია. მეწარმეობასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური გამოკვლევების შემდგომი საკითხები განხილულია ქვემოთ.

1.2.1 მიღწევის მოთხოვნილება

1961 წელს დევიდ მაკლეანდმა წარმოადგინა ერთ-ერთი პერველი სისტემატიზებული მიდგომა მეწარმის ინდივიდუალობის ასახსნელად. თავის ნაშრომში ის შეეცადა წარმოეჩინა მეწარმის პროფილი, იგივე რასაც ცდილობდა ფსიქოლოგთა უმრავლესობა. ამგვარად, თავის ორიგინალურ ნაშრომში დ. მაკლეანდმა წარმოადგინა „საქმიანი გმირები“ - მეწარმეები, რომლებიც აღაფრთოვანებენ ახალ თაობებს და ანვითარებენ სამეწარმეო საქმიანობის არსს. ამ მიმართულებით მან აღწერა მეწარმის ძირითადი თვისება, კერძოდ ის რომ მათ უფრო მეტად აქვთ „მიღწევის მოთხოვნილება“, ვიდრე აკეთონ მხოლოდ ფული. მან ამ განწყობას უწოდა „n-Ach“ (**Need for Achievement**) და მიიღო ინსტრუმენტი, რომლითაც შეეძლო გაეზომა იგი. ის ამტკიცებდა, რომ საზოგადოებას „n-Ach“-ის შედარებით მაღალი დონით შეუძლია საშუალოდ ჰყავდეს უფრო აქტიური მეწარმეები, და შესაბამისად ჰქონდეს ეკონომიკური ზრდის მაღალი ტემპები, ვიდრე იმ საზოგადოებას, რომელიც ხასიათდება საშუალოდ დაბალი „n-Ach“-ით. ადამიანები „n-Ach“-ის მაღალი მაჩვენებლებით იბრძოდნენ დამოუკიდებლობისთვის და ისურვებენ უფრო რთული ამოცანების გადაჭრას. მაღალი „n-Ach“ წყაროებია:

- მშობლები, რომლებიც დამოუკიდებლობას ბავშვობაშივე აღვივებენ შვილებში;
- შექება და ჯილდო წარმატებისთვის;
- წარმატების ასოცირება დადებით გრძნობებთან;

- წარმატების ასოციაცია საკუთარ კომპეტენტურობასა და ძალისხმევასთან, და არა გამართლებასთან (იღბალთან);
- სურვილი, იყო ეფექტიანი და მებრძოლი;
- პიროვნებათაშორისი ურთიერთობები.

ამგვარად, მაკლელანდის მიხედვით მეწარმისთვის ყველაზე მეტად დამაკმაყოფილებელია შინაგანი მოწოდება მიაღწიოს წარმატებას, და არა თვით წარმატება. მან ასევე შემოიღო ორი სხვა სახომი, n-Aff (მიერთების მოთხოვნილება – **Need for Affiliation**) და n-Pow (ძალაუფლების მოთხოვნილება – **Need for Power**), რომლებმაც შემდგომში თავისი წვლილი შეიტანეს ინდივიდთა საქმიანობისა და ურთიერთქმედების შესწავლის პროცესში. საზოგადოდ, მაკლელანდმა მეწარმეები აღწერა, როგორც ადამიანები ვისაც მიდრეკილება აქვს:

- იყოს აქტიური და ენდობოდეს სხვებს;
- აიღოს პირადი პასუხისმგებლობა მათ გადაწყვეტილებებზე;
- უპირატესობა მიანიჭოს ისეთ გადაწყვეტილებებს რომლებიც შეიცავენ ზომიერ რისკს;
- რუტინისა და გამეორების უარყოფელი;

1.2.2. კონტროლის შიდა წყარო

სხვა ფსიქოლოგიური მოსაზრება მეწარმის შესახებ გეთავაზობს, რომ ადამიანებს რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ მეწარმეობას, მაღალი ანაზღაურებით დაქირავებით შრომასთან შედარებით, აქვთ თვითრწმენა რომ მათ მიერ შესრულებული საქმიანობა არის მხოლოდ მათი მოქმედების შედეგი, და არა გარე ფაქტორების ან სხვათა შრომის ზემოქმედება. ამას ფსიქოლოგიაში უწოდებენ კონტროლის შიდა წყაროს – იგულისხმება, რა რომ კონტროლის ცენტრი მდებარეობს უფრო მეტად ადამიანის შიგნით, ვიდრე სხვათა ან ბედის (გამართლების) ხელში.

ამის გამო ამტკიცებენ, რომ ადამიანები, კონტროლის შიდა მდებარეობით აირჩევენ თვითდასაქმებას, დამოკიდებულ დასაქმებასთან შედარებით. ი. ბ.

როტერმა (Rotter, J.B. 1982) წელს მიიღო ინსტრუმენტი, რომელიც განსაზღვრავდა ინდივიდის კონტროლის შიდა წყაროს მდებარეობის ადგილს. ეს საზომი ერთეული დაეხმარა ემპირიული ტესტების თეორიასთან დაკავშირების პროცესს. თუმცა, სხვადასხვა კვლევები, რომლებიც იყენებენ ი. ბ. როტერის ერთეულს იღებენ განსხვავებულ შედეგებს, და კონტროლის შიდა წყაროს თეორია, როგორც ფიქრობენ სადაოა.

დამატებითი საკითხავი:

ადამიანებს განსხვავებული შეხედულებები აქვთ მათ გარშემო მიმდინარე მოვლენების კონტროლზე. კონტროლის წყაროს თეორიაც ზუსტად ამ შეხედულებებს ეყრდნობა. კონტროლის შიდა წყაროს მქონე ადამიანები დარწმუნებულნი არიან, რომ ისინი თავად არიან პასუხისმგებელი საკუთარ ბედზე; ისინი თვლიან, რომ მათი ქმედებები და ქცევები მნიშვნელოვანია და გადაწყვეტ როლს თამაშობს ისეთი შედეგების მიღწევაში, როგორიცაა: სამუშაოს შესრულების დონის გაუმჯობესება, დაწინაურება ან სამუშაოზე დანიშვნა.

კონტროლის შიდა წყაროს მქონე მეწარმეები თვლიან, რომ პირადად არიან პასუხისმგებელი ახალი ბიზნესის წამოწყებაზე. მათ მსგავსად, კონტროლის შიდა წყაროს მქონე მენეჯერები მიიჩნევენ, რომ მთელი ორგანიზაციის წარმატება მათ მხრებზეა. კონტროლის შიდა წყაროს ხელს უწყობს ორგანიზაციაში ეთიკური ქცევებისა და გადაწყვეტილების მიღების პრაქტიკის დამკვიდრებას, ვინაიდან ორგანიზაციის თანამშრომლები მიიჩნევენ რომ ისინი ვალდებული არიან პასუხი აგონ საკუთარ ქმედებებზე. კონტროლის გარე წყაროს ადამიანებს სჯერათ, რომ მათ გარშემო მიმდინარე პროცესებზე გარე ძალები ზემოქმედებენ. აქედან გამომდინარე, ისინი თვლიან, რომ მათი ქმედება ბევრს ვერაფერს შეცვლის და ცდილობენ არ ჩაერიონ და არ შეცვალონ სიტუაცია ან გადაჭრან პრობლემას. ისინი ამ ქმედებების გატარებას სხვას ანდობენ. [4. 40]

1.2.3 რისკისადმი მიდრეკილება

მეწარმეები არიან ადამიანები რომლებიც ნაკლებად უარყოფენ რისკს, ვიდრე ისინი ვინც ირჩევენ დასაქმებას. ამ სამეწარმეო თვისების ძირითადი ელემენტია განსხვავება რისკთან დამოკიდებულებასა და ფაქტიურ ან რისკის მისაღებ დონეს შორის. ამგვარად, სამეწარმეო ქცევა განისაზღვრება ორივე მათგანით, ადამიანის რისკთან დამოკიდებულებით და მის მიერ რთული საქმიანი გარემოს შეფასებით.

1.2.4 განუსაზღვრელობისადმი ტოლერანტობა

გარდა ამისა, მეწარმეები აღწერილი არიან ისეთ სწავლულთა მიერ, როგორცაა ი. ა. ტიმონსი (Timmons, J.A.1976) – როგორც ინდივიდები რომლებსაც სხვებთან შედარებით შეუძლიათ უკეთესად გაუმკლავდნენ სირთულეებსა და არასტაბილურ სამუშაო გარემოს. ეს ნიშნავს, რომ ადამიანები, ვინც ამჯობინებს დამოუკიდებელ სამეწარმეო საქმიანობას დაქირავებით მუშაობას, კომფორტულად გრძნობენ თავს რისკის, არამყარი და დინამიური საქმიანი (ბიზნეს) გარემოს პირობებში.

დამატებითი საკითხავი:

საზოგადოდ ადამიანები რისკისადმი ავლენენ 3 სახის განწყობას : რისკის მომხრე, ნეიტრალურად განწყობილი და რისკის უარმყოფელი.

სარისკო გადაწყვეტილების მიღება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა შედეგი შეიძლება მოჰყვეს რისკზე წასვლას. იმაზე თუ რამდენად დიდი ან მცირე შეიძლება იყოს რისკზე წასვლის დამატებითი “ჯილდო”. ეს დამოკიდებულია გაურკვეველი სიტუაციის რისკის პრემიაზე (risk premium).

რისკის პრემია არის აუცილებელი სხვაობა გაურკვეველი სიტუაციის მოსალოდნელ მნიშვნელობასა და უეჭველი შედეგის მნიშვნელობას შორის.

რისკის მოწინააღმდეგე ადამიანი თანაბარი მოსალოდნელი შემოსავლების შემთხვევაში უპირატესობას ანიჭებს გარკვეულობას და გარანტირებულ

შემოსავალს.

რისკ-ნეიტრალური ადამიანი ერთმანეთს ადარებს გაურკვეველი და გარკვეული სიტუაციის შესაძლო შედეგების მხოლოდ და მხოლოდ მოსალოდნელ მნიშვნელობებს (მაგ. მოსალოდნელ შემოსავლებს) და მისთვის სულ ერთია გარკვეული თუ გაურკვეველი შედეგები, როცა ორივეს მოსალოდნელი შემოსავალი ერთნაირია.

რისკის მოყვარული ადამიანი გაურკვეველ სიტუაციას (რისკს) ამჯობინებს, თუკი გაურკვეველი და გარკვეული მოსალოდნელი შემოსავლების მნიშვნელობები ერთნაირია.

იმ შემთხვევაში, როცა მყარი მოსალოდნელი შემოსავლის მინიმუმი ძალზე დაბალია და რისკის პრემია ძალზე მაღალი, ამ დროს რისკის უარყოფელმა ინდივიდმაც კი შეიძლება მიიღოს სარისკო გადაწყვეტილება. [5. 220-225]

1.2.5 ქცევის „წესი A“

მეწარმეობის ქცევითი დამახასიათებელია აგრესია, კონკურენტუნარიანობა, ბრძოლა წარმატებისთვის და მოუთმენლობა (დ. ფ. ბოიდი, Boyd, D.P. 1984).

1.2.6 დამნაშავეობისადმი მიდრეკილება

თეორიის ეს მიმდინარეობა ამტკიცებს, რომ მეწარმეები არიან ადამიანები, რომლებიც არ არიან საზოგადოების დანარჩენი ნაწილის მსგავსი. ისინი აღწერილი არიან, როგორც საზოგადოებაში გამეფებული სოციალური ტენდენციების მოწინააღმდეგე ან უკმაყოფილო ადამიანები. გარდა ამისა, როგორც თვლიან, მეწარმეებს შეუძლიათ იმოქმედონ უკანონოდ ან დანაშაულებრივი გზით (ა. შაპერო, Shapero, A. 1975; მ. ფ. რ. კეთს დე ვრისი, Kets de Vries, M.F.R. 1977). ეს უკანასკნელი თავის ნაშრომში თვლის, რომ

ინდივიდის ბავშვობაში არსებული პრობლემები დაკავშირებული მის ავტორიტეტთან ან გუნდში ურთიერთობასთან, განაპირობებს მათ სურვილს გაზარდონ საკუთარი ღირსების გრძნობა, რაც უფრო დაბალი მოთხოვნილებაა, ვიდრე საკუთარი თავის რწმენა. ეს თეორია ძალიან დამაინტრიგებელი აღმოჩნდა მკვლევარებისთვის და მრავალი მათგანი ეცადა შეეგროვებინა ემპირიული დამადასტურებელი მასალა. თუმცა, რამდენიმე ფსიქოლოგიურმა და ეკონომეტრიკულმა კვლევამ დაადასტურა აღნიშნული მოსაზრება, მაგრამ სხვა მიმოხილვებში იგი უარყოფილი იქნა.

12.7. დამოუკიდებლობა და შრომითი კმაყოფილება

სხვა მნიშვნელოვანი პრობლემა, რომელიც უკავშირდება მეწარმის ინდივიდუალობას, ესაა სამეწარმეო საქმიანობის ყველაზე მიმზიდველი მახასიათებელი, **დამოუკიდებლობა**. თვითდასაქმებულ ადამიანს შეუძლია მართოს დრო და ძალისხმევა საიმისოდ, რომ დაიკმაყოფილოს საკუთარი მოთხოვნილებები და მოლოდინი. ამას ჩვეულებრივ უწოდებენ „იყო საკუთარი თავის ბოსი“. ეს ცნება გვაბრუნებს ფ. ჰ. ქნაითთან (1921), მაგრამ არაეკონომისტებმაც გაამახვილეს მასზე ყურადღება. ბოლო პერიოდის ეკონომიკური კვლევები მიექდვნა იმის გარკვევას, თუ რატომ რჩებიან ადამიანები თვითდასაქმებულნი, მაშინ როცა მათ შეუძლიათ მიიღონ მეტი შემოსავალი დაქირავებით მუშაობის პირობებში. აქედან გამომდინარე, შემოდებული იქნა ტერმინი **შრომითი კმაყოფილება**, რომელიც ყოველთვის არ უკავშირდება ანაზღაურებას და მოიცავს თითოეული ინდივიდისათვის კმაყოფილების უნიკალურ წყაროს.

ამგვარად, კვლევებმა აჩვენეს, რომ თვითდასაქმებულებისა და მეწარმეებისათვის მნიშვნელოვანია სამუშაოსთან დაკავშირებული პრობლემები, როგორცაა ინიციატივა და მუშაობა საკუთარი თავისათვის. რაც მათთვის უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ანაზღაურება და უსაფრთხოება (მ. ფ. ტეილორი, Taylor, M.P. 1996). თუმცა, სხვა კვლევებმა აჩვენა, რომ შრომითი კმაყოფილება არაა აუცილებელი უკავშირდებოდეს სრულ კმაყოფილებას, მაგალითად უფრო მეტი სამუშაო საათები და პასუხისმგებლობა სამუშაოს ნებისმერი პრობლემის შემთხვევაში (ს. პარასურამანი და ც. ა. ზიმერსი, Parasuraman, S. and Simmers,

C.A. 2001). ამგვარად, შრომითი კმაყოფილება უკავშირდება დანახარჯებს, რომელიც გამომდინარეობს სამუშაოდან. ასევე პირადი ცხოვრება უკავშირდება დაძაბულობას და არის იმის დამოუკიდებელი მიზეზი, რომ ინდივიდმა დაქირავება ამჯობინოს მეწარმეობას. საბოლოოდ, დამოუკიდებლობა არის ძირითადი ცვლადი დაქირავებულის სტატუსის არჩევის დროს.

1.2.8 ზეოპტიმიზმი

ფსიქოლოგიამ ინტენსიურად შეისწავლა ის ადამიანები, რომლებიც მეტისმეტად ოპტიმისტები არიან, განსაკუთრებით ისეთ სიტუაციებში, როცა ყველაფერი მათ კონტროლს არ ექვემდებარება. ზოგჯერ ერთიდაგივე ბაზრებზე მეწარმეები გამოირჩევიან სხვებთან შედარებით სისტემატური ოპტიმიზმით. რამდენიმე სწავლული შეეცადა ზეოპტიმიზმი მიეღო, როგორც მეწარმის ძირითადი თვისება. თვისება, რომელსაც შეუძლია ახსნას ასეთი ადამიანების ყველა სხვა ფსიქოლოგიური ნიშანი და განსაკუთრებით ერთი, რისკთან დამოკიდებულება. ა.ს. ქუპერმა, ს.უ. ვუუმ და ვ.ს. დანკლბერგმა (Cooper, A.C., Woo, C.Y. and Dunkelberg, W.C. 1988) ასეთი ინდივიდების მაგალითზე განსაზღვრეს „სამეწარმეო ეიფორია“. კერძოდ, მეწარმის რწმენა, რომ იმავე ბაზარზე მისი მიზნის მიღწევის შანსი გაცილებით მაღალია, ვიდრე სხვების. თუმცა შემდგომმა კვლევებმა აჩვენა, რომ ზეოპტიმიზმი არსებობს არა მარტო თვითდასაქმებულთა ერთობის საზღვრებში, არამედ ერთ რომელიმე დაქირავებულშიც კი.

ამის გამო, ზეოპტიმიზმი, როგორც თვლიან არის კულტურული ტენდენცია უფრო მეტად, და არა პირადი თვისება (გ. არაბშეიბანი, Arabsheibani, G., და სხვები 2000). მიუხედავად ამისა, ამ გამოკვლევაში, გამოჩნდა ის რომ, მეწარმეები სისტემატურად ზეოპტიმისტები არიან ვიდრე დაქირავებულები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება ჩამოგვეყალიბებინა დასკვნა, რომ ზეოპტიმისტურ საზოგადოებაში ადამიანები, რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ თვითდასაქმებას შემოსავლების მიღების სხვა წყაროებთან შედარებით, მიეკუთვნებიან ჯგუფს, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ოპტიმიზმის ყველაზე მაღალი ნორმა.

ეკონომისტები ცდილობდნენ პასუხი გაეცათ კითხვაზე: როგორ შეიძლება, რომ ზეოპტიმიზმი დომინირებდეს ბაზარზე, თუკი გაავითვალისწინებთ, რომ ზეოპტიმიზმი გადახრილია რაციონალური ეკონომიკური ქცევისგან – განსაკუთრებით უკუგების მაქსიმიზაციის პირობებში. რაციონალურად მოსალოდნელია, რომ როცა ზეოპტიმისტები ვერ გაუძლებენ კონკურენციას, რეალისტები იქნებიან დომინანტები ბაზარზე. თუმცა არის ირაციონალური ქცევის მხარდამჭერი რამდენიმე მიზეზი:

- როცა უკუგება სამეწარმეო საქმიანობიდან გაუტოლდება დაქირავებულთა შემოსავალს, რეალისტები ირჩევენ იმუშაონ დაქირავებით, მაშინ როცა მეწარმეები დარჩებიან სამეწარმეო ასპარეზზე (დ. დე მეზა და ს. საუთი, De Meza, D. and Southey, C. 1996);
- ზეოპტიმისტები იმუშავენ უფრო მეტი დატვირთვით და დაზოგავენ თანხებს წარუმატებელი შემთხვევებისთვის, იმ პრობლემების საკომპენსაციოდ, რომლებიც გამომდინარეობენ ბაზრისადმი გადაჭარბებული ნდობიდან (მ. მანოვე Manove, M. 2000);
- ზეოპტიმისტი ადამიანები ძნელად თუ შეძლებენ ბაზარზე არსებული საქმიანი ურთიერთობების კოპირებას. ისინი ალბათ იმოქმედებენ იმის მიხედვით რასაც თავად თვლიან ინოვაციად და საიმისოდ, რომ მოძებნონ გარემოს ისეთი გამოყენება, რაც მათ თვითრწმენას გაუღვივებს. ამგვარად, არსებობს იმის დიდი ალბათობა, რომ ზეოპტიმისტებისთვის ხელმისაწვდომი იქნება ისეთი ინფორმაცია, რომელიც უზრუნველყოფს მათ კონკურენციულ უპირატესობას (ა.ე. ბერნანდო და ი. ველჩი, Bernardo, A.E. and Welch, I. 2001);
- ზეოპტიმიზმს დიდი პატივმოყვარეობის, ამბიციისა და პოტენციალის საშუალებით შეუძლია ადაფრთოვანოს ინვესტორები, კლიენტები და მიმწოდებლები.

ამგვარად, ზემოაღნიშნული ზეოპტიმიზმი, როგორც პირადი ან კულტურის ნიშანი, შეიძლება იყოს ფონი ყველა ზემოჩამოთვლილი მახასიათებლებისთვის, რომელთა საშუალებით ფსიქოლოგები ცდილობდნენ მიეღოთ ესკიზი მეწარმის დნმ-სთვის.

1.2.9. ფსიქოლოგიური მიდგომის კრიტიკა

სამეწარმეო თვისებების ფსიქოლოგიური თეორია ცდილობს გამოყოს ინდივიდუალური მეწარმის პროფილი, ახდენს რა იმ სფეროს იდენტიფიცირებას, სადაც მეწარმე გამოირჩევა საზოგადოების დანარჩენი ნაწილისგან. ამ მიდგომამ მიიღო ძლიერი კრიტიკა, ძირითადად იმის გამო, რომ **თეორიები ფორმულირებულნი იყვნენ წლების მანძილზე, მაგრამ თვისებების რაიმე უნიკალური ნაკრები ვერ იქნა გამოყოფილი.** კრიტიკის ძირითადი ნაწილი ეყრდნობა იმ ფაქტს, რომ სამეწარმეო ინდივიდუალობის დაშვების მიუხედავად, ბაზრის ფაქტორები და უნივერსალური გარემოებები ისევე თამაშობენ მნიშვნელოვან როლს სამეწარმეო საქმიანობაში, რასაც ვერ მივაწერთ ინდივიდის ერთი განსაზღვრული ტიპის წარმატებას ან წარუმატებლობას. გარდა ამისა, მტკიცდება, რომ მეწარმეობისადმი ეს მიდგომა ახდენს იდეალური საქმიანი ადამიანის ყველა სასურველი თვისებების პერსონიფიცირებას (პ.ი. კაუფმანი და რ.პ. დანტი, Kaufmann, P.J. and Dant, R.P. 1998). ამგვარად, ვინაიდან თეორიის ეს მიმდინარეობა გთავაზობს მეწარმის სხვადასხვა პირადი ასპექტების გაგებას, მიღებულია, რომ ფსიქოლოგიური ფაქტორები არასაკმარისია (ან აუცილებელიც კი) თვითდასაქმებულთა და მეწარმეთა ეკონომიკური საქმიანობის ასახსნელად.

1.3. პირადი, საოჯახო და სოციალური საკითხები

ეკონომიკური და ფსიქოლოგიური თეორიების გარდა, შეიძლება იმ ადამიანებზე სხვადასხვა მოსაზრებების ჩამოყალიბება, ვინც თვითდასაქმებას და მეწარმეობას ირჩევს როგორც შრომითი კარიერის ნაწილს. ეს მოსაზრებები ძირითადად ჩამოყალიბებული იქნა სოციოლოგების მიერ და მეცნიერებმა გამოიკვლიეს იმისათვის, რომ მოეხდინათ აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებული კორელაციებისა და ტენდენციების დადგენა. ისინი, ვინც იზიარებენ ამას, თვლიან რომ საკითხი არ არის ამოწურული, მაგრამ წარმოადგენს პირადი და პიროვნებათაშორისი გარემოებების ძირითად კონცეფციებს.

1.3.1 ქორწინება

თეორიულად მტკიცდება, რომ 5 მიზეზის გამო მეწარმეები უფრო მეტი ალბათობით არიან დაოჯახებული, ვიდრე მარტოხელები:

1. მეუღლეს შეუძლია კაპიტალის დაბანდება ან ბიზნესის გაფართოება. კაპიტალი, რომელიც არის არაოფიციალური და შეიძლება მოვიდეს მეუღლის ოჯახიდან, იმ ჩვეულებრივი მოლოდინის გარეშე, რაც შეიძლება ინვესტორს გააჩნდეს კაპიტალის უკუგებასთან დაკავშირებით;
2. საოჯახო ფირმების ძირითადი უპირატესობა არის ის, რომ ბიზნესის მზარდი მოთხოვნის დაკმაყოფილების მიზნით ოჯახი უზრუნველყოფს მათ იაფი ან თავისუფალი სამუშაო ძალით, რაც ხელმისაწვდომია მათთვის საბაზროზე უფრო დაბალი კურსით. მეორე მხრივ, შემოსავალი არამეწარმე მეუღლესაგან ხშირად ფასდება, როგორ უსაფრთხოების ქსელი, თუ სამეწარმეო საქმიანობა განიცდის დროებით ან გრძელვადიან პრობლემებს.
3. ვინაიდან სამეწარმეო საქმიანობა უკავშირდება დაძაბულობას, მეუღლეებს შეუძლიათ ერთმანეთს გაუწიონ ემოციური მხარდაჭერა და დაეხმარონ გადალახონ ნერვიული დარღვევები;
4. მრავალ ეკონომიკურ სისტემაში დაოჯახება უკავშირდება საგადასახადო შეღავათებს;
5. საზოგადოდ, მეწარმეები არიან ასაკოვანი და ოჯახის უფროს წევრებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ დაქორწინებული;

არსებობს თეორიები, რომლებიც თვლიან, რომ დაოჯახებული ინდივიდები შვილებით, ირჩევენ გარანტირებულ და მყარ შემოსავლებს და არა სარისკო სამეწარმეო შესაძლებლობებს. საზოგადოდ, გამოკვლევებმა დაადასტურეს დადებითი კორელაცია სამეწარმეო საქმიანობასა და საქორწინო სტატუსს შორის.

1.3.2. ჯანმრთელობა და უუნარობა

ამტკიცებდნენ, რომ ადამიანები, რომლებიც საჭიროებენ თავისი შრომითი კარიერა ააგონ მნიშვნელოვანი პირადი პრობლემის ფონზე, როგორცაა

მაგალითად გრძელვადიანი ავადმყოფობა ან უუნარობა (ფიზიკური ან მენტალური), აირჩევენ თვითდასაქმებას. ეს იმის გამოა, რომ მათ შეუძლიათ თავისი ყოველდღიური სამუშაო გრაფიკი შეადგინონ, და გაითვალისწინონ დროის, ადგილისა და საქმიანობის განსაზღვრული შეზღუდვები. გარდა ამისა, გარკვეულ საზოგადოებებში მეწარმის დისკრიმინაცია ჯანმრთელობისა და უუნარობის გამო, შეიძლება მდგომარეობდეს იმაში, რომ ბაზარზე დომინირებადმა ადამიანებმა, ისინი ვინც ავადაა ან აქვს ხილული შეზღუდვები განდევნონ იქედან. ასევე ცნობილია, რომ სამთავრობო პოლიტიკა (განსაკუთრებით ევროკავშირში), რომელიც ცდილობს შეარბილოს ასეთი დისკრიმინაცია, ყურადღება გაამახვილა მეწარმის იმ სარგებელზე, რაც უკავშირდება უნარშეზღუდული ადამიანების დაქირავებას. ასევე ადეკვატური ან სპეციალიზებული ცოდნის მქონე უნარშეზღუდული ადამიანებისთვის სამეწარმეო საქმიანობის ხელშეწყობის მიზნით „თვითდასაქმებულთა სუბსიდიების“ გაცემას.

სხვა მხრივ ნაჩვენებია, რომ თვითდასაქმება გულისხმობს დიდ ძალისხმევასა და სამუშაოს დროულ შესრულებას, რაც ზრდაზე ორიენტირებული სამეწარმეო საქმიანობის პირობებში შეიძლება აღმოჩნდეს არასწორი არჩევანი იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც აქვთ ფიზიკური ან გონებრივი შეზღუდვები. გარდა ამისა ჯანმრთელობის პრობლემებმა შეიძლება აიძულოს ადამიანი გააკეთოს პაუზა თავის კარიერაში დროის დიდი ინტერვალით და მნიშვნელოვანი თანხები დააბანდოს ჯანმრთელობის შენარჩუნების მიზნით. თვითდასაქმებულებმა თავად უნდა იზრუნონ ჯანმრთელობაზე, მაშინ როცა დაქირავებულებზე ზრუნავენ დამქირავებლები, სახელმწიფო სოციალური და ჯანდაცვის სისტემა.

გამოკვლევებმა ვერ აჩვენა გარკვეული კორელაცია ცუდ ჯანმრთელობას, უუნარობასა და სამეწარმეო საქმიანობას შორის. ამის ახსნა შეიძლება მდგომარეობდეს იმაში, რომ ასეთი ინდივიდების ჯანმრთელობის გარემოებების გამო, თვითდასაქმება და სამეწარმეო საქმიანობა, შეიძლება განსხვავებული იყოს დარგებისა და უუნარობის სხვადასხვა სიმძიმის მიხედვით.

1.3.3. ასაკი, განათლება და გამოცდილება

ზემოთ განხილული ოჯახური მდგომარეობის ანალოგიურად, უფროსი/ან უფრო მეტად გამოცდილი ადამიანები, გახდებიან მეწარმეები მეტი ალბათობით, იმიტომ, რომ:

1. რაც უფრო დიდია ადამიანის ასაკი, მით მეტი ალბათობაა იმისათვის, რომ მან განავითაროს ისეთი ქსელი, რომელიც სამეწარმეო საქმიანობას უზრუნველყოფს რესურსებით. გარდა ამისა, ამ ქსელის საშუალებით სამეწარმეო შესაძლებლობები ხდება შერჩევადი და ხელმისაწვდომი;
2. მოსალოდნელია, რომ ვინაიდან ადამიანს ემატება ასაკი, კაპიტალი გროვდება, რაც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების დასაფინანსებლად და მისი ხელშეწყობის მიზნით. ასეთი კაპიტალი, როგორც თანხის ისე არამატერიალური აქტივების (ცოდნა, გამოცდილება, ქსელი და ა.შ.) მოდის პირადი შრომიდან, სხვა ადამიანებთან ურთიერთობითა და მემკვიდრეობით. მრავალმა მეწარმემ მიატოვა დაქირავებულის კარიერა და მოგვიანებით გადაერთო თვითდასაქმებაზე;
3. იძულებითი გადადგომის, პენსიაზე ვადამდელი გასვლის სქემის ან შემცირების პირობებში ასაკოვან ადამიანებს ძალზე სურთ თვითდასაქმება, როგორც შექმნილი სიტუაციიდან გამოსავალი;
4. ვადამდგარ პირებს შეიძლება არც უნდოდათ მუშაობის შეწყვეტა, როგორც პირადი, ისე ფინანსური მიზეზების გამო. ამიტომ, ვინაიდან მათ არ აქვთ დასაქმებისათვის აუცილებელი ფიზიკური გამძლეობა ან ცოდნა, მათ შეიძლება აირჩიონ თვითდასაქმება იმისათვის, რომ თავად მართონ შრომითი ტემპი და სამუშაო საათების ხანგრძლივობა.

სხვა მხრივ, ასაკიანი ადამიანები შეიძლება იყვნენ ნაკლებადრისკიანი და სურდეთ მისდონ სამეწარმეო შესაძლებლობებს, ვიდრე ახალგაზრდები. გარდა ამისა, ვინაიდან მაღალი პოტენციის მქონე სამეწარმეო შესაძლებლობები მოითხოვს მრავალსაათიან შრომას და ზრდის სამუშაოსთან დაკავშირებულ დაძაბულობას, ასაკიანი ადამიანები ვერ შეძლებდნენ გამკლავებოდნენ ასეთ მოთხოვნებს. ასე მაგალითად, რამდენიმე აღწერილობითი ხასიათის მსოფლიო გამოკვლევა აჩვენებს, რომ თვითდასაქმება (და ძირითადად დაწყება) პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

ნორმალურ პირობებში მდებარეობს შრომითი „სიცოცხლის“ შუაში. გარდა ამისა, ჩანს რომ არსებობს განსხვავება თვითდასაქმებულობისთვის მზაობასა და რაელურად თვითდასაქმებას შორის.

დ. გ. ბლანჩფლავერმა, ა. ოსვალდმა და ა. სტუეტიმ (Blanchflower, D.G., Oswald, A. and Stitzer, A. 2001), აჩვენეს, რომ თვითდასაქმებისადმი ინტერესი მცირდება ასაკის მომატებასთან ერთად, როცა რეალობაში თვითდასაქმების მაჩვენებელი იზრდება ასაკის მომატებასთან ერთად. მეწარმეობისადმი ამ მიდგომის ძირითადი საკითხია ის, თუ თითოეული ინდივიდი როგორ აღწერს და ზომავს გამოცდილებას. იმ დროს როცა ყოველთვის ჭეშმარიტი არ არის, რომ გამოცდილება უკავშირდება ასაკს. იმის გამო, რომ საზოგადოდ გამოცდილება იწვევს ინტერესს, შეიძლება დავასკვნათ, რომ წარსული თვითდასაქმების გამოცდილება (თუნდაც წარუმატებელი) დადებით კორელაციაშია ცხოვრების შემდგომ წლებში თვითდასაქმებისადმი მზაობასთან.

აგრეთვე, თითქოს ჩანს, რომ გამოცდილებისა და განათლების კოპირებას სამეწარმეო საქმიანობასთან არაერთმნიშვნელოვანი დამოკიდებულება აქვს. თუკი თქვენ განათლებას განიხილავთ როგორც ინვესტიციას, აშკარაა, რომ რაც უფრო მეტ დაბანდებას გააკეთებთ ამ სფეროში, მით უფრო მეტ შემოსავალს ელოდებით მომავალში. თუმცა სამეწარმეო საქმიანობასაც შეეძლო მოეცა მნიშვნელოვანი უკუგება, მაგრამ ის რამდენიმეწლიანი დაბალი შემოსავლების შემდეგ მიიღება. მეორე მხრივ, განათლების მაღალი დონის მქონე მომუშავეები თავის კარიერას თავიდანვე მაღალი შემოსავლებით დაიწყებენ. თუმცა განათლებულ პირებს ექნებათ უკეთესი ინფორმაცია და შეძლებენ შეიცნონ საქმიანი შესაძლებლობები.

აღნიშნულის გარდა, განათლებული პროფესიონალები და მაღალკვალიფიციური ოსტატები, უფრო მეტი ალბათობით შეძლებენ გადალახონ თვითდასაქმებასთან დაკავშირებული სირთულეები, თავისი ცოდნითა და უნიკალური უნარებით. თუმცა არ არის ნათქვამი, რომ სისტემატური განათლების პირობებში (მისი დონის მიუხედავად), ადამიანი მიიღებს აუცილებელ ცოდნას და შეძლებს მართოს სამეწარმეო რისკი. აქედან გამომდინარე, მიუხედავად იმისა, რომ მრავალი მეცნიერი ავითარებს ახალ პროდუქტებს გამოკვლევების საშუალებით, ისინი ჩვეულებრივ უკავშირდებიან საქმიან ადამიანებს საიმისოდ, რომ გაყიდონ პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

პროდუქტი. ასევე ცნობილია, რომ წარსული დროის მეწარმეები თავისი განათლებით განსხვავდებიან თანამედროვეებისაგან. მეწარმეებს, რომლებმაც შექმნეს ფირმები მე-20 საუკუნის დასაწყისში (განსაკუთრებით ევროპაში II მსოფლიო ომის შემდგომ) ხანდახან საერთოდ არ ქონდათ განათლება ან ცოდნას ფლობდნენ მხოლოდ თავისი ხელობის ფარგლებში. მეორეს მხრივ, თანამედროვე ეკონომიკური ზრდა აიძულებს მეწარმეებს მიმართონ თავისი ინვესტიციები და დრო განათლებაში და სცადონ მიიღონ საკუთარი ბიზნესის სამართავად აუცილებელი ცოდნა. საზოგადოდ, გამოკვლევები აჩვენებენ საპირისპირო შედეგებს და პირდაპირი დამოკიდებულება განათლებასა და მეწარმეობას შორის არ არის განსაზღვრული. მიღებული მონაცემებიდან ჩანს, რომ ეს ეხება მრეწველობის გარკვეულ დარგებს.

1.3.4. ოჯახი

ოჯახი, როგორც სოციალური ინსტიტუტი, არის წყარო, რომლის საშუალებითაც საზოგადოება გადასცემს თავის ღირებულებებს, რწმენას და სრულ კულტურულ ელემენტებს თავის უმცროს წევრებს. სოციალური სისტემის ღირებულებების გარდა ოჯახი განიხილება, როგორც მისაბაძი მაგალითი და შეილებისთვის მეორადი გამოცდილება. მშობლები, უფროსი თაობა და ახლო ნათესავები თავისი არჩევანის საშუალებით დემონსტრირებას ახდენენ არჩევანის ეფექტისა და შედეგების შესახებ. აქედან გამომდინარე, ოჯახის როლი მეწარმეობაში, თითქოს კრიტიკულია, რომელშიც ის გადადის ერთი თაობიდან მეორეზე, როგორც ხილული მოვლენა კარიერის არჩევასა და სამუშაოს ეთიკასთან დაკავშირებით. შეიძლება ჩამოგვეყალიბებინა 2 ძირითადი ელემენტი, რომლებიც აერთიანებს მშობელთა გამოცდილების შედეგად ექსპერიმენტული სწავლების გაცვლას და წარმატებულ საქმიანობას (თ. დანი და დ. ჰოლც-ეაკინი, Dunn, T. and Holtz-Eakin, D. 2000).

ამგვარად, თუ თქვენ შეგიძლიათ ამტკიცოთ, რომ მეწარმეობა იმართება ოჯახში, დიდია იმის ალბათობა, რომ გამოცდილება, რომელიც დააგროვეს მშობლებმა თვითდასაქმების დროს, პოზიტიურია და ალაფრთოვანებს შეილებსაც, სთავაზობს რა მათ დაპირებებს და სასარგებლო მიზანს. სხვა მხრივ უარყოფითმა სამეწარმეო გამოცდილებამ (არაა აუცილებელი რომ აფინანსებდეს

დაკავშირებულ, მაგრამ ასევე მოსალოდნელ უარყოფით ეფექტებს საოჯახო ცხოვრებაზე და ინდივიდუალურ ჯანმრთელობაზე), შეიძლება შეიღებოს დაამოროს თვითდასაქმებულის კარიერის გადაწყვეტილებას. საზოგადოდ, თვითდასაქმებული მშობლები თავის შეიღებს სთავაზობენ ბიზნესის მართვის, კაპიტალის მენეჯმენტისა და რისკის გათვითცნობიერების ცოდნის ფართო სპექტრს. ეს არაოფიციალური სწავლება შეიძლება დაგეგმილიც კი არ იყოს, მაგრამ გამომდინარეობდეს ოჯახური ცხოვრების წესიდან, მაგალითად საკვირაო საოჯახო სადილები. გარდა ამისა, თუკი ბიზნესი არსებობს ოჯახში, რომელიც შეიძლება გადაეცეს მომავალ თაობას, შეიღები უფრო მეტად იხრებიან თვითდასაქმებისკენ და შეიძლება ეცადონ დაამტკიცონ თავისი შესაძლებლობები, იყვნენ საოჯახო ბიზნესის ღირსეული მემკვიდრე. და ბოლოს, წარმატებული საოჯახო ბიზნესის არსებობას შეუძლია მნიშვნელოვანი კაპიტალის დაგროვება საიმისოდ, რომ შეიღების მიერ განხორცილებული იქნეს ახალი სარისკო გადაწყვეტილებები.

1.3.5. უმუშევრობა

გამოკვლევები მეწარმეობის შესახებ ეძებენ კორელაციას უმუშევრობასა და სამეწარმეო საქმიანობას შორის. უმუშევრობის განხილვის დროს მნიშვნელოვანია მოვახდინოთ დიფერენციაცია სტრუქტურულ უმუშევრობასა, რომელიც გამომდინარეობს მრეწველობაში მნიშვნელოვანი ცვლილებების შედეგად, და ფრიქციულ უმუშევრობას შორის, რომელიც მოიცავს იმ ადამიანებს, რომლებიც იმყოფებიან სამუშაოთა შორის. სამთავრობო პოლიტიკა შეეცადა შეემცირებინა სტრუქტურული უმუშევრობა თვითდასაქმების სუბსიდირებისა და მხარდაჭერისათვის, ასევე ისეთი ღონისძიებების ხელშესაწყობად, რასაც უწოდებენ „სამეწარმეო კულტურას“ და „სამეწარმეო აზროვნებას“. მეორე მხრივ სამთავრობო პოლიტიკა, რომელიც მოიცავს სუბსიდირებს ბიზნესში საიმისოდ, რომ დაქირავებულ იქნენ ადამიანები, ცდილობს შეამციროს ფრიქციული უმუშევრობა. აქედან გამომდინარე, ნათელი ხდება, რომ უმუშევრობის მაჩვენებლები უარყოფით კორელაციაში არიან სამეწარმეო საქმიანობასთან, და ესაა სწორედ ის, თუ რატომ უნდა ჩაერიოს მთავრობა ეკონომიკის ფუნქციონირებაში.

ნაჩვენებია, რომ უმუშევრობა არ ნიშნავს, რომ ადამიანი დაიწყებს თვითდასაქმებით მუშაობას, განსაკუთრებით მაშინ, როცა სოციალური სისტემა უმუშევრებს და მათი ოჯახის წევრებს სთავაზობს მნიშვნელოვან შემწეობას. უმუშევართა მხრიდან სამეწარმეო სურვილების შესახებ გადაწყვეტილება მჭიდროდ უკავშირდება იმ შესაძლებლობებს, რომლებიც ქვემოთ ტექსტშია განხილული.

დამატებითი საკითხავი:

ეკონომიკურ ლიტერატურაში განიხილება უმუშევრობის კიდევ რამდენიმე სახე, რომლებიც ვფიქრობთ მნიშვნელოვანია სამეწარმეო საქმიანობის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად. ესენია: ციკლური უმუშევრობა, ტექნოლოგიური უმუშევრობა, ინსტიტუციონალური უმუშევრობა, ფარული უმუშევრობა და სეზონური უმუშევრობა.

ციკლური უმუშევრობა გამოწვეულია საქონლისა და მომსახურების წარმოების დაცემით. წარმოების დონის და ინვესტიციების შემცირება იწვევს სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის შემცირებას და შესაბამისად, უმუშევრობის ზრდას.

ტექნოლოგიური უმუშევრობა დაკავშირებულია ტექნოლოგიური სიახლეების დანერგვასთან, რომელიც ეკონომიკურად მიზანშეწონილს ხდის სამუშაო ადგილების შემცირებას და იწვევს სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის სტრუქტურის ცვლილებას.

ინსტიტუციონალური უმუშევრობა გამოწვეულია შრომის ბაზრის ინსტიტუტების ფუნქციონირებით, საზოგადოებრივ სექტორში მიმდინარე პროცესებით და ა.შ.

გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებისთვის დამახასიათებელია **ფარული უმუშევრობა**. მათ მიეკუთვნებიან მომუშავეები, რომლებიც იძულებით დასაქმებულნი არიან არასრული სამუშაო დროით და შრომის დაბალი ინტენსიურობით.

უმუშევრობის კიდევ ერთი სპეციფიკური სახეა **სეზონური უმუშევრობა**, რომლის

არსებობა დაკავშირებულია საქმიანობისა და შესაბამისად მეურნეობის ცალკეული დარგის ფუნქციონირების ხასიათთან. [3. 45]

1.3.6. რეგიონულობა

მეწარმეობის შესახებ სწავლების შემდგომი ინტერესია ის, რომ **სამეწარმეო საქმიანობა აჩვენებს რეგიონალურ თავისებურებებს**. რომელიმე ოლქის, ქალაქების ფარგლებში, ინდივიდები თითქოს უფრო მეტად არიან მეწარმეები, ვიდრე სხვები. დიდ გეოგრაფიულ ოლქებს მოსახლეობის ერთ სულზე მეტი თვითდასაქმებული ჰყავთ, ზოგიერთი ქვეყნებიც კი უფრო სამეწარმეო ხასიათით გამოირჩევიან ვიდრე სხვები. ამ ფენომენის ასახსნელად, დიდი ხნის მანძილზე, შემუშავებული იქნა რამდენიმე მიზეზი. ისინი მოიცავენ:

- სამუშაო ძალის განათლების დონეს;
- რესურსების და ბაზრების ხელმისაწვდომობას;
- ტრადიციასა და მისაბამ მაგალითებს;
- კაპიტალის არსებობას.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია მოხდეს დიფერენციაცია საქალაქო და სასოფლო ოლქებს შორის. ეს საკითხი განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს, მაშინ როცა თითოეული სამეწარმეო საქმიანობა ითვალისწინებს მოსახლეობის მოძრაობას სოფლიდან ქალაქში. საზოგადოდ, მოსახლეობის სამეწარმეო საქმიანობის ხელშეწყობა ადგილებზე უზრუნველყოფილია სუბსიდიებით სამთავრობო პოლიტიკის საშუალებით. ამ დროს მეწარმეებს სასოფლო რაიონებში აქვთ კაპიტალის მეტი რაოდენობის ქონის უფლება, ვიდრე მათ

ქალაქელ კონკურენტებს. ეს ხორციელდება იმ მიზნით, რომ შენარჩუნებულ იქნეს ადამიანური კაპიტალი სასოფლო და ნაკლებადდასახლებულ რაიონებში.

1.3.7. იმიგრაცია და ეთნიკური უმცირესობა

სამთავრობო სამეწარმეო სფეროს პოლიტიკის შემმუშავებელთა და მკვლევარებისათვის ეთნიკური უმცირესობის მეწარმეობა დღითიდღე მნიშვნელოვანი ხდება. იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები საზოგადოების ჩარჩოებში რისკთან დაკავშირებით განსხვავებულად იქცევიან, ვიდრე ქვეყნის ძირითადი მოსახლეობა. მრავალი წლის მანძილზე ეთნიკურმა ჯგუფებმა შეადგინეს ეთნიკური უმცირესობები განვითარებულ ეკონომიკურ სისტემებში, როგორცაა აშშ, ავსტრალია და გერმანია. დღეს იმიგრანტების ახალი ნაკადი ქმნის უფრო განსხვავებულ ეკონომიკურ მოსახლეობას დასავლეთის დანარჩენ ნაწილში და განვითარებად ქვეყნებში. გარდა ამისა, აღმოსავლეთ ევროპასა და აზიაში პოსტ-სოციალისტური ეკონომიკური სისტემების უმრავლესობაში, მოსახლეობის მოძრაობის გამო მნიშვნელოვანი ეთნიკური ჯგუფები აღმოჩნდნენ დამოუკიდებელ ქვეყნებში. აქედან გამომდინარე, ევროპისა და განვითარებადი ქვეყნებისთვის იმიგრანტებს და ეთნიკურ ჯგუფებს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ადგილობრივი და ნაციონალური ეკონომიკის განვითარებაში.

თეორია მეწარმეობის შესახებ გულისხმობს, რომ იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები მიისწრაფიან სამეწარმეო საქმიანობისკენ, როგორც იმ გზისკენ, რომელიც განაპირობებს ეკონომიკურ წინსვლას და სიღარიბის თავიდან აცილებას (ი.მ. სანდერსი და ვ. ნიი, Sanders, J.M. and Nee, V. 1996). ასევე ფართოდაა გავრცელებული შეხედულება, რომ იმიგრანტები და ეთნიკური ჯგუფები განიცდიან დისკრიმინაციას დასაქმების დროს, როგორც სოციალური დისკრიმინაციის, ისე ლეგალურად მუშაობის უფლებით (მრავალი ფინანსური იმიგრანტი უკანონოდ ცხოვრობს მასპინძელ ქვეყანაში).

იმის გამო, რომ ინდიკატორები ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, თუ რა მიმართულებით ვითარდება სიტუაცია, შეიძლება გაგვეხილა აშშ, სადაც იმიგრანტები იყვნენ ეკონომიკური ზრდის ძირითადი ინსტრუმენტი. ამ ქვეყანაში ეთნიკურ უმცირესობებს, რომლებიც მიეკუთვნებიან არაშავკანიან ჯგუფებს, პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

მაგალითად: ჩინელები, პაკისტანელები, ბერძნები, იტალიელები, აქვთ თვითდასაქმების ისეთი მაჩვენებელი, რომელიც აჭარბებს აშშ-ს მოსახლეობის ნახევარისთვის დამახასიათებელ მონაცემს. თუმცა ეს არ ახასიათებს ყველა ეთნიკურ ჯგუფს. ამის გამო შეიძლება ვიფიქროთ, რომ დასაქმებისადმი ღტოლვა უკავშირდება იმიგრანტების კულტურას და დისკრიმინაციის დონეს დასაქმების დროს.

იმ ქვეყნებში, სადაც ეთნიკური უმცირესობები ბოლო პერიოდში მნიშვნელოვანი პრობლემა გახდა, ეთნიკური მეწარმეობა ძირითადად 2 ფორმას იღებს. პირველი უკავშირდება მომსახურებას და ყოველგვარ სამეწარმეო საქმიანობას, რომელიც ფოკუსირებულია ისეთი ეთნიკური ჯგუფის წევრებზე, რომლებიც არიან საკვების ბაზრებზე, რესტორნებში, ტელეკომუნიკაციებში, თანხის გადაცემის სისტემაში, დასვენებისა და გართობის, ასევე სხვა მომსახურებაში. ამის შესაძლო ახსნაა ამ სახის ეთნიკური ჯგუფის სოციალური დისკრიმინაცია, რომელიც არ აძლევს მათ საშუალებას მოძებნონ პროდუქტები და მომსახურება და მიიღონ მონაწილეობა მასპინძელი ქვეყნის დომინირებული კულტურის (ძირითადი მოსახლეობის) ყოველდღიურ საქმიანობაში.

მეორე ფორმას ადგილი აქვს სამუშაო ადგილებსა და მოქმედებებზე, რომელთა კეთება ადგილობრივ მოსახლეობას აღარ სურს. ეს სამუშაო ადგილები ძირითადად უკავშირდება ხელით შრომას, როგორცაა, მშენებლები, ფერმერები, დასუფთავება და ა.შ. ასევე, სპეციალური ჩვევები, რომლებიც არ იყო მასპინძელი ქვეყნის სამუშაო ძალაში, როგორცაა მზარეული ან თარჯიმანი, და გახდა კონკურენციული უპირატესობა იმიგრანტებისთვის.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში განიხილება ფაქტორები, რომლებიც როგორც დადებითად ისე უარყოფითად ზემოქმედებენ ეთნიკურ მეწარმეობაზე, ესენია:

- მეწარმის დისკრიმინაცია;
- კაპიტალის ხელმისაწვდომობის დისკრიმინაცია;
- მომხმარებლის დისკრიმინაცია;
- მეწარმეობის დადებითი უკუგება (დაკავშირებული დასაქმებასთან);

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

- ეთნიკური ანკლავები და გეოგრაფიული ჯგუფები, სადაც გარკვეული ეთნიკური უმცირესობები დასახლებულნი არიან უფრო მჭიდროდ ვიდრე სხვა ადგილებში;
- ყველა ეთნიკური ჯგუფის კულტურის სამეწარმეო მიდრეკილება;
- მისაბაძი მაგალითის არსებობა.

და ბოლოს ფიქრობენ, რომ იმის დიდი ალბათობა, რომ იმიგრანტები გახდებიან მეწარმეები უფრო მეტად, ვიდრე ადგილობრივი მოსახლეობა, გამოწვეულია შემდეგი მიზეზებით:

- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ უფრო განათლებულები, ვიდრე ადგილობრივი მომუშავეები, განსაკუთრებით განვითარებულ ქვეყნებში;
- იმიგრანტებს აქვთ დაცული ბაზარი საიმისოდ, რომ გაყიდონ თავისი პროდუქტები და მიაწოდონ თავისი მომსახურება; გარდა ამისა, მათ აქვთ შესაძლებლობა ქონდეთ საუკეთესო წვდომა ეთნიკურ რესურსებთან და სოციალურ ქსელებთან;
- მრავალი იმიგრანტი აპირებს დაბრუნდეს სამშობლოში იმის მერე, რაც დააგროვებს გარკვეულ დანაზოგს, და მათთვის სამეწარმეო საქმიანობა საუკეთესო საშუალებაა მიაღწიოს ამ მიზანს;
- იმიგრანტები ხვდებიან კულტურული ასიმილაციის, კომუნიკაციის, დისკრიმინაციის და/ან პროფესიული აკრედიტაციის პრობლემებს, (ვინაიდან განათლების დამადასტურებელ დოკუმენტებს არ აქვთ ძალა მასპინძელ ქვეყანაში);
- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია იყვნენ რისკიანი, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ სამშობლოს დატოვება თავისთავად მოიცავს მაღალ რისკს;
- არალეგალური იმიგრაციის შემთხვევაში თვითდასაქმება იცავს ხელისუფალთა მხრიდან შემჩნევისგან;
- იმიგრანტებს აქვთ ტენდენცია სამუშაო მოძებნონ ისეთ დარგებსა და პროფესიებში, რომლებიც თავისთავად ხასიათდებიან თვითდასაქმების მაღალი დონით.

დამატებითი საკითხავი:

საქართველოში 1989-2002 წწ. აღწერათაშორის პერიოდში საქართველოდან საზღვარგარეთ გადასახლდა 1 მლნ. მიგრანტი; რუსეთში საცხოვრებლად წავიდა მიგრანტთა 64,1%, საბერძნეთში – 16,2%, დას. ევროპაში – 5,6%, აშშ და კანადაში – 3,9%, ისრაელში – 1,7%, ამათგან ქართველია 29,5%. [2. 5]

1.3.8. ქალთა მეწარმეობა

საზოგადოდ მიღებულია, რომ განსხვავებები არსებობს ყველა საზოგადოებაში იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ გამოიმუშავენ მამაკაცები და ქალები თავის შემოსავლებს. გარდა ამისა, არსებობს მიღებული ჭეშმარიტება, რომ ქალები გამოიმუშავენ ნაკლებ თანხას მამაკაცებთან შედარებით მსგავს სამუშაო ადგილებზე. იგივეა დამახასიათებელი თვითდასაქმების დროს. **ქალების რიცხვნობა ნაკლებია თვითდასაქმებულ და აქტიურ მეწარმე მამაკაცების რიცხვთან შედარებით.** გარდა ამისა, ქალები აქტიური მეწარმეები არიან ძირითადად მომსახურების სექტორში, მრეწველობის ზოგიერთ დარგში, რომლებიც ჯერ კიდევ მამაკაცთა ხელშია. ამგვარად, ქალი მეწარმეები ძირითადად გეხდებიან გაყიდვებში, პირად, ფინანსურ და სხვა მომსახურებაზე. პირიქით, ქალი მეწარმეები არ არიან მრეწველობის ისეთ დარგში როგორცაა მშენებლობა. ევროპაში ქალი მეწარმეების ხვედრითი წილი შეადგენს 20%-დან დიდ ბრიტანეთში 40%-მდე ბელგიაში.

შედარებით განვითარებულ ეკონომიკურ სისტემებში ქალთა დამოუკიდებელი სამეწარმეო საქმიანობა იზრდება სწრაფად და უფრო მეტი სიჩქარით ვიდრე მამაკაცთა თვითდასაქმება. ფიქრობენ, რომ ამან უნდა მოახდინოს ქალთა სოციალურ აგენტებად განსაზღვრა, ისევე როგორც ფაქტს, რომელიც ავითარებდა ეკონომიკურ სისტემებს, აქვს ტენდენცია ყურადღება გაამახვილოს მომსახურების სექტორში საქმიანობაზე უფრო ტრადიციული სახის სამუშაოთა შესასრულებლად. აქედან გამომდინარე, ვინაიდან ქალთა მეწარმეობა მაღალია მომსახურების სექტორის ფარგლებში, ამიტომ წარმოებიდან მომსახურებაში

გადასვლის ზოგადი ტენდენცია, ასევე ზრდის ქალთა სამეწარმეო პოტენციალის ასპარეზს.

რ. გოფიმ და რ. სქეისმა (Goffee, R. and Scase, R. 1987) გამოსცეს დიდ ბრიტანეთში ჩატარებული გამოკვლევა, რომელიც სწავლობდა ძირითად განსხვავებებს ქალთა და მამაკაცთა მეწარმეობას შორის. ისინი გვთავაზობენ, რომ ორი რამ ზემოქმედებს ქალთა მეწარმეობაზე. პირველი, მიეკუთვნება **სამეწარმეო იდეალებს**, რომლებიც ქალებს რთავს ეკონომიკაში და რომელიც უკავშირდება დიდი ხნის მანძილზე მათ მიერ პარტნიორის შერჩევის როლს. ამ აზრით ქალები მრავალი საუკუნის მანძილზე აქტიური იყვნენ შინამეურნეობაში და მხოლოდ ბოლო წლებში სოციალურმა ნორმებმა მისცა მათ უფლება დამოუკიდებლად მიეღოთ შემოსავალი. მეორე, ქალთა სამეწარმეო განწყობა ზემოქმედებს იმ ზომით, რითიც თავად ქალები ემხრობიან მას **ჩვეულებრივი გენდერული როლით**. ეს ორი პარამეტრი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს, როცა განიხილება განსხვავებული სოციალური და რელიგიური ფონები. ამ მიმართულებით ასევე მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ ბავშვების მოვლა და საოჯახო საქმეები ასევე დაკავშირებულია ქალებთან და ამიტომ ზემოქმედებენ ქალთა სამეწარმეო შესაძლებლობებსა და ხარისხზე. მძიმე საოჯახო პირობებში თვითდასაქმება შეიძლება აღმოჩნდეს იმ მომუშავე ქალთა გადაწყვეტილება, ვისაც არ შეუძლია იმუშაოს სრული სამტატო განაკვეთის პირობებში.

ქალთა მეწარმეობის შესახებ დასკვნითი შენიშვნის სახით მნიშვნელოვანია ხაზი გაესვას იმ ფაქტს, რომ ქალთა მეწარმეობის შესწავლის დროს უნდა მოხდეს დიფერენცირება თვითდასაქმებულ ქალთა რეალურ და ფიქტიურ შემთხვევებს შორის. ფიქტიურს ჩვენ ვუწოდებთ ისეთ ფაქტებს, როცა მრავალ ქვეყანაში მამაკაცი პარტნიორი მართავს ბიზნესს, როცა ოფიციალური ხელისუფლები თვლიან რომ მფლობელი ქალია. ეს ხდება სხვადასხვა მიზეზების გამო, როგორცაა გადასახადები, იურიდიული ასპექტები და სარგებელი სოციალური უზრუნველყოფიდან. მრავალ ასეთ შემთხვევებში ქალებს ხშირად არაფერი აქვთ სათქმელი ბიზნესთან მათი კავშირის შესახებ, და ზოგიერთ ექსტრემალურ შემთხვევაში შეიძლება მატერიალურად და პიროვნულად დაზარალებულნი მათი მეუღლეების არასწორი საქმიანი არჩევანის გამო.

საზოგადოდ ქალთა მეწარმეობა ხვდება შემდეგ პრობლემებს:

- დისკრიმინაცია;

- დროის მოქნილობა (ბავშვების მოვლა, საოჯახო საქმეები და ა.შ.);
- პარტნიორის საოჯახო შენატანები;
- განათლების პოტენციალი და განათლების ბარიერები;
- ბაზარზე მამაკაც მომუშავეებზე მოთხოვნა და შეფარდებითი შემოსავალი;
- თვითდასაქმების პირობებში მამაკაც კოლეგებთან შედარებით ნაკლები შემოსავალი (რ. ლ. არონსონი, Aronson, R.L. 1991).

დამატებითი საკითხავი:

საქართველოს კულტურასა და ისტორიაში ქალი განიხილება როგორც ოჯახის სოციალური და კულტურული ღირებულებების დამცველი. ქალს უდიდესი მოწიწებით ექცევიან საქართველოში, რაც ცხადად ჩანს ისტორიულ ძეგლებში, ხელოვნებაში, ლიტერატურასა და ფოლკლორში. ამ ძეგლებში ქალი არ არის მხოლოდ ოჯახის დედა, ის გვევლინება აგრეთვე პოლიტიკოსად და სამშობლოს დამცველად.

ამავე დროს ქართულ საზოგადოებაში ტრადიციულად მამაკაცები თამაშობდნენ დომინანტურ როლს. მიუხედავად იმისა, რომ ქართულ კანონმდებლობაში არ არის არც ერთი დისკრიმინაციული დებულება ქალების მიმართ. საქართველოში ორივე სქესის წარმომადგენლებს აქვთ თანაბარი შესაძლებლობა მიიღონ განათლება და აირჩიონ პროფესია, სოციალური შეღავათები ერთნაირია, დედებს და მამებს შვილების აღზრდაში თანაბარი მოვალეობები აკისრიათ.

საზოგადოების გაზრდილი ინტერესი გენდერული პრობლემატიკის მიმართ აისახა ახლადშექმნილ არასამთავრობო ორგანიზაციების რაოდენობის ზრდაში. მათი რაოდენობა 60-ს აჭარბებს და მოღვაწეობის ძირითადი სფეროებია: პროფესიული ინტერესები, ჰუმანიტარული და საქველმოქმედო აქციები, ქალთა უფლებები, ბავშვთა დაცვა, ბიზნესის წახალისება და სოციალური საკითხები.

თუმცა, აღნიშნულის მიუხედავად, ქალების და მამაკაცების სოციალური მდგომარეობის არათანაბრობა მამაკაცთა სასარგებლოდ ცხადად ჩანს. [1. 7;9]

აღნიშნულის შესახებ მკითხველს გვსურს მივაწოდოთ სტატისტიკური მასალა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გენდერული სტრატეგია და რეგიონული განვითარების პერსპექტივები –

„გენდერული განვითარების ასოციაცია“, თბილისი, 2003წ (გვ-7;9)

2. მ. ტუხაშვილი – საქართველოს გარემოგრაფიული პრობლემები, თსუ მიგრაციის კვლევის ცენტრი, 2007, გვ. 5
3. შრომის ეკონომიკა – დამხმარე სახელმძღვანელო ნ.ლაცაბიძის რედაქტორობით, 2004, გვ. 45; 248-250
4. გ.რ. ჯონსი, ჯ.მ. ჯორჯი - თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძვლები – თბილისი, 2006
5. David A. Besanko Ronald R. Braeutigam – Microeconomics, An Integrated Approach, JOHN WILEY & SONS, INC. 2001
6. www.statistics.ge

სამეწარმეო სექტორში დასაქმებულთა რიცხოვნობა და შრომის საშუალოთვიური ანაზღაურება საწარმოს ტიპების მიხედვით

IQ. 2006

	დასაქმებულ პირთა რაოდენობა, ერთეული		შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება, ლარი	
	ქალი	კაცი	ქალი	კაცი
საქართველო - სულ	121	177212	169	348
მსხვილი საწარმოები	63060	109031	217	401
საშუალო საწარმოები	32305	35118	131	259
მცირე საწარმოები	25205	33063	98	232

სამეწარმეო სექტორში დასაქმებულთა რიცხოვნობა და შრომის საშუალოთვიური ანაზღაურება საკუთრების ფორმებისა და რეგიონების მიხედვით

IQ. 2006

	დასაქმებულ პირთა რაოდენობა, ერთეული		შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება, ლარი	
	ქალი	კაცი	ქალი	კაცი
საქართველო - სულ	120569	177212	169	348
კერძო (ადგილობრივი ფიზიკური და იურიდიული პირი)	66798	108288	157	355
კერძო (უცხოელი ფიზიკური და იურიდიული პირი)	6458	14247	326	540
სახელმწიფო	47313	54677	163	286

14. მაკროეკონომიკური ფაქტორები

ეკონომიკური პერსპექტივის გარდა, სამეწარმეო აქტიურობაზე გავლენა აქვთ ისეთი სახის სხვადასხვა ფაქტორებს, როგორებიცაა ფსიქოლოგიური, პიროვნული, საოჯახო, სოციალური და სხვ. საკითხები. ეს ფაქტორები ზემოთმოხსენებულთაგან იმით განსხვავდებიან, რომ მათ ადამიანი მართავს. ეკონომიკური განვითარებისა და ინდუსტრიული სტრუქტურის შესახებ გადაწყვეტილებები, თუ სამთავრობო პოლიტიკა შედეგია ადამიანთა გეგმიური მოქმედებისა და მათ პირდაპირი შეხება აქვთ პიროვნულ, საოჯახო თუ სოციალურ საკითხებთან.

14.1. ეკონომიკური განვითარება

ეკონომისტები ცდილობენ დაუკავშირონ ეკონომიკური განვითარება სამეწარმეო აქტიურობას. თუმცა, ზოგიერთი თეორიის გარდა, ემპირიული მონაცემები ყოველთვის არ გვაძლევს ამის გაკეთების საშუალებას. აქვე მნიშვნელოვანია განვსაზღვროთ სამი სხვადასხვა გზა, რომლებშიც ეკონომიკური განვითარება შესაძლებელია. ესენია:

1. ძირითადი კაპიტალის ზრდა.

კაპიტალი წარმოადგენს მეწარმეობის ერთ-ერთ მთავარ ელემენტს; და რაც უფრო მეტია კაპიტალი, სამეწარმეო საქმიანობა უფრო შესაძლებელია.

2. ტექნიკური პროგრესი

ტექნიკური პროგრესი სამეწარმეო აქტიურობის მიმართ ასევე წარმოადგენს ენდოგენურ ფაქტორს. ახალი ტექნოლოგიები ყოველთვის არ არის მისაღები მეწარმისათვის/. ხშირ შემთხვევაში ის ანვითარებს წარსულ ცოდნაზე დამყარებულ სამეწარმეო საქმიანობას.

3. პერსონალური ქონების ენდოგენური მატება

იმ შემთხვევაში, თუ მეწარმე ან მუშა დააგროვებს ქონებას თავისი პირადი შრომიდან, მოსალოდნელია, რომ ეს ქონება შემდგომში გამოყენებული იქნება ახალ სამეწარმეო საქმიანობაში.

1.4.2. ინდუსტრიული სტრუქტურა

პოლიტიკა ან ეკონომიკური განვითარება არამარტო ცვლის ეკონომიკის ინდუსტრიულ სტრუქტურებს, არამედ ასევე ხელს უწყობს ახალი სამუშაო მოდელების შექმნას. აქედან გამომდინარე, სამეწარმეო საქმიანობა ზიანდება, როცა ეკონომიკა ვითარდება სტრუქტურებზე დამყარებული მომსახურების მიმართულებით.

მომსახურების სექტორში თვითდასაქმება და სამეწარმეო აქტიურობა არის ყველაზე გავრცელებული, რადგან აქ გაადვილებულია შეღწევის ბარიერები და საკმარისია შედარებით მცირე საინვესტიციო რესურსები. ზოგადად, სტრუქტურები შეიცავენ “ერთი ერთზე” ინტენსიურ სამუშაო პერსონალურ მომსახურებას, სეზონურ სამუშაოებს და იმ სამუშაოებს, რომლებიც მოითხოვენ სხვადასხვა უნარ-ჩვევებს და მიიზიდავენ მაღალ სამეწარმეო აქტიურობებს. ასე რომ, მანუფაქტურული და ინდუსტრიული საქმიანობა ნაკლებად მიმზიდველია თვითდასაქმებისათვის.

ბევრ შემთხვევაში, ქვეყნის ეკონომიკაში მომხდარი სტრუქტურული ცვლილებების შედეგია სტრუქტურული უმუშევრობა, რომელიც თავისთავად ზემოქმედებს სამეწარმეო საქმიანობაზე.

1.4.3. სამთავრობო პოლიტიკა

განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების მთავრობები იღებენ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზემოქმედებენ სამეწარმეო საქმიანობაზე.

ერთერთი უმთავრესი საკითხია დასაქმების დაცვა. დასაქმების დაცვის ჩარჩოებში ჩვენ გთავაზობთ მინიმალური ხელფასის პოლიტიკას და დასაქმებულსა და დამსაქმებელს შორის კონტრაქტების მოქნილ სისტემას.

იმ დროს, როდესაც არ არსებობს მინიმალური ხელფასის პოლიტიკა და დასაქმებული არ არის დაცული კანონით, არის დიდი შესაძლებლობა იმისა, რომ ვიღაც ეცდება გადაუხვიოს თვითდასაქმებისაკენ, რომლის შესაძლო პირეოსის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

ხარჯები დაბალია. მეორე მხრივ, მინიმალური ხელფასის მკაცრი პოლიტიკა და დასაქმებულთა კანონით დაცვა ხალხს უბიძგებს დასაქმების მიმართულებით. თუმცა, ამ შემთხვევაში, დამსაქმებლები ნაკლებად არიან დაინტერესებულნი დაიქირაონ ხალხი, როცა ხარჯები მაღალია და მოუქნელი, რაც შეიძლება დამოკიდებული იყოს გაზრდილ სამუშაო საათებზე ან არასრულ დასაქმებაზე. ეს განსაკუთრებით გამართლებულია უმეტესად სეზონური ინდუსტრიისათვის, როგორც არის მაგალითად - ტურიზმი.

აქედან გამომდინარე, მკაცრი მინიმალური ხელფასისა და დასაქმების დაცვის პოლიტიკა ითვლება ბარიერებად მეწარმეობის განვითარებისათვის.

საპენსიო პოლიტიკა, განსაკუთრებით საზოგადოებრივ სექტორში, უბიძგებს ხალხს თვითდასაქმებისაკენ. ნაწილობრივ ეს ხდება შემოსავლის მიზეზით, ნაწილობრივ კი იმ სიტუაციებიდან გამომდინარე, როდესაც პენსიაში გასვლის სტიმული წახალისებულია შედარებით ახალგაზრდა ინდივიდებისათვის..

ამ შემთხვევებში, ნაწილობრივი პენსიაში გასვლა არის სამუშაოს გაგრძელების გზა. მაგრამ თუ საყოველთაო კეთილდღეობის სახელმწიფო დიდია და პენსიონერებს აქვთ საშუალება ოპტიმალურად დაიკმაყოფილონ თავიანთი საჭიროებანი, მაშინ თვითდასაქმების მოთხოვნის პროცენტი დაბალია.

საპროცენტო განაკვეთის პოლიტიკა ახდენს ზეგავლენას ფინანსურ არჩევანზე ეკონომიკური სისტემის ჩარჩოებში. მაღალი საპროცენტო განაკვეთები აძვირებენ სესხებს და დაბლა წევენ სამეწარმეო აქტიურობას, როცა დაბალი განაკვეთი ზრდის კაპიტალის ინვესტირებას. აგრეთვე, მაღალი საპროცენტო განაკვეთი ხალხს უბიძგებს ფულის დაზოგვისაკენ და, აქედან გამომდინარე, ბიზნესი, რომელიც ვერ გვთავაზობს სასიცოცხლო დოვლათს ან მომსახურებას, ვერ უზრუნველყოფს საჭირო რაოდენობით გაყიდვებს და არ იქნება წარმატებული.

ზოგიერთმა თეორიამ გვიჩვენა ურთიერთკავშირი უარყოფით საპროცენტო განაკვეთსა და თვითდასაქმებას შორის.. უფრო მეტიც, როცა საპროცენტო განაკვეთები მაღლდება, ნაკლებად ყალიბდება ახალი ბიზნესი და მატულობს გაკოტრებული ფირმების რაოდენობა.

თანამედროვე პერიოდში, ევროპის ქვეყნების მთავრობები თვალყურს ადევნებენ სამეწარმეო საქმიანობას ეკონომიკის სტრუქტურული პრობლემების გადაწყვეტის პირეოსის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007

კონტექსტში. დიდ ბრიტანეთში დაწყებული “სამეწარმეო კულტურისა” და რანჟირების პოლიტიკის ჩარჩოებში, რომელიც დღემდე გრძელდება, მთავრობები ცდილობენ ახალი ფირმების შექმნით შეამცირონ სტრუქტურული და რეგიონული უმუშევრობა და შექმნან დასაქმების ახალი შესაძლებლობები. ამ მიმართულებით ევროკავშირი გვთავაზობს ფირმების შექმნისა და ზრდის, ფირმებს შორის საქმიანი კავშირების დამყარების, კვლევების და განვითარების ინიციატივებს.

ეს ინიციატივები ფოკუსირებული იქნება სექტორებზე, რომლებიც განსხვავებულია ყოველ ქვეყანაში და თეორიულად ხელს უწყობს ეროვნულ კონკურენციულ უპირატესობას. ეს პოლიტიკა შემდგომში მხარდაჭერას პოულობს იმ სფეროების დერეგულირების ინიციატივებში, რომლებიც მრავალი წლის მანძილზე მთავრობის მონოპოლიას წარმოადგენდა. ასეთი სფეროებია: ენერჯეტიკა, ტელეკომუნიკაციები, ტრანსპორტი და სხვ. პოლიტიკის სხვა სახეები, რომლებიც მხარს უჭერენ მეწარმეობას, განხილული იქნება მოცემული კურსის მეორე ნაწილში.

1.5 ფინალური თვალსაზრისი მეწარმეობაზე

იმისათვის, რომ შევაჯამოთ ყოველივე ზემოაღნიშნული მეწარმეობასა და მეწარმეზე, სასურველია განვიხილოთ მეწარმეობის ორი მოდელი. ესენია რეალისტური და ემპირიული მოდელები, რომლებიც გვეხმარებიან თეორიულ ცოდნას მივაბათ პრაქტიკული გამოცდილება.

პირველად **ვებსტერმა** (1977) შემოგვთავაზა ინდემწარმის 4 კატეგორია,, რომელთაგან ზოგიერთი მათგანი გაანალიზებულ იქნება ამ ტექსტში.

- კანტილონური მეწარმე (რომელიც თავს უყრის რესურსებს)
- ინდუსტრიის შემქმნელი (რომელიც აყალიბებს ახალ ინდუსტრიას)
- მეწარმე-ადმინისტრატორი (ენტერპრენერი)
- მცირე ბიზნესის მფლობელი

ამას გარდა, ვებსტერი ასევე გვთავაზობს სამეწარმეო რისკების სეგმენტაციას:

- მაღალი რისკის საწარმო
- პირეოსის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

ეს ისეთი ბიზნესია, როდესაც მოსალოდნელ შედეგები მნიშვნელოვანია და რისკს და შემოსავალს იყოფს ბევრი მონაწილე.

o მაღალი რისკის საწარმო

იგივე, ოღონდ ძირითად რისკს წვევენ მცირე რაოდენობის ინვესტორები

o მცირე რისკის საწარმო

ეს ისეთი ბიზნესია, სადაც მოსალოდნელი შედეგები ზომიერია და მხოლოდ მცირე რაოდენობის ინვესტორები მონაწილეობენ.

განსხვავებულ შეხედულებას გეთავაზობს ლანდაუ (1982). მან შექმნა მატრიცა, რომელშიც აღწერილია მეწარმის ტიპი რისკთან და ინოვაციებთან დამოკიდებულებიდან გამომდინარე:

- o მოთამაშე (მაღალი რისკი-დაბალი ინოვაცია)
- o კონსოლიდატორი (დაბალი რისკი-დაბალი ინოვაცია)
- o მეოცნებე (დაბალი რისკი-მაღალი ინოვაცია)
- o მეწარმე (მაღალი რისკი-მაღალი ინოვაცია)

ცხრილი: *სამეწარმეო ტიპების ლანდაუს კლასიფიკაცია*

მაღალი	მოთამაშე	მეწარმე
რისკის მაჩვენებელი:		
დაბალი	კონსოლიდატორი	მეოცნებე
	დაბალი	მაღალი

ინოვაციურობა:

საბოლოოდ ზემოთმოყვანილი ანალიზების შეჯამების შედეგად მკითხველმა უნდა შეძლოს მეწარმეთა სხვადასხვა ტიპების იდენტიფიკაცია მათი მახასიათებლების შესაბამისად. ამის გაგება გვიბიძგებს უფრო აქტიური მოქმედებისაკენ და გვაძლევს საშუალებას უფრო ღრმად ჩავწვდეთ მეწარმეობის არსს და დავინახოთ უფრო ნათლად ის ძალისხმევა, რომელსაც ხალხი მიჰყავს თვითდასაქმებისა და სამეწარმეო აქტიურობისაკენ.

ვიქების (2001) თანახმად, ბაზარზე შეგვიძლია დავინახოთ შემდეგი ტიპის მეწარმეები:

- გამომგონებელი და ტექნიკური ინოვატორი
- უკმაყოფილო მენეჯერი
- განთავისუფლებული მენეჯერი
- ახალგაზრდა პროფესიონალი და
- ეთნიკური ან უმცირესობათა წარმომადგენელი მეწარმე

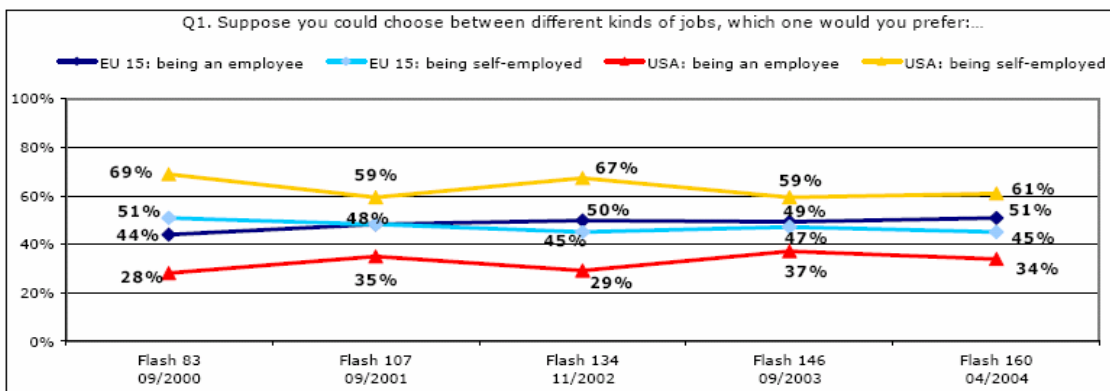
იმისათვის, რომ გაავალოთ პარალელები მეწარმეობაზე თეორიულ შეხედულებებსა და რეალურ პრაქტიკას შორის, ქვემოთ გთავაზობთ მეწარმეობის შესახებ სხვადასხვა სტატისტიკურ მონაცემებს, რომლებიც ეხება ევროკავშირს და წარმოადგენს მეწარმეობაზე ევრობარომეტრის ნაწილს, რომელიც გამოქვეყნებულია ევროკომისიის მიერ 2004 წელს.

სადისკუსიო საკითხები:

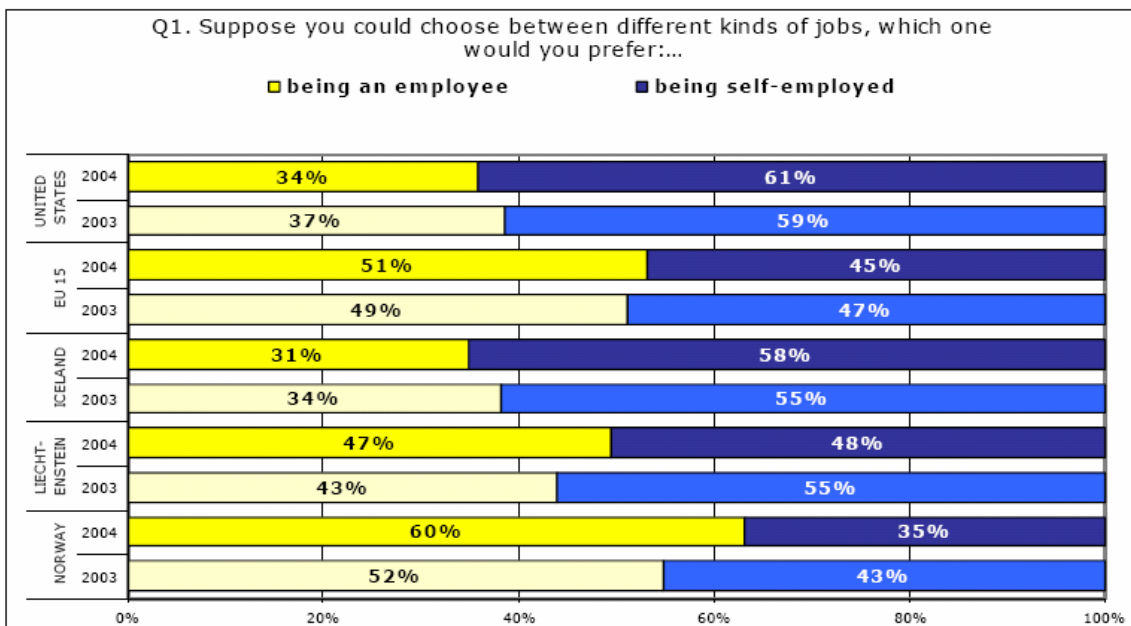
- მეწარმეობაზე რომელ შეხედულებას მიიჩნევთ ყველაზე ადეკვატურად და რატომ?
- როგორ აღიქვამთ ეკონომიკაში მეწარმეობის როლს თეორიის ევოლუციიდან გამომდინარე?
- რამდენად მისაღებია თქვენთვის მეწარმეობაზე ფსიქოლოგიური შეხედულებანი და რამდენად შეესაბამებიან ისინი მეწარმეობაზე თეორიულ მონაცემებს? შეგიძლიათ თქვენ ახსნათ თქვენი პასუხი ადგილობრივი ცნობილი მეწარმის მაგალითზე?
- რა განწყობა გაქვთ რისკების მიმართ და როგორ არის იგი დამოკიდებული თქვენს კულტურულ და საოჯახო ტრადიციებზე?

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

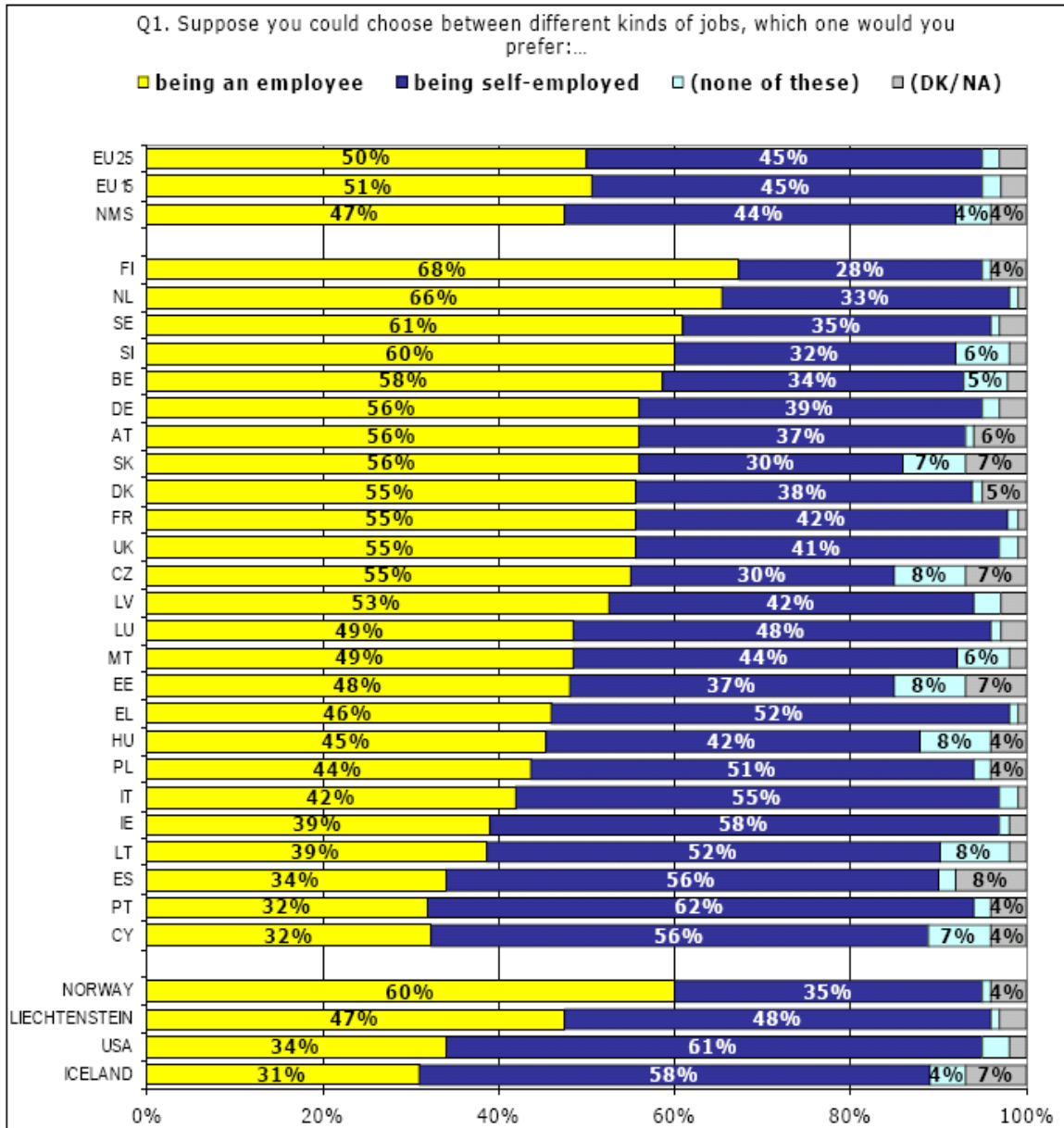
- რატომ უნდა დაუჭიროს მხარი თქვენმა მთავრობამ მეწარმეობას თქვენს ქვეყანაში და თქვენ, როგორც პოლიტიკის შემმუშავებელი, როგორ დაუჭერდით მხარს მეწარმეობას?
- რა ეფექტს ახდენს ეროვნულ ეკონომიკაზე ქალთა მეწარმეობა და თვითდასაქმება?
- როგორია ადგილობრივი ეკონომიკის ინდუსტრიული სტრუქტურა და რაში მდგომარეობს მისი სამეწარმეო შესაძლებლობები?
- როგორია ეთნიკური უმცირესობების სტატუსი თქვენს ქვეყანაში და როგორია მათი სამეწარმეო აქტიურობა?



დასაქმების შეფასება : ევროპა და აშშ



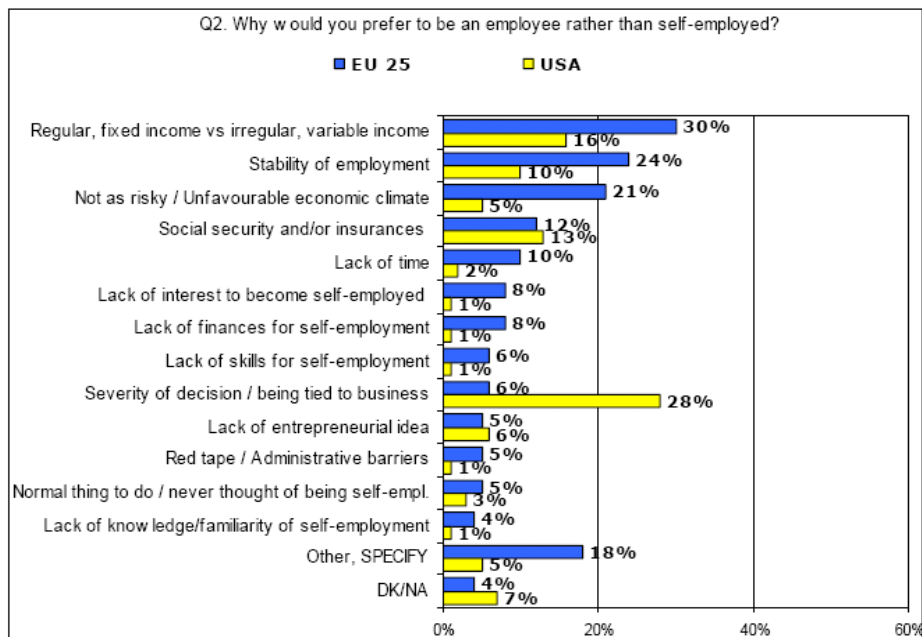
დასაქმების მონაცემები სხვადასხვა ქვეყნებში



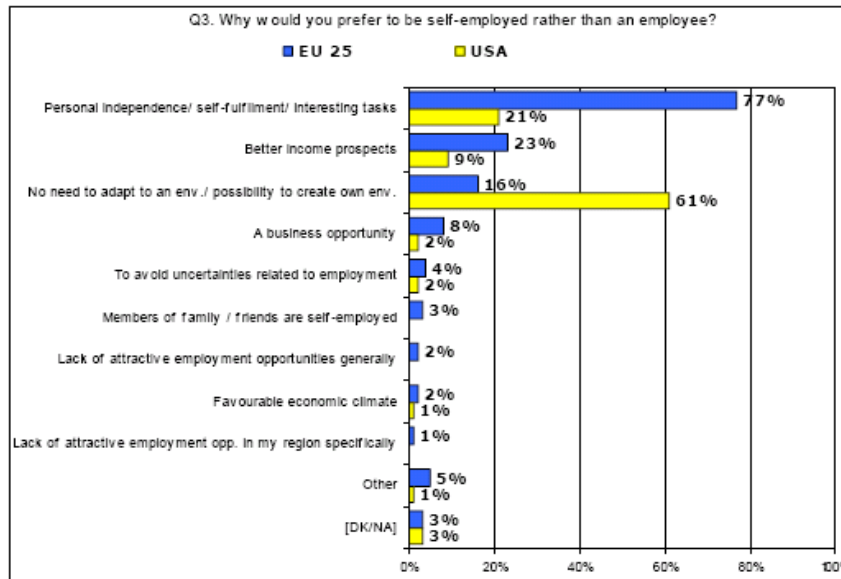
დასაქმების დეტალური ცხრილები

Q1.	Employee	Self-employed	(none of these)	[DK/NA]
EU 25	50%	45%	2%	3%
SEXE - SEX				
Hombres/ Men	44%	51%	2%	3%
Femmes/ Women	56%	39%	2%	3%
AGE				
15-24	42%	55%	1%	2%
25-39	51%	45%	2%	2%
40-54	54%	42%	1%	2%
55&+	50%	41%	4%	4%
EDUCATION				
15& -	50%	43%	4%	4%
16-20	54%	42%	2%	2%
21& +	50%	47%	1%	2%
Etudie encore/ Still studying	39%	58%	1%	2%
OCCUPATION				
Indpdt. / Self-empl.	21%	75%	1%	2%
Employé / Employee	60%	37%	1%	2%
Ouvrier / Manual worker	58%	38%	2%	3%
Ss act.prof. / Without prof.act.	48%	45%	3%	4%
HABITAT - LOCALITY TYPE				
Metropol.	51%	43%	2%	4%
Villes / Towns	50%	45%	2%	2%
Zones rurales / Rurale zones	49%	46%	2%	3%
OCCUPATION PARENTS				
Indpdt/Self-empl.	43%	52%	2%	3%
Indpdt&Empl./Self-empl&Empl.	46%	51%	2%	2%
Employés/Employees	53%	42%	2%	3%

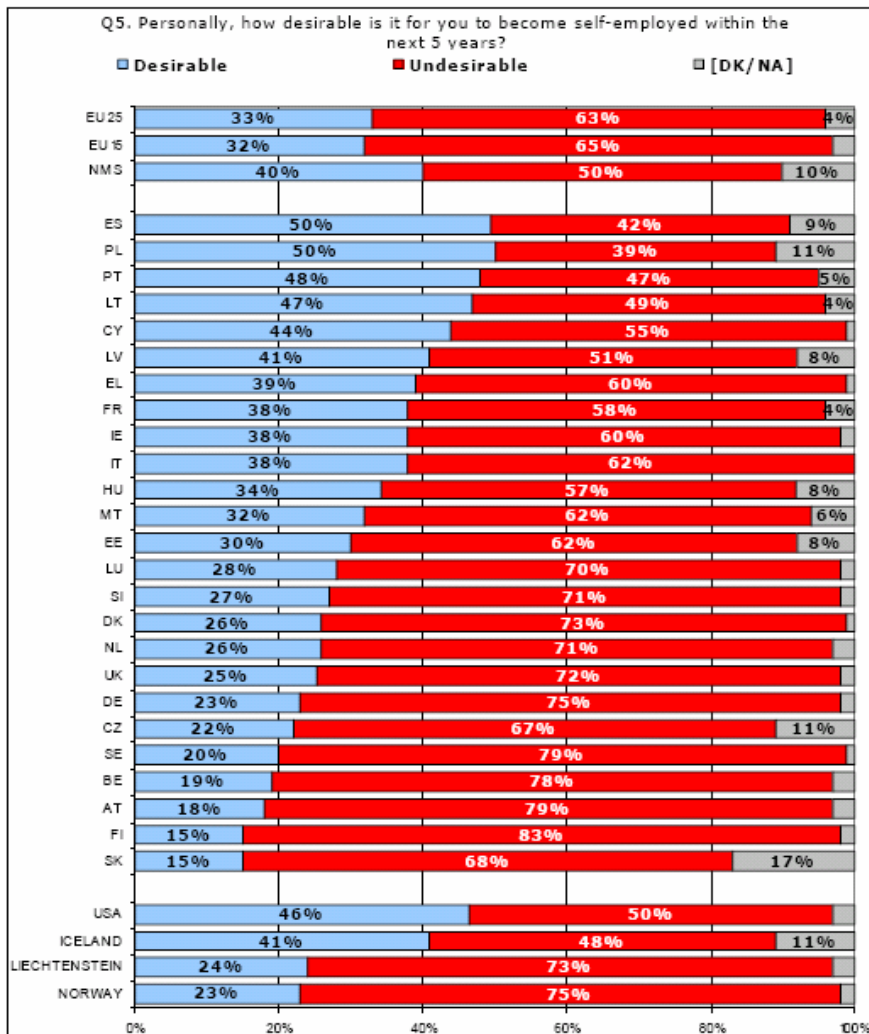
დასაქმების განაწილება ღარგების მიხედვით



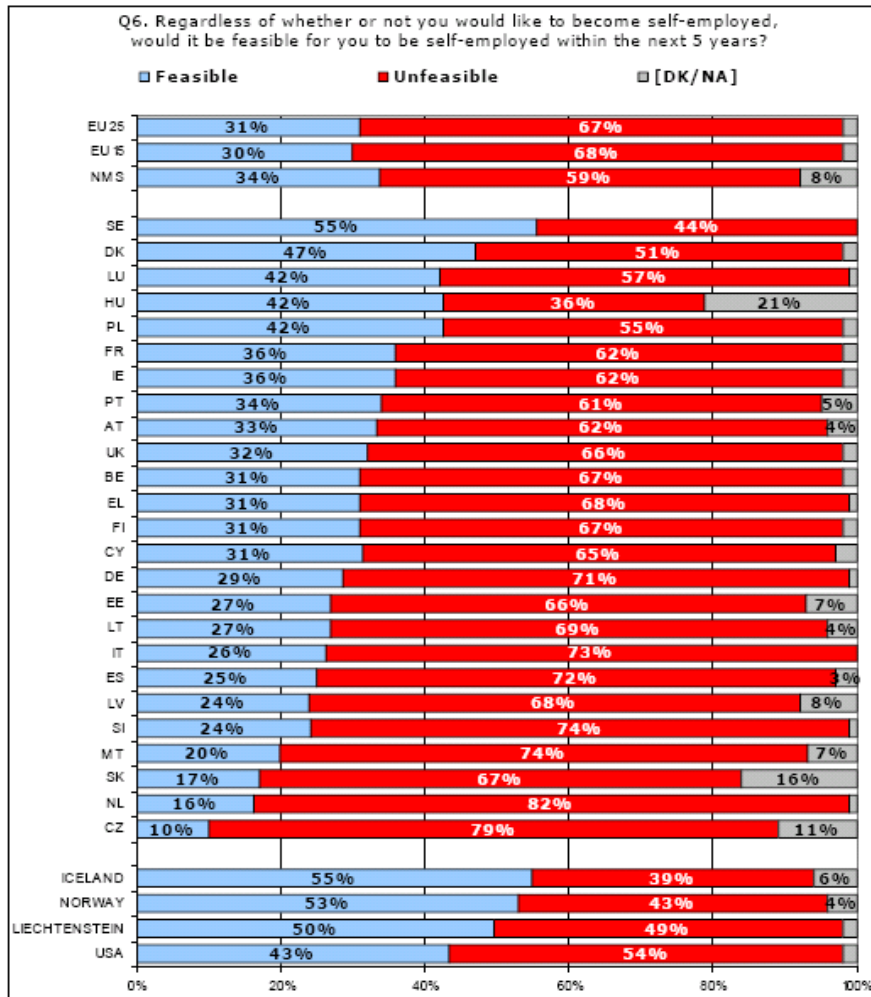
დასაქმების მიზეზები



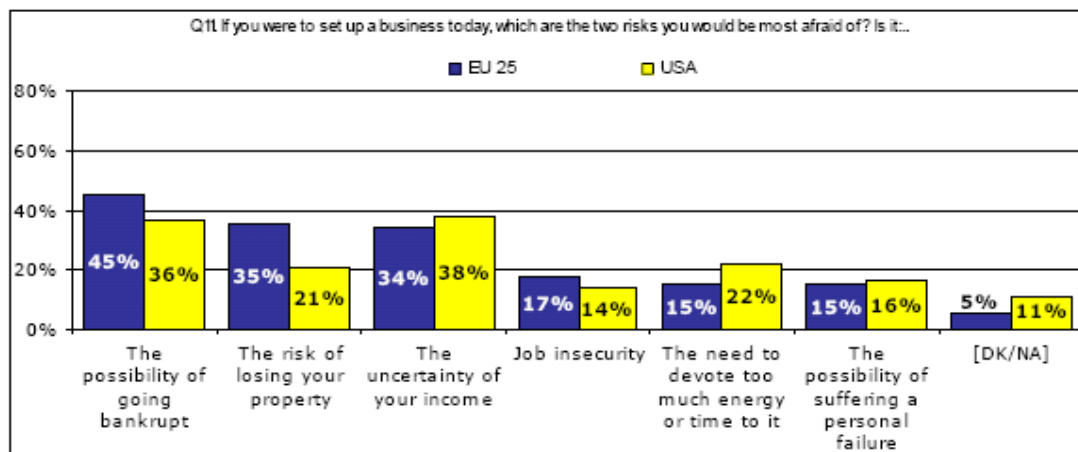
თვითდასაქმების მიზეზები



თვითდასაქმების ცხრილები



თვითდასაქმების შესაძლებლობები



თვითდასაქმების მთავარი რისკები

2. შესავალი სამეწარმეო პროცესებში

სასწავლო მიზნები:

2.1 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- მეწარმეობის გავლენის ცვლილებათა დონეების გაგებას;
- სამეწარმეო პროცესის კომპონენტების იდენტიფიცირებას;
- სამეწარმეო აზროვნების სტილის კონცეფციის გააზრებას.

წინა ნაწილში ჩვენ განვიხილეთ მეწარმეობის თეორიული საფუძვლები და ბევრი სხვა ასპექტი, რაც მკვლევარებმა სირთულეთა შესწავლის პროცესში გამოკვეთეს. მეწარმეობის არსის უკეთ გაგებისათვის აუცილებელია მოკლედ აღვწეროთ ის მთავარი ელემენტები, რომლებიც სამეწარმეო პროცესის შემადგენელ ნაწილებს წარმოადგენენ. ამავე კურსის მომდევნო ნაწილში მოცემული იქნება უფრო დეტალური და პრაქტიკული ანალიზი.

2.1. სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად მიღებული ცვლილებებისათვის საჭირო ძალისხმევა

სამეწარმეო პროცესი წარმოადგენს მექანიზმს, რომლის საშუალებითაც მეწარმე ახდენს პროდუქციის გამოშვებას მის მიერ განხორციელებული ინვესტიციის შედეგად. მას სჭირდება სხვადასხვა ელემენტებზე გარკვეული სახსრების დახარჯვა, რათა ამოსავალ მასალებს (პირველად მასალებს ან ნედლეულს) დამატებითი ღირებულება შესძინოს და მიიღოს მზა პროდუქტი. ამ თვალსაზრისით სამეწარმეო პროცესი არის მექანიზმი, რომლის საშუალებითაც მეწარმე გადალახავს წინააღმდეგობას არსებულ მდგომარეობასა და შესაძლო შედეგს შორის. იგი სწორედ ამ გზით ახორციელებს ცვლილებებს და ბაზარზე სიტუაციას ცვლის. როგორც შედეგი, **სამეწარმეო ხედვა** არის საკვანძო ელემენტი თვით მცირე სამეწარმეო პროექტებშიც კი, სადაც მეწარმე იყენებს ინოვაციას იმ ღირებულებათა შესაქმნელად, რომელსაც არა მხოლოდ ფინანსური ეკვივალენტი გააჩნია.

ამრიგად, მეწარმე თავის სარისკო წამოწყებას საფუძველს უყრის იქ, სადაც რეალურ და შესაძლო მდგომარეობებს შორის არსებობს დაძაბულობა. ამ

დადაბულობას ზეწოლის 3 განზომილება აქვს: ფინანსური, პერსონალური და სოციალური. უპირველეს ყოვლისა, მეწარმეობა ეკონომიკური აქტიულობაა და უმეტესად ზრუნავს შექმნას სტაბილური, ზრდაზე ორიენტირებული და მომგებიანი ბიზნესი. ამ ბიზნესს სჭირდება საკუთარი ფინანსური რესურსების დაცვა, რათა გადარჩეს არსებულ კონკურენტულ გარემოში და გაზარდოს ბაზრის მთლიანი მოცულობა შესაძლებლობების მაქსიმალური გამოყენებით. ამრიგად, პირველი განზომილება უკავშირდება ღირებულების შექმნის პოტენციალს. მეორეც, მეწარმეს სჭირდება პოტენციალი, რათა გადარჩეს და მიაღწოს პირად მიზნებს. ამ განზომილების ფარგლებში მეწარმის მამოძრავებელ ძალად და მოტივაციად ფაქტორების ერთობლიობა გვევლინება, სადაც სიმდიდრის შექმნა მხოლოდ ერთ-ერთი ფაქტორია. ეს მოტივაციები და ფაქტორები განსხვავებულია სხვადასხვა ინდივიდების შემთხვევაში. გარკვეულ სიტუაციებში პერსონალური პოტენციალის მამოძრავებელი ძალა შეიძლება იყოს არა მიზანი, არამედ თვითონ პროცესი. მესამეც, მეწარმე მოქმედებს გარკვეული სოციალური კონტექსტის შიგნით. ამიტომ იმ მიმართულებაზე, რომლისკენაც მიდის მეწარმე, შეიძლება მოქმედებდეს როგორც ნეგატიური, ისე პოზიტიური ძალები. შესაბამისად, სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი მნიშვნელოვანი და აუცილებელია, რათა გაიღოს ხიდი არსებულ და შესაძლო მდგომარეობებს შორის. გარკვეულ სიტუაციებში საზოგადოება არ არის მზად ან არ სურს მიჰყვეს მეწარმის ნებას.

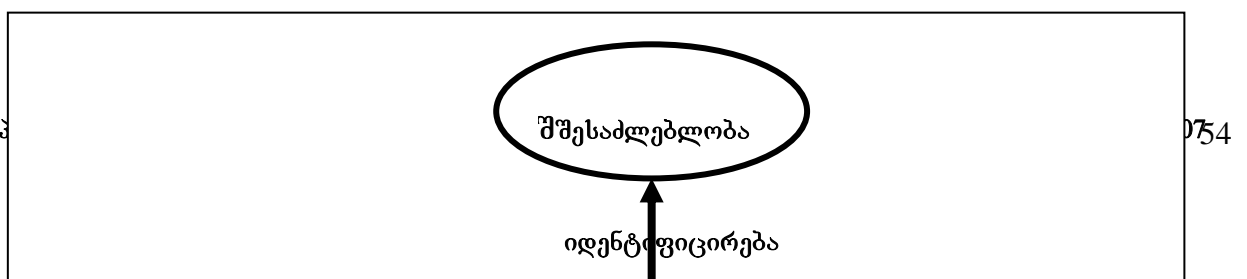


ნახაზი: დადაბულობა სამეწარმეო პროცესებში

2.2 სამეწარმეო პროცესები

სამეწარმეო პროცესების ცენტრში ინდივიდი დგას. მეწარმე არის ცვლილებების აგენტი და ის ეკონომიკური ფაქტორი, რომელიც ნედლეულს (პირველად მასალებს) შესაძლებლობების გამოყენების მეშვეობით დამატებით ღირებულებას სძენს. რიგი თეორიებისა ამტკიცებენ, რომ მეწარმე იყენებს სხვადასხვა ფაქტორების კომბინაციას, რათა გაზარდოს თავისი სიმდიდრე. ეს სხვადასხვა ფაქტორები ერთობლივად, ერთდროულად არსებობს ბეზნეს-გარემოში, მაგრამ **სხვა პიროვნებამ შესაძლოა ვერ გაათვითცნობიეროს მათი ერთობლივი ძალა, ან ვერ შეძლოს მათი სწორად კომბინირება.** სწორედ ამიტომ სამეწარმეო პროცესი ყოველთვის უნიკალურია. აუცილებელია განვსაზღვროთ ის სამი საკვანძო ელემენტი, რომლებსაც მეწარმე ერთმანეთს უკავშირებს იმისათვის, რომ განახორციელოს ცვლილება და წარმატება მოიპოვოს. ეს იმას ნიშნავს, რომ სამეწარმეო პროცესის განხორციელებისათვის **შესაძლებლობა, რესურსები და ორგანიზება** ერთობლივად უნდა არსებობდეს იმ ადამიანთან ერთად, რომელიც თავს მოუყრის და განახორციელებს მთელ პროცესს. გარკვეულწილად მეწარმედ შეიძლება გვევლინებოდეს არა ერთი ადამიანი, არამედ ადამიანთა ჯგუფი, რომლის შიგნითაც ყოველ მათგანს თავისი როლი აკისრია. ასეთი გუნდის შემადგენლობაში შეიძლება შედიოდნენ ოჯახის წევრები, მეგობრები და პარტნიორები.

უპირველეს ყოვლისა, მეწარმემ უნდა გაკეთოს შესაძლებლობის იდენტიფიცირება. შესაძლებლობის მარტივი და პირდაპირი განმარტება შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოვაყალიბოთ: ეს არის გარკვეული ნიშა არსებულ ბაზარზე. ნიშის არსებობა იძლევა სიმდიდრის, ღირებულების შექმნის პოტენციალს (შესაძლებლობას) მომხმარებელთა იმ მოთხოვნების დანახვის მეშვეობით, რომლებიც არასრულად ან საერთოდ არ კმაყოფილდება. შესაძლებლობა უნდა ვეძიოთ იმ მომსახურებასა ან საქონელში, რომელიც ან არ არის წარმოდგენილი ბაზარზე, ან შეიძლება სხვაგვარად იქნას წარმოდგენილი. შესაძლებლობას საფუძვლად უდევს კონცეპტუალური იდეა, სწორედ ის იდეა, რომელსაც ხშირად ახსენებენ წარმატებული მეწარმეები. იმისათვის, რომ ეს იდეა წარმატებული იყოს, სხვა ბაზრის მოთამაშეებმა – მიმწოდებლებმა და მომხმარებლებმა უნდა გაიგონ და მიიღონ იგი.



ნახაზი: სამეწარმეო პროცესი

მეორე, მას შემდეგ რაც შესაძლებლობის იდენტიფიცირება მოხდება და იდეა კონცეფციად ჩამოყალიბდება, მეწარმეს სჭირდება გამოამუშავნოს ლიდერის ფუნქციები და განსაზღვროს მიმართულებები. ეს არის მეწარმის მენეჯერული შესაძლებლობის ის საკვანძო ატრიბუტები, რომელიც შეგვიძლია ჩამოვაყალიბოთ როგორც სხვადასხვა ადამიანების კოორდინირების უნარი. ამავე დროს, სამეწარმეო პროცესი ყოველთვის განიცდის რესურსების ნაკლებობას და მუდმივ რისკს, რომ ბაზარზე გაჩნდება რაღაც ახალი, უკეთესი კომბინაცია იმისა, რის მიწოდებასაც იგი ახორციელებს. მიუხედავად იმისა, რომ მიზანი მიღწეულია ბიზნესს ხშირად პრობლემები ექმნება კაპიტალისა და ფულადი ნაკადების (ჩასვლას) მენეჯმენტთან დაკავშირებით. ამიტომაც, ის თუ რა სახის ლიდერს ირჩევს მენეჯერი ბიზნესის სამართავად, პირდაპირ გავლენას ახდენს მომავალზე. როგორც წესი, ქარიზმატული ლიდერობა საჭიროა რათა მოტივაცია გაუკეთო თანამშრომლებს და დაარწმუნო მიმწოდებლები და მომხმარებლები. რესურსების ნაკლებობა მეწარმეებს აიძულებს ქსელური კავშირები გააბან და დაეხმარონ ერთმანეთს რთულ პერიოდში. ეს ქსელური ურთიერთობი შეიძლება იყოს როგორც ფორმალური ასევე არაფორმალური, ეფუძნებოდეს გარკვეულ მოლოდინს ან იყოს სრულიად ალტრუისტული, ჰქონდეს გრძელვადიანი ან მოკლევადიანი პოტენციალი.

მესამე: იმისთვის, რომ დაინახოს შესაძლებლობა და განახორციელოს იდეა, მეწარმეს უნდა შეეძლოს საჭირო რესურსების მოპოვება. რესურსებში შედის ფული, ადამიანები, მათი ცოდნა და უნარები, ასევე ნედლეული. რესურსები შეიძლება იყოს მატერიალური და არამატერიალური, მაგალითად სახელი, პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

რეპუტაცია და მომხმარებლის ნდობა. იმისათვის, რომ ეს რესურსები აამუშაოს, მეწარმეს სჭირდება ნებისმიერი გზით კაპიტალის მოზიდვა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, რესურსები სამეწარმეო პროცესში უმეტესად ძნელად მოსაპოვებელია და ამიტომ მათ მოპოვებასთან ერთად, მეწარმეს სჭირდება მათი ფრთხილი და გააზრებული გამოყენება.

ამრიგად, სამეწარმეო პროცესის მისაღებად, საჭიროა სამი ერთობლივად მოქმედი ფაქტორი, რომლებსაც მეწარმე, ფასილიტატორი (შუამავალი) აკავშირებს.

2.3 სამეწარმეო აზროვნება

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, სამეწარმეო პროცესის სამი ელემენტი ერთობლივად უნდა არსებობდეს, რათა მეწარმემ შეძლოს გარკვეული ცვლილებების განხორციელება. ანუ პირველ რიგში საჭიროა იყოს ადამიანი, რომელსაც შეუძლია შესაძლებლობის დანახვა, აქვს ორგანიზების უნარი და რესურსების მოძიების შანსები. ინდივიდი მეწარმე გახდება იმ მომენტში, როდესაც იგი მიიღებს გადაწყვეტილებას გააერთანოს ეს სამი ფაქტორი. საზოგადოებისათვის, რომელიც ინდივიდუალური ინოვაციების მეშვეობით ისწრაფვის თავისი სამეწარმეო პოტენციალის გაზრდისა და ეკონომიკური ზრდისაკენ, ძალიან მნიშვნელოვანია თავის წევრებში მოახდინოს სამეწარმეო უნარ-ჩვევების კულტივირება. საჭიროა არსებობდეს ლატენტური (ანუ თავისთავადი, თვითნაბადი) მეწარმეობის საკმაო მოცულობა, რომელიც აქტიურ ფაზაში გადავა, როგორც კი ეს სამი ფაქტორი ერთობლივად იარსებებს. ამ გზით, საზოგადოებას აღარ დარჩება გამოუყენებელი შესაძლებლობები და აქედან გამომდინარე, სამეწარმეო აქტივობა გაიზრდება.

თუ განვიხილავთ ადამიანს, რომელიც გვევლინება ფასილიტატორის (შუამავლის) როლში შესაძლებლობის, ორგანიზაციისა და რესურსების მოძიების კომბინაციის გასაერთიანებლად, ადვილად დავინახავთ განსხვავებას მეწარმესა და მენეჯერს შორის. მენეჯერი ახორციელებს ორგანიზებასა და ლიდერობას და იცის, როგორ მიაღწიოს მიზნებს მოცემული რესურსების პირობებში. მეწარმეს, კარგ მენეჯერობასთან ერთად, სჭირდება შესაძლებლობების იდენტიფიცირების, გაშიფვრის და გამოყენების უნარი. მას პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

უნდა ჰქონდეს უნარი ჩამოაყალიბოს და მოახდინოს იდეის ფორმალიზება იმ შესაძლებლობიდან, რისი დანახვაც და რეალისტურ ბიზნეს გეგმად ჩამოყალიბება სხვებს არ შეუძლიათ. მეწარმეს სჭირდება შეძლოს ღრუბლებზე ფეხით სიარული და ამავე დროს რეალურად შეეძლოს სიტუაციის შეფასება. ოცნება და შემდეგ ამ ოცნების განხორციელება არის ის, რითაც გამოიხვევა სამეწარმეო აზროვნება.

მაკ გრანტმა და მაკ მილანმა (Mc Grant, Mc Millan) 2000 წელს ჩამოაყალიბეს სამეწარმეო აზროვნების რამოდენიმე მახასიათებელი. ესენია:

- ახალი შესაძლებლობის ძიების უინი;
- ამ შესაძლებლობების მიღწევის გზაზე დისციპლინიზებულობის გამოვლენა;
- საუკეთესო შესაძლებლობაზე არჩევანის შეჩერება;
- შესრულებაზე ფოკუსირება;
- სხვა ადამიანების ჩართვა ამ პროცესში.

შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში სამეწარმეო საქმიანობისადმი მიდრეკილება და აქტივობა განსხვავებულია. ზოგ ქვეყანაში ადამიანების უმეტესობა ამტკიცებს, რომ ურჩევნია თვითონ დასაქმდეს. სხვა ქვეყნებში შეიძლება სიტუაცია სრულიად განსხვავებული იყოს. ზოგჯერ, რიგ ქვეყნებში თვითდასაქმება და სამეწარმეო აქტივობა შეიძლება იყოს ზედმეტი ოპტიმიზმის შედეგი. ეკონომიკას კი სჭირდება ადამიანები, რომლებიც მეწარმეები გახდებიან რისკების ადექვატური გათვლისა და შეფასების შედეგად. უცილებელია გაჩნდეს მგრძობელობა სამეწარმეო აზროვნებაზე, რაც საზოგადოების კულტურის საკვანძო ინგრედიენტს წარმოადგენს. ეს შეიძლება მიღწეულ იქნას განათლებისა და როლების მოდელირებით. ეს არის სტრატეგია, რომელიც წარმატებული იყო ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა ირლანდია და ბრიტანეთი. ფრთხილი ნაბიჯები უნდა იქნას გადადგმული განსაკუთრებით გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, სადაც კერძო ეკონომიკური აქტივობისადმი მგრძობელობა საკმაოდ დაბალია. ამ ქვეყნებში ახალგაზრდა თაობაში სწორი სამეწარმეო აზროვნების ჩამოყალიბება არ არის კულტურის ნაწილი. როდესაც სამეწარმეო აზროვნება ოპტიმიზებულია, სახელმწიფოს შეუძლია გააფართოვოს

სამეწარმეო აქტივობა სუბსიდირებისა და სხვა მხარდამჭერი ზომებით. სამეწარმეო აზროვნება შეიძლება ჩავთვალოთ სამეწარმეო კულტურის ხერხემლად.

სადისკუსიო საკითხები:

- რა ძალები წარმართავს სამეწარმეო აქტივობას? გაიხსენეთ ორი ან მეტი მეწარმე და შეაფასეთ, თუ რომელი ძალა უფრო მეტად მოქმედებს ყოველი მათგანის შემთხვევაში:
- როგორ შეგიძლიათ სქემატურად წარმოადგინოთ სამეწარმეო პროცესი?
- რა შეიძლება გახდეს სამეწარმეო აქტივობის ბარიერი? როგორ შეიძლება მათი გადალახვა?
- როგორ შეიძლება აღწეროთ თქვენი სამეწარმეო აზროვნება, როგორც თქვენი ქვეყნისათვის დამახასიათებელი მაგალითი;
- როგორია განათლების როლი სამეწარმეო აზროვნების ჩამოყალიბებაში?
- რა სახის პრაქტიკული მხარდაჭერა და ინსტრუმენტები უნდა მივცეთ სკოლებს, რათა წავახალისოთ სამეწარმეო აქტივობა?

3. მეწარმეობის „აუცილებლობა“ მეწარმეობის „შესაძლებლობის“

პირისპირ

მიზნები:

მე-3 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- ერთმანეთისაგან განასხვავოთ „აუცილებლობით“ წამოწყებული მეწარმეობა და „შესაძლებლობის“ გამოყენებით წამოწყებული მეწარმეობა.

როგორც წინა თავში აღვნიშნეთ, სამეწარმეო პროცესის შესაქმნელად საჭიროა ოთხი ფაქტორის ერთდროული არსებობა. საკვანძო ფაქტორად ამ შემთხვევაში მეწარმე გვევლინება – ინდივიდი, რომელიც გრძნობს შესაძლებლობის გამოყენების საჭიროებას, აკეთებს პროცესის ორგანიზებას და მოიზიდავს პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

რესურსებს. საჭიროების დანახვის გარდა აუცილებელია ძალისხმევა, რათა ეს სამი ფაქტორი გაერთიანდეს. რა თქმა უნდა ინდივიდს, რომელმაც გადაწყვიტა ამ რისკის საკუთარ თავზე აღება, საკმაოდ ძლიერი მოტივაცია უნდა ჰქონდეს, რათა გაუძლოს წინააღმდეგობებს. ამ თავში ჩვენ ორი სახის ძალას განვიხილავთ.

პირველი მათგანი არის ძალა, რომელიც მეწარმეს აიძულებს აიღოს თავის თავზე პასუხისმგებლობა. მეწარმეს შესაძლებლობის ხელში ჩაგდებისაკენ თავისი სიმდიდრის გაზრდის და წარმატების მიღწევის სურვილი უბიძგებს. როდესაც ინდივიდი ან მისი ოჯახი მისთვის არასასურველ მდგომარეობაში იმყოფება და მის წინაშე შესაძლებლობა გაჩნდება, მან უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება – გამოიყენოს ეს შესაძლებლობა თუ არა. ასეთ შემთხვევაში რისკი ზოგჯერ უფრო დიდია, რადგან ინდივიდი უარს ამბობს შედარებით სტაბილურ ფინანსურ მდგომარეობაზე და სარისკო ქმედებას იწყებს, რათა წარმატებას მიაღწიოს. ფინანსური მიზნების გარდა, ეს ძალა შეიძლება იყოს ის ღერძი, რაც აიძულებს ადამიანს რაიმეს მიაღწიოს, აისრულოს ოცნებები და ა.შ. ამრიგად, ჩვენ ამ სამეწარმეო აქტივობას განვიხილავთ როგორც ერთ-ერთ შესაძლებლობას, რადგან მეწარმემ შეიძლება არც არაფერი მოიმოქმედოს.

მეორე მხრივ, ჩვენ ნათლად ვხედავთ, რომ **არსებობს რაღაც ძალა, რომელიც მეწარმეს უბიძგებს რისკისაკენ.** უამრავი სხვადასხვა მიზეზის გამო, ინდივიდი ხდება თვითღამსაქმეული, რადგან მას სხვა ალტერნატივა არ გააჩნია. რა თქმა უნდა, ყოველი ინდივიდისთვის მიზეზები სხვადასხვაა. ერთის მხრივ, ჩვენ გვაქვს მკაცრი ეკონომიური გარემო და ძირითადი მოთხოვნილებების აუცილებელი დაკმაყოფილების სურვილი. მეორე მხრივ, ადამიანს შეიძლება ჰქონდეს დაუკმაყოფილებლობის გრძნობა, ინტერესების სიმცირეს განიცდიდეს ან ზოგადად იმედგაცრუებული იყოს. ეს უკანასკნელი შეიძლება იმდენად აუცილებელი არ არის ინდივიდის გადასარჩენად, მაგრამ საკმაოდ მნიშვნელოვანია მოტივაციის თვალსაზრისით. ეკონომიკური მდგომარეობაზე, როგორც წესი, დასაქმების სფეროში დისკრიმინაცია ახდენს გავლენას და სწორედ ეს არის ის ძირითადი მიზეზი, რის გამოც ინდივიდს არ შეუძლია საარსებო სახსრები გამოიმუშაოს. ამიტომაც თვითღამსაქმეობა არის ერთადერთი არჩევანი, რაც კი რჩება ინდივიდს, რათა დააკმაყოფილოს პირადი და ოჯახის საჭიროებები.

ამრიგად, ამ ტიპის სამეწარმეო აქტივობაში ჩანს რომ მეწარმეს აქვს აუცილებლობა შეცვალოს არსებული ფინანსური მდგომარეობა, რომელიც მისთვის მიუღებელია. ადამიანები, რომლებიც განიცდიან შრომის დისკრიმინაციას, შეიძლება შემდეგ ჯგუფებს მიეკუთვნებოდნენ:

1. ქალები;
2. უმუშევრები, რომლებიც ეკონომიკური პროფილის შეცვლის მსხვერპლნი გახდნენ;
3. პატიმრები, რომლებიც ჩვეულებრივ ცხოვრებას დაუბრუნდნენ სასჯელის მოხდის შემდეგ;
4. ყოფილი ნარკომანები;
5. გონებრივი ან ფიზიკური ნაკლის მქონე ადამიანები;
6. ეთნიკური ჯგუფები და უმცირესობები;
7. რელიგიური უმცირესობის წარმომადგენლები;
8. არალეგალური ემიგრანტები.

ყველა ამ ჯგუფში გაერთიანებულ ადამიანებს მსგავსი პრობლემები აქვთ, რომელიც არ აძლევს მათ საშუალებას იპოვონ ნორმალური სამუშაო, აღიარებული იყვნენ საზოგადოების მხრიდან ან აქვთ სპეციფიკური პრობლემები სამუშაოსთან დაკავშირებით. პრობლემები შეიძლება გამოწვეული იყოს კომუნიკაციის დამყარებაში არსებული პრობლემებით, უნარ-ჩვევების ნაკლებობით, წარსულში ჩადენილი შეცდომებით, კულტურული წარმოშობით, რასიზმით და ა.შ. ზემოთ ჩამოთვლილ ადამიანთა ჯგუფების გარდა, შეიძლება კიდევ არსებობდნენ ადამიანები, რომლებსაც უმუშევრობასთან დაკავშირებით იგივე პრობლემები აქვთ და დასაქმების მხრივ დისკრიმინაციას განიცდიან. ბოლოს, ზოგიერთი ქვეყნის ეკონომიკაში შეიძლება ისეთი მდგომარეობა იყოს, რომ დასაქმების პრობლემის წინ საზოგადოების უდიდესი ნაწილი დადგეს და სწორედ მაშინ ადამიანები იძულებულნი არიან თვითდასაქმების გზას დაადგინენ. ასეთი მდგომარეობა შეიძლება ჩამოყალიბდეს ქვეყანაში ეკონომიკური კოლაფსის, ან ომის შემდგომ პერიოდში, როდესაც მთელი ინფრასტრუქტურა დარღვეულია. ასეთ პერიოდს მიეკუთვნება დიდი დეპრესიის პერიოდი აშშ-ში 1929 წელს, რომელიც ევროპის კონტინენტზე ომის დამთავრებას მოჰყვა.

თვითდასაქმებისაკენ ადამიანების მობრუნება მათ აიძულებს თავიანთი ბიზნესი გარკვეულ დონემდე განავითარონ. ეს დონე ძირითადად დამოკიდებულია პირველადი ინვესტიციის მოცულობაზე და მათ პიროვნულ თვისებებზე. კაპიტალის მოზიდვის მცდელობისას ამ კატეგორიის ადამიანები იგივე დისკრიმინაციის წინაშე დგანან. როდესაც ბიზნესი უკვე წამოწყებულია და ფუნქციონირებს, მეწარმე შეიძლება დიდ ზრდას არც გეგმავდეს. მისთვის უფრო მნიშვნელოვანი მიზანია, ისეთი შემოსავლის მიღება, რასაც იგი დაქირავებული შრომის შემთხვევაში მიიღებდა. ამრიგად, ძირითადი განსხვავება შესაძლებლობის გამო წამოწყებულ მეწარმეობასა და გარემოებათა გამო წამოწყებულ მეწარმეობას შორის არის ის საბოლოო მიზანი, რომელსაც მეწარმე ისახავს. პირველ შემთხვევაში მიზანი შეიძლება იყოს სიმდიდრის მოხვეჭა და ბიზნესის ზრდა, მეორე შემთხვევაში კი მიზანი უბრალოდ პატიოსანი ცხოვრებისათვის საჭირო სახსრების მოძიებით შემოიფარგლებოდა. ჩვენ უფრო მეტად განვიხილავთ მცირე ბიზნესის მენეჯმენტს, ვიდრე ზოგადად მეწარმეობას.

მეწარმეობის აუცილებლობამ და დასაქმების სფეროში დისკრიმინაციამ შეიძლება აიძულოს ადამიანი არალეგალური ბიზნესისკენ მიმართოს თავისი ძალები. ეს არალეგალურობა შეიძლება გამოიხატებოდეს გადასახადების გადახდისგან თავის არიდებით დაწყებული და ისეთი ბიზნესით დამთავრებული, როგორცაა ნარკოტიკების გაგრცელება, ტრეფიკინგი და ა.შ.

სადისკუსიო საკითხები:

- როგორ ფიქრობთ, აქვს თუ არა მეწარმეობის აუცილებლობას უფრო განსხვავებული მიდგომა ბიზნესის მენეჯმენტისადმი, ვიდრე მეწარმეობის შესაძლებლობას?
- შეუძლია თუ არა მეწარმეობის აუცილებლობამ მნიშვნელოვანი ინოვაცია შეიტანოს ბაზარში, თუ იგი მუდმივად იქნება მიჯაჭვული მცირე პროექტებზე?
- შეგიძლიათ თუ არა დაასახელოთ პერიოდი ქვეყნის ისტორიაში, როდესაც ყველა ეკონომიკური აქტივობა შეჩერდა? თუ გადარჩა ამ პერიოდში რომელიმე კარგად ცნობილი მეწარმე?

4. სერიული მეწარმეობა

მიზნები:

მე-4 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- გაიგოთ სერიული მეწარმეობის კონცეფცია;
- გაიგოთ, რა ძალები ამოძრავებთ სერიულ მეწარმეებს;
- ახსნათ, თუ რატომ ირჩევს მეწარმე სერიული მეწარმეობის გზას;
- გააკეთოთ სერიული მეწარმეების კლასიფიკაცია, მათი არჩევანის მიხედვით.

ეკონომიკის ფარგლებში შესაძლებელია იყვნენ მეწარმეები, რომლებიც გაცილებით უფრო აქტიური არიან, ვიდრე სხვა მეწარმეები. ასეთი მეწარმეები ერთ საქმეს მეორეს მიყოლებით იწყებენ და ამით მნიშვნელოვნად ზრდიან თავიანთ რისკებს. ასეთ მეწარმეებს **სერიულ მეწარმეებს** უწოდებენ. თუ შევეცდებით გამოვარკვიოთ, რა ძალები აიძულებენ მეწარმეებს სერიული მეწარმეები გახდნენ დავინახავთ, რომ ეს ძალები ორ ძირითად ნაწილად შეიძლება დაიყოს. პირველი მათგანი აერთიანებს იმ მეწარმეებს, რომლებიც მიყვებიან რა სტრატეგიულ ხაზს, ზრდიან თავიანთ სიმდიდრეს თავიანთი საქმიანობის თანმდევი (ახლოს მდგარი) ბიზნესების ჩართვით. ამით ისინი საკვანძო იდეას უმორჩილებენ ახალ წამოწყებებს და მთელი პროცესი არის მთლიანი სამეწარმეო ხედვის ნაწილი. მეორე ჯგუფი აერთიანებს მეწარმეებს, რომლებიც ფსიქოლოგიური თავისებურებებიდან გამომდინარე, მოტივაციას იღებენ არა ფულის მიღების პერსპექტივიდან, არამედ დიდ კმაყოფილებას იღებენ უბრალოდ ახალი ბიზნესის წამოწყებით.

ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, ჩვენ სერიული მეწარმეების ქვეჯგუფები შეგვიძლია განვსაზღვროთ შემდეგნაირად: **ჯაჭვური მეწარმე თანმიმდევრულად დაიწყებს ბიზნესს, მიიყვანს მას გარკვეულ დონემდე და შემდეგ გადაინაცვლებს ახალზე.** როგორც წესი, ისინი ერთ ბიზნესს მიჰყვებიან გარკვეული დროის პერიოდში. ეს ადამიანები უფრო მეტად სიამოვნებას პოულობენ შესაძლებლობების მოძიების და ექსპლუატაციის პროცესში, ვიდრე უკვე არსებული ბიზნესის წარმოებაში. ბევრი ახსნა შეგვიძლია ამას მოვუძებნოთ –

დაწყებული ახალი რისკების აღებისას ადრენალინის გამოტყორცნით, დამთავრებული იმ ფაქტით, რომ პიროვნებას სიამოვნებს გამოწვევის მიღება, რაც ახალი ბიზნესის წამოწყებას ახლავს თან. ყველა შემთხვევაში, სერიული მეწარმე დაიწყებს ბიზნესს, კარგად ააწყო მას, შემდეგ ყიდის მას და აღებულ სახსრებს იყენებს ახალი პროექტის წამოსაწყებად და განსახორციელებლად. ამ კონტექსტში, როგორც კი ბიზნესი უკვე აწყობილია და მუშაობს, ამ ადამიანებისათვის აქტიური მეწარმეობის ფაზა უკვე გავლილია. **პორტფელური მეწარმე** (ანუ სერიული მეწარმე) კი მეორეს მხრივ ინარჩუნებს თავისი არსებული ბიზნესის მენეჯმენტსა და მფლობელობას, მოძრაობს ახალი ბიზნესის შექმნისაკენ. ასეთი სერიული (პორტფელური) მეწარმეები მიჰყვებიან თავიანთი მზარდი ბიზნესის სტრატეგიულ გეგმას და გონებაში უკვე აქვთ თავიანთი ბიზნესის გაფართოების ვერტიკალური ან ჰორიზონტალური სქემა. ამავდროულად სამეწარმეო პორტფოლიოს გაზრდა შეიძლება გახდეს ის ერთადერთი სწორი გზა, რომლის საშუალებითაც მოხდება რისკების გადანაწილება სხვადასხვა აქტივობებს შორის.

სერიული მეწარმეობისთვის აუცილებელ უნარ-ჩვევებში შეიძლება დავასახელოთ: შესაძლებლობის დანახვის და შეფასების უნარი, ბაზრის ანალიზის უნარი, მომხმარებელთა ქცევის განჭვრეტა, კაპიტალის დაზღვევა და გადაწყვეტილების მიღების უნარი. სწორედ ეს შეიძლება იყოს თანმიმდევრული ჯაჭვური მეწარმეობის მიზეზი. მეორეს მხრივ, პორტფელური მეწარმეობა არსებობს იმ შემთხვევაში, როდესაც საწყის იდეას – ძირითად ბიზნესს უკავშირდება თანმდევი პროდუქტები ან მომსახურება, ან ზოგ შემთხვევაში ინდუსტრიაც კი და აქედან გამომდინარე შესაძლებლობები შეიძლება დასრულებულად გამოჩნდეს.

ოვერალმა და რაითმა (Overall, Wright et al.) 1997 წელს მოგვცეს სერიულ მეწარმეთა შემდეგი კლასიფიკაცია:

- **თავდაცვის სერიული მეწარმეები**, რომლებიც იძულებულნი იყვნენ დაეტოვებინათ საწყისი ბაზარი, რომელშიც მოღვაწეობდნენ. მიზეზები შეიძლება ყოფილიყო წარუმატებლობა, ბაზრის გაჯერება, ბიზნესის არამყარობა და ა.შ.

- შესაძლებლობების სერიული მეწარმეები, რომლებიც ისწრაფვიან მოკლე დროში მიიღონ ფინანსური შედეგი და მოკლევადიან ოპერირებაზე არიან ორიენტირებულნი;
- ჯგუფის შემქმნელი სერიული მეწარმეები, რომლებიც ისახავენ სტრატეგიას შექმნან ისეთი ბიზნესი, რომელიც თავის თავში რამოდენიმე ბიზნესს მოიცავს. შეიძლება ერთმანეთისგან განვასხვაოთ ისინი, რომლებიც ყიდულობენ სხვის ბიზნესს და ისინი, რომლებიც ყოველ ჯერზე ქმნიან ბიზნესს, რომელიც მათ სტრატეგიულ ხედვას პასუხობს.

მეტად მნიშვნელოვანია სამეწარმეო პროცესში წარუმატებლობის როლზე მსჯელობა. რადგან რისკი მუდმივად თან სდევს სამეწარმეო აქტივობას, წარუმატებლობის შესაძლებლობა ის ობიექტური რეალობაა, რასაც მეწარმემ ანგარიში უნდა გაუწიოს და მზად იყოს ამისათვის. საერთოდ, წარუმატებლობას ყველა კულტურაში, თავისი განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს. ზოგიერთი კულტურა იღებს წარუმატებლობას და იზიარებს მის მნიშვნელობას. იმისათვის, რომ წარუმატებლობა განიცადოს, ადამიანმა ჯერ გარკვეული ძალისხმევა უნდა გაიღოს, სცადოს რაიმეს გაკეთება. ამ მცდელობით მეწარმეს სჯერა უკეთესი მომავლის და ამავე დროს, თავისი სახსრების ნაწილს საზოგადოებას უბრუნებს. სხვა კულტურებში წარუმატებლობას ასე კარგად ვერ იღებენ და მეწარმე, რომელმაც წარუმატებლობა განიცადა, ადვილად ვეღარ დგება ფეხზე. სერიულ მეწარმეობაში წარუმატებლობის ფაქტორი საკმაოდ მნიშვნელოვანია იმიტომ, რომ მეწარმე, რომელიც წარუმატებლობის მერე რაღაც ახალს ცდის, მიღებული გამოცდილებიდან იღებს უკუგებას. არსებობენ ინვესტორები, რომლებიც წარუმატებელ მეწარმეებს უფრო ენდობიან, ვიდრე სხვას. ისინი თვლიან, რომ მეწარმემ კარგი გაკვეთილი მიიღო. მეორე მხრივ, არსებობს ბევრი ფორმალური ორგანიზაცია (მაგალითად ბანკები), რომლებიც არ გასცემენ სესხს წარუმატებელ მეწარმეზე. ბანკოტობისადმი საკანონმდებლო ასპექტების განხილვა ნათელ სურათს გვაძლევს იმაზე, თუ რა დამოკიდებულება აქვს ქვეყანას წარუმატებლობისადმი.

და ბოლოს, საოჯახო მეწარმეობა შეიძლება სერიული მეწარმეობის კონტექსტში განვიხილოთ, რადგან ხშირად საწყისი სამეწარმეო აქტივობით მიღებული კაპიტალი ახალგაზრდა თაობას გადაეცემა, რათა მათ თავიანთი შესაძლებლობები გამოიყენონ.

სადისკუსიო საკითხები:

- რა შემთხვევაში უნდა მეწარმეს სერიული მეწარმე გახდეს?
- რატომ სჭირდება მეწარმეს სერიულ მეწარმედ გახდომა?
- შეგიძლიათ თუ არა მოიყვანოთ ორი ან მეტი მაგალითი მეწარმეობისა, რომლებმაც სერიული მეწარმეობა განსხვავებული მიზეზით აირჩიეს?
- თქვენი აზრით, არის თუ არა საწყისი პერიოდის „ციებ-ცხელება“ და რისკის მენეჯმენტის დივერსიფიკაცია ყველაზე კარგი ახსნა სერიული მეწარმეობის მიზეზებისა?
- როგორ უკავშირებთ საწყისი სამეწარმეო აქტიობის წარუმატებლობას მომავალ ბიზნეს აქტიობას?

5. სამეწარმეო ქსელები

მიზნები:

1.5 თავის წაკითხვის შემდეგ, თქვენ შეძლებთ:

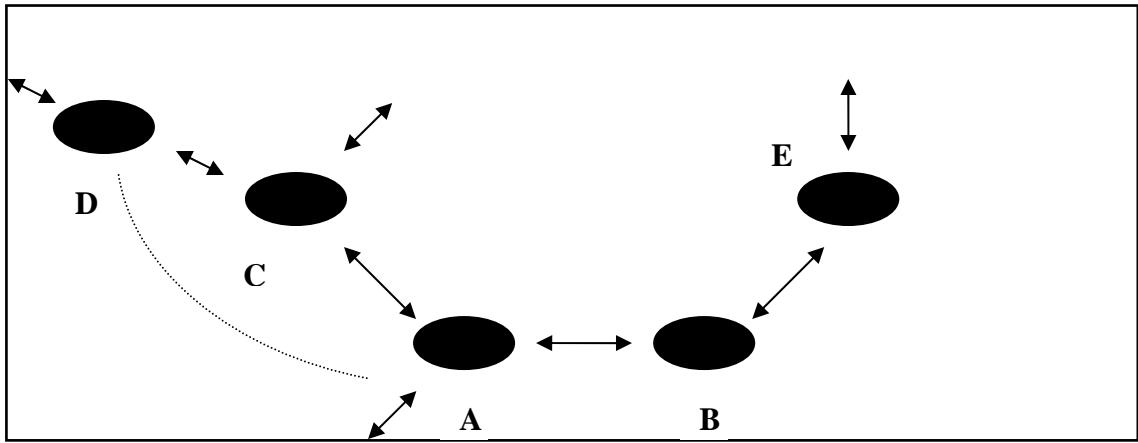
- აღწეროთ ფორმალური და არაფორმალური სამეწარმეო ქსელები;
- აღწეროთ ფორმალური სამეწარმეო ქსელები და ურთიერთობები, რომლებიც ამ ქსელების მახასიათებლებზეა დამოკიდებული;
- გაიგოთ სამეწარმეო ქსელების ფასი.

თუ გადავხედავთ მეწარმის ფსიქოლოგიურ პორტრეტს დავინახავთ, რომ ფსიქოლოგები მეწარმეს აღწერენ, როგორც ინდივიდუალისტსა და ავტონომიურ პერსონას. მაგრამ ბოლო წლებში, გაფართოებული კვლევების შედეგად, მეწარმეობის ახალი ასპექტები განვითარდა. ქსელები გახდა საკმაოდ მნიშვნელოვანი კვლევის საგანი. იმისათვის, რომ უკეთ გავიგოთ სამეწარმეო პროცესი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მეწარმემ უნდა მოახერხოს საქმის ორგანიზება ისე, რომ გამოიყენოს შესაძლებლობა მწირი რესურსების მეშვეობით. რესურსები ნედლეულის გარდა მოიცავს კაპიტალს, უნარ-ჩვევებს, ცოდნას, ტექნოლოგიებსა და სხვა კომპონენტებს, რომლებიც იცვლება ბიზნესიდან ბიზნესამდე. ამრიგად, ფორმალური და არაფორმალური ქსელები, პირულის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

ანუ როგორც მას უწოდებენ **სოციალური კაპიტალი** მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მეწარმის წამოწყების წარმატებასა და მისი საქმის წინსვლაში.

ძნელია განსაზღვრება მოუძებნო ქსელებს. ხალხის უმეტესობისათვის ძნელია ნათლად წარმოიდგინოს, თუ რას ნიშნავს იგი. როგორც დისკუსიის ამომავალი წერტილი ჩავთვალოთ, რომ ქსელი როგორც კონსტრუქცია, შედგება **ფორმალური და არაფორმალური** ურთიერთობებისაგან, რომელსაც ბიზნესი ამყარებს თავის გარემოსთან ან მეწარმე სხვა ინდივიდებთან. ამრიგად, ქსელები ყალიბდება ყოველი ბიზნესის გარშემო, რომელიც სპეციფიკურ ბაზარზე ჩნდება და ამიტომ ვერცერთი ქსელი სტატიკური ვერ იქნება. ყოველი ახალი წევრი სხვებს ქსელის მეშვეობით უკავშირდება. ნათელია, რომ ქსელური პროცესები საკმაოდ ბევრს სთავაზობს მეწარმეს. იგი ამ ურთიერთობებით ბევრს იძენს და ამავე დროს გასცემს კიდევ. ქსელები თავის თავში ტრანზაქციულობას გულისხმობს.

მეწარმე თავისი ქსელიდან იღებს უამრავ სხვადასხვა რამეს. პირველ რიგში, მეწარმემ შეიძლება მიიღოს კაპიტალი, ინფორმაცია და რჩევა. უფრო მეტიც, ინოვაცია შეიძლება ქსელის დამსახურება იყოს, იძლევა რა საშუალებას დაინახო, თუ როგორ ეპყრობიან სიახლეს ქსელის სხვა წევრები. **ფორმალური ქსელები** მოიცავენ პროფესიულ კავშირებს, სავაჭრო პალატებს, ასოციაციებს და ა.შ. **არაფორმალური ქსელი** უამრავია და მოიცავს ურთიერთობებს, დაწყებული ახლო მეგობრულ ურთიერთობებიდან სხვა მეწარმეებთან საქმიანი შეხვედრებით დამთავრებული. ფორმალური ქსელიდან მიღებული სარგებელი აშკარაა. იგი მოიცავს ლობირებასა და მხარდაჭერას, მაშინ როდესაც არაფორმალური ქსელები სხვა ტიპის მხარდაჭერას სთავაზობენ მეწარმეს: სტრატეგიული კომპეტენტურობის და ხედვის გაფართოებას, შესაძლებლობის იდენტიფიცირებას, ექსტრაორდინალური სიტუაციების დროს რესურსებით დახმარებას. ამ თვალსაზრისით შეიძლება დავინახოთ, რომ იმ მეწარმეებს, რომლებსაც ნაკლებად მიუწვდებოდათ ხელი არაფორმალურ ქსელებამდე, უფრო მცირე რაოდენობის უფასო ინფორმაციას იღებენ და ამიტომ იძულებულნი არიან ოპერირება მოახდინონ უფრო მცირე კაპიტალით (ლეონარდ ბარტონი, 1984). ხშირ შემთხვევაში იმ ეტაპზე, როდესაც მეწარმე ეძიებს შესაძლებლობებს, ჩათრეულია არაფორმალურ ქსელში გაცილებით ადრე, ვიდრე იგი თავის ბიზნესს წამოიწყებს.



გასაღები:

საზოგადოების წევრი: ინდივიდუმი, საოჯახო მეურნეობა, ჯგუფი, ორგანიზაცია
↔ პირდაპირი ურთიერთობები წევრებს შორის, ინტერაქტიული ურთიერთობები
----- პირდაპირი ურთიერთობები (გავლენა) იმ წევრებს შორის, რომლებიც თითო ნაბიჯზე მეტით არიან დაშორებულნი ერთმანეთისგან.

ნახაზი: სოციალური ქსელის რუკის მაგალითი

სამეწარმეო ქსელებს აქვთ რიგი მახასიათებლები, რომლებიც ძირითადად მცირე ფირმებს შეეხება და ქვემოთ მოკლედ არის ჩამოთვლილი:

1. მორფოლოგიური მახასიათებლები (სტრუქტურა და ფორმა), (მიტჩელი 1973).

ა) ღუზა (საკვანძო პოზიცია).

ქსელის ფოკუსი შეიძლება იყოს ბიზნესი ან მეწარმე იმის მიხედვით, თუ რამდენად გამოცდილია მეწარმე ან რამდენი წელია ბიზნესი არსებობს.

ბ) მიწვდომადობა.

ქსელის ღუზა, როგორც ზემოთ ითქვა, ქსელის სოციალური კონსტრუქციის ფარგლებში ურთიერთობაშია სხვა ელემენტებთან. იმის საზომს, თუ რამდენად შორია და რამდენად ადვილად შედის იგი ინტერაქტიულ ურთიერთობაში, **მიწვდომადობა** ეწოდება. შეიძლება დათვლილი იქნას ქსელის შიგნით ინტერაქტიული კავშირების რაოდენობა, რაც საჭიროა სასურველი წევრის მისაწვდომად. რაც ნაკლებია ინტერაქტიული კავშირები, მით მაღალია მიწვდომადობა. ამ თვალსაზრისით, შეიძლება განისაზღვროს ბიზნესის ვიწრო და ფართო ქსელები და გავიგოთ, თუ რა ძალისხმევაა საჭირო ქსელის შიგნით რესურსების მისაღებად. ასევე, ამგვარ გამოკვლევაში შეიძლება იდენტიფიცირება გავუკეთოთ ქსელის წევრებს, რომლებიც ერთ ქსელს მეორესთან აკავშირებენ.

გ) სიმჭიდროვე.

ქსელები შეიძლება იყოს მჭიდრო ან თავისუფალი (არამჭიდრო) იმის მიხედვით, თუ რამდენად ახლოს არიან ქსელის წევრები ერთმანეთთან. სიმჭიდროვე ყველაზე მაღალია ისეთი ქსელის შემთხვევაში, როდესაც თითოეული წევრი ქსელის სხვა წევრთან არის ურთიერთობაში. მეორე მხრივ, თუ ქსელის წევრმა სასურველი მიზანის მისაღწევად უნდა გაიაროს რამდენიმე სხვა წევრი, ქსელი არამჭიდროა. მჭიდრო ქსელი, როგორც წესი შედგება ოჯახის ან მეგობართა წრისაგან.

დ) ამპლიტუდა, დიაპაზონი.

სამეწარმეო ქსელის დიაპაზონი ღუზის მიმართ წევრების პეტეროგენურობას (არაერთგვაროვნებას) ასახავს. თუკი პირდაპირი კონტაქტისას რამდენიმე სხვადასხვა რესურსის მიწვდომა შეიძლება, ჩვენ გვაქვს ფართო ქსელი.

2. ინტერაქტიული მახასიათებლები:

ა) არსი, მნიშვნელობა.

არსი ფაქტიურად მიუთითებს, თუ რა მნიშვნელობა ენიჭება ყოველ ურთიერთობას სამეწარმეო ქსელის შიგნით. ყოველ ურთიერთობას აქვს გარკვეული ინტიმურობის დონე და მნიშვნელობა. ყოველ წევრს უხდება სხვადასხვანაირად ააწყოს ურთიერთობები ყოველ ინტერაქტივში. ისეთი

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

ფასეულობები, როგორცაა ოჯახი, მეგობრობა და ა.შ. აღწერს არსის დონეს.

ბ) ინტენსივობა

ქსელის შიგნით ყოველი წევრისათვის ყოველ ურთიერთობას აქვს განსხვავებული წონა. ეს წონა განსაზღვრავს ურთიერთობისათვის მზადებას, კომუნიკაციაზე პასუხს, მოვალეობების პატივისცემას და იმ უფლებების გამოყენებას, რომელსაც ურთიერთობები იძლევა.

გ) სიხშირე

სიხშირე იზომება დროით, რომელსაც მეწარმე ხარჯავს ან ინვესტირებას აკეთებს იმისათვის, რომ ურთიერთობა ჰქონდეს თავის ქსელთან და მოახერხოს ურთიერთობების კულტივირება, აუცილებელია გავლენას ახდენდეს გაცვლის ხარისხზე ან ინტენსივობაზე.

დ) ხანგრძლივობა

რადგან ქსელი დინამიურია და მონაწილეობა ნებაყოფლობითია, ხანგრძლივობა აღწერს დროს, რომლის განმავლობაშიც არსებობს ურთიერთობა. თუკი ორივე მხარე ხედავს, რომ ურთიერთობა ფასეულია, მაშინ არსებობს მაღალი ალბათობა იმისა, რომ ურთიერთობა გაგრძელდება. ეს უმეტეს წილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად აქვს ორივე მხარეს დროის ამ ურთიერთობებში ინვესტირების გაკეთების სურვილი.

ე) მიმართულება

მიმართულება გვიჩვენებს ურთიერთობებში ძალაუფლების მიმართულებას. ერთი წევრი შეიძლება უფრო სუსტი იყოს, ვიდრე მეორე და ამ შემთხვევაში სუსტი იღებს მხარდაჭერას ძლიერისგან. სამეწარმეო ქსელის მიმართულება შეიძლება იცვლებოდეს დროდადრო, მაგრამ ისეთ ძლიერ

სოციალურ ურთიერთობებში, როგორცაა მეგობრობა, მიმართულებას არა აქვს მნიშვნელობა.

მნიშვნელოვანია ამოვიცნოთ, თუ რა წვლილი შეაქვს ქსელებს სამეწარმეო პროცესში. რადგან არცერთი ბიზნესი არ არსებობს ვაკუუმში, აუცილებელია ურთიერთობების ინტენსიური გამოყენება, რათა მიზნები მიღწეული იქნეს. ქსელური პროცესები გარკვეულ გრაფიკს არ ექვემდებარება, მაგრამ გამოცდილი მეწარმეები ცდილობენ გაითვალისწინონ ურთიერთობებისათვის საჭირო დრო თავის გრაფიკში. ბოლოს, საჭიროა ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ ქსელებს ორმხრივ მიმართული დინება ახასიათებს, ანუ ყოველი წევრი იღებს და სარგებლობს ქსელის ურთიერთობებით, მაგრამ ამასთან ერთად ყოველმა წევრმა რაღაცა უნდა გაიღოს კიდევ.

სადისკუსიო საკითხები:

- დასაზეთ თქვენი ოჯახის, მეგობრების და ნაცნობების ქსელი. ჩამოთვალეთ რესურსები, რისი მიწვდომაც შეგიძლიათ თქვენ ქსელის მეშვეობით, რათა თქვენი მიზნები მიღწეული იქნეს.
- თქვენს გარემოში დაასახელეთ ფორმალური ბიზნეს-ქსელის მაგალითი და აღწერეთ, თუ რა მომსახურების და სარგებლის მიღება შეუძლიათ მის წევრებს.

6. შიდა მეწარმეობა და ინოვაცია

მიზნები:

1.6 თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ შეძლებთ:

- განასხვაოთ მეწარმეობა და შიდა მეწარმეობა (Intrapreneurship).
- აღწეროთ დაშვებები და ბარიერები, რასაც შიდა მეწარმე ხვდება კორპორაციულ გარემოში.

ამ მომენტამდე ჩვენ მეწარმეობას განვიხილავდით, როგორც მოვლენას ან პროცესს, რომელიც ხდება ყველა არსებულ ბიზნესს და დაკავშირებულია ახალ წამოწყებასთან. ჩვენ ვახსენეთ სერიული მეწარმეები, როგორც ინდივიდის

განმეორებითი სამეწარმეო აქტიობის სუბიექტები. ახლა განვიხილოთ შიდა მეწარმეობა (Intrapreneurship), რომელიც უკავშირდება დიდ და ჩამოყალიბებულ ორგანიზაციის უნარს, გამოიყენოს მის განკარგულებაში მყოფი ადამიანური რესურსების უნარები, ჯანსაღი და კარგად განვითარებული სამეწარმეო საქმიანობის მიმართ. შიდა მეწარმე (Intrapreneur) არის კორპორაციული აღმასრულებელი მუშაკი, რომელიც კორპორაციის შიგნით ახალ სამეწარმეო ხაზს ქმნის და ავითარებს.

დიდი ბიზნესი ცდილობს, გაერიდოს ბიუროკრატიულ სტრუქტურას და დაიჭიროს ინოვაციები მის წყაროსთან, გამოიყენოს თანამშრომლების ლატენტური სამეწარმეო თვისებები.

ყველა ინოვაციურ დიდ ბიზნესში, როგორცაა, ჯენერალ მოტორსი და yahoo შეიძლება გამოვარჩიოთ თანამშრომლები, რომლებიც ცვლილებების ინიციატორები არიან და შეუძლიათ ეს ინოვაციები აღექვატურად წარმოადგინონ. ეს ინდივიდები შეიძლება თვითონ დამოუკიდებლად გახდნენ მეწარმეები და ბაზარზე იმოქმედონ როგორც ცვლილებების აგენტებმა. მაგრამ დიდმა კომპანიებმა „გამოიჭირეს“ სამეწარმეო ტალანტები და მათ სათანადოდ აფასებენ. ამრიგად, იმის მაგიერ, რომ თანამშრომელს “დაუკმაყოფილებელი” მენეჯერის როლი შესთავაზონ, კომპანია მას შიდა მეწარმის როლს სთავაზობს. ამრიგად, შიდა მეწარმეები არიან მეწარმეები ბიზნეს-კონსტრუქციის შიგნით. მათ განკარგულებაში არის კომპანიის რესურსები, რომელთა გამოყენება შეუძლიათ მათ მიერ იდენტიფიცირებული შესაძლებლობების გამოსაყენებლად. ახალი საქმის წამოსაწყებად რისკის გარდა საჭიროა კაპიტალი, რესურსები, ცოდნა, უნარ-ჩვევები და გამომდინარე სიტუაციიდან, სხვა ელემენტები. ინდივიდმა შეიძლება აირჩიოს მეწარმედ გახდომის გზა თუ იგი თვლის, რომ მას შეუძლია იტვირთოს შესაძლებლობების გამოყენებისთვის საჭირო რესურსების მოძიება და აქედან მიღებულმა მოგებამ უნდა გადაფაროს გაწეული რისკის ფასი. შიდა მეწარმეობის ბიზნესის შემთხვევაში კი, მეწარმის ნიჭით დაჯილდოებული ადამიანი იყენებს მის წინაშე გახსნილ შესაძლებლობებს იმ სიტუაციაში, როდესაც იგი უკვე ჩამოყალიბებული ბიზნესის სტრუქტურის შიგნითაა. იგი ასევე იყენებს იმ რესურსებს, რომელიც გაცილებით ადვილი მისაწვდომია უკვე ჩამოყალიბებული დიდი ბიზნესის შიგნით და დამჭირავებელისაგან იღებს ანაზღაურებას მისი ბიზნესის წინსვლისათვის.

პირელის უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007

გარკვეული მოსაზრებით შიდა მეწარმეობა არის მეწარმეობა დაცვითი ქსელის შიგნით. თუმცა უკუგება შეიძლება გაცილებით ნაკლები იყოს, ვიდრე თავისუფალი მეწარმეობის შემთხვევაში, მაგრამ რისკებიც შესაბამიად ნაკლებია.

შიდა მეწარმეს შეუძლია იარსებოს როგორც ბიზნესის ორგანიზაციული კულტურის ნაწილმა იმ შემთხვევაში, თუ იგი პოულობს **მხარდაჭერას, დაცვასა და ანაზღაურებას**. გაფართოების მიზნით შიდა მეწარმის ბიზნესს შეუძლია რამოდენიმე იარაღის გამოყენება:

- შედა მეწარმეობის სპონსორობა – უნდა დასპონსორდნენ ის ინდივიდები, რომლებიც ეძებენ ინოვაციებს და სამუშაო გრაფიკში აქვთ საკმარისი დრო მათი განხილვისათვის;
- სათავეში მდგომი მეწარმის ჩართვა ბიზნესის ყოველ შემდგომ ეტაპზე – რიგ ორგანიზაციებში საწყისი კონცეფციის მატარებელი ადამიანი გამოიღვენება პროექტის ახალ დონეზე გადასვლასთან ერთად. მაგრამ მოტივაციური ფაქტორებიდან და საქმისადმი ერთგულებიდან გამომდინარე, უკეთესი გადაწყვეტილება იქნება, რომ საწყისი მეწარმე დარჩეს და ჩართული იყოს მზარდი პროექტის შემდგომ დინეზე;
- ავტონომიური სამეწარმეო ჯგუფები – შიდა ჯგუფები უნდა მოქმედებდნენ როგორც მეწარმეები. მათ უნდა გააჩნდეთ რესურსების ფლობისა და გადაწყვეტილების მიღების თავისუფლება;
- ბიუროკრატიის დაბალი დონე – შიდა მეწარმეს სჭირდება ორგანიზაციის შიგნით, პროექტის ნებისმიერ ეტაპზე, ჰქონდეს რესურსების მიწვდომის თავისუფლება. კონცეპტუალური იდეებიდან რეალურ დონემდე ბიუროკრატიის მაღალი დონე კი შეანელებს ამ პროცესს და შეიძლება ისე მოხდეს, რომ მისი განხორციელების მომენტისთვის იდეა დაგვიანებული აღმოჩნდეს.
- რისკების, შეცდომებისა და წარუმატებლობის შესაძლებლობის აღიარება – როდესაც ხდება ახალ პროექტებში ინვესტირება, ორგანიზაციას უნდა შეეძლოს თვალი გაუსწოროს წარუმატებლობას სწორედ ისევე, როგორც თავისუფალ მეწარმეს. ეს წარუმატებლობა შეიძლება იყოს შედეგი შიდა მეწარმეობის ჯგუფის შეცდომებისა. და

თუკი წარუმატებლობა ისჯება კომპანიის მხრიდან, შემდეგ აღმოჩენილი შესაძლებლობების გამოყენების შანსი მინიმალური ხდება.

- ხანგრძლივ ვადაზე გთვლილი წარმატების ფილოსოფიისადმი ერთგულება – შემჭიდროებულ დროის მონაკვეთში (რომელზედაც ორიენტირებას არის მიჩვეული ორგანიზაცია) შიდა მეწარმეობის აქციონერებმა რეალური საგრძნობი შედეგები შეიძლება ვერ მოახდინონ. ერთი იდეის მომგებიანად ქცევას შეიძლება მეტი დრო დასჭირდეს ვიდრე მეორეს. ამრიგად, ამ პროცესს სრული განვითარებისათვის სჭირდება დრო და ხანგრძლივ პერიოდზე გათვლილი ინვესტიციები.
- იდეებისთვის საჭირო რესურსების არსებობა – შიდა მეწარმეს და მის გუნდს სჭირდება რესურსები. იდეა უფრო სწრაფად მიაღწევს ბაზარს, რაც უფრო სწრაფად ხელმისაწვდომია რესურსები.
- ანაზღაურების სისტემა შიდა მეწარმეობის პროცესისათვის – ნებისმიერ ორგანიზაციას, რომელსაც სურს გააფართოოს მეწარმეობა და გამოიყენოს ინოვაციები, უნდა გააჩნდეს ამის ხელშემწყობი ანაზღაურების სისტემა. იმისათვის, რომ მოხდეს აქტივობის წახალისება, შიდა მეწარმეს სჭირდება მის მიერ შეტანილი წვლილისათვის ანაზღაურების მიღება. ანაზღაურების სისტემები შეძლება მოიცავდეს მოკლევადიან და გრძელვადიან გადახდის სისტემებს, განათლებისა და ჯანმრთელობის დაზღვევის სისტემებს და სხვ.

მეორეს მხირვ, შიდა მეწარმეობის ბარიერები მოიცავს:

- ტრადიციული დიდი ბიზნესის ორგანიზების იერარქიულ სისტემას, რომელსაც ბევრი გამყოფი აქვს მენეჯმენტის ქვედა და ზედა რგოლებს შორის;
- არასასურველი კორპორაციული კულტურა, რომელიც არ განგაწყოთ კომუნიკაციებისაკენ და მოქნილი სამუშაო ადგილის აღწერისადმი;
- მოქმედების სტანდარტები და გაზომვის სტანდარტები, რაც მორგებულია დიდ ბიზნესზე, როგორც მოკლევადიანი შემოსავლები ან ხარჯების კონტროლი;
- ხისტი და დროის მფლანგველი დაგეგმვის პროცედურები;

- მფლობელობის საზღვრები;
- ადამიანური რესურსების მაღალი გადაღინება;
- არაეფექტიანი ანაზღაურების სისტემა;

ბოლოს, სწორედ ასევე, როგორც ჩვენ შევეცადეთ მეწარმეობის დამახასიათებელი მომენტების განსაზღვრა, იგივე შეგვიძლია გავაკეთოთ შიდა მეწარმეობისათვის. ამრიგად, შიდა მეწარმეობა მეწარმეობისაგან ორი ძირითადი მომენტით განსხვავდება: პირველი, შიდა მეწარმე ნაკლები რისკის მიმღებია და მოცემული იდეის ექსპლუატაციიდან გამომდინარე შეიძლება ხელავედეს თავისუფალი მეწარმეობის უპირატესობას, მაგრამ არ თვლის, რომ საჭიროა ამას თავისი კარიერა შესწიროს. ამასთანავე, შიდა მეწარმეს გააჩნია აკუმულირებული მენეჯერული გამოცდილება, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იქნას ახალ პროექტში. უფრო მეტიც, შიდა მეწარმეს აქვს არჩევანი – გახდეს მეწარმე თავისი კარიერის ნებისმიერ ეტაპზე, მაშინ როდესაც მეწარმეებისთვის კარიერის შეცვლა შეიძლება პრობლემური იყოს. მენეჯერული უნარ-ჩვევებიდან გამომდინარე შიდა მეწარმეს შეუძლია მრავალი როლი შეითავსოს, გაიგოს და შეაფასოს გარემო, გამოიყენოს ღია დისკუსიის ტექნიკა პრობლემების გადასაწყვეტად და შესაძლებლობების გამოსაყენებლად. მას აგრეთვე შეუძლია გამოიყენოს ის ორგანიზაციული კულტურა, რომლის ნაწილსაც იგი წარმოადგენს და შექმნას შიდა მეწარმეობის მსგავსი გუნდი. უფრო მეტიც, სამეწარმეო უნარ-ჩვევებიდან გამომდინარე, შიდა მეწარმეს სჭირდება ხედვა, მოქნილობა, მოქმედებაზე ორიენტირება, წარუმატებლობის მენეჯმენტის და წარუმატებლობის გადალახვის და თვით დასმული მიზნების მიღწევის უნარი.

შიდა მეწარმეობა, როგორც კონცეფცია არის ისეთი საზოგადოების აშენების უნარი, რომელსაც შეუძლია ინოვაციის ნებისმიერი ფორმით დანერგვა. სოციალური შიდა მეწარმეობის აზროვნების სტილი, რომელიც წარმოადგენს შესაძლებლობის იდენტიფიცირების და გამოყენების საშუალო უნარს, შეიძლება გავრცელდეს და განვითარდეს ორგანიზაციის შიგნით. კარგმა მენეჯერმა შეიძლება ისე შეარჩიოს თანამშრომლები და ისეთი გუნდი შექმნას, რომლის ინოვაციების გაცნობისა და განხორციელების საშუალო უნარი გაცილებით მეტი იყოს, ვიდრე მთლიანად საზოგადოებაში. თუკი ინოვაცია მხოლოდ ტექნიკური არ არის, იგი აუცილებლად საჭიროებს სხვადასხვა ცოდნისა და პირების უნივერსიტეტი – მაისი, 2007 თბილისის უნივერსიტეტი – ნოემბერი, 2007/4

უნარ-ჩვევების ადამიანების ძალისხმევას, რომლებსაც უნარი აქვთ დაინახონ შესაძლებლობები და ჩამოაყალიბონ ახალი ბიზნესის კონცეფცია.

სადისკუსიო საკითხები

- დაასახელეთ შიდა მეწარმეობის ორგანიზაცია და ახსენით, თუ როგორ პოულობს და იყენებს იგი ინოვაციას;
- როგორ შეიძლება შიდა მეწარმეობის პრინციპების დანერგვა საზოგადოებრივ სექტორში ან სოციალურ სქემებში?
- რატომ ამჯობინებდი შიდა მეწარმეობის გარემოში მუშაობას თქვენი საკუთარი ბიზნესის წამოწყებასთან შედარებით?

7. მცირე და საშუალო მეწარმეობა

შესწავლის მიზნები:

7.1 ქვეთავის წაკითხვის შემდეგ, თქვენ შეძლებთ:

- განსაზღვროთ მცირე და საშუალო საწარმოების ცნება.
- ახსნათ მცირე და საშუალო საწარმოების როლი და მნიშვნელობა ეკონომიკაში.
- გაიგოთ მათი პრობლემები და სასიცოცხლოდ აუცილებელი პირობები.
- ერთმანეთისგან განასხვავოთ მეწარმეობა და მცირე ბიზნესი. მენეჯმენტი.

მოცემული ტექსტი მიზნად ისახავს მეწარმეობის საფუძვლების შესწავლას. მცირე და საშუალო საწარმოები კი მეწარმეობის შინაარსს მნიშვნელოვნად ავსებენ. მცირე ბიზნესი და მისი მენეჯმენტი არ არის გაიგივებული მეწარმეობასთან და მაინც ყველა მეწარმის საქმიანობა იწყება მცირე ან საშუალო ბიზნესით. ახალი წამოწყება დიდ ბიზნესად მხოლოდ წარმატების მიღწევის შემდეგ გადაიქცევა. გამონაკლისს მხოლოდ სერიული მეწარმეები წარმოადგენენ.

მცირე და საშუალო საწარმოები (SMEs) თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის ხერხემალია, ამიტომ მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობა სახელმწიფოსთვის ყოველთვის აქტუალურია ნებისმიერი ეკონომიკური რეფორმის, თუ მრეწველობის რესტრუქტურის პროცესში.

დასასრულს უნდა ავლნიშნოთ, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები არ გვანან მსხვილ საწარმოებს. მათი მოქმედებები (ქცევა) განსხვავებულია და არ შეიძლება იმის მტკიცება, რომ მცირე ბიზნესი იგივე დიდი ბიზნესია, მხოლოდ სხვა მასშტაბში.

7.1 განსაზღვრება

ისტორიულად, მცირე ბიზნესის არსებობა ანტიკურ კულტურათა უმეტესობაში დასტურდება. თვითდასაქმება და ვენჩურული საქმიანობა ადამიანის აქტიური ცხოვრების ნაწილია. მცირე ბიზნესი გაჩნდა მომხმარებელთა საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად. სწორე ამ მიზეზით გამოჩნდნენ მეწარმეები ბაზარზე.

ქრ.შ-მდე 2100 წელს, ბაბილონის მეფე ჰამურაბმა შექმნა პირველი კანონები მცირე ბიზნესის შესახებ. ეს კანონები იცავდა მომხმარებლებს თაღლითებისაგან. დღეს მცირე და საშუალო საწარმოები იმ ისტორიული პერიოდისაგან შორს არიან და ამჟამად განვითარებული და განვითარებადი ეკონომიკების პრობლემების მოგვარების საშუალებად მიიჩნევიან.

1980-90-იან წლებში განსაკუთრებით მწვავე დებატები იმართებოდა მცირე და საშუალო საწარმოების თაობაზე იმ თვალსაზრისით, რომ განვითარებულ და განვითარებად ეკონომიკებში წამატების მისაღწევად ხელი უნდა შეუწყონ SME-ების განვითარებას. ინდუსტრიული წარმოების, მომსახურების ეკონომიკის და დიდი ორგანიზაციის პრობლემების პირობებში დასავლეთის მთავრობებმა აღიარეს SME-ს უპირატესობა. ამის შედეგი გახდა „სამეწარმეო კულტურის“ ახალი თეორიის გამოჩენა, რომლითაც აღწერილია ისეთი ქვეყნების ეკონომიკური საქმიანობის საფუძვლები, როგორებიცაა გაერთიანებული სამეფო, ირლანდია, აშშ და სხვ.

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

SME-ს დახასიათება შესაძლებელია სამი პარამეტრით, როგორებიცაა: დასაქმება, შემოსავალი და სხვა მახასიათებლები.

SME-ს პირველი განმარტება შემუშავებული იქნა ბოლტონის კომიტეტის მიერ (1971 წ.) გაერთიანებულ სამეფოში, როდესაც მთავრობამ დააფინანსა კვლევითი პროექტი, რომლის ფარგლებშიც უნდა შესწავლილიყო მცირე ბიზნესის სექტორი და მისი შესაძლებლობები იმ სოციალური და ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტაში, რომელიც პრივატიზაციას და დეინდუსტრიალიზაციას უკავშირდებოდა.

კომიტეტის შრომების თანახმად, მცირე და საშუალო საწარმო

- წარმოებაში არაუმეტეს 200 და მშენებლობაში – არაუმეტეს 25 კაცს ასაქმებს;
- წლიური შემოსავალი არ აღემატება (1971 წლისთვის) 50,000-ს ფუნტ-სტერლინგს;
- მცირე საბაზრო წილით ხასიათდება, მესაკუთრის (ან მესაკუთრეების) მიერ იმართება და დამოუკიდებლად ფუნქციონირებს.

ნათელია, რომ ეს პირველადი განმარტება მნიშვნელოვნად დაეხმარა საზოგადოებას SME-ს არსის გაგებაში. ამ განმარტების მეშვეობით წარმოების სხვადასხვა სფეროებში ეკონომიკური საქმიანობის მიხედვით მუშახელის რაოდენობასა და შემოსავლების დონეებში განსხვავებების არსებობა უფრო თვალსაჩინო გახდა. თანამედროვე განმარტება ემყარება მოცემულ განსაზღვრებას. შესაბამისად, მათ სურდათ ჩამოეყალიბებინათ უფრო ზუსტი განმარტება მრავალი საწარმოს პრობლემატიკის შესწავლის საფუძველზე.

დღეს ევროკავშირი SME-ს განიხილავს სამ განსხვავებულ დონეზე (1/1/2005):

ცხრილი 1- SME-ს ევროკავშირისეული განსაზღვრა (1/1/2005)

				მახასიათებლები
SME-ს ტიპი	მუშახელი	შემოსავალი	ან საბალანსო	

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

		ფურცელი	
მიკრო	0-9	€2 მილიონი ან €2 მილიონი	ავტონომიური
მცირე	10-49	€10 მილიონი ან €10 მილიონი	ავტონომიური
საშუალო	50-249	€50 მილიონი ან €43 მილიონი	ავტონომიური

ეს განსაზღვრება გვაძლევს SME-ების უკეთეს სეგმენტაციას, გვიჩვენებს, რომ მიმართულებების იდენტიფიკაცია შეიძლება დამოკიდებული იყოს მხოლოდ ერთი ქვეჯგუფზე. განმარტება შესაძლებელია ზოგიერთი სხვა დეტალის საფუძველზე გაღრმავდეს, მაგრამ არ იყოს მოცემული თვალსაზრისით საყურადღებო.

მუშახელის რაოდენობა, თუ შემოსავალი უნდა შეფასდეს და ისე მოხდეს საწარმოს ჩასმა განსაზღვრულ ქვეჯგუფში. დამოუკიდებლობის მაჩვენებელი ხელსაყრელია ყველა სახის ბიზნესისათვის, რადგან ახდენს იმ ფაქტის კონსტატაციას, რომ არც ერთი SME არანაირად არ არის დაკავშირებული სხვა ბიზნესთან. იმისათვის, რომ SME სხვა ბიზნესზე დამოკიდებულად ჩაითვალოს, პირველი უნდა ფლობდეს მეორის 25%-ს ან პირიქით.

ცხრილის მონაცემების მიხედვით, ევროკავშირში არის დაახლოებით 19 მილიონი SME, რაც წარმოადგენს ევროკავშირის მთელი ბიზნეს-საქმიანობის 99,9% და მათში დასაქმებულია 97 მილიონი კაცი.

ცხრილში №2 მოცემულია SME სექტორის მოკლე მიმოხილვა, სადაც შედარებულია ევროკავშირის ფარგლებში მოქმედი ბიზნესის სხვადასხვა ფორმები. მონაცემები ეყრდნობა ევროკავშირის 19 ქვეყანას (2003 წლის პუბლიკაცია) და მომზადებულია ევროპის კომისიის მიერ (2004 წელს).

ცხრილი 2- ევროკავშირის SME-ების მონაცემები 2003 წელს

მიკრო	მცირე	საშუალო	სულ SME	სხვა	სულ
-------	-------	---------	---------	------	-----

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

ბიზნესის რაოდენობა	17,820,000	1,260,000	180,000	19,270,000	40,000	19,310,000
მთელის %	92%	7%	1%	100%	(<0.25%)	100%
მთლიანი დასაქმება	55,040,000	24,280,000	18,100,000	97,420,000	42,300,000	139,710,000
საშუალო დასაქმება	3	19	98	5	1,052	7
მთელის %	39%	17%	13%	70%	30%	100%
თითოეულის შემოსავალი	€440,000	€3,610,000	€25,680,000	€890,000	€126,030,000	€540,000
ექსპორტის % შემოსავალში	9%	13%	17%	12%	23%	17%

ყველა განვითარებული და განვითარებადი ეკონომიკის მქონე ქვეყანაში შ - ების რაოდენობა 1980 წლიდან მნიშვნელოვნად გაიზარდა. ზემოთ მოცემული ცხრილიდან ჩანს, რომ შ -ები დომინირებენ წარმოების სფეროში. მიკრო საწარმოები უპირატესად გვხვდება მშენებლობის, საბითუმო, საცალო ვაჭრობის და პერსონალური მომსახურების სფეროში; მეორე მხრივ, უფრო მსხვილი კომპანიები – ენერჯის წარმოებაში, მომპოვებელ მრეწველობაში, ტრანსპორტში, კომუნიკაციებში და საწარმოო მომსახურებაში.

7.2 SME-ს მნიშვნელობა და მათი გადარჩენის გზები

SME-ებს ეროვნული ეკონომიკისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ბევრი მიზეზის გამო. SME-ები ძირითადად მსხვილი კომპანიების წამმართველ ძალას

წარმოადგენენ. როდესაც მცირე ბიზნესი იზრდება, ის მეტ ადამიანს ასაქმებს, ეროვნული შემოსავალი იზრდება და მიმდინარეობს სიმდიდრის განაწილება.

ასევე მნიშვნელოვანია SME-ების როლი ცოდნის პროგრესში, ინოვაციების განვითარებაში და იზოლირებული ბაზრების ნიშების დაკვრობაში.

შეფასებულია, რომ SME-ები 2.4-ჯერ მეტად ნოვატორები არიან მსხვილ კომპანიებთან შედარებით (აშშ-ს მცირე ბიზნესის ადმინისტრაცია, 1995 წ.). გარდა ამისა, SME-ები ფასდაუდებელ გამოცდილებას აძლევენ ახალგაზრდა ადამიანებს, რომლებიც განათლების მიღების შემდეგ შრომის ბაზარზე გადიან. და ბოლოს, SME-ები უკეთ აკმაყოფილებენ სპეციალური მუშა ჯგუფების მოთხოვნილებებს. დასასრულს, SME არის სივრცე, სადაც სამეწარმეო აქტივობა იბადება.

სამწუხაროდ, SME-ებს ბევრი პრობლემა აქვთ, რომლებიც იწვევენ ფირმები დაღუპვას. ჩვეულებრივ, ყოველ წელს დახურული ფირმების რაოდენობა უთანაბრდება იმ წელს დაარსებულთა რაოდენობას. ლიკვიდირებული და დაფუნდებული ფირმების რიცხვი მაღალია SME სექტორში, ეს განსაკუთრებით მიკრო და მცირე საწამოებს ეხება.

SME-ებს აქვთ ბევრი ძლიერი მხარე. მათ რიცხვში შედის:

- ფინანსური მდგრადობა. დიდ ბიზნესებთან შედარებით, SME-ს მფლობელები იღებენ უფრო მაღალ შემოსავლებს საკუთარი კაპიტალდაბანდებებიდან. ამ მიზეზით არის განპირობებული ის, რომ ზოგიერთი წარმოება უკეთ არის მორგებული მცირე და არა მსხვილ ბიზნესს.
- ინოვაცია. SME-ები მსხვილ ბიზნესთან შედარებით უფრო მოქნილნი არიან და სიახლის ათვისებაც სწრაფად შეუძლიათ.
- დიდი ბიზნესების SME-ზე დამოკიდებულება. ბაზარზე დიდი კომპანიების უმრავლესობა SME-ზე დამოკიდებულია რესურსების მიწოდების, მომსახურების და წარმოების პროცესთან დაკავშირებული სხვა საკითხებიდან გამომდინარე.

- დასაქმება. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, SME-ები ზრდიან დასაქმების დონეს. მათ აქვთ დასაქმების მარტივი პოლიტიკა და ჩვეულებრივ შეუძლიათ მოიძიონ საჭირო კომპეტენციები, რომელიც სჭირდებათ ბაზარზე შედგენისათვის.

მეორე მხრივ, SME-ებს რამდენიმე სუსტი მხარე აქვთ. მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია წარუმატებლობის მაღალი დონე და მენეჯერული გამოცდილების ნაკლებობა. გლობალიზაცია და საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება SME-ებისთვის შეიძლება მოგვევლინოს ან საფრთხედ, ან ახალ შესაძლებლობად, რაც დამოკიდებულია მათ მოქნილობასა და ხედვაზე. გარდა ამისა, ტრადიციული SME-ები შეიძლება ბევრი სხვა პრობლემის წინაშე აღმოჩნდნენ. სწორედ ეს განასხვავებს მსხვილ და პატარა კომპანიებს ერთმანეთისგან. კერძოდ,

- SME-ს მესაკუთრეს, რომელიც არის ერთი ადამიანი, უდიდესი გავლენა აქვს ბიზნესზე და ბიზნესი მასზე დამოკიდებული ხდება;
- მცირე ბიზნესს არ შეუძლია ზემოქმედება მოახდინოს გარემოზე, მაშინ როცა თვითონ მთლიანად მისი გავლენის ქვეშ შეიძლება მოექცეს;
- ჩვეულებრივ, მცირე ბიზნესი არის ბაზრის მარტოხელა მოთამაშე და სთავაზობს პროდუქციას და მომსახურებას მთლიანი ბაზრის განსაზღვრულ სეგმენტში.
- მცირე ბიზნესის საწარმოები, უმეტეს შემთხვევაში, ენდობიან შეზღუდული რაოდენობის მომხმარებლებს. განსაკუთრებით ეს ეხება „ბიზნესი ბიზნესისთვის“ სექტორს. ასეთ შემთხვევაში მცირე ბიზნესს შეიძლება ერთადერთი მომხმარებელიც კი ჰყავდეს.
- სიძნელეები მცირე ბიზნესში ჩნდება კაპიტალის ზრდასთან დაკავშირებით და აქედან გამომდინარე, მათ უხდებათ გამკლავება ისეთ პრობლემებთან, როგორებიცაა საქმიანობის გაფართოება და სტრატეგიის ფორმირება.

7.3 განსხვავება მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტსა და მეწარმეობას შორის

„მეწარმეობა“ და SME-ების მენჯემენტს ხშირად ერთმანეთთან აიგივებენ, თუმცა ისინი იდენტური ცნებები არ არის. აქედან გამომდინარე, განათლებულ ინდივიდს, რომელსაც აქვს სამეწარმეო კულტურის ცოდნის ამბიცია, უნდა შეეძლოს მეწარმე მცირე ბიზნესის მენეჯერისაგან განსხვავება. იმისათვის რომ, თავიდან ავიცილოთ გაუგებრობები, საჭიროა თავიდანვე აღვნიშნოთ, რომ როგორც სამეწარმეო ბიზნესი, ისე მცირე ბიზნესი საზოგადოებისთვის და მთლიანად ეკონომიკისთვის აუცილებელი და სასიცოცხლო მნიშვნელობის მატარებელია. ისინი თითქმის თანაბრად მნიშვნელოვანნი არიან. ორივე მათგანი შემოსავლით ამარაგებს და უზრუნველყოფს ეკონომიკას და ზრდის ქვეყნის ერთობლივ სიმდიდრეს. ასევე, ისინი წარმოების გაფართოების გზით ხალხს სამუშაო ადგილებს სთავაზობენ და ამსუბუქებენ ისეთ მნიშვნელოვან სოციალურ პრობლემას, როგორცაა უმუშევრობაა. მიუხედავად ამისა, ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან არსებითი თვალსაზრისით, იმდენად რამდენადაც თითოეული მათგანი არსებობს და ქმნის ახალ შესაძლებლობებს განსხვავებული გზით. ასე რომ, მათგან მიღებული ეკონომიკური სარგებელი მთლიანობაში ერთიანია, მაგრამ ისინი განსხვავებულ ეკონომიკურ ფუნქციებს ასრულებენ.

მთავარი განსხვავება სამეწარმეო და მცირე ბიზნესს შორის იმაში მდგომარეობს, რომ ისინი აყალიბებენ ახალ შესაძლებლობებს განსხვავებულად და სისრულეში მოჰყავთ მათი მეპატრონეების პერსონალური ამბიციები. მათ შორის განსხვავება შეიძლება იდენტიფიცირებული იქნას პერსონალურ დონეზე: მეწარმე მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯერის წინააღმდეგ, ისე ბიზნესის დონეზე: მეწარმეობა მცირე ბიზნესის წინააღმდეგ. ამასთან, პირველი განსხვავება უფრო მეტად სუბიექტურია და მგრძობიარეა. ბიზნესის თითოეული სახე შეიძლება მოითხოვდეს განსხვავებულ ინდივიდუალურობას და ასევე განსხვავებული სამეწარმეო მცდელობებს. აღნიშნულის გამო, ჩვენ უნდა დავეყრდნოთ პერსონალურ თვისებების თეორიას, რომ ჩაუვლდრმავდეთ აღნიშნულ საკითხს. ასე რომ, უფრო სწორი იქნება განვასხვავოთ მეწარმეობა და მცირე საწარმოები ერთმანეთისგან. მათ შორის განსხვავება ემყარება მათი მფლობელი-მეპატრონეების პერსონალურ თვისებებს შორის სავადასხვაობას. იმისთვის რომ, კარგად დავინახოთ მათ შორის განსხვავება, საჭიროა განვიხილოთ ბიზნესის სამი სხვადასხვა ძირითადი ელემენტი: 1. ინოვაცია; 2. ზრდა; 3. სტრატეგია.

1. ინოვაცია

მცირე ბიზნესისგან განსხვავებით, წარმატებული ვენჩურული ბიზნესი მნიშვნელოვან ინოვაციას ემყარება. შესაძლებლობა ამ შემთხვევაში უფრო მეტად განივთებულია აუთვისებელ, დაუმუშავებელ კონცეფციაში, მაშინ როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესის შემთხვევაში შესაძლებლობა ან არსებული კონცეფციის იდენტურია ან მისგან უმნიშვნელოდ განსხვავდება. ამასთან ერთად, მცირე ბიზნესის საწარმო შეიძლება აცნობდეს ინოვაციას ბაზრის იმ ნაწილს, რომელსაც ამ ინოვაციაზე ხელი არ მიუწვდება. ყოველივე ამის მიუხედავად, იგი არ ითვლება სიახლის დანერგვად, ის აღიქმება ინოვაციის გამავრცელებლად.

2. ზრდა

ბიზნესის სიდიდის მიხედვით ჩვენ არ შეგვიძლია განვსაზღვროთ ის სამეწარმეო ბიზნესს მიეკუთვნება, თუ მცირე ბიზნესს. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მცირე და საშუალო ბიზნესის განსაზღვრება მუდმივი დებატების საგანია მკვლევარებისა და ეკონომიკური პოლიტიკის შემქმნელებს შორის. მიუხედავად ამისა, არსებობს ერთი საერთო დამახასიათებელი მიდგომა, რომელიც უკავშირდება თვალსაზრისს ზრდის პოტენციალის შესახებ. ფაქტია, რომ სამეწარმეო ბიზნესის საწარმოებს ზრდის უფრო მაღალი პოტენციალი გააჩნიათ, ვიდრე მცირე ბიზნესის საწარმოებს და ეს პოტენციალი ზუსტად შეესაბამება გამოყენებული ინოვაციის დონეს. ეს ასევე გულისხმობს იმას, რომ მსხვილი ვენჩურული საწარმოები შეიძლება უფრო მეტად რისკიანები იყვნენ, ვიდრე მცირე საწარმოები. ამასთან, სამეწარმეო ბიზნეს-საწარმო შეიძლება შეიქმნას ახალი მრეწველობის განვითარებისთვის და მულტინაციონალურ საწარმოდაც გარდაიქმნას. მეორე მხრივ, მცირე ბიზნესი, როგორც წესი, ბაზარზე ხვდება წინააღმდეგობებს, რაც მას განასხვავებს სამეწარმეო ბიზნესის საწარმოთაგან.

3. სტრატეგია

ნებისმიერი სახის მენეჯერული საქმიანობა თავის მიზნებსა და ამოცანებს მოითხოვს. ეს მიზნები და ამოცანები ახასიათებენ ბიზნესის სტრატეგიულ

მსოფლმხედველობას. მცირე ბიზნესის საწარმოები, როგორც წესი, არაფორმალურ სტრატეგიას აყალიბებენ იმ მიზნებთან დაკავშირებით, რომლებიც მიმართულია გაყიდვების მოცულობის ზრდის და დანახარჯების შემცირებისკენ. სამეწარმეო ბიზნესის სტრატეგია უკავშირდება წარმოების გაფართოებას და საბაზრო წილის გაზრდას, რამდენადაც ეს საკითხები ბიზნესის სამომავლო და გრძელვადიანი განვითარების ამოსავალ წერტილებს წარმოადგენენ.

როგორც მეწარმეობას, ისე მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტს შეუძლია მნიშვნელოვანი სიმდიდრე შექმნას მათი დამაარსებლებისთვის. აგრეთვე, სამეწარმეო რისკი საყურადღებოა მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის. შეიძლება ითქვას, რომ საქმიანობის ორივე სახე მიეკუთვნება თვითდასაქმების კატეგორიას და უფრო მაღალი რისკის მატარებელია, ვიდრე დაქირავებული სამუშაო.

ამგვარად, იმისთვის რომ განვასხვავოთ მეწარმე მცირე ბიზნესის მფლობელის/მენეჯერისაგან, მართებულია ითქვას, რომ მეწარმეობა ბიზნესის მართვის განსხვავებული გზაა. ვენჩურული ბიზნესი მოითხოვს შემოქმედებით მენეჯმენტსაც, რათა მოიცვას ინოვაცია, ზრდა და სტრატეგია. მცირე ბიზნესის მენეჯერმა ყოველდღიურად უნდა აამაღლოს მართვის ეფექტიანობა, მაგრამ მას არ შეიძლება ჰქონდეს იმის შესაძლებლობა, რომ მომავალში საკუთარი ბიზნესი წარმართოს უფრო რთულ და დინამიკურ გარემო-პირობებში. ასე რომ, სამეწარმეო მენეჯმენტი შეიძლება გაგაიგივოთ ცვლილებების, შესაძლებლობათა ოპტიმალური გამოყენებისა და დიდი ბიზნესის მართვის შემადგენელი ნაწილების ერთიანობასთან. აღნიშნული განსხვავებები მეწარმეებსა და ადმინისტრატორებს შორის შეფასებულია სტივენსონის მიერ (1999). მისი ანალიზი ეფუძნება 6 ამოსავალ ფუნდამენტურ პრინციპს:

1. სტრატეგიული ორიენტაცია:

მეწარმე: „მე ვეძებ ახალ შესაძლებლობებს და ჩემი ფუნდამენტური ამოცანაა რესურსების მოპოვება მიზნის მისაღწევად.“

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

ადმინისტრატორი: „მე შევამცირებ ჩემ შესაძლებლობებს, რომელიც ჩემს კონტროლქვეშ არსებულ რესურსებს ემყარება. მე არანაირად არ შეგვეცდები, გავუსწრო უკვე მიღწეულ ახლანდელ მდგომარეობას“.

2. შესაძლებლობებთან დაკავშირებული ვალდებულებები:

მეწარმე: რეკოლუცია-რისკის კალკულაციაა.

ადმინისტრატორი: ეკოლუცია-რისკის მოძულეობაა.

3. რესურსებთან დაკავშირებული ვალდებულებები:

მეწარმე: „გააკეთე ცოტათი მეტი შედარებით ნაკლებით.“

ადმინისტრატორი: „ვრცელი ვალდებულებები რესურსებთან მიმართებაში“.

4. რესურსების კონტროლი:

მეწარმე: რესურსებით სარგებლობა, მაგრამ არა მათი მესაკუთრეობა;

ადმინისტრატორი: რესურსების მოპოვება და მათი დაცვა.

5. მენეჯმენტის სტრუქტურა:

მეწარმე: არაფორმალური ურთიერთობებით თვითკონცენტრირებული;

ადმინისტრატორი: ფორმალური და სტრუქტურული ორგანიზაცია.

6. ღირსების ფილოსოფია:

მეწარმე: ღირებულებებს შემოქმედებითად უდგება.

ადმინისტრატორი: საკუთარი პოზიციის და უსაფრთხოების დაცვა.

სადისკუსიო კითხვები:

1. რამდენად მნიშვნელოვანია მცირე და საშუალო ბიზნესი თქვენს ქვეყანაში?

2. რატომ აქვთ მცირე და საშუალო ბიზნესის საწარმოების უმეტესობას სუსტი პოზიციები? ეს მდგომარეობა მისაღებია თუ შეიძლება მისი შეცვლა?
3. შეგიძლიათ თუ არა განასხვავოთ სამეწარმეო ბიზნესი მცირე და საშუალო ბიზნესისგან? რომელი ძირითადი ნიშნებით განასხვავებთ მათ ერთმანეთისგან?
4. გადმოეცით ზრდის პოტენციალის კონცეფციის არსი.
5. როგორ შეაფასებთ საკუთარ თავს – ბუნებით უფრო მეტად მეწარმე ხართ, თუ ადმინისტრატორი? რატომ?
6. თქვენი აზრით, რომელი უფრო მნიშვნელოვანია მეწარმეობრივი ქცევა თუ ადმინისტრაციული კომპეტენციები (უნარ-ჩვევები)?

8. მეწარმეობის კვლევის სამომავლო გამოწვევები

სწავლების მიზანი: მე-8-ე თავის წაკითხვის შემდეგ თქვენ გაიგებთ მეწარმეობის კვლევის შესახებ

მოცემული კურსის საწყის ეტაპზე ჩვენ გამოვიკვლიეთ და შევისწავლეთ სამეწარმეო ბიზნესის თეორიის განვითარება, ევოლუცია. ჩვენ მოვახდინეთ მრავალფეროვანი თეორიული მიდგომების განსაზღვრა და განვიხილეთ ინტერდისციპლინარული მიდგომა მოცემული სფეროს არსის შესწავლისას. ჩვენ ასევე გამოვიკვლიეთ სამეწარმეო ბიზნესის რამდენიმე სხვა ასპექტი, რომელმაც წლების მანძილზე თავი იჩინა და მკვლევართა ინტერესის საგანი გახდა. ერთადერთი საკამთო საკითხი, რომელიც ჩვენ ჯერ არ განვიხილია, ეს არის ეკონომიკური ზრდა სამეწარმეო ბიზნესის პირობებში და სამეწარმეო ბიზნესის გამოყენება სხვადასხვა ტიპის ეკონომიკური სისტემების პირობებში. ეს საკითხები შემდეგ ნაწილშია განხილული.

სამეწარმეო ბიზნესის განვითარების კვლადაკვალ კვლევები სულ უფრო და უფრო დინამიკური. ალმა და ბუსენიტზმა (2003) მიმოიხილეს ყველა მნიშვნელოვანი აკადემიური გამოცემა ამ სფეროში და განსაზღვრეს სამეწარმეო ბიზნესის კვლევის სამომავლო პერსპექტივები და გამოწვევები. ისინი ამტკიცებდნენ, რომ აღნიშნული სფეროს საზღვრები უკვე დადგენილია

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

და გამომდინარე აქედან, მკვლევარებისთვის დადგა დრო, სხვადასხვა თეორიებისა და მიდგომების კომბინირება მოახდინონ და შეეცადონ ჩამოაყალიბონ ინტერდისციპლინარული კვლევის პროფილი. ასეთი პროფილის ძირითადი ელემენტები შესაძლოა მოიცავდეს ისეთ საკვლევ თემებს, რომლებიც იქნებიან გადაკვეთის წერტილზე, რომელთა გამოკვლევაც სირთულეებს უკავშირდება. ასეთი საკითხებია:

- ბიზნეს-გარემო;
- ინდივიდები და გუნდები;
- შესაძლებლობები (აუთვისებელი რესურსები);
- ორგანიზაციის წესი.

ზემოთხამოთვლილთან ერთად შეიძლება გაერთიანდეს სხვა თემებიც, როგორცაა,

- გადაწყვეტილების მიღების თეორიები;
- წარმოების საწყისი ფაქტორები;
- ინფორმაციის დამუშავება;
- ქსელური თეორია (ქსელის თეორია);
- განათლება და ტრენინგი.

აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით მრავალი სხვა მსგავსი წინადადება იქნა წამოყენებული. მაშასადამე, აშკარაა, რომ მეწარმეობამ, როგორც კვლევის დარგმა უკვე მიაღწია სიმწიფეს და პროგრესის მიზნით მოითხოვს უფრო მეტი და ახალი გამოსაკვლევ საკითხების მოძიებას.

მკითხველი შესაძლოა დაინტერესდეს იმ სტატიებით, რომლებიც არსებობს განხილულ საკითხთან დაკავშირებით და რომლებიც ქვეყნდება სხვადასხვა სამეცნიერო ჟურნალებსა და სხვა წყაროებში. ძირითადი ჟურნალები სამეწარმეო ბიზნესზე, რომელშიც გამოკვლევებს აქვეყნებენ გამოჩენილი მეცნიერები, არის:

- ვენჩურული ბიზნესის ჟურნალი;
- მცირე ბიზნესის მენეჯმენტის ჟურნალი;

მეწარმეობის კურსები თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში – ნაწილი A

- მცირე ბიზნესის ეკონომიკა;
- სამეწარმეო ბიზნესის კვლევა და განვითარება;
- სამეწარმეო ბიზნესი: თეორია და პრაქტიკა;
- საერთაშორისო მცირე ბიზნესის ჟურნალი;
- საოჯახო ბიზნესის მიმოხილვა;
- კრეატიული და ინოვაციური მენეჯმენტი.

ამასთან ერთად, არსებობს სხვა მნიშვნელოვანი აკადემიური ჟურნალებიც, რომლებიც ხშირად აქვეყნებენ სტატიებს სამეწარმეო ბიზნესზე. ასეთ ჟურნალებს მიეკუთვნება:

- მენეჯმენტის აკადემიის ჟურნალი;
- მენეჯმენტის აკადემიის მაცნე;
- განათლების მენეჯმენტის ჟურნალი;
- სტრატეგიული მენეჯმენტის ჟურნალი.

გარდა ამისა, დაინტერესებულ პირს შეუძლია მოიძიოს უამრავი თეორიული და პრაქტიკული მასალა აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით. მაგალითად, სიტყვა Entrepreneurship-ზე მარტო საძიებო სისტემა Google გვთავაზობს 23 400 000 შედეგს.

თუმცა აქვე უნდა ითქვას, რომ საჭიროა სიფრთხილე ინტერნეტით ხელმისაწვდომი ინფორმაციის რაოდენობასთან დაკავშირებით. საერთოდ რეკომენდირებულია არ გამოვიყენოთ ისეთი მასალები, რომლებიც ადვილად ხელმისაწვდომია სხვადასხვა საიტებიდან, მაგრამ ეს საიტები არ მიეკუთვნება გამორჩენილ და კარგად ცნობილ ინსტიტუტებს, ორგანიზაციებსა და უნივერსიტეტებს.

ამგვარად, სამეწარმეო ბიზნესზე უამრავი აკადემიური და პრაქტიკული წიგნი არსებობს. თითოეული მათგანი აღნიშნული დარგის თავისებურ გაგებას გვთავაზობს და აფართოებს მკითხველის თვალსაწიერსა და პერიზონტს. ამის მიუხედავად, მკითხველმა უნდა ყურადღებით განსაზღვროს, თუ სად და როგორ დახარჯავს საკუთარი დროის ბიუჯეტს.

სადიკუსიო საკითხი:

ჩამოაყალიბეთ ერთი საკვლევი პრობლემა სამეწარმეო ბიზნესის ფარგლებში და დაასაბუთეთ, თუ რატომ არის იგი მნიშვნელოვანი. თქვენ როგორ გამოიკვლევდით თქვენს მიერ მნიშვნელოვნად მიჩნეულ საკითხს?

ბიბლიოგრაფია და სამომავლო საკითხავი ლიტერატურა

Amit, R., Glostein, L. and Muller, E. (1993) Challenges to theory development

in entrepreneurial research, <i>Journal of Mathematical Sociology</i> , 30, pp. 815-34
Appelbaum, E. and Katz, E. (1986) Measures of risk aversion and comparative statistics of industry equilibrium, <i>American Economic Review</i> , 76, pp. 524-29
Arabsheibani, G., de Meza, D., Maloney, J. and Pearson, B. (2000) And a vision appeared unto them of a great profit: evidence of self-deception among the self-employed, <i>Economic Letters</i> , 67, pp. 35-41
Aronson, R.L. (1991) <i>Self Employment: A Labour Market Perspective</i> , Ithaca, New York, NY, ILR Press
Bernardo, A.E. and Welch, I. (2001) On the evolution of over confidence and entrepreneurs, <i>Journal of Economics and Management Strategy</i> , 10, pp. 301-30
Blanchflower, D.G., Oswald, A. and Stitzer, A. (2001) Latent entrepreneurship across nations, <i>European Economic Review</i> , 45, pp. 680-91
Bolton, J.E. (1971) <i>Report of the Committee of Inquiry on Small Firms</i> , Cmnd.4811, London, HMSO
Boyd, D.P. (1984) Type A behaviour, financial performance and organisational growth in small business firms, <i>Journal of Occupational Psychology</i> , 57, pp. 137-40
Bruyat, C.A. and Julien P.A. (2001) Defining the field of research in entrepreneurship, <i>Journal of Business Venturing</i> , 16, pp. 165-80
Burns, P. and Dewhurst, J. eds (1996) <i>Small Business and Entrepreneurship</i> , 2 nd ed., NY, Palgrave
Leonard-Barton, D. (1984) Interpersonal communication patterns among Swedish and Boston area entrepreneurs, <i>Research Policy</i> , 13, pp. 101-14
Busenitz, L.W., West, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N. and Zacharakis, A. (2003) Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions, <i>Journal of Management</i> , 29, pp. 285-308
Cantillon, R. (1755) <i>Essai Sur la Nature du Commerce en Général</i> , 1931 edn. Ed. and tran. By H. Higgs, London, Macmillan
Carter, S. and Jones-Evans, D. eds (2000) <i>Enterprise and Small Business</i> , London, Prentice Hall
Casson, M. (1982) <i>The Entrepreneur: An Economic Theory</i> , Oxford, Robertson
Cooper, A.C., Woo, C.Y. and Dunkelberg, W.C. (1988) Entrepreneurs' perceived chances for success, <i>Journal of Business Venturing</i> , 3, pp. 97-108
de Meza, D. and Southey, C. (1996) The borrower's course: optimism, finance and entrepreneurship, <i>Economic Journal</i> , 106, pp. 375-86
Deakins, D. (1999) <i>Entrepreneurship and Small Firms</i> , 2 nd ed., Berkshire, McGraw-Hill

Dixit, A. and Rob, R. (1994) Switching costs and sectoral adjustments in general equilibrium with uninsured risk, <i>Journal of Economic Theory</i> , 62, pp. 48-69
Dunn, T. and Holtz-Eakin, D. (2000) Financial capital, human capital and the transition to self-employment: evidence from intergenerational links, <i>Journal of Labour Economics</i> , 18, pp. 282-305
European Commission (2004) <i>SMEs in Europe</i> , Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities
European Commission (2004) <i>Flash Eurobarometer; Entrepreneurship</i> , http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl160_en.pdf (May 20, 2007)
Goffee, R. and Scase, R. (1987) Patterns of business proprietorship among women in Britain, in Goffee, R. and Scase, R., eds, <i>Entrepreneurship in Europe</i> , London, Croom Helm
Hebert, R.F. and Link, A.N. (1988) <i>The Entrepreneur – Mainstream Views and Radical Critiques</i> , 2 nd ed., New York, NY, Praeger
Kanbur, S.M. (1979) Of risk taking and the personal distribution of income, <i>Journal of Political Economy</i> , 87, pp. 769-97
Kaufmann, P.J. and Dant, R.P. (1998) Franchising and the domain of entrepreneurship research, <i>Journal of Business Venturing</i> , 14, pp. 5-16
Kets de Vries, M.F.R. (1977) The entrepreneurial personality: a person at the crossroads, <i>Journal of Mathematical Sociology</i> , 14, pp.34-57
Kirzner, I. (1973) <i>Competition and Entrepreneurship</i> , Chicago, University of Chicago Press
Kirzner, I. (1985) <i>Discovery and the Capitalist Process</i> , Chicago, University of Chicago Press.
Knight, F.H. (1921) <i>Risk, Uncertainty and Profit</i> , New York, Houghton-Mifflin
Landau, R. (1982) The innovative milieu, in Lundstedt, S.B. and Colglazier, E.W. Jr , eds, <i>Managing Innovation: The Social Dimensions of Creativity, Invention and Technology</i> , New York, NY, Pergamon Press
Lucas, R.E. (1978) On the size distribution of business firms, <i>Bell Journal of Economics</i> , 9, pp. 508-23
Manove, M. (2000) <i>Entrepreneurs, optimism and the competitive edge</i> , Boston University, Mimeo
McClelland, D.C. (1961) <i>The Achieving Society</i> , Princeton, Van Nostrand
McGrath, R.G. and MacMillan, I. (2000) <i>The Entrepreneurial Mindset</i> , Boston, MA, Harvard Business Review
Mitchell, J.C. (1973) Networks, norms and institutions, in Boissevain, J. and Mitchell, J. C., eds, <i>Network Analysis: Studies in Human Interaction</i> , London, Mouton and Company
Parasuraman, S. and Simmers, C.A. (2001) Type of employment, work-family conflict and well being: a comparative study, <i>Journal of Occupational Behaviour</i> , 22, pp. 551-68

Parker, S.C. (1997) The effects of risk on self-employment, <i>Small Business Economics</i> , 9, pp. 515-22
Porter, P. (2001) <i>Innovation and Entrepreneurship</i> , Boston, MA, Butterworth-Heinemann
Rotter, J.B. (1982) <i>The Development and Application of Social Learning Theory: Selected Papers</i> , New York, NY, Praeger
Sanders, J.M. and Nee, V. (1996) Immigrant self employment: the family as social capital and the value of human capital, <i>American Sociological Review</i> , 61, pp. 231-49
Say, J.B. (1828) <i>Cours Complet d'Economie Politique Pratique</i> , Paris
Schumpeter, J.A. (1934) <i>The Theory of Economic Development</i> , Cambridge, MA, Harvard University Press
Schumpeter, J.A. (1939) <i>Business Cycles</i> , New York, McGraw-Hill
Schumpeter, J.A. (1947) The creative response to economic history, <i>Journal of Economic History</i> , 1, pp. 149-59
Shapero, A. (1975) The displaced uncomfortable entrepreneur, <i>Psychology Today</i> , pp. 83-8
Sheshinski, E. and Drèze, J. (1976) Demand fluctuations, capacity utilisation, and costs, <i>American Economic Review</i> , 66, pp. 731-42
Stevenson H.(1999) A perspective on entrepreneurship in Sahlmann, W. <i>et al</i> , eds, <i>The Entrepreneurial Venture</i> , 2 nd ed., Ohio, Harvard Business School Press
Storey, D.J. (2000) <i>Understanding the Small Business Sector</i> , London, Thomson Learning
Taylor, M.P. (1996) Earnings, independence or unemployment: why become self-employed?, <i>Oxford Bulletin of Economics and Statistics</i> , 58, pp. 253-66
Timmons, J.A.. (1976) Characteristics and role demands of entrepreneurship, <i>American Journal of Small Business</i> , 3, pp. 5-17
Webster, F.A. (1977) Entrepreneurs and ventures: an attempt at classification and clarification, <i>Academy of Management Review</i> , 2, pp. 11-22
Wickham, P.A. (2001) <i>Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management</i> , Essex, Prentice Hall
Wright, M., Robbie, K. and Ennew, C. (1997) Serial Entrepreneurs, <i>British Journal of Management</i> , 8, pp.251-68