



THE STARTUP PHENOMENON IN MODERN BUSINESS AND EXPERIENCE OF GEORGIA

Copyright © 2024 the Author/s
Peer review method: Double-Blind
Accepted: November 5, 2024
Published: December 27, 2024
Original scientific article
DOI suffix: 10.36962/NEC19032024-26

Shota Shaburishvili

Doctor of Economics, Associate Professor at
Ivane Javakhivili Tbilisi State University
ORCID ID: 0000-0001-8091-7684
Email: shota.shaburishvili@tsu.ge



ABSTRACT

The paper discusses the main strengths and weaknesses of startups in Georgia. In recent years, the number of startups in Georgia has been growing steadily, which is facilitated by the improvement of the business environment and the development of entrepreneurial culture. Government programs supporting entrepreneurship, special economic zones, tax and organizational benefits create significant incentives for local and foreign citizens to register business ventures in the jurisdiction of Georgia. The startup is a young company that creates a new, improved product or service based on a unique business model. Such business ventures stimulate the economic development of the country, increase the level of employment and innovative potential. Startups operating in Georgia still face difficulties in a number of areas, which negatively affects the full realization of its potential.

Keywords: startup; innovation; entrepreneurship; business model; technology.

REFERENCES:

- Baldrige, R., Curry, B. (2024,). What Is A Startup? The Ultimate Guide. Forbes Advisor, <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-a-startup/>.
- Colombo, M., Luukkonen, T., Mustra, P., Wright, M. (2010). Venture capital and high-tech start-ups. *Venture Capital*, 12(4), 261-266.
- Decker, A. (2023). What is a Startup? The Ultimate Guide to Startups. *hubspot*. Retrieved, 2024, from <https://blog.hubspot.com/sales/startups>
- Geo Commerce. (2023,). Georgia's Thriving Startup Ecosystem: What You Need to Know. *Geo Commerce*. Retrieved from <https://geocommerce.ge/georgias-thriving-startup-ecosystem-what-you-need-to-know/#>
- Meskhia, I., Shaburishvili, S. (2015). Basics of Researche of the Technological Environment of Business. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Administracja i Zarządzanie*, 117-124.
- Nanitashvili, N., Vandenberg, P. (2023). Georgia's Emerging Ecosystem for Technology Startups. *Asian Development Bank*.
- Ritter, T., Pedersen, C. L. (2022). An Entrepreneur's Guide to Surviving the "Death Valley Curve". *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2022/04/an-entrepreneurs-guide-to-surviving-the-death-valley-curve>
- Shaburishvili, S. (2011). Prospects for the Development of Innovative Entrepreneurship in Georgia. *Problems and prospects of cooperation between countries of South-Eastern Europe within context of the BSEC and GUAM* (pp. 840-845). Donetsk: DONNU.
- Shaburishvili, S. (2016). Social changes and economic development in Georgia. *Economics and Management Organization*, 12-18.
- Shaburishvili, S., Kadagishvili, L. (2018). Challenges to the development of small and me-



dium business in Georgia. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 1(5), 14-18.

11. Shaburishvili, S., Chania, M. (2017). Global Innovation Trends and Georgia. European Journal of Economics and Business Studies, 94-99.

12. Udesiani, K., Shaburishvili, S. (2023). Small and Medium business opportunities and the importance of its support in Georgia. Seybold Report. doi:10.17605/OSF.IO/5P28E

13. WKO. (2024, 10 19). WKO. Retrieved from www.wko.at: <https://www.wko.at/service/Austrian-Economic-Chambers.html>

14. Shaburishvili, Sh. (2011). Simulation of innovative activities in small and medium-sized enterprises in the context of globalization. Problems of development of external economic relations and Attracting foreign investment: regional aspect, (pp. 408-413). Donetsk (in Russian).

15. Terterashvili, N. (2021). Small business challenges in Georgia in the conditions of the COVID-19 pandemic. The New Economist 16 (1), 76-83. (in Georgian)

16. Shaburishvili, S. (2009). Business-Angels, Georgian Experience of Informal Investment Searching. Tbilisi: „UNIVERSALI“. (in Georgian)

სტარტაპის ფენომენი თანამედროვე ბიზნესში და საქართველოს გამოცდილება

შოთა შაბურიშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
ORCID ID: 0000-0001-8091-7684
ელ.ფოსტა: shota.shaburishvili@tsu.ge
ტელ: (+995) 599259435

აბსტრაქტი

სტატიაში განხილულია სტარტაპების ძირითადი ძლიერი და სუსტი მხარეები, საქართველოში არსებული ბიზნესის გარემოს ანალიზის საფუძველზე გამოკვეთილია სექტორის ძირითადი გამოწვევები. ბოლო წლებში საქართველოში სტარტაპების რაოდენობა სტაბილურად იზრდებოდა, რასაც ბიზნესის გარემოს ცალკეული ასპექტების გაუმჯობესება და სამენარმეო კულტურის განვითარება უწყობს ხელს. მენარმეობის მხარდაჭერი სამთავრობო პროგრამები, სპეციალური ეკონომიკური ზონები, საგადასახადო, ორგანიზაციული შეღავათები მნიშვნელოვან სტიმულებს ქმნის ადგილობრივი და უცხოელი მოქალაქეებისათვის საქმიანი წამოწყებები საქართველოს იურისდიქციაში დაარეგისტრირონ. სტარტაპში მოიაზრება ახალგაზრდა კომპანია, რომელიც ქმნის ახალ, გაუმჯობესებულ პროდუქტს ან მომსახურებას და ეყრდნობა უნიკალურ ბიზნეს მოდელს. ბუნებრივია ასეთი საქმიანი წამოწყებები ასტიმულირებენ ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებას, ზრდიან დასაქმების დონესა და ინოვაციურ პოტენციალს. საქართველოში მოქმედი სტარტაპები კვლავ აწყდებიან სიძნელეებს რიგ სფეროებში, რაც ნეგატიურად აისახება მათი პოტენციალის სრულყოფილ რეალიზაციაზე. გაუმჯობესებას საჭიროებს სტარტაპების მხარდაჭერი სამთავრობო პროგრამები. სანყის ფაზაში მთავრობის მხარდაჭერა არსებითია, თუმცა როდესაც სტარტაპები გაცილებით რთულ ფაზას - „სიკვდილის ველს“ აღწევენ, ყოველგვარი დახმარების გარეშე რჩებიან. კაპიტალის ბაზრის განვითარებლობის გამო, კვლავ მნიშვნელოვანი გამოწვევაა კერძო ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა.

საკვანძო სიტყვები: სტარტაპი; ინოვაცია; მენარმეობა; ბიზნესის მოდელი; ტექნოლოგია.

შსსავალი

თანამედროვე პირობებში სტარტაპის ცნება სცნება ბიზნესის სასიცოცხლო ციკლის კონკრეტული ფაზის ვინრო ჩარჩოებს და უმნიშვნელოვანეს სოციალურ, ეკონომიკურ, პოლიტიკურ დატვირთვას იძენს. სტარტაპი ესაა ინოვაციური ბიზნეს-იდეები, ახალი და გაუმჯობესებული ტექნოლოგიები, პროდუქტები, მართვის მეთოდები და მოდელები, სამუშაო ადგილები, კონკურენტული გარემო, რეალიზებული პიროვნული პოტენციალი, თავისუფალი და ღირსეული მოქალაქე, დამატებითი შემოსავალი სახელმწიფო ხაზინაში, ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური განვითარება. ცნობილია, რომ ახალგაზრდა და ინოვაციური ფირმები, რომლებიც ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროში მოღვაწეობენ, გადამწყვეტ როლს ასრულებენ საზოგადოების განვითარებასა და კეთილდღეობის ამაღლებაში (Meskhia & Shaburishvili, 2015). მათი მნიშვნელობის გაცნობიერებით, განვითარებული ქვეყნების მთავრობები, განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ ამგვარ საქმიან აქტივობებს (Colombo, Luukkonen, Mustra, & Wright, 2010).

ძირითადი ტექსტი

არსებობს სხვადასხვა შეხედულება ბიზნესის მახასიათებლებთან დაკავშირებით, იმისათვის, რომ ის სტარტაპს მივაკუთვნოთ. ყველაზე გავრცელებული მოსაზრების მიხედვით, სტარტაპი არის ინოვაციური ბიზნესი, რომელიც ერთ წლამდე ასაკში იმყოფება (WKO, 2024). ამასთან, დარგის მკვლევარები ხაზგაზმით აღნიშნავენ, რომ ეს ტერმინი მხოლოდ იმ ახალგაზრდა კომპანიების მიმართ უნდა იქნას გამოყენებული, რომლებიც ახალ, უნიკალურ ბიზნეს მოდელებს და ინოვაციურ მიდგომებს ეყრდნობიან (Baldrige & Curry, 2024). სტარტაპები მიზნად ისახავენ როგორც არსებული პროდუქტის დახვეწას, ხარვეზების გამოსწორებასა და პრობლემების გადაჭრას, ასევე ახალი პროდუქტის შექმნას და ისეთი მომსახურების შეთავაზებას, რომელიც უფრო გაამარტივებს ადამიანების ცხოვრებას. ზოგადად, სტარტაპი წარმოადგენს ახალ კომპანიას, რომელიც ქმნის ახალ ან გაუმჯობესებულ პროდუქტს ან მომსახურებას და ეყრდნობა უნიკალურ ბიზნეს მოდელს. ასეთი კომპანიები, მოგზაურობის დასაწყისში კლასიფიცირდებიან როგორც სტარტაპები და რასაც ისინი მიაღწევენ, დროის ამ მოკლე ინტერვალში, დიდად განსაზღვრავს მათ შემდგომ წარმატებას ან წარუმატებლობას. სტარტაპის

შექმნის მთავარი მამოძრავებელი ძალაა პირადი ფინანსური სარგებლის მიღება, ასევე საზოგადოებისათვის დადებითი ეფექტის შექმნა, რაც შედეგად ახალ ბაზრებს წარმოქმნის. ორგანიზაციის შექმნით, მიმწოდებლებთან თანამშრომლობითა და მოსახლეობის დასაქმებით, სტარტაპები ასტიმულირებენ ადგილობრივ ეკონომიკას. მათი ინოვაციები ზრდიან პროდუქტიულობას სხვადასხვა ინდუსტრიაში (Shaburishvili, 2011). სტარტაპები ხასიათდებიან თანამშრომელთა მცირე რაოდენობით, შეზღუდული საოპერაციო ისტორიით, ინოვაციურობით და ორიენტირებულნი არიან სწრაფ ზრდაზე (Decker, 2023).

ინოვაციურობის და ასაკის გარდა, სტარტაპის ფენომენის ახსნისას ავტორები ხშირად ისეთ ცნებებს ეყრდნობიან, როგორცაა რისკის დონე, მისი ხასიათი და საჭირო ფინანსების მოცულობა. ამ თვალსაზრისით, გამოყოფენ ბიზნესის 5 ფაზას - თესვა, სტარტაპი, ადრეული ზრდა, გაფართოვება, მდგრადი განვითარება (Shaburishvili, 2009). მოიაზრება, რომ თესვის სტადიის დასრულება ხსნის ახალ ტექნოლოგიასთან, საქონელსა ან მომსახურებასთან დაკავშირებულ რისკს. სტარტაპ სტადიის დასრულება კი უზრუნველყოფს პრინციპული არაკომერციულობის (საქონლის ბაზარზე გასვლის შეუძლებლობა) რისკის მოხსნას (იხ. ცხრ.1).

ბიზნესის განვითარების ეტაპების კლასიფიკაცია ქვეყნებისა და კონკრეტული ინვესტორების მიხედვითაც კი განსხვავებულია. ზოგჯერ ერთ კატეგორიაში აერთიანებენ თესვისა და სტარტაპ პროექტებს, ან პირიქით დამატებით გამოყოფენ იდეის თავდაპირველი დამუშავების სტადიას. აღნიშნულის მიუხედავად, სანარმოს განვითარების ეტაპების გამოყოფა დიდ მნიშვნელობას იძენს თანამედროვე ბიზნესში (Шабურიшвили, 2011). ამასთან უნდა აღინიშნოს, რომ თესვისა და სტარტაპ სტადიებს ბევრი საერთო ნიშანი გააჩნია - მართვის მარტივი სტრუქტურა, არაფორმალური ურთიერთობები კომპანიის თანამშრომლებს შორის, ახალ ბაზარზე მუშაობა, მოგების, საბაზრო საქმიანობის გამოცდილების, მსხვილი და ლიკვიდური აქტივების არქონა. ამიტომ, ადრეული სტადიის ბიზნესებზე მსჯელობისას ხშირად ორივეს ერთად (თესვა და სტარტაპი) მოიაზრებენ და საერთო სახელით - სტარტაპით მოიხსენიებენ.

მკვლევარები სტარტაპების შემდეგ უპირატესობებზე ამახვილებენ ყურადღებას:

- ბაზართან სიახლოვე, სტარტაპის დამფუძნებლები ხშირად თავად გვევლინებიან იმ პროდუქტის გამორჩეულ მომხმარებლად, რომელის ახალ ან

ცხრილი 1. ბიზნესის განვითარების ეტაპები

დასახელება (ინგლისურად)	დასახელება (ქართულად)	საჭირო ფინანსური რესურსები (დოლარებში)	აღწერა
Seed	თესვა	1000000- მდე	ბიზნესის ფორმირება, პროექტისა და ბიზნეს-იდეის არსებობა, მმართველი გუნდის შექმნა და მარკეტინგული კვლევების ჩატარება.
Start-up	სტარტაპი	1000000-დან 5 000000	კომპანია ფუნქციონირებს, არსებობს ბიზნეს-გეგმა, საცდელი ნიმუშები, მიმდინარეობს სერიული წარმოების ორგანიზება, ტარდება სამუშაოები პროდუქტის ბაზარზე გასატანად.
Early stage, Early growth	ადრეული ზრდა	5000000-დან 10000000	მიმდინარეობს მზა პროდუქციის გამოშვება და კომერციული რეალიზაცია. საწარმოს ჯერ არ გააჩნია მყარი მოგება. ამ სტადიაზე ხდება უზარალობის წერტილის მიღწევა.
Axspantion	გაფართოვება	10000000-ზე მეტი	კომპანია იკავებს მყარ პოზიციას ბაზარზე, იღებს სტაბილურ მოგებას, ფართოვდება წარმოება და რეალიზაცია, იზრდება ძირითადი ფონდები.
Later stage	გვიანი სტადია, მდგრადი განვითარება	დამოკიდებულია საჭიროებებზე	მტკიცე პოზიციები სხვადასხვა მიზნობრივ ბაზრებზე, მდგრადი მოგება და დივიდენდების გადახდა. ყოველწლიური ზრდის ტემპი მცირეა, საწარმოს აქციები უკვე იყიდება საფონდო ბირჟაზე.

წყარო: შედგენილია ავტორის მიერ დარგში არსებული სამეცნიერო ლიტერატურის ანალიზის საფუძველზე.

გაუჯობესებულ ვარიანტს შემდგომში ბაზარს სთავაზობენ;

- თანამშრომლების ლოიალური დამოკიდებულება, რასაც ახალ ორგანიზაციაში მკვეთრი იერარქიის არარსებობა, გუნდის წევრებს შორის მეგობრული დამოკიდებულება, მოქნილი სამუშაო გრაფიკი და ბიზნესში წილობრივი მონაწილეობა განაპირობებს.

- ცვალებად პირობებთან სწრაფი ადაპტაციის უნარი, ფორმირების პროცესში მყოფი სტრატეგიული და ოპერაციული ბაზა ამარტივებს მასში ცვლილებების შეტანას;

გადაწყვეტილებების მიღების, აღსრულების ოპერატიულობა და მოქნილობა, საწყის ეტაპზე მყოფი ორგანიზაციების მართვის სისტემა მარტივია (Shaburishvili & Kadagishvili, 2018).

აღნიშნული უპირატესობების მიუხედავად, სტარტაპები აწყდებიან გამომწვევებს, რაც განპირობებულია ბიზნესის საწყის ეტაპთან დაკავშირებული კომერციული რისკებითა და ფინანსური პრობლემებით. ფორმირების სტადიაზე მყოფ კომპანიებს და მის დამფუძნებლებს, უმეტეს შემთხვევაში, ბაზარზე პრაქტიკული საქმიანობის გამოცდილება არ გააჩნია (Shaburishvili & Chania, 2017). ამ ეტაპზე, მკვეთრად არ არის გამოკვეთილი ბიზნესის მოდელი, ძირითადი გუნდის შემადგენლობა, მიზნობრივი ბაზარი და მისი ათვისების სტრატეგია, უცნობია მომხმარებლის რეაქცია შეთავაზებულ პროდუქტზე, რთულია მაღალკვალიფიციური კადრების მოზიდვა, ხოლო ფინანსური მაჩვენებლები კი დამფუძნებლების ოპტიმისტური ვარაუდები უფროა, ვიდრე ობიექტურ გათვლებზე დაფუძნებული პროგ-

ნოზები. თუმცა, ბიზნესის განვითარების მომდევნო ფაზებისაგან განსხვავებით, საჭირო ფინანსების მოცულობა არც ისე დიდია (იხ. ცხრილი 1). დაფინანსების თვალსაზრისით ურთულესი პრობლემები განვითარების შემდგომი სტადიისაკენ გარდამავალ ეტაპზე იჩენს თავს (იხ. ნახაზი 1).

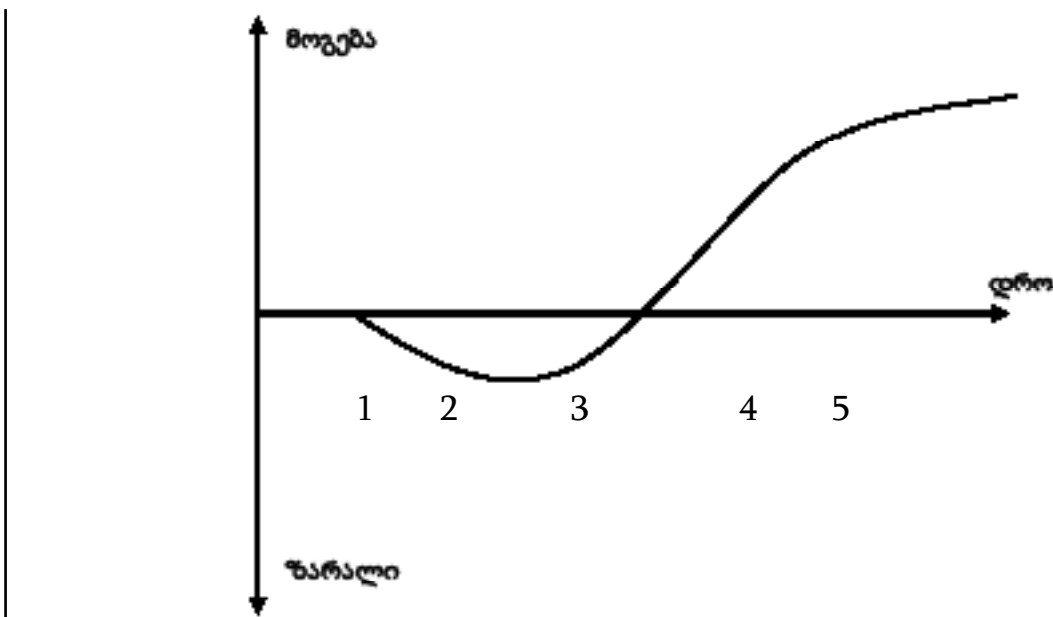
ნახაზ 1-ზე ასახული კომპანიის ფინანსური ჩავარდნა „სიკვდილის ველის“ სახელითაა ცნობილი. სახელწოდება გამომდინარეობს იმ სტატისტიკიდან, რომელიც აშშ-ში „სილიკონის ველზე“ არსებობს, საშუალოდ ამ ეტაპს მიღწეული 10 სტარტაპიდან მხოლოდ 1 გადადის ადრეული ზრდის ფაზაზე (Ritter & Pedersen, 2022). „სიკვდილის ველის“ ფსკერი სტარტაპიდან ადრეული ზრდის ფაზისაკენ გარდამავალ ეტაპზე მდებარეობს. ამ დორს მკვეთრად იზრდება კომპანიის დანახარჯები, ხოლო გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი მინიმალურია ან საერთოდ არ არის. ხარჯების ასეთი ზრდა უკავშირდება ბაზრის ასათვისებლად საჭირო საოპერაციო და მარკეტინგულ აქტივობებს.

ბოლო წლებში სტარტაპების რაოდენობა საქართველოში სტაბილურად იზრდებოდა, რასაც ბიზნესის გარემოს ცალკეული ასპექტების გაუმჯობესება და სამენარმეო კულტურის განვითარება უწყობს ხელს. მენარმეობის მხარდამჭერი სამთავრობო პროგრამები, სპეციალური ეკონომიკური ზონებით, საგადასახადო და ორგანიზაციული შეღავათები მნიშვნელოვან სტიმულებს ქმნის ადგილობრივი და უცხოელი მოქალაქეებისათვის ბიზნესი სა-

ქართველოს იურისდიქციაში დაარეგისტრირონ (Shaburishvili, 2016). ვითარდება ბიზნეს-ინკუბატორები, სტარტაპ-აქსელერატორები, ბიზნეს-ანგელოზების ქსელები და ვენჩურული ფონდები, რომლებიც მენტორობის პროგრამების, ქსელური ღონისძიებებისა და განვითარებისთვის საჭირო რესურსების შეთავაზებით ხელს უწყობენ სტარტაპების სექტორის განვითარებას. საინტერესოა ის ფაქტი, რომ გლობალურ სტარტაპ-ეკოსისტემაში საქართველო 100 ქვეყანას შორის მე-80 ადგილზეა (Nanitashvili & Vandenberg, 2023).

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს ტერიტორიაზე მკვეთრად განსხვავებულ პირობებს ვხვდებით სტარტაპების განვითარებისათვის - დედაქალაქში შედარებით ხელსაყრელი გარემოა, თუმცა, რეგიონებში სერიოზული ჩავარდნაა დიგიტალური, საკომუნიკაციო, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობისა და კვალიფიციური სამუშაო ძალის მკვეთრი დეფიციტის გამო (Udesiani & Shaburishvili, 2023). თბილისი ემსახურება მრავალ ინოვაციურ სტარტაპს სხვადასხვა ინდუსტრიაში, როგორცაა ტექნოლოგია, სოფლის მეურნეობა, ტურიზმი, ელექტრონული კომერცია და ფინტექი (Geo Commerce, 2023). სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობების თვალსაზრისით, თბილისში შესაძლებელია მოვიძიოთ ვენჩურული კაპიტალის წყაროები, სხვადასხვა ღონისძიებებზე ქალაქს ხშირად სტუმრობენ ბიზნეს-ანგელოზები, რომლებიც ეძებენ პერსპექტიულ სტარტაპებს ინვესტირები-

ნახაზი 1. საწარმოს ფინანსური მდგომარეობა დინამიკაში



1 - თესვის სტადია; 2 - სტარტაპი; 3 - ადრეული ზრდა; 4 - გაფართოვება; 5 - მდგრადი განვითარება.



სათვის. გარდა ამისა, არსებობს მთავრობის მიერ მხარდაჭერილი ინიციატივები, რომლებიც მიზნად ისახავს მენარმეობის ხელშეწყობას გრანტებისა და სუბსიდიების საშუალებით (ტერტერაშვილი, 2021).

საქართველოს ტერიტორიაზე წარმატებული სტარტაპების რიცხვის ზრდა, რომელიც გლობალურად კონკურენტუნარიან ბიზნესებად ჩამოყალიბდებიან, ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის არსებით წყაროდ შეიძლება მოგვევლინოს მომავალში. სწორედ სტარტაპები ქმნიან ინოვაციურ და განახლებულ ტექნოლოგიურ პროდუქტებს, რომელსაც დიდი სარგებელი მოაქვს, როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი მომხმარებლისათვის. საქართველოში სტარტაპები რამდენიმე ძირითად სექტორზე არიან ორიენტირებული:

- **AgriTech:** სტარტაპები იყენებენ ტექნოლოგიებს სოფლის მეურნეობის პროდუქტიულობის გაზრდის, მიწის დეგრადაციის დასაბრუნებლად და მდგრადი მეურნეობის პრაქტიკის ხელშეწყობისთვის;

- **EdTech:** საგანმანათლებლო ტექნოლოგიების სტარტაპები, რომლებიც სასწავლო მასალებს ონლაინ კურსებიდან პერსონალიზებულ სასწავლო პლატფორმებად გარდაქმნიან;

- **HealthTech:** ინოვაციები ჯანდაცვის ტექნოლოგიაში - ტელემედიცინა, პაციენტის მონაცემების მართვა და პრევენციული დახმარება;

Greentech: გარემოს დაცვის და მდგრადობის გაზრდის გადამწყვეტილებებზე მომუშავე სტარტაპები - განახლებადი ენერჯია, ნარჩენების მართვა და ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოება (Nanitashvili & Vandenberg, 2023).

აღნიშნული პოზიტიური ძვრების მიუხედავად საქართველოში მოქმედი სტარტაპების მხოლოდ მცირე ნაწილი ახერხებს „სიკვდილის ველის“ გადალახვას. ბიზნესის ეს სექტორი კვლავ აწყდება სიძნელეებს რიგ სფეროებში, რაც ნეგატიურად აისახება მისი პოტენციალის სრულყოფილ რეალიზაციაზე.

გაუმჯობესებას საჭიროებს სტარტაპების მხარდამჭერი საჯარო ინსტიტუტების მიდგომები. სამთავრობო პროგრამები ძირითადად თესვის ფაზაზე არიან ფოკუსირებული და დამწყები მენარმეებისათვის მცირედი გრანტების გამოყოფას ითვალისწინებენ, ხოლო „სიკვდილის ველზე“ მოხვედრილი კომპანიები დახმარების გარეშე, ბედის ანაბარა არიან მიტოვებული. ამასთან, უმეტეს შემთხვევაში, ხდება არა ორიგინალურ, უნიკალურ, ინოვაციურ ან თანამედროვე ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული საქმიანი ნამონეყების დაფინანსება, არამედ სტანდარტულ, კარგად აპრობირებულ, დაბალპროდუქტიულ, ტრა-

დიციულ ტექნოლოგიებზე ფოკუსირებული მცირე ოჯახური ბიზნესების, რომლებსაც ზრდის არანაირი პერსპექტივა არ გააჩნია.

გამონვევად რჩება კერძო ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა. მაღალი საპროცენტო განაკვეთები და სესხის უზრუნველყოფის მკაცრი პირობები (დიდი გირაო, გარანტია), რასაც შედარებით განუვითარებელი არასაბანკო დაფინანსების სისტემა ემატება. როგორც ცნობილია, სტარტაპების დაფინანსების მთავარი წყარო ბიზნეს-ანგელოზები და ვენჩურული ფონდებია. სამწუხაროდ ეს ინსტიტუტები საქართველოში ჯერ კიდევ ფორმალურად ფუნქციონირებენ, რაც ზოგადად კაპიტალის ბაზრის განუვითარებლობით არის გამოწვეული. ვენჩურული დაფინანსების ძირითადი სქემა სტარტაპ სტადიაზე კომპანიის წილის შეძენაა, რომელიც გაცილებით მაღალ ფასად, სტაბილიზაციის ფაზაზე გადასვლის შემდეგ, აქციების სახით საფონდო ბაზარზე გაიყიდება. ეს უკანასკნელი კი საქართველოში პრაქტიკულად არ ფუნქციონირებს.

დასკვნა

თამამად შეიძლება ვთქვათ, რომ საქართველოში სტარტაპების განვითარების საკითხი საკმაოდ აქტუალური გახდა, რაზეც სამთავრობო პროგრამების მხარდაჭერის, საერთაშორისო ინვესტორებისა და სამენარმეო წრეების დაინტერესების ზრდა მიუთითებს. ეტაპობრივად ვითარდება სტარტაპ-გარემო, რომელიც ხელსაყრელია როგორც ბიზნესის დამფუძნებლებისთვის, ასევე ადგილობრივი და უცხოელი ინვესტორებისათვის. ბიზნეს იდეით შთაგონებულ ადამიანს საშუალება ეძლევა, მონაწილეობა მიიღოს სახელმწიფო პროგრამებსა და სხვადასხვა საგრანტო კონკურსებში, რითაც საწყისი დაფინანსების მოპოვება შეეძლება. ვითარდება ბიზნეს-ინკუბატორები, სტარტაპ-აქსელერატორები, ბიზნეს-ანგელოზების ქსელები და ვენჩურული ფონდები, რომლებიც ხელს უწყობენ სტარტაპების სექტორის განვითარებას. ამასთან, რეგიონებში არსებული სტარტაპ-გარემო არსებითად ჩამოუვარდება თბილისს. საქართველოში მოქმედი სტარტაპების მხოლოდ მცირე ნაწილი ახერხებს საკუთარი იდეების რეალიზებასა და „სიკვდილის ველის“ გადალახვას. ბიზნესის ეს სექტორი კვლავ აწყდება სიძნელეებს რიგ სფეროებში, რაც ნეგატიურად აისახება მისი პოტენციალის სრულყოფილ რეალიზაციაზე. გაუმჯობესებას საჭიროებს სტარტაპების მხარდამჭერი საჯარო ინსტიტუტების მიდგომები. კაპიტალის ბაზრის განუვითარებლობის გამო, კვლავ მნიშვნელოვანი გამოწვევაა კერძო ფინანსებზე ხელმისაწვდომობა.

THE NEW ECONOMIST / ახალი ეკონომისტი