

ბუღალტრული აღრიცხვა



ISSN 1512-0805

სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

№ 6 (293)
ივნისი
2021



Don't let the fear of losing be greater than the excitement of winning



საქართველოს პროფესიონალ ბუღალტერთა
და აუდიტორთა ფედერაცია

ბუღალტრული აღრიცხვა

ყოველთვიური სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი
რეფერირდება „ქართულ რეფერირებულ ჟურნალში“

სტუ, ტექნოლოგია ISSN 1512-0775

№ 6 (293)

ივნისი

2021

მთავარი რედაქტორი ლავრენტი ჭუმბურიძე

გამოცემის რედაქტორი მანანა გველესიანი

სარედაქციო კოლეგია: ბაბი ალავერდაშვილი; კონსტანტინე დათიაშვილი;
ცისკარა ზარანდია; ნადეჟდა კვატაშიძე; ზურაბ ლიპარტიანი; გიორგი ნანუაშვილი;
დალი სოლოლაშვილი; რუსუდან ქუთათელაძე; რევაზ ძაძამია; იზოლდა ჭილაძე;
დავით ჯალაღონია; ელენე ხარაბაძე.

რედაქცია შეიძლება არ იზიარებდეს ავტორის აზრს. შემოსული მასალები ავტორებს არ
უბრუნდებათ. ავტორები თავად აგებენ პასუხს ფაქტების, ციფრებისა და ციტატების სიზუსტეზე.

შინაარსი

ინფორმაცია ფელერაციიდან	3
პროფესიული სერტიფიცირების პრეტენდენტთა დასახარებლად რუბრიკას უძღვება გაპი ალავერდაშვილი სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესი (მე-2 ნაწილი) „სტრატეგიული ბიზნესლიდერი“	4
ფინანსური ანგარიშგების კორექტირება „ფინანსური აღრიცხვა“	17
პროფესიული სერტიფიცირების პრეტენდენტთა საბამოცდომ მხარდაჭერა გამოცდის ჩაბარების ტექნიკა უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარწმუნებელი მომსახურების მოდულისთვის მე-2 ნაწილი – ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხები	24
საბა ქაქამია ციფრული ბუმი ახალი შესაძლებლობების სამყაროს აჩენს ფინანსების განხრის სტრუქტურებისთვის	32
ნელს მოსალოდნელია აუდიტის ღირებულების ზრდა	33
მოსაზრება მომავლის ბუღალტრების მომზადება ბუღალტრული აღრიცხვის მომავალი	35
მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების მხარდაჭერა COVID-19-ის პირობებში	39
ოფიციალური მასალები	49
კითხვა-პასუხი	57
ინფორმაცია პირუბიდან	61

რედაქციის მისამართი: 380054, ქ. თბილისი
წერეთლის გამზირი №61. ტელ./ფაქსი: 235-01-57; 235-67-56; 235-43-97
რეკვიზიტები: „თი-ბი-სი ბანკი“. კოდი 220101830 ა/ა 7 467 286

ჟურნალი ააწყო და დააკაბადონა ნ. ყაველაშვილმა

გადაეცა წარმოებას 2.07.2021. ხელმოწერილია დასაბეჭდად 3.07.2021.
ფორმატი 70x108 1/16. პირობითი ნაბეჭდი თაბახი 4,00. ტირაჟი 1500

ფასი 6 ლარი

ბ ა ნ ც ხ ა დ ე ბ ა

ბაფის წევრი აუდიტორებისათვის სემინარის ჩატარების თაობაზე

ბაფის წევრი აუდიტორების/აუდიტორული კომპანიებისათვის 2021 წლის 7 ივლისს (19.00-22.00 საათი) ჩატარდება საინფორმაციო ხასიათის სემინარი თემაზე:

„საქართველოს აუდიტორულ ბაზარზე მოქმედი აუდიტორული კომპანიების 2020 წლის საქმიანობის სტატისტიკური მონაცემების ანალიზის შედეგები და მცირე და საშუალო ზომის აუდიტორული კომპანიების ფუნქციონირების არსებული და მოსალოდნელი პრობლემები“.

მსმენელებისათვის მიწოდებული იქნება ინფორმაცია, აუდიტორულ ბაზარზე არსებულ სიტუაციაზე, გამოწვევებზე, მათ შორის აუდიტორული საქმიანობის ხარისხის კონტროლის ახალი სტანდარტების (მოქმედებაში შედის 2022 წლის დეკემბერში) მოთხოვნებთან ადაპტაციის, შერწყმა-გაერთიანების, აუდიტორულ კომპანიათა შორის თანამშრომლობის შესაძლებლობების იდენტიფიცირებისა და განვითარების შესაძლებლობებზე.

მსმენელებს შესაძლებლობა ექნებათ, სემინარის მსვლელობისას, ზუმის პლატფორმა „ჩათის“ ფუნქციის გამოყენებით წერილობით დასვან კითხვები.

სემინარს გაუძღვება ბაფის გამგეობის წევრი, ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი, სერტიფიცირებული აუდიტორი **მურად ნარსია**.

**მონაწილეობის მსურველებმა
რეგისტრაცია უნდა გაიარონ 6 ივლისამდე.
დამატებითი ინფორმაციისთვის მიმართეთ
ბაფის ადმინისტრაციას.**

პროფესიული სერტიფიცირების პრეპენდენტთა დასახმარებლად

რუბრიკას უძღვება
პატი ალავერდიაშვილი

სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესი

(მე-2 ნაწილი)

მოდული „სტრატეგიული ბიზნესლიდერი“

(ამ სტატიის 1-ლი ნაწილი გამოქვეყნდა 2021 წლის ჟურნალის მე-4 ნომერში)

სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესის შესახებ მომზადებული ორი სტატიიდან მეორე ეხება, მართვასა და სტრატეგიასთან დაკავშირებული თქვენი თეორიული ცოდნის გამოყენებას სცენარში აღწერილ სიტუაციაში. სტატია წარმოდგენილია ოთხ ნაწილად:

- შესავალი;
- სტრატეგიული არჩევანი;
- სტრატეგიის განხორციელება; და
- რეზიუმე.

შესავალი

სტატიის პირველ ნაწილში განვიხილეთ სტრატეგიული დაგეგმვისთვის დამახასიათებელი სირთულეები და როგორ შეიძლება ამ პროცესის დაყოფა 3 ძირითად ნაწილად.

სტატიის მეორე ნაწილშიც გამარტივებულ მიდგომას გამოვიყენებთ, სტრატეგიულ არჩევანსა და სტრატეგიის განხორციელებასთან დაკავშირებული საკითხების მიმართ.

სტრატეგიული არჩევანი

ჯონსონმა და სქოულზმა სტრატეგიული არჩევანის საკითხი 3 განსხვავებულ შემადგენელ ელემენტად დაყვეს. ეს ელემენტებია:

- რის საფუძველზე ვაპირებთ კონკურენციის განევას?
- რა მიმართულება უნდა ავირჩიოთ? და
- როგორ ვაპირებთ არჩეულ მიმართულებამდე მიღწევას?

რის საფუძველზე ვაპირებთ კონკურენციის განევას?

ამ გადაწყვეტილების მისაღებად სასარგებლო ჩარჩოა პორტერის ძირითადი სტრატეგიების მოდელი. მაიკლ პორტერმა განაცხადა, რომ კომპანია, რომელსაც სურს კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება თავის კონკურენტებზე, დგას ორი არჩევანის წინაშე:

1-ლი არჩევანი. რის საფუძველზე სურს კომპანიას კონკურენციის განევა – კონკურენტებთან შედარებით უფრო დაბალი დანახარჯების მიღწევით და თავის პროდუქტებსა და მომსახურებაზე ანალოგიური ფასების დანესებით და, მაშასადამე, უპირატესობის მოპოვება უფრო მაღალი მოგებიანობის დონით? თუ...

კომპანიას სურს დიფერენცირება, მომხმარებელი მზად არის, გადაიხადოს პრემიალური ფასი დამატებითი ღირებულებისთვის, რომელსაც მიიღებს შექმნილი განსხვავებულობის ხარჯზე და, მაშასადამე, კომპანიას სურს უფრო მაღალი მარჟის მიღება, ვიდრე არადიფერენცირებული პროდუქტით იღებდა?

მე-2 არჩევანი. რამხელაა ის სეგმენტი, სადაც კომპანიას სურს კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება? ეს ფართო დარგია თუ რაიმე შეზღუდული/ვინრო ნიშა?

ორივე არჩევანზე პასუხის გაცემის შემდეგ ორგანიზაცია სამი ძირითადი სტრატეგიის არჩევანის წინაშე აღმოჩნდება:

1. დანახარჯებით ლიდერობა;
2. დიფერენცირება;
3. ფოკუსირება.

1. დანახარჯებით ლიდერობა

კომპანია უნდა ეცადოს, რომ დარგში ყველაზე დაბალი დანახარჯებით მწარმოებელი გახდეს. ყველაზე დაბალი შესაძლო დანახარჯებით პროდუქტის წარმოებით მწარმოებელს შეუძლია ფასებით კონკურენცია გაუნოს ნებისმიერ სხვა მწარმოებელს ამ დარგში და მიიღოს ყველაზე მაღალი მოგება პროდუქციის ერთეულზე.

იმისათვის, რომ კომპანია გახდეს დანახარჯებით ლიდერი ბაზარზე, მან აუცილებლად უნდა გაატაროს რამდენიმე შემდეგი ღონისძიება:

- სცადოს საწარმოს სიმძლავრეების მიმართვა მასობრივ წარმოებაზე, ვინაიდან ეს ხელს შეუწყობს მასშტაბის ეკონომიით განპირობებული უპირატესობების მოპოვებას;
- ინვესტიციები ჩადოს უახლეს ტექნოლოგიებში – ხარისხი უმჯობესდება, სამუშაო ძალა ნაკლებია საჭირო;
- სცადოს ხელსაყრელი წვდომის მოპოვება ნედლეულისა და მასალების მომწოდებლებზე;
- შეიმუშაოს პროდუქტების ისეთი დიზაინი, რომლებიც ამარტივებს ავტომატიზაციის გამოყენებას;
- მინიმუმამდე დაიყვანოს ზედნადები დანახარჯები სავაჭრო ძალაუფლების გამოყენებით;
- აქცენტი გადაიტანოს პროდუქტიულობის მიზნებზე და მუდმივად ესწრაფოდეს მწარმოებლობისა და ეკონომიის გაუმჯობესებას – მაგალითად, ნულოვანი ბიუჯეტი, ღირებულებითი ჯაჭვის ანალიზი.

2. დიფერენცირება

აქ იგულისხმება თვითონ კომპანიის დიფერენცირება/განსხვავებულობა თავისი კონკურენტებისგან, როდესაც ის მომხმარებელს აწვდის რაღაც უნიკალურს, რაც მყიდველებისთვის ღირებულია. დიფერენცირება იმას ნიშნავს, რომ დიფერენცირებულ პროდუქტს შეუძლია ბაზარზე პრემიალური ფასის მოპოვება, რომელიც აღემატება დიფერენცირების განსახორციელებლად განეულ დანახარჯებს.

ვინაიდან დიფერენცირება უნიკალურობაზე დაიყვანება, რეალურად შეუძლებელია კონკრეტული დეტალური მაგალითების ამომწურავი სიის ჩამოთვლა იმის თაობაზე, როგორ შეუძლია კომპანიებს თავისი თავის დიფერენცირება. იმისათვის, რომ წარმატებით გა-

ნახორციელოთ საკუთარი თავის (თქვენი კომპანიის) დიფერენცირება, თქვენ ნათელი წარმოდგენა უნდა შეიქმნათ შეთავაზებულ პროდუქტზე ან მომსახურებაზე და ასევე მომხმარებელზეც, ვისაც გასურთ ის მიჰყიდოთ.

დიფერენცირების განხორციელების გზებია:

- **დიფერენცირება იმიჯით** – განსხვავებულობის სიმულაციისთვის მარკეტინგი გამოიყენება იქ, სადაც ის სხვაგვარად არ არსებობს – ე.ი. იმიჯი იქმნება პროდუქტისთვის. ეს შეიძლება გულისხმობდეს ასევე პროდუქტებს შორის კოსმეტიკური განსხვავებულობის შექმნას, რაც მის მახასიათებლებზე რაიმე სერიოზულ გავლენას არ მოახდენს. მაგალითად, სუნამოს შემთხვევაში – ფერი, ზომა, შეფუთვა;
- **დიფერენცირება მხარდაჭერით** – ეს დიფერენცირებისთვის უფრო არსებითი გზაა, მაგრამ ესეც ვერ ახდენს გავლენას თვითონ პროდუქტზე – დიფერენცირება ისეთი რალაციის საფუძველზე ხდება, რომელიც ახლავს პროდუქტს, კერძოდ მისი გაყიდვის მხარდაჭერი გარკვეული საფუძვლით. ეს შეიძლება შეეხოს გაყიდვის პროცესს, მაგალითად 0%-იანი დაფინანსება, სადღეღამისო მიწოდება;
- **დიფერენცირება ხარისხით** – ეს ნიშნავს განსხვავებულობის შექმნას პროდუქტის ისეთი მახასიათებლების საფუძველზე, რომლებიც მას უფრო უკეთეს ხდის – არა ფუნდამენტურად განსხვავებულს, მაგრამ რალაციით მაინც უკეთეს. პროდუქტს ექნება:
 - უფრო დიდი სანყისის საიმედოობა;
 - უფრო ხანგრძლივი მომსახურების ვადა; და
 - საუკეთესო მწარმოებლურობა.
- **დიფერენცირება დიზაინით** – დიფერენცირება ხდება დიზაინის საფუძველზე და მომხმარებელს სთავაზობს რალაც ისეთს, რაც სინამდვილეში განსხვავებულია, ვინაიდან „არღვევს“ მოცემული პროდუქტის დიზაინში დამკვიდრებულ, დომინირებულ ჩარჩოებს, თუ ასეთი არსებობს – მაგალითად, კომპანია Apple-ის iMac კომპიუტერები.
- **დიფერენცირების სტრატეგიის ჯილდო** – სავარაუდოდ, მომხმარებლები უფრო მაღალ ფასს გადაიხდიან საქონლისთვის, იმ დამატებითი ღირებულების გამო, რაც დიფერენცირებით შეიქმნა.

3. ფოკუსირება

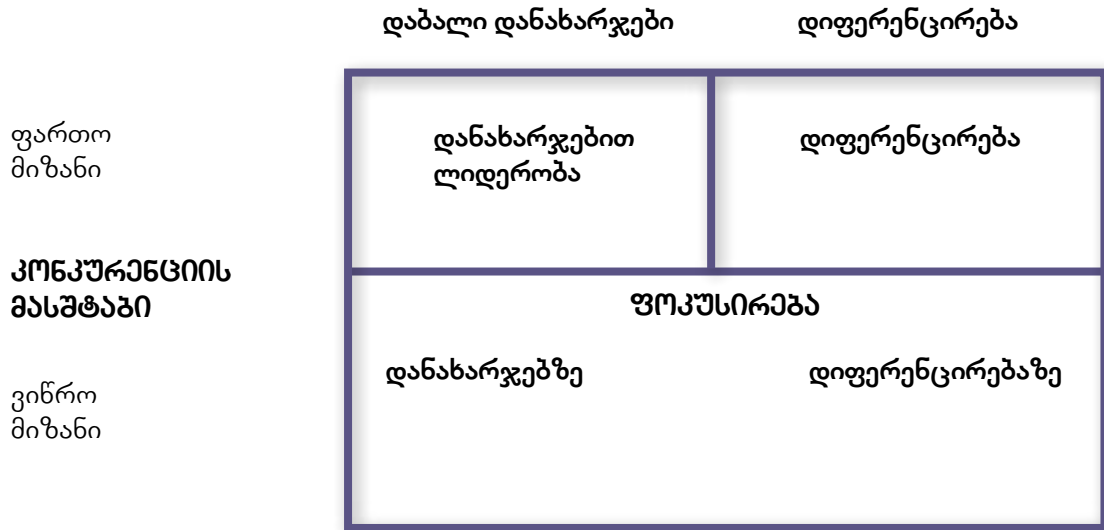
ფოკუსირების სტრატეგია ეყრდნობა ბაზრის სეგმენტებად დაყოფას და ყურადღების კონცენტრირებას ბაზრის ამა თუ იმ კონკრეტულ ნიშზე. კომპანია თავის პროდუქტებს არ გაყიდის მთელი დარგის მომხმარებლებზე, არამედ ყურადღებას გაამახვილებს რომელიღაც კონკრეტული ტიპის მყიდველზე ან გეოგრაფიულ არეალზე.

დანახარჯებზე ფოკუსირების სტრატეგია – გულისხმობს ბაზარზე კონკრეტული ნიშის შერჩევას და პროდუქციის მიწოდებას ამ ნიშისთვის (ვიწრო სეგმენტისთვის). თუ კომპანია აქცენტს გადაიტანს პროდუქტების შეზღუდულ ნომენკლატურაზე ან მცირე გეოგრაფიულ არეალზე, შესაძლებელი იქნება დანახარჯების შენარჩუნება დაბალ დონეზე.

დიფერენცირებაზე ფოკუსირების სტრატეგია – გულისხმობს ბაზრის კონკრეტული ნიშის შერჩევას და ყურადღების კონცენტრაციას კონკურენციაზე, ამ ნიშზე მოქმედ კონკურენტებთან, დიფერენცირების საფუძველზე – მაგალითად, ძვირად ღირებული საქონელი/ფუფუნების საგნები.

დიფერენცირების ჩვენ მიერ განხილული გზები შეჯამებული სახით წარმოდგენილია შემდეგ დიაგრამაზე:

კონკურენციის საფუძველი



ფოკუსირების სტრატეგიის მაგალითი

ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ კომპანიისთვის ასარჩევად ხელმისაწვდომია რამდენიმე მიმართულება, რაც შეიძლება ზოგადი სახით ასე ჩამოვაცალიბოთ:

1. არაფრის გაკეთება;
2. ბაზრიდან გამოსვლა;
3. ბაზარზე შეღწევა;
4. პროდუქტის განვითარება;
5. ბაზრის განვითარება;
6. დივერსიფიკაცია.

არაფრის გაკეთება

ეს გულისხმობს არსებული სტრატეგიით მუშაობის გაგრძელებას, მიუხედავად იმისა, რომ გარშემო მოვლენები იცვლება, თუმცა ხშირად ეს შეიძლება იყოს მხოლოდ წარმატებული მოკლევადიანი სტრატეგია. ძირითადად, თუ ორგანიზაციას რაიმე ფორმით კონკურენციის საფრთხე ემუქრება, მისი მოკლევადიანი მიზანია, რეაგირება არ მოახდინოს ამაზე და, მაშასადამე, არ „გაეხვიოს“ რაიმე ძვირად ღირებულ გადაწყვეტილებაში.

გაყიდვა/ბაზრიდან გამოსვლა

ამგვარი არჩევანით შესაძლებელია მაქსიმალური უკუგების მიღება ბიზნესში, რომელიც შეიძლება იყოს თავისი ციკლის უმაღლეს დონეზე და, მაშასადამე, შესაბამისობაში იქნება ფულადი ნაკადების მაქსიმიზაციის მიზანთან. ბიზნესის სექტორიდან გამოსვლა მაშინ შეიძლება გადაწყვიტოს კომპანიამ, როდესაც სურს, უფრო ფოკუსირებული გახადოს თავისი ბიზნესი – მაგალითად, რიჩარდ ბრანსონის გადაწყვეტილება იმის თაობაზე, რომ გაეყიდა თავისი თავდაპირველი ბიზნესი Virgin Records, რათა აქცენტი გადაეტანა ავიახაზების ბიზნესზე.

ბაზარზე შეღწევა

ეს გულისხმობს ბაზრის წილის გაზრდას არსებულ ბაზარზე, არსებული პროდუქტით. ბაზრის წილის გაზრდა შესაძლებელია ისეთი მეთოდებით, როგორცაა პროდუქციის/მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება, შრომის ნაყოფიერების ამაღლება ან მარკეტინგული ღონისძიებების გაფართოება.

პროდუქტის განვითარება

ეს გულისხმობს ახალი პროდუქტის გატანას არსებულ ბაზარზე. პროდუქტის შეცვლა ხშირად მიიღწევა არსებული წარმატებული პროდუქტის შეცვლითა და მოდიფიკაციით, მაგალითად Mars-ის ნაყინი. ეს არის არსებული პროდუქტის ალტერნატივა და მის საწარმოებლად საკმარისია ორგანიზაციაში არსებული ცოდნა და უნარები.

ბაზრის განვითარება

ამ შემთხვევაში ორგანიზაცია ინარჩუნებს თავის გამოცდილ და შემონმებულ პროდუქტებს, მაგრამ მათ გამოყენებას ცდილობს ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტზე. ამგვარი სტრატეგია ხელს უწყობს არსებული პროდუქტის უსაფრთხოებას, რადგან დამატებითი მოგების მიღების საშუალებას იძლევა ახალი სეგმენტებიდან, მაგალითად მაკდონალდსი და მისი ბაზრის გეოგრაფიული განვითარება.

დივერსიფიკაცია – ეს პროდუქტების გაყიდვის ყველაზე რისკიანი სტრატეგიაა, ვინაიდან გულისხმობს კარდინალურად ახალი პროდუქტის გატანას ახალ ბაზარზე. დივერსიფიკაცია შეიძლება იყოს დაკავშირებული ან არადაკავშირებული.

დაკავშირებული დივერსიფიკაცია

ეს მოიცავს პროდუქტისა და ბაზრის განვითარებას, მაგრამ მაინც მნიშვნელოვანწილად შენარჩუნებულია პროდუქტის შესაბამისობა მოცემულ დარგთან. არსებობს სამი ტიპის დაკავშირებული დივერსიფიკაცია:

- **უკუსვლითი** – ისეთი ბიზნესის/საქმიანობის განვითარება, რომელიც ხელს შეუწყობს არსებულ ბიზნესს, მაგალითად მინოდების ჯაჭვში მოძრაობა/გადაადგილება ზემოთ, ნედლეულისა და მასალების მინოდებისკენ (ვერტიკალური ინტეგრაციის ერთ-ერთი ნაირსახეობაა);
- **წინსვლითი** – საქმიანობის ისეთი სახეების განვითარება, რომლებიც დაკავშირებულია კომპანიის შედეგებთან, რასაც სხვანაირად დადმავალ ინტეგრაციასაც უწოდებენ, მაგალითად მინოდების ჯაჭვში მოძრაობა ქვემოთ სადისტრიბუციო საქმიანობისკენ (ესეც ვერტიკალური ინტეგრაციის ერთ-ერთი ნაირსახეობაა);
- **ჰორიზონტალური** – საქმიანობის ისეთ სახეებზე გადასვლა, რომლებიც საქმიანობის არსებული სახეებისთვის კონკურენციულია, მაგალითად სარგებლის მიღება ბაზარზე ან ტექნოლოგიებზე წვდომის შედეგად.

არადაკავშირებული დივერსიფიკაცია

გულისხმობს ისეთ დარგში გადასვლას, რომელიც ნაკლებადაა დაკავშირებული არსებულთან და ხშირად წარმოადგენს მოგების მიღების მოტივაციის შედეგს.

ანსოფმა სტრატეგიის ბოლო ოთხი არჩევანი წარმოადგინა პროდუქტის/ბაზრის მატრიცის სახით.

ანსოფის პროდუქტის/ბაზრის მატრიცა

	არსებული	ახალი
არსებული	ბაზარში შეღწევა	პროდუქტის განვითარება
ახალი	ბაზრის განვითარება	დივერსიფიკაცია

როგორ?

საბოლოო პრობლემა, რომელიც კომპანიამ უნდა გადალახოს, არის გადანყვეტილების მიღება იმის თაობაზე, როგორ უნდა შეარჩიოს სტრატეგიული არჩევანი, რომელიც უნდა განახორციელოს.

ეს ვარიანტებია:

- შიდა განვითარება;
- გარე განვითარება/შეძენა;
- ერთობლივი განვითარება.

შიდა განვითარება

მიზეზები

ხშირად კომპანია ამ სტრატეგიას ირჩევს იმისათვის, რომ კომპანიაში შეინარჩუნოს წონასწორობა, ვინაიდან ეს გაცილებით უფრო ნაკლებად დამანგრეველი სტრატეგიაა, ვიდრე სხვა კომპანიის შეძენა. მეორე მიზეზი შეიძლება იყოს ის, რომ კომპანიას ხელი არ მიუწვდება სხვა კომპანიის შესაძენად საკმარის ფინანსებზე, ან შეიძლება მთავრობა კანონმდებლობით კრძალავდეს სხვა კომპანიების შეძენას/შერწყმას.

შეძენა

თუ კომპანიას სხვა კომპანიის შესაძენად საკმარის ფინანსებზე ხელი მიუწვდება, ეს იქნება ძალიან სწრაფი გზა ახალ პროდუქტზე/ბაზარზე წვდომისთვის და ახალი ორგანიზაცია მიიღებს მასშტაბის ეკონომიით განპირობებულ უპირატესობებს.

ერთობლივი განვითარება

ოფიციალური შეთანხმება ორ ან რამდენიმე ორგანიზაციას შორის, ახალი სანარმოს ერთობლივად მართვის შესახებ, მაგალითად კომპანია Airbus (დანახარჯების განაწილება).

ერთობლივი განვითარების მეთოდები:

- *კონსორციუმი* – ორი ან რამდენიმე კომპანია მუშაობს ერთად, რათა გაინაწილონ კომპანიის დანახარჯები და სარგებელი;
- *ერთობლივი სანარმო* – დამოუკიდებელი მენარმე სუბიექტი, რომლის წილები ეკუთვნის ორ ან რამდენიმე მენარმე სუბიექტს;
- *სტრატეგიული ალიანსი* – გრძელვადიანი შეთანხმება ცოდნის, ტექნოლოგიების ან ბიზნესის შესაძლებლობების განაწილებაზე/გაზიარებაზე;

- **ფრანშიზინგი** – უფლების ყიდვა იმისთვის, რომ სხვა კომპანიის საფირმო ნიშანი გამოიყენოს გარკვეული ოდენობის კაპიტალის სანაცვლოდ და გაინაწილოს მოგება ან ბრუნვა. როგორც წესი, ფრანშიზის გამცემი ფრანშიზის მყიდველს უზრუნველყოფს მარკეტინგული და ტექნიკური მხარდაჭერით;
- **ლიცენზირება** – უფლება იმისა, რომ გამოიყენოს რაღაც რესურსი ან გამოგონება შემოსავლების წილის სანაცვლოდ. ლიცენზია განსხვავდება ფრანშიზისგან, ვინაიდან მას ნაკლები ცენტრალური მხარდაჭერა ახასიათებს.

დასასრულ, შეგვიძლია გამოვიყენოთ **1-ლი ცხრილი**. მას შემდეგ, რაც ჩამოვაცალიებთ ყველა ალტერნატიულ ვარიანტს, უნდა შევავსოთ მათი მისაღებობა/მიზანშეწონილობა ჩვენი კომპანიისთვის, სანამ საბოლოო არჩევანს გადავკეთებთ. ყველაზე სასარგებლო ჩარჩო ამ მიზნებისთვის არის თითოეული არჩევანის მისაღებობის განხილვა, შემდეგი კუთხით:

- შესაფერისობა;
- განხორციელებადობა; და
- მისაღებობა.

შესაფერისობა

შესაფერისობა განსაზღვრავს იმ ხარისხს, რომლითაც შემოთავაზებული/განსახილველი სტრატეგია გააუმჯობესებს სიტუაციას, რომელიც გამოვლინდა სტრატეგიული ანალიზის შედეგად. სტრატეგიულ არჩევანთან დაკავშირებით უნდა ვუპასუხოთ შემდეგ კითხვებს:

- აღმოფხვრის იგი დაგეგმვაში არსებულ ხარვეზს?
- აღმოფხვრის საფრთხეებსა და სუსტ მხარეებს?
- ეყრდნობა ის კომპანიის ძლიერი მხარეებისა და შესაძლებლობების გამოყენებას, რომლებიც ანალიზის შედეგად გამოვლინდა?
- შეესაბამება ის ორგანიზაციის მისიას?
- პორტფელი ისევ დაბალანსებული დარჩება?

განხორციელებადობა

განხორციელებადობის საკითხის განხილვით ვაფასებთ, შესაძლებელია თუ არა შერჩეული სტრატეგიის წარმატებით რეალიზება პრაქტიკაში. ამას ნათლად გვიჩვენებს რესურსები, რომლებსაც ორგანიზაცია ფლობს. დროის დაზოგვის მიზნით, უბრალოდ დაფიქრდით ნ შეზღუდვაზე, რომლებიც 1-ელ სტატიაში განვიხილეთ.

მისაღებობა

საბოლოო საკითხია იმის დადგენა, შერჩეული სტრატეგია დააკმაყოფილებს თუ არა კომპანიის ძირითადი დაინტერესებული მხარეების მოლოდინს და ამასთან დაკავშირებით განსახილველი იქნება, როგორც წესი, რისკის დონე და უკუგების დონე, რომელსაც ეს არჩევანი მოუტანს კომპანიას.

გახსოვდეთ, ნაკლებად არის მოსალოდნელი, რომ გამოცდაზე ისეთი კითხვა შეგხვდებათ, სადაც მოგთხოვენ სტრატეგიული არჩევანის შესახებ იმ ინფორმაციის მექანიკურ გამეორებას, რომელიც თქვენ აგიხსენით ამ სტატიაში. როგორც წესი, საგამოცდო კითხვები ეხება ჩვენ მიერ აღწერილი პროცესის რომელიმე ნაწილს. თუ თქვენ ყველაფერი საფუძვლიანად გაიგეთ და გესმით, რაც ჩვენ განვიხილეთ, მაშინ შეძლებთ გამოცდაზე გაცილებით მეტი ამომწურავი არგუმენტების მოფიქრებას. ჩვენ ამას ვნახავთ ერთ-ერთი წინა საგამოცდო კითხვის მაგალითზე ამ სტატიის ბოლოს.

სტრატეგიის განხორციელება

სტრატეგიის განხორციელება ბევრ საკითხს მოიცავს პროექტის მართვის თემიდან. ამასთან, როგორც სტრატეგიული ანალიზის დროს და სტრატეგიული არჩევანის შემთხვევა-

ში შესაძლებელია, რომ ეს საკითხებიც გავამარტივოთ და წარმოვადგინოთ რამდენიმე ქვესათაურის მეშვეობით:

- რესურსების მართვა;
- ორგანიზაციული სტრუქტურა;
- ცვლილებების მართვა.

რესურსების მართვა

შეიძლება საუკეთესო შესაძლებლობა იყოს ნ შეზღუდვის გამოყენება. თუმცა, ბიუჯეტები და საქმიანობის შედეგების მართვის სხვა ინსტრუმენტებიც სავარაუდოდ აქ გამოგადგებათ.

ორგანიზაციული სტრუქტურა

ეს მოიცავს ისეთ საკითხებს, რომლებიც ეხება ორგანიზაციის ცენტრალიზაციისა და დეცენტრალიზაციის დონეებს, ასევე მართვის სტრუქტურულ ფორმებსა და სტილს.

ცვლილებების მართვა

განსაკუთრებით ყურადღებით უნდა განვიხილოთ ცვლილების მასშტაბი, სისწრაფე და სტილი, რათა სრული პასუხისმგებლობა ავიღოთ მათზე. შეგახსენებთ, რომ ცვლილების წარმატების უზრუნველსაყოფად მეტად სასარგებლო მოდელია კურტ ლევინის სამსაფეხურიანი მოდელი, რომელიც მოიცავს:

- გაღობას;
- პროცესის ცვლილებას; და
- ცვლილების სტაბილიზებას („გაყინვას“).

გაღობა

სანამ ცვლილების განხორციელებას დაიწყებთ, ჯერ უნდა დაიშალოს არსებული ნონასწორობა, ახლის დანერგვამდე. არსებული სიტუაციის „სიცუდეში“ (მიუღებლობაში) და ცვლილების აუცილებლობაში (აქტუალობაში) უნდა დავარწმუნოთ თანამშრომლები, რომლებსაც ცვლილება შეეხებათ.

პროცესის ცვლილება

ეს არის მეორე საფეხური, რომელიც, ძირითადად, კონცენტრირებულია იმის დადგენაზე, რა იქნება ახალი სასურველი ქცევა ან ნორმა, ამის შესახებ უნდა ვაცნობოთ შესაბამის პირებს და ჯგუფებს ორგანიზაციაში და წავახალისოთ/დავაინტერესოთ ისინი „თავისი“ ახალი ურთიერთობით ან ქცევით. იმისათვის, რომ ცვლილება წარმატებით განხორციელდეს, უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგი სახის მართვის სტილი, რათა გაუმჯობესდეს ცვლილების მისაღებად:

- ურთიერთქმედება იმ თანამშრომლებთან (მათი თანამონაწილეობის უზრუნველყოფა პროცესში), რომლებზეც გავლენას ახდენს ცვლილება, რათა მათ უფრო უკეთ იგრძნონ თავიანთი პასუხისმგებლობა;
- ახალი გზების/მეთოდების სწავლება და ინფორმირება ისე, რომ ყველასთვის სრულად იყოს გასაგები, რა ხდება, რათა ისინი არ აღმოჩნდნენ ისეთ სიტუაციაში, სადაც მათ შეეშინდებათ გაურკვევლობის („უცნობი რაღაცის“) და, შესაბამისად, შეენიანაღმდეგონ ცვლილებას;
- შეიძლება მიზანშეწონილი იყოს ასევე მოლაპარაკებების წარმოება, თუ არსებობს დაინტერესებულ მხარეთა დიდი ჯგუფი, როგორცაა პროფკავშირი.

ცვლილების სტაბილიზება („გაყინვა“)

ეს არის ბოლო საფეხური, რაც გულისხმობს ახალი ქცევის გამყარებას, განმტკიცებას. ამისათვის შესაძლებელია პოზიტიური (პრიზი, დაჯილდოება და ა.შ.), ან უარყოფითი საშუალებების გამოყენება (სანქციების გამოყენება მათ მიმართ, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან, ან უარს ამბობენ ახალ ქცევაზე). ასევე შეგიძლიათ ცვლილების კალეიდოსკოპისა და კულტურული ქსელის გამოყენება.

დადგა დრო, შევაჯამოთ, რაც სტატიაში განვიხილეთ:

სტრატეგიული არჩევანი

- რის საფუძველზე ვაპირებთ კონკურენციის განწმენას? (პორტერის ძირითადი სტრატეგიები);
- რა მიმართულებას ვირჩევთ? (ანსოფის პროდუქტის/ბაზრის მატრიცა, არაფრის კეთება, გამოსვლა);
- როგორ ვაპირებთ არჩეულ მიმართულებამდე მიღწევას? (შიდა, გარე განვითარება, ერთობლივი სანარმო).

სტრატეგიის განხორციელება

- რესურსების მართვა (6 შეზღუდვა);
- ორგანიზაციული სტრუქტურა (ცენტრალიზაცია, დეცენტრალიზაცია, კონკრეტული სტრუქტურული ფორმა);
- ცვლილებების მართვა (გალღობა, პროცესის ცვლილება, ცვლილების სტაბილიზება).

ახლა განვიხილოთ, რა სახის კითხვების მოლოდინი შეიძლება გვექონდეს **გამოცდაზე**, ამ თემასთან დაკავშირებით.

1-ლი კითხვა

(ACCA-ის წინა წლების საგამოცდო მასალიდან შერჩეული კითხვა)

ჯერომე გულსანდი არის სპორტული ინვენტარის 20 მაღაზიიდან შემდგარი ქსელის „სპორტაკის“ მფლობელი და აღმასრულებელი დირექტორი. ეს მაღაზიები ქვეყნის სამხრეთით არის თავმოყრილი. კომპანია ოჯახის კერძო საკუთრებაშია და „სპორტაკის“ აქტივების დიდ ნაწილს იმ მაღაზიებზე უპირობო საკუთრების უფლება წარმოადგენს, რომელსაც ფლობს კომპანია. კომპანია ყიდის ფართო ასორტიმენტის სპორტულ ინვენტარს, როგორცაა გოლფის, ჩოგბურთის, ფეხბურთის, სათხილამურო სპორტის და ა.შ. სპორტის სხვა სახეობების ინვენტარი და აღჭურვილობა. ცოტა ხნის წინ მან გააფართოვა თავისი პროდუქციის ასორტიმენტი და მასში ჩართო გარკვეული სახის დიზაინერული სპორტული სამოსი.

ეს კომპანია დაარსა ჯერომეს მამამ მეოთხედი საუკუნის წინ, როდესაც მან გახსნა თავისი პირველი პატარა მაღაზია. მომდევნო 25 წლის განმავლობაში კომპანია სტაბილურად იზრდებოდა. ამ წარმატებული განვითარების მთავარი მიზეზი ჯერომეს მამის ფილოსოფია იყო, რომელსაც გადანყვეტილებების მიღების პროცესის დიდი ნაწილი დელეგირებული ჰქონდა მაღაზიების ცალკეულ მენეჯერებზე. მას მიაჩნდა, რომ ასეთი მიდგომით ადგილობრივი მენეჯერები უფრო მაღალი მოტივაციით იმოქმედებდნენ. მან მენეჯერებს ასევე საშუალება მისცა, თვითონ მოეხდინათ რეაგირება ადგილობრივი მოთხოვნის პირობებზე, ვინაიდან სასაწყობო მარაგის შეკვეთას თითოეული მაღაზია თვითონ აკეთებდა – შეკვეთების განთავსება ორგანიზებული არ იყო სათავო ოფისში. გარდა ამისა, მენეჯერებს შეეძლოთ ადგილობრივი მარკეტინგული ღონისძიებების დამოუკიდებლად შემუშავება, გაყიდვების წამახალისებელი აქციებისა და რეკლამირების მეშვეობით, თავიანთი შეხედულებებისამებრ.

მაღაზიის მენეჯერები ანაზღაურებას იღებდნენ ნაწილობრივ ძირითადი ხელფასის სახით, ხოლო ნაწილობრივ პრემიის სახით, რომელიც გაყიდვების შედეგებზე იყო დამოკიდებული, რაც მათი ძირითადი ხელფასის დაახლოებით 40%-იც შეიძლება ყოფილიყო. მუშაობის ეს მეთოდები დამაკმაყოფილებელი იყო მანამ, სანამ კომპანია სტაბილურად იზრდებოდა. თუმცა, 2007 წლის მეორე ნახევარში გაჩნდა მტკიცებულებები იმისა, რომ მთლიანობაში „სპორტაკის“ პოზიცია ბაზარზე სუსტდებოდა. გაყიდვები სტაბილური იყო, მაგრამ, რაც უფრო მნიშვნელოვანია, კონკურენცია იზრდებოდა ფასდაკლებაზე მომუშავე მრავალი საცალო მოვაჭრის მხრიდან, რომლებიც მზად იყვნენ ემუშავათ დაბალი მარჟებით, მაგრამ დიდი მოცულობის საქონლით. სწორედ ამ დროს ჯერომემ თავისი მამისგან მემკვიდრეობით მიიღო კომპანია.

ჯერომე მოუთმენლობას იჩენდა იმის გამო, რომ კომპანია აღარ იზრდებოდა. თავისი ბუნებით, ჯერომე მენარმე იყო, რომელიც ზრდისკენ ისწრაფოდა. ის დარწმუნებული არ იყო, რომ მყარი ორგანული ზრდა ამ პირობებში შესაფერისი სტრატეგია იყო. მამამისის პოლიტიკა ასეთი იყო – ყოველ წელს უნდა გაეხსნა მაღაზია, რომლის ზრდას დააფინანსებდა მიმდინარე შემოსავლებიდან. ჯერომე ხედავდა, რომ ბაზარი უფრო და უფრო კონკურენტული ხდებოდა იმდენად, რომ პატარა და სპეციალიზებული ბაზრებიც კი დაუცველები გახდნენ. მას მიაჩნდა, რომ გადარჩებოდნენ ქვეყნის მხოლოდ მსხვილი მასშტაბის საცალო ვაჭრობის ქსელები და უფრო მცირე ზომის ჯგუფებს შთანთქავდა სწორედ სპორტული ინვენტარის საცალო ვაჭრობის მსხვილი ქსელები, რომლებსაც გაცილებით მაღალი მოგებიანობის დონე ჰქონდათ და დაფინანსების მოზიდვის უფრო მეტი შესაძლებლობებიც.

ჯერომემ გადაწყვიტა, რომ აუცილებელია „ნახტომი ზრდისკენ“, თუ კომპანიას სურს მიაღწიოს კრიტიკულ ზომას, რათა გადარჩეს ბაზარზე. მას შთააგონებდნენ, რომ „სპორტაკის“ საფირმო ნიშნის ფრანშიაზინგი გონივრული ქმედება იქნებოდა და შედარებით უსაფრთხო/ურისკო მეთოდი კომპანიის გაფართოებისთვის. ზრდას სხვა ადამიანების ფულის ხარჯზე თავისი უპირატესობები გააჩნია, მაგრამ ეს არ მოსწონდა ჯერომეს. მას უფრო „პრაქტიკული“ მიდგომის გამოძებნა სურდა.

დაახლოებით ამავე დროს ყიდვისთვის ხელმისაწვდომი გახდა 15 სპორტული მაღაზიისგან შემდგარი ქსელი. ეს ჯგუფი ქვეყნის სრულიად განსხვავებულ რაიონში მდებარეობდა – დაახლოებით 150 მლ მოშორებით „სპორტაკის“ ოპერაციების ახლანდელი რაიონიდან. ვინაიდან მთლიანობაში სპორტული ინვენტარისა და სპორტული სამოსის ბაზარი ისევ აგრძელებდა ზრდას, საკმაოდ მაღალი იყო ფასი, რომელსაც ითხოვდნენ ამ ქსელისთვის. თუმცა, ჯერომე დარწმუნებული იყო, რომ ეს კარგი შესაძლებლობა იყო, რომელიც ხელიდან არ უნდა გაეშვა. მას მიაჩნდა რომ „სპორტაკს“ ესაჭიროებოდა ამგვარი გაფართოება, რათა ესარგებლა მოგებიანი გაყიდვებით, რომლებიც ჯერ ისევ ხელმისაწვდომი იყო ამ სექტორში. თუმცა, ისიც ცხადი იყო, რომ ამ ზომის კომპანიის შექმნა ვერ დაფინანსდებოდა კომპანიის სახსრებით. ჯერომე ფიქრობდა, რომ კომპანიისთვის საჭირო სესხის დასაფინანსებლად უზრუნველყოფის სახით შეეძლო გამოეყენებინა „სპორტაკის“ საკუთრებაში მყოფ ქონებაზე საკუთრების უფლებები. სანამ ჯერომე ბანკს მიმართავდა, მან ეს საკითხი თავის ბუღალტერთან განიხილა და თავისი იდეები წარუდგინა კომპანიის გაფართოების თავისი ვარიანტის შესახებ.

ჯერომემ განჭვრიტა რა მოსალოდნელი გაფართოების საჭიროება და გაფართოებული ჯგუფის მართვის აუცილებლობა, მან გადაწყვიტა, რომ დადგა დრო ძლიერი და ცენტრალური ლიდერის. მას გაცნობიერებული ჰქონდა, რომ პროდუქტების შეკვეთების ახლანდელი სისტემა ამჟამად დელეგირებული იყო მაღაზიების მენეჯერებზე, ის კი კომპანიას სთავაზობდა შეკვეთების ცენტრალიზებული ქვედანაყოფის შექმნას იმ საწყობების ბაზარზე, რომლებიც „სპორტაკს“ ეკუთვნოდა და „სპორტაკი“ აკონტროლებდა. ცალკეული მაღაზიების მენეჯერებს მიეცემოდათ იმის უფლება, რომ გადაწყვეტილება მიეღოთ თავისი მარაგის ასორტიმენტის შესახებ, მაგრამ მათ შეკვეთა უნდა განეთავსებინათ „სპორტაკის“ ცენტრალური საწყობიდან/ცენტრალური საწყობის მეშვეობით.

ჯერომემ ასევე გადაწყვიტა, რომ მიეხედა მარკეტინგის პრობლემისთვის, კერძოდ, გაყიდვების სტიმულირებისთვის. დეცენტრალიზებულმა მიდგომამ, რომელიც მამამისმა შემოიღო, ვერ შეძლო ცნობილი/პოპულარული იმიჯის შექმნა, ამიტომ, მისი აზრით, აუცილებელი იყო „სპორტაკის“ სავაჭრო ნიშნის გამყარება. ჯერომეს გეგმის თანახმად, საჭირო იყო მნიშვნელოვანი ბიუჯეტის გამოყოფა (გაყიდვების 15%) რეკლამის განსათავსებლად პრესაში და ასევე საზოგადოებასთან ურთიერთობისთვის და ვალდებულებების ასეთი დონე შენარჩუნებული იქნებოდა უახლოეს მომავალში. სპორტსმენებს გადაუხდინებისმიერ მალაზიაში გამოჩენისთვის, რომელთა მოდერნიზაციაც უნდა განხორციელებულიყო. მას იმედი ჰქონდა, რომ მალაზიების გონივრული მოდერნიზაციის წყალობით ეს მალაზიები თანდათან გადაიქცეოდნენ ისეთ ცენტრებად, რომლებიც გავლენას მოახდენს როგორც სპორტული ინვენტარისა და აღჭურვილობის, ისე სპორტული ტანსაცმლის მოდაზე. მალაზიის დირექტორებს ასევე შესთავაზებდნენ მარაგში ძვირად ღირებული პროდუქციის ხაზის პროდუქტების ჩართვას, რომლის მარჟებიც მაღალი იქნებოდა. გარდა ამისა, მოსალოდნელი იყო, რომ მათ გაცილებით უფრო მეტი მარაგი ექნებოდათ. როდესაც ჯერომეს მამა ხელმძღვანელობდა მალაზიებს, მას აკრიტიკებდნენ იმის გამო, რომ მალაზიებს ხშირად არ ჰყოფნიდათ საქონლის მარაგები. კლიენტების უმეტესობას არ სურდათ მოცდა იქამდე, სანამ საქონელს შეუკვებდნენ და ამიტომ საქონელს კონკურენტების მალაზიებში ყიდულობდნენ.

ჯერომემ გაიცნობიერა, რომ ცვლილებების პერიოდში „სპორტაკმა“ შეიძლება დაკარგოს ზოგიერთი მალაზიის წამყვანი მენეჯერი. ეს ადამიანები აქამდე მნიშვნელოვანი ავტონომიით სარგებლობდნენ. მართალია, მათ ისევ ძველებურად ეძლეოდათ გარკვეული თავისუფლება მარაგის ასორტიმენტთან დაკავშირებით, რომელსაც ისინი შესთავაზებდნენ მომხმარებლებს, მაგრამ შეიძლება ისინი მალე დაინახავდნენ, რომ მათი, როგორც მენეჯერების თავისუფლება შეიზღუდა. ჯერომეს ესმოდა, რომ მალაზიის ზემოაღნიშნული მენეჯერები მნიშვნელოვან გუდვილს ქმნიდნენ კომპანიისთვის და მათი დაკარგვა ზიანს მიაყენებდა კომპანიას, ამიტომ სამუშაოდ კომპანიაში მათი დარჩენის წახალისების მიზნით, აპირებდა მათი პრემიების გაზრდას, რომლებიც დაკავშირებული იყო გაყიდვების მოცულობასთან.

ჯერომეს სავსებით კარგად ესმის, რომ ახალი ქსელის შექმნასთან დაკავშირებული დანახარჯები იმაზე გაცილებით მეტი იქნებოდა, ვიდრე საჭირო იყოს ახალი მალაზიების საყიდლად. დაფინანსება დასჭირდებოდა მალაზიების მოდერნიზაციის პროგრამებსაც, ასევე მარაგების შევსებას უფრო ფართო და რთული ასორტიმენტის (ძვირი) პროდუქციით. უახლოესი მომავლის გაყიდვების პროგნოზები მიმზიდველი ჩანდა. ჯერომე მოელის, რომ მომდევნო წელს თითო მალაზიის გაყიდვების მოცულობა დაახლოებით 8%-ით გაიზრდება. მას მიაჩნია, რომ გაყიდვების ამგვარი ზრდა, რომელსაც ახლავს საცალო ვაჭრობის მიმართ მისი აგრესიული მიდგომა, მას თავისი თამამი გეგმების რეალიზების საშუალებას მისცემს, რომლებიც ეხებოდა „სპორტაკის“ გაფართოებას. უპირველეს ყოვლისა, ჯერომეს სურს დაინახოს, რომ მისი კომპანია „სპორტაკი“ გადაიქცა ეროვნულ კომპანიად, რომელიც უკვე აღარ იმუშავებდა, როგორც რეგიონული საცალო სავაჭრო ქსელი.

1-ელ ცხრილში შეჯამებული სახით მოცემულია მონაცემები, რომლებიც ჯერომეს ბუღალტერმა განსახილველად მოამზადა. ამ მონაცემების ნაწილი მოიპოვეს სავაჭრო ასოციაციების სტატისტიკიდან, ასევე სახელმწიფოს პროგნოზებიდან.

14 მოგეთხოვბათ:

(ა) ჯერომეს მამას მტკიცედ სწამდა დეცენტრალიზაციის, როგორც ოპერაციებში, ისე გადაწყვეტილების მიღების საკითხში. რა დონის დარტყმა მიაყენა „სპორტაკს“ ან რა დონის სარგებელი მოუტანა „სპორტაკს“ ამ პროცესმა? თქვენი არგუმენტების დასასაბუთებლად მოიყვანეთ მაგალითები;

(10 ქულა)

(ბ) შეაფასოთ ძირითადი ასპექტები, რომლებიც თქვენ მიგაჩნიათ მნიშვნელოვნად და მოვლით, რომ ასახული უნდა იყოს ბიზნესგეგმაში, რომელსაც ჯერომე წარუდგენს თავის ბანკს ფინანსური დახმარების განაცხადის დასასაბუთებლად; **(15 ქულა)**

(გ) წარმოიდგინოთ თქვენი თავი ჯერომეს ბუღალტრად. გამოიყენოთ ცხრილის ფინანსური მონაცემები და შეაფასოთ ჯერომეს მიერ შემოთავაზებული სტრატეგიის წინადადების სიცოცხლისუნარიანობა; **(15 ქულა)**

(დ) განიხილოთ, ფრანშიზის ოპერაცია უფრო უკეთესი ვარიანტი იქნებოდა თუ არა გაფართოებისთვის, ვიდრე შექენა. **(10 ქულა)**

ცხრილი 1

	2007 ფაქტი \$მლნ	2008 ბიუჯეტი \$მლნ	2009 პროგნოზი \$მლნ	2010 პროგნოზი \$მლნ
ამონაგები რეალიზაცი- იდან	30.00	29.50	58.80	57.96
რეალიზებული საქონ- ლის თვითღირებულება	15.00	14.75	25.28	24.92
საერთო მარჟა	15.00	14.75	33.52	33.04
ხარჯები	12.00	12.50	29.50	29.75
საოპერაციო მოგება	3.00	2.25	4.02	3.29
გადახდილი პროცენტი	0.00	0.00	2.50	2.50
მოგება პროცენტის გადახდის შემდეგ	3.00	2.25	1.52	0.79
გრძელვადიანი აქტივები	15.00	15.00	34.00	34.00
მოკლევადიანი აქტივები	6.00	5.90	9.80	9.66
მოკლევადიანი ვალდებულებები	3.75	3.69	7.35	7.25
საკუთარი კაპიტალი	24.75	24.59	26.15	25.91
ვალი	0.00	0.00	25.00	25.00
საერთო მარჟა	50%	50%	57%	57%
უკუგება რეალიზაციის მიმართ	10%	7.62%	6.83%	5.67%
აქტივობის კოეფიციენტი	1.21	1.20	1.15	1.14
უკუგება წმინდა აქტივებზე	12.2	9.15	7.85	6.46
ROE	12.2	9.15	5.80	3.04
დარგის გაყიდვები (2000 100)	125	135	140	138

(ა) ნაწილში გამომცემელი ამონებებს სტრატეგიის განხორციელების სტადიის თაობაზე თქვენს ცოდნას, ვინაიდან გისვამთ კონკრეტულ კითხვას, კომპანიის სტრუქტურის შესახებ და იმის შეფასებას, მიგაჩნიათ თუ არა, რომ დეცენტრალიზაციამ დამლუპველი გავლენა მოახდინა „სპორტაკზე“. თუ თქვენ მოგინევდათ „ტვინის შტორმის“ ჩატარება ძირითად საკითხებთან მიმართებით, რომლებიც ეხება ცენტრალიზაციასა და დეცენტრალიზაციას, ხოლო შემდეგ ნახავდით, რომელი მათგანია ამ შემთხვევაში მიზანშეწონილი, მაშინ შეიძლება მიგელოთ ამომწურავი პასუხი.

(ბ) ნაწილზე უკეთესია ვუპასუხოთ სალი აზრის გამოყენებით და ასევე სტრატეგიული ანალიზის, სტრატეგიული არჩევანისა და სტრატეგიის განხორციელების თემაში ნასწავლი ძირითადი საკითხების გამოყენებით. სალი აზრი გკარნახობთ, რომ ბიზნესგეგმაში ასახული უნდა იყოს „სპორტაკის“ ბიზნესის აღწერა. უფრო დეტალური ინფორმაცია უნდა იყოს მოცემული, ორგანიზაციის რესურსების შესახებ (6 შეზღუდვა) და გაანალიზებული უნდა იყოს ბიზნესგარემო, სადაც კომპანია საქმიანობს (შთაგონებისთვის გამოიყენეთ PESTEL და 5 ძალის მოდელი). ბიზნესგეგმაში ასევე მოცემული უნდა იყოს დეტალური აღწერა იმისა, რის საფუძველზე აპირებს „სპორტაკი“ კონკურენციის განევას (შთაგონებისთვის გამოიყენეთ პორტერის ძირითადი სტრატეგიები და ანსოფის პროდუქტის/ბაზრის მატრიცა), ასევე კომპანიის სავარაუდო მოგება, რომელსაც მიიღებს შერჩეული სტრატეგიიდან.

(გ) ნაწილში გვთხოვენ იმ ფინანსური უნარების გამოყენებას, რომლებიც აითვისეთ სწავლისას, რათა მოკლედ ჩამოაყალიბოთ თქვენი შეხედულება იმის თაობაზე, რამდენად სიცოცხლისუნარიანია ჯერომეს გეგმები.

(დ) ნაწილში პასუხის გაცემა ადვილია, თუ თქვენ კვლევისთვის ლოგიკურად გამოიყენებთ ჩვენ მიერ განხილულ მიდგომებს, სადაც პირდაპირ ჩანს პასუხი კითხვაზე როგორ? ეს არის სტრატეგიული არჩევანის სტადიის ნაწილი (შთაგონებისთვის გამოიყენეთ შიდა, გარე განვითარებისა და ერთობლივი სანარმოს მოდელი).

რეზიუმე

ვიმედოვნებთ, რომ თქვენ უკვე შეძლებთ სისტემურად და ლოგიკურად განიხილოთ სასწავლო პროგრამის ის ნაწილი, რომელიც ეხება სტრატეგიულ დაგეგმვას. თქვენ მხოლოდ უნდა დაიმახსოვროთ სამი ძირითადი ეტაპი: სტრატეგიული ანალიზი, სტრატეგიული არჩევანი და სტრატეგიის განხორციელება. ამან თქვენს თავში უნდა გააჩინოს სიტყვების კიდევ ერთი ჯაჭვი.

მაგალითად: (1) სტრატეგიული ანალიზი (იფიქრეთ 6 შეზღუდვის შესახებ, PESTEL-ის, 5 ძალის მოდელისა და დაინტერესებულ მხარეთა შეზღუდვების შესახებ); (2) სტრატეგიული არჩევანი (რის საფუძველზე გადავწყვიტეთ კონკურენცია, რა მიმართულება უნდა ავირჩიოთ? როგორ ვაპირებთ არჩეულ მიმართულებამდე მიღწევას?); (3) სტრატეგიის განხორციელება (რესურსების მართვა, ორგანიზაციული სტრუქტურა, ცვლილებების მართვა).

მაშ, რა უნდა გააკეთოთ გამოცდაზე? მსჯელობისას ეს სტრუქტურა უნდა გამოიყენოთ, საგამოცდო კითხვის შესაბამისად.

„ბიზნესის ანალიზის“ მოდულისთვის მომზადებული
თავდაპირველი სტატიის ადაპტირებული ვერსია
მოამზადა სტრატეგიული ბიზნესლიდერის
საგამოცდო კომისიის წევრმა

ფინანსური ანგარიშგების კორექტირება

მოდული „ფინანსური აღრიცხვა“

შეგახსენებთ, რომ ყოველი საანგარიშგებო წლის ბოლოს მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებისა და ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგების მომზადების დროს აუცილებელია საცდელი ბალანსის გარკვეული ციფრების კორექტირება. „ფინანსური აღრიცხვის“ მოდულის გამოცდაზე ბევრ სტუდენტს უჭირს ამგვარი კორექტირებების გაკეთება, რომლებიც ეხება შემდეგ მუხლებს:

- მარაგი;
- დარიცხვები და გადახდილი ავანსები;
- პროცენტი;
- ცვეთა;
- უიმედო ვალები და დებიტორული დავალიანების ანარიცხები.

პირველ რიგში, კანდიდატებმა კარგად უნდა იცოდნენ ძირითადი ცნებები: აქტივი, ვალდებულება, ფინანსური ანგარიშგება, საცდელი ბალანსი, მოგებისა და ზარალის ანგარიშგება და ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგება.

ასევე, კანდიდატებმა ძალიან კარგად უნდა იცოდნენ საბუღალტრო წიგნების წარმოების პრინციპები, კერძოდ ის, რომ:

- აქტივის სანყისი ნაშთი სადებეტო ნაშთია;
- აქტივების ზრდა აისახება ანგარიშის დებეტის მხარეს;
- აქტივის შემცირება აისახება ანგარიშის კრედიტის მხარეს;
- ვალდებულების სანყისი ნაშთი საკრედიტო ნაშთია;
- ვალდებულების ზრდა აისახება ანგარიშის კრედიტის მხარეს;
- ვალდებულების შემცირება აისახება ანგარიშის დებეტის მხარეს.

დასასრულ, კანდიდატებმა უნდა იცოდნენ, რომ ყველა ზემოაღნიშნულ მუხლთან დაკავშირებული კორექტირება გავლენას ახდენს როგორც მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაზე, ისე ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, კორექტირება აისახება მოგებისა და ზარალის ანგარიშგების დებეტში და ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგების კრედიტში, ან პირიქით.

მარაგი¹

საგამოცდო ტესტებში ხშირად მოითხოვება საბოლოო მარაგის კორექტირების შესრულება. საბოლოო მარაგი არის მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში ციფრის შემცირება (კრედიტი) და მოკლევადიანი აქტივი (დებეტი) – ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში:

დებეტი მოკლევადიანი აქტივი 15,000

კრედიტი მოგებისა და ზარალის ანგარიშგება 15,000

¹ შენიშვნა. ამ სტატიის გამოყენებული ციფრები გამოგონებულია და არანაირ რეალურ სანარმოს არ ეხება.

ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგება	\$
მოკლევადიანი აქტივები	
მარაგი	–
დებიტორული დავალიანება	–
გადახდილი ავანსები	600
ფულადი სახსრები	–
მოკლევადიანი ვალდებულებები	
სავაჭრო კრედიტორული დავალიანება	–
დარიცხვები	3,800

შესაბამისი ბუღალტრული ანგარიშები:

ხელფასები			
	\$		\$
ფულადი სახსრები	136,000	31 დეკემბერი, გადატანა მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში	139,800
დარიცხვები	<u>3,800</u>		
	<u>139,800</u>		<u>13,800</u>
დაზღვევა			
	\$		\$
ფულადი სახსრები	4,000	გადახდილი ავანსი	600
		31 დეკემბერი, გადატანა მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში	3,400
	<u>4,000</u>		<u>4,000</u>

ანალოგიური კორექტირება შეიძლება საჭირო გახდეს შემოსავალთან დაკავშირებით, როგორცაა, მაგალითად საიჯარო შემოსავალი. მიმდინარე პერიოდთან დაკავშირებული მისაღები ნაშთები ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში უნდა აისახოს, როგორც მოკლევადიანი აქტივი, „დებიტორული დავალიანების“ სათაურით.

მიაქციეთ ყურადღება: თუ შემოსავალი წინასწარ (ავანსად) არის მიღებული (ე.ი. გადავადებული შემოსავალი), ეს ვალდებულებაა და უნდა აისახოს ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში, როგორც მოკლევადიანი ვალდებულება. ამ შემთხვევაში, მუხლის სათაური შეიცვლება და გახდება „დარიცხვები და გადავადებული შემოსავალი“.

პროცენტი

გადასახდელი პროცენტი რეალურად კიდევ ერთი ტიპის დარიცხვაა, მაგრამ ამასთან დაკავშირებით რალაც უნდა იცოდეთ – ხშირად კითხვაში ნათლად არ არის მოცემული პროცენტის დარიცხვის წესი, მაგრამ ამ ინფორმაციის ამოკითხვა შესაძლებელია საცდელი ბალანსიდან, მაგალითად:

	დებიტი, \$	კრედიტი, \$
8%-იანი თამასუქი (სავალო ვალდებულება)		100,000
თამასუქის პროცენტი	4,000	

ამოცანის პირობაში, როგორც წესი, ნათქვამია, რომ გადახდილია სესხის პროცენტის მხოლოდ ნახევარი. ეს ნიშნავს, რომ უნდა დაარიცხოთ დანარჩენი თანხა ($8\% \times 100,000 \times 1/2 = \$4,000$). **გახსოვდეთ:** პროცენტი ფინანსური დანახარჯია და ამიტომ მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში აისახება $\$8,000$ ($8\% \times 100,000$), ხოლო ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში – გადასახდელი (დარიცხული) პროცენტი (მოკლევადიანი ვალდებულება) $\$4,000$. ასე **გახსოვდეთ:** პროცენტი მოკლევადიანი ვალდებულებაა, ხოლო სავალო ვალდებულება ($\$100,000$) – გრძელვადიანი ვალდებულება. ამიტომ მათი ერთად წარდგენა არ შეიძლება.

ასევე, უნდა მიაქციოთ ყურადღება იმას, თუ როდის იყო გამოშვებული სავალო ვალდებულება, წლის დასაწყისში თუ წლის განმავლობაში. თუ წლის დასაწყისშია გამოშვებული, მთელი წლის პროცენტი დაერიცხება; თუ წლის განმავლობაში – პროცენტის დარიცხვა მოხდება პროპორციულად, ვალდებულების გამოშვების თვეების რაოდენობის შესაბამისად.

მაგალითად, საწარმომ 2016 წლის 1 აპრილს გამოუშვა 100,000-ის ღირებულების 10%-იანი **სასესხო** თამასუქი. ხელშეკრულების თანახმად, საწარმო პროცენტს იხდის გამოშვებიდან ერთ წელიწადში. საწარმოს საანგარიშგებო წელი მთავრდება 31 დეკემბერს.

რა ოდენობის პროცენტის ხარჯი იქნება აღრიცხული 2016 წლის 31 დეკემბერს დასრულებული წლის მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში?

ვინაიდან თამასუქი გამოშვებული იყო (მოქმედებდა) 9 თვის განმავლობაში, პროცენტის ხარჯი უნდა დაერიცხოს მხოლოდ 9 თვის ($10\% \times 100,000 \times 9/12 = \$7,500$). ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში კი მთლიანად იქნება ჩართული ეს თანხა მოკლევადიანი ვალდებულებების ნაწილში.

ცვტა

ზოგადად, ცვეთასთან დაკავშირებული კორექტირება ცოტათი უფრო რთულია, ვინაიდან ცვეთა ნაწილდება გრძელვადიანი აქტივის თვითღირებულებაზე, აქტივის სასარგებლო მომსახურების ვადის განმავლობაში. თუ საწარმოს შეფასებული აქვს, რომ მოცემული აქტივი მას 5 წლის მანძილზე მოემსახურება და ამონაგებს მოუტანს, მაშინ აქტივის თვითღირებულებაც ამ 5 წელზე განაწილდება – ცვეთა არის დარიცხვის კონცეფციის გამოყენება.

მაშასადამე, ცვეთასთან დაკავშირებული კორექტირება წარმოადგენს პერიოდის ბოლოს ცვეთის ხარჯის დარიცხვას.

არსებობს ცვეთის დარიცხვის ორი ძირითადი მეთოდი, რომელიც შეტანილია „ფინანსური აღრიცხვის“ მოდულის“ სასწავლო პროგრამაში და გამომცდელიც ამ მეთოდების ცოდნას შეამოწმებს გამოცდებზე:

- წრფივი მეთოდი – ყოველ წელს აქტივს ერიცხება თვითღირებულების (ან თვითღირებულებას გამოკლებული ნარჩენი ღირებულების) ერთი და იგივე პროცენტი;
- შემცირებადი ნაშთის მეთოდი – პროცენტი აქტივს ერიცხება ჩამოწერილი ღირებულების მიხედვით (თვითღირებულებას მინუს მოცემული თარიღისათვის დარიცხული დაგროვილი ცვეთა).

გახსოვდეთ: ყოველ წელს გამოითვლება მიმდინარე წელს დასარიცხი ცვეთა და აისახება როგორც ხარჯი მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში.

ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგება გვიჩვენებს აქტივის თვითღირებულებას, დაგროვილ ცვეთას (საცდელი ბალანსის ციფრს პლუს მიმდინარე წლის ცვეთის ხარჯი მოგებისა და ზარალის ანგარიშებიდან) და წმინდა საბალანსო ღირებულებას. შემდეგ ცხრილში ნაჩვენებია ამ ციფრების წარმოდგენის ნიმუში:

	თვითღირებულება \$	დაგროვილი ცვეთა \$	წმინდა საბალანსო ღირებულება \$
შენობები	700,000	70,000	630,000
მანქანა-დანადგარები	180,000	120,000	60,000
ავტომანქანები	110,000	60,000	50,000
	<u>990,000</u>	<u>250,000</u>	<u>740,000</u>

შესაძლებელია, რომ მარტო ერთი ანგარიში გამოიყენოთ თითოეული გრძელვადიანი აქტივისთვის, საიდანაც გამოჩნდება აქტივის თვითღირებულება და დარიცხული (დაგროვილი) ცვეთა. თუმცა, ჩვეულებრივ, თვითღირებულებისა და ცვეთის ანგარიშები ცალ-ცალკე ინარმოება, რათა ცალ-ცალკე იყოს წარდგენილი ციფრები საცდელ ბალანსსა და ფინანსურ ანგარიშგებაში, როგორც ზემოთ ვნახეთ. ამგვარად, შესაბამისი ანგარიშები ასე უნდა გამოიყურებოდეს:

შენობები – თვითღირებულება

	\$		\$
გადმოტანილი ნაშთი	650,000	გადასატანი ნაშთი	700,000
ფულადი სახსრები	50,000		
	<u>700,000</u>		<u>700,000</u>
გადმოტანილი ნაშთი	700,000		

შენობები – დაგროვილი ცვეთა

	\$		\$
გადასატანი ნაშთი	70,000	გადმოტანილი ნაშთი	51,000
		მოგებისა და ზარალის ანგარიშგება	<u>19,000</u>
	<u>70,000</u>		<u>70,000</u>
		გადმოტანილი ნაშთი	70,000

შენიშვნები:

- 1) საცდელი ბალანსი უნდა მოიცავდეს აქტივის თვითღირებულების სადებეტო ნაშთს \$650,000-ს და მიმდინარე პერიოდის დასაწყისში არსებული დაგროვილი ცვეთის საკრედიტო ნაშთს – \$51,000. მიმდინარე წელს დარიცხული ცვეთის დამატება საკრედიტო თანხას \$70,000-მდე ზრდის;
- 2) აქტივის გასვლის აღსარიცხად საჭიროა მესამე ანგარიში. როდესაც გაიყიდება გრძელვადიანი აქტივი, ამ აქტივთან დაკავშირებული თვითღირებულება და ცვეთა ამ ანგარიშებიდან გადაიტანება აქტივის გასვლის ანგარიშში. ანგარიშის კრედიტში აისახება აქტივის გაყიდვიდან მიღებული შემოსავალი, ხოლო ამ ანგარიშის ნაშთი იქნება აქტივის გაყიდვის შედეგად მიღებული მოგება ან ზარალი, რომელიც გადაიტანება მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში.

უიმედო ვალები და დებიტორული დავალიანების ანარიცხები

გამოცდაზე კანდიდატებს ყველაზე მეტად უჭირთ ხოლმე ამ მუხლთან დაკავშირებული კორექტირებები.

უიმედო ვალები

თუ რომელიმე მომხმარებლის დებიტორული დავალიანების ანგარიშის ნაშთი სანარმომ ვერ ამოიღო, საჭიროა მისი ჩამონერა მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში ხარჯის სახით. გამოცდაზე უიმედო ვალების შესახებ კითხვები შეიძლება ორნაირად იყოს ჩამოყალიბებული:

- უიმედო ვალები საცდელ ბალანსში ცალკე მუხლად არის ნაჩვენები. ეს იმას ნიშნავს, რომ ვალები უკვე ჩამონერილია. სხვა სიტყვებით, დებიტორული დავალიანების თანხები უკვე შემცირებულია. ყოველივე ეს იმიტომ კეთდება, რომ ეს ციფრი მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში აისახოს როგორც ხარჯი;
- უიმედო ვალები ნაჩვენებია საცდელი ბალანსის გარეთ, როგორც კორექტირება და საჭიროა გატარება. თანხა მიდის მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში, როგორც ხარჯი და გამოიქვითება ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში ასახული დებიტორული დავალიანების ნაშთიდან.

დებიტორული დავალიანების ანარიცხები

დებიტორული დავალიანების ანარიცხები იმიტომ იქმნება, რომ ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში აისახოს დებიტორული დავალიანების რეალური/ჭეშმარიტი ღირებულება ისე, რომ ვალი ჯერ არ იქნება ფაქტობრივად ჩამონერილი. ნაშთი დებიტორული დავალიანების/რეალიზაციის წიგნში მარცხენა მხარეს მდებარეობს. ამგვარად, ვალის ამოღების პროცედურები გრძელდება, მაგრამ ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში დებიტორული დავალიანება ისეა შეფასებული, თითქოს ეს თანხა არ არის ამოღებადი. საცდელი ბალანსი გვიჩვენებს:

	დებიტი \$	კრედიტი \$
სავაჭრო დებიტორული დავალიანება	180,000	
დებიტორული დავალიანების ანარიცხები		4,000

ეს იმას ნიშნავს, რომ სანარმომ უკვე შექმნილი აქვს ანარიცხები წინა წლების მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებიდან. თუ სხვა არაფერი არ გაკეთებულა, ეს თანხა ნაჩვენები უნდა იყოს ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში, მოკლევადიანი აქტივების შემადგენლობაში:

	\$	\$
სავაჭრო დებიტორული დავალიანება	180,000	
გამოკლებული დებიტორული დავალიანების ანარიცხები	4,000	176,000

მეორე მხრივ, თუ სანარმო ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებას გამოსაქვეყნებლად ადგენს, ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებიდან უნდა გამოჩნდეს:

სავაჭრო დებიტორული დავალიანება (180,000 — 4,000) 176,000

ფრჩხილებში მოცემული მონაცემები მხოლოდ გაანგარიშებაა და, ცხადია, ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებაში არ აისახება.

გავაგრძელოთ მაგალითი

უფრო მოსალოდნელია, რომ კითხვაში მოგთხოვენ ამ ანარიცხების კორექტირებას. ვთქვათ, ანარიცხები გაიზარდა \$5,400-მდე. ვინაიდან ანარიცხები უკვე \$4,000-ია, \$1,400

ზრდა ამოღებულ უნდა იქნეს მიმდინარე წლის მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებიდან. შედეგად მივიღებთ:

მოგებისა და ზარალის ანგარიშგება/მოგება-ზარალის ანგარიში	\$
დებიტორული დავალიანების ანარიცხის ზრდა	1,400

გახსოვდეთ, მხოლოდ ანარიცხების ზრდა ან კლება აისახება მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში.

ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგება	\$	\$
სავაჭრო დებიტორული დავალიანება	180,000	
გამოკლებული დებიტორული დავალიანების ანარიცხები	<u>5,400</u>	174,600

შესაბამისი ბუღალტრული ანგარიშები

პრაქტიკული თვალსაზრისით, უიმედო ვალებისა და დებიტორული დავალიანების ანარიცხების აღრიცხვის საკითხების მოგვარება შესაძლებელია რამდენიმე გზით. ერთ-ერთი გზაა ორივე ციფრის ერთ ანგარიშში ასახვა. თუმცა, საგამოცდო მიზნებისთვის, უფრო ადვილია ორი ანგარიშის გახსნა: ერთი ჩამონერილი ვალებისთვის და მეორე – ანარიცხებისთვის.

უიმედო ვალები (ვთქვათ, ჩამონერილია \$17,000)

	\$		\$
ჩამონერილი უიმედო ვალები	17,100	31 დეკ. მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში გადატანა	18,500
ანარიცხების ზრდა	<u>1,400</u>		
	<u>18,500</u>		<u>18,500</u>

დებიტორული დავალიანების ანარიცხები

	\$		\$
გადასატანი ნაშთი	5,400	გადმოტანილი ნაშთი	4,000
	<u>5,400</u>	ანარიცხის ზრდა	<u>1,400</u>
			<u>5,400</u>

ამოღებული უიმედო ვალები

ზოგჯერ, რომელიმე ერთ საანგარიშგებო წელს ჩამონერილ ვალს, ფაქტობრივად, მომდევნო წელს იხდიან. შესაბამისი გატარება იქნება:

ღებუტი: ფულადი სახსრები

კრედიტი: უიმედო ვალების ამოღება

ანგარიშის საკრედიტო ნაშთი შემდეგ გადაიტანება მოგებისა და ზარალის ანგარიშგების კრედიტში – ემატება საერთო მოგებას, ან ხარჯების ჩამონათვალში აისახება, როგორც უარყოფითი რიცხვი. ეს უკანასკნელი უფრო უკეთესი გზაა, ვიდრე ვალის ამოღების ფაქტის ასახვა უიმედო ვალების ანგარიშის კრედიტში, რადგან ისე შეუძლებელი იქნება ხარჯების გამორჩევა მიმდინარე წლის უიმედო ვალებისგან.

დარწმუნდით, რომ კარგად გაიგეთ კითხვაში მოცემული მითითება იმის თაობაზე, რომელ მიდგომას იყენებს სანარმო ამ მოვლენის აღრიცხვისთვის.

გამოცდის ჩაბარების ტექნიკა უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარნმუნებელი მომსახურების მომსახურების მოდულისთვის

მე-2 ნაწილი – ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხები

უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარნმუნებელი მომსახურების მოდულის გამოცდაზე ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხების განხილვას მოგთხოვენ სხვადასხვა კონტექსტში. შესაძლებელია, რომ დაგეგმვის პროცესში მოგთხოვონ აუდიტორული რისკის, ან არსებითი უზუსტობის რისკის მატარებელი სფეროების გამოვლენა, რაც გამოწვეულია ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხებით. თქვენგან შეიძლება მოელოდნენ ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხებისა და მათი სააღრიცხვო მიდგომების განხილვას დასრულებულ კითხვაში, სადაც განხილულია ამა თუ იმ მიდგომის შესაფერისობა ან სფეროები, სადაც რისკი არსებობს. ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხების განხილვა შეიძლება დაგჭირდეთ ფინანსურ ანგარიშგებასა და აუდიტორის დასკვნასთან დაკავშირებულ კითხვებში, სადაც შესაძლებელია, რომ ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხები გავლენას ახდენდეს აუდიტორის დასკვნასა და მოსაზრების ტიპზე, რომელიც აუდიტორმა უნდა წარმოადგინოს დასკვნაში. საკითხების ეს სია არ არის სრულყოფილი და ამომწურავი, მაგრამ იმას გვიჩვენებს, რამდენად მნიშვნელოვანია, რომ კარგად იცოდეთ ბუღალტრული აღრიცხვისა და ფინანსური ანგარიშგების მომზადებასთან დაკავშირებული საკითხები, რომლებიც შეტანილი იყო ფინანსურ აღრიცხვასა და ანგარიშგებასთან დაკავშირებული მოდულების სასწავლო პროგრამებში და უკვე ნასწავლი გაქვთ. გარდა ამისა, შეიძლება მოგთხოვონ იმ აუდიტორული პროცედურების განსაზღვრა ან მტკიცებულებების ახსნა, რომელთა არსებობასაც უნდა მოელოდეთ აუდიტის ფაილში, რათა გამოიტანოთ დასკვნა ამ მიდგომებისა და თანხების შესაფერისობაზე/მიზანშეწონილობაზე.

როდესაც დაინყებთ უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარნმუნებელი მომსახურების მოდულის გამოცდისთვის მზადებას, გახსოვდეთ, რომ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ფინანსურ აღრიცხვასა და ანგარიშგებასთან დაკავშირებული საკითხების ცოდნა. ზოგიერთი საკითხი შესაძლოა შედარებით მარტივი, პირდაპირ თეორიაში ნასწავლი საკითხი იყოს, მაგალითად მარაგების შეფასება თვითღირებულებასა და ნეტო სარეალიზაციო ღირებულებას შორის უმცირესი თანხით. სხვა სფეროები შეიძლება უფრო ყოვლისმომცველი ან რთული იყოს, როგორცაა ფინანსური ინსტრუმენტები, ამონაგების აღიარება ან პენსიები.

ჩვენი სტატიის მიზანია, უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარნმუნებელი მომსახურების მოდულის წარსული პერიოდების საგამოცდო კითხვები გამოვიყენოთ იმის საილუსტრაციოდ, როგორ შეიძლება გამოცდელმა შეამოწმოს ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხების ცოდნა; ამასთან გავიმეოროთ ბუღალტრული აღრიცხვის ზოგიერთი ისეთი საკითხი, რომელზეც კანდიდატებს გამოცდაზე ხშირად უჭირთ პასუხის გაცემა.

1-ლი მაგალითი – გაუფასურება

იშვიათად თუ ნახავთ უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარნმუნებელი მომსახურების მოდულის ისეთ გამოცდას, სადაც საგამოცდო კითხვები არ მოიცავდა გაუფასურებას და ბასს 36-ის – „აქტივების გაუფასურება“ – მოთხოვნებს. ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი სტანდარტი, რომელიც კარგად უნდა შეისწავლოთ, ვინაიდან გაუფასურებასთან დაკავშირებული საკითხები ძალიან ბევრ აქტივს ეხება ფინანსური ანგარიშგების პაკეტში.

გამეორების მიზნით, მოკლედ განვიხილავთ ბასს 36-ის ძირითად პრინციპებს:

- აქტივი გაუფასურებულია, თუ მისი საბალანსო ღირებულება აღემატება ანაზღაურებად ღირებულებას;
- აქტივის ანაზღაურებადი ღირებულება არის უდიდესი გაყიდვის დანახარჯებით შემცირებულ რეალურ ღირებულებასა (ფასი, რომლის მიღებაც შესაძლებელია ბაზრის მონაწილეებს შორის განხორციელებულ ნებაყოფლობით ოპერაციაში – მაგალითად, რამდენად შეგიძლიათ თქვენ ამის გაყიდვა) და მის გამოყენების ღირებულებას (აქტივიდან ან აქტივების ჯგუფიდან მომავალში მისაღები ფულადი ნაკადების დღევანდელი ღირებულება) შორის;
- როდესაც აქტივი გაუფასურებულია, ის უნდა ჩამოიწეროს მის ანაზღაურებად ღირებულებამდე და, როგორც წესი, ეს ზარალი (გაუფასურების ზარალი) აისახება მოცემული წლის მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებაში;
- გაუფასურების მიმოხილვის ჩატარება სტანდარტით მაშინ მოითხოვება, როდესაც არსებობს გაუფასურების რაიმე ინდიკატორი, როგორცაა, მაგალითად ტექნოლოგიის შეცვლა, საპროცენტო განაკვეთების ზრდა, ან არსებობს მტკიცებულება აქტივის მორალური ცვეთის ან დაზიანების შესახებ;
- გარდა ამისა, გაუფასურების წლიური მიმოხილვის ჩატარების სპეციალური წესი არსებობს განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადის მქონე არამატერიალური აქტივებისთვის, არამატერიალური აქტივებისთვის, რომლებიც ჯერ არ არის ხელმისაწვდომი გამოსაყენებლად და ასევე შექმნილი გუდვილისთვის (გახსოვდეთ, რომ თვითონ საწარმოში შექმნილი გუდვილი არ აღიარდება);
- თუ შეუძლებელია ცალკეული აქტივის ანაზღაურებადი ღირებულების შეფასება, საწარმომ უნდა განსაზღვროს იმ ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის ანაზღაურებადი ღირებულება, რომელსაც განეკუთვნება მოცემული აქტივი და ამ აქტივის ანაზღაურებადი ღირებულება უნდა შეაფასოს როგორც ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის შემადგენელი ნაწილის. ასეთ შემთხვევაში, ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის აქტივებზე გაუფასურების ზარალი უნდა განანილდეს შემდეგი თანმიმდევრობით: პირველ რიგში, გაუფასურების ზარალი უნდა განანილდეს ფულადი სახსრების წარმომქმნელ ერთეულზე მიკუთვნებულ გუდვილზე (თუ ასეთი არსებობს), ხოლო შემდეგ განანილდება ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის შემადგენელ აქტივებზე, მათი საბალანსო ღირებულების პროპორციულად, მაგრამ ცალკეული აქტივის ღირებულება არ უნდა შემცირდეს შემდეგი ორი სიდიდიდან უდიდესზე ნაკლებ სიდიდემდე:
 - აქტივის გაყიდვის დანახარჯებით შემცირებული რეალური ღირებულება; და
 - მისი გამოყენების ღირებულება.

ბასს 36-ის მე-2 პუნქტში ჩამოთვლილია აქტივები, რომლებიც არ განეკუთვნება ბასს 36-ის მოქმედების სფეროს, მათ შორის მარაგები, გადავადებული საგადასახდელო აქტივები, ფინანსური აქტივები და გასაყიდად გამიზნული გრძელვადიანი აქტივები.

მაგალითი 2017 წლის ACCA-ის მარტი/ივნისის გამოცდის მასალიდან (მე-4 კითხვა)

ეს მაგალითი აღებულია განსახილველი საკითხებისა და მტკიცებულებების სტილის კითხვიდან. ასეთი კითხვები, როგორც წესი, ეხება აუდიტის დასრულების სტადიას. არსებითობა, ბუღალტრული აღრიცხვის მიდგომა და რისკები, ჩვეულებრივ, ისეთი სფეროებია, რომლებიც აუდიტის პროცესში განსახილველ საკითხებად უნდა მიიჩნიოთ. ამგვარ კითხვებში აუდიტორის დასკვნაზე გავლენა მხოლოდ იმ შემთხვევაშია გასათვალისწინებელი, თუ სპეციალურად გთხოვენ ამ სფეროს განხილვას.

თქვენ ხართ კომპანია „ოსიერის“ აუდიტზე პასუხისმგებელი მენეჯერი, რომელიც აწარმოებს და საცალო ვაჭრობის ქსელში ყიდის საიუველირო ნაწარმს. სადაცაა დამთავრდება 2017 წლის 31 მარტს დასრულებული წლის საბოლოო აუდიტი და თქვენ იხილავთ აუდიტის სამუშაო დოკუმენტებს. ფინანსური ანგარიშგების პროექტში აღიარებულია მთლიანი აქტივები \$1,919 მლნ (2016 წ. – \$1,889 მლნ), ამონაგები – \$1,052 მლნ (2016 წ. – \$997 მლნ) და მოგება დაბეგვრამდე \$107 მლნ (2016 წ. – \$110 მლნ).

წლის ბოლოს ხელმძღვანელობამ ჩაატარა თავისი საცალო ვაჭრობის ობიექტების გაუფასურების მიმოხილვა, რომლებიც ფულადი სახსრების წარმომქმნელ ერთეულებს წარმოადგენს, გაუფასურების მიმოხილვის ჩატარების მიზნისთვის. მართალია, წლის მანძილზე ინტერნეტით გაყიდვები სწრაფად იზრდებოდა, მაგრამ საცალო ვაჭრობის ობიექტების რეალიზაცია მცირდებოდა, რის გამოც აუცილებელი გახდა გაუფასურების მიმოხილვის ჩატარება. 2017 წლის 31 მარტს საცალო ვაჭრობის ობიექტებზე პირდაპირ მისაკუთვნიებული აქტივების საბალანსო ღირებულება შეადგენდა \$137 მლნ-ს, რაც მოიცავს როგორც მატერიალურ აქტივებს, ისე გუდვილს. წლის მანძილზე ხელმძღვანელობამ მიიღო რამდენიმე შეთავაზება მხარეებისგან, რომლებსაც სურდათ მისი საცალო ვაჭრობის ობიექტების ყიდვა საშუალოდ \$125 მლნ-ად. კორპორაციული შეძენისა და გაყიდვების საკუთარი გამოცდილების საფუძველზე, კომპანიამ შეაფასა, რომ ამ ობიექტების გაყიდვის დანახარჯებია \$1.5 მლნ. ხელმძღვანელობამ შეაფასა, რომ გამოყენების ღირებულება არის \$128 მლნ. ეს შეფასება ეყრდნობოდა გასული პერიოდების ფულად ნაკადებს, რომლებიც მიეკუთვნებოდა საცალო ვაჭრობის ობიექტებს და გაზრდილი იყო წლიური 1% განაკვეთით. როგორც ისინი ამტკიცებდნენ, ეს ასახავს საცალო ვაჭრობის ობიექტების არადაამაყყოფილებელ შედეგებს. შესაბამისად, საცალო ვაჭრობის ობიექტები გაუფასურებული იყო \$9 მლნ-ით, რათა ეს ციფრი გადაანგარიშებული/დაყვანილი ყოფილიყო შეფასებულ ანაზღაურებად ღირებულებამდე, ანუ \$128 მლნ-მდე. გაუფასურება საცალო ობიექტების მატერიალურ აქტივებზე განაწილდა პროპორციულად, ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის შემადგენელი თითოეული აქტივის თავდაპირველ საბალანსო ღირებულებაზე დაყრდნობით.

(7 ქულა)

ამ კითხვაში შეგიძლიათ ახსნათ გაუფასურების არსებითობა. გაუფასურების ზარალი \$9 მლნ წარმოადგენს მთლიანი აქტივების 0.47%-ს და დაბეგვრამდე მოგების – 8.41%-ს და ის არსებითია მოგებისა და ზარალის ანგარიშგებისთვის (1 ქულა შესაფერის გამოთვლასა და დასკვნაზე).

შემდეგ თქვენ უნდა ჩამოაყალიბოთ ძირითადი წესი – გაუფასურების არსებობის ინდიკატორი განაპირობებს გაუფასურების მიმოხილვის ჩატარების საჭიროებას და აქტივის გაუფასურებისა და ანაზღაურებადი ღირებულების ოდენობის განსაზღვრას.

(1 ქულა)

ქულების უდიდესი ნაწილი მოგენიჭებათ წარმოქმნილი რისკების განსაზღვრისა და ახსნისთვის და ასევე სააღრიცხვო მიდგომის გამოყენებისთვის, სცენარში მოცემული ინფორმაციის მიმართ.

ჩვენ გვეუბნებიან, რომ:

- საბალანსო ღირებულება არის \$147 მლნ;
- ნეტო სარეალიზაციო ღირებულება არის \$125 მლნ – \$1.5 მლნ = \$123.5 მლნ (თქვენ, როგორც წესი, 0.5 ქულას მიიღებს ამ ციფრის გამოთვლისთვის);
- გამოყენების ღირებულება შეფასებულია \$128 მლ-ად;

- მაშასადამე, ანაზღაურებადი ღირებულება იქნება \$128 მლნ, ხელმძღვანელობის გამოთვლებზე დაყრდნობით;
- გაუფასურების ჩამონერა ეყრდნობოდა გამოყენების ღირებულებას და პროპორციულად განაწილდა აქტივებზე, თითოეული ფულადი სახსრების წარმომქმნელი ერთეულის შემადგენელი აქტივების თავდაპირველი საბალანსო ღირებულების საფუძველზე.

როგორც აუდიტორებს, გვანტერესებს რისკები და სააღრიცხვო მიდგომა. ამ ინფორმაციის საფუძველზე შეგიძლიათ დაასკვნათ, რომ საბალანსო ღირებულება შედარებით დაბალი რისკის მატარებელია – ჩვენ ჩავატარეთ წინა წლის ციფრების აუდიტი და, საერთოდაც, ეს არ არის თანდაყოლილი რისკის მატარებელი საკითხი. ასე, რომ ვინაიდან არ გვაქვს სხვა საპირისპირო ინფორმაცია, თქვენ ყურადღება უნდა გაამახვილოთ სხვა, უფრო რისკიან სფეროებზე.

ნეტო სარეალიზაციო ღირებულება გარკვეული რისკის მატარებელია. თუმცა, საცალო ობიექტების ყიდვის გარე შეთავაზებები მტკიცებულებების კარგი წყაროა. მართალია, ზუსტად არ არის ნათქვამი რაოდენობა, მაგრამ რამდენიმე მხარეა დაინტერესებული საცალო ვაჭრობის ობიექტების ყიდვით, ამიტომ მოსალოდნელია რომ კომპანია შეძლებს საცალო ვაჭრობის ობიექტების ამ ფასად გაყიდვას.

მაშ ასე – რომელია ძირითადი რისკის მატარებელი სფეროები და რა საკითხებია აუცილებლად განსახილველი?

1-ლი რისკი – ხელმძღვანელობამ შეაფასა გაყიდვის დანახარჯები. ზოგადად, სააღრიცხვო შეფასებასა და სააღრიცხვო შეფასების განსაზღვრასთან ყოველთვის რისკია დაკავშირებული, რადგან სუბიექტურ განსჯას საჭიროებს და მიახლოებით გამოთვლებს გულისხმობს. ამასთან, ეს შეფასება ხელმძღვანელობამ გამოითვალა და შესაძლებელია, რომ მიკერძოება გამოიჩინეს.

მე-2 რისკი – გამოყენების ღირებულება რისკის ერთ-ერთი მთავარი წყაროა. ეს გამოთვლა რთულია და განსჯას საჭიროებს, მაშასადამე, მასაც თანდაყოლილი რისკი ახასიათებს. ეს ციფრიც ხელმძღვანელობამ გამოითვალა და შესაძლოა მიკერძოება გამოიჩინა, რათა გაუფასურების ზარალი შეძლებისდაგვარად დაბალ დონეზე შეენარჩუნებინა. გამოთვლა ეყრდნობოდა გასული პერიოდების ფულად ნაკადებს, წლიური 1% ზრდის გათვალისწინებით, რაც არარეალისტური ჩანს, იმის გათვალისწინებით, რომ საცალო გაყიდვები კი არ გაიზარდა, არამედ 1%-ით დაეცა.

თუ გამოყენებული პროგნოზი ძალიან ოპტიმისტურია, ჩამონერილი გაუფასურების ოდენობა საკმარისი არ არის და, მაშასადამე, აქტივები გადიდებული თანხით არის ასახული და მოგებაც გადიდებულია (ვინაიდან ხარჯები შემცირებულია).

მე-3 რისკი – გაუფასურების ჩამონერის მიდგომა შეიძლება არ იყოს სწორი, ვინაიდან გუდვილი პროპორციულად უნდა შემცირდეს მანამ, სანამ შემცირდება აქტივები. ხელმძღვანელობამ უნდა უზრუნველყოს, რომ არც ერთი აქტივის ღირებულება ინდივიდუალურად არ შემცირდეს იმაზე მეტად, რაც არის მისი საკუთარი ანაზღაურებადი ღირებულება.

ამ კითხვის განსახილველი საკითხების ნაწილისთვის, რომლებიც ფერად ჩანართშია ნაჩვენები და საგამოცდო რჩევებისთვის, რომელიც მიმართულია ამ რისკიან სფეროებზე, მიიღებთ კითხვის ამ ნაწილისთვის ხელმისაწვდომ მაქსიმალურ ქულას.

ვინაიდან ეს იყო განსახილველ საკითხებსა და მტკიცებულებთან დაკავშირებული კითხვა, გახსოვდეთ, რომ დაგჭირდებათ ასევე იმ მტკიცებულებების ახსნა, რომელთა ნახვასაც/ არსებობასაც უნდა მოელოდეთ აუდიტის ფაილში. კითხვის მოთხოვნა არის მტკიცებულებების **ახსნა**, ასე, რომ საკმარისი არ იქნება მხოლოდ მტკიცებულებების წყაროების ჩამოთვლა. გარდა ამისა, იმისათვის, რომ მაღალი ქულები მიიღოთ, თქვენს პასუხში უნდა ახსნათ ასევე, რის შესახებ არის თითოეული თქვენ მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულება. თუ თქვენ ჩამოწერთ მტკიცებულებებს აღწერილი პროცედურების სახით, მაშინ ეს იქნება მისაღები და კარგად ჩამოყალიბებული პასუხები. თითო შესაფერის პროცედურაზე, როგორც წესი, ერთ ქულას მიიღებთ.

მე-2 მაგალითი – არამატერიალური აქტივები

არამატერიალური აქტივი არის იდენტიფიცირებადი არაფულადი აქტივი, ფიზიკური ფორმის გარეშე, როგორცაა პატენტები, სავაჭრო ნიშნები, მომხმარებლების სია, კვოტები, ბრენდები (სასაქონლო ნიშნები), ფრანშიზის შეთანხმებები და ა. შ.

გავიხსენოთ ბასს 38-ის – „არამატერიალური აქტივები“ – ძირითადი სააღრიცხვო პრინციპები:

- არამატერიალური აქტივი:
 - უნდა იყოს იდენტიფიცირებადი (შესაძლებელი უნდა იყოს მისი გამოცალკევება და გაყიდვა/გადაცემა და წარმოშობილი იყოს სახელშეკრულებო ან სხვა იურიდიული უფლებებიდან);
 - მას უნდა აკონტროლებდეს სანარმო; და
 - მისგან მოსალოდნელი იყოს სამომავლო ეკონომიკური სარგებლის მიღება.
- იმისათვის, რომ აქტივი აღიარდეს, მოსალოდნელი უნდა იყოს მომავალი ეკონომიკური სარგებლის მიღება აქტივიდან და შესაძლებელი იყოს მისი ღირებულების საიმედოდ შეფასება. თუ ეს შესაძლებელი არ არის, მაშინ ამ აქტივთან დაკავშირებული დანახარჯები უნდა აღიარდეს ხარჯის სახით. ეს არის მიზეზი იმისა, რომ სანარმოში შექმნილი საფირმო თუ სასაქონლო ნიშნებისა და მომხმარებელთა სიების აღიარება არ არის ნებადართული, მაგრამ თუ ისინი შესყიდულია, შესაძლებელია მათი აღიარება (მათ შორის, ისეთი მუხლების, რომლებიც სანარმომ შეიძინა სხვა კომპანიის შეძენისას);
- არამატერიალური აქტივების შემდგომი სააღრიცხვო მიდგომა იქნება პირვანდელი ღირებულებით აღრიცხვა, ან რეალური ღირებულების მოდელით, თუ შესაძლებელია რეალური ღირებულების განსაზღვრა, აქტიური ბაზრის ინფორმაციის საფუძველზე (მაგ., ტაქსის ლიცენზია, წარმოების კვოტები).

საგამოცდო რჩევა

განმარტების თანახმად, ბრენდები (საფირმო ნიშნები, სასაქონლო ნიშნები) უნიკალურია, მაშასადამე შეუძლებელია მათი შედარება აქტიური ბაზრის მონაცემებთან. ამგვარად, რეალური ღირებულების მოდელის გამოყენება მათ მიმართ არ ხდება და არც მათი გადაფასება შესაძლებელი ღირებულების გაზრდით (აფასება).

არამატერიალურ აქტივებს ან შეზღუდული სასარგებლო მომსახურების ვადა აქვთ (კომპანიისთვის სარგებლის მოტანის შეზღუდული პერიოდი, რომლის განმავლობაშიც აქტივი ამორტიზირდება, ხოლო ამორტიზაციის ხარჯი დაირიცხება მოგებასა და ზარალში), ან განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა (როდესაც არ არსებობს საპროგნოზო შეზღუდვა იმ პერიოდის, რომლის განმავლობაშიც კომპანია აქტივიდან მიიღებს ეკონომიკურ სარგებელს – მაშასადამე, ასეთი აქტივების ამორტიზება არ ხდება);

როდესაც მიიჩნევა, რომ აქტივის განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა აქვს, მისი ამორტიზება არ ხდება, მაგრამ ყოველი საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს კომპანიამ უნდა განიხილოს მისი სასარგებლო მომსახურების ვადის შეფასება, რათა დაადგინოს, ისევ არსებობს თუ არა მოვლენები, რომლებიც განამტკიცებს მათ განუსაზღვრელ სასარგებლო მომსახურების ვადას. გარდა ამისა, ასეთი აქტივი ყოველი საანგარიშგებო პერიოდის ბოლოს უნდა შემოწმდეს გაუფასურებაზე;

ყველა არამატერიალური აქტივის გაუფასურების მიმოხილვა უნდა ჩატარდეს, თუკი/როდესაც არსებობს მათი გაუფასურების რაიმე ინდიკატორი.

მაგალითი – 2017 წლის ACCA-ის მარტის/ივნისის გამოცდა, 1-ლი კითხვა

ეს არის ამონარიდი დაგეგმვასთან დაკავშირებული კითხვიდან, სადაც კანდიდატებს სთხოვდნენ სცენარში აღწერილი სიტუაციიდან წარმოქმნილი არსებითი უზუსტობის რისკების შეფასებას, როდესაც ჯგუფს ეკუთვნის რამდენიმე შექმნილი საფირმო ნიშანი პროდუქტებისთვის.

შექმნილი საფირმო ნიშნები აისახება თვითღირებულებით და არ ხდება მათი ამორტიზება, იმის საფუძველზე, რომ ამ აქტივებს განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა აქვთ. წლიური გაუფასურების მიმოხილვა ტარდება ყველა საფირმო ნიშანზე. 2016 წლის დეკემბერში საფირმო ნიშან „ჩიკოსთვის“ დადგინდა, რომ გაუფასურებული იყო \$30 მლნ-ით, პრესაში გამოქვეყნებული ბრალდებებისა და მომხმარებლების საჩივრების გამო, რომლებიც ჩიოდნენ, რომ „ჩიკოს“ სუნამოებში გამოყენებული ზოგიერთი ინგრედიენტი კანის დაზიანებას იწვევს და უფრო სერიოზულ ჯანმრთელობის პრობლემებსაც ქმნის. „ჩიკოს“ პროდუქტები გაყიდვებიდან ამოიღეს.

როდესაც პასუხობთ მოთხოვნას, რომ უნდა შეაფასოთ სცენარიდან წარმოქმნილი რისკები, რომლებიც დაკავშირებულია კონკრეტულ სააღრიცხვო საკითხებთან, პასუხის გაცემა უნდა დაინწყოს ამ საკითხის არსებითობის გამოთვლით – ამ კითხვაში მთლიანი აქტივები იყო \$358 მლნ და დაბეგვრამდე მოგება – \$28 მლნ. „ჩიკოს“ საფირმო ნიშნის გაუფასურება არის მთლიანი აქტივების 8.4% და დაბეგვრამდე მოგების 100%-ზე მეტი, მაშასადამე არსებითია როგორც ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგებისთვის, ისე მოცემული წლის მოგებისა და ზარალისთვისაც.

(1 ქულა თითო შესაფერის გამოთვლასა და დასკვნაზე).

შემდეგ პასუხში უნდა აღწეროთ ბუღალტრული აღრიცხვის ძირითადი წესი (1 ქულა).

შექმნილი საფირმო ნიშნების კაპიტალიზაცია უნდა მოხდეს და ასევე განხორციელდეს მათი ამორტიზება სასარგებლო მომსახურების ვადის განმავლობაში. როდესაც სასარგებლო მომსახურების ვადა განუსაზღვრელია, სტანდარტის მიხედვით ასეთი აქტივის ამორტიზება არ მოითხოვება, თუმცა სავალდებულოა, ყოველწლიურად ჩატარდეს იმის განხილვა, განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა ისევ შესაფერისი დაშვება არის თუ არა მოცემული აქტივისთვის. გარდა ამისა, უნდა ჩატარდეს გაუფასურების წლიური შემოწმებაც.

როგორ უნდა გავითვალისწინოთ ეს, რისკის შესახებ დასმულ კითხვაში, ამას ვაჩვენებთ მომდევნო სტატიაში.

ამ მაგალითში კომპანიამ გადაწყვიტა საფირმო ნიშნების ასახვა თვითღირებულებით, რადგან, როგორ ჩანს, მათ განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადები აქვთ – ეს არის ბასს 38-ის მოთხოვნების შესაბამისი მიდგომა, თუმცა, ამ სტანდარტის მნიშვნელოვანი ნაწილი, რომელიც ჩვენ უნდა გავითვალისწინოთ, არის ის, რომ კომპანია მხოლოდ იმ შემთხვევაში უნდა მოიქცეს ასე, თუ არ ჩანს საპროგნოზო შეზღუდვა საფირმო ნიშნიდან მისაღები სარგებლის პერიოდების შესახებ. სტანდარტში ასევე არსებობს მოთხოვნა, რომ

ამგვარი დაშვების მართებულობა კომპანიამ უნდა განიხილოს ყოველწლიურად და, გარდა ამისა, უნდა ჩაატაროს ამ აქტივის გაუფასურების მიმოხილვაც. სცენარში გვეუბნებიან, რომ უკვე ჩატარდა გაუფასურების მიმოხილვა, მაგრამ არ ჩანს, რომ განიხილეს მისი განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა. მაშასადამე, არსებობს რისკი იმისა, რომ ეს არ გაუკეთებიათ.

გადანყვეტილება იმის თაობაზე, რომ საფირმო ნიშნებს განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადები აქვს, ხელმძღვანელობის მხრიდან განსჯას საჭიროებს. მაშასადამე, ამგვარი განსჯა/განხილვა სუბიექტურია და, ამგვარად, თანდაყოლილი რისკის ერთ-ერთი წყაროა. თითქმის ძალიან ხშირად ამგვარი გადანყვეტილების დასაბუთება დაკავშირებული იქნება საფირმო ნიშანზე განეულ დანახარჯებთან, ასევე მარკეტინგულ ღონისძიებებსა და ბაზრის გამოკვლევაზე განეულ დანახარჯებთან. ნებადართული არ არის ამგვარი დანახარჯების კაპიტალიზაცია, მაგრამ ეს დანახარჯები მტკიცებულებებს გვაძლევს განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადის შეფასების განსამტკიცებლად.

ანალოგიურად, საფირმო ნიშნის გაუფასურების მიმოხილვისას გაითვალისწინება გამოყენების ღირებულება, რომელიც გამოთვლილი იქნება სამომავლოდ მოსალოდნელი ფულადი ნაკადების დისკონტირებული ღირებულების საფუძველზე, რაც რთული პროცესია და განსჯას საჭიროებს.

გამოცდაზე პასუხში უნდა აღწეროთ რისკიანი სფეროები, რომლებიც გამოვავლინეთ, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ. ახლა გაჩვენებთ ამგვარი აღწერის ნიმუშს თითოეული საფირმო ნიშნისთვის, რაც საკმარისი იქნება გამოცდისთვის.

1-ლი რისკი – ხელმძღვანელობის განსჯა და გადანყვეტილება იმის თაობაზე, რომ საფირმო ნიშნებს განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადა აქვთ, შეიძლება სწორი არ იყოს;

მე-2 რისკი – ხელმძღვანელობამ შესაძლოა არ განიხილა ამ საფირმო ნიშნების სასარგებლო მომსახურების ვადები საანგარიშგებო პერიოდში, რათა დარწმუნებულიყო, რომ ისევ სწორია დაშვება, განუსაზღვრელი სასარგებლო მომსახურების ვადის შესახებ;

მე-3 რისკი – გაუფასურების მიმოხილვა შეიძლება სწორად არ ჩატარდა, რადგან ხელმძღვანელობის მიერ გამოყენებული დაშვებები შეიძლება არ იყოს მისაღები, ვინაიდან ეს გამოთვლა რთულია და განსჯა ესაჭიროება. (ბასს 36).

სცენარში აღწერილია „ჩიკოს“ საფირმო ნიშნის გაუფასურება მისი პროდუქტების მიმართ წამოყენებული ბრალდებების შემდეგ. ეს პროდუქტები რეალიზაციიდან ამოიღეს. ამის გამო, მათი გაუფასურების განხილვა უფრო დეტალურად უნდა ჩატარდეს. აქ იყო კონკრეტული ინდიკატორი როგორც თვითონ საფირმო ნიშნის, ისე „ჩიკოსთან“ დაკავშირებული მარაგების გაუფასურების და, ამგვარად, ამ საკითხებთან უფრო მეტი რისკებია დაკავშირებული.

- მე-4 რისკი** – „ჩიკოს“ საფირმო ნიშნის გაუფასურების ოდენობა შეიძლება არ იყოს საკმარისი (სცენარის მიხედვით ვერ ვიტყვით, რომ ის მთლიანად ჩამოინერა – ბასს 36);
- მე-5 რისკი** – შეიძლება აუცილებელი იყოს „ჩიკოს“ პროდუქტებთან დაკავშირებული მარაგის ჩამოწერა, თუ მისი ნეტო სარეალიზაციო ღირებულება თვითღირებულებაზე ნაკლებია (ბასს 2 – „მარაგები“);
- მე-6 რისკი** – უარყოფითი საზოგადოებრივი რეზონანსი, რაც დაკავშირებულია „ჩიკოსთან“, შეიძლება გავლენას ახდენდეს სხვა საფირმო ნიშნებსა და მარაგებზე და, გარდა ამისა, შეიძლება აუცილებელი იყოს მათი ჩამოწერა (ბასს 36).

საგამოცდო რჩევა

ქულები არ მოგეჩქებათ, ფინანსური ანგარიშგებისა და აუდიტის სტანდარტების სახელწოდების ან ნომრის მითითების გამო.

პასუხში თავი უნდა აარიდოთ აუდიტის მიდგომის ან მტკიცებულებების/პროცედურების აღწერას იმ შემთხვევაში, თუ ამის გაკეთებას არ გთხოვენ კითხვაში.

დასკვნა

ჩვენ მიერ განხილული მაგალითების მიზანი იყო გვეჩვენებინა, როგორ შეუძლიათ კანდიდატებს ფინანსური აღრიცხვისა და ანგარიშგებასთან დაკავშირებულ მოდულებში შექმნილი ცოდნის ეფექტიანად გამოყენება უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარწმუნებელი მომსახურების გამოცდაზე, რათა მაქსიმალური ქულები მიიღონ სხვადასხვა კითხვაზე, მათ შორის ისეთზე, რომელიც მოიცავს დაგეგმვას, განსახილველ საკითხებსა და მტკიცებულებებს. ისევე, როგორც უმაღლესი დონის აუდიტისა და მარწმუნებელი მომსახურების საგამოცდო მასალის თითქმის ყველა ნაწილში, ამ შემთხვევაშიც ქულებს მიიღებთ არა თვითონ დაზეპირებული თეორიული ცოდნის დემონსტრირებისთვის, არამედ სცენართან მიმართებით ბუღალტრული აღრიცხვის საკითხების ცოდნის გამოყენებაში. ეს იმას ნიშნავს, როდესაც გამოცდისთვის ემზადებით, მართალია, ძალიან მნიშვნელოვანია სასწავლო პროგრამით გათვალისწინებული ბუღალტრული აღრიცხვის თეორიული საკითხების ცოდნა, მაგრამ საგამოცდო კითხვებზე ვარჯიში და თეორიული ცოდნის პრაქტიკულ სიტუაციაში (სცენარში) გამოყენების უნარების განვითარება მთავარია იმისთვის, რომ გამოცდა ჩააბაროთ.

ციფრული გუმი ახალი შესაძლებლობების სამყაროს არჩენს ფინანსების განხრის სტუდენტებისთვის

ACCA აქტიურად მუშაობს უნივერსიტეტებთან იმისათვის, რომ გავლენა იქონიოს უმაღლესი განათლების მომავალზე. უნივერსიტეტები და პროფესიული ორგანიზაციები ერთობლივად ცდილობენ, ფინანსების შესწავლის შანსი მიეცეს რაც შეიძლება მეტ ადამიანს.

ციფრულმა რევოლუციამ ახალი შესაძლებლობები გააჩინა ისეთი ადამიანებისთვის, რომლებსაც უნინ უმაღლესი განათლების მიღების ნაკლები შესაძლებლობა ჰქონდათ. კოლეჯები და უნივერსიტეტები ადაპტირდებიან და ახლა უფრო მოქნილ კურსებს, დისტანციური და მომხმარებლებს განგრძობითი სწავლების შესაძლებლობებს სთავაზობენ.



ლუსია რეალ-მარტინი, ACCA-ის აღმასრულებელი დირექტორი ბაზრების მიმართულებით, აღნიშნავს, რომ უმაღლესი განათლების ბუნება იცვლება ტექნოლოგიურ ცვლილებებთან ერთად.

„ეს ციფრული რევოლუცია შესაძლებლობებს იძლევა, რადგან სტუდენტები აღარ არიან მიჯაჭვული ერთ სასწავლო ლოკაციას, როგორც ეს ადრე ხდებოდა“ – განაცხადა მან.

„ტექნოლოგია „აცამტვერებს“ დისტანციას და აძლევს უმაღლეს განათლებას მთელ პოპულაციას, მათ შორის იმათაც, ვინც მონყვეტილი იყო საუკეთესო განათლებას, გეოგრაფიული შემთხვევითობის გამო“.

ქალბატონმა რეალ-მარტინმა აღნიშნული კომენტარები გააკეთა ACCA-ის მიერ ორგანიზებულ ვირტუალური უნივერსიტეტის გლობალურ კონფერენციაზე გამოსვლისას. აღნიშნული კომენტარები თან სდევს ACCA-ის კვლევას, რომელიც ეყრდნობა 12 ქვეყნის აკადემიურ წრეებში მოღვაწე პირების შეხედულებებს.

„სტუდენტები ყველაზე მეტად მოქნილობას, დროში განვითარებას და ახალი უნარების ათვისებას აფასებენ; არსებობს განგრძობითი სწავლების ნყურვილი; მათთვის იმდენად მნიშვნელოვანი აღარაა საუნივერსიტეტო გამოცდილება, რომელიც სამი ან ოთხი წელი გრძელდება და ხარისხით სრულდება“.

– განაცხადა რეალ-მარტინმა.

„მათ სურვილი აქვთ აითვისონ უნარები, რომლებიც დაეხმარებათ სწრაფად ცვალებად სამყაროსთან ადაპტირებაში და არა უბრალოდ კვალიფიკაცია ან დიპლომი კედელზე ჩამოსაკიდად. ამასთანავე, ისინი უფრო მეტად ფიქრობენ საკუთარი საქმიანობის სოციალურ შედეგებზე.“

„დამსაქმებლებს სჭირდებათ ისეთი ადამიანები, რომლებსაც აქვთ ინტერესი და არიან ადაპტირებადი; კაცები და ქალები, რომლებსაც შეუძლიათ პრობლემების მოგვარება; დასაქმებულები, რომლებსაც აქვთ ცოდნისა და შესაძლებლობების გაღრმავების სურვილი. მათ პრიორიტეტს არ წარმოადგენს უბრალოდ კონკრეტული ვა-

კანსიების შევსება. მათ უნდათ ადამიანები, რომლებიც გაიზრდებიან ბიზნესთან ერთად და ხელს შეუწყობენ ამ ზრდას.“

რეალ-მარტინმა თავისი გამოსვლა დაასრულა დაპირებით, რომ ACCA მუშაობას გააგრძელებს უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობის გასაღრმავებლად, რათა განათლების პროცესმა დააკმაყოფილოს სტუდენტებისა და დამსაქმებლების საჭიროებები.

კონფერენცია ACCA-ის აღმასრულებელმა დირექტორმა კონტენტის, ხარისხისა და ინოვაციების მიმართულებით, **ალან ჰატფილდმა** დახურა: „ეს დღე უმნიშვნელოვანესი იყო ჩვენი გლობალური პარტნიორობისთვის; ჩვენ გვაქვს საერთო მიზანი, მოვამზადოთ ფინანსების დარგის



პროფესიონალები მომავლისთვის და ეს, რაც უმნიშვნელოვანესია ჩვენი წარმატებისთვის, ხელმისაწვდომი გავხადოთ მრავალი ათასი სტუდენტისთვის სასარგებლო და შინაარსიანი კარიერა.“

წყარო: accaglobal.com

წელს მოსალოდნელია აუდიტის ღირებულების ზრდა



Gartner-ის მიერ ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად, კლიენტები ელოდებიან აუდიტის ღირებულების ზრდას 2021 წელს ინფლაციის, COVID-19-სა და მსხვილი საინვესტიციო ტრანზაქციების შედეგად.

გამოკითხვამ აჩვენა, რომ გამოკითხული კომპანიების 62% მოელის აუდიტის ღირებულების ზრდას, თუმცა ეს შესაძლოა ტექნოლოგიური დანაზოგებით დაბალანსდეს. ამავე კვლევის თანახმად, ორგანიზაციებს, რომლებსაც შიდა კონტროლის 25%

მანც აქვთ ავტომატიზებული, აუდიტში საშუალოდ 27%-ით ნაკლების გადახდა უწევთ. რესპონდენტთა 81% იყენებდა დიდი ოთხეულის აუდიტორული კომპანიების სერვისებს და გამოკითხული 166 ორგანიზაციიდან, 124-ის შემთხვევაში შიდა კონტროლის ავტომატიზაციამ გავლენა იქონია აუდიტის ღირებულებაზე.

გამოკითხვამ გამოავლინა, რომ აუდიტის ღირებულება სტაბილურად იზრდება ინფლაციური წნეხის შედეგად, რამაც უამრავ



სექტორზე გავლენა იქონია გლობალური პანდემიის შედეგად. პანდემიამ ასევე დააჩქარა ისეთ ტექნოლოგიებზე გადასვლა, როგორცაა დისტანციური აუდიტი და ავტომატიზებული შიდა კონტროლი, გამომდინარე იქიდან, რომ მრავალი აუდიტორი მუშაობდა სახლიდან გაუსვლელად, ოფისებისგან შორს.

კომპანიები, რომელთაც 50-ზე ნაკლები კონტროლის მექანიზმი აქვთ და მათ შორის 25%-ზე მეტი ავტომატიზებულია, 52%-ით ნაკლები გადაიხადეს აუდიტის მომსახურებაში, ვიდრე მათ, ვისაც შიდა კონტროლის 25%-ზე ნაკლები აქვს ავტომატიზებული. შედარებისთვის, კომპანიები, რომლებსაც 50-დან 250-მდე შიდა კონტროლის მექანიზმი აქვთ და მათ შორის 25% მაინც არის ავტომატიზებული, აუდიტის მომსახურებაში 27%-ით ნაკლები გადაიხადეს.

„აუდიტის ღირებულების მნიშვნელოვანი ზრდის პარალელურად, ფინანსურმა ლიდერებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ მაღალი ავტომატიზაციის მქონე ორგანიზაციებმა არსებითად ნაკლები დახარჯეს აუდიტის მომსახურებაში.“ – განაცხადა **აშვანი გუპტამ**, Gartner Finance-ის დირექტორმა. „ყველაზე დიდი ეკონომია გააკეთეს ისეთმა კომპანიებმა, რომლებიც 1-დან 50-მდე კონტროლის მექანიზმს იყენებენ. აღნიშნული აჩვენებს, რომ შიდა კონტროლის ავტომატიზაციას ხარჯების შემცირების პოტენციური გააჩნია, როცა საქმე აუდიტს ეხება. შიდა კონტროლის ავტომატიზაციას

არა მხოლოდ ფინანსური ანგარიშგების და აუდიტის რისკების შემცირება, არამედ ხარჯების შემცირებაც შეუძლია“.

აუდიტის ღირებულებამ ყველაზე მეტად გასულ წელს საბანკო და სადაზღვეო სექტორებში იმატა და ამას თითოეულ კატეგორიაში რესპონდენტთა 69% ადასტურებს. ფინანსური სერვისების კომპანიებს ყველაზე კომპლექსური საბუღალტრო პროცესები გააჩნიათ, რომლებსაც მეტი აუდიტორის საათი სჭირდება. ამასთანავე, სადაზღვეო კომპანიები ბევრად უფრო მეტ შიდა კონტროლის მექანიზმს იყენებენ, ვიდრე სხვა ინდუსტრიაში მოქმედი ორგანიზაციები.

მეორე მხრივ, ტექნოლოგიებისა და ტელეკომის სექტორმა ყველაზე მცირე ზრდა განიცადა აუდიტის სერვისის ღირებულებაში. რესპონდენტთა მხოლოდ 41% აცხადებს, რომ მათი აუდიტის ხარჯები 2020 წელს გაიზარდა. ასევე აღსანიშნავია, რომ ამ სექტორში მოქმედი კომპანიები აუდიტის ხარჯის 6%-იანმა მატებას მნიშვნელოვან ზრდად მიიჩნევენ.

აუდიტის ღირებულების ზრდის ძირითადი ფაქტორებია ინფლაცია და გლობალური პანდემია, თუმცა ისეთმა კომპანიებმა, რომლებმაც დროულად მოახდინეს ინვესტიცია შიდა კონტროლის ავტომატიზაციაში, ამ პერიოდშიც კი შეძლეს აუდიტის ხარჯების შენარჩუნება ან შემცირება.

წყარო: accountingtoday.com

მომავლის ბუღალტრების მომზადება

ბუღალტრული აღრიცხვის მომავალი

ბუღალტრის პროფესია, ისევე როგორც ყველა პროფესია, კულტურის, ტექნოლოგიებისა და შრომის ბაზრის მრავალმხრივი ცვლილების შედეგად სამომავლო მდგომარეობის შეფასების პერიოდს გადის. კერძოდ, პროფესიის პერსპექტივას საფრთხე ემუქრება, სამი დიდი პრობლემის გამო. ამ პრობლემებს შეიძლება ვუნოდოთ კადრების მოზიდვის, აქტუალურობისა და ცვლილების პრობლემა.

პირველი პრობლემის არსებობაზე მეტყველებს ის მრავალრიცხოვანი მონაცემები, რომლებიც გვიჩვენებს, რომ ადრეულ ასაკში უფრო და უფრო ნაკლები ახალგაზრდა იჩენს ინტერესს ბუღალტრის პროფესიისადმი, ვიდრე წინათ. ამის გამო, ახალგაზრდები არ სწავლობენ ბუღალტრულ აღრიცხვას, როგორც დისციპლინას. ერთ-ერთი შედეგი, რომელიც ბუღალტერთა პროფესიულმა ორგანიზაციებმა შეამჩნიეს, არის ის, რომ თანდათან მცირდება უმაღლესი სასწავლებლების კურსდამთავრებულთა რაოდენობა, რომლებსაც სასერტიფიკაციო პროგრამებში ჩართვა სურთ. ეს რამდენიმე მიზეზით აიხსნება – დაწყებული იმით, რომ თაობიდან თაობაში მცირდება იმ ბავშვების რიცხვი, რომლებიც მშობლის პროფესიას ირჩევენ და იმ ფაქტით დამთავრებული, რომ სწავლის გაგრძელების მსურველ ახალგაზრდებს, რომლებსაც უნინ ბუღალტრული აღრიცხვა აინტერესებდათ, ახლა თავიანთი ინტერესების დაკმაყოფილება შეუძლიათ მრავალი სხვა კარიერული შესაძლებლობით, განსაკუთრებით მონაცემთა მართვის, ანალიზისა და ბიზნესინტელექტის (BI) კუთხით.

ამ პრობლემას მიყვავართ მეორე, აქტუალურობის პრობლემასთან. ბუღალტრული აღრიცხვა სულ უფრო მეტად აწყდება სოციალური ქსელების მეშვეობით (ცრუინფორმაციორები) თავდასხმას, რომლებიც მყარი საფუძვლის გარეშე აცხადებენ, რომ რობოტები დაიკავენ ბენ სამუშაო ადგილებს, რომ მოთხოვნა ბუღალტრებზე მცირდება (რაც, ფაქტობრივად, სინამდვილეს არ შეესაბამება) და ბუღალტრული აღრიცხვის ტექნიკური უნარ-ჩვევები თანდათან ავტომატიზებული ხდება.

მესამე პრობლემა და, ალბათ, მათ შორის ყველაზე „მავენე“ არის ის, რომ ახალი ეკონომიკა – „უნარ-ჩვევების ეკონომიკა“ – მეტ მნიშვნელობას ანიჭებს ისეთ სამუშაო ძალას, რომელსაც უფრო დეტალიზებული და სიღრმისეული განათლება ესაჭიროება უნარ-ჩვევების შესაძენად, რაც, თავის მხრივ, მუდმივ განახლებასა და ჩანაცვლებას საჭიროებს. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ კარიერული ზრდისთვის საკმარისი აღარ იქნება ბუღალტრის საწყისი განათლება და სერტიფიკაცია.

ზემოაღნიშნული სამი პრობლემა აშკარა ძირეულ ცვლილებას იწვევს განათლებისა და კარიერის (პროფესიის) არჩევანის საკითხში და ბუღალტერთა პროფესიული ორგანიზაციების წევრობაზე ზემოქმედებს. პროფესია, ნაცვლად იმისა, რომ ამ პრობლემებს გაექცეს ან/და შეენინაღმდეგოს, ან მათთან პირდაპირ გამკლავება სცადოს – მაგალითად, დასაქმების ნახალისებით ან მარკეტინგის ხარჯების გაზრდით – უნდა ცდილობდეს მათ მოგვარებას და თავისი თავი ხელახლა წარმოიდგინოს ისეთი პროფესიის მქონედ, რომელიც მოთხოვნადი, აქტუალური და დინამიკურია.

ამისათვის ბულალტერთა პროფესიულმა ორგანიზაციებმა უნდა მიიღონ არსებული გამოწვევები და გამოიყენონ ყველანაირი შესაძლებლობა, რათა პროფესიის მომავალი შეცვალონ. ამისათვის, საჭიროა შემდეგი:

- ტერმინის „ბულალტრული აღრიცხვის“ გამიჯვნა ტერმინის „ბულალტრისგან“;
- „მოდელის შემუშავება; და
- „საზღვრების გახსნა“.

ჩვენ რიგრიგობით დეტალურად განვიხილავთ ამ საკითხებს.

ბულალტერი და ბულალტრული აღრიცხვა

დღეს უკვე ცხადი ხდება, რომ ორგანიზაციაში ბულალტრული აღრიცხვის ფუნქციას სულ უფრო მეტად ბევრი ისეთი თანამშრომელი ასრულებს, რომელიც არ არის პროფესიით ბულალტერი, რაც იმას ნიშნავს, რომ ისინი არ არიან განათლებით ბულალტრები. ამის კარგი მაგალითია ბიზნესინტელექტის სფერო (BI), სადაც BI-ის ფუნქციებისა და მოვალეობების განაწილება საფინანსო განყოფილებაში შეიძლება ყოფილიყო მხოლოდ სტრატეგიული მართვის ბულალტრის პრეროგატივა. ამის საპირისპირო სიტუაცია უდიდესი შესაძლებლობაა ბულალტრებისთვის: მათი უნარ-ჩვევები და პრაქტიკოსი მოზარდების დონე, მსხვილი კომპანიების საფინანსო განყოფილებებისა და საზოგადოებრივი პრაქტიკის გარდა, გაცილებით უფრო ფართო მასშტაბის დასაქმების არეალს უხსნის გზას.

იმის მიუხედავად, მომავალში ავტომატიზებული იქნება თუ არა ბულალტრული აღრიცხვის უფრო და უფრო მეტი ტექნიკური მოთხოვნა ან უფრო მეტი ფუნქცია, რომელსაც დღემდე ტრადიციულად ბულალტრები, ხოლო ახლა სხვა სფეროს წარმომადგენლებიც ასრულებენ, აუცილებელია, რომ ბულალტრების სწავლებისა და მომზადებისას გათვალისწინებული იყოს ცოდნის გაფართოება და გაღრმავება ბულალტრული აღრიცხვის სფეროში, რათა პროფესიამ აქტუალურობა შეინარჩუნოს.

მოდელის შემუშავება

მოთხოვნა ყველა დარგსა თუ სექტორში და ნიჭის ნაკლებობა აჩვენებს, რომ მენარმის/მენარმეობის უნარ-ჩვევები და კომერციული ალლო (მათ შორის, პიროვნული უნარ-ჩვევები) და ცოდნის გამოყენება სხვადასხვა სიტუაციაში (კონტექსტში), უფრო და უფრო მნიშვნელოვანი ხდება, ვიდრე მხოლოდ ტექნიკური უნარები. თუმცა, როგორ ასწავლით სტუდენტს მუსიკალური კომპოზიციის შექმნას, თუკი ის უნარების დახვეწის მიზნით გაუთავებლად არ ვარჯიშობს ფორტეპიანოზე დაკრავში?

ამ პრობლემასთან გამკლავებას მომსახურების სექტორი იწყებს – კომპეტენციებზე დაფუძნებულ სასწავლო პროგრამასა და შეფასების სისტემაზე გადასვლა, ძირითადი უნარ-ჩვევების სწავლება პრობლემის გადაჭრის მიდგომების საშუალებით და პროექტებზე დაფუძნებული სწავლების შემოღება, რომლის დროსაც ტექნიკური კომპონენტები მიკროსერტიფიცირების საგანია და უნარ-ჩვევები მუდმივ სრულყოფასა და განახლებას ექვემდებარება. პროფესიული სერტიფიცირება ამჟამად ჩამორჩება ამ ნაბიჯს და ამიტომ აუცილებელია ფეხი აუნყოს განათლების სისტემაში ცვლილებების განხორციელების პროცესს.

საზღვრების გახსნა

დაკვირვების მიხედვით, სტუდენტები უპირატესობას ანიჭებენ უფრო უნივერსალურ დიპლომს და არა პროფესიულად აკრედიტებულ ხარისხს, რაც გვაიძულებს საგულდაგულოდ ვიფიქროთ იმაზე, თუ როგორ დავაბრუნოთ ეს პოტენციური ბულალტრები პროფესიაში. გარდა ამისა, პროფესიამ პროფესიისკენ მიმავალი გზები იმგვარად უნდა მართოს, რომ

„კარი ნაადრევად არ დაიხუროს“, ხოლო ალტერნატიულმა გზებმა/საშუალებებმა არ შექმნას ისეთი ბარიერები, რომ პროფესიის არჩევა აღარ იყოს მიმზიდველი.

გარდა იმისა, რომ პროფესიაში „შესასვლელი კარი“ უბრალოდ ღია უნდა იყოს, ბულალტრული აღრიცხვის ერთადერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევა და შესაძლებლობაც არის იმის დადგენა, რამდენად საჭიროებს გადახედვას და ახლებურად გააზრებას „ბულალტრის“ ცნების ჩვენეული გაგება, განმარტება და აღწერილობა, რათა მომავალშიც შევინარჩუნოთ პროფესიონალის მკაფიო როლი. ტექნიკური თვალსაზრისით, მომავალში მოდელმა უნდა დააკმაყოფილოს ე.წ. „შეზღუდულობისა და მასშტაბურობის კრიტერიუმები“. უფრო კონკრეტულად კი, ბულალტრის განმარტება საკმარისად ვიწრო უნდა იყოს იმისთვის, რომ ცნების განმარტებიდან ისევ ნათლად ჩანდეს, ვინ არის ბულალტერი და ვინ არა. მეორე მხრივ, საკმარისად ფართო უნდა იყოს, რათა მოიცვას არატრადიციული როლები და პროფესიებიც, რომლებიც ამჟამად ბულალტრული აღრიცხვის ფუნქციას ასრულებს. ორივე კრიტერიუმის დაკმაყოფილება კი ძალიან რთულია.

ზემოაღნიშნული სამი ასპექტის გათვალისწინებით, ბულალტერთა პროფესიულმა ორგანიზაციებმა უნდა იფიქრონ არა მხოლოდ განათლების გზების, არამედ ორგანიზაციის წევრობის კატეგორიების გარდაქმნაზეც. თუმცა, არსებობს სირთულეც, რამაც შესაძლოა უკან დაგვხიოს.

პროფესიული ორგანიზაციის წევრობა ხშირად დამოკიდებულია არა მარტო იმაზე, თუ ვისა არ აქვს წევრობის უფლება, არამედ იმაზეც, თუ ვინ გადალახა „ბენვის ხიდი უნივერსალურობის კონტინენტიდან სერტიფიცირების ექსკლუზიურ კუნძულამდე“. პროფესიული სერტიფიცირების პროგრამები განასხვავებს, ვინ გაიარა და ვინ არა ერთ-ერთი სახის შეფასების პროცესი, რომლითაც იზომება „მონაფის“ პრაქტიკული გამოცდილების კომპეტენცია. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ბულალტრული აღრიცხვა ძალიან სწრაფად აფართოებს თავის მოთხოვნებს, აუცილებლად უნდა ვუპასუხოთ კითხვას – რა მნიშვნელობა აქვს იმას, თუ როგორ ვაძლევთ განათლებას და როგორ ვამზადებთ საუკეთესო ბულალტრებს სრულიად განსხვავებული მომავლისთვის.

პირველ რიგში, სამისდღეშიო სწავლებისთვის აუცილებელი, მნიშვნელოვანი მოთხოვნები ყველა დისციპლინასა და საქმიანობაში უნდა შემოვიღოთ. ეს თანდათანობით მოსპობს სავალდებულო განათლების ტრადიციულ მოდელს, რომელსაც მოსდევს საშუალო განათლების შემდგომი განათლება (კოლეჯების, უმაღლესი სასწავლებლებისა და პროფ-ტექნიკური სასწავლებლების), შემდეგ სამაგისტრო დიპლომის შემდგომი სპეციალიზაცია, ბოლოს კი დასაქმება და კარიერა. თუკი მომავალი ბულალტერი მუდმივად გარდაქმნის თავის თავს, მაშინ რა ეტაპზე დასრულდება მისი პროფესიული სწავლება? ეს კითხვა, თავის მხრივ, ბადებს მეორე კითხვას წევრობის შესახებ: როგორ იმოქმედებს წევრობაზე მომავალი, სადაც ბულალტრის უნარ-ჩვევების შექმნა მოგზაურობაა და არა დანიშნულების ადგილი? უფრო პრაქტიკული ენით თუ ვიტყვით, პროფესიას, ბიზნესსა და სტუდენტების ეკონომიკას, რომელთაც მუშაობის გამოცდილება აქვთ ბიზნესის, ფინანსების, ვაჭრობის, ეკონომიკის, ტექნოლოგიების, სამართლის მიმართულებით, საბანკო სისტემაში და სხვა უდიდეს სარგებელს მოუტანს ამ მოგზაურობაში ყოფნა, ვიდრე „მის გარეთ დარჩენა“ იმის გამო, რომ მათ ვერ გადალახეს წევრობამდე მისასვლელი ეტაპები.

მეორე, რა არის ხანგრძლივი და რა დროებითი? თუ ტექნიკური მოთხოვნები კომპიუტერული პროგრამების მეშვეობით სრულდება, ფუნდამენტური უნარ-ჩვევები ნაკლებად ფუნდამენტური ხდება და დამატებითი დამხმარე ინსტრუმენტების ნაკრების დიდ ნაწილს შეადგენს, რომლებიც დამოკიდებულია შესასრულებელ როლზე ან სამუშაოზე, მენარმის უნარ-ჩვევები უფრო აქტუალური ხდება, ვიდრე წმინდა ტექნიკური კომპეტენციები, სადაც მომხმარებლები დამატებით ღირებულებას მოითხოვენ, მაშინ როდის, როგორ და რა თანმიმდევრობით უნდა მოვამზადოთ მომავალი ბულალტრები ამ მოთხოვნებისათვის? მაგალითად, სერტიფიციციების შემდეგ საჭირო იქნება ტექნიკური სპეციალიზაცია საგადასახადო დაბეგვრის სფეროში, აუდიტში, მმართველობის აღრიცხვასა და ა.შ.?

ამ კითხვებზე პასუხის გაცემა მარტივი არ არის, რადგან ისინი პროფესიის ბუნებისა და განმარტების არსს ეხება. საფრთხე ისაა, რომ ბუღალტრის შესახებ წარმოდგენა იმდენად მრავალაზროვანი ხდება და ბუღალტრულ აღრიცხვასა და სხვა პროფესიულ სფეროებს შორის საზღვრები ისეთი მყიდვია, რომ პროფესიის ამოცნობა რთულია.

მესამე (და ეს არის ამ კითხვების პასუხიც), პროფესიას სჭირდება მიმართულების შეცვლა – ნაკლები ორიენტაცია „მონაფის“ მოდელზე და უფრო მეტი აქცენტი ე.წ. სპეციალისტ-პრაქტიკოსების საზოგადოების მოდელზე. ამასთან დაკავშირებით, აუცილებელია განვითარდეს და განისაზღვროს ძირითადი ელემენტები. თავიდან გამონეგვები, რომლის წინაშეც ვდგავართ, აშკარად წარმოიშობა პროფესიის კონცეფციისა და ეთოსის მიმართ რწმენის შესუსტების გამო – ნდობის აღსადგენად, აუცილებელია პროფესიას ჰქონდეს პასუხები შემდეგ კითხვებზე: რა არის მისი შეთანხმებული მისია? რა არის მისი საერთო მიზანი და ღირებულებები? და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, რისთვის არის საჭირო ასეთი პრაქტიკოსები? უამრავი ჩვენი კერძო და საჯარო ორგანიზაციის ეთიკური ქცევისა და კეთილსინდისიერების მიმართ საზოგადოების ნდობის შესუსტების პერიოდში, ამის დადგენა რთული არ უნდა იყოს.

სპეციალისტ-პრაქტიკოსების ნებისმიერი განვითარებული საზოგადოებისთვის დამახასიათებელი უცვლელი ნიშან-თვისებებია თვითკრიტიკისადმი ღიაობა, აქტუალურობის მუდმივად ეჭვქვეშ დაყენება და განახლებისა და რეგენერაციისათვის მზადყოფნა. ამ უკანასკნელის მამოძრავებელი ძალა უნდა მოდიოდეს დნმ-დან, რომელიც ისწრაფვის მუდმივი სრულყოფის, ცვლილებების განხორციელებისა და ღირებულებების მუდმივი დემონსტრირებისკენ. დროა გავალოთ კარი და მივესალმოთ ღირსეულ წევრებს ამ საზოგადოებაში და ბუღალტრული აღრიცხვა შევინარჩუნოთ ისეთ პროფესიად, რომელიც აქტუალური იქნება მომავალი თაობებისთვის.

*ენდრიუ ჰანტერი, ავსტრალიის სერიფიცირებულ
საზოგადოებრივ ბუღალტერთა ორგანიზაციის (CPA)
მთავარი აღმასრულებელი დირექტორი,
2021 წლის თებერვალი*

მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების მხარდაჭერა COVID-19-ის პირობებში

ავტორი ჯეისონ ბოლი¹
1 ივლისი, 2020

კრიზისის დროს ფირმებისთვის მნიშვნელოვანია მარკეტინგისა და რეკლამირების გაგრძელება

ფირმები, რომლებიც Covid-19-ის კრიზისის განმავლობაში განაგრძობენ მარკეტინგსა და რეკლამირებას, მიიღებენ სარგებელს, როდესაც კომპანიები კვლავ დაიწყებენ ხარჯვას – განმარტავს ჯეისონ ბოლი.

ეს სტატია თავდაპირველად გამოქვეყნდა ჟურნალ Accounting and Business-ის 2020 წლის ივლისი/აგვისტოს ბრიტანულ გამოცემაში.

ფირმები, თავიანთი კლიენტების მსგავსად, გამოიჩინენ თავშეკავებულობას და კეთილგონიერებას მაშინ, როდესაც ჩვენ COVID-19-ის ეკონომიკურ შედეგებს განვიცდით.

თქვენი მარკეტოლოგები თქვენს ფირმას სამი შესაძლო გზიდან ერთ-ერთზე გაატარებენ. პირველი გზა – პოტენციური კლიენტების მოძიებისა და რეალურ კლიენტებად მათი გარდაქმნისათვის ისევ იმავე სტრატეგიის გაგრძელება. არსებულ გარემოში, ეს უმთავრესი ამოცანაა. ჩვენ ისეთი სიტუაციის წინაშე აღმოვჩნდით, როდესაც სულ უფრო ნაკლები კომპანია ყიდულობს იმას, რაც საქმიანობისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანი არ არის. შედეგად, პოტენციური კლიენტების რაოდენობა თითქმის ამოიწურა (გამონაკლისს წარმოადგენენ ის კლიენტები, რომლებსაც სერიოზული განხეთქილება მოუვიდათ თავიანთ ამჟამინდელ ფირმასთან ან, რომელთა ფირმამაც შეწყვიტა არსებობა.)

მეორე გზაა – შეამციროთ თქვენი მარკეტინგისა და სარეკლამო ბიუჯეტი, დროებით შეწყვიტოთ მარკეტინგი და რეკლამა და გაქრეთ თვალთახედვიდან იქამდე, სანამ თქვენი ბიუჯეტი სრულყოფილად არ აღდგება. ეს ვარიანტი შეიძლება გარდაუვალი იყოს სავალალო მდგომარეობაში მყოფი ფირმებისათვის. თუმცა, სხვების მხრიდან ეს უბრალოდ ნაჩქარევი და გადაჭარბებული რეაქცია იქნება.

ბიზნესის რეაგირება წარსულ რეცესიებზე მოწმობს, რომ მარკეტინგისა და რეკლამირების დროებით შეჩერებამ შეიძლება საზიანო გავლენა იქონიოს ფირმის წმინდა მოგებაზე, რადგან სანამ თქვენი ფირმა „თვალს მოეფარება“ და დავიწყებას მიეცემა, თქვენი კონკურენტები, რომლებიც (ფრთხილად, „სპოილერი“) მესამე გზას მიჰყვებიან, დარჩებიან ხილულნი და უდავო უპირატესობას მოიპოვებენ, საჭიროა გემის შეცვლა.

¹ ჯეისონ ბოლი გახლავთ B2B მარკეტინგზე სპეციალიზებული კომპანიის Considered Content-ისა და მართული კონტენტის მომსახურების Prolific-ის დამფუძნებელი.

დავუბრუნდეთ ჭეშმარიტ მარკეტინგს

უკვე რა ხანია, საბუღალტრო ფირმების მარკეტინგი მეტწილად ლატარიას წარმოადგენს, კონცენტრირებულს პოტენციური კლიენტების დევნაზე, რომლებიც მაქსიმალურად მზად არიან შესაძენად. ეს არის სტრატეგია, რომელიც, გარკვეულწილად, განპირობებულია უფროსების მხრიდან ზეწოლით, რომლებიც ინვესტიციების უკუგებას ელიან და ახალ კლიენტებსა და გაზრდილ გაყიდვებს განიხილავენ, როგორც ერთადერთ მისაღებ ამონაგებს. ეს არის მიდგომა, რომელიც კარგად მუშაობს იმ ბაზარზე, სადაც პოტენციური კლიენტი უხვადაა. თუმცა, ახლა ეს ასე ნამდვილად არ არის.

არსებული კლიმატი საჭიროებს ახალ სტრატეგიას, მესამე გზას – ისეთს, რომელიც მოითხოვს, რომ თქვენი მარკეტოლოგები დაუბრუნდნენ თავიანთ ტრადიციულ ფუნქციას – ბრენდის შენებას, გრძელვადიანი მოთხოვნის შექმნასა და გაზრდას (რაც ძლიერ განსხვავდება დროებითი პოტენციური კლიენტებისგან).

კომპანიები მართალია ახლა უფრო მეტად ერიდებიან რისკზე წასვლას, მაინც იძენენ მომსახურებას და ცვლიან მიმწოდებლებს ეკონომიკური კრიზისების დროს. თუმცა, ბრენდის ხილვადობა და საიმედოობა, მით უფრო დიდ მნიშვნელოვნებას იძენს, როგორც ნდობის წყარო, როდესაც კომპანიები სასოწარკვეთილი მიმწოდებლების შეთავაზებებს ვეღარ აუდიან. თუ თქვენმა ფირმამ ბევრი იშრომა იმისათვის, რათა გამორჩეული და ხილული ყოფილიყო და განუწყვეტლივ ახდენს თავისი აქტუალურობისა და ღირებულების დემონსტრირებას, ხარისხიანი კონტენტის საშუალებით, თქვენი ბრენდი პირველი გაახსენდებათ.

როგორც ყველამ ვიცით, ახალ კლიენტთან ხელშეკრულების დადებას მრავალი თვე სჭირდება (ზოგჯერ წლებიც). ეს მოითხოვს გრძელვადიან მიდგომას მარკეტინგისადმი. ასე, რომ ახლა ყველა ფირმა უნდა კონცენტრირდეს საკუთარი ბრენდის განვითარებაზე, იმაზე, რომ იყოს გამორჩეული და დასამახსოვრებელი, აგრეთვე იმის დემონსტრირებაზე, თუ როგორ ეხმარება რეალურ კლიენტებს პროგრესის მისაღწევად ნამდვილად მნიშვნელოვან საკითხებში და თანაც კრიზისის ფონზე.

მართალია, თქვენ, სავარაუდოდ, გააგრძელებთ ტაქტიკური კონტენტის შექმნას – როგორ ისარგებლოთ სახელმწიფო პროგრამებით და ა. შ. – ამის დაბალანსება მოგიწევთ უფრო მაღალი დონის მასალებით, რომელიც ფოკუსირებული იქნება ბრენდის უფრო გრძელვადიან დიფერენციაციაზე. ეს იქნება კონტენტი, რომელიც ასახავს ფირმის უნიკალურ მსოფლმხედველობას. იგი ნაკლებად გაამახვილებს ყურადღებას იმაზე, თუ რას აკეთებთ და უფრო მეტად იმაზე, თუ როგორ და, საბოლოო ჯამში, რატომ აკეთებთ ამას. რაც მნიშვნელოვანია, იგი კვლავ მთლიანად ორიენტირებული იქნება კლიენტებსა და მათ რეალურ გამოწვევებზე.

არ გაუშვით ხელიდან შესაძლებლობა

Marketing Week-ის მიერ ჩატარებულმა ახალმა გამოკითხვამ აღმოაჩინა, რომ B2B (ბიზნესი ბიზნესისათვის) კომპანიების 14% უკვე „იყენებს შესაძლებლობას“ და უფრო მეტ ინვესტიციას დებს მარკეტინგში. ისტორია გვიჩვენებს, რომ ეს ბრენდები, სავარაუდოდ, აჯობებენ კონკურენტებს. როდესაც McGraw-Hill-მა შეისწავლა 600 კომპანიის გაყიდვები 1980 წლიდან 1985 წლამდე, აღმოაჩინა, რომ რომლებმაც, ვინც 1981-82 წლების რეცესიის განმავლობაში სარეკლამო ხარჯები შეინარჩუნეს ან გაზარდეს, გაყიდვების საგრძნობლად მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდათ, ვიდრე მათ, ვინც ასე არ მოიქცა.

ახლა იმის დრო არ არის, რომ მარკეტინგის შესაძლებლობები სათანადოდ არ დავაფასოთ. ფირმები, რომლებიც შორსმჭვრეტელობას გამოიჩინენ და ისარგებლებენ

უფრო დაბალფასიანი სარეკლამო შესაძლებლობებით, აყვავდებიან, როგორც რეცესიის პერიოდში, ისე მის შემდეგაც.

სასარგებლო რჩევები

აქ მოცემულია რამდენიმე მითითება, რომელიც სწორ მიმართულებას მოგცემთ:

- რას წარმოადგენს თქვენი ფირმის ბრენდი სინამდვილეში – რაში მდგომარეობს თქვენი არსი და რატომ უნდა იყოს ეს მნიშვნელოვანი კლიენტებისთვის?
- ბუსტად იცოდეთ, თუ როგორ გამოიყურება წარმატება საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში – რისი მიღწევა გსურთ, როგორც ფირმას და რა როლი უნდა შეასრულოს მარკეტინგმა?
- ბაზრის წილის გასაზრდელად დაგჭირდებათ ხმის უფრო მეტი წილი (SOV), ვიდრე თქვენი ამჟამინდელი საბაზრო წილია – ამას ეწოდება ხმის ჭარბი წილი (ESOV).
- რაც შეეხება მედიას, შეძლებისდაგვარად, პირდაპირ მიმართეთ გამოცემებს/ ვებგვერდებს და შეიძინეთ ხარისხი და არა რაოდენობა – მოერიდეთ ყველაფერს, რასაც დიდი დაპირებები და ბუნდოვანი მეთოდები ახასიათებს.

ავტორი მელისა ბრედინიკი
30 მარტი, 2021

როგორ აჩვენოთ მცირე და საშუალო საწარმოებს თქვენი რჩევების ღირებულება – ინფორმაცია ბუღალტრებისთვის ჩვენი უახლესი კვლევის ანგარიშიდან

ვინაიდან 2021 წელს მცირე და საშუალო საწარმოები განაგრძობენ ახალ და მრავალფეროვან გამოწვევებთან შეჭიდებას, გარდაუვალია, რომ მომსახურება, რომელიც მათ სჭირდებათ, შესაბამისად ასევე იცვლება.

ბრექსიტისა და პანდემიის შემდგომ პერიოდში ბიზნესის მფლობელები ეცდებიან ფეხზე წამოდგომას და მომავლის დაგეგმვას, ამ ყველაფერთან ერთად კი ფულის დაზოგვას.

ვინაიდან ბიზნესის სფეროში ზოგად ექსპერტულ ცოდნაზე მოთხოვნა აჭარბებს ტექნიკური რჩევების საჭიროებას, მცირე და საშუალო საწარმოებმა შეიძლება თავიანთი ბუღალტრების უგულვებელყოფა დაიწყონ.

თუმცა, მრავალი ბუღალტერი გვთავაზობს ამ ტიპის მომსახურებებს, მათ უბრალოდ უჭირთ მათი ეფექტიანად რეკლამირება. ჩვენმა უახლესმა ანგარიშმა ცხადყო ბუღალტრებსა და მათ კლიენტებს შორის ურთიერთგაგების პრობლემა.

ეს მიანიშნებს უზარმაზარ შესაძლებლობაზე ბუღალტერთათვის, შეიტყონ, თუ რა სახის რჩევები სჭირდებათ მცირე და საშუალო საწარმოებს და დაუმტკიცონ მათ, რომ ისინი სწორ გადაწყვეტილებებს სთავაზობენ.

რას ელიან მცირე და საშუალო საწარმოები საკონსულტაციო მომსახურებისგან?

როგორც ჩანს, ყველაზე დიდი გაუგებრობა იმასთან არის დაკავშირებული, თუ რა სახის კონსულტაციის გაწევა, მცირე და საშუალო საწარმოების ამრით, შეუძლია მათ ბულალტერს.

ჩვენმა ახალმა კვლევამ დაადგინა, რომ 2020 წლის ბოლოსათვის მცირე და საშუალო საწარმოების წინაშე მდგარ ყველაზე დიდ გამოწვევებს შორის იყო ფულადი სახსრების მოძრაობა, დაგვიანებული გადახდები და კრიზისის შემდგომი რეაბილიტაცია. მიუხედავად ამისა, ბიზნესის მფლობელები ბულალტერებს ამ საკითხებზე რჩევების მისაღებად არ მიმართავენ.

როგორც ჩანს, მცირე და საშუალო საწარმოები ან არ არიან დარწმუნებულნი, რომ მათ ბულალტერებს საკმარისად კარგად ესმით, თუ როგორ წარიმართება მათი ბიზნესი, ან უბრალოდ არ იციან, რომ ისინი ამ მომსახურებებს საერთოდ სთავაზობენ, რასაც მოწმობს ჩვენს ანგარიშში მოყვანილი უკუკავშირი.

„მე მჭირდება ისეთი ტიპის რჩევები, როგორცაა ის, თუ როგორ უნდა იპოვო კლიენტები... როგორ უნდა გაყიდო და მოახდინო საკუთარი თავის რეკლამირება? ვფიქრობ, მე არ ვარ საკმარისად დიდი იმისათვის, რომ დამჭირდეს ისეთი სახის ბიზნესრჩევები, რომლებიც ბულალტერს აინტერესებს, კერძოდ სტრუქტურირება და გადასახადები და ისეთი საკითხები, რომლებზეც რიცხვების მატებასთან ერთად უნდა იფიქრო.“

თქვენს კლიენტებს შეიძლება მიაჩნდეთ, რომ თქვენს კომპეტენციაში მხოლოდ და მხოლოდ რიცხვები შედის და ვერ შეძლებთ ან არ მოისურვებთ უფრო ზოგადი ხასიათის, სტრატეგიული ბიზნესრჩევების შეთავაზებას. თქვენ თავად შეგწევთ ძალა, მათ საპირისპირო დაუმტკიცოთ.

აჩვენეთ, რომ ეს ამაღ ნამდვილად ღირს

ამ სახის გაუგებრობამ შეიძლება დამატებითი პრობლემები გამოიწვიოს. როდესაც კლიენტებს არ სჯერათ, რომ თქვენ სთავაზობთ მათთვის საჭირო სახის მომსახურებას, ისინი არ მოისურვებენ რჩევისთვის უფრო მეტის გადახდას.

ჩვენს ანგარიშში მოყვანილი ორი მნიშვნელოვანი სტატისტიკური მონაცემი გვიჩვენებს, თუ რამდენად მცირე ღირებულებას ანიჭებენ მცირე და საშუალო საწარმოები ამ სახის ცოდნას. **43% ამბობს, რომ წელიწადში 1,000 გირვანქა სტერლინგზე მეტს ბიზნესკონსულტაციისთვის არ გადაიხდის, ხოლო 50% ამბობს, რომ შეიძლება ბულალტერს რჩევისათვის ფასის გამო არ მიმართოს.**

ბიზნესის მფლობელები შეიძლება მიიჩნევენ, რომ ამგვარი სახის კონსულტაცია ფულის ფლანგვაა, რომელიც ძალიან მცირე სარგებელს იძლევა. თუმცა კი, ხარისხიანი ბიზნესკონსულტაცია შეიძლება ღირდეს ინვესტიციად, განსაკუთრებით არსებულ გარემოში.

როგორც მცირე და საშუალო საწარმოების ბულალტერმა, თქვენ უნდა დაუმტკიცოთ თქვენს კლიენტებს, რომ თქვენი ცოდნა მასზე დახარჯულ ფულად ღირს და რომ იგი მნიშვნელოვნად შეცვლის მათ ბიზნესპერსპექტივებს.

ისაუბრეთ თქვენი კლიენტის ენაზე

ჩვენს ანგარიშში მოყვანილ ზოგიერთ კონკრეტულ უკუკავშირს თუკი გადავხედავთ, ერთ საერთო ელემენტს დავინახავთ – ბიზნესის მფლობელებს სინამდვილეში სურთ ბულალტერი, რომელიც, მათი აზრით, გაეცნობა მათ და მათი კომპანიის საჭიროებებს.

„ამ ბულალტერთაგან ბევრი ყიდის მომსახურებას. ისინი თითქოს მელოდებიან, როდის გამომიჩნდება საჭიროება და დავურეკავ და ვეტყვი: „მე რაღაც მჭირდება“, სინამდვილეში კი... გჭირდება, რომ შენმა ბულალტერმა გითხრას: „მისმინე, თავს დავანებებ იმას, რასაც ჩვენ ვყიდით. დავვდები მაგიდასთან მყიდველის მხარეს და გავერკვევი შენს ბიზნესში და ვიფიქრებ იმაზე, თუ რას აკეთებთ და რის მიღწევას ცდილობთ“.

კლიენტები დააფასებენ თქვენს მზადყოფნას, საჭირო სამუშაო შეასრულოთ და გაარკვიოთ, თქვენი მომსახურებიდან, რომელია მათთვის და მათი სიტუაციისთვის ყველაზე მეტად შესაფერისი.

ასევე უფრო დიდია ალბათობა იმისა, რომ მომსახურებაში ფულს გადაიხდიან, თუ ფიქრობენ, რომ მათზე მორგებულ გამოცდილებას მიიღებენ. უფრო ხელსაყრელია გყავდეს ერთი ადამიანი, ვინც შენს საქმიანობას შიგნიდანაც და გარედანაც იცნობს, ვიდრე სხვადასხვა ადგილიდან მიიღო განსხვავებული რჩევები.

მაშინ, როცა მცირე და საშუალო საწარმოები ბიზნესთან დაკავშირებულ უფრო ზოგად რჩევებს ეძებენ, მათ იმავდროულად სურთ მყარი სამუშაო ურთიერთობა და მრჩეველი, რომელიც მუშაობს იმაზე, რომ თავისი ცოდნა და გამოცდილება მოარგოს კლიენტის საჭიროებებს.

მეგზურობა გაუწიეთ თქვენს პოტენციურ კლიენტებს

თქვენი ბიზნესსაკონსულტაციო შეთავაზების ოპტიმიზების საკვანძო ნაწილია იმის ცოდნა, თუ როგორ გაუწიოთ მას პოპულარიზაცია არსებულ და პოტენციურ კლიენტებთან.

იფიქრეთ იმ მომსახურებებზე, რომლებსაც ამჟამად სთავაზობთ და თქვენი, როგორც ფირმის საერთო გამოცდილებაზე. არსებობს თუ არა აუთვისებელი პოტენციალის მქონე ისეთი სფეროები, რომლებსაც შეიძლება უფრო მეტად გაეცნოს ხაზი თქვენი მარკეტინგის საშუალებით?

ბულალტრები ხშირად უშვებენ ხოლმე შეცდომას, როდესაც ასკვნიან, რომ მათ კლიენტებს უკვე კარგად ესმით ტექნიკური ჟარგონი. შედარებით ნაკლებად ტექნიკურმა ტერმინოლოგიამაც კი, რომელიც თქვენთვის, შესაძლოა, ძალიან ბუნებრივი იყოს, შეიძლება ბიზნესის ახალი მფლობელები დააფრთხოს.

მკაფიო ბრენდინგი და ვებგვერდი, რომელიც ახალ პოტენციურ კლიენტებს დაეხმარება, გაეცნონ თქვენს სერვისებს, განსაკუთრებით ისეთებს, რომელთა მოძიება შეიძლება არ მოაფიქრდეთ, მნიშვნელოვნად აისახება თქვენი კომპანიის ხელმისაწვდომობაზე.

თუ თქვენი კლიენტების მდგომარეობაში ჩააყენებთ საკუთარ თავს და იფიქრებთ იმაზე, კონკრეტულად რას ეძებენ ისინი, ბევრად უფრო ნათლად დაინახავთ, თუ რისი შეთავაზება გჭირდებათ და როგორ უნდა მოახდინოთ მისი მარკეტინგი.

ნარმოდგენების შეცვლა

მნიშვნელოვანია თქვენი მიზნობრივი ბაზრისა და მისი მოთხოვნილებების ცოდნა. ჩვენი ანგარიში ცხადყოფს, რომ მცირე და საშუალო საწარმოებს ხშირად მიაჩნიათ, რომ ბუღალტრებს საკმარისად კარგად არ ესმით მათი საჭიროებები და, შესაბამისად, ვერ დააკმაყოფილებენ მათ.

თუკი შეძლებთ და თქვენს კლიენტებს დაუმტკიცებთ, რომ ყველაფერი საფუძვლიანად გამოიკვლიეთ და თქვენი მომსახურება შესაბამისად შეცვალეთ, ეს იმის დასტური იქნება, რომ თქვენ ხართ ისეთი ბუღალტერი და ბიზნესმრჩეველი, რომელიც მათ სჭირდებათ.

ეს ბევრად უფრო მეტია, ვიდრე ვებგვერდი, სადაც უბრალოდ წერია: „ჩვენ საქმეს სხვაგვარად ვაკეთებთ“, ან „ისე არა, როგორც სხვა საბუღალტრო ფირმები“. წინასწარი სამუშაოების ჩატარება თქვენს ფირმას სანდოობას შემატებს და მომავლისათვის მოგამზადებთ.

ჩვენს სწრაფად ცვალებად სამყაროში, რაც უფრო მეტად მრავალფეროვანი მომსახურების შეთავაზება შეგიძლიათ, მით უკეთესი. მცირე და საშუალო საწარმოებზე დიდ შთაბეჭდილებას მოახდენს და მათ მადლიერებას გამოიწვევს საბუღალტრო ფირმა, რომელიც მხოლოდ ტექნიკური რჩევებით კი არ შემოიფარგლება, არამედ შესთავაზებს მათ ყოვლისმომცველ საკონსულტაციო პაკეტს, რომელიც მათ ბიზნესს წინ წასწევს.

**დამატებითი ინფორმაციისა და რჩევების მისაღებად,
გაეცანით [ქვლევის სრულ ანგარიშს](#).**

ავტორი მანიკ პრუპი
2 ივნისი, 2021

ნამდვილად მუშაობს თუ არა მარკეტინგი? პასუხი მონაცემებშია

რამდენად ხშირად გსმენიათ სიტყვა, რომელიც „მ“ ასოზე იწყება და გიფიქრიათ: „მარკეტინგი ჩემთვის გამოსადეგი არ არის. ძალიან რთულია ინვესტიციის უკუგების (ROI) დადასტურება, არასერიოზულია და მიმაჩნია, რომ ეს დროის და ფულის ფუჭი ფლანგვაა“?

თქვენ მართლაც არ ხართ, ეს საბუღალტრო საზოგადოებაში ფართოდ გავრცელებული მოსაზრებაა. PracticeWeb-ში ჩვენი მისიის ნაწილად ვაქციეთ ამ მითის გაბათილება, ჩვენთვის ნაცნობი ერთადერთი ხერხით — მონაცემთა საშუალებით.

მარკეტინგი არ ნიშნავს მხოლოდ ახალი ბიზნესის მოპოვებას, ან თქვენი მომსახურების რეკლამირებას, არამედ იმის კონტროლს, თუ როგორ მოიპოვებთ ამ ბიზნესს და განავითარებთ თქვენს ფირმას.

ყველა ის გზა, რომელსაც იყენებთ ბაზარზე პოზიციონირებისთვის, იმის საფუძველზე, რითიც ხართ ცნობილი, ერთად აღებული ნიშნავს, რომ შეგიძლიათ თქვენთვის სასურველი კლიენტების თქვენთვის სასურველი ტემპით მოზიდვა.

ასევე შესანიშნავია, როდესაც კლიენტები თქვენთან სხვათა რეკომენდაციით (WOM) მოდიან. ეს ადასტურებს, რომ თქვენ კარგად ასრულებთ თქვენს საქმეს, თუმცა ეს მასშტაბირებადი არ არის.

მაგალითად, თუ გსურთ სხვათა რეკომენდაციით მოსული კლიენტების რიცხვი თვეში 5-დან 10-მდე გაზარდოთ, როგორ აპირებთ ამის გაკეთებას? სთხოვთ უფრო მეტ თქვენს კლიენტს, რომ თქვენს მაგიერ გააკეთონ შეთავაზებები და მეტი მეგობარი მოიწვიონ? რა მოხდება, თუ ისინი არ აღმოჩნდებიან თქვენი ფირმისთვის შესაფერისი კლიენტები?

მარკეტინგი გთავაზობთ საშუალებას, შექმნათ აპრობირებული, განმეორებადი და მასშტაბირებადი პროცესი, რათა მოიპოვოთ თქვენთვის სასურველი ბიზნესი იმ კლიენტებისგან, რომელთა გარშემოც გსურთ თქვენი ბიზნესის განვითარება.

იგი გაძლევთ შესაძლებლობას, თავად აკონტროლოთ, თუ როგორ განავითარებთ თქვენს ფირმას!

აი, მთავარებულებებიც

ყოველთვიურად ვეცნობი მარკეტინგის ეფექტიანობის მონაცემებს, რომელსაც ყველა იმ საბუღალტრო ფირმისგან ვიღებთ, რომელთანაც ვმუშაობთ.

ეს დიდი რაოდენობით მონაცემებია, რომელიც დიდხალ ინფორმაციას მაწვდის, ფირმის მარკეტინგის ეფექტიანობის შესახებ, დაწყებული ახალი ფირმებიდან, დამთავრებული უკვე ფეხმოკიდებული ფირმებით.

ამ თვეში შევადარე კლიენტები, რომლებსაც ჩვენთან მხოლოდ ვებგვერდი აქვთ, იმ კლიენტებთან, რომლებმაც ისარგებლეს ჩვენი საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციისა (SEO) და ბლოგინგის მარკეტინგული მომსახურებითაც.

შედეგები დამაჯერებელი არგუმენტია იმისა, რომ მარკეტინგში ჩადებული ინვესტიციები უკუგებას იძლევა.

როგორია ეს დამაჯერებელი არგუმენტი?

ჩვენ ვხედავთ, რომ ჩვენს კლიენტებს, მიუხედავად იმისა, მათ ჩვენთან მხოლოდ ვებგვერდი აქვთ, თუ ვებგვერდიც და ჩვენი მარკეტინგული მომსახურებაც, მაისის თვეში საშუალოდ 599 ვიზიტი ჰქონდათ თავიანთ ვებგვერდზე.

ამან გამოიწვია საშუალოდ 21 გამოხმაურება იმ კლიენტებისათვის, რომლებმაც შეიძინეს ჩვენი ვებგვერდის დიზაინის ან/და მარკეტინგული მომსახურება, ვებგვერდის ტრაფიკის გარდაქმნის საშუალო მაჩვენებელი წარმოადგენდა 3.5%-ს. კონტექსტისთვის, 2% ხშირად მოიხსენიება, როგორც ვებგვერდის ტრაფიკის გარდაქმნის კარგი ბლვრული დონე - 3.5% შესანიშნავი შედეგია.

თუმცა, როდესაც ვადარებთ საშუალო მაჩვენებლებს მათ, ვისაც მხოლოდ ვებგვერდი აქვთ ჩვენთან და არ სარგებლობენ ჩვენი უწყვეტი მარკეტინგული მომსახურებებით, როგორცაა ბლოგინგის ან საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციის რესურსები, საშუალო მაჩვენებლები იკლებს, რაც იწვევს 25%-ით ნაკლებ ტრაფიკს ვებგვერდზე და 38%-ით ნაკლებ გარდაქმნას.

სიტუაცია არსებითად იცვლება, როდესაც გამოვყოფთ კლიენტებს, რომლებიც სარგებლობენ ჩვენი ბლოგინგის ან საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციის მომსახურებით, ჩვენს ერთ-ერთ ვებგვერდთან ერთად.

ვებგვერდზე ვიზიტების საშუალო რაოდენობა, ყველა ჩვენი კლიენტის საშუალო მარკეტინგული შედეგებით, მკვეთრად იმატებს 167%-ით, ამას ემატება გარდაქმნების განსაცვიფრებელი 85%-იანი ზრდა. ეს არის ტრაფიკისა და გამოხმაურებების ფენომენალური ზრდა.

როგორია ინვესტიციიდან მიღებული უკუგება?

ჩვენს მარკეტინგულ მომსახურებაში ინვესტირება სრულ განაკვეთზე მომუშავე თანამშრომლის ანაზღაურებაზე ნაკლები, ან მისი ეკვივალენტი დაგიჯდებათ, გააჩნია, თუ რა სახის მომსახურებას შეიძენთ.

ვთქვათ, თითოეული კლიენტისგან წელიწადში საშუალოდ 1,000 გირვანქა სტერლინგს იღებთ (აქ ჩასვით თქვენი საშუალო ანაზღაურება), ყოველთვიურად თქვენ იღებთ 35 გამოხმაურებას ჩვენს ერთ-ერთ ვებგვერდზე და მათ 80%-ს გარდაქმნით კლიენტებად.

შედეგად, თქვენ იძენთ **28 ახალ კლიენტს, რომლებსაც ჯამში 28 ათასი გირვანქა სტერლინგი შემოაქვთ** თქვენს ფირმაში, ყოველთვიურად.

მარკეტინგის შესაძლებლობების მძიცივებულება

მონაცემები გაძლევთ თქვენ (და ჩვენც) თქვენი მარკეტინგული საქმიანობის ოპტიმიზაციის შესაძლებლობას, გადმოგცემთ რა მართვის სადავეებს, როდესაც საქმე ეხება თქვენი კომპანიის ზრდას, შესაფერისი კლიენტების მოზიდვის გზით.

ზემოთ მოყვანილი მარკეტინგის ეფექტიანობის სტატისტიკური მონაცემები რეალური მაგალითებია იმისა, თუ როგორ აღწევენ ასეთ შედეგებს ჩვენი კლიენტები და მოიპოვებენ ახალ ბიზნესს მარკეტინგის საშუალებით.

თუ ამან არ დაგარწმუნათ, რომ მარკეტინგს შეუძლია თქვენი ფირმა გაზომვადი მოგებით უზრუნველყოს, დარწმუნებული არ ვარ, რომ რაიმე სხვა ამას შეძლებს.

თუკი ამ ყველაფერმა დაგაინტერესათ, დაგვიკავშირდით ნომერზე 0117 915 0420 ან მოგვწერეთ ელფოსტაზე hello@practiceweb.co.uk

ავტორი მაიკ ჰრუპი
9 ივნისი, 2021

შექმენით ონლაინ საკონსულტაციო ფირმა სამ ეტაპად, ნაწილი პირველი

ნაწილი პირველი – შექმენით საკუთარი საკონსულტაციო მომსახურება და განსაზღვრეთ მისი ფასი

მაისში, ჩვენი ვებინარის „Business of Marketing-ის“ ფარგლებში, განვიხილეთ ონლაინ საკონსულტაციო ფირმის სამ ეტაპად შექმნის პირველი სტადიები.

ქვემოთ მოცემულია იმის მოკლე შეჯამება, რაზეც ჩვენმა კონტენტის ხელმძღვანელმა რეი ნიუმენმა და მე ვისაუბრეთ. თუ თქვენ ესწრებოდით ვებინარს, ვიმედოვნებ, რომ ეს რეზიუმე თქვენთვის სასარგებლო აღმოჩნდება და ასევე კოლეგებისთვის გასაზიარებლადაც გამოგადგებათ.

დღეს ჩვენ ვებინარის ოთხი მიმართულება განვიხილეთ

1. როგორ ყიდულობენ ბიზნესის მფლობელები საკონსულტაციო მომსახურებას.
2. რჩევის ღირებულება.
3. როგორ უნდა შეფუთოთ თქვენი საკონსულტაციო მომსახურება.
4. როგორ მოახდინოთ თქვენი ფასების პოზიციონირება ონლაინ.

როგორ ყიდულობენ ბიზნესის მფლობელები საკონსულტაციო მომსახურებას

საკონსულტაციო ბაზრის უკეთ გაცნობაში რომ დაგხმარებოდით, გაგიზიარეთ მიგნებები ჩვენი სიღრმისეული კვლევის ანგარიშიდან – რატომ არ იხდიან მცირე და საშუალო საწარმოები კონსულტაციაში ფულს და როგორ უნდა გადავარწმუნოთ ისინი.

ანგარიშმა მრავალი საკითხი მოიცვა, თუმცა გამოავლინა სარწმუნო მტკიცებულება იმისა, რომ ბაზარზე არსებობს საბუღალტრო ფირმებისგან უფრო მეტ რჩევებზე მოთხოვნილება.

მაგალითად, ბიზნესის მფლობელთა დაახლოებით 40% ბუღალტრულ აღრიცხვასთან დაკავშირებულ რჩევებს არა საკუთარი ბუღალტრისაგან, არამედ სხვებისგან იღებს. გარდა ამისა, გამოკითხულთა 63% ნაწილს, რომ გადაწყვეტილება მიიღო ბიზნესთან დაკავშირებით, ბუღალტერთან წინასწარი კონსულტაციის გარეშე.

კვლევამ ასევე გამოავლინა სხვადასხვა სახის დაბრკოლება, რომელთა გადალახვაც არის საჭირო. მათ შორის, ადამიანთა თითქმის ნახევარმა განაცხადა, რომ ბუღალტრის ცუდმა რჩევამ მათ იმედი გაუცრუა, გარდა ამისა, ძალზე გავრცელებულია ბიზნეს-კონსულტაციაში თანხის გადახდის სურვილის არქონა. ამაში განათლება და მარკეტინგი დაგეხმარებათ.

რჩევის ღირებულება

ამ დაბრკოლებების დასაძლევად, ჩვენ გადავხედეთ თქვენი ღირებულების დემონსტრირების გზებს; ამის მიღწევა შესაძლებელია პაკეტების შექმნით, რომელიც უფრო ნათელს გახდის, თუ რას სთავაზობთ კლიენტებს. პაკეტები საშუალებას გაძლევთ, მოიზიდოთ სხვადასხვა ტიპის ბიუჯეტი და ყურადღება გაამახვილოთ ღირებულებაზე და არა ფასზე. პაკეტები ამარტივებს ინფორმაციას, რომელშიც თქვენი კლიენტი უნდა გაერკვეს და ეხმარება მათ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებაში, შეძენასთან დაკავშირებით.

ჩვენ ვისაუბრეთ ფასწარმოქმნის ფსიქოლოგიაზე, MIT-ის უაღრესად საინტერესო კვლევის საფუძველზე, რომელმაც გამოიკვლია ჟურნალ The Economist-ის სააბონენტო პაკეტები. კვლევამ აჩვენა, რომ თქვენს რჩეულ პაკეტებთან ერთად ცრუ პაკეტის დამატება, რომელიც განგებ არამიმზიდველია, სინამდვილეში ეხმარება ადამიანებს გაერკვნენ, თუ რომელი პაკეტი სთავაზობს მათ ღირებულებას.

როგორ უნდა შეფუთოთ თქვენი საკონსულტაციო მომსახურება

საკონსულტაციო პაკეტების შემუშავება კარგად დაფიქრებას მოითხოვს, ჩვენ ვისაუბრეთ იმაზე, თუ რა უნდა გაითვალისწინოთ. კლიენტების გადმოსახედიდან პაკეტები უნდა გახადოთ ადვილად გასაგები, იყოს უფრო კონკრეტულები, აღმოფხვრათ გა-

ურკვევლობა, გამოიყენოთ მარტივი ენა და არ დაასკვნათ, რომ მათ იმდენივე იციან, რაც თქვენ.

ყველაზე ჭკვიანური ტაქტიკა იქნება თქვენი პაკეტების აგება, არა მხოლოდ იმ მომსახურებების საფუძველზე, რომელსაც ყიდით, არამედ იმ პრობლემების გარშემო, რომელსაც კლიენტებისთვის გადაჭრით.

ამასთან, თქვენ უნდა გაითვალისწინოთ, როგორ იმუშავენ პაკეტები თქვენს ფირმაში. როგორ მოხდება მათი მიწოდება? ჩაანაცვლებენ თუ არა ისინი არსებულ შეთავაზებებს? იქნება თუ არა ეს დამოუკიდებელი მომსახურება?

როგორ მოახდინოთ თქვენი ფასების ონლაინ კომიციონირება

ჩვენ გავიზიარეთ რამდენიმე მაგალითი იმისა, თუ როგორ ახორციელებს ზოგიერთი საბუღალტრო ფირმა საკონსულტაციო პაკეტების პოპულარიზაციას, ნაწილობრივ იმის საჩვენებლად, რომ არ არსებობს უნივერსალური მიდგომა, რომელიც ყველას თანაბრად ერგება. ერთ-ერთი ფირმა სთავაზობდა პაკეტებს, რომლებიც დაფუძნებული იყო ბიზნესის სასიცოცხლო ციკლზე: ახალი კომპანიის შექმნა, დაჩქარება, განვითარება. მეორემ კი შეიმუშავა თავისი შეთავაზებები კლიენტ კომპანიაში ბიზნესის მფლობელთა რაოდენობის მიხედვით. ორივე მიდგომა კლიენტზეა ორიენტირებული, რაც მისასაღმებელია.

ჩვენ უკვე ვახსენეთ არამიმზიდველი ცრუ პაკეტები, მაგრამ თქვენს წამყვან პაკეტს უნდა შეეძლოს თქვენი კლიენტების პრობლემების გადაჭრა და თქვენი მომსახურების გაყიდვა - იდეალურ ფასად, როგორც თქვენთვის, ასევე კლიენტისთვის. ასეთ შემთხვევაში, ეს ცრუ პაკეტები მხოლოდ განამტკიცებს თქვენს იდეალურ პაკეტში შემოთავაზებულ ღირებულებას.

საიდან დავიწყოთ?

ვებინარის დასასრულს ვისაუბრეთ ბაზრის კვლევის მნიშვნელობაზე სამიზნე კლიენტების განსაზღვრისა და შესწავლისთვის, ბაზრისა და თქვენი კონკურენტების უკეთ გაცნობისთვის. ეს საშუალებას მოგცემთ, თქვენი პაკეტების შექმნისას კვლევაზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებები მიიღოთ.

ეს იყო სამნაწილიანი სერიის პირველი ნაწილი. ვიმედოვნებთ, რომ მეორე ნაწილში კვლავაც შევხვდებით. თუკი ონლაინ საკონსულტაციო პაკეტების შექმნის დაწყება და ჩვენი ექსპერტული დახმარების მიღება გსურთ, გთხოვთ, დაგვიკავშირდეთ.

თქვენ შეგიძლიათ გაეცნოთ სესიას, ონლაინ საკონსულტაციო ფირმის სამ ეტაპად შექმნის შესახებ (ნაწილი 1) აქ.

ვებგვერდი, 01/06/2021
სარეგისტრაციო კოდი
200090000.22.033.017471

საქართველოს ფინანსთა მინისტრის ბრძანება №125 2021 წლის 31 მაისი ქ. თბილისი

„მიმდინარე კონტროლის პროცედურების ჩატარების, სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობათა ჩამოწერის, აღიარებული საგადასახადო დავალიანების დაფარვის, საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების უზრუნველყოფის ღონისძიებების განხორციელების, სამართალდარღვევათა საქმისწარმოების წესის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №994 ბრძანებაში ცვლილების შეტანის შესახებ

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, ვბრძანებ:

მუხლი 1

„მიმდინარე კონტროლის პროცედურების ჩატარების, სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობათა ჩამოწერის, აღიარებული საგადასახადო დავალიანების დაფარვის, საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების უზრუნველყოფის ღონისძიებების განხორციელების, სამართალდარღვევათა საქმისწარმოების წესის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №994 ბრძანებით (სსმ III, 31.12.2010, №172, სარეგისტრაციო კოდი: 200090000.22.033.016105) დამტკიცებულ წესში შეტანილ იქნეს შემდეგი ცვლილება:

1. 61-მუხლის:

ა) მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნეს;

ბ) მე-3 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნეს.

2. 62-ე მუხლის მე-3 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„3. ამ მუხლის მე-2 პუნქტში აღნიშნული გადაწყვეტილების მიღების შესახებ გადასახადის გადამხდელს ეგზავნება შეტყობინება, რომლითაც განემარტება საგადასახადო ორგანოში გამოცხადების ვალდებულება მისი მიღებიდან არაუგვიანეს 10 სამუშაო დღის ვადაში, ამ პუნქტში მითითებული გადაწყვეტილების გაცნობის და აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადების შესახებ ხელშეკრულების დადების მიზნით, გარდა ამ წესის 63-ე მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული შემთხვევისა.“.

3. 63-ე მუხლის:

ა) პირველი პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადების შესახებ მიღებული გადაწყვეტილების საფუძველზე, საგადასახადო ორგანოსა და გადასახადის გადამხდელს შორის წერილობითი ან ელექტრონული ფორმით იდება ხელშეკრულება, რომლებსაც აქვთ თანაბარი იურიდიული ძალა. ხელშეკრულებაში აისახება აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდის პირობები, ვადები და გადახდის გრაფიკი, აგრეთვე აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადებასთან დაკავშირებული სხვა საკითხები.“;

ბ) მე-2 პუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-3 პუნქტი:

„3. საგადასახადო ორგანო უფლებამოსილია აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადების შესახებ საგადასახადო ორგანოს უფროსის ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტთან ერთად, გადასახადის გადამხდელს დადგენილი წესის შესაბამისად, ელექტრონული ფორმით გაუგზავნოს აღიარებული საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადების შესახებ ხელშეკრულება და გადახდის

გრაფიკი, ასევე, შეტყობინება აღნიშნულის შესახებ. გადასახადის გადამხდელი ვალდებულია აღნიშნული დოკუმენტების მიღებიდან არაუგვიანეს 10 სამუშაო დღის ვადაში შესაბამისი ელექტრონული პროგრამის მეშვეობით დაადასტუროს ხელშეკრულების დადებაზე თანხმობა ან საგადასახადო ორგანოში გამოცხადების გზით დადოს ხელშეკრულება. ამასთან, გადასახადის გადამხდელის მიერ ელექტრონული პროგრამის მეშვეობით ხელშეკრულების დადასტურების (ელექტრონული ფორმით დადების) შემთხვევაში, ხელშეკრულებაზე მისი ხელმოწერა სავალდებულო არ არის.“.

4. 64-ე მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„გ) გადასახადის გადამხდელის მიზეზით არ მოხდა საგადასახადო დავალიანების გადახდევინების გადავადების შესახებ ხელშეკრულების წერილობითი ან ელექტრონული ფორმით დადება ამ წესის 62-ე მუხლის მე-3 პუნქტით და 63-ე მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებულ ვადებში.“.

მუხლი 2

ეს ბრძანება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს ფინანსთა მინისტრი

ლამა ხუციშვილი



ვებგვერდი, 01/06/2021
 სარეგისტრაციო კოდი
 200090000.22.033.017472

**საქართველოს ფინანსთა მინისტრის
 ბრძანება №126
 2021 წლის 31 მაისი ქ. თბილისი**

**„გადასახადების ადმინისტრირების შესახებ“
 საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №996
 ბრძანებაში ცვლილების შეტანის თაობაზე**

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, **ვბრძანებ:**

მუხლი 1

„გადასახადების ადმინისტრირების შესახებ“ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №996 ბრძანებით (სსმ, ვებგვერდი, 060111, 03/01/2011, სარეგისტრაციო კოდი 200090000.22.033.016112) დამტკიცებულ ინსტრუქციაში შეტანილ იქნეს ცვლილება და 79² მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის „ა¹“ და „ა²“ ქვეპუნქტები:

- „ა¹) აქციზური მარკა 10-ცალიანი ლენტი (თვითწებადი);
- ა²) აქციზური მარკა 100-ცალიანი ლენტი (თვითწებადი);“.

მუხლი 2

ეს ბრძანება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს ფინანსთა მინისტრი

ლამა ხუციშვილი

ვებგვერდი, 07/06/2021
სარეგისტრაციო კოდი
200090000.22.033.017474

საქართველოს ფინანსთა მინისტრის
ბრძანება №132
2021 წლის 4 ივნისი ქ. თბილისი

„გადასახადების ადმინისტრირების შესახებ“
საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №996
ბრძანებაში ცვლილების შეტანის თაობაზე

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, ვბრძანებ:

მუხლი 1

„გადასახადების ადმინისტრირების შესახებ“ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2010 წლის 31 დეკემბრის №996 ბრძანებით (სსმ, ვებგვერდი, 060111, 03/01/2011, 200090000.22.033.016112) დამტკიცებული ინსტრუქციის 78-ე მუხლის მე-5 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„5. შერჩეული პირის მიერ ალკოჰოლიანი სასმელის სავალდებულო ნიშანდებისთვის გაცემული მატერიალური ფორმის აქციზური მარკა დატანილი უნდა იყოს ისეთი ფორმით, რომ მარკაზე აღნიშნული ბორჯდალოს აღმნიშვნელი სიმბოლო მთლიანად განთავსდეს ტარის თავსახურზე ან ყელზე. ალკოჰოლიან სასმელზე არამატერიალური ფორმის აქციზური მარკით სავალდებულო ნიშანდება ხდება ბოთლის, ქილის თავსახურზე ან არსებული ტარის ძირზე“.

მუხლი 2

ეს ბრძანება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს ფინანსთა მინისტრი

ლაშა ხუციშვილი

ვებგვერდი, 11/06/2021
 სარეგისტრაციო კოდი
 200250000.22.033.017477

**საქართველოს ფინანსთა მინისტრის
 ბრძანება №135
 2021 წლის 9 ივნისი ქ. თბილისი**

**„ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილების შესახებ
 საერთაშორისო შეთანხმებით განსაზღვრული საგადასახადო შეღავათით
 სარგებლობისა და არარეზიდენტისათვის საქართველოში გადახდილი
 გადასახადის დაბრუნების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს
 ფინანსთა მინისტრის 2011 წლის 28 დეკემბრის №633 ბრძანებაში
 ცვლილების შეტანის თაობაზე**

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, **ვბრძანებ:**

მუხლი 1

„ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილების შესახებ საერთაშორისო შეთანხმებით განსაზღვრული საგადასახადო შეღავათით სარგებლობისა და არარეზიდენტისათვის საქართველოში გადახდილი გადასახადის დაბრუნების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს ფინანსთა მინისტრის 2011 წლის 28 დეკემბრის №633 ბრძანებით (ვებგვერდი, 111228027, 29/12/2011, სარეგისტრაციო კოდი: 200250000.22.033.016287) დამტკიცებულ „ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილების შესახებ საერთაშორისო შეთანხმებით განსაზღვრული საგადასახადო შეღავათით სარგებლობისა და არარეზიდენტისათვის საქართველოში გადახდილი გადასახადის დაბრუნების წესში“ შეტანილ იქნეს ცვლილება და მე-2 მუხლს დაემატოს შემდეგი შინაარსის მე-5 პუნქტი:

„5. საგადასახადო აგენტი ამ მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციას/დოკუმენტაციას საგადასახადო ორგანოს წარუდგენს ელექტრონულად, შემოსავლების სამსახურის ოფიციალური ვებგვერდის (www.rs.ge) საშუალებით, გადასახადის გადამხდელის ავტორიზებული მომხმარებლის გვერდიდან, ხოლო შესაბამისი დოკუმენტაციის დედანი ინახება გადასახადის გადამხდელთან“.

მუხლი 2

ეს ბრძანება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

საქართველოს ფინანსთა მინისტრი

ლამა ხუციშვილი

საქართველოს მთავრობის
დადგენილება №247
2021 წლის 31 მაისი ქ. თბილისი

„საბაჟო საწყობისა და თავისუფალი ვაჭრობის პუნქტის საქმიანობის
ნებართვების გაცემის წესებისა და პირობების შესახებ ინსტრუქციის
დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს მთავრობის 2019 წლის 16 სექტემბრის
№455 დადგენილებაში ცვლილების შეტანის შესახებ

მუხლი 1

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, „საბაჟო საწყობისა და თავისუფალი ვაჭრობის პუნქტის საქმიანობის ნებართვების გაცემის წესებისა და პირობების შესახებ ინსტრუქციის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს მთავრობის 2019 წლის 16 სექტემბრის №455 დადგენილებაში (www.matsne.gov.ge, 19/09/2019, 240090000.10.003.021475) შეტანილ იქნეს ცვლილება და დადგენილებით დამტკიცებული „საბაჟო საწყობისა და თავისუფალი ვაჭრობის პუნქტის საქმიანობის ნებართვების გაცემის წესებისა და პირობების შესახებ ინსტრუქციის“:

1. მე-2 მუხლის „ე.ე.ბ“ ქვეპუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის „ე.ე.გ“ ქვეპუნქტი:

„ე.ე.გ) სეს ესნ-ის 8701, 8702, 8703, 8704, 8705 ან/და 8711 სასაქონლო პოზიციებით ან/და 8716 სასაქონლო პოზიციით გათვალისწინებული საქართველოს საქონლის (მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებები, რომელთა შიგაწვის ძრავას ცილინდრის მუშა მოცულობა 50 სმ3-ზე მეტია, ხოლო ელექტროძრავის შემთხვევაში – მაქსიმალური გამომუშავებული სიმძლავრე 4 კვტ-ზე მეტია ან/და მისაბმელები და ნახევრადმისაბმელები) 12 თვემდე ვადით შენახვა“;

2. მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის:

ა) „გ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„გ) წერილობითი ინფორმაცია საბაჟო საწყობის, მის ტერიტორიაზე არსებული სათავსის (სათავსში განთავსებული სათავსების გარდა) შესასვლელისა და გასასვლელის, აგრეთვე დათვალისწინების, სინჯის ან/და ნიმუშის აღების განხორციელების, გადატვირთვის ოპერაციების განხორციელების ადგილის გამოსახულების ვიდეოჩამწერი საშუალებებით აღჭურვის შესახებ, ხოლო თუ საბაჟო საწყობში შეინახება მხოლოდ სეს ესნ-ის 8701, 8702, 8703, 8704, 8705 ან/და 8711 სასაქონლო პოზიციებით გათვალისწინებული მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებები (რომელთა შიგაწვის ძრავას ცილინდრის მუშა მოცულობა 50 სმ3-ზე მეტია, ხოლო ელექტროძრავის შემთხვევაში – მაქსიმალური გამომუშავებული სიმძლავრე 4 კვტ-ზე მეტია) ან/და 8716 სასაქონლო პოზიციით გათვალისწინებული მისაბმელები და ნახევრადმისაბმელები – მხოლოდ საბაჟო საწყობის შესასვლელისა და გასასვლელის გამოსახულების ვიდეოჩამწერი საშუალებებით აღჭურვის შესახებ“;

ბ) „ე“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ე) მონაცემები დათვალისწინებისა და სინჯის ან/და ნიმუშის აღების ადგილის შესახებ, რომლითაც დასტურდება, რომ ეს ადგილი განთავსებულია ნებართვით გათვალისწინებული საბაჟო საწყობის ტერიტორიაზე, აკმაყოფილებს საბაჟო საწყობში არსებული საქონლის ან/და სატრანსპორტო საშუალების სპეციფიკის გათვალისწინებით დათვალისწინების პირობებს, გადახურულია და არ გამოიყენება საქონლის შესანახად. ეს მოთხოვნა არ ვრცელდება იმ შემთხვევაში, თუ საბაჟო საწყობში შეინახება მხოლოდ სეს ესნ-ის 8701, 8702, 8703, 8704, 8705 ან/და 8711 სასაქონლო პოზიციებით გათვალისწინებული მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებები (რომელთა შიგაწვის ძრავას ცილინდრის მუშა მოცულობა 50 სმ3-ზე მეტია, ხოლო ელექტროძრავის შემთხვევაში – მაქსიმალური გამომუშავებული სიმძლავრე 4 კვტ-ზე მეტია) ან/და 8716 სასაქონლო პოზიციით გათვალისწინებული მისაბმელები და ნახევრადმისაბმელები, ასევე საყარი, თხევადი ან/და დაბალ ტემპერატურულ რეჟიმში შესანახი საქონელი.“

3. მე-8 მუხლის:

ა) „ლ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ლ) საბაჟო საწყობის ტერიტორიაზე საქონლის (სეს ესნ-ის 8701, 8702, 8703, 8704, 8705 ან/და 8711 სასაქონლო პოზიციებით გათვალისწინებული მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებების (რომელთა შიგაწვის ძრავას ცილინდრის მუშა მოცულობა 50 სმ3-ზე მეტია, ხოლო ელექტროძრავის შემთხვევაში – მაქსიმალური გამომუშავებული სიმძლავრე 4 კვტ-ზე მეტია) ან/და 8716 სასაქონლო პოზიციით გათვალისწინებული მისაბმელებისა და ნახევრადმისაბმელების გარდა) დათვალიერების, სინჯის ან/და ნიმუშის აღების განხორციელების, გადატვირთვის ოპერაციების განხორციელების ადგილი იმგვარად ჰქონდეს აღჭურვილი გამოსახულების ვიდეოჩამწერი საშუალებებით, რომ აღნიშნული ადგილები უწყვეტად ფიქსირდებოდეს (იძლეოდეს ზუსტი იდენტიფიცირების საშუალებას დღე-ღამის განმავლობაში). ამასთან, ტერიტორიულად განცალკევებული შენობა-ნაგებობისაგან (მათ შორის, საყარი ან/და თხევადი საქონლის შესანახი სათავსი და მასთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურა) შემდგარ საბაჟო საწყობის ტერიტორიაზე გადატვირთვის ოპერაციების განხორციელების შეუძლებლობის შემთხვევაში, გადატვირთვის ოპერაციების რეალურად განხორციელების ადგილიდან საბაჟო საწყობის ტერიტორიაზე არსებული ტერიტორიაც ასევე უზრუნველყოფილი უნდა იყოს მუდმივი (უწყვეტი) ვიდეოკონტროლით;“;

ბ) „ფ“ ქვეპუნქტის შემდეგ დაემატოს შემდეგი შინაარსის „ფ¹“ ქვეპუნქტი:

„ფ¹) აწარმოოს თავისუფალ მიმოქცევაში გაშვებული (მათ შორის, საქართველოში რეგისტრირებული) ან საბაჟო კონტროლის ქვეშ მყოფი, სეს ესნ-ის 8701, 8702, 8703, 8704, 8705 ან/და 8711 სასაქონლო პოზიციებით გათვალისწინებული მექანიკური სატრანსპორტო საშუალებების (რომელთა შიგაწვის ძრავას ცილინდრის მუშა მოცულობა 50 სმ3-ზე მეტია, ხოლო ელექტროძრავის შემთხვევაში – მაქსიმალური გამომუშავებული სიმძლავრე 4 კვტ-ზე მეტია) ან/და 8716 სასაქონლო პოზიციით გათვალისწინებული მისაბმელებისა და ნახევრადმისაბმელების გაფორმების ადგილამდე ან სხვა საბაჟო კონტროლის ზონამდე მიტანის ვადის ამოწურვამდე საბაჟო საწყობში შეტანისა და საბაჟო საწყობიდან გატანის აღრიცხვა და ინფორმაციის მიწოდება საბაჟო ორგანოსთან შეთანხმებული ფორმითა და წესით“.

მუხლი 2

დადგენილება ამოქმედდეს 2021 წლის 15 ივნისიდან.

პრემიერ-მინისტრი

ირაკლი ღარიბაშვილი

საქართველოს მთავრობის
დადგენილება №264
2021 წლის 7 ივნისი ქ. თბილისი

„საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების წესის დამტკიცების შესახებ“
საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 4 აპრილის №275 დადგენილებაში
ცვლილების შეტანის თაობაზე

მუხლი 1

„ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის მე-20 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, „საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 4 აპრილის №275 დადგენილებაში (www.matsne.gov.ge, 10/04/2014, 200030000.10.003.017895) შეტანილ იქნეს ცვლილება და დადგენილებით დამტკიცებული „საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების წესის“ მე-3 მუხლის:

1. პირველი პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების თაობაზე გადასახადის გადამხდელი, წერილობითი ან ელექტრონული ფორმით, განცხადებით მიმართავს შემოსავლების სამსახურს. ელექტრონული ფორმით მიმართვის შემთხვევაში, განცხადება წარდგენილ უნდა იქნეს შემოსავლების სამსახურის ოფიციალური ვებგვერდის (www.rs.ge) გამოყენებით, გადასახადის გადამხდელის ავტორიზებული მომხმარებლის გვერდიდან.“

2. მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„ბ) გადასახადის გადამხდელის ნებართვას შესაბამისი პირებისათვის საგადასახადო საიდუმლოების შემცველი დოკუმენტების გაცნობის თაობაზე, ამ უკანასკნელთა მიერ სამსახურებრივი მოვალეობის შესრულების მიზნით;“

3. მე-3 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„3. წერილობითი ფორმით წარდგენის შემთხვევაში, განცხადებას უნდა დაერთოს ხელმოწერის უფლებამოსილების დამადასტურებელი დოკუმენტი.“

4. მე-5 პუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„5. თუ განცხადება არ შეესაბამება ამ მუხლის მოთხოვნებს, გადასახადის გადამხდელს წერილობითი ან ელექტრონული ფორმით ეცნობება ხარვეზის შესახებ. გადასახადის გადამხდელს ხარვეზის შესახებ ელექტრონული ფორმით ეცნობება შემოსავლების სამსახურის ოფიციალური ვებგვერდის (www.rs.ge) გამოყენებით, გადასახადის გადამხდელის ავტორიზებული მომხმარებლის გვერდზე.“

მუხლი 2

ამ დადგენილების ამოქმედებამდე გადასახადის გადამხდელის მიერ ელექტრონული ფორმით, სსიპ – შემოსავლების სამსახურის ოფიციალური ვებგვერდის (www.rs.ge) გამოყენებით, გადასახადის გადამხდელის ავტორიზებული მომხმარებლის გვერდიდან წარდგენილი განცხადება საგადასახადო შეთანხმების გაფორმების თაობაზე ჩაითვალოს კანონმდებლობის შესაბამისად წარდგენილად.

მუხლი 3

დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

ვებგვერდი, 27/05/2021
სარეგისტრაციო კოდი
480140000.09.001.016660

**საქართველოს პარლამენტის
დადგენილება**

**„საქართველოსა და ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის სპეციალურ
ადმინისტრაციულ რეგიონ ჰონგ კონგს შორის შემოსავლებსა და
კაპიტალზე ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილებისა და გადასახადების
გადაუხდელობის და გადასახადების თავიდან არიდების აღკვეთის შესახებ“
შეთანხმების რატიფიცირების თაობაზე**

საქართველოს პარლამენტი ადგენს:

რატიფიცირებულ იქნეს „საქართველოსა და ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის სპეციალურ ადმინისტრაციულ რეგიონ ჰონგ კონგს შორის შემოსავლებსა და კაპიტალზე ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილებისა და გადასახადების გადაუხდელობის და გადასახადების თავიდან არიდების აღკვეთის შესახებ“ შეთანხმება.

საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარე

კახაბერ კუჭავა
თბილისი,
25 მაისი 2021 წ.
N494-IVმს-XXმ



ვებგვერდი, 27/05/2021
სარეგისტრაციო კოდი
480140000.09.001.016661

**საქართველოს პარლამენტის
დადგენილება**

**„საქართველოსა და იაპონიას შორის შემოსავლებზე ორმაგი დაბეგვრის
თავიდან აცილებისა და გადასახადების გადაუხდელობისა და
გადასახადებისთვის თავის არიდების აღკვეთის შესახებ“ კონვენციის
რატიფიცირების თაობაზე**

საქართველოს პარლამენტი ადგენს:

რატიფიცირებულ იქნეს თბილისის 2021 წლის 29 იანვრის „საქართველოსა და იაპონიას შორის შემოსავლებზე ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილებისა და გადასახადების გადაუხდელობისა და გადასახადებისთვის თავის არიდების აღკვეთის შესახებ“ კონვენცია.

საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარე

კახაბერ კუჭავა
თბილისი,
25 მაისი 2021 წ.
N495-IVმს-XXმ

რედაქციაში შემოსულ კითხვებზე პასუხები მოამზადა
გაფის საგადასახადო კომიტეტმა

კითხვა:

კომპანია ავტომობილებით ვაჭრობს (8703 კოდი), ასევე ახორციელებს ავტოტექნომსახურებას. მოგეხსენებათ, ავტომობილებით ვაჭრობა წარმოადგენს ჩათვლის უფლებს გარეშე გათავისუფლებულ ოპერაციას, ხოლო ავტომობილების ავტოტექნომსახურება დღგ-ის დასაბეგრ ოპერაციას. კომპანიამ 2020 წლის თებერვალში გაყიდა საკუთარი წარმოების შენობა-ნაგებობა, იყიდა სხვა ტერიტორიაზე მინა შენობა-ნაგებობით, სადაც საკუთარი ძალებით დაიწყო შენობა-ნაგებობის აშენება. ზემო აღნიშნული შენობა-ნაგებობა გამოიყენება როგორც ავტომობილების სარეალიზაციო მიზნებისთვის, ასევე ავტოტექნომსახურების გასანევად.

გთხოვთ განგვიმარტოთ:

ა) 2020 წელს გაყიდული შენობა-ნაგებობა მიიღებს თუ არა მონაწილეობას დღგ-ის ჩათვლისადმი დაქვემდებარებული პროპორციული წილის გამოთვლისას; და

ბ) იმ შემთხვევაში, თუ დასაბეგრი პირის მიერ წინა საგადასახადო წლის მიხედვით ოპერაციების თანხა, რომელზეც მას არა აქვს დღგ-ის ჩათვლის მიღების უფლება, საერთო ბრუნვის 20%-ზე მეტია, საკუთარი წარმოების შენობა-ნაგებობის ასაშენებლად შეძენილ საქონელზე, როგორ ახორციელებს დღგ-ის ჩათვლებს და როდის აისახება დღგ-ის დეკლარაციაში. ასევე როგორ ხდება ექსპლუატაციაში შესვლის მომენტის დაბეგვრა?

პასუხი:

1. გაყიდული შენობა – ნაგებობა მონაწილეობას არ მიიღებს პროპორციული წილის გამოთვლისას, თუ უძრავი ქონების ყიდვა-გაყიდვა არ არის თქვენი ძირითადი საქმიანობა (იხ. საგადასახადო კოდექსის 177.3-ე მუხლი).

2. საკუთარი წარმოების შენობა-ნაგებობის მშენებლობის პროცესში (ექსპლუატაციაში მიღებამდე) თქვენ ჩაითვლით ამ მშენებლობასთან დაკავშირებულ ნებისმიერ დღგ-ს სრულად; ექსპლუატაციაში შესვლის მომენტში თქვენ დაადეკლარირებთ ამ შენობის დღგ-ის თვითღირებულებიდან გამომდინარე, ხოლო იმავდროულად, დეკლარირებული დღგ-ის ჩათვლას მიიღებთ იმ წესით, რომელიც აღწერილია საგადასახადო კოდექსის 177-ე მუხლის მე-5 – მე-10 ნაწილებში.

კითხვა:

შპს-ს მასალები განთავსებული აქვს თავის ტერიტორიაზე, რომელიც ჯერ მის საკუთრებაში არ არის და ამ ტერიტორიას არემონტებს შეძენილი მასალებით. გახარჯული მასალა მიწოდებად უნდა აღიარდეს, ანუ გახარჯული მასალა დაიბეგროს 18%-ით და, იმავდროულად, უსასყიდლოდ რომ არის ამ ფართობზე ეს ხომ არ გახდება სადავო და მიწოდებაში ჩასათვლელი საქონელი?

პასუხი:

თქვენს კითხვაზე სწორ პასუხს ვერ გაგცემთ, თუ არ გვეცოდინება თქვენი იმ პირთან გარიგების დეტალები, ვის საკუთრებაშიც ამჟამად არის აღნიშნული ტერიტორია, მაგალითად თქვენი კონტრაქტის იურიდიული ფორმა და სამეწარმეო/არასამეწარმეო სტატუსი, თქვენი ურთიერთდამოკიდებულება, გარიგების პირობები და ა.შ.

კითხვა:

მიკრობიზნესის სტატუსი ავიღე 2021 წელს და არ ვსაქმიანობ. შესაბამისად ვფიქრობ, რომ უნდა გავაუქმებინო შემოსავლების სამსახურს.

მაინტერესებს, მიკრო-ბიზნესის სტატუსის მქონე პირს მევალება თუ არა გადასახადის გადამხდელის საინფორმაციო ბარათის შევსება და თუ არ შემივსია, რა სანქციები მოჰყვება ჩემს საქმიანობას?

პასუხი:

საინფორმაციო ბარათის შეუვსებლობა საგადასახადო კოდექსის მიხედვით რაიმე სანქციას პირდაპირ არ იწვევს. უბრალოდ, თქვენ ვერ ისარგებლებთ ელექტრონული სერვისებით თქვენს გადამხდელის გვერდზე, რის გამოც შეიძლება დაგეკისროთ სანქციები სხვა ვალდებულების შეუსრულებლობის გამო (მაგალითად, დეკლარაციის წარუდგენლობისთვის).

კითხვა:

ვარ მენარმე პირი, მიმდინარე წლის მაისის თვეში ნულოვანი დეკლარაცია რომ გავაგზავნო და 15 რიცხვის მერე დავაკორექტირო, მარტო საურავი დამერიცხება, თუ სხვა რაიმე ჯარიმასაც გამოიწვევს?

პასუხი:

თუ მიმდინარე წლის მაისის ნულოვანი დეკლარაციები ჯერ არ წარგიდგენიათ, მაშინ მათი წარდგენა უკვე დაგვიანებულია. საზოგადოდ კი, თუ ნულოვანი დეკლარაცია დროულად არის წარდგენილი, მისი დაზუსტება მხოლოდ საურავს შეიძლება იწვევდეს, იმ პირობით, რომ დეკლარაციის წარდგენის ვადასა და დეკლარაციის დაზუსტებას შორის პერიოდში თქვენთან არ დაინიშნება საგადასახადო შემოწმება.

კითხვა:

მცირე მენარმე, როგორც ვიცი, წელიწადში 6000 ლარამდე ხელფასის განაცემზე არ იბეგრება. მაინტერესებს, კოვიდთან დაკავშირებით შეღავათი რომ არის მაისის ჩათვლით, ესეც ხომ არ იბეგრება 750 ლარამდე, გთხოვთ გამარკვითოთ, კოვიდის განაცემი შედის თუ არა იმ 6000 ლარში?

პასუხი:

არა, არ შედის.

კითხვა:

გავხსენით შპს, დავდექით დღგ-ის გადამხდელად და მოგვენიჭა დღგ-ის არაკვალიფიციური გადამხდელის სტატუსი. შპს-ს ჯერ ოპერაციები არ ჰქონია, ვგეგმავთ გარკვეული პროდუქციის იმპორტს და მაინტერესებს, თუ შევძლებთ იმპორტზე გადახდილი დღგ-ის ჩათვლას?

პასუხი:

დიახ, შემოსავლების სამსახურში გარკვეული პროცედურების გავლის შემდეგ შეძლებთ ჩათვლის მიღებას, თუ იმპორტირებული პროდუქცია დაკავშირებულია ისეთ მინოდებასთან, რაზეც გაქვთ ჩათვლის (18%-იანი, ჩათვლის უფლებით გათავისუფლებული, უცხოეთში მინოდებული) უფლება.

კითხვა:

მცირე ბიზნესის სტატუსის მქონე ინდ მენარმემ ნაღდი ანგარიშწორებისას აუცილებელად უნდა ისარგებლოს საკასო აპარატით და ჩეკი გასცეს?

პასუხი:

დიახ, აუცილებლად.

კითხვა:

დღგ-ის გადამხდელმა მცირე მენარმემ დაიდგა სწრაფი ჩარიცხვის აპარატი. როგორც ვიცი, პერიოდულად ერიცხებათ საკომისიო. ამ საკომისიოს თანხაზე, რა ვალდებულებები წარმოქმნება დღგ-ის კუთხით და თუ იბეგრება? ვფიქრობ, მცირე მენარმის კუთხით 1% დაბეგვრაში არ უნდა ჩაერთოს.

პასუხი:

საკომისიო თანხის მიღება ფინანსური ოპერაციაა, რომელიც დღგ-სგან გათავისუფლებულია, ჩათვლის უფლების გარეშე და არ ჩაირთვება მცირე ბიზნესის სტატუსის ქვეშ მიღებულ ერთობლივ შემოსავალში. ეს შემოსავალი დაიბეგრება საერთო წესით.

კითხვა:

როგორც ცნობილია, დღეს მრავალი ესთეტიკის ცენტრი ფუნქციონირებს, რომლებიც აკეთებენ ინექციებს და სხვადასხვა პლასტიკურ ოპერაციებს.

როგორ რეგულირდება მათი საქმიანობა დაბეგვრის კუთხით და ასევე სამედიცინო კუთხით, მაინტერესებს რომელი სამედიცინო საქმიანობა არის გათავისუფლებული დღგ-გან?

პასუხი:

საზოგადოდ, სამედიცინო საქმიანობა დღგ-სგან თავისუფლდება მხოლოდ იმ პირობით, რომ პირს აქვს ამგვარი საქმიანობის უფლება. დეტალებს შეგიძლიათ გაეცნოთ საგადასახადო კოდექსის 170-ე მუხლში.

კითხვა:

საწარმოში შიდა ძალებით ჩატარებულ ინვენტარიზაციის შედეგად გამოვლენილ ზედმეტობას, რა ფასით ვიღებთ შემოსავალში, სარეალიზაციო ფასით თუ თვითღირებულებით. მაინტერესებს, საგადასახადო მიზნებისათვის რა იქნება სწორად აღიარებული?

პასუხი:

გამოვლენილი ზედმეტობა აღირიცხება საბაზრო ფასით.

კითხვა:

საწარმოს (შპს) უკრაინაში ფიზიკურმა პირმა გაგვიწვია ერთჯერადი მომსახურება (არქიტექტურული გეგმა სასტუმროს ეზოს მოწყობაზე), რაზეც ანაზღაურება გადავურიცხეთ დოლარში. რა სახის გადასახადი უნდა გადავიხადო და როგორ უნდა დავბეგრო?

პასუხი:

თქვენს კითხვაზე პასუხი იმაზეა დამოკიდებული, თუ სად მდებარეობს უძრავი ქონება, რომლის პროექტიც უცხოელმა პირმა მოგიმზადათ. გარდა ამისა, ასევე მნიშვნელოვანია, არის თუ არა ეს ფიზიკური პირი მენარმე სუბიექტი. ეს დეტალები თქვენს კითხვაში არ ჩანს, რის გამოც პასუხის გაცემა გვიჭირს.

კითხვა:

მოგესალმებით, ინდივიდუალურმა მენარმემ საკუთრებაში არსებული სახლი უნდა გააქირაოს საოჯახო სასტუმროდ. პიროვნება არის პენსიონერი.

გვინტერესებს, თუ შეიძლება პენსიონერს ბანკის ანგარიშზე ჩაირიცხოს თანხა და რა სახის გადასახადის გადახდა უნევს ინდივიდუალურ მენარმეს?

პასუხი:

ბანკის ანგარიშზე თანხის ჩაირიცხვა, რასაკვირველია, შესაძლებელია. სასურველია, რომ საპენსიო და სამენარმეო ანგარიშები ერთმანეთში არ აურიოთ. რაც შეეხება დაბეგვრას, გაქირავებით მიღებული შემოსავალი იბეგრება საშემოსავლო გადასახადით (20 ან 5 %) და, შესაბამისი პირობების არსებობისას – დღგ-ითაც.

კითხვა:

გთხოვთ მიპასუხოთ, rs.ge-დან დავწერე განცხადება შპს-ზე ქონების საავანსოს 50 პროცენტით შემცირებაზე, შეცდომით 50 ჩავწერე, მეგონა პროცენტით შემცირდებოდა, როგორც მიმდინარე საშემოსავლო და მოგება. 50 ლარით შემცირებას მინერს პორტალზე. პასუხი დადებითი მომივიდა და იქ ლარი წერია.

გთხოვთ განმიმარტოთ, როგორ შევცვალო განცხადება?

პასუხი:

ქონების გადასახადის მიმდინარე გადასახდელს, რაკი გადახდის ვადა უკვე გასულია, ველარ შეცვლით.

კითხვა:

არარეზიდენტ უცხოეთის მოქალაქეს, რომელიც რეგისტრირებულია გადასახადის გადამხდელად, კოდექსში შესული ბოლო ცვლილებების შედეგად ევალება თუ არა დადგეს დღგ-ის გადამხდელად, თუკი მისი ერთადერთი საქმიანობა საკუთარი კომერციული ფართობის გაქირავებაა?

პასუხი:

ჩვენი აზრით, ევალება.

კითხვა:

ფიზიკურმა პირმა ერთი თვე მინა იყიდა და სურს მისი გაყიდოს. გვინტერესებს, დაიბეგრება მხოლოდ საშემოსავლო გადასახადით, თუ კიდევ ეკუთვნის სხვა გადასახადი?

პასუხი:

თუ ამ მინაზე არ არის შენობა-ნაგებობები, ან თუ ეს მინა არის საკარმიდამო მიწის ნაკვეთი საცხოვრებელი სახლით, მაშინ სხვა გადასახადი არ მოუწევს. სხვა შემთხვევაში, შეიძლება წარმოეშვას დღგ-ით დაბეგვრის ვალდებულება.

ინფორმაცია პირუბიდან

საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ დადგენილი ლარის გაცვლითი კურსები უცხოური ვალუტების მიმართ 2021 წლის ივნისში

თარიღი	ბულგარული ლემი	დანიშური კრონა	ეგრო	ფუნტი სტირლინგი	ისლანდიური კრონა	სერბული დინარი	ნორვეგიული კრონა	პოლუნური გლოტი	რუმინული ლეი	უნგრული ფორინტი	შვედური კრონა	შვეიცარული ფრანკი	ჩიხური კრონა	ამერიკული დოლარი
	1	10	1	1	100	100	10	10	10	100	10	1	10	1
01.06.21	2,0370	5,3577	3,9843	4,6329	2,6959	3,3883	3,9016	8,8841	8,0989	1,1464	3,9355	3,6320	1,5614	3,2688
02.06.21	2,0351	5,3508	3,9792	4,6165	2,6976	3,3836	3,9375	8,9099	8,0888	1,1469	3,9412	3,6196	1,5627	3,2547
03.06.21	2,0072	5,2765	3,9238	4,5558	2,6747	3,3367	3,8684	8,7776	7,9741	1,1330	3,8903	3,5737	1,5420	3,2228
04.06.21	1,9658	5,1669	3,8425	4,4723	2,6263	3,2673	3,7884	8,6192	7,8059	1,1103	3,8034	3,5046	1,5091	3,1524
05.06.21	1,9064	5,0125	3,7276	4,3477	2,5376	3,1697	3,6666	8,3386	7,5719	1,0743	3,6875	3,4038	1,4650	3,0791
06.06.21	1,9064	5,0125	3,7276	4,3477	2,5376	3,1697	3,6666	8,3386	7,5719	1,0743	3,6875	3,4038	1,4650	3,0791
07.06.21	1,9064	5,0125	3,7276	4,3477	2,5376	3,1697	3,6666	8,3386	7,5719	1,0743	3,6875	3,4038	1,4650	3,0791
08.06.21	1,9620	5,1596	3,8372	4,4642	2,6157	3,2636	3,8172	8,5939	7,7935	1,1094	3,8166	3,5092	1,5107	3,1569
09.06.21	1,9587	5,1522	3,8316	4,4494	2,6082	3,2587	3,8128	8,5708	7,7827	1,1017	3,8029	3,5104	1,5088	3,1471
10.06.21	1,9566	5,1468	3,8273	4,4500	2,6056	3,2553	3,8043	8,5931	7,7733	1,1029	3,8043	3,5050	1,5077	3,1387
11.06.21	1,9667	5,1720	3,8460	4,4568	2,6148	3,2709	3,7982	8,5714	7,8140	1,1112	3,8191	3,5282	1,5141	3,1613
12.06.21	1,9705	5,1807	3,8523	4,4876	2,6171	3,2761	3,8220	8,6065	7,8288	1,1121	3,8289	3,5373	1,5220	3,1701
13.06.21	1,9705	5,1807	3,8523	4,4876	2,6171	3,2761	3,8220	8,6065	7,8288	1,1121	3,8289	3,5373	1,5220	3,1701
14.06.21	1,9705	5,1807	3,8523	4,4876	2,6171	3,2761	3,8220	8,6065	7,8288	1,1121	3,8289	3,5373	1,5220	3,1701
15.06.21	1,9848	5,2216	3,8829	4,5164	2,6379	3,3020	3,8569	8,6159	7,8938	1,1100	3,8554	3,5667	1,5294	3,2040
16.06.21	1,9673	5,1761	3,8492	4,4699	2,6150	3,2735	3,8194	8,5069	7,8160	1,0940	3,8183	3,5330	1,5127	3,1751
17.06.21	1,9618	5,1577	3,8356	4,4674	2,6128	3,2624	3,7938	8,4928	7,7887	1,0926	3,7889	3,5194	1,5082	3,1657
18.06.21	1,9269	5,0678	3,7686	4,4045	2,5674	3,2061	3,6893	8,2984	7,6523	1,0641	3,6953	3,4518	1,4781	3,1587
19.06.21	1,9302	5,0769	3,7754	4,4059	2,5824	3,2112	3,6849	8,2956	7,6657	1,0632	3,6927	3,4481	1,4805	3,1681
20.06.21	1,9302	5,0769	3,7754	4,4059	2,5824	3,2112	3,6849	8,2956	7,6657	1,0632	3,6927	3,4481	1,4805	3,1681
21.06.21	1,9302	5,0769	3,7754	4,4059	2,5824	3,2112	3,6849	8,2956	7,6657	1,0632	3,6927	3,4481	1,4805	3,1681
22.06.21	1,9250	5,0638	3,7658	4,3947	2,5686	3,2023	3,6604	8,3094	7,6471	1,0635	3,6862	3,4364	1,4736	3,1653
23.06.21	1,9195	5,0489	3,7545	4,3810	2,5609	3,1929	3,6734	8,2829	7,6230	1,0593	3,6890	3,4300	1,4698	3,1566
24.06.21	1,9274	5,0691	3,7695	4,4055	2,5746	3,2064	3,7032	8,3337	7,6518	1,0819	3,7205	3,4378	1,4832	3,1549
25.06.21	1,9211	5,0552	3,7591	4,3986	2,5573	3,1973	3,7011	8,3080	7,6345	1,0735	3,7187	3,4270	1,4796	3,1470
26.06.21	1,9225	5,0565	3,7601	4,3789	2,5595	3,1975	3,7094	8,3328	7,6326	1,0681	3,7189	3,4347	1,4766	3,1489
27.06.21	1,9225	5,0565	3,7601	4,3789	2,5595	3,1975	3,7094	8,3328	7,6326	1,0681	3,7189	3,4347	1,4766	3,1489
28.06.21	1,9225	5,0565	3,7601	4,3789	2,5595	3,1975	3,7094	8,3328	7,6326	1,0681	3,7189	3,4347	1,4766	3,1489
29.06.21	1,9272	5,0680	3,7690	4,3911	2,5587	3,2053	3,7036	8,3545	7,6496	1,0713	3,7230	3,4392	1,4763	3,1579
30.06.21	1,9229	5,0572	3,7608	4,3754	2,5530	3,1992	3,6862	8,3236	7,6323	1,0721	3,7062	3,4306	1,4770	3,1603

თარიღი	კანადური დოლარი	ამერიკული დოლარი	ევროპული ბირჟები	თურქული ლირა	იაპონური იენი	აგს დირჰამი	ირანული რიალი	ისრაელის შიკელი	სინაპური დოლარი	შვეიცარიული ფრანკი	ჩინური იუანი	ჰონკონგური დოლარი	ინდური რუპია	ახალმადანი დოლარი
	1	1	10	1	100	10	10000	10	1	1	10	10	100	1
01.06.21	2,7087	2,5287	2,0846	0,3842	2,9803	8,8995	0,7783	10,0594	2,4715	10,8670	5,1301	4,2122	4,5012	2,3735
02.06.21	2,7017	2,5172	2,0720	0,3819	2,9702	8,8611	0,7749	10,0451	2,4608	10,8201	5,0986	4,1946	4,4645	2,3626
03.06.21	2,6679	2,4896	2,0522	0,3742	2,9341	8,7743	0,7673	9,8996	2,4341	10,7105	5,0467	4,1534	4,4095	2,3259
04.06.21	2,6131	2,4359	2,0079	0,3654	2,8729	8,5826	0,7506	9,7036	2,3810	10,4835	4,9338	4,0633	4,3236	2,2754
05.06.21	2,5384	2,3592	1,9624	0,3543	2,7954	8,3831	0,7331	9,4529	2,3170	10,2296	4,8036	3,9689	4,2179	2,2034
06.06.21	2,5384	2,3592	1,9624	0,3543	2,7954	8,3831	0,7331	9,4529	2,3170	10,2296	4,8036	3,9689	4,2179	2,2034
07.06.21	2,5384	2,3592	1,9624	0,3543	2,7954	8,3831	0,7331	9,4529	2,3170	10,2296	4,8036	3,9689	4,2179	2,2034
08.06.21	2,6133	2,4463	2,0118	0,3662	2,8846	8,5949	0,7516	9,7091	2,3844	10,4915	4,9340	4,0693	4,3358	2,2761
09.06.21	2,6046	2,4362	2,0025	0,3657	2,8746	8,5682	0,7493	9,7031	2,3775	10,4659	4,9190	4,0560	4,3177	2,2681
10.06.21	2,5980	2,4322	1,9992	0,3660	2,8680	8,5453	0,7473	9,6727	2,3719	10,4380	4,9148	4,0452	4,3009	2,2608
11.06.21	2,6109	2,4472	2,0156	0,3704	2,8868	8,6069	0,7527	9,7400	2,3859	10,5131	4,9449	4,0741	4,3270	2,2723
12.06.21	2,6210	2,4571	2,0265	0,3781	2,8956	8,6308	0,7548	9,7650	2,3952	10,5424	4,9603	4,0852	4,3381	2,2768
13.06.21	2,6210	2,4571	2,0265	0,3781	2,8956	8,6308	0,7548	9,7650	2,3952	10,5424	4,9603	4,0852	4,3381	2,2768
14.06.21	2,6210	2,4571	2,0265	0,3781	2,8956	8,6308	0,7548	9,7650	2,3952	10,5424	4,9603	4,0852	4,3381	2,2768
15.06.21	2,6355	2,4728	2,0444	0,3837	2,9212	8,7231	0,7629	9,8682	2,4147	10,6516	5,0073	4,1280	4,3726	2,2905
16.06.21	2,6060	2,4429	2,0286	0,3701	2,8844	8,6444	0,7560	9,7939	2,3940	10,5520	4,9610	4,0904	4,3308	2,2648
17.06.21	2,5978	2,4385	2,0211	0,3701	2,8787	8,6188	0,7537	9,7752	2,3867	10,5208	4,9483	4,0783	4,3173	2,2613
18.06.21	2,5597	2,3930	2,0177	0,3653	2,8524	8,5998	0,7521	9,6830	2,3564	10,4836	4,9078	4,0681	4,2639	2,2177
19.06.21	2,5617	2,3900	2,0226	0,3648	2,8780	8,6254	0,7543	9,6994	2,3623	10,5148	4,9219	4,0806	4,2893	2,2161
20.06.21	2,5617	2,3900	2,0226	0,3648	2,8780	8,6254	0,7543	9,6994	2,3623	10,5148	4,9219	4,0806	4,2893	2,2161
21.06.21	2,5617	2,3900	2,0226	0,3648	2,8780	8,6254	0,7543	9,6994	2,3623	10,5148	4,9219	4,0806	4,2893	2,2161
22.06.21	2,5481	2,3784	2,0206	0,3612	2,8752	8,6178	0,7536	9,6935	2,3544	10,5125	4,8950	4,0768	4,2714	2,2056
23.06.21	2,5493	2,3706	2,0143	0,3630	2,8585	8,5941	0,7516	9,6766	2,3448	10,4836	4,8744	4,0649	4,2447	2,2036
24.06.21	2,5675	2,3883	2,0139	0,3659	2,8420	8,5894	0,7512	9,6922	2,3463	10,4814	4,8715	4,0626	4,2473	2,2223
25.06.21	2,5615	2,3864	2,0040	0,3628	2,8395	8,5679	0,7493	9,6724	2,3434	10,4551	4,8667	4,0531	4,2432	2,2237
26.06.21	2,5584	2,3900	2,0070	0,3626	2,8430	8,5731	0,7497	9,6946	2,3462	10,4615	4,8773	4,0571	4,2444	2,2256
27.06.21	2,5584	2,3900	2,0070	0,3626	2,8430	8,5731	0,7497	9,6946	2,3462	10,4615	4,8773	4,0571	4,2444	2,2256
28.06.21	2,5584	2,3900	2,0070	0,3626	2,8430	8,5731	0,7497	9,6946	2,3462	10,4615	4,8773	4,0571	4,2444	2,2256
29.06.21	2,5643	2,3946	2,0137	0,3612	2,8519	8,5976	0,7519	9,6847	2,3516	10,4879	4,8911	4,0681	4,2563	2,2276
30.06.21	2,5542	2,3791	2,0164	0,3625	2,8582	8,6041	0,7525	9,6873	2,3512	10,4958	4,8915	4,0706	4,2574	2,2113

თარიღი	რუსული რუბლი	ამერიკანული დოლარი	ბელარუსული რუბლი	თურქმენული მანათი	გულდენური ლარი	სომხური დრამი	თაჯიკური სომონი	უზბეკური სუმი	უკრაინული გრივნა	ყაზახური თენგე	ყირგიზული სომი	სამხრეთ აფრიკული რანდი	ბრაზილიური რეალი
	100	1	10000	10	10	1000	10	1000	10	100	100	10	1
01.06.21	4,4516	1,9211	1,2896	9,3394	1,8562	6,2783	2,8913	0,3091	1,1899	0,7628	3,9038	2,3756	0,6255
02.06.21	4,4304	1,9117	1,2845	9,2991	1,8482	6,2506	2,8773	0,3081	1,1864	0,7607	3,8798	2,3634	0,6236
03.06.21	4,3848	1,8984	1,2683	9,2080	1,8275	6,1869	2,8501	0,3053	1,1786	0,7519	3,8156	2,3430	0,6256
04.06.21	4,3076	1,8516	1,2431	9,0069	1,7856	6,0575	2,7866	0,2990	1,1534	0,7368	3,7295	2,3254	0,6210
05.06.21	4,2021	1,8137	1,2132	8,7974	1,7426	5,9199	2,7243	0,2921	1,1295	0,7203	3,6380	2,2528	0,6066
06.06.21	4,2021	1,8137	1,2132	8,7974	1,7426	5,9199	2,7243	0,2921	1,1295	0,7203	3,6380	2,2528	0,6066
07.06.21	4,2021	1,8137	1,2132	8,7974	1,7426	5,9199	2,7243	0,2921	1,1295	0,7203	3,6380	2,2528	0,6066
08.06.21	4,3325	1,8543	1,2488	9,0197	1,7861	6,0714	2,7925	0,2995	1,1619	0,7391	3,7300	2,3404	0,6252
09.06.21	4,3322	1,8536	1,2502	8,9917	1,7778	6,0556	2,7815	0,2989	1,1587	0,7359	3,7200	2,3185	0,6237
10.06.21	4,3520	1,8487	1,2577	8,9677	1,7743	6,0411	2,7744	0,2975	1,1591	0,7348	3,7094	2,3201	0,6234
11.06.21	4,3783	1,8578	1,2676	9,0323	1,7858	6,0843	2,7945	0,2993	1,1660	0,7396	3,7438	2,3151	0,6244
12.06.21	4,4253	1,8620	1,2793	9,0574	1,7892	6,1074	2,8022	0,2994	1,1732	0,7427	3,7534	2,3356	0,6269
13.06.21	4,4253	1,8620	1,2793	9,0574	1,7892	6,1074	2,8022	0,2994	1,1732	0,7427	3,7534	2,3356	0,6269
14.06.21	4,4253	1,8620	1,2793	9,0574	1,7892	6,1074	2,8022	0,2994	1,1732	0,7427	3,7534	2,3356	0,6269
15.06.21	4,4320	1,8830	1,2876	9,1543	1,8081	6,1966	2,8326	0,3025	1,1867	0,7504	3,7880	2,3254	0,6260
16.06.21	4,4160	1,8650	1,2777	9,0717	1,7918	6,1533	2,8063	0,2994	1,1795	0,7437	3,7506	2,2997	0,6272
17.06.21	4,3968	1,8646	1,2726	9,0449	1,7835	6,1357	2,7984	0,2983	1,1693	0,7428	3,7437	2,3010	0,6273
18.06.21	4,3499	1,8563	1,2661	9,0249	1,7753	6,1453	2,7919	0,2983	1,1633	0,7397	3,7358	2,2345	0,6248
19.06.21	4,3879	1,8618	1,2616	9,0517	1,7724	6,1689	2,8001	0,2995	1,1653	0,7403	3,7439	2,2470	0,6325
20.06.21	4,3879	1,8618	1,2616	9,0517	1,7724	6,1689	2,8001	0,2995	1,1653	0,7403	3,7439	2,2470	0,6325
21.06.21	4,3879	1,8618	1,2616	9,0517	1,7724	6,1689	2,8001	0,2995	1,1653	0,7403	3,7439	2,2470	0,6325
22.06.21	4,3321	1,8592	1,2595	9,0437	1,7619	6,1542	2,7976	0,2996	1,1607	0,7402	3,7421	2,2193	0,6219
23.06.21	4,3140	1,8589	1,2474	9,0189	1,7566	6,1495	2,7918	0,2982	1,1530	0,7382	3,7330	2,2059	0,6295
24.06.21	4,3435	1,8587	1,2437	9,0140	1,7527	6,1672	2,7889	0,2983	1,1570	0,7390	3,7300	2,2248	0,6362
25.06.21	4,3535	1,8485	1,2423	8,9914	1,7471	6,2071	2,7819	0,2977	1,1429	0,7366	3,7188	2,2132	0,6336
26.06.21	4,3639	1,8503	1,2465	8,9969	1,7484	6,3300	2,7833	0,2981	1,1515	0,7399	3,7207	2,2339	0,6408
27.06.21	4,3639	1,8503	1,2465	8,9969	1,7484	6,3300	2,7833	0,2981	1,1515	0,7399	3,7207	2,2339	0,6408
28.06.21	4,3639	1,8503	1,2465	8,9969	1,7484	6,3300	2,7833	0,2981	1,1515	0,7399	3,7207	2,2339	0,6408
29.06.21	4,3743	1,8603	1,2502	9,0226	1,7546	6,3221	2,7910	0,2988	1,1555	0,7401	3,7314	2,2139	0,6400
30.06.21	4,3537	1,8597	1,2490	9,0294	1,7582	6,3557	2,7966	0,2985	1,1627	0,7375	3,7445	2,2023	0,6415

ნაჩვენები წარსულიდან



„პურ-ღვინოში“ შევიდა ერთი იმერელი, ღომითა და თევზით გამოძღა და შესაბამისად მოსამსახურეს:

– შენ, ეი, ბოშო, მეიჭა ერთი სვირული ღვინო, თევზს ცურვა უნდაო.

იქვე ერთი ღიბიანი ვაჭარი იჯდა და ღორის მწვადებს შეექცეოდა. იმერლის ნათქვამი გაიგონა, ძალიან მოეწონა და იმანაც ხმამაღლა დაიძახა:

– შენ, ჰეი, ყურუმსალ, ერთი კახური მაიჭა, ღორს უნდა დავაღვინოო.



– რად მიაცილებენ ხოლმე სტუმრებს კარებამდისო? – იკითხა ერთმა.

– იმიტომ, რომ დარწმუნდნენ – მართლა ნავიდნენ, თუ არაო.



ერთი წინაღამის ნაქეიფარი მეგობარი შესჩიოდა მეორეს:

– თავი ისეთი მაქვს, თითქოს შიგ თოფებსა სცლიდნენო...

– სწორედ აგრე იქნება, ალბათ, მწყრებსა ჰხოცავს ვინმეო, უპასუხა მეგობარმა.



– რა არის, ჩემო კარგო, სულ ვსესხულობთ და ვსესხულობთ, ხომ გავლატაკდითო, – უთხრა ცოლმა ქმარს.

– ბავშვი ხარ, სულიკოო, ვალის აღება კი არ გავლატაკებს, ვალის გადახდაო.



– ვინ იყო, აი ეხლა „ვირი ხარო“ რომ გითხრა?

– არ ვიცი... უცნობია ვილაცა...

– საკვირველია, აგრე ჩქარა როგორ გიცნო!



ერთს ჩვენებურს ახალგაზრდას დიდი ვალები დაანვა, მოვალეების მოსაშორებლად იძულებული შეიქმნა მზითვინი ქალი შეერთო ცოლად და ვალები ცოლის მზითვებით მოეშორებინა.

ერთხელ ნაცნობი შეხვდა და მიულოცა:

– მომილოცავს, ცოლი შეგიერთავსო.

– ის ცოლი მე კი არა, მოვალეებმა შეირთეს და ამათ მიულოცეო, – უპასუხა ვალებიდან თავდახსნილმა გამირმა.



– მონყალეო ხელმწიფეე, თქვენ მე სულელი მიწოდეთ. გთხოვთ ბოდიში მოიხადოთ.

– ბოდიშს სიამოვნებით მოვიხდი, მაგრამ ამით დაჭკვიანდებით?!



სასტუმროში

– ეს რა რენტგენისებური შემწვარი მოგიტანიათ?

– როგორ რენტგენისებური, ბატონო?

– ისე, რომ მარტო ძვალი ჩანს და ხორცს კი არსადა ვხედავ.

ფინანსური მართვა
აუდიტი და მარნეულებელი მომსახურება
საწარმოს სტრატეგიული ანგარიშგება

ბიზნესში დასაქმებული პროფესიონალი ბუღალტერი, რომელიც პასუხისმგებელია დამქირავებელი ორგანიზაციის საერთო დანიშნულების ფინანსური ანგარიშგების მომზადებაზე ან დამტკიცებაზე, დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ ფინანსური ანგარიშგება წარდგენილია ფინანსური ანგარიშგების წარდგენისთვის დადგენილი სათანადო საფუძვლების შესაბამისად.

პროფესიონალმა ბუღალტერმა არ უნდა დაუშვას, რომ ინტერესთა კონფლიქტმა გამოიწვიოს მისი პროფესიული ან საქმიანი გადამწყვეტილებების კომპრომენტირება.